

# 網路新聞學發展的契機與轉機— 第二次波斯灣戰爭中網路新聞報導之研究

胡光夏

世新大學新聞學系

副教授

## 摘 要

從媒體報導戰爭的歷史中，可以發現第二次大戰以前是「平面媒體戰爭」、第二次世界大戰是「廣播戰爭」、越戰是「電視戰爭」、第一次波斯灣戰爭是「衛星與有線電視戰爭」、第二次波斯灣戰爭則被標誌為是「網際網路戰爭」。

本研究是以文獻和歷史分析法為主，並以網路傳播的相關概念與模式，作為分析的架構，以探討第二次波斯灣戰爭中網路新聞報導的情形，並針對網路新聞學所面臨的挑戰與網路新聞服務未來的可能發展，逐一的加以檢視。

全文計分為五大部分：前言、相關文獻探討、美伊戰爭中網路新聞報導的分析、網路新聞學發展的審思和結論。

**關鍵詞：**網路新聞學、波斯灣戰爭、戰爭報導、戰爭與媒體、部落格

## 壹、前言

協助人們對於環境的監控與預警，一直是傳播媒介對社會所扮演的角色與功能。人類社會從遠古時期就能應用結繩記事、煙火示警等，來傳遞資訊。後來由於科技的發展，印刷媒體與廣播、電視等電子媒體的相繼出現，使得資訊的傳遞在時空上有所突破，但仍有其侷限性。網際網路媒體的出現，更進一步突破了時空的限制，人們透過網路的連結，可以在第一時間，突破地域性傳統媒體守門人的限制，在虛擬的世界中「無限」地漫遊，真正實現了傳播學者 Marshall McLuhan 所說的地球村(global village)。

基本上，不同時代中各種「新媒體」的出現，都會對於新聞產製的概念、形式與技術等帶來一些衝擊，也因而促使新聞學領域的理論與實務不斷的擴展與充實。隨著傳播科技在新聞採訪與寫作上的應用，新聞學的領域也從早期的報學，發展到後來的廣播學與電視學等。而從 1990 年代中期起，由於網際網路的興起，對於傳統新聞學的平面與電子媒體的劃分，帶來了很大的衝擊，更對傳統新聞媒體的經營者帶來了很大的挑戰。回顧傳播媒體的發展史，這似乎是每一新媒體出現的必經過程。

在這新一波網際網路媒體的發展過程中，新聞傳播實務界與學界持續不斷的在摸索與探討此一新興的媒體。最先感受到網際網路帶來較大威脅的媒體，可能是報業。許多傳統的報紙開始發行網路版的「報紙」，甚至出現網路的專業新聞媒體，如曾曇花一現的台灣電子報—「明日報」。

由於對於新媒體的特性與功能等，都在跌跌撞撞的摸索中，早期大都以電子報(online newspaper)來稱呼網路版的新聞媒體。但由於網際網路在某些特性上兼具傳統電子媒體與平面媒體的特性，因此，除了報業外，廣播和電視等電子媒體業者、以及網際網路等相關產業也都加入了此一新媒體的競爭行列，而不同的競爭者以本身所掌握的資源與優勢，竭盡所能的投入「戰場」，使得網際網路新聞市場的競爭非常白熱化。

2003 年的美伊第二次波斯灣戰爭為網際網路新聞市場競爭與發展帶來了契機。這次戰爭是歷史上第一次網際網路真正參與報導的戰爭，也是標誌著首次的「網路戰爭」(internet war)報導(Bergman, 2003, May 5; Glaser, 2003, May 20)。

根據美國一項調查顯示(Rainie, Fox and Fallows, 2003)，2003 年美伊戰爭爆發後，美國有 77% 的網路用戶上網都與這場戰爭有關聯，在 1.16 億的網路用戶中有 55% 是透過電子郵件和他人交換戰爭的看法或了解戰爭的最新動態，而有 17% 的網際用戶聲稱網際網路是他們瞭解戰爭動態的主要途徑之一，此一數字

遠高於 2001 年美國 911 恐怖攻擊事件的 3%。在戰爭爆發期間，55%網際網路用戶的電子郵件使用與伊拉克戰爭有關。由於透過網路瀏覽、傳遞和討論戰爭新聞的人數創下新記錄，使得網路新聞學(online journalism)的發展進入了一個新的里程碑。

根據 Mark Glaser(2003, December 18)對美國網路新聞業者所做的訪談顯示，在回顧 2003 年網路新聞的發展中，都將美伊戰爭視為是網路新聞發展的最重要事件，特別是戰爭部落格(blog)<sup>1</sup>的興起和利用容量較大的寬頻網路來傳遞大量影片，令人記憶最深。本研究即在此一背景下，期望對於網路新聞學與網路戰爭報導加以探討。由於網路新聞學是一個新興領域，國內的相關文獻仍較為缺乏，筆者期望能藉由本研究充實此一領域。

本研究是採歷史和文獻分析法，主要的文獻來源是以網路為主，並以美國的網路戰爭新聞報導為主要的分析重點。主要考量是因為對國內而言，這一場美伊戰爭是「他者的戰爭」，再加上國內的資訊大都仰賴外電為主。

本研究的目的是有三：第一、瞭解傳播媒介在戰爭報導中的演變情形；第二、探討在 2003 年美伊戰爭中，網路新聞報導的實況；第三、分析網路新聞學所面臨的相關問題與未來的可能發展。植基於研究目的，本研究主要研究問題為：媒體戰爭新聞報導的演進為何？美伊戰爭中，網路戰爭新聞報導的參與者和報導類型為何？此次網路戰爭報導帶給網路新聞學發展的審思為何？

本研究計分為五大單元：第一單元為前言；其次為相關文獻探討，主要在探討媒體戰爭新聞報導的演進歷史，並檢視網路傳播的相關理論與模式，以作為本研究的分析架構；第三部分是美伊戰爭中網路新聞報導的分析；第四部分為網路新聞學發展的審思；最後是本研究的結論。

## 貳、相關文獻探討

本單元首先探討媒體戰爭新聞報導的演進，藉以瞭解在不同時期的戰爭中，不同媒介所扮演的角色。其次，從網路傳播(internet communication)領域中，檢視與本研究相關的理論與模式，以作為本研究分析時的參考架構。最後，對於網路新聞學發展的歷程與模式作一概述，期使對於網路戰爭新聞報導的分析能提供較為全觀性與脈絡性的參考。

---

<sup>1</sup> 在國內，有人將 Blog 直接翻成部落格。部落格可以分為網站所設的網頁日誌(weblog)與個人的 blog，blog 主要是利用網頁(web)所具有的快速(speed)、簡短資訊的爆發性(short bursts of information)和互動性(interactivity)。

## 一、媒體戰爭新聞報導的演進

Virilio(1989, p. 7)曾指出，「戰爭的歷史是一種視野快速改變的歷史。」從傳播媒介在戰爭報導中的應用，可以瞭解到隨著傳播科技的演進，在不同的戰爭中，傳播媒介所「中介」(mediated)或重現(represented)的戰爭景況，確實有著很大的不同。

如果以 M. McLuhan(1964)所提出的「媒介就是訊息」，將媒介視為人的延伸，則隨著傳播媒介的演化與發展，戰爭報導所帶給我們的是符合人體的各種功能需求，分別是著重在眼睛(報紙、電視)、耳朵(廣播、電視)、腦(電腦網路)等。基本上，McLuh 所提出的媒介進化歷程是從提供線性思考的印刷媒介，演進到影像流通世界的電視媒體，最後到衛星和數位網路的全球化與地球村(吳筱玫, 2003)。

從現存西方有關戰爭報導的文獻中，可以瞭解到現代新聞記者報導戰爭主要是從克里米亞戰爭(The Crimean War)開始，當時的記者只要仰賴紙和筆，來從事戰爭的採訪與報導。對美國而言，有機制性的戰爭報導是從內戰(The American Civil War)開始。在內戰時期專職的戰地記者 Mathew Brady 與他的助理 Alexander Garder 曾對許多主要的戰役作了報導。他們兩人似乎知道會發生激烈作戰的地點，因此，每當他們的黑色採訪蓬車一抵達戰地，戰士們即知道將會有一場激烈的戰鬥 (Cutlip, Center, and Broom, 1994, p. 484; 胡光夏, 2003a)。

基本上，戰爭新聞的報導一直到廣播的出現，才開始有了一些轉變，改變了以印刷媒體為主的戰爭報導。第二次世界大戰被標誌為「廣播戰爭」(李新, 2003)。無線電廣播不僅被敵我雙方廣泛應用來作為心理戰和宣傳戰等工具，更被用來作為民眾快速瞭解戰爭進展的主要媒介。廣播在當時充分發揮了電子媒體的「即時性」特性，因此，迅速擄獲了民心，與報紙同時成為民眾獲知戰爭新聞的主要消息來源。

