

行政院國家科學委員會專題研究計畫 成果報告

新聞報導與創傷：電視記者如何報導社會新聞、如何再現受害者？(2/2) 研究成果報告(完整版)

計畫類別：個別型
計畫編號：NSC 95-2412-H-004-027-
執行期間：95年08月01日至96年11月01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：陳偉婷、李昭安
大學生-兼任助理：郭宜婷

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28日

(一)計畫中文摘要

本研究主要聚焦在:

1. 台灣當前社會新聞有何特性，記者的採訪報導策略為何，針對違反法規與道德倫理的報導，新聞記者本人又是如何看待？記者需要什麼樣的協助。

2. 社會新聞又如何再現受害者？記者是否違反法規與道德倫理採訪受害者？從受害者的立場來看，記者要如何採訪受害者。

這些問題不只在新聞傳播學理上有再次省視的必要，對實務界專業意理的提昇也有其重要性。第一年採取內容分析法與深入訪談質量並重的研究方法，先以內容分析法分析社會新聞，589 則社會新聞中，發現媒體偏好採訪受害者及其家屬作為消息來源，內容也偏向當事人的情緒反應與創傷，報導方式也以採用普羅 (popular) 或八卦 (tabloid) 的戲劇化報導手法，朝向市場導向 (market-driven journalism)，尤其是對新聞現場音的重視。另外，社會新聞不顧人權、偵察公開的弊病仍然存在。再深入訪談抽樣新聞的製作者，有關新聞內容的決策過程，以對照的方式分析新聞文本是否有違背情理法的情事，記者又是如何看待自己的新聞。

第二年則根據第一階段的研究結果，分兩個層面來討論創傷 (trauma) 與新聞報導的關係，第一是受害者或家屬在新聞中通常扮演何種角色，又如何被使用及呈現在社會新聞報導中，並與受害者的意見對照，以受害者為出發點看電視新聞如何帶來二次傷害。第二部分則是以焦點團體的方式，邀請新聞工作者、受害者、律師、政府官員與傳播學者，針對社會新聞違背情理法的實際案例作討論，嘗試提出新聞工作者採訪社會新聞時，如何注意受害者及家屬的情緒，並以符合情理法的方式採訪製作新聞。

(二)計畫英文摘要

Ever since the early 1990s, sensational news has become the mainstream in Taiwan's news media, especially in crime, justice and disaster beats and professional ethics has clearly deteriorated. In the first year, this research examines how mass media cover crime, justice, and disaster by content analysis and consequently interview the journalists' news production decision-making and pressure followed by their decision. In the second year, this research studies how victims are represented and accordingly interview the victims in order to understand their attitude toward reports about them. The study is dedicated to improving media coverage of trauma, victims, conflict and tragedy. For the future plan of establishing database of crime, justice, and disaster, results will be adopted to advocate ethical and through reporting of trauma, educate journalists and develop more research regarding journalism and trauma.

第一年計畫

壹、前言

社會新聞的日漸受重視與 SNG (Satellite News Gathering) 引進有很密切的關係，國內首度起用 SNG 是在民國 82 年當時大陸劫機來台事件不斷，由台視首先起用國內第一台 SNG，不僅提供立刻、即時的新聞和現場的最新狀況，近年來媒體環境更是有大變動，有線電視迎頭趕上不讓三家無線電台專美於前，這場新聞戰更是讓各個新聞部絞盡腦汁如何爭取觀眾，因此 SNG 更成為新聞戰中不可缺少的利器。1996、1997 年可以說是 SNG 開始蓬勃發展的兩年，從 1996 年初的總統大選、就職典禮、立法院、賀伯風災、中台禪寺、宋七力與妙天等宗教事件，到劉邦友血案、宋楚瑜辭職以及香港回歸中國倒數專題等事件，SNG 可以說發揮的淋漓盡致。而到了 97 年白曉燕命案、香港回歸、溫妮風災、縣市長大選等重大事件，觀眾的認同也反應在收視率上 (許瓊文，1998)。

不只 SNG 的新聞影響了新聞品質，觀眾在特殊社會新聞事件中所造成的高收視率，讓報紙與廣電媒體加強對社會新聞的篇幅報導，更為了吸引閱聽眾增加收視率，在畫面與照片上極盡羶色腥的能事，對犯罪的細節鉅細靡遺的描述。1997 年的知名藝人白冰冰女兒白曉燕綁架案，在綁匪與白冰冰交涉贖款與交款時，大批媒體追逐警車暴露警方行蹤，是導致受害者慘遭撕票的可能原因之一。在五常街圍捕白曉燕案兇嫌，媒體的惡質競爭防礙了警方的辦案而且危及了眾人的生命，內容的模糊不清、錯誤百出，讓觀眾搞不清楚那一種才是正確的說法。在圍捕陳進興時，媒體罔顧南非官邸人質的性命，只為了追求快與刺激的新聞畫面和高收視率，竟然公然介入檢警雙方的辦案行動，災害與空難現場或是重大事件的新聞場景中，怵目驚心的屍體畫面更是震驚學界及觀眾(孫亞光，1993;蘇蘅，1994;;余佳璋，1998;楊喬，1998)。

這樣的現象在壹傳媒集團的引進之後更為嚴重，蘋果日報在頭版以大篇幅刊登令人怵目驚心的死亡事件或血腥照片，甚至還加上詳細的施暴過程與犯案經過，不時還有色情照片；壹週刊以跟蹤偷拍方式報導也引發爭議。因為蘋果日報的高閱讀率，也引起其他媒體爭相「蘋果化」，媒體爭相報導愈羶愈色愈腥的內容。部分媒體更打著新聞自由的旗號，把原本屬於不受政府不當干涉的自由權，跨大解釋成過當採訪的抗辯根據，將錯誤的報導尺度與手段正當化。更糟的是，為了讓情節更有看頭，媒體記者瘋狂追逐當事人，把嫌疑犯的一舉一動變成賣點，把受害者與家屬的傷痛與淚水當作高潮，完全無視於法、理、情的存在。

Steven M. Chermak (1995) 在 *Victims in the News* 提到新聞媒體把受害者當作

提高新聞市場的工具，尤其是受害者有激烈情緒反映時更是增加新聞性，成為眾家媒體提高收視率的利器，因此追逐受害者變成社會新聞的黃金定律。受害者的再現形象在台灣少有學術研究作系統性的調查，但是有許多案例與批評顯示台灣媒體追逐受害者的情況，不只是不顧新聞倫理道德甚至已經到違法的地步。白冰冰女兒白曉燕綁架案更是媒體剝削受害者的典型案例，媒體過當追逐當事人與關係人，在事件當中綁匪發出恐嚇信與被害人上半身裸照給白冰冰，竟有媒體把裸照刊登於顯著版面。被害者屍體被發現之後，甚至還刊出被害者遭受摧殘的肢體照片於頭版上，枉顧法律與新聞道德把加害者與其家屬以及受害者與其家屬硬生生搬上螢幕或版面。

蘋果日報五月二十七日的頭版照片，是一名小學三年級的女生慘遭凌虐的照片，小女孩瘦小的身體躺在病床上，血淋淋的下半身，臉部依稀可見，蘋果日報經過家人的允許拍照嗎？一定要拍小女孩衣衫不整，幾乎可辨認的畫面嗎？通緝犯張錫銘的太太在七月二十九號曝光，鄰居異樣的眼光，使得小孩子成長也將蒙上陰影。這就是記者的尺度寬鬆，有家媒體開先例，其他立刻跟進，造成愈來愈多不堪入目，危害嫌疑人、受害人與關係人的報導。有些電視台或報紙會辯稱閱聽人喜歡看，他們只好提供，或是可以達到警惕的效果，這些理由先不論合不合邏輯，都已經違反人權及法律。從法的觀點來看，除了違反刑事訴訟法的「偵查不公開原則」，強迫拍攝，將會侵犯受拍攝者的人格權，尤其是肖像權、名譽權及隱私權。若受拍攝者是十八歲以下，也會違反兒童及少年福利法。從理與情的觀點來看，嫌疑人可能一輩子被貼上標籤，即使後來證明無罪，受害者與家人已經承受莫大的哀痛，卻還要接受另一波打擊，加深創痛。

另外，還有一種呈現受害者形象的新聞手法，雖然沒有侵略性地直接拍攝，卻也被業界稱為比較「灑血」的報導，目前華視新聞也把這些項目當作新聞自律與淨化的目標（邱奕嵩、陳奕廷、陳思豪，2004）。舉例來說，車禍、自殺與災難現場，因為等待警方與檢方的處理，家屬尚未趕到死者多半是簡陋地被覆蓋，在無人阻止的情況下，記者常拍攝死者部分甚至全部屍體。等到家屬趕到，記者又爭相獵取家屬嚎啕大哭的鏡頭，這時的家屬悲痛尚且不及又如何想到記者可能對他們的二度傷害。念經焚燒冥紙是另一個殘忍的時刻，有的災難事件死者遺體無法尋獲，家屬思思切切召喚往生者的話語，常被電視新聞當作可貴的現場音，這也是侵犯隱私權的行為。

在台灣，學界對受害者再現的研究並不多，民間社團力量分散，而且沒有任何社會新聞的專屬自律或倡導組織。並不像美國已經發展出社會新聞的記者協會及研究組織，用公認刻度的尺為社會新聞把關，也介紹給社會新聞記者充電的資源。例如：「犯罪司法記者組織」（Criminal Justice Journalists, CJJ），成立於1997年，致

力於提升法律執行、犯罪與司法系統的新聞報導品質，這個非營利自律組織在 2001 年與賓州大學的犯罪研究中心合作，希望與學術結合，讓社會新聞報導成為有問題意識的研究。CJJ 還與南加大安納博格學院的司法與新聞中心集結社會新聞資深記者與學者的意見，出版一系列犯罪與司法新聞報導介紹。

台灣的社會新聞記者，沒有類似完整的經驗傳承與解說，有的靠的是個人經驗，有的是道聽塗說。每個記者的尺度都是相對的，難怪台灣的新聞水準不齊，不合法的現象多，即使合法也不一定合理。再者，社會新聞報導合法合理之後，就要追求合情。例如：如何報導受創的受害者與家人，很少有記者接受過任何的在職訓練，訓練如何在不冒犯與尊重受害者及其家人的情況下來採訪報導，大家都是瞎子摸象摸索而來的。有的記者注意到採訪受害者不應該是以偷窺的心態，也不要虛偽的情感攻勢，而是要以幫助人的心態，尊重受訪者是否受訪的決定，讓社會新聞也能有另一種美。這樣的記者值得勉勵，但是若能結合專業的知識，了解受害者與家人所受的心理創傷，記者在採訪時就可能避免冒犯受害者與家人。

本研究的方向是先以內容分析法提供當前社會新聞如何呈現受害者的實證資料，接著深度訪談社會新聞記者採訪時策略選擇的情境，如何在源頭的製程把關，第二年則是從受害者的角度出發，深度訪談受害者被採訪時的感受與考量，提供給第一線記者參考，最後希望集合產關學界與受害者代表，以焦點訪談的方式能建立一套採訪規範，讓記者避免傷害受害者與家屬的人權以及造成更嚴重的創傷。相關研究與文獻探討將繼續探討新聞記者的報導與受害者的關係。

貳、 相關研究與文獻探討

犯罪為什麼能成為新聞呢？延續 Durkheim (1951)、Foucault (1979) 的功能論觀點，藉由新聞媒體處罰那些犯罪者也就是偏離(主流)價值的人(Gans, 1979: 293) 媒體對犯罪者或受害者的報導，可以看成一種控制機制，對潛在犯罪者產生無形的嚇阻作用(Grabe, 1999: 158)，犯罪新聞也是一種公開儀式宣稱偏差行為抵觸道德(Gerbner, 1980)，如同 Erikson (1966) 認為公開執刑的消失與報紙興起密切相關(引述自蘇蘅, 2002)。Katz (1987) 開始發現功能論之外犯罪成為新聞的理由，是一種日常生活不可或缺的道德規範練習。

除了犯罪新聞，研究顯而除了暴力犯罪、司法新聞，各種意外(accidents)、災難(disaster)新聞也因為類似的特性，可以被歸類為大項的社會新聞，不論是在報紙或是電視媒體都有舉足輕重的地位，研究顯示報紙新聞比電視新聞更能真實呈現實際的犯罪統計數字，也就是電視新聞比較會誇張事實；而民眾對犯罪現象的認知也

比較傾向大眾媒介所塑造的形象。為什麼電視比較誇張呢？美國的例子是因為一個地區通常只有一家報紙卻有很多電視台，競爭的結果就讓電視台試圖發展一種能吸引觀眾與廣告主的營運方式，犯罪新聞就是可以發展的市場。而且好新聞對電視新聞而言就是最快的新聞，但是追求最快的情形下就失去正確。追求快又吸引人的新聞，使得電視台特別鍾愛殺人，火災或重大意外 (Sheley & Ashkins, 1981)。

台灣也有類似的現象，瞿海源(1999)發現,電視新聞注重聲光使得報導的內容強調現場，立即性，全觀印象與注重感情訴求;相反地，平面媒體重視事件分析與描繪細節。犯罪新聞的畫面與新聞敘事方式產生變化，常常製造社會亂象的恐慌來爭取收視率，部分研究就明白指出犯罪新聞具有商業價值，可以增加發行量 (Humphries,1995)， 犯罪新聞也常是競爭的場域 (蘇蘅、牛隆光、黃美燕、趙曉南，1999)。

而犯罪新聞中的人物也從原來嫌疑人、犯罪者、受害者的警惕功用，變成讀者自願投入情感，把新聞中的人物當作是一種經常性道德練習 (daily moral routine) 的對象，而在市場導向的社會新聞中，嫌疑人、犯罪者、受害者又是如何被呈現呢？國內對嫌疑人與犯罪者的研究不少，但是受害者部分不多，因此，本文先討論國外研究部分為主。

