

【新闻与传播】

新传播格局下议程设置功能假说反思

刘修兵 刘行芳

摘要:议程设置功能是20世纪70年代由美国传播学者麦库姆斯和肖创立并广受欢迎的一个理论假设,它起源于第三范式科学背景。在科学研究进入第四范式、新传播格局形成后,议程设置的各种不良影响及其理论缺陷日渐显露,亟须正本清源、深入反思。要以马克思主义认识论为指导,坚持议程从实践中来,以社会需要和公众关注为导向,尊重人民群众的主体地位,聚焦问题,集思广益,努力发挥好议程设置的应有功能。

关键词:新传播格局;第四范式;议程设置功能;算法

中图分类号:G206

文献标识码:A

文章编号:1003-0751(2021)02-0162-06

各种学术思想、学术概念的出现和流行,总是离不开它所处时代的宏观背景,总要带着那个时代的印记,并受到时代变迁的影响和制约。一度被业界奉为圭臬并广受学界推崇的议程设置功能就是如此。在学术研究发展到第四范式阶段,传播主体多元化、信息渠道网络化、媒介形态融合化、信息消费个性化的新传播格局已经形成^①的背景下,议程设置功能的理论逻辑和学术价值开始受到质疑,遇到自创立以来最严峻的挑战。

一、议程设置功能与科学范式演进

随着传播技术突飞猛进的发展,社会信息运行由“以发布为中心”转变为“以接收为中心”,大众媒介的角色从信息采集者、舆论引导者转变为数据挖掘者和公众信息服务者^②,科学研究第四范式和新传播格局由此形成,曾经大行其道的媒介议程设置功能开始失效,进行反思刻不容缓。

1. 科学研究的四个阶段和四种范式

1962年,美国科学史家、科学哲学家托马斯·库恩出版了他那本被认为是“终结了逻辑经验主义哲学,开启了科学哲学新时代”^③的著作《科学革命

的结构》,提出了“范式”(Paradigm)这一影响世界科学史研究的概念。库恩对科学发展持历史阶段论,认为每一个科学发展阶段都有其特殊的内在结构,而体现这种结构的模型就是“范式”。

伴随人类的成长进步,科学研究由单一走向复杂,由低级走向高级,先后完成了自身发展的四个阶段,形成了四种不同的研究规范,学界把它们称之为科学研究的四种范式。

第一范式是实验范式。它是源自以伽利略为代表的借助各种实验技术,通过实验室规范操作,对具体、单一对象进行分析,并得出相应结论的方法,是根据一定目的,运用仪器、设备等物质手段,在人工控制下观察、归纳自然现象和人类行为及其规律的社会实践形式,是获取经验事实、检验科学假说、确定理论真理性的重要途径。从新闻传播学角度看,“客观性报道”“倒金字塔结构”和新闻导语等新闻理念的产生即是新闻学领域在第一范式指导下获得的重要成果。

第二范式是理论范式。它摆脱了单纯实验方法的束缚,以形成科学理论体系为旨归,用系统思维方法来分析和解释世界,由一系列的概念、判断和推理

收稿日期:2020-10-09

作者简介:刘修兵,男,中国文化传媒集团中传环球(北京)新媒体科技有限公司副总编辑,主任记者(北京 100013)。

刘行芳,男,江苏师范大学传媒影视学院教授,江苏省首席科技传播专家(徐州 221009)。

组成。科学理论是在实践基础之上经过概括、抽象、演绎、类比等一系列逻辑思维加工而形成的具有严密层次结构的学科体系,是人类认识长期发展的成果。唯物论、辩证法为科学理论的形成提供了正确的世界观和方法论,而科学理论本身又是唯物论和辩证法的具体体现和科学结晶。拉斯韦尔关于世界大战宣传技巧的总结^④、霍夫兰的“陆军研究”、拉扎斯菲尔德《人民的选择》等描述的一系列理论发现以及培养理论、需要满足理论、新闻要素理论、新闻价值理论、媒介经营与管理理论等是新闻传播学在这一背景下取得的重要收获。

