

灾难报道中的框架疲劳效应

——基于扎根和实验的混合研究

肖迪 张奕玟

摘要:框架疲劳是指公众长期暴露于过多或同一类型的信息组织框架而产生的疲惫、厌恶等负面情绪反馈。为探索我国灾难报道中的框架疲劳效应,分析其内涵、表征与影响,以主流媒体已发布的灾难报道为基准材料,采用混合研究设计:第一阶段,采用扎根理论对 56 位受访者进行半结构式访谈;第二阶段,随机招募 552 位参与者执行线上调查实验。研究结果显示,框架疲劳在我国灾难报道受众中普遍存在,表现为情感降级、心理规避、麻木无感、厌倦烦躁和强烈排斥等多个方面,其主要原因涵盖媒体功能、新闻框架和新闻内容三个层面。框架疲劳亦会驱动行为反应,受众依赖新闻规避、新闻过滤和公开表态等策略进行自我调节。该研究从理论层面拓展了框架理论在我国新闻传播事业的本土化应用,在应用层面启示了新闻媒体灾难报道的框架设计,并提出优化框架选择、丰富报道视角、完善监测机制等建议。

关键词:框架疲劳;新闻框架;灾难报道;混合研究设计

中图分类号:G206;G210 **文献标志码:**A **文章编号:**2096-5443(2023)06-0036-14

基金项目:中国博士后科学基金第 73 批面上资助(2023M733929)

一、引言

长期以来,媒体根据自身定位或导向需求以特定的框架为公众呈现灾难信息,甚少关注或追问这些框架起到的真实效果。当前,不少学者关注到传播活动中受众的信息疲劳问题,并从信息的数量^[1]、问题的重要性^[2]、个人差异^[3]等视角探讨信息疲劳的成因,但较少研究探讨信息建构形式,即“框架”对信息疲劳的影响。通过借鉴前人研究,在慧科新闻数据库中以《南方都市报》为报道主题,以“汶川地震”“雅安地震”^[4]和“东航 MU5735 坠机”三个代表性灾难事件为例,发现近 15 年来我国的灾难报道框架存在模式化、流程化的问题(如表 1 所示)。基于我国的灾难报道现状,笔者认为,理解公众如何看待灾难报道中隐含的框架设计以及他们对此产生的行为反应,是建设主流媒体传播力、引导力、影响力和公信力的重要前提和基本保障。

表 1 灾难报道议题框架分布情况及所占比例

议题框架	事件名称						合计	
	汶川地震		雅安地震		MU5735 坠机			
	频次	占比(%)	频次	占比(%)	频次	占比(%)	频次	占比(%)
事实框架	30	16.10	21	10.60	7	20.00	58	13.81
政府领导力框架	44	23.70	42	21.10	12	34.28	98	23.33

续表

议题框架	事件名称						合计	
	汶川地震		雅安地震		MU5735 坠机			
	频次	占比(%)	频次	占比(%)	频次	占比(%)	频次	占比(%)
人本框架	66	35.50	72	36.20	10	28.57	148	35.24
知识科普框架	13	7.00	19	9.60	1	2.86	33	7.86
问责反思框架	26	14.00	41	20.60	4	11.43	71	16.90
其他框架	7	3.70	4	2.00	1	2.86	12	2.86
合计	186	100	199	100	35	100.00	420	100.00

二、文献回顾

(一) 新闻框架

1955年,人类学家贝特森通过分析猴群内部和人类是如何区分猴子是在玩耍还是打架,提出大家共享一套诠释规则,即“框架”。^[5]在戈夫曼的启发下,社会学家于20世纪70年代将“框架”概念引入媒介研究。塔奇曼在《做新闻:一项关于现实建构的研究》中分析媒体是如何在新闻中建构社会现实并将其传递给受众的。他认为“新闻是人们了解世界的窗口”,新闻框架的选择影响了“窗口的视野”。^[6]本研究根据前人对“新闻框架”的界定,发现媒体在新闻生产时基于新闻价值标准和新闻立场对事实进行选择与加工,进而建构社会事实,在长期的事件中所形成的筛选、加工和凸显的标准,即“新闻框架”。

国内外现有的新闻框架研究关注影响新闻框架建构形式的因素(意识形态、媒体立场、媒体定位等)^[7-8]、某个案的新闻框架分析^[9]、某主题新闻框架的特征和发展趋势^[10]等。由于本研究属于效果研究,因此将梳理重点集中于框架效果研究文献。框架效果研究主要分为两个方面。第一,考察媒体新闻框架对受众态度和行为的影响,Boomgaarden等人检验了正面框架和负面框架对公众支持土耳其加入欧盟的影响,发现负面新闻框架比正面新闻框架产生的影响更强,但政治成熟度越高的人更容易受到正面框架的影响。这说明媒体框架和个人特征会影响到公众的态度。^[11]第二,分析新闻框架和受众框架的互动,张克旭等人在《从媒介现实到受众现实——从框架理论看电视报道我驻南使馆被炸事件》中发现,新闻媒体在反映客观现实时,会固定呈现该事件的特殊部分,而受众在接受新闻时,也会根据自己以往的经验表现出一定的倾向,从而形成媒介框架和受众框架的趋同、协商和对立。^[12]以上研究主要探讨了新闻框架的短期效果,对长期效果的考察较为缺乏。

(二) 信息疲劳

信息疲劳反映受众本质上疲惫而虚弱的认知状态和心理倾向。孙旭培和吴麟在《“信息疲劳”与传播控制》中将信息疲劳定义为:“在当前信息量以指数函数的速度急剧增加、信息来源渠道不断拓宽的传播环境下,个人选择日益多元和接受的信息量却只能维持在一定的量的情况下,很多信息公众都无暇顾及,尤其是对于此前有过同类报道的信息,即使是传统意义上的‘敏感’信息,除了切身利益与之相关的部分公众外,绝大多数公众对其并不密切关注。”^[13]根据劝服知识模型^[14]和印象形成理论^[15]的观点,人们会主动组织过去习得的经验,有意识地识别信息背后的深层意图,因此能同时、准确感知新闻信息含义及其背后存在的劝服框架。但信息处理有限容量模型指出^[16],人们受制于冗余的信息环境和耗竭的决策状态,优先产出快速、节俭但存在系统性偏差的直觉反应。相比于准确理解新闻内容,识别新闻框架更加“容易”。因此信息疲劳的本质应为受众对信息输出模式的疲劳,即框架疲劳。

