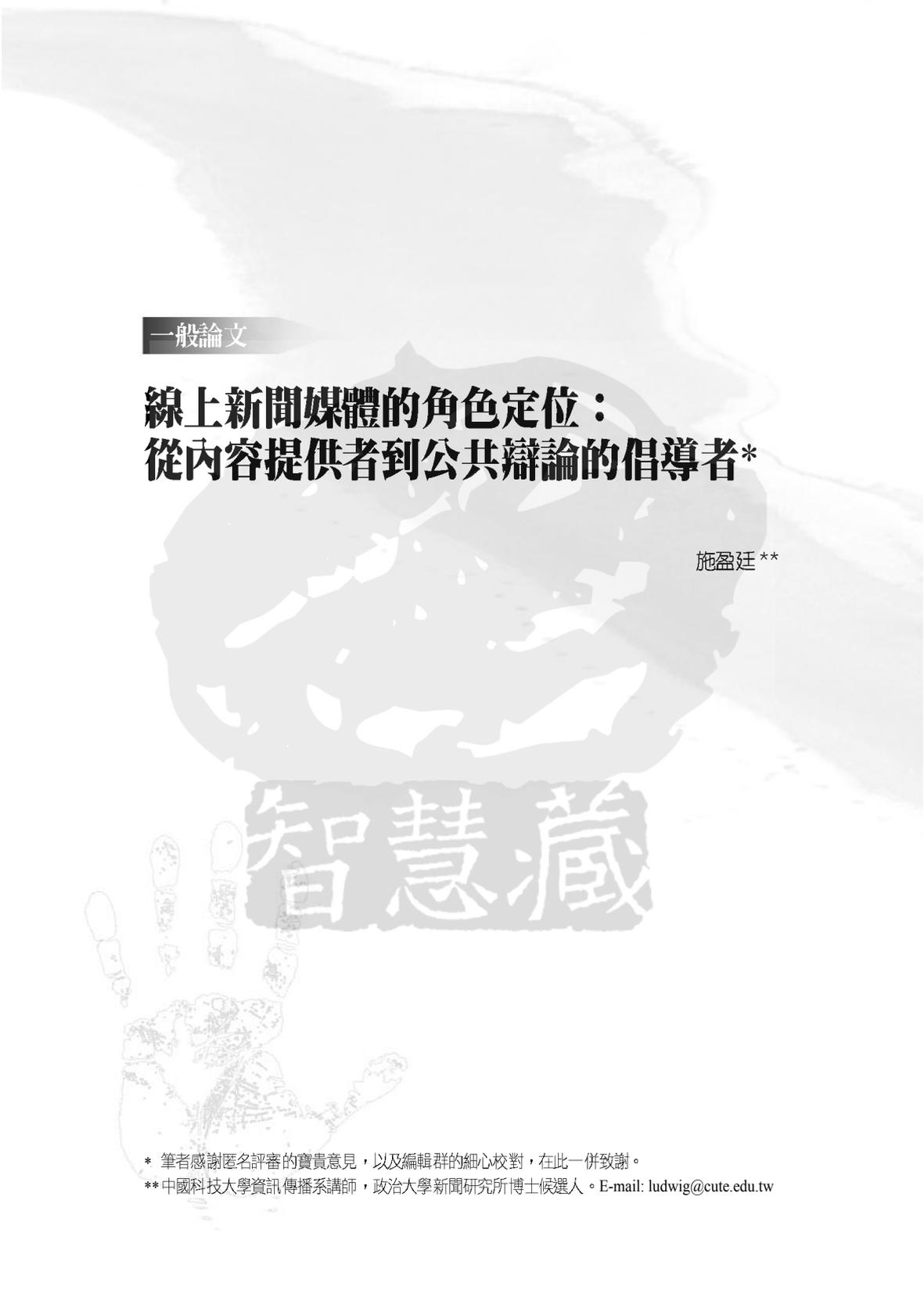


一般論文

# 線上新聞媒體的角色定位： 從內容提供者到公共辯論的倡導者\*

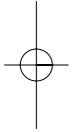
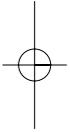
施盈廷 \*\*

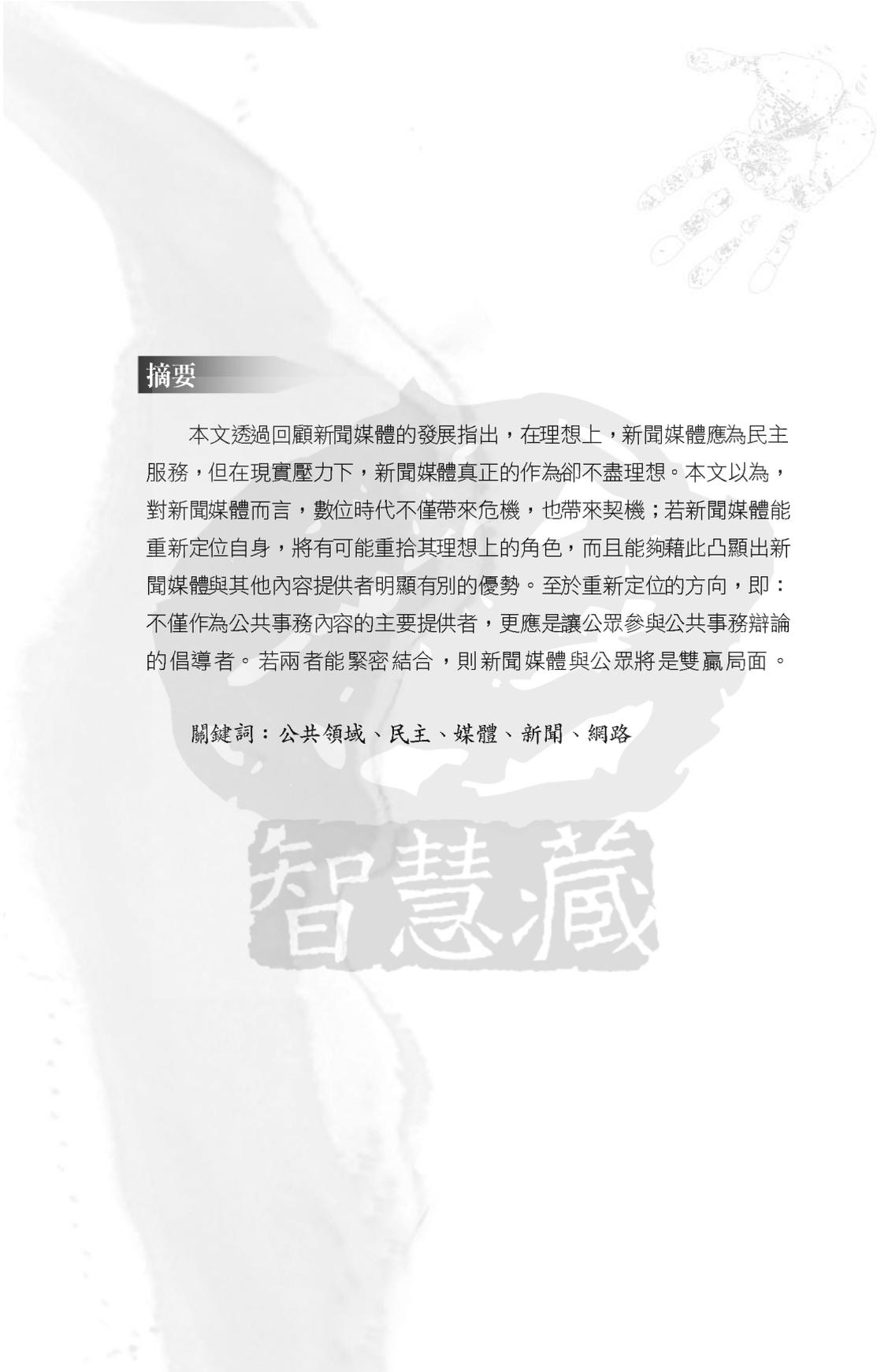
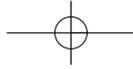


智慧藏

\* 筆者感謝匿名評審的寶貴意見，以及編輯群的細心校對，在此一併致謝。

\*\* 中國科技大學資訊傳播系講師，政治大學新聞研究所博士候選人。E-mail: ludwig@cute.edu.tw



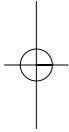
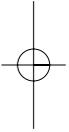


## 摘要

本文透過回顧新聞媒體的發展指出，在理想上，新聞媒體應為民主服務，但在現實壓力下，新聞媒體真正的作為卻不盡理想。本文以為，對新聞媒體而言，數位時代不僅帶來危機，也帶來契機；若新聞媒體能重新定位自身，將有可能重拾其理想上的角色，而且能夠藉此凸顯出新聞媒體與其他內容提供者明顯有別的優勢。至於重新定位的方向，即：不僅作為公共事務內容的主要提供者，更應是讓公眾參與公共事務辯論的倡導者。若兩者能緊密結合，則新聞媒體與公眾將是雙贏局面。

關鍵詞：公共領域、民主、媒體、新聞、網路

# 智慧藏



## 壹、從新聞媒體與民主的關係談起

就概念上而言，新聞媒體與民主不必然會產生關聯，因為在小國寡民的世界裡，人人均可直接參與政治，此時不需新聞媒體居中介角色，若情況理想，民主可以在無中介者的狀態下運作良好。但隨著人口成長、專業分工及政府組織愈來愈龐雜等因素，一般民眾已經沒有時間，甚至是沒有心力直接參與政治決策，新聞媒體便起而扮演中介的角色。也就是說，現在的政治大體上是中介的（mediated）政治，政府和人民的溝通管道就是媒體（Entman, 1989；McNair, 2000），故而在現今民主社會中，新聞媒體的角色攸關著民主運作的良好與否。誠如 O'Neil（1998）所言，媒體和民主間有著強烈的連繫，因為一方面市民社會需要近用資訊以作出政治決定；另一方面，政治人物需要透過媒體來評估公眾氛圍、表達觀點，並與社會進行互動，也因此，媒體成為政府和社會之間的重要管道。此外，由於民主極易腐敗，需要受到監督，所以媒體在民主社會中，亦擔負監督者的角色，即所謂「第四權」（fourth estate）或「看門狗」（watchdog）。

