

学者“框架”反思: 整合传播过程与效果的理论

陈熾如, 谢欣

(厦门大学新闻传播学院 福建 厦门 361005)

摘要: 对于新闻传播学现有的过程及效果理论来说, 李普曼于1922年在《公众舆论》一书中提出的“刻板印象”概念及其相关研究成果至关重要。它们一方面作为信息选择的关键因素解释了大部分的新闻生产机制, 另一方面也以“导向选择”的方式提示或曰限定新闻传播学者对传播过程与效果理论的生产——这一脉理论几乎都关涉“选择”。在自媒体时代, 从主观与客观、现实与新闻建构、信息搜集与扩散、宏观与微观、集体与个人等五个方面理清传播过程及效果理论的内在逻辑关系, 有助于整合相关理论。

关键词: 信息选择; 刻板印象; 传播效果; 框架

中图分类号: G206 **文献标识码:** A **文章编号:** 0438-0460(2019)05-0157-08

传播学的主流学派是起源于美国的经验学派, 以研究传播过程和效果为主, 尤以效果研究见长。《传播学史》和《大众传播效果研究的里程碑》等经典化的传播学论著与教材虽然各有不同的视角, 但万变不离其宗, 将媒介视为中介, 置于受众的主观世界和外在的客观世界之间。定量的经验性研究测试媒介构筑的世界对受众的主观认知有何影响, 定性的实证研究则用文字描述这种影响。概括起来说, 就是“三个世界”——主观世界、客观世界和媒介建构的世界——之间的来回切换。国际新闻传播学界已有的学术共识认为, 这“三个世界”的概念首先出现于现代新闻学、舆论学、媒介传播效果等理论的开创性著作(seminal work) 《公众舆论》(*Public Opinion*), 作者是美国著名新闻人出身的学者李普曼(Lippmann)。该书于1922年首次出版, 最常被引用和论述的关系是“身外的世界”和“脑中的图像”, 以及作者为阐释此种主、客观世界间的关系而创造性地置入其间的拟态环境(pseudo-environment) 概念。至于刻板印象(stereotype), 更是一言以蔽之地概括了人类成员以有限之主观试图认知和把握无限之世界难以避免的偏颇, 或以偏概全的倾向。这些概念和理论现今已为新闻传播学者耳熟能详, 既不再新鲜, 也不再神秘或深奥, 令人觉得高山仰止。倒是由此开山之作引出的汗牛充栋的论述和验证, 成了传播学知识谱系的重要组成部分。究其实质, 它们无一例外关涉新闻传播过程及效果, 着重阐明一个又一个信息关口的选择机制。

正因如此, 李氏的观点实则是在提醒我们: 学者只不过是某些方面受过系统训练的常人, 摆脱不了常人都会具有的某些认知框架, 在探索未知的道路上, 处处受到已知的不自觉的束缚和影响, 甚至会因此而自我设限, 陷入某种“学术刻板印象”的泥淖。面对新闻传播学界如此纷繁复杂的“理论”, 欣然自得与沾沾自喜贻害不浅。现在的我们应该反思它们在多大程度上是对前人成果的重复甚至赘述, 它们之间又有多少内在的交集和其他共通之处。此举有助于精简与整合这一学科在走向成熟的过程中形成的部分核心理论与知识。

收稿日期: 2019-03-06

作者简介: 陈熾如, 女, 福建石狮人, 厦门大学新闻传播学院教授、博士生导师; 谢欣, 男, 江西赣州人, 厦门大学新闻传播学院博士研究生。

这些理论的核心命题从传播过程的哪一个环节入手?相互之间有无本质区别?它们对于人性有何预设?如果分析证实它们的确都是关于层层把关和环环选择的理论,我们还必须进一步求证:“把关人”和每个关口的选择者依据何种标准,或受到哪些因素影响?什么样的人被认为有资格“把关”和界定“把关”的标准?这些标准和因素是否具有跨越文化和跨时代的共性与可比性?这些貌似不同的理论分别依托何种研究方法进行的实证研究而产生?最后,不同的理论对于媒介最终产生的效果的隐喻性概括,是否也是某种程度的同义反复?如果答案是肯定的,那能否证明它们都是系统化的常识性认识,在现实生活世界的传播实践中具有相当的普遍性,因而才造成异曲同工之效?它们是仅仅适用于西方民主社会,还是具有普适性?

