

研究論文

台灣國際電視新聞的小報化

王泰俐、周慧儀、羅文輝

摘要

近年來商業模式逐漸成為全球電視新聞的經營主流，激烈競爭導致電視新聞出現小報化的趨勢。本研究以台灣商業與公共電視台的晚間新聞為例，發展出內容小報化 (content tabloidization) 與形式小報化 (format tabloidization) 的測量指標，以檢視台灣電視國際新聞的小報化現象。

研究結果顯示，單以新聞主題而言，台灣國際電視新聞超過六成仍以傳統嚴肅新聞報導為主，小報化主題出現的頻率並不像一般台灣閱聽人印象那樣高。但犯罪災難、人情趣味、影視娛樂、及運動新聞等主題均有上升趨勢，且公共電視在國際新聞的報導上也出現有相當比例的小報化程度。如果進一步考慮新聞角度，完全不含小報化角度的傳統或硬性新聞下降為47.1%。換句話說，有兩成的國際新聞雖為硬性新聞的主題，但卻是以小報化的角度進行報導。

本研究主要限制在於樣本超過六成以上來自公共電視，公共電視與台灣其他的新聞頻道，差異極大。因此，若要將研究結果推論至台灣整體電視新聞環境，需要非常謹慎。

關鍵詞：小報化、國際新聞、感官主義、電視新聞、新聞娛樂化

王泰俐，台灣大學新聞研究所副教授，研究興趣：電視新聞研究、媒介效果、網路傳播、政治傳播。電郵：tailiw@ntu.edu.tw

周慧儀，前政治大學頂尖研究計畫助理，研究興趣：國際新聞、電視新聞研究。電郵：ribeka1217@hotmail.com

羅文輝，香港中文大學新聞與傳播學院教授，前政治大學新聞系教授，研究興趣：新聞分析、政治傳播及傳播效果。電郵：loven@cuhk.edu.hk

Tabloidization in Taiwan's Foreign Television News

WANG Tai-Li
Rebecca CHOW
LO Vei-Hwei

Abstract

This study intends to investigate the tabloidization phenomena in international news in two Taiwan television stations, TVBS, a commercial 24 hours news channel, and PTS, the Public Broadcast Service in Taiwan.

We content-analyzed a total of 221 international news stories and generated the following finding. First, political topics appeared to dominate Taiwan's international TV news, though tabloid topics such as disasters, scandals, human interests, entertainment, and sports news also occupied a large proportion. Secondly, commercial stations were more vulnerable to tabloid news material both in news topics and news perspective than public stations. Thirdly, visual packaging techniques such as background music or computer animations were not often employed in international news in Taiwan. Finally, news of developed countries and developing countries had higher degrees of tabloidization than less developed countries.

Keywords: tabloidization, international news, sensationalism, television news, infotainment

本文研究動機與目的

近年來國際新聞研究指出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)。而在媒體的激烈競爭與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。Paterson & Sreberny (2004)指出，國際通訊社開始大量的增加體育、影視娛樂、時尚等新聞。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)，改變過去主要集中於災難與戰爭的報導形態，以較軟性及生活化的形式，報導發展中國家的新聞。許多國家的電視國際新聞的報導趨勢，可能正在轉變。

在國際新聞報導的趨勢面臨轉變的時刻，小報化的現象特別受到關注。小報化(Tabloidization)是二十一世紀電視新聞的趨勢(Barkin, 2002)，是十八世紀以降，延續美國便士報(Penny Press)以及「黃色新聞學」(Yellow Journalism)，以聳動元素訴諸讀者情緒與感受的新聞文化。

英美等地的媒介研究以「小報」(tabloid)一詞來指涉非傳統新聞專業經營之報刊雜誌媒體。所謂「非傳統新聞專業」，意指選擇新聞的判準，異於傳統新聞價值，尤其偏向軟性新聞、名人隱私、醜聞、以及未經證實的傳聞傾斜。

「小報化」的文化經驗日益擴散，從大眾新聞媒體、小眾媒體到網路媒體，其影響日漸深入閱聽人的每日生活經驗，對傳播、社會、經濟乃至整體文化的層面，都產生廣泛且深入的影響。美國《浮華雜誌》評論家大衛·坎普在90年代末就已經預言，我們的年代，已經無可避免地成為一個「八卦的年代」(The Tabloid Decade) (Kamp, 1999)。

「小報化」的概念經常與「資訊娛樂化」(Infotainment) (Thussu, 2007)或「感官主義」(Sensationalism) (王泰俐, 2004; 2006; 2009)相提並論。本文認為，資訊娛樂化是60年代電視新聞在以娛樂為本質的電視媒體開播後，具有爭議性也從未間斷過的一個新聞現象。它可以視為是異質媒體結合後，也就是平面媒體的新聞結合電子媒體的娛樂後，產生的一種新聞文化質變。

而小報化以及資訊娛樂化的新聞文化，在90年代全球電視新聞陷入激烈競爭的年代，終於促成「電視新聞感官主義」的興起。簡言之，「電視感官主義」是一種電視媒體以能否刺激閱聽人「感官閱聽經驗」為判準，選擇新聞主題以及新聞形式的一種新聞意識型態。由於電子媒體獨具流動影像以及聲音表現的媒介形式，涉入閱聽眾的感官經驗較之平面媒體更加豐富多樣，因此有學者將「感官主義」(Sensationalism)定義為「電子新聞媒體以聳動的新聞主題，以令人目眩的數位傳播科技形式，刺激閱聽人感官經驗的新聞包裹手法(packaging news)」。(王泰俐，2004；2006)

本文認為，上述幾個類似概念，均可適用於電視新聞的研究。小報化原本雖起源自平面媒體的概念，當電視媒體也相繼出現類似小報報紙報導風格時，「小報電視(tabloid television)」一詞也應運而生(Glynn, 2000)。由於小報化的概念在傳播研究領域的發展較早，國際文獻較豐富(Sparks, 2000; Glynn, 2000; Barkin, 2002; Atkinson, 2003; Bek, 2004)，為了未來能與其他國家的國際電視新聞發展趨勢比較，本文因此選擇小報化的概念，對台灣的電視國際新聞進行研究。

在過去的傳播研究中，國際新聞幾乎與硬性資訊和公共領域新聞畫上等號，電子媒體中國際新聞的小報化趨勢很少被討論。本研究結合Hartley(1996)所提出的新聞角度與過去小報化的研究成果，發展出一個研究電視新聞小報化的研究架構，包括新聞的內容小報化(Content Tabloidization)，涵蓋新聞主題與新聞角度的分析，以及新聞的形式小報化(Format Tabloidization)，也就是新聞形式的分析。

而根據過去文獻指出，國際新聞報導普遍以已發展國家為重心，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。本研究認為，國家發展程度應是觀察國際報導變化趨勢的一個重要面向，應將國家發展程度納入電視國際新聞小報化的相關研究。

因此，本文旨在探討電視新聞中國際新聞的小報化趨勢，同時將依據聯合國人類發展指數(Human development index)對國家發展程度的定義，探究國家發展程度與電視國際新聞小報化之間的關係。

文獻探討

電視國際新聞

隨着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80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80年代，由Ted Turner創立的美國有線新聞網CNN (Cable News Network) 24小時新聞台，則讓電視國際新聞邁入一個新的紀元。CNN的出現嚴重威脅美國三大新聞網(NBC、CBS、ABC)的收視，而1991年的波斯灣戰爭，更是把CNN式的國際新聞文化推到最高點。

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。

隨着國際新聞的發展，傳播學者也開始相繼投入國際新聞的研究。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。

過去，傳播學者針對美國國際新聞所進行的一連串研究，結論都指其報導內容具有負面的偏差，以及極度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)。許多研究也指出美國國際新聞報導反映出一種市場中心(market-oriented)的意識型態，收視率成為了新聞內容的取決關鍵(Gerbner, 1961; Galtung & Ruge, 1965; Hester, 1971; Schiller, 1974; Huang & McAdams, 2000)。

此外，仰賴國際通訊社作為主要消息來源的做法，除了使得報導不平衡外，也經常被發展中國家以及許多傳播學者詬病，稱其為西方霸權主義的散播。西方國家(尤其是美國)壟斷了全球泰半的資訊與娛樂網絡。根據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。在收視率掛帥與國際通訊社消息壟斷的不平等的雙重衝擊下，國際新聞呈現的可能是一個扭曲與偏頗的世界地圖。