很多人認為公共領域正處在危急關頭，而媒體和民主的關係並不樂觀（McQuail, 2000；轉引自 McNair, 2000）。事實上，新聞媒體的表現已飽受批評，但其角色定位卻鮮少被挑戰；也就是說，人們認為新聞媒體在執行第四權及看門狗這兩種角色時，其成效有待改善，但卻少有人認為，新聞媒體不應當扮演這兩種角色。本文以為，初時，人們對新聞其實有所期待，所以在定位新聞媒體的角色上，其理想性不言可喻，但隨著政治、經濟、社會，甚至是科技的不斷變革，新聞媒體並不必然會繼續追隨理想前進；更常的情況是，新聞媒體會依現實考量而調整自身目標，也因此，社會原本所賦予新聞媒體的角色定位，與其實際執行之功能，常是天差地別。在這種情況下，與其要求新聞媒體這隻寵物狗（lapdog）繼續偽裝成看門狗，還不如重新思考新聞媒體的定位，以尋回價值。

此外，隨著傳播科技的普及，人們近用政治資訊的管道漸增，許多「內容提供者」開始取代新聞媒體，成為人們資訊的主要來源，特別是年輕的網路族群，對傳統新聞媒體在新資訊（如流行時尚、運動競賽、股市理財等）方面的倚賴程度逐年遞減，也因此，新聞媒體的中介者角色亦同時受到挑戰，迫使我們不得不重新思考，在數位時代中，新聞媒體應如何自我定位。

本文將透過回顧新聞媒體的發展歷史，指出新聞媒體在民主社會中的角色，其實是民主發展的關鍵，但因為社會現實所形成的壓力，促使新聞媒體不再追隨理想上的角色定位，轉而依附一些似是而非的理念來確保自身的存在。值此同時，新聞媒體與民主的距離已漸行漸遠，甚至變成一個孤立於社會系統之外的特殊體制；更嚴重的是，新聞媒體並不因其本質已脫離理想上的角色定位，而自外於政治決策，反而變本加厲地試圖「挾新聞自由以令社會」。在這雙重扼殺民主的過程中，那些對公共傳播的危機、公共領域的消失、聲刺文化（sound-bite culture）主宰政治運作、人民對政治冷感、明星政治等現象的嚴詞批判，已非危言聳聽，而是你我每天均得面對的「現實」。在這種「現實」底下，若社會要重拾民主活力，出路在哪裡？

本文以為，數位時代所帶來的可能性（potential），或許能讓線上新聞媒體成為出路，但這個出路的原動力，並非落在科技本身，而是落在線上新聞媒體的角色定位。本文將透過回答下述問題，指出：民主社會由公民與國家共同組成，市民社會是公民限制及影響國家權力運作的重要場域，而新聞媒體是組成市民社會的重要機制之一，因此唯有清楚定位新聞媒體與市民社會間的關係，新聞媒體真正為民主服務的這條路，才有可能走得通；而一旦此路通暢，將不僅是新聞媒體重新回歸理想性的大好機會，也是新聞媒體重拾人民信任的關鍵所在，更是新聞媒體能夠永續生存的決定性因素。據此，本文所欲回答的問題包含：

- (1) 新聞媒體在民主社會中的理想定位為何？
- (2) 新聞媒體現在的角色定位為何？何以理想與現實有所差距？

- (3) 新聞媒體如何重回理想的定位？數位時代提供哪些可能性？
- (4) 就這些可能性，線上新聞媒體的理想角色定位為何？

## 貳、新聞媒體在民主社會中的理想定位

自 1989 年哈伯瑪斯的著作《公共領域的結構轉型》（*The Structural Transformation of the Public Sphere*）被譯成英文後，人們對於新聞與民主的討論已愈來愈多。但事實上，有關新聞媒體在民主社會中應該扮演什麼角色的爭論，早在二百多年前即已萌芽。1721 年，J. Franklin 創辦一份名為 *New England Courant* 的報紙，當時這份報紙由非當權者所出版，因此標示著與舊有新聞傳統的分離，更重要的是，該報是第一份參與公共議題運動的報紙，從此，報紙逐漸被視為「公共利益的看門狗」（watchdogs of the public interest）（DeFleur & Dennis, 2002: 62）。至 1773 年，J. P. Zenger 出版報紙 *New York Weekly Journal*，其內文章大力批評當時的紐約州政府，使得 W. Cosby 州長憤而對他提出煽動性毀謗（seditious libel）告訴，希望予以制止。在法庭上，辯方律師 A. Hamilton 雖然承認 Zenger 批評政府，卻向法院宣稱，不管法律怎麼規定，「沒有人應該因為出版真相而受到懲罰」，法官最後判決 Zenger 無罪釋放。雖然當時法令並未因此而有所變動，但訴訟結果卻確立了一個重要的原則，即「報業應該被允許批評政府」（ibid.: 63）。從此，新聞媒體開始透過「出版真相」來監督政府，最後此原則被納入美國憲法第一修正案，乃謂「新聞自由」。

至今，新聞自由已成爲新聞媒體最重要的權利，多數新聞媒體在對抗政府壓迫時，均以新聞自由爲屏障，即使在新聞自由沒有入憲的台灣，新聞媒體仍大量仰賴新聞自由的保障，而且也確實有效。不過，當初保障新聞自由的理由，是爲了讓新聞媒體監督當權者，而新聞媒體監督當權者的目的，是爲了維繫民主不墜，因此，更準確地說，新聞自由背後所欲保障的並非是新聞媒體，而是民主，或者說是人民。但令人驚訝

的是，這中間的差別卻常被忽略，導致許多似是而非的論點鮮少被挑戰。很多人誤以為，只要新聞自由被確立，則民主已受保障，然若仔細思量，這裡存在一個極為嚴重的弔詭，亦即：「僅」在新聞媒體確實為民主服務時，民主才「有可能」透過保障「（真）新聞」的新聞自由而受到保障；反之，如果新聞媒體不再為民主服務，甚至與當權者共謀，那麼保障「（偽）新聞」的新聞自由，反而是為虎作倀。Waisbord（1998）就直言，早期提出新聞自由是為了對抗政府介入，後來新聞已逐漸受到市場力量主導；市場主導的新聞視公眾為消費者，而非政治社群中的一員，這使得公共領域已逐漸失去自主性。也就是說，在商業主導下的「新聞」，其實已非理想上新聞自由所欲保障的「新聞」。

無疑地，商業主導下的新聞媒體，多數作為均與民主無關，而與消費有關，其商業行徑是以營利為目的。更重要的是，誤將保障新聞自由當成是新聞媒體為民主服務的「充分」要件，實乃市民社會要求新聞媒體為民主服務的最大阻礙。就邏輯上而言，新聞媒體是人民與當權者之間的中介管道，其功能應視人民與當權者之間的關係而定。在早期，政治資訊難尋，當權者手握強權，少有人敢批評政府，因此新聞媒體挾人民所賦予的權利，代替人民對抗強權，自然合情合理；但今日，政治資訊泛濫，少有人不批評政府，新聞媒體卻仍每天不斷重複上演聲刺文化下的「叫囂」，甚至充當企業、廣告主或當權者的傳聲筒，這種新聞媒體所執行的功能，與人民所冀望的角色，相距何止千里之遙。McChesney（2002）在討論九一一事件報導時就直言，雖然大家說媒介是第四權，但在每一個案例中，媒體都證明自己是軍國主義和戰爭的超級宣傳機制。換句話說，「相較於理想的自由報業中，新聞所應肩負的公民教育者和守護者的角色，當下的新聞媒體差得遠了」（Entman, 1989: 3）。若現況如此，我們要如何重新定位新聞媒體呢？

在理想上，新聞媒體應是促進民主的機制，其最重要的服務對象是人民，而不是企業、廣告主或當權者，況且市民社會是民主社會中，公民抵抗國家權力強行干預，及影響國家決策的重要場域，而新聞媒體又

是現今市民社會中最重要之機制之一，因此若要問新聞媒體在民主社會中的理想定位為何，則必須重新思考，在現今民主社會中，新聞媒體與市民社會之間的關係為何？本文以為，這兩者的關係應該與一般未受挑戰且積非成是的概念相反，也就是說，新聞媒體與市民社會的關係，不應是不論新聞媒體提供什麼，市民社會都囫圇吞棗、照吃不誤，而應該在以促進民主為先的條件下，根據市民社會覺得需要何種機制，再依此設定新聞媒體的角色，因果之間不可反置。誠如 Rosen（1996）所言，新聞媒體若有出路，則必須重新認清「新聞和民主」、「記者和市民」，以及「資訊和參與」三種關係。這三種關係所指的是社會中不同層面的「供給」和「需求」關係，亦即當下社會已提供了記者、新聞和資訊，然而社會所需要的卻是市民、民主和參與。人們常誤把保障新聞自由當成保障民主、誤把記者的聲音當成市民的聲音、誤把資訊的供給當成參與的達成，因此，我們必須特別去理解三種關係中的二個重疊命題：一是通常我們以為人民需要資訊，以便能夠參與，但其實應該反過來，即人民必須要參與，那麼他們才會想要而且需要資訊；二是傳統上都認為民主是我們已經有的，而資訊是我們需要的，但其實應該反過來，即資訊是我們已經有的，而民主才是我們需要的。對本文而言，這種以「民主為體」及「參與為用」的想法，正明白顯示現今新聞媒體與民主之間的理想關係。

