

國立政治大學新聞學研究所

碩士學位論文

新聞中的老人形象分析：

以《蘋果日報》為例



指導教授：林怡潔 博士

研究生：林璟筠 撰

中華民國 107 年 3 月

## 《摘要》

本研究針對蘋果日報 2015 年 6 月 1 日至 2017 年 5 月 31 日期間，長照法施行後老人相關新聞進行內容與框架分析。本研究透過議題設定理論視角，並參考過去與人口有關的新聞框架相關研究，從新聞內容中歸納出近年台灣與老人相關之新聞的框架及其新聞寫作特徵。本研究將老人相關新聞的框架區分為三大類：趨勢框架、社會問題框架與轉契機框架，透過新聞則數計算，發現社會問題框架之報導占最多數，對於老人之新聞報導亦偏負面形象，例如老人為社會負擔等。在性別方面的呈現亦有差異，描寫男性重視社會地位，女性則重視外表與生育能力。此外，本研究也發現，老人相關新聞中具有濃厚的商業主義影響，近兩成老人相關新聞為置入性行銷，其推銷的品項以「醫療保健品」為最多。

關鍵詞：老人、框架理論、議題設定、內容分析、置入性行銷。

## 《Abstract》

This research studies the representation of older adults in a Taiwanese newspaper, *Apple Daily*, from June 1, 2015 to May 31 2016. . Drawing from agenda setting theory and frame theory, this research analyzes the major frames and characteristics of the recent news trends on ageing and older adults. The findings include three major frames on “trend”, “social problem” and “new opportunity.” Older adults are framed as social problem by most and portrayed negatively in those news. There are also differences in the representations of gender images. For example, the portrayals of old men mostly focused on their social status, while the focus in the news about old women are related to their appearances and fertilities. In addition, about twenty percent of the news include placement advertising in the messages, among the most about medical products.

Key words: aging, frame theory, agenda setting, content analysis  
placement advertising

# 目錄

壹、研究動機 .....	1
貳、文獻探討 .....	7
一、議題設定與框架理論.....	7
(一) 議題設定理論 .....	7
(二) 框架理論.....	8
(三) 議題設定與框架理論的關係 .....	11
二、老人形象相關研究面向.....	12
三、當今社會科學研究的老人議題： .....	13
(一) 社會與福利.....	14
(二) 身心健康.....	16
(三) 城鄉.....	17
(四) 性別.....	17
(五) 經濟.....	17
(六) 世代溝通.....	18
三、小結.....	19
參、研究方法 .....	20
一、研究問題 .....	20
二、研究方法與研究架構.....	21
三、研究對象 .....	21
四、資料收集 .....	21
(一)、期間選取.....	21

(二)、樣本選取.....	22
五、資料分析方法與信度檢驗.....	22
(一)、資料分析.....	22
(二) 信度檢驗.....	22
六、分析架構.....	23
肆、研究分析與討論.....	25
一、框架內容.....	25
二、編碼表.....	27
三、編碼結果.....	32
伍、研究結論與建議.....	61
陸、研究限制與展望.....	64
柒、參考文獻.....	65

# 圖表目錄

圖 1：過去二十年台灣老人占總人口之比例.....	2
圖 2：臺灣未來老年人口推估比較.....	2
圖 3：世界各國老化進程比較圖.....	3
圖 4：台灣長照服務照顧人數.....	15
圖 5：政府長照經費.....	15
圖 6：老人形象的建構歷程.....	19
圖 7：社會問題框架中的次框架分佈.....	37
圖 8：高齡化新聞之報導風格分佈.....	46
表 1：研究問題與對應之研究方法.....	23
表 2：框架內容.....	25
表 3：研究編碼表.....	27
表 4：三大框架的數量分佈.....	32
表 5：應負責任者分佈.....	39
表 6：報導性質.....	41
表 7：老人相關新聞中的性別呈現.....	42
表 8：兩性的正負面詞彙.....	45
表 9：版面分佈.....	50
表 10：正面老人報導之版面分佈.....	52
表 11：產品類型.....	54
表 12：引據分佈.....	55
表 13：時間走向分佈.....	57
表 14：報導主題分佈.....	60
表 15：特例與常態性質分佈.....	60

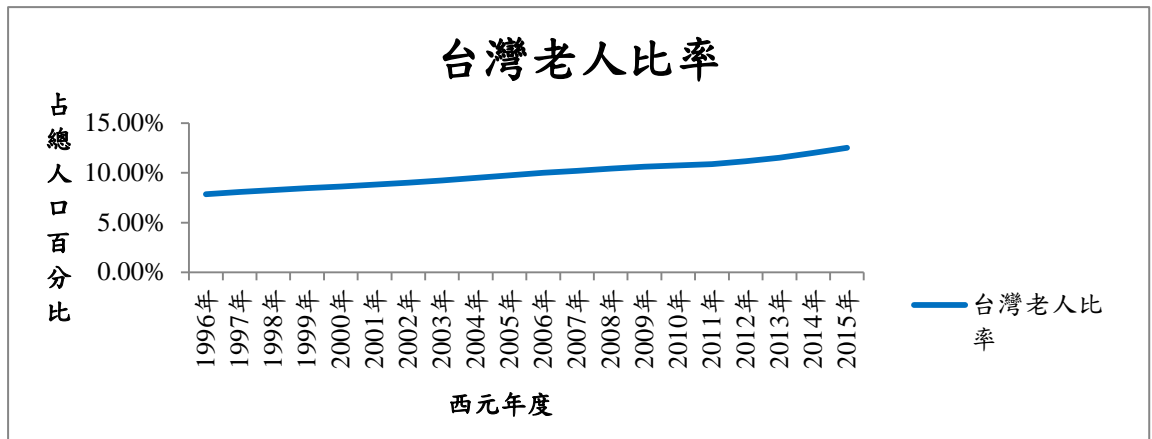
## 壹、研究動機

猶記得童年時期每天最期待的事情，便是奶奶來幼稚園接我放學，一起去臺中公園散步，大手牽小手共度祖孫美好時光。當時雖然雙親忙於工作，但因為奶奶溫柔的陪伴，我不曾感到孤獨。奶奶記憶力很好，總記得每個孫子偏好的荷包蛋種類，蛋黃全熟還是半熟，喜搭配佐料為番茄醬還是醬油，她都細心為我們一一料理喜愛的口味。就算過了二十幾年，這段溫馨的記憶依舊歷歷在目，雖然奶奶已經過世許久，至今她偶爾仍會出現在我夢中，溫柔地牽起我的手，笑著對我說：「你到日本讀書時，要好好加油，家人之間也要記得多噓寒問暖、彼此照顧喔！」

在研究者這一輩年輕人成長期間，不乏祖父、祖母輩協助照料孫子、孫女的例子，當父母忙於工作時，總是由祖父母細心耐心的陪伴著我們成長。他們可能經歷過戰亂、日本時代，也經歷過貧窮，卻充滿著智慧與慈愛；寧願自己省吃儉用，卻一定要讓兒孫吃好的、穿好的，許多家庭回憶中，都曾經歷過類似的幸福祖孫的美好時光，留下幸福的回憶傳承，或可說是華人文化的共同經驗。

早在春秋戰國時期的儒學家就提倡「老有所終，壯有所用，幼有所養」的理想，並記載於《禮記》禮運大同篇中。在現代的華人世界如何實現「老有所終」的理想，近年成為大眾媒體傳播訊息中的重要主題之一。原因是隨著時代演進，各國皆面臨一不容忽視的現象——老人所占人口比例之迅速成長。根據世界衛生組織（World Health Organization, WHO）的定義，一國家內 65 歲以上的人口，佔總人口比例 7% 以上，即稱為高齡化社會（aging society）；達 14% 稱為高齡社會（aged society）；達 20% 稱之為超高齡社會（hyper-aged society）。過去二十年間，台灣社會老人所占總人口比例，以圖 1 可見，呈現逐步上升的趨勢。

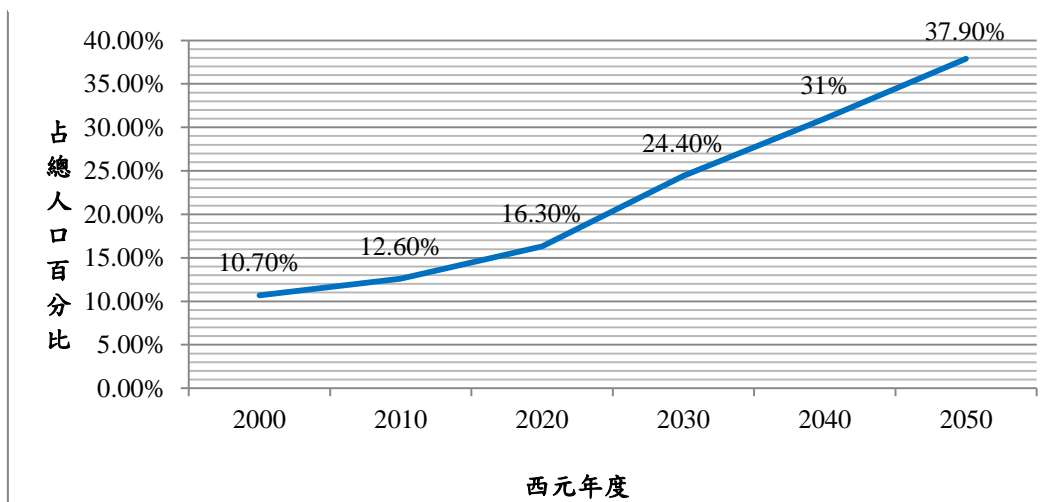
圖 1：過去二十年台灣老人占總人口之比例



資料來源：作者依臺灣內政部統計資料繪製

根據內政部統計，台灣老年人口占總人口比率，如圖 2 所示，已於 1993 年超過 7%，正式邁入高齡化（ageing）社會；預估此比率將於 2018 年超過 14%，使我國成為高齡（aged）社會，2026 年此比率將再超過 20%，我國將成為超高齡（super-aged）社會之一員。預估至 2061 年，約每 10 個人中有 4 位是 65 歲以上老年人口，而此 4 位中則將近有 1 位是 85 歲以上之超高齡老人（國家發展委員會，2016）。

圖 2：臺灣未來老年人口推估比較

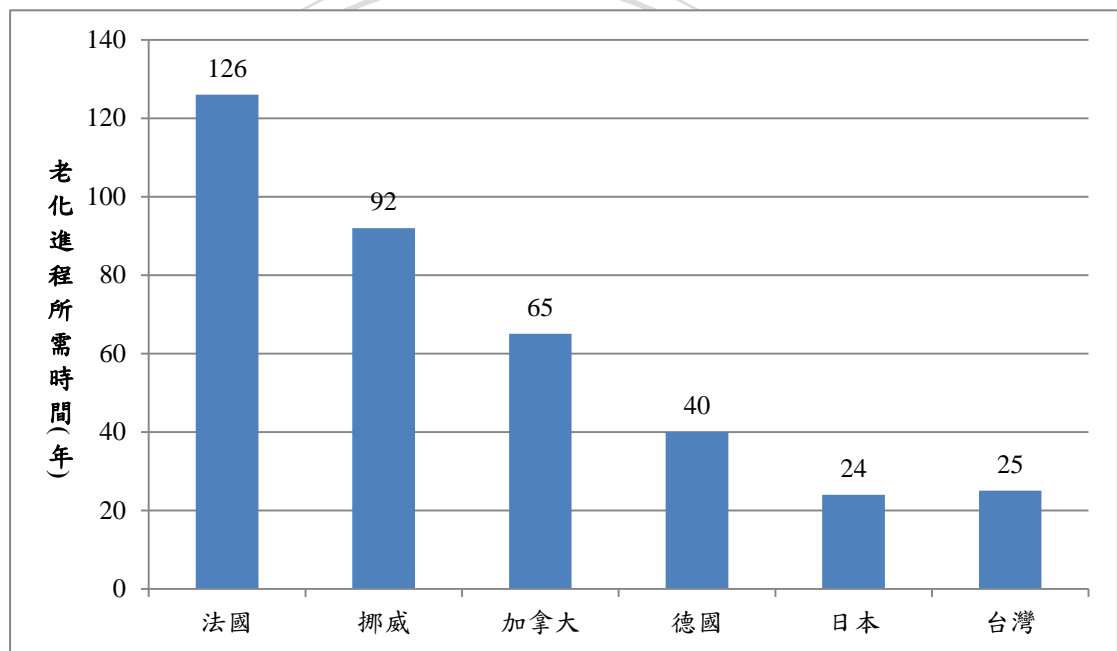


資料來源：作者依內政部網站統計資料繪製



不僅是台灣，歐美各國也出現高齡化趨勢。根據經建會〈全球人口老化之現況與趨勢〉指出，雖然歐美國家相較於亞洲各國，較早邁入高齡化及高齡社會，但與亞洲國家相比，歐洲國家由高齡化社會轉變為高齡社會，再成為超高齡社會的歷程卻相對較為緩慢，例如研究者蒐集資料製成圖 3 中可見，亞洲國家在老化進程相對歷時較短的情況下，所面臨之快速變化與衝擊顯得將更為龐大。

圖 3：世界各國老化進程比較圖



資料來源：作者依據經建會〈全球人口老化之現況與趨勢〉整理繪製

我國政府面對成長快速的老年人口，持續制定因應老年人口照護需求的相關新政策，例如在過去的 2007 年，民進黨政府執政時，就已經通過核定長照十年計畫，但過去的「長照十年計畫 1.0」預算嚴重不足、照顧服務人力不足，待培訓發展、照管專員人數及功能待增加、機構照顧品質差異極大、社區式及居家式服務方案嚴重不足、長照服務之宣廣需普及、行政作業繁瑣耗費人力、城鄉資源發展嚴重落差、長照資訊及相關服務資源待整合等問題，

僅有近四成需求者使用正式服務。因此蔡英文總統於 2016 年上任後，推動「長照十年計畫 2.0」，目標能建立優質、平價、普及的長照服務，發揮社區主義精神，讓台灣人民獲得基本服務，在熟悉的環境享受老年生活，也同時減輕家庭照顧負擔，實現「在地老化」的理想。

「長照十年計畫 2.0」的政策計畫尚包括向前延伸服務範圍，希望可以讓民眾找的到、看的到、用的到，將初級預防功能優化，銜接預防保健、活力老化、減緩失能，促進老人健康福祉，以及向後端提供社區支持服務，轉銜在宅臨終安寧照顧，減少家屬長期照顧負擔等。在長照政策議題下，也有不少爭議，例如說提升菸稅來挹注長照所需資金是否合理？面對比例逐漸上升的高齡化人口，未來長照政策的預算又該從何而來？

近年這一系列關於長照與老人照顧政策與新聞相繼出版之際，研究者觀察到，媒體討論的焦點，老人似乎形塑成為社會負擔，呈現可能會生病、需要國家編預算來照顧的弱者形象。過去有論者指出，華人文化媒體建構的老人形象，面臨某些框架與困境，如老年人是不中用的、無能的、與年輕人有代溝的，且花費許多國家預算資源（郭子輝、金夢玉，2014）。上新聞的老人則可能是因為家徒四壁、可憐、犯罪，而成為了媒體爭相採訪的對象（蔡琰、臧國仁，2008）。然而，研究者也好奇，以實現「老有所終」理想的華人社會中，真只有這一種「老兵不死，只是逐漸凋零」的敘事嗎？

