

專輯論文

# 制度化公民新聞學的新聞品質與倫理問題之初探：以台灣四家線上新聞組織的公民平台為例

林宇玲

## 摘要

本文以內容分析法，檢視台灣四家不同經營型態的新聞公民平台，以了解制度化公民新聞學的新聞品質與倫理問題。結果發現，制度化公民新聞學的品質除受限於公民記者本身的資質與資源外，組織也是重要的影響關鍵。採用主流模式的公民平台，廣告和活動訊息的比例偏高，且缺乏作者資訊和互動回應；而非主流模式的平台，不但報導主題和敘事方式更多樣，也提供較多作者資訊和互動回應。就各平台的表現已衍生出兩個重要的倫理問題：一是新聞組織的公民平台仍未重視參與性的透明機制；二是公民平台未將廣告和新聞嚴格區分開來；導致置入性新聞滲入其中，在商業平台尤其嚴重。

關鍵詞：制度化公民新聞學、客觀性、透明性、開放倫理、專業倫理

林宇玲，世新大學新聞系教授。研究興趣：新科技對新聞業的影響、公民實踐與媒體識讀。電郵：ylin@cc.shu.edu.tw

論文投稿日期：2014年2月10日。論文接受日期：2015年2月26日。

## **A Study of the Journalistic Qualities and Ethical Dilemmas of Institutional Citizen Journalism: Four Citizen Websites of Taiwan's News Organizations**

Yuling LIN

---

### **Abstract**

This study adopts a content analysis to examine four differently operated citizen websites of news organizations in Taiwan. The aim of the study is to understand the journalistic quality and ethical issues of institutional citizen journalism. The findings showed that while quality is influenced by the resources and qualifications of citizen journalists in institutional citizen journalism, it is also affected by the operations of an organization. Based on a profit model, the analysis showed that citizen websites provided a higher proportion of advertisements and activity messages as well as the lack of author information and interactive responses. Based on a non-profit model, the analysis showed that citizen websites are more likely to feature a greater diversity of topics and narratives, details about author information, and interactive responses. The results of this study raised two important ethical issues: First, citizen platforms of news organizations neglect the importance of a mechanism for participatory transparency. Second, citizen websites do not clearly distinguish advertisements and news, especially in profit-citizen platforms.

---

Yuling LIN (Professor). Department of Journalism, Shih Hsin University. Research interests: the impact of the information technologies on journalism, citizens' social practices and media literacies.

**Keywords:** institutional citizen journalism, objectivity, transparency, open ethics, professional ethics

**Citation of this article:** Lin, Y. (2015). A study of the journalistic qualities and ethical dilemmas of institutional citizen journalism: Four citizen websites of Taiwan's news organizations. *Communication & Society*, 33, 189–223.

## 鳴謝

本文為國科會計畫〈台灣制度化公民新聞學之初探性研究〉(NSC101-2410-H-128-012)的研究成果之一。作者除感謝研究助理—郭柏伸、陳俞佐、陳柔臻的參與外，也感謝本刊匿名評審的寶貴建議與編委會的協助。

## 研究緣起

新聞自由是有關採訪、報導、出版及發行的自由權利；過去主要是由新聞組織和其從業人員所享有，但隨着Web 2.0出現，一般民眾也開始享受此權利，促成公民新聞學(citizen journalism)的興起。

不同於傳統新聞學，公民新聞學採用「由下至上」的新聞運作模式，其特色是「去專業化」、「去中心化」及「去制度化」，也就是由「不求報酬」、「非專業」的個人或社群組成公民媒體，利用網路共享的資源和開放出版的功能，以獨立或合作的方式，分頭採寫、編輯及發佈新聞，並由網民給予評價，而不必依賴專業的管理機制(Johnson & Wiedenbeck, 2009)。

這種報導方式比較隨性、具個人色彩，雖然品質參差不齊，有時甚至出現中傷之詞或造假之說，但仍被視為「第五權」，用來制衡新聞媒體對輿論的操控，反映出各種歧見和異議(Ward & Wasserman, 2010, pp. 281–282)。以韓國的論客網站(Non-gaek websites)為例，在2002年總統大選期間，即挑戰主流媒體的保守論述，並改變了政治現實(Chang, 2005)。由此來看，公民新聞原具有「反霸權性」(counter-hegemonic)，和主流媒體處於「對立」的關係。

不過，隨着公民網站的快速成長，主流媒體也逐漸看到公民新聞背後的商機，尤其是在OhmyNews的商業模式奏效後，大型企業也陸續併購小規模的公民新聞網。而著名的新聞組織也着手建置公民新聞網，如：BBC在2005年設立“Have Your Say”；CNN則在2006年建立“iReport”。這些公民新聞網一推出便大受歡迎，進而讓其他新聞組織群起效尤，台灣的媒體自然也不例外。

目前，主流媒體已積極介入非制度化公民記者所創造的空間，並以制度化的方式生產公民新聞，Banda(2010)稱此為「制度化公民新聞學」(institutional citizen journalism)。Deuze等人(2006, 2007)指出，這種混合模式其實是匯流文化的趨勢，具有潛在的商業利益，讓「由上而下的企業驅動過程」(top-down corporate-driven process)和「由下而上的消費者推動過程」(bottom-up consumer-driven process)形成匯流，出現「第三空間」(third space)。一方面，公民志願加入新聞組織服務，既可

培養其忠誠度，也能降低新聞產製的成本；另一方面，公民的聲音也因此被更多人聽聞。

不過，Kperogi (2011) 對此作法卻不以為然，質疑這是媒體收編的伎倆。原本公民媒體是一股新興的反對勢力，有助於打開專業權威所控制的公共領域，一旦被納入新聞組織後，他們的「反霸權性」勢必因此降低，尤其是有些媒體採取懷柔的策略（如：教育培訓或物質獎勵），讓公民記者逐漸適應組織的運作，而無法發揮其草根的改造力量。

但不論學者支持與否，新聞組織增設公民平台，已成為一種趨勢。兩者的關係已從「對立」走向「合作」或「合併」之途。有別於傳統新聞或公民新聞，它既是一種混合形式的新聞實踐，也是一種新形式的知識生產，涉及公民記者和新聞媒體之間的互動與協商過程，包含彼此對公民新聞理念、新聞專業、新聞實踐及倫理的不同爭辯與磨合過程。因此，我們有必要了解不同新聞組織所採用的公民平台模式是否影響公民新聞的產出，並衍生哪些倫理問題？

目前台灣有關公民新聞的研究主要以具有理想色彩的公民新聞平台為研究重點，尤其是公廣集團所推出的 PeoPo (洪貞玲, 2013; 孫曼蘋, 2009; 管中祥, 2008)。只有少數研究觸及其他類型的公民平台，如陳孝順 (2006) 以自述方式說明《生命力新聞》如何轉型為公民新聞網；黃惠英 (2011) 以深度訪談法，探究 WEnews 的社群培力對公民記者的影響；胡元輝 (2012) 為了檢視台灣協作新聞的發展，以 PeoPo、新頭殼及莫拉克獨立新聞網為研究對象，利用深度訪談法探討並比較三者所採用協作模式的差異與意義。不容否認，PeoPo 在台灣公民新聞學上，不論是平台規模或公民記者的數量，都扮演舉足輕重的地位。然而，此平台只能幫助我們了解以公共服務為旨趣的新聞組織（如：公視），如何結合公民新聞發揮其公共性，而無法窺知其他媒體型態（如：商業或另類媒體）再結合公民新聞後，是否仍保留公民新聞的草根性或公共理想，讓其發揮民主力量，還是在專業制度的介入下，反而讓公民記者逐漸內化組織的運作，為組織效力？為此，我們須進一步調查不同經營型態新聞組織的公民新聞實際表現。

過去相關研究多採用個案分析或深度訪談法，藉此了解特定組織的平台設計對專業/公民記者的影響，以及他們在此生產過程的經驗和

看法，而較少檢視公民新聞本身。然而，當公民進入不同經營型態的公民平台，他們的表現是否因組織的不同而有所差異，研究除了調查其主觀感受外，實際所生產的內容也不容忽視。

針對公民新聞的內容表現，國外的相關研究不僅探討公民新聞以何方式、報導些甚麼，同時也關注其報導品質。由於大多數的公民記者缺乏專業訓練，又不受新聞倫理的規範，其報導已滋生不少倫理問題，如：揭人隱私、散播不實消息或抄襲等。儘管公民加入新聞生產行列，也應對所說之事負責，但公民記者是否應遵守客觀規範，學界對此卻有不同主張。Lăzăroiu (2011)、Singer (2007b)、Ward和Wasserman (2010)等人認為，為保障媒體近用和言論自由，不宜將客觀規範直接應用在公民新聞上，畢竟多數的公民平台並無審查機制，而且公民也多是業餘，較難做到追蹤查證和平衡報導。

Karlsson (2008) 考量網路科技的特性，主張透明性 (transparency) 比客觀性更適用於網路新聞，且能同時用來規範專業/公民記者——要求他們告知讀者其真實身份、所發現之事，並邀請讀者給予內容意見或修正。顯然，透明性利用網路的即時性、超連結及互動性，一面揭露作者身份、消息來源；一面接受讀者問責，藉此提高報導的品質與可信度。由此來看，強調自我揭露和集體監視的透明性更符合網路的科技特性，任何人可以在使用網路的個人資料 (profile)、超連結及互動功能中實踐透明倫理，為此本文也將採用透明性作為倫理準則。

