

大众传播理论课程中的多样性^①

[美]多米尼克·L·拉索萨/著 王哲平 陈璐/编译

摘要：从知识论的观点来看，社会科学一直是多样的，其特征表现为多重的方法、进路、学科、范式、民族传统以及作为基础的政治和社会哲学。大众传播研究常常包含一些多样性变量。多样性通常包括年龄、残疾状况、种族、性别、政治意识形态、民族、地区、宗教和性取向等元素。虽然大众传播理论本身可能不是使用多样性相关术语构建的，但却能被用来解决重要的多样性问题。文章旨在阐明，我们可以怎样利用那些著名的大众传播理论来促进我们关于多样性相关问题的知识。

关键词：大众传播；课程；民族；种族；多样性

作者简介：王哲平，男，教授，文学博士。（浙江工业大学 人文学院，浙江 杭州，310023）

陈璐，女，传播学硕士生。（浙江工业大学 人文学院，浙江 杭州，310023）

中图分类号：G206.3

文献标识码：

文章编号：1008-6552 (2012) 02-0082-08

在大众传播的研究中，常常包含民族、种族和其他多样性变量，因而人们认为传播理论能告诉我们许多关于大众传播过程和影响的多样化知识。但是，如布拉姆利特·所罗门和利布勒在他们关于民族的书中所言，“尽管许多研究都审视过媒介和民族问题，但这些研究几乎都是没有理论依据的。”^[1]他们认为，媒介理论文本迟迟不能纳入媒介和民族的实质性讨论中，这加剧了这一问题。虽然布拉姆利特·所罗门和利布勒讨论的只是种族多样性，但却有可能在除了种族以外的其他多样性方面得出相同结论。多样性的这些其他方面有哪些？这个问题恐怕难以一语定论。

恰如汉、威英格德和钱恩斯所言，“多样性包括什么，没有单一的标准。”^[2]但对于基本要素仍存在一些共识。他们所调查的受访者指出，多样性通常包括以下元素：年龄、残疾状况、种族、性别、政治意识形态、民族、地区、宗教和性取向。他们还指出与聘用条件紧密相关的其他元素（例如：工作经验、学术领域和最高学历）。另一些研究者还把其他一些要素纳入其中（例如：收入水平、阶层或父母的社会地位），并且扩大了它们的外延（例如：体能或性格特征）。因此，尽管不能明确地将多样性的要素穷尽，但是至少可以弄清研究者最常指出的一些主要特征。

有种观点认为，许多涉及多样性相关特征的大众传播研究都是没有理论依据的，这是对大众传播研究的一种严重指控。科学的目的是解释事物并加以预测。这就要借助理论来完成。仅仅描述事物的研究本身可能是有用的，它也可能成为构建理论重要的第一步，但是描述本身却不能解释或预测什么。举例来说，培养理论就是基于以下的假设，即“电视世界”和“现实世界”有着重要的系统性差别。有时某些社会群体会被电视放大或缩小，或者是主要以特定的方式进行描绘（如描述为罪犯或受害人）。因此，推进培养理论的首要一步就是区分“电视世界”和“现实世界”在这些方面的不同之处。

然而，许多其他大众传播研究对媒介内容只是为描述而描述，并没有将这些描述与理论联系起来。例如，研究表明，新闻编辑室并没有种族或民族上的差异。如果你就此停下脚步，那么研究也就只是描述这一现象。而理论会提出是什么因素导致了编辑室的多样性，或者是编辑室的多样性产生了什么

① 本文英文题名为 Diversity in Mass Communication Theory Courses, 发表在美国《新闻与大众传播教育工作者》(Journalism and Mass Communication Educator) 2002 年秋季号 (v57 n3 p244-59 Aut 2002) 上, 译介时有删减。

影响,抑或作出其他一些与编辑室多样性相关的解释或预测。如果我们要了解大众传播与多样性的关系,我们不光需要描述,还需要理论的帮助。

虽然大众传播理论本身可能不是由多样性相关术语所构建的,但却能被用来解决重要的多样性问题。本文旨在表明,我们可以怎样利用那些著名的大众传播理论来扩充关于多样性相关问题的知识。