一、李普曼的学术思想遗产

李普曼书中所用例证主要是新闻媒体及其影响之下的公众舆论,故而对新闻生产、流通、产生效果过程的理论具有源头性影响。美国当代著名学者詹姆斯·凯瑞称赞《公众舆论》一书是美国媒介研究的奠基之作。^[1]过去半个世纪最热门的理论之一,传播的议程设置功能理论,也被认为最早源于李普曼的核心论述。学者们或许未必都公开承认每一个灵感的来源在多大程度上得益于前人的铺垫和贡献,但后世学者总结和梳理相关文献,总能从中发现轨迹,知晓某种核心学术观念如何演变。罗杰斯在《传播学史》一书中明确指出:李普曼开创了今天被称为议程设置的早期思想。^[2]李普曼于1922年论证大众媒体是现实世界的某个事件和我们头脑中对这个事件的想象之间的主要连接物。40年后,政治学家科恩提出,依据于报纸的作者、编辑和发行商为人们所描绘的图画,这个世界在不同的人看来是不同的。^[3]这一观点后来被进一步操作化为议程设置理论。

同时,就传播学研究演变的总体线路而论,李普曼也是不可或缺的重要人物。美国的芝加哥学派被认为是源于欧洲的重要社会学思想在北美的登陆点、大众传播学的早期源流之一。其主要代表性论著也出版于20世纪20年代初期,与李普曼的《公众舆论》同龄。但从30年代开始,由于种种原因,芝加哥学派及其与大众传播相关的一脉学术走向衰落,渐渐被学术界淡忘和忽略。

李普曼是芝加哥学派到大众传播学建立过程的中间环节。“李普曼描述人类交流的语言,蕴含着他对传播的基本看法,其核心就是个人与社会。从这个角度看,李普曼与芝加哥学派站在同一个论述起点——关系。然而,传播思想在李普曼这儿发生了转向:第一,李普曼与芝加哥学派同样从人与社会的关系透视传播,但李普曼认为‘关系’存在于人脑与外在现实之间。第二,传播并不是意义的建构与互换,而是人如何认识、把握外在世界的问题。从社会本体层面上的交流转换成了认识论上的问题。第三,如何认识、把握外在现实,与信息的发送接收能力相关,由此必然与社会地位、经济收入等等分不开。因而,即便存在交流互动,也必然不是对等的。第四,在现代社会中,报刊的报道都不可能是社会真相的展现,而是常常成为蒙蔽真相、操纵、劝服和制造舆论的工具。”^[4]

至此,我们的思维进路已经渐次清晰,那就是传播,或者更精确地说,大众传播,其实质和关键在于李普曼提出的人脑与外在现实“两个世界”之间的“拟态环境”的构建与操控。这也正是传播学的主流文献一以贯之地遵从的推论和写作逻辑,即各种问卷调查和实验设计通常都致力于探究受众特质和媒体建构两个因素的互动及其对传播效果的影响。

在此,我们不可避免地必须提到李普曼学术视野中的公众形象,因为其关乎他如何看待作为精英的自己和新闻传播从业者和学者,以及这些精英阶层人士在认识和把握外在现实的过程中,能够对普通公众产生何种影响。他对于草根民众持有怀疑、不信任、不放心的态度,从自己的精英地位、身份和意识出发,倡导由精英人士来界定媒介的游戏规则、舆论的组织方式和读者对世界的选择性认知。^[5]这一理念所暗藏的精英意识实质上相当于对人性作了某种预设——精英的背景和训练使得他们在人类认知行为的某些陷阱面前得以豁免。今天的我们在批评和校正他的精英意识

的同时,可以从反方向汲取其思想遗产,以供学者进行自我反省和学术的建设性批判。同时,我们还应顺势前进,于其基础之上重新审视有关人性的预设之于传播理论的重要性及其深远影响。

