

復興崗學報

民 104 年 6 月，106 期，69-94

# 新聞一窩蜂報導與接收分析初探： 以洪仲丘案為例

劉立行

國立臺灣師範大學 圖文傳播學系 專任教授兼系主任  
美國楊百翰大學 (Brigham Young University) 電影暨戲劇博士

胡煜宗

英國里茲大學 (University of Leeds) 商學院 企業傳播暨公共關係 研究生  
國立臺灣師範大學 圖文傳播學系 碩士

## 摘 要

本研究先以文化研究的角度，探討電視新聞一窩蜂報導的成因與閱聽人的收視情形。透過次級資料分析的方式，發現媒體一窩蜂報導的主因，起於媒體市場的惡性競爭與收視率新聞學的惡習。本研究茲分述一窩蜂報導產生之同質新聞的起因、表現和影響，並提出新聞同質化所衍生出包含經濟、時間及情感的三大傷害。另發現新聞來源窄化和戲劇化包裝，是當前媒體兩大詬病。接著本文藉 2013 年的洪仲丘案為研究議題，透過多面向接收分析模式的架構，使用深度訪談法，訪談產官學界三方之意見領袖，發現電視閱聽眾會依據個人過去經驗或背景，特別關注與其具關連性之媒體文本。一旦觀眾對媒體議題感興趣，一窩蜂報導將加大媒體議題設定的效果；反之，則會引起反感。縱然一窩蜂報導可以加快訊息的傳遞及宣揚理念或更新即時資訊；但若報導的社會議題過於聳動，恐導致群眾恐慌和階級對立。最後，本研究發現同質新聞的數量與參與社會運動的人數呈現正向的關係，越多的報導將能有效呼籲越多觀眾自發性參與街頭運動。

**關鍵詞：**新聞同質化、媒介效果、洪仲丘

# **A Preliminary Study of Pack Journalism and Reception Analysis: The case of Hung, Chung-Chiu**

Li-Hsing Liu

Professor, Department of Graphic Arts and Communications,  
National Taiwan Normal University

Yu-Tsung Hu

Postgraduate student, Business School, University of Leeds

## **Abstract**

This research presents the reasons of pack journalism and receiving situation of audience from a point of view of cultural study. The researcher uses secondary analysis to figure out the causes of pack journalism which are the media competitive environment and rating-journalism. This study describes the origins, performance, and effects of homogeneous news. On the other hand, it also argues three dimensional weaknesses of news homogenization which are economy, time, and emotion. Otherwise the researcher claims that there are two deficiencies of Taiwanese media which are narrow sources and dramatic news. Moreover, this study is based on multi-dimensional reception model to examine the impact of the case of Hung, Chung-Chiu. By in-depth interviews, this study finds out that the audience is concerned about the news which is related to their personal experience and background. If they are interested in the topic of the news, they are willing to watch the homogenous news. However, pack journalism could be used to propagate an idea or a concept, but if it is used in criminal news topic, then it will cause public panic. Eventually, the conclusion points out that there is a positive relation between the amount of news and the number of participants which joined the social campaign.

**Keywords: news homogenization, media effect, Chung-Chiu Hung**

## 緒論

### 一、研究背景與動機

2013 年七月初發生的「洪仲丘事件」造成臺灣媒體瘋狂的報導，臺灣知名入口網站 Yahoo 奇摩（2013）透過網友瀏覽量與編輯觀點等綜合評比，「洪仲丘案」穩居 2013 年十大新聞寶座，該案引發之十萬人白衫軍大遊行及廢除軍法等制度改革，皆為它類新聞難以相互比擬。全案起因於洪仲丘下士在陸軍 542 旅服役期間，被查獲攜帶照相手機及具照相功能的 MP3 入營。根據軍旅規定，應僅能對其施以申誡處分，但該旅旅部連連長徐信正少校、副連長劉延俊上尉及派代士官督導長范佐憲上士，強勢召開士評會達成讓洪仲丘「悔過七日」之決議。在各級長官的默許與放任下，洪仲丘被關入禁閉室，並接受軍事操練，不幸於七月三日因中暑送醫急救無效，四日送回台中后里家中拔管後死亡（「高軍檢起訴書」，2013）。

由於洪仲丘案事涉軍中高官權勢的黑暗面與違法護航等問題，使得臺灣媒體再度掀起一場腥風血雨的追逐戰。苦無消息的情況下，媒體開始挖掘事件中相關人等的身世背景、家庭故事，或製作模擬體罰的戲劇性新聞。此舉不但戕害新聞專業、模糊事件焦點，捕風捉影的報導亂象，更播出了許多烏龍新聞與錯誤消息。綜觀此案中的媒體表現，林福岳（2013）指出，媒體過度推估事件真相、未善盡消息查證工作、未遵守「無罪推定」之原則以及追逐報導非事件關係人等四項缺失，在洪仲丘案的相關新聞中屢見不鮮。

媒體高舉「為家屬討公道」的大旗，終日苦守在關係人的家門前以及檢調出入口，嚴重威脅當事人等的隱私和緘默權。另媒體挾監督政府之名，大肆報導洪案的結果，也為執政當局掀起一場政治風暴。事件發生後使得兩位國防部長接連請辭、總統馬英九更以三軍統帥之姿出面向家屬道歉，並誓言追根究柢、查明嚴辦。根據媒體觀察基金會的調查，雖有 52% 的民眾認為此次媒體已善盡監督政府之責，但仍有 61% 的受訪者認為媒體在此案的系列報導中有失偏頗、並存在著主觀意識形態（林福岳，2013）。在洪仲丘案中，一窩蜂式地新聞報導，除了形塑「伸張正義」的社會風氣外，該案議題的操作更成功地喚起群眾意識和政府高層的關注，儼然是典型的議題設定之結果。

就單一頻道而論，重複報導過多的資訊，理論上會讓觀眾失去收看的動機與興趣，甚至影響閱聽眾的媒體選擇。張愛華、曾忠蕙、黃育盈（2012）以媒體消費的觀點，針對網路訊息與消費行為進行研究，其結果指出，資訊超載

(information overload) 會使消費者於決策行為中產生負面的情緒反應，並降低消費者的決策信心。張郁敏(2012)認為，媒體產製的文本一旦滿足閱聽眾的使用需求，則使用者的忠誠較高；反之，則閱聽眾會評估媒介使用的成本，近用其它媒體，產生「跨媒介消費」的情形。因此，過多的媒體訊息，應該會讓電視觀眾於接收過程中產生資訊超載，進而對該媒體失去消費信心和產生負面評價。

若以資訊接收的觀點，陳婷玉(2012)透過受眾的社會「地位／職業」加以分類，研究大學生對電視新聞的接收行為。其研究發現，一旦閱聽人將媒體的作為解讀為「善盡告知大眾的責任、義務」，便更容易原諒媒體因為報導而對事件當事人所造成的傷害，甚至強化媒體所塑造的偏見、歧視等議題，而對文本做出優勢解讀。也就是說，閱聽眾的先備知識會明確地影響到對新聞文本的理解和識別力。在此研究中，一旦觀眾認定「媒體行為的合理性」，則易忽視媒體的錯誤，並優勢解讀新聞文本。

綜合以上文獻之觀點，單一頻道的新聞同質化會降低閱聽眾的觀看興趣，而媒體文本的接受程度與觀眾的媒體素養及媒介使用需求有關。但以往文獻鮮少探討媒體一窩蜂地跟進採訪後，產出大量同質新聞與閱聽人之間的關係，也未探究諸家媒體的同質文本與閱聽人接收程度的影響，此兩疑問乃促成本文之研究動機。

