

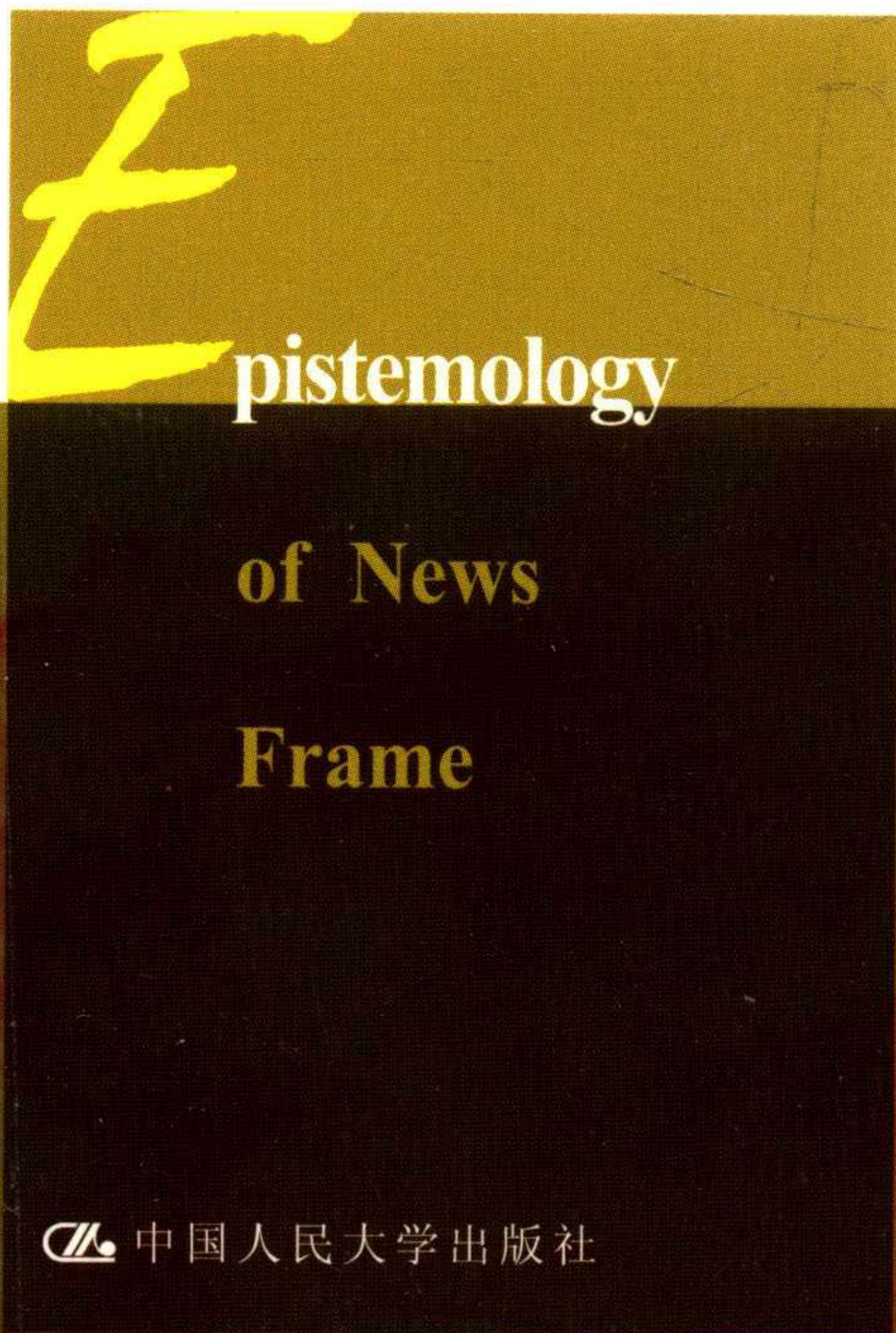


新·闻·传·播·学·文·库

新闻框架论

传播主体的架构与被架构

肖伟 / 著

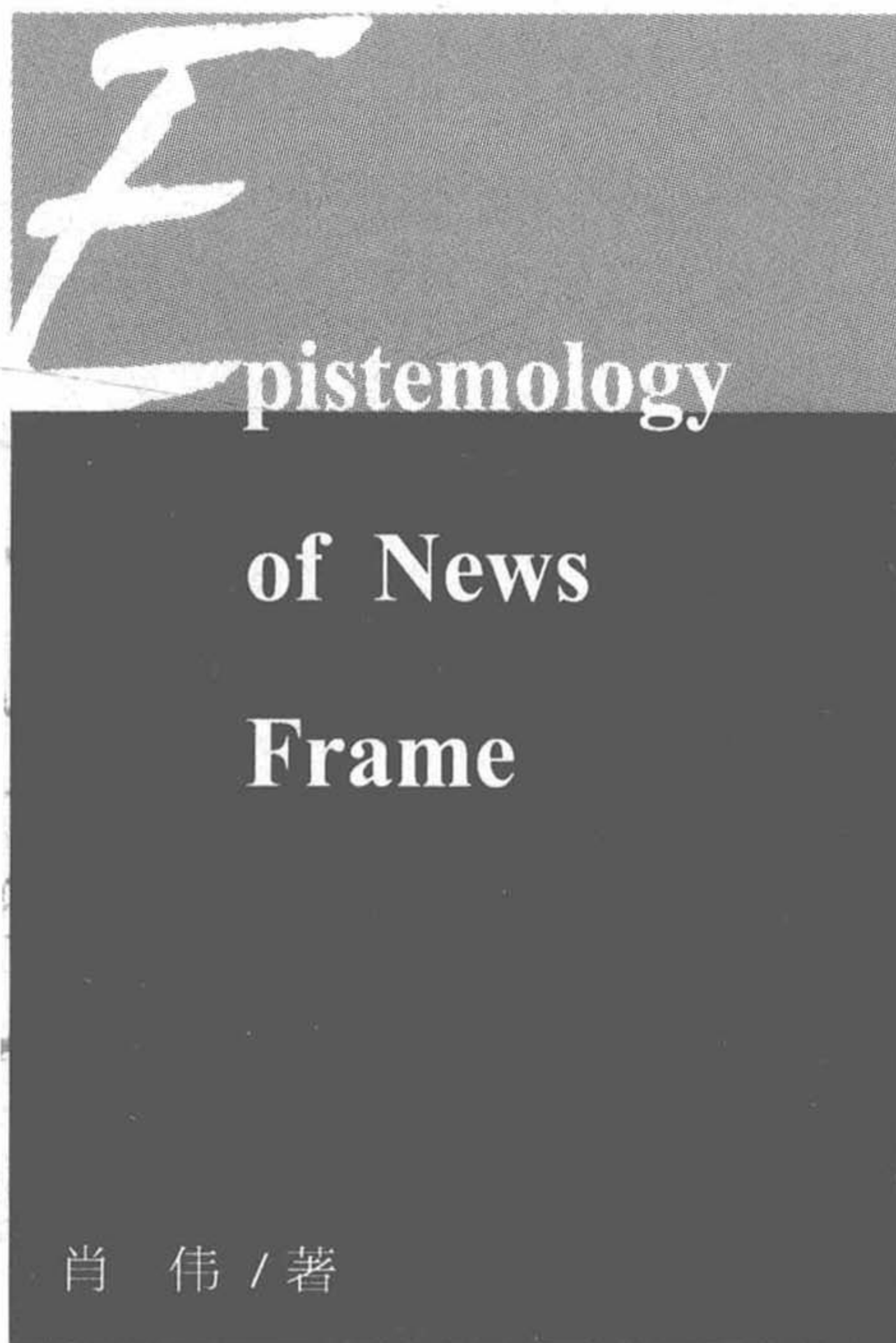


中国人民大学出版社

新·闻·传·播·学·文·库

新闻框架论

传播主体的架构与被架构



中国人民大学出版社
·北京·

图书在版编目 (CIP) 数据

新闻框架论：传播主体的架构与被架构/肖伟著. —北京：中国人民大学出版社，2015.3
(新闻传播学文库)

