

议程设置理论在北京的一次检验 ——基于CGSS（2013）数据的研究

陈阳

摘要

运用CGSS2013调查数据和慧科搜索数据库的报纸资料，本文回到议程设置理论的出发点，考察2013年北京的媒体议程与受众议程之间的关系。经验研究的结果发现，2013年，北京的媒介议程并不能有效影响受众议程，而不同时间段的媒介议程之间高度相关。本文进一步从大众媒体自身的惯例及当下我国媒体转型的特征出发，解释造成这种特例现象出现的原因。本文的研究结果，为正在进行的我国媒体转型敲了一记警钟，无视受众真正的需求，媒体将失去对受众的影响力。

关键词

议程设置、媒介议程、受众议程、CGSS

作者简介

陈阳，中国人民大学新闻学院副教授，中国人民大学新闻与社会发展研究中心研究员，电邮：20050022@ruc.edu.cn。本文系中国人民大学科学研究基金（中央高校基本科研业务费专项资金资助）“媒介融合背景下我国新闻工作者的职业转型研究”（项目编号：16XNB034）的研究成果之一。

The Agenda-setting Theory in Beijing: A Research Based on the Data from CGSS2013

CHEN Yang

Abstract

Based on the survey data from CGSS 2013 and the content analysis data from Huike Database, this study attempted to explore the relationship between media agenda and audience agenda in the contemporary China. This study revealed that, on the contrary to the agenda-setting theory, the media agenda in Beijing cannot affect the audience agenda, as the media agenda in consecutive years are highly correlative. The media routine and on-going media transformation

could explain this conclusion. This study implied that traditional media are losing its impact on audience in China, which will become the real crisis for media in China.

Keywords

agenda-setting, media agenda, audience agenda, CGSS

Author

Dr. Yang Chen is the Associate Professor at School of Journalism and Communication, Renmin University of China. Email: 20050022@ruc.edu.cn. This paper is granted by the Fundamental Research Funds for the Central Universities, and the Research Funds of Renmin University of China (No. 16XNB034).

在众多传播理论中，议程设置理论一直备受关注，它是每一本传播理论教科书里必讲的内容之一，也是中外传播研究里最经常出现的理论之一。跟其他传播理论相比，议程设置理论体系严密完整，后续潜力十足，研究成果丰富，跟其他理论概念多有对话和交锋，而且它的提出者们都是正宗出身传播学的研究者，这使得该理论一经提出，就备受新闻传播学界关注，引入中国大陆学术界以后，也颇受政治学等其他学科的青睐（王绍光，2006）。

但是，奇怪的是，这个重要理论缺乏来自中国大陆的现实数据的有效检验。我国已经发表的大量关于该理论的研究成果，大多数都集中于该理论在经验世界里的运用，即以它为前提条件来考察当代中国“应该怎样实现议程设置效果”，而不去反思“议程设置效果是否存在”，鲜少有研究考察过该理论在当代中国是否得到验证以及解释它（不）验证的原因。基于此种现象，本文回到议程设置理论的出发点，运用2013年CGSS数据和慧科搜索数据库的资料，考察北京的媒体议程与受众议程之间的关系。本文的研究目的不仅在于检验议程设置理论能否经受住北京个案的检验，而且也试图帮助我们深入理解当代中国媒体转型和社会转型之间的关系，解释传播效果产生的条件和环境，拓展我们关于媒体转型的认识。

一、议程设置理论在中国的发展和检验

1.术语的确定

上世纪八十年代，大陆出版的几本传播学教科书都不约而同地提到了agenda-setting理论，译法包括“确定议程”（中国社会科学院新闻研究所世界新闻研究室，1983）、“议程安排”（施拉姆、波特。1984）、“形成议题”（赛弗林、坦卡特，1985）等等。1986年，王怡红（1986）首次系统地向大陆学术界介绍议程设

置理论的基本概念和研究内容，她把agenda-setting翻译成“议程安排”。这些早期的理论引介活动，并没有引起学术同行的重视（王怡红的文章，至今只被引用了1次），大规模的关于议程设置理论的研究兴起于九十年代末期。

