

科技部補助專題研究計畫成果報告 期末報告

數位時代的媒介倫理：重探新聞人員網路使用、新聞產製與專業評價的關係(第2年)

計畫類別：個別型計畫
計畫編號：NSC 102-2410-H-004-101-SS2
執行期間：103年08月01日至104年07月31日
執行單位：國立政治大學新聞學系

計畫主持人：蘇蘅

計畫參與人員：碩士班研究生-兼任助理人員：吳孟芯
碩士班研究生-兼任助理人員：郭玕潔
碩士班研究生-兼任助理人員：劉時君
碩士班研究生-兼任助理人員：張馨方

報告附件：出席國際會議研究心得報告及發表論文

處理方式：

1. 公開資訊：本計畫涉及專利或其他智慧財產權，2年後可公開查詢
2. 「本研究」是否已有嚴重損及公共利益之發現：否
3. 「本報告」是否建議提供政府單位施政參考：否

中華民國 104 年 11 月 05 日

中文摘要：本計畫的目的有四：第一、透過不同類型媒體之新聞人員進行深度訪談和問卷調查，深入比較不同類型媒體新聞工作者對數位環境的新聞產製認知和倫理實踐為何。第二，了解目前台灣報紙媒體轉型的科技採納，並探討媒體科技採納以及媒體對新聞報導的變化，是否影響到新聞專業的高低。第三針對上述科技、新聞工作和新聞倫理的變化，提出概念模式，並以理論檢測其間變化的類型。第四，根據深度訪談的結果，進行問卷調查，從倫理角度出發，嘗試分析新聞工作者利用數位工具蒐集遞送分享資訊的實際行為，與新聞產製和倫理歸因的關係，以了解台灣現階段新聞工作者面臨數位時代的倫理挑戰及因應之道。

中文關鍵詞：新聞、數位化、媒介倫理、網路使用、新聞專業

英文摘要：New media technologies have transformed journalism practice in a profound way and Taiwan has not been exception. However, research on the impact of these technologies on journalism ethical is troublingly scant. The study combines a survey questionnaire and semi-structured interviews to elicit data on ethical challenges and dilemmas faced journalism practitioners in Taiwan. More than 1000 journalists and editors were surveyed to determine the presence and impact of both individual and universal codes of ethics in the digital era. The study has examined how journalists perceive, adopt and seek to embody their personal competence in their journalistic work. Secondly, the study has reexamined the journalistic work online to see if the challenges have transformed news workers' moral conception of their routine news operation. Finally, the study also explores the relationship between the ethical orientations of journalists and how they identify the materials online can be moderated within newsrooms. The paper motivates for the application of the sociology of journalism ethics as a framework for examining ethical challenges and dilemmas faced by journalism practitioners when using new media technologies. It is argued that the practice of ethical journalism should be viewed as circumscribed by the interaction of a complex web of structural, institutional and socio-economic factors, both internal and external to the environment in which journalism is practiced.

英文關鍵詞：digital journalism, ethics, online journalism, media convergence, journalists

科技部補助專題研究計畫成果報告

(期中進度報告/期末報告)

數位時代的媒介倫理：

重探新聞人員網路使用、新聞產製與專業評價的關係

計畫類別：個別型計畫 整合型計畫

計畫編號：MOST 102-2410-H-004-101-SS2

執行期間：102年08月01日至104年07月31日

執行機構及系所：政大新聞系

計畫主持人：蘇 蘅教授

共同主持人：

計畫參與人員：張馨方、劉時君、吳孟芯、郭玗潔

本計畫除繳交成果報告外，另含下列出國報告，共 2 份：

執行國際合作與移地研究心得報告

出席國際學術會議心得報告

期末報告處理方式：

1. 公開方式：

非列管計畫亦不具下列情形，立即公開查詢

涉及專利或其他智慧財產權，一年二年後可公開查詢

2. 「本研究」是否已有嚴重損及公共利益之發現：否 是

3. 「本報告」是否建議提供政府單位施政參考 否 是，_____

(請列舉提供之單位；本部不經審議，依勾選逕予轉送)

中 華 民 國 104 年 10 月 24 日

數位時代的媒介倫理：

重探新聞人員網路使用、新聞產製與專業評價的關係

【中文摘要】

本計畫的目的有四：第一、透過不同類型媒體之新聞人員進行深度訪談和問卷調查，深入比較不同類型媒體新聞工作者對數位環境的新聞產製認知和倫理實踐為何。第二，了解目前台灣報紙媒體轉型的科技採納，並探討媒體科技採納以及媒體對新聞報導的變化，是否影響到新聞專業的高低。第三針對上述科技、新聞工作和新聞倫理的變化，提出概念模式，並以理論檢測其間變化的類型。第四，根據深度訪談的結果，進行問卷調查，從倫理角度出發，嘗試分析新聞工作者利用數位工具蒐集遞送分享資訊的實際行為，與新聞產製和倫理歸因的關係，以了解台灣現階段新聞工作者面臨數位時代的倫理挑戰及因應之道。

關鍵詞：新聞、數位化、媒介倫理、網路使用、新聞專業

Abstract

New media technologies have transformed journalism practice in a profound way and Taiwan has not been exception. However, research on the impact of these technologies on journalism ethical is troublingly scant. The study combines a survey questionnaire and semi-structured interviews to elicit data on ethical challenges and dilemmas faced journalism practitioners in Taiwan. More than 1000 journalists and editors were surveyed to determine the presence and impact of both individual and universal codes of ethics in the digital era. The study has examined how journalists perceive, adopt and seek to embody their personal competence in their journalistic work. Secondly, the study has reexamined the journalistic work online to see if the challenges have transformed news workers' moral conception of their routine news operation. Finally, the study also explores the relationship between the ethical orientations of journalists and how they identify the materials online can be moderated within newsrooms. The paper motivates for the application of the sociology of journalism ethics as a framework for examining ethical challenges and dilemmas faced by journalism practitioners when using new media technologies. It is argued that the practice of ethical journalism should be viewed as circumscribed by the interaction of a complex web of structural, institutional and socio-economic factors, both internal and external to the environment in which journalism is practiced.

Keywords: digital journalism, ethics, online journalism, media convergence, journalists

壹、 研究動機與目的

網路等數位科技使新聞發佈更為快速，遠超越傳統媒體；此外，還能將內容同時傳到不同媒體平台，擴大對閱聽眾的影響力。愈來愈清楚的現象是，包括電子傳播、電腦等網路新媒體與傳統媒體的匯流現象正在發生(Pavlik, 2001)。「媒體匯流」可以指新媒體嵌入既有媒體與傳播產業的過程；也可以用來指新舊媒體互動，所呈現的複雜與多層次的(multilayered)面向(Dwyer, 2010: 2)。但多項研究指出，報紙總編輯與電視製作人，被認為是反對科技導入新聞室立場最強的人，他們認為匯流只是一種經營手法，是讓較少的記者在較少的資源下，做較多事的一種方式(Kolodzy, 2006: 4)。2004年11月間，幾家美國大報總編輯把「匯流」詮釋為計算眼球數量，是為了吸引年輕讀者、和不同的閱聽眾(Kraepelin & Criado, 2009: 18)。換言之，匯流的媒體只是為爭奪閱聽眾的注意力、時間、光顧、與購買而已(Levinson, 2004: 12)。

然而從1990年代發展迄今，匯流已是媒體圈中的通用語；提到「數位化」帶來的改變時，「匯流」必然是關鍵概念(Storsul & Stuedahl, 2007: 9-11)，但同時也是最籠統、最令人混淆、又是主導媒體發展論述的最主要概念(Fagerjord & Storsul, 2007: 20)。沒有任何媒體組織的匯流會完全相同。但是對於什麼是「匯流」，各界也很難有公認一致的定義。匯流的主要目的自然與經濟有關(Brooks, Kennedy, Moen, & Ranly, 2004)；以致匯流是可以維持市場占有的方法；或是傳遞新聞或是資訊給消費者的不同方式(Quinn, 2004: 113-114)。尤其是新聞專業與公民匯流的情形，已漸漸改變媒體守門的行為(Bachmann & Harlow, 2012)。台灣自然也難避免這股科技轉變的衝擊。

由於媒介和科技的共變，對於新聞媒體組織和新聞工作產生深層影響，雖然有些學者認為，數位媒體中說故事的本質是不變的，但是數位媒體不像傳統媒體受限於時空，報導可以更廣、更深；訊息會用「組裝」(package)方式呈現，並用超連結(hypertext link)方式連到其他網站的文章。閱聽眾可在媒體及其內容中產生互動，已經改變新聞傳播的管道和閱聽眾閱聽接收的方式(Herbert, 2000: 12)。已有許多新聞媒體要求記者能夠多媒體運作，不再只擅長某一特定技能(Kawamoto, 2003)。新聞專業也面臨舊有規範是否隨之崩解、需要重建新倫理觀的挑戰。

2000年代至今，國外重要新聞媒體歷經多次改變，早年研究多偏重科技對新聞工作實踐轉變的影響，然而現在研究已轉變聚焦角度，關心的是新科技如何重新塑造新聞工作，特別是新科技對於記者角色、新聞生產、傳送、消費的改變如何，然因科技影響已經全面而深入新聞產業中，新科技和情境的互動對於新聞工作專業及倫理的影響如何，即為本研究關心的重點。

傳統理論對於新聞組織受科技影響的看法，共有三種取向：「科技決定論」的學者主張科技握有改變社會的力量，強調科技對媒體與社會運動的效果具有直接影響。第二派主張「社會建構論」的學者，不認為科技是社會轉變的根本原因，他們認為社會本身的結構才是社會劇烈變動的核心，而科技只是依循社會的價值體系變動(Reich, 2013)。第三種「科技與社會互相影響」的典範，不否認新的科技伴隨而來的動能，但這一派學者也認為要把科技放到政治、經濟、社會的脈絡底下去談，例如注意科技擁有者的特質、科技本身的彈性和使用限制，應該避免去批判、去脈絡、去歷史的分析(Coleman & Blumler, 2009; Askanus & Gustafsson, 2010; Cottle, 2011; Leung & Lee, 2014; Hermida, Lewis, & Zamith, 2014)。

