

议程设置理论与研究 50 年： 溯源·演进·前景

史安斌 王沛楠

内容提要 从 1968 年的“教堂山镇研究”至今，议程设置经历了 50 年的发展历程，从传统议程设置到属性议程设置的理论演进，对传播学的理论发展产生重要的影响。面对媒介融合为主导的传播环境变化，议程设置理论也在进一步发展完善，形成了议程设置理论第三层次——网络议程设置。论文主要从概念溯源、理论框架、研究方法和现状前景四个方面对议程设置理论 50 年来的演进脉络进行梳理，并着重分析基于网络分析的研究方法形成的网络议程设置理论在当前的理论价值和未来的发展前景。

关键词 议程设置 网络议程设置 网络分析 研究方法

1968 年，美国北卡罗来纳大学传播学者马克斯韦尔·麦库姆斯（Maxwell McCombs）和唐纳德·肖（Donald Shaw）在当年美国大选前夕进行了一项小规模的受众调查，通过调查发现大众媒介议题的显著性程度对公众议程具有重要的影响。由于这项研究是在北卡大学所在的小镇进行的，因此成为传播学史上著名的“教堂山镇研究”（Chapel Hill Study），它被公认是议程设置理论的起源。在此项研究的基础上，麦库姆斯和肖于 1972 年共同发表了论文《大众媒体的议程设置功能》，标志着这个概念和理论框架的正式形成。^[1]

根据麦库姆斯的回忆，“议程设置”的设想最早可以追溯到 1967 年初的一场酒桌上几位青年教师的闲谈。此时麦库姆斯转会北卡，开始与肖合作正式对大众媒体与公众议程之间的关系展开研究。^[2]除了这两位学者，印第安纳大学的大卫·韦弗（David Weaver）教授也为该理论的创建做出了贡献，他们三人并称为“议程设置之父”。历经 50 年的发展和演进，世界各国的学者参加到相关的理论建构和实证研究中来，发表的相关论文超过一万篇。毋庸置疑，议程设置业已成为传播学领域的一个经典理论，其研究范畴从最早的选举行为拓展到更为广泛的公共议题，并在欧洲、亚洲以及拉美国家等不同的政治/媒介体制和社会文化中得到验证和完善。^[3]

进入世纪之交，议程设置的理论建构获得了突破性的进展。1997 年，麦库姆斯和肖在一篇研究西班牙选举的论文中提出了“属性议程设置”（attribute agenda

setting) 理论, 将其作为议程设置理论的第二层次。有关议题属性影响力的研究使得议程设置理论的应用范畴得到进一步扩展。^[4]

21 世纪日新月异的媒介生态也在不断对议程设置理论的有效性发起挑战。在“教堂山镇研究”进行之时, 报业占据了美国舆论场的核心地位, 电视业正处于起飞阶段; 而在半个世纪之后, 传统媒体都在承受衰落的阵痛, 飞速兴起的互联网新闻业也在经历着从门户网站到社交媒体的权力转移。^[5]在这样的语境下, 新闻媒体对公众认知和理念的形成为怎样的影响? 议程设置理论是否依然具有强大的解释力? 技术的更新迭代和媒介生态的变化对这一经典理论提出了新的挑战。为此, 麦库姆斯和他的中国弟子郭蕾博士(现任波士顿大学传播学院助理教授) 提出了议程设置理论的第三层次——“网络议程设置”(Networked Agenda Setting, 简称 NAS 理论), 试图以此解释新闻业在这样一个基于媒介融合和社交媒体而变得日益“网络化”的时代, 议程设置理论是如何继续发挥其效用的。^[6]

一、从客体到属性: 议程设置理论的演进

(一) 从李普曼到“教堂山镇研究”

虽然议程设置理论是在 1968 年正式提出的, 但在此之前, 已经有很多学者逐渐意识到了大众媒体与公众的认知存在密切的联系。对这一现象的关注最早可以追溯到美国新闻学研究的奠基人李普曼。他将《舆论学》一书的开篇章节命名为“现实世界与我们的想象”, 并通过一个与世隔绝的小岛的故事证明了公众对外部世界的认知大多来源于大众媒介的报道。^[7]

在《舆论学》面世的 1922 年, 第二次工业革命推动着西方国家城市化的快速发展, 大都市取代传统的乡村和社群, 吸纳了大量的人口涌入。由于社会规模的扩大, “现实世界”和“我们头脑中的图景”(李普曼语) 开始出现分离, 公众亲身体验以获得的认知开始日益被大众传媒所塑造的媒介环境取代, 李普曼将其称为“拟态环境”。对于公众议程上的内容, 绝大多数人获得的都只是二手的现实, 新闻媒体则成为了连接现实环境和公众认知的主要桥梁。虽然李普曼没有能通过实证手段验证这一理论, 但他所描述的情形与议程设置理论可谓不谋而合。

伴随着大众传媒的勃兴, 媒体塑造的“媒介环境”的作用也日益显著。美国社会学家罗伯特·帕克(Robert Park) 把新闻视作“能够让人们议论的内容”, 他认为“新闻能够促使公众关注并回应某些议题, 因而抑制了对其他议题的关注”, 媒体对新闻内容的编排和筛选, 在无形中决定了什么对公众而言是重要的。^[8]美国科学史学家伯纳德·科恩(Bernard Cohen) 则将大众传媒与公众认知的关系概括为“新闻媒体在告诉人们怎么想这一方面可能并不成功, 但在告诉人们想什么的方面却异常成功”。^[9]科恩的这一“金句”广为流传, 被认为是对议程设置理论最精要的概括。但事实上, 这一“金句”的面世比“教堂山镇研究”还早了五年, 这也充分说明“议

程设置”理论并非新闻传播学的专属，而是不同学科和领域交流与互鉴的产物。

早在 20 世纪初叶，学者们就开始关注到了议程设置现象的存在，但直到半个世纪后，麦库姆斯和肖通过“教堂山镇研究”才最终通过实证方法确证了这一现象的存在。他们选取了 1968 年大选中立场犹豫不决的选民作为样本，比较这一群体对大选中不同议题重要性的认知和他们所接触的新闻媒体对议题的关注程度。研究发现，选民对包括外交、经济、社会福利等议题的关注程度与他们所接触的媒体对这些议题的关注度高度相关。换言之，这些议题在选民心目中的重要性与其在新闻中的显著性几乎完全一致。^[10]

