

# 框架理论下的郑州城市形象建构

## ——基于《人民日报》与《河南日报》的对比研究

胡静怡

**摘要** 采用内容分析法对2021—2024年《人民日报》与《河南日报》共计188篇涉及郑州的报道进行考察。研究发现,中央与地方媒体在报道议题选择上呈现出偏好差异,其中文化议题在两类媒体中均存在显著报道空白;地方媒体报道体裁单一性特征明显,消息类报道占比高;在突发事件报道中,中央媒体侧重社会稳定叙事,地方媒体则更关注民生服务保障。文章拓展了框架理论在地方媒体研究中的应用维度,为构建多层次城市形象传播体系提供了理论支撑与实践参考。

**关键词** 城市形象;框架理论;中央媒体;地方媒体;对比研究

**中图分类号** G2

**文献标识码** A

**文章编号** 1674-6708(2025)379-0099-04

DOI:10.16607/j.cnki.1674-6708.2025.10.030

在“两个一百年”奋斗目标的历史交汇期,郑州作为国家中心城市和中原城市群核心增长极,依托全国首个“米”字形高铁网络与郑州国际航空“双枢纽”战略定位,已实现从内陆腹地迈向开放高地的战略转型。新的城市定位及其在全国范围内的示范效应,对郑州的形象传播提出了更高要求。

媒介既受制于地理特性,也影响着地理特性<sup>[1]</sup>。媒介地理学理论认为,新闻媒体形塑着受众对城市的认知图景。在我国媒介生态中,中央媒体承担着“举旗帜、聚民心”的喉舌功能,地方媒体则兼具“上情下达”与“下情上达”的双重角色<sup>[2]</sup>。然而现有研究多聚焦于国际传播中的“他塑”与“自塑”二元对立,对国内中央地方媒体协同建构城市形象的内在机理缺乏系统性考察。本研究基于臧国仁的框架理论,以《人民日报》(2021—2024)86篇涉及郑州的报道与《河南日报》同期102篇报道为样本,通过内容分析,揭示中央地方媒体在城市形象建构中的话语协商机制。

**作者简介:**胡静怡,郑州大学新闻与传播学院,研究方向为城市形象传播。

### 1 基于框架理论的城市形象建构分析

凯文·林奇<sup>[3]</sup>1960年首次提出“城市形象”概念,认为城市形象由道路、边界等要素构成,强调公众对“外在景观”的综合感受。有学者将外在景观上升至城市文化层面,认为城市形象是内、外部公众对多个层面的具体感知和评价<sup>[4]</sup>。更进一步,有学者引入传播学要素,认为城市形象是通过大众传媒、个人经历、人际传播、记忆以及环境等因素的共同作用而形成的<sup>[5]</sup>。

框架理论自戈夫曼提出后,经众多学者发展,已形成完整分析链条。臧国仁<sup>[6]</sup>提出的三层次框架模型为媒介内容分析提供了系统性工具:高层次框架体现报道的主旨,中层次框架涵盖事件要素的结构化呈现,低层次框架涉及语言符号的微观表现。该理论在国内城市形象研究中展现出独特价值,如张丽平<sup>[7]</sup>通过框架分析揭示了广州城市形象的媒介建构差异,杨帆、詹莉宜<sup>[8]</sup>则运用该理论探讨了重庆的形象传播策略。

本文将臧国仁三层次框架理论与城市形象传

播实践相结合，构建了“宏观—中观—微观”的分析体系，试图解答以下问题：第一，中央与地方媒体在对郑州的报道中呈现何种框架特征？第二，不同层级媒体如何通过框架互动形塑差异化的城市形象？第三，框架差异背后折射出怎样的传播逻辑？

