

國立政治大學新聞研究所
碩士論文

指導教授：陳百齡博士

電視新聞工作者取用第三方影音素材之研究

Evaluating third party video (TPV) :

How TV reporters work with crowd-sourced AV materials?

研究生：蕭伊貽 撰

中華民國一百零一年七月

本論文獲國家通訊傳播委員會碩士論文研究獎助

摘要

自 2008 年 Youtube 熱潮席捲全球之後，以影音分享為主的媒介消費行為逐漸成為常態，在這股集體協作並開放分享的浪潮下，新聞組織亦不免於其外，開始盛行以取材於眾(crowdsourcing)的新聞產製模式增加新聞素材來源的多樣性。電視新聞工作者取用網友拍攝後上傳的第三方影音內容 (third party video, TPV) 作為新聞素材的一部分，使得眾多使用者生產內容 (User-generated content/ produsage) 漸成為電視新聞畫面的一大主軸。

本研究欲瞭解電視新聞工作者取用 TPV 的過程，因此採內容分析法觀察 TPV 做成的新聞內容，並深度訪談及實際參與觀察以瞭解電視新聞工作者取用 TPV 的動機、處理素材的方式與新聞查證的過程。研究結果分成兩部分，首先，在取用情況上發現電視台確實大量使用 TPV，但超過半數以上的素材難以辨識來源。題材選定偏好具爭議性的內容，而處理素材的方式則以剪接為主。其次，由於 TPV 的特性使然，電視新聞工作者在查證時容易面臨原始資料不明、消息來源不確定與情境脈絡斷裂等挑戰，而他們通常採取單一查證方式、尋找單一採訪對象，且最常比對網路資料。此外，在需查證的新聞中，僅半數的記者會到現場勘查與採訪。而在取得報導素材後，為規避查證責任，電視新聞工作者經常以白描畫面、翻攝網友留言與重新議題設定等方式作新聞，藉此模糊具爭議性的部份。

本研究因此針對 TPV 的查證提供若干建議：(1) 從第三方的角度客觀觀察，避免淪為有心人士操弄的工具；(2) 設法從發文者的字面敘述中或直接從影像中找到可辨識的地點、物件與人物，據此找到當事者；(3) 盡力找到消息來源，若無法與消息來源取得聯繫，則應轉而尋找當事者、公正第三方如警察、或是向媒體同業詢問；(4) 到事發現場勘查；(5) 題材為各種網路傳言時，可請專家以實驗的方式證實。本研究並整理出幾項適用於各種情境的查證原則：質疑優先、詰問必備、資料比對、邏輯至上與經驗輔助。

關鍵字：電視新聞、取材於眾、第三方影音素材、新聞查證、資訊評估

Abstract

Crowdsourcing is an important trend and affects major parts of our lives. More notably, bulk of our news consumption consists of crowdsourced content; these content are what we call third party video or TPV for short. In recent years, we see an increased use of TPV in the Taiwanese media landscape, especially in news reporting and creation.

Using crowdsourced content in news presents two major problems: 1. Over half of the TV news today uses crowdsourced TPV. These content often contain controversial materials. These controversial materials are often selected in bid to manipulate its audience. . 2. Due to the nature of crowdsourced TPV, news reporters have difficulties identifying the source of these content. Since more than half of the news reporting today uses TPV, this makes news highly suspicious. Although this research finds that reporters do attempt to verify its sources, these attempts are far from vigorous: new reporters often adopt one of the following ways in order to verify their news sources: cross validating their data using the Internet, remake opinions based on netizens/cyber-citizens or changing the agenda of the news content. In the worst case, news reporters avoid or skip validation of their news sources altogether.

This research provides the following suggestions in solving the above mentioned problems: (1) prevention of content manipulation by malicious parties so that consumer of news content are not manipulated or swayed. This ensures that the news presented is unbiased, objective and fair. (2) Verifying TPV can include attempts to find any recognizable location, object, or figure from TPV as tips to trace origin. (3) News reporters can try their best to get in touch with the news sources. If this cannot be done, try to get in touch with unbiased third parties, such as the police force or people same as your profession.(4) News reporters can also attempt to perform on-site investigation may be contributed to find the truth. (5) If the issue is about rumors on the internet, news reporters may consult experts on the subject matter for clarification. Finally, this study summarized essential factors for verification applied in a various situations: Doubting, Cross-examination, Cross validation, logic, and experience.

Keyword: TV news, crowdsource, third party video(TPV), factual verification, evaluate information.

目錄

摘要.....	i
第一章 緒論.....	1
第一節 研究動機與背景.....	1
第二節 研究問題.....	3
第三節 預期貢獻.....	4
第二章 文獻探討.....	7
第一節 第三方影音素材.....	7
一、新聞影音素材外求.....	7
二、TPV應用於電視新聞.....	10
第二節 TPV取用動力.....	17
一、科技生態改變.....	17
二、取材於眾(crowdsourcing).....	17
第三節 新聞從業者的核心能力：查證.....	19
一、探問新聞工作者的核心能力.....	19
二、新聞查證.....	21
三、TPV之查證.....	25
第四節 小結.....	30
第三章 研究方法.....	33
第一節 內容分析.....	33
一、抽樣.....	34
二、類目建構.....	34
三、分析工具與編碼員信度檢驗.....	42
第二節 參與觀察與半結構訪談.....	43
第三節 研究限制.....	45
一、抽樣過程.....	45
二、訪談對象.....	46
第四章 資料分析.....	47
第一節 電視新聞工作者取用TPV.....	47
一、取用TPV.....	47
二、TPV素材來源、型態與使用.....	54
三、素材處理方式.....	66
四、查證過程之展現.....	70
五、小結.....	76
第二節 電視新聞工作者查證TPV.....	77
一、查證程序.....	77
二、取用TPV於新聞實務之意涵.....	102

第五章 結論與建議.....	109
第一節 研究摘述與重要發現.....	109
一、 TPV的使用.....	110
二、 取用TPV乃是發現問題與解決問題之循環過程.....	113
三、 查證TPV有其可供參考之策略.....	114
四、 探討TPV於新聞學之定位.....	116
第二節 對實務工作者與新聞教育的建議.....	119
一、 對實務工作者的建議.....	119
二、 對新聞教育的建議.....	122
第三節 未來研究方向.....	123
一、 以實驗法精神具體衡量查證作為.....	123
二、 比較不同媒介與不同資歷在查證的差異性.....	123
三、 挑選關鍵個案釐清查證程序.....	124
參考文獻.....	125
附錄一：內容分析（一）編碼表.....	132
附錄二：內容分析（二）編碼者工作指南.....	135
附錄三：訪談題綱（一）電視台主管.....	140
附錄四：訪談題綱（二）電視台記者.....	141



表目錄

表 1.各電視台專設的影音上傳平台.....	11
表 2.內容分析之類目建構.....	35
表 3.以網站類型作區分的素材來源.....	37
表 4.信度檢驗結果.....	42
表 5.受訪者基本資料.....	44
表 6.各電視台前三大新聞類型.....	58
表 7.以網站類型區分素材來源.....	62
表 8 個案查證策略分析.....	99



圖目錄

圖 1.電視台取用網路影音分享平台上的素材做成新聞報導.....	1
圖 2.災難時期使用TPV做成報導.....	16
圖 3.電視新聞工作者／素材／製程三角關係圖.....	31
圖 4.新聞類型與查證流程.....	41
圖 5.資料分析架構圖.....	45
圖 6.TPV新聞播出時段示意圖.....	55
圖 7.一週播放頻率統計圖.....	55
圖 8.TPV新聞則數與平均使用長度示意圖.....	56
圖 9.各電視台TPV新聞報導數量比較示意圖.....	57
圖 10.前五大新聞類型示意圖.....	58
圖 11.具爭議性題材佔所有TPV新聞則數比例示意圖.....	59
圖 12.各電視台爭議性題材數量示意圖.....	59
圖 13.TPV發生地之比例.....	60
圖 14.TPV發生地前五大地點排名.....	60
圖 15.各種TPV來源示意圖.....	61
圖 16.各電視台素材來源示意圖.....	61
圖 17.以網站類型區分素材來源之示意圖.....	62
圖 18.各電視台使用不同性質之素材來源.....	63
圖 19.各電視台難以辨識之素材來源示意圖.....	64
圖 20.各電視台有標示／未標示素材來源比較圖.....	64
圖 21.素材處理方式示意圖.....	67
圖 22.各家電視台素材處理方式比較圖.....	67
圖 23.使用查證種類分布圖.....	70
圖 24.交叉比對資料之比例.....	71
圖 25.各電視台交叉比對資料之情況.....	71
圖 26.現場勘查與採訪佔需查證新聞之比例.....	72
圖 27.採訪對象之數量.....	72
圖 28.採訪對象.....	73
圖 29.新聞內容呈現經查證後報導.....	74
圖 30.各新聞台可判斷素材經查證後報導示意圖.....	74
圖 31.報導中是否標示人／事／時／地／物等資訊.....	75
圖 32.需查證之報導是否採用實驗方式驗證.....	75
圖 33.實驗者身分.....	76

第一章 緒論

第一節 研究動機與背景

二〇一一年六月十三日台北捷運站發生一起「年輕女子霸博愛座並辱罵老翁」的新聞事件¹，一名自稱看不過去的網友，將事件經過以手機拍攝放上知名影音分享網站Youtube，短短一天之內就吸引超過六十萬瀏覽人次，網友們群起圍剿並串連人肉搜索該名女子，事件經主流媒體大幅報導後亦引起社會輿論關注...

根據影片畫面，事件發生在台北捷運淡水線車廂，當時車內擁擠，一名 20 幾歲短髮女子大刺刺坐在博愛座，並翹著腿，一名站在她前面的老翁念了幾句，女子卻態度囂張咆哮.....「叫什麼鬼東西啊，死老頭！」把老翁氣得直呼：「什麼死老頭，妳罵我喔，大家都聽到喔，沒一點規矩。」

---《蘋果日報》，2011 年 06 月 15 日

影片曝光後，各家電視台開始群起追逐，紛紛翻拍該則網路影片後自行加工處理與後製，並同聲譴責該名女子不當的行徑還封她為「翹腳姐」，最後女子因受不了輿論壓力出面道歉²，解釋自己行動不便所以佔坐博愛座，罹患精神疾病導致情緒失控，並指責部分媒體斷章取義，有扭曲之嫌。

圖 1. 電視台取用網路影音分享平台上的素材做成新聞報導³



¹資料來源：〈翹腳姐激公憤 霸博愛座 狂罵「死老頭」 遭網友肉搜〉，《蘋果日報》，2011 年 06 月 15 日。<http://tw.news.yahoo.com/article/url/d//a/110615/143/2tc6n.html>

²資料來源：〈認錯！翹腳姐現身仍喊冤〉，《蘋果日報》，2011 年 06 月 16 日。http://tw.nextmedia.com/rnews/article/SecID/109/art_id/39706/IssueID/20110616

³ YouTube(2011-06-15)<http://www.youtube.com/watch?v=scDrlSjqyE&feature=related>（因原始檔案已被移除，此為網友上傳的備份檔）；中時電子報(2011-06-14)<http://video.chinatimes.com/video-cate-cnt.aspx?cid=4&nid=57002>。

此一事件呈現當代台灣電視新聞操作的主流，就是把網友上傳的影片變成電視新聞的內容，在本研究中我們將這類素材命名為第三方提供之影音素材(third party video，簡稱 TPV)。網友們熱衷將自身的所見所聞或甚至是記錄個人生命歷程的家庭影帶放上影音平台 Youtube 與他人分享，於是 Youtube、行車記錄器和手機這新三寶便逐漸成為電視新聞工作者取材的來源之一。然而，從上述翹腳姊案例中也突顯了取用網友上傳影音素材的弊端，新聞從業者輕忽事先查證，並因此引發爭議，雖然事件最後落入道德與倫理的探討，然研究者認為，在此過程中 TPV 到了電視記者手中，究竟如何成為最終的報導成品，以及事實的真相如何遭受扭曲與誤解，仍有待釐清。

電視新聞盛行使用TPV國內外皆然，以國內來說，TPV已成電視台新聞畫面來源之一，亦是新聞記者蒐集新聞素材的一大管道。例如：資深媒體人唐德蓉曾表示，電視台多數同業皆曾受長官指示，必須上網尋找那些在網路上爆紅的趣味、熱門影片，經常取材的有Youtube平台或是台大BBS一批踢踢實業坊。類似的情形也發生在國外，國際媒體CNN的iReport就是一個集結各地閱聽人共同參與新聞產製的例子，他們審核、篩選和查證公民上傳的影片，並在確認無誤後打上「CNN iReport」紅色標記，以CNN報導為名播出⁴。

初步觀察，這類素材在新聞產製過程中主要有兩種使用方式，一是民眾將拍攝影片放上網，期待成為新聞線索，主流媒體持續追蹤影片中的人物或事蹟，將該事件擴大，以我們熟知的「人肉搜索」為代表。另一種則是將民眾提供的影片直接當成新聞內容播放，記者僅擔任看圖說故事的角色，進行加工與後製，這其中最常見的即是記者翻拍知名影音分享網站 Youtube 的畫面。而無論是將畫面當成線索，或是直接當成內容報導，這類影音素材皆來自組織外部，且多半由素人所提供，提供者可能有意識地希望主流媒體跟進報導或是僅出自於分享的意圖，將其置放於網路平台上與他人共享，藉此達到社交或娛樂目的。

研究者曾利用暑假一個月至媒體組織內實習，過程中多次親眼目睹攝影記者直接架設機器於電腦螢幕前對知名影音分享網站進行翻拍的動作，後續於電視台播放時，該則新聞即被打上「獨家」的標誌。而研究者不論是以閱聽眾的身分來檢視這個現象，或是以一個實際參與產製過程的實習生來看待這個與以往不同的新聞成品，都發現這種取用網路素材作為新聞報導的方式已是當代新聞產製趨勢，而瞭解電視新聞工作者取用、處理與查證素材的過程，確實有其必要性。

因此，本研究意欲檢視新聞台的作法，追蹤這類新聞題材如何被記者發掘與取得，並進一步發展成為電視台播放的新聞報導，探究過程中是否也如電視台自

⁴ 資料來源：國際新聞中心綜合報導，〈CNN 網站公民記者評選／皮蛋打敗樹蟲 全球最噁食物〉自由時報生活 A12 版，2011 年 06 月 06 日

行拍攝的畫面一般，經過了重重的守門以及嚴密的查證程序。而為更深入瞭解電視台如何製作類似的新聞報導，研究者認為勢必先知曉記者處理該素材的方法與過程，後關注記者對於該類素材的查證方式，希望能夠藉此發掘有無查證的事實，並期許後續能提供若干看法與建議。

第二節 研究問題

電視台採用外部人員所提供的影音素材直接做成新聞報導，而非自行前往採訪與拍攝，等於是將原本屬於新聞台內部人員必須完成的工作交付予外部人員(如畫面的拍攝)，這樣的過程看似節省新聞組織內部成本，實際上卻可能使組織承擔更大的風險，因為這樣的素材相較之下缺乏品質保證。

因此，本研究的主要研究問題是，在這種以局部素材「取材於眾」為潮流的當代媒介環境中，電視新聞工作者顯然面臨與以往不同的工作需求與挑戰，他們應該如何發展出與之相對應的策略？細部的研究問題如下：

- 一、 電視新聞工作者如何使用這些 TPV 做成新聞報導？這個問題是有關記者「如何使用」的問題，所欲探知的是記者如何使用 TPV，屬於電視新聞工作者活動的研究，研究者關注的層面有：
 - (一)、 電視新聞工作者使用 TPV 的目的為何？亦即，瞭解電視新聞工作者為何取用 TPV、以及判斷值得採用的依據為何？
 - (二)、 電視新聞工作者如何處理素材？亦即，當電視新聞工作者取用 TPV 後，會如何處理以製成新聞報導？
 - (三)、 電視新聞工作者使用 TPV 時面臨了哪些限制？理解電視新聞工作者在使用 TPV 時所面臨的限制與挑戰？
 - (四)、 電視新聞工作者如何解決使用 TPV 時所遭遇到的困難？
- 二、 電視新聞工作者在使用 TPV 時，如何進行查證的工作？這個問題是關於「如何查證」的問題，所欲探知的是電視新聞工作者實際查證過程為何？關注的層面有：
 - (一)、 當新聞工作者取用 TPV 後，他們是否查證？查證了哪些部分？以及從

哪些層面切入進行查證？

(二)、 電視新聞工作者於查證中所運用的知識、方法與技術各自為何？以及他們如何擬定查證策略？

第三節 預期貢獻

本研究成果的預期貢獻可從以下幾個層次加以理解：首先，這些第三方所提供的影音素材被使用的如此頻繁，甚至成為新聞組織的例行公事之一，顯見當代的媒體景觀已與過去不同。因此，瞭解 TPV 做成之新聞報導的型態與特性有助於勾勒出新聞從業人員工作情境的轉換，鉅觀上達到與大環境對話的功效。

其次，對於一個正在從事新聞工作或是即將從事新聞工作的人來說，本研究有助於反思新聞之本質與新聞從業人員專業之所在。翻拍一則影片再加上看圖說故事就能做成一則新聞報導，那麼記者在其中扮演的角色究竟為何？又若媒體僅成為事件的擴音器，只將社會事件轉變為新聞事件，卻沒有發揮其較一般民眾特殊的專業性，那麼掌握傳播科技的大眾是否都能取代新聞組織的存在呢？新聞專業究竟為何？專業記者還存在嗎？則令人深思。

最後，被認為是記者專業所在的「新聞查證」是本研究最希望能夠做出貢獻的地方，有鑑於新聞查證常流於概念或原則性的探討，研究者以實際參與產製過程的觀察所得，期望能將查證環節一一歸納剖析，提供實務工作者行為的參考與建議。

而研究者對「新聞查證」的重視基於兩個原因，一則是希望能夠提昇媒體帶給社會的正面觀感，因為這樣遍佈在網路世界裡的消息來源和影音素材多了，新聞台在運用上必須更加謹慎小心，不論是進行消息來源的查證、或是進行內容的辨偽和篩選，研究者認為若是能夠找出一套更為嚴密的方法使新聞符合客觀、真實的原則，除了能維護新聞組織的公信力，也能進一步增進媒體第四權的正當性。

二則是希望能夠提供實務上培養專業人才的參考，因為隨著時代的轉變，新聞從業人員所要具備的技能也漸趨多樣化。以聯合報來說，以前的文字記者只要會採訪撰稿並拍攝幾張新聞照片即可，現在一個地方記者則必須身兼數職，除了上述提到的那些工作是必備的以外，還得要隨身攜帶輕便的錄影器材立即攝影，採訪結束後再自行以最簡單的剪接軟體製作一則影音新聞，然後放上該報的網路平台，這樣一則報導才算完成。由此可見，影像處理技術和 TPV 查證不管是在

當代或是在未來，都是新聞工作者必備的專業長才，因此本研究希望能夠將研究結果回饋到傳播教育之中，讓那些和我們一樣對新聞事業懷抱熱情且有所憧憬的學生們，能夠在受教育的階段中即早接受訓練，也讓已在工作崗位上的媒體工作者能夠有機會反思如何將查證做得更好。





第二章 文獻探討

本章架構分為三個部分，第一節定義並解釋何謂「第三方提供之影音素材」(TPV)，有鑑於過去尚未有人針對第三方素材做定義，因此研究者在此結合經驗性資料，以堆積木的方式取材自消息來源、輔助報導工具、及使用者生產等相關文獻，歸納出本研究所欲探討的 TPV，論述的順序是先整理出電視台常見的影音素材來源後，再將焦點置放在「使用者生產的 TPV」上，這樣的安排是為了符合歷史脈絡的演進，陳述過去與現在電視台所使用第三方素材來源的差別，並展現第三方素材在新聞中的應用與其價值之所在。

第二節的部份探討 TPV 盛行的環境因素，研究者認為「新聞取材於眾」的趨勢是第三方素材應運而生的主要原因，且由於新聞素材外求下的彈性專業化原則使得新聞工作者的工作型態隨之改變，加以取材的來源與以往大不相同，所必須處理的問題也不同，尤其是對 TPV 查證內涵的轉變更是研究者關切的核心焦點，並以此承接第三節「新聞查證」的部份，分析素材外求後可能面臨的限制與挑戰，思考記者克服難題所必須具備的專業知識、核心技能與可利用的資源。

第一節 第三方影音素材

當代使用的外來素材有三種(Out-sourced video)：(一)來自於歷史檔案、資料庫、資料供應社或是通訊社(syndicate / database)等；(二)消息來源主動提供(sources)，例如政府；(三)來自非機構的一般人們所提供的影像素材(crowdsourcing ,ex:Youtube...)。

一、新聞影音素材外求

(一)、歷史檔案、資料庫及供稿社

對電視新聞來說，畫面取得來源主要是新聞組織於新聞事件當下所拍攝的影音素材，或是內部資料庫的檔案，也可能是取自新聞組織外部，如新聞資訊供應者(如通訊社)或是政府與企業機構的資料庫(王凌霄、陳百齡、袁涵郁，2010)等。

第一種消息來源通常由中立的單位提供給不同媒體，比方說資料供應社或是通訊社給的國際重大事件訊息，可增加各家新聞台報導的完整性並減低其對國際新聞需求的壓力，國際著名的通訊社有美聯社、法新社、路透社、中央社等；資料供應社則提供文字及圖片等，以滿足通訊社不足之處。至於資料庫則有媒介組織內建的資料室或是國家檔案局等，收藏了許多歷史文獻或影像資料，能夠提供報導的背景知識，許多媒體組織便是依賴此完成一篇一篇的專題和深度報導(鄭貞銘，1978，頁 109-111；李茂政，2005，頁 157)。

當資料的來源是通訊社或組織、單位時，較可能發生的瑕疵是，新聞工作者在使用這類資料時會有誤用或造偽的情形，前者指的是在查證上有疏失而導致產出偽造的成品；後者指的是蓄意竄改或變造，扭曲檔案原有的意義。近年來眾所周知的當屬三立二二八專題事件因錯植上海國共內戰的槍擊畫面，用以突顯國民黨血染基隆港、濫殺無辜的血腥形象而備受爭議(王凌霄等人，2010)。

(二)、機構化消息來源的影音素材

第二種來自特定消息來源的素材則通常是較為主動的資訊供應者，權威性的消息來源有如政府公開檔案、企業內部資料、公私領域相關統計數據或圖像等，尤其是機關社團常為了宣傳自身的訊息，主動提供稿件給予媒體組織報導，近年常被直接拿來當做新聞素材的則以監視器影片為大宗，其中又以警政單位佔多數，其次才是民間或企業個人所提供。

關於以監視器畫面做成的新聞報導，張詠晴(2008)曾做過相關研究，她對五家電視新聞台(台視、中視、TVBS-N、三立、民視)所製播的監視器新聞報導進行內容分析，發現電視台確實以特殊的剪輯和運鏡技巧或是帶情緒性的口語配音進行新聞後製，因此她認為「監視器新聞改變過去由記者選擇線索、親身採訪、拍攝新聞畫面的新聞採訪作業流程，變成比較被動的新聞製播者和加工者。」(張詠晴，2008)。

然而，以類似這種彷彿重現事發經過的目擊者影片做成新聞報導，雖符合一般人對現場直擊的高度信任感，卻可能因此引發更多後續問題，尤其是多數人對於「畫面會說話」的確信很可能影響其對事實的判斷(Kebbell, Wagstaff, & Covey, 1996; Loftus, 1996; Wells & Bradfield, 1998; Wells & Olson, 2003)，最明顯的例子是 2005 年腳尾飯事件所造成的風波，主流媒體誤將模擬影片當成現場直擊的畫面播出，疏忽對影像內容真實性的查證。

