

貳 文獻探討

本章將進行相關的文獻探討。國際新聞的研究在國內外雖行之有年，然而臺灣針對電視國際新聞的研究卻並不常見，而在臺灣更未有相關文獻以資訊娛樂化的概念討論國際新聞。本文因此從電視國際電視新聞的發展為基礎，探究前人過去的研究發現，並從探討資訊娛樂化及馴化兩個概念與國際新聞的關係，從中歸納出本文的研究問題與研究架構。

本章將先從國際新聞的發展與研究開始，第二節為回顧資訊娛樂化的相關文獻，第三節探討國際新聞中馴化的概念，第四節則整理臺灣國內國際新聞的相關研究及結果，第五章為研究問題，而第六章則為研究架構。

第一節 電視國際新聞

壹、三場戰役：電視國際新聞的三個轉捩點

電視經常被形容為「世界之窗」，這個比喻尤其適用於國際新聞。電視誕生於三十年代的美國，這個「神奇盒子」的出現迅速的瘋魔了整個美國，下班回家觀看電視成為了萬千美國家庭的消閒娛樂。在電視誕生之初，所謂的電視新聞只局限於本地與國內消息，及極少數沒有畫面只有主播播報的國外消息，閱聽人對於國際新聞的接收始終以平面媒體為主。另外，在二次大戰與冷戰的局勢之下，國際消息的流通受到阻礙，同樣局限了國際新聞的發展。然而，七十年代美越戰爭卻打開了電視國際新聞時代的重要一頁。

電視國際新聞的發展可以回溯到六十年代後期與七十年代初，衛星傳送科技與錄像科技的進步改變了過去國際新聞的收集與傳遞過程，相關科技的進步讓電視台可以減省成本之餘同時也降低對國際通訊社的依賴，使得國際新聞的傳送更有效率（Larson, 1984）。然而，除了科技的進步以外，七十年代的國際形勢同時也造就了

閱聽人及媒體對國際新聞的關注，諸如美越戰爭、阿富汗戰役、阿拉伯與以色列戰爭、中美建交等重要事件使得媒體大量報導國際事務。尤其是越戰時期，美國的媒體幾乎一面倒的報導戰爭相關的消息（Rubin, 1979），除了平面媒體大量報導越戰相關的新聞外，美國電視媒體如 NBC、CBS、ABC 都投入了國際新聞的戰場。而當中 CBS 主播 Walter Cronkite 深入戰地的一連串報導，更被認定為改變美國公眾越戰立場的重要因素。

隨著傳輸科技與交通的持續發展、共產國家分裂、及通訊社的擴大，電視國際新聞於八十年代進一步的取代平面媒體成為大部分人口取得國際資訊的主要媒介（Larson, 1984: 7）。而八十年代由 Ted Turner 創立的美國有線新聞網 CNN（Cable News Network）二十四小時新聞台則讓電視國際新聞踏入一個新的紀元。CNN 的出現嚴重的威脅美國三大新聞網（NBC、CBS、ABC）的收視，而一九九一年的波斯灣戰爭更是把 CNN 式的國際新聞文化推到最高點。

全球電視新聞生態在 CNN 的 24/7 波斯灣戰爭報道後完全改變，而同時 CNN 的新聞播報形式也在全球掀起了一股 CNN 化（CNN-ization）的旋風（Thussu, 2004），無論是東西方的電視台都跟隨 CNN 的腳步，二十四小時新聞台因而如雨後春筍般不斷成立。另外，CNN 的 24/7 的國際新聞報導模式同時也改變了既有的外交模式。一直以來電視國際新聞是一個反映世界概況的工具，然而二十四小時新聞台的出現讓電視國際新聞不再是沉默的觀察者。許多的研究均指出，電視國際新聞與外交政策與發展有密切的關係見（Hallin & Mancini, 1989; Oehlkers, 2000; Gilboa, 2002; Thussu, 2004），而電視國際新聞更成為國家元首與政府官員發佈及收集外交資訊的主要管道。在傳播學界中更引申出所謂的 CNN 效應（CNN Effect），指的便是國際新聞對外交政策的涉入（Gilboa, 2002）。

九十年代中期，互聯網的發展及普及提供閱聽人另類的資訊收集媒介，然而，互聯網的出現卻未有影響電視作為重要國際消息收集平台的地位，跨過媒體集團及電視媒體如 CNN 及 BBC 均開始提供國際新聞的通訊服務，以換取部分地區電視台

的本地新聞畫面 (Boyd-Barrett & Rantanen, 2004)，而互聯網的普及也成爲了跨國電視媒體拓展業務的重要平台，並進一步促使國際新聞全球化。二零零一年的九一一事件刻畫了國際新聞全球化的新一頁 (Tester, 2004)，各國電視台全天候的重播兩部客機撞毀世貿大廈的情形，讓全球閱聽人都感受到伊斯蘭世界與西方世界的緊張局勢。而二零零三年三月年第二次美伊戰爭爆發，更是再一次觸動媒體與世人對於國際局勢的關注 (Paterson & Sreberny, 2004)。在衛星影像傳輸科技、夜光攝影機、數位化影響攝錄與傳輸科技的運用下，第二次美伊戰爭更是以零時差的方式出現在電視新聞及互聯網之中 (Paterson & Sreberny, 2004)，使閱聽人更全面及更及時地瞭解戰況局勢。

