

專輯論文

微博傳播和中國新聞業的「認知權威」：以溫州動車事故為例¹

童靜蓉

摘要

新聞業的「認知權威」是指新聞業有權力和能力來決定傳遞何種資訊以及如何解釋現實。根據對2011年溫州動車事故發生期間的微博以及對這起事故進行報導的大陸報紙文本的分析，本文討論微博上關於此事故的傳播是否(以及如何)對現實中「發生了什麼」進行解釋，這種解釋是否影響新聞業對現實的闡述，而同時，新聞業如何通過建構對現實的解釋，來維護其權威。本文認為：在發佈事故的初步資訊和提出對事故的有關疑問上，微博傳播起到引領的作用，並在一定程度上影響報紙報導的議程設置。但是，比較完整而權威的詮釋依舊是報紙所提供。被分析的兩份報紙將網路言論和行為當做是和線下世界裡發生的事情一樣的消息來源，根據各自的操作規則和價值觀進行篩選，在其報導中，使用不同的策略來建構一種形象來表明他們能夠對現實進行真實客觀可信的闡述，以此維護其「認知權威」。而在這個過程中，

童靜蓉，英國萊斯特大學媒體傳播學講師。研究興趣：新聞學研究、媒體再現、新媒體研究。電郵：jt183@le.ac.uk

論文投稿日期：2012年4月2日。論文接受日期：2012年11月23日。

《傳播與社會學刊》，(總)第25期(2013)

傳統新聞記者也對新聞工作和新聞的概念進行了反思，下意識地做出反思性的調整。

關鍵詞：新聞業的「認知權威」、微博傳播、中國、動車事故、客觀性

Special Issue Article

Weibo Communication and the Epistemic Authority of Chinese Journalism: A Case Study of the 2011 Wenzhou High-speed Train Incident

Jingrong TONG

Abstract

Journalism needs to develop and maintain an epistemic authority in interpreting reality and deciding what information should be transmitted to readers. In doing so, journalism defends its legitimacy. This paper is drawn from an analysis of Weibo messages and newspaper coverage of the Wenzhou High-speed Train Incident in 2011. Qualitative interviews with journalists offer some supplementary explanations regarding what was found in the analysis. This paper has two aims. The first is to discuss both whether and to what extent Weibo messages about this incident have explained “what happened/is happening” in reality. The second is to assess how Chinese journalism has endeavored to defend its epistemic authority through constructing a narrative of reality. This study reveals that Weibo communication has advantages in releasing initial information about the incident and in facilitating netizens' efforts to hold the government accountable. As a result, Weibo communication has influenced newspaper agendas to a certain degree. However, a fuller interpretation of reality is still offered by newspapers. Weibo messages are

Jingrong TONG (Lecturer) Department of Media and Communication, University of Leicester. Research interests: journalism studies, media representation, and new media studies.

merely treated as one type of news source. According to their respective reporting paradigms and news values, the two newspapers analyzed in this study have selected and incorporated Weibo messages into their conventional news reporting. They have adopted different strategies in establishing an image of being able to provide credible and objective narratives of reality. These provide evidence of defending the epistemic authority of journalism. The whole process suggests that journalists constantly reflect on their own work and the concept of news and make adjustments accordingly.

Keywords: the epistemic authority of journalism, Weibo communication, China, Wenzhou High-speed Incident, objectivity

Citation of this article: Tong, J. R. (2013). Weibo communication and the epistemic authority of Chinese journalism: A case study of the 2011 Wenzhou high-speed train incident. *Communication & Society*, 25, 73–101.

新聞業的「認知權威」(epistemic authority)是指新聞業有權力和能力決定傳遞何種資訊，以及如何解釋現實(見Garman, 2005; Bishop 1999; Winch, 1997)。²新聞業「認知權威」和其合法性緊密相連。尤其是當新聞業需要得到大眾的認可，從而獲得合法性時，其合法性在於其能夠權威可信地解釋現實，並建構社會知識(Ekström, 2002)。若新聞業作為資訊的權威發佈者的身份被動搖，這種權威會被打破，新聞業合法性會受到挑戰。此時，新聞業會儘量去修復和維護他們的權威(Bishop, 1999)。在當下網路2.0時代，網路仲介的傳播(internet-mediated communication)打破了新聞業對資訊傳播的壟斷，而且還有可能對現實給予不同的解釋，這對傳統新聞業造成了一定的挑戰(Chan, Lee et al., 2006)。

這篇文章討論在2011年溫州動車事故傳播中，1) 微博傳播是否(如何)對現實中「發生了什麼」進行解釋，這種解釋是否影響新聞業對現實的闡述；2) 新聞業在具體新聞操作中，如何通過建構對現實的解釋，來維護其權威。本文分析了事故發生期間的微博以及對這起事故進行報導的大陸報紙文本，認為在發佈事故的初步資訊和提出對事故的有關疑問上，微博傳播起到引領的作用，並對報紙報導的議程設置上起到一定的影響。但是，微博傳播並沒有對現實中「發生了什麼」提供可信權威的解釋，比較完整而權威的詮釋依舊是報紙所提供。被分析的兩份報紙在其報導中，使用不同的策略來建構一種形象來表明他們能夠對現實進行真實客觀可信的闡述，以此維護其「認知權威」。

新聞業的合法性和「認知權威」

考慮新聞業如何獲得合法性，首先要看新聞業從誰那裡獲得合法性。對於充當政治黨派喉舌的新聞業來說，比如黨派報業(partisan press)，通常從政黨那裡，而是不從大眾那裡獲得合法性。這類新聞業往往作為政黨政治工具的一部分而出現(Skovsgaard & Bro, 2011)。在西方民主國家裡，隨著政黨自身合法性的衰弱，新聞業漸漸地從政黨的懷抱中脫離出來，轉向大眾，希望得到大眾的認可，從而需要新方式來獲得合法性(Skovsgaard & Bro, 2011)。

需要從大眾那裡獲得合法性的新聞業有必要建構其「認知權威」。新聞業需要讓新聞讀者信任其具備製作和傳播「對現實能夠進行權威闡述」能力和技能，即是，需要讓讀者相信其具有能力以及權利，能夠對現實(發生了什麼)提供被認為是正確的不容懷疑的解釋(Matheson 2004)。只有被認為是權威的故事講述者和對現實的闡述者，新聞業才能夠得到讀者的認可，獲得其成為權威的資訊收集，製作，和傳播者的合法身份。這是一種合法性建構的過程。

而這種「認知權威」的建構可通過兩種方式獲得。首先，新聞業在媒體話語上建構專業話語以及塑造專業形象來建構其「認知權威」。專業話語，比如「客觀性」，「平衡性」，和「社會責任」，都幫助新聞業獲得「認知權威」(Zelizer, 1990; Zelizer, 1992; Clayman, 2002; Matheson, 2004; Deuze, 2005)。其次，通過引用訊息源，特別是權威可信的訊息源，將事實和觀點分開，以及通過呈現故事雙方說法保持平衡的方式來證明其可信度和客觀性(Tuchman 1978; Skovsgaard & Bro 2011)。

