

分类号 _____
U D C _____

密级 _____
编号 10741



硕士学位论文

(专业学位)

论文题目 框架理论视阈下反转新闻的人物标签化研究

研究生姓名: 张璐

指导教师姓名、职称: 王亚炜 教授

学科、专业名称: 新闻传播学 新闻与传播

研究方向: 网络与新媒体

提交日期: 2021年5月20日

独创性声明

本人声明所呈交的论文是我个人在导师指导下进行的研究工作及取得的研究成果。尽我所知，除了文中特别加以标注和致谢的地方外，论文中不包含其他人已经发表或撰写过的研究成果。与我一同工作的同志对本研究所做的任何贡献均已在论文中作了明确的说明并表示了谢意。

学位论文作者签名： 张璐 签字日期： 2021.6.1

导师签名： 王琳 签字日期： 2021.6.1

导师(校外)签名： 王波 签字日期： 2021.6.1

关于论文使用授权的说明

本人完全了解学校关于保留、使用学位论文的各项规定， 同意（选择“同意” / “不同意”）以下事项：

1. 学校有权保留本论文的复印件和磁盘，允许论文被查阅和借阅，可以采用影印、缩印或扫描等复制手段保存、汇编学位论文；

2. 学校有权将本人的学位论文提交至清华大学“中国学术期刊（光盘版）电子杂志社”用于出版和编入 CNKI《中国知识资源总库》或其他同类数据库，传播本学位论文的全部或部分内容。

学位论文作者签名： 张璐 签字日期： 2021.6.1

导师签名： 王琳 签字日期： 2021.6.1

导师(校外)签名： 王波 签字日期： 2021.6.1

On the theoretical framework of news character label reversal

Candidate : Zhang Lu

Supervisor: Wang Yawei

摘要

伴随着新媒体技术的深入发展,媒介生态环境也在发生着前所未有的变化,“人人都是自媒体”让传统新闻模式下的媒体垄断不复存在,新闻生产更加平民化、传播渠道更加多元化、新闻内容更加碎片化。后真相时代下的媒体在追求新闻时效性的同时更加关注公众的兴趣点和情感需求,这无疑在一定程度上体现了“用户思维”,但是过度地迎合公众浮躁的情绪和情感需求,就会严重偏离新闻真实性进而引发新闻反转。当下的反转新闻以其“戏剧化的反转形式”和“标签化的新闻主体”引发公众的关注与热议,并成为网络空间的新闻常态。对于反转新闻中人物标签化的研究可以更好地了解反转新闻的传播机制,同时也对整个媒介生态的动向和社会良性发展具有一定的指导和借鉴意义。其次,戈夫曼的框架理论以其普遍适用性为我们研究反转新闻提供了可能性,也为反转新闻中的人物标签化分析提供了多元视角。

本文拟从框架理论的视角来分析反转新闻中的人物标签化,通过选取2013—2019年间具有代表性的反转新闻经典案例,由浅入深地对反转新闻中的人物标签化、框架互动中的人物标签化以及反转新闻中人物标签化的负面效能和规避策略进行研究。在研究中发现,反转新闻中人物标签化的成因源于社会、媒体、受众三个层面;其类型包括社会道德型、官民对抗型、性别歧视型、力量强弱型;人物标签化加速了新闻反转的动态发展,而新闻反转则进一步强化了人物标签;在新闻反转的初始阶段,媒介报道框架很大程度上影响着受众的认知框架,到发酵阶段的媒介报道框架与受众认知框架展开激烈互动与博弈,再到反转阶段的媒介报道框架与受众认知框架的趋于一致,新闻完成反转。而无论新闻最终怎样反转,这一反转过程都进一步加剧了社会阶层矛盾、蚕食了新闻媒体的公信力以及导致对标签化人物的肆意消费。最后,文章从政府、媒介及受众三个方面对如何规避反转新闻人物标签化提出相应策略。

总之,框架理论为反转新闻的人物标签化研究提供了一种更加多元化的视角。在框架理论视阈下,对于反转新闻及反转新闻的人物标签化研究要与媒介生态系统的动态发展和时代大环境结合起来,不应仅仅局限于独立的新闻事件和标签化主体,形成一种动态的、纵横交错的思维方式,这对研究新闻乃至社会发展都具有深远的意义。

关键词: 框架理论 反转新闻 人物标签化

Abstract

With the in-depth development of new media technology, the media ecological environment is also undergoing unprecedented changes. Everyone is the media Let the traditional mode of news media monopoly ceased to exist, the news is more diversified production more populist dissemination channels News content more fragmentation in the pursuit of the truth after the age of media news timeliness, but at the same time pay more attention to the public interest and emotional needs, to some extent, it reflects the user's thinking, but excessively to cater to the public the blundering mood and emotional needs, will be gravely deviates from the news authenticity of news triggered a reversal The reversal of the present news in the form of its dramatic reversal and label of news subject Cause the attention of the public and the hot, and become a news normal network space For inversion of news research of characters in the tag can better understand inversion of news transmission mechanism, but also to the entire media ecology movement and the benign development of the society has a certain guidance and reference significance Second, Mr Gove's framework theory, with its universal applicability research inversion of news for us to provide the possibility, to reverse the characters in the news a tabbed analysis provides a diverse perspective

This article from the Angle of theory framework to analyze the characters in the inversion of news tags, by choosing between 2019 and 2013 the reversal of the typical news classic case, 1 to reverse the characters in the framework of the characters in the news a tabbed interactive labeled, and reverse the news figures labeled, negative efficiency and avoid strategy for research In the study found that the inversion of labeled, the cause of the

characters in news from social media audience three levels; Its types include social morality type of confrontation between officials and people type of gender discrimination type of strength strength type; The character labeling accelerates the dynamic development of news inversion, and the news inversion further strengthens the character labeling. In the initial stages of news reversals, media reporting framework to a large extent affects the audience's cognitive framework, fermentation media reports of the development of framework and an intense interaction with audience's cognitive framework game, to reverse phase framework of media and audience's cognitive framework tend to be more consistent, complete inversion of news And no matter how news finally inversion, the reverse process of further intensifies the social class contradictions Encroach on the credibility of the news media and lead to label characters of wanton spending The article from the government, the media and audience three aspects on how to avoid reverse newsmakers labeled, put forward the corresponding strategy

All in all, frame theory as the inversion of the news characters tagging research provides a more diverse perspective Under the framework theory realm, to reverse the news and reverse news characters tagging research and media ecological system dynamic development and the era environment, should not be confined to the independent news events and labeled, the main body, and form a dynamic way of thinking, the journalism and social development has far-reaching significance

Keywords:frame theory;Reverse news;People tagging

目 录

1导论	1
1.1研究背景与意义	1
1.1.1研究背景	1
1.1.2研究意义	1
1.2研究对象与问题	2
1.2.1研究对象	2
1.2.2研究问题	2
1.3文献综述	3
1.3.1框架理论的文献研究综述	3
1.3.2反转新闻的文献研究综述	4
1.3.3反转新闻的人物标签化文献研究综述	5
1.4研究思路与论文框架	7
1.4.1研究思路	7
1.4.2论文框架	7
1.5研究方法与创新点	8
1.5.1研究方法	8
1.5.2创新点	8
2相关概念的界定与辨析	
2.1框架理论界定	10
2.1.1框架理论	10
2.1.2新闻框架	11
2.2反转新闻相关概念界定与辨析	13
2.2.1反转新闻	13
2.2.2反转新闻与失实新闻	14
2.2.3反转新闻与虚假新闻	14
2.3新闻人物标签化界定	15
2.3.1标签	15
2.3.2标签新闻	15
2.3.3新闻人物标签化	16
3反转新闻中的人物标签化	
3.1反转新闻	17
3.1.1后真相时代下的反转新闻	17
3.1.2反转新闻的主要特征	17
3.1.3反转新闻的阶段	20
3.2反转新闻中的人物标签化分析	22
3.2.1反转新闻中人物标签化现象	22
3.2.2反转新闻中人物标签化成因	23
3.2.3反转新闻中人物标签化类型	24

3.3反转新闻与人物标签化的关系.....	26
3.3.1人物标签化加速新闻反转.....	27
3.3.2新闻反转强化人物标签化.....	27
4框架理论下反转新闻的人物标签化分析——以“重庆万州公交车坠江”事件为例.....	
4.1案例回顾.....	29
4.2第一阶段:初始阶段(2018年10月28日10时08分—2018年10月28日17时46分) 31	
4.2.1媒介报道框架.....	31
4.2.2受众认知框架.....	32
4.3第二阶段:发酵阶段(2018年10月28日17时46分—2018年11月2日).....	33
4.4第三阶段:反转阶段(2018年11月2日—2018年11月7日).....	35
4.5小结.....	36
5反转新闻中人物标签化的负面效应.....	
5.1社会阶层矛盾的逐渐加剧.....	37
5.2媒体公信力的过度蚕食.....	38
5.3受众狂欢下的理性缺失.....	38
5.4对标签化人物的肆意消费.....	39
6反转新闻中人物标签化的规避机制.....	
6.1政府部门的合理监管.....	40
6.1.1缓和社会阶层矛盾.....	40
6.1.2完善自身监管职责.....	40
6.1.3善于运用意见领袖.....	41
6.2媒介报道框架的自我完善.....	42
6.2.1坚守新闻专业主义 重塑媒体公信力.....	42
6.2.2主流媒体及时发声 发挥定音鼓作用.....	42
6.2.3健全信息获取渠道 严格把关新闻源.....	43
6.3受众认知框架的补充协调.....	43
6.3.1学会“冷思考”.....	43
6.3.2加强媒介互动.....	44
6.3.3积极参与反转.....	44
结语.....	46
参考文献.....	47
致谢.....	50

1 导论

本章节主要是论文开展前的准备工作，主要包括本课题的研究背景与意义、研究对象与问题、研究思路与文章框架、研究方法与创新点，并对框架理论、反转新闻、反转新闻中的人物标签化相关研究进行文献梳理以更好地了解目前的研究现状，为课题的顺利开展奠定基础。

1.1 研究背景与意义

1.1.1 研究背景

伴随着新媒体技术的快速发展和不断渗入，受众不再通过单一的媒介方式和渠道获取新闻信息，多样化的新闻生产平台和信息获取渠道使得网络空间日益成为资讯交流与交换的枢纽地。在以注意力经济为主导的媒介生态系统，媒体想要在激烈的市场竞争中谋求生存与发展，就必须以最快的速度吸引受众眼球，而抢占新闻首发权往往意味着能快速抓住流量与话语权，但是当下许多媒体在极力追求新闻时效性的同时，忽视了对新闻内容的筛选与审核，新闻报道严重偏离真实性和准确性，导致大量新闻从源头上失实，这也是如今的许多社会热点事件出现一次反转甚至多次反转的重要原因。在新闻反转的动态过程中，新闻媒介为博取眼球往往会预设初始报道的框架，加之受众原有认知框架造成的刻板印象给新闻事件中的某一主体贴上标签，且以负面标签居多，被标签化的新闻人物会瞬间被推上舆论的风口浪尖，形成舆论一边倒的情况，对标签化人物的肆意消费导致网络空间的混乱，如网络暴力、“人肉搜索”、极端舆论等对社会、媒体、受众及标签化新闻人物造成巨大负面效能。本文正是基于这样的背景之下，对反转新闻中的人物标签化展开具体研究。

1.1.2 研究意义

强势群体和弱势群体之间的隔阂与冲突一直存在于社会发展的历史长河中，当今社会也不例外。官民纠纷、医疗安全、城管执法等社会问题日益凸显，如果这些问题不能得到合理的解决，很容易引发群体性事件，破坏社会稳定。从理论

层面而言，如何建立社会各阶层之间的平等对话与沟通；怎样让新旧媒体摒弃恶性竞争，建立良性互动；在社会学视阈下弄清楚这些理论层面的问题具有重大的意义。本文通过对后真相时代下的“反转新闻”、“反转新闻与人物标签化”进行深入分析与研究，有助于从理论层面上对反转新闻中人物标签化媒介框架和受众框架的认识和把握，让处于激烈竞争中的媒体能坚守新闻专业主义，更加立体、真实、全面的呈现新闻事件本身；也能让处于信息洪流中的受众能客观理性面对新媒体环境中的新闻热点事件，引导舆论进行自我净化并朝着健康良性的方向发展。从现实层面而言，让新闻媒体认识到“反转新闻”及“新闻人物标签化”对社会各个方面的消极影响，从而警惕新闻生产与传播过程中的“反转新闻”和“新闻人物标签化”，提升受众的媒介使用能力和理性思考能力，缓和社会阶层矛盾，避免造成社会群体极化。

1.2 研究对象与问题

1.2.1 研究对象

本文的研究对象为反转新闻中的人物标签化。现有的关于反转新闻的研究中只有一篇硕士学位论文是专门研究人物标签化的问题，通过分析发现，目前大多数文献都是以“反转新闻”和“标签新闻”作为研究对象，在研究“反转新闻”和“标签新闻”的相关问题时涉及人物标签化研究，而本文是在反转新闻和标签新闻的基础上以“反转新闻中的人物标签化”作为研究对象，基于框架理论深入分析人物标签化的相关问题。

1.2.2 研究问题

本文旨在回答的问题包括以下几个方面：第一，如何界定反转新闻中的人物标签化？第二，反转新闻中人物标签化的成因、类型有哪些以及反转新闻和人物标签化有着怎样的关系？第三，反转新闻中人物标签化是如何体现框架互动的？第四，如何看待反转新闻中人物标签化的负面效能？应该采取哪些策略来规避反转新闻中的人物标签化？其中，核心问题是基于框架理论来分析反转新闻中的人物标签化以及人物标签化的负面效能和规避策略。

1.3 文献综述

1.3.1 框架理论的文献研究综述

简单来说,框架理论是运用框架分析进行研究的理论,从客观现实到媒介现实,再到主观现实不无蕴含着框架的作用。框架影响着现实世界如何被呈现和构建,又决定着人们通过何种方式去认识世界以及对客观现实采取何种态度和行为。目前针对框架理论的研究可大致分为理论研究和实证研究两大板块。

(1) 理论研究

①对框架内涵及其理论的探讨。在这一研究方向中,学者们主要通过对框架理论的研究和解析,提出相关见解。黄旦认为,首先,媒介的生产是框架理论的核心问题,即媒介是如何通过反映和构建现实世界进而引导和规范人们对其的理解;其次,媒介通过文本和话语—媒介的新闻产品来构建意义并规范公众的认知;其三,媒介的新闻生产并不是封闭孤立的过程,框架理论对媒介生产的关注也是将其产品与内容置于特定的媒介生态语境中。陈阳针对框架如何被建构、建构的框架是什么、框架的效果三个问题进行了回答。

②对媒介框架来源的研究。初琦、张晓宇等人认为新闻叙事框架很大程度上受社会主流意识形态的制约,意识形态因素通过新闻价值标准对新闻报道过程发挥作用,将媒介所代表的利益集团的价值取向和新闻工作者个人的价值取向框限在一定范围内,形成新闻叙事框架。因此在新闻叙事框架下,媒体人在新闻报道和传播过程中自觉根据意识形态的要求改变新闻事件的可变项,保留其中的常项,在此基础上加固人们对于既定世界形成符合社会主流意识形态的认知和看法。

