

新聞編輯 2.0

——Web2.0 時代的編輯工作¹

壹、何謂 Web2.0

Blogger Don 在他的〈[Web2.0 概念詮釋](#)〉一文中提到：「Web2.0 是以 Flickr、Del.icio.us、Craigslist、Linkedin、Tribes、Ryze、Friendster、43Things.com 等網站為代表，以 Blog、TAG、SNS、RSS、wiki 等社會軟體的應用為核心，依據六度分隔、xml、ajax 等新理論和技術實現的互聯網新一代模式」。如果說 Web1.0 時代偏重人機對話，Web2.0 則更重視人和人的交流和溝通。²

Web2.0 加上原已存在的大眾媒體電腦化、網路化，兩者相連，構成一個與前網路時代迥然不同的編輯面貌，從媒體形態、文稿來源到編輯工作內涵都出現巨大改變，新聞編輯工作趨向多樣化、而且成為人人可做的工作，本文將此稱為「新聞編輯 2.0」。

貳、Web2.0 的新聞傳播情境

一、社會文化脈絡

1. 資訊社會，網路普及率高，新媒體科技推陳出新（如 blog），人們可以輕易的辦報、串連，補充和監督傳統媒體。³
2. 資訊公開法通過，人民可以取得公共事務資訊。
3. 智慧財產權觀念逐漸改變，創用 CC 逐漸普及，媒體組織（主要是非營利媒體）可以取得組織以外的稿源。
4. 台灣民主化，新聞和言論自由獲得保障（廢止出版法、509 號解釋文），傳播管道暢通。
5. 商業媒體掛帥，媒體小報化（強調醜聞、犯罪、迷信、消費）、黨派化，人們對大眾媒體的知識性、公正性、普遍不滿。

¹ 2.0 是科技的進步、編輯角色的變化，也是新聞品質的提升

² <http://tw.knowledge.yahoo.com/question/?qid=1405122104834>，<http://it.sohu.com/s2005/web2info.shtml>

³ 1. 每個人都可以是記者：報導親身經驗、周邊故事、目擊報告，也可運用資訊公開法調查報導公共事務。
2. 每個人都可以是編輯：可以藉由 RSS、Del.icio.us 等程式，編選自己喜歡的訊息；而編選的結果，又會影響每則新聞、每個網站在 google 的排序，形成集體編輯現象。
3. 每個人都可以擁有自己的媒體：可以輕鬆建構個人或團體 blog，發出自己的聲音，並藉由 RSS 和友站連結，相互增強力量，並可進行行銷。
4. 每個人都可以是監督者：藉由網路發佈自己所發現的疑點，藉由網友集體智慧找出強有力的論證，藉由網友串連力量進行強力制衡。