以“把关”为例,该理论先验地认为“把关者”因其所在社会机构的地位与优势,或其专业训练,而拥有了超越普通受众成员并为他人为他人进行信息把关的资格与权力。首先,理论中所暗藏着对“把关者”的预设与李氏笔下的“精英意识”并无二致,它们如今饱受多方质疑与挑战——以戴维森(Davison)的视角观之,这种对人性的预设只是信息接收过程中的第三人效果。作为精英的“把关者”根本无法在学理层面解释清楚,他们何以认为自己较普通受众来说更为“优秀”,又何以能够在大量接触“不良内容”后免受其影响。其次,所谓“把关”的实质仍然关乎“选择”,它内在地暗合于拟态环境及刻板印象的思想精髓。也正因如此,《公众舆论》一书毫无争议地成为20世纪以来传播学研究的重要策源地,处于人类知识生产下游的诸多理论总是受着这一“源头活水”的滋养。

二、传播过程与效果理论的整合

经过近一个世纪的积累,国际新闻传播学界又产生了诸多热门理论,其中包括2000—2009年间国际权威的传播学理论研究期刊《传播学刊》(*Journal of Communication*)、《人类传播研究》(*Human Communication Research*)、《传播学专论》(*Communication Monographs*)、《传播学研究》(*Communication Research*)最常用的框架理论,以及经常与之相提并论的议程设置理论,还有以长期追踪调查见长的涵化理论,等等。^[6]布莱恩特等学者2004年对《传播学刊》《新闻与大众传播季刊》等国际传播学核心刊物的分析表明,议程设置、使用与满足、涵化理论高居1956—2000年之间理论运用的前三位。2001—2004年间,最流行的四个理论之一仍是议程设置理论。^[7]这些都属于效果理论。细究这些理论的缘起、运用和学术传播效果,我们发现,这些以媒介内容的生产、传播及其效果为研究对象的理论并非杂乱无章、全无关联,它们中的大多数不自觉地互相靠拢,构成了新闻传播学界一脉重要的学术传统。用社会学家戈夫曼(Goffman)的语言来表述,即它们在相当大的程度上落入学术共同体自身的“框架”(frame)。表1列明了该学术传统下的代表性隐喻及理论。需要说明的是,除涵化理论外,该表中的大部分隐喻或理论是以新闻的生产或收受过程为主要研究对象的。本文认为,信息选择的具体内容并非理论整合考虑的重点,涵化理论虽多关注媒介内容对社会环境的扭曲性呈现及其对受众的长期影响,但由于该理论在本质上与“选择”的逻辑实无殊异,并为“主流化”理论的诞生提供了前提和基础,因而被认为与其他理论一脉相承。

表1 关涉“选择”一脉的传播隐喻及理论

隐喻/理论	具体内容
镜头(lens)	新闻媒体如镜头一般(有选择地)记录社会生活
滤镜(filter)	新闻有选择地选取社会生活画面
形象(image)	新闻媒体构筑社会形象
框架理论 (framing theory)	人们把现实中的片段归整成自己经验和知识的规则,并使之成为下一次理解现实生活的基础 ^[8]
“把关人”理论 (gatekeeping theory)	新闻媒介的报道活动不是“有闻必录”,而是对众多的新闻素材进行取舍选择和加工的过程
议程设置理论(agenda setting)	新闻媒体有选择地报道社会生活,从而“设置”受众头脑中的“议程”
涵化理论 (cultivation theory)	那些花费了更多时间“生活”在电视世界中的人更可能以电视镜头里所呈现的形象、价值观、描述、思想体系等来看待“现实世界”。 ^[9] 这其中特别强调媒介的主流化(mainstreaming)功能:媒体选择呈现的内容对受众产生某种作用,使他们对美国社会的主流价值观趋于认同;另一种功能是边缘化(marginalizing)功能:媒体的选择性报道使某些群体和价值观逐渐沦为社会的边缘力量

