

# 微博平台中主流媒体关于青少年抑郁症报道的 话语失范与调适 ——基于框架理论的视角

顾学明, 王 莉

**摘 要** 为了探讨话语失范对新媒体环境健康传播的影响, 基于框架理论, 采用定量和定性的研究方式, 探究微博主流媒体青少年抑郁症报道的话语失范现象。第一部分通过内容分析法, 基于大数据爬虫抓取的 395 篇有效样本, 分析微博主流媒体建构青少年抑郁症报道的特征。第二部分通过话语分析发现微博主流媒体对青少年抑郁症的报道存在媒体失语、话语重复性高、表述残缺、模糊性、极端化、批判性表达等话语失范问题。第三部分基于以上话语失范问题提出相应的调适对策。研究结果表明, 主流媒体应该做好引领, 增强本领, 开创要领, 听取反馈, 解决当前主流媒体对青少年抑郁症报道的话语失范问题, 推动健康传播朝更好方向迈进。

**关键词** 框架理论; 微博; 主流媒体; 青少年抑郁症; 话语失范

**中图分类号** G2 **文献标识码** A **文章编号** 2096-0360 (2024) 07-0057-04

**DOI**:10.16604/j.cnki.issn2096-0360.2024.07.009

青少年群体心理健康问题日益突出, 且呈现低龄化趋势。微博作为重要的社交媒体平台, 在健康信息传播方面发挥重要作用, 但也存在话语失范问题。因此, 研究微博平台中主流媒体对青少年抑郁症报道的话语失范现象具有重要意义。

## 1 理论基础与研究问题

### 1.1 青少年抑郁症概念的界定

青少年抑郁症指发生在未成年时期, 以持续情绪低落或烦躁、注意力难以集中、失眠或嗜睡为主要表现的精神类疾病。青少年年龄的界定在各个领域标准不一。心理学认为, 青少年时期即青春期, 年龄主要在 11 岁~25 岁之间。人口统计学中, 青少年年龄的划分为 0~14 岁。法学界在处理青少年犯罪案件中, 通常将青少年年龄界定在 25 周岁以下。而医学领域通常认为青少年为 10~19 岁<sup>[1]</sup>。本研究结合我国实际情况, 将青少年抑郁症患者界定为 9~25 岁, 并长期处于低情绪、基本丧失活动兴趣、失去身心健康的人群。

### 1.2 话语失范相关研究

米歇尔·福柯认为, 话语是一种权利, 也是

一种建构式的话语观, 是权利体系在话语层面的分支<sup>[2]</sup>。失范这一概念最早由法国社会学家迪尔凯姆提出, 即一种社会规范缺乏、含混或者社会规范变化多端以至不能为社会成员提供指导的社会情境。后由美国社会学家默顿将失范发展为失范理论, 他认为失范是由规范的冲突导致的, 是文化结构和社会结构在个体身上显现的紧张状态, 是在混乱中产生的社会问题<sup>[3]</sup>。据此, 本研究中话语失范考量的是话语表达主体对话语权利不当使用而产生的后果。主流媒体撰写新闻稿件就是将最初的事实“意义、符号化”的过程, 即主流媒体建构话语的过程。主流媒体的新闻报道不仅是单纯的文本信息, 还承担着意识形态建构的责任, 而诸如失语、情绪化话语表达、标签化下定义、污名化报道等话语失范现象则会带来传播障碍与传播隔阂, 降低主流媒体公信力, 影响信息内容传播效果。

### 1.3 框架理论相关研究

美国社会学家戈夫曼将框架理论界定为“个人将社会生活经验转变为主观认知时所依据的一套规则”<sup>[4]</sup>。框架具有建构性, 大众传媒是社会的主要建构者, 大众传媒通过可预见的和固有的方式构架社会现实<sup>[5]</sup>。新闻生产即依据特有的新闻框架, 通

