

议程设置理论研究综述

□ 宦晓渝

摘要:本文从理论渊源、发展历程、取得的突出成果、研究新领域等方面,对议程设置理论的研究概况作了简要梳理。按麦库姆斯的观点,议程设置研究已经进入第二个层次属性议程设置,即由研究议题显著度从媒介议程向公众议程的传播转向检验属性显著度的传播。议程设置理论已经不仅仅是在传播学领域中得以运用,目前的研究已经扩展到了社会其他相关领域。

关键词:议程设置 导向的需求

议程设置理论是传播学媒体效果研究中一个非常重要的理论模式,自20世纪70年代由麦库姆斯和肖(McCombs & Shaw)首次提出以来,备受国内外传播学界的关注,在麦库姆斯和肖的研究成果基础上产生了大量有价值的学术著作,从纵向上将议程设置理论推向第二层研究,横向上扩展到了其他相关领域。在媒体时代,议程设置已然成了一个永恒的话题。“每个社会制度如果要确定其面临的问题哪些该优先处理的话,就

必须有一个议程,以便它能够决定从何处着手工作。”^①议程设置不仅在传播学领域里有重要的研究价值,同时议程设置描述了舆论如何在民主制度中通过媒介发挥作用,具有积极的现实意义。本文试图梳理和理清议程设置的理论渊源和研究范式,并对议程设置理论的新兴研究领域作简要概述。

议程设置(Agenda-Setting)的理论渊源
议程设置过程是不同议题的倡导者为获取媒体专业人员、公众和政策制定精

英的关注而不断展开的竞争。媒介的议程设置常常表现为通过重复性新闻报道来提高某议题在公众心目中的重要性。

李普曼和议程设置。李普曼(Walter Lippmann)在其著作《公众舆论》(Public Opinion)一书中提到“虚拟环境”和“真实环境”的概念,他认为“在社会生活的层面上,人对环境的调适是通过‘虚拟’这一媒介进行的”^②。外部世界是通过媒介呈现在我们每个人面前,因此媒介如何选择和报道事件将影响我们对外部世界的看法。李

的探讨更多地体现为大众传媒在叙事过程中的技巧性分析,亦即传媒如何通过各种叙事技巧来影响受众。这种探讨在宏观层面上可以将叙事学研究划分为四大层次:(1)可以表现为社会背景和文化成规对叙事文本的影响。(2)作者、叙述者与叙事之间的联系。(3)从交流的层面看,受众的各种知识背景和社会背景也会对媒介文本的接受产生影响,且这种影响会在一定程度上展现出媒介叙事技巧的可行性与否。(4)从结构主义与形式主义的基点出发来探讨媒介叙事也具备一定的可操作性,但这种探讨需要更多地建立在对具体媒介形态特性的把握之上,因为“对任何一种媒介产品进行文本分析都首先要考虑产生这一文本的媒介的具体特征……研究任何媒介文本的形式和它们承载的内容同等重要”^③。

在微观层面上,了解媒介叙事,可以从媒介传播的具体环节入手。即以叙事文本为基点,通过对文本的分类体系(叙事样式)的探讨寻求叙事的本质理论。以电视为例,作为一种叙事文本,它具有很多不同的叙事样式,如肥皂剧、商业广告、新闻节目,等等。所有的样式都以某种程

或惯例向我们传递叙事内容,这种程式或惯例就是隐匿在各种叙事样式之下的共同结构。我们从童年到成年在收看电视节目的过程中领会到的这些节目样式的分类,大体上告诉我们可以期望从中得到的收获,则是关于这些节目样式的惯例。

由电视推广开来,在媒介研究中,存在着很多文本,如报纸、广播、电视、电影、网络,等等。每一种文本都有多种分类样式,对这些分类样式中隐藏的共同结构和规律进行探寻,就到达了“叙事理论”的层面。

透彻地了解个体是认识整体的有效途径。媒介叙事的具体研究可以媒介文本的流通环节为横轴,以传播方式、技术手段为纵轴进行划分,在对报纸、广播、电视、网络等媒介中的叙事文本在生产、呈现、接受和运用等环节上的叙事机制认识清楚之后,我们就能获取对整个媒介叙事的认识。

“叙事有能力对社会的态度和信仰进行戏剧化并给予具体形式,并且帮助人们找到生活的意义。因此,叙事就是社会向其成员传达生活中一些重要事情的方式,叙事远不只是简单的娱乐而已。”^④伯格在对美国电影中的西部片进行分析后,得出

