

研究論文

# 環境報導中都市精英媒體的議程擴散效應 ——對霧霾治理政策報導過程的分析

朱雅婧

## 摘要

近些年來，中國的霧霾問題引起了廣泛的社會關注，也促使中國政府施行了一系列和治理霧霾有關的政策，「煤改清潔能源」政策是其中重要的一項，並且涉及了眾多的社會主體。在這一政策的執行過程中伴隨著多方社會主體的參與和多種意見的表達，並在2017年12月引起了重要的政策調整。文章選取《人民日報》、澎湃新聞、《中國環境報》和新浪微博四家媒體，並將澎湃新聞作為都市精英媒體的典型代表，分析它們在2015-2017三年間對這一政策的報導議程，運用了時滯交叉相關分析法(lag-cross correlation analysis)檢驗它們在2017年年底政策調整階段的議程互動情況。結果發現，各個媒介之間對這一議題的報導存在顯著的相關性，並且在政策的不同階段表現出不同的媒體間議程設置作用。在環境政策引發的社會問題被建構成為新聞事件的過程中，都市精英媒體能夠整合議程並推動其擴散，在政策網路中勾連起公眾話語和官方媒介議程，通過影響國家級黨媒的媒介議程進而對政策議程產生影響。

**關鍵詞：**「煤改清潔能源」政策、環境治理、政策網路、媒體間議程設置、時滯交叉相關分析

朱雅婧，暨南大學新聞與傳播學院博士研究生、暨南大學與喬治梅森大學聯合培養博士。研究興趣：環境傳播、健康傳播、視覺文化、媒介話語。電郵：[yajingzhuapple@163.com](mailto:yajingzhuapple@163.com)

論文投稿日期：2018年10月25日。論文接受日期：2019年4月23日。

---

Research Article

## **The Agenda Diffusion Effects of Urban Elite Media in Environmental Coverage: The Case Study of China's Smog Governance Policy**

Yajing ZHU

---

### **Abstract**

The smog problem in China has caused widespread concerns in recent years and has also promoted a series of policies that have been set up by the government. A swift transition from coal to clean energy policy is important to govern the smog problem. In the process of this policy implementation, multiple social groups participated in the discussion and multi-perspective opinions were expressed, finally resulting in important policy adjustment. This study selected four media outlets: *People's Daily*, *The Paper*, *China Environment News*, and Sina Microblog, in order to analyze the media agenda from 2015 to 2017. Lag-cross correlation analysis was used to test the media agenda interaction during the period of policy adjustment at the end of 2017. The findings indicate that a significant interaction could be observed in these four media outlets, and that in the different stages of the policy process, different inter-media agenda effects could be measured. When environmental policies raise social problems and then become framed as news events, in the process, urban elite media can integrate their agendas and promote their diffusion to bridge public discourse and the official media agenda. Thereby, they may significantly influence the national official media agenda, which would then influence the policy agenda.

---

Yajing ZHU (PhD. student). School of journalism and Communication, Jinan University. (Joint PhD.) Jinan University & George Mason University. Research interests: environmental communication, health communication, visual culture, media discourse.

## *The Agenda Diffusion Effects of Urban Elite Media in Environmental Coverage*

**Keywords:** swift coal to clean energy policy, environmental governance, policy network, inter-media agenda setting, lag-cross correlation analysis

**Citation of this article:** Zhu, Y. (2020). The agenda diffusion effects of urban elite media in environmental coverage: The case study of China's smog governance policy. *Communication & Society*, 52, 143–178.

### 致謝

作者感謝兩位匿名評審對本文提出的寶貴意見和建議。感謝《傳播與社會學刊》編委會對本文提出的細緻的、充滿建設性的修改意見。感謝國家社科基金一般項目「環境傳播的公共修辭與符號化治理策略研究」(17BXW008)的資助。

《傳播與社會學刊》，(總)第52期(2020)

## 研究緣起

2008年北京奧運會期間，數名外國運動員到達北京機場戴著口罩的圖片經過互聯網的傳播引發了社會關注，空氣污染問題開始經由新聞媒體進入社會公眾的視野；到了2009年11月，美國駐華使館開始在其官方微博上公佈每日測得的PM2.5數據，由於當時中國氣象部門仍然使用傳統的PM10數據檢測空氣品質，兩種監測方法引起了社會的廣泛爭議，最終中國官方開始採用更為科學的PM2.5數據來監測空氣品質；2014年紀錄片《穹頂之下》成為現象級的傳播事件，在騰訊視頻上架前三天就獲得了超過150萬次的點擊播放。經由以上幾次傳播事件，霧霾問題已經完全進入到中國的公共領域，成為備受關注的社會問題。空氣污染問題是人類社會進入工業時代以來面臨的最重要的環境問題之一，中國的空氣污染問題最早可以追溯至20世紀80年代，很長時間以來屬於科學領域的研究問題，但是經過近些年的幾次社會廣泛參與討論，這一問題已經與社會問題產生了勾連，社交媒體、網路媒體和傳統媒體持續聯動推動了社會廣泛參與，促進了霧霾治理政策的不斷調整和更新。

2014年年底，國務院批准成立「全國大氣污染防治部際協調小組」，主導在全國推行燃煤改清潔能源的治理政策，簡稱「煤改電」、「煤改氣」政策，2015–2017年是這一政策不斷推行深入的三年，到了後期即2017年秋冬季節，新政策的執行力度和廣度開始加大，問題也隨之出現，引起了媒體的廣泛關注和討論，並促使政府對政策作出了調整：2017年12月18日國家發改委在北京舉行新聞發佈會，「針對近期北方供暖問題，國家發改委新聞發言人孟瑋表示，居民供暖宜電則電、宜煤則煤、宜氣則氣、宜油則油，保障人民群眾溫暖過冬。」(劉志強，2017)在這場環境政策的推進執行過程中，媒體作為新政策的宣導者、推進者和倡議修正者起到了重要的推動作用。

筆者發現在2015和2016年社交媒體上就有反應新政策帶來民生問題的聲音，到了2017年秋冬季節這一問題被報紙和新聞網站廣泛報導引發了社會的廣泛關注，在「宜電則電、宜煤則煤、宜氣則氣、宜油則油」新政策調整前後，各個媒體之間形成了聯動效應，12月初《人民日

## 環境報導中都市精英媒體的議程擴散效應

報》開始連續發文呼籲〈讓公共政策更有民生溫度〉、〈治理績效讓位於民生急需〉、〈治理散煤污染思路要廣一點〉、〈赴地方調研督導能源供應保障〉，等等。那麼，在這一過程中，各種不同類型的媒體之間的議程是否互相影響？如果存在內在的相關關係，它們之間是如何相互影響的？

議程設置理論興起於20世紀70年代，初期用於解釋媒體報導對大眾行為、態度的影響，後來研究者發現媒體之間同樣也存在著議程設置的作用，這一發現將議程設置理論導向更深入的研究領域，尤其是新媒體廣泛影響了當今生活的背景下，媒介議程、公眾議程和政策議程如何相互交織、相互影響，議程設置理論的深入拓展能夠提供一種可能的研究進路。

## 理論回顧

### 媒體間議程設置理論

媒介議程研究興起於美國政治傳播領域的研究，其創始人 McCombs 和 Shaw 基於對美國總統選舉過程中的媒體報導研究提出了媒體的議程設置理論，他們指出大眾媒體在公眾政治認知過程中扮演了重要的作用，媒體通過對報導議程的選擇塑造了公眾的認知角度和認知程度，進而影響政治議程 (McCombs & Shaw, 1972)。公眾的選擇會顯著影響議程設置的效果，當消息來源於權威信源，並與公眾的直接經驗一致時，公眾的接受程度會顯著增加 (D'Alessio, 1992; Demers, 1988; Demers et al., 1989)。

這種設置作用不僅表現在媒體與公眾之間，同時也表現在媒介之間。從20世紀80年代開始，媒體之間的相互關係就引起了研究者的注意，比如地方報紙的議題會受到國家級報紙的影響 (Gilbert et al., 1980)；從媒體類型來說，在傳統媒體時代電視新聞具有最強的媒介議程設置能力，比如在毒品濫用議題上電視新聞無論是報導時間還是內容都優於報紙新聞 (Reese & Danielian, 1989)。歐洲的學者也注意到了這種存在於不同媒介以及不同媒介系統之間報導議程的相互影響，他們稱

《傳播與社會學刊》，(總)第52期(2020)

之為新聞擴散 (news diffusion) (Rosengren, 1987)，並指出發生在不同媒體之間的共鳴 (consonance) 是社會事件成為新聞事件的重要條件 (Noelle-Neumann & Mathes, 1987)。基於此，媒介議程理論發現者進一步提出媒體之間的議程是會相互影響的 (McCombs & Shaw, 1993)，又被稱為媒體間議程設置 (Inter-Media Agenda Setting) (McCombs, 2005)。

互聯網以及社交媒體的興起，使媒體間的相互影響越發複雜，媒體之間的互動更加頻繁。新媒體很快表現出了對傳統媒體的「反哺」功能，20世紀90年代後期，美國的總統候選人開始設立專門的網站用於發佈政治廣告，並被證明對電視和報紙的議程具有顯著影響 (Kaid, 2004; Klotz, 1997; Roberts & McCombs, 1994)；基於2000年韓國總統選舉期間報紙新聞和網路論壇的議程研究表明，兩者之間表現出互惠的 (reciprocal) 媒體間議程設置效應 (Lee et al., 2005)。之後，博客作為後起之秀被納入重要的宣傳工具範疇 (Stromer-Galley & Baker, 2006; Trammel et al., 2006; Williams et al., 2005)。社交媒體的議程設置效應更加使人矚目，首先社交媒體具有廣泛的受眾人群，據統計在2016年的美國總統大選中，62%的美國人通過社交媒體接收有關資訊 (Gottfried & Shearer, 2016)，此外，精英人士以及傳統媒體的記者編輯自身也是社交媒體的使用者，社交媒體幾乎給予他們與傳統媒體等價的資訊影響 (Farhi, 2009; Parmelee, 2013)。社交媒體的對其他媒體的議程設置能力已經初見端倪，對美國總統特朗普的推特的時間序列分析表明，其發佈內容能夠持續地影響新聞報導 (Wells et al., 2016)。但是就目前而言，大多數研究表明傳統精英媒體仍然擁有更為突出的議程設置能力 (Ceron, 2016; Meraz, 2009; Rogstad, 2016; Wallsten, 2007; Vargo et al., 2015)。

媒體間的議程設置實質上已經成為新聞擴散的常規化過程，這種相互設置的過程成為現代新聞生產過程中新聞選擇的一部分。Hofstetter早在20世紀70年代就提出新聞存在着結構性偏見 (structural bias)，這是由於編輯和記者始終基於新聞機構職能和新聞報導的原則來選擇新聞導致的 (Hofstetter, 1976)。這個過程中，涉及了公共議程、媒介議程 (來自其他媒體的報導) 和政治議程之間的相互影響 (McCombs, 2004)，有利於彌補傳統的新聞生產方式缺乏有效評價新聞品質的外部標準，多方參與