雖然廣播的戰爭報導帶給民眾第一手資訊，但著重的是在人的耳朵，一般民眾對於戰場的景況僅能透過報紙的「靜止」(still)照片來獲知。真正帶給民眾戰爭視野改變的是在越戰期間。

史上第一次的「電視戰爭」是越戰(Hallin, 1997)<sup>2</sup>。越戰是首次經由電視

---

<sup>2</sup> Taylor (1992, p. 2) 曾指出，嚴格說起來，韓戰才是首次透過電視報導的戰爭。雖然如此，但因為當時電視所扮演的角色較不顯著，因此，一般人大都認為越戰才是真正的電視戰爭。

將戰爭帶入家庭的客廳。但越戰的畫面並非是立即畫面，而是電視記者在當地拍攝後，再傳送至美國剪接處理後才播放，時間間隔短則數小時，長則達數天之久。

越戰也是美軍與媒體間衝突與不信任的轉捩點(Sharkey, 1991)。美國媒體對軍方的支持，在北越利用 Tet 假日違反停火協定進行攻擊後，就開始改變。隨著媒體大量報導美軍傷亡的消息，特別是透過電視媒體的報導，活生生的將戰爭的慘烈畫面帶到民眾家中，間接促成美國國內反戰活動的盛行，使得美國民意開始反對戰爭。而軍方則開始責怪媒體未對前線加以支持，並將媒體視為是戰爭勝利的破壞者(Cate, 1998, p. 108；胡光夏, 2003b)。

1991 年波斯灣戰爭則是首次透過衛星傳播，將真實戰爭畫面立即傳送至世界各地，開啟了戰爭新聞報導方式的新頁。美國有線電視新聞網(CNN)記者 Peter Arnett 從巴格達(Baghdad)傳送在伊拉克的採訪報導，而其它的 CNN 記者則分別從美國的華盛頓和沙烏地阿拉伯傳送美軍和聯軍的相關新聞(Altschull, 1995)。這一戰爭造就了 CNN 的全球媒介地位，因此，此一戰爭可以說是「衛星與有線電視戰爭」。然而，第一次波斯灣戰爭的大部分戰爭畫面是由美國國防部所供應(Kramer, 2003)，而且不是現場實況轉播(live report)。

2003 年美伊戰爭對電視和網際網路而言，都是很重要的一年。基本上，2003 年美伊戰爭不僅是一場軍事武器高科技戰，也是一場媒體戰與新聞戰。由於這是一場兵力、火力與機動力極度懸殊的不對稱戰爭，媒體所扮演的角色更顯得重要。正如 Swatz(2003)的訪談中所指出，2003 年第二次波斯灣戰爭不僅是電視現場轉播的戰爭，也是網路的戰爭。

2003 年美伊戰爭開啟了將戰爭報導進入電視現場(Live)直播的年代。戰爭的場景隨著美英聯軍部隊的推進，立即實況呈現在全球觀眾眼前，就如同在看一場美式足球賽的現場轉播一樣。CNN 的一位主播曾用戒慎恐懼聲音旁白警告觀眾說：「以下的畫面將出現什麼內容，我們無法預測，如果有猝不及防的可怕畫面，請觀眾要有心理準備。」(轉引自中國時報，2003, 0325, 第 10 版)。與以往歷次的戰爭新聞採訪相較，從來沒有這麼多的記者，有這麼多的管道可以採訪軍情。

至於網際網路則是在 2003 年第二次波斯灣戰爭中首次參與了全面性的戰爭報導，並將戰爭的報導帶進了民眾上班的工作地點。美國微軟公司全國廣播公司網站主編迪安·萊特曾說：「從報導方面看，這(指美伊戰爭)可以看作是一場網際網路戰爭……我們網站的主要賣點就是使用現場影像，以前所未有的方式將戰爭帶進工作地點。」(轉引自李新, 2003)。

前 MSNBC 編輯，現任 RealNetworks 負責人 Merrill Brown 在美伊開戰前即已指出，由於美國和伊拉克有 8 個小時的時差，再加上寬頻網路市場的高度成長和無線電腦科技的發展，網路將首次在重要新聞事件報導中，和電視與其它媒體

佔有同等的重要地位(轉引自 Swartz, 2003)。

事實上,美國 CNN、ABC 和其它的電視網在 2002 年美國對阿富汗戰爭時,曾計畫運用網路來報導新聞,但因阿富汗塔利班(Taliban)政府禁止媒體記者使用網路,使得這些媒體只能依賴衛星電話來傳送相關報導(Swartz, 2003)。

總結從媒體報導戰爭的歷史中,可以歸納為,第二次世界大戰以前是「平面媒體戰爭」、第二次世界大戰是「廣播戰爭」、越戰是「電視戰爭」、第一次波斯灣戰爭是「衛星與有線電視戰爭」、第二次波斯灣戰爭則進入了「網際網路戰爭」,並且將戰爭報導帶入了上班的工作場所。

## 二、網路傳播特性與模式

網際網路起源於 1969 年美國國防部先進研究計畫處(Advanced Research Projects Agency, ARPA)所建立的第一個電腦網路,也就是 ARPANET,專供學術研究之用。後來經由官方、學界和研究機構等的不斷發展,使網路深入世界各地,爆發「資訊革命」(吳筱玫, 2003)。

網際網路的出現與日漸普及,被認為是「新麥克魯漢主義」<sup>3</sup>的再興起(Robins and Webster, 1999)。作為一個新興的媒介,網路媒介主要具有去中心化、公私領域難分、快速流動、共同參與和虛擬真實等五項特質(吳筱玫, 2003)。

去中心化是指網路是由許多無數的節點所串連而成,沒有起始點,也沒有結束點。網際網路主要是提供一個整合的平台,從偏向私領域的內部傳播、人際傳播和小團體傳播,到公領域的組織傳播與大眾傳播等,都同時存在於此一平台,因此,打破了傳統公私領域的劃分。而由於網路間訊息的流動是非常快速,使得時間和空間受到壓縮。網路媒體的近用性和互動機制,使得網路的使用者也可以同時成為訊息的產製者,打破了傳統媒介原有的傳送者和接收者間的主從關係,網路的參與者擁有控制對談的能力,可以選擇參與的時機,以及選擇訊息的內容與順序等。網路上的許多活動都是模擬的、想像的和真實糾結不清的,經由網路使許多的虛擬社區(virtual community)存在。

McQuail(2000)以媒介通道的特性,將網際網路為主的新媒介,依照使用、內容與脈絡的形式劃分為人際傳播媒介(interpersonal communication media)、互動操作媒介(interactive play media)、資訊搜尋媒介(information search media)、與集體參與式的媒介(collective participatory media)等四

---

<sup>3</sup> 麥克魯漢(M. McLuhan)的論述被認為是媒介(科技)決定論,也就是相信人類的未來發展與變遷,傳播媒介或科技扮演著重要的角色。

種。此外，他並從個別使用者的角度，區分新、舊媒介在特性上的不同處，主要包括互動、使用者所經驗的社會存在感(social presence)或者是社交(sociability)、自主、玩樂和隱私等的程度。

從資訊流通(information traffic)的層面而言，網際網路媒介呈現出四種傳播的模式，即訓示(allocation)、對談(conversation)、諮商(consultation)、和登入(registration)(McQuail, 2000)。

訓示是傳統媒介的傳送模式(transmission model)，傳播的時間和地點是由傳播者或者中央所決定，是單向的傳播，由一個中心同時向許多的接收者同時進行傳送資訊。

對談性是互動的呈現，是基於平等的立場，雖然也是透過某種中心或者媒介來進行，但參與者可以自行選擇傳播行為的對象、時間和地點，以及討論的主題。

諮商是個人在中心或媒介所儲存的資料庫中，依使用者自己的時間、空間和喜愛的主題，在資訊庫中蒐尋相關的訊息。

登入是諮商模式的相反，通常中央比個人擁有更多的控制力，中央會要求參與者提供個人的資訊，並且加以記錄，而中央通常沒有經過參與者的同意或知悉直接進行資訊的累積。

Deuze(2001)指出網路的主要特性是：超文本(hypertextuality)、多媒體(multimediality)、和互動性(interactivity)。超文本有兩種型式，一種是可藉由連結開啟新的內容，另一種是只能引導選擇螺旋梯狀的內容(a spiraling down of content)<sup>4</sup>。

新聞媒體的多媒體類型可以區分為媒介形式的匯合(convergence of media modalities)<sup>5</sup>和分歧的形式(divergent paradigm)<sup>6</sup>。網路互動性的應用則有三種形式，瀏覽互動(navigational interactivity，透過「下一頁」或者是「回到首頁」的按扭或者滾動的工具)、功能互動(functional interactivity，透過直接的到郵件連結到電子佈告欄和討論的名單等)、適宜互動(adaptive interactivity，透過精明網頁設計，提供聊天室和個人專屬服務等)。