首先是译名的确定。1996年，郭镇之（慎之，1996）在国外访学期间跟麦库姆斯本人有过面对面交流，在介绍议程设置理论的基本内容时，她把当时台湾学者的中文译法“议题设定”改为“议程设置”（注意郭文当时并没有提到八十年代大陆学者的诸多译法和翻译工作），这一通行译法至今流传。1997年，郭镇之（1997）又撰文详细介绍议程设置理论提出过程中的Chapel Hill研究和研究发展的四个阶段（即麦库姆斯所提的“阿卡普尔科模型”），并且介绍了议程设置理论与铺垫（priming，郭文译为“准备”）效果和框选（framing，郭文译为“构造”）效果的关系。

郭镇之的两篇文章，比较全面地勾勒了议程设置理论的地图谱系，她的译法，经过同时期其他学者的采用和推广，逐渐在我国学术界确定下来，成为通行的译法。“正名”推动了agenda-setting理论在当代中国学术界的传播。比起之前的大陆学者，郭镇之刻意区分了agenda（议程）与issue（议题）的区别，指出agenda（议程）指的是议题的先后排序。1999年，销量达到30万册的《传播学教程》（郭庆光，1999）这本教科书里也采用了“议程设置”这一译法，经过学者们大力推广，“议程设置”逐渐成为我国学术界通行的术语被固定下来。

2. 议程设置与引导舆论

其次，从一开始，新引进的“议程设置”理论概念就与大陆学术界所熟悉的“引导舆论”被联系起来。

媒介议程与公众议程的关系恰如媒介与舆论的关系。我国新闻事业的特殊职能之一是影响舆论，引导舆论。研究舆论现象就是研究受众议程。舆论作为公众的言论就是人们对某些重要事件的反应和见解，而“议程安排”的实质是把受众的个人意识，经过媒介的提炼与综合，引导到社会意识中来。（王怡红，1986：42）

美国学者用了许多繁琐的程序、费劲的方法，去证实议程设置功能的存在。而在我国，“正确的舆论导向”不仅是媒介报道的方针之一，也是政府对媒介的首选要求。用宣传去影响人的思想和行为，这在中国是不言而喻的事实。谁需要对公开明显的事实在作繁琐而费劲的考证呢？（郭镇之，1997：23）

造成这一联系，有诸多原因。第一，八十年代的大陆，公众较之以往获得了更多的表达机会，热点话题频出，新兴的舆论学研究遂成新闻传播学界的“显学”之一，多位学者推出了丰富的研究成果，全面考察公共舆论的特征与过程。

第二，1986年中国第一家舆论专门研究机构——中国人民大学舆论研究所——成立，标志着舆论调查这一研究手段逐渐在新闻学术界扎根立足，这一方法跟议程设置理论所使用的调查法是一回事，因此，中国学者们很容易从方法上就接受包括议程设置理论在内的一系列传播理论。

第三，学者们倾向于用自己熟悉的话语来理解外来新鲜事物，有意无意忽视了议程设置理论的前提条件，误读了这一议程设置效果的发生机制，“公众认为重要的社会问题”被错误理解为“舆论”，好在近年来，随着对议程设置理论的深入探讨，越来越多的学者们已经认识到并且有力纠正了这一误读。

最后，由于我国媒体具有强大且明显的宣传职能，因此，从一开始，学术界就想当然地认为，我国媒体对受众也具有强大的议程设置效果，这一结论，似乎并不需要经过证明。

3.两个实证研究

我国已经发表的大量论文，或者将该理论作为自己观点的论据，或者对理论及其发展做描绘性点评性的介绍，或者讨论议程设置效果的发生机制和作用条件，或者讨论如何更好地发挥媒体的议程设置功能。1986—2008年期间，虽然有高达六成的论文对该理论进行了修正或拓展，但是，只有12.6%相关论文采用了量化研究方法，“重直觉，轻思辨；重宏观，轻微观在中国的‘议程设置’研究中皆有体现，特别是政论文的思路，痕迹明显。中国学者在应用这一实证理论时，大多都采用了非实证的方法，加以评论阐释”（张军芳、潘雾，2008）。唯一的例外是柯惠新（2004）于2000—2001年所做的关于北京申奥的研究，她参考了夏洛蒂调查的研究设计，在两个时间点上进行了两次调查和两次内容分析，研究结果发现，申奥期间，北京报纸媒体能够有效设置受众议程。这可能是大陆学者首次验证了议程设置效果的存在。

