

“方寸之间”的中国： 1949—2016年邮票上的国家形象变迁*

■ 杨柳 董天策

【内容摘要】 1949至2016年间中国大陆邮票上的国家形象变迁是一个值得研究的传播命题。研究发现,这68年间共261套样本邮票中中国的国家形象发生了巨大变化,主要再现为“革命的中国”(1949—1976)、“探索的中国”(1977—1992)、“现代化的中国”(1993—2007)直到“负责任的大国”(2008—2016)。在这个变迁过程中,中国逐渐从一个反压迫的弱国发展成一个竞争者,从一个强化意识形态与个人崇拜的封闭国家转变为一个世界事务的参与者;邮票对中国红色政治形象的建构逐渐降调,对经济与人民生活方式的转变则逐渐强化;国家形象建构的焦点由家长式的“集权”逐渐转换为共治式的“新威权”模式。

【关键词】 文化研究; 中国邮票; 国家形象; 历史变迁

一、引言

中国近代邮政创办于19世纪后期,其后几经变革。作为邮资凭证的邮票虽小,但其符号化程度较高,能折射出一个国家一定时期的总体发展状况,因而被誉为“国家名片”,是传播国家形象的重要载体之一。^①在这一个多世纪中,伴随着社会文化及科学技术的进步,中国邮票也在不断改变着它的面貌。如今,邮票已不仅仅用于日常的邮政往来,在传播文化方面也发挥着重要的作用,它是这个国家社会文化交流的重要标志,也是这个国家的历史政治、科技经济、文学艺术等各方面的综合展示。^②邮票作为一种载体,能将重大历史事件高度凝结在方寸之间。如果将中国各个时期的邮票汇集起来就是近现代史的缩影。^③因此,对邮票进行解读,可以揭示邮票设计及构建国家形象的规律,以期彰显邮票的时代价值,对展现中国形象有独特的作用,进而探索中国的国家形象表达与传播的新路径。^④

唯其如此,邮票吸引着一批传播学者研究这方寸之间国家形象的呈现。在现有研究中,大多比较倾向于分析建国之后到文革时期邮票上的国家形象。这与文革时期邮票所承载的宣传使命较为相关,它呈现出那个“红色海洋”中的岁月。当时的宣传主要是由毛泽东语录、最高指示、革命口号和毛泽东肖像综合构成。特别是领袖肖像,在一定意义上可作为国家象征,根据国家、社会和民众的需要出现在各种传媒之中。^⑤此外,也有学者研究中国民族题材邮票上56个民族的

形象呈现^⑥,或分析军事题材邮票上人民军队的风貌^⑦,或探讨邮票与崛起的中国之间的形象关联,揭示中国的信心、力量与民族精神。^⑧

在这些研究之中,多数作者只选取某个时间段或某种特定类型的邮票做切片分析,缺少国家形象在该类图像中的历时性呈现。即使是基于其他研究文本的分析,如新闻文本的研究,历时性的国家形象分析也较少,反而是境外学者所做的相关研究较为丰富。本文希望经由框架分析来弥补这一缺陷,通过对1949—2016年邮票的分析来描述中国国家形象的变迁。

二、框架理论

Goffman被誉为框架分析理论的创始人,他认为框架可以帮助人们“定位、感知、识别和标注”。换言之,框架是引领人们感知和再现现实的基本认知结构。^⑨早期学者认为框架不是有意识建构的,而是在传播过程中无意中被采用的。^⑩而Entman和Rojecki则视框架为人为创造的并被积极采用的东西,^⑪“框架就是选择感知到的现实中的一部分,并使它们在沟通的语境中更显著,由此来定义问题、解释原因、作道德评判并继而提出解决方法”^⑫。

框架分析不同于传统的内容分析和话语分析,它不认为文本仅仅是心理刺激物,可以客观地发掘其意义。相反,框架分析认为文本包含了有机组合的符号工具,这些工具可以和读者的记忆互动,进而建构意义。^⑬

