

臺灣記者部落格的性別差異

王泰俐

摘要

網路Web2.0時代，部落格以其開放參與的特性，改變新聞專業文化，因而使記者部落格成爲傳播研究的觀察場域。

本文從性別差異的角度探究臺灣記者部落格空間的性別文化。研究結果發現，記者部落格仍複製了真實社會結構的性別差異，男性記者部落格在各類新聞專業概念的呈現上，均較女性記者部落格顯著。而女性記者部落格內容偏好軟性私人議題，複製了線下世界新聞路線的分工型態；高達八成的女記者部落格以私密性質的自我揭露方式來呈現自我，在經營部落格上則呈現較強烈的社交動機，也更容易採用贊成式的回應方式。值得注意的是，無論男性與女性記者，均少主動經營與網友間的互動；但電子媒體的記者仍比平面媒體的記者較常與網友互動，不過也僅限於私人議題的交流。不論性別，臺灣的記者部落格均非常少見國外記者透過部落格與群眾共同產製新聞的情況，未將部落格視爲具有公眾性質的傳播管道。

◎ 關鍵字：部落格、社群媒體、新聞記者、性別文化。

◎ 本文作者王泰俐為臺灣大學新聞研究所教授。聯絡地址：臺灣台北市羅斯福路四段一號；聯絡電話：(02) 3366-9840；傳真號碼：(02) 3366-9840；電子郵件：tailiw@ntu.edu.tw

◎ 收稿日期：2014/04/03 接受日期：2014/12/19

Gender Difference in Taiwan's Journalists' Blogs

Tai-Li Wang

Abstract

Prior blog research mostly focuses on general users, but some professionals devoted to blog research, especially news professionals'. In the age when news culture is under dramatic changes due to web technologies, this paper investigates whether stereotyped gender culture in Taiwan's journalistic practice will be replicated in journalists' blogs. Research indicates that traditional gender differences are still replicated in Taiwanese journalists' blogs. Male journalists tend to present much more profession-related content than female journalists. In contrast, female journalists prefer professional-unrelated, soft and personal content in their blogs.

In addition, female journalists tend to reveal more about their families and friends as self-presentation strategies in blogs, mostly via pictures. Both genders are found to have few responses to blog readers' comments; if they do, positive responses rather than refutative responses will be adopted. In general, Taiwanese journalists do not prefer connecting to other online sources through hyperlinks, nor communicating with blog readers in active ways. Taiwanese journalists' blogs remain very private social media, rather than open or communicative spheres for publics to participate in.

⊙ Keywords: blog, social media, journalist, gender culture

⊙ Tai-Li Wang is Professor in the Graduate Institute of Journalism at National Taiwan University.

⊙ Received: 2014/04/03 Accepted: 2014/12/19

壹、前言

在傳統的公共領域認知中，新聞被視為是男性主導與關注的事務，且有以權勢男性為消息來源的傾向，強調中立、客觀的專業倫理；相反的，主要服務閱聽眾需求與興趣的私領域新聞則以女性為消息來源，尋求接近鄰近的人、事、物以及個人感受與想法為主。此種男性公領域與女性私領域的不對稱關係，預設了新聞產業中性別權力及地位的差異。雖然近年來女性新聞記者人數增加，逐漸挑戰男性新聞工作空間。然而，性別在新聞領域的工作差異，卻未必隨著女性新聞工作者人數增加而有所改變（Djerf-Pierre, 2007）。

然而，隨著網路科技的發展與普及，社群媒體逐漸對新聞的產製流程與專業文化產生顯著影響。從網路的開放參與特性來看，線上社群的匿名特性或可提供平等、自由、民主的空間（Bentivegna, 2002），讓女性從性別認同的限制以及壓迫的社會結構中解放出來。不過網路世界是否真有機會顛覆社會真實情境中的性別差異，目前研究結果並無一致的結論（Gao & Martin-Kratzer, 2011; Pedersen & Macafee, 2007）。

有研究指出，由於對科技的使用態度、線上論述文化與經濟限制等影響，男性在網路的採納與使用仍具有主導地位（Morahan-Martin, 1998; Weiser, 2000），但隨著網路的近用性增加，男女的網路使用落差逐漸消弭。根據臺灣網路資訊中心2011年1月的調查，臺灣12歲以上民眾曾經使用網路的比例，男性有77.60%（777 萬人），女性有 73.84%（762 萬人）；而以近半年使用網路的比例來看，男性為74.21%（743 萬人），女性為 69.05%（713 萬人；財團法人臺灣網路資訊中心，2012），差距已逐漸縮小（TWNIC，2012年）。

在此同時，性別差異也具體展現在社群媒體內容的呈現。男性與女性明顯呈現不同的線上論述風格；女性論述較優雅、有禮，傾向支持性文字的使用及情感的表達，且較少在網路論壇發表長篇大論的文章；相反地，男性論述較常出現不雅、不敬的言詞，並且較常發送長篇訊息（Herring & Paolillo, 2006）。

而在性別與部落格主題的關係上，男性通常對政治、科技與外部事務較有興趣，偏好意見與政治表達，並傾向權威式的對話；女性則對八卦謠言較有興趣，喜歡發表個人化的內容（Herring, Scheidt, Bonus, & Wright, 2004; Fredrick, 1999; Gao & Martin-

Kratzer, 2011; Pedersen & Macafee, 2007)。Harp 與 Tremayne (2006) 的研究則發現，在政治部落格中，最受歡迎的熱門部落格只有10%的作者是女性。

值此社群媒體快速發展的時代，部份論者認為部落格似乎日趨式微 (Boutin, 2008; 轉引自Schoneboom, 2011)。然而，也有論者主張部落格的成長趨勢在流行文化中並沒有趨緩的現象 (Universal McCann, 2008)。特別以部落格與新聞業的關係而言，即使部落格在某種程度上被視為是對新聞業的威脅，且兩者關係也處於相對緊繃的狀態 (Jones & Himelboim, 2010)，但仍有越來越多的專業記者，繼續經營自己的部落格 (Chu, 2012)。

不過，有個特別值得注意的問題：在眾多的社群媒體工具中，為何許多記者仍然偏好以部落格作為主要的書寫空間？此現象的形成原因可從部落格與其他社群媒體不同的傳播形態來探討。由於部落格的個人化以及意見形式的傳播 (Chu, 2012) 較接近原新聞業的書寫模式，讓部落格成為記者在原本新聞工作之外另一個替代性的「再發聲」工具 (Robinson, 2006)。

此外，記者有經營個人線上讀者群的需求 (Mcfarland, 2014)，而部落格的功能與內容形態有助於搜尋引擎的優化 (search engine optimization; SEO)。RSS的訂閱功能可培養忠實讀者，記者對部落格網站同時也擁有較高的編輯權 (Yu, 2013)。相較於其他社群媒體的微網誌功能，如臉書與推特的即時性短文 (Schoneboom, 2011; 何振誠、邱張名琪、陳威助, 2009)，部落格更能突顯與聚焦新聞記者所要探討的專業議題以及其擅長的文字與影像，並累積成為資料庫 (Chu, 2012)，方便讀者閱讀。

從新聞工作者抒發的角度而言，部落格也較其他社群媒體，例如臉書，有較高的隱私與匿名性。與部落格不同的是，臉書提供「去匿名化」的網路傳播 (Schoneboom, 2011)，個體是以私人的真實身分交友以及建立社群網絡。就工作者的抒發場域而言，臉書未必利於新聞工作者表達其在工作經驗中的真實感受，部落格的匿名性則相對地能補足工作者對匿名性的需求 (Schoneboom, 2011)。許多臺灣新聞記者將部落格作為私人書寫的場域，且談論主題也與自身的工作經驗有所相關，匿名性的程度可能是影響記者選擇部落格作為書寫空間的因素之一。

因此，在探討新聞記者的社群媒體使用上，本研究選擇以部落格作為研究主體，一方面是其與新聞業的關係最為密切與久遠 (Chu, 2012)，再者是臺灣記者使用部

落格作為書寫工具的現象較為普遍，而微網誌類型的社群媒體仍然多用來搜集報導資料、新聞來源或者社交功能（白如寶，2013年5月28日）。

在過去探討部落格使用的性別差異研究中，多數議題聚焦於一般大眾的使用行為，較少針對特定專業人士所設立的部落格進行性別差異分析。本文認為部落格做為新聞產製的新途徑，以及部落格開放參與的特性，使得網路中的新聞專業概念正在逐漸轉變。而在此轉變的過程中，新聞工作者的部落格成為一個觀察的重要場域。傳統新聞性別邏輯是否會在網路世界中被顛覆？男性與女性記者部落格將如何呈現新聞專業元素、男女記者部落格的主要議題、內容、自我呈現，以及互動性又是否有所區別，成為本文關注的焦點。

貳、文獻探討

本文從性別差異的角度出發，希冀探究臺灣記者部落格空間的性別文化。因此，以下依序論述性別差異與新聞專業的關係、性別差異對記者部落格內容呈現的影響、性別差異與部落格自我呈現與自我揭露之間的關聯性以及性別差異對記者部落格互動形式的影響。

一、性別差異與新聞專業

長期以來，社會規範將性別形塑為二元的對立概念，男性與女性皆被預期符合性別規範，並分別帶著此規範扮演不同的社會角色。作為社會體制的一部分，新聞專業領域也延續此二元化的性別差異（Gao & Martin-Kratzer, 2011, p. 169）。

從過去性別在新聞領域的專業分工來看，男性是公領域議題主要且強勢的消息來源，強調中立、客觀，以及男性觀點的專業倫理；而女性則成為服務閱聽眾需求與興趣的私領域新聞來源。此種男性公領域與女性私領域的新聞邏輯，預設了權力及地位的差異，一般而言，男性所掌握的公領域新聞被視為具有較高的象徵價值（Djerf-Pierre, 2007, p. 97）；新聞價值的定義，也往往與新聞專業規範以及新聞的陽性價值相

關，進而表現在新聞主題及消息來源性別的選擇上（Van Zoonen, 1988）。

早期的新聞領域分工，男性通常報導主要的「硬性新聞」，例如國際事務、政治、經濟與運動新聞；女性則負責次要的「軟性新聞」，諸如家庭、社會或消費議題（Djerf-Pierre, 2007, p. 89；請參見表一）。

表一：新聞專業的性別邏輯

男性	女性
公領域 / 菁英	私領域 / 日常生活
男性消息來源與觀點	女性消息來源與觀點
距離 / 中立 / 客觀	親密 / 移情 / 主觀
自主 (專業標準)	讀者導向
	需求與興趣

資料來源：整理自“The gender of journalism: The structure and logic of the field in the twentieth century”，by Djerf-Pierre, M, 2007, Nordicom Review: Jubilee Issue, pp. 81-104.