另一方面，研究者觀察到，平面媒體與書籍出版業者針對日漸擴大的熟齡族群，推出多樣化的專題與長者形象。例如，國外的《Marie Claire 美麗佳人》雜誌於 2016 年則曾報導過一位來自美國的「時尚阿嬤」Mimi Weddell 故事，她從 65 歲開始從事模特兒的工作，直到高齡 94 歲過世為止。除了擔任模特兒，Mimi Weddell 更曾活躍於大螢幕間，以近乎每年一部作品的速度參與電影產出，她在 90 歲高齡時，曾被評為紐約最美 50 人之一。根據該報導，攝影師 Ari Seth Cohn 形容她永遠美麗優雅，浪漫到出門總會替自己搭配一頂漂亮的帽子，熟齡女性魅力在於「她們覺得自己比年輕時更美。因為

她們更了解自己身體的優點與缺陷，也更知道何種衣著、髮型、珠寶最適合自己。」

在台灣，近年亦有以高齡讀者為目標閱聽眾的《熟齡誌 Life Plus》月刊發刊，從健康醫療、投資理財、退休規劃、休閒生活、人際關係到代間溝通來探討熟齡的議題，顯現熟齡生活的多樣性。相對於過去新聞強調老人的弱者形象，研究者好奇的是，當代台灣報紙新聞作為大眾媒體，仍具有形塑族群形象的廣泛影響力之情況下，報紙新聞是如何書寫、鋪陳呈現當代我國社會的老人形象呢？報紙記者是否企圖翻轉、提供另一種促進活躍老化的老人形象呢？現今社會中，大眾傳播已為眾人社會生活中不可或缺的部分，滲透到社會生活的每一個角落，改變人們的生活環境、思維方式、價值觀念，推動人類教育的發展，並豐富人們的文化生活，潛移默化地控制著人們思想和行為（李灝楨，2012）。大眾傳播媒介所建構出的「媒介現實」常變成人們對社會的主要認知來源，媒介給予了某一類的人群某種報導形象，閱聽眾在耳濡目染之下，很可能就認為這是社會的現實情形。為此，本研究欲以「議題設定」以及「框架理論」為基礎，探討當代報紙新聞所建構出的老人形象。

相對於其他媒體，報紙相較於於其他媒體，具有更強的議題設定能力（McCombs, M. E., & Shaw, D. L., 1972），深深影響人們的想法。現今屬於多媒體的年代，同樣一篇報導，有傳統的報紙、網路新聞等不同地方，例如現在的大型報社，除了傳統紙本外，幾乎都會有自己的新聞網站，以及歷史新聞資料庫。對於同一主題，媒體之間都會互相影響，因此學者 Reese & Danielian（1989）轉而研究媒體之間的議題設定，提出領袖媒體會帶領次要媒體的議題設定，如美國的大報《New York Times》作為領袖媒體，就扮演著議題設定中相當重要的角色，其它較小的媒體則會跟隨其提出之重大議題來撰寫新聞稿。例如：1985年《New York Times》發佈了一篇黑熊因為吸入過量古柯鹼而死的新聞，引起了其他小媒體的跟隨報導。因此，這次針對領袖媒體之新聞報導進行研究，預計提出以下研究貢獻：（1）將新聞中的老人

形象以具體化的數據進行分析；(2) 了解新聞中老人形象之抒寫策略問題；  
(3) 探討老人相關新聞中的性別議題與對大齡女性之偏見。對於新聞中的老人議題與形象有更深的瞭解後，進而提出未來媒體研究或相關新聞從業人員可以改善的方向。

值得一提的是，從古至今，對於老人的歲數定義各有不同。在《禮記·曲禮》中寫到「六十曰耆」。《爾雅·釋言》則說「八十為耄」。到了唐朝，則規定官員七十致仕，即七十歲為唐朝官員的法定的退休年齡。然而唐朝詩人杜甫也在《曲江》一詩中說到「酒債尋常行處有，人生七十古來稀」。在現代社會中，不同研究領域曾因研究重點不同，所以老人的年齡劃分標準也不盡相同，部分文獻以 55 歲以上為研究對象，主要是考量醫學和休閒活動中老年前期可能發生狀況，像是入院治療等(陳九五、黃明賢、蔡瑞熊，1994)；另外像是關於老人年金、退休金福利方面，年齡就可能依政府財務狀況而向上調高，有文獻以 60 歲有社會扶助、65 歲公務員規定退休、70 歲之福利法保障定義老人(徐立忠，1989)。連淑錦(2012)在〈電視廣告再現老人形象分析〉研究中，則將老人角色的年齡訂為 60 歲(含)以上。由上述可知，依研究取向不同，老人定義的年齡也隨之而變化，然而，連淑錦也指出，年齡並非唯一判斷標準，編碼員也可根據角色的外表(鬆垮的皮膚、皺紋、老人斑、白髮)、孱弱的說話語氣、移動樣態、退休、有中年的子女、有孫子或孫女等作為判斷。在本研究中，並不主要針對醫學、疾病等議題進行研究，但是新聞記者撰寫老人相關新聞報導時，有時亦未提及當事人的年歲，因此在本研究中，將以新聞記者主觀定義的「老人、老婦、老翁、銀髮族、長者、高齡」等作為關鍵字以進行研究。

## 貳、文獻探討

### 一、議題設定與框架理論

本研究將以「議題設定理論」與「框架理論」的角度來觀察媒體對於老人形象的建構，了解媒體刻劃出的老人形象將如何影響著大眾對於老人此一大族群的認知情形。

#### (一) 議題設定理論

「議題設定理論」的概念於 1946 年由 Welter Lippmann 於其著作《民意》（*Public Opinion*）中提出，Lippmann 認為，大眾認知的外在環境，其實是一個假環境，與真實的環境並不相同。它將真實劃分為社會真實、媒介真實，還有閱聽人所認知的真實。大眾受到媒體的影響，依據媒體新聞傳播的資訊，建構對於這個環境的認知，並形成對於許多議題的意見。

Cohen（1963）在研究報紙與外交關係時指出，大眾傳播媒體並非告訴我們該思考什麼，而是告訴我們該思考什麼問題。所以當民眾被問及當前重大事件有哪些時，就會聯想到平日媒體所報導的重大新聞、頭版頭條做為心目中的重大事件了。McCombs 和 Shaws 於 1968 年在美國總統大選期間進行研究，於美國的教堂山（Chapeal Hill），以 100 位尚未決定支持哪一位候選人的居民們做為調查對象。McCombs 和 Shaws 將新聞分為大小議題，發現不論是大議題或是小議題，報導的議題與民眾認為的重要議題，大型議題的相關係數高達.967，而小型議題亦具有高達.979 之相關性；且不論是否是與自己意見相左的新聞，都會對選民具有影響力。因此，McCombs 和 Shaws 於 1972 年將提出關於議題設定的相關數據，並發表於《民意季刊》（*The Public Opinion Quarterly*），表達出傳播媒體的安排所呈現的媒介真實，深深

影響閱聽人對於外在世界的認知。隨著時代的演進，學者們將議題設定與的心理學理論相結合，提出了評斷「臧否效應」(priming)，為了要和原本的議題設定做出區隔，因此將原本的稱為第一層議題設定理論，評斷臧否效應稱為第二層議題設定理論 (the second-level of agenda-setting)，將新聞相關的人事物皆納入討論 (McCombs, Llamas, Lopez-Escobar & Rey, 1997)。

林東泰 (2008) 認為議題設定是一種認知影響的功能，大眾的認知是在媒體潛移默化之下的結果，閱聽大眾常常是無心的，卻受到媒介日積月累地建構其價值觀與世界觀。大眾媒介符號的建構功能，不知不覺中，建構了閱聽大眾的腦中圖像。新聞媒體對於特定新聞的偏好、報導方向以及選擇，會影響大眾隨著媒體報導來認知這些新聞事件的重要性高低程度。

本研究將結合的議題設定理論的觀點，觀察老人相關新聞的議題著重在於哪個部分，何種議題被報導的比例較高，進而深入了解媒體建構出何種的老人議題方向。

## (二) 框架理論

框架 (frame) 的概念始於 1974 年由美國的社會學家 Erving Goffman 提出，框架在社會學上來說，是來自人們的生活經驗，社會環境作為人們理解世界的背景知識，結合人們的意志、目的、才能等，形成人們在世界上的種種行為動機。通過選擇性突出人們身邊的某些物體、環境、感覺、體驗等等的活動，加以編碼，是一種進而對眼前的世界進行歸納、簡化、解釋的模式。

人們通常會藉由自身的基模去理解這個世界，而這些基模，則在人們心中轉譯成基本框架及其行為的前提，人們會藉由被建構出的「框架」去定義、看待和辨認發生在生活空間中的事件，也會藉由框架來形成自己的行為準則

(guided doing) 和選擇的標準 (Goffman, 1974)。在巨觀的角度上來說，框架是人們用來減少資訊複雜性的必要工具，在資訊量龐大的社會中，讓資訊

能夠更快速簡單的被理解 (Gans, 1979); 而在較為微觀的角度上來說, 是記者以及生活中與人面對面談話時, 為了得到聽者的共鳴、表述自己的意見的模式 (Scheufele, D. A., & Tewksbury, D., 2006)。當用框架的概念來描述大眾媒體時, 則是講述媒體如何主觀的詮釋生活中的大小事件, 並也被傳播學者用來做分析文本 (張卿卿, 2002)。「框架」除了用在社會學上, 最近也廣泛地運用在人文學、精神病學、認知心理學以及傳播學的面向上 (須文蔚, 2013)。

Van Gorp (2007) 指出, 框架鑲嵌在媒體訊息中, 當記者寫作時會用許多元素來建構出新聞, 形成框架。新聞記者在文字間運用的一個個框架, 可以被再現為一個個群集的邏輯事組織裝置, 做為用來框架概念的身分識別的, 稱之為框架包裹 (frame package)。因此框架分析很重要的一部分, 便是找出這些的框架包裹。框架包裹包括三個重要的元素:

(1) 明顯的框架化策略 (manifest framing devices) :

指的是文本中的用字遣詞、描述、引用論據等等, 透過不同的框架化策略被呈現, 指出媒介文本中的核心概念, 也就是框架包裹的主要結構, 也是框架的中心主題。框架中的概念、敘述以及其中的文化現象, 都會在這個中心主題之下被凸顯出來。

(2) 潛藏的推理策略 (latent reasoning devices) :

研究者挖掘出媒介文本中較為隱晦的陳述, 以及其因果關係、內容情節敘述之次序, 藉由了解潛藏的推理策略, 以助於更為完整地理解事件的定義與解析框架的特徵, 深入分析記者獨到的解釋方式、如何定義問題、製造話題關連性等等。

(3) 內含的文化現象 (implicit cultural phenomenon) :

探討框架中的潛藏文化, 文化作為文本其中的一部分, 是從較廣泛的社會真實的意義所組成的, 因此也可以說是社會集體所共享的記憶、民間信仰、社會規範、傳統神話、刻板印象、普世價值等。

框架效果 (framing effect) 意指閱聽人對此訊息的理解與認知，將會受到訊息呈現的方式影響 (Bettman & Sujan, 1987)，而 Entman (1993) 則是認為框架是媒介如何選擇報導題材、感知社會真實的面向，凸顯並報導，因此對要報導的主題提出欲探討問題的定義、詮釋、因果、評估和建議，以「框架化」(framing) 這一個詞來形容之。Bryant & Miron (2004) 則認為「媒介框架」(media frames) 是一種認知的結構，能夠引導閱聽眾自身對於對真實的感知方式和在心中的形象再現。換句話說，理想的新聞強調報導公正的價值，但在實務經驗上，記者進行新聞報導時，卻可能因潛意識受意識形態的影響，特別強調事件的某些面向，或是反映特定團體的價值取向，並以這樣的取向來分析事件、引導大眾的思考方向。在此過程中，媒體運用不同的表達技巧、凸顯事件不同的角度，久而久之人們的思考模式就會容易跟隨媒體的慣例，形成人們看事物的角度 (劉豐、田春燕，2005)。若以傳播效果相關理論而言，框架可能會影響到大眾的思考模式。傳播學者多年來一直在探討傳播效果，從最早的 1920、1930 年代的魔彈理論 (magic bullet)，到 1948 年 Paul Lazarsfeld 在《人民的選擇》(The People's Choice) 一書中談到媒體對人們的投票影響，其實比想像中更為複雜，人民可能會被身邊的人際網絡，或是他們的資訊選擇偏好影響，進而加強他們固有的立場或傾向，只有百分之八的人在最後的訪談中，告訴研究者他們決定改變原本的立場 (Lazarsfeld, P. F., Berelson, B., & Gaudet, H., 1948)。到了 1980 年代，則是由 Gebner 等人提出涵化理論，提及關於媒體，尤其是電視的影響力，其論點為人們或多或少都會接觸到媒體訊息，每個人幾乎都會受到環境中的媒體文化影響，即使只是輕度的媒體使用者，也會被其他身邊的閱聽眾間接影響 (Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N., 1986)，就如同在生活中，即使自己沒有看電視節目或接觸媒體，但是在與朋友或家人的談話中，彼此會交換訊息，就會得知現在社會中的事件與時下流行等資訊。



在這次的研究中，研究者利用前測樣本進行質化分析歸納出所出現的框架，並參照前人的研究，建立出一個個框架包裹，從範圍較大的框架包裹開始構思，再逐一思考其下各個小框架與其內容。本研究先透過歸納法，歸納出可回應問題意識的框架包裹，接著藉內容分析的方式，找出每一新聞文本所能對應到的合適框架，並觀察各項包裹的比例分布情形。

本研究採用Van Gorp (2007) 之框架分析方式，與其他框架分析不同的地方在於，Van Gorp除了觀察歸納框架之外，也進一步深入觀察其中的文化現象，包括社會情境與社會價值觀間的關係。知識建構是於文化的基礎之上，因此文化扮演著「帶領人們理解這個世界」的重要角色 (Hall, 1997)。而人們在相同文化中共同擁有的理解，則將新聞與對新聞的理解認知緊緊聯結在一起。換句話說，一方面框架是新聞記者形塑新聞內容的典型方式，另一方面，框架也帶領閱聽人用與記者相同的框架來理解這個世界(Tuchman, 1978)。

### (三) 議題設定與框架理論的關係

Price和Tewksbury (1997) 曾言：「議題設定看起來就像是故事的選擇 (story selection)，決定了要讓大眾感知到什麼樣重要的議題，而藉由臧匹效應 (Priming) 來評斷政治領導人。框架則並非著重於哪些議題被選擇，而是議題用什麼樣的方式，以及被如何呈現 (p.184)」因此，簡單來議題設定與框架理論並不能互相獨立於彼此，而可用議題的「接近性 (accessibility)」以及「應用性 (applicability)」來說明兩者之間的關係。議題設定是基於記憶模式 (memory-based) 的資訊處理過程，亦即媒體可以使得特定議題或某面向的議題與閱聽眾更加接近，或是更容易被閱聽眾記得，進而影響閱聽眾對於某位候選人或是某個議題之態度形成；而框架則是應用

