

電子報在資訊時代的 社會功能和影響

● 李月蓮 蘇鑰機

跨越千禧踏入二十一世紀，由電腦作中介的互動新媒體將進一步普及化，國際互聯網會大行其道。資訊科技界鉅子蓋茨 (Bill Gates) 預言，在這個網絡世界，電子報將取代傳統的報紙和電視，成為人們獲取新聞資訊的主要來源。

傳播學者麥魯恆 (Marshall McLuhan) 曾提出，每一個時代都有當時得令的社會主導溝通模式，而新科技及新媒體的出現，是導致社會主導溝通模式興替的主要原因。二十世紀上半期屬於印刷時代，文字是社會的主要溝通模式；到了70及80年代，影音媒介發展成熟，人類社會步入電子／電視時代。自80年代以來，電腦漸漸普及，90年代中期的「媒體資訊革命」更促使電腦科技及傳播科技匯流，合體之後的「媒體資訊科技」(如國際互聯網、電子報、互動電視及多媒體系統)，估計會逐漸成為新世紀的主導溝通模式^①，而社會上將愈來愈多人透過此種媒介互通訊息。回顧歷史，每當重要的新傳播科技崛起，都會對社會上固有體制及組織產生很大衝擊，舊

有的社會制度必得適應求存^②。新聞業是現存社會制度中重要的一環，在這世紀之交適逢科技環境全面變革更新，它要面對新傳播科技的嚴峻挑戰。傳統新聞業可說是工業社會的產物，新聞學的理念及社會功能服膺於工業社會的需要。它的運作模式及內容鋪排切合工業社會的科技環境，印刷媒介及電子廣播媒介先後成為新聞媒體的主流。邁進後工業時代的資訊社會，不僅整體社會環境變了，科技環境也大為不同，固有的運作方式及社會角色顯然有需要作出調整。

本文的目的是從媒介理論出發，分析電子報這種新媒體如何促使新聞業蛻變以及產生甚麼社會影響。文章分為三個部分：第一部分論述電子報的媒介特色；第二部分比較不同地區電子報的發展軌迹，及新聞業在資訊社會扮演的角色；第三部分討論電子報如何影響傳統新聞業的社會地位，怎樣改變讀者尋找資訊的行為，同時討論媒體興替、知識壟斷與權力結構的關係。

自80年代以來，電腦漸漸普及，90年代中期的「媒體資訊革命」更促使電腦科技及傳播科技匯流，合體之後的「媒體資訊科技」，估計會逐漸成為新世紀的主導溝通模式，而社會上將愈來愈多人透過此種媒介互通訊息。

一 何謂媒介分析理論

對傳播媒介的分析，一向集中於傳媒內容及其影響，但有一些學者卻另闢議題，強調媒體的組織形式 (format) 可能比其內容更為重要。加拿大學者英尼斯 (Harold A. Innis) 首先提出傳媒形式的獨特角色和重要性。他在研究科技發明如何影響社會及文化時指出，應區分石頭和泥塑等「有利於時間」(time-biased) 的媒體與紙張等「有利於空間」(space-biased) 的媒體。前者導致宗教權威的出現，強調過去和傳統；後者則促成了現代大型帝國的產生，以及世俗政治權威的管治^③。麥魯恆將英尼斯的想法普及化和微觀化，他認為傳播科技影響人的五項官能的相對重要性，並且改變了大眾對事物的反應。他的名句「媒介就是訊息」深刻地指出，媒介的組織形式遠比其內容重要^④。

其他媒介理論 (medium theory) 的學者沿着英尼斯和麥魯恆的理論足印，從不同方面探討媒介形式如何影響社會。例如有人分析從口語社會轉移到文字社會的變化^⑤，也有人研究從書寫到印刷所帶來的影響^⑥，及電子傳媒出現之後個人及社會組織如何適應調整^⑦。邁羅維茨 (Joshua Meyrowitz) 就強調媒介形式對社會行為為有很大的影響，如書籍的本質令它變成個人收藏品並能反映讀者的文化品味，但電視的公共性質卻使它成為跨越性別、年齡和社會階層的「公共空間」。因此，以對象而言，書籍是有選擇性的篩選文化精英，而電視則包容地盡量吸納最多的觀眾^⑧。