ISBN 978-7-300-20948-7

I. ①新… II. ①肖… III. ①新闻学—传播学—研究 IV. ①G210

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 039251 号

新闻传播学文库

新闻框架论

传播主体的架构与被架构

肖伟著

Xinwen Kuangjialun

出版发行 中国人民大学出版社

社址 北京中关村大街 31 号

电话 010-62511242 (总编室)

010-82501766 (邮购部)

010-62515195 (发行公司)

网址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com>(人大教研网)

经销 新华书店

印刷 北京中印联印务有限公司

规格 170 mm×240 mm 16 开本

印张 16.75 插页 2

字数 270 000

邮政编码 100080

010-62511770 (质管部)

010-62514148 (门市部)

010-62515275 (盗版举报)

版次 2016 年 3 月第 1 版

印次 2016 年 3 月第 1 次印刷

定价 49.80 元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

总 序

自 1997 年国务院学位委员会将新闻传播学擢升为一级学科以来，中国的新闻传播学学科建设突飞猛进，这也对教学、科研以及学术著作出版提出了新的、更高的要求。

继 1999 年中国人民大学出版社推出“21 世纪新闻传播学系列教材”之后，北京广播学院出版社、华夏出版社、南京大学出版社、中国社会科学出版社、新华出版社等十余家出版社纷纷推出具有不同特色的教材和国外新闻传播学大师经典名著汉译本。但标志本学科学术水平、体现国内最新科研成果的专著尚不多见。

同一时期，中国的新闻传播学教育有了长足进展。新闻传播学专业点从 1994 年的 66 个猛增到 2001 年的 232 个。据不完全统计，全国新闻传播学专业本科、专科在读人数已达 5 万名之多。新闻传播学学位教育也有新的增长。目前全国设有博士授予点 8 个，硕士授予点 40 个。中国人民大学新闻学院、复旦大学新闻学院等一批研究型院系正在崛起。北京大学和清华大学的新闻传播学教育以高起点、多专业为特色，揭开了这两所百年名校蓬勃发展的新的一页。中国传媒大学以令人刮目相看的新水平，跻身中国新闻传播教育名校之列。武汉大学新闻与传播学院等以新获得博士授予点为契机所展开的一系列办学、科研大手笔，正在展示其特有的风采与魅力。学界和社会都企盼这些中国新闻传播教育的“第一梯队”奉献推动学科建

设的新著作和新成果。

进入新世纪以来，随着以互联网为突破口的传播新媒体的迅速普及，新媒体与传统媒体的联手共进，以及亿万国人参与大众传播能动性的不断强化，中国的新闻传媒事业有了全方位的跳跃式的大发展。人民群众对大众传媒的使用，从来没有像今天这样广泛、及时、须臾不可或缺，人们难以逃脱无处不在、无时不有的大众传媒的深刻影响。以全体国民为对象的新闻传播学大众化社会教育，已经刻不容缓地提到全社会，尤其是新闻传播教育者面前。为民众提供高质量的新闻传播学著作，已经成为当前新闻传播学界的一项迫切任务。

这一切都表明，出版一套满足学科建设、新闻传播专业教育和社会教育需求的高水平新闻传播学学术著作，是当前一项既有学术价值又有现实意义的重要工作。“新闻传播学文库”的问世，便是学者们朝着这个方向共同努力的成果之一。

“新闻传播学文库”希望对于新闻传播学学科建设有一些新的突破：探讨学科新体系，论证学术新观点，寻找研究新方法，使用论述新话语，摸索论文新写法。一句话，同原有的新闻学或传播学成果相比，应该有一点创新，说一些新话，文库的作品应该焕发出一点创新意识。

