

閱聽分析：資訊與需求的對應

壹、人為什麼要看新聞¹（徐佳士，1987：56-59）

閱聽人使用媒體是爲了滿足個人的需求。柏勒遜曾對報紙讀者研究這個問題，他趁一九四五年六月底開始的紐約八家主要報紙派報人罷工，大部份紐約市民兩個多星期無報可讀的難得機會，詳細調查讀者的反應，探究他們在無報可讀時的心理狀態，從而推斷平時他們看報是爲了什麼。他發現，讀者看報的動機包括：

一、要明瞭關於公眾事務的消息和解釋

很多讀者把報紙當作關於「嚴肅的」公眾事件的消息和解釋的不可或缺的來源。他們不只要讀新聞，而且要讀評論文章，他們要把報紙上的評論和自己的意見相比較。

二、從報上尋找日常生活的指導。

受調查的讀者中，有一半人須利用報紙報導來作爲日常生活的參考。當天的無線電有什麼節目，電影院在放什麼影片，很多人要從報上查看：在無報可讀期間商人懷念報上的商情報導；另外還有人關心金融和股票消息。有些婦女要看廣告作爲購買東西的參考，有些人要看人物來往和喪事之類的人事消息，以便知道熟人的動態，也有人要讀食譜時裝和氣象報告，這些與他們日常生活有關的材料。

三、為了消遣

對於很多人，讀報是一種消遣。在讀報時，他們可以暫時逃離自己的現實世界。讀報可使他們心理鬆弛，緩和日常生活的單調和疲乏。

四、為了社會聲望

有一群讀者承認他們讀報是因爲以便與朋友接觸時，能夠顯示自己見識廣闊。讀者不只是可從報紙上知道消息，然後由自己來向朋友傳報消息，而且可知道對公眾事務新聞的評論和解釋，使他可以用來與朋友談天和討論。

五、作「替代式」的社會接觸

有些讀者要利用報紙去和社會名人作間接的「親身」接觸。報上人情味及人事內幕消息，已使社會聞人成了一般讀者的「朋友」，讀者可以透過讀他們的新聞，而間接與他們

¹ 至於電視方面，徐佳士（1992）：閱聽人使用媒體是爲了需求的滿足。國外的研究則發現人看電視有四大類原因：1. 調劑生活：下面又分爲：逃避日常生活的壓力、逃避困難所加的負擔、情緒的宣洩。2. 增進個人關係：下分伴侶關係、社交上的應用。3. 加強自我確定：下分自我確定、現實的試探。價值的增強。4. 對環境的監視。

台灣一項全國性的調查研究（政大新聞所，1975）則發現，電視不只是「娛樂」媒體，它還能滿足下列需求（依滿足程度高低順序）：1. 和家人朋友共同欣賞的樂趣（社交的應用）；2. 尋找快樂（生活的調劑，宣洩情緒）；3. 滿足個人好奇心（試探現實）；4. 打發時間（不屬國外研究中的任何類別）；5. 增加與人談話資料（社交的應用）；6. 增加新知見聞（試探現實和關切環境）；7. 了解別人對各種事物的看法（確定自我和增強價值）；8. 間接與社會接觸（伴侶關係）；9. 知道國家和世界大事（關切環境）；10 尋求購物參考（試探現實）；11. 尋求解決困難的方法（試探現實）；12. 了解地方事情（關切環境）。

「交往」，凱茲和拉查斯斐也發現比較孤獨的婦女愛讀這類「逃避性」材料，因為這類閱讀是社交活動的代替品。

六、由於閱讀本身被認為是一件「好事情」

被調查者的答覆顯示，不營所讀的材料是什麼，閱讀本身都可使他們滿足。這可能因為在美國人的生活中，閱讀這種行為與威望相關聯，這和我國「萬般皆下品，唯有讀書高」的傳統似乎相類似。因此很多人在無報可讀時，就拿出舊雜誌、舊書、甚至舊報紙來讀。他們潛意識感到，閱讀總此閒看好，閱讀消除了他們遊手好閒的內疚感。

七、要維護安全感

有些被調查的人說，無報紙可讀時，他們「不知道一切情況」，「完全迷失」，「我好像一條離開了水的魚」，「我和世界隔絕了」。這說明了他們內心的不安全感，平時他們藉讀報來消除它。

八、由於讀報已變成一種欲罷不能的儀式

很多人在每日某一段特別時間（吃飯、乘車上班、進盥洗室……等時間），當他們做其他事情時，把讀報作為一種附屬活動。在這類時間內，他們不必用很多精力從事主要活動，而有空虛之感，讀報可以滿足他們掃除空虛的需要。久而久之成了習慣，欲罷不能。

附錄：行銷人員寫部落格的最大收穫²：

1. 提供了我們以批判/評論的角度來看世間事的理由或藉口
2. 獲得/學習到知識
3. 藉由討論得知對某一件事各種不同的看法
4. 與其他人進行“對話 (Conversations)” 與溝通 (contact and communications)
5. 很快的獲得來自讀者的回饋 (Feedback)
6. 可與你的粉絲 (fans) 保持連繫
7. 可跟得上在專業領域或技術上創新的腳步
8. 自我提升 (Self improvement)
9. 發展社群 (COMMUNITY)
10. 分析、寫作、網路、線上研究、及討論/辯論的能力都獲得提升
11. 個人更有自信、友善
12. 可與很多人分享自己的觀察或見識 (insight)
13. 可以組織自己的想法
14. 與別人交換意見
15. 比起報紙或雜誌的發行，Blog 內容的發行成本少得太多了
16. 讓自己更聰明
17. 可以表達自己的想法