现有的信息疲劳研究主要关注信息过载^[17-18]和信息冗余^[19]对信息疲劳的作用以及信息疲劳的表现等方面,后者主要包括对某类信息感到疲惫^[20]或对某类信息缺乏热情^[21],卷入了受众的主观意志。这些议题经常交织,但研究领域不尽相同。亦有研究者出于媒介效应视角对信息疲劳展开深入探讨,如 Kinnick 等人发现由于人们接触过多的社会问题信息而产生感知过载,反而会对这类信息感到倦怠,并将这一现象描述为同情心疲劳。^[22]当人们产生信息疲劳后,往往会产生两种信息处理倾向,即对信息的回避和抵抗,这也在本研究的考察范围内。^[23]但是信息疲劳研究的成因分析中,主要集中在对内容层面的考察,对框架层面的考察较少。

(三) 新闻规避

新闻规避现象隶属信息规避研究范畴,故二者的概念具有同源性。最早同信息规避相关的概念可追溯至 20 世纪 40 年代,拉扎斯菲尔德等人在美国大选期间调查选民的投票立场是否受到大众传播内容的影响,结果表明民众的意见与既有的政治倾向显著相关,大众传播作用微弱,基于此研究者们提出了“选择性接触”理论。^[24]虽然选择性接触理论的研究也是与信息暴露相关的研究,但这些研究都是考察人们对于已知的信息会作何反应,而信息规避研究侧重于考察受众回避未知信息的原因,大致包含信息、用户和环境三个层面的因素。其中,信息层面尤为重要,如信息的质量、数量和呈现形式。吴丹和樊舒认为,大量内容不准确或来源不可靠的信息会让人们在筛选信息时感到压力倍增,同时信息吸收的时间也会大大增加,导致决策延迟或错误,久而久之会出现情绪异常,不得已而回避某些信息。^[25]前文对信息疲劳相关文献的梳理也发现,产生信息疲劳的受众会试图采用各种策略减少认知资源投入,加速决策过程以缓解不适感。故笔者推断,我国新闻受众对灾难报道框架产生“疲劳”后,会采取新闻规避行为。

综上,本研究旨在探索公众面对灾难报道是否会因信息设计和框架选择而产生框架疲劳,梳理该现象的表征、动因和影响,从而为我国媒体灾难报道实践的改进提供学理依据,以帮助寻找舆论引导、事实传递和精准传播之间新的平衡点。

三、研究设计

本研究采用包含扎根理论和调查实验的两阶段混合研究设计,旨在从定性资料中获得框架疲劳存在的基本事实,从定量数据出发比较不同新闻报道框架引发的框架疲劳程度及后续行为反应差异。

(一) 扎根理论

此阶段以半结构式访谈收集研究材料,通过三级编码提取框架疲劳的表现与潜在动因。首先,以若干开放式问题引入,如:“您平时会关注地震、山洪、战争等灾难事件吗?如会,请阐述原因。”“您印象深刻的相关灾难报道有哪些?”“浏览相关信息时,有没有比较倾向的媒体组织?为什么?”其次,询问受访者关于每类灾难报道框架的认知反馈,问题中所涉报道均为真实发生,以人本框架组为例:“每篇灾难报道都有其自身的主题和导向,第一类报道我们称为 A 类报道,内容如‘灾难中的最美逆行者’‘舍己为人的好医生、好消防员’等(以上报道访谈时均具体阐释),您如何看待此类灾难报道?您的感观如何?您认为此类报道在哪些方面做得较好?存在哪些问题?您会对它们产生负面情绪吗?如果会,原因是什么呢?”再次,询问被访者对灾难报道框架分布格局的看法,如:“若您对刚才提及的五种报道类型做排序,您会如何选择?请阐述原因。”“有数据表明,近 15 年来的我国灾难报道中,救死扶伤、感人故事、不平凡人物等 A 类和 B 类报道在一次事件中占比较大,大概 50%~60%,而 C、D、E 类报道则占比较小,大概 40%,您如何看待这种分布格局?”最后,为了解受访者认知和行为选择的关系,询问受访者:“若您因报道产生了负面情绪,您是如何消解的呢?”在此基础上,进一步考虑受访者对灾难报道的关注度和整体态度,询问“针对我国灾难报道现状,您是否愿意提供一些建议或看法”等开放式问题。访谈过程中,访谈者会根据受访者回应情况对问题进行形

式层面的灵活调整。

访谈的前期准备工作始于2022年12月底,止于2023年1月中旬,由研究助理在豆瓣、小红书和微博三大社交媒体平台公开招募自愿加入的受访对象构成样本池,参与者须符合“平时阅读我国媒体发布的灾难报道”这一筛选条件。招募完成后,使用随机数方法随机抽取56位受访者进行正式访谈,访谈时间中位数设置为60分钟。受访对象基本情况如下:男性24位,女性32位;在校生25位,公职人员2位,企业人员10位,专业人员(律师、医生等)14位,其他人员5位;18~25岁26位,26~45岁17位,46岁及以上13位。

访谈材料整毕后,两名研究助理作为编码员按随机数方法随机抽取51份进行编码设计,剩余5份做理论饱和度检验,并根据性别对受访对象进行编号,记为 FX_i/MX_i 。第一步,开放式编码:对访谈文本逐字逐句分析,提取关键词句,根据既有脉络概括其概念意义;第二步,主轴编码:经过演绎与归纳,通过比较将相似编码汇总后建构主要类目,明确访谈文本的属性和维度;第三步,选择性编码:对主轴编码阶段提炼出的主范畴做梳理,以逻辑形式串联,生成完整的意义系统。上述全部工作于2023年2月15日完成。

