

doi:10.19920/j.cnki.jmsc.2024.12.002

创业失败的意义建构与意义赋予^①

——来自中国官媒创业失败报道的证据

于晓宇^{1, 2, 3}, 贾迎亚^{1, 2, 3*}

(1. 上海大学管理学院, 上海 200444; 2. 上海企业创新与高质量发展研究中心, 上海 200444;
3. 上海大学数字创新与高质量发展研究中心, 上海 200444)

摘要: 官媒选取不同的新闻框架建构创业失败事件. 作为公共话语的中心提供者, 官媒如何对创业失败事件进行意义建构与意义赋予, 进而影响社会的失败认知与宽容失败氛围, 仍然缺乏系统研究. 通过对北京市、上海市、广东省三地官媒在 2015 年—2017 年间发表创业失败报道新闻框架类型及结构的内容分析, 本文提出中国官媒报道创业失败的建构模型, 发现: 1) 官媒对创业失败事件的意义建构选取两类新闻框架, 即风险型框架与机会型框架; 2) 两类新闻框架采用不同的结构进行意义赋予, 在失败报道事件类型、失败原因解释及失败结果解读三方面存在显著差异; 3) 官媒选取的新闻框架类型受区域创业活跃度影响, 并可能塑造社会大众的创业失败认知和影响其创业意向. 本文融合新闻框架视角与意义建构理论揭示了官媒对创业失败的建构过程, 为理解官媒如何选择创业失败的新闻框架类型, 结构化地讲述创业失败故事, 以及了解不同框架的前因与后果提供了重要启发.

关键词: 创业失败; 意义建构; 意义赋予; 新闻框架; 官媒; 创业叙事; 宽容失败氛围

中图分类号: F279.2 **文献标识码:** A **文章编号:** 1007-9807(2024)12-0019-18

0 引 言

社会大众主要通过大众传媒等公开信息渠道获取创业失败的相关信息^[1]. 在中国, 具有公信力的官方媒体掌握着舆论场的主动权和引导权^[2], 以其真实性、权威性、指导性和贴近性^[3]深刻影响社会大众对创业失败的评价和从事创业活动的意向. 据观察, 官媒选取了不同、甚至相互冲突的新闻框架建构创业失败事件, 有的侧重强调失败的“阳光面”, 有的却强调失败的“阴暗面”. 不同的创业失败新闻框架也呈现出差异性结构特征, 部分重点分析失败原因, 部分则着重描绘失败的影响与失败后行动. 中国官媒如何选取新闻框

架类型和结构对创业失败进行意义建构和意义赋予? 研究这一问题有重要的现实意义, 有助于加深对官媒如何引导社会客观认识创业失败这一问题的理解, 为“形成长期稳定发展预期, 鼓励创新、宽容失败, 营造激励企业家干事创业的浓厚氛围”^②提供媒体视角的对策建议.

官媒不只是创业失败者与社会大众之间的“传话筒”, 更能够基于特定目的主动对创业失败事件进行意义建构和赋予^[1, 4], 在创业失败的社会建构中发挥重要作用. 然而, 创业失败研究很少关注媒体, 尤其是官媒的重要作用, 主要将创业者作为建构主体, 探究创业者失败叙事和印象管理如何助力其社会重新树立正面形象^[5, 6]. 已有

① 收稿日期: 2021-04-25; 修订日期: 2022-01-25.

基金项目: 国家自然科学基金资助重大项目(72091310; 72091315); 国家自然科学基金资助重点项目(72232010); 上海市智库青年领军人才专项课题(2024TRC018).

通讯作者: 贾迎亚(1990—), 女, 山东临清人, 博士, 副教授. Email: amandajia08@163.com

② 节选自国务院 2015 年印发的《关于大力推进大众创业万众创新若干政策措施的意见》.

研究发现不同制度背景下创业者失败认知和再创业意向的差异性^[7-9],表明以官媒为代表的制度环境在创业失败的意义建构过程发挥重要作用:官媒通过有目的地建构创业失败事件,以达到基于特定的政策导向来塑造舆论环境,进而影响社会创业失败认知的目标。基于此,本文首先探索在中国情境下,官媒如何对创业失败事件进行意义建构。

设定新闻框架,是官媒意义建构创业失败的主要手段^[1, 10]。Cardon 等^[1]发现美国区域媒体将创业失败事件建构为错误(mistake)或不幸(misfortune)两类新闻框架,不过,Cardon 等主要基于失败事件本身的归因这一客观事实进行分类,没有将媒体作为“建构者”的目的纳入考虑范畴。中国官媒具有政策导向和宣传工具的功能定位^[11],对于创业失败报道的目的部分源于对社会大众产生特定影响力,推动民众积极参与创业活动或者警示创业失败风险。基于此,本文参照传播学中根据评价基调进行的新闻框架分类^[12, 13],综合考量失败事件的多主体评价和多层次结果,提出中国官媒意义建构创业失败事件所采用的主要新闻框架类型。

此外,官媒通过建构创业失败事件的新闻框架,进而筛选、重塑、突出事件的某些内容,进行结构性的意义赋予^[14]。基于格式塔的观点^[15],采取结构化的叙事手法能更好地发挥不同类型新闻框架的框架效应^[16, 17],有目的地塑造社会对创业失败的认知。本文借鉴新闻框架中层结构的构成要素,进一步分析采用不同新闻框架的官媒对创业失败进行意义赋予的内容和结构,对不同类型的新闻框架进行分析和对比。

选取北京市、上海市、广东省三个省级行政区域的官媒在 2015 年—2017 年间发表的创业失败新闻,探究中国官媒对创业失败进行意义建构的框架类型与意义赋予的框架结构,并推断创业失败新闻不同建构的框架效应及其影响因素。对这一议题的探索融合了新闻框架视角^[10]与意义建构理论^[18, 19],一方面有助于揭示中国情境下官媒意义建构创业失败事件的新闻框架类型,与 Cardon 等^[1]在美国情境下发现的“错误-不幸”新闻框架类型形成有益对话;另一方面突破了既有研究着重关注框架类型的局限^[16],提出了新闻框

架意义赋予的有效手段,指明了官媒应如何根据新闻框架类型结构化地进行要素选择,“做好失败叙事”^[20]。简言之,前者分析新闻“主旨”,后者以此为基础剖析“构成结构”,共同揭示官媒作为创业失败社会建构的重要主体,如何有目的地建构失败事件,以影响社会的创业失败认知与宽容失败氛围。

1 理论基础与文献综述

1.1 创业失败的意义建构与意义赋予

当新创企业面临收入下降等原因无法继续运营时,创业者通过解释失败过程和原因进行意义建构,并选取适当的发布方式进行意义赋予,以实现弱化污名或合法性重塑等目标^[6, 21, 22]。当前创业失败建构研究聚焦于创业者个人层面的意义建构^[23],然而,创业失败的外溢性^[24]亦决定了其具有社会层面意义建构的性质^[5]。创业失败由多个层面的主体进行集体性的意义建构和意义赋予,不仅包括创业者、高管、投资人等核心利益相关者,还包括媒体、政府、行业协会等制度主体。尤其是媒体作为非正式制度的“无冕之王”,在创业失败过程中如何发挥意义建构作用,亟待系统分析。

从创业失败意义建构和赋予的动机或目标来看,媒体与创业者存在差异。首先,媒体对创业失败的意义建构与当地社会文化、社会规范和法律制度息息相关^[1, 7],在一定程度上是宽容失败的文化和氛围的“守门人”和“代言人”;另一方面,媒体作为社会信息生产和传播的重要环节,通过对创业失败事件的选择、加工和重构,引导社会大众形成创业失败认知。Cardon 等^[1]的研究是在个人主义、风险承担导向的美国情境下进行,而在集体主义、风险规避导向的中国,媒体(尤其是官媒)如何意义建构创业失败事件,如何组织新闻框架的内容和结构,又是如何塑造社会的宽容失败氛围,影响社会大众对创业的可行性与希求性认知,仍亟待探索。

1.2 官媒如何意义建构与意义赋予创业失败事件

本文关注中国官媒对创业失败的意义建构和意义赋予。官方媒体是指由政府主办,宣传党和政府的执政理念、方向 and 政策的媒体,是公共话语的

中心提供者。尽管新媒体的兴起和海外媒体的引入打破了过去官媒垄断政治信息传播的局面,不过,在创业失败报道中,官媒仍发挥着舆论引导主体的作用^[2, 25]。这是因为,第一,基于创业失败事件的经济属性和社会影响,与大众媒体相比,官媒在数据的权威性、影响力、严谨性和前瞻性方面具有明显优势^[3],是潜在进入者和活跃创业者决策的关键依据;第二,官媒选择性地生产信息和建构现实,其作用在于释放创业相关的政策信号^[26],作为制度环境的“代言人”,展现出政府对创业或产业的态度倾向;第三,创业失败事件本身成因和后果的复杂性给官媒的意义建构提供了可能性^[27]。因此,本文聚焦官媒作为创业失败社会建构的主体。