由此，议程设置理论首次得到了确证，大众媒体能够对公众议程和舆论产生决定性的影响这一理念开始被广为接纳。更为重要的意义在于，它颠覆了另一个传播学研究的里程碑——1940 年进行的“伊里县研究”（Erie County Study）——以来形成的“有限影响论”在媒介效果研究中的主导地位，使得媒介的“强大影响论”从一个全新的角度获得了复兴。

（二）议程设置理论的第二阶段

议程设置理论自面世以来就引发了学术界的高度关注，大量实证性的文献不仅证明了议程设置理论的普遍适用性，也在不断丰富这一理论的内容。朗氏夫妇（Lang & Lang）通过对水门事件中媒体与公众意见进行分析，认为议题的形成是媒体、公众和政府三方相互“竞合”的结果，他们将其称为议题建构（agenda building）理论。^[11]麦库姆斯和肖还曾经通过研究个体与社会组织的关系，提出“议题融合”（agenda melding）理论，力图通过社会团体作为中介消除不同个体与社群之间的分歧，以实现社会整合的目的。^[12]

传统议程设置理论所关注的对象是客体（object），强调媒体对议题显著性所产生的“强大影响”，但伴随着更多学者的加入和研究的深入，人们发现议程设置在公众的价值判断上也具有同样强大的影响力。从 1972 年出版的《美国政治议题的兴起》（*The Emergence of American Political Issues*）一书开始，麦库姆斯等人开始关注大众媒体对议题属性（attribute）所造成的影响。山托·艾英加（Shanto Iyengar）和唐纳德·金德（Donald R. Kinder）在一项针对电视的议程设置效果的研究中发现，电视报道对某个议题所设置的不同框架（framing）会对公众理解这一议题的价值倾向产生影响。^[13]

正如多丽丝·格雷伯（Doris Graber）所总结的那样，媒体不仅能够设置议程，同时还能够提供语境，决定公众如何思考某个议题并评价其价值。^[14]这一现象在一系列针对选举报道的研究中得到了证实，大众媒体不仅影响了选民对客体的注意程度，也影响到他们对议题属性的判断。^[15]从这个角度来看，大众媒体不仅能告诉公众“想什么”，也能成功地告诉公众“怎么想”。这一结论被认为是议程设置理论的第二层次——属性议程设置。

从传统议程设置理论到属性议程设置理论所印证的是传播研究中的“强大影响”论。按照这一理论脉络，大众传媒对公众的影响能力和程度也在不断加深。虽然从研究重点来看，二者都聚焦于某个议题的显著性如何从媒体议程向公众议程转移，但传统议程设置理论的重点落在传播效果研究的初始阶段——赢得关注，而属性议程设置理论则关注传播效果研究的终端——形成认知。按照属性议程设置理论的思路来看，大众传媒在影响公共舆论的内容（议题）、形塑公共议题的价值取向方面扮演了更为重要的角色。

（三）议程设置与美国的媒介化政治

议程设置作为一个媒介效果理论，主要讨论的是大众媒介如何影响受众对议题和属性的认知。但追溯理论的渊源可以发现，议程设置在本源上表达的是对媒介与民主的关切。当身处“媒介化政治”的时代，大众媒体已经成为决定社会民主进程的重要力量。因此，公众议程的形成和走向都会对民主制度产生重要的影响。

在传统媒体主导社会舆论的时代，整个新闻界弥漫着精英主义的气息。自恃为“第四等级”的记者和编辑决定什么是重要的新闻，并且小心翼翼地维持着相对理性的论调，以实现社会整合并维护民主社会的基础。^[16]因此，甘斯在分析传统媒体新闻生产的时候说：“如果新闻有自己的意识形态，那就是温和主义。”^[17]在精英主义和温和主义的框架下，媒体基于社会责任的要求介入公共事务的报道中，设置议程、监督民主制度的运行并且对维护既有制度的合法性负有责任。

学者在分析了美国总统与媒体的关系后发现，包括卡特和里根在内的多位总统都受制于新闻界议程的影响，而只有尼克松试图影响新闻界的议程。^[18]在“前互联网”时代，总统与媒体试图保持一种互利互惠的关系，但同时也不得不将议程设置的一部分主动权让渡于新闻界。媒体与民主的关系则处于这种微妙的平衡中。

但是，互联网和社交媒体的出现让这种权力关系已经开始逐步松动。奥巴马成为史上第一个“社交媒体总统”，已经让传统媒体的新闻业感受到危机。奥巴马利用社交媒体笼络了大批“政治冷漠”的草根网民和青年网民，并且使其成为自己重要的票仓。^[19]而在 2016 年，特朗普的当选更是彻底颠覆了媒体与新闻业之间的关系，使得新媒体时代的议程设置中充斥了民粹主义、假新闻和“另类事实”。研究表明，社交媒体上的虚假新闻在 2014 年以来就已经在经济和国际关系等的议题上具有重要的议程设置能力。^[20]这无疑是对传统新闻业所秉持的“精英主义 + 温和主义”的价值观的严重打击。更加讽刺的是，《纽约时报》等传统媒体在与特朗普的口水战中实现了 2016 年利润的回升，美国三大台播放关于特朗普的新闻内容是希拉里的两倍。^[21]这一切都意味着，那个主流新闻业称作“跳梁小丑”的特朗普，却成为了新媒介环境下的议程设置者。

在这样的语境下，社交媒体也开始取代传统媒体掌握议程设置的权力。面对这一场社交媒体“吞噬”新闻业的变局，西方主流社会引以为傲的“知情的民主”最

终演变成为了“盲情的媒主”。设置议程的权力开始倒向新媒体的一方，而传统的议程设置理论研究也开始面对更大的挑战。

二、网络议程设置——议程设置理论的第三层次

（一）议程设置理论面临的挑战

在前互联网时代，议程设置理论所代表的大众传播“强大影响”论在很长一段时间内占据着主导地位。屈指可数的几家传统主流媒体在很大程度上影响了公众对政治和社会议题的认知、立场以及相关的行为（例如选举投票）。但互联网的出现彻底改写了大众传播的图景，互联网具有的信息生产“众包”（crowd-sourcing）化、信息来源多元化、信息消费碎片化的特点，使得信息的流动和获取从传统媒体时代的线性模式向网状模式转变，传统意义上的受众也参与到内容生产的过程中，演变成成为“产消者”（prosumer）、“制用人”（produser）和公民记者。^[22] 细分网站的崛起使得受众以更为离散的形态遍布互联网的各个群落。^[23] 在这样的语境下，媒体与受众之间权力关系的转变对经典传播理论的信度和效度都产生了一定的冲击，大众传媒对公众所产生的“强大影响”也开始受到质疑。

