

叁 研究方法

本研究將採用內容分析法，探討現今臺灣電視國際新聞的資訊娛樂化現象、臺灣國際新聞的馴化過程中的資訊娛樂化呈現、與臺灣公營與商業電視台國際新聞資訊娛樂化的差異與比較。

本章將首先說明內容分析法的特性，第二節則說明分析樣本與取樣方法，第三節接著說明內容分析的類目建構，第四節為統計方法，而第五節則為信度檢測之結果。

第一節 內容分析法

根據 Wimmer & Dominick (2000) 內容分析是一種再現真實的量化研究方法，可有效的描述傳播內容、比較分析傳播內容、與反映傳播內容與真實的差異。Babbie (2004 / 陳文俊譯, 2005) 認為內容分析法尤其適用於傳播內容的研究上，因為內容分析可以檢驗已存在的媒介內容，以研究傳播內容再一個或多個時間點上的特性。如此可以觀察特定時期的趨勢，及研究社會變遷，並可得知社會主要價值觀。

Berelson (1952: 18) 也表示內容分析法是一種具客觀性及系統性可針對傳播內容作分析的研究方法。國內學者王石番 (1991) 提出研究者可透過內容分析法檢視傳播內容的本質、傳播形式、傳播內容來源特質、閱聽人特性、與傳播內容效果。

針對內容分析法的研究，羅文輝 (1993) 認為進行內容分析法的研究必須考慮抽樣的科學原則，而無論是類目的建構、編碼員的訓練與素質、信度與效度都必須達到一定的水準。另外，羅文輝 (1993) 也表示研究者必須推論母體以外的問題，並透過科學化的統計瞭解研究對象的意義。

本研究欲透過內容分析法檢視臺灣電視國際新聞資訊娛樂化的現象，包括新聞主題、新聞角度、與新聞視覺包裝的形式，並透過內容分析的結果比較臺灣公營與商業電視台電視國際新聞內容的差異。另外，本文同時欲透過內容分析法探討臺灣電視台電視國際新聞馴化的策略中資訊娛樂化的呈現。

第二節 分析樣本

本研究以電視媒體的國際新聞作為分析對象。根據過去都項研究指出，臺灣閱聽人普遍仰賴電視新聞作為主要的資訊收集平臺，據張卿卿（2002）的研究發現臺灣閱聽人收看電視新聞的比例與對電視新聞的注意度遠大於平面媒體。另外，近年來不管是國內外的研究都指出閱聽人對與電視新聞的信任程度相對其他媒體更高。本研究選取的抽樣範圍為 2008 年 1 月到 3 月，以系統抽樣方式從 1 月到 3 月合共十二個星期中選取公共電視及 TVBS 其中四星期的晚間新聞中所有國際新聞作內容分析。

壹、研究對象

本研究以臺灣公共電視台及臺灣最大民營有線電視台 TVBS 的晚間新聞為研究對象，分析並比較兩個電視台國際新聞的內容、呈現之形式、與馴化過程。在過去，有關於資訊娛樂化或小報化的研究均指出有線電視台因需顧及收視率的壓力，在內容上比起公營電視台普遍偏向資訊娛樂化，然而，Thussu（2007: 35）同時也指出英國公營電視台 BBC 近年來也開始製作偏向軟性的新聞節目來爭取更多及更廣的閱聽人。在國內，電視國際新聞的研究或資訊娛樂化的研究均局限於包括中視、華視、與台視三家無線電視台，較少有針對公營電視台與有線電視台做出分析與比較。

自 1994 年有線電視法通過以來，有線電視台便紛紛成立，其中 TVBS 二十四小時電視台於 1995 年開播。根據廣電基金會的研究顯示，TVBS 在 2001 年名列十大觀眾最常收看的電視頻道，同時也是有線電視新聞台中觀眾最常收看的新聞台，可見

在臺灣競爭激烈的有線電視市場中，TVBS 依然名列有線電視台收視率之冠。同時，李美華（2003）發現 TVBS 的國際新聞報導較其他電視台為廣，而在國際新聞報導數量也以 TVBS 為最多，其次則為公共電視。而李美華（2003）另外發現公視的國際新聞較其他電視台更具深度。在樣本代表性與比較價值的考量下，本研究選擇 TVBS 與公共電視的晚間電視國際新聞進行分析與比較，檢視兩台在資訊娛樂化內容呈現、及馴化策略的差異。

