

行政院國家科學委員會專題研究計畫 成果報告

電視新興現象及其社會影響--觀看電視新聞的影響：動機 與議題設定效果之關連研究 研究成果報告(精簡版)

計畫類別：整合型
計畫編號：NSC 95-2412-H-004-016-KGS
執行期間：95年08月01日至97年01月31日
執行單位：國立政治大學廣告學系

計畫主持人：陳憶寧

計畫參與人員：碩士班研究生-兼任助理：宋貞儀、周怡璇、黃瀚霆、張云慈

報告附件：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 97年01月20日

行政院國家科學委員會補助專題研究計畫 成果報告
 期中進度報告

電視新興現象及其社會影響--觀看電視新聞的影響：動機與議題

設定效果之關連研究

計畫類別： 個別型計畫 整合型計畫

計畫編號：NSC-95-2412-H-004-016--KGS

執行期間：2006年8月1日至2008年1月31日

計畫主持人：陳憶寧

計畫參與人員：宋貞儀、周怡璇、黃瀚霆、張云慈

成果報告類型(依經費核定清單規定繳交)： 精簡報告 完整報告

本成果報告包括以下應繳交之附件：

- 赴國外出差或研習心得報告一份
- 赴大陸地區出差或研習心得報告一份
- 出席國際學術會議心得報告及發表之論文各一份
- 國際合作研究計畫國外研究報告書一份

處理方式：除產學合作研究計畫、提升產業技術及人才培育研究計畫、列管計畫及下列情形者外，得立即公開查詢

涉及專利或其他智慧財產權， 一年 二年後可公開查詢

執行單位：政治大學廣告學系

中華民國 97 年 1 月 19 日

電視新聞在議題設定上的有限效果

中文摘要

本研究以議題設定角度出發，探討電視新聞的議題戲劇框架與公眾議題的關連，以及電視新聞的使用與議題多元性的關係。研究結果顯示不同於以往議題設定研究的發現，電視新聞報導議題的顯著性與公眾議題的顯著性無關。且電視新聞報導議題的戲劇程度與公眾議題的顯著性也無關係。甚至，在觀點衝突程度上，顯示出反向關係，亦即暗示了觀點衝突的手法無法讓公眾感覺到議題的重要。這意味著電視新聞在議題設定上的效果十分有限，不論是報導量或是報導方式，都與民眾對於哪些議題是重要議題無法產生影響。本研究也證實看電視時間無法預測議題多元，但是對電視的依賴以及對電視新聞的注意程度卻也以正面預測議題多元。

關鍵字：電視新聞、議題設定、戲劇框架

壹、研究背景與目的

自有線電視興起後，如細胞繁殖般衍生出近百個頻道，已徹底改變了原有的電視生態，也可能因而創造了新的閱聽模式。台灣有線電視普及率已從 1994 年的四成多（不及美國的 62%）提高到超越美國，而在 2003 年已至 82.1%（章英華、傅仰止，2004）。根據 2004 年出版的台灣地區社會變遷基本調查計畫結案報告中有關全台灣傳播行為的調查，民眾最常看的電視新聞當中，以無線四台為最看的佔 41.5%，有線新聞台的五台（TVBS-N、三立新聞台、東森新聞台、中天新聞台、民視新聞台）佔 41.2%（章英華、傅仰止，2004）。可見有線電視已足與無線電視分庭抗禮。

一個社會投注在傳播媒體上的資源是固定的，新頻道如被閱聽人和廣告市場接受，自然排擠並取代舊頻道。以電視新聞為例，有線台為了加速瓜分市場，新聞社會化、八卦化越益嚴重，強調對立與衝突的戲劇效果，偏好聳動內容；無線台見防線不保，幾乎可以說是隨波逐流，競逐庸俗內容，刺激感官，媒體表現大倒退（何國華，2002）。如此「製作」新聞，已經偏離真正的新聞，成為綜藝娛樂式與戲劇化的破碎片段訊息。由此，傳播學界不禁憂心，有學者指出，台灣電視新聞如同美國早年的黃色新聞，缺乏深度思考，不做深度報導，只知追逐短線，急功近利。近年更因香港《壹》週刊與《蘋果日報》進來，助長八卦報導。幾乎所有電視新聞都是為了一節亮麗收視數字的戰果誇耀而活（蘇蘅，2005）。

有識者指出整個媒體生態的問題是過多的媒體稀釋了整體的資源和能量。電視記者在「什麼線都得跑」，「時間一到就得交稿」的作業條件下，難有獨家表現，當然更談不上內容或深度（羅珮瑩，2004）。所以，我們有六、七個新聞頻道，翻來轉去卻是差不多的新聞。

對於社會及閱聽人的影響，可以說是極為負面。天下雜誌 2002 年四月號以「弱智媒體--大家一起來誤國？」（楊瑪利，2002）作為封面主題，掀起一波討論熱潮，其中尤以「二十四小時電視新聞台文化」格外受到重視（黃寶玉，2002）。Berger (1999)在其〈媒介分析方法〉一書的〈全天候新聞廣播與美國資產階級〉章節中提到，精神分析家認為這些全天候新聞台的忠實觀眾其實患有精神官能症，嚴重的話會出現「新聞中毒」（newsholic）症狀。他指出，人們對二十四小時電視新聞的狼吞虎嚥，其實是來自此一症狀中的無力感與無價值所造成的焦慮不安。他認為閱聽眾收聽（看）的不是真正的新聞，而是瑣事垃圾。煽情聳動、不深入探討社會與政治問題，反而以消遣娛樂為能事。由於這些所謂的新聞非常支離破碎，所以我們能大量吞食，從不覺得夠飽。

最近電視新聞歷經政客作秀、暴力血腥與緋聞八卦鏡頭充斥的輿論撻伐之後，研究者認為探討電視新聞的負面效果，其中之一為造成對於社會關注層面的偏狹，造成世界觀的狹隘。電視新聞報導議題之特殊手法固然以引起大家對於議題的關注，而有所謂的議題設定效果，但由於並非對於所有事件與議題處理方式等同視之，電視台以較強烈的情緒處理議題的方式可能造成較強的議題設定效果，而造成閱聽眾對其他並未以特殊手法呈現的議題的忽略。我們擬以