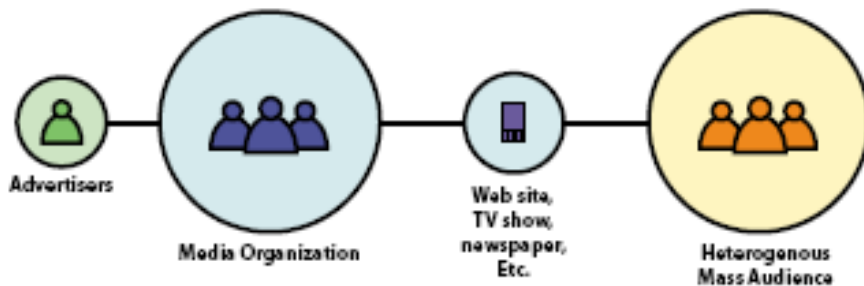
二、傳播的生態

1. 傳播生態變化：從大眾媒體主導到小眾媒體串連壯大。
2. 新聞媒體形態變化：A.從文字媒體到影像媒體（開數變小、圖像增加、彩色印刷）；B.從單一媒體到複合媒體（如報紙與影音合一、印刷版與網路版 PDF 趨於合一）。
3. 新聞稿源變化：A.從職業記者採集到公民記者書寫；B.從訪問為主到參與觀察為主；C.從局外人觀點到局內人觀點；D.從專業報導到混合報導(主流媒體納入公民新聞)。(每個人都可以是記者：報導親身經驗、周邊故事、目擊報告，也可運用資訊公開法調查報導公共事務。)(大眾媒體即時監控 但僅限採訪路線 公民新聞多元取材 但很難系統監控。)
4. 新聞分工的變化：A.從分工細密的泰勒式生產，轉向協調整合的團隊作戰；B.傳統分工模式改變，如編輯可以參與記者工作（如查證、補充訊息而不僅是刪稿）；C.編者、作者、讀者角色模糊：編輯既編也寫、讀者既讀也回應和補充。
5. 傳播模式改變：A.從一對多傳播到多對多傳播；B.從單向傳播到互動傳播（回應）；C.讀者從被動接收到主動檢視、查證、糾正，如吳清和事件；D.從先查證後報導到先報導後查證。

Figure 1.1 - Top-down vs. Bottom-up news

Broadcast: Top-down news

Model also called transmit, push. Characterized by media organization control. All news is filtered through organization before getting to audience.

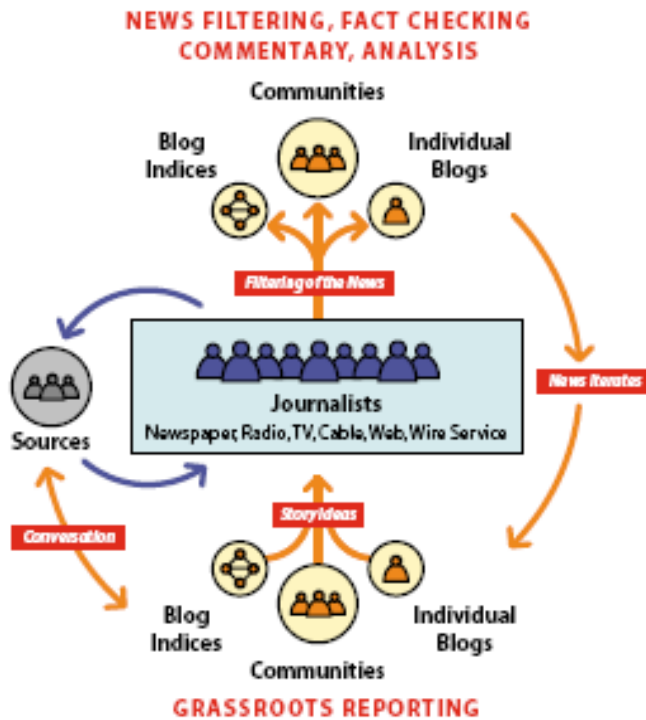


Intercast: Bottom-up news

Also called peer-to-peer, social network. Participants are peers and have ability to change roles. News is often unfiltered by a mediator before getting to its audience.



Figure 1.2 - The Emerging Media Ecosystem



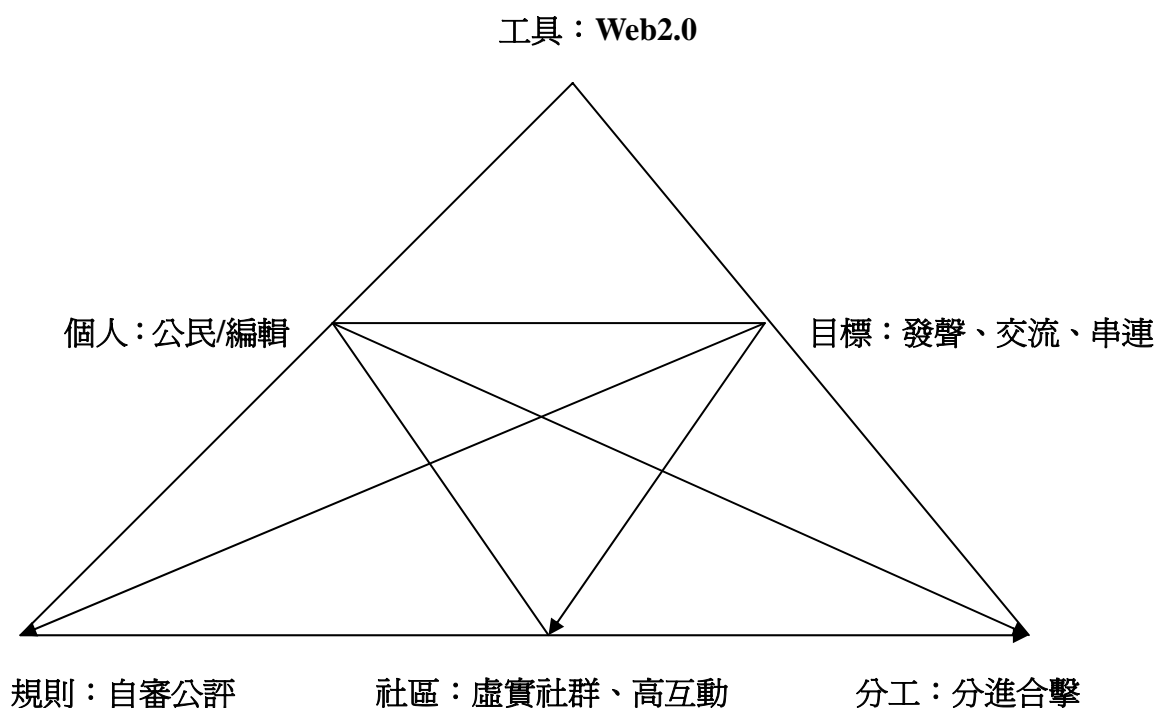
Source: Based on "Blogsphere: the emerging Media Ecosystem" by John Hilar, Microcontent News