萊文森 (Paul Levinson) 認為，在新資訊紀元來臨時，權力結構將面臨巨變，數碼年代打破了中央集權形

式，個人的角色因而變得更重要^⑨。新科技令媒介的形式改變，進而帶來社會結構和權力關係的變化。從媒介理論看電子報的出現，這種媒體代表了新傳播科技年代的嶄新媒介形式，其特性與傳統媒介比較有革命性的分別，而這些分別可以用「開放符碼」(open code) 和「封閉符碼」(closed code) 這對概念來歸納。

二 電子報的媒介特色

從教育社會學者伯恩斯坦 (Basil B. Bernstein) 的「教育符碼」(educational code) 研究得到啟發^⑩，我們提出「傳媒符碼」(media code) 的意念來分析電子報的媒介特色。對比傳統報和電子報的特性，傳統報可被稱為「封閉符碼」，而電子報則是「開放符碼」。

「符碼」(code) 是指一套有系統的法則，它支配着訊息系統的運作^⑪。因此，「傳媒符碼」可被視為一套規範媒介表達和傳遞訊息的法則。「傳媒符碼」可分為兩部分，首先是資訊內容的分類及組織，其次是資訊的傳遞方式。「封閉符碼」是指傳播機構很清楚地對內容作出分類，而且按照重要性來組織內容，傳遞資訊時又有嚴格控制，發布權在傳播者而不在受眾。「開放符碼」的特色則是資訊內容沒有嚴格分類，而資訊的傳遞採互動形式，傳播者並非只是單方面控制資訊的發放。表1總結了傳統報及電子報在內容編排及傳遞模式的分別。

電子報的媒介性質屬於「開放符碼」，它突破了傳統報很多方面的限制。首先，在新聞內容的組織方面，傳統報把新聞故事按照重要性作有秩序的科層排列，每則新聞都依類別及

對傳播媒介的分析，一向集中於傳媒內容及其影響，但有一些學者卻另闢議題，強調媒體的組織形式 (format) 可能比其內容更為重要。加拿大學者英尼斯認為，傳播科技改變了大眾對事物的反應。他的名句「媒介就是訊息」深刻地揭示出，媒介的組織形式遠比其內容重要。

表1 傳統報和電子報媒介形式的比較

傳統報 (封閉符碼)	電子報 (開放符碼)
A 內容的組織方式： (1) 新聞和版面的科層區別較強 (2) 內容種類多 (3) 沒有資料庫 (4) 每段新聞故事獨立存在	(1) 新聞和版面的科層區別較弱 (2) 內容種類更多 (3) 設資料庫供讀者查閱 (4) 新聞故事可連結到其他故事或資料庫
B 內容傳送模式： (1) 單向傳遞 (2) 線性陳述 (3) 沒有連結到已有的內容 (4) 印刷文字及圖片 (5) 內容每日更新一次	(1) 互動式溝通 (2) 非線性的連結陳述 (3) 讀者可自行搜尋資訊 (4) 多媒體(文字、圖像、聲音、錄像)方式 (5) 即時新聞，每日可作多次更新

電子報由於有超文本連繫，可以把一宗新聞與另一些新聞、資料庫甚至是其他網站連結起來，故此電子報是透過所謂「非線性陳述形式」來表達一宗新聞事件，讀者可自行決定欲了解某宗事件的深入程度。所以，新聞傳遞不再由編輯全盤操控，而是把部分控制權交到讀者手中。

重要性放在不同的版位，又用標題及版面設計突出頭版和頭條新聞。電子報則打破了這種嚴格的科層排列方式，新聞只有較粗略的分類，同類新聞的先後次序並不絕對反映其重要性，而相關的新聞故事卻透過「超文本連繫」(hyperlink)連結在一起，所以電子報的新聞排列可說是網絡狀，每則新聞是放置在新聞鏈(news chain)或新聞網之中。

以新聞的傳遞模式看，電子報與傳統報也截然不同。傳統報屬單向及採取由上而下的傳遞方式，而電子報卻具有互動功能，讀者可以主動搜索及擇選自己想看的新聞。一些電子報如《華爾街日報》甚至可以按個別讀者自定的喜好標準，來提供專有的資訊組合。電子報由於有超文本連繫，可以把一宗新聞與另一些新聞、資料庫甚至是其他網站連結起來，故此電子報是透過所謂「非線性陳述形式」來表達一宗新聞事件，讀者可自行決定欲