(二) 调查实验

调查实验即在普通调查问卷中设计随机模块以对比不同干预条件下调查对象的态度或行为差异,在此研究中服务于对扎根结果的交叉验证和补充分析,重点考察不同新闻框架引发的框架疲劳程度差异以及框架疲劳同后续应对策略之间的关系。

变量设计方面,根据扎根分析结果并结合已有框架效应实验研究设计,以新闻内容背后蕴含的信息框架为操控变量,框架疲劳程度为中间变量,调查对象自我报告的新闻规避、新闻过滤和公开表态三类行为倾向为响应变量,以推断框架疲劳同行为反应之间的关系。具体而言,选择三则主流媒体发布的不同事件的灾难报道为原始消息素材,分别对其进行五种框架的改写,改写后每则消息的报道框架不同(5种),但长度、排版和基本新闻事实相同,其中的人(物)名、地名皆作统一符号化处理。为避免框架冲突,每位调查对象被设定为随机地接触一种报道框架,故对于每位调查对象而言,三则内容不同的报道会以统一的框架组合出现。如调查对象N1被随机分配至人本框架,则她看到的第一则报道是:“就在10月2日的那个中午,A市地震最后一只英雄搜救犬李四永远离我们而去。”(后接该框架对应的信息)调查对象N2被随机分配至事实框架,则她看到的对应报道是:“10月2日11时47分,A市地震最后一只搜救犬李四离世。”(后接该框架对应的信息)框架疲劳的测量结构基于Song等人关于新闻倦怠的量表修订而成,包含3个五点量表问项。新闻规避、新闻过滤两类行为倾向的衡量参见杨晓琴的设计,各自包含3个五点量表问项。公开表态行为倾向基于扎根结果提炼,包含2个五点量表问项。另外,调查问卷还包含人口特征和行为特征等控制变量,如月收入、受教育程度、获得新闻的主要渠道、新闻消费时长等。

调查实验的执行方面,本研究首先进行了一轮包含150便利样本的预实验,重点确认随机程序的有效性。正式调查实验启动于2023年2月21日晚20时,仅持续10分钟以避免时间相关误差。笔者委托国内最大在线调查平台之一的问卷网通过其代理商招募至少500位调查对象,每位对象有相等但唯一的机会接触五个干预场景之一(人本框架组、政府领导力框架组、事实框架组、知识科普框架组、问责反思框架组),场景之间互为对照组,事实框架则是名义上的对照组。完成调查的每位参与者获得由问卷网平台代为发放的现金奖励,并被拒绝再次访问调查链接(通过IP限制实现)。

数据清洗方面,使用EXCEL和SPSS对观测样本进行标记和编码,最终保留505份有效样本,其中262男,243女。年龄从18岁起至59岁按每10年分组,各组人数几乎呈均匀分布。月收入则以9001~12000元段为中间值近似正态分布。职业分布亦多元。53.7%的调查对象声称“非常关注灾难报道”,其余46.3%则全部选择“比较关注灾难报道”。卡方检验提示,作为混淆变量的人口特征

和行为特征皆不同分配结果之间存在联系,表明随机结果理想。

综合访谈过程中的体验和扎根分析结果,多数受访者明确提及框架疲劳现象的存在,并承认自己或多或少陷入其中。尤其当人本框架或政府领导力框架的报道出现时,受访者在情感、认知和行为上的表现更加特异。据此,本研究在调查实验环节提出如下假设:

- H1:与其他框架相比,人本框架呈现的报道更易让参与者产生框架疲劳
- H2:与其他框架相比,政府领导力框架呈现的报道更易让参与者产生框架疲劳
- H3:框架疲劳程度越高,调查对象新闻规避行为倾向越强
- H4:框架疲劳程度越高,调查对象新闻过滤行为倾向越强
- H5:框架疲劳程度越高,调查对象公开表态行为倾向越强

四、研究结果

(一)扎根分析结果

1. 开放式编码

笔者通过对访谈文本逐字逐句地分析,提取了63个初始概念,并对同研究主旨“框架疲劳”不相关的信息进行了剔除,出现频次少于3次的和存在矛盾的初始性概念也被剔除,比较分析后保留了39个重要相关初始概念,并进一步归纳为21个范畴。范畴名称和原始代表语句如表2所示。

表2 开放式编码结果

原始代表语句	初始概念	范畴
这样才有播放量,这样才有流量	追逐商业利益	商业利益
现在的灾难报道信息不够公开透明,或者说不够及时	信息阻塞	信息阻塞
还有一个原因是离民众太远了	媒体定位较高	反馈机制较弱
公众对这种事情的讨论空间也正在被压缩	民众话语权受限	
他要么忽视,要么没有回应	下情上传缺失	
很大程度上都是一种为了某种其他的目的而进行的一种宣传活动	灌输意图明显	灌输意图
努力地想要潜移默化影响读者思维,甚至是情感	涵化作用	教化意图
把苦难当成美德来宣扬的话,我就不是特别认同	“美化”苦难	
有点本末倒置了	重点偏移	重点偏移
都是流程化的报道	框架选择流程化	框架冗余
看一个标题就大概知道它想表达什么意思	框架形成模式化	
因为我们看过太多这种事情,这个圣光被消解掉了	框架过载	框架过载
通过知识去避免一些灾难,只能更多的是对于幸存者而言	知识科普框架	现实意义不足
	现实意义不足	
问责跟我关系不是很大,最多就是一个警醒作用	问责反思框架	
	现实意义不足	
对于解决问题没有帮助	人本框架现实意义不足	
现在哪个报道不添油加醋	情感加成事实	情感加成事实
这种报道要在合适的时间发,不能正很严重的时候发	选题时机有误	选题时机