认 知

据布拉姆利特·所罗门和利布勒的观察,大众传播研究显示,人们会选择性地理解信息,所以他们对于信息的解码可能会明显不同于发出者对信息的编码。布拉姆利特·所罗门和利布勒通过一个研究实例来说明人们在面对漫画和电视节目中的种族歧视信息的时候,会有怎样的不同理解。

进一步探索这一议题的方法之一,就是观察影响认知的心理因素。这些因素可能基于过往经验、文化期待以及态度等。

基于经验的心理因素

我们的经验来自于我们的过往,它会引导我们做出对现在和未来的假设。于是,与摆尾狗的友好碰面会使我们在遇到下一只的时候也抱有同样的期待。重复的经验会加强我们的这种预设。正如施拉姆所说,当两个人分享彼此的经验时,他们的沟通更有效率。他提出了“经验场”的概念,并注意到,两人间分享经验的重叠度将影响到他们沟通的难易程度。对于施拉姆而言,沟通不仅仅是信息从发出者传递到接收者的简单过程。这样的信息传输模式会使我们将沟通者的工作误解为简单的“将信息传达出去”。然而,人际传播,实际意义要远大于字面意义。当沟通不仅仅是单向的信息传递而是一种互动过程时,信息发出者和接受者的观点交锋是最有效率的。也就是说,你不了解你的听众,也就无法很好地与其沟通。那些有着不同经历的人可能无法成功沟通,因为他们的认知都来源于他们不同的预设。这便容易引发对新闻编辑室的多样性及其他多样性相关问题的重要性讨论。

文化期待

在某种意义上,文化期待只是过往经验的一种形式,但是由于它在沟通过程中的重要性,应当被区别对待。巴格比的一项具有说服力的研究,表明了文化期待对认知的影响。研究显示,墨西哥公民和美国公民由于他们熟知的事物在文化优势上的不同,造成了认知上的不同。换言之,人们往往在看待他们比较熟悉的事物时会更迅速和清晰。另一个例子就是通用汽车公司在墨西哥销售雪佛兰“新星”(NOVE)的案例。通用公司的人想当然地认为他们可以将业已成功的营销策略简单地移植到另一种文化土壤中。然而现实情况是,在美国市场销售得不错的车辆,到了墨西哥却遭遇了滑铁卢。也许坏就坏在“NOVE”这个名字在西班牙语里的意思——给车辆取名“不运行”也许不是个明智的决定吧。问问你的学生们,“你会买一辆名叫‘雪佛兰柠檬’的车吗?”最近,一家制鞋公司遇到了麻烦。原因就是他们在推广一款女式运动鞋时使用了名字“Incubus”,他们没有意识到这个词可以表示为夜间性侵犯女性的恶魔。

态 度

态度也许会对我们的认知产生强有力的影响。Hastorf 和 Cantril 的一篇名为《他们看待一个游戏》的文章很好地说明了这一点。文章描述了一场重要的有争议的足球赛后,双方球迷给出了不同的感想。同样的态度认知效应也体现在总统辩论会后,去询问那些铁杆支持者对谁将赢得这场辩论的看法。另一个例子是,报纸总是试图对一个政治集会做出准确的评估,以便表明主流的立场主张。这是一场“百万人大游行”还是“五千万人大游行”?答案似乎决定于你问的是谁。在墨西哥的蒙托雷,当执政

党和其他政治权威（如警察）经常对群众的 PRI 集会规模进行大方估计时，当地具有影响力的日报的编辑昆内特拉诺特，则努力着手解决这一问题。该日报决定使用航空拍摄和系统网络的方法来得到更精确的数字，而不是让那些受态度影响而改变认知的人们来进行评估。布拉姆利特·所罗门和利布勒所选择的两个案例——种族主义漫画（“Mr. Biggott”）和电视节目（“All in the Family”）也能够说明态度影响了认知。