(2) 实证研究

①对媒体报道内容的框架分析。从实证研究角度来看,当前我国学者对于媒体框架的研究主要集中在三个方面。第一,分析国内媒体对相关事件和人物的报道框架,如提出我国媒体针对“同性恋”群体的报道存在着偏向性和污名化,引导公众对这一群体形成极端认知。第二,对国外媒介报道框架的分析,刘佩认为西方媒体在新闻报道过程中存在着不够客观的问题,尤其是在与中国相关的报道中具有一定的政治倾向性;王丛、李天舒认为在2014年的云南昆明“3.01事件”中,许多西方媒体颠倒黑白,进行失实报道。第三,对不同政治主体之间的报道

框架进行比较,尤其是针对同一事件国内外不同报道框架的分析,如钱澄以2016年12月中国中东部雾霾重污染报道为例,提出中西方媒体不同的文本写作特征和价值观决定了报道的不同侧重,进一步影响着不同的舆论导向。

②媒介框架对受众认知的影响。张克旭等学者以“我国驻南使馆被炸”事件为原型,通过比较电视媒体报道该事件过程中的新闻框架与受众框架发现,新闻媒体在反映特定的社会热点事件时会根据社会主流意识形态突出或忽略某些特殊部分;而受众在获取新闻信息时,很大程度上来源于媒介的报道意图,也会依据自身的预存经验表现一定的倾向,形成媒介框架与受众框架的趋同、协商和对立。张津津以“留守儿童”为例,认为社会各界给予农村留守儿童尤其是偏远地区的留守儿童足够的关注,而往往忽略了农村非留守儿童和流动儿童的生活状况,媒体对于农村非留守儿童和流动儿童的报道也存在着一定程度的缺失,这与现实情况偏差较大,使得一些更需要帮助的农村非留守儿童和流动儿童无法得到社会各界关注。

1.3.2 反转新闻的文献研究综述

国内对于反转新闻的研究并不成系统,文献数量也相对较少,研究一般集中对反转新闻本身的探讨和功能性的分析,表现为重业务、轻学理的特征。本文通过对相关文献的整合梳理,将目前学界针对反转新闻的研究分为三类,关于特征及危害的研究、关于产生原因及对策的研究以及其他方面的研究。

(1) 关于特征及危害的研究

针对反转新闻的特征研究,目前学者一般多从中观层面进行分析。李丹以2015—2019年间国内权威媒体盘点的反转新闻案例为样本,从首发特征、反转特征和内容特征分析反转新闻的特征,并通过“王凤雅小朋友之死”作为个案研究,分析反转新闻在发生、发展、反转、沉淀四个阶段的不同的传播特征。还有学者提出了具体性的特征,如多发于社会热点事件、标签化新闻人物、多发于网络空间等。

从文献梳理来看,针对反转新闻的影响,虽然有些学者从其积极方面展开讨论,但是大多数学者则强调反转新闻的负面影响,包含社会信任方面、新闻报道主体、新闻接收主体、新闻当事人等方面的影响,如破坏媒介形象、蚕食媒体公

信力、损害新闻当事人名誉、造成社会信任危机、加深社会隔阂、引发群体性事件等。另外，孙晓敏在《网络传播环境下反转新闻探析》一文中以“重庆公交车坠江”事件为例，提出反转新闻对于我国媒介生态的良性发展起着阻碍作用，不利于推动我国新闻业的进步，影响着网络空间的健康有序发展。

（2）关于产生的原因及对策的研究

关于反转新闻频发的原因，学界主要从宏观层面和微观层面给出了一定见解。就宏观层面而言，李曝、刘颖超等人从媒体责任角度认为，新媒体的自由性、信息来源片面化、“浅新闻”式的报道方式以及“直筒”传播是新闻发生反转的重要因素。微观角度而言，主要从新闻主体角度剖析不同的业务性原因，如黄鸿业认为媒介工作者在报道新闻时过多的带入个人主观色彩。另外，王延芳认为，新闻失实造成新闻发生反转，媒体急于表达而忽视新闻源。还有学者提出刻板成见和网络空间的意见领袖都在一定程度上驱使新闻发生反转。

在反转新闻的规避对策方面，学者们主要从政府、媒介与受众三个方面进行分析，一些学者指出，政府要通过权威性信息的增补在反转新闻发展的关键节点正确引导舆论导向，发挥政府的舆论引导能力；刘桂萍针对媒介的治理手段认为媒介应提升新闻真实性、客观性、完整性，从信息源头上避免新闻反转；孙源南、成曙霞提出新媒体时代的受众要提高媒介素养，理性分析媒介报道的社会热点事件，提高辨别是非的能力，积极思考并在新闻反转的过程中引导舆论健康良性发展。

（3）其他方面的研究

针对反转新闻的其他方面进行研究，涉及理论研究和实务研究。理论层面的研究以宋祖华为代表，她对反转新闻的内涵和外延进行了着重分析，将反转新闻分为三个基本类型，真假性反转、主从性反转和虚实性反转。陆伟晶借助互动仪式链理论分析了反转新闻在各个发展阶段的传播机制；邱慧民则将反转新闻的频发归因于媒体有意无意的议程设置。另外，其他学者聚焦于实务方面，如易艳刚认为媒介应减少刻板印象和浮躁文风的使用，受众要学会兼听。

1.3.3 反转新闻的人物标签化文献研究综述

本文以“反转新闻的人物标签化”作为研究对象，因此笔者在中国知网和万

方数据库以“人物标签化”为主题进行检索时发现,有关“人物标签化”的文献资料数量相对稀缺,仅仅检索出相关文献12篇,通过对这12篇文献整合梳理,笔者发现这些文章并非以“人物标签化”作为研究的落脚点,也没有从总体上探讨“人物标签化”的相关问题。由于资料数量有限,这些文献不足以代表业界对“人物标签化”研究的真实情况。因此,笔者尝试相对扩大检索范围,转而以“标签新闻”作为主题进行检索,通过文献梳理,笔者发现学者更多是对现实社会某一类群体的形象建构进行分析,下面本文从相关理论和新闻实践两方面梳理业界对“标签新闻”的研究现状。

(1) 从相关理论上对“标签新闻”进行研究

刘丽从符号学视角对标签新闻展开研究,她认为标签新闻的生产过程是一种日益普遍的符号建构,其在传播过程中通过某些媒介手段将新闻真实性隐蔽起来,媒体在注意力经济的驱使下存在着媒介审判和主题先行的运用,客观现实成为了被媒体“符号化”的媒介现实,真实性不复存在。媒体的这种信息传播使新闻与真相严重脱节,急需引起媒体人和受众关注与重视。张洋在框架理论视角下,通过内容和文本分析研究媒体对城管媒介形象的建构及污名化报道,他认为“暴力执法者”是媒体对城管群体形象建构。

(2) 从新闻实践上对“标签新闻”进行研究

于子茹指出标签化新闻是新闻报道或新闻标题中对新闻事件或新闻人物进行关键词凸显,并系统分析了新闻标签化带来的一系列问题,最后作者强调要降低这种负面影响,媒体要在新闻生产中转变作风,改变浮躁的文风。赵雅文通过对新媒体传播中“新闻标签”的价值及作用的分析研究,认为合理的新闻标签可以对社会热点事件进行提炼和升华,高度地浓缩概括可以让受众快速了解新闻事实,同时其生动形象的特征能瞬间吸引公众眼球并增强媒体报道的传播效果。最后作者认为,当下媒体对于“新闻标签”的滥用导致大量虚假新闻和失实新闻进而引发新闻反转,并不断消解着媒体的公信力,因此媒体要慎用新闻标签。

通过整合梳理文献,可以发现最近几年“反转新闻”和“标签新闻”一直是学界和业界关注研究的热点话题,尤其是对新闻事件中新闻主体的媒介形象建构研究更是热度不减,究其原因是因为媒体过度追求新闻时效性和极力迎合受众浮躁的情感需求,忽略新闻真实性导致新闻失实,同时还与媒介的报道框架和新闻

工作者自身对某一特殊群体的刻板成见有关。虽然“反转新闻”和“标签新闻”越来越引起学界的关注，但是针对二者关系的研究还相对较少，这就具有一定的研究价值，同时也是本文的创新所在。

1.4 研究思路与论文框架

1.4.1 研究思路

本文拟从框架理论的视角来分析反转新闻中的人物标签化，通过选取2013—2019年间经典的反转新闻案例，由浅入深地对反转新闻中的人物标签化、框架互动中的人物标签化以及反转新闻中人物标签化的消极影响和规避策略进行研究。首先，从宏观层面上对2013—2019年间反转新闻的样本进行梳理，归纳总结出反转新闻的特征和发展阶段、造成新闻标签化的原因、新闻标签化的类型以及反转新闻和人物标签化之间的关系。其次，从微观层面上选取反转新闻的具体案例，基于框架互动分析新闻反转过程中的人物标签化。最后，文章再一次回到宏观层面，分析反转新闻人物标签化的负面效能，并从政府、媒体和受众三个方面对如何规避反转新闻人物标签化提出相应策略。

1.4.2 论文框架

本文一共分为三个部分。第一部分为导论，包括研究背景与意义、研究对象与问题、关于框架理论、反转新闻和新闻人物标签化的文献综述、研究思路与论文框架、研究方法与创新点等内容。第二部分为第二章至第六章，是论文的核心主体部分。最后一部分为结语，用于梳理全文。

论文的核心主体部分是第二章至第六章。第二章是对具体概念的界定与辨析，包括对于框架理论的界定，厘清反转新闻与失实新闻、虚假新闻的区别，最后对新闻人物标签化进行界定。第三章阐释了后真相时代下的反转新闻、反转新闻的主要特征及阶段，反转新闻的人物标签化现象、成因及类型，最后论述反转新闻与人物标签化之间的关系。第四章以2018年的“重庆万州公交车坠江”事件为例，基于框架理论分析反转新闻动态发展过程中的人物标签化。本章认为，在反转新闻动态发展的三个阶段，标签化人物的媒体框架和受众框架在不断地互动与竞争

中达成一致，最后通过权威媒体发声，新闻完成反转，进一步固化标签化人物。第五章从社会、媒体、受众、标签化人物四个层面探讨反转新闻人物标签化的负面效能。第六章针对反转新闻人物标签化的负面效能提出相应的规避策略，主要从政府、媒体、受众三个层面展开。

1.5 研究方法与创新点

1.5.1 研究方法

(1) 文献研究法

本文参考和借鉴的文献资料多来源于国内外权威学术期刊的文章，发表在主流媒体和杂志的与“反转新闻”、“人物标签化”相关的文献资料以及各大高校与本课题相关的硕博士学位论文。同时，因为新闻传播的相关理论大多可追溯到社会学和心理学领域，因此在研究具体社会热点问题时不仅需要用到新闻传播的相关理论，也需要涉猎社会学和心理学领域。本文正是从社会学、心理学等学科视角，对与本课题相关的文献资料进行分析和研究。

(2) 文本分析法

文本分析法主要运用于本文第三章和第四章，笔者查找了关于2013—2019年间大量反转新闻的媒体报道，通过深入的文本分析总结归纳了反转新闻五个方面的特征以及反转新闻中人物标签化的类型，并对这些特点和类型逐个加以分析。同时在论文第四章，结合第三章的案例分析，研究媒体在反转新闻初始阶段的媒介报道框架。

(3) 案例分析法

案例分析贯穿全文，在需要论证处予以证明。特别是在文章的第四章节，将运用“重庆万州公交车坠江”这一具体案例对反转新闻中的人物标签化展开深入剖析，在此基础上归纳总结反转新闻中人物标签化的负面效能，并提出相应的规避策略。

1.5.2 创新点

(1) 新的理论视角

在现有的关于“反转新闻”的文献研究中，学者们主要聚焦于针对反转新闻本身的研究，如其形成的原因、特点、传播机制以及反转新闻产生的消极影响和应对机制，几乎很少有学者将反转新闻限定在媒介生态环境下进行研究，本文将基于框架理论来研究后真相时代的“反转新闻”已属一个全新的视角。

（2）新的研究对象

本文的研究对象为反转新闻中的人物标签化，在对人物标签化相关研究进行文献梳理时，笔者在中国知网上以“人物标签化”为主题展开搜索时，仅仅有12篇相关文献，通过梳理发现，这些文献都是以“反转新闻”和“标签新闻”作为研究对象，在研究“反转新闻”和“标签新闻”的相关问题时涉及人物标签化研究，而并非把“人物标签化”作为专门的研究对象进行研究。因此，本文以“人物标签化”作为研究对象，这对反转新闻的研究又是一个新的尝试。

2 相关概念的界定与辨析

本章节主要对于全文的具体概念进行界定与辨析,将框架理论在新闻传播学领域的应用分为媒介报道框架和受众认知框架,对反转新闻与失实新闻、虚假新闻进行概念区分并界定,进而与“标签化”相结合界定“新闻人物标签化”。

2.1 框架理论界定

2.1.1 框架理论

框架理论最初起源于人类学和社会学领域,其研究基础是象征互动论,随着多学科的发展,框架理论也逐步受到其他学科的推动,发展为一种研究理论和范式。新闻传播领域下的框架理论是由美国社会学家欧文·戈夫曼提出,并逐步上升到学界主流。因此,追溯理论渊源有助于我们渗透理论,适应理论。通过梳理,本文将框架理论的发展历程分为三个标志性阶段,分别为起源、提出和发展阶段。

第一阶段:起源。戈夫曼的框架理论最早可以追溯到怀特海、罗素等人。怀特海、罗素认为,框架概念起源于现代哲学认识论和人类学的知识领域,同时,它能够做到通过精神分析理论来解释人类的各项活动。在此基础上,由于人类学家格里高利·贝特发明了元传播的概念,才将“框架”纳入心理学层面,为以后的符号理解提供了诠释规则,以及将它系统化和理论化。

第二阶段:提出。1974年,欧文·戈夫曼基于初始框架,虽然没有将框架理论明确说明,但描述性地将框架理论上升到系统阶段,留下了多义性空间。他在书中指出框架是一种认知基模、是一种社会经验或行为经验,这些可以用来诠释人们如何理解世界的心理状态和认知框架。在纯粹自然地状态下解释事物和社会现象时,我们将这种理论框架称为自然框架;反之,在意识形态下的,或者在有意指控范围内的解释事物的行为则被称作社会框架。那么可以推断出此理论的核心想要表达在表面含义之外的隐匿含义,且在互动关系的框架下进行操作。

第三阶段:发展。框架理论凭借其权威的理论和独特的视角迅速为新闻传播领域研究提供了新的思路。最早盖伊·塔奇曼提出:“新闻就是一种框架”,^①框架中包含了新闻的生产环节以及对现实生活的还原,并上升到生产生活秩序的高

^①肖伟. 论欧文·戈夫曼的框架思想[J]. 国际新闻界, 2010, 32(12): 30-36.