创新首先体现在对旧体系、旧观念和旧事物的扬弃。这种扬弃之所以必要，人文社会科学工作者之所以拥有理论创新的权利，就在于与时俱进是马克思主义的理论品质，弃旧扬新是学科发展的必由之路。恩格斯曾经指出，我们的理论是发展的理论，而不是必须背得烂熟并机械地加以重复的教条。一位俄国作家回忆他同恩格斯的一次谈话时说，恩格斯希望俄国人——不仅仅是俄国人——不要去生搬硬套马克思和他的话，而要根据自己的情况，像马克思那样去思考问题，只有在这个意义上，“马克思主义者”这个词才有存在的理由。中国与外国不同，旧中国与新中国不同，新中国前30年与后20年不同，在现在的历史条件下研究当前中国的新闻传播学，自然应该有不同于外国、不同于旧中国、不同于前30年的方法与结论。因此，“新闻传播学文库”对作者及其作品的要求是：把握时代特征，适应时代要求，紧跟时代步伐，站在时代前列，以马克思主义的理论勇气和理论魄力，深入计划经济到市场经济的社会转型期中去，深入党、政府、传媒与阅听人的复杂的传受关系中去，研究新问题，寻找新方法，获取新知识，发现新观点，论证新结论。这是本文库的宗旨，也是对作者的企盼。我们期待文库的每一部作品，每一位作者，都能有助

于把读者引领到新闻传播学学术殿堂，向读者展开一片新的学术天地。

创新必然会有风险。创新意识与风险意识是共生一处的。创新就是做前人未做之事，说前人未说之语，或者是推翻前人已做之事，改正前人已说之语。这种对旧事物旧体系旧观念的否定，对传统习惯势力和陈腐学说的挑战，对曾经被多少人诵读过多少年的旧观点旧话语的批驳，必然会招致旧事物和旧势力的压制和打击。因此，执着于理论创新的学人们，又必须时时唤醒自己的风险意识。再说，当今的社会进步这么迅猛，新闻传媒事业发展这么飞速，新闻传播学学科建设显得相对迟缓和相对落后。这种情况下，“新闻传播学文库”作者和作品的一些新观点新见解的正确性和科学性有时难以得到鉴证，即便一些正确的新观点新见解要成为社会和学人的共识，也有待实践和时间。因此，张扬创新意识的同时，作者必须具备同样强烈的风险意识。我们呼吁社会与学人对文库作者及其作品给予最多的宽容与厚爱。这里并不排斥而是真诚欢迎对作品的批评，因为严厉而负责的批评，正是对作者及其作品的厚爱。

当然，“新闻传播学文库”有责任要求作者提供自己潜心钻研、深入探讨、精心撰写、有一定真知灼见的学术成果。这些作品或者是对新闻传播学学术新领域的拓展，或者是对某些旧体系旧观念的廓清，或者是向新闻传媒主管机构建言的论证，或者是作者运用中国语言和中国传统文化对海外新闻传播学著作的新的解读。总之，文库向人们提供的应该是而且必须是新闻传播学学术研究中的精品。这套文库的编辑出版贯彻少而精的原则，每年从中国人民大学校内外众多学者的研究成果中精选三至五种，三至四年之后，也可洋洋大观，可以昂然耸立于新闻传播学乃至人文社会科学学术研究成果之林。

新世纪刚刚翻去第一页，中国人民大学出版社经过精心策划和周全组织，推出这套文库。对于出版社的这种战略眼光和作者们齐心协力的精神，我表示敬佩和感谢。我期望同大家一起努力，把这套文库的工作做得越来越好。

以上絮言，是为序。

童兵

序言

“框架”与“被框架”的显现

杨保军

肖伟博士希望我为她的专著《新闻框架论：传播主体的架构与被架构》写几句话，我欣然同意。她是我指导的第一个博士，建基于博士论文的专著能够出版，我作为指导老师，自然乐见；而借着学生著作出版的机会，表达自己的一点看法，也是责任。

“框架”概念从社会学、认知心理学等学科引入新闻传播学领域，不过30多年的时间，但已然成为本领域十分重要的研究范畴。究其原因，大致有三：一是新闻框架在新闻实践活动中的普遍存在，二是新闻框架蕴涵的新闻观念在新闻实践活动中的灵魂作用，三是框架理论作为中层理论特征带来的易推广性、易应用性。近年来，新闻框架概念被国内外学者广为应用，相关研究大量展开。但是，由于定义混沌、认识模糊和部分研究的重复雷同，本研究领域迄今缺乏公认、基础性的重要理论建树。这无疑妨碍了新闻框架研究的进一步展开。

