

伍 討論與建議

隨著科技的發達，國際消息的流通透過數位科技、互聯網、及電視媒體的傳送，讓全球閱聽人能以零時差的方式接收國際新聞。然而，隨著媒體商業化，媒體競爭越趨激烈，尤其是在電子媒體的市場，媒體必須各出奇謀的在競爭激烈的電視市場中謀生。在過去的研究中，國際新聞通常被定義為嚴肅新聞的一部份，是一種媒體對國際事務關心及普及閱聽人對公共事務認知的準則。然而，近年來國外的研究均顯示，電視新聞越來越傾於資訊娛樂化。同時，國外的研究也紛紛指出這股資訊娛樂化的媒體操作已經深入到了國際新聞之中。本研究以臺灣兩家電視台為例，檢視臺灣電視國際新聞的資訊娛樂化呈現，並進一步比較公營電視台與商業電視台在國際新聞資訊娛樂化呈現上之差異。

本章分為三節，首節將會討論研究發現，並就研究結果回答第三章所提出的研究問題，然後進一步討論研究之意義，最後再討論本研究的限制與未來相關研究之建議。

第一節 研究發現

本研究的主要目的是透過內容分析檢視臺灣電視國際新聞是否有資訊娛樂化的趨勢，並探討公營與商業電視台在國際新聞報導上的差異。本研究以公共電視及TVBS新聞台自2008年1月到3月期間四週的國際新聞作為分析樣本，分析包括數量、編排、新聞來源、新聞發生地分佈、內在與外在資訊娛樂化、及馴化的策略等國際新聞之報導手法與呈現方式。本研究共提出三個研究問題，研究結果如下：

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？

本研究發現臺灣電視國際新聞在國際新聞主題的呈現上以國內政治、犯罪與意外災難新聞、經濟與商貿新聞、國際政治及人情趣味最多。此研究發現與陳馥綺（1992）針對臺灣三家無線電視台國際新聞的研究結果相近。陳馥綺（1992）在其研究發現中指出，以意外、災難及犯罪為主題的國際新聞於三家無線電視台之國際新聞之中比例較少。然而，本研究卻發現兩台對於犯罪與意外災難報導的比例佔總比例之 16.3%，在所有主題之中排名第二。Larson（1984）指出意外、災難、與犯罪新聞因無需龐大的費用，閱聽人也無需先有發生地之背景資料就可以瞭節事件經過，因此在報導上較嚴肅的政治新聞更為容易。

根據本研究結果顯示臺灣電子媒體在國際新聞的報導在單一主題的報導比例中雖依然以政治為主。然而，以人情趣味、影視娛樂、及運動新聞等娛樂性主題在研究結果中仍佔相當大的比例，反映臺灣電子媒體對娛樂性主題的重視。雖然並未有文獻支持意外與災難為娛樂性之主題，但是毋庸置疑的是災難與意外如同戰爭一樣經常被好萊塢電影以娛樂手法包裝，而這種新聞也較一般嚴肅主題容易為閱聽人所瞭節與消化。

而回到本研究提出之圖 1.1，則可見臺灣的電子媒體在國際新聞的內容上同時涵蓋了公共議題（政治、經濟、商貿等）與軟性議題（人情趣味、影視娛樂、運動等）。在比例上公共議題與軟性議題的差異相距不大，反映臺灣電子媒體對資訊性與娛樂性的主題同樣重視，符合三分圖中中間的位置，即臺灣之電視國際新聞在主題上具有資訊娛樂的特性。

1b) 臺灣國際電視新聞的資訊娛樂化的角度為何？

本研究發現在臺灣電子媒體中國際新聞之角度大部分以純資訊性為主，其次為具有少量娛樂之資訊性角度與具有少量資訊之娛樂角度，而資訊與娛樂角度與純娛樂性角度之新聞則最少。新聞本身在功能上是提供資訊予閱聽人（to inform），因此小報形式的出現被部分傳播學者認為是一種新聞道德與功能的淪喪。然而，有別

於報紙，電視本身經常被認為是一個娛樂媒介，因此也有很多學者認為電視新聞具有資訊與娛樂性的功能（Hefzallah，1990）。另外，單從主題的分析，有時候可能忽略了隱藏在新聞內容中具有娛樂性的角度。鑒於電視新聞具有資訊與娛樂之功能，本研究因此提出了以新聞角度檢視國際新聞資訊娛樂化的面向。

