

關於「網友」的二三事： 數位時代電視新聞製作的真實樣貌[#]

劉慧雯*

一、前言

2004年9月8日，哥倫比亞廣播公司(CBS)資深主播拉澀(Dan Rather)在「六十分鐘」(60 Minutes)節目中，引用匿名文件質疑美國總統小布希兵役記錄假造。節目還沒播完，部落客已在網路上從該文件的墨水、紙張質地等證據，指當時軍方文件不可能使用特定材料。經過一天查證，CBS承認該文件確實為偽造；在新聞圈工作三十餘年的拉澀，三個月後黯然辭職。相較於1972年的「水門」(Watergate)事件，這被網友戲稱為「拉澀門」(the Rathergate)。

從「拉澀門」發生的年代、過程來看，網友不但是一群會上網的人，而且其中有些人對於公共事務特別關心，願意花費心力從蛛絲馬跡中找出與大眾媒體對話、辯駁、乃至於釐清事實的證據。正因如此，相對於「公共論壇」(public sphere)就出現了「部落格論壇」(blogosphere, 見 Keren, 2006; Reese, Routigliano, Hyun & Jeong, 2007 等)的概念。甚至有美國學者認為它已經可以取代中型報紙，成為一般人所依賴的媒體(如：Crawford, 2004)。

在臺灣，網路同樣扮演了另類資訊通路。例如，在陳為廷立院備詢的新聞事件中，主流媒體對此事的定位主要是「陳為廷沒禮貌」；但網路上流通的，卻主要是當時現場的實況錄影。也就是說，網路使用者不再全盤接受新聞媒體對事件的解讀，而希望透過閱讀原始材料，由閱聽人自己判斷。

[#] 本文內容改寫自：劉慧雯，〈「網友」作為消息來源：探討數位時代中電視新聞製作的實質秩序〉，《廣播與電視》，第三十六期，頁37-68。

* 國立政治大學新聞學系副教授



只是，在中文語境中常出現的「網友」這個字，不容易翻譯為英文。Netizen（多譯為「網民」）這個字表明了網路（net）與公民（citizen）身分的組合，通常是指一般人在網路上從事民主活動。然而，90年代之後的發展顯示，「民主審議」並非網際網路上最常見的活動（如：Banaji, 2010；Banaji & Buckingham, 2010）。「網友」似乎代表了一個新世界，提供一種特殊的觀點。那麼，當「網友」成為「網路相關」新聞的重要消息來源時，新聞的面貌有什麼變化？這是本文的討論主題。

二、網友與消息來源

一般而言，「網友」一詞泛指所有「使用網際網路的人」；然而，從事網路系統工程作業的人，我們卻很少稱其為「網友」。這使得「網友」一詞很微妙的指使用網路的不知名人士。

另一方面，對新聞來說，引述消息來源是讓新聞報導更有說服力的關鍵技巧。不過，過去的研究已經發現，在新聞的實際操作中，消息來源不只是採訪對象，更是建構社會事實的工具（Hagen, 1993）。而且，在所有消息來源中，官方消息來源與權威人士被認為能夠接近特定事實，因此是新聞記者最喜歡訪問的人（McQuail, 1994）。同時，由於記者可以選擇消息來源，於是偏頗的選擇就成為傳達意見傾向的手段（參見 Fishman, 1980; Hackett, 1985; Lichter, Rothman & Lichter, 1986; Meyers, 1992; Stemple & Culbertson, 1984; Tuchman, 1978 等）。如此一來一往，消息來源就有可能透過「餵養新聞給記者」，而成為輿論的操控者（Berkowitz & Adams, 1990）。

比消息來源更麻煩的是「匿名消息來源」。大體來說，新聞報導之所以需要將消息來源「匿名」主要是因為不方便公開身分；但新聞寫作時，仍會盡量提供具體線索，讓讀者瞭解重要性與真實性，例如：「國防部高層」、「具有駐外經驗的中東專家」等。由於人在認知資訊時，經常需要周邊線索瞭解資訊本身的可信度，匿名消息來源於是便成為一種比較難以判斷的資訊。在大眾媒體中，常見的匿名消息來源有「據指出」、「不願具名的高層」等詞彙。

由於「網友」經常指「使用網路的不知名人士」，這使得「網友」這兩個字在數位時代成為代替「據指出」，成為常見的匿名消息來源。這麼一來，看似「指向某人」的報導，實際上無法為閱聽人提供判斷的線索。如果是這樣的

話，作為消息來源的「網友」、「網路」，在新聞的操作中，究竟扮演了什麼角色？這是本文的核心問題。

三、研究方法與研究結果分析

臺灣擁有世界上密度最高的新聞頻道，這些新聞頻道常被稱為「社會亂源」(楊瑪利，2002年4月)。我們蒐集了民國101年3月1日至101年5月31日共92天在商業臺TVBS及公共電視兩臺晚間8-9時播出的新聞內容，針對被選出的「網友說新聞」，詳細登錄整條新聞鏡面與聲音的所有可辨認元素，作為分析的依據，來瞭解「網友說」在新聞中扮演的角色。