再者，若以媒體公關的角度來看，許多由消息來源主動提供的素材往往隱含「資訊津貼」的成分在內，不管是私人企業、公部門或是非營利組織等，都可能成為媒體的資料來源供應者，因為能夠有效「降低記者撰稿及尋找新聞來源時所需要花費的時間、金錢、心力等成本，協助記者在截稿時間前順利完成採訪工作」而備受青睞，雖然他們不一定能成功達成議題設定的目的，仍然是一種試圖擴大影響力的嘗試，尤其是政府導向的資訊津貼通常較其他組織來得多，像議員這種具有一定社經影響力的消息來源，常藉由提供訊息換得議題設定與詮釋權，與新聞工作者之間存在一種微妙的互惠關係，因此電視新聞工作者在運用該素材時要避免全然接受消息來源所供應的訊息，否則很可能會發生像上述腳尾飯事件那樣的情況，而淪為有心人士操弄的工具(Berkowitz, 1989；張依依，2007；羅文輝，1995，頁 95-96)。

(三)、來自非機構化的網路影音素材

第三種素材的來源是以 Web 2.0 發展後的多元網路使用型態為基礎的廣大網友所提供，網友們同時是資訊的生產者(producers)，也是資訊的消費者(consumers)。早在 1980 年 Alvin Toffler 就曾在《The Third Wave》一書中指出，在科技的發展下，人們開始自行生產所需的商品與服務，使得生產者與消費者之間的界線逐漸變得模糊，因此他認為，結合生產與消費的生產型消費者(prosumers)將成為未來傳播趨勢(Kotler, 1986; Toffler, 1980)。演變至今，網路的發展使得當前的閱聽眾不但收看新聞內容，也能透過網路平台製造出電視媒體所需的新聞素材。

而一直以來，新聞組織都有取用「使用者提供」之素材的情況，只是過去在印刷媒體上呈現的方式有如讀者投書，而現在在電子媒體上則是以「網路使用者生產型態」出現，內容包含以文本為基礎的文章、意見、回饋、評論或是日誌事件等，同時也能涵蓋多媒體基礎的圖像、照片、音頻和影片，甚至是其他型式的標籤(tags)、排序(ranks)、投票(polls)、調查(surveys)、連結(links)、地理資訊系統(geoinformation)或是地圖(maps)等(Huang & Chuang, 2006)，這些統稱為使用者生產內容(produsage)。

使用者生產內容的特性是(Bruns,2008,pp.9-36; Bruns,2007)(1)開放參與、共同評估(open participation, communal evaluation)、(2)階層流動、因材施教(fluid heterarchy, ad hoc meritocracy)、(3)待完成的文物、持續的過程 (unfinished artefacts, continuing process)、(4)共同財產、個人獎酬(common property, individual rewards)。

第一，開放參與的意思是認為個別的參與者都能對原始文本進行檢驗、發展或增加，除此之外，多人參與評估能增進使用者生產內容的品質。因此，內容不是被單一個體所評估，而是集體評估後的結果。第二，階層流動是指即使參與者的能力各不相同，但皆有平等的機會接近和修改作品，不過這不表示使用者生產內容不存在組織架構，只是它不像傳統科層組織層級節制分明，而是以更有彈性的方式生產和解決問題。第三，使用者生產內容最後不是一項成品，它被社群共享因而不斷地被改進和發展，也因為如此，品質的好壞不能歸咎於個人，而去蕪存菁的機制是透過更多參與者的加入，以達到自我校正的效果。第四，因為內容是多數人共同編輯與製作的，所以產品屬於共有，但個人仍能從其中獲得部分利益，也因為得以獲利才能維持參與的意願。

以知名影音分享平台 Youtube 為例，它從 2008 年起，晉升為全球前十大最受歡迎的網站之一，超過 850,000,000 支影片被來自世界各地的人們上傳，身為一個以使用者創造內容為特點的新媒介平台，它受歡迎的程度前所未見(Burgess & Green, 2009, pp. 1-3)。所有人都可以到 Youtube 上編輯、發展、修改、刪除自己的文本，並藉由分享達到意見的交流與相互驗證，透過社群自我校正(Self-correcting process)的過程，達到資訊的核實。

Hall(2006)在提到 21 世紀新聞學的挑戰時，就曾論及當前的趨勢是年輕人特別喜愛透過參與 MySpace 或 Youtube 辯論或是成為其上的媒體製作與分享者，其中，對多數媒體與政府的不信任，使得諷刺的內容成為備受年輕人喜愛的新聞內容。而雖然他們也表示出對於新聞的興趣與接收，與年輕人生活切身相關的主題仍是他們關注的焦點(Hall, 2006)，而這些內容日後進入到電視新聞中還是需要經過額外的編輯與過濾(Bowman & Willis, 2003)。

二、TPV 應用於電視新聞

在現今網路新聞持續發展下，傳統媒體能與之相抗衡的莫過於對報導內容的編輯與過濾，尤其是當網路與電視匯流以後，TPV 逐漸深入電視新聞中，使得外界對於新聞工作者的期待已從過去提供資訊者轉換成正確資訊的把關者(彭家發，2008，頁 288)。而類似 Youtube 這類使用者生產內容(User-generated content)的影音素材快速成長，除了對讀者／觀眾產生極大的吸引力，對新聞組織來說也不例外，他們在尊重現行協作法規和社群規範的情況下，開始「利用群眾」(harnessing the hive)，組織使用者生產內容的社群，並對其中的產品做商業或非商業的利用(Bruns,2007)。而原本以娛樂、社交性質為主的分享機制，也逐漸進入了我們每日收看的電視新聞中。

Youtube 在新聞界裡持續發燒，對新聞界最直接的影響是改變了電視台新聞產製的過程與成品，以往打開電視台我們看到最多的，是記者親赴採訪與報導，現在打開電視台我們看到更多的，是民眾上傳或提供的各種影片，其中多數為爆料內容或是人情趣味的介紹。電視台將使用者當成是新聞資訊的蒐集者，讓他們藉由增加其他額外資訊、觀點與評論、或是連結，而得到參與的機會，尤其是那些由群眾協力製作新聞的網站更是如此(Bruns,2005,p.23)。因此，新聞創新與傳播賦權予公眾就成為了獨立於傳統主流媒體由上而下階層體系之外的一股新興勢力，提供了多樣媒體傳播的機會，無論是強調互動性、速度、視覺化的敘事與多平台混搭的方式皆有別於以往的新聞產製型態(Hall, 2006)。

實際的例子是，目前各家電視台已在自家網站開設專區，方便民眾上傳影音資料，初步調查歸納出以下幾家：

表 1.各電視台專設的影音上傳平台

新聞台	平台名稱	功能	審查
東森	YouReport	提供投訴管道	是
中天	中天廉政公署	提供投訴管道	是
tvbs	來 T 館	徵求獨家爆料影片 徵求趣味或 KUSO 影片	是
三立	eReport—全民一起 報新聞	提供公民報導平台	否
民視	啥～攏 PASS®	缺	是
台視	新聞報馬仔	提供揚善揭惡管道	是

資料來源：各新聞台網頁

投訴、爆料、獨家、搞笑、KUSO，「路見不平、揚善揭惡，你就是公民記者」、「由你來報導」，等等諸如此類的訴求，彰顯出電視新聞台對於 TPV 的需求。而多數電視新聞台皆聲明自己有對民眾上傳提供的影片享「刪減、改作、編輯、再授權或再利用」等重製權，並享有該著作權，這意味著電視新聞工作者有自行解讀與重新詮釋的空間。

近期已有學者對於 TPV 在電視新聞中的應用做出相關研究，劉蕙苓(2012)研究電視新聞取用網路影音做成之新聞報導，她想瞭解電視新聞選用哪些網路影音作為報導素材，並進一步探究此類素材具備的特性能否有益於公共價值，她所謂的公共性指的是報導主題具公共利益、且具影響性及後續效應、或具備反思性與啟發性。因此，她從四家電視台 2011 年 7 月至 12 月晚間新聞時段中抽取一至兩個小時的新聞內容作為分析樣本，最後研究結果發現，超過三分之一的網路影音素材都一刀不剪地直接成為該則新聞的內容，且題材集中於生活類與社會類、

經濟與政治類偏低，因此她認為網路雖提供另類的素材來源，公共性價值卻不高，僅是增加了更多瑣碎無聊的他類新聞（other news）。

林照真(2012)則抽樣七家二十四小時新聞台，兩個月期間晚間黃金時段的新聞進行內容分析，並同時訪談電視台主管與第一線記者，試圖釐清電視新聞與新媒體聚合的現象。她的研究結果與劉蕙苓具一致性，皆指出電視台使用 TPV 是基於成本考量，電視台多是藉由新媒體獲得更多社會、影劇八卦與犯罪的新聞，而這也是順應市場導向的產製邏輯。除此之外，兩位學者的研究皆證實取用 TPV 已成為新聞台產製新聞報導的重要方式，無論素材內容是否符合公共價值，在市場導向的思維下，TPV 儼然成為當代新聞重要的素材來源。

（一）、來源

觀察電視新聞常使用的第三方素材以翻拍知名影音分享網站 Youtube、大陸優酷、土豆網等為主，內容上大致可分為幾種，(1)一般家庭影片、(2)商業廣告類、(3)蒐證投訴影片。

一般家庭影片大多與人情趣味有關，不論是兄弟吵架、洋娃娃說中國話等這類的影片，都是網友基於社交目的所分享，因符合新聞價值中的趣味性而被主流媒體所取用，包括很多以前不為主流媒體所關注的平民老百姓也因此得到在眾人面前展現自我的機會(Burgess & Green, pp. 23-24, 2009; Turner, 2004,p20)，比方說近來盛行的素人歌手，紛紛透過這種管道先打開知名度後才獲得唱片公司的青睞。商業廣告類的部分，著名的例子如先前紅極一時的「分手妹」化妝教學影片，因創造話題性而吸引了眾多網友瀏覽，這類影音素材內多可見產品名稱或特殊概念，先放在網路上供網友點閱並引起廣泛討論後，再吸引主流媒體跟進報導，達到產品廣告和行銷的目的。

蒐證投訴類影片最重要的特徵便是該事件具備足以引發爭辯議論的元素，與一般家庭影片、商業廣告類的影音素材有所不同。在此，具備足以引發爭辯議論的元素即是所謂的「具爭議性」，本研究定義為「事件本身的細節及其真實性與其所引發的事件爭議具有強烈關連性」，如各種糾紛、衝突、引人啟竄之爭端等。國內新聞學有關議題框架方面的研究特別重視「爭議性」、「衝突性」題材的研究(張甄薇，1992；林炳宏，2004；鄧麗萍，2004)，主要是因為爭議性或衝突性反映出兩造雙方在認知、價值、角色或意見等各方面的對立，由於兩方各執一詞、各擁立場，因此新聞從業人員有必要釐清爭執點並試圖還原真相。對此，羅文輝(1998)曾表示，新聞從業人員的專業展現在其是否能針對爭議性的新聞事件做事

實的查證、客觀且平衡報導(羅文輝, 1998)。因此, 能否將具爭議性的部份釐清並做到事實的查證, 是考驗記者專業與核心能力的關鍵所在。

初步觀察具爭議性的影音素材來源, 多半是由民眾自行以手機或數位相機拍攝的現場實景, 內容不乏針對那些不符合社會公義或不為社會大眾所接受的行為舉止進行蒐證, 比方說道路危險駕駛、博愛座不讓座、破壞公物、黑心店家等, 其中黑心店家這類屬於消費者意識抬頭的影像也是一個很重要的部份。此外, 依照拍攝者動機的不同, 這類影片還可能是為了批評政府政策不佳, 如文湖線一再停駛所引發的民怨, 民眾透過手機、搖搖晃晃拍攝上下班時間混亂的景象, 再提供給新聞台播放報導, 最後造成對政府施壓的來源。

除了民眾以人手一支照相機即可達到蒐證目的所拍攝下的影片, 還有一種是由更專業的錄影器材拍攝的影音素材, 就是民間監視器畫面與行車記錄器。例如 2010 年年底的「中指蕭事件」, 該事件中的蕭姓駕駛因惡意阻擋救護車, 造成車上亟待送醫的老婦人錯過救援時間, 而引起社會公憤, 救護車駕駛將車上的行車記錄器影片放上網路並報案, 立刻引發軒然大波, 網友們群起揪出當事人出面接公審。該事件發生後也喚醒相關單位對於現有交通法規不足的重視, 因而三讀通過被戲稱為「中指蕭條款」的修正案, 明文規定未來駕駛若不避讓官方救援單位的話必須接受懲罰。

在全民皆狗仔的時代, 人人都可能是揭露「真相」的角色, 不論是公眾人物或是一般素人, 都有機會成為被爆料的對象。尤其是公眾人物不為人知的一面, 往往是萬眾矚目的焦點, 媒體賣力地追逐新聞價值, 一般人則心喜於見證面具下的真實臉孔。拜傳播科技所賜, 現今的閱聽人多了一個管道能影響媒體和記者, 將訊息傳到網路平台上, 就會有其他的讀者開始回應或聲援, 然後滾雪球般使新聞媒體注意到這則訊息, 進而加以報導(吳筱玫, 1999)。

然而, 行車記錄器的功能本是為了保障行路人的權益, 假設日後若發生車禍糾紛能藉此釐清責任歸屬, 但現今常見電視台屢屢以此作為當天的重點新聞, 甚至可見新聞台打上「獨家」字幕, 藉以傳遞一則車禍事故發生的訊息。電視新聞工作者捨棄直接採訪所能獲得的一手資料, 而以不知為第幾手資料的第三方素材作為報導主要內容, 此種透過中介平台而非直接從消息來源那邊取得影音素材的作法頗令人質疑, 因為對事實完整的背景知識掌握不夠時, 不容易找到可相佐證的線索(荊溪人, 1987, 頁 104-105)。

(二)、特性

新聞講究事實，事實則有賴證據支持，一般人相信眼見為憑，尤其是 TPV 的出現更使許多人相信畫面傳達出的就是事實，對 TPV 特性不夠瞭解便容易落入影像的陷阱。然而，關於 TPV 的特性這部份由於欠缺相關學理支持，因此參考法學上對於數位影像作為證據是否具備足夠的效力先行理解。首先，數位證據被定義為：「以電子設備顯示、儲存或傳送之數位文字、聲音、圖片、影像、符號或其他依習慣或特約足以表示其用意之電磁記錄，並得以證明特定事實之證據。」(蔡震榮、黃玥婷，2005)簡言之，凡具備上述特質並足以證明特定事實的數位內容即可稱之為數位證據。

數位證據的特點有：(1)無限複製性：因數位資訊之載具具重複利用性，又複製程序便捷，使數位資訊可無限大量的複製。(2)複製無差異性：因數位資訊以編碼後的數位代碼形式存在，故除非傳輸過程遭逢障礙，否則傳播訊號可確認完全一致，倘若產生亂碼時亦可透過資訊技術除錯。(3)修改無痕跡性：數位資訊(證據)經增、刪、修改後若非透過專業鑑定，則難以輕易辨識出修改過後的痕跡。(4)製作人之不易確定性：因網路的匿名性所致，數位資訊的製作者難以獲得確認。(5)非人類可直接感官理解之內容：數位資訊若非透過電子媒介等相關載具的代碼轉譯，則無法單憑人類的視覺或聽覺感官所閱讀與瞭解(ICCL, 2005; 蔡震榮、黃玥婷，2005)。

基於TPV的特性使然，電視新聞工作者若將TPV作為一種事實呈現時，不可避免地面臨證據力⁵的挑戰。以現今電視新聞偏好取材的攝影畫面如：(1)私人或官方基於防盜或記錄交易過程所設的監視攝影(2)設於公共場所，為地方警政機關預防犯罪所設之監視攝影，或是民眾於公眾場所拍攝下的各種事件經過(3)媒體、偵查機關或民眾基於蒐證或事實呈現之目的，所進行的跟蹤拍攝等畫面為例(陳運財，2006)。上述素材在涉及司法範疇時必須通過嚴謹的程序使能確認其證據力，但當其被新聞工作者取用時，則相較下受較為寬鬆的限制，畢竟查明真相並追究法律責任不是新聞工作者的職責所在，但是，電視新聞工作者在取用TPV作為一事實的呈現，例如還原一起車禍事件的真相、或是譴責駕駛阻擋

⁵ 證據力(Beweiskraft)，為專業法律名詞，又可稱為證明力或證據價值，指在具有證據能力的前提下，影響法官自由心證形成的證據價值。換言之，就是使其作為認定事實的證據價值，或證據調查之結果對於事實認定所產生作用的程度。法律上所指稱的證據力必須包涵兩個層面：

(1)形式證據力，主要探討的是「證據本身是否真實而值得信賴之評價」，也就是必須評估在何種程度下，證據的實質內容具有可信度。(2)實質證據力，主要探討的是「證據在與待證事實的關係中，為證明該事實之存在與否，所具有何種效用程度之評價」，也就是指證據的實質內容對事實認定具有何種程度的效用。(蔡震榮、黃玥婷，2005)，p8。

救護車的行逕時，仍然必須考量素材的可信度高低(如可信賴的消息來源)，並評估TPV對於事實認定能發揮多少效用。

(三)、功能

1.豐富新聞多樣性

Burgess和Green(2009)認為，Youtube本身就是一種參與式文化的展現，因為各種不同群體都可以藉由上傳影片表達自己的觀點，從大規模的媒體生產者和所有權掌握者，如電視台、運動廠商、和大部分的廣告商，到中小型企業尋找較主流媒體便宜的宣傳管道、到文化機構、藝術家、活動者、媒體素養粉絲、非專業和業餘媒體生產者等，不同的參與者都可以透過Youtube 這個途徑傳遞他們自己的目標和目的，這些參與者並且集體形塑Youtube 成為一個動態的文化系統—參與式文化的所在((Burgess & Green, 2009,p.vii)。

當電視新聞工作者引用這些消息來源的時候，就是間接將不同族群的聲音帶入新聞框架中，透過改變新聞從業者的研究和報導取徑，能夠在特定議題上反映出更多的公眾觀點，同時增進了新聞工作者與民眾之間的互動。除此之外，由下而上的消息來源提供有別於由上而下官方消息的觀點，呈現出政策和活動的結果而非僅僅是關注政策和活動的發生(Bruns,2008,pp.23-28)。

2.彌補素材不足

受限於時間、空間的因素，電視新聞工作者可能面臨無法取得特定素材的窘境，資深攝影記者陳煜彬(2007)指出，除了攝影取材派不上用場，有時連新聞組織資料庫所儲存的過時新聞影帶也無法提供所需內容，此時，生產電視新聞的「原料不足」問題即產生。台灣電視新聞慣常以大量畫面、聲音素材填充一則新聞報導的內容，在1分30秒的時間內運用了至少十個以上長短不一的畫面與現場音，對畫面素材的需求導致攝影記者往往試圖蒐集比實際需求更多的影音素材，以便剪輯時可選擇使用(陳煜彬，2007)。

彌補素材不足近年來備受矚目的當屬災難時期的運用，首先，電視新聞對於現場畫面與目擊者證言的偏好，直接影響了記者對於新聞素材的篩選，因此，TPV因為有當下畫面以及目擊者親自拍攝的意涵而飽受青睞。其次，當重大災難發生時，記者往往無法進入災區的核心，所以那些由當地流傳出來的影片就成為外界最主要的消息來源。以二〇一一年三月十一日的東日本大地震為例，透過衛

星電視的轉播，全世界都能同步感受海嘯對日本國土的衝擊。而國內電視新聞台剛開始多轉播日本NHK提供的影片，但隨著時日漸增，電視台開始播放許多由當地民眾上傳的第一手畫面，對此，中國時報當時也做出相關報導：

隸屬最大影音分享網站 Youtube 的公民記者網站 CitizenTube，也在此次浩劫中超越傳統媒體，成為蒐集最多第一手直擊畫面也最具效率的新聞來源。目擊者們以手機、相機和攝錄影機..驚悚影像上傳網路。短短幾小時內，數支業餘攝影者拍攝的海嘯影片點閱數已突破百萬次，這些影片也都被主流媒體廣為使用。【蔡鵬如、鍾玉珏，綜合報導 中國時報，2011/03/13】

這樣的趨勢國內外皆然，像是 911 恐怖攻擊事件、美伊戰爭、印度洋海嘯和卡翠納颶風，或是台灣的八八風災等，使用者傳播的內容彌補了主流媒體和官方訊息的不足，並受到許多國際知名媒體的關注，如 BBC、CNN、The New York Times 等(Huang & Chuang, 2006)

圖 2.災難時期使用TPV做成報導 6



業餘者上傳之影音素材



主流媒體使用業餘者上傳之影音素材



民眾上傳之災情實況



台灣主流媒體使用民眾提供之影片

⁶資料來源：YouTube – Amature video from 9/11 "WTC attack" Part1；YouTube—9/11 WTC south tower collapse amateur video；YouTube—水淹甲仙鄉小林村；YouTube—中天明日新聞 2009.8.11(HQ)八八水災淹南台 1。

第二節 TPV 取用動力

一、科技生態改變

以上我們可看到電視新聞素材外求的實際例子與運作方式，再回到探討取材於眾的背景成因，研究者認為或可歸功於新科技的發展與普及。Pavlik(2001)指出，新媒體以四種方式改變了新聞的內涵：(1)新媒體科技改變了新聞內容的本質、(2)新聞工作者在數位時代裡改良了他們工作的方式、(3)新聞室和新聞產業在結構上面臨了根本的改變、以及(4)新聞組織、新聞記者、和許多公眾，包含閱聽眾、消息來源、競爭對手、廣告主及政府之間的關係受到調整(Pavlik, 2001)。

在工作方式上的改變是，電視新聞工作者已懂得善用網路訊息，加入一些簡單的電腦動畫，製作符合基本影像聲音等特性的新聞。網路消息使得新聞能夠以較輕鬆娛樂的方式呈現，其製作成本又極為低廉，省去出機的時間與勞力成本，又網路訊息多樣化且豐富，因而成為電視新聞記者重要的消息來源(羅文輝、張凱蒂、張寶芳，2007)。以本研究來說，新媒體改變了我們當前看到的新聞面貌，電視新聞工作者改變他們以往製作新聞的方式，新聞室編輯和把關的程序也與以往有所不同，當然，電視新聞工作者與他們的消息來源或閱聽眾之間的互動同時也產生微妙的變化。

二、取材於眾(crowdsourcing)

科技生態改變對新聞和新聞產業最顯著的影響是改變了新聞組織的運作模式，過去新聞組織依賴內部資料庫、外部通訊社及特定消息來源的資訊，現在則逐漸往非特定的第三方靠攏，而這樣的風潮始自 wikipedia 蓬勃發展後，集體協力與使用者生產引領出「取材於眾」的潮流，既有組織開始懂得運用群眾的力量為自己公司簡省許多生產成本。

這股協作風潮吹進傳統新聞組織內，但是以「部分免費」的形態存在，免費素材的來源很多時候是由業餘者所提供。Howe 於 2006 年首次提出「取材於眾」(crowdsourcing)這個概念，他定義為：「一個公司或機構，將過去原本屬於組織內職員應該完成的功能外包出去給一群未經定義且為數眾多的開放網絡中的人們」，這種模式最大的優點是能夠有效降低組織內部的生產成本，而它之所以可

行乃是導因於科技的卓越以及人們樂意參與(Howe,2007)。

Howe 主張企業如果能善加運用群眾集體智慧，就能創造出雙贏的局面，不過在他看來，重點仍在那些專業的業餘者身上，也就是那些具有某些特殊專業長才的業餘人士，他們才是對企業最有利的資訊提供者，其他過多的資訊湧入，反而會造成組織的資訊超載或扭曲。此外，這些外來的資訊良莠不齊，有時候組織還必須投入更多的時間與人力成本，一旦處理不當，還可能招致名譽受損的惡果。