本研究以晚間新聞為分析對象的主要考量為晚間新聞為一天新聞的總結，內容也較其他時段的新聞更詳盡。另外，晚間新聞的收視率也較其他時段的新聞為高。TVBS 的晚間新聞時段從五點五十分開始到晚上六點五十分結束共兩小時，期間部分新聞會重復播放；而公共電視晚間新聞則從晚七點五十分開始到七點五十分為止共一小時（公共電視星期天之晚間新聞僅半小時）。為了平衡新聞樣本的總時數，本研究僅取 TVBS 首一小時之晚間新聞作分析。

貳、研究樣本時間抽樣

本研究的研究時間範圍為 2008 年 1 月到 3 月¹，以系統抽樣方式抽取公共電視及 TVBS 合共四星期二十八天（以七天為一個間距，抽取出組合成二十八天的樣本）的晚間新聞中所有國際新聞作內容分析觀察兩家電視台在資訊娛樂化與馴化的差異。選擇 2008 年 1 月到 3 月的原因是在此段期間包括臺灣、美國、及馬來西亞都進行總統選舉（含美國總統大選初選）；另外，2008 年 1 月因美國次級借貸問題引發全球股災；其次，2008 年 8 月將舉行北京奧運，而期間也發生了西藏鎮壓事件等多起示威事件，預期可增加樣本數量及代表性，整體抽樣結果如表 3.1。

¹ 本研究之研究樣本來自國立政治大學傳播學院 96 年度頂尖大學計劃跨國新聞研究。

表 3.1 研究時間抽樣結果

月份	抽樣星期
1 月	20-26
2 月	10-16
3 月	2-8
3 月	23-29

Rubin (1979) 表示當國內舉行選舉時會影響整體國際新聞的數量，因為國內新聞媒體會投放較大的資源在國內選舉的新聞，也因此壓迫了國際新聞的時間。2008 年 3 月 22 日為臺灣第十二屆總統選舉日，候選人自 1 月立法委員選舉後便大舉進行競選活動，新聞媒體也積極的採訪各候選人的政見與造勢活動，因此本研究借著分析國內選舉期間國際新聞的數量也可檢視選舉對國際新聞的影響。

參、分析單位

王石番 (1991) 表示內容分析的單位必需顧及研究目的與效率。根據 Berelson (1952) 內容分析的分析單位可分為單字或符號、語幹 (theme)、人物、句子或段落、則數、時空單位六種。考慮本研究的目的與實際操作時的便利性，本研究將以則數為研究單位。

根據 Gitlin (1992, 轉引自李美馨, 2005) 一則完整電視新聞的報導以主播介紹開始，然後切換至新聞畫面 (記者介紹、或記者 SOT)，記者結束報導後再以主播的結語為結束。然而，在實際新聞作業中，如果有突發的新聞狀況，新聞畫面的旁白也有可能由主播負責。另外，電視台有時候也會以群組 (block) 的方式在沒有主播介紹的情況下報導多則國際新聞，因此 Gitlin 的定義有時可能並沒有辦法測量群組式的新聞報導。考慮到國際新聞的報導方式，本研究因此除了以 Gitlin 的定義界定一則新聞外，在群組式新聞報導中則以主題界定一則新聞。

第三節 類目建構

Babbie (2004 / 陳文俊譯, 2005) 表示內容分析法在本質上是一種編碼的操作，而內容分析的編碼則關乎概念的操作化邏輯與研究架構。羅文輝 (1993) 表示類目的建構為內容分析法最重要的程序，類目的建構必須能回答研究問題與假設。

Berelson (1952: 38) 也指出內容分析的成敗在於類目的建構，可見類目的建構關係到整個研究的成果。根據 Wimmer & Dominick (2000) 提出類目的建構需要符合互斥、窮盡、可靠等三大原則。而王石番 (1991) 認為除了以上原則外，類目的建構也必須考量其功能性、操作性、信度與效度、系統性、與客觀性。

考量以上內容分析法的類目建構原則，本節將詳細說研究類目建構的架構、操作定義、與測量變項。本研究內容分析的類目可分為三部分包括：(一) 新聞基本資料、(二) 資訊娛樂化、與 (三) 馴化。

壹、新聞基本資料

(一) 電視台

本研究的研究對象為臺灣公共電視台與 TVBS 新聞台，電視台代號如下：

1) 公共電視、及 2) TVBS 新聞台。

(二) 日期

按表 3.1 所抽出的日期作登錄。

(三) 新聞形式

- 1) 獨立新聞段落：如 Gitlin (1992, 轉引自李美馨, 2005) 界定的新聞報導形式，由主播介紹新聞內容或主題-> 進入新聞畫面-> 新聞畫面結束-> 主播為新聞做出總結。
- 2) 群組新聞：主播只作群組介紹（如：本日國際新聞綜合報導）->記者 SOT。

