

國立政治大學傳播學院傳播碩士學位學程

碩士學位論文

電視新聞從業人員面對網路負面回饋

之情緒調適

The Emotion Regulation of TV Journalists Regarding Online

Negative Feedback

指導教授：黃葳威 博士

研究生：陳韻涵 撰

中華民國一〇九年七月

## 謝辭

感恩指導教授 黃葳威老師，這一年來的協助與幫忙，還有百忙之中來擔任我口試委員的 韓義興老師、陳雅琳老師。以及被我寫進研究的 11 位電視台同業好友們，有你們協助與幫忙，才能走完這一步。

特別感謝男友敬樂，從 19 歲師大教育系同班開始交往到近 30 歲完成碩士班論文，11 年來你用滿滿的愛與包容，細心照顧我的生活、情緒。尤其在我寫論文 10 個月裡，你幾乎每天來東森接我下班，安撫我崩潰情緒、鼓勵我繼續完成論文，這需要多大的愛，才能容忍我的不足。有你，真好。

謝謝我的家人們。母親知道女兒要一邊上班一邊寫論文常常傳訊息來給我打氣。父親年輕時打拼栽培我們，儘管家境不富裕，卻相當肯定我的成就。弟弟既孝順又爭氣，妹妹還先唸完碩士當講師，讓我有動力拚完論文。

也謝謝每一個跟我說「加油」的人。政大好友敏雅、彥竹告訴我碩論申請、口試等等流程。前輩書宏哥、好姊妹蕙菱、韻年、千雁、良瑜、宜芳、Dora，謝謝妳們一直支持鼓勵，還有常在我 IG 限時動態私訊鼓勵我的所有人。

感謝東森新聞同事兼好戰友劉家耀，恭喜能同時獲得碩士學位。謝謝攝影卓經國充滿正能量的加油打氣，其他攝影昱翔、書鐘、尚仁哥、財賢哥、家康哥……等，即使我上班常精神不好，你們也能讓新聞作品完美呈現。謝謝文字長官裕鑫哥、怡芸姊，前東家 TVBS 的社會組長官昭仁哥、致中哥、生活組長官翟姊總幫我喬開班表，讓我排假去上課，順利完成學分，產出論文。我以為，我做不到，但你們的鼓勵，給我很多力量！

要謝謝自己，4 年碩士生涯待過台視、TVBS、東森，很少給自己休息的時間，下班後直奔 K 書中心、咖啡廳寫學校報告或碩論，假日沒得好好休息，但不曾因碩士班跟論文耽擱工作。還記得前三年修學分時，期末就會爆肥，但第四年成功瘦了近 10 公斤，寫碩論時也沒胖回去，謝謝那個有毅力的自己。

要記得，生命中無論遇上什麼難關，只要不放棄，再遠，都能抵達。

## 摘要

電視新聞從業人員在網路時代除了遭遇勞動條件困境外，得面對網友透過網路檢視與評論採訪行為，接收負面回饋。本研究關注哪些情境造成網路負面回饋，探討電視新聞從業人員具備怎樣情緒調適能力，所任職的電視媒體是否給予相關協助。

本研究採深度訪談法，訪問十一位電視記者，研究發現有三：電視新聞記者查看網路回饋頻率並不高，多為尋找網路新聞素材、被告知進而關注網路留言回饋。以接觸 YouTube、Facebook 兩平台的網路留言最多，而 YouTube、Facebook 留言分為影片下方的留言區、直播影音中的聊天室兩種。第二，電視新聞從業人員查看網路回饋時較常關注負面訊息，受訪者提及九種負面回饋情境：採訪形式、直播現場記者提問、工作流程、開稿方向、電視台立場、報導題材、連線技巧、主播記者外型身材、甚至連採訪對象，都曾遭遇網友負面回饋與質疑，當中，曾遭遇網路霸凌的受訪者深刻分享採訪始末、遭網路霸凌時的情緒調適、身心狀況與最後心境上的釋懷。受訪者認為（1）網路回饋留言平台改變（2）網路蒐集電視新聞題材（3）新聞專業意理改變等因素，導致來自網路負面回饋越來越多。受訪者對於是否為網路霸凌看法不一，但皆能評估網路回饋是否有理、具建設性，倘若面對不理性惡意謾罵，電視新聞從業人員具備情緒調適能力來面對網路負面回饋，其處理方式主要以遠離、逃避最多，值得一提的是部分受訪者會透過匿名報導、拒絕在新聞中露臉，來迴避遭網友負面回饋。第三，受訪者皆表示電視新聞組織缺乏對於網路負面回饋之協助作為，建議電視媒體應擬定一套流程與提供法律幫助，因應來自網路的負面回饋，讓電視新聞從業人員工作時無後顧之憂。

**關鍵字：**電視新聞從業人員、網路負面回饋、網路霸凌、情緒調適

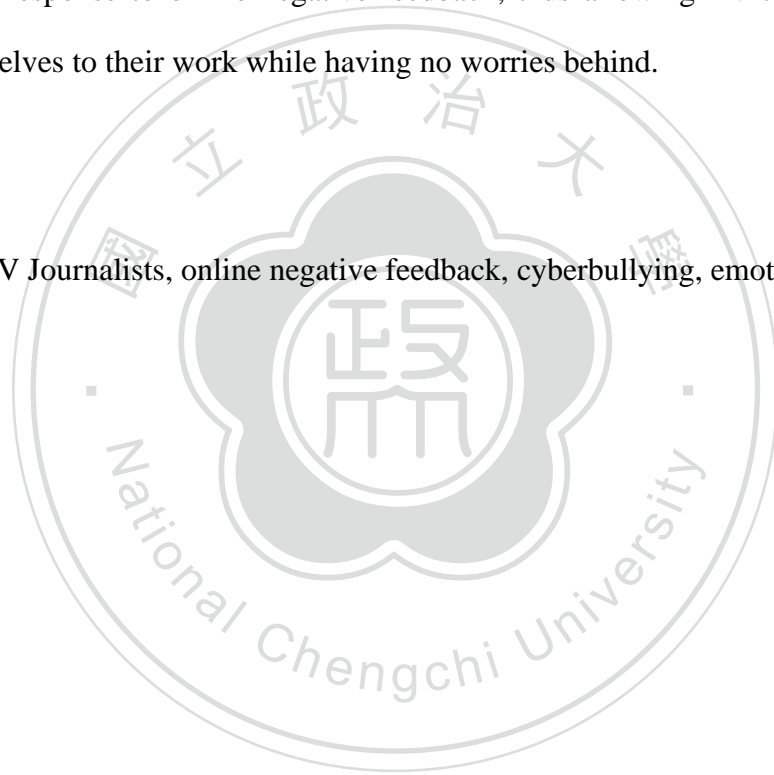
## Abstract

In this Internet era, TV Journalists, apart from labor conditions issues, are confronted with negative feedback from netizens who review and comment interviews via the Internet. This study aims to identify what factors cause online negative feedback and investigates what emotional regulation abilities TV Journalists should have and whether the TV media they work with should provide relevant assistance.

With the in-depth interview method, this study interviewed eleven TV reporters and drew the following three findings. Firstly, TV reporters generally do not look into online feedback except the feedback providing news materials or when they are reminded. The top two platforms of online comments that are most viewed by TV reports are YouTube and Facebook, which provide two feedback areas, namely the comment area below videos and the chatbox in live videos. Secondly, TV news practitioners care more about negative information when viewing online feedback. The interviewees mentioned nine elements that may bring about negative feedback: interview form, question raising in live-streamed press conferences, work process, report writing directions, standpoints of TV stations, topics reported, reporting live skills, appearance and stature of anchors and reporters, and interviewees. Among them, the interviewees who experienced Internet bullying elaborately shared the beginning and end of the interviews that caused cyberbullying toward them, their emotional regulation during cyberbullying, physical and psychological status, and the final relief in mind. The interviewees believed that (1) the changes in online feedback comment platforms, (2) the collection of TV news topics via the Internet, and (3) the changes in news professional ideology are the factors that lead to increasing online negative feedback. Despite different opinions on whether or not this situation is cyberbullying,

the interviewed TV news practitioners all had developed the ability to regulate their emotions to handle online negative feedback. Their handling methods were dominated by keeping away and evasion. Of note, there are also some interviewees who avoided netizens' negative comments by reporting in an anonymous way or refusing to show their faces in the news. Thirdly, the interviewees all expressed that TV news organizations lacked assistance in protecting them from online negative feedback. They recommended that TV media develop a set of assistance procedures and provide legal assistance in response to online negative feedback, thus allowing TV Journalists to devote themselves to their work while having no worries behind.

Keywords: TV Journalists, online negative feedback, cyberbullying, emotion regulation



# 目錄

第一章 緒論.....	2
第一節 研究背景與起源.....	2
第二節 研究動機.....	6
第三節 研究範圍與名詞釋義.....	9
一、名詞釋義.....	9
二、研究範圍.....	10
第二章 文獻探討.....	11
第一節 新聞專業意理與網路.....	11
一、新聞專業意理.....	12
二、依賴網路素材衝擊新聞專業.....	15
第二節 網路回饋與新聞從業人員.....	16
一、閱聽人回饋.....	16
二、網路提供閱聽眾反饋、主動參與.....	20
三、國內電視新聞媒體之網路新聞平台對於閱聽人回饋.....	21
第三節 新聞從業人員面對網路負面回應感知.....	24
一、感知與自我效能.....	24
二、網路霸凌.....	25
第四節 網路負面回饋之情緒調適.....	29
一、情緒.....	29
二、情緒調適能力.....	30
第五節 電視新聞從業人員身心狀況與負面回饋.....	34
一、電視新聞從業人員身心健康狀況.....	34
二、來自網路負面回饋留言.....	35
第三章 研究方法.....	37
第一節 深度訪談法簡介特色.....	37
第二節 訪談大綱.....	40
第三節 研究對象.....	45
一、受訪對象背景.....	45

第四章 研究資料分析.....	48
第一節 電視新聞從業人員面對網路回饋 .....	48
一、電視新聞從業人員面對網路回饋 .....	48
二、電視新聞從業人員查看網路回饋平台 .....	53
三、電視新聞從業人員負面網路回饋情境 .....	57
第二節 電視新聞從業人員認為網路負面回饋成因.....	75
一、網路回饋留言平台改變 .....	75
二、過度依賴網路素材當作新聞 .....	82
三、新聞專業意理改變 .....	85
第三節 電視新聞從業人員面對網路負面回饋.....	88
一、網路霸凌 .....	88
二、身心狀況、倦怠 .....	90
第四節 電視新聞從業人員情緒調適能力.....	94
一、先前導向:面對網路負面回饋感知、情緒 .....	94
二、反應導向:面對網路負面回饋反應、行為調整 .....	102
三、新聞組織對於網路負面回饋之協助作為 .....	116
第五章 研究結果與討論.....	121
第一節 主要研究發現 .....	121
一、電視新聞從業人員網路回饋情境 .....	121
二、網路負面回饋情境之情緒調適與應對 .....	122
三、電視新聞組織對網路負面回饋之協助作為 .....	126
第二節 研究貢獻、限制與建議.....	127
參考文獻.....	129

## 表目錄

表 1 電視媒體經營網路平台 .....	21
表 2 先前導向與反應導向情緒調整 .....	32
表 3 受訪對象列表 .....	45
表 4 受訪者觀看網路回饋主要平台 .....	53
表 5 YouTube 影片留言區與直播室 .....	55
表 6 臉書留言區與直播影音留言區 .....	56

## 圖目錄

圖 1 連線口誤遭網友留言抨擊.....	3
圖 2 立委網路指控記者事件.....	4
圖 3 研究初步架構.....	7
圖 4 本研究文獻探討架構.....	11
圖 5 情緒四元素.....	29
圖 6 情緒六成分.....	30
圖 7 質性資料分析.....	38
圖 8 中央流行疫情指揮中心直播聊天內容.....	60
圖 9 電視新聞從業人員面對網路負面回饋之情緒調適.....	94
圖 10 記者在鏡頭前解說示意圖.....	112
圖 11 研究結果示意圖.....	124
圖 12 電視新聞從業人員情緒調適研究結果.....	125



# 第一章 緒論

## 第一節 研究背景與起源

2015 年 4 月藝人楊又穎因為遭同儕排擠、網路霸凌而自殺身亡，引起社會對於網路霸凌討論。25 歲的南韓女星雪莉 (Sulli) 2019 年 10 月 14 日被經紀人發現在家中身亡，消息震驚各界，引發大家對網路霸凌的關注。雪莉生前時常遭受網友批評，在她驟逝後，南韓網友自發性地發起「淨化關鍵字」運動，讓「雪莉我愛你」字眼取代過去「雪莉暴露」等負面搜索關鍵字，而南韓演藝管理協會也發表聲明，強調不會再對這些惡意留言坐視不理 (陳宜秀，2019 年 10 月 25 日)。2019 年 11 月 24 日另一位知名韓星具荷拉則疑似因前男友拿親密影片要脅和受不了網路攻擊言論而輕生，再度引起網路霸凌的討論。

網路留言對於當事人影響不容小覷，網路上許多高舉言論自由大旗的酸民們透過鍵盤表達看法，可一旦網路霸凌發生，藝人有經紀人及公司替他們對外回應，而電視新聞從業人員呢？其工作性質亦是透過媒體鏡頭展現形象與能力，也容易遭網友檢視與回饋，甚至變霸凌對象。

過去電視新聞從業人員處理新聞題材，透過電視播出後閱聽眾可能會以投書、電話專線表達至電視台，再由電視台行政人員轉交給記者或主播。但電視新聞媒體近年來數位匯流後，面臨競爭壓力，即時新聞出現使產製流程發生重大改變。王儁菁 (2015) 曾訪談 9 位電視台記者，當電視台成立新聞網站、大量素材作為現成新聞後，記者的工作量大增造成電視新聞工作者身心壓力加劇。而電視台開始把新聞畫面直播、新聞影音直接上傳至 YouTube、Facebook 等等網路平台後，觀眾可以透過網路留言表達個人意見，也讓電視新聞從業人員，似乎被迫接收來自網友正負面回饋。

以本人為例，2017 年 4 月 30 日時任 TVBS 新聞台社會組記者，當天擁槍

要犯劉邦誠在新北市中和街頭和警方駁火，闖進興南夜市內一處公寓與警方對峙三個多小時才棄械投降。駁火過程中，劉邦誠對外自稱是已故桃園前縣長劉邦友堂弟，但這消息遭劉邦友親族否認，當時研究者在現場報導連線時說出「劉邦友也發聲明表示...」嚴重口誤，一開始沒想太多，但不到一小時 PTT 鄉民開始轉貼連線影像、留言嘲笑研究者身為記者卻不知劉邦友已過世，而其他媒體也立刻轉載成新聞，讓研究者一瞬間成為網友笑柄。

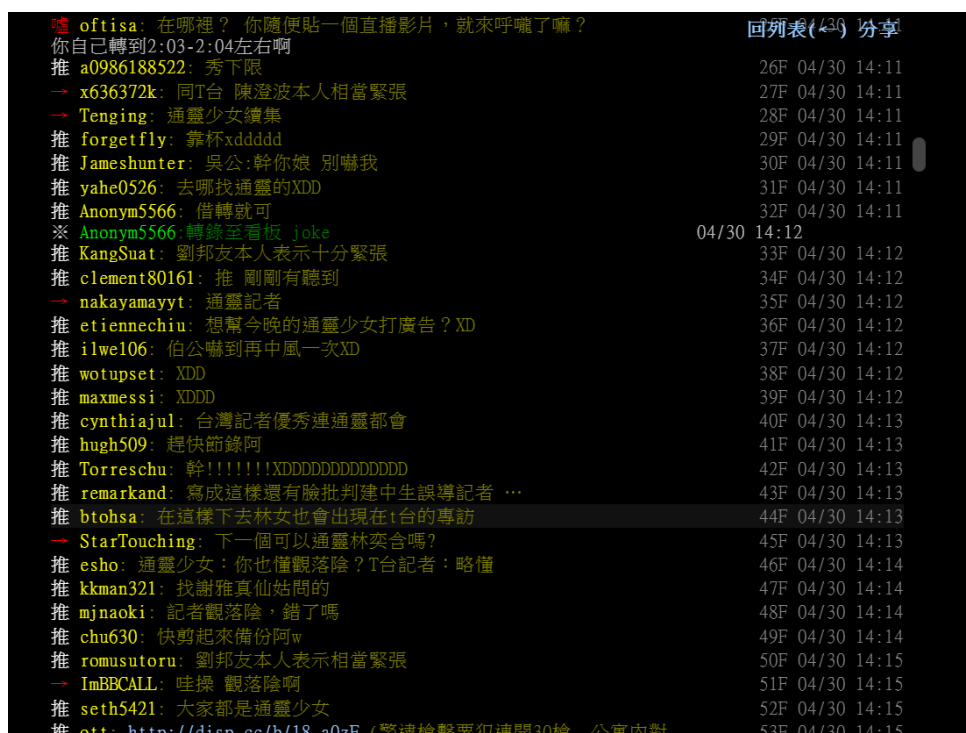


圖 1 連線口誤遭網友留言抨擊 截自批踢踢實業坊(2017年4月30日)

圖 1 為轉載文章底下的留言討論，也有網友肉搜研究者個人臉書，私訊指責要求道歉。事後研究者反省，連線時說錯話是必須改進連線能力，但鋪天蓋地而來的謾罵跟惡意留言，亦讓研究者逐漸意識到網路負面回饋對線上記者影響。

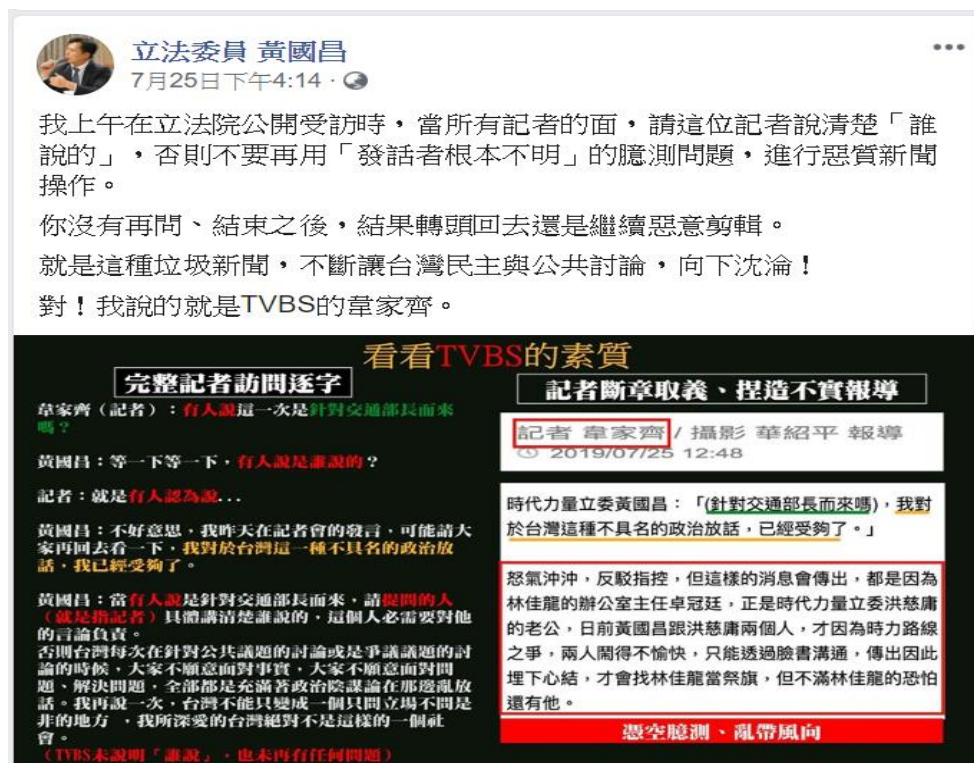


圖 2 立委網路指控記者事件 截自臉書

2019年7月25日，TVBS 黨政組記者韋家齊在立法院訪問立委，回公司發新聞後播出後，被立委透過臉書圖文抨擊指控記者亂帶風向，該篇貼文迅速引起網友注意，4天內按讚達1.9萬人，超過900人留言，上千次分享。立委認為受訪內容遭斷章取義，且透過臉書PO文指控記者韋家齊造假新聞。造成韋家齊的私人臉書被網友留言、攻擊，甚至有羞辱字眼（以下簡稱該事件為「**立委網路指控記者事件**」）。本研究亦找到當事記者韋家齊願意具名接受深度訪談，作為受訪者K，資料待後續章節撰述。

電視新聞從業人員包括記者、主播的新聞報導、播報畫面，在網路上曝光，面對網友回饋壓力比過去更大。回想平日工作常見來自網路負面回饋以下3個情況。

- (一) 採訪行為受到大眾檢視：比如說透過偷拍直擊的方式，揭露某則新聞。記者被編輯台、長官要求前去偷拍，但最後新聞播出卻是掛名記者大名，進而遭網友提質疑。

(二) 新聞開稿內容、角度被批評：實際上開稿方向是由編輯台決定，記者僅是負責完成任務，卻面臨網路負面回饋產生壓力。

(三) 記者現場連線、搶快、或是本身知識不足，連線能力不佳或搶快犯錯，透過新聞播出後遭網友撻伐。

上述三種情況為研究者從工作經驗中羅列可能引起發網路負面回饋之原因。本研究盼釐清閱聽人在網路上發表回饋，若涉及不堪字眼、負面留言，對新聞從業人員造成什麼影響？這種負面回饋算網路霸凌嗎？記者因此導致對工作倦怠嗎？該如何情緒調適與處理？



## 第二節 研究動機

即時新聞熱潮始於 1990 年代，當有線電視普及和專業新聞台出現後，閱聽人偏好 LIVE 連線、聲光效果十足的收視經驗，到了 2000 年代後媒體開始投入網路發展。各大媒體企業主意識到社群網站即時傳播、匯集人潮等功能，成為新聞傳遞最佳通路，因此開始投入人力經營，各自開展出不同的面貌，也在新聞製作中運用網友提供的訊息（林照真，2013；王淑美，2018）。

過去研究文獻著重網路素材收集、內容查證、網路形象、人際關係等議題討論。電視新聞媒體使用網路素材當作電視新聞題材已衝擊新聞專業意理，劉蕙苓（2014）內容分析加上訪談，討論電視新聞工作者取用第三方影音素材、查證，新聞「網搜」造成新聞內容娛樂性高、公共性低，養成記者只重形式的工作常規，卻使新聞專業淡化。可是電視新聞從業人員卻不得不依賴即時性強、訊息速度快的網路平台或社群媒體查證災難新聞，畢竟社群媒體作為共享資源以及訊息的交流平台，具有極強的即時傳播、人際關係串連的作用（趙敏雅，2018）。可是當「社群媒體」成為打造維繫既有人際網路的私人社交舞台，閱聽眾也能透過臉書、IG 等等「私訊」功能，直接聯繫新聞從業人員，讓新聞從業人員下班後，也時常被網友聯繫、關注（邱彥瑜，2017）。過去研究發現記者在臉書之形象讓記者與公眾之間的「專業距離」消弭無蹤，扭轉過去產製資訊單向，轉為「對話」關係（Marheson,2004； Singer, 2005；引自劉蕙苓，2014）。

不過，新聞媒體環境因網路興起改變常規、型態，新聞從業人員面臨專業上的質疑，網路溫度計「哪一種行業最容易成為網友謾罵、攻擊的對象」媒體從業人員為第一名網友常說：「小時不讀書長大當記者」甚至透過肉搜起底檢討新聞工作者變成常態，媒體從業人員被視為最容易變網黑的「心好累職業」（網路溫度計，2018 年 7 月）當記者社會地位較過去越低就越容易遭致罵名



(劉昌德, 2008)。王淑美(2018)指出近 20 年來傳播科技快速發展，閱聽眾對於台灣新聞界表現以負評居多，更稱媒體為「公害」，原因在於網路科技使新聞只顧著求快而忽略品質，導致新聞水準低落，她認為新聞人價值不再只是快速掌握資訊，而是回到記者的自主實踐、促進社會對話。

若從創傷壓力研究來看，過去多數文獻則著重討論「災難新聞」引發的創傷壓力以及高工時、高壓環境下對記者身心傷害(賴若函, 2010; 趙敏雅, 2018)對其他壓力來源著墨甚少。研究者認為，媒體環境改變不僅帶來採訪形式上變動，電視新聞從業人員面對網友的檢視與評論，遭遇「網路負面回饋」應也是壓力一環。

綜上所述，從文獻與研究者職涯經驗，初步以圖示構想。昔日(橘色箭頭標示)新聞從業人員採訪、產製新聞給閱聽眾屬於「單向」互動，但在網路興起後，張羅新聞素材的管道增加，媒體也積極投入網路平台後，受訪者、閱聽眾能透過網路直接互動、檢視電視新聞從業人員作為(綠色箭頭標示)，而閱聽眾亦能透過網路給予「回饋」，本研究關注主軸為右半邊以虛線箭頭標示區塊，當閱聽眾能透過網路直接給予新聞從業人員回饋時，其如何調適與反應？

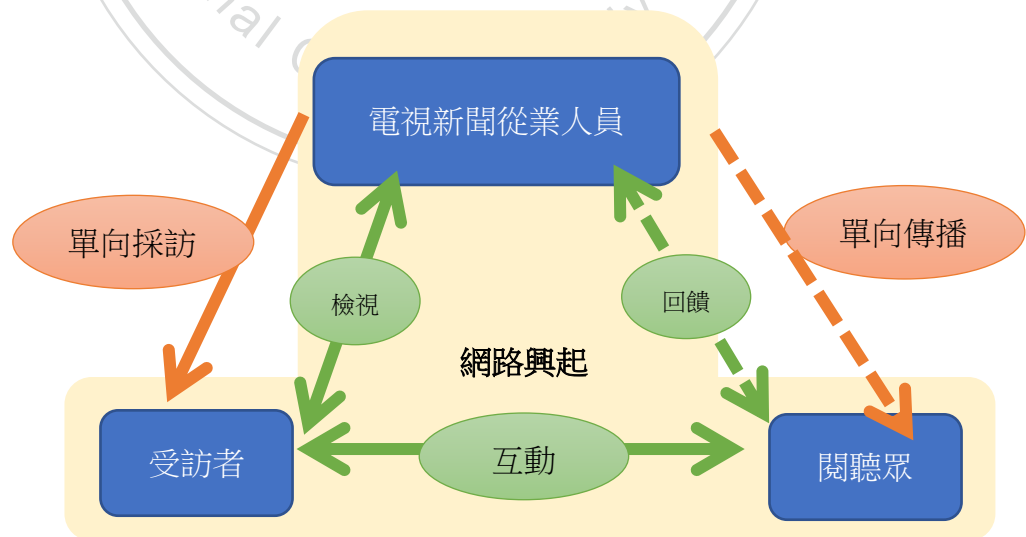


圖 3 研究初步架構

基於前述研究動機，本研究擬以台灣電視新聞從業人員為研究對象，深度

訪談了解記者或是主播可能遭遇網友回饋成因與情況，並檢視國內媒體生態，對於網路時代當電視台記者遭網路攻擊時，有無提供協助？試圖回答以下問題：

- (一) 電視新聞從業人員遭遇網路回饋情境為何？
- (二) 那些情境下會遭網路「負面」回饋？甚至演變網路霸凌時，新聞從業人員如何應對？又如何情緒調適與反應？
- (三) 電視從業人員遭遇網路負面回饋時，其所屬的新聞媒體媒體是否給予幫忙協助？

過去無相關文獻從電視新聞從業人員角度出發，探討遭遇網路負面回饋時其情緒調適情況，本研究作為初探性研究將以深度訪談方式蒐集電視新聞從業人員情緒調適過程，盼能從電視新聞從業人員口述經驗得知，當電視新聞媒體積極投入網路媒體之時，記者暴露在被網友檢視之壓力下，應對與情緒調適之細節。倘若其情緒調適之過程與策略，應用在實際電視新聞媒體場域，將可作為其他電視新聞從業人員參考，如此本研究就具有其研究貢獻與價值。

### 第三節 研究範圍與名詞釋義

#### 一、名詞釋義

##### (一) 電視新聞從業人員 (Journalist)

本研究所界定的電視新從業人員為電視新聞記者與主播。電視新聞記者必須出門採訪、建立線路上的人脈，也得在現場連線、在新聞報導中露臉。其中部分記者在臉書、IG 曾建立個人網頁供粉絲追蹤。有部分的電視新聞從業人員，具記者與主播兩種身分。至於主播則時常必須曝光在鏡頭前，甚至有電視台要求主播必須經營粉絲專頁、培養觀眾群的能力，比起電視新聞記者，主播更被視為公眾人物。

##### (二) 網路回饋與負面留言 (Online Negative Feedback)

網路興起改變閱聽眾收視習慣，越來越多的電視新聞影音在網路上播放，網路回饋更直接影響電視新聞從業人員，因為閱聽眾可透過臉書、YouTube、PTT 等網路平台的留言區留言、評論，或透過社群媒體連繫新聞從業人員，對其行為、報導加以評斷。本研究網路回饋與負面留言，為報導產製新聞影音、採訪、連線等影像，經過臉書 Facebook、YouTube、PTT、Dcard 等數個網路平台播送或轉發後，網友檢視、留言回饋，再被電視新聞從業人員觀看。

##### (三) 網路霸凌 (Cyberbullying)

過去學者們對於網路霸凌有不同的定義與解釋，程度上也有差異。本研究根據歐盟對於網路霸凌定義為：「凡透過數位科技使特定人士感到不安，不論基於有意或是無意，皆屬於網路霸凌。」加拿大學者 Bill Belsey 則定義網路霸凌為：「一種涉及對信息及通信技術技術的應用，以支援針對個人或群體進行惡意的、重複的、敵意的行為，以使其他人受到傷害。」