但是，這種「認知權威」不是穩定不變，而是在一種博弈的狀態中獲得的(Clayman, 2002)。新聞業跟相近的職業相博弈，競爭對現實的權威闡述。比如說，儘管專家的知識可以幫助新聞業獲得客觀而可信的形象，但是，某一方面的學者專家可能會同新聞業競爭對某一種涉及到專業知識的闡述。

中國新聞業的合法性： 從「行政權威」到需要大眾認可的「認知權威」

在中國的社會政治環境下，中國新聞業經歷了一個從向政黨到向大眾宣稱合法性的過程，這也是從行政身份帶來的「行政權威」向大眾認可的「認知權威」轉變的一個過程。在80年代的市場化新聞改革之前，中國新聞業的合法性曾經是通過執政黨的扶持獲得的，與其在政治體系內部的行政身份密切關聯(Tong, 2011)。作為執政黨執政工具以及政府工作的一部分，中國新聞業被執政黨以及體系內政治經濟和文化群體接受為其中一員。這種作為「體制內成員」的身份讓新聞記者在當時享受社會威望(De Burgh, 2003)。

80年代市場化之後，儘管繼續獲得執政黨扶持，中國新聞業急需獲得大眾的認可。這不僅因為政黨扶持不足以保證其合法性，而有一部分新聞業也不在政黨扶持之列，更加是因為新聞業的社會角色以及媒體環境發生了改變。媒體改革之後，隨著黨報市場份額的減少，執政黨本身的合法性危機，以及其維護執政者統治的政治宣傳屬性與新聞原則的「真實性」相違背，³ 党的新聞工作者的形象帶來的合法性漸漸衰弱。由於市場化和專業化的需要，中國新聞業急需將自身從和執政黨的親密關係中抽離開來，建立一種新形象。同時，以前被認為被動接受資訊的「群眾」現在已經變成了活躍的「受眾」(Zhang, 2000)，再加上媒體需要吸引受眾以求最大化其市場利潤，都使新聞業需要建立與讀者的新關係。這些轉變使得中國新聞業需要建構大眾認可的「認知權威」來彌補「行政權威」的不足。

審視中國新聞業近年的職業宣稱，我們可以發現，「客觀性」和「真相」是其兩大重要宣稱。「客觀性」常意味著多方訊息源的互相印證以及記者主觀觀點的淡出。這不僅可助記者記實避禍，而且可增加報導的可信度。而對於「真相」，無論何種新聞策略，無論各種新聞平臺，中國新聞業對「真相」的追求是共同的目標。海內外學者以及從業人員(Bai, 2012; Zhang, 2010; Tong, 2011)近年對此均有所討論。無論是象徵著自由敢言的南方報系，還是代表著政治權威的人民日報和央視，都在宣稱和強調要報導「真相」。這種強調在報導和日常涉及新聞理想的話語中均有體現。在報導文本中，「真相」被頻頻使用來指代報導中對現實的解釋。在建構「真相」的時候，引用新聞源來保證其「客觀性」，「真實性」，和「可信度」成了新聞界常用的方法。另外，在涉及新聞業的話語中，「真相」二字同樣反復被提到。比如在各大媒體出臺的記者節感言中，或者在媒體出版的關於記者操作的書刊中，比如南方週末的〈後臺〉，往往會提到報導「真相」之於記者的意義，這是對公眾建構新聞業形象的一種途徑。因此，在去行政權威魅影的市場化媒體環境下，「客觀地」報導「真相」成為新聞界維護其「認知權威」的一個絕妙策略，儘管不能說是唯一辦法。

這意味著，能夠建構權威可信的對現實的闡述變得很重要。但是中國新聞業對現實的可信權威闡述，常態下，主要承受著三方面的挑

戰，最大的挑戰來自於執政黨。在中國的威權政治之下，能報導什麼抑或怎麼報導基本都是由相關宣傳部門做好了規定。對現實的闡述權在於執政黨，並不在於新聞記者。媒體上所建構的現實只是被政治所允許的一種「真相」。而具有了專業啟蒙意識的新聞業則是在政治控制的縫隙裡面尋找空間，希望能夠呈現他們認為的事實「真相」。

此外，同其他社會形態下的新聞業一樣，由於新聞業依賴專家學者充當新聞源來獲得其報導的確信性，專家學者群體也會和新聞業爭奪對現實的權威闡述權。不過，在中國的政治環境之下，專家學者同樣受到政治的影響，並不一定能夠發出獨立的聲音。一方面，新聞從業者不一定能夠掌握一定領域的專業知識，以至於判斷可能被誤導，難分真偽。另一方面，若是引用這類專家的話語，則對現實的解釋更加傾向於類同官方的解釋。

但在當下中國，隨著國內矛盾激化和社會問題層出，執政黨本身的合法性岌岌可危。而專家群體，由於其和政治的一貫的接近度(Zheng, 1999)以及行業操作不規範或者有爭議，比如警察和律師(Wong, 2004)，其「認知權威」同樣受到質疑。那麼在這種情況下，新聞業怎樣駕馭這兩者的合法性危機來幫助自身獲得和維持其被公眾認可的「認知權威」？比如，這種和執政黨之間的微妙關係對中國新聞業維持其「認知權威」來說是雙面刃。執政黨本身合法性的危機使得一貫挑戰官方說法的媒體有可能容易獲得大眾認可，但由於政治控制的存在，在操作過程中，媒體對現實解釋和定義卻也有可能被認為是政府授意下的解釋，而不一定被大眾所認可和接受。

當下，當普羅大眾可以用新媒體工具製作傳播資訊後，在社會傳播中，什麼被傳播，被討論，被推進和被解釋，已經打破了新聞業對資訊傳播的控制，這對中國新聞業的「認知權威」可能帶來挑戰。

網路仲介的傳播和中國新聞業的「認知權威」

本世紀以來，在國家和市場資本的促使之下，各種資訊傳播技術在中國廣泛應用，再加上隨之出現的技術和媒體融合，讓普通的大眾擁有了獲得和發佈資訊的渠道(Lagerkvist, 2005)。在網路仲介的傳播出

現大量的「使用者製作的內容」(user-generated-content, 以下簡稱UGC) (定義見Hermida & Thurman, 2008), 讓新聞環境裡突然充塞了大量的沒有經過傳統媒體守門人過濾的資訊。這類資訊所發出的各種各樣的聲音偶或和傳統媒體相同, 偶或和傳統媒體不同。這種聲音不僅僅打破了新聞記者作為唯一的正統發聲器的壟斷, 而且在有些情況下和傳統媒體爭奪對現實事件的定義以及對公共議程的設置, 尤其記者不一定能在場的突發事件(Massey & Cokley, 2008), 比如在央視大褲衩著火和上海大火等災難新聞傳播中。這類內容往往和傳統媒體的專業報導並駕齊驅, 形成一種在傳統媒體之外的言論空間。在某些社會事件(或者說是「新媒體事件」)的發展過程中, 傳統媒體被動地被互聯網線民所驅動(Qiu & Chan, 2010)。這些事件都是發展到不得不關注的程度, 傳統媒體才介入, 比如2008年的真假華南虎案, 2010年鐘九如案, 和2011年的楊海鵬救妻案。而在某些新聞事件裡面, 普通線民和手機用戶的發出和傳統媒體不一樣的聲音, 直接挑戰傳統媒體對現實的闡釋。典型的例子有2009年發生的鄧玉嬌案。

