

[文章编号] 1002-5685(2004)04-005-05

议程设置理论与后大众媒体时代的民意研究^{*}

Donald L. Shaw, Robert L. Stevenson and Bradley J. Hamm

[摘要] 关于媒体与民意的理论大部分提出于1930到1980年之间,这是一个仅仅拥有传统信息选择方式的年代。麦库姆斯和肖(1972)最初提出议程设置理论时,用北卡罗莱纳州的教堂山(Chapel Hill)社区作为研究对象,而现在那里的媒介使用情况也已经发生了巨变。当我们迎来议程设置理论提出30周年的时候,教堂山的受众现在面临的信息选择令人惊叹。在20世纪90年代,肖提出,美国的大众媒介已经经历了“兴和衰”(rise and fall)。肖认为,大众媒体时代结束于20世纪80年代。议程设置研究是否能像之前的30年那样,继续开展下去?当受众使用着上百个信息来源时,议程设置和民意研究会产生何种变化?这是本文将要回答的问题。

[关键词] 议程设置理论; 后大众媒体时代; 民意研究

[中图分类号] G206

[文献标识码] A

1968年的世界和21世纪初的世界大不相同。当选于1968年的美国总统理查德·尼克松正计划着从越南战争的泥潭中抽身而出,各个城市回响着反战的声音,与此同时,传统的美国黑人民权运动也此起彼伏。刺客暗杀了总统的有力竞争者、民主党的罗伯特·F·肯尼迪,他是约翰·F·肯尼迪的弟弟,后者也在1963年被暗杀,同时在1968年遇刺的还有马丁·路德·金。也是在同一年,CBS的主持人沃尔特·克朗凯特从越南发回报道,提出从越南撤军的时机已到,认为不管怎样,毕竟这个国家打了一场正义之战。这些重大事件不断地进入公众的意识。

1. 1968年的研究

在北卡罗莱纳的教堂山,上述议题和其他的议题也在报纸和电视中反复出现,第一个新闻设置公众议程的研究就从这里开始(McCombs and Shaw, 1972)。在1968年,学者们能够通过抽样了解一个小社区的信息输入,并可以保证获得一个具代表性的由主要议题构成的图像。教堂山有三个主要电视网NBC、CBS和ABC,同时还有公共电视以及几家日报。在1968年总统选举期间,教堂山研究使用内容分析,监测了两个电视网和5家日报。

1968年,希望获得信息的市民必然会读报、看电视、听收音机和买杂志。当时进行的

[收稿日期] 2004-06-20

[作者简介] Donald L. Shaw, 唐纳德·肖,美国北卡罗莱纳大学教授;

L. Stevenson, 罗伯特·斯蒂文森,美国北卡罗莱纳大学教授;

Bradley J. Hamm, 布莱德利·哈姆,美国伊隆大学教授。

^{*} 本论文是2001年9月在罗马举行的世界民意研究学会(World Association for Public Opinion Research, WAPOR)年会上提交的论文。

固定样本研究(panel study),确定了100个决定参加投票的人作为重复访问组,他们在共和党候选人理查德·尼克松(后来获胜)和民主党候选人休伯特·汉弗莱之间犹豫不决,这些人大多需要信息来做决策。在当时,要跟踪他们在一段时间内的信息选择,观察在主要媒体议题、公众知晓和候选人选择方面是否存在联系非常容易,虽然1968年的研究没有追踪研究那些犹豫不决的选民是否投了票和投了谁的票。但是最后发现,确实存在这种联系。

1968年的受众可以获得的媒体信息,2001年的受众仍然可以获得,但是承载可形成公众议题的议程的媒介却极大扩展。在1968年,在新闻绘制的世界地图中,你容易地分辨出少数主要媒介报道的事件,但是现在我们看到的却是一段蒙太奇,一个议程的颜色与另一些议程抽象地混合在一起。在今天,要通过抽样的策略获得教堂山地区(全国也是一样)公众所接触信息的概况变得非常具有挑战性。