Fortunati 等(轉引自Bastos et al., 2009:2)主張採取二元論觀察媒體轉型，首先是正面看法，這種看法以為網路可以看成新聞記者的「機會」，可視為能提供新聞工作者無限能力提升的資

源；，不過從悲觀角度來看，新科技也帶給新聞工作許多新衝擊，產生新類型也需要新的適應，特別是容易複製的科技帶給記者許多新的倫理衝擊。

另外從組織轉變的取向探討，本研究認為法國社會學家Latour（2005）的行動者網絡理論（Actor Network Theory；簡稱ANT）適合解析當代複雜且快速變動的動態媒體網絡，因為 ANT 取徑不像許多社會科學理論會預先設定批判立場，屬於較彈性開放式的分析途徑，處理快速變動的網絡也較為游刃有餘。有傳播學者用 ANT 作新聞研究，認為 ANT 的優點是由不同行動者自我描述其實證經驗，研究者從紮根實證研究途徑出發，不帶預存立場，直接描寫科技進入新聞室的過程和影響，更能掌握科技工具與新聞產製之間的彈性連結與快速變動，也更能強調人與非人（科技）之間的相互連結關係（Plesner, 2009; Weiss & Domingo, 2010）。因此本研究擬採用ANT探討報紙媒體如何在數位時代導入科技，並做組織調整。

本研究已就三個研究方向進行研究，第一年對實務界主管和新聞工作者進行深度訪談，以了解台灣新聞媒體的組織變革，第二年主要從第一年的訪問得知，台灣新聞媒體的倫理觀已經進入新階段，愈來愈重視類似西方的「德行倫理學」，「德行倫理學」意味一個人的態度也會使人以某些特定方法來行動，因此接下來應該了解第一線工作者——記者和編輯的倫理態度傾向、判斷能力、以及如何在實務經驗中實現倫理價值。

例如記者從事多媒體多工的新聞報導，遇到什麼倫理問題；也因為新聞本業已和廣告公關業相互跨界，產生新的棘手問題，原來由新聞倫理主導的新聞文化已經改變，因此第二年研究不但將檢視記者編輯對倫理新議題認知及態度，也將把科技納入研究計畫，從質化和量化方法，探討一個更複雜的新聞工作與新聞倫理連動的架構，即先討新聞工作者在當下環境中的倫理觀、實務判斷、經驗和專業之間的關聯，以深入描繪新聞從業人員如何及運用什麼方式，來回應日常工作中的倫理難題挑戰。研究者期望將研究結果供實務界參考應用，並期爬梳傳統與新科技形塑的新聞業、以及優質或低劣的新聞業分野中，是否仍存在普世的倫理標準。

貳、 研究目的

本研究希望探討新聞工作者的網路使用和新聞產製流程轉變，是否影響其對自我角色和新聞品質把關的影響，綜上，本研究目的為：

- (一) 探討報紙媒體的數位轉型經驗，以了解將傳統報紙與數位網路匯流的策略與過程，探討傳統紙媒如何尋找生存的機會；哪些角色參與這個過程，產生哪些改變。
- (二) 了解報紙媒體數位化對當代新聞運作與新聞專業的影響，探討網路新聞與傳統報紙內容匯流後的新聞室重要議題。
- (三) 探討媒體數位化過程中，新聞工作者的角色是否擴大？專業職業界線如何改變？並以正反面雙元角度觀察新聞人員的數位工具使用對倫理產生何種影響。

本研究為兩年期的研究計畫，三個系列研究都是以新聞室的「新聞產製與倫理規範」為核心主軸，並針對影響實務工作中「新聞處理」的相關權宜變數（contingent variables），作系統性的探討。一般而言，新聞室的常態運作為一種應用導向的科學，研究傳統向來重視例行常規或情境差異的影響，通常把新聞倫理視為後台的工作，但本研究認為倫理會是新聞工作從生產到消費等策略改變的核心問題。因此本計畫除了重視理論的探討外，計畫中的各系列研究除

了從科技來看新聞工作的轉變外，另外將以倫理觀作為核心變項，並儘可能地考慮一些與實務運作相關的情境因素，及彼此間的互動。

研究一

一、前言

雖然受訪報紙均試圖將網路轉型為傳播新聞內容的主要通路，然而網路雖可降低內容再生產與分配的成本，但是並未降低原生內容生產的成本，這使得網路想靠內容賺錢這件事變得更困難。由於，線上新聞消費者對於公共事務新聞的興趣一直在下降中，儘管記者是朝公共事務進行報導，但是網站消費者卻較常選擇非公共事務的新聞，這和國外研究(Boczkowski & Peer, 2011)的發現非常相似；這些現實對於台灣任何一家大眾化報紙都是極大的挑戰，但四大報到現在均未確立適用新聞匯流的商業模式。Robinson(2011)認為新聞業走向數位化後，並沒有一種標準作業流程，大家都在嘗試新的營運模式；另外，平面媒體不見得在網路有優勢，連新聞品質和專業都不得不改變。

然而新媒體成長的同時，電視、廣播、報紙等舊媒體仍保有既有主流市場優勢，也注入新媒體多元行動者的傳播概念，例如更大的開放性與流動性，形成跨媒介的傳播網絡系統(Chadwick, 2013, p.59)，如Chadwick所說，「舊媒體都曾為新媒體，新媒體也終究會成為舊媒體，媒體系統永遠都在變動狀態」(2013, p.58)。

ANT強調「人」與「非人」行動者的交織與行動，不只把「人」看作網絡中的行動者，也把技術工具看作「非人行動者」(non-human actors)。Latour(2005)解釋，這樣做並不是基於科技決定論，更不是主張工具技術有自我意志，而是主張行動過程無法排除工具影響，非人行動者和人類行動者一樣，都是網絡的節點，都是影響行動的因素。現代政治抗議中，社群媒體、編碼程式等工具和人一樣，也是網絡連結的節點與能動者(agency)，產生連結組織、協調行動、共享資訊、召開會議等能動性(Bennett & Segerberg, 2013)。本研究即以相關理論，探討新聞媒體工作者如何面對新科技變化？組織的調整和個人適應為何？尤其是新聞組織是否把科技當作是一種傳播途徑，或是目的？決策者和工作者如何轉換科技使用，透過人類與非人類行動者傳遞，形成新的連結關係，把制度、個體與機械技術拼裝成科技與社會之間、不斷轉譯的循環動態網絡？

二、研究設計

本研究第一階段研究方法以深度訪談為主，透過平面、電視、網路媒體等不同媒體類型主管與工作人員的訪問，比較不同媒體的數位轉型經驗與倫理實踐。選取上採立意抽樣，以第一線新聞媒體工作人員與媒體主管為主。選擇第一線新聞工作人員，主要是因為這些人最熟悉新聞實務操作流程，也最能親身感受到數位化對於新聞流程、專業價值的影響。媒體主管則最能了解公司的政策走向與發展目標，能夠提供數位化進程的全面性報告與願景。本研究至目前為止共訪問12人，其中包括9位主管，以及3位非主管。

三、研究發現

研究發現，廿一世紀的科技雖然可以更快獲得新聞，在記者心目中的價值卻不如十餘年前(Prichar & Bernier, 2010: 604)。科技可能創造「愈快愈好」(faster is better)的偏見，同時也經常被用來支持新聞媒體專業和品質將日趨下跌。

研究一共有如下發現：1. 數位科技已全面影響新聞媒體作業與工作常規；且新科技已重

構新聞組織，科技的不同功能已經成為各新聞組織分工合作的新節點。2. 網路新聞競爭已把網路和社群、行動媒體成為必備科技；3. 為了網路競爭，記者需要具備多種技能；4. 網路新聞競爭漸成趨勢，平面媒體比其他媒體重視網路新聞的競爭；5. 媒體產業現在已在相對較大的異質市場中相互競爭，工作常規改變。6. 新聞工作者對於專業出現不同認知，分成下面兩種：一種認為專業優先，不能妥協；另一種認為因為有網路監視追蹤使用者行為和活動的工具，媒體比從前更清楚他們的受眾以及公眾的動態。7. 出現的新倫理議題包括：即時、查證、真實、意見與事實分開、平衡、著作權等問題。

研究二

一、前言

科技除了影響新聞內容本身，也會影響新聞組織的對外關係、對內編輯室與產業組織間的架構，以及記者的工作常規(Pavlik, 2000；陳百齡、陳世敏，2001；張寶芳、羅文輝、鄧麗萍，2006)。王毓莉（2001）早期針對中國時報記者的研究即顯示，受訪者都使用電腦寫稿，運用網路查詢、檢索資料的記者不僅都超過八成，當時更有九成預言，網路將成為未來新聞採寫的消息來源管道。

科技發展至近期，記者不再只能擁有編採新聞的能力，還須因應組織要求，了解如何使用多媒體工具、社群網站等數位科技(Spyridou et al., 2013; Wallace, 2013)。然而在兼顧品質卻又面臨時間的壓力之下，多技能的要求卻也造成工作者的工作負擔，影響工作表現(Wallace, 2013)與新聞專業(Dickinson, Matthews, & Saltzis, 2013)。不僅如此，當過往新聞人員具有的語言、溝通能力等優勢，以及從採寫道呈現的新聞產製方式等被科技的變革所翻轉，傳統新聞價值與工作倫理都面臨考驗，甚至挑戰了編輯室判斷新聞價值的權威。因此本研究認為，值得也必須深入了解國內新聞工作者實際進行線上新聞的情形。

二、研究設計

(一) 深度訪談與訪綱題項

本研究採用深度訪談作為研究方法，針對第一線平面、電視及網路等媒體之新聞工作者進行深度訪談，比較受訪者對媒體數位化經驗與倫理實踐的經驗，俾利理解新聞從業人員實際工作樣貌。深度訪談作為質性研究中常使用的資料蒐集方法，能透過訪談者和受訪者之間的對話獲得意見交流，訪談者可事先擬好訪談主題與提問大綱，並根據現場提問情形追問，藉此蒐集深入的研究資料（Babbie, 2004／陳文俊譯，2005）。