根據研究結果顯示，縱使在主題上公共議題與軟性議題的比例相當，但在檢視臺灣國際電視新聞之角度後，發現臺灣電子媒體之國際新聞依然以提供資訊為主，而純娛樂性之角度或資訊娛樂型之角度則較少。由此可見軟性議題未必只重於娛樂效果，其中也不乏資訊娛樂的功能。

國外學者如 Hartley（1996）、Baum（2003）及 Mindich（2005: 19）均認為，嚴肅的新聞主題（如政治、國際事務等）在透過娛樂化或資訊娛樂化之角度呈現後可以增加閱聽人對國際新聞的興趣與注意。然而，本研究在分析新聞主題與新聞角度的關係後，發現臺灣之電子媒體很少以娛樂化或資訊娛樂化的角度報導嚴肅的新聞主題。

1c) 臺灣國際電視新聞的資訊娛樂化的視覺包裝為何？

根據本研究之結果顯示，臺灣電子媒體之國際新聞在視覺包裝的使用頻率皆並高。針對臺灣電子媒體之國際新聞視覺包裝上的使用率偏低的原因為臺灣國際新聞之新聞來源多來自國際電子媒體（如 CNN），因為大部分的新聞畫面都購自或複製於國際電子媒體所至，在視覺包裝的使用上因此受國際電子媒體之畫面影響。尤其當電視台重置國際電子媒體之新聞畫面，臺灣電子媒體不僅重置了新聞之內容，就連同國際電子媒體之視覺包裝也一並重置，也因此有可能影響研究結果。但是，綜合而言臺灣國際電視新聞在視覺包裝上的使用並不常見。

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？

根據本研究之結果顯示，公共電視之國際新聞在數量與分佈上較 TVBS 新聞台多及平均。本研究發現，公共電視之電視國際新聞在新聞主題的呈現上以國內政治最多，其次為經濟與商貿新聞、國際政治與軍事、犯罪與意外災難新聞、與社會議題。而 TVBS 新聞台之電視國際新聞在新聞主題的呈現上則犯罪與意外災難新聞，而其次為國內政治、人情趣味、經濟與商貿新聞、及國際政治與軍事。研究結果發現 TVBS 新聞台對於娛樂性或資訊娛樂性較強之主題如人情趣味、犯罪與意外災難新聞等較公共電視更多，顯示商業電視台在國際新聞的主題上較公營電視台偏向資訊娛樂化。

根據國外文獻顯示，商業電視台因為必須顧及收視率與廣告商的贊助，因此在內容上會以資訊娛樂化的取向爭取更多的閱聽人 (Allan, 1999)。同時，因應二十小時新聞台對於新聞的大量需求，商業電視台因此以資訊娛樂的新聞填補新聞時間，同樣使得商業電視台偏向資訊娛樂化。然而，根據部分研究指出，近年來公共電視台在商業電視台的影響下，也開始趨向資訊娛樂化。本研究雖然發現商業電視台較公營電視台更常報導資訊娛樂化之主題，但是，在主題上公共電視具資訊娛樂化之主題如人情趣味與犯罪新聞同樣佔有相當的比例。公營電視台在資訊娛樂之新聞主題的呈現上雖不比商業電視台，然而，研究結果依然指出資訊娛樂之新聞主題如人情趣味依然在臺灣電子媒體國際新聞中佔有相當比重。

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？

本研究比較臺灣兩家電視台中國際新聞之新聞角度的呈現後發現，兩台在新聞角度上都以資訊性為主，唯公共電視具資訊性之新聞角度較娛樂性之角度高，而 TVBS 新聞台在具娛樂性之角度則較公共電視多。

研究結果發現雖然公營電視台與商業電視台均以資訊性之主題為主要的國際新聞角度，然而商業電視台在娛樂性角度之比例較公營電視台高，反映商業電視台之電視新聞重視娛樂性新聞的報導。而公營電視台則較重視資訊或兼具資訊與娛樂性之新聞，兩家電視台之比較經卡方分析在新聞角度之差異顯著，反映公營電視台與商業電視台在角度上的差異。

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？

本研究發現公共電視與 TVBS 新聞台在國際新聞的視覺包裝之使用上皆偏低，然而，仔細比較兩台在視覺包裝上的使用，明顯的 TVBS 新聞台在動畫使用的比例較公共電視為高，而根據卡方比較也顯示 TVBS 在動畫的使用上與公共電出現明顯的差異。

