

# 行政院國家科學委員會專題研究計畫 成果報告

初探台灣電視媒體追求創傷新聞的後果：從競爭意涵、記者創傷壓力與閱聽人閱聽感受談起(第2年)  
研究成果報告(完整版)

計畫類別：個別型  
計畫編號：NSC 97-2410-H-004-061-MY2  
執行期間：98年08月01日至99年09月30日  
執行單位：國立政治大學廣播電視學系

計畫主持人：許瓊文

計畫參與人員：碩士班研究生-兼任助理人員：陳意佳  
碩士班研究生-兼任助理人員：羅芋宙  
碩士班研究生-兼任助理人員：郭家伶

報告附件：國外研究心得報告  
出席國際會議研究心得報告及發表論文

處理方式：本計畫涉及專利或其他智慧財產權，2年後可公開查詢

中華民國 100 年 03 月 30 日

不能說的秘密：

初探採訪報導八八水災新聞工作者的創傷經驗

(本計畫已改寫成期刊論文投稿，此為論文初稿與題目，暫訂請勿引用)

許瓊文\*

---

\* 作者許瓊文為國立政治大學廣播電視學系副教授，e-mail:  
[teljulia@nccu.edu.tw](mailto:teljulia@nccu.edu.tw)。

## 《摘要》

新聞記者採訪災難新聞時，最常被批評過於感官主義，喜歡追逐採訪受害者與家屬，無視於二度傷害與新聞倫理，在 2009 年八八水災，記者為了取得第一手災區畫面，更是出生入死危險進入災區，新聞內容自稱為「挺進」災區，新聞工作者在新聞競爭與截稿時間的壓力下，又必須冒者生命危險，他們的情緒問題卻很少被探討研究。本文在八八水災期間，實地觀察與訪問 20 位新聞工作者，發現他們多半都有創傷經驗，或在這次採訪中受到創傷，也因此影響他們的情緒與工作表現。本文發現台灣與國外文獻類似，記者採訪創傷新聞的確會有創傷情形發生的結果，也因為剛強的（macho）新聞文化，而多半自舔傷口不敢聲張，台灣更因為激烈的 24 小時新聞台生態加重記者的壓力與負擔，文中細探記者創傷經驗形成的原因，並提供避免創傷的實務與學術上的建議。

關鍵詞：新聞與創傷、創傷壓力、間接性創傷壓力、災難新聞、新聞記者

## 壹、前言

2009年8月6日中度颱風莫拉克（Morakot）直撲台灣北部，卻造成南台灣與東台灣半世紀罕見的嚴重水災，中央氣象局統計自6日0時至10日5時統計雨量，嘉義縣阿里山2855毫米、屏東縣尾寮山2686毫米、高雄縣御油山2517毫米、台東縣土阪1615毫米，這些地區也都發生大量的人員傷亡與村落遭土石流掩埋或房屋被大水挖空地基沖走等等悲劇。

各家媒體從颱風來襲前就已經開始大篇幅的報導，莫拉克在8月7日晚間從花蓮市附近登陸後，嘉義、高雄、屏東、台東陸續傳出災情，新聞台也傾全力報導屏東雙園大橋斷橋，東港鎮、林邊鄉、佳冬鄉和南州鄉淹水，台東嘉蘭村民宅被沖走，知本溫泉金帥飯店倒塌，這時候的報導因為都是記者可以進入的地區，資訊相對充足，內容以現況與民怨為主。

而災難報導中的甜甜圈現象（The Donut Phenomenon）（Takahiro, 2004, pp. 39）最嚴重的災區，因為通訊與通路雙雙中斷，而產生資訊真空（information vacuum）的地區，也就是小林村與那瑪夏鄉反而一直都沒有浮上新聞版面與檯面，直到八月九號，高縣災害應變指揮中心在下午5點左右，接獲一名簡姓女子報案表示，甲仙鄉小林村遭土石流侵襲，全村有100多人被掩埋失蹤，只有43人逃出來<sup>1</sup>。8月10日清晨消防署特種搜救隊直昇機飛往小林村，帶出來震撼的畫面，只有一家三合院還看得到屋頂，當天更多的直昇機架次前往小林村救出倖存的災民到高雄縣旗山國中臨時成立的收容中心，經歷生離死別的村民們哭成一團，還有更多不知親人下落的甲仙鄉、那瑪夏鄉、桃源鄉與六龜鄉的居民，焦急等待到甚至以搶直昇機的方式，希望直昇機能飛到他們的部落，這樣的人性掙扎與脆弱的一面，在記者的鏡頭下毫無保留地播出，一遍又一遍（許瓊文，2010）。

八月十號接下來的幾天，記者們全力挺進，決定爬山涉水到更多資訊真空區去尋找更多的故事，有的記者喬裝居民搭直昇機搶新聞、有的搭著簡易的流籠過斷路與斷橋、跟著救難隊垂降斷崖陡坡、涉過湍急的溪水差點被沖走，這些沒有專業裝備與訓練的記者，每一個鏡頭與記者入鏡解說（stand upper）都是用生命去換來的（許瓊文，2009；王彤勻，2010）。

一位攝影記者在採訪八八水災時，因為強行渡溪差點被急流給沖走，四五個壯漢拼命拉才把這位身材壯碩的攝影記者給拉起水面來，這位記者相當苦惱，苦惱的

---

<sup>1</sup>「百人恐活埋土石流滅村 只有43人逃出來」都會中心／高雄報導 2009年08月10日蘋果日報

不只是千鈞一髮的生死關頭，還包括自己變成新聞焦點，又不是跑獨家立功的正面新聞，反而是一副狼狽的模樣。另外一位女記者強忍生理期的不適，硬是待在水源不足的山區，想盡辦法「挺進」尚未被發現的災區（許瓊文，2009；王彤勻，2010）。在台灣很少人會去關切這些「賣命」的新聞工作人員的想法，甚至是已經造成創傷，的確，台灣的災難新聞報導有極大的篇幅都是挺進與受害者的傷痛，台灣的學術界與實務界也開始正視此類的災難報導帶來負面影響，尤其是對受害者的二次傷害，但是在危及記者的勞動權與徒增記者的創傷經驗部分則是沒有系統的研究。

本文在八八水災期間，由作者及研究團隊成員前往高雄縣與屏東災區，參與觀察記者如何採訪報導新聞，並且深度訪談記者與新聞室內的主管，期望系統性地瞭解新聞工作人員，在被指派採訪災難新聞時，是否會造成心理創傷，原因為何？記者又如何解決，是否與國外文獻相同，新聞工作人員在採訪創傷類別的新聞時，是否也有可能遭受心理創傷，例如：倦怠（burnout）、同情心疲軟（compassion fatigue）間接性創傷壓力（secondary traumatic stress, STS）急性創傷壓力（Acute Stress Disorder, ASD），甚至是創傷後壓力症候群（post traumatic stress disorder, PTSD），本文並非臨床檢視創傷壓力症狀與類別，而是試圖從新聞製作流程，結構面與個人經驗的社會科學研究，以民族誌方法論尋找採訪八八水災的新聞工作者心理創傷現狀與原因為何？以及在台灣的情境中，新聞工作人員是否有不同於國外的經驗、看法與解決方式。

## 貳、文獻探討：

何謂創傷？何謂創傷新聞？創傷 (trauma) 源自於希臘文中的身體受到傷害，但是漸漸被導引至心理創傷，也就是在心中的傷害，從1970年代開始受到重視，增加許多診斷的判診標準與討論 (Courtois & Gold, 2009)，到了1980年創傷後壓力症候群 (posttraumatic stress disorder, PTSD) 被列入DSM-III (美國心理學會的第三版診斷準則手冊)，其後便有大量的研究，尤其是針對哪些人最有可能受到創傷。除了親身受到傷害的受害者與其家庭，第一線工作人員 (first responders) 包括：警察、消防、救難與醫護人員，因為是處理各式意外或災難的工作者，長期目睹死傷與混亂的情況，可能造成身心傷害，不只造成心理壓力，更甚者產生PTSD的症狀 (Benedek, Fullerton & Ursano, 2007; Bennetts, 2008)。

針對第一線工作人員的研究也延伸到新聞工作人員，為了採訪災難，意外，犯罪與司法等牽涉到受害者或是造成創傷的新聞，記者必須長期暴露在創傷壓力中，也可能造成傷害；另一方面，記者採訪這類創傷新聞 (trauma news)，面對的都是遭受不幸的受害者與家屬，記者又應該如何採訪與報導避免二度傷害這些人，以及過多的創傷新聞是否會對閱聽人造成影響，漸漸開始成為學術界，新聞界與部分基金會重視的創傷與新聞 (trauma and journalism) 議題 (許瓊文, 2009; Hight & Smyth, 2003)。

本文希望瞭解採訪報導八八水災的新聞工作者，是否有創傷壓力？如同國外文獻的經驗一般，還是有其情境的特殊處，另外，也要探討創傷壓力與經驗的成因，從新聞製作流程，結構面與個人經驗的社會科學研究，以民族誌方法論尋找採訪八八水災的新聞工作者心理創傷成因與產業之間的關係，因此文獻探討，將分為一「體檢新聞記者的創傷經驗」，二是「創傷新聞在電視新聞產製流程中的競爭意涵」。

### 一、「體檢新聞記者創傷經驗」

一位南非籍的攝影記者Kevin Carter 在贏得普立茲獎之後自殺，自殺的原因很可能是因為拍攝一位飢荒的女受災者卻沒有伸出援手，受人非議也難逃自責。更多的記者在戰地中因報導戰事，或是報導慘絕人寰事件時感受到人性殘酷的一面，很少人注意到他們的心靈創傷。同樣是第一線工作者 (first-responder professions) 的警察與消防隊員，他們工作相關的風險 (job-related risks) 研究卻是早了許久。

Brayne (2005) 認為，這是加諸在新聞記者身上的迷思 (myth) 所影響，記者一直被教導要客觀，不被感情所動，並且與被報導的事物保持距離，記者被迫武裝自己來採訪報導戰事或慘劇，這種必須有氣概的態度，讓學界與實務界完全忽視

記者也是人，也會被所見的事物影響，美國的案例是有許多記者因此有長期沮喪和焦慮的情況，甚至因此酗酒、嗑藥，人際關係也是慘不忍睹。但是卻很少有研究注意到記者的創傷，新聞機構也很少提供有關心理治療與支持的福利制度。記者的創傷來源不只是目擊重大事件，還有採訪事件的後續件，光是聽受害者的故事，就會感染到他們悲傷的情緒；跟受害者愈是親近，這種感覺會更擴大（Salston & Figley, 2003）。

早期的對記者創傷情緒的研究，比較多軼事型的評論散佈在專業雜誌中，後來新聞學研究開始注意到，目擊重大災難後續的記者與攝影記者或攝影人員，可能會有情緒沮喪的情形出現，和消防員、救難隊員與警察是一樣的（Johnson, 1999）。後來，研究者對警員與消防隊員目擊（witness）到一些衝突所產生的心理衝擊，朝向創傷後壓力症候群（Post-Traumatic Stress Disorder, PTSD）的心理學取向研究（Violanti, 1999），Cote 與Simpson（2000）認為PTSD 也會發在同樣目擊現場的記者身上，原本只注意到情緒反應的新聞學研究，開啟了結合心理學的概念。

心理學家Feinstein（2003）在「Dangerous lives: War and the men and women who report it」一書中，研究CNN、Reuters 與BBC 等機構的一百多位前線特派員，攝影師或攝影記者，平均年資是十五年以上，1/4 的記者很可能已經完整經歷過PTSD，包括做惡夢、事件不斷在腦中倒敘發生、情感麻木與其他心裡壓力的症狀。這跟一般人一生中通常只有5%的機率得到PTSD，警察7-13%來說，Feinstein 的25%與後來研究22%記者得PTSD的機率實在是很高（Bennett et al., 2005）。

但這也要與小時候是否受過打擊有很大的關係，Feinstein 的書中就發現40%記者都有小時候不愉快的經驗，尤其是男性記者與父親的關係並不是很好，不是認為自己不孝就是對父親強烈反感。不管男性或女性都有酗酒的情形，並且不容易維持親密關係，一半的男記者都還沒有結婚。Feinstein 認為這種情形發生在自由作家（freelancer）身上可能更嚴重，因為他們從組織中所得到的支援更少。至於女性方面，他發現女記者驚人的恢復力，與不多見的性騷擾案件，值得後續研究深究原因。

因為波灣戰爭，有愈來愈多人正視創傷這個問題，與研究戰地記者的創傷，上過戰場的記者比沒上過的記者更容易有PTSD（Feinstein et al., 2002; Matloff, 2004），接著是研究採訪重大災難事件記者的創傷經驗，像是奧克拉荷馬聯邦大廈爆炸或911 事件（Cote & Simpson, 2000; Feinstein, 2004），最後才是長期被忽略、報導社會案件的記者慢慢受到重視，他們報導殺人案、致命的車禍、謀殺與綁架等事件，雖然不像前面兩個類別死傷慘重，卻也是面對生離死別，而且是不斷發生的（Dworznik, 2006）。

台灣從1997年以來就歷經陳進興連續殺人案與白曉燕命案、921地震、大園空難、土石流滅村等重大災難，一般社會案件更是層出不窮，記者的創傷卻是少有人注意。為什麼要研究記者的創傷呢？從記者個人層面，Shoemaker 與Reese (1996)提供的媒介產製模式中，便認為記者的個人特質與背景等變項是影響新聞內容的第一層因素，記者的情緒與心理狀態受到負面影響，對工作流程包括：準備資料、採訪、寫作與人脈建立都會有影響，繼而影響其內容的表現。而從組織層面來看，無論是從職業災害或是後續的組織承諾，不只影響組織的績效與員工承諾，也影響其人才培育與防止人才流失，這部分在一般企業組織已獲得證實 (Griffin & Neal, 2000; Hofmann & Morgeson, 1999)。