登錄結果發現，兩臺晚間新聞的「網友說」新聞，在數量上有相當差距(參見表一)。

表一 電視新聞「網友說」新聞數量統計表

頻道		TVBS	PTS	小計
天數	網友說新聞天數	42	11	53
	百分比	45%	12%	
所有新聞總天數		92	92	--
新聞則數	網友說新聞則數	112	12	124
	百分比	6.4%	0.56%	
所有新聞總則數		1,749	2,129	3,878
新聞長度	網友說新聞總秒數	13,350	1,408	14,758
	百分比	5.6%	0.58%	
所有新聞總秒數		238,777	242,304	481,081

總體來說，TVBS的「網友說」新聞則數和秒數都高於公視新聞，數量則約是公視的十倍。如果收看TVBS新聞，大約2天就會看到至少一則「網友說」新聞；公視則平均要9天才會看到一則。然而公視新聞實際上的新聞總則數和總秒數都高於TVBS，這表示，不是因為沒有其他新聞所以只好播出「網友說」新聞。相反地，TVBS確實偏好「網友」作為消息來源的新聞。

另一方面，網路消息來源在新聞報導中的呈現樣貌，則可以表二來理解。



表二 電視新聞網友說「匿名消息來源數量比例」，單位：次

頻道	TVBS	PTS	小計
匿名消息來源 *			
新聞則數	95	9	104
在該臺「網友說」新聞中的比例	84.8%	88.8%	
引用次數	218	9	227
該臺「網友說」新聞中 所有消息來源次數比	68.6%	32.1%	
非匿名消息來源			
新聞則數	30	7	37
在該臺「網友說」新聞中的比例	26.8%	58.3%	
引用次數	100	19	119
該臺「網友」說新聞中 所有消息來源次數比	31.4%	67.9%	

* 本研究「匿名」與「非匿名」的區別，是以「實際姓名」為判斷標準。本表所示為「次數」，單一則新聞可有 multiple 消息來源，也可能有「數次匿名消息來源」加「數次非匿名消息來源」

不論 TVBS 或公視，當新聞報導採集網路資訊為消息來源時，超過八成的新聞使用匿名消息來源；公視新聞使用匿名消息來源（88.8%）的比例甚至還略高於 TVBS（84.8%）。這顯示當新聞涉及「網路」、「網友說」時，多數消息來源都處於「匿名」狀態。這與傳統新聞期望以明確消息來源提升新聞報導可靠性的作法，正好相反。

在使用匿名消息來源的情況下，如果想要補強報導的可信度，比較直接的作法就是加入「明確消息來源」。在本研究中，我們發現，公視新聞在使用網路匿名消息來源的新聞（9 次）中，超過七成補足了非匿名消息來源（7 次）。相對之下，TVBS 卻只有 31.4% 的新聞裡補強了非匿名消息來源。總的來說，在 92 天的 124 則「網友說」新聞中，公視新聞只有 2 條新聞完全依賴匿名消息來源；TVBS 卻有 118 則新聞完全不提供明確消息來源。

不過，針對「網友說」新聞的內容考察卻發現，「匿名消息來源」有時候是不得不然。

例如，在「吳念真 FB 時間軸版似找不到“自家廁所”」（TVBS，101.03.02）這則新聞中，不論標題、主播稿頭或者鏡面，都明確指出該新聞的消息來源就是吳念真。然而，這則新聞卻依然「創造」了（計為一次）「匿名消息來源」：新聞畫面中呈現在吳念真臉書上呼應其抱怨的「網友留言」。這些「網友」有

時候被馬賽克隱去帳號暱稱，有時候則因為拍攝角度或距離，難以辨識帳號；即便能看得出來帳號的畫面，也因為不可能知道留言者真實身分，而成為匿名消息來源。

也就是說，「網路畫面的呈現型態」創造了意外的匿名消息來源。

電視新聞對網路消息來源的引用，雖然曾經被批評為在網路上「製造民意」（例如，瞿海源，2001；楊意菁，2008；Hurwitz, 1999；Webster, 1995 等），不過，在實際研究中卻可以發現，網路媒體所側重的互動、匿名特質，使得電視新聞製作，不得不採用匿名消息來源。

即便如此，比較兩臺對匿名消息來源的使用，卻可以發現不同邏輯。在所有研究取材中，公視只有 4 則沒有明確消息來源的新聞，且全都是討論「社會議題」（如：花蓮縣政府觀光處長收賄；女子尋短 po 臉書，網友報案救回）。TVBS 的 67 條依賴匿名消息來源（59.8%）的新聞，絕大多數是翻攝網路畫面的新聞，例如：「iPad 魔術諷：第三代 iPad 如氣球飛起」（101.03.05）描述愛惡搞蘋果手機的魔術師天馬行空想像 iPad 可以起飛、倒出啤酒等；「偷吃香腸罰面壁巴哥犬裝無辜」（101.03.23）則翻攝网友上传的懲罰小狗的照片。這些新聞正是所謂「記者上網抄新聞」。101 年 4 月 8 日這天，TVBS 甚至一口氣播出高達 18 則這類新聞。