由於國內有關透明規範的討論仍屈指可數，因此本文將先解釋專業新聞和公民新聞的差異，尤其釐清兩者在採用真相策略上的差別，進而說明公民新聞為何適用開放倫理和透明機制來規範其報導。最後，本文將以內容分析法，實際檢視台灣四家不同經營型態公民平台的公民新聞表現，探討公民新聞是否因組織平台的不同而有差異的報導內容和呈現方式，同時在透明機制底下，又隱藏哪些倫理隱憂。

## 相關文獻

### 制度化新聞實踐和公民新聞學

#### I. 傳統新聞學 VS. 公民新聞學

公民新聞學原處於主流媒體之外，由個別的公民或關係鬆散的團體，利用網路各種平台去生產和出版新聞產品，其特色是獨立、自願及高度個人化，因此無須擔憂新聞形式或專業控制。

與公民新聞學相較，傳統新聞學有制度化的基礎，可以從下面六面向得知 (Banda, 2010)：

1. 體制 (establishment)：傳統新聞學有悠久的歷史，經歷不同階段的考驗，已建立一套意義與實踐，並被納入各國的傳播體系中，成為制度化的實踐，因此被視為一種「體制」。不像公民新聞學尚在起步階段，一切有待建置。
2. 管理 (regulation)：新聞組織已發展出一套管理機制，並利用道德符碼約束新聞人員的行為；然而，公民新聞學仍未累積足夠的歷史資本去形成實踐的符碼或自我管理的機制，故仍處於新聞學的邊緣。
3. 集體性 (collectivism)：新聞組織的運作須依賴不同的專長 (如：採訪、編輯、攝影等)，藉由眾人之力來完成新聞工作。不同於公民新聞學所採用的水平、點對點的「集體合作」，新聞組織的團隊是以階層化的方式運作，執行編輯在新聞生產的過程中握有決定權。
4. 作業 (work)：所有新進人員進入新聞組織後，必須經過專業培訓，以了解組織的運作、新聞書寫及格式的要求。相形之下，公民記者則比較自由，不須遵照特定的作業流程與形式。
5. 價值 (value)：新聞工作是透過一套專業價值而確立，並被轉譯為一套道德標準，用來指導組織的新聞產製，如：「客觀性」即是最常見的倫理價值，被視為是「品質控制衡量」(quality-control measure) 的主臬，並被具體化在新聞工作中 (如：意見與事實分開、平衡報導、新聞陳述的有效性等)。

反觀公民新聞學雖然立基於「民主參與」的理念，但公民記者在實際生產內容時，仍缺乏一套實踐的規範與價值。

6. 地位 (status)：任職於新聞組織的記者，擁有專業的資訊處理技巧，被視為「專業」的新聞人員。他們通常與消息來源保持密切的聯繫和關係，以便獲取可靠的資訊；相反，公民新聞學雖然主張人人都是記者，但其未受過專業訓練，較缺乏消息管道與資源，無法進行查證的工作，僅能稱做「業餘」記者 (Tilley & Cokley, 2008)。

隨着言論市場的變化，原本涇渭分明的兩者，也逐漸走向匯流一途。尤其當新聞組織開始支持公民新聞，它也演變成組織實踐的一部份 (Banda, 2010)。對組織而言，這種混合形式不僅增加媒體平台的多樣性，也讓原本單一龐大的機構出現「異質」的可能性，如：增添不同的觀點、說話方式及故事選擇；另對公民來說，其新聞實踐也因此獲得較高的能見度，惟須臣服於制度化的「品質」管控。

## II. 公民新聞的特色

主流媒體即使對公民新聞感興趣，一些研究卻發現，新聞組織其實不願意打開生產過程讓使用者參與，而且對公民新聞的採用也極為有限 (Paulussen et al., 2007; Paulussen & Ugille, 2008)。主要原因是公民記者大多是業餘，在報導時比較隨性，除了較少查證外，也未採用客觀寫作，導致公民新聞的品質堪虞。

Carpenter, (2008, 2010) 即針對線上報紙和公民新聞的內容進行調查，結果發現：公民新聞較少依賴例行常規 (如：記者會)。在消息來源的選擇上，不論是消息來源的類型、數量或觀點的多元化都比較有限，常以自身、周邊人士 (親朋好友)、或非官方消息來源報導故事。此外，新聞類型多偏向軟性新聞或非新聞，較少出現硬性新聞。

其他學者也發現，相較於專業新聞，公民新聞的主題比較多樣化，可概略分成三類：1. 目擊報導：因在現場目睹事故的發生 (如：交通意外) 而製成新聞；2. 親身故事：報導生活周遭的個人經驗或故事 (如：美食或人情趣味)；3. 地方議題：關切地方/社區所發生之事 (如：破壞公物)。主流媒體對第一類最感興趣，因公民記者通常只是



拍攝紀錄而較少剪輯，故可直接當成「來源」使用。至於其他兩類，則因「缺乏新聞性」而被忽視 (Corrêa & Madureira, 2009; Örnebring, 2008; Pantti & Bakker, 2009; Robinson, 2009)。此顯示，公民新聞較不受制度化的限制，能關心主流媒體所忽略的議題和觀點，同時採用另類風格 (如：非客觀性寫作、集體編輯等) 來呈現。但也正因為如此，從專業觀點來看，公民新聞並非完整的報導，而只是一些線索、意見或經驗的分享，若要成為一則新聞，還需額外加工。

## 新聞倫理規範和公民新聞學

儘管學界和業界都憂心公民新聞的可信度，但有關這方面的研究結果卻呈兩極化：有些研究支持此論點；有些則發現使用者更相信公民新聞 (Johnson & Kaye, 2004)。此顯示，「客觀真相」(objective truth) 在數位時代似乎有了爭議，尤其是使用者介入新聞生產，真相已無法再由專業記者一手把持。然而，不論是專業或公民記者在訴說真相時，都必須依賴事實；惟事實是有關真實世界的陳述而非真實本身，因此在訴說真相的過程中，他們自然也需面對事實的棘手 (troublesome) 本質。

### I. 客觀真相 VS. 透明真相

即使時代改變，新聞的第一要務仍是訴說真相 (truth-telling)。如果記者無法對民眾說出真相，新聞則不存在 (Kovach & Rosenstiel, 2001)。然而，對於真相「是甚麼」和「如何說」，在新聞學的相關研究中，已出現兩種不同的看法和策略：

1. 絕對真相與客觀策略：外在僅存一個真相，能以科學方式被驗證 (verifiable) 且複製 (replicable) 出來；因此新聞組織可以透過一套「客觀」的程序規範，將其揭露。這套程序主要有六項標準：查證後的事實、以平衡且公正的方式呈現、不帶偏見、獨立、不解釋 (讓意見和評論分開)，以及立場中立 (Ward, 2010, pp. 139–42)。新聞室不僅以這套標準來建構新聞，同時也發展成倫理規範，要求記者將「正確無誤」的資訊

傳送給閱聽人。客觀新聞學正是採用此看法，以新聞過程的「嚴格監控」來確保新聞(成品)是真實(Karlsson, 2011, p. 283; Singer, 2007a, p. 85)。

2. 相對真相與透明策略：大寫的真相(Truth)雖然存在，但已超越人類的理解；而能被具體化的真相(truths)，則因新聞組織/記者採取不同的認識論和方法程序，而出現不同的詮釋(Singer, 2007a, p. 83)。是以，所謂的「新聞真相」並非絕對的現實描繪，而是高度主觀且脈絡化的詮釋。Ward (2010, pp. 147-149) 因此主張，「客觀性」不應該避免價值涉入，而是允許記者清楚交代其根據何種觀點和方法，取得事實和證據，並做出其宣稱。亦即，記者不必保持中立，做出完美的報導；但須說明自己基於何種動機、立場，透過甚麼標準和技巧，蒐集到這些事實，進而做出如此的判斷。Karlsson (2011, p. 284) 指出，這就是透明的訴說真相策略(transparent truth-telling strategy)——打開新聞處理的黑箱作業，利用開放性，讓民眾了解新聞是如何產生，並透過不斷地對話(包含眾人的質疑與挑戰)，在「過程」中證明新聞是真實。

過去在類比時代，傳播管道有限，民眾沒有其他選擇，只能信賴新聞專業；但，隨着媒體公信力的衰退和傳播管道的激增，傳統新聞業所採用的單向傳送之客觀策略——由我們寫，你來讀(we write and you read)，已面臨考驗。新聞組織已無法再獨攬輿論大權，面對市場上各種言論的競爭，該如何向讀者證明自己的論述比其他論述更值得信賴，反而比守門更為重要。