了解某宗事件的深入程度。如果他喜歡多知這一點，可以運用連繫功能多看幾宗相關的新聞，如果無興趣又可就此打住。因此，電子報在新聞傳遞的速度、數量及內容方面，不再由編輯全盤操控，而是把部分控制權交到讀者手中。

電子報由於在網上發布新聞，不再受地域國界的限制，而且也沒有篇幅的制肘，新聞不僅可以作深入報導，還可羅列很多相關的背景資料供讀者參考。傳統的大眾傳媒把訊息由一個中心發布到不同的接收點，但電子報的形式是點與點傳播，報館可以針對讀者個別需要提供個人化的服務。此外，電子報可以運用多媒體方式(包括錄像及聲帶)傳達新聞，而傳統報則只能用文字及圖片表達。電子報有搜索和儲存功能，新聞不再是即看即棄，轉而成為可存放及有參考翻查價值的資料。電子報不像傳統報那樣有嚴格截稿時間，而是隨時可以更

新及發放，甚至可作現場直播及即時討論，資訊傳遞方面更富彈性及多元化。

由以上的分析可見，無論是內容組織還是傳遞方式，電子報都和傳統報不同。電子報的「開放符碼」特色有以下數項：(一)新聞內容不按科層次序排列；(二)內容更多元化；(三)新聞與資料的藩籬被打破；(四)記者編者與讀者互動；(五)「連結」的功能協助編織新聞網；(六)具備方便的搜索功能；(七)可用多媒體方式表達；(八)具更強的時宜性。

由傳統報的「封閉符碼」發展至電子報的「開放符碼」，是打破了傳播者與受眾、新聞與資料、頭版新聞與內頁新聞、印刷與廣播、事件與背景、本地與國際、過去與現在的種種界限。「封閉符碼」由上而下的單向傳遞特色強化了傳播者作為新聞守門人 (gatekeeper) 及議題設定者 (agenda-setter) 的角色，而「開放符碼」的訊息傳遞強調互動及讀者的參與權，所以電子報的讀者可享有更大的資訊自由。

三 電子報作為數碼市集

電子報因採用了「開放符碼」形式而令它的功能得以擴展，其社會角色也相應有所轉變。電子報除了有傳統的新聞資訊發放和言論廣場的功能外，還結合了電子商業活動，提供商品交易的服務。我們提出「數碼市集」(digital marketplace) 這個概念來總結電子報的新舊社會功能。「市集」是現代經濟學的重要概念，意指交易的場所，可供買賣雙方在認定的時間和地點作商品交易²²，而市集的根本特色

在於其開放性、互動性和多點連繫。我們選取了不同地區的一些電子報作觀察對象，包括美國的《紐約時報》、《華盛頓郵報》、《洛杉磯時報》、《今日美國報》和《紐約郵報》，英國的《倫敦時報》和《鏡報》，香港的《蘋果日報》和《星島日報》，台灣的《中國時報》和《中央日報》，中國大陸的《人民日報》和《深圳特區報》。這些電子報包括所謂精英化的「質報」和大眾化的「量報」，加起來應頗能反映上述地區的電子報情況。

電子報的第一個角色是作為「資訊市集」。讀者不單在電子報上得到新聞和資訊，更可主動選取自己喜歡的項目，與記者、編輯討論某些新聞，更可轉而傳送一些新聞資訊給自己的朋友，或進入別的網址。在我們選取的電子報中，世界各地的讀者均可免費進入其網站。這些電子報更努力提供傳統印刷報紙沒有的服務，以吸引更多網上讀者。

網上技術令電子報不用擔心版面的限制，因此編輯可以把全篇的講詞、訪問全文、法庭文件、會議紀錄、調查結果、地圖、統計數字、資料庫、背景資料等全部提供給讀者，讓他們各取所需。透過「連結」的功能，電子報讓讀者進入其他網址，瀏覽相關的新聞，搜尋其他消息，並享用由多媒體方式傳來的豐富多姿資訊。報紙資訊不再局限於文字，還有聲音和影像。例如《紐約時報》中的「學習網絡」可讓讀者與某些記者交流看法。《今日美國報》鼓勵讀者行動起來參加其「參與式體育」部分；它的「書架」類別更讓讀者進行「互動故事」創作，作者和讀者共同發展故事內容。《華盛頓郵報》的讀者可向該報的就業顧問提問，並獲顧問在網上回應有關