本研究擬出針對新聞從業人員之訪談綱要，並根據受訪工作者所在媒體性質的不同進行調整，於 2015 年 3 月起進行前測之深度訪談，每次訪談時間在一個半小時至四小時之間，依據研究目的設計與新聞數位化背景、線上新聞產製情形、新聞人員的之線上新聞工作倫理等相關問題。本研究進行深度訪談所獲得之內容，僅用於研究使用，並匿名處理受訪者名字與所在媒體名稱，以保護受訪者隱私權益。

(二) 訪問對象

第一線新聞從業人員不僅最了解目前最新的新聞實務產製流程，也最親身感受數位化變遷對新聞工作、新聞專業倫理與價值的影響。為了解不同性質之媒體如何因應數位化變遷，與其

所發展的線上新聞策略和媒體內部組織如何轉變，本研究在以立意抽樣篩選受訪對象，選擇平面、電視、網路媒體等實際進行新聞採寫之新聞工作者，包含記者、編輯等，所跑路線涵蓋立法院、教育、氣象等。本研究計畫自 2015 年 3 月起至 2015 年 6 月間，共計訪問五人，受訪者基本資料整理如表 1 所示。

表 1：受訪者基本資料

樣本編號	任職媒體別	訪談日期
1	報紙	2015/03/21
2	網路	2015/03/28
3	報紙	2015/04/03
4	電視	2015/04/19
5	報紙	2015/06/16

(三) 研究問題

RQ1：新聞從業人員如何因應線上新聞帶來的轉變？

RQ2：新聞編輯室實際運用的線上新聞策略為何？

RQ3：新聞從業人員對線上新聞的工作倫理為何？

三、研究發現

透過與第一線新聞從業人員的深度訪談，本研究共有三項重要研究發現：（一）新聞記者的多工型態；（二）新媒體強化新聞工作者與內部組織的連結媒體的線上新聞策略，及（三）新聞價值與工作倫理的改變。

(一) 新聞記者的多工型態

各媒體為因應數位化變遷，除要求第一線新聞從業人員配備智慧型手機、筆電等數位媒體工具，也據此發展出多工型態，記者不再只專注於寫稿或攝錄影音，而必須一人身兼多職，在寫稿、發稿的同時，也要把握時間用手機錄影或拍照，並即時上傳至媒體的群組或內部發稿系統。有的記者更身兼社群媒體小編，必須隨時上傳數分鐘內的短影片，提供閱聽人及時感受現場分為；亦有記者即是自己的改稿編輯，完成新聞後自行檢查即可直接發布在官網上。

(二) 新媒體強化新聞工作者與內部組織的連結

首先，平面、電視新聞組織多使用社群媒體進行內部交流與溝通。在對內溝通方面，新聞媒體應用 LINE 建立小群組，和跑相同報導線的同事、主管交流報導主題、分派工作事項；遇到發布即時新聞狀況，則利用 LINE 群組回傳簡短即時新聞內容、拍攝的圖片或影音，再由組內編輯彙整發布，以利在最短時間內放上網路。

然而，和內部組織的連結卻也強化組織對新聞工作者的掌控權。受訪者俱表示，不僅白天在外採寫新聞時，須隨時和主管保持聯繫，下班後、休假甚至是半夜兩三點，還常常會利用 LINE 群組確認行程細項，導致記者們無不繃緊神經，且頻繁察看手機、確保不遺漏任何來自媒體組織交辦的工作事項。至於群組內加入各種編輯主管共同討論報導內容，也讓報導處理瑣碎、意見過多而不統一。

另外，除了對內溝通，也有部分媒體利用 Facebook 進行對外聯繫，除了追蹤公眾人物動態，隨時掌握時事消息；也經營所屬媒體的粉絲專頁，在專頁上張貼自己或同事發布的新聞或影音，隨時和閱聽眾互動以維持對媒體的關注度。

(三) 新聞價值與工作倫理的改變

而面對新聞數位化轉變，平面媒體對線上新聞的要求已隨之改變。比起過去傳統媒體對下標講求中規中矩，現今無論是線上媒體或發布網路新聞的傳統媒體，都傾向將標題下得聳動、新奇與活潑，吸引閱聽眾點擊、衝高線上瀏覽量。部分傳統媒體甚至會針對同一篇新聞，發展出網路、平面不同的標題，企圖在網路上引起注意，又能維持傳統媒體對新聞價值的要求。與此同時，為迎合慣於使用新科技產品的閱聽人習慣，發布在線上的新聞內容長度也大幅縮減，以三、四百字左右的文字為限，避免讀者失去瀏覽興趣。

然而，簡短但即時發布的線上新聞並未減少新聞從業人員的工時與工作量，反而因爭奪線上用戶的眼球而搶發即時新聞，剝奪記者發展長篇深度報導的時間。部分仍須提供平面報導新聞稿的新聞工作者，還必須另外花費時間撰寫線上版本、等待編輯校對，無形中延長工作時間。

新聞工作者的工作倫理也與過往有所不同。在新聞材料蒐集方面，台灣知名線上社群平台例如台大批踢踢、Facebook、大陸廣電媒體或 mobile01 等，都成為獲取新聞資訊的來源之一，記者邀約、訪談受訪者或是請求網友線上圖片、影音的授權，也常經由社群網站上的私人訊息、批踢踢的站內信等聯繫溝通。

受訪記者多半認為，凡是 Facebook 上標註為「公開」的貼文，即是公共公開的內容，無論是否是公眾人物或一般民眾，皆可以直接使用。部分記者可能會寄信告知被引用內容的網友，但一般而言新聞工作者並不會將這些內容視為是私人、需要經過允許才能獲取的訊息。

再者，台灣至今的線上新聞多半跟隨舊有傳統媒體的產製思維，「線上新聞」僅止於將平面的文字、影音放上網路或社群平台，而非透過具原創性、挑戰性的思維善用網路載具的特色。對受訪者而言，目前的新聞工作固然因報導自主性仍高，對懷抱熱情的工作者具有吸引力；然而至今各媒體尚無明確制定線上新聞的產製流程，對線上新聞的要求也沒有固定模式，在新聞從業人員仍在適應新工作型態的同時，新聞媒體面對數位化的變遷，也還在摸索發展方向。

研究三

一、前言

本研究為廣泛觸及更多新聞從業人員，以了解數位時代中新聞從業人員的普遍工作生態，借鏡 Weaver (2014) 等人對美國記者間隔十數年的追蹤研究，以問卷調查探討數位時代下新聞從業人員對新媒體的使用、以及在新聞工作上使用科技的習慣。過去有許多學術與業界調查都顯示，使用社群媒體的記者逐年增加(e.g. Cision 2012; Hermans, Vergeer, and Pleijter 2011; Oreilla PR Network 2012; Quadrant Communications 2012)。對於社群媒體的使用情形，記者大量使用例如 Twitter 的社群媒體平台來蒐集新聞、尋找消息來源、報導新聞以及分享新聞網站連結 (Dimitrova, D. V., Shehata, A., Strömbäck, J., & Nord, L. W. 2014)。

Christians(2008)和 Plaisance等(2012)的倫理導向論(ethical orientations)強調，科技信念與採用科技作為新聞專業原則，已經是一種科技哲學和認知行為結合的社會心理學思維，這個過程自然出現新聞工作過程中倫理議題的複雜性、反思與妥協，倫理已成為新聞人員每天在工作中都會出現的議題(Beam, Weaver, & Brownlee, 2009)。Plaisance等(2012)認為，媒介倫理的思考和闡釋，和個人、媒介組織和媒介體系的互動也密切相關。因此主張為了深入了解影響新聞人員網路使用對新聞來源的評估與取捨的決定，應該全面探討個人、組織或媒介體系那些因素對於新聞產製有重要影響，才能真正釐清倫理導向和新聞專業的關係為何。本研究希望能藉由調查台灣新聞從業人員對於社群媒體的使用情形和想法，探討應用數位工具及社群媒體的新聞工作，如何影響新聞從業人員之新聞價值與倫理觀念。

二、研究設計

本研究以台灣北、中、南三地的電視、報紙、雜誌、廣播、網路媒體之新聞從業人員為研究調查對象，以實體問卷為主，輔以網路問卷進行調查。其中電視台包括有線、無線電視共 13 家；報紙 10 家，考量第一線記者以在外邊採新聞、鮮少回到新聞室的情形，研究人員亦前往記者路線進駐地點，如行政院、立法院等處記者室發放實體問卷。另有雜誌 6 家、廣播媒體 8 家，以有專職新聞人員之媒體為對象；以及每天都有更新新聞之網路媒體 7 家，力求盡可能廣泛觸及台灣各媒體類型新聞從業人員。本研究在進行問卷調查前，於 2015 年 5 月 29 日至 6 月 13 日間向五位記者、六位編輯等共計十一名施行問卷前測，並根據前測結果調整問卷題項。問卷發放時間為 2015 年 6 月 13 日起至 2015 年 9 月 30 日，共發出 1792 份問卷，並於 2015 年 10 月 18 日回收完畢，成功回收 1077 份有效問卷，回收率為 60.1%。其中電視共 675 人、報紙 139 人、雜誌 51 人、廣播 96 人、網路媒體 115 人。本研究有部分題項進行反向編碼，並以 SPSS 針對問卷進行統計分析。

為瞭解新聞從業人員對新聞數位化、新聞處理與倫理的概念，本問卷共分為八大題組：

1. 新聞從業人員的工作狀況和背景。
2. 新聞從業人員對新聞媒體的使用。
3. 新聞從業人員在工作中如何使用數位工具處理新聞。
4. 新聞工作中使用社群媒體的認知、頻率和實際使用。
5. 新聞從業人員對於媒體新聞表現和網路資訊使用的態度。

6. 瞭解新聞從業人員對新聞倫理的認知和實踐的意見。
7. 新聞從業人員對於新聞工作帶來成就感的認知。
8. 新聞從業人員基本人口資料，如年齡、教育程度、薪資等。