当然,主要新闻媒体仍然具有吸引公众注意的巨大力量。1994年,橄榄球明星和解说员O·J·辛普森的妻子尼可·辛普森(及其男友)被谋杀,这一事件把其他议题挤出了公众的视野,同样的还有1997年英国王妃戴安娜因车祸身亡的议题。但是在2001年,最流行的电视娱乐节目只能吸引到10年前黄金时间约1/3的观众。比如世界棒球巡回赛的观众每年都在下降。2000年制造了联赛历史上的最低收视率。之前最低的纪录也出现在最近,是1998年,与1986年相比,收视率下降了5成以上。一个收视点就代表着1百万电视家庭,这意味着世界巡回赛的观众在不到10年的时间里,已经减少了1千2百万家庭。

同样的,观看2000年夏季奥运会的美国观众也达到了自1968年以来的最低点。NBA篮球赛的电视观众也在下降,芝加哥公牛队的球员迈克尔·乔丹的退役更是雪上加霜。每个收视率下降背后总会有许多可能成立的理由,有些电视台官员甚至怪罪于收视率调查系统本身。但无论如何,大众传播的受众不是,或许从来也不曾是,大众传播的被动接受者。个

人可以组织自己的议程。

2. 区域(place)和阶级(class)中的议程设置

社会进化过程,代表着历史发展过程中各种议程的冲撞。回首过去,可以清楚地看到,美国的传播已经经历了四个泾渭分明的阶段,每一个阶段都有一个占主导地位的媒介。每个阶段的理论研究视角也与那个阶段相适应。在美国,大致在1700年至1870年间,报纸是告知并鼓舞市民反抗英格兰、争取政治独立的媒介,在北部诸州把奴隶制从南部诸州彻底根除的美国内战中,报纸,辅之以杂志,继续执行着这一角色。独立宣言涉及的是一个区域的独立,内战虽然事关奴隶制这一社会问题,但是它仍是一个和特定区域相联的问题。地方性新闻向人们提供的是他们居住地的议程,它过去是,现在仍是报纸的一个主要优势。

但是1870年至1930年,杂志成为不同阶级人民的重要议程载体,这里所说的阶级是广义的阶级,不仅限于经济地位。杂志,譬如像Redbook,起初是为女性创刊的,Progressive是代表农场主利益的。由英国人Edward Lawrence Godkin编辑的The Nation代表中上层阶级和管理阶级的观点,而Atlantic, Scribner's和Harper's创刊的时间要早一些,成为美国作品的橱窗。1902年,Licoh Steffens和Ida B. Tarbell(以及其他)让人们注意到杂志设置议程的能力,他们具有扒粪风格的调查性报道把公众的注意力引向经济不平等现象,这些不平等过去就存在,和一些经济界的巨头有关,如石油大亨洛克菲勒,钢铁大王安德鲁·卡内基,金融巨头J·P·摩根等等。

虽然杂志的出现是为了适应特定受众的兴趣,一些日报也开始注重阶级议程。约瑟夫·普利策的《圣路易斯邮报》,以及接下来的《纽约世界报》成为替贫穷阶级和挣扎着在美国经济中寻找安身之地的移民工人们呼喊的改革先锋(crusade)。威廉·蓝道夫·赫斯特,普利策的主要竞争者,沿着《纽约世界报》和其他报纸的路子继续控诉。1870—1930年,许多群体聚集在某些议程附近,使用杂志来实现理想。

3. 大众媒体的议程设置

把广播台联在一起,这种做法始于1926年,NBC的戴维·萨诺夫(David Sarnoff)是第一人,接下来是1928年CBS的威廉·佩利(William Paley),这使得政治和文化领袖可以影响全国议程。到1920年代末,全国性广告中的很大一部分从报纸流向广播,到1930年代晚期,大部分美国人报告说他们是从广播而不是印刷媒介获得信息。