但是在台灣媒體研究中，卻較少談論這部分，申請人也認為，現今資深記者無法累積，一般企業的研究成果值得借鏡探究。而記者的創傷會受哪些變項影響呢？除了之前的是否曾經前往戰地這個變項，在新聞界年資比較高的，也比較有可能因為創傷而產生情緒問題，因為他們看過更多的生離死別與重大災難 (Simpson & Boggs, 1999)。是否在小時候有不好的經歷或是親身經歷過重大災難，也都是重要的預測變項，Simpson 與Boggs 的研究中沒有加入這個變項，就被批評測量到的PTSD 有可能是個人普遍的情形，而不是針對從採訪工作上得到的創傷 (Joseph, 2000)。而記者本身的個人特質，例如：內外歸因等，若沒有加入討論，也可能影響解釋力。

雖然很少有研究是比較各路線記者的情況，不過，地方電視台比較常報導社會事件的記者，或是攝影記者常被認為是高危險群 (Cote & Simpson, 2000; Dworzniak, 2006;)。Cote 與Simpson (2000)攝影人員常常在救難隊員或警察都還沒到達現場時，就已經到達現場拍攝與紀錄事件，場景往往是更嚇人的，而且他們要在短短時間內把畫面取得，不只要待在現場，為了拍攝最重要的畫面，還要不斷地接近案發地點，比文字記者還要辛苦。Krantz 與Pennebaker (2001 引述自 Newman et al., 2003)則是在他們的研究中發現，受訪的文字記者表示，雖然報導創傷新聞會影響他的情緒狀況，但是只要不仔細去描繪視覺狀況，就可以減緩情緒的波動，或是採取一種報導而不是書寫的寫作心態。

Newman 等人 (2003)的研究，就是直接調查攝影記者，發現跑創傷新聞的機率、個人的經歷與社會支持是預測攝影記者是否受PTSD 所苦的有力變項，他發現大部分的記者是有創傷引起的情緒問題，但還不到PTSD 的地步。Pyeovich 等人 (2003)也有類似的發現，採訪愈多有人死亡的新聞，可能會影響他們對世界的觀感愈負面，但嚴重到產生PTSD 的人，只有4.3%。因此，在研究記者的情緒問題時，要同時調查他們的壓力症狀為何，與是否罹患PTSD 的量表，這樣才能知道記者的受創傷壓力所影響的程度。



雖然記者創傷已經受到重視，但是新聞室的態度卻不是如此，主要有兩個理由，一是不論是在學校還是職場，記者不斷被教育要以專業來採訪報導，這樣的行為就可以避免他們受到創傷的影響；二是好的記者是可以分清楚他的個人情感，因此不會影響到他的採訪報導能力（Cote & Simpson, 2000）。事實上，有些研究發現記者被這樣的理由影響很大，早期Aiken（1996）的研究中，記者坦承把自己的緊張、沮喪、焦慮的感覺說出來，就等於承認自己沒有辦法作記者工作。即使到了近期，Bull 與Newman（2003）的研究中，還是有記者認為自己並沒有權利去體認這些創傷帶來的情緒問題。台灣新聞記者本身持有這種觀點的人也很多嗎？

**研究問題一：受訪新聞工作者是否已有因採訪創傷新聞產生情緒問題？原因為何？**

**研究問題二：受訪新聞工作者採訪報導八八水災新聞是否有創傷經驗？原因為何？**

**研究問題三：受訪新聞工作者產生情緒問題對其個人情緒、親密關係與工作的影響為何？**

**研究問題四：記者尋求協助狀況與態度為何？希望的協助為何？目前的協助機制現況？**

## 二、「創傷新聞在電視新聞產製流程中的競爭意涵」

創傷新聞在台灣的情境下，就是屬於社會新聞線路記者所負責的，包括重大災難、突發事件、犯罪與司法等，呈現方式會以較羶色腥的方式被呈現，如同McManus（1994）所言，報紙和電視新聞為了吸引閱聽人以增加利潤，報導會傾向娛樂化、戲劇化、暴力或不尋常的社會新聞，同時為了減少生產成本，媒體會減少採訪新聞成本，新聞品質因而降低，加乘效果之下容易產生「娛樂化新聞」(infotainment)（McManus, 1995: 163）。

Vinson 與Ertter（2002）也發現，市場導向的新聞（market-driven journalism）再加上法院內的攝影機愈來愈多，導致司法新聞非常戲劇化、注重感官並以名人為主，變成以吸引閱聽人為目的而非提供司法資訊或教育民眾司法程序。媒體會偏愛報導謀殺、暴力犯罪的新聞，這種新聞會比其他新聞在報紙版面上更顯著，或在電視新聞，排序上比較前面。即使是報導司法程序，媒體也傾向報導司法案件一開始的起訴、控告或判決確定的最後階段，不只是因為吸引閱聽人的注意與興趣，這些階段案情比較單純或是已經明朗，記者不需要解釋太多，花費的成本比較低也是原因之一。

因此，新聞工作者為了增加利潤，追求收視率，面臨到的競爭，是不能忽視的情境，為了探討創傷壓力與經驗的成因，更是必須多面向的從新聞製作流程，結構

面與個人經驗的社會科學研究，以民族誌方法論（參與觀察與深度訪談）尋找採訪八八水災的新聞工作者心理創傷成因與產業之間的關係，因此，探討創傷新聞的競爭意涵就是突顯新聞製作流程與其結構面，有助釐清記者創傷經驗的成因。

Vinson 與Ertter（2002）就把司法新聞內容分成三類，一是純事實的報導也就是5W1H，二是解釋性的新聞，需要以司法專家作為消息來源解釋法令與程序，三就是以娛樂為主的新聞，用圖表講述犯罪手法遠遠超過閱聽人對案件認識所需的事實，詳細描繪相關人等樣貌，戲劇性的情緒反應，及一些人情趣味的故事。從上述文獻中可以看出，什麼樣新聞是屬於市場導向、娛樂化、八卦或是重視感官呢？這些不同名詞其實都指向一個方向，議題通常是超過閱聽眾瞭解新聞所需的資訊，即使是比較菁英、普羅議題的新聞也可能採用重視聽覺的刺激與戲劇化的報導方式，希望藉此吸引閱聽人的注意。市場傾向的新聞學理論把記者的所作所為與新聞內容呈現的病態全說成是市場導向中的競爭所引起的，與結構學派、政經學派對權力與經濟力的批判脈絡相似，但有點見樹不見林。究竟何謂競爭？競爭的意涵為何？

上述的競爭被當成是一個集合名詞，結構中的一個現象，但這個籠統的競爭現象所忽略了的角力過程，例如：新聞工作者本身與彼此之間的競爭，包括第一線記者同業之間的競爭，記者與同事之間的競爭，新聞室與新聞室之間的品牌競爭，社會新聞本身扮演的角色等。換言之，將社會新聞的競爭亂象，歸因於市場論，在方法論上是分析結構（structure），比處理動態過程（process）中，各種力量彼此之間的對抗、爭鬥（struggles）簡單點，但卻是後設分析，看不出演變的過程。政經學派學者Vincent Mosco 也同意分析結構比檢視過程可能忽略動態力量的看法，在他最近針對紐約世貿大廈改建計畫的研究中，他就以收集文獻、公文等書面資料與訪談居民、公務員等攸關改建計畫的人物，來檢視改建計畫中的力量糾葛，對現象的描繪更為深入（Mosco, 2006），本文希望分析社會新聞在產製過程與環境中各種力量的競爭動態過程，使研究能見林又見樹。

競爭此一概念內涵豐富，不同的研究領域給予不同的定義與測量方式，從經濟學或媒體經濟學的角度，競爭是媒體組織之間直接與有意識地採取行動彼此抗衡，行動指的是組織瞭解自身的市場優勢所採取的策略，進而加強組織績效或媒體表現（Li, 2001; Rogers & Woodbury, 1996）。而組織生態學則認為競爭是注重組織間因為資源重複，為了生存所採取的行動，這樣的競爭可能是無意識地而且廣泛存在的，而且為了爭取多種資源，提供資源的外在環境的影響力比組織本身的策略運作，甚至更為重要（Dimmick, 1997; Li, 2001）。但是不論是媒介經濟學或組織生態學的觀點，記者在組織內或採訪線上的競爭文獻都較為缺乏，因此本研究希望結合兩者的特點，同時注意「直接與有意識」以及「間接且擴散」的競爭。並引用Lacy 與Simon 對競爭的看法(1993)，競爭應包括經濟面競爭（economic

competition) 與社會面競爭 (sociological competition) 分析社會新聞。

以經濟面競爭而言，除了早期所注意的競爭者數目 (competitors)、市場佔有率 (penetration) 和發行量 (circulation) (Lacy, 1988)，Lacy 發現日報的競爭者為了增加市場佔有率，增加新聞版面 (newshole) 以及在地新聞；但也不見得都是好現象，一些需要正反兩呈的爭議事件，反而報導愈來愈少 (Lacy, Fico & Simon, 1989)。新聞室競爭與花費的金融投入模式 (financial commitment model)，競爭愈是激烈，投入在新聞室的花費愈是增加 (Lacy, 1992)。接下來，隨著美國一城一報的態勢抵定，讓報紙擴大其地理服務區，並開始與電子媒體的跨媒體間的競爭 (Lacy & Vermeer, 1995; Coulson & Lacy, 1996)，以及後期的網路媒體競爭 (Chyi & Sylvie, 1998)，與大型媒體集團形成後的水平與垂直競爭 (horizontal and vertical competition) (van der Wurff, 2005)。上述的經濟面競爭的操作型定義都各自對新聞 (或節目) 的內容、新聞工作者或後續新聞 (或節目) 產品加值產生影響，包括：記者工作量 (workload)、多樣性 (diversity) 以及感官新聞 (sensational news) 增加與否，亦或是對政治新聞與選舉的影響。

但是社會面的競爭的研究卻比較少有，Lacy, Coulson 與 Cyr (1999) 研究同一採訪路線記者之間的競爭，包括電視與報社記者，他們對社會性競爭的定義是「同一線路上，因為競爭，某一記者促成另一記者表現更好」(It appears that having another journalist working the same beat can push a reporter to do a better job)。他們發現報社記者間的競爭比電視記者間的競爭，更有可能影響他們所報導的內容。競爭的正面影響，包括：促使記者增加新聞報導數量，新的角度，減少獨漏。但是也有不好的影響，例如：缺少時間製作深度專題，大幅增加感官新聞 (sensationalism) 在市政報導上。不過最有趣的發現，反而是記者跟編輯室與記者的互動，影響了記者對競爭的解讀進而對內容產生影響。

Lacy, Coulson 與 Cyr 把社會面的競爭 (sociological competition) 直接說成是路線競爭 (beat competition)，反而是侷限了社會面競爭的發展，其實若是將生態學觀點納入，只要是資源重複就會有競爭，其實還包括爭取消息來源的競爭，甚至是新聞室內的競爭。受訪記者其實與別台記者是彼此不斷競爭與合作，分寸拿捏值得探究。另外，受訪記者對別台有、自家台沒有的畫面、角度甚至是一些訪問片段的不同，看得十分重要，常常認為是多樣性上的競爭，卻不認同新聞類型與內容其實十分類似，若非是主跑記者或是真正認真比較的觀眾，實在很難看出差別，但是為什麼記者們如此「斤斤計較」，競爭是他們普遍的說法；此外，竟還有記者把同一新聞室的其他記者表現也列為競爭者，這部分卻少有文獻提到，在台灣的情境中，可能還與現場直播中需要的資源競爭有密切關係，因此本文初探記者的創傷經驗的成因時，將採納社會新聞產製流程的競爭意涵與來源。

為了見樹又見林，本文希望以兩種取向來研究社會新聞在新聞產製中的競爭意涵，一是市場導向的新聞學，二則是布爾迪厄的新聞場域理論。為什麼場域理論適合來詮釋這樣一個交互作用，在新聞社會學領域中，不是以分析方法研究鉅觀的社會影響，多半是政治或經濟上的影響，要不就是用實證方法研究微觀的影響（micro level influence），研究新聞室內的工作常規或官僚壓力，新聞場域理論則是屬與折衷的中度影響（mezzo-level），注重不同組織特性，如何影響新聞產製（Benson, 2006）。

場域理論是一個結合三面向的研究取向(a three-dimensional approach, Neveu, 2005, p. 208-210)，首先是分析新聞製作的空間，結合了包括產製新聞的機構、組織與社會角色在內的結構化系統，也就是場域(field)；不像法蘭克福學派專注於結構中的經濟力量，認為媒介以其不可抗拒的力量宰制閱聽人。接下來以媒介、新聞社會學來檢視形像的本質(materiality of images)與其中的規則(grammar)，例如：電視新聞如何被產製、剪輯與呈現，也就是形式(form)。最後是對媒介或文化產品的接收(reception)也就是社會使用(social uses)，不同於文化研究專注在接收者，布爾迪厄進一步分析產製場域與接收之間的異同。

場域理論以空間隱喻解釋新聞製作的限制與過程，同樣是空間隱喻，Benson 與 Neveu (2005)就指出哈伯瑪斯的公共領域與卡斯特的媒體空間，比較不是實證取向上有用的概念工具，相較之下，布爾迪厄的新聞場域適合用來解釋現象，場域就是各種力量的競爭場所，包括個人與組織力量以彼此擁有的各種形式資本有意識或無意識地競爭，達到一種穩定的狀態(Fields are arenas of struggle in which individuals and organizations compete, unconsciously and consciously, to valorize those forms of capital which they possess)。

場域若能達到高度自主，受到外界經濟場域或政治場域的影響比較小，但這只是理想的狀況，新聞場域受到市場支配愈來愈嚴重，改變人們在場域內的作為，同時也影響別的場域內部的權力關係（林志明譯，2002，頁104）。而場域中的競爭力量包括：組織，行動者，生存心態，資本與象徵性暴力。行動者除了受生存心態的影響，所擁有的資本也影響了行動者在場域的位置，三者的作用下影響了實際行為，處於宰制階級的人建立一套象徵系統，繼續其宰制的優勢地位，便是場域內的象徵暴力(邱天助，2002，頁110)。

新聞場域的行動者便是記者，記者在文化生產場域是在低階與宰制的位置，卻又握有宰制的工具，控制公開表達公共、存在與出名（林志明譯，2002，頁69），組織力量Bourdieu 指的是，要瞭解記者的報導，必須知道他在新聞場域的位置，所屬的新聞機構的力量與聲望，力量可能是經濟上的或是較難測量的象徵力量（symbolic impact）（林志明譯，2002，頁61）。生存心態（habitus）是行動者