第三范式是指计算范式。这是运用计算机处理研究对象和工程技术中所遇到问题的数学计算而形成的新科学研究范式,其最大特点是“量化”。在现代科学和工程技术中,大量的数据用传统的计算工具来处理并不容易,而使用计算机就游刃有余。在第三范式下,计算成为科学方法体系中与理论、实验同等重要的第三个组成部分。第三范式对新闻传播学的深刻影响,就是催生了精确新闻这一新闻传播的新形态。

第四范式是随着国际互联网诞生而出现的由大数据支撑的科学范式。2007年,图灵奖得主、关系型数据库鼻祖吉姆·格雷(Jim Gray)在NRC-CSTB^⑤大会上发表了题为“第四范式:数据密集型科学发现”的演讲,“第四范式”“数据密集型范式”等概念正式进入学术视野。我们耳熟能详的自媒体、大数据、数据挖掘、数据新闻推送等,就是第四范式背景下出现的新传播形态,它们构成了信息传播的新格局。

2. 议程设置功能假说的提出及内涵

20世纪60年代末,美国传播学者麦克斯维尔·麦库姆斯(Maxwell McCombs)和唐纳德·肖(Donald Shaw)运用问卷调查和数据统计方法,对1968年美国大选北卡罗来纳州茄珀山市选民面对媒介密集报道态度变化情况进行研究后发现,尽管媒介信息不能明显改变选民态度,促使他们按照媒介期待的结果去投票,但媒介铺天盖地的报道却有效地吸引或者转移了选民对特定社会问题的关注,为选民的日常话题提供了议程,他们认为这是媒介所具有的一种特有功能即议程设置功能。1972年,麦库姆斯和肖把这一发现写成题为《大众传播的议程设置功能》的文章,在《舆论季刊》上正式发

表,“议程设置功能”假说迅速获得学界广泛认同,且很快传入我国,为我国业界、学界所普遍接受,一直影响着我国新闻传播实践和理论研究。

“议程设置功能”假说是对传统强效果传播理论的修正。传统强效果理论认为媒介信息具有魔弹般的威力,受众的认知、态度和行为等无不受到大众媒介的深刻影响。议程设置功能假说则主要强调大众媒介对公众认知层面的影响,认为大众媒介即使无法改变公众的态度和行为,也可以通过报道内容的精心选择和对其进行重要性排序来影响公众的注意力,为他们日常讨论提供源源不断的话题;普通公众如果不了解媒介报道的内容,在日常交往中就没有与他人共同的谈话议题,就有可能失去话语权,进而失去应有的社会影响力。从这个角度看,媒介对公众的影响依然不可低估,因为它可以通过影响公众的认知进而影响他们的态度和行为。“议程设置功能”尽管只是一种理论假说,但它对新闻传播工作者特别是对负有社会舆论引导责任的我国各类媒介,无疑具有巨大的启示性意义。

3. 第三范式是议程设置功能假说产生的背景

第一、第二范式不具备形成议程设置功能假说的条件,议程设置功能假说是第三范式亦即“计算范式”学术背景的产物。

从拉斯韦尔提出“五W模式”^⑥以来,效果研究逐渐成为新闻传播学的热门话题。早期的效果研究秉持“魔弹论”等强效果立场,把受众看成一盘散沙,是在媒介面前完全处于被动地位的乌合之众,这一理论为解释几千年来信息传播模型提供了强有力的学术支持。但从霍夫兰、拉扎斯菲尔德开始,新闻传播的效果研究由媒介本位转向受众本位,强效果理论传统受到质疑。霍夫兰在美国陆军新兵教育效果项目研究过程中发现,大众媒介对改变新兵观点和立场的作用往往小于人际传播的影响力,大众媒介通常只能加强或削弱这些受试新兵的既有立场,却很难改变他们固有的态度和行为,从理论上证明了早年“魔弹论”观点存在缺陷。^⑦随后,拉扎斯菲尔德在对伊利诺伊县总统选举做问卷调查时再次证明,媒介只是影响人们认知的众多因素之一,其他因素还包括个人在长期社会实践中形成的较为固定的观点和立场、受众对信息的需求和选择性接触机制、群体归属关系和群体规范、大众传播过程中的人际影响等,媒介信息只有和上述某种或多种因素进