但是，跟柯惠新的研究时间差不多，2002—2003年，李本乾和张国良（2003）通过比较上海和昆明两地的媒介议程与受众议程，发现二者之间毫无相关关系，当然也不会存在因果关系。他们尝试着比较媒介议程、受众议程与“社会真实”之间的关系，结果发现受众议程与“社会真实”之间存在着统计意义上的相关关系，媒介议程与其他二者毫无关系（李本乾，张国良，2002）。

为何几乎同一时间的两个研究，其结果相差甚远？一个原因在于研究方法上的缺陷。李本乾和张国良（2003）的问卷，要求研究对象回答“国家面临最重要的问题（是什么）”，并且把研究对象的回答归纳为经济、政治、法律、教育、科技、医疗卫生、社会生活、国防军事和国际问题等9大类问题，这其实调查的是“问题领域（field）”，并非“问题”（problem）或“议题”（issue）。

延续这一思路，他们测量“社会经济真实”时，出于方便测量的目的，考虑云南省经济情况，要求受众在工业、金融、商业、旅游业和信息产业这五个产业中选择哪一个最重要（受众议程），通过内容分析来测量媒介对哪一个产业的报道数量最多（媒介议程），通过统计资料整理这五个产业的实际生产总值（社会经济真实）。大众媒体的基本内容是一则则具体的新闻报道（newsevent或occurrence），具体的新闻报道、社会议题（issue）和报道领域（field）的抽象程度依次升高，一个领域（field）可以包含若干社会议题，一个社会议题里可以包含若干新闻报道，因此，要求普通受众将具体的新闻报道归类到某个领域（field）需要他们具备更复杂的信息处理能力，而在日常经验里，普通受众并不会这样处理新闻信息。议题之间存在着零和博弈，而报道领域之间可能是重叠的，“神舟七号载人飞船发射成功”这样的新闻，既属于政治领域，也属于国防军事领域。基础性概念的区分至关重要，因为这直接影响了研究结果的成败。

通常来说，议程设置理论所调查的，都是争议性议题（issue），因此，议程设置研究的经典调查问卷里，都会设置“你认为当前存在着哪些重要的社会议题（或问题）”这一开放式问题。议题（issue）并不总是令人愉快的，很可能存在冲突和争议，但是，李本乾和张国良（2003）要求研究对象对13个社会议题的重要性进行排序，他们所列出的13个社会议题既包括“经济建设”和“精神文明建设”这种个人倾向于一边倒给出正面评价的议题，也包括“政治体制改革”和“两岸关系”这种个人无法充分发表意见的议题，还包括“交通问题”“西部大开发”和“住房改革”这种过于宽泛、意见不明的议题。反倒是柯惠新（2004）两次调查结果里，按受众议程重要性排序，第4—8个议题（柯惠新研究里受众议程只包括了8个议题）都是负面议题（或社会问题）。考虑到几乎在议程设置理论甫一落地中国、研究者们就筚路蓝缕开拓相关领域，我们不能对他们的初创性研究成果过于苛刻，他们也提示后来的研究者，需要更谨慎地设计调查题项和问卷。

第二个原因可能在于所选择的研究议题有差异。2000—2001年期间，申奥是普通北京市民街头巷尾热议的最重要的话题，柯惠新（2004）发现，在申办结果揭晓

之前，58%的受访者认为这是当前最重要的社会议题。可以想象对于当时的北京公众来说，申奥这种头等大事似乎并不需要媒体来设置议程，公众已经自发高度关注，甚至连柯惠新自己都会提出“受众的定向需求对议程设置效果的影响是怎样的”（2004：233）这个问题。相比这种研究环境，李本乾和张国良（2003）所选择的2002—2003年显得平淡无奇，缺乏“万众瞩目”的热点新闻时刻。

即使研究结论存在着差异，这两个研究成果都具有重要意义，可以看成是中国学者以本土经验验证美国理论的尝试，如果参考他们的研究成果，那么，大量的讨论议程设置理论在当代中国的发展的研究，恐怕需要重新考虑研究结论。

二、研究问题

本文继续李本乾和张国良以及柯惠新的本土研究成果，回到麦库姆斯和肖刚提出议程设置理论时的基本问题，验证该理论在当代中国是否成立。考虑到研究可行性，本文的研究问题具体表述为：北京地区的媒介议程是否影响了受众议程？