近年的研究更紛紛指出，不管是在報紙或電視新聞，國際新聞的比例都有大幅下降的趨勢(Riffe & Budianto, 2001; Paterson & Sreberny, 2004)。在篇幅下降而報導模式又偏向商業模式的衝擊下，本文認為國際新聞在內容上是否可能出現小報化的趨勢，益發值得關注。

小報化

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)。小報化的新聞文化，重寫了世界各地電視新聞的新聞價值，使得資訊與娛樂之間的界線變得模糊(Inoue & Kawakami, 2004; Deuze, 2005)。小報化經常被批評犧牲了新聞道德與專業，而新聞媒體的商業化、新聞內容商品化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)。

小報的歷史可以追溯到二十世紀初期英國的黃色報章或便士報，兩者均以報導人情趣味、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) 提出的兩個新聞報導模式中指出，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。

根據小報化的發展歷史，Sparks (2000) 提出小報化的三種特徵。其首要特徵在於它很少注意政治、經濟和社會議題，而將大多數的關注集中在娛樂性主題，例如運動、醜聞和大眾娛樂。因而，它致力於關注個人及私人的生活，包括名人和一般人。第二個特徵在於新聞價值優先順序的轉換，從新聞和資訊的提供轉向強調娛樂的價值。小報

化的第三個特徵是，可從不同的媒體形式中觀察到新聞文化的轉變，例如電子媒體中的電視、廣播、脫口秀節目等，也出現類似小報化的風格轉變。

從Sparks對小報化的分析以及小報化的發展歷史可以推論出小報化研究有兩個面向，一是主題，二是形式。從這兩個面向來定義小報化，以及Sparks對小報化第三個特徵的論述，我們可以理解為何Sparks認為他對小報化的定義，可以應用在報紙以外的跨媒體研究。

事實上，從電視新聞媒體80年代之後新聞文化的丕變，也可以驗證Sparks的論述。80年代後期，冷戰末期，民主體系的勝利同時開創了全球傳媒娛樂化的黃金年代。從80年代中期開始，許多大型美國娛樂機構開始併購多個重要的新聞媒體。1985年澳洲媒體大亨梅鐸(Rupert Murdoch)入股福斯傳播集團(Fox)，並在其後創立福斯新聞網(Fox News Network)，為其入主美國傳播工業殿下基石；1989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1995年收購美國三大聯播網之一的ABC；另外，NBC也在2004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造就美國作為全世界資訊與娛樂的最大提供者外，也同時造就了媒體集團中新的新聞行銷策略(Thussu, 2007)。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，也淪為媒體集團中娛樂行銷的工具，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，新聞娛樂化在辛普森事件(O. J. Simpson Trial)及克林頓桃色醜聞中更是達到高峰，部分在過去被認為是優質的媒體也擋不住競爭壓力，開始向小報式的新聞靠攏(Thussu, 2007)。24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新聞時間，因此諸如名人、犯罪案件、娛樂及運動賽事等，這些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。

而據Pew Centre的統計，近年來美國的晚間新聞節目時段有下降的趨勢，而小報化的節目如脫口秀、實景節目等比例卻逐年上升，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，也有學者試圖區別電視與報紙的社會功能，例如 Bogart (1980) 指出，電視本身是一個具娛樂性的媒介。Hefzallah (1990) 也表示電視必需兼顧娛樂性及資訊性，因此電視新聞取材自人情趣味、兒童、寵物、體育互動等主題有增加的趨勢 (轉引自陳馥綺，1992)。

針對小報化的影響，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，將威脅媒體於民主體系中作為提供公共議題的核心位置 (Sparks, 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，一些從「後現代」主義立場出發的學者則認為，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 (Pack, 2000)。事實上，嚴肅新聞受到傳統的價值與規範限制下，小報化式的節目相對有不同的規範，因此一些被傳統新聞忽視的新聞或議題，在小報化的節目中得以被報導 (Stockwell, 2004)。同時 Stockwell 表示，在傳統新聞媒體可能受制於政府或可提供廣告收入的企業，而小報化式的節目較能反映不同的觀點，反而有可能促成社會的民主化。Grabe 等人 (2000) 發現小報形式的電視新聞的確可以引起閱聽人的注意，不過信任度較傳統新聞低。Baum (2003) 則認為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) 也提出看法，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。

Grabe 等學者 (2000) 表示，在小報化形式的節目中，節目的製作風格已經遠比內容重要，因此在小報化的研究當中除了內容外，視覺風格、後製、與節目包裝等面向的研究也相當重要。

有學者認為，以美國為首的傳媒集團，其大型跨國媒體集團的新聞傳播模式，是影響全球電視新聞產製方式的原因之一 (Brants, 1998; Hallin & Mancini, 2004; Thussu, 2004)。部分研究已經發現日本及部分東歐國家的電視新聞都有小報化趨勢的出現 (Gulyas, 2000; Thussu, 2007: 76)。另外，共產國家，如中國的新聞媒體也隨着國家開放、資本主義入侵及外國娛樂工業的輸入，而出現程度不一的小報化趨勢 (Thussu, 2007: 77)。

Zillmann & Vorderer (2000: 17) 說明所謂80年的資訊年代 (information age)，實際上是娛樂性的年代 (entertainment age)，媒體內容開始充斥着各種娛樂文類，電視的盛行更是解放了這股娛樂風潮。Cooper-Chen (2005) 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。然而Cooper-Chen (2005) 指出，許多新型態的電視節目同時具備教育、資訊以及娛樂功能，因此傳統的資訊或娛樂的二分法，恐難以適用於現今的電視媒體環境。

部分學者的閱聽人研究也指出，小報化似乎造就了新聞的另一種生機。Hartley (1996: 72) 就認為，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，透過新聞的小報化，過去排除在嚴肅或精英式新聞之外的族群（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。

本研究認為，國際新聞的閱聽眾向來偏向教育水準高的菁英族群。因此，研究國際電視新聞報導內容是否真有小報化的趨勢出現，這對於未來國際新聞閱聽眾研究將會有所幫助。另外，根據Sparks (2000) 以及Grabe (2000) 的建議，本研究也將電視新聞小報化的概念分為「內容小報化」與「形式小報化」兩個面向，前者指新聞取材與新聞角度，後者指與新聞內容無關的電視新聞製作形式。

公共電視與商業電視的內容差異

早在80年代Postman (1985) 就指出，新聞機構競爭收視率，是造成新聞內容朝向小報化發展的主因之一。McManus (1994) 則發展出「市場導向新聞學」(Market-Driven Journalism) 的概念，認為越來越多國家的新聞是由尋求最大投資報酬率的媒體集團所製作報導，商業邏輯開始滲透到新聞編輯部，新聞業成為因應市場而生的產業，而新聞儼然成為一種商品。讀者或觀眾不再是傳統新聞媒體認為的「公民」，倒不如將其形容為客戶。

根據市場新聞學的邏輯，市場新聞學的核心是市場邏輯，人們則買賣商品及服務。假如市場運作得宜，新聞內容必然不同凡響。消費者理應認同那些提供最優質新聞內容的電視台，進而成為忠實觀眾；而最受消費者青睞的電視台則得以將廣告時段出售給廣告主，並掌控最高價格。在市場導向的新聞模式之下，網路新聞更適合閱聽大眾的需求，電視新聞的內容出現輕薄短小，並且刺激觀眾感官經驗的趨勢 (McManus, 1994)。

Esposito (1996) 隨後也指出，市場導向的新聞可能導致新聞越來越常採用原先只用在娛樂節目的形式，諸如以戲劇性、快節奏、膚淺演出、過分簡化解釋等種種特色，用以凝聚電視新聞中的人格特質、個人關係，身體外貌，和風格型式等元素，目的就在於盡其所能的吸引收視群眾。

另一項荷蘭研究也指出，荷蘭的電視新聞從1992年至2001年，因應愈演愈烈的競爭環境，感官主義的新聞策略在當代電視節目中嶄露頭角 (Vettehen, Nuijten, & Beentjes, 2006)。此研究斷言，「競爭」是新聞感官化的重要關鍵，新聞競爭解釋了當代電視新聞內容為何會呈現感官主義特徵的原因 (Vettehen, Nuijten, & Beentjes, 2006)。