雖然愈來愈多的女性進入新聞領域，但瑞典的研究指出，女性記者仍需依循傳統男性中心的新聞專業規範，也未必能促使性別在新聞領域分工上有所轉變（Cassidy, 2008）。此外，女性在新聞領域的權勢似乎未隨著人數增加而有所增長；男性仍擁有權力與領導地位，新聞媒體中女性擔任高階管理職位的現象很少見（Djerf-Pierre, 2007）；以記者主跑的新聞路線而言，即使女性在新聞領域的人數增加，既存的性別規範並未改變，女性帶著既定的性別規範進入新聞領域，因此既存的性別分工意識或新聞路線也並未發生結構性的改變。

以臺灣的新聞界為例，TVBS無線衛星電視台新聞部共有三百六十餘人，有六成為男性，四成為女性（傅明雅，2006）。另一份有關國會記者的研究則指出，臺灣國會記者平均年齡在30歲上下、以男性居多、高學歷背景且畢業於新聞相關科系（單文婷，2003）。

不過到了2006年，臺灣有線電視台的社會新聞路線則出現顯著改變（廖依婷，2006）。九個二十四小時的新聞台社會組的人力配置，幾乎都以女性記者居多，只有少數台的男女記者各半。電視台社會新聞路線的分工顛覆了過去性別分工的意識，並未改變新聞室主管對旗下記者能力的評估與斷定。新聞室主管普遍認為女性記者應

擁有美貌、較情緒化、新聞敘事容易不客觀，且日後步入家庭生育的計畫也會影響事業，因此儘管女記者有機會主跑傳統上以男性記者為主的社會新聞路線，新聞組織卻仍認定男性記者的發展潛力大於女性記者，因此社會線的女記者人數增加的事實，仍未能改變新聞產業既有的性別差異。這種現象也呼應了Cassidy（2008）的看法，雖然愈來愈多的女性進入新聞領域，女性記者仍需依循傳統男性中心的新聞專業規範，未必能改變性別在新聞領域分工的權力結構。

儘管女性進入新聞領域尚未能改變新聞產業的基本權力結構，卻為新聞報導注入不同的新觀點。Rodgers 與 Thorson（2003, p. 672-673）指出，女性記者通常仰賴較多元的新聞來源，報導內容中較少刻板印象，撰寫較多正面的新聞，並且能夠提供較另類的新聞觀點。研究也指出，性別差異使得男性與女性在消息來源、新聞主題的選擇，以及報導語調上有所不同。

許多女性記者較男性記者喜好人性化的寫作方式，新聞的型態轉變成雜誌、實境節目等類型，越來越趨市場導向及消費者導向（Carter, Branston, & Allan, 1998）。此轉向起因於閱聽眾喜好的改變，閱聽眾在新聞中渴望並追求情感的投入以及感官刺激，此與女性在傳統新聞裡的評價符合，也為女性帶來了機會。

女性新聞工作者人數的增加改變了新聞主題的選擇，讓新聞也有健康、教育、家庭的議題以及人情味的故事。就算是寫作一樣的新聞內容，女性與男性的寫作方式也有所不同，女性喜愛「有關連、認同」的新聞，也就是以生活來解釋新聞，因此報導就會較「人性化」以讓讀者了解關聯性。由四個面向可以說明女性記者在報導風格上有別於男性：（一）女性記者較喜歡與讀者互動，她們把讀者的需要放在政策制定者及新聞提供者之上；（二）女性記者傾向以人為導向，而非議題導向；（三）女性記者看重新聞的上下文而非新聞本身；以及（四）女性記者喜歡解釋事件的後果（Christmas, 2007；轉引自Gill, 2007）。

因此，綜合近十年國內外新聞記者專業與性別差異的研究顯示，女性記者的比例雖逐年增加，但是性別的分工差異以及權力結構並無顯著的差異。即使如此，更多女性記者的加入卻改變了新聞報導主題以及報導風格。本研究希望從新聞記者部落格的研究角度，探究網路時代興起，部落格成為新聞專業工作者另一自我展演的網路空間後，在此空間中，記者的自我展演文化是否有別於實際新聞場域中的性別差異文

化？女性記者在新聞報導主題和風格的轉變，對記者部落格的自我展現會產生任何影響嗎？

二、性別差異對記者部落格內容呈現的影響

有關網路文化是否有助於消弭社會的性別規範與差異，有學者認為，雖然網路看似提供讓女性從性別認同的限制以及社會既有結構中解放，事實上可能仍複製真實情境中的性別差異（Gao & Martin-Kratzer, 2011, p. 170; Pedersen & Macafee, 2007, p. 1473）。

性別的數位落差日漸減少，但研究顯示男性對科技仍具有較高的興趣及正面的態度，對網路的使用也較女性來得熟悉與精通（Fallows, 2005）。男性部落客通常使用較多技術面向的部落格服務，在部落格圖像照片的使用上，張貼的豐富程度也較女性為高（Pedersen & Macafee, 2007）。

性別差異確實表現在網路內容的論述上，男性與女性似乎具備相當不同的線上論述風格（Herring & Paolillo, 2006, p. 4）。女性傾向較優雅、有禮、支持性文字的使用及情感表達的論述，且較少發表長篇大論。相反地，男性則較常出現不雅、不敬的言詞論述，並較常發送長篇訊息。在男性主導的討論群組中，通常出現較為客觀、事實導向的論述。

有關部落格評論文章的性別語言差異，女性的評論通常被認為較具有包容性與表達性；男性的評論則較為武斷、具競爭性與工具性（Kennedy, Robinson & Trammell, 2005）。此外，女性部落格多為個人日記體的書寫形式，而男性部落格則偏好政治類的評論文章（Herring & Paolillo, 2006, p. 5）。

相較於男性，女性較少表達個人的政治意見，在交談與對話的態度上也較不具權威性（Fredrick, 1999）。政治部落格中的性別不平等現象充分顯示在最受歡迎的熱門部落格中，因為這些熱門部落格只有10%的作者是女性（Harp & Tremayne, 2006, p. 258）。由上述文獻便可得知，女性在公領域上的發聲仍然在網路世界中被邊緣化，即便男、女在網路的使用「量」差距逐漸縮小，但是「質」的差距仍然存在。網際網

路中依然存在著真實生活情境的性別差異。

至於性別與部落格主題的關係，男性在部落格上通常對政治、科技與外部事務較有興趣，偏好意見與政治表達，並傾向較權威的對話方式；而女性則對八卦與謠言較有興趣，傾向喜歡發表個人內容，喜歡在部落格上討論其私人的生活經驗和個人事務（Herring et al., 2004; Fredrick, 1999; Gao & Martin-Kratzer, 2011; Pedersen & Macafee, 2007）。

上述文獻均指出，由於男性部落格關注的議題較被認為具資訊性以及新聞價值，因此，熱門的部落格通常為男性部落格，而且較常為主流媒體所報導。然以上研究都是針對一般網路素人的部落格，而新聞媒體記者的工作特性就是產製具有資訊性以及新聞價值的文字，並且也偏好意見表達與權威性對話，那麼引發作者好奇的是，一般部落格的性別文化是否也會延伸到媒體新聞工作者的部落格空間？

一個在中國進行的研究，初步回答了作者的疑問。性別差異確實出現在中國媒體記者的部落格中的主題選擇和書寫格式上；在主題方面，男記者偏好硬性議題，女記者則較喜歡軟性議題，這顯示中國的記者部落格依然複製著傳統新聞場域中的性別分工；在書寫格式上，與一般網路素人的部落格書寫形式呈現的性別差異類似，男記者偏好意見評論，女記者則偏好日記或八卦書寫，這也反映出傳統的性別形象，以及新聞專業價值（Gao & Martin-Kratzer, 2011）。

在部落格的分類研究上，有學者將部落格的型態分為評論型、個人日記型、知識型和混合型。男性與女性均會建立個人日記式的部落格，但女性較男性為多；但是評論型部落格和知識部落格則幾乎都是男性所建立（Herring et al., 2004）。

而目前特別針對記者部落格的內容呈現進行研究的，有以主題分類進行者，例如學者Robinson（2006）則是將記者部落格分為：記者採訪新聞花絮和偶發事件的筆記、網路上的評論專欄、編輯的問答空間、讀者論壇、記者採訪心情故事或心路歷程的自白日記、為了增加平面刊物之銷售量所做的新聞摘要、記者不願留下正式新聞紀錄而成立的八卦謠言部落格等七種不同類型。