行综合才能发挥作用。基于实证研究,拉扎斯菲尔德在《人民的选择》一书中提出了“既有政治倾向”“意见领袖”“两级传播”等一系列理论假说。之后,有限效果论集大成者克拉珀系统提出了大众传播效果的五项一般定理^⑧。这样,新闻传播理论实现了由第一范式向第二范式的成功转型。

由于第一范式确认大众媒介具有无可比拟的力量,社会管理者及其智囊认为,他们通过大众媒介公开传递的信息受众都会无条件接受,无需进行议程设置。而在第二范式中,他们又认为媒介传播的社会效果有限,也没有设置议程的必要。这样,第一、第二范式就失去了创立议程设置功能假说的学术土壤,议程设置的思想难以在第一、第二范式背景下出现和形成。

第三范式之所以能够成为创立议程设置功能假说的学术背景,关键在于第三范式最大的特点是“量化”。盛行于 20 世纪 60 年代的精确新闻就是第三范式下出现的一种以“量化”为特征的新闻表达方式。精确新闻是记者应用数据手段对一些社会现象、社会问题深入调查研究、进行数据计算后写出的报道。那个时期,美国越战失败、“水门事件”丑闻等引发了严重的“道德危机”,媒介公信力受损。精确新闻的倡导者认识到,这些问题的出现与传统的新闻采写方法重在“定性”、缺乏“定量”、显示不出新闻事件背后隐藏的社会问题有密切关系。要弥补这一缺憾,必须采用社会学的“定量”和“计算”等方法去搜集和处理新闻素材,用数据说话,以保证新闻的精准性。这种新闻建立在调查研究和数学计算的基础之上,可以确保新闻报道的精确性和可靠性,能反映出事件或现象的本质^⑨,这正体现了第三范式的特征。由于精确新闻写作要求大大提高,生产成本大幅增加,媒介必须充分考量新闻信息的传播效果,对报道内容做精心谋划,“议程设置”的出现及其理性思考就水到渠成、顺理成章了。

二、第四范式下议程设置的潜在风险

第四范式与第三范式都需要做计算,但第四范式与第三范式又有质的区别。第三范式是先做理论假设,再搜集数据,通过计算仿真(模拟)来验证理论的真伪;而第四范式是先有了大量的已知数据,然后通过机器计算得出之前未知的可信结论。第三范式的计算叫计算,第四范式的计算被称为算法。

在科学研究进入第四范式、新的传播格局形成的背景下,议程设置的潜在风险和理论缺陷开始暴露,特别是当前媒介对议程设置的滥用已经带来各种问题和矛盾,需要进行反思。整体上说,滥用议程设置会引起或加强“信息茧房”“群体极化”和“沉默的螺旋”这三个结果。

1. 强化信息茧房效应,存在解构社会风险

第四范式下,滥用议程设置可能会强化信息茧房效应,存在解构社会的风险。信息茧房是指人们在信息领域会习惯性地被自己的兴趣所引导,从而使自己对信息的关注出现如蚕茧般的现象。在传统社会,信息茧房是比较容易突破的,比如在第一、第二范式下,由于社会信息数量整体匮乏,质量也不高,多数人处于信息饥渴状态,只要有足够数量和较高质量的新鲜信息注入,身处信息茧房的人就会选择改变。到了第三范式,由于强调数据说话,固守信息茧房也不大可能。但在进入第四范式后,信息技术提供了各领域的巨量知识和更自我的思想空间,任何人都可以轻而易举地从网上找到支持自己立场和观点的证据,加上网络媒介投其所好地不断推送,信息接收者更有理由相信他所持立场的正确性,拒绝任何与自己立场相左的信息,信息茧房变得越来越坚固。