* 本文系教育部哲学社会科学重大课题攻关项目“大众传媒在文化建设中的功能和作用机制研究”(项目编号:12JZD020)的研究成果。

华人学者潘忠党^④回顾了自 20 世纪 80 年代至 21 世纪初多位学者的研究,总结出框架理论的基本观点:一是,意义在传播或交往的过程中得到建构;二是,传播是使用表达载体的社会行动,构成一个社会的符号生产领域;三是,它发生在由物质生产构成的实体场域;四是,受到规范该场域的公共利益原则以及政治与经济逻辑之间的张力制约;五是,位处特定历史、经济和政治坐标点的社会个体或团体达成其特定理解或意义所遵循的认知和话语的组织原则,就是他们的“框架”。^⑤

台湾学者臧国仁将框架分为三个层次,高层次框架是对某事件主题主旨的界定,代表抽象意旨。在各种真实的内在结构(或名词的框架)中,均有高层次(macrostructure)的意义。^⑥它往往是对某一事件主题的界定,即 Goffman 所提到的“是什么的问题(what is it that's going here)”^⑦。在新闻报道中,高层次的意义经常以一些特定形式出现,如标题、导语。Van Dijk 也曾提及,任何语言的文本结构均有主题形式(theme),即命题(proposition)所组成。^⑧命题是文章的抽象意旨,它因为比较抽象而较易回忆。中层次框架包括重大事件、历史事件、事件的结果、影响及评估等,是实证导向的。^⑨其中,重大事件,历史事件,事件的结果、影响属于事件发生前后的时间变量,而归因与评估则是事件的缘由与评断。所谓“事件”,指故事的主要内容,包括人物、情节、动作等。低层次结构则主要涉及语言及符号的展现,包括修辞风格,是操作或指示层面的。^⑩

本研究主要基于臧国仁的框架定义,从低层次框架(邮票上可观察到的指标、标语、图像中出现的意象)到中层次框架(事件:经济、国内政治、国际政治、军事、文化、体育、社会、科技事件)所表达的意义,再到高层次框架(国家形象的变迁),层层递进,进而得出中国国家形象动态变迁的历史进程。

三、国家形象

作为一个重要的政治因素,国家形象是“某个国家在历史、政治、经济、军事、外交和宗教各方面的正面或负面的展示”^⑪。Kunczik 指出,它不仅可以帮助获得国内政治上的支持,也可以扩大一个国家的国际影响力。国家形象是“一个人对一个特定国家的认知,这样的认知告诉他这个国家和它的人民是什么样的”^⑫。换句话说,“国家形象其实是一个国家的刻板印象,即一个国家或其人民的广义的、抽象的档案”^⑬。一般认为,一个国家的形象是主观的和不断变化的,而不是客观的和固定的。即便对同一个国家,不同的人也可能持有不同的看法。^⑭

现有关于中国国家形象的研究,大多是基于媒体新闻报道的分析。传播学者“相信大众媒体在塑造和传播国家形象的过程中起到了重要作用”^⑮,并且,“对于大多数人来说,媒体是他们了解外界最重要的管道”^⑯。已经有大量的研究证明,媒体如何描述一个国家会影响其国家形象。^⑰研究还显示,有偏见或是不公正的报道可能会导致外国民众对某个国家产生负面印象,造成“严重的歪曲和误解”^⑱。

在前人的研究中,历时性的中国形象研究并不多见。即使有,也多为海外学者的研究成果。从前人的研究中可以概括出一些有关中国的新闻框架。在《中国的报道:对〈纽约时报〉和〈洛杉矶时报〉的研究》一文中,Peng 发现两份报纸中都出现了如下三种中国框架:政治框架(反映一个国家的政治议程及对外政策)、意识形态框架(反映一个国家占主流的意识形态)和经济框架(强调一个国家的经济发展,而不是其政治和意识形态的斗争)。^⑲Wu 在她的文章《中国爱滋病现状的报道框架:对中美两国通讯社有关中国爱滋病新闻的比较》中总结了美联社采用的另外三个反中国政府的框架:不诚信/压迫框架、侵犯人权框架和无能框架。^⑳即使中国社会已经发生巨大变迁,西方媒体呈现出的中国形象也没有发生大的变化。如 Peng 的研究将自 1949 年新中国成立以来,中国在美国媒体中的国家形象变迁归为以下四类^㉑:

1. 红色中国(1949—1979):意识形态有偏见的图像
2. 绿色中国(1979—1989):充满希望的图像
3. 黑暗中国(1989—1992):残酷和严重损坏的图像
4. 灰色中国(1992—2004):复杂的和不可预知的图像

由于现有研究的这些缺陷,本文尝试以中国国家形象塑造的视角,在一个大的历史背景下来分析中国国家形象的变迁历程。基于上述文献回顾,本研究提出以下研究问题:

1. 邮票上的中国国家形象框架是否随着时代的变化而变迁?如果有变迁,其趋势是什么?
2. 低层次、中层次和高层次框架的提取与聚合的方式如何?

