

電視媒體與災難管理 — 災難新聞的倫理困境*

林照真**

《摘要》

本研究關注電視災難新聞報導在收視率的驅動力之下的各種問題，同時亦關注災難新聞報導與災難管理的關聯性。本研究是採取「個案分析」與「深度訪談」的質化調查方法進行研究，並以 2008 年 7 月至 9 月發生的四個颱風，與同年九月間發生的三聚氰胺事件為研究對象，以進一步了解電視媒體如何報導災難新聞。本研究尤其關心災難新聞追逐收視率的現象，並探討在收視率機制下，記者在災難新聞的角色，及其衍生的新聞倫理問題。

關鍵詞：收視率、災難新聞、災難管理、電視、新聞倫理

* 本研究由國科會計畫《災難傳播與災難管理之研究—子計畫：解構災難傳播產製機制之研究（I）》（NSC 97-2625-M-009-004）支助。本文特別感謝兩位匿名評審提供的寶貴意見。

** 作者林照真為國立交通大學傳播與科技學系助理教授，e-mail: caroline@mail.nctu.edu.tw。

壹、媒體在災難管理中的角色

自有人類歷史以來，無法預知的災難一直是人類苦難的根源。單是回顧近幾年的重大災難事件，世人至今無法忘懷 2004 年 12 月發生南亞大海嘯，奪走十餘萬人性命；2005 年 9 月美國發生卡翠納颶風，估計奪走上千人命，重建經費至少兩千多億美元。同年 10 月中美洲發生水災加地震，計有千餘人死亡。另外，2007 年 11 月，墨西哥遭遇五十年來最嚴重的大洪水；2008 年 2 月中國發生雪災，5 月又發生汶川大地震；同年 5 月的緬甸水災，造成緬甸近十三萬人無辜喪生。2010 年 1 月海地發生大地震，海地政府公布死亡人數超過二十萬人；同年 2 月智利發生地震並引起海嘯，智利政府宣布國家進入「災難狀態」。

前述災難事件多屬天災，但像是發生在 2004 年的伊拉克戰爭、2008 年的喬治亞戰爭、2003 年至 2004 年發生的 SARS 事件、禽流感事件，或是 2008 年 9 月在全球引起的中國毒奶粉三聚氰胺事件，則是人為的災難。而發生在 2001 年的 911 事件，到現在還是人們無法淡忘的世紀惡夢。這些災難之所以受到全球民眾關注，主要還是來自於媒體的報導。不但大型災難會吸引國際媒體眼光，就連各個國家社區內發生的各式災難，媒體也一樣大幅報導。不可諱言的是，這些災難早已經是媒體、特別是電視媒體報導的主要內容了。

在災難研究中，學者嘗試區隔「天災」（disaster）與「危險」（hazard），西方也使用各種不同的辭彙（accident、disaster、emergency）來說明災難之意涵，其目的就是要和常態性的災難做區分（Parker & Handmer, 1992; Whitbread, 1999: 48），且區隔為「天然災害」（nature）與「人為災害」（man-made）。另一方面，每當災難事件發生時，都會成為影響國家的重大事件，以致近年來各國對災難管理（disaster management）工作日益重視（Coppola, 2007; Mileti, 1999; Perry, 1985）。災難管理必須針對災難的種類、災難問題發生的不同階段進行因應，尤其當災難以激烈形式發生時，很快便會發展為國家危機（national crisis）（Whitbread, 1999: 46）。因而，包含災民、受災社區、救災政府等面相的「災難管理」，在西方已經成為政府與學界共同關心的議題。

災難管理在人類歷史上已有極長的一段時間，西方甚至是從舊約聖經諾亞方舟建造船隻以避洪水災難，強調有關警告、準備、鎮定的幾個階段，做為災難管理史的起點。而到了當代的災難管理中，雖然各國做法不一，但是相同的是政府的角色

日益吃重 (Coppola, 2007: 2-4)。因應災難發生的不同階段，政府所負擔的災難管理工作一般分為鎮定期 (mitigation)、準備期 (preparedness)、因應期 (response)、重建期 (recovery) 四個階段。研究者也注意到災難管理具有：(1) 受災難影響的人數愈來愈多；(2) 死亡人數可逐漸減少；(3) 成本增加；(4) 貧窮國家受災難影響的情形更加嚴重；(5) 災難的數量每年都在增加中等幾個共同的特徵 (Coppola, 2007: 14-24)。而在災難發生時，總是引起媒體強力的報導，這些報導內容具有相當的影響力，因此引起災難管理單位的強烈關注。不論是哪一種災難，對媒體而言，因為災難常會導致死亡或是重大損失，媒體的報導可以引起許多人重視，因此以新聞標準 (journalistic standards) 來看，這些災難新聞都是很有新聞價值的 (newsworthy)。Granatt (1999: 104) 的研究發現，民眾大部分是從電視、收音機、與報紙等媒體處獲得災難訊息。他認為其中的道理很簡單，媒體做為資訊的傳播者，本來就有較好的消息來源、速度也較快、也比一般人較不受限制地參與到災難中。同時，媒體工作的核心就是捕捉不尋常 (unusual) 的事物，他們的技術與科技本來就是用來處理危機的。此外，Singer 與 Endreny (1993: 3) 也發現，很多例子顯示民眾關於特定種類災難的知識與態度，都是受到媒體報導所影響。

災難管理與媒體在災難發生時，都是非常重要的角色。但一個是公部門，一個是以謀利為主的營利單位，兩方如何在災難發生時各自發揮應有的角色，甚至在民眾福利的前提下相互合作，是本論文極欲討論的重點。本論文認為，如果民眾獲得資訊的管道多是來自媒體，這類的災難報導關係到一般民眾如何藉著媒體的報導提高警覺意識，進而保護生命與財產免受災難威脅，那麼大眾媒體在災難管理中的角色地位自是值得關心。本論文同時也想從災難管理者立場，探討電視進行災難傳播與報導時，其間所發生的理想與現實的落差。同時，本論文將特別關注電視這個媒體，是因為當災難發生時，電視往往可以發揮極大的傳播效果，以致電視的災難報導就成為眾人獲得資訊的焦點，但電視的災難報導同樣引起更多的非議。這是因為電視的科技與需求使它具有很強的議題設定功能 (Granatt, 1999: 108)，本論文因而認為實有必要針對電視媒體的災難新聞報導進行更多的剖析。

本論文之所以特別強調電視媒體的另一個理由是，電視新聞媒體認為危機與災難是會吸引人的報導，如果發生戲劇性的視覺影像，電視新聞總是會投入較多關注。同時，災難發生時，電視媒體往往比其他媒體更能深入家庭，傳播速度更快速，因而其處理災難新聞的手法就更值得關注，這類議題在台灣更是不能忽視。台灣的電視頻道尤其眾多，共有七家二十四小時的有線新聞頻道、五家無線電視台定

時報導新聞，另外尚有數家不定時播報新聞的有線頻道，新聞競爭十分激烈。這麼多的媒體在災難突然發生時大量產製災難新聞，自然會對台灣社會形成極大的影響。這些傳播效應必須透過嚴謹的研究尋找答案，並從中歸納出問題的癥結。