官媒建构创业失败的主要手段是在新闻生产中设定新闻框架^[1](news framing)。新闻框架有目的地简化复杂的失败事实,选择、强调和排除特定内容和思想^[10],将“包装”后的失败故事在传播过程中凸显出来,进而影响社会大众的价值判断^[28]。西方情境已有少量研究探索了创业失败的新闻框架及其效果。例如,Efrat^[29]发现,自从美国媒体开始采用中性的而非消极的态度大量报道破产事件,民众对破产的负面态度逐渐弱化,趋向于认为破产是一种正常、可接受的行为。Cardon等^[1]发现美国区域媒体将创业失败新闻框架分为归因于创业者自身问题的错误型和归因于外部因素的不幸型;采用错误型框架的区域失败污名更高,采用不幸型框架的区域加重了创业者挫败感。这两个研究指出,媒体设定不同的新闻框架报道创业失败,进而塑造了社会的创业失败认知。

美国区域媒体根据失败事件本身的性质(失败原因)选取新闻框架^[1]。不过,基于政治宣传和舆论引导功能,中国官媒创业失败意义建构的目的在于表达官方对创业活动的立场和塑造民众的创业认知模型,侧重于从新闻生产者和接受者的角度进行建构^[25]。这种角度决定了中国官媒更倾向于呈现一个完整的故事,包括创业失败的“因”和“果”,当事人自述和外部人评价等多维度内容。基于此,本文认为美国情境的“错误-不幸”新闻框架未必适用于中国官媒对创业失败事件的建构。本文主要借鉴依据评价基调划分的两类新闻框架——机会型(opportunity)框架和风险型(risk)框架^[12]来建构创业失败。具体来说,机会

型框架强调创业失败事件的潜在优势,激发社会大众对创业的信心和希望;风险型框架强调创业失败潜在的风险和负面影响。

此外,既有研究仅关注了创业失败意义建构的框架与结果^[1],忽视了结构化的意义赋予。事实上,官媒将失败事实“包装”为报道“脚本”,存在特定的结构化模板。新闻框架的分析取向指出,新闻框架的分析既包括高层的主旨,即意义建构,奠定报道的基调^[30];也包括中层的结构,如主要事件、历史事件、归因、结果和评价^[31],即意义赋予的具体方式,采取特定的结构特征引起读者的情绪体验与情感共鸣^[15]。新闻报道中,高层主旨创造的“主旨思想”和中层结构展现的叙事结构相辅相成,以达到塑造品牌、获取合法性、政策宣导等目标^[20]。对创业失败新闻框架结构的研究有助于发现官媒影响社会大众创业失败认知的有效叙事方式。

基于新闻框架中层结构的构成要素^[31, 32],结合创业失败研究重点关注的问题^[1, 5],本文从失败报道事件类型(近期发生的失败作为主要事件,还是创业史上的失败作为辅助事件)^[33]、失败原因解释(创业失败归因的层次^[34])和失败结果解读(创业失败的个体损失和社会损失^[35])三个类目分析新闻框架的意义赋予,为社会大众分析和解读官媒的失败叙事提供结构性指南。

2 研究设计

2.1 研究对象选择

首先对研究的样本框进行了界定,包括时间区间、关键词、区域范围、以及数据获取方法:

时间选取:本文选取2015年—2017年作为样本框时间区间。李克强总理在2014年9月首次提出“大众创业、万众创新”的号召,自此我国掀起了创业浪潮。国家大力推动“双创”的制度背景为探索本文研究问题提供了契机。

关键词选取:为确定检索关键词,本文进行了预实验处理:在各官媒中随机选取了40条创业失败新闻进行词频分析,并根据作者对创业失败的定义及特征的理解,在高频词中选择“创业/公司”和“失败/倒闭”作为新闻搜索的关键词组合。

区域选取:在时间区间内搜索中国知网报纸

数据库,统一选择省级行政区域的官媒进行关键词检索.根据检索情况,本文聚焦北京市、上海市、广东省三地的官媒(创业失败新闻报道最多的三个区域,其他省份的检索结果均不足 10 条,按照两个标准选取省级官媒:1)官媒为地方机关下属媒体,具有较强的公信力,能够代表区域官方观点;2)官媒网站 2015 年—2017 年的新闻信息完整,不存在数据缺失.数据完整性是确定官媒列表的最重要依据.本文依照以上两个标准,在每个区域选取了三家不同类型的官媒^③见表 1.

表 1 样本区域及官媒列表

Table 1 List of sample province (municipality) and official media

区域	官媒名称
上海市	《解放日报》《新民晚报》《文汇报》
北京市	《北京晨报》《北京商报》《新京报》
广东省	《南方日报》《珠江商报》《南方都市报》

数据来源:参考 Mantere 等^[5]及 Cardon 等^[1],首先使用自编爬虫代码,获取了选定官媒在 2015 年—2017 年发布的 916 390 篇新闻.而后基于关键词对爬取新闻进行自动检索,得到 3 028 篇新闻.但其中存在与创业失败事件无关的新闻,经过三轮人工筛选,最终获得有效报道创业失败事件的新闻共计 141 篇^④,其中,北京市 61 篇,广东省 54 篇,上海市 26 篇.此外,本研究还在新浪微博等社交媒体收集了网友对这 141 篇新闻的评论,通过多源数据提高文章结论的稳健性.

2.2 研究方法

本文使用内容分析方法进行数据分析,主要基于以下三点原因:1)内容分析是新闻报道分析的常用手段,通过一系列程序对文本进行有效推论^[36],可以描述新闻内容、风格特征和发展趋势,还可用于推断新闻后果及反观前因^[37];2)内容分析可以同时结合定性和定量研究两种方法的优势,将新闻数据归类为预先确定的类目,进而分析类目结构及类目间的关联;3)内容分析可以考察

不同官媒的报道差异,为推论新闻内容特质及其生成原因奠定基础^[37].参照 Krippendorff^[36],本文采取的内容分析过程如下:

1)确定分析单位.以每一篇创业失败新闻为分析单元,使用 NVIVO 软件进行分析.

2)类目构建.

根据事件评价基调^[12],将官媒创业失败评价划分为两个子类,即机会型和风险型,从情感表达、引用内容等五个条目^[12]判断每篇新闻的评价倾向,从而判别其框架类型(见表 2).每个条目采用二元变量编码,“1”代表该新闻存在此维度相关内容,“0”代表不存在此维度内容.然后,分别按照两类框架中 5 个题项得分取平均值,平均值高的被判定为该报道所采取的新闻框架(每篇新闻的两类框架得分均存在差异),计为“1”.最终,若机会子类计为“1”,表明该新闻积极地评价创业失败事件,命名为“机会型框架”;若风险子类计为“1”,表明该新闻消极地评价创业失败事件,定义为“风险型框架”.

在划分新闻框架类型的基础上,本文进一步参考新闻框架结构的构成要素,从失败报道事件类型、失败原因解释、失败结果解读三个类目分析新闻框架结构^[33-35].同时结合对相关资料的概览与对既有文献的分析,并征求多位创业学、新闻学资深学者的建议,在各个类目下划分了相关子类(见表 2).每个子类采用二元变量进行编码,“1”代表该篇新闻中存在该子类内容,“0”代表不存在该子类内容^⑤.

3)编码方案确定.编码是将本文的分析单元分配到各个类目并进行类目计数的过程.本研究由一位博士生和一位硕士生作为编码员,在经过培训后,对每一篇新闻单独进行编码.当编码员意见出现分歧时,需讨论后以共同意见作为编码结果.同时,经由创业研究领域的两位教授对本文的

③ 9 家官媒均为中共各省(市)委、省(市)政府直接主管或主办的权威官媒,在各省市具有广泛影响和受众,荣获过新闻界多个荣誉.

④ 141 篇新闻的数据量可满足本文研究问题的数据分析要求.内容分析对新闻篇数的有效数据量没有严格要求,主要根据事件发生的时间框获取有效新闻.发表于 Journal of Communication 等期刊的传播学研究,既可以接受小样本研究,例如, Fridkin 等^[55]使用 53 篇来自新闻、博客的文章研究警察暴行与种族歧视事件的新闻框架类型;也可以接受大样本研究,例如, Hopp 等^[56]使用三百多万条新闻记录探究新闻框架与政治社会事件的关联.

⑤ 失败原因解释和失败结果解读的子类除了使用二元变量编码之外,还使用了每个子类的全文字数占比进行稳健性检验,得到了与当前一致的结果.