三、研究發現

(一) 樣本人口特徵

本次研究調查之新聞從業人員中，男女約各佔五成，男性為 52.7%，女性為 47.3%；年齡分布則相當平均，30 歲以下、31 至 40 歲，以及 40 歲以上之年齡層各約佔三分之一，並以 31 至 40 歲者居多，有 36.3%。畢業自新聞、傳播相關本科系者占絕大多數，有 64.9%，非本科系則佔約三成，為 35.1%（見附表 2）。其中新聞、大眾傳媒專業者各佔一半，人文學科為 10.5%。另有商管 4.6%、工科 3.9% 及自然科學 1.7% 等理工領域，或美術、視覺傳達等專業者投入新聞工作，涵蓋科系多元，但仍以本科生為主。學歷為大學以上者（不含科大）有 85.2%，大學畢業者最多，將近六成（628），研究所畢業者居次，占 25.9%（274）。平均月薪部分，近半數介於三萬至五萬間(54.5%)，其次五萬至六萬約占兩成(19.2%)，六萬以上約占一成五(15.7%)。

近四成（38.8%）在現職服務二至十年，低於兩年以下或高於十年以上者各占三成；若以整體工作年資來看，近半數（47.6%）在新聞界服務超過十年。另外，從事新聞工作中，有近六成來自電視（62.7%，含無線、有線），非電視媒體中，平面媒體近兩成（17.6%），廣播電台佔 8.9%，網路與通訊社媒體為 10.7%，另有 1 人未填答所屬新聞媒體（見表 3）。

(二) 新聞從業人員對數位工具之應用與能力

根據本研究調查，新聞從業人員相當頻繁應用數位工具（手機），有 75.3% 經常使用數位工具發送或接收 LINE 等即時訊息；近七成（67.3%）則經常用來觀看新聞，或使用社交網站（64.7%）。另外，有少數工作者（2.25%）會經常撰寫新聞稿（表 4）。

在數位工作能力方面（表 5），新聞從業人員約有六成同意使用數位工具能增進組織內部互動（58.4%）；近七成認為可以加強和消息來源的互動（69.7%），累積更多人脈與資源（62%）。不過，對於數位工具的使用是否帶來工作負擔（35.4%）或提高報導自主性（43.7%）則多採中立意見，不輕易透漏。不僅如此，六成工作者認為數位工具的使用，已增加他們的工作量（61.4%）與工時（59.1%）。

進一步檢視新聞從業人員之人口特徵與數位工具使用之關係（見附表 6、7、8、9），較多提到公司會提供數位工具使用之相關課程或培訓者，以男性（男 $M=3.53$ ；女 $M=3.18$ ）、40 歲以上（ $M=3.54$ ）或工作年資大於十年者（ $M=3.50$ ）為主。男性也比女性更認為數位工具讓他們和消息來源互動更良好（男性 $M=3.94$ ；女性 $M=3.82$ ），也認為使用上較無負擔（男性 $M=3.42$ ；女性 $M=3.23$ ）。同樣較認為使用數位工具不會造成負擔者的受訪者，主要為 40 歲以上（ $M=3.44$ ）、非本科系畢業（ $M=3.46$ ）的受訪者。

不過，幾乎所有從業人員都認為數位工具反而增加工作量，又以 31 至 40 歲者（ $M=2.04$ ）、工作年資在四至十年之間者（ $M=2.06$ ）最為明顯。

(三) 新聞從業人員的社群媒體使用與看法

在社群媒體的應用上，55.7%的新聞工作者經常利用社群媒體和內部組織溝通，另有五成左右的新聞工作者經常用於查證突發新聞（45%）、尋找新聞線索（50.1%）以及了解閱聽人關心的話題（44.6%）。63.5%會用來聯繫受訪者，但頻率不一定（見附表 10）。

由此可知，社群媒體已成為新聞工作重要的一環。觀察新聞從業人員對社群媒體是否影響新聞價值的態度，持中立意見者（40.9%）與認為會破壞新聞價值者（37.2%）各佔約四成；逾五成（53.1%）同意線上新聞已經威脅新聞品質，儘管受訪者認為新聞工作者可以有更多發揮，例如更快速地報導（58%）、接觸更多閱聽眾（62.9%），卻也帶來工作負擔（50.6%）。故仍以負面看法居多。

比較新聞從業人員之人口特徵與社群媒體使用之關係。男性比女性更同意社群媒體不會破壞傳統新聞價值（男性 $M=2.68$ ；女性 $M=2.84$ ），對社群媒體的看法更樂觀。若以年齡區分，年齡越長者越對社群媒體抱持信心，認為社群媒體不會破壞傳統新聞價值；不過，30 歲以下從業人員反而比其他年齡層更認同社群媒體能協助快速報導新聞（ $M=3.75$ ）、有助於接觸更多閱聽眾（ $M=3.88$ ）並針對複雜議題提出解釋（ $M=3.19$ ）。

不過，就畢業科系來看，是否畢業於新聞傳播科系者對社群媒體與新聞價值、品質間關係的看法沒有顯著差異。非本科系者更接納社群媒體，較認為社群媒體有助分析複雜議題，本科系者則更認為社群媒體不能減輕工作負擔。

(四) 從業人員對新聞專業之看法

以人口特徵檢視新聞從業人員對新聞專業的看法，性別、是否畢業自本科系對新聞專業的看法並無顯著差異。在年齡方面，40 歲以上之新聞工作者更重視維護新聞專業和新聞倫理，比起其他年齡層更不贊同不經同意使用網路來源、引用網友意見、未經同意使用網友照片及影片，也更明顯認為對線上內容應經過查證、不可隨意公布網友個人私事。

(五) 因素分析

本研究檢視新聞從業人員對數位工具的使用是否能歸納成因素（見附表 7），以 KMO 檢定問卷第三大題「處理新聞時的數位工具使用」共 9 個題項後，KMO 值為 0.807，大於 0.6，適合進行因素分析。再以共同性值大於 0.5 的標準，將第 1 個題項「三 Q7.1 公司會提供數位工具使用的相關課程或培訓」（共同性=0.35）刪除。經因素分析後得出兩個因素，轉軸後第一個因素包含第 2 至 7 題題項，可以解釋 42.66% 的變異，命名為「數位工具認知」；第二個因素包含第 7、8 題題項，可以解釋 63.92% 的變異，命名為「數位工具效率」。進一步檢驗兩個因素的信度，第一個因素之 Cronbach's Alpha 值為 0.85，第二個因素之 Cronbach's Alpha 值為 0.88，達到信度標準。

對社群媒體看法之因素分析（見附表 8），以 KMO 檢定問卷第四大題「社群媒體使用」共 8 個題項後，得出 KMO 值為 0.70，大於 0.6，適合進行因素分析。再以共同性值大於 0.5 的標準，將第 3 個題項「四 Q4.3 社群媒體可以增加新聞的可信度」（共同性=0.45）刪除。經因素分析後得出三個因素，第三個因素僅一題，無法檢測信度，故刪除。轉軸後第一個因素包含第 3 至 7 題題項，可以解釋的變異，命名為「社群媒體的採訪助益」（Cronbach's Alpha=0.74）；

第二個因素包含第 1、2 題題項，可以解釋的變異，命名為「社群媒體對新聞品質的影響」（Cronbach's Alpha=0.82）。達到信度檢測標準。

進一步以「數位工具認知」因素將受訪之新聞從業人員分為高、低分組，檢視從業人員對數位工具認知的高低，是否影響其對「社群媒體採訪助益」的看法。統計結果顯示，對數位工具認知較高者 ($M > 3.6$) 比起對數位工具認知較低者，更贊同社群媒體有助於快速報導、以及能接觸更多讀者觀眾。相較之下，若檢視「數位工具認知」對「社群媒體對新聞品質影響」之看法，認知低分組 ($M < 3.6$) 比高分組更對新聞專業敏感，更認為社群媒體會破壞傳統新聞價值與威脅新聞品質。

同樣以「數位工具效益」因素將新聞從業人員分為高、低分組，檢視從業人員對數位工具效益看法的不同，對「社群媒體採訪助益」是否有顯著差異。結果顯示，對數位工具認知較高者比起對數位工具認知較低者，更同意社群媒體有助於快速報導以及接觸更多讀者觀眾。

(五) 新聞從業人員對線上新聞的倫理態度

絕大多數的記者皆認為，編採新聞時不該有任何傷害他人的意圖 (87.7%)，無論行為是否有益 (83.1%)，仍然以不能傷害他人生命、心理 (77.9%)，以及他人尊嚴或權益 (76.3%) 為準則，逾六成 (61.3%) 更同意應該訂定明文的新聞倫理守則。然而，對於倫理是否因人而異，記者看法各異，同意、反對者各佔約三成，對於若訂定倫理準則是否妨礙記者採寫，近半不表示贊成或反對 (45.5%) (見表 10)。

進一步將新聞從業者倫理觀進行因素歸納 (見附表 25)，以 KMO 檢定問卷第六大題「對新聞倫理的想法」共 10 個題項，KMO 值為 0.834，大於 0.6，適合進行因素分析。再以共同性標準值取大於 0.5，刪除第 9、10 題題項，轉軸後得出兩個因素，第一個因素包含第 1 至 5 題題項，可解釋 39.688% 的變異，命名為「絕對倫理」(Cronbach's Alpha=0.91)；第二個因素包含第 6 至 8 題題項，可解釋 22.539% 的變異，命名為「相對倫理」(Cronbach's Alpha=0.75)。兩個因素的信度皆大於 0.7，具可信度。

至於對「新聞表現及網路資訊使用」之看法，以 KMO 檢定問卷第五大題共 10 個題項，得出 KMO 值為 0.802，適合進行因素分析；並以共同性檢測後刪除 2 個題項，分別為「五 07 網友在網站或臉書的內容或照片是可相信的」、「五 09 臉書發表為個人私事，媒體不可以隨便公布」，轉軸後得出三個因素，第一個因素包含第 3 至 6 題，第二個因素為第 8、10 題，第三個因素包含第 1、2 題。針對此三個因素進行信度檢查，僅第一個因素之 Cronbach's Alpha 值為 0.933，大於 0.7，可解釋 36.089% 的變異，命名為「使用線上新聞來源之倫理判斷」。另兩個因素之 Cronbach's Alpha 值皆為 0.563，小於 0.7，可信度低，故予以刪除。

