

新闻媒体与微博协商的框架建构

——以温州动车事故的微博协商为例

胡菡菡

摘要: 本文以框架理论为研究工具分析了新浪微博上有关温州动车事故的公共协商。通过对 8 个微博用户 641 条微博发帖的分析,发现:不同类型的新闻媒体和意见领袖共同建构起了一个“国家—社会”型的协商框架;协商框架的建构包括协商利益层面、协商议题层面和协商语词层面的建构;新闻媒体是微博协商框架建构中的主导角色之一,并具有促进微博协商走向理性和建设性的潜在功能。

关键词: 新闻媒体; 微博协商; 公共协商

中图分类号: G203 **文献标识码:** A **文章编号:** 1671-0169(2014)01-0092-08

一、研究缘起

新闻媒体是公共协商的重要平台和中介,谁能接近新闻媒体,谁能占据新闻媒体版面或者时段,谁就能获得公共协商的门票。但是,社交媒体的出现,特别是微博的出现,弱化了新闻媒体在公共协商中的功能,很多个人借助微博所形成的影响力甚至超越了新闻媒体,成为事实上的意见领袖。返观 2011 年温州动车事故,从事故原因到赔偿方案,当事人、新闻媒体、普通公众、意见领袖就这些议题相互@,彼此争论,不同程度地影响到了政府部门处理事故的各种行为。

温州动车事故发生于 2011 年 7 月 23 日。当时微博的影响力刚刚显现,率先抢滩微博的新闻媒体、迅速崛起的意见领袖和众多普通的微博用户都是在没有先例可供借鉴的情况下开始了对温州动车事故的讨论,并使这场讨论具备了公共协商的重要特点。要研究微博协商的发生发展规律,必须回到这一案例,去探求公共协商能够自发形成的原因,协商框架是否在微博协商的起始阶段就已经在发挥作用?目前学术界对温州动车事故的案例研究比较多,但却很少有研究将这一案例当作微博协商的典型范例,更没有研究关注到这一案例中新闻媒体与微博协商框架建构的关系。

微博协商是一个多元主体互动传播的过程,涉及议题设置、观点交锋、语词互动等多个传播学命题,而框架理论同样关注这些传播学命题。作为分析新闻媒体生产过程和报道内容的经典理论,框架理论对于分析微博协商中的新闻媒体尤其具有适用性。框架理论产生于传统新闻媒体时代,它着重阐述传统新闻媒体对受众的影响,至于受众如何反过来影响传统新闻媒体框架则很少涉及,而微博协商涉及新闻媒体和受众等众多主体,存在受众影响传统新闻媒体的现象,所以,对微博协商的研究,能够为框架理论的自我更新提供新鲜的经验材料。

微博协商毕竟不同于新闻报道,不加改变地使用框架理论来研究微博协商,就无法呈现微博协商的特征。因此,本文还借鉴宏观的协商民主理论和微观的公共协商研究成果,对框架理论进行补充和修改,使

基金项目: 教育部人文社科青年基金项目“微博公共协商的生成与逆向畸变”(13YJC860010)

作者简介: 胡菡菡,法学博士,南京大学新闻传播学院讲师(江苏南京 210093)

之成为针对微博协商而不是针对新闻报道的分析工具。这在下文研究设计中会有具体阐述。

二、文献回顾

（一）有关框架理论

从 20 世纪 70 年代起，美国研究新闻生产的学者开始采用建构论观点，来分析大众新闻媒体如何生产出特定的新闻媒体框架。他们认为，对新闻工作者而言，框架意味着简化复杂的社会事实，按照某种常规和惯例，迅速地将大量社会事实“包装”进新闻报道里，以一种特定的方式来组织新闻事件，新闻工作者的分类、选择、判断和采写活动，就建构出了一套新闻框架^[1]。