此外，对于人类认知结构认识的变化也在冲击传统的议程设置理论。不论是传统的客体议程设置还是属性议程设置，都建立在“人类认知结构是线性的”这一假设的基础之上，将公众对客体或属性的显著性认知以线性形态排列。^[24] 但越来越多的研究表明，人类在获取信息和形成认知的过程中其认知结构并非线性的，而是接近于网络结构（networked structure）。在这个结构中不同节点（node）相互连接共同构成了认知的图谱。^[25] 因此，有学者提出了“联想认知模型”（associative network model）和“认知导图”（cognitive mapping）等理论框架以形象地阐明这种认知结构。由于议程设置理论的核心是分析媒体议程对公众认知的影响，因此对人类认知结构的不同认识也对传统议程设置理论的有效性提出了挑战。

（二）网络议程设置的核心观点

面对上述挑战，郭蕾和麦库姆斯等学者借鉴了网络分析的理论框架，提出了议程设置的第三层次：网络议程设置理论（或称 NAS 理论）。其核心观点是：影响公众的不是单个的议题或者属性，而是一系列议题所组成的认知网络；新闻媒体不仅告诉我们“想什么”或者“怎么想”，同时还决定了我们如何将不同的信息碎片联系起来，从而构建出对社会现实的认知和判断。^[26]

根据 NAS 理论，传播学者需要验证的假设是：新闻媒体报道对于议题/属性的显著性网络会影响到公众对这些议题/属性的显著性网络。与前两个层次的议程设置理论相比，网络议程设置依然是考察显著性转移的理论框架，这说明它与传统议程设置理论之间具有一脉相承的关系。但与之不同的是，它重点考察的不再是单一议题或属性，而是包含了议题与属性在内的一系列要素的认知网络（如图 1 所示）。^[27]

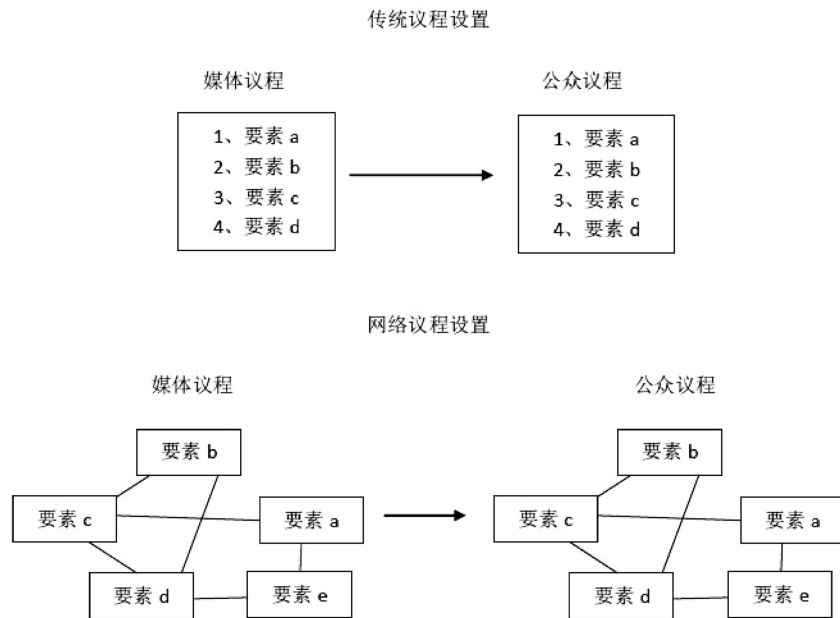


图 1 传统议程设置与网络议程设置的模式差异^[28]

为了验证这一假设，郭蕾和麦库姆斯利用了一篇在 2002 年德州州长和国会参议院选举期间进行议程设置研究的文献数据进行分析。^[29]这篇研究属性议程设置的论文提出了候选人在媒介呈现中出现频率较高的 10 个性格特质，诸如领导力、经验、能力、可靠性等，通过文本分析的方式测量了本地媒体对候选人这 10 种特质的描述。同时，研究通过问卷调查的方式收集了公众对候选人性格特质的描述。研究结论证明了媒体塑造的候选人特质与公众对候选人特质的描绘高度吻合。^[30]

但在利用原始数据进行网络议程设置研究的时候，研究者重点考察的并不是这些性格特质单独出现的频率，而是这些特质“共现”（co-occurrence）的情况。研究者首先绘制了一个 10×10 的矩阵，行和列的内容都是 10 个性格特质。为了计算这些要素之间的关系，研究者统计了要素在文本中共同出现的频次。如果某部分新闻报道或者受访者描述中同时出现了对“经验”和“可靠性”这两个要素的描述，则在矩阵中对应的“经验-可靠性”一栏进行“累加”（即“加 1”）。如果两个要素在文本中频繁地共同出现，那么就可以认为这两个要素之间存在着较强的关系。最终，研究者构建了媒体议程的共现矩阵（图 2 左）和受众议程的共现矩阵（图 2 右）。

在对这两个矩阵进行相关性分析后发现，二者存在着高度的正相关（Pearson's $r = +0.67$ ）。这也就证明了媒体对于候选人性格特质的议程网络显著地影响了公众的认知网络。基于图 2 的矩阵，研究者绘制了媒体网络议程图和公众网络议程图，

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
A		4	2	3	3	0	1	2	0	3
B	4		9	11	7	5	7	2	4	17
C	2	9		7	6	3	4	1	2	8
D	3	11	7		6	4	3	1	1	12
E	3	7	6	6		1	1	1	1	8
F	0	5	3	4	1		3	0	2	6
G	1	7	4	3	1	3		1	2	5
H	2	2	1	1	1	0	1		0	1
I	0	4	2	1	1	2	2	0		2
J	3	17	8	12	8	6	5	1	2	

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
A		6	8	2	2	2	0	1	2	10
B	6		50	26	24	6	5	2	11	64
C	8	50		19	19	5	11	3	7	43
D	2	26	19		12	5	4	2	7	22
E	2	24	19	12		6	1	1	7	19
F	2	6	5	5	6		0	1	2	11
G	0	5	11	4	1	0		0	0	2
H	1	2	3	2	1	1	0		0	3
I	2	11	7	7	7	2	0	0		13
J	10	64	43	22	19	11	2	3	13	

