

政治传播视角下 《新闻联播》的宣传模式分析

邵梓捷 张小劲 孟天广

摘要: 政治传播是一种对政治信息和政策信息有目的的传递过程,与特定时期的政治意图和政策实施密切相关。国家权威的新闻发布系统是国家政治意图和政策方向传播的重要渠道。通过对官方权威新闻节目所涉及内容的动态分析,可以了解国家在不同时期政治意图和政策关注方面实际内容和变化。基于《新闻联播》栏目2003—2013年的新闻文本,以拉斯韦尔政治传播的5W框架中传播内容“说什么”作为研究重点,将自动文本分析运用在政治传播研究。基于以“天”为单位的《新闻联播》文稿,对年度词频最高的11524个关键词进行分析发现,2003—2013年间,“国家”是新闻联播的叙事主体,行政执行与决策权威是主要传播功能,经济建设是宣传主旋律,2010年国际事务内容攀升凸显大国姿态,宣传对象注重党政机关和领导层,国际事务上注重大国间双边关系,国内注重经济发达地区和少数民族地区等。

关键词: 政治传播; 宣传模式; 文本分析; 《新闻联播》

基金项目: 清华大学—中科院学部科学与社会协同发展研究中心2014年先导性项目“基于大数据的网络舆情治理:政府干预在互联网政治传播中的作用”(2014A02);中国博士后科学基金资助项目(2014M550040);北京市自然科学基金青年项目“基于大数据的政府网络舆情治理机制研究”(9154030);清华大学数据科学研究院资助项目

作者简介: 邵梓捷,北京大学政府管理学院博士研究生(北京 100871);张小劲,清华大学政治学系教授(北京 100084);孟天广,清华大学政治学系博士后

DOI:10.13613/j.cnki.qhdz.002346

一、引言

政治传播既是传统社会早已有之的政治现象,又是现代社会最为突显的政治行为。在这个意义上讲,政治传播是政治系统的有机构成,是现代政治系统运行的重要要素。从国家治理的角度言之,政治传播不仅是国家治理结构现代化的应然内涵,更是国家治理能力建设的关键环节。因此,政治传播问题正得到政界和业界、尤其是学界越来越高程度的关注和研究。

著名政治学家哈罗德·拉斯韦尔在其名作《社会传播的结构与功能》中,开宗明义提出了5W分析框架“描绘传播行为的便利方式必须回答以下5个问题:谁(Who)?说什么(Says What)?通过什么渠道(In Which Channel)?对谁说(To Whom)?取得什么效果(With What Effect)?”(拉斯韦尔,2013:35)这一分析模型奠定了政治传播学作为政治学分支领域而得到发展的基础。在随后的学术研究扩散和深化的进程中,不同的学者源于研究志趣、学术意图、学理依据以及方法工具的不同,对于政治传播的概念给出了不同的界定。其中,早年间的多伊奇强调政府主体在政治传播中的角色和地位,以及政治传播作为政治决策必要环节的意义(Deutsch,1963)。但在更注重大众传播研究的当代,政治传播的界说倾向于强调信息传播与政治的关联性。罗伯特·丹顿和加里·伍德沃德即根据信息

发送者影响政治环境的意图来界定政治传播,布里安·麦克奈尔则将政治传播界定为关于政治的意蕴(希瑟·萨维尼 2004: 39)。

在我国,尽管从严格的意义上来讲,这个研究领域的工作还刚刚起步;然而对政治传播的初步研究,涉及了政治学视角和传播学研究两大路径的切入(荆学民和苏颖 2013: 79)。既有学者将政治传播看作是一种政治现象,认为政治传播就是由政治系统的结构和功能导致的政治信息的传递与处理过程(李元书 2005: 34)。也有学者认定“政治传播是一种政治行为”,同时“政治传播的内容是与政治有关或有政治意义的信息”(宋黎明 2007: 2),是政治主体通过媒介将政治信息进行传递、使受众接受并反馈以实现政治目标的活动(薛忠义等 2012: 102—110)。审视这些成果却可以发现,当传播学研究已经在怎样(How)传播、用什么渠道传播方面取得诸多研究成果的时候,政治学研究在对政治传播最为重要的内容要素即“说什么”的问题上,却呈现出过于关注正式的政治文本而忽略大众政治传播内容分析的倾向(荆学民和苏颖 2013: 79)。

伴随着信息化和网络化的深入,数据科学(大数据)正在引发社会科学的方法论变革。运用大数据的方法进行学术研究正在各个领域如火如荼般展开,国内外学术界将大数据方法,包括自动文本分析、社会网络分析、可视化和空间分析等等,应用于政治科学研究也初见端倪,并在涉及公共政策、政治传播学、选举与投票行为和社会运动的广泛主题上取得了一系列丰硕的研究成果(孟天广和郭凤林 2015)。可以说,大数据方法尤其适用于具备海量数据特征的政治传播学领域。

更确切地说,将大数据方法运用在政治传播学领域,即用政治传播的视角,观察和分析政治传播过程中极其丰富的文本、数据和现象,能够使我们更加清晰地认知研究对象,从而为我们探索政治传播“说什么”创造了新契机。为此,本文作者选取有“中国政坛的风向标”之称的《新闻联播》节目的文本内容,尝试运用大数据的自动文本分析方法,意图在拉斯韦尔的5W经典框架下,初步展示国家宣传机构通过《新闻联播》渠道而向社会大众进行政治传播的基本模式。

二、文献回顾

政治传播是当代政治学的重要领域,受到学术界的广泛关注。可以说,在政治传播领域里,拉斯韦尔提出的控制分析、内容分析、媒介分析、受众分析和传播效果分析依然是有效的研究框架(拉斯韦尔 2013: 35—36)。尤其是围绕政治传播的三大主体——政府、媒介和受众三者之间的多样互动关系,国内外学术界对政治传播的本质、结构与功能展开了深入研究。这些研究成果构成了本文研究得以展开的学理基础。