出處：We Media：How audiences are shaping the future of news and information. By Shayne Bowman and Chris Willis

三、新聞的定義

1. 從大眾媒體報導的事實（以事實為基礎的敘事），變成大眾媒體報導與網路媒體傳播的事實（羊肉爐...）（和對事實的評論）。
2. 從專職記者的報導，變成專職記者與公民記者互補報導；專職媒體經營採訪路線，新聞質量穩定，但面向不廣；公民記者面向夠廣，但屬業餘，受限興趣和時間，質量不穩定。
3. 從公眾人物的公私報導（小嫻的私語），加上公民具有公共性的親身經驗（化療日記）和見聞（教改見聞），對公共事件的目擊報告（南亞海嘯），對公共事務的調查報導（NCC 提名審查會）。
4. 從讀者角度來看，任何他感興趣的東西都是新聞（肚臍眼文學也有親友想看）；但本文從公共新聞學立場出發，將新聞定義限制在能反映問題、剖析成因、探討對策、指引行動、傳播知識者。

參、 Web2.0 的新聞編輯行動系統



圖一 行動系統之模式(取自 Cole, & Engestrom, 1993: 26)：生產、消費、分配、交換 (70)

肆、 Web2.0 的新聞編輯角色⁴

	加工者	建構者
職業傳統媒體 (組織內取材, 受 智財權限制)	編採分離, 編輯作為新聞生產線 的下游, 被動將到手稿件組合成 一個版面, 如中時、聯合、自由 編輯。	編輯參與新聞企畫, 主控版面, 主動與供稿單位協調調度所需 版面, 如蘋果日報。 編輯也可 參與網路採訪、查證等原屬記者 的活動, 積極取得所需訊息。
職業網路媒體 (組織內取材, 受 智財權限制) 專職編專職	訂購有限數量媒體的訊息, 再加 以簡單編排, 如中時電子報、 Yahoo 奇摩新聞。(東森新聞?)	匯集網路可用媒體資源, 經電腦 運算和編排成新型媒體, 如 Google News (母體大小決定品 質, 英文高, 中文低)。
公民大眾媒體 (網路取材, 多採)	被動接受網友投稿, 再將投稿重 新組合, 如 OhmyNews 的做	主動尋找好作者、好文章, 建構 出符合自己理想的媒體, 如中時

⁴1. 為何變得如此多樣? 網路使然, 或者網路只是傳統多樣媒體的轉化, 如個人媒體是史東週刊的翻版? 網路如何創造或強化這種變化? 2. 何謂新聞? 哪些編輯算是新聞編輯? 3. 何謂編輯? 誰算編輯? (部落格作者既寫又編, 算嗎?)