Howe認為，在網路時代裡，新聞組織也開始盛行以「取材於眾」(outsourcing)的方式做新聞，取材於眾能讓新聞組織降低營運成本，不管是派遣記者親赴採訪、攝影，或是與消息來源斡旋與建立關係，所需要的時間成本與人力成本對於組織來說都是一項負荷。所以，如果能讓閱聽眾提供新聞線索、發掘新聞題材、報導新聞故事或是拍攝新聞畫面，再將這些素材組合、重製後播出，對於新聞組織來說，不但可降低生產成本，還能提供民眾發聲的機制，呈現出有別於傳統新聞組織依賴專家或權威性消息來源的作法，而頗有展現多樣性觀點的意味。

雖然相關的學術研究尚不多，但「取材於眾」這個概念確實被應用於產製新聞報導，並且正在或是即將成為新聞產製的一種趨勢。Melissa Metzger(2007)引用集體智慧的理論框架來理解這種現象，他認為正是因為網路科技和網路文化的興起，才能使許多業餘的撰文者、記者和攝影師得以彌補過去僅由專業記者所能扮演的角色，在這種新生的模式裡，線上協力成為生產資訊產品的主要動能。

「取材於眾」在新聞中的應用主要有兩個層面，一是主流新聞媒體從他們的閱聽眾那邊徵求到能補充傳統報導不足的內容或是圖像資料，如CNN的I-Report，Yahoo News的「You Witness News」，以及台灣各家電視台網站設置的影音上傳專區(見表一)等。二是其他類型的新聞網站(alternative online news)，徵求閱聽眾那邊獨家的、視覺效果的、評論的和社論的決策等內容，如韓國在2000年成立的網站Oh My New或wikinews，便是由許多業餘記者和專業的編輯共同組成的新聞團隊。由此可看出，新聞報導的內容已不再像過去那樣由新聞組織獨自生產，而是與群眾智慧共同協力創作而成(Metzger,2007; Bruns, 2006)。這就是當代新聞產製的一種趨勢，它不是反抗或推翻了舊的新聞產製，而是一種舊新聞產製方式的演進，與傳統新聞組織所遵守的常規並存，並不加以取代之(Metzger, 2007)。

Howe 的書中舉了幾個群眾力量投入新聞產製而成功的例子，如公民共同完成調查性報導，或是影像圖片的外包建成圖庫，但在台灣，我們發展的並不如那般理想，許多提供電視台新聞素材的多半是那些攸關個人意圖而參與新聞產製的人們，或是恰巧目擊事發經過於是提供新聞線索，這些人多數並不具備什麼專業

的攝影技術，而只是以隨手可得的相機、手機或是攝影器材記錄下新聞事件，因此，內容的品質並無法得到充分的保證。

第三節 新聞從業者的核心能力：查證

一、探問新聞工作者的核心能力

過去新聞組織比起當代新聞組織來說，是相對封閉的，如同Shoemaker 和 Reese(1996)所提出的媒體產製理論模型一般，舉凡媒介組織內的控制，或是外部消息來源的涉入，都對媒體組織內的工作人員具有莫大的影響力，在他們建立的模型裡，新聞報導被視為是一項商品的產出，歷經了新聞組織這個工廠的層層把關後最終被輸出。在此如果將新聞報導也視為是一項「文化商品」的話，那麼在文化商品的產製過程中，為了抵抗各種不確定性，文化產業盛行的外包產製模式也同樣適用於新聞組織。依照「彈性專業化」(flexible specialization)原則，新聞組織除了內部正式聘僱的員工以外，還需要與一些短期非正式聘僱關係的人力進行合作，這樣的作法最主要是希望達到生產成本的控制並且降低勞動福利給付的額度(劉昌德，2011)。

媒介組織內的彈性專業化原則最早可追溯到英國在1980到1990年代初期提倡的商業電視勞力彈性化，這個政策的推行主要是希望解決勞力短缺的問題，同時藉由提高外部聘僱比例以降低組織成本並提高生產力，因此，建議組織要能做到員工數量、工作時間、功能分工和薪資調整上的彈性(Ursell, 1998)。以新聞組織來說，以前調整人力的方式主要透過聘僱「特約記者」，他們不屬編制內的成員，多兼職，以稿計酬不按月支付薪水，且通常被分發到較不重要的地區，不過大體而言他們仍屬專業的記者(趙俊邁，1982，頁43)。

原本記者必須四處奔波前往拍攝新聞畫面，往返的時間與派出的機器、人力對於電視台來說都是一項可觀的支出。但是現在只要坐在辦公室裡上網尋找素材，記者不需出門、不需出機即可取得各地的現場畫面，公司不需負擔油費及相關人力成本，還能有效率地調節人力。甚至，過去必須向各家電視台或通訊社購買資料畫面，現在外包給那些不以獲利為目的的業餘人士完成，新聞組織無償取得並使用該影音素材，再於播出時打上「翻拍自網路」、「資料來源Youtube」等，即可完成一則已在網路世界裡被熱烈討論的報導。

除此之外，因為新聞行業競爭相當激烈，現在各家電視台為了收視率莫不展

開渾身解數，以前的作法是，電視台為了符合閱聽眾的口味，每天檢討前一天各則新聞收視率的變化以辨別出哪些是吸引閱聽眾觀看的題材，現在只要上知名影音分享平台去搜尋當日最熱門影片，就可立即判斷出為閱聽眾所喜好的題材，對新聞組織來說不但節省了搜尋成本，也能避免決策錯誤的風險。

新聞組織盛行取材於眾後，對內的影響是直接改變了新聞工作者的工作型態與常規。基於先前學者的研究得知，除了記者本身的背景與特質可能影響其取材的類型與角度之外，舉凡新聞室內的社會控制、組織常規的存在，甚至是個人或組織最根本的價值觀等意識型態，都對一個記者如何在工作環境裡解決他們職務上之問題、進而達成工作任務來說具有至關重大的影響性(陳炳宏、王泰俐，2003)。儘管這樣的說法已盡可能將各種外部影響力帶入媒介組織的產製模式來探討，但是整體的框架仍然是以「媒介組織是最主要的內容生產者」此一概念為出發點，而這樣的觀念在當代新聞環境中已不足以綜觀全局，尤其是在傳播新科技的演進下，媒介組織不斷改變其原有面貌，組織中的那群人同樣日新又新。

資訊科技引進媒介組織後改變了記者處理新聞事件的方法，舉凡從發現線索、尋找消息來源、進行資料蒐集與分析、將完成稿件寄送給編輯、編輯將收回的稿件整理後由電腦自動於網上發佈等，與以往截然不同的新聞產製流程已然成形。但隨之而來的弊端卻是，過去電視記者一天面臨兩次截稿壓力，現在則隨時必須注意網路訊息的更新，記者受上級長官指示，每天必須上固定的網站瀏覽各種資訊，比方說批踢踢實業坊或是Youtube影音平台等(羅文輝等人，2007)。

追溯記者使用網路作為報導的輔助工具其實早已行之有年。過去王毓莉(1999)曾針對台灣報社記者做過相關研究，她的研究結果顯示，有高達八成三的報社記者已使用過網際網路作為消息來源，而他們使用的原因是基於「效率」、「競爭力」與「方便性」的考量。除此之外，她同時指出，台灣記者使用網路查詢公眾討論的特定議題，以及探知公眾對某些新聞的看法，已日漸頻繁並成為往後的趨勢。然而，在王毓莉做調查研究的那時候，網路分享影片的使用模式尚未興起，也可以說，十年前人們對於攝影器材的取得仍具有一定的進入門檻，因此，她的研究結果顯示，「鮮少受訪記者會將網際網路訊息，當成直接引述資料、特定人消息」，在今日恐怕已經不能成立了。甚至，研究中指出「電子布告欄」和「網路論壇」這類的消息來源被受訪記者認為是可信度最低的，也在今日電視新聞中層出不窮(王毓莉，1999)。

印刷媒體尚且如此，電子媒體當然不能自免於其外。彭芸(2000)為瞭解台灣電視媒體對網路科技的使用與認知，分別對台視、中視、華視、民視等四家無線電視台，及TVBS、東森、中天、環球等四家有線電視台的文字記者及攝影記者進行問卷調查。她的研究結果指出，電視記者們普遍認為「網路科技的使用可以

開拓新聞報導的角度與視野」、且「利用網路科技報導蒐集資訊，可以使得新聞報導更加深入」，與此同時，電視記者在使用網路訊息的同時，多數認為「網路科技將減弱新聞媒體的守門功能」，且因為「網路上充斥著許多捏造的消息，需要更詳細的查證」，因此，她的結論是即使網路科技相當便利，也不是任何人都可以從事媒體工作的(彭芸，2000)。

新聞部分素材外求後，對現有新聞工作者的影響是，除了必須花更多時間在網路上瀏覽各式新奇有趣的影片外，最大的衝擊便是新聞專業性的存在令人質疑。記者只要會看圖說故事就可以做報導，那麼是不是任何人都可以從事新聞工作？從彭芸的研究裡我們可以清楚看到，電視新聞工作者的確普遍認為網路消息需要更詳細的查證，但是從我們的觀察中發現所謂的「詳細查證」其實是一個模糊的概念，有時候甚至淪為教條式的宣稱，這些來自網路影音分享平台的素材究竟應該如何被電視新聞工作者取用與查證，依然是本研究的核心問題所在。

新聞學普遍認為查證事實是新聞從業人員的專業所在，一個新聞從業人員的專業即展現在其是否能針對爭議性的新聞事件做事實的查證、客觀且平衡報導(羅文輝，1998)。因此，本節主要想理解處在部分影音素材取之於眾的情境下，記者所要解決的查證問題與以往有何不同？其發展出的因應策略又有何不同？首先，我們必須釐清查證之意涵、瞭解應然面的查證作為；其次是藉由對 TPV 本質的瞭解，歸納出其查證的困難之處、並試圖尋找相應策略。

二、新聞查證

教育部國語辭典中將「查證」定義為：「勘查驗證」，勘查指的是「實地調查、測量」、驗證則是「檢查勘驗」。「勘」本身就有校正、核對的意思，如「校勘」、「勘誤」；也有審問的意思，如「勘問」；還有察看、考核的意思，如「勘查」、「勘驗」、「探勘」⁷。由此可知，查證字面上的涵義為：「校正、核對、審問及察看後進行驗證」。因此，查證是一系列的行動，藉由對資訊進行校正、核對、審問與察看，以驗證資訊的真偽。以此論點視之，查證指涉的應是一種行動的過程（或可言之為資料蒐集的過程）。

查證並非偶然，而是基於質疑某個主體的可信度，於是決定進行資料核對、人員審問與現場察看，最後完成校正。換言之，資料核對必須有其對應的客體，否則沒有可以核對的對象，也就無法進行核對。正如同新聞從業者在蒐集資料之

⁷ 資料來源：教育部重編國語辭典修正訂本
<http://dict.revised.moe.edu.tw/>

前，他們是根據這個所欲查證的對象已然存有的線索找到可供核對的資料、可回答疑問的人員、以及事件發生的現場。因此，研究者為查證所下的定義是：「針對已知的事實或線索，進行探問與資訊蒐集的行動，後評估／驗證蒐集而來的素材內容與線索，以確認所取得的消息為真」。

(一)、從已知中尋找事實／線索

戴華山(1988)指出，「事實(fact)是在時空中發生的事件(event)，凡是親身目擊者(eye-witness)者，都可以稱為事實」。但他同時認為目擊並非構成事實的唯一條件，還必須透過以下幾種方法加以辨認：

1. 先對事實有感覺印象、對這種印象有所判斷，這種判斷要有客觀的對證以及主觀共許的標準。
2. 對於這個事實要有所知解
3. 需假定目擊者有最低判斷事實的能力

假定目擊者能判斷事實並提供線索是查證的第一步，然而，事實並非只能從目擊者證詞中得知，事實必須有客觀的對照與標準，如鍾蔚文、翁秀琪、紀慧君、簡妙如(1999)所言，事實是外在有可供參考對應的現象，舉凡人名、地名、職稱、頭銜、電話號碼、數字等皆是，記者從這些客觀資料中找到線索，後進行資料蒐集的活動(鍾蔚文、翁秀琪、紀慧君、簡妙如，1999)。

(二)、查證是資料蒐集

陳百齡(2002)認為，記者使用電腦作為輔助報導的工具時，其實也等於從事資訊蒐集的行為，這樣的活動包含幾個層面：(陳百齡，2002)

1. 交涉(negotiating)：為了獲取資料必須與特定來源交涉，可透過面對面的人際互動或是電腦中介互動達成。
2. 搜尋(searching)：比方說用電腦或網路從已知的線索中搜尋未知的資料。
3. 轉換(transforming)：事實轉換資料類型以利後續進行比較和分析。
4. 評估(evaluating)：在分析比較前必須對資訊進行評估，如對素材挑選的評估、內容的評估、使用方式的評估、以及使用結果的評估。

事實上記者與消息來源「交涉」不只展現在尋求新聞線索上，也展現在記者查證過程中對於新聞線索的追蹤與再確認。由此看來，查證也是新聞從業者的重要任務，從進行查證的那一刻起，新聞工作者便開始進行資料蒐集，並評估取得的消息，然後逐步達成查證的任務。**Steve Buttry(2010)**認為，記者應該按照以下幾種作法評估消息來源並驗證資訊：

1. 找到原始消息來源：問「你如何得知？」能避免說謊、誤傳或是不完全了解的情況，只要是引用第二手或第三手資訊，都應該找到他們的原始出處。
2. 評估消息來源：向你的消息來源或是其他消息來源問問題，借此評斷這個人是否具有接近消息的位置，這個人過去給你的訊息可信否？問問有無其他人知道這件事情？誰知道的更多呢？
3. 評估資訊：問你的消息來源（或其他消息來源）以下的問題，將使你確定什麼資訊是豐富與可靠的。如：你的消息來源知道這是理論、推測、謠言或事實嗎？如果這個資訊是事實，那麼它正確嗎？它完整嗎？它的背景是什麼？
4. 挑戰資訊：藉由與他人共享資訊的方式測試，看誰是不相信這個資訊的人？找尋雙方的消息來源，並從中找出真相。
5. 取材於眾：詢問你社交網絡中的社群，讓他們提供你資訊與消息來源，使你能夠得到正確的資訊。

Steve Buttry的論點集中在幾個部分：尋找原始消息來源、評估資訊、找到反證、找尋更多線索。他所提出的五項策略展現記者藉由與消息來源、其他消息來源及記者個人社會網絡中的人群互動，進而達到資訊核實的目的。**周慶祥(2011)**則認為新聞從業者查證時必須從三個層面下手：消息來源、新聞素材與新聞內容。對消息來源的查證必須注意匿名消息來源與判斷是否涉及不法，素材本身則是著重客觀資料、統計資料、災難傷亡數據與專業知識的正確性，必要時須向官方權責單位求證，又若內容涉及指控第三方，則必須仔細求證。最後是新聞內容，必須關注資料畫面或照片是否誤植(**周慶祥，2012，頁229-230**)。

綜上所言，新聞從業者透過幾個方面進行查證：(1) 與消息來源取得聯繫、(2) 針對新聞素材與內容進行評估、(3) 找到反證、(4) 找尋更多線索。在此過程中，與消息來源交涉是為了取得已知的事實或線索，而後著手進行探問與資料蒐集的活動，這個階段需要尋找反證與找尋更多線索，最後便是對所有蒐集而來的資訊進行評估，以確認所取得的消息確實為真。因此，本研究稱的查證於是定義為「針對已知的事實或線索，進行探問與資訊蒐集的行動，後評估／驗證蒐集而來的素材內容與線索，以確認所取得的消息為真」。

(三)、查證是評估／驗證資訊

美國一個頗具公信力的獨立民調機構「皮尤研究中心」(Pew Research Center)⁸2006年開始從事「卓越新聞計畫」(The Pew Research Center's Project for Excellence in Journalism)⁹，致力於資訊與新聞的改革，該計畫透過經驗性的方法評估及檢視新聞機構的表現，其官方網站上公布新聞守則，除了指名新聞首要之務是表達真相外(journalism's first obligation is to the truth)，更直指新聞的本質就是資訊驗證(it's essence is a discipline of verification)。

在傳播科技日益普及的情況下，彭家發(2008)認為，記者的角色已從過去提供資訊者轉換者正確資訊的把關者(彭家發，2008，頁 288)。把關的第一步是評估，新聞工作者在查證的同時，就是在對資訊進行評估(evaluate information)，最根本的目的是為了確保資訊的可信度(credibility)，即資訊可相信(believability)的程度((Lucassen & Schraagen, 2011；魏慧娟、周倩，2011)。

網路和數位科技因為有著低成本所以增加了資訊產品的可接近性，造成的結果是越來越多各種不同來源的資訊大量湧入，加上網路資訊與傳統媒體最大的不同之處在於資訊未經編輯者嚴密的守門程序就得以張貼於網路平台之上，因而評估資訊這件事情更顯得重要，且評估可信度的重點從守門人的專業轉變為注重個別資訊尋求者對資訊進行評估的能力與發展((Johnson & Kaye, 2002; Metzger, 2007)。此外，傳播工具的特性使得網路影音素材的評估則更為複雜，有關網路資訊可信度或網路資訊驗證(factual verification)的相關研究，建議評估資訊的時候可以從網站或網頁本身下手，無論是網站的設計、介面、功能、更新、資訊內容的平衡、客觀與品質等，都是評估資訊的方法(Fogg & Tseng, 1999; Hawkins, 1999; Johnson & Kaye, 2002; Rieh & Danielson, 2007; Ware, 2001)。由此可知，隨著傳播載具的演進，人們逐漸發展出各種評估資訊的方式與技巧，也更著重於取用資訊的情境與脈絡因素，以及個別資訊使用者的動機和目的，以確保資訊內容的正確性。

註：

⁸皮尤研究中心 (Pew Research Center) 是美國的一間獨立性民調機構，總部設於華盛頓特區。該中心對那些影響美國乃至世界的問題、態度與潮流提供信息資料。佩尤研究中心受皮尤慈善信託基金資助，是一個無傾向性 (non-advocacy) 的機構，而佩尤慈善信託基金既資助無傾向性項目，也資助倡議性項目。官方網站/<http://pewresearch.org/>
資料來源：維基百科－《皮尤研究中心》，最後修訂於 2011 年 10 月 24 日 (星期一) 16:44。

《Pew Research Center》。網站/<http://pewresearch.org/>

⁹官方網站：<http://www.journalism.org/>

1.情境下的資訊驗證與評估

情境是進行網路資訊評估時必須考量的因素，一個人的動機與對資訊的需求，將導致不同的資訊蒐集行為，並影響其對於資訊可信度的評估(Meola, 2004; Metzger, 2007)。Fogg 和 Tseng(1999)就指出，幾種情況下使用者較容易相信電腦產物：(1) 面臨較不熟悉的情況(2) 無法解決自身的問題時(3) 對資訊有較為強烈的需求。而他們的研究也指出，當人們對於資訊的內容較為熟悉時，比較可能嚴格地評估資訊，對資訊本身的可信度也採質疑的態度。

記者個人因素也會影響新聞事實呈現結果是否真確，如採訪時的心理狀態、是否有充分能力忠實記錄、個人偏見與主觀意識、對事件背景資料了解程度、或是因某種原因刻意渲染或減弱新聞事件等，都可能導致對於資訊有不同的解讀或遠離事實(戴華山，1988，頁 196)。除了記者個人因素造成資訊評估行為的差異外，記者所處的工作情境也是其資訊評估時的限制與挑戰，而這也是造成新聞屢屢出錯的重要原因，例如，緊急災難事故發生時混亂的情境、新聞搶快搶先的媒體生態、新聞室內部溝通的缺失等，都可能加劇新聞查證的難度(周慶祥，2011)。

2.專家與生手的差別

除此之外，專家與生手對於資訊評估的方式也有所不同，Lucassen 和 Schraagen(2011)使用實驗法，找來 657 位參與者，其中包含從事汽車產業的人士(被認為較具有該領域的專業知識)及非相關產業的人士(被認為較不具有該領域的專業知識)，這些參與者必須針對 wikipedia 上有關車子的文章做出正確性的評估，而他們的資訊行為將會被電腦所記錄。實驗結果發現，生手因為對於該領域知識的匱乏，所以較依賴從資訊表面的特點和消息來源端評估資訊，專家則較能從資訊內容進行判斷(Lucassen & Schraagen, 2011)。

三、TPV 之查證

(一)、當代影音素材的特徵與查證

一般咸認為「畫面會說話」、「有圖有真相」，這是一種將畫面直接當做證據的信仰，但這樣的信仰並沒有相對地在新聞界裡得到規範與限制，畫面直接當做證據來呈現，其實面臨許多陷阱，尤其是要了解 TPV 作為一種事實的呈現所可能面臨的問題，就必須從其資訊本身的特質進行探討。由於 TPV 特殊的性質：

(1) 可複製且複製無差異性、(2) 修改無痕跡性、(3) 製作人之不易確定性、(4) 編碼解碼之媒介中介性，使得電視新聞工作者在處理 TPV 時面臨了與以往不同的挑戰：

(1) 原始資料不明：歷史學家所研究的史料大致分為三類：一類來源是親身觀察所得，即「第一手資料」，學者認為此種資料最為可靠，因為它是直接觀察所得的結果；第二類史料是轉手的資料，或稱「第二手資料」，這是他人觀察所得的報告，包括語言、文字、圖片等。第三類史料是事實的遺跡，它比報告雖更接近事實的真相，但未必能提供準確的線索，人們必須從遺跡所呈現的現象來推論，問題就在推論並不等於事實。本研究所指陳的 TPV 比較接近史學中所言的第二手資料，學者建議二手資料需慎重鑑定後才能運用，不論語言或文字的報告，經過轉述的次數越多，越可能偏離事實（戴華山，1988，頁 70-71）。

(2) 消息來源不確定性：「與消息來源有關的保證」是記者確保正確性的一個方法，當提及記者與消息來源之間的互動時，大多認為權威性的消息來源較具有可信度，比方說專家、知名人士或意見領袖等(黃郁珩，1999)。然而，這種由上而下的權威關係在當代社會已非絕對，現在的記者除了繼續從專家這類的消息來源處取得可靠訊息外，當他們使用 TPV 時，他們的消息來源常常只是一般素人或是網路上的烏合之眾，這類的消息來源通常是匿名的，或甚至是雙重身分的人士。

記者對於多方消息來源的依賴，隨著記者與消息來源之間的關係趨近水平化已產生若干問題，以往對於消息來源的確認已無法全然滿足當代新聞界的需求。過去多數學者談論到新聞行業應如何遵守新聞真實性時，都不約而同提到註明出處是最基本的原則，這是不變的法則。然而，僅僅是註明出處無法確保新聞真確，因為提供消息來源的基本資料並不能保證最初的消息來源是否已經偽造或矯飾。如同多數電視台在使用網路影片時，總會於畫面上註明「翻拍自知名網站—Youtube」，除了交代新聞來源以外、還能成為規避責任的擋箭牌，不過這在 Tillinghast (1982) 的研究就顯示了，消息來源無法真實反映新聞的正確程度 (Tillinghast ,1982；轉引自羅文輝等人，2002；黃郁珩，1999)。

電視台使用 TPV 時，頂多可以宣稱該影片是民眾基於「接近性」而可能為真，因為事件發生時記者並不在現場，而事實上大多數新聞事件發生的當下，記者很少在場的，他們對於事實的判斷是基於相信那些越接近事件本身或越接近事件當事人的消息來源，較可能瞭解事件發生的經過與細節，因此較可能提供接近事實真相的資訊。然而，這卻無法解決來自民眾提供的影音素材可能是誤解或是誤判，因為記者與第三方所處情境確有不同，記者理解的事件與第三方所理解的事件並不完全一致(李茂政，2005，頁 209-210)。因此，記者查證過程中的消息