度上继续发展。到了20世纪末，框架理论已经新闻传播学中经历了一定的发展，基本涵盖了新闻传播的各个角度，比如新闻生产、内容和效果等角度。来自于台湾的学者臧国仁从结构的高、中、低三个阶梯论述了框架理论。

经过对上文的讨论，我们对理论框架的概念发展进行一定的述评。首先，在我国大陆地区，由于学界对国外的理论渊源研究浅表化的原因，整体上理论框架研究缺少完整性和精准性；从传播学理论来看，也并没有从总体上高度把握。其次在其他地区，框架理论已经被细致应用到新闻传播领域，整体上为新闻传播研究提供了新的思路和方法，引领了研究前沿。

2.1.2 新闻框架

新闻框架的基础理论即戈夫曼提出的框架理论的延伸。在大众传播和公共领域下，就传播主体而言，“新闻框架”主要理论覆盖了媒体议程设置的各项内容，排除传播主体不需要的内容，选择并强调需要的部分，就如同摄影中的取景构图。在过去，新闻框架主要关注媒体介入方式，具体来说，即新闻事件如何通过报道主题进入到大众视野的过程。如今随着网络的普及和受众媒介素养的提升，受众主动参与到新闻传播过程中去并争取更多的话语权。

本文中，新闻框架从媒体和受众的视角触发，一方面描述了客观实际是怎样进入媒体报道到达大众视野的；另一方面描述了受众对于报道事件是如何认知的。因此，广义上来看，新闻框架包括媒介报道框架与受众认知框架。二者存在着辩证关系，媒介报道框架为受众提供了认知理论；反之，受众对于媒体报道的认可和传播限制了媒体的现实报道，反作用于媒体报道框架。因此，传播效果并非一如媒介所期望的效果一样，受众有权选择新闻，有权给予评价。所以，框架互动为媒介和受众搭起了沟通的桥梁，不但可以为媒体报道提供重要的受众数据，同时也为受众认知提供了“安全阀”。

(1) 媒介报道框架

媒介报道框架主要作用于媒介内部，是新闻工作者从日常事件中选择新闻、报道新闻、审批新闻的指导性意见；是选择性报道的一系列过程，从而实现媒体向受众预设的“媒介现实”，媒介通过对“客观现实”的选择性再现与重构为受众构建了一个强大的认知场，受众的认知、情感、态度、价值观无不受到媒介再

现的影响。“议程设置”理论指出,媒介具有为大众设置“议事日程”的功能,其通过赋予各种“议题”不同程度的显著性,促使公众将注意力转向某些符合媒介报道意图的话题,而被媒介作为“大事”加以强调的话题,同样也会作为“大事”反映在受众的意识当中。^①新闻报道所建构的知识、所形成的规范、所反映的价值以及所塑造的共识一旦为受众接受,就会变成受众对原初社会事件“意义化”的框架和模式,而且会通过此框架对不同社会事件做类似的理解和诠释。不同的媒体面对不同的新闻事件存在着不同的媒介报道框架,而媒介报道框架对受众认知产生重要的影响,这种影响即为框架效果。

(2) 受众认知框架

与媒介报道框架相对应的即为受众认知框架。受众认知框架指的是受众在接触和处理媒介信息时的一种诠释规则、认知结构,这种规则和结构往往体现在受众日常生活中的累积经验、行为态度、价值选择等方面,也会对受众个人处理信息产生一定的影响。受众认知框架决定了受众接受媒介报道框架的方式与方法,也影响了对现实的认知框架和模式。然而,受众在解读媒介信息时也并非完全处于被动状态,个人背景与自我经验的多样性,都会使受众对媒介信息产生多样化的理解。

根据英国社会学教授斯图亚特·霍尔的“编码—解码”理论,受众对媒介报道框架的认知与理解存在三种解码立场。一是“支配—霸权”立场,即受众完全理解媒介的编码意图,并完全按照媒介报道意图进行解码;二是“协商”立场,即受众理解媒介的编码意图,但既不完全否定也不完全肯定,媒介报道框架与受众认知框架处于充满矛盾的协商互动中;三是“对抗”立场,受众并不会按照媒介的编码意图进行解码,甚至有意无意站在媒介报道框架的对立面,使编码解码双方处于矛盾的对立状态。^②

(3) 媒介报道框架与受众认知框架的互动

从霍尔的“编码—解码”理论中可以发现,一方面媒介通过对“客观现实”的选择性再现与重构为受众构建“媒介现实”,影响着人们对于周围世界“大事”及重要性的判断,媒介作为“大事”加以强调和报道的问题,公众对于该问题的重视程度也就越高,受众的认知、情感、态度、价值观无不受到媒介再现的影响。

^①邹丽娜. Web2.0时代网络舆论的生成与调控机制研究[D].暨南大学,2010.

^②沈爱君.从争议性新闻报道看媒介与受众框架的互动[J].今传媒,2016,24(02):45-47.

另一方面，受众解码虽然容易受媒介报道框架的影响，但受众也并非是完全被动与被支配的，他们往往会基于自己原有的认知基础、价值判断和个性需求对媒介信息作出主观性的自我解读。

在传统媒体时代，由于传播活动的单向性，媒介报道框架与受众认知框架可能很大程度上存在一致性，即媒介报道和强调什么，受众就关注和重视什么。然而在互联网异常发达的当下，由于新媒体传播的交互性，加之“以传者为中心”向“以受者为中心”的转变使得媒介报道框架与受众认知框架之间的矛盾和冲突必然通过多种渠道与平台反映出来。这种转变并非绝对地对立，而是媒介报道框架与受众认知框架之间形成互动的趋势，尤其在一些具有争议性的新闻事件（如反转新闻）中，这种互动性就显得尤为强烈。本文第四章，笔者会结合具体案例对媒介报道框架与受众认知框架之间的互动协商展开详细论述。

2.2 反转新闻相关概念界定与辨析

2.2.1 反转新闻

辞海中“反转”的意思为“翻转、回转”。最早提及反转新闻现象的是2009年《新华每日电讯》一篇时评。^①2013年12月《济南时报》的评论首次以“反转新闻”一词描述社会热点，与此相关的业界探讨与学界研究也从2014年开始兴起。针对反转新闻的命名和释义，目前学界也并未有获得普遍认可的、相对权威的界定。目前学界给出的定义为新闻的嬗变过程。这个过程包括初始报道、中间关键信息的增补以及后续报道阶段。

本文笔者从广义上与狭义上对反转新闻作出如下界定：广义上来看，反转新闻是一种特殊的新闻现象，是指传播主体在初始报道阶段未能全面、真实而客观地反映事实核心，而后通过报道的深入及关键信息的增补引发新闻“事实”反转，进而在媒介报道框架和受众认知框架的互动与博弈中引起舆论反转，最终使得整个新闻事件得以发生反转的新闻报道过程；在狭义上是指具有上述现象特征的具体新闻事件。

^①万晓华. “后真相”语境下的反转新闻现象研究[D]. 暨南大学, 2018.

2.2.2 反转新闻与失实新闻

失实新闻是部分真实，包括关键信息的失实和非关键信息的失实，关键信息的失实甚至会形成新闻反转。从失实的原因来看可分为业务性失实和非业务性失实，非业务性失实是由于传播主体故意突出或放大部分细节性内容、以偏概全导致断章取义甚至完全背离关键信息。因此，应严格抵制由于非业务性失实造成的新闻失实，失实新闻在性质上还属于新闻范畴。

反转新闻大多来源于失实性的新闻报道，在细节上存在部分真实，在后续的事实增补中，真相逐渐浮出水面，导致新闻发生反转；也有可能是新闻出现错报或者误报，引发舆论误导，它是失实新闻在发展过程中情节最为多变的一个表现类别，从这个层面来讲，反转新闻的实质是新闻失实，其特殊之处在于它放大反映了社会舆论普遍关注的矛盾点。但与失实新闻有所不同的是，反转新闻并不属于新闻范畴，它是一种新闻现象，是新闻的一种嬗变过程。它的内涵和外延更宽广，不仅包括失实报道，还包括整个动态演变过程。

2.2.3 反转新闻与虚假新闻

虚假新闻在形式上、姿态上完全具备新闻的特征，但实质上是缺乏新闻本质特性的“新闻”。^①虚假新闻未能真实反映客观事物的本来面貌，存在虚假成分，违背新闻真实性的原则，往往是为了达到某一目的而有意伪造、歪曲事实的报道。因此虚假新闻是完全依据个人的主观愿望或者他人的意志去报道的“新闻”，完全背离了新闻赖以产生和依存的客观事实，虚假新闻实质上不属于新闻范畴，它更倾向于是一个概念，一种新闻现象。

虽然同虚假新闻一样，反转新闻也不属于新闻范畴，其更确切的说也是一种新闻现象，但反转新闻并非纯粹意义上的虚假新闻，其所依据的“新闻事实”不是完全虚构的，有些反转新闻报道中客观存在着部分“新闻事实”，致使片面性报道传达到受众手中，但随着关键信息的增补，往往就能得出原本缺失的新闻要素，新闻事件逐渐趋向全面、客观、真实。因此，不应该模糊甚至混淆反转新闻与虚假新闻。

^①廖力妮. 自媒体时代新闻反转的模式、成因与规制研究[D]. 重庆大学, 2017.

总结以上分析,我们可以发现,反转新闻源于新闻的失实报道,本质上是失实新闻,但与失实新闻不同的是,失实新闻属于新闻范畴,而反转新闻是一种新闻现象,是新闻的一种嬗变过程,它不属于新闻范畴;虚假新闻虽然在形式、姿态上完全具备新闻的特征,但实质上是一种没有新闻本质特性的“新闻”,它同反转新闻一样只是一种新闻现象,不属于新闻的范畴。但二者之间也存在区别,虚假新闻以虚假信息为本源,是通过纯粹主观想象思维虚构的“事实”。而反转新闻并非纯粹意义上的虚假新闻,其所依据的“新闻事实”并非完全虚构,而是基于部分真实或细节真实。因此,反转新闻、失实新闻与虚假新闻三者之间相互联系又有区别,只有厘清三者之间的区别与联系,才能对本文的研究对象作进一步的明晰和把握。

2.3新闻人物标签化界定

2.3.1 标签

“标签”最早是指系在基督教教帽的布条或布袋,是教会权力的象征。^①十八世纪,标签用在了印刷业中,欧洲在药品和布匹上印出了第一批标签,主要用于标识商品的分类和内容,介绍产品的信息,这种标签类似于现代化的商品包装信息。《辞海》对于“标签”的解释仍停留在字面含义并没有赋予其在发展演变过程中的时代化内涵。而维基百科给出的解释是:“对事物所额外加上的识别物,如资讯纸卡或牌子。”^②立足于当今社会信息技术的发展,标签已经由专业的商业领域泛化到日常的社会认知领域,并由其本义逐渐引申为“对人或事物采取固定化、模式化认知,即所谓的‘贴标签’。”

2.3.2 标签新闻

近年来,“标签思维”作为一种处理信息的先决条件而被媒体和受众熟知,

^①江山. 反转新闻中的人物标签化研究[D]. 黑龙江大学, 2017.

^②来源于<https://www.docin.com/p-1326077950.html>

它的基本表征突出为思维定式和模式化认知。标签思维在新闻传播领域本土化为新闻的“标签化”现象，指被报道的新闻事件被媒体冠以“标题党”式的关键词替代，其范围涵盖了新闻报道中的基本元素，例如事件性质（事件标签新闻）、人物形象（人物标签新闻）、地域特色（地域标签）等。

李普曼从社会认知和心理认知层面，将标签新闻解释为刻板印象，具体对于刻板印象的解释如下：人们在解释事件或认知事物时，脑海中会凭借自己的经验发生特定的成见，一般这种成见在潜意识中形成了牢固的认知框架，那么在面对同类型或相同要素的事件时，则会自动提取认知框架，反复多次后形则会形成固定化的认知模式。^①这种处理方式使得事物被提前预设，在一定的框架内进行解读甚至会给事物强加某种特质。

2.3.3 新闻人物标签化

新闻人物标签化本质上是标签新闻中的人物标签新闻，是一种针对新闻主体的刻板效应或者是认知偏见。所谓“新闻人物标签化”，是指媒体将独立事件中的新闻人物“概念化”成一类新闻人物，并在以后的新闻报道中不断地强化这种“标签化”，受众在媒体的反复报道中对特定群体“标签化”的认知不断加深。公众耳熟能详的“官二代”、“城管”、“女司机”等都是媒体从具体新闻事件中炮制出的人物标签，并经过不断强化根植于受众的认知思维中，这种认知思维会在受众遇到类似事件或特定群体时被迅速激活。正如“基模”理论所指出的，媒体的表达方式及报道框架会潜移默化地影响受众感知世界的方式，新闻中的认知框架与报道对象之建构受制于传受双方的隐蔽认知框架，涉及主观的意志渗透。一方面，媒介通过新闻报道框架的选择、凸显等叙述方式强调媒体想要呈现的新闻事件；另一方面，受众通过激活、更新或补充原有的认知框架，对事件进行主观的意义建构，在媒介报道框架与受众认知框架之间不断地互动、协商与博弈中完成“标签化”意义的建构和传递，进一步放大与强化新闻中的人物标签。综上，本文主要探讨的是反转新闻中的人物标签化。

^①黄旦. 舆论: 悬在虚空的大地?——李普曼《公众舆论》阅读札记[J]. 新闻记者, 2005(11): 68-71.

3 反转新闻中的人物标签化

反转新闻中的人物标签化也就是新闻人物标签化在反转新闻中的运用，“后真相”时代为反转新闻的频发提供了大环境。本章首先对反转新闻的特征、发展阶段进行研究，进一步分析反转新闻中人物标签化的产生原因和分类，最后得出：在反转新闻的动态演变过程中人物标签逐渐强化，同时被标签化主体也加速了新闻反转。

3.1 反转新闻

3.1.1 后真相时代下的反转新闻

传统媒体时代是一种自上而下型的单向传播，这种传播模式下媒体具有一定的权威性与公信力，媒体所报道的新闻内容都是以事实为依据，坚持“内容为王”并经过层层筛选与审核之后才呈现在受众面前，因此媒体所报道的新闻信息具有较高的可信度。随着技术的浸入式渗透使得新媒体环境和媒介传播格局发生了前所未有的改变，过度追求新闻时效性与点击量往往容易忽视新闻内容的质量，忽视新闻质量就意味着新闻报道离真相越来越远，“注意力在前、真相在后”是后真相时代下的一大显著特征，新闻真实性不再是第一位的，新闻事实让位于情感需求，媒体也在经济利益的驱使下通过“拼接事实”等某些媒介手段掩盖事件背后的真相，最大程度上吸引受众的注意力，这就致使媒体呈现在受众面前的新闻内容严重背离新闻事实，新闻失实进而引发新闻反转。后真相的时代环境为反转新闻的频发创造了条件，反转新闻中公众对于新闻本身和事实真相的关注度远远低于事件所引发的舆论热度，传播者极力迎合受众情感需求，碎片化和快餐式的信息获取方式让受众看到的未必是事实真相或全部事实，随着新闻内容和关键信息的不断增补，“后真相”引发舆论“井喷式”传播。

3.1.2 反转新闻的主要特征

(1) 社会话题性

从议题形式上来看，反转新闻大多与民众的切身生活息息相关，社会话题主

要聚焦于公民素质、教育问题以及官民矛盾等社会热点，这些方面恰恰是转型时期中国社会矛盾的集中呈现。整个社会环境的浮躁之风和快餐式的信息获取方式让受众更乐于去关注一些话题性较强的社会事件，相比于一般的新闻内容，具有较强社会话题性与敏感性的新闻事件和新闻主体更容易吸引公众的注意力。因此，媒体在筛选和报道新闻事件时，也会极力迎合受众的情感需要，最大程度上吸引受众的注意力，这类新闻事件本身并没有多大的社会意义，但其较强的社会话题性可能具备更大的讨论热度和传播价值。如2014年12月7日，四川省西充县一名携带艾滋病毒的小男孩坤坤遭到200余名村民的驱逐。此新闻报道后引起社会广泛关注，媒体在新闻报道中突出强调“艾滋病毒”、“八岁孩子”等关键字眼，在博取受众眼球的同时引发社会关于“艾滋病歧视和防治”的大讨论。当整个事件发展和舆论热度进入白热化阶段时，小男童爷爷爆出此事件是经由媒体一手策划和经营，只为增加社会话题性，这一关键信息的增补使得新闻完成反转，但相关媒体确实也获得了一定的关注度和点击量。

