



论记者在微博上的媒介使用行为 及其新闻伦理争议

纪 莉 张 盼

摘 要：在中国的媒介融合进程中，记者使用微博发布新闻信息，一度成为一种媒介现象。微博上出现的记者可分为使用媒体官方微博的记者和开通个人微博的记者两类。后者在记者的职业身份上造成了一定的混乱，并引发了关于新闻伦理的困惑与争议。记者使用微博发布新闻信息存在三个新闻伦理争议。媒体要制定较为细化的工作手册，帮助记者在面对媒介伦理困境中的具体问题时采取适当的行为，并加强记者对所属媒体机构的归属感，避免记者在其他传播平台上传播新闻信息时遭遇职业伦理困惑。

关键词：微博；记者；新闻伦理

在新媒介技术推动下，新媒介形态愈来愈多地涌现出来。传统大众传媒在与新媒介的竞争走向媒介融合，力图以新的传播形式达到更佳的传播效果。媒介技术革命冲击并改变了人们的媒介使用方式。记者也在这个大潮中不断更新自己的新闻信息传播方式。事实上，在传统大众传媒“触网”、入驻新媒介之前，就有记者出于种种原因主动尝试使用新媒体。

一、记者在微博上大规模亮相

在媒介技术发展位居世界前列的美国，早在上世纪末就出现了一批“博客记者”，即在自己的博客而非传统大众传媒上发布新闻的新闻工作者。美国前总统克林顿的“拉链门”事件就是被博客记者率先披露。其后，随着微博技术的发展，其影响力逐步取代博客，以 Twitter 为代表的微博客在网上传播新闻信息，“微博记者”(Twitter Journalists)也应运而生。这些都对传统新闻传播带来了不小的挑战。

在我国，微博于 2009 年开始流行。“新浪微博”内测版于 2009 年 8 月启动，是国内首个提供微博服务的门户网站。尽管在微博引入中国的阶段，我国曾经出现过饭否、嘀咕、叽歪等中国式微博网站，但新浪公司通过邀请明星、名人、记者开设微博的方式推广微博，取得了巨大的成功。明星效应加上热点议题，使得普通网民对微博的关注和参与迅速升温。新浪微博发布的数据显示，到 2011 年 2 月，新浪微博的用户已经超过 1 亿人。

在新浪微博的带动下，一个微博时代在我国悄然来临。现在，我国不仅有综合门户网站微博，还有新闻网站微博、电子商务微博、独立微博客网等各种形式的微博提供给受众。2009 年 12 月 22 日，人民网也推出了微博服务“人民微博”，意图将其打造成一个网络问政的新兴平台。2010 年 2 月 22 日，“人民微博”上出现了国家主席胡锦涛的名字。“胡主席‘开’微博了”的消息成为网友热议的焦点。仅仅一天的时间，该微博的注册粉丝数量就

达到 8088 人^①。

微博被逐步培育成反映社会问题、设置公共议题的重要舆论场域,其影响力连传统媒体都不能小觑。对此,传统媒体作出了积极的回应,包括在新浪等综合门户网站开设微博账号,将其作为信息发布的平台之一,以及在自己的电子媒体上推出微博版等。如 2010 年 2 月,羊城晚报与新浪网、金羊网合作推出“两会微博”,同时开辟“微博版”,“短短 6 天时间,超过 1.3 万名网友关注并发表数百条评论”。

作为新的媒介技术,微博受到受众的欢迎与积极参与。媒介融合技术正逐步将政治信息传播带入社会网络(Social network)时代,改变政治信息的传播方式与民众参政议政的社会路径。受众欢迎权力社会化过程中逐步提升的公民权^②。传媒与记者必然要尝试以更为受众喜闻乐见的方式吸引受众注意,传递有效信息。对此,记者在这个过程中也自觉不自觉地参与进来。一些记者的个人微博甚至成为争议性报道与争议性话题的发源地。