Chermak(1995)的 *Victims in the news* 與 Cote 和 Simpson(2000) 的 *Covering violence: A guide to ethical reporting about victims & trauma* 是兩本針對受害者與媒體關係的專書。前一本是描述媒體如何再現受害者，包括嚴重的犯罪愈有新聞價值，年輕與老年受害者比較會引起重視，受害者成為消息來源會使得新聞價值提高，也使得新聞本身更受輿論重視，平面媒體與電子媒體，區域媒體與全國媒體對受害者的描述也都略有不同。第二本則是在提醒新聞工作者如何避免受害者的二度創傷，包括如何訪問、如何撰寫新聞稿、影像擷取要如何避免侵害受害者等。以可倫布高中槍擊案為例，因為當時兇手是學生再加上死傷慘重，讓很多同學一直無法走出陰影，週年紀念的時候，各家媒體無不處心積慮規劃專題，希望能得到最令人感傷的畫面與故事，不過在專業社會新聞團體的協調下，以紀念會的方式讓記者採訪，學生與老師分別抒發自己的感想，所有媒體只能在紀念會上轉播，不能追逐採訪，會後也不能要求專訪，這樣的安排讓受害者與關係人避免再度受傷。

如前述，受害者的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。

除了 McManus 的「娛樂化新聞」，Paletz (1998) 把新聞分成三種：「菁英新聞」(elite news)、「普羅新聞」(popular news)、「八卦新聞」(tabloid news) 也與市場導向有關。「菁英新聞」指的是議題以政治、經濟為主，報導方式則是平鋪直敘不嘩眾取寵；「普羅新聞」傾向報導戲劇化、娛樂化和富有動作的「人情趣味」新聞；「八卦新聞」則是強調性、犯罪、名人生活以及醜聞等議題，以誇張的語言、視聽覺的刺激以及模擬方式 (re-stage event) 來報導，八卦報導也特別能引起觀眾注意。本文所研究的文本以電視社會新聞為主，議題上比較偏向 Paletz 所提的八卦報導，但是這種議題卻不一定要用八卦的報導方式，也可用比較平鋪直敘的手法。

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。本研究結合 Paletz (1998)、Vinson 與 Ertter (2002) 提出的概念建構社會新聞類目，以被拍攝的情事與場景來劃分消息來源是提供事實、還是只是一些情緒性的反應，藉此引發觀眾的同情、憐憫或欣賞。

另外，本文以感官主義研究所使用的影像策略、鏡頭策略、視覺效果、聽覺效果 (王泰俐, 2004)、是否有重建現場的表現手法，藉此觀察新聞是否強調視聽覺的刺激、是否有模擬現場的八卦式報導。因為分析文本屬於每日新聞，本身不會有太多的視覺、聽覺效果，因此從文獻中的相關效果，只採用與新聞比較相關的視覺效果：馬賽克、慢動作、快動作、失焦、不拍正面；聽覺效果則包括：變音、新聞主角現場自然音、人工音效、配樂。

參、 研究方法

第一年計畫中的第一階段中電視社會新聞的內容分析，因為國科會的補助，讓研究主持人能大量收集所有無線、有線電視台的社會新聞，總共分析時數 70 小時，則數將近六百則（589），對描繪國內電視社會新聞的概況，與增補社會新聞研究都有所貢獻。主持人和參與計畫的碩士班學生都因此受惠不少。本研究因為取得十家電視台的一週社會新聞資料，若只針對受害者部分分析不免可惜，為了能完整呈現當前社會新聞的全貌，本文還納入攝影決策的類目，是過去研究較少嘗試，因此將分析對象擴大到嫌疑人及其相關人、目擊者、檢警調單位等，增加許多額外的工作，報紙新聞的部分被迫必須刪除。

第一年計畫中的第二階段是針對所分析的新聞，深度訪問製作的記者其採訪、攝影決策，依照電視台的特性，訪談無線、有線電視台文字與攝影記者共 11 人，抽樣原則是，選擇新聞中有違背新聞倫理道德的樣本，徵求其製作記者的受訪意願，先訪問其當初製作新聞的過程與決策，最後則播放其製作的新聞，研究者訪問製作記者是否認為違背倫理，與其當初的道德考量（moral reasoning），受訪若認為過於敏感議題可拒絕回答，不過記者們在研究者匿名的承諾下，皆願意接受訪談。

肆、 研究結果

台灣媒體觀察基金會在 1999 年所做的媒體侵犯人權調查報告，包括台視、中視、華視、民視四家無線電視台，TVBS、東森兩家有線電視台六家電視台共七日的電視新聞報導中，當週發生許信良脫黨事件與紅標米酒漲價風波等政治、經濟新聞，但當週犯罪新聞總數高達一百八十五則，因為沒有細部資料無法交抽比對，不過可算出電視台的七天平均則數是 30.83 則。本文的內容分析則增加公視、中天、三立、年代四家電視台總共十台，同樣觀察七日電視新聞報導(95 年 9 月 2 至 8 號)，本文擴大對社會新聞的檢驗，不過發現犯罪新聞則數仍然高達 321 則。因為公視的總社會新聞只有 20 則，犯罪新聞可能更少故可將其忽略。9 家電視台平均七天的犯罪新聞量約為 33.44-35.6 則之間，略多於台灣媒體觀察基金會 1999 年的研究結果。其，比例上增加約 7.8%-13.4% 之間，顯示台灣電視媒體可能因為競爭激烈，犯罪新聞還是持續上漲，並沒有因為電視台數大致定型而趨緩。

若從各台社會新聞總量來看（見表一），以年代電視台 88 則、15% 為最多，接下來依序為東森（76 則、13%）、中視（68 則、12%）、中天與華視（63 則、11%）、TVBS 與三立（61 則、10%）、台視（54 則、9%）、民視（35 則、6%）與、公視（20 則、3%）。社會新聞的排序則大部分在前面的排序，第 1-10 則佔 57%，第 11-20 則佔 26%，第 21-30 則佔 15%，第 31-36 則佔 2%（見表二），也顯示社會新聞的確是爭取收視率的手段之一。社會新聞類型方面，以犯罪與司法新聞為最多 321 則，天

然災害 47 則，人為災害 156 則，其他 75 則（見表四）。

目前的研究進度已經初步發現，電視社會新聞的消息來源，其中以受害者及其家屬與相關人的訪問最多高達 450 次（見表六），目擊者、嫌疑人及其家屬與相關人次數明顯減少，各為 356 次與 319 次，也與美國研究雷同，台灣的電視新聞也將訪問受害者當成黃金定律。

對受害者的報導多半較少有純事實陳述、多半是比較戲劇化的情緒反應，以及讓人產生憐憫心情的「人情趣味」的故事呈現，還是有受害者及其家屬視在非自願的情形下被拍攝，甚至是不知情的被偷拍，或是毫無遮掩的被搬上螢光幕（見表十八），顯示電視新聞記者作業上的確需要建立一套規範，避免觸法、對受害者及其家屬二度傷害，也可以提供高品質的新聞。受害者與其家屬都有顯示其身分之線索曝光，突然被搬上螢光幕，為的還是令人難堪與不幸的事件。有的時候媒體會以失焦或不拍正面的方式避免曝光受害者及其家屬，此種影像策略比目擊者與嫌疑人及其家屬、相關人為多。

採訪的議題，提供瞭解案件所需的事實佔少數，多半是比較賺人熱淚的痛哭、法事、追憶或是全武行動手打加害者的情形等畫面（見表二十），拍攝策略傾向以特寫、近景顯示張力，偷拍現象還是存在，記者還會以俯視的角度拍攝被害人及其家屬，明顯多於其他受訪者。部分媒體還會使用慢動作的後製效果，令其在鏡頭前更顯無助，增加觀眾的同情與憐憫（見表二十一至二十三）。在聲音方面配樂的情形不多見，但是普遍使用新聞人物的現場自然音（natural sound），這些聲音多半是哭聲、悲憤的叫聲，法事聲，呼喊親人名字等，給人的感覺更為不捨，勾起閱聽人的同情憐憫的心情，戲劇化的效果似乎比配樂更強，但是過去研究卻都忽略這部分（見表二十四）。

而在電視台差別方面，公視採訪目擊者居多，嫌疑人、受害者與其家屬較少，總的來說，社會新聞相對較少，符合其不以嘩眾取寵新聞來吸引觀眾的主旨，以及公視自訂的採訪規範。無線電視台方面，擁有有線電視台的民視，作法與有線電視比較雷同，有比較多的社會新聞，而華視雖說有淨化新聞運動，社會新聞卻不見減少，是不是因為市場壓力，值得探究。

有線電視部分，對社會新聞都十分重視，過去常被批評以社會新聞衝收視率的東森、三立，在這次分析中反而比 TVBS 還少。是不是因為 TVBS 在打高捷弊案之前苦於收視率節節敗退，因此將社會新聞比重拉高，後續可以在深訪中查明。不論是有線電視台還是無線電視台，在採訪案件的主新聞之外，都喜歡另外做一些配合新聞，例如受害者、嫌疑人的學校或公司，訪問一下同學、同事其平時做人處事的

態度，與案情無關的「人情趣味」新聞，塑造當事人就像一般人一樣，暗示觀眾這些事也可能發生在你我身邊，增加移情作用。

台灣媒體觀察基金會的媒體侵犯人權調查報告，在法律方面，發現媒體明確違反偵察不公開，讓嫌疑人與被害人曝光；新聞倫理方面，在拍攝屍體、鬥毆、兇殺現場等畫面，畫面血腥殘忍。此外，檢警也經常向媒體透露案情，記者也常自行推斷、做出結論。這些現象在六年後還是普遍存在，雖然媒體對毫無遮掩的血腥畫面在輿論的牽制下懂得節制，但是其他情況甚至有更惡化的情形出現，例如：嫌疑犯人權、偵察不公開。本研究結果發現目擊者幾乎都清晰可辨，對嫌疑人及其家屬與相關人的保護更少，顯示國內媒體對人權的重視還是不夠，也沒有設身處地為當事人著想（見表十二）。在後製影像方面也多了戲劇化的慢動作或是迷幻的嗑藥影像，保護明顯較少（見表十四）。

目擊者多半會曝光也大多屬自願，描述事件發生經過、聽到可疑聲響與猜測案由，有跟拍與偷拍的影像策略，以俯視居多。鏡頭策略則是以近景居多，後製視覺策略有失焦及不拍正面，與受害者及嫌疑人明顯不同（表七至十一）。

這次的分析中也發現，重建現場的拍攝手法、以圖表詳細描繪事件經過，甚至是拍攝嫌疑人的現場模擬，普遍使用在各台（除了公視例外），有部分記者更跑到事發現場，頭頭是道的解說當時案件可能發生的過程，並預測對後續案情的影響。種種現象都顯示台灣的社會新聞是屬於市場導向，傾向報導戲劇化、娛樂化和富有動作的「人情趣味」新聞，以誇張的語言、視聽覺的刺激以及模擬方式來報導，尤其是對現場音的運用。

過去的感官新聞研究，注重聲音策略中的音效、音樂與變音，卻少有對新聞現場音的探究，新聞現場音雖然不像聲刺（sound bite）是一段獨立的訪問，但卻是一段獨立的聲音，現場音的地位與聲刺應該是不相上下，現場音引起觀眾的注意有過之而無不及，與一般認為的自然音（natural sound）差異很大，未來研究應該重視此種現場音與自然音的不同，在操作型定義上重新修正。

有了上述的初步結果，本研究第二階段則是依據新聞內容來訪問製作的新聞工作者，最重要是瞭解當初製作新聞的決策，包括文字記者的線索來源，對題材的決定，撰稿的取向，受訪者的選擇，對法規與倫理的認知以及所負擔的心理壓力等。攝影記者則包括畫面的取捨，角度選擇，鏡頭運用，後製效果的決策，對法規與倫理的認知以及所負擔的心理壓力等。打開這一個新聞產製策略的黑盒子，也許可以提供部分當前社會新聞現象的答案。

第一年的第二階段則是以深度訪談法抽樣新聞的製作者，以對照的方式分析新聞文本是否有違背情理法的情事，記者又是如何看待自己的新聞。其中包括文字記者的線索來源，對題材的決定，撰稿的取向，受訪者的選擇，對法規與倫理的認知以及所負擔的心理壓力等。攝影記者則包括畫面的取捨，角度選擇，法規與倫理的認知以及所負擔的心理壓力等。過去研究通常是單方面使用內容分析法調查新聞內容的普遍現象，或是使用問卷和深度訪談以調查記者的報導策略，很少根據某一位記者的新聞成品反問當時的報導策略與事後的看法，避免任一種單方面的研究方法容易驟下結論的缺點。

受訪者大部分認為社會新聞雖然都是負面的新聞，但是對社會有導正、預防與警惕的功能，而且能夠幫助受害人或是找出事件的原因，有一位受訪記者提到有一個砂石車撞機車案件，機車騎士被撞死了，若只是報導騎士死得很慘，就是很膚淺的新聞，若能進一步調查為什麼砂石車會撞機車，是偶發？是因為這個地方常有砂石車？或是為什麼騎士會被壓到，是因為與卡車內輪摩擦碰撞嗎？還是其他駕駛死角，這些東西是一般民眾比較需要知道的。

受訪記者不諱言自己的新聞要「靈活」，必須注重「黃金十秒（或六秒）」--新聞一開始的前十秒為了要留住觀眾，一定要把最強的畫面放在前十秒，受害者、目擊者與嫌疑人都可以讓黃金十秒更靈活。幾乎每位記者都提到如何要善用「黃金十秒（或六秒）」來提高收視率。尤其是受害者，因為是受害的一方，可以引起同情心與憐憫，讓新聞更可以抓住人心。因此，拍攝的角度與強調的部分，也以此為主，會近距離以特寫或近景拍攝受害者與家屬的表情，尤其是淚流滿面的鏡頭。反應比較激烈與富有感情的動作也是記者們不願錯過的鏡頭，例如：追打加害人，招魂法事等。

因為比較沒有敏感話題，受訪者多半表示自己遵守新聞道德與倫理，並會徵求受害者同意後才訪問，也不會刻意挑起被害人的情緒，過去研究可能也都只能到這部分，受訪者很少真心回答，都是冠冕堂皇的場面話，為了避免這個問題，才會找出違規的新聞並深度訪問製作的記者。

所以真正能問出比較多內心衝突的部分，是訪問者先播放受訪者之前的作品，詢問其當初的採訪決策，尤其是不當的採訪行為，收視率的確是主因之一，受害者的黃金定律深深影響新聞長官與記者，記者與主管都認為能衝高收視率的新聞，就是好新聞，尤其是長官，認為拍攝到別人拍不到的受害者與當事人，就是獨家，就是好新聞，一點也不考慮到新聞倫理道德。