有鑑於一窩蜂報導(pack journalism)與新聞同質化(news homogenization)的情形層出不窮，媒體報導同一議題的必要性與適切性再度受到廣泛地討論，而報導的尺度與方式，以及事件是否涉及公眾利益、又是否對社會有價值及貢獻，也成為審核媒體是否濫權的標準。洪仲丘的議題，經由媒體刻意地操作，除了引起一場數十萬人參與的社會運動外，更連帶促成了臺灣司法制度的改革，該案之影響力可見一斑，故本研究以此案為例，欲了解同質新聞的追逐和跟風採訪，究竟是真正投觀眾所好，還是流於媒體角逐收視率的過程與方法。另為探討新聞研究中媒體製碼與受眾的收視心境，本文以英國文化研究為理論基礎，著重於一窩蜂報導所產製出的文本與閱聽人之間的關係。

本研究發現同質化的傳播環境中，媒體除了藉此進行深度報導與對行政機構監督外，更應該尊重閱聽人的收視意願，促進社會福祉。因此透過本研究的結果，電視媒體能明白閱聽人的需求，以調整新聞播報的風格和內容走向；閱聽人可重新檢視電視媒體對社會所帶來的影響，並以更嚴謹的角度審視媒體文本，將接收訊息視為意義建構的過程，並優勢解讀媒介文本，以免流於媒體市場中的文化祭品(Stacey, 1994)。

## 二、研究目的與問題

### (一) 研究目的

研究目的在於發現一窩蜂現象所產出的同質新聞對閱聽眾的影響；另一方面，透過不同領域之意見領袖對同質新聞的現象分析，探究一窩蜂報導產生的同質文本與社會、產業、受眾之間的學術脈絡。本研究透過次級資料分析，針對電視新聞同質化的現象，詳列出了肇因與詬病；在解碼面，另引用了傳播學者 Schroder 所提出的多面向接收分析模式 (multidimensional reception analysis model) 為研究架構為基礎進行深度訪談，以為未來研究者，勾勒出同質新聞與閱聽眾之接收分析研究之學術導向。為瞭解反覆播報同一則新聞事件之緣由，本研究在媒體面，探討電視媒體的採訪調度與新聞判斷；在閱聽人面，本研究根據各媒體間的新聞同質化以及單一媒體文本的同質化，分析訪談紀錄，探究此現象對閱聽人的影響。研究問題詳列如下：

### (二) 研究問題

1. 一窩蜂報導與文本同質的現象，讓閱聽眾對議題的認知產生哪些影響？
2. 閱聽眾對於一窩蜂的報導與同質的新聞文本，有哪些評價？
3. 一窩蜂報導與文本同質的現象，是否對閱聽眾產生行為上的改變？

## 三、名詞解釋

### (一) 一窩蜂報導 (pack journalism)

本研究將「一窩蜂」一詞用於描述新聞界的採訪行為，並賦予如下定義：來自不同媒體機構的新聞記者，協同合作並群體地採訪與報導同一新聞議題。他們引用共同的消息來源，並有共同的採訪需求，於採訪過程中，記者們觀察同業的行為，成群地在各個新聞熱點 (hotspot) 間共同移動，並群聚於標的物或重要新聞來源附近伺機拍攝和採訪 (Matusitz & Breen, 2007)。

邱鈺婷 (2007) 認為新聞界一窩蜂的現象包括行為與產製兩個層面，行為面指的是在採訪現場，各媒體從業人員蜂擁而上，並包圍當事人之採訪行為；產製面包含媒體主管參酌同業稿單、指揮調度採訪同質新聞，以及新聞記者分享新聞拍帶、製作相似風格之新聞文本等，皆屬之。本研究中，一窩蜂之定義包含採訪與製播，囊括記者行為面與組織行動面；而新聞文本等產製出的新聞成品，則皆以同質化稱之。

## (二) 同質化 (homogenization)

Homogenization 一詞原意為化學作用的「均質化」，指的是兩項相異的元素或物質，因化學作用而逐漸趨同的過程。廣義的同質化，則泛指相異的物體或事件，愈漸相似的現象。由於此概念可指稱實體或抽象的行為，因此本研究藉以比喻新聞媒體因為商業利益等考量，製作相似新聞、播報相同議題、撰寫相仿文本等現象。Boczkowski 與 Santos (2007) 針對新聞報章雜誌的報導趨勢，認為新聞同質化包含了三大面向：(一) 網路媒介的使用習慣 (二) 網路新聞的文本 (三) 平面媒體與網路訊息之連結。

參酌臺灣電視新聞近年來的新聞跟風陋習與重複報導現象，本文依循相關文獻對同質新聞研究之分類方式，將臺灣媒體同質化的情況，從新聞採訪到播出依序分為新聞來源、文本產製、新聞編播等三個階段：(一) 新聞線索同質化：消息來源相同、新聞跟風、人員重複勞動。(二) 文本同質化：畫面互傳、擷取報紙內文、偕同採訪、翻拍他台畫面。(三) 新聞發佈方式同質化：風格相仿、戲劇性配樂、個人情緒性用詞 (Boczkowski 與 Santos, 2007; 邱鈺婷, 2007; 陳怡璇, 2008)。

## 四、研究範圍

在界定「同質新聞」的研究範圍時，本研究參酌 Boczkowski 與 Santos (2007) 提出同質化的三項研究指標：新聞媒體透過網路媒介以發佈即時新聞及發展新聞故事之習慣同質化；網路新聞文本之同質化；平面媒體與網路媒體文本互涉與緊密連結之同質化。Boczkowski 與 Santos 針對研究所提出的三項標的，依序給予輔助說明：

### 1. 使用網路之習慣

由於網路媒介近用門檻低、資訊流通迅速、更新方式便捷，因此媒體普遍使用網路發佈新聞，並追蹤新聞故事的發展。

### 2. 網路新聞文本

為適應網路訊息快速變動之特性，網路新聞之撰寫方式與傳統新聞不同。各媒體使用簡短、摘要式的寫作方法，多數突發新聞之首要目標在於引起網路使用者的注意和瀏覽，而非詳述事件之肇因或宣揚法治觀念。

### 3. 平面與網路之文本互涉

由於平面媒體礙於出版時間的限制，若要報導突發事件及重大消息，則必須透過網路平台發送相關資訊。也因此容易造成平面與網路的新聞文本重複刊登，但總體而言，平面媒體的新聞內容，還是較網路新聞深入且完整。

將臺灣衛星電視新聞台的一窩蜂現象，與 Boczkowski 和 Santos 歸納出的面向相互參酌，本文中針對一窩蜂報導所產生同質新聞的研究範圍包含（一）採訪方式同質化（二）文本內容同質化（三）新聞發佈方式同質化。依循以上三點，在新聞守門與媒體製碼方面，本研究使用美國學者 Worthington（2008）提出的核心來源（central sources）編碼模式，審視臺灣電視媒體在新聞傳播中扮演的角色，探討新聞傳媒在編碼時考量的商業、社會和閱聽眾等情境因素之間的關聯，以及媒體如何評價社會事件的新聞價值、如何決定採訪與否等新聞守門的判斷。本研究發現，媒體同質化的成因牽涉到「消息來源」（sources）、「新聞價值判斷」（news values）、「採訪」（interviewing）、「製播」（production）以及「收視壓力」（TV ratings）等五大面向。