就已有成果来看，框架研究在西方学界有这样几种主要范式及学术指向：“批判范式”着重关注传播者受社会结构限制的一面；“建构主义范式”更多关注社会行动者对框架建构的竞争性参与；“认知范式”的视野集中于受众对框架接受或阐释的测量。在我国，框架研究则较多关注“被建构”的新闻框架本身，而非框架建构的过程；人们看到，大量的研究成果基本属于作品框架分析

的范畴，而对新闻职业传播者自身的传播框架及其形成机制缺乏足够的重视。

肖伟博士的这部著作，正是从“传播主体”角度出发，对新闻框架及其建构机制进行了系统的分析和论述，初步回答了传播主体作为“框架者”与“被框架者”的双重角色关系，应该说弥补了框架研究中的一些不足。著作以主体性哲学为理论基础，探讨了作为组织主体的传媒新闻框架的内涵及其建构，为原有的新闻生产社会学研究增加了不同的思考路向，无论是对新闻框架研究的学术进展，还是对媒介实践中的释疑解惑，都具有一定的启发意义。从整体上说，这部著作提供了一个关于新闻框架较为明晰系统的认识体系，结构合理，逻辑清晰，论述充分，表述规范，体现了作者具有良好的理论功底和学术素养。

进一步看，这部著作属于基础理论研究，偏重文献梳理和概念辨析。在内容上，著作主要从新闻框架的内涵与构成、事实与来源、功能与效应、建构与更新、竞争与协商等五个大方面探讨了新闻框架的建构机制。行文中对新闻框架基本问题的分析阐述，如定义、特征、来源、功能等，都有一定新见。著作最后得出“传播主体新闻框架是在架构与‘被架构’的相互作用中建构起来的”的结论，提出的关于新闻传播者在新闻报道中应树立主体意识的见解，也有一定现实意义。作者在结语中提出的“五向”判断，也给新闻框架研究的未来展开提供了较为准确和清醒的路线描绘。

当然，这部著作中也还存在一些需要进一步深思的问题。比如，新闻框架本属中观理论，但作者的理解把新闻框架理论提升到了宏观层面，在概念上如何衔接的问题尚待说明；又如，论文将意识形态、文化等概念也置于框架理论之下，是否存在框架泛化问题亦需解释；还有，书稿引用了大量中外研究成果，并做了细致的梳理整合，但如何运用自己的独立话语表述自己的思想，尚有提升的空间。

肖伟博士致思为学宁静致远，研究写作不急不躁；她的这部著作，就是在博士论文基础上，花了近两年的功夫，精研细磨、反复修改的结果；她在浮躁氛围中坚守的那份沉静值得赞赏。我相信，在今后的科研道路上，她一定会有更好的成果呈献给大家。

杨保军

初稿于2014年4月8日

定稿于2015年8月11日

内容提要

■ 作为社会事实的新闻框架

由社会学家戈夫曼定名的“框架”概念进入新闻传播领域后，一直备受关注。被研究者们大量用作理论视角或研究方法的“框架分析”，根源于特定的社会现象：新闻传播者以相对稳定的认知模式来认识事实，创制文本，建构现实。新闻框架，实则涂尔干所言之“社会事实”，体现着主体观念在传播活动中的重要作用。新闻框架作为研究范畴，涵括了特定的研究对象、研究视角和学术传统：集中于观念与认知，是具体新闻采编实践的方法论；关涉“元传播”层次，是传播者提供给受众应当如何理解符号的诠释规则；持“关系”视域，将媒介生产置于由诸多环节构成的复杂结构之中进行考察；融合有社会学、心理学、新闻学、传播学等多种学术路径。在中国新闻改革的语境下，展开框架研究的重要性不言而喻。