1933年,美国总统福兰克林·罗斯福使用广播节目《炉边谈话》来安抚身处黑暗的大萧条初期的美国人,与此同时,阿道夫·希特勒及其追随者也在使用这一新科技赢得权力,并在全国建立起独裁统治。1930—1980(从1981年开始,电视网的观众开始持续下降)的广播网和电视网的时代,同时也是新的社会科学技术发展的时代,比如系统性的、科学民意调查等也开始为学者们所用,追踪大众媒介的使用与效果。这一时期,产生了对新闻媒体对选民的影响(或有限影响)(Klapper, 1960)、新闻的扩散(Deutschman and Dannielsen, 1960)、媒体培养理论(Gerbner, 1977)、沉默的螺旋和议程设置研究。

这些媒介效果理论以及其他的一些理论,受到了大众媒介的启发,并植根于大众媒介的时代,从那之后,像德福勒所说的那种大众媒介效果的里程碑式的研究就没有新的再出现了。最近的一个有可能成为让人激动的新方向的假说是已故的史蒂文·查菲及其同事的(Chaffee, 1996)的打破平衡假说(disequilibrium hypothesis)。这些理论都属于大众媒介时代,与此同时也正是大众媒介可以广泛到达的时代。

这些理论也向政策的制定者们提出建议。一些人提出,如果经济不发达国家的市民能够通过媒体了解一些发达国家的经济和社会模式,那么就会实现现代化——当时现代化还被认为是一个好的事物。大卫·勒纳和威尔伯·施拉姆(David Lerner and Wilbur Schramm)及另外一些学者提出了这些观点。当时正处于20世纪50年代和60年代。现在我们知道,历史文化是国家变迁时的一个强大的力量,限制了

来自遥远地方的议程的效果。

大众媒介时代见证了许多研究,例如和议程设置相关的一些研究,它们试图追踪媒介的社会效果,是新闻效果的皮下注射原理的当代版。还有另外一些人,比如克拉帕,得出结论说,像电视这样的媒介,效果是有限的,事实上在20世纪60年代和70年代早期,人们确实清楚地知道大众媒介对态度的影响非常有限,对更深地植根于我们之中的价值观的影响就更微小。

因此,早期的议程设置效果,主要探索的是四大媒体中与新闻相关的议题对集体认知的影响。经过一段时间之后,议程设置研究发现,公共事件在媒体中的出现时间早于在公众中出现的时间,尤其是对于像海外事件那样不太突出的事务更是如此,媒体的报道总会在公众的集体记忆中留下点什么。所有这些都是针对群体而言的(Rogers)。

艾英戈(Iyengar, 1997)通过一系列实验发现,如果操纵讯息,使它符合个人既有的某些印象,甚至只要部分符合,那么在公众对某些议题的吸收(assimilation)过程中,它们就会产生巨大的影响。恩特曼(Entmann, 2000)提出,比如关于美国黑人的新闻就是在以某种刻板印象为框架的语境中被报道的(可能是无意识的)。

4. 空间中的议程设置和议程融合

但是随着互联网在20世纪90年代的发展,同时伴随着有线电视和其他媒介的普及,使得市民从其他信源获取信息的机会大大增加。我们处在了空间的时代(age of space),在这个时代里,个人可以通过新媒体,从各种不同的信源采集新闻,并把它们拼装成最符合他们自己的新闻图像。对于这些个人来说,大众媒体仍然重要,但是它们不会成为这幅图像的主导。我们知道,大众媒介在监测环境方面非常重要,因为CNN的观众在重大新闻发生时迅速膨胀,相反,在这些新闻成为旧闻时会迅速缩小。大众媒介既是信息提供者,也仍然是哨兵(sentinel),并且它们的警戒功能在21世纪的初期变得更加突出。一旦他们发出警报,受