研究过程、类目定义等进行评价,在建议基础上不断改善研究过程,提升内容分析的效度。

4) 前测信度检验. 为提高编码的一致性程度,本文从所有新闻中随机抽取 10 篇新闻作为前

测样本,由两位编码员独立编码,并依据内容分析法相互同意度及信度公式进行测算^[38]. 经计算,分析人员相互同意度 $\bar{K} = 0.77$,分析者信度 $R = 0.87$,信度的结果高于 0.8,可以正式进行编码工作。

表 2 创业失败新闻框架和结构的类目构建

Table 2 Sub-categories of framing and structure of entrepreneurial failure news

类目	子类		涵义	类目来源
事件评价	机会题项	积极情感表达	采用积极的词汇描述创业失败事件	Schuck 和 Vreese ^[12]
		积极引用	引用他人对创业失败事件的积极评价	
		创业者积极认知	提供了创业者积极看待创业失败事件的证据	
		积极影响	描述创业失败事件可能带来的积极影响	
		积极预期	对创业者现状或未来发展的积极描述	
	风险题项	消极情感表达	采用消极的词汇描述创业失败事件	
		消极引用	引用他人对创业失败事件的消极评价	
		创业者消极认知	提供了创业者消极看待创业失败事件的证据	
		消极影响	描述创业失败事件可能带来的消极影响	
		消极预期	对创业者现状或未来发展的消极描述	
失败报道事件类型	主要事件		将近期创业失败事件作为新闻的主要内容	Achtenhagen 和 Welter ^[33]
	辅助事件		将历史创业失败事件作为与文章主要事件具有直接或间接因果关系的事件	
失败原因解释	个体层面		与创业者个人直接相关的因素	Walsh 和 Cunningham ^[34]
	公司层面		与创业企业直接相关,同时与创业者非直接相关的因素	
	市场层面		与创业企业、创业者非直接相关的因素	
失败结果解读	个体损失		对创业者个人的生理、心理、财产、社会地位等方面造成了负面影响	Singh 等 ^[35]
	个体失败学习		使创业者增长了创业经验或技能	
	污名化		社会对失败创业者、企业或行业的一种消极评价	
	区域经济		对区域的经济、资本市场、劳动力市场等方面造成了负面影响	

3 研究发现

3.1 创业失败的新闻框架类型

本文首先验证中国官媒建构创业失败事件的新闻框架类型。

根据官媒报道的事件评价基调^[12],将创业失败新闻建构框架分为机会型框架和风险型框架,通过两组题项验证,表 3 展示了官媒创业失败报道中两种新闻框架类型分布和得分情况. 从分布看,官媒采用风险型框架报道创业失败事件的比例(55.32%)稍高于采用机会型框架的比例(44.68%);从得分来看,采用机会型框架的创业失败报道评价的情感基调更突出(平均分 0.72,表示 5 个题项中平均有近

4 个支持),采用风险型框架的评价基调稍弱(平均分 0.57,表示 5 个题项中平均有近 3 个得到支持)。

如表 3 所示,本文发现 44.68% 官媒新闻使用机会型框架建构创业失败事件,给予创业失败事件积极评价. 词频分析发现,这些新闻中频繁出现如“成功”、“希望”等积极词汇,表明机会型框架强调创业失败给创业者带来的学习经验和知识积累等积极影响,有助于未来的高质量创业. 55.32% 官媒新闻使用了风险型框架建构创业失败事件,给予创业失败事件以消极评价. 词频分析显示,这类新闻中频繁出现“倒闭”、“风险”、“危机”等消极词汇,进一步表明风险型框架强调失败事件给创业者造成财务和声誉的消极影响,也揭露相关市场中的创业风险. 据此,本文提出:

表 3 官媒创业失败意义建构的新闻框架类型统计
Table 3 Descriptions of news framing categories
(Sensemaking by the official media in reporting entrepreneurial failure)

事件评价	证据示例	报道数量	报道比例	机会得分	风险得分
机会型框架	“怕什么？创业本身就是不断试错的过程。”（《解放日报》，2017）	63	44.68%	0.72	0.03
	“而今他重新上路，却收获了比金子还珍贵的经验。”（《解放日报》，2015）				
	“（创业者）苦笑着将其第一次创业失败的经历视为‘交学费’的过程。”（《南方都市报》，2016）				
风险型框架	“公司才是最惨的，三位大股东把全部身家性命压在了工程上。”（《新京报》，2017）	78	55.32%	0.03	0.57
	“要警惕 O2O 行业背后的泡沫危机。”（《北京商报》，2015）				
	“相信‘倒闭潮’还会持续上演下去，最终线上、线下都将受到伤害。”（《南方都市报》，2016）				

命题 1 中国官媒采用机会型框架与风险型框架意义建构创业失败事件。

3.2 创业失败的新闻框架结构

新闻框架是官媒通过信息扫描和解释，主动构建创业失败的心智模型，确定核心主题的意义建构过程^[18]。而官媒最终展现在社会大众面前的报道，是对所建构的框架进行意义赋予的结果，即有选择地、结构性地通过事先设计进行沟通和传播，引导社会大众对创业失败事件的理解，并影响社会大众注意力的过程^[14]。通过意义赋予，意义建构的社会价值才得以实现^[30, 39]。因此，在发现官媒意义建构创业失败的新闻框架类型的基础上，本文深入挖掘两类新闻框架的内容与结构，以掌握官媒创业失败意义赋予的叙事模式。

3.2.1 创业失败事件类型

不确定性和不连续性的创业环境导致了极高的创业失败率，官媒需要采取为政治负责的报道策略^[11]，从中筛选出代表性失败事件呈现给社会大众，实现其意义赋予的功能。分析官媒在创业失败事件选择上的差异，尤其是曝光时间久远的还是当前发生的失败事件，是作为辅助事件还是主要事件进行报道，是探究官媒意义赋予结构的关键。

根据 Achtenhagen 和 Welter^[33]，官媒报道创业失败事件有两种情况，一是将创业失败作为报道的主要事件，二是将创业失败作为与报道的主要事件具有因果关系的辅助事件。机会型框架与

风险型框架在失败事件选取上存在显著差异，机会型框架选择将创业失败作为辅助事件，以成功创业者过往失败经历的方式呈现；而风险型框架将创业失败作为主要事件，主要选择近期发生的创业失败事件。表 4 展示了机会型框架与风险型框架失败报道事件类型的统计情况。

在机会型框架中，创业失败事件通常作为主要报道事件的辅助事件（95.24%）。机会型框架通常选取成功的创业者作为报道对象，在回顾其创业历程的过程中对过往创业失败经历进行简要描述。例如，《李健：闯入二手车的互联网江湖》（《新民晚报》，2015）介绍了创业者首次创业失败带来的启迪，“失败引起更多的思考，他认为自己应该先去大公司‘修炼’一番”；在随后工作中“一直在等待、寻找，有潜力的创业项目以及合适的时机”；最后“在蛰伏期想好的创业方向是赶上了‘风口’”。由此，机会型框架对创业失败事件的报道，是将其作为辅助事件嵌入报道，突出失败对后续创业或就业的启迪，侧重于“失败是成功之母”的报道，弱化创业失败的负面影响，强调创业者过去创业失败与后续成功之间的因果关系。

在风险型框架中，失败事件通常是报道的主要事件（87.18%）。例如，《资本催熟？无人机市场迎来洗牌》（《新京报》，2017）报道了 Lily 失败的事实、原因分析，并进行媒体评价。报道开篇即指出“无人机明星企业 Lily 的用户收到了一封主题为‘旅程的结束’的电子邮件，邮件中提到公司

将关闭”；而后文章引入多主体分析 Lily 创业失败的原因，如“一位 Lily 内部员工对媒体称，公司消耗了大量资金，到最后没钱了”，“业内人士表示，被资本追逐，原有的理性、科学的研发进度会被打乱”；最终总结和评价“那些看似痛点很明确的需求往往都是伪需求，或者说是补充需求”。风险型框架通过深入探究创业失败事件发生的原因

及影响，向社会大众发出创业风险警告。这类框架通常详细介绍创业失败事件的来龙去脉，并引入多主体（如学者、政府官员、同业者等）对失败事件的评价，形成了一种多视角的“对话模式”。与机会型框架相比，风险型框架能够更加全面、客观的剖析创业失败事件，挖掘失败中蕴藏的潜在风险。由此，本文提出：

表 4 官媒创业失败意义赋予的失败报道事件类型统计
Table 4 Descriptions of the event category in entrepreneurial failure
(Sensegiving by the official media)

失败报道事件类型	证据示例	机会型框架		风险型框架	
		新闻数量	新闻比例	新闻数量	新闻比例
辅助事件	《黄鹏：没翅膀的几维鸟也有翱翔梦》（《南方日报》，2015）	60	95.24%	10	12.82%
	《李健：闯入二手车的互联网江湖》（《新民晚报》，2015）				
	《“书呆子”：让更多人重拾阅读乐趣》（《南方日报》，2015）				
主要事件	《汽车后 B2B 平台“喜汽猫”倒闭》（《北京商报》，2015）	3	4.76%	68	87.18%
	《资本催熟？无人机市场迎来洗牌》（《新京报》，2017）				
	《手机圈很忙背后中小品牌很伤》（《北京晨报》，2015）				