貳、災難報導與災難管理相關文獻探討

早期的災難管理並不重視媒體角色，後來發現媒體的影響力愈來愈大，使得災難發生時期竟然成為政府加強公共關係的關鍵時刻。這是因為媒體報導可以引發民眾關注，才會成為政治公關的重要場合。以美國為例，過去二十年間，美國歷任總統均對災難表示了高度的關切。一方面是因為總統能夠提供國人所需的災難援助，以致總統是否需要拜訪災區，已成為總統習慣思考的問題（Sylves & Waugh, 1996: 27）。但訪問災區會有政治的與行政的後果，美國前總統柯林頓與 FEMA（Federal Emergency Management Agency）主席 James Lee Witt 同時強調「後災難時期」（post-disaster）的公共關係。一部分是因為他們相信在災難的環境中總統的公眾形象勝負未定，民眾這時非常需要聯邦官員保證他們會盡量幫助災難的受害者，所以 FEMA 如何回應、如何向媒體描述，都會與總統及 FEMA 的民意反映有關（Sylves & Waugh, 1996: 29）。這個面相深受災難管理部門之重視，媒體報導的效應導致英、美政府對於災難管理工作愈來愈重視。台灣的情形也是相同，台灣的總統與政治人物在災難發生後，也會思考是否要出現在災難現場，以及是否要接受媒體訪問等。

但本論文想強調的是媒體在災難管理中的另一個層面。災難管理單位同時也發現，不論是自然或是人為災難所造成的損失不但愈來愈昂貴、甚至更致命，災難管理者便認為更應該藉用媒體進行相關宣導，媒體若能進行適當的災難報導，還可協助災難管理工作。例如在地方舉行「災難公聽會」，與民眾進行面對面的即時現場互動，民眾不但不會聽到第二手、第三手的消息，有任何問題也可馬上提問，這樣便可減少錯誤資訊及謠言的產生（Scanlon, 2006: 423）。又如在災難發生期間，媒體便把自己看成是一個為大眾服務的角色，新聞組織必須盡可能正確與迅速地蒐集、廣播或是出版資訊（Sanders, 2003: 97）。同時，在災難發生時，媒體會轉達警訊、提供民眾有關何處可以疏散、醫療照顧、或是尋求庇護等，民眾也可以從媒體處獲得獨特的資訊（Mileti, 1999）。美國 FEMA 認為在社區與市民的準備（preparedness）期間，媒體扮演很重要的角色，個人的準備即使會參考其他人的

經驗，更是會直接訴求於媒體。就這個意義來看，媒體的風險傳播便可看成是在準備期間，官方在面對大眾的傳播工作中，相當重要的補充角色（Burkhart, 1991）。

學者更指出，在民眾如何看待災難上，媒體扮演了很重要的角色（Singer & Endreny, 1993）。就連一些受難者也認為媒體的報導是必要的與有幫助的，因為媒體提供機會讓他們的故事可以被聽到。若干受難者也認為媒體是告知的、具有同理心的，同時可以提供資訊隨時讓民眾知道進度，或是透過他們自己的調查給官方壓力（Shearer, 1991: 13）。

但是，媒體處理災難新聞的想法卻未必與災難管理部門相同；甚至，媒體的報導對災難管理未必都是助力，媒體角色與災難管理部門未必可以相容。Wilkins（1989）認為媒體可以在災難發生前，扮演緩和鎮靜的角色，但媒體卻認為他們應該是以中立的角色去報導。Roshko 等學者早就發現，媒體固然要配合報導災難新聞，但另一方面也要立場獨立地去檢驗災難管理者所提供的資訊（Roshko, 1975; Sigal, 1973）。換言之，媒體一方面須傳播官方發布的新聞去報導有關災難的鎮靜、準備與復原等訊息，但同時媒體也非常堅持必須從他們獨立的立場來進行報導（Burkhart, 1991: 12）。Burkhart（1991: 20）認為災難管理已經把媒體當成伙伴，但因為媒體的獨立性，媒體通常不太願意成為其中的一環。

而在台灣，過去台灣曾經發生九二一大地震、SARS、以及多次颱風風災所引起的洪水、土石流等各項災害，為了避免災害危害民眾的生命與財產，政府與學術機構均已投入大量資源與人力，有關災難管理的相關研究時有所見，相較下對於媒體在災難中所扮演的角色探討則較少，與此有關的議題顯然尚未受到國內傳播學者的重視。以災難新聞而言，國內研究多是以報紙之災難新聞的內容分析為主（杜玟玲，2005；陳鳳如，2001；趙庭輝，1991），較少涉及電視方面之研究。除了多名政大新聞系教授曾在九二一地震後發表初步研究外（林元輝，2000；孫曼蘋，2000；陳世敏，2000；臧國仁、鍾蔚文，2000；蘇衡，2000），相關研究並不明顯。若干學者也認為有關災難新聞內容與文本的研究為災難傳播的第一步，但如果停留於此，就無法解釋電視與報紙在災難後的氾濫報導現象，已成為媒體時代無可避免的特色（臧國仁、鍾蔚文，2000）。以九二一大地震為例，為何在地震結束十天後，各電視媒體依然以相同的畫面、相同的故事，持續且高密度地報導著地震新聞，進而對其他新聞形成排擠作用，以致引來「強迫餵食」、報導資訊不足等批評（艾謹，1999）。因而，媒體在災難發生時所扮演的災難傳播角色，其實非常值得傳播學界進一步深究與關注。

而在所有媒體中，結合畫面與聲光效果的電視，是災難發生期間影響力極大的媒體，災難新聞甚至已經演變成以電視為主導的局面。電視的報導影響力驚人，但電視的報導內容通常會受到多重因素影響。特別是一個以營利為目的商業媒體，其內部的新聞產製機制自會受到多重因素影響，其思考方式未必與災難管理相同。Anderson（1997）觀察發現，與環境有關的新聞通常會受到廣告壓力、編輯政策、所有權的影響，另外也會受到格式化的習慣、新聞文化、與時空限制等影響。傳播管理學者 Harrison（1999: 3）認為，災難新聞或許有不同定義與種類，但無論如何，他們都是新聞，可以幫助賣報紙與促銷電視收視率，可以為廣告客戶帶來讀者與觀眾。Jefferson（1999: 58）則是注意到有線台的滾動新聞並沒有截稿期限，一個滾動的、開放的新聞模式，其最主要特徵就是在事件發生時就報導，並且整天都加以報導。所以，包括訪問、記者會都會現場直播。Granatt（1999: 101）也注意到，在後續的災難管理中，有效使用媒體會是其中一個重要因素，這個公共的資訊過程可以用來服務地方社區、災難工作者、以及更廣泛的公共利益。但如果是不適宜的媒體或是資訊，就會使得問題惡化。

參、研究方法與發現

要說明的是，災難管理單位對災難報導有很多的期待，但是從媒體報導的角度出發，會發現電視媒體在經營災難報導時，其實與災難管理單位呈現了截然不同的思惟。災難管理單位希望媒體能多方傳遞資訊，但學者 Patterson 與 Wilkins 卻注意到災難新聞較少探討災難發生的原因，卻更常報導災難發生後的事（Patterson, 1989; Wilkins, 1989；轉引自 Smith, 1992: x）。媒體對於災難新聞似乎出現某種偏好，這使得本論文極想探討：究竟哪些災難新聞是記者最在意的？以及為何這些新聞報導會受到媒體重視等。

一、研究方法

為了具體檢視影響電視媒體報導災難的產製機制，本研究採取「個案研究」與「深度訪談」的質性研究方法。在天然災害方面，本研究針對 2008 年 7 月至 9 月間，在台灣發生的四個颱風災難，進行影響電視新聞產製之相關分析。這四個颱風分別是卡玫基颱風（7 月 17 日至 7 月 20 日）、鳳凰颱風（7 月 26 日至 7 月 30