議題設定為基礎理論架構，推論議題若以戲劇框架處理，閱聽人看電視新聞愈多者，會使閱聽眾認知識題的重要性。

另外，民主社會中的閱聽大眾應對社會中重要議題有廣泛認知，然而電視新聞的使用如何使閱聽人注意到不同的議題呢？電視新聞本研究認為電視新聞的使用可以分為三個層次，第一為暴露，第二為依賴，第三為注意程度，本研究將探討電視新聞使用與議題多元性的關係。

貳、理論背景

一、議題設定理論

McCombs and Shaw (1972)於 1968 年第一次檢驗新聞媒體的議題設定過程至今天，議題設定理論的發展已經超過三十年了，至 2000 年為止相關的實證論文超過三百篇(McCombs et al., 2000)，最近五年來，根據敝人的期刊閱讀，在各大重要傳播期刊上，可能又增加了 30 多篇。議題設定理論的核心假設是媒體報導中的議題顯著性與民眾所認知的議題顯著性有關(Dearing & Rogers, 1996; McCombs & Bell, 1996)。這個假設已經被許多實證研究所支持。在議題設定理論發展之初，主要探索的是議題的顯著性認知(圖一)，到了 1992 年後，研究者漸將研究方向轉移至議題屬性(attributes)。舉例來說，以前研究者所談的是經濟新聞報導的份量會不會影響到民眾是否覺得經濟議題很重要，即想什麼(what to think about)，如今談的是媒體報導或是呈現經濟議題的方式會不會影響到民眾如何想經濟，即如何想(how to think about)。理論創始人 McCombs (1995) 將前者稱為第一層級的議題設定理論 (the first level of agenda setting)，而把後者稱為第二層級的議題設定理論(the second level of agenda setting)。

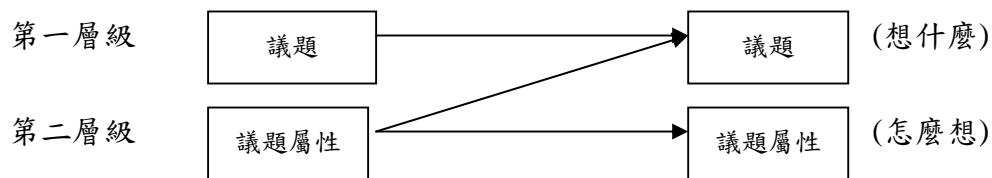
但第二層級的議題設定不僅如此，1997 年出版的《傳播與民主 (Communication and Democracy)》一書中，Ghanam (1997) 歸納在第二層級的議題設定應有兩個研究假設：

1. 媒體如何報導議題影響公眾如何思考議題。(圖一的第二條水準線)
2. 媒體如何報導議題影響公眾對於此議題重要性的感知。(圖一的對角線)

對角線的第二層級的議題設定又稱為「有力的議論」(compelling arguments) (McCombs, 1996)，實證研究曾證實此效果之存在。Ghanem (1996)以德州報紙報導犯罪為例，發現報紙對於犯罪議題的十三個屬性的報導，都與公眾議題之顯著性呈現正相關。

媒體議題

公眾議題



圖一：議題設定理論的架構

資料來源：McCombs, Shaw, & Weaver (1997)

二、框架

框架的概念在傳播領域中是最近十多年來非常重要的概念，經常被傳播研究或媒體批評使用，也經常被政治學、廣告與公關學者探討。社會科學對於框架的定義繁多，有的在於框架對於閱聽人的效果，有些則是討論框架的內涵。傳播學界最早對框架進行系統性整理，並給予明確定義者應為 Tankard 等人 (1991)，他認為框架概念已經被廣為使用，但從來沒有被清楚定義過，Tankard 等人 定義框架為新聞內容的一組中心組織概念，這概念提供了情境，並經由選擇、強調、排除與闡釋等等手法，提示新聞當中的議題到底為何。依據 Entman (1993) 的說法，框架遮蔽了部分真實，因而引起閱聽人對其他部分真實的注意，使閱聽人對於真實產生不同的反應。一個問題會因為框架而有不同的理解與評估。

雖然議題設定近年來將框架納入第二層級的說法，招致許多批評，認為有簡化框架繁複意義之嫌，但議題設定學者在基於框架在解釋傳播議題內涵上的能力，認為在第二層級的議題設定架構中，框架與議題屬性可以交換運用 (McCombs & Ghanem, 2003)，議題在媒體上的呈現是屬性，亦是框架。第一層級的議題設定檢視新聞的議題顯著性如何影響了民眾對於議題重要性的認知，第二層級的議題設定則是屬性（即如何報導一個議題）的顯著性如何影響了民眾對於屬性重要性的認知（即如何思考一個議題），框架是以議題呈現的方式影響到民眾如何思考此議題。

電視新聞對議題的描繪亦有可能因為框架不同，而對閱聽人於議題重要性感知造成差異，這就是所謂的電視新聞的有力的議論效果。在 Elliott (1988) 對劫機犯的新聞研究中發現，由於劫機新聞包含政治因素，對閱聽人而言太過複雜，所以媒體將新聞焦點置於人質的家屬朋友，這樣的人物式 (personalization) 處理是新聞潮流，事件當中若是有人性元素，則事件成為新聞的機率將大大提升 (Fowler, 1991, p. 91)。Hall (1981) 認為人物性的新聞將人帶離了社會與制度脈絡，然而，不可否認的，將新聞以人物方式描寫可能使閱聽眾認同新聞當中的事見，因而感覺得對事件有必要關心。

由於人性化、戲劇化與衝突性的元素可能引起閱聽人較多的注意，因而本研究將假設電視新聞的衝突框架影響閱聽人對於議題重要性的評估。

三、議題框架

也由於電視新聞與報紙新聞之本質有別，議題之呈現也有其特殊之處。相較於報紙新聞，電視新聞有更多的空間讓議題更具衝突性與戲劇性，因而可能造成更多的憤世嫉俗感 (cynicism) 以及更少的政治容忍 (Cappella & Jamieson, 1997)。