命题 2 采取不同新闻框架的官媒在创业失败的报道事件类型上存在差异：采取机会型框架的官媒将创业失败作为辅助事件报道，采取风险型框架的官媒将创业失败作为报道的主要事件。

3.2.2 创业失败原因解释

在事件筛选的基础上，官媒还会对创业失败事件的“前因”和“后果”进行意义赋予^[31, 39]。通过有选择地凸显特定内容，向社会大众传递官媒创业失败评价的信号。

按照失败归因的层次解释创业失败原因，分为个体层面的解释、公司层面的解释以及市场层面的解释^[34]。个体经验、运气不足或行业动荡都有可能導致创业失败^[1, 40]。如表 5 所示，个体层面的解释是指与创业者个人直接相关的因素，如“由于（创业者）经验不足，选择的地点也不合适，结果没有多久就倒闭了。”（《珠江商报》，2015）；公司层面的解释是指与创业企业直接相关，与创业者非直接相关的因素，如“业务利润率太低，无法支撑公司运营。”（《新民晚报》，2015）；市场层面的解释是指与创业企业、创业者非直接相关的制度环境因素，如“资本寒冬叠加行业的宏观环境，让（创业者）步履艰辛。”（《北京商报》，2017）。

从表 5 可以看出，机会型框架（57.14%）和风险型框架（71.79%）都倾向于将失败解释为市

场层面的原因。此外，机会型框架归因于个体层面（46.03%）的比例显著高于风险型框架（28.21%），而风险型框架归因于公司层面（71.79%）的比例显著高于机会型框架（36.51%）。据此，得到以下三个结论。

首先，两种框架都有超过半数的新闻使用市场层面解释，表明官媒倾向于将创业失败归咎于资本环境、政策变化、竞争环境等不可控的市场因素。在机会型框架中，官媒利用市场层面解释降低创业者责任，如“但（创业者）的运气不太好——适值经济危机，创业以失败告终。”而在风险型框架中，官媒则利用市场层面解释指明行业潜在风险和主要问题，例如“这一行都是三角债关系。”

其次，机会型框架相比于风险型框架，更多采用个体层面的失败归因，以凸显失败学习对日后成功的作用，强化创业失败的机会属性。个体层面解释直接指出创业者的错误是企业未能实现其发展潜力的关键，也间接为创业者指明改进空间，从而与失败学习联系起来，如《创业者和“麻辣导师”》（《新民晚报》，2016）中先指出“（创业者）由于没有经验而失败”，为后文创业导师建议“先就业积累经验”以及后续二次创业成功做“欲扬先抑”的铺垫。

表 5 官媒创业失败意义赋予的失败原因解释统计
Table 5 Descriptions of the attribution of entrepreneurial failure
(Sensegiving by the official media)

失败原因解释	证据示例	机会型框架		风险型框架	
		新闻数量	新闻比例	新闻数量	新闻比例
个体层面	“由于(创业者)经验不足,选择地点也不合适,结果没有多久就倒闭了。”(《珠江商报》,2015)	29	46.03%	22	28.21%
	“当时(创业者)浑身书生气,团队意识缺乏,同企业打交道做公关时根本拉不下脸。”(《南方都市报》,2015)				
公司层面	“(公司)业务利润率太低,无法支撑公司运营。”(《新民晚报》,2015)	23	36.51%	56	71.79%
	“自建物流把钱都花光了,掉头困难,想掉头也已经晚了。”(《北京商报》,2015)				
市场层面	“资本寒冬叠加行业的宏观环境,让(创业者)步履艰辛。”(《北京商报》,2017)	36	57.14%	56	71.79%
	“但(创业者)的运气不太好——适值经济危机,创业以失败告终。”(《南方日报》,2016)				

最后,风险型框架相比于机会型框架,较多使用公司层面解释,将错误归结到公司本身。同时,公司层面的解释是对企业商业模式、制度设计等问题的直接探讨,不涉及创业者个体差异,易于进行行业内类比,从而发现共性问题,例如“汽车O2O企业的真正危机是:绝大部分企业没有造血功能,一旦资金供应跟不上,就会死掉。”(《北京商报》,2015)。在风险型框架的“对话模式”中,公司层面问题得到广泛探讨,向社会大众发出相关模式的风险警告。由此,本文提出:

命题 3 采取不同新闻框架的官媒在对创业失败事件的原因解释上存在差异:采取机会型框架的官媒凸显了个体层面的失败原因,而采取风险型框架的官媒凸显了公司层面的失败原因。

3.2.3 创业失败结果解读

在对创业失败“前因”解释的基础上,官媒如何报道创业失败的结果也是意义赋予的重要一环,以向社会大众呈现创业失败的潜在后果。本文进一步研究不同框架的官媒报道创业失败时对结果的解读倾向。

研究发现,官媒主要从个体和社会两个层面界定创业失败的结果,其中个体层面包括个体损失与个体失败学习两方面^[35],社会层面包括污名

化、区域经济两方面^[1]。表6展示了机会型框架与风险型框架对创业失败结果解读的对比情况。

机会型框架主要关注个体的失败学习(60.32%),较少涉及创业者的个体损失(14.29%)。这类框架以创业者学到了经验教训“粉饰”失败事件,弱化创业失败对个人和社会的负面影响。如《南方都市报》(2015)的新闻指出“‘以后创业时,用户信息只给几个核心股东看。’这次(失败)经历也让(创业者)成长起来”。

风险型框架对结果的解读主要关注失败事件在社会层面的影响,突出失败污名(47.44%)。污名是社会对失败创业者、企业或行业的一种消极评价^[21, 22]。在风险型框架中,创业失败会引发对失败企业组织机制的质疑,进而引发社会大众对于与失败企业相类似的、处于同行业或相似商业模式企业的质疑,最终形成了普遍污名化,“扩散”了失败事件的影响。如《新京报》(2015)质疑O2O模式“里面泡沫水分太大,有些根本不是用户刚需,甚至是伪需求”。由此,本文提出:

命题 4 采取不同新闻框架的官媒对创业失败事件的结果解读存在差异:采取机会型框架的官媒凸显了创业者的失败学习,采取风险型框架的官媒凸显了失败的“污名化”效应。

表 6 官媒创业失败意义赋予的失败结果解读统计表

Table 6 Descriptions of the outcomes interpretation of entrepreneurial failure

(Sensegiving by the official media)

失败结果解读		证据示例	机会型框架		风险型框架	
			新闻数量	比例	新闻数量	比例
个体层面	个体损失	“那一年,一瞬间,(创业者)变成了穷光蛋,一切都回归起点.” (《南方日报》,2016)	9	14.29%	4	5.13%
		“因此(创业者)选择‘自杀’来对很多拖欠资金的供应商负责.” (《北京晨报》,2015)				
	个体失败学习	“以后创业时,用户信息只给几个核心股东看.”(《南方都市报》,2015)	38	60.32%	2	2.56%
		“做好减法聚焦细分领域,也是(创业者)多次失败经验的总结.”(《南方日报》,2015)				
社会层面	污名化	“眼下资本对家教 O2O 的态度显然已经步入了冷却期,‘谁先烧完钱谁先死’已成为行业内人人自危的共识.”(《北京商报》,2015)	0	0.00%	37	47.44%
		“O2O 项目死亡潮现在已经出现.今年就是一个 O2O 企业成批死掉的年份,获得投资的大部分企业会死掉.”(《新京报》,2015)				
	区域经济	“如今的东莞则异常冷清.工厂旁边的街上,冷冷清清,人变得越来越少.”(《新京报》,2015)	0	0.00%	10	12.82%
		“至少 38 名全职雇员将下岗,另有不明数量的大批临时工将失去工作.” (《南方日报》,2015)				

4 研究推论

研究发现,官媒建构创业失败的不同新闻框架以凸显特定主题^[41],通过特定事件的“扫描”和前因后果的“解读”,结构性地对创业失败进行意义建构和意义赋予.本文进一步基于多源数据反观新闻框架选择的区域性前因,并推断官媒建构的效果.传播学对新闻框架的分析中,对新闻框架前因的分析需要将新闻内容与情境、影响因素等联系起来,相互比照,以推断新闻生产者意图、价值观和策略^[37],本文试图推断区域创业活跃度与官媒选取的新闻框架的关联.对传播内容效果的推断主要通过直接将内容数据和反应数据串联起来的方法^[37],将创业失败新闻框架与网友对创业失败新闻的评价数据联系起来进行推断,以获取不同新闻框架下社会大众对创业失败的不同认知.