性的效果(*applicability effect*)，意指訊息導致結果，即閱聽眾接觸了訊息之後，所聯結到的資訊。舉例來說，某新聞把稅務政策與失業率連結在一起，探討不同稅務政策對失業率高低之影響，閱聽眾可能原本對兩者的概念關聯並不了解，但藉由媒體的傳遞，在閱聽眾心中將稅務跟失業率這兩個概念串連在一起，形成閱聽眾的先入為主，或是刻板印象，這就是框架的重要影響力。當一個可被應用的框架，面臨接近性高的情況下，較容易在閱聽眾心中被啟用；但是一個無法被應用的框架，不管在接近性多高的情況之下，都不可能使用，因此議題設定與框架的關係仍值得繼續深入探討(Scheufele, D. A., & Tewksbury, D., 2006)。因此，新聞中敘述的老人議題框架，是否具有議題的「接近性(*accessibility*)」以及「應用性(*applicability*)」是相當重要的，因為關係著這個議題是否可以被社會大眾所接觸到，還有被接觸到之後會讓閱聽眾們如何聯想，朝什麼方向思考。

## 二、老人形象相關研究面向

過往關於老人的形象之傳播研究不多，有研究電視（如連淑錦2012年之〈電視廣告再現老人形象分析〉）、雜誌（如張舒於2009年之〈時事類雜誌中的老年人形象〉）。臧國仁與蔡琰（2005）在論述新聞中的老人時提出，新聞敘述中所培育的氣氛，以及其敘事情感風格，涉及了從個人到社會的多面向議題。新聞將老人作為報導對象，可能具備某種特殊寫作策略及框架，使其在關注題材、提問被訪對象、下筆撰寫報導時，使用著特定的寫作方式。換言之，新聞工作者是否在這樣的內容中限制了老人家活動的創意，並也同時誤解了社會真實的現象，這是一般老人刻板印象的問題，也是老人的符號傳播問題。但迄今少有後續將新聞中的老人形象進行更多系統化相關研究。

在社會角色的部分，老人族群並非新聞媒介青睞的報導對象，其媒介形象十分兩極。某些老人家，以優異藝術天分、文學或專業能力受到注目，

像是百歲人瑞的國寶畫家，或因為特殊或優秀的社會貢獻並擔任領導人，例如得了諾貝爾獎，因而登上報紙或電視新聞；但其他老人則可能是因為家徒四壁、可憐、犯罪，而成為了媒體爭相採訪的對象（蔡琰、臧國仁，2008）。在西方，則也有關於老政治家、領導人的形象研究，指出其具競爭力、充滿智慧、積極進取和較為偏執的形象。除此之外，也有一些次形象，像是國寶、悍婦、吝嗇鬼、保守等等（Hummert & Garstka & Shaner & Strahm, 1994）。郭子輝、金夢玉（2014）對近年來媒體呈現老年群體的負面形象的原因，歸納出以下三點：

### 1. 文化背景

在傳統孝道文化的支配下，中華文化圈的養老模式強調子女對老人家的慈烏反哺。這種方式雖然可以讓老年人得到較多的照顧，但是也同時造成了老年群體依賴心理變強，適應社會的能力降低的情形。

### 2. 經濟因素

由於經濟因素的限制，養老普遍都還是子女的責任與義務。老年人對子女的過度依賴以及其所造成的老年人負面形象，在短時期內並不會消失。

### 3. 媒介因素

大眾媒體無意識地使用了社會公眾對老年人的刻板印象，並通過對這些印象的繼續傳播下去，進一步僵固了老年人的某些負面形象。老年學家帕爾默（Palmer）認為，老年歧視主義後果會與其他的歧視相同：屈服於偏見與歧視的人們會採納強勢群體的意見與框架，選擇和強者站在同一邊，對弱者持續維持負面的印象（郭愛妹、石盈，2006）。

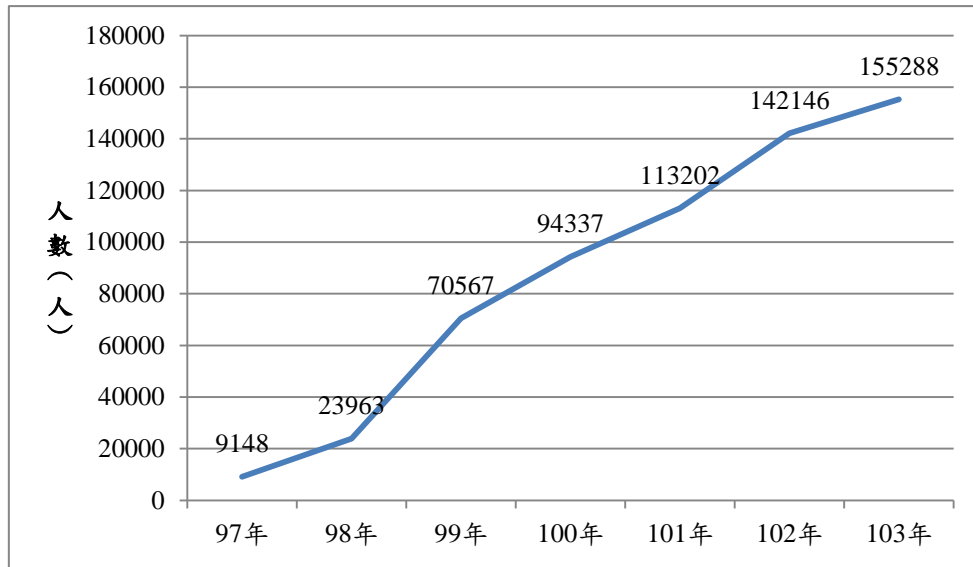
三、當今社會科學研究的老人議題：

研究者根據過往的研究與相關數據資料，將老人議題的相關政策及文獻，歸類為以下幾個面向：

### （一）社會與福利

關於老年的研究，許多都跨足工作領域與福利照護，例如在工作場合的老年歧視、強制退休年齡，進而促成了包含 1967 年美國就業年齡歧視法（Age Discrimination in Employment Act, ADEA）的誕生，其他的則像是醫生對於老年人身體能力跟態度，可能會選擇採用不同於年輕人的治療方式（Richeson, Jennifer & Nicole Shelton, 2006）。就台灣而言，現行對中高齡人力運用政策，則主要依舊在思考這個年齡層失業率攀升所衍生的風險，自 1995 年後，失業率不斷攀升，其中以中高齡者的失業狀況更是顯著，由於這個年齡層失業所可能隨之發生之經濟、社會以及安全問題較為嚴重。所以政府在 1999 年制訂了「促進中高齡者就業措施」，提供有工作意願、工作能力之中高齡者進行工作能力的提升、培訓課程，並設法排除其就業困境（焦興鎧，2013）。另外在照護的部分，根據行政院「長期照護服務能量提升計畫 104 年至 107 年」的報告顯示，民眾使用長照服務情形，服務量、失能老年人口數的比例快速成長。如圖 4 所示，以 103 年底數據來說，申請長照服務人數約 20 萬人，經評估後需提供服務之人數約 15.5 萬人，占 73.9%。另外，97 年至 103 年提供服務量占老年失能人口比例，從 97 年為 2.3%，至 103 年則達到了 33.2%，六年內上升了約 14 倍，需求量越來越大。

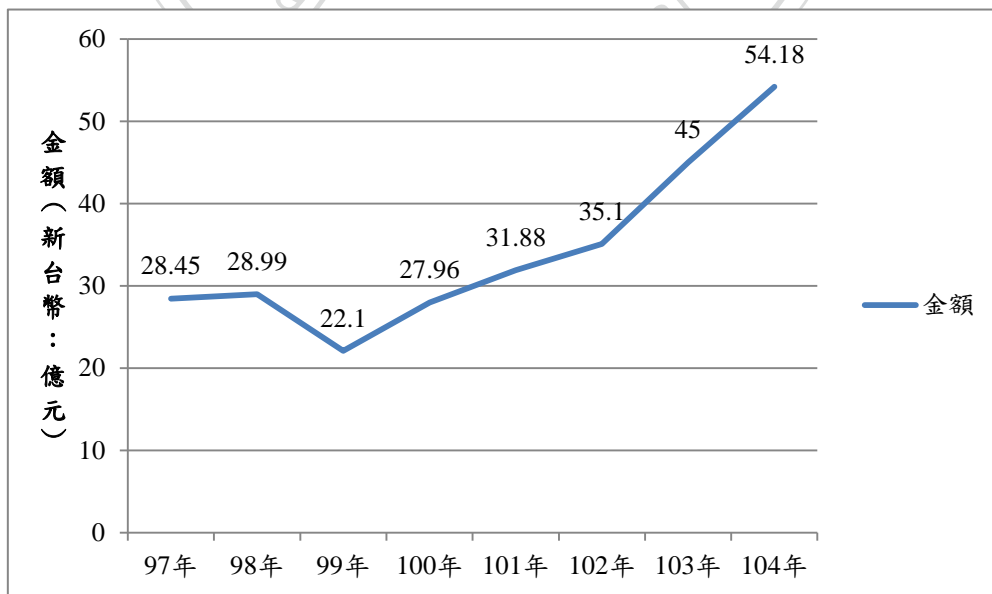
圖 4：台灣長照服務照顧人數



資料來源：作者依據行政院資料繪製

而從圖 5 可知，政府的老人長照經費部分也從由 97 年的 28.45 億元，至 104 年成長至 54.18 億元，由此可知社會與照護面向在老人議題中，至今仍然都是相當被重視的一部分。

圖 5：政府長照經費



資料來源：作者依據行政院資料繪製

## (二) 身心健康

在 Brewer & Dull & Lui (1981) 的研究指出許多高齡者被認為是資深公民，而這些人是容易受傷的、常感到孤寂的、身心狀況受損的和土裡土氣的。在 Carver & Garza (1984) 的研究中則指出老年人的刻板印象為精神不健全的，且會影響到年輕人對於未明朗事件之詮釋。以 Erber 為首學者們則做出許多關於老年人健忘的刻板印象的研究 (Erber, 1989, Erber, Szuchman, and Prager, 2001)，如年輕人與老年人都認為老人家的記憶力會漸漸變的不好 (Erber et al., 1990a, 1990b)。研究指出，在普遍上來說，老年人因為身體上的變化與老化，被認為是較健忘的，而並非是根據科學上健忘的次數 (像是忘記跟別人有約、忘記生日)，雖然研究也指出了「健忘」的刻板印象所帶來的優勢，像是忘記了規範時，比較不會被苛責；但也講到了一些劣勢，如在工作場合上可能會因此被認為不適任的劣勢 (Brewer & Dull & Lui, 1981)。

然而在廣告的形象中，老人大多都是健康的，身體上的殘弱與病痛或是心理上的孤獨、寂寞都不是廣告中老人所面臨的問題。他們都是健康、快樂的老人。縱然常為醫療或保健食品代言 (張雁冰、連淑錦，2012)，但是生病的都是較年輕族群，老人通常是藥品推薦人或是解方的提供者。楊貴鳳、劉銀龍、于漱 (2004) 利用訪談和開放式問卷的方式，歸納出年輕人對老人、中年人對老人、老人對老人的形象看法，則是提到動作緩慢、行動不便、身體不好 (多病、重聽、視力不佳) 等等的狀況。在高齡者眾多的日本社會，學者對兒童心中的高齡者印象進行調查，對於童言童語的低年級的小朋友來說，他們認為高齡者是「即將過世的人」、「走路搖搖晃晃的人」、「拄者拐杖的人」以及「滿頭白髮」的印象，而高年級小朋友則認為老人家就是「知道很多過去的事情」的人 (金田千賀子，2006)。學者高橋一公也在 2013 年對於大學生心中的老人形象進行調查，呈現出的「有元氣的老奶奶」、「身體不自由」、「每天笑臉盈盈」、「性格頑固」、「腰

挺不直」、「擁有自己的興趣，每天快樂生活著」、「和兒孫一起生活」的形象。

### （三）城鄉

城鄉老年人物比例失衡，媒介在對城鄉兩地的老人報導比例上也有明顯的差別。大眾媒體比較注意到居住在大城市的老年人，對他們的觀察和報導更為全面，呈現事業成功、生活寬裕、興趣愛好多元，能夠跟上時代的腳步與流行；而在小城市和鄉村中的老年人，往往只關注老人的問題或者養生之道，內容較不夠全面（陳泓宇，2011）。

### （四）性別

張舒（2009）曾選取2005年至2007年間，時事類雜誌中較為知名的《中國新聞週刊》、《南風窗》、《三聯生活週刊》、《鳳凰周幹II》的3月21日當期雜誌中的圖片為研究物件，研究發現在所有出現老年人形象的圖片中，女性老年人的形象嚴重匱乏，尤其是知名老年女性的形象很少出現，這間接表明女性形象在媒介中處於被忽略地位。連淑錦（2012）研究電視中的老人形象指出，電視會以特定的故事情節、人物造型等公式塑造「成功的男性老人」和「傳統的女性老人」形象。所謂的「成功的男性老人」就是，身體健康且擁有高社經地位；不僅生活富裕，其人際與家族關係皆是完美得令人稱羨。在面對專業問題時，他們會嚴謹而不輕易妥協。「傳統的女性老人」則大多是家庭主婦，大多關心子女，並常在廚房或客廳等場所教導烹煮知識及分享個人育兒經驗，她們以此為樂、以此為傲，而新聞中的老人性別呈現的是否有所不同，這部分亦是此研究欲探討的部分。

### （五）經濟

連淑錦（2012）研究電視廣告中的老人都是生活富裕、身體健康的。

其中有不少的老人是具有專業知識的醫生、教授、總廚、企業家。而且，他們不只家庭關係和諧，在社交網路中也有出現。除此之外，從老人們的外表、打扮或環境來觀察，他們是相對獨立自主，不需依靠他人提供物質上的幫助或是生理上協助，又甚至是有餘力去幫助別人的。