（2）报道诱导性

新闻报道的第一要素是真实性，这就要求新闻工作者在筛选和加工新闻时必须客观公正。但是反转新闻从初始报道阶段就掺杂着明显的媒体诱导性，当事件细节还没有完全浮出水面的时候，公众对于新闻事件的认知很大程度上来源于媒体的报道意图和倾向性，这种先入为主的倾向性会影响受众对于客观事实的判断，并引导舆论态势偏激化。媒体想要在泛滥的信息洪流中引起受众的注意，就必须通过醒目的新闻标题、极具诱导性的报道主题瞬间抓住受众眼球，并引导受众在媒体的报道框架下解读和思考，这样才不至于淹没于纷繁复杂的新闻媒体中。2014年曾一度爆红网络的“骆驼四肢被砍沦为乞讨工具”事件，媒体最初报道新闻所用的图片来自于网友拍摄，在照片未经核实的情况下就诱导受众站在“道德”的制高点上去指责人类的“丧心病狂”，瞬间在网络上点燃舆论，甚至外媒在针对该事件的报道中突出强调“血腥野蛮”、“恶意斩断”等关键字眼，后来经查实骆驼的腿并没有被砍，只是被隐藏起来了而已；还有在媒体的报道框架下，大多数城市管理人员（简称“城管”）被描述成没有人情味的暴力执法者，他们的蛮横无理与“小贩”的辛苦谋生形成鲜明的对比，对于城管群体的污化进一步加深了人们原有认知中对于这一群体的刻板成见。

（3）主体标签化

“标签化”往往伴随着反转新闻的动态过程，大多数新闻的反转实则是新闻事件中“标签化主体”的反转，而为新闻事件中的特殊群体预设标签也是媒体在新闻报道中惯用的媒介手段，选取新闻事件中最容易吸引受众的部分和细节进行放大与强调，而为新闻主体预设“标签”正好与受众潜意识中的原有认知基模相吻合，能快速抓住受众的眼球并吸引流量。受众阅读方式的碎片化和快餐化驱使新闻媒体报道新闻事件时，将事件中新闻主体之间的关系简化成一个个“标签”之间的对抗，公众只需要阅读媒体呈现的标题就可了解事件的主要内容，媒体通过媒介报道完成对客观现实的呈现，在媒介所建构的“拟态环境”中，同类信息不断集聚，会在潜移默化中加深受众对于特定群体的刻板成见，显然这样的报道形式是对新闻真实性不负责任的表现。一方面，媒介会根据公众的兴趣点对新闻事件的主体进行标签化预设；另一方面，受众也会形成对于某一特殊群体的固定认识，这种刻板成见来源于受众个人生活经验、主观偏见和思维定式，当一些社会热点事件涉及某一特定群体，受众内心的预存认知就会被激化，如“老人碰瓷”、“女司机”、“路怒症”、“美女网红”等。

（4）双方冲突性

长期的话语模式中，我国媒体更多将社会事件中的新闻主体区分为“一强一弱”，这种二元对立性能够让媒体以最快速度呈现新闻事件，同时，公众也能通过新闻标题等对社会事件中的主体进行定性。在媒体报道的大量新闻事件中，医生与患者、政府官员与群众、城管与小贩、导游与游客等二元对立形象完美迎合了受众心中对医生、政府官员、城管和“黑导游”的负面情绪，同时这种主体间的冲突性更具有网络讨论的矛盾点，也更利于受众快速“站队”，进而实现媒介的报道意图。当受众发现社会事件中相对处于劣势的新闻主体与自身有相似经历时，就会在同理心的影响下倾向于维护“相对劣势”的群体权益，而对于这一群体本应履行的责任和义务进行弱化甚至直接忽略，这种刻板的二元对立模式极易忽视新闻真相，造成媒体和受众过早对新闻事件下定论，在真相还未完全呈现之前，形成错误的舆论导向。反转新闻中的医患关系、官民纠纷等充分体现了主体间的冲突性，如2016年“抹香香”事件中，一边是自称“我是当领导的，怎么可能什么事件都具体知道.....”的河南鲁山县委群工部部长汤钦，一边是奉献于

教育事业长达34年的农村教师丁学玉,在其位不谋其职的不作为的官僚作风与被莫名“辞退”而被迫离开讲台的教育奉献者形象之间的对立冲突性经各大新闻门户网站转载后引发舆论爆点,导致公权力与民众之间原有的矛盾逐渐加剧。

(5) 舆论暴力化

公众针对某一社会事件发表的集合意见或群体言论即为“舆论”,由于全民狂欢时代下的群体具有冲动性和易变性,因此这种舆论也往往是受众高度情绪化和娱乐化真实反映,极具争议性的社会热点和“标签化主体”更容易成为反转新闻发生的催化剂,非理性的受众成为反转新闻进一步发展的推手。受众情绪在媒体的过分渲染中被激化,在事实未被真正呈现出来前极易受到媒体报道框架的影响,同时在自身已有认知思维的基础上快速“站队”,对新闻事件中的主体作出主观性的是非判断,加之全民狂欢的情绪以及网络空间的匿名性,很多人借由某一事件来大肆宣泄现实生活的压力和无处宣泄的消极情绪,甚至随着事实的增补,舆论的焦点已经由新闻事件本身演化为对“标签化主体”的人身攻击、隐私泄露。如“成都男子暴打女司机”事件,一段“女司机被暴打”的视频在网络裂变式传播后网络空间谩骂声一片,舆论矛头一边倒的指向男司机。之后男司机行车记录仪视频被曝光:女司机在行车途中不遵守交通规则险些造成交通事故,瞬间激化了公众对于女司机“马路杀手”的负面情绪,随之舆情也发生反转,舆论焦点转移到女司机身上,网民对其进行侮辱谩骂,甚至有人“人肉”出了女司机的个人隐私,其四年前不安全、不文明的驾驶行为再一次引发全网的舆论声讨。

3.1.3 反转新闻的阶段

宏观层面而言,新闻生产是媒体对客观现实进行框选、加工和重构的过程,是“客观现实”向“媒介现实”转变的过程,受众通过“媒介现实”去感知“客观现实”。互联网技术的发展颠覆了传统的新闻生产模式,新闻的传播由“以传者为中心”的单向性变为“以受者为中心”双向互动性,受众不再是被动接收媒介信息,而是积极参与到新闻的生产与传播过程中,受众的高度参与性使得媒体的新闻生产与传播基于公众兴趣和情感需求而展开,新媒体的移动化生产和多渠道传播要求新闻生产要注重时效性和互动性。反转新闻是“时效为王”的后真相时代下的一种新闻现象,作为突发性公共事件的一种,其演变过程是一个突发性

和渐进性相统一的动态发展过程，这个过程可分为三个阶段，分别为初始阶段、发酵阶段和反转阶段。

（1）初始阶段

反转新闻的初始阶段主要由于媒体生产和传播的失实报道，导致媒介呈现给受众的新闻信息与原本新闻事件存在出入。在新闻事实不全面的初始报道阶段，存在着两个相对独立的框架建构，即媒介报道框架和受众认知框架。社会主流意识形态影响并制约着媒介报道框架，同时媒介报道框架也与媒体自身的定位息息相关，不同的媒体有着不同的媒介报道框架，传播主体在媒介报道框架下对新闻事件进行选择加工和重构，这也是造成初始阶段新闻失实的重要原因。同时在反转新闻的初始阶段，虽然一部分人拥有相对独立的认知思维，但多数受众很大程度上会顺着媒介的报道意图进行新闻解码，因此在反转新闻的初始报道阶段，媒介报道框架与受众认知框架存在相对统一性。如2016年山东潍坊的“纱布门”事件，山东电视台《生活帮》栏目的节目定位为帮助百姓解决困难，“纱布门”事件中媒体一开始就对医生进行污名化报道，这与该栏目的组织定位相吻合，相对于“弱势群体”的医生就是被媒介“标签化”的对象，社会大众也由于对医护人员的负面刻板成见，在新闻事实尚不明朗的情况下站在患者的角度谴责医院的失职和不敬业。

（2）发酵阶段

可以说在反转新闻的初始阶段，媒介报道框架与受众认知框架具有一定的和谐性，但是这种相对和谐性并不会持续很长时间。互联网技术的快速发展使得新闻在网络空间持续发酵，新闻事件的关键信息和细节内容不断浮出水面，事实逐渐明朗化，舆论也随着信息的增补进一步发酵。相对于初始阶段，这一阶段的受众趋于理性化，他们对于事件的认知和思考不再仅仅依赖于媒介报道框架，而是会形成自己主观性的看法，这种主观性的判断更多源于人们已有的生活经验、个人认知和思维基模等。当受众发现自己对于新闻及新闻主体的认知与媒介报道框架下所形成的认知存在偏离甚至直接对立时，他们会借助网络空间与平台发表自己的意见，而媒体也会根据新闻事实的不断增补、舆论的不断发酵以及受众认知思维的逐渐理性化来调整和完善原有的媒介报道框架，即为媒介报道框架与受众认知框架的互动与协商。如2014年震惊医学界的“湖南湘潭产妇死亡”事件，媒

体在初始阶段的报道框架为“产妇死于手术台，医生却不知踪影”，预先通过“媒介审判”将舆论矛头指向医生，随着细节的增补、舆论的发酵以及受众趋于理性化，媒体经过求证确认“医生护士全体失踪并非实情”，在此基础上进一步完善原有报道框架，完成框架间的互动与博弈。

(3) 反转阶段

反转新闻的反转并不是一蹴而就的，新闻的反转是一个复杂曲折的动态发展过程，媒体后续的反馈报道与受众不断地信息增补使真相越来越全面地呈现出来，新闻事实的每一次反转，都会迎来新闻报道的传播高峰，伴随而来的社会舆论与受众态度也会出现拐点，主流媒体的采访报道和政府有关部门的介入调查让新闻反转最终得以完成，网络舆论也渐渐平息。也就是说在媒介报道框架与受众认知框架的互动与博弈中新闻发生反转，舆论焦点和受众态度也会随着新闻事实的反转而反转，反转之后的媒介报道框架与受众认知框架趋于一致。“重庆万州公交车坠江”事件经历了两次大的反转，舆论矛头也在媒介报道框架与受众认知框架的互动协商中由最初的“公交车男司机”到第一次反转之后的“马路杀手女司机”，再到最后“蛮横无理的中国大妈”，反转最终完成之后的媒介报道框架与受众认知框架趋于一致化。

3.2 反转新闻中的人物标签化分析

3.2.1 反转新闻中人物标签化现象

沃尔特·李普曼在其著作《公众舆论》中提出：“多数情况下我们并不是先理解后定义，而是先定义后理解”。^①置身于纷繁复杂的信息浪潮中，人们没有太多的时间和精力去判断与思考，往往倾向于按照我们的文化所给定的、我们所熟悉的方式去感知世界。如前文所述，人物标签新闻、事件标签新闻和地域标签新闻是标签新闻的三种类型，本文主要研究的是反转新闻中的人物标签化，即在反转新闻的报道与传播中赋予特定新闻主体以“标签化”，并在以后的新闻报道与传播中不断重复与强化这一“标签化”，受众在媒体的反复报道中对特定群体“标签化”的认知不断加深，如“女大学生”、“富二代”等都是在反复的新闻

^①[美]沃尔特·李普曼. 公众舆论[M]. 阎克文, 江红, 译. 上海: 上海人民出版社, 2006: 14-21.

报道中被“标签化”的特定群体,经过不断强化根植于受众认知思维中的这种“人物标签化”会在受众遇到类似事件或特定群体时被迅速激活。

互联网技术的快速发展对于新闻的时效性要求更高,媒体想要在泛滥的信息洪流和媒体竞争中快速抓住受众的眼球,就必须抢占新闻头条,而这就使得媒体在新闻事实并没有完全调查清楚时,就简单粗暴的根据以往报道中被逐渐强化的“人物标签化”预设新闻主体,在新闻要素不完整或者部分失实的情况下播发新闻是新闻得以发生反转的重要原因。新媒体时代,反转新闻中的人物标签化现象愈演愈烈,而这一现象并不是突然发生的,它的产生和发展源于社会、媒体和受众三个层面的原因,也存在着多方面的类型。同时,就反转新闻中人物标签化现象的影响来看,有一定意义的积极因素,但其负面效应远远大于积极因素,我们应辩证看待这一现象,在肯定积极因素的基础上反思反转新闻中的人物标签化现象所带来的负面效应。

3.2.2 反转新闻中人物标签化成因

(1) 社会层面: 社会矛盾的支配和社会阶层的固化是造成反转新闻中人物标签化最深层、最根本的因素。现如今,中国正处于社会转型的重大变革时期,高度情绪化和极端化是社会矛盾制约下的公众所具有的显著特征,人们大多数情况下戴着有色眼镜看待特定事物或主体,这种惯性思维推动舆论恶性发酵。不难发现,转型时期的整个社会人心浮躁,结构性压力大,情绪地雷随时会因为某个事件或某一群体被点爆,进而在网络空间通过“贴标签”的方式来大肆宣泄现实社会中的负面压力和情绪。处于反转事件的新闻主体在虚拟空间“被标签化”的过程中,那些对其进行污名标签化的群体却恰恰就是作为现实社会中“弱势”一方的普罗大众,如医患矛盾一定与医生的不负责任挂钩。其次,社会阶层的固化也是另一个根本性的原因,话语权领域的“马太效应”为反转新闻中的人物标签化和舆论极端化埋下了导火索。

(2) 媒体层面: 媒体对特定群体的标签化预设可以说是反转新闻中人物标签化形成的最主要的因素。首先,我国媒体对于新闻事件的报道必须与社会主义核心价值观的意识形态相契合。其次,媒体自身的组织定位制约着其媒介报道框架的设定,“纱布门”事件中《生活帮》栏目根据其“帮助百姓解决生活难题”

的组织定位设定了倾向于为孕妇发声的媒介报道框架，加之“眼球经济”下异常激烈的媒介竞争使得传播主体更加注重新闻的时效性而忽略真实性，博得关注并获得流量成为了媒体唯一关注的重点，只有提前为新闻主体预设标签，再加上引人注目的标题才能在瞬间吸引身处信息大爆炸中的受众。最后，新闻工作者个人对特定群体的刻板认知、社会责任感的缺失及职业操守的弱化导致新闻把关不严、文风浮躁等等，这些都在一定程度上造成了反转新闻中的人物标签化。

(3) 受众层面：从受众角度而言，人们潜意识中对于特定群体的原有认知基模和刻板成见是反转新闻中人物标签化的重要原因，这种原有认知基模的形成来源于以下三个方面：首先，社会阶层的固化造成社会各群体之间话语权的失衡，而人们对于某个社会群体的思维定式和“标签化”认知就形成于社会阶层的不断固化中。其次，媒体有目的性的议程设置和社会舆论的引导也强化了人们的固有成见，媒体通过对某个群体进行“标签化”形象设定来满足其自身对关注度和“流量”的需求，在反复被强调的媒介报道框架的影响下，受众对特定群体的“标签化”形象也在潜移默化中逐渐加深。最后，主观上的认知偏见和日常生活中的经验总结都会影响受众对于某一特定群体的“标签化”思维定式，比如“重庆万州公交车坠江”事件中，当受众了解到公交车与女司机的红色小轿车相撞之后坠入江中，就会自然而然地将女司机和“马路杀手”挂钩，先入为主的认为是因为女司机驾驶不当而造成事故，瞬间将舆论矛头指向女司机。