H0：北京地区的媒介议程不影响受众议程。

H1：北京地区的媒介议程影响了受众议程。

H0与H1，只能有一个成立，而且其中任何一个成立，另一个必然不成立。

国外的经典议程设置效果研究基本不涉及全国样本，这是因为全国范围内受众的选择和品位过于多样，不同地域的受众经验受地方文化影响，难以比较，而且本地受众接触本地媒体的频率更高，全国媒体数量非常少，所以相关研究基本都选择某个中小规模城市或特定人群。北京是我国政治中心，媒体类型和数量居于全国领先地位，因此本文选择北京地区为研究地点。

此前国内诸多研究未能实际考察议程设置效果是否存在，主要原因可能是难以考察受众议程，建立在概率抽样基础之上的随机调查费力不讨好，学术研究经费有限，难以开展随机调查，而非随机调查的结果又价值有限。另一个原因在于，为了验证媒介议程与受众议程之间的因果关系，研究需要引入时间变量，像1972年Charlotte市研究（Shaw & McCombs, 1977）那样，通过研究设计来实现“因先果后”，这意味着重复测量，由此增加了研究难度。为了解决这一实际困难，本文采用中国人民大学社会学系所主持的中国综合社会调查（Chinese General Social Survey，以下简称CGSS）数据来测量受众议程，通过慧科搜索数据库来测量媒介议程，比较它们之间的相关关系和因果关系。

三、研究方法与数据

1. 受众议程

CGSS2013是CGSS自2003年开始以来的第10年，该调查采取多阶段整群抽样，以我国18岁以上的城乡居民为调查对象，在全国一共抽取了100个县（区），加上北京、上海、天津、广州、深圳5个大城市，作为初级抽样单元。全国一共调查480个村/居委会，每个村/居委会调查25个家庭，每个家庭随机抽取1人进行面对面访问，总样本量约为12000人。CGSS2013共收集有效样本为11438个，其中北京市共594名受访者。

CGSS2013里列出了如下问题：

B10.在下列各种社会问题中，您认为最先需要解决的问题是什么？其次呢？再次呢？请将选中的三类问题的序号填在本题后面提示的横线上：

| | | | |
|-------------|--|--|------------------------------------|
| | 1.贫富分化问题 2.失业问题 3.人口问题 4.社会治安问题 | 5.腐败问题 6.环境问题 7.医疗卫生问题 8.社会信任问题 | 9.卖淫嫖娼问题 10.城乡差距问题 11.社会保障问题 |
| 1.第一需要解决的是： | <hr/> | | |
| 2.第二需要解决的是： | <hr/> | | |
| 3.第三需要解决的是： | <hr/> | | |

本文将594名北京市受访者对该问题的三个回答加权排序（详见附录1），总结出受众议程（以下简称2013受众议程），即受众认为最需要解决的社会问题是什么？

2. 媒介议程

慧科搜索数据库里包括了很多行业报专业报，但是普通读者接触这些报纸的机会很小，因此，研究者在慧科搜索数据里选择“中国大陆地区最具影响力综合性报章”“中国大陆最具影响力的都市报”“中国大陆重要中央级党报”和“中国大陆重要省市级党报”四个子库，选择出版地在北京的报纸新闻（既包括党报也包括都市报），总结出媒介议程。

CGSS2013的调查时间跨越了2013年里的10个月，因此本文总结了两个媒介议程。第一个媒介议程（以下简称“2012媒介议程”）自2012年8月1日起，每隔10天选择1天，至2012年12月31日，共16天入样，共1138篇新闻。第二个媒介议程（以下简称“2014媒介议程”）自2014年1月1日起，每隔10天选择1天，至2014年5月31

日，共16天入样，共577篇新闻。

针对每一篇新闻，研究者根据其报道主题将其归入某一个社会议题（issue），共出现了21个议题，由于受众议程只包括11个议题，因此本文只选择跟受众议程吻合的11个议题总结出媒介议程（完整的媒介议程详见附录2）。

跟大多数内容分析不同的是，由于本研究所采用的编码表只有一个指标，即分类新闻报道归属于哪一个社会议题，分类标准清晰简单，不同的社会议题之间界限分明。需要交待的是，从2014年入样新闻报道里，作者随机抽取了20篇新闻，让一名新闻传播专业研究生独立进行内容分析。最后发现，第二位研究者跟本文作者，在这20篇新闻的分类结果上，完全一致，即信度等于1。因此本文作者没有要求第二位研究者继续参与到内容分析的工作中来，整个内容分析由研究者一人完成。