除了选择性理解能够影响我们的观察和描述能力，记者和其他大众媒介传播者还将受到别的心理过程的挑战。这些心理过程包括选择性接触、选择性注意和选择性接受。我们更倾向于发现那些我们可能认同的信息，谨慎地处理这些信息，保留这些信息。若将两个国家的教科书进行比较，去分析它们对待冲突的不同方式，这时，选择性记忆的力量就显现出来了。例如，韩国领导人最近就指控日本在初中教科书中粉饰二战中的暴行。另一个例子是美墨战争，美国人似乎大多不愿记起，而在墨西哥，“美国入侵”几乎人尽皆知，而且不容忘却。

这些案例说明了一个事实——我们的认知（字面意义上而言），会受到我们的经验、文化背景和态度的影响。只有我们认识到这一点，才能在收集信息及表达的时候加以防范，不受其干扰。

语义学

当我们的认知能力对我们的沟通能力造成重大阻碍时，同样地，语言沟通能力也可能成为令人生畏的障碍。也就是说，如何把我们的想法准确地翻译成语义符号并试图让我们的听众按照我们的方式去理解，这个不容易做到。这涉及到语义学的范畴，看到这里有些人会说，“哦，这只不过是语义！”似乎以此来贬低语义的重要性。然而正是在这些地方，给传播者们带来了许多麻烦。《通用语义学》认为，我们用什么样的字眼沟通表达，就代表什么样的东西在我们的文化中占主导。这里有一个经典的案例，住在北极圈附近的美国原住民们，他们用许多不同的词语来形容不同类型的积雪。任何人如果在靠近北极的地方过冬，必然很快明白“冰雾”的重要，而住在南德克萨斯州或者佛罗里达州的人则很少需要知道。在美国，“叔叔”这一词，可以用来称呼我的父亲或母亲的血缘兄弟，同时也可以用来称呼我父母的姐妹的丈夫。这是因为这种区别，即血亲和非血亲，在美国文化中并不重要。然而，在有些文化中，这种区分相当重要。因而在这些文化中，人们会用不同的词来称呼不同的“叔叔”。所以，我们可以观察一下自己现有的语言体系，就可以辨别什么在我们的文化中是被重视的。这不是说我们有什么是不能说的，只是说明我们比其他人创造了更多的词汇来区分和描述。我也可以用“我母亲的妹夫”这样的词汇来表达“叔叔”的意思，只不过这样更费时费力一点。如果某种事物的区分对于我们的文化来说是非常重要的，那么就创造一个词汇来加以区分，以便更好地沟通。

这个领域很容易产生性别歧视的问题。比如在摇摆的 60 年代，我们讨论的是“换妻”而不是“换夫”。我们把警察叫做“policeman”，把消防员叫做“fireman”、把主席叫做“chairman”，这样叫了好多年。现在的体例告诉我们说，我们应该把他们叫做“police officers”、“firefighters”和“chairpersons”。有时候，学生们说这种做法只不过是试图使其“政治正确”。可以细想一下为什么他们用“政治”来修饰“正确”？他们所表达的真正含义是什么？也许答案是“这只不过是语义学”？

《通用语义学》同时也指出了有关多样性问题的重大语言误用问题。其中一个类型的语言误用是“定义不当”，也就是我们所常说的思维绝对化或泛化。泛化的一种具体表现就是——成见，即无法区分同类之间的差别。试图将事物分类可能是人类的天性，但是当我们把所有成员都同一化的时候就是误入了歧途。

《通用语义学》所指的另一种语言误用就是所谓的“二元价值评判”，也就是我们常说的非此即彼的思想。举个常见的例子，一个编辑经常会说“给出故事的两个面”，这意味着故事只有两个面。但事实是故事可能三个面、四个面或者更多个面。有一个与多样性相关的很好的例子，来自于一本考古学的书《圣杯与剑》。书中探讨了一个问题，即是否所有的史前社会都是父系社会（男性掌权）。这是

19世纪到20世纪初考古界的普遍共识，谁也没有发现史前社会有母系统治的任何证据。“如果没发现母系统治，那么势必是父系统治了。”这是那个时代的普遍想法。然而最近有些新发现表明，一些史前社会既不是母系也不是父系统治，而是男女平等的社会。