時至今日，電視已經成爲全球最重要的媒介之一，它能突破過去語言與文化的障礙使資訊能夠有效傳播 (Thussu, 2007)。Chang & Chen (2000) 也曾經提出在中國開放之初期，電視國際新聞的確是一個有效讓中國民衆接觸與認識西方國家的工具。

在傳播科技發展發達和全球化發展的趨勢之下，國際新聞越來越受到媒體及閱聽人的重視。在過去，包括美越戰爭、波斯灣戰爭、與持續進行的第二次美伊戰事都改變了電視國際新聞的形態，同時也引起了媒體與閱聽人對國際事務的關注。

貳、國際新聞研究與批評

隨著國際新聞的發展日趨成熟，傳播學者也開始相繼投入國際新聞的研究之中。在過去的衆多國際新聞相關文獻中，國際新聞通常被翻譯爲國際新聞 (international news) 或國外新聞 (foreign news)；然而，Larson (1984: 35-36) 認爲國際新聞與國外新聞在定義上其實略有差異，部分學者在使用國外新聞一詞時經常排除在國家境內發生的國際事務，同時國外新聞一詞也忽略了國與國之間的關係，Larson 提出在實際上僅有少數的國際新聞可被歸類爲國外新聞 (只發生在一個國家)，Larson (1984: 54) 在其針對美國有線電視國際新聞的研究中就發現國外新聞

(foreign news) 只佔整體樣本的 25%，其餘均為發生或與多於一個國家相關的國際新聞。

在新聞內容上，戰爭、天災、與人禍在過去幾乎是國際新聞的代名詞(Larson, 1984: 17)，從電視國際新聞發展與戰爭的密切關係便可見，戰爭新聞可說是國際新聞發展的核心。然而，以戰爭或災難為主的新聞取向除了印證了「壞新聞就是好新聞」(bad news is good news) 外，更延伸出「國際新聞就是壞新聞」的新聞價值與新聞傳統，甚至有學者指出國際新聞已經陷入一種「政變與地震」的症狀(coups and earthquake syndrome) (Rosenblum, 1979; 轉引自 Larson, 1984: 18)。尤其是第三世界國家的新聞報導更是這種「政變與地震」式新聞的最佳範例。以非洲為例，Larson (1984: 70) 針對美國有線電視國際新聞的研究中就發現只有在動亂、政變、災害與戰爭發生時非洲國家才會出現在新聞上。

然而，這種對發展中國家具有重大偏見的新聞並不局限於美國，Lozano et al. (2000) 在其研究中發現拉丁美洲媒體對於西方工業國的重視遠大於其他發展中國家，而針對發展中國家的報導相對於西方國家則普遍傾向負面。

面對這種頗具爭議的報道方式，雖然有部分傳播學者主張媒體應該以「發展新聞」(development news) 取代發展中國家以災難與戰爭為中心的報導形式，並檢視西方媒體霸權的影響(Larson, 1984: 18; Thusu, 2004)，然而，實際上發展新聞在推動上的成效卻不彰。在過去，傳播學者針對美國國際新聞的一連串研究結論都指向其對發展中國家負面的偏差及強烈的西方中心主義，尤其是針對發展中國家的報導，更是以怪異、暴力及衝突的內容為主，形成一種強烈的偏差(Huang & McAdams, 2000)。同時許多研究(Gerbner, 1961; Galtung & Ruge, 1965; Hester, 1971; Shilter, 1974; 轉引自 Huang & McAdams, 2000) 也指出美國國際新聞報導反映出一種市場中心(market-oriented) 的意識形態，收視率的決定模式成為了新聞內容的取決關鍵。然而，除了國際新聞的守門過程以外，對於國際通訊社的依賴及地理關係同樣的影響國際新聞的呈現。

日益進步的傳輸科技雖然使得新聞的傳遞更加便利，然而 Hulten (1973) 發現縱使衛星傳送科技的進步加強了世界新聞中心（美國、英國、法國等）之間的新聞傳遞，然而邊陲地區之間或與世界新聞中心的新聞傳遞卻依然沒有改變。四大國際新聞通訊社（美聯社、法新社、路透社、合眾社）對於消息的壟斷同時也是國際新聞報導不平衡的主因。據過去的統計，美國電視國際新聞中超過七成的國際新聞消息來自國際新聞通訊社 (Batscha, 1975; 轉引自 Larson, 1984: 16)。而 Weaver & Wilhoit (1981) 在其針對美聯社與合眾社發報的電匯新聞研究發現，政治、軍事，及罪案相關的消息佔其外電服務的大多數。

這種仰賴國際通訊社作為唯一消息來源的做法除了使得報導不平衡外，也經常被發展中國家及傳播學者詬病為西方霸權主義的散播。西方國家（尤其是美國）壟斷了全球多半的資訊與娛樂網絡，據 1999 年的統計顯示 95% 的輕娛樂節目、91% 的電視連續劇、90% 的電視電影、87% 的外銷電影、72% 的兒童節目及 62% 的真實節目（如紀錄片）都是由西方國家產製，而在非西方國家中幾乎只有日本可與之抗衡 (Thussu, 2004)。個別研究中同時也發現 (Thussu, 2004; Lozano et al., 2000)，發展中國家如非洲、拉丁美洲、及亞洲的媒體新聞報導大多仰賴國際通訊社所提供的消息。

