

中国大众传媒 议程设置功能研究

李本乾 著

甘肃人民出版社

Study on the Function of
Agenda Setting of
Mass Media in China

中国大众传媒 议程设置功能研究

李本乾 著

Study on the Function of
Agenda Setting of
Mass Media in China

甘肃人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

中国大众传媒议程设置功能研究/李本乾著. —兰州:
甘肃人民出版社, 2002
ISBN 7-226-02661-9

I. 中 ... II. 李 ... III. 大众传播—研究—中国
IV. G206.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 058620 号

责任编辑: 胡福生

封面设计: 宋武征

中国大众传媒议程设置功能研究

李本乾 著

甘肃人民出版社出版发行
(730000 兰州市滨河东路 296 号)

兰州人民印刷厂印刷

开本 850×1168 毫米 1/32 印张 6.5 插页 2 字数 160 千
2002 年 7 月第 1 版 2002 年 7 月第 1 次印刷

印数: 1—1,000

ISBN 7-226-02661-9/G·334 定价: 19.00 元



作者简介

李本乾, 主任编辑、副教授, 新闻传播学博士, 管理科学与工程博士后。

据新华社 2001 年 10 月 16 日消息: 他
是我国培养的第一批传播学博士, 其博士
论文——《中国大众传媒议程设置功能研
究》, “对于建立具有中国特色传播理论
有开拓价值”, 《人民日报·海外版》等
数十家新闻媒体均对此作过报道。

在攻读博士学位期间, 作者在权威和
核心期刊发表论文 20 多篇, 参编专著 3
本, 参加省(部)级和国际合作研究课题多
项; 获省(部)级社会科学优秀成果奖和市
社会科学优秀成果奖、国家留学基金管理
委员会“首届王嘉廉新闻奖学金”、复旦大
学“联信”、“董氏东方”、“韩国学”和“蔡冠
深”等奖学金; 另外, 还获《中国记者》等核
心期刊“优秀论文奖”, 以及复旦大学第五
届博士生科研报告会“优秀报告奖”; 博士
研究生毕业时以优异成绩获“复旦大学优
秀毕业生”称号。

目前, 作者正在从事管理科学与工程
博士后研究工作, 主要研究方向为战略管
理、集团管理, 主持 2002 年国家社科基金
项目、企业战略管理研究项目和媒介经济
与管理等多项课题的研究工作。

ISBN 7 - 226 - 02661 - 9
G·334 定价:19.00 元

ZHONGGUO DAZHONG CHUANMEI YICHENG SHEZHI GONGNENG YANJIU

教育部“跨世纪优秀人才”研究项目资助
上海财经大学资助出版

序

传播学在中国(大陆)的兴起,与改革开放同步,迄今只有短短20多个春秋(尽管20世纪50年代就有过简单的翻译介绍)。但由于时代需要、国家支持、同人努力,应当说,其发展还是相当快速的。特别是近5年来,在升格为二级学科(1997)后,相继设立了传播学博士点(1998)、教育部文科(传播学)重点研究基地(2000)、国家(传播学)重点学科(2002),并成立了中国高校传播学会(2002)——所有这些,都是中国(大陆)历史上的开创之举。

同时,据不完全统计,全国高校开设传播学课程的院、系、专业,已逾200家;出版有关专著、教材、译著达120多部(截至2000年。参见戴元光:《20世纪中国新闻学与传播学/传播学卷》,复旦大学出版社2001年版),论文、译文的数量虽未见统计,想必更为可观。

如此看来,传播学作为一门“朝阳”学科所具有的蓬勃生机、宽广前景,是毋庸置疑的。或者说,她在我国的进一步健康发展,确已拥有一个堪称良好的基础。

但另一个同样真切的事实是,虽然学科的框架在迅速延伸,其内涵——教学、科研、师资、资料等方面的建设,总的来说,尚处于初级阶段。这里,仅着眼于科研的状况而言,一个最突出的问题,就是创新性的欠缺。大量的篇幅,仍局限于对外国部分论著的不够完整的介绍、不很准确的翻译乃至不尽科学的解释。与此相关联,对一些重要学说、前沿理论,却不见或少见立足于本国实践的检验、修正、突破、发展。而这一工作,无论从基础研究、应用研究层面,抑或理论创新、实际参考需要看,都可说是当务之急。