一些學者樂觀地認為, 新聞業應積極地迎合UGC。因為這類內容不僅為新聞記者提供訊息源, 更能加強記者的報導效果(Lagerkvist, 2005; Xin, 2010)。較傳統新聞業而言, UGC擴散的速度和廣度突破了時間和空間的限制, 宣傳部門較難監控(Tong & Sparks, 2009)。傳統媒體也希望將UGC納為己用, 比如在網站上設立交流管道, 在報紙版面或者電視節目中開設UGC專欄, 開設官方微博帳號, 儘量吸納大量粉絲等。但這不意味新聞業會接受UGC和自身在資訊製作和傳播上權威地位的並駕齊驅。UGC出現的本身已構成了對資訊傳播分權的可能。做為一個職業群體的新聞業, 在其合法性受到挑戰時, 勢必捍衛其合法性(Freidson, 1983)。

目前的文獻沒有回答至少三方面的問題。首先是這種使用者所製作的內容的本質, 這究竟有多大程度上能夠對現實提供權威可信的解釋是個未曾解答的問題。有益於公眾利益(public interest)的內容究竟占多大的比例? 是否真的提供實質性的關於現實解釋的資訊, 還是在發佈一些娛樂大眾, 發洩情緒, 去政治化的內容? 其次, 我們也還不瞭解網路仲介的傳播對主流新聞操作有何種影響, 特別是在議程設

置，資訊的選擇，新聞源以及對事故性質的定義和解釋上。主流媒體報導對「發生了什麼」的解釋是否與UGC上的闡釋(如果有的話)相吻合，或者說是被牽著走？最後，中國新聞業在資訊傳播以及對現實提供解釋上，有什麼策略來維護其權威報導？

通過分析在2011年溫州動車事故中微博傳播和傳統報紙對該事故的報導，本文希望能對以上問題提供一些回答。本文分析的著眼點有三：

- 一、微博上關於此次事故的帖子有什麼樣的內容，比如其中情緒化的感慨內容占多大比例？其中有無提供對此次事故的解釋？何人做的解釋？
- 二、微博上傳播的資訊以何種方式進入並且影響線下傳統媒體關於此次事故報導的議程和話語？
- 三、傳統記者是否將引用訊息源並且建構可信而客觀的形象來當做一種維護其「認知權威」的策略？

研究方法

2011年7月23日，兩輛動車在溫州境內相撞，其中一輛動車脫軌，據官方報導39人遇難。災難發生後，全國各大媒體湧向溫州進行報導。此外，在這起事故的資訊傳播中，微博傳播活躍，被認為是推動問責的重要工具。

本文對討論這起事故的新浪微博⁴進行了抽樣，並且分析內容類別。抽樣的方法為，在事故發生後的一個星期(7月23-29日)裡面，使用新浪微博上的日期選擇，在用「溫州動車」關鍵字過濾後，得到的每天50頁的微博內容中，選取10%的內容樣本進行進一步分析。這10%的內容樣本⁵的抽取方法為：第1頁，第10頁，第20頁，第30頁，第40頁，以及第50頁。最後獲得的樣本共包括742條帖子。對其內容進行分析的旨在於瞭解在微博上傳播的資訊的性質：微博上的資訊是否能對「發生了什麼」提供有效的可信解釋，其多大程度上提供了和事故有關的有效的資訊，這是本文的第一部分的研究問題。內容分析主

要有以下幾個方面：1) 微博帖子的類型：分為三類，分別是原創，轉發網友的原創帖子，或轉發傳統媒體的內容；2) 帖子的內容類別，括網友感歎，尋人尋物，呼籲獻血，網友問責等；3) 帖子內容的消息來源；和4) 微博資訊有沒有對發生了什麼進行解釋，比如事故原因，誰要負責，救援情況，傷亡人數等。在編碼過程中，若帖子內容覆蓋多項類型，那麼以最明顯的內容為編碼指標。

另外，本文作者閱讀了南方都市報(之後簡稱南都)和溫州都市報(之後簡稱溫都)網站上從7月24至30日的數字報紙，抽取了這兩家報紙對溫州動車事故的報導，而且將結果比對在慧科資料庫，⁶在這個時間段，輸入「溫州動車」關鍵字查詢而獲得的文章，來確定需要分析的文章，一共131篇。選取這兩家報紙的原因在於：1) 本文認為微博內容對非黨報都市類新聞操作和「認知權威」的影響要比黨報來的更大；2) 動車事故發生在溫州，而且溫都(溫州都市報)論壇當時在網路上非常活躍，有必要瞭解溫州都市報作為當地的都市類報紙對事故的報導；3) 南方都市報一直以大膽感言著稱，而且是我國比較早和成功地關注網路現象，並且對其進行報導的媒體，比如2006年「網眼」的創辦以及其成功的操作。本文將其作為一個對網路言論持有開放接納態度的媒體類型的代表；以及4) 就動車事故而言，溫州都市報是事故發生地本地報紙，而南方都市報是異地報紙，這兩份報紙的對比可以讓我們瞭解辦報地理位置差異對報紙內容的影響。

為了回答本文的第二、三部分的研究問題，對報紙內容的分析集中在以下幾方面：1) 報導內容有無提到微博或線民或論壇；2) 報導內容有無引用微博內容(並表明微博是訊息源)；3) 以及對發生了什麼進行什麼解釋，比如事故原因，誰要負責，救援情況，傷亡人數等；以及4) 報導引用了什麼訊息源。⁷

在分析微博和報紙兩個部分的內容過程中，本文結合事故期間搜集到的網路資料，和2011年所做的深度訪談，進行分析和討論，以圖理解網路和報紙的文本特點。接受訪談的60位新聞記者均是一線新聞記者和管理層，包括在動車事故報導中負責報導和編輯統籌的記者(占大約1/4)。訪談時長在1-3小時。訪談提問集中在理解他們對線民和網

路2.0時代下新聞工作的看法，以及他們對網路的使用。對於參加溫州動車報導的記者，提問裡包括他們報導中的具體操作。在此篇文章中，訪談僅作為輔助性研究方法。

資料分析

微博上的傳播

在動車上的乘客第一時間通過微博發佈動車事故的消息，而且還較詳盡地描繪了他們的感受和當時發生了什麼。第一條關於事故的消息被認為是由車廂內的乘客@袁小芫在事故發生4分鐘後發佈。事故發生13分鐘後，乘客@羊圈圈羊發微博求助，這條微博很快被轉發超過十萬次，兩小時後該名網友獲救。⁸而乘客@貓小琪Indigo則在事故發生後，持續發微博，詳細描繪了當時所見所感。⁹從此來看，微博提供了對「發生了什麼」的第一層面第一時間第一人稱的解釋。

動車事故的話題迅速引爆微博。事故發生後12小時後，微博上相關討論量已突破200萬條，其中尋人的轉發量已經超過了五十萬條，¹⁰隨後的一個星期裡，相關發佈量超過1000萬條。¹¹在這一星期內，微博討論出現了6次熱點，分別是對事故原因的討論，對掩埋火車頭和對遇難人數的質疑，安路生背景的討論，調度報告的流傳，以及賠償數額的討論。一些相關行業的從業人士也發貼解釋技術細節。尤其是其中一份調度報告¹²列出了調度作業的全過程。線民不僅在微博上，還在其他論壇討論，比如豆瓣，天涯。微博擴散了論壇帖子。這類討論被認為推進問責政府。