了如上结论,这也可以说是对当今社会整个媒介传播叙事性的概括。媒介在我们的日常生活、社会发展中正扮演着越来越重要的角色,认识媒介叙事,并认清它对我们生活的影响将是我们在自我认识、在社会化过程中不可或缺的一环。

注 释:

①张寅德:《叙述学研究》,中国社会科学出版社,1989年版。

②戴卫·赫尔曼[美]主编,马海良译:《新叙事学》,北京大学出版社,2002年版,第1页。

③道格拉斯·凯尔纳[美]:《媒体文化》,商务印书馆,2004年版,第7页。

④秦志希、夏冠英、徐小立、刘建明:《“媒介文化研究”笔谈》,《武汉大学学报(人文科学版)》,2005(4),第494-503页。

⑤华莱士·马丁[美]著,伍晓明译:《当代叙事学》,北京大学出版社,2005年版,第2页、第16页。

⑥利萨·泰勒、安德鲁·威利斯[英]著,吴靖、黄佩译:《媒介研究:文本、机构与受众》,北京大学出版社,2005年版,第3页。

⑦伯格[美]著,姚媛译:《通俗文化、媒介和日常生活中的叙事》,南京大学出版社,2000年版,第176页。

(作者为湖北师范学院文学院讲师)

编校:郑 艳

普曼虽然没有明确提出议程设置的概念,但他被认为开创了议程设置的早期思想。

“议题设定”和“议程设置”。“Agenda-setting”一词以前曾沿用台湾学者的说法,将之翻译为“议题设定”,直到1996年学者慎之在与麦库姆斯教授反复磋商语句的含义,将Agenda-Setting译为“议程设置”。他认为,“说‘议题’是‘所议问题’亦无可,但‘程序’的意义却表达不出来”^③,“以‘设置’来翻译‘setting’也比‘设定’要灵活一些”^④,因此翻译为“议程设置”更为准确。

研究背景。1.有限效果模式向适度效果模式转变。在20世纪五六十年代,有限效果论占据了效果研究的主导范式,但是之后研究者开始反思有限效果模式,觉得有限效果模式是对魔弹论的矫枉过正,他们认为大众传播的效果比有限效果要大,适度效果模式应运而生。2.认知心理学兴起。20世纪50年代,在心理学领域发生了一个重大的变革,占主导地位的行为主义受到了认知心理学(cognitive psychology)的挑战,在认知心理学的观点看来,人是“问题的解决者”,而不是被控制或被操纵的对象,“认知心理学非常关注世界的再现(representations),即人们在自己的头脑中建构对世界的印象,以及这些印象是如何被建构起来的”^⑤。这与议程设置假设在观念上不谋而合。

议程设置理论的发展历程和重要成果

麦库姆斯认为,议程设置研究大致经历了四个发展阶段。由第一阶段基本的议程设置假设——新闻的报道方式影响公众对当时重要议题的感觉扩展开来。第二阶段将媒介效果研究与“使用与满足”研究结合起来,从原先研究的问题“什么是媒介议程对公众议程的效果”变成了“为什么某些选民比其他更人更乐于接触特定大众传播媒介的信息”。第三阶段的研究将议程扩展到公众议题之外,并对比各种不同议程(包括各种媒介的议程、媒介议程与政府议程)之间的区别。问题细致到竞选报道接触与选民政治兴趣的相关性、内心议程、社区议题议程和可见的公众行为议程。第四阶段的研究则已经将新闻议程由自变量转为因变量。最初的问题“是谁设置了公众议程”已经变为“是谁设置了新闻议程”。

麦库姆斯认为,议程设置研究已经进入第二个层次,这一点与他的搭档唐纳德·肖存在分歧。所谓第二层,指由研究议

题显著度从媒介议程向公众议程的传播转到检验属性显著度的传播,即新闻媒介在公众头脑中构造议题和其他对象的作用。如果说议题还是相对具体的研究对象的话,属性则是更为抽象的、对事物的思考。

查佩尔希尔(Chapel Hill)研究。1972年,麦库姆斯和肖发表了关于议程设置理论假设的第一项系统研究成果。他们研究了1968年总统竞选期间的议程设置,假定大众媒介为每一项政治竞选活动设置议程,并影响公众对政治议题显著与否的态度。在1968年以查佩尔希尔社区选民为研究对象,调查总统竞选活动中大众媒介的议程设置能力。

在大选前,他们选择了100名投票意向不明的选民,让其在1968年9月到10月的3个星期里接受访问调查,要求每个受访者简述他们所认定的关键问题,研究人员要求采访者根据其所见所闻列举出国内的主要社会问题。受访者的反馈被划分为15类,涵盖了主要的社会问题和其他的选举新闻。与此同时,研究者收集了大众媒介的信息内容来进行对比。新闻媒介关于选举的内容也按照数量的多少,被划分成15类,涵盖了主要社会问题的其他选举新闻。