## II. 專業倫理VS. 開放倫理

由於「訴說真相」有不同的策略，學者們也提出相對應的新聞倫理觀：

1. 專業倫理(professional ethics)：針對新聞人員的新聞實踐所制訂的一套倫理規範和行為指南。Singer (2007a, p. 83; 2010, p. 118) 稱此為「守門者倫理」(gate-keeper ethics)，主要植基於「客觀性」和「社會責任論」，強調記者有責任提供民眾正確的

資訊，協助其對公共事務做出理性判斷，以利民主社會的運作。為了維護新聞自由，讓記者免於遭受外界施壓，這套專業倫理採取封閉取向 (a closed approach)，要求媒體自律，在新聞室內部 (in-house) 利用守門程序來進行品管 (Ward & Wasserman, 2010, p. 279)。

2. 開放倫理 (open ethics)：隨着公民媒體/記者與日俱增，其報導也逐漸對讀者和社會造成影響，但他們大多未受過專業訓練，因此很難以專業倫理來約束，故Ward與Wasserman (2010) 提出「開放倫理」，試圖建立一套開放、參與取向的倫理論述，用來規範所有的使用者。這套倫理不再只針對新聞室內記者「他們」的行為，而是擴及所有「我們」的關切。由於新科技改變了「參與」和「內容控制」——民眾不必得到編輯許可，即能批評新聞實踐，也能討論媒體倫理，因此不論主流或非主流媒體都可以藉由「透明性」和「互動性」來發揮倫理作用，亦即鼓勵使用者參與生產過程，利用對話、合作式監督或分擔責任 (shared responsibility) 的方式來實踐倫理，並提升新聞的可信度 (Feighery, 2011; Karlsson, 2010; Singer, 2010)。

顯然，開放倫理不同於專業倫理，並非着重在階層式守門和成品評估，而是偏重在水平式對話和過程；其相信民眾有能力判斷資訊，故不須再依賴新聞媒體/記者的中介。此觀點對公民新聞而言，無疑提供了解套，幫助其在缺乏制度化資源和守門機制底下，仍可保有言論自由和新聞品質，亦即利用透明策略，在新聞生產過程中，開放讓民眾參與，一起看門 (gatewatching) 和問責 (account-ability)，以免除可信度低的疑慮 (Singer, 2007a; Ward & Wasserman, 2010)。

### III. 「透明性」作為公民新聞的倫理規範

「透明性」意指在傳播過程的開放性 (openness)；它並不是新的倫理規範，但其重要性在過去一直不及「客觀性」。<sup>1</sup>直至數位時代，因為主流媒體的公信力下滑，加上「人人都是記者」，民眾也勇於上網「揭露」 (disclose)，才讓「透明性」再次受到重視 (Plaisance, 2007; Ziomek, 2005)。

新聞生產在今日已演變成眾人參與、分散及分享的過程，Jarvis (2009) 和 Robinson (2011) 稱此為「過程新聞學」(process journalism)；不同參與者可能帶來「新」資源，或對內容進行修正，或讓觀點變得更多元。因此，「透明性」不只是讓生產機制「看得見」(visible)，還必須開放讓民眾參與，發展出合作式、生產性的透明性 (collaborative and productive transparency)，以達到互惠的目的 (Heemsbergen, 2013, p. 50)。Karlsson (2010, p. 537) 也指出，「透明性」應用於新聞工作中，並成為每日的例行「儀式」，應包含兩層次，除了由生產者自行解釋新聞以何方式被生產出來的「揭露透明性」(disclosure transparency) 外，還有「參與透明性」(participatory transparency)，即力邀使用者參與不同階段的新聞生產過程。

這種透明性對缺乏資源的公民記者而言，尤其重要。一方面，他們可以藉此察覺自己對公眾和社會的責任；另一方面，民眾也因此更了解新聞是如何被建構，而能加入討論，促成「對話」和「公眾問責」。然而，究竟該如何做，才能達到「透明性」？

首先，針對「揭露透明性」，必須告知民眾甚麼影響公民報導，包括「行動者透明性」(actor transparency) 和「產製透明性」(production transparency) (Groenhart & Bardoel, 2012)。前者關切「誰」站在新聞背後：由於公民平台多無審查機制，允許公民自行投稿，因此「誰」主要是公民記者。Johnson 和 Wiedenbeck (2007) 研究發現，公民新聞若提供作者資訊，較易提高民眾知覺報導的可信度。反之，在匿名情況下，使用者較難評估公民記者的能力與真誠性，因此公民新聞應公開作者身份，包括真實姓名、照片、所屬團體、聯絡方式等，讓民眾判斷公民記者是否有能力報導該主題，以及新聞背後是否涉及利益衝突。

而「產製透明性」則關切公民新聞背後的產製過程，包含消息來源的選擇和素材的處理。公民記者為了證明「所說之事」為真實、可靠，除拒絕業配新聞(或新聞廣告化)和避免引用匿名消息來源外，也應提供超連結(hyperlinks)和錯誤更正(Singer, 2007b)。Johnson 和 Wiedenbeck (2007) 以實驗法調查使用者對公民新聞網新聞可信度的知覺，發現超連結若允許使用者進一步連結至原始素材、相關文件或其他證據，有助於提高報導的可信度。事實上，超連結不僅具有查證功能，也能反

映出觀點的異/同質性和報導的意圖。Carpenter (2010) 以內容分析法檢視線上報紙和公民新聞網的差異，結果發覺主流新聞網的超連結應用以網站內部為主，而公民新聞網則有較多的網站外部連結，允許使用者接觸不同的觀點。但，網外的超連結究竟試圖提供使用者何種觀點，抑或引導他們走至何處（如：讓使用者點選某些政黨或商業利益的特定網頁）？由此可見，超連結的設計，也能揭示公民新聞的產製有無隱藏特定目的。

其次，「參與透明性」則是因公民報導所引發的互動回應。為了鼓勵民眾參與，公民記者除報導事實外，也應「邀請互動和對話」；這種對話涉及開放倫理，「不是簡單地他/她說了甚麼，也不是激辯或攻擊；而是更豐富，涉及真正的交換——心靈上的改變，至少能擴大考量其他看法和分享結論 (Cenite & Zhang, 2010, p. 297)」。藉由線上互動，公民記者允許民眾不斷地對報導進行討論、增補或修訂，讓真相愈辯愈明。同時，這也是「問責」的體現，不論民眾的回應是支持、反對、質疑、建議或評論，公民記者都必須對這些論據做出反應；一旦發現錯誤，也應立即「更正說明」(Cenite & Zhang, 2010; Karlsson, 2010; Singer, 2007a)。

## 研究問題

歸納上述，我們可以發現專業新聞和公民新聞的確以不同的方式運作。儘管新聞組織現已增設公民平台，但多採用分離策略，因此專業規範較難適用於公民平台上。為此，本文以「透明性」作為倫理標準，針對不同經營型態的公民平台進行調查，研究問題有三：

- (一) 不同公民平台的公民新聞內容呈現為何（包含報導主題、新聞文類、敘事方式）？是否因不同經營模式而有所差異？
- (二) 在「揭露透明性」上，不同公民平台在公民新聞的「作者透明性」和「產製透明性」上，是否有差異？
- (三) 在「參與透明性」上，不同公民平台在公民新聞的互動回應和更正，是否有差異？

## 研究方法

### 研究對象

本文採用內容分析法，分析公民平台的公民新聞表現。所謂的「公民新聞」係指由一般人或公民團體以文字、圖像或影片方式所自製的內容和互動(如：留言、評論或更正)。從公共、另類及主流媒體中挑選出六家組織作為研究對象，分別是公廣集團的PeoPo公民新聞台、苦勞網、上下游新聞市集(簡稱「上下游」)、聯合新聞網的iReporter、新頭殼，以及今日新聞網的WEnews。研究對象挑選的原則是以新聞組織常態提供公民產製新聞的服務為主。在研究期間，因苦勞網突然停止提供公民直接參與的服務(如：「新聞你來搞」、「部落客來搞」)，而iReporter的運作也近乎停擺，故捨棄這兩者，最後僅以其他四家平台為研究對象。

以下簡述這些平台的特性與運作(林宇玲，2013)：

#### I. 公共模式：PeoPo

PeoPo由公廣集團於2007年4月創辦，現由公共電視的新媒體部負責，旨在成為「台灣第一個影音公民新聞平台」。PeoPo以公共利益為目的，拒絕商業廣告，資金主要來自公視每年的小額募款。平台雖有7位工作人員輪流擔任編輯，但其工作並非採訪或修改新聞，而是挑選具「公共性」的公民報導。同時，PeoPo標榜「社群共治」，所有新聞皆來自公民記者且報導形式不拘，公民記者享有較高的自主性，不僅能上稿、回應、檢舉，也能公開批評平台的缺失，執行部分網站的管理工作。

#### II. 另類模式：上下游

上下游於2011年9月3日成立，為一關心農業、土地的另類網路新聞平台，資金主要來自市集資助和「共同辦報人」的募款機制。為避免外力介入報導，上下游拒絕業配新聞，也不做市集的銷售報導。平台共有8位員工，其中4位負責網站的新聞內容、邀請寫手及修飾文稿。除一般新聞由公民記者自行發稿外，在專題部分採取協助方式——

