

國立政治大學傳播碩士學位學程

碩士學位論文

指導教授：劉慧雯 博士



大家都不看新聞了？
手機新聞接收的日常節奏實踐

How to “read” the news? Rhythmanalysis on mobile news

研究生：蕭奕雯 撰

中華民國一〇六年九月

國立政治大學傳播碩士學位學程
碩士學位論文

論文題目：大家都看新聞？手機新聞接收的日常節奏實踐

研究生：蕭奕雯

本論業經審查及口試及格

特此證明

論文考試委員： 柏克明
黃厚銘 劉慧雯

指導教授： 劉慧雯

學程主任： 孫志

中華民國 106 年 9 月 27 日

謝辭

在腦袋中想了無數次，然而真正開啟這一頁時卻遲遲無法下筆，原諒我僅能用最平凡樸實的話來表達我的感謝。老實說，除了論文不停卡關外，這三年多真的是我求學以來過得最恣意、自在的階段，這樣的日子要感謝的人實在太多了！

最為感謝慧雯老師，「妳很適合做現象學研究」傳理課上老師的一句話，讓我找到了研究所的目標，或許也因為這句話，讓我在這三年可以過得如此滿足、快樂。每當遇到瓶頸、陷入不斷質疑自己的迴圈時，只要跟老師討論完，就好像充完電、又能充滿希望的繼續寫下去。當然老師的指導不只是這本論文，每當跟老師聊天時都會訝異，「哇！老師的邏輯怎麼會那麼清楚！怎麼會這樣想事情！」這樣的敬佩讓我學著不斷與自己對話，開始去想我究竟如何思考人事物，釐清自己到底想做什麼，不再像以往一樣總是庸庸碌碌的追逐著什麼，或是一直抓住過往的失誤不放，而是能更愉悅地專注於當下，學著能隨心所欲卻不任性。好像又更能理解老師說的那句「快樂是訓練有素的流洩」，老師說過的那些玄之又玄的話，總會在某些時刻令人豁然開朗。也很感謝老師從未打擊過我，總是耐心包容又盧又煩的我，引導我解決問題；為我擋刀擋槍，幫我解決許多為難與負面的情緒。我想研究所最正確的決定就是麻煩老師當指導，能遇到如此有能力、又溫暖的老師真的很幸運，真的好想一輩子賴著老師啊！也謝謝師丈的照顧，和最萌、最療癒的小憶和小風牯，讓奕雯姊姊生活不那麼無聊、無趣。

謝謝口試委員克明老師和厚銘老師的指導，老師們的建議讓我重新找到這篇論文的價值，對學術嚴謹的態度也讓我獲益良多，衷心感謝老師們如此認真地對待我的作品。在政大七年多的日子，也受到許多老師的照顧與幫助，謝謝昌德老師，在當助理的日子教會我更加謹慎、細心地處理任務，還有大學新聞倫理課，老師要我們不斷思考自己的定位，以及基於此所做的決策，每當徬徨時這些都是我決定最重要的基準；謝謝筱玫老師對我論文的啟發與幫助，以及最迷惘時給予我溫暖的安慰；謝謝俐華老師無私的分享人生，幫助我增加自信，釐清不必要的煩惱；也謝謝曼蘋老師當時不斷鼓勵我繼續讀研究所，臨時幫我趕出推薦函，如果沒有老師的建議、沒有繼續升學，或許我仍會像大學一樣，渾渾噩噩、窮忙地度過一生。

謝謝一路走來的戰友莘倫，當我不停盧小小的時候，可以給我當頭棒喝，不

再繼續消極低沈，也謝謝妳的容忍與放縱，讓我可以一路無形象地崩壞下去，開心地做自己，然後適時地拉住我，不讓我得意忘形，能認識妳、慢慢變親密真的很幸運，拜託不要讓我失聯啊！謝謝陪我到最後一刻的慧馨，太晚才接收到妳的愛好可惜，但好險在最後這階段還有妳陪我一起度過口試大魔王、一起分享喜悅，默默陪著我，解除我的焦躁不安；謝謝不離不棄的崇暉，陪我分享大大小小的瑣事、聽我碎念聽我抱怨，總能給我做實質的建議與安慰；謝謝又盧又煩但又很重要的鈞甯，自始至終都陪伴著我，包容孤僻的我，讓我不那麼孤單寂寞；謝謝過猶不及的團員裕蒨，陪我瘋、陪我鬧，讓進研究室、寫論文不再沉悶，而是充滿荒謬的歌舞與大笑聲，感謝有妳一起分享我的興趣喜好；謝謝總是聽我、陪我胡言亂語的冠達；謝謝一起卡關、一起自暴自棄，然後又一起振作的勝淋；謝謝陪著我崩潰、一起完成大小瑣事的薜薇學姐；以及 409 好朋友們，謝謝婷婷、紹伶、博臻、方瑀、馬殺雞讀書會的其芬、劉戈、嘉真、辰媽，以及一起吃喝玩樂的耳包團。謝謝有你們，讓這個無限循環的單調日子可以充滿溫暖和歡笑。

也感謝因論文被打入冷宮的許多舊友們，謝謝孟君默默的守候，時不時拍拍我，帶著我出去放放風、紓解壓力，也謝謝妳十多年來的陪伴、愛護與包容；謝謝苙好阿姐和藝方阿姐的建議與鼓勵；謝謝斯寰不斷為我描繪美好的世界當動力；謝謝方淳、珮語、佳錚、珂敏、貝珊時不時的關心與陪伴；謝謝歐酷網路的學長姐，教會我 APP 與使用者經驗的 know-how，而有這本論文的誕生；也謝謝所有不吝給予幫助的受訪者，你們有趣的經驗讓這本論文更精彩；以及特別感謝不重要卻能穩定論文寫作節奏的 위너和 위너원。

最後，謝謝爹娘國仁和美惠無私的付出與辛勞，當我任性時總是默默陪著我，從不曾責備我、質疑我，讓我順利、無後顧之憂地結束這階段，我愛你們！

至此，三年多前面臨新階段的不安好像又隱隱浮現，但我十分有自信在這階段獲取的養分足以讓我更豁達地面對人生。以此論文期勉自己要不斷懸置被認為理所當然的萬事萬物、要更耐心優雅地面對各種難題，也要學習當個有能力又能帶給他人溫暖的人。

摘要

本研究以日常生活為研究範疇，探討使用者的手機新聞接收實踐如何鑲嵌於日常節奏中，並重新釐清該如何理解如此經驗下的新聞。故以液態現代性為基本認識架構，重新詮釋新聞如何液化；接著，再從液態的時間經驗轉向節奏，並從列斐伏爾物的節奏分析中發現「人—技術—日常節奏」的交互關係；最後以關聯性機緣了解節奏的生成，開展本文的分析架構：日常生活脈絡、主動揭露的技術、以及與整體媒介世界的關聯，進一步理解使用者殊異的手機新聞接收實踐。

因此，為了更深入瞭解使用者的個人經驗，以及如何詮釋意義，本研究採取深度訪談法。從中發現，當手機新聞進入使用者的日常生活，為了與原有日常節奏協調，使用者會形成一套調配時間與空間的邏輯，或建立特定接收規則，進而形構如「拿起來看一下」的接收節奏、和「都看討論比較熱烈」的篩選機制；這過程中，手機和接收平台的技術節奏、既有的功能條件、以及技術的社會意涵皆會影響使用者的手機新聞接收實踐；最後我們亦發現，如此接收實踐背後更隱含與整體媒介世界的關聯，且媒介世界的基礎結構亦會作為背景、認識架構滿足使用者自身的新聞接收經驗。

是以，我們不能只討論新聞本身，而需擴大到使新聞顯現的背景脈絡與整體環節，進而提出「新聞體驗」的想法，認為如此體驗是相應關聯下、具明確指向性的個人體驗，且是於世之中，由不斷連續的、當下的直接知覺形構而成，期盼能以新聞體驗的概念重新釐清新聞之於個別使用者的核心價值，這才是新聞不被淘汰的關鍵。

關鍵字：手機新聞、列斐伏爾、節奏分析、關聯性機緣、液態現代性、媒介世界、新聞體驗

Abstract

This study aims at exploring how users' daily reception of mobile news embedded in their everyday life. In order to clarify the essence of news, the study applies the concept of Liquid Modernity as the research framework, adopting Lefebvre's rhythmanalysis to reframe the interrelationships of "human- technics-daily rhythm". In response to this question, this study develops three analysis units: contexts of everyday life, self-revealed technics, and the interrelation to the whole media world.

In-depth interview is conducted to deeply understand user experience. It is found that, when mobile news enters users' life, users adjust their thinking patterns of zoning time and space, and restructure the rules of reception for integrating original daily pace. The technical rhythms of the mobiles and the reception platforms, the technical properties, and social affordances of the technics, all are the factors to affect users' mobile news reception. This study also found that the practices implying the interrelation with the whole media world, and the whole media world would be the background to fulfill user experience of news reception.

In conclusion, this study suggests that, 'News' is an activity of experience. This personal experience is instituted by continuing direct-perception at a given time. Individual users have been changed from passive acceptance to active experience and restructure the value of news. The concept of 'news experience' helps us think the meaning of news for each user; clarify how to 'experience' news rather than "reading" news.

Keywords : Mobile News, Henri Lefebvre, Rhythmanalysis, Relational Affordances, Liquid Modernity, Media World, News Experience

目 錄

圖表目錄	iii
第壹章 緒論	1
第一節 難道大家都不看新聞了?	1
一、研究緣起	1
二、真的不看新聞了?	2
三、「時間」因素從中作梗	4
第二節 新聞還是新聞嗎?	6
一、使用者、媒介與日常生活	6
二、轉向「日常生活的新聞」	7
三、核心關懷	9
第貳章 文獻探討	10
第一節 液態現代性下的新聞	10
一、從固態到液態	11
二、新聞「液化」了	12
三、液態的時間經驗	14
四、小結	15
第二節 日常生活與節奏	16
一、節奏的意涵	17
二、物的節奏分析	19
三、節奏分析的技術觀點	21
四、小結	22
第三節 機緣作為分析結構	23
一、以機緣「看見」節奏	23
二、分析架構	25
第四節 本章總結與研究問題	29
第參章 研究方法	31
第一節 研究策略	31

第二節 資料蒐集	32
一、研究對象	32
二、訪談設計	32
第三節 資料篩選	34
第肆章 日常節奏實踐中的新聞	35
第一節 使用者的新聞接收實踐	35
一、新聞接收的節奏實踐	35
二、特定規則的形構	47
三、小結	55
第二節 實踐過程的技術條件	56
一、主動揭露的技術	56
二、與整體媒介世界的關聯	64
三、小結	72
第三節 手機新聞的顯現：機緣分析	73
第伍章 結語：形構「新聞體驗」	77
第一節 如何理解新聞？	77
一、手機新聞的協奏曲	77
二、新聞如何液化？	79
第二節 形構「新聞體驗」	81
一、從新聞接收到新聞體驗	81
二、再次追問：大家都不看新聞了？	82
第三節 限制與未來建議	84
一、「節奏分析」的想像局限	84
二、深度訪談的兩難	84
三、是「資訊體驗」或「新聞體驗」？	85
後記：其實我也不「看新聞」	85
參考書目	87
附錄一 訪談大綱	93
附錄二 訪談同意書	95

圖表目錄

圖一 物品、使用者、行為、機緣與功能之關係	26
圖二 本文機緣的分析架構	29
表一 受訪者基本資料	34
圖三 新聞接收中時間、空間條件的關聯光譜	39
圖四 空隙的新聞接收經驗	44
圖五 整體媒介世界的基礎架構	71
圖六 新聞液化圖	80



第壹章 緒論

第一節 難道大家都不看新聞了？

一、研究緣起

2008 年 12 月，擁有《洛杉磯時報》(Los Angeles Times)、《芝加哥論壇報》(Chicago Tribune) 等美國第二大報業集團「論壇報集團」向法院聲請破產保護(蔡筱雯，2008 年 12 月 9 日)，為全球新聞產業投下一顆震撼彈，傳統報業的衰亡也自此展開。隨後兩個多月，旗下共 33 份日報的四家報業集團亦申請破產保護(蔡文英，2009 年 2 月 26 日)。在金融風暴的襲捲下，許多報紙接連吹起熄燈號，未面臨倒閉的媒體也紛紛以裁員、停止紙本出刊，轉往網路版等方式，開始長期且未知的轉型實驗。

為什麼要在 2017 年再次提起早已被視為「老掉牙」的報業危機？回顧研究者的求學經驗，自 2010 年進入新聞系以來，紙本報紙的凋零早已是無可挽救的事實。身為新聞系的學生，所受的訓練不再是基礎的新聞採寫，而是以「網路新聞」的呈現方式為基準，除了基本的文字，照片 slideshow、簡短的影音更是每則新聞的必備素材。然而也不過幾年，這樣的訓練也漸漸捉襟見肘。

2013 年下半年台灣持有智慧型手機的普及率便已超過 50%(資策會 FIND，2014 年 12 月 29 日)，隨著智慧型手機的普及和行動網路的發展，廣告主投入行動廣告的預算成長幅度漸長，在 2014 年第三季行動廣告的投放預算已超越網路廣告，網路流量與行動流量更在 2015 年出現黃金交叉(域動調查報告，2015 年 1 月 27 日)。在這樣多螢並存、且廣告預算投放平台轉移的情況下，新聞媒體除了數位化、影音化，同時也面臨「行動化」的趨勢。

早於 2009 年 3 月，TVBS 於 iOS 系統的 App store 推出新聞 App(Application，中譯為應用程式)「TVBS-NEWS」，率先加入手機新聞的新戰場。而後兩年，各家主流新聞媒體紛紛進駐 App store，尤其是 2011 年，中央社、三立、東森、華視等，我們能想像得到的媒體皆有手機版的平台(陳燕珩，2012)，就連數位化程度被視為較落後的自由時報也在 2015 年年底推出自家的 App，正式加入新聞 App 的新戰場(魏瑾筠，2016 年 3 月 10 日)。

當新聞轉移到螢幕更小、閱讀情境更為複雜且碎片化的手機平台，此刻的新聞文本早已與研究者大學時的所學經驗相差甚遠。進入研究所後，資料新聞學、

圖表新聞等新興領域成為研究者嚮往之處。在「聯合報 Plus」App 上，除了一般新聞內容外，「互動釋新聞」單元更針對各種議題，以互動式視覺圖表的方式「圖解新聞」(INSIDE, 2014 年 9 月 19 日)，所訴求的便是利用簡潔、吸睛的敘事手法，將以往需要大量複雜資料和數據的傳統文字新聞變得更易讀、更貼近閱聽人。如此視覺化且注重互動的新聞文本不外乎是新聞 App 的一大利器，也仿似讓人看見新聞產業轉型的一絲希望。

然而遺憾的是，資策會 MIC 對台灣行動 App 消費者的調查分析中指出，使用者每天會主動開啟使用的 App 數約僅有六個，若同款 App 不重複計算，一週平均使用的 App 數也才 9 個。此外，若從使用頻率排行來看，使用者每天使用率最高的 App 前五名不外乎是 LINE、Facebook、YouTube、WeChat、Instagram 等，以通訊社交類 App 居多。前三十名唯一入榜的新聞 App「蘋果日報」僅居 23 名，使用頻率甚至比「Mo PTT」、「神魔之塔」、「momo 購物」等還要低(劉佳莘, 2016 年 2 月 26 日)。由此可發現，新聞 App 的使用頻率其實很低，甚至還可以推測，每日會開啟、且閱讀新聞的人更少。現今的閱報率低迷、電視新聞收視率不如以往、而新聞網站流量也日漸減少，就連手機新聞 App 的開啟率也不高，不免令人有如此的質疑，難道大家都不看新聞了嗎？

二、真的不看新聞了？

其實從近年對「媒體寒冬」的相關討論中，便可簡單以新聞觸及率和新聞內容來檢視這個疑問，閱聽人不看新聞，難道是因為是整個媒體產業的集體怠惰，以致新聞的傳散、觸及率遠遠不如以往；抑或是充斥著粗製濫造、缺乏深度的內容，閱聽人不再買單？

儘管近年媒體產業面臨營利銳減、許多媒體紛紛熄燈的困境，但就新聞露出平台的多樣性來看，卻是以往大眾傳播媒體時代所遠遠未及的。以本文所欲關注的手機載具為例，除了各家新聞媒體所推出的新聞 App，Yahoo 奇摩、MSN 等入口網站亦加入手機戰場，不同於其他家新聞 App 的表現，更強調資訊整合，提供多家新聞媒體的熱門、焦點話題，閱聽人能更快速瀏覽新聞。其次，App 的新聞推播服務 (Push Notification) 更有別於以往新聞傳播平台，讓新聞媒體能夠主動推送訊息觸及閱聽人，就算閱聽人不開啟 App，也能在螢幕介面上看見即時推送的新聞資訊。除此之外，就算是閱聽人不主動下載安裝新聞 App、也不主

動開啟推播功能，仍無法保證他完全接觸不到新聞，全球知名新聞聚合應用程式「News Republic」被 HTC 選用為「預設新聞程式」（中央通訊社，2015 年 10 月 22 日），將新聞內建於 HTC 手機中。因此，只要是使用 HTC 手機的閱聽人，即便不主動裝載任何新聞 App，新聞訊息仍會出現在 BlinkFeed 手機桌面的介面上，新聞資訊無處不在。

除了各式新穎的 App，近年新聞媒體與社群媒體合作關係更為緊密，東森電視前總經理張憶芬曾在訪談中指出，東森數位發展的核心為行動、使用者行為與數據分析，以及視訊影音，然而這一切發生的場域便是 Facebook（INSIDE，2016 年 5 月 16 日），Facebook 如何改變、滲入我們的日常生活早已不是新鮮話題，但東森的轉型策略卻也彰顯閱聽人閱讀新聞的行為已有所變化。現在幾乎各家媒體均在 Facebook 上設立粉絲專頁，其中最多人按讚追蹤的蘋果日報更有將近 370 萬名粉絲數¹。且為因應新聞媒體與 Facebook 的合作日漸頻繁，Facebook 於 2015 年五月釋出 Instant Article 的功能，主打快速且具互動性的閱讀體驗，僅需 0.8 秒便可立即載入新聞內容，即刻滿足閱聽人當下的閱讀需求（Reckhow, 2015, May 12），可說是專為手機量身定做的新聞閱讀器。與社交通訊軟體合作也不單發生於 Facebook，蘋果日報、聯合新聞網、三立新聞網、東森新聞、ETtoday 新聞雲、NOWnews 等多家媒體亦設有 LINE 官方帳號，提供閱聽人主動訂閱新聞，新聞滲透進閱聽人的社交圈和私領域，接觸新聞的機會也更為廣泛、頻繁。

既然不是觸及率的問題，難道是因為內容不夠優質，以致閱聽人不再閱讀新聞？儘管新聞媒體一味追求「無腦流量」頗受大眾詬病（杜易寰，2016 年 5 月 27 日），但仍不乏《報導者》、《端傳媒》等主打深度調查報導的媒體組織，在碎片化、資訊龐雜的即時新聞趨勢中，以長篇幅的深度內容，同時輔以互動資訊圖表、遊戲化（gamification）等呈現方式為媒體轉型帶來新契機。「聯合報 Focus」App 亦有類似表現，克服手機載具不易深度閱讀的印象，一天僅發布近二十則長篇的焦點新聞或專題報導，內容涵蓋國際、財經、生活、教育、評論等各大主題，保留傳統新聞編輯室的篩選機制，提供閱聽人多樣化且高質量的閱讀選擇。此外，若是喜歡閱讀較不嚴肅、幽默的內容，亦可追蹤「噪咖」、「ETtoday 寵物雲」、「ETtoday 星光雲」等由新聞組織經營的粉絲團，各式內容一應俱全，閱聽人可

¹ 記錄時間：2017 年 8 月 31 日。

² 後文中的使用者專指本文所欲探討的群體；而閱聽人一詞則泛指過往相關研究中，該學者對「受眾」、「接收者」的稱呼。

依據個人需求、喜好選擇所欲觀看的新聞。

這樣看來，就算不守在電視機前、不購買報紙，甚至是不下載任何新聞 App，仍有各種管道可以接觸到新聞；且若不論深度或廣度，新聞內容亦比以往更多元、齊全。就算新聞 App 開啟率低，並不能武斷推測閱聽人不使用手機看新聞；甚至可說，閱聽人用不用手機看新聞的關鍵可能並不單是媒介平台、觸及率或內容好壞等如此單向且直接的原因，更涉及閱聽人使用習慣、與手機媒介的關係或對新聞的觀感等多重因素，「看新聞」本身即是非常複雜的行為，因此我們該關注的應是，在手機載具上閱聽人究竟是「怎麼看」新聞。

三、「時間」因素從中作梗

端看各家新聞媒體行動化的作為，「聯合 Focus」App 上的新聞內容結合出版時間，早晚各發出近十則新聞，以求吻合閱聽人的生活和使用脈絡；Facebook Instant Article 主打新聞載入的速度，閱聽人可以縮短等待的時間，即時獲取所需資訊；App 的新聞推播則是強調最新、最快，「台灣蘋果日報」App 在蘋果 App Store 的介紹就特別提到：「《蘋果日報》針對讀者的需求，特別新增即時訊息推播功能，讓你即時掌握最新時事脈動！」。手機上各式的新聞呈現無非是新聞媒體想像閱聽人的使用情境、消耗時間所形塑的表現手法，傳播者所希冀的不外乎是以速度、即時吸引閱聽人目光，創造更多的使用次數或更久的停留時間。

此外，資策會的 App 消費調查分析中，使用頻率的資料來源是由閱聽人開放填寫「每天開啟次數最多」的前三個 App 名稱（劉佳莘，2016 年 2 月 26 日），完全取決於閱聽人使用印象；且由開啟次數決定使用頻率與排行的邏輯，亦是預設了閱聽人開啟該 App 後，便會維持該媒介空間不變與穩定性。

但不論是傳播者對速度、即時的追求，還是以開啟次數決定使用頻率的邏輯，對閱聽人使用手機觀看新聞的行為來說幾乎行不通。手機問世後，媒體迎來一波大革命，如齊格蒙·包曼 (Zygmunt Bauman) 在《液態現代性》(Liquid Modernity) 提到，手機瓦解了人們對空間的依賴 (Bauman, 2000, p. 11)。而手機新聞更是如此，與電視新聞相比擬，過去觀看新聞須守在電視機前，手機便是將身體從固著空間中解放，容易被置身的活動干擾，如行走、上下車等，沒有所謂「空間穩定」的狀態；閱聽人也容易被手機上的其他活動干擾，任意跳躍於多個平台或文本空間之間，就仿似包曼所形容的「遊牧民族」般，在不同媒介空間流轉。

再者，不管是 Facebook 或是 LINE，在近幾年台灣行動 App 消費者的調查分析中使用頻率排名、App 開啟率都高居不下，因此在新聞媒體與社交通訊軟體合作關係緊密的狀況下，閱聽人於私領域進行社交活動、瀏覽好友動態時仍會有「偶遇」新聞的機會。是以，決定閱聽人「怎麼看」手機新聞的關鍵，或許不能在以進入特定媒介空間的頻率次數、停留時間的長短或追求即時與速度等傳播者的時間邏輯來討論，而是需以閱聽人所思所感的時間思考怎麼看新聞。

然而在手機新聞的觀看行為上，閱聽人思維的時間邏輯其核心關鍵無非是循著當下處境，閱聽人擁有高度使用彈性與自主性。先前研究也指出，手機的微型化和可攜性（portable）使其成為不同過往傳統媒體的「貼身媒介」，打破時空限制，讓閱聽人得以隨時隨地、根據當下需求獲取新聞資訊（陳燕珩，2012，頁 12）。然而如此的「隨時隨地」也並非全然由閱聽人所掌控，同時也不因手機的可攜性、貼身近用性，增進閱聽人流動間閱讀新聞的需求和動機，相反地，手機新聞的觀看行為仍是受閱聽人的使用習慣、置身處境或情境脈絡牽制，鑲嵌在特定活動、行程安排之間。但不可否認地，在手機此一媒介技術的中介下，手機媒介與閱聽人「共時」，閱聽人和所處情境、手機上的活動時時處於協商、變動的狀態，因此閱聽人觀看手機新聞的時間邏輯無疑是更加貼合閱聽人的日常生活。

此外，也因為手機媒介與閱聽人共時的特性，閱讀新聞的行為難免會受當下置身的處境和活動干擾，於手機上觀看新聞的停留時間也更為流動、碎片化，導致閱聽人往往只能瞥過標題、瞥見從手機螢幕一閃而過的推播快訊，或僅僅是看見新聞粉絲團小編的貼文，而未點擊連結閱讀新聞內容，如此行為甚至不能稱之為觀看或閱讀新聞。故本文以「新聞接收」取而代之，以彰顯閱聽人與手機新聞之間豐富且模糊的互動行為；同時，這樣的新聞接收行為也可能是基於手機載具可攜性、流動性等媒介特性，因此進一步轉以用「使用者」一詞替代「閱聽人²」，來強調主動、相對自主地使用手機媒介或各式平台，同時也受制於使用的媒介。

既然本文所欲探討的手機新聞接收行為是如此多樣且模糊，其「手機新聞」的操作型定義也不能單指新聞 App，而是需由使用者（受訪對象）自行定義，廣義包含「手機上所能接觸到的資訊」。儘管我們目前尚無法得知如此新聞會呈現何種樣貌，但不論是從手機的媒介特性，或從使用者接收新聞的時間碎片化等各

² 後文中的使用者專指本文所欲探討的群體；而閱聽人一詞則泛指過往相關研究中，該學者對「受眾」、「接收者」的稱呼。

種面向觀之，必然與傳統閱讀模式中的新聞有所不同。所以我們也必須重新討論，使用者接收行為中的手機新聞仍是我們熟知的新聞嗎？如此新聞樣貌與以往又有何不同？為了思考該問題，接下來將轉以用使用者思維的時間邏輯，深入至使用者的日常生活，討論媒介使用行為與日常生活錯綜複雜的關係，以及在這關係之中使用者如何看待新聞、如何理解自己與新聞的關係，並進一步引入過往研究的觀點重新檢視「新聞是什麼？」

第二節 新聞還是新聞嗎？

一、使用者、媒介與日常生活

日常生活的特色就是含糊、善變與曖昧 (Highmore, 2002 / 周群英譯, 2005, 頁 25), 但不可否認地, 現代社會的日常生活環境充斥各式媒介技術, 「媒介化」已成為習以為常的生活型態, 當代人們如何經驗生活往往無法與各式媒介切割。Snow (1987, pp. 229-231) 認為, 大眾傳播媒介不單是傳布資訊的組織, 更是用以維持社會網絡、經濟活動, 以及提供日常生活常規的基礎。他指出, 媒介對於個人日常行程的重要性在於, 個人會使用媒介以建立並維持規律、慣例的行為; 進而促進特定節奏或韻律化的生活模式; 最後, 即自然而然地將媒介節奏內化成日常行程、活動。故 Snow 強調, 看報紙、聽廣播、看電視等與媒介互動的行為, 如早晨讀報、小週末夜的電視劇等, 在不同程度上都會內化至日常生活中, 幫助個人維持、計畫日常節奏與社會活動, 使用者使用媒介的行為與其日常生活具高度嵌合且相互影響的關係。

除了 Snow 研究中所指出的, 媒介內化至日常生活維持人們生活節奏外, 近年閱聽人研究所強調的「實踐轉向」也進而強調不應視媒介為中介物, 而是將其視為「文化」, 換言之, 當代閱聽人生活、浸淫於整體「媒介文化」之中, 電視、網絡、手機等各式媒介交疊使用的狀態成為閱聽人習以為常的日常生活, 並無法清楚指認、判斷特定媒介對閱聽人產生的直接效果, 更無法得知如此效果的來源為何, 媒介失去單純的中介意義, 而是與整個社會、文化、生活等結構交纏一起 (王宜燕, 2012, 頁 67)。如此一來, 將日常生活劃定為研究場域之時, 就需正視許多媒介使用行為皆交雜於日常活動之中, 而非處於真空狀態或被掌控的實驗室, 使用經驗與意義更為交錯複雜, 亦可能涉及社會制度、家庭、個人生活。

再者, 閱聽人的媒介使用更是承襲先前社會對媒介角色與功能的預期, 並以

已有的知識和經驗去接觸媒介，再逐步發展為自己的使用習慣，重新定位自己作為閱聽人的角色。而這樣的使用習慣同時也反映，閱聽人透過範圍有限的重複使用媒介，發展日常生活與媒介之間特有的獨特組合，進而形塑一個具有秩序的生活世界（盧慧蘭，2007，頁 175-177）。是以，於日常生活的場域中，使用者與媒介的關係是為動態協商的運作過程，使用者會因不同生活情境，形成多樣化的媒介使用經驗，在這過程中，不單是媒介的功能、物質特性，個人生活與媒介使用習慣都會被納入日常生活的時空脈絡，因此，「媒介」一詞指涉的不再是單純的中介技術，而是具有「網絡」意涵，使用者的生活、個人使用習慣、與各式媒介的協商分工關係，甚至是整體社會文化氛圍等都會附著在該「媒介」之上。

循此，過往研究討論新聞接收的要素時，不免會將新聞文本內容、閱聽人接收分析，或是觀看、使用動機等因素納入考量。但在日常生活這個場域中，我們便需正視新聞接收行為的複雜性，轉而把焦點放在使用者的日常生活以及使用者與媒介的關係，重新討論媒介使用行為、接收新聞過程中所置身的社會脈絡和日常生活，以及因而衍生的日常節奏，甚至是使用者與新聞、媒介之間的連結。

基於此一見解，在本文主張將研究場域轉向「日常生活的新聞接收」之時，也應重新將手機、手機新聞或平台視為「媒介文化」的其一環節，而非單純的技術中介物。同時，這樣的轉變也會影響我們對新聞的理解，因此於下段中，將援引過往研究對新聞意涵的討論，進一步解釋在日常生活場域之中、新聞接收行為過程的「新聞」與以往研究中的新聞概念有何不同，以及我們該如何重新看待如此樣貌的新聞。

二、轉向「日常生活的新聞」

回顧過往研究討論新聞的定義，蘇鑰機（2011）在〈什麼是新聞？〉援引了韋氏字典、各種教科書、各大新聞學院的定義來探究新聞是什麼。其中包括新聞的準則在於「新」、且要引人注意；成為新聞的條件要素，無非是具不具教育性、顯著性、影響性等，以上也就是被熟知的新聞價值。細數新聞學研究中幾個著名概念，守門人研究、新聞框架理論、議題設定效果研究等，皆是端看媒體、新聞工作者如何建構真實、中介真實、再現事件（臧國仁，1998），在在揭示新聞所隱含的本質預設與「媒體組織」、「文本」脫離不了關係。