续表 1

隐喻/理论	具体内容
制造合意 (manufacturing consent)	经由媒介的力量,在全社会形成共识 ^[10]
新闻网(news net)	“网”是有洞的——它所获取新闻的能力取决于结网纤维的数量和强度。网孔越窄,就越像毯子,能够捕捉到的新闻就越多 ^[11]
媒介表现的意义理论 (meaning theory of media portrayals)	大众传播在对现实解释的社会性建构(social construction of interpretations of reality)中所起的作用 ^[12]

虽然从外在特征看来,表 1 中所示例的十项传播隐喻及理论产生于不同时期且各有侧重,但就内在本质而言,它们都因隐晦地传递了“选择”这一核心而实属同宗。具体来说,不论是早期的镜头、滤镜或形象等隐喻,还是后期相对完善的“框架”“把关”“新闻网”,乃至动态的“议程设置”“主流化/边缘化”“制造合意”等理论,都明显区别于传播过程的“镜子”(mirror)隐喻^①,而共同指向一个核心观念:媒介并非对现实世界镜子似的原貌重现,而是对其进行反映——有选择地主观反映。更进一步地深入阐释,即不论是以“把关”为代表的对简单事实层面的考察,抑或如“议程设置”等对媒体社会效果的关注,它们所蕴含的关于“选择”的逻辑都能被清晰地表述为“有些人和事可以通过,有些则不能(letting some in and keeping some out);其间,包括什么,排除什么,呈现什么,隐藏什么(what to include and what to exclude, what to reveal and what to conceal)就成为整个媒介内容生产的核心议题。”^[13]而“选择”的结果,则可以稍加改动科恩(Cohen)的名言并表述为:媒体未必能成功地决定受众怎么想(what to think),但却能成功地决定他们想什么(what to think about)。

三、学术传统生成的内在动因

循着理论整合的思路,这种以“选择”为核心的学术传统指向一个关键性问题即“媒介对现实的建构”。学者们试图厘清客观现实、媒介与主观现实这三者间关系,无一例外地重回李普曼早期制定的学术“框架”——“身外的世界”何以关联“脑中的图像”?《公众舆论》早已就此给出了答案。我们则以今天的视角总结传播理论的共性,重新审视刻板印象之于这一脉学术传统的重要性。

以积极的视角观之,“刻板印象是我们投射在这个世界上的我们自身的意识,我们自身的价值观念、我们自身的立场和我们自身的权利”^[14]。它不仅能帮助我们在忙碌的生活中节省时间,并且“能在我们想要冷静、全面地观察客观世界时,为我们摆脱一切令人困惑的干扰”^[15]。这种观念、说法或理论无时无刻不对我们认识世界,乃至知识生产造成巨大影响。它展现着对心理学“图式”(schema)概念的演化与改造,因此,在悲观者的眼中,它不过是一家之言或曰一管之见,无法帮助人们超越主观而对客观现实进行无偏概括。若我们对其作进一步的推理延伸,这一概念甚至可以从一种对事物无偏的、不带道德评价的喜好(bias)发展为一种带有强烈情感取向的偏见(prejudice),如果被推广到群体、组织、民族、国家或政党层面上,它还能上升为一种意识形态(ideology)。如此泛化的刻板印象概念开始展现出与霍尔(Stuart Hall)文化循环理论^②的契合,有学者(Bødker)将这种理论间的接洽阐释为:新闻生产同样应该被视作一种循环过程,该过程将所发生的事件转换

① “镜子”隐喻意指:事件决定了新闻故事的选择,记者仅是向这些事件竖起一面镜子,并将它们的形貌反射给受众。参见:赫伯特·甘斯《什么在决定新闻》,石琳、李红涛译,北京:北京大学出版社,2009年,第96页。

② 霍尔(Stuart Hall)的文化循环理论曾指出,文化的循环并非一个简单的线性循环,而是强调循环内在的包括表征、认同、生产、消费、规则这五个环节在内的有机互动。参见:斯图亚特·霍尔《编码/解码》,见罗刚、刘象愚主编《文化研究读本》,北京:中国社会科学出版社,2000年,第348页。