4.1 官媒创业失败建构区域差异的成因

官媒对创业失败的意义建构受创业环境和政策导向的影响.本文最后对三个地区(北京市、上

海市、广东省)的官媒新闻框架类型进行分析,试图寻找区域异同点及其形成原因.由表 7 可见,区域官媒在报道创业失败事件的新闻框架选取上存在明显差异,北京市主要采用风险型框架报道创业失败事件,而广东省和上海市主要采用机会型框架报道创业失败事件.本文推测,区域官媒新闻框架建构的差异主要与区域创业活跃度有关.

本文进一步收集了 2015 年—2017 年三地创业活动的几个关键指标(见表 8),寻找其与新闻框架选择的关系.获取到的创业失败新闻中 74% 都分布在互联网行业,出于数据匹配性和数据可得性的考量,进一步获取了变化快、死亡率高、数据高度可视化的,易获得媒体和大众关注的互联网创业的指标.从表 8 可以看出,北京市的融资事件数、互联网公司成立数远高于上海市和广东省,同时,北京市互联网公司死亡数与死亡率也高于上海市和广东省.这表明北京市很有可能出现了资本市场投资过度、区域创业活动过热的情况,加剧了市场竞争,使得创业公司的死亡率升高.因此北京官媒更多采用风险型框架向社会大众发出风险警告,呼吁创业者和投资人更理性、谨慎地识别

和评估市场机会。

据此,本文认为,官媒或许充当着“调节剂”角色.当区域创业活跃度过高时,官媒倾向于选择风险型框架意义建构创业失败事件,发出风险警告,呼吁社会大众更加谨慎、理性地做出创业决策,以防范可能出现的市场泡沫;而当区域创业活

跃度较低时,官媒倾向于选择机会型框架意义建构创业失败事件,鼓励失败的创业者再次创业,也激发区域内潜在创业者的创业意向.由此提出:

推论 1 当区域创业活跃度过高时,区域官媒倾向于采用风险型框架;当区域创业活跃度过低时,区域官媒倾向于采用机会型框架。

表 7 官媒意义建构新闻框架的省(直辖市)域统计

Table 7 Descriptions of news framing of official media's entrepreneurial failure reports
by province (municipality)

区域	机会型框架		风险型框架	
	数量	比例	数量	比例
北京市	6	9.84%	55	90.16%
广东省	38	70.37%	16	29.63%
上海市	20	76.92%	6	23.08%

表 8 各省(直辖市)创业活动情况(2015—2017)

Table 8 Entrepreneurial activities by province (municipality) (2015 - 2017)

区域	融资事件数	互联网公司 成立数	互联网公司 死亡数	互联网公司 死亡率
北京市	5 502	12 142	1 638	13.49%
上海市	2 852	6 815	730	10.71%
广东省	2 700	10 593	826	7.80%

注:数据来源于 CVSource、IT 桔子。

4.2 官媒创业失败建构对社会大众的影响

根据意义建构理论的“扫描-解读-行动-绩效”关系链^[42],创业失败事件的新闻框架和结构的“绩效”体现为框架效应的产生^[13, 43].采用不同新闻框架具有不同的传播效果,体现在社会大众应对创业或创业失败的心理认知和处理策略,尤其是失败恐惧感^[44]——个体因感知到环境中潜在的失败威胁而产生的负面情绪^[45].一般来说,失败恐惧感是弱化创业意向,导致潜在创业者不敢进入的重要因素^[46].此外,根据联结模型(associative model)^[13, 47],当呈现者以积极框架和结构描述某一事物时,会激活接收者记忆中与之相连的积极信息,表现出积极评定;与之相反,当呈现者以消极框架和结构描述时,会激活接收者记忆中与之相连的消极信息,表现出消极评定.基于此,本文进一步探索以上两类新闻框架及其结构对社会大众失败恐惧感及创业意向的可能影响。

基于手工获取的网友在微博、微信等社交媒体平台对官媒所报道创业失败新闻的评论数据,

研究发现,在机会型框架中,网友评论主要是对创业者的称赞,如“向(创业者)致敬”,“(创业者)真给力”.基于联结模型,本文认为由于机会型框架凸显创业者通过失败学习为未来成功打下基础的积极主旨,引发社会大众记忆中与之相关的积极信息,倾向于减轻社会大众的失败恐惧感,增强创业意向。

在风险型框架中,网友对新闻的评论主要是对相关行业生存和状态的担忧,如“O2O 的竞争就是这么残酷”,“坚持活下去,对汽车服务 App 来说,估计也是一种成功”.基于联结模型,本文认为风险型框架凸显出失败企业所体现出的市场或行业问题,向社会大众发出了风险警告,这些消极表述引发社会大众记忆中与之相关的消极信息,很大程度上增强社会大众的失败恐惧感,弱化创业意向.由此提出:

推论 2 机会型框架弱化社会大众的失败恐惧感,进而可能增强其创业意向;风险型框架强化社会大众的失败恐惧感,进而可能减弱其创业

意向。

5 补充分析与结论

5.1 预研究分析(Ex ante Analysis)：新闻框架类型的选择与确定

在研究过程中,并非直接选择机会型框架和风险型框架进行定向编码得出框架类型,而是进行了一系列前置分析.首先根据 Cardon 等^[1]提出的“不幸-错误”框架进行预编码发现:第一,基于归因的框架类型无法完全概括中国官媒创业失败报道的新闻框架,在 141 篇新闻中,仅有 97 篇(68.8%)包含失败归因的相关内容;第二,官媒创业失败报道均以错误型为主要框架,未显示区域(省际)差异;第三,Cardon 等^[1]研究并未指出两类归因的主体,导致在编码过程中出现诸多模棱两可的情况.据此,本文无法照搬不幸和错误两类新闻框架类型对中国官媒的失败报道进行编码。

随后,研究者搜索了传播学关于污名事件、政治事件的新闻框架类型,以及创业学关于框架效应的研究.根据首次编码的经验判断,选择 Schuck 和 Vreese^[12]根据受众情感评价基调提出的机会型和风险型新闻框架,再次进行编码.发现参照这一分类,类目清晰、主体明确、可操作性强,

可以涵盖绝大多数官媒失败报道,不同省级行政区显示出框架差异.从操作的角度,“机会-风险”分类具有可行性与区分度。

研究者进一步论证了“机会-风险”框架的理论意义.已有研究根据个体的情感评价划分创业特征框架^[13],并探索其对创业意向的影响,为这一分类提供了理论参考.此外,相较于“不幸-错误”新闻框架聚焦失败事件本身的归因这一单维度,本文采用的“机会-风险”框架根据失败事件本身的多主体认知和失败的多层次结果综合判断(两组新闻框架分类依据详见表 9).根据表 2 题项,“机会-风险”的子类判断依据包括:1)失败事件本身:媒体对失败事件的评价,行业专家、投资人等利益相关者等外部人的评价;创业者或团队的自身认知;2)失败事件结果:从创业者个体和社会两个层面评价和描述失败的即时结果(例如,财务清偿、刑事或民事责任、投资人血本无归)以及后续影响(创业者积极通过学习东山再起、警示该行业的风险性等)。

综合理论意义和可操作性,研究者最终采用“机会-风险”的新闻框架类型进行编码.与“不幸-错误”新闻框架相比,“机会-风险”框架包含更丰富、更全面的内涵,不仅涵盖失败事件本身,还考虑了失败事件结果,也更适用于中国官媒的创业失败报道。

表 9 “机会-风险”和“不幸-错误”两组新闻框架分类依据的比较
Table 9 Comparison of “opportunity-risk” and “misfortune-mistake” news framings

新闻框架	失败事件本身	失败事件结果
机会-风险	不同主体(媒体、专家、利益相关者、创业者自身等)对失败事件的合法性评价(包括认知、归因等).机会-积极评价或描述;风险-消极评价或描述.	失败事件在不同层面(创业者个体、行业、区域等)的结果和后续影响.机会-强调失败后学习;风险-强调失败污名化.
不幸-错误	失败归因的判断:不幸-强调外部因素的影响或干涉导致失败,例如,市场力量、融资失败等;错误-强调内部管理或模式导致失败,例如商业模式缺陷、执行不力等.	未涉及

5.2 验证性分析(Post-hoc Analysis)：新闻框架类型与创业者经历的内生性检验

命题 2 提出,官媒选择机会型框架,将成功创业者的失败经历作为历史事件进行报道,而采取

风险型框架,将创业者近期发生的创业失败作为主要事件.为检验机会和风险的框架类型与创业者经历的内生性关系,本文结合天眼查工商记录中创业者的法人信息和任职信息、及 IT 桔子“死