## 2 研究设计

研究选取《人民日报》和《河南日报》分别作为中央和地方报纸的代表。《人民日报》作为最高级别的党中央机关报，其报道具有权威性与全国性视野；《河南日报》作为省级党报样本，其报道更具地域贴近性。研究基于慧科新闻搜索研究数据库，以“郑州”为关键词，对2021年7月1日—2024年7月1日期间的新闻进行“标题+正文”的检索。经逐一研读并剔除重复、无关报道后，得到《人民日报》样本86篇、《河南日报》样本3415篇。为进行有效的比较分析，研究者从《河南日报》中随机抽取3%（即102篇）的样本作为最终分析样本。本文由郑州大学新闻学专业两名经过编码培训的学生担任编码员。在正式编码前，从样本框中随机抽取20%的样本进行信度检验，Cohen's Kappa系数为0.89，表明编码结果一致性较高。

## 3 研究发现

### 3.1 媒介框架下的报道差异呈现

1) 报道议题：中央与地方媒体差异化聚焦及文化议题的边缘化。研究者将报道议题分为政治、经济、文化和社会四类，并在每个一级主题下进一步细分出若干二级议题。政治议题涵盖政务作风、政府决策及城市建设规划；经济议题包括贸易合作、科技创新、产业发展和交通出行；文化议题涉及文化生活、传统习俗和体育竞技；社会议题包含社会治理、民生保障及社会事件。

《人民日报》的报道框架以“社会民生优先”为核心特征。社会议题占报道总量的39.5%；文化和经济议题占比较少，分别为19.8%和18.6%。《河南日报》的报道则呈现出鲜明的“经济建设导向”：经济类报道占比高达42.2%；文化议题虽有涉及，但占比仅为14.7%。在二级议题的分布上，《人民

日报》对民生保障及文化生活议题的报道数量较多；《河南日报》则重点关注民生保障、贸易合作和科技创新议题。

2) 报道体裁：中央媒体重通讯，地方媒体偏消息。中央与地方媒体在报道郑州时，多采用消息和通讯体裁，较少涉及评论或其他体裁。在消息和通讯体裁的选择上，两家媒体存在明显差异：《人民日报》以通讯（50.0%）报道为主，而《河南日报》的报道则以消息（54.9%）体裁为主。消息通常以简洁明快的方式传递新闻事实；而通讯则通过描写、议论等多种手法，详细报道新闻事件或人物故事。可见，中央媒体更注重报道的深度和广度，倾向于呈现全面、立体的郑州形象。地方媒体则更加追求新闻报道的时效性，侧重于传递简明扼要的消息，以适应公众碎片化阅读的需求。

3) 报道倾向：中央与地方媒体基调趋同，以正面报道主导舆论。本文认为新闻报道的倾向性是媒体态度和特定立场的集中体现。《人民日报》对郑州的报道以正面为主，占比达66.3%。在负面报道中，“仍未通暖”“布满垃圾”等表述，揭示了政府在社会治理与突发事件应对层面仍存在改进空间。相较之下，《河南日报》的正面报道（58.8%）数量最多。负面报道仅有一篇，通过披露领导干部在灾害期间防范组织不力等问题，凸显了地方媒体的监督职能。

4) 关键词：发展、建设等词语高频出现，话语侧重显差异。新闻话语中的词汇选择是表达隐含观点和意识形态的重要方式<sup>[9]</sup>。研究者利用DiVoMiner平台对报道样本进行词频统计，剔除无实义及无关词汇后，提取出前15个高频关键词，并进行语义分析。研究发现，“发展”和“建设”是《人民日报》和《河南日报》中出现频率均较高的关键词，但其语义指向存在差异：在《人民日报》中，“发展”和“建设”多涉及养老服务、教育及基础设施建设等方面。结合“社区”“负责”“群众”等高频词群，可以看出中央媒体相对重视社会民生问题。《河南日报》中的“发展”与“建设”，多与产业转型、高质量发展战略及精神文明建设等内容紧密相关。结合“创新”“企业”“项目”等高频词群，

地方媒体对经济建设的关注进一步凸显。

### 3.2 报道塑造的郑州形象

1) 政治形象:勤政为民与务实发展的双重呈现。《人民日报》对郑州政治形象的报道以正面为主,尤为重视政务作风议题。在暴雨和疫情期间,郑州政府迅速启动应急响应机制,协调各方力量投入救援工作,充分彰显了“人民至上”的使命担当,塑造了政府积极作为、勤政为民的形象。《河南日报》的报道更侧重于城市的建设规划,内容包含乡村振兴的成效、城市建成区规模的扩大等方面,凸显了郑州在推动城市发展方面的努力,总体上塑造了郑州务实发展、勇于担当的政治形象。