日)、辛樂克颱風(9月11日至9月15日)、薔蜜颱風(9月26日至9月30日)。本研究以台灣的TVBS-N、三立、中天、東森四家有線新聞台之四個颱風的報導內容為研究文本。本研究首先觀看四家新聞台所有的颱風新聞報導，在電視新聞帶觀察結束後，再使用田野研究經常採用的「個人訪問」(personal interview)方法(Killian, 2002: 73)，針對曾報導上述四個颱風新聞的電視記者、相關新聞主管，進行深度訪談。

在人為災害方面，在辛樂克、薔蜜颱風侵台時，台灣同時發生三聚氰胺事件，因而本研究亦透過電視新聞影帶，觀察電視報導三聚氰胺新聞的相關情形。而為加強了解，本研究除研究上述四家電視台的報導情形外，再加入民視新聞台的報導內容，以資比較。本研究之訪談重點即欲釐清記者報導災難時最在意的新聞重點為何，以及是什麼因素讓他們認為這類新聞必須報導等。最後，本研究亦針對與颱風、三聚氰胺等有關的災難管理人員進行深度訪談，以便了解災難管理與災難新聞間的認知落差與相關新聞倫理問題。

在受訪者方面，本研究分別訪問災難管理者與災難報導者。在災難報導人員方面，本研究共完成五名電視新聞界人士的深度訪談，除東森新聞台總編輯歐陽劭偉外，其他四人均不願具名，本研究以A、B、C、D編號呈現。而在災難管理方面，本研究主要是以颱風、三聚氰胺事件的相關主管單位為受訪對象，因此分別與消防署、氣象局、衛生署三單位完成深度訪談，以了解在颱風事件與三聚氰胺事件中，災難管理單位方面對於電視媒體報導的觀察與看法。接受深度訪談受訪者分別為氣象局主任吳德榮、氣象局公關人員林國金、消防署國家防災中心公關人員林冠正、衛生署公關室主任王哲超。另本研究並與台北縣消防單位進行地毯式的深度訪談，受訪者包括：台北縣政府消防局救災救護指揮中心主任蕭力愷、公共關係股股長林世明、第三救災救護大隊大隊長蔡武忠、第三救災救護大隊組長張賢蘇、淡水中隊隊長林德龍等人，以進一步了解災難管理單位與電視新聞產製單位互動的情形。

二、研究發現

本研究在觀看完所有相關電視影帶後，嘗試歸納災難報導的幾個報導框架。美國災難研究先驅 E. L. Quarantelli and Russell Dynes 早在 1972 年時，就提到災難發生時會形成一些迷思，接著傳播學者也開始研究災難的型態 (patterns)，同時研究媒

體如何塑造民意 (Tierney, Bevc, & Kuligowski, 2006: 58-59)。本論文基於同樣的關心意旨，嘗試以質化方式歸納整理出電視災難新聞報導的幾個模式，而有以下發現：

(一) 電視媒體刻意突出災難的破損景象

台灣四周環海，每年夏、秋之際，都會有許多颱風發生，颱風由於挾帶強風豪雨，常會造成人命、農作物、建築的重大損失，因而台灣災難管理單位對於颱風災難非常重視。2008 年在短短三個月內，台灣接連受到卡玫基、鳳凰、辛樂克與薔蜜颱風的侵襲。這四個颱風侵台時，台灣各大電視媒體均進行了大幅報導。Anderson (1997) 發現環境新聞報導已有形成特寫故事的趨向，以致常是事件中心導向 (event-centered)，並且常受很強的畫面因素所影響，本研究發現台灣的颱風新聞報導也是如此。所有電視台均會大量與持續播放各種強風豪雨等鏡頭，以吸引觀眾注意。如溪水暴漲、水流湍急、海邊風浪增強等畫面；而與人有關的則包括路基坍塌、河堤橋樑斷裂、或是村子淹水、賣場商品漂流水上等畫面。尤其當辛樂克颱風造成台灣中部南投的后豐橋斷，廬山溫泉飯店倒塌、豐丘明隧道坍塌事件等，四家電視媒體在 9 月 15、16 日兩天，更是一再以空照、重播等方式狂播此新聞畫面，可見因為災難本身可以提供很好的視覺效果，所以就成為電視台不願錯過的題材。東森有線新聞台總編輯歐陽邵偉說：「災難新聞會令人產生不安，不安後就想得到資訊，我們就根據這個心理放大處理颱風新聞。」(歐陽邵偉訪談紀錄，2008 年 10 月 10 日)

由於電視需要大量畫面，無形中鼓勵記者更積極去尋找具有戲劇化的畫面事件來做報導，環境傳播學者 Kevin DeLuca (1999) 稱此為「影像事件」(image events)。「影像事件」造成電視完全是因為對畫面的飢渴而獲利。因此，對於不是那麼嚴重的颱風，電視台會故意把新聞做大，因為人員已經全數出動了，這則新聞就非做大不可。不願具名的有線台 A 記者提到：「因為電視是以畫面取勝，當你將攝影機放低的時候，涓涓細流也會變得波濤洶湧，災情看起來會較嚴重，這是一種技巧。」(受訪者 A 訪談紀錄，2008 年 11 月 20 日) 另一名同樣不願具名的有線 B 記者也說：

電視台一定要拍到最驚悚的鏡頭。同樣是報導海邊的浪，當辦公室的主管發現其他台拍到的浪有三層樓高，我們自己拍到的浪只有一層樓高時，主管就會要記者去找那個三層樓高的場景。然後就會要記者馬上趕過去。記

者間也相互比較，甚至有些記者為求表現，明明那裡沒有什麼浪，卻要做
出被吹得人仰馬翻這樣子。（受訪者 B 訪談紀錄，2008 年 9 月 4 日）

（二）電視新聞記者介入式的報導，而非客觀式的報導

在四個颱風中很容易就會看到記者出現在山崩、路斷、橋毀的災難現場間。本研究發現各大電視媒體經常是以「挺進災區」做為表現手法，刻意使得記者成為新聞的一部分。在四次颱風新聞中，經常看到各台記者的演出。從電視影帶中看到記者故意站在海邊給海浪打、站在橋面上給風吹；也有多台記者故意演出向後退幾步，卻差一點跌倒的畫面，而連線時語氣都顯得頗為激動，還有記者邊尖叫邊報導等。在 9 月 13 日時，TVBS 記者在報導時故意站不穩；三立記者也表現出站不住、被海浪打等情形；或是記者故意被吹到電線桿旁，抓著電線桿才能站穩，過程中也是搭配尖叫聲。在辛樂克颱風中，還有東森記者故意幫忙抱小孩上直昇機，並且刻意「邊抱小孩邊做新聞」；還有中天記者故意坐在怪手上，一副勇敢挺進災區的模樣。

B 記者又說：

電視記者…我覺得真的就像演員一樣，只是比較高階一點的演員而已，是嘴巴可以講出比較專業的話的演員，要能說服你的觀眾，就是那種…演戲的那種…誇張程度啦！曾有一個記者很愛表演，有一次很誇張，他租了一套潛水衣，故意在淹水區載浮載沉，連蛙鏡都有！那是我看過颱風裡面最誇張的一次。（受訪者 B 訪談紀錄，2008 年 9 月 4 日）

已有多年採訪災難新聞的 C 記者也說：

在沒有災難管理人員的地方，像是一些偏僻的鄉村，電視記者或任何一個媒體記者就會變得很可以發揮，大家都盡量去跑「獨家」，覺得可能的新聞點是什麼，就直接去報導。我們都會假設觀眾想要看什麼，這是我們很主要的思考邏輯，所以當我們在寫新聞的時候，開頭很重要，其實我們並不知道觀眾是不是真的很受這些開頭影響，可是我們都會假設新聞必須要有一個很吸引人的開頭，所以電視新聞如何開頭就會變得很重要。（受訪者 C 訪談紀錄，2008 年 9 月 12 日）

