

分类号: G206
密 级: 公开

单位代码: 10422
学 号: 202133986



山东大学
SHANDONG UNIVERSITY

硕士学位论文

Thesis for Master Degree
(专业学位)

论文题目: 媒介间议程设置视角下微博与报纸的拐卖儿童
报道对比分析

A Comparative Analysis of Weibo and Newspaper Reports
on Child Abduction and Trafficking from the Perspective
of Intermedia Agenda Setting

作者姓名	王改荣
培养单位	新闻传播学院
专业学位名称	新闻与传播
指导教师	冯强 副教授
合作导师	

2024 年 05 月 26 日

摘 要

拐卖儿童犯罪作为一个错综复杂的社会问题，对家庭和社会造成了严重危害。在“政府主导、公安推动、社会参与”的拐卖儿童社会救助保护模式中，媒体报道在各个环节都起着至关重要的作用。传统媒体持续关注拐卖儿童议题，与此同时社交媒体积极讨论，多种类型媒体进行互动共同构建了新的舆论场。在此背景下，各主体的议程特征及其间的媒介间议程设置关系值得关注和研究。

作为传播学经典理论议程设置的延展，媒介间议程设置理论可以用于研究不同媒体在报道主题方面相互关注的程度，能够进一步对媒体间信息流向进行因果推断。本研究聚焦于2022年全年媒体对拐卖儿童议题的报道，通过内容分析、情感分析和时间序列分析等方法，将3600条政务微博、1617条媒体微博、195篇党报报道和319篇都市报报道作为样本，研究各媒体的媒介间议程设置。

研究发现，微博和报纸以及政务微博、媒体微博、党报和都市报之间都存在显著正向相关关系。在议题层面，微博虽然能够设置报纸的议程，但两者关注点存在差异，微博除了关注“执法打击与政策法规”和“社会支持与援助”这两个主题外，还关注了“非法交易与人权侵犯”等三个主题，而报纸只关注“执法打击与政策法规”等两个主题。政务微博与媒体微博在“执法打击与政策法规”和“社会支持与援助”两个主题上互为因果，在“家庭背景与风险因素”和“儿童失踪与拐卖”两个主题上政务微博单向引导媒体微博。都市报在“执法打击与政策法规”这一主题上对党报有影响。在情感层面，未发现微博和报纸存在因果关系，微博报道以负面态度为主，报纸报道主要呈现出中立态度。媒体微博在“执法打击与政策法规”和“儿童失踪与拐卖事件”主题中能设置政务微博的负面情感。党报在“执法打击与政策法规”主题上影响了都市报的中立情感。

本研究旨在从社会问题层面丰富媒介间议程设置理论，深入分析中国社交媒体与传统媒体在解决社会问题时的注意力互动机制，从而推进这一起源于美国的理论在中国的本土化研究。与此同时，验证时间序列分析方法在媒介间议程设置研究中的适用性和有效性。除此之外，研究能深入讨论不同媒体的互动关系和影响方式，为媒介管理和政策制定提供有价值的参考。

关键词：拐卖儿童议题；媒介间议程设置；微博；报纸；时间序列分析

ABSTRACT

As a tangled and complicated social problem, the crime of child abduction and trafficking poses a serious danger to families and society. In the “government-led, public security-promoted, social participation” model of social assistance and protection for child abduction and trafficking, media coverage plays a crucial role in all aspects. The traditional media continue to pay attention to the issue of child abduction and trafficking, while at the same time, social media actively discuss the issue, and various types of media interact with each other to build a new field of public opinion. In this context, the agenda characteristics of each subject and the inter-media agenda-setting relationship between them deserve attention and research.

As an extension of the classic theory of agenda setting in communication studies, intermedia agenda setting theory can be used to study the extent to which different media pay attention to each other in terms of the topics they cover, and is able to further make causal inferences about the flow of information between media. This study focuses on the media coverage of child abduction and trafficking throughout the year of 2022, and uses 3600 government Weibo, 1617 media Weibo, 195 party newspaper reports and 319 metropolitan newspaper reports as samples to study the intermedia agenda setting among media through content analysis, sentiment analysis and time series analysis.

The study found that there is a significant positive correlation between Weibo and newspapers, as well as between political Weibo, media Weibo, party newspapers and metropolitan newspapers. At the issue level, although Weibo is able to set the agenda of newspapers, there is a difference in their focuses, with Weibo focusing on the topics of “law enforcement crackdowns and policies and regulations” and “social support and assistance,” in addition to three topics of “illegal trade and human rights violations,” while newspapers only focus on the topics of “law enforcement crackdowns and policies and regulations,” while newspapers only focus on the topics of “illegal trade and human rights violations”. In addition to the two themes of “law enforcement crackdown and policies and regulations” and “social support and assistance”, Weibo also focuses on the three themes of “illegal trade and human rights violations”, while newspapers only focus on the two themes of “law enforcement crackdown and policies and regulations”. Government Weibo and media Weibo are mutually dependent on each other in the themes of “law enforcement and policies and regulations” and “social support and assistance”, and in the themes of “family background and risk factors” and “missing children and abduction”, the newspapers only focus on two themes. On the

themes of “family background and risk factors” and “missing children and trafficking”, government Weibo unilaterally guided media Weibo. The metropolis newspaper influenced the party newspaper on the theme of “law enforcement and policies and regulations”. On the sentiment level, no causal relationship was found between Weibo and newspapers, with Weibo reports showing a predominantly negative attitude, and newspaper reports showing a predominantly neutral attitude. Media Weibo was able to set the negative sentiment of political Weibo in the themes of “law enforcement crackdown and policies and regulations” and “missing children and abduction”. Party newspapers influenced the neutral sentiment of metropolitan newspapers in the theme of “law enforcement crackdown and policies and regulations”.

This study aims to enrich the theory of intermedia agenda-setting from the level of social problems, to analyze in depth the mechanism of attention interaction between Chinese social media and traditional media in solving social problems, and thus to advance the localized research of this theory, which originated in the United States, in China. At the same time, the applicability and validity of the time series analysis method in intermedia agenda setting research is verified. In addition, the study will provide valuable references for media management and policy making by discussing in depth the interaction and influence of different media.

Key words: Intermedia agenda setting; Child Trafficking; Weibo; Newspaper; Time series analysis

目 录

第一章 绪论.....	1
第一节 研究背景.....	1
第二节 研究问题与目的.....	2
第三节 研究意义.....	2
第四节 文章结构.....	3
第二章 文献综述	4
第一节 人口拐卖议题中的媒介力量	4
一、中国拐卖儿童议题研究现状.....	4
二、媒体在拐卖议题中的作用.....	5
三、拐卖议题的媒介建构.....	6
第二节 媒介间议程设置文献综述	7
一、议程设置理论与媒介间议程设置理论.....	7
二、新媒体环境下的媒介间议程设置理论.....	8
三、媒介间议程设置中的时间滞后.....	9
四、媒介间议程设置中的媒体类型.....	10
五、议程设置的实质与情感属性.....	11
第三章 研究设计	13
第一节 研究内容及思路.....	13
第二节 数据收集.....	14
一、样本选择.....	14
二、数据获取.....	14
第三节 研究方法.....	14
一、内容分析.....	14
二、情感分析.....	15
三、时间序列分析.....	15
第四章 研究结果	18
第一节 议程凸显性分析.....	18
一、传播数量及趋势分析.....	18
二、报道焦点及发展趋势分析.....	22
第二节 议程相关性分析.....	30
一、媒体间相关性分析.....	30
二、微博与报纸相关性分析.....	30
第三节 议程导向性分析.....	31
一、格兰杰因果关系检验.....	31

二、实质属性导向性分析.....	33
三、情感属性导向性分析.....	34
第五章 结论与讨论	38
第一节 研究结论.....	38
一、研究问题及假设结果汇总.....	38
二、微博和报纸的关系.....	39
三、媒体间的相互影响.....	39
四、情感与主题的分布特点.....	39
第二节 研究讨论.....	40
一、拐卖儿童议题参与的多主体互动.....	40
二、拐卖儿童报道主题的差异性流动.....	41
三、媒体议程与公众舆论的相互性影响.....	41
第三节 实践策略与建议.....	42
一、社会规范功能视角下坚持理性引导.....	42
二、环境监视功能视角下进行持续曝光.....	43
三、社会协调功能视角下构建协寻系统.....	43
第四节 研究局限与展望.....	44
参考文献.....	45
附录.....	53

第一章 绪论

第一节 研究背景

拐卖问题（主要针对妇女和儿童）由来已久，不仅扰乱社会秩序，也给受害者及其家庭造成严重伤害。儿童相较于妇女，在辨别能力、防范意识和抵抗能力上更为薄弱，这使得他们更容易成为不法分子侵害的对象。在以往，拐卖儿童犯罪由于搜索范围广、破案难度高，一直困扰着社会各界。随着新技术和新媒体的发展，媒体配合警方积极进行宣传，拐卖儿童犯罪活动较以往更容易被侦查和破获。公安部建立的“全国公安机关查找被拐卖/失踪儿童信息系统”“公安机关查找被拐卖/失踪儿童DNA数据库”以及“天网监控系统”工程，为拐卖儿童的救助提供了许多宝贵线索^[1]。与此同时，国务院办公厅印发的《中国反对拐卖人口行动计划（2021—2030年）》中也提到，“要创新宣传教育方法，加强舆论引导，积极回应社会关切，充分运用互联网和新媒体开展宣传教育^[1]。”

在拐卖儿童议题的报道中，新媒体发挥着越来越重要的作用，影响着各类媒体在拐卖儿童议题报道中的传播话语体系和传播力度。中国的传统官方媒体在过去主导信息的生成与传播，但随着微博等社交媒体的发展，传统官方媒体在设定议程和引导舆论等方面的能力受到了冲击，特别是在此类波及面广、影响力大的议题上。以微博为代表的社交媒体相较于传统媒体有更大的议程设置独立性，在多元主体的参与过程中，为公众提供了更多社会问题关注视角以及个人层面的问题。然而，传统媒体仍在塑造舆论、传递深度信息和维护新闻的可信度方面发挥着不可替代的作用。当拐卖儿童事件发生或破获时，社交媒体和传统媒体之间的交流与影响、两者不同的传播策略以及不同主体在该议题上呈现出的不同特征对追踪事件发展、安抚公众情绪以及推进社会稳定等方面都至关重要。

媒介间议程设置理论在媒介效果研究中占有重要地位，它进一步拓展了议程设置理论的研究范畴。该理论不仅可用于研究不同媒体在报道主题上的相互影响和关注程度，能够深入探究各类媒介议程之间信息流动的因果关系。除此之外，也可以在多层次议程设置中进行检验。媒介间议程设置理论揭示了媒体间相互作用的复杂性，以及这些作用如何塑造和影响公众的认知与态度。这一理论为媒介效果研究提供了新的视角和方法，有效弥补了传统议程设置研究在因果推断方面的不足。早期的大部分研究主要聚焦于传统媒体之间的议程设置，特别是政治选举和公共政策领域的议题^[2-9]，而对于社会问题背景下的媒介间议程设置研究相对较少。除此之外，当今大多研究往往侧重于探究社交媒体与传统媒体之间的议程设置影响，而忽视了社交媒体和传统媒体内部的互动。

本研究以中国语境下的拐卖儿童议题为切入点，从媒介间议程设置的视角进行深入分析，观察各主体的议程特征及其间的相关性和引导关系，相关结果有助于推动社会议题的深入研究，亦能了解各类主体议程互动的规律，更好地发挥各方在拐卖儿童议题上的影响力。

第二节 研究问题与目的

本研究基于媒介间议程设置理论及第一层、第二层议程设置理论，从社会广泛关注的拐卖儿童议题出发，利用内容分析、情感分析以及时间序列分析等量化方法，聚焦2022年全年媒体公开发布的拐卖儿童报道，将相关报道分类归纳至不同主题，检视和分析新媒体环境下四种媒体（政务微博、媒体微博、党报、都市报）之间的议程互动模式。

研究尝试使用多种方法探究媒介间议程设置的动态互动过程和形成机制，比较不同媒体的媒介间议程设置效果与影响因素，探讨不同媒体对拐卖儿童议题的引导和塑造作用，为不同媒体传播策略的制定和优化提供数据支持与参考。

第三节 研究意义

在理论应用方面，本研究可以从社会问题层面丰富媒介间议程设置理论，探索中国社交媒体和传统媒体在社会问题中的注意力互动机制。从研究议题上，将拐卖儿童议题放在不同层次议程设置视域下进行分析和检验，研究将发端于美国的理论与中国实际相结合并进行研究，这不仅有助于深化对媒介间议程设置理论的理解，还能进一步丰富其研究议题，特别是在中国语境下的应用；在研究方法上，本研究将特别关注时间序列分析方法的适用性和有效性。这一方法的验证不仅有助于推动媒介间议程设置研究的创新，也为中国本土化的研究提供了有力的方法论支撑。时间序列分析方法在传播学研究中具有独特的优势，可以揭示变量之间的长期趋势和动态关系。探索时间序列分析方法在传播学研究中的优势和局限，有利于更好地应用该方法进行媒介间议程设置研究。在研究对象上，本研究将进一步分析不同媒体之间的影响机制，全面讨论不同媒体的互动关系和影响方式，能为媒介管理和政策制定提供有价值的参考。

从现实意义角度出发，在当下信息过载的网络发展环境中，如何利用社交媒体和传统媒体之间的注意力互动和协同效应，发挥网络舆论与传统舆论的双重威力，提高媒体在拐卖儿童议题中的救助保护能力，是值得深思和研究的问题。从社会关注角度来看，深入研究该问题有助于提升拐卖儿童议题的社会关注度，为此类社会事件的研究提供借鉴和启示。于媒体而言，深入了解媒介的影响力，探究不同媒体报道的机制，也有益于媒体制定有效的传播策略。针对政府而论，了解该问题在媒体中的呈现和议

程设置情况，可寻找更多有益于问题应对和政策制定的方案，建立有效的沟通和合作机制，推动各方打击拐卖犯罪，保护弱势群体。

第四节 文章结构

本文探究了新媒体环境下不同媒体之间的议程互动模式。全文将从五个章节展开，具体包括：绪论、文献综述、研究设计、研究结果、研究结论与讨论。

第一章：绪论，本章主要介绍研究背景、目的、意义以及论文结构。文章从研究背景展开，探究研究意义与目的，展示研究思路与方法，建立起研究的基本框架。

第二章：文献综述，回顾和评述与研究相关的国内外文献，以及对本研究有指导或启示作用的理论，试图厘清相关理论概念、研究现状，做出研究假设。

第三章：研究设计，介绍研究所采用的主要研究方法和技術，包括数据收集情况、样本情况、数据分析的过程等。

第四章：研究结果，对数据分析结果进行解释和说明，指出是否支持或拒绝研究问题或假设，对研究的结果进行汇总概括。

第五章：研究结论与讨论，在研究结果的基础之上总结和归纳全文，得出研究结论，并进一步探讨其在理论和实践上的启示以及背后成因。讨论其贡献与不足，并对可深入研究的部分进行展望。

第二章 文献综述

第一节 人口拐卖议题中的媒介力量

一、中国拐卖儿童议题研究现状

拐卖人口犯罪在国际上被称为人口贩运，是全球最严重的犯罪现象之一。它已经成为位列世界第三的跨国有组织犯罪，仅次于贩卖毒品和走私军火^[10]。人口贩运指的是，为剥削目的而通过暴力威胁或使用暴力等手段招募、运送、转移、窝藏或接收人员^[11]。在中国法律中，拐卖行为指的是通过拐骗、绑架、收买、贩卖、施诈、接送、中转人口的形式以获利的行为^[12]。《中华人民共和国刑法》规定“拐卖妇女、儿童的，处5年以上10年以下有期徒刑，并处罚金；有条文所列八种加重情节之一的，处10年以上有期徒刑或者无期徒刑，并处罚金或者没收财产；情节特别严重的，处死刑，并处没收财产^[12]。”与妇女相比，儿童的辨别能力和抵抗能力更弱，人身权利极易遭受侵犯。为了有效保护儿童的合法权益，我国对于打击拐卖儿童犯罪的力度持续加强，儿童拐卖现象显著降低。根据《中国儿童发展纲要通知（2021—2030年）》统计监测报告显示，在统计截止的三年里，儿童失踪信息紧急发布平台发布了近4000名儿童失踪信息，安全找到的儿童超过3900人，找回率高达98%以上^[13]。《中国反对拐卖人口行动计划（2021—2030年）》^[14]强调，积极应对国内外拐卖人口犯罪的严峻形势，有效预防、依法打击拐卖人口犯罪。多年间，我国通过多种措施强化对拐卖犯罪的打击力度，包括修订法律、发布指导意见和出台司法解释，以提供明确的法律依据。

中国拐卖儿童的学术研究主要集中在社会学、犯罪学、法学等方面，研究者在形成背景及原因^[15]、法律演进和政策措施、防治^[16]与后续^[17]跟进等问题上进行了深入阐述和剖析。关于拐卖儿童议题的研究整体较少，针对该议题，研究者聚焦于媒体如何报道拐卖儿童事件^[18]、事件发酵过程中媒体起到的作用^[19]、拐卖儿童谣言的传播^[20]与治理、拐卖儿童新闻报道伦理失范^[21]等方面。1990年开始，国内学者及媒体从业者开始关注拐卖儿童议题，有学者讨论了传统媒体传播拐卖儿童事件的方式和作用。在2011年后，关于拐卖儿童议题的研究逐渐增多，该阶段的研究集中在“微博打拐”，讨论了拐卖儿童议题中的微博力量^[22-25]、虚假信息的应对^[26, 27]及议程设置作用^[28-30]等问题。在影视传播方面，以拐卖儿童为主题的诸多作品强化了人们对拐卖问题的关注度、普及了法律知识并促进了打拐工作的进行，与其相关的学术研讨了儿童拐卖的电影^[31]和电视剧中体现的意识形态、文化和现象存在的主要原因，以揭示拐卖犯罪思想层面的发生原因^[32]。

综合目前的研究发现可以得知，国内现有的关于拐卖儿童和媒体的研究往往侧重于新闻报道伦理、微博打拐的影响以及影视传播等方面，但针对拐卖新闻报道整体逻

辑的研究较少，未能较完整地阐述新媒体与传统媒体的互动机制。然而在当下，新媒体的快速传播可能会影响到传统媒体的报道策略和角度选择，而传统媒体的深度报道又可能会引发新媒体上的更多关注和讨论。只有深入研究这种互动机制，才能更好地理解不同媒体在拐卖议题中的作用以及该议题在媒体中的呈现方式。

二、媒体在拐卖议题中的作用

媒体对特定问题的关注和描述强烈影响着公众对问题的解释和政策制定者对问题的反应，在不同国家的语境下，媒体在拐卖议题中展现的特点和发挥的作用也略有不同。Austin & Farrell^[33]与Rodríguez-López^[34]的研究均表明媒体对人口贩卖的报道和呈现在社会认知、政策制定、原因和补救以及反人口贩卖法律框架的制定等方面有重要影响。对公众来说，大众媒体是犯罪和犯罪控制政策的基本信息来源^[35]，媒体报道在塑造公众对犯罪问题的态度和看法方面发挥了强有力的作用。