##### (四) 情緒調適 (Emotion Regulation)



情緒調適是一種隨著外在訊息刺激與內在心理表徵（mental representation）形成機制與反應的過程。情緒調整來自有意或無意的改變情感的回應，包括釐清狀態、察覺、評估、主觀經歷、行為及生理機能（黃葳威，2010）。情緒調整主要目的在於處理負向的情緒，避免造成不良的情緒結果。

## 二、研究範圍

本研究範圍為電視新聞從業人員，其新聞影音畫面除了電視台播送，新聞影像亦同步於 Facebook、YouTube 等數個網路平台播送。至於電視新聞從業人員主動經營社群網頁與網友直接互動部分，則不在本研究範圍中。

華婉伶、臧國仁（2011）曾以液態新聞分析新一代記者所面臨的困境，媒體組織為了降低成本，大幅調降薪資、未能提供薪資成長策略，又以裁員或短期約聘制度為營運手段，讓整體新聞工作流動性高且穩定性低，跳槽不同媒體，已經成為新一代記者習慣的工作文化。年輕記者薪資待遇低、不穩定性高，若再面對來自網路衝擊，是否對於新聞工作更加感到倦怠？

而年資高的新聞從業人員，從過去媒體生態面臨網路衝擊後，面對網路負面回饋衝擊亦有訪談價值。本研究亦加入年資逾 10 年以上的資深工作者來訪談，釐清當代記者面臨的網路回饋困境。取樣時間為 2020 年 3 月 12 日至 2020 年 7 月 5 日近 4 個月時間，透過立意抽樣，採半結構式訪談電視新聞從業人員遭遇網路負面回饋之情境調適以及解決方法。

## 第二章 文獻探討

由於過去沒有相關研究探討電視新聞從業人員面對網路負面回饋之情緒調適，故本研究文獻探討從網路負面回饋原因討論。本章先從新聞專業意理著手，當新聞媒體過於依賴網路素材並以網路作為傳播管道時，記者遭遇的新媒體困境。第二部分回顧過去閱聽人回饋研究，假設網路能更即時、迅速，其留言回饋管道多元，進而影響電視新聞從業人員面對網路回饋。當前述媒體環境因各種原因讓電視新聞從業人員遭遇網路負面回饋，是無法避免的，那只能從改變心態面對，當網路負面回饋發生時，從中感知什麼？情緒又該如何調適？第四部分則梳理國內對於新聞從業人員身心研究範疇，多半侷限職業災害、資訊過載等，並未對網路負面回饋帶給新聞從業人員的身心影響討論。

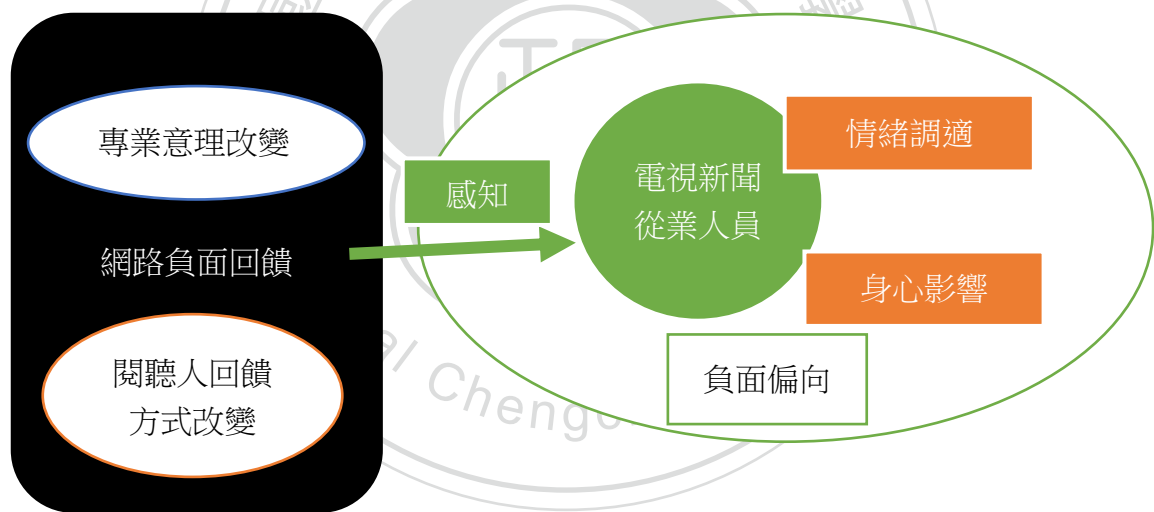


圖 4 本研究文獻探討架構

### 第一節 新聞專業意理與網路

網站 PTT 鄉民百科中記載，「少時不讀書，長大當記者。」是 PTT 流行語。表示對於記者所撰寫新聞的水準的不屑，例如內容空洞、出現錯別字、不科學、業配、迷信，甚至製造假新聞帶風向等等（引自網址：

<https://pttpedia.fandom.com/zh/wiki/%E5%B0%91%E6%99%82%E4%B8%8D%E8%AE%80%E6%9B%B8%EF%BC%8C%E9%95%B7%E5%A4%A7%E7%95%B6%80>

E8%A8%98%E8%80%85)。臉書出現「台灣記者智商平均 30」專頁社團，截至 2019 年 11 月 2 日止，有 24 萬 7730 人追蹤

(<https://www.Facebook.com/Taiwan.reporter.IQ.less.than30/>)。新聞記者在部分網友眼中，早已不再是客觀報導的專業角色。

華婉伶、臧國仁（2011）指出，對新一代記者而言，不僅要忍受大眾異樣眼光，面對工作情境與勞動條件與過往不同，早已模糊專業領域的界線。以台灣媒體環境為例，劉昌德（2008）曾探討記者工時增加、媒體集團倒閉、轉讓或是大幅縮水人力下，新聞媒體勞動權缺乏保障。王維菁（2013）指出，記者普遍性薪資水平逐漸落後一般產業水準，阻礙了吸引其他優秀人才投入新聞產製，也對台灣新聞產業造成負面影響。當記者表現不符社會期待，被認為是「社會亂象」衍生出來的網路言論亦對於新聞記者不友善，本章節首先從新聞專業意理談起，釐清在網路時代的電視新聞從業人員其新聞專業意理何在？

## 一、新聞專業意理

新聞專業意理（Professional ideology）指得是記者經過長期培養出來的價值系統（李金銓，2007）。過去新聞工作者是由專業的人過濾內容後，再傳遞給觀眾，強調客觀、追求真理、準確、平衡等等概念，扮演公正中立角色（Deuze，2005）。新聞專業意理的內涵包括了記者對於媒介功能及記者角色的「信念系統」（belief systems），探討「記者的專業價值」（the professional values of newsmen）和「記者責任」（journalistic responsibility）為主。

大約自 1970 年開始開始討論，Schudson（1978）、Reese（2001）等學者認為新聞專業改變是漸進的。早年媒體為了建立自己的權威和操作機制，曾經自訂相關要求，其中主張專業最重要的特質就是「客觀」。Deuze 表示當新媒體和新聞領域的互動性增強，新聞生產者和閱聽眾之間的層次關係更模糊，這

變化讓新聞重新概念化，他將專業意理定義為「特定團體對於角色信念的系統」。不同國家文化，對於新聞專業意理卻有不同解讀。Deuze 認為新聞專業意理遭遇多元文化主義和多媒體環境影響下，媒體對於網路的控制產生改變（引自邱彥瑜，2017）。國內新聞專業意理相關研究，多將新聞專業意理定義為「記者對於媒介功能及記者角色的信念系統」（郭佩君，2010；蕭蘋，1989）。

近二十年新聞業發生極大改變，蘇蘅（2018）指出從 2000 年以來，社群媒體出現之後，讓新聞媒體快速走向社群化傳播，新聞選擇與呈現都越來越看重報導形式如何吸引觀眾，但對「專業」的核心價值卻產生動搖。她分析新聞專業實踐越來越薄弱的原因，在於新聞環境的劇烈變化，造成媒體大量裁員、記者社會角色改變，及專業價值消退。當中互動科技、新聞閱聽眾轉移到網路平台都是重要的原因之一。王淑美（2018）指出，過往新聞機構能替閱聽眾掌握消息並播送新聞，其重要價值是守門人角色，但是在網路時代，人人都可搜尋近用並散播大量資訊，如果新聞媒體仍執著傳播速度，其專業價值也被磨蝕。

網絡和社群媒體具有互動性，讓記者越來越重視對話（Artwick, 2013，引自蘇蘅，2018）可當新聞越來越重視「對話」和「即時」後，卻降低大眾對新聞媒體的信心，許多觀眾不再信任新聞和消息來源，對於新聞媒體的可信度降低，進而影響記者的專業形象。羅文輝（2013）曾比較 1993 年、1998 年和 2003 年報紙與電視新聞的可信度，發現報紙跟電視新聞的可信度在 1993 年最低，在 1998 年可信度最高，而到了 2003 年，兩者的可信度又明顯下降，羅文輝認為可能跟政府政策與媒介生態有關。他指出 2003 年新聞聳動報導、侵犯隱私情形大幅增加，當中錯誤、捏造內容浮現，造成新聞可信度下降的可能原因。徐美苓（2015）亦曾對電視新聞可信度進行分析，發現無論是報紙、電視、網路，受訪者對各媒介的新聞可信度評價皆為「中間偏負向」。

有學者抱持較樂觀看法，認為新聞工作者和媒體組織在新媒體時代下，會有更多的公民參與能尋求社群媒體互動。記者的專業新聞意理不再像過去具有權力描述故事，應該採取互動、包容的做法。Jane Singer (2011) 探討部落格、臉書 Facebook 等社群媒體對傳統新聞專業的衝擊，有三個層面，第一，鼓勵分享意見、專業距離崩塌，動搖客觀性。Singer 認為記者過往將自己隔絕於新聞編輯室內，企圖迴避相關利益或其他人的外部影響，但網路社會強調關聯 (Connection)，記者強調的專業自主受到挑戰，並非來自過往防範的政府勢力，而是記者所服務的公民們。第二，當記者不再壟斷資訊流通，那身為守門人的角色還應該繼續存在嗎？第三，當新聞產製流程不再由記者壟斷，新聞流程也逐漸成為公眾辯論的空間，記者在社群媒體時代應該要扮演為真實服務公眾的角色。Molyneux (2015) 認為，記者必須成為「少一點點權威，多一點點嚮導」角色，透過社群媒體轉傳、評論等等功能，思考什麼事情值得轉發。

網路社群平台蓬勃發展後，記者儘管具有專業意理，卻不得不在與社群媒體互動時調整新聞專業意理。新聞媒體利用社群媒體建立與閱聽眾關係，累積新時代的忠誠度，成為數位時代最重要的特徵 (林照真, 2013)。

邱彥瑜 (2017) 認為，既然社群媒體的互動性更為強烈，重視關係是社群媒體蓬勃發展的必然結果。他發現由於記者與公眾之間的「專業距離消失」，記者透過 Facebook 瞭解輿情、突破同溫層，也讓以往的資訊單向轉為「對話」關係。儘管記者能主觀掌控這條公私界線，但仍難以防範界線崩塌。雖然記者社會地位已不如以往，仍認為自身具有影響力。記者與他們所屬的新聞組織必須像是走鋼索般小心，因為他們必須使用社群媒體用一種新的方式與觀眾互動，但仍須保持既有的倫理 (Asough, 2012: 2, 引自邱彥瑜, 2017)。

綜上所述，網路平台取代傳統新聞媒體為讀者篩選資訊的權力，篩選新聞資訊的守門權力，逐漸由資訊權威的新聞專業組織，轉移到每個社群網友，如此一來記者專業形象勢必受到衝擊。



## 二、依賴網路素材衝擊新聞專業

網路科技的快速與社群連結使媒體蒐集資訊和產製新聞更有效率，但過度依賴網路素材亦衝擊原有的新聞專業。也可能導致網友在給予回饋時偏向以負面字眼陳述意見，影響新聞從業人員。

新聞取材於眾（crowdsourcing）從 1990 年代已經開始，記者上網蒐集資料與新聞背景、利用搜索引擎查詢相關訊息及閱讀相關新聞之現象普遍（引自劉蕙苓，2014）網路對於新聞工作者而言，不僅是資料查詢平台，也具有互動通訊的功能。

王毓莉（2003）對於國內實務界研究探討「電腦輔助新聞報導」（Computer-Assisted Reporting, CAR），記者在尋找報導題材時，運用網路瀏覽資訊、或者無目的的上網尋找靈感。記者在採訪過程中，也會將網路上搜尋所得資料，運用電腦功能加以分類，不過採訪形式仍以親自面訪為主。王毓莉研究發現，記者使用電腦輔助報導的目的，以搜尋新聞背景及尋找新聞線索為主，希望可以讀取被儲存的先前資料，以達到競爭不落後的目的。但也因為競爭、搶快，網路訊息可能在毫無查證的情況下就直接報導。

劉蕙苓、羅文輝（2017）曾探討，在匯流環境下，有 97% 台灣記者使用社群媒體補助工作。記者主要活動以「查閱蒐集資訊」最多，「維繫新聞關係」次之，參與大眾互動最少。研究顯示，記者每天平均使用社群媒體的時間約為 101 分鐘，儘管有記者認為社群媒體可以擴展多元影響，但有超過七成記者認為，使用大量社群網路素材，會犧牲新聞正確性及降低新聞品質。這種無奈對於第一線的電視新聞記者最有感，儘管社群媒體讓新聞聯繫更加方便，但也代表閱聽眾網友都有可能透過網路，反過來聯繫記者本人，對社群媒體多數記者呈現「既期待又怕受傷害」的矛盾情結。

使用網路素材是否會影響專業，國外的研究有分歧的討論，國內的研究則著重在當新聞從業人員依賴網路或新媒體素材，對新聞專業勢必造成衝擊。劉

蕙苓（2014）認為「網搜」助長了新聞瑣碎化，而林照真（2013）、蕭伊貽（2011）則強調素材查證不易也使新聞正確性堪慮。楊意菁（2011，2013，2015）指出網路消息來源成了新聞媒體工作常態，網友成了公眾意見的代表，當記者習慣從網路搜尋資料卻缺乏查證，對科技的依賴反而導致視野的窄化，改變組織及個人常規、消弭記者與公眾之間距離。王淑美（2018）更指出，網路時代媒體機構更重視閱聽眾的意見，但新聞工作也常演變成追逐即時事件與點擊率，在宣揚草根媒體與人人都是記者的當代，專業記者感到失去自主且充滿不確定性，需要對新聞價值提出新的反思。他認為網路時代的新聞價值不再是快速蒐集資訊，而是回歸記者的自主實踐，反覆提問並促進社會對話。

數位匯流帶來新聞產製的改變。劉蕙苓（2014）訪談 15 位新聞工作者發現，匯流環境中因依賴網路取得資訊快速，使工作節奏加快，卻未必帶來多元的新聞內容；反而在常規的制約下，記者從過去「路線經營」轉向「話題開發」；傳統採訪重視的專業守門，逐漸轉向「形式勝於實質」的守門常規；最常見的就是「看圖說故事」影音新聞，掩飾倫理與新聞專業的爭議。

綜上所述，新聞媒體透過網路素材蒐集新聞素材，儘管拉近記者與公眾的距離，但也改變記者工作常規，報導內容更是衝擊新聞專業意理，影響專業形象，亦影響閱聽眾對於記者之態度與回饋。

## 第二節 網路回饋與新聞從業人員

無論電視新聞台、平面媒體或新聞記者之權威都已經動搖，而閱聽人、消費者（觀眾）成為關鍵角色。華婉伶、臧國仁（2011）指出，新聞記者權威，依賴觀看與評價（收視率）才能確立，衝擊記者對自身工作評價，不復過往知識份子之領導性權威，反而重迎合消費者喜好。第二節從閱聽眾回饋之過去研究理解「回饋」本質，再加入網路回饋模式的討論，並檢視國內新聞媒體其網路平台所給予閱聽人回饋區。

### 一、閱聽人回饋

回饋是一種相反的傳播過程，是由接收者傳遞給傳播者，並藉由口語、非口語或兩者並用來進行，目的是在減少歧見，協助傳播者的角色扮演。（De Fleur & Ball-Rokeach,1982）。回饋是先有訊息傳入，然後產生接收者對訊息的反應、效果及互動溝通，以期接近互動傳播的理想（黃葳威，2004）。若新聞報導作為一種電視新聞記者對閱聽眾的訊息傳入，而閱聽眾產生反應，亦屬於回饋的一環，若要釐清回饋本質，以下節錄《閱聽人與媒體文化》一書梳理過去閱聽人回饋研究演進。

### 一、大眾傳播未出現時期

閱聽人在還沒有大眾傳播文化的時候被視為：根據於、崇拜、學習、享受、恐懼或哀悼等預期效益，在某一特定時段，經由個人自願方式的公共聚集（McQuail,1987）當時可以立即獲知閱聽人的回饋。階級地位高者的回饋更受到重視。

### 二、媒體萬能時期

以媒體效果掛帥，Lasswell 的《世界大戰中的宣傳技巧》，呈現兩次大戰中傳播媒體對宣傳的影響力，閱聽人被視為毫無反抗力的烏合之眾，又被稱為子彈理論（bullet theory）、皮下注射理論（hypodermic-needle theory）。

### 三、媒體有限論時期

1938 年美國哥倫比亞廣播網播出火星人進攻記（The Invasion From Mars）600 萬人收聽，28%的聽眾以為是新聞報導，卻有 50 萬人未受影響，傳播媒體的效果並非萬能，而是因人而異。拉查斯斐 Lazarsfeld 研究 1940 年的美國總統大選，大眾傳播媒體高頻率、大量的宣傳，的確可以激起民眾注意選舉的意願，加強選民的預存立場，但卻不易改變選民態度及立場。



意見領袖形成的兩極傳播，研究者發現人際傳播才是改變、決定投票的關鍵。50年代後期，閱聽人在這個階段的回饋，是透過意見領袖或是民意調查機構等中介途徑傳遞。

#### 四、媒體的使用與滿足

60年代，學者鮑爾（Bauger）發表，〈頑固的閱聽人〉一文認為閱聽人往往因為需要解決問題而積極尋找相關訊息，這代表閱聽人可以扮演主動角色，學者凱茲（Katz）也認為閱聽人使用媒體是否滿足，有其需求的程度。不過回饋仍以間接、延遲的方式傳遞給傳播者。只是閱聽人不再照單全收大眾傳播媒體的內容，而是選擇性的收視或是拒絕收看。

#### 五、結合媒體批評與使用時期

Morley 的閱聽人接收分析，著重閱聽人詮釋訊息的討論，而輕忽訊息來源一端的分析。

隨著時間演進，過去大眾對於傳播媒體的回饋途徑，以間接為多。不過隨著網路時代來臨，加上媒介進步，電視新聞報導會透過網路平台，讓閱聽眾能即時回應。這不僅改變了閱聽眾收視習慣改變，也讓閱聽人「回饋」更加迅速、即時。以上針對傳播效果理論討論，若從傳播模式探討，將傳播過程模式以歷史時間軸統整可知：

一、施蘭姆（Schramm,1954）認為，傳播過程是一種循環。觀眾對於新聞內容品質向電視公司新聞部反應其觀念、建議。同樣的觀眾對於新聞內容的解讀或要求，與其個人背景、人際網路互動均有某些程度的關聯。儘管提出了循環概念，但對於閱聽人的回饋方式認定為被動地拒絕。

二、魏斯理及麥克李恩（Westley & MacLean,1957）修正紐康

（Newcomb,1953）的人際傳播模式。但在這個修正模式中，閱聽大眾需經由扮演守門人或通道的媒體組織獲得訊息，忽略了閱聽大眾由消息來源或環境中獲得眾多訊息。但這部分忽略了自發性的回饋，也不符合現代化、多元化社會的傳播方式。

三、馬茲克（Maletzke,1963）正視接收者的主動性，對傳播者的自發性回饋（接收者對傳播者的主動回饋）。這時期就類似網路閱聽眾對於訊息的選擇，以及自發性的回饋。

四、接收互動角度則以研究說服傳播的學者賴森（Larson）主張，回饋代表訊息接收者解碼後對傳播流程噪音與內容反映自我形象、人格結構、其所屬的團體與社會環境，均影響其對媒體內容的接收程度。

甘寶夫婦從訊息接收者與傳遞者的親疏程度，將回饋方法歸類為三種（Gamble & Gamble,1993:159）1.零回饋（Zero feedback）:接收者對於訊息不予置評。2.有限回饋（limited feedback）:接收者表達回饋，但訊息傳遞者不理會。3.自由回饋（free feedback）:訊息接收者提出表達回饋意見，訊息傳遞者也欣然接受（理想境界）。

希伯特（Hibert,1974）對於接收者回饋曾整理出六個特性，（代表性、間接性、延遲性、累積性、組織性、量化性）。隨著媒體生態發展，出現扣應（call in）熱線、網路連線、到電視台門口抗議等，推翻過去回饋「間接性」的分析。綜上所述回饋研究之演進，假設閱聽眾因為網路興起改變收視習慣，進而將回饋原有的間接性轉為直接，閱聽眾可直接透過網路平台留言，對新聞從業人員的行為、報導加以評斷，新聞媒體工作者直接面臨網友回饋的機會與情境將增加。

## 二、網路提供閱聽眾反饋、主動參與

早期的大眾傳播理論學者多認為大眾傳播是一個「從媒體到廣大受眾的過程」鮮少有回饋的選擇，不過在 Web 2.0 技術興起，以及參與性新聞出現，網路已經被視為交互式媒體。有學者比較樂觀看待，認為網路可以實現多向、多對多的溝通對話（引自 Fürst, Philomen Schönhagen & Bosshart 2015）。新聞記者來回於消息來源及閱聽眾間，運用新聞專業促成兩造互動。Fürst, Philomen Schönhagen & Bosshart（2015）將「中介社會傳播方法」（The Mediated Social Communication Approach）簡稱 MSC。將網路上的媒體傳播視為能與大眾進行協商的過程。如果公眾中的其他參與者對先前的主張做出反應，會受到新聞業的「調解」，這種交流可能變成對話，甚至達成妥協或共識。他的關鍵論點是，公共傳播中的互動性，這不僅是網路媒體跟新技術創造出來，而是大眾傳播的核心特徵。當中的互動性看似增進公眾間的討論，但閱聽眾也會向報導的新聞從業人員發表意見與想法。

從商業獲利來看，越來越多傳統媒體選擇透過網路刊登，作為主要的營利模式。儘管每個媒體的動機、組織規模不同，但主導不同形式與網路結合，像是 BBC，《紐約時報》，《世界報》，《衛報》等撥出更多資源投注在網路媒體。至於傳統電視媒體投入網路的則追溯至 1990 年代末，各家媒體已經意識到網路的強大潛力，開啟編輯室的改造與網路媒體平台的搭建（王淑美，2018）。Picard（2014）探討當前新聞產製模式，面臨不斷變化的環境，究竟是黃昏還是黎明？二十一世紀西方報紙和新聞媒體都面臨的巨大商業挑戰。因為在飽和的市場，觀眾流失又對新聞不太感興趣，新聞組織在競爭中經營獲利減少，甚至是損失。對內，媒體數位化破壞了傳統獲益模式，閱聽眾與廣告商具有強大的支配力，導致媒體企業裁員重組也衝擊傳統新聞企業財富。對外，當新聞報導內容逐漸遭閱聽眾認定自私、狹隘，作者預期新聞產製結構和競爭將劇烈變

化，新聞和信息提供者形式數量會增加，新聞媒體轉而透過其他的實踐方式。

### 三、國內電視新聞媒體之網路新聞平台對於閱聽人回饋

聚焦國內網路環境來看，閱聽眾端使用網路狀況，由財團法人台灣網路資訊中心根據 1067 位受測者電訪統計發表 2019 台灣網路報告，全國上網人數推估已達 2020 萬，整體上網路達 85.6%。調查顯示 12 歲以上個人曾經上網率在 2019 年達到 89.6% 為歷年最高，推估全國上網人數也是突破 2000 萬人。針對台灣整體網路使用狀況，網友透過網路滿足社交、經濟、娛樂、資訊和工具應用需求。其中資訊應用以新聞資訊最多，佔 87.1%，網路學習 79.4%，電子書 39%。儘管這份研究問卷涉略其他應用選項多元，新聞資訊佔近九成資訊應用僅是部分量化結果，但足可見新聞資訊在網路使用中普及。國內電視媒體經營網路平台，給予閱聽人什麼樣的回饋管道，以下將以表格羅列。

根據尼爾森收視率調查公司的資料統計，2019 年 1 到 11 月的各電視新聞台平均收視率，冠軍是中天新聞台 0.57，第二名三立新聞 0.39，TVBS-N 以 0.38 排第三，東森新聞台 0.36 第四，第五名民視新聞台 0.35（王其，2019 年 12 月 9 日）。傳統媒體跨足網路新聞平台後在 Facebook 臉書、YouTube 新聞頻道下方有留言區，本研究統整國內新聞媒體為 2019 年 1-11 月收視率前幾名之電視媒體，其網站經營形式、是否有留言回饋區，以及各平台受關注程度（截至 2019 年 12 月 15 日之追蹤人數）整理如下：

表 1 電視媒體經營網路平台

電視	網路 新聞媒體 (官網網址)	新聞讀者 留言區	Facebook 臉書 粉絲專頁 (可留言)	Youtube 頻道 (可留言)	Youtube 直播 (聊天 室)
東森	<a href="https://news.ebc.net.tw/">https://news.ebc.net.tw/</a>	有 (連結)	<a href="https://www.Facebook.com/news.ebc">https://www.Facebook.com/news.ebc</a>	<a href="https://www.youtube.com/user/n">https://www.youtube.com/user/n</a>	有

	(Alexa 網路流量第 11 名)	Facebook )	<a href="#">bc/</a> (488 萬 6992 人追蹤)	<a href="#">ewsebc</a> (115 萬人訂閱)	
TVBS	<a href="https://www.tvbs.com.tw/">https://www.tvbs.com.tw/</a> (網路流量排名第 29 名)	無	<a href="https://www.Facebook.com/tvbsFacebook/ebook/">https://www.Facebook.com/tvbsFacebook/ebook/</a> (231 萬 5,815 人追蹤)	<a href="https://www.youtube.com/user/TVBS">https://www.youtube.com/user/TVBS</a> (102 萬人訂閱)	有
三立	<a href="https://www.setn.com/">https://www.setn.com/</a> (Alexa 網路流量排名第 10 名)	有 (連結 Facebook )	<a href="https://www.Facebook.com/setnews/">https://www.Facebook.com/setnews/</a> (229 萬 1647 人追蹤)	<a href="https://www.youtube.com/user/setnews159">https://www.youtube.com/user/setnews159</a> (77.9 萬人訂閱)	有
中天	<a href="http://www.ctitv.com.tw/">http://www.ctitv.com.tw/</a>	無	<a href="https://www.Facebook.com/52news/">https://www.Facebook.com/52news/</a> (21 萬 7265 人追蹤)	<a href="https://www.youtube.com/channel/UCpu3bemTQwAU8PqM4kJdoEQ">https://www.youtube.com/channel/UCpu3bemTQwAU8PqM4kJdoEQ</a> (隱藏訂閱人數)	有
民視	<a href="https://www.ftv.com.tw/">https://www.ftv.com.tw/</a>	無	<a href="https://www.Facebook.com/ftvnews53/">https://www.Facebook.com/ftvnews53/</a> (35 萬人追蹤)	<a href="https://www.youtube.com/user/FTVCP">https://www.youtube.com/user/FTVCP</a> (55.6 萬人訂閱)	有

一電 視	<a href="http://www.nexttv.com.tw/">http://www.nexttv.com.tw/</a>	無	<a href="https://www.Facebook.com/NextTV/">https://www.Facebook.com/NextTV/</a> (19 萬人追蹤)	<a href="https://www.youtube.com/user/wnexttv">https://www.youtube.com/user/wnexttv</a> (22.5 萬訂閱)	無
---------	---	---	---	--	---

資料來源；研究者整理

研究者觀察有線台的電視新聞官網，僅東森、三立提供的留言區串連至臉書留言。其餘新聞媒體的官網並沒有網友留言區，但所列媒體皆有 Facebook、YouTube 頻道供網友留言追蹤。當中東森新聞 Facebook 有 488 萬 6992 人追蹤、YouTube 超過 115 萬人訂閱最多。其次是 TVBS 的 Facebook 有 231 萬 5,815 人追蹤、YouTube 102 萬人訂閱次之，緊接著還有三立媒體。研究者觀察越多人關注的新聞媒體，其 Facebook、YouTube 閱聽眾回饋留言與討論度越高。因此本研究找受訪者時，亦參考各家媒體經營網路媒體之規模，若該媒體追蹤人數越多，則可能遭遇的網路負面回饋較多。

TVBS、東森、中天、民視、三立的 YouTube 頻道有「電視直播內容」，閱聽眾能直接打開 YouTube 頻道就可以觀看電視新聞內容，並且在旁邊的聊天室發表留言、發表看法，但聊天內容很快就會被新的訊息蓋掉。本研究聚焦在企業發展網路媒體的同時，閱聽眾能直接透過 Facebook、YouTube 等留言區對記者回饋，倘若回饋帶有侮辱、霸凌等字眼，讓新聞從業人員不僅面對來自工作上的壓力，網路上帶來的負面回饋，對身心衝擊恐怕日漸明顯。