(三) 受難者與死難情形為報導重點，並以故事性的報導模式取代資訊性的報導模式

災難新聞中，常見家屬痛哭、哀傷的畫面。電視記者不斷報導家屬痛哭的畫面，並且配上悲傷的音樂。即使蕃蜜颱風來襲時，台灣並沒有重大傷亡，但電視台還是針對僅有的兩名死者，採取了感性故事的報導策略。可以發現，在颱風來襲後，電視台的報導就會以死傷人數做為報導價值的認定。跑新聞已有十餘年經驗的有線新聞台 A 記者說：「有人死亡絕對是有故事的，有故事就有新聞，有新聞有眼淚就會好看，任何人死掉都會有好看。只要有人過世，就會有人痛哭，你就可以介紹這個人。有眼淚就有故事。」（受訪者 A 訪談紀錄，2008 年 11 月 20 日）在辛樂克颱風時，因為后豐橋斷或是廬山飯店倒塌、造成數人罹難時，電視台都會採取戲劇手法，訪問死者父母、女友，製造令人鼻酸的報導。

然而，由於颱風會對民眾的生命、財產造成損失，由此推想民眾會想從電視的颱風新聞獲得避災資訊。但是卻發現，電視台的報導都是偏向故事議題的報導，資訊性的新聞反而非常有限。舉例而言，電視台一方面忙著在死難者及其家屬找故事，但因為要製作的故事需求量很大，變成電視台也會在動物身上找故事。例如鳳凰颱風來襲時，因為河川暴漲，三隻黑狗一起受困於橋墩的畫面，便獲得中天、三立、東森新聞台等媒體連日來的報導。東森台在 7 月 29 日鳳凰颱風時，還報導「兩隻山豬颱風天失蹤，其中一隻公豬照顧另一隻懷孕的母豬，颱風後兩隻豬又一起走回家」的故事。這顯示電視新聞不只是掌握戲劇，電視新聞還創造戲劇，其中的主體、圖像、攝影鏡頭與電腦動畫都是可以選擇的方式，還可把這些編輯在一起（Fry, 2003: 6）。

有關這方面，傳播與新聞學教授 Sharon Friedman（2004）認為，為了競爭新聞版面，記者會傾向採取戲劇化的手法，以使其報導的故事受到採用。雖然環境議題還是很重要，但媒體總是以高度戲劇化的方式去處理。針對此一現象，有線台新聞主管 D 指出：

坦白說，我不否認我叫我的記者去灑狗血，我叫他做 sensational，特別是報導與人有關的故事時，我會希望拍個特寫，譬如眼淚。而且…我很過分，我曾經跟我的記者講過一個事情，我跟他說你要去訪問誰，如果你沒有訪問到他哭出來，我會覺得這是一個失敗的訪問。因為一個人哭總比一個人平靜地說話更讓人想知道發生了什麼事。（受訪者 D 訪談紀錄，

2008 年 9 月 26 日)

(四) 災難變得政治化與全國化

在颱風發生期間，不同電視台呈現了不同的政治報導角度。在颱風新聞中，最明顯的則以三立新聞為代表。三立電視台對於災難管理的最高指揮官馬英九總統，雖然有著特別的報導，但報導立場已明顯不同。如卡玫基來襲時，便以「肥了總統，死了百姓，馬健檢笑嘻嘻」進行報導；辛樂克颱風來襲時，強調的是「馬劉戡災慢半拍」，對於災難管理面相，有較多的報導與批判。而在三聚氰胺事件中，也發現不同媒體已經將政治因素摻入災難新聞報導中。本研究發現「民視新聞台」與「三立新聞台」在報導三聚氰胺事件的內容份量上，遠多於其他電視台。以 9 月 26 日為例，由於當日正是薔蜜颱風來襲之日，雖然颱風與三聚氰胺毒奶粉事件均是電視新聞報導的主要內容，但還是可以看出，民視與三立在三聚氰胺事件之報導數量，遠多於其他電視台。各家電視台在災難發生期間，仍然在其報導上呈現明顯的政治立場，民進黨立委對執政黨的批判會出現在這兩家電視台的報導中，在其他電視台就沒有出現；反之，當其他電視台以連線報導衛生署的政府政策時，民視與三立也一樣完全沒有報導。有線台新聞主管 D 又說：

我覺得我把重點放在「毒奶粉」上面，有另一部分是因為我不會做太多「打扁」的新聞。最近扁家密帳案燒成這個樣子，這兩天又開始有搜索行動，這個時候我雖然不會完全不做這類新聞，但是我的篇幅絕對不會像東森、中天、TVBS 那麼多。他們會考量他們的觀眾，我也一樣。所以我的新聞不打這一塊的時候，當然就要打另一塊，而且另外一塊就是打到馬陣營。我在操作新聞的時候我是有這樣子的，但是我不會去對外說明。（受訪者 D 訪談紀錄，2008 年 9 月 26 日）

由於災難發生時，包括電視在內的台灣媒體均是採取大幅報導的方式，加上台灣有七家的二十四小時新聞台同時進行災難報導，使得災難新聞的影響力更為強大，因而經常發展成為全國性的事件，並產生極大的政治影響力。正因為如此，往往使得原本僅是區域的、局部的事件被渲染成全國性的事件，甚至成為全球的新聞議題。這種情形不僅台灣如此，美國情形也是相同。美國有所謂的「CNN 症候群」（CNN Syndrome），指的是二十四小時播出新聞的 CNN 頻道，經常把一個平淡無奇的災難「全國化」，逼使總統無視災難大小，都必須進行政治回應（Sylves & Waugh, 1996: 43）。國家公共行政學院（National Academy of Public

Administration, 簡稱 NAPA) 報告宣稱, CNN 使得災難形成全國化與政治化的趨勢, 這個症候群似乎已不可逆轉 (NAPA, 1993: 101)。

NAPA (1993: 18) 的報告又說: 「災難管理最戲劇性的脈絡改變是新聞媒體的入侵與影響, 災難提供了戲劇性的新聞與新聞媒體的開味菜, 特別是電視表現得更貪得無厭, 這表示災難管理人員必須在緊張的媒體監視下工作, 也表示災難不再地方化, 會因為媒體報導變成全國化與政治化。因此衍生的問題包括如何維持災難管理標準作業, 以及傳統上, 地方政府要負災難的主要責任, 並會向中央求援, 這樣, 總統就得提供幫助, 民意代表就得為選民提出要求, 如此便扭曲了正常的過程與反應機制, 媒體的視覺影像使得媒體變成政治的震撼高潮。」由此可知, 電視媒體所呈現的災難意涵, 勢將形成更大的政治效應, 包括中央或是地方的政治力量, 都將投入到相關的災難管理工作中。這時, 如果災難管理決策部門是根據電視新聞報導來做決策, 就會形成不同的後果。

肆、收視率驅動下的災難新聞

電視台為何要這樣做? 深入訪談後發現, 他們追求的就是電視收視率。以颱風新聞為例, 2008 年四個颱風來臨前, 各電視媒體連著幾天集中人力製作與颱風有關的新聞。有線台新聞主管 D 便說:

颱風天的收視率真的會比平常的增加一倍以上, 這是毫無疑問的。特別是如果發生在中南部的災情越嚴重, 我們的收視率會越高, 因為我們的目標觀眾就是在中南部, 這非常明顯。而且不只我們這樣, 每一家新聞台都會大做。(受訪者 D 訪談紀錄, 2008 年 9 月 26 日)