## 環境報導中都市精英媒體的議程擴散效應

的新聞選擇過程構成了社會合作導向的新聞擴散，可以減少資訊的不確定 (Vonbun et al., 2016)。

Chomsky 提出了「議程設置媒體」(agenda-setting media) 這一概念，並認為其等同於精英媒體，他將《紐約時報》和 CBS 作為議程設置媒體的典型代表，一方面他們掌握著強大的各類資源，為其他媒體設立了框架 (framework)，另一方面他們的受眾多為社會權貴人士 (privileged people) (Chomsky, 1997)；美國的著名電視節目主持人 O'Reilly 也提出過精英媒體的定義，他認為精英媒體會給其他媒體設置一個框架，其他媒體的報導都在這一框架內運作 (O'Reilly, 2004)。因此精英媒體通常在議題的討論中扮演「意見領袖」的角色，能夠影響整個大眾媒介議程。但是進一步的研究表明，早晨出刊的《紐約時報》國際版新聞會顯著受到 ABC、CBS 和 NBC 三家電視台晚間國際新聞的影響 (Golan, 2007)，因此精英媒體的議程也會受到媒體間議程設置的影響。

對於中國媒體間的議程設置情況，近些年來，學者也從不同角度展開了研究。趙欣 (2014) 在分析了 2013 年主流媒體對於 PM2.5 的報導之後，發現《人民日報》關於 PM2.5 的報導議程會首先在《新華日報》、《光明日報》、《解放軍報》等主流媒體間獲得擴散，繼而引起各省級和地市級黨報的回應和跟進，他認為《人民日報》在政策報導議程設置中具有引領作用，這與其作為國家級黨媒能夠第一時間獲取國家政策的優勢密不可分；但同時他也發現由於「溢散效應」(spill-over effects)，<sup>1</sup>《人民日報》的議程也會受到其他媒體的影響。曾繁旭 (2013) 對比研究了《南方都市報》、《人民日報》和《科技日報》對 PM2.5 議題的報導，發現在重要議題上儘管各個媒體間存在著由於報紙立場、商業利益取向和專業價值取向所導致的對不同框架的側重，存在著框架的「爭奪」，但是最終形成了媒體聯動，《南方都市報》的話語框架優先，並獲得了其他兩家媒體的「共鳴和擴散」。有研究者將中國的議程設置媒體分為兩種類型，一種是擁有國家資源做背書的通訊社和黨媒，如《人民日報》和新華社；一種是資金獨立、從傳統媒體轉型而來的都市媒體，在互聯網時代它們大多經歷了艱難的轉型探索 (張宇軒, 2017)。總體而言，相較於西方學界對於媒體間議程設置的關注，中國學界在這個領域的研究仍然相對匱乏。

《傳播與社會學刊》，(總)第52期(2020)

基於以上的研究發現及現實的媒介觀察，本文嘗試提出「都市精英媒體」這一概念，原因有三：首先，在中國的媒介傳統中，新聞機構之間曾經具有明顯的層級關係，市場化改革實行以來，黨媒和市場化媒體開始並駕齊驅，以前的政治一元管理模式被「政治+市場」的二元管理模式打破，這也使得各個媒體之間的影響關係變得複雜化；其次，在中國的媒體進程中存在一個明顯的「都市報時代」，時間跨度約為上個世紀90年代末期到本世紀的前10年，此間都市報以新銳、敢言和理性著稱，在不少議題的報導上顯著影響了政策議程，典型如「孫志剛事件」、「崔英傑事件」、「廈門PX項目事件」，等等。對這些事件的策劃報導使一部分都市媒體開始踏上了精英化的轉型之路，在整個媒介發展的歷史上這樣的事例並不鮮見，那就是媒體通過對政治議程的觸碰樹立自己的聲譽。最典型的莫過於《華盛頓郵報》通過對美國政府捲入越南戰爭並導致大量人員傷亡的絕密檔案的披露，以及「水門事件」的報導，使其從一家地方性報紙一躍成為享有世界聲譽的精英報紙；第三，從2005年傳統媒體的廣告市場遭到新媒體大量蠶食開始，都市報們就在尋找轉型的道路，如何在新媒體時代保持傳統媒體的影響力是他們關注的首要問題，因此保持並提高傳統媒體的精英化特徵是都市報們的首選轉型路徑。在這種背景下，上海的《東方早報》率先探索了較為成功的轉型道路，創建了澎湃新聞這一完全基於互聯網的媒體平台，定位在「主打時政新聞與思想分析，生產並聚合中文互聯網世界中優質的時政思想類內容」，事實上澎湃新聞的英文名稱「The Paper」也在向受眾昭示這是一個脫胎於傳統報紙並希望延續傳統都市報精英媒體道路的新媒體平台。因此本文認為，當下的「都市精英媒體」是植根於大都市、具有影響公眾議程和政治議程的願望和能力，同時具備新媒體平台聚合能力的市場化媒體，澎湃新聞是這一媒體類型的典型代表。

議程設置理論的奠基者之一 Shaw 在近年來也在嘗試不斷修正該理論使其在新媒體時代獲得更新的發展，他提出議程設置理論應分為三層：第一層涉及主題、第二層涉及屬性的顯著性 (attribute salience)、第三層涉及網路 (networks) 之間的相互鏈接，而受眾屬於第三層 (Shaw, 2016)。在社交媒體上，受眾會將議題與他們的社會網路重新組合，對原始資訊補充大量的事實和細節，這也是所謂的議程融合 (agenda

## 環境報導中都市精英媒體的議程擴散效應

melding) (Shaw & Weaver, 2014)，進而引起「反向議程設置」。這在今天很容易被觀察到，因為「公眾正在影響主流媒體……之前新聞界像是報紙、電視可以通過調查來了解受眾的興趣，現在則可以關注社交媒體，因為社交媒體上的資訊每分每秒都在迴圈更新」(袁瀟，2016：74)。況廣收認為，社交媒體為相關利益主體凝結成自組織系統創造了廉價、便捷的機會條件，可以持續地影響公眾情緒從而對政治精英施加壓力，其中就包括傳統的精英媒體(況廣收，2017)。周巍通過測算「小悅悅事件」中不同類型傳統媒體微博帳號的影響力發現，都市媒體微博帳號發佈內容的轉發量、傳播度和覆蓋度顯著高於黨媒(周巍，2013)。這說明相較於黨媒尤其是國家級黨媒，都市精英媒體與社交媒體的互動更加全面和深入，社交媒體也更有可能影響都市精英媒體的議程。

### 處於政策網絡中的媒體議程

政策是國家運用行政力量對社會資源的重新分配，其實質是社會政治關係的體現(李春成，2003)。媒介議程與政策過程之間具有關係已經被廣泛承認，因為傳媒在提供社會問題議程選項來增強社會共識度方面十分突出(Dumitrescu & Mughan, 2010; Funkhouser, 1973; McCombs, 2004)，尤其傳統媒體在立法、環保等政策領域能夠發揮重要的作用(Pedersen & Stubager, 2010)。中國的學者也通過實證研究肯定了媒體的公共性使得它們在溝通公眾意見和政策議程中具有顯著的作用(郭小聰、肖生福，2008)，但是媒介究竟如何影響政策過程因為難以測量目前仍然是研究的難點之一。

政策網路(policy network)興起於20世紀70年代，英國學者借用社會學中網路分析概念研究發現，公共政策是在政府部門與利益團體之間持續的互動中被制定出來的，並認為這是理解現代政策過程的關鍵(Jordan & Richardson, 1983)。基於共同利益或者態度一致的個人和團體在政策過程中相互提供資源和支持，並尋找影響決策制定的機會以達成各自的目標(Ripley & Franklin, 1980)。在政黨和行政系統之外更有可能形成一個非正式、複雜的、開放的多元參與的議題網路(Heclo,

《傳播與社會學刊》，(總)第52期(2020)

1993)。從政策網路的角度，公共政策不再是政府部門封閉的政策規劃的結果，而是多元行動者、複雜網路持續互動的結果(朱亞鵬，2006)。政策網路關係分析的關鍵在於網路成員在網路中的位置和角色(Marsh & Smith, 2000)。依據參與人員類型、整合程度及成員間資源的分配情況，Rhodes將政策網路分為四種類型：府際網路、專業網路、生產者網路和議題網路(表一)。這為我們探究媒介議程如何影響政策過程提供了一種新的可能性的思路，即將媒體作為行動者主體置於政策網路中通過他們不同的角色和位置來加以討論。

表一 政策網路的分類

網路類型	網路特徵	行動主體
府際網路	穩定、高度有限的成員、垂直的相互依賴性、有限的平行意見	政府部門成員
專業網路	穩定、高度有限的成員、垂直的相互依賴性、有限的平行意見、服務專業的利益	受到專業團體的支配
生產者網路	流動的成員、有限的垂直依賴性、服務製造者的利益	經濟團體為主
議題網路	不太穩定、行動者人數很多、有限的垂直相互依賴性	最廣泛的社會成員

資料來源：Rhodes, 1990

政策網路理論雖然興起於政治學界，但是因為其研究對象本身就是多元主體，所以和傳播學有著千絲萬縷的聯繫。在進入中國之後，隨著越來越開放的政策環境和政策過程，開始出現了越來越多將政策網路與媒體相結合的研究。政策網路能夠以一種動態的過程視角來分析政策的制定和執行過程，媒體通過與公眾議程的互動、以及媒體間議程的互動，不斷影響著原本被政府主導的議題方向，以及提高公眾意見在政策運作過程中的分量。相關行動者形成網路通過策略互動、水準協調、交換資訊及合作，以促進公共政策的形成、執行與發展(諸大建，2007)。彭小兵對江蘇啟東環境群體性事件中的政策網路行動者進行考察後發現，當府際網路居於中心位置並且與生產者網路互動為主、而與議題網路和專業網路互動較少的時候群體性事件仍然在持續發酵；而當議題網路走進中心位置並與府際網路產生大量互動的時候，推動了群體性事件的解決(彭小兵、喻嘉，2017)。劉銳通過對網路視頻直播平台治理的政策網路行動考察，發現儘管府際網路仍然佔

## 環境報導中都市精英媒體的議程擴散效應

據主導地位，但是以互聯網公司為主體的生產者網路由於具有技術優勢、以及以媒體、專家和公眾為主體的議題網路，已經能夠在政策網路中形成多元話語博弈、競爭的格局，形成了事實上的「協同治理模式」（劉銳、徐敬宏，2018）。黃揚等人選取了中國近年來形成社會焦點的40件網路傳播事件，其中涵蓋引發政策改變和未進入政策議程的事件，進行定性比較分析（QCA），發現能夠引發政策改變的必要條件是經由大眾媒體議程進入了央媒議程，並最終進入了政府的政策議程（黃揚等，2019）。