在國際通訊社的消息壟斷與新聞傳播科技的不平等的雙重衝擊下，國際新聞呈現的是一個扭曲與偏頗的世界地圖。Harris 於 1976 年提出了新聞地理 (news geography) 的概念，該概念討論的除了試圖反映國際新聞中不同國家受重視的程度外，也同時探討新聞的製播形式與其呈現。Gerbner & Marvanyi (1977; 轉引自 Larson, 1984) 在其跨國平面媒體的國際新聞研究中發現不同體系的國家（資本主義、共產主義、與第三世界國家）有不同的國際新聞取向，例如英國、西德等西歐國家相對的比較著重西歐、拉丁美洲、與北美國家的新聞，而第三世界國家則對蘇聯的發展十分關注。根據 Anderson (1983) 所提出的想象的共同體，Oehlkers (2000) 認為媒體在著重報導「我者」的同時，經常忽略了一些相對少數或相關性較低的國家或民

族，形成了報導的不平衡。

Chang, Shoemaker, & Brendlinger (1987) 以美國的國際新聞為例，提出 7 個國際新聞的新聞報導價值的決定因素：1) 異常性、2) 與美國的相關性、3) 社會變動的可能、4) 地理位置、5) 語言相近性、6) 媒體自由度、及 7) 經濟系統相近性。另外，Acosta-Alzuru & Roushazamir (2000) 則提出國家利益、文化及地理接近性均為影響國際新聞報導的重要因素。而李美華 (2005) 則認為國際新聞流通之決定因素包含科技、社會、文化、與政治因素。

雖然隨著全球化的發展，國際新聞成為了閱聽人與媒體不可忽略的一部分，然而，近年的研究卻紛紛指出聞國際新聞不管是在報紙或電視新聞的比例都有大幅下降的趨勢 (Riffe & Budianto, 2001; Paterson & Sreberny, 2004)。而在媒體的強烈競爭及跨國媒體集團影響下，過去以災難與衝突為核心的國際新聞在內容上也有所改變，例如 Paterson & Sreberny (2004) 發現國際通訊社開始大量的增加體育、影視娛樂、時尚等新聞。而 Thussu (2004) 也發現以資訊及嚴肅新聞為主的英國國家廣播電視台 (BBC) 以有別於過去的軟性及生活化的形式報導發展中國家的人文地理，一改過去災難與戰爭中心的發展中國家新聞報導模式。

歸納過去有關國際新聞的相關研究，普遍指出國際新聞在報導上有嚴重的偏頗、不平衡、及對災難與戰爭的過分重視。然而，隨著媒體戰越演激烈，國際新聞在內容上也開始走向資訊娛樂化。

第二節 資訊娛樂化

壹、資訊娛樂化現象的發展

在收視率導向的媒體生態之下，結合資訊與娛樂的新文類因此應運而生 (Deuze, 2005)。新聞的小報化或資訊娛樂化的趨勢，使得資訊與娛樂之間的界線變得模糊

(Inoue & Kawakami, 2004; Deuze, 2005)。小報化經常被批評為新聞道德與專業的淪喪，而新聞媒體的商業化、新聞內容商品化、及銷量與收視率導向的媒體市場更是新聞小報化的始作俑者 (Inoue & Kawakami, 2004)。

然而，不管小報化或資訊娛樂化兩者均不是現代社會特有的產物。小報的歷史可以追溯到二十世紀初期英國的黃色報章 (yellow journalism) 或便士報 (penny press)，兩者均以報道人情趣味、名人醜聞、及生活新聞等軟性新聞為主。Hughes (1940; 轉引自 Sparks, 2000) 表示報紙本身無法單靠傳統新聞或人情趣味新聞生存，報紙應包含大量的資訊，以觸及不同的讀者。而 Mead (1926; 轉引自 Langer, 1998) 所提出的兩個新聞報導模式中也指出，新聞的報導除了資訊模式以外，也包括了愉悅 (enjoyability) 及有消費價值 (consummatory value) 的新聞。

歸納 Hughes 及 Mead 的說法，資訊與娛樂的混合或資訊娛樂化乃新聞一貫的特性。然而，進入電視普及的時代及在全球化的推波助瀾下，資訊娛樂化在二十世紀後期劈開了新的戰場。一九八零年代後期，冷戰末期，民主體系的勝利同時也開創了全球資訊娛樂化的黃金年代。從一九八零年中期開始，許多大型美國娛樂機構開始並購多個重要的新聞媒體，一九八五年澳洲媒體大亨梅鐸 (Rupert Murdoch) 入股福斯傳播集團，並在其後創立福斯新聞網，為其入主美國傳播工業殿下基石；一九八九年新力電影公司與哥倫比亞影視公司合併；同年華納傳播公司也入股 CNN 創辦人旗下的 Turner Broadcasting System，而迪斯尼也在一九九五年收購美國三大聯播網之一的 ABC；另外，NBC 也在二零零四年被環球片場合併於旗下的娛樂網下。以美國為基地的大型跨國媒體集團的成立除了成就了美國作為資訊與娛樂的最大提供者以外，同時也造就了媒體集團中新的行銷策略 (Thussu, 2007: 50)。為了有效的利用旗下媒介管道，新聞媒體在播報新聞的同時，難以避免的也淪為了行銷的工具，例如大多數的媒體集團都會在旗下的新聞網中為其電影作宣傳 (Thussu, 2007)。