來源應包括更廣泛的，來自人的消息或歷史文獻、檔案記錄等，記者應盡可能多方蒐集資訊後，在有限時間內調配資源，使其能得發揮最佳的功效(陳百齡，2004)。

(3) 情境脈絡斷裂：學者多認為新聞的產生一定有發生的地點、時間、相關事實、以及完整的過程，因此，一則完整的新聞應包含五 W 一 H，具備了這六個要素才能確保報導的完整性，新聞要素越齊全，越能表現事實的真相(鄭貞銘，1989；戴華山，1988，頁 196)。然而，TPV 經常是去脈絡化的，儘管新聞本身就是一種取捨與重新建構的過程，對於新聞素材的篩選與議題設定的角度也充滿了價值判斷，TPV 除了面臨以上的難題外，還會面臨影片被擷取、剪接或是有目的性的攝影，也由於拍攝者並非受過訓練的專業人員，未必能知曉所謂的五 W 一 H，因此素材的完整性經常是不足的。

(二)、查證面向與歷程

TPV 的查證或可從幾個角度切入：(1) 假設與證據：指的是感知者基於內在心智的判斷而相信某些事物；(2) 相信聲望：基於第三方的證言而相信某些事物；(3) 觀察表面，基於一些簡單的觀察而相信某些事物(舉例來說，從封面來判斷一本書)；(4) 經驗輔助，基於親身經驗(first-hand experience)而相信某些事物(Fogg & Tseng, 1999)。

(1) 假設與證據：論及 TPV 的查證，首先必須拉高思考的層次先行探討查證的初始。亦即，當電視新聞工作者欲針對已取得的 TPV 做查證時，必須先從邏輯論證的角度看待查證這件事情。彭家發(2008)指出，查證的第一步是對資訊來源是否可信進行判斷，判斷過後才將資料歸納、篩選和推論，並進而判斷資料的可信度。這裡的初步判斷指的就是一種心智層面的認知過程，因為他認為新聞工作者心中會有些預設的立場或假設存在，之後才進行反證、發展多重假設或尋求支持假設成立的證據等(彭家發，2008，頁 288)。

由此看來，記者報導時進行查證的動作其實在追求支持自己假設或宣稱的證據／論據(Booth, Colomb, Williams, 2003／陳美霞、徐畢卿、許甘霖譯，2009)。同樣地，查證 TPV 時，記者也必須先對影像內容傳遞出的訊息提出假設，而後才進行一系列活動，藉以驗證假設是否成立，最終做成事實的報導。黃郁珮(1999)認為記者的報導相當程度反應了記者對他們所報導事件的一種「相信」，且對記者來說，查證最終的目的是為了呈現得以說服讀者的「事實」。因此她認為記者的查證不是一種單一任務，而是記者在整個採訪過程中連續的心智活動，而若將

記者查證視為一個「判斷的歷程」，則主要有三個階段：(1)從消息來源處所得到的資料、(2)記者對「事實」之理論與假設(或對資料解讀)、(3)記者對於「事實」的判斷。

(2)採訪人證：取用 TPV 時，記者心中對事件存有的若干假設需要獲得驗證，他們通常也和處理一般新聞事件相同，會找尋特定的採訪對象獲取更多新聞線索，而他們經常尋找的人證有幾種，首先是專家學者或公正第三方，如政府官員、民意代表、警政單位等，這些人因為在社會上佔有重要位置，具有相當權威性，他們有能力提供記者消息，且因為提供的消息需向記者與社會大眾負責，所以記者傾向認為權威性的消息來源較為可靠，不需花費較多時間與人力查證，符合採訪工作需求(羅文輝，1995)。

其次是透過記者個人社會網絡所能到達的範圍，記者所擁有的社會資本能(1)幫助其降低資訊搜尋成本並獲得關鍵訊息、(2)補充本身知識與專業的不足、(3)推動媒體合作共同挖掘新聞內幕，並引起社會重視(郭俊，2008)。位於不同階層地位的社會連帶，能夠提供個人其他位置無法提供的關於機會與選擇的有用資訊，進而降低組織尋找更具專業、技術或文化知識的人才(Lin,2005；林南，2005)。Granovetter(1973)指出，關係密切的個人之間，由於相似性太高，接收到的訊息同質性也較高，相對獲取新資訊的管道則狹小，許多獲取重要資訊的管道都是透過較不密切接觸的親朋好友(Granovetter, 1973)。

再者，在當代社會裡，透過網路我們所能接觸到的個人或組織相對來得多，大多時候我們除了透過網路和朋友聯絡，也藉此認識更多新的朋友並獲取更多新的消息來源。因此，善加利用網路上那些主動閱聽人的各種專業或意見將有助於達到事實的辨偽與查證，尤其是主動閱聽人與記者之間的弱連結關係，可提供記者強連結外的異質性資源(Moon,1999；吳筱玫，1999；徐志偉，2009)。再配合社交媒體的興盛，如網路論壇、部落格、即時通訊軟體、微網誌、Facebook 等社交平台或是 Youtube 等影音平台，使查證的管道和資源變得豐富而多樣化(鄭彙翰，2010)。

找到人證之後，記者開始進行探問，藉由採訪人證以蒐集更多資訊。在此，我們將採訪拆解為兩個部分分別解讀，一是「採」、二是「訪」，前者若將其視為「採集」之意，則著重在採集與事件相關的線索和證據；後者若將其視為「訪問、訪談」之意，則有視察時輔以訪問的涵意。然「問」問題實是一門學問，包含 how 和 what 兩個層面，電視新聞工作者「如何問？」、「問什麼？」成為其能否獲得更多線索的關鍵。

臧國仁和鍾蔚文(1994)認為，發問者對受訪者的先前知識與當下訪問情境

的掌握，問題次序的安排與採取不同的問法都是決定發問者是否能問出好問題的要點，他們並指出以臆測的方式提出「假設性問題」易使受訪者不知從何答起、提出的問題過於尖銳容易導致受訪者後續閃躲的回應、提問時措詞充滿情緒性字眼，易造成受訪者不悅產生防禦心理。所以他們認為發問者應避免以下幾種情形以免影響受訪者答題的意願：一次問多個問題、有預設立場的引導式問法、假設性問法、及只回答是與否的兩極式問法(臧國仁、鍾蔚文，1994，頁 49-50)。而除了取得正面的答覆，發問還能從相反的途徑深入，即尋求反證，向受訪者詢問該領域中認同或不認同他們的人，此舉除了可以藉此得到反證外，也能表現出求證的企圖讓受訪者謹慎作答(Friedman, Dunwoody, & Rogers, 1986)。

(3) 蒐集物證：一般而言，記者觀察事情可從兩方面著手，直接觀察或間接觀察，直接觀察是記者到達新聞事件的現場，如到災禍事件現場觀察警察處理災禍的情形；但多數情況下，如 TPV 的取用，記者通常是未能趕上新聞現場，此時僅能透過間接觀察，並依靠訪問獲得資訊，比方說是趕到災禍現場，請目擊者描述災禍發生的原因(McCombs et al., 1981，轉引自羅文輝，1911，頁 3)。事後到現場勘查除了能找尋更多線索，還能藉此找到更多事件相關人或目擊者進行訪問。

(4) 交叉比對資料：電視新聞工作者為釐清 TPV 所傳達出的事實，必須採訪不同的受訪者並蒐集多方資料，而後從不同的資料中進行交叉比對，以澄清事件真實。以調查報導為例，記者為了找出事實和真相，常發展出一些相應的策略與原則，像是觀察消息來源的說詞是否保持「一致性」，比對前後是否矛盾，並將消息來源提供的素材與外界證據相比對後驗證真假(李瞻，1985)。然驗證真假並非查證的結束，驗證出有所疑慮的部份後必須再重複上述各項步驟，一次又一次地直至最終查明真相，而在此過程中，記者便累積起寶貴的查證經驗，將經驗反饋到他們下一次的查證工作中，如此形成一個查證的循環。

雖然查證歷程包含上述所言的幾個面向，實際上這些面向只是簡化後的一些概念，各自有其深層的問題，絕不可貿然以單一方法片面斷言，還是必須透過多管齊下的方式反覆查問與交叉驗證。以採訪人證來說，除了現場目擊者與事件關係人之外，記者在採訪非事件關係人時通常侷限在某些特定對象，首先是權威性的消息來源，如政府官員或警察，這些固定的消息來源通常僅能提供較為制式化的訊息，未必能提供更多的資訊。

其次是記者社會網絡中的消息來源，以強、弱連結來做區分，強連結可以是其他媒體同業，弱連結則可能是一般投訴者或主動提供消息的人，這些消息來源不一定是事件當事人，經由他們轉述的訊息內容可能已經過詮釋，不知還保留幾成的原意。最後，也是最難以查證的便是網路上的各種消息來源，大多來自知名

論壇或影音分享平台，如台大批踢踢 BBS、Mobile01、youtube 等，記者在採訪這些網路上的消息來源時必須克服網路的匿名性問題。因此，單單只有採訪人證可能未臻完美，最理想的狀態還是要遵照上述所言的幾項查證要素一一進行檢視，經由完整的查證歷程以落實新聞查證並維護新聞從業人員的專業性。

第四節 小結

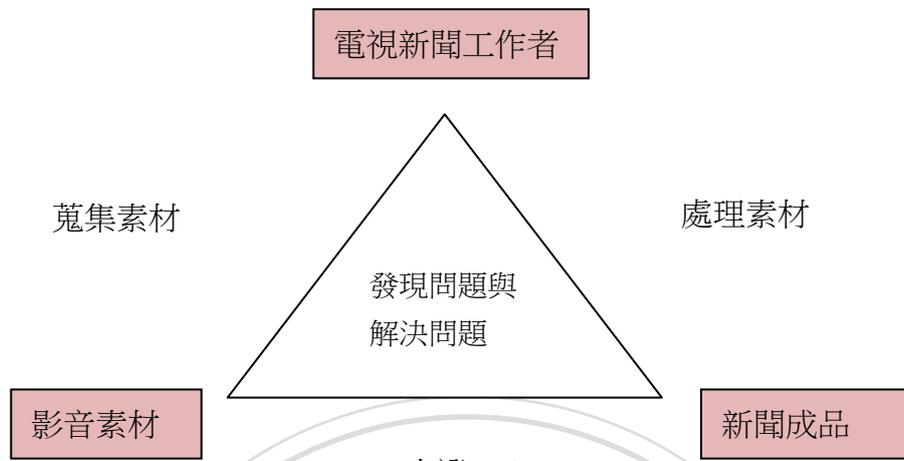
新傳播科技的普及使得整個新聞生態隨之改變，對電視新聞來說最明顯的改變即是發生在產製過程，為了節省成本、彌補素材不足並豐富新聞多樣性，「取材於眾」的作法日漸成為一種潮流，電視新聞工作者開始取用 TPV（使用者生產內容）做成新聞報導，取代過去必須親赴採訪拍攝的任務。

然而，以往取自歷史檔案資料庫或是機構化的消息來源被認為具有較高的可信度，電視新聞工作者也較易與消息來源取得聯繫，當代的 TPV 則多是由非機構化的個人所提供，原始資料不明、消息來源不確定且情境脈絡斷裂，使得查證方式面臨新的挑戰，電視新聞工作者取用前必須理解 TPV 的特性後進行查證，方能使新聞不致悖離事實太遠。

於此，查證究竟是什麼？研究者認為，查證是從已知的事實或線索著手，進行資訊蒐集的活動，並評估與驗證蒐集而來的資訊，後確認所取得的消息為真的過程。從文獻探討中得知，評估資訊時必須根據新聞從業者的心智判斷，尋找各種證詞，例如：消息來源、專家或公正第三方、其他不同的證詞或相關資料（組織內部資料、外部資料、網路資料或媒體同業的資料）、並盡可能到現場勘查，後比對上述所得的各種資料，以釐清事件真相，建構出事件原貌。

為進一步瞭解現今電視新聞工作者取用 TPV 的方式與查證 TPV 的過程，研究者擬透過資料蒐集建構出 TPV 新聞產製的模式，而第一步是發想研究概念。圖 3 是本研究的研究架構圖，圍繞在電視新聞工作者、TPV 以及產製過程三方所可能面臨的問題，與解決因應的策略。研究者認為，電視新聞工作者在使用 TPV 的過程當中，隨時都在發現問題與解決問題，研究者想瞭解的是，何以電視新聞工作者使用第三方所提供之影音素材？TPV 有何特性與功能？又，電視新聞工作者如何進行素材的篩選、處理與查證。

圖 3.電視新聞工作者／素材／製程三角關係圖



基於對研究概念的想像，資料蒐集策略集中在兩個部分，一是關於電視新聞工作者本身知能與技術的展現，一則是著重在新聞成品的檢視，兩階段蒐集資料後，方得描繪出當代電視新聞工作者取用與查證 TPV 的過程，發掘電視新聞工作者使用 TPV 所欲解決的問題，觀察取用之後所產生的另一個問題，並研究創造出另一個問題後他們如何發展出一套新的解決方法。將電視新聞工作者取用 TPV 的過程視為發現問題與解決問題的過程，研究焦點在釐清此過程中的各個環節，而非著重在 TPV 本身的價值評判。



第三章 研究方法

在設計研究方法之前再次重申主要研究問題，以便檢視所設計的方法能否一一回應問題核心。首先，研究者認為以 Youtube 等影音分享平台為取材來源的新聞產製模式，對電視新聞工作者的影響是使其面臨與以往不同的工作需求與挑戰。因此，本研究欲瞭解當前電視台如何以取材於眾的方式作新聞？以及查證的程序為何？其次，瞭解電視台如何製作和查證來自第三方的素材之後，研究者試圖發展與之相對應的策略，使查證能具體落實在電視新聞工作者每日工作流程之中。

由於這類研究主題經驗性的資料和國內外相關學術研究尚不多，理論的建立有賴實際進入田野方得以將概念意涵與實務經驗相結合，以發展出具體且符合本土脈絡化的理論框架。因此，本研究屬於一種初探的性質，希望針對這種新型態的現象有更多的瞭解，並且試圖從資料中建立起一個較為可行的理論框架，藉以描繪出大致的輪廓。為了達成這樣的目的，本研究同時兼採質化與量化研究方法蒐集資料，以回應研究問題。

研究方法主要分為兩個階段實行，第一階段是屬於文本資料蒐集，以分析新聞內容為主，採簡單的統計方法歸納出當前電視新聞台使用 TPV 的概況，用以支持本研究假設「取用 TPV 是當代新聞趨勢」此一宣稱，並且試圖從中找出最常使用的電視新聞台以及特殊的關鍵案例。第二階段試圖瞭解電視新聞工作者如何取用與查證素材，採參與觀察法和半結構式訪談法，研究者挑選某電視新聞台為研究場域，將實地筆記和深度訪談的內容進行相互比對，最後將三方資料統整、歸納與分析(嚴祥鸞，1999)，從中歸結出實務上查證可能的歷程與步驟，並經抽絲剝繭後指出查證所可能面臨的問題與困境，後試圖提出具體的建議或策略。

第一節 內容分析

為瞭解當前電視新聞台對於 TPV 的使用型態與使用情況，以及觀察 TPV 之查證如何於電視新聞中呈現，使用內容分析法指認、描述、解說和分析電視新聞所呈現出來的訊息，將畫面說什麼、怎麼說、以及是誰說的這些互動過程一一歸類，這麼做可挖掘出文本表層的內容、顯出隱含的內容，有助於詮釋整體的意義(Krippendorff, 2004; 陳國明、彭文正、葉銀嬌、安然，2010)。

一、抽樣

(一) 電視台：立意抽樣新聞則數與新聞題材較為豐富的二十四小時新聞頻道，如年代新聞台、東森新聞台、中天新聞台、民視新聞台、三立新聞台、TVBS-N，不考慮以特定題材為主的新聞頻道，如非凡財經新聞、東森財經新聞等；也不考慮台視、中視、華視、公視及 TVBS 等，僅於固定時段才播報新聞的頻道。初步選出主要的研究對象是年代新聞台、東森新聞台、中天新聞台、民視新聞台、三立新聞台、TVBS-N 六家新聞台。

(二) 時段：配合田野調查期間，研究者選取 2011 年 8 月 1 日至 2011 年 8 月 31 日，為期一個月的時間(含星期六、日)，經初步訪談與觀察後得知一天當中新聞素材最齊全的時段是在晚間新聞六點至七點、以及七點至八點的兩個時段，該時段記者會把所有搜集到的新聞素材做呈現，並且將當天較為重要的新聞重複播放。然研究者決定僅選取晚間六點到七點時段的新聞進行分析，除避免兩時段都選取造成部分新聞重複取樣外，也考量晚間七點至八點的時段有氣象新聞，相對排擠其他新聞被播放的機會。因此，最後分析樣本定為 2011 年 8 月 1 日至 8 月 31 日，六家 24 小時新聞台每日黃金時段晚間六點至七點的新聞，六台共計 186 個小時。

(三) 抽樣：挑選樣本的依據是新聞畫面上顯示「翻攝自...」，或是畫面出現 Youtube、臉書 (facebook)、優酷(youku)、土豆網(tudou)等介面、以及主播或記者口述中指出「網友 po 上網」、「網路上流傳影片」等，可明確判斷消息來源或素材來源起源於網路影音分享平台，非自主性提供的影音畫面。直接排除新聞畫面上顯示「民眾提供」、「某媒體提供」這類的素材，以及主播或記者口述指出「民眾拍下影片檢舉」、「民眾向媒體／警政機關投訴」。同時因本研究主要關心的是 TPV 的使用，因此若單純屬於靜態畫面翻拍的，如部落格相簿、平面媒體刊物翻攝者，則不列入本研究取樣的範圍內。此外，一個小時的新聞時段中，重複出現第二次的新聞，或是同一則新聞被兩個時段分割者，皆不予選取。

二、類目建構

羅文輝(1991)指出，在建構類目時，如果沒有理論或過去的研究可為依據，就需要根據常識、經驗和研究目的做分類(羅文輝，1991)。由於本研究乃為一初探性的研究，且在此之前尚未有過相關的文獻與資料，因此研究者是在前測與參

與觀察和深度訪談後，才建立起相關類目，初步分為三個部分：

第一部分記錄文本的基本資料，包含 TPV 使用的時間、素材來源、事件發生地點、新聞長度、新聞類型與新聞主旨；第二部分觀察報導形式的差異，依據電視新聞工作者對 TPV 的處理方式，分別關注幾個層面的問題：剪接串連技巧的運用(在此指的是多段影音畫面剪接與串連在同一則新聞內)、訪問的穿插、配樂或背景音樂的使用、特殊口白或人物配音、以及動畫或 CG 的使用。由於本研究觀察的是電視新聞工作者自行額外對第三方素材所做的編輯，因此排除 TPV 本身已經剪輯或加工後製的情況；第三部分則是觀察查證在新聞中的展現，這部份先根據新聞類型做區分，當新聞主題符合「具爭議性題材」時，方深入探究查證過程如何於新聞中呈現。而當新聞主題不為爭議性題材，則不特別關注其查證的表現。

至於「查證在新聞中的呈現」則透過幾個層面加以檢視：是否有資料的交叉比對？是否到現場勘查並尋找受訪者？受訪者的身分為何？最後，則是關注「查證」的表明與確認，查看電視新聞工作者是否依據「5W1H」標準新聞寫作應遵守的格律，清楚交代人、事、時、地、物等資訊？以及是否傳達該則新聞乃經查證後報導？又，屬專業領域範疇的資訊是否向專家學者求證，遇網路傳言是否採實驗的方式證實。

表 2.內容分析之類目建構

第一部分	第二部分	第三部分
文本基本資料	素材處理方式	查證於新聞中的呈現
新聞標題	剪接串連	交叉比對資料
報導日期	訪問的穿插	網路資料
頻道名稱	配樂或背景音樂	內部資料
播出時間	特殊口白或人物配音	外部資料
素材來源	動畫或 CG 插入	媒體同業
素材中事件發生地		現場勘查與尋找受訪者
新聞類型		查證的表明與確認
新聞長度		
素材總計使用長度		

1.第一部分：基本資料

(1) 新聞標題：即該則新聞開始時主播鏡面下方呈現的新聞標題，記錄新聞標題的目的是為確認該則新聞並提供日後交叉比對特定新聞之用。

(2) 報導日期：因抽樣日期為八月一日至八月三十一日，故日期填寫的方式以日為主，若為八月一日即填寫 01、以此類推。其次，另一報導日則主要登錄一週中的星期幾，若新聞播出當日為星期三，則填寫 3，以此類推。記錄報導日期與報導日目的是為觀察一星期中 TPV 新聞播放的頻率。

(3) 頻道名稱：本研究挑選六家 24 小時新聞台為抽樣對象，因此頻道名稱記錄新聞台名稱，東森新聞編碼為 1、TVBS-N 為 2、民視新聞台為 3、三立新聞為 4、年代新聞台為 5、中天新聞台為 6。記錄頻道名稱主要利於後續分析各別電視台的使用頻率與概況。

(4) 播出時間：即該則新聞一播出時，主播鏡面出現的時間點，舉例來說，若新聞播出時間為晚間六點三十二分，則登錄的方式為 1832。記錄各則新聞準確的播出時間，是為另行統計分析 TPV 新聞於晚間六點至七點的新聞時段中，集中於哪個時區播出。

(5) 素材來源：素材來源依據研究者前測之結果，列出最常見的十種素材來源，分別為 Youtube(編號 01)、優酷網(02)、土豆網(03)、新浪網(04)、搜狐網(05)、facebook(06)、網路(07)、媒體同業(08)、其他(09)、未標示或難以辨識(10)。

未標示／難以辨識指的是主播或記者口述「民眾拍到、網友上傳」，卻沒有在畫面上標示究竟取材自何方的素材，或是編碼員直接從畫面的特徵判斷其可能為 TPV，例如：畫面很模糊、粗糙、與原本新聞畫面產生明顯品質的落差，或是畫面晃動等這些直接可辨識的特徵來進行判斷。

素材來源通常標示在電視螢幕的四個角落，尤其是右上方、右下方、或左下方，為電視新聞工作者自行打上的標示，常見有：翻拍／攝自／翻攝網路、翻拍／攝自／翻攝 Youtube 等。其中，當電視台打上翻攝自「網路」時，通常表示兩種情況，一是閱聽眾仍可透過畫面訊息辨識出「Youtube」或其他影音分享平台的介面，此時，編碼員登錄素材來源必須選取「Youtube」或其他影音分享平台。另一情況是當電視台打上「翻攝自網路」而未告知確實的素材來源時，則將編號 07「網路」素材來源，連同編號 10「未標示或難以辨識」合併統稱為「難以辨識」之素材來源。

此外，除上述依據各別網站來源作區分外，研究者再針對網站特性做幾種類別的劃分：(1)使用者生產之影音分享平台、(2)入口網站、(3)社群媒體、(4)一般媒體、(5)其他、(6)難以辨識。如表 3 顯示，後續做素材來源類型的分析。

表 3.以網站類型作區分的素材來源

網站類型	內含素材來源類型
使用者生產之影音分享平台	Youtube
	優酷
	土豆網
入口網站	新浪網
	搜狐網
社群媒體	facebook
一般媒體	媒體同業
其他	個人部落格、網頁...
難以辨識	網站、未標示

(6) TPV 發生地：依據研究者前測之結果，參考交通部中央氣象局地理區域劃分，分成十三個類別：台灣北部、台灣中部、台灣東部、台灣南部、台灣離島、中國大陸、香港地區、美國、英國、日本、東南亞地區、其他及未提及，其中未提及指的是螢幕畫面四個角落沒有標示地點，或是主播和記者在口述中未提到的。

研究者第二步處理方式是將各類別合併為四大區域，分別是：台灣(本島及離島)、港陸(香港與中國大陸)、歐美(歐洲各國與美洲國家)、亞洲(南北韓、日本、東南亞地區)、四大區域以外的則是其他，以及未提及的選項，藉此觀察 TPV 發生地區域的分布情況。