市場導向新聞學的另一個關鍵，就是收視率的運作。收視率調查因廣告購買機制而存在，由於廣告主完全依賴收視率做為下單與否的依據，使得依賴廣告為生的商業電視台同樣必須依賴收視率調查公司計算出收視狀況與市場佔有率。依照台灣目前共有六個24小時新聞台、五個無線台的新聞時段，再加上若干綜合頻道也播出整點新聞，總計超過十餘個頻道製作新聞播出。這些電視新聞頻道的經營方式，除了公共電視與慈濟大愛電視台，無一不是收視率導向，收視率因此成為台灣電視新聞製作的最重要考量 (林照真, 2009)。

因此，能吸引最大多數觀眾的新聞才是所謂的好新聞，新聞不再是由專家和編輯來定義，電視新聞頻道為了爭取觀眾，要把新聞變成適合販售的「商品」。小報化的報導手法廣泛出現在包括影劇新聞、政治新聞、財經新聞、甚至學術新聞等各類新聞中。而在市場導向新聞學的邏輯下，小報化成為電視新聞頻道獲得收視率的主要方式。

相較於商業電視新聞頻道激烈的競爭，台灣在1998年成立第一家

公共電視台，其新聞製作是以彰顯公民意識、促進族群對話為方向，因而新聞與新聞性節目強調關心公共利益。2006年初立法院三讀通過「無線電視事業公股處理條例」之後，「公廣集團」正式成立，不僅中華電視公司成為公共化無線電視台，客家電視台、原住民族電視台及台灣宏觀電視亦自2007年起交由公視基金會辦理，以「製播多元優質節目、促進公民社會發展、深植本國文化內涵、拓展國際文化交流」為使命（轉引自曹琬凌、彭玉賢、林珍璋，2008）。

由於公共電視所有的播出都是為了服務公眾，以提供公眾必須的資訊為主要功能。因此，公視不但和宣導政令的國家電視不同，也與市場導向的商業電視截然不同。公視基金會的經費來源，初期以政府捐贈為主，之後逐漸增加自籌款的比例。自籌款的來源為企業贊助以及開發各種公共電視文化事業產品或資源的販售，但不包括廣告。企業贊助不同於一般廣告贊助，受限於公視法，不得促銷特定商品或服務，以避免伴隨經費而來的商業干預。

也因為公視屬於全體民眾，不以營利為目的，不得為政府或某一政黨服務，也不得受商業或利益團體左右。因此，在公眾期待與監督之下，公共電視的國際新聞可能有較多的自主空間，不受市場導向影響，製作出能夠真正提供公眾資訊的國際新聞。

事實上，近期實證研究也顯示，歐洲公共電視與美國商業電視的新聞內容，確實出現顯著差異。例如，在近期的一項跨國研究中，Curran等學者（2009）探討的市場導向新聞學以及新聞娛樂化對新聞媒體之影響。究竟市場導向的媒體系統是否會因為較少報導嚴肅議題的硬性新聞，多報導娛樂性高的軟性新聞，進而限制了公民對公共事務的認識？此研究將媒體系統分為三類：一、公共服務模式（public service），如丹麥和芬蘭；二、雙軌並行模式（dual model），如英國；三、市場導向模式（market model），如美國。透過不同媒體系統的比較，此研究先以電視與報紙新聞的內容進行分析，隨後並以問卷調查了解各國受訪者對硬性新聞、軟性新聞以及國內外新聞內容的公共知識。

研究結果顯示，美國市場導向或英國雙軌制的電視新聞，有將近四成的內容為軟性新聞，比例確實高過公共服務導向的丹麥或芬蘭的電視新聞。以國際新聞的比例而言，美國的國際電視新聞，比例僅兩

成，低於英國、丹麥與芬蘭。問卷調查結果顯示，在四國中，以美國受訪者最不了解情況國際公共事務。比起歐洲人民，美國人民對國際公共事務的知識明顯偏低。

因此，由於市場導向新聞學與公共服務新聞的目的截然不同，可以推論的是，台灣商業電視台不論在內容小報化或形式的小報化上，均可能高於公共電視。

台灣新聞媒體概況與國際電視新聞研究

本節將先介紹台灣電視新聞的發展簡史與特色，再介紹國際電視新聞的研究現狀。

目前台灣一天播放四小節新聞的無線電視頻道為：台灣電視公司、中國電視公司、中華電視公司、民視全民電視公司以及公共電視台。另外24小時的新聞台有：年代新聞、東森新聞台、東森財經新聞台、中天新聞台、無線衛視台(TVBS-N)、三立新聞台、非凡新聞台、民視新聞台等。八大第一台以及大愛電視台也製播一天四節電視新聞。其中，公共電視台和中華電視公司為公營，屬於台灣公廣集團，其餘的皆為民營。新聞頻道數量眾多，服務台灣兩千三百萬人口，競爭之激烈可見一斑。

至於這麼多的新聞頻道由何而來，追本溯源，與台灣電視新聞的發展歷史息息相關。台灣電視新聞發展史可約略分為三個時期：戒嚴時期、解嚴初期和頻道開放期(蘇蘅，2004)。

從戒嚴時期(1962-1987年)開始，最早的三家無線電視台的成立(台視、中視、華視)和國家機器密不可分，老三台獨佔了電視媒體的市場。所有權集中於黨政軍，新聞成為政治權力操縱的工具，電視新聞報導經常呼應政府經濟建設或反共國策。台灣的電視制度在此時其是既不違背政黨要求，又能滿足市場利益的組織運作(蘇蘅，2004)。

接着，在1987年解嚴之後，雖然政治還是持續干預電視新聞，但市場機制增強，新聞類型和內容都比之前有較多的發揮空間。當時主動介入新聞內容的公家機關主要有總統府、國民黨文工會、國防部、新聞局以及國安局(蘇蘅，2004)。而每到選舉時，三台都背負替執政黨輔選的任務。

然而，從1993年台灣有線電視合法後，電視新聞媒體發生結構性變化，商業化成為新聞頻道的經營模式。1993年12月電視衛星頻道開放之後，幾年內就快速增加到一百多個頻道，造成台灣電視新聞的激烈競爭(陳炳宏，2001)。

台灣電視頻道的激增，也造成民眾新聞閱聽習慣的改變。2007年民眾天天閱讀報紙的比例降至35.7%，電視則是增加至78.9%。另外，網路的使用率日益攀升，2004年每天使用網路的人佔26.8%，2007年已增加至45.2%，超過了報紙，成為媒體接觸率的第二名(行政院新聞局，2008)。

24小時的新聞頻道數量激增的結果，造成電視台間的惡性競爭情形，進一步出現媒體亂象。許多的電視新聞台重量不重質，新聞內容也偏向腥羶色、以刺激觀眾感官經驗為主，小報化、八卦化與娛樂化成為台灣電視新聞的重要特色(王泰俐，2004)。在台灣具有相當影響力的《天下雜誌》就曾經評論電視新聞為「弱智媒體」，誤國誤民，負面影響力相當可觀(楊瑪利，2002)。

在電視新聞之外，台灣的新聞媒體還有報紙、廣播、雜誌以及網路媒體等。四大報紙按照發行量以及閱報率排序分別為：《自由時報》、《蘋果日報》、《聯合報》以及《中國時報》(財團法人中華民國發行公會，2009)。主要的廣播新聞媒體則為中國廣播公司、警察廣播電台、飛碟聯播網以及News98新聞網等。發行量最大的雜誌為《壹周刊》，但是《商業周刊》、《天下雜誌》以及《遠見雜誌》則具影響力。台灣目前沒有原生於網路的網路新聞媒體，主要的線上新聞網路平台為Yahoo! 奇摩新聞、Google新聞、以及yam天空新聞等。

雖然台灣新聞媒體數量眾多，然而以國際新聞的產製而言，無論哪一種媒體，始終未受到應有的重視。

70年代與80年代的台灣國際新聞研究偏重報紙媒體，例如廖港民(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。研究發現國際新聞普遍佔新聞總和的百分之二十或以下，在主題上則以國際政治與軍事為主，影劇娛樂與人情趣味的新聞主題僅佔約百分之二。

80年代林美惠(1987)則以台灣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分的國際新聞都集中於政治相關的主題，很少偏重人情趣味的報導。