推特、脸书、微信、抖音等是第四范式的媒介代表,特别是字节跳动成为定向内容投喂、固化信息茧房的媒介翘楚。与微信、脸书等以社交关系链为分发基础不同,字节跳动旗下的今日头条、抖音、TikTok 等,是通过各种算法琢磨出用户价值观与兴趣爱好,为用户量身定制和推送议程,使其无暇顾及他。这既能更精准地匹配用户需求,提升用户体验,也会固化用户的价值观念,放大“信息茧房”效应,使社会整合变得日益困难,社会撕裂风险加大。

2. 加速网络群体极化,加重意识形态对立

第四范式密集呈现海量数据,为媒介设置议程提供了便利;但滥用议程设置可能加强群体极化,造成意识形态对立。群体极化是指“团体成员一开始就有某些偏向,在商议后,人们朝偏向的方向继续移动,最后形成极端的观点”^⑩。

社会心理学认为,人群聚集会出现一种从众行为,个体在群体中倾向于选择相信群体成员普遍持有的立场和观点,而丧失对信息价值的自我判断能力。群体极化是从众行为的一种极端化表现,本质

上是群体成员中原有的某种倾向得到强化,某种观点或态度从原来的群体平均水平加强到具有支配性地位。

议程设置不是群体极化的唯一原因,但不当的议程设置可能成为促成和加速群体极化、催生意识形态对立的推手。在第四范式下,某个群体可以轻而易举地援引媒介议程提供的事实信息和观点信息,以期在心理上获得优势,进而使所持与媒介一致的意见得到加强。相反,那些持反对意见的人也会从其他渠道援引案例和说辞来加以反驳,形成更加激烈的反对意见,结果是两种意见以滚雪球方式不断聚集,意见向两个对立方向不断极端化,社会意识形态出现群体性对抗。

由议程设置触发的“网络群体极化”具有双重意义。从积极的一面来看,它能促进网民意见趋于一致,增强网络群体内聚力和群体行为协调性。如果没有“群体极化”,许多重要的价值如民权运动、废奴运动和女权运动等曾被视为异端的社会思潮,也许至今还未能实现。从消极的一面看,它能使错误的判断和决定更趋极端,导致社会意见尖锐对立,造成意识形态整合困难。^⑩

3. 扩大沉默螺旋效应,不同声音失去表达合法性

第四范式尽管具有解构沉默螺旋^⑪的潜力,但媒介滥用议程设置也有可能扩大沉默螺旋效应,使不同声音失去表达机会。在第四范式多元信息背景下,如果人们看到自己赞同的观点受到媒介首肯,就会越发大胆地发表和扩散;而发觉某一观点不被媒介认同,那么,持有者就会三缄其口,保持沉默。一方的沉默使另一方的声音越来越高涨,弱势意见在这种氛围中被消融。

健康舆论的形成是人际传播、大众传播和人们对“意见环境”认知三者相互作用的结果,是一个意见表达、分享、博弈和融合的过程。媒介议程设置常常省略了这一过程,强调媒介立场不可置疑,从而扭曲第四范式传播特性,引起意见生态中沉默螺旋的放大和扩展,不同声音在媒介议程设置形成的强大氛围下失去了表达的合法性。

三、第四范式下议程设置的理论困境

以第四范式视角观照,主观的、不当的议程设置不仅存在着上述诸多问题,其理论也存在许多无法

解开的矛盾,主要有以下三个方面。

1. 违背实践第一观点

先有实践还是先有思想?这个问题是马克思主义认识论的核心。毛泽东在《人的正确思想是从哪里来的》一文中对此有精辟论述:“人的正确思想,只能从社会实践中来,只能从社会的生产斗争、阶级斗争和科学实验这三项实践中来。人们的社会存在,决定人们的思想。”^⑫第四范式“机器计算、自动呈现”规律与唯心论的先验论格格不入。媒介议程设置常常从主观需要出发,直接介入、影响甚至左右社会意识的形成和运动,议程重要性顺序也是媒介主观确定的。^⑬这种主观脱离客观的议程设置,使人们只能看见媒介呈现的虚拟现实,看不到真实的社会现实;主观脱离客观,思想脱离实际,是议程设置功能假说最受诟病的理论缺陷。事实上,媒介自以为精心设置的议程,在第四范式下常常轻而易举就被大数据解构,无法获得预期效果。