本研究另外發現，雖然公共電視之國際新聞在動畫使用的比例上不比 TVBS 新聞台，然而，在配樂的使用公共電視則較 TVBS 新聞台高。李美華（2003）針對臺灣電視國際新聞之比較中發現，公共電視之國際新聞較其他電視台更具深度，而公共電視晚間新聞之中也較常播放國際新聞專題，因此在配樂的使用頻率上較 TVBS 新聞台高。

前節提出新聞來源可能影響電視台在視覺包裝的使用，電視台重置國外媒體之新聞畫面可能影響視覺包裝之結果。本研究之結果顯示 TVBS 新聞台之國際新聞大部分來自國際電子媒體，而當中不乏重置之新聞畫面。新聞畫面的重置除了內容也包含了來自國際電子媒體之視覺包裝，而本研究發現使用較多國際電子媒體來源之

TVBS 新聞台在視覺包裝上的確比較少用國際電子媒體作新聞來源的公共電視，反映新聞來源可能為臺灣電子媒體國際新聞之視覺包裝多寡的因素之一。

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？

本研究發現，臺灣電子媒體之國際新聞以國外新聞為主，其次為發生在境內之國際新聞，最少則是發生在境外的國內或國人相關的新聞。研究結果顯示臺灣電子媒體較常報導國外之新聞的因素之一，是臺灣媒體的國際新聞之新聞來源大多來自國際電子媒體，因此在報導上受到新聞來源的限制，突現臺灣電子媒體在國際新聞領域在資源不足，而境外本地新聞並不多更證明了電子媒體外派資源不足，因此相對於境外的新聞，更重視發生在境內、採訪容易的新聞。

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？

本研究以過去研究者所提出的幾個馴化的指標檢視臺灣電子媒體國際新聞中的馴化策略。根據研究結果發現，臺灣電子媒體在地圖的使用或影響的說明新聞與本地關係的，而以影響作為馴化策略的國際新聞就數量而言較地圖為高，可能是說明新聞對本地的影響更能喚起閱聽人對新聞的注意與興趣，尤其是針對境外的本地新聞，臺灣電子媒體較常於境外之本地新聞使用地圖說明關係與影響。

本研究另一重要的馴化策略發現是，臺灣電子媒體的國際新聞之本地消息來源已名人、官員、與專家為主，而以本地民衆作為消息來源的比例則較少。同時，研究結果指出，本地名人、官員、或專家作為消息來源的新聞大部分為與本地相關的新聞角度如境內之國際新聞或境外之本地新聞為主。同樣的重置國際電子媒體之新聞畫面可能是國外新聞較少應用本地消息來源的原因。

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？

本研究比較兩家電視台國際新聞馴化策略使用，結果發現兩家電視台在國際新聞中使用之馴化策略差異不大。基本上 TVBS 新聞台在地圖或影響說明的馴化策略上均較公共電視為多，然而整體比較上並未達統計水準。

根據本地消息來源之比較上，研究結果指出公共電視在本地消息來源中名人、專家與民衆的引用皆較 TVBS 新聞台為多。TVBS 新聞台之國際新聞大多重置國際電子媒體之新聞畫面，因此在本地新聞來源的引用上相對較少。而雖然公共電視在本地消息來源的引用上較 TVBS 新聞台多，但是兩者差距並未造成統計上的差異。

本研究發現，商業電視台在聯係國際新聞與本地之策略上較常使用圖像與重視影響的說明，而公營電視台在國際新聞的報導上則較重視本地之聲音，因此在本地消息來源之引用上均較商業電視台多。

第二節 研究意義

過去國內有關於國際新聞的研究通常僅針對單一事件或以平面媒體為主要研究對象，針對電視國際新聞的研究則付之闕如。而大部分過去的國際新聞研究都忽視新時代媒體競爭下的資訊娛樂化新聞潮流。

國際新聞在過去幾十年因為科技的發達而變得更便利，而國際新聞的重要性也隨著全球一體化的經濟與政治環境而變得重要。然而，在媒體競爭激烈的年代，國外研究紛紛指出電視國際新聞在內容上越來越趨於資訊娛樂化。國際新聞的資訊娛樂化在一方面資訊娛樂化之國際新聞可以增加閱聽人的關注；另一方面，資訊娛樂化取向之國際新聞卻剝削了閱聽人對於國際事務認識的空間。

本研究首次以資訊娛樂化的角度探討有關國際新聞的內容，並提出內在與外在兩個層面的資訊娛樂化形式，本研究同時也提出馴化策略與資訊娛樂化之關係，並進一步比較公營電視台與商業電視台在國際新聞呈現上的差異。