有一則新聞是新竹領有重度智障手冊的女子，被踢爆根本就是個正常人，外表

和行為都不像是領有重度智障手冊的人，還會開車騎車接送小孩上下學，因此某台記者接獲爆料便前去採訪，並用針孔攝影機偷拍，將此女子與家人拍得非常清楚。受訪記者表示：

「這個新聞我沒有辦法忘記的原因，是因為我差點害人家去自殺.....我跟長官發生第一次衝突，因為這個長官並不是我們社會組平常調度的長官，他是代班人，也是社會組的記者喔，我不方便講他叫什麼名字，因為第一天帶班，他沒經驗，可是為了衝業績，衝表現，害死了這家人，有些人就是喪心病狂嘛，他就想要升官，就會踩死下面的人.....。」

這位記者也表示自己用針孔拍攝，確實不對，也算「踢到鐵板」，因為過去常用也沒發生什麼事，這次卻差點害人家自殺，算是很嚴重的警惕，記者也承認自己為此悔恨掉淚。

另外一個案例也是因為長官要求，一個心臟病昏倒的媽媽，因為機警的九歲女兒報警而救回一命，這是早上的新聞。後來此記者的長官發現，昏倒的媽媽是之前新聞有報導的私娼，所以下午就被要求把兩件新聞連結，但是這位記者表示，早上因為這則新聞是好的，所以小妹妹有被拍出來，若是晚上這樣報導，會害到小妹妹一家人，受訪記者拒絕採訪與製作此一新聞。結果，長官另外指派其他記者製作，還是把小妹妹與媽媽私娼的身份曝了光。

記者不只提到受到長官的指派影響，同業記者也會彼此影響，為了有比較不同於其他同業的畫面，記者們會各顯神通，第一要求是獨家，若無法獨家，至少也要在畫面上上一枝獨秀，採訪到當事人最好，採訪到當事人悲傷落淚更好，採訪到當事人有激烈反應最好，在這樣的邏輯之下，記者們很少去考慮到當事人的感受，以畫面到手為主。

部分受訪記者提到偷拍是逼不得已，為了要有當事人的說法，不得不以偷拍的方式，尤其部分受訪者私下願意交談，卻不願面對鏡頭，偷拍可以獲得最真實的當事人反應。記者也承認都會有心理壓力，但是如果是比較友善的受訪者，也沒有堅持不可以播出的，還是會播出，以非正面或失焦的方式處理畫面。但是如果對方很嚴厲的拒絕，有不少公司已經被告怕了，寧願不要這則新聞，也不要讓自己陷入被告的危險。

什麼樣的被害者是記者會主動放棄採訪，新聞倫理道德似乎不是主要考量，也不是受害者的意願，而是考量是不是會被告的情況，若是有被告的可能性，記者與長官才可能放棄採訪報導該名受害者，比如說：明文規定不能採訪的性侵害受害者，未成年的受害者，也是因為牽涉到公訴罪或是有違法之虞，或是過去有類似案件因此受罰，以及過去受過輿論批評的作法，記者與主管才會手下留情。

第二年計畫

本研究的第二年研究先以深度訪談方式瞭解被害人與家屬對媒體採訪的意見，被害人家屬因為身心俱疲，多半不願意接受採訪，在樣本選取上有很大的困難，也因此將計畫延至 2007 年 11 月 1 日結案。研究者從三方面著手尋求樣本，一是透過犯罪被害人保護協會的行政人員，徵詢來會尋求法律協助的被害人或家屬，是否願意接受訪談；二是研究者選取電視報導中的重大事件被害人，自行聯絡徵詢其受訪意願；三是以郵寄問卷的方式，透過犯罪被害人保護協會，寄至協會名單中的被害人或家屬，當事人可以選擇以填寫開放式問卷寄回或聯絡研究者前往訪談兩種方式。

總共深訪 19 位被害人或家屬，經由第一個方式接受訪談的受訪者有 8 位，透過第二個方式的有 5 位，填寫開放式問卷者有 5 位，聯絡研究者前往訪談者只有 1 位，值得一提的是，200 多份附回郵之郵寄問卷，只有 6 位回覆，顯示受害者或家屬的訪談，不適合透過郵寄方式尋找。透過 6 位回覆者得知，被害人或家屬尚有許多事亟待處理，或是心情未回復，或是深怕受騙與再受傷害，多半抱著多一事不如少一事的心情，這 6 位受訪者都表示是事後間接聽聞此研究計畫，或是感念協會的幫助，才決定回覆。

而研究者自行聯絡媒體報導的重大事件受害者的過程，首先，透過採訪此新聞的記者得知聯絡方式，再由研究者親自打電話或登門拜訪徵詢受訪意見，採用電話方式時，研究者必須以學校辦公室電話作為主要聯絡方式，因為電話詐騙集團案件層出不窮，受害者與家屬很有戒心，還必須提供國科會案件查詢系統網址給受害者與家屬，以及系辦電話佐證。而登門拜訪，研究者則以開自用車甚至攜帶家屬等方式，提供更多個人背景線索讓受訪者安心，通常受訪者第一次都約在公共場合或是直接拒絕，第二次才願意受訪或是讓研究者能進屋內訪談，研究過程十分困難。研究者發現提供愈多個人背景與聯絡佐證方式，最能得到受訪者信任，研究者當時年僅一歲半的兒子，扮演很大的關鍵角色博得受訪者信任，貼上學校識別證的自用車也是方式之一，與過去研究過程非常不同，值得後續研究者參考。

相對比較容易找到受訪者的方式是透過犯罪被害人保護協會，協會定期舉辦的法律諮詢時間，是很好的尋找受訪者的機會，因為研究者身份已被協會工作人員確認，幾乎不會受到拒絕，不過因為需要法律諮詢的案件多半是車禍案件，不只是因為車禍案件比較多，也是因為車禍責任歸屬難以釐清較需要法律服務，所以本研究的車禍案件受訪者也比較多，共有 7 件，而事由不詳則有 3 件皆為郵寄問卷，填答者只透露家人因案件死亡，共有 12 為受訪者又被媒體採訪的經驗（參見附件）。

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：

- 一、掠奪式採訪：記者只採訪事情當下那一次，而且通常是不留情面的採訪方式，也不顧當事人的感受，這種掠奪式的採訪，受害者與家屬反應最激烈，認為記者侵犯權利也較無倫理道德可言。其中一受訪者提到，台北的記者多半是互相支援，不是主線記者前來採訪，也比較沒有經營的觀念，只要採訪的到新聞，回去可以交差，多半不管受訪者心情，把受害人當獵物般。
- 二、無中生有式採訪：受訪者也提到，很多案件是各說各話，加害者當然有很多辯解之詞，但是記者要是聽信其言，往往會讓被害人更加氣憤，例如：受害小朋友明明是因為被悶在娃娃車上致死，記者一開始都報導園方的說法，是小朋友頸子上的護身符致死，令受害者家屬無法接受。更嚴重的是記者無中生有，其中一位受訪者的哥哥被歐致死，記者報導這位死者是遊民，家屬覺得莫名其妙。
- 三、功利式採訪：有些記者會來採訪好幾次，有位受訪者說，簡直是「照三節來問候」，尤其是又發生類似的事件時，記者又會過來挖瘡疤，雖然沒有很惡劣的行徑，但是集體採訪的壓力，讓受害人與家屬行動不自由，又再度受鄰居矚目，也要不斷回憶傷痛的往事。有的記者甚至可以不分日夜等在門口，用苦肉計希望家屬能出家門口說幾句話。
- 四、經營式採訪：多半是中、南部的地方記者會用經營式的採訪，因為他們是以區域為負責中心，為了以後採訪需要，多半不會與受害人與家屬「撕破臉」，較有同理心，有的受訪者甚至接受記者許多幫助，也對記者較有好感。從如何申訴，法律協助的轉介，甚至其中一位失去兒子的母親提到，兒子的告別式，某台很用心的主動提及幫忙剪輯生平，算是留下一段美好回憶。不過，這可能有假事件的疑慮，因為記者想要在公祭當天能作一則較令人同情落淚的新聞，剪輯生平影帶便能多一些感人畫面，此種策略應有更多倫理層面的討論。
- 五、受害人主導式採訪：有部分受訪者因為有媒體相關經驗或是學歷較高，知道或迅速理解媒體的運作方式，不僅懂得保護自己，甚至可以左右媒體的報導方向，不過大部分都不是第一時間的媒體採訪就能立刻主導記者，多半還是在後來的採訪中慢慢習得，例如有一為受訪者提到，為了避免媒體擾亂居家生活，當加害者被起訴時，就主動寫一封公開信給記者，記者有東西可以跟長官交代，也打消日夜跟蹤的念頭，在受訪者家門口前等了一

會兒就離開。有的受訪者因為家人意外喪生，特別注意公共安全問題，因此，也會主導記者要多宣傳公共安全意外的預防。其中有一為受訪者表示，因為自己十分懂得媒體運作，會營造對自己有利的氛圍，在法律過程中更加有勝算。

若受訪者沒有受接受過採訪經驗，其案件本身性質影響對媒體採訪的看法，有的案件投訴無門，或是得不到公道對待，加害人不肯認錯甚至逃避責任，這樣的受害人與一般受害案件的受訪者，對記者採訪也持歧異的態度，研究者將其分為兩類：

- 一、協助式採訪：有一位受訪者弟弟被誤認為仇家而被殺成重傷，但是警方讓受害家屬有吃案或是袒護對方的疑慮，受訪者就希望媒體能幫忙報導這個案件讓社會重視，也算是替自己出一口氣。或是有位受訪者是車禍案件的被害人，就認為如果當時有媒體採訪，就不會讓對方逃避責任，還能幫忙作證。
- 二、非必要採訪：這方面的意見是受害者想像，自己要是當時被採訪時會有什麼反應，受訪者多半都提及幾個重大的採訪不當事件，或是一般常見記者詢問被害者的不當問題，例如：「你的某某人過世，你會不會難過」？或是「你感覺如何」？受訪者多半認為，遇到這種事已經很悲慘，媒體採訪只會帶來更多驚嚇與不知所措，要是遇到問出離譜問題的記者，更是無法想像自己會如何失控。另有位受訪者則提到，記者常常無中生有令人生氣，他舉出自己一位遠親也遇不幸，記者當時隨便說他有不良記錄，似乎暗示此人遇劫是理所當然，也造成其親人的不滿與氣憤。這些都是非必要的採訪，與前述曾經受到媒體採訪的受訪者所提的「掠奪式採訪」、「無中生有式採訪」十分類似。

從上述的受訪者意見中，可以發現受害者對於事件發生的第一時間，是非常排斥媒體採訪，也不希望記者將鏡頭大刺刺地對受害者與家屬拍攝，讓自己一生中最糟糕的時刻，公告周知給親朋好友與街坊鄰居，更不希望記者不斷地問話，讓自己更不知所措。有一位受訪者因為是比較嚴重的事件，受訪者表示，他的面孔幾乎路上的人都認得，陌生人還會過來問候，即使沒有對話，也會跟他說「加油」。

受害者與家屬也很不喜歡偷拍的行為，即使用馬賽克或是側面拍攝，還是很容易被人認出來，而且原本受訪者認為記者是基於「好心」來問候或提供協助，原來只是在偷拍自己的回應，更覺得受騙與被背叛，讓情緒更加低落。

而上述這些採訪類型並不是彼此互斥，有時候受害者與家屬感受的記者的採訪方式是多重的，從剛開始的掠奪式，接下來的無中生有，遇到類似的事，記者又採

取功利式採訪，完全是不好的印象。有的則是剛開始有掠奪式的採訪，但在主線記者的誠心感動下，又認為後續的採訪是經營式。不過，記者也要小心被人利用，這部分焦點訪談中有較為詳細的討論。總結來說，受害人希望媒體在第一時間的劇變中保持距離，一定要採訪時，也能將心比心，注意問話的禮節，也不要將當事人拍出來，即使希望媒體幫助，也不希望報導太多細節。另外，採訪完也希望就此結束，不要一有相關事見發生就來採訪。

本研究第一階段是以深度訪談找出受害者與家屬對媒體採訪的看法，第二階段則是以焦點訪談的方式，讓產、官、學以及受害人一起對談，試圖尋找出一套規範保護受害者及其家屬、避免二度傷害的創傷的採訪守則，同時也讓記者不致侵害當事人權益與被利用。焦點團體人選包括：心理諮商師，社工，律師，法律、犯罪防治與新聞傳播領域學者，新聞記者與中高階主管，及受害人代表。

無論是新聞記者與中高階主管，對於受害人新聞都表示是「市場靈藥」，沒有人敢放手不報導，即使是公共電視的中階主管，也面臨到當所有的記者都把麥克風指向南亞大海嘯的生存者--一位 8 歲小妹妹，公視記者要不要也伸出麥克風，伸出去是因為大家都問了，難道公視不問，不伸出去是因為記者把這位小妹妹逼到牆角，強迫他說出自己的恐懼，是對受害者的二度傷害，公視身為公共媒體並不適合此種採訪手段。這也點出不論是記者與主管的兩個共同疑問：一是觀眾都愛看，為什麼不報導呢？二是當其他台都採訪了，為什麼不採訪呢？

另外一種說法，記者與主管表示，輿論對某些特定採訪例子大加撻伐，這些案例只是少數，多數記者在訪問時會注意自己的語言，或是避免把受害者家屬清楚地呈現在畫面，算是做到新聞倫理道德，不過，與會的其他專家學者則有不同看法。

心理諮商師與社工師都提到創傷後壓力症候群（Post-Trauma Stress Disorder, PTSD）可能對受害者的影響，他們認為受害者是非常多樣化的，可能是天災、人禍、大規模的災難，例如空難、地震或是海嘯，或是犯罪的被害人，例如車禍、家暴、性侵犯，也有可能是自殺的，同中還是有所差異，但一般受到這種創傷性心理創傷的受害者，共通的症狀有四點：觸景傷情、經驗重演，退縮逃避，疏離或神經緊繃。大部分的人大概都多多少少會有這四組反應，一個月內大部分的人會自然痊癒，但超過一個月以上，症狀還很明顯，就可能出現了 PTSD，媒體的採訪可能會加深負面的影響，雖然，新聞報導時已經避免受害者的清楚身影，但是相關資料還是會透露，以及記者採訪過程也已經先造成負面影響，尤其是記者們的集體壓力採訪，也常會彼此競爭造成失控場面，都是加深受害者的創傷的言行舉止。