续表		
原始代表语句	初始概念	范畴
能避重就轻的就避重就轻	不认可问责反思框架	对框架本身的消极态度
个人不是特别喜欢看人本框架的东西	不认可人本框架	
很多的新闻报道都在模糊事实	不认可事实框架	
有些科普专业性太强,不够通俗,没有起到科普的效果	不认可知识科普框架	
就是一种厌烦感吧	厌倦烦躁	厌倦烦躁
我现在还是有一种规避心理	心理规避	心理规避
现在就觉得还行,情感降级吧	情感降级	情感降级
实际上我还真的排斥	强烈排斥	强烈排斥
看多了就有一点麻木了	麻木无感	麻木无感
我只会看到了无视然后划过	无视划过	新闻规避
看一眼标题就不会再点开了	只看标题	
不小心点到关注了,我会给它取关	取关媒体	
会整体减少灾难新闻的阅读频率	减少灾难报道获取频率	
很多政府领导力相关的内容我很少点进去	减少政府领导力框架报道阅读频率	
不太想看人本框架的一些内容	减少人本框架报道阅读频率	公开表态
会在微博转发区发表意见	公共场域评论	
我会和朋友讨论批评	私人场域评论	
我会寻求自己想关注的文章看	寻求其他信息	新闻过滤
如果是系统推送,我会选择屏蔽或者点击不感兴趣	减少算法推荐	

2. 主轴编码

梳理主要概念类属与次要概念类属之间的假设性关系后,本研究对开放式编码进行分析整合,得到了媒体功能、新闻框架、新闻内容、认知、情感和行为共6个层面的主范畴和若干次范畴,相关信息如表3所示。

表3 主轴编码结果

主范畴	次范畴	范畴内涵
媒体功能层面	商业利益	认为媒体过度追求流量,追逐商业利益
	信息阻塞	信息公开不够透明全面
	反馈机制较弱	受众无有效渠道同媒体沟通
新闻框架层面	灌输意图	媒体建构框架时,有意传达某种观念,树立官方正面形象
	教化意图	媒体构建框架时,试图影响民众的思想和行为
	重点偏移	媒体选题的侧重点偏移,本应报道的内容受到轻视
	框架冗余	媒体使用的框架是多余的重复的
	框架过载	某类框架报道过多,超出受众所能接受的范围

续表

主范畴	次范畴	范畴内涵
新闻内容层面	现实意义不足	某类框架内容同民众距离太远,实用性不足
	情感加成	媒体报道事实过程中,加入了过多情感因素
	选题时机	媒体报道的内容和受众当下的信息需求不匹配
认知层面	对框架分布的消极态度	认为现有灾难报道框架分布形式需调整或对其不满
	对框架本身的消极态度	认为某类新闻框架存在不足或对其不满
情感层面	麻木无感	看某类框架的报道时难以产生情绪反馈
	心理规避	在心理上想要某类框架,但行动上不规避
	情感降级	看某类报道框架时情绪反馈程度较以往有所下降
	厌倦烦躁	对某类框架或框架分布产生厌倦烦躁的情绪
	强烈排斥	强烈排斥某类框架或现有框架分布
行为层面	新闻规避	有意地避开新闻阅读的行为
	新闻过滤	受众通过主动筛选,有选择地接受新闻
	公开表态	在公共场域或身边人面前表达对某类框架或现有框架分布的不满

3. 选择性编码

通过对六个主范畴的不断比较分析,我们最终得出“灾难报道中受众框架疲劳的影响因素及规避行为机制”这一核心路线。主范畴间的具体关系框架如图1所示。“压力源-负担-结果框架(SSO)”是研究压力场景的经典理论框架^[26],引入新闻传播学领域后,学者们先后用该模型研究压力对个体心理和行为的影响及外部压力的影响过程。集合SSO模型后,可以将图1的路线概括为:受访者在媒体功能、新闻框架、新闻内容三个层面因素的影响下,产生框架疲劳的负面情绪,这种负面情绪会导致选择性忽略、降低使用强度、更改系统推荐设置等一系列行为反应。

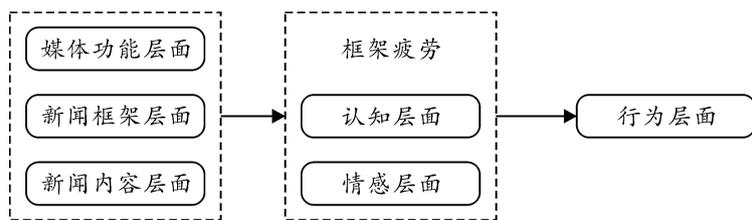


图1 主范畴之间的关系

4. 理论饱和度检验

该检验是扎根理论的必要环节之一,当采集到的研究数据中不能再产生新的理论概念,也无法归纳到已有的范畴之外时,则判定为理论饱和。研究者对预先保留的5份访谈文本进行分析,并未归纳出其他概念范畴和逻辑观念,故认为本研究模型已达基本饱和。

5. 主要发现

(1) 可供性失焦:灾难报道呈现同公众预期的差距

灾难报道中受众产生“框架疲劳”的主要原因可总结为供给同需求不匹配,主要表现在三个层面:媒体功能层面、新闻框架层面和新闻内容层面。

媒体功能层面表现为信息传递阻塞、过度追求商业利益和反馈机制较弱。新闻传播方面,提供信息和舆论引导是媒体的主要功能,当媒体未能发挥完整功能时,会对受众的框架疲劳产生影响。第一,信息传递阻塞,是指新闻受众认为媒体所报道的灾难新闻存在传递不及时、内容不全面的问题。访谈中有 22 位受访者提到了这点,这说明受众对主流媒体能够跟随时代的步伐适应新的传播环境和信息需求抱有期待和要求。灾难报道中媒体的报道不足以满足人们的信息需求,因此导致了受众的框架疲劳。第二,反馈机制较弱,新闻受众认为自己 and 媒体之间的沟通存在障碍,这种障碍主要是两个方面,一是自己的表达没有得到回应,二是自己无法表达。心理反应理论(PRT)认为,当人们认为自己的自由选择权受到威胁时,会产生一系列与重获自由相关的认知、情绪和随后的反应。^[27-28]在灾难新闻的评论区中,不少用户会就灾难事件提出一些问题,但媒体往往不会回应,这样互动却变成了单方的“独角戏”。甚至有些评论还没有来得及发出来就被机械地筛选掉了。“我感觉现在在灾难报道的过程中,这种舆论多样性好像更弱了,公众对这种事情的讨论空间也正在被压缩,这就是我的真实感受。”(F14)第三,过度追求商业利益,指部分新闻受众认为媒体在商业利益的驱使下本职工作质量下降的状况。在商业主义的侵蚀下,流量成了审核内容的核心标准,新闻从业者从追求高质量的新闻内容到对受众和流量的追求,这导致新闻生产逻辑发生了根本性变化。访谈过程中,有部分访谈对象认为媒体对商业利益的追求导致了新闻生产的同质化,让他们感到疲惫不堪。