图2 媒体议程和受众议程的共现矩阵

以可视化的方式构建了媒体和公众对这一议题的认知网络。从图3中可以看出，无论是在媒体议程网络还是公众议程网络中，某些要素处于中心的位置。这意味着它在这个议题中与其他要素都有更为密切的联系，具有更强的显著性。

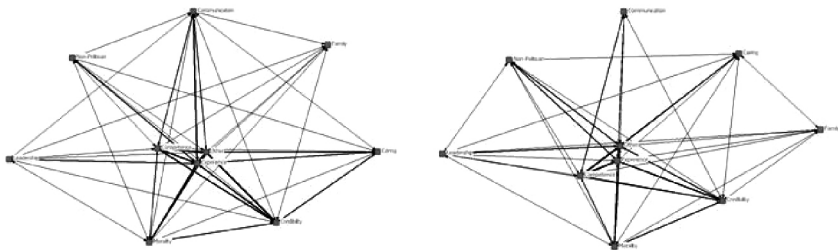


图3 媒体和公众的认知网络图

从上述研究可以看出，郭蕾和麦库姆斯提出的 NAS 理论借鉴了认知网络的理论基础和社会网络分析的研究方法。相比于传统的议程设置理论，它的网络化结构更精确地描绘了公众对议题的认知形态。在认知某个议题的过程中，对各种要素的认识不是孤立的，因此要素的显著性不是以单纯线性的形态排列的，这种线性的关系也使得不同要素间的关系被过分简化，从而抹杀了要素之间的相互关系对受众所产生的影响。而在研究方法上，无论是构建关系矩阵还是绘制关系网，逻辑都是来源于社会网络分析的研究方法。但与之不同的是，社会网络关系中的“节点”（node）大多描述的是人或者组织，而网络议程设置中的“节点”则代表的是议题的客体或者属性。

（三）NAS 理论的特点与贡献

相较于传统议程设置理论和属性议程设置理论，网络议程设置理论无论是在理论框架还是在研究路径上都有了重要的突破，顺应了互联网和社交媒体发展的时代潮流，主要体现在三个方面：首先是引入了“共现”这一概念，强调以关系为核心

的议程设置模式。“共现”这个概念来源于语言学，是指通过“语义距离”（semantic distance）来衡量两个概念是否存在关系。通俗地讲，如果两个概念在文本中不断同时出现，那么人们在认知过程中通常会认为这两者是存在一定关联的。例如，美国媒体在报道失业问题的时候经常同时提及“中国制造”，那么受众就很容易将失业率增高的原因归咎于中国。无怪乎一些政治人物会用“中国人偷走了美国工人的工作”之类“标题党”式的口号去笼络中下层选民，捞取选票。这种简单化的因果联系显然是有较强的误导性的。美国媒体在“9·11”之后经常会在报道中提及伊拉克前总统萨达姆，致使民调显示大多数美国公众认为萨达姆与“9·11”恐怖袭击有关。但现实是，没有任何证据能够证明这一指控。^[31]媒体构建了这样的联系，致使公众的认知网络与客观真实之间出现偏差。在社交媒体兴盛的时代，这种偏差被进一步放大和扩散，导致各种“后真相”大行其道，^[32]致使西方政坛“黑天鹅”频出，动摇了西方民主政体和核心价值观。^[33]

其次，“度中心性”（degree centrality）取代“频率”（frequency），成为衡量要素显著性的主要标准。“度中心性”在网络分析中刻画的是一个节点的关系数量总和，度中心性的值越高，说明这个节点在整个网络中与其他要素之间的联系越紧密。如图3所示，处于中心位置的点就是度中心性较高的属性，意味着这些属性具有较强的显著性。相比于前两个阶段的议程设置理论使用“频率”作为衡量指标，度中心性提供了一个更为全面的视角，帮助研究者在一个更为宏观的语境下评估不同要素在公众认知系统中所处的地位。有学者在研究中同时检测了要素的度中心性和频率，发现存在高频率但低度中心性的要素。这类要素虽然反复被媒体提及，但由于和其他要素之间缺乏广泛而密切的联系，因而不容易在公众认知系统中占据重要的地位。^[34]

第三，NAS理论提供了一个具有统摄性的框架，能够将客体与属性进行整合性的分析。在前两个阶段的议程设置中，客体与属性被认为是两个孤立的要素。但是在媒体的报道和公众认知中，客体及其属性通常是融合在一起的。^[35]因此前两个阶段的议程设置并没有真正完整地呈现出李普曼所描绘的“我们头脑中的图景”。网络议程设置则改变了这种情形，客体和要素能够被同时描绘在同一个认知网络上，这无疑更加准确地反映了公众的认知结构。

三、网络议程设置的研究方法

网络议程设置通过借鉴社会网络分析的研究方法，形成了对“共现矩阵”（co-occurrence matrix）进行相关性分析的研究方法。具体而言，对网络议程设置的实证研究分为以下五个步骤：（1）构建媒体议程网络并形成共现矩阵；（2）构建公众议程网络并形成共现矩阵；（3）分析两个共现矩阵的相关性；（4）分析两个议程网络的因果关系；（5）网络可视化。

在构建议程网络之前，首先需要确定研究的要素，这里所说的“要素”可以同时包括议题和属性。通过对研究对象的初步分析，研究者需要首先判断出有哪些议题/属性需要被纳入分析框架中。在一项针对涉毒问题报道的分析中，研究者归纳出了包括“政府行动”“毒品犯罪”“经济结果”等 8 个要素；^[36]另一项针对政治选举的研究中，研究者选取了包括教育、环境、移民、健保等 10 个要素。^[37]要素的选取依赖于研究的对象，学者需要对其研究对象有较为清晰地了解，并能够较为准确地概括出主要的分析要素。

在确定要素之后，就需要对构成媒体议程和公众议程的文本进行语义分析，以构建共现矩阵。在分析媒体议程的过程中，首先需要对“共现”的语义距离进行规定，一般选取在同一句话或同一自然段内出现的两个要素记做一次共现。随后对文本进行编码和分析，形成如图 2 的共现矩阵。