在互联网兴起之前，关于人口贩运的公共议程通常由传统新闻媒体设定^[36, 37]。然而，有相关研究结论表明，调查性记者的文章相较于传统新闻报道更有可能超越官方框架，呈现多元观点^[38]。官方渠道通常被视为拐卖问题讨论的主导者，而调查性记者则扮演着跳出既定框架引领新议题的角色，他们通过引领新议题、推动公众和同行讨论来发挥自身作用。一些研究者运用潜在语义分析方法，识别出11个与人口贩卖相关的话题，以分析记者和受众在话题选择上的一致性和差异性。结果显示，人口贩运中的性别关系、工人和强迫劳动以及人口贩运中的人权问题等四个话题被记者和受众同样偏好^[39]。Bonilla & Mo梳理了美国人口拐卖的定义演变并分析其舆论影响，研究同时表明，揭示人口贩运的其他方面（安全问题与国内问题）可以增强公众对这一问题的反应^[40]。诸多研究证明，媒体在解决人口贩运问题中发挥着重要作用，它可以提高认识，有助于预防以及制定政策和应对措施，监督解决问题的机构，解构或强化陈规定型观念，塑造受害者康复的环境^[34]——无论是变得更加支持还是更加羞辱^[37]。

刘黎明与刘媛媛的研究深入剖析了公安侦查与媒体参与之间的互动关系，将它们之间的关系归纳为对立统一^[19]。研究还客观地审视了媒体在拐卖案件侦查中扮演的角色。其中指出，媒体介入案件的行为利弊共存，一方面会造成隐私泄露、侦查权泛化等问题，另一方面能起到提供线索、监督侦查、预防犯罪、协助找人的作用。媒体通常在案件正式立案后的启动程序开始介入，全方位、高时效和持续性的报道能够全面呈现事件的始末，因此总体来讲是利大于弊的。随着2011年“微博打拐”的兴起，微博这一社交媒体成为打击拐卖儿童犯罪和寻亲的新工具，也成了传统媒体重要的信息源^[41]。微博打拐在推动拐卖儿童议题传播和影响政府相关政策制定中发挥了重要作用。2011年3月，最高检、最高法院、公安部、司法部联合印发《关于依法惩治拐卖妇女儿童犯罪的意见》的通知，肯定了微博发起的全民打拐行动的积极影响。由此可见，拐

卖议题中各主体的参与、媒体新角色的进入以及新角度的讨论等行为有助于议题影响力的扩大和社会关注度的提高，进而催生解决方案的更新和完善，有效地打击拐卖儿童犯罪行为。

三、拐卖议题的媒介建构

在拐卖议题中，不同国家和不同媒体关注的侧重点都存在差异。针对拐卖议题，国外的研究和报道更多地关注人口贩运（Human trafficking）的概念。在中国，相关研究和报道主要集中在拐卖儿童（Child trafficking）的概念上，即以出卖为目的，拐骗、绑架、收买、贩卖、接送、中转儿童的行为。《联合国打击跨国有组织犯罪公约》中亦强调，为剥削目的而招募、运送、转移、窝藏或接收儿童（任何18岁以下者），即使并不涉及任何暴力手段，也应视为“人口贩运”^[11]。国外与国内关注点的不同是由政治制度、价值观和意识形态等差异导致的，因此相关媒体在叙事策略、媒介建构以及议程设置等方面上也有很大差异。

国外关于媒体与拐卖议题的研究主要侧重于分析报道中采用的框架。人口贩卖问题的框定和报道框架的选择是一个动态的过程，受到不同政治力量和社会因素的影响。与此同时，框架的选择影响政策的制定和执行、公众对问题的理解和关注程度以及受害者的权益保护。许多学者对这一问题进行了深入思考和研究，在拐卖报道框架研究中，道德框架、人权框架、公共卫生框架和法律框架等框架^[35]常常被运用。Austin & Farrell研究了美国媒体对拐卖问题的框架变化，以及这种变化对政策制定和执行的影响。他们将框架定为人权框架、犯罪和刑事定罪框架以及国家安全框架^[33]。Sanford et al在复制并扩大Gulati的研究中运用了刑事司法框架、社会问题框架和人权框架^[42]。有偏向的叙事策略也常常被研究者所提及。国外媒体常常使用救世主、丑闻和代表性三种叙事策略^[42]来报道国际收养中的人口贩卖问题，从而塑造了一种简化、偏颇、刻板形象，忽视了受害者、施害者和中间人的多样性和复杂性。如果媒体在报道时只倾向于选择“受害者”和“罪犯”的框架，也同样会忽视拐卖的根源和结构性因素。

在国内，一项针对澎湃新闻拐卖儿童议题的呈现与归因研究指出，澎湃新闻运用了事实陈述框架、法律与政策框架和回归再适应框架^[43]对拐卖儿童议题进行报道，研究发现新媒体在报道儿童拐卖问题时亦存在一些问题，包括信息源缺少专家意见、报道情感化以及归因过于简单。王军指出了“反拐”新闻报道中存在的伦理失范的问题，认为部分媒体报道未能遵循“以受害人为中心”的原则，报道中出现了侵犯隐私、歧视性表述，将拐卖的成因片面归结为“贫穷、落后、愚昧、闭塞、受教育程度低”等社会经济因素^[21]。对于拐卖儿童报道的伦理失范问题、公共治理问题、虚假信息及谣言问题，有研究者提出了传统媒体的核实机制^[26]，其观点是传统媒体在核实能力和公信力均优于微博，可以为信息的真实性背书^[28]，应该在诸如拐卖议题类似的社会事件

的传播中应扮演积极角色，担负社会责任^[44]。

关于谁主导拐卖报道这一问题，有多项研究显示，报道被官方观点所主导。Gulati 分析了《纽约时报》和《华盛顿邮报》1980年到2006年关于人口贩卖的相关报道，媒体报道有60%是针对某些官方政府行为或事件而写的^[37]，超过四分之三的新闻文章利用了政府或执法部门的消息来源^[35]，而只有不到20%是新闻编辑室自身举措的结果。研究者对《卫报》《泰晤士报》《华盛顿邮报》和《纽约时报》2002至2006年相关报道进行内容分析发现了“政府在设定新闻议程中的作用的有力间接证据”^[45]。这证明在早些年间，大多数新闻文章反映政策制定者提供的信息，而不是提供替代意见和积极鼓励辩论^[46、47]。这可能是因为报道同一领域或主题的新闻（“即时报道”）往往利用官方或容易获得的来源来收集信息，以满足最后期限^[48]。同时，官方消息来源“立即可信”，并且“对新闻报道具有合法化效果”^[49]。

综合以往的研究可得，在当前的拐卖议题研究中，对于记者之间或媒体之间互动形式的研究相对有限且研究者的关注点主要集中在传统官方媒体的报道上，对于是否存在其他形式或类型的报道能够引发议程流动这一问题，仍值得进一步深入思考。

第二节 媒介间议程设置文献综述

一、议程设置理论与媒介间议程设置理论

议程设置理论（The Agenda-Setting）最早可以追溯到沃尔特·李普曼（Walter Lippmann）的《public opinion（公众舆论）》。他强调，随着社会范围的增大，“现实世界”和“我们头脑中的图景”（the world outside and pictures in our heads）之间的分离割裂，在这种情境下受众的现实认知逐渐被媒体所塑造的“拟态环境（pseudo environment）”所替代^[50]。伯纳德·科恩（Bernard Cohen）指出，新闻媒体虽不总能影响人们的思考方式，却能有效决定人们关注的焦点^[51]。1968年，马克斯韦尔·麦库姆斯（Maxwell Mocombs）和唐纳德·肖（Donald Shaw）在美国总统大选时期研究了媒体议题对于立场不坚定选民的影响。这项研究揭示了公共议程与媒体议题之间的强关联和影响。1972年，两位学者于《舆论季刊》上提出了议程设置这一理论^[52]。具体而言，媒体新闻报道和信息传达活动与公众对议题的重视程度之间呈现明显的正相关关系，强调愈多，公众对于议题的重视程度愈高^[53]。自教堂山研究后，全球范围内超过400项实证研究证实了议程设置理论的普遍性^[54]。

尽管议程设置理论阐明了谁主导了公众议程的问题，但它主要分析了媒体议程对公众议程的影响，忽略了信息流向的多样性。随着社交媒体的兴起，只考虑单向度的分析显得不够充分，相关性的解释力也变得薄弱，议程设置研究需进一步对信息流向进行因果判断^[55]。媒介间议程设置理论应运而生，它研究的正是不同媒体主体在新闻

报道中的议程引导关系和相互影响程度^[56]。该理论讨论了一个问题：“如果媒体设置了公共议程，谁来设置媒体议程？”

媒体间议程设置研究起源于20世纪80年代，最初主要在传统媒体间比较。1989年，斯蒂芬·里斯（Stephen Reese）和卢西格·丹尼利恩（Lucig Danielian）通过研究美国媒体对毒品问题的报道，发现不同媒体在报道相同事件时报道内容和形式具备较高程度的一致性，以《纽约时报》为首的主流媒体引领了其他媒体和电视网的议程。托马斯·博耶尔（Thomas Boyle）也观察到，政党候选人的竞选广告能影响电视新闻以及主要报纸的报道^[57]。里斯和丹尼利恩将这一现象总结为“媒介间议程设置”^[58]（The Intermedia Agenda-setting）。新闻报道限定了媒体的议程，其模式源于新闻业的规范和传统、新闻机构之间的日常互动，以及新闻机构与众多来源及其议程的持续不断的互动^[59]。出于行业的压力，媒体会在自身采编的同时关注同侪的报道来验证自身新闻感和新闻报道价值，尤其是观察《纽约时报》《华盛顿邮报》和国家电视网等精英媒体的工作。这导致了媒体报道内容趋于同质化^[60]，中小型媒体在新闻选题上往往会参考权威媒体的做法^[61]。同时，规模较小的媒体，出于资源限制和经济原因也会“借用”知名新闻机构的故事构思或内容^[62]。

在媒介间议程设置研究里，有两个值得关注的效果理论，即“共鸣效果”（resonance effect）和“溢散效果”（spillover effect）^[2]。两者根据议程流向的不同，在不同方面揭示了新媒体与传统媒体的互相影响。“共鸣效果”由伊丽莎白·诺尔·纽曼（E.Noelle-Neumann）等学者提出。在研究伦敦反越战示威期间的新闻报道时，他们发现意见领袖不仅存在于大众传播过程中，也存在于媒体之间。“意见领袖媒介”作为主流媒体，在最早阶段报道相关议题，其他媒体便紧随其后进行相同议题的报道，内容广泛传播继而被受众采纳^[63]。这样一系列的连锁反应即为“共鸣效果”。议题可以从精英媒体流向普通媒体，那么另类媒体的内容也可以反向扩散给主流媒体，这种效果就是学者Mathes和Pfetsch共同提出的媒介间的“溢散效应”。当下网络与新媒体的发展促进内容生产与表达的革新，以报纸广播电视为主导的传统媒体不再独占鳌头，信息载体从报纸、广播、电视拓展到网站、博客、微博等。在这种情况下，媒介间议程设置理论及其中包含的各种效果变得更加复杂。

二、新媒体环境下的媒介间议程设置理论

媒介间议程设置理论补充了传统议程设置研究的局限，允许对不同媒介间的信息流向进行因果分析^[55]。随着该理论的演进和媒体环境的变迁，其研究主体已从传统媒体扩展到包括自媒体在内的更广泛范畴^[64]。

国外一些研究表明，传统媒体和新兴媒体在报道决策上相互追随^[65]，单向的影响不再成立。Meraz的研究揭示了传统媒体不再主导政治博客的议程设置，相反，政治博

客对传统媒体议程具有预测性^[4]。Vargo & Guo发现^[3], 政治选举议程制定者是网络党派媒体, 而不是精英媒体。同样有研究指出, 虽然优质媒体的在线新闻网站是主要的议程制定者, 但小报媒体可以率先报道某些问题^[66]。Billard^[5]及Stern et al^[67]发现, 媒介议程设置现象普遍存在于在线媒体和传统媒体之间, 没有任何主导媒体。社交媒体和传统媒体框架之间存在相互关系, 有时会相互加强, 这之间存在着一种互惠关系^[68]。Jang et al研究了疫苗—自闭症争议在美国、加拿大和英国的信息流, 以及社交媒体和主流新闻之间的关系^[69]。结果说明社交媒体和主流新闻之间存在着相互影响的关系, 社交媒体上的讨论和争议会引起主流新闻的关注, 而主流新闻的报道又会进一步影响社交媒体上的讨论。

国内多项研究也证明, 媒体间的信息并非单向流动, 而是涉及不同主体的互动, 社交媒体和传统媒体在议程设置中展现出不同的影响力。董天策和陈映^[70]认为媒介间议程设置并非某一些媒体单向性地流向其他媒体, 更多程度上是互动, 也就是说“共鸣效果”和“溢散效果”是同时存在于传播过程中的。乐媛在2014年中国台湾的“反服贸学运”研究分析中发现, 社交媒体初期通过“共鸣效果”聚集资源, 而传统媒体随后为抗争议题注入情感^[71]。王晗啸对“山东疫苗案”和“长生生物疫苗事件”的议程设置进行了研究, 发现不同媒体在议程设置上的影响力各异。在“山东疫苗案”中, 各类媒体共同塑造了公众关注的多个焦点, 而“长生生物疫苗事件”则主要受意见领袖的引导, 同时公众对政务微博、官方媒体和商业媒体展现出反向议程设置的倾向^[64]。这些研究结果表明, 新媒体环境下媒介间议程设置理论持续适用, 但需对各媒介间的具体影响方向进行细致分析。

三、媒介间议程设置中的时间滞后

有研究者指出, 媒介间议程设置效应受到多种因素影响^[72]。这些因素包括时间、媒体类型、议题类型^[6]等, 影响着不同媒体之间议程设置关系的存在和强度。

从人与人的交流到媒体与公众之间的互动, 再到媒体与媒体之间的联系, 时间因素是信息沟通中不可忽略的一点。时间滞后可以显示时间变化的因果效应^[8], 是评估媒介间议程设置能力的关键因素。麦库姆斯认为, 在议程设置研究中, 信息的影响既非强制也并非及时^[52], 而是在较长时间跨度内产生的综合社会效果。大众主流媒体对议程的建构^[73]并非一日之功, 在一个长期框架里反复接触媒体^[74]能够加强问题和属性的突出性^[7]。

在传统媒体的议程设置时间滞后研究中, 研究者关注到了从媒体议题转变的时间滞后的效果影响, 从若干天^[52]到几个月^[8], 学者在定义“最佳效果跨度”(most optimal effect span)方面有较大分歧^[2, 8, 9]。在早期, 有学者认为媒体议程转移到公众议程可能需要数月时间^[75], 具体从2到6个月不等^[76]。Wanta & Hu研究了五种新闻媒体来

确定不同媒体对公众议程产生影响的最佳时间滞后^[77]。结果表明,对网络新闻广播而言,全国范围内的最佳时间滞后是1周,而地方新闻则是2周,全国性新闻杂志为8周。Roberts et al指出,相对于1天到6天,7天的时间滞后产生了最多的显著关联^[8]。Wanta & Hu指出,滞后6个月的议程设置效果比滞后3个月的效果略大。但这不能直接证明时间滞后长度与效果成正比,因为在多种中介因素塑造造成的议程设置效果中,并非只有时间这一因素。长期且高频的报道固然会加强公共议程,但有些问题的效果是由公众心目中的长期可及性地位决定的^[78],而非媒体突出性的暂时起伏。

综合前文可得,议程设置的效果并非时间越长越好,研究者也进一步分析了媒介间议程设置中的时间问题。Vliegenthart & Walgrave^[6]的研究发现,媒介议程设置是一个更直接和快速的短滞后过程,短期影响比长期影响更强。在争夺受众的过程中媒体密切关注彼此,主要在短期内关注其他媒体对问题的关注度变化。Vonbun et al 通过时间序列分析探讨了电视新闻、在线新闻网站、报纸和通讯社之间的媒介间议程设置,发现时间滞后仅为1天^[66]。Conway et al在2012年总统初选期间研究了候选人、政党和全国顶级报纸的Twitter内容之间的媒介间议程设置效应,结果显示Twitter和传统新闻之间互相影响^[79],呈现出一种“共生”关系。从隔天到共时,媒介间议程设置的时间滞后不断缩短,目前国内外许多研究都将时间滞后的单位设置为小时来进行效果检验。Wang & Guo分析在线新闻和Twitter上关于转基因蚊子的话题框架时^[80]将时间滞后缩短至6个小时。国内研究者在微博平台媒介间议程设置的研究^[81]中也将时滞缩短为6小时。在一项美国大选的研究中,学者探讨了在一天之内发生的媒体间议程设置的变化情况,并采用了1小时的时间滞后来更准确地捕捉这一过程^[82]。时间滞后的逐渐缩短证明媒体间获取信息的时间差大大减少,各媒体间正以一种齐驱并进的态势发布新闻,推进瞬时的传播过程。

四、媒介间议程设置中的媒体类型

在谁主导议程的设置问题上,研究者得出的结论不尽相同,社交媒体和传统媒体的媒介间议程设置关系仍然是研究的重点。与Twitter类似,微博这一社交媒体平台是国内最大的微博客平台,凭借其5.86亿的月活跃用户与2.52亿的日活跃用户在中国舆论环境中起到关键作用。微博在许多热门事件中可以“反向”设置主流媒体的议程,但其议程设置的能力还有待考察。

王啸针对2012年香港特区特首选举事件研究了微博和报纸的媒介间议程设置交互性效果^[83]。结果显示,微博和报纸在媒介间议程设置方向上并没有明显主导的一方,而是两者交替设置议程,尤其在事件高潮阶段呈现出强烈的议程互设。针对微博上的媒介间议程设置,Wang的研究结果显示,在危机与非危机情境下,中国传统媒体均未主导微博讨论^[84]。此可见,报纸等传统媒体在媒介间设置议程方面的作用受到了挑战,

但不可否认的是其优势在数字时代仍然存在^[3]，研究者在比较中国环境下的传统媒体官方网站与半私有化的商业媒体网站时发现，传统媒体仍然对环境产生强大的影响。唐纳德·肖也认为传统媒体仍然是议程的主要塑造者和影响者，“如果将传统媒体比作同向六车道高速公路，反向议程不过是一条朝相反方向的小巷^[85]”。多项研究说明没有证据表明报纸等传统媒体在互联网时代不再影响其他媒体和公众议程^[86, 87]，以微博为代表的社交媒体和以报纸为代表的传统媒体在媒介间议程设置能力等问题上仍有研究的空间。基于国内外研究的文献综述，本文提出以下研究问题和假设：

RQ1: 微博和报纸在拐卖儿童议题中是否存在相关性和导向性关系？如果存在，谁的媒介间议程设置能力更强？

H1a: 微博和报纸在拐卖儿童议题中存在着相关性和导向性，微博的媒介间议程设置能力较强，微博设置了报纸的议程。

在微博平台，政务微博和媒体微博是两个不同的概念。政务微博是由政府机构或官员开设的微博账号^[88]，用于发布政务信息、回应民生问题、提供公共服务等。一些学者建议不应将党政干部的实名微博视作政务微博的一部分，因为这些账号的内容通常与政务活动的关联性不高^[89]，因此本文讨论的政务微博仅为政务机构微博。媒体微博则是由新闻媒体或记者开设的微博账号，用于发布新闻资讯、报道事件、评论分析等。在政务微博和媒体微博互动关系方面目前尚缺乏对媒介间议程设置的系统研究，政务微博在拐卖儿童这种与社会息息相关且涉及法律的议题中是否会引导媒体微博这一问题同样值得思考。因此本文提出以下假设：

H1b: 政务微博在拐卖儿童议题中媒介间议程设置能力较强，设置了媒体微博议程

根据李良荣的说法，在西方有两大类报纸^[90]，即高质量的严肃报纸和通俗的大众报纸，这取决于它们的内容。在中国，这两类报纸的区别也较为明显，高质量的报纸以各级党报为代表，而通俗的报纸则以晚报和都市报为代表。党报的主要任务是反映党的政策，传达党和政府的声音，它们负责引导公众舆论，其本身具有强大的社会影响力和权威性。以市场导向的都市报受众是公众，选择的主题更加广泛，专注于生活化的话题，通过人文报道引起读者关注。在报道内容和风格的选择上，两者存在明显差异，值得研究的是这种差异如何影响它们制定自身议程的方式，以及差异是否会影响两者设置议程的效果。因此本文提出假设：