新闻框架层面框架疲劳产生影响主要表现在频次过高、重点偏移和意图明显。第一,灌输意图显著,指新闻受众从灾难报道中感受到媒体不只想要传达信息,更希望通过内容的组织方式来灌输某些观念,树立官方正面形象。本研究中,共有 34 位受访者提到了这一点。作为新闻受众,在阅读灾难新闻时的首要需求是灾难本身的消息,当识别到媒体的灌输意图并长期接触后,会对此产生框架疲劳。第二,教化意图显著,指受众认为媒体通过新闻报道试图让自己接受某种观念并采取相应的行为。从访谈文本得出,我国灾难报道的教化效果有限主要有两个方面的因素:一方面,部分媒体的言论较为沉闷呆板,虽然报道的形式更加丰富多元,但措辞相较于以前变化不大;另一方面,受众个人的观念和态度诸多因素的影响,识别到的教化意图和自身观念不合后,人们会选择逃避或者排斥。“似乎它在努力地想要潜移默化影响读者的思维,甚至是情感。”(F4)第三,重点偏移,指新闻受众认为媒体的报道方向偏离了该事件的重点。信息时代人们的注意力是有限的,不少受访者认为灾难报道中主导情感报道虽然能够起到安抚民众情绪的作用,但也让人们从本该关注的事情上转移。如:“情感类的信息过多的话,可能会模糊大众应该关注的焦点。”(F17)第四,框架冗余,即新闻受众认为类似议题的灾难报道其文本建构方式、报道时机、表达思想的生产流程已经形成一套固定的模式,感觉自己在接触多余的重叠的信息,难出新意。“根本不需要看内容,可能前面看一个标题就大概能知道他想表达什么意思。”(F1)对他们来说,一成不变的框架缺乏吸引力,所以选择简化信息处理路径,不愿在报道内容上投入时间成本,媒体的受众逐渐流失。第五,框架过载。即新闻受众认为自己接受的某类框架报道过多,超出自身可承载的范围。访谈者认为在灾难事件发生后需要一段时间来整理自己的情绪,再慢慢建立信心,但媒体提供的信息似乎希望民众能快速从这种情绪中走出来,这是他们所不能承受的。

新闻内容和新闻框架不会单独存在,两者相辅相成。新闻内容对框架疲劳的影响主要表现在受众认为报道的内容现实意义不足、情感加成事实和选题时机同信息需求不匹配。第一,报道内容现实意义不足,指新闻受众认为报道内容同个人的联系较浅,对灾难本身帮助不大。尤其是问责反思框架,受访者表示虽然当下可以平民愤,但对解决灾难相关的实际问题没有帮助。第二,情感加成下的事实,指受众认为灾难中的报道加入了过多的主观情感。部分受访者认为此举违背了新闻报道客观中立的原则,推测媒体是由于种种原因无法获取足够多的信息,才导致了报道事实时会加入情感,也将这一现象同媒体追求流量联系起来。第三,选题时机同信息需求不匹配。在灾难事件发展的不

同阶段,人们的首要信息需求是不同的。这点代表受众认可框架本身的作用和价值,只是出于对内容本身的考虑,希望选题注重时机,能够同人们的信息需求对应起来。“一个灾难性事情本身还没有得到妥善解决的时候,你跟我讲那些人做了哪些好事、哪些贡献的话,我确实会觉得有点疲惫很反感。”(F5)

(2) 供需失衡:框架疲劳在认知、情感和行为层面的响应

认知层面表现为两个方面,一方面是对某类框架本身的消极态度,另一方面是对框架分布格局的消极态度。前者突出表现在人本框架和问责反思框架上,受访者认为同类型多次的情感唤起是人本框架的问题所在,认为这是自己对人本框架产生疲劳的原因。指出对问责反思框架产生疲劳的受访者认为问责不具体是疲劳的主要原因,后者则表现为受众认可各类框架本身的价值,但认为其分布结构不合理。访谈过程中可以发现,存在框架疲劳的大部分受众对这一现象具有明晰的认知,证明我国新闻受众具备较强的主观能动性,整体的媒介素养水平有所提升。

情感层面表现为心理规避、情感降级、麻木无感、厌倦烦躁和强烈排斥,情感表达程度依次上升。受众阅读灾难报道的同时识别到其报道框架后,会产生各种情绪上的反馈。部分框架会对受众造成心理负担。当过量接触到某类框架时,也会导致受众的负面情绪。Calder 和 Sternthal 两位市场营销学者的研究表明当人被大量的信息缠绕而感到疲惫不堪时,会产生一种“兴奋”状态,二者称这一现象为信息“磨损”。^[29]同时,当报道与自我认知相冲突时,受众会产生强烈的排斥。基于编码结果,可以将框架疲劳的负面情绪分为不影响行为的心理规避、以同情心降级为代表的情感降级,以及麻木无感、厌倦烦躁和强烈排斥。