(一) 国外文献回顾

在西方,政治传播的系统研究兴起于1950年代,是继传播学作为一个专门学科创立后才发展起来的。其中代表性的著作有卡尔·多伊奇的《政府的神经: 政治传播与控制的模式》(1963年)、尤劳的《政治中的劝说行为》(1963年)、爱略拉和拉斯韦尔的《政治传播: 印度和美国政治名流所用的公用语言》(1969年)、杏费的《政治传播: 研究的问题与策略》(1975年)和林谋的《政治传播与美国舆论》(1978年)。到1980年代初,政治传播研究的基本理论得到完善,出现了直接运用政治传播理论分析政治体系的著作。施瓦森与尼莫在1990年代主编的《政治传播指南》一书中,详细介绍了选举传播、政治广告、政治辩论、政治新闻、政府与媒介关系等内容。丹·尼谋和戴维·斯旺森合著的《政治传播新动向》提出政治传播研究要克服选举中心论,扩展政治传播研究的新领域。麦克乃尔的《政治传播学概论》(1996年)、富兰克林的《包装政治》(1998年)和诺里斯的《后工业时代的政治传播》(2000年)等著作对政治传播作了更深的理论探讨。

在内容方面,政府与传播媒介,作为政治传播的主体或载体,在既有的研究中往往被置于统一的

政治传播环境或场域之中得到考量,两者间的互动关系因之得到突显。Hallin 和 Mancini(2004)对西方国家中新闻及其政治传播的作用进行了详尽的研究;Thompson(1995)和 Starr(2004)在跨时段的研究中证明,报纸不仅能促进选举型民主、推动政府问责,还可以营造审慎的公众氛围;Fletcher 等人研究了不同国家乃至全球范围内传播系统的演变趋势,提示了传播系统在不同类型的国家中扮演了各有不同的角色,而不同的传播系统如传统媒体、新媒体、互联网等对于特定的传播内容以及相应的政治效果又有各自的特点(Fletcher 和 Young 2012: 36)。基于实证研究,研究者揭示了媒体有监督政府的职责,可以对政府外交内政等公共政策制定产生影响,并由此强调政治精英影响力、媒体的特定角色以及普通大众三者间的关系(Aday、Entman 和 Livingston 2012: 37)。

在政府和受众作为互动主体的过程中,媒体是作为中介和必要的环节存在的。在这里,学者认为“政府沟通”是一个新兴领域,目前对于政府沟通的研究很少,有公共关系与有组织的交流研究中得出的视角等,这类研究被认为是有助于政府的研究(Canel 和 Sanders 2012: 85)。在这个部分,不得不强调通过媒介进行领导人、政党的竞选研究。党魁对政党支持率产生影响的观点并不新鲜,许多研究表明,领导人形象确实对投票选择十分重要,如 Bean 和 Mughan(1989)根据对 1983 年英国大选及 1987 年澳大利亚大选的研究认为多数党党魁对于党派身份认同产生影响。Stewart 和 Clarke(1992)基于对 1987 年英国大选的竞选过程的研究,也得出类似结论。研究表明,电视广告确实对政党、领导人的认可度产生重要而显著的影响,尤其对于那些在竞选前对竞选人并不熟悉、毫无感觉的人们(Semetko、Scammell 和 Kerner 2012: 378)。同时也有关于典型事件的案例研究,比如英国电话窃听丑闻及其对政治和媒体的影响,该文提出媒体在当前政治系统中的作用、目前对媒体监管的缺陷,以及记者所面临的道德危机(Tait 2012: 518)。

互联网的出现引发了政治传播研究者的高度关注。互联网既作为一种全然不同的传播媒介出现,也同时营造出一个虚拟的公共空间,它包括门户网站、网络论坛、社交平台等形式,充斥着文本、视频、关系等结构化和非结构化信息(孟天广和郭凤林 2015)。

近年来,由于互联网使得资料的获得更加便利,国外对于中国政治传播的研究也越来越多,在此,有对中国政治传播整体的景观描述,也有对中国的网络政治生活的担忧,更有对于中国网络审查制度的质询。在研究中,学者研究了中国过去十年间政治传播和沟通的发展趋势,重点关注与中国共产党、中国媒体及中国民众相关的中国政治沟通和社会发展之间的关系(Zhou 2012: 427)。尽管中国存在审查制度,但中国的博客仍旧经常揭露腐败,帮助解决社会问题,甚至迫使政府官员改变政策。学者提出,网络舆论的力量在个别情况下是无可争议的,但是网络自媒体的出现,在中国承担了“安全阀”的作用还是“压力锅”的角色(Hassid 2012: 212 - 230)? 值得关注的是,在中国互联网和议程设置方面,Luo(2014)对网络舆论对于媒体报道和政府政策议题之影响的研究,具有开创性的意义。研究表明,网络舆论对政府议程设置少有直接影响,相反,政府却偶尔能够引导网络舆论的议程设置;网络舆论的设置议程和传统媒体的设置议程之间存在着明显的双向影响;因而网络舆论在当代中国已经成为一个对议程设置有相当影响的力量(Luo 2014: 1289 - 1312)。更有学者运用大范围、多来源方法,对可能是史上最大范围内的对人们的言论选择性审查的效果进行了分析。利用现代计算机辅助文本分析及适应和验证性汉语分析方法,在 85 个主题中比较了被政府审查与未被审查的帖子实质内容上的区别,由此得出政府的意图,即审查程序力图预先阻止现在正发生或可能发生的群体性事件(King、Pan 和 Roberts 2013: 1 - 18)。这么多的研究表明,大数据政治学的研究方法已经应运而生,研究重点则聚焦于互联网传播对传统媒体以及政府的影响(孟天广和郭凤林 2015)。

从以上分析不难看出,自从互联网盛行以来,国外学者的研究兴趣点就很少关注我国的传统的官方新闻媒体了。为数很少的研究,也主要是集中在 1980 年代以来,我国主要官方电视新闻的变化的角度。诸如 2006 年 6 月《新闻联播》更换主持人,曾一度引起了西方媒体的关注。但国外对这一栏

目的研究,主要是偏重于意识形态解读的角度,通过观察其哪怕是细枝末节的改动,来揣度中国政局或经济运行环境的相应变化,其中难免误读和曲解指出(艾红红,2008:5)。