議題的新聞框架效果在於藉由新聞中精細微妙的問題定義與判斷之改變，而造成閱聽眾的不同判斷(Iyengar, 1987, p. 816)。也就是說，訊息中的顯著的屬性（如組織、內容選擇、主題結構等等）促使閱聽眾產生某一種特別的想法，促使閱聽眾採取某一種評估（Price et al., 1997, p. 486）。在實驗中也發現字彙的選擇會影響實驗參與者對於風險的感知(Kahneman, 1984; Kahneman & Tversky, 1982)。框架效果也顯示在形塑民眾對於政治議題與政治機構的認知。Saris (1997)在有關歐盟相關議題的調查研究中發現，在進行問卷調查時，若在題項當中對於議題的框架改變，則受訪者對於議題的反應會朝不同的方向。

電視新聞在描述議題上採用特殊的手法似乎有應該造成觀眾對於議題的不同認知效果。電視新聞的負面影像與負面議題常常以暴力與混亂的場景包裝（例如連戰赴大陸訪問的機場衝突），電視主管的理由是電視事業畢竟是商業，令人髮指與害怕的內容才會吸引觀眾注意(Iyengar & Reeves, 1997)。許多傳播學者發現最生動有力的電視畫面常常是極端負面，最讓觀眾產生害怕感覺的，觀眾看了這些畫面感覺到自己即將面臨類似的危險（Newhagen & Reeves, 1992）。

關於電視的負面影樣影響的相關研究通常焦點在於探討犯罪新聞的報導量與害怕程度的關係(Ditton & Farrall, 2000; Doob & MacDonald, 1979; Heath, 1984; Liska & Baccaglini, 1990; Jaehning, Weaver & Fico, 1981; Weaver & Wakshlag, 1986; Williams & Dickinson, 1993)，這些研究大致上而言的結論是電視新聞的閱聽人對於犯罪的害怕感覺與其對於犯罪的實際生活經驗以及認為是否可能成為受害者的機率不成比例。Heath (1984)認為電視上的犯罪新聞的煽情化（sensationalized）不僅是在報導上呈現一種血淋淋的恐怖感而已，而是強調此犯罪案件的罕見與非預期，而這罕見與非預期都會使得觀眾產生對於犯罪事件的強烈記憶（p. 256）。舉例來說，一九七〇年代的芝加哥，殺人案件不超過所有案件的 0.2%，但卻是芝加哥幾家大報所報導所有犯罪案件的 26.2%(Graber, 1984)。Liska & Baccaglini (1990)的研究發現，在美國的二十六個城市，所有犯罪當中，只有 0.2%的殺人案件，但進行這些城市的報紙的內容分析卻發現所有關於犯罪案件的報導當中，有高達 29.9%的殺人案件報導。

Jaehning, Weaver, & Fico (1981)的研究發現類似的結果，他們在三個不同人口多寡的地區進行資料蒐集，分別是 Indianapolis, Indiana (人口：714,878)，Evanston, Illinois (人口：76,665)，與 Lebanon, New Hampshire (人口：11,300)，他們比較實際上的每人(per capita)犯罪率以及報紙的犯罪報導，發現三個地區每人犯罪率分別為.05、.07、.03，報紙報導犯罪的比例為 14.5%、12.1%、6.7%，測量三地區的人們對於犯罪的關切程度，分別有 60%、47%、36%的人表示非常關切。顯示實際犯罪率與關切議題的程度關連性不及媒體報導與關切議題程度的關連。

本研究推論，若在電視新聞的議題包裝上，以衝突或是戲劇框架突顯議題，製造較多的娛樂效果，則該議題之議題設定的效果應該比非戲劇性的議題框架要強。

以上討論，本研究發展出以下的研究假設：

綜合以上文獻探討，本研究探討觀看電視新聞動機與議題設定效果的假設為：

第一層級的議題設定相關假設

假設一：電視新聞報導議題的顯著性與公眾議題的顯著性相關。

第二層級的議題設定（有力的議論，compelling argument）

假設二：電視新聞報導議題的戲劇框架與公眾議題的顯著性相關。

四、連結電視新聞使用以及議題多元

在文獻中，關於媒介使用(media use)有多種面貌，最普遍的一種說法為媒介暴露(media exposure)，即花在某一種媒介或是媒介內容上的時間與頻次(Jeffers, 1997, p. 27)。另外，媒介注意(media attention)則是代表了個人對於媒介內容的心智努力(Chaffee & Schleuder, 1986; McLeod et al., 2002)。除此之外，最近的研究慢慢注意到媒介依賴(media reliance)對於閱聽人的認知、態度與行為影響。

文獻中顯示媒介依賴與暴露為兩種不同的概念，在 McLeod & McDonald (1985)的研究中，M 他們清楚說探討媒介效果不可以只看媒介暴露。甚至他們指出媒介暴露比起依賴、內容使用、注意與滿足大概是媒介效果中影響較弱的一環。他們的研究發現，依賴電視為主要訊息來源者，在政治參與度上較以報紙為主要資訊來源者要低。

媒介依賴的定義為對某種媒體（包括電視、報紙、廣播和雜誌）對於個人資訊獲得的重要性。Pierce, Lee-Sammons, Steger, and Lorvich (1990, p. 838)發現媒介依賴會影響個人對於政治議題的認知。他們的跨國研究發現，對於環保政治議題的形象以及知識會與依賴哪一種媒介有關。依賴電視的個人對於環保議題比較難有意識型態上的認知。

媒介注意這個概念在研究媒介效果是非常重要的角色，是閱聽人在進行訊息處理時，感知的集中程度(Jeffers, 1997, pp. 27-28)。注意可以幫助研究者更加瞭解媒介效果。Chaffee and Schleuder (1986)認為閱聽眾在處理電視資訊時，並沒有太多的涉入，電視只是打開，所以使用與注意是完全分開的概念。但就報紙而言，一旦讀報就必定注意，所以暴露與注意有高度相關。