透過「核心來源編碼模式」的角度，本研究詳述了媒體如何倚靠消息來源的資訊，優勢解讀具有新聞價值的新聞線索。媒體市場的競爭和收視率的壓力，乃造成商業電視媒體的新聞高度同質化之主因。媒體應從組織內部調整，修正採訪與編播規則（陳怡璇，2008）。在閱聽眾解碼的部分，本研究藉由 Schroder（2000）的多面向（multidimensional）接收模式為框架，從意見領袖及閱聽眾的角度分析，歸納閱聽人的收視心境與媒體議題之間的關係。多面向接收模式強調研究「觀眾的異質性」，因此本研究架構分為動機（motivation）、理解（comprehension）、識別力（discrimination）、職業／角色（position）、評價（evaluation）、履行（implementation）等六大面向，探究同質文本及一窩蜂報導對電視觀眾的收視影響，並以質化研究的角度，概述一窩蜂報導產生的媒介效果和利弊得失，最後將文獻結果和深度訪談之資料分析總結成本研究之結論。

## 五、文獻探討

### （一）接收分析

Morley（1980）提出「文本具有多重意義」，強調閱聽眾對於媒體建構的訊息有「偏好解讀」，為接收分析之重要立基與先驅。相關研究迄今已逾三十載，隨著時代的演進，二十世紀末以降，雙向互動的媒體顛覆了傳統單向傳播的電視媒介，而閱聽人的主動性與收視動機，受到傳播領域的關注，接收分析逐漸因為研究領域和研究對象的差異，形成了分歧。Hoiijer（1990）參酌了閱聽人研究的成果，將接收分析依據研究型態的不同，分為三大流派。其中包括以英國 Hall 與 Morley 為首的文化研究、以美國 Katz 著名的社會心理學派以及瑞典 Hoiijer 所屬的認知心理學派。

本研究的目標在於閱聽人重覆接收相同文本的影響及閱聽人身分背景差異之探討，因此涉及了認知心理學派與社會心理學派的觀點。而認知心理學派中，Hoijer 所提出的「舊有知識和經驗」，在本研究中即指「先前報導過的同質新聞」。將同質新聞的接收分析套入認知心理學派的觀點，錢玉芬（2007，頁 188）認為新聞訊息的接收者，通常只注意到認知基模（cognitive schema）<sup>1</sup>裡既有概念或訊息，忽略其它不相關的資訊。一旦接收到新的新聞訊息，便會直接將其套入固有的認知基模中。這段認知的運作過程中，包含了諸多詮釋訊息的策略。

Graber（1988）指出，閱聽眾的新聞基模導致受眾在新聞訊息的接收過程中，只會記住證據（新聞文本）引導出的結論，而非證據本身。意即人們收看電視新聞後，往往只會記住媒體說了什麼（事件）、但不會記得媒體在說什麼（過程）。如此精簡化的思維模式，也讓認知基模成為閱聽眾用以應付資訊超載的利器。因此，同質新聞重複的播報，對閱聽人資訊接收造成的影響，便成為本文最主要的研究問題。

接收分析自 1970 年代發展至今，隨著傳播科技技術的進步與閱聽人收視習慣的改變，傳播學者也逐步調整接收分析的研究範疇和變相。依照接收分析發展的進程，學者 Alasuutari（1999）認為當今社會已進入接收分析的第三個階段：訊息建構的觀點（constructionist view）。其指出，今日的傳播研究，都應透過鉅觀的角度審視每段接收行為，強調媒體製碼與受眾解碼間的交互關係，企圖在媒介與媒介使用之間構築出研究脈絡的雛型，為文化研究及接收分析開闢一條新的道路。

將新聞同質化的現象，依據第三代接收分析與本研究的觀點，研究應探討「媒體編碼的環境」與「主動閱聽人收視的目的」。在媒體編碼與新聞守門的過程中，訊息的產生深受媒體組織與編輯室的影響，在商業利益至上的新聞頻道中，「如何讓觀眾想看」成為新聞採編的目的，因此收視率新聞學成為新聞同質化的肇因。而閱聽人因為對資訊的渴求，主動使用媒體收看新聞，卻可能因為媒體識讀的經驗不足，導致錯誤解讀、或遭到同質新聞的誤導。

---

<sup>1</sup> 認知基模一詞源自於 Piaget 的認知發展論（cognitive-developmental theory），Piaget 認為人類會透過天生的基本行為模式以應對外界的刺激與環境，並透過這些認知結構（cognitive structure）產生反應及獲取知識。Piaget 將此行為模式稱為認知基模，並指出認知基模會因為經驗的增加而更趨複雜，並成為心理性的行為模式（張春興，2006）。

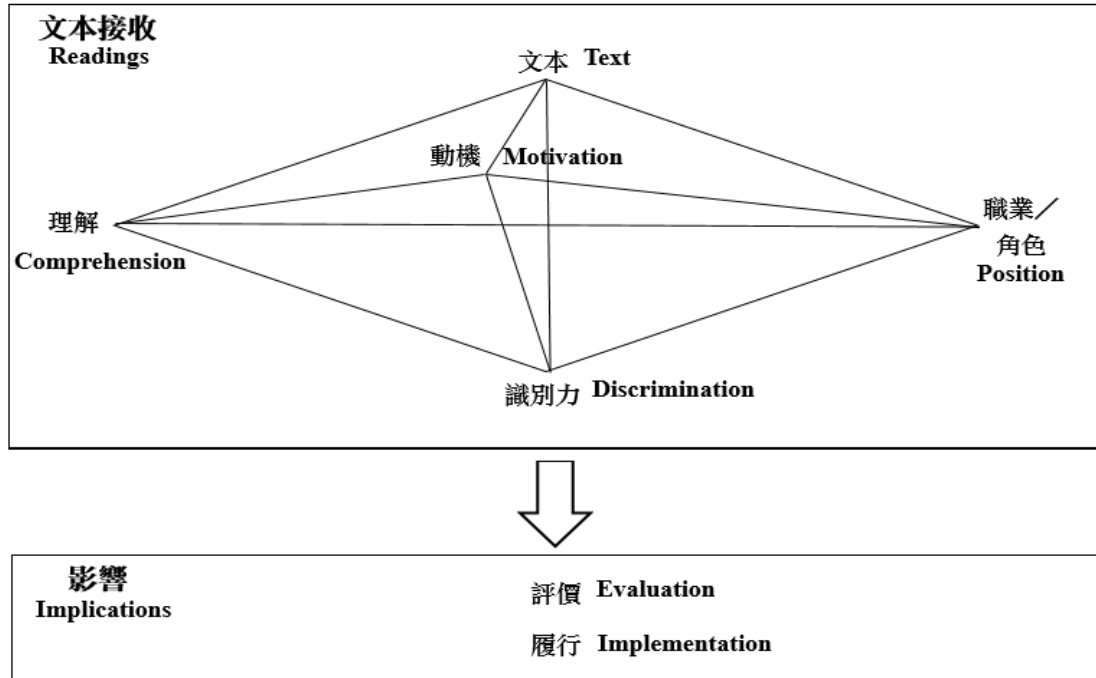


## (二) 多面向 (multidimensional) 接收分析模式

Schroder (2000) 認為 Hall 的接收分析模式雖已包含媒體編碼與閱聽眾解碼等雙面向，但隨著媒體科技的發展與資訊快速地流通，接收分析應朝著多面向進行探討，在閱聽眾接收的研究中，更應該把性別、個性特徵與媒體接近性等因素納入考量。此社會心理學的觀點足以用來區隔閱聽眾的類別和群組，藉以發現受眾之間的差異，以及媒體製播的標的。多面向接收分析模式與 Hall 的模式，主要有以下差別：