本研究為了解新聞人員應用新媒體編採的倫理觀差異，將倫理觀之「絕對倫理」因素、「相對倫理」因素各別分為高、低分組，與對「新聞表現及網路資訊使用」之看法進行交叉分析。在「絕對倫理」方面，擁有較高絕對倫理者 ($M > 4.4$)，更認為自己工作的新聞媒體在新聞專業表現良好 ($M = 3.45$)，也更贊同應該針對網友在臉書或網站上的內容進行查證 ($M = 4.48$)，而媒體不應未經同意隨便公布網友私人內容 ($M = 4.0$)。相較於低分組，絕對倫理觀較強者較認為現今的網路新聞為追求速度而犧牲新聞正確性 ($M = 4.14$)。值得注意的是，絕對倫理較低者，雖然同樣不贊同媒體未經同意使用線上新聞來源 ($M = 2.30$)、引用網友意見 ($M = 2.50$)、

網友的照片 ($M=2.23$) 及影片 ($M=2.24$)，且不應輕信網友內容 ($M=2.20$)，但是相較於絕對倫理高分組，低分組的不贊同意見沒有高分組來得強烈。

在「相對倫理」方面，相對倫理觀念較強者 ($M>3$) 與低分組相較，對於能否不經同意使用網路來源 ($M=2.22$)、引用網友意見 ($M=2.48$)、使用網友照片 ($M=2.20$) 及影片 ($M=2.21$)，以及輕信網友內容 ($M=2.17$) 等，雖然同樣不贊同，但卻比低分組不明顯。而相對倫理觀較低者，更贊同媒體不得隨便公布網友在臉書上的私人內容 ($M=3.75$)。

由以上統計結果可知，絕對倫理者對於新聞表現及網路資訊使用的倫理觀要求較高，表達的不贊同意見也較為強烈；相形之下，相對倫理觀念較強者，對新聞倫理之判斷較常視情況而定，對於有爭議的價值判斷意願較傾向中立，不贊同意見沒有低分組明顯。

參、 參考文獻

- 王毓莉 (2014)。〈台灣新聞記者對「業配新聞」的馴服與抗拒〉，《新聞學研究》，119：45-79。
- 陳文俊譯(2005)◦《社會科學研究方法》，台北：雙葉書廊。(原書 Babbie, E. R. [2004]. *The practice of social research*. [10th ed.]. Belmont, CA: Thomson/Wadsworth.)
- 張寶芳、羅文輝、鄧麗萍 (2006)。〈新聞人員的電腦採用與使用行為研究 1994 與 2004 年的比較〉，《廣播與電視》，27: 1-23。
- Atton, C. (2002). *Alternative media*. London, UK: Sage.
- Atton, C., & Hamilton, J. F. (2008). *Alternative journalism*. London, UK: Sage.
- Boczkowski, P. (2004). *Digitalizing the news: Innovation in online newspapers*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Castells, M. (2000). *The rise of the network society* (2nd ed.). Cambridge, UK: Wiley-Blackwell.
- Castells, M. (2009). *Communication power*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Castells, M. (2012). *Networks of outrage and hope: Social movements in the internet age*. Cambridge, MA: Polity Press.
- Chadwick, A. (2013). *The hybrid media system: Politics and power*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Christians, C. G.(2001) *Media ethics : cases and moral reasoning*. New York: Longman.
- Christians, C. G. (2005). Ethical theory in communications research. *Journalism Studies*, 6(1), 3-14.
- Christians, C. G. (2008). *Media ethics in education*. The Association for Education in Journalism and Mass Communication.
- Dickinson, R., Matthews, J., & Saltzis, K. (2013). Studying journalists in changing times: Understanding news work as socially situated practice. *International Communication Gazette*, 75(1), 3-18.
- Merrill, J. (1999). 'Foundations for Media Ethics', In David A Gordon, & John Micheal Kittross, J.M.. (eds.) *Controversies in Media Ethics*. London: Longman.
- Opghaffen, M., & Scheerlinck, H. (2014). Social media guidelines for journalists: An investigation into the sense and nonsense among Flemish Journalists. *Journalism Practice*, 8(6), 726-741.
- Spyridou, L. P., Matsiola, M., Veglis, A., Kalliris, G., & Dimoulas, C. (2013). Journalism in a state of

flux: Journalists as agents of technology innovation and emerging news practices. *The International Communication Gazette*, 75(1), 76-98.

Wallace, S. (2013). The complexities of convergence: Multiskilled journalists working in BBC regional multimedia newsrooms. *Communication Gazette*, 75(1), 99–117.

Willnat, L. & Weaver, D. H. Weaver (2014). *The American Journalist in a Digital Age: A First Look*. Paper presented at the 64th Annual Conference of the International Communication Association (ICA 2014). Seattle, WA.

Zeller, F., & Hermida, A. (2014). When tradition meets immediacy and interaction. The integration of social media in journalists' everyday practice. Paper presented at the International Communication Association, Seattle, WA.

科技部補助專題研究計畫成果報告自評表

請就研究內容與原計畫相符程度、達成預期目標情況、研究成果之學術或應用價值（簡要敘述成果所代表之意義、價值、影響或進一步發展之可能性）、是否適合在學術期刊發表或申請專利、主要發現（簡要敘述成果是否有嚴重損及公共利益之發現）或其他有關價值等，作一綜合評估。

1. 請就研究內容與原計畫相符程度、達成預期目標情況作一綜合評估

- 達成目標
- 未達成目標（請說明，以 100 字為限）
- 實驗失敗
 - 因故實驗中斷
 - 其他原因

說明：

- （一）研究內容與原計畫相符程度：大致相同，因此深度訪談與問卷調查結果大致吻合，未來可以繼續探討其他媒體如廣電媒體的匯流變化。
- （二）達成預期目標情況：依照進度進行，第一年和第二年研究項目皆已完成。
- （三）研究成果之學術或應用價值：將進一步深入分析與撰寫研究發現，應有學術發表之價值。

2. 研究成果在學術期刊發表或申請專利等情形：

- 論文：已發表 未發表之文稿 撰寫中 無
- 專利：已獲得 申請中 無
- 技轉：已技轉 洽談中 無
- 其他：（以 100 字為限）

3. 請依學術成就、技術創新、社會影響等方面，評估研究成果之學術或應用價值（簡要敘述成果所代表之意義、價值、影響或進一步發展之可能性），如已有嚴重損及公共利益之發現，請簡述可能損及之相關程度（以 500 字為限）

本研究主要從新聞媒體組織和新聞工作者常規工作的角度來探討，新聞室數位化後，如何改變工作歷程，對新聞專業影響為何。本研究將有助於了解科技議題對新聞業變化的影響及新聞倫理的影響。

附錄：問卷調查統計表

表2：人口特徵資料 (N=1077)

		人數	有效百分比(%)	
受訪者性別 (N=1063)	男	560	52.7	
	女	503	47.3	
新聞從業人員 年齡分布 (N=1037)	30歲以下	358	34.5	
	31-40歲	376	36.3	
	40歲以上	303	29.2	
受訪者畢業科系 (N=1072)	本科系	696	64.9	
	非本科系	376	35.1	
現職服務年資 (N=1077)	2年以下	321	29.8	
	2-10年	418	38.8	
	10年以上	338	31.4	
服務年資分布 (N=1071)	4年以下	289	27.0	
	4-10年	272	25.4	
	10年以上	510	47.6	
新聞媒體分布 (N=1077)	電視	675	62.7	
	非電視 平面媒體 (報紙、雜誌)	廣播電台	96	8.9
		網路與通訊社	115	10.7
		其他	1	0.1
	從業人員工作內容 (N=1060)	記者(含文字、攝影)	643	60.7
編輯		226	21.3	
編譯		28	2.6	
製作人(編播、導播)		27	2.5	
主播(主持人)		20	1.9	
網路編輯		2	0.2	
其他		114	10.8	
從業人員職稱 (N=1009)	主管(含主任、組長、主編)	182	18.0	
	非主管	827	82.0	

表3：新聞從業人員的數位工具使用（%）

	從來沒有	很少	有時	經常	平均數	標準差
1. 拍照	7.5	15.5	34.0	43.1	3.13	0.93
2. 發送/接收照片	5.8	12.3	28.0	53.9	3.30	0.90
3. 發送/接收簡訊	6.3	15.5	23.2	55.0	3.27	0.94
4. 發送/接收電子郵件	5.6	13.9	26.6	53.9	3.29	0.91
5. 發送/接收即時訊息(如：LINE)	3.9	5.9	14.9	75.3	3.62	0.77
6. 撰寫新聞稿	29.5	32.2	22.3	16.1	2.25	1.049
7. 發送/接收新聞	13.1	18.8	30.9	37.3	2.92	1.04
8. 拍攝影片	17.9	22.2	30.3	29.6	2.72	1.07
9. 發送/接收影片	15.1	19.0	31.7	34.2	2.85	1.06
10. 觀看影片	6.9	12.6	29.9	50.6	3.24	0.92
11. 觀看新聞	3.4	5.9	23.4	67.3	3.55	0.76
12. 使用社交網站	4.3	9.8	21.2	64.7	3.46	0.84