2. 忽视受众主体地位

谁是社会实践的主体?马克思主义认为,人民大众是社会实践的唯一主体,第四范式也证明公众是密集数据的主体。但议程设置的主导者根据主观需要任意设置议程,忽视受众的主体地位,不考虑受众的需要,不在意受众的感受,忽视受众的主观能动性,受众无法参与对社会议题的建构、讨论与博弈。

必须看到,与第四范式相呼应的,是传统传播结构中媒介一家独大的情形已经不复存在,网络赋予了受众参与信息传播的权利,他们可以根据自己的爱好和需要来挑选信息,或发表自己的看法,公众已经成为议程设置新的主体,原先“沉默的大多数”已经积极参与到社会议题的建构和讨论中来。公众的自我议程成为媒介“议程设置”理论内涵的补充和延伸,有时甚至是逆袭。在网络传播中,某一网民自我设置议程如果能反映公民普遍的精神需求,就会很快引起大量网民关注,传统媒介也要积极跟进,对这一新的形势要有足够的认识。

3. 没有回答谁决定议程

议程设置功能假说理论上的第三个缺陷,是它没有回答究竟是实践决定议程,还是议程决定实践——是媒介设置议程决定公众讨论议程,还是公众普遍关心的问题决定和影响媒介议程设置。^⑭

国内研究大多肯定议程设置功能的作用,认为“新闻报道和信息传播活动以赋予各种‘议题’不同

程度显著性的方式,影响着人们对周围大事及其重要性的判断”^⑩,但对议程设置存在的问题认识不足。比如,究竟是媒介议程决定公众话题,还是公众普遍关注的社会问题决定媒介议程?二者之间谁为主谁为从?马克思主义新闻观认为,所有媒介议程都必须来自社会实践,来自人民大众,是人民群众的社会实践和他们对社会问题的关注决定了媒介议程,而不是相反。在“机器计算、自动呈现”的密集数据算法时代,媒介的所有议程更是离不开社会实践和公众话题,闭门造车式的议程设置很难再有市场。再者,对议程设置的价值不可过于高估,因为事实证明,媒介的“议程设置”对知识水平高、政治关心程度高以及处于较高社会层次的人影响较小。^⑪所以,媒介设置议程必须坚持从社会实践中选题,尊重人民大众的呼声与要求,绝不可把媒介议程和公众议程的关系搞颠倒。

四、以科学理论破解议程设置功能假说困境

马克思主义认识论是科学理论,在第四范式促成的以传播主体多元化和信息消费自主化为基本特征的新传播格局下,应用马克思主义认识论破解议程设置功能假说困境,是我们必须做出的选择。各类媒介要遵循科学理论,充分应用密集数据和机器计算来设置议程、反映现实、推动社会进步,借助强大算法机制来选择议程、传播社会变动的信息和各种新鲜意见。通过密集数据,可以找到公众最为关心、最感兴趣的内容,从而定向传播,精准服务,获得最佳效果。

同时,我们还要看到,算法是没有感情的,它也不会综合考虑各种变量,僵化、机械是它最致命的缺陷。如果完全听凭算法逻辑来决定媒介议程,势必陷入工具理性的泥潭,人的价值被机器消弭,这是不可接受的。只有在马克思主义认识论的指导下,借助现代技术的精准计算,积极设置好议程,才是正确选择。

1. 应主要做事实选择

第四范式密集数据“机器计算,自动呈现”的特点,为媒介议程设置提供了新思路。议程设置的过程,是对信息选择和加工的过程,那么,选择什么内容进行议程设置才是合适的呢?马克思主义认为,物质决定精神,实践决定意识,生产力决定生产关系。这意味着议程设置必须着眼于事实选择,而不