H1c: 党报在拐卖儿童议题中的媒介间议程设置能力较强，党报设置了都市报议程。

五、议程设置的实质与情感属性

属性议程设置的概念侧重于同一议题的不同属性和特征，假定一个议题包含一系列属性，媒体会通过故意或无意地在报道中突出或淡化某些属性，这影响了受众对属性重要性的理解，属性同样会影响媒体在多大程度上依赖其他媒体作为信息来源^[80]。

属性可分为实质属性和情感属性^[91]两个维度^[92]。Kioussis et al认为实质性属性是“子主题”，而情感属性是“故事的基调”^[93]。实质属性能从认知层面上帮助公众识别不同主题并构建事件框架。情感属性则指那些可以引起观众情感反应的属性，包括积极、中性或消极的报道语气和评价^[94-96]。

公众和媒体会把属性维度作为评判议题的参考之一，但两个属性并不一直保持正相关的关系。Su在美国精英报纸和Twitter之间的网络议程流动考察中指出，两家媒体在实质性属性方面没有实质性差异，但设置情感属性议程的方式截然不同^[97]，支持态度在报纸议程中占主导地位，而谴责态度在Twitter中占主导地位。同样有研究表明，在经济问题方面的负面媒体报道可能会增加公众对该问题的重要性评估^[98, 99]。

在各种舆情议题中，实质属性和情感属性均表现出明显差异^[100]。非常规且危害性较大的议题更可能引发网民的主动参与，对网络舆情热度产生显著影响^[101]。有针对灾害事件的互动关系研究^[102]指出，政务微博强调“情感诉求”和“社会服务”，但在传播预警信息方面表现欠佳；商业媒体微博则偏向“情感表达”和“信息互动”，更注重对受众的迎合与批判。在突发事件的信息发布中，政务微博发布消息以中立态度为主^[103]，以客观描述事实为主。一项针对澎湃新闻儿童拐卖报道的研究指出，澎湃新闻在报道“拐卖者、买方等犯罪者”时，有38.5%的报道倾向于“谴责与责难”；而在报道“被拐儿童及家庭等受害者”时，43.0%的报道表现出“同情与可怜”的态度^[43]。但此项研究只讨论了澎湃新闻的态度，中国拐卖儿童议题的情感属性倾向及其中的互动关系仍有较大的探索空间，因此本文提出以下研究问题和假设：

RQ2：在拐卖儿童议题上，是否存在议程的主要塑造者？如果存在，谁引导了更多的实质属性主题？

H2a：微博相较于报纸塑造并引导了拐卖儿童议题中更多的实质属性主题。

H2b：党报和政务微博相较于都市报和媒体微博引导了更多实质属性主题。

RQ3：微博和报纸如何为拐卖儿童议题设置情感属性议程？不同媒体在拐卖儿童议题的情感属性方面是否存在差异？在情感属性方面是否存在议程设置效果？若有，不同情感属性中是哪种媒体主导了议程设置作用？

第三章 研究设计

第一节 研究内容及思路

图3-1为研究设计的整体思路，本研究选择微博和报纸为研究对象，以拐卖儿童报道为讨论范畴，旨在通过内容分析方法、情感分析方法以及时间序列分析方法探究不同媒介在拐卖儿童议题上的互动模式。研究首先运用无监督机器学习方法（LDA主题建模），从新闻报道中提取主题以绘制各媒体的议题议程。随后利用情感分析呈现报道的情感倾向，最后通过格兰杰因果关系检验揭示不同媒体之间的议程设置效应，明确拐卖儿童议题中的议程制定者。

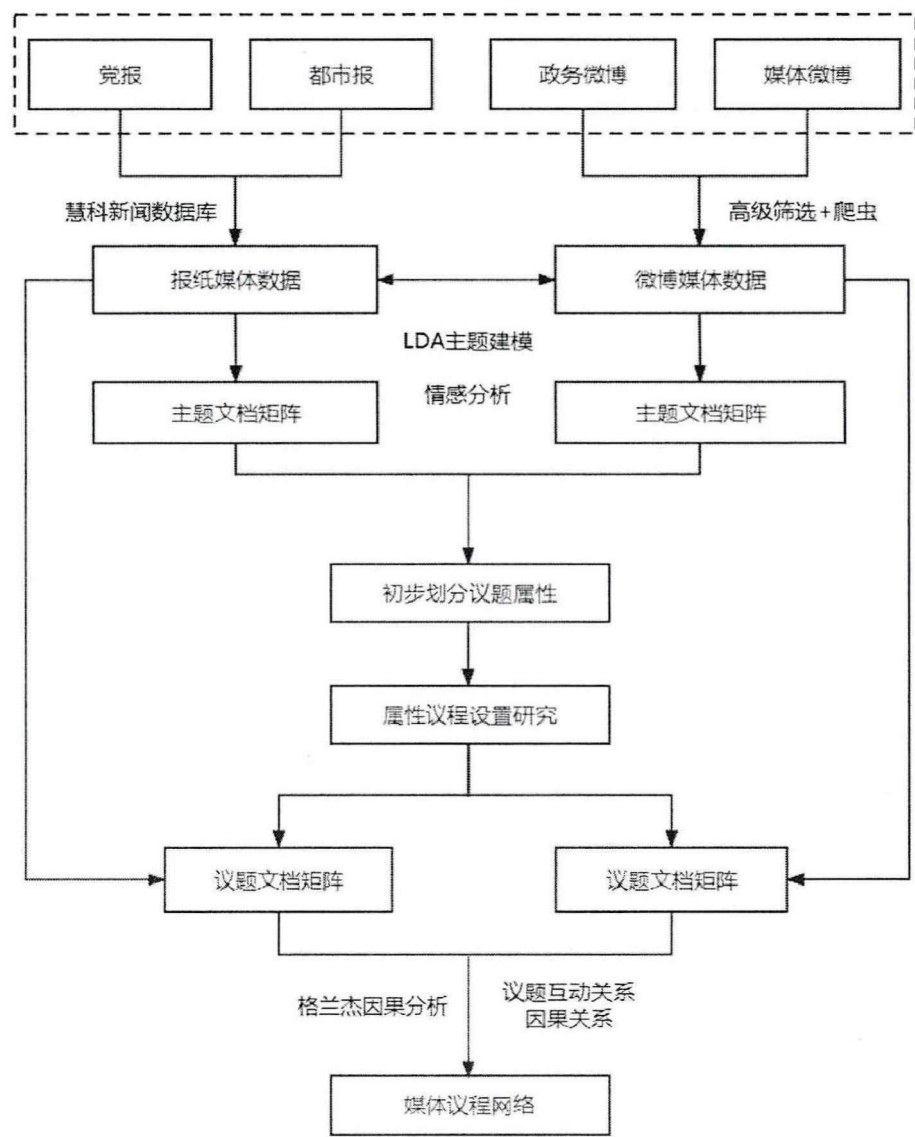


图3-1 研究设计

第二节 数据收集

一、样本选择

研究将采用以下两种数据收集方式：第一，利用爬虫工具在微博平台收集2022年的拐卖报道数据。在这一步骤中，可以根据微博认证对数据进行筛选和分类，确保收集的信息来源准确。第二，利用慧科新闻搜索研究数据库（WiseSearch）进行报纸数据的收集，该数据库包含广泛的国内报刊，提供全面的新闻检索和全文下载功能。

二、数据获取

（一）微博数据收集

在微博数据获取的首个阶段，研究者利用微博高级搜索功能和爬虫工具，有针对性地获取与研究目标相关的微博数据。微博的高级搜索功能提供了强大的搜索能力，能够根据关键词、类型（全部，热门，原创，关注人，认证用户，媒体，观点）、包含（全部，含图片，含视频，含音乐，含短链）和时间等条件有针对性地检索相关微博。研究以“拐卖儿童”为关键词，为保证检索的全面性，我们将搜索时间范围定位在2022年1月1日0时至2023年1月1日0时这一时间段，通过分段检索获取前50页的微博数据，然后重复检索并不断合并，直至没有新信息出现为止。相较于普通用户，认证用户通常具有一定的权威性、可信度和影响力，同时也有助于后续对政务微博和媒体微博进行筛选和分类，因此研究选择了微博认证用户发布的内容，该阶段最终获取原始微博数据7861条。

（二）报纸数据收集

研究采用了关键词组合的方法来获取报纸关于拐卖儿童报道的数据。在慧科新闻搜索研究数据库中设置了搜索条件，以“拐卖儿童”“打拐”“寻亲”“人贩子”“儿童失踪”等作为关键词词组，同时将搜索范围限定为“报刊”，主要媒体类别限定为“日报、早报、晚报及都市报”。在这一搜索策略下成功检索到了相关报道共计514篇。

第三节 研究方法

一、内容分析

内容分析法以客观、系统和定量的手段捕捉传播内容的特点^[104]，它旨在描述传播特征、推论编码过程，并通过对内容的编码与分析来推断传播效果^[105]，该方法能将定性资料量化，转化为可客观分析的数据，从而得出科学的研究结果。在本研究中，研究者采用了计算机辅助内容分析（Computer-Assisted Content Analysis）进行了初步的描述性分析，随后将新闻条目划分为不同的主题类别，再由研究者进行编码分析检验。

研究的第一阶段将是对文本内容进行主题建模（Topic Modeling），该操作采用的是无监督机器学习方法中的潜在狄利克雷分配（Latent-Dirichlet-Allocation, LDA）主题建模。主题建模过程会生成每个主题词汇表的相关分布和每篇文档选择特定主题的概率分布的结果。本研究将LDA建模应用于每个媒体类别的文本数据，以识别每个媒体类别中新闻报道中的关键主题，深入了解媒体如何选择和突出不同主题，以及这些主题在不同媒体中的相对重要性。

在进行主题建模之前，需要对文本内容进行预处理。研究使用中文开源分词程序“jieba”并结合停用词表对原始文章进行清洗和分词。除分词之外，研究需要确定最优主题数。“困惑度”是评估语言模型性能的指标，困惑度越低，模型的分类效果越佳。当困惑度的下降趋于平缓或达到拐点时，对应的k值即为最优主题数目^[106]。随后研究使用Python包“Gensim”进行LDA主题建模，生成最重要的主题和与每个主题相关的所有单词的概率。

在进行主题编码之前，两位接受训练的硕士研究生在预编码阶段进行了信度测试。首先从各类报道样本中随机抽取10%的样本，包括党报20篇、都市报32篇、政务微博360篇以及媒体微博162篇。随后对这些样本进行编码，并根据编码表进行信度评估。通过量化的报道数据分析，评价一致度达到了0.94，表明编码信度较好。

二、情感分析

文本情感分析（sentiment analysis）旨在深入了解作者在特定文本中所表达的情感态度。本文利用DiVoMiner平台提供的自动化情感分析模型分析文本中所表达的情感或态度倾向，平台的自动化情感分析模型由DiVoMiner团队研发，能够自动识别并分析文本的情感倾向，将其分类为正面、负面或中立^[107]。基于团队对算法模型的不断升级和丰富的语料支持，经测试，特定类别语料情感分析Accuracy（准确性或准确率）达到0.7~0.9（业界接受范围内）。

三、时间序列分析

（一）分析方法

在当下互联网环境中，社交媒体和传统媒体的内容都可以在线上获取，因此它们都可以用于进行时间序列分析。早期的媒介间议程设置研究中，通常使用交叉滞后分析^[108]（Cross-lagged regression analysis）进行因果（主要指的是统计学意义上的因果）判断，交叉滞后相关分析的应用适用于审查在固定时间段内运作的传统媒体。然而社交媒体呈现出即时性和动态性的特点，在线信息不断更新和删除，交叉滞后分析无法在数字环境中准确检测媒介间议程设置效应。相较于交叉滞后分析，格兰杰因果分析（Granger causality analysis）更符合在线环境下媒体互动和议题设置的特点，能更好地探究不同媒体之间信息流动的方向和影响力，因此被广泛应用于更多网络背景下的因

果关系检验^[4]。

格兰杰因果关系检验认为自变量对于预测因变量可能会起到作用^[109]。需要注意的是该方法检验的是事件先后发生的关系，而非字面上真正的因果关系。“一个变量X‘导致’另一个变量Y，如果我们将Y的预测与X的历史相结合，而不仅仅依赖于Y的历史，我们可以改善对Y的预测^[110]。”该方法中的变量X被称为另一个变量Y的格兰杰原因，结合X和Y的过去可以比仅使用Y的过去更好地预测Y。格兰杰因果关系检验的优势主要包括以下几点：首先该方法可以测量两个时间序列之间的“相互因果关系”交互的程度^[111]，而不仅仅是单向的时间序列关系，这能很好地避免单向因果关系的错误判断；其次，格兰杰因果关系检验测定的是相对变化，不会受到数量级的影响。

（二）时滞单位选择

在时间序列分析之前需要选定时间滞后（Time lag），其选择可以基于理论知识、信息准则以及观测残差。从以往经验来看，大多数使用格兰杰因果关系检验的研究都选择了“天”或“周”作为时间滞后单位。考虑到新媒体环境和一些紧急事件的信息传播速度^[112]，选择以“小时”为基础的时间滞后单位更为适当。对于报纸等传统媒体，使用“天”的时间滞后仍然是有意义的。常见的信息准则包括赤池信息量准则（AIC）和贝叶斯信息准则（BIC），这些准则会评估不同时间滞后单位的模型，继而选择一个预测误差最小或者在模型复杂度和预测误差之间取得最佳平衡的模型。对模型残差的观察也是一种常见的方法，一个好的模型残差应该是独立同分布没有自相关性的。如果模型的残差存在自相关性，则说明需要重新考虑时间滞后单位。

在本研究中，报纸的时间滞后设置为一天，微博的时间滞后缩短为6小时，但需要考虑到媒体与公众作息的周期性特征，6小时时间滞后可能导致伪回归。因此，在研究中将每天0:00至6:00时段的微博发布数量合并至6:00至12:00时段内，最终统计每天0:00至12:00、12:00至18:00和18:00至24:00这三个时段内的微博发布数量。研究将使用笔者自己编写的Python程序，辅以EViews软件对相关的时间序列进行平稳性检验，再对通过平稳性检验的时间序列进行格兰杰因果检验。

（三）数据分析

借鉴以往研究，时间序列分析需要的最小数据量取决于多个因素，如数据噪声水平、样本容量、预测的信度水平等。在实践中至少需要30个时间节点进行时间序列分析才能确保结果的可靠性^[113]，数量少于30个节点的时间序列统计特性将会偏低。本研究中时间框架为一整个自然年，因此有足够且全面的时间节点进行研究。

研究者在Python中采用“Statsmodels”包进行格兰杰因果关系检验，并应用VAR模型分析各类账号间的议程关联。“Statsmodels”包中的Granger causality tests函数能够对给定的时间序列数据执行滞后阶数的格兰杰因果关系检验，从而确定不同媒体的议题议程之间的方向相关性。VAR模型旨在检验媒体与舆论领袖议程间的多元格兰杰因

果关系，通过将各内生变量表示为系统内所有其他内生变量滞后值的函数。该模型广泛用于分析相互联系的时间序列数据，并探究随机扰动对整个系统动态效应的影响^[14]。在社交网络环境中，报纸和微博的议程是相互影响的，形成了一个动态的互动过程。因此，VAR模型能更有效地从时间序列角度阐释它们之间的互动。

第四章 研究结果

第一节 议程凸显性分析

一、传播数量及趋势分析

（一）微博报道分布

作为一个去中心化的平台，微博数据在处理时需要考虑到微博内容的贡献者不仅限于媒体账号，也包括诸多KOL（意见领袖）和普通公众，因此数据的筛选和清理是关键步骤。赵蓓^[115]等人在议程设置中的时间变化研究中将媒体账户检测分成了两步来完成，首先获取所有账户的认证信息，其次对认证账户进行手动审查并通过其主页信息评估其账户属性。基于上述收集方法和筛选思路，研究利用爬虫工具抓取了相关微博的文字内容、发布时间、发布者以及发布者认证等信息，随后对微博原始数据进行了详细的清理、审查和分类，选择了发布者账户被认证为媒体组织和政府组织的内容，并删除了其他不相关内容，最终得到了3600条政务微博和1617条媒体微博。

表4-1的数据显示，政务微博在拐卖儿童议题的发布量为3600篇，占总发布量的69.01%；而媒体微博的发布量为1617篇，占总发布量的30.99%。在微博账户方面，政务微博账户为1661个，占比69.91%，媒体微博账户为715个，占比30.09%。附录中的表1和表2分别整理了政务微博与媒体微博拐卖儿童报道发布量的TOP10名单。参考表格可以得知，政务微博中对该议题较为关注的机构为法院（如周至法院、新城法院）、公安（如苏州公安）、检察院（如大连检察、白水检察）等，媒体微博中对该议题关注度较高的有澎湃新闻、凤凰周刊、河北新闻广播等。进一步分析微博报道数量分布图（图4-1）可得，政务微博的发布量在6月底7月初达到了峰值，与此同时媒体微博在该时段也呈现较高水平。这与具体事件有密切关联，在2022年6月29日公安部发布了有关拐卖儿童犯罪嫌疑人的通缉令（#公安部通缉一拐卖儿童犯罪嫌疑人#）之后，政务微博和媒体微博迅速传播相关报道。这些数据凸显了两者拐卖儿童事件上的积极参与，政务微博对拐卖儿童议题关注度高，媒体微博在信息传递方面发挥了关键作用。

表 4-1 微博账户及报道数量分布

	账户		报道	
	政务微博	媒体微博	政务微博	媒体微博
数量	1661	715	3600	1617
百分比	69.91%	30.09%	69.01%	30.99%
合计	2376		5217	

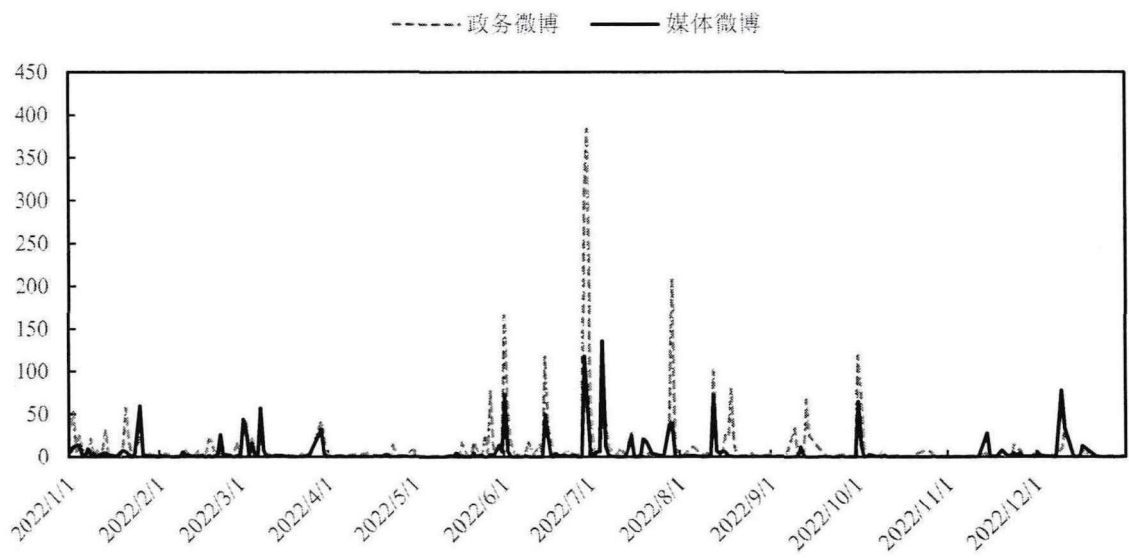


图 4-1 微博报道数量分布

（二）报纸报道分布

研究对党报和都市报的报道内容进行了系统整理和分类，包括195篇党报报道和319篇都市报报道。根据图表（表4-2）显示，党报和都市报的报道数量分别占总报道数量的37.94%和62.06%。尽管都市报的报道数量更多，但党报的账户数量却多于都市报。这表明都市报等一些地方性媒体对拐卖儿童议题的高关注度，同时也显示出党报较为全面的账户建设布局。党报与都市报拐卖儿童发布量的TOP10名单见附录（表3和表4）。根据图4-2可得，党报和都市报在2022年7月份报道量保持较高水平，与政务微博和媒体微博的趋势相似。然而更深入的研究发现，党报和都市报在同期发布的内容并非公安部通缉令相关通知，而是关于公安部公布的免费采血点信息的报道，这证明党报和都市报的报道内容会更侧重于提供相关社会服务信息。2022年的3月报道量较高，相关信息显示此时公安部部署了专项打拐行动，党报和都市报对此进行了传播。