1. 多面向接收分析更著重於閱聽眾之間的異質性與差異化。
2. 多面向接收分析奠基於與閱聽眾接收經驗有關的研究，此概念有助於理解閱聽眾的媒體使用經驗，並勾勒出受眾在詮釋文本時多樣化的動機與行為架構。
3. 多面向接收分析模式著重於研究中多樣化的變項，而非媒體傳導資訊時的過程。因此任何與閱聽眾接收有關的因素都應納入考量並且分開論述，而非將受眾概括而論。

Schroder 的多面向接收分析研究，主要著力於媒體文本與閱聽眾的動機、理解、識別力、職業／角色之間的影響，進而觀察受眾對媒體的評價和實踐／履行等收視後的情況，研究架構如圖 1-1 所示。



資料來源：Schroder, K. C. (2000). Making sense of audience discourses. *European journal of cultural studies*, 3 (2), 233-258.

在臺灣的學術研究中，學者們也曾針對社會結構或閱聽眾的異質性做詳盡的探討，其結果亦顯示Schroder所提出的六項閱聽眾要素，彼此之間的交互影響，確實會對訊息接收造成不同的結果。王泰俐（2011）於針對政府訊息置入新聞文本的研究中指出，閱聽人一旦具有充足的動機與能力時，會仔細思考並推論訊息的邏輯與合理性，因此媒體文本應以中央路徑（central route）的處理模式，進行意識的宣傳；反之，閱聽人若處於較被動的狀態，則訊息應依循邊陲路徑（peripheral route）的方式製播，此時周邊訊息的設計便相形重要。

### （三）新聞同質化

彭家發、蘇蘅、張寶芳與金溥聰（2005）指出，一般媒體市場中，各種訴求的媒體都有存在的意義，例如質報和量報共存的概念。但多元的媒介生態環境，仰賴公權力針對媒體結構的良善管制，無奈臺灣法令制度尚未完善，進而導致今日的惡性競爭。如今媒體因為角逐商業收益，在新聞採集上產生了諸多同質化的現象，包含消息來源同質、新聞內容同質、發佈方式同質。其分別表示引用相同的消息管道、撰寫相似的新聞文本、使用相同的媒介平台發佈消息（Boczkowski & Santos, 2007）。

#### 1. 成因與現況

媒體市場的激烈競爭，衍生出新聞品質惡化、新聞來源窄化、新聞價值判斷趨同化等問題。依據市場機制，同質化過多後，應當由媒體發展出自有特色，才能在市場上立足生存。然而今日臺灣閱聽眾打開電視所見，新聞內容大同小異、不只缺乏原創性、也喪失了電視台應有的新聞專業與道德。同質化的情形除了從內容得以窺見外，多家電視台連新聞排程（rundown）、標題，甚至是受訪者的口白（bite）都幾進相同。媒體內容千篇一律，使受眾得不到想要的新聞內容，造成媒體資源被恣意浪費。在數位化媒體環境與觀眾多元需求的今天，新聞同質化使得新聞媒體的健康發展陷入一大瓶頸（張健，2009）。

#### 2. 媒體表現

新聞同質化已是臺灣電視的一大詬病，筆者參閱相關文獻後，認為消息來源窄化與惡性競爭是兩大主因，茲將臺灣電視新聞內容，依同質化的表現方式，概分為（1）新聞來源：消息來源的窄化與單一化，導致眾多媒體追著同一條新聞跑。一旦來源有誤或遭到有心人士利用，媒體將淪為製造恐慌及破壞社會和諧的鬥爭利器。（2）新聞內容：Gregg（2009）認為同質化的新聞內容是新聞守門與議題設定的產物。媒體編輯室及最高層的新聞守門人擁有決定新聞播出與否的權力，當獨裁的新聞控制取代了科層化分工的美意，則閱聽人對新聞的喜好將再也不受到重視。（3）新聞收視壓力與製作風格：收視率被用來推估觀眾的收看總數，收視率高廣告獲利就高；收視率低自然獲利減少（林

照真，2009）。另外，新聞風格也越趨同質化，以莫拉克風災為例，林照真（2013）的研究指出，諸家媒體的文本內容以監督災情報導（28.3%）、故事性災難新聞（12.5%）及災民新聞（12.4%）為主要報導趨勢。此三類新聞占總新聞數一半以上，其中故事性災難新聞多是以「悲情式報導」的風格播出，期能博取大眾同情與注意。（4）目標收視群眾的定位：臺灣眾多有線新聞台皆屬於綜合性的新聞台，共同分食大餅的後果，造成內容同質化、道德低落與惡性競爭（陳怡璇，2008）。（5）播報時段：媒體為了獲取最大支廣告收益，新聞時段播出的新聞文本，僅以收視率的高低為首要，與新聞價值和專業考量無關。

### 3. 利弊與影響

邱鈺婷（2007）的研究指出，媒體趨同的結果對傳播環境和社會，具有三個正向的助益。第一，增強優勢產品或良善行為的傳播效果，迅速形成輿論，達成議題設定之功效。其次，強化議題的關注程度，對政府部門施壓，善盡媒介身為第四權的監督責任。第三，面對危險之採訪環境或棘手的敏感性議題，可透過媒體團結的力量，打擊犯罪、揭露舞弊，並保障媒體從業人員之人身安全與工作權。

但唐慧卿（2004）認為，傳媒訊息同質化的後果，將對媒體帶來三方面嚴重的傷害，依序是經濟、時間以及情感。（1）經濟上的傷害：同質化的新聞將造成民眾無謂的消費與負擔，連帶影響到臺灣數位有線電視的發展。（2）時間上的傷害：由於新聞多是一次性的消費，媒體重覆刊播同質化的新聞，將造成觀眾蒙受時間上的損失。（3）情感上的傷害：新聞同質化對受眾來說，除了減少可獲得的資訊量，更會造成觀眾對媒體信任程度的降低。

## 研究方法

本研究深度訪談之目的，是為了先透過專家學者的觀點，評析一窩蜂報導對閱聽人接收媒體文本的影響，接著再實地訪問閱聽人，將兩次的訪談結果兩相對照，歸納出一窩蜂報導對閱聽人的影響。筆者引用 Schroder（2000）所提出的多面向接收分析模式，並以此為立基設計出包含動機、理解、識別力、職業／角色、評價、履行等六大研究面向的訪談問卷，分別探討各項因素對同質化新聞接收分析的影響。

第一階段之訪談對象設定在對媒體產業具有充分瞭解的產官學界等三方面之意見領袖，透過深度訪談法，歸納一窩蜂報導對閱聽眾之影響。林淑馨（2012，頁 236）指出，將訪談焦點放在某領域中之具影響力、傑出或有名氣

之菁英人士，有助於研究對組織運作、財力結構、組織關係、企業管理或經營決策等有更深刻的體認。透過「菁英訪談法」(elite interview)對議題進行初步訪談，有利於後起研究之更大型訪談結構之擬定與參酌。接著分析初步訪談之結果，尋找符合條件之閱聽眾，進行二次訪談。訪談前，研究者挑選出五則於同一日期、同一議題、不同媒體（三立、中天、東森、TVBS、壹電視）之洪案相關報導，依隨機順序播放給受訪者觀看，重點在於喚起受訪者對洪案大肆報導時的回憶。