成一种话语形式,并通过对这些话语的循环、散布和阐释等重新塑造现实生活或意识形态。^[16]由此看来,刻板印象之于人类总体的关系正如英国前首相丘吉尔(Churchill)关于建筑与人的关系的论述。他说,建筑既为人类所塑造,又反过来塑造人类。这一原理的无所不在提醒我们,可以从以下两个视角考察以“选择”为核心的学术传统生成的内在动因。

首先,就理论提出的现象基础而言,刻板印象之于信息选择的前提作用是如此的普遍与关键,以至于成为新闻传播学科的基础性命题而无法为学者所忽视。

休梅克(Shoemaker)曾将影响新闻生产过程的因素总结归纳为意识形态、跨媒介、媒介组织、媒介日常运作规程及新闻从业人员个人等五个层面。^[17]这一典型概括虽层次分明,但却难以言明刻板印象如何在不同层面与之交叉融合。其他学者曾试图以中国化的方式概括媒介对新闻事件的报道和解释所遵循的法则,并将其总结为利、理、趣三大方面。^[18]其中,除了作为前提的国家与社会利益外,刻板印象能够轻易地通过理、趣两大路径直接“操纵”媒介的各类选择性行为。

以直播新闻为例,作为一种声称在及时、客观、真实、准确等方面独具优势的节目类型,其新闻生产首先受制于事发现场的环境因素,也即当时当地所能拍摄的东西。但更重要的是记者与摄像基于个人或其他层面的意愿而进行有目的的画面选择,亦即新闻框架的形成过程。这种“框架”一方面来源于显性的媒介组织及新闻操作规程,另一方面还来源于或是喜好(bias),或是偏见(prejudice),或是意识形态(ideology)等内在观念的影响——它们的相互融合共同构造了新闻生产者的刻板印象,并进一步影响了新闻框架的生成。反过来,“框架”影响下的新闻选择又实践了现实的社会建构及文化的维持过程,先在的刻板印象也最终被进一步强化。因此,无论传媒从业人员拥有多少新闻生产的专业技能,又如何以行业的基本原则或曰新闻专业主义自律,他们所从事的媒介内容生产行为都能被简化且概括为受控于刻板印象的信息选择。这就使得以偏概全,以点带面,以局部代替整体总是新闻生产中不可避免的现象,所谓中立、客观的新闻产品也自然成为一种不无偏颇的报道。传播理论的内在一致性从而具备了现实性基础。

其次,就理论更新与学术传统的生成而言,那些被学者们奉为圭臬的既有传播理论是否一面为学术创新提供着动力,一面又框定了学者的思路,束缚着传播学理论外延的拓展?

李普曼曾强调精英对社会环境的判断与分析所能起到的关键性作用。深具讽刺意味的是,作为精英之典型代表的学者在认知世界的路径及方法上与普通人并无本质差异。如果不依托于某种“学术刻板印象”,学术研究就无法在可以操作的层面展开,因为世界太大,现象太过浩瀚,学者必须使用某种研究方法加以把握,或依靠某种理论的指导。试想一下,当我们站在前人肩膀探索未知的同时,是否也已默认选择了前人脚下的土地及其观察世界的视角?从这一层面来看,所谓学术研究活动的本质在极大程度上相当于一种导向选择(guided choice),即由某种理念或理论主导的选择过程,它帮助学者在知识探索的过程中完成逐渐固定化、简单化的选择性关注、选择性分析与选择性研究。因此,将刻板印象的概念推衍至学术世界,指出“学术刻板印象”对于知识生产的重要影响,正为处于学术框架影响下的学术脉络的生成与流行提供了合理化解释。

四、理论整合的内在关系的实质

即使“选择”一词再三为本文所提及,该概念毕竟只是对这一脉理论特征高度抽象化的概括。作为一种媒介行为(media conduct),它受到诸多学者关注,但这种关注并非单纯地导向对显性媒介产品(media product)生产的分析,而是在更深层次展现着这些理论所内含的关系实质。用新闻传播学科的标准语汇表述,考察新闻生产与消费过程的“选择”并考量该理论的适用性和适用范围,我们关注的视角至少应包含以下五组因素的关系。这些关系又可以追溯到学科源头所设置的学术“框架”。在新媒体时代理清这些关系并表述其实质,有助于“浓缩”上文提到的各种相关理论。