法律系教授與律師則以集體壓力採訪為例，目前雖然沒有針對集體壓力採訪有

任何法律條文或判例，但是從目前看到的新聞報導中，其實有很多都是走在法律邊緣，只是受訪者沒有提出告訴，像是侵入住居，或是限制自由等方式。新聞傳播學者、受害人與談者及心理諮商師則對記者與主管的說法提出異議：記者通常會把自己不當行為歸咎於主管的要求，中階主管把責任推給高階主管，高階主管又會把責任推給「老闆」，因為老闆要的是收視率，業績才會好，因為受害者新聞常常讓收視率攀高。首先是收視率高真的是因為拍攝受害者而來的嗎？也許有其他原因。另一個不認同的理由是，記者審判或記者殺人的案件，常常是連記者彼此都會互相批評，那為什麼記者造成受害者二度傷害甚至是創傷壓力症候群，記者們卻都可以接受，甚至還覺得其他台都採訪了，為什麼不採訪！

心理諮商師與社工師認為記者與主管缺乏這方面的知識是原因之一，從目前媒體對同性戀者、外籍配偶與性侵害案件的報導，從原本將同性戀與愛滋病劃上等號，外籍配偶的刻板印象，或是暗示性侵害受害者的不當行為導致受害的偏頗報導，到現在逐漸注意避免塑造刻板印象，顯示經過教育與推廣是可以解決部分報導不當的問題。

記者與主管對新聞傳播學者與受害者代表說法表示可以贊成，但是在追求收視率的壓力下，很難在別台作了之後，自己卻不製作這條新聞，因此要如何避免第一個記者「衝鋒陷陣」避免大家「群起效法」，才能治標也治本。與會者皆提到有線電視進入競爭白熱化的初期，社會新聞往往走在法律邊緣，拍攝警方破獲酒店陪酒小姐全裸上陣，畫面幾乎是毫不遮掩，或是暴力血腥畫面也直接呈現到螢光幕上，直到後來新聞局強制依照廣電法與有線電視法罰款，此種惡劣風氣才逐漸消弭。

雖然受害者希望也能以處罰方式，但是受害者的新聞部分，除了青少年以及性侵害案件有法律規定，一般而言，還是要靠記者的新聞倫理道德，記者與主管認為這是無解的題目，因為就算自己的記者謹守分寸，一旦別台記者破壞默契，也只好跟隨。與談的記者提到每次在重大違反新聞倫理案件時，因為顧及輿論與台譽，記者若是提出不願意採取侵略性的採訪方式，來自主管的壓力會比平時減少。主管也坦承會因為受到媒體觀察團體的監督及輿論的影響，會減少收視率的考量，例如：中天記者採訪許瑋倫父親事件。但是在「風頭」過後，主管還是會在收視率考量之下，再度要求記者做出「好看」的新聞。

基本共識上，記者及主管與談者認為新聞工作者對受害者的認識幾乎為零，在焦點訪談的過程中才發現原來自己的採訪會對受害者造成如此嚴重的影響，也認為目前的採訪制度如同師徒制，新進記者是依樣畫葫蘆看資深記者怎麼作就直接模仿，常常會為了競爭而失控，因此，學校教育與在職教育必須將此部分納入。公民媒體觀察行動的確是媒體不當行為的制衡力量，但是媒體觀察行動不應該只是在發

生違反倫理道德重大案件時，才出現針砭之音，應該是定期列出觀察報告，雖然不像暴力血腥與色情案件可以立刻遭受罰款與限期改善的法令規定，但至少為了顧及輿論與台譽，經營者與中高層主管會對短期的收視率與長期的經營利益，做出取捨，讓第一線的記者不會背負收視率壓力而使得採訪行動荒腔走板。

歧異部分，新聞工作者對採訪受害者的尺度，與受害人想要維護的基本權利，有很大的差距，即使媒體記者不衝上前去堵訪問，也都會拍攝受害人親屬認領家人，以及法事招魂時的哭喊聲，這些時候的受害人家屬幾乎是失控與瘋狂的狀態，但這部分卻是媒體不願意錯過的精彩畫面。如果能像刑事案件圍上封鎖線，記者用攝影機遠調畫面，不會拍到細部狀況與家屬反應及聲音，是比較尊重家屬的作法。不過，受害人與談者感嘆地表示，因為於法無據，媒體還是會近距離拍攝，大概只有記者與主管經歷過意外失去親人與傷害，才能真正擁有同理心，在採訪時手下留情。

受害人與談者表示，本身所遭遇的意外事件是屬於重大公安意外，因此，自知記者不可能不來採訪，但是他發現讓一位比較親近與信任的親人跟媒體聯繫是可以免除一些麻煩，他委託娘家的哥哥代為處理媒體事務，比起事件發生初期，因為拒絕媒體採訪，媒體為了各顯神通做出傷害家屬的事情，中、後期媒體有問題直接找其兄長，其兄長會在授權範圍內回答媒體的問題，媒體也就沒有追著深受事件影響的直系家屬們。記者與主管與談者也認為在當事人拒訪的情形下，事件重大又不可能空手而回，常會抱著試試看的心情，如果有一位家屬可以出面代表當事人，的確減少媒體刻意競爭的機會，在彼此商量之後的折衷作法，也比較不會有媒體刻意不遵守。

記者與談者也提到，過去認為沒有採訪到當事人的訪問（sound bite），就是沒有盡到責任，現在則是會認為應該以受害者的需要為優先，但是必須推廣這種觀念到整個第一線與主管；而過去對共同採訪或是有安排的採訪，也認為是記者偷懶的招數，有能力的記者應該是要能破除萬難，「獨家」完成任務，但是現在也認為必須要在不二度傷害受害人的前提下，且經過受害人同意。記者與主管與談者也認為這部分的觀念必須推廣與監督，媒體才能慢慢接受。

受害者、社工師與心理諮商師則建議，最好有一個可以幫助受害者或是讓他們申訴的機制，幫忙他們對付採訪不當的記者。警察通常是處理案件的第一關，卻常常給媒體記者「方便」，而非以協助受害者為主，這部分也呼應了之前深度訪談部分受害者的意見，他們認為在整個案件中，警察與檢察官的處理態度讓人心寒，不太可能幫助受害者「應對」媒體。但是不可諱言，警察才是第一線人員，當通報到社工單位，再請社工單位協助受害人與家屬也已經太遲，所以深度訪談的受害者認為，警察必須再教育，或是可以將此觀念推廣到民間慈善團體，例如：慈濟，這些第一

線人員才有辦法幫助受害人，因為在沒有遭受到巨變前，根本就沒有人會去注意這樣的訊息。

法律學者與律師則提到記者也要小心避免被利用，尤其是在比較有爭議的事件，因為記者的報導會影響到輿論，進而影響到法律程序。記者可能會出現未審先判的情況，求證的工作要更加仔細。尤其是犯罪被害人的案件，媒體會對事後的賠償非常有興趣，但是媒體報導嫌犯時要特別注意，因為嫌犯未被起訴之前是沒有罪的，即使起訴但是沒有定罪之前也是無罪的狀況，因此嫌犯也有可能被侵害權利成為被害人。因此，除了被害人，嫌犯的人格權、隱私權等，都必須考量進去。

從第二年的研究結果可以發現，採訪受害者的倫理考量 (moral reasoning) 不可以用目的論 (teleological)，媒體工作者遇到倫理困境時常採功利取向 (utilitarian approach)，希望決策基礎是為大多數人追求之最大利益 (the greatest good for the greatest number)。但其最大問題在於，究竟誰才能決定什麼是對整個社區最好的利益，而最好的評判標準又為何？這些問題易使倫理困境最後落入某一特定個人抉擇 (Land & Hornaday, 2006)。相對於個人主義濃厚的功利取向，Land 與 Hornaday 認為社群取向 (communitarian approach) 是必須同時考量的哲學基礎，一切應以社群為最終考量，並在個人自由與社會秩序、權利與責任間求取平衡。但基本上，功利取向與社群取向皆屬目的論 (teleological)，旨在追求美好與快樂，只是後者強調對社群的義務。

採訪受害者必須注重的反而是程序正義，因此本研究認為義務論 (deontology) 才能避免記者打著追求最大利益的目的論，卻傷害了受害者與家屬，但是研究者也考慮到康德 (Kant) 的古典義務論可能過度強調人的理性，因此，研究者借用 Secker (1999) 的醫療倫理的現代康德義務論，Secker 認為人的理性與自律原則不必執著在康德原有的主張或範疇，當事人的自主 (autonomy) 或自我決定 (self-determination)，特別是病人可以決定醫療方式，除非當事人失去行為能力，不應該受到他人的影響，即使這樣的決定是不理性或是違反病人的最佳利益。也就是古典的追求人的自律與理性，轉而是尊重對當事人 (病人，本研究可視為受害者與家屬)，以其為中心的倫理關係，依其意願而自律。

雖然，採訪受害者與醫病關係不盡相同，不可能完全按照受害人及家屬的自主與自我決定，尤其是在重大天災人禍，變成社會矚目的案件時，但是對於受害人的要求卻不能完全忽視，造成其二度傷害甚至終生的陰影。因此，融合各方需求訂定受害者採訪守則，是本研究的重點，但是要如何驗證採訪守則的適切性與媒體的表現，還需要新聞記者的不斷以反思辯護方式 (apologetic) 分享其經歷倫理困境時的個人道德思考 (moral reasoning)，以及定期定時的公民媒體觀察行動配合。

參考文獻：

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。

陳順孝 (2000)：〈黑道陰影下的報導策略〉，《傳播文化》，8。

蘇蘅 (2002)：〈新聞裡的罪與罰-報紙與電視新聞如何再現青少年犯罪〉，《新聞學研究》，70。

張卿卿 (2002)：〈競選新聞框架與廣告訴求對選民政治效能與信賴感的影響〉，《新聞學研究》，70。

梁偉賢 (2003)：〈為誰服務：老闆、集團、黨派、還是讀者？——傳媒操守的個案與理論〉，《新聞學研究》，74。

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」會議論文 (II)，台北：中研院社會研究所，521-34。

Bek, M. G. (2004). Research Note: Tabloidization of News Media: An Analysis of Television News in Turkey. *European Journal of Communication*, 19(3), 371-386.

Bennett, P., Williams, Y., Page, N., Hood, K. Woollard, M., & Vetter, N. (2005). Associations between organizational and incident factors and emotional distress in emergency ambulance personnel. *British Journal of Clinical Psychology*, 44, 215-226.

Benson, R. (2006). News media as a “Journalistic Field”: What Bourdieu adds to new institutionalism, and vice versa. *Political Communication*, 23, 187-202.

Benson, R., & Neveu, E. (2005). Introduction: Field theory as a work in progress. In R. Benson, & E. Neveu (Eds.), *Bourdieu and the Journalistic Field* (pp. 1-28). UK: Polity.

Brayne, M. (2005). Book reviews. *Journalism*, 6(1), 117-120.

Briller, B. (1993). The tao of tabloid television. *Television Quarterly*, 26(4), 51-61.

Bull, C., & Newman, E. (2003). *Covering terrorism*. Available at: <http://www.dartcenter.org/articles/headlines/2003>

Calvert, C. (2000). *Voyeur Nation*. Boulder, Co: Westview Press.

Chermak, Steven M. (1995). *Victims in the news: Crime and the American news media*. Boulder, Co: Westview Press.

Cooper, C. P., & Roter, D. L. (2000). If it bleeds it leads: Attributes of TV health news that drive viewer attention. Public health Reports, 115, 331-338.

Cooper, C. P., Burgoon, M., & Roter, D. L. (2001). An expectancy-value analysis of viewer interest in television prevention news stories. *Health Communication*, 13(3), 227-240.

Cote, W., & Simpson, R. (2000). Covering violence: A guide to ethical reporting about victims and trauma. New York : Columbia University Press.

Couldry, N. (2003). Media meta-capital: Extending the range of Bourdieu's field theory. *Theory and Society*, 32, 653-677.

Dahlgren, P. (1988). Crime News: The Fascination of the Mundane. European Journal Of Communication, 3(2), 189-206.

Dworznic, G. (2006). Journalism and trauma: How reporters and photographers make sense of what they see. *Journalism Studies*, 7(4), 534-553.

Feinstein, A., Owen, J., & Blair, N. (2002). A hazardous profession : War, journalists and psychopathology. *American Journal of Psychiatry*, 159(9), 1570-1575.

Feinstein, A. (2003). *Dangerous lives: War and the men and women who report it*. Toronto: Tomas Allen.

Figley, C. (1995). Compassion fatigue as secondary traumatic stress disorder: An overview, In C. Figley (Ed.), *Compassion fatigue: Coping with secondary traumatic stress disorder in those who treat the traumatized*. New York: Brunner/Mazel.

Grabe, M. E. (1997). Tabloid and traditional television news magazine crime stories: Crime lessons and reaffirmation of social class distinctions. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 73(4), 926-426.

Grabe, M. E., Lang, A., Zhao, X. Q. (2003). News content and form - Implications for memory and audience evaluations. *Communication Research*, 30(4), 387-413.

Grabe, M. E., Zhou, S., Lang, A., & Bolls, P. (2000). Packagin television news: The effects of tabloid on information processing and evaluative responses. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 44(4), 581-598.

Johnson, M. (1999). Aftershock: Journalists and trauma. *Quill*, 87, 14-19.

Joseph, S. (2000). Psychometric evaluation of Horowitz's impact of event scale: A review. *Journal of Traumatic Stress*, 13, 101-114.

Katz, J. (1987). What makes crime "news"? *Media, Culture and Society*, 9(1), 47-75.

Marlière, P. (1998). The rules of the journalistic field: Pierre Bourdieu's contribution to the sociology of the media. *European Journal of Communication*, 13(2), 219-234.

Matloff, J. (2004). Scathing memory. *Columbia Journalism Review*, 43, 19-21.

Maxson, Jan. (2000). Training journalism students to deal with trauma. *Journalism & Mass Communication Educator*, 55(1), 79-86.

McManus, J. H. (1994). *Market-driven journalism*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Mosco, V. (2006). Strange topography: Globalization at Ground Zero. Paper for the Conference of the Canadian Communication Association at the Annual Meeting of the Congress of Learned Societies, Toronto. Available at: <http://www.queensu.ca/sociology/files/Strange%20topography1.pdf>

Neveu, E. (2005). Bourdieu, the Frankfurt School, and cultural studies: On some misunderstandings. In R. Benson, & E. Neveu (Eds.), *Bourdieu and the Journalistic Field* (pp. 195-213). UK: Polity.

