

# 第5講 新聞思潮：市場與公益的拉鋸

## 壹、導論<sup>1</sup>

近年來，台灣新聞報導品質日益惡化，已經偏離了公共需求與利益。在商業競爭下，媒體競相以煽情手法，炒作政爭、犯罪、緋聞、迷信新聞，來刺激收視率和發行量。許多閱聽人對此不以為然，天下雜誌調查發現，國中小學老師和家長認為，對學生品格最具不良影響的前三者是政治人物、新聞媒體、電視節目；苗栗社區大學更發起「關機運動」，關掉電視一週，重新思考公眾需要什麼樣的媒體。

作為傳播系所老師，我們對以上情況感到焦慮。我們擔心，學生受完新聞教育後，不僅無法在職場中實踐專業理想、促進公共溝通，反倒可能隨波逐流、淪為「新聞屠宰場」中的「殺手」，受到公眾唾棄。「不教而殺謂之虐」，我們認為傳播系所應該提供一些學理上的基本理念與原則，讓學生可以在五濁惡世中安身立命；然而，目前國內傳播系所課程大多是技術導向，較少觸及理念與倫理議題，少數學理性質的課程也偏重「破」（即批判現有的媒介表現），而較少「立」（即建立報導的基本精神與原則）。為了改變這種情況，我們幾位輔大新聞傳播系老師，嘗試援引美國「公共新聞學」理念，從事在地的媒體改造實踐。

公共新聞學是在一九九〇年代美國發展出來的。當時，美國一些社區報紙發現失去讀者信賴，便與新聞學院合作，發展符合公共利益的報導原則。根據這些原則，媒體應致力於理解公眾所關心的公共議題為何，分析這些議題的成因，呈現相關團體的意見，探索解決問題的策略，促進公民採取行動。例如，在選舉新聞上，不應只是報導候選人的造勢活動或「起乩」言行，而是以民調等方法發掘公眾關心的議題，再要求候選人針對這些議題提出具體政見，藉此終止口水戰、導向政策辯論，讓選民能夠慎思明辨、選賢與能。又如，在社會議題上，媒體不應該成天炒作煽色腥話題，而應多探討社區發展、教育改革、生態保育、貧富差距等問題，引導公眾正視危機、探尋出路。

我們認為，美國學界和業界共同推動公共新聞學的模式，能夠作為台灣媒體改造的可行策略。因為，公共新聞學能夠將飽受詬病的媒體改造成優質媒體，優質媒體既可以贏得公眾的信賴，也能夠吸引優質閱聽人（包括高消費力的中上階層民眾）注目，如此又可得到廣告主的青睞，叫好叫座、名利雙收，媒體主事者應該不會排拒。事實上，部份媒體的部份記者已經展開公共新聞學的實踐，今年卓越新聞獎得獎和入圍作品，如聯合報的「南洋新婦」和「外來物種入侵」系列報導、中國時報的「體

---

<sup>1</sup>這是我與林麗雲老師在李昭安同學協助下寫的稿，刊登在《輔大紀事報》第二期（2005.01.15）。

檢公共建設」、自由時報的九二一重建區社區營造、天下雜誌探討偏遠地區學生拒絕邊緣化、遠見雜誌借鏡荷蘭探索台灣農業出路，都具有公共新聞學的精神，也都為所屬媒體贏得社會喝采，未來若能增益相關報導的質和量，必能為媒體贏得更多的讀者、更多的廣告，以及更多的尊敬。

在與新聞實務界溝通的同時，我們也著手將公共新聞學理念融入輔大新傳系的課程之中。理論課程，如媒介批評、台灣當代社會問題、新聞學、媒介與社會運動等，致力於培養學生分析社會與媒體問題的能力；實務課程，如實習媒體《生命力公共新聞網》、《新莊報導》、《輔大新聞網》，則引導學生實踐公共新聞學的理念。例如，《生命力》自1997年創刊以來，一直以「為弱勢者發聲、為奉獻者立傳」為宗旨，強調新聞的實用性（幫助社會瞭解和解決弱勢者問題，幫助奉獻者推動工作）、啟發性（彰顯人性尊嚴，引導人們面對問題、解決問題），最近更積極協助公民團體架設易學易用的部落格（Blog）網站，希望讓公民成為記者，自行發聲並行使傳播權利，擴大公共對話的層面。

輔大新傳系的嘗試是否真能造成實質改變？仍有不確定的因素。例如，有的人認為，公共新聞學的理念陳義過高，忽略了媒體環境的結構性限制。因此，新聞教育工作者必須與實務界、社會團體繼續合作，進行討論與對話，一方面改造媒體環境，另一方面修正理念，讓公共新聞學的概念更周延、也更符合在地社會的脈絡與需求。期望在學界、業界、公眾的合作下，能達到參贏，兼顧新聞傳播的理想跟現實。

## 貳、小報新聞學<sup>2</sup>

二〇〇三年，對台灣和歐美報業來說，都是小報化（tabloidization）浪潮風起雲湧的一年。

五月，在台灣，香港蘋果日報跨海來台創刊，以激情的社會新聞、圖像化的編排手法、全彩的印刷、大手筆的廣告行銷引起矚目，短短幾個月，發行量衝上四十萬份，威脅自由時報、中國時報、聯合報等三大報的霸主地位。自由時報全面彩色印刷迎戰、中國時報和聯合報也降價抗敵，同時，各報社會新聞加量又加腥、照片圖表增多又增大，許多人擔心，台灣報業會不會和香港一樣，走向全面「蘋果化」。

九月，在英國，素以具有「最廣泛視野」自豪、發行量卻連年下降的獨立報突出奇招，同時出版大小兩個版本，大版本和台灣三大報一樣碩大，服務傳統讀者，小版本和台灣國語日報一樣苗條，爭取年輕讀者，結果發行量激增三十五%；兩個月後，具有二一八年歷史的泰晤士報跟進，增出小開本報紙（陳冰，2003）。一場報紙開本革命，在歐美掀起風潮，美國版面設計名家賈西亞（Mario Garcia）預測說：「在二十年內，所有報紙都將瘦身成為小型報」（Outing，2003a）。

---

<sup>2</sup>引自陳順孝（2004）：〈善用「小報」創意、開展「大報」新局〉。收錄在行政院新聞局編《2003 出版年鑑》，頁 20-27。台北：行政院新聞局。