微博內容分析(表格1)卻顯示：微博資訊呈碎片化出現，雖然能夠提供雪泥鴻爪的資訊，但是未能系統地對「發生了什麼」進行深層解釋，比如解釋事故原因。大部分微博帖子是在發表個人感歎或分享文章，只有少數牽涉在內的乘客，乘客家屬，目擊者，以及具備一些相關專業知識的人士提供一些相關資訊，但這些資訊卻因缺乏訊息源而顯得真假難辨。微博的確有發佈資料資訊或者追問政府的內容，但並沒有在總體內容裡占大比重。在身份不能被辨認出是新聞記者的網友

發表的微博帖中，近半的帖子是在發表感慨(208條/28.3%)或者分享文章(291條/39.6%)，質問，嘲諷，批評政府以及追問更多情況等的問責帖只有56條(7.6%)，另有51條帖子(6.9%)發佈資料資訊。但是在這51條帖子裡，49條並沒有任何資料資訊來源，只有2條提到官員做為資訊源。而這兩條微博都是關於王勇平在發佈會現場接受記者提問。在所有742條微博中，有709條(95.5%)是沒有提到消息來源的。此外，絕大多數微博內容(732條，99%)並沒有對「發生了什麼」進行解釋，只有10條(1.3%)微博內容對五方面的情況做出了一定的解釋。這五方面的情況分別為事故原因(雷電不是原因的技術方面的分析)(5條，0.7%)，外界的反應：包括媒體反應，官員反應，鋼鐵股市(1條，0.1%)，救援現場(1條，0.1%)，實名坐車的內幕(1條，0.1%)，血庫告急(2條，0.2%)。

此外，微博使用者發佈的資訊受到的關注是有差異的。微博使用者發佈的資訊被轉發程度和其是否被新浪認證(加V)有關。發帖人通過新浪認證有助於其帖子被轉發。在這742個微博中，其中601條(81%)沒有轉發其他的微博帖子，其餘141條(19%)轉發了其他微博的帖子。在這141條被轉發的帖子中，略微超過一半的發帖者(72條，51%)是通過新浪認證的(加V)。對轉發數和是否加V兩個變數所作的Spearman's Rho相關性測試證明加V與否和轉發數大小兩個變數之間具有高度關聯，加V的發微博者被轉發次數就越多。身份不能夠辨認出是新聞記者的微博網友的帖子數在被轉發的帖子中要佔有更多的比例(97條，64%)。被轉發的帖子內容中表達網友感受的帖子只有20條(2.7%)，而呼籲獻血，尋人，對事故現場和救援現場的描繪，質疑政府，發佈資料資訊，以及分析技術問題的帖子占了絕大多數(共102條，77.2%)。

報紙話語中對「發生了什麼」的解釋

從內容分析來看，能夠對「發生了什麼」進行系統深層解釋的依舊是報紙報導，而非微博上的資訊。兩份報紙對溫州動車事故給予了大量的版面和密集報導。在抽樣期間，溫都共刊登了76篇新聞報導，¹³

而南都刊登了55篇。這些報導對「發生了什麼」以及「為什麼」進行了大量系統而詳盡的解釋，儘管有不同側重點。從表格2可以看出，溫都致力於解釋救援和支持方面「發生了什麼」，側重報導事故發生後溫州各方的支持和救援以及人和人之間表現出來的溫情，比如在76篇新聞報導中，有20篇(26.3%)是關於人的溫情故事。此外，溫都對救援情況，醫療救助，事故後動車和救援情況，政府的反應，其他相關方面的救助工作和尋親的報導占了絕大部分的版面(共44篇，58%)。而這些報導並沒有帶著質疑政府做法的話語，基本站在政府立場上，在版面上交代清楚政府是如何應對處理這場大事故。而南都卻著力在解釋事故中「發生了什麼」以及「為什麼」，其重點在於對事故原因，調查結果和賠償金額的質疑以及對事故真相的還原。在其55篇新聞報導中，與質疑相關的新聞報導有30篇(55%)，與還原事故發生真相有關的新聞報導有5篇(9%)。因此，溫都繞開了對事故現場和事故經歷的報導，著重對人間溫情的刻畫，而南都則繞開對救援情況的報導，著重質疑監督政府的功能。

進入報紙話語的微博傳播

從內容分析來看，微博和報紙報導的互動存在於兩個方面。一方面，微博帖子轉發傳統媒體的文章，但轉發率並不高。在此次抽取的樣本共742條帖子中，約94.4%(700條)的帖子是網友自己寫作的內容或者是轉發其他網友寫作的內容，只有0.5%(4條)的帖子是傳統媒體的微博帳號發出的帖子，5.1%(38條)的帖子是被轉發的傳統媒體發佈的內容。此外，在這742條微博帖子中，113條(15.2%)在內容裡面提到了傳統媒體，或作為帖子內容的來源，或者對傳統媒體及其發表的內容作評價。凡是有表達對傳統媒體的態度的微博內容，負面態度(24條，3.2%)和正面態度(21條，2.8%)不相上下，外加5個帖子持有中性態度，所以基本持平，負面態度略微占上風。

互動的另一方面是指進入報紙話語的微博傳播，即是報紙報導對微博帖子中討論的熱點做出回應或者將微博上的資訊引用在報紙報導裡面。微博內容只是被動地存在在網上，在網路平臺上並沒有和傳統

媒體之間形成密集的互動(intensive interaction)。如果把@看成是一個主動吸引某人或者機構注意的行為的話，@傳統媒體應是發帖人希望引起傳統媒體的關注。在這742個微博帖子中間，只有47次(6.3%)@了傳統媒體。

而在報紙上，我們卻可以看到這兩份報紙都對網路言論和現象投射了一定的注意力，雖然程度不同。而且兩份報紙報導上的議程呈現出不同程度的與網路討論熱點的吻合。兩份報紙都有一定比例的新聞報導，其裡面提到線民或者微博或者論壇，並且引用網路文字作為新聞源。相對於溫都，南都有給予網路言論和行為有更多的關注，在這點上來說，南都的報導議程更加受到微博傳播的影響。兩份報紙基本上對網路言論和行為持有肯定的態度，除了溫都有1篇報導對網路言論和行為持有否定態度(詳見表格3)。溫都大多在關於人的故事和善款捐助的新聞報導中使用網路文字和行為作為新聞源，唯一一個用在官方解釋質疑和應對質疑的新聞報導中的網路新聞源，是網帖〈「7.23」動車事故的五點存疑〉以及「鐵路老信號員」的線民，這是這篇報導的緣起。此篇報導是新華社記者對相關部門做的採訪，以對這個貼和線民的質疑作出的反駁性的回應。在這篇報導裡面，記者援引了2次鐵路部門工作人員，3次專家學者包括醫護人員，4次政府官員，以及1次政府部門的訊息源去駁斥網帖和線民提出的質疑，並且在文章裡指代網路言論為「猜疑和恐慌」。但是有一點很有趣的是，此篇文章同時展示了對立雙方的觀點，在文本上呈現出一種觀點的平衡，儘管，字裡行間的話語對質疑一一做瞭解釋，並且表明了政府尤其是中央政府的態度，引導民眾不要相信謠言，要信真相。