在美國，新聞的娛樂化在辛普森 (O.J. Simpson Trial) 及克林頓事件中更是達到高峰，部分過去被認為是優質的媒體也不經競爭壓力，開始向小報式的新聞靠攏

(Sparks, 2000; Thussu, 2007)。而據 Pew Centre 的統計，近年來美國的晚間新聞節目有下降的趨勢，而資訊娛樂化的節目如脫口秀、實景節目等卻續年上升，使得部分研究學者擔心電視的娛樂功能將完全取代資訊功能 (Stockwell, 2004)。

然而，有別於報紙，其實電視從來都不是單一資訊性的媒介。Bogart (1989) 指出電視本身是一個具娛樂性的媒介。而 Hefzallah (1990) 也表示電視經常被製作人及大眾定位為娛樂性媒體，在必需兼顧娛樂性及資訊性的情況之下，諸如人情趣味、兒童、寵物、體育互動等主題的電視新聞也因此有增加的趨勢 (轉引自陳馥綺, 1992)。

許多傳播學者均認為 (Brants, 1998; Hallin & Mancini, 2004; Thussu, 2007: 72) 以美國為首的傳媒集團除了改變過去的傳播模式外，也影響了全球電視新聞的播報模式。過去研究也發現日本及部分東歐國家的電視新聞都有資訊娛樂化的趨勢 (Gulyas, 2000; Thussu, 2007: 76)。另外，共產國家如中國的新聞媒體也隨著國家開放、資本主義入侵及外國娛樂工業的輸入而邁向資訊娛樂化 (Thussu, 2007: 77)。

前章曾提出二十四小時新聞網的出現是誘使電視新聞資訊娛樂化的一大因素，在新聞需求量增加的情況下，新聞媒體因此需要大量不花費太多人力物力的新聞去填補播新聞時間，因此諸如名人、罪案、娛樂及運動般容易消化又不耗費資源的新聞正是填補新聞時間最好的選擇。同時，Thussu (2007: 113-115) 表示在 CNN 以全天候二十四小時報道波斯灣戰爭以後，戰爭的報導也掀起了新一輪的媒體戰爭。戰爭題材長期是好萊塢電影中一個普遍的主題，而這種好萊塢式的戰爭畫面與手法更是進一步被應用在電視新聞之中。除了報導的即時性外，如電影般的爆破、逮捕等感官畫面，或軍事專家的訪談成爲了新聞台競爭收視率的重要形式。另外，根據 Thussu (2007) 的觀察印度電子媒體經常把犯罪新聞以資訊娛樂化的方式包裝報導，在印度國內更有多家電視台爲所謂「真人真事」的犯罪新聞作深入的探討。而除了犯罪、暴力同時也是資訊娛樂化的元素之一，根據 Copper-Chen (2005) 中國與日本的娛樂節目中包含了 15% 的暴力成分，而美國的娛樂節目則包含了 67% 的暴力成

分，由此可見暴力為娛樂化現象的 一大特性。

然而，除了戰爭與犯罪，近年來因為地球氣候的轉變，人類開始意識到大自然的力量，有關於意外與災難的好萊塢電影不計其數的上映。影片中通常不乏浩大的災難場面、傷亡、與快速的節奏，而這些元素除了為災難電影添加了緊張的氣氛外，也同時反映了好萊塢電影工業把意外與災難資訊娛樂化的過程。例如全球最賣座電影【鐵達尼號】，就是娛樂化意外與災難的一大例子。

Grabe et al. (2000) 認為在資訊娛樂化形式的節目中，節目的製作風格已經遠比內容重要，因此在資訊娛樂化的研究當中除了內容外，風格、後製、與節目包裝也同樣重要。

近年如美國紀錄片導演 Michael Moore 般所拍攝的紀錄片如【Bowling for Columbine】、【Fahrenheit 911】、及【Sicko】等以輕鬆的手法闡述嚴肅議題的紀錄片都得到空前成功。雖然傳統新聞學者均認為 Moore 的作品算不上新聞，然而，不容置疑的是這種 MTV 式的剪接手法、音樂的運用，與緊湊的節奏都讓閱聽人更能參與社會或政治議題 (Stockwell, 2004)。

貳、資訊娛樂化的研究與討論

Zillmann & Vorderer (2000: 17) 認為八十年代所謂的資訊年代 (information age) 實際上是娛樂性的年代 (entertainment age)，媒體內容開始充斥著各種娛樂文類，而其中電視的盛行便是解放這股娛樂年代的始作俑者。Cooper-Chen (2005: 5) 認為節目的資訊性與娛樂性往往根據傳統的認知來作二分，如組織中的新聞組與娛樂組的區分；商業與公營電視台的區分，前者通常被視為娛樂性的，而後者則為資訊或教育性；或電視頻道的差別，如 CNN 及 BBC 通常被視為純資訊性的新聞頻道。