## 小報化的意涵

台灣報紙內容的蘋果化和英國報紙開本的小型化，其實都是全球報業小報化浪潮的一環。

小報 (tabloid) 一詞源自刻寫版 (tablet)，原意是指篇幅為大型報紙一半的小開本報紙。當世界第一份小報——英國每日鏡報——在一九〇三年創刊時，它格式是小開本，內容則強調某些簡短故事、大照片和煽情標題；從此，小報一詞，就兼具小開本和通俗報導雙重意涵 (Gripsrud, 2000)。也因此，小報化，指的是報紙關注點從嚴肅到通俗、從大政到瑣事、從理性到感性的演化過程 (陳冰, 2003)，而其具體的作法則是採取煽情的筆調、斗大的標題、大篇幅的照片、圖像化的編排、鮮豔的彩色印刷來吸引讀者，大幅報導醜聞、體育、娛樂和消費資訊，而很少探討嚴肅的政治、經濟、社會議題 (Rooney, 2000)。

小報的源流，可以追溯到一八三〇年代，當時大眾化廉價報紙在美國興起，為了刺激銷路，紛紛在「狗咬人不是新聞，人咬狗才是新聞」的觀念導引下，搶報異常故事。到了一八九〇年代，報業鉅子赫斯特的新聞報和普立茲的世界報，更以聳動的標題、圖片和社論來炒作新聞，結果挑起了美國與西班牙的戰爭，還誘發民眾暗殺了美國總統麥金萊 (李瞻, 1985)。一九六九年，梅鐸在英國買下太陽報，每天在三版刊登裸女照片，大力炒作「乳房、淫蕩和拳腳」 (陳冰, 2003)，發行量迅速超越當時稱霸的鏡報，激化了英國小報的惡性競爭，對煽色腥新聞的耽溺日深、對公共事務的報導日少，到了一九九八年太陽報和鏡報每天報導的公共事務只佔報紙總篇幅的九% (Rooney, 2000)<sup>3</sup>。

小報在台灣，也是源遠流長。在長期戒嚴的年代，政治新聞動輒得咎，報紙紛紛轉向社會新聞發展。早年有家華報，專門報導風花雪月新聞；傲視報壇數十年的中國時報、聯合報也是炒作瑠公圳分屍命案、影后林黛自殺等激情新聞起家；新近崛起的自由時報，也曾以刊登大家樂、六合彩廣告著稱。與歐美不同的是，台灣在報禁期間，報紙張數受限，為了在有限版面內擠進更多新聞，各報紛紛縮小照片、標題和內文，在編排手法和圖像化等方面，遠遠不及歐美小報，這個情況在一九八八年報禁開放後小有改進，到二〇〇三年蘋果日報登台前後才有全面性的變革。

## 小報化的層次

全球報業小報化浪潮的日趨洶湧，與電視的普及和網路的興起有關，新世代讀者習於五彩聲光、速食資訊、互動對話，報紙要爭取他們的青睞，勢必要吸取電視和網路的特質。而小報彩色、圖像和話題性高的特質，被認為是迎合電視和網路世代

---

<sup>3</sup>鏡報和太陽報為了鼓勵消費不惜背棄正統新聞學。在某個典型的週六，鏡報 120 頁的內容包括了：未來一週電視節目預告 21 頁、週末體育新聞 16 頁、家居與園藝 12 頁、度假規劃 4 頁、烹飪 2 頁、電視促銷 2 頁、最新流行情報 2 頁、派對點心 1 頁、送禮 1 頁，還有 30 頁廣告，總計有 91% 消費內容。太陽報也一樣，在 116 頁中：電視節目預告 33 頁、體育新聞預告 18 頁、電視與電影 2 頁、旅遊 2 頁、烹飪 2 頁、新割草機 1 頁、家庭最佳商品 1 頁、花園用具建議 1 頁、房地產 1 頁、以及 33 頁廣告，總計有 94% 的消費內容。

的有效策略。於是，在世界各國，不僅小報如雨後春筍般創立，連傳統嚴肅大報，也紛紛小報化，在英國，傳統大報不斷學習小報的版面風格和新聞選擇標準，減少國際新聞、增加趣味故事，在美國，八九%報紙重新設計，強調更時髦的包裝、多彩多姿的圖片（閻紀宇，2001），連嚴肅的華盛頓郵報都決定每天在頭版至少刊登一篇趣味性新聞特寫（陳冰，2003）。

從這個角度看，小報化並不等於煽色腥，而是包括種種新聞通俗化、版面生動化的努力。全球報紙在內容和形式上的小報化，未必是模仿小報，而是在學習電視、網路特質的過程中，不約而同地採取某些近似小報的作法（Schönbach，2000）；這些作法，只要善用，不但不會帶來墮落，反倒可以增添大報的創意和活力。

英國學者史巴克（Sparks，2000）將報刊從激情到嚴肅分為五類，一是超市小報，如美國閣樓雜誌渲染情色資訊；二是新聞小報，如英國太陽報和鏡報強調醜聞、體育、娛樂；三是雅俗報紙，如今日美國報（USA Today）強調視覺設計，內容有相當大比重的醜聞、體育、娛樂，但也報導嚴肅報紙會報導的題材；四是半嚴肅報紙，如泰晤士報和衛報注重硬性新聞，逐漸增加軟性新聞，同時日益強化圖像表現；五是嚴肅報紙，如華爾街日報重視政經新聞、結構性變遷，即使發生九一一事件也不登世貿大樓被飛機撞毀的震撼照片。這五種報紙中，雅俗報紙和半嚴肅報紙就是善用近似小報作法來提升活力的實例。

因此，當蘋果日報以新聞小報和超市小報的激情姿態登陸台灣，台灣報紙固然不必拿香跟著拜，但也不必固步自封，而應該像雅俗報紙和半嚴肅報紙一樣，有所為有所不為地善用小報式創意，開展大報的新局。

史科貝許（Schönbach，2000）將全球報紙吸引讀者的策略歸納為三種：一是強化報紙內容、二是改良版面設計、三是加強行銷推廣。本文借用他的架構，從內容、設計、行銷三個面向，歸納整理歐美雅俗報紙和半嚴肅報紙在小報化浪潮中採取的傳播策略，並以此作為參考指標，用以檢視台灣報業小報化的作為，評估其得失、探索其出路。限於篇幅，本文集中分析自由、中時、聯合、蘋果四家報紙，對其他報紙存而不論。