四、研究方法

本研究以新中国成立后 1949—2016 年的《新中国邮票目录》为抽样框(共有 1720 套邮票),以每一套邮票为分析单位,抽取含有国内政治、国际政治、经济、军事、文化、体育、社会、科技这八类主题的 261 套邮票。

在研究方法上,作者结合使用质化的话语分析

(discourse analysis) 和量化的内容分析 (content analysis) 两种研究方法,其中量化研究部分由两位编码员分别编码完成。

1. 低层次框架的提取

本文对每一套邮票的图画和文本进行话语分析,包括对邮票发行的时间、涉及的事件、人物动作、表情等变量进行考量。属于显性分析的包括每套邮票有几枚、日期、主要历史事件、有无设计标志性的符号、颜色和口号等,属于隐性编码的有态度立场、图片场景的含义、艺术风格等。依照臧国仁定义的低层次结构、中层次结构和高层次结构,作者将话语分析主要用于对低层次结构的研究。本文按照图片与文字列出它们语义指向的显著元素,如比喻、符号、标语、视觉象征以及论证手段,来判断每枚邮票蕴含的基本语义。在这一步骤,每套邮票均按照如下八个事件领域进行分析,分别是:国内政治、国际政治、经济、军事、文化、体育、社会、科技。通过研究这261套邮票的图像、文本符号及其内涵,我们可以知道在不同阶段中国国家形象在哪些方面产生了哪些符号上和语义上的变化。每一类事件均按照以下四类方式进行质化分析,见表1。

表1 低层次框架提取的要素

场景	事件发生在何处:城市、乡村、天安门;场景是否有官方给予的额外权利:如天安门、战争纪念馆、红色圣地;是否有重要道具,如历史文件、照片、图像数据。
人物	角色特征,如英雄、恶棍、忠奸等正反角色。
行动	事件中的活动、剧情张力、意识形态与动机;哪些行动包含了英雄、坏人、配角的协助;中立者/敌人表现出什么样的行动;哪个人的行动会被制裁/赞美/检查;此剧情在历史中的地位?行动是否有历史性的重要内涵?哪一种情绪主宰了戏剧?恨/同情/愤怒/认命/爱。
合理化机制	可使语义正常化,让人信服的效果信息;如道德、纲领、第三世界等权利,或战争、分裂等当下的急迫危机。

如发行于1966年名为《毛主席万岁》的邮票,其事件背景为:1966年8月1日至12日,在北京召开中国共产党第八届十一中全会,全会通过《中国共产党中央委员会关于无产阶级文化大革命的决定》。同年,毛泽东在《欢呼北大的一张大字报》上作批注“危害革命的错误领导,不应当无条件接受,而应当坚决抵制”。随之,红卫兵运动开始迅速遍及全国。1966年8月18日,百万群众在北京天安门广场举行庆祝“文化大革命”大会。毛泽东先后在1966年8月8日、8月31日、9月15日、10月1日、10月18日、11月3日、11月10日、11月25日至26日,共8次在天安门广场接见来自

全国各地的1300万群众和红卫兵。

整套邮票具有浓烈的宣传色彩,突出了毛泽东的形象和毛泽东对红卫兵的关心和期望。林彪以副主席、副统帅的身份和毛泽东在一起。后4枚边上都印有“伟大的导师、伟大的领袖、伟大的统帅、伟大的舵手毛主席万岁”的字样。

在《毛主席是世界人民心中的红太阳》一枚中,毛泽东身穿军装,头戴军帽,满脸微笑。胸佩毛泽东像章、高举毛泽东著作的中国、越南和世界其他国家的人民在前进中。其场景为红旗下的社会主义国家,人物为中国和越南等国的人民。行动为拥护毛泽东思想并紧密团结在他的周围,其合理化机制为“无产阶级”,这是一个团结且具有革命性的阶级。