因為這樣, 本研究發現台灣各家新聞台在颱風來臨時, 皆會集中人力展開密集式的報導, 以爭取收視率, 其他非颱風新聞自然受到忽略。本論文訪談中也發現, 電視記者為了在收視率上獲勝, 會在颱風尚未來臨前, 就故意將情形預報得很嚴重。有線新聞台 A 記者說:

颱風新聞的操作是在颱風還沒來臨時就開始, 記者要先去逼氣象局一定要告訴你這個颱風有多可怕, 可能會有多麼強烈的影響。過去同樣走這個路徑的幾個颱風, 曾經造成了多少死傷, 再把當時的資料畫面拿出來, 先給觀眾強烈的預告, 這颱風直撲而來喔!(受訪者 A 訪談紀錄, 2008 年 11

月 20 日)

A 記者說，因為每逢災難新聞各家新聞台的收視率都會上升，於是各家新聞台一定會把有關新聞的量做到最大，把颱風新聞極大化，SNG 車盡量出去、盡量把新聞點拉開來什麼的。

同時，各家電視台也會根據自己的觀眾屬性，去操作災難新聞，「毒奶粉」、「三聚氰胺」事件的經驗也是相同。新聞主管 D 說：「毒奶粉事件影響全民健康，當然要把量做大，我覺得我的觀眾會感興趣，事實上收視率給我的回饋，也是同樣的證明。」（受訪者 D 訪談紀錄，2008 年 9 月 26 日）三立總編輯歐陽邵偉也說：

毒奶粉事件，講得難聽點就是操作。這種操作跟電視台的屬性是相合的。每一台都有所謂的基本觀眾，三立怎麼操作，TVBS 怎麼操作，中天怎麼操作，他們都是要擴大自己的基本盤。因為毒奶粉事件對政府施政也是一個重創，造成反中國情結與股票下跌，對某些台來說也是天時，收視率有這麼大一塊。（歐陽邵偉訪談紀錄，2008 年 10 月 10 日）

從訪談中得知電視之所以大量報導颱風、毒奶粉等災難新聞，目的正是為了收視率。本研究期望釐清收視率如何影響災難新聞產製之過程與原因，並了解市場競爭對災難報導的影響。換言之，如果影響力最大的電視新聞在災難來臨時，一心只想到收視率，這自然與災難管理的目標相距甚遠，而媒體因為市場競爭所採取的災難報導策略，也是災難管理單位應該理解的。

從文獻閱讀後可知，收視率調查本質上是一個觀眾調查（Ettema & Whitney, 1994）。傳播學者 Ien Ang（1991: 27）指出，如何得到觀眾是媒體關注的核心，要得到觀眾其實是純粹的經濟事務，也就是資本主義如何賺取金錢的事。電視按照資本主義邏輯運轉，觀眾的極大化成為商業電視台最主要的課題，這使得收視率調查在商業媒體間，變得極為重要。換言之，電視媒體苦心積慮經營各種災難新聞，目的並不是為了預防、減輕災難對人們可能造成的傷害，而其實是針對各自的觀眾目標群，製作可能吸引觀眾的內容。本研究認為，若想針對災難新聞進行內容的檢討時，就一定得了解收視率在新聞產製過程中所扮演的角色。

剖析商業電視媒體進而提出「閱聽人商品」（audience commodity）觀點的 Dallas W. Smythe 更認為，媒體最主要功能就是生產閱聽眾以便賣給廣告主；為了生產這樣的商品，電視網就設計節目來吸引觀眾，希望收看者是落在最好賣的人口

統計學的範圍內，然後再把這些觀眾賣給廣告主，這就是他的「閱聽人商品」理論（Smythe, 1977: 2）。關於這點，澳洲傳播學者 Humphrey McQueen 提出他的看法是：「商業性質的大眾媒體並不是為我們帶來獲得廣告主支持的新聞與各種特寫故事；相反地，是商業媒體挾帶新聞、特寫與娛樂，以便為廣告主掌握閱聽人。因此，在分析媒體與廣告的關係時，假設媒體的主要功能是賣廣告產品給閱聽眾將是完全錯誤；相反地，媒體的工作是賣閱聽眾給廣告主。」（McQueen, 1977；轉引自 Smythe, 1978: 124）

收視率研究帶領我們更進一步理解電視媒體的本質。學者 Eileen Meehan（2005: 121-122）提醒，電視既不是我們看世界的窗，也不是反映心靈之鏡，電視只是一連串的經濟關係，並在三個封閉的市場中運作。這個市場是先由獨佔的收視率調查公司將有關消費者與轉台習慣的描述賣出，然後再由內容提供者來設法賺取收視率。因此，Meehan 認為我們要重新思考節目內容是代表流行文化的假設；事實上，電視只是反映廣告商的商業需求，使得尼爾森樣本中符合人口變項的消費者。換言之，尼爾森的觀眾資料並不能代表真正的觀眾。Meehan 因此認為電視變成今天這樣並不是我們的錯，因為我們並沒有任何管道可以通到這三個市場中。由以上分析可知，收視率觀點是我們重新認識電視媒體的重要面向。

延續 Smythe、Meehan、Ang 等觀點，可知媒體生產內容的目的是為了產生閱聽人，然後再賣給廣告主，並因此獲得廣告收益，而其間廣告獲利的換算基準便是收視率。這是收視率為何成為電視新聞工作者最主要工作目標的原因。更進一步來說，目前已成為廣告購買貨幣（currency）的收視率，已經完全影響電視媒體的操作。Ang（1991: 53）認為收視率的調查具有經濟意涵，因為它生產出一個必要的標準，廣告主就是依此比率來訂出價格。廣告主與電視台共同將收視率數字當作是媒體買賣的貨幣。同時，收視率被用來推估觀眾的收看總數，收視率高廣告獲利就高；收視率低自然獲利減少（林照真，2009）。因而，收視率成為電視內容生產中，最具影響力的因素。媒體一心追求收視率，於是將災難發生時視為獲得收視率的最好時機，因而災難新聞變成只是注重畫面、故事、甚至是煽色腥等效果，與災難管理對於媒體的期待愈行愈遠。

伍、災難管理對災難報導之評價

本論文一方面探討收視率驅動之電視災難新聞等相關問題，另一方面亦就災難

報導與災難管理的關係進行後續討論。在災難發生之際，負責災難管理之政府相關部門，多半希望能夠掌握媒體報導的內容；但媒體有其產業性格與報導需求，未必與災難管理者的期待相符。從文獻中可知，在災難發生時，媒體會傳達警訊、提供民眾有關何處可以疏散、醫療照顧、或是尋求庇護等，民眾也可以從媒體處獲得獨特的資訊（Mileti, 1999）。Burkhart（1991: 19-20）則是將媒體和災難管理的關係，分成準備期（preparedness）、復原期（recovery）、與鎮定期（mitigation）三個階段。他發現在準備期間，大眾媒體是個人做出反應的重要參考因素，例如個人撤退的決定，就會與大眾媒體的報導很有關係。環境傳播學者 James Cantrill 與 Christine Oravec（1996）認為，傳播將會影響人們對環境與對自我的認知，並且會影響人們如何界定自己與大自然的關係。在這個意義下，媒體須提供重要的資訊，在災難發生時期的責任就是教育民眾。擔負災難管理的災難應變社區（emergency response community）更是擁抱媒體，確認媒體是知會廣大潛在受難者的最主要方式（Coppola, 2007: 231）。

但本研究實際觀察 2008 年在台灣發生的兩個具體災難後，卻發現災難新聞報導的關注重點，並未重視教育、避災等訊息的正確傳達。已有二十八年救災經驗的淡水救災中心中隊長林德龍說：