---

<sup>4</sup> 引導選擇螺旋梯狀的內容是指能在網站上找尋既有的內容，而無法連結到這些文本所在的網址。

<sup>5</sup> 媒介形式的匯合是指新聞網站是不同媒體形式的綜合，例如美國的CNN和英國的BBC的網站。

<sup>6</sup> 分歧的形式是指網站是從一種多媒體的角度來發展，提供給終端使用者數種不同的形式可以進入網站內容或者是透過網站可以進入其它的內容。

### 三、網路新聞學(Online Journalism)的發展歷程與新聞網站類型

大約在 100 多年前，一位未來預測者 Jules Verne 在其所撰寫「2890 年美國新聞記者的一天生活」(A Day in the Life of an American Journalist in 2890)一文中就曾預測，美國記者在每天早上是接直向訂戶說新聞，民眾也可以和記者直接話家常，而如果訂閱者不想自己聽新聞，可以有一個記錄器，來協助搜集新聞，以瞭解當天的新聞。事實上，這一類似構想已經由網際網路的網誌(weblogs)加以實現了(Glaser, 2003, September 11)。

網際網路對於新聞學的影響可以從兩個層面來加以探討(Deuze, 2001)。一個是從各媒體記者和編輯對於網路工具的使用，也就是從電腦輔助新聞報導(computer-assisted reporting, CAR)的角度。另一個則是從，如何應用網際網路來創造一種新的專業新聞工作形式，也就是網路新聞學。本研究主要是從第二種的層面來加以檢視。

#### (一)網路新聞學的發展歷程

《出版家與發行家的互動》(*Editor & Publisher Interactive*)刊物將網路新聞媒介界定為，這些媒介是以網路的形式存在，在此一新資料庫中，將可以發現一些連結、城市導覽、雜誌、報紙、新聞服務和綜合性、廣播和電視等的網址(轉引自 Deuze, 2001)。

De Wold(2001)指出，網路新聞(online news)是指放在網際網路上大量的新聞與資訊。一般而言，大多數網站上的新聞是由傳統的媒介，如報紙和電視等所提供的為主。

杜駿飛(2001)將網路新聞定義為：基於 Internet 傳受的新聞信息，具體來說，它是任何傳送者通過 Internet 傳送或者是再傳送，而任何接收者透過 Internet 視聽、下載、溝通或傳播的新聞信息。基本上，網路新聞包含廣播、電視、報紙等傳統媒體經由網站所傳遞的訊息，甚至涵蓋不是媒體機構的個人或組織團體透過 Internet 所刊登或傳送的新聞。

從上述的這些定義可以瞭解到，網路新聞學與傳統新聞學的主要差別是在媒介的應用上，但在屬性上則兼具了傳統平面媒體與電子媒體的特性。在新聞的定義上，也呈現多元性，不再只是侷限於傳統媒體機構記者所撰寫的新聞。

在網際網路出現前，平面媒體利用電子傳播工具來傳遞資訊或出版已有一段頗長的歷史。在 50 幾年前就已有報紙運用家用傳真機設備來傳送新聞，當時的收費價格在 50 至 100 美元間(Riley, et al., 1998)。

在媒體中，最先感受到網路新興媒介是一個機會，也是一個威脅的是報紙。



因此，從 1990 年代中期開始，許多報紙開始利用網際網路，提供新聞資訊，但這些網站幾乎都是印刷媒體的網路翻版，並沒有充份展現網路媒體應有的特性。

Pryor(2002)綜合 Vin Crosbie 與 Francois Bar 兩人的觀點，將美國網路新聞學的發展區分為三波(three waves of development)：第一波試驗期(從 1982 年至 1992 年)；第二波發展期(從 1993 年至 2001 年)；第三波逐漸成熟期(從 2001 年起迄今)。此項劃分主要是植基於網路擁有者和終端使用者間控制權、實際的應用和硬體的使用等。

第一波起源於 Times Mirror 和 Knight Ridder 兩家報紙集團在 1982 年開創的 Videotex 服務<sup>7</sup>，主要提供數位形式的文本、原始新聞圖片、資訊傳播(如聊天室和佈告欄)、家庭銀行(home banking)、購物和遊戲等。因 Videotex 無法滿足終端用戶的需求，這兩家傳統媒體組織在 1986 年結束服務。此外，CompuServe 也曾在 1980 年代提供試驗性的全國報紙電子版收費服務，後來因為訂戶數不足，而取消該項服務(Bittner, 1996)。

在一些媒體試驗失敗後，往後第一波的市場是由與傳統媒體產業無關聯的新網路公司(online companies)，如美國線上(AOL)、Prodigy 和 CompuServe 所主宰。這些公司提供顧客專門的服務(proprietary service)。例如美國線上提供多元主題的匿名聊天服務，CompuServe 也提供各種主題的討論論壇服務。後來隨著專營聊天、佈告欄(BBS)等網路的發展，網路傳播開始由一對多轉變為多對多，以及一對一的服務。在第一波網路新聞的發展中，控制權主要是由網路業者所掌握。

從 1990 年代起，網路新聞學發展開始進入第二波，主要是因為新技術的不斷出現，如超文本連結標示語言 (html)、網路 (web)、圖畫界面(graphic interface)、網路瀏覽器(browser Mosaic)、電子信(e-mail)等。而網際網路的規格化和瀏覽器的出現，更加帶動了網際網路的普及化。這些重要的進展，如 1991 年 5 月日內瓦研究機構 CERN 發佈 World Wide Web 的標準(Deuze, 2001)、1994 年 Netscape 的第一個商用瀏覽器上市、1995 年微軟的 Explorer 出現等。

在網際網路技術發展日益成熟後，許多傳統媒體開始投入網路新聞網站的經營，如 1992 年 5 月第一個在美國線上所出現的網路新聞網站是由芝加哥論壇報(*the Chicago Tribune*)所設立的 Chicago Online(Carlson, 2001)。而從 1990 年代中期起，大部分新聞機構已開始提供網路新聞服務(Riley, et al., 1998; Pryor, 2002; Cohen, 2002)。第二波所提供的服務有：數位形式的文本、較佳的表格、影像、音效、電子郵件的廣泛應用、電子商務、以及無數的資料庫鏈接

---

<sup>7</sup> Videotex 是將平面出版品和其它的互動服務透過電視螢幕傳送給訂戶。

等。在這一波的發展中，愈來愈多的控制權給予終端的用戶和新聞搜集者。這一波剛開始發展時，大部分的網路內容是免費的，業者主要是依賴廣告作為收入的來源。後來因業者入不敷出，打算收取訂閱費，但並不順利，除了少數極具價值的內容外，接收者反對付費，甚至反對干擾視線的網路廣告。

從 2001 年起網路新聞學的發展進入第三波。根據 2001 年美國《*Editor & Publisher Interactive*》的資料庫顯示，大約有 12,878 個網路新聞媒介(轉引自 Deuze, 2001)。在這一波中，網路業者為了使更多的使用者願意付費，不斷地改善產品和服務，提供更靈活的平台和各種新式的軟體。這一波中所提供的主要服務包括：網頁日誌(weblogs)、部落格(blog)、個人網站、較佳的表格、影像、音效、電子郵件的廣泛應用、電子商務、音樂軟體下載、地方和社區新聞、即時短信等。在這一波發展中，網路的控制權是由網路所有人和參與者共同分享，而且用戶已開始逐漸能接受為提供的服務來付費。

從美國 2001 年 911 恐怖攻擊事件後，網路上開始盛行網頁日誌(Weblogs)和部落格(blogs)(Cavanaugh, 2002)。Bennett(2001)指出，網頁日誌的形式主要是提供立即的評論、突發新聞和其它日誌的連結、以及各種的來源，由於能提供快速和流動的工具來瞭解與追蹤新聞事件的發展，對傳統新聞學的形式形成很大的挑戰。由於許多這些網誌都是免費的，因此，對於營利的傳統媒體和網路的新聞媒體的新聞產製產生一些威脅。Boczkowski 將此種形式稱之為「批發的建構」(distributed construction)(轉引自 Cohen, 2002)。

2003 年對網路新聞學的發展而言，是一個紛擾的一年，其中包含首次的「網路戰爭」、網路戰爭日誌(包含 weblogs 與 blogs)和公民新聞學(citizen journalism)影響性的升高等(Glaser, 2003, December 18)。

## (二)、網路新聞網站的類型

網路不是單純的一種媒介，主要是一種媒介的平台，其傳播的對象兼具大眾、分眾、個眾，也就是既是「大眾傳播」，也是「分眾或窄眾傳播」。經由網路所連成的社會是一種虛擬社群(virtual community)與虛擬社會(virtual society)。

網路新聞在內容的報導上是具有多媒體性(multimediality)，允許公眾有更多的回應選擇、互動性、個人化的新聞服務，以及透過超連結(hyperlink)能提供連結到其它的相關新聞、檔案、來源等(Deuze, 2001)。