² 引自：<http://libraryviews.blogspot.com/2006/12/28/456/>

貳、人們如何看新聞（鍾蔚文，1992：7-26）

看新聞，是受眾與新聞報導之間互動的過程。新聞報導的特質（如媒體特性、新聞結構）會影響記者對新聞事件的認知，個人的社會經濟地位、媒介使用習慣、知識，則可能影響訊息接收過程；而且，這個互動過程是循環不斷的：原有知識結構決定了個人如何處理某一新聞報導的訊，吸收的新資訊又成為知識結構的一部分，影響未來資訊處理的行為。

研究受眾看新聞時，看到什麼？如何看？新聞結構與個人知識應是兩個主要因素。本文從 1.新聞報導的屬性、2.先前知識的內容與結構、3.看新聞時資訊處理的過程、4.新聞知識的變化與演進等四個層面，來解釋新聞結構與個人知識的關連。

一、新聞報導的屬性

就報導事件的特性而言，它與親身經驗的差異如下表：

表 2-1 親身經驗和由報導所得經驗之比較

資訊的特色	親身經驗	報導所得之經驗
資訊型態	感官的	遵守社會體系制定的模式（如電視、報紙）
最初的蒐集單位	個人	社會體系（如電視台，報紙）
資訊的結構	事件天然的結構	事件天然結構+敘述結構
事件因果—時間組織和經驗的關係	和日常經驗具有層級的關係	零碎，與個人生活通常沒有關係

就新聞的結構而言，根據 van Dijk 發展的言說結構模式，每則新聞可分為微觀結構與巨觀結構兩層次，微觀結構由微命題組成，微命題是指每一單句的主旨；巨觀結構是由微觀結構歸納濃縮而成，是指新聞報導的主旨、要點、精華、核心意義。

新聞情節在言說結構的層次愈高（如報導的結論），可能愈容易進入長期記憶。

二、先前知識的內容與結構

先前知識體系有兩個特性：1.它是整體的知識，但未必是書本知識、也未必是受眾意識到存在的知識；2.它是有組織的，而非零零星星的，同一主題（如：上餐廳）的知識相互連結，自成系統。

讀者可能需要具備以下數種知識，才能看懂一則新聞：1.對新聞事件的知識、2.對新聞體的知識、3.評估與態度、4.認知結構。

對新聞事件的知識可分為三類：一是事件基模（將新聞歸類）、二是因果基模（推論因果）、三是手段一目的基模（從目的與手段兩角度去理解）

對新聞體的知識可能是閱聽人習焉不察，它有助於吸收同類型文體的資訊，但也往往造成接觸不同敘事體時的障礙。

就評估與態度而言，人們讀到特定情境的新聞時，除了檢索有關的事件知識來詮釋新聞外，也同時啟動相關的態度；人們對特殊個案和針對事件類型的態度往往相互連結，行成一個態度階層。

就結構而言，結構面向的數目多寡、結構緊密程度的高低、影響了認知態度的高下；專家基模的結構就比生手緊密，而且專家不排斥使用與原基模不一致的訊息進行推論。

三、看新聞時資訊處理的過程

整個資訊處理過程，就如同科學研究的假設驗證過程，外來資訊成爲支持假說的證據，即使外來資訊並無符合假說的材料，知識結構仍會根據原有的知識與期望自動產生相關資訊。如：看到「教授」兩字，及推論「個性文靜」。

在資訊處理過程中，基模可以協助認知者以經濟有效的方式來組織外界資訊，但當人們使用基模時，也可能「看到」外界資訊沒有提供的內容，或者不自知的歪曲了外界資訊的意義。

而先前知識、資訊處理策略與態度的差異，則決定了不同個人之間資訊處理結果的差異。

四、新聞知識的變化與演進

最初接觸新聞報導時產生的知識，可能是接近情節性資訊（如郝柏村出席立院時的西裝顏色、發言立委的名字）；依段時間後，接觸新聞所得資訊可能逐漸成爲固有知識結構的一部分，抽象層次逐漸提高（成爲只是另一個「閣揆提名」新聞而已）；對特定報導，所記得的可能只剩下最高層次事實（如：郝柏村被提名）。

而個人先前知識的多寡，則決定了新聞接收的程度：專家看新聞等於溫習基模，所得知識可能較接近原報導，而新手欠缺基模，可能只記得零星知識。

參考資料

- ◇ 徐佳士（1987）：大眾傳播理論，第4講「閱讀人（一）：注意和動機」，頁53-70。台北：正中。
- ◇ 徐佳士（1992）：大眾傳播八講，第3講「個人爲何使用大眾媒體」，頁27-38。台北：正中。
- ◇ 翁秀琪（1992）：大眾傳播理論與實證，第9章「閱聽人研究」，頁121-137。台北：三民。
- ◇ 鍾蔚文（1992）：從媒介真實到主觀真實，第2章「理論基礎與相關文獻」，頁7-26。台北：正中。