相比于媒体议程的矩阵，公众议程的构建则较为复杂，研究者一般会通过公众调查、“思维导图”（mind mapping）或社交媒体内容分析的方式来收集信息。公众调查可以自行发放问卷统计数据，也可以直接利用调查公司的公开数据进行汇总。“思维导图”则更符合网络议程设置的思路，通过要求受访者围绕某个议题绘制自己的思维活动路线图，能够直观地构建出公众对于某个议题的认知网络。在研究过程中，只需要将受访者的“思维导图”所描绘的关系转译成“共现矩阵”中的数据。社交媒体内容调查则是更为常用的一种手段，通过收集社交媒体平台用户对议题的评论并进行共现分析，同样可以构建起公众议程的共现矩阵。

在构建起了两个共现矩阵后，就可以通过相关性分析来考察媒体议程与公众议程的相关程度。不同于前两个阶段的议程设置，网络议程设置采用 QAP（Quadratic Assignment Procedure）的方法来检测媒体议程与公众议程的相关程度，QAP 是一种对矩阵中对应各个元素值进行比较的方法，它通过比较各个方阵对应的格值，给出两个矩阵之间的相关系数，^[38]这种方法被广泛运用于测量矩阵的相关性中。^[39]

除了对相关性进行检验外，还需要利用 MR-QAP（Multiply Regression Quadratic Assignment Procedure）对自变量矩阵和因变量矩阵的因果关系进行检验。通过 MR-QAP 得出 r^2 系数来检测媒体议程的矩阵与公众议程的矩阵之间是否存在因果关系。为了构建现实逻辑中的因果关系，研究者通常会选取在日期上较早的媒体文本和相对较晚的公众议程文本，通过时间差确定媒体议程是公众议程的自变量。

数据可视化是社会网络分析的重要内容，也是对传统议程设置理论的更新迭代。在完成了上述分析后，研究者需要利用可视化软件将媒体议程和公众议程通过网状图描绘出来，从而真正实现李普曼所构想的那样描绘“我们头脑中的图景”。图 3 就描绘了一个网络议程设置的可视化结果，两个节点之间的连线代表着二者之间关系的强度，居于中心位置的节点具有较强的“度中心性”，这也就意味着它在议题中具有更强的显著性。除了“度中心性”之外，网络分析中的“中介中心性”（between-

ness centrality)、“网络密度”(network density)等概念,进一步从不同的角度更为全面而深入地阐释“网络议程设置”的功能和属性。^[40]需要强调的是,在网络议程设置中的中介中心性指的是一个节点能够作为“中介”或桥梁连接其他节点的能力,网络密度强调的是作为节点的议题在整个议程网中关系密切程度。

四、网络议程设置研究的现状和进展

(一) 议程设置的研究脉络

在经历了 50 年的发展后,议程设置已经形成了一整套较为完整的理论框架。但与此同时,这套理论无论研究内容还是研究方法上都开始陷入到一个新的瓶颈之中。通过谷歌学术(Google Scholar)的检索分析发现,从 2013 年以来以“议程设置”为主题的英文文献有近 300 篇,在排除掉一部分综述和非实证的论文后,本文对上述研究进行初步的内容分析,并以议程设置的三个层次为视角,透视议程设置理论的研究近况。

表 1 近 5 年议程设置理论研究内容

	政治	公共政策	经济	文化教育	其他	总和
传统议程设置	64	51	6	7	20	148
属性议程设置	16	14	2	2	4	38
网络议程设置	6	4	1	1	2	14

数据显示,近 5 年内三个阶段议程设置理论的相关文献分别为 148、38 和 14,利用传统议程设置理论进行媒介效果分析依然是主流,但同时网络议程设置的研究数量也在不断增加。对三个层次议程设置理论的具体研究内容进行进一步地分析可以看出,对于政治和公共政策方向的研究是议程设置理论的主流。

但是,这种研究导向却逐渐开始形成内卷化的趋势。在传统议程设置关于政治议题的 64 篇研究中,有 24 篇(37.5%)是关于各国政府选举的实证研究;而在关于公共政策的 51 篇研究中,21 篇(41.1%)是关于气候变化和医疗卫生——特别是亚非拉地区公共卫生问题——的研究。由此可见,伴随着议程设置理论的逐步完善,其研究视野却开始逐渐收窄,陷入到针对少数议题的重复性研究中。

与此同时,议程设置的研究方法也开始受到媒体技术变化的影响。伴随着互联网的飞速发展,将受众、媒体和信息连接成一张巨大的网络,信息和数据在网络间飞速传递,由此形成了大数据对信息环境的重新解释。但是,传统议程设置的研究方法一方面难以跨越客体和属性之间的鸿沟,另一方面也难以与大数据的发展趋势相融合。上述研究中,传统议程设置和属性议程设置的 186 篇论文里没有一篇涉及大数据的研究,而在网络议程设置的研究中,已经有多篇论文融合了大数据和数据可视化的手段,对社交媒体的议程设置进行了分析。^[41]由此可见,网络议程设置是

在新技术条件下议程设置的自我更新，也为传统议程设置走出内卷化的漩涡提供了可能。

（二）网络议程设置的研究进展

在 NAS 理论提出后，各国的传播学者针对这一理论的信度、效度和对公众议程的解释力进行了大量的检验性研究，不断丰富和完善这一理论，为传播学理论的升级换代做出自己的贡献。

有学者运用 NAS 理论和方法，对比了美国传统媒体与推特上政治议题的讨论及其相互影响的机制。^[42]研究者分别选取传统主流媒体的代表《纽约时报》和《华盛顿邮报》和代表新媒体的推特平台上两个著名的讨论组：持进步主义（亲民主党）立场的#P2 和持保守主义（亲共和党）立场的#tcot，收集了超过 140 万条推特和 4 万篇新闻报道。他们选取了经济、教育、环境、外交等要素进行分析后发现，传统媒体对推特平台上讨论的议题缺乏影响力，但推特的议程却对传统媒体产生了显著的影响，特别是持保守主义立场的#tcot 社群对《纽约时报》的报道议程产生了明显的影响。