90年代之後，國際新聞報導的趨勢出現轉變。李美華(2005)分析1988到1999年間台灣報紙國際新聞內容之轉變，研究對象包括《中國時報》、《聯合報》、《自由時報》與《中央日報》四家報紙的國際新聞數量、版面分佈、主題、語氣。研究結果發現，《中國時報》的國際新聞報導最多，其次為《聯合報》。四家報紙之國際新聞主題均以政治為主，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。

洪貞玲等(2008)則探討台灣報紙的國際新聞的馴化與小報化，並針對四家報紙如何報導WTO香港會議的案例進行研究。研究發現，台灣報紙確實重視圖像、衝突以及煽情等小報化手法。

至於電視媒體的國際新聞研究方面，90年代陳馥綺(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、經濟等主題所佔比例最高，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為數最低。研究結果指出，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，並偏重北美與亞洲地區的新聞。已開發國家的報導也較開發中國家詳細。

90年代台灣電視新聞頻道激增後，李美華(2003)比較各電視新聞媒體對國際新聞報導的差異。研究結果發現，TVBS和中天的國際新聞廣度最好，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。研究指出，台灣在90年代媒體解嚴後，有多達8至10家的有線電視頻道提供新聞報導，但愈多的頻道不代表有愈多的國際新聞，國際新聞的篇幅未見增加。在報導內容上則強調電影、戲劇和社會新聞，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(李美華，2003)。

綜合過去在台灣進行的有關國際新聞的研究成果，我們發現台灣的電視國際新聞，篇幅不多，多樣性也不足。至於有關電視新聞中國際新聞的小報化趨勢，則尚未進行學術性的研究

研究問題

總括前述的西方文獻以及對台灣媒介現況及國際新聞研究的討論，小報化似已成了媒體激烈競爭下吸引觀眾的靈丹妙藥。本文為了進一步瞭解台灣電視新聞中國際新聞的呈現，預計以下列三個研究問題探討台灣電視國際新聞中的小報化趨勢，商業電視台與公共電視台的差異何在，以及報導國家的發展指數的影響。

研究問題一：台灣國際電視新聞出現的小報化趨勢為何？

1. 台灣國際電視新聞的內容小報化的程度如何？
2. 台灣國際電視新聞的形式小報化的程度如何？

研究問題二：公共電視台與商業電視台的國際新聞在小報化的呈現上是否有所差異？

1. 公共電視台與商業電視台的國際新聞在內容小報化上是否有差異？
2. 公共電視台與商業電視台的國際新聞在形式小報化上是否有差異？

研究問題三：報導國家的國家發展指數與國際電視新聞小報化程度的關聯為何？

研究方法

本研究以內容分析法研究台灣電視國際新聞小報化的現象。

分析樣本

本研究以電視新聞的國際新聞作為分析對象。過去研究指出，台灣閱聽人普遍仰賴電視新聞作為主要的資訊收集平臺，收看電視新聞的比例與注意度均遠大於平面媒體。另外閱聽人對電視新聞的信任程度相對也比其他媒體更高(張卿卿，2002)。

分析樣本與抽樣

本研究以台灣公共電視台及台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晚間新聞中國際新聞的內容呈現形式。在樣本代表性與影響力的考量下，本研究選擇台灣商業電視台年平均收視率最高的無線衛星電視台(TVBS)與公共電視台(PTS)的晚間電視國際新聞進行分析，檢視兩台在小報化內容呈現的差異。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28天(以七天為一個間距，抽取出組合成28天的樣本)。

分析單位與編碼者

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，本研究以一則完整的電視新聞做為分析單位。編碼工作為台灣某新聞傳播研究所兩名研究生，經過編碼訓練後進行。

類目建構

本研究內容分析的類目可分為兩部分，一為新聞基本資料，二為小報化現象。

在新聞基本資料方面，首先登錄電視台與日期。接下來登錄新聞形式，分成獨立新聞段落：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，然後進入新聞畫面，新聞畫面結束，以及主播為新聞做出總結；或者群組新聞：主播只成群組介紹（如：本日國際新聞綜合報導），然後一連串播出幾則新聞報導。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。新聞發生地為複選題，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。最後根據根據聯合國人類發展指數²對國家發展程度的定義把國家/地區的發展程度列為高度發展國家、中度發展國家、低度國家與不適用區域（如發生地為地區如非洲、歐洲、南極等）等。

在小報化的面向下，則分為內容小報化與形式小報化：

I. 內容小報化 (Content Tabloidization)

小報化新聞在主題取材與切入角度上與傳統新聞有很大的差異。小報化新聞主題方面偏向人情趣味、運動、影視娛樂或醜聞。但有些國際新聞的主題本身或許是傳統嚴肅新聞，卻以聳動或訴諸閱聽眾情緒感受的小報化角度進行報導。本研究以五分量表測量新聞主題與新聞角度之小報化程度，並結合兩者成為「內容小報化指數」。

在新聞主題方面，本研究根據新聞主題的性質³以5分量表方式編碼主題小報化的程度。硬性主題（如政治、軍事）設定為1分，代表小報化程度最低；而軟性主題（如影視新聞、人情趣味）則為3分，醜聞或暴力事件等主題則編為5分，代表小報化程度最高。

在新聞角度方面，本研究也以5分量表檢測硬性新聞主題但以小報化聳動或訴諸閱聽眾情緒的角度報導。例如，一則有關某國總統的報導，原為政治新聞範疇，但是報導角度偏重其穿衣風格時尚等軟性角度，則視為具有小報化的新聞角度。兩位編碼員根據每一則新聞所切入的新聞角度的小報化，分別編予1到5分。

II. 形式小報化 (Format Tabloidization)

本研究定義的形式小報化，指新聞內容以外的小報化元素，如動畫、配樂、圖片或特效等視覺製作手法。本研究根據過去文獻，將動畫、配樂、快動作、慢動作等視覺包裝手法定義為電視新聞形式小報化的特徵。

本研究以SPSS進行分析，使用描述性統計以及卡方分以比較兩家電視台國際新聞小報化的差異。為檢視編碼信度，本研究先抽取樣本的百分之十的樣本進行信度檢測，相互同意度結果為0.93，應為可接受之範圍。

資料分析

台灣電視國際新聞樣本概述

本研究分析TVBS新聞台與公共電視自2008年1月到3月所隨機抽樣組成的四個星期共28天之晚間新聞中的國際新聞，作為樣本，總計共221則。整體而言，兩家電視台在國際新聞的數量比例上TVBS佔36.7% (共81則)，而公共電視則佔63.3% (共140則)。

從兩台在國際新聞編排方式的比較中可發現，僅10% (22則) 的國際新聞以群組新聞編排的方式播放，公共電視台比TVBS新聞台較常以群組的形式編排國際新聞。又因公共電視星期天之晚間新聞僅半小時之故，群組式編排的國際新聞通常安排在星期天播放，公共電視之國際新聞群組通常包含三到四條國際新聞，相較於獨立完整的新聞，每條國際新聞的播放時間較短。

台灣電視國際新聞之內容小報化

I. 國際新聞主題

整體而言，台灣國際新聞的新聞主題⁴(表一)以他國國內政治(17.6%)居多，其次為犯罪與意外災難新聞(16.3%)、經濟與商貿新聞

(15.4%)、國際政治與軍事(11.3%)及人情趣味(9.5%)。其他國際新聞議題為：影視娛樂(8.6%)、社會議題(6.8%)、其他(6.3%)、運動(4.5%)、與科學與科技(3.6%)。

根據電視台與新聞主題的比較可見，公共電視晚間新聞中國際新聞最常出現的五個主題依序為他國國內政治(19.3%)、經濟與商貿新聞(17.1%)、國際政治與軍事(11.4%)、犯罪與意外災難新聞(10.7%)、與社會議題(5.6%)。而TVBS新聞台晚間新聞中國際新聞最常出現的五個主題則為犯罪與意外災難新聞(25.90%)、他國國內政治(14.8%)、人情趣味(14.8%)、經濟與商貿新聞(13.3%)、及國際政治與軍事(11.1%)。

在國際新聞的主題與電視台的交叉比較可發現兩家電視台在國際新聞的主題分佈上有明顯的差異，公共電視之晚間國際新聞大部分以硬性的公共議題為主，而TVBS新聞台之晚間國際新聞則以小報化的犯罪與意外災難議題為主，其次才是公共議題與人情趣味。兩家電視台在新聞主題分佈差異已達統計顯著水準($X^2 = 17.829, df = 9, p < .05$)。