Newman, E., Simpson, R., & Handschuh, D. (2003). Trauma exposure and post-traumatic stress among photojournalists. *News Photographer*, 58, 4-14. Paletz, D. L. (1998). *The media in American politics*. New York: Longman.

Peelo, M. (2006). Framing homicide narratives in newspapers: Mediated witness and the construction of virtual victimhood. *Crime Media Culture*, 2(2), 159-175.

Pyeovich, C., Newman, E., Daleiden, E. (2003). The relationship among cognitive

schemas, job-related traumatic exposure and post-traumatic stress disorder in journalists. *Journal of Traumatic Stress*, 16, 325-328.

Salston, M., & Figley, C. (2003). Secondary traumatic stress effects of working with survivors of criminal victimization. *Journal of Traumatic Stress*, 16, 167-174.

Secker, B. (1999). The Appearance of Kant's Deontology in Contemporary Kantianism: Concepts of Patient Autonomy in Bioethics. *Journal of Medicine and Philosophy*, 24(1), 43-66.

Sheley, Joseph F., & Ashkins, Cindy D. (1981). Crime, crime news and crime views. *Public Opinion Quarterly*, 45, 492-506.

Shrum, L. J., & Bischak, V. (2001). Mainstreaming, resonance, and impersonal impact: Testing moderators of the cultivation effect for estimates of crime risk. *Human Communication Research*, 27(2), 187-215.

Simpson, R., & Boggs, J. (1999). An exploratory study of traumatic stress among news paper journalists. Journalism and Communication Monographs, 1, 1-26.

Vettehen, P. H., Nuijten, K., & Beentjes, J. W. J. (2006). Research note: Sensationalism in Dutch current affairs programmes 1992-2001. European Journal of Communication, 21(2), 227-237.

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.

Violanti, J. (1999). Police trauma: psychological impact of civilian combat, In J. Violanti and D. Paton (Eds), Police trauma : Psychological impact of civilian combat. Springfield, IL : Charles C. Thomas.

附件一：統計表格

表一：各台社會新聞總量

台別	次數	百分比%
1 台視	54	9
2 中視	68	12
3 華視	63	11
4 民視	35	6
5 公視	20	3
6 年代	88	15
7 TVBS	61	10
8 中天	63	11
9 SETN	61	10
10 ETTV	76	13

589

Chi-Square=57.26486***

*** p<.000

表二：社會新聞排序

排序	次數	排序	次數	排序	次數	排序	次數
1	43	11	20	21	11	31	2
2	44	12	26	22	5	32	3
3	48	13	17	23	8	33	1
4	39	14	13	24	12	34	3
5	36	15	13	25	13	35	1
6	34	16	12	26	11	36	2
7	26	17	17	27	11		
8	23	18	14	28	8		
9	21	19	11	29	5		
10	20	20	11	30	5		
	334		154		89		12
	57%		26%		15%		2%

N=589

表三：有無人死亡

死亡人數	次數
0	473
1	95
2	16
3	5
	589
共死亡 142 人	

表四：社會新聞類型

類型	次數	百分比%
1 犯罪新聞	192	33
2 司法新聞	119	20
3 天然災害	47	8
4 人爲災害	156	26
5 其他	75	13
	589	100
Chi-Square=117.239***		

*** p<.000

表五：新聞影音內容來源（複選題）

類型	次數
記者拍攝	571
蒐證帶	21
其他	73

N=589

表六：受訪者類型（複選題）

類型	次數	
目擊者	356	356
受害者形象	282	450
被害人之家屬	150	
被害人之相關人	20	
嫌疑人	264	319
嫌疑人家屬	23	
嫌疑人相關人	32	

表七：目擊者形象

類型	男	女	無法判斷
性別	316	39	1
類型	是	否	無法判斷
足以顯示其身分之線索曝光	328	28	
是否自願曝光	342	6	8
目擊發生經過	41	315	
聽到可疑聲響	4	352	
猜測案由	72	284	

N=356

表八：目擊者被拍攝的影像策略

類型	是	否
跟拍	1	355
偷拍	7	349
俯視	46	310
仰視	18	338

N=356

表九：目擊者被拍攝的鏡頭策略

類型	是	否
----	---	---

特寫	8	347
近景	316	39
中景	48	307
遠景	19	336

N=356

表十：目擊者被拍攝的後製視覺效果

類型	是	否
馬賽克	0	356
慢動作	0	356
快動作	0	356
失焦	1	355
不拍正面	21	335
其他	23	333

N=356

表十一：目擊者被拍攝的後製聽覺效果

類型	是	否
變音	0	356
新聞主角現場自然音	5	351
人工音效	0	356
配樂	0	356
其他	4	352

N=356

表十二：嫌疑人被拍攝的形象

類型	是	否	無法判斷
十八歲以下嫌疑人曝光	3	261	
十八歲以上嫌疑人曝光	222	42	
嫌疑人性別	230	25	9
嫌疑人是否戴手銬、腳鐐	59	199	6

公佈嫌疑人前科	20	244
(警局)警方對嫌疑人的 「審訊」式訪談	1	263
(現場)警方對嫌疑人的 「審訊」式訪談	0	264
(警局)記者對嫌疑人的「審訊」 式訪談	21	243
(現場)記者對嫌疑人的「審訊」 式訪談	9	255

N=264

表十三：嫌疑人被拍攝的場景

類型	是	否
事發現場	43	221
醫院	2	262
警局	99	165
法庭	10	254
檢察署	44	220

N=264

表十四：嫌疑人被拍攝的後製視覺效果

類型	是	否
嫌疑人吸食搖頭丸轟趴或是其 他的裸體影像(違反人權)	3	261
馬賽克	10	254
慢動作	14	250
快動作	0	264
失焦	6	258
不拍正面	18	246
其他	5	259

N=264

表十五：被害人被拍攝的形象

類型	男	女	無法判斷
性別	193	83	6

類型	是	否	無法判斷
足以顯示其身分之線索曝光	88	193	1
是否自願曝光	247	24	11
拍攝被害人屍體	7	275	
是否有血腥畫面	7	275	
記者進入急診室採訪攝影	29	248	5

N=282

表十三：被害人被拍攝的場景

類型	是	否
事發現場	161	121
醫院	60	222
警局	0	282
法庭	4	278
檢察署	0	282

N=282

表十三：被害人被拍攝的情事

類型	是	否
描述發生經過	103	179
痛哭	12	270
死亡	7	275
其他	199	83

N=282

表十四：被害人被拍攝的影像策略

類型	是	否
跟拍	0	282
偷拍	16	266
俯視	102	180
仰視	17	265

N=282

表十五：被害人被拍攝的鏡頭策略（可複選）

類型	是	否
特寫	37	245
近景	223	59
中景	119	163
遠景	62	220

N=282

表十六：被害人被拍攝的後製視覺效果

類型	是	否
馬賽克	4	278
慢動作	1	281
快動作	0	282
失焦	9	273
不拍正面	36	246
其他	15	267

N=282

表十七：被害人被拍攝的後製聽覺效果

類型	是	否
變音	0	280
新聞主角現場自然音	223	57
人工音效	1	279
配樂	0	282
其他	2	280

N=282

表十八：被害人家屬被拍攝的形象

類型	是	否	無法判斷
足以顯示其身分之線索曝光	126	24	
是否自願曝光	141	6	3

N=150

表十九：被害人家屬被拍攝的場景

類型	是	否
事發現場	12	138
醫院	32	118
警局	0	150
法庭	0	150
檢察署	0	150

N=150

表二十：被害人家屬被拍攝的情事

類型	是	否
打加害者	0	150
痛哭	73	77
法事	10	140
懷念被害人	14	136
控訴加害者	23	127
猜測案由	12	138
其他	96	54

N=150

表二十一：被害人家屬被拍攝的影像策略

類型	是	否
跟拍	1	149
偷拍	8	142
俯視	60	90
仰視	23	127

N=150

表二十二：被害人家屬被拍攝的鏡頭策略

類型	是	否
特寫	55	95
近景	136	14
中景	51	99
遠景	16	134

N=150

表二十三：被害人家屬被拍攝的後製視覺效果

類型	是	否
馬賽克	7	143
慢動作	2	148
快動作	0	150
失焦	0	150
不拍正面	24	126
其他	9	141

N=150

表二十四：被害人家屬被拍攝的後製聽覺效果

類型	是	否
變音	0	150
新聞主角現場自然音	130	20
人工音效	0	150
配樂	0	150
其他	1	149

N=150

表二十五：被害人之相關人被拍攝的形象

類型	是	否	無法判斷
足以顯示其身分之線索曝光	11	9	
是否自願曝光	18	1	1

N=20

表二十六：被害人之相關人被拍攝的場景

類型	是	否
事發現場	1	19
醫院	0	20
警局	0	20
法庭	0	20
檢察署	0	20

N=20

表二十七：被害人之相關人被拍攝的情事

類型	是	否
打加害者	0	20
痛哭	2	18
法事	0	20
懷念被害人	3	17
控訴加害者	0	20
猜測案由	5	15
其他	15	5

N=20

表二十八：被害人之相關人被拍攝的影像策略

類型	是	否
跟拍	0	20
偷拍	0	20
俯視	2	18
仰視	0	20

N=20

表二十九：被害人之相關人被拍攝的鏡頭策略

類型	是	否
特寫	1	19
近景	13	7
中景	4	16
遠景	1	19

N=20

表三十：被害人之相關人被拍攝的後製視覺效果

類型	是	否
馬賽克	1	19
慢動作	0	20
快動作	0	20
失焦	0	20
不拍正面	1	19
其他	4	16

N=20

表三十一：被害人之相關人被拍攝的後製聽覺效果

類型	是	否
變音	0	20
新聞主角現場自然音	17	3
人工音效	0	20
配樂	1	19
其他	0	20

N=20

表三十二：嫌疑人家屬被拍攝的形象

類型	是	否	無法判斷
足以顯示其身分之線索曝光	11	12	
是否自願曝光	17	1	5

N=23

表三十三：嫌疑人家屬被拍攝的場景

類型	是	否
事發現場	1	22
醫院	1	22
警局	3	20
法庭	0	23
檢察署	5	18

N=23

表三十四：嫌疑人家屬被拍攝的情事

類型	是	否
道歉	0	23
痛哭	3	20
喊冤	10	13
猜測案由	0	23

N=23

表三十五：嫌疑人家屬被拍攝的影像策略

類型	是	否
跟拍	0	23
偷拍	5	18
俯視	5	18
仰視	1	22

N=23

表三十六：嫌疑人家屬被拍攝的鏡頭策略

類型	是	否
特寫	3	20
近景	16	7
中景	8	15
遠景	6	17

N=23

表三十七：嫌疑人家屬被拍攝的後製視覺效果

類型	是	否
馬賽克	2	12
慢動作	0	23
快動作	0	23
失焦	1	22
不拍正面	2	21
其他	2	21

N=23

表三十八：嫌疑人被拍攝的後製聽覺效果

類型	是	否
變音	0	23
新聞主角現場自然音	17	6
人工音效	1	22
配樂	0	23
其他	0	23

N=23

表三十九：嫌疑人相關人被拍攝的形象

類型	是	否	無法判斷
足以顯示其身分之線索曝光	9	23	
是否自願曝光	31	1	

N=32

表四十：嫌疑人相關人被拍攝的場景

類型	是	否
事發現場	0	32
醫院	0	32
警局	0	32
法庭	0	32
檢察署	0	32

N=32

表四十一：嫌疑人相關人被拍攝的情事

類型	是	否
道歉	0	32
痛哭	0	32
喊冤	2	30
猜測案由	7	25

N=32

表四十二：嫌疑人相關人被拍攝的影像策略

類型	是	否
跟拍	0	32
偷拍	2	30
俯視	13	19
仰視	3	29

N=32

表四十三：嫌疑人相關人被拍攝的鏡頭策略

類型	是	否
----	---	---

特寫	0	32
近景	20	12
中景	14	18
遠景	3	29

N=32

表四十四：嫌疑人相關人被拍攝的後製視覺效果

類型	是	否
馬賽克	0	32
慢動作	0	32
快動作	0	32
失焦	0	32
不拍正面	17	15
其他	10	22

N=32

表四十五：嫌疑人相關人被拍攝的後製聽覺效果

類型	是	否
變音	0	32
新聞主角現場自然音	0	32
人工音效	0	32
配樂	0	32
其他	0	32

N=32

表四十六：其他爭議事項

類型	是	否
記者進入現場拍攝	320	150
記者拍攝陳列贓物	28	442
記者拍攝警檢進行搜索或扣押	54	416
檢察官公開向媒體透露具體案情	61	409

記者拍攝法庭內審訊畫面	4	466
警局公開向媒體透露具體案情	24	445
記者強制拍攝或採訪法庭外當事人	1	469
記者干擾當事人送醫或治療過程	0	470
醫師描述當事人之傷勢病情	11	459
記者自行推斷結論	218	252

N=470

附件二：編碼表

新聞報導與創傷：電視記者如何報導社會新聞、如何再現受害者？
電視犯罪新聞報導之監看表格設計說明與注意事項：

1. 本計劃研究重點為觀察對象（台視、中視、華視、民視、公視、年代、TVBS、5 中天、SETN、ETTV）採訪之社會新聞。包括：犯罪新聞、天然或人為災害、司法新聞。至於社會名流諷聞、社會現象或問題概述、商品促銷、外電犯罪新聞等廣義之社會新聞不在觀察範圍內。
2. 執行本計劃時，必須翔實記錄每天觀察對象之新聞順序，以及犯罪新聞報導總長度與該單元新聞報導（不含廣告）之總長度，作為計算犯罪新聞重要性與比例的依據。
3. 在觀察時，若該則新聞之問題，不在監督表格類目中，或監督員對表格類目有疑義者，請將問題寫在問題欄中，並註記整體印象，定期聚會時提出討論。
4. 觀察對象在每則犯罪新聞播出時，若有任何技術性之錯誤（如導播播錯影片，主播吃螺絲，影片斷訊等），請在問題欄上註記。