是着眼于观点和立场。密集数据本质上是事实数据,观点和立场是依附在事实之上,以跟帖、评论、讨论的方式呈现,没有了事实,这些观点、立场就成了无源之水、无本之木。议程设置选择的事实,应该是公众普遍关心的事实,是他们应知、未知和欲知的事实,是来自于算法自动呈现的事实。借助第四范式理论指引,针对事实进行议程设置,不仅更加符合新闻学关于新闻的定义^⑫,而且多角度的事实报道更能激发公众探寻事实真相的欲望。只有媒介议程是与公众利益息息相关的事件以及由此引发的话题,公众才会积极参与讨论,努力寻求答案,才能够突破信息茧房,才可以有效地消除主观主义。

2. 要提供两面信息,不做片面报道

第四范式呈现的信息具有多元性特征,好的坏的、对的错的、真善美的和假恶丑的,都会在网络上以密集数据方式呈现。这要求大众媒介顺应潮流,通过议程设置提供两面信息,立体呈现事实,引导不同立场的受众关注突发事件和社会问题,不再执着于各自的主张,有效消解网络群体极化。媒介的受众是不确定的大多数,异质性是受众的基本特点。不同群体对信息内容有不同的需求,议程设置必须给予充分关照。一般而言,年龄小、学历短、社会阅历简单、辨别能力较差的受众,对一面信息比较感兴趣,他们是信息茧房的原住民,容易出现网络群体极化情况;受教育时间长、知识水平高、社会阅历丰富的公民,他们天生喜欢质疑,喜欢探索,喜欢求证,媒介如果只向他们提供一面信息,就无法满足他们的要求,他们就会另寻消息来源。

依托第四范式,媒介要做好两面报道、提供两面信息,要善于引导受众对媒介议程提供的事实进行比较,自主得出结论。要将公众普遍关心事实的两面情况、两种意见、两种立场都尽可能呈现出来,让受众运用常识、阅历和逻辑进行正确与错误、真理与谬误、香花与毒草的辨别,让他们在媒介议程的引导下,在彼此的交流与沟通中,学会理性分析社会问题,学会自主做出判断,不断提高自身的逻辑思维水平和辨别能力,通过充分的讨论弥合群体间的意见鸿沟,防止网络群体极化演变为线下的群体事件。^⑬

3. 创造宽松环境,呈现多元意见

密集数据的源头是亿万网民的自由表达,第四范式天然拒绝单一信源和单一声音。创造宽松环境,呈现多元意见,形成讨论风气,是弱化沉默螺旋、

维护自由表达权利、破除主观唯心主义传播思想的正确选择。在第四范式下,媒介议程设置要成为公共事务讨论平台,媒介要引导公众在不同声音的阐述、讨论、博弈中探寻真相,认识真理。

媒介是天然的公众通信工具,是解民惑、听民声、汇民智、聚民力的重要手段,是还原事实真相、认知生存环境、了解社会变革、启发公民思考、探讨科学真理的社会机制。人类对世界的认识不可能一次完成,需要不断地实践—认识—再实践—再认识。不要以为社会只能有一种声音、一种表达方式。屏蔽多元声音的结果,可能会扼杀具有真理元素的意见,或者堵塞了接近真理的道路。

以实践为议程来源,在生活中寻找议题,借助第四范式提供的密集数据呈现多元意见,需要分清社会的主流与支流、现象与本质、局部与全局、当前与未来,善于抓住生活中的主要矛盾,抓住人民群众普遍关心的议题,抓住党中央决心解决的现实课题,做到焦点集中,有的放矢,博采众长,集思广益,不回避矛盾,不转移视线,不搞一言堂,提防“沉默的螺旋”对意见生态造成破坏,一切都要有利于正确认清形势、有利于统一社会认识、有利于排除不利因素的影响、有利于促成现实问题的解决和社会目标的实现。