Stockwell (2004) 把資訊娛樂化的節目類型分為生活節目、真人實景秀、紀錄

片式肥皂劇 (docu-soaps)、真人遊戲節目 (docu-game)、真人生活節目、小報新聞、脫口秀、重建式紀錄片 (mocumentary)、及討論媒體現況的談話節目 (news sit-com)。Stockwell (2004) 及 Copper-Chen (2005) 也提出新穎的遊戲節目也具有資訊娛樂的特點，如風行一時的美國遊戲節目【Who wants to be a millionaire】除了具有娛樂效果外，同時也具有教育與資訊的功能，可見舊有的資訊與娛樂二分的界線已經越來越模糊。

除了 *Infotainment* 外，近年來學者也開始使用 *Edutainment* 一詞，*Edutainment* 為教育 (Education) 與娛樂 (Entertainment) 結合的新詞彙。然而，Thussu (2007: 166) 認為電視的教育功能經常被忽略，實際上以圖像、旁白、遊戲形式、非正式的方式可以使教育變得富有娛樂性 (Buckingham & Scanlon, 2005: 46；轉引自 Thussu, 2007: 166)。2006 年奧斯卡得獎紀錄片，【An Inconvenient Truth】便結合娛樂、資訊與教育等角度探討地球亂化的議題，引起廣泛討論 (Thussu, 2007: 167)。

針對資訊娛樂化的影響，傳播學者明顯的形成了兩派說法。其中一種說法為以人情趣味、醜聞、及娛樂導向的小報化新聞將威脅媒體於民主題系中作為提供公眾公共議題的核心位置 (Sparks, 2000；Peck, 2000)，而 McManus (1994) 甚至在其研究中指出新聞軟性化是電視新聞閱聽人流失的主因。另一方面，後現代學者則認為小報的出現可以擴大民主化、消除階級間資訊使用的不平衡、及挑戰傳統媒體 (Peck, 2000)。

Stockwell (2004) 也表示在嚴肅新聞受到傳統的價值與規範限制下，資訊娛樂化式的節目相對的有不同的規範，因此一些被傳統新聞忽視的新聞或議題在資訊娛樂化的節目中得以被報導。而同時 Stockwell 認為在傳統新聞媒體受到政府與企業的規範之下，資訊娛樂化式的節目能反映不同的觀點，並同時能提高社會的民主化。

娛樂工業的入侵使得電視新聞邁向資訊娛樂化，然而，作為一個以收視率導向的商業考量，資訊娛樂化的新聞形式是否能刺激新聞收視率成為了很多研究者的疑

問。Grabe et al. (2000) 等人發現小報形式的新聞的確可以引起閱聽人的注意，然而，受試者普遍對傳統形式的新聞有較高的信任。

事實上，Graber (1994) 認為雖然學者大多批評新聞資訊娛樂化的現象，然而，資訊娛樂化的新聞卻能吸引更多以前不看或不閱讀新聞的閱聽人。同樣的，Baum (2003) 也提出新聞的軟性化可以增加閱聽人對國際事務的注意力，而 Mindich (2005: 19) 也認為資訊娛樂節目可以吸引更多年輕的族群收看電視新聞。

即使部分學者認為新聞的資訊娛樂化扼殺了嚴肅新聞的生存空間，並威脅新聞價值與專業。然而，從閱聽人的研究中可見，資訊娛樂化卻造就了新聞的另一種生機。Hartley (1996: 72) 表示電視是一個連接階級、性別、種族、國家、與其他界線的機制，並可以讓閱聽人成為象徵社群的一員，透過新聞的資訊娛樂化，過去排除在嚴肅或精英式新聞的族群（經濟、或教育程度較低者）也可以從中得到政治與社會議題的資訊。

有關於資訊娛樂化的正反意見持續在傳播學界中引起討論，然而，綜合過去研究，不能否定的是資訊娛樂化形式的節目已經在全球掀起風潮，而其正面的影響也受到部分學者的支持。

第三節 馴化

壹、國際新聞的馴化策略

前章曾提及，國際新聞的馴化過程與資訊娛樂化的目的均為提升閱聽人對國際新聞的興趣與瞭解。而新聞室的馴化策略與資訊娛樂化的策略也有若干相似，例如 Clausen (2004) 就提出電視台大量在國際新聞中運用標題與圖片作為增加本地閱聽人對事件瞭解的輔助工具。在國際新聞中，馴化策略可說是一個特有的形式，可說是國際新聞研究中不能忽略的一環，因此本節將探討過去馴化相關的文獻，窺看前

人所提出馴化研究的概念與結果及其與資訊娛樂化之關係。

在全球化的趨勢之下，全球的經濟、政治、及文化變得越來越互相依賴，然而，這股潮流通同時也加劇了中心地區與邊陲地區的差異（Lee et al., 2002: 42）。同時，在傳播科技的發展及新聞網絡流通的情況下，外來文化產品與資訊的輸入，使得本土文化與國族身份受到前所未有的挑戰（Clausen, 2003: 13）。國際新聞作為全球資訊的散播中心更是首當其衝的成為了全球化與本土化之間角力的場域。