正是为了尽微薄之力以推动这种局面的改变,我于1998年入选教育部“跨世纪优秀人才”之际,申报了一个题为《中国受众与传播效果》的重点项目,有幸获得批准。其宗旨为,选择国际传播学界20世纪70年代以来的三个主流理论,即:议题设置论、培养论、知沟论,在中国大陆首次展开实证研究。它相应包括三个子项目:《中国传媒“议题设置”功能研究》、《中国传媒“培养”功能研究》、《中国传媒与“知沟”现象研究》。其中的第一个子项目,由李本乾作为博士论文分担,其最终成果,即奉献给各位读者的这部书稿。

如前所述,从1998年起我国建立了第一批传播学博士点,李本乾是在我指导下完成学业的首批毕业生之一。对此,新华社曾予以专电报道(2001年10月16日),《人民日报·海外版》等多家新闻媒介亦发布了消息。

本乾的特点是,学风踏实,科研能力较为突出,具有数学、统计学、新闻传播学等学科背景,以及教育、传媒(曾从事报纸采编业务10多年)工作经历,故明显地体现出学科交叉、理论与实践结合的优势。加上他的超常勤奋,仅在攻博期间,就发表了20多篇论文,大都被专业权威和核心期刊采用,因而获得多种奖励,如“复旦大学优秀毕业生”称号等。

怎样评价其学位论文亦即眼前这部书稿呢?我想,引用以下两种表述,可能较为合适、客观。

一、新华社专电:该论文“对于建立具有中国特色传播理论具有开拓意义”。

二、李本乾博士学位论文答辩委员会决议书(摘要):

《中国大众传媒的议程设置功能研究》以问卷调查和 content 分析相结合,首次系统、深入地检验了我国受众的人口学、心理学和行为变量、中央与地方报纸、党报与晚报议程的特点、东西西部地区差异及其对议程设置效果的影响,检验了媒介议程、受众议程与真实世界之间的关系。

不仅填补了我国在此研究领域中的空白,而且对建立具有中国特色的传播学理论框架,尤其是传播效果理论框架,具有一定的开拓意义。

.....

该文以创新见长,不仅提出了一系列独到见解,如“阶梯规则”、“非对称传播模式”以及“有效前置变量差异引起传播效果变化”等,而且在方法论意义上也有一定的独创性。

.....

整篇论文结构完整,思路清晰,数据翔实,分析严谨,结果富有说服力。该文不仅具有很高的学术价值,而且所得结论和通过实证方法收集的数据资料,对于媒介实践及党政部门管理工作具有一定的指导和参考价值。

不言而喻,它决非、也不可能达到十全十美。更何况,作为我国传播学界在该领域的初次尝试,一定还存在着诸多不足。例如,依我看来,在分析方面的解释力、在思想方面的深刻性、在文字方面的易读性等,仍不乏改进的余地。

我和本乾一道,衷心期待各位读者的批评和指正。

张国良

2002年6月8日于上海

摘 要

本文以问卷调查和内容分析方法相结合,系统检验了我国受众和媒介的特点、地区差异及其对议程设置效果的影响。在此基础上,总结和概括出一些具有中国本土特色的传播规律。本文不仅填补了我国在此研究领域中的空白,而且所采用的一些变量及检验方法具有一定的独创性。

本论文在以下方面取得了创造性的成果:

一、首次检验了我国媒介的议程设置功能。首次比较系统地检验了我国受众的人口学、心理学和行为变量,中央与地方、党报与晚报的特征,东西部地区差异及其对议程设置效果的影响;结果显示,在宏观层面上,我国大众传媒具有一定的议程设置功能,但在微观层面上,其功能却十分有限。另外,本研究还对媒介议程、受众议程和真正现实之间的关系进行了检验。