(二) 国内文献回顾

在国内,直到1990年代初才出现专门的政治传播著作。邵培仁主编了第一部《政治传播学》(1991年),建立了政治传播学的理论体系。刘华蓉的《大众传媒与政治》(2001年)详细分析了大众传媒产生的政治背景、大众传媒对政治的影响,并阐述了大众传媒的政治功能。许静在《大跃进运动中的政治传播》(2004年)一书中,以中国语境和视角论述了特定历史时期政治传播的特点和内容。李元书主编的《政治体系中的信息沟通:政治传播学的分析视角》(2005年),以政治传播为视角对政治体系中的信息运行进行了分析,是应用政治传播理论分析政治体系的著作。周鸿铎主编的《政治传播学概论》(2005年),对政治传播学基本原理和政治信息的运作进行了分析。谢岳于2005年出版的《大众传媒与民主政治》主要以政治学结构功能主义为方法论,以大众传媒为理论研究的切入点,分析美国媒体如何使民主制度运作起来从而说明媒体的民主功能。

在中国,政治传播与西方民主国家的情境有所不同。中国不存在西方政党竞争的政治环境,也很少具有政治传播中的媒体自主性的空间。中国政治传播中的官方主导依然发挥着主要的作用,主流媒体的体制性管理和网络媒体的管制抑制了专业性需求和竞争性压力作用。因此,国内有学者认为,中国政治传播的发展变化可以划分为“政治宣传、政治传播、政治营销”三个阶段。目前中国的政治传播处于从政治宣传到政治传播的转型状态,或许未来要走向政治营销(荆学民和苏颖,2014)。

在政治宣传的重要阵地中,中央电视台的新闻节目以其密集的落地网络、广泛多层次的受众人群和发布讯息的权威性多维度来看,都无疑是中国最强势的官方媒体。即便在市场运营压力激增和媒体直播分离的大趋势之下,宣传主管部门和央视也始终把新闻中心的管制和运营权力牢牢掌握。对于央视新闻节目的研究,一直都是学者们关注的焦点。《新闻联播》、《焦点访谈》、《新闻30分》、《新闻调查》、《共同关注》等品牌栏目分别以新闻、专题、访谈等形式对国际国内事务的宣传基本做到了全覆盖。

在众多节目中,《新闻联播》节目是最重要、收视率最高、影响力最大的综合电视新闻节目。该节目从改革开放以来一直保留至今,而且至今仍然是各大地方电视台甚至是广播节目需要同时并机直播和转播的节目,可见其重要性。目前,国内对于《新闻联播》节目的研究中,专著只有《〈新闻联播〉20年》和《〈新闻联播〉研究》。前者是以1978—1997年这20年间对重大新闻事件的报道为主线,采用编年史的方式,勾勒出我国改革开放20年的历史进程。全书约21万字,黑白照片260多幅,图文并茂,内容丰富,集新闻史料与报道经验总结于一书(杨伟光和李东生,1999:1)。后者则是追源溯流,详尽梳理了《新闻联播》30年的发展进程。首先是对其前身——《电视新闻》给予了充分关注和较为深入的分析;然后是对《新闻联播》开播之后30年的两个历史阶段进行系统考察。该书的历史梳理是一种相对单一视角的“深描”,是一种着力于栏目每一时段发展、变革中最大受力方向和结果的分析 and 探究,是围绕历史、叙事、价值和发展等方面进行的研究(艾红红,2008:6)。

在国内的论文研究中,则表现出自1990年以来的一个相对沉寂的时期,尤其是自从互联网媒体的兴起,《新闻联播》、“《新闻联播》体”因为其始终保持了相对稳定的形式和结构,受到了前所未有的冷遇,甚至成为一种语言、文体方面的讽刺和恶搞。难得少数的研究性论文,也多围绕诸如重大事件直播、每年的“两会”报道,或者是通过从定量到定性的分析,得出《新闻联播》在栏目内容及编排等方面的一些特点结论。

(三) 研究方法回顾

在政治传播领域,新千年之前的研究多以文献资料整理、理论归纳的规范研究为主。在实证研究和数据科学的推动下,开始有不少学者反思政治传播领域的研究方法问题。Gurevitch和Blumler(2004)认为从2004年起,以比较视角研究政治传播的文章数量骤然增加,并且在质量上有了很大提

高。这得到 Esser 和 Pfetsch(2004)、Hanitzsch(2009) 和 Livingstone(2003) 的认同。有学者认为比较研究方法为媒体研究提供了绝佳工具以发展社会理论,但认为目前以比较视角研究政治传播这一学术领域远没有达到成熟境地,当下的比较研究的视野仍旧较为狭窄,最多也仅停留在两个国家之间的比较研究(Mancini 和 Hallin 2012: 509)。

也有学者回顾了大众传播效应如何影响民众观点的研究历程,这些研究大多围绕大众传播效应的最大效果及最小效果展开,如 Bennett 和 Lyengar 在 2008 年发表的文章中,试图更新学术界对大众传播效应的认识,以及在转型时期提供一个统一的研究大众传播效应的研究框架以为未来研究做出指导。最终本文得出在大众传播效应在微观及宏观领域之间产生的互相影响的关系,得出了影响大众传播效应的一般自变量(Chong 和 Druckman 2012: 307)。

更有学者从不同的细微视角出发,研究在一个事件中一个表达上的细微改动也会产生在表达观点时的巨大偏差。新闻框架理论在政治交流中广泛地被学者进行研究(Vreese 和 Lecheler 2012: 292)。也有学者在情绪测量领域有了新的突破,整理了在情绪研究中的各种方法,并建议未来研究在跨文化框架下考虑政治交流的社会背景,并具备理解情绪的构成以及信息和意义的建构方法(Cri-gler 和 Just 2012: 211)。

综上,互联网、大数据的研究方法使得政治传播领域在探讨方式上、研究成果的可视化展示效果上、研究成果的创新性上,都有了可提升的空间。但是,国外的政治传播不论在研究内容还是研究方法上虽然先进,但是没有对中国的最重要的官方宣传阵地《新闻联播》进行分析;而在国内的研究中,虽然对《新闻联播》的研究有所涉及,但是在研究方法、研究内容上还停留在传统的文献资料和规范研究的层面。这些不足,都是本文试图想要努力分析之处。