(7) 新聞類型：過去對新聞類型的區分過於籠統，如：政治、社會、影視、生活等，無法反應 TPV 的多樣性與複雜性，因此研究者在前測的觀察後決定作更細項的類型區分，然而，並非所有的新聞皆需重視其查證層面的意涵，(羅文輝, 1998)認為報導爭議事件時應較重視查證事實、中立及平衡報導，因此本研究特別關注具爭議性的題材應如何查證。

「具爭議性的題材」在本研究中所指為「事件本身的細節及其真實性與其所引發的事件爭議具有強烈關連性」，如各種糾紛事件，交通事故糾紛、大眾運輸工具上發生之糾紛、民生消費糾紛、各類競賽糾紛、校園糾紛、不包含在上述各項糾紛中的社會事件糾紛(泛指感情糾紛、醫療糾紛、權力與義務糾紛，如抄襲、侵權，打人、搶劫、仙人跳、詐騙、性交易等暴力事件或社會衝突事件，或是有違善良風俗及社會倫理道德的行為等)、澄清疑慮或各項網路、民間傳言、以及其他糾紛、爭端或事故。

爭議性除外的題材則指那些提供各種訊息(多以人情趣味、影視廣告等

提供娛樂訊息為主)卻不致引發太多事件爭議的新聞類型,舉凡:家庭影片、嘲諷、改編或惡搞之創作、奇人軼事、氣候變遷或特殊地理景觀、時尚生活、影視廣告、各類競賽、其他題材等皆是。

(8) 新聞長度:指的是一則新聞從主播念稿頭開始計算,一直到記者說完:xxx 報導,並轉到下一則新聞主播鏡頭為止。

(9) 素材總計使用長度:計算在一則新聞的 SOT 帶中,使用 TPV 畫面的總長度,若使用超過一段以上的影音素材畫面,則以加總的方式統計,此處所計算的僅有動態影音畫面,不包含靜態的畫面翻拍。

2.第二部分:素材處理方式

指的是電視新聞工作者「額外」自行對第三方素材進行編輯,在可辨識的情況下排除 TPV 本身已剪接好或是本身就有採訪內容、配樂、音樂和口白人物配音、動畫字卡等情況。

(1) 剪接串連:剪接串連在此專指數段 TPV 的串連,也就是說有多段影音畫面被同時剪接在同一條新聞內,可以是重複或不重複的影音畫面。

(2) 穿插訪問:在此僅關注記者有無將訪問內容穿插在新聞報導中,以增加內容的豐富性,至於細部的訪談對象後續問題會繼續追蹤。

(3) 配樂或背景音樂:指的是新聞處理是否有配樂或背景音樂相襯,包含流行歌曲、古典歌曲等,或者是節奏音、鳴笛聲、綜藝節目的特效音樂等。

(4) 特殊口白或人物配音:口白或配音指的是該段翻攝影片特別的 OS,而非記者原先 SOT 帶中的 OS。也就是說,記者可能進行角色扮演,以第一人稱方式描述影片內容,或是以其他方式對影片中人物配音說口白。

(5) 動畫或 CG:CG 即指「電腦繪圖(ComputerGraphic)」,包括「字卡」、「圖卡」、以及「動畫(2D 及 3D)」,功用是輔助說明 TPV 的內容,或是對該則新聞的輔助報導和註解。

3.第三部分:展現在新聞畫面中的查證過程

(1) 交叉比對資料:電視新聞工作者在處理具爭議性的新聞題材時,

會找尋其他資料進行交叉比對以釐清真相，資料的類型大致可分為四類：

- i. 網路資料：各種網路資料的補充，常見的有翻拍臉書顯示照、個人部落格、批踢踢留言等。
- ii. 內部資料：搜尋電視台內部的資料畫面進行資訊比對，辨識的方式是觀察新聞畫面中是否標誌「資料畫面」、「file」等。
- iii. 外部資料：尋找外部資料如歷史檔案資料庫或其他各種政府、民間資料庫的相關資料進行比對，辨識的方式是觀察新聞畫面中是否標誌某特定機構「提供」或是直接引述消息來源為檔案資料庫等。
- iv. 引用媒體同業資料：同業間的相互引述與佐證，常見的有如：「中視提供」、「xxx 節目提供」、「xx 報紙頭條」，或是直接側錄剪接「CNN」報導片段等。

(2) 現場勘查與尋找受訪者：現場實景勘查是指如果是捷運讓座新聞，則記者到捷運上去勘查；如果是某個路段發生車禍糾紛，則記者到該路段去現場勘查。至於尋找受訪者，在此指的是記者到事發現場去採訪，非現場採訪的有如電訪、車禍事件到警局採訪，需注意的是若警察在事發現場接受採訪，應視為現場採訪。

受訪者的身分區分為以下九種，受訪者不局限於事發現場的相關人，可能是非在場的消息來源，如下：

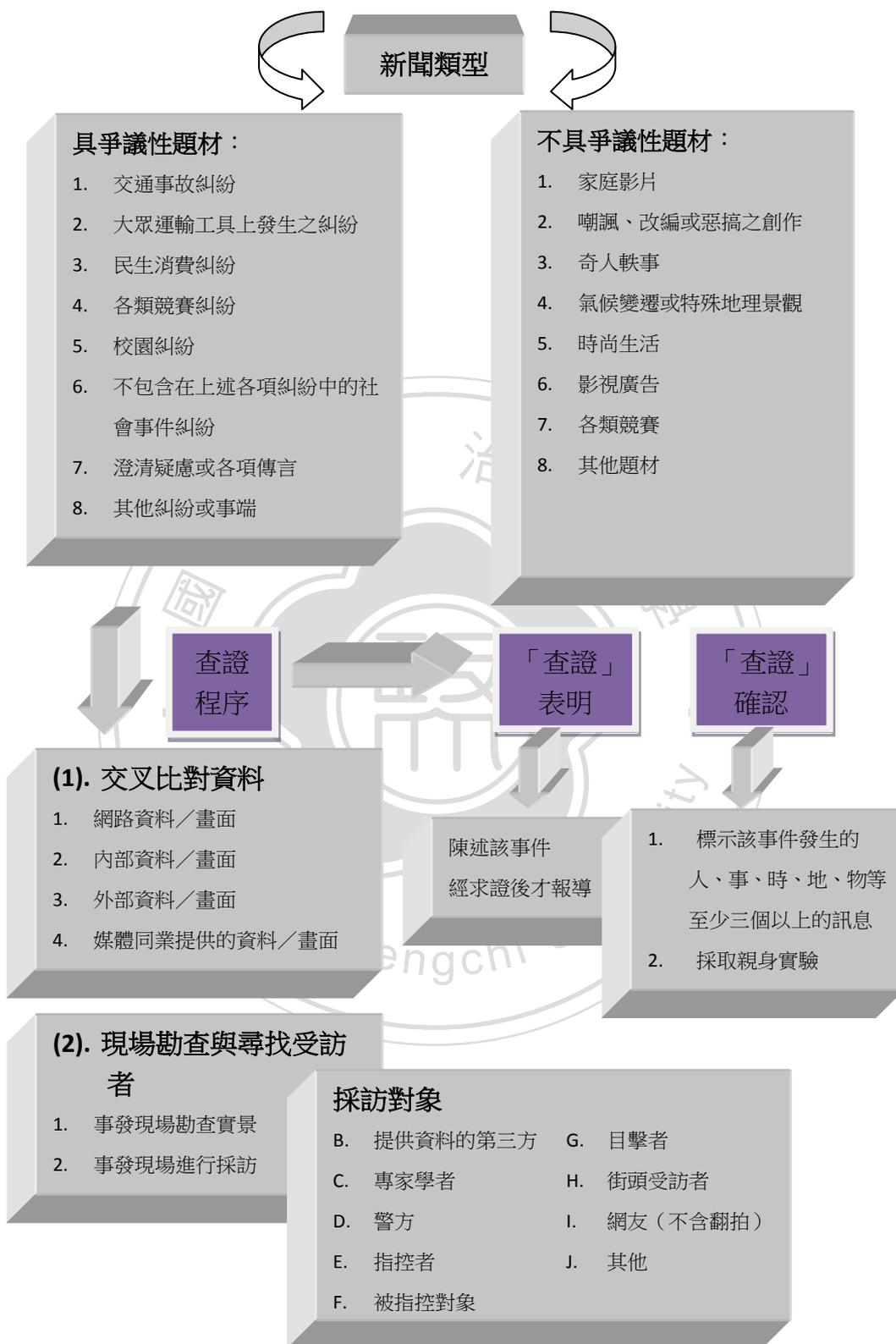
- i. 提供資料的第三方：提供資料的第三者有時候不見得是事件當事人。在此指將消息提供給媒體的人。
- ii. 專家學者：專家學者是以其提供專業見解為定義，可能是該領域的學者或是該行業的業者等。
- iii. 警方
- iv. 指控者
- v. 被指控對象
- vi. 目擊者：這裡的目擊者指的是事件發生當下於現場目擊的人，受媒體採訪而非主動積極提供媒體消息的人，有別於選項 1。
- vii. 街頭受訪者：與事件無關的街談巷議。
- viii. 網友（不含翻拍）：網路上的輿論。
- ix. 其他

(3) 查證表明與確認：查證表明指的是新聞內容是否呈現出記者已經查證後才報導，例如記者陳述該事件經求證後才報導：「經查證後發現」、「記者查證後發現」等。至於查證的確認則是從報導中判斷主播或記者是否明確指出該事件發生的人、事、時、地、物至少三個以上的訊息¹⁰；或是在處理傳言類的新聞時是否詢問專家或採取實驗的方式證實。



¹⁰ 雖新聞寫作規範中認為應將五 w 一 h 交代清楚，但研究者考量電視新聞受限於時間與各項限制，難以符合理想寫作規範，因此放寬標準，只要交代其中三項以上即可。

圖 4.新聞類型與查證流程



三、分析工具與編碼員信度檢驗

本研究採用SPSS19.0 網路版為內容分析統計工具，分析方式以描述性統計為主，含次數分配、百分比等，並輔以microsoft office套裝軟體中的microsoft excel作為運算工具，針對需另外處理的數據做計算。研究者將 6 家電視台，共計 186 個小時中的新聞帶，挑選出主要研究對象—「TPV」類新聞，共計 523 則新聞樣本，並抽取其中百分之十的 54 則新聞進行信度檢驗¹¹，最後做出的信度檢驗結果如表 4，三位編碼員在各題項的信度皆達到 0.85 以上的水準。

表 4.信度檢驗結果

基本題		素材使用方式		查證展現	
新聞編號	1	剪接	0.94	網路資訊	0.95
第幾則	1	訪問	0.98	內部資料	0.96
日期	1	配樂	0.99	外部資料	0.96
星期幾	1	口白	1	媒體同業	0.95
頻道	1	動畫	0.97	現場勘景	0.95
播出時間	0.99			現場訪問	0.95
素材來源	0.96			採訪對象	0.91
地點	0.94			查證確認	0.93
新聞類型	0.85			5w	0.9
				實驗	0.96
				實驗者	0.94

¹¹研究者先計算編碼員兩兩之間的相互同意度，得到三組兩兩相互同意度的數字（編碼員 1&2、1&3、2&3），然後再算出平均相互同意度（除以 3），進而計算出信度。一律採小數點後第三位四捨五入到第二位。

第二節 參與觀察與半結構訪談

Nonaka & Takeuchi(1995)認為，組織裡有一些「默識」(tacit knowledge)是「只可意會不可言傳的」，他們認為默識是經驗性質的，難以用文字、符號或是口述的方式清楚表達，屬個人的主觀認知，本研究的一大挑戰無非就是將這些新聞工作者的默識外顯。從第一階段內容分析的結果我們雖可獲知 TPV 的使用概況，卻無法得知電視新聞工作者實際上取用與查證素材的過程，因此，研究者認為應深入電視台內觀察，以俗民誌的方式，實際參與產製過程並詳實做田野記錄，記錄電視新聞工作者的取材動機與依據、素材處理的方式、以及他們如何查證。

「民族誌著重探索與發現，且主要的目的是發現知識，有助於增進研究者發現行為者所建構的社會現實及意義，而後進行描述與解釋」(劉仲冬，1996)。因此，假若我們已經先入為主的判斷記者在進行採訪報導或製作新聞時有查證／沒有查證，那麼將難以獲知記者查證過程的全貌。換言之，在我們試圖檢視記者查證過程究竟有無瑕疵，甚至是指出記者有無查證的這個事實前，應實際觀察與記錄記者製作新聞的每個環節。

進入觀察除希望從流程中分析與概念化電視新聞工作者的行為之外，最主要的原因是為避免日後在進行深度訪談時落入受訪者自說自話的陷阱中。許多選擇深度訪談的研究皆指出他們遭遇到的共同困境是，訪談時受訪者容易合理化、正當化自己的行為，或者是實際上並沒有做到查證，但在訪談過程中會根據自己所受的專業知識和所習得的新聞倫理條例來回答問題。因此，為避免遇到這樣的困境，研究者認為參與觀察有其必要性。

然而，受限於進入障礙，研究者僅能進入單一新聞台內進行為期一個月的觀察，缺點是無法類推至其他媒介組織，畢竟每家電視台的作法應有所不同。但研究者認為，就一個初探性的研究而言，若是能夠取得部分的樣貌，也許有助於後續研究進行深耕與全面檢視。再者，質性研究抽取的樣本本就不以能類推全母體為目標，而是以能夠取得豐富內涵和深度的資料為主，因此採取立意抽樣的方式乃是為獲得更完整和全面的資料(胡幼慧、姚美華，1996)。第三，研究者認為，雖然新聞組織的常規不盡相同，但應仍存在所謂的「共通原則」，比方說對「新聞查證」最根本的要求與認知、或是必經的某些產製流程，因此雖然是挑選單一媒介組織進行觀察，仍然有其推論與演繹的價值存在。

除了參與觀察之外，為瞭解與確認電視新聞工作者實際製作過程與查證之判斷，研究者採行深度訪談中的「半結構訪談法」，訪談過程中，研究者掌握一定

的發問控制權，但同時允許受訪者積極參與互動，訪談題綱作為一種提示與參考，提問過程中鼓勵受訪者提出問題，研究者並再據以延伸出其他相關問題，根據訪談情境對程序和內容做調整（陳向明，2002，頁 229-230）。半結構訪談的目的主要是希望能從相對開放且設計過的訪談情境中，使受訪者較能清楚表達其自身的主觀觀點，而使用同樣的訪談大綱可以使訪談資料具備共通比較的基礎（Flick,2002／李政賢、廖志恆、林靜如譯，2007，頁 121）。以本研究而言，透過半結構訪談能幫助我們瞭解電視新聞工作者取用 TPV 的取材判斷、處理 TPV 的方式、查證 TPV、與分析電視新聞工作者對於 TPV 的看法，和比較各電視台不同的取用和處理方式。

最後，本研究訪問電視新聞台主管與電視台記者共計六位，參考第一階段內容分析結果挑選訪談對象，從 6 家 24 小時新聞台中，選出較頻繁使用 TPV 的電視台，訪問其新聞部主管與記者，受訪者基本資料如表 5 所示：(A~C 代表三家不同電視台；1~6 代表受訪者編號)

表 5.受訪者基本資料

受訪者	性別	受訪者職銜	受訪時間
A1	男	新聞部主管	2012 年 4 月 16 日
B2	女	新聞部主管	2012 年 5 月 4 日
A3	男	社會線攝影記者	2012 年 5 月 10 日
B4	男	資深地方文字記者	2012 年 5 月 11 日
C5	女	資淺地方文字記者	2012 年 5 月 21 日
B6	男	社會線文字記者	2012 年 5 月 26 日

電視台主管主要回答較為概括性的問題，以整體 TPV 使用背景為出發點，研究者希望從主管端得知更多電視台內部的組織規範與相應政策的看法；而電視台記者則主要回答製作 TPV 新聞流程的問題，這也是本研究最為關切的部份。訪談進行的方式相同，但問題不盡相同，研究者在訪談時皆會先播放幾則該電視台製作並播放過的新聞（樣本仍是從上一階段內容分析而來），請受訪者先觀看過後，再回答相關問題。

訪談電視台記者時，以能找到該名記者曾製作過的新聞帶為佳，至於新聞帶主題的挑選，則是參考上階段內容分析中該電視台製作最多的題材為主，舉例來說，假如 A 台以製作奇人軼事新聞為最多，則找尋 A 台專門負責奇人軼事新聞的路線記者訪談，並且最理想的狀態是找出某位記者曾做過的某則奇人軼事類新聞，請受訪者看過以後再針對製作細節進行訪問。

經由上述三種研究方法進行分段式資料蒐集後，本研究資料分析架構為兩部

分，第一部份分析的重點是「新聞呈現之內容」，分析對象為新聞報導經「內容分析」後所得的相關統計資料，針對 TPV 做科學量化的統計，觀察此類素材於電視新聞中呈現的樣貌與頻率，分別就素材來源蒐集的管道、素材的處理方式與素材查證的呈現三方面做探討與詮釋；第二部分分析的重點是「素材使用之過程」，以第一部分內容分析的資料為基礎，深入解析電視新聞工作者如何蒐集、處理與查證 TPV 的作業流程，分析架構如圖 5 所示：

圖 5.資料分析架構圖



第三節 研究限制

一、抽樣過程

本研究在新聞樣本蒐集過程中面臨與劉蕙苓(2012)相同的困境，從所有新聞樣本中篩選出符合所謂的 TPV 新聞，在樣本的判定上有相當難度。劉蕙苓的作法是將畫面品質差、拍攝技術不專業而疑似取材自網路的新聞皆予以捨棄，以維護研究的嚴謹性，然她亦不諱言此舉可能導致低估網路影音素材的使用量。而本研究同樣以畫面清楚標示「翻攝自...」的樣本為選取時的主要依據，但對於上述所言的疑似 TPV 的樣本則不予捨棄，在盡可能排除非人為提供的情形下皆納入選取，雖樣本選取上有所瑕疵，然研究者試圖以質化深度訪談的方式補充此一部

分的說明，解釋未標示消息來源而疑似 TPV 的素材所為何在。

此外，在素材類型區分的部分，亦面臨與劉蕙苓(2012)相同的困境，「其他」類型的比例過高，在量化統計方式的處理上必須將屬於其他類型的資料重新歸類，而本研究無法進行多次歸類，因題材過於瑣碎，類目種類屆時必定過於龐雜而難以呈現出更重要的意涵，但若是為使分類更容易，而以大題項做區分，如：社會／政治／國際／生活等，則無助於題材的深入分析，因此，研究者在多重考量下決定仍維持現狀，而不再對屬於「其他」題材的新聞做分類。

二、訪談對象

在各種時空、人為限制下，研究者根據第一階段文本分析結果，挑選出取用 TPV 較為頻繁的三家電視台，各一位主管與一位記者做訪談，研究者認為主管與第一線記者的思維必定有所不同，而能較為全面檢視電視台取用 TPV 的樣貌。然在實際聯繫過程中，研究者盡所能地透過人脈或利用個人社會連結尋找受訪者，最終仍是無法達成原先設想的目標，在時間限制下僅能找到兩家電視台主管與其他四位受訪者，雖有地方／北部記者、攝影／文字記者的差異，仍無法涵蓋各種類別的電視新聞工作者，因此研究者認為若訪談人數增多、訪談對象選取更為多元，則能反映出各種不同路線、職務、性別與地區的電視新聞工作者取用及查證 TPV 的樣貌。

第四章 資料分析

第一節 電視新聞工作者取用 TPV

一、取用 TPV

(一)、取材於眾

在訪問資深電視新聞工作者的過程中，我們得知電視新聞開始將外來畫面直接取做新聞內容或可追溯於十多年前的監視器影帶，例如街頭巷尾的監視器、政府、警方提供的攻堅畫面等。然而，這類由警方或消息來源所提供的影音素材與現在普遍盛行的 TPV 有所不同，受訪者 B2 認為電視台大量使用 TPV 始自於 2009 年莫拉克颱風期間，當時山區偏遠地帶災情嚴重，但電視台的佈線尚未到達現場，於是當地居民便利用錄影設備或監視系統將畫面記錄下後外傳，因此，最初的途徑並非是民眾上傳至影音分享平台，而後電視新聞工作者在影音分享平台如 Youtube 上取用之，最初的形式是由第三方將畫面傳遞給電視台，電視台直接用之。八八風災過後，一般家用攝影器材發達、Youtube 隨之盛行，民眾習慣將影片上傳至網路分享，電視新聞工作者才開始使用該類素材報導新聞事件。

當時 Youtube 那些網路還沒有那麼盛行的時候，大家等於是說，要把帶子送出來...可是那些畫面都是事後才提供出來，比如說我認識哪一台的記者，然後給了那些記者之後，記者再 copy 給大家，所以基本上還是用帶子傳帶子、帶子接帶子那種方式...(受訪者 B2)

由上述得知，災難發生當下記者尚未到場，為了取得事發現場實景，TPV 便提供了填補資訊不足的功能，除此之外，TPV 的取用更反應出在傳播新科技發展下，電視新聞產製過程中所面臨的問題找到了新的解決方法，據此歸納出幾個取用 TPV 的目的：

(1) 彌補素材不足：電視台取用 TPV，背後有其經營決策之考量，首先，幾乎所有受訪者皆指出，當新聞素材不足，又亟需填補新聞時段的時候，他們通常會傾向從網路上尋找，如受訪者 B2 所言，TPV 能增加新聞量、用以填充版面：

因為你要填時間，你有那些版面需要去填充，所以變成說，你看到有趣的新聞，你如果覺得說它可以發展成一條新聞的話，你就自然而然會把它拿來做為今天新聞的素材...採訪單位找不到新聞，或是說他們的素材不夠的時候，也只好用這些素材來增加新聞的量。(受訪者 B2)

受訪者 A1 也指出，他曾在網路上發現一則點閱率頗高的影片，當下覺得該則影片內容無趣，因此未做成新聞，但隔幾天後因為新聞太淡，於是便取做新聞。對此，受訪者 B6 則指出新聞太淡時便要設法尋找話題，而網路就是便捷的管道。

第一天看到我覺得很無聊，覺得沒有什麼，後來隔了兩三天，有一天家裡實在是沒什麼新聞好發的，後來我就把它找出來。(受訪者 A1)

有時候新聞很淡的時候，我們必須去找一些有趣的話題，那通常最好取得而且在辦公室裡面比較好取得的就是從網路上找到。(受訪者 B6)

由此可知，當新聞很淡而又需要滿足當天對量的需求時，網路便成為最快速、最便利的素材來源。其次，在重要關鍵時刻，因為記者不在場導致畫面的欠缺，或是記者雖在場但剪帶時為使新聞素材更豐富，他們也會上網尋找更多事發當時的影片，如受訪者 B4 與 B2 所言：

因為採訪那天我沒趕到，就沒搜到那經典的畫面，對我來講，沒有這個畫面無法做新聞，記者不是萬能，記者沒有開直升機，當發生意外的時候，其實真正第一時間拍的東西那才叫做經典，那才叫做真正的目擊，有目擊畫面的時候，當然比較好寫新聞。(受訪者 B4)

有時候你要多一隻眼睛，上網去找是不是有人已經看到最新的新聞現場，已經把它 PO 上網了，所以大家很習慣的會去網路上搜尋是不是有人有更多的訊息可以讓我們知道去追這條新聞。(受訪者 B2)

(2) 調配組織人力：當人力不足的時候，使用 TPV 成為一種彈性調配人力的方式，除能提昇新聞產量外，也能把人力配置在更為重要的新聞事件上，如受訪者 B2 所言：

你只有三組記者，可是我有十分鐘的新聞要填，三組記者每一組都跑兩條好了，也才六分鐘，所以就不夠啊，那你就要想辦法去填，不然你就會看到每一節的新聞都是一樣的東西。(受訪者 B2)