二、提出了媒介之间的非对称性传播模式。本研究揭示了媒介之间的非对称性传播模式,即在各级各类媒介中,议题一般是从全国性媒介流向地方媒介,从通讯社流向报纸、广播和电视,从印刷媒介流向电子媒介,从政治和经济中心流向其它地区,从发达国家流向发展和欠发达国家,而反之却很少。

三、发现了受众议程与媒介议程之间的“阶梯规则”。在受众四个层次议程(个人议程、社区议程、地方议程和国家议程)中,从个人议程起,受众议程每提高一个层次,则其与媒介议程相关的显著性水平就会有相应的提高,反之,其显著性水平就会降低。也就是说,相邻两个议程之间相关的显著性水平最高,而两者之间相隔越远,则相关的显著性水平就越低。四、观察到有效前置变量的差异引起传播效果大小的变化。传播效果的大小并非常数而是变

数,其变化范围与有效前置变量的差异性有关。有效前置变量的差异越大,则传播效果的变化幅度也就越大,反之则很小。其理论意义在于可以将以往的有关传播效果理论加以整合。

Abstract

The paper uses the methods of Survey Research and Content Analysis, systematically examining the specialties of the audience and medias in our country, as well as the effect of these specialties and the area difference to the effect of Agenda - Setting. On the basis of this research, the thesis summarizes and generalizes some rules that are fit for the reality of our country. The thesis fills the blanks of the Research in this area in our country, while the methods the author using in this thesis possess the characters of creation.

The thesis makes the creative effect in the following:

I. Examining the function of Agenda - Setting in our country: For the first time, the thesis systematically examine the Demographic Variables、Psychological Variables、Behavioral Variables、national newspaper and local newspaper、party press and evening paper, as well as the effect of all these characters and areas difference on Agenda - Setting. The effect shows that the mass media in our country possess the functions of Agenda - Setting in the macro scope, but these functions in the micro-scope are limited. Additionally, the research also examine the relationships among the media agenda、audiences agenda and the reality.

II. The dissymmetrical communication mode between two medias: The thesis reveals the dissymmetrical communication mode between two medias - - - in the medias among all levels and all sorts, issues usually flows from national medias to local medias, from news agency to newspapers、broadcasts and televisions, from print medias to electronic media, from the center of politics and economics to other areas, from developed

country to developing country, while the opposite circumstances are seen rarely.

III. "The Step - Rule" between all levels of Audiences agenda and media agenda: The thesis examines Audiences agenda and media agenda. The audiences agenda consists four levels - - - person agenda、community agenda、local agenda and national agenda. From the first level of the audience agenda, when the audience agenda raise a level, the correlations significations between audience agenda and medias agenda will rise at any degree, otherwise, the significations will be dropped. Thus, the correlations significations between every two neighboring agendas have the highest levels among all the agenda. The more distance of interval the two agendas possess, the lower the correlations significations have.

IV. The variety of the communication effect brought about by the different efficient antecedents: The effect of communication is not a constant but a variable; its variety scope is related to the difference of the efficient antecedents. In two researches, the more different does the efficient antecedents have, the bigger the variety extent will be, and otherwise, the extent will be smaller. The conclusion summarizes and generalizes the relative precedent communication theory - - - This is the theoretical meaning of this result that the author concludes in this research.

目 录

摘 要	(1)
英文摘要	(3)
第一章 议程设置研究概述	(1)
第一节 理论假设的渊源及早期的发展	(1)
第二节 基本假设的检验及理论的产生	(5)
第三节 理论研究的现状及未来的发展趋势	(16)
第四节 我国开展议程设置研究的意义	(27)
第二章 基本假设在中国的检验	(33)
第一节 研究地的选择及研究方法	(33)
第二节 基本假设的检验	(38)
第三节 受众议程、媒介议程与真正现实之间关系的检验	(48)
第三章 心理、行为与人口统计学变量对议程设置效果的影响	(57)
第一节 人口统计学变量的影响	(57)
第二节 心理变量的影响	(72)
第三节 行为变量的影响	(87)
第四章 我国媒介议程的特征	(100)
第一节 媒介议程构成的特征	(100)
第二节 中央与地方党报议程的特征	(113)
第三节 党报与晚报议程的特征	(122)
第五章 地区差异对议程设置效果的影响	(138)