Carey（1988）指出，新聞媒體認為自己的角色是告知民眾資訊，而不是促發文化不斷對話的代理機制，這種作為會讓社會原本可以透過辯論，進而發展出其他可能性的重要機制消失。Lasch（1997: 77-79）在一篇名為〈新聞、宣傳和消逝的辯論藝術〉（“Journalism, Publicity and the Lost Art of Argument”）的文章中，更直言「民主所需的是公共辯論，而不是資訊」。從這個觀點來看，新聞媒體的職責在於鼓勵辯論，而非提供民眾資訊。本文以為，這種論點在當下情境更顯明智，因為在數位時代中，資訊已過度泛濫，然而公眾又鮮少付出注意力，所以對公共事務的瞭解愈來愈少；若要公眾參與政治，則需要的不是資訊，而是鼓

勵公共辯論。Merritt (1995: 131) 亦嚴厲批判這種現象，他認為，傳統報業堅稱它是誠實、理性、明智、可靠且可信的，但又堅稱它對自己的存在目標沒有什麼明顯的觀點，它只是堆砌那些被當成新聞來傳播的事實；但在滿是資訊的年代，人們要看的不再是堆砌事實的資訊，而是對於重要事件的看法，只有當人們相信某些意見符合某些共享價值時，這些意見才會被信任。也就是說，公共生活「需要共享的資訊和共享的審議」，唯有如此，「人們才能共同回答民主的基本問題：『我們應該往哪裡去？』」（ibid.: 131）。

Alter, Gore, & Henry (1997: 4) 說明，現在大部分的新聞都只專注於自身，第一修正案的訴求只是「報業有、報業治、報業享」(of the press, by the press, for the press)，與公眾的真正利益關聯不大。很明顯地，現今的新聞媒體，只是在新聞自由的屏障下，提供了一些難以辨識意圖真偽的「真相」——也許是真新聞，也許是以新聞形式包裝的廣告——無法確保新聞媒體能為民主服務。進一步言，在數位時代中，民主需要的是參與、公共辯論或共享的審議，以往新聞媒體的中介者和監督者角色，難以提供這些功能，故無法有效促進民主發展；但若新聞媒體仍宣稱是為了堅守民主價值而存在，則新聞媒體的理想角色定位並非中介者或監督者，而是公共辯論的倡導者、營造者或鼓勵者。

## 參、新聞媒體現在的角色定位

事實上，新聞媒體應為公共辯論倡導者的想法並不新穎，早在十九世紀時，新聞所扮演的角色即是負責延伸鎮上集會討論。在當時，報紙不僅報導政治上的爭議，且親身參與其中，更吸引著讀者共同討論，也就是說，平面報紙為口語和文字創造出更大的公共論壇。但令人驚訝的是，到了二十世紀初，當報業口口聲聲地說自己已變得愈來愈負責任（responsible）、專業化（professional），以及更加意識到它的公民義務（civic obligations）時，公共辯論卻開始衰微（Lasch, 1997）。

眾所周知，影響新聞轉變的因素不勝枚舉，但最關鍵的一項，應是市場取代政府，成為主宰新聞媒體的主要力量，這個變動也讓新聞媒體在供給和需求上，均遭受極大挑戰。Entman（1989）分析，在供給方面，市場競爭讓新聞必須以最少成本換取最大利潤，而最便宜的新聞來源，就是倚賴掌權的政治菁英所提供的資訊；在需求方面，較好的新聞報導並不受廣大閱聽眾青睞，而好新聞在市場上的需求有限，不僅造成好新聞的數量減少，更導致有心想瞭解政治的閱聽眾，也難在市場上尋得高水準的新聞。因此，從政治市場上來看，菁英掌控了新聞；從經濟市場上來看，新聞組織為了要降低成本並增加獲利，所以必須依賴菁英，以最少成本製作出能吸引最多消費者的新聞。

在此一市場趨力下，對民主參與傷害最大的，莫過於伴隨商業力量而起的專業新聞學（professional journalism）和客觀新聞概念。專業新聞學約在一百年前於美國開始發展，其興起的一個重要理由，不外乎壟斷的報紙為避免事業遭到損害，所以必須提供「不偏袒」（non-partisan）而可信的新聞，導致「專業主義將官方或是具資格（credentialed）的消息來源，當成是新聞報導的基礎……當記者報導官方消息說什麼或爭論什麼時，他就是專業的」（McChesney, 2002: 95）。至於背景資料和脈絡材料，則因為沒有官方的加持，所以很快地便消失無蹤。更嚴重的是，「大多數的記者，都將官方消息速記員（stenographers）這個主要角色給內化了，以致於沒有發現這種情況對民主而言是個問題」（ibid.: 95）。

新聞媒體除了倚賴官方為消息來源外，專家亦被視為具資格的消息來源，特別是面對較為複雜的新聞事件，記者均會尋求專家意見，而非一般民眾的意見。此外，一旦對事件提供有意義的脈絡和背景資料，會被視為過於主觀且破壞了新聞專業，所以專業新聞學亦避免將事件脈絡化，到最後，專業新聞學所產製的，不是對行動的理解和細節，而是「混淆、犬儒及冷淡」（ibid.: 98）。伴隨著公共事務應該由專家作決策、政府的政策應該奠基於專業知識，以及政策太過複雜不應訴諸於一般大

眾等信念的風行，一般大眾在民主的運作過程之中，幾乎已無置喙餘地（Lasch, 1997）。

正因為傳統新聞價值將有權力的人視為新聞來源，結果遂導致「典型新聞報導傾向於忽視平民百姓」（Herbert, 2000: 63）。此時，媒體的產製和接收之間，出現了嚴重的斷裂，閱聽眾「介入或促進產製過程的能力，被嚴格地限制」（Thompson, 1995: 29）。易言之，在媒體產製資訊的過程中，讀者幾乎被完全地排除在外（Boczkowski, 2004）。

當時間逐漸推移，市場壓力不斷增強，前述這股趨勢也愈發顯得毫無轉圜餘地，加上廣告和公關產業的興起，更促使報業必須對金主「負責任」。從廣告和公關的角度來看，新聞媒體想要吸引的對象，是那些富有的（well-heeled）讀者，只要他們願意看，廣告主就願意付錢；但這些讀者常自認為是不受影響的選民，因此不願看到新聞中，出現受到觀點左右的「意見」，即新聞不必提供不同觀點的看法，只需提供客觀中立的新聞，最後演變成新聞的「責任」就是避免爭論。對於廣告主而言，參雜意見的報導，無法保證能夠吸引到他們期待的閱聽眾，也因此，負責任報業的標誌——客觀，就在這些期盼下應運而生，至此，新聞媒體的理想使命已被完全拋諸腦後（Lasch, 1997）。Johnson（1998）即明白表示，不管在任何社會，私營媒體都是以獲取最大利潤及減少競爭為目的，而促成政策和政治的過程，通常與此目的無關。在二十世紀時，因為商業化的過程，廣告主開始將廣告流向大型報紙，在此同時，報紙又宣稱會提供大眾所需要的資訊，最後公共辯論只能逐步走向消逝之路。

就在專業、客觀的信念下，新聞媒體開始排除非官方、非專家的消息來源，以及各種被視為是「意見」的內容。Gans（1997）直指，這種由上而下的觀點，不僅是民意的錯誤圖象，更影響了民意的形成，因為事實上，菁英並不真正代表民意，而將民意等同於民意調查，更只是便宜行事。Lasch（1997: 85）也認為，有政黨色彩之報紙（partisan press）的沒落和客觀新聞的興起，無法確保新聞能不斷提供有用的資訊，除

非「資訊是來自於持續的公共辯論」，但現在資訊多來自於想要宣傳某事物的人，不管是要宣傳產品、候選人，還是其他；新聞就像以前的郵局，在早期負責傳遞無法面對面溝通的資訊，現在卻每天傳遞一大堆如同垃圾的廣告信。

正因為新聞媒體相信「愈是官方、客觀，愈是專業」，使得公民透過新聞媒體參與政治的機會，幾乎已消失殆盡，到最後，新聞媒體的「客觀」，讓它成爲一個完全超然的體制，超然到沒有任何體制可以起身反駁它，甚至連人民也不行。Carey (2002) 對此有強烈而深刻的批判，他認爲，新聞約莫到二十世紀的後三分之一時，已開始散亂並引發民眾厭惡。在此變化過程中，有兩個關鍵事件充當推手，分別是〈五角大廈文件〉(“Pentagon Papers”)的出版，和水門案(Watergate)的調查，從此之後，新聞媒體開始自詡能獨立撐起民主，無視於其他民主制度的存在。「報業似乎裁定，只要有了自由的新聞，那麼獨立的司法、強而有力的行政、積極的公眾、自由的學界和審議的民主，都只是民主的裝飾品」，另一方面，「在公眾眼中，所謂獨立的報業已經變成所有制度的敵人，包含公眾本身……報業不僅獨立於政黨政治，也獨立於民主」(ibid.: 84-85)。報業希望把自己身上的所有限制都移除，讓自己變成「一個擁有特殊權利的特殊制度」，而且它所擁有的權利，比民主社會運作時所必須之平民百姓和其他制度的利益更爲重要。

對「獨立」的情有獨鍾，即使到了電子新聞媒體的時代亦無稍減。如 Trippi (2004) 所言，以廣播電視爲傳遞媒介的政治(broadcast politics) 型態，也讓民主制度遭受許多嚴重的問題，其中包含：市民與政治、社會的分離(civic disengagement)，即公民的孤立、參與政治的死亡、社會及公民結構的拆解；電視持續提供膚淺內容以愚弄全體選民；政治和政府在各種獻金、特殊利益和企業的影響下已逐日腐敗；其他諸如彼此攻擊的廣告、只注意政治事件中的宣傳口號卻不深究事件脈絡，以及將政治人物形塑爲明星並瘋狂追逐等，都讓民主參與的機制逐漸廢弛。換句話說，電視不僅沒有讓我們逃離無法參與政治的窘境，反而讓我