而南都對網路言論和行為的引用大多在對政府質疑以及還原真相的新聞報導裡面，並沒有表現出負面態度。在南都的新聞報導裡，出現了兩個很有意思的現象：1) 乘客(包括遇難者)或者目擊者的微博帖子被用來作為還原事故真相，即「發生了什麼」，的主要新聞源；2) 借線民之口說出對事故原因，救援工作，以及賠償金額的質疑。在事故發生後的進展中，網路上出現6次大的熱點，南都均對其做了相應的報導。南都將網上的言論當成一個緣由，隨後做調查，核實和採訪，並將採訪來的情況，寫成文章刊登。

報紙話語中訊息源的策略性運用

在訊息源模式(source pattern)上，兩份報紙的報導同時體現出相同和差異。從表格4可以看出，這兩份報紙的訊息源模式有些相似的地方。兩份報紙都分別援引了精英訊息源和普通訊息源。而且受害者及其親友被當做很主要的訊息源。政府部門，官員，學者專家是精英訊息源中最核心的。這些訊息源的使用幫助這兩份報紙將事實和觀點分開，有助於建構一種客觀形象。但是相對於南都，溫都的精英訊息源在訊息源總數裡面占的比例要低，而普通訊息源所占的比例要高，接近64.2%。南都的精英訊息源和普通訊息源各占50%左右。但是南都的訊息源的種類，範圍以及總數明顯比溫都要來的高。溫都的精英訊息源基本上集中在政府，官員，和專家。可是南都的精英訊息源外延到官方出版物和法令以及其他部門的負責人。南都的普通訊息源有同樣的外延。

無論在溫都還是南都，對訊息源都有和其報紙性質和操作價值所相符的策略性的應用。所不同的，溫都用普通訊息源增加現場感和人情味，同時用精英訊息源來深層次地解釋「發生了什麼」，而南都卻常常用普通訊息源來反駁精英訊息源對「發生了什麼」的解釋。比如上文所提到，溫都大量地引用普通訊息源來講述人間溫暖和真情，卻用精英訊息源來駁斥網帖〈「7.23」動車事故的五點存疑〉以及線民提出的質疑的不可信。而在南都的報導裡，我們可以發現來自政府，專家，和大眾(包括線民)三方面的訊息源被引用來互相印證，無論是互相反對，駁斥，還是支持。比如說，在南都的報導中，普通訊息源常常被用來互相支持，以及反駁官方或者精英的說話。比如7月28日刊登的〈多證據推翻「雷擊停駛說」〉一文中，記者引用目擊者們以及車站工作人員的話，並且引用「電力部門」的話來推翻之前官方和專家初步調查通過央視報導所做出的「雷擊停駛說」。不同的精英訊息源也被引用來支持或者駁斥某種觀點。比如南都在7月26日刊登的〈動車荒唐追尾·三問出事原因〉中，引用乘客的話「即使列車信號失靈了，電話總能溝通吧？咋能撞上呢？」來提出疑問，然後再引用專家清華大學教授、管理學家陳國權的話「管理責任不容懈怠，任何一起事故必定破壞了種種

制約原則才導致而成。」來暗指這起事故有人為的因素在裡面。

討論和結論

以上的內容分析分別揭示了網路世界和報紙對溫州動車事件的報導模式，這些模式分別體現出網路傳播和報紙內容對現實中「發生了什麼」解釋的程度。在網路世界中，在網路和可以上網的手機等資訊技術的輔助下，突發事件的發生的確先通過一個或者幾個在場的當事人或者目擊者發佈出來，這是當事人和目擊者因為在場而佔有的時間和空間優勢。此外，普通人對「發生了什麼」的思考，分析和討論，同樣可以通過網路等資訊技術公佈於眾，引起更廣泛人群的注意。更甚者，在理想狀態下，影響更廣泛人群的思考，從而進一步影響當政者的政策制定。這是資訊技術為普通大眾提供的參與發言和表達的機會。就此例而言，可能在網路時代以前，有些民眾提出的質疑和技術上的解答以及相關材料的公佈，比如調度報告的出現，都沒有辦法流傳開來。而現在，網路技術的出現和其平民化的大規模運用提供了這種可能，從而擴大國內總體輿論發表的空間。這種網路輿論的表達被認為可以引導輿論熱點，設置議題。就如一位統籌調查新聞報導多年的雜誌副主編認為：「設這個議題的主導權已經在網路上而不在傳統媒體了。這個主導權和傳播的主流都在互聯網，而不在傳統媒體了。」（訪談，7月20日2011）。

但是在實際操作中，普羅大眾是否能夠抓住這個機會依然是未知數。不是每個大眾都能夠發出批判和關鍵的聲音。就如同本文的內容分析所展示，微博內容並不能夠提供有關於事故真正的資訊和對「發生了什麼」的權威解釋。雖然以上分析（尤其是超過一半的被轉發的帖子不是新聞記者所發佈）表明，網友喜歡轉發有實質內容（而非感受）的普通網友的帖子。這意味著，若是微博上發佈的內容達到一定素質（而非量），微博傳播會對新聞業的「認知權威」構成更大的威脅。尤其是那些加V的普通網友，雖然他們不是新聞記者，但是他們卻享有比較高的認同度。這有可能會導致新聞業和其他精英之間的「認知權威」的爭奪。然而，由於微博內容整體上成碎片化，這種威脅的程度相當低。

若是缺乏有品質的內容的話，微薄上無比熱鬧的傳播恐怕更多的只是一種言論繁榮和自由的幻影和假像。

這有三方面的原因。首先是線民們的政治素養。作為網路資訊製造者的線民，他們是否能夠發佈一些有益於社會發展，有益於民主建設的內容，這是值得商議的問題，畢竟公眾利益(public interest)不同於公眾的興趣(the interest of the public)。在中國當下的傳播環境和歷史形成的人文環境中，理性思辨和討論並不是一個已經被大眾接受的傳統。再加上，在正規途徑中公眾情緒的壓抑。各種情緒化的暴民言論很容易盛行。其次是和網路資訊消費者本身的文化素養(literacy)有關。水準的(horizontal)傳播架構在帶來給予民眾表達的可能的同時，也帶來了內容的混亂和噪雜。作為網路資訊的消費者而言，一打開網路，有可能會迷失在迎面而來的海量資訊之中。