表一：國際新聞主題與電視台比較(百分比)

新聞主題	電視台		兩台總計 (N = 221)
	公共電視 (N = 140)	TVBS (N = 81)	
%			
國內政治	19.3 (27)	14.8 (12)	17.6 (39)
國際政治/軍事	11.4 (16)	11.1 (9)	11.3 (25)
犯罪/意外災難	10.7 (15)	25.9 (21)	16.3 (36)
經濟/商貿	17.1 (24)	13.3 (10)	15.4 (34)
社會議題	5.6 (12)	3.7 (3)	6.8 (15)

(續上頁)

科學與科技	0.5 (7)	1.2 (1)	3.6 (8)
運動	0.5 (7)	3.7 (3)	4.5 (10)
影視娛樂	0.8 (12)	8.6 (7)	8.6 (19)
人情趣味	0.6 (9)	14.8 (12)	9.5 (21)
其他	0.8 (11)	3.7 (3)	6.3 (14)
$\chi^2 = 17.829, df = 9, p < .05$			

註：括號內數字為新聞則數

與過去相關研究的結果相較，政治議題(國內/國際)、經濟與商貿新聞、及人情趣味仍為台灣電視國際新聞最常出現的主題(陳馥綺, 1992; 李美華, 2003)。然而本研究也發現犯罪與災難新聞在公共電視與TVBS均佔相當高的比例, 尤其是TVBS新聞台, 犯罪與災難新聞更是最常出現之國際新聞主題。

II. 國際新聞新聞角度

本研究根據每則新聞內容的新聞角度, 以5度量表檢測台灣電視國際新聞中新聞角度的小報化程度(表二)。就整體而言, 國際新聞之新聞角度以「極輕度」小報化的比例最高, 佔47.1%; 其次為「中輕度」小報化, 佔15.8%; 「中高度」小報化佔14.5%; 而「中度」小報化則佔14.0%; 「非常高」小報化的國際新聞比例, 佔8.6%, 為數最少。

由電視台與新聞角度之比較可見, 公共電視之晚間國際新聞中, 「極輕度」小報化的比例最高, 佔四成七(47.9%); 中度小報化之角度約佔一成八(18.6%) 居次; 其餘小報化程度的比例則分別是: 中輕度小報化, 佔一成五(15.7%)、中高度小報化, 佔一成二(12.9%)、以及高度小報化, 所佔不到一成(5.0%)。而TVBS新聞台之晚間國際新聞中, 極輕度小報化報導角度的新聞同樣以約四成五(45.7%) 為首, 但位

居其次則為：中高度小報化，約一成七 (17.3%)、中輕度小報化，一成六 (16.0%)、以及高度小報化，約一成五 (14.8%)；比例最少則是中度小報化，所佔比例不到一成 (6.2%)。在電視台與新聞角度之比較中，清晰可見的是TVBS新聞台之國際新聞相對於公共電視明顯出現小報化的趨勢，電視台與新聞角度之比較結果達統計顯著水準 ($X^2 = 17.829, df = 9, p < .05$)。

表二：小報化新聞角度與電視台比較 (百分比)

電視台	新聞則數	小報化程度				
		極輕度 (%)	中輕度 (%)	中度 (%)	中高度 (%)	高度 (%)
公共電視	140	47.9 (67)	15.7 (22)	18.6 (26)	12.9 (18)	5.0 (7)
TVBS	81	45.7 (37)	16.0 (13)	6.2 (5)	17.3 (14)	14.8 (12)
總計	221	47.1 (104)	15.8 (35)	14.0 (31)	14.5 (32)	8.6 (19)
$X^2 = 12.123, df = 4, p < .05$						

註：括號內數字為新聞則數

III. 內容小報化指數

「內容小報化指數」之計算方式為新聞主題小報化程度與新聞角度相加除以2，得出各則新聞之內在小報化的程度，研究結果如表三。

整體而言，台灣電視國際新聞之「內容小報化指數」屬於中等 (平均值 = 2.56，標準差 = 1.38)。而台灣電視國際新聞主題 (平均值 = 2.91，標準差 = 1.73) 較新聞角度 (平均值 = 2.22，標準差 = 1.39) 更為小報化。

就電視台而言，TVBS新聞台不管在新聞主題之小報化程度 (平均值 = 3.36，標準差 = 1.80) 或新聞角度之小報化程度 (平均值 = 2.40，標準差 = 1.56) 皆較公共電視高，因此TVBS新聞台國際新聞之「內容小報化指數」 (平均值 = 2.88，標準差 = 1.48) 較公共電視 (平均值 = 2.38，標準差 = 1.29) 為高，顯示TVBS新聞台之國際新聞的內容小報化程度高於公共電視。而根據新聞主題、新聞角度與內容小報化指數之t檢定

顯示，兩家電視台於新聞主題 (t value = -3.009, df = 219, p < .01) 與內在小報化指數 (t value = -2.619, df = 219, p < .01) 均呈現顯著差異。

表三：國際電視新聞的內容小報化指數(新聞主題加上新聞角度)

內容小報化	兩台合計	公共電視	TVBS	t 值
新聞主題之小報化程度	Mean=2.91 S.D.=1.73	Mean=2.64 S.D.=1.64	Mean=3.36 S.D.=1.80	-3.009** df = 219
新聞角度之小報化程度	Mean=2.22 S.D.=1.39	Mean=2.11 S.D.=1.28	Mean=2.40 S.D.=1.56	-1.453 df = 219
內容小報化指數	Mean=2.56 S.D.=1.38	Mean=2.38 S.D.=1.29	Mean=2.88 S.D.=1.48	-2.619** df = 219

註：* p < .05, ** p < .01, *** p < .001

新聞地理及國家發展程度與小報化

I. 新聞地理分佈

本研究以國際新聞的發生地以描繪台灣電視國際新聞中呈現的世界地圖。整體而言台灣國際新聞中最常被報導的五個外國國家/地區(不包含發生在境內的國際新聞)依序為美國(30.3%)、中國(19.0%)、香港(6.8%)、南韓(5.9%)、德國(3.2%)與英國(3.2%)，樣本中22.1%(49則)的國際新聞發生地多於一個國家。而就電視台而言，公共電視國際新聞中最常被報導的五個外國國家/地區依序為美國(19.9%)、中國(8.6%)、南韓(4.1%)、英國(2.7%)、德國、澳洲、日本與歐洲(均為2.3%)；TVBS則依序為美國與中國(均為10.4%)、香港(5.9%)、南韓(1.8%)、德國、俄羅斯、與亞洲(均為0.9%)，兩家電視台在香港新聞的報導次數上有顯著的差異，這可能是TVBS與香港無線電視有互享新聞畫面的權利所造成。另外，公共電視之140則國際新聞共包含46個國家/地區(不包含台灣)；而TVBS之81則國際新聞中則僅包含17個國家/地區，雖然公共電視的國際新聞較TVBS為多，同時兩家電視台也均已美國與中國新聞為主，然而，公共電視比TVBS的國際新聞數量僅多1.7倍，而在國家/地區的分佈中，公共電視則多TVBS近3倍，顯示TVBS的國際新聞只集中於某幾個國家/地區。

值得一提的是，過去研究均顯示，台灣電視國際新聞向來集中在美國與日本兩國的報導。此次研究有關日本的報導比例顯著下降，根據公共電視新聞部副理表示，此可能與日本NHK的新聞使用權利金大幅提高有關(余佳璋，2009)。

II. 國際新聞之形式小報化

本研究也提出形式小報化的概念，以檢視台灣兩家電子媒體國際新聞的視覺包裝手法的差異。

研究結果發現(表四)，就整體而言，台灣電視國際新聞所使用之視覺包裝以動畫(10.4%)最為常見，其次則為配樂(2.7%)，而諸如慢鏡頭(0.5%)或其他視覺包裝則很少運用在國際新聞之中。

而就電視台差異來言，兩家電視台在視覺包裝之使用上僅在動畫的面向上呈現顯著差異($X^2 = 4.365, df = 1, p < .05$)，TVBS的動畫使用比例(16%)明顯高於公共電視(7.1%)。而公共電視新聞的配樂比例雖較TVBS為高，但因為有出現配樂的國際新聞比例較低，因此並未達統計顯著水準。其它如慢鏡頭($X^2 = 1.736, df = 1, n.s$)等視覺包裝手法均未達統計顯著之水準。

表四：國際新聞的形式小報化(百分比)

電視台	個數	視覺包裝			
		動畫 (%)	配樂 (%)	慢鏡頭 (%)	快轉 (%)
公共電視	140	7.1 (10)	3.6 (5)	0.0 (0)	0.0 (0)
TVBS	81	16.0 (13)	1.2 (1)	1.2 (1)	0.0 (0)
總計	221	10.4 (23)	2.7 (6)	0.5 (1)	0.0 (0)
檢定結果		$X^2 = 4.365, df = 1, p < .05$	N.S.	N.S.	N.S.