由編輯規劃專題，邀請業餘記者一同來完成，雖然實際工作由業餘記者負責，但為了確保新聞專業度，編輯仍保有守門權，如：要求作者查證。

### III. 主流模式：新頭殼、WEnews

#### 1. 商業獨立媒體：新頭殼

新頭殼創立於2009年9月，自許為「一個有思考力的獨立媒體」，強調不做任何置入性行銷。除了專業新聞外，平台也另設各種公民參與的區塊。使用者一旦成為會員，便能在「新頭殼部落」獲得一個自由發佈文章的部落格，同時也能將文章發佈至「公民連線」。平台的收入主要來自開辦初期募集的資金和頁面廣告，不過編輯部標榜獨立，不受廣告主左右。目前編輯部有10位員工，但只有總製作1人負責公民區塊——不定期從「新頭殼部落」中，挑選出文章放入首頁區塊。儘管新頭殼增設多種公民參與的管道（如：線上辯論），但因人力有限，無法吸引更多公民參與。

#### 2. 商業公民媒體：WEnews

WEnews於2008年10月成立，為NOWnews公民新聞平台，屬於今日傳媒股份有限公司所擁有。此平台的內容皆由民眾所生產；任何網路使用者只要上網註冊，即有刊登新聞的權限。平台的收入主要來自頁面廣告和置入性新聞；由2位編輯負責網站運作——每日從大量的公民新聞中，挑選出適合的新聞轉貼至NOWnews，但不會對內容進行審查或修改。此外，為了鼓勵公民記者寫稿，WEnews也提供各種獎勵措施，如：稿費制——記者的新聞一旦被NOWnews或其他入口網站採用，即可領取稿費；或由編輯部不定期舉辦美食採訪團活動，公民記者除可免費試吃外，撰寫的食記若被採用，也能獲得稿費。這些措施已吸引大量使用者參與。

本文針對上述四家平台的公民新聞，於2012年8月至2013年7月期間，以三個月為間隔，選取出四個月（分別是10、1、4、7月）作為研究樣本，並以「則」為分析單位。<sup>2</sup>扣除由平台編輯（或特約記者）所

發佈的新聞及失效連結後，共取得6,091則，其中PeoPo有3,022則；上下游有224則；新頭殼的公民連線有237則；WNews有2,608則(見表一)。

表一 四家公民新聞平台之公民新聞樣本數量分佈表

平台	10月	1月	4月	7月	總則數
PeoPo	751	656	819	795	3022
上下游	69	62	45	48	224
新頭殼	77	39	40	81	237
WNews	591	600	771	646	2608
總和	1488	1357	1675	1570	6091

## 類目建構

本文的內容分析類目主要包含二大部分：

### I. 在「新聞內容」部份，針對公民新聞的內容進行調查，項目如下：

1. 報導主題：本文以Carpenter (2010) 和葉韋均 (2009) 所提出的主題類目，進一步修訂為：國際關係、政治、經濟、司法、教育、醫藥、科技、農業、勞工、社會福利、生態環境、文化古蹟、交通、意外災難、媒體改造、娛樂、民生消費、地方、人情趣味、生活休閒、運動、活動資訊、廣告、政令宣導、其他。
2. 新聞文類：公民新聞所採用的文類性質，如：紀錄、報導、動員、評論、廣告化、<sup>3</sup>其他等。
3. 敘事方式：旨在檢視公民新聞所採用的敘事風格，包含(a)角色描述：公民記者採用何種方式描述自身和其消息來源，如：採用第一、二或三人稱；(b)報導方式：公民記者採用何種方式陳述新聞，如：客觀陳述、主觀評論、個人感受(反身性)、建議(呼籲)、政府置入性行銷、商業置入性行銷或其他；(c)敘事結構：公民記者採用何種敘事結構，如：傳統倒



金字塔(重要性逐次遞減)、正金字塔(重要性逐次遞增)、重要性分散結構或其他等。

II. 在「透明性」部分，針對公民新聞的透明性表現進行評估，項目如下：

1. 作者透明性：調查公民記者的個人資料，類目為「作者介紹」，包含無介紹、有作者照片、背景介紹、兩者皆有或其他。
2. 產製透明性：檢視公民新聞的產製過程，包含消息來源的選擇和素材的處理，類目有二：
  - (1) 消息來源：除統計新聞內文直接/間接引用消息來源的數目外，也進一步分析消息來源的種類(source types)。根據Carpenter(2008)的消息來源類目，進一步修訂為：官方、制度化組織、匿名官方、非官方的一般人、非制度化的代表、匿名的非官方。
  - (2) 超連結：調查公民新聞有無使用超連結；並針對使用超連結者，進一步檢視其類型，包含提供原始素材、其他相關新聞、連結至網外網站、商業利益網頁、政治利益網頁、非營利社會組織網頁、或連結至同網站的其他區塊。
3. 參與透明性：檢視公民新聞所引發的互動回應，類目有二：
  - (1) 互動性：檢視公民新聞有無提供回應，除回應數量外，採用哪些回應方式，如：作者自己事後補充、網友給予實質回應、網友給予情感支持、網友攻擊或謾罵。
  - (2) 更正：審視公民新聞有無提供更正，以及採用何種方式更正，如：直接更正、說明修正理由、更正並說明修正理由或其他。

### 信度檢定

本文由兩位傳播科系碩士班學生擔任編碼員，在編碼之前先針對各類目進行討論和訓練，並撰寫類目釋義表，以確認其對類目內容有

基本的共識。在前測時，先隨機抽取10則新聞作為施測樣本，並就此結果，對認知歧義的部分進行修正。隨後從各平台隨機抽樣選取100則樣本，以Scott's pi進行信度檢驗，各項類目的相互信度分別是報導主題0.93、新聞文類0.89、角色描述0.82、報導方式0.79、敘事結構0.88、作者介紹0.9、消息來源0.8、超連結0.81、互動0.82、更正0.89，平均相互信度約為0.85，符合一般信度認定標準。

## 研究分析

### 不同公民平台的新聞內容呈現

#### I. 報導主題

由於上下游定位鮮明，新聞主題較集中，導致報導主題類目的許多細格小於5，為避免卡方檢定不具統計意義，因此將性質相近的主題合併成13項，分別是政治(含國際關係)、社會(含司法、勞工、社福、災難)、文教(含文化、教育)、科技(含醫藥)、農業、生態環境、地方、娛樂休閒(含娛樂、生活休閒、運動)、生活資訊(含民生、交通)、人情趣味、活動資訊(含政令宣導)、廣告、其他(含經濟、媒體改造)。

表二顯示四家平台在報導主題上，具有顯著差異( $\chi^2(36, 6091)=2270.96, p<.001, \text{Cramer's } V=0.35$ )。PeoPo由於成立時間較久，已建立口碑，所以公民新聞數量最多，加上經營主旨之一是「廣納各類公民報導主題」，故主題數量的分佈較分散。不過，從前五項排序來看，「人情趣味」(20.1%)、「政治」(12.5%)、「生態環境」(10.8%)、「文教」(9.3%)、「社會」(9.2%)，亦反映出PeoPo的「公共性」。公民記者不受守門的限制，除了在主題上有抒發個人心情的「人情趣味」或紀錄生態的「生態環境」外，他們也勇於表達政治立場或針砭時事；加上台灣在研究期間多次發生抗議活動，如：「全民反壟斷大遊行」、「洪仲丘事件」及反都更抗爭行動等，也增加其發表「政治」主題的頻率。

採用另類模式的上下游，「農業」報導主題最多(28.6%)，呼應其平

台成立的宗旨；其次是有關小農生活點滴的「人情趣味」(26.3%)，其三是各地小農、綠色市集的「活動訊息」(15.6%)，以及介紹物種保育的「生態環境」(7.6%)等；而其他「非農業性」的主題(如：政治、文化)則較少出現。

而採用主流模式的新頭殼，前四項分別是「活動資訊」(14.3%)、「政治」(13.9%)、「廣告」(11.4%)、「人情趣味」和「社會」(8.9%)；WNews則是「科技」(18.6%)、「廣告」(15.9%)、「活動資訊」(13.1%)、「人情趣味」(11.5%)，顯示「廣告」在商業平台佔有一定比例。但兩家平台在報導主題上，仍有差異；新頭殼以「獨立媒體」自居，在硬性(如：「政治」、「社會」)和「生態」、「地方」等主題的比例，明顯高於WNews。反觀WNews，在「農業」、「生態」、「地方」的比例皆低於1%，多少也反映出平台的商業性。

四家平台在報導主題上，如同國外的研究發現，「人情趣味」佔相當比例，但不同平台也因其運作，在報導主題上呈現明顯的差異。且值得注意，除PeoPo外，其他三家平台在「活動資訊」都超過一成多。上下游的活動資訊是由編輯部或小農作者/社群所上傳的農業相關活動(如：有機農夫市集聚會或農事戰鬥營)，有別於兩家商業平台的商品促銷或商業宣傳活動。

## II. 新聞文類和敘事方式

表三呈現出四家平台的公民新聞在新聞文類上以「報導」、「紀錄」為主，但仍有顯著差異( $\chi^2(15, 6091)=1452.86, p<.001, \text{Cramer's } V=0.28$ )。PeoPo之所以「報導」(46.1%)居多，因其提供培訓課程，導致公民記者在形式上會仿效新聞報導格式(如：在影音報導中宣稱自己為「公民記者」)，但實際內文未必符合客觀報導的要求(見表四)。反觀上下游，報導者較少以「公民記者」自稱，並多採用「紀錄」(50%)形式。

