



## 大众传播学的议程设置理论与框架理论关系探讨

时间：2004-2-22 17:25:50 来源：中国新闻研究中心 作者：张洪忠 阅读8220次

发稿：中国新闻研究中心

作者：张洪忠

单位：中国人民大学新闻学院博士生

邮箱 zhanghz9@163.net

邮编 100872

目前，对于议程设置理论与框架理论的关系，学者们基本有两种观点：一种认为框架理论是议程设置理论的延伸；另一种认为框架理论与议程设置理论是两种理论体系，否定二者合流观点。本文通过对两种理论发展的回顾，认为：二者在理论层面上是各自独立的理论体系，但在具体的方法层面上互为他山之石。

关键词：议程设置理论；框架理论；关系

中图分类号：G206.3 文献标识码：A 文章编号：1004—3926（2001）10—0088—04

1972年，麦库姆斯（McCombs）和肖（Shaw）在民意季刊上发表了《大众传媒的议程设置功能》一文，证实了此前科恩（Cohen）等人提出的议程设置（agenda setting）猜想的成立。议程设置理论的主要含义是：大众媒介加大对某些问题的报道量、或突出报道某些问题，能影响受众对这些问题重要性的认知。在随后的三十年中，作为大众传播学经验主义研究的一个重要命题，这一理论得到了很大的发展。随着研究的深入，麦库姆斯等学者在最近几年开始思考：究竟是谁影响了媒介议程的设置？这一关注重心的转移，就把这一理论放到了社会大环境中，而这已超出了经验主义研究的方法范围。于是，议程设置研究的学者们开始寻求新的外延拓展点——框架理论（frame theory）。

在议程设置理论得到证实的稍后时间，高夫曼（Goffman, 1974）出版了《框架分析》一书而广受重视，一些社会学者并以此来进行大众传媒的研究。对于大众传媒来说，框架就是一种意义的建构活动，在社会系统中新闻框架是消息来源、社会情境、新闻工作人员等因素互动的结果。在近十年，框架论开始为传播学者所运用。

目前，对于议程设置理论与框架理论的关系，学者们基本有两种观点：一种认为框架理论是议程设置理论的延伸；另一种认为框架理论与议程设置理论是两种理论体系，否定二者合流观点。本文通过对两种理论发展的回顾，认为：二者在理论层面上是各自独立的理论体系，但在具体的方法层面上互为他山之石。

### 一、两种理论发展的回顾

议程设置理论 科恩（Cohen, 1963）认为：报纸或评论不能让读者怎样想，但在让读者想什么上很有效

- 传播学是什么？
- 集权主义传播理论——...
- 文化工业再思考
- 最低限度的和谐——论...
- 大众传播学的议程设置...
- 媒介即意识形态——论...
- 媒介是条鱼——关于媒...
- 媒介是条鱼——关于媒...
- 传播学理论译介和研究...

果。这是议程设置理论的最直接来源。这一假设的内涵有两个方面：一是媒介议程影响受众议程；其次，又从有限效果论回到强效果论，但与早期“魔弹论”等强效果论强调的态度的转变不同，这一假设强调的是对认知的影响。对于经验主义学者来说，科恩的这一假设有了方法层面的意义，即可以进行媒介内容分析与受众认知的调查，检验二者是否有因果关系，就可以确定假设是否成立。

在假设内涵的发展上，首先是要证实媒介议程与公众议程相关。

1968年，麦库姆斯和肖以美国总统大选为题进行了早期的量化研究。研究分两部分，一部分对新闻媒介（五家报纸、二家新闻杂志、二家电视台的晚间新闻）进行内容分析，把选举主题分为三大类，看哪一类比例最高。另一部分是问卷调查法，抽样询问当地未决定投票意向的选民，调查他们认为最重要的选举主题。最后，把内容分析与问卷调查的结果对比，发现媒介议题与选民议题非常一致。