結構與被結構的一套秉性 (disposition) 系統，是經由歷史與社會的支配與被支配所建構，秉性指的是經由教化過程所習得，反映了個人所處的社會條件，持續在行動者身上發生作用，可擴展到其他場域，而且是可以自我調整，在新的歷史條件下不斷創新，舒嘉興 (2003) 認為新聞記者的秉性轉化到工作上就是搶獨家新聞與頭條新聞。

談到行動者的實際行為，「秀異」是很重要的一環，行動者除了利用資本來爭取場域中的宰制利益，更要突顯自己的優越位置，方法就是建立自己的「秀異」 (distinction)，(張錦華，2002)。秀異就是差異，行動者為了炫耀自己、引人注目、與眾不同來提升場域位置，當場域中的行動者都認同並容許差異行為存在，它就會成為場域行動者追尋的目標 (劉維公，1998)。社會新聞是不是就是在這種生存心態與秀異的追逐下，成為現在為人詬病的形貌，值得探討。

資本在 Bourdieu 的場域理論中是權力的來源，決定其在場域的位置，也是行動者 (如：新聞組織或記者) 彼此競爭的目標，為佔有特定資本而鬥，Bourdieu 將資本的總類分為四種，包括經濟資本、文化資本、社會資本與象徵資本，這些資本雖以「經濟資本」為根基，但彼此是可以轉換的。經濟資本可以立刻轉換成金錢，文化資本指的是語言、意義、思考、行為模式與秉性等，以教育制度形式制度化，社會資本指的是在社會關係網絡中所掌握的資源或財富，以崇高頭銜形式制度化，象徵資本是對世界的理解、認知與指稱的能力，當某些人獨占這些資本，且被認定為合法，就轉化為顯貴的象徵，並可以轉化成各式資本 (邱天助，2002，頁128-134)。不論是記者或是組織，以社會新聞聞名的行動者，所握有的資本狀況為何？如何影響他在場域中的位置，又為了哪些資本而競爭呢？

本文正視場域理論中所提的機構、資本、生存心態、歐迪瑪 (Audimat)、秀異等力量的交互影響，並關注在新聞的每日實踐上，探討記者本身對競爭的看法與實踐，本文從生存心態、秀異或是其他因素競爭下，如何被記者內化到他的個人產製過程中，又是否與其創傷經驗有關？

**研究問題一：創傷新聞在電視新聞產製流程中的的競爭現狀為何？新聞工作者是如何感知與實踐？**

**研究問題二：是否與新聞工作者的創傷經驗有無關係？**

## 參、研究方法與過程

本研究採用民族誌研究方法，包括：參與觀察法與深度訪談，在採訪八八水災期間，前往新聞室與新聞現場實地參與觀察，並深入訪談新聞工作者，研究團隊首先聯繫電視台，在台北總部與南部新聞中心參與觀察並訪問中階主管，因為八八水災災區在南部，電視台都由南部新聞中心特派員或中階管理人負責災區新聞內容與流程，台北總部再以整體新聞播出為考量，要求南部中心另外配合採訪報導其他新聞，人力部分也會從台北總部派遣支援記者或是主管。為了瞭解八八水災新聞產製流程與當時的新聞競爭情境，實有必要參與觀察與深訪新聞室。在外採訪的新聞工作人員，為了瞭解當時記者所面臨的情境，也決定深入災區研究，八八水災嚴重災區交通中斷，研究人員跟隨記者前往災區，並隨其離開災區，除訪談此組記者外，也同時深訪其他同在災區的記者。

研究團隊共四人，研究者外另有專任研究助理一名，碩士班學生兩名，分工如下：兩名碩士班學生在電視台新聞部的台北總部參與觀察並深度訪談，專任助理與研究者，則前往電視台新聞部南部中心與災區現場。參與觀察的台北總部共有三家電視台，南部新聞中心共四家，深度採訪的台北總部主管有3位，南部中心中階主管有3位，攝影記者7位，文字記者7位，SNG人員1位，司機1位，共22人，參見表一。主要研究時間為八八水災發生後三星期，之後改以電話訪談補充。

表一：研究訪談機構與人員一覽表

代號	職稱	訪談時年資
a	T台台北中階主管	18
b	T台南部中心主管	25
c	T台文字記者	8
d	T台攝影記者	5
e	C台台北中階主管	17
f	C台南部中心主管	17
g	C台文字記者	3
h	C台攝影記者	20
i	C台文字記者（支援）	2
j	C台攝影記者（支援）	半年

k	C台SNG人員	10
l	N台南部中心主管	15
m	N台中天文字記者	6
n	N台中攝影字記者	8
o	S台北中階主管	15
p	S台文字記者（支援）	8
q	S台攝影記者（支援）	13
r	S台司機（支援）	2
s	E台文字記者	4
t	E台攝影記者	7
u	P台文字記者（支援）	15
v	P台攝影記者（支援）	20

#### 肆、初步研究結果（為避免篇幅過長，將記者引述刪除）

##### 一、新聞工作者的創傷經驗

###### （一）記者的創傷經驗

14 位記者接受採訪，有 6 位是從其他地區前來支援，在災區都至少一個星期以上，受訪記者都提到對此次八八風災的採訪，都感到情緒受到影響，而且負面居多，記者採訪大量的生離死別，長期沈浸在哀傷的氣氛中，目睹死亡與重大傷害，對初次採訪大型災難的記者，是不知所措，連情緒也被影響，受訪者 g 甚至表示每次採訪都會心情不佳，卻又沒有任何的解決方法，在事件發生後第四天竟然在辦公室大哭，連新聞都無法完成。記者為了採訪新聞，必須到救災現場，甚至會來回採訪好幾次，再加上許多記者湧進災區，集體採訪的壓力讓受害人與家屬行動不便，救災工作也受到影響，便遭致批評與謾罵，也讓記者無所適從，部分記者提到災難不像犯罪新聞有警戒線的規範，怕漏新聞的也只好忍受心中的自責與外在的壓力。另外，記者因為要渡溪或是攀岩前往現場採訪，缺乏裝備的情況下，常常出現危險畫面，這些被部分記者認為出糗的畫面被其他電視台拍下引用，很多記者提到對專業傷害很大，尤其是當時的本能動作多半是害怕與驚慌，甚至是

妨礙到救災，輿論與網路上的批評都會讓記者覺得十分受傷。

將受訪者創傷經驗分類如下：

1. 採訪生離死別
2. 阻礙防災工作與干擾受害者
3. 生命安全的疑慮
4. 災難環境與情境的不適應
5. 安全準備工作不足或缺乏相關知識
6. 停止輪調與休假
7. 意外成為新聞焦點

## (二) 新聞室的要求

新聞室的主管在面臨記者與 SNG 車人員等團對深入災區，一方面要擔心安危，又怕他們失去競爭力，內心衝突。而上層主管可以從電視上同時監看其他頻道新聞，屢屢下達新的指令要求新聞團隊完成，徒增工作壓力與工作量，而產生情緒問題。



1. 與現場記者的衝突
2. 背負記者安全的重責
3. 新聞調度不受上級認同
4. 頻道之間的競爭
5. 收視率壓力

### (三) 其他現場新聞工作者的創傷經驗

SNG 工作人員與採訪車司機雖然並不需要面對受訪者，也不需要與人接觸採訪報導，沒有太大的新聞內容壓力，但卻同樣必須深入災區，眼見生離死別，而其工具卻又是價值極高的 SNG 與採訪車，這部分是較少不探討的。

1. 冒險進入災區，擔心人車安危
2. 不受新聞室重視，缺乏成就感
3. 物流缺乏，難為無米之炊

## 二、創傷的成因分析

討論創傷的成因，不能忽略個人過去的創傷經驗，一位長期跑社會的記者，原以為自己可以將災難新聞處理的很好，想不到過去的經驗讓他害怕前進災區，甚至惡夢連連，而一位家中從事喪葬事業的記者，對較為恐怖的罹難現場習以為常。但是除了個人經驗，這部分試圖透過競爭與場域理論的框架，拼湊創傷經驗的成因。

(一) 個人創傷經驗

(二) 新聞室中的黃金定律

(三) 新聞 Macho 文化

(四) 同業秀異

(五) 在職訓練的缺乏

## 伍、結論

### 一、創傷後成長

在訪談的過程中，許多記者對研究者的反應是，經過深度訪談的機會，讓他們有機會重新思考一次，他們從事的工作與意義，原本有一些負面的想法，也會經由闡述其意義發現正面的部分，而深度訪談更是讓他們能將心防瓦解，以匿名的方式討論他們的想法，這些想法可能是有損其專業或是暴露出弱點的，經過抒發情緒與想法，也得知這是目前新聞學研究重要的一環，許多受訪者認為訪談就是減輕創傷經驗的影響。

尤其是對自己所示的工作賦予新的與正面意義，這是心理學中的創傷後成長 (post trauma growth)，建議記者可以多往這方面定義自己的任務，減少創傷經驗的影響。

### 二、在職訓練

經過本文的討論發現在職訓練的必要，可分為兩項一為創傷素養，瞭解創傷新聞的本質，如何採訪受害者，如何調適心情與抒發壓力，如何幫助災區與居民；第二部分就是採訪災難的安全訓練與相關知識，連最簡單的雨鞋內要不要穿襪子，沒有現場經驗的人，可能就赤腳穿，容易造成蜂窩性組織炎，有些地方連雨鞋都危險，這些都是需要共同討論，結合過去經驗，系統性地與記者分享。

### 三、社會支持

在採訪創傷新聞時，有何機制能夠幫助新聞從業人員處理工作後，可能經歷的創傷壓力？許多學者提出「社會支持（social support）」，面對創傷事件，社會支持是減緩創傷影響的關鍵因素，包括：物質、資源上的援助、專業的諮商協助與持續的訓練外，更強調新聞從業人員心靈層次上的支持，包括重要他人、同儕，甚至是組織的信任與鼓勵。這部分在本研究中也發現新聞工作者的需要，避免創傷壓力，也可以從社會支持著手。

#### 四、緩解災難新聞競爭，重視災難新聞的正面角色

新聞業無謂的競爭，讓新聞工作者必須用盡手段，做出損人不利己的新聞，也必須犧牲自己的安危，前進災區採訪，影響救災等。新聞傳播教育，NGOs，產官學界實在有必要建立起共識，就像不追假釋的清大王水事件的洪曉慧，避免影響他的正常生活，災難新聞也要開始規劃，如何才不會影響新聞工作人員安危與救災，也不會打擾災民。

更進一步，新聞界應把力量轉到防災，救災，減災，讓新聞在災難事件中能扮演正面角色，而不是只有告知與感官新聞的功用。

## 參考文獻

- 杜玟玲（2005）。《災難新聞之新聞處理研究—以「南亞大海嘯」報導為例》。世新大學傳播研究所碩士論文。
- 林元輝（2000）。〈日本阪神地震的傳播檢討〉，《新聞學研究》，62:183-186。
- 林照真（2009）。《收視率新聞學—台灣電視新聞商品化》。台北：聯經出版社。
- 孫曼蘋（2000）。〈921 地震政府體系資訊傳佈之初探〉，《新聞學研究》，62:165-170。
- 陳世敏（2000）。〈小兵立大功〉，《新聞學研究》，62:175-182。
- 陳鳳如（2001）。《我國報紙對重大災難新聞報導之研究—以九二一地震為例》。國立師範大學大眾傳播研究所碩士論文。
- 趙庭輝（1991）。《災難報導之新聞價值分析研究—以颱風消息為例—（1985-1989）》。輔仁大學大眾傳播研究所碩士論文。
- 臧國仁，鍾蔚文（2000）。〈災難事件與媒體報導：相關研究簡述〉，《新聞學研究》，62:143-151。
- 蔡筱穎譯（2000）。《布赫迪厄論電視》。布赫迪厄著，台北：麥田出版社。
- 蘇衡（2000）。〈集集大地震中媒體危機處理的總體檢〉，《新聞學研究》，62:153-163。
- NCC（2006）。《NCC 決議處分違規電視節目，並籲請媒體加強自律》，發布日期：2006 年 10 月 12 日。
- NCC（2007）。《NCC 決議處分違規電視節目，並籲請媒體加強自律》，發布日期：2007 年 5 月 22 日。
- 中華民國公共電視台《新聞製播公約》。取自 <http://www.pts.org.tw/php/newsletter/file/1/1307/950512.pdf>，上網日期：2009 年 5 月 20 日。
- 中華民國公共電視台《新聞部自律公約》。取自 <http://www.pts.org.tw/php/newsletter/file/1/1307/950512.pdf>，上網日期：2009 年 5 月 20 日。
- 中華民國公共電視台《公共電視新聞專業倫理規範》。取自 <http://www.pts.org.tw/php/newsletter/file/1/1307/950512.pdf>，上網日期：2009 年 5 月 20 日。