3.研究设计

时间先后顺序是因果关系成立的重要条件。按照时间顺序，本研究设计了三个议程：2012媒介议程、2013受众议程、2014媒介议程。本文运用STATA13.0软件进行数据分析，计算三个议程之间的相关系数，以此来推断它们之间是否存在因果关系。

四、研究结论

表1总结了北京地区2012媒介议程、2013受众议程和2014媒介议程的排序，其中，2013受众议程来自CGSS2013北京地区的调查结果，2012媒介议程和2014媒介议程来自慧科搜索数据库里北京媒体的报道。

事实上，21个媒介议题里受关注的大多数，如经济发展、文化、民生和城市生活、党政军政府工作等等，并不在受众议程里的11个议题列表里，因此，本文不得不删掉这些不吻合受众议程、却在媒介上占据了大量版面的新闻议题。与此同时，受众议程里的某些议题（如贫富分化问题、腐败问题、失业问题等等）在两个媒介议程里并未得到明确呈现，而两个媒介议程里排序靠前的经济发展、文化、党政军政府工作等议题，在受众议程里也难觅踪影。表2的数据进一步证实了这一描述。

表1：北京地区2012媒介议程、2013受众议程与2014媒介议程的内容

| 排序 | 2012媒介议程 | 2013受众议程 | 2014媒介议程 |
|----|----------|----------|----------|
| 1 | 社会治安 | 贫富分化 | 社会治安 |
| 2 | 社会信任 | 腐败 | 社会信任 |
| 3 | 社会保障 | 社会保障 | 城乡差距 |

| | | | |
|----|------|------|------|
| 4 | 医疗卫生 | 失业 | 社会保障 |
| 5 | 环境 | 医疗卫生 | 环境 |
| 6 | 城乡差距 | 环境 | 医疗卫生 |
| 7 | 腐败 | 社会治安 | 腐败 |
| 8 | 失业 | 社会信任 | 失业 |
| 9 | 贫富分化 | 人口 | 人口 |
| 10 | 卖淫嫖娼 | 城乡差距 | 贫富分化 |
| 11 | 人口 | 卖淫嫖娼 | 卖淫嫖娼 |

**表2：北京地区2012媒介议程、2013受众议程与2014媒介议程的相关性
(Spearman 相关系数和近似值显著度)**

| | 2012媒介议程 | 2013受众议程 | 2014媒介议程 |
|----------|------------------|-------------------|-------------------|
| 2012媒介议程 | | .091 (.790) | .909 (.000) |
| 2013受众议程 | .091 (.790) | | -.118 (.729) |
| 2014媒介议程 | .909 (.000) | -.118 (.729) | |

由于媒介议程和受众议程都是定序 (ordinal) 变量，所以本文计算了媒介议程与受众议程之间的Spearman相关系数，结果如表2所示。两个媒介议程与受众议程之间，不存在统计学意义上的相关性；而2012媒介议程和2014媒介议程之间，存在着高度相关（在 $p=0.000$ 的水平上，相关系数为0.909）。没有相关关系，就不会存在因果关系，因此，2012媒介议程不会影响2013受众议程，2013受众议程也不会影响2014媒介议程，换句话说，本研究并不能验证媒介议程与受众议程孰先孰后的关系， H_0 得到验证， H_1 不成立。

五、讨论

大众媒体的议程设置效果，多次在国外研究中得到验证，然而，本研究和李本乾张国良2002–2003年的研究，都无法从经验层面验证当下中国的大众媒体能够产生议程设置效果，到底该如何解释这一结论？

造成媒介议程无法影响受众议程，最主要的原因，就是二者不相关。CGSS2013调查里，“你认为最先需要解决的社会问题”所列举的11个议题里，贫富分化、失业、社会信任意味着不同社会群体之间的利益分化和冲突，腐败、社会保障、环境、卖淫嫖娼则呼唤着社会政策和政治改革，医疗卫生、社会治安、城乡

差距则二者兼而有之，简而言之，受众议程里的社会议题都有强烈的冲突性。而我国媒体长期以正面报道为主，社会稳定观占据主导地位，媒体采用各种策略规避报道冲突性议题所带来的风险，比如临时性地再现冲突性议题，缺乏应对冲突性议题的长期性报道方案，对冲突性议题的再现，也往往将其局限为个案的碎片，难以展现冲突性事件之间的联系和讨论背后的体制因素（夏倩芳，王艳，2012）。因此受众议程里列举的11个社会议题，很多并未进入我国媒体的视野成为常规性报道，仅仅是碎片点缀式报道。