亡公司库”和项目获投情况等多个数据库,进行验证性分析,结果表明官媒新闻框架的选择与创业者的成败没有必然联系^⑥。第一,官媒采取机会型框架并不意味着一定会选择“成功”的创业者。部分报道表明,机会型框架也可以用来报道近期发生的失败事件的同行启示或投资引导。例如,《北京商报》的报道《“互联网+教育”回归理性发展之路》,采用机会型框架表明“互联网+教育的商业模式可以解决信息不对称的难题,将成为未来的主要方向”。尽管新闻开篇案例介绍近期失败的“老师来了”,主要是对“撮合交易”的商业模式是否真正打造了新的价值体系进行反思,引出后续对理性商业模式的探讨和呼吁;第二,官媒选择风险型框架也不必然聚焦失败的创业者,报道其近期失败事件。本文发现,多位连环创业者的其他创业项目在新闻报道时已经取得成功或仍处于正常运转状态。例如,在《北京商报》的报道《生活服务 O2O 退烧,功夫熊停摆》中,创业者王润也是一位组合创业者,新闻主要报道的“功夫熊”不是他唯一一个失败项目,其创办的“有闲 APP”也于同时期失败但未在该新闻体现;并且,王润新开展的项目“河马充电”已在报道时成功获得首笔融资。

6 结束语

6.1 研究结论

基于政策导向和宣传定位,官媒如何意义建构和意义赋予创业失败事件,是我国独特且重要的理论与实践议题。本文系统分析了北京市、上海市、广东省三地官媒创业失败报道的新闻框架类型与结构,探究了中国官媒对创业失败事件进行意义建构和意义赋予的内在逻辑,并提出官媒意义建构与意义赋予创业失败的过程模型(如图 1)。本文得出以下研究结论:官媒使用两类新闻框架意义建构创业失败事件——机会型框架与风险型框架。在意义建构的基础上,官媒通过结构化、系统性地意义赋予实现对创业失败事件的“扫描”和“解读”,具体表现为创业失败事件类

型、失败原因解释、失败结果解读三个方面。新闻框架及其结构会通过框架效应影响社会大众的失败恐惧感和创业意向。本文推测,官媒根据区域创业活跃度,采用不同的框架意义建构与意义赋予创业失败事件,以发挥“调节剂”角色。

具体来说,当官媒选择机会型框架建构创业失败事件时,报道的对象通常选取当前取得成功或引人注目的创业者,失败经历作为回顾创业历程时的辅助事件。采用创业者主观视角建构过往失败事件,描述其对失败原因和结果的认知,以及失败为后续创业提供的借鉴意义。总的来说,官媒采用机会型框架建构失败,主要是为了向社会大众传递“失败是成功之母”的世俗智慧,表明失败反思、失败学习的重要性,以及过去失败与当前成功之间的因果关系,鼓励失败的创业者重振旗鼓,寻求机会东山再起。

当官媒选取风险型框架时,创业失败会成为报道的主要事件。该报道有可能仅包括一家引起广泛关注的失败企业,也可能同时引入行业内多家失败企业。报道视角包括创业者及其团队的内部分析,也涵盖专家学者、投资人等的外部行业判断、标杆分析和资本投入趋势。一般来说,官媒采用风险型框架建构失败,是通过典型死亡企业传达对“过热”行业中小型入局者的风险警示,引导潜在的和已进场的创业者保持理性,科学决策。

6.2 研究贡献

作为首个理论推演并基于新闻数据实证检验官媒如何建构创业失败事件的探索性研究,本文融合多学科视角,指明了中国情境下官媒的创业失败报道框架和结构,有益于丰富中国特色创业管理理论^[48, 49]。具体来说,本文理论贡献主要包括三个方面。第一,基于新闻框架与意义建构视角^[10, 18],识别了中国官媒意义建构创业失败事件采用的两类新闻框架——机会型框架和风险型框架。这一发现既挑战了 Cardon 等^[11]发现美国媒体采取“错误-不幸”新闻框架建构创业失败的结论,也丰富和延伸了创业失败新闻框架的分类依据。具体来说,“错误-不幸”仅依据失败本身

⑥ 出于篇幅所限,验证性分析的结果与示例并未在正文展示,感兴趣的读者可发邮件获取。

归因进行分类,而“机会-风险”框架基于受众的情感评价^[12, 13],融入多个失败建构主体,不仅包括失败事件本身的合法性评价,还包括对失败多层次结果的评价倾向。本文的探索亦回应了 Cardon 等^[1]在其他国家或地区研究创业失败新闻框架的提议,进一步启发未来研究继续挖掘全球不同文化背景下以及中国不同区域的媒体建构创业失败事件时可能采用的新闻框架类型。

第二,在区分官媒建构新闻框架的基础上,本文发现了不同新闻框架意义赋予的结构性差异,提供了官媒创业失败意义赋予的有效手段。对框架结构的研究,是对 Cardon 等^[11]的创业失败意义建构框架研究的有益补充。意义建构的新闻框架用于“造故事”,界定主题和内容;而意义赋予的框架结构是“讲故事”的核心,结构化、系统性地意义赋予才能实现影响社会大众和创业者的既定目标^[20]。本文从失败事件类型、失败原因解释和失败结果解读三方面发现不同新闻框架创业失败意义赋予的结构性差异,进一步启发未来研究从框架结构的角度探讨如何强化新闻框架效应,从而更有效地影响社会大众对创业失败的客观认知,塑造宽容失败氛围。

第三,将官媒作为创业失败意义建构与意义赋予的主体,既体现了官媒在战略选择上的主观能动性,可以根据创业活跃度等区域环境特征选取创业失败意义建构的框架;也延伸了意义建构与意义赋予的社会作用机制,其影响力不再局限于构建组织正当性和增强组织绩效等组织层面的结果^[14],还体现在影响社会大众的失败认知和创业意向。基于此,未来研究可以在媒体大数据的驱动下^[50, 51],继续探索官方媒体、网络媒体、自媒体等在研发失败、并购失败、转型失败等其他企业失败事件,以及质量缺陷、违反伦理等企业危机事件报道中采用的新闻框架类型与结构,挖掘媒体报道企业负面事件的决策与行为机制^[52]。

本文的实践启示主要包括以下两点:

第一,启发官媒采用特定的框架类型意义建构,并基于结构化的方式意义赋予创业失败事件,以塑造关于创业失败的制度环境和宽容失败氛围。官媒应根据政策导向的宣传目标,当区域创业

度过高或者行业过热时,多采用风险型框架建构创业失败事件;当鼓励进入或激发市场活力时,选择机会型框架建构创业失败。在建构的基础上,利用结构化的、系统化的、差异化的方式,从失败结果解读等多个方面意义赋予创业失败事件,通过框架效应激发社会大众的失败恐惧感或失败宽容度等情感体验,有效发挥媒体对创业失败社会认知的塑造作用。

第二,启发创业者、投资者及社会大众更加关注官媒等社会制度主体在建构创业失败事件时采用的新闻框架,从而理解官媒立场,理性解读官媒传递的政策导向信息。潜在进入者和创业者尤其需要意识到,作为正式制度的有益补充,官媒是基于非正式途径解读创业失败等污名事件的官方态度的重要窗口,在获取信息时准确识别官媒新闻框架中蕴含的制度内涵与行业导向,理性做出创业进入与退出决策。

6.3 不足与展望

作为首次回答“中国官媒如何意义建构与意义赋予创业失败”这一问题的探索性研究,尽管本文对相关理论进行了有益探索,但仍存在不足之处。结合近期事件,本文指出未来研究的潜在机会。

首先,受数据可得性限制,并未系统探究创业失败的官媒建构框架类型和结构如何影响创业者的后续决策,未来研究可聚焦某一特定事件,深入挖掘这一影响机制。例如,2021年媒体大量报道了由于教育部“双减”政策而导致教培机构面对的不确定性事件,但是,不同媒体也有不同侧重。例如,部分报道着眼于巨人教育、华尔街英语等行业巨无霸的轰然倒塌,部分特别关注了K12赛道兴起后采用互联网手段进军教育行业的小型企业的黯然离场,也有部分报道聚焦新政策下新东方、VIPKID等存活企业的转型之路。未来不仅可以探究媒体在报道中采取的框架类型和结构如何影响了社会大众对由于环境变化导致创业失败的认知,也可以进一步关注新闻报道如何影响创业者的退出、转型或再创业决策,以提供关于媒体建构创业失败的新闻类型和结构如何产生影响的深层机制。

第二,尽管多次提及官媒是政策导向的非正

式载体,本文并未深度挖掘官媒报道的政策探路者和传播者作用。当前,官媒在揭露企业负面事件、污名事件中发挥着越来越重要的作用,早期报道或许作为民意测试,为正式制度出台提供依据。例如,近期官媒跟踪报道了网约车平台的安全问题、社区团购的低价倾销问题、电商平台的恶性竞争等负面事件,并在网络平台引起了巨大反响,为未来探索官媒报道企业失败、欺诈、垄断等负面事件时发挥的民意测验、政策探路等功能提供了丰富素材。