2) 经济形象:共塑创新与开放高地,地方进一步聚焦产业发展。《人民日报》多以长篇通讯的形式,突出“中国制造”向“中国创造”的转变,强调郑州作为内陆城市在开放型经济发展中的独特优势,展现了郑州创新驱动、开放引领的经济形象。相比之下,《河南日报》在报道郑州逐步成为全球贸易重要节点、科技竞争力全面提升的同时,进一步指出郑州工业增长势头强劲、数字产业快速崛起、物流产业基础日益巩固、新兴产业蓬勃发展,呈现出多元产业协同发展的良好格局,着力塑造了郑州开放进取、科技赋能、产业繁荣的经济形象。

3) 文化形象:文旅融合与赛事名城并重,华夏文明底蕴有待呈现。《人民日报》聚焦戏剧主题公园等文旅地标,报道其以文赋旅、以旅传文的创新模式;积极关注郑州举办的各类文化活动、论坛,从不同角度凸显郑州在文化传承与创新方面的实践探索,整体构建出郑州文旅融合、文明互鉴的文化形象。《河南日报》围绕系列重大体育赛事,通过历史文化与现代文化的交融,突出郑州作为赛事名城的多元活力,着力塑造郑州古韵今风、活力赛事名城的文化形象。然而,中央与地方媒体对郑州文化形象的报道数量整体偏少,未能充分展现郑州作为华夏文明发源地的深厚历史底蕴。

4) 社会形象:民生为本的共同叙事,社会治理的差异化建构。《人民日报》聚焦“民生保障”议题,从教育、就业和养老等多个维度展开报道,全面展现郑州守护民生福祉的决心。特别是在暴雨灾害和

疫情防控期间,郑州市采取的一系列保障举措,彰显了城市的治理韧性与人文关怀。然而,部分报道也客观指出了郑州在社会治理领域存在的不足,如绿地公园被违规改建成收费停车场、部分小区交房多年仍未供暖等问题。相比之下,《河南日报》则强调郑州各区政府在创新和实干中破解民生难题,有效提升了社会治理效能,描绘出郑州温暖民生、高效善治的社会形象。

## 4 结论与讨论

### 4.1 中央媒体与地方媒体存在报道偏好,文化议题留出空白

《人民日报》站位宏观视角,对郑州在民生保障方面所采取的举措和取得的成效给予充分认可。《河南日报》作为地方媒体,基于本地发展需求,更倾向于报道经济领域的成就与动态,凸显经济建设成果。研究还发现中央媒体与地方媒体在文化报道的数量和内容深度上,均存在明显不足。城市文化作为城市软实力的重要组成部分,是人类对城市发展的理想追求和实践结晶<sup>[10]</sup>。中央媒体与地方媒体应主动设置议程,丰富报道议题,增强郑州城市形象的厚重感。具体而言,媒体可以充分利用重大时间节点和重大新闻事件,策划主题报道,掌握舆论引导的主动权。新媒体背景下,媒体还可以通过跨平台、多形式的传播手段,从多个维度展现新形势下郑州的高质量发展态势。

### 4.2 地方报道体裁单一,多用消息体裁

相较于《人民日报》,《河南日报》对郑州的报道多局限于动态消息的模式化呈现,形成了重消息、轻通讯和评论的失衡图景。消息体裁契合当下受众快节奏的阅读习惯,能够在短时间内助力受众初步构建对郑州的认知<sup>[11]</sup>。然而,这种体裁往往难以引发深层次的情感共鸣和互动,不利于城市形象深入人心。故而,地方媒体在满足受众对新闻事实需求的同时,应合理运用多种新闻体裁,通过提高报道的可读性和影响力,深入挖掘城市的异质化特征,全方位塑造城市形象。