救災單位這幾年開始學習與媒體互動，了解媒體的需要，因此常會請媒體人員來演講上課。媒體告訴我們，他們需要的是一些「有人喊救命」的畫面。我們一直很希望媒體可以做正面教育，但是媒體卻喜歡一些死傷的鏡頭。（林德龍訪談紀錄，2008 年 11 月 12 日）

消防署公關人員林冠正也指出：

颱風來臨時，媒體常喜歡報導道路因為土石流已經中斷，然後又因為這個道路中斷，造成山上居民有幾百多人受困，糧食有匱乏之虞等等。但是有時經過我們調查之後，居民不是受困，只是因為土石流道路中斷。我們告訴媒體，其實居民還是有另外一條路可以對外聯繫，但媒體仍堅持報導方式就是如此。（林冠正訪談紀錄，2008 年 11 月 17 日）

但是這樣的報導內容，卻會對政府形象與災難管理形成極大的困擾。林冠正說明：

因為民眾看到會說，這個無能的政府，又讓民眾受困，還看不到你們去載

運糧食，然後說要搶通，路卻還是沒有通，這個政府都沒辦法去照顧人民，看著那麼多同胞在受罪，光看就會難過了嘛。民眾不會想說，媒體報的新聞到底是不是正確。（林冠正訪談紀錄，2008年11月17日）

媒體聳動的報導方式，也常表現在氣象資訊的報導上。例如：媒體會拿過去路徑相同卻又驚悚的颱風畫面，讓所有民眾認為即將來臨的颱風一定是很可怕的。如鳳凰颱風時，就有不少電視媒體將過去造成強大風雨的龍王颱風拿來做比較。但是，這卻是一個錯誤的認知。氣象局公關人員林國金提到：

每一個颱風形成的環境不一樣，颱風是一個流體，不是固定的，所以沒有颱風會完全一模一樣。電視台這樣做完全是因為商業行為，因為颱風時間太長，所以他們希望編出花邊新聞來，但是花邊新聞卻會搶走颱風警報的重要訊息。（林國金訪談紀錄，2009年1月8日）

同時，颱風預報總有誤差，2008年7月18日登陸的卡玫基颱風，造成台中市大淹水，媒體接連批評中央氣象局，就連總統馬英九在戡災時，也批評氣象預報不準。另一方面，往往災害範圍沒有氣象局預報中那麼嚴重，也經常形成媒體批評的焦點。中央氣象局主任吳德榮則指出：

天氣預報是一個科學的極限，一定有誤差存在，氣象局雖然以科學方法努力蒐集資料，預報未來的狀況一定有誤差存在。但是台灣對於氣象資料的運用，並沒有把不確定性考慮進去，他們會希望氣象預報是百分之百正確，防災就是百分之百。只要氣象預測結果有了偏差，沒有防災的地區災害就很嚴重；或是因為預報會有誤差，真正被颱風侵襲的可能只有某一帶，其他地方變成「白防」，白防了反彈就非常大。政府單位常有這個誤解，媒體也不願接受預報會有誤差的真相，還得分別去找預測偏差的地方進行報導，長久下來氣象局的形象就很糟糕。（吳德榮訪談紀錄，2009年1月9日）

又以三聚氰胺事件而言，當時曾經引發衛生署署長林芳郁被迫下台事件，災難管理面臨了更大的挑戰。衛生署公關主任王哲超認為，媒體對於三聚氰胺事件，從一開始就使用「毒奶粉」字眼，而且各家新聞台連日來的大幅報導，已經造成民眾的恐慌。王哲超說：

一開始我們不喜歡用「毒奶粉」這個名詞，因為三聚氰胺並不是毒。毒奶

粉這個名詞淺顯易懂，卻會造成誤導。我會認為應盡量稱為三聚氰胺事件，但是在跟人溝通過程中，講三聚氰胺或「中國大陸奶製品含有三聚氰胺」就很繞口。後來除了奶製品外，還有奶精、餅乾、巧克力，後來又有銨苯，到了銨苯的時候，碳酸銨，比三聚氰胺更讓民眾聽不懂。那時候，就連我們自己、同仁、長官，都慢慢地以「毒奶粉」代表這整個事情。不管報章雜誌，甚至連行政院、總統府的新聞稿，好像都是稱毒奶粉事件，字裡行間都是這樣。（王哲超訪談紀錄，2008年11月21日）

然而，由於此一事件引發民眾極高的關注，衛生署在訂出 2.5ppm 後，原有合格廠家突然變成不合格，又引發民眾的恐慌。針對此點，王哲超指出：

一般會認為數據訂得愈低愈好，衛生管理單位則認為不論是 0.0ppm，或是 2.5ppm，在我們的專業認定上是一樣的，因為 2.5 跟 0 實在沒什麼差別，都是數值很低的標準，對人體都是無害的。可是媒體隨便問一下都當成新聞來報導，業者罵兩句也是新聞，隨便講講也算新聞，這個時候政治效應就來了。（王哲超訪談紀錄，2008年11月21日）

陸、電視災難報導所面臨的新聞倫理困境

本論文之所以關注電視的災難新聞報導，是因為這樣的新聞內容已出現極大的問題。這包括媒體只追求畫面與驚悚的內容，就連新聞的正確性都出現問題，但是，電視台卻在追求收視率的前提下，漠視上述問題。在這部分，Postman（2003）認為電視是一個關於圖像的媒體、並且負面地將大眾論述轉化為娛樂的形式。因為電視，一些事情才會變成新聞。Meyrowitz（1985）主要關心的也是電子媒體，特別是電視如何改變我們先前接近資訊的形式，他更認為社會變遷與傳播宰制形式的變遷是相吻合的。最後，Zettl（1981, 1998, 2005）更關注電視所帶來的美學要求與美學潛能——包括內容與其媒體，他強調電視是一個視覺的、美學的媒體，他同時以傳播的形式來理解電視的影響。

然而，本論文更關心的是災難新聞中的記者角色與相關新聞專業的探討。要追問的是，記者該如何報導受苦難這件事？在這方面，兼具新聞實務與傳播研究經驗的 Susan D. Moeller（1999: 35）特別指出災難新聞中「痛苦商品化」的現象。她認為災難新聞中的記者普遍缺少同情心。Moeller 批評指出，報紙、新聞雜誌和電視

都不希望被競爭打垮，結果造成大多數媒體都長得很像，出現一樣的新聞，一樣的圖片，並造成「同情心疲乏」(compassion fatigue)的後果。同情心疲乏不是相似事件或線性事件不可避免的後果，而是機械般新聞工作的結果，是官能主義、公式化報導及對文化圖像敷衍了解的結果。這時，令人痛苦的事變成兼具教育和娛樂功能的節目，只是一種商品 (Moeller, 1999: 32-35)。

而在災難現場的記者更是如此。許多的災難研究均已指出媒體在各式災難新聞報導中，最感興趣的部分是死亡率，只要數字愈高就愈有賣點 (Rotberg, 1996: 72)。由於記者只追求符合既有的新聞價值，Karen Sanders (2003: 95) 認為，記者獵殺的興奮已經取代了新聞中很根本的對於人性的興趣與好奇，而後者其實是新聞之所以值得耕耘的原因所在。但記者自己也有所反駁，一名有十一年工作經驗的電視記者 C 說：

我並不喜歡災難新聞，我看到災民其實心裡是同情的，但是職業上我得馬上把麥克風遞過去，我的心裡很分裂，所以我得故意表現得無動於衷。
(受訪者 C 訪談紀錄，2008 年 9 月 12 日)