这一点,在 2010 年两会期间表现得尤为突出。在 2010 年两会期间,不少在会场上进行新闻采访的记者在现场直接将各种突发事件上载到自己的微博。如果事件的公共性比较明显,其同行以及其他媒体人还会广泛转发。在一些焦点事件的微博报道过程中,记者在微博上出现了集体亮相的盛况。有研究者发现,在微博的介入与传播特征下,新闻事件“完成一个公共话题所必须的社会情绪酝酿和发酵”,并成为一次“公民动员”,每个环节都只需要 24 个小时^③。传媒人作为意见领袖在微博上积极发布信息,而其微博影响的受众面又极为广泛,再加上传媒人之间的转发与关注,其推动的舆论风暴往往会成为改变事情发展的关键因素。

当然,和所有社会公民一样,记者可以选择匿名或者实名发布微博信息。因此,微博上记者的媒介使用行为可以分为实名与匿名两种。但是,在社会热点事件的微博信息传播活动中,记者往往选择实名的方式进行。可以说,记者对于微博的使用仍然是具有职业性的,而以其身份特征的差异,我们可以将这些实名的记者分为两种不同的类型:其一,在新闻单位自己的官方微博上进行信息传递的记者,如在新华社等传统媒体自己的微博上,为大家提供第一手报道的记者;其二,以私人身份开设实名微博,随时将自己的所见所闻上传微博的记者。其微博上传播内容不囿于公共事件信息,也包括个人感言,例如曾子墨利用手机,在自己的新浪微博上分享了许多难以见诸传统媒体甚至媒体微博的新闻事件相关信息。

二、微博上记者身份混淆带来职业伦理困惑

记者使用微博存在着使用媒体的官方微博和个人使用私人微博两种情况。在前一种情况下,记者假以媒体的公共身份进行信息传播活动,其行为必然受到新闻伦理法规的约束。但是在后一种情况下,记者在商业网站的微博如新浪微博上发布新闻信息,其媒介使用行为是否依然需要受到新闻伦理与职业道德的约束,在多大程度上需要遵守新闻伦理与职业道德呢?

出现在商业网站微博上的记者,既以记者的身份发言,也常常以一个普通网名的身份发表议论。对于非自己采访报道的事件,记者往往以“转发+评论”的方式将信息发散传播。而对于自己采访报道的事件,不少记者也选择在商业微博如新浪或腾讯微博上第一时间发布信息。目前,国内最受关注的两个商业微博新浪微博与腾讯微博,均采用实名认证的方式,将记者以加“V”的方式推向信息交流的前沿,让记者成为比普通用户更易为人关注以发挥其舆论影响力的公众人物。如此一来,在这些商业微博上加 V 的实名认证者不仅以其私人身份在传递信息,更携带其公共身份而成为一个个信息发布平台。用一个比喻来形容他们,他们每个个体其实已经成为自己所属媒体的一个个子报、子台、子网站。

作为一种职业,“记者”可以简单地定义为媒体从业人员,即从事信息采集和新闻报道工作的人。一方面,作为一个自由的个体,职业身份只是他个人身份中的一个部分。他们当然有权利在自己的微博中记载生活随感等非职业活动内容,其个人微博的私人性应该得到承认并受到尊重。另一方面,他们的确

① 见《胡锦涛在人民网开微博 一天之内粉丝已超 8000 人》,载 <http://news.sohu.com/20100222/n270344442.shtml>, 2011-11-26。

② 纪 莉:《微博成为两会报道新贵》,载《社会科学报》2010 年 4 月 15 日。

③ 石扉客:《鸿忠抢笔:两场 24 小时微博传播战》,载《南方传媒研究》2010 年第 23 辑,第 119~126 页。

是以实名的身份在微博上活动,从而聚集起数量众多且快速递增的粉丝。而且,他们在微博中发表了大量报道性信息,这完全可以视为他们的职业活动的延续,我们也有理由从职业上将其与普通微博用户个体区分开来,并对他们的新闻活动提出相应的职业伦理期望。

但是,商业网站微博上发布信息的记者毕竟是以个人的身份进行信息传递活动,这种身份上的困惑很容易使其陷入媒介伦理的困境。一方面,出于一种职业习惯,记者都想尽可能地利用社会化网络的特质,让信息更为自由地流动;另一方面,作为一个个体使用微博发布信息,记者毕竟不用再面对“把关人”的束缚,会不由自主地放松信息传播的职业要求,甚至会出现被情绪控制而在非理性状态下发布的信息。