隨著科技變遷，施盈廷（2013）以「大寫新聞(News)」和「小寫新聞(news)」

來定義資訊時代下新聞概念的轉變，簡言之，大寫新聞即是我們熟知的新聞，也就是新聞媒體所產製的、作為資本生產流程的商品；而資訊時代下的小寫新聞則是解放媒體獨佔發言權的權力，強調民眾主動參與的新聞，如民眾爆料或網友提供的線索。儘管該研究以「技術使用」為導向，重新檢視傳統新聞傳播生產流程發送端與接收端間的關係，但是該研究所預設的、新聞之所以為新聞的核心仍是取決於意義文本。

這些研究對新聞的想像不外乎是以「文本」為核心，若是以閱聽人研究的觀點介入思考，將這些研究置於閱聽人研究典範的大時代背景之下，可以發現守門人研究、新聞框架理論等所指涉的是大眾傳播時代的媒體，也就是報紙、電視媒體時代所強調的單向且無差別的「大眾傳播」，因而在該時期所流行的閱聽人研究多關注閱聽人的使用與滿足、媒介中介後的效果，以及批判典範所著重的閱聽人解讀、詮釋文本的能力；大／小寫新聞的網絡時代則因媒介的近用性開放閱聽人創用、展演的空間，恰恰是閱聽人研究轉移至觀展典範的關鍵，因此特別關注閱聽人對文本參與和再創造的能力。

然而手機的可攜性與貼身近用性都與過往的媒體形式大有不同，手機使用者對資訊的選取與發佈具高度自主性，使用者經驗呈現高度殊異性，過往的守門人研究、議題設定效果研究在手機載具上幾乎失靈；其次，手機使用者更為浸淫於媒介文化中，游離至各種媒介空間中，難以判斷是哪種特定文本對使用者產生效果影響；再者，日常生活場域中手機新聞接收行為是動態變化的實踐活動，文本也可能處於流動、多變，甚至是無法指認的狀態，再由文本的觀念來定義新聞意涵似是有點不合時宜。因此，隨著閱聽人研究的焦點轉移至閱聽人實踐，本文也認為應將定義新聞的權力交還給使用者，轉向使用者的日常生活實踐。

故本文所欲討論的手機新聞不再是指媒體組織或新聞生產者所產製的「新聞文本」，而是游離在日常生活、鑲嵌於使用者的生活節奏，在使用者日常實踐中無法被輕易經驗、意識到的「日常生活的新聞」。因此在回答「新聞還是新聞嗎？」此一問題前，本文欲捨棄新聞即為文本、內容的研究取徑，轉而探討在使用者的日常生活中、接收實踐中，該使用者自然而然地把新聞體現成什麼、當成什麼，由使用者的實踐活動來界定新聞。

三、核心關懷

在第一節的討論中發現，儘管調查顯示新聞 App 的開啟率低，但無論從新聞的觸及率和各式內容來看，我們並不能認定使用者不使用手機看新聞，反而是需了解使用者如何接收新聞，以及如此接收行為對新聞來說產生何種變化。因此主張以使用者的日常生活為研究場域，亦重新將手機、手機新聞或平台等媒介技術視為「媒介文化」，強調新聞接收的複雜性，進而探討使用者接收新聞的實踐過程中新聞所呈現的樣貌。

故總結本文的兩大核心關懷：「難道大家都不看新聞了？」探討使用者於日常生活中使用手機的新聞接收行為，以及該行為如何鑲嵌在其生活節奏中。「新聞還是新聞嗎？」則是以使用者日常生活的新聞接收來詮釋手機新聞呈現的樣貌，討論如此樣貌的新聞還是我們熟知的新聞嗎？藉此，希冀能在新聞產業結構困頓、漂浮不定，且轉型之路曖昧不明的當下，重新詮釋新聞於當代的意義。

是以，為了深化這兩大核心關懷，在文獻安排策略上也需有所對應。就如前文所提及，將日常生活設為研究場域時，便不得忽視所處社會文化、生活脈絡，以及使用者與其所使用媒介的關係。故本文欲以當代社會脈絡、生活型態的大架構理論出發，進而聚焦至使用者思維的時間經驗、日常生活節奏對新聞接收的影響，最後再從微觀層次仔細檢視使用者與手機、手機新聞等媒介技術互動的關係，透過理論一一釐清研究問題，並進一步推導本文的具體研究問題和分析架構，幫助我們回應上述疑惑。

第貳章 文獻探討

本文以日常生活的新聞接收為研究焦點，認為使用者的媒介使用經驗無法獨立於社會脈絡、生活型態單純視之。因此在文獻脈絡上分成四節，第一節以闡述液態現代性為起點，做為研究背景脈絡，藉以詮釋當代新聞的可能樣貌，與液態的時間經驗對新聞接收的影響，作為後續討論背景；第二節轉以用列斐伏爾的節奏理解流動多變的時間經驗，探討新聞接收如何鑲嵌至使用者的日常生活，同時進一步檢視節奏背後所隱含的技術觀點，以及使用者與技術的關係；第三節則將這種關係視角放至更微觀的層次，以機緣的視野詮釋使用者的技術實作，探究使用者與技術的共構關係，並發展本文的分析架構；最後總結本文的核心關懷與文獻概念，進一步提出具體研究問題。

第一節 液態現代性下的新聞

「液態現代性」為社會學家齊格蒙·包曼（Zygmunt Bauman）對當代環境的觀察與論述，包曼認為當代更近似於「液態」現代性社會。有別於過去現代性社會，當代社會明顯從生產型社會轉向消費型社會；過去認為數大便是美，現在卻追求輕薄、輕盈；以往重視持久、穩固的關係或狀態，而今卻強調瞬間或稍縱即逝的快感；個人也從家庭、社會等群體關係中解放，享有更高度的自主權。當代社會不再如傳統社會般穩定、固著，而是越發自由化、彈性化，也更加的流動，也就是從「固態」現代性社會轉變至「液態」現代性社會。

藉此觀點重新檢視當今新聞產業的困境，新聞媒體究竟該與 Facebook 等社群通訊軟體保有長期合作的關係？還是自製 App，另闢新型態的商業模式？或是將新聞內容統整至聚合性資訊平台，以降低創新成本？抑或是維持自有媒體品牌，另創新媒體部門加強競爭力？種種曖昧不明的狀態似也顯示傳統固著、龐大的傳統新聞產業在面對「行動化」的趨勢時，整體經營模式逐漸面臨崩解的狀態。因此，本文認為「液態現代性」除了是現代社會的背景脈絡，亦是當代新聞產業的最佳詮釋，故欲先從固態、液態的隱喻談起，進一步詮釋、討論在這樣的大環境下，使用者手機新聞接收行為將產生何種變化。

一、從固態到液態

液態為一種流體的形態，正如包曼在開頭引《大英百科全書》闡釋，液態與固態的不同在於，因為分子間的距離較為疏離，除非受外力阻礙，否則它無法被長久固定在同一形體，亦無法由外力任意修剪，而是會隨著施予壓力的不同，不斷改變形狀 (Bauman, 2000, p. 1)。因此，當我們在描述液態時，便會以「滲透」、「潑灑」、「傾瀉」等詞彙來對比固態，描述其無法被長久固著、到處流散的流體狀態，故我們可以輕易的將液態與輕盈、多變、流動做聯想。

在固態的現代性中，硬體條件的不同造成人們之間更大的差異，基於技術工具劃分了權力位階，誰能更快速征服空間即能掌握權力 (Bauman, 2000, p. 5)；這時期最著名的代表「福特主義」，以擴大產房、開拓新領地、擴展生產線、雇用越多人力資本，藉永久固著不變的資本獲取最大利益，揭示數大即是美、量多即能成功的現代性 (Bauman, 2000, p.113)。但隨著技術的發展，相對於「福特主義」，軟體資本主義 (software capitalism) 建立全新的生產邏輯，「天涯共此時」的科技效應讓新型的「缺席地主制 (absentee landlordship)」得以發展，脫離受地域限制的權力單位 (Bauman, 1998 / 張君玖譯, 2001, 頁 4)，資本不再仰賴沈重的大廠房、密集的勞動力。越能與時共進、快速推陳出新的模式，越能拔得頭籌，「輕快」的液態現代社會來臨。

除了經濟資本結構上的差異，在液態現代社會中個人與社會、家庭、群體的關係也有所改變，個人變得更加獨立、自由，個體主控權變強；但也更加孤立無援，不再理所當然地擁有家庭、關係組織的庇蔭，彼此間連結不再如傳統穩固。總言之，液態現代性最顯著特質為，解除管制、自由化、彈性化，上至社會結構、組織型態，下至個人與群體的關係，一切更加地鬆動、流動。液態的隱喻除了彰顯當代社會注重輕盈、彈性的資本生產邏輯，傳統組織、結構也如同固態融化成液態時，分子間的距離會變得疏遠，彼此連結的力量也會愈加薄弱；取液態之意，更象徵當代正處於「液化 (liquefaction)」、「melting the solid」的階段。(Bauman, 2000, pp. 3-5)

但「現代化萌芽之始，不就是流動性的嗎？」、「現代化的起始不就是一個液化的過程？」(Bauman, 2000, pp. 2-3)，包曼引用烏爾里希·貝克 (Ulrich Beck) 的第二現代性 (Second Modernity)，認為其論述便是說明「現代性反轉自身」，可謂「現代性的現代化」，近似一種「殭屍類型」的現代性，雖死猶存的狀態。

而液態現代性亦仿似「雖死猶存」的殭屍類型，與傳統現代性相比有許多不同之處，但又若要清楚指認，顯然又存在現代性的影子。這種曖昧不明的狀態便是當前社會現代化的進程，或者說是當前社會發展歷程，如此進程無關乎好壞和進步與否，而是當代社會正處於如此狀況。故「melting the solid」意指打破舊有秩序、瓦解傳統，象徵當前這種游離、變化不定的社會型態；同時亦表示制度結構鬆動、權力紐帶漸漸疏離，是為社會變遷的一種持續狀態（Bauman, 2000, pp. 3-6）。

也就是說，「融化」、「液化」本身就是對於當代的詮釋，傳統、約定俗成的權力和管制，甚至是家庭義務均融化了，慢慢形成嶄新的狀態。因此這階段無法避免地會殘留過去的傳統，同時也可能會形成未知、無法預測的全新樣貌。

二、新聞「液化」了

循上述的討論，「液化」的核心表現無非是「鬆動」與「重組」，過往被視為固定不變的組織、制度或架構等都處於一一液化的階段。以傳統新聞產製的流程為例，一份報紙或電視影音呈現在閱聽人眼前，其背後必先有既成的新聞媒體組織，組織會聘用記者、編輯等新聞工作者構成穩定的編輯室制度，之後便開始取材、製作新聞，再透過報紙或電視等平台管道傳散給閱聽人，最後形成收視率或閱報率等反應效果，並轉換成具體廣告營收回饋給新聞媒體組織，新聞媒體會進一步製作新的、受歡迎的文本或重新設定目標受眾，再次回到傳播流程的循環中。每一環節環環相扣，且不斷按照此循環流程產製、傳播新聞。

這個生產流程就是傳播研究最廣為人知的「S-M-C-R-E」，該傳播模式為誰、說什麼、通過什麼管道、傳播給誰、產生什麼效果，在這線性傳播中包含傳播者、訊息、管道、接收者和效果五個元素，中間更涉及傳播者製碼、接收者解碼，以及將效果回饋給傳播者的行動（Severin & Tankard, Jr., 1997／羅世宏譯，2000）。

「S-M-C-R-E」某程度主導大眾傳播媒體時代的生產邏輯，在這樣線性、步驟化的思維底下，所有傳播活動都是「打包」好的，每個元素間的活動與變化都是為了能如期地與下個環節扣連，以確保新聞產製流程或媒體營利模式的穩定性。

但近年卻有越來越多的例子顯示「S-M-C-R-E」的鬆動與重組，舉例而言，《眉角雜誌》反其道而行，採群眾募資方式募得出版資金，但在募資之時，雜誌主題甚至仍未明確，靠的便是閱聽人對品牌理念的支持，以及對創辦人、對參與其中的新聞工作者的信任（林怡廷，2015年8月20日）。在這個案例中，傳統

新聞生產流程的元素「新聞組織」、「記者」、「平台」、「閱聽人」猶如液化般自由的重新組合，不再是由傳播者至接收者的單向線性傳播，反之是由「模糊的」閱聽人來主導產製流程的起始點，而在以往新聞生產流程中最為關鍵的源頭「新聞組織」甚至缺席。

《眉角》的例子或多或少解釋了傳統新聞產製流程的重組，然而近年廣為討論的「參與式新聞學 (participatory journalism)」更彰顯「S-M-C-R-E」線性傳播流程的崩解。參與式新聞學，也就是我們俗稱的「公民新聞」，由於科技的近用性與隨時可連線 (always-on) 移動載具的普及，閱聽人得以積極參與新聞的製作與傳布，形成「peer-to-peer」的傳播模式 (Bowman & Willis, 2003, pp. 7-9)。在此傳播活動中的接收者已不是傳統傳播流程中的被動接收者，而是意指龐大且模糊不清的相關團體，或是指由個人、平台、社群等社會網絡交織成的集合體，他們能產製新聞，透過各式平台傳布消息影響閱聽眾，而這些閱聽眾也可能成為新的消息傳遞者或產製者，再透過不同的傳播管道擴大傳散範圍。「peer-to-peer」的傳播模式就如兩塊塊莖般不斷生成、連結、斷裂，這過程是動態、且不斷改變，隨著不同傳播活動或情境，傳播者、訊息、管道、接收者和效果等元素將重新被定位，甚至變得可有可無。

而這樣的液化與鬆動亦發生於本文所欲討論的新聞接收，同樣以該傳播模型檢視手機新聞，舉例而言，使用者於 Facebook 或 LINE 等社交通訊軟體接收新聞的行為，往往是以「社交活動」為目的，新聞並非重點。因此在這樣的接收行為中，Facebook 或 LINE 等平台管道才是主宰使用者接收行為的關鍵，而非新聞組織的品牌聲譽或文本內容。此外，在手機上接收新聞的行為極易受置身活動與手機上其他活動影響，不再拘於單一媒介或文本空間，甚至一離開新聞頁面就不再回溯，是基於時間維度、處於持續變動，不斷有意外生成的狀態。且以手機媒介的使用邏輯來說，這種滑過去、瞥一眼或閃過螢幕等快速瀏覽的動作，更難以用線性的模式描繪過程中到底發生什麼事，更別說要使用者去指認訊息、文本對他產生的效果。

據此，「新聞液化」的意涵也不單萌生於傳統產製流程或新聞組織等場域，更是意味著新聞文本、新聞品牌、新聞權威，甚至是新聞本質的液化。再者，所有呈現在我們眼前的文本或任何傳播活動，皆不能再預設其背後有如以往般有始有終、完整且線性的傳播模式，同時，如此樣貌還會不斷生成、重組，充滿各種

未知的可能性。因此，為了瞭解新聞液化的動態變化與複雜性，我們不能再以傳統線性邏輯檢視新聞傳播模式，必須需以使用者的角度重新思考，討論在使用者接收新聞的過程中，揭露哪些元素、哪些元素對使用者來說變得重要、而哪些又在接收過程中消失不見，需藉使用者的眼界和使用經驗才能發現新聞如何液化，以及液化後的新聞生成何種樣貌。

儘管於第一章的討論中，我們已將影響使用者新聞接收的關鍵轉移至使用者的時間邏輯，並以日常生活的視野概括論之，但卻未深入探討日常生活中所形塑的時間經驗為何。因此在液態現代性理論的介入後，將進一步思考液態的時間經驗如何影響使用者手機新聞接收。

三、液態的時間經驗

以往當我們在描述空間與時間的關係時，經常會認為「空間就是需要花時間穿越的距離，而時間便是所需消耗的單位。」(Bauman, 2000, p. 110) 如此的陳述句背後意指的是，為了達到某個空間「目的」，而所需花費的「條件」，如從台北到高雄「走路」需要十五天、「開車」需要五小時，因此在時間與空間的關係上，時間被具體化成一種手段工具，空間更是明顯指涉從原點到終點的距離概念。一旦時間和空間融入人們的生活實踐，為了更有效率地克服空間阻力，便需要將工具變得越快越好，如此工具理性的思維便是現代性的邏輯。時間變成了「硬體 (hardware)」，可以被人們加以控制、使用，時間無法跟人們的實踐分離，因而現代性是時間開始具有歷史的時刻 (Bauman, 2000, pp. 110-111)。

在固態的現代性中，因為硬體條件的不同，時空關係是流程性的「手段一目的」關係 (Bauman, 2000, pp. 112-113)，誰能付出最少的時間代價、更快速征服空間，即能掌握權力。因此，在現代性階段，空間樹立了一道圍籬，為了有效征服空間，便必須以「慣例化時間」來控制空間內的所有行動，以遵從相同邏輯，使空間同質化。當空間被控制著，才能如實佔有空間，對時間的駕馭就是為了使其多變因子無效化 (Bauman, 2000, p. 116)。因此，在現代性的生產型社會下，時間經驗可被化約成兩種模式，一是線性時間、一是週期時間，每天循著上班、下班的線性流程，同時享有週休的週期循環。此時期的時間經驗可喻為「空間內的時間」。

但包曼認為，過去這兩種時間模式都不再適用於液態現代性，時間不再是線

性時間或週期時間，因為事件或行動本身不再是線性的，而是隨機地瞬息萬變，包曼將這樣的經驗指稱為「點時間（pointillist time）」（Deuze, 2007, p. 673）。如此的隱喻來自於「點描畫」，就如同此派藝術家的繪畫風格，並非是由連續性的筆畫製成，而是僅有「點」構成。液態現代性的時間經驗就如隨機散落的點，是片段、零散的，且沒有持續性的，同時也以「宇宙大爆炸」相比擬，認為每個點都是「再生的瞬間」。

這樣的時間經驗指涉時間不再是連續性的，而是可以散落至日常生活的任一時刻、任一秒，因不再尋求一個可計數的完整體，時間單位對「點時間」來說甚至都不再重要。也就是說，我們當代所經驗的時間經驗點狀、碎片、流動，並不存在線性邏輯，每個時間點都具主動性與無限的可能性。在如此經驗的影響下，使用者的手機新聞接收行為應是更強調「瞬間」、「即刻」和「當下」的時間點，以及能充分掌控時間的自由度。

然而就如 Atkinson（2008）對包曼論述的批評，他認為並非所有固態都液化成液態（或氣態），如當代社會階級的概念並未完全消散，於個人、於社會仍是維持一定秩序的社會工具。當代人們的時間經驗真的就如包曼所言，液化成「點時間」了？實際上單就日常生活而言，我們仍是需要透過經驗線性時間以維持生活常規，社會也需藉由時間的規範才不致使失序；且在手機使用經驗中，我們並無法隨心所欲拿起手機，肆無忌憚地滑手機、看新聞，仍需考量諸多外在因素，故以包曼的「點時間」詮釋使用者新聞接收是否還有未盡之處？可否以其他論點補充之。

四、小結

綜上所述，從固態、傳統現代性過渡到當代液態現代性社會，過去習以為常的規範、模式，或是各元素、分子之間將有不同以往的連結關係；在此階段，會有持續改變、液化，也會有繼續維持原樣的事物。故本文主張當代新聞正處於液化的階段，過往線性傳播模式正慢慢鬆動、解離，並重組成全新型態，包括新聞文本、新聞接收，甚至是新聞本質也會與以往有所差異，形成我們從未想像的樣貌，故必須捨棄線性傳播的思維，重新以使用者的接收行為來檢視新聞液化的過程與影響。同時，藉由液態的時間經驗發現，如此的新聞接收行為是流動的、碎片的，所感知的時間經驗就如「點時間」般，無法具體化成完整的時段或時間單

位，而是游離在日常生活，散落至生活的任一刻、任一秒。

然而關於如此流動、碎片的時間經驗，卻也不是全然的自由，完全被使用者所掌控。在我們的生活經驗中，不可避免仍有需要遵循的社會常規或規範，這些常規在實際生活中並未完全液化，甚至仍處於相當固著的狀態。因此光以液態的時間經驗、點時間來描繪使用者的新聞接收尚有不足，應再進而將社會節奏納入討論中，故下節欲援引列斐伏爾「節奏」的概念續論之。

第二節 日常生活與節奏

「節奏 (Rhythm)」為亨利·列斐伏爾 (Henri Lefebvre) 晚年所提出的概念，用以收束其早年對空間的論述，重新將時間劃入討論範疇³。關於節奏的論點出版於與其妻子合著的《節奏分析：空間、時間與日常生活》(Rhythmanalysis: Space, time and everyday life) 中，該著作也被稱為《日常生活批判》(Critique of Everyday Life) 的第四部曲。

如包曼對「點時間」的詮釋，列斐伏爾也認為，時間並不能被簡單化約為鐘錶時間、生物時間，或是任何可被計量的單位，認為應以節奏的概念理解時間⁴；但與包曼不同之處，列斐伏爾強調節奏便包含了個人的、感知的時間經驗，以及規範的、理性的共有時間，而日常生活便是由多重節奏所構成，視「節奏分析」為理解日常生活的新科學。因此，本章節試圖透過對節奏分析的爬梳，進一步了解節奏所隱含的時間經驗為何；而如此經驗又如何與液化的新聞接收對話？以下將從節奏與時間的論述說起。

³ 研究者曾於 2016 年 11 月 19 日於交通大學「2016 台灣資訊社會研究學會年會」發表的論文「難道大家都不看新聞了？—手機新聞的日常節奏實踐」。該文為 104 學年第二學期研究者於「新媒體研究」課堂上所繳交之期末論文（繳交日期：2016 年 6 月 30 日），在此感謝吳筱玫老師的指導與啟發。本研究便是以該論文為基礎，進一步引技術現象學和機緣的技術觀點，更深入地詮釋節奏分析的意涵，以了解手機新聞使用者的接收實踐。

⁴ 同上註腳。

一、節奏的意涵

節奏是人們所熟知的名詞，但需釐清的是，列斐伏爾所指稱的節奏不單是人們所想像的鐘錶或節拍器等機械式的泛音，亦是基於時間和空間上重複的、往返的、可測量的有機動作⁵（Lefebvre, 2004, pp. 6-9）。也就是說，儘管重複是節奏的先決條件，但也並非所有重複的動作都會形成節奏，列斐伏爾以樂曲的旋律為例，說明節奏的組成應有強有弱、有間歇、亦會結束，因而形成動作的穩定性，而節奏便是由如此動作的週期循環所定義。故量化的測量方式不足以代表節奏，因節奏所意涵的不但是不斷重複（repetition），不斷生成（becoming）亦是此概念的重點。有重複、有間歇、亦有差異與驚喜的存在，「質量並重」的關係便是節奏所強調的（Lefebvre, Régulier & Zayani, 1999, pp. 9-10）。

列斐伏爾主張以節奏來理解時間，也就是說，節奏便是他對抽象時間的感知經驗，因此對他來說，時間不單是量化的，亦有「質」的面向。即使所謂的量化時間（quantified time）是所有社會活動的準則，但就具體感知經驗來說，量化的鐘錶時間並無法完整概括、表述人們對時間的感知經驗，而節奏的觀點便能進一步補充所謂的「質」的時間為何。因此，在其論述中認為時間是不可計量的概念，而節奏卻是可以被測量的，亦即，透過測量節奏來感知時間。

故列斐伏爾重新檢視人們熟知的週期時間和線性時間，另稱之「週期重複（cyclical repetition）」與「線性重複（linear repetition）」，前者是一種與自然宇宙萬物融為一體的輪迴循環節奏，無始無終的，循環本身即構成重複，如晝夜、季節、漲潮退潮、月亮的圓缺；後者則來自社會實踐與人類活動，是工業社會中出現的時間節奏（Lefebvre, 2004, p. 8）。透過週期重複和線性重複交互循環，才能使人們清楚意識到由節奏構成的時間經驗，因此時間不單是工業社會以降，被生產流程所規訓的週期與線性時間，更包含了自然界、生物界生生不息的韻律循環，我們習以為慣的量化時間僅僅算是線性重複的一環。

然而，這兩種區別或許還是無法清楚表述節奏和時間之間的交互作用。簡言

⁵ 同上註腳。發表論文原文：「列斐伏爾所指稱的節奏並非人們所想像的鐘錶、節拍器等機械式的泛音，而是基於時間和空間上重複的、往返的、可測量的、有機的感知經驗，也就是由時間、空間與能量消耗的交互關係（頁4）」。唯，前段文字經論文口試委員黃厚銘老師在研究計劃書口試（2017年1月12日）時指正，對列斐伏爾原文有較精確的解讀方式，因而進一步修正為，「『不單是』人們所想像的鐘錶或節拍器等機械式的泛音，『亦是』基於時間和空間上重複的、往返的、可測量的有機動作。」

之，人們的日常生活被自然節奏（*natural rhythms*）與社會節奏（*social rhythms*）所控制，自然節奏就如同週期重複等晝夜、呼吸等，屬於自然的、生理的韻律；而社會節奏則近似線性重複，如理性規範的時間。這兩種節奏會在我們的身體交會，進而維持穩定均衡的日常（Dave, 2005, p. 159）。這樣的詮釋又不同於包曼所指的「點時間」，點時間過於強調每一個點的可能性，卻忽略了現今社會中仍是遵循「共有的時間」來生活。因此，本文結合兩位學者的看法，主張節奏的時間經驗既保留彈性、自由，但亦能指認出一套共循的律則、規範。

基於此見解，日常節奏就不僅僅是個人的、內在的時間節奏，同時亦是外在的共同經驗。舉例而言，儘管身體會有飢餓、休息等自然節奏，但在社會節奏的規範中，就有午休時間吃飯、下班時間才能休息等統一化的日程。這便是處於當代工業社會脈絡下，自然節奏與社會節奏的交互作用，儘管我們日常生活熟知的時間經驗多是由鐘錶時間所構成，但不可忽略的是，我們感知的時間經驗仍同時包含了「質量並存」的自然與社會節奏。

故列斐伏爾強調，日常生活並非流逝時間的總和，而是由節奏所構成（Lefebvre et al., 1999, p. 8）。這樣的節奏不單指涉時間，也就是說，具體的時間可視為節奏，但節奏同時又包含了時間與空間的互動，即使列斐伏爾以節奏詮釋時間，卻進一步揭示了時間與空間的不可切割性，他認為任何節奏的動作都處在定位的時間（*a localised time*）、定時的空間（*a temporalised space*）（Lefebvre, 2004, p. 98；Dave, 2005, p. 158）。簡言之，節奏便是基於時間、空間之下，能量消耗的互動關係（Elden, 2004, p. xv）。因此節奏並非僅是單一名詞用以解釋概括化的概念，而是一個動態的過程，基於互動之下的產物，而我們所處的環境世界、日常生活便是處於多重節奏交互作用的動態均衡狀態。

因此在進入節奏分析前，我們必須掌握一個要點，「萬事萬物皆有節奏」，列斐伏爾所提出的節奏概念便是要我們重新檢視熟知的環境，理解自身隱含節奏，同時我們也處於節奏中，透過傾聽、感知、經驗與我們相關的事物，感受多重節奏的交織，思考萬物互動變化的過程。基於以上論述，我們可以進一步理解，使用者的手機新聞接收鑲嵌於日常生活中，在自然節奏與社會節奏中取得平衡，重塑使用者的日常節奏；此外，手機、手機新聞本身背後亦隱含節奏，使用者新聞接收行為更是處於動態均衡、多重節奏交織之下的實踐活動。但手機或手機新聞的節奏究竟是什麼？又是如何影響使用者的新聞接收？

二、物的節奏分析

隨著節奏論述的開展，本文主張以節奏來理解較為抽象的時間經驗，亦認知到萬事萬物亦會隱含自身節奏，然而節奏何來？列斐伏爾在〈物的批判〉(The Critique of the Thing) 中進一步闡明，物在生產過程中、於世流通之時即被代入當代的節奏 (Lefebvre, 2004, pp. 6-7)。換言之，商品在進入市場時，便帶有自身的節奏感以及生命週期，同時也融入共享的社會時間與社會空間⁶。當代消費社會逐漸以商品為中心，亦致使物的節奏主導當代人們的日常生活的時間節奏 (魯寶，2014)，人們使用該商品，便代表接受了此物背後所隱含的節奏，同時也會因該物的節奏介入而有產生新的生活節奏。因而不能僅僅將物作為獨立的存在，而是需進入日常生活，將整體社會氛圍、脈絡，甚至是物與人的互動、身體的感知經驗列入節奏分析的範疇。

節奏分析提供「物」與「身體(人)」互動關係的分析取徑，Obert (2008) 以此重新檢視電視與閱聽人的關係，她認為，電視有結合社會時間與生理時間的能力，因而在家裡也能感受世界。於此她提出了兩個研究問題，在客廳角落的黑盒子(電視)與我們之間存在著何種關係？以及表面上看似無關緊要的黑盒子為什麼可以再次反映日常物質和再次形塑我們的感知結構？

藉節奏分析的觀點，Obert (2008) 將「電視」作為節奏 (TV- as- rhythm)，透過感知電視節奏，了解電視如何體現與閱聽人協奏關係。如列斐伏爾 (2004, p. 48) 所述，電視本身即是節奏的產物 (output)，以時刻表 (hourly slices) 默默主導人們工作或休息的日程；Obert (2008) 同樣舉電視節目流程為例，認為節目與廣告之間交錯的節奏形成週期循環，而這樣的節奏或許是受當時的規範或文化因素所影響，但閱聽人也可能再次介入，透過收視率來影響、改變其節奏。透過此例便可以發現，電視節奏同時包括了電視節目產製流程的內在節奏邏輯，且如此內在節奏邏輯會被作為社會時間的再現；以及因為電視介入家庭生活後，受閱聽人身體自然節奏的影響而形成的全新節奏。此兩種節奏在閱聽人的日常生活交會，現今我們習以為常地暴露在電視的節奏之下，電視節奏與人的日常節奏交織，因此能輕易辨認其節奏，同時也能即時調整我們的步調，這便是電視之所以能融入家庭生活的關鍵。

⁶ 同上註腳。

換言之，媒介之所以能有其作用，是因為結合了理性的、預先規範好的社會節奏，以及內化於使用者的、個人的自然節奏，因為此兩種節奏的多重交互關係，致使媒介能為我們所用，亦能產生影響。因此物的節奏分析提供了另一種觀點，當我們使用技術物時，除了滿足需求、動機外，還有一部分是我們無法輕易看見，但卻是影響我們決定使用或棄用該物的關鍵。