三、分析框架、数据来源和研究方法

美兰德 2013 年 10 月发布的中国电视覆盖及收视状况调查显示,2013 年,全国电视观众对新闻、时事类节目的喜爱率高达 74.8%,同比增长 8.6%,首次攀升至喜爱率榜首,打破了以往以电视剧收视率为最的格局(欧阳宏生等 2014: 10—13)。在全媒体时代的大环境下,电视新闻却能够保持当前的优势,是一个值得思索和研究的话题。本文从“《新闻联播》在说什么”这个核心问题出发,提出了在政治传播学领域,发现《新闻联播》的宣传模式在传播渠道、形式、修辞等方面体现出新时期的新变化,然而,从政治学意义上宣传模式的内容和功能是否新变化还尚待深入考察。

本文选取中央电视台《新闻联播》节目 2003—2013 年新闻文稿的全文本内容展开分析。《新闻联播》是中国覆盖面最广、影响力最大的官方媒体节目,是我们探析中国政治传播中政府、媒体与公众之互动关系的重要棱镜。本文利用自动文本分析,基于拉斯韦尔的 5W 理论框架,从政治传播的角度全方位地展示国家宣传机构的宣传模式。

政治文本分析是探析政治现象的重要途径,它是获取政治行为者之政治态度、政治立场以及观测其随时间变化的重要方法。本文收集了由中央电视台新闻部提供的 2003—2013 年的以“天”为单位的《新闻联播》文稿内容 4 018 个。然后把研究重点集中在分析《新闻联播》的传播内容和功能上,以国内、国外相关政治新闻为案例,运用有监督学习法(supervised learning methods),由人工构建编码练习库,让机器根据人工编码模式来进行自动编码,最后将机器编码与人工编码相比较检验其效度。通过多轮的开放式编码来确立核心框架和概念(Strauss 和 Corbin, 1998: 379)。

在此过程中,作者严格进行了文本清理,结合中文文本的特性,先就所有文本进行分词,实现从人的表达方式到机器的理解方式的转换;接下来删除停词,停词是不承担实际表达功能的词语,如《新闻联播》惯用导语等;接下来提取词干、去除标点符号、日期等特殊功能词,由此生成年度和月度出现

词频最高的 500 个词语作为分析对象, 这些词语包括有实际意义的全国、中国、国家、发展、人民等关键词共 11 524 个, 根据词频统计等方法制作出词云、语义网络等可视化的表现形式。从而更加形象生动直观地体现《新闻联播》的文本内容结构和特点。

四、《新闻联播》的宣传模式: 政治传播的功能分析

从栏目整体的视觉识别标志来看, 自 1987 年开始, 《新闻联播》基本确定了节目的形态和样式: 播音员两人串播, 画面增加抠像和字幕, 节目最后播出工作人员名单; 内容结构上呈现出“国内时政要闻 + 各地形势 + 国际新闻 + 天气预报”的先后顺序; 功能承担上融政治宣传和信息播报、生活服务于一体(艾红红 2008: 29—30)。如果将 2003—2013 年的《新闻联播》文本视为特定的政治文本, 对其进行词频分析, 可视化为图 1 的词云, 会让我们对文本内容的结构和要素得到更直观的结论。词云具有对文本中出现频率较高的“关键词”予以视觉上突出的特色。拉斯韦尔(2013: 36)指出, 有着重点的内容分析应该包括要旨(purport)分析和风格分析。要旨指的是信息本身, 风格指的是信息要素的配置。这部分将把《新闻联播》的政治传播功能作为要旨分析的主要视角。

(一) 《新闻联播》的内容分析

根据图 1, 可以很清晰地抓住 2003—2013 年间《新闻联播》作为官方宣传的重镇, 其重点关注的内容分别是: 全国、国家、中国、发展、人民、建设、合作等。从语义分析上, “全国、国家、中国、政府”等词语都能够显示出官方宣传的主体, 在这一现象中, 艾红红(2008: 94)认为这是一种“自觉地为党和政府‘代言’的身份, 以一种不可质疑的全知全能姿态, 向受众描述它认为应该了解的过去所发生的事件以及这些事件背后的意义, 同时还有其关于世界、关于政治、经济以及人性的一整套理念”。准确地说, 《新闻联播》使用的首要关键词显著地表现了对国家主体角色的认知。所以在诸如“发展、经济、合作、建设”等被体现为国家主体的行为时, 这些国家的大政方针、长远规划等也就成为了核心关键词。除了强调国家中心的关键词外, 强调宣传客体的人民、群众、企业、地区等关键词也居于重要位置, 且呈现多元化态势。这凸显出官方媒体对其受众日益多元化的积极应对; 此外, 社会、教育、文化、安全、工程、技术等具体政策性关键词则位于相对边缘位置。尽管这些具体政策性关键词相对边缘, 但其总量庞大, 凸显出该阶段《新闻联播》也承担重要的政策宣传功能。



图 1 2003—2013 年《新闻联播》“关键词”词云

(二) 《新闻联播》的要旨分析——政治传播的功能

一张总体性“关键词”的词云并不足以让我们深入地分析《新闻联播》的政治传播功能。需要把上文选取的 11 524 个关键词划分为不同维度并展开分析。根据现有文献, 政治传播分析涉及的具体

功能,能清楚辨析者有三:守望环境;协调社会各部分以回应环境;使社会遗产代代相传(拉斯韦尔,2013:37)。将《新闻联播》完成从“新闻文本”到“政治文本”的转化,首要任务就是分析《新闻联播》的政治性。作为官方宣传的重要平台,《新闻联播》所承载的宣传功能主要是发布新闻、传达政令,介绍各条战线的新成就、新发明、新创造,宣传各地涌现的先进人物和创造的先进经验,报道发生在世界各地的重大新闻事件等(杨伟光和李东生,1999:1)一整套“国家”叙事的内容。

近年来,政治学界的诸多分析概念中,以国家、政府为主体的竞争性概念日益增长。事实上,作为政府管理的重要媒体,《新闻联播》的宣传内容切实地体现着政府对其政治传播功能的定位,即《新闻联播》到底在传播什么。为有效梳理《新闻联播》的政治传播功能,本文基于“国家治理”这一对中国政治最具统合性的框架作为分析视角。十八届三中全会提出,全面深化改革的总目标,就是完善和发展中国特色社会主义制度、推进国家治理体系和治理能力现代化。同时,“国家治理”已经不仅仅是一个竞争性概念,更是一种研究导向,促使学界掀起了“国家治理”研究的狂潮。如图2所示,以中国知网为例,以“国家治理”为标题的文章仅在2014年就在500篇左右。