态度和行为

大众传播面临的另一个障碍是态度和行为的一致性问题。虽然态度会影响认知，但还有一个重要的问题是态度是如何影响行为的。有一篇提及这一问题的文献，其中有一些值得思考的讨论。多年来，人们只是简单地假设态度会导致行为发生，这就是为什么社会心理学家会花如此多的时间来研究态度，（当我们只需询问他人的态度时，为什么总要特意去观察他们的行为呢？）然而，当研究者终于可以进行实际调查时，他们会惊讶地发现人们通常是言行不一的。一项巧妙的且具有揭示力的研究显示，根据人们所说的来推断他们行为的做法是危险的，拉皮尔揭示了这一点——其实人们并不常常按照他们所说的去做。在20世纪30年代早期，当时反亚裔的氛围比现在要浓厚得多，拉皮尔向遍布美国的251家酒店及餐厅发放问卷，问他们“你们会接受一些中国人成为你们的顾客吗？”他收到了128份回复问卷。这其中，91%的酒店和92%的餐厅表示不能接受中国顾客。然而，此前的6个月，拉皮尔曾和一对中国夫妻共同游访美国，拉皮尔借此机会观察了那251家酒店和餐厅是否会接受这对夫妻。结果是这对夫妻仅被拒绝服务过一次。对于案例中态度与实际行为的明显不一致，我们可以想到不止一个理由。问卷不能保证绝对的准确，例如，不能保证那个愿意提供服务的人就是回答问卷的人。同时，我们也可以想象，相比直接面对一个潜在客户，回答一份客观问卷更容易流露出种族偏见。即便一个人真的不想提供服务，他也可能会硬着头皮去做，而这样做仅仅是为了避免可能的尴尬甚至是敌意冲突。然而，这项研究结果清楚地表明，态度与行为的不一致不仅可能会发生，而且是在某些特定情况下肯定会发生。由于记者们时常依赖于人们说了些什么，这一调查结果就更能得到印证。更令人不安的是，在某种程度上，记者们通过网上投票和调查来了解人们所思、所感和所为。当遇到的问题是具有社会称许性时——也就是说当被访者察觉到某种特定回答会更符合社会期望——他们就会倾向于这样回答，哪怕这并非他们真实的所思、所感和所为。因此，在一项调查中显示，人们喜欢夸大自己曾经参与政治投票的次数（根据实际投票人数比对），因为人们认为参与投票是符合社会普遍期望的。即便如此，拉皮尔和其他的一些研究显示，人们还是更倾向于言行一致，哪怕被视为“政治不当”。实际上，事实胜于雄辩。

群体动力学

如果人们生活在真空中，那么社会期望就不是问题。但是人类是一种社会动物，正因为如此，群体动力学才对我们产生重要影响。这里讨论的主题是一些长期既定的准则：群体在建立和影响规范方面的重要性（如谢里夫的动感光实验）；群体压力对个人判断的影响（如阿什的线条长度实验）；人际群体沟通对媒介效果的影响（如莱文的食物习惯研究）。奇怪的是，讨论群体动力学问题很少提及多样性相关的问题。然而，在这一主题中出现多样性问题似乎尤其重要。研究群体动力学往往涉及处于不同位置的对象——个人（少数）面对群体（多数）。

看群体动力如何发挥作用，一个很好的例子就是那些非洲裔美国人和白人对辛普森谋杀案审判结果的不同反应。因为记者们事先知道该判决将宣布，于是他们在各个地方布位以便观察公众的不同反应。比如，一家电视台分别在以黑人为主的大学和以白人为主的大学宿舍中放置了摄像机。当电视上宣布了判决，两组实验的学生的表现是截然不同的。虽然许多黑人学生认为辛普森有罪，但是这组学生在听到无罪宣判的时候几乎都拍手称赞。屋里至少有一部分人可能并不那么认为，但当时小组的形势使他们的感受被忽略了，而多数人的感受则占据上风，致使他们的感受看起来比实际要强烈。同样地，在白人学生中可能有一部分人是认同无罪判决的，但是，再一次地，表面上强烈的反应并不