本研究中所提及之文獻作者皆使用真名撰述，但對於深度訪談之受訪者，依循學術傳統和倫理，使用代號予以保密。訪談共分為兩階段進行，第一階段之受訪者編號，依據產、官、學編為 M (manager)、G (government)、P (professor) 三類，每組訪問一人，共三名受訪者。第二階段受訪者為具媒體背景之閱聽眾，編號以 A (audience) 表示，共訪問兩名，以應證第一階段之訪談結果。

表 2-1：受訪者簡表

身份	代號	職稱	最高學歷
媒體主管	M	時任新聞部總監	新聞學系 學士
政府官員	G	處長	傳播學 博士
學者	P	新聞系教授	兩岸關係 博士
閱聽眾	A1	節目企劃執行	數位媒體學系 學士
	A2	記者	廣播電視學系 學士

## 深度訪談資料分析

### 一、背景資料：職業／角色

此節針對洪仲案的收視族群類別進行訪談，根據產官學界的觀點，針對個案收視電視新聞的觀眾具有兩項特色（一）與議題具有某些程度上的關聯（二）自己或身邊的親友具有議題中之相關經歷。另外，訪談結果亦顯示，會受同質新聞影響而持續收看電視新聞的閱聽眾，通常都有固定的電視收視習慣以及媒體接近性較低或訊息來源相對較少等兩項特色。

綜觀受訪者對於閱聽眾之看法，閱聽人會依據個人經驗或背景，特別關注與其具關連性之媒體文本，一旦對媒體的文本產生興趣，無論各台是否一窩蜂

報導及文本同質化與否，都會持續收看電視新聞。但媒體一窩蜂報導導致的文本同質化，將使得部分對議題持有不同看法或較不熱衷的閱聽眾感到不滿，同質性過高的媒體環境會讓觀眾產生怨言甚至主動向 NCC 投訴。但多數閱聽人不會因為媒體文本的同質，而改變長期以來所培養出的媒體收視習慣，因為這關乎閱聽人對不同媒介的近用性與各媒體的使用門檻相異，所以閱聽眾會抱怨電視新聞的內容，倘若沒有其它擅長或習慣使用的媒體（如：網路、報紙），則依舊會仰賴電視新聞為主要消息來源。

## 二、收視心境：動機

在閱聽眾對於同質新聞的收視動機上，受訪者亦出現不同的意見與想法。於 NCC 服務多年的受訪者 G 認為，同質新聞乃肇因於市場需求的結果，觀眾有收視的動機、媒體才會產製這樣的文本，「因為這是閱聽眾想看的，所以媒體一直播，閱聽眾也一直看，這是一種市場導向的循環模式。」

以臺灣目前的收視調查來說，電視新聞的主要收視族群無論是教育水平還是經濟收入都算不錯。理論上來說，他們有多方管道可以接收到多元的訊息。你說電視新聞一窩蜂地報導，會不會改變他們的收視習慣？我覺得只是一開始會引起他們的關切，那媒體一窩蜂的情形，畢竟還是因為市場導向、整個媒體市場的導向，所以話說回來，就是民眾喜歡看。事實上，這也是因為民眾本身有這個需求，我們又是一個自由市場，而媒體本身也可以去設定議題，可以去引導（受訪者 G）。

在業界負責新聞統籌與製播的受訪者 M 則認為，雖然同質新聞會引起許多原本對新聞沒有興趣或鮮少看新聞的閱聽眾加入收視的行列，但新聞議題的內容才是引起觀眾收視動機的主要因素。另外，觀眾透過電視台的回饋機制（收視率、觀眾服務）將想收看的慾望回覆給電視台，也是促成媒體繼續報導的主要原因之一，此觀點與受訪者 G「循環論點」不謀而合。

其實所有新聞，尤其是重大新聞，都會有一個必然的模式存在，就是新聞的巔峰。這是一個基本的議題走向，一旦過了巔峰，收視情況就很容易掉下來，只是每件議題下跌的速度不太一樣。本台在當時被視為引爆議題的電視台，所以觀眾會期許我們挖掘更多的內幕或隱

情，他們會不斷地透過觀眾回饋的機制，支持我們繼續做這個議題。在議題火熱的那一段時間裡，我們接到的觀眾反應，都是正向的、支持的，所以這也是我們繼續做下去的原因之一。當然我還是要強調，每天做一樣的東西，是沒有人要看的（受訪者 M）。

實際訪問閱聽眾對於同質新聞的收視情形，亦得到兩種截然不同的答案。受訪者 A1 認為各家電視台的既定立場過於明顯，同質新聞有助於在各個頻道中比較各台的媒體文本，還原並釐清事情的真相。但受訪者 A2 則表示，「新的資訊」才是收視的主要動機，倘若媒體沒有更新內容，他就會拒絕收看。

根據本節的訪談結果可以得知，觀眾收看同質新聞的動機來自於對新資訊的渴求。康熙祥（2005，頁 165）歸納諸多文獻，認為新聞的第一要素就是「時間性」（timing）。彭家發等（2005）也指出，新聞媒體最大的功能就是讓大眾隨時知道新事件與新消息。同質新聞有利有弊，唯媒體經營者必須拿捏製作的尺度與分寸，並在每日的同質文本中加入新的資訊，才有辦法持續吸引觀眾收看。但此指的新資訊並非花邊新聞或八卦報導，受訪者 G 表示，這些無謂的花邊新聞只會讓觀眾更快感到厭煩，非但無助於新聞事件的釐清和收視，更有可能導致媒體信任感的喪失。

### 三、媒體認知：理解

本節所欲探討的是閱聽眾在媒體同質的環境中，所關切的新聞面相為何，亦即觀眾期望如何透過新聞文本瞭解議題內容。以及一窩蜂報導所導致的同質性文本，是否有助於閱聽眾對議題的瞭解。本研究根據受訪者的訪談內容，歸納出以下幾項特點，媒體文本應包含以下內容才會對社會有益並引起觀眾興趣，繼而繼續收看。此外，以下諸項雖是針對洪仲丘案所進行歸納而得的結論，但亦可推論至其它社會新聞的一窩蜂報導。

（一）新聞內容應包含完整的事件起因、過程、結果，及足以說服觀眾的理由。

（二）新聞報導應具有合理的推論及符合邏輯的陳述。

（三）媒體文本中的「真相」，應客觀且正反並陳，切忌主觀意見與情感投射。

（四）事件的過程與案情中的每個環節，都必須符合法律程序，並請專家學者針對大環境進行全面性地檢討。

(五) 觀眾在乎的是犯錯的人有沒有得到應有的懲罰。因此媒體在報導一個事件時，若要對故事進行完整的描述，必須對最終的結果進行追蹤和報導。

同質的新聞文本是否增進閱聽人對事件的理解，媒體製播者認為同質文本對觀眾有正向的助益，除了讓觀眾可以更加瞭解事件的全貌外，還能知悉事件中的微小環節。但學者認為，媒體為了不斷更新同質文本，只好報導與事件無關的八卦消息或自行發想案發過程，此舉容易誤導閱聽眾和扭曲事件的真實。因此，媒體的報導應該適量，如發現沒有值得做的新聞點，則因將報導方向朝著更宏觀的角度，審視結構上或政策中的問題，而非一味地重複包裝相同的素材。