們變得更笨、更孤立和更分散。Entman (1989: 125) 也認為，面對政治、經濟和意見市場的壓力，新聞媒體全面挫敗，記者的報導「沒有服務到任何人的長期利益」(long-term interests of nobody)，掌控新聞的人難以從中獲利，公眾更不可能獲利；在這種情況下，日益增加的經濟競爭幾乎沒有提供任何希望，讓我們可以逃離這個矛盾。

進入八〇年代，諸多傳播科技逐漸普及，新聞媒體更趁勢將自身重新定義為「資訊工業」(information industry)。在併購的風潮下，企業愈來愈大，新聞的比重就顯得愈來愈小，加上其他媒介搶食大餅，新聞媒體的閱聽眾人數急遽下滑。為應付此等困境，報業只得裁撤耗費資金的報導，因而導致新聞趨於制式化(mechanical)，且以省錢為主要考量。這種情況讓公眾意識到，新聞媒體已經不再是民主參與之希望所寄，公眾逐漸對政治冷感，並開始減少參與政治活動(Carey, 2002)。

#### 肆、理想與現實之間的差距

論述至此，我們已可清楚瞭解，新聞媒體理想上應該做的，和實際上正在做的，相去何止千萬里，但若要幫新聞媒體解套，則有必要追問何以現實與理想會有如此巨大的差距？Entman (1989: 21) 分析，新聞理想和現實之間橫生鴻溝的主要原因，是「意見市場(idea marketplace) 這個隱喻(metaphor) 中，充滿了未經證實和無根據的假設和期望」。這個隱喻認為只要有足夠的意見流通，意見就會描繪真實或促進社會公益，但這種說法最大問題是，我們並沒有證據可以證明，新聞媒體在產製新聞或閱聽眾在消費新聞時，都是以真實性和促進社會公益為主要考量，況且對菁英、廣告主、閱聽眾而言，每則新聞都可能出現截然不同的詮釋，因此站在新聞媒體的立場，若要避免得罪任何一方，最安全的方法就是躲在「客觀」的標籤底下。Carey (2002) 更指出，在全球經濟下，政府和市民社會都受市場規訓，政治權力已經變成經濟權力，所謂民主也只是經濟上的民主；在經濟世界中，人們只獎勵效率，對政

治自由和民主並沒有太多耐心，當民主逐漸消失，我們對民主的想像隨之限縮，最後連對經濟民主的想像，都只限定於自由和開放市場。這種情況不僅存在於民眾心中，就連特權階級亦復如此，包含記者。但值得注意的是，政治民主並不會伴隨有效率的市場經濟而來，政治上自由的報業，也不會來自經濟上自由的報業。「事實上，當經濟價值主導政治時，自由通常就處在危險之中」（ibid.: 89）。

十幾年前，Entman（1989: 8-9）即在其名為《沒有公民的民主》（*Democracy without Citizens*）一書中大聲疾呼，雖然科技已讓記者或人們近用資訊的管道大增，但事實上，新聞媒體對民主的改善並不如預期中理想，亦即理想和現實之間其實是有落差的。他稱當時的報業處在四個矛盾狀況之中，即「量增卻未成長」（abundance without growth）、「好鬥卻缺責任」（aggressiveness without accountability）、「受迫卻不改革」（pressure without reform）和「有權卻無控管」（power without control）。「量增卻未成長」指的是媒體大增，國家基礎建設也日益改善，但新聞媒介卻未對公民權有所助益；「好鬥卻缺責任」指的是報業對政府的作為愈來愈多疑，甚至對政府冷嘲熱諷，但卻未負起報業應有的責任；「受迫卻不改革」指的是雖然新聞媒體持續遭受閱聽眾或菁英的責難，卻未見改革；「有權卻無控管」指的是報業居第四權，受新聞自由保障，理應對政策和政治深具影響力，然而在運作上卻未能獨立自主，反而十分被動且易受其他社會機制的影響。

今日看來，這些批判依然針針見血，不禁讓人懷疑，如果新聞媒體一天不退出市場競爭，它是否永遠都不可能對民主作出真正貢獻？無疑地，一味希望新聞媒體在經濟主導的潮流中退出市場競爭，實是過於天真，即使政府有心介入，最後必然也會因「戕害新聞自由」的指責而收手。易言之，要求新聞媒體不去理會市場競爭，轉而以促進公共利益為先的解決方式，看似合乎理想，但卻可能是不切實際的。

若把場景拉回台灣，我們仍可發現理想和現實之間存在極大差距。黃惠萍（2004）認為，台灣媒體在報導公共政策或議題時所呈現的特色

，與美國新聞報導的缺失雷同，如菁英或媒體決定議題、消息來源以菁英為主且強調衝突性，而民眾對新聞媒體感到不滿，對公共政策亦有無從參與的疏離感。俞國基（2004；轉引自〈公民、互動與媒體〉，2004：19）更直言，從台灣的報業發展來看，我們並不比美國一般報紙來得差，「問題是在公共政策上面，我們的表現是比較弱的」。即使從新聞教育上來看，臧國仁與方念萱（2004：18-19）亦指出，「新聞教科書（以及新聞科系）過去慣將『新聞』這個名詞侷限為少數專家（如記者、編輯等專業工作者）方得接近的真實觀察工具」。顯而易見地，我們寧信新聞報導與真實之間有對應關係，新聞教育也發展出正確性、可信度、客觀性、平衡報導等概念，但在施行多年後，不僅實踐者（記者）無法跳脫深淵，閱聽人也對新聞報導多有微詞。

就此困境，大法官林子儀（1999）曾從言論自由與新聞自由的差異，推導出台灣新聞媒體所應扮演的角色。他認為就第四權理論來看，新聞媒體擁有一般人基於言論自由所無法享有的權利，所以新聞媒體扮演的應是監督政府的功能，以維護新聞自由。換言之，新聞媒體的角色並非僅為資訊提供者，而是要依其能否達致監督政府的內涵而定。林元輝（2004：57）亦曾回顧台灣學術史上的「新聞」概念，發現新聞的「稱謂歷時不變，但內涵卻與時而異」。這意謂著，新聞內涵應依其是否能達致社會所需求的功能而定，而不是任由新聞事業本身胡亂定義。

陳雪雲（2003：29）主張，台灣的新聞事業應遵循一套新的倫理，這套新倫理可以歸納為「多元／享用」、「對話」、「增能」（empowerment）和「審議」（deliberation）等，其中審議是集其大成。廣義來說，審議包含三項原則，即「倡導民主參與，積極反省與解釋公共生活，提供精緻資訊，以形塑公民認同；視民眾為合作的夥伴，傾聽民眾的聲音，並賦予能動力，尤其是社會邊緣團體，以解決社會問題；以公共論壇為己任，支援開放的公共空間，讓民眾藉由公共事務對話，學習獨立思考，溝通表達和衝突解決能力，追求人性尊嚴、環境倫理和生命意義等價值」（同上引：30-31）。

一般認為，九〇年代在美國興起的公民新聞學，可稱為審議式民主的典範，在此典範中，記者不是客觀中立者，而是社群生活參與者，新聞不僅更積極地探究社會問題，也必須走入社會，與民眾對話（陳雪雲，2003）。進言之，公共新聞學是要希望「媒體能夠主動採取怎樣的動作使公共政策的問題能夠達到一個共識，或是一個解決的方法」（項國寧，2004；轉引〈自公民、互動與媒體〉，2004：11）。

近年來，台灣產官學界曾針對公共新聞學在台灣落實的可能性進行探究，黃惠萍（2004）指出，公共新聞學運動是由美國地方媒體發起，且成功案例亦是此類媒體，相較於國內媒體生態，台灣則較缺乏社區或地方媒體。如果說要在台灣找到空間發展公共新聞，「報紙可能是較大的空間，電視廣播領域競爭實在是太激烈，很難期待他們有這種可能性」（馮建三，2004；轉引自〈公民、互動與媒體〉，2004：6-7）。因為雖然平面媒體儘管做得不好，但多少還有點常識，「可是電子媒體完全到了不會處理公共政策的地步，而且對公共政策毫無興趣」（項國寧，2004；轉引自〈公民、互動與媒體〉，2004：11），所以若要另尋出路，則報紙是一個可能的切入點。

可惜的是，公共新聞計畫由於「實驗性質濃厚，並無一定模式，可以說是各地方媒體工作者因地制宜、共同創造的結果」（黃惠萍，2004：21），所以到目前為止，台灣尚未出現確切且已有所成的後續動作。但顧忠華（2004；轉引自〈公民、互動與媒體〉，2004：13）曾提出一些可能的方向，呼籲「媒體界應該要建立一個常態性的辦理辯論的機制，然後由這個機構來設定遊戲規則。政治人物在選舉時，就應該按照這樣的遊戲規則來參與公共辯論，而不是讓他們都把電視辯論當成某種工具，計算怎麼樣對自己最有利」。對於解決台灣新聞媒體困境，林照真（2005.07）則認為，目前可以嘗試的兩大方向是「調查新聞學」和「公共新聞學」，雖然兩者觀點有別，但都以復興公共領域為職志，可惜以往各施其力，未能有效解決困境，未來若要尋出路，或許可以結合兩者的優勢，從兩個方向考量：一是關注公眾的角色；二是嘗試將「中立

性」與「參與性」結合，讓新聞的監督功能與公民參與（civic engagement）同時存在。賴祥蔚（2005）亦從言論自由的角度檢視，認為傳統從自由主義及個人主義出發的言論自由，已然不符資訊社會的需求，資訊時代人們需要的是傳播權，即每個人都應能夠享有參與傳播的權利。