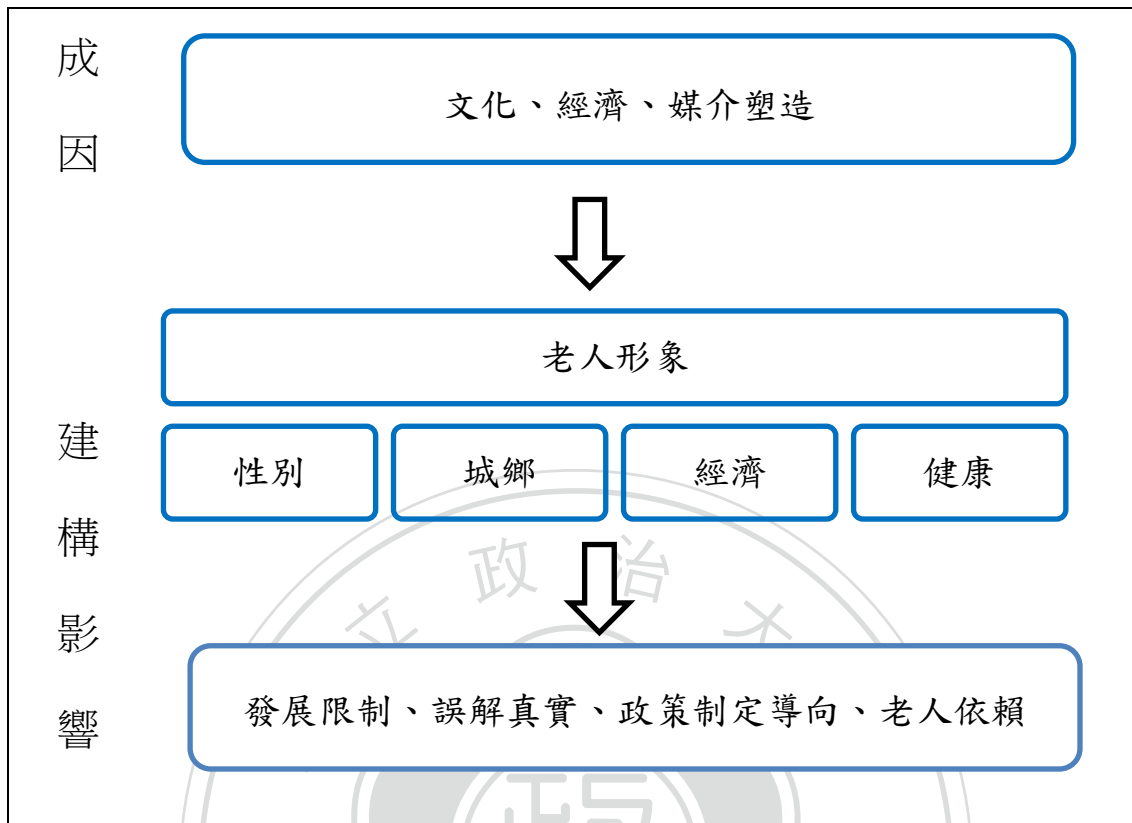
#### （六）世代溝通

在西方社會，學者 Hummert & Garstka & Shaner & Strahm (1994) 指出老年女性被期待成完美的奶奶或外婆，她們是心地善良的、慈祥的，並且值得信任、善於教育下一代的形象。連淑錦 (2012) 研究電視中的老人形象指出，三代同堂一家和樂融融是電視家庭關係的常態，和藹慈祥的祖父母、孝順的子女和天真無邪的孫子女建構了幸福美滿的理想家庭，尤其吸引人的是，祖父母和孫子女擁抱時那大大滿足的笑容。老人在富裕優渥的環境中與他們最重視的家人，幸福滿足地頤養天年，而新聞中的老人形象跟電視中的是否有所不同，這部分也是此研究欲探討的部分。

根據以上所述，本研究以圖 6 來說明老人形象之成因。社會上的文化、經濟與媒體等因素，塑造了大眾對於老人的看法，最後可能造成老人們發展的限制、大眾誤解真實，或是影響政策制定導向，以及老人的依賴等等。以上述研究所提出老人形象的建構歷程以及當今社會科學中提出的重要老人相關研究議題面向為基礎，本研究則聚焦於探究老人形象框架建構的性別、社會形象和健康等面向。



圖 6：老人形象的建構歷程



資料來源：作者整理

### 三、小結

透過文獻回顧可得知，過去新聞中的老人相關報導，其所塑造的老人議題與方向，可能透過涵化效果，影響社會大眾理解老人的主要框架。例如說老人議題，有些報導傾向關於探討老人照護問題，有些則主要著重老人的智慧經驗傳承，這樣不同的新聞寫作方向與媒體議題設定，建構大眾對老人的印象、代間溝通，甚至影響政策制定。因此，在這次新聞的比較中，新聞所探討的老人議題與寫作面向與議題設定也會是重要的分析元素。因此在本研究中，研究者希望透過台灣新聞中以老人為主題之報導內容，了解現在報導帶給閱聽眾的老人形象為何？也藉由研究探究現在報導如何帶領閱聽人思考與老人相關的議題路徑。

## 參、研究方法

### 一、研究問題

根據研究目的與文獻，研究者歸納出研究問題如下：

研究問題一：近年以老人為報導主題的新聞中含有故事的報導，是偏向於什麼樣的報導主題？常態或特例居多？將老人隱喻為什麼？以老人為報導主題的新聞中，對於正負面角色，使用那些辭彙？以老人為報導主題的新聞中的性別分布為何？加入性別考量後，新聞出現什麼特徵？

研究問題二：以老人為報導主題的新聞新聞的版面分布為何？正面的老人多位於什麼版面？新聞主題涵蓋那些？

研究問題三：以老人為報導主題的新聞報導中，新聞論據引用消息來源比例為何？時間走向為何？

研究問題四：以老人為報導主題的新聞可分為哪些框架？以老人為報導主題的新聞之框架矩陣內容為何？

各個框架分布情形為何？現象如何界定？現象來源為何？需負責任者為誰？建議方案為何？價值觀為何？

研究問題五：以老人為報導主題的新聞的框架裝置內涵為何？

(1) 論據為何種性質？(2) 語彙選擇為何？

研究問題六：以老人為報導主題的新聞中，具廣告性質新聞呈現那些特性？

反應何種老人需求與新聞商品化現象？

## 二、研究方法與研究架構

本研究預計先採用 Van Gorp (2007) 的概念歸納出一個個框架包裹 (frame package)，再利用內容分析的方式，統計出各項數據，觀察其分布情形。內容分析是一種研究技術，可以據以從資料做出可複製而有效的推論而及於其背景意涵。就研究工具來說，內容分析是處理科學資料的專門化過程。除了蘊含經濟安全、超越時空的特點外，內容分析能處理非結構性、符號形式和卷帙浩繁的資料 (王石番，1996)。內容分析須先從參考資料中編纂類目，利用編碼表的方式對各個廣告做歸類分析。其中，內容分析法類目的建構部分，則參考前人對於新聞研究所做的類目建構與編碼表，並依研究問題與實際樣本分析出的框架來進行改良。最後，再用框架分析，深入內文去理解其中涵義，將各框架包裹的細項及特徵加以釐清。

## 三、研究對象

由於現在許多報社均設有數位資料庫，因此這次的新聞樣本主要來源為報社的網路資料庫。根據統計，〈2016 年媒體白皮書〉的資料顯示，目前台灣四大報的閱讀率分別為蘋果日報 14.3%，自由時報 13.6%，聯合報 5.5%，中國時報 3.9%，蘋果日報居冠，被最多民眾所閱讀，影響力相對較強，因此本研究選取蘋果日報的網路資料庫做為採樣對象。

## 四、資料收集

### (一)、期間選取

報紙具有時效性 (王國讚、黃祖立，2000)，為掌握時代趨勢特徵，本研究從慧科資料庫中，依我國長照服務法頒布施行時間為基準，採 2015 年 6 月 1 日至 2017 年 5 月 31 日的蘋果日報新聞為樣本，將所有

以老人作為報導主題之新聞皆列為分析對象，共計 321 則。

## (二)、樣本選取

以「老人、老婦、老翁、銀髮族、長者、高齡」作為關鍵字，只要記者判斷是老人者，皆列入採樣。

## 五、資料分析方法與信度檢驗

### (一)、資料分析

研究者先對文本進行觀察，歸納出大的框架包裹後，分析各框架包裹之特徵，再用內容分析的方式進行數據的統計研究。其中，內容分析以兩位編碼員依編碼表進行編碼，再輔以統計軟體，針對研究問題做出結果分析，觀察老人的新聞特徵為何。

以「內容分析法」進行新聞樣本的量化歸納；再進一步以實證取徑的「框架分析」，使研究的質量並重。

### (二) 信度檢驗

信度即可靠性，是指測驗結果的一致性或穩定性。內容分析的信度是單位分派給類目時，編碼員間達到一致性的程度。如果編碼員的一致性高，表示信度高（王石番，1996）。

$$\text{相互同意度} = \frac{2M}{N1+N2} \quad \begin{array}{l} (2x \text{ 甲乙編碼員完全同意數}) \\ (\text{甲編碼員同意數} + \text{乙編碼員同意數}) \end{array}$$

此次由兩位編碼員共同編碼，前測編碼後先計算相互同意度，再按照公式檢驗容易編碼結果不一致的部分，研究者與編碼者比對並討論各

自想法與內容，討論後再重新編碼。兩位編碼員經過多次練習，本研究  
前測的平均相互同意度達 0.83，信度為合理之信度範圍。

## 六、分析架構

研究問題與對應之研究方法製成下表：

表 1：研究問題與對應之研究方法

研究問題	研究方法
<p>以老人為主題的相關報導中，</p> <p>一、關於框架：</p> <p>(1) 可分為哪些框架？</p> <p>(2) 老人相關新聞的框架矩陣內容為何？</p> <p>(3) 現象如何界定？</p> <p>(4) 現象來源為何？</p> <p>(5) 需負責任者為誰？</p> <p>(6) 建議方案為何？</p> <p>(7) 價值觀為何？</p>	<p>框架分析</p>
<p>二、關於框架裝置內涵：</p> <p>(1) 論據為何種性質？</p> <p>(2) 語彙選擇為何？</p>	
<p>三、關於新聞中的廣告性質：</p> <p>(1) 具有廣告性質新聞，呈現那些特性？</p> <p>(2) 反應何種老人需求與新聞商品化現象？</p>	

<p>四、關於新聞與主角本身：</p> <p>(1) 新聞主題涵蓋那些？</p> <p>(2) 新聞中的時間走向為何？</p> <p>(3) 將老人隱喻為什麼？</p>	
<p>五、關於報導內容</p> <p>(1) 多偏向於什麼樣的報導主題？</p> <p>(2) 常態或特例居多？</p>	
<p>六、各類項目分布狀況：</p> <p>(1) 版面分布為何？</p> <p>(2) 正面的新聞多位於什麼版面？</p> <p>(3) 各個框架分布情形為何？</p> <p>(4) 論據引用消息來源比例為何？</p> <p>(5) 老人的性別分布為何？</p>	<p>內容分析</p>

資料來源：作者整理

## 肆、研究分析與討論

### 一、框架內容

研究者以「老人、老婦、老翁、銀髮族、長者、高齡」作為關鍵字，刪除非以老人為報導主題之新聞，挑選樣本母體的前百分之十作為前測樣本。根據前測樣本進行歸納分析，最後歸納出與高齡化相關的新聞總共有以下三個框架：趨勢框架、社會問題框架、轉契機框架，其詳細內容整理如表 2 所示：

表 2：框架內容

	趨勢框架	社會問題框架	轉/契機框架
現象界定	<ul style="list-style-type: none"> <li>☞ 社會老化現象的趨勢，及其商機</li> <li>☞ 大眾習慣、認知改變</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☞ 一般問題:政策、長照、社會負擔</li> <li>☞ 醫療:某些病老人家更需要注意或更易發病</li> <li>☞ 弱勢:社經地位的弱勢、老人容易成為受害者</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☞ 高齡社會下的重新思考</li> <li>☞ 樂齡老化</li> <li>☞ 逆轉框架</li> </ul>
現象來源	<ul style="list-style-type: none"> <li>☞ 社會整體趨勢</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☞ 政策不足、老年人口過多、老化、照護者不足</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☞ 未具體指出</li> </ul>

需負責任者	<ul style="list-style-type: none"> <li>☞ 未具體指出</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☞ 政策制定者</li> <li>☞ 照護者</li> <li>☞ 老人自己</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☞ 政策制定者</li> <li>☞ 照護者</li> </ul>
建議方案	<ul style="list-style-type: none"> <li>☞ 順應趨勢，購買所推出的產品</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☞ 政策須更完備</li> <li>☞ 照護者須更多注意身邊老人</li> <li>☞ 老人本身須更留心生活細節</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☞ 以不同角度來看待老人家</li> <li>☞ 國家需更用心</li> </ul>
價值觀	<ul style="list-style-type: none"> <li>☞ 順應趨勢，做出適當處理</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☞ 老人家是社會負擔、身心狀況容易出問題</li> <li>☞ 種種狀況不佳，老人家容易成受害人</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☞ 危機就是轉機</li> <li>☞ 老人家的優勢</li> <li>☞ 特殊的老人</li> </ul>
框架裝置			
論據	<ul style="list-style-type: none"> <li>☞ 統計數據</li> <li>☞ 權威、專家</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☞ 統計數據</li> <li>☞ 權威、專家</li> <li>☞ 數據對比</li> <li>☞ 老人負面形象</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☞ 特例、轉折</li> <li>☞ 當事人</li> <li>☞ 故事情節呈現</li> </ul>
語彙選擇	<ul style="list-style-type: none"> <li>☞ 正面、呼籲、</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☞ 負面辭彙多</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☞ 對比性故事</li> </ul>



	鼓勵	<ul style="list-style-type: none"> <li>☞ 疾病名稱多</li> <li>☞ 犯人喜歡挑 老人下手</li> <li>☞ 老人常發生 意外</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☞ 溫馨、開心詞 彙居多</li> </ul>
--	----	---	--

資料來源：作者研究整理

## 二、編碼表

研究者並根據類目制定的「互斥」、「窮盡」、「可靠」原則，以及研究問題、前測結果，製作修訂出以下編碼表格來回答研究問題：

表 3：研究編碼表

問題	選項	定義
1. 框架類型	a. 趨勢框架	社會的老化現象之趨勢描述，及其商機，還有帶給大眾的習慣、認知改變
	b. 社會問題框架	將高齡化與老人視為社會問題，研究者並將之分為三個面向：一般社會問題框架、醫療框架、弱勢框架
	b-1 一般社會問題框架	關於高齡化政策、長照、老人造成社會負擔等議題
	b-2 醫療框架	身心醫療相關議題，某些

		疾病對老人家來說更需 要注意，或是在老人家身 上更易發病
	b-3 弱勢框架	身心狀況、社經地位的弱 勢，老人易成為各種狀況 之受害者
	c.轉契機框架	高齡社會下的新思考、樂 齡老化政策或活動、逆轉 傳統框架之新聞
2.應負責任者	a.政府	政府機關、公部門、國營 企業
	b.子女	老人的子女輩
	c.照護者	外勞、療養院、看護中心 等等
	d.當事人本身	老人自己
	e.未具體指出	沒有提及
3.新聞對老人的臧否	a.正	對老人家形象進行正面 敘述
	b.中	對老人家形象的敘述較 中性
	c.負	對老人家形象進行負面 敘述
4.新聞中的老人性別	a.男	生理性別男
	b.女	生理性別女
	c.無/皆提及	未提及性別，或男女皆提

		及
5.正負面辭彙	(開放式填答)	
6.隱喻	(開放式填答)	
7.版面分布	a.健康醫療 b.熱門話題 c.綜合新聞 d.廣告消費 e.頭條要聞 f.暖流 g.地產 h.國際 i.地方社會 j.政治 k.運動 l.居家育兒 m.娛樂 n.專欄論壇 o.專題、特別報導 p.財經 q.熟蘋果 r.法庭 s.動新聞 t.投訴	依文章之版面進行分類
8.廣告類新聞的商品類型	a.保險	各類保險資訊介紹，如殘扶險、長照險

	b.生活工具	生活中各種讓老人家更方便的設計，如餐具、傢俱等等
	c.居家設計／照護	因應高齡化社會的設計住宅，或是針對老人的長照設計。
	d.資訊科技	利用電子資訊科技或 3C 產品，讓老人家生活更便利，如看病 APP、孝親手機。
	e.醫療保健	利用醫療技術、藥品或保健食品，來維護老人家的身心健康。
	f.其他	以上未提及之商品。
9.新聞引據？（複選）	a.醫護人員	主要工作地點為診所、醫院，職稱為醫生、護理師、技術治療師等等
	b.學者	具學術研究能力，職稱為學者、教授等等
	c.公司高階主管	研發商品或推廣商品之公司的高階主管，如主任、總經理等等
	d.其他權威	某領域的大師，如國寶畫家、大導演、大作家等等。

	e.當事人	新聞中的主角
	f.當事人親友	新聞中的主角之親朋好友
	g.政府機關	政府、公部門、國營企業
	h.其他	非以上人員
	i.無	未引用
10.新聞中的時間走向	a.過去	新聞為一年前或更久之 前之事件
	b.現在	整個新聞都敘述同年度 的事情
	c.過去及現在	涵括過去與現在
	d.其他	非以上選項者
11.報導主題	a.家庭	關於老人家的家庭議題 家人、家庭生活等等
	b.教育	關於老人的學習，如老人 的長青學苑、進修等等
	c.工作職業	關於老人的職業議題，如 就業、工作成就等等
	d.社會活動	老人參與或舉辦社會性 活動，如參加公益活動、 慈善活動、樂齡活動等等
	e.人與動物	老人與動物之間的故事 或社會案件，如老人照顧 流浪貓狗、老人被動物攻 擊等等

	f.身心健康	關於老人的身心狀態議題，如身體保養、照護、衛教資訊等等
	g.其他	非以上選項者
12.新聞事件為特例或常態	a.特例	非適用於大眾，或發生機率偏低的奇聞軼事
	b.常態	適用於普羅大眾，或發生機率偏高的新聞事件