作者简介: 顾学明, 湖州师范学院人文学院, 研究方向为新媒体与社会发展。

王 莉, 湖州师范学院人文学院, 副教授, 研究方向为新媒体与社会发展、乡村传播。

过小到遣词造句大到选题、确定编辑方针等方式对新闻事实进行采写的过程。大众传媒具备编码职能,可建构信息内容框架,并通过解码引导社会舆论,对传递健康信息起着重要作用。主流媒体是具有公信力、权威性和影响力的媒体,对正向引导社会舆论、传递正确价值观、宣传青少年抑郁症健康信息、正确构建抑郁症患者形象具有重要意义。主流媒体可依据媒体议题框架建构功能,改变青少年抑郁症健康信息传播困境。

## 2 研究方法与设计

### 2.1 研究方法

内容分析法:本研究采用内容分析法,首先抓取微博主流媒体青少年抑郁症报道的内容样本,再从报道总量、报道主体、报道地域、报道来源、报道主题、呈现方式、情感基调、报道反馈等八个方面进行编码分析。最后梳理具体报道内容,通过制表方式分析呈现微博主流媒体关于青少年抑郁症报道的特点。

文本分析法:本文将结合内容分析法,依托样本情况,对微博主流媒体青少年抑郁症报道的具体文本内容展开剖析,探究其中的话语失范问题。

### 2.2 研究设计

1) 样本选择。为使样本具有代表性,本文以“青少年、抑郁症”为关键词在微博高级搜索中检索,将范围限定于主流媒体,以2019年1月—2023年11月为研究时段。利用数据爬虫软件Python抓取此间微博所有主流媒体对青少年抑郁症的报道,并进行数据清洗,去除数据中重复性、宣传性、营销性内容,最终得到有效样本395篇。

2) 类目编码。以编码的方式对样本进行归类整理,可以使样本更加清晰,便于进行研究。鉴于需要,本研究参照以往学者的编码类目建构方式,主要从八个方面进行编码类目设置,如下:

报道总量:(1)=2019年;(2)=2020年;(3)=2021年;(4)=2022年;(5)=2023年。

报道主体:(1)=中央级媒体;(2)=省级媒体;(3)=市级媒体;(4)=县/区级媒体;(5)=新媒体。

报道地域:(1)=国际化大都市;(2)=一线城市;(3)=三、四线城市;4=其他。

报道来源:(1)=官方主流媒体;(2)=专家学者;(3)=患者(青少年抑郁症患者及其家属);(4)=其他。

报道主题:(1)=科普类(关于青少年抑郁症的知识普及);(2)=建议类(关于青少年抑郁症的预防和治疗建议);(3)=实时类(关于青少年抑郁

症的最新调查研究);(4)=个案类(关于青少年抑郁症的个案人物报道);(5)=其他类(无法归入以上类别)。

呈现方式:(1)=文字;(2)、“文字+图片”; (3)=“文字+视频”; (4)=“文字+链接”; (5)=其他。

情感基调:(1)=正面报道;(2)=负面报道;(3)=中立报道。

报道反馈:(1)=50条;(2)=50~100条;(3)=100条以上。

3) 信度检验。为使样本具备可信性,通过Divominer软件对已抓取样本进行编码分析,完成信度测试。为了确保最终编码方案的有效性,研究在正式编码前,随机抽取30个样本进行预编码处理。最后,在信度测试方面,为保证研究结果的科学性,两位编码员随机抽取30个样本进行独立编码。最终,通过Divominer的信度计算功能得出,编码员之间的斯科特系数为0.80,表明编码员之间信度良好,可以对其他样本进行编码。