2. 中层次和高层次结构框架的提取

作者在低层次结构话语分析所得的素材之基础上提炼出8个子框架,分别为“面对挑战”“团结一致”“开放与合作”“调整与转型”“有所作为”“深化改革”“引领国际事务”与“发展民生经济”。

之后作者进行中层次结构子框架的因子分析,共提炼出“革命的中国”(1949~1978)、“探索的中国”(1979~1992)、“现代化的中国”(1993~2008)和“负责任的大国”(2009~2016)四个中层框架。

最后,作者在这些分析的基础之上,结合所处的社会事件以及政治经济背景,进一步抽象出每一类框架的主旨含义,完成高层次界定框架的提取分析,进而追踪并阐释框架在中国历史发展中的演变。本研究抽取到的两个高层次界定框架分别为“抗争-竞争”和“集权-新威权”,见表2。

表2 低/中/高层次的框架列表

高层次结构	界定框架	Frame A. 抗争-竞争 Frame B. 集权-新威权
中层次结构	革命的中国	Frame C. 面对挑战 Frame D. 团结一致
	探索的中国	Frame E. 开放合作 Frame F. 调整转型
	现代化的中国	Frame G. 有所作为 Frame H. 深化改革
	负责任的大国	Frame I. 引领国际事务 Frame J. 发展民生经济
低层次结构	中国形象的图画建构	中国形象的文本叙述

在“革命的中国”这一框架中,“面对挑战”主要关注严防境外势力渗透的一种紧绷的战斗状态。“团结一致”则是国家对国人革命意识的构建式宣传。

在“探索的中国”这一框架中,“开放合作”强调改革开放以及外部的体制对中国造成的影响,“调整转

型”则强调国内对体制改革的推动力量。

在“发展的中国”这一框架中,“有所作为”指在国际上需要参与一定的事务,但更多的是需要韬光养晦。在国内则是要努力“深化改革”,建设有特色的社会主义市场经济。

在“负责任的大国”这一框架中,中国展示出自信的一面,在国际上“引领国际事务”,在国内继续“发展民生与经济”。

在界定框架中,“抗争-竞争”的定义是:在新中国成立初期,国家还处于反压迫的抗争状态,是一个需要奋起斗争的被压迫者的形象。改革开放以来,随着政治、经济改革的逐渐深入,中国展示出的形象是可与世界其他大国同列的国际事务参与者与竞争者,是世界多极化中重要的一极。“集权-新威权”的定义则是中国内部政治、经济体制改革与发展的轨迹。从最初的个人崇拜到共治式的新权威模式,即中央权力逐级下放,但是保持着对国家政策及方向的整体控制。同时,经济快速发展,人民的的生活方式与生活水平显著改变。

在编码过程中,0为“未识别出框架”;1为“部分识别出的框架”,如文中有所提及或暗示;2为“完全识别出的框架”,如出现在邮票名称、口号或图画中的标志性符号等。在高层次结构中,框架信息不能直接从图画或字面中提取,可以从宏观上的性质进行分类;在中层次结构中,所有框架意义均可从图片或文字中的内容进行提取,如“革命的中国”这一框架即是考量图片和文字信息中有没有涉及到“团结一致”“迎接外部挑战”,没有提及不得分,提及“帝国主义亡我之心不死”即Frame C得分,提及“亚非拉人民一起奋斗”“紧紧围绕在毛主席周围”即Frame D得分。共有两位编码员参与了框架的提取,研究者首先从样本中随机选取10套邮票用于编码员间的信度培训与测试。经过两次培训与检测,编码员的Krippendorff's Alpha信度值达到了0.82。在确定了满意的信度值之后,两位编码员完成了所有样本261套邮票中国国家形象框架的提取。笔者认为,这种结合话语分析法与框架分析法开展研究的方式,有利于寻找出框架设置背后的逻辑与原因。

四、结果分析

1. 描述性分析

在所有样本261套邮票中,发布于1949—1978年间的共有104套(39.8%),1979—1992年间的有65套(24.9%),1993—2008年间的共66套(25.3%),

2009—2016年间的共有26套(9.7%),见表3。

表3 邮票在各年代中的频率分布与百分比

年代	频率	百分比
1949—1978	104	39.8
1979—1992	65	24.9
1993—2008	66	25.3
2009—2016	26	9.7
总计	261	100