表 4-2 报纸账户占比及报道分布

	账户		报道	
	党报	都市报	党报	都市报
数量	102	100	195	319
百分比	50.50%	49.50%	37.94%	62.06%
合计	202		514	

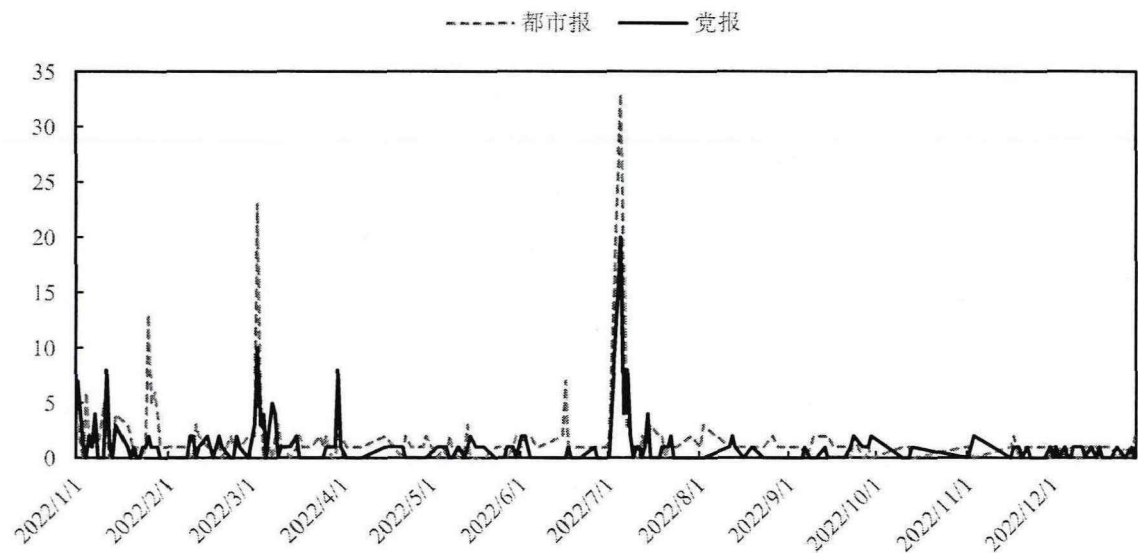


图4-2 报纸报道数量分布

（三）微博与报纸报道分布

总体来看，微博和报纸的报道数量呈现出前期基本平稳后期上升再下降的趋势。在2022年1月到4月发布趋势平稳，5月份报道量较低，媒体关于拐卖儿童的关注度在7月迎来峰值，在此之后呈现出波动下降的趋势。

就数量而言，2022年关于拐卖儿童的微博报道总数是报纸报道的10倍，微博账户数量也是报纸账户数量的10倍。两者之间显著的数量差异可能与媒体特征、用户差异和主题特征等因素有关。在媒体特性方面，微博作为社交即时媒体，具有公共议题突出、传播节点影响力大、圈层连接度紧密、明显的涟漪效应^[41]等优点，能够在短时间内迅速传播消息，并能够快速汇聚和发布相关主题。作为传统媒体的报纸受到严格控制，必须具备一定资质并在发布新闻前接受严格的编辑审查，这一因素可能限制了报道数量和发布速度。从用户群体差异来看，微博等社交媒体上的用户可以迅速发布和分享消息。但拐卖儿童议题与儿童权益和人权保护紧密相关，涉及道德、人权等敏感问题，因此其传播也不仅局限于微博平台上，社交媒体和传统媒体都会关注到这一话题并积极进行传播。基于此，研究也将进一步探讨两者在报道上是否存在不同的议题呈现和表达方式，以及此类差别是否影响了讨论范围和议程流向。

表 4-3 微博及报纸账户及报道数量分布

	账户		报道	
	微博	报纸	微博	报纸
数量	2376	202	5217	514
百分比	92.16%	7.84%	91.03%	8.97%
合计	2578		5731	

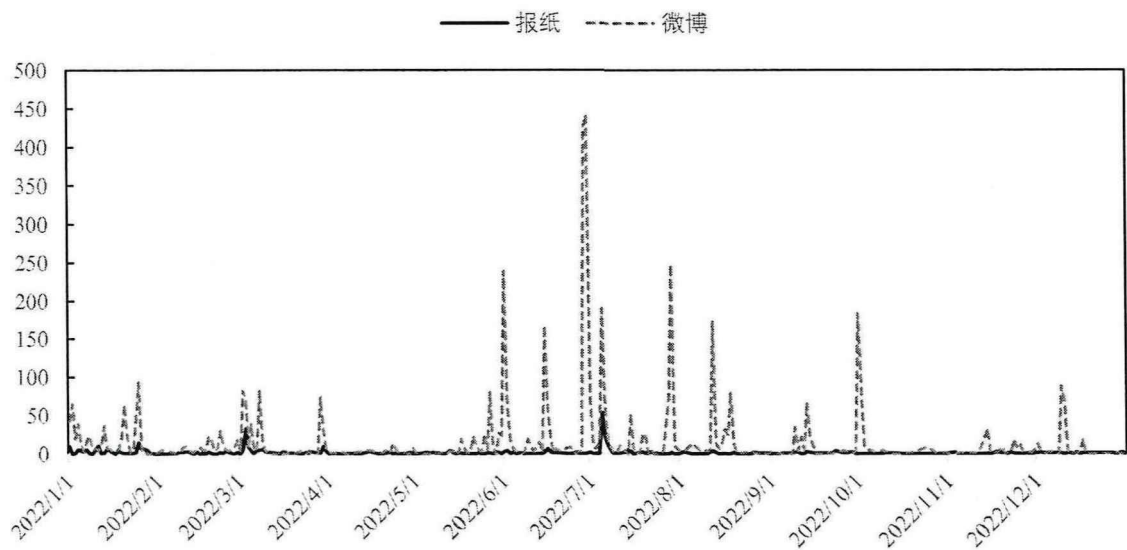
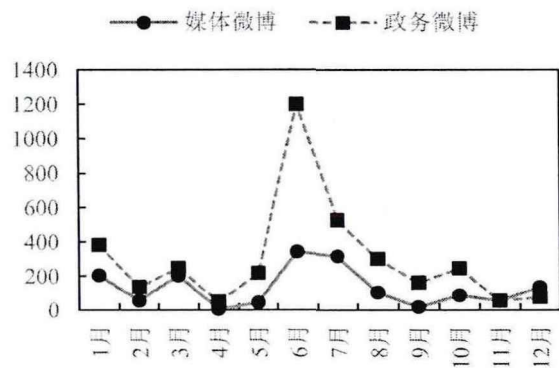
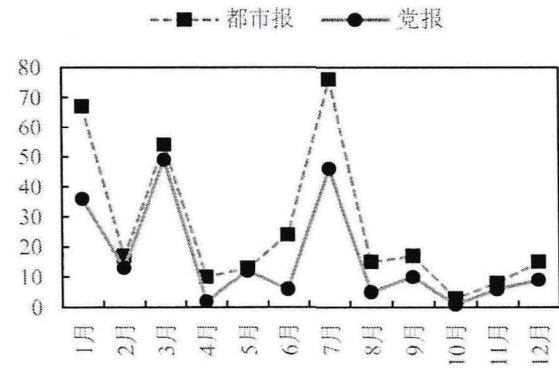


图 4-3 微博与报纸报道数量分布

根据图4-4可得，党报与都市报尽管在报道数量上有差异，但整体变化趋势基本无异，均在7月呈现出较高的关注度，在4月、10月关注度较低。媒体微博和政务微博的报道数量发展趋势略有不同，尽管两者在6月都显现出较高的关注度，但政务微博的发布量在7月骤降，相比之下媒体微博则保持较平稳的状态。



(a) 分图 1 微博报道数量分布



(b) 分图 2 报纸报道数量分布

图 4-4 媒体报道数量分布

二、报道焦点及发展趋势分析

（一）微博与报纸的词云图

研究首先对微博和报纸的文本内容进行了统计并生成了词云图。图4-5是微博的词云图，“拐卖儿童”“犯罪嫌疑人”“公安部”“孩子”“儿童”“行动”等多个关键词在其中占比较高。如图4-6所示，报纸报道的关键词分布较为均匀，“儿童”“拐卖”“公安部”“孩子”“犯罪”“信息”“团圆”“行动”“寻亲”“采血”等多个关键词在报纸文本中占据了较高的比例。



图 4-5 微博词云图



图 4-6 报纸词云图

(二) 主题提取与归纳

研究借助LDA主题建模技术，对微博和报纸的主题和关键词进行深入分析，生成了主题建模的结果，并最终确定了拐卖儿童议题的核心内容。研究结合困惑度将微博和报纸文本的最佳主题数量确定为5和2。

微博的最佳主题数量为5，涵盖了“非法交易与人权侵害”“执法打击与政策法规”“社会支持与援助”“家庭背景与风险因素”“儿童失踪与拐卖事件”五个主题。表4-4详细呈现了每个主题中高频出现的20个词汇和与主题对应的报道数量。微博内“执法打击与政策法规”“家庭背景与风险因素”两个主题的报道量最多，分别为2083篇和1296篇，占微博2022年关于拐卖儿童报道总量的64.8%。研究进一步对政务微博和媒体微博的主题和数量进行了细分（附录表5和表6）。结果显示，在政务微博中“执法打击与政策法规”和“家庭背景与风险因素”的报道量分别为1593篇和690篇，占政务微博量的63.4%。政务微博中“家庭背景与风险因素”主题的发布量为606篇，高于“执法打击与政策法规”主题（490篇）。微博主题时间序列图（图4-7）更为深入地展示了各主题的发展趋势和占比情况，“执法打击与政策法规”（Topic2）报道数量较高，这与公安部持续进行的“团圆行动”和相关犯罪嫌疑人的通缉悬赏直接相关。而“家庭背景与风险因素”（Topic4）在7月份和10月份的报道量相对较高，与特定事件（如#全州超生孩子统一抱走被社会调剂#）密切相关。

表 4-4 微博主题及关键词

主题号	主题	主题词	数量
Topic1	非法交易与人权侵犯	贩卖、亲生子女、法律、万、抚养、检察、嫌疑人、金钱、出卖方、尽到、明码标价、女婴、商品、涉拐、道德、送养、有期徒刑、权利、交易、获利	621
Topic2	执法打击与政策法规	公安部、通缉、A级、刑侦局、公开、嫌疑人、举报、线索、犯罪、发布、公安机关、转扩、涉拐、悬赏、行动、儿童、审查、专项、案件、打击	2083
Topic3	社会支持与援助	拐卖儿童、妇女、乘警、公安、救下、可疑、回答、出生证明、调查、列车、发现、行为、铁路、声称、提供、拐骗、察觉、前后矛盾、短片、犯罪	661
Topic4	家庭背景与风险因素	轩轩、拐卖儿童、范某弟、离婚、婴儿、母亲、调查、亲生、派出所、爷爷、彭某、抚养、警方、报警、行为、刑事拘留、展开、孙子、询问、二人	1296
Topic5	儿童失踪与拐卖事件	拐卖儿童、儿童、潜逃、案件、犯罪、嫌疑人、显示、拐骗、婴儿、偷盗、抓获、团圆、目的、警方、侦破、发育、拐卖、行为、购买、孩子	556

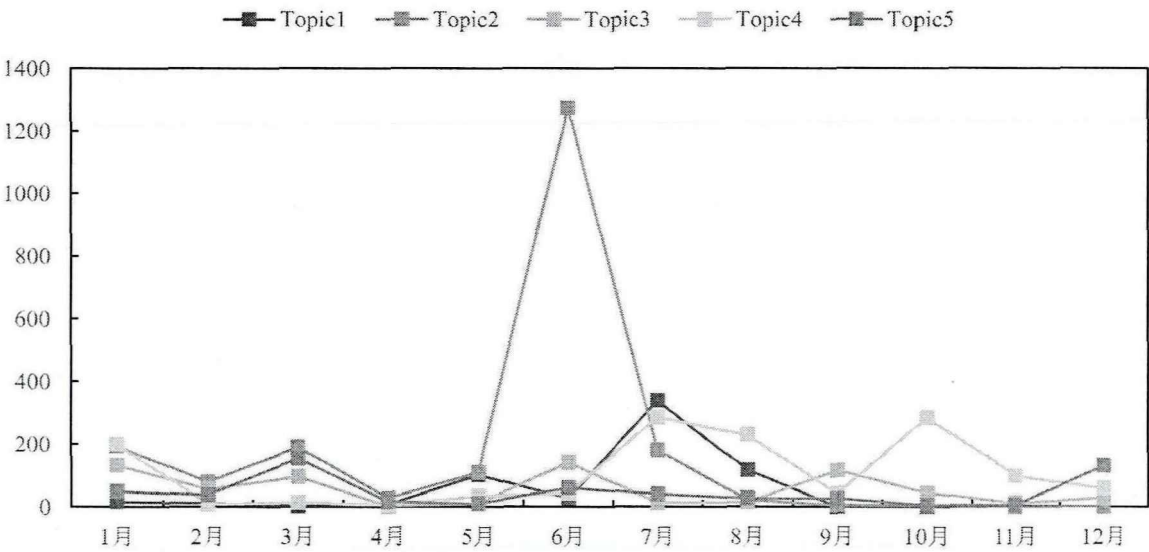


图4-7 微博主题时间序列图

如表4-5所示，报纸文本的最佳主题数量为2，分别是“执法打击与政策法规”和“社会支持与援助”。表格详细呈现了每个主题中出现频率较高的20个词汇和与主题对应的报道数量。附录表7和表8展示了党报和都市报在两主题上的报道量分布，两者关注的焦点均在“执法打击与政策法规”这一主题上，报道量分别为182篇和305篇。根据报纸主题时间序列图（图4-8）可得，“执法打击与政策法规”（Topic1）主题在报纸报道中比重较大，同时该主题在7月份的报道数量最高，涉及较多的内容为“团圆行动”和免费采血点通知。

报纸报道集中在“执法打击与政策法规”和“社会支持与援助”这两个核心主题上。这一发现表明，这两个主题在微博和报纸上都有较高的关注度，主题分布存在一致性。这为后续的相关性探索提供了有力线索，有望在深入研究中揭示不同媒体上关于拐卖儿童议题的共性和差异性，理解社交媒体和传统媒体对拐卖儿童议题的关切焦点。

表 4-5 报纸主题及关键词

主题号	主题	主题词	数量
Topic1	执法打击与政策法规	儿童、犯罪、公安部、公布、集中、团圆、专项、广大群众、拐卖妇女、打击、犯罪、失踪、孩子、信息、早日、实现、会同、拐卖、行动、工作	487
Topic2	社会支持与援助	采血、拐卖、妇女儿童、犯罪、反拐、免费、救助、专项、一批、社会、嫌疑人、DNA、画像、解救、寻亲、平台、行动、孩子、积案、公安机关	27

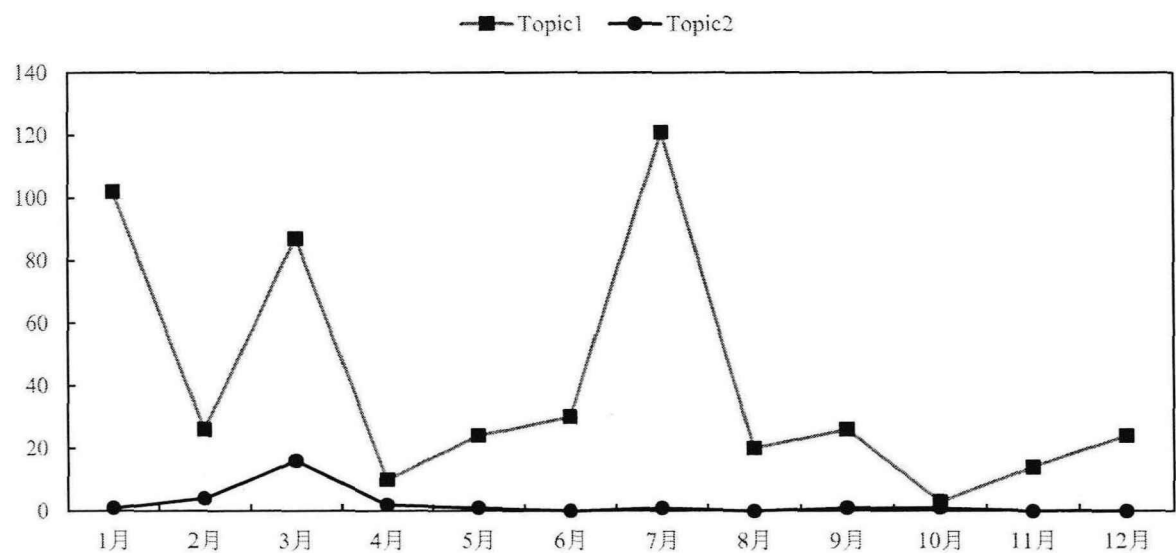


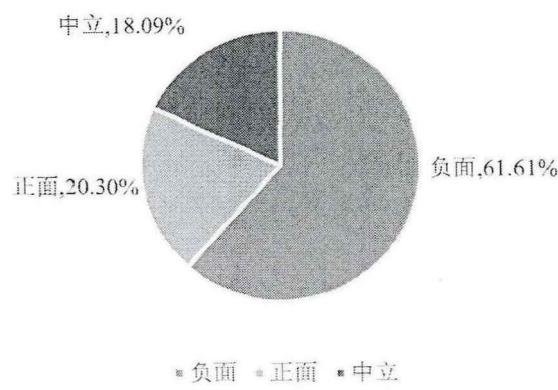
图4-8 报纸主题时间序列图

（三）情感分析结果

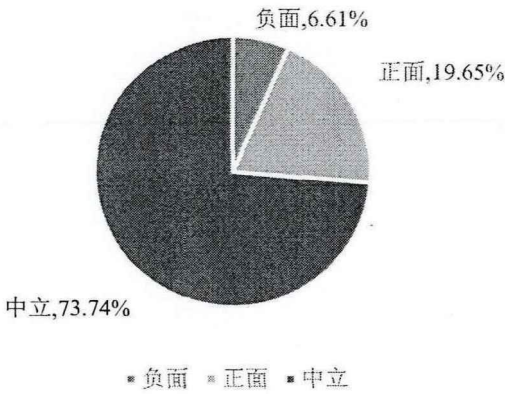
研究者运用DiVoMiner对获取的文本进行情感分析，以探究媒体在情感属性方面的差异。具体的情感分析结果如表4-6所示，微博文本中负面情感占据主导地位（61.61%），中立情感仅占18.09%。报纸文本则呈现出完全相反的趋势，中立情感在报纸文本中占比最大，达到了73.74%，负面情感占比仅有6.61%。根据结果可得，微博的情感更倾向于负面，而报纸的情感更倾向于中立。