然而，對於 Lee et al.（2002: 42）等人來說全球化與本土化是一個共生的概念：全球化是本土特性的一致化，而本土化則是一致概念的本土化。另外，Clausen（2003: 13）也認為所謂的全球化是一個精神上的現象，因為媒體影像可以自由傳送，也因此使得本土文化與全球文化並行。而新聞的馴化（domestication）過程則正反映了國際新聞中本土文化與全球文化並行的現象，Lee et al.（2002: 43）把馴化定義為新聞媒體把國際新聞以本地文化脈絡框架與連接的策略。

縱使全球化時代來臨迄今已經二十餘年，而傳播科技的進步，更是使得國際資訊隨手可得，然而，在國際新聞的製播過程中，如何讓本地閱聽人瞭解與消化國際消息始終為新聞業界的一大挑戰。Clausen（2003: 14）認為每一個國家的國際新聞都是以適合當地閱聽人的框架闡述再呈現於閱聽人之前。Cohen et al.（1996: 85）也表示記者為了使國內閱聽人可以瞭解相對陌生的議題，必須透過國內的政治、文化、及歷史脈絡去建構國際新聞。根據 Cohen et al.（1996: 153）馴化的過程既是一個過程同時也是一個結果，Cohen 等人認為記者在馴化的過程中必須先以個人的認知解碼以馴化新聞與本地的關係與意義，而閱聽人在接收國際新聞的時候同樣的也會以個人的認知馴化新聞與其之間的關係。

除了馴化外，Robertson（1995）同時也提出 *Glocalization* 的概念解釋全球化與本地化的關係，Robertson 認為 *Glocalization* 是全球化（globalization）與本地化（localization）的交互作用下產生的現象。

Clausen (2003: 80) 表示國際新聞的馴化是透過四個因素交互作用而成的，其中因素包括全球層次（新聞主題、角色、傳播形式及消息來源）、國家層次、組織層次、及專業層次。另外，Lee et al. (2002: 45) 也提出記者對於國際新聞的認知是透過組織與文化而建構而成的。Lee (2005) 提出國際新聞的報導可以分為「全球化的報導」 (global reporting) 及「本地化的報導」 (local reporting)，所謂的全球化的報導代表以國際閱聽人為目標，具國際觀及宏觀角度的報導；而 Lee 所提出的本地化的報導則是以本地閱聽人為主，以本土為中心為報導角度的新聞。

Cohen et al. (1996: 85) 在其 *Global Newsrooms, Local Audiences: A Study of the Eurovision News Exchanges* 一書中以量化的測量方式建構出一套馴化的測量指標，當中包括國際新聞中報導本地的影響、國際新聞中報導本地居民的訪問、報導、或影響、及國際新聞中圖像（如地圖）的使用。另外，Gleissner & de Vreese (2005) 針對英國、德國、與荷蘭報導歐盟會議的新聞的研究中，同樣以新聞人物與影響測量新聞馴化的現象。

Lee (2005) 以 SARS 為例研究香港、臺灣、美國、英國、沙烏地阿拉伯及獅子山 (Sierra Leone) 五個地區對傳染病事件的網路新聞報導，該研究發現超過七成的相關報道是採本地化的報導角度切入 SARS 事件。

貳、馴化與資訊娛樂化

透過論述分析研究多個國家報導一九九七年香港回歸的新聞，Lee et al. (2002: 45) 於其研究發現大部分國家的報導都會透過馴化的過程如人情趣味的新聞角度、歷史重要性、及國家立場等技巧報導香港回歸的新聞以增加閱聽人與新聞的連接與興趣。記者以有色彩 (color) 的故事去降低閱聽人對於異地新聞事件的抗拒，而根據其發現 Lee et al. (2002: 45) 以豐富化 (hyping) 一詞形容記者以加油添醋的方式增加國際新聞的趣味。

Lee et al. (2002: 67) 提出記者最基本的豐富化策略是證明 (certification)，意思是以記者以誇大的手法宣傳新聞事件的重要性。另外一個豐富化的策略是視覺化 (visualization) 以影像或電腦動畫營造時間的真實性與即時性，並增加本地閱聽人對事件的參與程度。神祕化 (mystification) 是另外一個記者使用的豐富化策略，以神秘的符號與影像營造一個神秘的氛圍。而混合化 (amalgamation) 是以並列的影像與活動，讓閱聽人可以從中拼湊出事件的歷史脈絡。