- 中華民國公共電視台《節目製播標準》。取自 <http://www.pts.org.tw/php/newsletter/file/1/1307/950512.pdf>，上網日期：2009年5月20日。
- 中華民國衛星電視商業同業公會（2006）。《新聞媒體自律執行綱要》。取自 [http://www.stba.org.tw/index.php?option=com\\_content&task=view&id=59&Itemid=68](http://www.stba.org.tw/index.php?option=com_content&task=view&id=59&Itemid=68)，上網日期：2009年5月20日。
- 台少盟（2007）。《『第一屆兒少新聞鑑定團——金芭樂獎』新聞資料》，取自 <http://www.newscatcher.org.tw/02-list.php?type=event&sn=264>，上網日期：2008年6月8日。
- 台灣新聞記者協會（1996）。《台灣記協【新聞倫理公約】》。取自 <http://www.atj.org.tw/old/ethic.htm>，上網日期：2009年5月20日。
- 台灣新聞記者協會（2005）。《推動「綁架新聞報導及採訪公約」》。取自 <http://www.mediawatch.org.tw/modules/news/article.php?storyid=133>，上網日期：2009年5月20日。
- 余天蕙、劉麗芳（1999）。《犯罪新聞採訪報導的倫理與法律：從白曉燕案談起》。台北：政大傳研中心。
- 李明輝（2005）。《儒家視野下的政治思想》。臺北市：臺大出版中心。
- 孫效智（1995a）。〈道德論證問題在基本倫理學上的發展：目的論與義務論之爭〉，《哲學與文化》，251: 317-331。
- 孫效智（1995b）。〈從倫理學行為理論談結果主義〉，《哲學雜誌》，12: 86-113。
- 邱鈺婷（2007）。《台灣電視記者一窩蜂新聞產製下的死結與活路—以重大社會事件報導為例，國立政治大學，廣播電視學研究所碩士論》。國立政治大學廣電研究所碩士論文。
- 邱奕嵩、陳奕廷、陳思豪（2004）。〈朱立熙：這不是五分鐘熱度〉。取自 [http://www.rickchu.net/detail.php?rc\\_id=1253&rc\\_stid=14](http://www.rickchu.net/detail.php?rc_id=1253&rc_stid=14)，上網日期：2009年5月20日。
- 財團法人公共電視文化事業基金會（2005）。《公共電視 2005 年度報告》。取自 [http://www.pts.org.tw/php/html\\_pub/pubfile/file/pts2005.pdf](http://www.pts.org.tw/php/html_pub/pubfile/file/pts2005.pdf)，上網日期：2009年5月20日。
- 胡幼偉譯（1995）。《良心危機：新聞倫理學的多元觀點》。臺北：五南。（原書 Hausman, C. [1992]. *Crisis of conscience: Perspectives on journalism ethics*. New York: HarperCollins Publishers.）
- 陳曉宜（2007）。〈落實編輯室公約與公評人機制〉，《目擊者雜誌》，61。
- 張培倫、鄭佳瑜譯（2004）。《媒體倫理與規範》。台北：韋伯。（原書 Kieran, M. [1998]. *Media ethics*. New York: Routledge.）
- 許瓊文（1998）。《SNG 衛星直播科技對電視新聞製作流程與內容影響之初探》。

- 國立交通大學傳播研究所碩士論文。
- 許瓊文 (2004)。〈相對尺度還是絕對尺度？正式社會新聞報導的尺度問題〉，  
《目擊者》，43: 25-30。
- 許瓊文 (2006)。〈尋找一把共通刻度的倫理量尺〉，《新聞學研究》，89: 173-180。
- 許瓊文 (2009)。〈To be or not to be：新聞記者採訪報導受害者的新聞倫理決策〉，未發表論文。
- 黃慶明譯 (1999)。《倫理學》。台北：有志。(原書 Frankena, W. K. [1989]. *Ethics*, 2nd ed. N. J.: Prentice-Hall.)
- 劉昌德 (2007)。〈民主參與式的共管自律：新聞自律機制之回顧與再思考〉。  
《台灣民主季刊》，4(1): 109-139。
- 劉桂標 (2001)。〈儒家倫理學及其現代意義 (下)〉，《人文月刊》，90。取自 <http://arts.cuhk.edu.hk/~hkshp/humanities/ph90-10.txt>，上網日期 2009 年 5 月 20 日。
- 鄭郁欣、林佳誼、蔡貝倫譯 (2008)。《探究新聞倫理》。台北：韋伯。(原書 Sanders, K. [2003]. *Ethics and journalism*. UK: Sage.)
- 潘小慧 (2006)。〈德行倫理學中的人文主義精神—從 Virtue Ethics 的適當譯名談起〉，《哲學與文化》，33(1): 17-30。
- 瞿海源 (1999)。〈社會新聞與社會問題：犯罪新聞為例〉，「台灣社會問題研究學術研討會」論文，台北：中研院社會研究所，521-34。
- 羅文輝 (1998)。〈新聞從業人員的專業性：意涵界定與量表建構〉，陳世敏(編)，  
《傳播論文選集 1997》，39-96。台北：中華傳播學會。
- 蘇蘅、牛隆光、黃美燕、趙曉南 (2000)。〈台灣報紙轉型的問題與挑戰——提供讀者更好的選擇？〉，《新聞學研究》，64: 1-32。
- Aust, Charles F., & Dolf, Z. (1996). Effects of victim exemplification in television news on viewer perception of social issues. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 73(4), 787-803.
- Campbell, R., Wasco, S. M., Ahrens, C. E., Sefl, T., & Barnes, H. E. (2001). Preventing the 'second rape': rape survivors' experiences with community service providers. *Journal of Interpersonal Violence*, 16, 1239-1259.
- Centers for Disease Control and Prevention (2002). Crisis and Emergency Risk Communication. Atlanta, GA: CDC.
- Chermak, S. M. (1995). *Victims in the news: Crime and the American news media*. Boulder, Co: Westview Press.
- Chiricos, T., Padgett, K., & Gertz, M. (2000). Fear, TV news and the reality of crime. *Criminology*, 38, 755-785.
- Dando, C., Wilcock, R., & Milne, R. (2008). The cognitive interview: inexperienced

- police officers' perceptions of their witness/victim interviewing practices. *Legal and Criminological Psychology*, 13, 59-70.
- Durkheim, E. (1951). *Suicide*. New York: The Free Press.
- Frank, R. (2003). These crowded circumstances: *When pack journalists bash pack*. *Journalism*, 4(4), 441-458.
- Grabe, M. E. (2001). Explication sensationalism in television news: content and the bells and whistles of form. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 45(4), 635-655.
- Hafez, K. (2002). Journalism ethics revised: A comparison of ethics codes in Europe, North Africa, the Middle East, and Muslim Asia. *Political Communication*, 19(2, April/June), 225-250.
- Herrscher, R. (2002). A universal code of journalism ethics: Problems, limitations, and proposals. *Journal of Mass Media Ethics*, 17(4), 277-289.
- Himmelboim, I., & Limor, Y. (2008). Media perception of freedom of the press: A comparative international analysis of 242 codes of ethics. *Journalism*, 2008, 9(3), 235-265.
- Hsu, C. W. (2008). *Deontology or Teleology: An ethical analysis of first-person-account journalists' moral reasoning of victim coverage*. Paper presented at the International Association for Media and Communication Research 2008 Congress, Stockholm, Sweden.
- Humphries, D. (1995). Serious crime, news coverage, and ideology: a content analysis of crime coverage in a metropolitan paper. *Journalism Quarterly*, 30, 191-205.
- Hursthouse, R. (1999). *On Virtue Ethics*. Oxford University Press.
- Katz, J. (1987). What makes crime "news"? *Media, Culture and Society*, 9(1), 47-75.
- Keith, S., Schwalbe, C. B., & Silcock, B. W. (2006). Images in ethics codes in an era of violence and tragedy. *Journal of Mass Media Ethics*, 21(4), 245-264.
- Land, M., & Hornaday, B. W. (2006). *Contemporary media ethics: A practical guide for students, scholars and professionals*. Spokane, WA: Marquette Books.
- Laitila, T. (1995). Journalistic codes of ethics in Europe. *European Journal of Communication*, 10(4), 527-544.
- MacKinnon, B. (1995). *Ethics : theory and contemporary issues*. Belmont, Calif.: Wadsworth Pub. Co.
- McManus, J. H. (1994). *Market-driven journalism*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- McManus, J. H. (1995). A market-based model of news production. *Communication Theory*, November 1995, 301-338.
- Paletz, D. L. (1998). *The media in American politics*. New York: Longman.
- Pullman, D. (2004). Death, dignity, and moral nonsense. *Journal of Palliative Care*,

20, 171-178.

- Secker, B. (1999). The appearance of Kant's deontology in contemporary Kantianism: Concepts of patient autonomy in bioethics. *Journal of Medicine and Philosophy*, 24, 43-66.
- Sheley, J. F., & Ashkins, C. D. (1981). Crime, crime news and crime views. *Public Opinion Quarterly*, 45, 492-506.
- Tehrani, M. (2002). Peace journalism: Negotiating global media ethics. *The Harvard International Journal of Press/Politics*, 7(2), 58-83.
- Tumber, H. (2002). 'Reporting Under Fire' in Allan, S. and Zelizer, B. (eds.) *Journalism After September 11*, Routledge, pp. 247-262.
- Vinson, C. D., & Ertter, J. S. (2002). Entertainment or education: How do media cover the courts? *The Harvard International Journal of Press/Politics*, 7(4), 80-97.
- Wasserman, H., & Rao, S. (2008). The glocalization of journalism ethics. *Journalism* 2008, 9(2), 163-181.



# 國科會補助專題研究計畫項下赴國外(或大陸地區)出差或研習心得報告

日期：\_\_年\_\_月\_\_日

計畫編號	NSC97-2410-H-004-061-MY2		
計畫名稱	初探台灣電視媒體追求創傷新聞的後果：從競爭意涵、記者創傷壓力 與閱聽人閱聽感受談起		
出國人員 姓名	許瓊文	服務機構 及職稱	政大廣電系
出國時間	年 7 月 21 日至 年 7 月 31 日	出國地點	日本

## 研究行程摘要

本研究計畫為瞭解媒體報導可以在災難前、中、後扮演何種角色，檢視新聞報導的內容，如何協助防災、減災與復災，以及訪談學者有關建置專門頻道的優缺點，深度訪談使用英文與日文兩種語言，日文部分由兩位留學生協助翻譯，兩位分別為傳播科系碩士班與博士班研究生，英文部分由研究者直接與受訪者對談。研究日期為 2010 年 7 月 21 日至 2010 年 7 月 31 日止。總共深度訪談單位包括公營 NHK，NHK 放送文化研究所，參見表一。

表一：研究訪談機構與人員一覽表

議題	機構	人員
災難與媒體研究	NHK放送文化研究所	專門委員 福長秀彥 資深研究員 山田賢一
災難報導	NHK報導局災害、氣象中心	松本敦 中心長
	國際放送局國際企畫部	(木夏)木丸悟 担当部長
	NHK KOBE	平地正宜 放送部長
災難報導	NHK OSAKA and Megaquake 製作人	近藤誠司 製作人
災難報導	NHK報導局災害、氣象中心	入江さやか 記者
災難報導	NHK スペシャル「深層崩壊が 日本を襲う」の衝撃製作團隊	柴崎壯 製作人
防災教育	北淡震災紀念公園	池本啟二 課長
防災行政	東京都總和防災部防災管理課	鈴木隆裕 課長

# 研究內容與建議

## 一、媒體的正面角色

日本的災難史也是媒體運用進步史，每一次的災難，日本的產官學界在錯誤中學習與改進，難得的是改進的不只是防災的硬體還包括軟體，而媒體則是在軟體的部分，東大田中 淳教授特別提到這樣的災難媒體史，1923 年關東大地震，死傷人數慘重，外國人也將近有 4000 人喪生，在這個時間點上，16 家報紙卻有 13 家停擺，另三家也是嚴重毀損，導致在此重要時刻沒有任何媒體傳遞訊息，只有謠言與口耳相傳，當時甚至一度謠傳是韓國人的陰謀，不少無辜外國人因此受害。

1925 年廣播服務雖應運而生，但 1934 年 Muroto 颱風造成 3000 人死亡，有 28%是在上學途中的學童，如果當時能夠媒體能早發預警資訊，學童就能待在家中減少傷亡，這也是日本正視媒體傳遞警示訊息的正面角色的開端。而 1959 年 Vera 颱風因為沒有預測颱風的嚴重程度，好讓民眾有積極的防颱準備，也造成重大傷亡，媒體的角色也從新聞的角色增加到災難管理的功能。1964 Niigata 地震，多數民眾在地震後對親友的安全問題特別關切，NHK（日本放送協會）開始「安否情報」也就是平安訊息的發送，將個人的安全消息放到廣播節目中播送。

1995 年阪神大地震，NHK 更連續播報 14 天的平安資訊，根據日本總務省消防庁的統計<sup>1</sup>，災難時期，電話與公共電話因為故障或大量湧進的通話量，造成真正能通話的機率不高，而「安否情報」則可以幫助更多災民將訊息傳送到外界的親友。隨著電話系統的發展與手機的普及，田中 淳也提到另類媒體系統的建置，這部分將在下一章節提及，接下來的小節將依照媒體如何在災難前、中、後發揮正面功能整理分析。

### （一）災難前

受訪者對於媒體採訪的評斷，與其案件種類、是否接受過記者採訪、或是採訪次數有很大的出入，有接受採訪者的意見可分為幾類：

#### 1. 災難預防

大部分的閱聽人沒有遭受到災難的侵襲，不知道災難的可怕與如何令人措手不及，媒體的功能之一便是要讓民眾盡量感知到那份急切性，NHK 兩位專門製作深度報導的製作人同時提到這點。NHK「深層崩壊が日本を襲うの衝撃」製作團隊，台灣公共電視曾在 2010 年八八水災一週年時買下播映權在主頻播出（名為：八八風災週年特別節目--當土石崩落），製作人柴崎壯長期將複雜又專業的科學報導，以一般人比較可以理解的方式製作特別報導，台灣和日本最近常出現的大規模崩壞便引起他的注意，透過京都大學與台灣成功大學教授們的幫助，製作在台灣也引起關注的紀錄片。

為了正確模擬小林村被獻肚山的崩塌淹滅的實況，製作人柴崎壯與其團隊將近一年的資料收集，兩次到台灣實地訪查，第二次才成功拍攝到相關事證，柴崎製作人提到為了真實呈現樹木倒塌的真實感，由台灣學者與政府提供高解析的衛星空照圖，動畫團隊用手繪的方式種植了一百萬棵樹，小林村的房屋與水流，台灣學者提供模擬參數模式（simulation model），才製作出短短數秒的獻肚山崩塌動畫，經費更高達兩台房車的價錢，但是有了這樣逼真的畫面，閱聽人才能感受到威脅而居安思危。

小林村的悲劇發生在台灣，但是台灣媒體卻無法製作出如此用心的紀錄片，日本 NHK 有鑑於這樣的深層崩壞不斷發生，台灣的案例更是怵目驚心，因此希望閱聽人能知道到底發生什麼事，未來可以如何警覺、撤離以達到無人傷亡的標準。但是這樣基本的預防，台灣媒體較少有這方面的努力，而是傾全力報導災難發生的當口，對於防災則是幫助較少。