表 4-6 微博与报纸的情感分布

	负面	正面	中立
微博	3214	1059	944
	61.61%	20.30%	18.09%
报纸	34	101	379
	6.61%	19.65%	73.74%



(a) 分图1 微博情感分布



(b) 分图2 报纸情感分布
图4-9 媒体情感分布

对比情感分析结果可以得知，不同媒体在拐卖儿童议题的情感属性存在差异。具体而言，微博负面情感占比较多，而报纸文本的情感更趋向于中立。政务微博和媒体微博的情感分析结果显示，负面情感占比较高，特别是在政务微博中，负面情感报道约占总报道数的64.28%。党报和都市报中中立情感占比较高，占比分别为67.69%和77.43%。从整体数据来看，负面情感报道仍然是微博和报纸报道的主基调，占总报道数的56.67%，而正面和中立报道则分别占20.24%和23.08%。这一发现证明了不同媒体在对拐卖儿童议题进行报道时的态度差异。

表 4-7 不同媒体的情感分布

	负面	正面	中立
政务微博	2314	673	613
	64.28%	18.69%	17.03%
媒体微博	900	386	331
	55.66%	23.87%	20.47%
党报	16	47	132
	8.21%	24.10%	67.69%
都市报	18	54	247
	5.64%	16.93%	77.43%

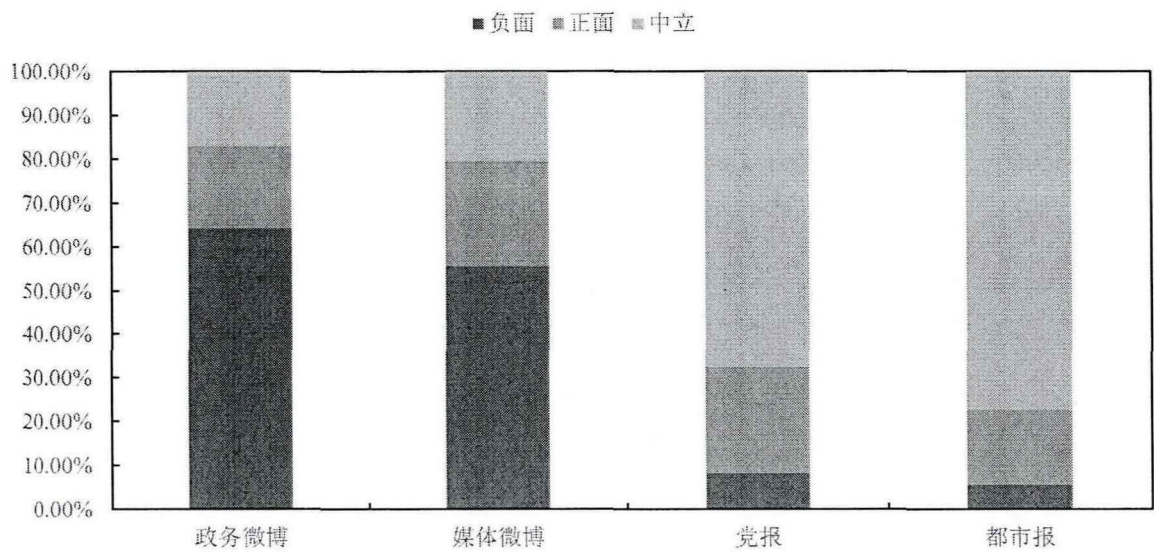


图 4-10 不同媒体情感分布

研究继续分析了微博和报纸不同情感属性发展的变化趋势，两者在情感和数量上呈现出不同的变化。如图4-11所示，微博负面情感报道在6月份达到峰值，正面和中立情感分别在6月和10月保持较高水平。报纸的发展趋势则略有不同，1月、3月、7月中立情感报道较多，负面情感则一直保持较低的平稳状态。

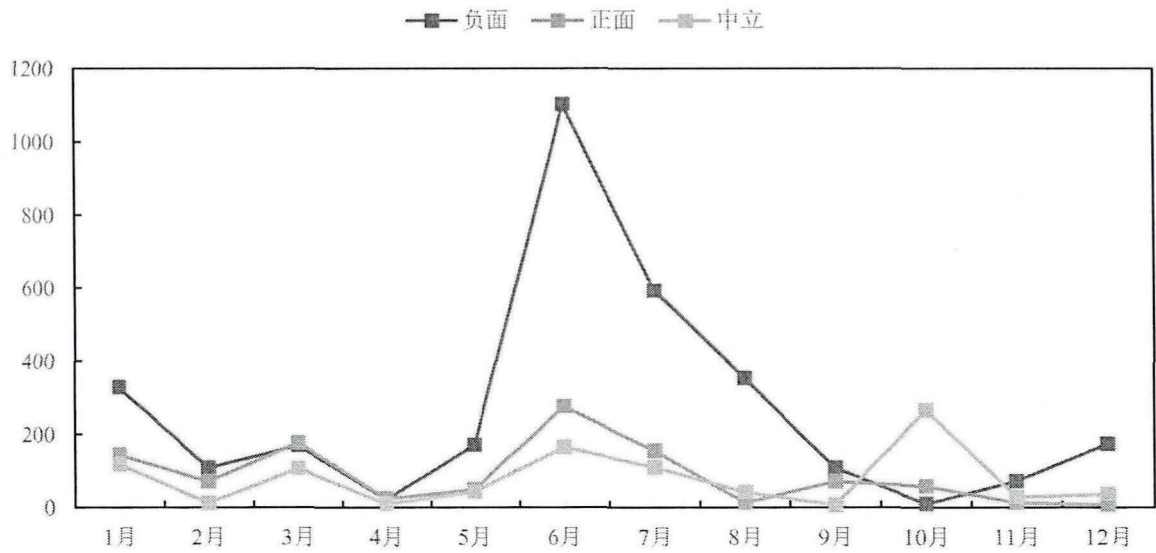


图 4-11 微博情感变化趋势

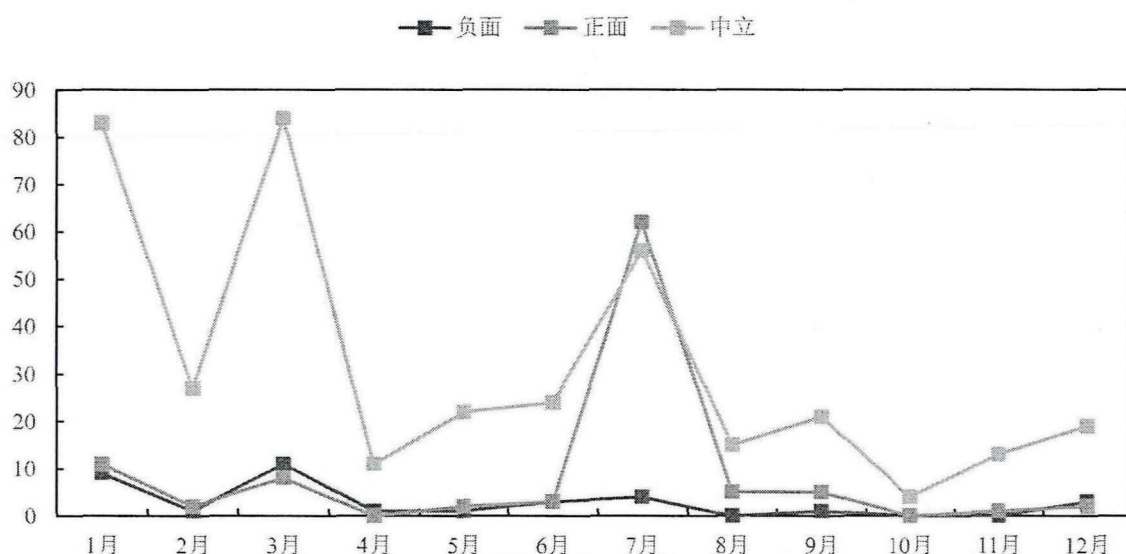


图 4-12 报纸情感变化趋势

（四）各主题的情感倾向

前文提到在主题建模中为微博报道和报纸报道划分了主题，微博涵盖“非法交易与人权侵害”“执法打击与政策法规”“社会支持与援助”“家庭背景与风险因素”“儿童失踪与拐卖事件”这5个主题。报纸包括“执法打击与政策法规”和“社会支持与援助”这2个主题。结合全部报道的情感分析，可以探究各主题间的情感倾向问题，以讨论不同媒体在主题和情感方面的倾向。

下图（图4-13）展示了政务微博和媒体微博在不同主题上的情感属性。政务微博在“非法交易和人权侵害”（Topic1）主题上表达了较强的负面情感，占比达到了75.24%。媒体微博在“非法交易与人权侵害”（Topic1）主题上表达的负面情感占比则高达77.78%。值得注意的是，儿童失踪与拐卖事件（Topic5）这一主题的负面情感占比也高达75.33%。综合来看，不论是政务微博还是媒体微博，在“非法交易和人权侵害”（Topic1）主题上都展现出明显的负面情感，这可能是由于该主题往往涉及贩卖、盗窃、侵权等严重违法行为，例如#被男友遗弃后女子七万元卖掉亲生子#、#亲生父母6年卖4孩获利9.1万#等，这些事件触及法律和道德底线。就正面情感而言，政务微博和媒体微博在“社会支持与援助”（Topic3）主题上发布了更多正面情感内容，占比分别为45%和50%，两者在强调“社会支持和援助”方面发挥着积极的作用。在中立情感方面，媒体微博在五个主题中的表现较为均衡，政务微博在“家庭背景与风险因素”（Topic4）主题上的态度更为中立。这一主题通常涉及对拐卖儿童背后的家庭问题以及社会风险因素的陈述剖析，解读相对全面和深刻，态度也更中立。

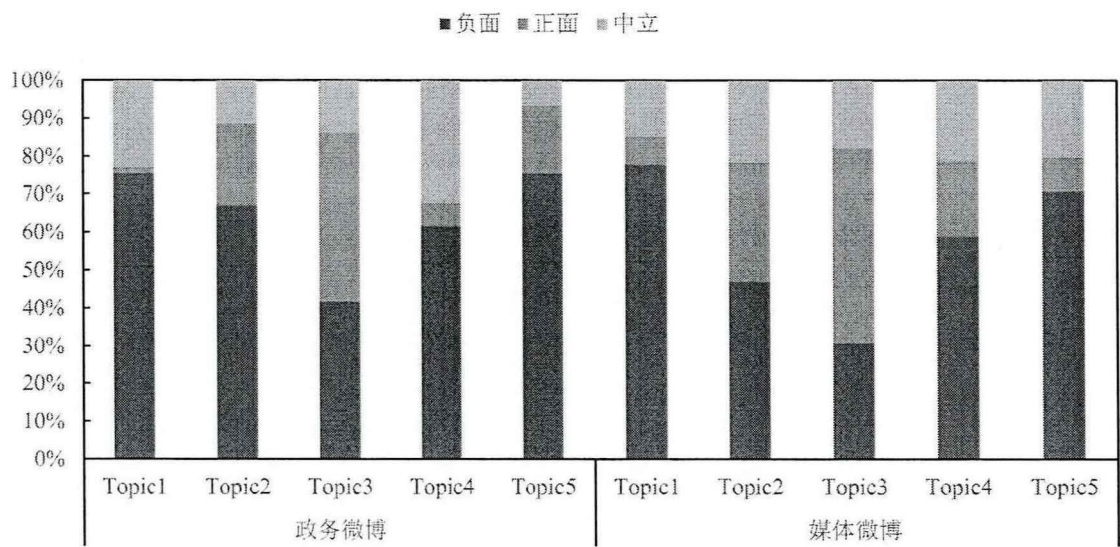


图 4-13 微博情感分布对比

下图（图4-14）展示了党报和都市报在不同主题上的情感属性。两类报纸在“执法打击与政策法规”这一主题上均表现出较高的中立情感。对于涉及执法和打击的事件，它们更倾向于以客观中立的方式进行报道。具体而言，在“执法打击与政策法规”主题下，报纸报道通常侧重于执法打击的成果展示以及政策法规的宣布传达。针对“社会支持与援助”主题，两类报纸同样展现出中立严谨的态度。它们倾向于以深度阐述和解读的方式呈现相关事件，为读者提供更为详实和细致的信息。以中立报道为主，正面报道为辅，这反映了报纸在处理社会问题时的一贯理性和客观立场。

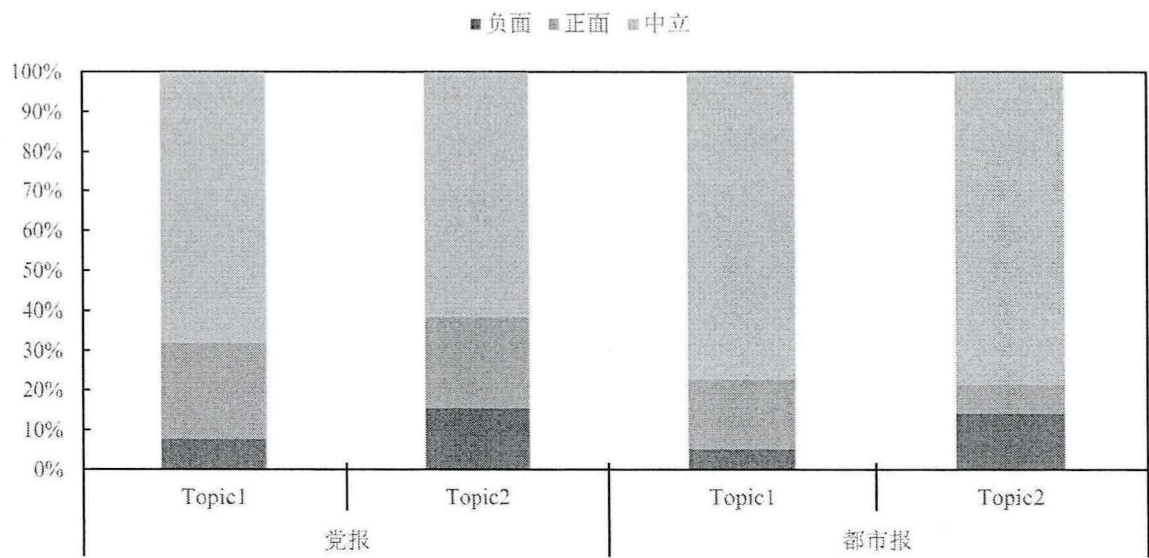


图 4-14 报纸情感分布对比

第二节 议程相关性分析

在这部分，研究进一步使用了皮尔逊相关系数 r 来分析媒体的实质属性议程之间的相关性，这些相关系数在表4.8和表4.9中得到了展示。当两个媒体之间的相关系数落在0到1的区间内，并且 p 值小于0.05或0.01时，这表明这两组数据之间存在正相关关系，且这种关系在统计学上具有显著意义。特别地，如果相关系数大于0.4，那么这两个主体之间的相关关系较强；若相关系数小于或等于0.4，则表明它们之间的相关关系相对较弱。

一、媒体间相关性分析

样本数据显示，党报与都市报的相关性最高，达到了0.86（ $r = 0.86, p < 0.01$ ），这表明它们在舆论场中有着密切的互动。在与媒体微博的相关性方面，三个主体都呈现出显著的议程相关性。政务微博与媒体微博之间的联系非常紧密，它们之间的相关系数高达0.75（ $r = 0.75, p < 0.01$ ）。紧随其后的是都市报，与媒体微博的相关性为0.62（ $r = 0.62, p < 0.01$ ），党报与媒体微博的相关性为0.58（ $r = 0.58, p < 0.01$ ）。这些数据进一步证实了它们之间的密切联系和协同性。然而，党报与政务微博以及都市报与政务微博之间相关性较低，分别为0.37（ $r = 0.37, 0.01 < p < 0.05$ ）和0.41（ $r = 0.41, 0.01 < p < 0.05$ ）。党报和都市报的高度相关性表明它们在引导公众注意力方面具有共同的目标。政务微博和媒体微博之间的强关联不仅促进了政府信息的广泛传播，还使媒体更容易获取与政府事务相关的新闻。

表 4-8 不同媒体间的议程相关性

	政务微博	媒体微博	党报	都市报
政务微博	1			
媒体微博	0.75**	1		
党报	0.37*	0.58**	1	
都市报	0.41*	0.62**	0.86**	1

注：*表示 $p < 0.05$ ，**表示 $p < 0.01$ ，***表示 $p < 0.001$

二、微博与报纸相关性分析

微博和报纸存在显著的相关性，但相关性系数较低，仅为0.43（ $r = 0.43, p < 0.01$ ）。较低的相关性可能是因为两者在报道风格、内容选择或信息呈现方式等方面存在着一些差异。此外，两者的受众群体不同，微博更受年轻人和在线社交群体的欢迎，而报纸的受众更多为传统读者群体。这种差异导致它们在主题关注、报道方式和发布频次上有所不同，从而影响了它们之间的相关性。综合分析结果可得，研究提出的第一个问题RQ1及假设H1a得到了部分支持，即四种媒体在拐卖儿童议题的议程设置上存

在着一定程度的相关性。需要注意的是，相关性并不等同于因果关系，两主体议程的高度相关并不意味着是前者影响了后者，有可能是前者反映了后者，或是两者同时受到第三变量影响^[52]。因此媒介间议程设置能力将在后续的因果检验和导向性分析中进一步探索。

表 4-9 微博与报纸的议程相关性

	微博	报纸
微博	1	
报纸	0.43**	1

注：*表示 $p < 0.05$ ，**表示 $p < 0.01$ ，***表示 $p < 0.001$

第三节 议程导向性分析

一、格兰杰因果关系检验

（一）平稳性检验

为了满足格兰杰因果检验的前提，必须先通过ADF单位根检验（Augmented Dickey-Fuller test）确认时间序列的平稳性。根据表4-10的ADF检验结果，所有四个变量在1%、5%和10%的显著性水平下均未检测到单位根，满足平稳性标准（检验值低于5%临界值）。这意味着这些变量构成了无截距和时间趋势的平稳序列，为进行后续的格兰杰因果检验提供了依据。

表 4-10 变量 ADF 检验结果

变量	检验值	p值	1%临界值	5%临界值	10%临界值	结论
政务微博	-10.14259***	0.0000	-3.996918	-3.428739	-3.137804	平稳
媒体微博	-10.44514***	0.0000	-4.024935	-3.442238	-3.145744	平稳
党报	-8.712357***	0.0000	-4.057528	-3.457808	-3.154859	平稳
都市报	-8.559137***	0.0000	-4.023042	-3.441330	-3.145211	平稳

注：*表示 $p < 0.05$ ，**表示 $p < 0.01$ ，***表示 $p < 0.001$

（二）协整检验

除平稳性检验之外，研究还需要进行变量间的协整检验，以确定变量之间的关系在长期内是稳定和平衡的。E-G两步法适用于两个变量之间的协整检验，如果测量出的残差是平稳的，可以判定变量之间存在协整关系，反之则可以判定变量之间不存在协整关系。此外，比较统计值和临界值也可以用来评估序列在协整检验中的表现。表4-11说明，各媒体之间至少存在一个协整方程，且存在长期均衡关系，并且协整关系对于进一步的格兰杰因果关系检验来说是足够显著的。