## 一、內容的強化

吸引新世代讀者的最重要作法，莫過於提供更多切合讀者興趣和需要的內容。美國知名的普優公民新聞研究中心（Pew Center for Civic Journalism）對全美五十二家報紙總編輯進行的調查發現，目前美國最熱門的新聞類型是教育、醫療、企業與個人理財、能源開發以及環境問題，最不受重視的則是犯罪與訴訟，美國報業重新出發的重點是以公眾事務為重心，強調新聞的正確完整，以求在廿四小時新聞市場中佔一席之地（閻紀宇，2001）。史科貝許研究德國三五〇家地方性、非小報的報紙，也發現吸引讀者的主要作法，是增加有關工作、食物、健康、旅行、環境與地方歷史的報導，增加娛樂新聞的評論和背景資訊（如訪談、圖表），並給讀者更多的建議和服務（Schönbach，2000）。

二〇〇三年，台灣三大報面對蘋果日報的衝擊，不斷改版應戰，綜合來看，改版

的重點有四：一是擴增影視娛樂版面、二是加強財經版面（如增闢兩岸經貿版和個人理財版）、三是強化地方新聞（如創辦台灣蒐奇版），四是增加社會新聞的比重，也就是一面以蘋果日報主打的影劇、財經、社會新聞和它正面交鋒，另一方面以蘋果日報所欠缺的地方新聞和它進行區隔；相對的，蘋果日報也不斷因應台灣本土口味而調整內容，例如關閉色情專版、撤除樂透專頁、淡化屍體照片、增加政治新聞和地方新聞，它的地方新聞也從初期的強調兇殺事件，轉向強調具有地方文化特色的資訊。四家報紙在競爭的同時，也有相互模仿、移植的跡象。

四家報紙的內容變革儘管熱鬧，但和歐美經驗相較，卻有兩點令人遺憾：第一，過度偏重娛樂、社會新聞等小報化題材，而且編寫方法日趨煽情。連一向莊重的三大報頭版頭條都出現「手腳遭砍斷、台商喪命」、「中華克南韓、組頭賠八億」，「今年四月 IDF 摔機、飛官耍帥肇禍」之類的題材和標法。第二，未將新聞的正確完整列為革新重點，在 SARS 肆虐期間，就出現「水染病毒、萬華爆社區感染」、「台灣首例、高雄長庚醫師殉職」等等錯誤的頭版頭條，但卻未見報社進行制度性的革新，與紐約時報在發現記者編造新聞後撤換總編輯、增設新聞監察人的作法相比，有天壤之別。凡此種種，都與普優中心揭示的「以公眾事務為重心，強調新聞的正確完整」原則漸行漸遠，也愈來愈難以獲得讀者的信賴和支持，讓人不禁為台灣報業的發展前景憂心。

## 二、版面的革新

史科貝許（Schönbach，2000）對德國報業的研究顯示，改良版面設計比煽色腥內容更能吸引讀者。銷售成功的報紙，在編排上並非走小報激情路線，而是現代服務取向，亦即樸素、有清楚的架構、有許多索引、容易找到所要的版面、每頁有明確的編排，採用較寬鬆而不擁擠的版面設計，適度使用圖表、色彩等視覺要素（但不能太多）。這對近幾年才開始重視版面設計的台灣報紙而言，極具啓示意義。

如前所述，台灣報紙在報禁期間，每天只能出版三大張，為了擠進更多新聞而縮小文字和照片，版面設計乏善可陳；一九八八年報禁開放後稍有改善，二〇〇三年蘋果日報創刊前後才出現全面性的革新。版面設計革新主要表現在三個方面：一是彩色版面的增加，以自由時報的全彩印刷最具代表性；二是強化導覽，以中國時報和聯合報將報紙分為 A、B、C、D、E、F 落最為突出；三是強化圖像編輯，包括放大照片、增加資訊圖表，各報都積極進行。在台灣新聞編輯史上，二〇〇三年可以說是變化最大、進步最多的一年。

不過，這一波版面革新仍有若干不足之處。首先，三大報競相放大照片，但部份照片的視覺效果和新聞意涵都未臻理想，有濫竽充數之嫌；其次，照片圖表雖然增多，但大多只是版面的裝飾品，未能做到「用圖像說故事」、「圖文相互輝映」的境界。在這兩方面，蘋果日報的表現略勝三大報一籌。不過，蘋果日報圖像編輯能力雖強，卻有過度美工之嫌，照片大、圖表多，加上從頭條標題、短訊標題、照片標題到內文插題通通彩色印刷，視覺要素過多，反倒使版面顯得雜亂，與史科貝許研究所強調的「適度」背道而馳。質言之，四家報紙在版面設計表現上過猶不及，都

有再研究發展的必要。

其實，台灣三大報近幾年在生活藝文版面的革新表現可圈可點，自由時報更連續五年獲得國際專業報紙版面設計協會（Society of News Design, SND）大獎肯定、自由時報系的英文台北時報（Taipei Times）還連續兩年贏得「全球年度最佳報紙設計」殊榮；這證明國內的版面設計，已經具備國際一流水準，現在應該努力的是，把世界級版面設計水準，從英文報、生活藝文版面延伸到具有高度時效性的新聞版面。

在此同時，台灣報業還應該密切注意全球版面設計發展趨勢、隨時檢討自己的成規和作法。例如，英國大報縮小開本的作法，讓我們驚覺報紙的開本不是不能改變的；又如，日本的每日新聞、美國的華盛頓郵報近年來積極發展斷版式的版面設計，亦即將版面切割為上下兩部份，讓讀者閱報時，只需對折一次就可讀完全部新聞，不必像讀傳統報紙一樣幾乎每讀一則新聞就要折一次報紙，這對視斷版為禁忌的台灣報業又是一大刺激。過去，台灣編輯習於沿襲成規，現在是我們從全球視野、從讀者角度檢討成規、創新突破的時候了。

### 三、互動的傳播

行銷，除了贈閱、減價、抽獎活動外，開闢更多元的發行管道、增加與讀者的互動也是歐美報紙努力的重點。

在發行方面，美國知名的報業和網路專欄作家奧汀（Outing, 2003a）指出，報業應該進行多種方式的傳播，讓讀者更容易取得新聞。他觀察美國報紙的新嘗試，勾勒出「明日報紙」的理想藍圖：「明日報紙」除了給讀者每天出版一次的大開本報紙之外，還應該發行和泰晤士報一樣的小開本報紙、製作適合平板電腦閱讀的版本、開發可由家用印表機列印的版本、發展二十四小時更新的網站、發行每天傳送的電郵版本報紙和隨時傳送的電郵新聞提示、提供新聞提要給手機族和 PDA 族、與廣播媒體合作播放報紙新聞影音版、支援 RSS（Really Simple Syndication, 一種可以讓網站用來與其他網站共享資訊、聚合內容的程式語言）等等。