本研究發現臺灣電子媒體的國際新聞在內容上依然以嚴肅的政治與經濟主題為主。然而，資訊娛樂化的主題在臺灣電子媒體中依然佔相當的比例，尤其是商業電視台，以資訊娛樂為主題的國際新聞較公營電視台更常見，是過去之研究少有探討之面向。

國外研究雖然指出，以資訊娛樂化之角度包裝嚴肅議題已經成為了新的新聞趨勢，本研究卻發現臺灣電子媒體在國際新聞的報導上依然以資訊為主。而比較公營電視台與商業電視台在角度上的差異，則發現雖然兩家電視台均以資訊為主，然而，商業電視台相對於公營電視台更重視具娛樂性角度之國際新聞，而公營電視台則較重視能兼具資訊與娛樂角度之國際新聞，此乃本研究另一重要發現。

根據本研究所設立之「內在資訊娛樂化指數」則發現臺灣電視國際新聞的資訊娛樂化程度屬於中等，而臺灣新聞主題之資訊娛樂化程度則較新聞角度之資訊娛樂化程度為高，代表臺灣媒體在處理資訊娛樂化之主題時仍然嘗試提供閱聽人資訊。就電視台而言，TVBS 新聞台之「內在資訊娛樂化指數」較公共電視為高，反映在商業電視台在整體「內在資訊娛樂化指數」中比公營電視台資訊娛樂化。而結合新聞主題與新聞角度作為內在資訊娛樂化的測量為本研究重要之發想，同時也是本研究最重要的意義。

過去研究指出，近年來國際通訊社與國際媒體之新聞的主題與內容上均越來越趨於資訊娛樂化。根據本研究發現，引用西方媒體如 CNN 與 BBC 的國際新聞之「內在資訊娛樂化指數」較低，而引用非西方媒體的國際新聞之「內在資訊娛樂化指數」則較高，而沒有引用外國媒體的國際新聞「內在資訊娛樂化指數」則最高。國際新聞的呈現除了新聞來源在議題上的設定外，還包含媒體組織的運作因素，包括組織

文化、記者與編輯的新聞選取因素等，雖然國際通訊社與部分國際媒體在新聞越趨資訊娛樂化，然而，在引用外國媒體作新聞來源時通常以資訊為主，此為本研究另一重要發現。

近半世紀前麥克魯漢提出了「地球村」的概念，並認為隨著科技的發展，人類對於「地球村」應該有更深的瞭解。在一方面傳播科技已經成為大多數人瞭解國際事務的主要管道，尤其是電視新聞更是「地球村」的縮影；然而，在另一方面，國際新聞報導的不平衡與新聞資源的限制依然印證過去「消失的南方」的論述。科技無遠弗界，但是既有的新聞作業傳統似乎依然限制了我們對「地球村」的瞭解。本研究發現臺灣電視國際新聞在地區分佈上與既有的研究相若，美國、英國、日本等國家依然佔十分高的比例。在過去的研究中，有關國家的發展程度大多以研究者之刻板印象而定，沒有特定的測量方式可尋，因此本研究以人類發展指數（Human Development Index）作為國家發展程度的基準，並檢視其與資訊娛樂化之關係，研究發現臺灣電視國際新聞中落後國家較的資訊娛樂化程度較已發展國家與發展中國家為低，此為本研究重要發現之一，證明臺灣電視國際新聞聚焦於發展程度較高的國家，並以較資訊娛樂化之角度與主題報導此等國家之新聞，而對落後國家的報導則仍然忽略並流於嚴肅。

此外，本研究也發現在外在資訊娛樂化的部分，臺灣電子媒體在視覺包裝的使用較不常見。然而，研究依然指出商業電視台較公營電視台較多使用視覺的包裝，而商業電視台較多使用或重置國際電子媒體之新聞畫面則為影響此項發現的因素之一。

本研究結果同時也指出臺灣電子媒體之國際新聞的地域角度中較重視國外新聞，而原因之一可能是臺灣電子媒體過分依賴國際電子媒體之故。在馴化策略的使用中不管是地圖的使用或影響的說明都偏低，而研究同時也發現在本地消息來源的使用上，臺灣電子媒體均以名人與專家為主。比較公營電視台與商業電視台則發現