我国媒体上出现频率颇高的典型人物报道，不能归入受众认为最先需要解决的社会问题，即使是跟普通受众切身利益密切相关的政府工作，媒体的写作也往往从政府角度出发，报道政策的内容和意义，却不谈政策解决普通人实际需要的可能性。转型期我国社会存在实际矛盾，然而媒体更关注各地“经济发展”这一议题，报道发展成就，却不关注普通人更关心的失业问题，即使报道失业议题，媒体也倾向于将其正面化，即报道失业问题已经得到缓解或者政府为了解决失业问题作出了哪些努力，很少直面普通人的痛苦。

新闻是一种特殊的文体。大众媒体里，最常见的是几百字的关于具体新闻事件的消息报道，呈现5W新闻基本要素已经占据了这一类消息的大部分空间，因此，媒体很难深入讨论某些复杂议题，例如“贫富分化”这个议题，几百字的消息很难讲清楚这个议题，加上“负面事件正面报道”的惯例，媒体上会出现《故城县扶贫扶到点子上》（《农民日报》，2014年2月20日）这种实际上在宣扬贫富差距缩小的报道，却很少出现关于社会贫富分化现象的报道。但是，普通受众的日常生活里，除了大众媒体，还有直接经验和人际交往，对于受众能够直接经历的议题，后者的说服力更强于大众媒体。因此，媒介议程的说服效果，并没有得到实际数据的支持。

大多数社会议题，在受众议程里的排序都较两个媒介议程里高，“社会治安”和“社会信任”议题是两个例外，在两个媒介议程里，这两个议题都排在前两位，然而在受众议程里，它们只排第7位和第8位。

造成媒体更关注“社会治安”议题的原因包括：第一，较之那些复杂议题，社会治安类议题更容易被写成几百字的消息报道；第二，大众媒体跟公安局、法院和检察院等建制内的（established）执法部门建立稳定联系，容易以较低成本获取关于社会犯罪事件的报道；第三，社会治安类议题的报道可读性高、容易被普通受众所理解、且具有现实教育意义；第四，犯罪事件往往被看成是孤立个案，媒体不关注

其中的社会背景和联系，某种程度上，这等于降低了此类社会问题的敏感性，为它们争取了被报道的机会。

对于“社会信任”议题而言，媒体要么将其呈现为违法犯罪事件，如《无聊生事制造传播禽流感谣言受罚》（《法制日报》2014年2月10日）和《遭遇商标侵权庆丰包子打假》（《北京青年报》2014年2月20日），要么将其呈现为正面事件，社会充满公益活动，人人友爱互助，企业承担社会责任，如《多家厂商召回部分进口车》（《法制日报》2012年12月9日）和《小天使基金待救助名单首归零》（《北京青年报》2014年3月2日），后一种呈现方式吻合正面报道的惯例。因此，当媒体不得不呈现社会冲突、争议和负面报道时，较之其他议题，“治安”“社会信任”类议题很容易成为媒介议程里的重要内容。

当代中国的媒介议程不能有效影响受众议程，这一发人深省的结论提醒我们需要重新谨慎评价国外理论在中国本土的适用性，更值得我们思考的是，如果媒介不能有效为受众设置议程，那么谁来设置受众议程呢？本文所考察的2012媒介议程和2014媒介议程高度相关，这说明我国媒体的报道内容存在着内在的高度稳定性，无视社会现实变化，也无视受众真正关心的社会议题。媒介融合时代，个人获取信息的渠道和表达意见的内容都更加多元，被动地、整体式、接受单一信息的传统受众形象已经在发生变化，受众的选择权和主动性在增加，媒体转型的目标需要更多考虑受众实际需求，而不能凭借以往经验一厢情愿地影响受众，否则，受众用脚投票，会放弃传统的信息接受渠道，转而采纳更具主动性的社交媒体，这对于我们的新闻实务工作和理论研究，提出了新挑战。