5. 表格一說明如下：

C. 新聞總長度（不含廣告）共_____分，新聞總則數，共_____則

因為新聞不一定是準時七點整（無線台）或六點整（有線台）開始，所以總長度用片頭開始算起，至新聞最末片尾放完止。一則新聞，可能是主播乾稿，主播稿+SOT，主播稿+BS，主播稿+sound on，主播稿+BS+sound on，主播稿+MTV。

D. 社會新聞總長度共_____分，社會新聞總則數，共_____則

社會新聞的總長度共多少分，其中包括了幾則社會新聞。

5. 表格二說明如下：

- 將嫌疑人曝光（樣貌、身分證、住址或其他等可辨認其真實身份之資訊）
- 將被害人或相關人曝光（樣貌、家屬、住址等可辨認其真實身份之資訊）
- 進入刑案現場拍攝，有破壞現場之虞
- 血腥畫面，血跡等呈現會引起觀眾負面感受
- 拍攝被害人之屍體（包括檢方相驗、勘驗現場時，記者拍出全部或部分屍體，全遮蓋、遮蓋部份或完全不遮蓋，須加以說明）
- 記者和警方對嫌疑人的「審訊」式訪談
- 重建現場式的拍攝手法（包括警方要求嫌疑人進行的「表演式」現場重建；以及當事人不在場而由記者自行「揣測模擬」式的現場重建）
- 警檢進行搜索及扣押時，媒體在場拍攝

監看表格一：每日社會新聞清單

- A. 台別：_____ (台視、中視、華視、民視、公視、年代、TVBS、中天、SETN、ETTV)
- B. 日期：____月____日；____點____分開始，____點____分結束。
- C. 新聞總長度（不含廣告）共_____分，新聞總則數，共_____則
- D. 犯罪新聞總長度共_____分，犯罪新聞總則數，共_____則
- E. 播報人：_____
- F. 記錄人：_____

監看表格二：每則犯罪新聞問題記錄表

月 日，第 分開始
電視台：_____ 主播：_____ 新聞播報序：_____
採訪記者：_____, _____, _____, _____, _____
新聞標題：_____
新聞摘要：_____

一、社會新聞類型： 犯罪新聞 司法新聞 天然災害 人爲災害 其他，

二、犯罪新聞類型(若涉及兩件以上的案件請複選並註明)： 強盜搶奪 傷害
 飆車 竊盜 詐欺 妨害風化 性犯罪 殺人 恐嚇 綁票勒贖
 吸毒 其他，_____

三、影帶內容 (可複選)： 記者拍攝 蒐證帶 其他，_____

四、是否進入司法程序： 是 否 無法判斷

五、被拍攝者形象

A. 目擊者形象 (非當事人)

性別：_____

- 目擊者有足以顯示其身分之線索曝光： 是 否
- 目擊者是否自願曝光： 是 否 無法判斷
- 目擊者被拍攝的情事 (可複選)： 目擊發生經過 聽到可疑聲響 猜測案由 其他，_____
- 目擊者被拍攝的影像策略 (可複選)： 跟拍 偷拍 俯視 仰視 無
- 目擊者被拍攝的鏡頭策略 (可複選)： 特寫 近景 中景 遠景 其他，_____
- 目擊者被拍攝的後製視覺效果 (可複選)： 馬賽克 慢動作 快動作 失焦 不拍正面 其他，_____ 無
- 目擊者被拍攝的後製聽覺效果 (可複選)： 變音 新聞主角現場自然音 人工音效 配樂 其他，_____ 無

B. 嫌疑人 (犯罪者)

8. 嫌疑人曝光：十八歲以下嫌疑人曝光： 是 否 無

9. 十八歲以上嫌疑人曝光： 是 否 無

10. 嫌疑人性別： 男 女

11. 嫌疑人是否戴手銬、腳鐐： 是 否

嫌疑人被拍攝方式：_____

12. 公佈嫌疑人前科： 是 否

13. (警局) 警方對嫌疑人的「審訊」式訪談： 是 否

14. (現場) 警方對嫌疑人的「審訊」式訪談： 是 否
15. (警局) 記者對嫌疑人的「審訊」式訪談： 是 否
16. (現場) 記者對嫌疑人的「審訊」式訪談： 是 否
17. 嫌疑人被拍攝的場景 (可複選)： 事發現場 醫院 警局 法庭 檢察署 其他，_____
18. 嫌疑人吸食搖頭丸轟趴或是其他的裸體影像 (違反人權)： 是 否
有無後製影像策略 (可複選)： 馬賽克 慢動作 快動作 失焦 不拍正面 其他，_____ 無

C. 受害者形象

19. 拍攝被害人： 是 否 無
20. 被害人性別： 男 女
21. 被害人有足以顯示其身分之線索曝光： 是 否
22. 被害人是否自願曝光： 是 否 無法判斷
23. 被害人被拍攝的場景： 事發現場 醫院 警局 法庭 檢察署 其他，_____
24. 被害人被拍攝的情事 (可複選)： 描述發生經過 痛哭 死亡 其他，_____
25. 拍攝被害人屍體： 是 否
(說明拍攝畫面)：_____
26. 是否有血腥畫面 (拍攝鬥毆、兇殺現場之血跡等畫面)： 是 否
(說明拍攝畫面)：_____
27. 記者進入急診室採訪攝影： 是 否 無法判斷
28. 被害人被拍攝的影像策略 (可複選)： 跟拍 偷拍 俯視 仰視 無
29. 被害人被拍攝的鏡頭策略 (可複選)： 特寫 近景 中景 遠景 其他，_____
30. 被害人被拍攝的後製視覺效果 (可複選)： 馬賽克 慢動作 快動作 失焦 不拍正面 其他，_____ 無
31. 被害人被拍攝的後製聽覺效果 (可複選)： 變音 新聞主角現場自然音 人工音效 配樂 其他，_____ 無

D. 被害人家屬

32. 拍攝被害人家屬： 是 否 無
33. 被害人家屬有足以顯示其身分之線索曝光： 是 否
34. 被害人家屬是否自願曝光： 是 否 無法判斷
35. 被害人家屬被拍攝的場景： 事發現場 醫院 警局 法庭 檢察署 其他，_____
36. 被害人家屬被拍攝的情事 (可複選)： 打加害者 痛哭 法事 懷念被害人 控訴加害者 猜測案由 其他，_____
37. 被害人家屬被拍攝的影像策略 (可複選)： 跟拍 偷拍 俯視

- 仰視 無
38. 被害人之家屬被拍攝的鏡頭策略（可複選）： 特寫 近景 中景
 遠景 其他，_____
39. 被害人之家屬被拍攝的後製視覺效果（可複選）： 馬賽克 慢動作 快動作
 失焦 不拍正面 其他，_____ 無
40. 被害人之家屬被拍攝的後製聽覺效果（可複選）： 變音 新聞主角現場自然音
 人工音效 配樂 其他，_____ 無

E. 被害人之相關人（朋友、鄰居、同學）

41. 拍攝被害人之相關人： 是 否 無
42. 被害人之相關人有足以顯示其身分之線索曝光： 是 否
43. 被害人之相關人是否自願曝光： 是 否 無法判斷
44. 被害人之相關人被拍攝的場景： 事發現場 醫院 警局 法庭 檢察署
 其他，_____
45. 被害人之相關人被拍攝的情事（可複選）： 打加害者 痛哭 法事 懷念被害人
 控訴加害者 猜測案由 其他，_____
46. 被害人之相關人被拍攝的影像策略（可複選）： 跟拍 偷拍 俯視
 仰視 無
47. 被害人之相關人被拍攝的鏡頭策略（可複選）： 特寫 近景 中景
 遠景 其他，_____
48. 被害人之相關人被拍攝的後製視覺效果（可複選）： 馬賽克 慢動作 快動作
 失焦 不拍正面 其他，_____ 無
49. 被害人之相關人被拍攝的後製聽覺效果（可複選）： 變音 新聞主角現場自然音
 人工音效 配樂 其他，_____ 無

F. 嫌疑人家屬

50. 拍攝嫌疑人家屬： 是 否 無
51. 嫌疑人家屬有足以顯示其身分之線索曝光： 是 否
52. 嫌疑人家屬是否自願曝光： 是 否 無法判斷
53. 嫌疑人家屬被拍攝的場景： 事發現場 醫院 警局 法庭 檢察署
 其他，_____
54. 嫌疑人家屬被拍攝的情事（可複選）： 道歉 痛哭 喊冤 猜測案由
 其他，_____
55. 嫌疑人家屬被拍攝的影像策略（可複選）： 跟拍 偷拍 俯視
 仰視 無
56. 嫌疑人家屬被拍攝的鏡頭策略（可複選）： 特寫 近景 中景
 遠景 其他，_____
57. 嫌疑人家屬被拍攝的後製視覺效果（可複選）： 馬賽克 慢動作 快動作
 失焦 不拍正面 其他，_____ 無
58. 嫌疑人家屬被拍攝的後製聽覺效果（可複選）： 變音 新聞主角現場自然音
 人工音效 配樂 其他，_____ 無

G. 嫌疑人相關人（朋友、鄰居、同學）

59. 拍攝嫌疑人之相關人： 是 否 無
60. 嫌疑人之相關人有足以顯示其身分之線索曝光： 是 否
61. 嫌疑人之相關人是否自願曝光： 是 否 無法判斷
62. 嫌疑人之相關人被拍攝的場景： 事發現場 醫院 警局 法庭 檢察署 其他，_____
63. 嫌疑人之相關人被拍攝的情事（可複選）： 道歉 痛哭 喊冤 猜測案由 其他，_____
64. 嫌疑人之相關人被拍攝的影像策略（可複選）： 跟拍 偷拍 俯視 仰視 無
65. 嫌疑人之相關人被拍攝的鏡頭策略（可複選）： 特寫 近景 中景 遠景 其他，_____
66. 嫌疑人之相關人被拍攝的後製視覺效果（可複選）： 馬賽克 慢動作 快動作 失焦 不拍正面 其他，_____ 無
67. 嫌疑人之相關人被拍攝的後製聽覺效果（可複選）： 變音 新聞主角現場自然音 人工音效 配樂 其他，_____ 無

H. 其他

68. 記者進入現場拍攝： 是 否
69. 記者拍攝陳列贓物： 是 否
70. 記者重建現場的拍攝手法：嫌疑人現場表演 記者模擬 圖表顯示 其他：

71. 記者拍攝警檢進行搜索或扣押： 是 否
72. 檢察官公開向媒體透露具體案情： 是 否
73. 記者拍攝法庭內審訊畫面： 是 否
74. 警局公開向媒體透露具體案情： 是 否
75. 記者強制拍攝或採訪法庭外當事人： 是 否
76. 記者干擾當事人送醫或治療過程： 是 否
77. 醫師描述當事人之傷勢，病情： 是 否
78. 記者自行推斷，結論： 是 否

問題欄（若空間不夠請寫背面）：

記錄人整體印象（若空間不夠請寫背面）：

附件三：深度訪談名單

ID	人名	性別	公司	職位	年資	主跑路線	新聞內容
A	L1	女	C	文字	8	社會線 醫藥線	台中戰車連長孫吉祥過世後其未婚妻悲痛萬分，希望能向孫吉祥屍體取精為其留後。這則新聞以法令規定及醫學技術觀點剖析取精於現今社會下實現的可能性。
B	L2	女	V	文字	4	社會	一女子到診所做脈衝光除毛，但因受到感染，導致雙腿嚴重蜂窩性組織炎，差點連命都沒了，現在雙腿成了紅豆冰。(女子要求求償 60 萬元。)
C	H1	男	N	文字	6	社會線 政治線	7 歲稚女打 119 救母，慈母自曝曾做流鶯
D	H2	女	V	文字	5	社會	竹一領有重度智障手冊的女子，他被踢爆根本就是個正常人，外表和行為都不像是領有重度智障手冊的人，而聲稱重度智障的她，還會開車騎車接送小孩上下學，依照定義重度智障者無謀生能力，而他像是重度智障嗎？) 受害者或家屬畫面呈現
E	S	女	E	文字	4	社會	發生在交通大學的潑硫酸案件，受害者幾乎毀容，回想和犯罪人的交往出現了很多疑點
F	W	男	S	攝影	12	社會線	為了防堵中國女子到台灣假結婚真賣淫，兩年前境管局啟動面談機制，使得真的想結婚的

							民眾必須和配偶分隔兩地，因此有中國配偶到境管局抗議，希望能取消嚴格的面談機制。
G	E	男	N	攝影	10	財經生活 政治社會	一對年輕的離婚夫妻到戶政事務所辦理戶口遷移，但男子到場後卻又臨時後悔，女子堅持要帶著小孩走，男子惱羞成怒就持刀砍殺前妻。
H	L3	男	E	攝影	6	社會	發生在交通大學的潑硫酸案件，受害者幾乎毀容，回想和犯罪人的交往出現了很多疑點
I	H3	男	S	攝影	11	地方	我三漁船遭索國叛軍挾持，外交部正極力救援中，目前已經增加 32 個管道可以溝通到叛軍，希望能透過國際輿論的力量，讓索國叛軍放人，目前人船也都確定平安) 受害者或家屬畫面呈現
J	T	男	F	攝影	10	地方	兩起娃娃車車禍，一起是在桃園，一起則是在高雄市。高雄的車禍有 4 個學童受到輕重傷，依據警方研判，是颱風過後紅綠燈壞掉才會釀成意外，也是因為一台車不願意減速，一台車不願意讓它，才會釀成意外) 受害者或家屬畫面呈現
K	L4	男	C	攝影	7	社會	澳洲車禍家屬招魂

附件四：深度訪談問卷

訪談者請注意下列事項，並注意題目的括弧內的提示：

- 連絡受訪者時，請不要透露太多訪談內容，概括提對社會新聞的看法，希望藉此提供管理階層提升社會新聞層次的訪談目的即可，本訪談完全匿名，也請事先告知受訪者。
- 訪談題目請依順序先從不敏感的題目著手，在訪問敏感問題時，態度和緩不需咄咄逼人，適度的同理心會讓受訪者更願意暢談，並隨時強調匿名的特性。
- 請在訪談前準備好錄音設備，並且告知受訪者，錄音只供聽寫稿使用，完成後立即銷毀。
- 請在十月中前完成所有訪問與聽寫稿。