舉例來說，近年最流行的科技話題「穿戴式裝置」，如 Apple Watch、小米手環等，該商品具有宏大的遠景，意欲做為物聯網的中介，同時也有一定技術能力使移動裝置的可攜性發揮最大的作用，但為何在進入市場後，普及率依舊十分有限，始終無法創造似智慧型手機的潮流？撇除一切產業因素，回到最簡單的技術本身來看，目前穿戴式裝置的載體多是手錶或手環，然而「如果時鐘都放口袋裡了，還需要戴手錶嗎？」（蕭瑟寡人，2016年9月19日），這句評論說明手錶做為載具的不適宜；更深入地來說，手錶、手環商品有自身的「性格」，也可以具體說是「節奏」，而穿戴式裝置或者控制面板本身亦有其功能、節奏，當這兩種物質整合之時，不同的節奏如何聚合、統整便是關鍵。但從此例來看，控制面板的節奏顯然在人們的日常生活已根深蒂固，或者說，已與智慧型手機的節奏密不可分，致使手錶或手環等形式能承擔、卻無法體現該技術，穿戴式裝置實用性與接受度不如預期。

明明是最新科技產品，但卻無法普及的例子屢見不鮮，從節奏分析的觀點來看，每個物、每樣技術都有自己的節奏，不管它擁有多高級、先進的功能，只要其節奏無法進入日常生活，就無法為我們所用。相反地，儘管是被視為落後、傳統的，如電視、如紙張文本等媒介，但已完全融入我們的日常生活節奏中，便不會輕易被捨棄。因此當在分析近用或棄用技術之時，甚至可以藉列斐伏爾的口吻大膽宣稱，核心原因就是因為該物符合或不符合我們的生活節奏；使用者會使用手機接收新聞、或習慣用特定平台接收新聞，也是因為該技術、該平台完全吻合使用者的日常節奏。

然而有趣的是，儘管會有如此的宣稱，也知道萬事萬物皆有其節奏，但物的節奏究竟具體意指什麼？指向什麼？且，物於生產之初便會帶入當代所賦予的節奏感，而這樣的節奏又是如何被帶入物之中？因此，在下段將帶入新的觀點重新思考物的節奏分析。

三、節奏分析的技術觀點

回到例子來看，不管是電視的節奏分析（Obert, 2008），或是科技的近用、拒用，我們都可以將其簡化成人與物的互動關係。其實在列斐伏爾的節奏分析中，最不可忽視的便是他對「異化」的另類觀察，異化就是節奏化（關巍、張曉娜，2016，頁 15），亦即現今日常生活是由商品邏輯交織而成，人們按照資本的節奏來體驗生活（Highmore, 2002／周群英譯，2005，頁 167）。因此，我們的日常生活就是由物的節奏所構成，也就是人透過使用該物來經驗生活節奏、體驗世界。在這樣的關係中，物有如中介般，不單中介生活節奏，亦中介我們直接與世界接觸的感知經驗，就如技術哲學家 Don Ihde（1990, p. 1）所述，我們的日常生活是由技術所構成，「人一技術」相互影響的關係會形成日常節奏的行程表，我們所經驗的即為節奏化、技術化的日常生活。

藉 Ihde（1990）對技術的理解，在此欲將節奏分析的論點做個轉向，從物的節奏分析轉至人與技術的關聯，亦即人如何感知物的節奏，以及該節奏形塑的過程。以 Ihde 所提出的「人一技術—世界」關係式來看，便知是人藉由技術物經驗世界；而節奏分析中強調，身體是節奏分析不可忽視的部分，以身體來聆聽、感覺事物的節奏，同時作為承擔多重節奏的載體（Elden, 2004, p. xii），人會使用該物便是因為接納了物背後的節奏，也會因物的節奏的介入而調配出新的日常節奏。是故，以 Ihde 的技術觀點重新詮釋，將列斐伏爾的節奏分析理解為「人一技術—節奏」的交互作用，關係式中的節奏便指向雙重意涵，一是指藉由與技術互動中所感知的「技術節奏」，同時涵蓋置身的世界、經驗的日常生活；另一則是因技術節奏的介入而重新調配、形構的「日常節奏」。如此關聯式所揭示的便是，技術節奏與日常節奏交互指認、不可切割的關係。因此更細緻的關係式為「人一技術—日常節奏」，後文也將進一步以技術節奏與日常節奏區分、釐清節奏分析中所指稱的節奏。

循此論點，我們得以回答物的節奏（技術節奏）究竟具體意指什麼；而這樣的節奏又是如何被帶入物之中？本文主張，技術節奏所指向的就是「透過技術與世界接觸的體驗」，且定要與人互動，藉由人使用技術，此節奏才能顯現。簡言之，沒有人、技術與世界的交互作用，或是缺少任一元素，技術節奏便不復存在，甚至我們也無法進而感知日常節奏是如何生成。

Ihde（1990, pp. 59-62）以鐘錶技術為例，在此一技術的中介下，人們對時

間的知覺徹底量化，且慣以測量、理性規劃來掌握時間，此時，該技術之於人們的意義便等同於時間經驗。Ihde 將這樣的關聯形容為「人—（技術—世界）」的詮釋關係，換言之，鐘錶技術中介著以往對人們來說混沌不明的自然時間，在這關係中，鐘錶時間即為前景，而自然節奏則變成了背景。在人與鐘錶的接觸過程，世界、時間的意涵便隱含在技術之中，簡單來說，人們對時間的感知是由鐘錶技術所形構，在詮釋關係的情境中，感知、經驗需建立在藉由技術為中介的前提下，所以若沒有鐘錶，人們對時間的感知便不會如今日般是以時、分、秒等理性精確的刻度來計算。

本文認為物的節奏分析亦是如此，「人—技術—日常節奏」同是詮釋關係的展示，使用技術的過程中，技術節奏才能成其所是，甚至被人們所感知。然而值得注意的是，儘管特別強調節奏分析所指涉的技術內涵，但不可忽視的是，如此的技術是體現在「互動」之下。Ihde (1990, pp. 69-70) 也主張，技術具有含混性，需透過使用，技術才能成其所是；亦即，沒有「物自身 (things-in-itself)」，只有情境中的事物，且情境是多元豐富的。因此，「人—技術—日常節奏」所意指的是無法切離的日常脈絡，技術總是「於世之中」，更重要的是需進入「實踐」的範疇，人對技術才能有所詮釋（曹家榮，2012）。

基於此見解來思考本文的研究焦點，手機新聞有節奏、新聞同樣也有節奏，在「人—技術—日常節奏」的互動脈絡中，除了因平台技術節奏的不同，以致使用者體驗到不同的日常節奏；同時亦會因人使用技術的方式不同，同一技術也會有差異的樣貌，亦會影響技術節奏的生成或呈現。因此藉由將節奏分析化約「人—技術—日常節奏」的關係式，我們更能了解到，「物有自身節奏，且影響人們日常節奏」的真正意涵。

四、小結

在本節中，本文主張以節奏理解時間，以自然節奏的週期重複與社會節奏的線性重複來表述時間的質與量面向，而我們的日常生活便是多重節奏交會的動態均衡。尤其是在當今消費社會，物的節奏主導日常生活節奏，透過物的節奏分析，我們可意會到物的內、外在節奏邏輯，也就是物在生產之初便被帶入的技術節奏，以及該物透過人的使用又會形成新的日常節奏。最後，為了能更好地解釋技術節奏的形成與樣貌，引 Ihde 「人—技術—世界」的互動關聯式，將節奏分析理解為

「人—技術—日常節奏」，在這組關係式中，手機或手機新聞就等同於技術的作用般，在使用者使用手機接收新聞的同時，技術節奏會因而浮現，同時，也進而說明手機新聞、新聞的節奏需要置於使用與互動脈絡之下才得以顯現。

儘管我們已知節奏具體指向「透過技術與世界接觸的體驗」，但仍有一個懸而未決的問題，為什麼同一技術，卻有不同的使用方式，而形成殊異的技術節奏，進而影響使用者的日常節奏？Ihde（1990）認為，「人—技術」關係隱含了人的實踐和行動本身，根據實踐的不同，會經驗不同的世界。因此在下節，欲進入技術實作的層次，藉由「機緣」探討「人—技術」中謎的位置「—」。

第三節 機緣作為分析結構

延續第二節的討論，Ihde（1990, p.32）認為技術有意向性，必須是「為了__」才得以成立，技術需在使用脈絡之中，基於人的意向決定技術的性質。儘管如此，他並沒有捨棄技術事實（technofact），也就是說，並不是與技術屬性（technical properties），無關，而是這些屬性變成「人—技術」相關性的一部份（Ihde, 1990, p. 70）。因此「人—技術」之間的關係似乎不如我們所想像的，人具有高度自由決定技術的本質，而是更強調人與技術共構的關係。技術的含混性就在於此，簡言之，十個人面對同一技術，也可能會有十一種用法、功能，並於個人的日常生活生成多樣且殊異的日常節奏實踐。

故在第三節，本文不在著墨於概念的推展，而是以同樣強調主客共構的「機緣」作為分析架構，深入探討使用者與技術的實踐經驗。因此以下將簡略介紹機緣，說明為何以機緣來詮釋使用者與技術的互動關係，讓我們能更清楚「看見」節奏⁷的生成；並進一步參考其他應用機緣理論的經驗研究，釐清本文的分析架構，作為後續研究問題的提問基礎。

一、以機緣「看見」節奏

機緣（affordance）源於知覺心理學家（perceptual psychologist）James Gibson，常被譯為符擔性或能供性，取其字義，即是指物具有所能符擔（afford）的條件，以能供與人使用。但最初 Gibson（1979）的機緣較偏重自然環境與行動者的互

⁷ 這裡所指的節奏包括節奏的內、外在邏輯，涵蓋技術節奏與日常節奏。

動關係，所指的行動者則包含人和動物（Norman, 2004）。因此，Gibson 特別強調環境的物理性質，認為環境之所以對動物有功能意義是因為直接知覺

（direct-perception）造成（Jones, 2003, pp. 110-112），而動物能感知到環境的機緣，同樣也是基於其生物特性，尤其是視覺系統，故被視為「生態取徑」的機緣。

鍾蔚文、陳百齡與陳順孝（2007）援引 Gibson（1979）的機緣，進一步闡述，工具的物質性並不等於功能，並強調根據科技史的研究，設計者所預設的功能，往往並非最後運用的功能，決定工具最後功能者並非其物質性，而是人與物質性互動中所產生的機緣。循此，為何機緣能「看見」節奏呢？回顧本文對節奏分析的技術論點，節奏存在於「人—技術—日常節奏」的交互關係中，需要人與技術相互詮釋後才能經驗技術節奏，因此在機緣生成之時、人與技術的互動實踐完成之後，存在於行動背後的、作為指引的技術節奏邏輯才能被人們確切指認；且，為使技術融入日常節奏中，每個人使用技術的方式也會有所不同，同一技術也會因人、因生活型態有所差異，而產生殊異的樣貌和全新的日常節奏形態。將機緣放入「人—技術」中，便不單只會看到人如何體驗技術，也能透過具體的實踐中解釋純粹的物質性何以轉換成技術功能，甚至能進而發現如何形成相容於日常節奏的技術節奏。

因此，除了 Gibson「生態取徑」的機緣，而後也許多經驗研究以 Norman（1998）「文化取徑」面向進一步補充，強調除了身體感知、工具的物質性外，使用者是帶著過去的經驗邏輯與文化制約（cultural convention）來習得使用方式、感知物的機緣，而此概念也廣泛應用於人機互動或介面設計等領域，以設計者的角度出發，幫助釐清使用者是否有正確知覺到工具的設計，以及知覺後採取的行動。舉例而言，黃齡儀（2008）研究 Skype 視訊的意義從何而來，她將焦點放在現有視訊平台所賦予的機緣下人們所產生的互動，並以「凝視」為關注核心，進一步探討實踐語言的重要性。因此她區分了「生物機緣面」與「文化機緣面」，前者分析 webcam 的開關與否與空間配置，探討視覺線索的不同是否影響兩人互動；後者則關注視訊框呈現的對方影像，分析面向包括臉的角度、距離遠近和視訊框的版面配置。

尤芷芸（2010）亦以雷同的分析架構研究線上社交網站的溝通經驗，探討社交網站傳播情境中承載了何種溝通思維。故她將核心放在媒介與使用者兩端互相形塑的過程，並細分成「主體傳播意識」、「主體所展現的行為」，以及「SNS 特

有情境空間性」之間的影響與交會後如何發生作用。前兩者所指向的是使用過程中使用者的詮釋經驗，而後者則是媒介物的科技特性，如可視、可操作化的介面設計，同時也是使用者對媒介的知覺、實際使用行為等多方形塑的產物。

藉由以上例子來思考，本文所欲探討手機新聞的機緣究竟為何？同樣作為使用者與媒介技術共構關係的研究，是否可以循著相同的脈絡來開展分析架構？然而，從上面的經驗研究中不難看出，不論是援引 Gibson 生態取徑的機緣或是 Norman 文化取徑的機緣，在分析架構的設計上，研究者必定得先行預設技術的物質特性，如視訊框的版面配置和 SNS 的可視化的介面。不可否認地，機緣最核心的觀點便是使用者如何感知技術的物質特性，並發展相應的行動，就如在過往研究中往往會將手機的技術特性預設可攜性、共時性，或智慧型手機螢幕的觸覺感知體驗 (Best, 2009, p. 398；劉倚帆，2011，頁 15)。然而膠著點便於此，本文並未預設使用者手機新聞接收的平台，須在訪談時才會一一揭示，因此目前研究者並無法明確指認手機技術功能或平台介面為何；且手機提供多媒材的新聞文本，各種機緣交互作用的關係更為複雜、難以辨明。因此為了保有使用者詮釋技術的彈性，亦避免偏向人機介面或設計等領域的研究，我們欲換個角度來進行機緣分析。

亦即，強調機緣必定是「事後分析」的核心觀點，著重使用者使用技術的整體行為與實踐過程。然而我們並非否認技術的物質性對機緣生成的影響，本研究亦是立基於特定物質條件的立場，欲了解使用者新聞接收的轉變。但需釐清的是，我們僅設定手機就是該「特定物質條件」，因為在「人—技術—日常節奏」的關係式中，手機真正「被使用」的狀態是鑲嵌於使用者的日常節奏中，在日常節奏的引導下，我們並無法斷定對使用者的手機新聞接收實際產生影響的技術物質條件為何，且不同節奏實踐之下，使用者所揭露的技術必是殊異且多元。是以，在此我們並無法由理論出發定義「物質性的實質內涵」，僅能已實踐完成的經驗中端看手機新聞的機緣如何被顯現，以及如何影響使用者的新聞接收，這一點在後文的分析討論中可以看得更清楚。

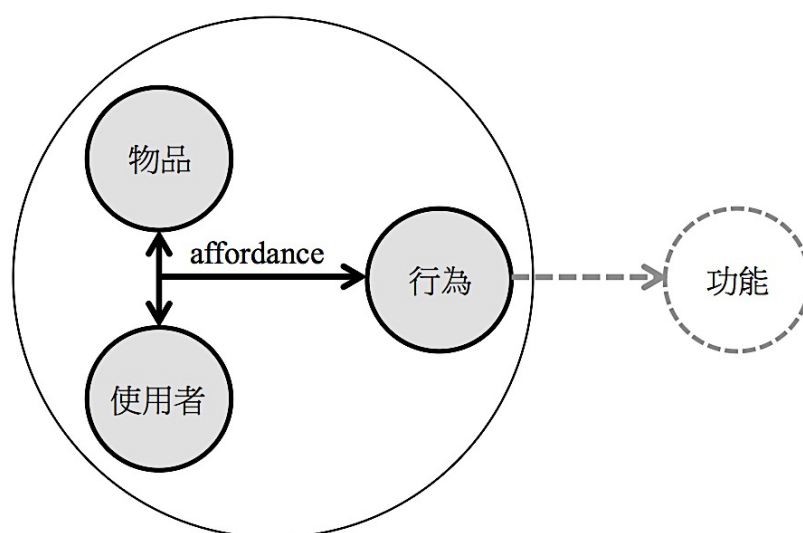
二、分析架構

當分析焦點從如何感知技術的物質性轉向使用者的整體實踐行為，便也不再深入著墨何謂機緣的生物取徑或文化取徑，而是轉而關注致使機緣「浮現」的技

術實作。回顧其原初定義，機緣是動物參照自身物種與環境（表面）物質性對應的特定組合（Jones, 2003, p. 112；游曉貞、陳國祥、邱上嘉，2006，頁 14），由此可知，機緣必是「特定組合」的互動之下才得以產生。

舉例來說，「坐」此一動作的完成，便包含物品提供水平、可支撐重物的物質特性，且使用者能感知該物品特質並採取對應行為，致使該物品對使用者而言衍生休息等主觀詮釋的目的功能（游曉貞等，2006，頁 19-21）。從中可得知，「可坐性」此一機緣的產生即是使用者、物品與行為的特定組合，此外，儘管功能並不影響機緣的發生，但在使用者與物品的對應行為發生後，使用者還會進一步以主觀價值詮釋該物，故功能亦是機緣概念的相關要素，詳見圖一。

圖一：物品、使用者、行為、機緣與功能之關係



資料來源：游曉貞、陳國祥、邱上嘉（2006）。〈直接知覺論在產品設計應用之審視〉。《設計學報》，11(3)，21。

儘管游曉貞等人（2006）是以產品功能的生成為論述核心，故並未提及使用者與技術之間更細節的關聯性，以及基於技術條件不同而產生的相應行動，但「特定組合」的觀點卻不需特意區分機緣的物質面向或是文化面向，同時保留亦這兩者在使用者面對技術之時而產生的影響。因此我們保留「特定組合」的觀點來重新檢視本文所欲了解的使用者技術實作，然而又如前文所提及，本文的手機新聞是由使用者自行定義，在這特定組合之中，如何彰顯使用技術的多樣性？又該如

何挪用、重新設計本文的分析架構？

為此，重新以機緣的視野回顧使用者與技術的關係，Best (2009, pp. 402-404) 認為 Norman 等人的功能機緣和感知機緣不足以解釋使用者為何會堅持使用該媒介、技術，並重新以「關聯性機緣 (Relational affordances)」說明，他舉例，手機使用者必須按下特定的按鈕、依循一定的步驟才會進入未知來電的介面，得知該訊息。也就是說，在這樣的行動過程中，便隱含使用者與手機的特定關聯，以及在使用者的例行常規中，該手機便代表了鬧鐘、訊息接收器或是呼叫器。因為這項技術與使用者、其使用情境脈絡有某種關係或關聯，並被使用者所掌握，如同劉欣貽 (2009, 頁 92) 在研究溝通媒介的選擇行為時所提出的論點，媒介的選擇與使用不再只是工具面的思考，而是多了利用媒介技術溝通，以維繫彼此網絡關係的社會意義。

換言之，技術的使用並不處於真空的狀態之中，而是存在某種交互關聯的網絡之下，故使用者與技術之間的關係不單受技術物質本身的影響，更存在易變、複雜的交互作用，甚至是指向使用者與整體媒介世界 (media world) 的關係 (Best, 2009, p. 401)，也就是王宜燕 (2012) 所指稱的「媒介文化」。亦即手機並非被使用者經驗的單一媒介技術，使用者所經驗的媒介世界中更包括報紙、電視、電腦等，置身於多媒體並存的環境中，甚至，媒體實踐活動歷程中涉及的其他人、事、物，亦可廣泛地包括在廣義的「環境」定義中。因此手機之於使用者必存在某種特殊關聯，致使影響使用者新聞接收實踐的媒介取用。

故在此論點下，手機的機緣便會以多變、且「特定的關係」被個別使用者所經驗；而「特定」不僅是「特定組合」，更是意指每次使用行為都可能存在於特定的脈絡、使用情境之中，進一步強調使用者個人經驗層面對於機緣的作用 (Best, 2009, pp. 403-404)，致使機緣在個人使用經驗中顯現。循此，本文機緣分析所欲關注的對象便是於使用者經驗、行動中，由「使用者主動揭露／描述的技術」，以保留手機新聞平台的多樣性，以及使用者豐富的接收實踐。

透過關聯性機緣的觀點，除了再次釐清使用者與技術的關係，同時亦指出了個人經驗中的「情境」、「脈絡」以及「整體媒介世界」對機緣生成的重要性。再者，循著本文的理論脈絡，從液態現代性到節奏分析，一再地強調手機新聞的接收行為模式更為流動、碎片化，於使用者而言具高度彈性與個人化，新聞接收相當殊異。但這樣的行為並非毫無邏輯、秩序可言，而是鑲嵌在日常生活之中，甚

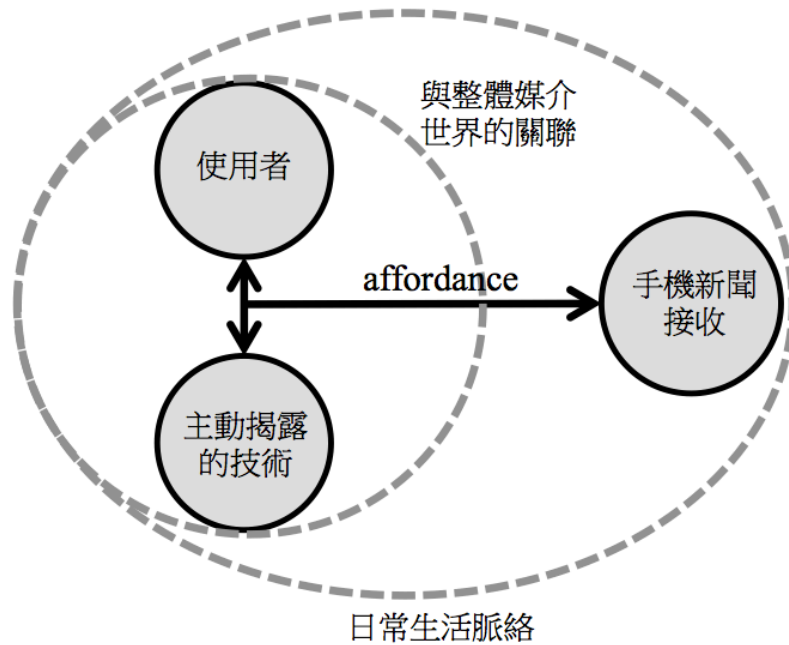
至被日常節奏所支配，因此本文亦認為，不能只單純討論機緣概念中人與技術的互動，而是需轉向活動（activity）中的互動（鍾蔚文等，2007，頁 239）。

鍾蔚文等人（2007）主張研究數位能力應向工具互動轉、向體現之行轉、向活動轉，除了納入工具的因素、注重身體經驗，更需進一步轉向活動，將互動置於人類活動的脈絡，也就是回到日常生活的脈絡之中，對使用者才會產生意義。Hutchby（2003, p. 586）亦強調，機緣該關注的核心並非「該技術可以做什麼？不可以做什麼？」而是處於什麼樣的位置、情境，與使用者實際行動交互關係之下，技術的功能「為什麼」可以為我所用、或不被我所揭露，關注焦點應是「社會互動使用情境中」的技術裝置，以及「於世之中」的實踐行動。

以上觀點再次呼應「人—技術」的互動受到「人—技術—日常節奏」整個關係結構的影響，故本文認為，機緣概念的「特定組合」和關係（游曉貞等，2006，頁 19-21）應轉以用「網絡」的概念加以理解，將其置入「日常生活脈絡」、節奏實踐的框架之中，才能真正探尋於使用者經驗中手機新聞的機緣為何。

據此，本文的分析架構便是以「特定組合」的概念為基礎，以使用者在日常生活中接收手機新聞的行為出發，重新檢視使用者主動描述、揭露的技術造成何種機緣。故本文機緣分析架構的關注核心為使用者手機新聞接收實踐的「日常生活脈絡」、在實踐過程中所「揭露的技術條件」，以及「與整體媒介世界的關聯」，如下圖二所示。因此，就算是同一使用者，在不同日常生活脈絡、面對不同技術條件，仍會有多樣、多元的手機新聞接收實踐，本文目的便是保留使用者新聞接收經驗的殊異性，試圖從中指認在接收節奏實踐完成之後、手機新聞機緣生成之時，使用者會經驗到何種樣貌的手機新聞。

圖二：本文機緣的分析架構



資料來源：研究者繪製。

第四節 本章總結與研究問題

為了能更深入理解鑲嵌於使用者日常生活的手機新聞接收行為，本節以液態現代性的論點出發，作為本文認識架構與當代背景脈絡。援引包曼「melting the solid」詮釋當前新聞產業，認為目前的新聞產業、結構、文本等都面臨「液化」的階段，各元素、分子正逐漸鬆動、重組。手機新聞的接收行為更是呈現碎片化、瑣碎的使用經驗，不再拘於單一文本空間，而是基於時間維度、處於持續變動的狀態，因此為了理解如此樣態的新聞接收，主張以液態的時間經驗為切入點，以時間的角度幫助我們重新檢視手機新聞接收實踐。

但，我們日常生活所經歷的時間經驗似乎也不如液態時間般，並不是全然的個人化、擁有高度自由與彈性，而是依然依循著某種社會秩序或規則而行，因此轉以用「節奏」理解時間，並理解使用者的新聞接收是處於多重節奏交織的動態均衡狀態，且手機和手機新聞背後都隱含其特有節奏。然而物的節奏何來？以「人—技術—世界」重新檢視列斐伏爾的節奏分析，發現技術實作中才得以感知到的「技術節奏」，以及該技術進入日常生活重新形塑的「日常節奏」。亦即，節奏分析背後的更隱含了「人—技術—日常節奏」的互動結構，故手機新聞的節奏、新聞的節奏，以及如何形成穩定的接收節奏，皆需置於此關係式之下才得以顯現。

因此在最後，本文以機緣作為分析架構，將焦點轉移至微觀的「人—技術」互動、共構關係，同時藉關聯性機緣的觀點，聚焦於使用者新聞接收實踐中所揭露的技術條件，並強調不可忽略使用者所置身的日常生活脈絡、以及與整體媒介世界的關聯。故以「日常生活脈絡」、「主動揭露的技術」和「與整體媒介世界的關聯」作為本文機緣的分析單位，欲藉此發現手機新聞的機緣如何影響接收節奏的形成，進而瞭解使用者如何經驗新聞。

透過文獻爬梳、一步步概念推導的過程，更清楚地指出，本文所欲探討的手機新聞接收是植基於「人—技術—日常節奏」結構之下的個人經驗，故應將問題聚焦在日常脈絡中的「人—技術」實踐活動。因此在具體研究問題設定上，我們延續文獻所述，開展本研究的第一個核心關懷「大家都不看新聞了嗎？」

就如液態現代性理論帶給我們的啟發，或許並非不看新聞，而是在新聞液化的狀態下使用者難以清楚辨明是否正在「看新聞」，因此我們不再依循過往研究對新聞的討論，將其視為侷限於特定媒介空間的媒體活動，而是以節奏的觀點來分析，將使用者的新聞接收置於「日常生活脈絡」之下。故第一個研究問題：**使用者的手機新聞接收實踐是如何鑲嵌於日常生活中，如何與日常生活的工作、作息互相協調？展現何種樣態的接收節奏？**

更進一步地，延續列斐伏爾在物的節奏分析給我們的指引，使用者的新聞接收節奏必定會受到技術節奏、也就是媒介技術的影響，因此第二個研究問題將就「人—技術」的互動範疇來發問：**援用本文機緣分析架構「主動揭露的技術」和「與整體媒介世界的關聯」，探討在手機新聞接收節奏生成之時，更細節的技術實作為何？以及如何影響使用者經驗新聞？**

最後，依循以上的提問邏輯，我們便不能再問「新聞還是新聞嗎？」而是該重新思考，如此經驗之下的新聞與我們以往所討論的新聞有何不同？這樣的轉變又將如何幫助我們看待當代的新聞環境？

第參章 研究方法

接續上章節，本文研究問題的核心在於，了解使用者手機新聞的接收實踐展現何種樣態的節奏，以及在節奏實踐中顯現的手機新聞的機緣，因此應將研究範疇聚焦於使用者的個人經驗層次。故本章節將進一步說明該以何種研究策略探究個人的使用經驗，並進一步解釋研究對象、訪談設計等資料蒐集方法，以及資料篩選的策略。

第一節 研究策略

新媒體逐漸朝向行動化、個人化發展，媒介使用經驗不再如以往大眾媒體傳播般單一，李蔡彥和鄭宇君（2011，頁 77-78）認為應發展新的研究方法來理解新媒體的使用者經驗，如在手機上載入使用行為記錄程式，蒐集使用者記錄（user log）；或是手機研究時常採取的質性研究方法日誌法（王淑美，2014a，頁 28），以日記形式，由研究對象自行紀錄使用行為，方便掌握使用情境脈絡，再進一步輔以訪談法使資料更加聚焦、豐富。

然而，本文認為以上研究方法都不太適用於探討手機新聞的接收實踐，主要考量如下：

第一，研究欲探討的是鑲嵌於使用者日常節奏中的手機新聞接收實踐，如此的接收經驗是碎片的、流動的，甚至可能是瞥一眼、滑一下等不經意的舉動，若要研究對象記錄如此瑣碎的行為，可能無法詳盡，且紀錄下來的資料也無法完整呈現其流動、多變的樣貌。

第二，機緣不但著重使用者與技術的實踐行為，更強調使用者如何看待、詮釋技術，因此在分析架構中亦不預設技術物質的實質內涵，而是希望由研究對象主動揭露、描述；況且，上章節所擬的研究問題強調的都是需回到使用者的日常生活、回到個人經驗層次，才能真正理解手機新聞的機緣和使用者新聞接收經驗，而如此使用者與技術、日常生活交織的主觀經驗並非是以使用者記錄或日誌法可以完整描繪的。

基於以上考量，為了能進入使用者的日常生活、掌握節奏實踐的情境脈絡，並充分彰顯個別使用者的手機新聞接收經驗，本文採取注重對話與故事描述的「深度訪談法」。Seidman（1998, p. 1）：「訪談是因為我對人們的故事感到興趣」

研究對象在描述、敘說故事的同時，會篩選意識中的經驗，並賦予其意義，因此深度訪談的目的便在於理解人們的主觀經驗，以及經驗所產生的意義；亦能幫助研究者了解人們行動背後的脈絡，故本文認為深度訪談法是最適宜的研究方法。

但在訪談過程中，為了能更具體理解研究對象與技術的互動關係，微觀層次的技術實作部分仍需請研究對象實際操作、示範，因此除了訪談外，還會輔以參與觀察法，細節的訪談設計與操作方法將於後文繼續說明。

第二節 資料蒐集

一、研究對象

總結前兩章節的觀點，手機瓦解以往觀看、閱讀新聞的空間限制，形成新型態的、流動的新聞接收模式，而有如此經驗的研究對象於空間維度上必定是流動的，生活中才會有行動間的新聞接收經驗；此外，於時間維度上，本文強調日常生活是由各種節奏而成，不僅是個人的、彈性的，亦會受到上下班等外在規範的社會節奏所影響。因此本文的研究對象設定為：多重節奏交織、卻有均衡穩定的週期和線性重複，同時具流動性的通勤族。