閱聽人的媒體使用是否會造成議題多樣性是一個值得注意的問題。在 Wanta 等人(1995)與 Chaffee & Wilson(1977)的研究中發現，讀愈多的報紙，其議題多樣性愈高，但電視的影響則為未知。在一項歐洲的跨國調查當中，研究者蒐集丹麥、法國、英國、荷蘭與德國的資料後發現，看報紙時間愈長，議題多樣性愈高，但看電視新聞時間對於議題之多樣性為負向，也就是看電視新聞愈長，議題多樣性大致上是愈低，尤其在德國與英國達到顯著水準，但是，看愈多不同的電視新聞節目(TV news outlets)，則議題多元性也會提高，只有法國除外(Peter & Vreese, 2003)。

台灣過去的研究似乎暗示了另一種可能：電視新聞看得愈多，資訊愈是豐富。台灣的電視環境自 1990 年代後進入有線電視頻道百家爭鳴的新時代，有線電視的 24 小時新聞台讓整體電

視新聞環境更加競爭，也因此有學者認為內容更加多元 (Li, 1999; Wang & Lo, 2000)。一項研究發現，台灣在選舉情境當中，有線電視新聞比無線電視新聞報導較多的反對黨新聞、對於反對黨的報導較為有利、反對黨較有機會成為消息來源等等(Lo, King, Chen, & Huang, 1996; Lo, Neilan, & King, 1998; Lo, Hou, Tang, & Lee, 2004)。看起來，有線電視新聞會增加閱聽眾的資訊多樣性。但是，值得注意的事，上述研究為針對選舉的政治與媒體現象，選舉過程除了容易引發新聞是否公正之爭議，導致新聞台被染上政黨色彩。另外，重視市場的的電視新聞台，當然不會甘冒違背吸引最多觀眾收視的風險，所以有平衡之必要，自然資訊多樣性較高，導致學者研究發現與本研究所持的看法相反。如果換成非選舉期，新聞重點除了政治，還有社會、醫療、保險、勞工、民生等問題，研究結果還是如此嗎？可能有待本研究進一步檢驗。

另外，就一項有關高中生對於波灣戰爭的政治知識研究發現，電視使用的多元，亦即收視多種電視新聞可以增加高中生的波灣戰爭知識(Lo & Chang, 2005)。但不可忽略的是，上述研究是針對一項任任何觀眾都無法忽略的單一國際事件所做的研究。若換成對各種不同議題的認知或是知識，則可能情況正好相反。研究者認為，有線電視台市場競爭愈加白熱化，在爭取觀眾上趨向以辛辣口味吸引最大收視群，所以反而可能在新聞議題的取材上趨向單一。另外，雖然主要的 24 小時新聞台有六家（包含民視有線台），在有限的人力與物力下，頻道多元並不表示內容元，在新聞台害怕「獨漏」的情況下，反而使得各台內容趨同(convergent)，使觀眾不見得暴露於更多的議題。另外，也可能由於選擇太多，觀眾手握遙控器，在以選擇性注意為原則下，反而是更以個人興趣作為收視依據 (Zillmann, D. & Bryant, J. 1985)，所以觀眾遙控器在手，在各台之間尋找符合自己興趣的新聞。所以雖然文獻告我們看較多的不同電視新聞節目可能造成較高的議題多樣性，但依據台灣電視環境現況，本研究將提出相反方向的假設。亦即，看電視新聞愈多，並不與議題多樣性有關。

根據以上討論，本研究有以下假設：

假設三：看電視新聞時間與議題多元性無關。

假設四：對電視新聞的依賴與議題多元性呈正相關。

假設五：對電視新聞的注意程度與議題多元性呈正相關。

參、研究方法

本研究在資料蒐集上分為兩部分，第一部份使用內容分析法蒐集電視新聞的議題，第二部分使用調查法蒐集公眾議題。

(一) 內容分析：

1. 內容分析的樣本

內容分析的對象為電視新聞報導。目前國內無線電視台（除公外視）共有四台，包括台視、中視、華視與民視。有線電視新聞台包括 TVBS、民視、中天、三立、東森與年代等，總共有

十台。限於人力與物力，不可能蒐集十台的所有時段的新聞資料，所以必須抽樣。本研究的抽樣有兩個層次，第一層次是新聞台的抽樣，第二為時段抽樣。我們以中視代表無線台，以TVBS-N、東森、民視這三台做為有線台。在時段抽樣上，我們只挑選這四家電視台的晚間所謂的黃金時段的其中一小時作為樣本。中視為晚上七點到八點，但有線台部分為晚間六點到七點。除了國際新聞、氣象報導以及單純的人情趣味新聞之外，所有的國內新聞都進行分析。本研究內容分析之時間為從2006年10月23日到12月8日，共六週。

2. 分析單位

我們以一則新聞為分析單位。雖然一則新聞報導可能不只有一種議題資訊，但我們試圖從新聞當中找出最重要的議題，例如從導言當中判斷該則新聞的重點議題。

3. 類目

本研究目的之一為探討的是媒體新聞如何描繪議題（即第二層級：議題的屬性）是否會影響到公眾對於議題重要性的判斷（即第一層級：即指出議題的類別）。

(1) 議題類別：根據 McCombs & Zhu (1995) 的研究，我們認為台灣可能出現的議題可能為：政治、經濟、治安、兩岸、外交、教育、健保與醫療、賦稅、司法、基礎建設、國防、媒體表現、社會倫理風氣與價值觀。這些重要議題於資料分析階段，依照其被提到的多寡排出重要性，並分析議題之呈現框架（戲劇框架）。

(2) 議題屬性：戲劇框架的編碼方式，參考 Semetko & Valkenburg (2000) 的框架分類。編碼員將針對每一則新聞回答以下問題回答「有」或是「沒有」：