第一,主观与客观。“当客观性的概念最早被引入新闻工作时,并没有暗示新闻工作者不受偏见的影响,而是恰好相反。……换句话说,客观性的最初含义是新闻工作者无法做到客观。”^[19]先在的刻板印象影响着新闻报道的选择,成为妨碍新闻工作者抵达客观彼岸的最重要因素之一。因此,事件也许是客观的,但经由各种“框架”的报道便带有主观成分,这就构成了“客观报道”一词的矛盾修辞——“报道”不可能“客观”,想要获得全然的“客观”,就不能仅依赖于“报道”。晚近学者的这些相关论述在不同程度上印证了李普曼关于“刻板印象”及其必然性的分析。

第二,现实与新闻建构。由《现实的社会建构》^[20]一书开启的“社会建构理论”说明:客观事实无法脱离人们所附加的主观意义而孤立存在;人们所经历的日常现实不单是面对事实和物体,也是被社会建构出来的。^[21]媒介化正是社会建构现实的主要途径之一,不论隶属于这一脉学派的隐喻或理论如何随时代的发展而更迭,它们的内涵实属异曲同工。新闻生产通过为受众拣选事实进而建构现实,而这种拟态环境的生产过程又为包括刻板印象在内的诸多因素所限定。拟态环境的环境化、普遍化既是新近学者的论述,又离不开“新闻是一种社会建构”这一命题的影响。

第三,信息搜集与信息扩散。媒介技术的发展为新闻生产机构带来了颠覆性变革,为了使理论的更新紧跟不断迭代的新闻实践,全球的新闻传播学者展开了不懈的研究与讨论。然而,万变不离其宗,那些建基于传统媒体之上的隐喻及理论虽然可能因时代的变革产生错位,但它们却并不全然因过时而毫无可取之处,至于新生的概念或理论,也非超脱于学术传统之外而独辟蹊径。因为不论科技如何发展,以“选择”为核心要义的理论脉络所关涉的中心议题总不外乎信息的生产与传播,即信息的搜集与扩散。在新媒体、自媒体时代,真正发生变革并引起学术关注的是信息搜集与扩散的行为方式,而非这对因素固有的内在关系。换句话说,选择什么信息,通过什么渠道传播经过选择的信息,这些环节的“把关人”和“把关”方式或许会因为技术而改变,但“把关(人)”的存在是不变的。人们通过层层“把关”得来的信息仍然形成了对外在世界一种选择性的建构。

第四,宏观与微观。从字面理解,信息选择所展现的是一种相对微观的媒介行为,但与此有关的传播过程及效果理论却具备了较为开阔的视野,它们充分涵盖了宏观与微观两个层次。一方面,从制造合意所涉及的极其宏观的意识形态框架到涵化理论视角下的社会主流化考察,再到议程设置所关注的媒体内容与受众总体的议程关联,均证明了新闻选择的宏观社会效果。另一方面,以新闻生产与传播过程为主要考察对象的隐喻或理论更多关注中观与微观层面的具体新闻框架。其实,不论已有的研究具体涉及哪一个层面,当赋予个体新式传播权的网络悄然改变着社会意识形态力量的分布时,我们有理由期待宏观与微观两个分析层面的融合。在舆论可能产生“一石激起千层浪”效应的社会语境中,何为“微观”,何为“宏观”,难以断然划分,需要进一步研究。