代表真实情况。一个人在群体中如果感到自己的意见是非主流的，那么他的声音会越来越小，这就是沉默的螺旋理论。在群体动力学的相关作用下，群体成员可以明显感到自己的意见是主流还是非主流的。然而，学生对这种关联的感受程度因老师而异。比如，将学生们放置到与他们平时的主流或非主流相反的位置上，这样他们就能从一个不同的角度来体验群体动力学。

创新扩散理论

创新扩散理论认为，接受一个新观念或措施是一个可观察的过程，它是在一个可预见的阶段借助社会体系来传播的。这里要强调一个原则，即异嗜性的重要性，也就是在不同于自己的人们面前表现自我。这个观点与卡茨的“意见领袖”^[3]的概念有某种程度的共鸣。“意见领袖”是指那些通过在他人的面前展现不同的自己以对他人的产生影响的人。这似乎有些道理，虽然我们在与跟我们相似的人中相处感到更舒服，但我们也倾向于向那些与我们不同的人身上学习新东西。意见领袖往往表现得与大众媒介更贴近——这是了解新事物的另一种方式。从某种意义上说，学习可以被看作从不熟悉到熟悉的过程。这样的思维方式当然可以助长多样性的发展。

议程设置理论

麦克斯和肖的议程设置理论认为，新闻媒体在报道中强调某些问题或忽略某些问题，从而可以使一些问题较为突出。这里强调的一个原则是公民新闻（或公共新闻学）的概念以及怎样利用议程设置的方法来发现那些社会真正关心的问题，以便我们在这些问题上更好地解决。这种“自下而上”的选题方法与目前大部分编辑仍坚持的传统的“自上而下”的方法大相径庭。一些编辑认为“公共新闻”篡夺了他们的责任，但同样，这不是要采取非此即彼的方法。编辑们仍然可以保持他们的编辑职责，即通过观察观众或读者想要什么信息来帮助他们选题，而不是取代所做的决定。难以想象的是，为什么编辑认为他不能只受益于观众所反映的信息。

知沟理论

蒂奇纳、多诺林和奥利娅的知沟理论认为，随着大众媒介传播信息越来越便捷发达，部分社会地位较高的人们在接受信息的时候比社会地位较低的人们要快，因而在这两部分人群之间的知识鸿沟就越来越大而不是越来越小。这里要强调的一个原则是动机的作用，同时对于记者来说，让他们的读者相信由他们所传递的信息是有意义的，这非常重要。如果一个文字记者写东西瞄准的是所有人，那么他其实瞄准不了任何人。然而，当一个记者的目标是，传播的信息是对某一特定读者有影响的，那么读者将会更乐于关注并给出相应的反馈。“数字鸿沟”是知识鸿沟在网络世界的变式。虽然有证据显示，性别数字鸿沟和年代数字鸿沟正在缩小，但是仍然存在一个值得重视的种族鸿沟，这个鸿沟主要是由经济基础决定的（下文中的价值理论将对此进行详细阐述）。

价值理论

价值理论认为，所有人都几乎秉持同样的价值观，只不过在排序上有所不同——也就是每一种价值的重要性不同。该理论认为，通过向人们展示他们价值结构的不一致（即他们是怎样排列各种价值的），可能使他们做出改变。一项研究利用“美国人的价值观测试”——一档30分钟的电视节目，来说明价值理论是如何作用的。该节目表明，美国人非常看重自由，不是非常看重平等。在收看节目之前，让学生们对自己的价值取向进行排序，就有可能使他们注意到自己持有不一致的价值结构。价值理论在种族和多样性方面也能起到作用，因为它揭示了在黑人与白人之间，认知的不同通常是由财富的差异引起的。价值理论显示，较富裕的黑人和白人拥有相似的价值结构，这与贫穷的黑人和白人是不同的。