表4：新聞從業人員的數位工作能力

	非常 不同意	不同意	中立	同意	非常 同意	平均數	標準差
1. 公司會提供數位工具使用的 相關課程或培訓	7.9	11.7	36.1	24.5	19.8	3.37	1.16
2. 使用數位工具，讓組織內部 互動更良好	2.3	6.4	32.9	36.2	22.2	3.69	0.96
3. 使用數位工具，和消息來源 互動更良好	2.2	5.4	22.6	41.1	28.6	3.89	0.96
4. 在工作過程中，使用數位工具 沒有負擔	6.7	13.4	35.4	28.6	15.9	3.34	1.10
5. 使用數位工具，讓我能自由 選擇報導主題	7.2	12.8	43.7	22.3	13.9	3.23	1.07
6. 使用數位工具，讓我更快 完成工作	3.2	5.8	22.8	41.6	26.6	3.83	0.99
7. 使用數位工具，讓我擁有更多 人脈和資源	3.1	5.8	29.1	39.0	23.0	3.73	0.98
8. 使用數位工具，會使我 工作量增加	2.1	6.6	29.9	28.9	32.5	2.17	1.02
9. 使用數位工具，會使我 工作時間更長	2.6	7.9	30.4	26.6	32.5	2.22	1.07

表5：新聞從業人員的社群媒體應用

	從來沒有	很少	有時	經常	平均數	標準差
1. 查證突發新聞的頻率是？	4.0	13.8	37.2	45.0	3.23	0.83
2. 尋找新聞線索的頻率是？	3.8	11.8	34.3	50.1	3.31	0.82
3. 保持對閱聽人關心事務了解的頻率？	3.3	14.4	37.6	44.6	3.24	0.82
4. 聯繫受訪者的頻率是？	12.3	24.2	34.7	28.8	2.80	0.99
5. 與內部組織溝通的頻率是？	5.3	12.0	27.0	55.7	3.33	0.88
6. 宣傳自家媒體新聞報導的頻率？	8.2	28.9	37.2	25.7	2.80	0.92
7. 與閱聽人互動的頻率是？	14.5	34.4	33.6	17.5	2.54	0.94
8. 蒐集線上輿論的頻率是？	7.5	24.0	37.9	30.7	2.92	0.92

表6：新聞從業人員對於社群媒體影響新聞品質之看法

	非常 不同意	不同意	中立	同意	非常 同意	平均數	標準差
1. 社群媒體破壞傳統新聞價值。	15.9	21.3	40.9	15.3	6.5	2.75	1.10
2. 社群媒體威脅新聞品質。	24.4	28.7	30.4	11.7	4.7	2.44	1.12
3. 社群媒體可以增加新聞的可信度。	12.1	22.7	48.4	11.5	5.3	2.75	0.99
4. 社群媒體有助我快速報導新聞。	3.9	6.1	32.0	38.7	19.3	3.63	0.99
5. 社群媒體幫助我接觸更多讀者/觀眾。	3.0	8.0	26.1	39.5	23.4	3.72	1.01
6. 社群媒體有助針對複雜議題提出分析解釋。	7.4	15.8	46.5	22.2	8.1	3.08	1.00
7. 社群媒體能幫助我篩選出重大新聞。	5.9	16.0	43.5	25.8	8.7	3.15	0.99
8. 社群媒體能減少我的工作負擔。	27.1	23.5	38.5	7.7	3.3	2.37	1.06

表7：新聞從業人員的數位工具能力主成分因素分析

題項	因素一：	因素二：
	數位工具認知	數位工具效益
(2) 使用數位工具，讓組織內部互動更良好	<u>0.81</u>	-0.13
(3) 使用數位工具，和消息來源互動更良好	<u>0.78</u>	-0.25
(4) 在工作過程中，使用數位工具沒有負擔	<u>0.76</u>	-0.23
(5) 使用數位工具，讓我能自由選擇報導主題	<u>0.74</u>	-0.14

(6) 使用數位工具，讓我更快完成工作	<u>0.76</u>	-0.13
(7) 使用數位工具，讓我擁有多人脈和資源	<u>0.67</u>	-0.34
(8) 使用數位工具使我工作量增加	-0.04	<u>0.92</u>
(9) 使用數位工具使我工作時間更長	-0.01	<u>0.92</u>
可解釋變異量(%)	42.66	21.26
全部可解釋變異量(%)		63.918
Cronbach's Alpha	0.85	0.88

表8：新聞從業人員的社群互動能力主成分因素分析

題項	因素一	因素二
社群媒體效益		
(4) 社群媒體有助我快速報導新聞。	<u>0.835</u>	0.104
(5) 社群媒體幫助我接觸更多讀者觀眾。	<u>0.849</u>	-0.003
新聞品質		
(1) 社群媒體破壞傳統新聞價值。	0.076	<u>0.928</u>
(2) 社群媒體威脅新聞品質。	-0.117	<u>0.899</u>
可解釋變異量(%)	26.056	21.471
全部可解釋變異量(%)		47.527
Cronbach's Alpha	0.74	0.82

表9：新聞從業人員對新聞倫理之看法

	非常不同意	不同意	中立	同意	非常同意	平均數	標準差
1. 不該有任何傷害他人的意圖。	0.9	1.2	10.1	20.4	67.3	4.52	0.80
2. 即使行為有利益，只要可能傷害他人就不該去做。	2.0	3.1	22.8	27.6	55.5	4.09	0.98
3. 絕對不能傷害他人心理或生理。	1.3	2.2	18.6	25.4	52.5	4.26	0.92
4. 絕對不能傷害他人尊嚴或權益。	1.5	2.3	19.9	27.0	49.3	4.20	0.94
5. 行為可能傷害無辜的人就不該做。	0.9	2.4	17.4	28.8	50.6	4.26	0.89
6. 倫理標準依情境和社會不同而改變。	8.6	8.9	25.5	33.0	24.0	3.55	1.19
7. 倫理因人而異，沒有固定標準。	16.7	18.2	32.1	20.0	13.0	2.94	1.25
8. 說謊是否涉道德瑕疵，應視情境而定。	15.9	17.5	35.6	21.0	9.9	2.91	1.19
9. 新聞採訪報導應該訂定明文的倫理準則。	3.1	5.5	30.1	29.2	32.1	3.82	1.04
10. 明文訂定新聞採訪報導準則，妨礙記者採訪和資訊蒐集。	9.1	15.3	45.5	17.9	12.1	3.09	1.08

附錄：訪談大綱及新聞工作者調查問卷

一、新聞人員訪問大綱

(一) 數位能力和新聞採訪

1. 請說說您從事新聞的背景？如何到貴媒體成為記者？以及目前在新聞工作中擔任的角色？
2. 請談談貴公司如何發稿？要用到哪些多媒體和網路功能？
3. 請問您如何找線、採訪、發稿，如何找照片或影音到播出，請舉例說明？
4. 請說說貴媒體要求記者具備什麼數位能力？以及目前使用的數位工具？
5. 請談談您何時開始熟悉數位工具？您認為數位工具有何優點（和缺點）？

(二) 新聞組織的影響與自主性

1. 請問貴媒體發布即時新聞的 SOP 為何？對線上新聞的下標原則為何？
2. 請問貴媒體目前自採新聞和轉載新聞比例各佔多少？有什麼改寫新聞的 SOP？
3. 對於非自採新聞，請問您的媒體如何處理線上新聞的來源？平時如何把關發布的新聞？
4. 新聞上線時，貴媒體如何選擇優先發布的新聞（即時／吸睛）？是否事前得到對方同意？
5. 您的媒體有沒有提供記者和編輯有關線上新聞處理的倫理原則？
6. 貴媒體是否提供新進記者數位能力相應的培訓課程或機會？有無提供數位工具？
7. 請問您如何看貴媒體的線上新聞策略？主要包含哪些政策和目標？如何影響您的工作？
8. 請問貴媒體和記者之間，如何使用數位媒體進行內部網絡交流與溝通？
9. 如何處理網友或消息來源對即時或線上新聞的意見？
10. 請問您認為新聞室匯流（或線上新聞室的運作管理），會對新聞品質有何影響？
11. 您覺得目前的新聞工作自主性高不高？

(三) 對線上新聞未來的看法

1. 請問您在下班後，還需要繼續使用數位媒體處理新聞？
2. 您對目前新聞工作感到開心嗎？為什麼？
3. 請問您如何看待網路新聞未來發展？您如何看待自己的職業生涯？為什麼？
4. 您認為「線上新聞」是什麼？線上新聞和傳統新聞有何不同？您怎麼看兩者差異？

二、新聞工作者調查問卷

(一) 工作狀況 (請在空格□內打勾 V)

Q1. 請問您目前在哪種類型的新聞媒體工作？

- (1)有線電視 (2)無線電視 (3)報紙 (4)網路新聞媒體 (5)新聞雜誌
 (6)廣播電台 (7)新聞通訊社 (8)其他(請說明) _____

Q2. 請問您目前服務的機構為：_____

Q3. 請問您擔任的工作是： (1)記者(含文字、攝影)，主跑路線：_____
 (2)編輯 (3)編譯 (8)其他：_____

Q4. 請問您的職稱是： (1)主管(含主任、組長、主編) (2)非主管

Q5. 請問您在現在公司的服務年資為？

- (1)1年以下 (2)1~2年 (3)2~4年 (4)4~6年
 (5)6~8年 (6)8~10年 (7)10年以上

Q6. 請問您從事新聞工作的年資為？

- (1)1年以下 (2)1~2年 (3)2~4年 (4)4~6年
 (5)6~8年 (6)8~10年 (7)10年以上

Q7. 請問您的畢業科系是？

- (1)新聞 (2)大眾傳播 (3)社會科學 (4)人文學科
 (5)自然科學 (8)其他(請說明) _____

(二) 新聞媒體使用

Q1. 請問您平常最常使用何種媒體收看/聽新聞？

- (1)報紙 (2)電視 (3)網路 (4)雜誌 (5)廣播

Q2. 請問您平常每週有幾天會看報紙(僅限於紙本)？

- (1)幾乎不看 (2)每週看一天 (3)每週看二天 (4)每週看三天
 (5)每週看四天 (6)每週看五天 (7)每週看六天 (8)每天都看

Q2a. 請問您看報紙(僅限於紙本)的那一天，您一整天(加總)大概會看多久？_____時_____分

Q2b. 請問你最常看哪幾份報紙?(可複選)

- (01)自由時報 (02)蘋果日報 (03)聯合報 (04)中國時報
 (05)經濟日報 (06)工商時報 (07)聯合晚報 (08)旺報
 (09)China Post (10)Taiwan News (11)Taipei Times (88)其他(請說明) _____

Q3. 請問您平常每週有幾天會看電視新聞？

- (1)幾乎不看 (2)每週看一天 (3)每週看二天 (4)每週看三天
 (5)每週看四天 (6)每週看五天 (7)每週看六天 (8)每天都看

Q3a. 請問您如果有看電視新聞的那一天，您一整天(加總)大概會看多久？_____時_____分

Q3b. 請問你最常看哪一台電視新聞?(可複選)

- (01)民視主頻道 (02)台視主頻道 (03)中視主頻道 (04)華視主頻道
 (05)三立新聞台 (06)民視新聞台 (07)年代新聞台 (08)東森新聞台
 (09)中天新聞台 (10)TVBS新聞台 (11)TVBS (12)非凡新聞台
 (13)壹電視新聞台 (14)公視主頻道 (15)東森財經新聞台 (16)大愛電視
 (17)台視新聞台 (18)中視新聞台 (19)華視新聞資訊台 (20)udnTV
 (21)中視HD台 (22)華視HD台 (23)原住民族電視台
 (88)其他(請說明) _____

Q4. 請問您平常使用何種數位媒體閱讀/收看新聞?(可複選)

- (1) 桌上型電腦 (2) 筆記型電腦 (3) 平板電腦 (4) 手機
 (5) 電子書閱讀器 (6) 數位電視 (8) 其他(請說明) _____

Q5. 請問您平常每週有幾天會使用網路(如：桌上型電腦、筆記型電腦)看新聞?