註：細格百分比為各項視覺包裝出現在電視新聞的頻率，括號內數字為新聞則數。另，本表格由於部分細格小於5%，卡方值僅供參考。

III. 國家發展程度分佈

根據聯合國人類發展指數2008年度國家發展程度(國家選項為複選題，因此國家發展程度編碼只按第一發生地編碼)與電視台進行比較則

可發現高度發展國家如美國、英國、日本、南韓、與香港等，佔總比例之72.4%，中度發展國家如中國、印尼等則佔總比例之20.8%，而低度發展國家則僅佔1.4%。就電視台之比較公共電視與TVBS均集中報導高度發展國家之新聞，其次為中度發展國家，低度發展國家則鮮少有報導，國家發展程度與電視台之差異未達統計顯著水準($X^2 = 1.712$, $df = 3$, n.s)，反映兩家電視台根據國家發展程度分佈的呈現大致相似。

國際新聞的發生地固然在不同的時期(如特殊新聞事件)在分佈上有許多差異，然而，過去國內外的研究均表示國際新聞一直有「西方中心」或「美國中心」的偏向，代表國際新聞大多數以美國或西方國家(如俄羅斯、英國、德國等)的新聞為主，演化成所謂的「消失的南方」(Disappearing South) (Larson, 1984) 現象，表示位於南半球的國家幾乎消失在國際新聞之中。

而近20年中國已漸漸取代俄羅斯成為繼美國外第二個重要的新聞焦點。另外，台灣與中國在政治、經濟、地理與文化等因素也成為台灣媒體大量報導中國新聞的關鍵所在，印證Chang, Shoemaker, & Brendlinger (1987) 及Acosta-Alzuru & Roushanzamir (2000) 等人所提出的論點，國際新聞報導價值與地理文化相近性確實為國際新聞報導決定因素。

Larson (1984: 18) 認為國際新聞對於第三世界的報導通常偏向於政變與災難等新聞主題，而這種長久以來的新聞偏向同時也形成了許多閱聽人對於第三世界國家獲落後地區的刻板印象。

根據「內容小報化指數」分析國際發展之小報化程度(表五)，中度發展國家之內在小報化程度最高(平均值 = 2.68，標準差 = 1.17)，略高於高度發展國家(平均值 = 2.58，標準差 = 1.45)，而有關低度發展國家的國際新聞之小報化程度則最低(平均值 = 1.83，標準差 = 1.04)。

表五：根據國家發展程度之內容小報化指數

國家發展	平均值 (Means)	標準差 (S.D.)	合計
高度發展國家	2.58	1.45	160
中度發展國家	2.68	1.17	46
低度發展國家	1.83	1.04	3
不適用地區	1.96	1.10	12
總計	2.56	1.38	221

如再深入分析台灣電視國際新聞中最常出現的前六個國家的新聞主題發現(參見表六)，以三成比例高居台灣國際新聞之首的美國而言，出現的小報化主題依序如下：運動賽事(50%)、名人新聞(46.2%)、得獎紀錄(33.3%)、犯罪新聞(15.4%)等。以中國新聞而言，最常出現在台灣電視新聞中的小報化主題為旅遊(66.7%)與天然災害(50%)。香港地區則以名人新聞(77%)占絕大多數，少數為犯罪(7.7%)或意外新聞(7.7%)等。南韓則高達八成新聞均為火警新聞。德國則多為天然災害等新聞。英國則多數為名人新聞。

表六：台灣電視國際新聞的新聞主題

國家/地區	新聞則數	小報化新聞	硬性新聞
美國	47	40.5%	59.6%
中國	20	55.0%	45.0%
香港	13	100.0%	0.0%
南韓	7	71.4%	28.6%
德國	6	50.0%	50.0%
英國	5	60.0%	40.0%
總計	98	55.1%	44.9%

註： $X^2 = 29.659$, $df = 10$, $p < .01$ 。本表僅列出台灣電視新聞最經常出現的前六個國家。

討論與建議

近年來由於商業化經營的模式逐漸成為全球電視新聞的經營主流，激烈的競爭導致電視新聞出現小報化的趨勢。本研究以台灣商業與公共電視台的晚間新聞為例，檢視台灣電視國際新聞的小報化現象，並進一步比較商業電視台與公共電視在國際新聞小報化呈現上之差異。

表面上，研究結果似乎顯示台灣的國際電視新聞仍有相當程度的硬性新聞報導。小報化的程度並不像一般台灣閱聽人印象那樣明顯。然而這可能是因為本研究樣本有63%的樣本來自公共電視。而本研究中商業電視台TVBS的電視新聞的小報化傾向，較諸其他有線電視頻道，原本就比較低。

雖然台灣電子媒體在國際新聞的報導在單一主題的報導比例上仍以政治新聞佔有最高的比例，但我們仍發現以犯罪災難、人情趣味、影視娛樂、及運動新聞等主題有上升趨勢，這顯示台灣電視國際新聞仍呈現出相當程度的小報化趨勢。

以新聞主題來說，有67.4%的國際新聞可以被定義為傳統新聞或硬性新聞的範疇。然而，進一步考慮新聞角度，在程度上「極輕度小報化」角度的傳統或硬性新聞卻下降為47.1%。換句話說，有將近兩成的國際新聞雖為硬性新聞的主題，但卻以小報化的角度進行報導。

雖然商業電視台(TVBS)比公共電視台(PTS)更加強調小報化，但公共電視在國際新聞的報導上卻也意外發現有相當比例的小報化程度。過去研究顯示，商業電視台因為必須顧及收視率與廣告商的贊助，因此在內容上會以小報化的取向爭取更多的閱聽人(Allan, 1999)。本研究雖然發現商業電視台較公營電視台更常報導小報化之主題，但是，在主題上公共電視具小報化之主題如人情趣味與犯罪新聞也同樣佔有相當的比例。這顯示出台灣公共電視或許沒有明顯的收視率壓力，但為了爭取更多來自閱聽眾的注意力與影響力，在新聞取材上也出現市場考量。

另外，研究結果也顯示，台灣電視國際新聞視覺包裝上的使用率偏低，這可能是台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視媒體，在視覺包裝的使用上受限於原始畫面影響，而不像一般國內新聞那樣重視新聞視覺的包裝(王泰俐，2004)。

在新聞形式的包裝上，公民營電視台在國際新聞的視覺包裝之使用上皆偏低。但進一步比較兩台在視覺包裝上的使用，TVBS新聞台在動畫使用的比例較公共電視為高，但公視在配樂的使用則較TVBS新聞台高。李美華(2003)針對台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，這是因為公共電視較常播放國際新聞專題，專題製作的新聞篇幅通常較長，後製也比較精緻，也因此配樂的使用上會較TVBS新聞台高。

另外，本研究首度納入的國家發展指數與新聞小報化的關連性方面，研究結果發現，台灣電視國際新聞中的中度發展國家之小報化程度最高，其次為高度發展國家，而低度發展國家的小報化程度則最低。中度發展國家的新聞主題普遍偏向災難、政變、疾病、社會事件等，此所以中度發展國家的新聞小報化指數會略高於高度發展國家。至於低度國家此次在樣本中的比例極低，顯示其很少出現在台灣國際電視新聞的報導當中，也未必具代表性。以本研究的樣本結構限制而言，可能無法正確推論落後國家在國際電視新聞當中小報化的程度。