本研究的中层框架部分是通过量化框架的测量获取的,从表4中的数据可以看出,出现较多的中层框架为“面对挑战”与“团结一致”,较少的为“引领国际事务”与“发展民生经济”,其余各中层框架的分布则较为接近。

表4 各中层框架的频率、百分比、平均数与标准偏差

	频率	百分比	平均数	标准偏差
面对挑战	101	38.7	0.65	0.87
团结一致	115	44.1	0.74	0.89
开放合作	60	22.9	0.39	0.74
调整转型	63	24.1	0.39	0.72
有所作为	66	25.2	0.43	0.77
深化改革	69	28.0	0.47	0.80
参与国际事务	34	13.0	0.21	0.58
发展民生经济	28	10.8	0.18	0.55

为了能够进一步看出每个中层子框架在各个不同时期的分布状态,本文进行了交叉表格的分析,见表5。数据显示,“面对挑战”与“团结一致”在1949—1978年之间出现得最为频繁,随着时间的推移,这两类中层子框架大量减少,至2016年则极少出现。“开放合作”与“调整转型”则主要出现1979—1992年之间。随着文革的结束与中国社会的改革开放,邮票上代表中国的形象逐渐发生了一些变化,如领袖个人的形象开始减少,也逐渐少了与“敌人”的对抗,科技、教育、国际经济的合作则随之增加。1993—2008年之间的中层框架以“有所作为”和“深化改革”为主。在这期间,邮票上呈现出国家参与国际大型事件的情形,如奥运会、WTO世贸组织等,并加大改革开放的力度与步伐。深圳等经济特区也取得了较大的成就,香港也在这期间以“一国两制”的形式回归祖国,邓小平作为中国社会发展总工程师的形象逐渐呈现。这两个框架在2009—2016年期间有所减少,但是仍然占很大比重。2009—2016年间的两个主要形象框架分别为“引领国际事务”与“发展民生经济”。在这期间,中国逐步提出并开展“海上丝绸之路”与“陆上丝绸之路”的

计划,“一带一路”倡议开始进入国际视野,中国开始以一种负责任的世界大国形象来展示自身的价值,同时继续经济特区发展,推进中国的经济与世界其他国家之间的互动,改善民生。

2. 因子分析

为了进一步判断中国国家形象的变化趋势,作者将8个子框架进行因子分析,成功生成4个因子,见表6。结果显示,子框架“面对挑战”与“团结一致”形成第一个因子“革命的中国”;子框架“开放合作”与“调整转型”形成第二个因子“探索的中国”;子框架“有所作为”与“深化改革”形成第三个因子“现代化的中国”;子框架“引领国际事务”与“发展民生经济”形成第四个因子“负责任的大国”。这四个因子也可被称为上文所提到的四个中层次框架。可见邮票上的中国形象存在着变化的趋势。

表5 中层框架与年代的交叉表格分析

框架名称	1949-1978	1979-1992	1993-2008	2009-2016
面对挑战	88	8	3	2
团结一致	100	10	3	2
开放合作	0	37	2	2
调整转型	0	34	2	1
有所作为	0	2	42	3
深化改革	0	3	47	3
引领国际事务	0	0	14	20
发展民生经济	0	0	7	22

表6 中层框架的因子分析

主框架名称	子框架名称	系数
革命的中国	面对挑战	-0.913
	团结一致	-0.893
探索的中国	开放合作	-0.923
	调整转型	-0.919
现代化的中国	有所作为	0.673
	深化改革	0.670
负责任的大国	引领国际事务	0.797
	发展民生经济	0.762

3. K-mean 值聚类分析

为了便于对高层次框架进行深入分析,以及探讨中国对内和对外所展示出的国家形象随年代所呈现的变迁,本研究对中层框架进行了K-mean值聚类分析。如表7所示,对外的形象框架“面对挑战”“开放合作”“有所作为”和“引领国际事务”最终被分为了两类,其中丛集1的“面对挑战”程度最强,其次为“开放

合作”,其余两个框架则较弱。而丛集2的“有所作为”与“引领国际事务”则较强。可以看出,随着时代的变迁,中国对外的形象呈现出一种“抗争-竞争”的变化。面对国际事务不再是非黑即白的抵抗而是积极参与,推进世界的多极化发展。