沉默的螺旋理论

沉默的螺旋理论认为，媒体常会告诉我们什么观念是时下最流行的、最主流的，以及正在越发变得强势的。这样，当一个人认为自己的想法出于弱势的时候，就会因为害怕社会孤立而不敢大胆表明。这使得其他人也不敢开口，从而形成了一个沉默的螺旋。这里要强调的是，在特定条件下，顶住这种沉默的螺旋是有可能的。这让我们想起群体压力与少数声音的重要性的观点。毕竟，在当今也许被绝大多数所接受的观点曾几何时可能是极不受欢迎的。事实上，从理论上讲，每一种新的观念都曾被认定为不受欢迎。路易斯·巴斯德因为提出一种无形的东西（微生物）正在使人们生病而被赶出法国科学院；罗莎·帕克斯因为相信自己享有坐公共巴士的权利而被逮捕；巴斯德和帕克斯曾经是少数群体中的一员，然而他们的理念，就在某个时间，一下子变得流行起来。

第三人效果理论

戴维森第三人效果理论认为，人们往往觉得他人受到媒介的影响要大于自己，这种想法会影响他们的行为。这有助于解释媒体审查制度。举个例子，基于我所拥有的某种理性或学识（如政治见解、媒介素养），我确信自己对媒介具有免疫能力，但是你们，可怜无知的人，是极易受到影响的。因此，我必须保护你们。为了确保你们的幸福，我必须尽职尽责地观看那些对你们有害的电影，并给它们贴上标签，以确保你们看不到它们。一个第三人效果的很好的例子，是非裔美军在二战时期驻扎硫磺岛的案例。日本方面在美军中散发传单，呼吁他们不要参加“白人的战争”。这个黑人部队的白人指挥官们，开始担心这些信息对黑人部队可能产生的影响并将他们全部撤离硫磺岛。这些白人军官并不相信那些消息，但是他们担心黑人士兵们会相信，尽管事实表明，没有证据显示那些黑人在收到传单时与白人军官有何不同反应。这些媒介审查制度的实例与第三人效果理论所展现的，是一种根深蒂固的家长派作风，它认为你和我都比第三人更了解媒体。事实上，了解第三人是否真的与我们那么不同，可能更有意义些。

媒体框架理论

媒体框架理论认为，媒体选择一种可替代的方式来构建一个故事，这种构建故事的方式能够影响到观众（或听众读者），致使他们以一种特定的方式来思考问题。当然，这是政治化妆师的首要任务。冷战时期，大多数国际和部分国内问题都被构建成共产主义威胁，即使他们与共产主义威胁没有任何关系。这种框架理论使得美国联邦调查局有理由（至少对自己是这样）对某些文件实行保密，例如，民权领导人的性生活。这种框架理论使得好莱坞大佬们把那些拒绝履行宪法权利的演员和编剧列上黑名单。这种框架理论使得学校管理人员得以说服学生躲在教室的桌底下来逃过一场核袭击。媒体框架理论的一个要点是他们常常把事情归因于责任感。重要的是，他们往往使人相信，个别人（如无家可归者）比整个社会更应该对某些问题（如社会政策的不公）负责。此外，研究显示，往往不是有意识的偏见而恰恰是传统的新闻规范与实践将某些社会群体框架化，例如对于非裔美国人的框架化——对于黑人的描绘往往很单一而且负面描绘要比白人多得多。

培养理论

培养理论认为，经常看电视将会导致人们形成一种越来越可怕的世界观，因为通常而言，“电视世界”要比“真实世界”更为可怕。根据该理论，电视传达着一致的信息，那就是谁拥有权力，谁处于危险，并且处于危险的人们通常都是女人、少数种族、老人和穷人。因此，经常看电视会培养人们害怕的情绪，特别是对于上述人群来说。在卡茨眼中，培养理论是“意识形态效果理论”的一种例证，就像格拉斯哥大学传媒研究团霍尔和塔奇曼的这些理论一样。但是格伯纳和同事将他们的思想框定在