以上的研究表明政策網路在中國的政策過程中已經是一個具有實際意義的存在，並且媒體在其中發揮著日益重要的作用。但是也可以看出目前對於媒體在政策網路中地位以及作用的研究仍然是粗放的，表現在仍然沿用了政策學界在劃分政策網路的時候將媒體籠統的歸入議題網路的做法。這種劃分方法忽略了中國媒體本身就具有不同於西方媒體的政策背景，首先是黨媒的地位，中國黨媒的主管單位為各級黨委，「一把手」由上級組織部任命並對組織部負責，中央黨媒和省級黨媒負責人如人民日報社長同時在中央政府中任有職務，因此黨媒實際上應為府際網路的成員；其次，都市精英媒體和專業類媒體屬於專業網路成員，因為它們服務於專業的利益，專業類媒體服務於特定專業群體、都市精英媒體仍然是新聞專業主義的踐行者；社交媒體則兼具生產者網路和議題網路的特徵，一方面因為利益相關者都會在社交媒體發出聲音以維護自身的權益，比如不少企業都在新浪微博註冊有帳號並時時更新，另一方面因為社交媒體使用者眾多，在選擇「進出」議題上具有較大的隨意性。

多個社會事件引發的政策過程都能清楚的表明媒體議程能夠顯著地影響政策議程，但是學界始終未能對這種影響機制作出明確的解釋，這是因為大多數的研究只關注到了都市類媒體和網路媒體興起之後媒體議程和公眾議程之間的互動，未能關注到媒體間的議程相互設置作用，事實上在中國，都市媒體和黨媒都屬於議程設置媒體（張宇軒，2017）。此外，也沒有關注到不同的媒體議程與政策議程之間的距離，黨媒的媒體議程和政策議程更加接近，甚至本身就可以成為政策議程的一部分。將媒體間議程設置理論與政策網路理論相結合，為這

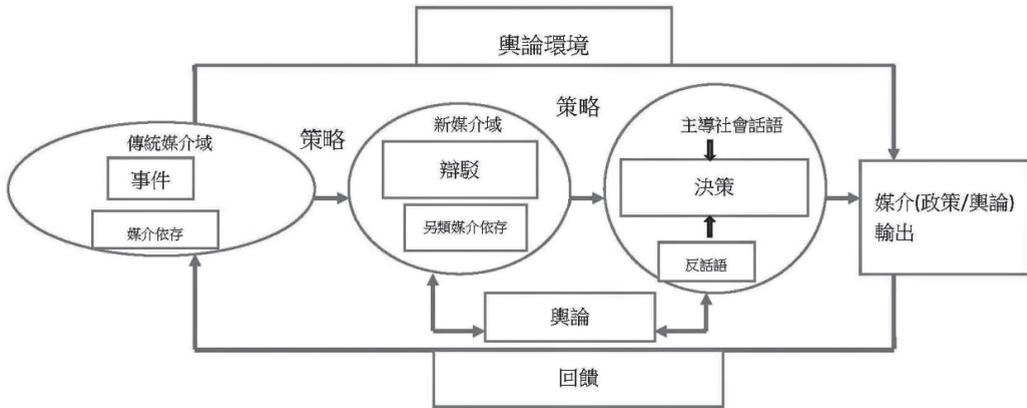
《傳播與社會學刊》，(總)第52期(2020)

種影響機制提供了一種解釋的可能，那就是當不同的媒體分屬不同的政策網路的時候，它們之間的議程互動也構成了媒體議程與政策議程互動的重要組成部分，換言之，當都市精英媒體的議程能夠對黨媒議程有所推動的時候，就有可能觸發政策議程並最終促進新政策的產生。

環境議題會涉及到最廣泛的大多數人的利益，環境政策被看做現代社會公眾參與政治話語的重要內容(Cox, 2013)。哈貝馬斯提出的「理想溝通情境」前提是每個有能力說話和行動的人都可以參與公共事務的討論；每個人都可以質疑任何主張，提出新的主張，表達其態度、欲望、需求及偏好(Habermas, 1991)。阿倫特進一步指出，公共空間的主要議題就是使公共議題獲得廣泛的討論，「公共領域與私人領域相區別，在這裡大家聚集到一起，作為共同成員而不是私人領域(家庭、謀生等領域)的成員，參加政治討論」(Arendt, 1998, p. 156)。環境議題和社交媒體兩者的結合共同將公共空間的討論向哈貝馬斯提出的「理想溝通情境」推進了一步。事實上，環境議題已經成為與社會網路理論勾連最為緊密的領域，西方學界很早就開始關注環境運動給社會結構帶來的改變。傳統的精英媒體已經成為政治內在邏輯的組成部分，環境主義者的行動實質上都在圍繞著利用新聞報導產生的廣泛意識使他們的價值觀和行動具有合法性來進行(Castells, 2000)。在長達五年對英國報紙報導「綠色和平組織」(Greenpeace)的觀察中，研究者試圖量化新聞中環境群體的存在並了解這些群體如何影響了媒介議程，結論是就長期的影響策略和議程設置已經是相當的複雜，更不用說大量的短期捕獲媒體興趣的策略(Hansen, 1993)。環境抗議活動的背後涉及新聞議程激烈而複雜的鬥爭，一旦成功將對新聞媒體的報導框架產生持久的影響(Hutchins & Lester, 2006)。利益相關者不僅會有意識地利用主流媒介來製造對己方有利的話語，同時也在新媒體平台上發起輿論對原有的主流話語發起對抗，借助輿論促進「反話語空間」的生成，進而影響原有的政策促成新政策的輸出(Liu & Bates, 2008)。在中國的環境傳播研究中，環境議題涉及到的社會多元主體的議程互動是近年來研究的主要領域，主要關注於環境議題以及環境事件與社會動態和權力之間的聯繫(Tong, 2017)。

## 環境報導中都市精英媒體的議程擴散效應

圖一 環境問題參與的傳播模式



資料來源：改編自 Liu & Bates, 2008

## 研究假設

基於以上的研究成果，本研究提出在媒體間議程設置和新聞擴散的兩個理論之間尚有一個空白點，就是在某一重要議題的建構過程中，雖然伴隨著高度的不確定性，但隨著媒體間議程的相互影響最終會有某一種議程得到其他媒體的認可和共鳴並獲得廣泛的擴散，這實質上是一個議程擴散的過程。議程設置媒體在這一過程中發揮著重要作用，在中國具體指向國家級黨媒和都市精英媒體之間的相互影響與相互設置，下麵將圍繞這一問題設立四個研究假設：

- H1：各個媒體對這一政策報導的主題類型存在著顯著的相關性。
- H2：國家級黨媒在政策報導中具有更強的議程設置能力。
- H3：都市精英媒體能夠影響國家級黨媒的議程。
- H4：社交媒體能夠影響都市精英媒體的議程。

《傳播與社會學刊》，(總)第52期(2020)

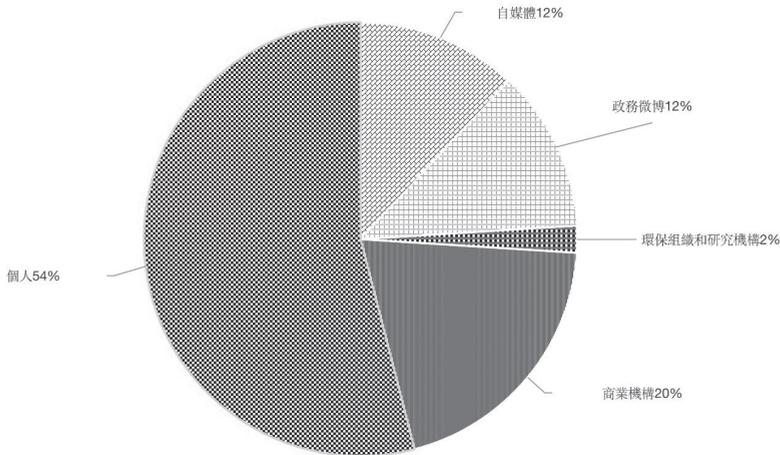
## 研究方法

基於以上的研究假設，本研究選取《人民日報》、澎湃新聞、《中國環境報》和新浪微博四種不同的媒體形態作為數據收集的對象進行分析。《人民日報》作為中國媒體中距離政策議程最近的媒體，最典型的表現是國家領導人有時甚至會親自撰寫《人民日報》的社論，因此其無疑是研究國家級媒體議程無法回避的樣本選擇對象；澎湃新聞是都市精英媒體的典型代表，之所以選擇澎湃新聞除了如上文論述的它是傳統媒體在新媒體時代轉型成功的代表之外，還有一個重要的原因就是它在全國範圍內具有廣泛的影響力；《中國環境報》作為由國家生態環境部主管的、國內歷史最久的專注環境保護的專業報紙，也是國內為數不多的在全國範圍具有影響力的專業類媒體；新浪微博是國內最大的、開放式的社交媒體平台，因此將其作為社交媒體的典型代表。本文選取以上四家媒體的資料庫，分別以「煤改氣」、「煤改電」、「天然氣」、「清潔採暖」<sup>2</sup>為關鍵字進行搜索，設定時間段為2015年1月1日至2017年12月31日。

由於澎湃新聞和新浪微博都具有新聞聚合平台的特徵，因此本次數據收集只選取原創內容，其中澎湃新聞選取標注了「來源：澎湃新聞」字樣的樣本；新浪微博的選取範圍為個人帳號、商業機構帳號、政務微博、環保組織和研究機構微博以及自媒體帳號這幾類主體的原創內容(不包含轉發內容)，<sup>3</sup>剔除了媒體機構微博帳號的發佈內容。其中個人帳號發佈的內容佔到微博抓取總內容的54%，自媒體多為本地資訊博主，他們相當於處在公眾意見領袖的地位，與個人帳號一起這兩類主體的發佈內容佔到總內容的66%(圖二)。之所以同時選取了政務微博的內容，因為政務微博被稱為「政府打開的政策窗口」(劉寧雯，2012：40)，事實上在筆者的篩選中發現不少縣區級的政務微博會及時發佈政策執行中遇到的困難和民生問題「為民請命」，這些都凸顯了微博的公眾意見屬性。將四個關鍵詞搜索到的內容文本剔除掉重複和無關內容進行加總，經過數據清洗得到樣本總量為：《人民日報》(N = 127)、澎湃新聞(N = 50)、《中國環境報》(N = 415)、新浪微博(N = 2,546)。

## 環境報導中都市精英媒體的議程擴散效應

圖二 新浪微博中各主體帳號發佈內容所佔比例



## 主題分析

新聞主題是統領新聞報導的核心內容和思想。主題分析法被定義為「一種用於識別、分析和報告文本內容的模式(主題)的方法，該方法最低限度地組織和描述包含盡可能多的細節中的資料集」(Braun & Clarke, 2006, p. 79)。新聞主題分析意在揭示報導的內容與思想，從而把握對新聞報導對於事件的描述和理解角度。新聞主題與議程之間存在著強烈的相關關係，媒介的議程設置常常通過對新聞主題的選取和視角側重來實現。