四、討論

在觀察公共電視與 TVBS 晚間新聞之後我們發現，TVBS 偏好使用網路匿名消息來源；公共電視次數僅約 TVBS 的十分之一，且公視新聞常以補充非匿名消息來源來補強新聞的可信度，一定程度上仍遵守傳統新聞的專業操作規則。

在系統性的觀察 TVBS 與公視新聞的表現後，我們一方面證實了商業媒體的新聞選擇有別於公共媒體；另一方面，也發現了數位時代大眾媒體與數位內容之間，因為不同運作邏輯而形成的落差。由於網際網路加入日常生活，使得大眾媒體必須關注在網路上發生的事情；然而，網路只是一個平臺，提供眾人自由地將自己紀錄、查詢到的資訊刊載出來，這使得網路上的資訊五花八門，消息來源則更是型態複雜。新聞報導特別側重「真實」，因而希望以畫面、消息來源等方式提供新聞可信度。可是一旦報導內容涉及「網路」、「網友」，擷取或翻拍自網路的畫面，就很容易受限於網路使用的習慣，



而經常出現無法指認資訊來自何處的狀況。在這個狀況下，如果堅守新聞規範，照理應該提供其他消息來源，協助閱聽人瞭解資訊的真實程度，可是從本文研究結果來看，商業媒體的操作傾向不處理。

從這些研究結果來看，取用匿名網友為消息來源，一方面是科技型態的不得不然；但另一方面，卻也有賴（電視）新聞主事者堅守新聞專業義理，輔以可辨識的資訊，協助閱聽人判斷報導的真實性。「網友」既然是對不特定一群人的集合稱呼，那麼，在以「網友說」為新聞報導的依據時，媒體記者需要擔負更多查證與守門的工作，才能使新聞報導維持專業高度，而不會被網路上的各式言論牽著鼻子走。

參考文獻

- 楊瑪利 (2002 年 4 月)。〈弱智媒體，大家一起來誤國〉，《天下》，251：110-125。
- 楊意菁 (2008)。〈網路民意的公共意涵：公眾、公共領域與溝通審議〉，《中華傳播學刊》，14：115-167。
- 瞿海源 (2001 年 12 月)。〈網路公共論壇與民意——有關停建核四事件討論的分析〉，「第四屆資訊科技與社會轉型研討會」，臺北市南港。
- Banaji, S. (2010). Disempowering by assumption: 'Digital natives' and the EU civic web project. In M. Thimas (ed.) (2010). *Deconstructing digital natives: Young people, technology and the new literacies*. New York & London: Routledge.
- Banaji, S. & Buckingham, D. (2010). Young people, the internet and civic participation: An overview of key finding from the CivicWeb project. *International Journal of Learning and Media*, 2(1), 1-11.
- Berkowitz, D. & Adams, D. (1990). Information subsidy and agenda-building in local television news. *Journalism Quarterly*, 67(4), 723-731.
- Crawford, D. (2004). Editorial pointers. *Communication of ACM-The blogosphere*, 47(12), 5-8.
- Fishman, J. (1980). *Manufacturing news*. Austin, TX: University of Texas Press.
- Hackett, R. A. (1985). A hierarchy of access: Aspects of sources bias in Canadian TV news. *Journalism Quarterly*, 62(2), 256-267.
- Hagen, L. M. (1993). Opportune witnesses: An analysis of balance in the selection of sources and arguments in the leading newspaper' coverage of the census issue. *European Journal of Communication*, 8, 317-343.
- Hurwitz, R (1999). Who needs politics? The ironies of democracy in cyberspace. *Contemporary Sociology*, 28(6), 655-661.
- Keren, M. (2006). *Blogosphere: The new political arena*. Lanham, MD: Lexington Books.
- Lichter, S. R., Rothman, S., & Lichter, L.S. (1986). *The media elite*. Bethesda, MD: Adler and Adler.
- Meyers, R. A. (1992). Public issues, agenda-setting and argument: A theoretical perspective. *Communication Yearbook*. 15. Los Angeles, CA: Sage.

- McQuail, D. (1994). *Mass communication theory: An introduction*. London, UK: Sage.
- Reese, S. D., Routigliano, L., Hyun, K., & Jeong, J. (2007). Mapping the blogosphere professional and citizen-based media in the global news arena. *Journalism*, 8 (3), 235-261.
- Tuchman, G. (1978). *Making news: A study in the construction of reality*. New York, NY: Free Press.
- Webster, F. (1995). *Theories of the information society*. New York, NY: Routledge