創用 cc 授權) 專職編業餘	法 。？	編輯部落格。
公民個人媒體 (創作與網路 取材，多採創 用 cc 授權) 自己寫自己編	轉貼文章 個人書寫，遷就既有版型和功 能。	個人書寫加稿件彙整(如網摘、 RSS)，為文稿加值，主動整合 和調整多種版型、功能，強化網 站能量，艾瑪網摘、以及附加 del.icio.us 、 furl 的部落格
公民可寫媒體 (創作與網路取 材，多採創用 cc 授權)	修改別人的用字遣詞，如維基百 科部分作者。	創造條目、修訂架構，如維基百 科部分作者。

每種性質的媒體下，各有資源和限制，編輯的重點在於集結資源、突破限制，進行創造性的新聞建構行動。
加工或建構只是光譜...

伍、 新聞編輯的變與不變

Web2.0 時代，傳播生態、媒體形態、新聞意涵都有很大的變化，新聞編輯的角色和工作內容也隨之而變；改變的是選擇的範圍從圖文擴及資源(如程式)，不變的是選擇重組的智能。追求正確、有價值、有賣點的新聞。

更具體的說，Web2.0 時代的新聞編輯可以定義為：編輯人根據社會情境、讀者特質、組織目標，選擇與重組社會事實相關內容、表達形態、科技工具、組織資源，進行內容規劃、標題寫作、文稿整理、版面設計等工作，來呈現新聞精華、吸引讀者閱讀、落實編輯政策，並與讀者互動(回應、對話、監督)。

陸、 Web2.0 的新聞編輯課題

一、編輯角色：建構真實

- ◇ 從梁啓超、涂明君到艾瑪
- ◇ 媒體由小而大，又由大而多元，編輯的角色也不斷在演變
- ◇ 報紙、網站轉貼報紙新聞、網站自製新聞、網站自製加轉貼報紙新聞、網站自製加轉貼報紙 PDF 版
- ◇ 不變的是選擇和重組

二、媒體定位：公民媒體

- ◇ 單項媒體還是複合媒體？專業媒體還是公民媒體？
- ◇ 新聞媒體的企畫：質報與量報、專業生產與公民參與
- ◇ 大報編輯要理解所屬媒體的編輯定位，小報編輯要企畫自己的媒體(包含資源

的整合)

- ◇ 大報參考新聞八卦程度分級
- ◇ 自製比例高編輯政策容易落實

三、內容企畫（新聞的定義）：公民新聞

- ◇ 匯集和篩選可用的新聞
- ◇ 新聞資源的彙整
- ◇ 無論是職業記者寫的稿件（新聞和評論）、外來專業稿件（專欄、通訊社稿）還是公民稿件（民意論壇、公民新聞）都要確認正確、切合宗旨、有公民新聞價值

四、原稿整理：修訂和撰寫可用的稿件

- ◇ 不只改稿，更要寫稿
- ◇ 何謂好的新聞？如何寫好新聞？如何改好新聞？
- ◇ 報紙新聞結合網站新聞，需要三種編輯：報紙編輯、增值編輯（轉檔）、企畫編輯（網路）；過濾的新聞訊息將跨越報紙和網路；這些編輯同樣要處理內稿（記者自撰稿）、傳統外稿（通訊社稿、約稿邀稿投稿專欄稿）以及公民新聞稿或公民投稿；在稿件和資源彙整上有層次之別 報社加工 電子報增值 公民媒體選擇重組；在原稿整理要點上 基本上並無差別。

五、標題寫作：

- ◇ 所有媒體的新聞都需要標題。
- ◇ 標題必須反映媒體的特性。
- ◇ 標題必須展現新聞的主題、材料、語言。

六、版面設計

- ◇ 報紙版面、網頁版面、PDF 版（考慮螢幕閱讀和列印）

七、圖像處理

- ◇ 將圖像也視為一種語言，探討圖像本身及其組合（如郝毛鄧游泳）的新聞建構意涵。

八、編輯策略：報紙、網站優秀編輯選介

- ◇ A 編輯突破報紙編採制度限制，在被動制度下進行主動編輯
- ◇ B 編輯突破中時資源限制：創辦編輯部落格
- ◇ 艾瑪突破新聞資源限制：網摘
- ◇ 如何集結免費資源（cc）、如何避免挨告、如何突破組織限制、如何...