本文對已獲取資料進行分析的第一步是主題分析，首先對樣本資訊進行第一級編碼，即對內容的顯性部分的編碼，包括：(1) 報導時間，即報導內容刊載或者發佈的時間；(2) 來源媒體，即樣本是來源於以上四家媒體的哪一家；以及(3) 報導中涉及的社會主體，此部分主要包括在報導內容中提及的政府部門、企業、專家、個人等不同的社會主體。一般傳統媒體的報導內容篇幅較長，一篇報導中涉及若干不同的社會主體；社交媒體篇幅較短，一條發佈內容多數只涉及一個社會主體，對這些社會主體都進行一一編碼。這部分的編碼目的是為了對獲得樣本資訊進行初步統計，以方便主題歸納(圖三)以及為下一步的

《傳播與社會學刊》，(總)第52期(2020)

研究做好基礎工作。編碼由兩位編碼員完成，因為此部分的編碼是基礎性的工作對後續的內容非常重要，因此首先選取32個樣本單位(每家媒體隨機抽取8個樣本)用於對編碼員進行培訓和前測。根據Scott's Pi的信度檢驗方法(Scott, 1955)計算他們的交互信度。

$$Pi = (OA - EA) / (1 - EA)$$

其中，OA為觀測值的一致性程度(%)，EA為期望值的一致性程度(%)。在交互信度達到.85的時候進入正式編碼階段，兩位編碼員用時兩天同時完成內容顯性部分的編碼工作，這時從全部樣本(N = 3,138)中抽取10%，即隨機抽取314篇樣本內容編碼進行最終評估，算出Pi值為.94，達到了很高的信度水準(Riffe et al., 2005)。

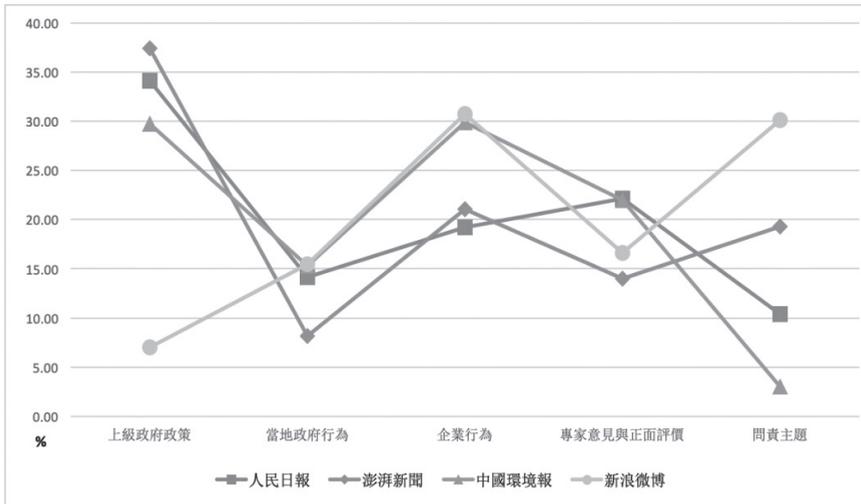
整體看來報導的主題變化與政策過程和參與主體關係密切，隨著政策過程的變化，初期的報導多為政策宣傳動員、中間時期多為相關進度，後期關於問題反應的報導開始增多；依據報導中提及的參與主體不同，如政府部門多為政策解讀與督查、電力(天然氣)公司多為施工進度、生產企業多為造成污染後的追責、城鄉居民多為新政策帶來的問題反映等。經過歸納，本文將霧霾治理政策的報導主題分為三大類，包括：行動主題、意見主題、問責主題。由於絕大多數的報導都涉及行動主題，在統計時又按照行動主體劃分為上級政府發佈政策(主要為中央政府和省級政府)、當地政府的執行行動(地市級及以下政府部門)、企業行為(能源基礎設備的改造和升級)，意見主題主要是較為中性的專家意見以及偏正向的治理成效評價，問責主題包含了政府之間的問責和公眾及媒體對政府部門的問責。

為了控制文本長度對主題分析帶來的影響，本文採取了百分比的統計方法，通過閱讀將一篇報導或者一篇微博的所有主題歸納出來，然後對一個媒介的所有主題加總，以主題頻次除以文本容量，得出某一媒介中特定主題所佔的比例，結果如圖三所示。在涉及宏觀性的政策發佈主題中，《人民日報》、《中國環境報》和澎湃新聞的佔比顯著高於社交媒體，這顯示出關於「煤改清潔能源」本身是一個政策導向明顯的報導主題。在涉及當地政府行為的報導主題中，《人民日報》作為最高等級的官媒，在政策發佈之後對各級地方政府的執行情況保持了關注，但是澎湃

## 環境報導中都市精英媒體的議程擴散效應

新聞這一主題的所佔比例最低，考慮到澎湃新聞所處上海並不是「煤改清潔能源」政策執行的重點區域，上海當地政府的執行情況並未成為澎湃新聞的重點關注領域，這表明地方性仍然對都市媒體具有較為顯著的影響。對於企業行為，包括供電公司和天然氣公司對於城市基礎設施的更新以及其他生產企業對自身能源的更新，四家媒體都保持了較高程度的關注，不少企業都在新浪微博上開通了帳號，及時對企業的升級改造進度進行更新，因此在這一主題上新浪微博的關注程度最高。值得關注的是最後兩個分別涉及正面評價和問責的主題，四家媒體出現了分為兩個陣營的趨向，《人民日報》和具有官方背景的《中國環境報》對於正面評價的報導主題顯著高於澎湃新聞和新浪微博，而在問責主題上，澎湃新聞和新浪微博則顯著高於兩家官方媒體。

圖三 媒體的主題分佈圖



## 內容分析

本研究的分析單位是《人民日報》《中國環境報》、澎湃新聞和新浪微博四家媒體有關「煤改清潔能源」的報導文本。為了對四種媒介形態的報導內容進行更加細緻的分析，我們進一步對不同主題下的內容進行了更細緻的編碼。

《傳播與社會學刊》，(總)第52期(2020)

## 編碼類目的建構

在已經進行過的主題分析的基礎之上，內容分析部分將樣本資訊進行第二級編碼，即每個主題根據報導的具體內容做了進一步的細化處理(表二)。行動主題、意見主題和問責主題根據上一部分的主題分析而來，並在這一部分對這三個主題進行了更加細緻的劃分，依據事實與觀點的邏輯，行動主題主要為新聞事實，並依據上一部分的編碼將政策實施的主體細化為上級政府、地方政府和企業；觀點部分依據正面、負面和中立的邏輯，意見主題主要為中立的科普知識和對政府治理效果的正面評價，問責主題為負面的觀點，細分為政府之間上級對下級的問責，和各種社會主體對政策實施主體的民生問責，依據此形成的編碼簿如表二。

表二 霧霾治理政策的媒體報導內容

主題	一級編碼	二級編碼
行動主題	上級政府行為	政策發佈、污染治理體制改革
	當地政府行為	政策動員、督促基礎設施改造、國家補貼新能源
	企業行為	研發新能源技術、設備改造進度、污染企業技術升級
意見主題	專家建議	科普知識
	正面評價	政策的治理成效
問責主題	政府問問責	上級政府督查
	民生問責	新能源價格高、補貼不及時、改造進度慢、不能保障需求、冬季不能正常供暖等民生問題

## 編碼與資料分析

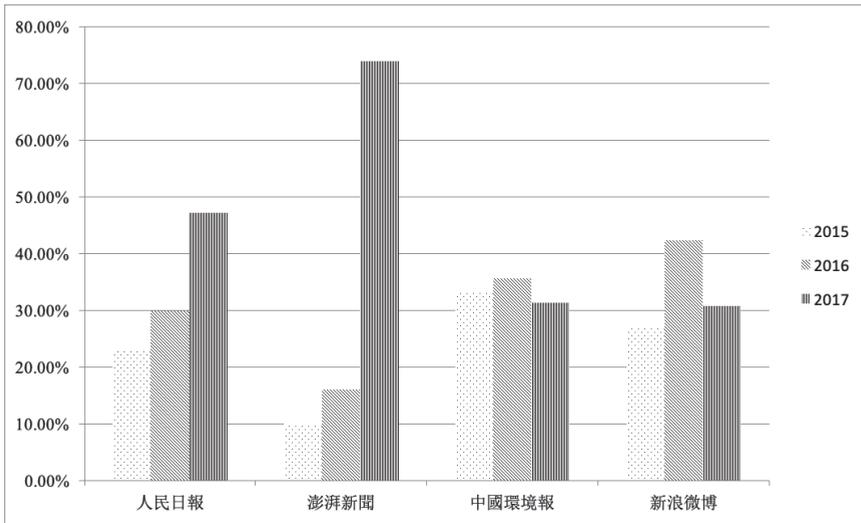
第二級編碼仍然由兩位編碼員完成，經過培訓後，兩位編碼員同時開始編碼工作，用時7天並同時結束編碼工作。在前測階段，從四個媒體中各選取不少於5%的樣本，即《人民日報》(n = 7)、澎湃新聞(n = 3)、《中國環境報》(n = 21)和新浪微博(n = 128)，並使樣本盡可能在時間段中均勻分佈，讓兩位編碼員都對其編碼，在這部分編碼完成後從他們各自的編碼資料中找出屬於信度檢驗單位的資訊，依然根據Scott's Pi的信度檢驗方法(Scott, 1955)計算他們的交互信度，根據兩位編碼員對信度檢驗單位的編碼資訊，算出Pi值為.88，達到了較高

## 環境報導中都市精英媒體的議程擴散效應

的信度水準 (Riffe et al., 2005)。通過交互信度檢驗後，將兩位編碼員的編碼資料合成一個資料庫進行編校和整理，最後採用 SPSS 19.0 For Windows 統計軟件進行資料分析。