臺灣有關新聞從業人員經營部落格的研究則指出（辛啓松，2007），記者部落格文章議題類別可分為：心情日記、文學創作、職場現形、美食、旅遊、政治、社會現況、網路資訊、影像紀錄、家庭親子、收藏嗜好、音樂藝術、環保、教育文化以及其

他類型十五類。其中，記者部落格文章以「心情日記」最多，其次為「旅遊」、「職場現形」，最少的為「網路資訊」及「環保」，顯見臺灣記者部落格的内容仍以個人議題為主。

另外一個值得關切的角度是，新聞工作者多數不會把部落格視為競爭對手或是正式的傳播管道，而傾向將部落格當成私人心情分享和抒發空間，或是參與公共事務的管道，但無論如何這些抒發或參與都不會影響到新聞工作（杜念魯，2006）。不過不同媒體的記者，對部落格的態度似乎有所差異；報社記者可能因為更經常使用網路，且部落格多以文字方式呈現，因此，報社記者似乎比電視台記者更能接受部落格（辛啓松，2007）。

除了記者部落格可能出現的性別書寫差異以及主題差異之外，在網路傳播科技的層面上可能也現差異。研究顯示男性對科技仍具有較高的興趣及正面的態度，對網路的使用也較女性來得熟悉與精通（Fallows, 2005）。男性部落客通常使用較多技術面向的部落格服務，在部落格圖像照片的使用上，張貼的豐富程度也較女性為高（Pedersen & Macafee, 2007）。

綜合以上記者部落格研究可以發現，過去幾年部落格文化快速發展影響所及，使得記者使用部落格更為普及，然而臺灣記者部落格中呈現的性別差異文化則尚缺乏實證研究。因此本研究第二個研究目的即在了解臺灣記者部落格所呈現的主題與內容為何，最重要的則是探究其中是否存在性別差異，以及此差異的意涵。

三、性別差異對部落格自我呈現與自我揭露的影響

在探討性別與自我呈現與揭露的關係之前，首先必須定義「自我」的概念意涵。學者將自我的概念分為兩個層面：主體的我（I）與客體的我，而客體的我又可分為物質我、社會我與精神我（James, 1952）。「物質我」包含個人的身體、衣物、家人、家庭與財產；「社會我」則是包括個人如何被他人評價與回應，以及個人內心的思考與自我感受；「精神我」是主體的我所渴望的最真實、親密、最基本、永恆的我，是自我的最高層次。

而高筱綺（1999）研究個人網頁的自我呈現內涵，則認為網頁的超文本、多媒體和互動性，讓個人可藉由網頁這個虛擬舞臺來表現自我。不過，雖然網頁未直接介紹個人資料，但從其喜歡、或常瀏覽的網站推薦，也可以對個人達到某程度的了解。因此，在物質我、社會我、精神我之外，加入「網路延伸我」這個面向，擴展研究的面向，探索網頁主人透過分享個人網頁相關訊息、個人的興趣或喜好，並進一步產生網際互動的自我延伸概念。

在自我呈現的概念定義上，也可稱為印象管理，意指個人會在公眾面前經營某種形象。Goffman（1959, p. 17）將其解釋為「個人對自我和觀眾執行印象管理的方式」。個體在社會互動中的表現行為都具有意義，掌握他人對自己形成印象的過程即為印象管理。

若將此概念應用於網頁空間上，網頁使得網路使用者透過個人人格或其揭露的自我面向，進行線上表演。個人網頁提供一個自我呈現的平台，讓使用者能控制資訊揭露的程度（Papacharissi, 2002a）。學者Sanderson（2008）研究名人使用部落格的自我呈現策略，認為部落格是一種重要的倡導工具，可以讓名人利用部落格反擊媒體的負面框架，並提供名人一個可以控制自我呈現並將此形象傳布給大眾的空間。

由於個人網頁缺乏非語言與社會線索的特性，限制了網頁的溝通功能，再者，個人網頁缺乏媒體豐富度與社會臨場感，同時也限制非語言的溝通，因此網頁建立者會謹慎地控制網頁上的自我呈現。但是這種限制也可能促使自我呈現方式激發創造力，因為使用者可透過網頁上不同的工具來呈現自我、吸引訪客與徵求留言，網頁作者使用直接的文字表達，以及間接的表達要素，包括超連結、影像、動畫、顏色、首頁，以建構「台前表演」（Papacharissi, 2002a）。

不過，即使使用者將網頁視為可自我展示的空間，也不一定會在網頁上揭露過多的個人資料（Dominick, 1999）。研究發現，網頁作者經營網頁若是為了滿足資訊與娛樂需求，且視個人網頁為自我表達工具時，較容易揭露個人資料，而視個人網頁為專業工具的網頁作者，則會盡量避免透露個人隱私（Papacharissi, 2002b）。這當然也令人好奇，在記者部落格的空間中，記者究竟將部落格視為專業工具？抑或是自我表達的工具？

在自我呈現的策略上，Trammell 與 Keshelashvili (2005) 將部落格自我呈現策略分為迎合、讚美、展現能力和批評等四類。研究結果則顯示大部分部落客採用「展現能力」策略。自我揭露資訊分為姓名、性別、個人傳記、聯絡資訊、提及興趣與嗜好、提及家人與朋友、提出感受與想法，以及個人照片、家人與朋友照片、遊記照片等。部落客揭露相當多的自我資訊，包括姓名、聯絡資訊、個人傳記、個人想法或感受、提及家人或朋友等，但有趣的是，部落客揭露其自身照片的比例並不高。

至於進一步分析性別差異對自我呈現的影響，Guadagno 與 Cialdini (2007) 認為男性與女性扮演不同的社會角色，而社會角色將會影響印象管理，因為社會角色建構了行為的規範期望，行為的規範期望將會依據組織情境與相互作用者的特質而有所不同。根據印象管理理論中的性別差異概念，男性與女性確實依據其性別角色的期待而採取不同的印象管理策略。

在具體管理策略上，男性似乎較傾向「展現能力」，女性則重視人際與社交情感特質 (Leary, Nezek, Downs, Radford-Davenport, Martin, & McMullen, 1994)。Dominick (1999) 發現，無論男性或女性都最常使用「迎合」做為自我呈現的策略，而女性在個人網頁上會比男性揭露更多自身的資訊。性別差異也影響社群媒體中的自我行銷形式；男性在「關於我 (about me)」及「網誌 (notes)」上展示較多的自我行銷內容，女性則是在「相片 (main photo)」類別顯現較多的自我行銷資訊 (Mehdizadeh, 2010)。

性別究竟如何影響網路自我揭露？過去有研究發現女性較男性願意對他人做較深的自我揭露 (Dindia & Allen, 1992)，青少年部落格的研究也顯示女孩在部落格上自我揭露的資訊較男孩為多 (Bortree, 2005)。這呼應針對成年人部落格書寫形式的性別差異使用，從男性偏好評論型部落格，而女性偏好日記型部落格的行為來看，女性的自我揭露程度顯然比男性高，並且更願意經營與他人的密切關係 (Trammell & Keshelashvili, 2005)。

綜合以上性別與自我呈現的相關文獻，顯示女性的自我揭露傾向會比男性來得高。不過，過去研究多只針對一般民眾部落格進行分析，很少聚焦於新聞工作者的部落格，因此，本研究將運用上述文獻中物質我、社會我、精神我，以及網路延伸我的概念，探討記者部落格中的自我呈現以及自我揭露是否存在類似的性別差異。

四、性別差異對記者部落格互動形式的影響

網路的互動性改變新聞工作者與閱聽人之間的關係。對記者而言，閱聽眾不再是無名氏，驅使記者須對其讀者負責，並減少其「傲慢」的可能。當記者面對愈來愈多的讀者回饋時，他們需要向讀者解釋或說明其決定，記者部落客因此必須更加重視「互動與溝通」（Bradshaw, 2008）。

部落格將記者與一般閱聽眾的距離縮短，記者必須接受來自讀者的直接回饋，進而將公共議題的場域打開，讓大眾都能進入討論。閱聽人不再只是被動地接收新聞，也同時可以對新聞有所回應；閱聽眾透過記者部落格與記者的互動或評論，都是補足新聞真相的不同觀點。

有關部落格互動性的研究，可從兩個角度切入，一是部落客作者的回應方式，另一則是部落格的超連結。部落客的回應是指對於部落格相關內容的確認、答覆以及評論（Lingle, 2009）。Lingle（2009）研究政治部落客對新聞事件的回應方式，將回應方式分為接受式回應、反駁式回應、維持中立，或是改寫式回應四種，研究發現不同政治傾向的部落客會採取不同的回應方式。

針對部落客作者的回應方式，Gao 與 Martin-Kratzer（2011）的研究顯示，中國的女性記者部落客，在經營部落格上有較強烈的社交動機，這可能與女性偏好日記形式的部落格書寫有關，因為日記型書寫體裁較容易吸引讀者迴響，同時與男性記者相較，女性記者較樂於回應讀者，較努力和網路閱聽眾產生連結。

英國部落格作者的性別差異則顯示出，英國女性部落格作者展現出較高度的社交和互動程度，她們普遍重視來自讀者的回饋。然而弔詭的是，因為主流媒體比較常報導男性部落格，這使得男性部落格受歡迎程度大於女性部落格，男性部落格的作者反而比女性部落格作者容易收到更多的讀者評論（Pedersen & Macafee, 2007）。