本文的结论跟国外众多研究的结论背道而驰，造成这一现象的原因，除了我国媒体转型期的特殊性之外，还可能跟本文的研究缺陷有关。CGSS2013数据是国内一流的调查数据，然而，本文作为二手数据研究，依然会出现研究目的不匹配的现象。CGSS2013受众议程所包括的11个议题中，“人口”和“卖淫嫖娼”很显然并不是普遍社会问题，大众媒体也不会过多关注此类问题，由于CGSS调查者出自社会学系，这些议题才得以被列出，如果是出自新闻学院的调查者来设计调查问卷，可能会根据媒介议程的内容来设计受众议程的议题，那样的话，也许二者会具有统计学意义上的相关性。

CGSS2013并没有交代具体入户调查执行时间，因此，本研究无从得知2012媒介议程与2013受众议程、2013受众议程与2014媒介议程之间的时间差是多久。如果这个时间差过久，也许会造成大众媒体议程设置功能的减弱。但是，另一方面，本

研究发现2012媒介议程和2014媒介议程高度相关，具有很高的稳定性，说明无论这个时间差长短如何，媒介议程很可能都不会影响受众议程。

慧科搜索数据库也不能提供完美的样本。2012媒介议程与2014媒介议程的样本量相差太多，这一点慧科公司没有任何官方解释。通过浏览样本，研究者认为，造成这一缺陷的原因，很可能在于慧科公司录入2012年和2014年数据时，虽然入库的报纸数量相同，但是2014年，每一份报纸录入的版面数量很可能低于2012年报纸版面，这可能是慧科公司内部规定所导致，也可能是报社传递数据给慧科公司时人为缩减了数量所导致，也可能是报纸缩减了新闻版面所导致。但是，慧科搜索数据库已经是研究者所能找到最全面的覆盖北京地区报纸样本的电子数据库了。此外，慧科搜索数据库里只包含了报纸样本，缺乏电视样本和网络样本，因此，本文只能测量报纸所建构的媒介议程，这远远不能覆盖更全面的媒介议程。

本文没有考虑互联网时代议程设置效果的变化，在互联网时代，媒体还能有效为受众设置议程吗？一般而言，互联网上的热门阅读和转发文章，大多数属于评论观点话题而非单纯的新闻事件报道。经典议程设置理论只考虑了新闻的议程设置功能，不考察评论的传播效果。像“今日头条”这样个性化分发的APP，普通研究者无法从公开渠道拿到用户阅读新闻的数据，它更多体现了用户的主动选择，而非媒体的有意设置议程。严格来说，我国只有部分传统媒体拥有新闻采访权，除了这些媒体的网络版之外，互联网媒体只能转载而不能原创新闻。因此，本文放弃了在互联网背景下考察互联网媒体的议程设置效果，因为从方法上有诸多不可能之处，概念方面也需要更明确的学术界共识。

（责任编辑：陈辉）

引用文献 [References]

郭庆光（1999）.《传播学教程》.北京：中国人民大学出版.

[Guo, Qingguang (1999). *A textbook on communication studies*. Beijing: China Renmin University Press.]

郭镇之（1997）.关于大众传播的议程设置功能.《国际新闻界》，3，18-25.

[Guo, Zhenzhi (1997). On agenda-setting function of mass media. *Chinese Journal of Journalism and Communication*, 3:18-25.]

柯惠新（2004）.媒介与奥运——一个传播效果的实证研究（北京申奥篇）.北京：中国传媒大学出版社。

[Ke, Huixin (2004). *Media and the olympic games: an empirical study on communication effect*. Beijing: Chinese Media University Press.]

李本乾, 张国良(2002). 受众议程、媒介议程与真正现实关系的实证研究. 《现代传播》, 4, 45-47.

[Li, Benqian, and Zhang, Guoliang (2002) . A positivistic study on audience agenda, media agenda and their relations with the reality. *ModernCommunication*, 4: 45-47.]

李本乾, 张国良(2003). 中国受众与大众传媒议程设置功能研究. 《复旦学报(社会科学版)》, 1, 114-123.

[Li, Benqian, and Zhang, Guoliang (2003) . Audience and the agenda-setting function of mass media in china. *FudanJournal (SocialScienceEdition)* , 1: 114-123.]

赛弗林, 坦卡特(1985/1979). 《传播学的起源、研究与应用》(陈韵昭译). 福州: 福建人民出版社.

[Severin, W. J., and Tankard Jr., J. W. (1985/1979) . *Communicationtheories: origins, methods, and uses in the mass media*. Fuzhou: Fujian People's Publication.]