綜上所述，台灣新聞媒體的情況並不比國外來得樂觀，若欲突破困境尋求出路，則不僅要讓閱聽眾擁有能自由參與的傳播權，而且要能夠將中立性與參與性結合。此外，就台灣情況來看，在報業中發展出持續穩定的辯論機制，亦可能是一可行的方案，而且必須在推動中，遵循一套新的新聞倫理。本文以為，由於數位時代的到來，特別是網際網路的發達，新聞媒體市場將由賣方（新聞媒體）市場轉變成買方（閱聽眾）市場，在買方市場中，如何讓買方願意造訪、停留，將變成是線上新聞媒體的最大挑戰。許多證據顯示，活絡的社群才是留住使用者的最大關鍵，而新聞媒體成為公共論壇的希望就在這裡逐漸浮現，因為網路可以讓新聞媒體在遵循新倫理的同時，一併兼顧中立性與參與性，且能在不需壓縮既有商業利益的情況下，為公眾提供公開辯論的理想機制。一如 Radin（2003: 159）所言，線上科技和其他較早的傳播科技一樣，均會重新設定閱聽眾和內容，網路亦將「影響表達的形式和內容、促成新的內容提供者、用新的方式滿足社會需要和欲求，有時甚至能改變政治權力的平衡狀態」。

## 伍、數位時代提供的可能性

McNair（2000: 105）認為，雖然媒體在政治辯論過程中，可以扮演報導（reportage）、詮釋（interpretation）和質問（interrogation）三種功能，但這三種功能裡，沒有一種可以讓公民有機會在過程中成為主動的參與者，公民都只是接收者，而「接收資訊對實現公共領域和完全民主的政治文化而言，是不夠充分的」；公共領域要能夠運作，需要「大眾近用」（mass access），這不只意謂著大眾要能夠「消費」新聞媒

體所產製的政治資訊，也要能夠「生產」。也就是說，民主社會中的公眾，在政治辯論的過程中，不僅要有閱讀、觀看或聆聽的機會，也要有「直接參與其中」的機會。畢竟在實際運作上，除了投票之外，公民並非政治組織中的一員，因此透過媒體來進行政治參與，應該是最實際也最有可能成功的政治參與模式。

讓民眾參與新聞媒體的主張，其實已有長遠歷史。早在 1690 年 9 月 25 日，由 B. Harris 所出版的報紙中，我們已可看到公眾參與的第一道細小曙光。當時，Harris 以為這會是美國第一份報紙，但卻因為他並沒有發行報紙的執照，因此甫問世隨即被禁。不過，在這份報紙中，有一個特別的小插曲，就是這份共計四頁的報紙，第四頁竟然是空白的。根據 Emery & Emery (1978: 22) 的說法，該報留下空白是為了「讓讀者將報紙傳給其他人之前，加上幾條他自己的新聞」。雖然這個三百多年前的的小插曲未被真正實踐，但我們仍可從中看到幾個深具啟發性的意涵：首先，新聞媒體並不是堆滿新聞的媒體，而是需要留下空白供讀者參與其中；再者，新聞媒體並非獨享，而是需要與他人共享；最後，人們透過新聞媒體互相共享的不僅僅是新聞，還包含其他人所增添上去的內容。

當然，若從較嚴格的角度來說，最早的公眾近用媒體形式，應屬報上的讀者投書，該機制至今仍是重要的近用管道。一般來說，讀者投書在公共近用上，扮演了三個重要的功能：一是它允許公眾直接發言；二是它提供了公民之間進行辯論的空間；三是讀者投書作為市井小民向政治人物傳達民意的管道，因此常被視為一種由下而上的溝通方式。然而讀者投書的方式，亦有其明顯缺憾，包含版面有限、讀者群受限、不識字者無法參與、無法即時回應、編輯握有刊出與否的權力等，甚至有人認為，那些投書者其實只是特殊的一群人，根本無法代表尋常的公眾 (McNair, 2000)。

隨著電子媒介的興盛，讀者參與公共辯論的機會愈來愈多，而且參與者的代表性和多元性也逐日增加，這些新的參與形式包含政論節目、

電話 call-in 及即時民調等。然而，新的參與形式並不如想像中理想，當這些參與形式愈受歡迎時，批判亦隨之而來。Livingstone & Lunt (1994: 24) 就曾大力批判這種「中介式 (mediated) 的公共領域其實是一種幻想 (illusion)」，因為它隱藏了資產階級宰制大眾的真相。只要稍微觀察台灣的政論節目即可知，儘管一概強調「全民開講」，但實際主要發言者是台上的來賓，他們也幾乎全數是所謂的菁英份子，而一般大眾只能在短短數十秒的時間中，表達非常片斷的想法，有時甚至尚未陳述觀點，即被主持人以時間有限為由而強制中斷；當然，就完整論述一個觀點而言，台上來賓的發言時間亦嫌短促，因此若要在有限時間內吸引他人注意，最有利的方式絕非理性對話，而是叫囂式的互相攻訐；此外，因需要搶攻新話題以提升收視率，所以這類節目所討論的議題往往每日更換，來賓和參與對話的閱聽眾亦是來來去去，毫無經驗累積的效果，徒具表象的政治辯論似乎是在追趕流行，不只一年四季，而是天天都在換季。

就在時間和收視的雙重壓力下，對話者與其說是理性溝通，還不如說是極盡所能地壓制他方觀點。而這正是 Hallin (1997) 所稱之「聲刺文化」，在這種文化之下，沒有人的說話時間可以超過二十秒。也就是說，雖然平面和電子新聞媒體均已提供公共參與的機制，但其運作方式卻令人沮喪，不過新的傳播科技，特別是網路，卻有可能會重新設定人們參與政治的形式。誠如 Schultz (2000) 所言，媒體應該提供更多管道讓人們進行回饋，而網路其實就是一個很好的機會。

本文認為數位時代所提供的可能性，將會由三個看似獨立、但卻彼此相關的面向構成：一是在數位時代中，新聞媒體提供公眾參與時所需負擔的成本，將大幅縮減；二是網路將由賣方（新聞媒體）市場變成買方（閱聽眾）市場，而讓公眾參與其中，已被證實是一種能夠吸引買方的有效方式；三是當公眾參與有成後，其參與的內容，將成為該新聞媒體與其他競爭者最明顯不同的原創內容，此舉不僅可以有效解除新聞媒體每天必須產製大量原創內容所造成的時間和成本壓力，更能讓公眾參

與的結果，變成是經驗或知識累積。接著，本文將分別就這些可能性詳細說明。

## 一、參與成本大幅降低

林照真（2005.07）在討論報業困境時，曾提出以報紙不同版面來區隔中立性與參與性的言論，可以達到讓報紙同時具備監督政府及公民參與的理想，但事實上這個理想並不容易實踐。平均來說，報社的支出有八成是用在印製和派送報紙上（Carlson, 2003），若我們把這種情況推論到新聞媒體提供參與機制時所需的成本，則可以很明顯地看出，單就報紙來說，因為印刷費用驚人，所以每增印一張，即意味著成本增加，獲利減少。除非廣告主願意刊登廣告，否則一旦增加讀者投書的空間，報紙所增加的成本，幾乎都得自行吸收，也因此，讀者投書的版面不可能無限增加。

就電子新聞媒體來看，增加公民參與空間的提議更是天方夜譚，因為當報紙用增加的版面來刊載讀者投書時，並不會壓縮到其他版面的內容，但在電子媒體中，一天只有二十四小時，一旦有時段被公民參與的內容所佔用，則其他內容必定會被排擠，最後不僅電子新聞媒體要為此時段付出成本，原本時段的利潤也將消失，除非廣告主願意贊助這種節目，否則電子新聞媒體等於是在做賠本生意。

然而在網路上，這些情況改觀了。根據 Reddick & King（1997）的觀察，雖然從有線電視興起之後，我們所擁有的頻道已明顯增加，但製作一個專業節目所需的成本，仍不是一般公司或組織所能負擔；若欲進入印刷市場，亦需要很大的資本。網路改變了這種生態，因為和之前媒體所需負擔的成本相比，維持網站的成本明顯低很多，而且隨著頻寬增加，和硬體設備價格下降，新聞媒體即使提供無限制的網路空間讓使用者參與，相對於傳統新聞媒體的營運成本來說，這些支出也幾乎是微不足道的。因此，本文以為，傳統新聞媒體因成本考量所形成的阻力，將隨數位時代的來臨而逐漸消失。

舉例來說，傳統報紙一般僅保留一個版面讓讀者投書，鮮少有報紙會提供超過一版的空間。就廣電媒體來看，公眾的聲音通常僅是某個民意論壇節目的其中一部分，即使從全部頻道的節目總時數來看，民意論壇節目所佔比例也是極低，這似乎代表著報紙及廣電媒體吝於讓公眾參與。但事實不然，只要觀察報紙及廣電媒體網站即可知，這些傳統媒體在網路上大開方便之門，不僅讓公眾可以在線上參與討論，亦可新增主題，對公眾回應的意見和內容數量幾無限制；原因無他，因在網上提供空間讓網友討論的成本極低，傳統媒體當然樂見其成。

## 二、公眾參與日趨迫切

就第二個面向來看，Kawamoto (2003a: 169) 曾清楚指出，雖然媒體現在已可以供應大量內容，但大多數人的時間有限，故「在數位的新聞世界中，使用者的時間限制就成為問題」，愈來愈多的新聞出現，不代表就有愈來愈多的人會去看。這種現象，Goldhaber (1997a) 稱之「注意力經濟」(attention economy) 的興起；他認為，在網路上，資訊常被視為網路經濟的基石，但資訊不可能扮演這個角色，因為經濟是由稀少 (scarce) 之物所主宰，而現今社會中（特別是在網路上），資訊不僅過多，甚至還泛濫，因此，相對於過多的資訊而言，稀少「注意力」才是新經濟中最稀少之物，也才是主宰新經濟的力量。在注意力經濟中，最明顯的供需法則是：當資訊的量增加時，對注意力的需求也會增加，這種供需不平衡的情況，已導致全面的注意力短缺 (deficit)，而且只會愈來愈嚴重。有鑑於此，在網路上真正要爭搶的，其實是使用者的注意力 (Davenport & Beck, 2001)，在注意力經濟中，最重要的是尋求、獲取和付出注意力 (Goldhaber, 1997b)。