表4-11 协整检验结果

变量	检验值	p值	1%临界值	5%临界值	10%临界值	结论
政务微博	-10.16432***	0.0000	-3.457630	-2.873440	-2.573187	协整
媒体微博	-10.44468***	0.0000	-3.477487	-2.882127	-2.577827	协整
党报	-8.632707***	0.0000	-3.500669	-2.892200	-2.583192	协整
都市报	-8.440203***	0.0000	-3.476143	-2.881541	-2.577514	协整

注：*表示 $p < 0.05$ ，**表示 $p < 0.01$ ，***表示 $p < 0.001$

（三）媒体间的格兰杰因果关系检验

研究首先从格兰杰检验结果来判断各主体间是否存在着一定的因果关系。参考以下两表可以得知，政务微博和媒体微博互为因果，需要在更细致的主题下探讨两者的媒介间议程设置能力。都市报能引导党报的议程，格兰杰因果检验结果显示其最短滞后期为2， p 值小于0.05大于0.01呈现出显著效果。

对于RQ1，检验结果为该问题提供了初步的解答，证明了拐卖儿童议题内媒体间的导向性关系。关于报纸和微博的关系，研究结果与原有的假设相同，两者存在着相关性和导向性关系，微博展现出较强的媒介间议程设置能力，成功地设置了报纸的议程，H1a成立。除此之外，都市报一定程度上设置了党报的议程，H1b不成立。这意味着都市报对拐卖儿童议题的关注和报道对党报的议程产生了显著的影响。而在微博内，政务微博表现出较强的媒介间议程设置能力，成功地主导并设置了媒体微博的议程，H1c假设成立。这表明政务微博在拐卖儿童议题上的报道影响了媒体微博的议程，呈现出相对较强的主导地位。研究将进一步探究不同主题下的议题关系，以深化对媒体之间相互关系和议程设置影响的理解。这将有助于揭示不同主题下的媒体协同互动的复杂性，并提供更全面的视角来解释媒体在社会议题传播中的作用。

表 4-12 媒体间格兰杰检验结果

原假设（Null Hypothesis）	最短滞后期	观测值	F统计值	p值	结论
政务微博不是媒体微博的格兰杰原因	5	236	5.25885***	0.0001	拒绝
媒体微博不是政务微博的格兰杰原因	5	236	2.27953*	0.0473	接受
党报不是都市报的格兰杰原因	2	183	0.71519	0.4904	接受
都市报不是党报的格兰杰原因	2	183	3.60437*	0.0292	拒绝

表 4-13 微博与报纸格兰杰检验结果

原假设（Null Hypothesis）	最短滞后期	观测值	F统计值	p值	结论
微博不是报纸的格兰杰原因	5	282	17.5208***	$4.08e^{-17}$	拒绝
报纸不是微博的格兰杰原因	5	282	0.94678	0.4620	接受

注：*表示 $p < 0.05$ ，**表示 $p < 0.01$ ，***表示 $p < 0.001$

二、实质属性导向性分析

（一）微博主题的格兰杰因果关系检验

表4-14展示了微博内拐卖儿童议题的格兰杰因果关系检验结果。表格的第一列展示了各主体间的议程设置流向，例如第一行的“政治微博对媒体微博”指的是政治微博对媒体微博议程的引导作用。第二列和第三列显示了在这五个主题下有多少议题与之显著因果相关以及其对应的 F 统计值。微博的5个主题中，政务微博在4个主题上具有引导媒体微博的潜力，分别为“执法打击与政策法规”（Topic2, $0.01 < p < 0.05$ ），“社会支持与援助”（Topic3, $0.01 < p < 0.05$ ），“家庭背景与风险因素”（Topic4, $p < 0.01$ ）以及“儿童失踪与拐卖事件”（Topic5, $0.01 < p < 0.05$ ），H2a和H2b得到了部分支持，微博塑造并引导了更多的主题，并且在微博内政务微博是议程的主要塑造者，引导了更多主题。但值得注意的是，媒体微博同样在“执法打击与政策法规”（Topic2, $p < 0.01$ ）和“社会支持与援助”（Topic3, $p < 0.01$ ）两个主题上表现出引导并显著影响政务微博的能力。政务微博和媒体微博在“执法打击与政策法规”和“社会支持与援助”主题上互为因果，这说明媒体微博被政务微博影响的同时也在及时有效地挖掘打击拐卖儿童的事件并进行传播，在多个方面尽快推进拐卖儿童事件的处理。

综上所述，政务微博和媒体微博在“执法打击与政策法规”（Topic2）和“社会支持与援助”（Topic3）两个主题上相互影响，共建议程引导舆论环境。此外，政务微博在另外两个主题上也能够引导媒体微博，这包括“家庭背景和 risk 因素”和“儿童失踪与拐卖事件”。这反映了政府在社会问题和风险因素方面的责任感，对儿童失踪及拐卖问题的重视。媒体微博在多个主题上的表现都表明了其在社会议程引导方面的积极作用。两者的相互影响可以更好地实现信息传递，推动社会发展进步。

表 4-14 微博平台格兰杰检验结果

主体间关系	主题数 (N = 5)	主题
政务微博对媒体微博	4	Topic2 (2.31*)、Topic3 (2.21*)、Topic4 (3.12**)、Topic5 (2.50*)
媒体微博对政务微博	2	Topic2 (2.79**)、Topic3 (3.80***)

注：Topic1 =非法交易与人权侵犯，Topic2 =执法打击与政策法规，Topic3 =社会支持与援助，Topic4 =家庭背景与风险因素，Topic5 =儿童失踪与拐卖事件；*表示 $p < 0.05$ ，**表示 $p < 0.01$ ，***表示 $p < 0.001$

（二）报纸主题的格兰杰因果关系检验

根据前文对报纸主题的划分，研究继续进行报纸的格兰杰因果检验。结果与假设略有出入，报纸主题中具有显著因果的仅有“执法打击与政策法规”（Topic1）这一个主题，并且都市报在这一主题上是党报的格兰杰原因。这说明拐卖儿童议题中议程

的主要塑造者为都市报，在报纸内部引导了较多的主题。综上所述，在拐卖儿童议题上存在着议程的主要塑造者，媒体间的主要塑造者为都市报和政务微博。

表 4-15 报纸格兰杰检验结果

主体间关系	主题数 (N = 2)	主题
党报对都市报	0	
都市报对党报	1	Topic1 (5.14 ^{**})

注：Topic1 = 执法打击与政策法规，Topic2 = 社会支持与援助；*表示 $p < 0.05$ ，**表示 $p < 0.01$ ，***表示 $p < 0.001$

（三）单一主题的格兰杰因果关系检验

微博和报纸共同涉及的主题包括“执法打击与政策法规”以及“社会支持与援助”，该部分研究对这两个主题进行分析，但因为报纸中的“社会支持与援助”主题相关报道仅有27篇，不满足前文提到的30个时间节点的基本要求，所以该部分研究只考虑“执法打击与政策法规”这一主题。结果显示，微博在“执法打击与政策法规”主题上是报纸的格兰杰原因。

从更详细的角度来看，都市报（ $F = 5.14, p < 0.01$ ），政务微博（ $F = 13.23, p < 0.01$ ）以及媒体微博（ $F = 6.26, p < 0.01$ ）对党报都具有显著的影响力。政务微博（ $F = 19.33, p < 0.01$ ）和媒体微博（ $F = 8.23, p < 0.01$ ）能够影响都市报的议程。政务微博和媒体微博在“执法打击与政策法规”主题上互为因果。这证明各媒体在涉及法律、社会问题方面的协同努力，共同引导公众对“执法打击与政策法规”主题的关注。

表 4-16 单一主题格兰杰检验结果

原假设 (Null Hypothesis)	观测值	F统计值	p值	结论
微博不是报纸的格兰杰原因	222	32.0710 ^{***}	3.15e ⁻²⁷	拒绝
都市报不是党报的格兰杰原因	183	5.14422 ^{**}	0.0067	拒绝
政务微博不是党报的格兰杰原因	254	13.2268 ^{***}	6.09e ⁻¹³	拒绝
媒体微博不是党报的格兰杰原因	177	6.26398 ^{***}	6.04e ⁻⁰⁶	拒绝
政务微博不是都市报的格兰杰原因	272	19.3327 ^{***}	1.30e ⁻¹⁸	拒绝
媒体微博不是都市报的格兰杰原因	208	8.23137 ^{***}	5.98e ⁻⁰⁸	拒绝
政务微博不是媒体微博的格兰杰原因	1644	2.30905 [*]	0.0184	拒绝
媒体微博不是政务微博的格兰杰原因	1644	2.79329 ^{**}	0.0045	拒绝

注：Topic1 = 执法打击与政策法规；*表示 $p < 0.05$ ，**表示 $p < 0.01$ ，***表示 $p < 0.001$

三、情感属性导向性分析

（一）媒体间情感属性的格兰杰因果关系检验

媒体间的情感对比是研究的重点，研究首先对媒体微博和政务微博中不同情感属

性的报道进行了格兰杰因果检验，结果显示在微博内负面情感态度呈现出显著的因果关系，其中媒体微博被识别为政务微博情感报道的格兰杰原因。就负面报道而言，媒体微博的报道可能对政务微博的报道产生一定的影响。这证明媒体微博在塑造和引导情感方面发挥着一定程度的引领性角色，政务微博受到媒体微博报道的影响，随后两者在情感表达上达成一致。这一结论强调了作为信息传播主要渠道之一的媒体微博在舆论场中涉及情感表达时的重要性。

表 4-17 微博情感属性的格兰杰检验结果

情感属性	原假设（Null Hypothesis）	观测值	F统计值	p值	结论
负面	政务微博不是媒体微博的格兰杰原因	197	0.14505	0.8651	接受
	媒体微博不是政务微博的格兰杰原因		10.5773***	4.39e ⁻⁵	拒绝
正面	政务微博不是媒体微博的格兰杰原因	148	0.14253	0.7063	接受
	媒体微博不是政务微博的格兰杰原因		0.03444	0.8530	接受
中立	政务微博不是媒体微博的格兰杰原因	149	0.54908	0.4599	接受
	媒体微博不是政务微博的格兰杰原因		0.04276	0.8365	接受

注：*表示 $p < 0.05$ ，**表示 $p < 0.01$ ，***表示 $p < 0.001$

随后对党报和都市报中不同情感属性的报道进行格兰杰因果关系检验。负面情感报道因观测值不足被剔除，而中立情感报道呈现出显著的因果关系。在中立报道中，都市报是党报的格兰杰原因。这个结果意味着在中立情感报道方面都市报的报道可能会在时间序列上领先于党报，从而影响党报。都市报作为一个更接近普通民众的媒体，其报道更能反映出社会的真实情况和民众的真实情感，党报可能会参考都市报的报道更好地了解社情民意。

表 4-18 报纸情感属性的格兰杰检验结果

情感属性	原假设（Null Hypothesis）	观测值	F统计值	p值	结论
正面	党报不是都市报的格兰杰原因	39	0.55588	0.4608	接受
	都市报不是党报的格兰杰原因		1.03560	0.3156	接受
中立	党报不是都市报的格兰杰原因	166	0.10352	0.7481	接受
	都市报不是党报的格兰杰原因		12.0637***	0.0007	拒绝

注：*表示 $p < 0.05$ ，**表示 $p < 0.01$ ，***表示 $p < 0.001$

微博和报纸情感属性的格兰杰因果检验结果显示，无论是负面情感、正面情感还是中立情感，原假设都得到了验证，也就是说微博与报纸在情感属性并未能设置对方的议程，不存在格兰杰因果关系。这一发现说明两者在情感属性方面独立运作，没有相互影响的趋势。

表 4-19 单一主题格兰杰检验结果

情感属性	原假设 (Null Hypothesis)	观测值	F统计值	p值	结论
负面	微博不是报纸的格兰杰原因	201	1.15064	0.3186	接受
	报纸不是微博的格兰杰原因		0.52973	0.5896	接受
正面	微博不是报纸的格兰杰原因	165	0.00909	0.9242	接受
	报纸不是微博的格兰杰原因		0.99248	0.3206	接受
中立	微博不是报纸的格兰杰原因	235	0.78342	0.3770	接受
	报纸不是微博的格兰杰原因		0.07244	0.7881	接受

注: *表示 $p < 0.05$, **表示 $p < 0.01$, ***表示 $p < 0.001$

(二) 主题间情感属性的格兰杰因果关系检验

前文的研究已经发现, 不同主题呈现出截然不同的情感色彩。以微博为例, 涉及“非法交易与人权侵害”(Topic1)等主题明显呈现负面态度, 而“社会支持与援助”(Topic3)主题则包含更多正面情感内容, 因此研究对报纸中的中立报道和微博中的负面报道进行了深入分析。

在微博的负面报道中, “非法交易与人权侵犯”主题(Topic1)未能经过协整检验, 因此被剔除。“执法打击与政策法规”(Topic2)主题中媒体微博为政务微博的格兰杰原因, 媒体微博在这一主题上引导了政务微博的负面情感。“社会支持与援助”(Topic3)主题中并未发现显著的格兰杰因果关系。在“家庭背景与风险因素”(Topic4)中, 政务微博被发现是媒体微博的格兰杰原因, 政务微博影响了媒体微博的负面情感。至于“儿童失踪与拐卖事件”(Topic5), 媒体微博是政务微博的格兰杰原因。综合结果可得在负面报道中, 政务微博引导了1个主题(“家庭背景与风险因素”, Topic4), 媒体微博引导了2个主题(“执法打击与政策法规”, Topic2; “儿童失踪与拐卖事件”, Topic5)。

表 4-20 微博不同主题情感属性的格兰杰检验结果

负面情感	原假设 (Null Hypothesis)	观测值	F统计值	p值	结论
Topic2	政务微博不是媒体微博的格兰杰原因	77	0.24197	0.9608	接受
	媒体微博不是政务微博的格兰杰原因		5.12084***	0.0002	拒绝
Topic3	政务微博不是媒体微博的格兰杰原因	58	0.37672	0.5419	接受
	媒体微博不是政务微博的格兰杰原因		1.71936	0.1952	接受
Topic4	政务微博不是媒体微博的格兰杰原因	92	4.50389*	0.0366	拒绝
	媒体微博不是政务微博的格兰杰原因		0.07857	0.7799	接受
Topic5	政务微博不是媒体微博的格兰杰原因	53	2.26083	0.0658	接受
	媒体微博不是政务微博的格兰杰原因		11.6750***	4.16e ⁻⁰⁷	拒绝

注：*表示 $p < 0.05$ ，**表示 $p < 0.01$ ，***表示 $p < 0.001$

在报纸中，党报是都市报“执法打击与政策法规”（Topic1）这一主题的格兰杰原因，较大程度影响了都市报的中立情感。

表 4-21 报纸不同主题情感属性的格兰杰检验结果

中立情感	原假设（Null Hypothesis）	观测值	F统计值	p值	结论
Topic1	党报不是都市报的格兰杰原因	166	11.5052***	0.0009	拒绝
	都市报不是党报的格兰杰原因	166	0.29252	0.5894	接受

注：*表示 $p < 0.05$ ，**表示 $p < 0.01$ ，***表示 $p < 0.001$

第五章 结论与讨论

第一节 研究结论

一、研究问题及假设结果汇总

表5-1汇总了研究问题及假设的结果，微博和报纸在拐卖儿童议题中存在着相关性和导向性，微博的媒介间议程设置能力更强，研究问题1得到解释。关于研究问题1的假设中，H1a成立，微博和报纸在拐卖儿童议题中存在着相关性和导向性，微博的媒介间议程设置能力较强，微博设置了报纸的议程。H1b成立，政务微博设置了媒体微博议程。H1c不成立，都市报在拐卖儿童议题中的媒介间议程设置能力较强，并在一定程度上设置了党报的议程。研究问题2也得到了相应结果，在拐卖儿童议题上，存在议程的主要塑造者。微博相较于报纸塑造并引导了拐卖儿童议题中更多的实质属性主题，H2a成立。具体来看，都市报和政务微博相较于党报和媒体微博引导了更多实质属性主题，H2b部分成立。研究问题3讨论了在微博和报纸的情感属性设置，政务微博和媒体微博更倾向于进行负面情感报道，而党报和都市报更倾向于中立情感报道。不同媒体在拐卖儿童议题的情感属性方面存在差异，微博和报纸之间不存在情感属性的议程设置效果，但政务微博与媒体微博、党报和都市报之间存在着情感属性的议程设置效果。

表 5-1 研究问题及假设结果汇总

	研究问题/假设	研究结果
RQ1	微博和报纸在拐卖儿童议题中是否存在相关性和导向性关系？如果存在，谁的媒介间议程设置能力更强？	存在
RQ2	在拐卖儿童议题上，是否存在议程的主要塑造者？如果存在，谁引导了更多的实质属性主题？	存在
RQ3	微博和报纸如何为拐卖儿童议题设置情感属性？不同媒体在拐卖儿童议题的情感属性方面是否存在差异？在情感属性方面是否存在议程设置效果？若有，不同情感属性中是哪种媒体主导了议程设置作用？	存在
H1a	微博和报纸在拐卖儿童议题中存在着相关性和导向性，微博的媒介间议程设置能力较强，微博设置了报纸的议程。	成立
H1b	政务微博在拐卖儿童议题中的媒介间议程设置能力较强，设置了媒体微博议程。	成立
H1c	党报在拐卖儿童议题中的媒介间议程设置能力较强，党报设置了都市报议程。	不成立
H2a	微博相较于报纸塑造并引导了拐卖儿童议题中更多的实质属性主题。	成立
H2b	党报和政务微博相较于都市报和媒体微博引导了更多实质属性主题。	部分成立

二、微博和报纸的关系

微博和报纸在拐卖儿童议题中的互动并非一方主导一方跟随，而是相互作用相互影响。虽然两者在传播量级上存在一定的差异，但是它们在关注重点上却展现出相似和互补的特点。首先微博和报纸都关注了“执法打击与政策法规”和“社会支持与援助”这两个主题，除了这两个主题外，微博还关注了“社会支持与援助”“家庭背景与风险因素”“儿童失踪与拐卖”这三个主题，但在微博和报纸中发布量最高的均为“执法打击与政策法规”主题。在相关性分析和格兰杰因果检验中可得，微博和报纸之间存在显著的相关性（ $r = 0.43$, $p < 0.01$ ），并且微博在一定程度上引导了报纸的实质属性议题（ $F = 17.5208$, $p = 4.08e^{-17}$ ），但微博与报纸在情感属性方面并未能设置对方的议程，不存在格兰杰因果关系。

三、媒体间的相互影响

政务微博与媒体微博显著相关（ $r = 0.75$, $p < 0.01$ ），政务微博作为媒体微博的格兰杰原因，表现出较强的媒介间议程设置能力（ $F = 5.25885$, $p = 0.0001$ ）。政务微博在“执法打击与政策法规”“社会支持与援助”“家庭背景与风险因素”以及“儿童失踪与拐卖”等四个主题上具有引导媒体微博的潜力，政务微博在微博内扮演着议程的主要塑造者的角色。媒体微博在“执法打击与政策法规”和“社会支持与援助”两个主题上与政务微博互为因果。与此同时在负面情感上，媒体微博是政务微博的格兰杰原因（ $F = 10.5773$, $p = 4.39e^{-5}$ ）。政务微博和媒体微博呈现出一种双向影响的关系，二者在拐卖儿童议题中发挥着独特且相互关联的作用，其互动模式有助于形成一个信息传递、反馈和引导的闭环，共同推动着社会对拐卖儿童议题的关注和讨论。