在互動方面，奧汀高度推崇網誌（Blog, 另譯部落格、博客）對報業的助益。網誌，是一種易學易用的個人化網路出版系統，三分鐘就可以輕鬆地架設完成，有點類似國內風行的個人新聞台，但功能遠比個人新聞台強大。奧汀歸納美國網站的創新作法，認為報紙一方面可以讓每個記者擁有自己的網誌，用來發表內幕消息、漏網新聞、透露工作動態，增加與讀者的直接互動；二方面可以開闢民眾網誌專區，讓社區民眾把他們所知、所關心的事情報導出來，增加讀者參與感、也豐富報紙內容（Outing, 2003b、2003c、2003d）。

奧汀的建議跨越印刷媒體、廣電媒體、網路媒體和通訊科技的界線，引導我們以更宏觀、更前瞻的視野探索報業的未來。台灣報業早在一九九五年就開始建構新聞網站，近幾年也陸續發行電郵報紙、提供手機和 PDA 新聞，但在小開本、平板電腦版本、印表機版本、廣播版本等方面還未見行動，對於網誌也尚未積極開發。台灣報業當然不必全盤接受奧汀的建議，但有必要從傳播科技和社會需求的角度檢視他的建議，從中發展出最適合台灣讀者需求、最能提升台灣報業活力的新傳播策略。

## 結語

報紙作為大眾媒體，必須用讀者所能接受的方式報導新聞。當社會節奏加快、電視和網路發達，讀者的生活形態和資訊接收行為都有所改變，這時，報紙的選材、編輯和發行自然也必須隨之調整。只是，調整的中心思想應該在於「如何服務新世代讀者」，而不是「如何小報化」。如何適度學習小報新聞活潑化、版面生動化的創意作法，避免過度煽情、八卦、瑣碎，是所有報紙——尤其是以大報自許的媒體——應該要拿捏的分寸。

英國泰晤士報總編輯湯姆遜（Robert Thomson）在發行小開本報紙的同時，特別強調「你將注意到這與一般小報非常不同，它恪守嚴肅大報的價值觀，只不過版面規格有所變化」（陳冰，2003）。美國紐約時報前總編輯托賓（Topping，2003）闡釋該報改版經驗時也指出：「由於經濟的巨大發展，……許多的讀者也變得愈加消費者化，並更加傾向於娛樂性和其他的樂事。……紐約時報對這些發展趨勢所做出的反應……發行了週末版。這份週五出版的報紙刊登的都是一些娛樂和文化性的報導，突出了對事件的詳細指南和對最有價值新聞的回顧和個性化服務，而在讀者和廣告業務上很快便取得了成功。這些成功也促使我們開始思索其他生活形態的報紙版面。但作為編輯，我們猶豫了，我們擔心朝向滿足流行需求的領域的發展或許削弱了報紙固有的嚴肅特色及其對硬新聞全面的報導。我們從兩方面解決了這個問題，首先，我們請求並得到了出版商（即報老闆）的承諾，保證用來刊登硬新聞的版面，包括地方新聞、國內新聞、國際新聞、金融新聞和科學新聞，諸如此類的報導，將不會被減少和讓位於對生活方式的報導。其次，我們要求自己運用傳統上寫硬新聞專欄的質量標準同樣來要求我們對生活方式的報導。沒有哪些空洞而冗長的故事能輕易地吸引住我們的讀者。」

台灣的報業——尤其是以大報自許的報紙——面對小報化的浪潮、蘋果日報的衝擊，也應該和紐約時報、泰晤士報一樣有所為、有所不為。

## 參考資料

1. Gripsrud, Jostein (2000). Tabloidization, popular journalism and democracy. In Sparks, Colin & Tulloch, John (eds.)(2000). *Tabloid tales – Global debates over media standards* (pp.285-300). Lanham, Boulder, New York, Oxford: Rowman & Littlefield Publishers, INC.
2. Outing, Steve (2003a)：〈編製更好的印刷版報紙〉。  
[http://www.brainnew.com.tw/Article/outing2003/o\\_103003.asp](http://www.brainnew.com.tw/Article/outing2003/o_103003.asp)。
3. Outing, Steve (2003b)：〈現在請搭網誌的列車〉。  
[http://www.brainnew.com.tw/Article/outing2002/o\\_063002.asp](http://www.brainnew.com.tw/Article/outing2002/o_063002.asp)。
4. Outing, Steve (2003c)：〈網誌可在新聞網站佔一席之地〉。  
[http://www.brainnew.com.tw/Article/outing2003/o\\_073003.asp](http://www.brainnew.com.tw/Article/outing2003/o_073003.asp)。
5. Outing, Steve (2003d)：〈把民眾網誌納進新聞網站〉。  
[http://www.brainnew.com.tw/Article/outing2003/o\\_102003.asp](http://www.brainnew.com.tw/Article/outing2003/o_102003.asp)。

6. Rooney, Dick (2000). Thirty years of competition in the British tabloid press: The Mirror and the Sun. Sparks, Colin & Tulloch, John (eds.)(2000). *Tabloid tales – Global debates over media standards* (pp.91-109). Lanham, Boulder, New York, Oxford: Rowman & Littlefield Publishers, INC.
7. Schönbach, Klaus (2000). Does tabloidization make German local newspapers successful? In Sparks, Colin & Tulloch, John (eds.)(2000). *Tabloid tales – Global debates over media standards* (pp.63-74). Lanham, Boulder, New York, Oxford: Rowman & Littlefield Publishers, INC..
8. Sparks, Colin (2000). Introduction: The panic over tabloid news. In Sparks, Colin & Tulloch, John (eds.)(2000). *Tabloid tales – Global debates over media standards* (pp.1-40). Lanham, Boulder, New York, Oxford: Rowman & Littlefield Publishers, INC.
9. Topping, Seymour (2003)〈報業如何適應變化的市場〉。  
<http://www.cjr.com.cn/gb/node2/node26108/node27333/userobject15ai1947793.html>。
10. 李瞻 (1985, 8 版)：《世界新聞史》第 50 章〈黃色新聞的興衰〉，頁 657-689。台北：三民。
11. 陳冰 (2003)：〈從英國報紙瘦身看「小報化」現象〉。  
<http://www.chinanews.com.cn/n/2003-12-10/26/379296.html>
12. 閻紀宇 (2001)：〈全美九成報社總編輯：報業前途端賴與讀者互動〉。中國時報，7 月 28 日。