最后,官媒的新闻框架很大程度上服务于制度宣导需求,其采取的新闻框架和结构未必会得到其他类型媒体的效仿。未来研究可响应“管理+”交叉学科研究^[53],融合传播学、认知心理学、公共管理等学科视角,进一步探讨官媒、网络媒体或自媒体如何建构创业失败事件,并通过相关内容的浏览数、转发数、点赞数、评论内容等^[54],探讨各类型的媒体如何与不同社会地位、不同立场、不同职业、不同年龄、不同性别的受众进行社会互动和情绪感染,提升整个社会的宽容失败氛围。



图1 官媒意义建构与意义赋予创业失败的过程模型

Fig. 1 Process model of sensemaking and sensegiving by the official media in reporting entrepreneurial failure

注: 图中实线部分表示本文提出的命题,虚线部分表示本文提出的推论。

参 考 文 献:

- [1] Cardon M S, Stevens C E, Potter D R. Misfortunes or mistakes?: Cultural sensemaking of entrepreneurial failure[J]. Journal of Business Venturing, 2011, 26(1): 79-92.
- [2] 薛 可, 孟筱筱, 宋锋森. 差异与互补: 官方与民间社交媒体的新闻生产对比研究[J]. 新闻记者, 2019, (5): 67-74.
Xue Ke, Meng Xiaoxiao, Song Fengsen. Differences and complementarities: A comparative study of news production in official and private social media[J]. Journalism Review, 2019, (5): 67-74. (in Chinese)
- [3] 夏 楸, 杨一帆, 郑建明. 媒体报道、媒体公信力与债务成本[J]. 管理评论, 2018, 30(4): 180-193.
Xia Qiu, Yang Yifan, Zheng Jianming. Media coverage, media credibility and cost of debt[J]. Management Review, 2018, 30(4): 180-193. (in Chinese)
- [4] 金字超, 靳庆鲁, 严青蕾. 合谋与胁迫: 作为经济主体的媒体行为——基于新闻敲诈曝光的事件研究[J]. 管理科学学报, 2018, 21(3): 1-22.
Jin Yuchao, Jin Qinglu, Yan Qinglei. Collusion and extortion: Media behavior under economics perspective: An event study based on news extortion case[J]. Journal of Management Sciences in China, 2018, 21(3): 1-22. (in Chinese)
- [5] Mantere S, Aula P, Schildt H, et al. Narrative attributions of entrepreneurial failure[J]. Journal of Business Venturing, 2013, 28(4): 459-473.
- [6] Kibler E, Mandl C, Farny S, et al. Post-failure impression management: A typology of entrepreneurs' public narratives after

- business closure[J]. *Human Relations*, 2021, 74(2): 286–318.
- [7] 郑馨, 周先波, 陈宏辉, 等. 东山再起: 怎样的国家制度设计能够促进失败再创业? ——基于56个国家7年混合数据的证据[J]. *管理世界*, 2019, (7): 136–181.
- Zheng Xin, Zhou Xianbo, Chen Honghui, et al. Fail but try again: What kind of national institutional design can promote re-venture of the failed entrepreneur?: Evidence based on 7 year mixed data of 56 countries[J]. *Journal of Management World*, 2019, (7): 136–181. (in Chinese)
- [8] 杨学儒, 叶文平, 于晓宇, 等. 哪些创业失败者更可能卷土重来? ——基于松-紧文化与制度环境的跨国比较研究[J]. *管理科学学报*, 2019, 22(11): 1–18.
- Yang Xueru, Ye Wenping, Yu Xiaoyu, et al. Which venture losers are more likely to start again?: A cross-national comparative research from tight-loose culture and institutional environment perspective[J]. *Journal of Management Sciences in China*, 2019, 22(11): 1–18. (in Chinese)
- [9] Damaraju N L, Barney J, Dess G. Dostringent bankruptcy laws always deter entrepreneurial activities? A study of cultural influences[J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2021, 45(2): 418–439.
- [10] Tuchman G. *Making News: A Study of Social Construction of Reality*[M]. New York: Free Press, 1999.
- [11] 杨玉龙, 孙淑伟, 孔祥. 媒体报道能否弥合资本市场上的信息鸿沟? ——基于社会关系网络视角的实证考察[J]. *管理世界*, 2017, (7): 99–119.
- Yang Yulong, Sun Shuwei, Kong Xiang. Can media coverage bridge the information gap in capital markets?: Empirical study from the perspective of social network[J]. *Journal of Management World*, 2017, (7): 99–119. (in Chinese)
- [12] Schuck A, Vreese C. Between risk and opportunity news framing and its effects on public support for EU enlargement[J]. *European Journal of Communication*, 2006, 21(1): 5–32.
- [13] 段锦云, 孙建群, 简丹丹, 等. 创业特征框架对创业意向的影响——创业认知的视角[J]. *南开管理评论*, 2016, 19(5): 182–192.
- Duan Jinyun, Sun Jianqun, Jian Dandan, et al. The influence of entrepreneurial attribute framing on entrepreneurial intention: An entrepreneurial cognition perspective[J]. *Nankai Business Review*, 2016, 19(5): 182–192. (in Chinese)
- [14] Maitlis S, Lawrence T B. Triggers and enablers of sense giving in organizations[J]. *The Academy of Management Journal*, 2007, 50(1): 57–84.
- [15] Arnheim R. *Art and Visual Perception: A Psychology of the Creative Eye*[M]. Berkeley: University of California Press, 1974.
- [16] Pan L, Li X, Chen J, et al. Sounds novel or familiar? Entrepreneurs' framing strategy in the venture capital market[J]. *Journal of Business Venturing*, 2020, 35(2), doi: 10.1016/j.jbusvent.2019.02.003.
- [17] Tversky A, Kahneman D. The framing of decisions and the psychology of choice[J]. *Science*, 1981, 211(4481): 453–458.
- [18] Gioia D A, Chittipeddi K. Sensemaking and sensegiving in strategic change initiation[J]. *Strategic Management Journal*, 1991, 12(6): 433–448.
- [19] Maitlis S, Christianson M. Sensemaking in organizations: Taking stock and moving forward[J]. *Academy of Management Annals*, 2014, 8(1): 57–125.
- [20] 汪涛, 周玲, 彭传新, 等. 讲故事塑品牌: 建构和传播故事的品牌叙事理论——基于达芙妮品牌的案例研究[J]. *管理世界*, 2011, (3): 112–123.
- Wang Tao, Zhou Ling, Peng Chuanxin, et al. Storytelling and brand building, brand narrative theory of constructing and disseminating a story: Case study based on Daphne[J]. *Journal of Management World*, 2011, (3): 112–123. (in Chinese)
- [21] Sutton R I, Callahan A L. The stigma of bankruptcy: Spoiled organizational image and its management[J]. *The Academy of Management Journal*, 1987, 30(3): 405–436.
- [22] Santana J J. Embracing Failure: A Socio-Computational Analysis of Entrepreneurial Failure Narratives[C]. *Academy of*