- A. 這則新聞在描述該項議題時，有對於國家、政府部門、政黨、組織或是個人之間意見不一的描述嗎？
- B. 這則新聞在描述該項議題時，有對於國家、政府部門、政黨、組織或是個人之間彼此斥責的描述嗎？
- C. 這則新聞在描述該項議題時，有將問題牽涉到不同觀點嗎？
- D. 這則新聞在描述該項議題時，有提到輸（家）或是贏（家）嗎？
- E. 這則新聞在描述該項議題時，有描述議題的人性(human face)層面嗎？
- F. 這則新聞在描述該項議題時，有形容詞或是描繪會引起生氣、同情、感動的感覺嗎？
- G. 這則新聞在描述該項議題時，有提到個人（某個人或是某類的人）如何被該議題所影響嗎？
- H. 這則新聞在描述該項議題時，有以進入某個人或是某類的人的私人生活中的方式報導嗎？
- I. 這則新聞在描述該項議題時，以畫面描述而引起生氣、同情、感動的感覺嗎？

每一則電視新聞都經過受過五次編碼訓練的傳播相關科系學生的編碼。五次編碼訓練過程中，研究者與三名編碼員分別獨立觀看十則電視新聞，而後見面討論每一項編碼決定，如此建立彼此之議題與議題屬性之判斷共識。在在主要變項的同意度超過 .70，而複合信度超過 .92。過錄工作於兩個月之內完成。

(二) 調查法：

調查法的目的在於探討公眾議題以及閱聽眾的媒介使用狀況。

1. 母體與樣本：本研究基於研究目的，擬將母體範圍訂為看電視新聞的台灣地區民眾（不含金門、馬祖與澎湖）。本研究在調查執行上，委託政治大學選舉研究中心採取電腦輔助電話號碼的隨機抽樣的訪問(CATI, Computer Assisted Telephone Interview)，電話接聽後，採戶中抽樣，以台灣地區年滿十八歲及以上之中華民國國民，且一週至少收看一天的電視新聞為研究對象。

受訪者中，男性有 543 人（佔 50.3%），女性有 536 人（佔 49.7%）；教育程度在國小或以下者有 232 人（21.5%），國中程度有 161 人（14.9%），高中程度有 322 人（29.8%），專科程度有 155 人（14.3%），大學程度及以上有 204 人（18.9%）。年齡在 20 至 29 歲者有 243 人（22.5%），30 至 39 歲者有 229 人（21.2%），在 40 至 49 歲者有 234 人（21.7%），在 50 至 59 歲者有 168 人（15.5%），60 歲及以上有 188 人（17.4%）。

2. 變項測量：

(1) 篩選題項：請問您上個星期看幾天的電視新聞？回答一天及以上者方成為訪問對象。

(2) 議題設定題項：

受訪者依照訪員所唸出的十三大議題（十三大議題的順序為隨機），請受訪者依照議題重要性評分。

訪員會唸出：「我們想請您用 1 到 5 來表示以下問題對您的重要程度。1 表示非常不重要，5 表示非常重要。」

(3) 電視新聞之使用

觀看電視新聞變項包括：

A. 暴露：題項為「請問您上個星期看幾天的電視新聞？」

B. 注意：題項為 Likert 五點量表的「您在看電視新聞的時候，是非常注意、有點注意、不太注意，還是一點都不注意？」

C. 依賴：題項為 Likert 五點量表的「請問您會不會依賴電視新聞的報導來瞭解國家與社會大事？」

(4) 人口變項

本研究的人口變項與其他控制變項包括：性別、年齡、教育程度，由於這些變項和民眾的社會認知與行為有關，因此本研究把他們列為控制變項。

肆、資料分析

（一） 描述性統計

1. 媒體議題的報導量與公眾議題重要性排行

本研究由 2006 年 10 月 23 日起至 2006 年 12 月 8 日止，總共蒐集了 4064 則相關報導，四家電視台報導量分別為中視有 864 則（佔 21.3%），TVBS-N 有 1,078 則（佔 26.5%），民視有 1,074 則（佔 26.4%），東森有 1,048 則（佔 25.8%）。十三項議題的報導量如表一。在新聞報導上被報導最多的議題為政治，接著依序是社會倫理、治安、醫療、司法、經濟、基礎建設、教育、媒體表

現、外交、國防、兩岸，最後為賦稅。而在公眾議題上，被最多公眾指出為重要議題的為醫療，其後依序為教育、治安、經濟，社會倫理、基礎建設、賦稅、司法、國防、外交、兩岸、政治，最後為媒體表現。由此可以發現，政治在媒體議題上重要性最高，但公眾議題為倒數第二。教育為媒體第八大議題，卻為公眾的第二大議題。

表一：電視新聞議題報導量、報導量語調，以及公眾議題排序

| | 報導量 | 報導量排序 | 公眾認為重要的議題百分比（排名） |
|----------|---------------|-------|------------------|
| 政治 | 1,680 (41.3%) | 1 | 26.7 (12) |
| 經濟 | 151(3.7) | 6 | 68.2 (4) |
| 治安 | 353(8.7) | 3 | 68.4 (3) |
| 兩岸 | 16(0.4) | 12 | 30.5 (11) |
| 外交 | 21 (0.5) | 10 | 32.1 (10) |
| 教育 | 45(1.1) | 8 | 70.9 (2) |
| 醫療 | 186(4.6) | 4 | 72.0 (1) |
| 賦稅 | 12(0.3) | 13 | 50.6 (7) |
| 司法 | 177(4.4) | 5 | 38.4 (8) |
| 基礎建設 | 147(3.6) | 7 | 53.7 (6) |
| 國防 | 20(0.5) | 11 | 36.2 (9) |
| 媒體表現 | 24(0.6) | 9 | 26.3(13) |
| 社會倫理與價值觀 | 1,232(30.3) | 2 | 59.8 (5) |

2. 戲劇框架指標建構

本研究測量戲劇框架的題項有九題，經主成份因素分析後，發現這九個題項呈現三個因素（面.向），共可解釋46.12%的變異量（表二）。

第一個因素由題項 5, 6, 9 題組成，可解釋 17.83%的變異量（愛根植=1.81）。這個因素（面向）的三項個題項均與情緒有關，因此命名為「情緒喚起」。建構測量意見表達指標的方式，是將這三個題項加起來除以三；得分愈高表示情緒張力愈高（平均數=.35，標準差=.32）。