Deuze(2001)曾以 Sparks(1999)提出的觀點為基礎，將網路新聞學的模式區分為從純粹提供新聞的主流新聞網站(the mainstream news sites)、索引和目錄網站(index & category sites)、後設新聞學和評論網站(meta-journalism and comment sites)、共享和討論網站(share & discussion sites)等四種類型。

主流新聞網站是網路上最為普遍的類型，主要是提供多樣的新聞內容(有些是從母公司的傳統媒體轉載而來或者為網路所特別產製的)，以及提供少部分的互動傳播。這些公司大都為傳統的廣電業者如美國的 CNN 和 MSNBC、英國的 BBC 等。而一般傳統報紙所屬的網路報紙(online newspaper)也大都是屬於此一類型。

第二種的索引和目錄網站大都與傳統的媒介組織較無關聯，而是屬於一些網路蒐尋引擎公司(如 Altavista 或 Yahoo)、行銷研究公司(如 Moreover)、以及一些企業中的個人(如 Paperboy)等。這一類型的網站大都沒有提供自己採訪的新聞，而是提供連結到在 World Wide Web 上的新聞網站，通常會由編輯團隊加以分類或者是加註。這些網站也提供聊天室、新聞交換、小秘訣(tips)和電子佈告欄(bulletin board system, BBS)的連結等服務。

第三種的後設新聞學和評論網站是屬於新聞學中的新聞學(journalism about journalism)，主要是和新聞媒介與媒介議題有關，有些是媒體監督的團體(media watchdogs)(如 Mediachannel, Freedomforum, Poynter's Medianews 等)，另外一些是屬於索引和目錄網站的衍生(如 European Journalism Center Medianews)。這些網站的新聞是由不同來源的記者所產製的，其主要的重點是討論在網路上所找到的一些的內容。此類網站對於新聞專業的增進，以及專業的自我批評有一些的貢獻。

第四種的共享和討論網站是提供平台給公眾交換意見和討論。有些網站是以提供特定的主題(如全球性的反戰或者是反全球化)或者是電腦相關新聞(computer news)。此一類型的網站也被描述為「群體網頁日誌」(group weblogs)，提供網路使用者發抒自己個人經驗的園地。

網路新聞學中新興個人新聞學(individual journalism)的網頁日誌(weblog)或者部落格(blog)(Lasica, 2001)，則是界於第二種和第三種網站類型之間。

## 參、美伊戰爭中網路新聞報導的分析

2003 年美伊戰爭是網路新聞學發展的一個重要里程，因為此一戰爭的很大部分報導都在網路上呈現出來。Jonathan Dube 分析其原因主要是：因為這是一個在本質上是 24 小時的戰爭；可以獲得很多不見得可信的大量資訊；美軍採用「嵌入記者」(embedded journalist)隨軍採訪，使得記者得以產製出大量的資訊；在伊拉克有許多的部落格出現；媒介本質和新聞的全球化(轉引自 Glaser, 2003, December 18)。

以下即針對此次戰爭中，網路戰爭新聞報導與使用概況、網路新聞提供的參與者、網路新聞網站呈現方式與報導的特色等，逐一加以探討。

## 一、網路戰爭新聞報導與使用概況

2003年第二次波斯灣戰爭中，新聞傳播媒體在資訊的取得上，無疑地比1991年波灣戰爭暢通，而其主要的關鍵在於美、伊雙方在戰爭新聞的處理上，採取了與前次波灣戰爭截然不同的方式<sup>8</sup>，美軍也是自越戰後，首次採取「嵌入記者」隨軍採訪。

此次美伊戰爭的新聞記者與新聞產製人員主要是配備著無線手提電腦和數位攝影機從戰地與軍事駐紮地來發出新聞稿。數位相機被架設在重要地點進行二十四小時的拍攝，此外，互動和3-D地圖也被使用來報導部隊移動、人員傷亡和武器使用等最新的動態。CNN.Com的一位執行製作指出，此種網路報導的特色是「結合電視的速度和報紙的深度」，這種報導方式將會界定未來的戰爭要如何被報導(轉引自Swartz, 2003)。

雖然本質上，第二次波斯灣戰爭仍舊是屬於有線電視的戰爭報導<sup>9</sup>。CNN.com副總與執行製作人Mitch Gelman表示：網路影片並不是要取代電視，「如果你接觸得到電視的話，就應該看電視，因為電視影片的畫面會較好。網路服務所提供的是為那些在上班中，無法看到電視新聞，而想要瞭解或追蹤新聞的人。」(轉引自Kramer, 2003, p. 2)。

在戰爭期間，新聞網站所提供的服務非常驚人。MSNBC.com在開戰的前三天，總計提供超過2,600萬免費畫面(free video stream)(Kramer, 2003)，整個戰爭期間總計提供超過8,500萬個畫面(Glaser, 2003, December 18)。美國主要新聞網站和聯邦政府網站的流量也都比平常暴增兩倍以上。以電視網所設的網站為例，在2003年3月20日，排名第一的是FoxNews.com，流量躍升了218%，其次是CBSNews.com的207%，再其次是CNN.com的200%。到訪人數則是以CNN.com的900萬人次排名第一，其次是MSNBC.com的680萬人次(Walker, 2003)。

根據Rainie, Fox, 與Fallows(2003)於3月20日至25日針對1,600位美國民眾所做的有關美伊戰爭期間網際網路使用情況調查顯示，網際網路使用者最常使用的網站是由美國電視網所設立的(詳如表一)。

<sup>8</sup> 有關美伊雙方所採取的新聞處理之研究，請參閱胡光夏(2003a)

<sup>9</sup> 全球觀眾透過美國CNN的現場直播，將開戰初期，美軍戰車如入無人之境的畫面，傳送到民眾的家中，令全球觀眾印象深刻。

表一：美國民眾在美伊戰爭期間使用網站調查統計表

網站	百分比(%)
美國電視網網站	32
美國報紙網站	29
美國政府網站	15
外國新聞媒體網站	10
另類新聞網站	8
反戰團體網站	6
主戰團體網站	5
網路日誌/個人日誌網站	4

資料來源：Rainie, L., Fox, S. and Fallows, D. (2003). The Internet and the Iraq War: How Online Americans Have Used the Internet to Learn War News, Understand Events, and Promote Their Views. <http://www.PEWINTERNET.ORG>.

## 二、網路新聞提供的參與者

在文獻探討中已提及，Deuze(2001)將網路新聞學的模式區分為純粹提供新聞的主流新聞網站、索引和目錄網站、後設新聞學和評論網站、共享和討論網站等四種類型。基本上，此一模式可用來分析第二次波斯灣戰爭中新聞網站的實際情形，但在實際運作上，有些網站是兼具兩種或者兩種以上的功能。

本研究依新聞提供者的來源將網站參與者區分為四大類型，即傳統媒體經營者、入口網站業者、美國政府官方、以及個人或民間團體機構等。

傳統媒體業者如報紙或電視等，由於本身所擁有的既有人力與物力等資源，在網路戰爭新聞報導中，仍較具競爭優勢，特別是傳統電視媒體業者。事實上，在戰爭爆發的醞釀期間，這些媒體業者早已磨拳擦掌，做好各項的採訪報導準備工作。美國無線與有線電視網如 CNN、ABC、NBC、CBS、FOX 等都提供了與電視畫面質量相同的視窗圖像點播等寬頻服務，以利白天無法收看電視節目的用戶可以隨時上網，瞭解戰爭的新近發展。例如 MSNBC.com 特別設立了三個網頁日誌(weblogs)來報導戰爭新聞(Glaser, 2003, March 24)。

入口網站業者在此次戰爭新聞報導中則充分發揮了索引和目錄的功能，由於沒有專業的新聞記者從事戰爭新聞採訪與報導，因此，大都採取和傳統媒體合作的方式，藉以提供內容或者鏈接方式，使民眾能獲知戰況的進展。以中文入口網站如雅虎、新浪、搜狐等為例，在戰爭期間，均將媒體所提供的網路版戰爭新聞移植到網站中，讓網友可以在極短時間內，全面瞭解各媒體所發佈的新聞內容。此外，有的網站也提供新聞短信的訂閱服務，如新浪網將戰爭爆發新聞發送給數

十萬手機用戶(<http://www.sina.com.cn>, 2003年3月21日)。

美國政府官方網站也是戰爭新聞提供的重要參與者之一。美國白宮、國防部、中指部(Central Command)等均利用官方所設立的網站,分別提供新聞記者會的新聞發佈稿、首長談話內容、戰爭進展、戰爭死亡官兵名單等資訊。在戰爭爆發期間,一些軍方網站如美國陸軍([www.army.mil](http://www.army.mil))等,幾乎都塞爆了。根據統計,這些到訪政府軍事和國防網站中,每三個就有一個是來自於美國本土以外的地區(Walker, 2003)。