在互联网的社会影响显现之前，框架理论主要的研究问题在于：新闻框架是什么？新闻框架是如何形成的？新闻框架会产生怎样的传播效果？对于新闻框架是什么，框架理论的代表性人物恩特曼认为框架涉及选择和凸显，框架一件事就是选择所感知的现实世界，并使之在新闻文本中更加突出。另一位代表人物甘姆森则提出，框架是有组织的中心观点或线索故事，为一系列的事件提供意义^[2]。对于新闻框架是如何形成的，台湾政治大学臧国仁的《新闻媒体和消息来源：媒介框架与真实建构之论述》一书系统梳理了美国学者对新闻框架形成要素的分析，并认为消息来源、新闻组织特征以及新闻情境都会影响到新闻框架的形成。在书中，臧国仁还具体绘制了新闻框架的层次结构图^{[3](P36)}。对于新闻框架会产生怎样的传播效果，学者们的观点是新闻报道不仅能够决定人们“想什么”也能影响人们“怎么想”。比如，麦克姆斯等学者就认为可以将框架理论看成议程设置理论的延伸，框架理论可以帮助人们看到新闻媒体会如何影响受众对事实的价值判断。

互联网的影响显现之后，有学者敏锐地关注到网民自治使新闻媒体框架的传播效果在不断衰减，她们发现在线民意在使地方事件变成全国话题的问题上，作用突出；同时，在线民意也影响到了新闻媒体报道的框架，尽管这种影响停留在新闻媒体报道的早期；最后，新闻媒体在两者互动过程中的表现并不积极，尽管新闻媒体报道是网民基本的信息来源，但是，新闻媒体报道并没有能为在线讨论设定框架^[4]。

在内地，黄旦、潘忠党等学者都对框架理论做了引进和介绍工作，框架理论本身也成为学者们分析新闻媒体内容的有力工具，比如孙海峰、高奕奕就借鉴参考 Semetko 和 Valkenburg 的测量方法，对“李刚门”事件中的微博内容和评论内容同时进行了框架分析^[5]。

总体来说，框架理论是学者们进行研究的重要理论工具，但很少有学者就框架理论本身在互联网时代的局限和应做何种发展做出分析。

（二）有关新闻媒体和公共协商的研究

在互联网的影响显现之前，学界基本达成共识认为新闻媒体是公共协商的平台和中介，新闻媒体的意见对于公共协商的走向具有决定性的作用。臧国仁认为新闻媒体在公共协商中能够帮助社会组织进行社会动员，并能促进协商议题的抽象化和公共化^[3]。李艳红在分析了孙志刚案的新闻报道后认为，新闻媒体可以形塑社会意见，并帮助建构公共协商的合理与合法性^[6]。

近年来社会化媒体上网民的作为和表现，吸引了众多学者的目光，传统新闻媒体组织在公共协商中的角色和作用则被忽视了。国内外不少学者的研究都证明社交新闻媒体能够促进广泛的政治参与，使更大范围内的公共协商成为可能；但也有学者提出了不同观点，如 Steffen 就认为在线协商中可能存在数字鸿沟，弱势群体的声音反而被淹没了^[7]。

在中国内地，学者们主要关心社交媒体特别是微博的出现对当前政治传播格局的影响。在政治学领域不少学者持一种观点认为公共协商尤其是网络协商可能是“解决群体性事件的良方”^[8]。也有学者明确提出在中国微博可以成为“协商民主的新阵地”^[9]。在传播学领域，学者关注到了抗争性行为与在线协商容易相继发生现象。比如巢乃鹏认为协商不仅是抗争性舆论消解的路径，同时也是“舆论引导的新方式”^[10]。

通过对相关文献的梳理，本文发现，在互联网时代新闻媒体在公共协商尤其是在线协商中的作用被不少学者忽略了。这导致新闻媒体与其他协商主体间的框架互动规律和互动机制还没有得到准确描述。

（三）对温州动车事故的研究

国内针对温州动车事故的研究较多，学者们主要站在舆情分析的角度来使用这一案例。学者们首先观察到微博本身对温州动车事故舆情变化的影响，微博被认为是最快捷的信息来源，它是传统媒体新闻源和事故信息聚焦点，并在一定程度上改变了突发事件传播报道模式。同时，微博还被认为能够发挥强大的动员功能，可以积极发动社会力量参与社会救援。有学者通过统计分析发现微博的评论意见和情感随时间变化逐渐凸显，其中可能受到虚假或不准确信息和恶意煽动性言论的影响^[11]。新闻媒体对温州动车事故的报道框架也受到了学者的关注，学者们认为意识形态会影响新闻媒体对突发事件的报道框架。学者们建议主流新闻媒体应当使用多元消息源，不能仅仅发布政府信息，从而保证人们听到不同意见。还有学者重点研究了意见领袖在温州动车事故舆情变化中的作用，他们通过实证研究发现微博意见领袖的影响力并不与粉丝数量成正比，他们的影响力也不是持续性的，而是短暂性的^[12]。