## 參、公共新聞學<sup>4</sup>

公共新聞運動的出現，是在回應對美國政治與媒體的危機，以及對新聞工作者角色的憂慮及不滿。這項運動的核心理念，簡言之，是主張新聞媒介應該負起促進公民審議 (civic deliberation) 的功能。所謂民主審議，是指公民針對共同關切的議題，以其背後涉及的基本價值，透過公開、理性的溝通與辯論，在互相理解的基礎上，尋求共同接受的解決方案。審議的概念同時隱涵了社群認同，一群人必先認識到彼此面臨共同的問題、分享交織的命運，並且接受同樣一套權利義務規範，才能參與審議過程。以若森的話來說，公共新聞要求新聞工作者：

(1)將人民視為公民，即公共事務的潛在參與者，而非受害者或好奇觀眾；(2)協助政治社群採取行動，而不僅是了解本身的問題；(3)改善公共討論的環境，而非坐視其惡化；(4)協助公共生活健全運作，以增進大眾對其關切。如果新聞工作者能設法做到這些工作，假以時日將可能恢復大眾對新聞界的信心，與正在流失的閱聽人重建連繫，重燃許多新聞工作者入行時懷抱的理想主義，並且對美國民主的健全做出更實質性的貢獻，這也是新聞工作者之所以獲得其各種特權與保障的理由。(Rosen

<sup>4</sup> 摘自王興中 (2002)：〈把新聞還給公民--美國『公共新聞』運動的啟示〉。  
<http://www.gio.gov.tw/info/2002html/11new/wang.htm>。第十一屆傑出新聞獎考察報告。

1999b:22)

蓮貝詩 (Lambeth) 也指出，公共新聞在形式上具有下列特徵：1. 系統性聽取公民的意見；2. 尋求以不同的認知框架 (frame) 報導社區重大議題；3. 認知框架取擇於能否刺激公民審議與了解議題；4. 主動報導重要公共問題，促進公眾了解各種可能的解決方案與不同立場背後的價值關懷；5. 持續有系統地注意與公眾溝通的成效與公信力。(Lambeth 1998b:17)

相對於傳統的新聞成規，公共新聞的改革性就在於從「公共 (the public)」的角度，重新反省新聞工作者的角色與任務。傳統新聞與公共新聞的理念分野，可以追溯到一九二〇年代，美國新聞與政治學者關於「公共」概念的辯論。這場辯論的代表人物是華特·李普曼 (Walter Lippmann) 和約翰·杜威 (John Dewey)，兩人都是自由派政論集團「新共和 (New Republic)」的創始成員，但對民主政治的見解卻是針鋒相對。(Rosen 1999a:64-67)

「民意如流水！」這句新聞記者耳熟能詳的話，即可概括李普曼對主流媒體論述的影響。在他一九二二年出版的經典之作「民意 (Public Opinion)」中，李普曼對公民的概念提出強烈質疑。「公共」的概念源自西方啓蒙時期，奪得政治權利的中產階級透過政治結社與輿論參與公共決策。但到了二十世紀，李普曼指出，一般大眾面對規模龐大、關係複雜的社會，多半汲汲營生而失去深入了解公共事務的能力與意願，更遑論從事嚴肅的研討與辯論。因此，人們往往僅憑片段資訊和潛意識的刻板印象 (stereotypes) 來論斷事物，而政治人物或政府則可輕易藉助大眾傳播而操弄民意。本身做為資深新聞記者，李普曼卻認為媒體迎合消費者的商業性質，使其不能對盲目的民意起矯正作用。李普曼甚至用「鬼影 (phantom)」形容民意的不理性本質，認為依賴民意只會導向無知與暴政，因此民主政治應該強調專家政治。

以李普曼為代表的菁英民主觀點，在行為學派和經驗性民主理論的推波助瀾下，成為戰後美國的思想主流。受到這種觀念的影響，美國新聞工作者於是自居為揭奸發伏的「看門狗 (watchdog)」，代替大眾監督政府弊端、解析菁英之間的權力遊戲，同時輕視民主政治的「主人」，與閱聽者維持灌輸資訊的單向溝通。

然而，公共新聞的鼓吹者們發現，這種悲觀的犬儒心態已經對美國的媒體生態和民主政治造成災難。正因媒體不信任讀者，讀者也日漸不信任新聞所傳達的「真相」；而媒體與政客互相利用，形成排除公民參與的政治過程，也造成人民遠離政治。而媒體這種心態與做法，最後將自斷生路，因為新聞的需求原來是建立在人們對公共事務的興趣之上。正如杜威所說：「報紙必須了解其本身的健康是依賴其他許多機構的健全，這些機構把人們從個人的小世界中吸引出來。因為公共生活的吸引力愈大，對報紙的需求也就愈大。」(Rosen 1999b:20)

杜威認為，李普曼對民意的描述或許符合現實，但如果因此否定民意做為民主的理性基礎，民主本身也將失去意義。他強調，民主不只是一種政治制度，而且是一種社會組織原理，其前提即是信任人民的能力：

每一個人都能有所貢獻，人們有能力自己做決定，只要給予機會他們就能充分了解身處的困境並思索解決之道，世界是可知的，只要我們自我學習如何研究及討論它。（Rosen 1999b:65）

公共新聞的辯護者、哥倫比亞大學新聞系教授克睿（James W. Carey）指出，杜威所提倡的這種「公民共和主義（civic republicanism）」，正是公共新聞運動背後的思想淵源。公民共和主義強調，「民主的根本不只是對個人權利與自由的保障，而且要讓公民能夠參與自我管理（self-government）、共同透過審議尋求公善（common good）、並一起努力開創政治社群的前途。公民資格（citizenship）不僅止於權利與利益，而且涉及認同（identity）。此一認同內涵包括情感歸屬、對群體的關切、與命運共同體的道德連帶，當然，還包括對公共事務的了解。」（Carey 1999:61）杜威的觀點既是一種道德主張，也是一種因果論證。一方面，民主政治應該建立在公民的參與，因此政府必須支持並維護健全的公共生活；另一方面，如果失去公民社會的基礎，民主政治將淪為無政府狀態、甚至回到威權統治。