与对外国家形象框架类似,对内的国家形象框架也呈现出较为显著的变化,这种变化可由表8中的两类丛集1“团结一致”曾高强度地出现在国家形象建设之中,“调整转型”紧随其后。这两个框架分别为1949—1978、1979—1992期间频繁出现的子框架。在丛集2中,“深化改革”与“发展民生经济”则是两个强度较高的框架,而“团结一致”与“调整转型”则非常弱。可见,随着时代的推进,国家在国内事务中的形象呈现出一种“集权-新威权”式的变化,团结起来、一致对外的集权式模式逐渐被体制改革、关注民生与经济所取代。现阶段,国家依然主导政治、经济与文化的发展,但是逐渐将权力下放,价值观逐渐实现多元。学者于建嵘曾提到,这是一种共治式新威权的模式。^②

表7 对外国家形象框架的聚类丛集与聚类观察值

	丛集	
	1	2
面对挑战	0.92	0.00
开放合作	0.52	0.09
有所作为	0.02	1.39
引领国际事务	0.03	0.65
聚类观察值数目	180	77

表8 对内国家形象框架的聚类丛集与聚类观察值

	丛集	
	1	2
团结一致	1.11	0.00
调整转型	0.53	0.12
深化改革	0.04	1.36
发展民生经济	0.00	0.56
聚类观察值数目	171	86

五、结论与讨论

本研究采用框架理论分析了68年间中国邮票上的国家形象的变迁。研究发现,在1949—2016年之间,随着中国国力和国家影响力的不断提升,中国呈现出来的形象也越来越国际化。政治和经济始终是中国形象宣传的主要领域。随着时间的演进,邮票上中国形象的宣传也逐步涉及到科技、环境、文化、民族、宗

教、国际交流和体育等方面。

本研究分析了低、中、高三个层次的国家形象,因此可以说是一次纯粹以中国视角来审视国家形象变迁的尝试,其意义显然不同于从西方研究者的视角来解读。邮票上的中国,从一个奋进的弱国逐步发展成一个有竞争力的国家,越来越多地展示出中国的自信与力量。

本研究还检视了 1949 年至 2016 年间影响中国的重大事件,并用话语分析的方式探讨了这些事件对国家形象建设的影响。其中较为重要的几类事件为建国、文革、改革开放、加入 WTO、深圳等特区的建设、港澳回归祖国、奥运会/世博会的举办以及“一带一路”倡议等。

本研究对于国家形象的研究在方法上取得了重要的突破。以往框架研究或使用单一的量化研究,或单一的质化研究,本研究结合质化的话语分析与量化的

内容分析,以邮票所展示的事件、场所、人物以及合理化机制来探讨中国国家形象在“方寸之间”的变迁。因此,本研究对国家形象研究和框架分析的研究均做出了建设性的贡献。

以往有关国家形象的研究,大多采用两分法(正面和负面)或三分法(正面、中性和负面),或将国家形象报道依主题分类。本研究突破了上述的研究局限,采用更具理论性的多元通用框架,并对框架的解读作了细致的编码,从而拓展了这一研究领域。框架分析的广度和深度,并具有较强的客观性、系统性和可操作性。作者认为,这套框架和编码不仅适合分析中国邮票上的国家形象,还可广泛适用于分析其他国家的国家形象的历史变迁,也可以将其扩展到除图像之外的分析领域,如媒体对自己国家的形象构建,以及一个国家对另外一个国家的形象在各类媒体中的呈现。

注释:

- ① 张勇《邮票公关的新使命》,《公关世界》2014年第4期。
- ② 王婷《邮票设计中文化内涵与审美价值的新探索》,天津理工大学博士学位论文,2013年。
- ③ 胡清清《方寸间的国家形象传播——1949-1976年发行邮票中的红色经典图像》,《画刊》2014年第4期。
- ④ 张昆、张勇《邮票中国形象的符号解析——纪1至纪4邮票的符号化过程及结构方式》,《现代传播》2014年第6期。
- ⑤ 曹文汉《票证上的“领袖像文化”》,《世纪》2013年第3期。
- ⑥ 刘增林《方寸间尽显民族风采——新中国成立以来少数民族题材邮票纵览》,《中国民族》1998年第2期。
- ⑦ 卢为峰《军魂铸辉煌存史方寸间——〈邮票上的人民军队〉评述》,《政协天地》2017年第8期。
- ⑧ 刘志琴《包容是中华民族认同的主流——从龙邮票说起》,《华夏文化》2012年第2期。
- ⑨⑩ Goffman, Erving. *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. Harvard University Press, 1974. p. 586.
- ⑩ Gitlin, Todd. *The Whole World is Watching: Mass Media in the Making & Unmaking of the New Left*. Univ of California Press, 1980. p. 7.
- ⑪⑫ Entman, Robert M. & Andrew Rojecki, A. *Freezing Out the Public: Elite and Media Framing of the US Anti-Nuclear Movement*, 1993. pp. 155-173.
- ⑬ Pan Zhongdang & Gerald M. Kosicki. *Framing Analysis: An Approach to News Discourse*. Political Communication, 10(1), 1993. pp. 55-75.
- ⑭ 潘忠党《架构分析:一个亟需理论澄清的领域》,《传播与社会学刊》2006年第1期。
- ⑮ 蔡元慧《媒体的“他族化”报导:内地孕妇来港产子议题的十二年框架分析》,载《笔尖上的中国》,澳门大学出版社2015年版,第24-51页。
- ⑯ 臧国仁《新闻媒体与消息来源:媒介框架与真实建构之论述》,三民书局1999年版,第32-44、107页。
- ⑰ Van Dijk, T. A. *Communicating Racism: Ethnic Prejudice in Thought and Talk*. Sage Publications, 1987. p. 199.
- ⑱ 钟蔚文、臧国仁、陈百龄《传播教育应该教些什么几个极端的想法》,《新闻学研究》1996年(总)第53期。
- ⑲ 黄亚雯《回归前后电影中澳门形象的框架分析——以〈大辫子的诱惑〉和〈伊莎贝拉〉为例》,《中国传播学论坛》,2017年11月11日。
- ⑳ Saleem, Noshina. *US Media Framing of Foreign Countries Image: An Analytical Perspective*. Canadian Journal of Media Studies 2(1) 2007. pp. 130-162.
- ㉑ Kunczik Michael. *Images of Nations and International Public Relations*. Routledge 2016. p. 39.
- ㉒ Kunczik Michael. *Globalisation: News Media Images of Nations and the Flow of International Capital with Special Reference to the Role of Rating Agencies*. Journal of International Communication 8(1) 2002. pp. 39-79.
- ㉓⑳ 王迪《美国〈时代〉周刊对华报导的框架分析(1992-2008年)》,《笔尖上的中国》,澳门大学出版社2015年版,第281-303页。
- ㉔⑳ 叶皖《框架分析德国〈明镜〉周刊报道中的中国国家形象的报导(1978-2008)》,《笔尖上的中国》,澳门大学出版社2015年版,第304-332页。
- ㉕ Kunczik, Michael. *Media Giants: Ownership Concentration and Globalisation*. Friedrich - Ebert - Stiftung, 1997. p. 45.
- ㉖⑳⑳ Peng X. Q., Cao J., Chen J., Xue P., Lussier D. S. & Liu L. *Experimental and Numerical Analysis on Normalization of Picture Frame Tests for Composite Materials*. Composites Science and Technology 64(1) 2004. pp. 11-21. 转引自叶皖《框架分析德国〈明镜〉周刊报道中的中国国家形象的报导(1978-2008)》,《笔尖上的中国》,澳门大学出版社2015年版,第304-332页。
- ㉗ Wu Min. *Framing AIDS in China: A Comparative Analysis of US and Chinese Wire News Coverage of HIV/AIDS in China*. Asian Journal of Communication 16(3) 2006. pp. 251-272. 转引自叶皖《框架分析德国〈明镜〉周刊报道中的中国国家形象的报导(1978-2008)》,《笔尖上的中国》,澳门大学出版社2015年版,第304-332页。
- ㉘ 于建嵘《共治威权与法治威权——中国政治发展的问题和出路》,《当代世界社会主义问题》2008年第4期。

(作者杨柳系重庆大学新闻学院—法学博士后流动站在站师资博士后;董天策系重庆大学新闻学院院长、教授、博士生导师)

【责任编辑:张毓强】