部落格互動性的另一面向則展現在超連結。過去有關超連結與影音連結的性別差異研究，顯示男性會在部落格文章中加入較多的超連結或多媒體物件（Fallows, 2005），而女性則可能礙於科技使用技巧或者缺乏興趣，較少在部落格中使用超連結或多媒體連結（Gao & Martin-Kratzer, 2011, p. 171）。不過不同國情似乎也有影響，例如英國女性部落格的超連結數就多於男性，研究者認為這可能是因為女性重視網路

使用的社交功能，因此會有較多的超連結數量（Pedersen & Macafee, 2007）。至於連結的目的地，女性部落格的連結主要連到其他的部落格，而男性部落格則較常連結到外部有趣或稀奇的網站。

至於為何會產生上述部落格超連結的性別差異？部分論者認為與使用動機有關。男性網路使用者較常將網路視為搜尋資訊的工具，而女性則將網路視為連繫關係的社交工具（Weiser, 2000）。女性使用網路主要動機在人際傳播與教育資源的協助，男性網路使用動機則較多樣化，包含娛樂、休閒、資訊等。因為女性與男性的使用動機不同，因而可能使得性別在部落格超連結的使用上出現差異。女性被認為有較強的人際傳播需求，因此更常使用電子郵件，而男性則具備較高的資訊尋求動機，因此較常使用網站（Jackson, Ervin, Gardner & Schmitt, 2001）。如果根據這些不同性別的網路使用者在網路使用動機上的差異，應該可以合理推論女性確實有可能會在網路上表現較高的互動程度。

而記者部落格的互動性，在網路2.0時代，更加引人關注。社群媒體以微妙但重要的方式擴展了記者與閱聽人之間的傳播空間，也重新定義了新聞與閱聽人的關係。因此除了探究一般部落客的性別差異是否也會發生在記者專業的部落格空間中，本文特別關心的是，臺灣記者經營的部落格，究竟是否有意願與閱聽眾互動？而此互動又是否存在記者性別的差異？

綜合以上文獻所述，本文總共提出以下四個研究問題：

- （一）臺灣記者部落格新聞專業概念的性別差異為何？
- （二）臺灣記者部落格內容呈現的性別差異為何？
- （三）臺灣記者部落格自我呈現的性別差異為何？
- （四）臺灣記者部落格互動形式的性別差異為何？

參、研究方法

本研究旨在探討臺灣記者部落格的性別差異，採用內容分析法以及參與觀察法，

在網路上搜尋而得的記者部落格進行分析。研究對象為開設記者部落格的新聞工作者及其部落格，包括曾任或現任記者，且尚在媒體產業工作者，計有報社記者、電視台記者、編輯、廣播記者、雜誌記者、網路媒體記者，以及電視台主播、自由撰稿人、特約記者、名嘴等。

在獲取完整的記者或新聞工作者部落格名單方式上，美國有專屬網站名為 *CyberJournalist.net*，網站內建置完整的記者部落格名單，可經由此網站取得全美記者的部落格連結 (Robinson, 2006)。然而，臺灣並無類似功能的網站。因此，本研究搜尋以及篩選記者部落格的方式與步驟如下：首先，研究對象設定為曾經任職記者，且目前仍在媒體產業工作者（包含報社編輯、自由撰稿人、特約記者、名嘴等，但已經不擔任記者的職務），或者現職仍為記者之人士；其次，該部落格作者近六個月內曾於部落格中更新或發表文章；第三，以姓名進行搜尋，文章中是否提及現職，或是否自稱記者為依據。

根據上述方法，本研究共搜尋到164個記者部落格，其中4個部落格，因網址遺失，或部落格轉為粉絲專頁，已非記者本人經營等因素，將其刪除；此外，在部落格作者性別的部分，分為「男」、「女」、「無法辨識」，以及「夫妻共同經營」四類，其中只有一個部落格是由夫妻共同經營，考量本研究目的，加以其對研究結果影響不大，將其刪除，因此，最終有效樣本共159個。所有部落格首頁及文章，以網路內容抓取軟體HTTrack，抓取被抽樣部落格的網頁內容，抓取範圍為首頁往下三層的所有網頁內容。

在抽樣方法上，本研究由兩位受過傳播研究統計教育的研究生擔任編碼員，編碼進行期間為2011年4月29日至2011年7月15日，根據部落格文章的分類與篇數，依比例進行隨機抽樣，每個部落格抽樣10篇文章。樣本數共計1590篇。

根據本文四個研究問題，分析類目共分為四個面向：一、記者部落格呈現的傳統新聞專業概念；二、記者部落格呈現內容，包括主要議題、主要內容及主要相片內容；三、記者部落格的自我呈現，包含文字自我揭露方式、圖片自我揭露方式、自我呈現主要策略、自我呈現主要內涵；四、記者部落格的互動形式，包括記者的回應方式及超連結形式。

傳統新聞專業概念的分析面向為提供真相、獨立監督、查證論辯、議題顯著 / 影響性、社會責任 (Robinson, 2006)。以七點量表界定記者部落格中所呈現的傳統新聞專業概念強弱程度，1分表示該新聞專業概念非常不明顯，7分表示非常明顯。例如在「提供真相」的面向，兩位編碼員分別判定其所編碼的部落格的主題，是否具有「提供真相」的特質，1分表示「提供真相」的特質非常不明顯，7分則表示非常明顯。

記者部落格呈現內容分析類目有：主要議題類別、主要內容類別，與主要相片內容。主要議題類別分為心情日記、文學創作、職場現形、採訪心得、美食、旅遊、政治、社會議題、媒體觀察、科技、網路資訊、影像記錄、家庭親子、收藏嗜好、環保、教育文化、轉錄他人作品、轉錄自己作品，及其他類型 (Robinson, 2006；辛啓松，2007)。

在主要內容類別，根據過去研究結果 (Robinson, 2006；辛啓松，2007) 以及本研究的前測觀察，將部落格主要內容分為私人心情分享、軟性新聞分享、記者採訪新聞花絮和偶發事件的筆記、網路上的評論專欄、新聞工作者的問答空間、讀者論壇、粉絲互動、記者採訪心情故事或心路歷程的自白日記、為了增加新聞作品之曝光度所做的新聞摘要、非正式的八卦謠言，及其他 (Robinson, 2006)。

至於主要相片內容，包括個人照、家庭照、同事照、朋友照、寵物照、美食照、創作照、旅遊照、工作記錄、採訪花絮、其他、無 (Trammell & Keshelashvili, 2005)。

自我呈現的分析類目則分為四部分：文字自我揭露、圖片自我揭露、自我呈現策略以及自我呈現內涵。文字自我揭露方式，分為個人傳記、聯絡資料、提及興趣或專長、提出想法或感受、提及家人或朋友。圖片自我揭露方式，包含個人照片、家人或朋友的照片、個人參訪或遊記照片、新聞採訪照片、其他類型照片。自我呈現策略，分為迎合、讚美、展現能力、批評。自我呈現內涵，根據過去研究結果，分為物質我、社會我、精神我，以及網路延伸我 (Trammell & Keshelashvili, 2005)。

互動形式分析類目則有：記者回應方式，包含贊成式回應、反駁式回應、改寫式回應、提供資訊，及悄悄話功能；超連結形式，分為網內其他文章的連結、網外記者所屬媒體的連結、連結其他媒體、連結公民團體、廣告連結（指記者自己放的連結）、友好連結、政府機關、推薦連結，以及其他獨立部落格 (Lingle, 2009)。

除了上述四大面向的分析類目之外，尚有記者部落格分析的基本資料，如樣本觀察日期、時間、記者性別等。編碼員間信度採用以下公式計算： $\text{相互同意度} = 2M / (N^1 + N^2)$ 。M為訪員間完全相同之編碼數目， N^1 為第一位編碼員應有的編碼數目， N^2 則為第二位編碼員應有的編碼數目。經統計軟體計算後，本研究訪員一致性達.759，未達.80的理想標準，但超過.75。因為網路多文本的研究變項的類目較多，因此.75應可視為通過內容分析的最低效度標準。

此外，本研究也同時使用參與觀察法，從159個部落格中挑選瀏覽人次達一百萬以上的記者部落格，進行參與觀察的質化分析（質性觀察的部落格名單請參見附錄）。對應於內容分析部分的記者部落格的主要內容類目，部落格參與觀察也分為八個面向進行參與觀察，包括一、軟性心情故事分享；二、記者採訪新聞花絮與偶發事件筆記；三、網路評論專欄；四、新聞工作者的問答空間；五、讀者論壇；六、記者採訪心情故事或心路歷程；七、增加平面刊物銷售量所做的新聞摘要；以及八、記者不願留下正式新聞紀錄而成立的八卦謠言部落格等。

參與觀察期間與內容分析時間同步，為2011年4月29日至2011年7月15日約兩個半月的時間，時間間隔為每星期觀察一次，每個月觀察四次，但設計為兩次在周間觀察，兩次在周末進行，以期得到較為多元內容的觀察結果。質性觀察記者部落格名單一覽表請參見附錄。

肆、研究結果

一、新聞專業概念

研究問題一，探討男、女記者的部落格，在傳統新聞專業概念的差異。傳統新聞專業概念包括「提供真相、獨立監督、查證論辯、議題顯著性 / 影響性、與社會責任」五個面向，編碼時以七點量表界定記者部落格中專業概念的呈現程度，實際分析時，重新編碼，將其分為「不明顯」、「中立」、「明顯」三個觀察尺度。分析結果如下：