框架疲劳的行为表现可以分为新闻规避、新闻过滤和公开表态。新闻规避主要通过无视、只看标题、取关账号、减少阅读频率来实现。“我会自己强制自己不要点开微博去看那些故事或者那些新闻。”(F17)“好像是形成了一种常规性的报道,每次看到这类报道,就会点进去很简单地看两眼,具体事件是一个什么样的可能就没有说看得很仔细。”(M4)新闻规避是受众主观层面的行为,由于种种原因自主选择的结果,减少接触刺激的频率可以有效调节内心的疲劳。新闻过滤则是筛选信息的来源和渠道。比如算法抵抗,“如果系统给我推送,我会选择点击屏蔽或点击不感兴趣。”(F8)寻求其他渠道的受众对灾难信息的获取欲望更强烈,“当看了太多这类的内容后,我会看别人对于这个事情的看法以及别人发布的一些真实的情况,我觉得从大家的信息上获取的真实性内容是没被渲染的,去看感兴趣的内容。”(F24)公开表态则意味着受众会在公共场域或者私人场域中发表对灾难报道框架的负面看法,希望从中获取他人的认同或对他人造成影响,这种行为是最为主动的。“我会在微博转发评论区发表意见,点赞热评,要让官媒知道我们想看什么不想看什么。”(F7)认知反应理论的相关研究表明,当感觉自由受到限制时,人们会采取直接或间接的行动促使自由的恢复,其中包含抨击消息来源或消息本身。^[30]因此,新闻受众将自己的信息需求得不到满足归结于媒体的责任,通过发声来表达自己的看法。

(二) 实验研究结果

1. 信效度检验

测试卷中包含4个五点矩阵量表题,对应4个主要的潜在变量,它们的测量结构均来源于已有文献的成熟量表,并根据扎根访谈结果进行了微调。各量表的 Cronbach's α 系数分别是“框架疲劳”为0.896、“新闻规避”为0.828、“新闻过滤”为0.838、“公开表态”为0.784。对量表进行 KMO 检验(KMO 值为0.966)和 Bartlett 球形检验(呈显著性, $p < 0.05$, $df = 55$),发现数据适合因子分析,并可以得到四个同理论潜在变量高度对应的聚合因子。

2. 描述统计

本研究使用 SPSS26.0 对框架疲劳、新闻规避、新闻过滤和公开表态的程度进行计算,采用描述性统计分析,最终得到的结果如表4所示:

表 4 各变量平均值分析表

变量名	样本量	最大值	最小值	平均值	标准差	中位数
框架疲劳	505	5	1	3.587	1.077	3.667
新闻规避	505	5	1	3.514	1.044	3.667
新闻过滤	505	5	1	3.555	1.047	3.667
公开表态	505	5	1	3.581	1.094	4

注:小数保留3位

如表所示,框架疲劳的平均值为 3.587,中位数为 3.667,接近 4 分,测试卷中各变量量表均采用李克特量表 5 点计分法,其中“4 分=比较符合”,理论中位数为 3,因此可以认为框架疲劳存在且感知框架疲劳程度偏高。新闻规避的平均值为 3.514,中位数为 3.667,接近 4 分,由此判定样本对新闻规避行为的感知程度较高。同理,由上表数据可得样本对新闻过滤和公开表态行为的感知程度同样偏高。且相较之下,样本对公开表态、新闻过滤和新闻规避的感知程度依次递减。

3. 实验干预(框架选择)对框架疲劳的影响

本研究通过均值比较法对五组被试的框架疲劳程度进行统计分析,结果表明:被试对本框架的疲劳程度($M=3.638, SD=1.064$)、政府领导力框架的疲劳程度($M=3.687, SD=1.047$)、事实框架的疲劳程度($M=3.346, SD=1.14$)、知识科普框架的疲劳程度($M=3.63, SD=1.035$)和问责反思框架的疲劳程度($M=3.637, SD=1.079$)存在差异,其中对政府领导力框架、人本框架和问责反思框架的疲劳程度略高于事实框架和知识科普框架,对事实框架的疲劳程度最低。随后本研究对收集到的五组数据做单因素方差分析,结果显示 $P=0.162>0.05$,说明五种报道框架导致的框架疲劳不存在统计显著差异。故 H1 和 H2 不成立。笔者推测,这一结果可能同访谈与调查实验流程的固有差异相关:访谈时,同一受访者接触全部五种报道框架并分别回应,存在框架之间的蓄意认知比较。但在调查实验中,主体间效应设计决定每位调查对象仅能随机接触到一类报道框架,唤醒水平相对较低,但避开了假设偏差对结果的干扰。这一结果表明,访谈与调查实验各有优势,联合使用方能最大化收益。

4. 框架疲劳与受众响应的关系

本研究使用普通最小二乘法进行线性回归分析。在控制了人口统计学变量以及灾难报道关注程度后,框架疲劳和新闻规避的关系如表 5 所示, $R^2=0.739$ 表示框架疲劳对新闻规避有 73.9% 的说明解释能力, $B=0.836>0$ 和 $P<0.05$ 表示框架疲劳对新闻规避具有显著的正向影响,意味着当框架疲劳程度越高,越有可能采取新闻规避行为,H3 成立。同理,如表 6 和表 7 所示,框架疲劳对新闻过滤和公开表态行为同样存在显著的正向影响,故 H4 和 H5 成立。

表 5 对“新闻规避行为”的回归预测

	B	标准差	t	P
常数	0.778	0.189	4.125	0.000***
灾难报道关注程度	-0.036	0.048	-0.753	0.452
年龄	-0.024	0.018	-1.311	0.190
性别	-0.091	0.048	-1.908	0.057
教育水平	0.02	0.026	0.748	0.455

续表

	B	标准差	t	P
职业	-0.008	0.01	-0.763	0.446
收入	-0.004	0.014	-0.27	0.787
框架疲劳	0.836	0.022	37.206	0.000***
R2	0.739			
调整 R2	0.736			
F	F(7,504) = 201.372, P = 0.000***			

注:回归系数为未标准化系数;小数保留3位;*p<0.05,**p<0.01,***p<0.001

表6 对“新闻过滤行为”的回归预测

	B	标准差	t	P
常数	0.506	0.201	2.514	0.012**
灾难报道关注程度	-0.008	0.051	-0.157	0.876
年龄	0.005	0.019	0.269	0.788
性别	-0.077	0.051	-1.515	0.130
教育水平	0.048	0.028	1.709	0.088
职业	0.014	0.011	1.332	0.184
收入	0.008	0.008	0.514	0.608
框架疲劳	0.816	0.024	33.98	0.000***
R2	0.705			
调整 R2	0.7			
F	F(7,504) = 169.366, P = 0.000***			