这一结论对在新媒体环境下修正“媒介间议程设置”理论无疑具有重要的意义。依据传统的议程设置理论，像《纽约时报》这样的精英媒体对于媒介间议程设置能够发挥特殊的作用。^[43]无怪乎人们普遍认为，《纽约时报》在 2008 年大选投票前夕发表的一篇力挺奥巴马的社论能将这匹“黑马”送上总统宝座。但在社交媒体上呈“病毒式”传播的“后真相”彻底颠覆传统舆论生态的当下，《纽约时报》等传统主流媒体已经很难左右网络讨论的议程，其选题和报道反而开始受制于社交媒体的议题建构。相关研究为这一观点提供了进一步的支持。有学者发现，持各种激进政治立场的“党派媒体”在网络上兴起，主导了媒介议程，传统媒体日益成为“网络党派媒体”议程的追随者，^[44]美国新闻业大有重回 19 世纪初党同伐异的“报业的黑暗时代”之虞。在 NAS 理论的指导下，我们可以进一步认清近年来西方政坛出现的剧变以及社交媒体在这个过程中所扮演的角色。

还有学者基于“属性议程设置”理论所提出的“雄辩论证”（compelling argument）的概念，探索了网络议程设置环境下媒介议程对客体议程显著性所具有的影响，^[45]并提出了更契合网络传播生态的“雄辩关联”（compelling association）的概念。“雄辩论证”指的是媒介议程中强调某个议程的某个属性，那么这种属性的显著性会影响到这个客体在公众议程中的显著性。研究者通过美国媒体在毒品问题上的报道的研究发现，这一现象同样存在于网络议程设置中，即媒体议程中某个客体含有的一组相互关联的属性的显著性，会影响到这个客体在公众议程中的显著性，这种现象被称之为“雄辩关联”。与“雄辩论证”类似，“雄辩关联”的概念成为了连接第三阶段与第一阶段议程设置理论之间的纽带（如图 4）。

早期的网络议程设置研究大多基于美国的语境展开，伴随着这一理论的发展，

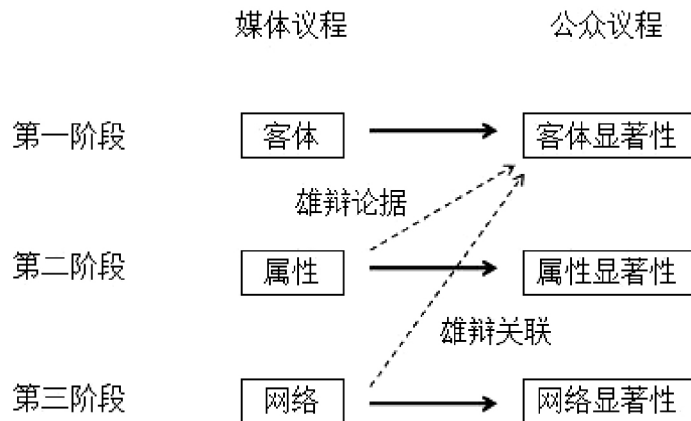


图4 三个阶段议程设置的相互关系

更多学者对这一理论在美国之外的语境下的有效性进行了检验。两位韩国学者以朝核问题为研究对象，收集了韩国主流媒体对朝核问题的报道与韩国网民在社交媒体上的评论，并通过网络议程设置的研究方法进行分析。在研究者划分的三个议题发展阶段中，关于朝核问题韩国公众议程与媒体议程都具有高度的网络相关性。研究结果证实了在韩国的媒体议程与公众议程的互动过程中，网络议程设置的效应也同样显著。^[46]

在基于个别国家的文本为个案进行研究的基础上，有学者进行了一个包含多元政治制度、文化背景和媒介制度的跨国文本研究。研究者以 2003 年爆发的伊拉克战争为议题，分别选取了美国、中国大陆、中国台湾地区、波兰、西班牙和哥伦比亚六个国家和地区的主流媒体进行网络议程设置的比较分析。^[47] 研究发现，不同国家和地区对于伊拉克战争的议程模式具有一定程度的相关性，其中政治制度和政府对战争的立场对媒体议程具有较为显著的影响。例如，在政治制度和立场上都非常接近的西班牙和波兰在议程网络上也具有很强的相关性（0.60）；但是，也存在着不同政治制度和文化价值观的国家在议程网络上具有较强相关性，例如中国大陆与西班牙（0.52）、中国大陆与波兰（0.54）。这说明世界新闻业正在日益走向“全球化”与“同质化”，具有不同政治制度和文化价值观的国家也可能分享一套类似的新闻议程框架。

五、拓展网络化的媒介分析框架

上述研究从不同的角度和语境对网络议程设置进行了分析,证明了网络议程设置作为议程设置的第三阶段,对于理解新媒体环境下议程设置形态的变化具有重要

意义。从更加宏观的视角来看，NAS 理论的提出不仅推动了议程设置这一经典理论在新的媒介环境下不断演进，同时也意味着“网络分析”（networked analysis）——目前发展较为成熟的是“社会网络分析”和“语义网络分析”——将成为未来传播学研究的“主干道”

在过去的几十年时间里，网络分析已经被广泛地运用到了社会科学的各个领域，从 20 世纪 30 年代开始，社会学和社会心理学研究中就已经出现了利用社会网络分析描绘群体关系和人际互动的情形，^[48]这可以被视作网络分析与传播学研究最早呈现出的关联。但是在经历了以线性传播为主导的“独白式”的大众传播时代，网络分析在传播研究中逐渐边缘化。以互联网为代表的新媒体的崛起，推动了从“媒介即讯息”到“新媒介即关系”的传播结构转变，^[49]则重新将以关系研究为核心的网络分析带回传播研究的中心。

总而言之，新媒体的出现不仅给传统媒体带来空前挑战，也对传播研究和经典传播理论的有效性提出严峻挑战。以互联网为代表的新兴媒体逐渐将单向度的线性传播形态打破，无中心、多节点的网络化模式将成为未来信息传播的主要形态，这与网络分析以关系为核心的分析模式不谋而合。因此，立足于网络化的认知逻辑进行媒介效果研究，将会成为未来传播学研究不可忽视的重要取向。“理论是灰色的，生命之树常青”。议程设置理论和研究 50 年的发展再次印证了歌德这句名言的普适性。任何经典理论要避免陷入“灰色”的境地，就要保持与实践持续不断的对话和反思。在全球化时代，这里所说的“实践”也要涵盖来自各种不同文化和价值观语境下的探索和突破。从这个意义上说，由各国学者共同参与的有关 NAS 的理论建构为传播学研究指明了一条通向未来的路径，议程设置这一源自西方的经典理论也会因此而保持其“生命之树常青”的状态。