一、 請談一談什麼樣的社會新聞是好新聞？

二、 您進到新聞現場時，第一優先想採訪（拍攝【適用攝影記者】）什麼？

三、 您覺得採訪受害者很重要嗎？為什麼？

四、 您覺得採訪加害者很重要嗎？為什麼？

五、 您覺得採訪目擊者很重要嗎？為什麼？

六、 那個比較重要呢？

七、 在採訪（拍攝【適用攝影記者】）社會新聞事件時，您會因為新聞道德而主動對受訪者採取保護行為？如何採取保護行為？

八、 在剪輯社會新聞事件時，您會因為新聞道德而主動對受訪者採取保護行為？如何採取保護行為？

九、 公司或是其他人曾經給過你拍攝或採訪上的要求、建議嗎？對您有影響嗎？

十、 現場同業的採訪方式會影響你的採訪方式嗎？為什麼？

十一、 您對您的採訪與攝影策略會有違背新聞倫理的顧慮嗎？

十二、 您對同業或同公司的哪些人處理新聞的方式比較認同與不認同？為什麼？

十三、 您對當前電視社會新聞的看法？

十四、 您對當前電視台競爭的看法？

● 以下為較敏感題目，請讓受訪者看 DVD 後回答，請訪談者在事前先決定好哪一些畫面要詢問，請記得本研究是以受害人與其家屬為主，並請詳細註記在聽寫稿裏，不要當場再決定，準備不周容易被看出來。

十五、 為什麼您要拍攝、剪輯【適用攝影記者】_____這段畫面呢？

十六、 為什麼您要以_____的方式來拍攝_____呢？（空白的底線部分，訪談員請依受訪者新聞的影像策略與拍攝人物來訪談）

十七、 為什麼您要問_____這個問題呢？

十八、 為什麼您會以_____的方式來採訪_____呢？（同上）

附件五：受害者訪談名單

代號	性別	錄音	是否有媒體採訪	事由
A	女	否	否	車禍，父親被撞重傷
B	女	否	否	車禍，先生被撞去世
C	女	是	是	車禍，弟弟被撞去世
D	女	是部分	否	車禍，本人被撞截肢
E	男	是	是	女兒過世，娃娃車事件
F	女	是	是	兒子過世，娃娃車事件
G	女	是	是	孫女意外身亡
H	男	否	是	女兒意外身亡
I	男	是	否	車禍，親人死亡
J	男	是	是	兒子遭砍傷
K	男	是	是	車禍，母親被撞身亡
L	男	是	是	哥哥被圍毆身亡
M	女	是	是	車禍，弟弟被撞身亡
N	男	否	否	不詳
O	男	否	是	不詳
P	男	否	否	本人意外受傷
Q	女	否	否	不詳
R	女	否	是	弟弟被殺死
S	女	否	是	親人意外死亡

附件六：受害者訪談大綱（郵寄版附解釋）

您好

我是國立政治大學廣播電視學系的老師許瓊文，目前正在研究新聞如何報導受害者，研究背景是鑑於當前媒體常常以侵入方式報導事件受害者，進而傷害到受害者及家屬。無論您是否有被採訪過的經驗，都是我們希望邀請作答此問卷的對象，以幫助我們建立媒體採訪守則，讓記者在採訪受害者與家屬時能有所適從，並顧及受害者與家屬的意願與心情，您的參與是導正台灣媒體亂象的重要力量，您填答完問卷後，請放入回郵信封寄回，謝謝。

而爲了更深入瞭解受害者與家屬對媒體的態度及立場，後續還需要深度訪談受害者及家屬，如果您願意參與後續的研究，請將您的聯絡方式寫在本問卷最後的聯絡處，我將與您聯繫，訪談完畢也將致贈小禮物致謝，若有任何疑問也請您以電話或電子郵件方式告知，謝謝。

國立政治大學
廣播電視學系
助理教授 許瓊文
teljulia@nccu.edu.tw
0931192330

- 一、請問您曾經因爲不幸事件而被媒體採訪嗎？若記得媒體與記者姓名，請列出，若無請跳答**第五題**。
- 二、請問當時被採訪是出於自願、被迫、被偷拍還是有其他的情形，請描述之。
- 三、請問當時採訪的記者，有做什麼讓您覺得不舒服的事嗎？爲什麼？
- 四、您事後有覺得應該對記者採取什麼行動嗎？爲什麼？結果有無採取行動？爲什麼？
- 五、如果您當時發生不幸事件時，（報紙或電視）記者想採訪您，您會接受嗎？爲什麼？
- 六、請問您覺得（報紙或電視）記者報導不幸事件，對受害者其及家屬有什麼影響？爲什麼？
- 七、請問您覺得給報社記者採訪跟給電視記者採訪有什麼不同嗎？爲什麼？

八、您曾在媒體上（報紙或電視）看到記者採訪受害者與家屬有不妥的地方嗎？爲什麼？請舉例說明。

九、接續上題，您覺得記者要如何採訪受害者及其家屬，才不會讓他們再受傷害？

十、您覺得警察、檢察官及相關政府官員應該對記者採訪受害者與家屬有所規範嗎？怎麼規範？爲什麼？

十一、針對本研究沒有提問到的部分，請問您對記者採訪不幸事件還有什麼建議？

謝謝您的合作，若您願意接受後續的深度訪談，請留下您的聯絡方式：

_____先生/小姐

電話：_____

Email:_____

附件七：受害者訪談大綱（親訪版）

訪談確認單

受訪者您好：

這份確認單只是爲了確認研究人員與您作過深度訪談，沒有其他的用處，請放心。

我是國立政治大學廣播電視學系的老師許瓊文，目前正在研究新聞如何報導受害者，研究背景是鑑於當前媒體常常以侵入方式報導事件受害者，進而傷害到受害者及家屬。無論您是否有被採訪過的經驗，都是我們希望深度訪談的對象，以幫助我們建立媒體採訪守則，讓記者在採訪受害者與家屬時能有所適從，並顧及受害者與家屬的意願與心情，您的參與是導正台灣媒體亂象的重要力量，謝謝。

而爲了更深入瞭解受害者與家屬對媒體的態度及立場，後續還需要焦點訪談受害者及家屬，如果您願意參與後續的研究，請將您的聯絡方式寫在本問卷最後的聯絡處，我將與您聯繫，訪談完畢也將致贈小禮物致謝，若有任何疑問也請您以電話或電子郵件方式告知，謝謝。

訪談內容爲了方便後續整理工作，請讓我們使用錄音筆錄音，所有資料只有研究人員才能經手，**報告內容一律匿名，研究報告完成後包括錄音內容與確認單都會銷毀，請不用擔心**，有任何問題也歡迎您與我聯繫。

國立政治大學
廣播電視學系
助理教授 許瓊文
teljulia@nccu.edu.tw
0931192330

- 一、請問您曾經因爲不幸事件而被媒體採訪嗎？若記得媒體與記者姓名，請列出，若無請跳答**第五題**。
- 二、請問當時被採訪是出於自願、被迫、被偷拍還是有其他的情形，請描述之。
- 三、請問當時採訪的記者，有做什麼讓您覺得不舒服的事嗎？爲什麼？

四、您事後有覺得應該對記者採取什麼行動嗎？爲什麼？結果有無採取行動？爲什麼？

五、如果您當時發生不幸事件時，(報紙或電視)記者想採訪您，您會接受嗎？爲什麼？

六、請問您覺得(報紙或電視)記者報導不幸事件，對受害者及其家屬有什麼影響？爲什麼？

七、請問您覺得給報社記者採訪跟給電視記者採訪有什麼不同嗎？爲什麼？

八、您曾在媒體上(報紙或電視)看到記者採訪受害者與家屬有不妥的地方嗎？爲什麼？請舉例說明。

九、接續上題，您覺得記者要如何採訪受害者及其家屬，才不會讓他們再受傷害？

十、您覺得警察、檢察官及相關政府官員應該對記者採訪受害者與家屬有所規範嗎？怎麼規範？爲什麼？

十一、針對本研究沒有提問到的部分，請問您對記者採訪不幸事件還有什麼建議？

謝謝您的合作，若您願意接受後續的深度訪談，請留下您的聯絡方式：

_____先生/小姐

電話：_____

Email:_____

受訪者簽名：_____

受訪日期：_____

附件八：焦點團體人選名單

領域	人名	職稱
心理	黃	心理諮商師
社工	王	基金會主任
犯防	陳 a	副教授
法律	陳 b	助理教授
	翁	副教授
傳播	劉 a	助理教授
記者	吳 a	司法記者
高階主管	劉 b	新聞部總監
中階主管	吳 b	新聞部製作人
受害者	陳 c	

附件九：焦點團體大綱：

主題一：受害者和家屬在不幸事件當中會面臨到什麼樣的狀況？媒體工作者應該要如何對待他們？

主題二：當前媒體工作者處理社會新聞與呈現「受害者及其家屬」形象的看法？記者與主管的看法

主題三：媒體工作者應該要如何採訪他們？對待與採訪之間的衝突為何，可以調和嗎？（希望是告訴記者為什麼而不再是教條）

主題四：建議受害者如何面對記者採訪？

主題五：怎麼樣的新聞才是採訪受害者及家屬的「好新聞」？「理想」的社會新聞報導具備哪些要素？

主題六：如何有效監督媒體在這方面的表現？

出席國際學術會議心得報告

計畫編號	95-2412-H-004-027-
計畫名稱	新聞報導與創傷：電視記者如何報導社會新聞、如何再現受害者？(2/2)
出國人員姓名 服務機關及職稱	許瓊文 政大廣電系助理教授
會議時間地點	舊金山，美國，05/24-28/2007
會議名稱	2007 annual conference of the International Communication Association
發表論文題目	Staging on the Internet: Research on Online Photo Album Users in Taiwan with the Spectacle/Performance Paradigm (SPP)

一、參加會議經過

此次申請人參加的是國際傳播學會（International Communication Association）的 2007 年會，參與的是傳播與科技組（Communication and Technology Division），會議論文題目為 Staging on the Internet: Research on Online Photo Album Users in Taiwan with the Spectacle/Performance Paradigm (SPP)。此文同時先後通過 ICA 與期刊 Cyberpsychology & Behavior 的匿名評審。

此研究案依據 93 年計畫【國科會計畫編號 93-2412-H-194-011】繼續延伸，深度訪談發現網路相簿使用者的展示與表演與行為確實存在，於 2005 IAMCR 傳播年會中發表，申請人認為網路相簿開啟另一種使用與滿足的選項，同時也看出使用者的沈溺行為，無論是儀式性或內容滿足，因此改以量化研究問卷調查大量使用者，希望能看出當中關係。發展成會議論文，題目為：Uses and gratification or addiction: Research on online photo album users in Taiwan.於 2006 AoIR 7.0 Conference, Brisbane, Australia 發表。

而研究網路擴散閱聽人的現象，是源自申請人欲延伸博士論文研究，為加入網路相簿此一特殊網站類型，並改以台灣為研究範圍而申請的 93 年國科會研究計畫。不過在研究網路隱私過程中，發現網路相簿使用者對網路隱私不甚關心，他們樂於展現自己，或是顯示對某件事物的專精程度，或是顯示對某個知名人物的瞭解，與 Abercrombie 及 Longhurst 所提出的擴散閱聽人說法類似，而這些使用者常成為一種意見領袖，相簿上的人氣指數就是其受重視的指標，申請人在 2005

IAMCR 年會上首次提出此現象的會議論文。

接下來，將上述質化方法的研究結果，進一步以量化與大樣本方式檢視網路相簿使用者特殊的表現行為。不過，在 2006 AoIR 年會發表的論文，尚未嘗試將擴散閱聽人以量化的方式操作，仍以傳統的使用與滿足理論切入，雖然發現人氣愈旺的使用者愈是屬於過程滿足，但是結果顯示滿足的面向，無法解釋當前的網路相簿名人現象。但卻意外發現，傳統的過程與內容滿足的分野，不適用於網路世界，因為線上線下的世界是無法明確分際，與電視研究不同。

2007 ICA 年會論文，則增加展示典範的理論加以操作化，並與使用與滿足的問卷結合，結果發現人氣愈旺的使用者的確有更多的表演、自戀與虛擬關係的需求。

二、與會心得

在會議中，申請人也提到未來研究重點是將此部分的研究結果，運用到隱私研究，進一步發現使用者的使用與滿足，即使是使用同一種網站類型的服務，也會影響其隱私態度與行為，例如：使用相簿是與家人聯絡感情的使用者，其隱私關心程度比目的地在展現自己的使用者高，印證情境典範對網路隱私的重要性。

也因為參與國際會議得以和與會者互相討論，申請人受邀撰寫書章闡述情境典範取代對立典範對研究網路隱私的重要性，目前已經通過匿名審查；也經由國際會議尋求到合作機會，目前與 Dr. Jia Lin 合作部落格研究，分析兩岸三地的百大部落格內容，並尋求美國與其他國家研究者，分析各國百大部落格歧異，收穫頗多。

Hsu, C. W. (accepted, 2008). Privacy or performance matters on the Internet: Revisiting privacy toward a situational paradigm, in K.C. Chen and A. Fadlalla, eds. *Online Consumer Protection: Theories of Human Relativism*. PA: Idea Group, Inc.

Staging on the Internet: Research on online photo album users in
Taiwan with the Spectacle/Performance Paradigm (SPP)*

Chiung-wen (Julia), Hsu

Assistant Professor

Department of Radio & Television & Graduate Program

College of Communication

National Cheng Chi University

teljulia@nccu.edu.tw

Tel: 886-2-29387123

Fax: 886-2-29393024

* This research is funded by the National Science Council in Taiwan
(93-2412-H-194-011).

ABSTRACT

This study explores motivations of online photo album users in Taiwan and finds that the distinctive “staging” phenomenon with media gratifications and a priori theoretical framework, the Spectacle/performance paradigm (SPP). Media drenching, performance, function and reference are “new” gratifications, which no prior research was found and consistence with the argument of the “diffused audience” on the Internet. This study further verifies that the process-content distinction may simply not be an applicable one in the Internet settings since distinctions between the real world and the mediated world are vanishing which is also the main argument of the SPP paradigm.