### 第三節新聞從業人員面對網路負面回應感知

#### 一、感知與自我效能

感知或知覺（英語：Perception）是外界刺激作用於感官時，腦對外界的整體的看法和理解，為我們對外界的感官信息進行組織和解釋。在認知科學中，也可看作一組程序，包括獲取、理解、篩選、組織信息。

本研究作為初探研究，對於網路負面回饋，會先理解受訪者感知到了什麼，看到什麼，也什麼反饋？當下的理解、篩選又是如何組織信息？而知覺包含「覺察、分辨、確認」，不僅綜合感官輸入，也受到主觀經驗影響。

Bandura 社會認知理論中自我效能（self-efficacy）指得是個人對其在特定領域中是否能成功地執行或完成任務知能力的綜合性判斷與知覺。若是以電視新聞從業人員對於網路負面回饋之情緒調適來看。自我效能越高，代表越有把握能處理得很好而不會影響到正常的工作發揮。自我效能代表了個人對外部社會因素的認識，高自我效能的電視新聞從業人員，往往更容易把困難任務看成是需要掌握的東西，而不是避開。

網路上的回饋有好有壞，新聞從業人員為何會如此在意負面回饋，從心理學的角度來看，人對負面特徵的關注超過正面特徵是正常的。過去心理學研究顯示，負面的、厭惡的、緊張的信息所喚起得注意程度，高於正面、愉悅的訊息（Lang,1990）。這叫「負面偏向」（negative bias），也稱「負面效能」

（negative effect）。解釋新聞從業人員面對網路回饋時，儘管並非全都是負面回饋，但是人會放大部分負面回饋言論（Rozin Paul & Royzman Edward,2001）。

至於網友為何會在網路留下負面、攻擊性留言？心理學家約翰·蘇勒（John Sule）提出一種網路去抑制效應（Online Disinhibition Effect），不同於

人們在現實生活中面對面的交流，人們在網路中感覺解放，變得更加肆無忌憚，並且更傾向於無視各種社會約束或社交禁忌。造成網路去抑制效應主要是因匿名性、躲在螢幕後的隱形感、抽離感，讓人在網路中產生自我中心的內心投射、忽略權威，進而留下負面內容與留言，這就是造成近年來興起的網路霸凌關鍵之一。而霸凌者不會看到被霸凌者的真實反應，因此也不用擔心遭報應。本研究盼從新聞從業人員的訪談，詢問面臨網路負面回饋時，新聞從業人員會認為這是持續性、惡意的霸凌嗎？

## 二、網路霸凌

霸凌 (bully) 最常見被認是欺負或欺凌、刻意傷害他人的行為，研究指出代表「力量上的不平等」，地位強勢者長時間對處於地位弱勢者，進行身體上或精神上的侵害。挪威學者 Olweus (2003) 認為一個人或群體蓄意以負面行為 (negative action) 意欲傷害他人時，霸凌就成立了。他同時也提出了霸凌條件，分別是 (1) 包含侵略行為或蓄意造成傷害；(2) 重複發生；(3) 牽涉到權力的不平等。後來的學者在此基礎之上又加上兩個條件，即是 (4) 受害者沒有言語或肢體的主動挑釁；(5) 發生在熟悉的社會群體 (social groups) 但霸凌定義延伸至網路霸凌 (cyberbullying) 就不完全符合以上條件。

黃葳威 (2018) 指出網路霸凌與傳統霸凌的差別，網路霸凌常採匿名方式、往往為重度的網路使用者、相關人士不需要在同一空間、形式上可能夠過影音文字圖片等等，影響上在網路迅速蔓延長期存在，回饋更以負面情緒化居多，而且根據 2012 金車教育基金會調查，43% 青少年選擇淡定回應，39% 選擇視而不見、冷處理 (黃葳威，2018)。

施琮仁 (2017) 指出學者一開始視網路霸凌為現實生活中霸凌的延伸，比如說在學校遭到霸凌的學生也可能是網路霸凌的受害者。不過近代研究指出網路具有匿名性、無時空限制、去個人化等特性，加上傳統霸凌與網路霸凌的動機不同，網路霸凌的目的可能是進行霸凌行為本身，而非享受霸凌的後果。過



去探討網路霸凌，聚焦在許多青少年的網路霸凌議題探討，由於網路社群具有即時性、便利性、互動性以及匿名性，使用者可以在網路社群發表自己的言論思想，而且不會受到外界影響。

網路的匿名性讓網友常跟著霸凌者起鬨。當人們享受暢所欲言的權利與自由的同時，這股言論自由效應有時反而成為帶有攻擊性、惡意性言論，使加害人更加毫無忌憚的謾罵，而受害者身心所受到的煎熬相較於傳統霸凌的傷害更加難以撫平，因此近年來網路霸凌的獨特性被區分出來，其表現形式很多，九種霸凌情境包括：

- (一) 重複並且不斷地對其他網友使用言語暴力。
- (二) 重複並且不斷地對特定網友或網絡群體進行杯葛。
- (三) 模仿特定網友外表及行為特徵，並且加以羞辱。
- (四) 把受害人之個人資料（如真實姓名，容貌等）公開，俗稱「起底」、「爆料」，但是有時受害者也會公布加害者之個人資料藉以自我保護，由於牽涉言論自由，犯罪加害者個人隱私保護問題存在爭議。
- (五) 把受害人容貌移花接木至他人相片中，或在這些相片旁加上誹謗性文字，俗稱「P圖」。
- (六) 重複並且不斷地在論壇中以言語用發帖甚至以洗版等方式公開侮辱受害人。
- (七) 重複並且不斷地傷害跟受害人有關的人士與朋友藉以孤立受害者，稱為關係霸凌。
- (八) 使用不同的帳戶及身份攻擊同一名受害人，導致受害人誤以為很多人討厭及攻擊他。
- (九) 匿名誹謗。

黃葳威（2008）曾在《數位時代網路治理》書中將網路霸凌類型分成七類，包括語言霸凌、文字霸凌、文本霸凌、肢體霸凌、關係霸凌、性霸凌、逆

向霸凌。若以平時採訪經驗來說，電視新聞從業人員可能面臨的網路霸凌，多屬網路留言為主的文字霸凌居多。

過去研究探討網路人肉搜索，李惠婷（2010）透過文本分析發現，網路在人肉搜索生成與發展的歷程中，「媒體」扮演了訊息擴散與人肉搜索成敗的關鍵角色。在許多人肉搜索成功案例中，「知名論壇」是事件擴散的主要引爆媒介；而經由眾多個人部落格與社群網站的資訊傳播，媒體再加以追蹤報導，使事件更加渲染擴散。最後，也由於大眾媒體從網路論壇的訊息挖掘與報導，引發社會大眾的廣泛注意，強化了網友們後續人肉搜索的動機。儘管媒體作為強化人肉搜索的因素之一，也知曉網路霸凌與人肉搜索帶來的衝擊影響，卻也可能成為網路負面回饋或被人肉搜索的對象。

本文根據歐盟對於網路霸凌的界定，凡透過數位科技使特定人士感到不安，不論基於有意或是無意，皆屬網路霸凌。檢視新聞從業人員面對網友透過網路社群、新聞平台的檢視與評論，當中確實有可能遭遇惡意、重複、敵意的言論回應時，其情況接近網路霸凌情境，新聞從業人員恐怕也得面臨，過去被網路霸凌者所承受的疾苦。

宋宥賢（2018）指出許多研究證實網路霸凌會對受凌者造成憂鬱症狀，他引用 Wang, Nansel, & Iannotti（2011）研究指出，遭受網路霸凌的學生更容易出現憂鬱症狀、或是物質濫用與自殺意念等（Kowalski et al., 2014）。此外，學生遭受網路霸凌後，對於學業上的投入程度下降，導致課業越來越差（Kowalski, & Limber, 2013）。而 Crosslin 與 Crosslin（2014）的研究更指出，網路霸凌會影響受凌者的現實生活人際狀況，受凌者往往在網路世界受到攻擊後，會對自我及人際關係產生疑惑，進而影響其在真實生活中，不太信任他人或不太願意與他人互動、甚至還可能出現社會退縮之狀況。

網路霸凌跳過時空限制以及匿名性等，這些皆會讓相關傷害行為與訊息等被無限制地傳播、同時，受霸凌者也會因無法自主控制網路訊息的傳播與留

存，導致網路霸凌之傷害性更為擴大。新聞記者若長時間面對網路負面留言，擔心無法自主控制的網路訊息繼續散播留存，長期下來對工作上的影響勢必會更加顯著。綜上所述，本研究想了解，當電視新聞從業人員面對外界（網路評論）負面評價時，遭網路負面回饋攻擊記者如何應對與情緒調適方式。假設情節嚴重至網路霸凌等負面回應時，記者身心如何調適？



## 第四節 網路負面回饋之情緒調適

新聞從業人員面對媒體環境變遷後，面對網友負面回饋難免會產生情緒。這種影響並非如我們所想像的急遽變化，而是潛移默化的，情緒調適就是其中一種過程。研究者在工作場域所見，若遭遇網友對於新聞負面回饋，記者會產生憤怒、悲傷以及無力感，急於向網友辯解，而心中又試著安撫自己別介意網友的一言一行，此歷程及應對方式若從情緒調適（emotion regulation）來探討，能緊扣記者面臨網路言論時其應對能力。

### 一、情緒

首先，到底何謂情緒（emotion）？歷程從心理學著作中對於情緒文獻整理可知情緒是動態且多層次概念，至少包含四個元素：認知評估（cognitive appraisal）、生理反應、表情動作以及主觀經驗（subjective experience）（梁庚辰，2018）示意圖如下：

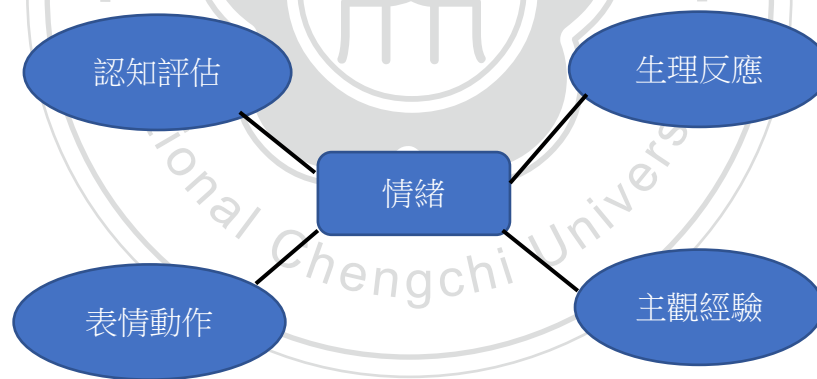


圖 5 情緒四元素

若以 Susan Nolen-Hoeksema 等人編著的《心理學導論（二版）》（危芷芬譯，2015）對於情緒的定義來看，則引用 Lazarus（1999）將情緒分文六個成份。情緒由某個人與環境關係所引起的，同樣包含 認知評估（cognitive appraisal）、主觀經驗（subjective experience）、自主神經系統（autonomic nervous system）也就是前述的生理反應、臉部肌肉活動（facial muscle

movements) 是前述表情動作，還有思考-行動傾向 (thought and action tendencies)、對情緒的反應 (responses to emotion)。

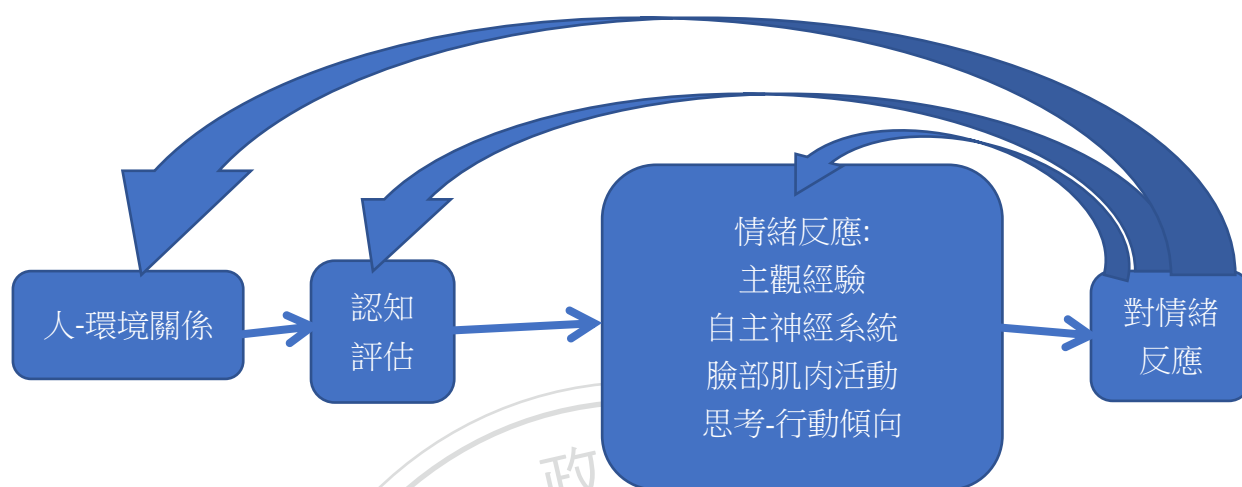


圖 6 情緒六成分

依情緒的價性 (valence) 維度，情緒可以粗略分成為正向與負向情緒兩類。當中「認知評估」代表個體面臨外界刺激時，會有意或無意，對刺激進行一系列的評估，凡是被判斷為有助於個體達成動機、信念目標之刺激或環境者，會產生正向情緒 (如:快樂、愛、驚喜等等)。但反之若刺激或環境會阻礙或違背個人遂行動機、信念或目標者，便會引發負面的情緒反應 (如:恐懼、悲傷、憤怒等等)。

常見的負向情緒包括「憤怒」跟「悲傷」。憤怒經常伴隨恐懼甚至有攻擊傾向。但如果察覺跟注意自己憤怒的感受，能幫助個體調整、壓抑與控制自己的反應重新評估情境，而設想能避免憤怒言語或行為的方法。至於悲傷是一種「喪失」的情緒反應，其功能包括疼痛、迴避以及求助 (Kalat & Shiota, 2011, 引自梁庚辰, 2018)。認知評估會影響情緒的方向跟強度，但評估結果並非不能改變，轉換角度思考，對刺激進行積極正向的再評估，是調節情緒相當重要的策略，因此，心理學家研究面對外在刺激時調節情緒的能力。

## 二、情緒調適能力

Saarni (1999) 認為情緒能力 (emotional competence) 是一種在社交關係中能掌握自我效能表現形式的能力。Gross & Thompson (2007) 認為情緒調整就是個體透過運用替代、轉換、減弱、抑制等方式處理自我負向情緒，達成個人目標的內在、外在的歷程，並在社會規範中達成良好的適應。換句話說，當個人期待並相信自己在行為或認知上能有效的抒發負面情緒，具有強烈信念相信自己有能力去操作行動達成特定之行為時，負面情緒調適應當可以發揮其功效 (施雅薇，2004)。

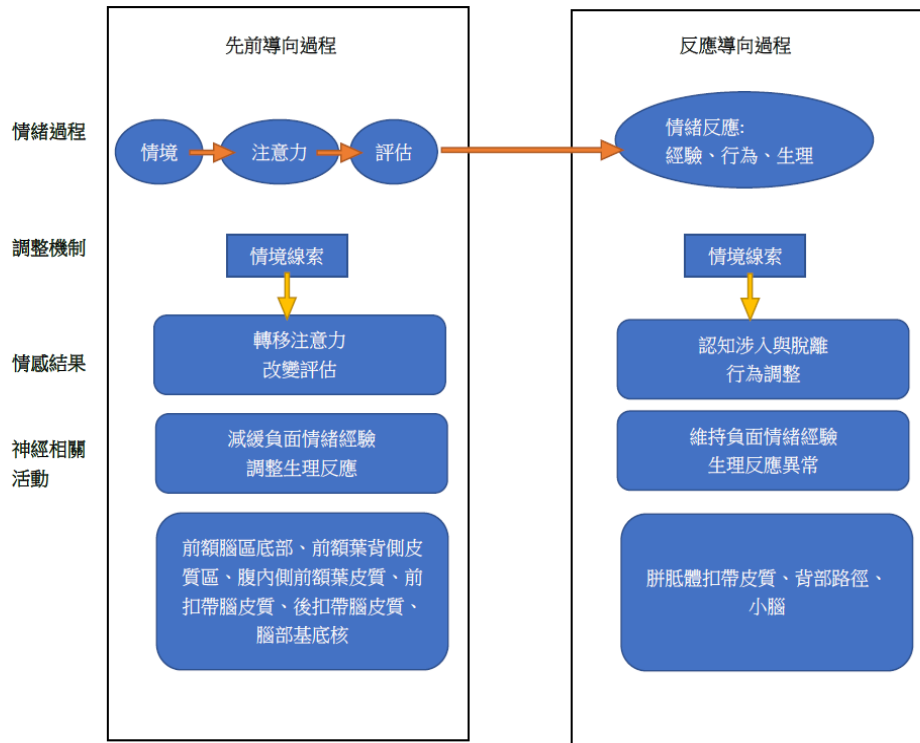
對應本研究主題，網路興起後改變電視新聞媒體常規、衝擊新聞專業意理、改變了閱聽人回饋，進而漸漸的影響電視新聞從業人員，心理產生微妙的變化，情緒調整便是其中的過程。

黃葳威 (2012) 在其著作《數位時代資訊素養》中，整理學者從反應導向、先前導向來探討情緒調整，而這項能力透過直接或間接的社會化歷程習得。以社會文化層面觀察，情緒過程、調整策略、情感結果分層來看，先前導向的的情緒調整能力的情緒過程來自情境線索，包括情境、察覺、辨識，並導致主觀經歷、行為生理機制，帶來轉移注意力、改變評估的結果。至於反應導向過程則如前述情緒構成的要素來看，反應包括經驗、行為、生理反應等，其情緒結果帶有「認知涉入」。

借用至本研究主題，電視新聞從業人員面對網路負面回饋，若將先前導向視為是在情緒尚未出現之前，進行的情緒調整，而反應導向則在情緒產生之後進行調整。應用在新聞從業人員看到網路負面回饋情境中，其首先出現的生理反應與情緒，就是先前導向過程。至於反應導向則代表新聞從業人員感知到網路負面回饋後，其可能產生的反應與行為調整。



表 2 先前導向與反應導向情緒調整



資料來源：Mauss, I.B., Bunge, S.A., & Gross, J.J. (2007)；黃葳威 (2009)

學者薩霓 (Saarni, 1999) 在其著作中《情緒能力發展》說明情緒調整所具備的 8 項能力。

- (一) 意識到個體的情緒狀態。
- (二) 能夠根據情景和表達線索來辨別他人的情緒。
- (三) 有能力使用常見的情感和表達詞彙，理解情境與個人角色形成，以明白所處社會文化的情緒腳本。
- (四) 理解他人情緒。具有同理心。
- (五) 意識到內在情緒狀態不需要與外在表現相對應的能力，也能自我表現策略中考慮到這一點。
- (六) 通過自我調節來適應厭惡或痛苦情緒的能力 (例如“抗壓性”)
- (七) 意識到關係的結構或性質，分辨相處之道。
- (八) 情感自我效能的能力: 接受自己的情緒體驗，具備處理情緒的能

力。

此外，Folkman & Lazarus（1988）曾透過「情緒調整方式的因素與實例調查表」整理出個體面臨情緒的調整方式：

- （一） 正視因應方式：在心情低落時，能否找到情緒受干擾的主因。
- （二） 遠離：當察覺特定人事物會干擾我們情緒，能否在情緒未被引爆之前，先避開可能的起因。
- （三） 自我控制：是情緒控制我們，或是我們控制情緒？
- （四） 尋求社會支持：是否可以從旁人或親友途徑，抒發心情？
- （五） 接受責任：情緒干擾的當事人能否面對困擾進行調整
- （六） 逃避-迴避：究竟是逃避問題？或避開困擾？
- （七） 有計畫解決問題：當事人能否有條理的處理問題？
- （八） 積極重新評估：在解決問題後，能否記起教訓作為往後面的參與模式。

以該脈絡設計研究問題，訪談業界內的新聞從業人員，在面對網路負面訊息時，情緒上調節的策略，能釐清第一線的從業人員，採取什麼樣的策略與應對方式，本文關注在情緒調適，將從深度訪談中理解第一線從業人員的對於網路負面回饋之情緒調整策略與看法。



## 第五節 電視新聞從業人員身心狀況與負面回饋

### 一、電視新聞從業人員身心健康狀況

劉昌德（2008）指出，台灣媒體工作條件日益惡化，主要面臨工時變長、媒體倒閉、歇業、轉讓等工作權缺乏保障的打擊。賴若函（2010）曾談討新聞工作者的職災類型，發現高工時、高勞動強度，讓新聞工作者面臨，包括蓄意攻擊、意外傷害、通勤災害、天災以及腕穴道症候群六種外在職災，也討論內在健康損害，包括過勞死、精神官能症、類 PTSD 症候群以及腫瘤癌症等四類。發現內在精神壓力比外在風險職災嚴重性高，壓力來自競爭激烈的職場，有新聞工作者每到了交稿時間就會出現焦躁不安、暴怒、暴食等躁鬱症或內分泌失調的前兆。或者在遭遇某種極度創傷性的事件後，心理出現類 PTSD 的危害。上述這些風險缺乏安全預防機制，現行職災法規的保障程度低，讓記者面對職災法規補償，態度多半「看得到、吃不到」甚至是不敢要。

黃秀卿（2007）曾進行新聞記者工作壓力與身心健康調查，研究結果發現，記者對工作付出多，但所獲得的回饋卻很少，工作帶給的壓力也很大；倦怠感嚴重，且惡化情況也很嚴重，甚至不認為當記者社會地位高。當中有新聞記者出現精神疾病，包括憂鬱、躁鬱、倦怠等等症狀，顯示部分記者有憂鬱傾向。壓力源於「找獨家」、「長官要求作假」、「不停供稿」這三大狀況，而未來三大風險就是「身體越來越差」、「對新聞不再有熱誠」、「婚姻狀況越來越差」。且憂鬱和健康有正相關，當憂鬱情況越來越糟，健康就越來越差；壓力也和憂鬱呈現正相關，顯示壓力越大憂鬱指數越高。更指出有線電視台記者，疾病比例比無線電視和報社高；有線電視記者倦怠情況較嚴重，尤其是收視較高的幾家媒體最嚴重。至於有憂鬱傾向的，分數最高、憂鬱情況最嚴重的，也正好是 2006 年有線電視新聞台收視率最高的媒體，而排行第二到第五名，也都是 24 小時有線電視新聞台。且有線電視憂鬱情況比無線報社嚴重，可見有線電視台

記者其工作壓力對身心健康造成影響有多大。

許書維（2010）探討新聞記者在採訪災難新聞後所可能受到的心理創傷反應分為衝擊自我、同理痛楚、失落、轉變等四大類型。當中轉變項目包含冷淡感、負向陰影、恐懼感、情感聯繫，發現研究所以以上學歷者之轉變感受高於大專學歷者、已婚者高於未婚者、採訪次數高者轉變感受高於採訪次數低者。

Willnat, Weaver, & Choi（2013）調查三十一個國家兩萬九千名記者後發現記者對工作不滿意，工作自由度低，因為缺乏在線新聞時代所需的多媒體技能而感到焦慮挫折。

當網路已經成為記者重要的消息來源，在大量的網路訊息當中，記者資訊超載也容易形成資訊焦慮，因為新聞記者本身同時身兼資訊需求與生產者，其個人資訊焦慮的產生與其影響守門行為的情形應該被重視。黃柏堯（2010）認為，守門行為中，記者面對網路大量的資訊時，所產生的資訊焦慮。這種資訊焦慮的影響取決於個人，可能促使記者更進一步篩選有用的資訊帶到觀眾前，也可能造成新聞資訊忽略、未經證實等負面影響。

高工時、高勞動強度、缺乏多媒體技能、大量網路訊息等過去被研究認為造成記者倦怠、焦慮、甚至產生心理疾病的原因之一。而面臨網路上的負面回應，電視新聞記者，作為公眾人物、半公眾人物、或是非公眾人物，皆面對與承受來自網路回饋的壓力，但這部分的心理狀況，過去鮮少有相關研究討論。

## 二、來自網路負面回饋留言

陳靜君、陶振超（2018）對於網路新聞討論區（news comment sections）是否影響人們對新聞評論探討。他們首先對於「不文明」定義整理出過去研究者認為不文明具有四項特徵：

- （一） 冒犯性（offensive）言論。破壞、不遵守社會規範，導致冒犯性言論。
- （二） 無謂的（gratuitous）言論。發言中沒有加入任何實質意義的字

詞。

(三) 針對性的言論。發言有特定目標，通常是與自己立場相反者

(四) 負面攻擊言論。關注與自己立場相反的缺點。

黃茗冠（2014）曾針對網路新聞留言的不禮貌語言行為研究，他提到，網路語言是電腦輔助溝通（computer-mediated communication）的產物，整理過去研究，Wallace（1999）發現電腦輔助溝通時，人們較常表達不同的態度跟意見。人們在網路溝通由於媒介限制比較冷漠，沒一般社會互動中常見的禮貌。

網路留言為何如此惡意？心理學家約翰·蘇勒（John Suler）提出一種網路去抑制效應（Online Disinhibition Effect），不同於人們在現實生活中面對面的交流，人們在網路中感覺解放，變得更加肆無忌憚，並且更傾向於無視各種社會約束或社交禁忌，而這樣的效應極有可能發展出網路霸凌。

Neurauter-Kessels（2011）發現有網友會刻意、定期針對網路平面媒體在報導下方的留言區，寫下對記者的攻擊言論，他檢視了衛報網路版 Guardian Online、泰晤士報網路版 Times Online、每日電訊報 Telegraph Online 的網站，其回饋區（Have-your-say）遭受網友言論攻擊，不禮貌的言語經常威脅記者權威、信譽和可信賴性。

綜上所述，高工時、高勞動強度的新聞工作，過去研究已顯示讓電視新聞從業人員產生倦怠感、憂鬱等問題。倘若面臨網路時代，新聞專業意理、閱聽人回饋方式改變等外在環境因素，新聞從業人員面對網路負面回饋的機會大幅提升，其造成的身心壓力以及情緒調適如何，將會是本篇研究重點。

## 第三章 研究方法

本研究主要關注電視新聞從業人員面對網路負面回饋時，其所採取的策略與情緒調適能力。研究問題從過往經驗探問，進而讓受訪者回想網路負面回饋之情境與情緒經驗。採用深度訪談的質性研究法為主，關注電視新聞從業人員在網路時代遭遇網友檢視與評論甚至是負面回應時，電視新聞從業人員心境、行動上如何調適？本章節將進一步說明研究方法以及研究對象案例。

### 第一節 深度訪談法

過去對於新聞從業人員面對網路負面回饋之相關文獻少，本研究作為初探性研究，若以情緒調適能力剖析，必須先釐清工作情境中，何時會遭遇網路負面回饋的壓力？有察覺這股壓力存在嗎？是否會影響情緒？又以什麼樣的情緒能力去調節？再詢問新聞從業人員遭遇網友評論檢視時，其心境、行動上如何調適。

深度訪談法著重受訪者個人的經驗陳述、藉由問答、對話了解受訪者的想法與行為。深度訪談是一種研究性的交談，創造一個情境讓研究者透過溝通、聆聽與觀察，與被研究者共同建構社會現象的本質（潘淑滿，2004）。林金定，嚴嘉楓，陳美花（2005）認為質性訪談是社會科學研究中，最廣泛運用的收集資料的方法之一，主要著重於受訪者個人的感受、生活與經驗的陳述，藉著與受訪者彼此的對話，研究者得以獲得、了解及解釋受訪者個人對社會事實的認知。深度訪談目的在於透析訪談的真正內幕、真實意涵、衝擊影響、未來發展以及解決之道（萬文隆，2004），本身要融入情境但又不能失去客觀性。