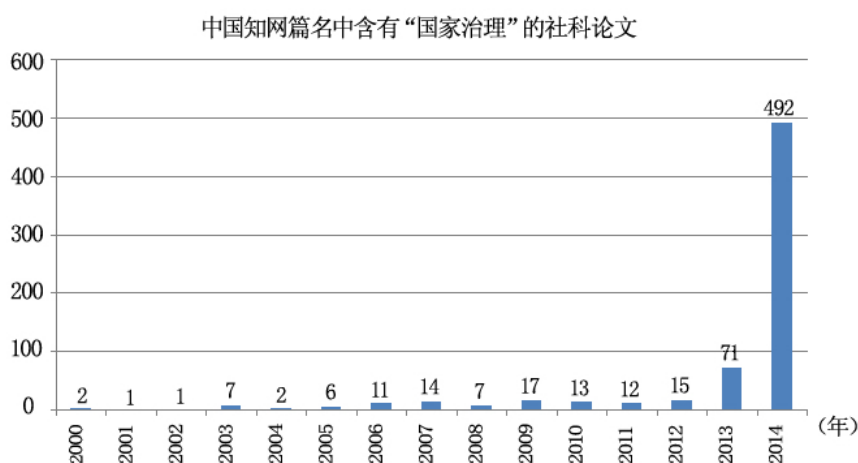


图2 2000—2014年中国知网篇名中含有“国家治理”社科论文数量走势图

为了全面、系统地考察《新闻联播》的政治传播功能,本文从现代国家治理的结构要素来理解国家治理。这些要素包括大众认同的核心价值体系(意识形态)、权威的决策系统、有效的政府执行体制、有序的政治参与和良性的政治互动、适度的经济增长以及社会福利保障体系(徐湘林,2011:66)。这些结构性要素,为我们从不同维度和指标进行内容分析提供了方法工具。

事实上,除了上述6个维度的国家治理要素,《新闻联播》还是政府向公众传播国际事务信息的重要渠道。因而,本文中结合《新闻联播》对国际事务和国内事务的关注,将《新闻联播》的政治传播功能划分为7个维度:国际事务、核心价值、决策权威、行政执行、政治互动机制、经济增长、社会福利保障(即民生福利)。基于自动文本分析的初步结构,我们将所有关键词进行的词语分类,即将反映某一维度的词汇归为一类,得出表1所示的《新闻联播》传播功能的统计表。考虑到一些词汇同时反映几个不同主题的内涵,对所有词汇采取多元分类,各个类别的词汇量累计超过词汇总量。如表1所示,根据词频数量和对应比例,行政执行、决策权威和经济发展占据传播功能的最突出位置。分别有约49.6%、42.0%和41.7%的词汇集中在行政执行、决策权威和经济发展领域;民生福利和核心价值两大维度的比例次之,约为36.6%和34.7%;相较而言,反映政治互动和国际事务的词汇量较少,仅有四分之一左右。这说明《新闻联播》在宣传政府执行力和树立中央威信上具有重要功能,并通过政府执行力和决

策权威的传播来进而达到官方宣传的目的——国家认同和合法性的巩固。此外,从具体政策议题来讲,经济建设是官方宣传的重点,尤其大力展现经济、科技、文化等诸多领域的最新发展及成就,而民生福利相对略低,而官方与公众进行政治互动、国际事务类信息却相对较少。由此可见,《新闻联播》试图承担的主要政治传播功能即是梳理中央权威、强调政府执行力,在政策议题上优先关注经济发展。

表 1 2003—2013 年《新闻联播》的宣传功能

	词汇量	比例(%)
行政执行	2 004	49.63
决策权威	1 697	42.03
经济发展	1 683	41.68
民生福利	1 477	36.58
核心价值	1 402	34.72
政治互动	1 057	26.18
国际事务	970	24.02
总计	4 038	

注:有些词汇根据语境同时反映多重含义,会有功能上的交织与重复,因此在宣传功能分类编码时,会兼具不同功能,致使比例加总以后超过 100%。下同。

1978 年改革开放以来,我国将国家治理的重点转入经济建设,经济建设成为国家发展的战略目标。党和政府明确指出,电视宣传的中心任务就是“为经济建设服务,为实现四个现代化服务”,作为这一精神的忠实执行者,《新闻联播》的议题设置在政策议题上 11 年来始终不离“经济建设为中心”。

图 3 呈现了 2003—2013 年《新闻联播》政治传播主题的变化轨迹,这充分反映了政治传播功能的演化特征。首先,行政执行主题的比例始终很高,但 2007 年后略有下降,2013 年再度上升;第二,决策权威主题在很多年度居于第二位,2003—2010 年呈现逐步下降趋势,2011 年即再度大幅上升;第三,经济发展主题在 2003—2007 年有上升趋势,2008 年后逐步下降但仍然居于第三位;第四,民生福利主题在同期有较大幅度的增长;第五,核心价值主题的宣传从 2005—2010 年有下降趋势,2010 年后转为上升;第六,政治互动主题在这 11 年间基本稳定不变;第七,国际事务主题从 2003—2007 年有一定比例下降,但 2007—2012 年大幅上升。《新闻联播》的取材和报道始终围绕党和政府的中心工作来展开,30 分钟的《新闻联播》在不出现特殊情况下,文本容量是相对固定的,不同主题之间存在竞争关系。传统上居于高位的“行政执行”、“经济发展”指标的下滑趋势,反映出官方强化了对“核心价值”、“决策权威”、“国际事务”的宣传力度。至关重要,“政治互动”的宣传在 11 年间稳定居于低位,显示出官方对政府与公众政治互动事务的关注度较低,相关信息的曝光度也较低。

语义网络是展示话题及其联系的有效方式,传统上属于认知科学领域,在自然科学中有广泛应用,可以用于表达复杂的概念及其之间的相互关系。语义网络是一个有向图,顶点表示概念,而边表示这些概念间的语义关系,从而形成一个由节点和弧组成的语义网络描述图。本文研究的主要关键词的语义网络如图 4。

在图 4 中,很清晰地看到了几个话题群:城市、主席、问题、投资、两国等词语居于各个话题群的中心,分别凸显了城乡、领导层、社会矛盾、经济发展和国际议题。可以发现,语义网络中居于最复杂核心的是“问题”和“主席”。由此推断,2003—2013 年间,《新闻联播》更关注城乡(或城镇化)话题和领导层活动等核心话题。这与中央自 2004—2014 年连续十一年发布以“三农”(农业、农村、农民)为主题的中央一号文件,强调了“三农”问题在中国的社会主义现代化时期“重中之重”的地位。时间和内容基本匹配和同步。