第五,集体本位与个人本位。这对概念关涉到上文所提出的问题之一,即学者“框架”的运用及其对学术思维的限定是否在学术意义上具有普适性。在跨文化交流学的对比中,以美国为代表的西方个人本位文化观认为“每个人都是独有的、特殊的,并且是与其他个体存在着根本不同的基本自然单元。……个人的利益应该是首要的,所有的价值、权利与责任都源于个人。”^[22]但甘斯指出了新闻生产中与此文化观相矛盾的现实:无论是作为受过专业训练的个体,抑或是新闻机构的重要组成部分,“新闻从业者都的确会运用新闻判断,但他们绝不是完全自由的行动者,而且无论在何种情况下,他们都不会将故事选择置于公然的意识形态基础之上;事实上,他们工作于特定的新闻机构之内,在新闻故事选择方面,这些机构只能赋予他们非常有限的自由空间,而这种自由空间又会被他们对于行业共享的价值观的忠诚进一步缩减”^[23]。记者或编辑个人在新闻生产和传播过程中所能发挥的作用着实不如西方主流文化所预设的那般强大,而限制性条件,无外乎前文所述及的刻板印象及其他相关因素。同样的矛盾也存在于以集体主义闻名的东方文化。中华文化更为看重组织与集体层面的因素,却并不妨碍如范长江、黄远生为代表的名记者脱颖而出。可见,新闻生产中有关机构的(institutional)与个人的(individual)因素不应截然割裂。

上述关系分析进一步揭示了决定新闻传播过程和效果的“选择性”原理,并且在一定程度上表明前文所开列比较的多种理论在不同的社会语境和文化维度内都具有解释力。面对需要主观建构的客观世界及其海量信息,受制于宏观和微观两种层次的思维模式,不论从事“建构”工作的是个体还是集体,一切的努力都始于“选择”也终于“选择”。从这个意义上说,传播学者和新闻记者都无可避免地囿于某种认知框架。在学术上,认祖归宗,最后还是要回到李普曼的早期论述。

五、结语

对于新闻传播学的研究而言,“框架”是一系列事关信息选择的理论;而对于新闻传播学的学者而言,“框架”又是他们的研究惯性,或“学术刻板印象”。

当我们取一则新闻事件作为样本,将它放置在一定的报道框架和解释框架内,“框”的意义便不言而喻了。这类“框架”由一系列其他事件的报道和解释所构成,对其中任何一则报道而言,其他报道都好比一篇文章或讲话的“语境”(context)。然而本学科的研究发展至今,这一新闻传播理论话语下的框架分析多为定量取向,大抵只能到达内容(content)分析层面,但现实的情况却是,内容与语境作为框架分析的两个基本要素,缺一不可。总的来说,传播过程与效果一脉的理论在研究视角上多囿于“选择”一域,在研究方法上也多定量取向,这虽精细化了传播理论本身,但却难免给人一种落入学术窠臼的印象。我们一方面应当明确,眼前的这条学术发展路径是学者在与人类固定思维模式的斗争中,站在前人的肩膀上将学术视野一点点地向外拓展的结果,但另一方面也应对现状有所察觉,从而警惕传播研究不平衡发展的危险。

概而言之,本文所述的隐喻或理论大多从传播过程和效果的环节入手展开研究,基于“人是理性的”这一基本前提,彼此之间并无本质区别。这些理论源于现代西方社会,它们隐含的基本信念结构如下:个体的社会行为是一种理性的选择;只要媒体能够提供“可靠”的、“客观”的现实图景,使用媒体的公众成员就能够在此信息基础上对“现实”做出“正确”的认知,从而决定自己的行动。本文的分析和论证展示了贯穿这一貌似复杂的传播过程的简单逻辑——选择。文献分析证实它们的确都是描述层层把关和环环选择的理论,关键在于不同的学者如何认识和界定把关人在信息选择时所依据的标准,及选择过程中不可避免的影响因素。而关于什么样的人被认为有资格从事“把关”工作和界定“把关”的标准,从李普曼的精英意识到大众文化的乐观论调,至今仍有争论。这些标准和因素是否具有跨越文化和跨越时代的共性与可比性则是值得进一步细化研究的课题。至于本文所进行的整合性分析是否可以反过来证明,这些关涉传播过程及效果的理论都是系统化的常识,在现实世界的传播实践中具有相当的普遍性,因而才造成异曲同工之效?它们是仅仅适用于诞生于其中的西方民主社会,还是具有普适性?答案不言自明。

正如美好音乐的传播效果之一是使人心灵宁静,真正有效的理论揭示或许并非产生更多理论,而是让读者觉得原有的理论壁垒或学术“框架”都悄悄“融化”,进而建立对理论整合的信心。

注释:

[1] Carey, J. W. *Communication as Culture* New York: N. Y.: Routledge 2009 p. 7.