众中的许多人就会自己选择媒介,获得信息。

我们仍处在空间时代,个人通过电话、旅行和互联网与其他个体相联系。从整体上看,1981年电视网的受众数量开始稳定下降,而且仍在下降,这一变化形成的空白由各种更个人化的媒介所填补。学者们改进传播理论以适应新的时代,这些研究包括培养理论、沉默的螺旋、议程设置、政治影响和受众变化(例如,Putnam, 2000)

作为一个有发展潜力的理论,议程设置理论在不断演变,学者们研究发现,在不同的环境中,新闻媒介似乎仍然能够——有时不能——设置公众议程。其中一系列研究,从哈罗德·拉斯韦尔那里受到启发,认为新闻媒介似乎具有某种功能,使一个社区的集体注意力集中在一系列对他们而言十分重要的议程上,在这一过程中,新闻媒体把人民拉在了一起,至少在认知方面实现了这一点。(Shaw and Martin, 1992)

5. 议程设置的重复研究

当个人之间的相互联系处于一种新型的弹性关系之中时,对原始议程设置研究的重复研究便显得恰逢其时。不仅需要随着受众和可获得媒介的变化改进我们的研究方法和内容分析方法,而且还需要对当前的社会行为进行研究。

学者罗伯特·普特南(Robert Putnam)因为其作品《独自打保龄》(Bowling Alone)吸引了人们的关注。从隐喻的角度来讲(而且从字面上看事实也是如此),他们在独自打保龄,而不是和同事们一起打。教会仍然是一个稳定的获得身份的地方,但是传统教会的参加者正在下降。虽然人口有所增加,但电视网观众在流失,日报的发行量也在缓慢下降。如果继续用隐喻来说明的话,当人们去教堂和与同事打保龄的机会越来越少时,他们使用其他社区活动的形式也在减少,比如读书看报或观看社区新闻。

我们认为,议程设置理论是一个扎根于大众媒介时代的理论,其焦点在社会效果上。但是就像传播理论中使用与满足取向所暗示的

那样,受众变得越来越有经验。个人不仅要了解公共社区,而且也想与他人建立联系。所以传播的目的不仅是在发现和揭示,而且在于关系;重要的不仅是传播,而且是维系共同体(社区)。我们生活在一个各种议程不断竞争的大海之中,这些议程不断地撞击着我们心中的防洪大堤。如果说我们在复杂的社会进化中与他人融为一体是一幅更大的图画的话,议程设置只是这幅画的一部分。前一个媒体过程我们称之为议程融合(agenda-melding)。

在2001年,信息选择已经有了很大变化。如果一个人想要重复第一个议程设置研究的话,他必须从同样的电视网中进行抽样,同时还要包括有线电视新闻网(CNN)和福克斯频道,还要加上大量有线电视频道,在教堂山地区有10到15个频道(一共可以收到80多个)。到1998年为止,美国家庭平均可以收到57个频道(Nielsen, 1999)。装有数字有线和卫星电视的人可以收到几百个台甚至更多。20世纪20年代,沃尔特·李普曼在《民意》中评论道,报纸——那个时代的主要新闻媒体——为读者绘制了一幅外面世界的图像,并且帮助我们创造了“我们头脑中的图像”。对于21世纪的媒体和民意研究者来说,最大的挑战是在去大众化媒介时代(the aged of demassified media),如何了解并且测量这些“图像”。

今天在教堂山,在大邮局前,有30个报纸箱,而在1968年只有几个。《时代周刊》、《新闻周刊》、《美国新闻和世界报道》是美国的主要杂志,也是1968年教堂山的主要杂志,它们现在仍然是,但是又增加了许多新的竞争者。今天,教堂山还有许多居民通过各种万维网站点获得新闻信息。

在新闻受众方面也有变化。1968年,人们不像今天这样四处旅行,用电子邮件彼此联络,有意识地加入全球市场。同样,报纸成为人们偶尔阅读的东西,那些过去每天看报的人看报的频率确实有所下降。史蒂文森(Steven-son, 1994)观察到老龄化对读报率增加的作用正在减小。通过对不同世代的追踪分析(cohort analysis),他发现当人们变老时,读报率会比年