質化訪談是訪談者與受訪者之間的互動，訪談者有概略性的探究計畫，包括要包含的主題，但並不是一套必須使用特定字眼的特定順序提問的題目

（Earl Babbie，林秀雲譯，2016）。本研究參考李慶芳（2012）所整理「質性

資料」分析的方法從「訪談、逐字稿、意義單元、受訪者文本、研究者文本、研究發現」的資料分析之步驟，逐步發展出有洞見的研究發現。分析流程如下：

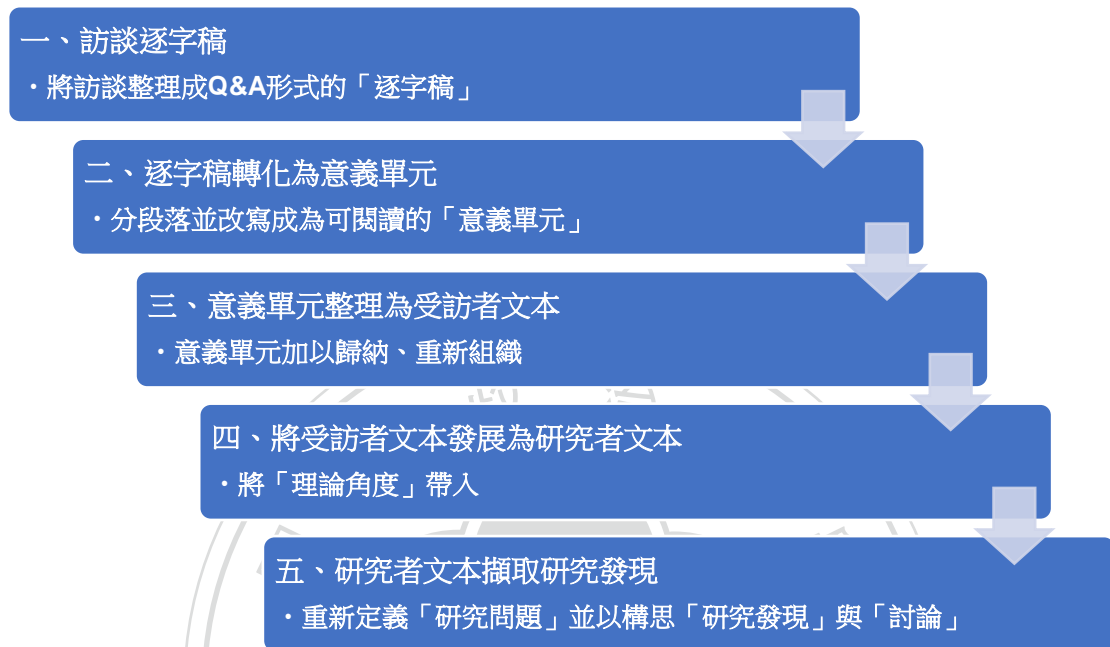


圖 7 參照李慶芳（2012）質性資料分析

本研究依訪問大綱逐一訪談後，計畫將資料整理成「逐字稿」，再分段落將逐字稿內容整理後，轉化為「意義單元」。第三步將意義單元整理成「受訪者文本」也就是重新組織逐字稿文本，舉例來說，若第一部分新聞從業人員遭遇網路負面回饋情景，則將受訪者提及的情境中，是否有特定網路平台、報導內容、遭網友負面回饋形式，接著深入詢問該情境下感知與情緒調適過程。第四步驟再將以上受訪者內容發展為研究者文本，也就是將文獻探討所提及的「理論角度」帶入，例如：受訪者對於網路負面言論時情緒調適，與 Folkman & Lazarus（1988）調查出的調整方式（正視因應方式、遠離、自我控制、尋求社會支持、接受責任、逃避、有計畫解決問題、積極重新評估）是否有相符之處？最後依受訪者回答內容歸納，擷取研究發現、論點及討論。

本研究蒐集資料的方式主要為深度訪談法的「半結構訪談」，又被稱為引導式訪談。為研究者利用較寬廣的研究問題作為訪談的依據，以引導訪談進行（胡幼慧，1996）目前尚未有以情緒觀點探討新聞從業人員對於網路負面回饋、應對處理等等文獻，本研究透過立意抽樣選取最適合研究目的的受訪者。其可信賴性方面，深度訪談只要透過立意抽樣等方法，找到符合研究目的、研究對象的人，並且能依照深度訪談的程序執行，就具有可信性。





## 第二節 訪談大綱

從文獻探討分析新聞環境因新聞專業意理、閱聽人回饋方式改變，讓電視新聞從業人員面臨網路回饋越來越多。本研究訪談的網路負面回饋，主要針對新聞從業人員「報導產製新聞影音、採訪、連線」等影像，經網路如 Facebook、YouTube、PTT、Dcard 等數個網路平台播送或轉發後，讓網友檢視、留言回饋，造成電視新聞從業人員情緒反應、處理策略之探討。

Bainbridge (1989) 認為在深度訪談中，採非結構性的訪談較適合，開放性的問句可依個案不同情況，調整訪談的技巧，探討個案所提及的想法，澄清並追問遺漏的觀點 (范麗娟, 1994)。

訪談大綱設計則先請新聞從業人員回想過去工作經驗中，什麼樣的情境、頻率會得知網路回饋？又是在那些網路留言平台？是否曾經試想什麼樣的環境因素導致網路回饋增加？接著第二部分再從中釐清，面對網路負面回饋時情境與頻率。第三部分則針對感知、網路霸凌以及影響的身心狀況訪談。第四部份則緊扣情緒調適能力，理解新聞從業人員的情緒以及處理方式。最後第五部分則詢問電視新聞媒體對於網路負面回饋，是否曾給予什麼協助作為。

討論主題

訪談問題

---

第一部分：電視新聞從業人員  
面對網路回饋

1. 請問您過去採訪報導經驗中，是否曾經去察看網友給予的回饋？頻率如何？
2. 請描述是在哪個網路新聞平台得知回饋？跟過去的回饋平台有何差異？

3. 請問您在怎麼樣的情境，會去查看到這些回饋？
  4. 曾思考網路負面回饋與媒體專業意理改變或閱聽人回饋方式改變等原因導致嗎？或另有其他可能的原因？
- 

第二部分：網路「負面」回饋

1. 可否描述一下網路回饋當中有好有壞？而負面的回饋會讓你比較在意嗎？
  2. 請描述當時受網友負面言論回饋的情況？為何會收到網路負面回饋？
  3. 發生類似的網路負面回饋的頻率如何？
- 

第三部分 網路負面回饋之感知、網路霸凌、身心影響

1. 請問您遭遇網路負面回饋時，您覺得如何？
2. 你覺得網路負面回饋，對您來說代表的意涵為何？
3. 你會認為這樣的回饋是惡意的、重複的、敵意的行為，以使人受到傷害的網路霸凌嗎？為什麼？
4. 網路負面回饋會對您身心、工作倦怠造成影響嗎？請描述一下影響程度。

第四部分：新聞從業人員遭遇  
網路負面言論時情緒調適？

將學者薩霓（Saarni,1999）統整出的情緒能力，以新聞從業人員遭遇負面網路回饋的情境帶入，設計提問內容。（如下）

情緒能力	面對網路負面回饋情境
1.情緒察覺：意識到個體的情緒狀態。	1.請問當您面對網路負面回饋時，意識到什麼情緒？無奈、憤怒、悲傷...
2.辨識外界情緒：能夠根據情景和表達線索來辨別他人的情緒。	2.能否從網路負面回饋中辨別他人的情緒？
3.情緒知識：有能力使用常見的情感和表達詞彙，理解情境與個人角色形成，以明白所處社會文化的情緒腳本。	3.請問您是否知曉目前您在這情境下的個人角色？
4.理解他人情緒：具有同理心	4.請問您能否理解對方（網友）情緒？
5.情緒表達：意識到內在情緒狀態不需要與外在表現相對應的能力，選擇合宜的情緒表達策略。	5.請描述您用什麼情緒去回應？內在情緒狀態與外在表達？
6.情緒調整策略：通過自我調節來適應厭惡或痛苦情緒的能力（例如“抗壓性”）	6.請問您如何自我調節這方面情緒？
7.情緒溝通：意識到關係的結構或性質，分辨相處之道。	7.請問您意識到關係的結構或性質，試著與網友溝通嗎？
8.情緒效能：情感自我效能的能力	8.對於網路負面回饋，具備情緒處理能力如

---

力:接受自己的情緒體驗，具備  
處理情緒的能力

何？

---

第四部份：新聞從業人員遭遇  
網路負面言論時，其處理情緒  
的調整方式？

以 Folkman & Lazarus (1988) 調查出的情  
緒調整方式，設計訪談內容如下：

1. 正視因應方式：在心情低落時，能否找到情緒受干擾的主因。
2. 遠離：當察覺特定人事物會干擾我們情緒，能否在情緒未被引爆之前，先避開可能的起因。
3. 自我控制：是情緒控制我們，或是我們控制情緒？
4. 尋求社會支持：是否可以從旁人或親友途徑，抒發心情？
5. 接受責任：情緒干擾的當事人能否面對困擾進行調整
6. 逃避-迴避：究竟是逃避問題？或避開困擾？
7. 有計畫解決問題：當事人能否有條理的處理問題？
8. 積極重新評估：在解決問題後，能否記起教訓作為往後面的參與模式。

- 
- 第五部分：電視新聞從業人員 1.請問您所屬的媒體組織，當新聞從業人員  
所屬組織對於網路評論之因應 遭受網路負面回饋時，是否曾給予協助？
- 2.電視新聞媒體平日是否對該議題，曾給予  
提點與建議？
- 

由於訪談問題涉及受訪者過去採訪經驗，故訪談前研究者先把本研究主旨與受訪者溝通，並提供訪談大綱，使受訪對象在受訪前有充裕時間準備，以提供比較詳盡的研究資料。



### 第三節 研究對象

本研究透過立意抽樣方式找尋適合研究目的之受訪者。以電視媒體同時發展網路平台的規模，從訂閱、追蹤人數來判斷，東森 Facebook 有大約 488 萬人追蹤、YouTube 頻道 115 萬人排名第一。TVBS 的 Facebook 約 231 萬人追蹤、YouTube 約 102 萬訂閱；三立 Facebook 約 229 萬人追蹤、YouTube 近 78 萬人訂閱，緊追在後，其他包括中天、民視以及壹電視的網路平台亦有流量，將以網路平台規模，做為尋找訪談對象數量以及比例參考。因此 TVBS 跟東森新聞各有三位受訪，民視二位，中天、三立、壹電視各找一位，以半結構訪談讓受訪者說出真實想法，約訪十一位新聞從業人員進行深度訪談。

近十年網路發達，多數記者入行時就已碰上網路回饋環境，為比較電視新聞從業人員過去與現今的差異，原預計找尋資深記者（年資十年以上）訪談，但業界中符合年資十年、仍在線路上跑新聞的同業太少，多半資深記者都已經轉主管職、或離開第一線的採訪工作。因此本研究礙於現實考量，僅約訪三位資深記者訪談。至於男女比例則估計入行新聞從業人員的男女比例來規劃，共有七女四男作為訪談對象。

#### 一、受訪對象背景

表 3 受訪對象列表

代號	性別	入行年資	任職單位	目前負責業務、主跑線路	訪談地點/時間
A	男	約 17 年	TVBS	社會組主管、記者	2020/3/23 咖啡廳/約 1 小時



B	男	約 6 年	東森	黨政線記者、兼播 主播	2020/4/29 公司辦公室/約 1 小時
C	女	約 8 年	中天	社會線記者、兼播 主播	2020/3/14 義式餐廳/ 約 1 小時
D	女	約 8 年	壹電視	生活線代班主管、 兼播主播	2020/3/16 超商座位 區/1 小時
E	女	約 5 年	東森	專題記者、兼播主 播	2020/3/18 公司辦公 室/約 30 分鐘
F	女	約 17 年	TVBS	大陸組記者	2020/4/7 咖啡廳/約 1.5 小時
G	男	約 20 年	東森	大陸組記者	2020/5/8 視訊訪問/約 2 小時
H	男	約 3 年	民視	社會組記者、兼播 主播	2020/5/18 速食店/1 小時
I	女	約 2 年	民視	生活線記者	2020/5/8 咖啡廳/約 2 小時

J	女	約 7 年	三立	生活線記者	2020/4/25 速食店/約 1 小時
K	女	約 6 年	TVBS	黨政線記者	2020/7/5 視訊訪問 1 小時

深度訪談目的是要了解個案主觀經驗。訪談者藉著面對面語言交談，引發對方提供一些資料或表達他對某項事物的意見與看法（范麗娟，1994）。正式訪談時，本研究皆徵得受訪者同意全程錄音，建立詳實的訪談內容以利後續資料統整。訪談結束後，將所有錄音檔聽打轉換成逐字稿，確保受訪者資料完整，以便後續分析。



## 第四章 研究資料分析

本研究經由與電視新聞從業人員深度訪談所取得的資料，了解新聞實務場域中，面對網路負面回饋時感知與情緒調節之真實情況。本章共分為四節，第一節了解電視新聞從業人員查看網路回饋與平台；第二節為釐清遭網路負面回饋的情境，請受訪者回想其過去經驗之情境。第三節理解面對網路負面回饋時，電視新聞從業人員感知上以及身心狀態上是否因為網路負面回饋而受到影響、對於網路霸凌之看法。而第四節則討論處理網路負面回饋中，自我效能、情緒調適能力，並詢問所屬電視新聞媒體有無對於網路負面回饋現象給予協助及建議。

### 第一節 電視新聞從業人員面對網路回饋

#### 一、 電視新聞從業人員面對網路回饋

邱彥瑜（2017）指出社群媒體的互動性，讓記者與公眾之間的專業距離消失，轉為「對話」關係。訪談中發現電視新聞從業人員，平時上網瀏覽網頁時皆曾看過網友會對於新聞內容給予回饋，正如受訪者 B、C 所言，此現象相當普遍。

（網友回饋）其實還滿多人的，有些網友會看到一些新聞之後，可能會在留言版上或是說一些媒體報導裡面會提到說，他看了這個新聞的一些想法。有正面的、也有負面的，也有更積極一點的網友可能會來你臉書留言。（受訪者 B）

只要是社群平台都可能有與網友互動到的狀況下，都可能會有網路回饋。（受訪者 C）

但查看網友回饋並非電視新聞從業人員上網主要目的，除非新聞內容具有爭議，如受訪者 A、D、J 表示會查看留言，但不會每一則新聞留言都去看：

我查看網路回饋的留言頻率很低，不會每一條新聞都要去看，我覺得社會新聞很多就是，是非對錯還滿明顯的，那種就不用去看，我覺得如果是有後續性或是有爭議性的，我才會去看。(受訪者 A)

我會挑特定議題去看，比較爭議性的議題的話一定要去看。  
(受訪者 D)

沒有固定去查看的習慣耶，如果新聞可能有爭議、或是我想跟別人分享，我才會去找 YouTube，順便看留言。(受訪者 J)

爭議題材情況不太相同，請受訪者細談爭議性內容包括，該事件具有後續發展空間，或是該議題引起兩派網友爭論，才會引起受訪者好奇查看留言。受訪者 J 提到，當他想要把新聞影音分享給朋友時會順便看留言，但他平時主動關注網路留言的頻率並不高。受訪者 F 也提到：「頻率的話沒有很常吧，可能頂多就是兩、三個禮拜（看一次）。」受訪者 E 則是擔心新聞影音好看程度去查看網路回饋：「我有時會去看新聞作品的迴響，但不會每一則都看，可能對這一則有一些疑慮，比方說我怕自己（新聞）做得不好看，或是覺得裡有需要修改，我就會特別去搜一下（網路上的新聞影音）。」而受訪者 E 舉例曾處理一則議題與題材，是為了瞭解網友反應才去關注網友給的回饋：

我記得有做一個幸福肥的新聞，影片除了上傳 YouTube，還有

Facebook，那時候原本想說，這次題材會不會滿無聊的，然後就後來發現那則新聞，網友的迴響很大。（受訪者 E）

曾遭遇大批網友透過網路言論攻擊的受訪者 K 則表示，對於查看網友回應頻率視情況而定。倘若該題材用心製作，會期待能收到正面回饋，但萬一處理題材可能遭遇網友負面回饋，則會刻意不會查看網友留言，避免影響心情。

我不會到每一則留言都看，但是如果今天我很重視很用心做這條新聞，我就會去看，但有些東西（報導內容）出去知道一定會被罵，我就不會看。（受訪者 K）

受訪者較少「主動」觀看網友回饋，如受訪者 B、F 是由他人提醒才會去看：「聽到有人說你的新聞怎麼樣時候，你才會上去看一下究竟是發生什麼事？就是有人跟我說你的新聞在網路上，我才會去看。」受訪者 B：「應該是有人提醒我，我才會去看啦，基本上我會去看點閱數，看這條新聞有多少人看，留言就可能就過去看一下，也沒有特別想看。」受訪者 C 表示會「被動」看到留言「我其實現在比較不會去看我的新聞下方的留言。」受訪者解釋不想去看留言與過去經歷有關，曾在 PTT 上看到自己製作的新聞被分享後，網友在下方留言表達負面的意見，以至於之後除非必要，否則不會刻意去看新聞網路留言。

我不大會把我的新聞分享在我的頁面上，或是分享在外面，所以在我的新聞下面去謾罵，這種狀況是沒有真的那麼多，但是可能會有一些時候是被分享到 PTT 裡面，那你去滑底下的留言，其實多多少少還是會有...大概只有在 PTT 這種你會看到自

己的新聞被評論。(受訪者 C)

年資 20 年的受訪者 G 則不會去察看網路回饋，因為他認為網路上充斥著網軍：「當網路世界越來越發達，還有網軍充斥的時候，我就已經不看網路留言了，因為我覺得網路留言是多餘的，稱讚你，會稱讚，但罵你的話你不能太介意，如果你太介意了，你就踏不出去。」他解釋，同樣是受到過去經驗影響，他所屬大陸組常處理兩岸新聞時常碰上網軍留言，他認為網路回饋沒有參考價值。過去在兩岸關係良好時他會關注雙方網友互動，但 2016 年之後由於過量網軍活動讓他對於網路回饋感到厭倦。

我覺得大概 2016 年從小英（總統蔡英文）上來之後，大概我就已經不再看網路留言跟評論了，因那時候兩岸的網軍已經開始衝刺了，你不管做什麼大陸的新聞，一定有人有意見，不管你說什麼，都一定有網友去罵。(受訪者 G)

相較於過去新聞影音播出僅侷限於電視，年資超過 15 年的受訪者 A、F、G 三位受訪者談到，近年來電視影音新聞因為媒體企業逐漸發展網路新聞而被上傳，或是以新聞直播方式呈現，記者「被迫」面對網路新聞回饋越來越多。

跟以前跑新聞的感覺差很大，因為現在網路講話都不用負責任。(受訪者 A)

可能也跟他們收視習慣有關係，以前觀眾看電視，然後對著電視罵、現在就在網路上各種批評，然後各種平臺也多了，所以越來越多人能在網路上留言表達意見。(受訪者 F)



我 2000 年開始跑新聞的時候，也會受到影響。他可能會打電話來抗議或是按鈴控告都有。但我覺得時代不同，來自的壓力不一樣。2010 年以前大概 2008 年左右我們的壓力來自於公司，公司的要求是非常嚴格、嚴厲的。現在來自公司的壓力沒這麼大，現在的壓力來自網路，來自於外頭，但我就覺得很好笑，這種壓力（來自網路的壓力）是自己給自己壓力，只要發薪水的人不罵你，幹嘛在意別人看法。（受訪者 G）

資深記者如受訪者 A、F、G 皆表示過去採訪後製作電視新聞時，根本不會太過在意網路回饋，可如今刊載新聞的網路平台太多了，縱使不主動去查看網路回饋，也難免還是會看到網路上留言內容。受訪者 I、H 則表示，網友留言內容較多針對新聞內容，而非是記者個人。

網友通常留言也不會是針對我們記者本人，他們是針對新聞內容去做討論。（受訪者 I）

網友會針對那條新聞的內容去做評論，而不是說都針對記者本人去作評論，除非有一些東西比較有爭議的。例如說可能新聞標題下錯標或打錯字，或是記者念錯字，那網友就會特別挑出來，因為這些錯誤很明顯，他們當然會特別挑出來。（受訪者 H）

當大量的影音新聞透過網路刊載後，電視新聞記者與報導內容更直接獲得網友的關注與回饋。但受訪者由於過去觀看到網路負面留言經驗不佳，導致不

常主動關注網路回饋。研究者進而細問並好奇受訪者們過去採訪經驗中，在那些網路平台常「被動」面臨網路回饋。

## 二、 電視新聞從業人員查看網路回饋平台

受訪者在訪談中提到的網路回饋來自各種網路平台不盡相同。透過表格統整如下：

表 4 受訪者觀看網路回饋主要平台

受訪者	觀看網友回饋之網路平台
A	PTT、YouTube 影音下方留言區、YouTube 直播聊天室、臉書 Facebook 留言
B	YouTube 影音下方留言區、YouTube 直播聊天室、臉書 Facebook 留言、臉書 Facebook 直播
C	PTT、YouTube 影音下方留言區、YouTube 直播聊天室、臉書 Facebook 留言
D	YouTube 影音下方留言區、臉書 Facebook 留言
E	YouTube 影音下方留言區、YouTube 直播聊天室、臉書 Facebook 留言、臉書 Facebook 直播
F	PTT、無名小站、部落格、YouTube 影音下方留言區、YouTube 直播聊天室、Dcard、臉書 Facebook 留言、臉書 Facebook 直播
G	臉書 Facebook 留言、微博
H	YouTube 影音下方留言區
I	YouTube 影音下方留言區、臉書 Facebook 留言
J	YouTube 影音下方留言區、臉書 Facebook 留言
L	PTT、YouTube 影音下方留言區、臉書 Facebook 留言

資料來源：研究者整理

從訪談中可知，最多受訪者觀看到網友給予回饋熱區為：YouTube 影音下

方留言區（有 10 名受訪者提到）、YouTube 的直播聊天室（有 5 名受訪者提到）、臉書 Facebook 留言（有 10 名受訪者提到）討論，是受訪者過去採訪經驗中，比較容易觀看到網友留言回饋的平台。如受訪者 K 表示：「我會看 YouTube 下面的留言，是那種剪輯好影片下方留言區。」此外受訪者 A、B、E、D 提到：

我看 YouTube（留言回饋）吧，因為現在新聞都上 YouTube 比較多啊，可是真的很少看，除非真的，我自己覺得可能是一個重大新聞。（受訪者 A）

YouTube 每則影片下方就有留言板，就有一些留言處，就有網友給你可能會寫些意見。針對新聞或是做這個記者的表現，會給你一些評論。（受訪者 B）

因為如果以平臺來講的話，因為新聞已經有兩種形態，一種是臉書粉絲頁，新聞台本身的粉絲頁網友會有一些回饋，然後另一個部分就是 YouTube 平台，但網友回應多半都是較少的，因為 YouTube 得訂閱，還是要看部份受眾，他有可能都會是比較年輕一點的（觀眾），才會在 YouTube 上面留言。（受訪者 D）

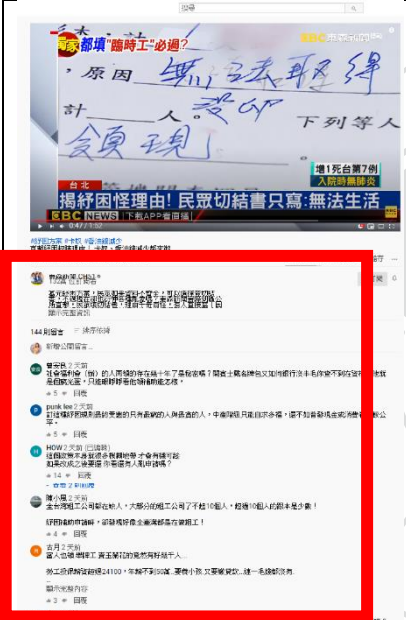

有時在 YouTube 會看到網路回饋不會特別去看，但有時候會想要看一下。（受訪者 E）

至 2020 年 5 月為止，電視台新聞影音會「同步」透過 YouTube 直播的有線台電視新聞媒體，包括 TVBS、東森、三立、中天、民視這五家，至於壹電

視則無 YouTube 直播（截至 2020 年 7 月）。而受訪者 F 提到在 YouTube 新聞直播留言室常看到網友回饋：「我在支援五十六台的節目是主持新聞大白話，有 YouTube 上會有直播的，然後下面就會有 YouTube 聊天室，然後聊天室就會有一些網友講一些什麼，有的沒有的這樣。」

本研究受訪者所待電視新聞台皆有 YouTube 新聞頻道，其中網友留言形式可以分為兩種，一種是在「新聞影片」下方的留言區。而另一種則是「新聞直播」旁的聊天室。

表 5 YouTube 影片留言區與直播室

YouTube 新聞影片 留言區	YouTube 新聞直播 旁的聊天室
	

資料來源：摘自 2020 年 6 月東森新聞 YouTube 頻道

除了 YouTube 直播聊天室，臉書平台也有新聞直播，受訪者 E 提到過去透過臉書報導社會新聞時，就時常被網友留言回覆認為記者「重複說相同內容」

譬如說什麼社會突發事件就要準備(臉書)現場直播，可是直播一開，你不是連三分鐘，要講很長，可是案情大概就是只有這樣，所以就是會把它講長一點撐場，網友可能從一開始就進來聽就會覺得你講過了，想要聽別的。(受訪者 E)

受訪者所待電視新聞媒體皆有經營 Facebook 粉絲團，受訪時所提及的網路留言回饋，以 TVBS 新聞網為例，其臉書的影音新聞留言區，指報導下方的回覆留言，至於 Facebook 直播旁聊天室屬不定時的新聞現場以直播的方式進行報導，網友可同時留言，且文字將永久保存在留言串當中。

表 6 Facebook 留言區與直播影音留言區

Facebook 影音新聞留言區

Facebook 直播影音留言區

資料來源：截自 2020 年 6 月 9 日 TVBS Facebook



### 三、電視新聞從業人員負面網路回饋情境

網路回饋在受訪者記憶中以負面內容居多，從心理學的角度來看，人對負面特徵的關注超過正面特徵是正常的，此為「負面偏向」(negative bias)，也稱「負面效能」(negative effect) 電視新聞從業人員查看網路回饋較容易注意到網路平台對於新聞內容、或記者本身「負面」回饋。

受訪者 F 提到：「當新聞透過網路直播時，網友可能直接在留言串會罵什麼去死、狗屁、政府的傳聲筒、或是情緒性的字眼都會有的」而受訪者 G：

「他就是故意噁心你，用一些很骯髒的話來干擾你。」受訪者 D 表示：「網民對新聞台要求很高，你絕不容許出錯，但當你做一個錯誤的判斷，他們就會開始批評你。」報導內容涉及政治立場也會遭網友針對，如受訪者 B：「就是說你這個記者是韓粉啊，或是說你是假韓粉，有時候記者會被一些無端的政治語言攻擊。」不過受訪者 B 坦言當這類負面詞語看久了，漸漸不這麼在意。

至於受訪者 C 因所待電視台與網友立場不同也常挨罵：「比如說我現在中天，(網友)它很容易就會去攻擊你。」至於受訪者 J 說平時觀看其他新聞頻道、或是網路上的新聞影音直播時，就能感受到網友不友善的回應。

我就看臉書下面有一些留言，有些人就說「記者就是愛作秀。」或是罵說「記者，不意外。」之類的話。(受訪者 J)

當進一步詢問，遭遇網路「負面回饋」頻率，受訪者回答分歧，受訪者 E 覺得頻率不太高。受訪者 J 則認為發生頻率不太一定，要看題材，比如說黨政新聞記者就很容易遭遇負面回饋，跟主跑黨政新聞的受訪者 B 所提及的頻率高：「假如說一個禮拜上班五天，應該有三四天就會被噏。」

本章節從訪談內容中整理出幾種遭遇的網路負面回饋情境，可發現網友透過網路回饋時，會針對的幾個項目包括：採訪形式、直播現場記者提問、工作



流程、開稿方向、電視台立場、黨政報導題材、連線技巧、主播記者外型身材。皆可能成為網路負面回饋的情境之一。

### (一) 採訪形式

受訪者 A、E 採訪新聞當事人家屬時，儘管採訪現場已取得對方同意，新聞播出之後仍難免遭網友質疑「記者打擾受害者家屬」而遭受網路負面回饋。受訪者 A 解釋，採訪現場都有再三確認受訪者意願，非刻意打擾，若遭網友詬病、批評，受訪者 A 並不想再跟網友多做解釋。

我覺得這種批評一定會有，但是你回他又能怎麼樣？家屬如果願意在受訪的情況之下，我覺得我站得住腳，因為家屬願意受訪的話，但如果（網友）說你打擾的話，（網友）你如果代表當事人家屬，我可以接受，但是你就不是家屬啊，你只是網友。（受訪者 A）

網友可能會覺得說這些比較負面的新聞，你為什麼要一直報，然後，或者是採訪到受害者家屬的時候，（網友）他們可能會覺得說，你幹嘛要再去觸碰人家的傷口。（受訪者 E）

因打擾家屬遭網友批評多為社會組記者，受訪者 E 說，儘管一開始看到這類留言，會感受到驚訝與難過，但很快她就會消化網路壓力，也不會因此讓他放棄工作，不會造成他太大壓力。

不會有壓力，如果他覺得我在戳別人傷痛的話，那可能在問被害人家屬、死者家屬的時候，你的問題可能會比較小心一點，可是也不會因為她這樣一講，我就不去找我該訪的人（受訪者

E)

部分受訪者無奈網友並不知採訪「真實」情況，卻透過新聞影片檢視記者的採訪行為進而批評之現象。受訪者 J 僅僅穿防護衣露臉報導，就遭網友截圖公審痛批他浪費醫療資源，但實際上該名記者並非浪費醫療資源，而是為了呈現影音新聞，在經過醫師允許且沒有浪費之虞下，才穿上防護衣示意畫面。

做一則新聞 ST，受訪醫生好心借了一件防護衣來穿，結果新聞播出之後，被前議員截圖 PO 在他的臉書粉絲團抨擊「這名記者是也確診了嗎？」、「現在醫療資源這麼缺乏，他怎麼會穿上防護衣，因為她穿了防護衣，那件衣服就得丟掉。然後還批評「這種時期記者還出作秀。」看到當下就覺得莫名其妙，我就立刻問了借我裝備的那個受訪者，確認那件防護衣很簡陋，他們也沒有在穿，確定沒有害醫護人員說醫療器材被浪費掉。

(受訪者 J)

網友不清楚採訪過程會留言攻擊。其中若新聞畫面涉及偷拍直擊時，也會遭網友攻擊「記者偷拍當事人未事先徵求對方同意」，受訪者 D 省思其採訪方式是否有值得改進的地方。

媒體一直在說所謂的公眾利益，但我覺得公眾利益也要符合一些法律的要件，條件是你做這件事情的時候，比如說你偷拍符合公眾利益嗎，也許這個議題是，但對你偷拍的個人，他可能不是一個公眾人物，也不是代表那家公司，那你等於是去侵犯他的時候，還能叫公眾利益去作拍攝嗎？(受訪者 D)