第二個因素（面向）由題項1, 2, 3組成，可解釋15.15%的變異量（愛根植=1.27）。這個面向的三項個題項均與不同觀點有關，因此命名為「觀點衝突」。建構測量觀點衝突指標的方式，也是將這三個題項加起來除以三；得分愈高，觀點衝突性愈高（平均數=.27，標準差=.28）。

第三個因素（面向）由題項4, 8 與 7組成，可解釋13.15%的變異量（愛根植=1.07）。這個面向的三項個題項均與個人影響有關，因此命名為「個人影響」。建構測量個人影響指標的方式，也是將這三個題項加起來除以三；得分愈高，觀點衝突性愈高（平均數=.42，標準差=.20）。

表二：戲劇框架題項之主成分因素分析（最大變異法）

| 題項 | 因素一： 情緒喚起 | 因素二： 觀點衝突 | 因素三： 個人影響 |
|---|--------------|--------------|--------------|
| 9. 這則新聞在描述該項議題時，以畫面描述而引起生氣、同情、感動的感覺嗎？ | .730 | | |
| 6.這則新聞在描述該項議題時，有形容詞或是描繪會引起生氣、同情、感動的感覺嗎？ | .730 | | |
| 5. 這則新聞在描述該項議題時，有描述議題的人性(human face)層面嗎？ | .601 | | |
| 1. 這則新聞在描述該項議題時，有對於國家、政府部門、政黨、組織或是個人之間意見不一的描述嗎？ | | .722 | |
| 2. 這則新聞在描述該項議題時，有對於國家、政府部門、政黨、組織或是個人之間彼此斥責的描述嗎？ | | .649 | |
| 3. 這則新聞在描述該項議題時，有將問題牽涉到不同觀點嗎？ | | .609 | |
| 4. 這則新聞在描述該項議題時，有提到輸（家）或是贏（家）嗎？ | | | .682 |
| 8. 這則新聞在描述該項議題時，有以進入某個人或是某類的人的私人生活中的方式報導嗎？ | | | .540 |
| 7. 這則新聞在描述該項議題時，有提到個人（某個人 | | | .540 |

或是某類的人)如何被該議題所影響嗎?

| | | | |
|---------------------|-------|-------|-------|
| 愛根值 (Eigenvalue) | 1.81 | 1.27 | 1.07 |
| 解釋變異量 | 17.83 | 15.15 | 13.15 |
| Cronbach's α | .60 | .80 | .61 |

3. 各項媒體議題的戲劇框架

在求得戲劇框架的三個指標之後，每一媒體議題會因為呈現手法而有不同戲劇化程度。每一議題在情緒喚起程度、觀點衝突程度與個人影響程度上的得分計算為該指標的總分除以該議題的相關新聞則數。以政治議題為例，總共有 1,680 則，每一則政治新聞都有情緒喚起值，情緒喚起值相加後除以則數，即為政治議題的情緒喚起程度。由表三可以發現，以情緒喚起程度而言，社會倫理價值觀、教育以及治安的值較高，較低的為經濟、賦稅與司法。以觀點衝突程度而言，外交、政治與教育的值較高，較低的為治安、社會倫理價值觀與賦稅。以個人影響程度而言，教育、社會倫理價值觀、政治、治安、醫療的值較高，較低的基礎建設、兩岸，與國防。

表三：電視新聞議題、報導量語調，以及公眾議題排序

| | 報導量排序 | 戲劇框架 | | | 公眾議題排序 |
|--------------|-------|--------|--------|--------|--------|
| | | 情緒喚起程度 | 觀點衝突程度 | 個人影響程度 | |
| 政治 | 1 | .27 | .37 | .41 | 12 |
| 經濟 | 6 | .15 | .22 | .37 | 4 |
| 治安 | 3 | .39 | .10 | .40 | 3 |
| 兩岸 | 12 | .31 | .25 | .31 | 11 |
| 外交 | 10 | .21 | .38 | .37 | 10 |
| 教育 | 8 | .40 | .33 | .50 | 2 |
| 醫療 | 4 | .36 | .20 | .41 | 1 |
| 賦稅 | 13 | .16 | .19 | .39 | 7 |
| 司法 | 5 | .18 | .26 | .37 | 8 |
| 基礎建設 | 7 | .25 | .29 | .31 | 6 |
| 國防 | 11 | .30 | .27 | .33 | 9 |
| 媒體表現 | 9 | .29 | .26 | .36 | 13 |
| 社會倫理 與價值觀 | 2 | .49 | .18 | .48 | 5 |

(二) 假設驗證

1. 假設一：電視新聞報導議題的顯著性與公眾議題的顯著性。
為回答研究假設一，本研究進行 Spearman 相關分析，相關係數 $\rho = .324$ ($p = .280$)，顯示電視

新聞對議題的報導量與公眾議題的顯著性無關。

2. 假設二：電視新聞報導議題的戲劇框架與公眾議題的顯著性呈現正相關。

為回答研究假設二，本研究進行 Pearson 相關分析，在議題的情緒喚起與公眾重要議題百分比的相關上， $r = .344$ ($p = .25$)，顯示電視新聞議題的情緒喚起程度與公眾議題的顯著性無關。在議題的觀點衝突與公眾重要議題百分比的相關上， $r = -.535$ ($p < .05$)，顯示電視新聞議題的觀點衝突程度與公眾議題的顯著性有關。但值得注意的是呈現負相關。在議題的個人影響與公眾重要議題百分比的相關上， $r = .514$ ($p = .07$)，顯示電視新聞議題的個人影響程度與公眾議題的顯著性無關。

3. 為回答研究假設三到五，本研究進行階層迴歸分析。表 4 呈現迴歸分析的結果，其中第一階層輸入人口變項，包括性別、年齡、教育程度；第二階層輸入媒介暴露、媒介依賴與媒介注意。