调查结果显示,媒介议程上5个议题(外交政策、法律和秩序、财政政策、公众福利、公民权利)和公共议程上这5个议题的排列次序之间有近乎完全的相关性。

但是这项研究未解决的问题是因果顺序问题,即查佩尔希尔研究说明了在1968年大选期间,媒介议程与公众议程两者之间有紧密的联系,但是没有指出谁是因谁是果,有可能是媒介议程影响了公众议程,也有可能是公众议程影响了媒介议程。

夏洛特(Charlotte)研究。作为探究议程设置的第二个步骤,麦库姆斯和肖策划了另一项研究,专门考察1972年的总统大选,研究地点选择在北卡罗来纳州的夏洛特,样本量比查佩尔希尔研究的样本量大,而且采用了固定样本连续访问的方式。这次研究的目的是试图找到议程设置因果方向的证据。

这次的研究结果为议程设置的因果关系提供了一些证据,即媒介(至少是报纸)在影响公众议程方面确有其效果,而不是公众影响媒介议程。

铺垫(Priming)作用。延加、皮斯特和

金德(Iyengar, Peters, and Kinder)在1982年曾做过一项实验,他们发现电视新闻报道能以一种特殊的方式影响总统选举。延加及同事把媒介的这一影响过程称为铺垫作用,也就是“媒介通过关注某些问题而忽略其他问题来改变人们对候选人的评估标准的过程”^⑥。

议题的强制性。夏洛特研究只是在报纸这种媒介上发现了议程设置的效果,但是在其他媒介如电视方面则没有找到充足的证据。朱克(Harold Gene Zucker, 1978)认为,议程设置能否发生作用取决于议题的强制性,在某些议题上公众的直接经验越少,他们越容易接受媒体发布的信息。公众能够直接体验的议题是强制性议题(obtrusive issues),公众无法直接体验的议题是非强制性议题(unobtrusive issues)。

导向的需求(need for orientation)。麦库姆斯和韦弗认为,每个人的导向需求是不一样的,而这是决定能否产生议程设置效果的主要因素。导向需求主要包括两个因素,即信息对个人的相关性和与有关消息的不确定程度。他们假设,人们的导向需求越高,受媒介议程设置的影响就越大。

研究新领域。近年来,有些研究人员不再把视线集中在对媒介议程形成的研究上,而是转而思考如何利用议程设置理论,发挥其在公共领域中的作用,使社会更好地运转。这些新的研究领域涉及广泛,包括企业声誉、NBA的成长与扩张、课堂中的议程设置、组织化宗教的议程设置功能、现代社会里的议程设置等。有些关注媒介议程,有些关注社会其他方面的议程设置效果。

结语

从上世纪70年代以来,议程设置假设就一直是传播学领域关注的热点问题,它探讨了媒介议程、公众议程和政策议程之间是如何相互制约从而影响公众行为的,而不同于态度改变理论的方式。从某种意义上说,科恩(Bernard Cohen)关于报纸威力的一段名言“在多数时间,报纸在告诉人们应该怎样想时可能并不成功;但它在告诉它的读者该想些什么时,却是惊人地成功”,应该改为新的表述“新闻不仅告诉我们该想些什么,而且告诉我们该怎样想”(McCombs, 1992)。

随着研究者对议程设置理论研究的不断深入,议程设置的理论框架不断得到

论突发事件中政府新闻发布的原则与策略

□刘堂灯

后改革开放时代以来,不同性质和类型的突发事件不时爆发,严重危害了社会公共利益,也对政府应急管理能力提出了挑战。政府要妥善应对突发事件管理,一个很重要的要求就是在应急管理过程中做好信息沟通、新闻发布和舆论引导工作,争取社会舆论对政府开展应对工作的支持,迅速平息事态,维护安定有序的社会局面。为此,政府就必须重视在突发事件应对中采取合理适当的新闻发布原则与策略。

突发事件应对中做好政府新闻发布工作的重要性

按照2006年1月8日国务院颁布的《国家突发公共事件总体应急预案》和2007年11月1日起实行的《中华人民共和国突发事件应对法》中对突发事件的分类,突发事件分为自然灾害、事故灾难、公共卫生事件和社会安全事件。实际上,突发事件不仅只有这些。除公众安全之类的突发事件外,严重扰乱和影响一地经济发展秩序、政治稳定(包括政府公信力)的事件,同样也会是突发事件。简言之,突发事件就是事涉公众利益保障的危机事件,只要事件内容严重关系生命、财产、信用这些有序社会赖以生存和发展的核心要件的保全与维护,都可能被称为突发事件。