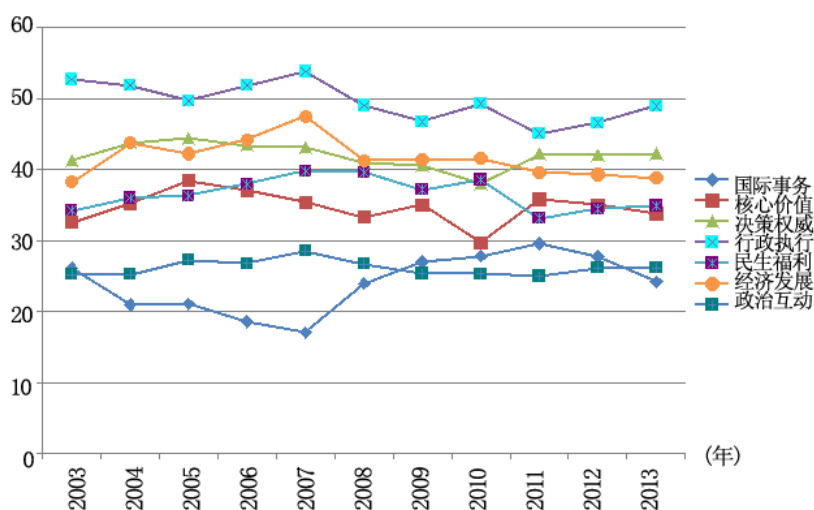


图3 2003—2013年《新闻联播》七大传播主题的趋势图

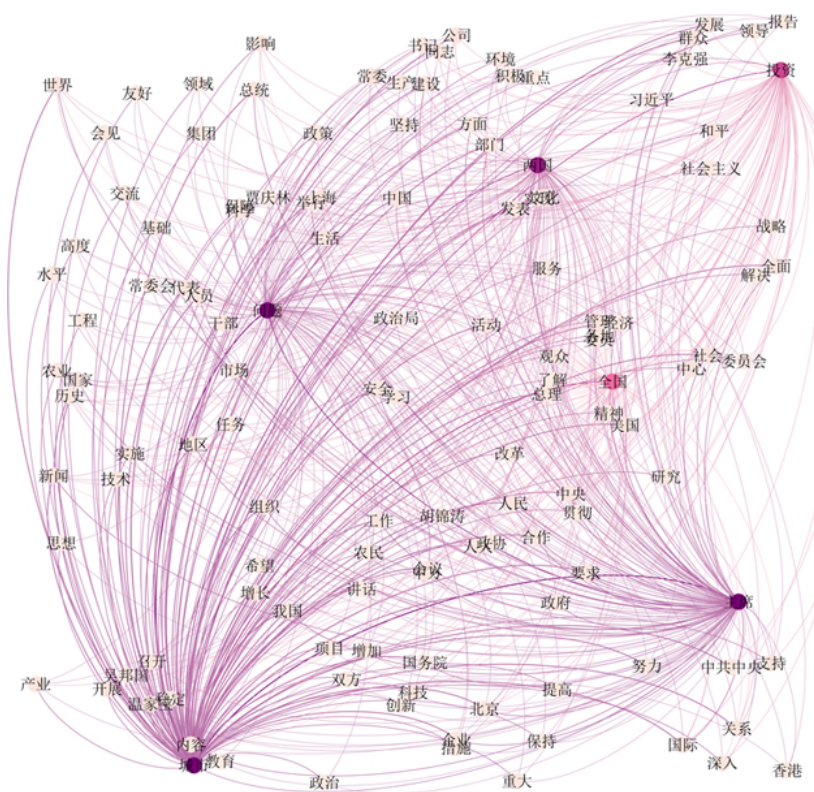


图4 话题语义网络图

更进一步,每个核心话题都与附近一系列词语相联系,联系越近表明联系越紧密。例如,与“城市”话题密切关联的是“教育”、“温家宝”和“稳定”。2003—2013年正值温家宝担任国务院总理,不难看出其对于城市和教育等话题谈论得最多、最为强调。与城市话题、城乡差距最直接相关的就是“教育”问题。此外,城市话题的另外一大内涵就是城市地区的社会稳定。

五、《新闻联播》的宣传模式: 政治传播的风格分析

政治传播的风格分析主要考察信息要素的配置。从传播风格来讲,《新闻联播》栏目片头的画面部分虽已进行过几次重新创作,但是“地球+CCTV+新闻联播”的核心元素并未改变(卞清,2012:44—45)。固定的时间、音乐、画面等作为节目编排设置的形式因素,某种程度上对内容的表达起着制约作用。在新闻内容编排上,《新闻联播》的“先国内、后国际”的排列原则,事实上来源于1942年延安《解放日报》改版后形成的党报编排模式。在版面编排上体现“以我为主”,从而更好地“宣传党的政策、贯彻党的政策,反映党的工作,反映群众生活”。这是从传播视角下《新闻联播》的叙事风格。这部分从政治文本角度来考察《新闻联播》的话语应用、宣传主体、地域关注等维度。

(一) 话语应用

信息要素配置的重点之一是如何使用话语。为探索《新闻联播》的话语应用规律,先将关键词按照词性分为名词、动词、形容词、副词、数量词等,并进行词汇频率和比例的统计,结果见表2。

表2 2003—2013年《新闻联播》关键词词性频率分析

词性	词汇频率	比例(%)
名词	2 884	59.35
动词	1 422	29.27
形容词	217	4.47
副词	143	2.94
数量词	133	2.74
其他	60	1.23
合计	4 859	100

根据表2,从词频数量来看,名词占比达到59.4%,占据支配地位。其次是动词,占到29.3%。而形容词、副词、数量词和其他词汇量总体较低。进一步观察表明,文本中经常出现的名词有三类:指人名词、地域名词和机构名词。仅仅观察《新闻联播》标题即可发现指人名词出现的频率最高,出现的主要是党和政府的领导人。一般而言,在新闻传播领域,形容词是要少用慎用的。过多使用形容词会影响新闻的客观性和真实性,从而使得新闻失去最重要的价值,即真实,《新闻联播》文本很好地把握了该原则,新闻内容中形容词极少,只占4.5%。此外,新闻报道中的副词常限制、修饰动词,表示程度、范围、时间等意义。在考察中,我们发现副词出现的频率也很少,占比2.9%。