#### 四、文本認知：識別力

本節欲探討閱聽眾對同質文本的看法，本研究認為，除了要探究閱聽眾對文本的理解之外，應該將閱聽眾對同質文本的觀點與接納程度亦納入研究範疇，判斷閱聽人在收視一窩蜂新聞報導時的心態及主觀認知，因此本節的訪談問題為以下兩項：

- 一、身為閱聽眾的您，如何解讀洪仲丘案的新聞文本？
- 二、當文本高度同質化後，您如何看待這樣的新聞文本？

根據 Schroder (2000) 的觀點，文本識別力 (discrimination) 的探討著重於觀眾在接收媒體內容時，是否有意識到文本產製者所設定的媒體框架，也就是媒體組織的文本風格、報導立場或刻意置入的意識形態，因此本問卷的問題針對閱聽人詢問其對文本的看法，除了先訪問意見領袖以獲得較具代表性的研究結果外，並在訪問受訪者 A1 及 A2 前，隨機挑選洪仲丘案之新聞文本供其觀賞，並詳細記錄他們對新聞的評價和認知態度。

以具有傳播訓練背景的人員來說，對於同質新聞的報導，因能理解媒體運作的特性與媒體框架的存在，故較不會產生反感。次要原因是無論媒體環境如何，這些在傳播領域工作或具有傳播背景的社會人士，還是有興趣透過電視媒體收視新聞。因為這些擁有傳播背景的觀眾群，認為自己能跳脫出媒體框架，自行評估媒體文本，並透過多方資訊來評價媒體的內容。

我並不會覺得困擾。畢竟我也算是傳播學者，不管怎麼樣，我還是會關心新聞。但如果是新聞評論，我就不會選擇收看，因為我認為這些評論的觀點可能會影響我的個人思維。我認為，每個議題我知道梗要之後，剩下的資訊，我是可以自己判斷的（受訪者 G）。

受訪者 M 以媒體製播者的角度看待觀眾對文本識別力的問題時，認為媒體在產製不同類型的同質文本時，會對觀眾產生不同的衝擊，因此什麼議題值得做成同質報導，又會對社會造成什麼影響，都需要深思。而值得做成同質新聞的議題，以媒體組織的觀點，這些議題普遍都受到觀眾喜愛，觀眾喜歡看才能促使媒體繼續做下去。

其實同質新聞的情況雖然很常見的，但我覺得不同的新聞類型還是有不一樣的媒體效果存在。其實每天的整點新聞裡，大陸中心跟國際中心的新聞還是會維持正常播出，但是相對的，我們勇敢的這樣嘗試之後，觀眾的回饋往往都是差的（受訪者 M）

受訪者 P 認為臺灣媒體的同質性文本，終究還是媒體刻意設定議題的結果，縱然大篇幅地報導長達兩個月的時間，但部分的社會真實依然未被表露出來，導致媒介真實與社會真實的落差越來越大。另外，事件中的消息來源也是影響媒體效果的主要因素，軍中的人權問題長久以來一直為人所詬病，以洪仲丘案來說，將證據交由軍事檢察單位調查，實在難以說服群眾。縱然司法制度在後來進行了改革，但已流失的民眾信心難以在短時間內補回。因此，身為媒體監督者及傳播教育者，受訪者 P 認為，觀眾的媒體識讀必須提升，當閱聽眾的層級升高了，自然就有更多的能力去判斷媒介內容的真偽，當收視媒體文本時，更需自行蒐集資料相互對照，不能全然相信媒體。

我實在不覺得媒體有解開這件事的真相，第一個很重要的一點，許多閱聽眾對媒體報導的不信任。因為我們覺得他們的新聞文本很浮誇、很具表演性質，然後不斷放入煽情的元素，甚至找一些不是真正重要的素材來報導，導致觀眾還是不清楚真正發生了什麼事情。針對洪仲丘這個案子，社會上其實還是有一群人有不一樣的觀點，許多當過兵的人也都會想，「洪仲丘一定也有問題」，但這很明顯是社會上沉默螺旋的情景，大家不討論、媒體不報導。依我的觀點，我本身就對軍方不信任、也對媒體不信任，在這種情況下，我實在無法相信真相



已經水落石出。就算媒體報導他們所謂的真相了，但我們還是會存疑。無論是媒體或軍方，民眾對這兩個單位喪失信心已經不是一兩天的事了。這些既定的印象多半都是負面的，也就造成了信任感的消失。所以我一再強調，閱聽眾要自己去搜尋資料，不斷地佐證和對照媒體的文本，才能獨立地判斷媒介內容的真假（受訪者 P）。

相較於學界對文本的批判，對洪仲丘案持有正向收視態度的受訪者 A1 認為，一個議題會被媒體一窩蜂地報導，一定是有值得關注的地方，既然媒體在這個個案中尋求所謂的真相，他就會持續關心這個消息，直到媒體報導出真相為止。但同樣身為媒體人的受訪者 A2 則秉持著原本收視電視的初衷，認為無論新聞文本同質與否，唯有新的資訊加入，才屬於一則有價值的新聞，而媒體過於冗長的報導或針對細節的臆測，都不應該在現今的新聞文本中出現。

以媒體製碼的觀點，同質新聞的背後含意，就是收視率的回饋。因為觀眾樂於收看，媒體便投其所好地不斷產製相關文本，期望留住觀眾群。以學界的觀點，媒體為了討好觀眾，刻意設定了符合民意風向的媒體框架，在文本產製過程中的疏漏卻刻意忽略或無意改善。閱聽眾一旦對新聞議題有興趣，就會持續收看和關注，此舉往往造成觀眾忽略媒體置入的觀點或意識形態，並囫圇吞棗地接收所有媒體訊息。過去研究顯示，電視是相較於報紙、雜誌、廣播及網路，最受一般民眾所相信的媒介（羅文輝、林文琪、牛隆光、蔡卓芬，2003）。媒介依賴與媒介可信度存在著正向的關係，當閱聽眾對某媒介的依賴程度越多，會越相信該媒介所報導的新聞內容。

## 五、媒體表現：評價

本節訪問的重點是觀眾對媒體文本及一窩蜂報導的評價，亦即收看電視新聞時對同質的新聞文本有什麼樣的想法。訪談的問題除了詢問閱聽眾是否因同質文本而感到收視困擾外，亦依循媒體功能論的觀點，從「行政監督」、「司法偵辦」、「社會責任」及「媒介真實與社會真實」等面向進行訪問。

對於具有傳播背景的閱聽眾來說，電視新聞文本的同質與否不太會對其造成收視上的困擾，因為擁有媒體背景的閱聽人，懂得善用其它不同的媒介接收自己想要的訊息，也就是透過改變媒介使用行為來克服文本同質與單一的問題。同質的新聞文本確實能讓社會凝聚群眾壓力，迫使政府修改施政方針以達媒體監督政府之美意。

在司法偵辦的層面，無論是意見領袖還是一般閱聽眾都認為，媒體報導應該與司法調查進行切割，媒體不得引導辦案、而檢調單位亦不應該隨波逐流，尊重司法專業並將媒體報導當成參考，才是閱聽大眾應有之道。在探討同質新聞的優缺時，所有受訪者都同意媒體「議題設定」的效果依舊存在。一窩蜂的報導不但可以加快訊息的傳遞，更能在短時間內教導閱聽眾一個新的觀念或認識一個新的議題。但缺點是可能引起社會大眾恐慌、並且壓縮其它新聞的播報時段，浪費了媒體的傳遞平台以及新聞人力（張健，2009）。而媒介真實能獲得多少閱聽眾的信賴，取決於觀眾平時對節目或頻道的喜好程度及議題的關心程度，媒介使用行為與媒介信賴存在著正向的關係（羅文輝等，2003）。