这种职业身份与个人身份混乱导致的伦理困境部分源于存在已久的媒介职业角色的两难困境,而这种困境在网络时代的媒介融合浪潮中得到激化。麦奎尔(2006)曾指出媒介职业角色的困境包括三方面:积极地参与与中立地传输信息之间的矛盾,创造性和独立性与时机制的日常运作之间的矛盾,传播的目的与迎合消费者需求之间的矛盾^①。而在记者使用个人微博的行为中,积极参与与中立传递信息之间的矛盾最为明显。因为社会性媒体与自媒体都倾向于削弱记者的职业身份、强化他们的个人身份,但同时又依赖社会性媒体与自媒体用户的新闻活动来发挥重大影响。

对于记者所面对的这种身份困境,与网络新闻伦理相关的各项研究已经多有关注。《网络新闻评论》在对网络新闻伦理的分析中认为,网络新闻报道其实归根结底与传统新闻伦理没有差别^②。它们的基本要求依然是客观、可信、公正,且尽量避免伤害。大卫·布鲁维(David Brewer, 2010)则提出,记者使用微博时需要特别注意几条传播伦理的原则:准确可靠、不偏不倚、公平开放、敢于挑战、廉直无私和隐私处理,并对它们在微博情景下的具体含义进行了阐释^③。路透社在2010年版《路透社报道手册》中则特别添加了《网络报道守则》部分,其中对路透社记者在媒体微博和个人微博两种情景下的活动,都提出了细致和可操作化的系列规定^④。不过,尽管行业协会和一些媒介组织已经针对微博使用的媒介伦理问题制定了规则或手册,但它们更多的为了媒介组织的机构利益,进行应对之策的探索,非学理性探究。要提出符合这类微博记者双重身份的伦理规范,清晰地界定他们在微博上的自由限度,还需要对他们的实践操作与职业伦理之间的矛盾进行更为深入地概括与分析。

三、记者使用商业微博进行信息传播面对的媒介伦理问题

当记者使用个人微博时,记者常常摆脱“把关人”对他们的群体束缚,而展现出高度的个体自由。受众/用户往往对微博上的记者摆脱“把关人”后,揭露非官方报道的敏感性议题,及其个性化表述展现出更高的关注热情,不少受众还会积极评论并转发,从而更加刺激媒体人更多选择这种方式发布信息。另一方面,传媒人之间也通过便利的“转发”形成联动,并最终汇成意见领袖的集合。

这种“转发+评论”模式能迅速掀起舆论风暴。黄朔(2010)从传播模式的视角对微博的这种全新的多级传播过程及强大的传播功能作出分析^⑤。种种研究发现,微博使得记者不再仅仅通过揭露事实来展现力量,而是成为一些行动的直接发起者。但是,记者的这种微博使用行为在下面三个方面构成媒介伦理争议。

(一) 微博的技术特征是否有利于记者客观全面报道事实

微博是140字以内的信息发布平台。它的传播技术特征决定了它限制每条微博的文本长度,且对时效性特别强调。而每一条微博限制在140字内发布,这只是常见的硬新闻导语的长度。很多微博的长度还不及此上限的一半,其内容相当于标准的“一句话新闻”,甚至是标题新闻。这就难免会带来新闻的碎片化报道问题。

① 丹尼斯·麦奎尔:《麦奎尔大众传播理论》,清华大学出版社2006年,第228页。

② What are the Ethics of Online Journalism? 载 <http://www.ojr.org/ojr/wiki/ethics>, 2007-01-14。

③ David Brewer, *Editorial Ethics of Twitter Journalists*, 载 <http://www.mediahelpingmedia.org/content/view/401/1>, 2009-07-28。