本书题名为《新闻框架论》，实则聚焦于新闻框架的逻辑起点——主体，探讨新闻传播主体（职业传媒组织）对新闻事实的认知及文本框架，如何在架构与“被架构”之间，也即内在主体能动性与外在社会因素结构限制的共同作用下，得以形成。架构与“被架构”，可被视为新闻再现和话语建构过程中种种矛盾与张力的根源。本书欲回答的最终问题是价值论层面的：拥有架构者/“被架构者”双重性格的新闻传播主体，应该以怎样的新闻框架合理再现现实

世界、积极建构现实世界？但无论是理论逻辑还是中西研究现状，都促使本书首先将研究视野集中于认识论层面：什么是新闻框架？它是怎样建构起来的？本书研究目的在于，借由从不同角度层面对新闻框架“是什么”的追问、观察和剖析，展示传播主体在能动—结构矛盾中构建新闻框架的内在动力，以期在新闻框架范畴中对“主体观念怎样影响传播者再现及建构社会现实”问题做出基础性的系统回答，并在实践中促使新闻传播者强化自身的主体意识。

■ 基础理论的研究路径

本书定位于基础理论研究，对新闻框架现象做出理性的观察、分析和阐释。在研究方法上，整体上采用人文—历史—哲学的思维方式，以思辨方法为主，与文献梳理相结合，以中西方大量个案型新闻框架研究的成果为实证基础，对研究对象的本质和特征进行探究，并对相关理论加以必要的整合。局部的个案研究采用话语分析、内容分析等实证方法，以整体性的方式将相关分析加以验证与具体化。

第一章阐述本研究的意义和目的，为正式研究扫清道路。经由对已有新闻框架建构中传播主体角色研究的梳理发现，西方三种主要研究范式（批判范式、建构主义范式、认知范式）关于传播者建构新闻框架中的能动—结构关系的观点有明显分歧，中国的研究则集中呈现出“社会责任承担者”的身份想象。既存观点冲突使得澄清与整合成为当前框架研究亟须开展的工作。本章明确了研究的正式论题、相关概念及研究思路。

■ 新闻框架的构成、来源与功能

第二、三、四章从新闻话语过程的三个关键环节（话语、话语的建构、话语的接收）入手，对传播主体的新闻框架及其建构机制进行静态考察。

第二章分析新闻框架的内涵与构成。该章以主体为基点进行概念辨析，认为新闻框架指的是在与其他新闻活动主体的互动中，传播主体对新闻事实和新闻文本所持的认知模式。该模式在新闻文本中外显为特定的主题思想、显意手法和话语特征。新闻框架有着多样化、多层次的类型表现，传播主体的文本框架居于其他主体框架的外层，并通过新闻文本叙事得以外显与传递。对于研究者来说，文本框架辨识需要从特定研究目的出发，合理运用质化与量化方法，并将新闻文本置于多种关联视野中加以考察。

第三章探寻传播主体新闻框架的来源。该章指出，构成新闻框架的观念与事实要素可以分为两部分、三类：传媒组织系统内部不同层次的新闻观念；系

统外部的观念渗透（如意识形态与社会文化沉淀），以及新闻事实的驱动与映入。这些要素在新闻实践过程中，经由宏观（社会意识层面）与微观（新闻业务层面）的双重互动，形成传播主体整体性的观念原则，即新闻框架。本章强调了事实的客观逻辑是新闻框架的现实原型，重新衡定了事实在框架形成中的驱动力量。同时，源主体与事实、传播主体的关系也是新闻框架形成的重要影响因素。

第四章梳理新闻框架的功能与效应。该章首先应用定性研究范式，对框架功能中两个重要的向度——认识功能、建构功能及其相互关系进行了系统分析。然后，对外显架构效应的考察显示，媒介框架会通过复杂的心理机制，以不同方式影响受众认知，但受众自身因素也会影响架构效应，不仅能够影响个体认知，也能在宏观层面影响公众舆论。架构效应、议程设置、启动效应是三种不同的效果研究范式，但它们共同指向新闻生产与受众认知之间的关系，揭示出受众认知是重要的民主资源，受众与传播主体乃是共同建构关系。本章还联系新闻偏见讨论了新闻框架的负面功能，指出执行“同化与顺应双向运行机制”是规避框架负面功能的根本途径。