偷拍直擊的新聞題材向來涉及隱私問題，儘管題材涉及公共利益，受訪者 D 認為記者面臨長官要求完成報導時，必須考慮到電視新聞呈現方式，倘若透過偷拍直擊去呈現新聞題材，網友就有可能給予負面回饋。

## (二) 直播現場記者提問方式

記者採訪（守門）後剪輯重點報導影音新聞播送之外，各大新聞現場也會以網路直播方式呈現，讓現場全貌展現在網友眼前。本研究期間正逢 2020 年初 COVID-19 新冠病毒肆虐全球之際，1 月 22 日至 6 月 7 日，衛生福利部每日都會召開「中央流行疫情指揮中心記者會」連續 140 天共 167 場記者會（截至 6 月 7 日）向國人陳述最新疫情狀況。不僅供各大電視台記者，在這段期間前往指揮中心記者會現場提問，現場亦提供直播讓各家媒體轉載直播。因此本篇研究進行訪談時，部分電視新聞記者提到，在記者會直播中提問，時常被網友檢視「記者提問」甚至遭網友言論攻擊。



圖 8 中央流行疫情指揮中心直播聊天內容（截自 YouTube 衛生福利部）

圖片為 2020 年 6 月 7 日記者會網路直播，研究者所在媒體工作單位正好派研究者本人去現場提問「公司為了新聞需求提問的議題」結果本研究者一問完，右邊網友留言立刻留言「哪台記者」「垃圾記者」、「無聊記者」、「問這好鳥」「記者腦子都裝什麼」等等謾罵字眼。

此外，值得一提的是，2020 年 3 月 17 日中央流行疫情指揮中記者會上，

中國時報媒體記者提問，質疑台灣透過控制每天篩檢量，讓確診數不會增加，這名記者提問：「指揮中心是否企圖營造醫療假象？」此舉讓大量網友在直播中的聊天室直接開罵，要求公布該記者姓名、肉搜記者、該媒體向陳時中部長道歉。受訪者 C 所待的電視台為中天新聞，與中國時報、中視同為旺中集團，他談到同事常在記者會現場直播時，遭遇網路負面回饋而備感壓力。

你從最近指揮中心的記者會，也可以看到中天新聞發問什麼問題，網友就會要中天記者閉嘴，不只是中天記者，其他記者發問也會被罵。我覺得就是一個最奇怪的地方，如果記者會上你不發問，誰來告訴你們真相，像那也許網友覺得其他問題比較好，你有專業度，是跟我們一樣守在現場的嗎？（受訪者 C）

受訪者 A、I 儘管沒去過中央流行疫情指揮中心記者會，但在 YouTube 直播中旁邊的討論串，常看到網友攻擊記者「問題很爛、這記者沒有做功課、肉搜記者」等字眼，讓他們直言網友很可怕。

我每次看到，指揮中心記者會 YouTube 新聞直播的時候，下面一大堆討論串的時候。我覺得我會覺得這人很可怕，但就是沒有辦法約束他們之下。我就會選擇刷（螢幕）刷刷刷過去就好了，不用看。（受訪者 A）

疾管署記者會直播，他們（網友）就開始評斷記者發問 OK 不 OK，我就覺得「他們是腦子，有問題嗎？」如果你不清楚（記者）這個行業，你就不要去批評這件事情。（受訪者 I）

當中受訪者 I 更坦言，擔心到了現場，可能會因為怕被網友攻擊而不敢發問，但身為記者有監督政府之責，如今面對來自網友的壓力，反而讓監督責任弱化：

假設我今天被派去疾管署，我會不敢問問題，因為你會覺得說，我今天只是隨便就不小心一個口氣不好。可是我沒有口氣不好。可能他講過的問題（回答）我聽不懂嘛，或他回答的東西不是我要的。我當然再問一次，那你為什麼不讓我再問一次呢？而且我報導就是要給你們了解的嘛，為何每次需要媒體，就拜託媒體監督、不需要媒體就把他罵得臭頭。（受訪者 I）

不僅中央流行疫情指揮中心記者會，其他議題的直播現場亦讓記者也坦言壓力很大，如受訪者 B 所言：「現在不一樣，就是你一到現場，網友他們就開始『釘』（攻擊）你，假如說你低頭，他們（網友）可能你不認真，如果你笑一下，也可能被攻擊。」

記者的新聞專業遭受質疑，網友甚至會直接在留言空間點名記者姓名。受訪者 B 曾參與另一場國防部直播的記者會，提到：「舉例我上個禮拜到國防部記者會，我（直播中）就問部長關於懲處的問題，結果馬上旁邊就有留言板就有網友說：『XX（記者名）又來了』他覺得我問的問題很瞎。」可見網路直播興起後，對於第一線的採訪記者而言，提問方式因為新聞現場直播而被網友關注的頻率增加，帶來的負面回饋情境。

### （三）工作流程

電視新聞從業人員因為採訪時間短，追求快速、即時新聞，若查證不周延，播出新聞畫面後遭網友質疑其新聞品質。受訪者 A：「網友他們也不清楚我們的篇幅有限，我們的採訪時間這麼短。」受訪者 C、J 提到，記者下班還得花力氣



時間去調閱監視器或是蒐集素材，但這些辛苦網友非但看不見，還認為記者工作輕鬆。

確實他們不知道我們的工作流程，我覺得我們的工作跟其他人比起來，相對來講神秘很多。他們（網友）其實看到我們鏡頭前面，但不知道我們後面努力，就像一則監視器怎麼可能要調一整個下午、一整天。對他們來來講，他們看到的就是只有那一分四十秒（新聞影音），他們不覺得那是一個需要我們費那麼多精力去拿到的東西，一般民眾他們也不在乎這些，因為跟他們的生活差太遠了，除非當他真正遇到自己的事情的時候他才會：「哦，原來記者是這樣……。」（受訪者 C）

很多網友會覺得記者很好當，好像從網路上搜尋資料就可以了，但其實我們記者會去包裝他、求證他，也是會花很多心思，但網友卻感覺不到。（受訪者 J）

此情況與劉蕙苓（2014）所提及數位匯流導致新聞產製改變有關。記者依賴網路快速取得資訊，影響新聞組織以及新聞工作者常規，讓觀眾偶爾看到缺乏查證、看圖說故事的影音新聞，難免主觀認為所有的電視新聞記者都缺乏新聞專業及品質。

#### （四）新聞議題內容、開稿方向

受訪者也反覆提到電視編輯台或長官開稿方向，容易遭致網有負面回饋。如受訪者 I 所言：「他們就會針對一些議題一直罵啊，不一定是罵那一則，就是有固定的網友會去留言。」受訪者 A 提及，採訪前公司編輯台、長官要求的開稿方向可能過於單一、偏頗，但身為基層記者，又不得服從開稿方向報導：



「有時候就是還有一個壓力。有可能是因為你的主管覺得說他們報稿的時候可能就是這樣子，就是要單拉出這個角度，所以記者一定得完成指定的任務。」受訪者 A 提到一則「吸毒人口僅需寫悔過書即可輕判」但實際上，符合輕判條件不僅寫悔過書，還有其他配告，結果該新聞一出立刻遭網友批評。

有一次我們主管，看到報紙寫說什麼說只要寫悔過書就可不用坐牢或什麼的。但是其實就是一個政策，就不是那麼簡單的幾個字講完。然後說，可以寫悔過書就可以不用坐牢了，就可以取得緩起訴。我們就只有單拉出這個點報導，新聞出來就是難免會有網友會批評，就被說：「怎麼可能這麼簡單？記者沒有做功課。」其實還有其他的內容沒提，可是因為我們的新聞篇幅其實是蠻有限，但是我們也不可能把法務部所有政策全部都套進來……儘管我還是有帶進去稿子，可是從標題來看的話，你就會認為說就是寫悔過書以後就可吸毒，然後就緩起訴，那當然就是不是只有網友會覺得說，記者這樣子很膚淺、甚至在推動這個政策的法務部的人或者是檢察官覺得說 這個記者在很沒 sense (受訪者 A)

受訪者 D 因為是生活組記者，比較常面臨消費性題材遭遇網友質疑是「業配」實際上是記者經過評估、認為該題材具有報導價值進而張羅，卻被解讀帶有其他目的與意圖。

比較常遇到的是消費性題目，很多網民可能會他們對新聞操作的不知道的時候，會覺得說「這業配吧、記者有收錢。」，你會覺得這個部分是有點傷。有時候你只是一個新奇的東西，或

是發現一些科技的小物，或者是消費類型優惠。那難免會有一些比較軟性題材跟你生活相關的時候，但淪為被網友視為「可能是一種置入性行銷」實際上，可能是我們好不容易約好的、或好不容易凹到了然後拍了一則很用心的新聞，就是網友他們不瞭解我們產製流程，你會覺得（網友）他們到底是什麼原因，想要去給予這些比較負面的評論（受訪者 D）

受訪者 A、J 認為網友不清楚電視新聞產製流程，每一則出門採訪的稿子都必須經過電視台長官、編輯台開會，因此才會在認為該篇報導方向全由記者決定，而在網路上批評、攻擊記者。受訪者 J 提及大選期間黨政新聞網路上討論聲量大，也讓電視新聞從業人員背負很大的壓力，尤其長官會要求短時間處理新聞，卻也因此時常面臨來自網路的負面回饋。

之前總統大選的時候，因為電視台立場可能要去攻擊某個候選人對手，可那個被攻擊的點只是一個爆料，沒有被求證過，但是我們在很短的時間內可能也查證不到什麼東西，卻要把它寫出來，就會很擔心會被告、或是遭到粉絲攻擊。那是比較為難跟無奈的地方（受訪者 J）。

主跑兩岸新聞的受訪者 G：「當然後面還可能有其他的因素影響，像是公司編輯台要的方向，都可能會有影響。」但他認為公司發薪水給記者，即使感受到壓力處理新聞，仍得聽從長官指示完成報導。

當你兩岸關係不好的時候，你站在台灣立場寫大陸的東西，基本上你就會感受到政府的壓力，他可能會藉由你的公司跟長官

給你一個方向，畢竟你是拿人薪水去做這個事情，所以你多多少少還是會受到一些影響。(受訪者 G)

#### (五) 特定題材：黨政、兩岸新聞

「我覺得政黨類（新聞）的批評會比較多一點啦。」受訪者 B、D、F 在訪談中多次提到，報導黨政類的新聞容易遭遇網路負面回饋攻擊。

如果政黨議題的攻擊性就不一定，政黨議題的攻擊性就非常強。(受訪者 D)

本身是黨政記者的受訪者 B 認為，多數民眾是針對新聞內容的評論，而非記者個人。

政治新聞立場其實還滿壁壘分明，尤其我們在處理政治新聞的時候，很多觀眾的立場跟你這條的方向跟看法是不太一樣的，他就會在那邊留言討論說，這個記者。這個人啊 有沒有立場，或是說你今天採訪的這個人。假如這民眾是比較綠的話，你採訪藍的人，他可能就會劈哩啪啦罵一堆。所以有時候政治新聞的留言板，其實蠻精彩的，不見得針對記者個人，他可能也針對你的受訪者還有整個、政治議題 (受訪者 B)

因為黨政新聞的立場就很明顯，就是你今天開導設定的方向就是立場，有些觀眾就會想要來雞蛋挑骨頭、來砸場的。討論的很熱烈，尤其他可能本來不是電視台觀眾，但他可能也會跑來噏個兩句 (受訪者 B)

記者在下筆時的角度，也常被觀眾檢視，尤其報導內容涉及黨派等題材，若不符合部分觀眾期待，可能就會遭遇網有負面回饋。受訪者 B 回憶 2019 跑總統大選時：「看你同一條新聞，如果你做不到韓粉所要的期待的內容，或是同一條新聞，網友會批評你的新聞……就是說你這個記者是韓粉啊，或是說你是假韓粉。有時候記者會被一些無端的政治語言攻擊。」而受訪者 K 同為黨政線也表示：「我覺得在選舉的時候最明顯，就是有時候我在講藍的，綠的網友不爽，或我會講綠的，網友聽的不爽，就會罵我在講什麼鬼，醜八怪，講不是人話，但同樣的東西，我可能去別的地方講。他們又誇獎說這個（記者）講的真好。」

涉及黨政新聞、或是兩岸議題時，新聞報導容易遭遇網路負面回饋，而受訪者 F 因為長期擔任大陸組記者，所處理的新聞遭遇來自兩岸的網友回饋，若對報導立場有所意見，就會常看到網友批評，當中不僅有寫繁體字也有簡體字留言，他坦言也無法判別這些網友究竟來自哪裡。

然後有一些網友，我也不知道那到底是真的，還假的。就是就用簡體字，你也不知道是大陸人翻牆來看，還是說是台灣人，他們覺得你講的話不 OK，我就故意用簡體字就網路匿名，然後去批評你。（受訪者 F）

受訪者 F，認為自己的報導內容沒有問題，採訪中國大陸當地報導時，儘管不帶入個人主觀想法，但網友特別會去解讀他的立場。

到了大陸組之後，因為你可能過一些東西，就會有一些人覺得你比較「偏紅」有時候做專題報導，會在電視台播也會上傳到官網，然後網友就會說：「你什麼都說大陸好、顯得台灣很不

ok，那你要不要別在臺灣生活，諸如此類批評。」(受訪者 F)

受訪者 G 主跑的兩岸新聞，對於網路負面回饋有感：「我們跑兩岸新聞就要更加敏感，不能因為內心的想法去討好某一方。如果你為了心中想法而偏頗報導的話，可能下次就不用來了。」他認為負面回饋分成兩種，一種是針對新聞上錯誤內容，屬於基本功問題。這種被網友批評他能接受，但另一種批評則是針對新聞內容，比如刻意放大某些內容，也容易被網友針對。

批評有分兩種：一種針對新聞，比如說你講錯字了、形容錯誤了，或是連線的時候講錯了、連線不夠流暢，這都是基本功的問題。如果是這些部分被網友批評我覺得可以接受，應該要虛心接受這種批評是希望你更好；可是有另一種批評是針對新聞內容，網友刻意放大某些內容去故意抹黑你，比方說你根本沒說這個事情，但他認為你新聞就是有隱射或是說你在說別人壞話，這種狀況就比較嚴重，但這種情況根本「說不清、講不明白的」如果網友是要把你的新聞惡意的攻擊你，首先你要問自己，這條新聞是不是假新聞。

## (六) 電視台本身

受訪者 C 在訪談中多次談到，自己因為所待的電視台立場遭網友攻擊。而且在日常生活採訪就能明顯感受到，更表示網友往往對於該台的攻擊皆是直接謾罵，無論採訪主題為何，都會被針對。

現在待的媒體其實就是比較逆風向一點，當然媒體自己本身是有一些他自己的問題，所以我不大會去看反饋，因為我覺得如

果今天我可以在上面看到有意義的回饋的話，我可以做檢討，但大部分我都是沒有意義的，或是說，那個地方本身就有很多的政治色彩跟政治立場上的謾罵化，我就不大會去看（受訪者 C）

比如說你去表明你是某某台記者的話，其實很容易...比如說我現在中天，（網友）它很容易就會去攻擊你，但有些時候他的言論你也不知道怎麼形容，因為它其實就是很單純的謾罵，沒有為什麼的 就是可能「現在還有人在看中天嗎？」或是「中天都報假新聞，類似這一類的」或是「記者智商只有三十」「小時候不讀書，長大來當記者」（受訪者 C）

受訪者 C 曾在 YouTube 另一則新聞留言區，以私人臉書身分發表自身看法，結果網友發現他私人臉書，知道他所屬的電視台後，又是一陣痛罵。

網友很快就點進去我的頁面看就發現我是記者，就開始劈哩啪啦狂罵，狂罵說什麼「原來是中天的大記者來光臨」，然後就一直罵。（受訪者 C）

該電視台常遭網友訕笑、批評的情況，受訪者 D 也有提及：「你從最近指揮中心的記者會，也可以看到中天新聞發問什麼問題，（網路）上面就會要中天記者閉嘴。」電視新聞台本身變成網友攻擊的主因，讓受訪者 C 坦言，待在這間公司做新聞，所承受來自網路負面回饋頻繁發生。

#### （七）連線技巧、播報技巧



回歸電視新聞從業人員本身職能，面對鏡頭的連線技巧更是網友回饋關注焦點。受訪者 I 表示：「曾看過有主播一直吃螺絲，一直吃螺絲，然後他們被網友說，這個主播怎麼播成這樣子。」電視台把新聞畫面在官網或是 YouTube 直播，尤其 YouTube 直播畫面又搭配聊天室，這讓受訪者們能透過留言室直接觀看到網友回饋，受訪者 H 也提到連線片段，被網友關注批評。

有時候會看到網友在我做的新聞，或者是我連線下面回應，例如說，最近有一次就是網友的批評我說「可以找一個會講話的記者來嗎？」就在我連線影片的下面講，主要可能是因為，我當時連線的手講話，就卡卡的，然後網友都可能聽不太懂我在講什麼。(受訪者 H)。

資深的受訪者 A 回憶 2010 年剛從 TVBS 跳槽至壹電視，正逢壹電視開台，當時公司特別替他們記者安排專訪、製作宣傳影片，想打造成「前 TVBS 記者跳槽到壹電視」明星記者架式。

等於是幫公司向能夠拉抬一些曝光什麼的，就那時我也會看到可能人家網路上也會講啊「TVBS 的記者怎麼會過去壹電視？」接下來就討論「有時候他連線會斷掉。」我覺得這也是事實，可能有時候也不一定每一趴都能夠連得很好，但是看了網路留言後多少會覺得說，好像報導上面連結的是說，這個明星記者去了那邊，但下面的會有一些負面的看法。但我也知道，不會每個人都是講你好話的，你難免還是讓人家覺得說，其實你去那邊對這公司是沒有加分的。(受訪者 A)

被網友評價連線能力不足，受訪者 A 會特別去在意留言內容。不過受訪者 A 認為對於網友點名的缺點，他並不認為是攻擊：「的確有時候，沒準備好就連線，或是為了搶快，在跟受訪者一陣追逐後要跑到連線的地方，的確也是很喘。也就當是自己的一個經驗，不必覺得是攻擊。」

受訪者 E 則表示，新聞透過網路直播跟電視台要求的連線長度不同，往往在網路上的連線，被要求要將連線時間拉長，為了讓比較晚進來看直播的網友也聽得懂，因此她會將連線內容重複強調，以更清楚表達，不過看在網友眼中卻認為記者重複內容。

可能會有網友覺得說，你怎麼一直講重複的東西，譬如說我 ABC 地講順序，可能又 BCA 順序跳著講，網友就覺得你這剛講過了？可是我覺得我只是在讓剛加入（直播）的人（網友）進來聽得懂，但有人會覺得你為什麼一直講一樣的東西。我之前會覺得心理有一點受傷，可是久了就覺得還好，就是我只是在做好我的工作。（受訪者 E）

#### （八）外型、人身攻擊

除了連線技巧之外，記者、主播本身外型，有時也會成為網友攻擊的原因之一，受訪者 J：「有一次看到我的連線被放到 YouTube 上面去，當時報導在講口罩上面的物質檢測有沒有超標什麼的，結果就看到下面有網友寫說『這個記者不要脫口罩比較好』就是人身攻擊。」而受訪者 A 表示，曾經看過有記者，因為緋聞事件遭受攻擊、或是因為身材很好被物化等等。但是對於長相的人身攻擊比較少，大都是新聞內容遭到批評的較多。

像是台中的記者到陽明山，只是把溫度計拿來當作是一把尺的

概念去量深度，也被網友拿來攻擊，硬是要說記者無知，或是批評颱風天連線，做淹水 STAND 的記者，被人說是蹲在水中做的假新聞等等。類似這樣的事情，但若定義為人身攻擊，可能也不妥，有時候（網友）可能是可以拿出來討論的事情。

（受訪者 A）

### （九）新聞事件主角以網路回饋

前述 8 種網路負面情境皆為來自素不相識的網友，而依據受訪者描述，遭遇的網路負面回饋也包括「新聞事件主角」以網路抨擊新聞從業人員。該新聞主角可能是一名公眾人物，亦可能是團體。甚至嚴重到變成網路霸凌，第一章曾提過的「立委網路指控記者事件」是受訪者 K 親身經歷，她曾因此遭遇嚴重網路霸凌。緣起於在 2019 年 7 月一場訪問，當時受訪者 K 在一名立委回答私菸案的聯訪中，向立委提問他是否要給時任交通部長的林佳龍壓力。

我就要去問他（立委），說是不是其實你出手力道對交通部更大力是有一點點想要修理林佳龍跟洪慈庸的老公。他回答的時候有點結巴。他就問我這是哪裡聽到的消息，我就說因為有人講說這樣，他就說不要針對有心人放話，那當時這段訪問我也完整放了，因為他中間一直嗯嗯啊啊。我想說這樣 BITE（訪問）會很很長，所以我就把中間剪掉，那些就是吞吞吐吐的地方剪掉。後來新聞出去之後，他（立委）覺得我們在弄他，所以他就把完整東西放到臉書上，直接點名說我惡意剪輯，網友就一直進來砲轟。（受訪者 K）

對於受訪者 K 而言，她當時僅是將立委結巴的影音畫面剪掉，但立委不能

接受，直接在臉書上點名抨擊。受訪者 K 就開始遭遇大量網友負面回饋，網友蜂擁至她個人臉書砲轟：「臉書、IG 都有，也因為我的臉書是私人帳號、然後也到我的公開的個人帳號就是留言，然後一直罵叫我出來打球，後來才知道說，是我要當球被打。」受訪者 K 回想當時採訪後，並沒料想到情況比預料嚴重。而且網友在公開的留言區更有涉及人身攻擊的字眼：「就是有些人在批踢踢上一直罵，罵記者不讀書啊或者是醜八怪都有啊，還有（網友）說什麼他是我大學同學，說我在大學的時候就很糟糕了，就各種（謾罵）都有。」至於受訪者 K 針對該事件的感知與情緒調適，以及反應處理，則待後面章節補充。

此外，受訪者 F 記憶中大約在 2010 年左右曾經撰寫一則有關嘉義縣長張花冠的新聞，結果事後遭對方在網路上發文批評立場不夠中立，坦言當時當第一次感受到網路的壓力。

我有一次印象比較深刻的時候，好像是我跑黨政的時候，好像是 2010 年還是 2011 年時候，那時候我做了一個跟張花冠的新聞，可能是他覺得我做的新聞好像有偏他的對手，所以他的幕僚就在網路上轉發的新聞，就說 TVBS 的記者沒有平衡，就說 TVBS 比較偏藍，什麼什麼的，這件事情我比較有印象。在官網還沒有出現的時候，我記得當時曾經在採訪時遭受訪者發文撻伐，當時有被他（受訪者）批評這樣子，第一次感受到網路的威力（受訪者 F）

擔心受訪對象「事後」會透過網路找麻煩，受訪者 I 採訪前會更加謹慎，透過清楚詳細的採訪目的及方向：「我就怕這樣子（被事後追究），所以我每一次在約什麼時候（訪談時），我一定很清楚的跟對方說清楚說，我要什麼，我要怎麼做，這個新聞走向怎麼走？最後我會再把新聞連結傳給他。」



## 第二節 電視新聞從業人員認為網路負面回饋成因

在 Web 2.0 技術興起後網路已經被視為交互式媒體。當網路負面回饋越來越多，受訪者們又是如何看待成因？本訪談內容統整後可大致歸類出三個成因，分別為：閱聽眾回饋方式跟過往不同、過度依賴網路新聞素材、新聞專業意理改變。

### 一、 網路回饋留言平台改變

傳統電視媒體投入網路的追溯至 1990 年代末（王淑美，2018）當時電視媒體意識到需把資源投入網路，從 2000 年開始電視新聞媒體積極網路發展，不過起步之初，電視新聞從業人員較少感受到太多來自網路壓力。

在 1997 到 2000 年左右，BBS 盛行的年代，許多的新聞，其實 PTT 也會討論到，我 2000 年入行的，那時候網友大多討論的是主播，對於記者比較少討論，可能那個年代，做 STAND 的記者少，電視台連線也不像現在那麼的多元方式的呈現，因此我記得比較多討論的好像都是主播、或是正妹等等。電視新聞影音全上網時代，也是最近幾年才有，以前時代不發達，所以我記得以前遇到（記者在網路上）被抨擊的狀況很少。（受訪者 A）

我在 2003 年左右入行，那個年代的話，做完新聞就是看自己做得怎麼樣，然後看主管怎麼說，然後看其他家怎麼做，就是這樣子，那時候就是把新聞最好播出之後，根本完全不用擔心說網路上有人去轉傳，或是去討論。（受訪者 F）



受訪者 A 直言，在 PTT 還未流行之前，約莫 2000 年以前，電視新聞影音跟文稿很少被貼上網路，因此被抨擊的狀況少見。但直到 PTT 開始活躍後，才開始會關注到網路回饋與網友留言。

到了 2006 年之後，陳水扁家族爆發國務機要費案件、SOGO 禮券案、接下來紅衫軍等等，以及扁家的海角七億，每天一大早開始連線，一直不停的追逐然後到晚上。連線多了，各家記者也都陸續被看見，漸漸的討論記者的條目也多了，再來是網路興起後，開始會把平面的網址貼近去 PTT 內，變成討論串。

(受訪者 A)

受訪者 A 提到 2006 年以後對於新聞探討外，也會有網友開始主動提問，像是哪個記者是否跳槽等等？然後就會有網友開始討論喜歡或是厭惡這個記者等等。直到近 10 年來基於社群網興起後，網站能夠提供訊息傳遞、意見討論、甚至即時傳播性較過去更強，網路成為眾多媒體最佳的傳遞通路。

像我以前有 BBS 的時候、可能跑扁案（陳水扁家庭密帳案，時間為 2008 年爆發至 2011 年高院更一審）的時候，我可能會去看，就是以前還沒有這麼多網路時候，比如說 PTT 可能會看一些（網路回饋），但其他我不會特別去看。(受訪者 A)

PTT 之前是比較大的社交平台，像之前會有一些部落格，比如說痞客邦、無名小站。那時候還有這一些網路留言。之前因為電視影音新聞上傳不普遍，應該也還是有討論，但沒像現在討論這麼多。如果是討論記者的部分，印象中 PTT 的表特版會

有一些討論，但不僅僅是記者可能會有校園美女啊，或是主播等等之類的討論。(受訪者 F)

採訪經驗超過 15 年的受訪者 A、F 皆提到過去在跑新聞時，留意到網友留言主要活躍都在 PTT，其全名為「批踢踢實業坊」是一個臺灣電子布告欄 (BBS)，1995 年推出原本是學術交流與留言性質，截至 2020 年 6 月，在批踢踢實業坊與批踢踢免註冊總人數約 150 萬人，尖峰時段兩站超過 15 萬名使用者同時上線，是使用人次最多的華語網路服務之一 (維基百科，<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E6%89%B9%E8%B8%A2%E8%B8%A2>)。

受訪者 F 表示，2010 年前多數的網路回饋來自 PTT，接著 2010 至 2013 年左右部落格興起，受訪者 F 曾有一則新聞被部落客轉發後，本來重心是在討論新聞內容，但他觀察到底下的留言，突然又轉而攻擊記者。

2010 年前大多在 PTT 看到有關新聞回饋，或是當時曾流行的痞客邦、PC home 的那種就是部落格，上面會轉發，或是會有人會討論，然後你就開始會發現到說你的新聞可能會有一些網友的回饋這樣子，他們有時候也蠻有趣的，就是，比如說，像我可能是什麼部落客好了。我可能轉發 XXX 新聞，但是我轉發 XXX 的新聞，主要我可能需要講這則的內容，並不是批評這一則新聞，可是下面有一些網友的回饋，他可能就是會離題了，可能就會開始針對你這一則新聞的什麼部分，然後去批評、也可能針對你這個人去鎖定記者，說這個記者怎樣怎樣的。(受訪者 F)

訪談中提及的部落格，約莫在 2003 至 2010 年流行，其中最著名的無名小

站其中受訪者 F 所提及的無名小站活躍的時間約為 2004 年會員數達 20 萬人。2005 年正式設立「無名小站股份有限公司」，商業網址取名 wretch。2006 年底宣布併入 Yahoo!奇摩，直到 2013 年關閉。受訪者 F 說過去的網路留言平台空間，以 BBS、PTT 為主，但隨著電視媒體積極經營臉書、YouTube 等等平台後，記者越來越感受到來自網路壓力，受訪者 A 回憶，約莫在 2013 年左右開始在 YouTube 感受到來自網路回饋。

我記得 1996 年開始才開始有手機，然後一直到 2013、2014 年以後才開始，有 Apple 的智慧型手機，所以這些陸陸續續，都近 5 年來才開始有網友會去點你的新聞，然後很多的新聞上架到 YouTube 也是不過 3、4 年左右吧，然後會有這麼多人去看，然後再去留言的人也是最近才開始吧。(受訪者 A)

所以那個時候就沒有網路這麼發達，那時候網路就還是 pc，然後一直到後來，最近五年、十年之內，就是手機才比較發達，大家都習慣用手機上網、行動上網，所以才比較會有那種什麼都透過手機，然後什麼（新聞）你都可以（透過手機）去看這樣子。(受訪者 F)

比如說像是新聞台的官網或是 YouTube，然後 PTT 我以前會去看，但現在比較少了就這樣子，後來的話就是因為新聞會上 YouTube 嘛，或者是說後來 DCARD 也比較普遍，所以才會看到比較多的網友回應。(受訪者 F)