首先，對各個媒體關於「煤改清潔能源」這一主題在三年中報導的總體趨勢做了考察，結果如圖四所示。

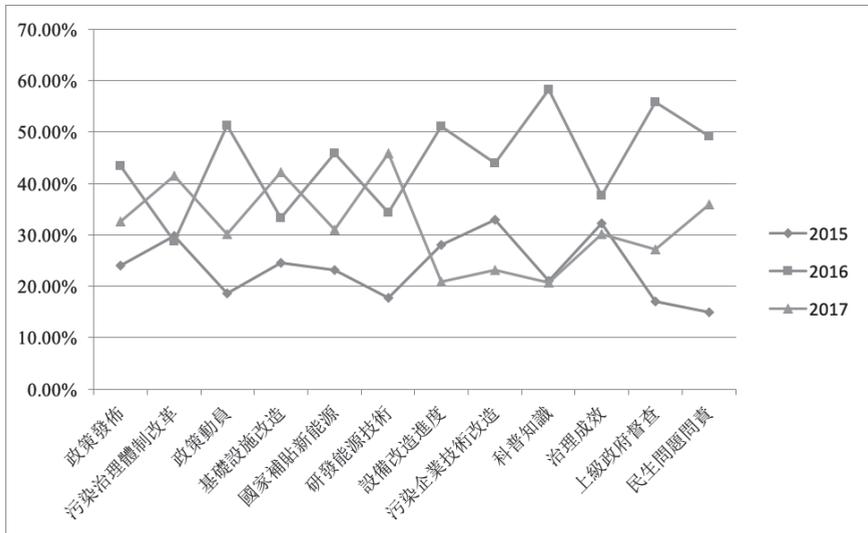
圖四 媒體在 2015–2017 年報導佔比分佈圖



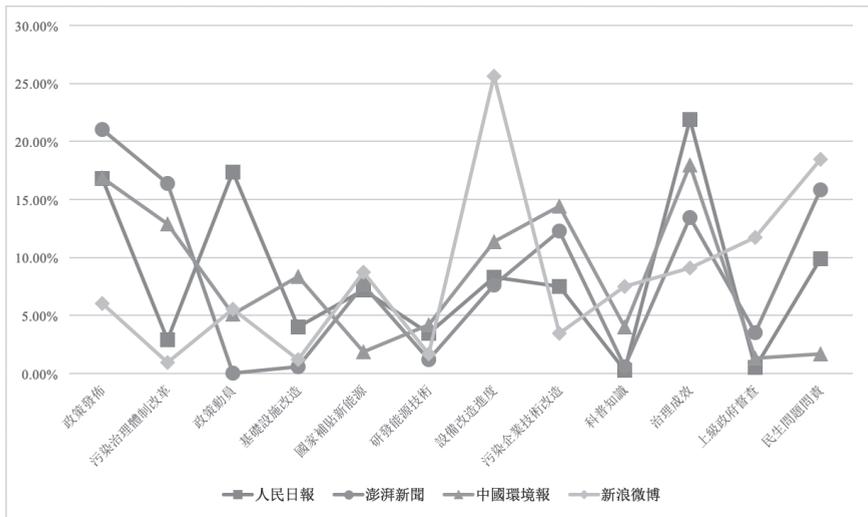
總體看來，2017年《人民日報》和澎湃新聞關於這一政策報導佔比均顯著高於前兩年，《中國環境報》的報導比例在三年中基本保持平衡，新浪微博的報導比例則為2016年略高於2017年和2015年。根據中央頒佈的政策，2017年是中央政府考核地方政府執行「煤改清潔能源」政策的最後一年，各地方政府都逐漸加大了執行的力度，也由此引發了「氣荒」、「煤改電未完工」、「冬季開始了但是無法取暖」等由於能源供應帶來的民生問題，引發了社會的大範圍關注。事實上，在本研究的內容梳理中，發現2015年和2016年的新浪微博上並不乏關於此類民生問題的呼籲，但是未引起社會關注，對政策進程也幾乎未產生影響。

《傳播與社會學刊》，(總)第52期(2020)

圖五 按照時間的報導主題分佈圖



圖六 按照媒介類別的報導主題分佈圖



## 環境報導中都市精英媒體的議程擴散效應

當我們將更加細化的報導主題按照時間呈現出來時，發現所有主題的報導峰值都出現在2016和2017年，其中2016年的報導比重尤為顯著，在選定分析的12個報導主題中9個的報導峰值都出現在2016年。結合圖三的統計結果，《人民日報》和澎湃新聞在這三年中對這一主題的報導比重在不斷上升，《中國環境報》總體較為穩定，因此對於報導峰值影響最為顯著的是新浪微博主題情況的變化，根據報導內容顯示，2016年是各地官方微博密集發佈設備改造進度和國家補貼政策的時期，2017年的報導中「設備改造進度」和「污染企業技術改造」這兩個主題下降最為顯著，但是與當地政府行為有關的「基礎設施改造」主題報導峰值卻出現在2017年，結合起來分析，到了2017年各地方主動執行政策的社會主體已經基本完成能源設備的升級，餘下的多為執行起來有困難的社會主體開始在政府的主導下進行能源設備的改造，因此政府行為在報導主題中佔據了峰值位置，這也成為2017年年底民生問題引發廣泛關注的前期階段。政策議題發生變化本質上是一個公眾議題、媒介議題和政府議題相互影響的過程(Cobb et al., 1976)。當公眾聲音成功引發媒體關注時，媒體通過議題設置配合高強度的傳播方式形成媒體議程，聚合公眾力量，形成關於某一社會問題強大的社會輿論。

首先依據H1，運用Pearson相關係數對幾個媒體的主題相關情況進行檢驗(表三)。

表三 媒體間「煤改清潔能源」政策報導的相關關係<sup>4</sup>

	人民日報	澎湃新聞	新浪微博
澎湃新聞	.91**		
新浪微博	.68**	.63*	
中國環境報	.85**	.74*	.87**

結果顯示《人民日報》、澎湃新聞、《中國環境報》和新浪微博的主題之間存在正向相關關係，並通過了顯著性檢驗。檢驗結果支持了H1，為了進一步檢驗各個媒體之間的議程設置作用，筆者再引入時間變量對各個媒體之間的議程設置效果進行檢驗。

## 時滯交叉相關分析

### 研究設計

僅僅測量議程之間相關性的顯著程度並不能滿足這一理論的方向性假設，因此時間因素需要被引入進來加入相關檢驗。在「煤改清潔能源」政策的執行過程中，2017年冬季是一個具有拐點性質的時間。在經過兩年的大規模基礎設施改造之後，2017年秋冬開始大規模的天然氣供暖，而由於供應側發生變化致使許多地方發生了「氣荒」現象，導致企業和居民不能正常供暖，引發了大規模的媒介報導，成為一個備受關注的民生問題，隨後政府進行了政策調整，這是「煤改清潔能源」政策施行以來最重要的一次政策調整，正如筆者在上文中提到，民生問題於2015年和2016年在新浪微博上已經有呼籲，但是直到2017年冬季才引起了媒體的廣泛關注，12月初《人民日報》發文呼籲新政策要有民生溫度，接著政府出台了政策的調整，這一直觀可見的時間鏈條讓我們有理由相信媒介的廣泛關注是引發政策調整的重要因素，並且媒體之間的議程也有著先後和設置關係。因此，筆者將引入時間值對政策調整前後的媒體間議程影響作用做更進一步的分析。

時滯交叉相關分析 (lag-cross correlation analysis) 是研究者針對媒體間議程設置的問題引入時間因素之後提出的研究方法，也是目前研究媒體間議程設置的主流研究方法之一，是在Rozelle-Campbell Baseline (RCB)基礎上做時滯交叉相關分析的資料分析手段，來比對兩個媒體在設定不同時間段的跟隨程度，以此來檢驗議程設置的方向。具體檢驗方法如下：(1) 設定兩個時間段T1和T2，令待檢驗媒體X和Y；(2) 計算X1/Y1、X2/Y2的同步相關性，X1/X2、Y1/Y2的自相關性以及X1/Y2、X2/Y1的時滯交叉相關性；(3) 當 $R_{x1y2} > R_{x2y1}$ ，且 $R_{x1y2} > \text{Rozelle-Campbell Baseline}$ 時，則可以判定X在T1時對Y在T2時產生了議程設置作用；反之，如果 $R_{x2y1} > R_{x1y2}$ 時，則證明Y在T1時對X在T2時產生了議程設置作用。

Rozelle-Campbell Baseline的計算公式為：

$$(X1/Y1+X2/Y2) / 2\{[(X1/X2)^2+(Y1/Y2)^2]/2\}^{1/2}$$

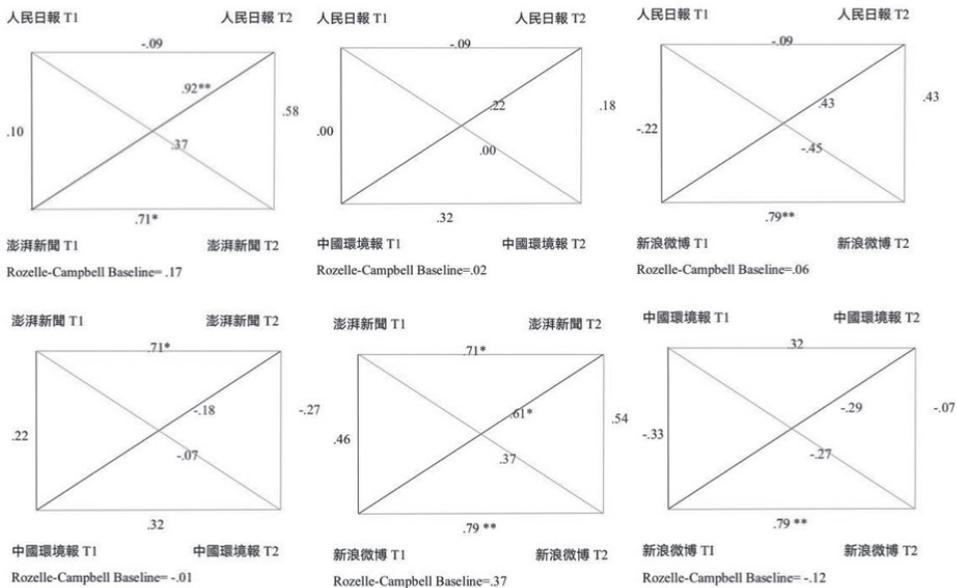
環境報導中都市精英媒體的議程擴散效應

時滯交叉相關分析選取的時間段要求時間連續並且時長相同，以政策調整出台的2017年12月18日為基準時間點筆者選取政策發生調整的當周和後一周共兩周的時間，以兩周為時長向前遞推考察政策調整前後媒體之間議程的跟隨情況，即選定的時間段為T1(2017.11.19–12.02)、T2(2017.12.03–12.16)和T3(2017.12.17–12.30)這三個時間段內對四家媒體的議程設置效果進行分析。

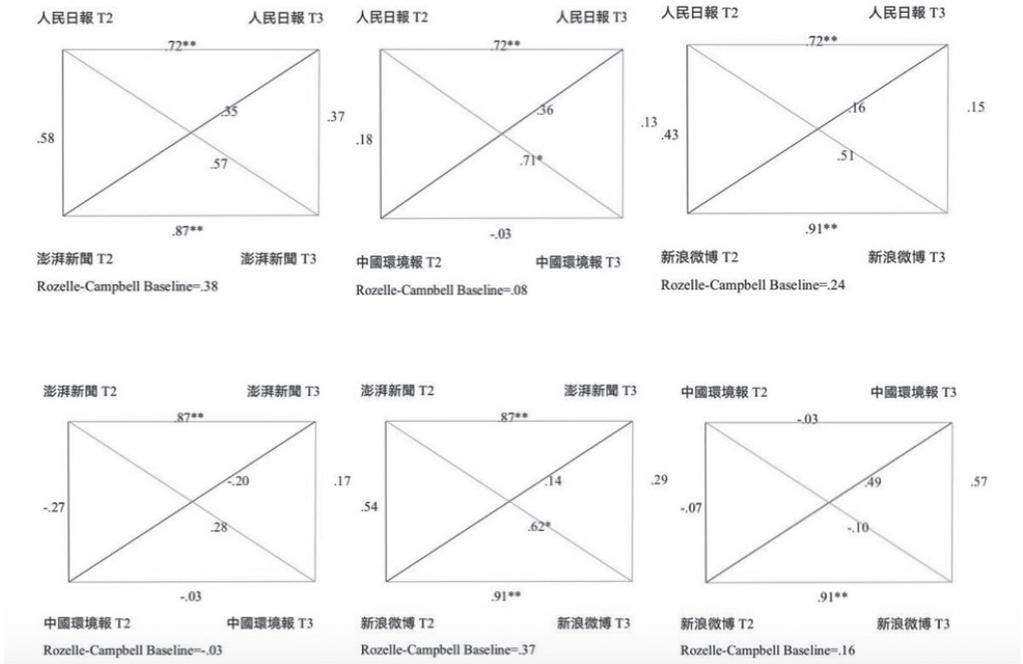
媒體間時滯交叉相關分析結果

依據時滯交叉相關分析對各個媒體間在T1、T2、T3三個時間段的議程相互關係檢測如下：

圖七 時滯交叉相關分析結果<sup>5</sup>



《傳播與社會學刊》，(總)第52期(2020)