■ 历时性与共时性视角下的框架建构

第五、六章是对传播主体新闻框架及其建构机制的动态考察，分别从历时性与共时性视角切入。

第五章探讨新闻框架在时间维度上的建构与更新，指出以社会语境、新闻情境为土壤，媒介组织内外某种观念的作用取决于它因动态上的激活程度而引起的框架整体结构和功能状态的改变。经过实践过程中内化、客观化和外化三个辩证时刻，新闻框架得以建构形成。当新闻主体、客体及其背后的社会语境变动时，新闻框架会发生更新与变迁，随之带来报道策略及文本叙事的变动。新闻框架在更新中延续，在延续中更新，反映着人类新闻共同体进行新闻活动的内在逻辑。当代中国报纸灾民形象再现框架的变迁，验证了框架演进是社会语境与传播主体观念之间复杂互动的结果。

第六章讨论传播主体如何在主体间竞争与协商之中建构新闻框架。该章指出，架构是新闻活动主体建构“自我”和话语共同体的重要途径，不同主体为各自利益展开框架的竞争和协商。传播主体既为有关竞争协商提供论坛，也在采纳、互动、对话过程中建构起媒介框架及“自我”定位。对广东番禺垃圾焚烧发电厂选址事件的个案分析显示，新闻话语过程中媒介、公众、政府之间的

张力是影响事件进程的重要因素。媒介以事实与新闻专业理念为基础建立的多维框架，对不同主体之间共识的形成具有重要作用。角色分化使不同媒体偏向为不同社会行动主体代言，建构起不同取向的框架。

■ 技术、制度与客观性问题

第七章从不同向度分析了与新闻框架建构密切相关的几个问题。(1) 技术。新媒体环境下民间传播主体的新闻框架，在建构方式、显意手法及架构效应方面均呈现出新特点，并影响到职业传播主体的框架建构。(2) 社会制度与行业理念。经由对中西新闻行业框架的详细描述，可见社会制度与主导性新闻意识形态的对应关系。媒介框架是社会制度的产物，但不等于传媒组织能动性的必然丧失。(3) 客观性。新闻框架具有主体性，并不意味着架构产物必然歪曲事实。传播主体的架构实践是主观与客观、概念和现实的相互作用，新闻框架的合理性需要放在主观、客观及主客观之间的关系中加以审视，并由合理的程序、技术、方式加以呈现。

■ 架构与“被架构”之间主体意识的回归

结语部分将本书的主要结论概括如下：传播主体新闻框架是在架构与“被架构”的相互作用中建构起来的，是传播主体与其他新闻活动主体共同建构的；传播主体“被架构”的一面不可能遮掩掉自主架构的一面；在能动与结构的矛盾统一中，传播主体能够以合理的新闻框架真实再现现实世界、积极建构现实世界。但对本论题更深入的回答，还有赖于未来研究的深化和拓展，尤其需要“向内”细究、“向外”拓展、“向中”回归、“向前”展望和“向上”追问。

目 录

第一章 绪论	1
第一节 新闻框架研究的缘起及意义	2
第二节 框架视野中的传者图像	10
第三节 框架研究的命题基础和逻辑起点	20
第四节 基础理论的研究路径	28
第二章 新闻框架的内涵与构成	36
第一节 基于主体的新闻框架概念辨析	36
第二节 新闻框架的类型表现	47
第三节 新闻文本框架的构成	55
第四节 新闻文本框架的辨识原则	63
第三章 新闻框架的来源	72
第一节 内部来源：传媒组织的新闻观念	72
第二节 新闻框架的外部影响	80
第三节 新闻框架的事实原型	90
第四节 新闻框架的形成路径	100