從上述資料亦可見，隨著年資越來越高，受訪者由於過去從 PTT 到部落格

的經驗累積，儘管近 10 年新聞在網路上的回饋以 YouTube 或 Facebook 這兩區活躍，但資深的受訪者，越能坦然面對來自網路的負面回饋。

受訪者訪談中認為，網路負面回饋增加與「閱聽眾回饋方式跟過往不同」有關。受訪者 D：「網路跟開放性等於是把它視為可能電視媒體之上了，因為他們全部速度太快了，假設你是犯錯，（網路回饋）你就是完全無法擋。」受訪者 B、I、H 都提到，由於人人都可以透過電腦、手機上網留言，在網路給予回饋普遍相當即時。

現在網路平臺使用者越來越多了，以前可能就是大學生，或是一些網路使用者也是有，但現在幾乎全民人手一支手機、三歲到八十歲的人會用手機的都可以留言，所以留言會越來越多  
(受訪者 B)

大家的生活習慣。現在全靠網路，然後人手一台手機嘛，他要擷取資訊，他就從手機而來，所以你今天只要做錯一件事情，他就會在網路世界存留。(受訪者 I)

主要就是因為網路和資訊的改變，現在接收訊息太容易了，你看直播什麼，你要接受接收一些新聞的畫面或影像直播，另外主要就是因為這樣吧，然後你覺得這個之外就是網路互動，可以線上馬上給予回饋，媒體互動跟以前單方面的傳播不太一樣。(受訪者 H)

至於受訪者 F 點出，過去觀眾觀看電視新聞，回饋意見始終存在，但以前觀眾並沒有這麼多的管道可以發聲，電視新聞從業人員工作時更不必立即遭遇

到來自網路上觀眾們想法與回饋。

可能以前那個時代大家發聲管道沒有這麼多，觀眾心裡會有聲音，可是沒有這個多管道，就不會被記者看到，這一些意見，應該一直都有，只是能不能有管道被知道而已。(受訪者 F)

網路空間能留存大量新聞作品，記者在網路上的曝光內容若稍有不慎，就有可能就會廣為流傳。該觀點有受訪者 C、E、I 皆提到，電視影音作品一旦掛上網，將永遠流傳。

有一個特別的點是，如果我今天是服務業犯錯，它就是一個文字，他不會永遠被記錄下來，但我們的工作是只要你一出錯，是會永遠留存的，讓我覺得逼自己盡量每一次連線都不能錯，因為你只要一出錯，流傳的十年，從你年輕到頭髮都白了，這個東西還是不斷地在網路上流傳。(受訪者 C)

過去觀眾罵你，你聽不到啊，頂多寫客訴信或是打電話來電視台，那你可能看不到，也可能不會想理他，但現在是，我們幾乎所有作品都攤在網路上給大家看，就是要永遠留存。(受訪者 E)

大家的生活習慣。現在全靠網路，然後人手一台手機嘛，他要擷取資訊，他就從手機而來，所以你今天只要做錯一件事情，他就會在網路世界存留。(受訪者 I)

由於網路具有隨時隨地、無遠弗屆、永久留存的特性，使網路霸凌的影響及傳播力範圍更為複雜及廣泛，並能造成更大更長時間的傷害。受訪者 K 遭遇「立委網路指控記者事件」時，不僅事件當下遭遇網友攻擊，過了一兩個月依舊有網友會針對她：「對就是立委別的東西，在批踢踢上一直流傳，所以可能有些網友一、兩個月後才看到他，就會想到，他就來罵人兩句。」該事件相關討論與報導，在網路上永久存在，讓她難過的是如今搜尋自己的名字，網頁上出現是「假新聞記者」。

我覺得最難過的是，你現在打（網路搜尋）我自己的名字，就會被跟著連結，說那個做假新聞的記者，搜尋我的名字，可能有一些我做的新聞，但是還是有該事件的討論留在 P T T。  
（受訪者 K）

網路影響力快速、範圍廣。受訪者 I 曾報導一則消基會記者會，內容為公布多家餐飲業者使用食材過期，報導當天遭指控的受訪對象，頻透過客訴電話，與製作新聞的記者聯繫，強調被報導後放在網路上之後生意做不下去。

有一次消基會開記者會公告一家餐飲業者的木瓜粉過期，結果新聞播出之後放在網路上，那個老闆娘她一直哭，他隔天打來一直哭，一直哭，一直哭，一直哭，然後就跟我說，網路上新聞報成這樣，我真的活不下去了。我們訂單都被都被怎麼樣了，那時我也不會擔心我被罵，反而是我如果寫錯或是怎麼樣，我會擔心那個人去自殺（受訪者 I）



各大媒體企業主意識到網路即時傳播、匯集人潮等功能，投入人力經營，媒體更加關注網路影音點閱情況。受訪者 A 與 F 為同一間公司，該公司高層主管要求單位主管統計每日的 YouTube 流量：

我們現在工作事項就是，除了採訪新聞之外，每天上班還要統計下面記者新聞，在 YouTube 的流量跟點閱率是多少（受訪者 A）

點閱率的話倒是會看，就是你會看點閱率，也不見得會去看下面的人家回覆什麼。（受訪者 F）

不過，網路留言對於記者的直接影響，也要看電視台專攻網路媒體發展規模，影響記者對於網路回饋的感受，像是民視新聞記者認為 YouTube 頻道網路流量不大，也因此受到網友關注程度不高，如受訪者 I：

我們有直播但是沒有人會看，有些人會在 YouTube 的留言區留言，我們的臉書的（留言）的流量好像沒很多（受訪者 I）

## 二、過度依賴網路素材當作新聞

劉蕙苓（2014）分析當新聞素材蒐集來自網路，改變新聞內部常規，記者將過去常規「路線經營」轉向「話題開發」，過去極為重視的專業守門「重視查證及內容的公共性」在網路素材使用上已經難以適用。組織與組織的互相監看與模仿，市場競爭越來越激烈，讓彼此網搜素材相似。依賴網素材成為常規後，儘管讓電視新聞短時間內贏了收視，卻逐漸失去社會信任。對照本研究的深度訪談內容可知，部分受訪者上網張羅網路素材時，關注到網友負面回饋。

受訪者 A、F 兩人皆表示，過去上 PTT 為了找尋新聞題材，但當時網友對於記者就已經不友善。受訪者 A 說：「以前 PTT 下面的留言，就已經看得到有在罵記者的（留言）啊，不過那是有網友將新聞網站的內容轉貼到 PTT 上，引起網友討論，但也不一定是針對記者啦，就是有可能報導內容也有。我記得我那時候就是上 PTT 主要就是找尋題材，也不會太在意網友在罵什麼。」

即使知道在網路上容易招致網友負面回饋，但礙於新聞工作需要網路蒐集素材，受訪者仍會上網「聯繫網友」。如受訪者 A 表示：「我自己做完新聞之後會要知道網友大概有什麼回饋？或者是說，我想知道說，有沒有新聞事件的關係人去留言，我才會去看相關的留言。」以及受訪者 C 說：「有時候，要去尋求他們影片授權之類的。」對電視新聞從業人員而言，Facebook、YouTube 都是網搜、聯繫新聞畫面授權、找尋採訪對象的管道之一，而觀看到網路回饋，則是順勢觀看到。

大部分是臉書啦，因為我覺得我們很常在找題目，會找新聞的訊息時候。臉書在臺灣的整個速度還是最快，流通的訊息量也很大，所以你一定會看到回饋了。（受訪者 C）

劉蕙苓（2014）研究發現，國內媒體面對新聞編輯產製常規上的變化，無法支付更大的成本來善盡專業守門。讓電視新聞素材內容越來越淺、重感官，掩蓋了新聞倫理以及媒體問責爭議。

說句老實話，我們換個方面想，我們當記者的，有這麼多的東西跟素材以及議題，說實話都是從網路那地方來的，雖然他們很討厭、他們做了很多這方面的事情，但我們確實也是寄生在這樣的訊息上面，而去做我們的工作。所以，除非他已經到達

人身攻擊的地步，不然我可能都還可以認同（網友回應的行為），簡單來講，就是不要讓自己去看了就好。（受訪者 C）

過往研究指出，儘管記者認為社群媒體可以擴展多元影響，但有超過七成記者認為，大量使用社群網路素材會犧牲新聞正確性及降低新聞品質。尤其在網路上充斥著「假新聞」讓受訪者 G 相當有感，他提到隨著兩岸政治情勢變化，對於新聞從業人員報導也有影響，2000 年至 2008 年民進黨執政，當時兩岸交流幾乎停滯，電視媒體中大陸組報導某程度上作為兩岸觀眾的橋樑。

現在的環境跟 2008 年以前我覺得不太一樣，因為那時候沒有網路的環境，所以所謂的假新聞不會太多，基本上就是看我們固定的新聞，你大概可以略知大陸的態度跟台灣的反應。（受訪者 G）

2008 年之後兩岸交流多了，受訪者 G 說關於兩岸的報導又變得活躍，甚至以娛樂新聞居多。一直到 2016 年民進黨再度執政又變了，因為政治環境又變了，政治報導題材又趨向冷淡。

我覺得比起 2008 年，2016 年對我們來講環境更加艱難，因為網路發達假新聞太多，如果你沒有判斷好 你會被帶風向，你會被假新聞的事件給影響到。年輕的記者容易陷進去，待得比較久的記者就知道要查證，因為網路發達所以網路的假新聞特別多，很多消息都是網路帶著媒體去跑，媒體自認自己是新聞人，但其實你已經被假新聞給左右，假新聞是說他會影響到整個未來的局勢變化，會因為這個假新聞去誘導媒體去做這樣的

新聞之後，會影響到整個事件的改變 或是個人命運都有可能。假新聞很可怕，因為這種狀況在整個大陸組的新聞裡面特別多。(受訪者 G)

受訪者 G 認為大陸新聞題材受到假新聞影響，產製出跟事實有出路的新聞報導，比如說 2020 年 2 月份從網路蒐集報導素材，常有大陸媒體報導「武漢肺炎病原體是從實驗室出來」受訪者 G 認為該消息：「就是因為有特定的團體組織去發這樣的假新聞，然後這些特定的媒體或不友善的媒體，就是去報導讓大家去跟（新聞）。」類似這情況引用網路消息來源成了新聞媒體工作常態，讓網友成了公眾意見的代表，記者習慣從網路搜尋資料卻缺乏查證，對科技的依賴反而導致視野的窄化（楊意菁，2011，2013，2015）。劉蕙苓（2014）也指出「看圖說故事」影音新聞，掩飾倫理與新聞專業的爭議。

### 三、新聞專業意理改變

電視新聞環境改變，記者的一言一行在網路上逐一遭檢視，受訪者 B 推測網友批評記者的心態：「可能是(網路)匿名性，就他們不見得是本名或是真的人，他們可能可以躲在網路世界的背後，來當個鍵盤高手，然後對你有些意見上的表達。他們可能覺得滿驕傲的，我可以批評記者。」

記者專業形象日漸消弭，也是許多受訪者所苦惱的。蘇蘅（2018）指出，當社群媒體出現之後，新聞媒體走向社群化傳播，新聞選擇與呈現，都越來越看重報導形式如何吸引觀眾，但「專業」的核心價值卻產生動搖。蘇蘅點出記者的職業的專業性、權威感也因為網路參與文化形成和開放，使其專業權威、職業聲望和新聞是否具有「有償價值」，都出現新的選擇與爭議。

受訪者 K 認為新聞專業意理改變，可從閱聽眾對於記者印象有關：「也許他們對的記者印象是濫權，之前很多的新聞事件，就會讓人家覺得說，記者是一個太過濫權、然後又不做功課的人，(網友)他們存在這樣的印象吧。」對於

報導價值以及專業價值消退，有部分受訪者提及能感知到網友們對於記者的不尊重，常在網路上影音遭網友檢視，如受訪者 B 與 F 所言。

我覺得這時代網友有一點不尊重記者，大家會用顯微鏡來看，記者可能以前在電視，我用放大鏡來看，但現在是用顯微鏡來看，你今天可能在現場採訪的一言一行，都會被放大檢視，比如說，你可能受訪者還沒來。但現場有平臺同步直播現場，有時候你跟同事聊天，他們（網友）覺得你記者不認真、無聊，提問的時候也會被罵。（受訪者 B）。

我覺得現在是，任何專業都會被踐踏的年代，不只是記者，只是因為記者常在鏡頭前可以被看得到，所以常會變成被攻擊的對象，這是無可厚非的，那我們心態就要自己調整過來。（受訪者 F）

Deuze 認為新聞專業意理在遭遇多元文化主義和多媒體環境影響下，媒體對於網路的控制產生改變。當所有人都可以透過網路搜尋近用並散播大量資訊，如果新聞媒體仍執著於傳布速度，其專業價值也被磨蝕。受訪者 J、I、G 提到，電視新聞為了「搶快」將新聞消息透過網路播送出去，其查證工作不夠完備。尤其遭遇網路上假消息時，若沒有善盡查證，很有可能就報導錯誤。

在這麼搶快的情況下難免會出錯，這也是網友最詬病的問題之一，就是查證可能不夠嚴謹之類的，只是想要入行的人太多了，你這個人撐不住還有千千萬萬的人來替補你（受訪者 J）

為什麼以前大家都怕記者，那為什麼現在反而會怕民眾，除了我覺得我網路世代之外，在過去的種種累積下，為了求快可能有錯，為了求快，你沒有做足了這樣的溝通管道，造成得誤會，所以讓大家對記者產生不信任，可是不是記者的問題，是整個媒體文化問題、媒體環境的問題。（受訪者 I）

網路發達造成假新聞太多，如果你沒有判斷好，會被帶風向。你如果會被假新聞的事件給影響到，年輕的記者就會陷進去，而待得比較久的記者就知道要查證，因為網路發達所以網路的假新聞特別多，很多消息都是網路帶著媒體去跑。媒體自認自己是新聞人，但其實你已經被假新聞給左右。而假新聞是會影響到整個未來的局勢變化，這個假新聞去誘導媒體去做這樣的新聞之後，會影響到整個事件的改變或是個人命運都有可能，這個都是假新聞，這個就很可怕，因為這種狀況在整個新聞圈裡面特別多。（受訪者 G）

民眾不再信任大眾媒體的新聞和消息來源，對於新聞媒體的可信度降低，進而影響記者的專業形象，也是部分受訪者推測為何頻頻遭遇網路負面回饋原因之一。



### 第三節 電視新聞從業人員面對網路負面回饋

#### 一、 網路霸凌

本篇定義網路霸凌的定義，引用加拿大學者 Bill Belsey：「一種涉及對信息及通信技術的應用，以支援針對個人或群體進行惡意的、重複的、敵意的行為，以使其他人受到傷害。」以及根據歐盟對於網路霸凌定義為：「凡透過數位科技使特定人士感到不安，不論基於有意或是無意，皆屬於網路霸凌。」本研究受訪者 K 所遭遇「立委網路指控記者事件」時，就曾遭遇網路霸凌：「當時就是面臨嚴重的網路霸凌，然後 IG 也流進各種難聽的留言，但也沒辦法封鎖（網友）。」受訪者 K 回憶事情爆發時，網友肉搜她私人臉書不斷留言。

網友就是會有人一直敲你，然後你可以有時候可能不會這麼快看到，跳出來說但你又不能刪文，不然網友就會在別的地方又來留言說罵說：「怎麼樣，心虛刪文什麼之類的。」那你覺得什麼都不能做，你要開一個地方讓他們罵這樣。（受訪者 K）

受訪者 K 提到當下她將 IG 關掉，但網友仍持續湧進她私人臉書留言。這狀況持續了一個月，當中因為事件內容掛在網路上，部分網友過了一陣子才知道此事轉而到她臉書留言。

至於其他受訪者並不曾遭遇如此嚴重的網路霸凌，對於被問到在網路上針對電視新聞從業人員的言論，是否認為其形式具有持續性、惡意的？如受訪者 A、C、H、G 認為比較偏激的網路回饋，就是網友對記者網路霸凌。

霸凌啊 就是網路霸凌啊，我覺得看看聽聽就算了，不太會去在意。對啊，都沒什麼好話，真的就是一直霸凌記者。（受訪

者 A)

霸凌是一定有的啊，我覺得這是很正常的吧就是，我覺得記者這兩個字，或是這個職業本身，在網友來看，好像去你是掛這個記者，每個人都有權利去評論你，評論你的職業的工作內容之類的。(受訪者 C)

這就是一種網路霸凌啊，我覺得公眾人物真的很難逃網路霸凌這件事情，留言後那些文字就會在那邊，永遠留在那邊。(受訪者 H)

我後來才知道什麼是網路霸凌，當每個記者都算是半個公眾人物，然後你的作品都攤開來給大家看的時候，就會有贊成跟反對，但是很多時候反對很偏頗，甚至視網軍在操作時候，就千萬不要在乎。(受訪者 G)

受訪者 A 更明確表達，雖能理解網友針對記者素質的不滿進行評論，但曾看過有網友刻意去散播一些不利記者的對比圖，以及散播仇恨言論，他認為網友就是在霸凌記者。

我不懂說是我們的，現在記者素質不夠好，真的不夠好。我相信，但是也不應該故意擷取下來，以後去霸凌人家，然後把它剪接成對比圖，惡意去重傷。你覺得你突顯記者很愚蠢，記者很笨，這樣妳很快樂嗎? (受訪者 A)

也有部分受訪者認為，若以霸凌來解釋網友行為太超過。受訪者 D 認為平時接觸多半都是生活新聞居多，不至於到讓他有被霸凌的感覺，他認為網路風向很快就過了，網友回饋並不是很持續性。

有針對性的一些霸凌言論，我覺得倒是還好，不曉得是可能是因為生活新聞等主題的關係，不至於到引起鄉民有那麼多的攻擊性，但如果政黨議題的攻擊性就不一定，政黨議題的攻擊性就非常強（受訪者 D）

受訪者 E、F 則認為能坦然面對網路上言論，不至於覺得霸凌：「沒有到霸凌這麼嚴重，網友就是這樣，自己能很快消化它（受訪者 E）。」「我倒沒有特別覺得那個是霸凌，我會覺得就是大家都可以討論。網友是不是要一直很糾結在自己的立場而已。（受訪者 F）」而也有受訪者認為即使是網路霸凌，也得面對。受訪者 B：「我覺得的確算是網路霸凌，但畢竟還是要自己去面對啦，畢竟做這行，不可能沒有被攻擊嘛，但我覺得也不要看太重（受訪者 B）。」

儘管對於網路霸凌這部分，受訪的新聞記者看法不一，不過若是長時間面對是否會有身心上倦怠？

## 二、身心狀況、倦怠

網路負面回饋對於受訪者的身心影響是否造成倦怠，其中受訪者 K 因為曾遭遇嚴重網路霸凌，其身心當下受到影響不小：「心裡壓力滿大的、然後覺得很受挫，但也因為這件事情學到了很多。」他提到：「剛開始可能有失眠，第一天就是一開始就是睡不好、吃不好。」

受訪者 K 表示遭網路霸凌的日子夜晚有失眠：「我的確花了蠻大、蠻長的時間才走出來。」而她的情緒調適部分，待下段章節來談。

受訪者 I 認為，網路本身的資訊就足以讓記者壓力大：「網路的世代就是資訊，我們無時無刻都要掌握到視訊的時候。我覺得那時候很累、壓力很大。」而受訪者 A 認為當下或許很生氣，但這樣的情緒不會持續太久。

如果網友罵得所有的記者圈，所有的記者生態的時候，我會覺得說「啊？為什麼要這樣罵？」我不會去特別為這事情很憤怒很久。(受訪者 A)

會不會影響到生活日常，比如說晚上睡不著覺等等，部分受訪者認為來自網路上的負面回饋，對於實際生活的影響不大。受訪者 B、E 表示對自己的新聞有把握，不擔心因網友批評造成失眠。

我覺得不會晚上睡不著覺耶，我覺得我對我自己新聞的角度還滿有信心的。因為我待的電視台不會太要求做什麼角度，還滿尊重記者個人的，所以我自己作為新聞，我覺得還算滿有把握的，即便我被攻擊，我也覺得我站得住腳就沒錯。(受訪者 B)

(網路負面回饋) 不會影響到平時生活啦，因為我覺得我在做的事情並沒有錯，應該說，在報導前我業會查證清楚，就算網友有質疑什麼的，我會對我的報導有信心，而且會覺得我又沒有做錯什麼。(受訪者 E)

是否曾有因網路負面回饋導致需要前往醫院精神科，受訪者 C、D 皆表示不至於。

憂鬱症是不至於，但你可能不斷滑手機啦，就是你停留在網路上的時間會變長。後來我就乾脆就把留言通知關掉（受訪者 C）

我覺得對心情會受影響，但對整體的生活到不至於，因為你就是得接受（網友回饋）這件事情。（受訪者 D）

但受訪者 G 則說，曾看過有同業因為太在乎他人看法，同時也受到網友影響導致身心狀況出問題。

有看過，有人因為太在乎外人的看法得憂鬱症，後來那名記者就轉內勤。網路霸凌厲害的時候真的會自殺。電視新聞人心要很寬，不能太在乎這東西，你如果抗壓性不夠的話，真的不建議做這行。（受訪者 G）

儘管不至於嚴重到需要看醫生，但網路回饋帶來的倦怠感依舊是有的，受訪者 D：

倦怠感是一定會有的啦，就這一行一定多少會有一點倦怠感，會覺得說努力那麼多，那這些到底是誰看見了，那就是批評多於鼓勵的時候，就是難免會覺得說，好像自己做的事情沒有價值，那做新聞其實也是一種內化的過程啦，你不見得是為了做新聞給大家看，一方面其實也是豐富自己的實力，還有自己對事物認知的廣度跟深度。（受訪者 D）

過去研究對於電視新聞從業人員身心狀況研究，多聚焦在工作條件日益惡化、職業災害、憂鬱傾向等等探討（劉昌德，2008；賴若函，2010；黃秀卿，2007）。過去文獻中沒有針對網路負面回饋對於電視記者影響之相關分析。本研究部分受訪者，多因網路負面回饋帶來倦怠感，但也有受訪者表示，並不會過度在意，但很快就能消化掉情緒，不至於過度影響到正常生活。

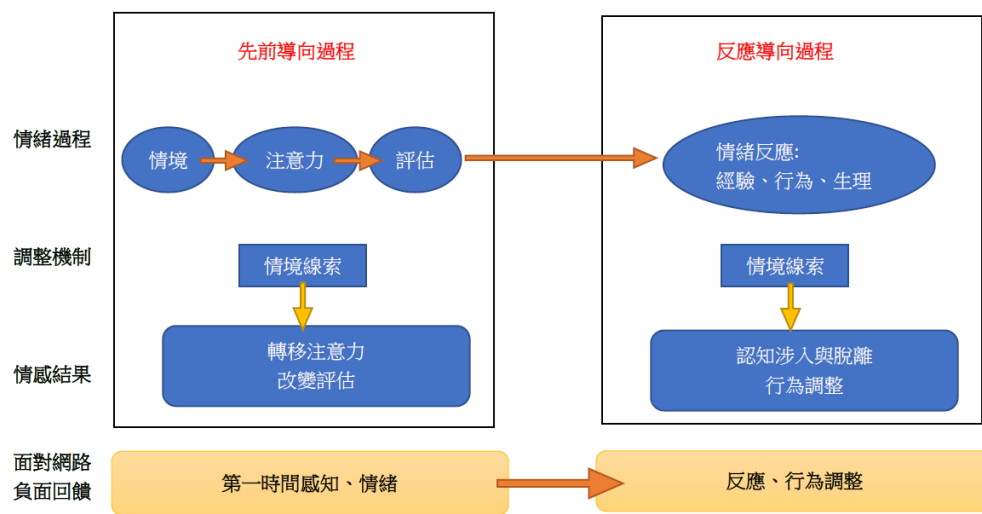
但當碰上網路負面回饋時，仍難免會產生情緒。研究者 A：「網路上的留言讓記者會憤怒、以及無力感，有時候會想向網友辯解，但心中又會告訴自己不要介意網友言論。」受訪者 G：「（網路負面回饋）他會影響到生活啊，因為我們都是平凡人，你的媽媽罵你一句 心情已經很不好，更何況你是在一堆人罵你，又是用很難聽的字眼，那種感覺一定心情不好。」若將此歷程及應對方式從情緒調適（emotion regulation）來探討，更能知悉記者面臨網路言論時的其應對能力。



## 第四節 電視新聞從業人員情緒調適能力

根據黃葳威（2012）所整理學者文獻，情緒調整能從反應導向、先前導向兩個階段來談。若探討電視新聞從業人員面對網路負面回饋之情緒調適，其首先出現的生理反應與情緒，即文獻探討敘述之「先前導向」，至於經過思考、認知涉入後呈現的反應以及行為調整屬於「反應導向」。如圖 9 所示：

圖 9 電視新聞從業人員面對網路負面回饋之情緒調適



資料來源:研究者整理 參考黃葳威（2012） 數位時代資訊素養

### 一、 先前導向 面對網路負面回饋感知、情緒

部分受訪者反映第一時間感知是緊張、無奈，如受訪者 D 所言：「（看到網友負面回饋）第一時間的感覺是會覺得很衝擊到無奈，我覺得無奈的成分大過於生氣，會覺得說：『啊，又有人不懂了，又有人裝懂了。』」而受訪者 C 則表示，當看到網路負面回饋覺得傻眼：

傻眼啊，但是其實我覺得，這件事情本身是與我無關，如果就像你這種與新聞無關的，我可能就會覺得就算了，因為我覺得

當記者久了，已經很習慣網友的回應，有些時候其實自己是對的，但你是記者本身就已經是一個值得公審跟謾罵的名稱，我自己覺得無妨。(受訪者 C)

受訪者 F 則描述了從觀看到負面回饋的心境變化，從一開始的沮喪到憤怒情緒產生：「我一開始的時候，有看到這些回饋反饋的時候，我會有一點可能會有點沮喪，或者到最後你會有一點點怒，但是後來我會覺得就是我會覺得大家都有各種思考，各種討論。」受訪者 H 則表達第一時間會覺得自己沒有錯：

「第一時間可能覺得怎麼會這樣，為什麼要罵我？我有哪裡？做不好的地方？就是會覺得自己沒有什麼錯。」受訪者 G 同樣也認為：「當下看到網路的負面留言，那種情緒當然很不好。」

受訪者 I、F 都曾經因為新聞被朋友告知「被轉發到 PTT」上了，也會先往負面情境思考：

我先是害怕吧，我當時應該有點驚嚇想說是怎麼了，所以我又回去看新聞是哪裡寫得不夠平衡？或是怎麼樣？(受訪者 F)

聽到自己的新聞被轉到 PTT，當下第一件事，就想說是不是一個不好的東西嗎？那就那時候其實還滿緊張的。我就跟我朋友說，妳先等我一下，我先做好心理準備就是被罵，就是你會先稍微就想說被罵習以為常，被罵的話就是理所當然，沒有什麼不對。(受訪者 I)

值得一提的案例是受訪者 K 所遭遇的「立委網路指控記者事件」，回想當時情形：

因為第一時間立委 po 臉書點名我，之後就有同事傳給我，我當下有點嚇到我想說怎麼了嗎？是我的新聞哪裡做錯了嗎？但是後來發現不對啊，就越來越嚴重，他把我們的對話出來，但是其實他剪掉那個地方，根本不是什麼惡意剪輯。(受訪者 K)

受訪者 K 坦言相當害怕的，因為第一次遇到這種事：「當下真的是嚇壞了，因為從來沒有遇過這樣的事情。」不過很快她受到長官力挺，且同業、跟家人、朋友都給了她支持，才逐漸看開。

情緒發展能力以薩霓 (Saarni,1999) 在其著作中《情緒能力發展》所述 8 項能力。新聞從業人員面對網路負面回饋，是否具備的情緒能力，以下從訪談中逐一檢視，電視新聞從業人員是否符合其所述能力：

### (一) 情緒察覺

11 位受訪者對於網路負面回饋，皆能意識到個體的情緒狀態，如前一章受訪者回答第一時間感知，清楚表明害怕、傻眼、憤怒、無奈等字眼。但之後隨認知涉入後就能冷靜，再檢視自身報導、緩和情緒。可見受訪者能清楚描述、意識到自身的狀態，皆能清楚表達當下感受、情緒。

### (二) 辨識外界情緒

儘管面對網路負面回饋，但部分受訪者亦能辨識網友回饋情緒，如受訪者 E 回憶當時透過 Facebook 網路直播連線社會案件，會將案件內容反覆提及，並且讓連線時間拖長，因此遭網友抨擊同樣內容反覆講，似乎有失電視新聞記者專業，但是她也能夠理解網友之所以會這樣回饋，可能是想聽聽別的內容：「可能(網友)他們的想法是這樣，後來我就這樣解讀，自己心裡就好一點。」

### (三) 情緒知識

情緒知識意指「有能力使用常見的情感和表達詞彙，理解情境與個人角色形成，以明白所處社會文化的情緒腳本。」受訪者 C 受訪時提到，之前曾有不少電視新聞記者曾鬧出笑話，也因此導致網友對於記者存在偏見。

很多人觀念上就是會仇視記者，我們也不可諱言，的確有很多  
很誇張的記者，而導致他有這樣的偏見（受訪者 C）

受訪者 C 由於所待的電視台，相當頻繁受到網友批評與攻擊，受訪者 C 認為網友對於記者的偏見，讓記者所言早已不重要，而網友在網路上理所當然的公審記者，甚至部分網友覺得對記者謾罵是合理的。

但是因為在別人看來，我已經是一個記者，所以你知道我其實  
講什麼都不重要了，人家就是怎麼樣講得，好像犯罪一樣，他  
們想怎麼樣去公審記者，好像都覺得他們很合理。（受訪者 C）