<sup>1</sup> 參見 [http://www.fdma.go.jp/html/kokumin/kentou/kento\\_051207\\_a10.pdf](http://www.fdma.go.jp/html/kokumin/kentou/kento_051207_a10.pdf)

柴崎壯則將媒體防災議題延伸更廣，建議平時就必須有科學報導尤其是與環境有關的，讓民眾平時就對環境議題保持敏感度，NHK 與幾個公共電視如 BBC、紐西蘭 TVNZ、澳洲 ABC 或是 DISCOVERY 專業科學報導頻道都有合作關係，希望透過跨國合作，將重要的環境科學議題以平易近人的方式介紹給閱聽人，而這些科學性、客觀的報導是超越政黨與黨派操作。

NHK 大阪分局也是製作 Megaquake 並榮獲總理大賞的製作人 近藤誠司，認為 Megaquake 的製作是為了阪神大地震十五週年，共花了三年的時間，一年半找資料，一年半拍攝，為了找資料他也成了京都大學防災情報科博士生。這部片共支出日幣兩億，有三分之一的經費是在電腦動畫（Computer Graphics, CG）與視覺特效（visual effect），比起一般電視製作多花五倍的人力與資源，製作的目的就是讓一般民眾瞭解災難的可怕。

近藤製作人說阪神大地震死了 6434 人，只因為地震搖了 15 秒，你可以想像這 15 秒為何會如此致命嗎？沒有親身感受是無法感受到地震的威力，民眾有了真實感受（real image）就是展開防災的第一步，電視新聞的工作就是要提供這樣當下的感受，近藤製作人受訪時，在他的筆記本上寫著 Knowledge（知識）是由書本傳授的，但是 reality（真實）就是要透過電視螢幕，影像或是 CG。閱聽人對災難有第一步 real image 的學習，會開始思考防災行為，遇到狀況才會知道該如何去幫助別人，也就是 Megaquake 的製作目的。

台灣的媒體報導一向只注重受災的當時，對於平時防災，災難時減災與災後復原毫不重視，近藤製作人認為這樣的作法只是報導事實（Fact），但是這樣的報導對災民幫助有限，也只會再報導悲傷與感官新聞上打轉，媒體應該開始思考報導訊息（Message），也就是報導這樣的現象有何意義，又有哪些可能的解決方式，訊息後才會讓民眾開始有感知（mind），對災難有所警覺，思考防災措施，最後就會行動（Action）。

這部分台灣並不重視，近年來開始重視要民眾採取行動，例如：媒體上日漸增多的防颱與防震資訊，或是社區與校園的避難演習，但多半卻是未告知訊息，並讓民眾感知危險後，才提供行動，這種不知為何而防的災難預防將使防災工作事倍功半。

而訊息的提供就是 NHK 的法定責任，NHK 報導局災害、氣象中心的松木 敦部長與入江さやか 記者負責介紹緣起，以及 NHK 如何依據法規行事與報導。依據日本災害對策基本法<sup>2</sup>NHK 是日本中央防災會議<sup>3</sup>的當然會員，會長必須出席防災會議，NHK 與其他的中央防災機關一般，獲得第一手警政、消防、氣象等最新預警與災情資訊，並負責落實政府的防災計畫，NHK 本身對外的窗口就是災害氣象中心。

氣象訊息目前也是災害氣象中心管理，這項服務成立二十多年，七年前（2003 年，平成 15 年）將報導局的氣象播報部門跟防災會議窗口結合，成為災害氣象中心，依據的法規有災害防治法，氣象業務法等。NHK 發展到目前的狀況有 54 廣電台，14 分局，電視五個頻道九個波段（綜合、教育 BS1、BS2、HD），廣播三個頻道 3 個波段（AM1、AM2、FM），過去，相關災情與氣象新聞由報導部門自己決定怎麼播出，現在由中心統籌。

而災害報導的主要任務：發生前，可減輕受害程度，盡快播出警報，呼籲老年人，殘疾人等避難；發生後，救援活動、支援救助，盡快播報受災情況；災害之後，生活修建、復興支援，向受災者提供訊息，促進復興的長期支援；平時，構築安全社會，平時就積極報導防災專題。更充分利用大災難的週年時機，例如：阪神大地震週年或大災害後，針對國家，地方政府或住民本身的防災對策檢討。

## 2. 災難預警

在日本災害預警可以分為幾類，一是由氣象廳評估地震與海嘯可能性與嚴重性，將訊息以自動化方式公告至媒體，稱之為緊急地震速報，另一種則是一般媒體報導中的預警報導，例如：颱風路徑與侵襲位置等資訊，由媒體工作人員採訪解讀後再報導。

---

<sup>2</sup> 災害對策基本法參見 <http://www.bousai.go.jp/hou/index.html>

<sup>3</sup> 中央防災會議組織圖參見 <http://www.bousai.go.jp/soshiki1/soshiki1.html>

NHK 放送文化研究所專門委員福長秀彥根據自身記者與研究員的雙重經驗，提到目前日本災難報導的三大趨勢，第一個趨勢是報導的迅速化（第二趨勢多媒體化，第三是生活資訊），迅速化指的就是第一類的預警報導可以加速，三年前 NHK 開始緊急地震速報（2007 年 10 月 1 日），利用的是 S 波與 P 波的測量時間的差異來預測地震，P 波可以先測到，可以預測 S 波比較大的震動，大概 30 秒之前就可以知道。NHK 將氣象廳分析震度五以上的公告出去，電視字幕與廣播自動聲音都是自動的，P 波可以預測各個地方的震度，震度從 0 到 8，從氣象廳到 NHK 後兩秒就可以自動播出，但是 P 正確度有待改善，因為有的從海上，或是比較不容易拿到資訊的地方，都還在持續改善，兩年前研究，氣象廳的公告到 NHK 要五秒，從 NHK 接到警報到播出要兩秒，但是數位電視要多兩秒，因為需要數位電視影像需要壓縮。災難預警要快速就要縮短警報從氣象廳到 NHK 等媒體中途時間，例如：方法之一就是氣象廳研究機構與地方政府的地震測量計數量增加，多媒體化也可以是方法之一。

而緊急地震速報的預警後，NHK 放送文化研究所專門委員福長秀彥提到有關風險危險，必須快速讓觀眾瞭解到，但是預報不一定會成為現實，商業台把節目砍掉，做災害預防節目，萬一災害沒來，廣告主會不高興，因此，商業媒體提前做預防報導是不太可能，收執照費的公共電視 NHK 有責任做好這一部份。即使預報有錯誤，民眾是可以容忍的，因為科技不是十全十美，但是媒體跟氣象廳的關係就很重要，在預測錯誤的情況下，氣象廳必須說明原因，才能夠取信於民，否則就是狼來了。

福長秀彥特別提醒緊急地震速報是比較難預測，可能預測震度達到六，結果只有四，這是科學能力不足，承認能力不夠是可以的，但是颱風，水災，核電事故，水災是可以預防的，就必須要積極報導，核電警報響了，即使不知道為什麼，情況仍然不明，還是要立刻提供資訊，也許有副作用—造成民眾恐慌，日本過去也沒有嚴重的恐慌的經驗，但是一旦不提供相關資訊就是隱藏資訊，失去民眾對 NHK 的信賴。

第二種的災難預警則是民眾熟知的報導，東大田中 淳教授指出這類報導必須讓民眾明瞭對社區的危害程度，不能只是科學數據的報導之後沒有任何的詮釋，尤其是針對不同區域的特殊性，同樣時間裡下 300 公釐的雨，下在日本本島東北部跟下在西南部就會有完全不同的結果，西南部完全沒有災情，但是東北部卻淹水，氣象專員人員沒有注意到並且提出不同的警訊，記者也沒有經驗的話，新聞報導或是氣象報導就很少針對這種現象說明。

NHK 入江記者提到自己採訪災難新聞，有很多不懂的專業術語與專業知識，都會在瞭解後再從觀眾的觀點解讀後才撰寫新聞稿，平時上班時間沒有辦法與氣象廳的專業人員請教，因此，幾位記者開始跟氣象廳的相關人員定期舉辦聚餐，以輕鬆的形式來交流意見，記者有任何問題就可以利用這比較長的時間瞭解，氣象廳的人員也可以得知何種資訊是民眾比較能夠瞭解的，本人參加一次聚會，席間入江記者還將自己的報導以手提電腦播放，與氣象廳人員一起討論。這種與第一線預報人員的意見交流在台灣並不多見。

## （二）災難中

媒體報導若只是追求感官新聞忽略媒體的災難管理角色，水能載舟亦能覆舟，亦會造成許多批評與錯誤，必須避免並加強其災難管理功能：

### 1. 報導事實與募集資源但避免阻礙救災

NHK 報導局災害、氣象中心的松木 敦部長與入江さやか 記者也提到，為了採訪新聞，媒體會面臨到一些問題，首先是交通，中斷或阻塞，甚至不能動，另外是通訊，一旦採訪團對進入災區便失聯，當天所有的電話傳真都不能使用，這樣的進入採訪是必要的，因為 NHK 不只報導死傷，也報導災民所關心的其他家人與朋友的現況，也讓對外交通中斷的災區可以與外界聯繫，有親友在災區的可以知道安危。

災難中民眾對資訊特別渴求，媒體便能提供適時資訊並協助向非災區居民募集資源，但是沒有審慎考慮常會事倍功半，甚至有負面影響。東大田中 淳教授也提到媒體妨礙救災在日本也是常見的，2005 年 Miyagi 地震，當時的媒體就受到很多批評，媒體租用直昇機或是架設攝影機在遠端遙控直昇機上，希望以鳥瞰的方式，讓民眾瞭解受災的範圍，但是發出的噪音

與強風嚴重影響救災人員，無法聽到生還者呼救的聲音，或是把現場弄得風塵飛砂，甚至對災民造成心理與生理的不良影響，但是要規範直昇機的聲音不曾斷絕，卻也沒有真正付諸實行。

另外，媒體太過於報導嚴重災區，會誤導民眾錯估受災程度，進而對政府救災行動有所影響，尤其是阪神大地震記者沿著 JR 線所及之處報導，卻忽略了災區資訊的甜甜圈效應（*donut effects*），無法達到的區域或是訊息無法傳出的區域，往往是受災最嚴重的地方，再加上記者缺乏地理常識，誤導民眾對災難的認知。而民眾對災難的認知又會對資源捐贈與募集有關鍵的影響，一旦誤認某區為重災區，所有的物資與金錢就投入那一區，造成資源過度聚集（*over convergences*），等到真正嚴重的區域出現，反而得不到任何資源援助，造成資源分配錯誤（*maldistribution*），此時的地方政府又因為人手不足，加上通訊不良更無法妥善配置。

## 2. 避免媒體競爭與感官新聞

與台灣相同，東大田中 淳教授提到媒體表現有如（*media scrum*）爭球與馬戲（*media circus*），大量的媒體集結到重災區，拍攝同樣場景的照片，訪問同樣的災區居民，甚至是同樣的問題，除了影響救災，也有意想不到的議題設定（*agenda setting*）作用，同樣地，水能載舟亦能覆舟，媒體專注於報導災難，讓災區外的民眾瞭解災情嚴重性，幫助集結金錢與資源，但是過於專注某一災區也會讓其他災區因此缺少關注，原因是政府機關為了避免媒體批評，只拼命針對被報導的區域救災復災，而資源也只往有被報導的災區。

感官新聞過於注重災民的悲痛，而沒有協助抒壓，或是提醒心靈照護的重要，對於受災社區的報導傾向負面情緒，這也影響了整個社區的復災動力，也得後續研究繼續努力。

## 3. 生活資訊的提供

東大田中 淳教授提到有很多流離失所的災民，有的必須長期待在避難中心、中繼屋，即使家中仍然可以居住，但是維生管線（*live lines*）例如：水、電、瓦斯等多半遭受破壞，無法正常過日子，媒體必須提供何時與何地可以使用水，提供熟食，洗澡，購物，醫療援助等資訊。

NHK 放送文化研究所專門委員福長秀彥根據自身記者與研究員的雙重經驗，提到目前日本災難報導的趨勢之一，便是生活訊息的加強，尤其是從阪神地震中所獲得的經驗，包括那個避難所所提供糧食，維生管線恢復的相關訊息，必須向災民提供各式各樣的資訊。除了大眾媒體，五六年前或更早到最近政府也在推廣 *community broadcasting*（FM 頻道），但是很多人不知道這個服務，還是會選擇看 NHK，所以 NHK 還是要提供資訊給各地區，但是對於小區特有的訊息，或是當地政府提供的訊息，還是必須由社區媒體來負責提供。

NHK 報導局災害、氣象中心的松木 敦部長與入江さやか 記者從實作經驗發現了幾個重要議題：除了維生管線，還要讓民眾知道可使用的電話（*working telephone*），有營業的超市，有開放的洗腎醫院。阪神大地震的時候，NHK 廣播甚至在神戶市政府救災中心架設臨時錄音室，把從市政府得到的消息，立刻透過廣播將重要的維生訊息傳遞給居民，是當時民眾獲得生活資訊重要的工具，NHK 也架設電視在避難所，讓民眾可以知道資訊。

NHK 更是給予不同頻道不同的任務，讓民眾可以選擇，綜合台提供基本資訊，以災難新聞節目形式傳遞資訊，教育台針對聽障，平安訊息（*safety report*），相關生活資訊，BS1：綜合資訊提供給日本境內外的觀眾，新聞或其他型式的節目，BS2：可供聽覺與視覺障礙的人觀賞，是直播衛星，轉播綜合台的節目，BSHV：高畫質台，則是以高畫質方式轉播綜合台資訊。廣播方面，AM1 廣播一台：與電視綜合台類似，緊急廣播，災難有關的新聞與生活資訊，AM2：對外國人或視障者播送生活資訊，FM：個人安全資訊，與災難有關的生活資訊，國際廣播：跟國外播送災難資訊。

NHK 將頻道分門別類提供資訊的考量是以多樣化為主軸，災難剛剛發生時災難資訊還可以在各頻道間共有，一段時間後災民訊息多樣化，不做分工訊息作不出來，觀眾也會抱怨，這樣分工民眾也會比較有好處，主要是由自己判斷。但是 NHK 在 2011 年，衛星高畫質頻道即將取消，以減少開支，廣電八個頻道的分工可能會在近期重新處理，為了因應網路與行動時期，