以一九九七年香港回歸的新聞為例，Lee et al. (2002) 發現媒體會透過名人 (如明星主播、名嘴、專家等) 或本地群眾熟悉的面孔對事件的講解作為證明新聞事件重要性，並作為國際新聞事件與本地閱聽人的連接。在視覺化的應用上，媒體則會以動畫、分隔畫面、配樂、MTV 式閃爍的動畫、及電影感十足的浩大畫面塑造香港回歸的重要性、真實性與即時性。另外，Lee et al. (2002) 發現各地媒體均以不同的專題與訪問為香港回歸營造一個神秘的氛圍，如 Times 透過與 Lavender Patten (香港最後一任港督彭定康之妻) 的訪問訴說她丈夫與共產黨之間的鬥爭；或是中國中央電視台則製作了一個由一百名歌手合唱“1997 永遠的愛”的音樂錄影帶，歌詞與音樂錄影帶均表現了很多滿載中國文化的符號，以塑造一個神聖的氣氛。而在混合化的部分，Lee et al. (2002) 的研究則發現媒體以並列的方式連接新聞事件的歷史脈絡，例如中央電視台以個人化的故事敘述香港回歸的歷史意義；《華盛頓郵報》同樣以個人訪問講述香港人逃離共產黨的故事。

Lee et al. (2002) 認為在真實娛樂 (reality entertainment) 或資訊娛樂化的媒體邏輯下，豐富化的策略是一個把新聞與事實連接的重要橋梁；尤其是當新聞事件十分沉悶與無趣時，人情趣味風格的報導可以提高閱聽人對新聞的瞭解。

總而言之，馴化是國際新聞報導中十分重要的策略與現象。在馴化的過程中，記者透過國內的文化、歷史與政治脈絡及圖像運用去建構國際新聞對國內閱聽人的連接與意義。同時，為提高國內閱聽人對國際新聞的興趣，Lee et al. (2002) 發現

國際新聞室會以加油添醋的方式豐富國際新聞的重要性與真實性，Lee et al. (2002) 等人認為以人情趣味的角度處理國際新聞可以縮短閱聽人與事件的距離，由此可見在馴化的過程中，資訊娛樂化實為馴化中一重要策略。

第四節 國內相關研究

在國際傳播學界，國際新聞、資訊娛樂化、及馴化在理論及研究成果上都已經十分成熟。然而，相對於國外研究，臺灣傳播學界對於國際新聞或資訊娛樂化的研究在數量上可說是鳳毛麟角，而針對電視媒體的國際新聞研究更是絕無僅有。

與其他國家一樣，在臺灣，受到文本取得的難度影響，早期的國際新聞相關的研究都以報紙為主要的研究對象。而近十年，因為側錄科技的進步、影像數位化的科技、及有線電視合法化以後，電視新聞的研究也因此受到重視。

廖港民（1970）於其研究中分析《中央日報》、《中國時報》、《聯合報》及《大華晚報》中國際新聞的分佈、比例、主題、及新聞來源時發現國際新聞普遍只佔新聞總和的百分之二十或以下；而在主題上則以國際政治與軍事為主，本研究所關心的國際新聞的具資訊娛樂化的主題如影劇娛樂與人情趣味的新聞主題僅佔研究樣本約百分之二，可見在早期的報紙中，國際政治與軍事比起資訊娛樂化的主題更受到新聞業者的青睞。另外，廖港民（1970）於其研究中同樣也指出臺灣報紙新聞來源與國際新聞報導國家地區的分佈有被外國通訊社壟斷與不平衡的現象。該研究發現，四份報章皆依賴國際通訊社作為新聞來源，而在國際新聞報道國家的分佈中也以亞洲與北美等北半球國家為主，而單是美國的報導就佔樣本的百分之三十以上。廖港民（1970）在研究中指出，臺灣報章對國際政治與軍事的重視完全來自其對國際通訊社的依賴，他指出國際四大通訊社均重視國際政治、財經貿易、暴力犯罪等新聞主題，也因此本地報章對國際通訊社的依賴可以反映在其國際新聞的報導之中。

林美惠（1987）以臺灣八十年代初期四份報章中的國際新聞報導為分析對象，發現美聯社與合眾社為當時報章中國際新聞的主要新聞來源，美國依然是最常出現在國際新聞中的國家，其次為當時的蘇聯、日本與韓國。林美惠（1987）的研究中也同樣指出大部份的國際新聞都集中於政治相關的主題，只有個別報章會偏重人情趣味的報導。

而在電視研究方面，陳馥綺（1992）以國內三家無線電視台的新聞為研究對象分析國際新聞的主題、來源、報導國家、及形式。該研究發現國際新聞於電視新聞的比例佔總數約百分之三十，而一般性主題如政治、軍事、經濟等主題佔最多，其次為軟性主題如人情趣味及影視娛樂，而如犯罪、意外災害等危機性主題則最少。同樣的，陳馥綺（1992）在其研究中也發現電視國際新聞的新聞來源主要來自國際新聞通訊社，佔總樣本的百分之九十一。在國家地區報導的分配中，該研究也發現國內電視國際新聞偏重北美與亞洲地區的新聞，而研究中也發現國內電視新聞對已開發國家的報導較開發中國家詳細。

李美華（2005）以國際新聞流通理論分析 1988 到 1999 年間臺灣報紙國際新聞報道內容之轉變，研究分析包括《中國時報》、《聯合報》、《自由時報》與《中央日報》四家報紙中國際新聞的數量、版面分佈、主題、與語氣。其研究發現《中國時報》的國際新聞報導最多，其次為《聯合報》。研究發現四家報紙之國際新聞主題以政治為主，然而，自 1994 年起國際影劇娛樂新聞與運動新聞均有顯著的增長。研究同時發現精英國家/第一世界國家之國際新聞較第三世界國家為多。