(四) 新聞來源

根據國內國際新聞研究顯示，國內媒體不管是平面或電子都傾向向國際通訊社或大型跨國電子媒體購買新聞消息、圖片或影像，這現象反映了西方媒體霸權與壟斷外，也突現出國內媒體對國際新聞資源投放不足。同時，據 Paterson & Sreberny (2004) 的觀察，近年來國際通訊社在內容上越來與趨於資訊娛樂化之主題。在臺灣電視台大量仰賴國際電視台的情況，而國際通訊社所提供之內容走向資訊娛樂化的趨勢下，本題項除了驗證前人之研究結果，同時觀察兩家電視台的主要新聞來源及其與資訊娛樂化之關係。

新聞來源包括國際通訊社如路透社、美聯社、法新社、新華社，及國際大型電子媒體如 CNN、BBC、半島電視台、及其他國際電視新聞台。只適用於電視台有明確標明新聞來源（如新聞畫面由 CNN 提供），若新聞沒有明確標示則登錄為不適用（如疑為國際通訊社或電視台的新聞來源，但沒有明確標示）或沒有。

(五) 新聞發生地

前章文獻探討中提出了 Harris 的新聞地理的概念，該概念指出新聞中一個畸形的新聞地圖（過度重視某一國的新聞）。而不管是國內或國外的研究均指出國際新聞中一個西方偏向（尤其是美國）的現象，因此本題項為檢視新聞發生地的分佈，並描繪臺灣電視台為閱聽人提供的新聞地圖。

本題項為複選題，按新聞發生地登錄（國家或地區），順序為主播或記者說出國家的先後順序為準。

（六） 國家發展程度

根據過去文獻指出，國際新聞報導普遍以已發展國家為中心，對於發展中國家或落後國家在報導的次數或主題上都顯得不平衡或片面。本題項以新聞第一發生地（考慮到複選題難以進行交叉比對）為編碼對象，根據聯合國人類發展指數（Human development index）²對國家發展程度的定義把國家/地區的發展程度列為已發展國家、發展中國家、落後國家與不適用（發生地為地區如非洲、歐洲、南極等），並檢視國家發展程度在報導上的差異。

貳、 資訊娛樂化

內在資訊娛樂化：

在過去有關資訊娛樂化或小報化的研究均指出新聞在主題或包裝上與傳統嚴肅新聞有很大的差異，例如偏向人情趣味、運動、影視娛樂或醜聞的主題偏向或圖片及動畫的運用。如第一章提出，本文有別於過去的研究把資訊娛樂化的現象分為兩個層次，其中本研究以內在資訊娛樂化（Internalize Infotainment）界定存在於新聞主題與新聞角度之中的資訊娛樂化特性。所謂的新聞主題係指新聞的主要論述主題（如個人、事件）；而新聞角度則是個別媒體選擇報導該主題的切入點（以資訊式的内容報導，或以娛樂式的内容報導）。

² 聯合國人類發展指數（human development index）：由聯合國發展計劃定出，根據教育、收入、預期壽命、識字率、生活水平等指標計算出來的測量指標，並分為高水平、中水平、及低水平三個發展等級。聯合國人類發展指數並沒有包含臺灣，然而，根據國際貨幣基金（IMF），臺灣位列全球最進步的 32 個經濟體系之中，因此本研究將把臺灣列為已發展國家。

本研究以五度量表之方式測量新聞主題與新聞角度之資訊娛樂化程度，並結合兩者設立「內在資訊娛樂化指數」，以建立新聞主題與新聞角度在資訊娛樂化呈現之關聯，並檢視國際新聞內容整體之資訊娛樂化程度。

(一) 新聞主題

本題項的目的在於檢視臺灣兩家電視台國際新聞的主題分佈，並根據新聞主題的性質³以五度量表方式輸入主題資訊娛樂化的程度（表 3.2）。硬性主題（如政治、軍事）設定為 1 分，代表資訊娛樂化程度最低；而軟性主題（如影視新聞、人情趣味）則為 5 分，代表資訊娛樂化之程度最高。

表 3.2 新聞主題分類與主體資訊娛樂化程度說明

編號	新聞主題	說明	主題資訊娛樂化程度
1	國內政治	選舉、立法草案、政黨或政治人物等相關的主題。	1
2	國際政治	國際政治情勢、國際政治團體活動（如聯合國會議）、外交政策等相關的主題。	1
3	軍事	軍事活動相關的主題。	1
4	犯罪活動	暴力、虐童、強暴、詐騙等相關的主題。	5
5	經濟	經濟概況、物價、經濟政策等相關的主題。	2
6	工商關係	工會、罷工、勞工政策等相關的主題。	2
7	商貿活動	個別商業活動、股市、觀光業、跨國企業等相關的主題。	2
8	交通	交通設施、公共交通系統、駕駛行為等相關的	2