以上的研究有一个缺憾，即因果方向问题。虽然证实了媒介议程与公众议程相关，但不能确定是谁影响谁。如果是公众议程影响媒介议程，则假设就不成立。

麦库姆斯和肖也发现了这一问题，在1972年美国的大选期间，在夏洛特（Charlotte）进行了一次小样本的追踪访问，他们分别在当年的六月和十月访问选民，调查他们认为最重要的议题。在同一时间，对当地报纸和ABC、NBC电视的晚间新闻进行了两次内容分析，计算出了六月和十月的媒介议程，然后进行前后相关交叉分析，研究结果是媒介议程影响公众议程，即议程流向是：媒介议程→公众议程。

接着，学者们对媒介议程→公众议程这一范式中的中介因素进行了许多深入的研究。如肖（1977）和温特（Winter，1981）都把议程设置过程中影响效果的因素分为两部分：媒介和受众。在媒介方面有：媒介的类型、新闻工作人员的价值观、报道时间的长短等；在受众方面有：受众本人的兴趣、爱好、人际交流等因素。许多研究者针对这些影响因素，具体地进行了研究。如，波姆格林等（Palmgreen & Charke，1977）发现全国议题比地方议题较具议程设置效果，麦库姆斯和肖（1977）发现人际交流的增多，会减低议程设置的效果等。这一范式中还有一个重要的时程问题，即从媒介议程→公众议程，需要花多长时间。对这一问题，不同的研究有不同的结果。如麦库姆斯等（1981）的研究显示二到六个月，温特和艾亚尔（Eyal，1980）的研究认为四到六个月的时间是最适宜的效果时程。另外，在内涵上的研究还有议程建立步骤、定向需求等。

在假设外延的发展上，研究又回到命题本身：是谁设置了媒介议程，并对媒介议程与公众议程的因果关系再作思考。魏斯理（Westley）认为：压力团体或特别利益团体能促使一个问题成为媒介议程，冯克豪斯提出了受传媒注意力多少的五种运作方式，还有媒介议程之间的比较研究等。

框架理论 框架的概念源自贝特森（Bateson，1955），由高夫曼（Goffman，1974）将这个概念引入文化社会学。后来再被引入到大众传播研究中，成为了定性研究中的一个重要观点。高夫曼是戏剧主义理论中的符号相互作用理论家，他用戏剧性的比喻来分析人的行为（斯蒂文·小约翰，1999）。高夫曼认为对一个人来说，真实的东西就是他或她对情景的定义。这种定义可分为条和框架。条是指活动的顺序，框架是指用来界定条的组织类型。对于信息传播活动的研究，高夫曼也是放在框架分析的背景中进行的。

高夫曼认为框架是人们将社会真实转换为主观思想的重要凭据，也就是人们或组织对事件的主观解释与思考结构。那么框架是如何来的呢？高夫曼认为一方面源自过去的经验，另一方面经常受到社会文化意识的影响。

加姆桑（Gammson）进一步认为框架定义可分为两类，一类指界限，也就包含了取舍的意思，代表了取材的范围；另一类是架构——人们以此来解释外在世界。这里可以把框架概念理解为一个名词和动词的复合体。作为动词，是界限外部事实，并心理再造真实的框架过程；作为名词，就是形成了的框架（藏国仁，1999）。对于作为动词的框架，学者们对于它的具体机制作了许多的研究，并且有不同的说法，如基特林（Gitlin，1980）认为是选择、强调和排除，恩特曼（Entman）指出是选择与凸选，台湾的钟蔚文与藏国仁认为是选择与重组等。

对于新闻媒体的框架研究，学者们基本上源自高夫曼的思想。坦克德（Tankard，1991）认为框架是新

闻的中心思想。恩特曼认为框架包含了选择和凸显两个作用，框架一件事，就是把认为需要的部分挑选出来，在报道中特别处理，以体现意义解释、归因推论，道德评估，及处理方式的建议。在对新闻框架的形成因素的研究中，伍（Woo，1994）等认为，框架是新闻工作人员、消息来源、受众、社会情境之间的互动的结果。