網路戰爭新聞提供的參與者中最為多元化應屬個人和民間團體機構,特別是戰爭布落格的興盛最受到矚目。Globeandmail.com 編輯 Angus Frame 表示:「伊拉克戰爭期間,布落格的興起是 2003 年網路新聞學中的最重要發展...由個別記者在伊拉克所設的部落格比其任何人,為戰爭報導帶來了更豐富、深入、感受和甚至是幽默。」(轉引自 Glaser, 2003, December 18)。

有些記者設立部落格是為了寫作練習或者作為個人撰寫新聞稿的思緒整理,有些則純粹是為了好玩(Palser, 2003)。最著名的的記者網頁之一是由 CNN 記者 Kevin Sites 所設立的 KevinSites.net(Bergman, 2003)。曾在《紐約每日新聞》和美聯社擔任記者的阿爾布·裏頓則建立一個名為「重返伊拉克 2.0」(Back to Iraq 2.0)的網路日誌網站(魏超、白玉兵, 2003)。

獨立個人的 Salam Pax 在戰爭期間在巴格達將個人所看到轟炸的情形與感想等放置在個人的部落格,獲得許多 e-mail 的回應(Bergman, 2003),因此而成名,後來受聘為衛報(the Guardian)的固定專欄作者,並將其戰爭部落格集成冊出版(Glaser, 2003, November 7)。John Little 所設的愛國的「戰爭部落格」(blogs of war)在戰爭高峰時,一天曾有十萬個瀏覽人次(Glaser, 2003, May 20)。此外,一些反戰與支持參戰的團體或個人,也都參與了網站戰爭新聞傳遞與意見表達。

### 三、新聞網站呈現與傳遞新聞的方式

分析此次網路戰爭新聞報導的類型,除了傳統的文字報導、評論、圖片、現場錄影等形式外,最為特別的是互動聊天室與團體日誌和個人的部落格。

有關戰爭議題的聊天互動室、e-mail 的傳送與再轉送、網頁日誌與部落格等形式呈現了 McQuail 所指出的,網路媒介具有人際傳播、互動操作和集體參與的媒介特性,也同時呈現了「對談」和「諮商」的傳播模式。例如 MSNBC.com 設立的聊天室可以讓瀏覽者直接問記者問題(Swartz, 2003)。

傳統新聞媒體所設立的網站與入口網站均提供新聞的鏈接服務,使接收者可

以在資料庫中搜尋相關的戰爭新聞，則是資訊搜尋媒介的發揮。中文搜狐網開發了「閃電播報」的方式，將中國大陸境內所有媒體網路版上有關伊拉克戰爭的資訊發佈後的最短時間內，全數搬到其戰爭專題網站中，以利民眾可以在最快的時間內掌握各大媒體的戰爭新聞報導資訊(魏超、白玉兵, 2003)。

此次戰爭新聞報導傳送方式較為不同的是採取電子郵件和手機傳送簡訊的服務。美國 ABC、CNN 和 CBS 都透過 e-mail 的電子郵件向用戶發出最新戰況報導。中文入口網站新浪，藉由「新聞沖浪」的新聞短信訂閱服務，在戰爭爆發的第一時間內，即透過短信將新聞傳送給訂戶(<http://www.sina.com.cn>, 2003 年 3 月 21 日)。一位新浪網「新聞沖浪」的用戶曾談到：「(新浪報導)速度非長快，戰爭 10 點 35 分爆發，立刻就收到了這條短信！當時我正在與客戶談事情，收到短信後立刻上網查看，在第一時間內了解到最新情況！我的客戶都非常羨慕我，說我是消息靈通人士。」(<http://www.sina.com.cn>, 2003 年 3 月 21 日)。這些傳統媒體和入口網站主動藉由 e-mail 或手機傳送戰爭簡訊新聞則是屬於「訓示」和「登入」的傳播模式。

為了要搶傳送新聞的「快」與「新」，一些網站採取先傳送片斷，再積累成完整新聞的方式，來提供民眾新聞。例如新浪網中多數的戰爭新聞報導是採取「滾動新聞」的快訊方式，也就是先採取「一句話新聞」，最後隨著不斷累積的新資訊，再組合成一篇文章完整的新聞，提供給網友閱讀(魏超、白玉兵, 2003)。

#### 四、網路戰爭新聞報導的特色

以下分別從新聞來源、訊息內容、接收者和互動者等三個層面，探討 2003 年網路戰爭新聞報導所呈現出來的特色。

##### (一)新聞來源

在新聞來源方面有兩項特色值得特別重視。首先是新聞管道來源的多元化。上文已提及，此次戰爭新聞提供的參與者包含傳統媒體網站、入口網站、官方機關、和民間個人與團體等。此種多元消息來源可以說是戰爭新聞報導的首次。

其次，專職網路戰地記者在此次戰爭中出現了。基本上，運用網路來報導戰爭新聞在美伊戰爭前已出現過，但當時大都採用轉載傳統新聞媒體的新聞，或者是由傳統媒體記者同時供稿給網路媒體。此次戰爭則出現網路新聞媒體記者、獨立的專業戰地記者和非專業的戰地「記者」。

為了提供專為網路所撰寫的新聞，MSNBC.com 派遣了記者 Preston Mendenhall 攜帶 video camera 到波斯灣地區(Bergman, 2003, March 4)。

獨立的專業戰地記者如曾在《紐約每日新聞》和美聯社擔任記者的阿爾布·

裏頓自己建立一個名為「重返伊拉克 2.0」(Back to Iraq 2.0)的網路日誌網站，他在戰爭爆發後，每天透過筆記型電腦和通訊衛星從庫德爾地區發送大量獨家、視野獨特、不受美軍和官方影響的戰爭報導(魏超、白玉兵，2003)。

此外，一些和平組織的人士也兼任網路記者報導的工作，如總部設於美國芝加哥的和平組織「和平之隊」的 25 名組織志願者堅持留在伊拉克，並為該組織所屬的網站「荒野之聲」提供美英聯軍在伊拉克炸毀地區的最新戰地報導(魏超、白玉兵，2003)。

## (二)新聞內容

De Wolk(2001)認為，網路新聞應該呈現出多媒體的報導，而主要是展現在三個層次。首先，提供一個概要的新聞內容，以利接收者能迅速的決定是否要對新聞做更深入的瞭解。其次，對概要的內容提供較多的訊息內容。最後，允許接收者能更深入的獲得所希望獲取的深度內容。

第一層主要是透過新聞提要、標題、插圖或者文字的應用，告知接收者新聞的核心，也就是類似傳統新聞的標題或者是導語、以及圖片的應用。之後，再提供接收者透過鏈接來進入第二層。

第二層是較為完整的報導，提供新聞的文字稿、照片、圖片、錄音談話和音效等。第三層則是深度的報導，有完整的文字稿、聲音和可供下載的視訊，並且藉由提供聊天室，可以使接收者互動和交換意見，甚至可以安排進行網路的直播會談。此外，在此一層次可以提供鏈接服務，提供接收者可以進一步的蒐尋其它的訊息。

在美伊戰爭爆發期間，許多傳統媒體網站和入口網站除了提供文字、圖片滾動的報導方式外，並推出鏈接、聊天互動室等服務、戰爭新聞影片的直播，以及動畫專區，對戰爭的重大進展採用 FLASH 動畫方式來呈現。哥倫比亞廣播新聞網站(CBSnews.com)還推出了巴格達的實景圖片和伊拉克戰場的「互動式」地圖(魏超、白玉兵，2003)。這些所提供的服務項目充分呈現了在文獻探討中所指出的，網路媒介所具有的去中心化、公私領域難分、快速流動、共同參與和虛擬真實等特質，以及超文本、多媒體、和互動性等特性。

## (三)接收者與互動者

上文已指出，此次戰爭新聞報導在接收場所上最大的不同是「工作場所」的接收，雖然以往在工作場所也可以透過廣播或電視等媒介，接收到突發的重大新聞，但網際網路透過工作場所的個人電腦和個人手機等接收工具，比起以往而言，有著更全面性的突破。<sup>10</sup>

<sup>10</sup> 雖然如此，但仍僅限於網路寬頻等較為發達的國家，一些較為落後的國家地區仍被排除在外。



從接收者或者互動者的角度而言，此次戰爭的新聞服務主要呈現出三種特色：能充分滿足接收者的資訊需求、提供接收者檢索和互動的服務和即時網路民調的提供等。

首先，在此次戰爭新聞報導中，各網站與網頁提供了快速、豐富和大量的資訊，內容涵蓋 3D 的戰場圖片、及時報導美伊雙方傷亡人數、部隊攻防、武器消耗、各種意見論壇內容等，使得接收者能在短時間內瞭解到世界各媒體和不同消息來源的報導。