網路可以播出很多訊息，或是行動 one-seg 也可以達到防災減災的功能，NHK 也正進行研究，尤其年輕人看行動電視多聽廣播少，如何用新科技傳遞災難資訊是未來研究重點。

松木 敦部長特別強調 NHK 針對阪神地震後的四百人調查，最需要的資訊還是有關餘震資訊 46.4%，其次是親友安危 25.3%，使用媒體方面廣播是第一位的 38.9%，鄰居 30.0%，電視 28.3%，還是以廣播電視報導災難的功能比較大。因此，NHK 播報新聞、專題紀錄片（feature）、記錄倖存災民（documentary）、以持續且被信賴的報導（steady and reliable）做好公共廣播的責任。NHK 更是不斷思考，民眾在災難時到底需要什麼資訊？在每一次遭遇災難中檢討與分析，應該如何收集到這些必要資訊，又如何傳達給民眾，因為民眾在災難時廣播與電視常常是主要資訊來源。

#### 4. 災難報導的多媒體化

在報導事實的部分，NHK 放送文化研究所專門委員福長秀彥提到災難報導第二個趨勢則是多媒體化，多媒體化可以分為兩方面：第一是採訪災難時可以利用各式新科技，拍攝功能的行動電話還有 Internet Protocol 普及，災區記者用行動電話拍攝再用 IP 網傳稿，讓新聞報導更為迅速。還有訊息收集的多媒體化，福長秀彥指出 NHK 總部或分局的編輯都是年紀比較大，對多媒體化不太能接受，過去是災難來就一直打電話的採訪方式，所以就認為這樣是好的方式，認為國土部或氣象廳自動傳來的訊息沒有價值，要親自打電話確認，但是新時代要創新要有新思維，災害報導才能有效率，並避免採訪資源浪費，這與日本比較沒新聞傳播教育都是進來單位才學習，在職訓練（on job training），講師多半又是年資較長的這一群，沒辦法適合現在多媒體時期的採訪報導。

另外是呈現科技的多媒體化，電視鏡面上的 L 字廣播（類似台灣的跑馬燈），可以傳達震度，橋樑等最新情況，也可以傳遞很多訊息，而目前災難一發生，各個媒體就是打電話到各個單位問，這是很麻煩的事情，因為地方政府一一向不同的媒體說明，地方政府也很忙必須向上級報導，若是災難訊息可以把訊息統一播放，配送，也算是訊息共享，有個機關來統一這些訊息，這種系統可以成立的話對防災是比較有用的，這部分也有愈來愈多的行動科技參與。

### （三）災難後

#### 1. 災難管理的反省檢討<sup>4</sup>

NHK 放送文化研究所專門委員福長秀彥提到警報發出的機關，真正的訊息無法傳達到觀眾的問題？問題是警報發出的機關是氣象廳，國土局，但是勸民眾避難的是市町村、地方基層政府，不一樣的發佈時間，造成避難勸告什麼時候發出，或是沒傳給民眾。對發出機關來講，災難重大到什麼程度，時間的緊迫性到什麼程度，地區的分別會有不一樣的作法，這樣的情況讓所有民眾都可以瞭解不容易，所以必須不斷檢正，所有政府與媒體機關都必須研究，這次做的不好是哪裡有問題，如何正確傳達到民眾，又如何誤傳到民眾，如何改善等，是每次災害後都必須反覆檢正。

#### 2. 修正防災策略

NHK 製作人近藤誠司，就提到跨領域防災的重要性，長期的研究必須累積，但是短期在媒體方面至少可以做到報導的多元化並與防災工作密切聯繫，近藤製作人的建議是定期為新聞工作者進行在職訓練，不斷地學習，他舉了自己 2006 年成立的 KOBE 虹會為例，這個成員有 40 人來自居民（people），行政官員（administrators），媒體（media）與專家學者（specialists and researchers），針對災難報導進行研究與討論，而且參與者互相對話，很容易找到問題點，每兩個星期一次討論，由成員輪流提出自己面對的問題或是現象，成為當日討論重點，四年下來對災難報導有一定的貢獻。

#### 2. 心靈照護

<sup>4</sup> 有關災難管理部分，尚有其他重要行動者的訪問，但是因與原招聘計畫不同，簡略介紹。



NHK 放送文化研究所專門委員福長秀彥與山田研究員都提到，廣播是可以好好善用的媒體，因為廣播給人陪伴的感覺是其他媒體比較無法給予的，藉由主持人的資訊播報，受災民眾可以接受到很多有用的資訊，就像一位朋友的提醒，尤其是與社區息息相關的 Community FM，因為是每天都會接觸到的媒體，民眾更感覺貼近自己的生活，這對遭逢巨變的區域可以產生安撫的作用。

都曾在關西地區經歷過阪神大地震的 NHK 神戶分局平地正宜放送部長與 NHK 大阪分局製作人近藤誠司，雖然是來自電視媒體也都有類似的想法，近藤誠司更主張災難報導應是「寄り添い」的報導，也就是陪伴的報導。神戶分局位於阪神地震受害最重的神戶，一向將地震災害與其所帶來的教訓作為每年的「地域の課題」，2010 年阪神大地震十五年，神戶分局與關西學院大學的室（山崎）益輝 教授合作，從災民的心靈重建出發，這也是神戶分局首度大規模針對 100 位受訪者深入瞭解他們的復原情況，不同於台灣的週年報導傾向於報導政府無能或是民眾的悲慘故事，神戶分局這一系列的報導是關注民眾從災難發生的情緒劇烈變化到如何恢復平靜，適時配合學術的說明，讓民眾知道什麼要的症狀或是情緒是正常的，可以如何抒解，但也要特別注意一些例外的狀況。

近藤誠司的「寄り添い」報導是必須長時間與受災民眾有連結與交流，而不是只有一次訪問，長時間駐點的報導是理解悲傷與解決方法的最好方式，媒體不應該只是追求感官新聞，報導完悲傷的事實後就離去，而是要與災民們一起解決。近藤製作人認為的好的災難報導，記者一定要有三個準則：情感聯繫（mind binding）、使命感（mission）與人際關係傳播（communication），不能因為記者任務更換就停止，神戶分局也是以相同的方式與受訪民眾保持聯繫，以一種朋友的方式來關心災民的生活，這樣的報導才能幫助災民而不只是消費而已。

這樣的作法與一般新聞理論中講究中立客觀並與受訪者保持距離的常規大大不同，受訪者選定的理由（exemplification）也不只考量新聞記者與組織的立場，而是希望受災社區能盡快恢復的心情，近藤製作人也提到這是跨領域合作的結果，這部分將在跨領域的研究詳述。台灣這方面的論述不多，921 震災後雖然有很多心靈照護的相關研究計畫，但是從媒體可以扮演正面角色取徑的幾乎沒有，值得後續研究。

# 國科會補助專題研究計畫項下出席國際學術會議心得報告

日期：99 年 7 月 1 日

計畫編號	NSC 97-2410-H-004-061-MY2		
計畫名稱	初探台灣電視媒體追求創傷新聞的後果：從競爭意涵、記者創傷壓力 與閱聽人閱聽感受談起		
出國人員 姓名	許瓊文	服務機構 及職稱	政大廣電系
會議時間	99 年 6 月 28 日至 99 年 6 月 30 日	會議地點	日本東京早稻田大學
會議名稱	(中文) (英文)International Telecommunications Society Biannual Conference		
發表論文 題目	(中文) (英文) The closer the relationship; the more the interaction on Facebook? Take Taiwan users as an example		

## 一、參加會議經過

本人因為與廣電系教授劉幼俐即將於 2011 年主辦 ITS 區域會議，是國內傳播界第一次承辦電訊傳播領域的大型會議，因此，這次參加雙年會有許多收獲，可分為三部分，第一觀摩日本早稻田大學如何辦理國際會議，並推廣 ITS 2011 Taipei 區域會議，希望在年底的 Call for papers 時能有更多人參與，本人因為為 Organizing Committee Member，所以三天除了報告論文與聆聽相關論談與論文，幾乎都與主辦單位保持密切聯繫，照片為訪問這次主辦年會的早稻田大學國際學術院亞洲太平洋研究科的三友仁志教授，他也應允擔任區域會議的審稿委員。

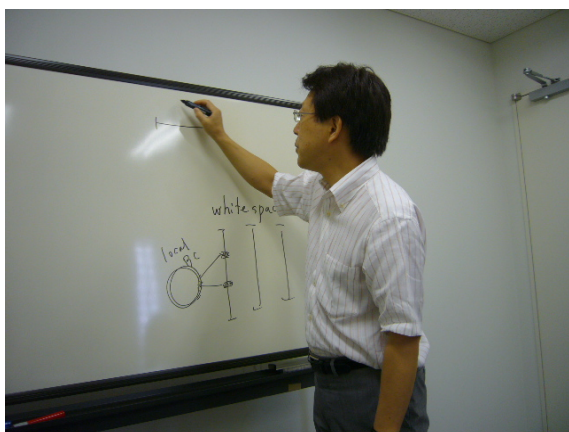
第二部份則是發表自己的論文，The closer the relationship; the more the interaction on Facebook? Take Taiwan users as an example，這個會議以電訊傳播政策、經濟與法規為主，因此，我的使用者取向算是開啟另外一個對話機會，這樣的研究到底可以幫助業者什麼，甚至進一步發展產業，這是我研究中，不曾重視的問題，經過會議中的討論受益不少。



第三部份參加 ITS，是想開啟後續國科會的防災研究的人脈，日本的災害研究不僅是從理工科出發，對社會心理部分更是投注大量心力，東京大學，京都大學，與關西學院大學等大學都有防災中心，對我的新聞與創傷研究的防災與傳播部分很有幫助，因此，藉 ITS 機會，認識幾位從事 ICT 與災害研究的學者，也訂定後續訪問時間。



ITS 開幕式



三友教授解釋電波與防災



與三友教授合照請教 ITS 舉辦經驗

## 二、與會心得

在參與國際會議的經驗中，這次的會議是很特殊的，因為身為區域會議的主辦人員，除了過去熟習的論文報告，還要開始學習推廣自己的會議，並且建立人脈，無論是屬於自己的領域或不是，都要接觸。過去在網路傳播的相關會議上，本人會跟使用者研究，社會心理取向的學者有較多接觸，這次則是各種領域的學者都會認識，瞭解他們的需求與研究取向，以便安排未來區域會議的 program，看的面向更廣。

這次受益更多的是日本防災經驗的部分，因為下年度的計畫將新聞與創傷，延伸到災難與傳播，媒體與傳播學如何在災難前中後發揮正面功能，因為參與 ITS 會議的日本學者都是來自知名大學，透過他們的建議，與不少防災學者與官方代表聯繫上。此外，電波包括無線電，行動電話等都與防災有密切相關，與會學者從產業與法規面，為我引薦許多重要產業，瞭解最新科技如何應用在防災上面，也是台灣值得學習的地方。

另外一個驚喜是日本正進行最後階段的無線電視數位化的推廣，也是在這次 ITS 受注目的議題，台灣在數位電視推廣幾乎停擺的情況下，可以看日本是如何做宣傳的，印象深刻的是單位安排的 excursion，經過淺草的新數位東京鐵塔，解說人員還會趁機宣傳。電視上的跑馬燈也是全天候不段提到 2011 年七月將全面數位化，ITS 會議上，政府官員也是藉機宣傳，這對他們的產業發展是有利的，多管其下，從研究，參訪，論壇等增加數位電視產業曝光的機會，可見其整合行銷傳播的能力。

## 三、建議

本人建議台灣學術界可以增加舉辦大型國際學術研究的機會，國科會也應該編定經費補助，可以用結構的方式增加跨國合作，也讓人對台灣這個比較研究的場域更有興趣，在宣傳 ITS 2011 Taipei Regional Conference 的同時，本人因為是新進學者從不為人知，到後來許多台灣的學者都被詢問到區域會議的問題，進而深談研究與跨國合作等機會，是始料未及的收穫。

另外，我也會建議國科會再經費運用上可以更為彈性，本人在日本期間除了參與國際會議，因為機會難得也希望延長時間繼續研究訪談，但是參加會議就只能以前後一兩天為緩衝期，否則不能核銷，剛好遇到學者與受訪對象是無法配合，就是要自費或犧牲機會，實在可惜，建議有特殊需求，可以另外上簽核銷，保持彈性。

## **The closer the relationship; the more the interaction on Facebook? Take Taiwan users as an example**

### **Abstract**

This study argued the necessity to put offline context into SNSs research (closer friends interact with each other by means of several social media, such as Face-to-Face or MSN) and the essential to distinguish users' counterparts' relationships types when studying Facebook users behaviors. In an attempt to examine the relationship between users behaviors and their counterparts' relationships types, and the perceived acquaintanceships after using Facebook, this study first investigated users' frequently used tools (wall, game, gift and et al.) when interacting with different relationships types of friends (new friends, acquaintances, average friends and close friends). Users tended to use less time- and effort-consuming and less privacy-concerned tools with newly met friends. This study further examined users' behaviors in terms of closeness and intimacy, and the perceived acquaintanceships toward four different types of friends. It found that users gained more perceived acquaintanceships from less closer friends whom users have more frequent interaction by less intimacy behaviors. As for the closer friends, users tended to use more intimacy activities to interact with their closer friends but not necessary more frequently. However, the perceived acquaintanceships of closer friends were significantly lower. It implied that Facebook usage is only account for little variance of sustaining closer friendship.

# **The closer the relationship; the more the interaction on Facebook? Take Taiwan users as an example**

## **Introduction**

The social network site, Facebook, has attracted more than 350 million active users and continues to gain enormous popularity throughout the world. The growing popularity has draw attention of researchers. Some investigate the uses and gratifications of Facebook users<sup>1</sup>. Some focus on users' profiles to understand their decisions, behaviors, and motivations for using social networks<sup>2</sup>. Most studies have confirmed that social connection or maintaining social network is the key factor of using social networking sites (SNSs).