(3) 產出獨家新聞：使用 TPV 一大原因是為了滿足電視台對於獨家的需求，如受訪者 C5 所言：

每天都有獨家的壓力...現在的記者通常是上午出去一次，下午出去一次。有時候早上甚至不會出去，就在家裡整理，因為我們沒有時間去外面...誰會每天都有獨家啊？每天又不會跟你爆料發生什麼事，那一定要在網路上找。(受訪者 C5)

我們就是重量不重質阿...因為長官就是規定你每個禮拜要有幾則，就是一定要達到那個量！就是有點算是要達到那個業績，我可能沒有辦法隨時都生出這種新聞，所以就是要靠網路。(受訪者 C5)

綜上所言，若將電視新聞工作者取用 TPV 視為一解決問題的方法，則他們最想解決的問題是新聞素材不足時，該如何發展出因應的方法，畢竟新聞不可能開天窗，而若是為了填充時段一再反覆重播同樣的新聞，又不可避免遭受了無新意之批評，於是，在有限的人力與資源限制下，對電視台來說最能立即達到產能的方法便是往素材取得相對便利的網路世界去尋找。當然，素材不足也包含獨家素材不足，在此先不探討這樣的不足是否導因於記者個人的努力程度，單就素材取得而言，TPV 確實解決了電視新聞工作者在獨家新聞上的需求。

(4) 滿足畫面與線索的需求：電視台大量取用TPV的現象，反映出電視新聞本質上對於影像與聲音的偏好與依賴，如受訪者C6所言：「畫面精彩，可能誰打了誰，有動作最好、沒有動作最好也要有聲音」，她同時也指出這類素材容易獲得長官青睞，尤其是行車記錄器影帶：

畫面比較精彩，又收得到聲音，加上行車紀錄器越來越多人裝，現在在路上看到什麼就會 PO 上網，然後我就發現這種新聞很容易被長官接受，所以我都會找這樣的新聞。(受訪者 C5)

行車記錄器如同許多事發現場的目擊者，許多案件進入司法程序後，行車記錄器影片即為呈堂證供。而對電視新聞來說，除了需要依靠畫面說故事以外，影像同時代表一種對於事實的呈現，如受訪者 A3 所言的「事實來自於影片...影片帶給你什麼訊息，你就是跟」。於此，TPV 具備了一種作為證據的特性，而它之所以具有佐證的效用，主要是基於人們相信眼見為憑、有圖有真，這種眼見為真的意識型態加強了 TPV 作為新聞主體的佐證此一事實，如受訪者 B4 所言的：

使用它的原因並不在於它容不容易取得，而是在於這一個物件、影像、這個畫面，或這樣的東西，它在這個報導裡面，它能佐證我為真的

重要性。(受訪者 B4)

當然，「影像代表事實」的這種看法其實備受爭議，對電視新聞工作者來說，TPV除了可呈現部分事實，直接當做新聞內容使用外，最重要的是它提供了更多元的新聞線索，如受訪者A1與B4所言：

以前是街談巷議，那現在街談巷議已經來不及了，到網路世界找是最快的。網路世界就是街談巷議最大的地方，而且還有影像，不只是文字，現在沒圖沒真相，有圖就有真相。**【雖然】**有圖不一定有真相，有圖至少有個線索。(受訪者 A1)**【】**內為研究者加註，後皆按此慣例)

有人會說現在這樣做新聞是很簡潔、簡便，網路上蒐一蒐就可以做一條新聞，你們根本不用去拍，其實講這樣有些不太正確的地方是我認為，任何一個社會現象都可以成為新聞的報導。(受訪者 A1)

過去口耳相傳的方式已經不足以應付當代資訊洪流的衝擊，在分秒必爭的電視圈中，以多管齊下的方式獲取更多消息來源即變得非常重要。因此，對電視新聞工作者來說，網路只是提供消息來源的另一種管道，使用者生產的內容也只是順應新科技發展、符合時代所趨的產物，如受訪者 B4 所言：

以前古早的時候我們沒有 Youtube，人手**【一台】**手機就可以拍影像，沒有這個的時候，那人家投訴要爆料或要講一件事情的時候怎麼辦？其實他也拿出當時科技所允許的元素。(受訪者 B4)

(5) 挖掘新聞題材：趣味性、時效性、接近性、衝突性、突發性等這些特性，仍舊是主流的新聞價值，或者說是新聞亙久不變的真理，電視新聞工作者取用TPV的動機亦不脫離上述所謂的新聞價值，而這展現在他們對於題材的選定與偏好上。例如：受訪者 B2指出「趣味性」是一大要素：「大家看到了覺得很好玩，大家是處於有趣的心理下，然後就把他download下來，然後就做成一條新聞」；受訪者B4、B6和C5則指出「特殊性」是決定要否做成新聞的條件，「它太特殊了，它就在大眾捷運系統上就這樣開打」、「越誇張越扯的事情那是一定是啦」、「較偏向違反正常的事情，比如說麵包掉到地上還撿起來繼續賣就是讓你覺得很誇張的事情」；再者，「地緣接近性」也是一大考量，如受訪者C5所言：「不能報國外的，可能是因為我在地方新聞中心吧！如果我要報日本或美國很有趣的，他們(新聞台主管)會覺得那跟我們有什麼關係？」。

無論是趣味性、特殊性或地緣接近性等，當人們習以為常後其新聞價值便直直落，畢竟狗咬人不是新聞、人咬狗才是新聞，但若是人咬狗的新聞屢屢登上新

聞版面，形成了一種常態，則這類素材的特殊性降低，也不再繼續受電視新聞工作者的青睞，而這主要是反應在收視率的表現上，如受訪者A1表示：

我們有時候在看隔天收視率的時候，才發現說，那種小小的行車紀錄器的新聞，也不見得討好這樣子，所以我們在網路上那種東西也開始有一些捨去、過濾了這樣子。(受訪者 A1)

照受訪者 A1 所言，過濾素材指的是會考量素材內容是否能達到較高的收視率而進行篩選淘汰，以行車紀錄器新聞為例，他指出：「有一陣子很喜歡做什麼逼車啊，什麼車子撞在一起之類的，剛開始好高興，這好特別」，但是後來發現行車紀錄器新聞做多之後，收視率並沒有顯著提昇，於是他們便開始進行篩選，「所以現在不是那種真的撞得很激烈的，也不是那種飛起來轉三個圈的那種，大概都上不了新聞」。除了監視器新聞以外，一般社會事件類的素材亦是如此，如他所言：「打架那種現場，罵、叫、狠，弄得很戲劇化，好像連續劇那種，至少有那種程度以上的，大概也會再考慮把它拿來在這個鐘頭中做新聞」。

既然梗有用完的一天，觀眾有見怪不怪的時候，那麼在電視台篩選淘汰的機制下，最終決定TPV能否成為當日新聞內容的主要關鍵要素就在於該事件是否具備爭端，也就是該素材必須為「具爭議性」的題材，因為這類素材能創造話題性、也通常具備衝突性，最直接影響的是電視台的收視率，如受訪者B4所言：「我有爭議性的報導原因很簡單，因為我是商業電視台，有爭議性的東西才會有收視率、才會有焦點、才會有關注，這是很現實的」，而他認為所謂的焦點就是「爭議，爭端，雙方兩造之間最爭鋒相對的那塊，就是我們想要報的部份」。

除了提昇收視率之外，爭議性的題材較之一般性題材具有延伸潛力，如受訪者B2所言：「我們比較喜歡有話題性、有衝突性，然後會引起討論的...我們要幫觀眾去看出這個新聞事件裡面值得被觀察、被注意的角度」。從事件中挑選出值得被觀察、注意的角度，就是電視新聞工作者能夠藉此延伸與發揮的地方。但是並非所有看得到的TPV皆具備新聞價值，或言是為能立即被判斷出具備新聞價值的素材，在此，電視新聞工作者的角色便增添了一項，他們需要從素材中挖掘出更多新聞價值。如受訪者B4所言：

有些人他是想秀，可是他沒有那個新聞的判斷，他並不知道這是新聞，可是被我們看到了！我們覺得他是新聞，所以我們就要去追他拍到的背景、這後面的過程是什麼？...新聞記者的價值就是去判斷什麼東西是新聞，什麼東西不是新聞。(受訪者 B4)

綜上所言，TPV 能否成為新聞素材來源，取決於電視新聞工作者能否在素

材中找到值得閱聽眾觀察和注意的部分，而這具有兩層面上的意涵。第一層面的意涵主要從素材本身出發，觀察素材本身是否具備顯而易見的新聞價值，例如：趣味性、特殊性、衝突性或是地緣接近性等，明顯具備新聞價值的素材被取用的機會自然較高。然而，再有趣、再特殊的東西若是曝光率過高，也不見得能使電視台收視率提昇，畢竟電視台有營收的壓力，在此情況下，尋找素材的爭議性往往是致勝的利器，因為爭議性既能帶來收視率、亦能從中尋找延伸發展的議題，對於電視新聞工作者來說不啻為一石二鳥。

第二層面的意涵則是從電視新聞工作者出發，來自網路世界的 TPV 是否具備新聞價值，必須由具備專業素養的從業人員來判斷，畢竟業餘者所拍攝的影片或許只是忠實記錄事件當下的情景，而在一分三十秒的新聞中，決定閱聽眾觀看的角度與視野，其實取決於電視新聞工作者對於新聞價值的判斷。

（二）、常規和應變

依據電視新聞的編採慣例，路線記者早上通常是跟報，因此各家電視台做的新聞大同小異，到了下午蒐集晚間新聞的素材，這時候記者會開始做自己的專題或獨家報導。研究者於電視台觀察一個月期間，發現電視台常做的獨家報導除了記者直擊或揭弊的傳統作法外，現多見的題材一類是屬於民眾投訴類的新聞、一類則是從網路尋找可發展成當日獨家新聞的素材。而無論是長官分配的稿件或是記者主動發展的獨家議題，由網路尋找獨家線索逐漸成為常態。

電視新聞工作者最常採取的方式是根據路線特性連上 google 或 Youtube 打關鍵字搜尋新聞線索，以社會線記者為例，受訪者 A3 表示：「如果我要找畫面的話，就上 Youtube 查偷竊、糾紛、車禍...」，再以先前一則熱門網路影片「雜貨店阿嬤以罵髒話方式勸重機騎士騎慢點」的新聞事件作示範，受訪者 A3 指出下關鍵字的方式是打上「阿婆、重機、嘉義、髒話、雜貨店」等，以不同的關鍵字拼拼湊湊，進而找出可能符合選項的相關影片。

然而，現在的獨家二字與過去獨家所代表的意義不同，在媒體現況中，獨家代表的是「搶先獨家」、並非「唯一獨家」，換言之，當電視新聞工作者取用 TPV 並打上獨家標誌時，所傳達的訊息是他們搶先做了這則新聞，而非他們是唯一做這條新聞的人。造成這種以速度自詡為獨家的狀況，一則導因於使用者生產之內容在著作權上難以確認，因此當所有人都可共同編輯與重製時，權利的認定即產生困難，於是最快取得並報導的人，就等於搶到了發語權一般，可自稱為獨家。如 A3 所言：「網路的東西其實很快，今天你會找，可能其他家的也會找，那誰

先發這條，誰就把獨家【拿走】」。

另一個原因是，來源管道相同導致素材的同質性過高，因此獨家變成是誰搶先發誰就算拿到獨家。如受訪者 C5 所言：

後來我就懂了，就是要搶快！因為大家找的不外乎是 Youtube、Mobile01 或是一些小論壇，所有的人都在裡面找，我們可能都是用同一個資料夾，所以找到的東西都是一樣的...【電視台的策略是】播完第一次後，就把獨家拿掉了！（受訪者 C5）

受訪者 B6 指出：「網路新聞很容易就被做掉...因為大家一直在找網路的東西，也許流傳的、popular 的就被做掉啦」；受訪者 B2 也指出：「他們每一次都說這個是獨家，我等一下要 keep 下來，對不起別人都已經報了，然後每一次都說什麼獨家！都沒。所以只好匆忙出手」、受訪者 A3 則表示：「在報稿的時候，結果長官看到別台播了，那就是別台比我們先做，長官就說那不要，去做別的」。

過去做出的獨家新聞或有獨特性，而取材自網路世界的 TPV 則逐漸趨於同質性，電視台自詡為獨家但卻一點也不獨家，作法漸如過去地方新聞帶的作法，如受訪者 B2 所言：

以前地方帶大家合作，所以一條新聞可能你去拍 A 新聞，我去拍 B 新聞，大家一起 share，所以你看各台的地方新聞常常會出現一樣的畫面、一樣的訪問、一樣的 bite，就是因為他們是共同合作的。（受訪者 B2）

而她認為，現在電視台的危機是：

大家的 source 都是一樣的，都是網路，那不管是說互通有無，或者是說大家看到同樣的訊息，或報紙來的訊息，大家都上網去找，你就會覺得說，很難去跳脫出來那個影片的來源跟框架。（受訪者 B2）

（三）、篩選和過濾

按照電視台編輯主管所言，閱聽眾所看到的新聞是歷經編輯挑選後的結果，電視台隨著經營的時間越久，會逐漸發展出屬於自己的新聞調性，當發展出專屬的新聞調性以後，編輯在挑選新聞時便會選取當天符合調性的新聞放到該時段

中。從電視台編輯的角度而言，挑選 TPV 並非基於特定目的，而是根據當天新聞的調性決定是否將其列入該時段新聞 rundown 中，受訪者 B2 表示：

採訪中心供了這些新聞，比如說七十條新聞，我這個時段要二十七條新聞，然後我比較傾向的是除了重大新聞抓進來之外，生活性的新聞我挑選的比較多，然後下個時段可能是社會新聞，我就把多一點的社會新聞放到我的編排裡面。...我比較少去說：「喔！這是網路新聞，好，我今天不要」...（受訪者 B2）

以晚間六點至七點的黃金時段來說，新聞開始的前十分鐘主要播放當天的重大新聞事件，進入第二十分鐘即播放記者自行開發、自行拍攝的新聞；三十分鐘以後播放地方性的新聞，此時 TPV 的使用數量大增；四十分鐘以後以外電為主，穿插畫面具趣味性的網路新聞；最後十分鐘則是搶先播放下一節國內重大新聞。整體而言，電視台實際上的經營方式符合本研究所統計出的結果，即 TPV 的使用集中於六點三十分至四十分之間，這部份後續研究結果會加以證實(受訪者 B2，2012 年 5 月 4 日)。

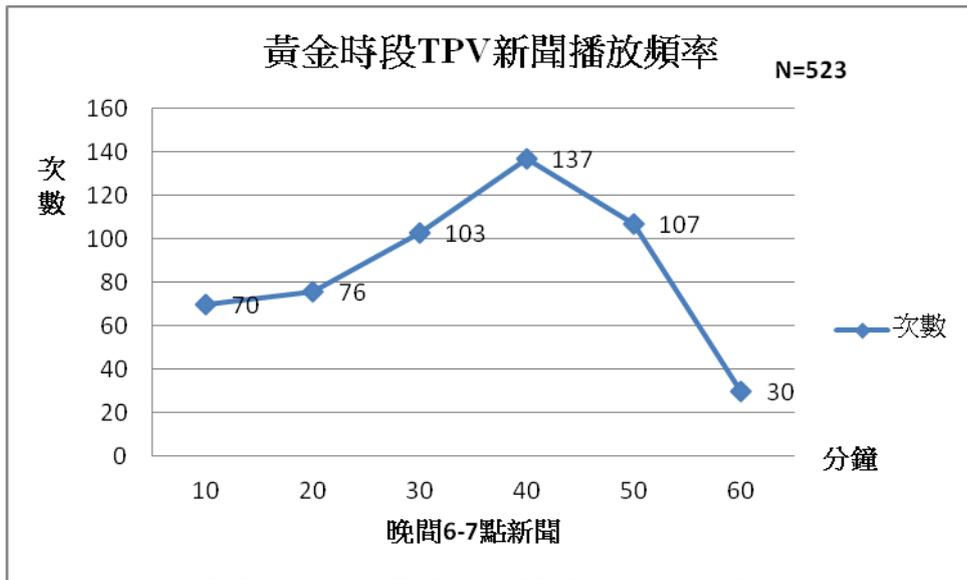
二、TPV 素材來源、型態與使用

(一)、時間分布、數量統計與比例示意

1. TPV 新聞播放時段集中示意圖

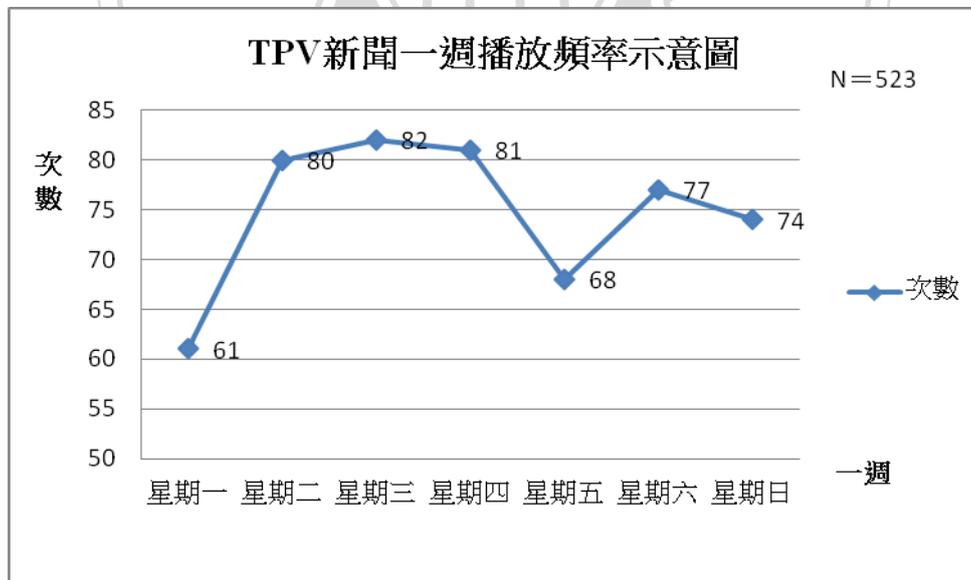
研究者使用 excel 運算功能將編碼員登錄的各則新聞播出時間做統計與歸納，在一個小時的新聞帶中，以十分鐘為一個區間，共分為六個區間，看出六家電視台在二〇一二年八月整個月裡，使用 TPV 的新聞集中於哪個區段播出。結果如圖 6 顯示，在所有使用 TPV 的新聞中，晚間六點半至六點四十分之間播出者為最多，共 137 則，佔所有 TPV 新聞 523 則的 26%；其次是六點四十分至六點五十分之間，共 107 則，佔所有 TPV 新聞的 20%；略低於第二名，排名第三的則是六點二十分至六點三十分之間播出的新聞，共 103 則，也佔所有 TPV 新聞共 523 則中將近 20%。由結果可知，晚間六點到七點的新聞中，TPV 新聞普遍於六點二十分後開始密集播放，在六點三十分至四十分之間達到最高峰，並於該時段新聞的最後十分鐘內播放最少。

圖 6.TPV 新聞播出時段示意圖



若以一週的播放示意圖來看，圖 7 顯示電視台在週二至週四間使用 TPV 做成的報導普遍較多，都有 80 則以上的數量；一週的第一天與最後一天則偏少，尤其是星期一最少，僅有 60 則，星期五也只有 68 則；周休二日則數量普通。

圖 7.一週播放頻率統計圖



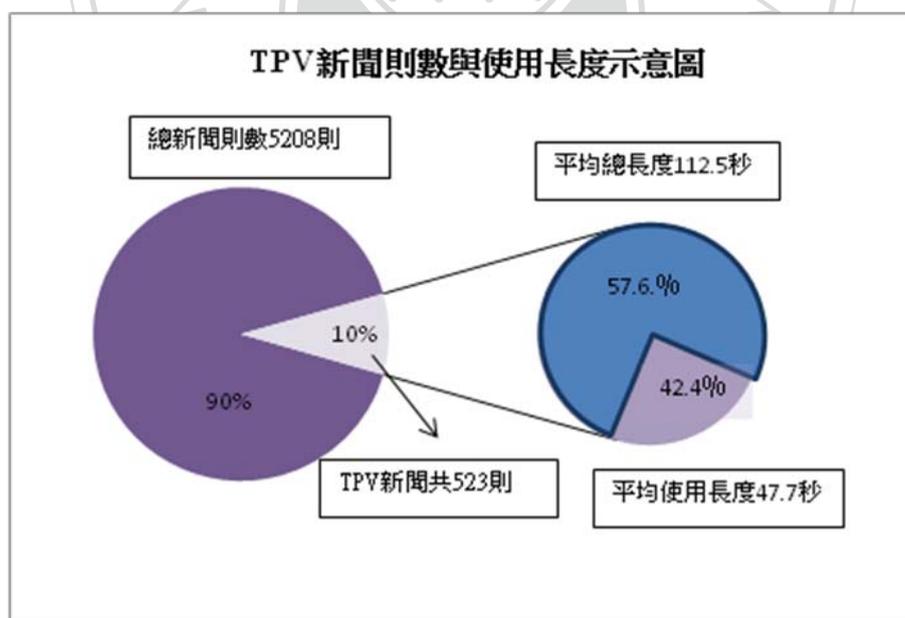
2.TPV 新聞數量與長度比例

以第一週抽星期一、第二週抽星期二、第三週抽星期三、第四週抽星期四的方式，共抽出四天，概略推算各家電視台總共做過多少則新聞報導。選出的日期

是八月一日（星期一）、八月九日（星期二）、八月十七日（星期三）與八月二十五日（星期四），計算一小時中的平均數量（包含重播的新聞）後四捨五入算出 tvbs 平均做 25 則新聞、三立 29 則、中天 30 則、民視 26 則、年代 28 則、東森 30 則，得知在八月一日到八月三十一日期間，六家電視台於晚間六點至七點的新聞時段中，總共約做了 5208 則新聞。而在進行內容分析的過程中，第一階段已從所有新聞中挑選出 523 則使用 TPV 所成的新聞報導，推算出 TPV 新聞佔電視台所有新聞約百分之十的比例，亦即，每十條新聞中就有一條新聞是使用 TPV 做成的報導，若電視台於晚間六點至七點時段大約做 30 則新聞，則每天每家電視台在當天的新聞中至少會做三則以上的 TPV 新聞。

在這些使用TPV做成的新聞報導中，我們想知道一則新聞中TPV被使用的時間約佔多少比例，因此再度使用excel運算功能將編碼員計算出的各則新聞長度與各則中TPV的使用長度做統計，結果顯示如圖 8。研究結果發現，所有使用TPV的新聞，其平均新聞長度為 112.5 秒（約等於一分鐘又五十二秒左右），而在這些TPV類的新聞中，TPV平均被使用的時間約為 47.7 秒¹²，約佔一則新聞中的 42.4%。另一方面，劉蕙苓(2012)的研究也指出，商業電視台所有網路影音類新聞中，有超過三分之一是在該則新聞中全部使用網路影音，完全沒有自行拍攝的素材，而全部使用網路影音者又以「影劇名人」類新聞最多，其次則是「人情趣味／奇聞」。