其次，本論文歸納後發現，災難新聞之所以問題層出不窮，最主要是因為電視台過度追求收視率，才會將災難新聞中的苦難變成商品，並用這些痛苦來爭取收視率，造成今日電視災難新聞的各種批評，更嚴重的是造成民眾的恐慌。由於在颱風來襲時，各台幾乎放棄颱風以外的新聞，只報導颱風相關新聞，因此，當台灣七個二十四小時新聞台一起播報颱風新聞時，就會產生一種效果，觀眾不管如何轉台，都離不開颱風新聞。B 記者說：

我覺得這個是很可怕的事情，明明是沒有那麼嚴重，民眾看了會覺得「哇！好可怕喔！這颱風好嚴重好可怕喔！」民眾會恐慌。然後就是記者那種連線的時候高亢的聲音，因為那麼激動，也會造成觀眾的恐慌。(受訪者 B 訪談紀錄，2008 年 9 月 4 日)

有好幾個受訪記者都表示他們自己都不喜歡看災難新聞。就連有線新聞台主管 D 都說：

我自己也常感覺很病態，當颱風來臨時，我們多數只報導颱風新聞，難道我沒有別的重要新聞可以報導嗎？可是當目前運作模式可以換來收視率時，沒有人敢做其他的嘗試。(受訪者 D 訪談紀錄，2008 年 9 月 26 日)

因為這樣，學者提醒我們應該開始反省商業媒體如何報導有關災難、環境等議題，並關注這類議題對社會、公眾的衝擊力，以及討論媒體是否真能扮演守望與教育的角色等。學者 Robert Cox (2006: 164) 對此提出的反省是：「我們是否應該思考新聞媒體與商業節目這些角色是如何呈現環境議題？他們的報導是如何延伸、是否正確？由媒體所再現的環境議題又會對大眾的觀點、態度與行為產生何種影響？再者，是否有另類媒體，可以在商業的、主流的媒體之外，提供另外的環境觀點？」另外，學者 Shabecoff (2000) 注意到電視與報紙等媒體報導環境議題的數量一直在減少。普遍的批評是，主流媒體報導這些議題愈來愈困難，並且經常是以煽色腥的觀點來報導 (Cox, 2006: 170)。

有關電視如何報導災難已經成為災難管理的重心。Fry (2003: 3-4) 指出，我們從電視上看到世界各地有關地震、洪水、森林大火、颶風與其他災難，除了報導的廣度外，我們很少反省電視報導自然災難的品質或是意涵。以及，我們從電視報導中究竟學到了什麼？或是電視新聞究竟賦予自然、自然災害、地方什麼意義？電視是否因為其獨特的美學，反而為小螢幕創造了自然災難事件？電視媒體與電視新聞的結構是如何影響我們認識自然、自然災害、以及災難發生的地區？

其實電視台的新聞工作者與主管並不是不了解問題所在，但由於颱風新聞可以帶來一倍以上的收視率，等於有一倍以上的廣告收益，因此到目前為止，均未看到電視台有任何改變的意念。法國社會學家布赫迪厄 (Pierre Bourdieu) 在《布赫迪厄論電視》一書中，就指出電視經由收視率中介的經濟場域制約，已經極不能自主，其結構性是非常強烈地順從於商業制約下，且運用它自己的制約在所有其他場域之上 (Bourdieu, 1997/蔡曉穎譯, 2000: 110-2)。幾乎可以說，收視率的運作使得電視災難新聞報導完全脫離公共報導的本質，已徹底轉變為娛樂的工具了。既然新聞場域形同被殖民，布赫迪厄又說：「記者順從於收視率的限制，頻道主管也只是收視率的兵卒。」 (Bourdieu, 1997/蔡曉穎譯, 2000: 67)。同時，在台灣對於颱風新聞大量採取戲劇性、煽色腥與誇張式的報導方式後，不但引來災難管理單位極大的抗議，也對電視新聞本身的公信力，造成極大的傷害。新聞記者變成演員，新聞變成是颱風天觀眾在家的娛樂與消遣，已經毫無影響力。如同傳播學者 Holland (1997: 180) 所言，新聞影響力消失將有兩個危險，一是一旦沒有新聞對情境事物的正確評價，觀眾將無法相信他們所看到的；其次是觀眾會有一種犬儒心態，不願再相信新聞的獨立與客觀。如果這樣，人們不禁要問：「那麼，還要媒體做什麼？」

柒、結論：正視電視災難報導的社會責任

本論文嘗試透過兩個性質不同的災難事件，釐清災難新聞報導的既有模式，並從中探討在災難發生的關鍵時刻，媒體報導對於災難管理所造成的影響。本研究發現電視媒體所提供的災難報導，並非是發揮傳達訊息、教育、提供避災資訊等媒體功能；相反地，媒體反而藉著災難發生期間，進行收視率的激烈爭奪，使得災難報導根本無法發揮媒體既有的守望環境與教育等功能。本論文因此指出，目前台灣的電視災難新聞已經偏離媒體應有的社會責任；追究背後主導因素，最主要還是因為代表市場買賣的收視率機制，已經完全控制了電視產製內容，進而引發電視記者專業性等新聞倫理問題。本論文受限於篇幅，無法再說明收視率如何操控廣告市場機制的運作情形，但是卻已嘗試交代在收視率影響下，電視記者的專業角色已經受到扭曲，電視新聞倫理問題更是值得重視。

本論文最後想指出災難新聞運作的幾個主要問題。首先，在追求收視率的強力影響下，災難新聞已經出現報導同質化的現象，受到收視率影響，各家新聞台的報導趨於一致。另在各台政治意識型態分明的情況下，新聞台也僅強調他們的收視觀眾想要的災難新聞報導角度，而對災難採取不同的報導角度。這樣的災難新聞學，其所考慮的僅僅是收視率所帶來的商業利益，並未真正思考災難對於個人與社會的具體傷害與影響，亦多未思考媒體在災難發生時，應有的社會責任。

其次，如出一轍的災難報導模式，不但窄化災難報導內容，更矮化了記者的角色，使得記者成為電視台賺取廣告費的演出者，甚至由於記者過於誇張的報導風格，屢屢成為民眾笑柄，對電視新聞記者的專業形象更是造成極大的傷害。但在收視率的主導下，電視台似乎已是任人笑罵，依然未改變報導手法。

最後，商業媒體在災難發生期間固然意在商業競爭，但媒體仍有其應負的社會責任，以此來看，電視媒體該如何進行合乎民眾需求的災難新聞報導，實為必須正視的新聞課題。在災難發生的不同階段，電視新聞記者如何做好災難報導，以符合民眾需要，其實是報導災難新聞的電視媒體、災難管理部門應該思考的議題。電視媒體如何在災難期間發揮正確的媒體功能，本論文只是初探，此一議題實值得國內傳播學界繼續關注。