## 3 研究发现

### 3.1 微博主流媒体青少年抑郁症报道的特征

1) 报道频率:聚焦热点但常态化报道缺失。从报道总量来看,在2019—2023年的样本数据中,各年份报道总量整体呈逐年上升趋势。其中,2019年微博主流媒体对青少年抑郁症报道共计样本32篇,占比8.1%;2020年43篇,占比10.9%,仅有小幅上升趋势;2021年出现小倍数增长,有70篇,占比17.7%;2022年有95篇,占比24.1%;2023年有155篇,占比39.2%。微博中主流媒体对青少年抑郁症的报道数量往往与特定事件发生、明确文件落实、重大会议提要有关;教育部发布明确将抑郁症筛查纳入学生健康体检内容,两会多位代表委员建议加大青少年抑郁症筛查等事件都促进媒体关于青少年抑郁症报道的关注与报道总量的增长。因此,报道总量的频率起伏受青少年抑郁症相关的热点事件影响,主流媒体对青少年抑郁症的报道数量虽有上升但仍缺乏常态化关注。

2) 消息源层级:市级媒体高频报道与中央级转载的原创缺失。从报道主体来看,市级媒体对青少年抑郁症的关注度最高,在总体样本中总计报道142次,占比35.9%;省级媒体对青少年抑郁症的关注次之,总计在样本总量中报道76次,占比19.3%;中央级媒体及县区级媒体对青少年抑郁症的关注度占比相当,为65篇和61篇,分别占比16.5%和15.4%;新媒体对青少年抑郁症的报道占比12.9%,总计51次。市级媒体对青少年抑郁症

的发布频率要远高于中央级、省级、县区级以及新媒体。但大多市级媒体对青少年抑郁症的报道为转载中央级主流媒体的专家学者科普、建议类报道，关于本地青少年抑郁症患者实时性事件的报道占比较少。

3) 报道视角：权威发声与个体叙事不足。从报道来源看，来源于官方主流媒体的报道共 185 篇，占比 46.8%；来源于专家学者类的报道共 146 篇，占比 36.9%；其他类报道来源包括街采、网络短视频、公众号等有 38 篇，占比 9.6%；青少年抑郁症患者本人或者其家属提供报道信息来源总计 26 篇，占比 6.7%。从报道主题看，微博主流媒体对青少年抑郁症的报道中，45.6% 为关于青少年抑郁症知识的科普性报道，共 180 篇；21.7% 为关于青少年抑郁症的预防和治疗建议类报道，共 86 篇；关于青少年抑郁症的最新调查研究类实时性报道占比 16.4%，共 64 篇；15.1% 为关于青少年抑郁症的个案类人物报道，共计 60 篇，剩余 1.2% 为其他未能归入以上类别的报道类型，共计 5 篇。微博主流媒体关于青少年抑郁症的报道大多由国家卫健委、医生、专家、组织等可信性强的权威力量发出，从专业视角科普青少年抑郁症以及解读青少年抑郁症的预防和治疗措施。此类报道缺乏个体针对性，无法将健康知识传播转化为具有落实性的具体方案。另外，媒体报道主观性强，来自患者以及其家属的第一人称报道较少，忽视普通群众的民间话语表达。

4) 报道叙事：低反馈互动与情感共振负面化。在呈现方式层面，文字加视频的报道占比最大，为 49.15%；纯文字的报道占比 25.83%；文字加链接类报道占比 17.22%；文字加图片的报道最少，占比 7.81%。在情感基调层面，中立报道倾向的篇数最多，共计 201 篇，占比 50.9%；正面倾向的报道共计 120 篇，占比 30.38%；带有负面倾向的报道有 74 篇，占比 18.7%。从报道反馈来看，微博主流媒体关于青少年抑郁症的报道样本中仅 126 篇报道有评论，68.1% 占比的报道无评论。且通过对样本报道评论进行词频统计可知，“看了之后我觉得好难过”“抑郁症太可怕”“我也抑郁了”“敏感又脆弱”等关键词词频最高，整体评论反馈呈负面倾向。微博主流媒体青少年抑郁症报道以“文字+视频”为主，主要为截取相关原视频报道的短消息，文字仅为视频内容的概括性提炼，健康信息传递虽采用受众可读性强的媒体形式，但传播内容仍为偏教条的宏观叙事。媒体在报道过程中偏向选择对客观事实进行描述的中立性报道视角。整体报道受众互动性低，高反馈性报道集中于灾难性青少年抑郁症事件引发的网友共鸣，且反馈倾向消极。