在這樣一個共和政體之中，新聞媒體的角色不應純粹屬於商業範疇，而應同時是一種公共機構（public institution），因為它是公共生活不可或缺的一環。也正因如此，新聞媒體不僅受到財產權的保護，而且得到憲法上新聞自由的特殊保障。反過來說，媒體也應將讀者視為公民，而非單純消費者或持股人，以協助讀者參與公共事務為職志。

克睿並進一步指出，市場經濟主導的全球化，將個人視為「自由」但孤立的消費者，導致權力更加集中，媒體也逐漸被跨國財團掌控，營利動機取代公共服務的精神，結果很可能不是全球的民主化，而是威權主義死灰復燃。此即熊彼德（Joseph Schumpeter）曾警告的資本主義「創造性毀滅（creative destruction）」的傾向。公共新聞的理想，正是制衡這股趨勢的努力。（Carey 1999）

公共新聞另一個理論源頭，來自德國法蘭克福學派（the Frankfurt School）的哲學家尤根·哈伯馬斯（Jurgen Habermas）。就在公共新聞運動剛剛萌芽的一九八九年，哈伯馬斯的重要著作「公共領域的結構轉型（The Transformation of the Public Sphere）」英譯本也在美國出版。哈伯馬斯的公共領域理論，繼承歐陸啟蒙運動的理想，主張「透過理性的討論與開放性的交流，同時藉助自由的新聞媒體，公民能夠集體自行決定其共同事務。」（Rosen 1999b:62）

哈伯馬斯從歷史出發，指出公共領域的原型乃是十八世紀中期英法兩地的中產階級，藉由公共討論形成民意，對抗君權神授的威權統治。當時中產階級社會中一小群人，因此容易利用政治沙龍或報紙、小冊子形成開放而平等的公共論壇。隨著公民權的擴張，和工業社會的興起，公民的範圍越來越廣，又受到商業媒體與國家宣傳機器的滲透，公共領域反而消失了，代之而起的是所謂「意見自由市場」。在意見自由市場中，決定意見價值的邏輯不再是理性思辯，而是以民意為包裝的權力較勁。政治意義的公民也被經濟意義的大眾（mass）所置換，一般人只能藉由投票或民調表達意見，而沒有平等機會參與公共辯論。

從公共領域理論的觀點，新聞媒體應是重建現代公共領域的最佳媒介，但媒體首先必須改變對公共事務與公民的理解。公共的議程應由公民而非菁英來界定，民意應透過開放的辯論而非單向的問卷調查來反映，而新聞媒體的職責就在壯大公民的聲量（empower），並將本身開放做為公共論壇的空間。

公共新聞對主流新聞價值的批評，引發激烈的爭論。公共新聞最重要的主張，就是從公民的觀點報導新聞，並鼓勵公民參政，認為這種公民取向有助恢復媒體的公信力。但批評者指出，所謂媒體與民主的危機有誇大之嫌，而公共新聞的做法勢將扼殺新聞工作者的自主性，使新聞淪為意識形態的倡導（advocacy）。如果新聞工作者將新聞判斷的責任交給讀者手中，或者媒體自身投入某一主張的推動，很容易走向討好讀者或自我吹噓，而不再被視為客觀的知識提供者，最後反而將造成媒體公信力更加惡化。（Woo 2000）另有些學者則認為，公共新聞運動對社區連結性（community connection）的強調，反映出一種從個人自由主義到社群主義（communitarianism）的典範變遷，即從強調個人的自主性，轉向強調集體的秩序與權威，他們憂慮公共新聞運動將使新聞自由受到威脅。（Merrill et al. 2001）這些批評認為，公共新聞的改革立意固然良善，但跨越客觀原則的激進做法恐將反而傷害新聞專業本身。

相反地，持左派觀點的學者卻認為公共新聞太過保守。玻利（Pauly 1999）認為，公共新聞對民主政治與新聞專業的描述根本是一種迷思。他指出，美國的民主成就其實是各種弱勢團體，例如非裔、女性、勞工不斷抗爭得來的，而新聞媒體一向是站在權威這一邊，從來不是民主改革的力量。這一點，從各種社會運動總是將媒體視為主流社會打壓的工具，即可證明。從公共新聞的實踐來看，其所偏好的「理性、平和」的公共審議，其實體現著中產階級的價值，公共新聞也未表示對社運的支持。由於公共新聞昧於歷史與結構的深層因素，例如媒體的商業本質，因此不可能扮演改革的角色。哈特（Hardt 1999）也強調，問題關鍵在於媒體的所有權，而不是單純從新聞倫理層面就能改變。他注意到公共新聞的推動者，主要來自媒體管理階層和象牙塔裡的學者，而不是基層新聞工作者，也未曾考慮新聞工作者基本的勞動條件問題。如果不去思考社經結構的改變，和媒體的商業宰制，公共新聞不過是保護媒體和社會既得利益者的新瓶舊酒。體和社會既得利益者的新瓶舊酒。

除了理論上的質疑，公共新聞的實際成效也是見仁見智。公共新聞的支持者和參與的媒體相當重視成本效益問題，也不斷從事個案研究累積經驗，許多研究顯示，大眾對公共新聞確有相當程度的認知和接受度。公共新聞雖然內容嚴肅，但相關電視節目的社區收視率反而常有佳績，報紙方面，也不會造成發行量的負面影響。（Rosen 1999；另參見普優中心網站的報導）然而，反對者也發現，對公共新聞最強調的投票率、公民參與等指標，並未因公共新聞的努力而有顯著改善，而新聞界內部對公共新聞的做法也仍存在相當大的反彈。（Woo 2000）

綜合以上的爭辯，公共新聞運動仍有其洞見與價值。公共新聞固然未能考量資本主義的結構限制，但對於一般新聞工作者來說，公共新聞不失為一種實用可行的體制內改革途徑。畢竟我們不能要求所有新聞工作者都成為社會運動家，而公共新聞運

動也未宣稱能解決所有的問題。不過，在從事公共新聞實踐時，對於傳統新聞原則的突破必須非常謹慎。如若森所說，雖然不客觀，但須堅守中立，所謂不客觀是指支持公民參與，而中立則是在公共對話中不偏袒任何一種意見。公共新聞所欲強化的公共生活，當然不可能立竿見影，而需要長時間的累積，但由於公共新聞往往需耗費傳統編採外的成本，它的執行效率必須不斷檢討，否則改革恐難持續。