在性別與傳統新聞專業概念的關聯上，卡方檢定的結果顯示（參見表二），男女記者的部落格在五項新聞專業概念：「提供真相」（ $\chi^2 = 8.214, p < .05$ ）、「獨立監督」（ $\chi^2 = 20.327, p < .001$ ）、「查證論辯」（ $\chi^2 = 17.659, p < .001$ ）、「議題顯著性 / 影響性」（ $\chi^2 = 18.185, p < .001$ ）、「社會責任」（ $\chi^2 = 22.015, p < .001$ ）的呈現上，全部出現顯著的差異。

在記者部落格中，傳統新聞專業概念呈現性別差異最大的為「社會責任」（女 = 18.3%；男 = 40.3%），其次為「獨立監督」（女 = 14.6%；男 = 33.8%），接著是「查證論辯」（女 = 15.9%；男 = 37.7%）、「議題顯著 / 影響性」（女 = 25.6%；男 = 58.4%），與「提供真相」（女 = 19.5%；男 = 40.3%）。在男性記者部落格中，新聞專業概念呈現比例皆比女性記者為高。

表二：性別與傳統新聞專業概念的關聯

傳統新聞專業概念	性別				χ^2	
	男 (n=770)		女 (n=820)			
	次數	百分比	次數	百分比		
提供真相	明顯	310	40.3	160	19.5	8.214*
	中立	170	22.1	240	29.3	
	不明顯	290	37.7	420	51.2	
獨立監督	明顯	260	33.8	120	14.6	20.327***
	中立	240	31.2	120	14.6	
	不明顯	270	35.1	580	70.7	
查證論辯	明顯	290	37.7	130	15.9	17.659***
	中立	170	22.1	90	11.0	
	不明顯	310	40.3	600	73.2	
議題顯著 / 影響性	明顯	450	58.4	210	25.6	18.185***
	中立	120	15.6	180	22.0	
	不明顯	200	26.0	430	52.4	
社會責任	明顯	310	40.3	150	18.3	22.015***
	中立	230	29.9	120	14.6	
	不明顯	230	29.9	550	67.1	

資料來源：作者整理。* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

二、內容呈現

(一) 議題呈現

在性別與記者部落格主要議題類別的關聯上，卡方檢定的結果顯示（參見表三），男女記者的部落格主要議題類別上，出現顯著的差異（ $\chi^2=23.049, p < .000$ ）。

男性記者部落格在主要議題類別中最多的是「政治」（26%），其次為「心情日記」（22.1%）、「職場、採訪心得」（18.2%）、「社會、媒體議題」（15.6%）；女性記者部落格有超過半數的主要議題為「心情日記」（52.4%），其次為「職場、採訪心得」（17.1%）。

就相對比例而言，有一半以上的女性記者部落格以「心情日記」為主要議題，明顯高於男性；男性記者部落格則在「政治」、「社會、媒體議題」上明顯高於女性。整體而言，分析結果顯示女性記者部落格較偏好軟性議題（心情日記、職場或採訪心得），男性則較為平均，軟性議題（心情日記、職場或採訪心得），以及硬性議題（政治、社會、媒體議題）都成為男性記者部落格的主要議題內容。

表三：性別與主要議題類別的關聯

傳統新聞專業概念	性別			
	男 (n=770)		女 (n=820)	
	次數	百分比	次數	百分比
心情日記	170	22.1	430	52.4
職場、採訪心得	140	18.2	140	17.1
政治	200	26.0	50	6.1
社會、媒體議題	120	15.6	50	6.1
其他（含文學創作、美食、旅遊、科技、家庭親子、轉錄自己或他）	140	18.2	150	18.3
χ^2	23.049***			

資料來源：作者整理。* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

從質性的觀察記錄分析顯示，在平面媒體記者部落格會發表採訪工作花絮的記者部落格不多，但是電子媒體與獨立媒體的記者部落格，則經常有與新聞工作相關的私人記述或花邊分享。而電子媒體所分享的花絮或事件筆記較偏軟性，獨立媒體則通常以議題取向分享工作記實。此外，本研究發現記者的現職身分會影響此類文章的數量，若該名記者人仍持續在職記者的工作，那麼此類文章數將會多於非在職記者。例如記者彭蕙仙的部落格文章，相較於其他記者部落格，出現較少「新聞花絮」類的文章，而偏重新聞實質議題。

網路評論專欄也在平面與電子媒體上有所不同。網路評論專欄較常出現在臺灣傳統媒體平面記者的部落格上，尤其以《中國時報》、《聯合報》和《自由時報》三大報的記者部落格最為明顯。雖然未必皆以「專欄」形式呈現，但記者會在部落格上針對時事發表評論，有些部落格更是僅以發表評論專欄的文章為主。相較於平面媒體，電子媒體的記者部落格，評論內容則相對少，僅偶爾穿插於部落格文章之中。例如主播吳宇舒與李亞蒨的部落格，內容多以「軟性心情故事分享」以及「記者採訪新聞花絮」為主要內容。

記錄採訪的心路歷程內容多以某次採訪主題作為延伸，抒發記者自身的感想，且多以軟性的、生活面的書寫內容為主，例如平面記者張念慈在部落格「念茲在茲小記者所見所聞」的「記者所見的社會百態」分類中，多記錄關於採訪社會新聞的溫馨花絮與故事，記者將採訪的內容綜合原本的新聞稿，整理成自己的感想與心得。雖然在此類文章內容多以自身感想為主，但仍有經營者延伸工作感想，希望引發讀者對該議題的回響與共鳴。例如在該部落格文章〈小小的臭豆腐攤是三個孩子唯一的希望〉，記者在部落格上描述此溫馨導向的社會新聞後，也對此議題抒發更多無法在正規報導中所流露的情感與想法。

（二）影像內容呈現

在記者部落格主要相片內容部分，卡方檢定的結果顯示（參見表四），男女記者的部落格在主要相片內容上，具有顯著關聯（ $\chi^2 = 15.642, p < .05$ ）。

男性記者部落格的主要相片內容以「美食、旅遊照」（22.2%）最多，其次為「個人照」（18.1%）、「工作紀錄」（13.9%）、「採訪花絮」（12.5%）；女性記者部落格的主要相片內容以「美食、旅遊照」（36.3%）最多，其次為「個人照」（21.3%）。

上述數字也呼應質性觀察的結果，臺灣男性與女性記者部落格皆以「美食、旅遊照」及「個人照」為最主要的相片內容。特別是電子媒體記者，「美食、旅遊照」及「個人照」為最主要的影像內容呈現。

表四：性別與主要相片內容

主要相片內容	性別			
	男 (n =770)		女 (n =820)	
	次數	百分比	次數	百分比
個人照	130	18.1	170	21.3
家庭照	60	8.3	40	5.0
同事、朋友照	30	4.2	80	10.0
美食、旅遊照	160	22.2	290	36.3
創作照	70	9.7	10	1.3
工作紀錄	100	13.9	70	8.8
採訪花絮	90	12.5	50	6.3
其他	30	4.2	70	8.8
無	50	6.9	20	2.5
χ^2	15.642*			

資料來源：作者整理。* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

三、自我呈現

（一）文字自我揭露

在性別與記者部落格文字自我揭露方式的關聯上，卡方檢定的結果顯示（參見表五），男女記者的部落格在各種文字自我揭露方式上，只有在「提及家人或朋友」這

個方式出現顯著差異 ($\chi^2 = 9.320, p < .01$)，其他文字自我揭露方式並無顯著關聯。男性記者部落格在是否採用「提及家人或朋友」的自我揭露方式頗為平均，有使用此一方式的部落格為接近六成，沒有使用的則為四成。

質性觀察分析則進一步顯示，記者主要在私人心情分享的文章類別中，會提及家人或朋友。有一小部分因記者個人因素，會在記者採訪新聞花絮和偶發事件的類別中出現家人或朋友，例如記者彭蕙仙在部落格中設立一個「羅晴」專區，文章皆記錄或是發布女兒的相關訊息。

表五：性別與文字自我揭露方式

文字自我揭露方式		性別				χ^2
		男 ($n=770$)		女 ($n=820$)		
		次數	百分比	次數	百分比	
個人傳記	無	250	32.5	350	42.7	1.746
	有	520	67.5	470	57.3	
聯絡資料	無	610	79.2	670	81.7	.156
	有	160	20.8	150	18.3	
提及興趣或專長	無	250	32.5	200	24.4	1.277
	有	520	67.5	620	75.6	
提出想法或感受	無	10	1.3	50	0.6	1.072
	有	760	98.7	820	100	
提及家人或朋友	無	310	40.3	150	18.3	9.320**
	有	460	59.7	670	81.7	

資料來源：作者整理。* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

(二) 圖片自我揭露

在圖片自我揭露方式的部分，卡方檢定的結果顯示（參見表六），男女記者的部落格在各種圖片自我揭露方式上，性別與「個人照片」 ($\chi^2 = 11.004, p < .001$)、
「家人或朋友的照片」 ($\chi^2 = 6.706, p < .01$)、「個人參訪或遊記照片」 ($\chi^2 =$

16.665, $p < .001$) 三個面向具有顯著關聯，但性別與「新聞採訪照片」及「其他類型照片」則沒有顯著關聯。

就女性記者部落格而言，有超過六成的比例採取「個人照片」(85.4%)、「家人或朋友的照片」(65.9%)、「個人參訪或遊記照片」(78.0%)作為圖片自我揭露的方式，男性記者部落格只有「個人照片」的採用比例高過未採用者(有 = 62.3%；無 = 37.7%)，「家人或朋友的照片」(有 = 45.5%；無 = 54.5%)、「個人參訪或遊記照片」(有 = 46.8%；無 = 53.2%)沒有採用的比例都高過採用者。