其次，大量的資料檢索和互動服務使得接收者不僅能搜尋，也能直接參與討論和意見的表達。微軟公司名下的網站 MSN.COM 推出了「互動式圖書館」，提供有關美伊戰爭中的兩軍武器裝備、政治宣傳活動等大量的背景資料，並列出相關電視新聞節目的預告。美國 ABC、CNN 和 CBS 等電視媒體在其名下網站上提供「互動式」電視服務，用戶可以透過一個「網路控制室」接通電視畫面，追蹤美伊戰爭的最新進展，並能享有互動式的服務，以及選擇性地觀看戰爭的「實況轉播」，瞭解有關戰役、襲擊、兩軍傷亡情況和伊拉克投降人數等最新的進展(魏超、白玉兵，2003；Bergman, 2003, March 4)。

最後，網路有關戰爭意見的即時民調，也在此次戰爭報導中被充分的使用。例如美國線上在其旗下的網站 AOL.COM 提供鏈接到網景(Netscape)網站上，使民眾可以上網直接參與民意調查(魏超、白玉兵，2003)。

## 肆、網路新聞學發展的審思

雖然 2003 年第二次波斯灣戰爭被標誌為「網路戰爭」報導的新時代，對網路新聞學的發展而言，是一種契機與轉機，網路作為一種新興的新聞媒體，其重要性已足以與傳統媒體相競爭，且與電視戰爭新聞報導成為「互補團隊」，但不可否認的，網路新聞學的發展仍有一些值得思考的問題。

以下分別從網路新聞媒體面臨的挑戰、以及網路新聞服務的未來發展兩個層面加以論述。

### 一、網路新聞媒體面臨的挑戰

以傳統新聞媒體而言，真正的新聞事業必須要具備有準確性、公正性、完整性、時效性、原創性、多方消息來源與查證、同理心、獨立性和相關性等(De Wolk, 2001)。網路作為一種新興的新聞傳播媒體，也必須面臨相同的標準，來接受檢驗。

以下分別從新聞產製層面與內容和技術層面，來檢視網路新聞媒體所面臨的問題。

### (一)新聞產製層面

新聞產製層面的主要問題有：網站收入來源、網路駭客攻擊、新聞來源的信度、控制性和新聞的倫理道德。

#### 1.網站收入來源

對傳統新聞傳播媒介而言，媒體的重要收入來源主要為廣告與直接市場銷售或者是讀者訂閱的收入。新聞產品是媒體的一項重要的資產與商品。

在前文中已指出，在第一、二波的網路新聞發展過程當中，消費者已習慣免費從網路上瀏覽新聞，且甚至不願受到網路廣告的干擾。因此，有些人質疑，消費者是否願意在隨後的電視新聞報導可以免費來觀看新聞，而付出經費給網路新聞媒體。有人就直言的指出，除非網路的 CNN.com 或者 ABCNews.com 是由明星電視主播如 Peter Jennings 或者是 Diane Sawyer 或者是 Wolf Blitzer 等所播報，否則為何要付費來接收呢？(Kramer, 2003)

然而，一位分析家指出，這是戰爭的報導(指 2003 年的美伊戰爭)，而且網站是提供「隨選視訊」(on-demand video)，消費者可能會願意為此而付出金錢 (Swartz, 2003)。

事實上，2003 年的網路戰爭報導對網路新聞媒體的收入來源確實帶來了契機。許多的消費者願意為接收戰爭報導訊息付出經費。然而戰爭結束後，網路新聞媒體是否能持續提供足夠的誘因，使得消費者願意長期付費呢？雖然業者仍可仰賴網路廣告作為收入的來源，然而以有線電視的發展為例，為了維繫網路新聞媒體的長期生存，可能需要廣告與接收者付費的雙重收入來源。

對於在此次戰爭新聞報導中，初顯身手的非營利個人網頁或部落格而言，經費的來源問題是一大考驗。有些個人網站或網頁為了支付每月的寬頻費，已經展開向接收者募款，如 John Little 為籌措戰爭部落格每月所需的 1000 美元寬頻費，已在其網頁上刊登希望接收者能贊助或捐獻的訊息 (Glaser, 2003, May 20)。

#### 2.網路駭客攻擊

一些新聞網站在第二次波斯灣戰爭期間曾經歷了大量湧現的網路攻擊 (cyberattacks)、惡意的電子信蟲 (malicious e-mail worms) 和駭客 (hackers) 對網路進行塞爆和阻擾等攻擊行動 (Glaser, 2003)。

在此次美伊戰爭中，報導立場與角度與美英媒體不同的卡達半島電視台所屬的網站，即曾遭受到持久且大規模的網路駭客攻擊，創了大型網站遭攻擊的世界記錄。網路駭客主要是運用「虛假請求」堵塞網站的數位通道，進而將網站癱瘓，

而該網站雖將頻寬增加到每秒 200 兆字(約為普通網站的 100 倍),但網路流通仍受到堵塞。該網站技術負責人在接受媒體訪問時曾表示,普通的網路駭客不可能有此種威力,這肯定是一個大規模的、有組織的網路駭客攻擊行動(原載新華網,轉引自<http://www.sina.com.cn> 2003 年 4 月 1 日)。

### 3.新聞來源的信度

傳統新聞媒體的信度是經由長期累積而來的,但仍有可能會有造假新聞報導產生。一般而言,媒體造假事件的產生可以區分為三種類型,主動、被動和配合造假。第一種是由媒體記者所捏造的文字或圖片新聞。第二種則是被消息來源所矇騙,而加以報導。第三種則是配合消息來源來報導假新聞或假事件。

有經驗的記者都瞭解,過度的重視新聞的時效性,通常也意謂著出錯機率的高度性。多方新聞來源查證是網路新聞媒體必須在追求新聞時效外,所必須具備的條件之一。

由於網路的新聞來源多元化(專業與非專業管道),除了傳統新聞媒體所設的新聞網站外,其新聞信度很容易受到質疑,接收者在傳遞或轉述時,可能都必須小心謹慎,否則容易惹禍上身。美國一位前總統府發言人 Pierre Salinger 有關環球航空(TWA)在紐約長島海岸失事的談話,就曾引起很大的爭議。他曾說,1996 年 7 月的此一飛機爆炸事件是由於美國軍方的導彈所引起。由於他的地位特殊,其談話後來被許多媒體廣泛的傳播,後來當新聞記者要他說明消息來源時,他表示是從網站上獲知此一信息。根據後來查證,Salinger 的信息來源是一群非專業記者所設的網站,這一網站對於新聞的準確性、多方來源查證等基本新聞特性,根本漠不關心或者是一無所知(De Wolk, 2001)。

2003 年 3 月 29 日在網路上流傳的一則「Bill Gates 被暗殺」新聞,也曾被許多入口網站紛紛轉載,一時之間,成為大家所關注的新聞,但後來經過查證,證實是一場鬧劇。此一事件不僅使人們對於網路新聞報導的可靠性產生質疑,也對一些大型網站的信度造成很大的斷傷。歸究其原因,主要是為了新聞速度的競爭,而過份追求速度不僅違反了新聞真實性的基本原則,也對網路新聞的真實性和可信賴性產生負面的影響。

### 4.控制性

前文已指出,網路具有去中心性,且在第三波網路新聞學的發展過程中,網路所有權者已能和網路接收者分享控制權,但從實際的運作中,網路的所有權者(特別是傳統媒體的網站)仍是大權在握,對參與者和其雇用者具有高度的掌控權。

例如,雖然一些傳統媒介設立的網站提供虛擬的聊天室服務,使得參與者可以參與討論,但在這些論壇上的討論仍有些侷限性,如瀏覽者在網站上不能提其

它競爭網站的網址，只要提到可能會被刪除，且這些討論內容僅能短暫的存在這些版面，無法永久留存(Cohen, 2002)。此外，這些傳統媒體所設立的網站，通常都會讓瀏覽者無法脫離其相關的家族媒體範圍(Cohen, 2002)。正如 McChesney(1997, p. 31)指出的，這些大型的媒體集團「有產品與更深層的口袋來等待消費者，以及在網路空間上建立主宰的地位。」

至於媒體記者的網路自由權則受到更多的限制。例如 CNN 記者 Kevin Sites 的個人網誌在戰爭初期受到接收者很大的重視，到訪人數頗高，但後來在 CNN 老板的關切下，不得不終止其個人的網誌(Glaser, 2003; Palser, 2003)。CNN 所持的理由有二：第一、Sites 會佔用電視報導所需的寶貴時間；第二、這些內容沒有經過正式組織的編輯過程，內容未經過濾(Bergman, 2003)。Palser(2003)則指出，媒體要求記者撤掉個人的網頁、網誌或布落格的真正原因之一是，擔心會與媒體組織所設的網站形成競爭。就在 Kevin Sites 關掉個人網頁後的四天，另一位為時代雜誌(*Time magazine*)工作的自由記者，也在雜誌編輯群的關切下終止在其網誌(the Other Side)上更新資訊(Palser, 2003)。