第三，這也有可能是網路使用上的不平等導致，因為即使是普羅大眾提供了真正的資訊，也不一定能夠在每日的海量資訊裡面脫穎而出，或者讓人相信。正如一家都市報的總編認為：「(網路上)有些聲音是被選擇性放大了。但有部分人的表達沒有出現」(訪談，7月27日2011)。而發帖人線下真實世界裡面的身份顯然對其發佈的資訊在網路上的傳播有所影響。正如以上分析裡面，新浪微博的認證與否和轉發量有一定的強關聯。借用Castells (2009)和van Dijk (2005)的觀點，如果我們把微薄上的任一博友看成一箇箇節點(node)，每個節點因為其真實世界裡面佔有的地位和社會資源以及其在網路世界裡面的資源以及口碑的不同，有著結構性上的資源差異(structural inequality of resources)。這會導致傳播效果上的差異。這也是為什麼在楊海鵬救妻案中，有各種社會資源的楊海鵬可以有效地利用微博製造輿論，而在同一年發生的錢明奇案中，錢明奇所發的微博貼很快被湮沒，其只能以極端的死亡方式引起世人關注。

另外，在微博和主流媒體構成的傳播空間中，主流媒體占主導地位。儘管微博內容顯示，小部分微博發佈者試圖主動地去@傳統媒體，引起傳統媒體的注意，但是這兩種模式之間的紐帶主要是在於主流媒體對網路世界的關注。微博內容的確構成了一個有別於主流傳統媒體的話語空間，但是這個空間被動地存在，等待傳統媒體的介入和

刪選。換句話說，如果主流媒體選擇對網路世界的漠視，網路世界的話語很難進入到主流媒體的話語體系中來。可是傳統媒體對網路資訊和行為的關注以及選擇是根據其機構化了的操作範式和規定而進行的，傳統媒體的本質和特性均會影響其對網路資訊的選擇，過濾，和闡釋。所以不同的傳統媒體對同一個虛擬空間裡面的話語出於自身的報導規範，而有不同的選擇。這點從溫都和南都的報導以及策略差異中間可以體現出來，並與李立峰在2010以及2012年對香港報章和新媒體關係的兩項研究有呼應(Lee 2010; 2012)。儘管溫都論壇在動車事故處理期間非常活躍，但是溫都本身的報導由於其報紙的性質和與當地政府的地緣親密關係對網路言論的使用有某種局限。然而，南都卻因其辦報宗旨對輿論監督的側重，以及其異地的地理特性，而強調報導質疑以及揭露真相。

的確，傳統媒體及時地對網路言論的回應，無形中在傳統媒體的報導中，形成了和網路媒體的互動，或者說對傳統媒體的議程起到一定的影響。這點在南都上有比較明顯的展現。在動車事件發展的過程中，當這六大的網路熱點形成的時候，南都隨後進行了調查和回應。在這過程中，網路和傳統媒體一起展開對事故的問責，所以在此案例中，網上言論的確參與輔助完成了傳統媒體所被期待的社會功能。¹⁴這從一定程度上反映出網路言論對報紙報導議程和「認知權威」的影響。但是在這個過程中，我們要看到的，網上言論存在著碎片化和情緒化的現象，在事故發生之後，依舊是傳統媒體在提供者對現實的比較完整的解釋，而且傳統媒體的調查和介入起到驗證(validate)網路言論的作用。而同樣是傳統媒體，溫都可以選擇不加理會。從兩份報紙報導方式來看，至少是傳統媒體和新聞業的反應來說，主流的传统媒體依舊站著高高的位置，儘管對網路言論和行為表示贊許，但是只是將之當成是一種另外的訊息源，或者說是一種特別時期的聯盟和契機，藉此來做不然難以做的事情。傳統媒體將這些碎片的資訊看成是源泉，需要主流媒體去整合。兩份報紙，尤其是南都，做了大量的採訪和調查，將採訪來的情況，通過訊息源的嘴巴講述出來。

從文本上來看，傳統媒體在處理網路言論上起碼運用了三種關鍵的維護其「認知權威」的策略。由於這兩份報紙上操作的新聞業本身的

新聞價值和操作理念的不同，他們採取了不同的策略。溫都儘管用訊息源來塑造平衡的形象，但是總體上，其通過引用官方以及其他精英訊息源來獲得對現實的權威定義權，這是「行政權威」的一種延伸。而和執政黨(尤其是和溫州地方政府)關係疏遠的南都，在執政黨，專家學者，以及網路言論三者之間打太極，借力發力。首先，南都通過引述訊息源以及建構一種客觀性以及可信性(credibility)的形象的方式來維持自身的「認知權威」。訊息源，尤其是精英訊息源，通常是普通網友並不能夠接觸到的，所以通常被用來確定新聞報導的確信性和真實性。這將其上的報導和一般網友的言論從本質上區別開。其次，南都利用網路言論來從執政黨那裡爭奪對現實的闡述權。和官方聲音有異的網路質疑和觀點被當成是做新聞的契機，藉此來質疑執政黨對「發生了什麼」的解釋。就像一位后參與報導的記者討論到這點時說：「我們說線民熱議未必是線民真的熱議，我們是在假線民熱議之名來做我們想做的」(訪談，2011年7月13日)。最後，網路言論同樣巧妙地被用來質疑那些被認為不可信的精英訊息源所傳達的資訊以及做出的解釋。儘管有些官員和學者的觀點被記者們質疑，但是由於記者需要堅守報導的平衡原則或者這些官員和學者本應是瞭解情況的人物，記者不得不在稿件裡面引用這些人的話語。這種情況下，網路言論可代記者發聲，平衡觀點。此外，在這裡，普通訊息源同樣地被賦予了平衡精英訊息源的觀點和資訊的作用。

而文本上反映出的維護權威性的策略同記者的自我認知相吻合。記者們並不認為他們被網路言論牽著走，而這恰恰是他們新聞工作的一個延伸：他們將網路言論作為一個消息來源，經過辨別後主動地去選擇有用可信的資訊去報導。通過此，他們將缺乏可信度的網路資訊經過記者權威性的調查驗證後對真相進行展現。這一點在本文作者的訪談中普遍的被認為是當下傳統媒體相對於網路言論的最大優勢所在，也是專業性所在。儘管承認網路帶來的正面作用，絕大部分接受本文作者訪談的受訪者認為網路言論的不可信和行為的不理智，一定需要專業的記者去調查，核實以及系統地還原。受訪者大多認為，網友沒有精力，興趣，能力和條件去做專業記者所作的調查，這樣就無法揭露真相。而專業記者卻能夠專門地有機構支持的去做著件事情，

將所有零碎的資訊通過邏輯和分析整合起來，從而還原真相。¹⁵這是記者維護其「認知權威」的一種職業話語。這也是記者對其新聞工作的一種反思性的評語。在現有的新媒體環境下，新聞的概念更加強調：「對資訊的核實」，「對事實的梳理和邏輯的組合」以及「對真相的還原」。這成為構成「新聞」的三大要素，而新聞工作也是圍繞這三點而進行的。以下這位記者的評語較好地歸納了這一點：

「…他（線民）提出了一些疑點，甚至有一些考證。但是這些考證的過程可能會有些不嚴謹，可能這些疑點沒有證實。後面的工作就需要你記者去完成。…他只是指出了這些資訊。作為記者，你必須去把這些資訊核實，因為他說的不一定是真的。必須去把這些資訊核實。另外，你還必須根據這些資訊，去查證更多的資訊。…現在是，你獲取資訊的條件更便利了，你反響更多了。但是你所做的工作其實還是一樣的，還就是採集資訊、查證資訊、思考這些各種各樣的資訊間的邏輯關係、以及它的需求事實關係。把各種各樣的資訊關係理清楚，呈現給你的受眾。」（訪談，7月5日2011）