总结而言，很少有学者将温州动车事故看成公共协商的经典案例，也因此对新闻媒体与微博协商框架建构的问题缺乏关照，温州动车事故案例对于公共协商研究的重要意义并没有被挖掘出来。

三、研究设计

本文重点考查的是新浪微博中有关动车事故的协商。在方法上采用量化的内容分析法，即通过选择有代表性的微博用户，搜集整理这些微博用户发表的有关温州动车事故的全部微博文本，随后对这些微博文本进行定量的描述和分析。具体的研究设计如下：

（一）资料收集

1. 确定研究对象。在新浪微博上筛选出参与温州动车事故微博协商并具有代表性的微博用户，这包括新闻媒体用户，也包括非新闻媒体用户，事故当事人@杨峰陈碧；主流新闻媒体@中国新闻网、@环球时报；主流新闻媒体人@胡锡进；市场化新闻媒体@南方都市报、@头条新闻；微博名人@李开复、@作业本、@贺卫方。温州动车事故发生时《人民日报》和新华社尚未开通微博，因此，本文无法选择这两家主流新闻媒体的微博发帖作为研究对象。同样的，本文也无法选择尚未开通微博的铁道部作为研究对象。@中国新闻网是当时唯一具有微博账号的国家通讯社附属网站，因此入选。@环球时报和@南方都市报分别是影响力较大的主流新闻媒体和市场化新闻媒体因此加以选择。@头条新闻是新浪平台自身主办的新闻媒体因此也加以关注。@贺卫方作为专家型意见领袖、@李开复作为企业家型意见领袖、@作业本作为草根型意见领袖，代表了当前微博中不同的意见领袖类型，因此入选。而@胡锡进，则是主流新闻媒体的主编，其观点一方面影响着@环球时报，一方面也独自发挥着独特的意见领袖作用，因此入选。

2. 确定政府行为的关键时间节点。本文需要确定温州动车事故处理过程中关键的政府行为时间节点，分析在这些关键的时间节点前各微博用户采用了何种协商框架，他们所采用的协商框架与时间节点后的政府行为有没有相关性。通过这样的分析，我们可以了解到新闻媒体在微博协商中是否发挥了主导性作用，是否对政府行为产生了影响。

本文选取的关键时间节点包括：（1）有关事故原因解释的转变：2011年7月23日晚，事故发生，7月23日夜，第一次宣布事故原因；7月28日上午，第二次宣布事故原因，为信号切换错误。（2）有关现场处理的政府行为转变：7月24日中午，掩埋车体，清理轨道，恢复通车；7月26日夜，挖出掩埋车体并运走。（3）有关事故赔偿方案的转变：7月25日晚，首个赔偿方案确定赔偿金额为50万元；7月29日上午，宣布修改过的赔偿方案为91.5万元。

（二）研究假设

本文的研究问题是新闻媒体在微博协商的框架建构中扮演了什么样的角色，发挥了什么样的作用？它能否推动微博协商向理性、建设性发展？为了回答这样的问题，本文设计了以下三个研究假设。

假设1：微博协商中存在框架建构。

每个参与协商的微博用户都会建构属于自身的框架，微博协商的过程就是一个框架竞争和框架共建的过程。本文认为参与协商的微博用户会依据某一种特定的框架来参与协商。这一框架，是不同主体从自身

的利益诉求出发建构而成的（如图 1 所示）：

将微博协商框架依照高、中、低三个结构层次进行分析，借鉴的是臧国仁对新闻报道框架的分析方法。臧国仁认为，新闻报道的框架可分为高、中、低三个层次。最高层次是报道的主旨，一般由标题、导语和引句表现；中层结构是报道的主要事件，包括事件的历史、结果、归因以及对事件的评论；低层结构是报道的语言，包括修辞、文法和譬喻等等。高层结构中的内容是抽象出的意义，更容易为专家型的阅听人和对事件较为熟悉的阅听人所理解和记忆。