## 主題文章一：媒體在社區建設中的作用<sup>5</sup>

在從皮尤公民新聞中心 (<http://www.pewcenter.org/>) 成立至今的六年時間裡，公民新聞走過了一條很長的道路。現在我們認識到兩件事情：

1. 如果媒體用不同的方式對待自己的工作，那麼公民也會用不同的方式盡公民的職責。
2. 如果在新聞室播撒創新的種子，那麼就會收獲新設想。

在美國今天的社會裡，記者和公眾都在為找到好新聞的定義而努力。如今，記者自認為做好本職工作已經不夠。新聞報導若要繼續得到憲法的保護並繼續吸引讀者和觀眾，那麼就需要讀者和觀眾也都認為，新聞報導在我們的民主社會中發揮著關鍵作用。

但是最近有一些令人深感憂慮的數據顯示，情況並不是這樣。全國範圍的多種民意調查表明，公眾對美國媒體及其做法有很大的不滿。公眾用來刻畫媒體的詞包括：剛愎自用、麻木不仁、抱有偏見、有失準確、聳人聽聞。報紙流通量不是平平，就是在下降。儘管人們的閱讀量在上升，但是他們讀的不是報紙。電視新聞的收視率也在大幅度下降。

看來越來越多的人認為，"新聞"出了毛病。現在的主要問題是：新聞記者是否知道如何修理？

無黨派國際基金會"自由論壇"最近就憲法第一修正案的現狀進行了一個調查。總的來說，媒體對其第一修正案權利的重視程度高於普通大眾的重視程度。

◆百分之五十三的被訪者說，他們認為媒體的自由度太大了。這比 1997 年一次類似調查中持這種看法的人增加了百分之十五。

◆只有百分之四十五的被訪者說，他們認為媒體保護民主，而在 1985 年持同樣看法的人是百分之五十四。有百分之三十八的人認為新聞實際上有損於民主。

◆大約百分之六十五的人說，報紙不應該自由發行。

---

<sup>5</sup>作者簡·謝弗為皮尤公民新聞中心執行主任，提倡一種新的新聞報導，鞭策人們參與和介入社區生活，視社區問題為己任。皮尤中心提倡進行公民新聞嘗試，使新聞組織能夠建立和發展更好的新聞報導方式，促使人們重新參與公眾事務。<http://usinfo.org/mgck/usinfo.state.gov/regional/ca/mgck/archive01/media3commnty.htm>

◆有令人不安數量的人說，不應該允許媒體支持或批評政治候選人，不應該允許使用秘密攝像機收集新聞，不應該允許出版政府機密。

我們怎麼辦？

這些調查結果對記者來說是令人不安的。我想，這些結果對普通公民來說，也令人不安。

我們面對這一切應該怎麼辦呢？皮尤中心的努力之一不僅僅是對問題做診斷，而是在提出一些解決問題的辦法。在實際中，許多記者比較容易聽取診斷，而難於接受治療建議。但是研究結果再清楚不過地表明，就連久經磨鍊的編輯們都認為情況已經到了無以復加的地步。但是在我們能夠解決問題前，我們必須先弄明白我們尋求的是什麼。媒體在社區建設中的作用是什麼？

新聞報導較早的模式，特別是社區和地區報紙，常常被稱為"哈叭狗"，受出版人的控制，在公共生活中推波助瀾，向廣告商搖頭擺尾。對克林頓總統任期中一些消息的報導，以及在小肯尼迪死後攝影記者藏在肯尼迪家外的灌叢裡的景象，令媒體常常給人以"咬人狗"的形像。再就是新聞記者們喜歡大談特談的"看家狗"。社會對媒體的這一作用仍然十分看重。但是公眾對媒體的這一作用抱著越來越大的疑慮。就連記者也認為，媒體的行為常常不止於僅僅報導新聞而已。這些報導常常引起人們的爭議，有關對公眾人物的私人與道德行為的報導尤其如此。

最新的一些研究顯示，媒體看重其看家狗作用的程度超過公眾對這種作用的珍視。只有百分之十的新聞媒體相信，媒體對政治領導人的批評有礙於這些官員的工作，但是有百分之三十一的公眾認為，媒體幹預領導人履行其職責。

如今一些新的媒體模式正在經受檢驗。一是"引路狗"模式。媒體能不能不僅向公眾提供新聞和信息，而且幫助他們履行公民的職責？媒體能不能擺脫單純報導奇聞怪事的局限，鞭策人們參與和介入，視社會問題為己任？是否能夠不使人們成為觀看客、而成為參與者？

在這方面，公民新聞進行了相當多的嘗試。公民新聞不是倡導放棄媒體的監督作用，而是在這個基礎上增加更多的責任。

皮尤公民新聞中心

皮尤慈善信託基金決定創立皮尤公民新聞中心的時候，關注的並不是新聞業，而是公民的參與和介入。信託基金擔心民主肌體受損 — 公民不投票、不做志願工作，也不積極參與公民生活。信託基金擔心，人們沒有在為解決自己社區的問題而行動起來。

人們提出一個簡單的假設：如果新聞記者做法不同，公民是否也會改變做法？我們是否可以在新聞室嘗試一些不同的工作模式，從而在保持準確、客觀、獨立和公平這些新聞報導的核心價值觀的同時，使其對公民也有一定的幫助？

公民新聞如今是一個很寬泛的標籤，指的是編輯和新聞主管力圖通過新聞工作，幫助人們克服無能為力與疏離隔膜的感覺。公民新聞的目的是向公眾介紹當前的時事和問題，進而使他們能夠就公民事務做決定，參與公民對話和行動，從總體來說，行使他們在民主社會中的職責。

公民新聞工作者相信，通過新聞報導調動人們去思考、甚至去行動，而不是單純吸引他們觀看，是有可能的。他們認為他們有責任做到這一點。

不過我要提醒的一點是，公民新聞工作者並不希望告訴讀者和觀眾怎麼想或者怎麼行動。他們僅僅是在建立一個使公民變得更有力量的中立區，用信息 — 包括用什麼方式肩負起公民責任的信息，武裝公民，提供一些解決問題的設想或辦法。

公民新聞工作者相信，可以在不抹殺看家狗作用的同時充當引路狗的角色。他們都很樂意放棄咬人狗的角色。

公民新聞可以說是回歸到優秀新聞報導的根基上，也可以說是一種全新的報導新聞的途徑。怎麼看這個問題就取決於你的立足點了。我個人相信，公民新聞比優秀新聞更進一步，至少是比我在《費城問詢報》22 年的工作時期更進一步。

公民新聞運用優秀新聞報導的所有手段，但是它無忌於更深地介入社區。它傾聽，它充當社區行動的催化劑，它幫助社區發展自身的力量。公民新聞敢於這麼說：如果老一套的新聞報導不起作用，那就讓我們來重新創造它。