- Management Proceedings, Briarcliff Manor, NY 10510: Academy of Management, 2020, (1): 21707.
- [23] Fisch C, Block J H. How does entrepreneurial failure change an entrepreneur's digital identity? Evidence from Twitter data [J]. Journal of Business Venturing, 2021, 36(1), doi: 10.1016/j.jbusvent.2020.106015.
- [24] Ucbasaran D, Shepherd D A, Lockett A, et al. Life after business failure: The process and consequences of business failure for entrepreneurs [J]. Journal of Management, 2013, 39(1): 163–202.
- [25] 王法硕, 丁海恩. 官方媒体使用如何影响制度自信? ——爱国主义的中介作用与政治知识的调节作用 [J]. 东北大学学报(社会科学版), 2020, 22(3): 47–55.
- Wang Fashuo, Ding Haien. How does official media use affect confidence in the system? The mediating role of patriotism and the moderating role of political knowledge [J]. Journal of Northeastern University (Social Science), 2020, 22(3): 47–55. (in Chinese)
- [26] 杨赛楠, 叶文平, 苏晓华. 对官方媒体的信任促进了民营企业创新投入吗? [J]. 外国经济与管理, 2020, 42(5): 90–104.
- Yang Sainan, Ye Wenping, Su Xiaohua. Does the trust in official media promote private enterprise investment in innovation? [J]. Foreign Economics & Management, 2020, 42(5): 90–104. (in Chinese)
- [27] Hambrick D C, D'Aveni R A. Large corporate failures as downward spirals [J]. Administrative Science Quarterly, 1988, 33(1): 1–23.
- [28] 侯光辉, 陈 通, 傅安国, 等. 框架、情感与归责: 焦点事件在政治话语中的意义建构 [J]. 公共管理学报, 2019, 16(3): 73–85, 171–172.
- Hou Guanghui, Chen Tong, Fu Anguo, et al. Framing, emotion and blame attribution: Focusing events in political discourse [J]. Journal of Public Management, 2019, 16(3): 73–85, 171–172. (in Chinese)
- [29] Efrat R. Bankruptcy stigma: Plausible causes for shifting norms [J]. Emory Bankruptcy Developments Journal, 2006, 22(2): 481–519.
- [30] Logemann M, Piekkari R, Cornelissen J. The sense of it all: Framing and narratives in sensegiving about a strategic change [J]. Long Range Planning, 2019, 52(5): 101852.
- [31] 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]. 台北市: 台湾三民书局, 1999.
- Zang Guoren. News Media and Information Sources: News Framework and Real Construction [M]. Taipei: Taiwan Sanmin Book Bureau, 1999. (in Chinese)
- [32] Van Dijk T A. News as Discourse [M]. London: Taylor & Francis, 1988.
- [33] Achtenhagen L, Welter F. 'Surfing on the ironing board': The representation of women's entrepreneurship in German newspapers [J]. Entrepreneurship & Regional Development, 2011, 23(9–10): 763–786.
- [34] Walsh G S, Cunningham J A. Regenerative failure and attribution: Examining the underlying processes affecting entrepreneurial learning [J]. International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research, 2017, 23(4): 688–707.
- [35] Singh S, Corner P, Pavlovich K. Coping with entrepreneurial failure [J]. Journal of Management & Organization, 2007, 13(4): 331–344.
- [36] Krippendorff K. Content Analysis: An Introduction to Its Methodology (2nd Ed.) [M]. Thousand Oaks: Sage Publications, 2004.
- [37] 周 翔. 传播学内容分析研究与应用 [M]. 重庆: 重庆大学出版社, 2014.
- Zhou Xiang. Content Analysis of Communications: Research and Applications [M]. Chongqing: Chongqing University Press, 2014. (in Chinese)
- [38] Nelson T E, Clawson R A, Oxley Z M. Media framing of a civil liberties conflict and its effect on tolerance [J]. American Political Science Review, 1997, 91(3): 567–583.
- [39] Maitlis S. The social processes of organizational sensemaking [J]. The Academy of Management Journal, 2005, 48(1): 21–49.
- [40] Zunino D, Dushnitsky G, van Praag M. How do investors evaluate past entrepreneurial failure? Unpacking failure due to

- lack of skill versus bad luck[J]. *Academy of Management Journal*, 2022, 65(4): 1083–1109.
- [41] Entman R M. Framing: Toward clarification of a fractured paradigm[J]. *Journal of Communication*, 1993, 43(4): 51–58.
- [42] Thomas J B, Clark S M, Gioia D A. Strategic sensemaking and organizational performance: Linkages among scanning, interpretation, action, and outcomes[J]. *Academy of Management Journal*, 1993, 36(2): 239–270.
- [43] Radu M, Redien-Collet R. The social representation of entrepreneurs in the French press desirable and feasible models?[J]. *International Small Business Journal*, 2008, 26(3): 259–298.
- [44] Altheide D L. The news media, the problem frame, and the production of fear[J]. *The Sociological Quarterly*, 1997, 38(4): 647–668.
- [45] 何良兴, 张玉利. 失败恐惧与创业抉择关系研究——宽容氛围与创业精神的视角[J]. *研究与发展管理*, 2020, 32(2): 94–105.
- He Liangxing, Zhang Yuli. Research on fear of failure and entrepreneurial choice: Perspectives of tolerant atmosphere and entrepreneurial spirit[J]. *R&D Management*, 2020, 32(2): 94–105. (in Chinese)
- [46] Michael W, Rolf S, Michael S. Failing role models and the formation of fear of entrepreneurial failure: A study of regional peer effects in German regions[J]. *Journal of Economic Geography*, 2018, (3): 567–588.
- [47] Levin I P, Schneider S L, Gaeth G J. All Frames are not created equal: A typology and critical analysis of framing effects[J]. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 1998, 76(2): 149–188.
- [48] 陈晓红, 蔡莉, 王重鸣, 等. 创新驱动的重大创业理论与关键科学问题[J]. *中国科学基金*, 2020, 34(2): 228–236.
- Chen Xiaohong, Cai Li, Wang Chongming, et al. Important theories and critical scientific questions of innovation-driven entrepreneurship[J]. *Bulletin of National Natural Science Foundation*, 2020, 34(2): 228–236. (in Chinese)
- [49] 周冬梅, 陈雪琳, 杨俊, 等. 创业研究回顾与展望[J]. *管理世界*, 2020, 36(1): 206–225, 243.
- Zhou Dongmei, Chen Xuelin, Yang Jun, et al. Entrepreneur research: A review and prospects[J]. *Journal of Management World*, 2020, 36(1): 206–225, 243. (in Chinese)
- [50] Suárez J L, White R E, Parker S, et al. Entrepreneurship and the mass media: Evidence from big data[J]. *Academy of Management Discoveries*, 2021, 7(2): 247–265.
- [51] 伍之昂, 赵新元, 黄宾, 等. 基于文献计量的大数据管理决策研究热点分析[J]. *管理科学学报*, 2021, 24(6): 117–126.
- Wu Zhiang, Zhao Xinyuan, Huang Bin, et al. Status and trends in big-data-driven managerial decision-making on bibliometric[J]. *Journal of Management Sciences in China*, 2021, 24(6): 117–126. (in Chinese)
- [52] Chandler D, Polidoro Jr F, Yang W. When is it good to be bad?: Contrasting effects of multiple reputations for bad behavior on media coverage of serious organizational errors[J]. *Academy of Management Journal*, 2020, 63(4): 1236–1265.
- [53] 何佳讯, 葛佳烨, 张凡. 中国学者管理学研究的世界贡献: 国际合作、前沿热点与贡献路径——基于世界千种管理学英文期刊论文(2013~2019年)的定量分析[J]. *管理世界*, 2021, 37(9): 36–67.
- He Jiaxun, Ge Jiaye, Zhang Fan. Chinese scholars' contribution to the world's management research from the perspective of international collaborations, frontier hotspots and contribution approaches: A quantitative analysis based on a thousand of international English management journals (2013–2019)[J]. *Journal of Management World*, 2021, 37(9): 36–47. (in Chinese)
- [54] 金晓玲, 周中允, 尹梦杰, 等. 在线用户点赞与评论行为的产生机理差异研究——以医疗健康类企业微信公众号为例[J]. *管理科学学报*, 2021, 24(4): 54–68.
- Jin Xiaoling, Zhou Zhongyun, Yin Mengjie, et al. Understanding antecedent differences across online users' like and comment behaviors: The case of healthcare enterprise WeChat public platform[J]. *Journal of Management Sciences in China*, 2021, 24(4): 54–68. (in Chinese)
- [55] Fridkin K, Wintersieck A, Courey J, et al. Race and police brutality: The importance of media framing[J]. *International*

Journal of Communication, 2017, (11): 3394 – 3414.

- [56] Hopp F R, Fisher J T, Weber R. Dynamic transactions between news frames and sociopolitical events: An integrative, hidden Markov model approach[J]. Journal of Communication, 2020, 70(3): 335 – 355.

Sensemaking and sensegiving of entrepreneurial failure events: Evidence from Chinese official media reports

YU Xiao-yu^{1, 2, 3}, JIA Ying-ya^{1, 2, 3*}

1. School of Management, Shanghai University, Shanghai 200444, China;
2. Shanghai Center for Enterprise Innovation and High-quality Development(SCEI&HD), Shanghai University, Shanghai 200444, China;
3. Center for Digital Innovation and High-quality Development, Shanghai University, Shanghai 200444, China

Abstract: Chinese official media uses various types of news framing to report entrepreneurial failure. However, there is limited knowledge on how the official media make sense of (sensemaking) and give sense to (sensegiving) entrepreneurial failure events, and its subsequent effects on public cognition and failure tolerance climate. Using entrepreneurial failure events reported by Chinese official media in Beijing, Shanghai and Guangdong from 2015 to 2017, this study employs content analysis to construct a process model of sensemaking and sensegiving by the official media in their reporting of entrepreneurial failure. There are three main findings. 1) Chinese official media uses two types of news framing to make sense of entrepreneurial failure: Risk framing and opportunity framing. 2) The sensegiving structures of these two types of framing differ significantly in terms of the event category of entrepreneurial failure, the attributes of entrepreneurial failure, and the outcomes interpretation of entrepreneurial failure. 3) The type of news framing used is dependent on regional entrepreneurial activity and can shape the public's cognition of entrepreneurial failure and entrepreneurial intention. Combining the knowledge of news framing in communication studies with sensemaking theory in strategic management, this study investigates the social construction processes of entrepreneurial failure by Chinese official media. The findings offer important implications for recognizing how official media systematically and structurally choose the type of news framing to construct entrepreneurial failure stories and their roles in shaping of public cognition.

Key words: entrepreneurial failure; sensemaking; sensegiving; news framing; Chinese official media; entrepreneurial narratives; failure tolerance climate