## 二、两种独立的理论体系

两种观点 从前面理论发展的回顾可知，议程设置理论内涵上的发展在定量研究上达到了一个很精致的地步，对各个方面都给予一种可测量的形式。但媒介和受众环境是错综复杂的，不是完全可控制的。所以，发展到后来，却又从终点回到起点：重新审视媒介议程与公众议程的关系，更进一步，从更大范围来看是谁设置了媒介议程，以及媒介议程是如何设置的。这一外延的拓展，研究的对象就处于一种多因素互动的系统之中，经验主义的量化方法显然有其局限性。而框架理论认为新闻是符号系统内符号间互动的结果，相应的研究方法无疑正好是议程设置研究者的目光所寻求的。所以，他们认为框架理论是议程设置理论的延伸。

麦库姆斯（1996）就认为框架理论是议程设置理论的“新理论领域”，他认为议程设置理论包含有两种框架内涵：第一面向是媒介强调的议题与公众对此议题重要性的认知显著相关；第二面向是媒介强调的议题的属性（或思考角度）影响受众的选择。一些研究发现，将议题以特殊的角度来报道，对受众的设置效果较强。戈莱姆（Ghanem，1997）认为，新闻是以故事的形式出现，对故事怎么报道，这就涉及到框架，框架的功能就在于为受众提供思考这些新闻故事的特殊角度。

而框架研究的学者却不同意这种合流的观点，他们更多地从两种理论的方法论所对应的研究范围来区别。如潘（Pan，1997）等认为框架不应被视为是议程设置论中的次领域或新项目。框架着重的是语言结构的互相影响，是言说活动概念，而议程设置强调的是效果。凯普勒（Cappella，1997）等认为，议程设置着重研究的是议程被媒体处理的频数，而框架研究所关心的是议题如何被处理。

两种理论的区别 以上的两种观点，由于各自切入的角度和层面不一样，很难有一个明确的判断。认为框架理论是议程设置理论延伸的学者，其实只是把框架论的具体方法引用到对媒介议程的研究；而反对合流的观点，是在具体研究的侧重点上讨论。要探讨这两种理论的关系，我们应从理论的层面来进行探讨。下面从理论来源，方法论、理论焦点等方面来进行对比分析。

第一、在理论来源上，议程设置的基本思想来自美国的政论家李普曼（Lippman，1922），他在《民意》一书中说：“新闻媒介影响‘我们头脑中的图像’”，这是他在研究民主政治的过程中所提出的。与议程设置论研究最有直接关系的是科恩（1963）在《新闻与外交政策》一书中所提出观点（如前述）。后来麦库姆斯等的实证研究多是选举主题。我们发现这些研究的重心在于政治学。这种特别选择政治问题、并通过相应的实践结果去解释问题的方法，与美国的实用主义哲学的方法原则是一致的。可见议程设置论的最初来源是实用政治学的研究。

高夫曼的框架理论源自人类学家贝特森，贝特森认为心理框架是一组讯息或具有意义的行动，高夫曼引用过来认为框架代表了个人组织事件的心理原则与主观过程；其次，高夫曼也借用了贝特森的心理情境的说法，认为框架乃是在特定心理情境中，由一群语言符号讯息所发展出来的经验，人们借此建立了观察事物的基础架构，用来处理和分析外在世界层出不穷的社会事件（藏国仁，1999）。可见，框架概念经历了从贝特森的人类学到高夫曼的符号互动理论，再到传播学的历程。

第二、在方法论上，把两者的方法论放到技术或操作层面来进行对比分析，从定量研究与定性研究最为根本的五个方面进行区别如下：（卜卫，1997）

理论 方法论	议程设置论 定量研究	框架论 定性研究
研究观点	客观	当事人的视角。
研究环境	人工控制环境	自然环境
研究策略	以假设演绎为主，如麦库姆斯和肖对	以归纳分析为主，如高夫曼对情景

研究类型	库恩假设的验证等。 非体验式调查、实验，参见前面研究 回顾中所提的研究	的研究。 体验式观察设置，较多使用的是参与 观察法、田野法等。
研究者与被研究者的关系	排除二者互动。	接受二者互动，如魏斯曼的参与记者 工作来观察。