參考書目

- 艾謹（1999）。〈地震新聞宜逐步降溫〉，《新聞鏡》，570: 43。
- 杜玟玲（2005）。《災難新聞之新聞處理研究－以「南亞大海嘯」報導為例》。世新大學傳播研究所碩士論文。
- 林照真（2009）。《收視率新聞學－台灣電視新聞商品化》。台北：聯經出版社。
- 林元輝（2000）。〈日本阪神地震的傳播檢討〉，《新聞學研究》，62: 183-186。
- 孫曼蘋（2000）。〈921 地震政府體系資訊傳佈之初探〉，《新聞學研究》，62: 165-170。
- 陳鳳如（2001）。《我國報紙對重大災難新聞報導之研究－以九二一地震為例》。國立師範大學大眾傳播研究所碩士論文。
- 陳世敏（2000）。〈小兵立大功〉，《新聞學研究》，62: 175-182。
- 趙庭輝（1991）。《災難報導之新聞價值分析研究－以颱風消息為例－（1985-1989）》。輔仁大學大眾傳播研究所碩士論文。
- 臧國仁，鍾蔚文（2000）。〈災難事件與媒體報導：相關研究簡述〉，《新聞學研究》，62: 143-151。
- 蔡筱穎譯（2000）。《布赫迪厄論電視》。台北：麥田出版社。
- 蘇衡（2000）。〈集集大地震中媒體危機處理的總體檢〉，《新聞學研究》，62: 153-163。
- Anderson, A. (1997). *Media, culture, and the environment*. New Brunswick, NJ: Rutgers University Press.
- Ang, I. (1991). *Desperately seeking the audience*. NY: Routledge.
- Burkhart, F. N. (1991). *Media, emergency warnings, and citizen response*. Colorado: Western Press.
- Coppola, D. P. (2007). *Introduction to international disaster management*. Amsterdam: Elsevier.
- Cox, R. (2006). *Environmental communication and the public sphere*. Thousand Oaks: Sage.
- Cantrill, J. G., & Oravec, C. L. (1996). Introduction. In J. G. Cantrill & C. L. Oravec (Eds.), *The symbolic earth: Discourse and our creation of the environment* (pp. 1-8). Lexington: University of Kentucky Press.

- Deluca, K. M. (1999). *Image politics: The new rhetoric of environmental activism*. NY: Guilford Press.
- Ettema, J. S., & Whitney, D. C. (Eds.). (1994). *Audience-making: How the media create the audience*. Thousand Oaks: Sage.
- Friedman, S. M. (2004). And the beat goes on: The third decade of environmental journalism. In S. Senecah (Ed.), *The environmental communication yearbook: Volume 1* (pp. 175-187). Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Fry, K. (2003). *Constructing the heartland: Television news and natural disaster*. Cresskill & NJ: Hampton Press.
- Granatt, M. (1999). Civil emergencies and the media: A central government perspective. In Shirley Harrison (Ed.), *Disasters and the media: Managing crisis communications* (pp. 101-117). London: Macmillan Business.
- Harrison, S. (Ed.). (1999). *Disasters and the media: Managing crisis communications*. London: Macmillan Business.
- Holland, P. (1997). *The television handbook* (2nd Ed.). London: Routledge.
- Jefferson, J. (1999). The local news. In Shirley Harrison (Ed.), *Disasters and the media: Managing crisis communications* (pp. 55-69). London: Macmillan Business.
- Killian, L. M. (2002). An introduction to methodological problems of field studies in disaster. In R. A. Stallings (Ed.), *Methods of disaster research* (pp. 49-93). CA: International Research Committee on Disasters.
- Meehan, E. R. (2005). *Why TV is not our fault: Television programming, viewers, and who's really in control*. London and New York: Rowman & Littlefield Publishers. Inc.
- Mileti, D. S. (1999). *Disasters by design: A reassessment of natural hazards in the United States*. Washington: Joseph Henry Press.
- Moeller, S. D. (1999). *Compassion fatigue*. NY: Routledge.
- Meyrowitz, J. (1985). *No sense of place: The impact of electronic media on social behavior*. NY: Oxford University Press.
- National Academy of Public Administration (NAPA, 1993). *Coping with catastrophe: Building an emergency management system to meet people's needs in national and manmade disaster*. Washington, D. C.
- Postman, N. (2003). *Amusing ourselves to death*. NY: Viking.
- Parker, D., & Handmer, J. (1992). *Hazard management and emergency planning: Perspectives on Britain*. London: James & James.

- Patterson, P. (1989). Reporting Chernobyl: Cutting the government fog to cover the nuclear cloud. In L. M. Walters, L. Wilkins & T. Walters (Eds.), *Bad tidings: Communication and catastrophe* (pp. 131-147). Hillsdale & NJ: Lawrence.
- Perry, R. W. (1985). *Comprehensive emergency management: Evacuating threatened populations*. London: Greenwich, Connecticut.
- Rotberg, R. I. (1996). *From massacres to genocide: The media, public policy, and humanitarian crises*. Washington: Brookings Institution.
- Roshko, B. (1975). *Newsmaking*. Chicago: University of Chicago Press.
- Scanlon, J. (2006). Unwelcome irritant or useful alley? The mass media in emergencies. In Havidan Rodriguez, Enrico L. Quarantelli & Russell R. Dynes (Eds.), *Handbook of disaster research* (pp. 413-429). NY: Springer.
- Sanders, K. (2003). *Ethics & journalism*. London: Sage.
- Shabecoff, P. (2000). *Earth rising: American environmentalism in the 21st century*. Washington, DC: Island Press.
- Sylves, R. T., & Waugh, W. L. Jr. (Eds.). (1996). *Disaster management in the U. S. and Canada: The politics, policymaking, administration and analysis of emergency management*. Springfield: Charles C Thomas.
- Singer, E., & Endreny, P. M. (1993). *Reporting on risk: How the mass media portray accidents, diseases, disaster, and other hazards*. NY: Russell Sage Foundation.
- Smith, C. (1992). *Media and apocalypse: News coverage of the Yellowstone forest fires, Exxon Valdez oil spill, and Loma Prieta earthquake*. Westport: Greenwood Press.
- Shearer, A. (1991). *Survivors and the media*. London: John Libbey.
- Smythe, D. W. (1978). Rejoinder to Graham Murdock. *Canadian Journal of Political and Social Theory*, 2(2), 120-129.
- Smythe, D. W. (1977). Communications: Blindspot of western Marxism. *Canadian Journal of Political and Social Theory*, 1(3), 1-27.
- Sigal, L. V. (1973). *Reporters and officials*. Lexington, MA: Lexington Books.
- Tierney, K., Bevc, C., & Kuligowski, E. (2006). Metaphors matter: Disaster myths, media frames, and their consequences in Hurricane Katrina. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 604, 57-81.
- Whitbread, P. (1999). The national crisis. In Shirley Harrison (Ed.), *Disasters and the media: Managing crisis communication* (pp. 46-54). London: Macmillan.
- Wilkins, L. (1989). Bhopal: The politics of mediated risk. In L. M. Walters, L. Wilkins & T. Walters (Eds.), *Bad tidings: Communication and catastrophe* (pp. 21-34).

• 廣播與電視 • 第三十一期 民98年12月

Hillsdale & NJ: Lawrence.

Zettle, H. (2005). *Sight, sound, motion: Applied media aesthetics* (4th ed.). Belmont, CA: Thomson Wadsworth.

Zettle, H. (1998). Contextual media aesthetics as the basis for media literacy. *Journal of Communication*, 48, 81-95.

Zettle, H. (1981). Television aesthetics. In R. P. Adler (Ed.), *Understanding television: Essays on television as a social and cultural force* (pp. 115-141). NY: Praeger.

Television News Coverage and Disaster Management –The Ethical Difficulties of Disaster Journalism

Chao- Chen Lin*

ABSTRACT

The study explores ratings-driven television disaster journalism and other related issues on one side and discusses the relationship between disaster reporting and disaster management on the other. This study uses qualitative research methods such as “case study” and “in depth interview”, focuses on the four typhoon disasters occurring between July and September of 2008 and Melamine event happening on September of 2008. This study conducts related analysis affecting the disaster news production system of television in Taiwan. This paper concerns about the reality of ratings-driven disaster reporting and relevant discussions about the role of the journalist and ethics of journalism in disaster reporting.

Keywords: ratings, disaster journalism, disaster management, Television, news ethics

* Chao- Chen Lin is an assistant professor at the Department of Communication and Technology in National Chiao Tung University, Hsinchu, Taiwan. e-mail: caroline@mail.nctu.edu.tw.