图 1 微博协商的框架结构假设

借鉴臧国仁的分析方法是因为微博协商和新闻报道都是一种传播行为，而臧国仁的分析方法是一种从传播角度对新闻报道进行分析的方法，强调阅听人的感知和理解。相对于新闻报道，微博协商具有更为明确的利益诉求和协商主旨，同时也需要运用语言来描述事件和讨论话题，可以被看成一种多主体互动的传播过程。因此，用高、中、低三层次分析法来看待微博协商具有可行性。另外，新闻媒体是微博协商的一个重要参与主体，其微博协商文本多为报道文本，本身适用于臧国仁的分析方法。

但微博协商毕竟不同于新闻报道，完全使用臧国仁的分析方法，无法呈现微博协商的特征，因此，本文还借鉴了宏观的协商民主研究成果和微观的公共协商研究成果，来对臧国仁的三层次分析法进行必要的修改，使之成为针对微博协商而不是针对新闻报道的分析工具，具体如下：

微博协商框架的高层结构：协商利益。在协商民主理论者看来，协商是一个利益表达、利益谈判和利益妥协的过程，而参与协商的主体则是利益相关者。博曼认为“协商的目标是共识、是利益相关者共同就决策所达成的一致性意见”。在协商的过程中，参与协商的个人会因为利益认同，逐步形成共同体，并与其他共同体就利益冲突达成妥协，并最终获得一致的意见。因此，本文认为协商利益是微博协商的高层结构，它影响着微博协商的中层和低层结构。

微博协商框架的中层结构：协商议题。各协商主体在明确自身的协商利益后，都会努力使自身关注的议题成为协商的议题（Agenda），并努力在协商中实现自身的目标，在协商过程中也会使用归因等方法寻求解决问题的方法和路径。

微博协商框架的低层结构：协商语词。语词包括情感抒发、事件描述和说理三个不同的特征。

假设 2：意见领袖超越新闻媒体成为微博协商框架建构中的主导角色。

本文假设微博协商中意见领袖是主导微博协商中框架建构的主导角色。根据 Scheufel 的研究，只要记者没有设定所谓的底线，民意框架特别是精英框架就会影响到相关的话题（Issue）。因此，本文假设微博协商中以意见领袖为代表的民意框架首先会影响市场化新闻媒体的协商框架，其后两者的共同框架与主流新闻媒体的协商框架进行竞争与妥协，并最终影响到公共政策的出台和政府行为。因此在每个政府行为的关键时间节点前的框架互动可如图 2 所示。

假设 3：新闻媒体具有促进微博协商走向理性和建设性的功能。

根据新闻专业主义的要求，新闻媒体在传播信息的过程中，需要采取客观中立的态度，报道真实。根据陆晔的研究，中国新闻从业者越来越多地认同自身以新闻专业主义为核心价值取向的职业角色，认同优秀的境外媒体的职业表现^[13]。《南方周末》原主编向熹也曾撰文指出新闻专业主义的业务导向早已体现在《南方周末》的日常业务管理和人事管理的方方面面，2006 年颁布《南方周末新闻职业规范》，更是从伦理、行为技术等方面将新闻专业主义演绎成可操作的条目^[14]。

本文因此假设，在新闻专业主义的影响下，新闻媒体尤其是市场化新闻媒体能够起到促进微博协商走

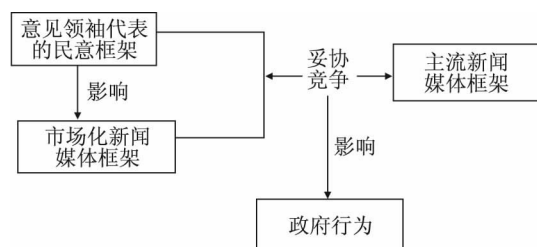


图 2 对微博协商框架建构的假设

向理性和建设性的功能。

（三）确定分析指标和测量编码

根据本文的研究问题和研究假设，本文围绕微博文本的利益诉求、微博文本的议题、微博文本的语词特征建立研究的指标体系，并进行后续的编码和测量工作。

本文共设计指标 18 个。根据这 18 个指标，本文对搜集到的每个微博文本进行编码，并进行统计分析得出结论。

四、研究发现

本文总共搜集了 2011 年 7 月 23 日温州动车事故发生时至 7 月 30 日温州动车事故最终赔偿方案确定时的微博发帖（不含评论）641 条。

从温州动车事故相关发帖占总发帖量的比例看，温州动车事故是当时最重要的公共议题（如表 1 所示）。@环球时报和@中国新闻网对温州动车事故的议题采取了较为淡化的处理，但这种淡化处理并未在整体的协商中发挥决定性的作用。