党报和都市报显著相关（ $r = 0.86$, $p < 0.01$ ），都市报对拐卖儿童议题的关注显著影响了党报的议程（ $F = 3.60437$, $p = 0.0292$ ）。报纸情感表达更加中立，在“执法打击与政策法规”主题上报道量最多，都市报在这一主题上引导党报议程。格兰杰因果检验结果表明，在中立情感方面都市报对党报亦有影响（ $F = 12.0637$, $p = 0.0007$ ），都市报的报道可能会在时间序列上领先于党报，从而影响党报的报道内容和情感。

四、情感与主题分布特点

从情感分布情况来看，微博文本中“负面”情感占主导地位（61.61%），报纸文本中“中立”情感占主导地位（73.74%），负面情感报道是微博及报纸报道的主基调，占总报道数的56.67%。在主题分布方面，无论是微博还是报纸，都关注到了“执法打击与政策法规”和“社会支持与援助”两主题，微博中发布量较高的为“执法打击与政策法规”和“家庭背景与风险因素”，报纸中关注度最高的同样也是“执法打击与政策法规”。

研究进一步讨论了各主题的情感属性，政务微博（75.24%）和媒体微博（77.78%）

对“非法交易与人权侵害”主题表达的负面情感占比较高。政务微博在“儿童失踪与拐卖事件”这一主题的负面情感占比也高达75.33%。政务微博和媒体微博在“社会支持与援助”主题上发布了更多正面情感内容，占比分别为45%和50%。两类报纸在各主题上表现较为相似，在“执法打击与政策法规”这一主题上均显示出较高的中立情感态度，整体呈现出中立为主、正面报道为辅的现状。媒体微博在“执法打击与政策法规”主题内引导政务微博的负面情感（ $F = 5.12084$ ， $p = 0.0002$ ），政务微博在“家庭背景与风险因素”（Topic4）中主导媒体微博的负面情感走向（ $F = 4.50389$ ， $p = 0.0366$ ），媒体微博在涉及“儿童失踪与拐卖事件”的主题中影响政务微博的负面情感（ $F = 11.6750$ ， $p = 4.16e^{-07}$ ）。党报在较大程度上影响了都市报“执法打击与政策法规”这一主题的中立情感走向（ $F = 11.5052$ ， $p = 0.0009$ ）。

第二节 研究讨论

一、拐卖儿童议题参与的多主体互动

拐卖儿童犯罪打击关乎社会环境稳定和儿童权益保障，不同角度的报道传播影响着媒体和公众对其严重度的认知，报道中的角色互动也呈现出多元化的特点。

媒体在报道拐卖儿童议题时，存在一定程度的议程相关性，但也有各自的侧重点。微博凭借其高度活跃的用户群体和迅速传播的特性，实现了信息的实时更新和迅速扩散，微博倾向于扩散“犯罪嫌疑人”以及“非法交易”等即时性信息。报纸则以其长效性和严谨性在拐卖儿童信息传播中发挥着稳定而可靠的作用，更倾向于强调“团圆行动”和“采血寻亲”等长效性信息。两者在议题关注上呈现出一种有机的关联，通过各自的优势互补，形成了一个全景式的议题关注网络。

具体而言，政务微博作为政府机构的官方发布账户，扮演着重要的塑造者和引导者的角色，传播政府的政策、法规以及应对拐卖儿童犯罪举措。媒体微博作为另一重要参与者，更加注重社会反馈和引导，倾向于与公众形成更为密切的互动。党报在拐卖儿童议题中保持中立的态度，报道政府政策、法规以及治理措施，引导公众关注党的执政方向和解决问题的方法。都市报则更注重从社会角度反映问题的真实面貌，通过深度报道、社会细节挖掘和持续报道等方式，推动政府对拐卖儿童相关政策的制定和改革。造成这些差异的原因主要有以下几个方面：一是媒体属性不同，党报和政务微博属于官方媒体，其报道受到党和政府的指导和监督，因此更倾向于传递严肃信息和相关政策；都市报和媒体微博属于民间媒体，其报道受到市场和公众的影响，因此更倾向于追求新闻价值和满足公众需求。二是媒体目标不同，党报和政务微博的主要目标是维护社会稳定和提高公信力，因此更注重报道事实真相和展示解决能力；都市报和媒体微博的主要目标是吸引读者关注和提高影响力，因此更注重报道事件细节和

引发情感共鸣。三是媒体责任不同，党报和政务微博承担着宣传、教育和服务社会的责任，因此更关心社会效果和公众反馈；都市报和媒体微博承担着监督批评和传播信息责任，因此更关心新闻影响和公众意见。

二、拐卖儿童报道主题的差异性流动

信源不仅仅代表着消息的来源，更深层次地涉及在新闻报道中发言的主体，即谁拥有话语权和解释权的问题^[116]。在拐卖儿童报道中，具有话语权的主体包括政府机构、执法机关、媒体以及当事人等。这些主体在舆论场中掌握着不同层面的话语权，并通过各自的渠道塑造和影响公众对拐卖儿童议题的认知和态度。作为权力机构，政府机构和执法机关通过政府公报、新闻发布等正式渠道发布官方信息，对问题的界定、政策制定和执法行动具有决定性的影响。政府机构和执法机关的话语权源于自身在问题处理和解决方案制定中的权威性。媒体平台在拐卖儿童议题中的话语能够影响公众对问题的认知和关注程度，也能帮助拐卖儿童事件的当事人扩大声量，引起社会情感共鸣和关注。

研究聚焦于媒体话语权的流动，新闻媒体在拐卖儿童报道中发挥着关键的信息传递和舆论引导作用，通过采访、报道、评论等手段呈现多维度信息。微博和报纸在话语权掌握与主题流动方面展现出显著差异。正如前文所述，相较于报纸，微博这一社交媒体信息传播速度更为迅捷，互动性也更为突出，这种差异直接影响了两者的话语权分配。微博平台的信息传播机制使其在话语权的流动中具有独特的优势，其开放性和即时性的特点能够迅速推动拐卖儿童议题的讨论在微博平台上展开。相比之下，报纸更注重中立和客观，倾向于遵循政府立场，更加强调政策法规、法制观点等方面的内容，展现出官方话语的权威性。总体而言，这些媒体在主题和话语权的传递中扮演着不同的角色，共同构建了一个多维度的报道网络，为拐卖儿童议题的全面讨论提供了多元化的视角。

三、媒体议程与公众舆论的相互性影响

陈力丹在《舆论学：舆论导向研究》中提出，议程设置是传播过程中自然形成的一个功能，并非媒体主观创造的。在舆论引导中，应将主观的舆论导向与客观的议程设置功能相结合，以实现更好的传播效果。具体而言，政府和媒体需要注意公众关注的议题，并将这些议题与政府希望传达的信息相结合，以提高信息传播的效果。在这一过程中，必须基于对民意的真实了解和对新闻职业操守的遵守，通过合法程序，采取讨论的方式引导舆论。同时，要尊重传播规律，不断优化传播策略。

媒体对议题的选择无疑能够推动公众舆论的形成，并深刻影响舆论的走向。公众舆论也会反过来对媒体议题的选择产生作用。以孙海洋寻子事件为例，这一事件在初期便引起了社会的广泛关注。导演陈可辛于2012年与孙海洋取得联系，其执导的《亲

爱的》电影于2014年上映，并在2016年获得第16届中国电影华表奖优秀故事片奖。影片的成功播出，进一步提高了社会对拐卖儿童这一议题的关注度。孙海洋寻子事件的整个过程充分展现了公众舆论对社会议题的影响力，该事件经历了舆论的强烈爆发、持续发酵与延续，舆论场内共鸣力量显现，共情效应凸显。在拐卖儿童议题中，网络舆论的压力不仅引发了广泛的社会讨论，还催生出许多新的问题。以“全州超生孩子统一抱走被社会调剂”事件为例，网友对超生、社会调剂等问题的疑问形成了巨大的舆论压力，这种舆论压力不仅影响了媒体的议程设置，还使得政府对相关问题进行调查和重视，最终全州超生孩子被调剂事件立案调查。由此可见，公众舆论在一定程度上确实影响了媒体议程设置的内容。

社交媒体时代个人的传播话语权提升，在双向的传播纽带中，公众有自主选择 and 二次传播的权利，公众是议程设置中不可忽略的主体之一。针对此事件以及更多拐卖儿童报道，媒体与公众应该反思各个主体的参与对事件的影响。网民对拐卖儿童事件的参与起到了推动舆论发展的作用，但也产生了过度参与当事人选择、对当事人隐私的过分窥视、对拐卖这种犯罪行为的弱化关注等问题，所以积极引导正面推进是尤为重要的。一方面新闻媒体应该提升主动议题设置的能力，加强对核心议题的关注，减少对无关信息的过度聚焦，同时要呼吁网民降低对部分信息过度解读的热情；另一方面，网民应该提升媒介素养，注意网络发言的边界感，减少受情绪支配的极端发言，共建理性网络公共空间。

第三节 实践策略与建议

一、社会规范功能视角下坚持理性引导

拉扎斯菲尔德和默顿在《大众传播、通俗口味和有组织的社会行为》^[17]中阐述了大众传播的三项关键功能：赋予社会地位、强化社会规范，以及引起“麻醉作用”的负面效应。他们认为，大众传播通过公开不道德行为以激发普遍的道德谴责，并借助媒体的舆论压力推动个体和集体遵守社会规范，从而在社会中发挥规范作用。

媒体作为信息传播的重要平台，应当肩负起社会规范功能，坚持理性引导。首先，媒体能运用其影响力，不断促进公众对儿童拐卖问题的关注。呼吁社会各界积极参与解决，并注重法律知识的传播。通过新闻报道、专栏文章、访谈节目等多种形式，普及相关法律知识，加强法制宣传，倡导尊重生命、保护儿童的价值观，营造全社会共同关注、共同参与的氛围。其次，在报道过程中，媒体应遵循媒介伦理规范，切实保护被拐儿童的隐私权，杜绝二次伤害的发生。始终坚持真实客观、公正公开、科学合理、负责任的原则，报道既要揭露罪行、呼吁关爱、推动解决，也要尊重事实、保护隐私，避免为了新闻效果而忽视新闻道德。

通过以上的实践策略与建议,媒体可以更好地发挥其社会责任感和影响力,积极参与拐卖儿童问题的解决,推动社会向着更加公正和和谐的方向发展。

二、环境监视功能视角下进行持续曝光

哈罗德·拉斯韦尔在其1948年的文章《传播在社会中的结构与功能》^[118]中提出了传播的三项社会功能,包括监视环境、协调社会和传承遗产。环境监视功能意味着大众传媒通过提供信息帮助人们了解世界重大事件和环境变化,发挥着“瞭望哨”的社会角色。

媒体应当持续报道拐卖儿童的案例,通过曝光问题和及时监督,引起社会的关注和重视,促使相关部门采取行动。首先,媒体可以设立专题报道或专栏,深入挖掘拐卖儿童议题,以生动案例和专业分析引导公众深入了解并积极参与。通过对舆情热点事件的及时报道和重要事件的深度剖析,引发公众广泛关注并形成持续的社会关注度。此外,媒体可以通过连续监督报道,推动执法机关加强打击拐卖儿童行为,提升执法效率。媒体间的协作和监督也需要加强,这能帮助各类媒体在报道拐卖儿童事件时保持自身的独立性和多样性,亦能加强信息的交流、共享和复核,形成互补互助互相监督的良性关系。最后,促进媒体与公众的互动。媒体在报道拐卖儿童事件传递有效的信息和知识的同时,需要倾听公众的声音和意见,建立有效的沟通和反馈机制,让公众参与社会问题的解决、改善与监督,为被拐儿童提供更有力的救助和帮扶机制。

三、社会协调功能视角下构建协寻系统

社会协调功能^[118]指的是,社会是由不同部分组成的有机体,建立在分工合作的基础之上。传播通过联络、沟通和协调社会关系,帮助实现社会各组成部分之间的协调和统一,从而有效地适应环境变化。媒体在社会协调上发挥着重要的作用,可以促进不同部门、机构和组织之间的合作,建立起联合打击拐卖儿童的机制,实现资源共享、信息交流和协同行动。

媒体应倡导建立地方性的寻亲帮扶基金和专业团队,通过规范宣传支持民间“寻亲团”的运作,为寻亲者提供信息和舆论支持,助力被拐儿童尽快摆脱困境并在家庭团聚后顺利社会融入。除此之外,媒体亦可以利用自身优势广泛传播被拐儿童信息,同时建立精密的信息分享机制,包括实时更新失踪儿童信息、设立在线举报通道等,帮助被拐卖儿童重返家庭。积极进行社会协调也包括与公安机关协同合作,助力公安机关寻找线索,共同寻找被拐儿童家庭。在参与构建多元主体的协同搜寻系统这一过程中,媒体应主动发挥信息传播和引导舆论的作用,促进信息共享和资源整合。在协助公安机关调查涉拐线索方面,媒体不仅需要积极响应警方的调查需求,还应加强专业性报道,深度挖掘相关线索,共同推动案件调查进程。媒体应与政府及相关部门合作,面向家长、学校师生等高危群体,开展包含科普宣教与预防保护的专门活动,实

施有针对性的宣传并提供防拐技能培训。通过专业的解读和真实案例的分享，教育公众如何识别潜在危险、如何寻求帮助、如何正确报警等

这样的专业化协同行动既能充分发挥媒体在信息传播中的优势，也有助于构建一个有机的搜寻网络，提高失踪儿童寻亲工作的整体效能。通过专业而协同的努力，媒体能够成为社会搜寻系统中不可或缺的一环，为保障儿童安全和家庭幸福贡献力量。

第四节 研究局限与展望

本研究旨在深入探究拐卖儿童这一社会议题内的媒介间议程设置，聚焦于政务微博、媒体微博、党报和都市报四个主体。但本研究仍存在不足，诸多方面有待改进和完善的空间，需要对其进行全面审视。

首先，研究选取了微博和报纸作为主要信息来源进行分析，但未进行关于政府网站的讨论。然而随着研究逐步深入发现，拐卖儿童议题中的“执法打击与政策法规”主题讨论度高且影响力大。未来可在此基础上加以拓展，纳入政府网站的内容，以深刻理解政府在“执法打击与政策法规”层面对拐卖儿童议题的影响。这一补充性研究有望为媒介间的关系网络提供更为全面的认知，深化对议程形成机制的洞察。

其次，虽然研究已经就议程设置的第一层与第二层进行了讨论，但随着互联网技术的快速演进，可以考虑对该议题进行网络议程设置的分析。通过深入研究网络中的议题连接、关联性以及用户之间的互动，可以更加精细地揭示拐卖儿童议题在公共舆论中的传播模式，构建公众对拐卖儿童议题的认知网络。

最后，在探讨媒介间议程设置的情感属性效果时，研究将情感属性划分为正面、中立、负面三个维度，但需要考虑到非此即彼的情况并不总是适用，媒体的情感可能更细致多样。因此在之后的研究中可以采用更细致的方法，依照李克特量表进行编码来计算情感属性的细微差别进行更高层次的讨论。

参考文献

- [1]李春雷,任韧,张晓旭.我国被拐卖儿童救助保护现状及完善对策研究——基于对近年133个公开报道案例的分析[J].中国人民公安大学学报(社会科学版),2013,29(06):16-25.
- [2]中华人民共和国民政部.2021年民政事业发展统计公报[R],2021年8月.
- [3]Sweetser K D, Golan G J, Wanta W. Intermedia agenda setting in television, advertising, and blogs during the 2004 election [J]. Mass Communication & Society, 2008, 11(2): 197-216.
- [4]Vargo C J, Guo L, McCombs M, et al. Network issue agendas on Twitter during the 2012 US presidential election [J]. Journal of communication, 2014, 64(2): 296-316.
- [5]Meraz S. Using time series analysis to measure intermedia agenda-setting influence in traditional media and political blog networks [J]. Journalism & mass communication quarterly, 2011, 88(1): 176-94.
- [6]Billard T J. Setting the transgender agenda: Intermedia agenda-setting in the digital news environment [J]. Politics, Groups, and Identities, 2019, 7(1): 165-76.
- [7]Vliegenthart R, Walgrave S. The contingency of intermedia agenda setting: A longitudinal study in Belgium [J]. Journalism & mass communication quarterly, 2008, 85(4): 860-77.
- [8]Lang K, Lang G E. The mass media and voting [J]. Reader in public opinion and communication, 1966, 2: 455-72.
- [9]Roberts M, Wanta W, Dzwo T-H. Agenda setting and issue salience online [J]. Communication research, 2002, 29(4): 452-65.
- [10]Lee B, Lancendorfer K M, Lee K J. Agenda-setting and the Internet: The intermedia influence of Internet bulletin boards on newspaper coverage of the 2000 general election in South Korea [J]. Asian Journal of Communication, 2005, 15(1): 57-71.
- [11]蒋慧.广西地区打击跨境拐卖妇女、儿童犯罪的调研报告[D],2012.
- [12]联合国.联合国打击跨国有组织犯罪公约——关于预防、禁止和惩治贩运人口特别是妇女和儿童行为的补充议定书[R],2000年11月.
- [13]《中华人民共和国刑法》第二百四十条[Z].
- [14]国务院.《中国儿童发展纲要通知(2021-2030年)》[Z].2021年9月
- [15]国务院办公厅.《中国反对拐卖人口行动计划(2021—2030年)》[Z].2021年4月
- [16]杨光.如何依法保护我们的儿童——基于电影《亲爱的》的讨论[J].法律社会学评论,2018,(00):255-67.
- [17]张润寒.拐卖儿童罪防治的几个问题分析[J].法制博览,2020,(28):139-40.