這不僅是一種記者對其工作在當下新媒體時代的反思性話語，也是記者維護其權威的話語體現。

本文認為微博傳播對新聞業「認知權威」帶來的影響在於提供「第一人稱」的資訊，以及影響報紙議程的設置。但是有助於民主功能的資訊占的比例畢竟是少數，並不能對現實進行權威深層次的解釋。傳統媒體對網路民意的回應是能動地主動地。網上空間的確有起到擴大言論空間的作用，但是只是被動地存在著，這種虛擬只有在傳統媒體介入之後才能夠變成現實。而傳統媒體的介入和過濾則是根據各自的操作規則和價值觀進行的對現實的一種詮釋。傳統新聞業將網路言論和行為當做是和線下世界裡面發生的事情一樣的消息來源，傳統媒體在行文中，建構「客觀性」的形象，並且策略性地使用訊息源來鞏固其可信度，從而維護其「認知權威」。而在這個過程中，傳統新聞記者也對新聞工作和新聞的概念進行了反思，下意識地做出反思性的調整。

表格

表格1 微博內容和其新聞源

內容關於 什麼	微博內容裡的新聞源類型							總數
	政府 部門	官員	學者專 家包括 醫生	受害者	不涉事的商 業機構和社 會團體	沒提到	目擊者	
呼籲獻血	11.1% (1)	0	50% (2)	0	0	0.7% (5)	0	1.1% (8)
救援現場	22.2 (2)	0	0	0.1% (1)	0	0.7% (5)	0.1 (1)	1.2% (9)
網友感受	0	27.3% (3)	50% (2)	0	85.7% (6)	27.8% (197)	0	28% (208)
尋人/尋物	0	0	0	0	0	41	0	5.5% (41)
發佈數據 信息	33.3% (3)	18.2% (2)	0	0	0	7.0% (50)	0	7.4% (55)
分享文章	11.1% (1)	27.3% (3)	0	0	0	40.9% (290)	0	39.6% (294)
網友問責	22.2% (2)	27.3% (3)	0	0	14.3% (1)	7.0% (50)	0	7.5% (56)
網友投票	0	0	0	0	0	5.6% (40)	0	5.4% (40)
稱讚政府 或領導	0	0	0	0	0	4.4% (31)	0	4.2% (31)
總數	1.2% (9)	1.5% (11)	0.5% (4)	0.1% (1)	0.9% (7)	95.6% (709)	0.1 (1)	742

註：括號內數字為篇數

表格 2 報導主題分類

報導主題分類	報紙名字	
	溫州都市報	南方都市報
事故現場及事故經歷和情況	0.0% (0)	9.1% (5)
救援和醫療救助情況	19.7% (15)	1.8% (1)
微博作用，比如求救，保平安，尋人等	2.6% (2)	3.6% (2)
事故後鐵路方面的處理和搶修	10.5% (8)	0.0% (0)
政府，官員和有關部份的反應和處理	25.0% (19)	20.0% (11)
溫情故事	26.3% (20)	10.9% (6)
悲情故事	2.6% (2)	5.5% (3)
善款捐助	2.6% (2)	3.6% (2)
問責政府和質疑專家和有關公司	7.9% (6)	45.5% (25)
保險公司對策	2.6% (2)	0.0% (0)
總數	76	55

註：括號內數字為篇數

表格3 報導各主題分類引用微博或者論壇或者網友作為訊息源的情況

報紙名字		有沒有引用微博或者論壇或者網友作為訊息源				Total
		沒提到	負面態度	正面態度	中性	
溫州都市報	救援和醫療救助情況	23.4% (15)	0.0% (0)	0.0% (0)	0.0% (0)	19.7% (15)
	主題分類					
	微博作用，比如求救，報平安，尋人等	0.0% (0)	0.0% (0)	0.0% (0)	100.0% (2)	2.6% (2)
	事故後鐵路方面的處理和搶修	12.5% (8)	0.0% (0)	0.0% (0)	0.0% (0)	10.5% (8)
	政府，官員和有關部門的反應和處理	29.7% (19)	0.0% (0)	0.0% (0)	0.0% (0)	25% (19)
	溫情故事	23.4% (15)	0.0% (0)	55.6% (5)	0.0% (0)	26.3% (20)
	悲情故事	0.0% (0)	0.0% (0)	22.2% (2)	0.0% (0)	2.6% (2)
	善款捐助	0.0% (0)	0.0% (0)	22.2% (2)	0.0% (0)	2.6% (2)
	問責政府和質疑專家和有關公司	7.8% (5)	100.0% (1)	0.0% (0)	0.0% (0)	6.6% (6)
	保險公司對策	3.1% (2)	0.0% (0)	0.0% (0)	0.0% (0)	2.6% (2)
Total		64	1	9	2	76

註：括號內數字為篇數

微博傳播和中國新聞業的「認知權威」：以溫州動車事故為例

報紙名字		有沒有引用微博或者論壇或者網友作為訊息源				Total
		沒提到	負面態度	正面態度	中性	
南方都市報	事故現場以及	5.9% (2)	0.0% (0)	14.3% (3)	0.0% (0)	9.1%
主題分類	事故經歷和情況					(5)
	救援和醫療	2.9% (1)	0.0% (0)	0	0.0% (0)	1.8%
	救助情況					(1)
	微博作用，比如	0	0.0% (0)	9.5% (2)	0.0% (0)	3.6%
	求救，報平安，					(2)
	尋人等					
	溫情故事	11.8% (4)	0.0% (0)	9.5% (2)	0.0% (0)	10.9%
						(6)
	悲情故事	0	0.0% (0)	14.3% (3)	0.0% (0)	5.5%
						(3)
	政府，官員和	26.5%(9)	0.0% (0)	9.5% (2)	0.0% (0)	20%
	有關部門的反應和					(11)
	處理					
	善款捐助	2.9% (1)	0.0% (0)	4.8% (1)	0.0% (0)	3.6%
						(2)
	問責政府和	50.0% (17)	0.0% (0)	38.1% (8)	0.0% (0)	45.5%
	質疑專家和有關公司					(25)
Total		34	0	21	0	55

註：括號內數字為篇數

表格4 內容裏的新聞源以及出現次數？

報紙	新聞源類型	百分比 % (出現次數)
溫州都市報	精英訊息源(包括政府部門；官員；學者專家包括醫生律師；涉及在內的商業機構或者社會團體；不涉及在內的商業機構和社會團體)	41.2% (49)
	普通訊息源(包括會議；各相關部門工作人員；比如火車站；搶修點；街道辦事處；安置點等；受害者(動車乘客)；受害者親友；一般居民市民(非目擊者)；目擊者；網友(但不是涉及在內的，不然被劃為受害者)；消防隊員和救援人員)	58.8% (70)
南方都市報	精英訊息源(包括政府部門；官員；學者專家包括醫生律師；涉及在內的商業機構或者社會團體；不涉及在內的商業機構和社會團體；會議；媒體；媒體人士；國家檔，公告和法律，比如國務院關於特大安全事故行政責任追究的規定檔，憲法，和鐵路交通事故應急救援和調查處理條例等；明星；事故善後工作組有關負責人；新浪微博虛假信息闢謠帳號「微博闢謠」；最高人民檢察院相關負責人；殯儀館工作人員和辦公室相關負責人；全路通信官網資料；北京全露通信信號研究設計院；國務院事故調查組)	52.1% (76)
	普通訊息源(包括受害者；受害者親友；一般居民市民(非目擊者)；網友(但不是涉及在內的，不然被劃為受害者)該車間一名電務工；消防人員和救援人員；資深鐵路愛好者等業餘或業內專家/內部人士；鐵路系統工作人員及內部人士；模糊訊息源，比如溫州市有關方面，不少人士，當地工作人員，公開資料等；溫州殯儀館一告別廳的電子顯示屏)	47.9% (70)