在研究對象的招募上，考量到本文理論脈絡和核心關懷，皆是欲從使用者的手機新聞接收中發現不同樣態的接收節奏實踐，因此會盡量避免生活經驗過於類似，避開相同行業工作和相同使用經驗的人，故預計透過「滾雪球抽樣」的方式，從研究者的親友介紹的研究對象出發，不分職業，找尋有手機新聞接收經驗的通勤族。然而，需注意的是，在研究對象的篩選上，非詢問「會使用手機看新聞」或「曾在手機上接觸過新聞」，而是轉以問「是否依賴手機接收資訊」，不預先揭露「新聞」一詞，避免研究對象事前知覺，帶入過往個人經驗將新聞預設為媒體組織所產製的文本或商品，故以「資訊」替代，凸顯本文所欲探討的新聞接收是種隨意、流動的行為，之後的訪談再循序漸進帶入所欲關注的新聞。

二、訪談設計

因訪談重點在研究對象自我描述的個人經驗和日常生活脈絡，故採取半結構式訪談，保有訪談的彈性與開放性，亦不至於無邊無際、模糊研究焦點。訪談設計則參考 Seidman (1998, pp. 9-13) 所整理的深度訪談三階段，關注研究對象的生命史、重構經驗細節、以及引導研究對象反思，一步步深入探索研究對象的經

驗故事，故本文的訪談設計如下：

第一階段，關注研究對象的生命史，將與研究主題相關的經驗置於脈絡、關係網絡中。因此在訪談的初步階段，欲了解研究對象的整體生活脈絡，包括職業工作、線性與週期重複等日常節奏為何；以及放大範疇檢視研究對象使用手機獲取資訊的行為，透過問題設定，如是否知道近期重大新聞事件？如何得知？請研究對象操作示範，再慢慢引導出研究對象與手機新聞的相關使用經驗，並將以上經驗置於關係網絡中，先行理解研究對象與手機的關係、與新聞的關係，再聚焦至特定接收活動。

第二階段則著重於使用經驗的細節描述，重構研究對象的經驗細節、生活細節，更細部地詢問研究對象與手機、技術平台的互動關係和實際接收模式。在這階段，會以一天為單位，請研究對象描述使用手機接收新聞的活動、與手機新聞的實踐過程，以及特別著重的技術細節為何。同時將個別接收行為置於情境脈絡，處於何種時間、空間脈絡下，是否影響新聞接收等。

另外，因本文不設定手機新聞的平台，而是由研究對象自行定義，因此在這階段的提問設計上，不預先提醒手機新聞的平台和模式，任由研究對象主導、操作，藉觀察研究對象「直覺」開啟的手機新聞為何，再進一步探問使用經驗與相關日常生活脈絡。此外，亦會隨著問題所提及的情境，請研究對象實際操作手機，展示如何點擊、觸控等細節動作，並請研究對象一一說明描述，從研究對象的描述中發現他如何詮釋技術，以及自身與技術的關係。

最後，訪談進入意義反思的階段，研究對象被要求反思當前生活世界與經驗脈絡，強調經驗現象與研究對象的情感連結和主觀感受。故第三階段的訪談內容植基於前兩階段研究對象的回應，進而結合前兩部分的訪談故事，引導研究對象能更加理解自身經驗，同時詮釋該經驗的意義。是以，此階段欲請研究對象分享用手机接收新聞的心得感受，該感受與以往的新聞閱讀模式有何不同，讓研究對象以過去經驗和主觀價值反思自身的新聞接收，甚至是對新聞的看法等。

然而，以上設計並非制式不變的規則步驟，而是希望能慢慢引導研究對象詮釋自身的新聞接收實踐，並進一步反思該經驗背後的意義與對新聞的見解，幫助研究者理解如此接收實踐下的新聞樣貌為何。因此在實際訪談操作時，亦會考量與研究對象的對話情境脈絡和互動氛圍，隨時調整提問順序及內容。詳細的訪談大綱請見附錄一。

第三節 資料篩選

本研究採取滾雪球抽樣，由研究者的親友介紹「自認為依賴手機接收資訊」的通勤族，一邊訪談、一邊撰寫資料分析，確保使用經驗與接收平台的多樣性。因此於 2017 年 3 月 7 日至 5 月 16 日訪談了六位研究對象，直到第五位及第六位研究對象接收平台與其他受訪者重複，便結束本研究訪談。然而在此之前，為了更確立本研究的分析架構，以及測試訪談問題可能獲得的回應，於 2016 年 5 月 29 日至 6 月 26 日亦前測訪談五位「依賴手機獲取新聞」的研究對象，因此本研究共訪談了 11 位研究對象⁸，包含前測訪談獲取的資料都將一併列入資料篩選。

然而，在訪談時為了避免受訪者將新聞化約為特定媒體品牌的内容文本，而不事先揭露研究主題，因此在訪談後，藉由資料整理過程，從 11 位研究對象中首先排除兩位「未意識到」或「完全不使用」⁹手機新聞的受訪者；再從餘下的九位受訪者中挑選新聞接收平台、管道差異較多的受訪者，如新聞 APP、批踢踢、Facebook、Twitter、LINE 等平台各選取一名、相對之下使用經驗較為特別的受訪者。故最後選取五位「依賴手機接收新聞」、且接收實踐較為殊異的受訪者進行分析，以下為受訪者基本資料。

表一：受訪者基本資訊

編號	性別	年齡	職業	目前接收新聞的管道
A	女	23	網站編輯	電視／新聞網站／手機：Facebook
B	男	25	替代役	手機：批踢踢
C	男	27	保險內勤	電視／手機：LINE Today、LINE 官方帳號、批踢踢
D	女	25	待入學學生	手機：新聞 APP
E	女	24	網路媒體企劃	手機：新聞 APP、FB、Twitter

資料來源：研究者整理。

註：受訪者 D、E 為前測的訪談對象，因此分享的經驗皆為 2016 年的新聞事件。

⁸ 由於研究對象設定為「自認為依賴手機接收資訊」的通勤族，且由從研究者親友圈開始滾雪球，因此這 11 名受訪者的年齡均介於 21 至 28 歲之間，與研究者年齡並未相距太大。

⁹ 在訪談的最後，設定了篩選題「如果在招募時改問『是否為高度依賴手機接收新聞的通勤族』，你認為你會是我的受訪者嗎？為什麼？」如此的篩選題並非僅為了再次確認、並篩除不符的受訪者，而是為了進一步理解受訪者如何詮釋手機新聞，以及反思自身所經驗的新聞究竟為何。因此儘管受訪者 A 回答不是，但仍被視為本文的研究對象；而被排除的受訪者都是自認為極少接觸新聞（不單是手機新聞）的人。

第肆章 日常節奏實踐中的新聞

本章分為三節以回應本研究提出的三個研究問題，但因為研究問題之間環環相扣，在書寫策略上並不打算以節作為回答問題的次序，而是按照機緣分析架構，依據「日常生活脈絡」、「主動揭露的技術」、「與整體媒介世界的關聯」的分析單位進行討論。因此，接下來我們的討論分析會依循幾個方向開展，在第一節先大方向地說明受訪者手機新聞接收的模式與實踐過程中的日常生活脈絡等細節，包括新聞接收如何鑲嵌在受訪者的日常節奏中，以及受訪者如何發展、創造自身的接收模式與節奏；接著延續第一節，分析接收實踐中所揭露的技術條件，而如此技術之於受訪者又有何意義，同時藉關聯性機緣的觀點，進一步探討受訪者與手機新聞、與整體媒介世界的關聯；最後在第三節的部分，藉由前兩節的發現，從日常生活脈絡、受訪者與技術之間的共構關係，進而深入了解手機新聞的機緣為何，同時藉由以上發現去詮釋受訪者在日常實踐中自然而然地把新聞體現為什麼，而實踐中新聞又是何種樣貌。

第一節 使用者的新聞接收實踐

前文的論述已指出，本研究所欲探討的新聞不只是過往傳統新聞學研究所著重的媒介文本內容，更是使用者的媒介實踐行為，但我們也知道如此行為與使用者的日常生活密不可分，且相互交織、高度嵌合，甚至難以清楚辨認出完整區塊或媒介使用時間。因此在這部分欲以「節奏」的角度分析游離在受訪者日常生活的新聞接收，也將進一步討論在新聞接收實踐過程中，除了受到日常節奏影響外，還有哪些因素影響受訪者新聞接收的形成。

一、新聞接收的節奏實踐

就如列斐伏爾在節奏分析給我們的啟發，節奏不單指時間上的往復循環，而是基於時間與空間維度的有機動作，因此在論及受訪者的新聞接收實踐時，應將接收過程中所涉及的時間與空間意涵、或受訪者主觀感知的時空經驗一起討論。此外，在列斐伏爾對節奏分析的討論中，還提出了三元辯證的論點

(thesis-antithesis-synthesis)，也就是所謂「正、反、合」的概念 (Lefebvre, 2004, pp. 11-12)，若以節奏來詮釋，我們的日常生活便是存在穩定的和節奏

(eurhythmia) 與亂節奏 (arrhythmia) 的動態均衡之下¹⁰，是以在我們討論受訪者的新聞接收如何鑲嵌至日常生活時，也需同時注意到受訪者的接收行為如何形構和節奏與亂節奏，故以下欲先初步討論接收脈絡中較為穩定重複的和節奏。

(一) 一再重複、循環的日常

日常生活最直觀的意涵是一般、單調的，但對列斐伏爾而言，日常生活更意味著不斷地重複和持續地循環 (Highmore, 2002 / 周群英譯, 2005, 頁 188-189)，我們的日常生活可說是由各種常規化或瑣碎化的例行事項所構成。同樣地，日常生活中的媒介使用經驗也會因各種例行公事、計畫的安排，形成重複循環的使用習慣，如受訪者 D 如此描述「常態」的新聞接收：

因為之前上班有通勤時間，所以之前上班的通勤時間很常看，但現在因為都在家裡，沒有什麼通不通勤，我一起來就吃早餐了，所以比較少看，現在比較常看標題...其實我覺得我現在的生活不是我的常態，是一個中間的過渡期，以前上班、上課早上會有通勤的時間，我就會點進去看，就是新聞，我都會先看推播給我的，如果有我有興趣的我就會點進去看，如果沒有的話我就會進 APP 直接看。(受訪者 D)

D 作為一名待入學的學生，她分享了兩個階段接收實踐的差異，也就是之前邊上課邊工作實習的階段，以及訪談時在家中待入學的狀態。因此在 D 的接收經驗中揭示媒介使用習慣形成的原因，首先最為關鍵的便是「通勤時間」，對 D 而言，因為「上班有通勤時間」，通勤時間本身就是日常生活中重複循環的穩定節奏，因此在例行事項中，她可以彈性運用、規劃該如何填補這段時間，故在她的計畫中會將新聞接收嵌入上班前的活動，所以只要有通勤時段，就會有新聞接收行為，D：「因為我只要通勤我就會帶耳機，一邊聽音樂一邊看新聞。」因此「通勤時接收新聞」就是不斷重複循環的日常，新聞接收習慣與日常例行活動高度嵌合。因而，在沒有通勤時間的日常中，連帶著接收新聞資訊的模式也改變，如在通勤

¹⁰ 列斐伏爾 (2004, p. 16) 認為，日常生活便是處於和節奏 (eurhythmia) 與亂節奏 (arrhythmia) 動態均衡的協奏 (polyrhythmia) 中，這三個概念亦是三元辯證的延伸。

時間會點進 APP 看新聞，而現在比較常看標題。

此外，在 D 的訪問中，明明僅是問新聞接收經驗，她卻強調「現在的生活不是我的常態」，一再告知現在是「非常態」、「過渡期」的階段，如此非常態的表述進一步揭示，現在的新聞接收模式不是熟悉的日常生活。換言之，在 D 的經驗中，「通勤時接收新聞」的媒介使用習慣已成為「個人儀式化」的活動，如過往我們最熟知的早晨讀報，或是一回到家就打開電視的習慣（盧嵐蘭，2007，頁 35-36）。如此儀式化的活動意味著會將不斷重複的媒介使用習慣整合進日常生活的節奏，形成穩定節奏的一部份，是以在 D 的實踐過程中，新聞接收所被賦予定錨的意義和功能，象徵日常生活的日常性（everydayness）與規律生活（Lefebvre, 2004, p. 16）。因此我們可以想像，在這樣的表述下，D 藉由她的新聞接收經驗極力澄清「現在這種沒上班的生活」是她人生的例外。

同樣是通勤時段的新聞接收，但在受訪者 A 的經驗中卻有全然不同的意涵，A 自述：

我早上出門也是，通勤，因為我坐捷運過來，然後我就會帶耳機聽音樂，然後就會滑 FB 的動態，因為我追蹤很多新聞、媒體網站，東森、蘋果、ETtoday、然後 Yahoo，批踢踢也有，PTT01，很多啊，什麼 Dcard，靠北男友、靠北女友、靠北系列的，然後還有爆廢公社、快點 TV...很多，TEEPR，就是跟我們做一樣事情的各個網站。（受訪者 A）

作為網路編輯團隊組長的 A，因為一進公司就必須排文給組員撰寫，對她來說，若到公司再找題材就會趕不及網站發文時間，且在工作狀態下須承受高強度的時間壓力，因此這段通勤時間有點像是工作前的預備，以便接合進入公司後相當緊湊的節奏。是以這段時間的資訊接收來源就會以「跟我們做一樣事情的各個網站」為主，同時 A 也表示：「就沒那麼認真，就輕鬆滑，滑滑滑滑到，咦！這個好像可以，就截圖」看到合適的、或 A 覺得會「爆紅」的新聞，她便直接截圖，然後繼續滑動態。儘管 A 和 D 的新聞接收行為都有相當穩定重複的節奏循環，但相較於 D 儀式化的定錨意涵，A 的新聞接收則著重「立即功利性」，換言之，若是沒有工作時間壓力，新聞接收就會變成可有可無的活動，如 A 所說：「如果那一天我提早出門的話，我就不會這麼急著找題材」亦即，在她們的經驗中使新聞

顯現的首要條件就是通勤時間這段穩定、規律的行程，而 A 又多個附加條件，在通勤時間且「工作節奏緊湊」的脈絡下，新聞才會以「題材」的形式顯現。

節奏的意涵不單指在常態的生活中會不斷重複、循環的事件，更意指基於時間 (time) 與空間 (space) 狀態下的能量 (energy) 消耗關係¹¹ (Lefebvre, 2004, p. 12)，因此除了以上通勤時段中個人儀式化、穩定的新聞接收節奏，我們還可以更細微地從時間和空間的面向來觀察受訪者的新聞接收。以受訪者 B 的經驗而言：「像通勤時間比較長我就會去點一下，因為他 (關鍵評論網) 文比較長，這會花我滿多時間看的。」儘管通勤具有移動意涵，但在 B 所經驗的「時間比較長」除了就字面上的意思外，更意味著此時所置身的空間處於相對穩定的狀態，在這樣侷限的空間條件下，相對於工作或休閒的情境，通勤時能做的事相當有限，但在手機上停留或可支配的時間卻變長，因此 B 願意花更多的時間閱讀較長的文章或新聞。而 E 的經驗中更清楚了揭示空間穩定性對新聞接收的重要：

我通勤大概半小時、坐公車半小時，我喜歡坐在一個定點，直接到我要到的地點，就像捷運，假如我搭捷運我可能就不會花那麼多時間在看新聞，因為捷運站跟站之間其實很快，然後你可能看一下，你馬上就要下車了，下車又要上手扶梯、下手扶梯，其實你那時間是很難閱讀。(受訪者 E)

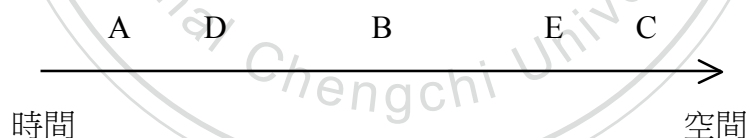
E 的說明又比 B 多了「坐在一個定點」的條件，因此在 E 的新聞接收實踐對空間感知更強調「被安置」的條件，就如 E 進一步的補充：「公車上只要站在一個位置或坐下來，我就可以有完整不被打擾的時間可以閱讀。」如此空間「被安置」的狀態確保了有一段「被隔離」的時間可利用，同時也顯示 E 所經驗的新聞是不希望被中斷的活動。然而通勤時段對 C 來說又有不同的空間感知經驗，C：「因為我不想在公車、通勤的時候，主要是覺得很暈啦！要顧著在那邊晃，然後又很煩」就算是坐著、被安置的狀態，只要是在公車、捷運等交通工具上，C 的空間感知仍是移動、不安定的，是以在這樣的時空條件下，空間要素對 C 是否接收新聞的影響力是最大的。

¹¹ 「時間—空間—能量」亦是列斐伏爾三元辯證中的一個例子，如此結構式分析的呈現是為了解元素之間的關聯性和互動性。

儘管 Westlund (2010a, p. 101) 認為手機新聞 (mobile news)¹² 的優勢在於提供個人化且移動間 (on the go) 的近用服務，讓使用者免於時間與空間的拘束，然而不管是受訪者 B 或是更為極端的 C，他們經驗中的新聞接收仍是需處於穩定時空狀態下；這樣的新聞接收模式跟過往研究討論電視的接收模式類似，當電視媒介進入家庭空間，透過電視節目表的設置，致使閱聽人在特定時間下進入配置有電視的空間，例如客廳，如此接收經驗的前提便是需確保這段時間中空間的穩定性與安置感。據此，不管對 B 或 E 來說，當新聞以「看的」或是「閱讀的」等如傳統新聞研究所述的接收模式顯現時，其先決條件便是時空的穩定性。很有趣的，若以 A 的新聞接收相比擬，她的接收實踐就是單純的「滑動態、截圖」，因此她說：「我一隻手也可以滑(動態)」、「通勤只有 20 分鐘，因為我還要轉車，所以我沒辦法看例如說 Youtube 那種太長的...就是要可以趕快關掉的那種(動態)」這樣的接收模式便不再需要以空間的穩定性或安置感為前提，反而是將其視為可隨時中斷的行為。

因此基於以上討論，進一步去理解受訪者經驗中的新聞接收的活動 (energy) 所揭示時間與空間互動關聯，若以受訪者在接收實踐的考量來看，我們可以用光譜的形式將五位受訪者的經驗簡單排序，如下圖：

圖三：新聞接收 (energy) 中時間、空間條件的關聯光譜



資料來源：研究者繪製。

以關聯光譜的圖示來表現，受訪者的新聞接收節奏相當程度受活動脈絡中的時間與空間條件影響。以 A 來說，為了接合緊湊的工作節奏，會在通勤時間滑動態、挑題材，但若時間壓力不那麼大，動態中新聞便不會以題材的樣態顯現，故時間便是她接收實踐中最關鍵的要素；而 D 的接收實踐展示，伴隨規律的通

¹² mobile news 應譯為「行動新聞」較為合適，因過往研究中符擔新聞內容的載具並非只有手機，而是包含一切行動載具，但為了更切合本研究的主題，將 mobile news 統稱為「手機新聞」。

勤行程，形成個人儀式化的媒介使用習慣，並為日常生活的日常性定錨；B 則認為通勤時間比較長，可以閱讀較長文章，穩定的時間條件確保了空間的不變性；E、C 更強調接收空間的安置感，尤其是 C，只要是在移動情境下便是難以接收、閱讀的環境，空間要素是為最首要的考量。在這樣的光譜之下我們可以發現，為了能接合日常生活，受訪者會自然而然形成一套調配、掌握時間和空間的邏輯，致使新聞接收得以在日常形成均衡穩定的節奏。

然而除了以上這些可被受訪者明顯意會到、較為穩定的節奏實踐外，訪談資料中還有許多「無聊／沒事就看一下」、「拿起來、看一下」、「順便」等較為抽象的表述，因此下段將延續對新聞接收節奏的討論，進一步分析在受訪者日常生活中相對於穩定的和節奏，屬於非規律、不可預期的接收實踐。

(二)「拿起來、看一下」

這種「拿起來、看一下」的接收模式與以往手機新聞研究所述的填補日常生活的空隙 (in the interstices of everyday life) (Dimmick, Feaster & Hoplamazian, 2010; Westlund, 2010b) 相當類似。Dimmick 等人 (2010, pp. 23-25) 認為，不論電視或報紙都受到空間與時間的限制，只能在特定的時空條件下才能接收到新聞資訊，相較之下，行動載具別於其他媒介的優勢便在能嵌入空隙中 (access in the interstices)，但空隙的概念不單是指日常行程間的空檔，如工作間的休息時段，更是意指碎片化的時空條件。就使用者的媒介使用經驗來說，下班後、晚間或者休假日是媒體活動 (media activity) 最活躍的時候，可以聽音樂、看電視、使用電腦等，但在 Dimmick 等人的論述中，這些媒體活動仍是可行程化、規律化的使用經驗，而行動載具所經驗的空隙更是指「空檔中的空檔」，更加碎片化、且無法預先安排的，就如 A 自嘲：「我無聊時候也會用手機，應該說我無時無刻都在用手機。」如此的無時無刻除了是誇飾外，其實更是碎片化到極致，以致游離至日常每個空隙中、無法清楚辨識的使用經驗。

以空隙的概念延續對新聞接收的討論，有別於在穩定、規律節奏的接收體驗，受訪者 C 自述新聞接收行為：

就我在 LINE 的時候，可能聊完我就看一下...因為就把它 (LINE 官方帳號) 當作是跟朋友零碎時間、聊天的時候會去點，LINE Today 就是

你突然想到，好像沒有接收到新資訊...就想要看新聞的時候就會點一下。

(受訪者 C)

因此，C 的新聞接收就會鑲嵌在「LINE 的時候」，儘管在他的描述中，LINE Today 和 LINE 官方帳號兩種不同模式的新聞會有不同的接收行為或情境，但這種「零碎時間」、「突然想到」的表述更加貼合空隙的概念，就如節奏分析所說明的，節奏不單是重複、形成穩定循環的節奏，亦包含意外、不斷生成的亂節奏(Lefebvre, 2004, p.16)，日常的空隙就像亂節奏般無法預測，卻也是形成日常節奏的一部份，亦即，空隙的時空條件、突然想到、再加上剛好手機就身邊，共同形構了「亂節奏」的新聞接收實踐。

然而過往研究 (Dimmick et al., 2010; Westlund, 2010b) 認為，觀看手機新聞是為填補日常的空隙，但在本研究的訪談資料中發現，填補空隙的或許並非新聞本身，而是「拿起手機」這個行為，因此當受訪者 A 在描述工作空檔時的資訊接收情境時，她這樣形容：

如果我去廁所我會帶它(手機)。不是帶去廁所滑，是我要走去的路上我就會開始滑，就一個彎而已(問：你要滑什麼?)就是在滑動態，最多就是在滑動態，可是我很多...這樣講好嗎，我有很多題材都是在滑、走去廁所這段路上找到的。因為我在工作的時候並不會很長一段時間去滑 FB 的動態，因為我們都有各大網站，所以我們都直接到各大網站去看，或是後台，可是我只有在這段路上我才會滑 FB 的動態，可是就像我們剛剛說的這個問題，就是它如果很多人點閱的話，它會跑到你的(塗鴉牆上)，所以你會知道這篇可能很爆紅，所以這種題材就會浮出來。(受訪者 A)

僅僅一個轉角的距離，竟然可以發揮最大的工作效益，在 A 如此「驚喜」的描述中，我們可以發現，如 A 形容自己的工作：「時間壓力很大。」為了可以隨時挑選題材，在這樣空隙的時空經驗中，A 將時間效益極大化，空間被徹底的「時間化」，對空間的描述如「就一個彎」，也是基於時間的考量，因為在這個轉角、一個彎的距離，A 可以找到更合適的題材，這個具體的物理空間變成可以被 A

利用的時間。然而在「空間時間化」的感知經驗中，還隱含許多前提條件，比如是因 A 與手機高度嵌合，在她的日常使用習慣中，手機可以徹底克服空間障礙；再加上過往接收經驗的累積，以及 A 經驗中的 FB 動態牆資訊篩選機制等，如此多重條件的交織組合，進而形構成將空間徹底時間化的新聞接收實踐。

從 A 的表述中我們還可以進一步討論，如此「挑選題材」的工作類似於以往記者在進行新聞採寫前，需從各種新聞線索中去判斷是否具有影響性、即時性、接近性、顯著性、衝突性或人情趣味等新聞價值，進而進行採訪、撰寫新聞等一連串產製流程。然而不管是基於即時、速度的追求，或是為了追逐點閱率，A 的工作僅僅是從新聞網站或「跟我們做一樣事情的各個網站」挑選大量¹³、且會「爆紅」的題材。在文獻時我們曾討論到「新聞液化」亦包括新聞產製流程的液化，而 A 的工作性質更彰顯，在時間條件的壓縮下，找線索、採訪、撰寫的產製流程不但液化了，同時亦被切分成好幾個獨立區塊，不再需要採訪，找題材和撰寫分別由不同人負責，工作流程如代工業般被切割好幾條流水線，以契合強調速度的工作節奏。雖然嚴格來說，A 並非傳統定義的新聞工作者，但同樣是高度接觸新聞資訊的媒體工作者，為了應付如此緊湊的工作節奏，她接收新聞的模式真的只能「滑滑滑、截圖、滑滑滑、截圖」，協調、發展出一個最舒適的方式來處理新聞，或者更恰當的說是「處理題材」。是以在沒有任何提示的狀態、一般日常生活狀態下，問及 A 在 Facebook 看哪些資訊時，她會說：「就是...也不知道在看什麼，就是動態。」此時的動態和題材、新聞便不再指涉相同意涵。

如此「不知道在看什麼」的應答亦彰顯時間與空間皆碎片化的空隙下，在受訪者經驗中佔有主導地位的反而是習慣使用的媒體平台，就如受訪者 A 無聊時會滑 FB 動態，受訪者 B 則習慣開批踢踢，他說明：

反正就是早上的話會從批踢踢看起，然後看到一段時間後批踢踢沒有新文章，我就會看 Facebook，使用 App...比如說先看批踢踢，再看 Facebook，再看其他東西，這樣輪著看，不會是用新聞內容的類別（來區分）。（受訪者 B）

¹³ 受訪者 A 的工作團隊有五名組員，每名組員一天要上六則文章，因此在一般狀態（沒有重大事件發生），A 一天需要找 30 則上下的題材供組員撰寫。

如此描述也說明在 B 的日常，新聞接收是「沒有目的性」的瀏覽狀態，而「沒有目的性」並非沒有接收新聞的需求，僅期待「偶遇」新聞，因為他仍會訂閱與自己生活相關或偏好媒體的新聞粉絲專頁；反之，應該是說這種新聞接收的習慣完全嵌合在某一媒體平台上。因此我們還可以發現，B 的經驗展現了固定次序循環的使用模式，B：「批踢踢看完就 facebook，然後 facebook 看完再批踢踢這樣。」這種次序是透過連續、長期的媒介實踐，同時連結自身與媒介（手機或平台，如 APP）的關係，在不斷的實作中越來越緊密、越來越具關聯，進而形成「不需要思考優先次序」的習慣，並被整合進日常生活中。因此如此習慣所揭露的新聞接受便不會是以「新聞內容的類別」為主要考量，而是與媒介使用經驗、習慣偏好高度相關。

換言之，在這樣空隙的條件下，在滑手機的時候可以「順便」接收新聞是最常見的經驗模式，如 B 形容：

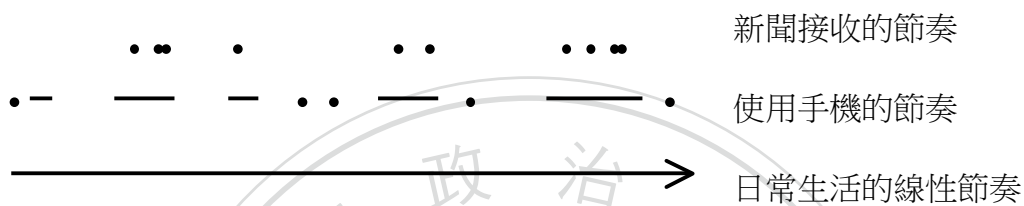
反正就是中間要休息一下的時候，想要滑手機的時候，就會看一下新聞。
因為新聞的話應該不會像你們一樣就是想要去追一個事件之類的，可能
大概 follow 一下這個事件怎麼發展，或最近發生什麼事，比較像是娛樂。
(受訪者 B)

在「順便」的接收脈絡中，看新聞的行為總是在拿手機的先決條件之後，無關新聞內容、無關媒體品牌，甚至與任何新聞相關的事物都搭不上邊，這樣的接收模式更是與 A 的經驗相互呼應。因為空隙的時空條件，新聞顯現的形式是可能是題材、批踢踢文章或 FB 動態，因此如 A 的「滑滑滑、截圖」，B 的處理模式也僅是「看一下」新聞，新聞被消解成「娛樂」的形式。新聞接收純粹只是拿起手機或是拿起手機滑動態（或滑批踢踢、回 LINE）這個完整事件的其中一個極為短暫的「驚喜」，可看、也可不看，甚至被身處時空條件或手機上各類活動所被掩蓋，如 C 所說：「因為 LINE 會用跟朋友聊天以外就順便點一下。」如果時間允許、突然想到，那就「順便點一下」。

從這些如空隙、亂節奏的接收經驗中，我們可以進一步發現，如此「拿起來看一下」、「順便點一下」的新聞接收與「點時間」的隱喻相當類似，就如包曼所言，點時間意指非線性、片段的時間經驗，無法指認整體區塊（Deuze, 2007），

如此的新聞接收模式是建立在填空的手機使用情境下，因此這樣的接收節奏更是極為短暫，如點狀般、隨機的、沒有持續性的，甚至又因與平台緊密相關，有時候是相當曖昧模糊、無法被辨認出的狀態。故我們可以用「線條」來表示延續、區塊的使用時間，以「點狀」描述「拿起來看一下」、短暫、無持續性的空隙經驗，便可發現如此型態的新聞接收與手機、與日常節奏的關係如下圖四。

圖四：空隙的新聞接收經驗



資料來源：研究者繪製。

基於以上討論，我們甚至可說，並不是在碎片化的時空條件下就會產生空隙的接收經驗，而是如此的新聞接收必定是受訪者在實踐過程及長期經驗累積下漸漸形構而成，背後隱含了受訪者與手機、媒介、平台的協商互動，以及受訪者如何掌握自身節奏與社會節奏的行動邏輯。換言之，受訪者必須與手機高度嵌合，想拿的時候隨時在身邊；新聞又與平台高度嵌合，能在受訪者習慣使用的平台接收新聞；再加上工作、行程等既有線性節奏間，讓受訪者有得以喘息的機會，等等條件的組合之下才會形成空隙般的接收經驗。

然而這樣的經驗在受訪者之間可以發現強烈的對比，從受訪資料中發現，在受訪者 D、E 的表述中很難發現空隙的接收經驗，但並非她們的日常行程太過緊湊、沒有空隙，而是經驗新聞的方式不同、且接收模式亦有相當殊異的樣貌，當 D 在描述其空檔的接收經驗時，她說：