表 1 事故相关发帖量占总发帖量的百分比

微博帐号	@杨峰陈碧	@环球时报	@南方都市报	@胡锡进	@李开复	@作业本	@贺卫方	@头条新闻	@中新网
发帖总量	65	68	212	36	47	56	41	633	121
事故发帖量	65	26	138	30	19	35	32	263	32
事故发帖百分比/%	100	38.2	65.1	83.3	40.4	62.5	78.0	41.5	26.4

根据研究设计中的指标和编码，本文对以上 641 条微博发帖进行了统计分析。统计分析的结果，证明了假设 1 和假设 3 成立，但不能证明假设 2 成立。

（一）对假设 1 的验证：动车事故协商中存在框架建构

动车事故的直接当事人是乘客和铁道部，有关动车事故调查和善后的协商首先应当在乘客、家属与铁道部之间进行。但是，动车事故的新闻性使其在发生后短短几分钟之内就成为全国热议的公共事件，新闻媒体、意见领袖、普通网民都参与到了有关事故调查和善后的协商过程中，他们与当事人一起建构起了协商框架。每个协商主体都试图用自身的框架来赢得话语权，不同框架之间出现了相互影响、相互妥协的现象。

从协商利益、协商议题和协商语词这高、中、低三个层面对微博文本进行分析后发现：在协商利益层面，绝大部分微博文本都有显在的或隐含的利益诉求；在协商议题层面，所有协商主体都在有意识地设定具体议题，并期待得到其他协商主体的回应；在协商语词层面，大多数协商主体都有语词偏好，微博文本的语词特征明显。

1. 协商利益层面的框架建构。本文研究的绝大部分微博文本都有显在或隐含的利益诉求。一些微博主体的利益诉求非常稳定，呈现出一以贯之的特点，比如@杨峰陈碧、@作业本一直以维护公民权益为协商的出发点，@中国新闻网作为主流新闻媒体直到 7 月 25 日才开始切入对动车事故的报道，虽然微博数量少，但其利益诉求却比较明确地偏向公民权益。而另一些微博用户则会根据协商情况灵活应变，在利益诉求上寻求妥协，比如@环球时报和@胡锡进，其大部分微博诉求是国家利益，但也有少部分微博诉求是公民权益，表现出利益诉求层面的妥协姿态（如表 2 所示）。

2. 协商议题层面的框架建构。由于动车事故涉及救援、原因调查、善后处理、多政府部门协调等多方面的问题，作为公共事件它为协商提供了多个议题。每个参与协商的微博用户都在有意识地设定具体议题，试图影响整体协商。

在问题定义上，@南方都市报、@作业本、@李开复、@贺卫方、@杨峰陈碧、@头条新闻、@中国新闻网倾向于将动车事故的协商定义对政府责任问题的讨论，所有议题设置均与政府责任有或直接或间接的联系，其发帖有大部分在表达对政府行为的质疑。而@环球时报和@胡锡进则倾向于将动车事故的协商定义为对高铁发展问题的讨论，其议题设置较少与政府责任相关，其发帖较少表达对政府行为的质疑。@

中国新闻网作为主流媒体尽管将温州动车事故界定为政府责任问题，但发帖中却较少对政府行为的质疑。如表 3 和表 4 所示。

表 2 动车事故微博协商中的利益诉求

帐户	利诉求类型			合计
	无诉求	国家利益	公民权益	
南方都市报	5	0	133	138
杨峰陈碧	0	0	65	65
贺卫方	2	0	30	32
李开复	1	0	18	19
作业本	0	0	35	35
环球时报	4	14	8	26
胡锡进	0	27	3	30
头条新闻	57	0	206	263
中国新闻网	4	0	28	32
合计	22	69	549	640

表 3 动车事故协商中的问题定义

帐户	问题类型				合计
	无问题	突发事件	发展问题	政府责任问题	
南方都市报	18	14	0	106	138
杨峰陈碧	1	0	1	63	65
贺卫方	4	0	0	28	32
李开复	2	0	0	17	19
作业本	0	0	0	35	35
环球时报	1	0	12	13	26
胡锡进	0	1	27	2	30
头条新闻	0	93	0	170	263
中国新闻网	10	0	0	22	32
合计	26	108	40	466	640