- (1) 幾乎不看 (2) 每週看一天 (3) 每週看二天 (4) 每週看三天
 (5) 每週看四天 (6) 每週看五天 (7) 每週看六天 (8) 每天都看

Q5a. 請問您使用網路(如：桌機、筆電)看新聞的那一天，您一整天(加總)會看多久? _____ 時 _____ 分

Q6. 請問您每週平均有幾天會使用手持行動裝置(如：手機、平板、電子書閱讀器)看網路新聞?

- (1) 幾乎不看 (2) 每週看一天 (3) 每週看二天 (4) 每週看三天
 (5) 每週看四天 (6) 每週看五天 (7) 每週看六天 (8) 每天都看

Q6a. 請問您如果有使用手持行動裝置(如：手機、平板、電子書閱讀器)看新聞的那一天，您一整天(加總)大概看多久? _____ 時 _____ 分

Q7. 請問你最常看哪幾個台灣的新聞網站(包含入口網站、傳統媒體的線上網站、原生線上新聞網站)?(可複選)

- (01) 自由時報電子報 (02) 蘋果日報網站 (03) 聯合新聞網 (04) 中時電子報
 (05) Yahoo! 奇摩 (06) PCHome (07) Google 谷歌 (08) 微軟MSN臺灣新聞
 (09) 中央通訊社 (10) 風傳媒 (11) 新頭殼 (12) ETtoday
 (13) NOWnews (14) 台灣醒報 (15) 上下游新聞市集 (16) 關鍵評論網
 (17) 公民新聞PeoPo (88) 其他(請說明) _____

Q8. 請問您平常有幾天會看新聞雜誌(僅限於紙本)?

- (1) 幾乎不看 (2) 每週看一天 (3) 每週看二天 (4) 每週看三天
 (5) 每週看四天 (6) 每週看五天 (7) 每週看六天 (8) 每天都看

Q8a. 請問您看新聞雜誌(僅限於紙本)的那一天，您一整天(加總)大概會看多久? _____ 時 _____ 分

Q8b. 請問你最常看哪幾份新聞雜誌?(可複選)

- (01) 商業周刊 (02) 天下雜誌 (03) 今周刊 (04) 遠見雜誌
 (05) 新新聞 (06) 財訊雙周刊 (07) 周刊王 (08) 壹週刊
 (09) TVBS周刊 (10) 時報周刊 (88) 其他(請說明) _____

(三) 接著，我們想請問您在處理新聞時的數位工具使用 (請在空格□內打勾 V)

Q1. 請問您工作的媒體是否要求您需要具有網路使用能力?

- (1) 是 (2) 否

Q2. 下面列出一些數位媒體能力，請問您工作的媒體認為重不重要?

		很不重要	不重要	無所謂	重要	非常重要
(01)	在不同媒體平台刊登/播送新聞的能力	1□	2□	3□	4□	5□
(02)	剪輯影音、編輯或處理照片的能力	1□	2□	3□	4□	5□
(03)	和不同部門(如：資訊分析、視覺圖像化等)共同合作的能力	1□	2□	3□	4□	5□
(04)	尋找、蒐集不同來源的資訊並整合成新聞的能力	1□	2□	3□	4□	5□
(05)	創新新聞產品的能力	1□	2□	3□	4□	5□

Q3. 您公司有無要求您工作時需要配備何種數位器材?(可複選)

(1) 沒有 (2) 手機 (3) 數位相機 (4) 筆電 (8) 其他(請說明) _____

Q4. 請問您公司有沒有配給員工工作上需要的數位器材？

(1) 有 **續答Q4a.** (2) 無 **請跳答至Q4b.**

Q4a. 公司有配給，請問公司配給員工何種數位器材？(可複選)

(1) 手機 (2) 數位相機 (3) 筆記型電腦 (4) 錄音筆 (8) 其他(請說明) _____

Q4b. 公司無配給，請問您公司有無採取其他替代方式？

(1) 沒有 (2) 有，提供購買數位工具補助 (8) 其他(請說明) _____

Q5. 請問您工作時，主要透過何種媒體管道蒐集新聞相關資訊？(可複選)

- Q5-1. 網站
- (1) 網站 (一般網站與入口網站，如：Google) (2) 影音分享網站 (如：YouTube)
- (3) 社交網站 (如：Facebook) (4) 討論區/論壇 (如：Mobile01)
- (5) 網誌 (6) 評等網站 (如：ratemyprofessor.com)
- (7) 評論網站 (如：CNet) (8) 維基網站
- Q5-2. 行動通訊
- (1) 手機簡訊 (2) 通訊軟體APP (如：Line、Skype、WeChat)
- (3) 社群資訊APP (如：Instagram)
- Q5-3. 其他
- (1) 報紙 (2) 雜誌
- (3) 廣播 (4) 電視
- (8) 其他(請說明) _____

Q6. 請問您使用何種管道發稿？(可複選)

(1) 公司內部發稿系統 (2) 公司外部送稿系統 (3) Line (4) Email (8) 其他(請說明) _____

Q7. 請您就下列問題，評估使用數位工具(如：網路、電腦、手機等行動裝置)對您在新聞工作的影響。

1 為非常同意；5 為非常不同意。請在認為適合的答案上打○。

	非常同意	中立	非常不同意
(1) 公司會提供數位工具使用的相關課程或培訓。.....	1-----	2-----	3----- 4----- 5
(2) 使用數位工具，讓組織內部互動更良好。.....	1-----	2-----	3----- 4----- 5
(3) 使用數位工具，和消息來源互動更良好。.....	1-----	2-----	3----- 4----- 5
(4) 在工作過程中，使用數位工具沒有負擔。.....	1-----	2-----	3----- 4----- 5
(5) 使用數位工具，讓我能自由選擇報導主題。.....	1-----	2-----	3----- 4----- 5
(6) 使用數位工具，讓我更快完成工作。.....	1-----	2-----	3----- 4----- 5
(7) 使用數位工具，讓我擁有人脈和資源。.....	1-----	2-----	3----- 4----- 5
(8) 使用數位工具，使我工作量增加。.....	1-----	2-----	3----- 4----- 5
(9) 使用數位工具，使我工作時間更長(超過八小時)。.....	1-----	2-----	3----- 4----- 5

(四) 新聞工作中的社群媒體使用

Q1. 請問您最常使用的社群媒體是？(請依最常使用的順序，逐一寫出四個最常使用的社群媒體，例如FB、instagram、PTT、LINE、微博、Twitter、微信、噗浪、公眾人物部落格等)

(1) _____ (2) _____ (3) _____ (4) _____

Q2. 請問您每週平均有幾天會使用社群媒體？

(1) 幾乎不看 (2) 每週看一天 (3) 每週看二天 (4) 每週看三天

(5) 每週看四天 (6) 每週看五天 (7) 每週看六天 (8) 每天都看

Q2a. 請問您工作時如果有使用社群媒體的那一天，您一整天(加總)大概會使用多久？_____時_____分

Q3. 請問您於工作中使用社群媒體從事以下行為的頻率為何？請依實際情況在適合的選項打勾。

		從來沒有	很少	有時	經常
(01)	查證突發新聞的頻率是？	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>
(02)	尋找新聞線索的頻率是？	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>
(03)	保持對閱聽人關心事務的了解的頻率是？	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>
(04)	連繫受訪者的頻率是？	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>
(05)	與內部組織溝通的頻率是？	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>
(06)	宣傳自家媒體新聞報導的頻率是？	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>
(07)	與閱聽人互動的頻率是？	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>
(08)	蒐集線上輿論的頻率是？	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>

(五) 請問您對新聞工作帶來成就感的想法，1 為非常同意；5 為非常不同意；請在適當的答案上打○。

	非常同意	中立	非常不同意
(1) 新聞工作讓我能夠影響輿論。.....	1-----	2-----	3----- 4----- 5
(2) 新聞工作能夠帶給我成就感。.....	1-----	2-----	3----- 4----- 5
(3) 新聞工作能夠讓我提倡改變。.....	1-----	2-----	3----- 4----- 5
(4) 新聞工作能培養我的專業能力/興趣。.....	1-----	2-----	3----- 4----- 5
(5) 新聞工作能讓我的政治立場更客觀。.....	1-----	2-----	3----- 4----- 5
(6) 整體而言，我對新聞工作是滿意的。.....	1-----	2-----	3----- 4----- 5

(六) 人口基本資料

Q1. 您的性別： (1)男 (2)女

Q2. 請問您是哪一年出生的？民國_____年(請填入數字)

Q3. 請問您的教育程度：

- (1)國中 (2)高中/職 (3)專科 (4)科技大學技術學院
 (5)大學 (6)研究所(以上)