如果說我今天可能在等捷運或在等人那時候，我就會從 App 點，我可能覺得我有兩三分鐘的時間，那段時間我不知道要幹麻的時候我就會看新聞，就等待的空閒時間，等人的話我就不知道那人會多久出現，但是我就會看新聞，我就會自己點進 APP。(受訪者 D)

從上述便可發現，儘管是等人時，對 D 來說新聞接收的前提還是「我覺得有兩三分鐘的時間」，同樣確保了時間、空間穩定與隔離性才會從事該活動，如此感知經驗與上文所述的穩定節奏類似，卻是如亂節奏般非日常可預期規劃的行程，但又跟受訪者 A、B、C 的「順便」或「拿起來、看一下」空隙般的接收經驗不同。從受訪資料中發現，相較於 A 習慣滑 FB 動態時接收新聞、B 喜歡看批踢踢、C 回 LINE 的時候順便看一下，D、E 的新聞接收模式的確較為「傳統」，使用 APP 的接收經驗其實就如觀看電視或報紙新聞般，儘管這個 APP 並非如以往一樣是聯合報、三立新聞網等特定媒體品牌的特定平台，而是 Yahoo 新聞 APP 或 MSN 新聞 APP 等聚合性平台，但就接收脈絡而言，仍是需進入某個特定媒介空間才能經驗新聞。也因此 D、E 相對於 A、B、C 的經驗，在空隙的時空條件下難以從事於 APP 接收新聞的活動，但倘若將這一切都歸因於特定媒體平台的效果，又顯得太過技術決定論，就如列斐伏爾（2004, p. 48）論述中媒介建構日常節奏的悖論，因為節奏分析的要點便是將身體視為感知節奏的媒介，不應過度強調技術效果而忽略人的因素，因此下段我們將更進一步釐清受訪者與平台節奏相互交織、共構的關係。

（三）當技術節奏介入接收節奏

從前文的討論中，我們可以看到在不同的日常節奏和時空條件下，為了能使日常生活處於舒適均衡的狀態，受訪者進而協調並發展出能完美融入日常、嵌入節奏中的新聞接收模式。然而從上文的描述中，我們可以進一步發現，某些特定媒體平台會承擔特有的技術節奏，如在受訪者 A、B、C 的實踐中，Facebook、批踢踢、LINE 等平台承擔了隨時可中斷、順便看一下等如空隙般的新聞接收節奏，而新聞 APP 對受訪者 C、D 而言卻是需要相對穩定的節奏條件才能進行接收活動。故我們需進一步追問，這些平台（技術）究竟是如何介入並影響受訪者的節奏實踐？

除了受個人節奏和社會節奏的影響外，節奏分析還有一關鍵論點便是，技術本身就有其節奏，使用者會使用或揚棄該技術的原因，便是因為該技術的節奏不能被完美納入使用者的日常生活，同時也會因該技術節奏的介入而有產生新的節奏實踐。換言之，不論我們所看到的接收實踐是空隙或是穩定節奏，皆是處於受訪者與技術協商後的動態均衡狀態，因此除了上文的經驗外，在日常生活中我

們也可以看到技術節奏明顯主導接收實踐的例子，如 A 自述工作狀態時的新聞接收：

就蘋果啊、ETtoday 那些，或是滑 FB 滑到新的、就是他會爆紅的題材就再丟給他們寫...就是時間很碎，整天就是你必須要一直看那個題材，因為它隨時會有新的，然後我們有時候會替換，就是要找一整天的題材，要一直關注。(受訪者 A)

在 A 經驗中，造成她覺得「時間很碎」的主因便是「該媒體平台更新新聞的節奏」，使得她在工作狀態下必須時時刻刻追蹤是否有新的新聞上線，依循著媒體平台更新的節奏步調來接收新聞，因此在這段期間除了受工作、社會節奏的影響，如必須一直找題材，以便提供給組員撰寫，並於期限內上新文章等，同時還有新聞更新的節奏影響 A 的步調。擁有類似經驗的 B 於此有相當有趣的表述，當 B 形容在工作期間滑手機的頻率次數，他表示，每當無聊、或隔一段時間就會想拿起手機休息一下，問及隔一段時間是什麼意思時，他回答：「就經驗嘛，就隔個兩三小時，可能隔一小時一直滑就會是一樣的東西...就生理時鐘這樣。」他所說的「隔個兩三小時」其實就是經驗中「批踢踢更新話題的節奏」，因為工作期間不能一直滑手機，身為資深鄉民的 B 認為隔兩、三小時滑手機，便可同時看到批踢踢最新討論的話題與熱門文章，一拿起手機就可以發揮最大的休息或娛樂效益，故這樣的節奏在 B 的日常生活已成為固定習慣，同時笑稱為「生理時鐘」。因此在下班後到睡前這段時間他也不太滑手機，B：「我通勤回來有看，我要給他一些更新時間，然後就睡前看。」

然而為什麼會有「生理時鐘」的表述？又或者說，受訪者 B 所謂的「生理時鐘」是如何形構的？Obert (2008, p. 411) 以「TV- as- rhythm」來討論電視如何融入閱聽人的日常生活，「TV- as- rhythm」意指電視（視為節奏）本身就是多重節奏的匯流，並與日常節奏接軌，這便是電視得以發揮其媒介效果的關鍵。循此，我們也挪用「PTT- as- rhythm」深入論述 B 的接收經驗，「PTT- as- rhythm」以兩、三小時的生理時鐘進入 B 日常生活，我們幾乎可以確定他因為上班、工作節奏的約束，手機在工作場合作中為「私人」、「非正式」的媒介，讓他無法高頻率的拿起手機、也不能停留太長時間，因而發展出如此的生理時鐘；同時也因

為手機隨時在身邊，以便他可以「無聊時就拿起來看」，才能感知到兩、三小時更新的節奏。換言之，「PTT- as- rhythm」便是工作節奏、休息時間和手機節奏（mobile- as- rhythm）等多重節奏均衡狀態。我們甚至可以想像，當 B 是以電腦來使用、經驗批踢踢，或是當 B 不再受工作節奏所拘束，他的生理時鐘和感知批踢踢更新的節奏便就不會是兩、三小時一次，如此「PTT- as- rhythm」更是意味著依循情境脈絡與使用媒介的不同，時時刻刻保持動態均衡的感知經驗。

相對於其他媒體平台，新聞 APP 的推播功能可謂是節奏感最強烈的技術，「PUSH- as- rhythm」強調即時、即刻的接收體驗，如受訪者 E 表示：「其實推播只是要他訊息跑出來讓我看一下，喔！好！可是我不會點進去，就我當下知道就好，可是我不會點進去看。」她在乎的是「當下知道」，而推播的內在節奏邏輯剛好可以滿足她即時獲取資訊的需求。但她卻進一步分享，最近有想關掉推播的想法，因為每當螢幕亮起，她就會想知道現在發生什麼事，會打斷她上班的思緒。也就是說，推播的節奏會打亂她原本穩定節奏的進行，無法融入她的日常中，進而讓她決定揚棄該功能。相反地，同樣有訂閱推播的 D 就不會有這樣的煩惱，因為 D：「我上班手機就放一旁...我上班不用手機的」儘管推播的內在節奏邏輯是即時、即刻，但因 D 上班時不用手機，此時「PUSH - as- rhythm」便緊緊依附著手機節奏（mobile- as- rhythm），甚至不被受訪者所感知，因此推播的節奏如何並不重要，因為在工作狀態下手機的節奏並不會被納入受訪者的節奏實踐中。

據此，回顧受訪者的接收經驗中節奏生成的樣貌，受訪者 C 在跟朋友聊天時會順便看一下新聞，如此接收實踐便是受「LINE- as- rhythm」影響；而「FB- as- rhythm」更符擔了 A 可以趕快關掉、隨時中斷的新聞接收；D、E 經驗中的「APP- as- rhythm」則是彰顯時空條件的穩定性。是以在受訪者的實踐中，不論是社交通訊軟體上的新聞接收或使用新聞 APP，都在受訪者的日常生活找到「適得其所」的鑲嵌方式，與其說技術、媒體平台支配了受訪者新聞接收的模式，不如說是因受訪者與日常節奏（包括個人與社會節奏）、當下時空脈絡和技術特性等條件協商後，自然而然地形成這種特定方式來經驗新聞。

二、特定規則的形構

藉節奏的觀點，我們進一步發現日常生活中的手機新聞接收可能是透過理性規劃安排的例行行程，也可能是偶然為之的意外，但不論是穩定節奏或空隙、亂

節奏的接收實踐，都是多重節奏交織下的產物。然而，當一新技術或傳播媒介進入日常生活，使用者除了藉時間、空間的區隔劃分（zoning）致使技術鑲嵌至日常節奏，亦會建立特定規則、再次形構該技術價值、以及重新定義其角色與任務等，透過一連串策略安排以便適當近用該媒介技術（Bakardjieva, 2005, p. 163）。

因此，接下來的討論將不再侷限於接收實踐的節奏或時空情境脈絡，轉而探討為了將手機新聞更完美地納入日常生活，受訪者如何創造並逐步發展自身特有的新聞接收策略，而這些特定規則又是如何彰顯受訪者對新聞的態度與價值。

（一）「我都看討論比較熱烈的」

在過往研究論及影響閱聽人接收新聞的要素，往往會論及新聞組織的品牌權威、訊息傳輸管道等條件（張郁敏，2012），但從上文的訪談資料來看，新聞品牌不再是受訪者接收新聞的首要考量，甚至連最為關鍵的新聞內容在受訪者的經驗中也鮮少被提及，以受訪者 C 的經驗來說，相較於在特定新聞品牌的平台上接收新聞，C 更習慣於 LINE Today 的接收方式，他認為：

我不喜歡下載新聞 App，因為就會變單一媒體，不想要都看它的這樣，這種（LINE Today）可能會搜集很多的不一樣，就可以讓我自己選擇，不要說都吸收到同一家的知識或他們想要給你的意識形態等等。（受訪者 C）

在 C 的接收模式中，他傾向更多元的新聞資訊來源，除了能有更自主的選擇外，這樣的表述背後其實多多少少透露了對當代新聞品牌的不信任，在 C 對比過往與現在新聞接收習慣時，他說道：「如果是關注一些議題的話，以前比較關注，現在覺得時間花太多，心情會受影響...因為工作下來的疲累程度滿高的，就變成比較隨意的去接收」，相比過往的接收習慣，因為身份角色的轉換、工作疲勞程度的影響，無法花太多時間在接收新聞的活動上，C 現在的接收習慣偏隨意、瀏覽的方式居多，但也擔心太過粗淺的了解，受單一消息來源或該新聞媒體意識型態誤導，他在深度與廣度的取捨中，選擇了廣泛、選擇性高的新聞聚合性平台，讓他能在有限條件下創造相對自主的接收模式。循此，與其說如此接收模式受新聞品牌或是媒體平台影響，不如說與 C 的生活型態、身份角色緊密結合，這樣

的行動邏輯背後也隱含對於新聞價值的取捨，在種種條件的侷限下，他只能或被動、或主動的發展出在 LINE Today 上隨意地、回訊息時順便看一下的接收模式，此時他對新聞的態度考量就不會基於新聞品牌的專業、內容的優質與否，而是最能貼合生活作息、工作之餘能方便接收的模式。

從 C 的例子我們也進一步發現，當我們將研究範疇設定在日常生活時，便會有許多非傳統新聞研究考量的元素，甚至極為瑣碎的條件影響受訪者新聞接收模式的形成，在 A 的接收經驗中，新聞品牌亦非她的主要考量，她自述：「我通常也不知道（媒體品牌），我有時候截圖我也不知道這是哪裡來的」在 A 「滑滑滑、截圖」的接收模式中，Facebook 動態牆上多種文類、資訊交雜流動，相較於其他人，她要感知、抓取新聞資訊的複雜度更高，因此在「滑滑滑、截圖」的接收實踐形成之時，必先存在先前經驗累積、既成的選擇策略，她如此說明：

如果我今天是為了工作，必須要挑社會新聞，我就會去看，但是我不是所有每一則都看，我是看點閱率比較好的，或是大家比較關注的，討論比較熱烈的那些去看...平常就是隨便，有就有、沒有就沒有（受訪者 A）

也就是說，當下是否處於工作狀態、是否需找題材，是 A 擷取新聞資訊的首要先決條件，是以對 A 來說，新聞需要具有立即功利性的目的才能被她經驗到，因此在工作狀態下，A 篩選新聞的條件就是「點閱率比較好」、「大家比較關注的」等「討論比較熱烈」、或她認為會「爆紅」的題材。然而在此，我們也可以進一步追問，Facebook 上有何設計讓 A 可以發現該新聞討論熱不熱烈、大眾關注度高不高？儘管我們可以從按讚數、留言數、分享數等 Facebook 既有機制來得知，但在工作的時間壓力下、或是「滑滑滑、截圖」的接收實踐中，從這些既有機制來篩選較多人關注的題材對 A 來說是極其不方便的行動。因此當她是以點閱率、討論熱烈與否來篩選新聞時，必先存在既有習慣的篩選邏輯，也就是在她訂閱粉絲專頁時，便會判斷該專頁是否擁有大量粉絲數、是否能夠反映大眾的口味，A：「它們人數很多，所以它們做出來的會比較準，因為它就是一般大眾的。」在考量平台特性與工作決策的標準，進而建立了個人化、特有的新聞接收規則。

在如此個人化的特定規則與篩選邏輯之下，新聞並不會以特定品牌或內容被受訪者經驗，一再顯示傳統定義下的新聞在受訪者的日常生活不斷隱身，甚至是

消散的狀態。因此，當問及 B 都看哪一類的新聞時，他回答：「其實比較時事啊，就國際發生什麼事、台灣發生什麼事，我不太看那種奇怪的新聞」在如此描述中「時事」跟新聞乍看之下似有相同的意涵，但在 B 經驗新聞的特定規則中卻能看見更細緻的差異，由於 B 的接收新聞管道主要是批踢踢，因此當他說完這句話後，進而補充：

因為封面故事也是鄉民、就推文比較多就會到封面故事，其實是比較多人關注的...但我會自己判斷他重不重要，像之前小模（小模命案）的批踢踢也會一堆推，我就沒什麼看，我覺得那種不太重要，反正鄉民推爆的有很多啊，有一些我就不感興趣就不會去看。（受訪者 B）

由此可知，B 所經驗的新聞、或更恰當的說「時事」，就是指批踢踢封面故事且「比較多人關注」的文章，而不單指傳統定義下的新聞。換言之，B 接收實踐的首要篩選條件就是批踢踢的封面故事，且從批踢踢推文機制的邏輯來看，推文要達一定條件數量，達到所謂的「爆文」，才會被批踢踢管理後台挑選至封面故事上、才會被 B 所經驗到。亦即，B 的接收策略中「推文數量」、「討論熱度」是他經驗新聞的首要考量，進而再從封面故事中去排除不喜歡的新聞議題，挑選自己有興趣、認為需要知道的，如國際大事等。

也因受訪者 B 著重於推文數量、封面故事、討論熱度的接收模式，因而當他在描述所接收到的新聞資訊時，反而特別強調：

關注這個議題就會稍微看一下風向...有時候會有一些殺人案件之類的，他們推文就會有些現象，像是就很多人會推什麼死刑、廢死什麼，我就會看，有人帶風向，就是前面的樓層，就前幾個推文，比如說那個有殺人罪就會說廢死站出來..那種就會帶風向，大家就會群情激憤說廢死的怎樣怎樣，但根本不干廢死的事情，我自己覺得（笑...）。（受訪者 B）

所提及的內容不單是新聞資訊本身，更多的是關於該新聞事件，鄉民如何回應、別人怎麼看待此事件，以及所謂的「風向」為何。因此當在批踢踢上看到同一新聞事件、不同發文者的文章時，很多時候 B 是直接略過內文，直接看鄉民的回

應，他解釋：「像最近那個棒協，它們內文其實有些滿重複的，就會看下面推文在推什麼，比較多在看推文，比較有變化、會有演進...可能剛才被帶風向成功到新的地方，又會討論新的東西、會有新資訊。」由此可知，在 B 的接收實踐中，新聞和推文的關係相當緊密，甚至可說推文亦是接收環節中的重要元素，不單是篩選條件，更是 B 所經驗到的新聞樣貌。儘管 B 自認為在閱讀新聞（內文）時還是會比較認真，但在其實踐過程，新聞和推文、評論並無法被簡單切割。

不論是受訪者 A 在 Facebook 創造特有方式去獲取關注度較高的題材，或是 B 著重討論熱度的篩選機制和推文「風向」，都是過往新聞研究鮮少著重的元素。儘管如此「討論熱度」類似於過往的「收視率」、「閱報率」或「瀏覽量」等回饋機制，但這些效果僅僅影響新聞生產者產製內容時的決策判斷，與閱聽人並沒有直接關連，若以「S-M-C-R-E」的傳播流程來說明，這些回饋會造成一定效果（effect），再回到傳播者（source）身上，讓傳播者可以製作最符合觀眾口味的內容，長期以來新聞媒體所被詬病的追逐收視率、瀏覽量等批評，便是在如此產製生態下必然的惡性循環。然而在受訪者 A 和 B 的接收模式中，「討論熱度」的回饋效果卻以直接、即時的樣貌呈現在受訪者面前，在這實踐過程中最為關鍵的反而是「C（channel）- R（receiver）」之間的互動關係，在受訪者接觸媒體平台的那一刻，以討論熱度為考量的篩選機制便開始運作，甚至不需要經過任何資訊、內容生產者的中介，便能直接回饋、影響受訪者的新聞接收。

如此以「討論熱度」為首的特定規則不但顛覆過往我們熟知的傳播模式，亦賦予受訪者更高的自主權，讓受訪者直接選取所需的新聞資訊。但需進一步釐清的是，如此自主權是有限條件下的產物，若沒有批踢踢推文機制或是 Facebook 粉絲專頁人數的設置，受訪者也無法發展如此篩選機制。因此，在「C-R」之間不單是媒體平台賦予了受訪者如此權利、也不因受訪者單方面的需求，而是兩者之間相互協調、創造的結果，透過長期實作、經驗累積而成的默會接收策略。

（二）誰是「守門人」？

如此默會、特有的接收模式彰顯符合使用者日常的、個人化的新聞偏好，反之，亦揚棄新聞組織作為「守門人（gatekeeper）」的專業價值。傳統的「守門人理論」意指新聞組織、生產者仰賴專業經驗來篩選新聞素材，控制該傳遞何種訊息給閱聽眾。如此守門機制更被具體化在版面規劃或播放時段的安排上，如報紙

頭版、版面大小的配置都在試圖引導閱聽人該優先關注哪些議題(Bruns, 2003)，電視新聞也會透過不斷重播、影像動畫設計等聲光效果來彰顯該事件的重要性。從新聞素材選取、新聞價值判斷到最後的呈現手法，一道道關卡都顯示新聞組織作為守門人被賦予的責任和權力。

但若從受訪者的經驗來看，無論受訪者 A、B 著重討論熱度的接收策略，或是 C 傾向多元新聞資訊來源的接收模式，這些被形構的特定規則背後或因對當代新聞媒體失去信心、或因接收情境脈絡的條件限制，都一再顯示受訪者並不需要新聞組織的中介、守門，這一道道的關卡反而變成日常節奏、個人興趣偏好或工作需求等與個人生活高度相關的篩選機制，而如此篩選機制在 E 的經驗中有更細緻的展現：

因為 Twitter 就是一般社群媒體，就你會 follow 某些人，所以你大概會知道 he 會關注什麼事，然後當 he 會想分享，比方說死刑犯要被槍斃，我可能不一定會在我的 FB 動態上看到這訊息，可是我滑的當下，我看到這個我就會想說，喔，這個需要看新聞，但電視新聞你不一定馬上找得到，所以我才會進到這些 APP。因為我知道某些議題可能蘋果或中央社一定馬上會有新聞，會根據這些新聞的類別來去選擇接下來我要看什麼 APP...我最近比較有印象的是那個...最近被槍斃的那個人，對！就是鄭捷，鄭捷那一天我記得我是剛下班，然後我就在滑我的 Twitter，然後我在坐公車，我就看到有人就講到這個關鍵字，鄭捷要被槍斃了，然後我就覺得很驚訝，我就開蘋果 (APP)，然後就發現 he 馬上大幅的，直接是鄭捷的相關新聞，所以我就可以開始點進去一條一條點，可是我追完後我就 ok 了 (結束新聞接收的活動)。(受訪者 E)

在 E 的表述中，我們可以看見新聞接收的特定規則、篩選邏輯被具體化成一道道的關卡，第一道守門機制便是 Twitter 的「意見領袖」，這樣的選擇背後更隱含先前經驗累積形成的價值判斷，致使 E 選擇 Twitter 而不是 Facebook；接著，她需要篩選想要主動追蹤的意見領袖，而當這位意見領袖發文後，她又必須去思考這件事值不值得深入關注，至此已經是第三道的關卡；引起 E 的好奇後，最後便是決定進入哪個新聞 APP 能較快速獲取完整新聞脈絡。儘管她平日習慣接收

的新聞 APP 是 Yahoo 新聞或 MSN 新聞，但當她需要最快速、或特定類別的新聞就會選擇蘋果日報或中央社 APP，而這樣的篩選邏輯又涉及她以往接收特定媒體文本的經驗或媒體品牌的主觀評價有關，E：「像這種社會議題蘋果就特別愛追啊！」因此在她的篩選機制層層過濾之下，她所經驗到的新聞就會以特定樣貌呈現，只有最即時、且與鄭捷高度相關的新聞。

從這些特定規則的形構來討論受訪者的新聞接收，可以發現如此接收實踐變得相當複雜，同時亦變得單純。複雜的是，猶如受訪者 E 的經驗所述，在「正式」接觸到該新聞資訊前，要追蹤誰、決定下載哪幾家 APP 等，其實要比打開電視後、選哪台看新聞，如此傳統的篩選機制來得複雜得多；又如 A 以點閱率篩選新聞時，事前也必先篩選、訂閱擁有大量粉絲數的粉絲專頁。在這過程中所有日常生活脈絡、個人或技術節奏、媒介使用習慣、媒體品牌觀感，乃至於工作決策的標準等，種種條件都會被列入考量，成為關鍵變項，因而在發展個人化特定規則之時，其實受訪者早已完成新聞選擇的活動。而變得更單純的便是最後接收這個活動、接觸新聞這一瞬間，因為已建立個人化的特定規則和篩選機制，相當程度已決定了所經驗的新聞樣貌，所接收的新聞也僅是有限條件下的必然結果。而且值得注意的是，在這層層關卡之間似乎沒有新聞組織置喙的餘地，傳統所討論的新聞影響力甚至在這樣的機制中逐漸消散，無法發揮其作用。

難道在手機新聞的接收實踐中，新聞組織、新聞品牌將失去守門人的價值？其實並不然，誠如受訪者運用手機可攜性的特質，致使與手機高度嵌合、新聞接收亦緊緊依循日常實踐脈絡，新聞組織也能應用傳播平台的功能再次強化新聞品牌的守門人角色。如訪談資料中，APP 的推播功能在受訪者 D 新聞接收中佔有重要地位，但當推播成為干擾時，她說：

我不會關掉，我會直接把那個 APP 刪掉，因為代表它的推播對我沒價值，我就覺得這東西(APP)對我就沒有價值了，就像關鍵評論網一樣，你推播給我的東西，我認為已經是你篩選過後的東西了，你推給我的東西都這樣的話，我覺得你這個 APP 就不需要存在了。(受訪者 D)

由於推播的技術特性，讓新聞組織可以主動推送即時、重要的新聞資訊給閱聽人，故 D 認為，推播是「被篩選後」的產物，猶如報紙頭版、頭條般的作用，仍是

預設如此呈現方式的背後有專業新聞編輯室運作機制，依舊保有守門人的傳統價值。因此，D 會因為推播訊息內容的優劣來評價該媒體，她說明：「台灣的新聞推播和國外新聞推播（BBC、NYT）會有一些差別，因為其實他們（國外）新聞超多、多到爆，但是我收到他們推播的次數比較少，他們都挑重要新聞推播給你」在她的接收實踐中，以推播來接收新聞的特定規則反而是強化了特定新聞品牌的守門人價值，甚至可說是將自身對新聞守門的期待加諸於推播技術上。

基於以上討論，我們可以發現受訪者在特定規則的形成過程，也會重新定義新聞品牌之於自身的價值，如受訪者 E 的篩選機制中特別強調，關於重大的社會案件，《蘋果日報》是最即時的新聞媒體，且亦有相當完整的新聞報導；而《蘋果日報》、《ETtoday》等之於 A 而言，便是擁有龐大粉絲數，最能反映大眾口味、找到合適題材的媒體。而如此特定規則亦彰顯新聞之於受訪者的價值和意義，B、C 同是批踢踢的高度使用者，但與 B 不同的是，C 卻表示很少意會到在批踢踢接收新聞，他的經驗說明兩人如何對新聞的詮釋有所差異，C 說明：

批踢踢上的新聞就是你看過，在別的地方看到、其他新聞的媒介看到，你再去批踢踢找這個討論的程度、熱度...好像要有第二層吧？第一層你先篩興趣、看到的新聞，那如果你真的想要知道現在對這則新聞大家的看法，就第二層才會去批踢踢啊，所以第一層你已經篩過了，第二層是很精華的，你就會特別去找。(受訪者 C)

同樣提到批踢踢的「討論熱度」，但 B 和 C 選取新聞的策略完全相反，B 先是看討論度較高的封面故事、再選取有興趣的資訊；C 則是先選感興趣的事件、若想要知道其他人對新聞事件看法才會點進去閱讀，以至於同樣在批踢踢上接收資訊，C 卻較少將它視為獲取新聞的管道。此外，在 C 的表述中，認為需要先對新聞有初步認識，才會到批踢踢去了解討論，如此特定規則便正好說明 C 與 B 對新聞考量的不同，C 經驗的新聞就是單純具「告知」功能、純資訊類型的內容，B 則著重在討論熱度、評論，甚至是「風向」。

是以，如此新聞價值並非傳統所述的普世價值，如具有權威、公信力、影響力，而是在受訪者接收實踐中、特定規則形塑之時漸漸凸顯的主觀感受，即使品

牌和內容漸漸失去影響力，但「新聞」仍會在受訪者的實踐中創造新的價值與意義，以不同面貌呈現在受訪者的日常生活中。

三、小結

本節的發現可以回答第一個研究問題，受訪者的手機新聞接收行為是如何鑲嵌於其日常生活中，以及如何與日常生活的活動協調；藉此，我們還可以進一步討論，傳統定義的新聞又是如何被受訪者所經驗、或是為什麼不被經驗。

從接收節奏的觀點來看，受訪者的手機新聞接收或展現穩定循環的和節奏、或形成空隙般的亂節奏，但在如此節奏生成之時，首先就日常生活的時空脈絡來說，受訪者置身情境以及對時間和空間的感知經驗高度影響手機新聞如何進入日常節奏，發展符合該時空條件的接收模式。因此在有限的時空條件下，便會有如「通勤時就會看新聞」、「滑滑滑、截圖」或是「拿起來看一下」的接收模式，並影響受訪者所經驗的新聞樣貌，致使新聞可能在穩定時空狀態中顯現、在空隙的節奏感知中消散。其次，藉由鑲嵌在日常生活的新聞接收經驗，我們可以發現，媒介平台使用習慣高度影響接收節奏的形成，如在「生理時鐘」的表述中，如此的使用習慣更隱含技術節奏、日常生活節奏等多重節奏均衡的狀態，因而形構成特定的接收模式，新聞也會因受訪者和平台之間互動關係以特定的樣貌被經驗。

因此，除了節奏的因素，影響新聞接收的要素也將更為瑣碎，不再是過往的對新聞品牌或新聞價值判斷，而是基於受訪者生活型態、身分角色或媒介平台使用習慣與偏好，如在批踢踢上看「討論熱度高」的新聞、Facebook 上找「會爆紅」的題材，如此個人化的篩選機制同樣也展現傳統定義的新聞在瑣碎的接收條件中逐漸消散。然而新聞就如此失去其價值了嗎？其實不然，在受訪者的新聞接收中可以發現，他們會因著自身需求、偏好習慣而創造特定的接收規則，而如此的規則、篩選機制更是另種價值的彰顯，且不再侷限於顯著性、即時性、衝突性等傳統的新聞價值，而是在受訪者的接收實踐中所顯現的「討論熱度」、「反映大眾口味」等主觀價值判斷，藉創造特定規則，重新定義新聞之於受訪者的價值。

然而以上的論述皆是將新聞置於「日常生活脈絡」的括號中，因此我們可以看見日常節奏或特定規則對受訪者手機新聞接收的影響，但在以上分析中，難免會發現手機、媒體平台等技術條件的作用，因此接下來將新聞置於「人—技術—日常節奏」的互動關聯中，更有系統地討論實踐過程的技術條件。

第二節 實踐過程的技術條件

如文獻探討所言，本文欲探討的手機新聞接收實踐是植基於「人—技術—日常節奏」結構之下的個人經驗，故實踐過程中的技術條件便不只是單純的、置於真空狀態下的技術，而是在日常節奏中、使用情境脈絡下的技術（*technology in use*），手機新聞的技術特性才能在受訪者的實踐被揭露。因此在這節欲完成餘下兩個分析單位，同時藉由訪談資料以及上節所描述日常生活脈絡中的新聞接收，進一步討論在實踐過程中受訪者主動揭露的技術條件，以及在其表述、新聞接收過程所展現與整體媒介世界的關係，理解手機、手機新聞之於受訪者的意義，進一步探討「人—技術—日常節奏」的關聯式如何影響受訪者經驗新聞。

一、主動揭露的技術

從上節的分析中可以看到，不論是接收節奏或特定規則的形構，都隱含受訪者與技術的關係，然而需注意的是，除了應將技術置於脈絡中，在日常的技術實作中，為了發展特定技術的穩定使用型態（*stable form of new behavior*），該技術在使用脈絡將發生「意義的轉換」，致使其使用型態在使用者的日常生活「穩定化」（*Bakardjieva, 2005, p. 103*），形構穩定循環的使用節奏。因此在這部分除了要揭露實踐過程、使用脈絡中的技術條件，更需進一步了解該技術如何進入日常節奏、形成穩定使用模式，以及受訪者賦予該技術何種意義，故以下將重新討論前文所提及的新聞接收的特定規則，分析特定規則中的技術條件，探討如此的技術如何影響受訪者新聞接收規則的形構。

（一）「技術」守門人

在前文我們提到「討論熱度」、「點閱率高」和「意見領袖」等特定規則取代以往對新聞品牌、文本的考量，成為受訪者篩選新聞的關鍵要素。然而，這些個人化的篩選機制其實多是技術的產物，如「討論熱度」便是批踢踢推文機制和封面故事的介面設計所賦予的可能性，藉此受訪者 B 可以於批踢踢擷取所需的新聞或時事，因此除了受訪者能主動建立接收的特定規則，亦不能忽略較被動、不可見的「技術守門」的作用。舉例來說，A 為了讓找尋「點閱率高」、「會爆紅」的題材，除了訂閱粉絲人數較多的粉絲專頁，同時還仰賴 Facebook 演算法的機制來獲取所需題材，她說明：