(二) 重点关注人群

对不同人群的关注反映着政治传播的目标所在,本文把关注人群分为领导层(人)、党政机关和公众三类。《新闻联播》文本中反映关注客体的词语大多数是名词,涉及总计3 689个关键词。

经过词频统计,如表3所示,关注党政机关的文本占比达到72.7%。这与前文关于政治传播功能要显示党政机关的执行力和工作业绩密切相关。关注领导层的词频比率也超过一半,表明一半左右文本是关注领导层讲话或动态。党和国家领导人活动由外事活动和国内重要政务活动两部分组成。外事活动主要包括领导人的出访、接待外国元首、政府首脑及一些特殊人士的来访,接受外国记者采访以及出席境外举行的带有多边外交性质的国际会议等。国内政务活动则包括领导人讲话、领导人考察、调研会见国内各方面人士、参加展览、参加义务植树等。然而,关注公众活动的新闻内容相对较少,仅有43.5%表明《新闻联播》长期以来的政治传播模式是宣传政府行为,而对群众、企业等社会主体的关注度较低。

此外,本文也考察这11年间《新闻联播》关注人群的变化。我们发现,11年间其对各大人群的关注度基本比较平稳,三者的相对比例变化不大。值得一提的是,从2011年起,其对党政机关和公众的

宣传力度都略有下滑趋势,但是对领导层的宣传呈现上升趋势。由此可见,《新闻联播》依旧主要是党政机关、领导人的舞台。

表3 2003—2013年《新闻联播》关键词人群频率分析

词性	词汇频率	比例(%)
领导层	1 910	51.78
党政机关	2 683	72.73
公众	1 603	43.45
总计	3 689	

(三) 重点关注地域

《新闻联播》文本对不同地域的关注也非常值得关注,这反映了中央对国际事务和地方发展重点的考量。国际新闻从内容上分为五类:地区热点、突发事件、国际关系、会议报道、后续报道。在《新闻联播》中,国际新闻在涉及具体国家时,大多是战争、政变、恐怖事件、天灾人祸以及部分国家的政党轮替等新闻,在报道国家组织的会议时,又时常会突出强调国际霸权主义等。对于国外,特别是对部分西方国家的负面报道,一定程度上有效地防止了受众认识上的片面和偏激,有利于增强社会凝聚力,维护国内的安定团结。从这一点上看,《新闻联播》爱憎分明,坚定、昂扬的话语表征,是符合“坚持团结稳定鼓劲,牢牢把握正确的舆论导向”的方针的。图5通过两个词云反映了《新闻联播》的国际和国内地域关注。在国际地域中,尤其关注美国、俄罗斯、日本等大国,主要反映了我国同世界大国之间的双边关系,这基本符合人们的日常认识。与此同时,朝鲜、伊拉克、伊朗、叙利亚等地域也受到《新闻联播》的重点关注,表明这些地域反映着中国对外交往的重点。



图5 新闻联播中的“国际”与“国内”地域关注

在国内地域分析中,北京、上海、台湾地区 and 香港地区等特大城市或地区受到重点关注。由于台湾地区和香港地区在中国的特殊性,一直是中央备受关注的地区;北京、上海更是我国政治和经济两大中心。除了以上地区,山东、新疆、西藏等地区的曝光率也很高。此外,四川、江苏、河南、浙江等省份也受到较多关注。山东、江苏、浙江等省份是我国经济社会发达省份,而四川、河南是我国人口和农业大省,其受到广泛关注也表现了《新闻联播》向全国宣传先进经验和关心特定地区的目标。

六、总结

2003—2013年是我国经济社会飞速发展的一个重要时期。在此期间,《新闻联播》作为对社会经济发展的历史记忆载体,记录了这11年中国各个领域的发展和趋势。2006年3月“两会”上,政协委员叶宏明提交的《让〈新闻联播〉换换人》议案经媒体报道后,引起了社会各界的强烈反响,在广大民

众中引发了一场关于新闻联播宣传模式的持续大讨论。

尽管近年来《新闻联播》在宣传模式上有较多变化,例如采取更有亲和力、接地气、多元化的宣传方式。本文通过对2003—2013年所有新闻联播文本资料的系统分析,探讨了其宣传模式在政治传播功能承担和宣传风格上的特征及其演变趋势。2003—2013年间,《新闻联播》在国际事务、核心价值、决策权威、行政执行、政治互动机制、经济增长、社会福利保障七大政治传播的功能承担上其内部结构产生了一系列变化。具体而言,“国家”一直是《新闻联播》的叙事主体;行政执行、决策权威是其传播的主要功能取向;经济发展是政治传播的主要政策议题,是宣传主旋律;相较而言,政治互动和国际事务的传播较少,但2010年起我国的国际大国姿态正在形成;在话题维度方面,城市话题和主席话题是两大话题群。

除了传播功能的演变,过去11年间新闻联播的宣传风格也呈现出一系列特征:注重名词和动词的应用;关注人群依旧集中在党政机关和领导层,而对公众的关注则相对较少;在国际事务上注重中国与大国之间的双边关系;国内事务上关注超大城市、少数民族区域和经济发达省份等,山东、江苏等很受《新闻联播》青睐。

总之,大数据方法为政治传播研究提供了前所未有的新机遇和新方法。一方面,大数据时代具备更廉价便捷的数据采集技术,在研究方法上引入数据分析学,非常适合跨学科的研究。本文采取大数据方法对政治文本进行挖掘和分析,从政治传播学的视角考察了我国最重要的政治传播平台——《新闻联播》的宣传模式及其变化。

参考文献:

- [1] 艾红红, 2008, 《〈新闻联播〉研究》, 北京: 中国广播电视出版社。
- [2] 卞清, 2012, 《文本框架与观众解读: “看与被看”中的〈新闻联播〉》, 《新闻传播》第3期。
- [3] 哈罗德·拉斯韦尔, 2013, 《社会传播的结构与功能》, 何道宽译, 北京: 中国传媒大学出版社。
- [4] 荆学民、苏颖, 2013, 《中国政治传播研究的学术路径与现实维度》, 《中国社会科学》第2期。
- [5] 李元书, 2005, 《政治体系中的信息沟通: 政治传播学的分析视角》, 郑州: 河南人民出版社, 第34页。
- [6] 孟天广、郭凤林, 2015, 《大数据政治学: 新信息时代的政治现象及其探析路径》, 《国外理论动态》第1期。
- [7] 欧阳宏生、戴蔚、陈丽丹, 2014, 《改革转型增活力, 电视传播新发展——2013年中国电视发展研究报告》, 《中国广播电视学刊》第2期。
- [8] 宋黎明, 2007, 《中国共产党的政治传播机制研究》, 中共中央党校博士论文, 第2页。
- [9] 希瑟·萨维尼, 2004, 《公众舆论、政治传播与互联网》, 张文摘译, 《国外理论动态》第9期。
- [10] 徐湘林, 2011, 《中国的转型危机与国家治理: 历史比较的视角》, 《复旦政治学评论》第9辑, 上海: 世纪出版社、上海: 上海人民出版社。
- [11] 薛忠义、刘舒、李晓颖, 2012, 《当代中国政治传播研究综述》, 《政治学研究》第5期。
- [12] 杨伟光、李东生主编, 1999, 《〈新闻联播〉20年》, 北京: 生活·读书·新知三联书店, “序”。
- [13] Ann N. Crigler and Marion R. Just, 2012, Measuring Affect, Emotion and Mood in Political Communication, *The Sage Handbook of Political Communication*, 211.
- [14] Anselm L. Strauss and Juliet M. Corbin, 1998, *Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*, Thousand Oaks, CA, Sage, 379.
- [15] Bean, C., Mughan, A., 1989, Leadership Effects in Parliamentary Elections in Australia and Britain, *American Political Science Review*, 83(04), pp. 1165–1179.
- [16] Bennett, W. L., and Lyengar, S. 2008, A New Era of Minimal Effects, The Changing Foundations of Political Communication, *Journal of Communication*, 58(4), pp. 707–731.
- [17] Claes H. De Vreese and Sophie Lecheler, 2012, News Framing Research: An Overview and New Developments, *The Sage Handbook of Political Communication*, p. 292.
- [18] Dennis Chong and James N. Druckman, 2012, Dynamics in Mass Communication Effects Research, *The Sage Handbook*

- of *Political Communication* ,307.
- [19] Esser , F. , and Pfetsch , B. ,Eds. ,2004 , *Comparing Political Communication: Theories , Cases , and Challenges* , Cambridge University Press.
- [20] Fred Fletcher and Mary Lynn Young ,2012 , Political Communication in a Changing Media Environment , *The Sage Handbook of Political Communication* ,36.
- [21] Gary King , Jennifer Pan and Margaret E. Roberts ,2013 , How Censorship in China Allows Government Criticism but Silences Collective Expression , *American Political Science Review* ,1 - 18.
- [22] Gurevitch , M. , and Blumler , J. G. ,2004 , State of the Art of Comparative Political Communication Research , *Comparing Political Communication-Theories , Cases and Challenges* , pp. 325 - 344.
- [23] Blumler , J. G. , Blumler , J. , and Gurevitch , M. ,1995 , *The Crisis of Public Communication* , Psychology Press.
- [24] Hallin , D. , and Mancini , P. ,2004 , *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics* , Cambridge University Press.
- [25] Hanitzsch , T. ,2009 , *Handbook of Journalism Studies* , New York: Routledge , pp. 413 - 427.
- [26] Holli A. Semetko , Margret Scammell and Andrew Kerner ,2012 , Leaders on the Campaign Trail: The Impact of Television News on Perceptions of Party Leaders in British General Elections , *The Sage Handbook of Political Communication* , p. 378.
- [27] Jonathan Hassid ,2012 , Safety Valve or Pressure Cooker? Blogs in Chinese Political Life , *Journal of Communication* , pp. 212 - 230.
- [28] Livingstone. S. ,2003 , On the Challenges of Cross-national Comparative Media Research , *European Journal of Communication* ,18(4) , pp. 477 - 500.
- [29] Karl Deutsch ,1963 , *The Nerves of Government: Models of Political Communication and Control* , New York: Free Press.
- [30] Kevin G. Barnhurst and Kelly Quinn ,2012 , Political Visions: Visual Studies in Political Communication , *The Sage Handbook of Political Communication* ,276
- [31] Maria Jose Canel and Karen Sanders ,2012 , Government Communication: An Emerging Field in Political Communication Research , *The Sage Handbook of Political Communication* ,85.
- [32] Paolo Mancini and Daniel C. Hallin ,2012 , Some Caveats about Comparative Research in Media Studies , *The Sage Handbook of Political Communication* ,509.
- [33] Richard Davis ,2012 , Blogging and the Future of News , *The Sage Handbook of Political Communication* ,49.
- [34] Richard Tait ,2012 , Never Waste a Good Crisis: The British Phone Hacking Scandal and its Implications for Politics and the Press , *The Sage Handbook of Political Communication* ,518.
- [35] Sean Aday , Robert M. Entman and Steven Livingston ,2012 , Media , Power and US Foreign Policy , *The Sage Handbook of Political Communication* ,327.
- [36] Stephen D. Reese and Jae Look Lee ,2012 , Understanding the Content of News Media , *The Sage Handbook of Political Communication* ,253.
- [37] Starr , P. ,2004 , The Creation of the Media: Political Origins of Modern Communications , Basic Books.
- [38] Stewart , M. C. , and Clarke , H. D. ,1992 , The (Un) importance of Party Leaders: Leader Images and Party Choice in the 1987 British Election , *The Journal of Politics* ,54(02) ,447 - 470.
- [39] Thompson , J. B. ,1995 , *The Media and Modernity: A Social Theory of the Media* , Stanford University Press.
- [40] Xian Zhou ,2012 , The Changing Landscape of Political Communications in China , *The Sage Handbook of Political Communication* ,427.
- [41] Yunjuan Luo ,2014 , The Internet and Agenda Setting in China: The Influence of Online Public Opinion on Media Coverage and Government Policy , *International Journal of Communication* ,1289-1312.

(责任编辑:匡云)