注釋

- 1 此文得益於在英國British Academy2011年研究資助(RS15G0052)以及University of Leicester的2010年學院研究資助下進行的場地調查和隨後進行的資料分析。感謝接受本文作者訪談的所有記者，以及為訪談錄音進行轉錄的靜薇和林霽。本文較早版本在2012年1月舉辦的「媒體2.0 X 社會

- 21：新聞與閱聽人再界定」研討會上交流，本文作者感謝各位與會老師的指教，同時感謝匿名評審以及編輯李立峯教授寶貴的修改意見。另外，感謝一位匿名研究助理對文內表格的重新製作。但文中錯誤一概由作者負責。
- 2 Gieryne (1983) 在討論科學家如何建構自己的專業邊界時，對這個概念「認知權威」進行了討論，將之理解為一種對特定領域的現實進行定義，描繪和解釋的合法權力。
 - 3 宣傳屬性這個觀點來自於和一位資深記者的私人交談。
 - 4 新浪微博是國內最早推出的中文版的Twitter，與2009年底推出，很快風靡全國。
 - 5 因為樣本抽取滯後，這有可能導致某些涉及到敏感內容的微博已經被網管刪除，有可能影響到分析結果。
 - 6 <http://wisearch.wisers.net.cn>
 - 7 對新聞源的劃分，參考了Atton and Wichenden (2005)。
 - 8 引用自<http://www.weibo.com/zt/s?k=7765&hasori=1>，另外，溫都和南都均有報導。
 - 9 比如，南都刊登於7月24日的文章“墜落數十米 車廂直插地面”引用了其微博內容。
 - 10 與第八條註腳相同。
 - 11 引用自<http://it.sohu.com/20111213/n328881111.shtml>
 - 12 發佈在豆瓣<http://www.douban.com/group/topic/21295919/>
 - 13 新聞報導指的是硬新聞和深度報導。評論以及社評不包括在內。
 - 14 這點在歷次訪談中均有被談到。
 - 15 觀點來自歷次訪談。

參考文獻

- Atton, C. & Wickenden, E. (2005). Sourcing routines and representation in alternative journalism: A case study approach. *Journalism Studies*, 6 (3), 347–359.
- Bai, H. (2012). From advocate to objective: The changes in the occupational identity of China's investigative journalism. *Journalists (xinwen jizhe)*, 2, 35–38.
- Bishop, R. (1999). From behind the walls: Boundary work by news organizations in their coverage of princess Diana's death. *Journal of Communication Inquiry*, 23 (90), 90–112.

- Chan, J. M., Lee, F. L. F. & Pan, Z. (2006). Online news meets established journalism: How China's journalists evaluate the credibility of news websites. *New Media Society*, 8 (6), 925–947.
- Clayman, S. E. (2002). Tribune of the people: Maintaining the legitimacy of aggressive journalism. *Media, Culture & Society*, 24 (2), 197–216.
- Deuze, M. (2005). What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered. *Journalism* 6 (4): 442–464.
- Ekström, M. (2002). Epistemologies of TV journalism: A theoretical framework. *Journalism*, 3 (3), 259–282.
- Freidson, E. (1983). The theory of the professions: The state of the art. In R. Dingwall & P. Lewis (Eds.), *The sociology of the professions: Lawyers, doctors and others*. London: Macmillan
- Garman, A. (2005). Teaching journalism to produce "interpretive communities" rather than just "professionals". *Ecquid Novi: African Journalism Studies*, 26 (2), 199–211.
- Gieryn, T. F. (1983). Boundary–work and the demarcation of science from non–science: Strains and interests in professional ideologies of scientists. *American Sociological Review*, 48 (6), 781–795.
- Hermida, A. & Thurman, N. J. (2008). A clash of cultures: The integration of user–generated content within professional journalistic frameworks at British newspaper websites. *Journalism Practice* 2 (3), 343–356.
- Lagerkvist, J. (2005). The rise of online public opinion in the People's Republic of China. *China: An International Journal* 3 (1): 119–130
- Lee, F. L. F. (2010). Paradigm–prescription of events and routinalisation of events: An analysis of the relationship between HongKong newspapers and new media (a case study of Youtube). In L. Qiu & J. M. Chan (Eds.), *The Study of New Media Events*. Beijing: Renmin University Press.
- Lee, F. L. F. (2012). News from YouTube: Professional incorporation in Hong Kong newspaper coverage of online videos. *Asian Journal of Communication*, 22 (1), 1–18.
- Massey, T. & Cokley, J. (2008). Deconstructing the discourse of citizen journalism: Who says what and why it matters. *Pacific Journalism Review* 14 (1), 94–114.
- Matheson, D. (2004). Weblogs and the epistemology of the news: Some trends in online journalism. *New Media Society*, 6 (4), 443–468.
- Qiu, L. & Chan, J. M. (Eds.). (2010). *The study of new media events*. Beijing: Renmin University Press.
- Skovgaard, M. & Bro, P. (2011). Preference, principle and practice. *Journalism Practice*, 5 (3), 319–331.
- Tong, J. (2011). *Investigative journalism in China: Journalism, power, and society*. New York, London: Continuum.
- Tong, J. & Sparks, C. (2009). Investigative journalism in China today. *Journalism Studies*, 10 (3).

- Tuchman, G. (1978). *Making news: A study in the construction of reality*. New York: The Free Press.
- van Dijk, J. (2005). *The deepening divide: Inequality in the information society*. London: SAGE publication.
- Winch, S. (1997). *Mapping the cultural space of journalism: How journalists distinguish news from entertainment westport*. CT: Praeger.
- Xin, X. (2010). The impact of "citizen journalism" on Chinese media and society. *Journalism Practice*, 4 (3), 333–344.
- Zelizer, B. (1990). Achieving journalistic authority through narrative. *Critical Studies in Media Communication*, 7 (4), 366 – 376.
- Zelizer, B. (1992). *Covering the body: The Kennedy assassination, the media, and the shaping of collective memory*. Chicago: University of Chicago Press.
- Zhang, Y. (2000). From masses to audience: Changing media ideologies and practices in reform China. *Journalism Studies*, 1 (4), 617–635.
- Zhang, Z. (Ed.). (2010). *Inside stories of 30 years' in-depth reporting in China*. Guangzhou: Nanfang Daily Press.

本文引用格式

童靜蓉(2013)。〈微博傳播和中國新聞業的「認知權威」：以溫州動車事故為例〉。《傳播與社會學刊》，第25期，頁73–101。