就相對比例來看，女性記者部落格在這三種圖片自我揭露方式的採用上，皆較男性為高，這顯示女性記者具有較高程度的圖片自我揭露傾向。

質性觀察中，男性記者出現非常少的自身圖片，例如記者江一豪的部落格，相簿幾乎鮮少出現個人照、家人照等；女性記者部落格除記者胡慕情以及彭蕙仙，其餘女性記者出現大量圖片自我揭露的現象，例如記者張念慈、主播吳宇舒與李亞蒨等。

表六：性別與圖片自我揭露

圖片自我揭露方式	性別					χ^2
	男 (n = 770)		女 (n = 820)			
	次數	百分比	次數	百分比		
個人照片	無	290	37.7	120	14.6	11.004***
	有	480	62.3	700	85.4	
家人或朋友的照片	無	420	54.5	280	34.1	6.706**
	有	350	45.5	540	65.9	
個人參訪或遊記照片	無	410	53.2	180	22.0	16.665***
	有	360	46.8	640	78.0	
新聞採訪照片	無	360	46.8	320	39.0	.969
	有	410	53.2	500	61.0	
其他類型照片	無	690	89.6	700	85.4	.651
	有	80	10.4	120	14.6	

資料來源：作者整理。* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

(三) 自我呈現主要策略

在記者部落格自我呈現主要策略的部分，卡方檢驗的結果顯示（參見表七），男女記者的部落格在自我呈現主要策略上，並未呈現顯著差異。

表七：性別與自我呈現主要策略

自我呈現主要策略	性別			
	男 (n = 770)		女 (n = 820)	
	次數	百分比	次數	百分比
迎合	20	2.5	40	4.8
讚美	20	2.5	30	3.7
展現能力	670	87	700	85
批評	60	7.7	50	6.1
χ^2	2.200			

資料來源：作者整理。* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

(四) 自我呈現主要內涵

在自我呈現主要內涵的部分，卡方檢驗的結果顯示（參見表八），男女記者的部落格在自我呈現主要內涵上，也未出現顯著差異。

表八：性別與自我呈現主要內涵

自我呈現主要策略	性別			
	男 (n = 770)		女 (n = 820)	
	次數	百分比	次數	百分比
物質我	20	2.6	10	1.2
社會我	20	2.6	60	7.3
精神我	700	90.9	660	80.5
網路延伸我	30	3.9	90	11.0
χ^2	5.299			

資料來源：作者整理。* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

四、部落格互動形式的性別差異

(一) 回應方式

在記者回應方式部分，卡方檢定的結果顯示（參見表九），性別與「贊成式回應」（ $\chi^2 = 6.037, p < .05$ ）、「反駁式回應」（ $\chi^2 = 5.386, p < .05$ ）、「提供資訊」（ $\chi^2 = 4.373, p < .05$ ）三類方式具有顯著關聯，但性別與「改寫式回應」及「悄悄話功能」兩類方式則沒有顯著關聯。

男性記者部落格採取「贊成式回應」的比例，與未採取「贊成式回應」的比例接近，但女性記者則有高達七成五會採取「贊成式回應」。在「反駁式回應」上，男、女記者部落格雖然都有相當高的比例不會採取反駁式回應，但女性（90.2%）比例顯著高於男性（76.6%）。而在「提供資訊」的面向上，男性（75.3%）記者部落格不會採取此一方式者顯著高於女性（59.8%）。整體而言，女性比男性更傾向採取贊成式回應及提供資訊，而比較不會採取反駁式回應。

表九：性別與回應方式

記者回應方式		性別				χ^2
		男 (n=770)		女 (n=820)		
		次數	百分比	次數	百分比	
贊成式回應	無	340	44.2	210	25.6	6.037*
	有	430	55.8	610	74.4	
反駁式回應	無	590	76.6	740	90.2	5.386*
	有	180	23.0	80	9.8	
改寫式回應	無	660	85.7	730	89.0	.396
	有	110	14.3	90	11.0	
提供資訊	無	580	75.3	490	59.8	4.373*
	有	190	24.7	330	40.0	
悄悄話功能	無	670	87.0	630	76.8	2.762
	有	100	13.0	190	23.2	

資料來源：作者整理。* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

多數記者部落格並不會主動經營與讀者互動的問答空間，只有少數記者部落格會主動與網友意見互動，但是互動頻率並不高，且通常較偏向私人性質，而非以「報社 / 電視台編輯」的身分與讀者互動；此外，記者部落格會傾向限制留言身分，例如主播李亞蒨的部落格僅限會員者才能留言，或是將留言內容設定只有記者個人才能看得到。若記者的現職身分曝光率較高，那麼留言也多以單向的粉絲加油問候為主，而非雙向的問答互動，例如主播吳宇舒的部落格，回應內容多以單向粉絲加油問候為主。

若部落格文章談論較為爭議性的話題時，也會引起較多網友的回應，例如彭蕙仙在其部落格中評論李安之電影【斷背山】，當中以基督教觀點來評論男同志，以及負面看法談論同志對家庭的影響，該文在發表之初，引起網路上許多討論與撻伐，但部落格經營者已將此篇文章的回應封鎖，無法再看見網友的意見與其他部落客的回應內容。

(二) 超連結方式

在超連結方式的部分，卡方檢定的結果顯示（參見表十），男女記者的部落格在各種超連結方式上，皆無顯著關聯。值得注意的是，本研究的樣本中，男、女記者部落格皆沒有放置「政府機關」的超連結。

表十：性別與超連結方式

超連結方式		性別				χ^2
		男 (n=770)		女 (n=820)		
		次數	百分比	次數	百分比	
網內其他文章的連結	無	720	93.5	790	96.3	.668
	有	50	6.5	30	3.7	
網外記者所屬媒體的連結	無	750	97.4	770	93.9	1.156
	有	20	2.6	50	6.1	
連結其他媒體	無	770	100	780	95.1	3.853
	有	0	0	40	4.9	

連結公民團體	無	770	100	800	97.6	1.902
	有	0	0	20	2.4	
廣告連結	無	650	84.4	700	85.4	.028
	有	120	15.6	120	14.6	
友好連結	無	650	84.4	660	80.5	.422
	有	120	15.6	160	19.5	
推薦連結	無	560	72.7	580	70.7	.078
	有	210	27.3	240	29.3	
其他獨立部落格	無	720	93.5	790	96.3	.668
	有	50	6.5	30	3.7	

資料來源：作者整理。* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

註：本表僅分析部落格首頁，並未分析個別文章。而此表格有部分項目超過20%細格的期望次數小於5，因此本表的統計結果僅具參考價值。

伍、結論與建議

Web 2.0的興起，使得網路使用者開設部落格成爲一種趨勢，主流的新聞媒體組織也開始運用部落格作爲消息來源。越來越多的記者成立部落格、主流媒體也開始使用社群媒體並結合網路公民新聞的運作，這逐漸改變了新聞專業的概念與文化，使得部落格成爲主流新聞產製環節中的重要平台（Gant, 2007），因此新聞工作者的部落格也成爲網路文化觀察的一個重要場域。

簡要而言，本研究發現，臺灣記者部落格似乎仍複製真實社會結構的性別差異，男性記者部落格在各類新聞專業概念的呈現上，均較女性記者部落格顯著。女性記者部落格內容大量偏好軟性私人議題，似乎複製了新聞路線的分工型態。

Gao 與 Martin-Kratzer（2011）曾指出當記者人數逐漸增加，傳統的男性新聞工作空間逐漸遭遇挑戰，傳統概念男性與女性爲符合預期性別規範，而分別發展出不同的社會角色，新聞專業領域也因而存在著這樣的性別差異。本文探究在可能展現出較高度的民主、開放和平等特性的網路空間中，臺灣記者部落格是否能展現不同於傳統線上社會以及新聞產業中既存的性別差異。

研究結果發現，網路空間並未能翻轉新聞領域真實情境中的性別差異。男性記者

部落格在各類新聞專業概念的呈現上，都比女性記者部落格明顯。男性記者在部落格中展現最多的新聞專業概念，包括「社會責任」以及「獨立監督」；女性記者部落格則在各項新聞專業概念的呈現上均明顯較少。男性記者部落格談論最多的主題為「政治」，而女性記者部落格則為「心情日記」。此研究結果似乎複製線下社會的新聞工作分工型態，因為男性主要負責報導「硬性新聞」，而女性負責次要的「軟性新聞」（Djerf-Pierre, 2007, p. 89）。這也可能與女性較喜愛在部落格上談論其私人的生活經驗與個人事務（Pedersen & Macafee, 2007, p. 1483）以及在書寫形式上，女性偏好日記形式的部落格，而男性偏好評論形式有關（Herring & Paolillo, 2006）。

相較於男性記者，臺灣女性記者較少在部落格中針對政治與公共議題上發表文章。可能的原因包括，女性記者的政治興趣不如男性記者，或者是女性記者不喜歡政治的本質與評論的書寫，或者女性記者受限於社會真實情境（例如要處理家務、照顧小孩等），沒有更足夠的時間撰寫較為硬性的公眾主題。Harp 與 Tremayne（2006）則認為，雖然女性在網路的起步較晚，但是現在已經有愈來愈多的女性部落格投入政治部落格的書寫中。未來女性記者部落格是否也會有此趨勢的轉變，值得觀察。