## 5. 新聞的倫理道德

網路出版所牽涉到的道德問題如隱私權、廣告/商業關係、資料與影像的智慧財產權等，長期已來即受到很大的關注(Arant and Anderson, 2001)。Arant 和 Anderson(2003)於 1999 年針對美國 686 位電子報編輯(newspaper online editors)所做的調查顯示，他們大都同意電子報應與平面的媒體適用相同的新聞道德標準，但許多人表示，出版的速度和缺乏適當的人力資源，是造成負面影響的重要因素。

### (二)內容技術層面

在內容方面，網路新聞媒體所面臨的主要問題是新聞的原創性。目前為止，只有少數的網路媒體設置專業記者，從事網路的新聞採訪與報導，或者是專門為網路製作新聞。例如 CNN.com 每小時特別為網路產製兩分鐘的最新影帶(Swartz, 2003)。

Welch 曾指出，新聞網站在發展初期之所以平淡，主要是因為過份依賴新聞通訊社的供稿，缺乏原創性和創意性的報導方式(轉引自 De Wolk, 2001)。也就是新聞資訊處理是屬於「炒冷飯」的「內容重組」(repurposed content)，許多的網站大都採用平面媒體的線性思維方式，無論在網頁設計或者是內容上，都與傳統媒體相似，將在報紙、雜誌和廣電媒體所出現的新聞，加以重寫或者是原封不動的放置在網站上，缺乏原創畫面，且多數採用文字報導，大量的滾動新聞畫面堆積在一起，失去了生動的畫面和吸引力。

事實上，一些同時擁有傳統媒介和新聞網站的媒體機構，對於網路新聞的原

創性的抉擇也常陷入兩難的思考，也就是是否應該將一些突發的新聞在刊出或播出前，先在新聞網站上發佈呢？基本上，為了吸引網路接收者，每一個新聞網站都應朝發展自己原創新聞的方向。

在技術方面，頻寬已有很大的改進，但以畫面品質而言，仍舊比電視差，不過隨著科技的發展，這方面的問題應可順利的解決。主要的問題是除了傳統電子媒體所設的網站外，一些網路媒體由於受到新聞處理經驗的限制，加上視訊技術仍不成熟，有時聲音效果不好、聲畫不對位（魏超、白玉兵，2003）。

## 二、網路新聞服務的未來發展

以下從網路新聞市場的主宰權、新聞價值系統、服務通道與內容的提供、以及接收者付費等層面，分別加以探討。

### (一)大型傳統媒體集團主宰網路新聞市場

美國的一項研究指出，提供網路新聞服務仍舊是集中在傳統媒介如電視或者報紙媒體等所設置的新聞網站(Pew Research Center, 2000)。在未來，經過市場淘汰後，此種趨勢會更加的明朗化。

一般而言，在網路新聞市場的競爭中，仍以傳統電子媒體佔有較大的優勢，主要是原來就有產製畫面的人員與技術，再加上兩種媒體間可以作為互補的特性。一位 ComScore VP 人員指出，在 2003 年第二次波灣戰爭期間，一般人在家時是看電視新聞，然後在上班時，在工作地點瀏覽電視網的新聞網站，因此，兩種媒體間是一種協力合作的媒體團隊(tag team with each other)(Glaser, 2003, March 24; Walker, 2003)。ComScore 副總 Daniel E. Hess 指出，許多的電子媒體都在促銷他們的網站，鼓勵民眾在家中就觀看喜愛的電視頻道，上班時就上這些媒體所設的網站(轉引自 Walker, 2003)。

雖然大型傳統媒體經營者會主宰網路新聞市場，但從戰爭網頁日誌與部落格在 2003 年戰爭報導中的異軍突起，未來在重要事件報導上，仍可能因新聞地域的臨近性等因素，佔有一席之地。

### (二)新聞價值系統的融合與改變

傳統的新聞價值判斷是以新聞事件本身是否具有：衝突性、趣味性、顯著性、及時性、異常性、臨近性、影響力、客觀性等。網路新聞報導則呈現了新聞價值體系的融合：客觀與主觀、影響性與交互影響性、臨近性與親近性、異常性與平常性、顯要性與需要性、及時性與全時性、衝突性與衝擊性、人情味與人群性等融合(杜駿飛, 2001)。

由於新聞價值系統的改變，未來網路新聞寫作將對傳統新聞寫作發生全時

性、互動性、立體性和技術性的改變(杜駿飛, 2001)。

全時性是指網路媒體與現行有線電視新聞台一樣, 需要 24 小時不斷推出新聞內容, 在寫作上, 除了全時性外, 新聞的內容本身也必須具有歷史性與連續性。互動性寫作是指除了提供新聞內容外, 還需要提供平台, 讓接收者充份能使用鏈接, 自由發表意見與觀點。立體化寫作是指不再只是傳統意義上的寫作, 而是網站能為接收者提供更多的服務。技術性寫作是網路新聞寫作不再只是單純的寫作, 而是寫作、編輯和製作等的結合。

展望未來, 當網路新聞媒體能充分發揮全時性、互動性、立體性和技術性的寫作特性時, 也就是網路新聞學發展進入充分成熟期, 並且足以與傳統新聞媒體扮演者同等的重要地位。

### (三)服務通道與內容的提供

在新聞內容傳遞的通道上, 與手機和無線電腦的結合會更為密切與普及。中國大陸將網際網路與手機結合的媒體稱為第五媒體。此種結合具有短信原有的簡短、隨時隨地可以接收的特性, 也增加了網站與用戶間的互動, 提高了短信內容的負載量。新浪網即推出用戶可以依據自己的需要, 從新浪新聞數據庫中索取信息 (<http://www.sina.com.cn>, 2003 年 3 月 21 日)。新浪全球副總裁蔣顯斌指出: 「手機短信的傳播效率在某種程度上比傳統媒體、甚至互聯網<sup>11</sup>更勝一籌。有了『第五媒體』, 手機就不再是簡單的通訊工具, 用戶可以通過手機短信, 與世界保持信息同步。」(轉引自<http://www.sina.com.cn>, 2003 年 3 月 21 日)。經由手機傳送新聞短信, 然後用戶可以直接上網查詢更詳盡的信息。以新浪網為例, 在此次美伊戰爭爆發短信新聞發出兩小時內, 其網站新聞網頁瀏覽率達千萬人次 (<http://www.sina.com.cn>, 2003 年 3 月 21 日)。

新聞網站除了提供傳統媒介所提供的新聞服務外, 未來會逐漸朝向提供娛樂導向、旅遊指引等的互動性服務、機票的最新價格等多元服務(De Wolk, 2001)。Pryor(2002, April 4)即指出, 網路新聞媒體要能夠存活, 必須要提供新聞、服務和電子商務(e-commerce)的綜合服務。

### (四)使用者付費接收的普及

儘管消費者對於接收網路新聞報導的付費能否接受仍有待時間的考驗, 但對一些網路媒體而言, 並非全然沒有好處, 隨著高速網路在家庭和辦公處所的普及化, 這是一個絕佳的機會, 因為可以藉由網路連線, 觸達到數以百萬計無法在白天看電視的民眾。而就像電視媒體一樣, 大量的網路接收者也可以轉換成更多的廣告收益。根據美國的一項研究調查指出, 美國辦公室的網路用戶數已達到 2 千

<sup>11</sup> 中國大陸將網際網路稱為互聯網。

8 百多萬，家庭用戶數達到 3 千 6 百多萬，而從 2000 年迄今，使用網路視聽影片的使用率幾乎有兩倍的成長，達到 44%(Swartz, 2003)。以美國為例，雅虎網站在美國布希總統下達攻擊命令後，網路瀏覽量爆增了三倍，MSNBC 網站的點選次數也成長了 2.5 倍。中文的新浪網平常每天的瀏覽總數在 2,000 萬人次，在戰爭爆發後的六小時，網站的訪問人數成長到 4,000 萬人 (<http://www.sina.com.cn> 2003 年 3 月 21 日)。

在 2001 年，美國華爾街日報(Wall Street Journal)是唯一一個成功對於網站內容使用加以收費的網站(De Wolk, 2001)，而由於收費的緣故，使得該網站得以更自由的搶先報導突發新聞。現今，美國的 CNN.Com 和 ABCNews.com 也已經開始以收月費的方式，透過寬頻提供電視畫質的影片給訂戶(Swartz, 2003)。未來只要網路業者能持續提供原創性與多元、豐富的資訊，使用者付費會愈來愈普及。

## 伍、結論

本研究主要是採取文獻和歷史研究方法，以網路傳播的相關理論與模式作為分析的參考架構，藉以分析網際網路在 2003 年美伊戰爭中的應用情形，並探討網路新聞學發展所面臨的挑戰與未來可能發展的趨勢。

毫無疑問的，2003 年第二次波斯灣戰爭新聞的報導，電視媒體仍舊是收視市場的主宰者，但已為網路新聞媒體的發展帶來契機與轉機。藉由此次戰爭新聞的報導，網路已成功的佔據工作地點的接收。電視與網路媒體各發揮所長，成為互補的媒體。正如一位網路業者所指出的，電視展現戰爭的情感層面，述說捲入戰爭的人們，網路則是呈現事實、數字和資源，以圖像的訴求邀約接收者參與(Bergman, 2003, March 4)。