而遭遇「立委網路指控記者事件」的受訪者 K 則在親友的提醒下，能理解情境與個人角色。

（家人好友）他們就跟我說「你沒有錯，你去檢視新聞並沒有  
錯」就告訴我說 網友們也可能是一個情緒的宣洩，因為也許  
記者在他們的印象本來就是有既定印象，然後再加上這名立委  
是網路紅人，因此他批評的對象，網友當然就會以他們既有的  
印象就會對我的批評。（受訪者 K）

#### （四）理解他人情緒

對於網友想法能否具有同理心、理解他人情緒，受訪者則說法不一，受訪者 A 表示：「我覺得（網友）他們也是跟我們犯一樣的錯誤吧，我們是去把這件事情放大呀。他是去把我們報導其中這個選項，也去放大，然後就覺得我們沒有把其他東西的選項寫得清清楚楚。反正就是這種事情，我覺得我都看看（網友留言）就算了，因為（網友）他真的也不是我們這行。他們這些未必能夠深刻了解。」

受訪者 A 認為記者撰寫新聞時會將單一重點放大檢視，再製作成新聞播送出去，而部分網友也是如此看待電視報導，當有負面回饋出現可能意味著彼此都過度重視單一觀點引發爭議。

類似的同理心情也包括受訪者 C 提到：「我可以理解他們的想法，理解他們的想法，跟他們為什麼要做（留言）這件事情。」受訪者 H：「我覺得現在的社會大家可能需要一個發洩的管道，我覺得我能夠理解他們這樣的作法。」

如受訪者 B 由於主跑黨政新聞居多，面對觀眾也能理解他們對於不同立場的言論、網友存在不同觀點：

我可以理解（網友），因為政治新聞沒有對錯，只有立場，那我相信他有他的信仰、政治的方向，我有我看的方面跟觀點，這種就是討論，雖然不會有共識，OK 啊民主社會，你可以講你的，我可以講我的 除非他是不理性的謾罵，那坦白講，我也沒必要去跟他吵。（受訪者 B）

至於受訪者 F 則表示，網友反應與情緒可能跟他們個人成長背景有關，他能夠理解網友評論的動機。同時對於自己也有原則，也不會因為外界的聲音而動搖。

參雜一些情緒，跟什麼的可能沒有關係，每個人會有這樣子的想法。可能一些生長背景或者是成長的環境，才會累積或堆疊出他的這些東西，如果（網友）你因為這些東西去批評（記者）我覺得很可惜，就是你的損失，所以我不會覺得是別人這樣子來批評我，我要去怎麼樣改變。（受訪者 F）

不過當中也有部分受訪者表示，根本不需要去理解網友，只需專注在眼前的新聞任務即可，受訪者 G 就認為不用去理解網友，因為根本不認識對方：

我不用去理解他們，我根本不認識他們（網友）。有很多留言的人他自己都不敢留真名，很多留奇奇怪怪的代碼，那種十之八九就是網軍。你都不敢用真名來面對我，我又何必去在乎你說了什麼？我一點也不在乎。看到不行就刪掉，你根本是匿名來罵我，那我何必理你。（受訪者 G）

#### （五）情緒表達

情緒表達指受訪者能否意識到內在情緒狀態，不需要與外在表現相對應的能力，也能自我表現策略中考慮到這一點。部分受訪者主張儘管面對網路負面回饋，情緒難免受到影響，但是並不會特別去回應網友，此部分待之後的情緒反應來詳述。

我不會特別去看，因為我覺得很多的網友就是非理性的，他可能就是為了發聲而發聲，為了攻擊而攻擊。假設他不是很喜歡你這個人，但他為了加入討論，根本就不是針對新聞。（受訪者 A）



## (六) 情緒調整策略

面對網友的負面回饋，受訪者皆能通過自我調節，來適應厭惡或痛苦情緒能力，對於來自網路的回饋具抗壓性，如受訪者 B 所述：

沒有這些批評，你也不會成長。抗壓性啦，因為記者本來就是等於在半公眾人物。(受訪者 B)

受訪者 H 也提到：「我覺得這是我們自己心態上，就是心理素質要很強大。」受訪者 G 更直言，若要從事電視新聞，心態上一定要調整：「幹這行的人心要大，臉皮要厚。因為我們常常被罵，如果罵完之後就影響自己的情緒，那就要混了。如果臉皮薄的話就完全站不起來。」他反覆強調，做記者抗壓性要很強才能抵抗來自外界的壓力。受訪者 G：「電視新聞記者跟政治人物很像，你必須完成你的工作，甚至有時候，外表言行太在乎網友的說法，如果太在意，我就建議不要做電視媒體記者。」可見對於受訪者而言，從事新聞工作具有其特殊性，就是必須設法不在意網路留言。

## (七) 情緒溝通

情緒溝通意指，意識到關係的結構或性質，分辨相處之道。如受訪者 D 能夠明確指出，網友對於電視新聞處理流程的不熟悉。對於置入性行銷新聞與真正的消費新聞上，無法輕易分辨。

網民有分很多種啦，一種就是他們一般人一樣，他比較主觀性的感受，(網友)他就是依照他的觀點去評論這件事，他也不會覺得說，所謂什麼叫做平衡。另一種是會對於這種下結論的事，所謂的刻板印象吧？媒體這一行，我們不能否認，是的確會有所謂的置入性新聞的存在，但一般人其實是難以區分。為

什麼會難以區分，是因為電視台把置入性新聞已經包裝的讓他們難以區分，所以他們已經分不清楚所謂的一般新聞跟置入性新聞有什麼樣的差別，所以，才會引起這樣的誤會，那我覺得，不全然是網路民眾的錯。而是說新聞台本身可能要檢討說，在議題操作上如何能更加公正、平衡，(受訪者 D)

對於網友對於生活新聞留言質疑置入性行銷，受訪者 D 認為從環境上看，是因為過多的置入性行銷的存在，讓部分網友認為軟性的消費題材背後都有置入問題。受訪者 D 表示既然已經能意識到網友想法，那與之相處之道就是盡可能的在報導中更加公正、平衡讓網友改變觀念。

受訪者 K 因經歷過「立委網路指控記者事件」亦認為，網友對電視新聞從業人員早有刻板印象才會在單一事件上，透過網路來攻擊記者。

我覺得就是有些網友「對記者有偏見」，應該說是這種負面的刻板印象存在，然後再加上這名立委對他們來講有一種號召力，因此他們投射的東西就會更多，再加上他們覺得我可能又被點名，所以就是攻擊我。(受訪者 K)

#### (八) 情緒效能

部分受訪者經過時間累積，漸漸具備接受自己的情緒體驗，具備處理情緒的能力，有受訪者提到，剛入行時會相當在意網路負面回饋，但隨著經驗增長，就逐漸累積情緒效能，能很有效消化負面情緒。如受訪者 C 表示：

我覺得這幾年比較看得開，起初做新聞的頭一、兩年的時候，一定會覺得說，很在乎別人對你的看法，但後來發現改變不

了的時候，那倒不如做好自己的事情，所謂的改變不了，我不是說一定要做不好的新聞，或者聽說查證的行為，而且你說你改變不了那麼多悠悠之口，每個人都有 A 一張嘴 B 一張嘴 C 一張嘴 D 一張嘴，那就是不同的言論自由，不要去想就好  
(受訪者 C)

面對網路負面回饋儘管會影響心情、甚至造成身心疲倦。受訪者 E 過去在擔任社會新聞記者的時候，曾遭網友抨擊打擾被害人家屬，對此他看過網路上的回饋後，經過思考仍認定自身工作有其價值，能夠對於新聞事件的當事人給予幫助，如受訪者 E：

我還好，因為我也不是戳他痛處，只是覺得，有時候就是...比如說你，社會好了就是透過新聞，你跟她聊之後，你可以或許可以將怎麼樣幫他，因為，有時候，媒體的報導，或許會引起司法上一些些的判決的注意。(受訪者 E)

## 二、 反應導向:面對網路負面回饋反應、行為調整

有別於先前導向，「反應導向」代表新聞從業人員感知到網路負面回饋後，其可能產生的反應與行為調整。當中也有不少記者會反省自己的採訪行為，比如受訪者 D、F 認為，假設所撰寫的報導角度偏頗、或是太主觀以致於沒有考量到所有面向時，網友給予回饋是相當合理。

如果我自己都已經有一點點，覺得我不是那麼的平衡，或我立場少有偏頗的話，當然就另當別論。(受訪者 F)

我覺得我會挑特定議題去看，比較爭議性的議題的話，一定要去看，是說你才能知道說你的新聞有沒有做到所謂的平衡，因為有時候記者最大的罩門，就是說你在寫新聞的時候，難免會有些主觀性的意見，自己沒有突破盲點的時候，長官沒有辦法突破盲點的時候，有時候就是所謂的旁觀者清，網友可能會一語道破說你這個就是有問題，那可能會從這個之中發現到一些比較真正的問題（受訪者 D）

儘管電視新聞記者關注負面留言多於正面回饋，但受訪者 D、F 提到，部分正向回饋也會帶來也具有建設性的意見，並非全都是負面訊息。

但是有一些不同的意見，可能是比較針對性的，也許是有比較建設性，但有建設性回饋那個比例真的非常的低，除非是可能有一些，剛好知識分子，或者是說有一些也許是醫療議題，那有一些醫生分享你的新聞的時候，會長篇大論撰述、或者是說比較文詞的東出來去給你做一些建議。這樣子分享他對這則新聞的觀感（受訪者 D）

我覺得就是網友的話，有些人提出 A 有些人提出 B 有些人提出 C，但這些 ABC，如果不是情緒上面的東西，然後可能是多少有一點點建設性的，或者是他們提出什麼樣的疑惑，那你可以聽（受訪者 F）

受訪者 G 提到，記者本身的採訪基本功若不夠紮實，在網路上容易被看破，這時候若是被批評應該虛心受教：「我覺得當記者基本功要紮實，如果你基

本功不好，比如說講錯字、說錯人、應對態度不夠好，都會在新聞裡面呈現出來，那你當然會被批評，遇到這種批評應該要去檢討。」因此經過思考過後，部分受訪者對於負面的網路回饋，也會轉念成督促自己的理由，如受訪者 I 就提到，擔心遭網友責罵，因此處理每一則新聞都會更加謹慎小心：

當然我也會怕網友罵我啊。所以我在做每一條新聞的時候，其實我會很確認，就是說，我的用字、遣詞或是跟作者要表達意思，到底是不是正確的。比如說，最常被罵可能是你剛開始你要去訪問的受訪的對象，你為了訪問到他，你可能先簡單的跟他講，但他沒有清楚知道你的來意，可能新聞做出來之後就會被罵。(受訪者 I)

由於難以滿足所有網友想法，也有受訪者認為，不用一一去滿足所有網友喜好。如受訪者 F、D：

可是有時候你會覺得有點無力、或是無助的的地方是說，你沒有辦法一一去滿足，因為你可能還是會受限。(受訪者 F)

我不會覺得他那些人的發言代表全部的公眾，其實網路群眾還是有限，全臺灣兩千三百萬人口，那個網路（指網路留言）的比例，應該還是佔市場非常低的（受訪者 D）

受訪者 D 則認為，網友在網路上的回饋不代表「全部」網友意見，或如受訪者 F 所言既然沒有辦法滿足所有網友，那就不該過度影響自身情緒。

受訪者 K 面對「立委網路指控記者事件」事後反應則會以幽默看待：

我現在就是會幽默看待耶，與其你很害怕，就是把立委事件當成一個心魔，不如你就直接講，我都開玩笑說，比如像是其他議題，我就會說：「要不要我再去訪該名立委啊，我是立委最好的監督者。」(受訪者 K)

反應導向的情緒結果帶有認知涉入後，所做出經驗、行為、生理反應。由訪談內容可知受訪者傾向將網路負面回饋，從一開始的沮喪、緊張、憤怒轉念為自我反省、或能調適情緒，認為無法滿足「所有」網友期待。以 Folkman & Lazarus (1988) 調查出的情緒調整方式，若檢視受訪者面對網路負面回饋，其處理方式分類整理如下。

(一) 正視因應方式：在心情低落時，能否找到情緒受干擾的主因。

受訪者 A 面對網路負面回饋表示：「我會先去看他這樣罵到底有沒有道理。」可視為遇上網路負面回饋時先找到情緒干擾的原因。

(二) 遠離：當察覺特定人事物會干擾我們情緒，能否在情緒未被引爆之前，先避開可能的起因。

11 位受訪者中，「遠離」網路負面回饋是其中 7 位受訪者選擇處理方式，當中因為「立委網路指控記者事件」遭受網路霸凌的受訪者 K 提到，當時面對網友不理性的謾罵，她選擇遠離。

我沒有去回網友留言，我就冷處理，反倒是同業都會先跳出來跟他們（網友）戰.....然後變成網友跑到我這邊戰，就是在一些（個人臉書）公開貼文下方留言，就說什麼「丟臉阿」、「幹嘛當記者啊？」、「當初你爸媽應該很後悔生你吧」這些話。

(受訪者 K)



受訪者 A：「偏偏我是一個不太會去跟人家戰的人，就不太會去再去跟他鬥嘴或幹嘛，因為我覺得這沒什麼意義」受訪者認為假設去爭吵，會引來更多網友圍觀，到時候根本沒完沒了，造成更多的網友來留言。同樣回答也發生在受訪者 E、J 也如此應對。

完全沒有去回應過，對，就是完全沒什麼好回答，因為你一回（回覆留言），他（網友）又跟你吵，那我會覺得沒什麼好吵的。（受訪者 E）

如果網友寫的很有道理，我就當作他教我的一堂課，可是如果有一些是那種，完全不理性的話，就是看過就算了，我也不想去開戰浪費時間。這種人就是，解決一個（網友）還有千千萬萬個（受訪者 J）

受訪者 D 解釋不去面對網路負面回饋，最主要的原因是：「那你去解釋是有必要的嗎？有利於改善現況，你去解釋一個能去解釋一百個嗎。」受訪者 J 則表示會先衡量事情，如果去反駁網友，可能達成對方目的，乾脆不回應。

我去衡量這事情，這件事情如果我去反駁了，就讓（網友）他稱心如意，他有點像在激怒看有沒有人會反駁啊。儘管我那口氣出不了，但我也不會讓他覺得我在意。（受訪者 J）

受訪者 C 而言，新聞影音曾被轉貼到臉書，他會把貼文通知關掉，遠離那一則的網友留言。

反正，後來看了我就覺得好像也不是什麼有建設性的內容，就是他們的回應已經越過了那個有建設性的內容頻率了，那算了，就就把那篇留言通知關掉。(受訪者 C)

### (三) 自我控制：是情緒控制我們，或是我們控制情緒？

受訪者 E 意識到跟網友爭吵沒有意義，認為多數網友對於記者已經有先入為主的想法，因此對於網路負面回饋，他清楚知道新聞處理原則上沒有問題，那就不用在意跟網友溝通。

因為我覺得跟他吵沒意義啊，因為很多人不懂新聞，也不是很多人可能就覺得你們記者就是都亂報，然後唯恐天下不亂。可是我覺得我們做的只是把事情的真相、事情的起承轉合怎麼樣告訴給你，然後訪到那一些人，讓我的報導上更有說服力，就沒有什麼好吵的。(受訪者 E)

受訪者 D 也提及對網路負面回饋的態度，面對網路負面回饋，能先釐清回饋如果涉及個人名譽則會透過留言回應，但如果是小事情就會選擇不理會。

我覺得除非是很重大的事情，都值得去解釋，如果已經危害你的個人名譽部分，那當然是一定要的。我自己採取的策略是會重新審視我的報導，是不是可以更好，我覺得不需要去跟網民正面衝突，畢竟正面衝突不會對你個人、自己有加分，搞不好會多一層傷害。(受訪者 D)

### (四) 尋求社會支持：是否可以從旁人或親友途徑，抒發心情

受訪者 I 提到，碰上網路負面回饋，會跟朋友傾訴，試圖尋求旁人的社會支持。

我可能會跟我朋友講，但我想一想反正網友也不認識你，我又沒有說錯，問心無愧就好（受訪者 I）

同樣會這樣做的還有受訪者 I：「我就會跟同事分享啊，就看一看笑一笑就過去了。」其中也有受訪者指出，有時候會將網有的話截圖下來，在私領域的社交平台，如 IG 的限時動態中，僅供幾位較熟識的同業好友觀看，抒發心情。如受訪者 C：「就有一次我覺得網友真的罵得很瞎，然後我就截圖下來在 IG 上發洩一下，反正網友也看不到。」

#### （五）接受責任：情緒干擾的當事人能否面對困擾進行調整

11 位受訪者中，僅 2 位對於網路上的負面回饋，會正面（面對／去回應），受訪者 C 認為網友回饋如果是針對新聞而非個人，他認為還有討論空間：

我記得，我還是有去（回應網友）戰過，但是我有點忘記，是不是因為我自己的新聞，可能是一個廣泛性，他可能是在罵一整群的記者，不是針對我個人，所以我還是有上去筆戰之類的。（受訪者 C）

如果今天這個網友，他是非常理性，而且他有憑有據，而且有條不紊的給你闡述他的立場，會在你個人的臉書，或者是在其他的留言，平台也會願意好好跟他回覆。（受訪者 B）

不過受訪者 C 補充，曾經面臨網路負面回饋覺得委屈，而在網路上留言反

饋網友，但留言完就會立刻離開網路上的討論串，只想表達當下的想法，不期待繼續講能夠說服網友。

如果是我自己的新聞被扭曲就會稍微覺得委屈，但是我可能也不會再去跟他們多做辯論，大部分的狀況都是像這樣，我就留言，然後我就跑掉了，就不會再去回了。我只是想要表達我想要表達的事情，但是對於他們，就是我現在對於網友的話，我就比較沒有放在心裡，以前會很放在心上 每天都很不爽這樣。(受訪者 C)

至於受訪者 B 則表示，會回應的程度得看留言平台各有差異，如果網友已經到他私人臉書留言，他可能會回，但如果是在 YouTube 新聞影音底下留言，他就不太會回覆。

然後臉書是個人，我可能會回覆，那如果是像公司的粉絲團，或是很多新聞下面的，一些網友，我就不會去回覆。對那如果是理性討論的話，即便是有些批評還是理性批評的話，我可能會有留言。讓他了解，但如果是不理性的謾罵，我可能就不會理他了。(受訪者 B)

從前述深度訪談內容可知，受訪者會先評估看到的網路負面回饋究竟有沒有道理？若網友意見與見解對於新聞報導有幫助，或是網友所描述內容具有建設性，那受訪者會願意接納意見。但面對不理性的謾罵，受訪者較多採遠離方法，類似於第六種的逃避、迴避策略，部分受訪者採取不理會的態度來面對網路負面回饋。

## (六) 逃避-迴避：究竟是逃避問題？或避開困擾？

逃避與迴避網路負面回饋也是多數受訪者選擇的應對方式，如受訪者 E、D、J、C 所述：

完全不會回，因為跟他吵沒意義啊。至少我自己知道我做的是對的事情，就是我不是像你講的那樣。(受訪者 E)

有一些網友或是留言的人，根本搞不清的話，他們就是亂留言，但根本沒有心力去一個一個戰。(受訪者 J)。

那你去解釋是有必要的嗎？有利於改善現況，你去解釋一個能去解釋一百個嗎？(受訪者 D)

但我覺得"鯁"在心上是難免的，你會一直覺得，好像有一個事情，就是卡在那邊，心情很糟，但後續我就會覺得盡量避免造成這樣狀況，就會減少去看一些留言。(受訪者 C)

## (七) 有計畫解決問題：當事人能否有條理的處理問題？

為了避免碰上網路負面回饋，受訪者重複提到有計畫解決問題的方式包括：匿名報導、不在鏡頭前露臉、與長官溝通新聞影音不放上網路等等方式應對。

### 1. 匿名、綜合報導

受訪者處理新聞時擔心受到網路負面回饋時，最常見的就是將報導匿名處理。包括受訪者 B、J、I 皆有提到，電視影音新聞過音時會以「綜合報導」替代本名。其目的在於「保護自己」，再者，若是新聞沒有時間徹底查證，基於截稿壓力，又不想遭遇網路負面回饋也會採匿名處理。

我覺得我做該做的，我當然也要保護自己，這個新聞我只是執行而已。不代表我的理念的話，我就可能掛綜合報導。(受訪者 B)

會拜託長官這則新聞不要掛上網，或是不要掛名，寫個「綜合報導」其實匿名是最差的做法，但是我會希望在有限的時間內，我可以去求證到。如過真的不能的話，我也會在稿子裡寫清楚我們還沒求證到這個人。(受訪者 J)

就是過音就過成「綜合報導」，就不掛名啊，我會偷偷要網路中心不要放上網，但這樣的事情越來越少見，因為現在網路中心會記錄為何不掛上網路。(受訪者 I)

會造成新聞報導必須以匿名方式處理的情境，多半為編輯台、長官指令要求製作爭議類題材，電視新聞記者擔心有損自身名聲，而決定採取的策略之。

因為我覺得記者是一個體、記者生涯，還是自己的名聲比較重要，因為你可能會到不同的公司去，你的名聲就是一個品牌，我覺得這比較重要。所以，如果今天跟公司的理念有些不同的時候，我會去了解一下，公司上面長官到底需要什麼？如果我覺得我不能接受的觀念的話，那就掛綜合報導。(受訪者 B)

不過對於受訪者 D 而言，關於匿名報導的使用時機有區分，除非碰上不合理的題材才會匿名，若僅僅因為負面的新聞題材而匿名，他認為不需要，畢竟記者報導應該有自己的立場與規則。



匿名倒是我覺得，除非是做到我不願意跟我覺得不合理的新聞的錯誤，才會匿名。但我覺得既然是由我手出去的東西，當然是有我的名字在上面，縱使是負面的新聞，那我覺得如果知道的話，掛名有何不可。當然記者所謂保護自己嘛，但什麼時候新聞媒體要淪落到這種偷雞摸狗的事情，這是一個滿大的問題。你的報導為何不能掛名？你覺得不夠格上檯面嗎？還是說它其實本身就是個有問題，而是硬要做？（受訪者 D）

## 2. 不在鏡頭前露臉



圖 10 記者在鏡頭前露臉解說示意圖（摘自 2020 年 7 月 10 日）

如圖所示，電視新聞記者在鏡頭前露臉解說，報導稱為 STAND，簡稱 ST。如果主管針對「爭議議題」要求需要記者露臉、在鏡頭前示意畫面或是講述新聞內容，部分受訪者也會試著與長官溝通，透過其他的方式避免 ST，完成新聞工作。如受訪者 B、J、G 所述。

ST 的東西如果沒有非必要，就不一定要做，然後掛名可能不會掛就掛綜合報導。（受訪者 B）

如果有被逼要做 ST 我就會有很多方式跟長官說「我畫面夠撐這條新聞」因為做 ST 很容易被截圖，如果被截圖放上去的話，有時候是一件滿羞辱的事情。（受訪者 J）

第二種做法是 我要求不要掛名或是放上網路上，要我 ST 我可以去。應該這樣講啦，比較敏感的新聞我是不會去做 ST，我沒有辦法查證的而是公司要求你去做這樣的新聞時，我只是完成公司要求的任務，我還是去執行，不會去拒絕。但是我保護自己，不要去掛名或是露臉。（受訪者 G）

#### （八）積極重新評估：在解決問題後，能否記起教訓作為往後面的參與模式。

受訪者面對網路負面回饋經過思考後，重新評估與看待負面回饋的想法有四種，也能記起當下情境作為以後的參考模式：

##### 1. 對得起自己就好，不在意網友回饋

每位受訪者皆能重新評估回饋後，發展出一套面對網路負面回饋的想法。如資深記者受訪者 F、G 皆表示：

我不會去在意（網友回饋），所以基本上我覺得做新聞就是保持客觀，不跟著主流意識風向再走，而是跟著自己著良心再走，但是要百分之百寫出自己的真實看法也很難。在這個環境下，所以你大概也是照著公司的意思，然後再加上自己的觀點去完成工作。（受訪者 G）

我覺得我不會這麼 Care 的這部分的原因是因為我覺得那跟個性有關，我這人可能會比較覺得說，我對得起我自己就好我覺得

這是網友的回應，很多時候就是，應該怎麼說，很多都很嘴砲，你看了就是你會影響你自己的情緒，然後會心情不好。

（受訪者 F）

受訪者 B 也有類似看法，如果真的要去看在意網友回答恐怕在意不完：「我覺得我自我療癒滿快的，就看看笑笑，就過去了。因為這個真的在意不完啦，如果我真的很在意這些東西，會覺得滿辛苦的（受訪者 B）。」

至於受訪者 E 表示，網友習慣躲在鍵盤背後，也不明白電視新聞從業人員的採訪流程，因此不會有太大的情緒起伏。

會覺得 嗯 怎麼這樣 大概就這樣，沒有什麼太大的情緒起伏，因為你很清楚這些人之後，他們就只是躲在鍵盤後面，不懂的人。（受訪者 E）

## 2. 專注在公司認同而非網友認同

也有如受訪者 C 所言，電視新聞工作成就認同在於公司對自己的看法，縱使網友有意見，但只要公司與自身認同，並不會糾結網路負面回饋帶來的情緒困擾。

我的想法是，我付出的努力，我沒有要求這些人要認同，因為根本不需要，我做得好不好、做得很不努力的成果是怎麼樣，完全就是不想要透過網友來證明自己很努力，我只是想要一、我覺得我很好。二、公司的長官覺得我做很好，三，這條新聞確實的點閱率跟討論，我想這三點已經是足夠讓我覺得我很辛苦、我的成果有達成（受訪者 C）

### 3. 理解網友也需要出口

部分受訪者能同理留言網友，而受訪者 E 進一步解釋，他認為網友的情緒也需要出口，若能明白對方同樣具有其他的情緒困擾，其實也不必過度在意網友所言。

有一些人你知道他就是要一個出口 然後他可能就是透過留言來發洩他的情緒 就是你一看就是這樣說，還是比較可能沒有那麼理智，有一些就是會為了罵你 XX 新聞，有些人就是這樣。(受訪者 E)

#### (4) 關注到網友回饋後改變自我能力

部分受訪者也會將網友回饋，視為改進職能的意見，如受訪者 A、E、L:

你看了，也是會多少在意，對新聞來講，就沒有什麼……會覺得說，你表現不好的時候 他們也都會記起來，有時候也是要提醒自己，有時候上氣、不接下氣，在連線的時候，真的連出去了給人家負面的印象，就是不太好。(受訪者 A)

我們這個行業很常說錯話，就是你下一次講對的，下下次還是講錯，因為我們又不是萬能，不是百科全書。我們一定有很多本來不懂的地方，但是必須在很短的時間需要讓觀眾理解。那我覺得這時候一定會出錯，那一方面，我們都是盡量降低自己出錯的機會，二方面就是你自己心理建設做好就是沒有辦法每次都把事情做到百分百完美，那你就是要學會更堅強的。面對這些網路留言。(受訪者 H)

你要看，有人罵你就會有人誇獎你，把那些誇獎放在內心上，然後罵你的，我自己會去看一下，他有沒有道理，那我的確是會改進，然後可能說，說這個人講話，可能哪裡覺得讓他不喜歡，比如說我講話太快，還是說，我用詞不太精準或是偏頗，那下回就改善。(受訪者 K)

### 三、新聞組織對於網路負面回饋之協助作為

綜上所述可知，對於電視新聞從業人員之情緒調適與反應，訪談者能透過情緒能力，適應各種網路負面回饋，但研究者好奇，受訪者所待過的媒體組織是否有相關的「教育訓練」以及協助作為，所有的受訪者答案都很一致，電視新聞組織平時並「沒有」相關的協助作為，如受訪者 B：

好像都沒有這方面訓練，都要靠自己，我覺得這也變成記者的必經之路啦 (受訪者 B)

對此曾經歷「立委網路指控記者事件」的受訪者 K 則認為：「說難聽一點可能我們要被霸凌到，也許有天我們去傷害自己了，他們才會意識到說，啊對這個問題很嚴重，我們要來回頭檢視，可是為什麼一定要等到有人犧牲 或是有人怎麼樣了再去檢討這問題，就很不合理。」

部分受訪者提到，只有當網路負面回饋嚴重到影響到公司利益、或是記者已經成事件主角時，才會處理。如受訪者 D、E、J、F。

我覺得多數的主管不會去跟記者正面去處理這件事情，除非遇到嚴重的，遇到了嚴重的時候，他才跟你討論怎麼辦，但多數還是會落在這是你自己的責任，後來他們發現說記者回覆的時



候，可能沒有按照他們想要的或是給承諾，比如說，可能記者跟投訴人之間，他可能互相有說些什麼，但公司是達不到的，會造成這樣狀況。(受訪者 D)

有跟你做任何的教育嗎？沒有，當新聞報導者變成新聞故事的主角了，公司才會跳出來處理。(受訪者 E)

公司都沒有這方面的培訓，除非真的損及電視台本身，而非僅僅是記者本人而已，除非遇到有挺下屬的長官。(受訪者 J)

我待的電視台的風格比較多是息事寧人、或者是說就是默默的，然後就讓這件事情過去，然後等到真的就是它有一點大，或者他過不去的時候，然後再來說。(受訪者 F)

當中受訪者 F 分析電視台缺乏這方面規劃，主因在於許多能決策的電視台高層年資高，當年他們年輕時跑過新聞，但當年媒體環境並不如現在網路發達。因此如今更難理解基層記者面對網路負面回饋情況。

