



媒體撒「網」 捉不到公正

2009-10-25 記者 林詩雯 文



網友意見成為各大媒體採納的對象。(圖片來源/中天新聞台新聞片段)

科技日新月異，網路已經成為人們生活中獲得資訊的主要管道之一。蓬勃發展的台灣媒體也緊跟著時代趨勢。利用網路讓觸角更深入各式各樣的閱聽人中，徹底實現資訊傳播的最大可能。日前逐漸發展的「公民新聞」在媒體界受到熱烈討論，公民記者可以使用部落格等，能在網路上的發表空間傳達一己之見，成為另類媒體。主流媒體對非主流的公民新聞的正統性，議論似乎已漸漸轉化為「肯定」態度。現在，各大媒體的新聞標題上，時常能夠看見「網友」一詞的出現，並且成為新聞內容的主角。姑且不論真正能夠代表公民新聞、公民記者的定義為何，但網友的聲音已被主流媒體聽見，也已佔有重要份量。

台灣網路使用度高 網友成媒體寵兒

根據財團法人台灣網路資訊中心，所公布的98年「台灣寬頻網路使用調查」報告顯示。截至98年1月3日為止，台灣地區上網人口比例為70.95%，比去年(97)增加了2.44%。台灣各地區之個人寬頻上網比例則以台北市最高(83.85%)，其次依序為高雄市(78.16%)，再其次為北部地區(不含台北市74.46%)，而以東部地區比例最低(60.87%)。

台灣的上網人口逐年增加，網際網路成為資訊傳播的主流之一以是不爭的事實。人們使用網路獲得資訊的比例大增，網路使用者對媒體的影響力越來越大。BBS、論壇、部落格、網誌等可盡情發表言論的網路空間中，網友們的熱門話題，如網購、遊戲、時事等等，都可成為媒體爭相報導的對象，甚至炒熱話題，讓全民共襄盛舉。除了網友圈中的話題受到關注外，網友的言論意見也有如「正義」使者般，好似「代表」全體民眾的心聲，受到各大新聞媒體的重用。

狗便便禮券 網友批荒誕政策 (奇摩新聞-自由時報)

網友重批新竹治安 幸福城市不再 (奇摩新聞-華視)

扁怪招告洋狀 網友諷：找ET更快 (奇摩新聞-TVBS)

PO文風波「成龍第二」？網友抵制陳昭榮 (奇摩新聞-今日新聞)

美第一夫人幕僚陣容空前 遭網友砲轟 (奇摩新聞-中央社)

媒體歷屆廣告

推薦文章

- 變化自如 幕後的聲音演員
- 那些年 爸爸與芭樂的回憶

- 關余廣色 我想說的事

總編輯的話 / 郭穎慈



本期共有十九篇稿件。頭題〈夢想配方 攝影甜點與咖啡〉忠實刻劃一位科技新貴勇敢出走，開設一間攝影風格咖啡廳的歷程和堅持。

本期頭題王 / 洪詩宸



嗨，我是詩宸。雖然個子很小，但是很好動，常常靜不下來。興趣是看各式各樣的小說，和拿著相機四處拍，四處旅行。喜歡用相機紀錄下感動，或值得紀念的人事。覺得不論是風景還是人物，每個快門的...

本期疾速王 / 吳建勳



大家好，我是吳建勳，淡水人，喜歡看電影、聽音樂跟拍照，嚮往無憂無慮的生活。

本期熱門排行



夢想配方 攝影甜點與咖啡
洪詩宸 / 人物



橙色的季節 唯美「柿」界
陳思寧 / 照片故事



老驥伏櫪 馬躍八方
許翔 / 人物



追本溯源 探究大地之聲
劉雨婕 / 人物



變化自如 幕後的聲音演員
張婷芳 / 人物

以上幾則新聞標題都直接以「網友意見」做為報導主軸，似乎有公正報導的意味在，背後卻隱含了許多難以察覺的問題。（資料來源／奇摩新聞）

匿名性 為言論打折

科技的發達，讓許多輿論在虛擬的網路空間中，得到充分的釋放與傳遞。媒體產業也看見，以網路做為資訊傳播平台的發展逐漸成熟。使各家報社、新聞台紛紛開立電子報、部落格等相關網站，成為紙本報紙或是電視新聞外的新選擇。越來越多新聞媒體採用所謂的「網友」意見，讓網路使用者的影響力大增。然而，卻讓一般民眾容易忽略，其實「網友」一詞背後所隱涵的種種問題，是一般民眾難以察覺的。

網路的運用，比起傳統資訊傳播的模式，更容易使用「互動」功能。可以開設討論區、推薦區等等，還能夠提供即時線上交流，且較無版面限制，讓資訊的傳達不只是單方的提供與接收。而是在多元面相的交互作用下，打破既定規則。網友意見在各大媒體的報導中，成為一種如同大眾輿論的替代品，匿名性卻讓作為客觀意見的腳步無法站穩。在網路空間裡，「匿名」猶如現實社會中的人情義理，並非堅不可破，卻又無法跨越。有了這項功能，讓使用網路做為表達一己之見的人們，可以暢所欲言且難以捉摸。你不知道「他」是誰，也不在意「他」是誰，你我都只是虛擬空間中的一員而已，為言論負責的精神也相對大打折扣。媒體採用網友意見，似乎躲避了此一爭議。

網路使用差異 網友不代表全民

不只匿名性讓網友意見做為全民輿論的代表無法穩固。網路使用的普及率、網路使用者的年齡、教育程度高低、經濟能力高低，都讓網友意見有失公正客觀。以網路使用的普及率來說；根據財團法人台灣網路資訊中心，所公布的98年「台灣寬頻網路使用調查」報告顯示，台北市人口的網路使用率最高。都市發展程度的高低與否，與網路使用率的人口數成正比。越發達的城市，使用網路的人數越多，這也形成了網友意見的侷限。網友意見可能大多數集中在使用率較高的地區，而忽略了使用率較低的地區。做為「全民輿論」的代表，網友意見有失客觀。以使用者的年齡分布來說；老一輩的人們，從小並無生長在資訊科技如此發達的世代。對於網路的使用率也相對偏低，這一輩人們的意見較無法在網路上被看見，網友意見也無法代表全民輿論。以使用者的教育程度高低來說；許多教育程度較低的民眾，對於資訊科技的接收並不如教育程度較高的人們，容易與網路上的資訊脫節，網友意見無法公正客觀又在多一面相。以使用者的經濟能力高低來說；科技資訊的傳遞必須透過科技產品支援，而經濟能力較差的民眾，購買科技產品的能力相對較弱，使用網路的機率也相對較低，網友意見的侷限性又再度擴張。

現在台灣媒體以網友意見做為報導主軸的篇幅越來越多。以暑假的八八水災為例，網友們的意見徹底被媒體採用。網友對政策的抨擊讓媒體製造話題，進而推向全體民眾，卻似乎少了正反對比所構成的客觀性。網友對時下社會中各種事件的評論，在媒體「積極」的採用下，推波助瀾，讓全民共同發燒。進而影響政策、社會風氣、價值觀的發展。表面看來，媒體利用了網友意見發揮「第四權」的功能，然而網友意見的公正客觀性卻有待質疑與商榷。各大媒體在使用網友意見的同時，應先深思媒體公正客觀的立場，再做進一步的採納。



橙色的季節 唯美「柿」界

新竹九降風吹起陣陣柿香，一片澄黃映入眼簾，那既是辛苦的結晶，也既是甜美的滋味。