一种具有实证检验力的社会科学理论中，所以培养理论常常被认为是与其他理论完全不同的理论。尽管如此，所有的这些理论都能提供一些重要的见解，从而帮助人们深入了解大众传媒是如何被那些当权者所利用来维持自己权力的。此外，当其中的一些理论可能难以得到实证检验时，这也可能说明，一种思想越是难以被证实，那么它可能越重要。如此而言，这也成为学习这种理论另一种有力的支持。

媒介霸权理论

媒介霸权理论认为，社会的执政阶层控制大众媒体，然后再将这种控制力施加于社会的其他阶层。记者是社会化的产物，它是为了迎合统治阶层和“以每天都奋力思考为统治阶层作贡献为常规的阶层”而应运产生的。^[4]据说，有时如果你不是解决方法的贡献者，那么你就是问题的部分来源。这似乎就是大部分人的立场。他们认为重要的社会机构（例如大众媒介），除了成为当权者玩弄于股掌之中的工具外，便无其他能力。不论这些观念是如何精辟，事实上，很多人都认为，这些观念已经足以合理得让大众传播者仔细思考他们的传播影响。因为当传播者想要接近观众群体时，其中至少有一部分观众会怀疑大众传播者的企图。在美国，执政阶层大多由富有的男性白人组成，而其余的则是以各种不同途径组成的边缘群体。这些方式通常都很微妙，但有时也非常残酷。他们时常很明显，但有时也很隐蔽。根据媒介霸权理论，媒介与其他权利中心合谋，目的就是为了传达执政阶层的意愿。罗斯科·丹金的案例就是一个典型。罗斯科·丹金是一名非裔美国报纸的编辑。他在俄克拉荷马城主编的《黑色调度》在非裔美国人中成为全国性流行报纸。获得如此大的成功，是因为《黑色调度》的报道覆盖了被许多主流媒体所忽视的公民权利问题。在二战期间，FBI试图控制罗斯科·丹金的煽动报道。当然，这是冷战建立导致的另一种例证，这种建立是由联邦政府导致的，而不是新闻媒介形成的。

使用与满足理论

使用与满足理论认为，媒体受众不是任由记者投掷信息的一个庞大的蠢人群体，而是一个由不同需求和满足形成的更为活跃的各种不同类型的群体。当大多数的大众传播理论将集中探讨媒体对人们做了什么（例如传媒效果）时，使用与满足理论的研究却是人们利用媒体来做什么。这种理论强调的有两点，一是满足所有受众群体的需求，二是媒体无能为力的状况。这些状况包括，媒体不知道受众是谁、受众如何使用媒体以及受众使用媒体寻求什么满足。尽管使用与满足理论常常会被用来与媒介效果理论相比较，但受众的多样性是理解媒介效果理论的关键因素，这是区分两者较好的立场点。三个例子可以证明这一点。

第一个例子是相当成功的“不要弄脏德州”的防垃圾运动。这场运动的集中点在于对垃圾问题负责的部分公众——年轻男性。早期的普通受众的运动游行（例如“木质猫头鹰”组织说的“给予一投，不要污染”）通常都效果甚微，因为他们没能设定正确的目标群体。从防垃圾运动中学习的经验就是，第一次找到了目标受众以及目标受众是如何看待问题的，而不是假定你所思考的问题就是目标受众所思考的东西。

第二和第三个例子与种族和多样性问题直接相关联。电视公共服务公告所设计的“停止暴力”常常被认为是一种非常好的做法，但事实上它却收效甚微。1994年，一些受过良好教育、善意的研究人员、决策者和电视行业的领导者，在一间房里观看了非常吸引他们目光的公益广告。有一个印象非常深刻的公益广告，画面里一把上了子弹的枪和一个小孩在很高的椅子上。观众就目不转睛地将注意力集中在屏幕上，好像子弹会不可避免地穿越出来。其他公益广告集中于帮派暴力的致命游戏的其他方面，传达的意思都很清晰：如果你要从事于帮派暴力，那么你就是拿自己的生命、朋友的生命和一个无辜的旁观者的生命在冒险。但是，在为这个反枪运动咨询合适的目标观众——年轻的城市男性后发现，不像大多数的其他人们，这些观众认为暴力致残要比暴力致死更为可怕。对于城市的年轻男性而言，最终的威慑并不是死在棺材里而是下半辈子长期限制于轮椅上。同样，反烟运动引起年轻女性关