對新聞媒體而言，注意力經濟的效應其實已逐步發生，根據電子商務觀察網站 eMarketer.com 在 2005 年的調查，全球最多人造訪的線上新聞網站是雅虎新聞 (Yahoo! News)，第二名是 MSNBC，第三名才是所謂「新聞媒體」所建立的網站 CNN (吳建興，2005)。雖然台灣

未見此類調查，但根據創市際市場研究顧問股份有限公司在 2005 年 10 月的調查，不管是網路使用者還是非網路使用者，對網站品牌的知曉度均集中在位居第一名的雅虎（創市際市場研究顧問股份有限公司，2005）。再根據同一調查公司於 2005 年 7 月所公布的台灣總體網站排名，前五名中沒有一個是新聞媒體所建構的網站，幾乎全是入口網站或搜尋引擎（聯合新聞網，2005）。這正意謂著，面對 Yahoo、Google、PChome 等大型入口網站或搜尋引擎的挑戰，新聞媒體若執意要倚賴其所能提供的「資訊」，也就是新聞，來搶食使用者的注意力，其實是毫無勝算，因為和這些網站比起來，新聞媒體所提供的資訊根本是小巫見大巫，而且也不具獨特性。

Davenport & Beck（2001）強調，在新經濟中，網站若要能吸引使用者，則必須具備「黏性」（stickiness），而要讓網站具黏性，則網站內容必須和使用者的有關聯（relevance）、具便利性（convenience）、讓使用者「參與」（engagement），且讓使用者形成「社群」（community）。在這四個關鍵要素中，前兩者即是入口網站何以遠勝新聞媒體的原因，因為使用者要閱讀與自己相關的新聞，連結入口網站明顯比分別造訪每一個新聞媒體的站點，要來得快且便利許多。比方說，若某位網友想快速知道一件新聞事件的始末，他可以選擇造訪新聞網站，但新聞網站僅會有該報或該電台所提供的資訊，入口網站卻會整合各類型媒體（包含報紙、電台、雜誌，甚至是個人網站等），這使得網友不僅可以更便利地取得所需資訊，而且取得自己所需資訊之機率也明顯較高，除非新聞網站亦將自己定位為整合型的入口網站，否則提供資訊的便利性和相關程度，將難以和入口網站抗衡。

換句話說，新聞媒體要勝出的關鍵即落在後兩者：讓使用者參與，並形成社群。事實上，用互動來留住使用者已被證明有效，而讓使用者共同創作，更是每一個線上討論網站的趨動力量，讀者提供的內容會讓網站更有用，而且更難離去，亦即，社群的感覺是強而有力的「黏性」建構者，而這個效應在很多受歡迎的體育網站上均可見到。比方說，民

視在 2007 年取得美國職棒大聯盟賽事台灣地區無線電視台的轉播權後，不僅在頻道上熱烈地宣傳和轉播賽事，並成立一個專屬網站「美國職棒看民視」（<http://mlb.ftv.com.tw/>）以留住球迷。該網站中的「球迷討論區」，就是建構網站黏性的典型作法，從諸如「大家明早會爬起來看球賽嗎？替小王加油！」等呼朋引伴式的主題，即可知道民視不僅透過虛擬的平台，讓喜愛美國職棒者結合成社群，更成功地將黏性引導到實際的收視率上。

### 三、獨特內容需求日增

讓使用者參與並形成社群的作法，不僅可以讓新聞媒體的網站具黏性，更可以引導出本文所稱的第三個面向，即新聞媒體在數位時代中，如何保有可與其它競爭者競爭的原創內容？Goldhaber（1997a）分析，在新的經濟模式中，若僅是完全複製自身或別人以前曾經做過的東西，恐將難以獲得注意力，因為新的經濟模式，是奠基在不斷的原創性（endless originality）之上。昔日以大量生產同樣的東西來降低成本，並獲取最大利潤的作法，在新的經濟模式中已不適用，這其實也就是新聞媒體在面對入口網站時，會節節敗退的重要原因之一。直言之，若新聞媒體仍將那些與傳統新聞媒體幾乎雷同的新聞，當成是吸引使用者的利器，無疑是自尋死路；新聞媒體要做的是找出自己與其他「內容提供者」明顯有別的優勢，對本文來說，這個優勢來自於新聞媒體長久以來被視為公共事務內容之主要提供者。而現在，新聞媒體可以透過使用者的參與和社群形成，將公共事務內容與公共辯論過程作緊密結合，這無疑是其他內容提供者難以望其項背的優勢。

Radin（2003: 158）指出，「網路討論的強大優勢之一，即是可以聚集很多人的智慧，讓願意選擇仔細研究（peruse）這些內容的每一個人，都能從中得到好處」。Rheingold（1993: 110）也認為，持續參與討論的人，將逐漸形成緊密的線上社群，且這個社群具「草根群智」（grassroots groupmind），會將「知識資本（knowledge capital）、社會資

本（social capital）和緊密關係（communion）」進行結合，而群智的特質，便是讓人們得以和他人共享每個人所共同關心的事。這意謂著公民參與可以建立社會資本，而社會資本可以促進協同合作及相互信任，所以公民參與是民主行動中的基本元素（Coleman, 1990），更是進行政治活動的重要先兆（Putnam, 2000），及民主社會能否運作良好的重要關鍵（Keeter, Zukin, Andolina, & Jenkins, 2002；Galston, 2004；Pasek, Kenski, Romer, & Jamieson, 2006）。

即使從使用者的角度，我們也可以清楚看出，數位時代的來臨讓使用者更容易參與，而較不致受限於經濟資本的不足。在數位時代之前，除非身為名人或願意付出廣告費，否則多數人在多數情況下，不太有機會在媒體上對大量閱聽人發聲，但網路卻可以讓每個人用很低的成本接近大量的閱聽人（Granick, 2005）。也因此，相較於之前民眾參與媒體所需付出的成本，數位時代的成本已經急遽下降，意即單就民眾參與這個面向而言，經濟資本在數位時代的影響力已經降低。

當然，我們不能否認社會上還是有人無法支應電腦和上網等成本，但一旦成本下降，就代表有愈來愈多人能夠負擔及參與，一如 Wellman & Haythornthwaite（2003；轉引自 Fox, 2004: 6）所稱，「我們正從只有專家才使用網路的世界，往每個人習慣將網路視為生活一部分的世界移動」。陳雪雲（2003）也認為，對話並非與生俱來，而是必須依靠不斷的充權賦能。換言之，雖然經濟資本的差異無法被完全解決，但解決這個困境是一個漸進的過程，至少目前在多數情況下，參與時所需擁有的經濟資本，已不再是民眾能否參與的關鍵；或許對那些無法負擔的人來說，數位民主仍是某種「菁英」式的民主，但相較於先前帝王時代、戒嚴時代、前數位時代而言，網路無疑已經讓人們更有機會參與。

#### 四、小結：新聞媒體居關鍵角色

此外，若將上述三個面向視為一個整體來看，則可以很明顯地看出來，不管在數位時代前後，媒體的營運仍會以商業考量為先，但不同的

是，在數位時代來臨前，媒體在商業考量下，必須以「全民開講」之名，行「忽視民意」之實，因民眾參與會增加成本並壓縮利潤，所以商業利益將會隨著民眾參與的增加而減少；可是當數位時代來臨後，媒體反而必須讓全民開講，因為新聞媒體讓民眾參與的成本微不足道，但商業利益卻會隨著民眾參與的增加而增加，這也是為什麼電子新聞媒體，諸如中時電子報、聯合新聞網等，都已在網站中加入民意論壇，甚至讓民眾自行開設討論主題的原因。

可惜的是，這些參與機制多是讓網友自生自滅，新聞媒體自身鮮少加入，或僅扮演衝突的仲裁者，所以辯論難以持續聚焦，甚至流於意識型態之爭。也因此，本文才會倡議新聞媒體應扮演更積極正面的角色，以促發對民主更有貢獻的辯論。畢竟溝通與參與本身並不能確保內容品質與價值，一旦參與人數變多，那麼互相聆聽的時間就愈少，但若參與人數太少，其對社會整體的重要性也會變小（Schultz, 2000），更重要的是，若參與結果無法形成力量或產生具影響力的決策，亦無太大意義（Hacker, 1996）。所以在尋求民主參與的解藥時，萬不可一意孤行地反對舊媒體，或是用其他的草根媒體來取代之（Schultz, 2000），與其如此，不如重新找回媒體應扮演的角色（Merrit, 1998）。本文以為，「找回媒體應扮演的角色」這個概念十分關鍵，因為在多數情況下，辯論品質也許可以依賴多數人的「良知」維持，然而，現代社會因成員過於複雜多樣，若僅依靠良知，則辯論容易失焦，若要持續穩定地進行有效的公共辯論，則機制或制度的建立才是最適切的保障，而新聞媒體本應促進市民社會中公眾意見的形成，所以理應擔此重任。事實上，我們可從維基百科（Wikipedia）現所面臨的困境看出這其間的差異。

雖然維基百科已被視為網友參與的成功典範（Hitwise, 2005），甚至被認為與大英百科（Encyclopedia Britannica Online）差距不大，堪稱是另一本金質的入門參考書（gold-standard entry-level reference work）（news@nature.com, 2005.12.14），但身為創始人之一的 Sanger（2004）卻認為，若維基百科要真正達到百科全書的水準，則必須要同時納入