慎之(1996). 议程设置研究第一人——记马克斯韦尔麦考姆斯博士. 《新闻与传播研究》, 3, 94-96.

[Shen, Zhi (1996) . The first person who studied agenda-setting function: an interview with Dr. Maxell McComb. *Journalism & Communication*, 3: 94-96.]

施拉姆, 波特(1984/1982). 《传播学概论》(陈亮、周立方、李启译), 北京: 新华出版社.

[Schramm, W., and Porter, W. (1984/1982) . *Men, women, messages, and media: understanding human communication*. Beijing: Xinhua Press.]

王绍光(2006). 中国公共政策议程设置的模式. 《中国社会科学》, 5, 86-99.

[Wang, Shaoguang (2006) . The agenda-setting model of public policy in china. *Social Science in China*, 5: 86-99.]

王怡红(1986). 美国大众传播学的一项新研究——“议程安排”理论的探讨. 《国际新闻界》, 4, 37-41.

[Wang, Yihong (1986) . A new research in american mass communication: a review on agenda-setting theory. *ChineseJournal of Journalism and Communication*, 4: 37-41.]

夏倩芳, 王艳(2012). “风险规避”逻辑下的新闻报道常规——对国内媒体社会冲突性议题采编流程的分析. 《新闻与传播研究》, 4, 33-45.

[Xia, Qianfang, and Wang, Yan (2012) . The news routine under the risk-avoiding logic: an analysis on chinese media's coverage on conflict issues. *Journalism&Communication*, 4: 33-45.]

张军芳, 潘霁(2008). “西学东渐”后的理论衍变——对中国“议题设置”理论研究(1986-2008年)的实证分析. 《当代传播》, 6, 15-18.

[Zhang, Junfang, and Pan, Ji (2008) . The transformation of an imported theory: an positivistic research on agenda-setting in China. *ContemporaryCommunication*, 6: 15-18.]

中国社会科学院新闻研究所世界新闻研究室(1983). 《传播学(简介)》. 北京: 人民日

报出版社。

[World Journalism Research Center at Journalism Research Institute of Chinese Academy of Social Science (1983). *Communication studies*. Beijing: People's Daily Press.]

Shaw, D. L., & McCombs, M., E. (eds.) (1977) *The emergence of American political issues: the agenda-setting function of the press*. St. Paul, MN: West.

附录 [Appendix]

1. 受众议程加权的基本思路是：（1）根据对“第一需要解决的问题”的回答，将11个议题按照回答数量的多少，进行排序，标记出1-13，数字越小说明回答数量越多，即受众认为越需要解决该问题；（2）运用同样的步骤，整理出“第二需要解决的问题”和“第三需要解决的问题”的排序；（3）将每个议题在这三个问题上的排序值进行简单的累加，即：最终排序=“第一需要解决的问题”的排序值×3+“第二需要解决的问题”排序值×2+“第三需要解决的问题”排序值×1；（4）根据最终排序，列出受众议程的先后顺序，如果排序值相等，则考虑在“第一需要解决的问题”里排序靠前的议题排在前面。
2. 包含21个议题的2012年媒介议程和2014年媒介议程见下表。

| 排序 | 2012媒介议程 | 2014媒介议程 |
|----|----------|----------|
| 1 | 经济发展 | 经济发展 |
| 2 | 文化 | 党政军工作 |
| 3 | 社会治安 | 文化 |
| 4 | 民生/城市生活 | 民生/城市生活 |
| 5 | 体育 | 社会治安 |
| 6 | 党政军工 | 社会信任 |
| 7 | 社会信任 | 体育 |
| 8 | 科技 | 城乡差距 |
| 9 | 社会保障 | 社会保障 |
| 10 | 医疗卫生 | 环境 |
| 11 | 教育 | 教育 |
| 12 | 环境 | 医疗卫生 |
| 13 | 城乡差距 | 科技 |
| 14 | 法制 | 腐败 |
| 15 | 腐败 | 法制 |
| 16 | 住房 | 住房 |
| 17 | 失业 | 失业 |
| 18 | 国际新闻 | 人口 |
| 19 | 贫富分化 | 贫富分化 |
| 20 | 卖淫嫖娼 | 国际新闻 |
| 21 | 人口 | 卖淫嫖娼 |