另，採用主流模式的WNews和新頭殼，「廣告化」佔有一定比例(各佔31.1%和13.9%)。值得注意的是，廣告資訊多以兩種文類呈現：一是介紹特定商品或明顯提及商品價格、購買方式等消費資訊的「廣告化」文類；二是由公關公司或特定組織所發佈的新聞，在形式上符合「報導」文類，但內容卻涉及商業或政治置入的敘事形式。

從表三可發現，PeoPo、上下游雖然宣稱不接受業配新聞，但因無審查機制，平台偶爾也會出現廣告，或以報導之名行宣傳之實的公民新聞，如：推薦作者個人書籍(〈你的字太草了！《寫出台灣書道》江蓋世著)〉，或募集贊助款項(〈瞎子摸象)〉；上下游也是如此，公民新聞中有些是小農或農業社群所張貼的活動資訊，如〈2012希望搖滾日，等你來蕉園搖滾)〉，或農產品推廣，如〈【梨享樂園——黑皮梨】happy的天然好果子！)〉。

由此可見，公民新聞和廣告並未截然二分，而公民新聞的敘事方式更能凸顯此問題。本文將敘事方式分成三項：角色描述、報導方式及敘事結構；表四呈現四家平台在這三項都具有顯著差異( $\chi^2(9, 6091) = 715.21, p < .001, \text{Cramer's } V = 0.20$ ； $\chi^2(18, 6091) = 2087.29, p < .001, \text{Cramer's } V = 0.34$ ； $\chi^2(9, 6091) = 1820.52, p < .001, \text{Cramer's } V = 0.32$ )。在「角色描述」部分，PeoPo和新頭殼的公民新聞採用「第一人稱」和「第三人稱」的次數相當；而上下游則以「第一人稱」為主(67.9%)。

在「報導方式」上，PeoPo和新頭殼除「客觀陳述」(各佔48.7%、30.8%)外，也多出現「主觀評論」(各佔32.3%、11.8%)或「個人感受」(各佔8.4%、33.8%)，同時在「敘事結構」也以「重要性分散」為主，分別為66.1%和33%。而上下游在「報導方式」上，「客觀陳述」(28.1%)、「主觀評論」(24.6%)、「建議」(21.9%)及「個人感受」(20.1%)的比例相近，亦反映在「敘事結構」的「傳統倒金字塔」(37.1%)、「正金字塔」(29.5%)、「重要性分散」(33%)，次數分佈也較平均。這些平台顯示，大多數的公民記者未受過專業訓練，在報導時自然不會遵循客觀新聞寫作的要求，而出現較多另類風格。

相較之下，WNews在敘事方式上則保留傳統新聞寫作的特性，如：「第三人稱」(71%)、「客觀陳述」(44%)及「傳統倒金字塔結構」(60.7%)。同時，WNews的商業置入性新聞比例(35.3%)也居四平台之冠，反映其接受業配新聞的旨趣。值得注意的是，同樣採用主流模式的新頭殼雖然標榜「不做置入」，但因公民版塊無審查機制，也易出現置入性新聞(12.7%)。不同於WNews的明顯刊載商品名稱和價格(如〈台中星時代風華會館【7月週年慶】兩人同行第二人半價)〉)，新頭

殼的置入性新聞多以隱微的方式進行(如〈日旅客跨海憶母 涵碧樓精心安排重溫昔日情景〉)。

## 不同公民平台公民新聞在揭露透明性的表現

### I. 作者介紹

根據本研究的樣本(見表五)來看,四家平台在「作者介紹」部分,採用主流模式的平台較無作者介紹。而PeoPo和上下游因在平台上已預設顯示作者資訊,即報導頁面會自動出現報導者註冊時所填寫的部分資訊,如:PeoPo於報導右側,顯示作者的帳號、暱稱、照片及所在地;上下游則在報導文末出現作者簡介和照片。

儘管兩家平台的設計均允許網友點入作者帳號,觀看作者曾發表過的所有報導,但公民記者所提供的資訊在兩家平台上,仍有些不同。PeoPo雖然「提供作者照片和背景」資訊的比例明顯高於上下游(75.8% > 9.4%),但其中不乏照片模糊或使用網路照片的情形,而且作者資訊多僅提供所在地,不像上下游的「作者背景(無照片)」(66.9%)會提供工作頭銜、簡述個人理念,甚或提供個人網站作為連絡方式。

### II. 消息來源

為了解公民新聞在引用消息來源的可靠性和多元性,有關消息來源的調查共分成四部分:除「引用觀點」和「來源數量」外,「引用方式」和「來源類型」皆為複選題。表六呈現四家平台在引用方式上,以「直接引用」為最多,佔七成以上。

在來源類目上,四家平台皆以「非官方的一般人」、「制度化組織」為主。前者是因為公民新聞多為公民記者的所見所聞或生活有感,消息來源除了自身,便是周遭所接觸的一般民眾,這可能也是「匿名性消息來源」偏低之因;後者則囿於平台的定位,已成為特定社群張貼報導或推廣活動之處,如:PeoPo和新頭殼多吸引校園媒體和NGO的加入;上下游則是各地小農和環保團體;而WENews則成為企業打廣告或特定組織(如:公關公司或PRN Asia等新聞稿發佈組織)宣傳消息之

地。另外，除WNews外，其他三台也多採用「非制度化代表」，尤其是PeoPo。

至於「匿名消息來源」的使用，四家平台在「匿名官方」的比例都低於1%，但在「非匿名官方」的比例，PeoPo和上下游分別是6.3%和4%，顯示公民記者並未完全拒絕匿名消息來源的使用。

在引用來源數量上，以PeoPo最多，平均2.4個來源，其次是上下游的2個；新頭殼的1.9個及WNews的1.5個。而且四家平台以「同質性來源」居多，佔七成五以上；只有新頭殼有超過二成以上的異質觀點，包括「正反並陳」(9.7%)和「三個以上不同觀點」(14.8%)，其次是上下游(各佔5.3%、1.8%)、PeoPo(各佔1.8%、1.8%)，最後是WNews(各佔0.8%、0.8%)。整體來看，公民新聞較缺乏平衡報導或多元觀點。這點和Carpenter的研究發現相似：公民新聞不論是消息來源的類型、數量或觀點的多元化，都比較有限。

### III. 超連結使用

表七顯示四家平台的公民新聞在超連結使用上，具有顯著差異( $\chi^2(3, 6091) = 30.60, p < .0001, \text{Cramer's } V = 0.71$ )。上下游的超連結使用(52.7%)最多，其次是PeoPo(48.4%)、WNews(44%)，最少是新頭殼(33.8%)。針對提供超連結的公民新聞，PeoPo在「提供原始素材」(78.9%)的比例最高，其次是上下游(34.2%)。整體來說，兩家平台在「提供原始素材」和「其他相關新聞」的比例皆明顯高於新頭殼和WNews，顯示其公民新聞的超連結設計較有利於讀者進行資料查證。同時，PeoPo和上下游在「連至網站其他區塊」(各佔14.7%、18.3%)的比例也高於新頭殼(6.3%)、WNews(0%)，因其公民記者會將自己的新聞和過去平台內(自己或他人)的報導作一呼應，擴大報導影響力。

此外，四家平台的超連結應用多「連結至網外網站」和特定網頁，但並非為了反映多元觀點，反而多用於「活動報名」、「支持報導觀點」及「補充細節」，如：在上下游的〈讓我們水在一起——水田與溪流保育研習〉，文內提供「人禾環境倫理發展基金會」的網站連結和報名簡章，而涉及政策的報導則多補充政府機關的官網或政策說明的相關連結。同時，有些超連結設計似乎也隱藏特定目的，如：WNews以「連

至商業利益網頁」最多(56.6%)，反映報導背後的商業考量；而上下游則多「連至非政治利益網頁」(18.3%)，凸顯其報導的另類訴求。

## 不同公民平台公民新聞在參與透明性的表現

### I. 互動性

表八顯示除上下游外，其他平台「無回應」的比例很高，採用主流模式的平台甚至超過九成。針對回應部份，以「實質回應」、「情感支持」居多，且上下游不論是在「情感支持」或「實質回應」皆高於PeoPo(23.2% > 8.2%；18.8% > 7.1%)。此外，兩家平台偶有攻擊、謾罵等情緒性的回應——多出現在爭議性議題，或針對公民記者的獨特報導技巧，以反詰、批判或負面用語回應，如「大哥給我們莊孝維！」、「鬼扯甚麼啊妳？看看雲林吧，連高鐵都沒有，台中算啥？」、「中華民國萬歲！那麼不喜歡，請你回去，謝謝！」。

### II. 更正

從表八來看，四家平台的公民新聞不僅互動回應少，同時內容有九成九以上未進行更正。這可能和低回應有關，因為公民新聞缺乏互動，導致公民記者較難察覺新聞的偏誤；但也可能是公民新聞多為個人見聞，較不易出錯。