註：\* $p < .05$ ；\*\* $p < .01$ ；\*\*\* $p < .001$

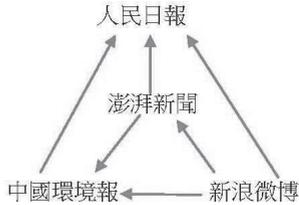
議程設置的結果分析

在T1–T2的時間段內，也就是政策發生調整的前期階段，澎湃新聞在T1時間對《人民日報》在T2時間產生了顯著的議程設置作用(0.92\*\*)，同時數據還顯示澎湃新聞的議程受到了新浪微博議程的影響(0.61\*)，《中國環境報》(0.22)和新浪微博(0.43)也對《人民日報》的議程產生了一定的影響，但是顯然沒有澎湃新聞顯著，可以推測為間接影響；這一階段的總體情況可以概括為澎湃新聞在報導問題上吸納了其他媒體議程尤其是新浪微博議程的基礎上，形成自己的報導議程並對《人民日報》的報導議程產生了顯著的推動作用。在T2–T3時間段內，即政策調整的中後期階段，《人民日報》表現出較強的議程設置作用，對澎湃新聞(0.57)、《中國環境報》(0.71\*)和新浪微博(0.51)都表現出正向的影響；與上一階段相比，澎湃新聞和新浪微博之間發生了反向的議程設置關係，即澎湃新聞對新浪微博的議程產生了顯著的設置作用

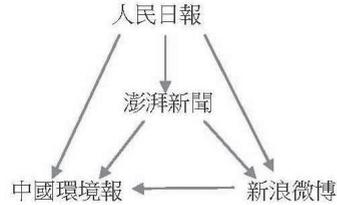
## 環境報導中都市精英媒體的議程擴散效應

(.62\*)，同時澎湃新聞(.28)和新浪微博(.49)的議程對《中國環境報》的議程產生了影響。

圖八 政策調整前期階段



圖九 政策調整中後期階段



綜合以上的檢測結果，在T1-T2階段(圖八)，H2未獲得支持，結果顯示在這一階段《人民日報》並不是強勢的議程設置媒體，相反，它的報導議程受到另外三個媒體的影響，其中澎湃新聞對其議程設置作用尤為顯著，H3獲得支持；同時在這一階段新浪微博表現出對澎湃新聞的議程設置作用，H4獲得支持。但是在T2-T3階段(圖九)，也就是政策調整出台的中後期階段，《人民日報》表現出顯著的議程設置影響力，對澎湃新聞、《中國環境報》和新浪微博的議程都產生了影響，H2在這一階段獲得支持。

## 結論與討論

### 研究結果

本研究分析了《人民日報》、澎湃新聞、《中國環境報》和新浪微博這四種具有典型代表性的媒介在2015-2017年對於政府施行的「煤改清潔能源」政策的報導情況。首先從總體上看來，這三年中的報導主題類型，國家級黨媒《人民日報》和具有政府背景的專業報紙《中國環境報》表現出比較一致的趨向，因此政策導向對這一報導主題具有顯著的影響；其次，對所有的媒介報導主題進行內容分析後發現，各個媒介對這一議題的報導具有顯著的相關性，除去政策導向的影響之外，相關利益群體的意見也使得媒介之間的議程發生了相互設置作用。在

《傳播與社會學刊》，(總)第52期(2020)

這一基礎上，對媒體間的議程設置效應進行了具體的分析，將考察重點放在施行後期出現的重要調整階段。發現關於政策執行需要調整的報導議程，國家級官方媒體的議程顯著受到了都市精英媒體議程的影響，而都市精英媒體議程又吸收了社交媒體的議程；但是在國家級官方媒體發出政策執行需要調整的報導之後，其媒介議程顯著設置了其他媒體的議程。在政策調整發生前，《人民日報》作為府際網路的成員其議程廣泛吸納了其他媒介的議程，特別是都市精英媒體對其議程設置作用尤為顯著；在政策發生調整的中後期，也就是國家級官方媒體正式進入政策調整的議程之後，媒體間議程設置關係發生了重大的改變，《人民日報》的議程開始對其他媒介的議程有了設置作用，同時都市精英媒體仍然對其他媒體表現出較為顯著的影響力。這表明，在中國的政策過程中，國家級官方媒體和都市精英媒體是兩個重要而特別的存在，尤其是當政策報導轉向與民生問題更加相關的議題時，媒體作為政策網路的組成部分，通過兩個步驟來影響政策議程：第一步通過都市精英媒體將社交媒體議程傳遞給國家級官方媒體的媒介議程，這取決於都市精英媒體能否對國家級官方媒體的議程起到影響和設置作用。第二步作為府際網路成員的國家級官方媒體，具有連接媒介議程和政策議程的效應。這能夠為研究中國公眾參與政策過程提供一些啟示：

### I. 環境政策報導需要更加開放的媒體場域

環境傳播學者Cox認為，環境問題是公眾參與公共治理的重要領域，而環境政策的制定和調整更加需要多方面地吸納公眾意見(Cox, 2013)。隨著中國環境問題日益受到政治議程的重視，環境治理已經被列為治理的五大維度之一，環境政策也將在未來的媒介議程中日益佔據重要的地位，並通過媒介加強公眾議程和政府議程的互動。事實上在西方世界中，環境議題作為「新社會運動」的重要組成部分深刻改變了社會並正在重塑日常政治，已經成為一個不爭的事實。對比傳統政治和正式組織的範疇，環境議題的「媒介導向」尤為明顯，因為環境行動者常常基於和自身體驗相關的議題發起日常化、生活化的行動(卡斯特, 2006)。相比較而言，中國無論是對環境議題的關注還是環境行動

## 環境報導中都市精英媒體的議程擴散效應

者，都是十分晚近的事情，薄弱的民間力量使中國的環境行動者對媒介的依賴更加明顯(孫瑋，2009)。從現實角度而言，環境議題在中國的不斷升溫會帶來越加多元的環境行動者，公眾對於環境問題的討論變得更加多樣和複雜；從理論角度而言，環境報導尤其是關注環境政策過程的報導，其本質上是基於意義的建構，是社會知識的生產過程，以及社會觀念的重塑過程(劉濤，2016)。目前，官方媒體的環境報導議程仍然是一個以政策導向為主、較為封閉的媒介系統，因此這需要在媒介場域內構建更加開放和多元的議程以回應現實的需求。

### II. 環境政策報導需要向更加專業化方向發展

近年來，中國的與環境政策有關的報導數量呈現出快速上升的趨勢，但是品質仍然有待提升，環境政策做為涉及社會主體最為廣泛的社會政策之一，同時也是專業知識較強的領域，媒體的報導應當成為公眾相關領域知識的背書，以支持公眾意見更加有效和理性的表達。但是從這次研究的分析結果來看，專業性的媒體未能夠在政策過程中起到較大的影響，《中國環境報》的報導議程始終處在被其他媒介的影響和設置之中，這說明在中國的環境政策報導中，專業媒體仍然與社會議題之間存在著鴻溝，一方面媒介本身仍然缺乏具有深度和規範的專業知識，另一方面專業知識尚難以深入到社會議題中發揮效應。

### III. 需要重視都市精英媒體的仲介傳播效應

通過前文的測量和討論發現，官方媒體在日常的政策議題報導中具有一定的封閉性，這使它在媒體間的議程設置中難以起到絕對的主導作用，而專業類媒體尚不能發揮直接和顯著的作用。這為都市類媒體在公眾話語和官方主流話語之間尋找到了「對接」和「融合」的空間，在客觀條件上促進了都市精英媒體能夠在公眾議程、媒體議程和政策議程之間進行議程傳遞，這也構成了都市精英媒體在現有政治語境下發揮仲介傳播效應的基礎。所謂的仲介傳播效應，是指媒體基於自己的立場對其他話語進行重新的建構，都市類精英媒體通過這種悄然的建構，使符合新聞專業主義和民生傾向的話語得到增強。對於政策類的報導來說，這事實上成為媒體「自我表達」的一種新技巧。互聯網平

《傳播與社會學刊》，(總)第52期(2020)

台增強了都市精英媒體的新聞聚合能力，再加上其本身具有影響媒介議程和政策議程的願望和能力，這使其能夠在政策過程中先於官方媒體回應公眾意見，進而通過專業的新聞生產過程對官方媒介產生議程設置作用，同時也為架構起政策網路中府際網路、專業網路、生產者網路和議題網路之間的橋樑提供了一種重要的實踐路徑。

## 理論意涵

互聯網時代，無論是媒體間議程還是媒體與政策之間的議程都出現了新的變化，這一點已經有不少研究成果做過討論，新媒體「反哺」傳統媒體的議程成為一個普遍現象(Kandyla & Vreese, 2008)。正如上文所提及議程設置理論的創始人之一Shaw也在嘗試對傳統的議程設置理論進行修正，表現在他提出了議程設置理論應當回應三個層級的問題，第三層級就是受眾和公眾網路對媒介議程的影響，這實質上是在回應社會和媒介之間的關係問題(袁瀟，2016)。本研究循著已有的理論脈絡，以「煤改清潔能源」政策實施過程中的一次重大調整作為實證研究的背景，嘗試對已有的理論邊界做了一些推進工作。首先，提出都市精英媒體這一概念，認為這是在新媒體時代從傳統的都市媒體經過精英化轉型路徑之後發展而來的一種新的媒介形態，傳統的都市媒體雖然具有一部分的精英化特徵，但是影響力僅局限在地區之中，而都市精英媒體作為傳統新聞力量與新媒體技術結合的產物，是一種新型的、具有全國影響力的議程設置媒體，並且根據筆者的觀察，繼澎湃新聞之後，上觀新聞、介面新聞等媒體的影響力也在與日俱增。

其次，在Mathes等提出的新聞擴散和「溢散效應」理論的基礎之上提出議程擴散效應，即在一個重要的議題被建構的過程中，出於人們強烈的資訊需求，隨著新聞報導量的增加會有某一個媒體議程獲得廣泛的認可，進而將議程擴散到其他的媒體中去，最終形成社會對某一事件的廣泛共識。並認為這可以彌合媒體間議程設置和新聞擴散之間的一個理論空白點。在本研究中主要用於描述都市精英媒體在吸收了社交媒體的議程之後形成自己的議程並獲得其他媒體共鳴和擴散的過程。互聯網時代尤其是社交媒體給媒體間議程設置理論帶來的變化是