資料來源：作者整理

### 三、編碼結果

#### (一)、框架數量分布

分析的結果如表 4 及圖 7 所示，「趨勢框架」、「社會問題框架」與「轉契機框架」中，以「社會問題框架」的數量為最多，約占 60%（共 193 則）；趨勢框架次之，約占 31%（共 98 則）；轉契機框架最少，約占 9%（共 30 則）。由這個結果可以觀察出，在新聞中老人經常被歸類為社會問題，有些造成社會負擔，有些造成醫療支出龐大，有些則常成為犯罪目標，塑造出許多負面形象。

表 4：三大框架的數量分布

框架	趨勢	社會問題			轉契機
		一般問題	醫療	弱勢	
數量	98	48	61	84	30
小計	98	193			30
比例	31%	60%			9%
總計		321			

資料來源：作者整理

趨勢框架之界定為為社會老化現象的趨勢及其商機，大眾對老人家之認知依潮流趨勢產生之改變。然而在研究觀察中發現，這類的新聞多為廣告類新聞，帶有置入性行銷的色彩，由於閱聽眾注意新聞的時間超過廣告，因此即使有標示廣告字樣，民眾卻也不一定有所察覺，可能無從分辨其差異，也因此引起了許多媒體道德爭議（Cameron, 1994）。學者劉蕙苓（2011）亦指出，在經濟狀況蕭條，廣告量不足的情況下，置入性行銷是不可避免且難以消失的，因此可以從立法著手，如美國以「揭露原則」作為主要精神，過去美國許多置入性行銷廣告未清楚標示，導致有誤導觀眾，給於孩童錯誤的健康知識等危害，嚴重者則可能近而傷害到這個社會的價值觀，在這樣的背景之下，美國通訊聯邦委員會（Federal Communications Commission, FCC）於2008年的08-155條規定中，提出了具體規範：

消費者需在廠商全面揭露已及清楚標示（“full and fair” disclosure）的規則下被告知這是廣告，然而最近出現了許多違法的例子。仔細檢視各種節目會發現，許多都只有在節目後進行小小標示，顯然與法律原本的精神背道而馳。廣告們都需要被清楚標示。在此，我們欲建立更加具體的規範，強調節目中的廣告其受管理的範圍包含「贊助商的名稱之大小（size of the sponsorship credits）」，「贊助商的名稱顯示在螢幕上的時間（the amount of time they are aired）」。更新規範是相當重要的。我們不單只是要替父母親保護他們的孩子免於過度商業化所帶來之傷害，我們還必須確保所有美國人有可以分辨節目內容與廣告的權利（p. 2）。

告知媒體本身需要掌握區隔與標示原則，以避免置入性行銷傷害了新聞的公信力。

此外，在研究結果中亦可以觀察出，高齡化的廣告類新聞，其販賣品項又以「醫療保健品」與「保險」的廣告文為最多。對於老人家的醫療保健品，則有許多強調「顧眼睛」的商品，在看似長篇衛教知識宣傳的新聞下，實際上則在推銷自家產品下，如：

『黃帝內經』以每十歲為人體的生命階段，「五十歲，肝氣始衰，肝葉始薄，膽汁始減，目始不明。」說明了步入老年後五臟六腑相繼衰退，肝氣開始衰，肝葉也開始薄，膽汁開始減少，眼睛開始不明，而肝開竅於目，肝藏血，血足，目得而能視，所以及早開始養護自己的肝腎，若調理得當雙眼也就能明亮清晰！好眼光選擇阿桐伯眼光保肝，腎衰弱者，視力較弱，眼睛也較易疲勞，中醫又云：「久視傷血」，當我們長時間使用雙眼，會耗損陰血、目失滋養，致使眼睛疲勞。由此可見肝臟及養血對眼睛的重要，阿桐伯精選12味道地藥材煉製眼光保膠囊，經衛生福利部核准優良中藥，諸藥合用幫您調理臟腑、滋補肝腎，能夠祛風明目，對於目翳遮睛、目澀多淚、視物不清有效。每日幾粒，幫助您養護肝腎，讓您擁有好視力！

(2016年12月30日)

在保險的部分，則是有的順應現今長照政策而推出長照險、殘扶險的保險公司，塑造出老人該為「未來的經濟來源」打算，還有該為「未來發生可能發生的意外、照護」做好準備的形象，如：

銀髮族首重風險控管與穩健，建議身體健康時加強醫療與照護保障；若有多餘預算，也能規劃還本型終身險、一次繳清的躉



繳利率變動型養老商品及年金險，確保老年有固定經濟來源。

(2016年2月26日)

康健人壽的老年專屬保險，偏重意外傷害保險，屬於1年期的定期險，最高可續保至85歲，保障範疇也鎖定中高齡易發生的骨折、燒燙傷等。而康健人壽也推出老年失智險，投保年齡為40歲~70歲，繳費期間20年，屬長期照顧險的類型。

國泰人壽也有針對35歲~65歲的金健康養老保險，主打繳費6年、保障10年，醫療保障涵蓋住院、住院手術、門診手術、特定處置、燒燙傷病房保險金、加護病房保險金、28項特定傷病等。

(2015年9月15日)

社會問題框架再以更微觀的角度來說，由圖8可知，是以弱勢框架最多，約占一般社會問題框架的43%（共84則），呈現出老人較無能力抵抗，或是看起來較其他年齡層的人更好欺負，而因此容易成為受害者、犯罪者目標的形象，如：

78歲的Norma Trotman當時很累了，因此請其中一個女孩，把腳從位子上放下來，讓她坐。少女照做了，要是事情到此為止就好了。不幸的是，她們沒那麼簡單就放過老太太。地鐵在布魯克林區又開了幾站後，Norma下車了，但兩名青少年也跟著她下了車。老太太還沒回過神來，就被打倒在地，頭部和全身都被又踢又踹。兩名惡女攻擊完後，就跳上另一班列車，逃離現場。

(2016年6月10日)

醫療框架則次多，約占一般社會問題框架的32%（共61則），則多為敘述老人家身體不好，應該多注意生活細節，呈現許多疾病都為「老人病」，

老人是許多疾病的高風險族群之形象，如：

人體內水分的含鹽量是百分之零點九，如果多吃鹽，體內就須保留更多水分，所以多吃鹽確實可能導致夜間頻尿，少吃鹽則有助減少水分堆積。夜尿症患者多為年長者、或心臟循環不好、肝、腎功能不佳者，他建議有夜尿困擾者除了適量減少鹽分攝取，也要注意控制水分攝取，才能改善症狀。

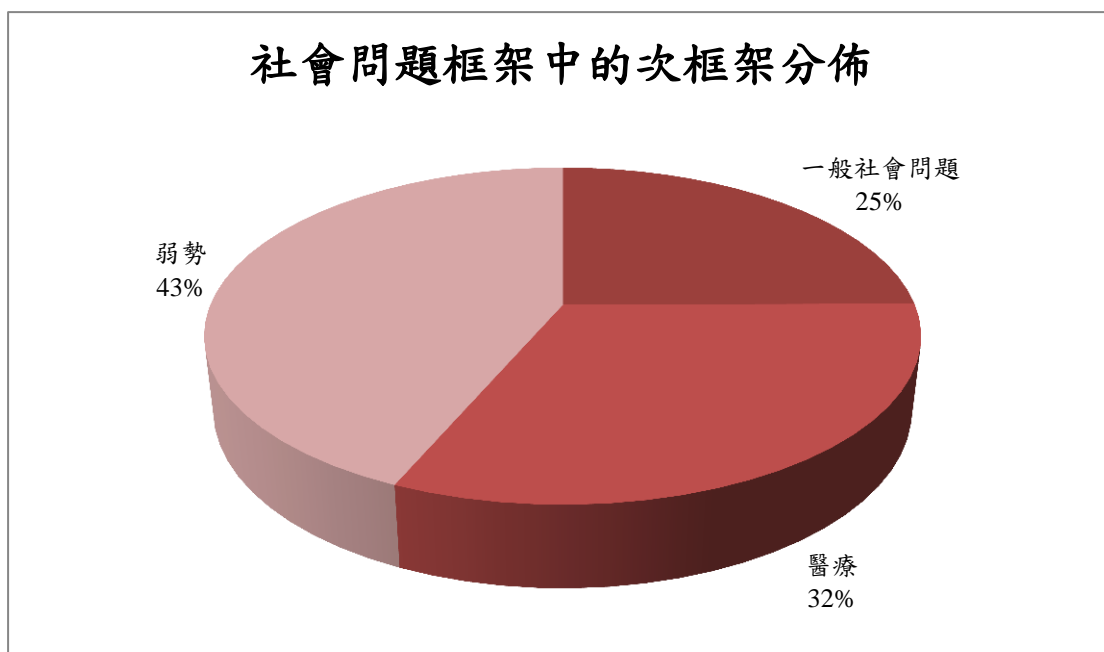
(2017年3月28日)

一般社會問題最少，約占一般社會問題框架的25%（共48則），其內容以負面社會事件為主，如中高齡者失業、老人家又病又窮的家庭悲歌等等，如：

83歲老翁長期照顧罹患老人痴呆症的73歲妻子。2月5日他終於受不了，持刀將妻子殺害。之後他自行砍脖割腕，意圖自殺，但最後自殺不成而被捕，被捕後堅決絕食，最後死亡。

(2016年2月26日)

圖 7：社會問題框架中的次框架分佈



資料來源：作者繪製

轉契機框架則僅占約百分之九，內容有敘述老人慈愛的溫馨故事者，或者是樂於學習「活到老，學到老」的新聞，又或者是「有生產力的老人」，可以傳承自己的經驗，就算年紀較大，卻也不輸年輕人，成功創造生命第二春之報導，如：

已過退休年齡的 68 歲老先生，希望老有所用，繼續投入職場發光發熱，為了讓自己外表不輸年輕人，狠砸 20 萬動植髮手術，也一圓十幾年的夢想。……年紀超過 50 歲以上的老人，因為毛囊處於相對穩定狀態，因此植入後較不會發生原有毛囊萎縮問題，術後通常不必服藥或擦生髮水。

(2017 年 3 月 13 日)

由以上結果可以觀察出，老人家在新聞的世界中仍舊處於弱勢，記者報

導仍不脫刻板印象，願意跳出窠臼者較少。

## (二)、應負責任者

許多報導未具體指出應負責任者，如表 5 及圖 9 所示，其比例約占總樣本數的 27% (共 87 則)。本研究分析具體指出責任者的部分，則是認為「當事人」應負責任者居多，占約 37% (共 119 則)，如：

銀髮族不僅面臨骨質疏鬆，增加骨折風險，台灣骨鬆肌少關節防治學會理事長、長庚醫學院婦產科教授陳芳萍強調，隨著老化骨骼肌肉流失，銀髮族們開始有腰背僵硬痠痛、雙手無力、走路變慢等 3 症狀，但因為沒有嚴重影響生活品質，症狀容易被疏忽。…… 骨質的流失與骨骼肌的萎縮是同步進行的，並隨著老化一點一滴的發生，然而因為症狀不顯著常被長輩們忽略，而增加跌倒的機率，一旦跌倒時相較骨骼肌肉量多的人所受到的傷害也較大。

(2017 年 5 月 16 日)

報導中認為「政府」該負責的比例次多，約占 30% (共 96 則)，如社會福利方面的議題，還有近年的軍公教 18% 議題，讓已經退休的老人家沒有足夠經濟來源，這類的報導則易將應負責任者指向政府，如：

一名退休高階文官說，他任公職 35 年、簡任 12 職等，月退休金約 7 萬 6000 多元，18 趴利息所得 2 萬 3000 多元；若 18 趴歸零，月退休金降為 6 萬 6000 元，並可拿回 400 多萬元本金。這些拿回本金投資問題，陳建仁說，各界建議，讓年長者自己去理財很困難，這部分可討論。一位司處長級簡任官說，18 趴歸零每月將少領 1

萬元，因只有養老花費還可接受。退休 14 年的應姓老師說，沒 18 萬每月少領 1 萬 8000 元，「損失慘重」。

(2017 年 1 月 22 日)

不同面向的應負責任者也不同，例如講述偏社會福利面的新聞內容，則主要會被歸因為是政府，報導認為是政府政策制訂方向錯誤，或缺乏配套措施；醫療面是個人與子女居多，認為應該子女要多注意家中長輩身體，而當事人則要注重自己平日的身體保健，遵循醫師給的建議，做好保護措施，以降低各種疾病在自己身上發生的機率。最後，最少數的是「照護者」的部分，占約 1%（共 4 則），大多是講述看護人員之問題。由此可以看出，在高齡者相關的新聞中，社會風險大多被視為個人責任。

表 5：應負責任者分佈

	政府	子女	照護者	當事者	未指出
數量	96	15	4	119	87
比例	30%	5%	1%	37%	27%
小計	321				

資料來源：作者繪製

### (三)、臧否

報導性質臧否的部分，如表 6 及圖 10 所示，是以負面居多，約占 74%（共 238 則），可能是因為在老人的新聞中社會問題框架者為多，因此也形塑出老人是弱者，需要受到照顧、成為政府或家庭負擔之角色，而此也回應了過去在文獻中所提到，許多高齡者被認為是資深公民，而這些人是容易受傷的、常感到孤寂的、身心狀況受損和土裡土氣的（Brewer & Dull & Lui,

1981)；又或者是老年人的刻板印象為精神不健全的，且會影響到年輕人對於未明朗事件之詮釋 (Carver & Garza, 1984) 及健忘的刻板印象研究 (Erber, 1989, Erber, Szuchman, and Prager, 2001)。報導中，令研究者印象極為深刻的一篇，是關於英國「脫歐公投」，年輕人大多主張「留歐」，但因為投脫歐的老人太多，導致「脫歐得勝」。年輕人因此走上街頭，抗議老人很多都投「脫歐」，犧牲他們的未來：

這次公投，脫歐以 51.9% 得票率，險勝留歐 48.1%。經分析 18 到 24 歲英國選民中 72% 屬留歐，但年齡愈大就愈傾向脫歐，55 到 64 歲投留歐者剩 44%，65 歲以上更降到 39%。許多年輕人抱怨，這場公投由老人主宰，未反應年輕人心聲，他們走上街頭憤怒抱怨：「祖父母為了養老金和福利，寧可犧牲我的未來！」