深究中度發展國家的新聞小報化指數為何會略高於已發展國家？本研究推論這可能與兩個因素有關：其一是台灣電視新聞最常報導國家的特性，其二是抽樣期間特殊事件的影響。根據本研究發現，在台灣的電視新聞中，最常被報導的國家為：美國，法國，英國，俄國，波士尼亞，中國，德國，義大利，日本和西班牙。高度發展國家被報導的比例遠大於中度發展、或低度發展國家，其中，又以美國的比重最大，佔18%。Wu(2000)的研究認為，美國在各國國際新聞中占據非常重要的地位，甚至是「超級巨星」。因為美國在世界政治、經濟、軍事上均有絕大優勢，在媒體與文化相關產業也有舉足輕重的影響力，許多知名媒體集團發跡於美國，這可能是美國佔據各國最多國際新聞版面的原因。

而本研究抽樣期間適逢美國總統大選初選期間，台灣媒體針對當時美國總統兩黨候選人在各州動向均有較詳細的追蹤傾向，這可能降

低了新聞小報化的趨向。另外，抽樣期間的新聞在美歐地區出現許多硬性議題，例如美、歐洲股市、經濟論壇、各國軍事動態、名人專訪、地方治安等關注，這也降低了新聞小報化程度的比例。

而其他中度發展國家或地區的新聞，則著墨許多較軟性的話題，例如：外籍看護的個人故事、各項展覽、演藝、社會新聞等。值得注意的是，抽樣期間香港的影劇圈發生男星陳冠希的性愛照片外流風波、以及資深藝人沈殿霞過世等兩件大事，成為台灣媒體緊密追蹤動向的熱門話題，這是香港地區新聞在本樣本中小報化程度較高的主因。當然，這一點與台灣與香港之間流行文化的接近性與流通性也有密切關聯，因此香港的影視明星頭條新聞會很容易成為台灣電視新聞媒體小報化報導題材的來源。

本研究結合新聞主題與新聞角度作為小報化的測量概念，並區分為內容小報化與形式小報化，為本研究對電視國際新聞文獻的主要貢獻之一。另外在過去的研究中，有關國家的發展程度多以研究者之刻板印象而定，較無具體的測量方式。本研究則以聯合國人類發展指數作為國家發展程度的基準，並檢視其與小報化之關係。然而，本研究受限於僅為期一個月的抽樣時間，低度發展國家的樣本數太少，因此無法分析低度發展國家在國際新聞的呈現上與小報化之間的真正關連。

至於其他的研究限制，本研究因為隸屬於一項有關電視國際新聞的跨國合作計劃，與其他國家的抽樣工作同步進行，因此統一以2008年1月到3月其中四週之國際新聞為分析樣本。抽樣期間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、與台灣總統大選，這些事件都可能影響研究結果。

此外，本研究僅針對台灣兩家電子媒體作為研究對象，研究結果未必能反映台灣所有電子媒體，包括四家無線商業電視台以及八家有線電視頻道國際新聞的整體情形。未來研究應嘗試涵蓋更多新聞頻道的國際新聞內容，甚至應包括國際新聞的深度報導節目內容，更能深入觀察小報化對台灣電視國際新聞的影響。

最後，本文認為，國際新聞提供了實質上關於世界的資訊，但對於一般閱聽眾來說，它們不像本地新聞那樣有切身相關性。在許多

的國家，國際新聞通常只能接觸到高教育程度的收視群眾，台灣的國際新聞的收視群也非常受限於高教育程度的閱聽眾。然而台灣是個小國家，需要在不同的政治利益中求生存，理論上應要更關心國際或區域事務，但台灣閱聽眾一向對國際事務的關注卻遠比應有的程度少(楊永明，2006)。

或許，台灣閱聽眾近年來在電視新聞媒體激烈競爭下，對電視新聞的閱聽口味真的越來越重(楊瑪利，2002)，要吸引其注意力，對電視台而言，挑戰越來越大。Lee等人(2002)主張，以人情趣味的角度處理國際新聞可以縮短閱聽人與國際事件的距離。Clausen(2004)則提出，國際新聞馴化的概念包含了視覺化的層面，如加上吸引人的標題或圖表、或在新聞角色、新聞角度、新聞主題等各面向運用有效的馴化策略，能夠有效提高閱聽人對國際新聞的興趣。本文認為，雖然馴化的概念與小報化不同，但在國際新聞的範疇中或許能適用類似的邏輯。如果適量的小報化手法能被用在報導國際新聞上，在報導比例上平衡實質資訊的提供與吸引人的新聞產製形式，小報化的目的不僅是為了商業利益，而是藉以吸引更多閱聽眾的注意力，進而提高閱聽眾對國際新聞的興趣與關注，那麼小報化的新聞手法在台灣的電視國際新聞中，也許不全然是一件壞事。

註釋

1. 本研究之研究樣本來自國立政治大學傳播學院96年度頂尖大學計劃全球電視新聞研究(Global Television News Project)，也感謝國立政治大學傳播學院的支持，以及研究助理周慧儀小姐的全力參與，本研究才可能順利完成。
2. 聯合國人類發展指數是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。
3. 新聞主題小報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。
4. 基於卡方檢定每格預期值不能低於5之條件下，分析時我們將部分主題加以合併：(1)軍事合併到國際政治之主題之下，(2)經濟、工商關係、商

質活動合併為一個主題，(3) 犯罪及意外與災難合併為一個主題，(4) 影視娛樂、時尚、文化活動、傳播合併為一個主題，(5) 健康與社會福利合併為一個主題。其他主題包括天氣、宗教、環境、房屋。

參考文獻

- 公共電視。〈公視使命〉。上網日期：2010年3月14日。取自公共電視網站，
http://info.pts.org.tw/intro/ab_mission.html。
- 王泰俐(2004)。〈電視新聞節目「感官主義」之初探研究〉。《新聞學研究》，第81期，1-41。
- 王泰俐(2006)。〈電視新聞「感官主義」對閱聽人接收新聞的影響〉。《新聞學研究》，第86期，91-133。
- 王泰俐(2010) (in press)。〈電視新聞小報化與感官主義〉。國科會專書寫作計畫。
- 余佳璋(2009)。《全球電視新聞座談會》，「全球電視新聞研討會」，台北，台灣大學，6月26-27日。
- 行政院新聞局(2008)。《96年電視事業(含無線、衛星及有線)產業調查研究》。台北：財團法人台灣經濟研究院。
- 李美華(2003)。〈台灣電視媒體國際新聞之內容分析與產製研究〉。《傳播文化》，第10期，頁1-29。
- 李美華(2005)。〈從國際新聞流通理論探討台灣報紙國際新聞內容之轉變〉。《新聞學研究》，第85期，頁111-139。
- 李美馨(2005)。《女男大不同？電視新聞如何報導政治人物》。政治大學新聞研究所碩士論文。
- 林美惠(1987)。《我國報紙的國際新聞分析 1980-1986》。私立中國文化大學新聞研究所碩士論文。
- 林照真(2009)。《收視率新聞學：台灣電視新聞商品化》。台北：聯經。
- 洪貞玲、廖雅琴、林舫如(2008)。〈國際新聞的國內化與小報化：以我國報紙報導WTO香港會議為例〉。《中華傳播研究》，第10期，頁4-42。
- 財團法人中華民國發行公信會(Audit Bureau of Circulation)(2009a)。〈有費報紙發行量稽核報告-自由時報〉。上網日期：2009年9月28日，取自財團法人中華民國發行公信會網站，http://www.abc.org.tw/img/m2/n/freedom/2009_4-6.pdf。
- 財團法人中華民國發行公信會(Audit Bureau of Circulation)(2009b)。〈有費報