注:回归系数为未标准化系数;小数保留3位;*p<0.05,**p<0.01,***p<0.001

表7 对“公开表态行为”的回归预测

	B	标准差	t	P
常数	0.679	0.227	2.991	0.003***
灾难报道关注程度	0.047	0.058	0.815	0.416
年龄	-0.006	0.022	-0.256	0.798
性别	-0.06	0.058	-1.042	0.298
教育水平	-0.005	0.032	-0.169	0.866
职业	-0.001	0.012	-0.064	0.949
收入	0.002	0.017	0.106	0.916
框架疲劳	0.823	0.027	30.395	0.000***
R2	0.656			
调整 R2	0.652			
F	F(7,504) = 135.647, P = 0.000***			

注:回归系数为未标准化系数;小数保留3位;*p<0.05,**p<0.01,***p<0.001

五、讨论

本研究通过扎根理论和实验研究法相结合的混合研究设计,探究灾难报道中的“框架疲劳”效应。研究表明,框架疲劳在我国灾难报道受众中显著存在,框架疲劳产生的原因包含媒体功能、新闻框架和新闻内容三个层面,当受众产生框架疲劳后,会通过新闻规避、新闻过滤和公开表态来调节自己的框架疲劳。

第一,丰富了框架效果研究和信息疲劳研究。现有框架效果研究大多采用量化研究方法,集中于对短期效果的考察,本研究通过质化和量化相结合的方式考察新闻框架的长期传播效果,扩展了框架理论在中国本土新闻生产和传播活动中的运用。此外,提出了“框架疲劳”这一概念并予以实证支持,将研究重点聚焦于“框架”而非内容本身,为信息疲劳研究提供了新的视角和思路。

第二,研究结论表明框架疲劳的产生会进一步导致灾难报道受众采取新闻规避、新闻过滤和公开表态的行为,这一点值得学者关注。信息爆炸背景下,新闻规避和新闻过滤意味着受众逐渐建立起自己的信息筛选标准,避免单方面的信息接受成为单向度的人。但是灾难报道具有不可撼动的地位,其具备的公共价值应该被全体受众关注。但是“框架疲劳”引发的新闻规避和新闻过滤可能会消解灾难报道在受众心中的重要性,因此缓解受众的框架疲劳增加新闻消费动力值得思考。受众的公开表态行为往往伴随着非理性的情绪宣泄,这些言论的影响范围不可估计。未经深入思考的用户往往更容易被这种情绪煽动,从而带动情绪的再传播,当极端非理性的情绪聚集起来,往往会产生群体极化效应,造成系统性社会风险。因此,如何科学灵活运用灾难报道框架,从源头上避免或延缓公众的框架疲劳,是新闻媒体从业者和新闻传播研究者不可回避的问题。

第三,在研究结果的基础上为我国媒体的灾难报道和舆论引导工作提供学理性建议。内容供给侧上,一方面优化框架分布,形成以事实框架为核心多种框架并存的灾难报道新格局。访谈中受访者对五种报道框架进行排序,其中有40位将事实框架排在第一,因此应当提高事实框架的报道比例,满足人们的首要需求。调整每类报道的建构方式,减少因模式化流程化的框架选择和生产导致的框架疲劳。另一方面,强化“新闻内容-报道框架”的适配性,从兼容向契合转变。坚持事实为主,框架为辅,选择合适的框架服务于内容本身,增加新闻的可阅读性。同时,发挥主流媒体优势,加强深度报道和独特视角内容,打破同质化的生产局面。受众需求侧上,完善传播效果检测机制,建立框架疲劳的预警识别机制,结合行为数据与态度数据对灾难报道的框架进行综合评估。促进人机合作的信息监测和审核,避免一刀切的操作流程,利用平台反馈机制带来的便利,推动传受的良性互动,建立友好的公共场域。同时,重视受众在传播活动中的主体地位,灵活、有针对性地调整框架,防范、化解新闻受众的框架疲劳及其次生影响,实现政治站位、舆论引导、事实核查、人文关怀、问责响应、风险防范、知识科普的有机统一。

综合考虑上述发现和本研究局限,笔者认为未来的框架疲劳研究仍需深入探讨以下几点:首先,关注个人特质与框架疲劳程度之间的关系。疲劳是一种状态,个人的性格特征、阅读能力、与灾难的接近程度等都有可能影响框架疲劳程度。其次,加强框架疲劳的历时性分析。灾难报道具有自身的演化逻辑,受众在事件发展的不同阶段信息需求也不同,后续研究应该对此进行深入探索。最后,将研究对象聚焦化。关注数字弱势群体或者更容易因框架疲劳心态发生波动乃至聚集社会风险的群体,如此更有助于防范化解系统性风险。

参考文献:

- [1] J. Sun, S. K. Lee. Flooded with Too Many Messages? Predictors and Consequences of Instant Messaging Fatigue. *Information Technology & People*, 2022, 35(7): 2026-2042.