数据分析显示，尽管所有参与协商的微博主体都在尝试设置具体议题，但一些协商主体在微博文本中缺少了针对政府行为的持续集中的议题设置。总体而言，@南方都市报与@贺卫方作为新闻媒体和专家型意见领袖，在进行持续集中的议题设置和提供对策建议上更有效率。这在下文对假设 2 的验证中会有更具体的阐述。

3. 协商语词层面的框架建构。在协商语词层面，各协商主体都形成了较为鲜明的特色，新闻媒体、知识型意见领袖的协商语词偏重事件描述和说理，而草根意见领袖则偏重情感抒发（如表 5 所示）。

4. 框架互动、框架竞争与框架共建。@杨峰陈碧、@南方都市报、@贺卫方、@李开复、@作业本、@头条新闻之间虽然没有组织关系，但他们之间互为消息源、转发源和评论对象，构成了动车协商中一个显而易见的利益共同体。这些微博用户之间出现了框架互动和框架共建的现象。比如@李开复转发了南方都市报的版面设计，并公开表示对南方都市报的赞誉。再比如@南方都市报以“汉子”来称谓杨峰，并多次以其为消息源报道动车事故的善后赔偿工作。@头条新闻也曾以@南方都市报为直接转发源，并转发了多家媒体对杨峰的报道。

@环球时报和@胡锡进的关系更为紧密，双方通过互为转发源，强调了主流媒体的舆论引导作用。同时他们还关注到市场化新闻媒体微博和意见领袖微博的具体议题，虽然他们不在自己的框架中做直接引用，但却会做出回应。

表 4 动车事故协商中的质疑表达

帐户	南方都市报	Count	有无针对政府行为的质疑			合计
			没有	隐含表达	明确表达	
		50	29	59	138	
	within 帐户/%	36.2	21.0	42.8	100	
	杨峰陈碧	24	28	13	65	
	within 帐户/%	36.9	43.1	20.0	100	
	贺卫方	4	0	28	32	
	within 帐户/%	12.5	0	87.5	100	
	李开复	7	8	4	19	
	within 帐户/%	36.8	42.1	21.1	100	
	作业本	4	4	27	35	
	within 帐户/%	11.4	11.4	77.1	100	
	环球时报	20	2	4	26	
	within 帐户/%	76.9	7.7	15.4	100	
	胡锡进	26	4	0	30	
	within 帐户/%	86.7	13.3	0	100	
	头条新闻	131	93	39	263	
	within 帐户/%	49.8	35.4	14.8	100	
	中国新闻网	20	8	4	32	
	within 帐户/%	62.5	25.0	12.5	100	
合计		286	176	178	640	
	within 帐户/%	44.7	27.5	27.8	100	

表 5 动车事故协商中的语词特征

帐户	南方都市报	协商技术				合计	
		无协商	重情感抒发	重事件描述	重说理		动员
		13	11	83	18	13	138
	杨峰陈碧	2	28	9	22	4	65
	贺卫方	1	5	1	22	3	32
	李开复	3	7	3	4	2	19
	作业本	0	23	5	7	0	35
	环球时报	0	0	15	10	1	26
	胡锡进	0	11	6	13	0	30
	头条新闻	8	10	216	22	7	263
	中国新闻网	3	5	21	2	1	32
合计		30	100	359	120	31	640

比如意见领袖微博提出拒坐高铁的倡议后，@胡锡进就会发帖报道自己在动车事故后乘坐动车的经历。

较为特殊的是@中国新闻网，其一直到7月25日动车事故发生3天后才介入报道，显示出主流新闻媒体谨慎报道的特征，但在利益诉求上，@中国新闻网则在为数不多的微博发帖中选择了重公民权益的立场。

总体而言，微博用户在构建自身协商框架的同时围绕动车事故协商的框架体现出了明显的“国家—社会”协商的特征。@杨峰陈碧、@南方都市报、@贺卫方、@李开复、@作业本、@头条新闻等微博用户具有共同的利益诉求，关心相似的协商议题，具有共同的问题定义，共同建构了“国家—社会”协商框架中的“社会”一方。而@环球时报、@胡锡进，则主要诉求国家利益，构成了“国家—社会”协商框架中的“国家”一方。而@中国新闻网，一方面作为主流媒体承担发布政府信息、辟谣和引导舆论的功能，但在协商中却成为社会一方的支持者。