第一节	不同地区受众的特征	(138)
第二节	不同地区媒介议程的特征	(155)
第三节	地区差异对议程设置效果的影响	(179)
附 录		(184)
后 记		(194)

第一章 议程设置研究概述

第一节 理论假设的渊源及早期的发展

在 1968 年美国总统大选期间,麦考姆斯(Maxwell E. McCombs)和萧(Donald L. Shaw)在美国北卡罗来纳州的查佩尔希尔(Chapel Hill, North Carolina)地区,首次运用实证方法检验了媒介议程与受众议程之间的显著性关系,并在 1972 年发表的《大众传播媒介的议程设置功能》一文中,开创性地提出了议程设置理论。议程设置理论一经提出,许多传播学者风从响应,并积极投身于这一崭新的研究领域。经过 30 年的发展,目前该理论已在传播效果研究领域占据了举足轻重的地位。

由于查佩尔希尔(Chapel Hill)研究在理论和方法上的独创性,以及其在学科发展中所产生的重要影响,因此,麦考姆斯(Maxwell E. McCombs)和萧(Donald L. Shaw)被推崇为议程设置研究领域的开山鼻祖,《大众传播媒介的议程设置功能》也被奉为这一研究领域的经典之作。

一、理论假设的渊源

诚然,议程设置理论诞生于麦考姆斯与萧之手,但是,与议程设置假设有关的思想渊源却并不在他们那里。尽管对这一理论的

源头尚未有人专门考证,但从有关文献中已不难找到它至少在1922年就存在的佐证。诚如M·麦考姆斯所言:议程设置“这种想法根植于1922年出版的一本著作《舆论学》(Public Opinion),它的作者是美国新闻工作者和社会评论家沃尔特·李普曼(Walter Lippmann)”(M·麦考姆斯、T·贝尔,1999)。

李普曼基于第一次世界大战战争宣传和军事情报方面的经验,在哈佛大学格拉哈姆·沃拉斯(Graham Wallas)教授的促使下,终于在1922年完成了他的传世之作——《舆论学》。在该书的扉页上,李普曼特意节选了柏拉图的“洞穴人”寓言:洞穴中的囚犯“只能看到火光射到对面洞壁上显现出来的自己的身影或彼此的身影……除了自己的身影,他们怎么能够看到其它东西呢?”这则寓言言简意赅,从认识论角度揭示了洞壁上的影子这一现实的反映,是构成“囚犯”大脑中关于真正现实的图像的基础。

李普曼将柏拉图的上述思想引申后,认为“我们就像这些囚犯一样,也只能看见媒介所反映的现实,而这些反映便在我们头脑中构成了关于现实图像的基础”(参见M·麦考姆斯、T·贝尔,1999年夏),同时,李普曼还认为,由报界提供的现实的图像常常是不完整的和扭曲的(参见M·麦考姆斯、T·贝尔,1999年夏)。基于这些认识,李普曼在《舆论学》中提出了“外在世界与我们头脑中关于世界的图像”(Walter Lippmann, 1965)的著名论断,并将其作为《舆论学》开篇的标题。

如果将柏拉图与李普曼的上述思想加以比较,我们便不难发现,李普曼(Walter Lippmann, 1965)的“外在世界与我们头脑中关于世界的图像”的著名观点,正是从柏拉图的“洞穴人”思想中发展出来的;因此,从广义上来讲,议程设置思想的渊源应在柏拉图那里,但从狭义上来看,现代议程设置理论研究的毕竟是大众传媒效果,而柏拉图的“洞穴人”寓言却难以归入这一范畴。只有当李普曼的“外在世界与我们头脑中关于世界的图像”(Walter Lippmann,