專家指，比起在大城市生活，習於多元文化的年輕人，或政經領域的菁英族群，年長者、教育程度與收入較低者、尤其白人勞工，在經濟上相對弱勢，長年受政府擲節、減支所苦，又有移民爭飯碗，他們很自然認為是英國留在歐盟導致，仇視歐盟與外來者，自然傾向脫歐。

(2016 年 6 月 20 日)

然而在報導中，亦不乏正面的報導，其比例約占 12% (共 38 則)，例如有的報導是上進的老人家，在退休後繼續進修，創造事業的第二春，或是積極參與慈善活動或社會活動，將自己的所學與經驗繼續貢獻給這個社會。近日政府亦有推廣爺爺奶奶上裸母課程，讓老人家在家帶孫子，或是幫忙其他人帶小孩，也都有津貼做為收入，讓自己過去累積的育兒經驗可以傳承，也讓老人家的生產力不被社會所忽視。因此研究者也建議，報社記者編輯未來能夠多重視這類的新聞，讓老人家對社會的貢獻更能夠受到注目，也讓更多

勞動人口能再度投入社會，解決未來少子化而產生的勞動力不足之問題。

表 6：報導性質

	正面	中性	負面
數量	38	45	238
比例	12%	14%	74%
總計	321		

資料來源：作者繪製

#### (四)、性別

在性別的呈現中，如表 7 及圖 11 所示，因為許多高齡化新聞是涉及全民、公共政策議題，因此許多新聞都無特別提及性別；而有提及性別的新聞中，男性與女性的比例相差不遠，男性比例約占 20%（共 63 則），女性比例約占 18%（共 59 則），但就內容而言，女性則會特別強調其外表、面容老化需強加保養，以及大齡女性的生育能力，如「老蚌生珠」的新聞：

產婦已高齡 64 歲，頭髮花白，她因失去獨生子女，透過人工受孕努力再拚得 1 子……。男嬰是試管嬰兒，而這名產婦已停經 10 多年，透過醫療協助才成功受孕…28 周時，被發現有妊娠期糖尿病，30 周時又發現前置胎盤（胎盤位置低而擋住子宮頸口），可能造成大出血，但她很勇敢也很樂觀，每次產檢總面帶微笑。

（2016 年 12 月 30 日）

表 7：老人相關新聞中的性別呈現

性別	男性	女性	無特別提及
則數	63	59	199
比例	20%	18%	62%
總計	321		

資料來源：作者整理

#### (五)、新聞中的正負面詞彙

在正面辭彙的部分，提到的是無私奉獻、老有所用、樂觀的老人；負面辭彙的部分則是講到老人是疾病高風險族群、無法自行判斷、易被騙、需要逆齡、需要被照顧等等。

然而，以上這些詞彙加入性別考量之後，則呈現差異，在男性正面的部分，比較會強調男性的「社會地位」、「社會行為」，例如說：無私奉獻、老有所用、學經歷優良，如蔡政府內訂的國防部長為 71 歲的馮世寬，就大篇幅報導其過去的輝煌經歷，如：

國防部長將由空軍退役上將、漢翔公司前董事長馮世寬出任。

據了解，民進黨智庫進行國防藍皮書撰寫時，馮即是首位進入民進黨中央黨部的退役上將，並確定蔡國機國造及國艦國造的國防政策。由於馮已七十一歲，將是新內閣中最年長部長。

內定國防部長馮世寬曾擔任駐美武官，與美關係良好，返國後，即接任空軍四〇一聯隊上校政戰主任，隨即升任四四三聯隊聯隊長，並晉升少將。爾後馮曾任空軍作戰指揮部中將司令及空軍副總司令，最後在參謀本部副參謀總長屆齡退役，二〇〇六年轉任漢翔公司董



事長…歷練，比過去擔任國防部長的經歷更勝一籌。

(2016年4月15日)

女性則是較少呈現社會性的特質，如女性的學經歷、地位或人生智慧，而是強調其「個性特徵」與「外表」，如勇敢、活力、超正，如許多廣告則是強調維持肌膚年齡，強調女人就算年紀大了，外表依舊要維持年輕，不要有皺紋、不要有歲月的痕跡，如：

第一道細紋的產生可能源自於忽視細微損傷的結果，進而歷時多年而研發出「超效微損修護科技」，阻擋時間的損耗。…以青春修護師的定位，藉由「超效微損修護科技」修補肌膚看不見的微損傷，成為我無懼微損傷的最佳後盾。為肌齡按下暫停鍵。

(2016年8月11日)

管妳是垂垮的無神布袋眼，還是終年不退的黑眼圈，只要7天就能拉提、亮白，大齡姊瞬間變電眼妹。

(2015年8月13日)

在男性負面詞彙則提及「貧病」與「情緒控管」者居多，如體力不好、疾病、貧困、易怒、失控，許多老翁被描寫成脾氣不好，因此犯下社會案件而登上新聞版面，如：

新北市慧心老人長期照顧中心，昨凌晨發生兇殺命案，一名被社會局安置街友長期和同寢室老翁發生口角，前天清晨拿拖鞋毆打老翁，中心原打算隔天要將兩人分房，但昨凌晨街友竟持水果刀將老翁割喉致死，並用棉被蓋住遺體再回自己床上自刎，直

到看護要餵食才發現慘劇，警方和新北社會局正追查中心疏失責任。

(2017年3月15日)

日本兵庫縣神戶市一家老人安養中心，一名76歲的男子試圖殺害女性職員，以殺人未遂和違反刀械管制法，而被逮捕。男子在安養中心，每次跟其他女性說話的時候，都被職員制止，因此記恨好一陣子了。他打算報仇，便從自己的房間將水果刀拿出來，襲擊了一位洗衣婦女性職員。

(2016年4月26日)

女性的負面詞彙女性則傾向「身體機能（尤其強調生育能力）」與「外表老化」，如身體機能差、求子困難、肥胖顯老、防腐失敗（將女性隱喻為「食品」需要加「防腐劑」來保持面容姣好，若面容保養不好則被喻為「防腐失敗」），而這可能也反映出了高齡化社會下，女性的集體焦慮，新聞媒體似乎將「老」與「醜」畫上了等號，如：

隨著年齡增長，膠原蛋白流失、骨頭萎縮，會使眼窩凹陷看起來蒼老疲倦……。

(2017年2月10日)

網友嫌她右臉法令紋超深，脖子鬆垮，看起來「有酒店媽媽桑的風霜感」。

(2015年9月27日)

然而這也可能讓大眾對於老年女性的刻板印象更為嚴重。研究整理如表

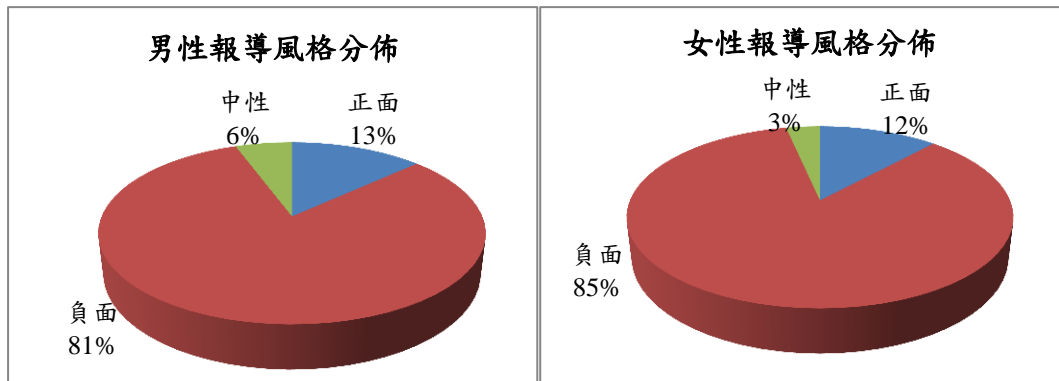
8 及圖 12 所示：

表 8：兩性的正負面詞彙

	男性	女性
正面	17 則 <ul style="list-style-type: none"> <li>☞ 樂觀獨立</li> <li>☞ 有智慧</li> <li>☞ 無私奉獻</li> <li>☞ 老有所用</li> <li>☞ 暖心</li> <li>☞ 新生</li> <li>☞ 躍升超級英雄</li> <li>☞ 學經歷優良</li> </ul>	7 則 <ul style="list-style-type: none"> <li>☞ 勇敢</li> <li>☞ 重見光明</li> <li>☞ 活力</li> <li>☞ 為善不欲人知</li> <li>☞ 超正</li> </ul>
負面	43 則 <ul style="list-style-type: none"> <li>☞ 治療開銷大</li> <li>☞ 獨居、折騰</li> <li>☞ 霸凌</li> <li>☞ 肇事率高</li> <li>☞ 家庭悲歌</li> <li>☞ 體力不好、疾病</li> <li>☞ 貧困</li> <li>☞ 易怒、失控</li> </ul>	50 則 <ul style="list-style-type: none"> <li>☞ 開銷不夠</li> <li>☞ 求子困難</li> <li>☞ 鬧場</li> <li>☞ 防腐失敗</li> <li>☞ 身體機能差</li> <li>☞ 不敷醫病需求</li> <li>☞ 風險高</li> <li>☞ 肥胖顯老</li> </ul>
中性	3 則 <ul style="list-style-type: none"> <li>☞ 無特別指出</li> </ul>	2 則 <ul style="list-style-type: none"> <li>☞ 無特別指出</li> </ul>
總計	63 則	59 則

資料來源：作者整理

圖 8：高齡化新聞之報導風格分佈



資料來源：作者整理

#### (六)、隱喻

正面的隱喻，最多的部分是在新聞中隱喻老人是「智慧與慈愛的象徵」，可以用智慧解決許多事情，還可以將智慧傳承給下一代，也有老人會選擇默默做許多善事，將積蓄捐款出去造福更多需要幫助的人群，如曾有報導提過為善不欲人知的老太太：

日本栃木縣栃木市，一名 60 多歲的婦人日前表示，她撿到遺失物 2000 張彩券，而送交警方，後來真相是，原來婦人想要為善不為人知，所以這些彩券是自己來買捐的。

2015 年 9 月，婦人看到日本關東東北豪雨成災，而希望彩金可以幫助災民。…然而如果失物沒有人出來認領的話，彩券就會變成該縣的所有物而非給該市，婦人知道後，便去告知警察「其實是她買的」，然後改將彩券捐給該市。

(2016 年 2 月 4 日)

另外，「不間斷的生產力」也是正面隱喻中常出現的，報導中有不少老

人是活到老學到老，投入新領域工作，在各行各業發光發熱，而這些正面隱喻則大多都是轉契機框架中的內容，如演藝圈中女子團體 S. H. E. 成員任家萱的爸爸，暱稱「任爸」，退休後仍維持活躍生活，因而被邀請分享正確的老化心態：

任爸，氣色紅潤、體格挺拔，看起來遠比實際年齡年輕，他笑說自己真的意識到老化是在近幾年感受到……但後來也逐漸接受老化事實，因為人不要不服老或怕老，而要做符合年紀該做的事，任爸強調「人生沒有回頭路，活在當下，給自己按一個讚。」也就是這麼積極的心態，讓他保有退而不休的生活。

(2015 年 12 月 12 日)

在負面的隱喻中，一般社會問題框架會將老人隱喻為「社會負擔」，例如說老人造成家庭負擔，為數不少的照護開銷讓一整個家庭吃不消，或是老人家愛看病、需要照顧等等，而因此造成國家醫療資源、財政龐大支出，如：

爸爸向媽媽說：「為什麼要讓一個未來充滿希望的人，留下來陪一個垂死的老人？垂死的老人不應阻止年輕人的夢想及未來。」但爸爸醫療費用高，媽媽已無力負擔女兒出國的十多萬元開銷。

(2016 年 10 月 24 日)

長照 2.0 財源，呂寶靜說以遺贈稅為基礎，但需要立法院和社會大眾支持；至於菸稅與菸捐是否納入財源還要再討論。台北醫學大學醫學教育執行長陳再晉說，遺贈稅等只是足夠穩定支應值得探討；5 月健保署資料顯示，健保安全準備餘額已達 2296 億元，若以健保現有急性後期照顧或居家醫療服務給付等計劃，逐步擴充至長照服務，應能解決長

照經費問題。但衛福部說健保若要用於長照要修《全民健康保險法》。

(2016年9月30日)

加上現在少子化議題，「要養很多老人」、「拖垮社會」等等類型的詞句，則容易造成老人在社會觀感中相當負面之形象。

醫療框架中的老人則常被隱喻為「易碎品」，容易得病、容易被新病毒攻擊、容易跌倒，是容易被壞事情找上門的高風險族群，如：

常見長輩們帶著兒孫輩到山區掃墓祭祖，表達內心的追思，只是每年此時總是春雨綿綿，加上路面濕滑泥濘……年長者到郊區、山區前，要選擇完整包覆、有止滑功能鞋款，例如登山鞋、運動鞋、慢跑鞋等，避免穿涼鞋、拖鞋甚至赤腳，特別是下雨過後路面濕滑，加上山區岩石常有苔蘚，一個不留神，往往摔個四腳朝天鼻青臉腫，萬一要是頭部著地，更可能造成顱內出血等後遺症。

(2017年4月2日)

但仔細思考後不難發現，路滑摔倒其實是不分年紀的，從小到大每個人都會有的經驗。此外，其實許多疾病年輕人也得，如現在許多癌症都有年輕化的趨勢，老人家則有許多人越來越注重有機飲食與養生之道，因此不應把疾病與老人連結在一起。

此外，弱勢框架中的老人則是易成為「受害者」之形象，常常成為歹徒攻擊的對象、被鱷魚攻擊、會墜樓、會被詐騙集團鎖定等等，如：

現在中國城較令人堪憂的，是「歹徒會尾隨年邁的居民到他們的家中偷東西，或是在街上對老人下手，犯下搶劫或是傷害等罪嫌」。華協中心的工作人員利澤鏗也指出，中國城一直有名為「祈福黨」的詐騙集團會鎖定年長者，以類似「面相看起來家裡的兒子女兒有

危險、會出事」等說詞，向他們騙取錢財積蓄。祈福黨成員通常兩三人成群行動，在一旁起哄，使得老人家們聽信於他們。

(2016年2月26日)

許多老人在社會新聞中容易形成受害者角色，然而仔細思考後，其實這些社會案件是不分年齡層都會遇到的，年輕人也可能會墜樓，或是被詐騙，這類弱勢框架的新聞則可能會造成老人家被這個社會看輕看低，或是可能使得老人家再次成為歹徒下次做案的目標對象，形成惡性循環。

#### (七)、版面分布

版面分布的部分，由表9及圖13可知，最多分布在「地方／社會版」，約占15%（共49則），講述各個地方上老人發生的一些社會案件，多為一般社會問題框架及弱勢框架。

次多則是分布在「頭條要聞」，約占13%（共41則），提到關於政府政策面的部分，尤其是蔡英文政府上台後，長照2.0的相關政策，其相關報導篇幅相當多，政策制定是否週全，長照預算該從何而來，預算來源是否合理，都是相當受矚目的議題。