電子報的「開放符碼」特色有以下數項：(一)新聞內容不按科層次序排列；(二)內容更多元化；(三)新聞與資料的藩籬被打破；(四)記者編者與讀者互動；(五)「連結」的功能協助編織新聞網；(六)具備方便的搜索功能；(七)可用多媒體方式表達；(八)具更強的時宜性。

電子報的其中一個角色是作為「意見市集」。在我們選取的大部分報章中，都有論壇、交談室、民意調查等項目。透過不同形式的論壇，電子報讓讀者、記者、專欄作者等人作互動溝通，充分發揮自由表達意見的精神。

工作的疑難。《倫敦時報》設有「資訊時報」欄目，提供有用和及時的本地與國際時事資訊。

電子報的第二個角色是作為「意見市集」。在我們選取的大部分報章中，都有論壇、交談室、民意調查等項目。電子報的互動與即時性功能，加強了它的意見市集角色。這些論壇與交談室包括下列種類：自由論壇、定題討論、民意調查、每日論題、指引式辯論、即時研討、有主持人的論壇和交談室等。透過不同形式的論壇，電子報讓讀者、記者、專欄作者等人作互動溝通，充分發揮自由表達意見的精神。

電子報的第三個功能是在作為「貿易市集」。雖然「電子商業」(e-commerce)已存在一段時間，但隨着新傳播科技的興起和互聯網的發展，這種形式的貿易更上一層樓，並且可利用電子報作貿易中介。傳統報只是提供篇幅給客戶刊登廣告，它並沒有自行向讀者售賣商品或提供服務，但電子報則可突破這個界限。最簡單的售賣方式，是在電子報上簡介商品的特點、售價和刊出其照片，並告知讀者在何處購買這些產品。第二種方式是利用「超連結」，讓讀者到其他商業網址去瀏覽，在過程中電子報向這些商戶收取少量

服務費。《紐約時報》便是一個例子。第三種方式是在電子報上設立「虛擬商場」，讓客戶在商場開店營業。例如在《洛杉磯時報》的網上商場，共有十四種商品和服務類別，每種類別又有數十間店戶，讀者在光顧時可用信用卡或透過電話付款。第四種方式是由電子報透過在網上或於其他公司直接出售產品，與讀者進行交易。《今日美國報》和一些全國大型連鎖店合作，在網上提供相關的資訊、服務和產品銷售，讀者可獲折扣優惠，於是閱讀資訊變成引發購買行為。

利用前述所選的一些電子報，我們可以比較各地區電子報的發展，研究結果綜合於表2。以各種特性和功能作為指標，我們發現不同地區的電子報處於相異的發展階段，其中以美國最為先進，英國次之，中港台則較為落後。美國電子報的樣本顯示，其內容分層程度低，互動性、連結性和即時性均強，搜尋功能和市集功能也佳，只是多媒體功能較為普通。英國電子報平均表現尚可，但其即時性和市集功能較弱。香港和台灣的電子報尚處於偏低的水平，各項指標都未符理想。大陸的電子報也是在初始發展階段，整體表現較差，但有部分項目卻比香港和台灣稍強。

表2 各地區電子報特性比較

特性	大陸	香港	台灣	英國	美國
內容分層程度	偏低	偏高	偏高	偏高	低
互動性	稍弱	稍弱	稍弱	普通	強
連結性	普通	弱	稍弱	普通	強
即時性	最弱	弱	弱	弱	強
搜尋功能	普通	弱	弱	普通	強
多媒體功能	普通	弱	弱	普通	普通
市集功能	弱	弱	弱	弱	強

綜觀90年代末各地電子報的發展情況，它們的內容分層程度日漸下降，打破了傳統報紙中各版面及新聞故事之間的界限，靜態資訊與動態新聞的分野也愈見模糊。至於互動性、連結性和搜尋功能這三方面，各地區互見長短，有些發展得快，有些仍在起步。多媒體功能則有待進一步發展，現時未見充分發揮。除了美國的一些電子報外，一般而言即時性的特點仍需加強，市集功能也有待開拓，方能盡量利用電子報「開放符碼」的特點和優勢。

四 電子報的社會影響

電子報「開放符碼」的媒介特性，助長了讀者採取新的尋找資訊模式。不少學者提出，從來沒有一種媒體像電子報那樣，可以賦予讀者這種主動的參與角色^⑬。新的尋找資訊模式有多項特點。首先，讀者是主動地尋找資訊而非被動地接收資訊。第二，讀者有高度的資訊選擇權。第三，電子報的互動、連結及搜索功能令讀者可以決定「怎樣」去閱讀新聞和資訊，讀者將閱讀的先後次序及速度掌握在自己手中。第四，電子報的超連結容許讀者從多個角度去了解一件事情。第五，讀者尋求的往往不僅限於本地資訊，而且還包括環球訊息。第六，讀者找尋的不再是那些被認定是「有價值知識」，而是配合個人需要及能應用的資訊。