## 六、受眾行為：履行

本段欲探討媒體是否能夠驅使閱聽眾產生自發性的行為，在此以洪仲丘案後所引起的白衫軍運動為例。受訪者 P 認為，身為一位社會觀察學者，必須積極參與每一場社會運動，並詳加記錄事件發生時的現場情景，無論媒體的報導如何，他都會想要到現場觀察活動的進行。根據受訪者 P 的實地觀察，他認為白衫軍運動主要是為了聲援洪仲丘的群眾，經由媒體的報導，自發性地加入，雖然也會聽到部分群眾帶有政治目的地呼喊口號，但數量相當稀少，且容易被群眾忽略。

我覺得他們的訴求就是希望軍方進行體制或法規上的修正，而這一塊正好也是媒體比較沒有提及的部分。我不覺得這次參加白衫軍的群眾，他們的動機跟政治因素有關。因為就我實地的觀察，如果在現場有政治人物想要操控氣氛或呼喊口號，反而都會被白眼或忽視。我覺得這次社運有政治性訴求的人其實是少數，大部分的參與者，應該都是因為真正關心這個議題（受訪者 P）。

受訪者 M 則認為，群眾運動本來就與媒體報導有著強大的連結，一窩蜂的新聞報導是最容易也最有效喚起群眾的方法之一。一個議題透過媒體強力地播送，新聞量將與群眾參與的人數成正比。

我覺得它是有必然的關聯性，因為白衫軍的遊行就是因為洪案而起嘛！所以民眾上街跟新聞的報導一定是有關聯的，就我的觀察，這當中存在著正向的關係，當媒體的新聞量越多時，就會有越多人觀看電視新聞，看的人越多，就會有越多人想要走上街頭（受訪者 M）。

受訪者 M 及受訪者 G 都認為，社會運動難免都會有政治力的介入，縱然社運的發起人希望以超然的角度進行「和平訴求」，但群眾的動員無法避免有心人士從中操作政治議題。

在一些政黨色彩比較深的媒體文本中，我們就可以看見他們把這個議題操作的比較偏向政治層面，另外，我也覺得現在大型的社會運動，你要說跟政治沒有關係，也不太可能。畢竟透過政治力的動員，會是最快的。但是我覺得白衫軍跟臺灣近來幾次的社會運動比起來，政治色彩其實沒有那麼鮮明。這些參與的群眾，多是秉持著所謂的「正義感」，因為當過兵的人比較熟知軍中的規範，當時也很多人在抱怨這件事的肇因是來自軍中長久以來的問題，所以大家參與白衫軍遊行的理念，應該多是出自於正義感使然。可能也很多人有過相似的經驗，或許沒有很嚴重，但總是會有心情上的投射，所以他們會希望軍中的制度跟管教可以變得更好（受訪者 M）。

不過受訪者 M 和受訪者 G 都認為，洪仲丘案所引起的白衫軍運動，參與者大多是對於軍中體制不滿和關切軍旅議題的人們，若要論及其中的政治運作，與其它的社會運動比起來，實屬較為薄弱。

回頭看洪仲丘案，我反而覺得政治力的介入比這次服貿議題小得多。洪案其實仰賴的是許多主張「社會關懷」的 NGO 所支持，其實活動的重點還是端看活動發起人是否有政治經驗？畢竟政治團體還是很容易介入這些活動，以目前幾個檯面上的政黨來講，他們都很聰明，他們也都知道不能赤裸裸地介入，所以他們會策動他們私底下的支持者，從暗中將手伸入活動（受訪者 G）。

受訪者 A1 則認為，由於此次案件的主要機構是軍方，軍方隸屬於中央政府所管轄，因此上街頭宣揚正義的群眾，可能也帶有在野黨反政府的色彩。受訪者 A2 則認為，多數參與遊行的群眾其實是沒有政治色彩的，唯獨少數的意見領袖跟活動幹部會從中宣揚政治理念。而在媒體驅使群眾參加社運的傳播效果中，受訪者 A1 跟受訪者 A2 都認為，媒體透過追蹤式的報導，讓觀眾不斷投入情感，很容易就讓他們走上街頭聲援洪仲丘。

今天媒體是不斷地更新新聞的資訊，讓觀眾有一直追蹤的感覺，觀眾就會想看，想看就會跟著鼓舞。當媒體報導白衫軍遊行時，這些有興趣的觀眾就會想要參加（受訪者 A1）。

受訪者 A2 認為，媒體製作煽情的報導，將洪仲丘塑造成悲情人物，藉以煽動群眾情緒，導致很多人願意走上街頭參與遊行。

根據受訪者實地觀察與資深的媒體經驗，媒體製播的新聞數量與群眾參與社會運動呈現正向的關係。此結果證明同質新聞除了可喚起觀眾注意外，更能進一步激發群眾參與集會遊行的力量。其中媒體文本的製作也是影響群眾參與程度的關鍵，此與媒體喜好跟信賴程度有關。另外，社會運動的發起與舉辦過程，不免俗地都會有政治因素介入。由於臺灣觀眾長期以來被色彩鮮明的媒體分化，多數民眾具有政黨偏向，因此透過政治力量的號召，是動員群眾最快的方式。

## 結論與建議

### 一、閱聽眾之社會職業／角色

電視閱聽眾會依據個人過去經驗或背景，特別關注與其個人具關連性之媒體文本。一旦對媒體的文本產生興趣，無論媒體是否一窩蜂報導以及文本同質化與否，都會對媒體的報導行為抱持正向評價，並且持續收看電視新聞。

### 二、閱聽眾觀看同質文本的收視動機

觀眾收看同質新聞的動機，與收看一般新聞相同，都是出自於對新資訊的渴求。對媒體文本有特殊偏向的觀眾，將樂於接受媒體的同質報導；但對議題沒有興趣的閱聽眾就會對同質文本感到厭煩。同質新聞有利有弊，唯媒體經營者必須拿捏製作的尺度與分寸，避免議題失焦及誤導大眾，並在每日的同質文本中加入新的資訊，才有辦法持續吸引觀眾收看。

### 三、閱聽眾對同質文本的理解

為了讓觀眾對事件有更深入的瞭解，單純地包裝新聞資訊就製作成一則報導，將有可能引起觀眾反感。因此媒體同質的文本應包含（一）完整的事件起

緣與過程（二）合理的推論及符合邏輯的陳述（三）符合法定程序的事件經過與環節（四）追蹤事件最終的發展（五）足以說服觀眾的結論。另外，欲透過同質的新聞文本增進閱聽人對事件的理解，媒體的報導應該適量，如發現沒有值得做的新聞點，則因將報導方向朝著更宏觀的角度，審視大環境的問題並邀請專家學者共同商討解決方案。

#### 四、閱聽眾對同質文本的識別力

以媒體製碼的觀點，同質新聞的背後含意，就是收視率的回饋。因為觀眾樂於收看，媒體便投其所好地不斷產製相關文本，期望留住觀眾群。以學界的觀點，媒體為了討好觀眾，刻意設定了符合民意風向的媒體框架，在文本產製過程中的疏漏卻刻意忽略或無意改善。因此媒體無法依循新聞專業，製作符合新聞道德與要求之新聞文本；而觀眾亦無法探究新聞文本之內涵與該新聞之核心價值，閱聽眾一旦對新聞議題有興趣，就容易囫圇吞棗地接收所有媒體訊息而不加思考。