專家和一般公眾的聲音，並開始採納一種公開可信的審查過程（publicly credible review process）。Sanger 的概念，可以套用到本文的討論脈絡，亦即讓使用者在網路上討論公共議題，或許能對民主參與有所助益，也可能會有所成（如維基百科），但若要讓公共辯論能夠持續穩定地對民主作出貢獻，則熟稔公共議題的新聞媒體（即 Sanger 所謂的專家）必須要擔負起引導及促進的責任，以確保辯論的品質能夠受到公評與檢驗（如大英百科）。

無可諱言地，從當下台灣的政經環境來看，很多人對新聞媒體已深感失望，更別說是讓新聞媒體成為公共辯論的關鍵角色。然而，若從理論上來看，要成就有效的公共辯論，則不僅需要公眾參與，還得要有熟稔公共議題者願意不斷付出，並持續就議題提出相關資料與不同觀點，如此辯論才能在嚴謹且多元的意見下，達到更高成就。若從實務上來看，新聞媒體每天所面對的是與公眾有關的事務，新聞媒體每天持續報導的亦是公共議題，這剛好符合我們在理論上對此角色的要求，因此，新聞媒體不僅能夠而且也適合擔任此角色。

值得注意的是，過去新聞媒體總是以商業利益為依歸，故在擔此重任時，必然會面臨諸多挑戰。但根據前述討論，由於參與成本降低、公眾參與的要求日益迫切，以及新聞媒體必須產製獨特內容始能在數位時代存活，所以從理論上分析，新聞媒體成功轉型的機率增加。但數位時代帶來的優勢，並非全然為新聞媒體所獨具，從實務上判斷，新聞媒體亦會因這些轉變而承受同等壓力。比方說，記者成立自己的部落格，並發表異於主流文化的言論；一般公眾藉由部落格或討論區批評時政，並透過網路串連；非傳統新聞媒體紛紛成立網站，並搶佔新聞市場。在可見的未來，這股潮流將更為興盛，新聞媒體已難對此現象置之不理。不管是來自於內在體制或外在環境的壓力，無不要求新聞媒體必須重新定位，否則難以維繫生存，因此，就算當下媒體的狀態無法擔此重任，新聞媒體亦必須被迫改變現狀，以符合時勢所需。就像在三台獨大年代下成長的電視台，若無法在頻道開放年代中掌握市場，終將逐步沒落；同

樣地，在頻道開放下長大的新聞媒體，若無法在數位時代中擁抱公眾，亦將被拋諸腦後。

## 陸、結論：線上新聞媒體的角色

McChesney (2002: 99) 認為，「沒有一個簡單或容易的答案，來告訴我們要如何讓新聞為民主服務，特別是在有強大勢力主導戰局的情況下，但如果我們仍期盼能生活在一個有人性且自主的社會的話，這個問題就必須被處理」。讓新聞媒體扮演公共辯論的倡導者，或許無法即刻達致審議民主的理想，甚至可能因資訊雜亂且難辨真偽，而流於各說各話或叫囂對罵，但 Lasch (1997: 83) 進一步指出，正因為「辯論是具風險 (risky) 且無法預測的 (unpredictable)，所以才會有教育性 (educational)」。當然，本文並不認為單純促發辯論即等同於達致民主理想，但若要增進社群的民主，則促發辯論是絕對必要的，也正因為辯論的不可預測，所以民主精神和民主所欲展現的共識，才得以在辯論中被成就。

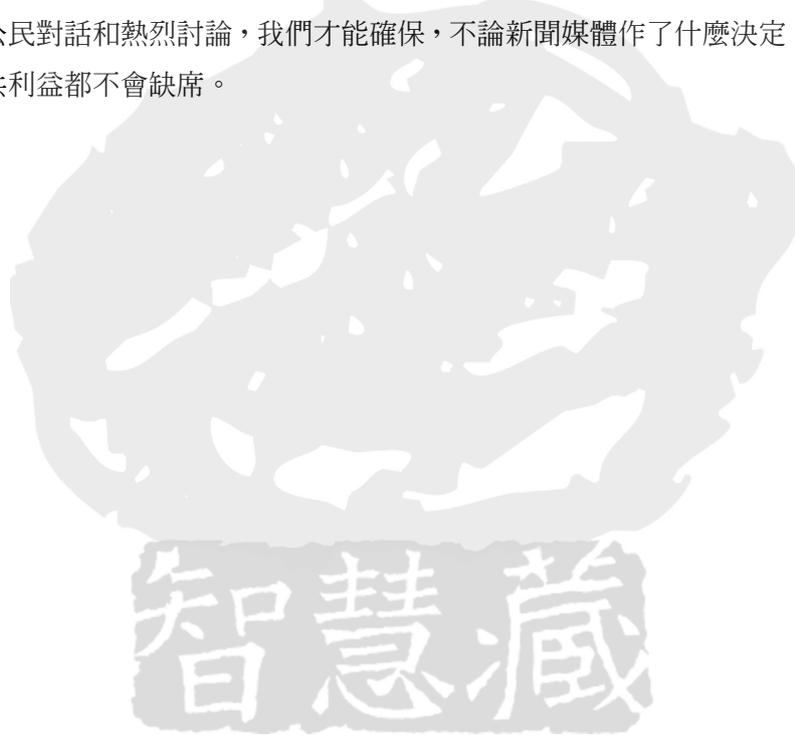
在新聞媒體中，科技變遷總是帶來巨大挑戰，但同時也帶來重大機會 (Reddick & King, 1997: 237)，不過這個機會並非從天而降，新聞媒體必須先能體認自己的角色定位，這個機會才可能出現。過去，我們都以為網路是商業上或文化上的革命，「但在其核心處，我們所見的是一个政治現象，一個從公民生活出發的民主運動 (democratic movement)」 (Trippi, 2004: 203)。沒錯，這是一個民主運動，而新聞媒體正位於核心位置，它能否順利存活下來，最主要關鍵是公眾的選擇。Rosen (1996: 82) 早已對此發出警語，「不管有沒有具市民意識 (civic-minded) 之報業，人民都可能找到彼此交談或解決問題的新方法」，雖然社會永遠會需要多疑的報業來幫忙挑錯，但「身為市民，我們需要的不只是專業的扒糞者」，我們還要能參與其中，如果報業樂意，它可以引導我們走向這個方向，如果它不樂意，我們將會找到其他樂意這麼做的資

源。Merrit (1998: 138) 更直言，若報紙仍照原有方式為之，或許仍可存活一陣子，但「除非能找到一個與公民更穩當的聯繫，並承認它對公共生活是有責任的，否則報紙也將成為過去式」。

事實上，如果新聞媒體樂意，它要擔任的角色並不新穎，那反而是一個已被遺忘許久，卻能讓其存在深具意義的角色，也就是公共辯論的倡導者。Kawamoto (2003b) 提醒，從歷史上來看，新聞總是幫人們產生對話，人們在家庭、朋友、工作場合中談論時事，並建立一個論壇來構連、聆聽並回應別人意見。即使回顧報業史，我們都可以發現，美國最早的報紙其實是由郵政局長發行，在當時，鄉村的郵局其實就是公眾論壇 (public forum) (Park, 1925)。DeFleur & Dennis (2002) 也認為，大眾媒體若欲在社會中持續生存，則須執行兩種主要的功能：一是他們要提供全國的溝通論壇 (a forum of communication)；二是當公民從不同立場進行辯論時，媒體應同時扮演倡導者 (advocate) 和中介者 (intermediary) 的角色。Lasch (1997) 更表示，民主若要運作成功，則所有人的意見都要能參與其中，也因此，民主並非已與現代社會失去連繫，而是我們必須要在更大的社群中找回民主，從這個觀點來看，其實「新聞就等於同鎮上的集會」 (ibid.: 83)，而新聞媒體就是集會中之公共辯論的倡導者。

Kawamoto (2003a: 170) 強調「自由報業被稱之為是民主的基石」，記者在歷史中，經常扮演社會變遷的原動力，因此「自由報業並不僅是一個抽象概念 (abstraction)，如果運用得當 (responsibly)，它是一個有力的工具」。更重要的是，自由報業包含了「根本的 (underlying) 哲學」，這個根本哲學指的是：「負責任的新聞是讓自由民主社會永續存在的根本」 (ibid.: 170)。而事實上，這也是數位新聞媒體和僅是內容提供者的最大差別，是以，記者絕不應該滿足於被稱作是「內容提供者」 (content providers)，內容提供者是娛樂和資訊產業的工作。「只有當新聞組織與逐漸控制新聞組織的全球娛樂和資訊產業分離時，新聞改革才有可能發生」 (Carey, 2002: 88)。

行文至此，線上新聞媒體的角色已然凸顯，新聞媒體現在有兩條路：第一條路是拒絕和公眾站在一起，並繼續充當「獨立」且「客觀」的內容提供者，以靜候所有公眾的離去；或者，新聞媒體開始和公眾站在一起，讓自己不僅能重拾公眾信任，更能確保永續生存。本文不敢確定新聞媒體會選擇那一條路，但誠如 Pavlik (2003) 所言，新科技的發明總會引發一些惱人的問題：到底新聞組織會負責任地拿這些科技來改善社會？還是他們只會拿來改善收視率？不管答案為何，唯有不斷地進行公民對話和熱烈討論，我們才能確保，不論新聞媒體作了什麼決定，公共利益都不會缺席。