雖然網路新聞學的發展已進入第三波，但本研究指出，仍面臨新聞產製和內容技術層面的挑戰。新聞產製層面的主要問題有：網站收入來源、網路駭客攻擊、新聞來源的信度、控制性和新聞的倫理道德等方面。在技術方面則有頻寬與視訊的問題，而在內容上主要是新聞原創性的問題。未來這些問題如能逐一克服，網路新聞學的發展就會步入穩健成熟的發展期。

本研究也從網路新聞市場的主宰權、新聞價值系統、服務通道與內容的提供、以及接收者付費等層面，論述未來網路新聞服務的可能發展方向。

本研究帶來的啟發主要有兩方面。首先，網站是一個不可忽視的重要傳播媒體，從美國的經驗，許多海外的人士會透過官方網站來瞭解當地國重要的突發新聞，對我們而言，如果重要事件是發生在台灣，我們的官方網站是否能提供足夠

的頻寬和不同的語文給全球的接收者。其次，國內新聞學的教育，是否已能跟隨網路新聞學發展的步伐呢？

本研究的限制主要有三：第一、所探討的網路新聞網站的實況並非是全面性與實證性；其次，在文獻資料來源方面，過於依賴西方的文獻與網路的資料，對於國內新聞網站的現況探討較少；最後，網路新聞學的實務如編輯與內容的具體呈現等方面較少觸及。未來的研究可針對各種不同新聞網站的戰爭報導呈現的類型與內容加以分析，或者從接收者的角度來加以探討。

## 參考書目

### 一、中文書目

- 吳筱玫(2003)：《網路傳播概論》。台北：智勝文化事業有限公司。
- 李新(2003)：〈針對伊拉克戰爭 互聯網重新定義新聞報導方式〉，原載中國日報網站，引自<http://www.sina.com.cn> 2003年3月25日。
- 杜駿飛(2001)：《網絡新聞學》。中國廣播電視出版社。
- 胡光夏(2003a)：〈2003年美伊戰爭新聞處理之研究〉，《復興崗學報》，78期，頁193-220。
- 胡光夏(2003b)：〈戰爭、媒體與軍隊—以波斯灣戰爭為例〉，《軍事社會科學實務研究》，頁73-112。台北：政治作戰學校軍社中心編印。
- 新華網(2003)：〈報導伊戰「半島」網站遭黑創記錄〉。轉引自<http://www.sina.com.cn> 2003年4月1日。
- 魏超、白玉兵(2003)：〈伊戰中的網路新聞報導：戰事報導領域的拓展〉，原載中華新聞報，轉引自新華網2003年6月6日。

### 二、英文書目

- Altschull, J. H. (1995) (2<sup>nd</sup> ed.). Agents of Power. White Plains, NY: Longman.
- Arant, M. D. and Anderson, J. Q. (2001). Newspaper Online Editors Support Traditional Standards. Newspaper Research Journal, 22:4, pp. 57-69.
- Bennett, J. C. (2001, December 29). Anglosphere: The New Reformation? United Press International. <http://www.upI.com/view.cfm?StoryID=>



- 28122001-050733-7164r.
- Bergman, C. (2003, March 26). Technology Brings the Battle Home. Online Journalism Review. <http://www.ojr.org/ojr/bergman/p1048703210.php>.
- Bergman, C. (2003, March 5). Network Sites Gear Up for Record Usage. Online Journalism Review. <http://www.ojr.org/ojr/bergman/p1046799939.php>.
- Bittner, J. (1996) (6<sup>th</sup> ed.). Mass Communication. Needham Heights, MA: Allyn & Bacon.
- Carlson, D. E. (2001). Online Timeline. <http://iml.jou.ufl.edu/carson/professional/new-media>.
- Cate, Hugh C. (1998). Military and Media Relations, in Contemporary Media Issues, edited by Sloan, Wm. D. and Hoff, E. E., pp. 105-119. Northport, AL: Visim Press.
- Cavanaugh, T. (2002, April 2). Let Slip the Blogs of War. Online Journalism Review. <http://www.ojr.org/ojr/workplace/1017770789.php>.
- Cohen, E. L. (2002). Online Journalism as Market-Driven Journalism. Journal of Broadcasting & Electronic Media, 46:4, pp. 532-548.
- Cutip, S. M., Center, A. H. and Broom, G. M. (eds.)(1994). Effective Public Relations. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice-Hall.
- De Wolk, R. (2001). Introduction to Online Journalism: Publishing News and Information. Allyn & Bacon.
- Deuze, M. (2001). Online Journalism: Modelling the First Generation of News Media on the World Wide Web. <http://firstmonday.org/issues/issue6-10/deuze/index.html>.
- Glaser, M. (2003). For Pioneers of Web Journalism, the Future Is Still Full of Surprises. Online Journalism Review. <http://www.ojr.org/ojr/glaser/p1063325454.php>.
- Glaser, M. (2003, December 18). A Look Back at 2003 and What's on the Horizon for the Online News Universe. Online Journalism Review. <http://www.ojr.org/ojr/glaser/1071797940.php>.
- Glaser, M. (2003, March 24). Why the Internet Rules (and Annoys) with War Coverage. Online Journalism Review. <http://www.ojr.org/ojr/glaser/p1048522114.php>.
- Glaser, M. (2003, May 20). What's Next for Post-Iraq War Blogs? Online Journalism Review. <http://www.ojr.org/ojr/glaser/1053444195.php>.

- Glaser, M. (2003, November 7). Reading Between the Lines in Iraqi Blogs and Newspapers. Online Journalism Review. <http://www.ojr.org/ojr/glaser/1068169487.php>.
- Hallin, D. C. (1997). The Media and War, in International Media Research: A Critical Survey, edited by Corner, J., Schlesinger, P. and Silverston, R., pp.206-231. London: Routledge, 1997.
- Kramer, S. D. (2003). All the News that' s Fit to Stream. Online Journalism Review. <http://www.ojr.org/ojr/Kramer/p1048796517.php>.
- Lasica, J. D. (2001). Blogging as A Form of Journalism. <http://www.ojr.org/ojr/owrkplace/p1017958873.php>.
- McChesney, R. (1997). Corporate Media and the Threat to Democracy. New York: Seven Stories Press.
- McLuhan, M. (1964). Understanding Media: The Extensions of Man. New York: Mentor.
- McQuail, D. (2000). McQuail's Mass Communication Theory. London: Sage Publications.
- Palser, B. (2003). Free to Blog? American Journalism Review, June/July, 25:5, p. 62.
- Pew Ressearch Center for the People and the Press (2000), June, 11). Investors Now Go Online for Quotes, Advice, Internet Sapping Broadcast News Audience. <http://www.ppeople-press.org/media00rpt.htm>.
- Pryor, L. (2002). The Third Wave of Online Journalism. <http://www.our.org/ojr/future'1019174689.php>.
- Pryor, L. (2002, April 4). Some Guidelines From One of Online News' Walking Wounded. Online Journalism Review. <http://www.ojr.org/ojr/business/1017964221.php>.
- Rainie, L., Fox, S. and Fallows, D. (2003). The Internet and the Iraq War: How Online Americans Have Used the Internet to Learn War News, Understand Events, and Promote Their Views. <http://www.PEWINTERNET.ORG>.
- Riley, P., Keough, C. M., Christiansen, T., Meilich, O., & Pierson, J. (1998). Community or Colony: The Case of Online Newspapers and the Web, Journal of Computer-mediated Communication, 4:1.

- Robins, K. and Webster, F. (1999). Times of the Technoculture: From the Information Society to the Virtual Life. New York: Routledge.
- Sharkey, J. (1991). Under Fire: U.S. Military Restrictions on the Media from Grenada to the Persian Gulf. Washington, DC: The Center for Public Integrity.
- Sparks, S. (1999). The Panic Over Tabloid News. In Sparks, S. and Tulloch, J. (eds.). Tabloid Tales: Global Debates Over Media Standards. Lanham, MD: Rowman & Littlefield, pp. 1-40.
- Swartz, Joh (2003). Iraq War Could Herald A New Age of Web-based News Coerage. USA Today, March 19.
- Virilio, P. (1989). War and Cinema: The Logistics of Perception. London: Verso.
- Walker, L. (2003). Web Use Spikes on News of War. <http://www.washingtonpost.com/ac2/wp-dyn/A7644-2003Mar21?language=printer>.
- Woodward, Gary C. (1993). The Rules of the Game: The Military and the Press in the Persian Gulf War. In The Media and the Persian Gulf War, edited by Denton, Robert E. Westport, Connecticut: Praeger, pp.1-26.

(投稿日期：93年2月19日；採用日期：93年5月10日)