#### 五、閱聽眾對同質文本的評價

由於媒體議題設定的效果依然相當顯著，一窩蜂的報導不但可以加快訊息的傳遞，更能用以宣揚理念或更新即時資訊。但缺點是同質新聞的議題必須慎選，負面消息恐導致群眾恐慌和階級對立。另，同質新聞壓縮了它類新聞的時間與空間、並浪費媒體的新聞人力。而在司法偵辦的層面，媒體報導不應干涉司法調查，除尊重檢調專業外，更應保障事件當事人的權益。

#### 六、閱聽眾受同質文本影響所產生的行為

同質新聞的數量與參與社會運動的群眾數量呈現正向的關係，越多的報導將能有效呼籲越多觀眾自發性參與街頭運動。而媒介效果又與觀眾對媒體喜好程度成正比，亦跟媒體信賴程度有關。臺灣多數社會運動均有政治力量介入，乃肇因於臺灣觀眾長期以來被色彩鮮明的媒體分化，透過政治力量號召，是動員群眾最快的方式。

## 七、研究建議

本研究僅透過深度訪談之方式，訪問少數電視觀眾和具傳播工作或學術背景之意見領袖，其研究成果無法概推至總體收視族群。本研究最大貢獻為規劃出未來閱聽人與新聞文本研究的藍圖與可行方向，除了發現同質文本與閱聽人之間的關係，更嘗試探究閱聽人對同質文本之認知與態度，期盼後起研究可依循以下方針進行同質新聞與接收分析之探討。

（一）針對閱聽人對同質新聞之文本進行大範圍之量化研究，探詢閱聽眾對文本的認知及議題詮釋上的轉變。

（二）將觀眾類型化之後再進行研究，針對特定族群對特定議題之理解，提出更完善之辨證與認知差異之原因。

（三）針對不同的媒介文本進行同質化之研究，歸納使用者對不同媒體之使用動機、行為與文本詮釋上的差異。

## 參考文獻

- Yahoo 奇摩 (2013)。Yahoo 奇摩 2013「十大年度新聞」給你真相！Yahoo 奇摩；<http://ycorpblog.tumblr.com/post/69759201191/yahoo-2013>。檢索日期：2014.3.7。
- 王泰俐 (2011)。政府訊息置入電視新聞性節目的文本分析與閱聽人研究。中華傳播學刊，20，25-43。
- 林福岳 (2013)。洪仲丘案的媒體及新聞表現觀察。媒體觀察報，3，取自 <http://mediawatch.org.tw/node/4302>。檢索日期：2014.3.10。
- 林照真 (2009)。電視新聞就是收視率商品：對「每分鐘收視率」的批判性解讀。新聞學研究，99，79-117。
- 林照真 (2013)。臺灣電視新聞之災難報導：以「莫拉克」風災為例。新聞學研究，115，141-185。
- 林淑馨 (2012)。質性研究：理論與實務。臺北市：巨流。
- 邱鈺婷 (2007)。臺灣電視記者一窩蜂新聞產製下的死結與活路：以重大社會事件報導為例（未出版之碩士論文）。國立政治大學，臺北市。
- 唐慧卿 (2004)。報紙同城競爭：盡力避免同質化。寧波日報社，取自 <http://www.people.com.cn/BIG5/14677/21963/22063/2725511.html>。檢索日期：2014.3.20。
- 康熙祥 (2005)。媒體識讀。臺北市：揚智。
- 張春興 (2006)。教育心理學：三化取向的理論與實踐。臺北市：東華。
- 張郁敏 (2012)。因人而異的新聞消費行為：整合新聞媒介與新聞品牌的新思維。中華傳播學刊，21，81-117。
- 張健 (2009)。新聞同質化的表現及弊端。貴州日報新聞窗，取自 <http://xwc.big5.gog.com.cn/system/2009/03/24/10523588.shtml>。檢索日期：2014.3.13。
- 張愛華、曾忠蕙、黃育盈 (2012)。資訊超載對網路購物決策之影響：中介效果之探討。電子商務學報，14 (3)，411-440。
- 陳怡璇 (2008)。影響電視新聞同質化研究—組織層次因素的分析（未出版之碩士論文）。國立臺灣大學，臺北市。
- 陳婷玉 (2012)。傳播新聞教育如何影響閱聽人解讀：以愛滋病新聞為例。長榮大學學報，16 (2)，35-59。

- 彭家發、蘇蘅、張寶芳、金溥聰（2005）。*新聞學（一）—新聞學新論*。新北市：空大。
- 高軍檢起訴書（2013）。*陸軍下士洪仲丘案國防部高等軍事法院檢察署、國防部北部地方軍事法院檢察署起訴書節本*。【國防部北部地方軍事法院檢察署】。2014年2月22日，取自  
<http://www.mnd.gov.tw/Publish.aspx?cnid=65&p=58266>
- 錢玉芬（2007）。*傳播心理學*。新北市：威仕曼文化。
- 羅文輝、林文琪、牛隆光、蔡卓芬（2003）。媒介依賴與媒介使用對選舉新聞可信度的影響：五種媒介的比較。*新聞學研究*，74，19-44。
- Alasuutari, P. (1999). Introduction: Three phases of reception studies. *Rethinking the media audience: The new agenda* (pp. 1-21). SAGE Publications Ltd.
- Boczkowski, P. J. & Santos, M. D. (2007). When more media equals less news: Patterns of content homogenization in Argentina's leading print and online newspapers. *Political Communication*, 24 (2), 167-180.
- Graber, D. A. (1988). *Processing the news: how people tame the information tide*. New York: Longman.
- Gregg, A. P. (2009). A general process model of news content homogenization: implication for information deprivation in a democracy. *The annual conference of the National Communication Association*. Chicago, Illinois.
- Hoijer, B. (1990). Studying viewers' reception of television programmes: Theoretical and methodological considerations. *European journal of communication*, 5 (29), 29-56.
- Matusitz, J., & Breen, G. M. (2007). Unethical consequences of pack journalism. *Global media journal*, 6 (11), 1-10.
- Morley, D. (1980). *The 'Nationwide' audience: structure and decoding*. London, England: Routledge.
- Schroder, K. C. (2000). Making sense of audience discourses. *European journal of cultural studies*, 3 (2), 233-258.
- Stacey, J. (1994). *Star gazing: Hollywood cinema and female spectatorship*. [Adobe digital editions version]. Retrieved March 2nd, 2014, from <http://books.google.com.tw/books?id=jWn5AQAAQBAJ&lpg=PT1&ots=ZbA8KNQH3a&dq=Stacey%20Star%20Gazing%3A%20Hollywood%20Cinema%20and%20Female%20Spectatorship&hl=zh-TW&pg=PT8#v=onepage&q=Stacey%20Star%20Gazing:%20Hollywood%20Cinema%20and%20Female%20Spectatorship>



劉立行、胡煜宗

&f=false

Worthington, N. M. (2008). Encoding and decoding rape news: How progressive reporting inverts textual orientations. *Women's studies in communication*, 31(3), 344-367.

(投稿日期：104年3月16日；採用日期：104年6月3日)

新聞一窩蜂報導與接收分析初探：以洪仲丘案為例