- 紙 發行量稽核報告—蘋果日報〉。上網日期：2009年9月28日，取自財團法人中華民國發行公信會網站，http://www.abc.org.tw/img/m2/n/apple/2008_12.pdf。
- 張卿卿 (2002)。〈競選媒體使用對選民競選議題知識與政治效能感的影響——以兩千年總統大選為例〉。《選舉研究》，第91期，頁1-39。
- 陳馥綺 (1992)。《我國電視國際新聞報導之分析研究》。私立輔仁大學大眾傳播研究所碩士論文。
- 陳炳宏 (2001)。《傳播產業研究》。台北：五南。
- 陳萬達 (2001)。《現代新聞編輯學》。台北：揚智文化。
- 曹琬凌、彭玉賢、林珍瑋 (2008)。〈公共廣電問責體系初探：以台灣公廣集團公共價值評量指標建構為例〉。《新聞學研究》，第96期，129-186。
- 楊永明 (2006年10月22日)。〈國際新聞消失了！〉。《中國時報》，A15。
- 楊瑪利 (2002)。〈弱智媒體，大家一起來誤國〉。《天下雜誌》，第251期，頁110-125。
- 廖港民 (1970)。《我國報紙處理國際新聞之分析研究——以中央日報、中國時報、聯合報及大華晚報為研究對象》。國立政治大學新聞研究所碩士學位論文。
- 蘇蘅 (2004)。〈傳播全球化研究在台灣〉。翁秀琪 (編)，《台灣傳播學的想像 (下)》 (頁703-749)。台北：巨流。
- Acosta-Alzuru, C., & Roushanzamir, E. (2000). A war by any other name: A textual analysis of Falklands/Malvinas war coverage in U.S. and Latin American newspapers. In A. Malek & A. P. Kavoori (Eds.), *The global dynamics of news: Studies in international news coverage and news agenda* (pp. 95-121). Stanford: Ablex Publishing Corporation.
- Allan, S. (1999). Good journalism is popular culture. In S. Allan (Ed.), *News culture* (pp. 185-192). Maidenhead: Open University Press.
- Atkinson, J. (2003). Tabloid Journalism. In D. H. Johnson (Ed.), *Encyclopedia of International Media and Communications*, 4 (pp. 317-327). Amsterdam: Academic Press.
- Barkin, S. M. (2002). *American television News: The media marketplace and the public interest*. Armonk, N.Y.: M.E. Sharpe.
- Baum, M. A. (2003). Soft news and political knowledge: Evidence of absence or absence of evidence. *Political Communication*, 20 (2), 173-190.
- Bek, M. G. (2004). Tabloidization of news media: An analysis of television news in Turkey. *European Journal of Communication*, 19 (3), 371-386.
- Berelson, B. (1952). *Analysis of communication content*. Glencoe, IL: The Free Press.
- Bogart, L. (1980). Television news as entertainment. In H. T. Percy (Ed.), *The*

- Entertainment Functions of Television* (pp. 209–250) Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Brants, K. (1998). Who's afraid of infotainment? *European Journal of Communication, 13* (2), 315–334.
- Chang, T. K., Shoemaker, P. J., & Brendlinger, N. (1987). Determinants of international news coverage in the U.S. media. *Communication Research, 14*, 396–414.
- Clausen, L. (2004). Localizing the global: “Domestication” process in international news production. *Media, Culture & Society, 26* (1), 25–44.
- Cooper-Chen, A. (2005). The world of television. In A. Cooper-Chen (Ed.), *Global entertainment media: Content audiences, issues* (pp. 3–15). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Curran, J., Iyengar, S., Lund, A. B., & Salovaara-Morning, I. (2009). Media system, public knowledge and democracy: A comparative study, *European Journal of communication, 24* (1), 5–26.
- Deuze, M. (2005). Popular journalism and professional ideology: tabloid reporters and editors speak out. *Media, Culture & Society, 27* (6), 861–882.
- Esposito, S. A. (1996). Presumed innocent? A comparative analysis of network news', primetime news magazines', and tabloid TV's pretrial coverage of the O. J. Simpson criminal case. *Communications and the Law, 18* (4), 49–72.
- Galtung, J., & Ruge, M. H. (1965). The structure of foreign news: the presentation of the Congo, Cuba and Cyprus crises in four Norwegian newspapers. *Journal of International Peace Research, 1*, 64–91.
- Gerbner, G. (1961). Psychology, psychiatry, and mental illness in the mass media: A study of trends, 1900–1959. *Mental Hygiene, 45*, 89–93.
- Glynn, K. (2000). *Tabloid culture: Trash taste, popular power, and the transformation of American television*. NC: Duke University Press.
- Grabe, M. E., Zhou, S., Lang, A., & Bolls, P. D. (2000). Packaging television news: The effects of tabloid on information processing and evaluative responses. *Journal of Broadcasting & Electronic Media, 44* (4), 581–598.
- Gulyas, A. (2000). The development of the tabloid press in Hungary. In C. Sparks & J. Tulloch (Eds.), *Tabloid tales: Global debates over media standards* (pp. 111–128). ML: Rowman Littlefield Publishers, Inc.
- Hallin, D. C., & Mancini, P. (2004). *Comparing media systems*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hartely, J. (1996). *Popular reality: Journalism, modernity, popular culture*. London: Arnold.
- Hefzallah, S. (1990). Understanding television: Essays on television as a social and culture force. In R. Adler (Ed.), *TV News* (pp. 295–312) New York: Praeger.
- Hester, A. (1971). An analysis of news flow from developed and developing nations. *Gazette, 17*, 29–43.
- Huang, L., & McAdams, K. (2000). Ideological manipulation via newspaper

- accounts of political conflict: A cross-national news analysis of the 1991 Moscow coup. In A. Malek & A. P. Kavoori (Eds.), *The global dynamics of news: Studies in international news coverage and news agenda* (pp. 57–74). Stanford: Ablex Publishing Corporation.
- Kamp, D. (1999). *The tabloid decade*. Conde Nast Publications, Inc.
- Inoue, Y., & Kawakami, Y. (2004). Factors influencing tabloid news diffusion: Comparison with hard news. *Keio Communication Review*, 26, 37–52.
- Lee, C., Chan, J., Pan, Z., & So, C. (2002). *Global media spectacle*. New York: State University of New York Press.
- Langer, J. (1998). *Tabloid television: Popular journalism and the “other news.”* London: Routledge.
- Larson, J. F. (1984). *Television’s window on the world: International affairs coverage on the US networks*. New Jersey: Ablex Publishing Corporation.
- Lozano, J., Gomez, E., Matiasich, A., Alfonso, A., Becerra, B., Silveira, A., Eizondo, M., Marroquin, J., Aquino, L., & Martinez, F. (2000). In A. Malek & A. P. Kavoori (Eds.), *The Global dynamics of news: Studies in international news coverage and news agenda* (pp. 75–94). Stanford: Ablex Publishing Corporation.
- Postman, N. (1985). *Amusing ourselves to death: Public discourse in the age of show business*. New York: Viking.
- McManus, J. H. (1994). *Market-driven Journalism: Let the citizen beware?* Newbury Park, CA: Sage.
- Mindich, D. (2005). *Tuned out: Why Americans under 40 don’t follow the news*. New York: Oxford University Press.
- Pack, J. (2000). Literacy, seriousness, and the Oprah Winfrey Book Club. In C. Sparks & J. Tulloch (Eds.), *Tabloid tales: Global debates over media standards* (pp. 285–300). ML: Rowman Littlefield Publishers, Inc.
- Paterson, C., & Sreberny, A. (2004). Introduction. In C. Paterson & A. Sreberny (Eds.), *International news in the Twenty-first century* (pp. 3–30). London: University of Luton Press.
- Riffe, D., & Budianto, A. (2001). The Shrinking world of network news. *International Communication Bulletin*, 6, 12–35.
- Schiller, H. I. (1974). Freedom from the free flow. *Journal of Communication* 24, 110–117.
- Sparks, C. (2000). Introduction: The panic over tabloid news. In C. Sparks & J. Tulloch (Eds.), *Tabloid tales: Global debates over media standards* (pp. 1–40). ML : Rowman Littlefield Publishers, Inc.
- Stockwell, S. (2004, September 29–October 1). *Reconsidering the fourth estate: The functions of infotainment*. Paper presented to the Australian Political Studies Association, University of Adelaide.
- Thussu, D. K. (2004). Media plenty and the poverty of news. In C. Paterson & A. Sreberny (Eds.), *International news in the Twenty-first century* (pp. 47–62). London: University of Luton Press.

- Thussu, D. K. (2007). *News as entertainment: The rise of global infotainment*. Los Angeles: Sage.
- Vettehen, P. H., Nuijten, K. & Beentjes, W. J. (2006). Sensationalism in Dutch current affairs programmes 1992–2001. *European journal of communication*, 21 (2), 227–237.
- Wang, T. L., & Akiba, C. (2009). Factors affecting viewers' perceptions of sensationalism in television news: A survey study in Taiwan, *Issues and Studies*, 45 (2), 125–157,
- Wu, D. H. (2000), Systemic determinants of international news coverage : A comparison of 38 countries, *Journal of Communication*, 50 (2), 110–130.
- Zillmann, D., & Vorderer, P. (2000). *Media entertainment: The psychology of its appeal*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.