第三多則是位於「醫療保健」，約占11%（共36則），則是提醒老人家要注意身體，新聞會出現相關衛教知識，或是有流感等新疫苗上市，提醒民眾可以去醫院施打等等。

其中值得注意的是數量排名第四多的版面為消費廣告，約占9%（共29則），其刊登的內容多為針對高齡族群所販賣的商品，而這也呼應了先前所提到的置入性行銷問題，穿著高齡化新聞的外衣，實際上則是欲推銷自家商品，有相當濃厚的重商主義色彩。

表 9：版面分佈

版面	則數	總計
健康醫療	36	321
熱門話題	7	
綜合新聞	5	
廣告消費	29	
頭條要聞	41	
暖 流	2	
地 產	4	
國 際	9	
地方社會	49	
政 治	9	
運 動	1	
居家育兒	1	
娛 樂	20	
專欄論壇	27	
專題／特別報導	4	
財 經	25	
熟 蘋 果	27	
法 庭	3	
動 新 聞	20	
投 訴	2	

資料來源：作者整理



然而，在前面調查顯示出老人相關新聞正面的新聞相對較少，而其版面又方別分佈於哪裡呢？從表 10 可以看出，其中較多的出現在「頭條要聞」、「地方社會版」以及「娛樂版」。頭條要聞版的正面老人講述的是老人的新生活哲學、傳承智慧的老人，以及靠自己力量來圓夢的老人家等等，如：

自己的旅費自己賺！嘉義市居家服務中心 8 名 7、80 歲長輩，為了一圓出國夢想，親手做便當籌措旅費，常樂園社工將阿公阿嬤製作便當取名「大齡」，巧妙融入掌廚者是長者及英文諧音 Darling，四菜一肉的菜色，就像家裡阿嬤為子孫輩準備愛心料理。

(2017 年 4 月 23 日)

社會地方版的老人則有提及「為善不欲人知的老人」，或是「失蹤後奇蹟生還的老人」，比較是偏向地區、社會奇聞類的新聞，如：

澳洲一位業餘獵人在炙熱的內陸沙漠中，存活了六天，他既沒水又沒食物，只靠吃螞蟻維生，逃過死劫。62 歲的 Reg Foggerdy 最後一次出現在人前，是在 10 月 7 日，他和他兄弟 Ray 從營地開車，到大維多利亞沙漠獵捕野生駱駝。Ray 開車去追一隻駱駝，而 Reg 則下了車。Reg 就此走遠了，在接下來的幾天中，他足足走了 15 公里。Reg 失蹤六天後，警方循著蹤跡，發現他倒在樹下，只靠吃黑蟻，活了兩天。

(2015 年 10 月 16 日)

最後娛樂版的正面老人形象則有「活到老，學到老」、「小人物躍升螢幕超級英雄」，或是「讚賞年紀大卻很有熟女魅力的演藝人員」，如：

62 歲「演歌女王」小林幸子改當孩子王，在 NHK 衛星頻道的

幼兒節目《笑嘻嘻》(暫譯)負責帶動唱。該節目主要收視群為4到6歲的幼稚園小朋友，出道52年的幸子笑說：「雖然我沒生過小孩，也過了當姊姊的年紀，但在節目中被小朋友叫『姊姊』還是很開心。」

(2016年4月4日)

表 10：正面老人報導之版面分佈

版面	則數	總計
健康醫療	2	38
廣告消費	2	
<b>頭條要聞</b>	<b>6</b>	
暖 流	1	
地 產	1	
國 際	2	
<b>地方社會</b>	<b>6</b>	
政 治	2	
運 動	1	
<b>娛 樂</b>	<b>6</b>	
專欄論壇	1	
財 經	1	
熟 蘋 果	3	
動 新 聞	4	

資料來源：作者繪製

#### (八)、廣告商品中的類型

根據編碼結果，如表 11 及圖 14 可知，總共有 58 則廣告類新聞，具有置入性行銷的色彩，其特色為：須付費是經過計畫而不突顯地將某些品牌商品置入於媒體中，來推廣某種觀念或行銷某種商品，以達到影響閱聽眾之目的（劉蕙苓，2011）。

在研究結果中可以觀察出，新聞中推銷的品項以「醫療保健品」為最多，約占 35%（共 26 則），如保養眼睛的、保養肺部的醫療保健品。「保險產品」次之，約占 22%（共 16 則）。呈現出社會上認為老人家最需要購買的東西是醫療保健品，也相對形塑出老人家身體機能不佳的形象。除了身體機能不佳而需要醫療保健品之外，另外，令研究者印象深刻的是，業者甚至推出了關於「去除老人味」的商品，如：

加齡味即為老人味，雖稱不上臭味，但總會飄出一股特殊的味道，讓身邊的人紛紛走避；據資生堂的研究，人體皮脂原本不會產生臭味，但當其與汗水、老廢角質發生氧化作用，就會變成壬烯醛，即為加齡味的元兇！...竟也有可能提早發生「加齡味危機」！紛紛開始尋找除味秘訣，除了改變生活習慣，還能怎麼辦？！現在國內紡織業者專為亞洲人設計，推出針對去除加齡味及汗味的「止味衣」，為你層層把關、斷絕異味！

（2015 年 9 月 15 日）

將老人描寫為身上會有不好的味道，讓大家紛紛走避的形象。

在保險的部分，則是搭上長照的議題，許多公司推出許多長照險以及殘扶險，但報導內容較無明確分析保險產品差異、優劣，讓消費者閱讀後依舊五里霧中。此外，其內容引述較為單一化，一味讚揚商品優點，卻相對缺乏衛教資訊，較缺乏新聞應有的公共利益導向原則。

表 11：產品類型

	保險	生活工具	居家設計 ／照護	資訊科技	醫療保健	其他
則數	16	4	9	9	26	10
比例	22%	5%	12%	12%	35%	14%
總計	74					

資料來源：作者繪製

#### (九)、引據（複選）

引據的部分，如表 12 所示，最多數量來源為「政府機關」，「醫護人員」則次之。引述「政府機關」的報導，多是關於「政策面」，如討論長照財源、實施的議題，常會引述健保局、衛福部、行政院或是總統的言論，如：

蔡英文說，長者的健康老化和失智症的預防，是下一階段政府重大的施政目標。蔡提到，她在大選時提出成立國家級高齡及健康研究中心的政策，未來將聽取各方寶貴意見和經驗，來落實這項政策。此外，蔡也提到，她的長照政策，主張建立社區化、普及化及平價的長照體系；同時也會推動社區整合服務中心，另也要將在地衛生所適度轉型社區健康管理中心。

（2016 年 2 月 23 日）

引用醫護人員的言論的報導，則通常與醫療框架，還有保健資訊有關，許多報導會引用醫師的話，來提供專業性的知識，讓新聞夠更具有可信力，如：

陳芳萍醫師提到，骨質的流失與骨骼肌的萎縮是同步進行的，並隨著老化一點一滴的發生，然而因為症狀不顯著常被長輩們忽略，而增加跌倒的機率，一旦跌倒時相較骨骼肌肉量多的人所受到的傷害也較大，最常見的跌倒前兩名區域就是在家中客廳因絆到阻礙物如桌椅、櫃子等家具而跌倒；或在浴室因濕滑而摔到屁股，當關節受損直接影響到活動能力，因此除了補充鈣、維生素D等維護骨質，透過飲食與增加骨骼肌同樣重要。

(2017年5月16日)

然而，在這些引述中，常常引用的說法只有一方，較為單一化，此外也有未引述消息來源的報導。政策分析偏重長照 2.0，但多討論財源，但未深入從老人家或是家屬的觀點來討論長照政策的品質，以上幾點是新聞引述面上較大的問題點。顯示新聞在引述方面仍有相當大的改善空間，未做到平衡報導。

表 12：引據分佈

	醫護人員	學者	公司高層	其他行業權威	當事人	當事人親友	政府機關	其他	無
則數	59	34	45	19	47	13	77	48	23

資料來源：作者繪製

#### (十)、時間走向

時間走向如表 13 及圖 15 所示，是以「現在」為主，約占 79% (共 253 則)，講述當下的政策、老人故事、社會案件等等，較為偏向時事主題；而

「過去及現在」的故事則次多，約占 21%（共 67 則），是講述今昔的變化或比較，如政府高齡政策面向上，過去及現在的內容，或是其優劣性做比較與討論；有些是轉契機框架的故事，講述老人過去因為某些經驗的累積，因此在老了之後依然對社會很有貢獻，或者是現代醫療技術的革新，讓病患接受治療的負擔減低，成為老人家的福因，如：

主動脈瓣膜狹窄是銀髮族常見疾病，以往治療難度甚高，因患者平均年齡偏高，若採開胸手術積極介入，需全身麻醉且傷口又大，不論是麻醉造成吸入性肺炎，或傷口產生感染，長輩可能都無法善終，但若不開刀僅服藥，據統計，患者一般只能再活兩年，直到 TAVI 出現，此困境終於有解。

傳統外科治療對患者負擔太大，導致超過三成的嚴重患者，寧願冒著猝死風險…。患者不開刀的理由，最常見的是本人講「太老了，我活夠了」，或家屬講「太老了，開刀太痛苦了」

（2016 年 4 月 13 日）

在「其他」的部分則是先前提過的例子，在講述世代間的衝突可能對未來造成之影響，如樣本中所選取到的新聞為英國不同世代對於脫歐的看法，因為老人家數量較多，因此國家政策走向的決定權在老人手上，因此造成了年輕世代的不滿。而研究結果也與過去學者臧國仁、蔡琰（2012）曾提出老人相關新聞以「回溯過去的內容較多」的結果有所不同。

表 13：時間走向分佈

	過去	現在	過去及現在	其他
則數	0	253	67	1
比例	0%	79%	21%	0%
總計	321			

資料來源：作者繪製

(十一)、報導主題

從表 14 及圖 16 中可以觀察到，報導主題以「身心健康」作為最大宗，約占 49%（共 156 則），顯示社會上最關心的議題，是關於老人的健康，還有晚年的照護。此外，可能由於中華文化也相當重視家庭關係，因此以「家庭」為主題的報導相對來說也不少，約占 16%（共 51 則），例如說有業者推出了 APP，讓孩子就算沒有和年邁的雙親住在一起，家人之間可以互相了解彼此的生活現況：

此款 App 是結合南加大、實踐大學、慈濟醫院之力得出的結晶，不同之處在於能透過子女的力量，關心長輩的起居、飲食，即使子女與長者不見得住在一起，但卻能透過 App 表達關注，進而激勵長輩改善健康。舉例來說，此 App 可以觀察長輩入眠、起床時間，或是睡眠狀況，讓遠方的子女即時了解媽媽昨晚有沒有睡好，或是爸爸最近飲食是否均衡。陳藹玲說，「試行效果非常好！」原本作息不正常或是飲食不均衡的長輩，接獲子女的關心後，都能顯著改善作息跟飲食情況。

（2017 年 5 月 7 日）

然而其中代間溝通的呈現卻相對不足，且在樣本中呈現的皆較偏衝突面，像是價值觀不同造成的家庭衝突、啃老族等等，如：

新竹市一名退伍上校何漢武（85歲），本月7日騎單車上班途中不慎摔倒，當場肋骨斷裂，他強忍疼痛繼續工作4天，直到無法忍耐才入院開刀，但沒想到13日竟撒手人寰，他雖是退役軍官，但因二子積欠巨額卡債，債主天天上門恐嚇，護子心切的他向地下錢莊借貸還債，希望勸兒東山再起，沒想到兒子卻燒炭自殺，大兒子返家撞見這一幕嚇至瘋癲，從此生活無法自理，何漢武20日出殯，獨自面對龐大債務的何太太無助地說：「活不下去了！」

（2016年3月28日）

在「工作職業」的部分則有提到較為負面的失業議題；還有比較正面的是強調經驗豐富的老人在職場表現優異獲得表揚，成為某些領域的國寶大師；有些是大器晚成的老人家，過去雖不如意，但現在正發光發熱。另外，還有比較特別的像是講到已經年過八十的日本明仁天皇：

明仁在55歲、1989年1月7日昭和天皇駕崩後，成為第125代日本天皇，至今在位28年，2012年2月接受心臟手術時，曾由皇太子德仁暫代職務2個月，之後仍親自執行多數公務，包括到熊本地震災區慰問災民等。

明仁之前的124位日皇有半數都是「生前退位」，但從1817年退位的第119代光格天皇後的日皇都是做到駕崩為止，明仁若如願，將成為近200年來首位生前退位的日皇……。

（2016年8月9日）



在「社會活動」的面向有老人參與社會慈善活動、政治活動、樂齡健康活動、創意競賽等等的，如：

總計有 19 個參賽隊伍近千位長者集結在新北市三重區綜合體育館，每位長者都好有精神，這一次與會年紀最長的是高齡 98 歲的曾興阿公，已連續參與五年，每一年都特地從花蓮搭車北上比賽……為了參加全國總決賽的活動有長者很早就起床，也有隊伍出發前特地到村裡最靈驗的廟宇拜拜，祈求隊伍獲得好成績，所有能夠參與全國總決賽的長者真的都很不容易，從縣市競賽、分區競賽，在分區競賽中獲得金牌與銀牌，一路過關斬將，最終才能站上全國總決賽的舞台。

(2016 年 11 月 22 日)

「人與動物」則是有許多被鱷魚、狗、其他猛禽類攻擊的老人的新聞，但反過來也有充滿愛心的老人家照顧流浪動物的故事，如：

有名 76 歲的老人 Ortiz，奉獻了 24 年的時間照顧街上的流浪貓，Ortiz 不只餵牠們吃飯、幫牠們結紮，還會將生病小貓帶回家照顧……Ortiz 目前在 Hartford 共照顧了 68 隻流浪貓，足跡遍及 16 個據點，這些流浪貓多半生活在廢棄大樓或垃圾堆裡，且牠們的據點時常更換，照顧起來十分麻煩。Ortiz 白天靠著資源回收及清潔工作維生，每晚都花 3 小時餵貓，雖然收入微薄，但善良的他，賺到的錢都拿去買貓咪罐頭。

(2017 年 4 月 26 日)

表 14：報導主題分佈

	家庭	教育	工作 職業	社會 活動	人與 動物	身心 健康	其他
則數	51	5	31	16	10	156	52
比例	16%	1%	10%	5%	3%	49%	16%
總計	321						

資料來源：作者繪製

(十二)、特例 vs 常態

依據研究結果製成表 15 及圖 17，由此資料顯示數據可知，新聞事件依舊是以「特例」為居多，約占 63%（共 202 則），特例與常態的比例趨近二比一，探究其背後之原因可能是因為具有獨特性、趣味性的新聞，相對來說還是被認為較有新聞價值。而這樣的研究結果也和過去學者研究結果相呼應，如臧國仁與蔡琰（2012）提到台灣老人的媒介形象有兩極化的現象，一類是因為有優異傑出表現，或是身為國家宗教要角而被報導；另一類則因為其有特殊事蹟，或是選擇非適婚年齡對象等這樣社會「異常」行為而受到關注。

表 15：特例與常態性質分佈

	特例	常態
則數	202	119
比例	63%	37%
總計	321	

資料來源：作者整理

## 伍、研究結論與建議

### 一、 關於框架：將老人視為社會問題的氛圍

在研究分析中，老人相關新聞的框架包裹被分為三大類：「趨勢框架」、「社會問題框架」與「轉契機框架」，其中以社會問題框架占最多數，媒體呈現出了老人為社會負擔的形象，缺乏自我保護的能力，易成為歹徒、猛禽、病毒攻擊的對象，同時也是需要政府政策伸出援手的對象。在這樣的形象下，媒體則以老人自己以及政府做為主要的應負責任者，指出老人應自己照顧好自己，另外也期待政府的協助來安享晚年。