④ 文建:《怎样规范使用博客、微博等社会化媒体》,载《中国记者》2010年第6期,第94~96页。

⑤ 黄朔:《媒介融合视域中微博多级传播模式探究》,载《东南传播》2010年第6期,第99~101页。

在字数的刚性规定下,记者几乎不可能依靠单条信息的文本展现复杂的事件全貌。但是,要做到“报道的是事实而非传言”,记者又必须以充分的证据支撑己方,尽可能多地提供相关事实供受众判断。在这种矛盾之下,为了避免发出的微博信息被人片段式解读,有的记者选择以连续发数条微博的形式,将完整的新闻稿放入微博。但即便如此,在每一条140字的信息发出之后,记者仍没法保证每一条信息之间的逻辑关系以及证据链能连贯地传递给微博上的受众,因为每一条已经发布的信息都有自己的信息流动方向,是相对独立的一段信息传播过程。受众完全有可能根据任何一条单一信息进行片面的阅读,甚至误读。或者出于某种情绪的影响,受众只关注甚至转发记者一系列微博中符合自己对事实想象的部分,而忽略其他内容。当群体性事件出现,而传统媒体又习惯性失声时,这种情况就更容易出现^①。

此外,微博的技术特征凸显很强的时效性。由于受众每一次刷屏都有可能看到新的新闻内容,因此记者更期望在最快时间发出新闻,成为新闻事件中传递信息的第一人。这种对时效性的关注有时会削弱记者一贯审慎的新闻伦理判断。而且,由于在微博上发布信息不再需要编辑的把关,记者其实同时兼任了编辑的职务,这就使得准确真实发布信息成为作为个体的记者自我把握的对象。他们只能依靠自省与自律去完成,而缺少了编辑的协助与提醒。此时,在对时效性的争夺之下,仓促发出未经反复核对的信息,就变得比较容易发生。因此,一些学者宣称微博开创的不仅是“全民记者时代”,还有“谣言时代”^②。

(二) 记者在微博上发布信息的操作手法是否忽略了客观主义的报道方式

随着商业报刊兴起,客观主义成为西方新闻界的一种主流伦理规范并保持至今。它要求新闻工作者站在中立的立场,不带个人偏见地、客观地反映事实报道新闻;同时,新闻工作者在进行“把关”时要按照“新闻价值”的中立标准而非个人好恶进行选择。我国新闻传播思想一直对新闻报道的客观性予以极大的重视。客观主义已渐渐被新闻行业纳入职业规范体系,视为“专业主义”精神的体现。记者群体对自己的角色定位也越来越重视“新闻专业人士”这一角色。

在传统大众传媒机构里,一系列的操作守则和“第二人核查”等把关流程努力维护着客观主义的实现。但在记者使用个人微博的情景中,记者往往会在摆脱媒介组织的结构性约束后,对新闻事件的微博呈现不再局限于客观的事实描述,而是以个人姿态发表观点与意见。例如,某记者在新浪个人微博对两会的报道中有这样一条(2010/3/8),“来看看我们国家最年轻少将的理论水平。某某曾说,解决腐败问题,要进行长期整风,重温‘防止糖衣炮弹的进攻’。他还深情背诵了《蝶恋花·答李淑一》,以劝诫贪官。”^③这样的笔调清晰地传递出她的否定态度,而非拘泥于对事实的简单呈现。

这种带有鲜明主观情感色彩,甚至夹叙夹议式的报道在记者个人微博中普遍存在,使我们难以将之归为记者偶然的操作性失误。实际上,一些记者在使用微博时,已经偏离了一个中立观察者的角色定位,而是有意无意地介入新闻事件,成为了积极参与者。

从中立到介入,记者在媒介组织内原有的角色平衡被打断。而这正源于我们前文所说的记者在使用微博时的身份困惑。当记者以记者的实名身份活跃于微博,却以普通公民的身份对待新闻信息传播活动时,记者忽视了在传统媒介机构之外开展职业活动也应遵守新闻伦理的重要性。

当然,记者个人使用微博进行新闻事件的描述时,也可能产生新的报道方式与手段,从而形成新的客观主义报道形式。而且记者摆脱了客观主义规范的约束,也可能使他们能更多地展现个人特征与创造性,这包括更富个性化的语言、更加自主化的信息筛选。这些都会极大地获得受众的共鸣。但是,当我们在欢呼由记者个体的这种解放而获得的关注度及相随而来的广泛影响力时,我们依然要警惕,记者以实名的方式出现在微博上时,受众并不是以一个普通公民的标准来看待他们传递的新闻信息。在微博上进行非客观主义的、非专业主义的报道,这种方式最终会不会给新闻业的存在基础带来致命的损伤?