（二）对假设2的验证：谁是协商框架建构的主导角色？

1. 何为有效的协商框架？有效的协商框架包括两个层面。第一个层面指的是协商框架吸引了足够多的关注，有效提升了人们的协商参与度；第二个层面指的是协商框架具有对政府行为的影响力，促进了公共政策的出台。

2. 动车事故协商框架建构中的主导角色：市场化新闻媒体。单从微博发帖的转发数和评论数来看，微博用户中德@作业本、@贺卫方、@李开复等意见领袖的协商框架更为有效，他们的微博发帖能够带来比新闻媒体微博更多的转发和评论，并通过利益认同，建构起庞大利益共同体。从这个意义上说，意见领袖所代表的民意框架是协商框架中的主导性框架，而市场化新闻媒体框架则是呼应性框架，意见领袖也因此可以被看作是协商框架建构中的主导角色。

但是，从与政府行为的相关性看，意见领袖代表的民意框架很难担当主导性框架的称谓。@南方都市报所提供的议题与政府行为的转变相关性最大，绝大多数有关政府行为的具体议题都是由@南方都市报提供并不断强调的。@头条新闻不能自采新闻，但其在选择其他媒体新闻时，也注意将有关促进政府行为的观点纳入协商框架之中。在协商框架与政府行为相关性这个层面上，市场化新闻媒体可以被看作是协商框架建构中的主导性角色。

在28日上午铁道部第二次宣布事故原因之前，仅有@南方都市报、@头条新闻、@作业本和@贺卫方发布了要求进行事故调查的微博发帖。@南方都市报发布相关微博15条、@头条新闻发布相关微博12条、@作业本发布相关微博2条、@贺卫方发布相关微博5条。在26日铁道部重新挖走被掩埋车体之前，本文研究的微博帐户一共提供了43条质疑过早清理现场的发帖，其中23条由@南方都市报提供，11条由头条新闻提供。在29日铁道部宣布新的赔偿方案为91.5万元之前，本文研究的微博帐户一共提供了20条质疑赔偿方案的发帖，其中7条由@南方都市报、8条由头条新闻提供。

本文的研究发现证明，意见领袖并不能被称为是协商框架建构中唯一的主导性角色。市场化新闻媒体的协商框架与政府行为的相关性方面更强。因此本文的研究假设2并不成立，现实情形如图3所示。

（三）对假设3的验证：新闻媒体与微博协商的理性和建设性

从表5中已经可以看到，就协商语词而言，新闻媒体框架提供了更多的事实、说理和动员，而民意框架则提供了更多的情感性表达。

相比较民意框架，新闻媒体框架更注重在微博中介绍事件背景，这也有利于协商参与者了解协商的整体情况（如表6所示）。

在新闻媒体当中，@环球时报可以针对协商的具体情况调整利益诉求，使协商向有利于妥协的方向前进，这也有利于协商的进行。在新闻专业主义的指导下，市场化的新闻媒体侧重于寻求客观的表达方式，并习惯于在微博协商中提供事件发展的前因后果，这些都是一个理性和建设性的协商所需要的。在动车事故协商中，新闻媒体在促进政府行为方面也发挥着比意见领袖更为有效的作用。

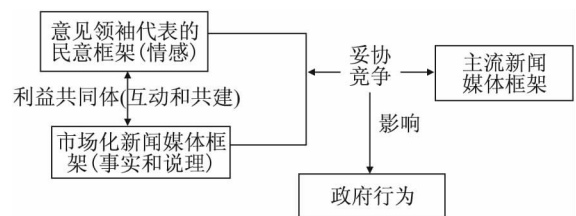


图3 微博协商中的框架建构

由于本文考察的微博文本有限，不能认为所有的新闻媒体在动车事故的协商框架中都采用了较为理性的协商语词，提供了有效的协商议题，但可以确认的是，相比较于民意，新闻媒体更具有促进微博协商走向理性和建设性的潜在功能。