在研究結果中，也發現報導性質以負面者多，出現許多負面詞彙如：老人為此疾病高風險族群、長者無法自行判斷、需要照顧等等，將老人隱喻為「社會負擔」、「易碎品」、「受害者」。

在現實中，的確存在著需要社會援助的老人家，但也有著許多擁有至會、健康活力的長者，而在新聞報導中卻選擇突出前者，創造出老人在社會上處於相當弱勢的形象。因此期許未來能夠有更多報導呈現長者的生產力與活力，讓老人家不再只有社會負擔之負面形象。

### 二、 商品化傾向：置入性行銷與老人商機

根據編碼結果，約有兩成的老人相關新聞具有置入性行銷的色彩，是經過計畫而不突顯地將某些品牌商品置入於媒體中，其推銷的品項以「醫療保健品」為最多，「保險產品」次之，約占 22%（共 16 則）。呈現出社會上認為老人家最需要購買的東西是「醫療保健品」，同時也形塑其身體機能不佳或抵抗力弱，會生重病，容易有龐大醫療支出的形象，然而現在有許多老人家都相當注重養生，早睡早起，身體也未必會比年輕人差，因此塑造這樣的形象，其實對於老人家並非公平。另外，在「保險產品」則形塑出了老人特別容易出意外的形象，但是會出意外也未必

是老人家才會有的情況；此外，其報導內容的引述較為單一化，一味讚揚商品優點，卻相對缺乏衛教資訊，關於商品的詳細資訊、內容都較為空泛，未提到商品的缺點與安全使用守則，較缺乏新聞應有的公共利益導向原則。

就版面分布來說，最多分布在講述老人發生面社會案件的「地方／社會版」；次多則是常出現在講述政府長照議題的「頭條要聞」版；緊接者是講述醫療資訊的「醫療保健」版。其中值得注意的是數量排名第四多的版面為「消費廣告」，多為針對高齡族群所販賣的商品，而這也呼應了置入性行銷問題，看似高齡化新聞，實際上有相當濃厚的商業色彩。然而在具有商業色彩的同時，這些廣告並未對高齡化族群，提供相對科學化的數據或是養生對策，並未讓高齡化族群得到充分資訊，發揮新聞之公共性，以及對於民眾提供正確知識教育之特質，因此建議未來能夠提供更充分的資訊量，讓大眾及高齡者都能對內容更深入的了解。

### 三、 老人相關新聞中的性別意識：社會對老年女性的外貌期許

在性別的呈現中，因為許多高齡化新聞是涉及全民、公共政策議題，因此許多新聞都無特別提及性別；而有提及的新聞中，男性與女性的比例相差不遠，但就內容而言，女性則會特別強調其外表、面容老化需強加保養，否則就會被說成是「肥胖顯老」，另外還有大齡女性的生育能力較為受限，就會被說成老蚌生珠，而這樣的現象在性別的正負面辭彙中也可以看出。

在男性正面的部分，比較會強調男性的「社會地位」、「社會行為」，能夠在工作上有所貢獻，為社會提供價值；女性則是強調其「個性特徵」與「外表」，期待女性就算年紀大了，還是要有看起來二、三十歲的美，但較少呈現社會性的特質，或是社會貢獻。

在男性負面詞彙則提及「貧病」與「情緒控管」者居多，如；女性

的負面詞彙女性則傾向「身體機能」與「外表老化」，而這可能也反映出了高齡化社會下，相較於男性而言，對老年女性外表上有較高的要求，追求外表永遠不老的美魔女，新聞媒體的用詞呈現出老年女性「老」等於「醜」的氛圍，而非像西方國家一樣，會主打熟齡也有「熟齡美」。因此也希望未來在描寫高齡女性外表時，能夠從不同的角度來欣賞不同年齡層的不同美麗。

#### 四、 報導模式：重視身心健康與家庭關係

新聞報導時間走向以「現在」為主，講述當下的政策、老人故事、社會案件等等，而報導中的新聞事件則是以「特例」為居多，體現了新聞重視時效性與新奇性之特質。

在研究結果中也可以觀察到，報導主題以「身心健康」為最大宗顯示社會上最關心的議題，是關於老人的健康，還有晚年的照護，這也可研究結果中的引據對象相互呼應，引據部分，最多數量來源為「政府機關」，「醫護人員」則次之，顯示政府重視長照議題，但其內容多為討論財源方面，但如何實行的相關資訊卻相對缺乏，因此也建議未來可以多提供具體的實行方案，讓資訊更加透明。另外有些報導則是以醫護人員的角度，來討論老年的照護及醫療相關知識。

此外，可能由於中華文化也相當重視家庭關係，因此以「家庭」為主題的報導數量位居第二，然而其中代間溝通的呈現卻相對不足，且在樣本中呈現的皆較偏衝突面，像是啃老族、價值觀不同造成的家庭衝突等，而這樣負面居多的「特例」報導則可能容易讓社會氛圍人心惶惶。因此也建議未來可以多增加關於代間溝通的報導，如政府推廣爺爺奶奶上裸母課程，讓老人家在家帶孫子，或是幫忙其他人帶小孩，都有津貼做為收入，讓自己過去累積的育兒經驗、育兒智慧可以傳承下去，也讓老人家的生產力不被社會所忽視。

## 陸、研究限制與展望

本研究挑選近期老人相關新聞相對較多的時間帶進行研究分析，優點是具有較高的時效性及相對為數較多的高齡者新聞，然而時間若能跨越數十年，則更能有機會觀察到各個年代的老人相關新聞變化。

除此之外，未來研究的部分也可以選擇更多的跨國研究，觀察不同國家的老人相關新聞。除此之外，高齡化走在台灣前端的國家，如鄰近的日本，他們的樂齡老化報導可能會更為多元，因此將反轉框架的部分獨立出來，樂齡老化的框架細緻化亦是未來可研究的面向。



## 柒、參考文獻

中文、日文文獻

王石番（1996）。《傳播內容分析法-理論與實證（二版三刷）》。臺北：幼獅。

王國讚、黃祖立（2000）。《大眾傳播》。台北市：麥格羅希爾。

行政院（2012）。〈長期照護服務能量提升計畫 104 年至 107 年〉。取自

<http://www.ey.gov.tw/Upload/RelFile/26/730958/37bc9015-e3da-4ba8-9a98-cd8c5384b97a.pdf>

李昭融（2015 年 12 月）。〈奶奶也可以好時髦〉，《美麗佳人》。取自

[https://www.marieclaire.com.tw/celebrity/news/21144/page\\_4](https://www.marieclaire.com.tw/celebrity/news/21144/page_4)

李灝楨（2012）。〈空巢老人的媒介形象建構分析〉，《東南傳播》，9:56-59。

林東泰（2008）。《大眾傳播理論（增訂三版）》。臺北市：師大書苑。

金田千賀子。(2006). 子どもが抱く高齢者のイメージ.医療福祉研究(2)、1-10

徐立忠（1989）。《老人問題與對策》。台北：桂冠。

高橋一公。(2013). 大学生の老人イメージ測定の試み: 自己老人イメージの SD

法とテキストマイニングによる分析を通して. 東京未来大学研究紀要, (6), 85

國家發展委員會（2016）。〈中華民國人口推估 105 年至 150 年〉。取自

<file:///C:/Users/user/Downloads/105%E7%89%88%E4%BA%BA%E5%8F%A3%E6%8E%A8%E4%BC%B0%E5%A0%B1%E5%91%8A0810final.pdf>

張卿卿(2002)。〈競選新聞框架與廣告訴求對選民政治效能與信賴感的影響〉，

《新聞學研究》，70:135-165。

張舒（2009）。〈時事類雜誌中的老年人形象〉，《青年記者》，2009(6B), 37-38。

連淑錦（2012）。〈電視廣告再現老人形象分析〉，《廣播與電視》，35:30-60。

連淑錦、張雁冰(2012)。電視廣告再現老人角色分析。2012 年北京大學新聞傳播

倫理與法治國際學術研討會，北京，中國

郭子輝、金夢玉（2014）。〈中國大陸媒體老人形象窘境及其影響〉，《新聞傳

播》，11:27-28。

郭愛妹、石盈(2006)。〈「積極老齡化」：一種社會建構論觀點〉，《江海學刊》，5:124-128。

陳九五、黃明賢、蔡瑞熊(1994)。〈影響老人住院日數因素之初探〉，《高雄醫學科學》，10(12):675-682。

陳泓宇(2011)。〈媒體中的老年人形象及其變遷—基於《中國老年》的內容分析〉。南開大學社會所碩士論文。

媒體代理商協會媒體知識庫(2016)。〈2016年媒體白皮書中文版〉。取自 <http://www.maataipei.org/>

焦興鎧(2013)。〈何謂「就業上年齡歧視」？—美國經驗之省思〉，《就業安全》半年刊。取自

[http://www2.evta.gov.tw/safe/docs/safe95/userplane/half\\_year\\_display.asp?menu\\_id=3&submenu\\_id=545&ap\\_id=1874](http://www2.evta.gov.tw/safe/docs/safe95/userplane/half_year_display.asp?menu_id=3&submenu_id=545&ap_id=1874)

須文蔚(2013)。〈台灣報導文學與社會運動框架之互動關係研究—以台灣原住民還我土地運動為例〉，《文史台灣學報》，(6): 9-24。

楊桂鳳, 劉銀隆, & 于淑. (2004). 老年人的形象: 世代間的比較. 醫護科技學刊, 6(4), 371-384.

經建會(2013)。〈全球人口老化之現況與趨勢〉。取自

[file:///C:/Users/user/Downloads/%E5%85%A8%E7%90%83%E4%BA%BA%E5%8F%A3%E8%80%81%E5%8C%96%E4%B9%8B%E7%8F%BE%E6%B3%81%E8%88%87%E8%B6%A8%E5%8B%A2\\_201310.pdf](file:///C:/Users/user/Downloads/%E5%85%A8%E7%90%83%E4%BA%BA%E5%8F%A3%E8%80%81%E5%8C%96%E4%B9%8B%E7%8F%BE%E6%B3%81%E8%88%87%E8%B6%A8%E5%8B%A2_201310.pdf)

臧國仁、蔡琰(2005)。〈再論新聞報導與時間敘事—以老人新聞為例〉，《新聞學研究》，83: 1-38。

臧國仁、蔡琰(2008)。〈熟年世代新傳媒與老人自我形象及社會角色建構的關係：報紙、電視、電腦與網際網路所傳播之象徵系統對老人參與社會組織之影響〉，《新聞學研究》，97: 1-43。

臧國仁、蔡琰(2012)。《老人傳播：理論、研究與教學實例》。台北市：五南。



劉蕙苓(2011)。《新聞多少錢?!探索置人性行銷對電視新聞的影響》。高雄市：  
巨流。

劉豐、田春燕(2005)。〈用框架理論分析媒體導向-以「9-11」事件後美國主  
要媒體報導的分析為例〉，《西南交通大學學報》，6(6):33-36。



英文文獻

- Bettman, J. R. , & Sujan, M. (1987). Effects of framing on evaluation of comparable and noncomparable alternatives by expert and novice consumers. *Journal of Consumer Research*, 141-154.
- Brewer MB, Dull V, Lui LL.(1981) Perceptions of the elderly: Stereotypes as prototypes. *Journal of Personality and Social Psychology*. 1981;41:656–670.
- Bryant, J., & Miron, D. (2004). Theory and research in mass communication. *Journal of Communication*, 54(4), 662-704.
- Cameron, G. T.(1994). Does publicity outperform advertising? An experience test of the third party endorsement. *Journal of Public Relation Research*, 6(3): 185-207
- Carver, C. S., & Garza, N. H. (1984). Schema-Guided Information Search in Stereotyping of the Elderly<sup>1</sup>. *Journal of Applied Social Psychology*, 14(1), 69-81.
- Cohen, B. C. (1963). The press and foreign policy. *Princeton, NJ: Princeton University Press*. Cohen, J.(1988) *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences*.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58.
- Erber JT (1989). Young and older adults' appraisal of memory failures in young and older adult target persons. *Journal of Gerontology*. 1989;44:170–175.
- Erber JT, Szuchman LT, Rothberg ST (1990a). Age, gender, and individual differences in memory failure appraisal. *Psychology and Aging*. 5:600–603.
- Erber JT, Szuchman LT, Rothberg ST (1990b). Everyday memory failure: Age differences in appraisal and attribution. *Psychology and Aging*. ; 5:236–241.
- Erber JT, Szuchman LT, Prager IG (2001). Ain't misbehavin': The effects of age and intentionality on judgments about misconduct. *Psychology and*

Aging. 2001;16:85–95.

FCC(2008, No.08-155). In the matter of sponsorship identification rules and embedded advertising, Notice of inquiry and notice of proposed rule making.

[Online] .Available :

[http://hraunfoss.fcc.gov/edocs\\_public/attachment/FCC-08-155A1.pdf](http://hraunfoss.fcc.gov/edocs_public/attachment/FCC-08-155A1.pdf)

Gans, H. J. (1979). *Deciding what's news: A study of CBS evening news, NBC nightly news, Newsweek, and Time*. Northwestern University Press.

Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1986). *Living with television: The dynamics of the cultivation process*. *Perspectives on media effects*, 17-40.

Goffman, E. (1974). *Frame analysis: an essay on the organization of experience*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Hall, S. (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices* (Vol. 2). Sage.

Hummert ML, Garstka TA, Shaner JL, Strahm S. (1994). Stereotypes of the elderly held by young, middle-aged, and elderly adults. *Journal of Gerontology: Psychological Sciences*. 1994;49(5):P240–P249.

Lazarsfeld, P. F., Berelson, B., & Gaudet, H. (1948). *The peoples choice: how the voter makes up his mind in a presidential campaign*.

Lippmann, W. (1946). *Public opinion* (Vol. 1). Transaction Publishers.

McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public opinion quarterly*, 36(2), 176-187.

Price, V., & Tewksbury, D. (1997). News values and public opinion: A theoretical account of media priming and framing. *Progress in communication sciences*, 173-212.

Richeson, J. A., & Shelton, J. N. (2006). A social psychological perspective on the stigmatization of older adults. *When I'm*, 64, 174-208.

- Scheufele, D. A., & Tewksbury, D. (2006). Framing, agenda setting, and priming: The evolution of three media effects models. *Journal of communication*, 57(1), 9-20.
- Tuchman, G. (1978). *Making news: A study in the construction of reality*.
- Van Gorp, B. (2007). The constructionist approach to framing: Bringing culture back in. *Journal of communication*, 57(1), 60-78.
- Reese, S. D., & Danielian, L. H. (1989). A closer look at intermedia influences on agenda setting: The cocaine issue of 1986. *Communication campaigns about drugs: Government, media, and the public*, 47-66.
- McCombs, M., Llamas, J. P., Lopez-Escobar, E., & Rey, F. (1997). Candidate images in Spanish elections: Second-level agenda-setting effects. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 74(4), 703-717.
- Yoshifumi Okamura (2016). Mainstreaming Gender and Aging in the SDGs. Retrieve from <http://www.un.emb-japan.go.jp/jp/statements/okamura071316.html>