

網路傳播

郭良文(世新大學傳播所)

網際網路是上一個世紀末的新發明，但至本世紀初，其發展已迅速地擴展至全世界，網路不但改變了我們認知世界的角度，它也逐漸地在影響我們的日常生活與社會互動的型態，此外，網路也對資訊的意涵與價值、以及媒體傳播的模式產生巨大的影響力。在資訊社會的脈絡下，網路的掘起與發展正逐漸在改變人們得到的資訊內容、獲取資訊的管道、以及人與媒體間的關係。無論是國內外社會學界或傳播學界，網路的資訊與傳播面的研究已成為重要之新興課題。

就資訊傳播方面而言，透過數位科技之應用，各類型資料與知識都可以被儲存與檢索，同時在製作成資料庫之後，便可以在電腦與網路上使用，因此，有效的資訊內容管理，將可帶來新的知識價值。在全球資訊網上所散播與每日新創的訊息與內容相當地多而龐雜，同時有用的與無用的資訊、正確的與錯誤的資訊、以及短暫的與長期的資訊均雜陳在其中，這種資訊的流動性，導致掌握網路資訊的困難度極高，因此，網路對於資訊傳播的第一大挑戰，即是對於這些「高度流動資訊」的搜尋與掌握，其次是對這些資訊的篩選、分類、與保存，進而將相關內容整合成有高附加價值的資料庫型態、或以電子書或電子期刊的型式作為資訊傳遞媒介，以有助於使用者加以有效的應用與檢索，促使資料庫與電子書成為資訊社會的新知識型態。

由於網路的特性可以結合平面與立體的媒介內容，因此文字、圖像、與影音內容均可結合在一起而成為一個以多媒體為特色的「整合性超媒體」(convergent hyper-media)。這種發展已使得網路有別於傳統的大眾媒介型態，過去以文字與影音二元對立的媒介區分已被網路媒介所改變，因此網路已逐漸成為一種具有新創性與獨特性的媒介。電子報的出現，已經對於傳統報業產生了衝擊，網路時代的報社經營模式、記者採訪內涵、與編輯製作流程，在在都挑戰了舊有的新

聞學理論框架。因此，網路傳播的發展顛覆了傳統新聞與傳播理論可以解釋的範疇，而創造新理論與新解釋觀點的需求。

由於網路的互動與即時等特性，使網路媒介對於媒介使用者而言，是一個「個人化媒介」，使用者可以依個人需要而運用此媒介，無論是上網搜尋資料、玩線上遊戲、或使透過隨選視訊功能選擇自己想看得影音資料，這些都使網路媒介得以透過個人來進行傳播。傳統媒介視媒介使用者為「受眾」或「閱聽人」，都免不了將媒介使用者視為是被動的，而網路媒介使用者卻具有相當多的主動性與雙向互動性，就主動性而言，至少包括了自我選擇性、角色扮演 (role playing) 與個體操作權等方面。

其次，有別於報紙、廣播、與電視等傳統的大眾媒介，網路能夠針對不同、特定的對象進行焦點式傳播 (focus communication)，作為分眾傳播的工具之一。無論是透過「新聞討論群」、各種「虛擬社群」(virtual community)、或其他各類型的 e-mail 群組名單。網路都能夠即時、定時地傳送訊息給特定的對象。這類群體往往因為共同的專業、興趣與經驗而聚集，某些群體能跨越地域限制而建立較強的聯繫與認同。此類虛擬社群所建立的電子郵件名單，因為分眾性強，具有明顯的區隔，許多新興傳播模式，如廣告傳播中的「網路廣告聯播網」制度，即是將網路當作是一種分眾化媒介與焦點傳播的新工具。

網路傳播帶來了新挑戰，也對傳統傳播媒體、以及既有的新聞傳播理論產生了衝擊，流動性資訊的搜尋與掌握、數位化資料庫的發展、電子報與電子期刊型式媒介的誕生、整合性超媒體的互動性與多媒體特性、以及焦點傳播與分眾時代的未來發展，在在都將促使網路傳播朝向新知識社會與新知識經濟的方向發展。