INTRODUCTION

Online photo album web site was invented originally for sharing digital memories with friends and relatives. This trend is encouraged by commercial online photo album web sites which provide “free or fee” spaces. In Taiwan, online photo albums are also popular among Internet users. There is, however, distinctive “staging” phenomenon in Taiwan. One famous anchoress, “I-Ren Wang” from TVBS--a cable news network, was found from the biggest online photo album web, Wretch. Other girls, such as “cutiecherry” and “fing,” were invited to participate in noted TV programs and turned into commercial stars. For those who have not yet become celebrated, they enjoy having reputation among users, getting on the popular list, or being discussed on the relative BBS. It seems that online photo album web site has developed into a “stage” for those who want to become stars and celebrities. It implies that the motivations of online photo album (a new media use context) users are so different from net users in previous studies. Uses and gratifications seem not enough to account the described phenomenon. Some online photo album users turn out to be diffused audience, the concept from the Spectacle/performance paradigm (SPP)¹. First, users spend rising amounts of time in media consumption. Second, such consumption is gradually more woven into the fabric of everyday life. Third, the societies have become more performative, including two processes that intertwine. One is the

increasing spectacularisation of the social world. Two is the way that individuals are composed as narcissistic².

Uses and gratifications, diffused audiences, and Internet addictions

While the Internet emerges, a number of researchers take it as mass medium and also start to find its users' gratifications. Some research Internet as a whole; some explore specific forms of Internet technology or categories⁴. In summary, net users attempt to fulfill their needs such as information seeking, interaction, social avoidance, socialization, economic, entertainment, hobbies, relationship maintenance, coolness, and life convenience⁵⁻⁷. The motivations are essentially the same but not absolutely identical with conventional media. Song, Larose, Eastin, and Lin³ identify a new gratification only for Internet settings, virtual community, which suggests a new self-image and social life totally different from their true ego on the Internet that also improves on real life^{8,9}. In the case of Taiwan, an over-reliance on the set developed from television studies leads to failure to depict new gratifications and does not account for net users' actively shaping their presentation to interact and communicate with others in everyday life in order to perform themselves in this "performative society". As Abercrombie and Longhurst¹ argue, audience research has not taken account of the changing nature of audience and social processes. There are three different types of audience: simple, mass and diffused which are all co-exist².

The simple audience involves direct communication from performers to audience.

The mass audience reflects the more mediated forms of communication. The diffused audience implies that everyone becomes an audience all the times, which entails people spend increasing amounts of time in media consumption. Thus, audience interacts with the form of mediascapes, rather than media message or text per se. In terms of skills, audience could be identified as a continuum, from consumer, fan, cultist, enthusiast to petty producer in ascending order. Those who try to make money by means of their online photo album are more like petty producers. Without considering the assumptions of the diffused audience and the SPP, online photo album users are simply taken as the mass audience under the audience of the uses and gratifications approach.

After knowing their motivations, researchers try to find the symptoms of problematic Internet uses may lead to severe excessive exercises¹⁰. Theoretically, gratifications can be categorized into two dimensions: gratifications that come from the pleasurable experience of media content and are recognized during consumption (i.e., process gratifications); and gratifications that come from learning information from media content and subsequently putting it to use in practical affairs (i.e., content gratification). Researcher^{11, 12} adopted this separation into Internet settings and found that process gratification give rise to Internet addiction. However, some research³ has

found that Internet addicts might be just normal users with no pathological behaviors but usual media habits. It is also improper to relate process gratification to Internet addiction only. The process-content distinction may not be a valid one in the Internet settings since “once-neat distinctions between the real world and the mediated world are disappearing.” This study upholds similar ideas. Based on the above review, research questions and hypotheses are listed below:

RQ1: To what extent are gratifications sought from online photo album related to differential uses of Internet?

RQ2: What is the relationship between gratifications sought from online photo album and Internet addiction?

H1: Process gratifications will be positively related to Internet addiction.

H2: Content gratifications will be also positively related to Internet addiction.

MATERIALS AND METHODS

The sample is drawn from volunteers recruited from the biggest online photo album web site, Wretch (<http://www.wretch.cc>), in Taiwan from April 15 to May 16, 2005. There are totally 832 effective questionnaires out of 893. This study draws on motives identified in previous studies, adds “virtual community” factor, and develops new items based upon the diffused audience cycle. Internet addiction part was based

on Young's Internet Addiction Diagnostic Questionnaire (DQ).

RESULTS AND DISCUSSION

To answer RQ1, ten factors with eigenvalues above 1.0 accounting for 67.39% of total variance were extracted from the original set of Internet gratifications. The first gratification, Information-Seeking ($\alpha = 0.89$) included learning about local community events, getting useful information, finding bargains, and getting up to date with new technology (see Table 1), which all relates to real world, categorized as content gratification. Factor two, Media Drenching ($\alpha = 0.88$), indicates users increase usages of online photo albums categorized as a process gratification. Factor three, Diversion ($\alpha = 0.85$), directly parallel in previous studies as a process gratification. The fourth and fifth gratifications, Performance and Narcissism, are unprecedented in prior research. The factor, Performance ($\alpha = 0.83$), refers that users' media drenching facilitates discussion to particular persons or things. Users then perform their identity of fans/followers and also show their attachment and knowledge. It could be referred to process gratification. Narcissism ($\alpha = 0.82$) points that users desire for increased visibility/knowledge as basis for performance and show their special identities, not only on the Internet but also outside the Internet. Thus, it is a content gratification.

The sixth and seventh gratifications are Relationship Maintenance ($\alpha = 0.90$) and Aesthetic Experience ($\alpha = 0.88$). Unlike Virtual Community, Relationship

Maintenance focuses on existing acquaintances, not new friends on the Internet, as a content gratification. However, Song and his colleagues took it as a “social-integrative”, more like a process gratification. This factor is ambiguous. As for Aesthetic Experience, it fits the needs of aesthetic pleasure, as an “affective-related gratification, and consequently was considered a process gratification³”. The eighth gratification is Virtual Community ($\alpha = 0.82$) similar to the finding of Song et al. as a process gratification. Users try to establish a new social life online. On the other hand, it could also improve on real life as a content gratification. The ninth and tenth gratifications are Function ($\alpha = 0.60$) and Reference ($\alpha = 0.82$) which are unprecedented. Saving files and finding albums that are easy to navigate are goal-oriented, more like a content gratification. Users take album owners’ released information as reference and plan to do the same thing. They are not pursuing pleasurable experiences only, but put into practice in the real world, more like a content gratification.

Correlation matrix shown in Table 2 supports both Hypotheses 1 and 2 that the ten factors were all positively related to Internet addiction and the dichotomous distinction may not be a suitable one in the Internet settings. First, Narcissism is an arguable factor. Though it is classified as content gratification, Narcissism ($r = 0.26$, $p < 0.001$) is more related to Internet addiction than the process gratification, Aesthetic

Experience ($r = 0.24, p < 0.001$). Second, Information Seeking, as a content gratification, was better related with process gratifications, Diversion ($r = 0.65, p < 0.001$), Aesthetic Experiences ($r = 0.56, p < 0.001$) and Virtual Community ($r = 0.55, p < 0.001$) than with content gratifications. It fits to online photo album context. Users seek information and have diversion at the same time through this behavior. It also happened on Aesthetic Experiences and Virtual Community. Users seek information to fulfill these two gratifications.

Additionally, total six items, developing a romantic relationship, getting people to think I'm cool, improving my standing in the world, and feeling like I belong to a group were categorized to Narcissism along with getting noted and finding ways to make money, which is parallel to the distinctive phenomena in Taiwan. In Person correlation, Narcissism and Virtual Community are well related with each other ($r = 0.68, p < 0.001$). It implies forming a new cool identity might be also a way to find companionship, meet new friends and find some interesting people. Narcissism also supports the skill continuum of audience¹, the basic audience is only a consumer but those who have more knowledge can be petty producers to make money.

Unlike Song's findings³ (adjusted $R^2 = 0.28$), the combination of ten gratifications (28 questions are overlapping) only explains 15.4% ($F = 13.485, p < 0.001$) variance of Internet addiction (see Table 3). Four of the gratifications, Media

Drenching, Performance, Narcissism and Reference, are increased by this study and associated with the diffused audience argument. It implies that the traditional gratifications might not be suitable for online photo album context and it might be inadequate to research the Internet as a whole, a broad concept. Besides, Virtual Community is used to be a strong factor in previous research but is only close to be significant ($t = 1.759, p = .079$). It also verifies that anonymity, one of the Internet characteristics, is not as important for users on photo album web site. In regression analysis, Media Drenching ($\beta = .480, p < 0.001$), Diversion ($\beta = .336, p = .046$) and Performance ($\beta = .350, p = .008$) were all process gratifications and significantly related to Internet addiction. It implies that enjoying pleasurable experiences is still highly related with Internet addiction while using media.

To sum up, research findings support the two main arguments. First, testing with a priori theoretical framework, the SPP, shows that the current Internet gratifications are not sufficient to account for album users' behaviors. It is necessary to research different forms per se on the Internet. Second, the line between content and process gratifications is blurring. Ten factors, no matter content or process ones, are all well related to Internet addiction. As for research limit, this study chose Young's DQ due to the length limit. The oversimplicity of DQ is main criticism¹⁰. The use of a volunteer sample also limits generalization to the population. As for suggestion, it is necessary

to adopt a priori theoretical framework, such as the SPP, to research net users' behaviors within different functions of technology forms on the Internet, such as blogs? By doing this, we will better understand their behaviors and how their gratifications relate to addiction respectively, not just judging the possible impacts with the dichotomous distinction, content-process gratification.

REFERENCE

1. Abercrombie, N., & Longhurst, B. (1998). *Audiences: A sociological theory of performance and imagination*. CA: Sage Publication.
2. Longhurst, B., Bagnall, G., & Savage, M. (2004). Audiences, museums and the English middle class. *Museum and Society* 2(2):104-124.
3. Song, I., LaRose, R., Eastin, M.S., & Lin, C.A. (2004). Internet Gratifications and Internet Addiction: On the Uses and Abuses of New Media. *CyberPsychology & Behavior* 7(4):384-394.
4. Hsu, C.W. (2006). Privacy concerns/ privacy practices: toward a situational paradigm. *Online Information Review* 30(5): 569-586.
5. Charney, T.R., & Greenberg, B.S. (2002). Uses and gratifications of the Internet. In: Lin, C., Atkin, D. (eds), *Communication, Technology and Society: New Media Adoption and Uses*. Cresskill, NJ: Hampton Press.
6. LaRose, R., Mastro, D.A., & Eastin, M.S. (2001). Understanding Internet Usage:

A Social Cognitive Approach to Uses and Gratifications. *Social Computer*

Review 19:395-413.

7. Parker, B. J. and Plank, R. E., (2000). A use and gratifications perspective on the internet as a new information source, *American Business Review*, 18(2):43-49.
8. Dominick, J. (1999). Who do you think you are? Personal home pages and self-presentation on the World Wide Web. *Journalism and Mass Communication Quarterly* 76:646-658.
9. Papacharissi, Z. (2002). The self online: The utility of personal home pages. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 46(3):346-368.
10. Keith, W.B. (2005). Internet addiction: A review of current assessment techniques and potential assessment questions. *Cyberpsychology & Behavior* 8(1):7-14.
11. Young, K.S. (1998). Internet addiction: the emergence of a new clinical disorder. *CyberPsychology & Behavior*, 1(3):237-244.
12. Chou, C., & Hsiao M.C. (2000). Internet addiction, usage, gratification, and pleasure experience: the Taiwan college students' case. *Computers & Education* 35:65-80.

APPENDIX

Table 1. Internet Gratification Factor Loadings

	<i>Eigenvalue</i>	<i>Variance</i>	<i>α</i>
Factor 1: Information seeking	5.31	10.83	.89
Factor 2: Media drenching	4.03	8.232	.88
Factor 3: Diversion	3.57	7.292	.85
Factor 4: Performance	3.52	7.190	.83
Factor 5: Narcissism	3.52	7.179	.82
Factor 6: Relationship maintenance	3.47	7.088	.90
Factor 7: Aesthetic experience	3.21	6.559	.88
Factor 8: Virtual community	3.01	6.153	.82
Factor 9: Function	1.75	3.565	.59
Factor 10: Reference	1.62	3.301	.82
Total variance explained = 67.39%			

Table 2. Person Product moment correlation coefficients

<i>Var</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	M	SD
Add	.19 ^a	.31 ^a	.27 ^a	.31 ^a	.26 ^a	.18 ^a	.24 ^a	.27 ^a	.17 ^a	.22 ^a	3.08	2.14
1	1	.32 ^a	.65 ^a	.41 ^a	.51 ^a	.30 ^a	.56 ^a	.55 ^a	.49 ^a	.37 ^a	3.37	.80
2		1	.37 ^a	.58 ^a	.35 ^a	.39 ^a	.42 ^a	.35 ^a	.29 ^a	.56 ^a	3.62	.84
3			1	.44 ^a	.49 ^a	.34 ^a	.67 ^a	.56 ^a	.43 ^a	.31 ^a	3.79	.80
4				1	.54 ^a	.23 ^a	.48 ^a	.48 ^a	.30 ^a	.45 ^a	3.10	.80
5					1	.16 ^a	.50 ^a	.68 ^a	.31 ^a	.28 ^a	2.73	.76
6						1	.32 ^a	.19 ^a	.29 ^a	.38 ^a	4.06	.77
7							1	.55 ^a	.48 ^a	.35 ^a	3.83	.79
8								1	.35 ^a	.31 ^a	3.25	.86
9									1	.28 ^a	3.63	.86
10										1	3.51	.92

^a $p < 0.01$.

Table 3. Multiple Regression of Gratification Factors onto Internet Addiction

<i>Variables</i>	<i>Standardized β</i>	<i>t</i>	<i>p</i>
Information seeking	-.207	-1.545	.123
Media drenching	.480	3.943	.000***
Diversion	.336	2.001	.046*
Performance	.350	2.673	.008**
Narcissism	.074	.516	.606
Relationship maintenance	.084	.741	.459
Aesthetic experience	-.048	-.345	.730
Virtual community	.228	1.759	.079
Function	.069	.657	.511
Reference	.052	.498	.619

R = 0.408. R² = 0.166, adjusted R² = 0.154. F=13.485. *** $p < 0.001$, ** $p < 0.01$, * $p < 0.05$.

Address reprint requests to:

Dr. Chiung-wen (Julia) Hsu

Department of Radio & Television & Graduate Program

National Cheng Chi University

NO.64,Sec.2, ZhiNan Rd., Wenshan District,

Taipei City 11605, Taiwan (R.O.C.)

E-mail: teljulia@nccu.edu.tw