這種新的尋找資訊模式，正好切合後工業資訊社會所需。卡斯托斯 (Manuel Castells) 把二十一世紀的社會稱為網絡社會，他指出新世紀的經濟典範，是由工業社會的大量生產模式轉變為個體化的網絡生產模式，

整個社會將會強調個人創作、互動和連繫^⑭。斯特 (Nico Stehr) 則把新世紀稱為知識社會，在這個競爭劇烈的社會裏，每一個人都要成為專家，人人崇尚創意及發明^⑮。麥思提出，若要在新社會出人頭地，就必得發展個人的「知識力」(infoledge)^⑯，而長谷川慶太郎則鼓勵建立個人的情報力 (information power)^⑰。換言之，在新社會人們必須自我激勵，主動地追求資訊和知識，推崇個體創意的勞動市場要求個人吸收的是「相關知識」而非「權威知識」。由此可見，新的尋找資訊模式與後工業資訊社會的發展息息相關。

電子報的新聞是嵌在資訊網絡中的，讀者開始培養在網上漫遊的閱讀習慣，透過電子報提供的超連結功能，由某版面的一宗新聞跳到另一版

在新社會人們必須自我激勵，主動地追求資訊和知識，推崇個體創意的勞動市場要求個人吸收的是「相關知識」而非「權威知識」。由此可見，新的尋找資訊模式與後工業資訊社會的發展息息相關。



在電子報的讀者擺脫報館及編者的操控，並自行揀選及判斷新聞的同時，讀者與讀者之間似乎失去了共同的連繫，容易忽略了社會全貌，減弱了社區意識。沒有了共同的新聞議題，可能令社會缺乏共識甚至導致社會整合困難，這對於民主社會的運作有一定威脅。

面的其他新聞，由即時新聞跳到昔日新聞，由一份電子報刊跳到另一份電子報刊，由電子報的資料庫跳到另一個機構的網站。這種自我主導的尋找資訊模式令每一位讀者所看的報紙都是不同的版本，他們根據個人需要了解不同的事物，吸收不同的知識，這與傳統看報紙了解共同的幾件社會大事那種模式大相逕庭。而當讀者由看一兩份傳統報改為在網上瀏覽多份電子報，結果是他們所獲取的由「深層知識」轉移至「表面知識」，所吸收的由本地資訊轉移至環球資訊，由重視特定學識轉移到重視從多角度理解問題。伯恩斯坦 (Basil B. Bernstein) 認為，工業社會需要的是順從謙恭而不需靈活的勞動力，但二十一世紀卻要求既遵守規則又能靈活自主的人才^⑩。故此，新世紀的知識基礎講求多元化和多角度，強調類推及綜合，而電子報正好配合這種後工業社會的需要。

不過，在電子報的讀者擺脫報館及編者的操控，並自行揀選及判斷新聞的同時，讀者與讀者之間似乎又失去了一些共同的連繫，因為他們只閱讀與自己相關的資訊，容易忽略了社會全貌，減弱了社區意識。沒有了共同的新聞議題，可能令社會缺乏共識甚至導致社會整合困難，這對於民主社會的運作有一定威脅。此外，電子報要求它的讀者擁有電腦知識及傳媒素養 (media literacy)，這意味着知識愈豐富的人會獲得更多知識，反之亦然，進一步令「知識鴻溝」擴大^⑪。

電子報的出現，除了影響讀者尋找資訊的方式，還衝擊傳統的新聞業，改變了新聞專業與讀者之間原有的上下權力關係。紐黑根 (John E. Newhagen) 和利維 (Mark R. Levy) 兩人曾指出，傳統的新聞發法是單向和瓶