五、结论和讨论

动车事故协商框架的“国家—社会”特征，是不同微博用户框架互动、框架竞争和框架共建的结果。在这样一种“国家—社会”的协商框架中，市场化新闻媒体发挥着主导性的角色，但这种主导性体现在协商有效性的第二个层面上，即协商框架与政府行为相关性的层面上。市场化新闻媒体单个微博发帖的转发数和评论数很多时候低于意见领袖。同时，一些主流新闻媒体会在有限的报道空间中选择“国家—社会”协商框架中的社会一方。需要强调的是，有关动车事故的协商是一种自发形成的协商，参与协商的微博用户并没有明确的协商意识。新闻媒体尽管具有促进协商向理性、建设性发展的潜在功能，但也缺乏明确的协商意识，在提供有关政府行为的对策建议方面，新闻媒体的贡献较小。

有关动车事故的协商中，妥协也较少出现，而妥协是协商走向成功的一种必要条件。如何在微博平台上建立一种理性建设性的协商，如何有效运用新闻媒体的专业主义来建构更为有效的协商框架都还是有待进一步深入讨论的话题。

参考文献

- [1] 陈阳. 框架分析：一个亟待澄清的理论概念[J]. 国际新闻界, 2007, (4).
- [2] 孙彩芹. 框架理论发展 35 年文献综述[J]. 国际新闻界, 2010, (9).
- [3] 臧国仁. 新闻媒体与消息来源：媒介框架与真实建构之论述[M]. 台北：三民书局, 1999.
- [4] 周裕琼, P. Moy. Parsing framing processes: The interplay between online public opinion and media coverage[J]. *Journal of Communication*, 2007, (3).
- [5] 孙海峰, 高奕奕. 对“李刚门”事件新浪微博报道与评论的框架分析[J]. 南京邮电大学学报(社会科学版), 2011, (1).
- [6] 李艳红. 大众传媒、社会表达与商议民主——两个个案分析[J]. 开放时代, 2006, (6).
- [7] Steffen, A. Whose voice is heard in online deliberation?: A study of participation and representation in political debates on the internet[J]. *Information, Communication & Society*, 2006, (2).
- [8] 李书勇, 贺先国. 公共协商：对解决群体性事件的探讨及启示[J]. 西藏民族学院学报(哲学社会科学版), 2009, (1).
- [9] 魏楠. 微博：政治参与和协商民主的新阵地[J]. 山东行政学院学报, 2011, (4).
- [10] 巢乃鹏. 从“对抗”到“协商”——以“躲猫猫事件”为例探讨政府网络舆论引导新模式[J]. 编辑学刊, 2009, (5).
- [11] 雷挺, 何跃. 突发公共事件中微博传播特征的实证分析[J]. 郑州航空工业管理学院学报, 2013, (2).
- [12] 王平, 谢耘耕. 突发公共事件中微博意见领袖的实证研究[J]. 现代传播, 2012, (3).
- [13] 陆晔. 新闻从业者的媒介角色认知[J]. 中国青年政治学院学报, 2003, (2).
- [14] 向熹. 南方周末：新闻专业主义的坚守与创新[J]. 传媒, 2010, (7).

(责任编辑 刘传红)

表 6 动车事故协商中的事件背景交代

帐户	南方都市报	Count	有无事件背景				合计
			无背景交代	不完整的背景交代	完整的背景交代	转发源已删除	
		3	14	119	2	138	
	within 帐户/%	2.2	10.1	86.2	1.4	100	
	杨峰陈碧	Count	20	24	21	0	65
	within 帐户/%	30.8	36.9	32.3	0	100	
	贺卫方	Count	4	1	27	0	32
	within 帐户/%	12.5	3.1	84.4	0	100	
	李开复	Count	3	4	12	0	19
	within 帐户/%	15.8	21.1	63.2	0	100	
	作业本	Count	18	8	9	0	35
	within 帐户/%	51.4	22.9	25.7	0	100	
	环球时报	Count	2	2	22	0	26
	within 帐户/%	7.7	7.7	84.6	0	100	
	胡锡进	Count	4	3	23	0	30
	within 帐户/%	13.3	10.0	76.7	0	100	
	头条新闻	Count	0	0	263	0	263
	within 帐户/%	0	0	100	0	100	
	中国新闻网	Count	6	0	26	0	32
	within 帐户/%	18.8	0	81.2	0	100	
合计	Count	60	56	522	2	640	
	within 帐户/%	9.4	8.8	81.6	0.3	100	