公營電視台較重視國際新聞中本地消息來源之聲音，因此在本地名人、專家、與民衆的引用皆較商業電視台高，為本研究另一發現。

本研究發現商業電視台之國際新聞不管是在內在資訊娛樂化、外在資訊娛樂化的面向中都較傾向資訊娛樂化，與國外文獻之發現雷同。而在馴化的策略中，因為商業電視台叫常以國際媒體作為消息來源，因此在雖然商業電視台較重視國際新聞對本地影響之說明，但在本地消息來源的引用中則較公營電視台少。

綜合本研究之結果，資訊娛樂化的確成為國際新聞報導的一個重要元素，而本研究也發現商業電視台較公營電視台為資訊娛樂化。然而，本研究同時也發現公共電視台之國際新聞不管在量或質上均優於 TVBS 新聞台。公共電視台之晚間電視新聞之國際新聞數量較 TVBS 新聞台為平均，讓閱聽人隨時可以得到較全面的國際資訊。另外，公共電視之國際新聞也較 TVBS 新聞台更能在資訊與娛樂之間取得平衡，如以資訊的角度報導娛樂性強的主題。

在電視國際新聞閱聽人續年下降的年代，國際新聞的資訊娛樂化成為了吸引閱聽人的選擇。雖然部分學者依然懷疑資訊娛樂化會剝削了優質新聞的空間，然而，若新聞媒體可在主題與角度、資訊與娛樂之間取得平衡，新聞的資訊娛樂化可以在擴大閱聽人口的同時民主化及公民化國際議題。同時，本研究也發現臺灣電視國際新聞在馴化的使用並不常見；礙於本地國際新聞資源的限制，臺灣電視台偏向向國際電視台如 CNN 及 BBC 等購買新聞畫面，而外派資源更是缺乏，在種種限制之下，似乎難以以本地的觀點或以畫面以外的角度報導國際新聞，然而，馴化可增加閱聽人與國際新聞的關聯，並有助於增加閱聽人對國家新聞的興趣，因此新聞的馴化是提高公眾對國際新聞認識的一個重要策略，更能進一步普及化國際議題。

第三節 研究限制與研究建議

壹、研究限制

一、研究期間

受限於時間、資源取得、與能力，本研究僅以 2008 年 1 月到 3 月其中四週之國際新聞為分析樣本，期中經歷美國總統大選初選之超級星期二、香港藝人陳冠希裸照事件、好萊塢演員希斯萊傑於家中暴斃、馬來西亞總統大選、奧運聖火傳遞開始、與臺灣總統大選，這些事件均影響樣本整體的呈現，及形成統計上的偏差。另外，本研究並未作長期的觀察，因此沒有辦法提供詳細的比較與分析。

二、研究方法

本研究的主要目的為瞭解臺灣電子媒體國際新聞的資訊娛樂華現象，尤於相關研究十分缺乏，所以本研究編向較外在的描述，未能解釋更深層的問題。而在編碼表的製作上因沒有過去相關研究的可循，因此在部份的題項上也有進一步精化的空間與可能。

三、研究對象

本研究僅對兩家電子媒體作為研究對象，未必反映臺灣所有電子媒體國際新聞的報導情形。而以電子媒體作為研究對象也未能與其他型態的媒介作對比（如平面媒體、網路媒體等）。根據 Clausen（2004）提出國際新聞的製作除了新聞內容本身外也包含了組織與社會價值的因素，而本研究僅對國際新聞的內容作分析，會忽略了組織與社會對新聞內容的影響。

貳、研究建議

一、擴大對閱聽眾研究

電視國際新聞為大部分閱聽人取得國際事務資訊的媒介，因此電視新聞對於閱聽人世界觀與國際事務的認識佔重要的位置。未來之研究可以針對閱聽眾對國際事務的認知出發，瞭解國際新聞資訊娛樂化的影響，雖然有關研究已被多次在國外之研究中實驗並得到肯定，但仍可以從重複中釐清操作定義上的盲點，及臺灣研究結果與國外研究之差異。

二、新聞室參與觀察

據 Clausen (2007) 所提出，國際新聞的影響層面包括了組織內的文化，當中包含了編輯的要求、記者、與組織文化等因素。未來之研究可以從組織層面觀察國際新聞的資訊娛樂化與新聞室作業的關係，並瞭解臺灣電子媒體除了國際新聞的模式探討其與資訊娛樂化之關係。

三、長期觀察

臺灣傳播學界中對於國際新聞的研究十分缺乏，而研究往往也以單一新聞事件為主，較少針對國際新聞作深入與系統性的觀察，也使得國際新聞之研究受限，因此未來之研究可以考慮作更深入及更長期的觀察。