轻时增长,但是这些年轻人,当他们变老时,却不会像前一代人那样具有同样的读报率。

议程设置告诉我们,受众对议题的显著性判断会有一致性,一些公共议题确实可以进入受众群体的心中。但是最近的研究显示,受众也可以把握机会,使用互联网和其他方法建立起他们自己的一系列议程(Shaw, et al, 1999)。如果大众媒体不具有像几十年前那样的力量设置议程的话,那么其他的媒介就会变得更重要。电视遥控器可以被看作现代媒介的一个隐喻。观众仍然在看电视和其他媒体,但是他们“按遥控器”的时候变得更多。他们拥有选择。重复1968年议程设置研究所需要的不仅仅是更先进的研究方法。议程设置理论本身,和这个世界一样,也已经向前发展了。

(刘海龙 译)

参考文献:

①见洛厄里·德弗勒:《大众传播效果研究的里程碑》,刘海龙等译,中国人民大学出版社,2004年。

Chaffee, S. H. and McDevitt, M. (1997): Disequilibrium: human development and the shock of news. *Mass Communication Review*, 24, 5—32

②Deutschmann and Danielson, (1960): Diffusion of Knowledge of the major news story, " *Journalism Quarterly* 37 (Summer 1960): 354—55

③Entmann, R. and Rojecki, A. (2000): The black image in

the white mind: media and race in America. Chicago: University of Chicago Press

④Gerbner, G. (1977): Trends in network television drama and viewer conceptions of reality, 1967—1976. Philadelphia: University of Pennsylvania.

⑤Iyengar, S. and Simon, A. F. (1997): News coverage of the Gulf crisis and public opinion: a study of agenda setting, priming and framing. In S. Iyengar and R. Reeves (eds.) *Do the media govern? Politicians, voters, and reporters in American* (pp. 248—257). Thousand Oaks, Calif.: Sage.

⑥Kapper, J. T. (1960): *The Effects of Mass Communication. Foundations of Communication Research*, Glencoe, IL, Free Press.

⑦McCombs, M and Shaw, D. L. (1972): "The agenda setting function of mass media", *Public Opinion Quarterly*, 36, 176—187.

⑧Nielsen Media Research (May 1999): TV viewing in internet households. www.nielsenmedia.com.

⑨Putnam, R. (2000): *Bowling alone: the collapse and revival of American community*. New York: Simon & Schuster.

⑩Rogers, E. M. (1995): *Diffusion of Innovations*. New York: Free Press.

⑪Shaw, D. L. and Martin, S. E. (1992): The function of mass media agenda setting. *Journalism Quarterly*, 69, 902—20.

⑫Shaw, D. L., McCombs, M., Weaver, D. H. and Hamm, B. J. (1999): Individuals, groups and agenda melding: A theory of social dissonance. *International Journal of Public Opinion Research* 11, 2—24

⑬Stevenson, R. L. (1994). The disappearing reader. *Newspaper Research Journal* 15, 3—22.

Agenda—setting theory and public opinion studies in the post—mass media age

Donald L. Shaw, Robert L. Stevenson and Bradley J. Hamm

Abstract: Theories about the media and public opinion were developed primarily from 1930 to 1980, an era of traditional information choices. As we reach the 30th anniversary of agenda setting theory, the audience has mountains of informational choices. In the 1990s, Shaw argued that the mass media in the United States has experienced a "rise and fall" and the age of mass media ended in the 1980s. Is it possible for agenda—setting research to be continued in the next 30 years? In what ways will agenda setting and public opinion studies be different when audiences use hundreds of information outlets? Is it possible for researchers to complete traditional agenda setting studies, or specific media influence studies?

Key words: agenda setting, public opinion study, mass media.

[责任编辑:刘小燕]