## 結論與討論

本文以內容分析法，檢視台灣四家不同經營型態的新聞公民平台，以了解制度化公民新聞學的內容表現與倫理問題。結果發現，新聞組織內的公民新聞多和專業新聞區分開來，採用「未審先播」方式，符合言論自由的主張。公民新聞由於多是公民記者的所見所聞，故多涉及個人、地方或社群層面，且主題以「人情趣味」為主，消息來源的引用也以自身和一般人為大宗，且引用來源的數量和觀點都很有有限。這和國外的研究結果吻合；惟本文發現，不同經營形態之新聞組織所

採用的公民平台運作模式，會影響旗下公民新聞的表現。易言之，制度化公民新聞學的品質除受限於公民記者本身的資質與資源外，組織也是影響關鍵。

承襲「公共」傳統的PeoPo，公民新聞不僅報導主題較多樣，且多引用非營利社群、專家學者作為消息來源。配合PeoPo的公民記者發稿公約(如：「發佈文章以『報導』形式呈現」)和培訓課程，公民記者多採用「報導」文類，也會模仿客觀的敘事形式。

採用另類模式的上下游，因平台定位鮮明，報導主題集中在農業、環境問題上，且多引用小農、環保團體作為消息來源。公民作者在報導時多選用「紀錄」文類，敘事形式也較多樣。有別於其他平台，上下游將專業/公民新聞置放在同一頁面，僅以身份(記者/作者)來區別彼此，因此平台也提供作者的詳細資料。至於超連結的頻繁使用，可能是因為公民作者所關心的主題較不被主流媒體所重視，因此他們利用超連結的功能(如：連至相關文件或網站)，讓報導看起來更完整，也能藉此吸引更多的關注回應和互動。

採用主流模式的新頭殼和WEnews，「廣告」和「活動訊息」的比例偏高，且缺乏作者資訊和互動回應。但兩家平台仍有差異；新頭殼以獨立媒體自居，較能吸引一些關注公共議題的公民記者來發文，因此在報導主題上，不像WEnews集中在軟性、消費議題，也較少引用企業作為消息來源，或在新聞中直接販售商品。

整體來看，公民新聞雖然關切專業新聞所忽略的主題、面向及觀點，有助於彌補主流媒體的不足，但在制度化底下卻也同時強化新聞組織自身的需求和利益，而衍生出兩大倫理隱憂。一是公民平台仍未重視參與性的透明機制。從分析中，不難發現公民平台的互動回應或內容更正都相當有限，且超連結的應用也多是「活動報名」或「廣告宣傳」，而較少用於反映多元觀點。本文察覺，四家平台的超連結應用多「連結至網外網站」和特定網頁，符合Carpenter(2010)的主張——公民新聞網有較多的網站外部連結，但從細部分析發現，如此的連結並非為了讓使用者接觸不同的觀點，反而是為了「活動報名」、「支持報導觀點」及「補充細節」。同時，公民新聞也缺乏實質的互動回應，公民記者無法藉由問責或討論，進一步修正內容的觀點或偏誤。



另外，針對回應部分，衝突或敏感議題較易引起讀者的注意而回應，但因匿名性也易滋生網路言論暴力。為避免類似問題發生，PeoPo在2012年底的改版中已要求會員必須登入帳號，才能對報導發表回應。不過，針對報導品質，PeoPo仍試圖以「客觀性」規範公民記者，而忽略「透明性」在數位生產的意義。目前上下游是四平台中表現較好者，如：〈不當休耕補貼，讓熱血務農青年成為崩世代憤青〉一文，提供相關新聞、活動臉書社團及官方報導的超連結，讀者可以透過延伸閱讀，比較官方內容和此報導的正反意見，深入了解議題並形成自己的觀點，參與討論。在回應部分，面對各種提問和質疑，作者、上下游編輯和網友也分別對這些論據做出反應，並提出超連結資料用以佐證觀點或修正看法，同時若發現錯誤也會立即修正，這種情形在專題報導中尤為明顯。由此可見，「參與透明性」不但能刺激公共論辯，也能保證新聞品質。

二是公民平台的「新聞」和「廣告」仍未明確區分開來；在商業平台中，此問題尤其嚴重。以WNews為例，不僅缺少作者資料，且超連結使用多涉及商業利益網站；由於缺乏「揭露透明性」，讀者可能無法辨明作者和新聞之間有無利益衝突。此外，WNews也接受業配新聞或不定期舉辦採訪團活動，以各種誘因（如：稿費、網站點數等）吸引公民記者加入，直接將店家名稱、商品寫入公民新聞中。這導致公民記者不僅接受物質餽贈，新聞報導也涉及商業置入；由於公民記者多未受過專業訓練，可能不知此舉將影響報導的獨立性。

而標榜獨立性的其他平台，雖明文拒絕業配新聞或廣告，但因缺乏審查機制，平台內也出現各種置入性新聞，顯然公民平台已漸成為特定利益團體的宣傳之地。為避免利益團體假借言論自由之名，混入公民新聞的生產行列，未來公民平台在新聞生產機制仍須強調「揭露透明性」，以保證公民新聞的品質。惟公民平台以「未審先播」自許，因此仍須結合「參與透明性」，藉由讀者的共同參與、「看門」，才能有效地防止各種不法或不義之事，同時維護公民新聞的可信度。

本文雖試圖以「透明性」規範檢視公民新聞的表現，但有關這方面的研究仍相當缺乏，尚無一套完備可茲參考的類目架構，難免在研究設計上有所疏漏。另外，在檢測「透明性」時，我們亦發現網路的介面

設計可能會影響內容分析的結果。以「更正」類目來說，發文者或留言者可能被允許直接進入後台更動內容(如：內容更正或刪除回應)，但若未標示，分析者其實很難察覺；另，在「互動」類目上，本文的內容分析僅針對新聞網站的內容，但現有的網站已結合社群媒體，其議題擴散和互動程度可能比公民平台來得高，這也是本文力有未逮之處。未來研究除應檢視社群網站對公民平台透明性的影響外，也可擴大檢視不同類型的公民平台，並進一步調查公民記者和使用者對開放倫理的認知與採納，將更能掌握透明性對公民新聞的作用與意義。

## 註釋

- 1 新聞組織擔憂新聞室透明化會引發各界勢力介入，而傷及自主性，所以偏重在「客觀性」。
- 2 即具有獨立標題者為一則。
- 3 報導主題針對「新聞說甚麼」，其中「廣告」指公民新聞內容明示購買資訊(如：產品價格者)；新聞文類則是「新聞如何說」，其中「廣告化」指新聞目標在於勸說或告知他人，以引發購買、增加品牌認知或增進產品的區別性。此外，在敘事方式的「置入性新聞」類目，指採用置入性行銷的新聞報導方式，分成兩類：「政府置入性」指新聞出現政府、政令宣導內容或政府機構的活動宣傳，如：政府形象宣傳、政策宣導、政績介紹、相關政府部門主辦的活動資訊；「商業置入性」則是呈現特定商業、產品或服務的資訊，如：出現商品、商標、品牌或店名等訊息。

## 參考文獻

### 中文部分 (Chinese Section)

- 林宇玲 (2013)。《從組織運作探討台灣制度化公民新聞的發展》。「第三屆新聞的政治、文化與科技學術研討會」論文。台北。
- Lin Yuling, *Cong zuzhi yunzuo tantao Taiwan zhiduhua gongmin xinwen de fazhan. Disanjie xinwen de zhengzhi wenhua yu keji xueshu yantaohui lunwen*. Taipei.
- 胡元輝 (2012)。〈新聞作為一種對話：台灣發展非營利性「協作新聞」之經驗與挑戰〉。《新聞學研究》，第112期，頁31-76。
- Hu Yuanhui (2012). *Xinwen zuowei yizhong duihua: Taiwan fazhan feiyinglixing*

- xiezuo xinwen zhi jingyan yu tiaozhan. *Xinwenxue yanjiu*, 112, 31–76.
- 洪貞玲 (2013)。〈數位時代的弱勢傳播權：原住民公民新聞 WATTA 個案研究〉。《傳播與社會學刊》，第 25 期，頁 135–171。
- Hong Zhenling (2013). Shuwei shidai de ruoshi chuanboquan: Yuanzhumin gongmin xinwen WATTA ge' an yanjiu. *Chuanbo yu shehui xuekan*, 25, 137–171.
- 孫曼蘋 (2009)。〈公民新聞 2.0：台灣公民新聞與「新農業文化再造」形塑之初探〉。《傳播與社會學刊》，第 9 期，頁 153–180。
- Sun Manpin (2009). Gongmin xinwen 2.0: Taiwan gongmin xinwen yu “xinnongye wenhua zaizao” xingsu zhi chutan. *Chuanbo yu shehui xuekan*, 9, 153–180.
- 陳順孝 (2006)。〈從公益新聞、公共新聞到公民新聞：輔大新傳系《生命力新聞》的十年探索〉。「社區大學與公民新聞學的對話」學術研討會論文。台北。
- Chen Shunxiao (2006). *Cong gongyi xinwen gonggongxinwen dao gongminxinwen: fuda xinchuanxi shengmingli xinwen de shinian tansuo*. Shequ daxue yu gongmin xinwenxue de duihua xueshu yantaohui lunwen. Taipei.
- 黃惠英 (2011)。〈社群培力與公民新聞實踐〉。陳品皓 (編)，《新聞的公共性與科技文化》(頁 63–90)。台北市：風雲出版社。
- Huang Huiying (2011). Shequn peili yu gongmin xinwen shijian. In Chen Pinhao (ed.). *Xinwen de gonggongxing yu keji wenhua* (pp. 63–90). Taibeishi: Fengyun chubanshe.
- 葉韋均 (2009)。《公民新聞的專業再現——公視「PeoPo 公民新聞報」個案研究》。輔仁大學大眾傳播學研究所。
- Ye Weijun (2009). *Gongmin xinwen de zhuanye zaixian—Gongshi “PeoPo gongmin xinwenbao” ge'an yanjiu*. Furen daxue dazhong chuanboxue yanjiusuo.
- 管中祥 (2008)。〈公共電視的新媒體服務：PeoPo 公民新聞的傳播權實踐〉。《廣播與電視》，第 29 期，頁 85–112。
- Guang Zhongxiang (2008). Gonggong dianshi de xinmeiti fuwu: Peopo gongmin xinwen de chuanboquan shijian. *Guangbo yu dianshi*, 29, 85–112.