³ 新聞主題資訊娛樂化程度之分類係參考過去文獻之分類與前測觀察（TVBS 新聞台與公共電視臺新聞各 20 則新聞）定義。

		主題。	
9	健康	流行病、醫療政策、興醫療科技等相關的主題。	2
10	社會福利	社會福利政策、社會服務活動、非政府團體、貧窮等相關的主題。	2
11	人口	人口問題、移民等相關的主題。	2
12	教育	升學、教育政策、教師、學生等相關的主題。	2
13	傳播	傳播問題、傳播業界、電視廣播等相關的主題。	4
14	房屋	房屋供求、居住環境、城市規劃等相關的主題。	3
15	環境	環保政策、環保團體、污染等相關的主題。	2
16	能源	能源：能源價格、能源需求等相關的主題。	2
17	科學與科技	科學研究、科技發明等相關的主題。	2
18	社會關係	兩性話題、族群關係、家庭關係等相關的主題。	3
19	意外、災難	地震、水災、車禍、火災等相關的主題。	5
20	運動	奧運、比賽結果、個別運動員等相關的主題。	5
21	文化活動	展覽、舞蹈、文學等相關的主題。	5
22	影視娛樂	影視名人、電視節目、頒獎典禮等相關的主題。	5
23	時尚	時尚潮流、時裝秀等相關的主題。	5
24	儀式典禮	官方儀式、國家節慶等相關的主題。	4
25	人情趣味	非名人趣味故事、旅遊故事、生活消息、樂透結果等相關的主題。	5
26	天氣	天氣預報、一般天氣新聞（如入冬以來最冷紀錄）等相關的主題。	3
27	宗教	宗教儀式或活動、宗教衝突、信眾等相關的主題。	4

新聞角度

本題項的目的在於檢視國際新聞內容中新聞角度的資訊娛樂性，以五度量表檢測國際新聞中提供之內容的性質。本研究設定純資訊性之角度為 1 分；具有少量娛樂內容之資訊角度為 2 分；兼具資訊與娛樂之新聞角度為 3 分；具有少量資訊之娛樂角度 4 分；純娛樂性之角度為 5 分。

外在資訊娛樂化

本研究界定的另一個資訊娛樂化層次為外在資訊娛樂化（Externalize Infotainment），係指存在於新聞內容以外的資訊娛樂化元素，如動畫、配樂、圖片與特效等後期製作。據前兩章的文獻顯示，視覺包裝與新聞後期製作為資訊娛樂化新聞的最大特質，如 Grabe et al.（2000）所言在資訊娛樂化的節目中視覺包裝與內容可說同樣重要。

題項三到十三為新聞中常使用的後期製作手法，這組題目的目的在於檢視臺灣兩家電視台運用於國際新聞中的視覺包裝與後期製作手法。

（一） 動畫

新聞是否有使用動畫。

（二） 配樂

新聞是否有使用配樂。

（三） 慢鏡頭

新聞是否有使用慢鏡頭。

(四) 快轉

新聞是否有使用快轉鏡頭。

參、馴化

本研究另一目的為探討臺灣電視國際新聞中馴化的策略，與其與資訊娛樂化的關係。據前人之研究及文獻顯示馴化的策略可以包括了新聞的地域角度、新聞對本地國人的影響、新聞角色、與地圖運用等 (Cohen et al., 1996; Clausen, 2004)。而 Lee et al. (2002) 則提出記者豐富化國際新聞的四個手法，透過證明、視覺化、神秘化、與混合化四個豐富策略可增加新聞事件的趣味與提高事件的重要性與真實性，營造出真實娛樂 (real entertainment) 的效果，從而提高閱聽人對國際新聞的興趣。題目以 Cohen et al. (1996)、Clausen (2004)、Lee et al. (2002) 及梁慧玲 (2004) 所提出之馴化策略指標為基本，研究臺灣來兩家電視台國際新聞的馴化過程。本文因以描述與比較國際新聞的整體呈現為目的，並非個別事件的研究，因此本研究類目中並未包括神秘化與混合化的測量。而視覺化部分因性質與外在資訊娛樂化類似，因此不作重複編碼。