因為我很少在按讚，我說的按讚是貼文的按讚，不是粉絲專頁的按讚，如果你一直在按那個粉絲專頁貼文的讚，他就會一直跳出來，但我很少跳，所以我都是人家點閱很多的時候才會跑到我這裡(動態牆)來。(受訪者 A)

換言之，為了讓爆紅的題材自動浮出，A 的策略就是「不主動按讚」任何貼文或內容，如此「不作為」的技術實作背後便是意味她熟知、並利用 Facebook 演算法的運作邏輯。Facebook 的演算法會根據使用者按讚、分享的頻率，挑選高頻率互動的內容至個人的動態牆，根據使用者先前的作為形成所謂的過濾泡泡 (filter bubbles)，而導致只接觸同質化內容、同溫層效應的回聲室效果 (echo chambers) (Bakshy, Messing & Adamic, 2015, May 7)。但在《Facebook 上所曝露意識形態分殊的新聞與評論》一文中，Facebook 研究員 Bakshy 等人進一步解釋，個人的作為如先前按讚的內容、新聞點擊率、與朋友互動的頻率等，相較於 Facebook 預設的篩選機制更容易獲取對立意識形態的觀點。亦即，使用者的行動高度決定了內容種類的曝光機率，使用者的資訊守門人便是「自己」，但這背後其實也是另種 Facebook 演算法運作的成果。然而這種原本只流通於資訊工程專家間的知識，在社群媒體逐漸普及化的過程，也漸漸被納入日常生活成為日常節奏實踐的常態，甚至被作為新聞接收的特定規則。

因此，為了讓熱門題材自行浮現，受訪者 A 採取不按讚、不作為的策略，按讚的功能設計在她的詮釋中產生意義的轉變，不再是意味著喜歡或不喜歡，而是能讓她以此與既有演算邏輯相協調，她認為：「它如果今天很多人點閱的話，它會跑到你的動態上面。」但從上文的資料也可發現，這樣的行動效果其實相當有限，因為演算法不單記錄按讚行為，搜索、點擊、與好友互動等使用資料皆會被納入資料庫中，但 A 卻還是能以此方式長期實踐，並找到合適、會爆紅的題材。也就是說，在 A 技術實作中，她所掌握的演算法知識、技術解蔽的程度高低決定她如何與技術互動，以及如何詮釋自身接收經驗。因此若是 A 重新得知搜索行為也會影響動態牆的資訊生成，或技術解蔽程度越高，為了能達成工作需求、找到合適的題材，她可能便會產生新的實作循環，摸索與技術相處、協調的方式，技術實作也將產生不同樣貌。

是以受訪者 A 可以按讚卻不按讚，任由預設的篩選機制來篩選資訊，但這樣的不作為並不是單純、被動地受技術控制，而是因為她意識到 Facebook 演算法的作用、並挪用一定程度的專家知識，加上長期使用經驗的累積，以及工作節奏中需要快速瀏覽擷取題材的需求等相關因素交互循環之下，因而發展出均衡穩定的行動。這種「不作為」的行動邏輯便是她掌握該技術的方式，同時展現技術不必然如此的可能性，就如 Ihde (1990, p. 144) 所述的「多態穩定性 (multistability)」，技術會應不同文化脈絡、使用情境而有曖昧的變異性，難以被化約成單一實作模式，且為使特定技術更緊密地鑲嵌至日常生活中，受訪者會不斷逾越、變異並創造特有的技術實作 (曹家榮，2013，頁 33-34)。

循此，我們重新討論受訪者 D 的新聞接收規則，在她的實踐中特別強調新聞 APP 推播功能的重要性，並以該技術功能判斷是否繼續使用該新聞 APP，甚至是評價該新聞媒體的價值。然而推播該技術最原始的功能是用來行銷該 APP、增進 APP 開啟率和觸及率的手段，幫助提升使用者與 APP 的黏著度 (Cohen, 2013, January 24)。因此在這樣的商業邏輯下，如同以往傳播媒介的運作模式，開啟率、觸及率越高，越能招攬越多的廣告業務，推播的訊息內容無可避免會越來越商業化，如其他的新聞媒介般會大量推送藝人戀愛、分手的八卦新聞，或是「台大名醫告訴你陳水扁手抖的原因 (受訪者 D)」等引人注目或「騙點閱率」的標題，以增進與使用者的互動。但 D 卻對此類訊息內容相當不滿，D：「有時候看了會覺得很無言，超無聊的新聞也要推播給我」很有趣的，從 D 的表述中可以看見她對此類推播標題內容的負面評價，但是在她瀏覽新聞 APP 的標題時，卻不會有如此強烈的感受，在如此主觀感受背後，我們可以進一步分析，為什麼推播這技術能造成她如此分明的喜惡，甚至影響她對新聞組織的觀感，她解釋：

我就是不想收到一些演藝圈的新聞，一些八卦新聞，或一些八卦政治人物的新聞我就覺得很無聊，就是誰又跟誰開房間之類的，我就覺得干我什麼事、干你什麼事啊，幹嘛浪費時間寫這個。(受訪者 D)

在 D 的手機實作中不單只有新聞推播，包括 Gmail 和 Instagram 等較私人、個人的訊息亦會開啟推播，她說：「我覺得這些都是比較重要的」因此對她而言，「推播」該技術功能所代表的意義便是「重要性」。其次，從 D 的接收習慣來看，她

說：「我每天幾乎滑滑那個新聞，就算忙到沒有沒點進去（APP）看，我也會滑一下（推播）看一下有什麼重點。」如果沒有及時點開推播，訊息會累積在手機內建的「通知欄位」，D 每天晚上睡前、空閒時「清理」通知欄位的訊息，這樣的行動蘊含「了解、整理今日重要事件」的儀式性象徵，因此若有不重要的訊息佔據通知欄位的空間，便會讓 D 覺得十分不滿，甚至刪除該 APP。

此外，推播技術相較於其他傳播管道強調「主動推送給使用者」，而這樣的主動性展現在其介面設計上，包括會螢幕會亮、跳出（pop-up）相關訊息，以促進訊息與使用者的互動（Salz, 2014, September 2）。但因為手機與受訪者 D 高度嵌合，若是跳出不重要、不是當下所需的訊息時，她就會覺得「干我什麼事」，推播的主動性在 D 的實踐中反而讓她有被干擾的感受，因而相較其他傳播管道會產生較強烈的情緒反應。同樣的反應也展現在 C 的接收經驗中，在 C 表達於 LINE 官方帳號的新聞接收時，他說：「我不喜歡它跑出來，就是跳出通知...我覺得其實娛樂新聞很多，很奇怪，沒有什麼重要的」也就是說，這種「主動推送」、「跳出通知」的技術特性，讓該媒體平台與受訪者的關聯性更高，受訪者會因而去檢視它所傳遞的訊息是否重要、是否符合個人需求、是否值得被干擾，該技術所揭露的「人—技術」關係更為緊密。

循此，我們可以發現，受訪者掌握技術的方式會賦予技術不同於原初設計時的意義，並於受訪者日常生活再次定位，重新形構受訪者與技術的關聯，而「意見領袖」的篩選機制亦是受訪者 E 掌握技術平台的方式，在此還可以進一步追問，為什麼是 Twitter 的意見領袖而不是 Facebook 的？當然我們可以用「受訪者的習慣」簡單解釋，但其實如此行動邏輯背後更隱含豐富的「人—技術」關係，就如 E 的說明：

其實 Twitter 在目前來說的使用習慣比較是，某種程度你希望推廣某些事情，因為 Twitter 比起 FB 其實更同溫層，嚴格來說，所以你關注某些事情的時候，你相關的這些同溫層的朋友他會加入討論的機會比較高，就剛剛提到勞工最近七天假的事情，我就會把這個訊息透過新聞平台發送到 Twitter 上面，然後補充一些我自己的看法，Twitter 就可以讓你轉發或是收藏，那他就會被傳播出去...其實我 FB 不太常用，FB 現在比較接近是你不是在看朋友動態，你比較是在追蹤一些粉絲專頁，比較像是

接收資訊的管道。(受訪者 E)

儘管 Twitter 和 Facebook 皆是社交平台，首先就 E 長期累積的使用習慣來說，他會在 Twitter 追蹤志同道合的朋友，或是所關心議題的意見領袖，而這些意見領袖往往在新聞事件發生時會在上面抒發自己的意見，因此 Twitter 上所接觸到的新聞資訊對她而言便是能獲得深入觀點的議題；相較之下，E 的 Facebook 所呈現的資訊較為龐雜，因為她會追蹤各式各樣的粉絲專頁，不單是新聞類，亦包括寵物、個人興趣相關等輕鬆有趣的內容；其次，也因為兩個平台在功能設計上也所差異，Twitter 能提供 E 更自主的資訊篩選設置，她對比 Facebook 的使用經驗，如此陳述：

我其實不知道是不是 FB 改演算法的關係，像那個貓咪什麼的社團瘋狂出現在我的動態上...像 Twitter 就會出一個功能，它會有一個類似回溯最近熱門貼文的功能，你可以旁邊點又又，告訴它說我不想這麼常看到這個回溯的功能，那它就會消失，你就會發現它出現的頻率比較少，可是 FB 沒有這樣的功能，我一直想說要不要把它退掉，可是我又覺得好可愛，而且又可以跟妹妹分享，可是它又太干擾我，我最近有點陷入這種兩難。(受訪者 E)

因此，對 E 而言，Twitter 的資訊呈現相較於 Facebook 更能符合個人需求，因為平台客觀功能上的差異，讓她不至於陷入是否要取消追蹤、取消關注的兩難。當然我們也不能說 Twitter 演算法對 E 沒有任何影響，但就她的「使用感受」或「感知」中，她能藉由功能設置來調整所欲接收的資訊，Twitter 確實比 Facebook 更個人化。是以，不論是基於長期的使用習慣或是平台功能設計的技術特性，在 E 的技術實作中，她賦予這兩個技術平台的角色任務不同，她定義 Twitter 是同溫層的論壇，Facebook 單純是接收各種資訊的管道，因此在新聞接收的特定規則中就會以 Twitter 的意見領袖作為接觸新聞的第一道關卡。

再者，受訪者 E 的實踐中，接收平台的選擇也不單基於技術功能的考量，更包含她如何思考新聞，如她認為新聞不僅是單純接收資訊，而是期盼能關注值得關心的議題，亦包含她所賦予平台的角色意義。如此考量就如劉昕飴 (2009，

頁 92) 在其研究所述，為了達成組織間的溝通任務，媒介的選擇將不只是工具面的思考，而是多了利用技術溝通、加以維繫彼此網絡關係的社會意義。循此，我們還可以進一步說明，為了致使技術進入日常生活，不但需將使用者經驗納入其中，發展技術本質的新概念，形成技術的意義轉換(Bakardjieva, 2005, p. 103)，還需考量該技術之於日常生活或社會文化脈絡之下的意義，以此定位其角色任務，進而再次形構使用者與技術的關聯性。從上述受訪者的經驗中，我們已經看見，在實踐過程中的技術功能特性如何讓受訪者創造技術不必然如此的可能性，因此下段我們將換個角度深入闡述技術的社會意義如何影響新聞接收？

(二) 擔心「觀感不好」

「人—技術—日常節奏」的關聯式揭示，技術除了是使用情境中的技術，更意指隱含日常節奏、社會文化意涵的技術，因此就算技術的功能條件、物質特性相同，但卻會因不同的社會意義，而產生殊異的技術實作。在網際網路逐漸普及的當代，手機和電腦已被廣泛視為連網技術，但在受訪者的詮釋中卻有不同意涵，就如提及工作狀態下的媒介使用經驗時，受訪者 B 如此說明：

工作位置前面就有一台電腦，但是你不知道拿那個電腦幹嘛...因為以前用電腦可能要寫程式啊，可能要娛樂之類的，但現在也不會在那邊寫程式啊，也不能在那邊打電動，這樣太誇張了。(受訪者 B)

在 B 的表述中，明顯地指出電腦的角色定位，也就是在他長期實作經驗下，電腦是用來寫程式、娛樂的工具，然而在工作場合中不適合做這些私人性質的活動，儘管替代役工作有較多空閒時間，他還是不會使用「辦公」電腦，而是將其頁面停留在「員工入口網」，保有其象徵性意義，主要的私人活動皆靠手機完成。也就是說，同樣是連網技術，根據手機和電腦之於 B 的意義也會被區分成「辦公用途」與「私人活動」，就如 Bakardjieva (2005, pp. 104-105) 所述，使用者將連網技術視為傳播管道或是單純的工具，會進而改變電腦的空間配置與利用電腦所從事的活動，而這一切都源於使用者對技術意義的認定與詮釋，而非單純物質功能的考量。

循此，我們將如此技術的社會意義結合前文所提及的「生理時鐘」進一步說明，既然在 B 的實踐中辦公電腦不適合做私人用途，那為何不能將欲達到的任務轉移至手機，反而是展現兩三個小時看一次的接收節奏，他解釋：「其實工作中我不會看太久，因為看太久不太好...感覺觀感不好。」換言之，在如此接收經驗中我們可以看見，工作脈絡中手機使用行為的社會意涵更是指向「他人的觀感」，儘管手機被視為相當私密的媒介，不再受限於置身處境而有私人空間的感受（黃厚銘、曹家榮，2015，頁 61），於手機上的活動他人更是難以窺探的；但也因為手機象徵私密性，只要「一拿起手機」，無關乎所欲從事的行為，馬上便會被聯想到要從事私人性質的活動，明顯區隔個人與他者的存在，亦直接劃分了「私領域」、「公領域」的差別。故「觀感不好」的表述雖然並不是直接感知到外界所給予的壓力，卻是因手機在日常生活的長期實作中被賦予「私密」、「私領域」的社會意義，讓 B 認知到「不能在公領域拿起手機（做私人的事）」，因此在這樣的意義結構下，B 於工作時的手機新聞接收便會展現空隙般的亂節奏。

同樣展現亂節奏接收經驗的 C，他的考量就不單是手機技術的社會意義，更包含了「大家」對特定技術平台的觀感。因為他的新聞接收管道是 LINE 官方帳號和 LINE Today，LINE 極具辨識度的介面使他無法在工作場合中長時間停留在該介面接收新聞，因此僅能「拿起來看一下」，他分享：「LINE 的話就變成很像在聊天，就很怕被發現你在聊天，上班的時候，因為把它（新聞）點開好像就會被大家覺得就沒在工作，而且因為要花時間。」從他的表述中我們可以發現，「怕被發現你在聊天」同樣亦指涉他人觀感，這樣的觀感所指向的便是 LINE 此一平台的社會意涵，或者是 C 所認知到「人們共有的技術評價」。換言之，在如此的脈絡之中、C 的意義結構下，LINE 不再是中性的通訊技術，而是被視為聊天、非處理公事的溝通管道，被賦予休息、摸魚的涵義。

也就是說，如此技術的社會意義可能無關乎技術功能條件，而是在使用過程中便挾帶著他人對技術共同的認知、習慣的用法，與整體文化脈絡、社會意涵相關。我們甚至能進一步發現，就算是同一支手機，隨著使用情境的轉變，所形構的意義也將有所不同，新聞接收實踐亦會隨之改變。受訪者 A 高度仰賴手機從事任何活動，她自述：「工作的話就一定要它（手機）。」因此有別於 B、C 在工作狀態下避免使用手機的行為，在 A 的日常實踐中，手機的意義是與工作高度關聯，不但工作時需使用手機幫助擷取新聞題材，下班後她仍十分仰賴手機以隨

時監看文章的流量，她補充：「排完之後下班回去就會要看流量，因為其實我覺得當下看跟隔一天在看的感覺不一樣」所以在下班到最後一篇文章發佈前，A基本上是手機不離身的狀態。然而為了可以隨時切換到監看流量的介面，這段時間內A不會從事需要「長時間停留」在某一介面的活動，A：「有點在耗時間，我會開始玩遊戲、滑動態，或是Instagram」因此也是滑滑FB動態、或隨機找找明天的題材，在這段時間中新聞仍會不斷以動態、題材的形式被A所經驗。直到十點半最後一篇文章發布、看完即時流量後，她說：「它（手機）就會轉變，十點半之後看完，就會變成就是我可以看我自己想看的，就是我可以看韓劇啊。」這時手機的角色才會離開工作模式，如變成看韓劇的媒介，轉換成娛樂、休閒的意義。隨著手機意義的轉變，新聞在此刻開始便從A的日常生活退場。

受訪者B、C的例子區別電腦、手機或LINE的社會意涵，而如此社會意義可被視為社會穩定運作的「默認」規則，亦即技術有一定的「社會性」，讓受訪者可在特定規則的限制內、有限條件下操作技術，如工作時可以滑一下手機，但卻不能用手機玩遊戲（用LINE聊天）；但在A的經驗中，技術的意義卻是她長期技術實作中所創造、累積的產物，藉此我們可以進一步論述技術的意義形構，除了隱含社會文化的意涵外，受訪者的實作經驗亦會影響意義的生成，就如C自述新聞接收時，提及對LINE官方帳號的感受：

LINE那個東西就很垃圾訊息的感覺，他就每天推你也不知道重點要什麼，就你不一定要看他，就覺得太多太煩雜，就會讓我覺得比較煩，所以我不一定每天會點他，我可能把它點已讀掉就沒了（問：那為什麼不刪掉？）還是多少會看，多多少少。（受訪者C）

儘管C不會每天接收新聞媒體官方帳號所推送的訊息，但仍是會將它「已讀掉」，如此行為也就是所謂的「消除紅點」，然而就客觀的技術條件來說，「消除」行為對使用上、功能上是沒有任何意義，但就如D晚間時段清除通知欄位中推播訊息的習慣，除了儀式性的象徵外，如此在介面上顯示的「紅點」更被賦予了「代辦事項」、「未讀訊息」的意義，而此技術意義更是C詮釋的結果。C：「我不喜歡他跑出來，就是跳出通知...沒有到每天，就累積個一兩天一定會消一次。」從他的表述中，我們可以想像，若是今日如此「紅點」的設計並非出現在LINE平

台，而是出現在任一 APP 上，或許 C 就不會有如此消紅點的行動，是以「消紅點」所隱含的技術意義更是包含 C 長期的技術實作、沿襲舊有媒介的使用經驗，甚至是他對特定技術平台（LINE）的主觀經驗感受，才會讓他有「一兩天一定會消一次」類似消除心理障礙的行動。所以在 C 接收實踐中，儘管沒有新聞接收的需求，但消紅點的行動亦會讓他接觸到新聞，甚至讓他覺得我「已讀」了新聞，當然於此的「已讀」並非傳統新聞研究所述的「完整地閱讀新聞」，而僅僅是由該技術意義所形構出的「已讀」意涵。

基於以上討論可發現，若以技術的觀點來討論，日常的新聞接收是一個圍繞著技術實作和日常生活不斷循環的迴圈。也就是說，為了形成特定的新聞接收規則、使技術鑲嵌於日常節奏，受訪者會基於技術的功能條件創造穩定化的使用模式，甚至形成逾越、變異的技術實作；同時在接收的過程中社會文化脈絡、日常生活中的規則與考量亦會不斷涉入、嵌入技術中，或是納入個人的主觀認知與評價，作為「人—技術」互動的基本邏輯，藉技術意義的形構改變新聞接收實踐。

然而從上述的訪談資料中可以發現，當受訪者在描述手機接收經驗時，無可避免地會提及電腦；提到 Twitter 時，不免又會與 Facebook 等功能相近的平台相比較。因此「人—技術—日常節奏」中的技術除了是於世之中、納入社會文化意涵與日常節奏的技術，亦是整體媒介世界、媒介文化中的其一環節，故下文將以此關聯式繼續討論受訪者的手機新聞接收實踐與整體媒介世界的關聯。

二、與整體媒介世界的關聯

在過往手機新聞研究中，當討論到手機新聞時，同時也會提到對既有媒介的影響，在這樣的論述下，對媒介使用所採取的觀點無非是「替代」或「分工」的概念，以媒介取代（media displacement）或媒介互補（media complimentary）的觀點來詮釋，認為在與其他媒介競合之下，手機新聞將壓縮到電視新聞或傳統紙本媒體等既有媒介的使用，瓜分既有的新聞接觸時間（陳燕珩，2012）。但「關聯性機緣」帶給我們的啟發並非只是看到媒介競合結果、或手機新聞其功能上的優勢，而是在取代、分工或拒用的行動背後都有被使用者視為理所當然的媒介世界。然而也因為太過理所當然，受訪者並無法直接描述所置身的媒介世界，因此接下來我們將藉由受訪者對自身多媒體使用經驗、以及新聞接收習慣（非單指手機）的詮釋，抽繹出媒介世界的基礎結構；進一步發現這些基礎結構如何影響受

訪者經驗手機新聞，以致手機新聞於受訪者的日常生活形成別於其他傳播媒介的節奏實踐。

(一) 添加的附加物

其實就受訪者的使用經驗而言，手機新聞多是過往媒介文本的「延續」，這裡所指的延續意指，受訪者所經驗的手機新聞並不單純是「手機新聞」，如 Facebook 動態、批踢踢等都並非僅能以手機觸及的平台，在使用經驗中電腦亦是常被提及的媒介；再者，就算新聞 APP 是屬於手機特有的應用功能，但就內容文本而言仍是與其他媒介所承載的資訊內容大同小異。亦即，如 Best (2009, p. 401) 論點中的「關聯性」所預設的，使用者置身在多媒體並存的環境中，任何的媒介使用都無法排除另一媒介的使用經驗；也因長期浸淫於媒介世界中，使用者心中早已存有的近用規則，因此任何創新媒介技術之於使用者經驗的整體媒介世界來說多是「添加的附加物 (tacked-on extra)」。

然而，既然手機已高度滲透受訪者日常生活，亦影響受訪者的新聞接收節奏，為什麼手機對受訪者來說仍是「添加的附加物」而非核心？以受訪者 E 的媒介移轉經驗為例，她說：「其實大學的時候比較少用 APP，大學還是以網頁上面看到的新聞，還有 Facebook 居多」然而隨著近年手機上應用程式越來越多元、功能越來越豐富，E 接收新聞的管道漸漸以手機為主，她說明移轉的原因與考量：

基本上所有訊息來源我滿依賴手機，滿倚賴手機 APP 的功能，資訊也是，某種程度網頁資訊現在對我來說有些...網頁廣告太多，我反而喜歡用手機，因為手機我有設定功能，可以讓它不要出現廣告，我有裝一些擋廣告的，因為它對我來說是干擾。而且手機現在 APP 之間的連動性越來越高，我在不同 APP 上切換就好。(受訪者 E)

對 E 來說，在尚未使用手機之前，網頁新聞是她觸及新聞的管道，因此我們可以很直觀地發現，「添加的附加物」所指的無非是手機特有應用程式的功能，透過下載特定 APP 與設定功能滿足她屏蔽廣告、排除雜訊的需求；且手機 APP 更提供跨媒介空間的方便性，APP 之間的連動性便於 E 能在不同的 APP 上切換。而這些功能添加於原有網頁功能之上，同樣是可以接收新聞的媒介，但手機上添

加的附加物卻讓她可以有更好的使用體驗，成為媒介轉移的關鍵因素之一。因此從 E 的經驗中我們可以發現，「添加的附加物」所意指的可能是基於新舊媒介使用經驗的評估、比較後，於技術條件上附加、添加的新功能。

然而 Best (2009, pp. 401-402) 卻一再地強調，拒用或使用該媒介跟客觀技術功能上的方不方便、好不好用沒有直接關係，而是端看媒介與使用者的關聯性，同時亦植基於媒介提供於使用者的經驗感受，是以在此論點下，被視為過時、老舊的紙張亦可能比新穎的手機更被使用者所接受。換言之，不可否認技術功能對受訪者的影響，但最終須考量的仍是受訪者與整體媒介世界的關聯性，故 Best (2009, p. 401) 才會認為媒介技術之於使用者而言僅僅是添加的附加物。既然這些新穎媒介技術被視為添加的附加物，且不單是基於技術功能的考量，因此我們可以再進一步提問，手機或手機新聞究竟是附加在什麼基底之上？

延續前文受訪者 E 媒介移轉經驗的討論，當她在對他人（研究者）分享新聞接收經驗時，還提及：「其實大學的時候比較少用 APP，大學還是以網頁上面看到的新聞」所挪用的座標軸便是「大學的時候」，以求學階段作為區別媒介使用的分水嶺。然而不管是為了更清楚地解釋移轉經驗，或是自然而然、不自覺的表述習慣，我們都可以從中發現，受訪者媒介使用經驗與個人生命歷程呈現高度的關聯性，在受訪者的詮釋中，整體媒介世界會被銘刻上生命歷程的時間軸；也因受訪者浸淫在媒介世界之中，生命歷程會與技術功能線性發展高度併行，如大學時使用網頁為主、出社會後手機 APP 的功能較普及，特定媒介會被劃分、歸屬為某個階段的記憶。也就是說，受訪者對於特定媒介的詮釋是「添加」於自身的生命階段之上。

就如 B 亦表示：「高中之前住家裡，家裡會有報紙就會拿起來看」報紙此一媒介便會被歸屬於高中的回憶或經驗，且「家裡有報紙」的表述更說明在此一生命階段中的「共在他人」或「社會關係網絡」高度影響他的新聞接收行為，因為家中成員有訂閱報紙，對 B 而言，報紙成了「ready-to-hand」、隨手即可獲取新聞的管道；而離家後的 B 失去了「家裡報紙」的媒介，因此接收新聞的媒介便轉向手機，「看新聞」也從「家庭相關活動」變身為「個人活動」。因此我們重新檢視 E 的新聞接收經驗，便可知道 E 作為外宿的大學生，大學時期的關係網絡中的共在他人便不會有家人，因此對她而言，大學時「ready-to-hand」、最方便的接收新聞管道便是當時最常使用的媒介，也就是網頁新聞；而現今最方便的媒

介便轉變為手機。藉此進一步發現，當受訪者在描述新聞接收經驗時，同時陳述了媒介移轉經驗與個人生命階段兩個並行、並置的脈絡，一方面說明了新聞接收習慣的養成、持續與觸手可及的媒介相關；另一方面亦揭示，手機之所以被稱之為「個人媒介」，不單是客製化、個人化的功能設定，而是在媒介移轉過程中，手機自然而然成為獨自一人時的首選媒介，並不如「家裡報紙」一樣存在家人、共在他人的社會關係網絡。

是以，從受訪者 B、E 的新聞接收經驗中可以發現，他們所經驗的媒介世界與生活世界高度疊合，因此在受訪者的詮釋中才會展現個人生命階段與媒介使用、新聞接收高度互文的狀態；且更值得注意的是，在受訪者的描述中，手機新聞都是以附加物的姿態進入受訪者經驗的整體媒介世界中。由此可知，在特定的生命階段中，最方便取用的媒介往往就是接收新聞的管道，如此一來，手機新聞的使用習慣從來就不是憑空而生的，而是以「添加」的方式被受訪者所經驗，並附著於自身生命經驗之上。於上文的例子中我們已發現媒介世界隱含技術功能的考量和個人生命階段等基礎結構，接下來我們將以「添加的附加物」的論點重新檢視受訪者的手機新聞接收，進一步理解經驗中所隱含的媒介世界的基礎結構。

（二）媒介世界的基礎結構

儘管循著生命階段的流轉，媒介會被受訪者刻上屬於不同歷程的痕跡，但就我們當下經驗的日常生活而言，仍是置身於多媒體環繞的生活世界，因此在面對多媒體並存的媒介世界，受訪者會發展屬於自身的近用邏輯，甚至是媒介分工的模式，如受訪者 D 的描述：

因為我喜歡同時做兩件事情，所以我只要一看報紙之後，我手沒辦法做其他事情...我有時候會跳來跳去，或是說我手機在看的時候，我會同時用電腦跟別人講話，因為新聞這種東西是可以隨時看一下（受訪者 D）

在 D 的表述中，在她的日常生活所經驗的媒介世界便包含了報紙、手機和電腦，在這之中報紙跟手機更是她可以獲取新聞資訊的管道。在這兩者間，顯然可以看到媒介的物質特性高度影響 D 近用與否，手機可攜性提供她「分心」的接收經驗。然而除了技術功能的考量外，從這段描述中，我們還可以進一步發現，當提

及手機新聞接收的考量時，D 卻主動描述其他新聞媒介的使用經驗，欲以此突出或補全手機新聞的特性，換言之，受訪者所經驗的媒介世界還有一相當重要的元素便是「與相關新聞媒介的關聯」。如此的關聯性所欲闡述的是，媒介近用與否的考量無法排除另一媒介的使用經驗，更是長久以來各種媒介使用經驗的積累。亦即，在 D 認為手機可以「同時做兩件事情」之前，便已經在過往媒介實踐中感受到、經驗到「拿了報紙就無法做其他事」，儘管報紙仍存在於 D 的媒介世界中，但只要她想一心多用，報紙便會被優先排除。因此當受訪者提及手機新聞接收時，便會有「(電腦)網頁有廣告」、「拿了報紙無法分心」的經驗分享，手機新聞本身便負載了對其他新聞媒介的考量、其他媒介能與不能的詮釋判斷。

此外，在 D 的接收經驗中，我們可以看到一個相當有趣的表述，她認為：「新聞這種東西是可以隨時看一下」如此的詮釋近似於前面我們以節奏的觀點描繪手機新聞空隙般的接收經驗。然而在此，D 指涉對象卻並非手機或相關新聞媒介，而是「新聞」本身，因為她覺得「新聞是可以隨時看一下」認為新聞是可隨時中斷、分心的，以方便從事其他活動，因而在整體的媒介世界中她取用了手機以達成她所欲經驗的新聞樣貌。這樣的詮釋就如上文受訪 E 的描述中：「網頁廣告太多，我反而喜歡用手機，因為手機我有設定功能，可以讓它不要出現廣告...而且手機現在 APP 之間的連動性越來越高，我在不同 APP 上切換就好。」除了說明網頁和手機技術功能上的差異，更一再強調廣告對新聞接收的干擾。換言之，對 E 來說，不論是網頁新聞或是手機新聞，她所追求的都是無雜訊、無干擾的新聞接收環境，甚至是 APP 之間的連動性，都清楚說明其實 E 最在乎的就是順暢的閱讀體驗。不論是媒介移轉經驗或媒介分工的考量，也可以看見手機新聞做為添加的附加物，都是為了滿足於原本就存在於受訪者日常生活中對新聞的需求或價值判斷，如「分心」或「順暢」的閱讀體驗。亦即，受訪者經驗中媒介世界的基礎結構更包括受訪者「對新聞的主觀詮釋」，如此的主觀詮釋除了決定媒介取用外，更影響手機新聞以什麼特性、樣貌被受訪者經驗，甚至影響受訪者如何詮釋自身的接收經驗。