### 英文部分 (English Section)

- Banda, F (2010). *Citizen journalism and democracy in Africa—an exploratory study*. Retrieved on 2011 November 25 from [http://www.highwayafrica.com/media/Citizen\\_Journalism\\_and\\_Democracy\\_Book.pdf](http://www.highwayafrica.com/media/Citizen_Journalism_and_Democracy_Book.pdf)
- Carpenter, S. (2010). A study of content diversity in online citizen journalism and online newspaper articles. *New Media & Society*, 12(7), 1064–1084.
- Carpenter, S. (2008). How online citizen journalism publications and online newspapers utilize the objectivity standard and rely on external sources. *Journalism*

- and *Mass Communication Quarterly*, 85, 531–548.
- Cenite, M., & Zhang, Y. (2010). Recommendations for hosting audience comments based on discourse ethics. *Journal of Mass Media Ethics*, 25(4), 293–309.
- Chang, Woo-Young. (2005). The Internet, alternative public sphere and political dynamism: Korea's non-gaek (polemist) websites. *The Pacific Review*, 18(3), 393–415.
- Corrêa, E. S., & Madureira, F. (2009). Citizen journalist or source of information: an exploratory study about the public's role in participatory journalism within leading Brazilian web portals. Retrieved on 2011 September 21 from: <http://online.journalism.utexas.edu/2009/papers/SaadMadureira09.pdf>
- Deuze, M. (2006). Ethnic media, community media and participatory culture. *Journalism*, 7(3), 262–280.
- Deuze, M., Bruns, A., & Neuberger, C. (2007). Preparing for an age of participatory news. *Journalism Practice*, 1(3), 322–338.
- Feighery, G. (2011). Conversation and credibility: Broadening journalism criticism through public engagement. *Journal of Mass Media Ethics*, 26, 158–175.
- Jarvis, J. (2009). Product v. process journalism: The myth of perfection v. beta culture. Retrieved on 2013 July 25 from <http://buzzmachine.com/2009/06/07/processjournalism/>
- Johnson, T. J., & Kaye, B. K. (2004). Wag the blog: How reliance on traditional media and the Internet influence perceptions of credibility of weblogs among blog users. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 81(3), 622–642.
- Johnson, K. & Wiedenbeck, S. (2009). Enhancing perceived credibility of citizen journalism web sites. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 86(2), 332–348.
- Heemsbergen, L. J. (2013). Radical transparency in journalism: Digital evolutions from historical precedents. *Global Media Journal—Canadian Edition*, 6(1), 45–65.
- Karlsson, M. (2008). *Visibility of journalistic processes and the undermining of objectivity*. Paper presented at the International Communication Association annual meeting. Montreal, Quebec, Canada.
- Karlsson, M. (2010). Rituals of transparency: Evaluating online news outlets' uses of transparency rituals in the United States, United Kingdom, and Sweden. *Journalism Studies*, 11(4), 235–245.
- Karlsson, M. (2011). The immediacy of online news, the visibility of journalistic processes and a restructuring of journalistic authority. *Journalism*, 12(3), 279–295.
- Kovach, B. & Rosenstiel, T. (2001). *The elements of journalism. What news people should know and the public should expect*. New York: Crown Publishers.
- Kperogi, F. A. (2011). Cooperation with the corporation? CNN and the hegemonic cooptation of citizen journalism through iReport.com. *New Media & Society*, 13(2), 314–329.
- Lăzăroiu, G. (2011). The language of journalism ethics. *Linguistic and Philological Investigations*, 10, 162–168.

- Meier, K., (2009). Transparency in Journalism: Credibility and trustworthiness in the digital future. Presentations at the “The Future of Journalism” conference, hosted by Journalism Studies and Journalism Practice.
- Örnebring, H. (2008). The consumer as producer—of what? User-generated tabloid content in *The Sun* (UK) and *Aftonbladet* (Sweden). *Journalism Studies*, 9(5), 771–785.
- Pantti, M., & Bakker, P. (2009). Misfortunes, memories and sunsets: Non-professional images in Dutch news media. *International Journal of Cultural Studies*, 12, 471–489.
- Paulussen, S., Heinonen A., Domingo D., & Quandt, T. (2007). Doing it together: Citizen participation in the professional news making process. *Observatorio*, 3, 131–154.
- Paulussen, S., & Ugille, P. (2008). User generated content in the newsroom: Professional and organisational constraints on participatory journalism. *Westminster Papers in Communication and Culture*, 5(2), 24–41.
- Plaisance, P. L. (2007). Transparency: An assessment of the Kantian roots of a key element in media ethics practice. *Journal of Mass Media Ethics*, 22(2), 187–207.
- Robinson, S. (2009). “If you had been with us”: Mainstream press and citizen journalists jockey for authority over the collective memory of Hurricane Katrina. *New Media Society*, 11(5), 795–814.
- Robinson, S. (2011). Journalism as process: The labor implications of participatory content in news organization. *Journalism & Communication Monographs*, 3(13), 137–210.
- Singer, J. B. (2007a). Contested autonomy. Professional and popular claims on journalistic norms. *Journalism Studies*, 8(1), 79–95.
- Singer, J. B. (2007b). Bloggers and other participatory journalists. In C. Friend, & J. B. Singer (Eds), *Online journalism ethics: Traditions and transitions* (pp. 115–150). Sharpe, M. E.
- Singer, J. B. (2010). Norms and the network. In C. Meyers (Ed.), *Journalism ethics: A philosophical approach* (pp. 117–129). New York: Oxford University Press
- Tilley, E., & Cokley, J. (2008). Deconstructing the discourse of citizen journalism: Who says what and why it matters. *Pacific Journalism Review*, 14(1), 94–114.
- Ward, S. J. A. (2010). Inventing objectivity. In C. Meyers (Ed.), *Journalism ethics: A philosophical approach* (pp. 137–152). New York: Oxford University Press.
- Ward, S., & Wasserman, T. (2010). Towards and open ethics: Implications of new media platforms for global ethics discourse. *Journal of Mass Media Ethics*, 25, 275–292.
- Ziomek, J. (2005) Journalism, transparency and the public trust. Retrieved on 2013 June 21 from <http://www.aspeninstitute.org/sites/default/files/content/docs/cands/JOURTRANSPTEXT.PDF>

## 附錄

表二 四家公民新聞平台的報導主題比較

報導主題	公民平台							
	PeoPo		上下游		新頭殼		WEnews	
政治	378	(12.5)	3	(1.3)	33	(13.9)	179	(6.9)
社會	280	(9.3)	1	(0.4)	21	(8.9)	136	(5.2)
文教	279	(9.2)	3	(1.3)	15	(6.3)	139	(5.3)
科技	69	(2.3)	7	(3.1)	11	(4.6)	484	(18.6)
農業	75	(2.5)	64	(28.6)	7	(3.0)	6	(0.2)
生態環境	327	(10.8)	17	(7.6)	15	(6.3)	22	(0.8)
地方	255	(8.4)	3	(1.3)	14	(5.9)	23	(0.9)
娛樂休閒	223	(7.4)	11	(4.9)	17	(7.2)	230	(8.8)
生活資訊	91	(3.0)	10	(4.5)	4	(1.7)	138	(5.3)
人情趣味	606	(20.1)	59	(26.3)	21	(8.9)	300	(11.5)
活動資訊	208	(6.9)	35	(15.6)	34	(14.3)	341	(13.1)
廣告	11	(0.4)	10	(4.5)	27	(11.4)	415	(15.9)
其他	220	(7.3)	1	(0.4)	18	(7.6)	195	(7.5)
總計	3022	(100.0)	224	(100.0)	237	(100.0)	2608	(100.0)