資料分析的結果顯示，性別、年齡與教育程度均可以預測議題多元。女性的重要議題多元性高於男性，年齡愈長，議題愈是多元，教育程度愈高，議題也愈多元。正如假設三預期，媒介暴露不能預測議題多元，假設四與假設五也都獲得支持，媒介依賴與媒介注意都會正面預測議題多元。

表四：議題多元的階層迴歸分析

| | 重要議題數量 |
|----------------------------|---------|
| 預測變項 | |
| First block | |
| 人口變項 | |
| 性別 (男=1, 女=2) | .09** |
| 年齡 | .18*** |
| 教育程度 | .10*** |
| Adjusted R ² | .04 |
| Second block | |
| 電視新聞使用 | |
| 看電視新聞天數 | .02 |
| 依賴程度 | .105*** |
| 注意程度 | .164*** |
| Adjusted R ² 增加 | .05 |
| 全部可解釋變異量 | .08 |

註：表格中之係數為最後迴歸方程式之標準化迴歸係數

** $p < .01$, *** $p < .001$

伍、小結

不同於以往議題設定研究的發現，本研究結果顯示電視新聞報導議題的顯著性與公眾議題的顯著性無關。且電視新聞報導議題的戲劇程度與公眾議題的顯著性也無關係。甚至，在觀點衝突程度上，顯示出反向關係。這意味著電視新聞在議題設定上的效果十分有限，不論是報導量或是報導方式，都與民眾對於哪些議題是重要議題無法產生影響。假設三也證實看電視時間無法預測議題多元，但是對電視的依賴以及對電視新聞的注意程度卻也以正面預測議題多元。

參考書目

- 何國華 (2002 年 4 月 28 日)。收視率下的集體焦慮。《中國時報》時論廣場。
- 章英華、傅仰止主編 (2004)。台灣地區社會變遷基本調查計畫：第四期第四次調查計畫執行報告。中央研究院社會學研究所。
- 黃寶玉 (2002 年 4 月 13 日)。誰需要 24 小時電視新聞？《中國時報》，時論廣場。
- 楊瑪利 (2002 年 4 月)。弱智媒體 大家一起來誤國？《天下雜誌》，第 251 期。
- 羅珮瑩 (2004 年 10 月 27 日)。謀殺記者的共犯結構。《中國時報》，時論廣場。
- 蘇蘅 (2005 年 5 月 19 日)。電視新聞還有救嗎？《中國時報》，時論廣場。
- Berger, A. A. (1998). *Media analysis techniques*. London: Sage.
- Cappella, J. N., & Jamieson, K. H. (1997). *Spiral of cynicism: The press and the public good*. NY: Oxford University Press.
- Chaffee, S., & Schleuder, J. (1986). Measurements and effects of attention to media news. *Human Communication Research, 13*, 76-107.
- Dearing, J. W., & Rogers, E. (1996). *Agenda setting*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Ditton, J., & Farrall, S. (2000). *The fear of crime*. Burlington, VT: Ashgate/Dartmouth.
- Doob, A. N.; & MacDonald, G. E. (1979). Television viewing and fear of victimization: Is the relationship casual? *Journal of Personality and Social Psychology, 37*, 170-179.
- Elliott, D. (1988). Family ties: A case study of coverage families and friends during the hijacking of TWA flight 847. *Political Communication and Persuasion, 5*, 67-75.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication, 43*(4), 51-58.
- Fowler, R. (1991). *Language in the news: Discourse and ideology in the British press*. New York: Routledge.
- Graber, D. (2004). Methodological development in research. In L. L. Kaid, (Ed.). *Handbook of political communication research* (pp. 45-68). Mahwah, NJ: LEA.
- Ghanam, S. (1997). Filling in the tapestry: The second level of agenda setting. In M. McCombs & D. Weaver (Eds.), *Communication and democracy: Exploring the intellectual frontiers in agenda-setting theory* (pp. 3-14). Mahwah, NJ: LEA.
- Ghanem, S. (1996). *Media coverage of crime and public opinion: An exploration of the second level of agenda setting*. Unpublished doctoral dissertation. University of Texas at Austin.

- Hall, S. (1981). A world at one with itself,. In S. Cohen & J. Young (Eds.), *The manufacture of news: Social problems, deviance, and the mass media*. (pp. 147-156). Newbury, CA: Sage.
- Heath, L. (1984). Impact of newspaper crime reports on fear of crime: Multimethodological investigation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 47, 263-276.
- Iyengar, S., & Reeves, R. (1997). *Do the media govern? Politicians, voters, and reporters in America*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Iyengar, S. (1987). Television news and citizens' explanations of national affairs. *American Political Science Review*, 81, 815-831.
- Jaehning, B., Weaver, D., & Fico, F. (1981). Reporting crime and fearing crime in three communities. *Journal of Communication*, pp. 88-96.
- Jeffres, L. W. (1997). *Mass media effects* (2nd ed.). Prospect Heights, IL: Waveland Press.
- Kahneman, D. (1984). Choice, values, frames. *American Psychologist*, 39, 341-350.
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1982). The psychology of preferences. *Scientific American*, 246, 6-42.
- Li, S. S. (1999). Market competition and media performance: Examining primetime series in Taiwan. *Asian Journal of Communication*, 9(2), 1-16.
- Liska, A., & Baccaglioni, W. (1990). Feeling safe by comparison: Crime in the newspapers. *Social Problems*, 37, 360-374.
- Lo, V. H., & Chang, C. C. (2005). Knowledge about the Gulf War: A Theoretical Model of Learning from the News. Paper presented at the annual meeting of Broadcast Education Association, Las Vegas, NV, U.S.A.
- Lo, V. H., King, P. T., Chen, C. H. & Huang, H. L. (1996), Political bias in the news coverage of the Taiwan's first Presidential Election. *Asian Journal of Communication*, 6(2), 43-64.
- Lo, V. H., Neilan, E., & King, P. T. (1998). Television coverage of the 1995 Legislative Election in Taiwan. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 42, 340-355.
- McCombs, E., & Ghanem, S. I. (2003). The convergence of agenda setting and framing. In S. D. Reese, O. H. Gandy, & A. E. Grant (Eds.), *Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world* (pp. 67-82). Mahwah, NJ: LEA .
- McCombs, M., Lopez-Escobar, E., & Llamas, J. P. (2000). Setting the agenda of attributes in the 1996 Spanish General Election. *Journal of Communication*, 50, 77-92.
- McCombs, M., Shaw, D., & Weaver, D. (1997). *Communication and democracy: Exploring the intellectual frontiers in agenda-setting theory*. Mahwah, NJ: LEA.
- McCombs, M. & Bell, T.(1996).The agenda-setting role of mass communication. In M. Salwen & D. Stacks (Eds.), *An integrated approach to communication theory and research* (pp. 93-110). Mahwah, NJ: Erlbaum.
- McCombs, M., & Zhu, J. H. (1995). Capacity, diversity, & volatility of the public agenda: Trends from 1954 to 1994. *Public Opinion Quarterly*, 59, 495-525.
- McCombs, M. (1995). The Focus of Public Attention. University of Rome "La Sapienza."
- McCombs, M. (1992). Explorers and surveyors: Expanding strategies for agenda setting research. *Journalism Quarterly*, 69, 813-24.