然而，需進一步釐清的是，在過往的新聞學研究中，若以閱聽人主觀評價(偏好)為關注焦點時，往往會以新聞載具、新聞品牌、新聞類別(版面)或內容的選擇有關(王泰俐，2009；邱慧仙、蔡念中，2012；張郁敏，2012)，或是轉向動機研究，如前文中受訪者 E 在決定開啟哪個新聞 APP 時會有如此考量：「像這

種社會議題蘋果就特別愛追啊！」特別強調特定新聞品牌與該品牌被大眾廣泛認識的報導風格或形象。然而對新聞的主觀詮釋將與此區隔，更宏觀地討論受訪者對「新聞」本身的詮釋與主觀感知。因此如此感知可能與媒介品牌沒有直接關聯，甚至是更直觀的「我認為新聞就該如何」、「我覺得新聞要怎樣」的表述。

如受訪者 A 在詮釋自身經驗時，儘管因為工作因素需高度關注各大新聞網站，但她卻說：「平常不看新聞...我不看新聞台，可是我會在臉書上看明星的東西、明星的新聞，但她被我歸類成不是新聞，是娛樂、是消遣。」如此矛盾的表述除了區別工作與非工作狀態下的新聞接收，我們還可以看見 A 所經驗的媒介世界中對於理解新聞資訊有固定的判別、歸類邏輯，是以當被問及一般狀態下的新聞接收時，她會以如此判別邏輯向研究者說明、解釋並合理化自身的行動，因而進一步補充她覺得新聞是什麼：

新聞是有時效性的，就像新聞台這樣，就是現在快訊，現在發生了什麼事，哪裡失火、哪裡翻車，我覺得意義不一樣吧...真正的新聞，像蘋果，就像我剛剛講的那個失火好了，它一定要報，因為這是它的責任，它必須要讓大家知道，但是網路新聞它不一定要寫，像我們也不一定要寫哪裡火災，除非它今天真的死了 20 幾個人，真的很嚴重，大家都在關注這個事情，我們才會去寫，所以我覺得網路新聞跟一般傳統媒體有差。(受訪者 A)

從這段說明中我們可以很清楚地看見，在 A 的判別邏輯中以「新聞台」和「蘋果」做為評判是否為「真正的新聞」的標準，也就是說，她認為如電視新聞、報紙等大眾媒介無差別化的傳播形式才是新聞；此外，關於報導的事件也必須達到一定的影響性和公共性，「必須要讓大家知道」，因為這是新聞媒體的責任，如此才能稱之真正的新聞。從這樣的表述中，很明顯地 A 對新聞的主觀詮釋、觀感可能是基於自身新聞素養，她仍然認為新聞就是得具備即時性、影響性、公共性等新聞價值，且需經由專業編輯室的篩選進入大眾傳播的流程中；儘管在 A 的實踐過程中，因為工作上的需求，新聞會不會爆紅、討論熱度程度高不高遠大於這些傳統新聞價值，但她仍有一套標準來詮釋自己的行動。

從受訪者 A 的判別邏輯和上文 D 和 E 的表述中我們可以發現，受訪者對新

聞的主觀詮釋可能是基於對新聞的需求，亦可能是沿襲過往媒介使用經驗、與相關新聞媒介的關聯性或是新聞素養的潛移默化，進而影響受訪者選擇觸及新聞的媒介和接收經驗，甚至在受訪者說明自身新聞接收經驗時，會將新聞與特定媒介或特定概念做連結，因此 D、E 才可以理所當然地說出手機新聞接收的考量（可以隨時看一下；不要出現廣告），以及 A 認為她平時在手機上接收到的新聞不是新聞（工作時是題材，平常是娛樂、消遣）。循此，手機新聞之所以能進入受訪者的日常生活，除了是原先新聞接收習慣的延續、相關新聞媒介的替代外，更是為了服務於原本日常生活中便已設定好的需求、意圖或目標，添加、附著於原本即存在的基礎架構之上。

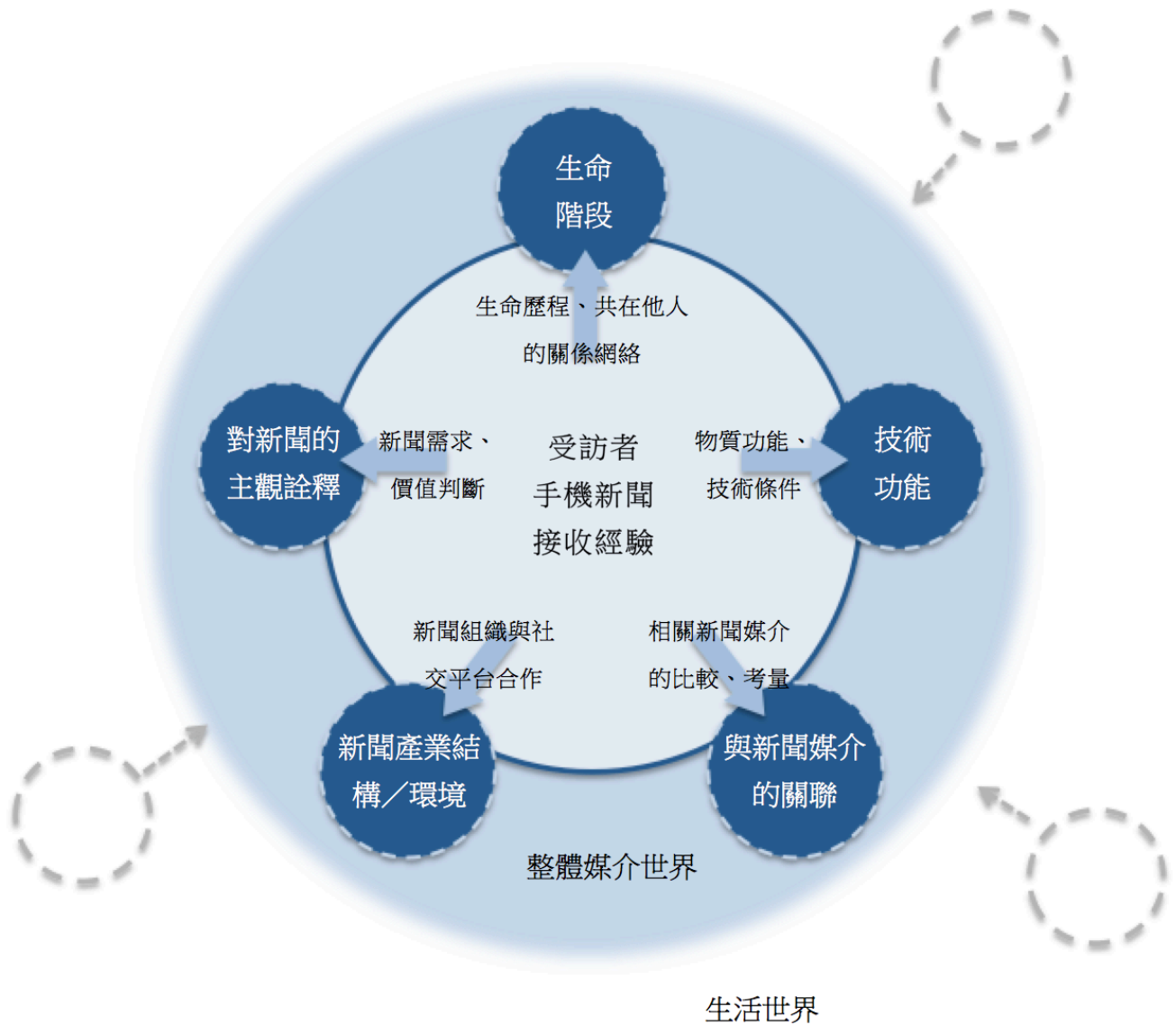
藉此觀點，我們重新檢視「拿起來看一下」、「順便看一下」如空隙般亂節奏的接收實踐，在前文我們試圖以空隙的時空條件、日常生活脈絡來理解之，然而如此接收節奏的生成不可忽視便是受訪者與媒介技術、與整體媒介世界的關聯。故在討論完技術條件和受訪者置身的媒介世界後，我們將藉上文所列的幾個媒介世界結構要素重新討論，為什麼手機新聞、新聞會被形容為「順便看一下」的接收形式，而其他新聞媒介的使用上卻難有如此經驗？

首先就「技術功能」來說，手機的可攜性能更適應碎片化的時空條件，且觸控螢幕的特性轉化（transform）新聞資訊的呈現方式，透過手指與螢幕的互動，讓原本只存在抽象意涵的「資訊流」具象化，隨著手指的滑動、拖曳，讓新聞資訊以流動的形式於受訪者眼前開展，縮短受訪者的停留時間；再者，「對新聞的主觀詮釋」也會影響接收模式，受訪者不再視新聞閱讀為獨立的媒體活動，而是「中間要休息一下的時候，想要滑手機的時候，就會看一下新聞...比較像是娛樂（受訪者 B）」、「LINE 的時候順便看一下...變成比較隨意的去接收（受訪者 C）」。

此外，值得注意的是，形構「順便看一下」的前提條件，便是新聞已不再存在於特定品牌的媒介空間中，如新聞頻道或新聞網站，而是受閱聽人使用習慣或廣告營收轉移、商業模式的影響，新聞產業與社群媒體的合作日趨頻繁、關係更為緊密，在 Facebook、LINE 等社群平台上也能觸及新聞。換言之，「順便看一下」行動的前提、受訪者經驗的媒介世界更隱含「當代新聞產業環境」的發展，在如此產業結構變遷的大環境中，新聞與社交動態、訊息等資訊不再有明顯的分野，受訪者才能透過追蹤、訂閱，將自己熟悉、常用的平台轉變成可以接觸到新聞、但卻不需要花太多時間閱讀的閱讀器，形構「順便看一下」的接收經驗。

因此，藉由以上討論，我們可以從受訪者殊異的新聞接收與媒介使用經驗中抽繹出整體媒介世界的基礎結構，如圖五所示。

圖五：整體媒介世界的基礎結構



資料來源：研究者繪製。

因長期置身其中，受訪者的媒介取用會依循整體媒介世界的運行邏輯，任何新技術、新媒介都僅是添加的附加物。儘管在 Best (2009) 原先的論述中，對媒介世界著墨不多，但如此架構可以幫助我們進一步理解，手機新聞作為添加的附加物如何被受訪者經驗；另一方面我們也看見，儘管因浸淫其中，如此「先行的」、被視為理所當然的媒介世界並不會直接被清楚指認，然而當受訪者在表述、詮釋

自身的新聞接收經驗時，技術功能、自身生命階段、與其他新聞媒介的關聯、當前新聞產業結構／環境、對新聞的主觀詮釋等元素會不斷浮現，且作為背景和基本認識結構以突出、滿實自身新聞接收經驗，使其於他人（研究者）眼前清晰。

但需進一步釐清的是，受訪者的新聞接收經驗相當殊異，各有各的詮釋方式，受訪者所經驗的媒介世界亦非常個人化。這僅是我們根據五名受訪者的經驗整理出整體媒介世界的基礎結構，隨著不同的使用者、不同的接收模式，亦會揭露、經驗到截然不同的媒介世界。如此經驗到媒介世界的形式就如液態現代性帶給我們的啟發，我們不再視當代生活型態是固著不變，且有永久可依循、理解生活世界的認識結構。因此這個基礎結構是不斷變動、模糊不清的，且僅是基於本文受訪者的所經驗到的基礎結構。

三、小結

在本節中，我們延續日常生活脈絡的討論，探討在受訪者手機新聞接收實踐的過程中所揭露的技術條件，以及蘊含與整體媒介世界的關聯，藉「人—技術—日常節奏」的關係式來理解受訪者豐富多樣的接收經驗。從中我們可以發現，當手機新聞進入日常生活，受訪者的技術實作中會轉換技術原先的意義，透過實踐重新形構受訪者與技術的關係，如不按讚的作為便是將按讚機制轉換成與平台演算法協調的手段；手機於工作場合隱含私領域、私密的社會意涵形構了「生理時鐘」、「拿起來看一下」等空隙般的接收節奏。因此，除了基於技術物質條件、功能面的考量，我們置身的社會、文化價值等「社會意義」亦會被嵌入技術中，引導受訪者與技術的互動關係，影響受訪者的手機新聞接收實踐。

此外，技術除了是「使用情境中的技術」，更是整體媒介世界中的一環，亦即，受訪者的日常生活不單只有手機此傳播媒介，而是處於多媒體環繞的生活世界中。因此我們從受訪者對自身新聞接收經驗的詮釋中抽繹出媒介世界的基礎結構，包括技術功能、個人生命階段、相關新聞媒介的關聯、對新聞的主觀詮釋以及新聞產業結構／環境，因此手機、手機新聞、或是任何新穎媒介進入受訪者的日常生活，皆是以添加的附加物的姿態服務於原本日常生活的意圖或需求；同時，也會因手機新聞的進入而改變原有經驗中的新聞，如強化、具象化拿起來看一下、順便點一下的需求。然而，因為如此的基礎結構奠基於受訪者詮釋的接收經驗、以及與整體媒介世界的關聯，是以這個基礎結構是持續不斷變動。而此觀點也是

本章節所欲強調的核心，受訪者與技術的關聯、與媒介世界的關聯，甚至是技術與媒介世界所顯現的關係，都是隨著使用情境、日常生活脈絡不斷調整、改變，因而才會依循不同的關聯性而形構不同的機緣。

討論至此，我們已經完成了本文的三個分析單位，日常生活脈絡、主動揭露的技術和整體媒介世界的關聯。儘管我們分別討論這三個分析單位，但就日常生活的新聞接收實踐而言，每個要素都是不可切分的環節，甚至缺少其一條件、脈絡，於受訪者日常生活中的手機新聞接收便不會發生。因此接下來將統整三個分析單位的論述，以機緣理論做本章節資料分析的總結與討論。

第三節 手機新聞的顯現：機緣分析

本文欲關注在「人—技術—日常節奏」關聯式下，使用者如何使用手機新聞、認識新聞，故取用關聯性機緣的論述，開展了機緣分析架構「日常生活脈絡」、「主動揭露的技術」與「整體媒介世界的關聯」，認為機緣必是此特定組合的狀態下才得以浮現。儘管在書寫策略上為了詳盡分析，分別論述以上分析單位，但，既然是以特定組合理解機緣，接下來我們整合受訪者的接收經驗，從上文提及的例子中提取幾個典型事件，以「事後」的角度、由受訪者採取的行動出發，重新理解手機新聞如何於受訪者的日常節奏實踐中顯現，並展現不同的機緣，進而從中了解受訪者如何經驗新聞。

在受訪資料中，雖然以 Facebook 為接收新聞管道的受訪者佔多數，卻僅有受訪者 A 發展出「滑滑滑、截圖」的接收實踐，而如此行動邏輯的關鍵便是基於她的職業、工作需求。為了接合工作的緊湊節奏，在通勤時便會利用手機找尋「題材」，甚至於上班時上廁所的途中、一個轉角的距離，手機都無法離身。在如此的脈絡下，手機的可攜性、觸控螢幕、截圖功能等技術特性都會被 A 轉化為實際運用的功能、手段，以便嵌入工作中任何空檔、空隙，於日常節奏中「順勢」使用手機，維持工作節奏的流暢。因此只要一抽離工作脈絡，手機新聞便不會展現「填補空隙」的機緣，新聞也不會以題材的樣貌被 A 所經驗。此外，為了能加速工作流程的進行，「滑滑滑、截圖」的實踐也是 A 與技術共構之下的機緣，因為她認知 Facebook 演算法對資訊篩選、呈現的影響，讓她能以此知識發展相應於該知識、與技術平台互動的行動，如僅訂閱粉絲數高的媒體粉絲專頁、且不按任何貼文讚，讓「熱門」、「會爆紅」題材自行浮出，滿足工作上的需求。

由此可知，在種種環節的集結之下，包括工作節奏、時間壓力、手機的技術特性、平台所賦予的功能特質、對技術的解蔽程度，才能讓 A 以「滑滑滑、截圖」的方式經驗手機新聞，而新聞在 A 經驗中也會與「題材」、「爆紅」、「點閱率」等形式顯現。

與受訪者 A 類似的接收考量，B 習慣於批踢踢的封面故事上接收「討論熱度高」的新聞，故手機新聞於 B 而言所顯現的樣貌便涵蓋推文、回文等鄉民熱烈討論的時事。儘管社群平台相對於傳統新聞媒介提供的新聞更為片段、瑣碎，但它卻能承擔社交特質，亦即，在這樣的實踐過程中，新聞從單方面的資訊提供，轉向雙向、多向的意見交流。然而，如此轉向並非指新聞接收轉變為社交活動，而是社群平台的按讚數、訂閱機制、演算法的計算邏輯、推文回文設定、封面故事的篩選邏輯等介面設計和技術特性，某程度上符擔（afford）了意見闡述、匯集的意義，讓受訪者能夠在這些平台上獲取「討論度最高」、「最多人關注」、甚至是「風向」等民意趨勢。

因此為了一開啟手機，便能獲取最新、熱門的時事話題，受訪者 B 進而發展固定「生理時鐘」的接收節奏，而如此生理時鐘的節奏生成便是機緣的展現。從 B「觀感不好」的表述中可看出，手機在工作脈絡中隱含私密、私領域的社會意義，拿起手機的行為往往會與「休息」、「摸魚」等意涵劃上等號，因而 B 與技術會協調出「每隔一、兩小時就看一下」的接收節奏；同時，如此頻率也是基於手機「ready-to-hand」特性，因為 B 與手機的高度嵌合、共時，讓他能「感知」到批踢踢的更新頻率，是以「生理時鐘」是 B 與手機的互動關聯形構而成的感知經驗。在此我們更進一步看見，受訪者與技術的關聯性亦不單基於感知、運用技術表面所顯露的功能、物質特性，更包括長期實作之下所經驗到的社會意涵，也就是技術的社會能供性。

如 B 一般，C 於工作脈絡下的手機新聞接收實踐亦展現「拿起來、看一下」、「順便看一下」的亂節奏。然而卻因電腦隱含工作、非休閒的意涵，就算是下班後，於整體媒介世界中 C 仍取用手机作為接收新聞的管道，不想接觸與工作高度關聯的媒介。同樣是連網技術，手機與電腦的社會能供性在他的技術實作中浮現，漸漸在日常生活中形構適得其所的鑲嵌方式。同時，也因 C 的社會角色影響，不想要嚴肅的新聞加重心理負擔，偏好隨意地接收新聞，對新聞的主觀詮釋判斷也會偏向娛樂、消遣。故在日常節奏、技術社會意涵、與新聞的關聯性等脈

絡之下，手機新聞成爲 C 最能「順勢使用」、貼合節奏的接收管道，即自然而然地建構「LINE 的時候順便看一下」的接收節奏。

在個人與技術互動關聯的特定組合下，手機新聞的機緣展現如此多變、殊異的樣貌，從「獲取新聞資訊的渠道」轉化為「取得題材」、「滿足娛樂需求」等服膺於個人意圖的手段。儘管受訪者 D、E 的經驗與傳統新聞研究所述的接收模式較為類似，展現穩定的和節奏，但也會因為技術實作的不同而經驗到與以往不同的新聞樣貌。D 習慣於通勤時與睡前接收新聞，因此推播技術的主動性讓技術與個人的關聯性更為緊密，於 D 而言，推播便轉化為如過往報紙頭條、頭版般的功能，因此她經驗的手機新聞更強調「事件重要性」，甚至以此判准評價該新聞 APP，強化了對新聞價值的要求。同樣地，E 也因平台的不同，對新聞有不同的詮釋，然而如此的判準並非單純由平台功能所賦予，而是因為 E 於 Twitter 的技術實作會主動追蹤意見領袖，讓同樣是社交平台的兩種工具轉化成不同目的用途；同時也因 E 經驗中的媒介世界，對新聞的主觀詮釋除了純資訊外，更強調意見領袖的觀點，希望獲取「有論點的新聞」，因此當 Twitter 和 Facebook 同時以添加的附加物被 E 所感知時，僅會取用 Twitter 作為承擔接收新聞需求的平台。

藉機緣的視野我們可以看見，當手機新聞於受訪者經驗中顯現之時，必存在不可切割的背景與脈絡，這些脈絡亦讓技術的特質更為顯現，關於流動性、碎片化、即時即刻等關於手機、手機新聞的抽象概念，透過分析受訪者的節奏實踐後取得具體、實質內涵。前文我們引包曼（2000）的論述，認為手機的流動性源於其可攜性讓使用者從固著空間中解放，然而從資料中發現，流動性的特質不單展現於置身空間的流轉，甚至，在某些受訪者的實踐中穩定空間（如公車上有無位置、是否需要轉車）亦是接收新聞的考量；因此從分析中我們看見，如此的流動性也不能單指空間上的流動性，更是包括人機互動所產生的資訊流、新聞流

（flow），手機的觸控螢幕訓練人的大腦、眼睛、手指需要依據畫面的變化而有相應的反應、行動。儘管過往我們也會以資訊流來比喻資訊的流通、傳播，然而觸控螢幕展現的機緣讓隱喻的、想像中的流動性得以具象化呈現，甚至配合著手指與觸控螢幕的互動，讓流動性成爲受訪者具體的經驗模式，也因此受訪者的表述中會以「滑滑滑」表示新聞接收實踐。

如此的流動性通常伴隨新聞資訊的碎片化，就如在「滑滑滑、截圖」的行動中，新聞便以「去脈絡化」、「圖檔」的形式被經驗、保存和傳播；「拿起來、看

一下」的前提也是基於手機所符擔的機緣，讓新聞得以「一下」、近似點狀的時間感知被經驗。循此，除了資訊的碎片化，接收情境的碎片化更具體地以空隙般的亂節奏呈現。有別以往媒介使用研究會以討論固定時段、停留時間較長的「和節奏」使用經驗為核心，探討其媒介效果；手機承擔的「空隙」機緣，以「亂節奏」的形式於受訪者的實踐中顯現，碎片化的接收、閱讀模式亦是核心，更甚，是最能順應日常節奏的使用模式。據此，以空隙、亂節奏的觀點觀之，手機新聞「即時滿足資訊需求」、「隨時隨地獲取新聞」也不再是如此單薄的描述，而是在特定脈絡、特定節奏實踐的前提下，空間被轉化為可利用的時間，以便即時獲取工作所需「題材」；或是因為生理時鐘的提醒下即刻滿足「娛樂」的需求。

基於以上討論，手機新聞也不再僅是「手機上所能接觸到的資訊」，甚至在分析討論後，我們更難以說明什麼是手機新聞，只能以關聯性機緣的論點來闡述，是基於使用者日常節奏實踐、與手機（平台）技術互動關聯、與整體媒介世界的關聯之下的經驗；且在特定機緣之下，才能被經驗到。藉由本章的分析與討論，我們已了解手機新聞於使用者日常生活的節奏實踐，以及在實踐過程中、手機新聞顯現之時，使用者所經驗的新聞樣貌，因此接下來我們將進一步討論，如何認識如此樣貌的新聞。

第五章 結語：形構「新聞體驗」

為了解使用者在日常生活使用手機的新聞接收經驗，本文援引節奏的觀點發展「人—技術—日常節奏」的關聯式，認為接收節奏生成、維持動態均衡的前提，必定隱含技術與使用者的互動關係，故進一步以關聯性機緣提問，藉由將使用者的實踐經驗置入「日常生活脈絡」、「所揭露的技術」和「與整體媒介世界的關聯」的括號中，以不同角度探尋使用者新聞接收的經驗，理解手機新聞如何於日常生活中顯現；進而發現接收實踐存在不可切割的背景、脈絡之下，手機新聞與使用者共構的機緣得以讓使用者於日常生活順暢、理所當然地近用該媒介技術。同時，在使用者接收實踐的過程中，使用者與技術互動的直接知覺亦會逐漸地添加、豐富手機新聞、新聞的意涵。

儘管此時的新聞仍是模糊不清的樣貌，可能是以新聞流、題材、截圖、推文、風向、推播、娛樂、或意見領袖的論點等被使用者所經驗，但不可否認，這就是當代新聞於使用者面前呈現的樣貌。本文的核心並非尋求單一定義、普遍價值的新聞，而是描繪在不同環節形構之下的新聞，欲藉此重新思考，究竟該如何看待如此多變、曖昧不清樣貌的新聞。

第一節 如何理解新聞？

一、手機新聞的協奏曲

首先，在「人—技術—日常節奏」結構之下，我們看見了當手機新聞進入使用者的日常生活中，會與原有的日常生活節奏相協調，進而形成和節奏與亂節奏的接收實踐，因此「mobile news- as- rhythm」便是「人—技術—日常節奏」的具體展現，亦是使用者與手機共構而成的機緣。換言之，在這樣的關聯下，儘管手機或手機新聞本身便存在即時、彈性化時間的節奏特性，但仍是需要依循一定既有的日常節奏脈絡，以此為基本進行微協調。

就如經驗資料所述的「生理時鐘」，儘管這是受訪者 B 的表述，然而卻也是「mobile news- as- rhythm」最適宜的詮釋，不管手機新聞之於使用者而言是滿足娛樂、工作、睡前瀏覽一天大事的需求，或是更深入地了解意見領袖的觀點，手機新聞將基於技術的功能層面、或長期實作的社會意義下，發展屬於「個人」生理時鐘的接收實踐，甚至是與媒介世界中其他媒介分工、移轉、替代的模式。因

此我們也仿效列斐伏爾，以樂曲旋律重新想像鑲嵌於日常生活中手機新聞接收，當正在進行中的旋律忽然加入一樣新樂器，為了讓原先的旋律、節奏得以順利演奏下去，便必須想辦法與樂隊中所擁有的樂器磨合，並在原有樂譜的基礎上，做小小的修改與調整；換言之，手機作為一項新樂器、新技術，當它進入使用者的日常生活，為了共譜協奏曲（polyrhythmia），讓日常生活原有的節奏得以順暢進行，手機便必須與整體媒介世界中的相關新聞媒介協調，並根據既有對新聞的主觀詮釋、需求等條件完成其目的與任務，同時亦會因手機的介入調整原有日常生活的步調、節奏，如上廁所手機不離身的例子，便是因為手機的技術節奏和功能條件讓受訪者 A 實質感受到即時、緊湊的工作節奏，並以此調整原有的生活方式。是以能順勢、順暢融入日常節奏，才是手機新聞得以被採用的關鍵，我們所能看到的這些經驗資訊，都是已經「協奏」的成果，手機新聞才能以「mobile news-as-rhythm」、「生理時鐘」顯現於使用者的日常生活。

當我們以此理解日常生活的手機新聞接收，便可以更清楚了解「添加的附加物」的意涵，手機新聞不再有同一、固定被使用者經驗的特質，可攜性、即時、即刻、個人化、流動性、碎片化都會依據使用者技術實作而形構不同的實質意義；而這一切都是因為手機新聞以添加的模式進入使用者的日常節奏，附著於原有的需求、習慣或意圖之上，基於不同使用者或情境脈絡，附著的形式都會有所變化，以便在節奏實踐中獲取合理使用的地位。然而當手機新聞是以「添加的附加物」被認識，所附著的基礎結構也將被視為認識手機新聞的要素，如與相關新聞媒介的比較之下，手機新聞被賦予了分心、拿起來看一下的機緣，手機新聞便不再是單純的技術物或商品，而是需要在不同的關係互動、關聯式中確立，不論是技術的物質特性或是功能條件，都需以所附著物的脈絡來理解、詮釋。

手機新聞、以及手機新聞被指認的一切性質和特性都被視為添加的附加物，甚至連接收經驗所揭露的整體媒介世界的基礎結構都不再通用、普世，而是基於不同經驗、不同關聯性所形構而成，「新聞」也將不再有其核心不變的狀態，而如此的曖昧模糊、不確定性亦彰顯「新聞液化」的意涵。藉此，欲將關注焦點從手機新聞聚焦於新聞，但也須再次強調，並非手機「致使」新聞液化，而是基於使用者與可攜性、觸控螢幕等特質的互動，讓亂節奏的接收經驗或是新聞流具體化、可視化，甚至是被使用者所指認。因此接下來將從經驗資料出發，重新討論「新聞如何液化」。

二、新聞如何液化？

藉液態現代性的指引，前文我們以「液化」來詮釋當代新聞產業所面臨的轉型危機，以及產製流程與傳播模式的鬆動。如此的詮釋方式便是想像過往固定不變、線性的新聞傳播模式變得如水流般，可以任意截斷，猶如流入不同的容器，以致有些元素持續存在，有些元素卻消失、或不再重要。然而經驗資料所展現的液化卻更似「melting the solid」，傳統定義下的新聞就如同一塊正在融化中的大冰塊，逐漸滲透到使用者的日常節奏實踐中，並與之結合，成為既是新聞、卻又不是傳統新聞學所述的新聞。

例如在受訪者 A 的工作脈絡中，以往新聞所強調的資訊完整、正確在實踐僅以片段的動態、題材樣貌顯現，然而卻強化對爆紅、點閱率的要求；B 以推文多寡篩選所欲接收的新聞，接收過程亦強調推文內容與鄉民風向。過往所強調的新聞體裁、敘事結構和報導要素等，在液化過程都變得不再重要，反而是收視率、瀏覽量等回饋機制與使用者的日常節奏、需求結合後，之於個別使用者生成全新且獨特的意義。就如包曼所述：「液態現代性代表什麼是持續的（融化的、去結合的）和不持續的（融化的不再凝固，不會再結合）。」（Bauman & Tester, 2001 / 楊淑嬌譯，2004，頁 108）

因此不管使用者認知中的新聞為何，從日常節奏實踐、與手機平台技術功能的互動、以及與整體媒介世界的關聯中都可看出，使用者實踐、經驗的新聞樣貌都在不斷變化，且不再有明確定義與邊界。當然如此樣貌的新聞無法避免地會殘留過去的元素，同時，這些原就存在的元素亦可能會於使用者日常實踐中再次形構其價值。如受訪者 D 每晚整理新聞推播訊息以瀏覽一天大事，儘管不再著重新聞內文，卻因通知欄位的介面設計以及推播的技術意涵更強調標題、媒體守門的意涵；以及 A、B 以爆紅和風向再現、重構傳播模式中回饋效果。故綜合第四章討論中本文五位受訪者的經驗資料，以「液化」重新繪製受訪者實踐中的新聞，如下圖六所示。

此時的新聞即是由日常生活、節奏實踐、與技術功能的互動，以及媒介世界的基礎結構所構築的網絡，且是個別使用者與新聞的關聯性所開展的意義網絡。在這個網絡中，使用者會傾向抓取最親近、最具關聯的認識結構來詮釋新聞，可能是與手機的關係、遮蔽廣告的功能，亦可能連結自身生命階段或工作內容，當然也可能包含已經液化的、過往新聞學研究所述的内容、報導要素或是新聞價值。因此本文並不是否認新聞體裁、內文的重要性，而是當使用者所聯想到、經驗到、知覺到的新聞確實不是以內容為主，需要藉以脈絡來形構，才得以顯現、清晰，我們就僅能如其所示，不需要像過往研究般，以使用者處理新聞文本的程度高低為判准，或將干擾新聞解讀的因素視為誤差或雜訊。據此，我們傾向以新的視野來描述使用者的經驗，不只討論新聞本身，而是擴大到使其顯現的背景脈絡，故以「新聞體驗」重新命名並理解之。