## 環境報導中都市精英媒體的議程擴散效應

複雜的，本研究發現社交媒體的議程和傳統精英媒體的相互影響也因媒介類別的不同而有着不同的過程，社交媒體議程到達都市精英媒體議程相較於到達國家級黨媒議程更為直接，雖然同屬於議程設置媒體之間的相互影響，但是這一發現能夠更加深化在中國情境下對公眾、媒介和政府關係的認知，對形成廣泛的社會共識具有重要的作用。

最後，在討論媒體間議程設置的基礎上，本研究又嘗試引入政治學中的政策網路理論來解釋媒介議程如何與政策議程產生勾連並推動政策議程的改變，在傳播學視角下修正了政治學中將媒體粗略歸入議題網路的劃分法，提出在中國的政策情境下，不同性質的媒體應當分屬不同的政策網路，唯有此才能夠解釋國家級黨媒在政策出台前後和調整過程中的獨特作用；同時，政策網路理論也可以成為各個媒介在政策過程的不同階段相互之間的議程設置關係發生變化的一個解釋路徑。

## 研究限制

媒體間的議程設置是一個複雜的過程，本研究嘗試在解釋和釐清這一過程上做了一些努力和理論上的探索，但是仍然存在著諸多的限制。首先，本研究選取了「煤改清潔能源」政策調整前後的媒體議程進行分析，相當於只是截取了一個片段，無法準確描繪媒體間議程設置的全景圖。《人民日報》的議程變化一定不止受到澎湃新聞一家媒體議程的影響，事實上澎湃新聞所在的上海並不是這一政策的重點執行地區，在我們的測量過程中也能看出地域也是媒體議程的影響因素之一，因此受霧霾影響嚴重的京津冀地區的都市類媒體也是非常有可能影響《人民日報》的議程的，不過由於這些都市媒體多是影響力局限在某一地區，不符合筆者對於都市精英媒體的界定，因此筆者只選取了澎湃新聞作為分析對象，但是未來做更加全面的分析時，應當將這些有影響力的都市媒體都選取為研究對象。其次，新媒體時代社交媒體「反哺」傳統媒體的議程已經是一個學界廣泛達成的共識，國外也有不少的研究成果在探討這一問題，但是囿於篇幅，本研究沒有在這一問題上做深入的探討，但是在中國不同於西方的媒體背景和政策背景下，特別是傳統媒體轉型的關鍵時期，這是一個特別值得去深入研究的問題，這實質上也是公眾議程、

《傳播與社會學刊》，(總)第52期(2020)

媒體議程和政府議程在新的技術環境下如何勾連和對接的問題。希望未來的研究能夠更加深入地探討這一問題。

## 註釋

1. 所謂「溢散效應」是 Mathes 及 Pfetsch (1991) 提出的理論，他們發現在重要議題的議程建構過程中，常常伴隨著高度的不確定性，這會使人們的資訊需求隨之增加，隨著媒介報導總量的增多、相關程度的提高，議程就越有可能從次級媒體 (alternative media) 流向設置媒體 (established media)。
2. 搜索方法為前兩個關鍵字即「煤改氣」、「煤改電」分別搜索之後剔除重複資訊和無關資訊進行加總，後兩個關鍵字即「天然氣」、「清潔採暖」主要用於補充搜索，防止遺漏與本研究主題相關的新聞資訊資料。
3. 新浪微博的搜索方法為，使用高級搜索功能輸入關鍵字，在時間選擇上採用逐月搜索的方法，由於新浪微博設置了每次最多顯示 50 頁的功能，如果某月的搜索內容已經達到 50 頁，則將時間距離再縮短到半個月或者一周，直到顯示頁面不到 50 頁為止。將四個關鍵字搜索到的內容剔除重複和無關內容進行加總。
4. Pearson 相關係數的分析結果系根據表二編碼簿，整理得到各媒體「煤改清潔能源」政策報導的各主題的頻數，然後用 SPSS 19.0 For Windows 統計軟件分析獲得。
5. 圖七是已知四家媒體報導議程具有相關關係的情況下，將四個被選擇媒體的報導內容賦予時間值，根據 Rozelle-Campbell Baseline 的計算公式測量它們兩兩之間的影响關係。以左上角第一張圖為例，令人民日報為 X，澎湃新聞為 Y，在 T1 和 T2 兩個時間段中計算出它們之間的  $R_{x1y2}$  為 .37， $R_{x2y1}$  為 .92，Rozelle-Campbell Baseline 為 .17，結果為  $R_{x2y1} > R_{x1y2}$ ，且  $R_{x2y1} > \text{Rozelle-Campbell Baseline}$ ，則澎湃新聞在 T1 對人民日報在 T2 時間段中的議程產生了設置作用。

## 參考文獻

### 中文部分 (Chinese Section)

李春成 (2003)。〈社會境況與政策議題——政策議程設置研究綜述〉。《上海行政學院學報》，第 4 期，頁 107-112。

Li Chuncheng (2003). Shehui jingkuang yu zhengce yiti: zhengce yicheng shezhi yanjiu zongshu. *Shanghai xingzheng xueyuan xuebao*, 4, 107-112.

環境報導中都市精英媒體的議程擴散效應

- 朱亞鵬 (2006)。〈公共政策研究的政策網路分析視角〉。《中山大學學報 (哲學社會科學版)》，第3期，頁80-83。
- Zhu Yapeng (2006). Gonggong zhengce yanjiu de zhengce wanglu fenxi shijiao. *Zhongshan daxue xuebao (Zhaxue shehui kexue ban)*, 3, 80-83.
- 郭小聰、肖生福 (2008)。〈當代中國傳媒、民意與公共決策的互動探析——以電話初裝費政策調整和取消為案例〉。《公共管理學報》，第3期，頁41-46。
- Guo Xiacong, Xiao Shengfu (2008). Dangdai zhongguo chuanmei, minyi yu gonggong juece de hudong tanxi: Yi dianhua chuzhuangfei zhengce tiaozheng he quxiao wei anli. *Gonggong guanli xuebao*, 3, 41-46.
- 況廣收、胡寧生 (2017)。〈社交媒體時代的政策議程設置——基於多源流理論的分析〉。《南京社會科學》，第10期，頁74-80。
- Kuang Guangshou, Hu Ningsheng (2017). Shejiao meiti shidai de zhengce yicheng shezhi: jiyu duoyuanliu lilun de fenxi. *Nanjing shehui kexue*, 10, 74-80.
- 周巍 (2013)。《數字媒體時代的意見領袖研究——以微博為例》。復旦大學博士學位論文。
- Zhou Wei (2013). *Shuzi meiti shidai de yijian lingxiu yanjiu: Yi weibo weili*. Fudan daxue boshi xuewei lunwen.
- 孫瑋 (2009)。〈轉型中國環境報導的功能分析：「新社會運動」中的社會成員〉。《國際新聞界》，第1期，頁118-122。
- Sun Wei (2009). Zhuanxing zhongguo huanjing baodao de gongneng fenxi: Xin shehui yundong zhong de shehui chengyuan. *Guoji xinwenjie*, 1, 118-122.
- 張宇軒 (2017)。《網路時代精英媒體的傳播策略研究——以TED為例》。廣西大學碩士學位論文。
- Zhang Yuxuan (2017). *Wanglu shidai jingying meiti de chuanbo celve yanjiu: Yi TED weili*. Guangxi daxue shuoshi xuewei lunwen.
- 曼紐爾·卡斯特 (2006)。《認同的力量》(曹榮湘譯)。北京：社會科學文獻出版社。
- Mannier Kasite (2006). *Rentong de lilian* (Cao Rongxiang, Trans). Beijing: Shehui kexue wenxian chubanshe.
- 黃揚、李偉權、郭雄騰、段晶晶、曹嘉婧 (2019)。〈事件屬性、注意力與網路時代的政策議程設置——基於40起網路焦點事件的定性比較分析 (QCA)〉。《情報雜誌》，上網日期：2019年2月27日，取自<http://kns.cnki.net/kcms/detail/61.1167.G3.20190116.1517.010.html>
- Huang Yang, Li Weiquan, Guo Xiongteng, Duan Jingjing, Cao Jiajing (2019). Shijian Shuxing, Zhuyili yu wanglu shidai de zhengce yicheng shezhi: jiyu 40

《傳播與社會學刊》，(總)第52期(2020)

- qi wanglu jiaodian shijian de dingxing bijiao fenxi (QCA). *Qingbao zazhi*, Retrieved February 27, 2019, from <http://kns.cnki.net/kcms/detail/61.1167.G3.20190116.1517.010.html>
- 彭小兵、喻嘉(2017)。〈環境群體性事件的政策網路分析——以江蘇啟東事件為例〉。《國家行政學院學報》，第3期，頁108–113。
- Peng Xiaobing, Yujia (2017). Huanjing quntixing shijian de zhengce wanglu fenxi: Yi Jiangsu Qidong shijian wei li. *Guojia xingzheng xueyuan xuebao*, 3, 108–113.
- 曾繁旭、戴佳、鄭婕(2013)。〈框架爭奪、共鳴與擴散：PM2.5議題的媒介報導分析〉。《國際新聞界》，第8期，頁96–108。
- Zeng Fanxu, Dai Jia, Zhengjie (2013). Kuangjia zhengduo, gongming yu kuosan: PM2.5 yiti de meijie baodao fenxi. *Guoji xinwenjie*, 8, 96–108.
- 劉寧雯(2012)。〈中國政務微博研究文獻綜述〉。《電子政務》，第6期，頁38–43。
- Liu Ningwen (2012). Zhongguo zhengwu weibo yanjiu wenxian zongshu. *Dianzi zhengwu*, 6, 38–43.
- 劉銳、徐敬宏(2018)。〈網路視頻直播的共同治理：基於政策網路分析的視角〉。《國際新聞界》，第12期，頁32–49。
- Liu Rui, Xu Jinghong (2018). Wanglu shipin zhibo de gongtong zhili: Jiyu zhengce wanglu fenxi de shijiao. *Guoji xinwenjie*, 12, 32–49.
- 劉濤(2016)。〈作為知識生產的新聞評論：知識話語呈現的公共修辭與框架再造〉。《新聞大學》，第6期，頁100–108。
- Liu Tao (2016). Zuowei zhishi shengchan de xinwen pinglun: zhishi huayu chengxian de gonggong xiuci yu kuangjia zaizao. *Xinwen daxue*, 6, 100–108.
- 劉志強(2017年12月19日)。〈發改委：居民供暖宜煤則煤溫暖過冬為第一原則〉。《人民日報》，上網日期：2018年5月26日，取自<http://news.sina.com.cn/gov/2017-12-19/doc-ifyptkyk5268224.shtml>。
- Liu Zhiqiang (2017, December 19). Fagaiwei: Jumin gongnuan yimeizemei wennuan guodong wei diyi yuanze. *Renmin ribao*. Retrieved May 26, 2018, from <http://news.sina.com.cn/gov/2017-12-19/doc-ifyptkyk5268224.shtml>.
- 袁瀟(2016)。〈數字時代中議程設置理論的嬗變與革新——專訪議程設置奠基人之一唐納德·肖教授〉。《國際新聞界》，第4期，頁67–78。
- Yuan Xiao (2016). Shuzi shidai zhong yicheng shezhi lilun de shanbian yu gexin: zhuanfang yicheng shezhi dianjiren zhiyi Donald Shaw jiaoshou. *Guoji xinwenjie*, 4, 67–78.