- McCombs, M. & Shaw, D. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36, 176-185.
- McLeod, J. M., Kosicki, G., & McLeod, D. M. (2002). Resurveying the boundaries of political communication effects. In J. Bryant & D. Zillman (Eds.), *Media effects: Advances in theory and research* (pp. 123-162). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- McLeod, J., & McDonald, D. G. (1985). Beyond simple exposure: Media orientations and their impact on political processes. *Communication Research*, 12, 3-33.
- Newhagen, J. E., & Reeves, B. (1992). The evening's bad news: Effects of compelling negative television news images on memory. *Journal of Communication*, 42, 25-41.
- Peter, J., & Vreese, C. (2003). Agenda-rich, agenda-poor: A cross-national comparative investigation of nominal and thematic public agenda diversity. *International Journal of Public Opinion Research*, 15(1), 44-64.
- Pierce, J. C., Lee-Sammons, L., Steger, M. A. E., & Lorvich, N. P. Jr. (1990). Media reliance and public images of environmental politics in Ontario and Michigan. *Journalism Quarterly*, 67, 838-842.
- Price, V., Tewksbury, D., & Powers, E. (1997). Switching trains of thought: The impact of news frames on readers' cognitive responses. *Communication Research*, 24, 481-506.
- Saris, W. E. (1997). The public opinion about the EU can easily swayed in different directions. *Acta Politica: International Journal of Political Science*, 32, 406-435.
- Semetko, A. H., & Valkenburg, P. A. (2000). Framing European politics: A content analysis of press and television news. *Journal of Communication*, 50(2): 93-109.
- Tankard, J., Hendrickson, L., Silberman, J., Bliss, K., & Ghanem, S. (1991). *Media frames: Approaches to conceptualization and measurement*. Paper presented at the annual convention of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Boston.
- Wang, G. & Lo, V. H. (2000). Taiwan. In S. A. Gunaratne (Ed.), *Handbook of the media in Asia* (pp. 660-681). New Delhi: Sage.
- Wanta, W., King, P. T., & McCombs, M. E. (1995). A comparison of factors influencing issue diversity in the U.S. and Taiwan. *International Journal of Public Opinion Research*, 7(4), 353-365.
- Weaver, D. H. (1977). Political issues and voter need for orientation. In D. L. Shaw and M. E. McCombs (Eds.), *The emergence of American political issues: The agenda setting function of the press*, pp. 107-110. St. Paul, MN: West.
- Weaver, J., & Wakshlag, J. (1986). Percieved vulnerability to crime, criminal victimization experience, and television viewing. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 30, 141-158.
- Williams, P., & Dickinson, J. (1993). Fear of crime: Read all about it? *British Journal of Criminology*, 33, 33-53.
- Zillmann, D. & Bryant, J. (1985). *Selective exposure to communication*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

計畫成果自評：

本研究有不同於過去研究的發現，在學術上有其貢獻。

對於電視實務界而言，可以幫助其瞭解電視新聞在議題重要性之傳播效果上的有限程度。

出席國際學術會議心得報告

| | |
|-------------------|---|
| 計畫編號 | NSC 95-2412-H-004-016-KGS |
| 計畫名稱 | 電視新興現象及其社會影響--觀看電視新聞的影響：動機與議題設定效果之 關連研究 |
| 出國人員姓名 服務機關及職稱 | 陳憶寧 國立政治大學廣告學系副教授 |
| 會議時間地點 | San Francisco, May 24-28, 2007. |
| 會議名稱 | Annual Conference of International Communication Association. |
| 發表論文題目 | 1. Chen, Yi-Ning. (2007). Social capital, human capital, and career success in public relations in Taiwan. Paper presented at the annual conference of International Communication Association. San Francisco, May 24-28, 2007. 2. Chen, Yi-Ning. (2007). Candidate agenda setting in the 2008 Taiwanese Presidential Election. Paper presented at the annual conference of International Communication Association. San Francisco, May 24-28, 2007. |

一、參加會議經過

本人於會議的前一天抵達會場，而後主要聽取政治傳播的各場論文發表，發現美國的政治傳播論文這幾年有許多關於極化民主(polarized democracy)的討論。令無有聽取幾場有關新媒體的研究。最後一天報告本人的兩篇論文，第一篇是議題設定，第二篇是公關的社會資本研究，過程順利。

二、與會心得

這次會議於舊金山舉行，會議中與許多國際知名學者見面，包括本人的指導教授以及當年與他一起創設議題設定理論的 Donald Shaw. 議題設定的學術圈非常國際化，重鎮在美國，但影響力括及南美與歐洲、亞洲等地。

公關的論文發表當中，見到韓國人的勢力龐大，韓國的博士生很多，積極發表的情況讓人驚訝，論文品質也都很不錯。這些博士生若回到韓國，必定成為學術上一股非常積極的力量，台灣的學術界除了栽培本土博士外，應該要正視出國唸博士的人數每況愈下，未來可以會有國際能見度降低的問題。