Q4. 請問您平均每個月薪資是：

- (1) 19,999元以下 (2) 20,000~29,999元 (3) 30,000~39,999元
 (4) 40,000~49,999元 (5) 50,000~59,999元 (6) 60,000~69,999元
 (7) 70,000~79,999元 (8) 80,000~89,999元 (9) 90,000~99,999元
 (10)100,000~109,999元 (11)110,000~119,999元 (12)120,000~129,999元
 (13)130,000~139,999元 (14)140,000~149,999元 (15)150,000元以上

如果您有任何關於本研究或線上新聞的意見或建議，請在下面空白處寫下：

問卷到此結束，非常感謝您的填答

科技部補助專題研究計畫出席國際學術會議心得報告

日期：2015 年 9 月 10 日

計畫編號	MOST 102-2410-H-004-101-SS2		
計畫名稱	數位時代的媒介倫理：重探新聞人員網路使用、新聞產製與專業評價的關係		
出國人員姓名	蘇蘅	服務機構及職稱	國立政治大學新聞系
會議時間	2015 年 4 月 9 日至 2015 年 4 月 11 日	會議地點	美國奧瑞岡州波特蘭市
會議名稱	(中文) 2015 What is Journalism? International Conference (英文) What is Journalism? Exploring the past, present and future: Ethics, Innovation, action		
發表題目	(中文)邁向數位新聞：科技和社群媒體對台灣報紙匯流的影響 (英文) Moving toward digital news enterprise: The impact of new technology and social media use on newspapers' convergence in Taiwan.		

一、

一、參加會議經過

本次會議為國際會議，規模不比 ICA 等大型國際會議，但主題相當能夠聚焦。主要探討議題為網路新聞發展及網路新聞帶來的倫理問題。主辦單位奧瑞岡大學並邀請美國和加拿大著名的媒介倫理學者發表專題演講。共有來自美國本身、及歐洲、亞洲兩三百位學者專家與會。其中包括加拿大、澳洲、德國、日本、韓國、台灣等國學者發表論文，有其文化社會代表性。

本次會議另一特別的地方是，由於媒介倫理貴在實務操作的落實，這次主辦單位邀請許多實務工作者和高中教授媒體實務的教師，一起，透過專題座談，和大學教師及業界專業人士交換對媒介倫理的看法，另外也有許多社群媒體的網站工作者也參與討論。這種多元背景學者專家的對話交流，不但讓產學各界彼此熟悉新科技在網路新聞能做些什麼，且能讓不同背景的人士交流多元觀點和意見，收穫良多。

二、與會心得

這次會議以「什麼是新聞？」這個問題作為開場，希望經過會議召開和討論凝聚對「什麼是新聞」的共識。與會人士一起探討的議題包括：新聞轉型、新聞產業最新發展、網路新聞經營模式、以及本次會議核心議題：數位媒體倫理問題。會議以論文發表、專題

演講、產學座談、業界人士經驗分享等四種方式舉行。 與

會心得如下：

1. 數位媒體經營模式：紐約時報的付費牆策略初見成效，並把行動新聞室(mobile newsroom)作為下一階段的宏圖大計，把全部資源移向「行動」。英國每日電訊報媒體集團已經率先打造「行動至上」的新聞室，訓練記者用手機採訪撰寫甚至編排新聞。德國和美聯社在發展機器人自動產生新聞。這些新的實驗和研究成果現在和未來都將投入產業界作為商業經營的一部分。值得我國學界和業界注意。

2. 數位新聞最新發展：這部分探討議題廣泛，包括 Google 計劃在未來 3 年內投資 1 億 5000 萬歐元，與 6 個歐洲國家的 8 個媒體集團合作，發展數位新聞。美聯社和紐約時報在發展機器人報體育和經濟新聞的實驗。使與會人士得知新聞媒體的新平台有發展各種應用服務的新可能，也會開拓新的閱聽模式，而且發展的變化相當快速創新。

3. 數位媒體倫理發展趨勢：新聞專業與公民匯流的情形，已漸漸改變媒體守門的行為，媒體倫理代表民眾對於新聞媒介的看法與態度，以及對當時的新聞媒介進行反思。由於美國已發現美國民眾對媒體信任感日益下滑，台灣情形也類似。現在媒體採用數位技術進行新聞產製和呈現，也產生許多數位媒體倫理難題，這次透過不

同國家學者專家和不同媒體工作者的經驗分享，已預見未來將有隱私、造假或更多新興的倫理難題可能出現，實應未雨綢繆。

三、發表論文全文

本人於4月10日下午在奧瑞岡大學發表論文如下：Moving toward digital news enterprise: The impact of new technology and social media use on newspapers' convergence in Taiwan. 這場論文發表共三篇，除了本人介紹台灣的報紙轉型出現了新的倫理問題外，另一位日本學者也探討日本政府對新聞媒體施壓，導致日本公共媒體轉為支持安倍政府立場的媒體。另一篇為美國地方媒體從事「說服性新聞」置入的倫理問題探討。

四、建議

1. 網路新聞轉型快速，這方面研究亟待投入：近年美歐等國已把新聞研究轉向網路新聞發展、產業轉型、網路新聞閱聽人、及網路新聞倫理等新方向發展，主要因為不同業者已經發展出多元的網路新聞類型，媒介類型已經改變，甚至界線也模糊了。這些新興研究課題非常多樣多變，值得更多學者和研究生投入。

2. 網路新聞教育需要急起直追：網路科技到了web 2.0階段，業者已跑在學界前面，其超連結、互動、分享和使用者生成內容等新特性，都造成新聞業的數量和品質改變，新聞教育的內容需要加

緊調整才能跟上業界的發展腳步。

3. 倫理議題需要產學更多對話交流，以提升倫理意識：在數位時代裡，媒介倫理已經不是一個固定的概念，多媒介環境的出現已讓媒介倫理有了轉向，但媒介倫理內涵早已不斷更迭，需要產業和學界人士用更多對話和深入了解來建立新的媒介倫理觀。

五、攜回資料名稱及內容

2015 年奧瑞岡大學主辦之研討會：What is Journalism?

Exploring the past, present and future: Ethics, Innovation, action 會議手冊，包括各場次會議名稱、時間和論文摘要，包括作者背景、學經歷介紹及聯絡方式。

六、其他

(無)

科技部補助計畫衍生研發成果推廣資料表

日期:2015/11/01

科技部補助計畫	計畫名稱: 數位時代的媒介倫理: 重探新聞人員網路使用、新聞產製與專業評價的關係
	計畫主持人: 蘇蘅
	計畫編號: 102-2410-H-004-101-SS2 學門領域: 新聞
無研發成果推廣資料	

102年度專題研究計畫研究成果彙整表

計畫主持人：蘇蘅		計畫編號：102-2410-H-004-101-SS2				計畫名稱：數位時代的媒介倫理：重探新聞人員網路使用、新聞產製與專業評價的關係	
成果項目		量化			單位	備註（質化說明： 如數個計畫共同成果、成果列為該期刊之封面故事...等）	
		實際已達成數（被接受或已發表）	預期總達成數（含實際已達成數）	本計畫實際貢獻百分比			
國內	論文著作	期刊論文	0	0	100%	篇	
		研究報告/技術報告	0	0	100%		
		研討會論文	0	0	100%		
		專書	0	0	100%	章/本	
	專利	申請中件數	0	0	100%	件	
		已獲得件數	0	0	100%		
	技術移轉	件數	0	0	100%	件	
		權利金	0	0	100%	千元	
	參與計畫人力（本國籍）	碩士生	0	0	100%	人次	
		博士生	0	0	100%		
		博士後研究員	0	0	100%		
		專任助理	0	0	100%		
國外	論文著作	期刊論文	0	0	100%	篇	
		研究報告/技術報告	0	0	100%		
		研討會論文	0	0	100%		
		專書	0	0	100%	章/本	
	專利	申請中件數	0	0	100%	件	
		已獲得件數	0	0	100%		
	技術移轉	件數	0	0	100%	件	
		權利金	0	0	100%	千元	
	參與計畫人力（外國籍）	碩士生	4	4	100%	人次	
		博士生	0	0	100%		
		博士後研究員	0	0	100%		
		專任助理	0	0	100%		
其他成果 （無法以量化表達之 成果如辦理學術活動 、獲得獎項、重要國 際合作、研究成果國 際影響力及其他協助 產業技術發展之具體 效益事項等，請以文 字敘述填列。）		無					

	成果項目	量化	名稱或內容性質簡述
科 教 處 計 畫 加 填 項 目	測驗工具(含質性與量性)	0	
	課程/模組	0	
	電腦及網路系統或工具	0	
	教材	0	
	舉辦之活動/競賽	0	
	研討會/工作坊	0	
	電子報、網站	0	
	計畫成果推廣之參與(閱聽)人數	0	

科技部補助專題研究計畫成果報告自評表

請就研究內容與原計畫相符程度、達成預期目標情況、研究成果之學術或應用價值（簡要敘述成果所代表之意義、價值、影響或進一步發展之可能性）、是否適合在學術期刊發表或申請專利、主要發現或其他有關價值等，作一綜合評估。

1. 請就研究內容與原計畫相符程度、達成預期目標情況作一綜合評估

達成目標

未達成目標（請說明，以100字為限）

實驗失敗

因故實驗中斷

其他原因

說明：

2. 研究成果在學術期刊發表或申請專利等情形：

論文： 已發表 未發表之文稿 撰寫中 無

專利： 已獲得 申請中 無

技轉： 已技轉 洽談中 無

其他：（以100字為限）

3. 請依學術成就、技術創新、社會影響等方面，評估研究成果之學術或應用價值（簡要敘述成果所代表之意義、價值、影響或進一步發展之可能性）（以500字為限）

本研究主要從新聞媒體組織和新聞工作者常規工作的角度來探討，新聞室數位化後，如何改變工作歷程，對新聞專業影響為何。本研究將有助於了解科技對新聞業變化的影響及新聞倫理的影響，有助前瞻未來新聞產業的變化，以及對社會的影響。