突发事件因其事发突然,短时间内各方力量交集,矛盾尖锐对立,各种新闻媒体密切关注,往往对政府的正常管理

提出了很大的挑战,如果管理不善,很可能大幅度降低公众对政府工作的评价。这种结论是基于管理学上的水桶原理得出的,即水桶容量取决于水桶最短的那块木板。将这一原理换一种表述方式,我们称之为管理负效应的增倍,即管理负效应所产生的危害冲击力会远大于管理正效应所带来的积极建设力,俗语所谓“一粒老鼠屎坏了一锅汤”说的正是这个道理。因此,为了保障社会公共利益,维护和提升政府在人民心目中的形象,政府务必妥善应对突发事件的管理。而要使对策能及时有效地起到应有的作用,其间的一个重要要求就是政府务必重视突发事件处置过程中的信息沟通、新闻发布和舆论引导工作,以便尽快公布实情,抚慰民心,稳定社会公众情绪,争取舆论的配合与支持,通过各种形式的信息发布,为政府迅速有效地开展其他应对策略提供有力的支撑。

突发事件应对中政府新闻发布的原则

根据突发事件管理的特性,按照法治精神和现代管理理念的要求,突发事件应对中政府新闻发布的原则主要有以下五个方面:

第一,依法管理。现代民主政治要求建设法治政府。政府在突发事件新闻发布工作中同样要依法行政。近几年来,党中央、国务院高度重视突发事件中的新闻发布、舆论引导和媒体管理工作,相继出台了各类法律法规和政策文件。2003年8

月,中央相继发出《关于进一步改进和加强国内突发事件新闻报道工作的通知》和《中共中央宣传部关于当前思想理论领域的形势和下一步工作措施》两个文件。2004年2月11日,温家宝总理主持召开国务院常务会议,原则通过了根据中央有关规定制定的《关于改进和加强国内突发事件新闻发布工作的实施意见》,并于2007年8月29日对其进行了再次讨论修订。此外,2005年4月,中共中央办公厅印发的《关于进一步加强和改进舆论监督工作的意见》,2006年的《国家突发公共事件总体应急预案》,2007年的《中华人民共和国突发事件应对法》,2007年的《中华人民共和国政府信息公开条例》都对突发事件中的新闻发布、舆论引导和媒体管理工作作了相当详尽的规范。各地方、各部门也为落实中央和上级政府的要求,纷纷建立突发事件应急机构,出台突发事件新闻发布应急预案,规范突发事件新闻发布工作。可以说,这些法规政策为政府做好突发事件新闻发布工作提供了很好的制度支持,政府在处置突发事件中做到了严格遵循法规政策的要求,就能在原则方向上指导政府做好突发事件中的新闻发布工作。

第二,以人为本。政府在新闻发布的全过程中,要贯彻以人为本的原则。其一,要告知社会公众和新闻媒体,政府在突发事件处置过程中所采取的以人为本的施救策略。其二,政府要为新闻媒体采访提供应有的方便,要理解媒体、宽容媒体,不

发展,同时也提出了更多研究新课题,如一个问题是如何同另一个问题竞争显著性的、其他国家的议程设置过程是如何不同于美国的这种过程的、在民主社会中议程设置如何发挥作用,这些问题值得我们进行进一步研究。

注 释:

①James W.Dearing, Everett M.Rogers. Agenda-Setting, 复旦大学出版社, 2009年版。

②Walter Lippmann. Public Opinion, 上海

人民出版社, 2002年版。

③④慎之:《议程设置研究第一人——记麦克斯韦·麦库姆斯博士》,《新闻与传播研究》, 1996(3)。

⑤⑥Werner J.Severin, James W.Tankard, Jr.:《传播理论:起源、方法与应用》,中国传媒大学出版社, 2006年版。

参考文献:

1.李苓:《传播学:理论与实务》,四川人民出版社, 2002年版。

2.蔡雯、戴佳:《议程设置研究的历史、现状与未来——与麦库姆斯教授的对话》,《国际新闻界》, 2006(2)。

3.麦克斯韦·麦库姆斯著,郭镇之、邓理峰译:《议程设置理论概览:过去, 现在与未来》,《新闻大学》, 2007(3)。

(作者为四川理工学院人文学院讲师, 四川大学文学与新闻学院在读硕士生)

编校:董方晓