第三、从理论焦点上看，议程设置理论在于效果研究，正如麦库姆斯所言：议程设置理论的中心是社会公众是怎样形成舆论的。新闻媒介对形成公众意见的焦点施加的影响就是大众传播的议程设置功能（麦库姆斯，1996，顾晓方译，1997）。而框架理论在于意义的建构。即新闻是如何建构的，这进一步涉及到影响新闻建构的各种关系，以及他们之间的互动关系的研究。如新闻媒体、消息来源或社会情境对新闻建构的影响及它们之间的互动等。

合流问题 以上三点区分了议程设置理论与框架理论。但还未触及到问题的关键：两种理论的合流问题。议程设置理论中对媒介议程的研究可分为两部分：对媒介议程成因的研究和对文本结构的研究。这与框架理论研究的范围一样，又引用了框架分析方法，那么它们除了合流外，还会有什么区别呢？

首先，虽然议程设置理论引用了框架方法，但它是在议程设置理论基础上生长的，即它是带着经验主义的世界观来研究问题的。而这种哲学层面的世界观不可能因为引用了别的研究方法，就与另一种世界观融合在一起。

其次，在方法论上，议程设置理论是定量研究，框架理论是定性研究。这两种方法论在哲学层面上有不同的世界观与价值观，从上表可知，在操作层面上有着根本的区别。显然不可能合流。

第三，所谓的合流，只是在方法上的互相引用，不涉及理论层面。它们是在互相的碰撞中，发现自身的不足，从而自我丰富与发展，引用的方法都纳入了自己原来的体系中。

因此，议程设置理论与框架理论是两种理论体系，有各自的发展脉络。

### 三、互为他山之石

虽然议程设置理论与框架理论在方法论上有各自的体系，在此层面上无法结合，但在具体的方法上却可以互相引用。

在文本分析中，议程设置的研究可以引用框架研究中所用的语言学、符号学等方法。前面提到的麦库姆斯等学者认为的框架理论是议程设置理论的“新理论领域”，其实就是这种方法的引用，这无疑极大地加深了议程设置的研究。尤其有助于对媒介议程的层次分析。

对于媒介如何设置议程，学者们提出了议程框架化（framing）。即一方面用框架的方法去挑选新闻，使内容与框架一致，进一步按框架的方式去架构新闻，具体到一个议题，架构时突出与框架一致的面向或属性。

在议程设置研究中除了引用框架方法研究媒介议程的架构外，学者们已开始探讨这种层次的媒介议程对受众认知程度的影响。如在对政治议题的研究中，弗凯尔德森(ferkildsen, 1998)认为媒介的议程框架会影响大众对相关政策议题的认知程度。这种议程框架包含两个方面：内容的着眼点和再现形式。他是从语言的角度来说的，其实也就是对框架方法的引用。在这之中，因果框架在议程设置的效果研究

中运用较多。这是指媒介的议程框架不仅是设置一个中心议题，而且设置了归因关系，即议题的责任问题。如莱恩加 (Iyengar, 1991) 认为电视新闻框架可分为片段式或主题式，片段式框架针对的是具体事件，主题式框架针对一般及抽象概念。研究结果显示，如用主题式框架，观众易将问题归因于一般的社会因素，采用片段式，观众则将责任归因于个人或团体。香港学者陈家华 (1994) 通过对环保新闻的议程设置研究来探讨因果框架的受众效果，他得出了受议程影响的被访者比不受议程影响的被访者更渴望解释原因，这说明对媒介议程有更深层次的需求。并且他的研究显示媒介议程必先达致一程度，始能产生框架效应。这个研究为我们今后对此问题的探讨提供了一个很好参考。

对受众研究，议程设置有许多地方可引用框架理论的方法与成果。如议程设置怎样才能发生效果？当显著性的问题经传媒送给个人的头脑后，发生什么作用？是不是有些暗示比其他暗示在暗示显著性上更重要？或者是经过一段时间暗示累积为一重要因素，而不管是采用什么暗示？人的头脑中是否有一评分表，以评定问题重要性的分数等等，这些是麦库姆斯 (1981) 提出的疑问。议程设置的受众研究，一直比较注重于受众的外化行为效果研究。而对于内在的心理机制研究较少。框架研究则可以对这些问题展开深入研究。