另外，本研究透過「文字」、「圖片」與「策略」來探討自我呈現與揭露是否存在性別差異。研究結果發現除了策略之外，有高達八成的女性記者部落格「提及家人或朋友」的文字自我揭露方式，明顯高於男性，且女性記者比男性記者更常使用個人照、朋友或家人照片，以及出遊的個人照，顯示女性具有較高程度的圖片自我呈現傾向。此研究結果呼應 Trammell 與 Keshelashvili（2005），性別會影響自我呈現與揭露的方式與程度，女性在日記型態的部落格書寫確實會有較高程度的自我揭露。

至於性別是否對記者部落格互動方式產生影響上，整體而言，女性記者比男性記者更傾向採取贊成式回應及提供資訊，但兩者皆較不會採取反駁式回應。如同過去研究結果所提及，性別可能影響經營部落格的動機。相較於男性，女性在經營部落格上有較強烈的社交動機；因此，以日記型書寫的方式較容易吸引讀者迴響，而女性也較樂於回應讀者、與閱聽眾產生連結（Gao & Martin-Kratzer, 2011, p. 177）。

研究結果也發現，女性記者部落格的讀者回應，多近似於粉絲的回覆方式，這可能與女性記者的自我呈現策略上有關。研究指出，公眾人物將部落格視為一種自我呈現的策略（Sanderson, 2008），尤其是任職於電子媒體的女性記者，在媒體上的曝光

率較強，透過部落格中的文字或圖片的自我呈現，塑造公眾形象。部落格成為記者可控制自我呈現策略並將欲塑造之形象傳布給閱聽眾的網路空間。

而Trammell、Tarkowski、Hofmokl 與 Sapp (2006) 曾指出女性傾向將部落格當作一種溝通工具來互動，而女記者向來擔任主動的角色激起讀者的情緒反應 (Chambers, Steiner, & Fleming, 2004)。同樣地，Molyneaux、Gibson、O'Donnell 與 Singer (2007) 在探討影音部落格內容與其中的性別差異時，也指出女性比男性更常與 YouTube 社團互動，並得到高點閱率，男性則較偏好針對影音內容進行評論；且女性部落格的主題大多以個人事件為主，男性則提供大眾或科技相關主題。以上研究結果均可呼應，為何本研究發現女性記者的部落格不但大多偏向軟性議題，且也偏好與閱聽眾互動。

此外，根據研究結果，發現不管是男性或女性的記者部落格在各種超連結方式上皆無顯著關聯。在質性觀察中，也僅只有一位女性記者運用網內文章超連結的方式，讓讀者可連接至其他文章主題。過去有關超連結的研究結果不一，中國的女性記者似乎比男性記者更少使用超連結 (Gao & Martin-Kratzer, 2011)，但是英國的女性記者較常連結自己的部落格至其他部落格 (Pedersen & Macafee, 2007)；而在臺灣進行的記者部落格研究結果，並無法明確指出不同性別記者在超連結使用上的差異，記者部落格運用超連結的功能也不活躍，這可能與臺灣記者使用部落格的習慣有關。透過超連結與其他消息來源互動，並非臺灣記者偏好的互動方式。

在回應方式上，除了回應態度外，研究發現無論男性或女性的平面媒體記者部落格，均傾向單向性的文章訊息發布，似乎都將部落格視為書寫平台而非互動的社群媒體；即使少數記者部落客會對網友意見有所回應，頻率也不高，且傾向個人性質。研究結果亦發現，電子媒體的女性記者部落格多以私人交流為主，女性的電子媒體記者似乎較傾向將部落格作為分享個人生活的社群媒體，並且較注重相簿的更新以及留言回應。上述研究結果也呼應 Papacharissi (2007) 的發現，部落客的主要意圖在於單向揭露個人想法與資訊，較不關心讀者如何接收內容資訊。

目前臺灣的記者部落格中，性別的不同似乎沒有影響記者與讀者的互動與經營模式。無論男性與女性，在記者部落格中都少見以與讀者間互動為主的「讀者論壇」出現在文章內容或型式，僅有某些部落格發表的文章迴響較熱烈時，讀者在文章回覆中

形成讀者與讀者之間的輻射形意見交流與互動。

雖然如此，臺灣電子媒體的記者比較起平面媒體的記者，仍然較常與網友進行私人議題的交流，這可能與電子媒體記者經常出現在螢光幕上，部分電子媒體記者也擔任播報的工作，屬於公眾人物，經營名聲的動機較高。

Robinson（2006）針對美國主流新聞媒體的記者部落格研究曾發現，記者部落格確實影響並改變了許多傳統的新聞理念和規範。專業的記者部落格能「肩負提供真相以及倫理的責任」、且將部落格視為一個「查證的辯論論壇」、執行「獨立監督」以及提供「顯著且易理解的新聞」。

不過，本研究卻發現，相較於美國記者的部落格，臺灣記者部落格缺乏公眾性，並未能達到Robinson（2006）研究中美國記者在其部落格中的專業表現。另外，不論男性或是女性的記者部落格，臺灣的記者部落格均非常少見國外研究中，記者透過部落格與群眾共同調查、產製新聞的情況。整體來說，臺灣記者仍普遍將部落格視為私人的書寫／記錄或社群工具，而非將部落格視為正式或具有公眾性質的傳播管道。

在數位時代的發展下，記者部落格已然成爲一個讓新聞工作者可以分享與生活與專業生活的空間。從此角度而言，記者部落格正成爲一種新形式的網路分享空間，在其中記者可以傳達新聞的核心價值，讓大眾可以接觸到內部的觀點，因此可以留意新聞控制與新聞自由等重要議題。臺灣記者部落格迴避公眾性的原因，顯然值得未來研究作進一步的探索。

在研究方法的設計上，本文參與觀察七個記者部落格有六位是女性記者，原因是本文觀察對象的選擇，是以部落格的瀏覽人數超過百萬以上的高低順序，而前六位剛好都是女性。不過此選擇標準帶給研究結果一定程度的影響，建議未來研究增加男性記者網路書寫研究的樣本，或能有耳目一新的發現。

最後，須特別指出的是，本研究旨在探索臺灣記者部落格的性別差異，然而作者終極關懷的核心其實是臺灣長年以來的媒體記者的性別意識。Allan（2010）指出，新聞工作者的性別意識會透過講述模式介入報導過程。

本研究的主旨雖不在探討性別差異對新聞報導過程的可能影響，然而透過記者部落格的內容呈現，仍可從記者自我展演的另一個舞台上，充分觀察臺灣記者是否仍存在以傳統性別角色自我侷限論述角度。本研究發現女性記者在部落格的論述內容中呈

現的新聞專業性明顯較弱，這個結論乍看之下與臺灣女性記者在新聞媒體產業的影響力日增，似乎有所矛盾。記者養成教育的過程中，不分性別，均強調強調客觀中立、公眾關懷等專業義理。然而其網路社群媒體的自我呈現，女性記者卻反映出明顯較弱的新聞專業性論述，這個結果，不禁令作者深思其背後更深層的影響。

以近年來各種有關媒體中女性角色的偏差呈現研究（李建寧，2006；呂雅惠，2009）可以發現，女性記者在新聞媒體對女性名人進行偷窺或八卦報導時，未必會展現更多的性別平等意識，也未必主張性別正義。女性記者物化女性名人，例如在報導中特意強調其身材曲線（如事業線等論述），比諸男性記者，不遑多讓。可見如何讓更多女性新聞工作者能夠從性別政治的角度，去理解新聞場域與工作慣例如何複製女性的從屬角色，並有志於改變這種角度（Allan, 2010, p. 164），是未來新聞教育以及實務工作必須正視的課題。

正如同近期有性別研究指出（Hermes, 2010），媒體產業是到了應該要追求「反思專業主義」（reflective professionalism）的時刻。長久以來輿論所詬病的媒體性別刻板印象的形成，某一個層面而言，其實不正是媒體工作者集體性別認同出現某些偏差所導致的結果嗎？

過去二十年以來的網路傳播研究也顯示，性別認同長久以來根深蒂固地存在於人類的心理當中，也存在於人類傳播的模式當中。網路新媒體的出現，並不會奇蹟式改變上述的現象（Kapidzic & Herrings, 2011）。未來研究可以繼續探索性別認同如何在不同的傳播產業中被內化為工作常規，包括新聞記者，以及我們的新聞教育以及性別教育還能夠作出什麼努力來打破目前傳統性別認同的框架。

參考書目

- Yu, Kero (2013年3月18日)。〈不要再玩臉書了部落格才是你家〉，《商業週刊》。上網日期：2014年4月1日，取自<http://www.businessweekly.com.tw/KBlogArticle.aspx?id=3221>
- 白如寶 (2013年05月28日)。〈「便當文」事件記者疑漸依賴網路做消息來源〉，《銘報》。上網日期：2014年4月1日，取自http://mol.mcu.edu.tw/show_2009.php?nid=155453
- 何振誠、邱張名琪、陳威助 (2009)。〈從網誌到微網誌：網路社會參與型態的演變介紹〉，《資訊社會研究》，17：1-51。
- 呂雅惠 (2009)。《臺灣電視新聞報導爭議女性之負面形象研究》。政治大新聞研究所碩士論文。
- 李建寧 (2006)。《平面媒體女性新聞人物報導之性別分析：以夏禕為例》。高雄師範大學性別教育研究所碩士論文。
- 杜念魯 (2006)。《部落格 (Blog) 對報業從業人員行為影響之初探》。世新大學新聞研究所碩士論文。
- 辛啓松 (2007)。《新聞從業人員經營部落格的行為研究》。中山大學傳播管理研究所碩士論文。
- TWNIC (2012年)。《2012年臺灣寬頻網路使用調查》，取自財團法人臺灣網路資訊中心網頁<http://www.twnic.net.tw/download/200307/20120709c.pdf>
- 高筱綺 (1999年6月)。〈個人網頁的自我呈現內涵研究〉，「1999中華傳播學會年會」，新竹。
- 傅明雅 (2006)。《TVBS電視台員工勞動過程之分析》。交通大學社會與文化研究所碩士論文。
- 單文婷 (2003)。《國會記者新聞專業性之研究》。政治大學新聞研究所碩士論文。
- 廖依婷 (2006)。《電視新聞女記者對社會新聞陰性化影響之研究》。政治大學新聞研究所碩士論文。