### 4.3 突发事件报道的一致性与差异性

一方面,中央与地方媒体都着重报道政府的积

极作为和民生保障措施。另一方面，中央媒体秉持客观、全面的原则，跟进调查工作进展，并及时通报对相关责任人的查处情况；地方媒体则将报道重点更多地放在抗灾、抗疫工作的进展与成效上。这种报道策略虽然在一定程度上维护了地方形象，但也可能导致公众对事件全貌的认知不足。因此，地方媒体应立足事实，在报道中平衡正面宣传与问题揭示的关系。同时，地方媒体应与中央媒体形成良性互动与协同合作，共同构建真实的郑州形象。

## 参考文献

- [1] 邵培仁，杨丽萍. 媒介地理学：媒介作为文化图景的研究 [M]. 北京：中国传媒大学出版社，2010.
- [2] 梁智勇. 移动互联网时代新闻传播发展趋势研究 [M]. 上海：复旦大学出版社，2020.
- [3] 凯文·林奇. 城市意向 [M]. 方益萍，何晓军，译. 北京：华夏出版社，2001.
- [4] 禹露. 媒体报道与城市形象塑造 [D]. 武汉：武汉大学，2017.

↑(上接第 98 页)↑

具有穿透力，“反复期时长”影响较小，“关键传播节点”影响意见走势，“首发源头”影响也低于预期。因此，应对这些因素采取干预措施，以减少衍生舆情。本研究聚焦于舆情反复期，发现该阶段参与人数增加，议题多元，公众关注转向事件和价值层面。若不及时公开真相和处理结果，将损害高校形象。未来研究将探讨其他阶段的影响因素及其作用差异。

## 参考文献

- [1] 马旭. 高校突发事件网络舆情传播与演化研究 [J]. 情报科学，2022，40（12）：120-125.
- [2] 毛宇锋. 新媒体背景下高校突发事件网络舆情传播模式及应对 [J]. 江苏高教，2020（6）：67-70.
- [3] 翟佳雨. 高校突发事件网络舆情演化的研究 [D]. 北京：北京化工大学，2020.
- [4] 王志敏. 基于生命周期理论的高校网络舆情应对

- [5] Foot J M. From boomtown to briesville: The images of the city, Milan, 1980-97. *Urban History*, 1999, 26（3）：393-412.
- [6] 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.
- [7] 张丽平. 城市形象的“他者”再现——以域外媒体有关广州的报道为例 [J]. 湖北社会科学，2013（11）：193-196.
- [8] 杨帆，詹莉宜. 框架理论视角下地方外宣媒体传播效果研究——以 iChongqing 对重庆城市旅游形象的建构为例 [J]. 新闻知识，2023（7）：3-12, 93.
- [9] 梵·迪克. 作为话语的新闻 [M]. 北京：华夏出版社，2003.
- [10] 任致远. 关于城市文化发展的思考 [J]. 城市发展研究，2012，19（5）：50-54.
- [11] 李萌. “一带一路”倡议下西安城市形象媒介呈现的“自塑”与“他塑”研究 [D]. 西安：西北大学，2019.

策略研究 [D]. 重庆：西南政法大学，2017.

- [5] 王凤仙，王志军，张润. 高校突发事件网络舆情：舆论生态、传播规律与精准管控 [J]. 高校辅导员，2019（6）：37-42.
- [6] 关菁华，刁建华，李绍华，等. 新社交媒体环境下高校突发事件网络舆情的特点及应对策略 [J]. 教育教学论坛，2019（2）：63-65.
- [7] 胡吉明，杨泽贤. 突发公共事件网络舆情热度关键影响因素识别研究 [J]. 情报杂志，2022，41（5）：112-117, 182.
- [8] 张元龙. 关于“舆情”及相关概念的界定与辨析 [J]. 浙江学刊，2009（3）：182-184.
- [9] SCHNEIDER C, WAGEMANN C. *Set-Theoretic Methods for the Social Sciences: A Guide to Qualitative Comparative Analysis* [M]. Cambridge: Cambridge University Press, 2012.