However, most of the studies explore users' social connection as a whole. A few have noticed that people will behave differently according who they are interacting with, what kind relationship they have, and other scenarios. For example: Pew Internet research center investigates adults' and teens' uses on SNSs<sup>3</sup>. It says that online social network applications are mainly used for explaining and maintaining personal networks, and most adults, like teens, are using them to connect with people they already know. 89% use their online profiles to keep up with friends. 57% use their profile to make plans with friends. 49% use them to make new friends. Others use to organize with other people for an event, issue or cause; flirt with someone; promote themselves or their work; make new business contacts. But none of them mentions about whom and how they keep up with: close friends, average friends, acquaintances, newly-met friends, or even strangers.

The main problem of previous SNSs research is that they do not take offline scenarios into considerate. There are friends with different types of relationship. But most research take friends as one category. In addition, the previous studies ignore numerous functions in SNSs. For example, Facebook users can interact with others by disclosing directly on wall, being nice by sending gift, hug, kiss, showing friendship by sharing

pictures, playing games, and so on. Users will choose the proper functions toward friends with different types of relationship in their list. Users may not necessary to have more interaction with closer friends. They have chances to meet in the offline words. Users might tend to maintain relationships with acquaintances through the Internet. Nonetheless, little research is concerned about scenarios.

This study will examine Taiwan Facebook users' practices toward friends with different types of relationship and try to answer the research question: who gets users' attention on Facebook. Who do the users disclose more on Facebook? Who do the users maintain constant interactions? Who do the users to use particular Facebook function more? This study tries to answer the questions with an online survey.

### *The Characteristics of Facebook*

Users' behaviors on the Internet are usually categorized as two main purposes: instrumental use and expressive use<sup>4</sup>. SNSs have developed under the need of expressive use and recently emerged as virtual places that provide to specific population in which users of similar interest gather to communicate, share, and discuss and so on. boyd and Ellison<sup>5</sup> define social network sites as:

Web-based services that allow individuals to construct a public or semi-public profile within a bounded system, articulate a list of other users with whom they share a connection and view and traverse their list of connections and those made by others within the system

They argue that on most SNSs, users maintain contact with their existing group of friends rather than meet new people. However, in Lenhart and Madden's research<sup>6</sup>, they survey teens and find that nearly 50 percent of users (49%) make new friends over SNSs. Raacke & Bonds-Raacke<sup>7</sup> also conclude similar situations that users are not only looking to sustain contact with their existing group of friends, but also to meet new people or to network.

One special type of SNSs is the friend-networking site, such as Facebook. Facebook emerged as “the architectural equivalent of a glasshouse, with publicly open structure, looser behavioral norms and an abundance of tools<sup>8</sup>”. Users can post information, share pictures, leave messages, provide links to friends’ sites, and organize groups, which allow for a great amount of flexibility in communication style.

In Taiwan, Facebook is one of the most popular SNSs. According to CheckFacebook.com, Taiwan was fastest grouping country in September, 2009 and still in top 5 ranking till now. This study would like to see how Facebook users in Taiwan interact with their friends and take Taiwan users as example to challenge current Facebook studies to take friends as one category and to take activities on Facebook as the same. In addition, users might not interact more frequently with those who have more intimacy relationship, but have more quality interaction with them instead.

#### *SNSs and relationship types*

Research have evaluated the impact of social networking sites on users in three ways mostly: first, research tries to find the prevalence on SNSs among different groups, such as college students<sup>3,6</sup>; second, research have investigated the characteristics of the users of SNSs, such as sex, age and profiles<sup>9</sup>; third, the personal or social needs that users are gaining from using SNSs, such as uses and gratifications based studies<sup>7</sup>. Most of research takes away the context that users might encounter not only on SNSs but also the offline. Besides, SNSs are taken as friend-networking sites but little of research analyze the how relationship types influence users’ interaction on SNSs.

In the cross-media settings, Baym, Zhang and Lin<sup>10</sup> find that young students choose different media to interact with local and distant social circles. The respondents tend to use Internet to contact with distant social circles and face-to-face to contact with local social circles. It shows that Internet is not the only platform to

sustain friendship. For the same token, Facebook users do not contact with their closer friends only on this SNS. Facebook might be a good mechanism to interact with new friends or acquaintances. Users might gain different acquaintanceship from different relationship types and through different Facebook activities. Thus, in this study, the respondents are asked about their interaction on Facebook with four different relationship types: new friends, acquaintances, average friends and close friends. The first research question is to understand their perceived acquaintanceship towards four different relationship types.

Based upon the above discussion, research question 1 is developed as followed:

**Research Question 1(RQ1): What are the users' perceived acquaintanceships towards different types of friends on Facebook?**

#### *Tools on Facebook and Users' Privacy Practices*

There is an abundance of tools that members use to leave cues for each other. If we measure closeness by means of their clicking frequencies as a whole without distinguishing tools on the Facebook, we cannot depict users' behaviors precisely. For example: there would be a lot of differences between sending a gift and writing on friend's wall, even sharing pictures. Users have their thoughts in mind and then react according to the relationship types and the extent of effort-consuming of the Facebook tools. Facebook allows users to delineate between close friends, work friends or friends with limited-access privileges<sup>11</sup>. Users have the control to disclose information and interact with different types of friends. Do they adopt the same tools to interact with them or prefer a special tool to interact with close friends? Little research has focused on the dissimilarity.

Hsu<sup>12</sup> proposes a situational paradigm to study privacy concerns and privacy practices. She recognizes that social context plays an important role on users' information disclosure (privacy practices). In

Hsu's research<sup>12</sup>, users disclose their information according to web site categories. Users feel safe when providing credit card number to online shopping web sites, but hesitate to provide the same information to government or community web sites. This implies that users might control their information when interacting with others on the Internet. Even on the online photo album sites, users are willing to post pictures of them; they still reconsider the consequences before posting. Hsu<sup>13</sup> further finds that motivation is also social context. Users who are categorized as narcissism would share more information with those who take online photo album sites as a storage place only.

Under the logic of situational privacy practices, users might act differently when choosing Facebook tools to interact with different types of friends. Those who would like to maintain minimum interaction with friends categorized as the least degree of relationship might not share more photos or write more on the wall but send gifts, games and applications instead. Sharing photos is not only effort-consuming but also privacy-concerned; therefore, the tool might be adopted to interact with closer friends. Therefore, based upon the above discussion, this study raises research question and hypothesis as followed:

**Research Question 2: Will users adopt different tools to interact with different types of friends?**

**Research Hypothesis 1: Users tend to share photos with closer friends.**

#### *Closeness and Intimacy inside Facebook activities*

When interacting with different relationship types on Facebook, the users might not only adopt different tools but also act differently. Disclosing more secrets and providing supports to friends seem treating friends more seriously than just sending feedback. It is necessary to categorize users' activities in terms of closeness and intimacy. Little SNSs research is aware of it. However, in the users' cross-media behaviors research, some research has been investigating the relationship between relational quality and media use in relationships.



Cummings et al.<sup>14</sup> and Baym et al.<sup>15</sup> argue that online relationships are of a lower quality than offline relationships. The researchers find that face-to-face and telephone communication predicts strong relationships better than email. Although the activities on the Internet are taken as less relational strength, this gives a hint that there should be some divergence in activities on the Internet per se. Some activities on the Internet such as MSN are of higher relational strength than others, such as emailing.

Thus, this study would like to categorize users' behavior by the degree of intimacy and closeness first and then to examine their effects on perceived acquaintances of four different friends. In order to get more acquaintanceships from new friends, users might act differently compared to getting acquaintanceships from close friends.

In interpersonal communication research, closeness and intimacy are critical to have strong relationship. Kelly et al.<sup>16</sup> refer that closeness is comprised of strong, frequent, varied and enduring relationships which have been revised and used in the Internet settings<sup>17, 18</sup>. This study chooses frequency as measurement of closeness which is proved as effective predictor of Internet users' social relationships<sup>19</sup>. As for intimacy, several researches have found that strong ties exist in high level of intimacy relationships connecting more self-disclosure, shared activities, emotional as well as instrumental exchanges and long term interaction<sup>17, 20</sup>. This study adopts Monsour's<sup>21</sup> four dimensions of intimacy: self-disclosure, emotional expression, support, and body touch. To fit the Facebook setting, body touch is altered by feedback quality. The respondents are asked about their interaction frequency and if they have the following activities (personal information, sharing secrets, confession, support, and feedback quality) with four different types of friends.

Based upon the above discussion, those who have more intimacy activities with their friends would have more quality relationship. Therefore, research question and hypothesis is developed as followed:

**Research Question 3: What are the relationship between users' perceived acquaintanceships of four different types of friends and different degree of intimacy and closeness activities on Facebook?**

**Research Hypothesis 2: Facebook users might have more intimacy activities with closer friends.**

### **Methodology**

The questionnaire was developed from in-depth interview with two heavy Facebook users and two common users. Based upon their suggestions and the measurement of closeness and intimacy, the questionnaire was pretested and revised. The Cronbach's  $\alpha$  is 0.931. One hundred sixty one users were recruited from the biggest bulletin board system in Taiwan, named PTT. Of the participants, 73 (45.3%) were men and 88 (54.7%) were women, with a mean age of 23.72 years ( $SD=3.208$ ). In addition, the mean time of using Facebook is 3.02 hours per day ( $SD=.2.826$ ) and 6.58 days per week ( $SD=.991$ ).

### **Result**

By simply asking users perceived acquaintanceship towards 4 different friend categories before and after using Facebook, this study finds that users interact more with their average friends ( $n=161$ ) and close friends ( $n=161$ ), less with new friends ( $n=76$ ) and acquaintance ( $n=84$ ). Before using Facebook, the respondents' perceive acquaintanceships in a descending order are close friends, average friends, acquaintances, and new friends with significant differences tested by pair t-test. After using Facebook, their perceived acquaintanceships all increase. Judging from the mean differences, this study finds out users gain more familiarity with new friends and acquaintances, less with average friends, and least with close friends (see table 1). It seems that Facebook is a mechanism for new friends to get more acquaintanceships but not as much as for close friends. It is necessary to examine what kinds of activities users do toward different types of friends and what the quality of interactions to each type.

Baym, Zhang and Lin<sup>10</sup> find that young students choose different media to interact with local and distant social circles. This study finds similar context that Facebook seems to be a media good for starting new friendship but might not be as good as for closer friendship. Users might choose other media to interact with closer friendship, such as face-to-face, MSN or telephone calls. The **RQ1** is answered by that users gain different acquaintanceships from interacting with different types of friends over Facebook. The closer the relationship is, the less the perceived acquaintanceships are after using Facebook.

**Table 1: The variances of perceived acquaintanceships towards 4 different friend categories before and after using Facebook and the paired t-test**

	n.	Before mean	After mean	Mean differences
New friends (nf)	76	1.67	2.96	1.28
Acquaintances (ff)	84	2.73	3.88	1.14
Average friends (af)	161	5.36	6.34	0.98
Close friends (cf)	161	8.17	8.6	0.43
Pair t-test		nf-ff** nf-af***, nf-cf***,	nf-ff* nf-af***, nf-cf***,	nf-cf* ff-cf*

		ff-af***, ff-cf***, af-cf***	ff-af***, ff-cf***, af-cf***	af-cf*
--	--	---------------------------------	------------------------------------	--------

\*\*\*  $\leq .000$ , \*\*  $\leq .01$ , \*  $\leq .05$

The respondents are asked about frequencies of using Facebook tools to interact with the four different friend categories (see table 2). The question is multiple-choice. Users who tend to interact with the least degree of acquaintanceship friends (new friends) by means of games mostly, and then gifts, wall, application and photos in a descending order. Users also interact with acquaintances, the second less degree of acquaintanceship by means of games, wall, gifts, applications, and photos in a descending order. The last tool to interact with new friends and acquaintances is photos. The most frequently used tool is games. It shows that users do not use effort-consuming or privacy-concerned tools such as applications and photos to interact with new friends and acquaintances but simply play games.

Unlike sending gifts or playing games, respondents need to pay more attention and time on writing things down. This study finds that the respondents write more on their average and close friends' walls. In addition, the percentage of five activities towards average friends and close friends is distributed almost evenly. As for new friends and acquaintances, respondents use more games, gifts, wall and less applications and photos to interact with. The respondents share photos with close friends up to 20%, average friends up to 17%, and new friends and acquaintances nearly 10% separately. The study answers **RQ2** that users do adopt different tools to interact with different types of friends. And they tend to use more effort-consuming and privacy-concerned tools with closer friends. Therefore, **RH1** sustains. Users tend to share photos with closer friends.

**Table 2: Users' main tools on Facebook according to 4 different friend categories**

<b>activities</b>	<b>nf</b>	<b>%</b>	<b>ff</b>	<b>%</b>	<b>af</b>	<b>%</b>	<b>cf</b>	<b>%</b>
<b>wall (w)</b>	32	19	48	23	130	24	142	23
<b>gifts (f)</b>	42	25	42	20	99	18	116	19
<b>games (m)</b>	58	35	61	29	127	23	132	21
<b>applications (a)</b>	20	12	32	15	92	17	105	17
<b>photos (p)</b>	15	9	24	11	90	17	123	20
<b>others</b>	0	0	2	1	3	1	8	1
<b>total</b>	167		209		541		626	
<b>Descending order</b>	m-f-w-a-p		m-w-f-a-p		w-m-f-a,p		w-m-p-f-a	

This study proposes that when studying users' social networking behaviors, researchers need to find out what kinds of activities towards different types of friends make users have diverse perceive acquaintanceship after using Facebook.

In order to know if users gain acquaintanceships when interact with closer friends by means of higher relational quality, closeness and intimacy in this study, this study adopts stepwise regression analysis to see the most powerful predictors of the perceived acquaintanceships towards four types of friends. The significant predictors of new friends' acquaintanceships are frequency, feedback quality, and personal information. Three of six factors account for 51.8% variance (adjusted  $R^2=.518$ , see table 3). It makes sense that spending time interacting with new friends is a must. Giving away personal information is taken as a great step of mutual

trust. As for other types of friends, personal information is not a significant predictor at all as users already know something about their friends. Feedback quality is important for newly –built friendship (new friends and acquaintances).