3.2.3 反转新闻中人物标签化类型

(1) 社会道德型

从“彭宇案”到“许云鹤案”、从“小月月”事件到“罗一笑”事件，一系列的炒作事件引发了公众对社会道德沦丧的担忧，同时这些事件也在不断消解着道德凝聚的力量，国民底线意识和诚信的缺失成为社会道德日益滑坡的主要因素。然而，媒体对“社会冷漠”的新闻框架建构成为道德恶化的“帮凶”。上文我们提到的“安徽女大学生称扶老人被讹”和“北京老外扶老人被讹”事件就是反转新闻中典型的社会道德型的人物标签。事件的初始报道阶段，媒体先入为主的设置“道德框架”正好契合了受众对社会“真善美”的渴望，也就是说媒体对老人群体道德型标签化的预设就是为能将这一事件上升到社会道德层面，从而快

速吸引人们的注意力并引起对人性善恶的讨论。经过女大学生首发微博寻找目击证人和媒体的一系列转载报道之后,网民由于对老年人的刻板成见一时间将舆论的矛头指向老年群体,“倚老卖老”、“为老不尊”等标签成为这个特殊群体的代名词,人们站在道德的制高点上谴责老人的不道德行为。虽然事件最终得以反转,事实也水落石出,但是不得不说媒体针对老年群体的“道德框架”确实为其带来了巨大流量。

(2) 官民对抗型

大多数情况下,所谓的“人物标签”是那些拥有强话语权的群体强加于那些话语权较弱的受众群体的负面信息。但值得注意的是,网络空间的污名化行为并非发生于强者对弱者的“霸凌”,实际却是弱话语权群体对强话语权群体贴上污名化标签。在这种情况下,看似处于社会强势群体中的群众反而会被各种各样的负面言论或者行为所攻击,比如我们所熟知的一些执法部门的人员、公权力的代表群体等一系列群体经常会成为“逆向标签化”的对象。在这种环境之下,倘若某一弱势群体与之起了相应的矛盾亦或者冲突行为,这时候媒体对事件的报道在不明事实真相之下却恰恰容易形成一种“弱势群体被官势力欺压”的舆论风向,长此以往就会产生固化的框架设定。长时接收这种二元对立报道框架产出的信息,将会不断的强化受众认知中的标签,当看到类似的报道,人们的脑海便会自动给事件加上所不断强化过的标签。事实上,这种“逆向标签化”的行为更加激化了民众和公权力之间的矛盾和冲突,导致双方间的隔阂和误解越来越深,媒体的这种舆论暴力虽然迎合了大多数民众同情弱者的心理,但实际上极大地阻挡了社会和谐发展的脚步,加深了社会各群体间矛盾。

(3) 性别差异型

两性之间的性别差异不仅仅包括生理上的差异,还包括被社会文化语境长期建构下的心理差异,尽管男性和女性在非传统领域的参与和接受程度发生了巨大变化,但基本的性别刻板印象仍植根于我们的社会认知中。媒体在长期运行过程中也形成了社会共识下的“媒介共识”,也就是所谓的媒介刻板印象。“成都男子暴打女司机”事件就是典型的性别差异型人物标签,在新闻反转之前,事件中被强调的核心是“男人打女人”,该行为被视为建立在以男性为中心的父权体系之上的性别歧视,这与新时代社会语境下女权主义强调的男女平等观念相悖,此

处女司机以“弱女子”形象出现在公众视野中，激发了人们对传统中国女子的积极刻板印象，这一时期舆论则是倾向于站在女司机角度来指责男司机的粗野行为。反转后，受众发现男子之所以暴打女司机是因为该女子多次强行变道险些造成交通事故，此时男司机占据舆论和情感优势，而女司机的野蛮驾驶将其“女司机”身份置前，而这正好激活了人们对女性的“泼辣、无理、马路杀手”等负面刻板成见，舆论迅速从指责男司机变为“人肉”、“窥探”女司机的个人隐私。综上分析不难发现，尽管新闻反转前舆论矛头指向男司机，但实际上新闻反转前后所营造的舆论大环境都以“女司机”为主。

（4）力量强弱型

一个新闻事件若是发生了反转的情况，说明在这个事件中是包含两种不同力量的对抗，这两种对抗力存在着你强我弱的实力对比。这种对比和强弱不仅存在于双方的心理，还广泛的分布于双方的话语权、社会地位以及舆论优势等。这种不同强弱的对立也并不是固化的，事件双方所拥有的力量对抗会因为不同的影响因素发生转换或者解构。在这个过程中还会不断发生着“被标签化”的行为。比如“云南导游骂哭不购物游客”事件的反转，正是体现了这种转变。另一方面，这种力量强弱还体现在现实认知和网络舆论的巨大逆差，比如类似于“纱布门”事件等涉及医患关系的初始报道中，医生通常被视为强势群体的一方，患者相对而言是弱势群体一方，即通常强调的“医强患弱”，这样的标签化形象正好与人们对医生群体的心理成见相吻合，使得他们在不了解事实真相的情况下先入为主，以感性化、情绪化的方式一味地同情所谓的“弱者”并为其发声，对事件中的“强势”一方理所当然地进行先一轮的舆论讨伐，而在这种极端化的舆论声讨中，原本是强势一方的医生反而成为了弱势群体，作为“弱者”形象的孕妇及家属则成为了这场舆论讨伐中的强势群体。

3.3 反转新闻与人物标签化的关系

反转新闻与人物标签化相辅相成、相伴而生，人物标签化是促使新闻发生反转、舆论爆点发生剧变的重要因子，其存在于反转新闻的整个动态演变中；同时在新闻反转的嬗变过程中，特定群体的人物标签化被不断强化，这种被强化的人物标签化会成为下一个新闻发生反转的加速剂。因此厘清人物标签化与反转新闻

之间的关系至关重要。笔者认为，人物标签化加速了新闻反转，新闻反转则强化了新闻人物标签化。

3.3.1 人物标签化加速新闻反转

传播主体在新闻报道中如果能合理运用人物标签，就能在吸引受众眼球的同时宣传典型、树立榜样，合理引导舆论的积极作用。但是如果不加判断、简单粗暴的滥用人物标签，就会带来严重的负面效应，近年来，媒体对于新闻人物标签的运用其负面效果远远大于正面作用，人物标签化加速了新闻反转的产生成为当下一个极其突出的媒介问题。媒体针对特定群体的人物标签化议题框架其目的就是将新闻事件与受众过去的认知基模相联系，以取得其对新消息的关注，而受众的注意依赖于媒体对特定群体及其属性的媒介报道框架，比如一看到与“老人”相关的新闻就必定与“碰瓷”、“讹钱”有关；一有“警察”、“官员”等字眼就必然与“贪污腐败”、“不作为”、“欺压百姓”挂钩，这些媒介用以大量强调和突出的新闻主体，受众就会自然而然给予其更多的关注度，并更乐于主动去挖掘与标签化新闻主体相关的新闻细节，而这些信息内容的增补正是新闻得以发生反转的关键点。

比如在“安徽大学生称扶老人被讹”事件中，媒体就在新闻报道的标题上制造话题，这让媒体的倾向性暴露无疑，在媒体的报道框架下坏老人与“碰瓷”挂钩，而女大学生却以“善良弱小”的形象被媒体呈现在公众视野中，二者形成鲜明的对比。在媒介的报道框架下，“老人碰瓷”受众的注意力焦点，事件的最后被证实这是一起交通事故，女大学生应承担主要责任，老人承担次要责任，新闻自此完成反转。从彭宇案到越来越多的“老人碰瓷”事件，媒体以先入为主的报道方式将老人群体污名化，“老人讹人”的标签化形象加速了新闻反转。

3.3.2 新闻反转强化人物标签化

从新闻反转影响人物标签化这一角度来看二者之间的关系时，我们不难发现，不管新闻如何反转、受众立场和舆论如何倾斜，最终的结果都是特定群体的人物标签化在媒体的反复报道和强调中得到了强化。当初始报道完成后，随着关键信息的不断增补，新闻和舆论出现拐点，媒体于是通过自净的方式扭转原先的失实

报道，其目的是挽回受到破坏和质疑的媒介公信力。不得不说这些新闻反转过程中的补救措施是非常及时且有必要的，然而媒体并没有连同媒体的人物标签化策略一起纠正。当新闻反转完成后，包括媒体和受众在内的各方面也会有所反思，但是这种反思依然只是停留在对新闻事实的纠正上面，而缺少对相关新闻主体形象的客观性认知和标签化思考。因此，即使新闻最终得以反转，但媒体对特定群体提前预设的标签化形象已经将这些群体的特征和行为已深深存留于人们的潜意识中。这样，新闻反转的发生反而更加强了新闻人物标签化。

同样是在前文提到的“安徽大学生称扶老人被讹”事件中，新闻出现拐点之前的安徽网共发出21篇报道，这些文章都是以主标题加副标题的形式，其中有13篇报道使用的主标题都是倾向于污化老年群体而同情女大学生，在媒介报道倾向的影响下，受众对老年人“倚老卖老，敲诈勒索”的负面情绪和对女大学生“善良单纯，轻信别人”的同情心理逐渐加深。在两名支持老人的目击证人出面作证以及警方的进一步调查核实后，新闻发生反转，事件最终也得以定性，安徽网的后续报道标题变为《淮南大学生扶老人事件跟踪》、《大学生扶老人事件续》等，不难发现，这些标题中已经没有了初始阶段“被讹”等明显倾向于污化老年形象的字眼，但是关于前期报道中对老年形象造成的负面影响，媒体始终并未提及和反思。因此，虽然事实水落石出，新闻也完成了反转，但在新闻反转的过程中人物标签化也得到了进一步的强化。

4框架理论下反转新闻的人物标签化分析 ——以“重庆万州公交车坠江”事件为例

4.1案例回顾

2018年10月28日的上午10时08分,在重庆的万州区长江二桥上发生了一起极为重大的“公交车坠江”事故,22路公交车在桥上与一辆私家车相撞,随即撞翻桥边的护栏,跌入江中。10时21分,在事故发生后13分钟,万州网民通过微博平台发布了关于该事故的第一则信息,进而随着时间的推移,相关的公交车坠江的现场视频也出现在网上;在距离事故发生后的1小时7分钟后,北京青年报发布了题为“重庆大巴车坠江,政府正组织救援”官方微博文;11时34分该交通事故登上了微博实时热搜,越来越多的人开始关注此次事故的发生原因和调查结果;12时左右,在重庆市万州区分局官方发布该事件还在进一步调查中时,新京报发布了一篇《重庆公交与轿车相撞坠入长江系轿车女司机逆行导致》的报道,内容称事故发生的原因是由于一名女司机的逆行导致了公交的坠江。此文章一经发布就被众多媒体竞相转载,随后环球网发布的微信公众号标题为《大巴车坠江原因:女司机逆行!》、新浪新闻客户端和武汉发布等官方账号都发布了类似的报道,并且有图片显示事故发生时女司机穿着高跟鞋,于是就有媒体先入为主地认为“女司机逆行”、“女司机穿高跟鞋”是造成事故的主要原因,这直接导致了女司机在事实并未查明的情况下受到了先一轮的舆论讨伐;下午13时,重庆市交通巡警总队表示打捞出的一名遇难人员的遗体,相关事故详情将持续发布;14时左右,万州区交通巡警支队通报,警方已控制私家车女司机;17时左右,重庆市公安局万州区分局再次发出通报,介绍了事故的初步调查结果为公交车在行驶过程中突然穿过中心实线撞向小轿车,此通报证实了事发时私家车处于正常行驶状态,而非之前网传的私家车逆行;29日16时左右,重庆市人民政府新闻办公室发布通报称,初步核实该事故失联15人,公交车位置目前已基本确定;10月30日上午,重庆警方解除了对小轿车女司机的控制;10月31日23时,公交车被打捞出水,黑匣子曝光;11月1日15时,官方通报称已找到13名遇难人员遗体,且身份已全部确认,但仍有2人下落不明;11月2日,重庆官方发布坠江真正原因:根据黑匣子视频和调查结果来看,

公交车坠江是因为车内女乘客因错过公交站与驾驶员发生言语和肢体冲突，致使车辆失控坠入江中，这一事故最终造成13人死亡、2人失踪，自此事实真相水落石出，新闻完成反转。

结合框架理论下反转新闻的三个发展阶段，本文将“重庆公交车坠江”事件也分为三个发展阶段（如下图）：第一阶段即初始阶段（2018年10月28日10时08分—2018年10月28日17时46分），这一阶段的媒介报道框架占据主导性地位，受众认知框架在一定程度上顺从于媒介报道框架，初始阶段所谓的“逆行”、“穿高跟鞋”的女司机被迫身陷舆论风波；第二阶段即发酵阶段（2018年10月28日17时46分—2018年11月2日），这一阶段媒介报道框架由于初始阶段对舆论的错误引导使之相对处于劣势，而受众认知框架在舆论场中占据相对优势，并且双方处于不断地互动与博弈中，发酵阶段的舆论呈现多元化趋向，舆论矛头包括对前期误导舆论地相关媒体的谴责、对疑似疲劳驾驶的男司机的猜测与指责、对桥梁护栏的防护功能是否符合规范的质疑；第三阶段即反转阶段（2018年11月2日—2018年11月7日），通过政府权威部门通报事故原因，新闻得以反转，这一阶段的媒介报道框架与受众认知框架趋于一致，舆论矛头直指蛮横无理、威胁公共安全的女乘客。与此同时，这一事件中舆论也经历了三次高潮，对应三个被标签化的人物群体，依次是“女司机”、“男司机”和以女乘客为代表的“中国大妈”群体。