注释

①颜景毅:《新传播格局下媒体从业者的角色定位与实践研究》,《当代传播》2017年第5期。②刘丽、汪红:《新传播格局下对新闻舆论工作的再思考》,《今传媒》2018年第7期。③王猛:《库恩的范式理论与马克思主义的范式革命》,《山西师大学报》(社会科学版)2015年第6期。④参见[美]哈罗德·拉斯韦尔:《世界大战中的宣传技巧》,张洁、田青译,中国人民大学出版社,2003年。⑤NRC-CSTB即

Board(国家研究委员会—计算机科学和电信委员会)。⑥5W即Who(谁)、Says What(说了什么)、In Which Channel(通过什么渠道)、To Whom(向谁说)、With What Effect(有什么效果)。⑦二战期间,霍夫兰受聘主持了一系列有关以鼓舞新兵士气为宗旨的宣传效果的实验研究。他敏锐地注意到影响说服效果有多种因素,并提出了改善说服效果的一系列建议,为打破“魔弹论”提供了重要证据。⑧五项定理为:(1)大众媒介只是对受众发挥作用的众多中介因素之一;(2)大众媒介只能强化受众既有态度,而不能改变他们的态度;(3)大众媒介改变人们态度离不开两个条件,一是其他中介因素不起作用,二是其他中介因素本身也在促进人们态度的改变;(4)传播效果的产生受到某些心理、生理因素的制约;(5)传播效果还受到媒介自身条件如信源的性质、内容的组织以及舆论环境等因素的影响。参见[美]约瑟夫·克拉珀:《大众传播的效果》,殷鹏译,中国传媒大学出版社,2016年,第47页。⑨刘晓红:《精确新闻报道:现状、问题和教育》,《新闻与传播研究》1998年第1期。⑩[美]凯斯·桑斯坦:《网络共和国——网络社会中的民主问题》,黄维明译,上海人民出版社,2003年,第47页。⑪李春雷、曹珊:《群体性事件底层群体的政府信任再造与传统媒体引导研究》,《江西师范大学学报》(哲学社会科学版)2014年5期。⑫1974年,德国学者伊丽莎白·诺丽-纽曼(E. Noelle-Neumann)在她《重归大众传播的强力观》一文中,提出了描述舆论形成的理论假设——“沉默的螺旋”;1980年,她在《沉默的螺旋:舆论——我们的社会皮肤》一文中进一步发展了该理论。⑬《人的正确思想是从哪里来的?》是毛泽东1963年5月在修改《中共中央关于目前农村工作中若干问题的决定(草案)》时增写的一段话。参见《毛泽东文集》第8卷,人民出版社,1999年,第320页。⑭[美]马克斯韦尔·麦库姆斯:《议程设置:大众媒介与舆论》,郭镇之、徐培喜译,北京大学出版社,2008年,第24页。⑮米彦译、张昊:《网络传播中议程设置的新特点》,《新闻世界》2010年第7期。⑯刘德杰:《网络传播中的“议程设置”探析》,《新闻窗》2009年第4期。⑰郭庆光:《传播学教程》,中国人民大学出版社,2011年,第197页。⑱陆定一给新闻的定义是:“新闻是新近发生的事实的报道。”参见陆定一:《我们对于新闻学的基本观点》,《解放日报》1943年9月1日。⑲唐远清、程子豪:《网络群体极化的社会心理分析》,《中国社会科学报》2017年7月6日。

责任编辑:沐紫

Reflection on the Hypothesis of Agenda Setting Function in the New Communication Pattern

Liu Xiubing Liu Xingfang

Abstract: The function of agenda setting is a theoretical hypothesis created by American communication scholars McCombs and Shaw in the 1970s and widely popular. It originated from the scientific background of the third paradigm. After scientific research has entered the fourth paradigm and a new communication pattern has been formed, the various adverse effects of the agenda setting and its theoretical flaws have gradually emerged. It is urgent to correct the source and thoroughly reflect. We must be guided by Marxist epistemology, insist that the agenda come from practice, be guided by social needs and public attention, respect the people's dominant position, focus on issues, pool ideas, and strive to give full play to the due function of agenda setting.

Key Words: new communication pattern; the fourth paradigm; agenda setting function; calculation