In order to gain more acquaintanceships from acquaintances, users need to have quality feedback and confession. The factors are account for 34.6% variance (adjusted  $R^2=.346$ , see table 3). At this stage, the more self-disclosure, the closer friendship. They are totally different cases for average friends and close friends. The most significant predictor is support for average friends’ acquaintanceships. Frequency and confession are not as powerful as support. Three are account for 21.2% variance (adjusted  $R^2=.212$ , see table 3). But for close friends, frequency, confession, and support are fair predictors account for only 14.5% variance (adjusted  $R^2=.145$  see table 3). It shows that it is easier to get new friends’ acquaintanceships by closeness and relatively lower intimacy behaviors on Facebook compared to other three counterparts. It also implies that for gaining friendships from closer friends, interaction on Facebook is not enough. There should be more interactions on other media or there should be other activities on Facebook to maintain closer friends’ networks. Therefore, **RQ3** is answered. Users’ perceived acquaintanceships of four different types of friends increase separately with closeness and different degree of intimacy activities. **RH2** sustains. Facebook users do not have more interaction with closer friends. They do have more intimacy activities with closer friends.

**Table 3: The regression analyses of the perception of degree of acquaintanceships after using Facebook with 4 different friend categories in terms of closeness and intimacy activities**

	nf ( $\beta$ )	ff ( $\beta$ )	af ( $\beta$ )	cf ( $\beta$ )
<b>Frequency</b>	.540***	-	.206**	.171*

<b>Feedback quality</b>	.315***	.421***	-	-
<b>Personal information</b>	.271**	-	-	-
<b>Sharing secrets</b>	-	-	-	-
<b>Confession</b>	-	.362***	.215**	.174*
<b>Support</b>	-	-	.290***	.261**
<b>Adjusted R<sup>2</sup></b>	.518	.346	.212	.145

## Discussion

This study proves that Facebook users do not interact more frequently with their closer friends, but choose to use more relationship quality activities and tools. Users do not take tools provided by Facebook as a whole as most research claims. They choose proper tools to interact with different types of friends. They tend to choose less time and effort consuming tools to interact with newly met friends and more privacy-concerned tools to closer friends. As Hsu suggests<sup>12, 13</sup>, users' online behaviors differ according to the scenarios they encounter.

In addition, users might answer that the perceived acquaintanceships toward four different types of friends all increase, they increase in a different way and through different activities and tools though. Facebook seems to be a good mechanism to get to know newly met friends. Frequency, feedback quality and personal information disclosing will increase perceived acquaintanceships of new friends up to 51.8% variance. Feedback quality and confession will increase perceived acquaintanceships of acquaintances almost 35% variance. However, it seems that those closeness and intimacy activities are not enough to increase

perceived acquaintanceships of closer friends. This is similar with previous research findings that face-to-face or other media usage is also important for relational quality in interpersonal relationships<sup>10, 14, 15</sup>.

This study argues that when studying SNSs, researchers need to take context into consideration. The later research should come up with more context to examine interactions on SNSs. Due to resources limitation, this study only develop frequency measurement from closeness concept and five questions from intimacy concept. The more profound measurement tools need to be built up. The sample of this survey is only 161 and most of them are skilled Facebook users. The larger and random-sample studies are encouraged.

### **Disclosure Statement**

No competing financial interests exist.

### **Reference:**

- <sup>1</sup> Joinson, A. N. (2008). 'Looking at', 'Looking up' or 'Keeping up with' People? Motives and Uses of Facebook. *Online Social Networks*, April 5-10. Florence, Italy.
- <sup>2</sup> Young S., Dutta D. Dommety G. Extrapolating Psychological Insights from Facebook Profiles: A Study of Religion and Relationship Status. *Cyber Psychology & Behavior*. 2009; 12 (3):347-350.
- <sup>3</sup> Lenhart, A. (2009). Adults and Social Networking Websites. *Pew Internet Project Data Memo*. Accessed 24 November 2009, from [http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP\\_Adult\\_social\\_networking\\_data\\_memo\\_FINAL.pdf](http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_Adult_social_networking_data_memo_FINAL.pdf).
- <sup>4</sup> Tufekci Z. Grooming, Gossip, Facebook and MySpace: What can we learn about these sites from those who won't assimilate? *Information, Communication & Society* 2008; 11(4):544-564.
- <sup>5</sup> boyd DM, Ellison NB. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication* 2007; 13(1):210-230.
- <sup>6</sup> Lenhart, A., & Madden, M. (2007). Social Networking Websites and Teens. Pew Internet and American life project. Accessed 27 November 2009, from <http://www.pewinternet.org/Reports/2007/Social-Networking-Websites-and-Teens.aspx>.
- <sup>7</sup> Raacke J, Bonds-Raacke J. MySpace and Facebook: Applying the Use and Gratification Theory to Exploring Friend-Networking Sites. *Cyber Psychology & Behavior* 2008; 11(2):169-174.
- <sup>8</sup> Papacharissi Z. The virtual geographies of social networks: a comparative analysis of Facebook, LinkedIn and A Small World. *New Media & Society* 2009; 11(1&2):199-220.
- <sup>9</sup> Buffardi LE, Campbell WK. Narcissism and social networking web sites. *Personality and Social Psychology Bulletin* 2008; 34(10):1303-1314.
- <sup>10</sup> Baym NK, Zhang YB, Lin MC. Social interactions across media: Interpersonal communication on the Internet, telephone and face-to-face. *New Media & Society* 2004; 6:299 - 318.



- <sup>11</sup> boyd, D. (2006) 'Friends, Friendsters and MySpace Top 8: Writing Community into Being on Social Network Sites', *First Monday* 11(12), URL (consulted 25 March 2010): [http://www.firstmonday.org/issues/issue11\\_12/boyd/](http://www.firstmonday.org/issues/issue11_12/boyd/)
- <sup>12</sup> Hsu CW. Privacy concerns/ privacy practices: toward a situational paradigm. *Online Information Review* 2006; 30(5):569-586.
- <sup>13</sup> Hsu CW. Staging on the Internet: Research on online photo album users in Taiwan with the Spectacle/Performance Paradigm (SPP). *CyberPsychology and Behavior* 2007; 10(4):596-600.
- <sup>14</sup> Cummings J, Butler B, Kraut. R. The Quality of Online Social Relationships. *Communications of the ACM* 2000; 45(7):103-8.
- <sup>15</sup> Baym NK, Zhang YB, Kunke A, Ledbetter A, Lin MC. Relational quality and media use in interpersonal relationships. *New Media & Society* 2007; 9(5):735-752.
- <sup>16</sup> Kelley HH, Berscheid E, Christensen A, Harvey JH, Huston TL, Levinger G, McClintock E, Peplau LA, Peterson DR. (1983) Analyzing close relationships In Kelley HH, Berscheid E, Christensen A, Harvey JH, Huston TL, Levinger G, McClintock E, Peplan LA, Peterson RD, eds. *Close Relationships*. New York, N.Y.: Freeman, pp.20-44.
- <sup>17</sup> Mesch G, Talmud I. The quality of online and offline relationships: the role of multiplexity and duration of social relationships. *The Information Society* 2006; 22:137-148.
- <sup>18</sup> Parks MR, Floyd K. Making friends in cyberspace. *Journal of Communication* 1996; 46:80-97.
- <sup>19</sup> McKenna KYA, Green AS, Gleason MEJ. Relationship formation on the Internet: What's the big attraction? *Journal of Social Issues* 2002; 58(1):9-31.
- <sup>20</sup> Haythornthwaite C. Strong, Weak and Latent Ties and the Impact of New Media', *The Information Society* 2002; 18(5):385-401.
- <sup>21</sup> Monsour M. Meanings of Intimacy in Cross- and Same-sex Friendships. *Journal of Social and Personal Relationship* 1992; 9:277-95.

Table 1: The variances of perceived acquaintanceships towards 4 different friend categories before and after using Facebook and the paired t-test

	n.	Before mean	After mean	Mean differences
New friends (nf)	76	1.67	2.96	1.28
Acquaintances (ff)	84	2.73	3.88	1.14
Average friends (af)	161	5.36	6.34	0.98
Close friends (cf)	161	8.17	8.6	0.43
Pair t-test		nf-ff** nf-af***, nf-cf***, ff-af***, ff-cf***, af-cf***	nf-ff* nf-af***, nf-cf***, ff-af***, ff-cf***, af-cf***	nf-cf* ff-cf* af-cf*

\*\*\*  $\leq$  .000, \*\*  $\leq$  .01, \*  $\leq$  .05

**Table 2: Users' main tools on Facebook according to 4 different friend categories**

<b>activities</b>	<b>nf</b>	<b>%</b>	<b>ff</b>	<b>%</b>	<b>af</b>	<b>%</b>	<b>cf</b>	<b>%</b>
<b>wall (w)</b>	32	19	48	23	130	24	142	23
<b>gifts (f)</b>	42	25	42	20	99	18	116	19
<b>games (m)</b>	58	35	61	29	127	23	132	21
<b>applications (a)</b>	20	12	32	15	92	17	105	17
<b>photos (p)</b>	15	9	24	11	90	17	123	20
<b>others</b>	0	0	2	1	3	1	8	1
<b>total</b>	167		209		541		626	
<b>Descending order</b>	m-f-w-a-p		m-w-f-a-p		w-m-f-a,p		w-m-p-f-a	

**Table 3: The regression analyses of the perception of degree of acquaintanceships after using**

**Facebook with 4 different friend categories in terms of closeness and intimacy activities**

	<b>nf (<math>\beta</math>)</b>	<b>ff (<math>\beta</math>)</b>	<b>af (<math>\beta</math>)</b>	<b>cf (<math>\beta</math>)</b>
<b>Frequency</b>	.540***	-	.206**	.171*
<b>Feedback quality</b>	.315***	.421***	-	-
<b>Personal information</b>	.271**	-	-	-
<b>Sharing secrets</b>	-	-	-	-
<b>Confession</b>	-	.362***	.215**	.174*
<b>Support</b>	-	-	.290***	.261**
<b>Adjusted R<sup>2</sup></b>	.518	.346	.212	.145

# 國科會補助計畫衍生研發成果推廣資料表

日期:2011/02/24

國科會補助計畫	計畫名稱: 初探台灣電視媒體追求創傷新聞的後果: 從競爭意涵、記者創傷壓力與閱聽人閱聽感受談起
	計畫主持人: 許瓊文
	計畫編號: 97-2410-H-004-061-MY2      學門領域: 新聞
無研發成果推廣資料	

97 年度專題研究計畫研究成果彙整表

計畫主持人：許瓊文		計畫編號：97-2410-H-004-061-MY2					
計畫名稱：初探台灣電視媒體追求創傷新聞的後果：從競爭意涵、記者創傷壓力與閱聽人閱聽感受談起							
成果項目		量化			單位	備註（質化說明：如數個計畫共同成果、成果列為該期刊之封面故事...等）	
		實際已達成數（被接受或已發表）	預期總達成數（含實際已達成數）	本計畫實際貢獻百分比			
國內	論文著作	期刊論文	0	0	100%	篇	
		研究報告/技術報告	0	0	100%		
		研討會論文	0	0	100%		
		專書	0	0	100%		
	專利	申請中件數	0	0	100%	件	
		已獲得件數	0	0	100%		
	技術移轉	件數	0	0	100%	件	
		權利金	0	0	100%	千元	
	參與計畫人力（本國籍）	碩士生	0	0	100%	人次	
		博士生	0	0	100%		
		博士後研究員	0	0	100%		
		專任助理	0	0	100%		
國外	論文著作	期刊論文	0	0	100%	篇	
		研究報告/技術報告	0	0	100%		
		研討會論文	0	0	100%		
		專書	0	0	100%		章/本
	專利	申請中件數	0	0	100%	件	
		已獲得件數	0	0	100%		
	技術移轉	件數	0	0	100%	件	
		權利金	0	0	100%	千元	
	參與計畫人力（外國籍）	碩士生	0	0	100%	人次	
		博士生	0	0	100%		
		博士後研究員	0	0	100%		
		專任助理	0	0	100%		

<p>其他成果 (無法以量化表達之成果如辦理學術活動、獲得獎項、重要國際合作、研究成果國際影響力及其他協助產業技術發展之具體效益事項等，請以文字敘述填列。)</p>	<p>目前已舉辦多項記者在職訓練與學校講座，希望學術與實務能夠並重，重視新聞與創傷議題，目前有四位碩士生撰寫相關論文，並將台灣經驗與美國哥倫比亞達德中心交流合作。</p>
--	---

	成果項目	量化	名稱或內容性質簡述
科 教 處 計 畫 加 填 項 目	測驗工具(含質性與量性)	0	
	課程/模組	0	
	電腦及網路系統或工具	0	
	教材	0	
	舉辦之活動/競賽	0	
	研討會/工作坊	0	
	電子報、網站	0	
	計畫成果推廣之參與(閱聽)人數	0	





# 國科會補助專題研究計畫成果報告自評表

請就研究內容與原計畫相符程度、達成預期目標情況、研究成果之學術或應用價值（簡要敘述成果所代表之意義、價值、影響或進一步發展之可能性）、是否適合在學術期刊發表或申請專利、主要發現或其他有關價值等，作一綜合評估。

1. 請就研究內容與原計畫相符程度、達成預期目標情況作一綜合評估

達成目標

未達成目標（請說明，以 100 字為限）

實驗失敗

因故實驗中斷

其他原因

說明：

2. 研究成果在學術期刊發表或申請專利等情形：

論文： 已發表  未發表之文稿  撰寫中  無

專利： 已獲得  申請中  無

技轉： 已技轉  洽談中  無

其他：（以 100 字為限）

3. 請依學術成就、技術創新、社會影響等方面，評估研究成果之學術或應用價值（簡要敘述成果所代表之意義、價值、影響或進一步發展之可能性）（以 500 字為限）

第一年調查電視記者普遍的壓力現象收獲頗豐，第二年計畫初，面臨八八風災，學術與實務界同時注重新聞與創傷，本研究得以在已接受國科會補助的情況下，以立即速度對第一線記者進行訪談，並展開一系列座談，分享研究心得與解決方法，無論在學術研究與實務上都有貢獻，未來希望能撰寫專書，讓學生，新聞工作者，第一線急難救助人員等都能瞭解創傷，對新聞採訪報導的進行與改進都有正面助益。