圖 8. TPV 新聞則數與平均使用長度示意圖

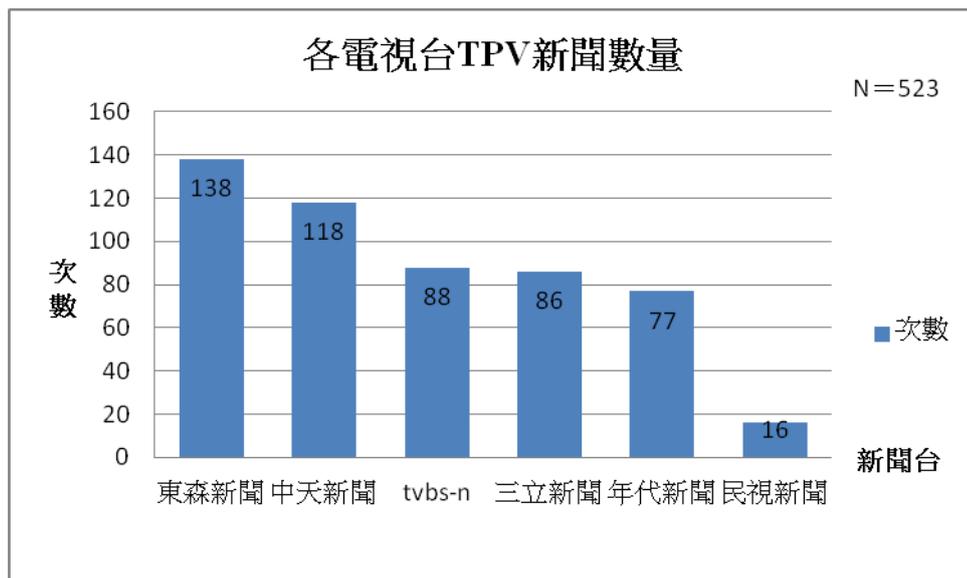


¹²這裡的平均使用長度是經過加總計算的，因為多數新聞會將不同的 TPV 做串連剪接而成一則新聞報導，或是同一個 TPV 被分段剪接，穿插記者的採訪內容或是現場實景勘查等。因此研究者要求編碼員在計算一則新聞中 TPV 被使用的長度時，必須採用分段計算的方式，最後加總算出一則新聞中 TPV 總共使用的長度為何。

3.各電視台 TPV 新聞報導數量比較

圖 9 顯示六家電視台中，東森新聞台取用 TPV 做成新聞的數量為最多，共 138 則，佔所有使用 TPV 做成的新聞報導（總共 523 則）中的 26.4%；其次是中天新聞，共 118 則，佔 22.6%；第三高為 TVBS-N，共 88 則，佔 16.8%；第四名為三立新聞台，共 86 則，佔 16.4%；第五名是年代新聞台，共 77 則，佔 14.7%；使用最少的為民視新聞台，只做了 16 則，佔 3.1%。

圖 9.各電視台 TPV 新聞報導數量比較示意圖



(二)、素材內容與類型

1.TPV 新聞題材示意圖

圖 10 顯示所有 TPV 新聞中，題材最多者為社會事件糾紛（95 則），如「自強號上打小三」、「醉漢毆錯人」；其次是交通事故糾紛（90 則），如「惡擋救護車」、「動力三輪車搶車道內線」；第三名是奇人軼事報導（78 則），如「美國舞棍阿伯」、「溫州周潤發司機」；第四名則是影視廣告（69 則），如「劉若英閃婚」、「電影那些年的幕後花絮」；第五名為其他題材（41 則）。至於各家電視台前三大新聞類型見表 6，三家電視台（東森、民視、三立）排行第一的皆為交通事故糾紛報導，年代較為特別，以影視廣告為最大宗。從表 6 可看出，「交通事故糾紛」、各項「社會事件糾紛」與「奇人軼事」報導，分居各電視台前三大新聞類型，與圖 10 結果相符。

劉蕙苓(2012)的研究結果指出，商業電視台使用 TPV 做成的新聞報導，以「影視娛樂」類最多、「現場直擊者」居次、第三則是無法分類的「其他」。其中，現

場直擊又以違規事件最多、其次是奇異／驚險刺激事件。林照真(2012)的研究也指出，各電視台所採用的新媒體訊息以「社會類」為最高、「影劇八卦」其次、「犯罪類」第三。由兩位學者的研究成果與本研究做對照，發現結果一致呈現出社會類與影劇八卦類題材是電視新聞工作者取用 TPV 時的明顯偏好。此外，無論是本研究或是劉蕙苓研究中的「其他」所佔比例皆高，顯示出 TPV 的內容相當多元難以歸類，劉蕙苓將這樣的現象認定為是新聞瑣碎化後難以找到模式，因此無法清楚地分類。

圖 10.前五大新聞類型示意圖

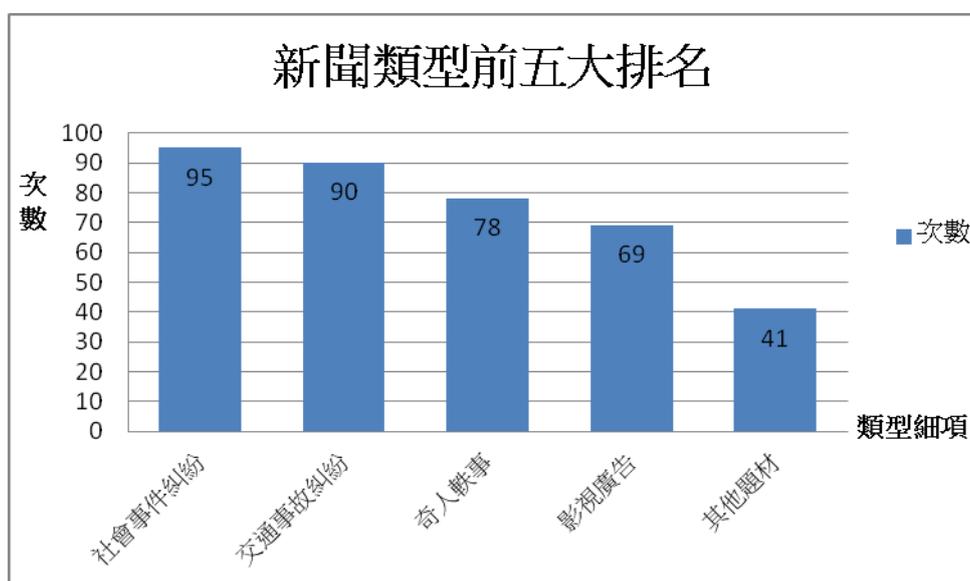


表 6.各電視台前三大新聞類型

電視台	第一名	第二名	第三名
東森	交通事故糾紛	奇人軼事	各項社會糾紛
TVBS-N	各項社會糾紛	奇人軼事	其他一般題材
民視	交通事故糾紛	其他一般題材	各項社會糾紛
三立	交通事故糾紛	各種社會糾紛	其他一般題材
年代	影視廣告	交通事故糾紛	奇人軼事／各項社會糾紛
中天	奇人軼事	影視廣告	各項社會糾紛

2.TPV 內容型態

如圖 11 顯示，所有 TPV 新聞 523 則中，屬於爭議性題材的新聞類型共 299 則，約佔 57.2%（近六成），其中又以「其他社會事件糾紛」（95 則）、「交通事故

糾紛」(90 則)與「澄清疑慮與各項傳言」(39 則)為最多。非爭議性題材在所有 TPV 新聞中共有 224 則,約佔 42.8%,其中又以「奇人軼事」(78 則)、「影視廣告」(69 則)與「其他題材」(41 則)為最多。圖 12 則顯示出六家有線電視台爭議性題材數量的比較,東森 90 則為最多、中天 55 則居其次、第三則是三立 54 則、最少的仍是民視 11 則。

圖 11.具爭議性題材佔所有 TPV 新聞則數比例示意圖

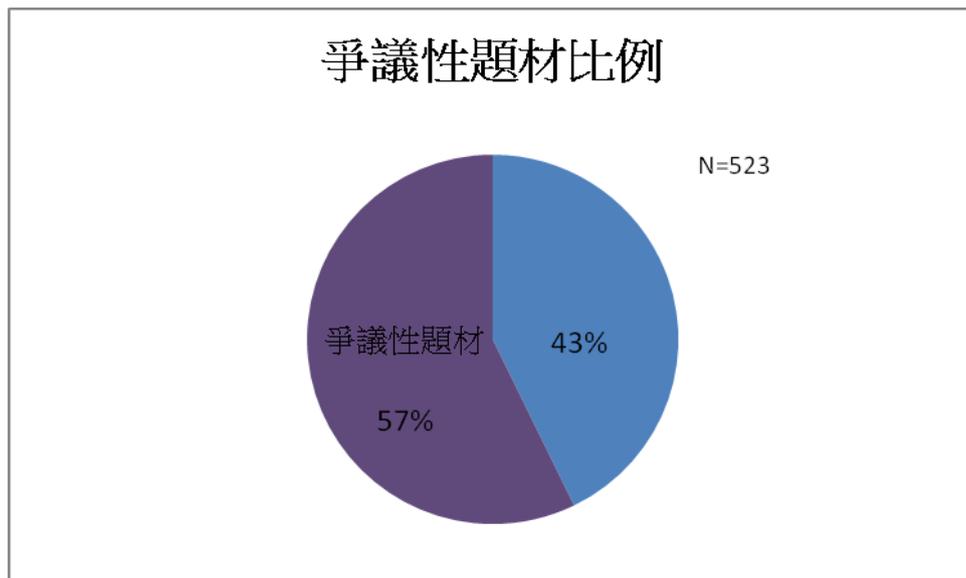
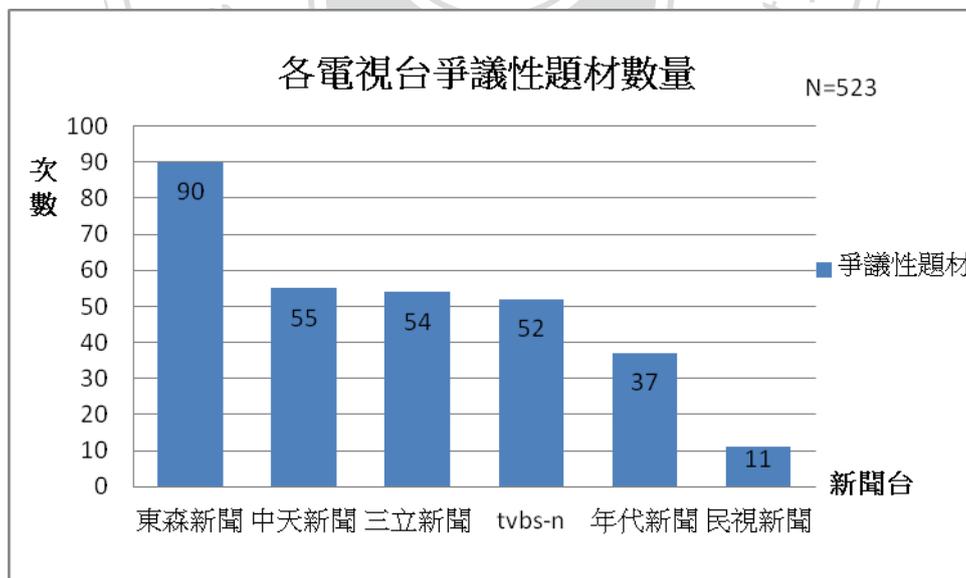


圖 12.各電視台爭議性題材數量示意圖



3.TPV 發生地示意圖

考量到一則新聞中可能同時剪接多段不同來源與事件的影音素材,故這裡的總數超過新聞則數,亦即該題項可複選。結果如圖 13 顯示,所有 TPV 新聞 523

則中，將近六成的事件發生在台灣（319 則），其次是發生在港陸，約佔一成五（84 則），第三則是未提及或未標示任何地點的，佔將近一成的比例（56 則），歐美（41 則）、亞洲（27 則）與其他地點（15 則）加起來也佔一成五的比例。圖 14 再對各地點做細部的排序，結果發現發生在台灣北部的事件最多，有 197 則、其次是中國大陸，有 76 則，第三名則是台灣中部 69 則，未提及的居第四，有 56 則，第五名則是台灣南部，有 45 則。

圖 13.TPV 發生地之比例

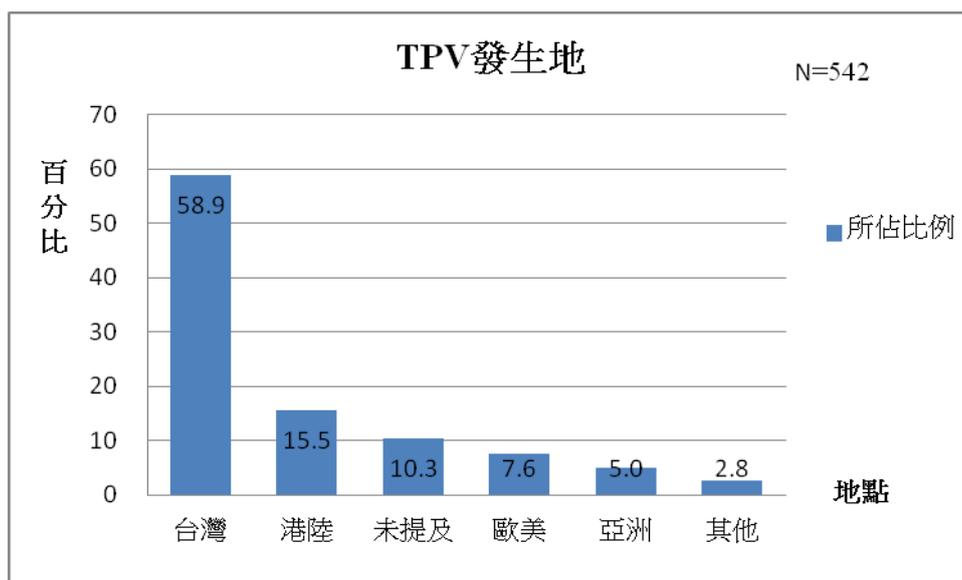
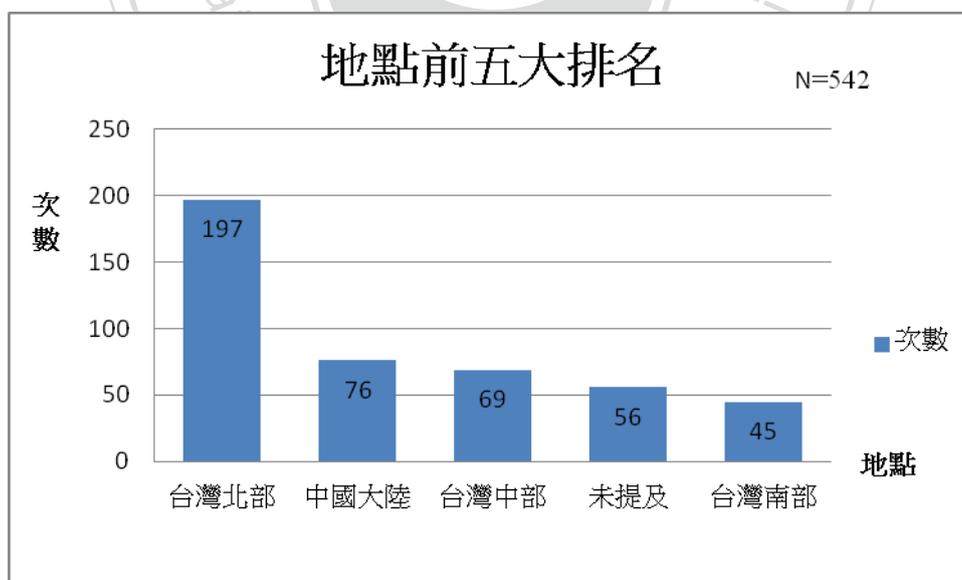


圖 14.TPV 發生地前五大地點排名



4.TPV 新聞素材來源分布

考量到一則新聞中可能同時剪接多段不同來源與事件的影音素材，故這裡的總數超過新聞則數，亦即該題項可複選。結果如圖 15 顯示，難以辨識素材來源

的 TPV 佔大宗，約佔所有素材來源的一半，電視台通常以「攝自／翻攝網路」標示，或甚至是未標示，但畫面素質不佳、顯見由非專業器材所拍攝，而令閱聽眾心生疑慮的素材來源；其次是 Youtube，有 185 個；最少的是 facebook，僅 9 個。至於六家有線電視台的差異請見圖 16。

圖 15.各種 TPV 來源示意圖

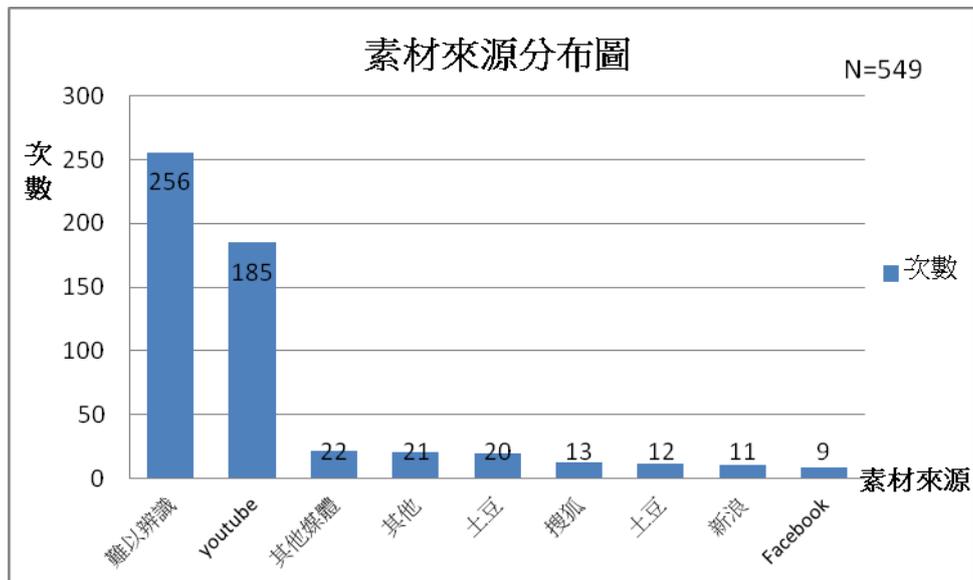
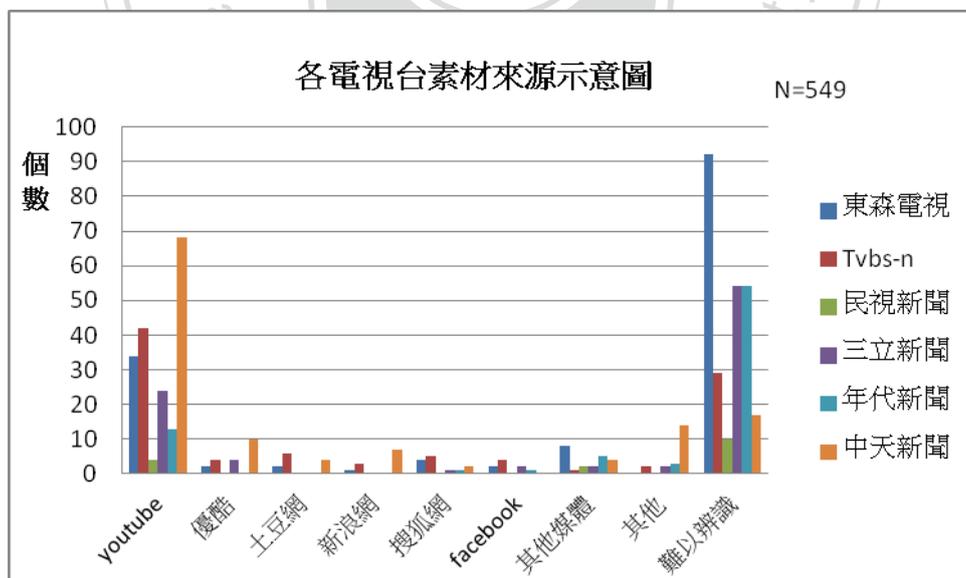


圖 16.各電視台素材來源示意圖



此外，若將各種素材來源依據不同的「網站類型」做區分，如表 7 所示，則可看出難以辨識的素材來源依舊是大宗，約佔一半，而以「使用者生產型態」為主的網站素材來源（Youtube、優酷網、土豆網）也幾乎佔了另外的一半，剩下的依序是入口網站（新浪網、搜狐網）、一般媒體（媒體同業）與其他（個人部

落格、網頁...），引用社群媒體（facebook）的則最少，詳情見圖 17。至於各家電視台的差異請見圖 18。

(1).區分網站類型看素材來源分布

表 7.以網站類型區分素材來源

網站類型	內含素材來源類型	數量
使用者生產之影音分享平台	Youtube	185
	優酷	20
	土豆網	12
入口網站	新浪網	11
	搜狐網	13
社群媒體	facebook	9
一般媒體	媒體同業	22
其他	個人部落格、網頁...	21
難以辨識	網站、未標示	256

圖 17.以網站類型區分素材來源之示意圖

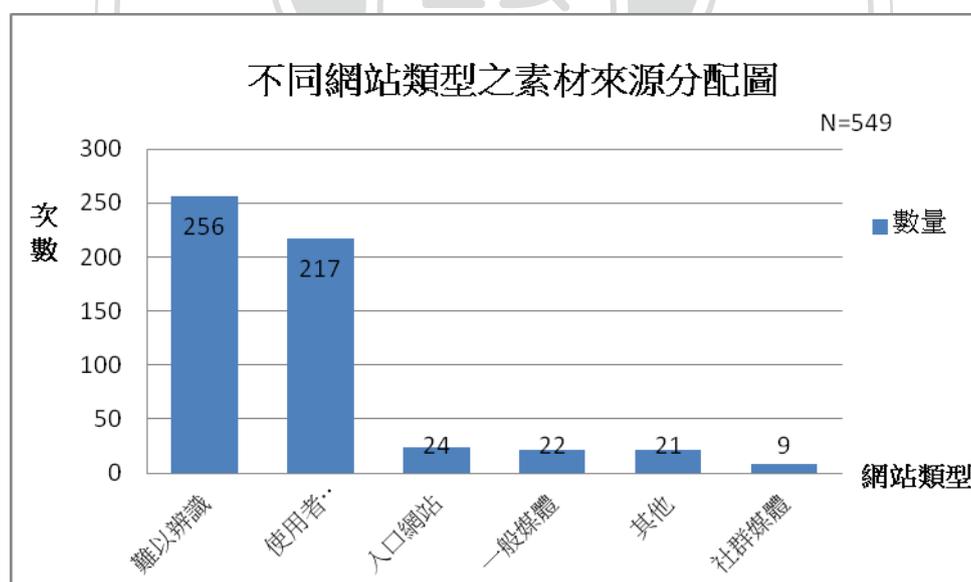
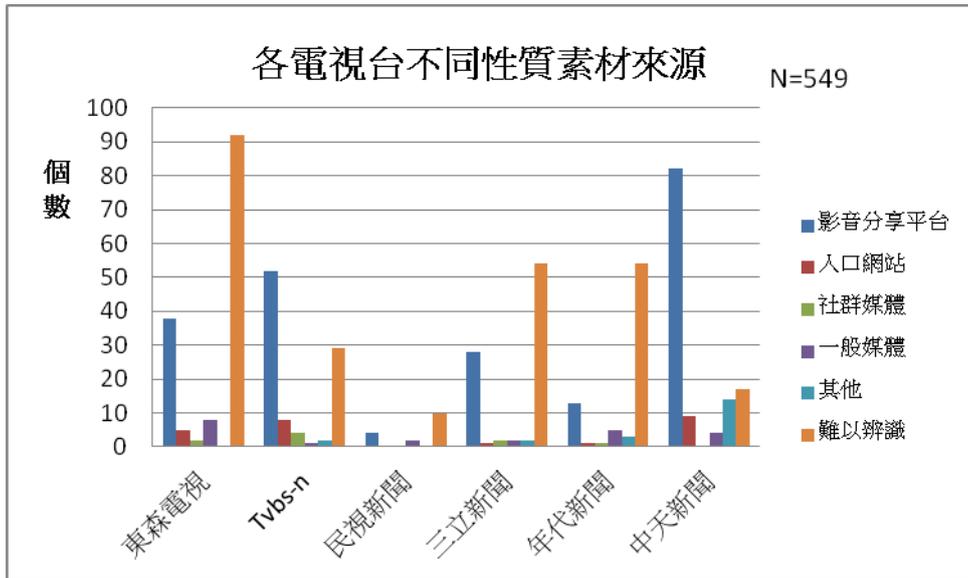