作者：清华大学新闻与传播学院副院长，教授，博士生导师
清华大学新闻与传播学院博士生

注释

- [1] McCombs M E & Shaw D L , “The Agenda-Setting Function of Mass Media ,” *Public Opinion Quarterly* , vol. 36 , no. 2 , 1972 , pp. 176 - 187 .
- [2] McCombs M E & Shaw D L . , *Setting the Agenda: The Mass Media and Public Opinion* , 2nd edition , Cambridge: Polity , 2014 , pp. 11 - 12 .
- [3] (美) 麦克斯韦尔·麦库姆斯: 《议程设置理论概览: 过去, 现在与未来》, 郭镇之、邓理峰译, 《新闻大学》2007 年第 3 期。
- [4] McCombs , M. et al. , “Candidate Images in Spanish Elections: Second-Level Agenda-Setting Effects ,” *Journalism & Mass Communication Quarterly* , vol. 74 , no. 4 , 1997 , pp. 703 - 717 .
- [5] 史安斌、王沛楠: 《传播权利的转移与互联网公共领域的“再封建化”——脸谱网进军新闻业的思考》, 《新闻记者》2017 年第 1 期。

- [6] Guo L & McCombs M. , “Networked agenda setting: A Third level of media effects ,” Paper presented at the ICA annual conference , Boston , May 2011; Guo L & McCombs M. , “Toward the third level of agenda setting theory: A Networked Agenda Setting Model ,” Paper presented at the AEJMC annual conference , St Louis , August 2011.
- [7] (美)沃特·李普曼: 《舆论学》, 林珊译, 北京: 华夏出版社, 1989 年, 第 1 页。
- [8] Park R E. , “News as a Form of Knowledge: A Chapter in the Sociology of Knowledge ,” *American Journal of Sociology* , vol. 45 , no. 5 , 1940 , pp. 669 – 686.
- [9] Cohen B C. , *The press and foreign policy* , Princeton: Princeton University Press , 1963 , p. 13.
- [10] McCombs M E , Shaw D L. , “The Agenda-Setting Function of Mass Media ,” *Public Opinion Quarterly* , vol. 36 , no. 2 , 1972 , pp. 176 – 187.
- [11] Lang Gladys E. & Kurt Lang , “Watergate: An Exploration of the Agenda-Building Process ,” In Grover C Wilhoit and H DeBock eds , *Mass Communication Review Yearbook* , New York: SAGE Publications , 1981. pp. 447 – 468.
- [12] Shaw D L , McCombs M , Weaver D H , et al. , “individuals , groups , and agenda melding: a theory of social dissonance ,” *International Journal of Public Opinion Research* , vol. 11 , no. 1 , 1999 , pp. 2 – 24.
- [13] Iyengar S. & Kinder D R. , *News that matters: Television and American opinion* , Chicago: University of Chicago Press , 1987. pp. 5 – 12.
- [14] Graber D A. , *Mass Media and American Politics* , Washington: CQ Press , 1984 , pp. 25 – 27.
- [15] Takeshita T. , Mikami S. , “How Did Mass Media Influence the Voters’ Choice in the 1993 General Election in Japan?: A Study of Agenda-Setting ,” *Keio Communication Review* , vol. 17 , 1995 , pp. 27 – 41; Kim S H , Scheufele D A , Shanahan J. , “Think About It This Way ,” *Journalism & Mass Communication Quarterly* , vol. 79 , no. 1 , 2002 , pp. 7 – 25.
- [16] Mcleod J. M. & Others A. , “Community Integration , Local Media Use , and Democratic Processes ,” *Communication Research* , vol. 23 , no. 2 , 1996 , pp. 179 – 209.
- [17] (美)赫伯特·甘斯: 《什么在决定新闻》, 石琳、李红涛译, 北京: 北京大学出版社, 2009 年, 第 65 页。
- [18] Wayne W. & Joe F. , “The president-news media relationship: A time series analysis of agenda-setting ,” *Journal of Broadcasting & Electronic Media* , vol. 38 , no. 4 , 1994 , pp. 437 – 448.
- [19] Katz J. E. & Barris M , Jain A. , *The Social Media President* , New York: Palgrave Macmillan , 2013 , pp. 11 – 19.
- [20] Vargo C. J. , Guo L. , Amazeen M. A. , “The agenda-setting power of fake news: A big data analysis of the online media landscape from 2014 to 2016 ,” *New Media & Society* , 2017 , pp. 1 – 22.
- [21] 史安斌、邱伟怡: 《美国电视新闻业的复苏与隐忧》, 《青年记者》2017 年第 7 期。

- [22] Napoli ,P. , *Audience Evolution: New Technologies and the Transformation of Media Audiences* ,New York: Columbia University Press ,2011 , p. 2.
- [23] 史安斌: 《细分网站: 互联网发展新突破口》, 《人民论坛》2016 年第 7 期。
- [24] Guo ,L. & McCombs , M. , “Networked agenda setting: A Third level of media effects ,” Paper presented at the ICA annual conference , Boston , May 2011.
- [25] Stephen , K. , “Cognitive Maps in Perception and Thought ,” in Roger M. Downs and David Stea eds , *Image and Environment: Cognitive Mapping and Spatial Behavior* , Chicago: Aldine , 2005 , pp. 63 – 78.
- [26] Guo ,L, “A theoretical explication of the network agenda setting model: current status and future direction ,” in Guo , L. & McCombs , M. E. eds. , *The power of information networks: New directions for agenda setting* , London: Routledge , 2015.
- [27] Guo L. , “The Application of Social Network Analysis in Agenda Setting Research: A Methodological Exploration ,” *Journal of Broadcasting & Electronic Media* , vol. 56 , no. 4 , 2012 , pp. 616 – 631.
- [28] 图中的“要素”(element) 可以代指包括客体、属性或者二者的结合。
- [29] Guo , L. , Hong , T.V. , McCombs M. , “An Expanded Perspective on Agenda-Setting Effects: Exploring the third level of agenda setting ,” *Revista De Comunicación* , vol. 11 , 2012 , pp. 51 – 68.
- [30] Kim , K. , McCombs M. , “News Story Descriptions and the Public’s Opinions of Political Candidates ,” *Journalism & Mass Communication Quarterly* , vol. 84 , no. 2 , 2007 , pp. 299 – 314.
- [31] Carroll ,C, “Mapping the contours of the third level of agenda setting ,” in Guo , L. , & McCombs , M. E. eds. , *The power of information networks: New directions for agenda setting (vol. 8)* , London: Routledge , 2015.
- [32] 史安斌、王沛楠: 《作为社会抗议的假新闻: 美国大选的假新闻现象阐释路径和生成机制》, 《新闻记者》2017 年第 6 期。
- [33] 史安斌: 《反思社交媒体时代的后真相》, 《新互联网时代》2017 年第 5 期。
- [34] Guo L , Chen Y N K. , “Coverage of the Iraq War in the United States , Mainland China , Taiwan and Poland ,” *Journalism Studies* , vol. 16 , no. 3 , 2015 , pp. 343 – 362.
- [35] Maxwell , E. , McCombs , M. , Donald L. S. , David H. W. , “New Directions in Agenda-Setting Theory and Research ,” *Mass Communication and Society* , vol. 17 , no. 6 , 2014 , pp. 781 – 802.
- [36] Saldana , M & Ardevol-Abreu , A , “From compelling arguments to compelling associations at the third level of agenda setting ,” in Guo , L. , & McCombs , M. E. eds. , *The power of information networks: New directions for agenda setting* , London: Routledge. , 2015.
- [37] Mreza , S , A , “Expanded perspective on NAS between traditional media and twitter political discussion groups in everyday political talk ,” in Guo , L. & McCombs , M. E. eds. , *The power of information networks: New directions for agenda setting* , London: Routledge , 2015.