## 參考書目

- 〈公民、互動與媒體〉（2004）。《社教雙月刊》，121：4-19。
- 吳建興（2005）。〈eMarketer 發表美國十大流量網站 Yahoo!奪冠〉。  
上網日期：2006年2月20日，取自 [http://www.find.org.tw/0105/news/0105\\_news\\_disp.aspx?news\\_id=4056](http://www.find.org.tw/0105/news/0105_news_disp.aspx?news_id=4056)
- 林子儀（1999）。《言論自由與新聞自由》。台北：元照。
- 林元輝（2004）。〈本土學術史的「新聞」概念流變〉，翁秀琪（編），《台灣傳播學的想像》，頁55-84。台北：巨流。
- 林照真（2005.07）。〈調查新聞學 vs. 公共新聞學：兩個「公共領域」新聞理想型的對話與交融〉，「2005 中華傳播學會研討會」論文，台北：台灣大學。
- 陳雪雲（2003）。〈新聞、責任與文化公民〉，行政院新聞局（編），《出版年鑑 2003》，頁28-32。台北：行政院新聞局。
- 創市際市場研究顧問股份有限公司（2005）。〈2005.10 台灣地區網路及媒體使用基礎調查〉。上網日期：2006年2月20日，取自 [http://www.insightexplorer.com/specialtopic/crossmedia\\_200510\\_1.html](http://www.insightexplorer.com/specialtopic/crossmedia_200510_1.html)
- 黃惠萍（2004）。〈掙脫傳統的新聞——談以深化公民參與為旨的公共新聞〉，《社教雙月刊》，121：20-26。
- 臧國仁、方念萱（2004）。〈我們需要新的新聞（傳播）理論〉，《傳播研究簡訊》，39：17-21。
- 賴祥蔚（2005）。〈資訊社會的傳播權〉，《資訊社會研究》，9：185-203。
- 聯合新聞網（2005）。〈聯合新聞網穩居國內第一大新聞網站〉。上網日期：2006年2月20日，取自 <http://udn.com/AD/superior.html>
- Alter, J., Gore A., Jr., & Henry, W. A., III (1997). Journalism as an act of education. In E. E. Dennis & R. W. Snyder (Eds.), *Media & public life* (pp. 3-4). New Jersey: Transaction Publishers.

- Boczkowski, P. J. (2004). *Digitizing the news: Innovation in online newspapers*. London: The MIT Press.
- Carey, J. W. (1988). *Communication as culture*. London: Unwin Hyman.
- Carey, J. W. (2002). American journalism on, before, and after September 11. In B. Zelizer & S. Allan (Eds.), *Journalism after September 11* (pp. 71-90). London: Routledge.
- Carlson, D. (2003). The history of online journalism. In K. Kawamoto. (Ed.), *Digital journalism: Emerging media and the changing horizons of journalism* (pp. 31-55). New York: Rowman & Littlefield Publishers.
- Coleman, J. S. (1990). *Foundations of social theory*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Davenport, T. H., & Beck, J. C. (2001). *The attention economy: Understanding the new currency of business*. Boston, U.S.A.: Harvard Business School Press.
- DeFleur, M. L., & Dennis, E. E. (2002). *Understanding mass communication: A liberal arts perspective*. Boston: Houghton Mifflin Company.
- Emery, E., & Emery, M. (1978). *The press and America: An interpretative history of the mass media* (4<sup>th</sup> ed.). Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall.
- Entman, R. M. (1989). *Democracy without citizens: Media and the decay of American politics*. New York: Oxford University Press.
- Fox, S. (2004). The new imagined community: Identifying and exploring a bidirectional continuum integrating virtual and physical communities through the community embodiment model (cem). *Journal of Communication Inquiry*, 28(1), 47-62.
- Galston, W. A. (2004). *Civic education and political participation*. College Park, MD: American Political Science Association.
- Gans, H. J. (1997). Bystanders as opinion makers: A bottoms-up perspective. In E. E. Dennis & R. W. Snyder (Eds.), *Media & public life* (pp.

- 87-94). New Jersey: Transaction Publishers.
- Goldhaber, M. H. (1997a). The attention economy: The natural economy of the net. Retrieved February 20, 2006, from <http://www.well.com/user/mgoldh/natecnet.html>
- Goldhaber, M. H. (1997b). The attention economy and the net. Retrieved February 20, 2006, from <http://www.well.com/user/mgoldh/AtEcandNet.html>
- Granick, J. (2005). Nixing the news. *Harvard International Review*, 27(2), 11-12.
- Hacker, K. L. (1996). Missing link in the evolution of electronic democratization. *Media, Culture & Society*, 18(2), 213-232.
- Hallin, D. (1997). Sound bite news: Television coverage of elections. In S. Iyengar & R. Reeves (Eds.), *Do the media govern?* (pp. 57-65). London: Sage.
- Herbert, J. (2000). *Journalism in the digital age: Theory and practice for broadcast, print and on-line media*. Oxford: Focal Press.
- Hitwise. (2005). Open-source Wikipedia zooms ahead of other reference web sites: Wikipedia becoming a magnet for consumer searches. Retrieved April 18, 2006, from <http://www.hitwise.com/press-center/hitwiseHS2004/wikipedia.html>
- Johnson, O. V. (1998). The media and democracy in eastern Europe. In P. H. O'Neil (Ed.), *Communicating democracy: The media & political transitions* (pp. 103-124). Boulder, Colorado: Lynne Rienner Publishers.
- Kawamoto, K. (2003a). Conclusion. In K. Kawamoto (Ed.), *Digital journalism: Emerging media and the changing horizons of journalism* (pp. 167-176). New York: Rowman & Littlefield Publishers.
- Kawamoto, K. (2003b). Digital journalism: Emerging media and the changing horizon of journalism. In K. Kawamoto (Ed.), *Digital*

- journalism: Emerging media and the changing horizons of journalism* (pp. 1-29). New York: Rowman & Littlefield Publishers.
- Keeter, S., Zukin, C., Andolina, M., & Jenkins, K. (2002). *The civic and political health of the nation: A generational portrait*. College Park, Md.: The Center for Information and Research on Civic Learning and Engagement.
- Lasch, C. (1997). Journalism, publicity and the lost art of argument. In E. E. Dennis & R. W. Snyder (Eds.), *Media & public life* (pp. 77-86). New Jersey: Transaction Publishers.
- Livingstone, S., & Lunt, P. (1994). *Talk on television*. London: Routledge.
- McChesney, R. W. (2002). September 11 and the structural limitations of US journalism. In B. Zelizer & S. Allan (Eds.), *Journalism after September 11* (pp. 91-100). London: Routledge.
- McNair, B. (2000). *Journalism and democracy: An evaluation of the political public sphere*. London and New York: Routledge.
- Merritt, D. (1995). Public journalism: Defining the democratic art. *Media Studies Journal*, 9(3): 125-132.
- Merritt, D. (1998). *Public journalism and public life: Why telling the news is not enough*. Mahwah: Lawrence Erlbaum.
- news@nature.com (2005.12.14). Wiki's wild world. Retrieved April 5, 2006, from <http://www.nature.com/news/2005/051212/full/438890a.html>
- O'Neil, P. H. (1998). Democratization and mass communication. In P. H. O'Neil (Ed.), *Communicating democracy: The media & political transitions* (pp. 1-20). Boulder, Colorado: Lynne Rienner Publishers.
- Park, R. (1925). The natural history of the newspaper. *American Journal of Sociology*, 29, 273-289.
- Pasek, J., Kenski, K., Romer, D., & Jamieson, K. H. (2006). America's youth and community engagement: How use of mass media is related

- to civic activity and political awareness in 14- to 22-year-olds. *Communication Research*, 33(3), 115-135.
- Pavlik, J. V. (2003). Journalism and crisis coverage. In K. Kawamoto (Ed.), *Digital journalism: Emerging media and the changing horizons of journalism* (pp. 75-89). New York: Rowman & Littlefield Publishers.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. New York: Touchstone.
- Radin, P. (2003). Online medical communication among peers: The net and alternatives to traditional journalism. In K. Kawamoto (Ed.), *Digital journalism: Emerging media and the changing horizons of journalism* (pp. 113-122). New York: Rowman & Littlefield Publishers.
- Reddick, R., & King, E. (1997). *The online journ@list: Using the internet and other electronic resources*. Fort Worth: Harcourt Brace College Publisher.
- Rheingold, H. (1993). *The virtual community: Homesteading on the electronic frontier*. Reading, Mass.: Addison-Wesley.
- Rosen, J. (1996). *Getting the connections right: Public journalism and the troubles in the press*. New York: The Twentieth Century Fund Press.
- Sanger, L. (2004). Why Wikipedia must jettison its anti-elitism. Retrieved April 5, 2006, from <http://www.kuro5hin.org/print/2004/12/30/142458/25>
- Schultz, T. (2000). Mass media and the concept of interactivity: An exploratory study of online forums and reader email. *Media, Culture & Society*, 22, 205-221.
- Thompson, J. B. (1995). *The media and modernity: A social theory of the media*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Trippi, J. (2004). *The revolution will not be televised: Democracy, the Internet, and the overthrow of everything*. New York, NY: Harper Collins.

Waisbord, S. R. (1998). The unfinished project of media democratization in Argentina. In P. H. O'Neil (Ed.), *Communicating democracy: The media & political transitions* (pp. 41-62). Boulder, Colorado: Lynne Rienner Publishers.



# The Role of Online News Media: From Content Provider to Advocate of Public Debates

Ying-ting Shih\*

## Abstract

Ideally news media should play the role of "watchdog" but in reality news media seldom perform their duties faithfully. This paper tries to explain the gap between ideals and reality of news media's role in a democratic society. The author finds that almost all news media try to be independent and objective as possible as they can, hoping that in doing so they can make more money. As a matter of fact, what people need in a democratic society is not detached news media but civic engagement. This paper suggests that new technologies provide opportunities for the news media to re-define their role in accordance with needs which may arise in a democratic society. For example, news media should change their role from content provider to facilitator of public debates. If they do so, they will not only secure people's trust but can also survive the challenge of the digital age.

**Keywords:** democracy, internet, media, news, public sphere

\* Ying-ting Shih is Ph.D. Candidate at the Department of Journalism, National Chengchi University, Taiwan.