### 3.2 微博主流媒体在青少年抑郁症报道方面的话语失范问题

1) 信息失衡：青少年抑郁报道区域分布不均。中国国民心理健康发展报告 2020 年度调查显示，东部、东北部地区心理健康水平较高，中部和西部地区抑郁症高风险检出率偏高。农村人口抑郁高风险检出率略高于城镇户人群。这与微博主流媒体对青少年抑郁症报道的地域分布占比不符，信息需求大的地域性媒体对青少年抑郁症的报道存在失语。另外，相同主题的青少年抑郁症报道在内容上呈现重复性，具体表现为一家媒体率先发布青少年抑郁症的报道，其他媒体仅进行转载，且同一报道在不同年份多次出现，违背新闻报道时新性的价值要素。

2) “引爆力”词汇：挑动焦虑误导认知。媒体为有效争取用户流量，在报道时会突出使用“典型”词汇起到凸显新闻重要性的作用。诸如：“注意！这些儿童心理问题常常被忽视”的警钟类话语、“青少年成为抑郁症高发人群的背后，值得每一位家长深思”的说教类表达、“抑郁低龄、无法向人启齿、压力大”带有明显负面属性的词汇、“用刀子划、频发脾气、嗑药成瘾、自杀、遗书”等偏颇、污名化的字眼。这些话语表述虽会吊足读者胃口，吸引用户注意力，激发读者好奇心，但也会带来用户心理恐慌，引发第三人效果。以先入为主的方式为青少年抑郁症患者冠标签也会引发公众情感偏向，导致用户对青少年抑郁症的误解，异化用户对青少年抑郁症的认知，增加易感人群产生自我怀疑心理、模仿青少年抑郁症患者过激行为的可能性。

3) 科普风潮：聚焦表象下的深度遗漏。主流媒体在微博对青少年抑郁症的报道倾向采用科普性话语，尤其在青少年抑郁症患者个案人物报道中，对青少年抑郁症患者自身事件描述浅尝辄止，却聚焦于对青少年抑郁症的知识类科普。例如：中国蓝新闻关于“19 岁小伙抗抑郁吃止咳药成瘾”的报道，着重阐述医生对青少年滥用药物的医学科普，将患者小樊抑郁症经历作为佐证医生观点的材料。过分回归科普会导致主流媒体忽略对特定事件的深度分析，使公众无法深入了解问题的本质，产生对健康传播类媒体报道“换汤不换药”的误解。

4) 言辞陷阱：媒体报道中的语言表述困境。如《一个抑郁症社群，在这个冬天最艰难的“渡过”》等报道存在话语表述残缺问题，微博报道未对标题内容做出阐释，导致信息断片化，易造成公众认知缺失，内附链接的冗长叙事也会造成公众阅读疲劳。深圳新闻网“抑郁症孩子购买教人自杀的书”、中国网科技“孩子因为父母离异让自己深深陷入某种心绪之中”、西安新闻网“抑郁科诊



室,一半就诊者是青少年”等报道存在语言表述严谨性差的问题,微博是大众媒体,受众认知水平参差,以上歧义和模糊性表述会引发受众误读。心理健康和精神卫生防治中心发布的“最无忧的年纪,怎么会抑郁”、中国基建报发布的“每5名孩子就有1个存在抑郁倾向”等报道使用极端、主观、批判性词汇,可能给青少年抑郁症患者带来不必要的心理压力,违背了对此群体的关怀,使患者感到异化,加重了其心理负担,甚至陷入自省困境。