①薛国林:《微博时代:谣言“传染”路线图》,载《人民论坛》2011年第10期。

②李林坚:《微博带来谣言时代?》,载《青年记者》2010年第11期,第95~96页。

③曾子墨新浪微博,http://t.sina.com.cn/zengzimo,2011-06-10。

（三）微博上的记者是否存在传播公权力滥用的行为

2010 年时，凤凰卫视台主持人曾子墨在新浪微博上的粉丝数为 228596，而她所属的凤凰卫视台的新浪微博所拥有的粉丝也不过是 199046(2010/11/24)。这个有趣的现象虽然可以从曾子墨独有的个人魅力等方面获得解释，但不应该使我们忽视另一个因素——那就是她个人微博的影响力是借力于她所属媒体影响力之上的。这一点在“非名记”身上表现的尤为突出。诚如麦奎尔(2006)所说，“如果没有大众媒介的配合，要在网络上出名并不容易。”^①

记者在个人微博中的职业活动显示出一种非专业主义倾向，因为记者在使用微博时假设自己是以个人身份而非职业身份开展信息传播活动。但如上文所示，记者毕竟不是凌空个体，或普通的受众。他们在微博这一新媒体上呈现的力量依托于所在媒体的机构性权力。

在记者撰写私人微博突出个体性时，受众/用户所关注的并不仅是其个人身份，同样也在考量记者的职业身份及其所属传媒平台的公信度、影响力。因此，许多记者以实名身份出现在微博上，一些记者还会在名字前署上所属媒体。

由于记者个体使用微博时，其实是享受了职业身份带来的影响力，延续了传统媒体发挥公权力的方式，因此当他们对新闻事件进行有立场的评析时，就涉及到了公权力的使用问题。记者过去常被视为观察员，现在则被越来越多地比作“法官”。尽管他们没有裁决的权力，但确实像法官一样听取各方甚至还有陪审员(舆论)的“申辩”，然后将事实呈现在媒体上。然而在事件没有全面呈现之前，记者先发布个体主观判断的现象在微博上并不罕见。记者的这种主动参与还能制造媒体事件，更为严重者则直接造成了媒介审判。

四、结 论

记者个体在使用商业微博进行信息传播时，面临上述三种媒介伦理困境，究其根本源于记者在使用微博时身份的交叉与混乱。在媒介融合时代，记者使用新媒体进行信息传播已经成为不可逆转的发展方向。而在这样的大流中仅仅强调记者个人的素养和对媒介伦理的理性把握，远远不足以保障新媒体运用中记者对职业疆界的坚守。

根据相关部门的要求，全国各大媒体通知自己的记者编辑等未经允许，不能在新浪微博等商业微博网站上发布正在采访的新闻信息。以限制言论自由的方式来换取新闻信息传递的准确与真实，这个代价无疑是太大了。笔者认为，媒体在此过程中，必须意识到个体在媒介使用上的变化趋势，不仅要制定较为细化的工作手册，帮助记者在面对媒介伦理困境中的具体问题时采取适当的行为，更要积极利用组织机构的优势与资源，将传统媒体建设成记者可依托的平台。比如做好自己的数字化媒体建设，鼓励记者将信息发布在自有网站上等，加强记者对所属媒体机构的归属感，努力避免记者在其他传播平台上传播新闻信息时遭遇职业伦理困惑。

●作者简介：纪 莉，武汉大学新闻与传播学院副教授，文学博士；湖北 武汉 430072。

张 盼，武汉大学新闻与传播学院硕士生。

●基金项目：国家哲学社会科学基金一般项目(11CXW015)

●责任编辑：何坤翁

^①丹尼尔·麦奎尔：《麦奎尔大众传播理论》，第 101 页。