李美華（2003）以內容分析探討臺灣電子媒體國際新聞之報導，並比較各台國際新聞的呈現。就電視台而言，TVBS 和中天之國際新聞廣度最好，公視則最具深度。就報導數量而言，TVBS 國際新聞之報導最多、其次為公視、東森。臺灣之電視國際新聞過分重視影劇與社會新聞，對於政治事務、環境、及文化等主題則相對忽視。而就報導區域而言，美國新聞的比例最高，其次則為日本。

黃采薇（2002）於二零零二年以內容分析分析三家無線電視台的晚間新聞娛樂化的趨勢，並輔以焦點訪談法探討閱聽的認知與態度。其研究發現相比於一九九八年的統計生活新聞及影劇新聞均有上升的趨勢，同時國際新聞也有上升的現象。另外，黃采薇（2002）的研究也指出軟性新聞佔三台晚間新聞的比例為百分之七十五。然而，在視覺效果的部分，黃采薇（2002）的研究則發現三台較少運用視覺或聲音效果包裝新聞。而在閱聽人的焦點訪談，黃采薇（2002）在研究中發現娛樂化的新聞會使閱聽人對新聞產生不信任感與降低收看的興趣。

以單一新聞事件的研究為例，郭萍英（2005）及梁慧玲（2004）均以第二次美伊戰爭為研究對象。郭萍英（2005）在其研究中研究國內三家平面媒體對該事件的報道角度、新聞來源、並以深度訪談法探討媒體業者處理國際新聞的手法。而梁慧玲（2004）則比較兩岸三地對同一新聞的報導角度、立場、新聞來源、與馴化過程。郭萍英（2005）在其研究中指出三家國內主要平面媒體均以綜合外電的方式（綜合兩家以上的消息）來報導國際新聞，以綜合各家資訊，讓報導更有深度。

梁慧玲（2004）分析兩岸三地報章的美伊戰爭報導的研究中以新聞人物作為分析馴化過程的指標。其研究發現報章偏向以訪問權威人士、訪問官員、訪問外地國民、訪問其他新聞工作者、訪問通曉英語的路人、或以時間的緊迫性來突現事件與本地的關聯與重要性。同時，梁慧玲（2004）也在其研究中指出臺灣《聯合報》的馴化程度比香港《蘋果日報》或中國《人民日報》都要高。

綜合過去國內的相關研究可見，不管是平面媒體與電子媒體在國際新聞的報導上都有不平衡的現象及對國際通訊社的依賴，與國外研究不謀而合。而在國際新聞的主題上，平面媒體與電子媒體在國際新聞的報導上通常以政治、軍事、經濟等硬性主題為主。在資訊娛樂化研究上，國內研究則指出電子媒體有娛樂化的趨勢，也與國外研究一致。然而，過去的研究除了偏重平面媒體以外，部分研究的因研究年

代的關係，未有針對有線電視與公共電視台作比較。另外，在娛樂化的研究上也未有針對國際新聞作出深入的剖析。

第五節 研究問題

根據國內外的電視新聞研究中顯示，資訊娛樂化儼然已經成了對抗媒體競爭、網路、及吸引觀眾的靈丹妙藥及全球趨勢（Sparks, 2000; Allan, 1999; Thussu, 2003；牛隆光，2005）。然而，陷入資訊娛樂化的鴻溝中，過去的研究中卻甚少有討論國際新聞在其中的改變。在過去國際新聞一直被定義為硬性新聞或嚴肅新聞（牛隆光，2005），然而，面對新聞的資訊娛樂化，國際新聞是否還能被視為單純的硬性新聞？為了進一步瞭解國內電視新聞中國際新聞的呈現，本研究因此命定三個研究問題，以探討現代國內國際新聞中的資訊娛樂化，與公營與商業電視台國際新聞的差異。

研究問題一：臺灣國際電視新聞的資訊娛樂化內容為何？

- 1a) 臺灣國際電視新聞的資訊娛樂化的主題為何？
- 1b) 臺灣國際電視新聞的資訊娛樂化的角度為何？
- 1c) 臺灣國際電視新聞的資訊娛樂化的視覺包裝為何？

研究問題二：公營電視台與商業電視台的國際新聞在資訊娛樂化的呈現上是否有所差異？

- 2a) 公營電視台與商業電視台的國際新聞在資訊娛樂化的主題呈現上是否有所差異？
- 2b) 公營電視台與商業電視台的國際新聞在資訊娛樂化的角度呈現上是否有所差異？
- 2c) 公營電視台與商業電視台的國際新聞在資訊娛樂化的視覺包裝呈現上是否有所差異？

研究問題三：臺灣國際電視新聞的新聞馴化過程為何？

- 3a) 臺灣國際電視新聞的新聞地域角度為何？
- 3b) 臺灣國際電視新聞在馴化策略中之豐富化新聞策略為何？
- 3c) 公營電視台與商業電視台的國際新聞在新聞馴化策略上是否有所差異？

第六節 研究架構

本研究之目的為檢視臺灣電視國際新聞之資訊娛樂化呈現，並比較公營與商業電視台在資訊娛樂化呈現之差異，圖 2.1 為本研究之研究架構。