$\chi^2(36, 6091) = 2270.96, p < .001, \text{Cramer's } V = 0.35$

註：(1) 本表中括號內的數據為百分比。(2) 本表期望值小於5的細格佔3.8%。

表三 四家公民新聞平台的新聞文類比較

新聞文類	公民平台							
	PeoPo		上下游		新頭殼		WEnews	
紀錄	995	(32.9)	112	(50.0)	78	(32.9)	346	(13.9)
報導	1394	(46.1)	46	(20.5)	52	(21.9)	1008	(38.7)
動員	184	(6.1)	30	(13.4)	25	(10.5)	41	(1.6)
評論	313	(10.4)	24	(10.7)	46	(19.4)	191	(7.3)

制度化公民新聞學的新聞品質與倫理問題之初探

	公民平台							
	PeoPo		上下游		新頭殼		WEnews	
廣告化	11	(0.4)	10	(4.5)	33	(13.9)	659	(31.1)
其他	125	(4.1)	2	(0.9)	3	(1.3)	363	(13.3)
總計	3022	(100.0)	224	(100.0)	237	(100.0)	2608	(100.0)
$\chi^2(15, 6091) = 1452.86, p < .001, \text{Cramer's } V = 0.28$								

註：(1) 本表括弧內的數據為百分比。

(2) 本表無期望值小於5的細格。

表四 四家公民新聞平台的敘事方式比較

角色描述	公民平台							
	PeoPo		上下游		新頭殼		WEnews	
第一人稱	1445	(47.8)	151	(67.9)	107	(45.1)	458	(17.6)
第二人稱	36	(1.2)	4	(1.8)	4	(1.7)	129	(4.9)
第三人稱	1418	(47.0)	65	(28.5)	125	(52.7)	1852	(71.0)
其他	123	(4.0)	4	(1.8)	1	(0.4)	166	(6.4)
總計	3022	(100.0)	224	(100.0)	237	(100.0)	2608	(100.0)
$\chi^2(9, 6091) = 715.21, p < .001, \text{Cramer's } V = 0.20$								
報導方式								
客觀陳述	1471	(48.7)	64	(28.1)	73	(30.8)	1148	(44.0)
主觀評論	975	(32.3)	56	(24.6)	28	(11.8)	320	(12.3)
個人反身感受	254	(8.4)	45	(20.1)	80	(33.8)	69	(2.6)
建議(呼籲)	177	(5.8)	47	(21.9)	25	(10.5)	64	(2.5)
政府置入	6	(0.2)	3	(1.3)	3	(1.3)	69	(2.6)
商業置入	5	(0.2)	7	(3.1)	27	(11.4)	921	(35.3)
其他	134	(4.4)	2	(0.9)	1	(0.0)	17	(0.6)
總計	3022	(100.0)	224	(100.0)	237	(100.0)	2608	(100.0)
$\chi^2(18, 6091) = 2087.29, p < .001, \text{Cramer's } V = 0.34$								

	公民平台							
	PeoPo		上下游		新頭殼		WEnews	
<b>敘事結構</b>								
倒金字塔	526	(17.4)	83	(37.1)	20	(8.4)	1583	(60.7)
正金字塔	56	(1.8)	66	(29.5)	33	(13.9)	136	(5.2)
重要性分散結構	1996	(66.1)	74	(33.0)	180	(75.9)	595	(22.8)
其他	444	(14.7)	1	(0.4)	4	(1.7)	294	(11.3)
總計	3022	(100.0)	224	(100.0)	237	(100.0)	2608	(100.0)
$\chi^2(9, 6091) = 1820.52, p < .001, \text{Cramer's } V = 0.32$								

註：(1) 本表括弧內的數據為百分比。

(2) 本表在角色描述和敘事結構的項目上，無期望值小於5的細格；在報導方式上，期望值小於5的細格則佔7.1%。

表五 作者介紹

	公民平台							
	PeoPo		上下游		新頭殼		WEnews	
<b>作者介紹</b>								
無介紹	0	(0.2)	51	(22.8)	227	(95.8)	2039	(78.2)
作者照片	0	(0.0)	2	(0.9)	0	(0.0)	569	(21.8)
作者背景介紹	731	(24.0)	150	(66.9)	9	(3.8)	0	(0.0)
都有	2291	(75.8)	21	(9.4)	1	(0.8)	0	(0.0)
其他	0	(0.0)	0	(0.0)	0	(0.0)	0	(0.0)
總計	3022	(100.0)	224	(100.0)	237	(100.0)	2608	(100.0)



表六 四家公民新聞平台的消息來源比較

	公民平台							
	PeoPo		上下游		新頭殼		WEnews	
<b>引用方式 (複選題)</b>								
直接	2742	(90.8)	201	(89.7)	213	(89.9)	1903	(73.9)
間接	306	(10.1)	62	(27.7)	24	(10.1)	904	(34.7)
總計	3048	(100.9)	263	(117.4)	237	(100.0)	2867	(109.9)
<b>來源類目 (複選題)</b>								
官方	334	(11.1)	23	(10.3)	29	(12.2)	125	(4.8)
匿名官方	15	(0.5)	0	(0.0)	1	(0.4)	0	(0.0)
非官方的一般人	2679	(88.6)	157	(70.1)	117	(49.4)	903	(34.6)
非制度化代表	856	(28.3)	35	(15.6)	38	(16.0)	165	(6.3)
匿名的非官方	189	(6.3)	9	(4.0)	1	(0.8)	34	(1.3)
制度化組織	514	(17.0)	58	(25.9)	95	(40.9)	1647	(63.2)
總計	4587	(151.8)	282	(125.9)	281	(119.7)	2874	(110.2)
<b>來源數量</b>								
引用來源 總數/平均	7259 /2.4		442 /2.0		452 /1.9		3169 /1.53	
<b>引用觀點</b>								
同質	2912	(96.4)	209	(92.9)	179	(75.5)	2365	(98.4)
異質正/反方	55	(1.8)	11	(5.3)	23	(9.5)	21	(0.8)
異質多元 (觀點多於3)	55	(1.8)	4	(1.8)	35	(14.8)	22	(0.8)
總計	3022	(100.0)	224	(100.0)	237	(119.7)	2608	(100.0)

註：(1) 本表括弧內的數據為百分比。

表七 四家公民新聞平台的超連結與內容更正比較

	公民平台							
	PeoPo		上下游		新頭殼		WEnews	
<b>超連結</b>								
無超連結的新聞	1559	(51.6)	104	(46.4)	157	(66.2)	1460	(56.0)
有超連結的新聞	1463	(48.4)	120	(53.6)	80	(33.8)	1148	(44.0)
總計	3022	(100.0)	224	(100.0)	237	(100.0)	2608	(100.0)
$\chi^2(3, 6091) = 30.60, p < .0001, \text{Cramer's } V = 0.71$								
<b>提供超連結者 (複選題)</b>								
提供原始素材	1154	(78.9)	41	(34.2)	1	(1.3)	31	(2.7)
其他相關新聞	287	(19.6)	26	(21.7)	12	(15.0)	13	(1.1)
連至網外網站	519	(35.5)	60	(50.0)	63	(78.8)	485	(42.2)
連至商業利益網頁	39	(2.7)	6	(5.0)	2	(2.5)	650	(56.6)
連至政治利益網頁	53	(3.6)	2	(1.7)	0	(0.0)	0	(0.0)
連至非政治利益網頁	82	(5.6)	22	(18.3)	3	(3.8)	0	(0.0)
連至同網站其他區塊	215	(14.7)	22	(18.3)	5	(6.3)	0	(0.0)
總計	2349	(160.6)	120	(149.2)	80	(107.5)	1177	(102.5)

註：(1) 本表括弧內的數據為百分比。

表八 四家公民新聞平台的互動回應比較

	公民平台							
	PeoPo		上下游		新頭殼		WNews	
互動回應(複選題)								
無回應	2555	(84.6)	143	(63.8)	236	(99.6)	2529	(92.6)
作者事後補充	128	(4.2)	15	(6.7)	0	(0.0)	1	(0.0)
網友實質回應	248	(8.2)	43	(19.1)	0	(0.0)	20	(0.7)
網友情感支持	215	(7.1)	53	(23.7)	1	(0.4)	57	(6.1)
網友攻擊謾罵	34	(1.1)	2	(0.9)	0	(0.0)	1	(0.0)
總計	3180	(105.2)	256	(114.2)	237	(100.0)	2608	(100.0)
內容更正								
無更正	3019	(99.9)	221	(99.0)	236	(99.6)	2607	(99.9)
直接更正	0	(0.0)	1	(0.1)	0	(0.0)	1	(0.1)
說明更正理由	0	(0.0)	0	(0.0)	1	(0.4)	0	(0.0)
更正並說明更正理由	3	(0.1)	2	(0.9)	0	(0.0)	0	(0.0)
其他	0	(0.0)	0	(0.0)	0	(0.0)	0	(0.0)
總計	3022	(100.0)	224	(100.0)	237	(100.0)	2608	(100.0)

註：(1) 本表括弧內的數據為百分比。

## 本文引用格式

林宇玲 (2015)。〈制度化公民新聞學的新聞品質與倫理問題之初探：以台灣四家線上新聞組織的公民平台為例〉。《傳播與社會學刊》，第33期，頁189-223。