(一) 新聞地域角度

新聞地域角度係指以地域為分隔的新聞角度切入，因本研究關心的主題為國際新聞，因此研究樣本中排除了本地新聞。然而，新聞的地域有時無法單以國際或本地的二分法分類。新聞的地域性質可以檢視新聞的馴化策略，縱使是同樣的國際新聞，Clausen (2004) 就指出個別電視台會以不同的策略馴化或本地化國際新聞，如新聞雖然為本地新聞，但卻牽涉外國人，或新聞雖然為國際新聞，但焦點卻為國人或本地事物。

- 1) 境內國際新聞：境內發生的國際新聞（如外國人於境內發生的新聞），或以本地觀點出發的國際新聞（如與別國的貿易關係）。

- 2) 境外本地新聞：境外發生的新聞，但新聞主要聚焦於本地相關的人、事、或物。
- 3) 國外新聞：發生在境外（一國或多國）的新聞

（二） 地圖

新聞是否有使用地圖說明新聞發生地與本地的關係。

（三） 影響

新聞是否有說明或表示事件對本地的影響。

以下題項的目的在於檢視國際新聞中本地新聞角色（消息來源）的分佈。梁慧玲（2004）則以新聞角色研究本地新聞馴化的策略之一，透過訪問本地民衆、政府官員、及專家增加事件與本地的相關性。而 Lee et al.（2002）則認為本地的名人、官員、專家等可以豐富及證明國際新聞的真實性及重要性。

（四） 名人

新聞是否有出現或引述本地名人（含官員、藝人）。

（五） 專家

新聞是否有出現或引述本地之專家（如分析師、教授）。

（六） 本地民衆

新聞是否有出現或引述本地民衆。

第四節 統計方法

本研究以內容分析法分析臺灣兩家電視台電視國際新聞的資訊娛樂化現象，編碼資料以 SPSS 第 13.00 英文版的統計軟體作頻率、及百分比的描述性統計，並從卡方分析中比較兩家電視台電視國際新聞在基本資料、資訊娛樂化、及馴化策略上的差異。

第五節 信度檢測

測量的信度為社會學研究方法一個十分重要的議題，信度為測量方法的品質，指相同現象重複多次觀察而得到的相同觀察結果（Babbie, 2004 / 陳文俊譯，2005）。而編碼者間的信度，是指獨立編碼者，使用相同編碼工具並對相同內容進行編碼，而產生的互相同意程度（Wimmer & Dominick, 2000）。

Wimmer & Dominick（2000）表示為了達到可接受的信度，研究者要遵守下列步驟：（1）仔細定義類目的界線；（2）訓練編碼者；及（3）進行初探性研究。

壹、相互同意度

為檢視編碼表的信度與可能的偏差，因此本研究先行抽取樣本中百分之十的樣本(22 則)作信度檢測。研究採用編碼員相互同意度作為編碼員間的信度檢測，其公式如下：

$$\text{相互同意度} = \frac{2M}{N_1 + N_2}$$

M = 編碼結果相同次數

N = 編碼員編號

相互同意度樣本共 22 題，編碼員除研究者外，另兩名為國立政治大學新聞所研究生，編碼前均接受編碼訓練一小時。相互同意度結果為 0.93，達信度檢測可接受之範圍，各題項信度檢測結果如表 3.3。

表 3.3 各題項相互同意度檢測結果

題項	相互同意度
(1) 電視台	1.00
(2) 日期	1.00
(3) 新聞形式	1.00
(4) 新聞來源	0.82
(5) 新聞發生地	0.87
(6) 新聞主題	0.82
(7) 新聞角度	0.76
(8) 動畫	0.93
(9) 配樂	1.00
(10) 慢鏡頭	1.00
(11) 快轉	1.00
(12) 地圖	1.00
(13) 影響	0.76
(14) 本地名人	1.00
(15) 本地專家	0.93
(16) 本地民衆	1.00
總計	0.93

貳、複合信度

研究並根據相互同意度計算編碼員之複合信度，其公式如下：

$$\text{複合信度} = \frac{N * \text{平均相互同意度}}{1 + [(N-1) * \text{平均相互同意度}]}$$

N=編碼員人數

複合信度計算：

A 與 B 相互同意度：2*318/704=0.90

A 與 C 相互同意度：2*338/704=0.96

平均相互同意度：(0.90+0.96)/2=0.93

編碼員複合信度：(3*0.93)/(1+[(3-1)*0.93]) = 0.98

信度可接受範圍為 0.8 或以上，根據總樣本百分之十之編碼結果，複合信度計算之結果為 0.93，達信度檢測可接受之範圍。