第二節 形構「新聞體驗」

一、從新聞接收到新聞體驗

既然使用者不再指認新聞內容為主要接收核心，而是一再地強調通勤時、上班時、累不累、有無位置坐、朋友 LINE 的時候，或是討論度高不高、會不會爆紅等種種極為瑣碎的因素。循此，使用者所實踐、經驗的新聞並不再只是新聞本身，更似一種「體驗活動」。因此接下來將藉由經驗資料帶給我們的啟發，結合本文的理論脈絡，進一步想像、形構「新聞體驗」。

首先，新聞體驗是「個人」且「獨特」的。換言之，如此體驗是以使用者的行動、經驗、感知為起始點，進而開展的具體實踐活動，如使用者所選用的媒介、與自身生命歷程的對比參照、對新聞的主觀詮釋、以及基於自身需求和習慣所設置的特定規則或篩選機制。這樣的觀點近似 Couldry (2014) 提出的「媒介實踐典範」，強調閱聽人實際做出哪些與媒介相關的行動，以閱聽人實踐理解媒介。然而關聯性機緣的觀點並非將使用者和媒介一分為二，使用者並不擁有絕對的支配權，而是強調使用者與媒介技術共構的成果；且在不同特定組合、對應關係下，使用者與媒介的關係亦會隨之轉變，影響使用者的體驗活動。循此進一步說明，新聞體驗更是相應關聯下、直接且具明確指向性的個人體驗。

此外，新聞體驗是「動態」的。藉由節奏分析的觀點，於日常生活中的手機新聞接收是處於多重節奏交織的動態均衡狀態，因此如此的體驗活動亦是感知到

置身脈絡的社會節奏、所使用媒介隱含的技術節奏，並與自身的日常節奏進行協調，形成個人的生理時鐘，時時刻刻處於變動、卻平衡順暢的體驗。基於此觀點我們可以進而論述，新聞體驗是由不斷連續的、當下的直接知覺所形構而成，因此在使用者的體驗中便會浮現時間、空間或節奏、步調的感知，如站（坐）在一個定點、需不需要轉車（受訪者 E）、趕不趕時間（受訪者 A）等，儘管如此的感知亦是個人化的，但卻能被用來填充、具體化體驗活動的意涵。

最後，延續本文「人—技術—日常節奏」的關聯式，指認新聞體驗是「於世之中」的，不單是生活世界，亦是於媒介世界之中，因此難以指認明確邊界或範疇。且從經驗資料來看，因置身於世界中，使用者與生活世界、媒介世界的關聯會影響所取用的認識結構來詮釋、體驗新聞，如使用者自身的生命經驗、對技術功能的考量、與相關新聞媒介的關聯、對新聞的主觀詮釋等，故新聞體驗是由使用者與生活世界、媒介世界的關聯性所構築的意義網絡。

因此，不只本文所揭露的這些結構、元素，基於不同使用者亦會發現殊異的體驗模式，我們並無法去框架如此體驗，也無須如此，僅能詳細描繪使用者經驗中新聞的不顯現到顯現，這過程所揭露的日常生活脈絡、技術條件、與整體媒介世界的互動關係等。強調新聞不可能單獨顯現，這些感知、事物、關聯性都會作為脈絡背景，指引我們認識和理解新聞，故將這些詮釋和經驗統稱為新聞體驗。接下來將以新聞體驗的概念回應本文最初的提問，「大家都不看新聞了嗎？」以及如何以新聞體驗的視野重新檢視當前的新聞環境。

二、再次追問：大家都不看新聞了？

在過往討論「看新聞」時，多著重於閱聽人接觸資訊完整度和文本解讀程度高低（鍾蔚文，1992），然而當新聞內容、文本在使用者的經驗中液化，我們再也無法明確定義什麼是「新聞」，以及使用者「看不看」新聞。因此藉新聞體驗的觀點，再次釐清如此提問的合法性，看不看新聞並不是如此絕對是非的回應，而是需要重新審視什麼是看新聞、什麼是新聞，這兩個提問都需藉由背景脈絡的構築，才能進而發現新聞於使用者經驗顯現的樣貌與整體意義網絡。

我們回歸經驗資料進一步討論，若使用者只看批踢踢上鄉民對時事的討論，這樣算不算看新聞？儘管以傳統、嚴格定義的新聞來說，使用者看的不是新聞內容，甚至與新聞搭不上邊，但如此經驗卻是新聞體驗的其一環節，只是在使用者

的體驗活動中，顯現的是批踢踢的平台特性、鄉民留言，或是風向、酸民文化，傳統所討論的新聞處於背景脈絡，處於隱晦、甚至難以辨認的狀態。是以我們可以含混的表述：「使用者在看新聞，但卻又不在看新聞（內容）」

因此，當我們以新聞體驗理解新聞時，許多對新聞條條框框的限制也需要重新釐清，當然本文也一再強調，並不是否認傳統定義下的新聞，而是希望以新的視野來理解更為豐富的使用者經驗，以及當前產業環境的變化。就如對新聞媒體與社群媒體合作的討論，一方面屈於使用者習慣的轉移，新聞媒體不得不隨之跟進；另一方面又為了迎合社群平台的特性，或是為了吸引粉絲數量、行銷新聞內容，出現大量碎片化的內容，甚至是無意義的直播、投票活動。如此一體兩面的困境似是陷入「觀眾愛看腥羶色、媒體就生產腥羶色」的無解迴圈中。倘若我們僅將它是為新聞體驗的其一環節，於社群媒體上曝光無疑是使新聞鑲嵌於使用者的日常節奏中最適宜的管道，然而我們就不能以傳統新聞的標準來評斷它，而是傾向將如此新聞體驗視為「接觸新聞」的源起或通道，雖然並沒有接觸到完整或深度的新聞文本，卻可以作為「提示」喚起使用者對新聞或事件的關注，而非以「看不看」的標準侷限使用者行動實踐，以及新聞發展的可能性。

然而在這樣的觀點下，我們也會遇到一個困難，在使用者鮮少論及新聞文本、內容，甚至品牌的情況下，當使用者的新聞體驗皆指認爆紅、推文、討論程度、工作時等條件，我們該如何談新聞識讀、新聞素養？過往我們都會著重於接收多方消息來源，或讓閱聽人理解新聞是如何產製、建構，並再現事實(林宇玲, 2012)，然而當新聞體驗已與使用者的日常生活節奏緊密嵌合、難以切分，便需以整體背景脈絡談新聞素養。以使用者的節奏實踐來看，新聞體驗的形構是長期媒介實作累積的經驗，因此就如前文所提及的，當新聞接收的特定規則和篩選機制於使用者的日常節奏中確立，通常也已確定新聞於使用者經驗中顯現的樣貌。據此，重新理解新聞體驗的素養問題，本文認為必須讓使用者意會到如此特定規則的存在，以及特定規則所形構的新聞體驗為何，進而引導使用者反思新聞之於自身的獨特價值，而這才是新聞不被淘汰、取代的核心。

最後，我們必須再次質疑「大家不看新聞了？」提問的目的，當新聞(資訊)充斥於日常生活，已是使用者習以為常的媒介世界，在研究者尚未介入的狀態下，使用者是否能知道「自己正在看新聞？」而如此疑問之於實證研究又有何幫助？如果研究者僅是依循「看」的框架，並從中批判使用者或閱聽人不看新聞、不看

專業（硬性）新聞，這無疑是忽略當前新聞產業變動、液化的狀況，忽略理論與經驗層面的斷裂，對現象的觀察依舊會陷入「沒有好新聞，所以讀者不看；讀者不看，所以沒有好新聞」的矛盾中。

儘管至此，研究者仍舊無法明確回答什麼叫「看新聞」，但新聞體驗的論點能回應的是，之所以不能回答「看新聞」的原因為何；以及使用者的實踐、經驗、詮釋中的新聞為何。盼能以新聞體驗的概念重新釐清長期被視為理所當然的新聞，重新理解使用者與新聞的關係，並以此作為未來相關實證研究的基礎。

第三節 限制與未來建議

一、「節奏分析」的想像局限

儘管列斐伏爾提出節奏分析的論點，然而卻未有明確分析或操作化的指引，研究者對節奏的想像模型，包括日常生活中對節奏、樂曲、節拍概念的聯想，引導了節奏分析的方式。因此在受訪者的節奏實踐部分，偏向以線性重複的概念來詮釋和節奏與亂節奏，於圖四空隙的新聞接收經驗中，亦是線性邏輯來描繪日常節奏實踐，同時以節拍的概念來繪製點狀的、空隙的接收經驗，忽略了節奏中的週期循環、週期重複。也因節奏於日常實踐中較容易以時間向度被理解，且循著理論脈絡，以節奏重新理解液態的時間經驗，因而本文較少著墨於空間向度，僅以時間與空間關係闡述，如在緊湊的節奏中，空間被表現為時間的特質；空間的穩定性確保「被隔離」的時間感知，皆是偏向時間向度的詮釋。

綜上所述，本文認為未來研究可以將節奏分析以「時間—空間—能量」的互動關聯為分析核心，延續列斐伏爾早年對空間的討論，更細緻地描繪節奏感知中時間與空間的關聯性；或以線性重複和週期重複的觀點來補充說明媒介馴化和儀式化的活動，將節奏分析的論點和本文所提出的「人—技術—日常節奏」廣泛用於媒介使用經驗研究。

二、深度訪談的兩難

為了能深入了解使用者的個人經驗、以及對自身經驗的意義反思，本文採取深度訪談法。儘管在田野過程中仍有錄下受訪者如何操作手機、觸控螢幕的路徑等影像資料，但礙於資料過錄時，使用者的話語最易於以文字表達，且因強調手機新聞如何於使用者的實踐與經驗中顯現，以及技術的意義形構，因此僅側重使

用者話語中所揭露資訊和如何解釋自身的操作方式，認為話語結構所揭露的才是顯現；再者，亦考量到蒐集來的影像資料仍需要另一套標準或架構來過錄，研究者擔心此架構會框架現象本身，或是讓影像資料落入驗證使用者話語詮釋的窘境。是以最後分析討論的內容仍是以訪談資料為主，影像資料並未被獨立分析，僅為研究者詮釋經驗的輔助資料，因而未能詳盡描述使用者複雜的使用經驗。

三、是「資訊體驗」或「新聞體驗」？

儘管本研究一再說明新聞不再單指新聞媒體所產製的新聞，因此在研究對象招募和訪談設計上皆以詢問手機上的資訊接收為出發。然而因為滾雪球抽樣的訪談對象年紀集中在 20 至 30 歲之間，這世代的新聞接收經驗與研究者雷同，多經驗過報紙、電視新聞至網路新聞、手機新聞的流轉，對「新聞」仍有一定的理解方式，因此訪談資料並沒有出現「朋友的動態、發文便是新聞」、「口述資訊就是新聞」的論述，仍有既定的認識框架來區分何謂資訊、何謂新聞。

因此本研究所詮釋的「新聞液化」除了是這五位受訪者的經驗，可能也只能代表該世代對新聞的詮釋，而剛好這世代面臨新聞產業變動較劇烈的階段，認識新聞的框架不斷在變與不變中游離、浮動，所經驗的媒介世界、媒介移轉經驗也較為複雜。或許對 10 至 20 歲世代的人或更年輕的世代而言，所謂的資訊與新聞的界線也將更模糊不清，傳統定義下的新聞甚至是「汽化」、完全消散的狀態。所以最後根據經驗資料提出「新聞體驗」中所指出的「新聞」或許並未與過去研究定義的新聞迥異，也無法完全被歸類於廣泛所指稱的資訊或資訊體驗，但並不影響本研究以「體驗活動」的論述來理解使用者的新聞接收實踐。

後記：其實我也不「看新聞」

與其說這篇論文是經驗研究，不如將它視為研究者的反思。

「反正現在大家都不看新聞了」每當向他人介紹自己所學時便會伴隨著如此質疑，當然我也曾這麼認為，只是我所受的訓練不允許我如此洩氣，僅能不斷找尋更有趣、更有新聞價值的線索；或是訓練自己對採寫的熟練度，認為文字要精練、筆鋒要利、要有現場感、事件陳述要清楚、面向要豐富多元、要找足夠權威的消息來源、要正反並陳、要小心查證等等，始終認為只要有足夠謹慎、優質內

容就會有人看新聞。當然，那時我認為新聞轉型的希望就是把內容做好、做深。

然而離開新聞系的環境、進入研究所後，我卻是強烈倚賴手機新聞推播獲得新聞資訊，且通常只是「看標題」。當周遭的人討論到近期事件，我往往知道、卻又不完全知道。這時「看新聞」對我來說似乎成了道德束縛，身為新聞系的學生怎麼可以不看新聞，但一方面又覺得我也不算沒看新聞，我還是知道近期時事、只是我沒興趣深入了解罷了。此時，我好像能理解為什麼會有「大家不看新聞」的質疑，而且我也無法直接怪罪當前新聞媒體做得不好。這個矛盾就是這篇論文會誕生的原因。

因此，藉包曼和列斐伏爾帶給我的啟發，決定用「非新聞（傳播）」的視野重新看待現象，將話語權轉交給使用者、閱聽人，由他們告訴我怎麼看新聞。但進入田野後，才發現多年來的新聞訓練成了視野的侷限，學、經歷和對新聞的觀點最為相近的 A 卻最讓我感到挫折，明明 Facebook 動態上都是新聞，卻還是堅持跟我說沒在看新聞；更別說背景完全相悖的 B 和 C，常常以「就順便看一下」、「看我累不累」等模糊不清的詞彙來表述自身經驗。「大家好像有在看新聞，又好像沒在看」的矛盾再次困住我，在訪談完後就僅有不安，質疑自己是不是找錯人、問錯問題了。

但也是因為這份不安、因為與受訪者極大的差異，讓我在分析過程不斷去釐清，為什麼「看新聞」這個問題對我來說是重要的，又或許看新聞並不是重點，而是怎麼看待「新聞」；在過程中不斷懸置自己對新聞的執著，從受訪者的經驗看見自身對新聞的偏見，並試著將新聞放入不同的括號中重新思考。因此在分析討論的部分，儘管我並未現身，並未將自身經驗置入其中，卻是我作為一名研究者、一名新聞系學生、一名手機新聞使用者、一名可能進入新聞產業的新鮮人，與受訪者的認識結構不斷對話的過程。儘管最後提出的「新聞體驗」並不成熟，卻是我目前在這個位置上所能思及與回應的答案。

參考書目

中文部分

- INSIDE (2014年9月19日)。〈新媒體實驗：一條燒錢也要走的路——聯合報系新媒體部專訪〉，《INSIDE》。取自 <http://www.inside.com.tw/2014/09/19/udn-new-media-lab-interview>
- INSIDE (2016年5月16日)。〈專訪東森張憶芬：Facebook 對媒體不是威脅，我們如何跟它共存共榮？〉，《INSIDE》。取自 <http://www.inside.com.tw/2016/05/16/ebc-facebook>
- 中央通訊社 (2015年10月22日)。〈HTC 已在全球範圍內預裝 News Republic 應用，給用戶帶來全球權威媒體資訊〉，《中央通訊社》。取自 <http://www.cna.com.tw/postwrite/Detail/180797.aspx#.WFaaXaJ96Rs>
- 尤芷芸 (2010)。〈線上社交網站之媒介溝通經驗〉。政治大學新聞學研究所碩士論文。
- 王宜燕 (2012)。〈閱聽人研究實踐轉向理論初探〉。《新聞學研究》，113: 39-75。
- 王泰俐 (2009)。〈八卦電視新聞的閱聽眾接收分析〉。《傳播與管理研究》，8(2): 3-36。
- 王淑美 (2014a)。〈傳播科技與生活韻律—關於研究方法的探討〉。《傳播研究與實踐》，25: 161-192。
- 王淑美 (2014b)。〈馴化 IM：即時通訊中的揭露、協商與創造〉。《中華傳播學刊》，4(1): 23-43。
- 李蔡彥、鄭宇君 (2011)。〈資訊科技與新媒體研究之發展〉。《傳播研究與實踐》，1(1): 75-81。
- 杜易寰 (2016年5月27日)。〈墮落或滅亡，媒體真的只能做無腦流量〉，《數位時代》。取自 <http://www.bnext.com.tw/index.php/article/39736/BN-2016-05-27-170041-178>
- 周群英譯 (2005)。《日常生活與文化理論》。台北：韋伯文化國際。(原書：Highmore, B. [2002]. *Everyday Life and Cultural Theory: An Introduction*. New York: Routledge)
- 林宇玲 (2012)。〈在數位時代的新聞識讀教育：一套批判的新聞識讀模式〉。《資

- 訊社會研究》，22: 1-20。
- 林怡廷（2015年8月20日）。〈《眉角》傳奇：憑什麼「新媒體」非網媒不可？〉，《端傳媒》。取自 <http://opinion.cw.com.tw/blog/profile/208/article/2422>
- 邱慧仙、蔡念中（2012）。〈閱聽人世代與情境變數對於新聞載具偏好之影響〉。《玄奘傳播資訊學報》，9: 23-44。
- 施盈廷（2013）。〈資訊時代的新聞概念：小寫新聞的誕生〉。《資訊社會研究》，4: 181-210。
- 域動調查報告（2015年1月27日）。〈2014年Q4暨年終台灣網路、行動調查數據報告〉。取自 <http://www.clickforce.com.tw/newspaper/Report/2014Q4.pdf>
- 張君玫譯（2001）。《全球化：對人類的深遠影響》。台北：群學。（原書：Bauman, Z. [1998]. *Globalization: The Human Consequences*. Cambridge: Polity Press）
- 張郁敏（2012）。〈因人而異的新聞消費行為：整合新聞媒介與新聞品牌的新思維〉。《中華傳播學刊》，21: 81-117。
- 曹家榮（2012）。《理解行動電話：流動的媒介與日常生活》。政治大學社會學研究所博士論文。
- 曹家榮（2013）。〈理解技術實作：現象學取徑初探〉。《社會分析》，7: 1-43。
- 陳萬達（2008）。《新聞採訪與編輯：理論與實務》。台北：威仕曼文化。
- 陳燕珩（2012）。〈手機新聞崛起—初探台灣手機新聞 App 之使用現況〉，「2012年中華傳播學會年會論文」，台中靜宜大學。
- 游曉貞、陳國祥、邱上嘉（2006）。〈直接知覺論在產品設計應用之審視〉。《設計學報》，11(3): 13-28。
- 華婉伶、臧國仁（2011）。〈液態新聞：新一代記者與當前媒介境況—以 Zygmunt Bauman「液態現代性」概念為理論基礎〉。《傳播研究與實踐》，1(1): 205-237。
- 黃厚銘、曹家榮（2015）。〈「流動的」手機：液態現代性的時空架構與群己關係〉。《新聞學研究》，124: 39-81。
- 黃齡儀（2008）。〈媒介空間中的凝視、語言和意義：以 Skype 視訊為例〉。《資訊社會研究》，14: 167-195。
- 楊淑嬌譯（2004）。《與包曼對話》。台北：巨流。（原書：Bauman, Z. & Tester, K. [2001]. *Conversations With Zygmunt Bauman*. Cambridge: Polity Press）
- 資策會 FIND（2014年12月29日）。〈智慧型行動裝置普及率近7成 市場即將

- 飽和！資策會 FIND：行動族群半年增加逾 100 萬人、全臺滑世代破 1,432 萬。取自 http://www.find.org.tw/market_info.aspx?n_ID=8303
- 臧國仁(1998)。〈新聞報導與真實建構：新聞框架理論的觀點〉。《傳播研究集刊》，3: 1-102。
- 劉佳莘(2016年2月26日)。〈台灣行動 App 消費者調查分析—整體行為〉，《MIC AISP 產業情報顧問服務網》。取自 <http://mic.iii.org.tw/aisp/reports/reportdetail.asp?docid=CDOC20160225003&doctype=RC>
- 劉欣飴(2009)。〈以社會能供性觀點探討資訊科技認知對合作意願影響之研究〉。《資訊社會研究》，16: 89-135。
- 劉倚帆(2011)。〈初探智慧型手機如何改變社會時空經驗〉，「2011年中華傳播學會年會論文」，新竹交通大學。
- 蔡文英(2009年2月26日)。〈媒體寒冬 美 33 報破產〉。《蘋果日報》。取自 <http://www.appledaily.com.tw/appledaily/article/international/20090226/31424530/>
- 蔡筱雯(2008年12月9日)。〈報業寒冬 論壇報集團瀕破產〉。《蘋果日報》。取自 <http://www.appledaily.com.tw/appledaily/article/international/20081209/31213225/>
- 魯寶(2014)。〈論列斐伏爾節奏分析視域中的勞動與休閒〉。《南京工程學院學報：社會科學版》，14(4): 9-13。
- 盧慧蘭(2007)。《閱聽人與日常生活》。台北：五南。
- 蕭瑟寡人(2016年9月19日)。〈未來兩年的五個科技泡沫〉，《數位時代》。取自 <http://www.bnext.com.tw/column/view/id/40987>
- 鍾蔚文(1992)。《從媒介真實到主觀真實：看新聞，怎麼看？看到什麼？》。台北：正中。
- 鍾蔚文、陳百齡、陳順孝(2007)。〈數位時代的技藝：提出一個分析架構〉。《中華傳播學刊》，10: 233-264。
- 韓連慶譯(2012)。《技術與生活世界—從伊甸園到塵世》。北京：北京大學出版社。(原書：Ihde, D. [1990]. *Technology and the lifeworld: from garden to earth*. Bloomington and Indianapolis: Indiana University Press)
- 魏瑾筠(2016年3月10日)。〈好還要更好 《自由時報》App2.0 版年中更新〉，

- 《自由時報》。取自 http://mol.mcu.edu.tw/show_2009.php?nid=171074
- 羅世宏譯 (2000)。《傳播理論—起源、方法與應用》。台北：五南。(原書：Severin, W. J. & Tankard, Jr. J. W. [1997]. *Communication theories: origins, methods, and uses in the mass media*. New York: Longman)
- 關巍、張曉娜(2016)。「資本主義異化問題的節奏分析—讀列斐伏爾《節奏分析：空間、時間和日常生活》」。《大連幹部學刊》，4: 12-16。
- 蘇鑰機 (2011)。「什麼是新聞？」。《傳播研究實踐》，1(1): 1-24。
- 龔卓軍 (2006)。《身體部署—梅洛龐蒂與現象學之後》。台北：心靈工坊文化。

英文部分

- Atkinson, W. (2008). Not all that was solid has melted into air (or liquid)- a critique of Bauman on individualization and class in liquid modernity. *The Sociological Review*, 56(1), 1-17.
- Bakardjieva, M. (2005). *Internet Society: The Internet in everyday life*. London: SAGE.
- Bakshy, E., Messing, S & Adamic, L. (2015, May 7). Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook. Science. Retrieved from <http://science.sciencemag.org/content/early/2015/05/08/science.aaa1160.full>
- Bauman, Z. (2000). *Liquid modernity*. Cambridge: Polity Press.
- Bengtsson, S. (2014). Faraway, so close! Proximity and distance in ethnography online. *Media, Culture & Society*, 36(6), 862-877.
- Best, K. (2009). When Mobiles Go Media: Relational Affordances and Present-to-Hand Digital Devices. *Canadian Journal of Communication*, 34(3), 397-414.
- Bowman, S. & Willis, C. (2003). *We Media*. Retrieved from <http://www.hypergene.net/wemedia/weblog.php>
- Bruns, A. (2003). Gatewatching, not gatekeeping: Collaborative online news. *Media International Australia Incorporating Culture and Policy*, 107(1), 31-44.
- Couldry, N. (2004). Theorising media as practice. *Social semiotics*, 14(2), 115-132.
- Cohen, K. (2013, January 24). How To Use Push Notifications Without Being Pushy. *Marketing Land*. Retrieved from

- <http://marketingland.com/a-pushy-reminder-push-notifications-hit-or-miss-31590>
- Dave, H. (2005). Book Review: Henri Lefebvre: Rhythmanalysis: Space, Time and Everyday Life. *Time & Society*, 14 (1), 157-159.
- Deuze, M. (2007). JOURNALISM IN LIQUID MODERN TIMES. *Journalism Studies*, 8(4), 671-679.
- Dimmick, J., Feaster, J. C. & Hoplamazian, G. J. (2010). News in the Interstices: The Niches of Mobile Media in Space and Time. *New Media and Society*, 13 (1), 23-39.
- Elden, S. (2004). Rhythmanalysis: An Introduction. In Lefebvre, H., *Rhythmanalysis: Space, time and everyday life* (pp. vi-vii). London; New York: Continuum.
- Gane, N. (2001). Zygmunt Bauman: Liquid Modernity and Beyond. *Acta Sociologica*, 44(3), 267-275.
- Gibson, J. J. (1979). *The ecological approach to visual perception*. Boston: Houghton Mifflin.
- Henriques, J., Tiainen, M., & Väliaho, P. (2014). Rhythm returns: Movement and cultural theory. *Body & Society*, 20(3-4), 3-29.
- Hutchby, I. (2003). Affordances and the Analysis of Technologically Mediated Interaction: A Response to Brian Rappert. *Sociology*, 37(3), 581-589.
- Ihde, D. (1990). *Technology and the Lifeworld: From Garden to Earth*. Bloomington and Indianapolis: Indiana University Press.
- Jones, K. (2003). What is an affordance? *Ecological Psychology*, 15(2), 107-114.
- Lefebvre, H. (2004). *Rhythmanalysis: Space, time and everyday life*. London; New York: Continuum.
- Lefebvre, H., Régulier, C. & Zayani, M (1999). The Rhythmanalytical Project. *Rethinking Marxism*, 11(1), 5-13.
- Nansen, B., Arnold, M., Gibbs, M. R. & Davis, H. (2009). Domestic orchestration: Rhythms in the mediated home. *Time & Society*, 18(2-3), 181-207.
- Norman, D. (1988). *The Psychology of Everyday Things*. New York: Basic Books.
- Norman, D. (2004). Affordances and Design. Unpublished article, Retrieved from <http://www.jnd.org/dn.mss/affordances-and-design.html>

- Obert, J. C. (2008). Sound and sentiment: A rhythmanalysis of television. *Journal of Media & Cultural Studies*, 22(3), 409-417.
- Reckhow, M. (2015, May 12). Introducing Instant Articles. Facebook Media.
Retrieved from [https:// media.fb.com/2015/05/12/instantarticles/](https://media.fb.com/2015/05/12/instantarticles/)
- Salz, P. A. (2014, September 2). The Importance of ‘Push’ in the App Age. *EContent Magazine*. Retrieved from
<http://www.econtentmag.com/Articles/Column/Agile-Minds/The-Importance-of-Push-in-the-App-Age-99018.htm>
- Seidman, I. (1998). *Interviewing as qualitative research : a guide for researchers in education and the social sciences*. New York: Teachers College Press.
- Sheller, M. & Urry, J. (2006). The new mobilities paradigm. *Environment and Planning A*, 38, 207-226.
- Snow, R. P. (1987). Interaction with mass media: The importance of rhythm and tempo. *Communication Quarterly*, 35, 225-237.
- Westlund, O. (2010a). Convergent Mobile News Media- Tranquility Awaiting Eruption? *Palabra Clave*, 13(1), 99-110.
- Westlund, O. (2010b). MOBILE NEWS: A review and model of journalism in an age of mobile media. *Digital Journalism*, 1(1), 6-26.

附錄一 訪談大綱

(一) 整體日常生活脈絡

1. 基本資料：如年紀、職業工作。請描述一天的行程與工作內容、一週的時間安排。
2. 手機依賴度、黏著度高嗎？認為自己是低頭族嗎？
3. 請描述並操作展示在手機接收資訊的習慣、平台為何？
4. 如何得知近期重要新聞事件（小模命案、命案大逆轉；H5H6 疫情；川普對中國發動貿易戰商、業部長羅爾斯上任；朴槿惠遭彈劾；梁振英告《蘋果》）？
5. 近期有印象的新聞事件為何？獲取管道為何？
6. （非特定指手機、平台）新聞閱讀習慣。

(二) 研究對象與技術的互動細節

1. （以天為單位）請描述在日常生活中會使用手機接收新聞的時段、情境脈絡？為什麼？
2. （不預設平台）請展示、說明在什麼狀態下會在手機上接觸到新聞？
3. 請展示、說明你如何使用該平台接收新聞？
4. 為什麼會用以上平台？什麼特性影響你選擇用該平台？
5. 請描述並展示、操作個別平台接收行為。
6. 請描述接收行為處於的活動脈絡、周遭環境。
7. 當下的情境脈絡會影響你怎麼接收新聞嗎？如何影響？
8. 曾經使用過其他接收新聞的平台（管道）嗎？為何用（拒用）？

(三) 主觀詮釋新聞接收經驗

1. 你覺得用手機接收新聞必要因素是什麼？（為什麼在手機上會接觸到新聞？）與以往的新聞接收經驗有何不同？
2. 你對不同平台的新聞有何感受、感想？（如臉書新聞小編、留言像是帶風向...）
3. 你覺得這樣的接收經驗會不會影響你對新聞的觀感（如只看標題，太簡

單、太急促...)？請你舉例說明。

4. 你認為如此經驗下的新聞還能稱之為新聞嗎？為什麼？可以請你分享你認為的新聞是什麼？
5. 如果在招募時改問「是否為高度依賴手機接收新聞的通勤族」，你認為你會是我的受訪者嗎？為什麼是？為什麼不是？



附錄二 訪談同意書

親愛的受訪者，您好：

我是政治大學傳播學院碩三研究生蕭奕雯，目前正在進行的研究主題是「手機體驗的日常節奏實踐」，誠摯邀請您參與研究並撥冗接受訪談。

研究目的是探討使用者使用手機接觸資訊的行為，從中瞭解相關的使用情境脈絡，因此也希望您能在訪談過程中操作展示使用手機的方法。

訪談時間約一至兩小時，在訪談過程中，為了能使內容被完整紀錄，將全程錄音，並用手机照下您的操作展示行為，一切資料僅作為後續分析之研究用途，並採匿名制，但若在訪談中有任何讓您不便之處，也可隨時調整，或終止訪談。希望您能安心接受研究訪談。

敬祝 順心

政治大學傳播碩士學位學程蕭奕雯 敬上

聯絡方式：0911746150

winnie521515@gmail.com

受訪同意書：

詳讀以上內容後，本人願意接受研究訪談，同意全程錄音，並應需求拍下操作手機之畫面。若有任何疑慮或問題，可以隨時於訪談中或結束後與研究者聯絡！

受訪者簽名

訪談日期