環境報導中都市精英媒體的議程擴散效應

趙欣 (2014)。《〈人民日報〉PM2.5 事件報導的議程設置研究》。陝西師範大學碩士學位論文。

Zhao Xin (2014). *Renmin ribao PM2.5 shijian baodao de yicheng shezhi yanjiu*. Shanxi shifan daxue shuoshi xuewei lunwen.

諸大健 (2007)。《政策分析新模式》。上海：同濟大學出版社。

Zhu Dajian (2007). *Zhengce fenxi xin moshi*. Shanghai: Tongji daxue chubanshe.

**英文部分 (English Section)**

Arendt, H. (1998). *The human condition*. Chicago: University of Chicago Press.

Braun, V. & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101.

Castells, M. (2000). *The rise of the network society*. Oxford: Blackwell.

Chomsky, N. (1997). What makes mainstream media mainstream. *Z Magazine*, Retrieved January 2, 2019, from [https://chomsky.info/199710\\_/](https://chomsky.info/199710_/).

Cobb, R., Ross, J. & Ross, M.H. (1976). Agenda building as a comparative politics process. *American Political Science Review*, 70(1), 126–138.

Cox, R. (2013). *Environmental communication and public sphere*. New York: Sage Publications, Inc.

Ceron, A., Curini, L., & Iacus, S. M. (2016). First- and second-level agenda building in the Twitter-sphere: An application to the Italian political debate. *Journal of Information Technology & Politics*, 13(2), 159–174.

D'Alessio, D. (1992). *Agenda setting, obtrusiveness and abstraction: Testing the inter-relationship of "real world" information and media coverage on the public agenda*. Paper presented at the annual conference of the International Communication Association, Miami, FL.

Demers, D. P. (1988). Feeling the elephant: Some observations on agenda-setting research. In J. Anderson (Ed.), *Communication Yearbook*, 11(1), 603–619.

Demers, D. P., Craff, D., Choi, Y., & Pessin, B. M. (1989). Issue obtrusiveness and the agenda-setting effects of national network news. *Communication Research*, 16(6), 793–812.

Dumitrescu, D. & Mughan, A. (2010). Mass media and democratic politics. In Kevin T. Leicht, & J. Craig Jenkins (eds.) *Handbook of politics: State and society in global perspective* (pp. 477–491). New York: Springer Science & Business Media, LLC.

Farhi, P. (2009). The Twitter explosion. *American Journalism Review*. Retrieved July 2, 2018, from <http://www.ajr.org/Article.asp?id1/44756>

Funkhouser, G. R. (1973). The issue of the sixties: An exploratory study in the dynamics of public opinion. *Public Opinion Quarterly*, 3(7), 63–75.

Gilbert, S., Eyal, C., McCombs, M. E., & Nicholas, D. (1980). The state of the union address and the press agenda. *Journalism Quarterly*, 57, December, 584–588.

《傳播與社會學刊》·(總)第52期(2020)

- Golan, G. (2007). Inter-media agenda setting and global news coverage: Assessing the influence of the New York Times on three network television evening news programs. *Journalism Studies*, 7(2), 323–333.
- Gottfried, J., & Shearer, E. (2016). *News use across social media platforms 2016*. Pew Research Center. Retrieved January 2, 2019, from <http://www.journalism.org/2016/05/26/news-use-across-social-media-platforms-2016/>
- Habermas, J. (1991). *The structural transformation of public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society*. Cambridge: MIT Press.
- Hansen, A. (1993). Greenpeace and press coverage of environmental issues. In A. Hansen (Ed.), *The Mass Media and Environmental Issues* (pp. 150–178). Leicester: Leicester University Press.
- Heclro, H. (1993). Issue network and the executive establishment. In R. Young, C. Binns, M. Burch, D. Jaenicke, & M. Moran (Eds.), *Introducing government: A reader*. N.Y.: Manchester University Press.
- Hutchins, B., & Lester, L. (2006). Environmental protest and tap-dancing with the media in the information age. *Media, Culture & Society*, 28(3), 433–451.
- Jordan, A.G., & Richardson, J.J. (1983). Policy communities: The British and European policy style. *Policy Studies Journal*, 11(4), 603–615.
- Kandyla, A., & Vreese, C. (2008). News media representations of a common EU foreign and security policy: a cross-national content analysis of national quality newspapers. *Comparative European Politics*, 9(1), 52–75.
- Hofstetter, C. R. (1976). *Bias in the news: Network television coverage of the 1972 election campaign*. Columbus: Ohio State University Press.
- Kaid, L. L. (2004). Political Advertising. In L. L. Kaid (Ed.), *Handbook of Political Communication Research* (pp. 155–202). Mahwah, N.J.: Lawrence Erlbaum Associates.
- Klotz, R. (1997). Positive spin: senate campaigning on the web. *Political Science and Politics*, 30(3), 482–486.
- Lee, K., Lee, B., & Lancendorfer, K. M. (2005). Agenda-setting and the internet: the inter-media influence of internet bulletin boards on newspaper coverage of the 2000 general election in South Korea. *Asian Journal of Communication*, 15(1), 57–71.
- Liu, T., & Bates, B. J. (2008). *From political risk to grass-root enlightenment: Fostering civil consciousness through environmental communication in China*. Presented in International Association of Mass Communication Research, Stockholm, Sweden, July 21–25, 2008. Retrieved June 20, 2018, from <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.531.7574&rep=rep1&type=pdf>.
- Mathes, R., & Pfetsch, B. (1991). The role of the alternative press in the agenda-building process: Spill-over effects and media opinion leadership. *European Journal of Communication*, 6(1), 33–62.
- Marsh, D., & Smith, M. (2000). Understanding policy networks: towards a dialectical approach. *Political Studies*, 48(1), 4–21.

環境報導中都市精英媒體的議程擴散效應

- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36, 176–187.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1993). The evolution of agenda-setting research: Twenty-five years in the marketplace of ideas. *Journal of Communication*, 43(2), 58–68.
- McCombs, M. E. (2004). *Setting the agenda: The mass media and public opinion*. Cambridge, UK: Polity Press.
- McCombs, M. E. (2005). A look at agenda-setting: Past, present and future. *Journalism Studies*, 6(4), 543–557.
- Meraz, S. (2009). Is there an elite hold? Traditional media to social media agenda setting influence in blog networks. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(3), 682–707.
- Noelle-Neumann, E., & Mathes, R. (1987). The “event as event” and the “event as news” the significance of “consonance” for media effects research. *European Journal of Communication*, 2(4), 391–414.
- O’Reilly, B. (2004). *Defining the elite media*. Retrieved December 22, 2018, from <https://www.foxnews.com/story/defining-the-elite-media>.
- Parmelee, J. H. (2013b). Political journalists and twitter: Influences on norms and practices. *Journal of Media Practice*, 14(4), 291–305.
- Pedersen, G., & Stubager, R. (2010). The political conditionality of mass media influence: When do parties follow mass media attention. *British Journal of Political Science*, 40(3), 663–677.
- Reese, S. D., & Daniellian, L. H. (1989). Inter-media influence and the drug influence: Converging on Cocaine. In P. Shoemaker (Ed.), *Communication Campaigns about Drugs: Government, Media, Public* (pp. 29–46). London: Routledge.
- Rhodes, R. A. W. (1990). Policy networks: A British perspective. *Journal of Theoretical Politics*, 2(3), 293–317.
- Riffe, D., Lacy, S., & Fico, F. (2005). *Analyzing media message: Using quantitative content analysis in research*. Mahwah, N.J.: Lawrence Erlbaum.
- Ripley, R. B., & Franklin, G.A. (1980). *Congress, the bureaucracy, and public policy*. Homewood: Dorsey Press.
- Roberts, M., & McCombs, M. (1994). Agenda setting and political advertising: Origins of the news agenda. *Political Communication*, 11(3), 249–262.
- Rogstad, I. (2016). Is Twitter just rehashing? Intermedia agenda setting between Twitter and mainstream media. *Journal of Information Technology & Politics*, 13(2), 142–158.
- Rosengren, K. E. (1987). Conclusion: The comparative study of news diffusion. *European Journal of Communication*, 2(2), 227–255.
- Scott, W. A. (1955). Reliability of content analysis: The case of nominal scale coding. *The Public Opinion Quarterly*, 19(3), 321–325.
- Shaw, D. L., & Weaver, D. H. (2014). Media agenda setting and audience agenda melding. In M. E. McCombs, *Setting the agenda: The mass media and public opinion* (pp.147–148). Cambridge, England: Polity.

《傳播與社會學刊》·(總)第52期(2020)

- Stromer-Galley, J., & Baker, A. B. (2006). Joys and Sorrows of Interactivity on the Campaign Trail: Blogs in the Primary Campaign of Howard Dean. In A. Williams, A. P. Williams, & J. C. Tedesco (Eds.), *The internet election: Perspectives on the web in campaign 2004*. NY.: Rowen & Littlefield Publishers, Inc.
- Trammel, K. D., Williams, A. P., Postelnicu, M., & Landreville, K. D. (2006). Evolution of online campaigning: Increasing interactivity in candidate Websites and blogs through text and technical features. *Mass Communication and Society*, 9(1), 21–44.
- Tong, J. (2017). Environmental Communication in and about China: A review of the Chinese-language literature. *Chinese Journal of Communication*, 10(2), 192–208.
- Vargo, C. J., Basilaia, E., & Shaw, D. L. (2015). Event versus issue: Twitter reflections of major news: A case study. *Communication and Information Technologies Annual (Studies in Media and Communications)*, 9, 215–239.
- Vonbun, R. K., Königslöw, K., & Schoenbach, K. H. (2016). Inter-media agenda-setting in a multimedia news environment. *Journalism*, 17(8), 1054–1073.
- Wallsten, K. (2007). Agenda setting and the blogosphere: An analysis of the relationship between mainstream media and political blogs. *Review of Policy Research*, 24, 567–587.
- Wells, C., Shah, D. V., Pevehouse, J. C., Yang, J., Pelled, A., Boehm, F., & Schmidt, J. L. (2016). How Trump drove coverage to the nomination: Hybrid media campaigning. *Political Communication*, 33(4), 669–676.
- Williams, A. P., Trammell, K. D., Postelnicu, M., Landreville, K. D., & Martin, J. D. (2005). Blogging and hyperlinking: Use of the web to enhance viability during 2004 U.S. campaigns. *Journalism Studies*, 6(2), 177–186.

## 本文引用格式

朱雅婧 (2020)。〈環境報導中都市精英媒體的議程擴散效應——對霧霾治理政策報導過程的分析〉。《傳播與社會學刊》，第52期，頁143–178。