[2] E. M. 罗杰斯《传播学史——一种传记式的方法》殷晓蓉译,上海:上海译文出版社 2002年,第243-254页。

[3] Cohen, I. B. *The Press and Foreign Policy*, Princeton, N. J.: Princeton University Press, 1963.

[4] 黄旦《美国早期的传播思想及其流变——从芝加哥学派到大众传播研究的确立》,《新闻与传播研究》2005年第1期。

[5] [15] 李普曼《公众舆论》,阎克文、江红译,上海:上海人民出版社 2006年,第263-296、85页。

[6] Chung, C. J., Barnett, G. A., Kim, K., & Lackaff, D., “An Analysis on Communication Theory and Discipline”, *Scientometrics*, 95(3) 2013 pp. 985-1002.

- [7] Bryant, J. & Miron, J., "Theory and Research in Mass Communication" *Journal of Communication*, 54, 2004, pp. 662-704.
- [8] 黄旦《新闻与社会现实》, 见盖伊·塔奇曼《做新闻》, 麻争旗、刘笑盈、徐扬译, 北京: 华夏出版社, 2008年, 第2页。
- [9] 布莱恩特主编《媒介效果: 理论与研究前沿》, 石义彬译, 北京: 华夏出版社, 2009年, 第36页。
- [10] Herman, E. S., Chomsky, N. *Manufacturing Consent: Political Economy of the Mass Media*, UK: Vintage, 1995.
- [11] Mack, A., "Social Research", *New School for Social Research*, 45(2), 1978, pp. 256-266.
- [12] Defleur, M. L., & Rokeach, S. B., *Theories of Mass Communication*, White Plains: Longman, 1989, pp. 228-271.
- [13] [18] 陈熾如《心传: 传播理论的新探索》, 厦门: 厦门大学出版社, 2010年, 第207、212页。
- [14] 黄旦《舆论: 悬在虚空的大地》, 《新闻记者》2005年第11期。
- [16] Bødker, H., "Journalism as cultures of Circulation", *Digital Journalism*, 3(1), 2015, pp. 101-115.
- [17] Shoemaker, P. J., & Reese, S. D., *Mediating the Message*, New York: Longman Publishers, 1996.
- [19] 比尔·科瓦齐、汤姆·罗森斯蒂尔《新闻的十大基本原则》, 刘海龙、连晓东译, 北京: 北京大学出版社, 2014年, 第98-99页。
- [20] Berger, P. L., & Luckmann, T., *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*, London: Penguin Books, 1967.
- [21] 何明智《浅析现实的社会建构理论及其在媒介研究中的应用》, 《新闻三昧》2008年第11期。
- [22] Samovar, L. A., Porter, R. E. & McDaniel, E. R., *Communication Between Cultures*, Boston: Wadsworth, 2007, pp. 193-194.
- [23] 赫伯特·甘斯《什么在决定新闻》, 石琳、李红涛译, 北京: 北京大学出版社, 2009年, 第97页。

[责任编辑: 廖哲平]

Rethinking Scholars' Frame: Integrating Theories of Communication Process and Effects

CHEN Yan-ru, XIE Xin

(School of Journalism and Communication, Xiamen University, Xiamen 361005, Fujian)

Abstract: The purpose of this paper is to rethink the "frame" in news production and communication theory production. The concept of stereotype proposed by Lippmann and other related research results are crucial to the theories of communication process and effects. On the one hand, they are the key points of information selection and explain the news production process; on the other hand, they use the way of "guided choice" that restrains the theoretical imagination in the fields of communication process and effect, as theories mentioned in this paper generally refer to "information selection". We endeavor to explain these two points and then ferret out the inner relations between those theories through five pairs of concepts: objectivity and subjectivity, reality and news construction, information collection and diffusion, macroscopic and microcosmic viewpoints, collectivism and individualism.

Keywords: information selection, stereotype, communication effect, frame