我覺得可能有個原因是，現在很多高層他們並沒有經歷過這一塊。他們做新聞、當記者時候並沒有網友這些回反饋、回饋，所以他們很難去體會說，我不知道是不是啦。我只是想說是不是因為這樣，所以他們很難去。體會說，在網路上被人家批評，或者是被公審，或者甚至被霸凌的時候，你的內心是怎麼樣的，就是那種情緒，或者是沮喪或挫折。(受訪者 F)



受訪者 A 轉述，曾有南部記者在採訪現場因受訪者家屬遭到網友肉搜，而電視新聞組織也沒有給予任何協助，最後導致該記者離職。

完全沒有什麼協助啊 你說之前壹電視的林 XX（記者名）好了，他在直播時就是跟家屬因訪問的過程中被網路直播出去，結果被網友罵說沒有良心。她被網友罵得很難聽，還被改名字什麼的，後來他就選擇離職不幹了，但我覺得公司也沒有給什麼協助。（受訪者 A）

受訪者 C 則認為，大部分的狀況多還是自己處理，通常公司都會介入的時候都已經是就是對方揚言要處理，走法律程序的時候，公司才會覺得這很嚴重，要他來處理。覺得公司對於這類的處理，比較多是職前訓練。平常長官也會提醒底下記者，別去跟網友筆戰。

通常是長官會跟我們講說，不需要去跟（網友）他們做任何的回覆，他們會提到這類的事情，但這應該不是公司的要求長官，長官會提到說因為我們本來就是一個容易被針對的公司，那非必要的狀況下，不需要去跟別人（網友）筆戰。（受訪者 C）

也有受訪者針對該題提出不同見解，受訪者 I 認為公司不需要有這樣子的教育。受訪者 I：「因為你已經出來工作，不是學校，然後你所有的情緒管理管控，都是你自己應該去做學習。」持該論點也包括受訪者 G。

這種東西不會有人協助，因為這東西太個人了。你適不適合做

這行，你自己心裡清楚，適合做這行的人尤其做電視媒體，第一個心要大、臉皮要厚、而且愛秀，如果這三個有缺一的話，幹起來很辛苦。(受訪者 G)

不過受訪者 I 仍建議，公司應有心理輔導部門，而且應該以保護個人隱私的方式（秘密、預約形式）進行。或是與心理諮商單位一同合作，讓基層從業人員碰上問題能有求助管道。

我是覺得啦，公司可能要設個什麼心理輔導什麼心理諮商師，因為然後可能是那種秘密的，預約形式，我可以提供這樣的服務，因為每一個人他遇到問題，他不見得會去跟朋友講，那如果今天網路上的謾罵變成一種網路霸凌，你沒有辦法保證你自己的心態是能夠把持住，如果今天有個心理輔導或心理諮商的單位就是說，公司可以提供一個管道，然後讓你去診所也好，特約診所也好，就是它是一個企業福利，我覺得是需要一個這樣制度存在，但是這制度會不會形同虛設不知道。(受訪者 I)

至於曾遭遇網路霸凌的受訪者 K 則認為，媒體組織應在事情發生前就有一套制度，協助電視新聞從業人員面對來自網路負面回饋。

我覺得媒體企業應該要有一套制度 SOP。既然大家（電視媒體）都有網新部門（網新為「網路新聞媒體」簡稱），也會看到網友留言，那譬如說，我們現在在做新聞或是在說新聞，尤其是講到政治新聞時候，這種立場不同的東西，甚至有大陸網友會來罵你甚至人身攻擊，我覺得應該要有一個人去檢視這

些留言，那如果真的很不當的時候可以去檢舉，第一時間就檢舉，讓這件事情就是被杜絕、被阻組，讓網友知道說，不是來這邊就是留個言，我就可以跑掉之類，應該要遏止這樣的歪風。(受訪者 K)

面對來自網路負面回饋，受訪者 K 建議應設立替電視新聞之網路媒體把關的守門人，見到有問題留言字眼就能立即處理，甚至是截圖找公司法務處理。

尤其是公司又沒有機制當問題產生的時候，公司可以給你一套 SOP 或是有一個人可以幫你處理這件事情，比如說像法律問題，因為有時候你可能跟網友互嗆，後來就變成法律問題，那有沒有人可以幫你回覆，有時候他們會覺得你發言，也不代表公司立場。(受訪者 K)

## 第五章 研究結果與討論

本研究為探討電視新聞從業人員在網路時代，那些情境會遭遇網友檢視與負面回饋，以及分析面臨該情況時，電視新聞從業人員具備怎樣的情緒能力調適，從上一章節可以看出電視新聞從業人員感知上以及身心狀態因網路負面回饋受到影響、並產生應對的策略及情緒反應。本章共分為兩節，第一節統整第四章的研究發現，將查看網路回饋頻率、平台以及其中的負面網路回饋情境分類統整，亦從訪談內容中釐清電視新聞從業人員面臨網路負面回饋的環境成因，了解其情緒調適能力，以及新聞組織對於網路負面回饋之協助作為。第二節為本研究之貢獻與限制，以及對於後續研究的相關建議。

### 第一節 主要研究發現

本研究目的為釐清電視新聞從業人員面對網路負面回饋情境如何，以及對該情況於網路霸凌、身心倦怠之影響，其情緒調適又是如何，以及其所屬的新聞媒體媒體是否給予幫忙協助。研究發現以這三大部分逐一說明。

#### 一、電視新聞從業人員網路回饋情境

##### (一) 電視新聞記者查看網路回饋

劉蕙苓、羅文輝（2017）曾探討，在匯流環境下記者每天平均使用社群媒體的時間約為 101 分鐘，針對全台灣 1099 位記者所做問卷分析，新聞記者使用社群媒體活動，90.2%是「查看其他媒體正在報導的新聞」，其次是「查閱最新消息」（89.2%），以及「與同業保持聯繫」（85.1%），最少則是「回應觀眾或讀者評論」（31.1%）以及「在社群媒體上發表評論」（33.1%），其研究指出電視新聞記者主要以蒐集資訊為最多，維繫新聞關係次之，參與大眾互動最少。與本研究訪談內容相近，受訪者提及使用網路主要目的，是找尋新題材、找尋受訪對象、檢視新聞製作缺失之功能，其聯繫目的大於觀看網友回饋。

進一步訪談發現，受訪者知道在網路上容易招致網友負面回饋，但部分受訪者會主動查看留言，則不會每一則新聞都看，除非新聞內容具有爭議，或想查看新聞在網路上效果如何、他人提醒等等因素，才會觀看到網友回饋。受訪者提到，過去常看到網友對於媒體記者不友善回覆，用難聽字眼辱罵記者，或曾因為其他的新聞事件採訪遭網友攻擊，曾過新聞同業被網友針對等等。因此受訪者越來越不願意去看網友回饋。

## (二) 網路回饋平台多為 YouTube、Facebook

相較於過去新聞影音播出僅侷限於電視，年資逾 15 年的受訪者談到，近年來電視影音新聞會被上傳到網路，或是以直播方式呈現，網路上新聞回饋現象越來越多，不主動去查看網路回饋，也還是會看到網路上的留言內容。

過去的網路留言平台空間，以 BBS、PTT 為主，不過近 10 年來轉向臉書 Facebook、YouTube 這兩區為大宗，也包括 Dcard。所有受訪者提及的網友給予回饋熱區為 YouTube 留言區、YouTube 的直播聊天室、Facebook 留言討論這三大區為主。

## 二、網路負面回饋情境之情緒調適與應對

### (一) 網路負面回饋情境

基於負面偏向因素，電視新聞從業人員查看網路回饋較容易注意到網路平台對於新聞內容、或記者本身「負面」回饋。從訪談內容中整理出幾種遭遇的網路負面回饋情境，可發現網友透過網路回饋時針對 9 項情境包括：採訪形式、直播現場記者提問、工作流程、開稿方向、電視台立場、報導題材、連線技巧、主播記者外型身材、甚至連採訪對象也可能透過網路反控媒體報導，皆屬於受訪者記憶中網路負面回饋的情境。

曾因「立委網路指控記者事件」被受訪對象追究，且遭到較嚴重的網路霸凌受訪者 K 願意具名接受深度訪談，並詳述事件始末，其情緒調適歷程為剛開始的害怕、尋求長官親友支持，經過 2 個月才逐漸釋懷，如今甚至能幽默看待

這段經歷。

## （二）受訪電視新聞記者如何理解網路負面回饋原因

受訪者就實際的採訪經驗分享，與三個因素改變了電視新聞環境，包括網路回饋留言平台改變、依賴網路電視題材、新聞專業意理改變。

閱聽眾因為網路興起，改變原本電視收看習慣，原有的間接回饋因為網路平台具有的互動性，轉為直接，閱聽眾可透過網路平台留言對新聞從業人員的行為、報導加以評斷，所有受訪者皆提到面臨網友回饋的機會與情境較過去增加。其二，電視新聞從業人員頻繁透過網路蒐集新聞素材，助長了新聞瑣碎化（劉蕙苓，2014）網路素材查證不易也使新聞正確性堪慮，但部分受訪者也提及，記者視網路為聯繫網友、尋找素材管道，但會盡可能避開負面留言。其三，過度依賴網路素材作為新聞題材亦衝擊專業新聞意理改變，影響閱聽眾對於記者之態度與回饋。受訪者表示，越來越多的網友透過網路批評甚至攻擊電視新聞從業人員。

部分受訪者認為閱聽眾主觀透過影片檢視記者的採訪行為進而批評，此現象相當常見，甚至在直播記者會上，記者擔心遭網友攻擊而不敢發問，可是身為記者又有監督政府之責，如今面對來自網友的壓力，反而讓監督責任弱化。

## （三）網路霸凌態度看法、身心倦怠

詢問部分受訪者，認為有時候網友的確會有持續性、充滿惡意的網路回饋，就是網路霸凌。不過也有部分受訪者認為，若以霸凌來解釋網友行為太超過。當中有受訪者能坦然面對網路上言論，不覺得電視新聞從業人員遭霸凌。

而當詢問到網路負面回饋是否對於身心倦怠造成影響時，有受訪者覺得資訊量大容易焦慮，但也有受訪者認為，對於自己的新聞有把握，不擔心因網友批評造成身心負擔。不過也有受訪者提到，曾有同業因為太在乎網友看法，因此離開業界。

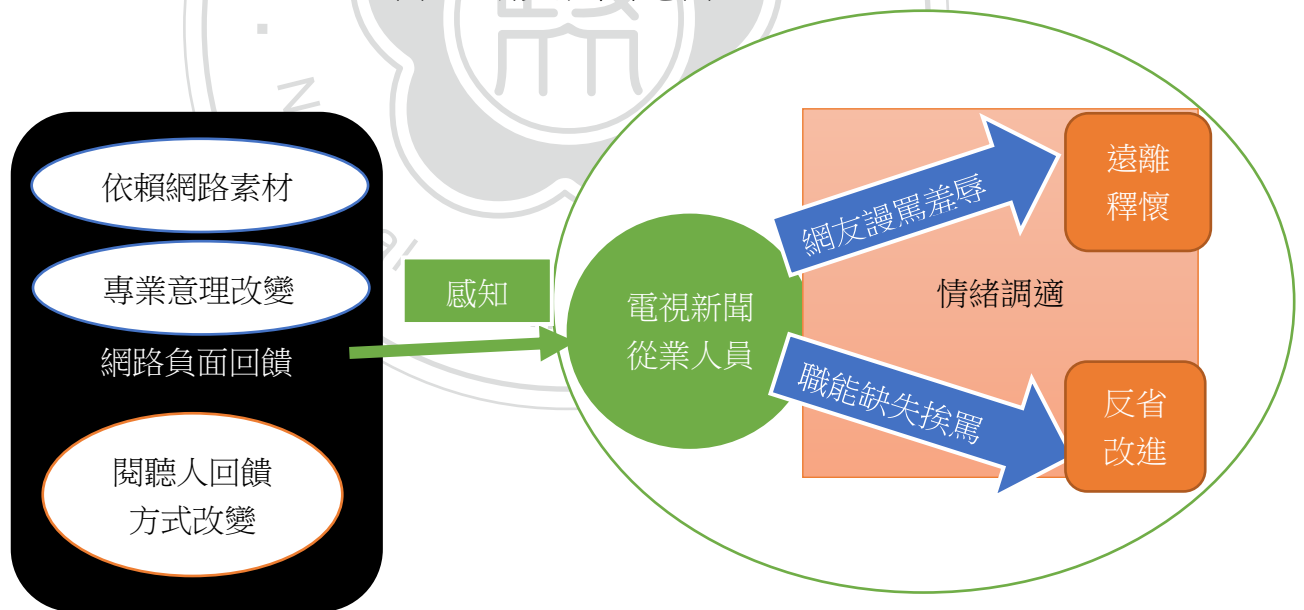


值得一提的是，年資較高（超過 10 年）3 位受訪者較坦然面對來自網路的負面回饋，與過去經驗、個性有關，對於資深的受訪者而言，從網路尚未發達的年代過渡到如今遭遇較多網路負面回饋情境，本來就沒查看網路留言回饋的習慣；再者，多年經驗也讓他們對自身報導更有信心，自認報導內容嚴謹、看清媒體環境問題，近年來選擇不再查看網路上負面回饋，避免讓情緒受到影響。

#### （四）電視新聞從業人員具備情緒調適能力

媒體環境無法改變，記者本身必須擁有情緒能力（emotional competence），才能在網路世代適應。由訪談內容可知 11 位受訪者皆有分辨，網友是無理謾罵或是有建設性的留言反饋，針對謾罵羞辱，多半會選擇遠離、釋懷等策略，而如果是本身職能缺失、或是網友提供具有建設性內容，則會自我反省、改進，如圖 11 所示。

圖 11 研究結果示意圖

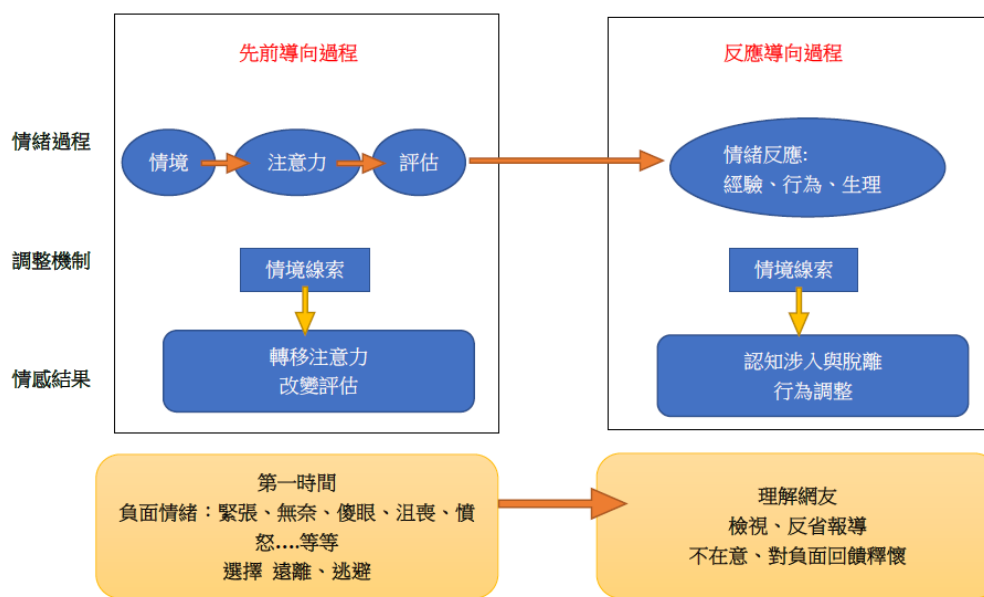


資料來源：研究者整理

若分別從先前導向與反應導向切入訪談，可知受訪者先前導向、也就是第一時間的感知為緊張、無奈、傻眼、沮喪、憤怒、害怕等等負面情緒。不過冷靜下來後其反應導向部分，當電視新聞從業人員認知涉入後可能之反應與行為

調整，包括檢視、反省自己的採訪行為、轉念成督促自己的理由；或是對於網路無端謾罵與批評釋懷、認為難以滿足所有網友想法，不用去滿足所有網友喜好，如圖 12 所示。

圖 12 電視新聞從業人員情緒調適研究結果



資料來源：研究者整理 參考黃葳威（2012）數位時代資訊素養

曾遭遇網路霸凌的受訪者 K 表示，當時遭受網友惡意謾罵，她從一開始的害怕、失眠、壓力大，透過電視台長官、親友支持鼓勵後，逐漸坦然面對，以幽默看待整件事情，甚至能克服心魔，願意再次去約訪事件當事人。

情緒能力是一種在社交關係中能掌握自我效能表現形式的的能力（Saarni，1999）若從該學者所述具備的八項能力逐一檢視，從受訪者訪談內容中可知電視新聞從業人員具備情緒察覺、辨識外界情緒、情緒知識、理解他人情緒、情緒表達、情緒調整策略、情緒溝通、情緒效能之八項能力，從訪談內容中可知，部分受訪者不只具備單一的情緒能力。

#### （五）面對網路負面回饋處理: 遠離、逃避、有計畫解決問題

有七位受訪者表達，以「遠離」處理網路負面回饋，受訪者認為萬一真的回覆網路留言，反而會引來更多網友圍觀，到時候根本沒完沒了，造成更多的網友來留言。與遠離類似，逃避與迴避網路負面回饋也是多數受訪者選擇的應對方式。

值得一提，受訪者重複提到有計畫解決問題的方式包括：匿名報導、不在鏡頭前露臉、與長官溝通新聞影音不放上網路……等等策略，來面對可能遭遇網路負面回饋題材。

### 三、電視新聞組織對網路負面回饋之協助作為

#### (一) 缺乏網路負面回饋之協助作為

所有的受訪者答案都很一致，面對網路負面回饋必須自己承擔，電視新聞組織平時並沒有對於網路負面回饋之協助作為。只有當網路負面回饋嚴重到影響到公司利益、或是記者已經成事件主角時才會處理。而長官平時也會提醒底下記者，別去跟網友筆戰。

#### (二) 電視新聞從業人員建議

有受訪者建議應在保護隱私的條件下，設有心理輔導部門，或是與心理諮商單位一同合作，讓基層新聞從業人員萬一碰上網路負面回饋時，能立即且有效的提供求助管道。曾遭遇網路霸凌的受訪者 K 建議，既然台灣電視媒體都有網路新聞部門，應該建立一套流程約束網路上負面回饋，對於線上記者、主播給予法律顧問協助，避免讓電視新聞從業單獨面對網路負面回饋。

研究者認為，電視媒體應訂定一套有關「網路負面情境處理規則與流程」，內容詳述可能會遭遇的網路負面情境，不同的嚴重程度，公司處理方式跟準則，並在電視新聞從業人員到職前，清楚告知，避免新聞工作者面對網路負面回饋時無所適從。

## 第二節 研究貢獻、限制與建議

### 一、 研究貢獻

本研究作為初探性的研究，以深度訪談法理解電視新聞從業人員面對網路負面回饋其情緒調適情況。梳理當前新聞媒體的線上記者該如何因應來自網路的閱聽眾的負面回饋。透過質性訪談著重受訪者個人的經驗陳述、藉由問答、對話了解受訪者的想法與行為。當網路和社群媒體的發展讓新聞具即時性、與觀眾更有互動時，過去研究多半聚焦在新聞專業意理改變、網搜造成新聞專業性弱化、採訪常規改變等議題。而本研究認為當電視媒體的大環境難以改變，倘若電視新聞從業人員本身具備良好的情緒調適能力，能面對當前網路負面回饋之挑戰。本研究率先以情緒調適能力試圖了解電視新聞從業人員面臨之處境，以及處理應對策略。

蘇蘅（2018）統整過去文獻，談到「專業勇氣」（professional courage）的概念。她以 2006 年美國新聞教育學會主席 Dane S. Claussen 在紐約演講為例指出，新聞業面臨的危機是：專業知識和教育不斷與時俱進，然而最大問題是信心危機。新世代的記者應具備勇氣來面對現實變化，當媒體環境難以改變時，若電視新聞從業人員有良好的情緒調適能力，便可以不必害怕來自網路言論的壓力，情緒調適能力與勇氣，都是當代記者不可或缺的重要能力。

### 二、研究限制與未來建議

本研究限制之一為研究對象，由於以立意方式找尋受訪者，超過一半研究對象侷限在與研究者較親近之電視新聞同業。儘管透過同業介紹盡可能試圖找尋年資比較高且仍在跑新聞的受訪者，不過由於電視新聞採訪情況複雜，所採集的深度訪談資料有限。

業界中多數主播也曾開設臉書粉絲專頁與觀眾互動，則這部分的回饋內容無討論，鎖定在公開的媒體影音平台撰述網路回饋內容。

尤其過去沒有相關研究佐證，限制之三為該題材僅若透過情緒調適能力來套用受訪者個別情境分析稍嫌薄弱。不過作為開創新議題的角度，網路負面回饋卻是電視新聞從業人員不可忽視的環境難題。

建議後續研究可以從質化訪談內容建構指標，以量化方式大規模調查網路負面回饋對於全台記者的影響程度如何、以及那些情境相關性較高，進而推論出更嚴謹的研究結果。







- 王毓莉（2003）。〈網際網路時代的新聞採訪寫作——試論「電腦輔助新聞報導」（CAR）課程之必要性〉，《中國廣告學刊》，第8期，頁85-106。
- 王維菁（2013）。〈科技變遷下的新聞記者薪資:現狀與出路 批判政經取向之思考〉，《中華傳播學刊》，23:74
- 危芷芬譯，Susan Nolen-Hoeksema, Barbara L. Fredrickson, Geoffrey R. Loftus, Christel Lutz（2015），《心理學導論（二版）》，P366-P375。台北：雙葉書廊
- 宋宥賢（2018）；新社會政策雜誌；用鍵盤摧毀一條人命：「網路霸凌」現象與防制策略建構；關鍵評論；<https://www.thenewslens.com/article/101576>
- 李金銓（2007）。大眾傳播理論。台北：三民。第十章，頁157-174。
- 李惠婷（2011）。台灣人肉搜索文化之探討。國立交通大學理學院科技與數位學習學程碩士論文。
- 李慶芳（2012）；質性資料分析，五部曲；不用數字研究：  
<https://reswithoutnumbers.blogspot.com/2012/09/blog-post.html>
- 林秀雲譯，Earl Babbie（2016），社會科學研究方法，台北，新加坡聖智學習
- 林金定、嚴嘉楓、陳美花，2005，質性研究方法：訪談模式與實施步驟分析，身心障礙研究，3:2 頁 122-136
- 林照真（2013）。〈台灣電視新聞之災難報導：以莫拉克風災為例〉，《新聞學研究》，第115期，頁141-185。
- 邱彥瑜（2017）。〈在臉書做記者:記者的社群媒體使用行為、角色認知與組織規範的態度〉，國立臺灣大學新聞研究所碩士論文。

- 范麗娟（1994）。深度訪談簡介。戶外遊憩研究，7（2），25-35。
- 施琮仁（2017）。〈台灣青少年網路霸凌現況，原因與影響〉，《中華傳播學刊》，32：203-240。
- 徐美苓（2015）。〈影響新聞可信度與素養效能因之探討〉，《中華傳播學刊》，27：99-136。
- 梁庚辰（2018），《心理學：身體心靈與文化的整合》，P365-P380。台北：台大出版中心
- 郭嫻君（2010）。〈從組織雇員到獨立記者：三位新聞工作者的專業意理形塑與實踐〉。臺灣大學新聞研究所碩士論文。
- 陳宜秀（2019年10月25日）。〈韓網發起「淨化關鍵字」運動 「雪莉我愛你」成熱搜〉，《三立新聞網》。取自  
<https://www.setn.com/News.aspx?NewsID=618679>
- 陳靜君、陶振超（2018）。〈偏見同化效果：網路新聞不文明留言對態度極化的影響〉，《中華傳播學刊》，33：137-179。
- 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。
- 黃秀卿（2007）。新聞記者工作壓力與身心健康調查。臺北醫學大學公共衛生學研究所碩士論文，台北市。
- 黃柏堯（2010）。〈新聞記者網路之資訊尋求行為與資訊焦慮產生對守門行為影響之初探〉，2010海峽兩岸圖書資訊學學術研討會論文集，369-394。

- 黃苕冠（2014）。網路新聞讀者留言的不禮貌語言行為研究。國立臺灣師範大學華語文教學系博士論文
- 黃葳威（2012）。數位時代資訊素養。新北市：威仕曼文化
- 黃葳威（2018）。數位時代網路治理。台北
- 楊意菁（2011）。〈從「網友說」新聞探討公眾角色在新聞報導的變化〉，《傳播研究與實踐》，1（1）：43-53。
- 萬文隆（2004）。〈深度訪談在質性研究中的應用〉，生活科技教育月刊，37卷第四期
- 劉昌德（2008）。〈大媒體，小記者；報禁解除後的新聞媒體勞動條件與工作者組織〉，《新聞學研究》，95：239-268
- 劉蕙苓（2014）。〈匯流下的變貌：網路素材使用對電視新聞常規的影響〉，《新聞學研究》，121：41-87。
- 劉蕙苓、羅文輝（2017）。〈數位匯流的新工具採納：記者的社群媒體使用與影響評價〉，《新聞學研究》，132：107-150。
- 潘淑滿（2004）。《質性研究：理論與應用》。台北：心理出版社。
- 蕭伊貽（2011）。《電視新聞工作者取用第三方影音素材之研究》。政治大學新聞研究所碩士論文。
- 蕭蘋（1989）。《環保記者專業意理及其影響因素之研究》。政治大學新聞研究所碩士論文。
- 賴若函（2010）。〈奮不顧身下的勞動哀愁：新聞工作者職災類型、成因、組織與法制之分析〉。政治大學新聞研究所碩士論文。

羅文輝（2013）。〈報紙與電視新聞可信度：1993、1998 和 2003 年度的比較研究〉，張茂桂、羅文輝、徐火炎（編）《台灣的社會變遷 1985~2005：傳播與政治行為》，頁 65-91。台北市：中央研究院社會學研究所。

蘇蘅（2002）。《競爭時代的報紙：理論與實務》。台北：時英。

蘇蘅（2018）。〈新聞專業的新視野：媒體實踐與台灣的問題〉。《傳播文化》，17：16-51。

## 英文部分

Crosslin, K., & Crosslin, M. (2014). Cyberbullying at a Texas University—A mixed methods approach to examining online aggression. *Texas Public Health Journal*, 66, 26–31.

Deuze, M. (2005). What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered. *Journalism*, 6 (4), 442-64.

Deuze, M. (2007). *Media work*. Cambridge: Polity.

Fürst, S., Schönhagen, P., & Bosshart, S. (2015). Mass communication is more than a one-way street: On the persistent function and relevance of journalism. *Javnost—The Public: Journal of the European Institute for Communication and Culture*, 22, 328-344.

Gross, J. J., & Thompson, R. A. (2007). Emotion regulation: Conceptual foundations. In J. J. Gross (Ed), *Handbook of Emotion Regulation* (Vol. 3, pp. 3-24). New York, NY: Guilford Press.

Hinduja, S., & Patchin, J. W. (2008). Cyberbullying: An exploratory analysis of factors related to offending and victimization. *Deviant Behavior*, 29, 129-156

Lang, (1990). Involuntary attention and physiological arousal evoked by structural

- features and emotional content in TV commercials. *Communication Research*, 17 (3), 275–299.
- Li, Q. (2007). New bottle but old wine: A research of cyberbullying in schools. *Computers in Human Behavior*, 23, 1777-1791.
- Li, Q. (2008). A cross-cultural comparison of adolescents' experience related to cyberbullying. *Educational Research*, 50, 223-234.
- Neurauter-Kessels, Manuela. (2011). Im/polite reader responses on British online news sites. *Journal of Politeness Research. Language, Behaviour, Culture*. 7. 10
- Patchin, J. W., & Hinduja, S. (2006). Bullies move beyond the schoolyard: A preliminary look at cyberbullying. *Youth Violence and Juvenile Justice*, 4, 148-169.
- Reese, S. D. (2001). Understanding the global journalist: A hierarchy-of-influences approach. *Journalism Studies*, 2 (2), 175-187.
- Picard, R. G. (2014). Twilight or New Dawn of Journalism?, *Digital Journalism*, 2 (3), 273-283.
- Schudson, M. (1978). *Discovering the news: A social history of American newspapers*. New York: Basic Books.
- Singer, J. B. (2006). Partnerships and public service: Normative issues for journalists in converged newsrooms. *Journal of Mass Media Ethics*, 21, 30-53.
- Singer, J. B. (2010). Quality control. *Journalism Practice*, 4, 127-142.
- Katz, James E. & Ronald, E. Rice. "Syntopia : Access, Civic Involvement, and Social Interaction on the Net," 2002 , pp.114-138 in B. Wellman & C. HaYouTubehornthwaite eds. *The Internet in Everyday Life*. Blackwell.

Kowalski, R. M., & Limber, S. P. (2013). Psychological, physical, and academic correlates of cyberbullying and traditional bullying. *Journal of Adolescent Health, 53*, 13–20.

Kowalski, R. M., Giumetti, G. W., Schroeder, A. N., & Lattanner, M. R. (2014). Bullying in the digital age: A critical review and meta-analysis of cyberbullying research among youth. *Psychological Bulletin, 140*, 1073–1137.

Wang, J., Nansel, T. R., & Iannotti, R. J. (2011). Cyber and traditional bullying: Differential association with depression. *Journal of Adolescent Health, 48*, 415–417

Willnat, Lars & Weaver, David & Choi, Jihyang. (2013). THE GLOBAL JOURNALIST IN THE TWENTY-FIRST CENTURY. *Journalism Practice, 7*. 10.