第四章 新闻框架的功能与效应	105
第一节 新闻框架的功能	105
第二节 新闻架构效应及其心理机制	113
第三节 新闻架构效应的多维考察	123
第四节 新闻框架与偏见	133
第五章 新闻框架的建构与更新	141
第一节 新闻框架的建构	141
第二节 新闻框架的更新与变迁	152
第三节 个案研究：当代中国报纸灾民形象再现框架的变迁	164
第六章 新闻框架互动：主体间竞争与协商	176
第一节 公共协商视角下的框架互动	176
第二节 框架互动中的传播主体框架建构	185
第三节 公共政策报道中的框架竞争与协商 ——以番禺垃圾焚烧发电厂选址事件为例	194
第七章 不同视角的新闻框架问题探讨	210
第一节 新媒体环境下民间传播主体的新闻框架	210
第二节 新闻行业理念下的新闻框架建构	219
第三节 新闻框架与新闻客观性	229
结语 架构与“被架构”之间：传播者主体意识的回归	239
参考文献	242
后记	251

图表目录

图 2—1	媒介话语过程	49
图 2—2	媒介话语过程中的新闻框架层级	50
图 2—3	框架的中层结构简图	62
图 3—1	个体影响新闻内容的两条路径	78
图 6—1	番禺事件媒介框架总体分布	198
图 6—2	番禺事件发言者总体分布	199
图 6—3	番禺事件不同阶段“民意”框架变动	201
图 6—4	番禺事件不同阶段“中间道路”框架变动	202
图 6—5	番禺事件不同阶段“危害”框架变动	202
图 6—6	番禺事件不同阶段“进步”框架变动	203
图 6—7	番禺事件不同主体“赞成”立场的变动	204
图 6—8	番禺事件不同主体“反对”立场的变动	204
图 6—9	番禺事件不同主体“中立”立场的变动	204
图 6—10	番禺事件《南方都市报》、《广州日报》、《番禺日报》媒介 框架分布	205
图 6—11	番禺事件《广州日报》发言者发声比例	206
图 6—12	番禺事件《番禺日报》发言者发声比例	206

图 6—13 番禺事件《南方都市报》发言者发声比例	206
表 6—1 番禺事件报道样本数量分布	195
表 6—2 番禺事件发言者发声数量	199
表 6—3 番禺事件不同阶段政府人员发声框架的变动	200
表 6—4 番禺事件不同阶段普通民众发声框架的变动	200
表 6—5 番禺事件不同阶段媒介框架分布的变动	201
表 6—6 番禺事件各阶段不同主体立场的变动	203

第一章 绪论

社会生活取用我们对它的理解，并将这些理解凝固入自身中。

——欧文·戈夫曼

从新闻本体到新闻现象，是主体反映事实世界的过程，报道事实世界的过程，同样也是主体建构事实世界景象的过程，这个过程在一定意义上可以说是主体发明新闻的过程。

——杨保军

概括来说，“新闻框架”有两个相关含义：（1）新闻活动者对新闻事实所持的认知模式。（2）该模式在新闻文本中外显成的特定的主题思想和话语特征。本书主要在第二种含义上展开，但不可避免地以第一种含义为根基。一方面，新闻框架是社会存在融入主体观念的产物，必然受到社会结构制约；另一方面，它又对新闻实践起着优先的支配、主导作用，对社会生活的影响毋庸置疑。这两个方向纵横交错的相互作用，使得新闻框架作为一种特定层面的新闻观念，在新闻生产和社会生活中扮演着复杂而重要的角色。人们如何经由认知形成新闻话语，“在建构社会现实中如何交往”^①，都与新闻框架密不可分。

本书所欲探讨的，是传播主体（职业传媒组织）的新闻框架，如何在架构与“被架构”之间，也即在内在主体能动性与外在社会因素关系的结构限制的共同作用下，得以形成。架构与“被架构”，可被视为新闻再现^②和话语建构过

① 潘忠党：《架构分析：一个亟需理论澄清的领域》，载《传播与社会学刊》（香港），2006（总1）。

② 关于再现（representation）的内涵，现有观点包括两种。一种是“镜像的再现观”，意指语言可如镜像般通过描述反映客观事物。另一种是“建构的再现观”，认为再现是建构真实的过程。本书在前一种意义上使用再现概念，以与建构概念相区分。