议程设置理论在外延上的发展是探讨媒介议程的成因，即谁在设置媒介议程？是新闻工作者、利益（控制）集团、政党、大众还是消息来源等？是单一因素还是多重因素？作用的方式？这些问题其实与新闻框架的研究范围一致。还有媒介议程对现实事件或议题的报道，是放大了还是缩小，还是成比例的？媒介议程的社会责任问题等等。对于这些问题，在议程设置的传统的内涵研究中都不能求解答，而这些问题恰恰是框架理论所研究的内容。可以引用框架理论在此方面的研究成果和研究手段。

框架理论的研究虽然在方法论上是定性研究，但在具体研究上也适当采用量化方法。如甘斯对报纸的观察，得出了：报纸多半告诉人们已经知道的东西，而不是他们不知道的。就是在观察和访谈中多以量化的方法来进行的。

塔奇曼 (Tuchman) 是一个框架研究学者，但他把效果放到了一个中心的地位，放到了新闻过程之中。他认为在整个新闻过程中，最重要的部分是如何强迫受众接受新闻框架。受众就象记者和编辑，对新闻框架有接纳和排斥，他们也参与了新闻的产生过程，并且对于框架的形成，还发挥着反制作用。这种观点与议程设置理论有着某种相似之处，在具体研究手段和研究文献上，其实也可以引用议程设置在此方面的成果。

#### 参考文献

- McCombs, M. E., and Shaw, D. L. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly*
- Brewer, M. and McCombs, M. E. (1996). Setting the community agenda. *Journalism and Mass Communication Quarterly*
- Cappella, J. W. & Jamieson, K. H. (1997). *Spiral of Cynicism: The Press and the Public Good*. NY: Oxford University Press
- Terkildsen, N.; Schnell, F. I.; & Ling, C. (1998). Interest groups, the media, and policy debate formation: analysis of message structure, rhetoric, and source cues. *Political Communication*

(美) 斯蒂文·小约翰: 《传播理论》, 中国社会科学出版社, 1999年版  
(丹麦) K. B. Jensen & (荷兰) N. W. Jankowski: 《大众传播研究方法——质化取向》, 五南图书出版公司, 1996年版  
卜卫: 《方法论的选择: 定性还是定量》, 《国际新闻界》, 1997年第5期  
(美) 麦考姆斯: 《制造舆论: 新闻媒介的议题设置作用》, 《国际新闻界》, 1997年第5期

此文发表于《西南民族学院学报 哲学社会科学版》2001年9期  
人大复印资料《新闻与传播》2002年1期全文转载

文章管理: [web@cddc.net](mailto:web@cddc.net) (共计 2723 篇)

CDDC刊载文章仅为学习研究, 转载CDDC原创文章请注明出处!

相关专栏: 张洪忠

- "读图时代"还是"读标题时代"? (2006-6-12)
- 同质化困惑下的报业竞争之路 (2006-5-8)
- 电影接触情况与评价 (2006-3-12)
- 超女旋涡的传播模式与传播效果研究 (2006-2-22)
- 媒介公信力判断维度构成及特点 (2006-2-20)

>>更多

相关文章: 议程设置

- 浅谈社会危机下的媒介议程设置 (2007-4-3)
- 试论大众传媒的议程设置及其它 (2003-10-6)
- 议程设置、舆论导向与新闻报道 (2002-9-9)

>>更多

大众传播学的议程设置理论与框架理论关系探讨 会员评论[共 0 篇]

我要评论

会员名

密码:

提交

重写

关于CDDC ◆ 联系CDDC ◆ 投稿信箱 ◆ 会员注册 ◆ 版权声明 ◆ 隐私条款 ◆ 网站律师 ◆ CDDC服务 ◆ 技术支持

对CDDC有任何建议、意见或投诉, 请点[这里](#)在线提交!

◆ MSC Status Organization ◆ 中国新闻研究中心 ◆ 版权所有 ◆ 不得转载 ◆ Copyright © 2001--2009 [www.cddc.net](http://www.cddc.net)  
未经授权禁止转载、摘编、复制或建立镜像. 如有违反, 追究法律责任.