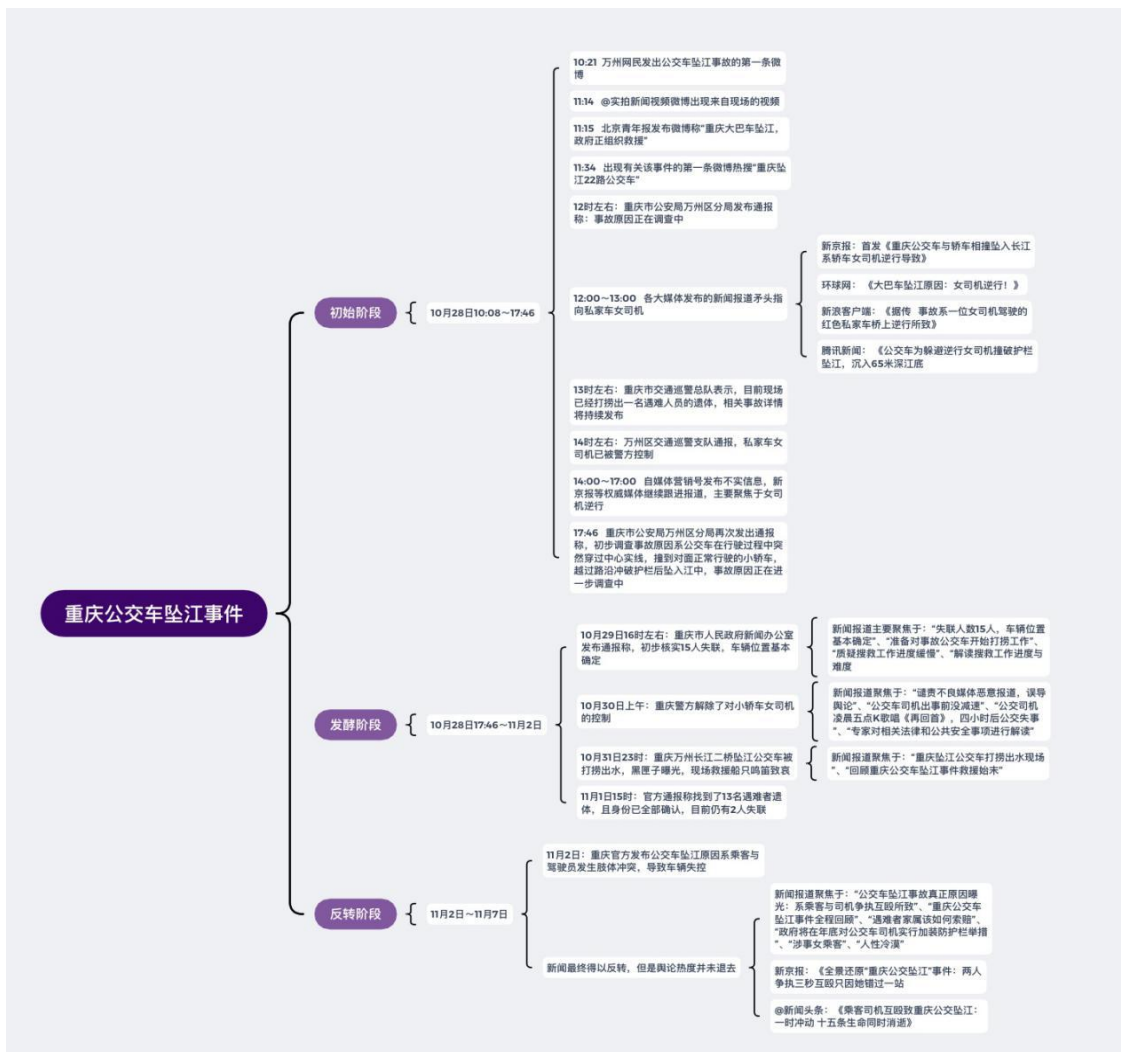


图4.1

4.2 第一阶段：初始阶段（2018年10月28日10时08分—2018年10月28日17时46分）

4.2.1 媒介报道框架

“重庆万州公交车坠江”事件中，媒介报道框架在初始阶段占据主导性地位，通过新闻报道引导公众对事故和新闻主体进行初步定性与认知，并把控着舆论的发展走向。事故发生不到3小时，新京报作为首发媒体，在其新闻报道中突出“女司机”、“逆行”等关键信息，例如标题为《重庆公交车与轿车相撞坠入长江系轿车女司机逆行导致》的文章中称：该报记者通过核实发现公交车坠入江中是因为在桥上与一辆“逆行”的红色小轿车发生相撞，并突出强调该小轿车司机为女

士。此文章一经发布就被众多媒体竞相转载，随后环球网发布的微信公众号标题为《大巴车坠江原因：女司机逆行！》、新浪新闻客户端和武汉发布等官方账号都发出了类似报道，并且有图片显示事故发生时女司机穿着高跟鞋，于是就有媒体先入为主的认为“女司机逆行”、“女司机穿高跟鞋”是造成事故的主要原因，加之公众对于这一特殊群体“马路杀手”的刻板成见，直接导致女司机在事实并未查明的情况下受到了先一轮的舆论讨伐，无辜陷入舆论的漩涡。不难看出，此次公交车坠江事件，在官方通报具体事故原因还在进一步调查的情况下，以新京报为代表的媒体主动站出来引导舆论走向，其对“女司机”进行标签化预设的媒介报道意图第一时间触发舆论爆点，这种主观性的媒介审判将人们的注意力从事件本身转移到对于“女司机”的声讨，“女司机”瞬间被推上舆论的风口浪尖，同时这也为以新京报为代表的相关媒体在激烈的媒介竞争中带来巨大流量与关注度。在新闻报道初期，事实真相并未查明，受众对于事件的具体细节也并不知晓，媒介报道框架在这一阶段占据主导性地位，以新京报为代表地媒体的报道意图和主观倾向性在新闻标题中暴露无疑，《大巴车坠江原因：女司机逆行！》将此次事故原因归结为女司机逆行，进而从私家车女司机上升到女司机群体，“马路杀手”的标签化形象在媒体的报道框架下被无限放大，网络上随之出现了许多谴责和谩骂女司机群体的极端舆论。因此，新闻传播主体对于事件主观倾向性的媒介报道意图很大程度上影响着受众的注意力及认知倾向。

4.2.2 受众认知框架

从上文可知，媒介报道框架在反转新闻的初始阶段占据主导性地位，其在很大程度上影响着受众认知框架，受众在接收信息的过程中更倾向于跟随媒介提前预设的报道框架进行思考和解读，因此受众认知框架很大程度上来源于媒介报道框架。在“重庆公交车坠江”事件中，受众对于红色小轿车“女司机”的舆论声讨则主要来自于媒介的报道倾向，媒介对女司机“逆行”、“穿高跟鞋”的突出强调和主观预设无疑成为点燃舆论的导火索，激活了受众潜意识中对于女司机“马路杀手”的负面刻板成见，随着这种刻板印象的不断叠加和激化，引发了对于“女司机”这一标签化群体的舆论声讨和网络暴力，所谓地“逆行”女司机瞬间被推上舆论的风口浪尖，人们在没有明确证据的情况下将悲伤情绪化为舆论暴

力，认定她就是此次重大事故的罪魁祸首并对其进行侮辱谩骂，一时间女司机承受着巨大的舆论压力和心理压力。当天下午14时左右，重庆市万州区交通巡警支队通报称警方已控制女司机，并展开进一步调查。来自政府部门的权威通报让人们更加相信媒体的判断和报道，也更加肯定女司机就是此次公交车坠江事故的“肇事者”，随之而来的是更为激烈的舆论暴力和网络谩骂，一些之前还处于观望状态的受众也加入到这场对于“逆行女司机”的舆论讨伐战中，甚至还有一大批全民狂欢时代下不理智、媒介素养较低的网民和“键盘侠”为“女司机”形象的标签化推波助澜，他们借“女司机逆行”大肆宣泄来自现实社会且无处发泄的消极情感和负面情绪，来自全网的口诛笔伐让女司机处于网络暴力的腥风血雨中。17时左右，重庆市公安局万州区分局再次发出通报，其初步调查原因是公交车在行驶过程中突然越过中心实线，与小轿车发生相撞，具体事故原因仍在调查中。此通报证实了事发时私家车处于正常行驶状态，而非之前媒体所报道的私家车由于“逆行”撞向公交车，随着警方通报的发出，针对女司机的舆论声讨和网络暴力也逐渐平息，不少公众在网络空间向女司机致以歉意。自此，新闻完成阶段性的反转，舆论开始转而反思对女司机的误解和批评，同时质询事故发生的具体真相。

4.3 第二阶段：发酵阶段（2018年10月28日17时46分—2018年11月2日）

随着重庆警方通报的发布，新闻完成了阶段性的反转，针对“逆行女司机的”的第一波舆论高潮也逐渐退去，这意味着“重庆公交车坠江”事件的发展从初始阶段进入发酵阶段，舆论也即将迎来第二轮高潮。这一阶段媒介报道框架由于初始阶段对舆论的错误引导使之相对处于劣势，而受众理性的逐渐回归使得受众认知框架在舆论场中占据相对优势，并且双方处于不断地互动与博弈中，发酵阶段的舆论呈现多元化发展趋向。10月29日16时，重庆市人民政府新闻办公室发布通报称，截至目前初步核实失联15人，公交车位置已基本确定，此时距离事故发生已经过去了30个小时，新闻报道主要聚焦于“坠江公交车位置基本确定，15人失联”，公众对搜救工作进度缓慢提出质疑，随后便有专业人士和相关媒体针对质疑予以回应，解读搜救工作的进度与难度。10月30日上午，重庆警方解除了对私家车女司机邝某娟的控制，有关女司机的微博热搜并未退去。受众在反思对女司

机的误解与谴责的同时，将舆论矛头转向以新京报为代表的不良媒体，正是由于这些媒体在事实真相并未查明的情况下对“女司机”简单粗暴的标签化报道误导了舆论走向，才导致女司机无辜接受了先一轮的舆论讨伐和网络暴力。同时，重庆青年报的微博称有网友爆出公交车男司机凌晨五点K歌唱《再回首》，四小时后公交失事。于是舆论又进一步从不良媒体转移到公交车男司机身上，针对男司机疲劳驾驶的猜测，还有网友通过人肉个人信息认为他可能存在“路怒症”和“报复社会”的倾向，这些负面字眼瞬间点燃受众对于男司机的负面情绪和固有偏见，再一次让公交车司机遭受到舆论的暴击，在舆论审判的压力下，男司机“理所当然”的成为人们口诛笔伐的对象，甚至从男司机个人上升到公交公司的管理层面，引发病毒式舆论传播。

此外还有一些质疑的声音存在，认为桥梁护栏的防护功能存在着不符合规范的嫌疑，有网友公开表示：如果该桥的桥梁防撞护栏是严格按照标准建造的话，公交车应该不至于坠入江中，造成如此惨重的伤亡。但也有网民解释说，现行的《公路交通安全设施设计规范》是2017年发布的，而重庆万州的长江二桥建造于2001年，早于《公路交通安全设施设计规范》出台16年之久，当时的设计不能满足现在的规范标准也是合情合理的。10月31日23时，重庆万州长江二桥坠江公交车被打捞出水，“回顾整个事件过程和救援始末”和“公交车打捞出水的现场情况”是这一时期媒介新闻报道的主要议题。11月1日15时，官方通报称已经找到了13名遇难人员遗体，并且身份已全部确认，但仍有2人下落不明。11月2日，重庆官方发布坠江真正原因：车上女乘客由于坐过站而错过下车地点与驾驶员发生言语和肢体冲突，男司机右手离开方向盘导致车辆失控坠入江中。总体而言，“重庆公交车坠江”事件发酵阶段的媒介报道框架与受众认知框架处于不断地互动与竞争中，媒体由于初期对于舆论走向的误导使之在这一阶段处于相对劣势，相对应的受众认知框架此时占据舆论场的主导地位，媒体在与政府和受众的互动博弈中不断完善媒介报道框架，并逐渐倾向于受众认知框架，虽然舆论整体上呈现多元化趋势，但第二阶段的主要舆论焦点还是疑似疲劳驾驶的男司机。权威部门关于公交车坠江真正原因的公布意味着事件从发酵阶段进入反转阶段，预示着第二阶段针对男司机等多元化的舆论高潮也逐渐平息，新闻报道框架与受众认知框架之间的互动竞争也随之结束。

4.4 第三阶段：反转阶段（2018年11月2日—2018年11月7日）

重庆官方对于公交车坠江真正原因的公布意味着整个事件进入反转阶段，新闻第二次反转即最终反转得以完成。在事故救援过程中，坠入江中的公交车“黑匣子”被打捞出水，里面完整记录了事发前公交车内的真实情形，根据视频显示，公交车司机驾驶着公交车在大桥上正常行驶，之后与车内的一名女乘客刘某发生冲突，原因是48岁的刘某因坐过站而错过下车地点，两人由开始的言语冲突逐渐演变为肢体冲突，从视频中我们可以看到女乘客曾两次持手机攻击正在开车的男司机头部，司机右手放开方向盘进行还击，导致公交车突然失控变道，与小轿车相撞，随后失控的公交车直接冲过路沿撞向防护栏，最终承载着众多人的公交车坠入了长江之中，该事故造成13人死亡、2人失踪的惨痛后果。这一阶段新闻报道议题主要聚焦于“公交车坠江真正原因”、“公交车坠江全程回顾”、“遇难人员家属该通过哪些渠道进行索赔”、“政府将在年底对公交车司机实行加装防护栏举措”、“涉事女乘客蛮横无理”、“同车其他乘客态度冷漠”等方面。权威部门的发声使得该事件反转阶段的媒介报道框架和受众认知框架趋于一致，新闻虽然最终完成反转，但舆论热度并未退去，反而因为新闻的反转迎来了舆论的第三次高峰，初始阶段具有误导性的舆论和发酵阶段的舆论白热化，都为最终的舆论大反转埋下了伏笔。公交车坠江事故真正原因的通报，让反转阶段的舆论矛头瞬间从男司机转移到“女乘客”身上，“女乘客”泼辣无理的态度和危害公共安全的行为激发了受众内心的愤怒，来自全网的攻击和谩骂铺天盖地，甚至从“女乘客”个体上升到“中国大妈”这一群体，以“女乘客”为代表的蛮横无理的“中国大妈”形象被进一步标签化，加深了人们对这一群体的消极情绪，11月2日的舆论高潮至11月7日逐渐平息，新闻也逐渐从人们的视野中慢慢淡去。

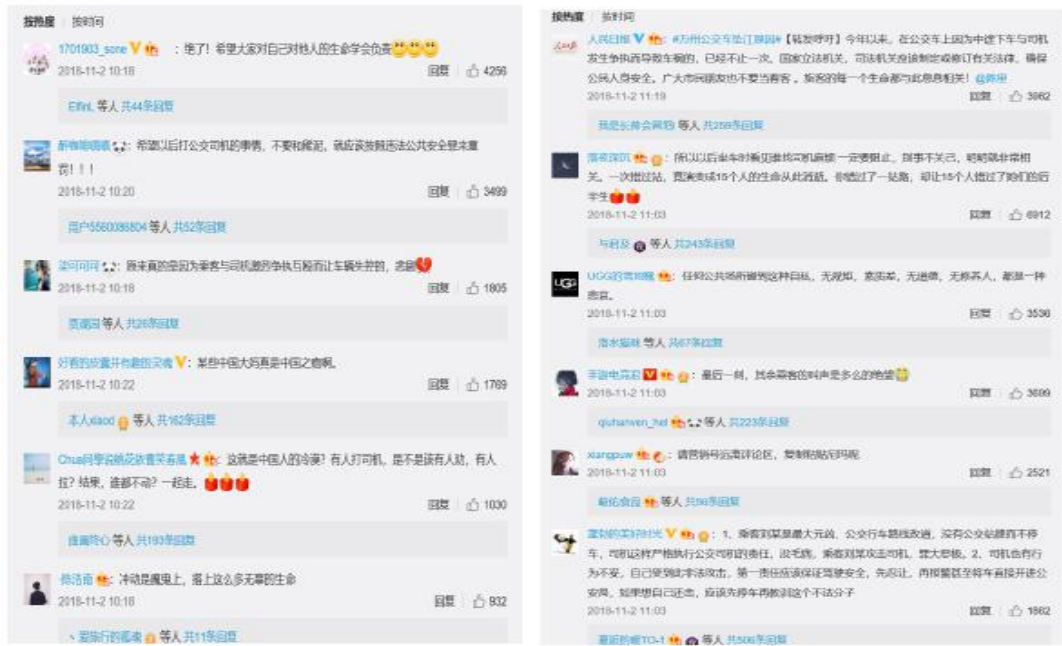


图4.2

(来源：人民日报微博评论)