頸式的，社會資訊通過新聞界這個「瓶頸」，接受記者和編輯篩選才有望傳達至讀者，資訊的流通控制權基本掌握在新聞工作者手中，他們因而決定新聞議題^⑫。但互動新科技可以挑戰這種權威，透過更多新聞渠道的出現和競爭，加上電子報的創新傳送特色，資訊選擇權及解釋權某程度上回歸讀者，新聞專業的專家形象逐漸褪色，其社會地位因而會隨之下降。當新聞的選擇權及判斷權回歸到讀者手上，讀者吸收的資訊是否正確和健康，是廣告還是新聞，也很大程度由讀者自行判斷。所以在二十一世紀，傳媒教育和資訊教育就愈來愈重要，讀者要掌握如何有效搜集、判別和使用資訊的技巧，才能成為一個精明的現代人。

傳統新聞業 (包括報業及廣播新聞) 萌芽於大眾社會工業，託身於大眾傳播媒介。但電子數碼新聞則生於後工業資訊社會，依賴個人化的互動傳播科技。隨着社會變遷及科技發展，新聞業的社會角色又怎能不蛻變？首先，傳統新聞工作者是議題設定者及資訊守門人，但未來的新聞工作者只會是「資訊導遊」或「資訊經紀」。其次，電子報的互動及連結性，令它們的讀者能即時就新聞時事在網上展開討論，所以新聞作為意見討論協作者的角色會愈來愈吃重，反而作為意見領袖的角色會減弱。電子報的網上運作形式方便電子商業的發展，很多電子報都開闢了「購物天地」欄目，直接向讀者推銷及售賣貨品，新聞業也由一個刊登廣告的中介者，搖身變為網上商販，其商業角色更明顯地蓋過其社會公器角色，這樣對新聞界的公信力會有損害，繼而也影響其社會地位。

五 知識壟斷與權力結構

上文曾提及，英尼斯認為每一種媒介都有其傳播偏向特色，他提出每一種媒介或新科技都會基於它的偏向，令社會上某些人得以壟斷它，而能夠壟斷意念和知識的利益集團便成為特權階級^①。像中世紀的僧侶及修士就壟斷了文字知識及抄寫複製技巧，他們於是成為社會的當權者，直到印刷機的出現才打破這種壟斷。

引用英尼斯的知識壟斷理論，配合「封閉符碼」及「開放符碼」的對比，可以論證互動新傳播科技的出現，其社會效果是突破了傳統新聞業的知識壟斷及資訊控制。無論是報紙新聞、電台新聞或電視新聞，若以媒介形式來分析，它們均屬「封閉符碼」，因為它們在新聞內容組織方面是科層式的，在新聞傳遞方面是由上而下的單向瓶頸式的。舉凡採用封閉符碼方式的媒介（報紙、電台、電視），都是「有利於傳播者」(sender-biased)的，傳播者可以充分掌握資訊控制權，結果令新聞專業在社會上享有崇高地位和權威。

新聞界透過下列幾個方面進行知識壟斷：(一) 消息搜集。普通讀者沒有時間也沒有機會接觸第一手資料，而新聞業則有資料搜集的機制，而且享有採訪權及報導權，並獲得作為行政、立法、司法以外的社會「第四權」(fourth estate)的特殊身份。(二) 資料選取及組織。由於新聞篇幅有限，只可選取最重要及最有價值的新聞刊登及廣播，新聞工作者便成了守門人及議題設定者。(三) 資訊詮釋。新聞工作者不僅傳送資訊，並且透過種種處理手法給新聞賦予意義，又刊登社論影響民意。(四) 單向式發布新聞，令

傳播者高高在上，讀者只好被動式地接收資訊。

至於代表互動科技的電子報屬於「開放符碼」方式，資訊權力下放，用者更為主導。開放符碼的媒介是「有利於受眾」(receiver-biased)的，接收訊息的受眾可分享資訊控制權。電子報及其連繫的資料庫及相關網站，提供新聞的背景及原材料，讀者有機會接觸第一手資料，新聞工作者再無法完全壟斷消息來源。電子報只陳列新聞，讀者可自行選擇資訊，新聞工作者的守門人角色減弱，他們的資訊控制權自然也下降。電子報的互動機制令讀者可自由參與即時論壇，新聞機構也不再壟斷新聞的詮釋。而電子報的雙向互動及多線的超連結，令新聞及資訊的流通以網絡形式發散，傳統新聞界的知識及言論壟斷局面也隨之而被打破。

當新聞業面臨角色轉變和地位下降，新聞工作者的社會權力也被削弱時，新聞傳媒作為維持公眾領域(public sphere)和言論自由的主要社會機制又如何維持？新聞業在民主社會中擔當的吃重角色又會有甚麼變化？如何保證市民能得到準確和持平的新聞資訊？這些都是值得深思的問題。