- Allan, S. (2010). *News culture* (3rd ed.). Maidenhead, UK: Open University Press.
- Bentivegna, S. (2002). Politics and new media. In Lievrouw, L. A., & Livingstone, S. (Eds.), *The Handbook of New Media* (pp.50-61). London: Sage.
- Bortree, D. S. (2005). Presentation of self on the Web: An ethnographic study of teenage girls' weblogs. *Education, Communication & Information*, 5(1), 25-39.
- Boutin, P. (2008, October 20). Twitter, Flickr, Facebook make blogs look so 2004. *Wired Magazine*, 16-11.
- Bradshaw, P. (2008). Blogging journalists: Survey results. Retrieved March 2, 2012, from <http://onlinejournalismblog.com/2008/10/14/blogging-journalists-survey-results-pt1-context-and-methodology/>
- Carter, C., Branston, G., & Allan, S. (1998). *News, gender, and power*. London: Routledge.
- Cassidy, W. (2008). Traditional in different degrees: The professional role conceptions of male and female newspaper journalists. *Atlantic Journal of Communication*, 16(2), 105-117.
- Chambers, D., Steiner, L., & Fleming, C. (2004). *Women and journalism*. London: Routledge.
- Chu, D. (2012). Interpreting news values in j-blogs: Case studies of journalist bloggers in post-1997 Hong Kong. *Journalism*, 13(3), 371-387.
- Dindia, K., & Allen, M. (1992). Sex differences in self-disclosure: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 112(1), 106-124.
- Djerf-Pierre, M. (2007). The gender of journalism: The structure and logic of the field in the twentieth century. *Nordicom Review*, Jubilee Issue, 28, 81-104.
- Dominick, J. R. (1999). Who do you think you are? Personal home pages and self-presentation on the World Wide Web. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 76(4), 646-658.
- Fallows, D. (2005, December 28). How women and men use the Internet. *Pew Internet & American Life Project*, 28. Retrieved April 1, 2014, from <http://www.pewinternet.org/2005/12/28/how-women-and-men-use-the-internet/>

- Fredrick, C. A. N. (1999). Feminist rhetoric in cyberspace: The ethos of feminist Usenet newsgroups. *The Information Society, 15*(3), 187–197.
- Gant, S. E. (2007). *We're All Journalists Now: The Transformation of the Press and Reshaping of the Law in the Internet Age*. New York: Free Press.
- Gao, F., & Martin-Kratzer, R. (2011). Gender differences in Chinese journalists' blogs. *Chinese Journal of Communication, 4*(2), 167-181.
- Gill, R. (2007). *Gender and the media*. Cambridge, UK: Polity.
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. New York: Doubleday.
- Guadagno, R. E., & Cialdini, R. B. (2007). Gender differences in impression management in organizations: A qualitative review. *Sex Roles, 56*(7), 483-494.
- Harp, D., & Tremayne, M. (2006). The gendered blogosphere: Examining inequality using network and feminist theory. *Journalism & Mass Communication Quarterly, 83*(2), 247–264.
- Hermes, J. (2010). On Stereotypes, media and redressing gendered social inequality. *Contemporary Readings in Law and Social Justice, 2*(2), 181-187.
- Herring, S. C. & Paolillo, J. C. (2006). Gender and genre variation in weblogs. *Journal of Sociolinguistics, 10*(4), 439-459.
- Herring, S. C., Scheidt, L.A., Bonus, S., & Wright, E. (2004). Bridging the gap: A genre analysis of weblogs. *Proceedings of the Thirty-Seventh Hawaii International Conference on System Sciences*, Washington, DC, USA.
- Jackson, L. A., Ervin, K. S., Gardner, P. D., & Schmitt, N. (2001). Gender and the Internet: Women communicating and men searching. *Sex roles, 44*(5-6), 363-379.
- James, W. (1952). *The principles of psychology*. Chicago, IL: Encyclopedia Britannica.
- Jones, J. & Himelboim, I. (2010). Just a guy in pajamas? Framing the blogs in mainstream US newspaper coverage (1999-2005). *New Media & Society, 12*(2), 271-288.
- Kapidzic, S. & Herrings, S. C. (2011). Gender, communication and self-presentation in teen chatrooms revisited: Have patterns changed? *Journal of Computer-Mediated Communication, 17*(1), 39-59.

- Kennedy, T. L. M., Robinson, J. S. & Trammell, K. (2005, October). *Does gender matter? Examining conversations in the blogosphere*. Paper presented at Internet Researchers Conference: Internet Generations, Chicago, IL.
- Leary, M. R., Nezlek, J. B., Downs, D., Radford-Davenport, J., Martin, J., & McMullen, A. (1994). Self-presentation in everyday interaction: Effects of target familiarity and gender composition. *Journal of Personality and Social Psychology*, 67(4), 664-673.
- Lingle, C. (2009, November). *The three Rs of political blogging: Referring, responding and revising*, Paper presented at National Communication Association 95th Annual Convention, Chicago, IL.
- Mcfarland, M. (2014, March 13). This blog post won't be shared on Facebook, and I should be worried. *The Washington Post*. Retrieved April 01, 2014, from <http://www.washingtonpost.com/blogs/innovations/wp/2014/03/13/this-blog-post-wont-be-shared-on-facebook-and-i-should-be-worried/>
- Mehdizadeh, S. (2010). Self-presentation 2.0: Narcissism and self-esteem on Facebook. *CyberPsychology, Behavior, and Social Networking*, 13(4), 357-364.
- Molyneaux, H., Gibson, K., O'Donnell, S., & Singer, J. (2008, May). *New visual media and gender: A content, visual and audience analysis of YouTube Vlogs*. Paper presented at the International Communications Association (ICA 2008), Montreal, Canada.
- Morahan-Martin, J. (1998). The gender gap in Internet use: Why men use the Internet more than women—a literature review. *CyberPsychology & Behavior*, 1(1), 3–10.
- Papacharissi, Z. (2002a). The presentation of self in virtual life: Characteristics of personal home pages. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 79(3), 643-660.
- Papacharissi, Z. (2002b). The self online: The utility of personal home pages. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 46(3), 346-368.
- Papacharissi, Z. (2007). Audiences as media producers: Content analysis of 260 blogs. In M. Tremayne (Ed.), *Blogging, citizenship, and the future of media* (pp.21-38). London: Routledge. Retrieved March 2, 2012, from http://tiger.uic.edu/~zizi/Site/Research_files/TremayneChapterBlogs.pdf

- Pedersen, S., & Macafee, C. (2007). Gender differences in British blogging. *Journal of Computer-Mediated Communication, 12*(4), 1472-1492.
- Robinson, S. (2006). The mission of the j-blog-Recapturing journalistic authority online. *Journalism, 7*(1), 65-83.
- Rodgers, S., & Thorson, E. (2003). A socialization perspective on male and female reporting. *Journal of Communication, 53*(4), 658-675.
- Sanderson, J. (2008). The blog is serving its purpose: Self-presentation strategies on 38pitches.com. *Journal of Computer-Mediated Communication, 13*(4), 912-936.
- Schoneboom, A. (2011). Workblogging in a Facebook age. *Work, Employment & Society, 25*(1), 132-140.
- Trammell, K. D., & Keshelashvili, A. (2005). Examining the new influencers: A self-presentation study of A-list blogs. *Journalism and Mass Communication Quarterly, 82*(4), 968-982.
- Trammell, K.D., Tarkowski, A., Hofmokl, J., & Sapp, A.M. (2006). Republic of blog: Examining polish bloggers through content analysis. *Journal of Computer-Mediated Communication, 11*(3), 702-722.
- Universal McCann. (2008, April 15). *Power to the people social media tracker: Wave 3*. New York: Universal McCann. Retrieved April 01, 2014, from: <http://www.slideshare.net/gregfromparis/wave-3-studies-for-universal-mac-cann>
- Van Zoonen, L. (1988). Rethinking women and the news. *European Journal of Communication, 3*(1): 35-54.
- Weiser, E. B. (2000). Gender differences in internet use patterns and internet application preferences: A two-sample comparison. *Cyber Psychology & Behavior, 3*(2), 167-178.

附錄：記者部落格質性觀察名單

部落格名稱	部落格連結
胡慕情：我們甚至失去了黃昏	http://gaea-choas.blogspot.com/
江一豪：生活，就是抗爭	http://blog.chinatimes.com/laborpower
《中國時報》：彭蕙仙跳舞有時	http://blog.chinatimes.com/prayer/
《聯合報》：念茲在茲小記者所見所聞	http://blog.udn.com/nien
《蘋果日報》：李姝姮人字拖小姮隨便寫	http://terrilee.pixnet.net/blog
《東森新聞》：吳宇舒	http://www.wretch.cc/blog/jkshu
	http://bloguide.ettoday.com/blog.php?bid=435
《中天新聞》：李亞菡	http://www.wretch.cc/blog/yachien1210