4.5小结

“重庆公交车坠江”事件总共历经初始、发酵、反转三个阶段，其间发生两次反转，标签化人物贯穿该事件的始末，从初始阶段的“马路杀手”女司机到发酵阶段的“公交车男司机”，再到反转阶段蛮横无理的“女乘客”，新闻人物标签化在该事件中展现的淋漓尽致，可以说“重庆公交车坠江”事件的整个动态反转过程就是一场浮躁的人物标签战。不管新闻主体的人物标签化是被主观强加的，还是真实存在的，在新闻最终完成反转的时候，这种对于新闻个体的标签化都会进一步被强化到某一社会群体身上，受众在媒体的反复强调和报道下不断加深对某一群体的标签化认知，当遇到同类事件或类似群体时，这种标签化认知就会被激活。不得不说，媒体预设的“标签化”一定程度上能够让人们快速了解事件，但是对标签化群体的肆意消费则会进一步加剧社会阶层矛盾、蚕食媒体公信力，人肉搜索、隐私窥探和网络暴力等恶性循环将不利于社会稳定和公共理性的构建。

5 反转新闻中人物标签化的负面效应

新闻主体标签化是处于激烈媒介竞争场中的新闻媒体在泛滥的信息洪流中快速抓取眼球的重要手段,不得不承认,不管媒体出于何种目的,这种为新闻主体提前预设标签形象报道方式确实在一定程度上为一些媒体带来巨大流量与媒体红利。同时对于受众而言,庞杂的信息洪流极易让身处其中的人们迷失方向,适当的标签化可以让受众快速抓住新闻事件中的关键信息并对其进行相关定性,降低个人搜集和整理信息的成本,从这方面来看,媒体在新闻报道中为新闻主体提前预设新闻标签的确有一定的积极因素和必然合理性,但是,反转新闻的产生与传播以及新闻主体标签化已成为当下媒介领域中新闻报道的常态,反转新闻中人物标签化所带来地巨大的负面影响也是前所未有的,这也是我们不得不深入研究与探讨的方面。综上,从辩证角度看待反转新闻中人物标签化的效能,既包括正面效能也包括负面效能,但其负面效能远远大于正面效能,本文将从社会、媒体、受众以及新闻当事人四个层面对其负面效能进行论述。

5.1 社会阶层矛盾的逐渐加剧

反转新闻中的人物标签化在一定程度上是社会阶层之间已有矛盾与冲突的反映,如涉及“医患关系”、“城管与小贩”等关键词的反转新闻中,媒体对事件中的新闻主体预设标签化形象也是基于医生与患者、城管与小贩等关系中固有的对立与冲突,这种冲突关系是在社会共识的不断发展中逐渐形成的。同时,人物标签化也在进一步加剧社会阶层之间的矛盾,使得阶层与阶层之间原有的冲突逐渐固化。如“重庆公交车坠江”事件,在事实真相还在进一步调查的情况下,媒体就倾向性地将事故主要责任归于女司机,在新闻报道中把“女司机”、“逆行”作为关键词,当事件逐渐发酵,“公交车男司机”又成为被标签化的对象,而媒体的标签化预设以及受众的舆论谩骂反映出来的正是社会中已经存在的群体之间的矛盾。进而经过媒体的再一次舆论误导与污名化标签进一步加深人们对于相关群体的消极情绪,加剧人们与“马路杀手”般的女司机群体和一身戾气的公交车司机群体之间的矛盾与冲突。随着重庆官方对于公交车坠江真正原因的公布以及受众理性的逐渐回归,被标签化新闻主体与被欺骗受众和造谣媒体之间的矛盾也显现出来,各个群体之间矛盾冲突的加剧与固化极大地消耗着社会公共资

源，同时这种阶层冲突会进一步引发社会信任危机，导致阶层与阶层之间的隔阂逐渐加深。

5.2 媒体公信力的过度蚕食

新媒体时代快捷化的信息传递方式对媒体新闻报道的时效性提出了更高的要求，媒体想要在激烈的媒介竞争中占据一席之地，在信息泛滥的浪潮中脱颖而出，就必须抢占先机，第一时间抓住受众的眼球，只有这样才不至于淹没在信息洪流中。新闻专业主义的消解及媒体责任意识的欠缺是新闻发生反转的重要媒体因素，因此当社会事件发生时，媒体几乎无一例外地争抢新闻主动权与话语权，获得点击量与关注度成为媒体的第一目标，这种不负责任的行为也是造成受众信任度下降的根本原因。当新闻事实与关键信息还没有全部呈现出来时，一些媒体为了能瞬间博取关注，对已有新闻信息进行拼接，甚至断章取义，用煽动性的语言及预设新闻标签的方式呈现所谓的“事实”，而不是耐下心来去认真核实新闻事实的全部内容，这是新闻发生反转的重要媒介因素，一次次的新闻反转不断消解着受众对媒体的信任度，而受众的信任度是经过一朝一夕建立起来的，仅仅追求一时的关注度与点击量或许能在某一时间段获得巨大流量红利，但是媒体在受众心中的公信力会瞬间崩塌，这种不惜损害自身媒介信誉来博取热度的做法是极其不明智的，媒体也无法在媒介竞争中长久生存下去，媒体责任缺失催生的“媒介审判”也在进一步挑战着新闻专业主义。

5.3 受众狂欢下的理性缺失

互联网的深入发展和新媒体平台的便捷化为受众尽情发表言论提供了先决条件，在网络空间，网民可针对社会热点事件自由表达自己的观点并与他人展开讨论、交流思想，“人人都有麦克风”和“人人都是自媒体”一定程度上使得网络空间的言论呈现多元化发展，受众个人也可在不断地思想碰撞中完善自己的思维与认知。但是不得不说，网络空间也成为公众发泄负面情绪的出口和全民狂欢的场地，媒体对社会热点新闻事件的倾向性报道和对新闻主体的标签化预设一定程度上与公众对于某些特定社会群体的“刻板印象”相吻合，引起公众共鸣并瞬间激化公众对社会事件中新闻主体的消极情绪，这种针对标签化人物的公众情

绪和负面言论具有强大的社会感染力,会在网络空间的裂变式传播下被无限放大与蔓延,进而引起更多人的讨论和共鸣。同时,还有一些媒介素养低下、缺乏理性思考的网络群体和“键盘侠”也会加入到这场针对标签化新闻主体的舆论讨伐战中,当事实真相最终浮出水面,若媒介预设的标签化主体“被证实”,全民狂欢下的公众会进一步对标签化人物展开舆论声讨;若媒介预设的标签化人物“被证伪”,媒体则会成为公众发泄情绪和极端言论的对象。因此不管媒体针对新闻主体预设的标签化形象最终被证实还是证伪,都会成为全民狂欢时代下公众非理性情绪反应的导火索。

5.4对标签化人物的肆意消费

反转新闻中的标签化主体一直以来都是媒体和公众肆意消费的对象,也是媒体与公众在具体社会新闻事件中建立联系的桥梁和纽带。只要是当下发生的社会热点事件与某些带有社会偏见的特殊群体有一定联系时,媒体的报道框架就会尽可能的倾向于与这些特殊群体挂钩,在追求新闻时效性的同时与对这些特殊群体带有一定偏见的受众建立联系,这是媒体层面对标签化人物的“消费”。当媒体预设的新闻人物标签与受众原有认知中对某一群体消极的“刻板成见”相吻合时,受众内心的负面情绪就会被瞬间激发,在新闻事实并未查明的情况下对标签化新闻主体展开先一轮的舆论讨伐,甚至一些网络喷子、“键盘侠”在完全不了解新闻事件的情况下加入到这场网络暴力中,还有一些人只为释放来自现实生活中的巨大压力,把标签化主体作为自己宣泄负面情绪的对象,铺天盖地的谩骂最后演变成对标签化人物的隐私窥探、人肉搜索、个人信息泄露甚至牵涉到身边人,严重影响其正常生活节奏,这是公众层面对标签化人物的“消费”。标签化人物在媒体和公众口诛笔伐的舆论漩涡中严重失去话语权,并不是他们失去表达观点和消除误解的渠道与方式,而是即使他们尽力表达想法,也会被湮没在公众舆论的洪流中,或者所表达的意见和想法并不会被公众接受和信服,舆论力量的巨大悬殊使他们无法为自身正名,也进一步危害社会稳定和公共理性的构建。

6 反转新闻中人物标签化的规避机制

通过前文对于反转新闻人物标签化负面效能的研究,本章从政府、媒体、受众三个层面分析反转新闻中人物标签化的规避机制。首先,政府部门要进一步完善自身监管职责,借助网络舆论领袖的力量促进群体认同,缓和社会各阶层之间的矛盾;其次,媒体要通过完善报道框架严格把关新闻源,健全信息获取渠道,重塑媒体公信力,尤其主流媒体要发挥“定音鼓”作用;最后,受众要通过理性思考加强与媒介之间的信息共享与互动,促进舆论良性循环。

6.1 政府部门的合理监管

6.1.1 缓和社会阶层矛盾

在物质文明快速发展的当下,公众的精神文明没有跟上步伐,存在着物质文明与精神文明严重脱节、社会阶层矛盾加剧、群体之间社会认同感低等一系列社会问题。而网络是社会现实的真实反映,网络空间中阶层与阶层、群体与群体之间的矛盾与冲突就是现实社会各个阶层之间冲突的真实写照。现实社会中一些素质底下的公民扰乱社会公共秩序,引起公众的愤慨与不满,进而引发公众与某些特定群体、群体与群体之间的对立,如“医生与患者”、“政府官员与群众”等都在很大程度上影响着社会的稳定,并逐渐加深社会各个阶层之间的隔阂。因此,政府部门必须高度重视并致力解决这些阻碍社会和谐稳定的因素,尤其是在重大的社会公共热点事件中,为处于舆论弱势的新闻主体和标签化人物创造能够发表言论与解除误会的环境,给予这一特殊群体一定的话语权,构建各个阶层之间的良性对话模式与互动机制,避免新闻事件中的媒体话语霸权和公众舆论霸权,缓和社会阶层矛盾,促进群体之间的相互认同。

6.1.2 完善自身监管职责

政府和权威部门在新闻反转的动态演变过程中起着至关重要的作用,如果政府能在新闻事件发展的重要关口和舆论节点发挥“一锤定音”的作用,就能够有效遏制谣言、虚假信息滋生,并引导舆论走向良性循环,把负面舆论对各个群体

带来的破坏系数降到最低，营造风清气正的网络新媒体空间。但是就目前来看，我国政府在面对社会公共事件时的舆论引导能力和分析处理能力相对较弱，同时舆情监测系统的不成熟也进一步弱化政府的监管力度，真相迟到、虚假信息满天飞，最终导致新闻事件出现多次反转、标签化主体遭受舆论暴击、舆论生态环境混乱不堪。因此，政府部门必须进一步健全新闻法治、完善相关新闻法律，使法律规范更好地适应新媒体环境，提高自身监管职责与力度。严格实行和规范新闻首发负责机制，对于一些盲目追求时效性和点击量的无良媒体给予严格地约束性，如若发现首发媒体发布的新闻报道存在重大失实或有意误导舆论方向并造成巨大的负面影响时，政府部门要对相关责任人进行问责，并要求媒体实行内部整改，性质恶劣的可移交司法机关。同时不断完善新媒体舆情监测预警系统，提高在重大社会公共事件中的舆情分析处理能力和舆论引导能力，才能更好地降低负面舆论对各个领域的破坏性，营造良好地舆论生态环境。

6.1.3 善于运用意见领袖

新媒体环境中的网络意见领袖在网络空间扮演着举足轻重的作用，他们往往因为独特地思维和新颖地观点而深受众多网民的青睐，如“微博大V”等，其背后是强大的粉丝力量，而这些意见领袖针对某一社会问题的看法和态度在很大程度上影响甚至决定着粉丝的判断与认知。因此，政府机构在完善自身监管职责、提高监管力度的同时要重视网络舆论领袖在新媒体空间的舆论引导力，借助意见领袖的力量与公众进行有效沟通和信息交换，舆论领袖也应坚持正确的政治方向，运用自身的媒体平台和社会资源挖掘新闻真实情况和关键细节，更好地配合政府机构及时向公众提供最新情况，防止谣言滋生、信息异化带来的舆论混乱。除了借助网络意见领袖的力量之外，政府部门也要善于培养自己的意见领袖，例如对于有较高社会影响力及认可度的政府工作人员进行针对性培养，让他们在一些用户普及率较高的新媒体社交平台通过自身的个人魅力去吸引越来越多的粉丝用户，在日常互动中加强与粉丝之间的沟通和交流，增强用户粘性，以便在极具话题性的社会公共事件中发挥舆论引导作用。

6.2 媒介报道框架的自我完善

6.2.1 坚守新闻专业主义 重塑媒体公信力

后真相时代下反转新闻的频发很大程度上是由于媒体传播的失实新闻和虚假新闻被证伪，随着新闻事件中关键信息的不断增补，事实真相得以浮出水面，关键内容与媒体报道存在巨大出入，新闻和舆论发生反转。身处社会主义市场经济浪潮中的媒体承受着前所未有的竞争压力，关注度和点击量成为媒体竞相争取的唯一目标，这就使得新闻专业主义和媒介操守在新闻报道中的严重缺失，并不断蚕食着媒体的社会公信力，这样的媒体是无法在激烈的媒介竞争中长久生存下去。因此媒体必须加强“自律”，构建完善合理的新闻审核工作流程和分发机制以提高信息传播的准确性、专业性和高效性，加强对媒体内部工作人员的约束和管理，在坚守新闻专业主义和新闻真实性的前提下再追求新闻时效性，不可因盲目追求流量与点击率而忽视真实性和客观性原则，在新闻报道的过程中要避免为博得眼球而有意对相关新闻主体“贴标签”，同时对于其他媒体发布的新闻报道也不可盲目转发，防止误导舆论走向。新闻从业人员应坚守新闻人的职业准则，严格把关新闻源，在撰写新闻报道的过程中避免个人主观倾向性，反复斟酌新闻内容中的措词用字，坚持客观公正的向社会公众呈现新闻最本真的样貌，尤其对一些来自“草根新闻”的新闻线索要反复核实已保证其真实性。

6.2.2 主流媒体及时发声 发挥定音鼓作用

在重大的社会热点事件中，主流媒体须更好地发挥定音鼓作用，及时发声，坚持正确的政治方向及原则，配合政府部门引导舆论良性循环。反转新闻影响力大往往是由于事件本身或者新闻主体极具社会话题性和敏感性，大多涉及社会道德、官民纠纷、医患矛盾等领域，这是处于转型时期的社会矛盾在网络空间的真实写照，这些话题本身就具有较强地社会热度，加之一些无良媒体的倾向性报道和主观性“媒介审判”就更容易引起公众的关注与讨论，媒体预设的媒介报道框架很大程度上影响着受众对事件和新闻主体的认知，如若极具权威性的主流媒体在新闻事件发展的关键节点不能有效控制和引导负面舆论的走向，就会导致网络

空间一片混乱，严重威胁社会稳定和良性互动。主流媒体应当在复杂的信息传播环境中实时监测社会热点问题，尤其要对极具敏感性的社会问题予以更多关注，善于甄别来自网络媒体的失实新闻和虚假新闻，深入挖掘核实新闻细节，以最快的速度还原事件真相，及时平复网络空间非理性的负面情绪，配合政府让舆情发展回归理性与正轨，构建文明健康的传播风尚。