- [2] H. Ball, T. R. Wozniak. Why do Some Americans Resist COVID-19 Prevention Behavior? An Analysis of Issue Importance, Message Fatigue, and Reactance Regarding COVID-19 Messaging. *Health Communication*, 2022, 37(14): 1812-1819.
- [3] J. So, L. Popova. A Profile of Individuals with Anti-tobacco Message Fatigue. *American Journal of Health Behavior*, 2018, 42(1): 109-118.
- [4] 杨泽亚. 变与不变: 框架理论视阈下我国近十年灾难新闻报道实践. 武汉: 武汉大学硕士学位论文, 2017.
- [5] G. Bateson. A Theory of Play and Fantasy. *Semiotics: An Introductory Anthology*, 1972: 131-144.
- [6] G. Tuchman. Making News by Doing Work; Routinizing the Unexpected. *American Journal of Sociology*, 1973, 79(1): 110-131.
- [7] M. Budd, S. Craig, C. M. Steinman. *Consuming Environments: Television and Commercial Culture*. Rutgers University Press, 1999.
- [8] Z. Papacharissi, M. de Fatima Oliveira. News Frames Terrorism: A Comparative Analysis of Frames Employed in Terrorism Coverage in US and UK Newspapers. *The International Journal of Press/Politics*, 2008, 13(1): 52-74.
- [9] E. Greussing, H. G. Boomgaarden. Shifting the Refugee Narrative? An Automated Frame Analysis of Europe's 2015 Refugee Crisis. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 2017, 43(11): 1749-1774.
- [10] 杨秀国, 刘洪亮. 新闻框架视域下主流媒体对扶贫议题的建构与呈现——以人民日报(2012—2020)扶贫报道为例. *新闻与写作*, 2021, 9: 54-62.
- [11] C. H. De Vreese, H. G. Boomgaarden, H. A. Semetko. (In)direct Framing Effects: The Effects of News Media Framing on Public Support for Turkish Membership in the European Union. *Communication Research*, 2011, 38(2): 179-205.
- [12] 张克旭, 臧海群, 韩纲等. 从媒介现实到受众现实——从框架理论看电视报道我驻南使馆被炸事件. *新闻与传播研究*, 1999, 2: 2-10+94.
- [13] 孙旭培, 吴麟. “信息疲劳”与传播控制. *新闻大学*, 2006, 3: 34-38.
- [14] M. Friestad, P. Wright. The Persuasion Knowledge Model: How People Cope with Persuasion Attempts. *Journal of Consumer Research*, 1994, 21(1): 1-31.
- [15] S. T. Fiske, S. L. Neuberg. A Continuum of Impression Formation, from Category-based to Individuating Processes: Influences of Information and Motivation on Attention and Interpretation. // *Advances in Experimental Social Psychology*. Academic Press, 1990, 23: 1-74.
- [16] A. Lang. Limited Capacity Model of Motivated Mediated Message Processing (LC4MP). *The International Encyclopedia of Media Effects*, 2017: 1-9.
- [17] J. H. Herbst, C. Beeker, A. Mathew, et al. The Effectiveness of Individual-, Group-, and Community-level HIV Behavioral Risk-reduction Interventions for Adult Men Who Have Sex with Men: A Systematic Review. *American Journal of Preventive Medicine*, 2007, 32(4): 38-67.
- [18] X. Jia, S. Ahn, N. Carcioppolo. Measuring Information Overload and Message Fatigue toward COVID-19 Prevention Messages in USA and China. *Health Promotion International*, 2023, 38(3): daac003.
- [19] P. M. Frew, V. A. Williams, E. T. Shapiro, et al. From (un) Willingness to InvolveMENT: Development of A Successful Study Brand for Recruitment of Diverse MSM to A Longitudinal HIV Research. *International Journal of Population Research*, 2013: 1-9.
- [20] G. J. Gorn, M. E. Goldberg. Children's Responses to Repetitive Television Commercials. *Journal of Consumer Research*, 1980, 6(4): 421-424.
- [21] D. W. Schumann, D. S. Clemons. The Repetition/Variation Hypotheses Conceptual and Methodological Issues. *ACR North American Advances*, 1989: 529-534.
- [22] K. N. Kinnick, D. M. Krugman, G. T. Cameron. Compassion Fatigue: Communication and Burnout toward Social Problems. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 1996, 73(3): 687-707.
- [23] J. So, S. Kim, H. Cohen. Message Fatigue: Conceptual Definition, Operationalization, and Correlates. *Communication Monographs*, 2017, 84(1): 5-29.
- [24] P. F. Lazarsfeld, B. Berelson, H. Gaudet. *The People's Choice*. Columbia University Press, 1968.

- [25] 吴丹,樊舒. 信息行为领域选择性暴露研究:视角、方法、动向. 图书情报知识,2020,1:32-41.
- [26] G. F. Koeske, R. D. Koeske. A Preliminary Test of A Stress-Strain-Outcome Model for Reconceptualizing the Burnout Phenomenon. *Journal of Social Service Research*, 1993, 17(3-4):107-135.
- [27] J. W. Brehm. *A Theory of Psychological Reactance*. Academic Press. 1966:130-131.
- [28] S. S. Brehm, J. W. Brehm. *Psychological Reactance: A Theory of Freedom and Control*. Academic Press, 2013.
- [29] B. J. Calder, B. Sternthal. Television Commercial Wearout: An Information Processing View. *Journal of Marketing Research*, 1980, 17(2):173-186.
- [30] T. Reynolds-Tylus. Psychological Reactance and Persuasive Health Communication: A Review of the Literature. *Frontiers in Communication*, 2019, 4(1):56.

The “Frame Fatigue” in Public’s Response to Disaster News: A Mixed Methods Study

Xiao Di(Zhongnan University of Economics and Law)

Zhang Yiwu(Wuhan University)

Abstract: “Framework fatigue” refers to the negative emotional response of exhaustion and aversion that arises when the public is repeatedly exposed to the same type of information organization framework for an extended period. This study aims to investigate the effect of framework fatigue on disaster reports in China, analyzing its meaning, characteristics and impact through an examination of disaster reports published by mainstream media. The study employs a mixed research design, including semi-structured interviews using grounded theory with 56 respondents in the first stage, and online scenario experiments with 552 participants recruited randomly in the second stage. The results demonstrate that framework fatigue is prevalent among audiences of disaster reports in China, manifested in various ways such as emotional degradation, psychological avoidance, numbness, fatigue, irritability and strong rejection. The main reasons for framework fatigue cover three levels of media function, news framework and news content. Framework fatigue also influences behavioral responses and audiences adopt strategies such as news avoidance, news filtering and public expression to self-regulation. This study expands the application of framework theory in China’s news communication industry from a theoretical perspective. It inspires the framework design of disaster reports by news media at the application level and proposes suggestions such as optimizing framework selection, enriching reporting perspectives and improving monitoring mechanisms.

Key words: frame fatigue; news framing; disaster news report; mixed-method research

■收稿日期:2023-06-26

■作者单位:肖迪,中南财经政法大学新闻与文化传播学院、中南财经政法大学人口与健康研究中心;湖北武汉 430073

张奕琰(通讯作者),武汉大学新闻与传播学院;湖北武汉 430072

■责任编辑:刘金波