什麼是新聞？

公民新聞力圖在新聞業創新的方面之一是要對新聞進行重新定義。大多數記者把新聞定義為衝突：在位人和競爭對手的衝突，勝者和敗者的衝突，支持者和反對者的衝突等等。

公民新聞尋求擴大這一定義。它力圖超越單純報導一個事件、一次會議或者一場爭議，而是要在報導事件的同時傳遞知識。它既報導衝突，也報導共識；既報導失敗的故事，也報導成功的經歷。總之，公民新聞試圖報導那些也許有助於其它社區處理困難問題的消息。

公民新聞試圖想出一些新的、也許和新的管理模式更協調的報導模式。許多地方在管理上正在從以前的輸贏模式轉向一個更基於共識、對各方都有利的解決問題途徑。

新聞報導如何適應這一轉變呢？我們在報導衝突、盯梢、跟蹤誰勝誰負方面做得很好。但是派一位記者出去採訪一個會議，如果與會者意見統一，這位記者很可能會回來告訴編輯說，什麼都沒有發生，無事可寫。

公民新聞記者不但考察社區成員意見不一致的地方，也考察他們意見一致的地方。這是新意所在。

皮尤中心另一個更雄心勃勃的嘗試是 1999 年在華盛頓州的斯波坎。當時，《言論評

論報》使用公民新聞這一"勘探"工具，描述年輕人生活中那些決定他們成年以後成功或坐牢的重大時刻。他們的調查發現了一些很有意味的時刻，如四年級第一天是你了解一個孩子是否會喜歡學校的日子。七年級第一天則決定你會是"怪才"還是會有好人緣。這裡面的想法不僅僅是報導這個題目，而是為社區的社會服務機構找出一些插手點。這是一個對"新聞"的全新的定義。

公民新聞在於從不同的角度去報導事件，使它們和讀者更相關。加州州《奧蘭治縣紀事報》嘗試用一種新的敘述方式來報導"汽車旅館兒童" — 也就是住在迪斯尼主題公園對面居民旅館裡那些極其貧窮的孩子。這一報導引用孩子們的原話，採用對話體裁。這篇報導收到了強烈的反響，包括 20 萬美元的捐款，50 噸食品，8 千個玩具，另外還有不計其數的自願者拿出自己的時間，幫助這些"汽車旅館兒童"。奧蘭治縣劃拔了 100 萬美元修建住房，讓這些貧窮家庭搬離汽車旅館。一個非盈利性的機構發起了一場 500 萬美元的活動，解決這些汽車旅館家庭的吸毒問題。記者勞拉·薩裡後來說，使她驚訝不已的是，大家都共同行動了起來，尋找解決辦法。"類似的事情如果用傳統的方法報導的話，將會把矛頭指向政府機構。但是由於寫法不同，沒有人覺得他們受到了指責。所以大家不是把精力浪費在為自己辯護上，而是走上街頭，行動了起來。"

公民新聞在於重新定義平衡。記者報導一個事件的兩面，認為這就叫公正與平衡。公民新聞記者認為，這種方式其實應該被稱為兩極報導。平衡的意思是取中，而不是極端。公民新聞記者試圖保證所有受一個問題影響的人都能在報導中表達自己的聲音，而不僅僅是那些觀點最極端、向媒體發表聲明的人。公民新聞記者不回避報導人們的認識仍然模糊不清的狀況。

最後，公民新聞在於為人們的積極參與提供一個起始點，鼓勵記者和公民之間的互相溝通與交流。它尋求與讀者之間建立一種有來有往的交談，而不是像我們在傳統的新聞業常常看到的那樣，單純記錄信息、把一堆事實交給公眾。這種相互溝通和交流可以在報紙上、在電台上、在因特網上進行，有時甚至可以在一個實實在在的地點進行，如在論壇上和社區大會上。北卡羅萊納州的《夏洛特觀察家報》在報導有關校車接送學生的一個重要問題時，從讀者的電子郵件中發現了不少好的報導建議。

1999 年，皮尤中心在新罕普什州公共電台贊助了一個網上稅收計算器。法庭命令這一免稅州征收一項資助公立學校的稅收。新罕普什州公共電台的"稅收挑戰網址"上有知識性信息、討論場所，以及一個新穎的計算欄，人們可以把他們的房屋價值、收入以及他們所居住的城鎮的名字輸入進去，計算在三種不同的稅收改革建議下他們分別需要繳稅多少。

這是一種非常有用的、有針對性和具體化了的不同的新聞業，它使人們能夠在公共決策上發揮作用。皮尤中心最近又給新罕普什州公共電台提供資金，發展"水電煤氣賬單估算器"，以此使得公眾能夠更加了解和參與放鬆水電煤氣管制問題。

## 公民新聞的效果

那麼公民新聞到底有什麼效果呢？

對社區而言：

- 我們看到，新聞報導在保證質量的同時，能夠幫助提高社區處理問題的能力。
- 我們看到，只要你為讀者提供行動的途徑，他們將會行動起來。
- 研究顯示，公民新聞所做出的努力在相當大的程度上增加了讀者對具體問題的了解。
- 我們看到，公民新聞所做出的努力使公眾對媒體的看法出現了積極轉變。
- 我們看到，其它社區團體學習新聞機構對公民新聞的做法，採用了公民參與的模式(以學習小組和行動小組等方式)。
- 我們開始看到，由於參與公民新聞的活動，許多從未想過要擔任公職的人在競選公職。

對新聞業而言：

- 我們看到，對社區問題做出真誠響應的深度報導，而不是僅僅把一個問題的兩方面羅列一下了事。
- 我們看到，記者重新認識了他們的社區，打破了某些成見。
- 我們在新聞室看到各種各樣的創新。新增的版面、新職位、新評判標準、新的宗旨宣言，新的詞匯。諾福克的《弗吉尼亞向導報》是一份報導弗吉尼亞州州府裡奇蒙地區的報紙，這份報紙的記者在宗旨宣言中保證，要把報導州政府和選舉當成民間集思廣益、解決問題的一個園地。
- 最後，公民新聞製造了一種允許編輯不畏風險、嘗試新東西的環境。

我不認為公民新聞能夠解決媒體的所有問題。但是公民新聞的確提供了不少救助。正如《保羅書信》所告誡的那樣，我們相信我們需要"嘗試一切，並將一切好東西保持下去。"