- [38] 刘军：《QAP：测量“关系”之间关系的一种方法》，《社会》2007 年第 4 期。
- [39] Krackardt, D., “QAP partialling as a test of spuriousness,” *Social Networks*, vol. 9, no. 2, 1987, pp. 171 – 186.
- [40] Guo, L., “The Application of Social Network Analysis in Agenda Setting Research: A Methodological Exploration,” *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, vol. 56, no. 4, 2012, pp. 616 – 631.
- [41] Neuman, W. R., et al., “The Dynamics of Public Attention: Agenda-Setting Theory Meets Big Data,” *Journal of Communication*, vol. 64, no. 2, 2014, pp. 193 – 214.
- [42] Mreza, S, A, “*Expanded perspective on NAS between traditional media and twitter political discussion groups in everyday political talk*” in Guo, L. & McCombs, M. E. eds., *The power of information networks: New directions for agenda setting*, London: Routledge, 2015.
- [43] McCombs, M., “A Look at Agenda-setting: Past, present and future,” *Journalism Studies*, vol. 6, no. 4, 2005, pp. 543 – 557.
- [44] Vargo, C., Guo, L., “Networks, Big Data, and Intermedia Agenda Setting: An Analysis of Traditional, Partisan, and Emerging Online U. S. News,” *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 2017, Preprint available online.
- [45] Saldana, M. & Ardevol-Abreu, A., “*From compelling arguments to compelling associations at the third level of agenda setting*” in Guo, L. & McCombs, M. E. eds., *The power of information networks: New directions for agenda setting*, London: Routledge, 2015.
- [46] Kim, J. & Min, Y., “*An issue attention cycle analysis of the network agenda setting model*,” in Guo, L. & McCombs, M. E. eds., *The power of information networks: New directions for agenda setting*, London: Routledge, 2015.
- [47] Guo, L., “*News coverage of the Iraq war: an international comparison of network attribute agendas*,” in Guo, L., & McCombs, M. E. eds., *The power of information networks: New directions for agenda setting*, London: Routledge, 2015.
- [48] Borgatti, S. P., Mehra, A., Brass, D. J., et al., “Network analysis in the social sciences,” *Science*, vol. 323, no. 5916, 2009, pp. 892 – 895.
- [49] 陈先红：《论新媒介即关系》，《现代传播（中国传媒大学学报）》2006 年第 3 期。

5 An Accurate Understanding of Marx's Thoughts on Press Freedom

• Yuan Xiuli

There are fundamental differences in academic circles about how to understand Marx's thoughts on press freedom, especially his thoughts in the *Rheinische Zeitung* period. This paper analyzes Marx's position of revolutionary democratism, the understanding of the relationship between the press freedom and the class, and the relation between the press freedom and the law. We can see that in the *Rheinische Zeitung* period, Marx's understanding of the freedom of press had clues of change, and shows the tendency of historical materialism. It is not scientific to ignore the ideological change and development and interpret Marx's understanding and evaluation based on a single sentence or a few words.

13 Agenda-Setting Theory in the last 50 years: Origins, Development and Prospects for the Future

• Shi Anbin, Wang Peinan

Since the 1968 Chapel Hill Study, agenda-setting theory has experienced 50 years of development. The theory had a significant influence on the theoretical development of communication study and is still developing in the midst of an ever-changing media landscape. Network agenda-setting was thus proposed as the third-level agenda-setting to adapt the new media environment. This paper, based on origins of theory, theoretical frame, research method and contemporary development, introduces the evolution of agenda-setting theory. It mainly focuses on network agenda-setting which applies the methodology of network analysis and analyzes the value and further development of this theory.

32 From Kitsch to Crack Jokes: Counter-CSS is a Sensory Structure

• Wang Kai

“Counter-Chicken Soup for the Soul” is a recently emerged form of participatory culture in cyberspace; it is parody and subversion of the often-seen texts of popular culture called Chicken Soup for the Soul. This article shows that by making texts of Counter-CSS, young netizens express their experiences of living as “Diaosi”, with despair and disillusionment as their emotional rhetoric; they also overturn the priority of values: via the tone of irony, such texts promote “materialistic” values and disparage “spiritual” values, in an exact opposite to the value-priority in CSS texts. Such Counter-CSS texts tend to convey a sense of “hard reality” and self-mocked subjectivity, directly opposite to the kitsch of CSS. These parodic texts of Counter-CSS can be seen as embodiment of structures of feeling, as young netizens struggle for the right to interpret the authenticity of their own life; By the parodic play, the tension between the hegemony and actual experiences of the young netizens could be released.

49 Social Media User's Information Processing and Credibility Judgement: An Eye-Tracking Experiment

• Li Xiaojing

This article explores Chinese users' cognitive processing on the source, message, and system-generated cues of social media, and how these cues affected the perceived credibility of social media, as well as the relationship between users' seeing and believing. A 2 (topic: high involvement vs. low involvement) × 2 (expertness: high vs. low) × 2 (number of followers, reposts, and comments: big vs. small) within-subjects eye-tracking experiment was designed. Results show that Elaboration Likelihood Model has almost been tested, according to participants' fixations and dwell-time on AIOs, that is, highly involved users paid most