6.2.3健全信息获取渠道 严格把关新闻源

新闻获取渠道的单一性也是媒体报道过程中新闻内容与事实真相存在巨大出入的重要因素之一，当下的大多数反转新闻都是因为媒介的新闻来源单一，媒介在经济利益的驱使下将点击量和媒体红利作为唯一的目标，当发生社会热点事件时，只是一味地追求实效性，抢占新闻头条，而未对新闻源头进行严格的审核与把控，忽视新闻源头的真实性进而导致大量失实新闻与虚假新闻弥漫网络。同时，媒体责任感的缺失和新闻从业人员职业道德的背离也是新闻发生反转的重要原因，一些媒体工作者由于缺乏新闻专业主义和自身职业惰性，不愿花时间和精力对新闻源头及线索进行深挖，只是通过最简单的方式剪辑拼接新闻片段，并对敏感性新闻主体进行提前预设以追求舆论爆点，这无疑会激化公众对于标签化人物的舆论讨伐并严重消解着媒介公信力。因此，媒体和新闻工作者在整理和撰写新闻稿件之前，要对新闻源进行严格把关，尤其是来自新媒体平台和网络空间的一些“草根新闻”，从源头上确保新闻内容的真实性，避免因信息失实导致的新闻报道前后不一，回归传统的新闻传播伦理，用客观公正代替媒介审判。

6.3受众认知框架的补充协调

6.3.1学会“冷思考”

一定意义上来说，公众对于社会新闻事件的认知和对新闻主体的定性很大程度上来源于媒介的报道框架和报道意图，也就是说，媒体在社会主流意识形态和自身媒介定位下对新闻信息进行筛选和加工，人们最初了解到的新闻是经过媒介选择处理之后的“新闻真实”，而公众了解到的信息也是媒体想让其了解的内容，这就自然而然引导公众按照媒介的报道意图去认知和思考。虽然面对媒介的新闻

报道,一部分受众会理性分析并选择性接收,但这仅仅限于一些高级知识分子和具有较强理性分析能力的意见领袖,大多数公众还是在媒介预设的框架范围内去认知,尤其是在全民狂欢和众声喧哗的新媒体时代下,浮躁的社会环境让人们更乐于以快餐化的方式去感知世界,这明显与新的传播格局对公众媒介素养提出的更高要求不相符合。在信息泛滥与理性缺失的媒介环境下,公众的媒介信息认知能力和理性思考能力决定着社会舆论的良性发展,因此公众应学会“冷思考”,用理性认知代替盲目审判,不断提高自我媒介素养和价值判断,培养理性解读媒介信息的能力和甄别真伪的能力,善于对媒介报道的新闻内容提出质疑,理性看待标签化人物,避免随大流成为谣言和虚假信息的传播者。

6.3.2 加强媒介互动

传统新闻传播模式下,媒体具有绝对的权威性,传播渠道的单一性使得媒体的新闻报道是一种自上而下的单向传播,这种“灌输式”的新闻报道模式让媒体经常自囿于自身的媒介报道框架而完全忽视受众的声音和想法,同时由于反馈渠道的不完善和反馈平台的闲置,受众也无法将自己的声音反馈给媒体,即使有些受众费尽周折将自己的想法传达给媒体,也由于个人力量的薄弱被媒体所忽略,媒体与受众之间缺乏必要的互动。互联网的浸入式渗透和新媒体技术的快速发展赋予受众前所未有的媒介使用权,受众不再是被动接收媒介所报道的信息,而是要借助新媒体平台主动加强与媒介的互动,针对媒介的新闻报道发表自己的观点与看法,甚至对媒介的报道内容和关键信息提出质疑,通过反馈告知媒体受众的关注点和疑惑点。这一时期的受众在新闻传播过程中扮演着重要的角色,因此媒体也必须加强与公众的互动并及时进行自我反省,重视公众的声音,尤其是在反转新闻的动态演变过程中,通过反馈和新闻内容的增补不断调整自身的组织架构和报道策略,在报道发出前要考虑到公众的接受程度,对于涉及一些专业性知识时,要根据受众需要决定是否增加某些解释性报道。总之,只有加强受众与媒介的双向互动,才能更好地促进新闻反转,还新闻以真实客观。

6.3.3 积极参与反转

技术的赋权加强了受众与媒介、受众与受众之间的联系,用户的参与性强是

新媒体传播格局下的一大显著特征,受众可以针对相关新闻事件与网民展开讨论并进行观点的交流碰撞,进而不断完善自己的思维认知,而双向互动式的传播模式要求媒体强化“用户参与”理念,鼓励用户通过开放的新媒体平台积极参与新闻传播与反转并不断求真。同时公众也要积极主动参与到新闻反转的动态发展过程中,这里所说的积极参与反转并不是盲目迎合极具主观倾向性和误导性的言论或者加入对于某些标签化新闻主体的舆论讨伐战和网络暴力,而是要经过理性思考去辨别真伪,提高自身辨别是非的能力,自主形成正确的、稳定的社会认知,避免盲目从众成为谣言滋生和虚假信息的传播者。在新闻报道的初始阶段,受众要敢于对新闻媒介报道的所谓的“新闻事实”和“标签化新闻主体”提出质疑,倒逼媒介进行自我反省,避免在新闻事实还未查明的情况下对媒体主观预设的标签化人物展开先一轮的舆论声讨;在反转新闻的发酵阶段,多角度分析问题,多渠道挖掘更多新闻细节,促成媒介与媒介之间的互动交流,通过对事实的取证最后直击真相,最终完成新闻反转和舆情反转。

结语

本文以反转新闻中的人物标签化为研究对象,结合戈夫曼的框架理论分析具体新闻案例中反转新闻人物标签化的媒介报道框架和受众认知框架。在反转新闻动态发展的初始阶段,媒介报道框架占据主导性地位,这一阶段的受众认知框架很大程度上来源于媒介的报道意图;随着媒介报道的深入、新闻事实的增补以及受众理性回归,新闻事实逐渐明朗化,这一阶段的媒介报道框架和受众认知框架处于不断地协商互动与博弈之中,媒体进一步调整报道框架,受众逐渐完善认知框架;某些关键信息的增补直接导致新闻发生反转,反转阶段的媒介报道框架与受众在历经发酵阶段的互动博弈之后趋于一致。反转新闻人物标签化对社会、媒体、受众以及标签化新闻主体带来严重的负面影响,因此,包括政府、媒体和受众在内的各个方面要最大程度上减少新闻传播中的标签化新闻主体。

本文对于反转新闻人物标签化的研究依然存在很多不足。由于本人学术研究能力欠缺,对框架理论与反转新闻中人物标签化的融合深度不够;论文最后针对反转新闻人物标签化规避机制的研究较为笼统。因此,若有机会进一步深造和研究该主题,我会进行更为全面和深入的分析。

参考文献

专著:

[1] [美]沃尔特·李普曼. 公众舆论[M]. 阎克文, 江红, 译. 上海:上海人民出版社, 2006:14-21.

期刊文章:

[1] 邓秀军, 申莉. 反转的是信息而不是新闻——框架理论视阈下微信公众号推文的文本结构与内容属性分析[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2017, 39(01):132-137.

[2] 谷文玲. 新闻报道“标签化”现象分析[J]. 新闻传播, 2016(12):52-53.

[3] 侯雨亭. 框架理论视角下主流媒体对“中美贸易战”的报道分析——以《中国日报》为例[J]. 科技传播, 2020, 12(07):4-8.

[4] 黄旦. 舆论:悬在虚空的大地?——李普曼《公众舆论》阅读札记[J]. 新闻记者, 2005(11):68-71.

[5] 刘立华, 童可. 框架理论视角下国家形象的媒体话语建构研究——以“中美贸易战”报道为例[J]. 山东外语教学, 2020, 41(03):39-49.

[6] 卢瑾. 从框架理论看“中国学习的人”——以纪录片《学习的人》为例[J]. 视听, 2020(09):98-99.

[7] 陆丹, 谢雯雯. 框架理论视角下韩国媒体涉华重大事件报道研究——以粤港澳大湾区报道为例[J]. 新闻知识, 2020(07):22-27.

[8] 陆子昕, 蔡尚伟, 王彤. “换头术”新闻报道框架与中国科技新闻报道框架比较[J]. 重庆文理学院学报(社会科学版), 2020, 39(04):85-94.

[9] 孟令晋, 郑勇华. 主流新媒体“新冠肺炎疫情”的报道框架分析——基于《人民日报》等主流媒体微信公众号的报道[J]. 东南传播, 2020(09):27-31.

[10] 齐心. 试析网络时代的标签新闻现象[J]. 新闻传播, 2014(13):93.

[11] 卿志军, 席芳芳. 新闻框架理论下的美朝峰会事件分析——以新华网和联合早报网为例[J]. 今传媒, 2020, 28(01):16-20.

[12] 邵娟. 媒介传播中的“刻板印象”及“标签化新闻”浅析[J]. 中国记者, 2014(09):80-81.

- [13] 王建华, 席静, 康俊英. 西方媒体框架桎梏下中国媒体话语权的建构——以“瑞典中国游客事件”为例[J]. 北京第二外国语学院学报, 2020, 42(03): 34-47.
- [14] 王袁欣, 刘德寰. 框架理论视角下西方主流媒体新冠肺炎疫情报道的LDA主题模型分析——以《纽约时报》和《卫报》为例[J]. 广告大观(理论版), 2020(03): 76-89.
- [15] 夏颖. 框架理论视域下反腐剧的受众解读——以《人民的名义》为例[J]. 视听, 2020(12): 24-25.
- [16] 肖伟. 论欧文·戈夫曼的框架思想[J]. 国际新闻界, 2010, 32(12): 30-36.
- [17] 谢亭亭. 框架理论下“00后”的媒介形象建构[J]. 新媒体研究, 2019, 5(21): 83-85.
- [18] 徐星. 纪录片《守护解放西》的框架分析[J]. 声屏世界, 2020(18): 70-71.
- [19] 徐治立, 王希, 霍宇同, 王再进. APEC科技创新合作中的联盟冲突与政策学习——基于倡议联盟框架理论[J/OL]. 北京航空航天大学学报(社会科学版): 1-8.
- [20] 杨梦晴, 赵宇翔, 宋士杰, 朱庆华. 国外健康行为研究中信息框架理论的源流、应用与发展[J]. 情报学报, 2020, 39(06): 662-674.
- [21] 喻言. 框架理论视角下的微博灾难报道研究[J]. 戏剧之家, 2020(31): 201-203.
- [22] 郑雅宁, 范玉吉. 法制新闻报道中的“泛标签化”[J]. 新闻战线, 2016(23): 59-62.
- [23] 郑盈盈. 从语境框架理论视角下解读文本——以《地下铁道》为例[J]. 散文百家(理论), 2020(06): 60-62.
- [24] 周薇钰. 框架理论视角下涉警网络舆情的规制路径探究[J]. 法制博览, 2020(20): 198-199.

学位论文:

- [1] 江山. 反转新闻中的人物标签化研究[D]. 黑龙江大学, 2017.
- [2] 金妍君. 新时代《人民日报》消费维权报道框架探析[D]. 江西财经大学, 2020.
- [3] 廖力妮. 自媒体时代新闻反转的模式、成因与规制研究[D]. 重庆大学, 2017.

- [4]林庆. 框架的竞争:《中国日报》与《华尔街日报》5G议题报道框架比较研究[D]. 广东外语外贸大学, 2020.
- [5]刘琴. 《中外对话》网站“一带一路”环境新闻的框架研究[D]. 北京外国语大学, 2020.
- [6]罗渊. 基于框架理论的媒体新年献词研究[D]. 江西财经大学, 2020.
- [7]孟祥. “新闻反转报道”中的媒体微博框架研究[D]. 华中科技大学, 2016.
- [8]欧阳晓. “中美贸易战”的香港媒体报道框架研究[D]. 华侨大学, 2020.
- [9]孙圣起. 《焦点访谈》精准扶贫报道新闻框架研究(2013-2019)[D]. 中国社会科学院研究生院, 2020.
- [10]万晓华. “后真相”语境下的反转新闻现象研究[D]. 暨南大学, 2018.
- [11]王姗. 反转新闻中受众认知框架研究[D]. 西北大学, 2017.
- [12]吴祉键. 框架理论视域下主流媒体“英雄”叙事与形象建构研究[D]. 吉林大学, 2020.
- [13]肖健雄. 《新华每日电讯》乡村振兴报道的生产困境及其优化路径研究[D]. 江西财经大学, 2020.
- [14]严琚. 《经济学人》对中美贸易战的报道框架研究[D]. 华中师范大学, 2020.
- [15]杨柳喆. 突发灾难事件中中美网络媒体报道框架比较研究[D]. 广东外语外贸大学, 2020.
- [16]于子茹. 我国新闻报道中的“标签化”现象研究[D]. 河北大学, 2013.
- [17]张博. 新闻框架视域下张家口“11.28”爆燃事件报道研究[D]. 河北师范大学, 2020.
- [18]张婉雯. 框架理论下的反转新闻(2013-2017)研究[D]. 苏州大学, 2018.
- [19]张岩. 反转新闻事件网络舆情演进及应对策略研究[D]. 长春工业大学, 2019.
- [20]周文彪. “DT财经”数据新闻的生产困境及其优化路径研究[D]. 江西财经大学, 2020.
- [21]朱莉. 新媒体语境下新闻反转剧的传播与思考[D]. 西华师范大学, 2017.
- [22]邹丽娜. Web2.0时代网络舆论的生成与调控机制研究[D]. 暨南大学, 2010.

致谢

当光标至此，已是3月的某一个凌晨，这可能是研究生期间为数不多的不在睡梦中的深夜，坐在宿舍的书桌前，键盘的打字声和窗外零星的汽车让这夜显得格外宁静。曾经无数次的期待毕业，但是当这一刻真正来临的时候，我反悔了！我想再吃一吃食堂的早餐、我想多坐一坐图书馆的老位置、我想再以学生的身份上一堂课、我想再听一听校园的广播.....

我是有多幸运在读研期间遇到恩师王亚炜老师，她永远那么温柔优雅又严谨治学，是同学口中“别人家的导师”，感恩老师三年的悉心教导与关爱。同时本篇毕业论文从选题到定稿，亚炜老师倾注了大量心血，在此，请允许我向亚炜老师致以崇高的敬意和衷心的感谢。最后，祝福老师身体健康、平安喜乐！除此之外，还有杨晓峰、杜建华、石蓉蓉、张淑芳以及商务传媒学院所有老师，感恩您们三年的辛勤栽培。

感谢我的同门给予我学习和生活上的极大帮助，包括灰灰、苑、雅倩、丽娜和新瑞；还要感谢我可爱的小伙伴们，七七、琦琦、睿睿、包包还有思思，感恩在读研期间遇到你们。还想和琦琦晚上十点以后在校园里遛弯、还想和睿睿相约凌晨四点写论文、还想和七七拍美美的照片子，还想和灰灰一起看A9的电影！

最后，我要感恩我的父母，感恩你们给予我最大地支持与鼓励；感恩爷爷奶奶对我的偏爱，祝福我的家人平安健康；感恩兰州这座城市对我的包容；感恩自己的不断努力，在即将踏入社会之际，祝愿我未来可期！

于2021年3月24日凌晨
兰州财经大学研究生公寓