注的方法不是呼吁看似“合理”的吸烟致死,而是集中在吸烟的其他方面,例如吸烟导致年龄老化的问题。关键是基于我们在认知、态度和行为上的相互差异。如果我们想锁定一群特定的观众,那么我们一定得从观众的角度进行思考,从感觉和行为的层面而不是我们所思考的意义层面来调整我们要传达的信息。

地位确认理论

拉扎斯菲尔德和默顿的地位确认理论认为,新闻媒介传播一个人的地位,仅仅通过点名的方式。这个观点强调的是,大众媒介倾向于提及某种人而忽视其他类型的人,并且这种识别的模式可能存在系统性的偏见。一个较好的例子就是ABC的一个5年的调查研究“工作日的人们或工作的人们”。毫无疑问,最终大多数的人都是白人、男性和知名人士。

媒介规范理论

通过比较自由主义新闻理论和集权主义新闻理论,或许可以检验自由主义新闻理论的优势是如何被接近权所破坏。尽管从理论上而言,自由主义理论是一个好的想法,但是自由主义原则在现实中无法达到,因为它存在着是否能平等接近新闻界的实际问题。社会责任理论没有解决这个问题,是因为它认为,新闻界必须要找到一些机制,能够让那些一直以来被拒绝的人有机会接近新闻界。新闻自由委员会、全国民事骚乱咨询委员会和其他相关报告的想法在这里都得到了广泛的共鸣。

结 论

1984年,新闻与传播教育认证委员会建立了12条认证标准,并将新闻与传播课程教育需要包含多样性内容列入要求之中。1992年认证标准修订后,开始要求课程“能够帮助学生理解并阐释多元文化、多民族、多种族且多样性的社会”^①。尽管有相当多的大众传播课程逐渐提出改进,在课程中增加多样性内容,但并没有一门大众传播理论课程如此明确地提出这样的改进。

本文探讨了把多样性相关问题吸收到大众传播理论中的多种方法。通过举例论证,说明了现代大众传播学理论与多样性有着一些重要的联系。这个结果让人感到惊奇,而大众传播学本身就很惊奇,因为通过定义,大众传播学能够处理大众的传播问题。在传统观点里,“大众传播”定义中的“大众”,意味着一个很大、毫无差别、合并的人群。因此,一个大众传播者试图想要“了解这样的大众”。然而,没有一个大众传播者真正认为,他或者她正在和一个无明显特征的大众沟通。关于大众我们了解的第一件事情,就是大众是由具有差异性的群体组合而成的。大众传播竭力达到相互联系但又松散的大众群体。如果大众传播肯定与某些事物有关,那么就是多样性。

除了教授学生大众传播理论如何能够处理与多样性相关的问题外,一项附带的益处在于把这些资料融入理论课中,其中部分学生将会继续变成教育者和研究者。我们将会依靠他们建立一个更新更完善的理论,从而将这一理论传授给未来的生活在一个复杂的、多元文化和多样世界中的下一代。

参考文献:

- [1] S. 布拉姆利特·所罗门, C. M. 利布勒. 在种族相关问题的研究加强理论学习[J]. 新闻与大众传播教育者, 1999(54): 73-84.
- [2] L. G. 汉, M. 威尔格德, S. 柴恩斯. 多样性之于教授的意义[J]. 新闻与大众传播教育者, 54期, (1999): 51-67.
- [3] E. 卡茨. 传播的两步: 一个关于假设的最新报告[J]. 公共舆论季刊, 1957(21): 61-78.
- [4] W. A. 嘉姆逊, D. 斯克罗托, W. 海宁思, T. 萨斯逊. 媒介形象与现实的社会构架[J]. 社会学年度回顾, 1992(18): 373-393.

^① 新闻与大众传播教育认证委员会. 新闻与大众传播教育认证, 1991—1992年, (哥伦比亚, S. C: 新闻与大众传播教育协会, 1992年)。