#### 4 微博主流媒体青少年抑郁症报道话语失范问题优化方案

##### 4.1 创新媒体报道:搭建青少年抑郁症健康传播专项板块

微博以其快速、实时、双向互动、多媒体的特点成为公众获取信息的主要渠道。主流媒体在利用微博传递信息的同时,应设立健康传播专栏,丰富报道形式,不仅涵盖科普和防治报道,还应开设青少年抑郁症患者的康复案例类报道专栏,通过真实案例和个人经历引发受众共鸣,全面展现青少年抑郁症的心理健康问题。主流媒体报道还可以采用信息可视化手段,将复杂的抑郁症报道转化为易于理解的互动动画,使受众在参与互动的过程中不仅能学习知识,还能获得治疗的启示,并借助大数据和算法技术,对搜索青少年抑郁症相关关键词的受众进行精准分类,以提高媒体报道的针对性和推送效果。主流媒体也可与微博平台合作,在首页推荐中增加青少年抑郁症相关内容的曝光,以扩大报道的覆盖范围。

##### 4.2 提升沟通效率:多元身份叙事全方位呈现真实故事

健康传播是健康领域向公众普及健康类信息的重大进步,媒体记者要重拾脚力,面对面与青少年抑郁症患者沟通,采用第一人称视角报道,杜绝媒体记者主观臆断、站在第三人视角讲述问题的现状。让青少年抑郁症患者及其家属在看到此类报道时能抚平心理创伤,解决心理问题,而非陷入自检和自我怀疑。同时,通过媒体报道重新建构青少年抑郁症患者在大众心中的刻板印象和片面化认知。

##### 4.3 信息服务联动:媒体牵头与基层实现互动

媒体不仅是事实的报道者,信息的传递者,还应扮演服务者的角色。媒体应与健康领域专家、医疗机构、社区联动,确保内容输出专业性、具备可读性的同时在微博评论区建立问诊、咨询模块,利用大数据建立全国定位、IP追溯机制,为查询过

相关健康问题的用户配备专业社区人员进行上门心理咨询和疏导,强化基层治理,实现信息与问诊的一对一联动,切实解决问题,助推主流媒体在微博中健康信息的传递成为解决用户切实困难的有效渠道。

##### 4.4 专项新闻人才培训:强化敏感性训练减少话语失范

专项新闻人才是避免青少年抑郁症报道话语失范问题的有效之举。培育专项新闻人才,对参与青少年抑郁症报道的编辑和记者进行敏感性训练,使其深入了解青少年抑郁症及其他心理健康问题的症状、成因和治疗方法,并进行模拟采访演练,通过真实案例或模拟情景训练提升编辑记者在面对敏感话题时的应对力和决策力,提高其对青少年抑郁症报道的责任感和专业素养,以及对其他心理健康话题的认知水平和敏感度,避免在报道中使用歧视性、贬低性或刺激性言辞,提升主流媒体健康传播报道效能。

#### 5 结语

根据研究发现和调适方案,微博主流媒体对青少年抑郁症的话语失范问题也折射出整体新媒体环境下健康传播的话语失范难题。总体来讲,主流媒体应该做好引领,增强本领,开创要路,听取反馈,解决当前主流媒体对青少年抑郁症报道的话语失范问题,推动健康传播朝更好的方向迈进。

本研究的局限在于,限于所选取样本的时间阶段性,无法判断在更长周期内微博中主流媒体对青少年抑郁症报道的话语状况。因此,未来可结合框架分析法、问卷调查法、案例分析法,考察更长周期内的主流媒体对青少年抑郁症报道的话语问题,从而形成更全面的认知。

##### 参考文献

- [1] 莫晓春.关于“青少年”年龄界定问题的思考[J].广西青年干部学院学报,2009,19(2):38-40.
- [2] 宁菁菁,黄佩.福柯权力理论下的抑郁症他者形象:以网站对抑郁症的报道为例[J].北京邮电大学学报(社会科学版),2013(4):25-30.
- [3] ROGERS E M.The Field of Health Communication Today[J].AMERICAN BEHAVIOURAL SCIENTIST,1994,38(2):212-214.
- [4] ERVING G.Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience[M].Cambridge: Harvard University Press,1974:15.
- [5] 董伟.健康传播视角下抑郁症报道研究[J].新闻世界,2010(5):91-93.