- [18]赵军. 法治建构与社会治理的“刑法依赖症”——以拐卖儿童犯罪的法律演进为中心 [J]. 法学评论, 2016, 34(06): 75-86.
- [19]王树茂. 贴近生活双向交流——简介听众信箱《全社会都来关心被拐卖儿童的命运》 [J]. 新闻爱好者, 1990, (10): 34-6.
- [20]刘黎明, 邓媛媛. 论侦办拐卖妇女儿童案件中媒体的介入 [J]. 北京警察学院学报, 2015, (04): 48-53.
- [21]杨慧琼, 麻小影, 颜如玉. 创伤记忆和谣言传播——基于对我国拐卖儿童谣言的分析研究 [J]. 福建师范大学学报(哲学社会科学版), 2018, (06): 130-8+63+72.
- [22]王军. “反拐”新闻报道的伦理规范 [J]. 传媒观察, 2007, (03): 42-3.
- [23]陈虹, 朱啸天. 解构公共事件中的微博能量——以“微博打拐”事件为例 [J]. 新闻记者, 2011, (05): 71-5.
- [24]邢星. 微博“病毒式传播”对实现信息真实的作用与反作用——以“微博打拐”事件为例 [J]. 学理论, 2011, (15): 159-60+89.
- [25]叶红, 宋倩倩. 微博:影响舆论的新力量 [J]. 青年记者, 2012, (09): 71-2.
- [26]计慧慧. 微博呼吁何以引发现实集体行动——以“微博打拐”事件为例 [J]. 青年记者, 2011, (12): 33-4.
- [27]禹卫华. 微博虚假信息传播的新问题与应对——以“微博打拐”事件为例 [J]. 新闻记者, 2011, (05): 67-70.
- [28]姜胜洪. 微博传播中值得注意的问题 [J]. 红旗文稿, 2011, (09): 29-32.
- [29]杨立, 陆欢. 试论名人微博的议程设置功能——以邓飞微博打拐为例 [J]. 传媒观察, 2011, (08): 48-9.
- [30]万笑影. “微博问政”与传统媒体新闻传播融合的思考 [J]. 新闻与写作, 2011, (07): 36-8.
- [31]郑思. 网络环境下的网民议程设置探讨 [D], 2011.
- [32]袁雅瑄. 《亲爱的》——中国打拐题材电影的新尝试 [J]. 传播力研究, 2018, 2(29): 72.
- [33]王艺洁, 李让, 汪海燕. 浅谈拐卖妇女儿童题材影视剧中体现的思想文化 [J]. 戏剧之家, 2019, (36): 220+2.
- [34]Austin R, Farrell A. Human Trafficking and the Media in the United States [M]. Oxford Research Encyclopedia of Criminology and Criminal Justice. 2017.
- [35]Rodríguez-López S. (De) constructing stereotypes: Media representations, social perceptions, and legal responses to human trafficking [J]. Journal of human trafficking, 2018, 4(1): 61-72.
- [36]Potter G W, Kappeler V E. Constructing crime: Perspectives on making news and social

- problems [M]. Waveland Press Prospect Heights, IL, 1998.
- [37]Ghanem S. Filling in the tapestry: The second level of agenda setting [M]. Communication and democracy. Routledge. 2013: 3-14.
- [38]Gulati G J. News frames and story triggers in the media's coverage of human trafficking [J]. Human Rights Review, 2011, 12: 363-79.
- [39]Albright E, D'Adamo K. The media and human trafficking: A discussion and critique of the dominant narrative [J]. Human trafficking is a public health issue: A paradigm expansion in the United States, 2017: 363-78.
- [40]Papadouka M E, Evangelopoulos N, Ignatow G. Agenda setting and active audiences in online coverage of human trafficking [J]. Information, Communication & Society, 2016, 19(5): 655-72.
- [41]Bonilla T, Mo C H. The evolution of human trafficking messaging in the United States and its effect on public opinion [J]. Journal of public policy, 2019, 39(2): 201-34.
- [42]沈阳, 冯杰. 两微一端重大事件信息扩散模式对比研究 [J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2019, 41(02): 63-7.
- [43]Sanford R, Martínez D E, Weitzer R. Framing Human Trafficking: A Content Analysis of Recent U.S. Newspaper Articles [J]. Journal of Human Trafficking, 2016, 2(2): 139-55.
- [44]杨帆. 澎湃新闻儿童拐卖议题的呈现与归因研究 [D], 2021.
- [45]范明献, 王年妹. 传统媒体应积极扮演专业角色——谈传统媒体在网络维权事件传播中应承担的责任 [J]. 青年记者, 2009, (24): 43-4.
- [46]Marchionni D M. International human trafficking: An agenda-building analysis of the US and British press [J]. International Communication Gazette, 2012, 74(2): 145-58.
- [47]Entman R M. Framing bias: Media in the distribution of power [J]. Journal of communication, 2007, 57(1): 163-73.
- [48]Bennett W L. News: The politics of illusion [M]. University of Chicago Press, 2016.
- [49]Jones B D, Baumgartner F R. The politics of attention: How government prioritizes problems [M]. University of Chicago Press, 2005.
- [50]Gans H J. Deciding what's news: A study of CBS evening news, NBC nightly news, Newsweek, and Time [M]. Northwestern University Press, 2004.
- [51]Lippmann W. Public opinion [M]. Routledge, 2017.
- [52]Cohen B C. Press and foreign policy [M]. Princeton university press, 2015.
- [53]McCombs M E, Shaw D L. The agenda-setting function of mass media [J]. Public opinion quarterly, 1972, 36(2): 176-87.
- [54]史安斌, 王沛楠. 议程设置理论与研究 50 年:溯源·演进·前景 [J]. 新闻与传播研究,

- 2017, 24(10): 13-28+127.
- [55]Kim Y, Kim Y, Zhou S. Theoretical and methodological trends of agenda-setting theory: A thematic analysis of the last four decades of research [J]. The agenda setting journal, 2017, 1(1): 5-22.
- [56]Zhu J-H. Issue competition and attention distraction: A zero-sum theory of agenda-setting [J]. Journalism quarterly, 1992, 69(4): 825-36.
- [57]McCombs M, Valenzuela S. Setting the agenda: Mass media and public opinion [M]. John Wiley & Sons, 2020.
- [58]Boyle T P. Intermedia agenda setting in the 1996 presidential election [J]. Journalism & Mass Communication Quarterly, 2001, 78(1): 26-44.
- [59]Reese S D, Danielian L H. Intermedia Influence and the Drug Issue [J]. Communication Campaigns about Drugs: Government, Media, and the Public, 1989: 29.
- [60]何志荣, 于洋, 蒋忠波. 媒介融合时代“议程设置”理论变迁——专访“议程设置”提出者之一唐纳德·肖 [J]. 东南传播, 2020, (06): 1-5.
- [61]Lim J. First-level and second-level intermedia agenda-setting among major news websites [J]. Asian Journal of Communication, 2011, 21(2): 167-85.
- [62]Denham B E. Intermedia attribute agenda setting in the New York Times: The case of animal abuse in US horse racing [J]. Journalism & Mass Communication Quarterly, 2014, 91(1): 17-37.
- [63]麦克斯韦尔-麦考姆斯, 郭镇之, 邓理峰. 议程设置理论概览:过去,现在与未来 [J]. 新闻大学, 2007, (03): 55-67.
- [64]Severin W J. 传播理论: 起源, 方法与应用 [M]. 五南图书, 1999.
- [65]王晗啸. 疫苗安全议题中媒介间显, 隐性议程网络关系研究 [D]; 南京师范大学, 2020.
- [66]Vargo C J, Guo L. Networks, big data, and intermedia agenda setting: An analysis of traditional, partisan, and emerging online US news [J]. Journalism & Mass Communication Quarterly, 2017, 94(4): 1031-55.
- [67]Vonbun R, Königslöw K K-v, Schoenbach K. Intermedia agenda-setting in a multimedia news environment [J]. Journalism, 2016, 17(8): 1054-73.
- [68]Stern S, Livan G, Smith R E. A network perspective on intermedia agenda-setting [J]. Applied Network Science, 2020, 5: 1-22.
- [69]Poindexter P M, McCombs M E. Research in mass communication: A practical guide [J]. (No Title), 2000.
- [70]Jang S M, Mckeever B W, Mckeever R, et al. From social media to mainstream news: The information flow of the vaccine-autism controversy in the US, Canada, and the UK

- [J]. Health communication, 2019, 34(1): 110-7.
- [71]董天策, 陈映. 传统媒体与网络媒体的议程互动 [J]. 西南民族大学学报(人文社科版), 2006, (07): 134-8.
- [72]乐媛, 周晓琪. 社会运动中的社交媒体动员与媒介间议程设置效应:以台湾地区“反服贸学运”为例 [J]. 国际新闻界, 2019, 41(06): 26-47.
- [73]Tran H. Online agenda setting: A new frontier for theory development [M]. Agenda setting in a 20 world. Routledge. 2013: 205-29.
- [74]Wanta W, Golan G, Lee C. Agenda setting and international news: Media influence on public perceptions of foreign nations [J]. Journalism & Mass Communication Quarterly, 2004, 81(2): 364-77.
- [75]Iyengar S, Kinder D R. News that matters: Television and American opinion [M]. University of Chicago Press, 2010.
- [76]Pralle S. The “mouse that roared”: Agenda setting in Canadian pesticides politics [J]. Policy Studies Journal, 2006, 34(2): 171-94.
- [77]Stone G C, McCombs M E. Tracing the time lag in agenda-setting [J]. Journalism quarterly, 1981, 58(1): 51-5.
- [78]Wanta W, Hu Y-W. Time-lag differences in the agenda-setting process: An examination of five news media [J]. 1994.
- [79]Shehata A, Strömbäck J. Not (yet) a new era of minimal effects: A study of agenda setting at the aggregate and individual levels [J]. The International Journal of Press/Politics, 2013, 18(2): 234-55.
- [80]Conway B A, Kenski K, Wang D. The rise of Twitter in the political campaign: Searching for intermedia agenda-setting effects in the presidential primary [J]. Journal of computer-mediated communication, 2015, 20(4): 363-80.
- [81]Wang W, Guo L. Framing genetically modified mosquitoes in the online news and Twitter: Intermedia frame setting in the issue-attention cycle [J]. Public Understanding of Science, 2018, 27(8): 937-51.
- [82]王晗啸, 于德山. 微博平台媒介间议程设置研究——基于 2018 年舆情热点事件分析 [J]. 新闻大学, 2020, (06): 82-96+125.
- [83]Ritter M. Intraday Intermedia Agenda-Setting in the Manic World of Online News Reporting [J]. Southern Communication Journal, 2020, 85(4): 244-53.
- [84]王啸. 微博与大众媒体媒介间议程设置效果的交互性——以 2012 香港特区特首选举为焦点事件 [J]. 重庆工商大学学报(社会科学版), 2015, 32(04): 105-16.
- [85]Wang Q. A comparative case study: Network agenda setting in crisis and non-crisis news

- [J]. *Global media and China*, 2016, 1(3): 208-33.
- [86]赵蕾. 议程设置 50 年:新媒体环境下议程设置理论的发展与转向——议程设置奠基人马克斯韦尔·麦库姆斯、唐纳德·肖与大卫·韦弗教授访谈 [J]. *国际新闻界*, 2019, 41(01): 66-80.
- [87]Harder R A, Sevenans J, Van Aelst P. Intermedia agenda setting in the social media age: How traditional players dominate the news agenda in election times [J]. *The international journal of press/politics*, 2017, 22(3): 275-93.
- [88]Johnson T J. *Agenda setting in a 2.0 world: New agendas in communication* [M]. Routledge, 2013.
- [89]靖鸣, 张孟军. 政务微博传播机理、影响因素及其对策 [J]. *山西大学学报(哲学社会科学版)*, 2021, 44(06): 60-8.
- [90]刘洪育. 我国地方政务微博“上情下达”传播效能研究——基于 31 个省会城市政务微博传播中央政府工作报告的实证分析 [J]. *新闻大学*, 2017, (01): 78-84+109+49.
- [91]李良荣. *新闻学概论* [M]. 复旦大学出版社, 2009.
- [92]McCombes M, Lopez-Escobar E, Llamas J P. Setting the Agenda of Attributes in the 1996 Spanish General Election [J]. *Journal of Communication*, 2006, 50(2): 77-92.
- [93]McCombs M, Llamas J P, Lopez-Escobar E, et al. Candidate images in Spanish elections: Second-level agenda-setting effects [J]. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 1997, 74(4): 703-17.
- [94]Kioussis S, Bantimaroudis P, Ban H. Candidate image attributes: Experiments on the substantive dimension of second level agenda setting [J]. *Communication Research*, 1999, 26(4): 414-28.
- [95]Lopez-Escobar E, Llamas J P, McCombs M, et al. Two levels of agenda setting among advertising and news in the 1995 Spanish elections [J]. *Political Communication*, 1998, 15(2): 225-38.
- [96]McCombes M, Lopez-Escobar E, Llamas J P. Setting the agenda of attributes in the 1996 Spanish general election [J]. *Journal of communication*, 2000, 50(2): 77-92.
- [97]Coleman R, Wu H D. Proposing emotion as a dimension of affective agenda setting: Separating affect into two components and comparing their second-level effects [J]. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 2010, 87(2): 315-27.
- [98]Su Y. Networked agenda flow between elite US newspapers and Twitter: A case study of the 2020 Black Lives Matter movement [J]. *Journalism*, 2023, 24(9): 2021-41.
- [99]Sheafer T. How to evaluate it: The role of story-evaluative tone in agenda setting and priming [J]. *Journal of communication*, 2007, 57(1): 21-39.

- [100] Schoenbach K, Semetko H A. Agenda-setting, agenda-reinforcing or agenda-deflating? A study of the 1990 German national election [J]. Journalism Quarterly, 1992, 69(4): 837-46.
- [101] 李静, 谢耘耕. 网络舆情热度的影响因素研究——基于 2010-2018 年 10600 起舆情事件的实证分析 [J]. 新闻界, 2020, (02): 37-45.
- [102] 李晚莲, 高光涵. 突发公共事件网络舆情热度生成机理研究——基于 48 个案例的模糊集定性比较分析(fsQCA) [J]. 情报杂志, 2020, 39(07): 94-100.
- [103] 王晗啸, 王姗姗, 李凤春. 灾害性事件中政务微博与媒体议程互动关系研究 [J]. 情报科学, 2020, 38(07): 140-6.
- [104] 周莉, 李晓, 黄娟. 政务微博在突发事件中的信息发布及其影响 [J]. 新闻大学, 2015, (02): 144-52.
- [105] Berelson B. Content analysis in communication research [J]. 1952.
- [106] Holsti O R. Content analysis for the social sciences and humanities [J]. Reading MA: Addison-Wesley (content analysis), 1969.
- [107] 周健, 张杰, 屈冉等. 基于 LDA 的国内外区块链主题挖掘与演化分析 [J]. 情报杂志, 2021, 40(09): 161-169.
- [108] Powers D. Ailab. Evaluation: From precision, recall and F-measure to ROC, informedness, markedness & correlation [J]. J Mach Learn Technol, 2011, 2(22293981): 01.
- [109] Roberts M, McCombs M. Agenda setting and political advertising: Origins of the news agenda [J]. Political communication, 1994, 11(3): 249-62.
- [110] Granger C W. Investigating causal relations by econometric models and cross-spectral methods [J]. Econometrica: journal of the Econometric Society, 1969: 424-38.
- [111] Freeman J R. Granger causality and the times series analysis of political relationships [J]. American Journal of Political Science, 1983: 327-58.
- [112] Russell Neuman W, Guggenheim L, Mo Jang S, et al. The Dynamics of Public Attention: Agenda-Setting Theory Meets Big Data [J]. Journal of Communication, 2014, 64(2): 193-214.
- [113] Haim M, Weimann G, Brosius H-B. Who sets the cyber agenda? Intermedia agenda-setting online: the case of Edward Snowden's NSA revelations [J]. Journal of Computational Social Science, 2018, 1(2): 277-94.
- [114] Adhikari R, Agrawal R K. An introductory study on time series modeling and forecasting [J]. arXiv preprint arXiv:13026613, 2013.
- [115] 周勇, 赵璇. 融媒体环境下视听传播效果评估的指标体系建构——基于 VAR 模

- 型的大数据计算及分析 [J]. 国际新闻界, 2017, 39(10): 125-48.
- [116] 赵蓓, 张洪忠. 议程设置中的时间变化: 基于社交机器人、媒体和公众时间滞后分析 [J]. 国际新闻界, 2023, 45(02): 52-80.
- [117] 王继周, 马亚芳. 从“话语权削弱”到“流动的倾向性”:BBC“一带一路”议题建构研究 [J]. 新闻与传播评论, 2019, 72(04): 119-28.
- [118] Lazarsfeld P F, Merton R K. Mass communication, popular taste and organized social action [J]. Media studies: A reader, 1948, 2: 18-30.
- [119] Lasswell H D. The structure and function of communication in society [J]. The communication of ideas, 1948, 37(1): 136-9.

附 录

表 1 政务微博发布量 TOP10 名单

政务微博	数量
周至法院	30
大庆市中级人民法院	22
白水法院	18
微博辟谣	18
新城法院	17
白水检察	16
苏州公安	16
大连检察	15
三明中院	15
四川反邪教	14
周至法院	30
大庆市中级人民法院	22

表 2 媒体微博发布量 TOP10 名单

媒体微博	数量
澎湃新闻	14
凤凰周刊	13
河北新闻广播	13
中国妇女报	11
包头晚报	10
北京青年报	10
大众网	10
都市时报	10
观察者网	10
凤凰网视频	9
时间视频	9
新浪新闻	9
烟台日报社大小新闻	9

表 3 党报发布量 TOP10 名单

党报	数量
兰州晚报（数字报）	9
荆门日报	7
荆门晚报	6
南宁晚报（数字报）	6
深圳特区报	5
天津日报（数字报）	5
中国青年报（数字报）	5
福州晚报（数字报）	4
昆明日报（数字报）	4
泉州晚报	4
陕西日报	4
团结报	4
云南日报（数字报）	4

表 4 都市报发布量 TOP10 名单

都市报	数量
楚天都市报	24
齐鲁晚报（数字报）	10
新快报	10
南方都市报	8
羊城晚报（全国版）	8
大连晚报（数字报）	7
海南特区报	7
华商报	7
济南时报	7
新安晚报（数字报）	7

表 5 政务微博主题及数量

主题	主题词	数量
执法打击与政策法规	公安部、通缉、A级、刑侦局、公开、嫌疑人、举报、线索、犯罪、发布、 公安机关、转扩、涉拐、悬赏、行动、儿童、审查、专项、案件、打击	1593

续表 5 政务微博主题及数量

主题	主题词	数量
家庭背景与风险因素	轩轩、拐卖儿童、范某弟、离婚、婴儿、母亲、调查、亲生、派出所、爷爷、彭某、抚养、警方、报警、行为、刑事拘留、展开、孙子、询问、二人	690
非法交易与人权侵犯	贩卖、亲生子女、法律、万、抚养、检察、嫌疑人、金钱、出卖方、尽到、明码标价、女婴、商品、涉拐、道德、送养、有期徒刑、权利、交易、获利	513
社会支持与援助	拐卖儿童、妇女、乘警、公安、救下、可疑、回答、出生证明、调查、列车、发现、行为、铁路、声称、提供、拐骗、察觉、前后矛盾、短片、犯罪	504
儿童失踪与拐卖	拐卖儿童、儿童、潜逃、案件、犯罪、嫌疑人、显示、拐骗、婴儿、偷盗、抓获、团圆、目的、警方、侦破、发育、拐卖、行为、购买、孩子	300

表 6 媒体微博主题及数量

主题	主题词	数量
家庭背景与风险因素	轩轩、拐卖儿童、范某弟、离婚、婴儿、母亲、调查、亲生、派出所、爷爷、彭某、抚养、警方、报警、行为、刑事拘留、展开、孙子、询问、二人	606
执法打击与政策法规	公安部、通缉、A级、刑侦局、公开、嫌疑人、举报、线索、犯罪、发布、公安机关、转扩、涉拐、悬赏、行动、儿童、审查、专项、案件、打击	490
儿童失踪与拐卖事件	拐卖儿童、儿童、潜逃、案件、犯罪、嫌疑人、显示、拐骗、婴儿、偷盗、抓获、团圆、目的、警方、侦破、发育、拐卖、行为、购买、孩子	256
社会支持与援助	拐卖儿童、妇女、乘警、公安、救下、可疑、回答、出生证明、调查、列车、发现、行为、铁路、声称、提供、拐骗、察觉、前后矛盾、短片、犯罪	157
非法交易与人权侵犯	贩卖、亲生子女、法律、万、抚养、检察、嫌疑人、金钱、出卖方、尽到、明码标价、女婴、商品、涉拐、道德、送养、有期徒刑、权利、交易、获利	108

表 7 党报主题及数量

主题	主题词	数量
执法打击与政策法规	儿童、犯罪、公安部、公布、集中、团圆、专项、广大群众、拐卖妇女、打击、犯罪、失踪、孩子、信息、早日、实现、会同、拐卖、行动、工作	182
社会支持与援助	采血、拐卖、妇女儿童、犯罪、反拐、免费、救助、专项、一批、社会、嫌疑人、DNA、画像、解救、寻亲、平台、行动、孩子、积案、公安机关	13

表8 都市报主题及数量

主题	主题词	数量
执法打击与政策法规	儿童、犯罪、公安部、公布、集中、团圆、专项、广大群众、拐卖妇女、打击、犯罪、失踪、孩子、信息、早日、实现、会同、拐卖、行动、工作	305
社会支持与援助	采血、拐卖、妇女儿童、犯罪、反拐、免费、救助、专项、一批、社会、嫌疑人、DNA、画像、解救、寻亲、平台、行动、孩子、积案、公安机关	14