當新聞業面臨角色轉變和地位下降，新聞工作者的社會權力也被削弱時，新聞傳媒作為維持公眾領域和言論自由的主要社會機制又如何維持？新聞業在民主社會中擔當的吃重角色又會有甚麼變化？如何保證市民能得到準確和持平的新聞資訊？這些都是值得深思的問題。

註釋

① Frank Koelsch, *The Infomedia Revolution: How It Is Changing Our World and Our Life* (Toronto: McGraw-Hill Ryerson, 1995); Alice Y. L. Lee, "Infomedia Literacy: An Educational Basic for the Young People in the New Information Age", *Information, Communication & Society*, 1999, no. 2: 134-55.

②② John E. Newhagen and Mark R. Levy, "The Future of Journalism

in a Distributed Communication Architecture”, in *The Electronic Grapevine: Rumor, Reputation, and Reporting in the New On-line Environment*, ed. Diane L. Bordon and Kerric Harvey (Maywah, N.J.: Lawrence Erlbaum Associates, 1998), 9-21.

③② Harold A. Innis, *The Bias of Communication* (Toronto: University of Toronto Press, 1951); Harold A. Innis, *Empire and Communications* (Toronto: University of Toronto Press, 1972).

④ Marshall McLuhan, *Understanding Media: The Extensions of Man*, 2d ed. (New York: New American Library, 1964).

⑤ Eric A. Havelock, *Preface to Plato* (Cambridge: Harvard University Press, 1963); Walter J. Ong, *Orality and Literacy: The Technologizing of the Word* (New York: Methuen, 1982).

⑥ Henry J. Chaytor, *From Script to Print: An Introduction to Medieval Vernacular Literature* (London: Sidgwick & Jackson, 1966); Elizabeth L. Eisenstein, *The Printing Press as an Agent of Change: Communications and Cultural Transformations in Early Modern Europe* (New York: Cambridge University Press, 1979).

⑦ Daniel J. Boorstin, *The Republic of Technology: Reflections on Our Future Community* (New York: Harper & Row, 1978); Tony Schwartz, *The Responsive Chord* (Garden City, N.Y.: Anchor, 1974).

⑧ Joshua Meyrowitz, *No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior* (New York: Oxford University Press, 1985).

⑨ Paul Levinson, *Digital McLuhan: A Guide to the Information Millennium* (London: Routledge, 1999).

⑩⑪ Basil B. Bernstein, *Class, Codes and Control*, vol. 1, *Theoretical Studies towards a Sociology of Language* (London: Routledge & Kegan Paul, 1971).

⑫ Julia Swannell, *The Little Oxford Dictionary* (Oxford: Clarendon Press, 1989); Paul Atkinson, *Language, Structure and Reproduction: An Introduction to the Sociology of Basil Bernstein* (London: Methuen, 1985), 136.

⑬ John Eatwell, Murray Milgate, and Peter Newman, eds., *The New Palgrave: A Dictionary of Economics*, vol. 3 (London: Macmillan, 1987).

⑭ Brian McNair, *The Sociology of Journalism* (London: Arnold, 1998).

⑮ Manuel Castells, *The Rise of the Network Society* (Oxford: Blackwell, 1996).

⑯ Nico Stehr, *Knowledge Societies* (London: Sage, 1994).

⑰ 麥思：《知訊力：大讀書家的閱讀策略》(斗六：版圖文化事業有限公司，1998)。

⑱ 長谷川慶太郎：《情報力》(台北：經典傳訊文化股份有限公司，1998)。

⑲ George A. Donohue, Phillip E. Tichenor, and Clarice N. Olien, “Mass Media and the Knowledge Gap: A Hypothesis Reconsidered”, *Communication Research*, 1975, no. 2: 3-23.

李月蓮 現任香港浸會大學新聞系助理教授。獲加拿大英屬哥倫比亞大學(UBC)博士學位，曾在香港報章及電視台任記者、編輯及節目研究員。研究興趣包括傳媒教育及傳播科技，並積極參與推廣香港傳媒教育運動。

蘇鑰機 現任香港中文大學新聞與傳播學院副教授。獲美國賓夕法尼亞大學安倫堡傳播學院博士學位，曾在香港和加拿大任電視研究員、記者及編輯。研究興趣包括傳播學的發展、引文分析、新聞社會學及新傳播科技。