圖 18.各電視台使用不同性質之素材來源



(2).各電視台難以辨識之素材來源

如圖 19 顯示，「難以辨識素材來源」中，又以東森新聞為最多，雖然東森新聞在使用 TPV 做成新聞報導的數量已領先他台，但不表示報導數量與清楚標示素材來源的作為呈現正相關。因為三立新聞在素材來源的標示上較使用 TPV 做成報導則數第二多的中天新聞還高，其次為年代新聞、TVBS-N、中天新聞，最後是民視。可以發現，使用 TPV 做成新聞報導數量依序是東森、中天、TVBS-N、三立、年代、民視，除了最多（東森新聞）與最少（民視新聞）所呈現出來的結果相符之外，各家電視台對於素材來源的清楚標示其實並不一致，實際標示與未標示之比例圖可見圖 20。

圖 19.各電視台難以辨識之素材來源示意圖

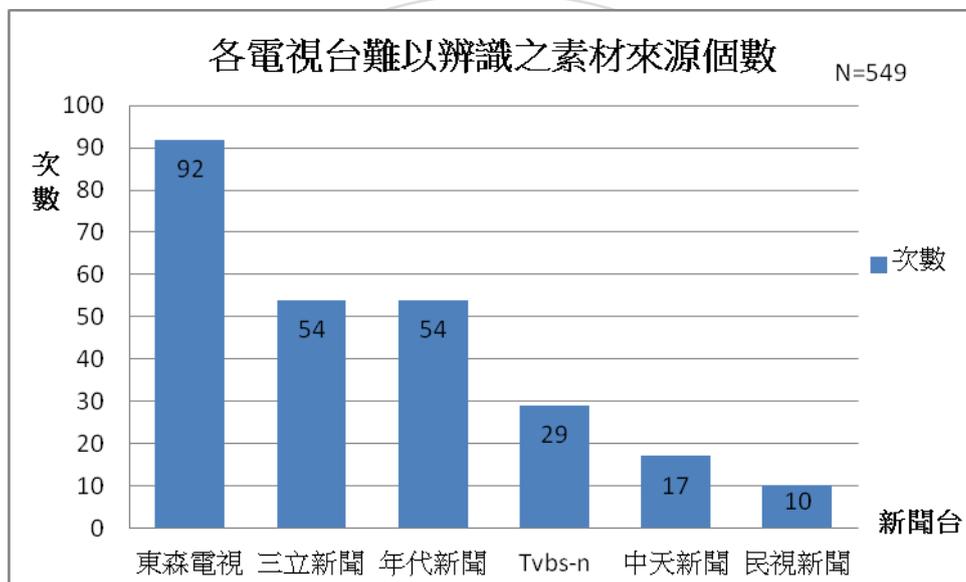
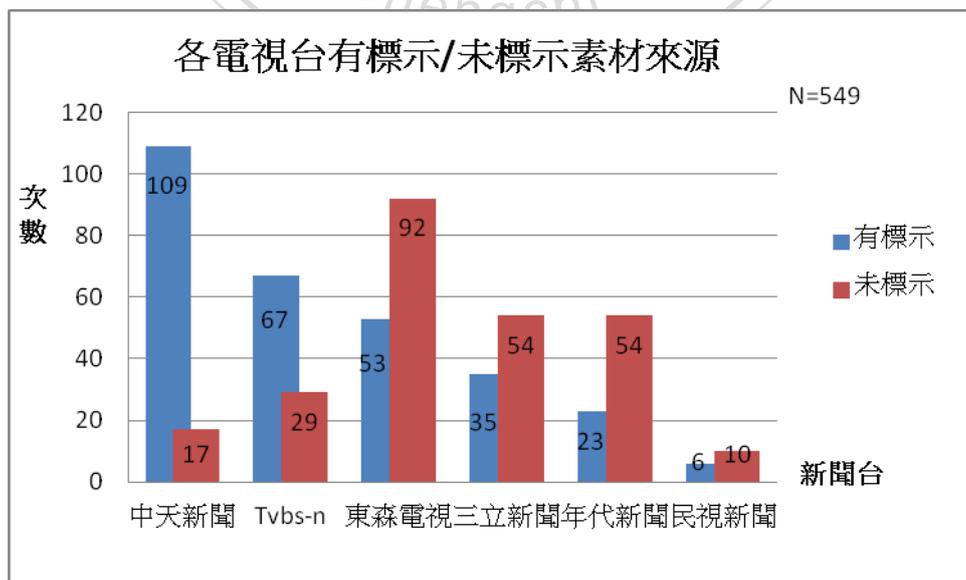


圖 20.各電視台有標示/未標示素材來源比較圖



研究結果發現，各家電視台對於TPV的使用並沒有一致的規範，通常是依據組織內的常規行事，以標示消息來源為例，受訪者A1表示：「最重要的政策是，絕對不可以把自己拍的當做是民眾提供的...就是明明是你拍的，你說是別人拍的，這是卸責」；受訪者A3則直接表示：「沒有一個規範」。以TVBS為例，該公司自律規範¹³中明示，當無法取得網頁負責單位同意的情況下，使用該影片播出相關畫面時，需全程以字幕註明引用出處，句末並註記不確定來源者以「翻攝自網路」表示。可見，來源的標示沒有共同的規範。

本研究將「翻攝自網路」而未確實標誌來源的新聞，以及未標示消息來源但編碼者基於畫面品質與題材特性，認定其為 TPV 的新聞皆歸類為「難以辨識的素材來源」。初步內容分析後發現，這類素材佔所有 TPV 的大宗，經訪談深入瞭解後發現有時候是因作業疏失造成漏標消息來源，或是人員便宜行事，以「網路」泛稱所有網路的消息來源，如受訪者 B2 所言：「我們只要看到沒有交代來源的時候，就反饋給供稿單位，通常他們有時候就會寫翻攝自網路」，也承認這麼做「多少有點交代過去就好了，呼攏呼攏的意味」。

除此之外，尚有其他不為人知的原因，據受訪者 A1 表示：「沒有標示通常有幾種情況，一種是它可能是警方提供的、可能是當事人提供的、還有一種就是我們自己拍的」。根據幾位受訪者所言，研究者整理出「難以辨識的消息來源」大致可歸類為以下兩種原因：

i. 隱藏式攝影所產生的錯覺

由電視新聞工作者自行拍攝，但於新聞畫面呈現時並未特別標示消息來源，容易予人有乃為 TPV 的錯覺，其原因如 A1 所言：

現在很多的記者所使用的攝影工具，已經從傳統的攝影機慢慢發展到 DV 或是 iPhone 都可以成為他們的工具，因為現在有很多採訪的場合已經沒辦法用大攝影機帶進去了...。這個從 iPhone 拍攝出來的影片它在電視上播映的時候，還是會跟傳統攝影機有些落差。也可能是因為這樣子，讓你們誤以為它是第三方提供。(受訪者 A1)

¹³ 資料來源：TVBS 新聞自律規範
http://www1.tvbs.com.tw/tvbs2011/page/tvbs_autonomy_standard.html

ii. 為保護消息來源所創造出的障眼法

由警方或當事人提供，但基於保護消息來源的緣故，以匿名或乾脆不標示消息來源的方式處理。A1 指出：「警方提供的影片，警方會主動要求不要打警方提供，因為警方常常會害怕說，當他們提供影片時會被上頭責備，就是說偵查不公開...可是警方又常常想做業績啊，他想上新聞...」，警方希望借助媒體曝光以彰顯績效，卻囿於偵查不公開的原則，因此會在提供媒體影像素材後主動要求媒體不要註明「警方提供」，在這種情況下，電視台的處理方式通常是以打上網路素材來源、民眾提供等取而代之，或乾脆不刻意標誌任何消息來源。

除了由警方提供的消息會刻意做隱藏外，一般民眾甚至是當事人提供的影音畫面也會以相同的方式處理，如受訪者 B4 所言：「有些事情其實不是翻攝自網路，可是因為有一些規定或法規的關係，所以我們必須要打上翻攝自網路；或者是當事人不願自己曝光，翻攝自網路是很好的保護方法」。這種處理方式能為消息來源提供卸責的機會，鼓勵更多消息來源主動提供訊息，尤其是遇到民眾投訴的時候更是如此，B2 則直言「我們通常都會用翻攝自網路這樣的方式來保護我們的訊息來源」，實際的作法是：

我接到人投訴，他會很害怕但他有畫面。我就說，沒關係我不用跟你碰面，我跟你電話問一下就好。然後你把你的畫面放到 youtube 上，我說翻攝自 youtube 是 ok 的。今天真有人要去找她麻煩的時候，她可以說：「我只是 po 到網路上，哪知道記者看到做成報導，唯一的錯是我把它 po 到網路上」。(受訪者 B2)

三、素材處理方式

考量電視新聞工作者可能同時使用多種方式處理新聞素材，故這裡的總數超過新聞則數，亦即該題項可複選。結果如圖 21 顯示，電視新聞工作者偏好以剪接串連多段影音素材的方式包裝新聞；其次是尋找 TPV 中的相關人士進行訪問；再者是以發動畫或 CG 的方式標示細節；配樂和口白則是較少被使用。

圖 22 是六家有線電視台在各種加工後製處理方式上的比較與差異。

圖 21.素材處理方式示意圖

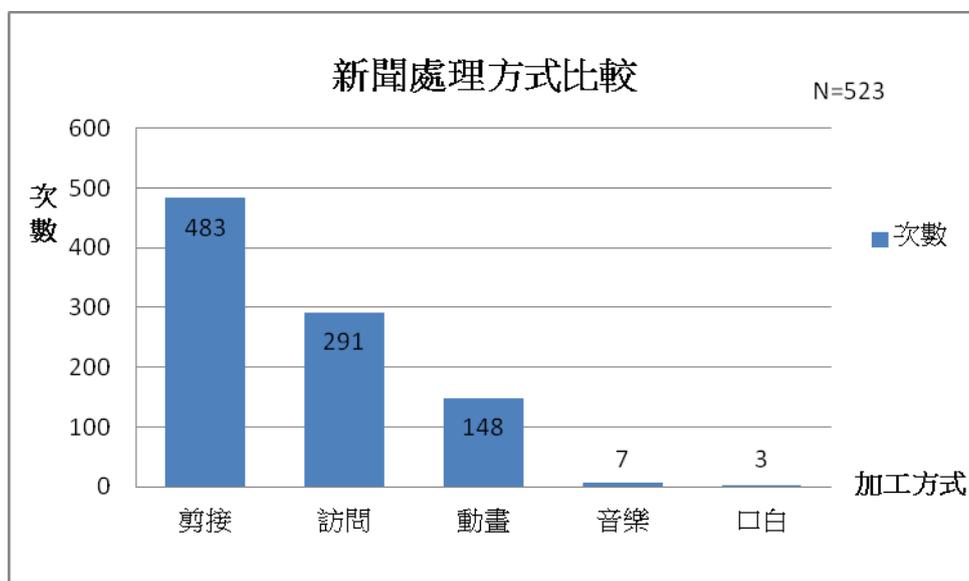
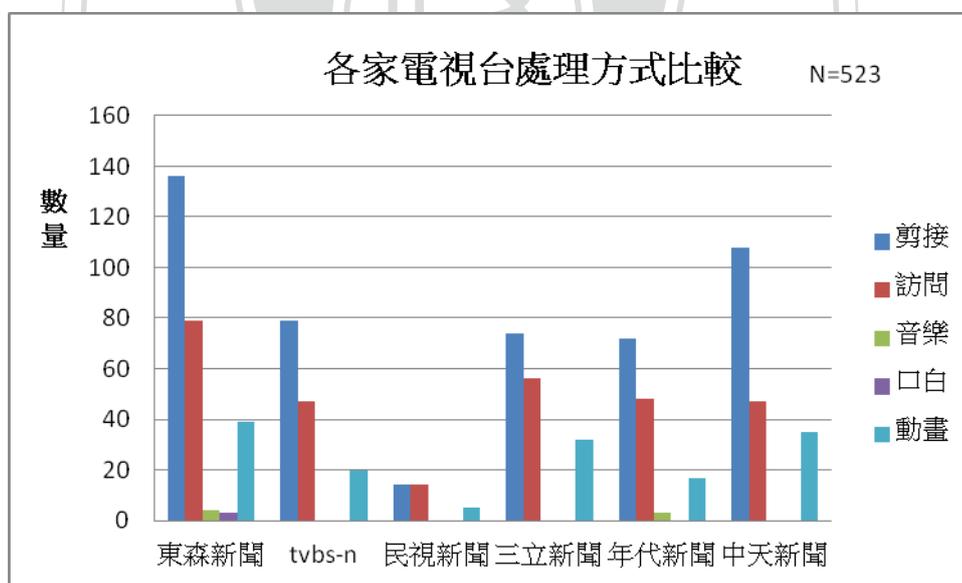


圖 22.各家電視台素材處理方式比較圖



當影像本身畫面的豐富性不夠，或是需要凸顯某些細節的時候，電視新聞工作者會使用加工後製的方式呈現他們意欲傳達給閱聽眾的訊息，而這並不侷限於 TPV 的使用，所有新聞皆如此，都可能經歷過剪接、CG、訪問、甚至口白、配樂等方式，最後成為一條新聞成品。

然而，處理 TPV 的時候，素材來源通常是由沒受過專業訓練的業餘者所拍

攝，這些非專業人士記錄下的影像畫面有時不足以完整表達一個事件、又或者太過冗長不符電視新聞所用。為了讓閱聽眾立即掌握事件重點，此時電視新聞工作者便需要透過剪接的方式為閱聽眾整理出最主要的焦點，受訪者 B4 曾遇過的情況是：「【民眾】拍一段拍了一小時二十分鐘，真正的能用的就大概十秒到十五秒，畢竟他不是專業的拍攝者，他的取鏡、角度都不懂...我得把它編輯整理一下，讓觀眾把菁華濃縮版看完」。若取得的影像畫面過短時該如何使用？受訪者 A3 表示「就是一直不斷地放大縮小、放大縮小，然後去放慢速度、上薄膜，增加畫面的豐富性」。

除了挑選出最值得看的部份以外，電視新聞工作者還會將影片細節以 CG 或動畫的方式突顯，受訪者 A3 舉曾處理過的影像素材為例，該影片是民眾 PO 網拍下餐廳鼠滿為患的景象，當他取得這個影片的時候，便「放大、Slow、畫紅圈、放薄膜」，放大是指一個畫面中可能會有廚房、雜物等，取老鼠所在的地方放大；老鼠跑來跑去速度很快，於是便將畫面放慢、讓老鼠的動作明顯；畫紅圈除了可以圈出老鼠所在地之外，有些記者甚至會打上數字 1、2、3，數老鼠的數量，證明鼠滿為患；放薄膜則是將畫面模糊以利於電視台播出。

關於 CG 與動畫的使用，受訪者 C6 也舉例：

如果有聲音我們就會上大聲公(CG)，就是把他的聲音【打上字幕】上去，尤其是吵架的那一種...。如果講到一個正妹說她的穿著怎麼樣怎麼樣，也會做CG把它截出來，她的髮型怎麼樣、穿著怎麼樣、什麼長腿之類的。（受訪者C6）

此外，為了增加趣味性，有時候還會使用重複播放的技巧強調趣味點，如受訪者 C5 所言，「假設說它是一個有關跌倒的影片，就會讓他跌倒好幾次。如果那則新聞是有趣的，就會讓他跌個三次之類的...跌一次不夠，就是要讓他再跌再跌，他們（電視台主管）才會覺得這樣有趣」。

總而言之，電視新聞工作者每天都在對素材進行加工後製，這麼做最主要的目的是突顯電視台意欲給閱聽眾觀看的部份，如受訪者 B6 所言：「加工的目的就是讓它更清楚、更好辨識...比方說畫個紅圈【圈，新聞事件的主角】，上個註...如果太暗把它調亮一點，如果太短把它放慢動作拉長一點」。他覺得新聞變得如同漫畫一般，「漫畫就是一個人在那邊做了什麼事，那旁邊會有一個字說什麼什麼之類的」。

當然，有時候電視新聞工作者在一則新聞中不只單獨處理一則影音素材，他們會將不同但類似的素材剪接串連在一起，B4 表示這麼做的原因是：「因為是同

性質、當天同時發生、且來的 source 一樣」。題材類似、來源相同，所以將不同的素材串連在一起，以增加畫面的豐富性，因為他們要的是「一條好看的新聞、有收視率的新聞，不要三條沒有收視率的新聞」。

豐富性決定了一個素材需要被加工的程度與方式，如受訪者 B2 所言：

豐富性不夠的話，就另外派記者，依照這個東西，另外去發展一些東西下去補強，增加一些新聞過去的素材，去把它做一個補強，然後就變成是加了工，不是單純以這個畫面為主，去做轉型。

而除了畫面的豐富性之外，還須配合當天的人力調配，以決定包裝素材的程度，「如果今天我需要三條新聞，只有一組人的話，那我就勉強接受你兩條用影片的方式來製作，另外一條你自己記者出去跑」(受訪者 B2)。也就是說，新聞可能會被拆成兩條做主稿、配稿，「第一條以影片為主、做剪接說故事；第二條去找被拍到的商家」。(受訪者 A3)

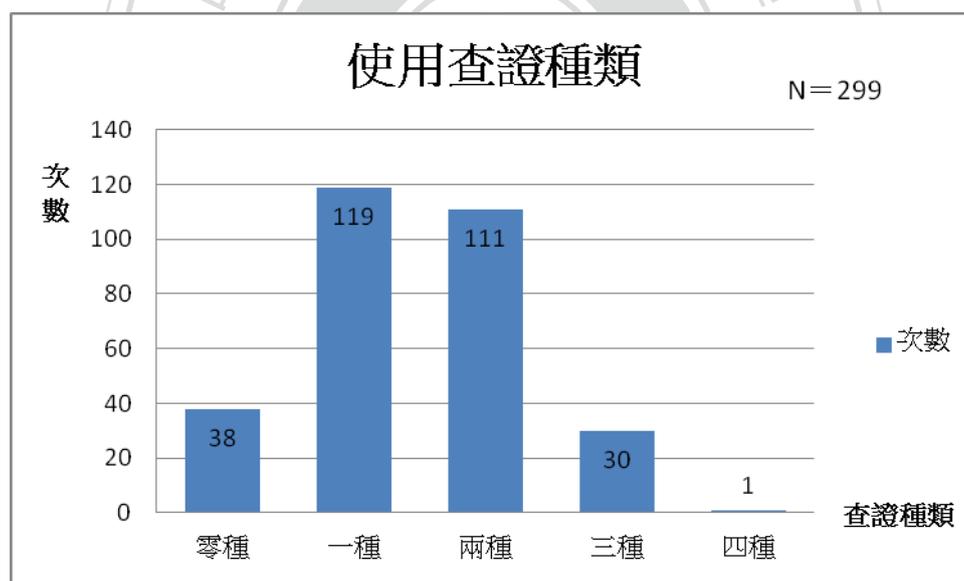


四、查證過程之展現

(一)、查證方式

在需查證的 299 則 TPV 新聞中，電視新聞工作者有七種可選用的查證方式：(1) 網路資料比對、(2) 內部資料比對 (3) 外部資料比對、(4) 媒體同業資料比對、(5) 現場勘查、(6) 現場採訪、(7) 非現場採訪。根據內容分析結果發現，他們最常使用一種查證方式，有 119 則，佔 39.8%；其次是最常使用二種查證方式，有 111 則，佔 37.1%；排名第三的是未使用任何一種查證方式，有 38 則，佔 12.7%；第四名的是使用三種查證方式，有 30 則，佔 10%；使用四種查證方式的只有一則，佔 0.3%；使用五種以上查證方式的為零，如圖 23 所示。

圖 23.使用查證種類分布圖



1.交叉比對資料

在交叉比對資料的部分，如圖 24 顯示，只有三成左右的報導 (95 則) 有補充資料作比對，其中，上網搜尋相關資料仍是主要的作法，約佔 19.4% (58 則)；其次是調電視台內部資料庫的影像素材，約佔 7% (21 則)；引述媒體同業的訊息則是第三名，約佔 5% (15 則)；引用外部檔案或資料庫的做法最少，僅占 0.3% (1 則)。至於六家有線電視台使用差異請見圖 25。

圖 24.交叉比對資料之比例

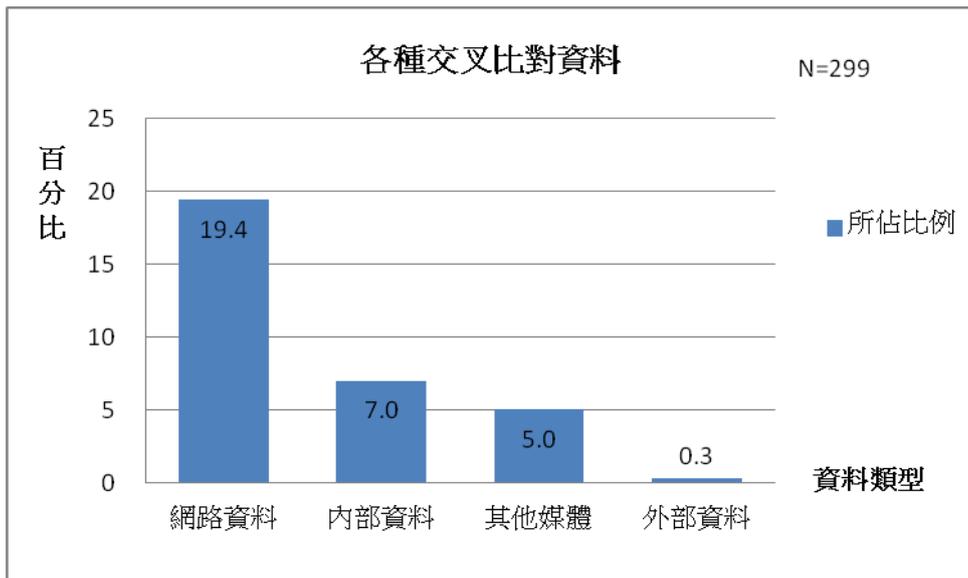
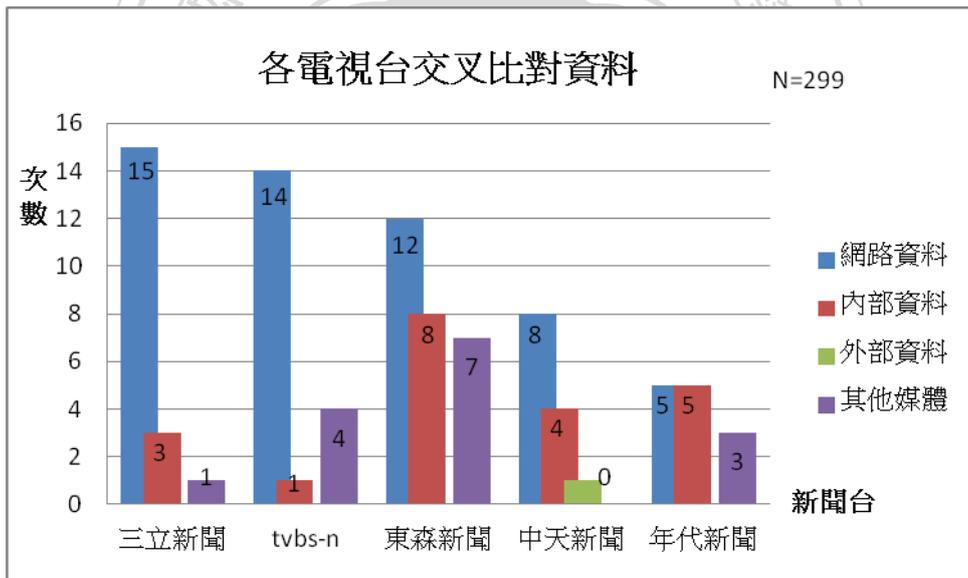


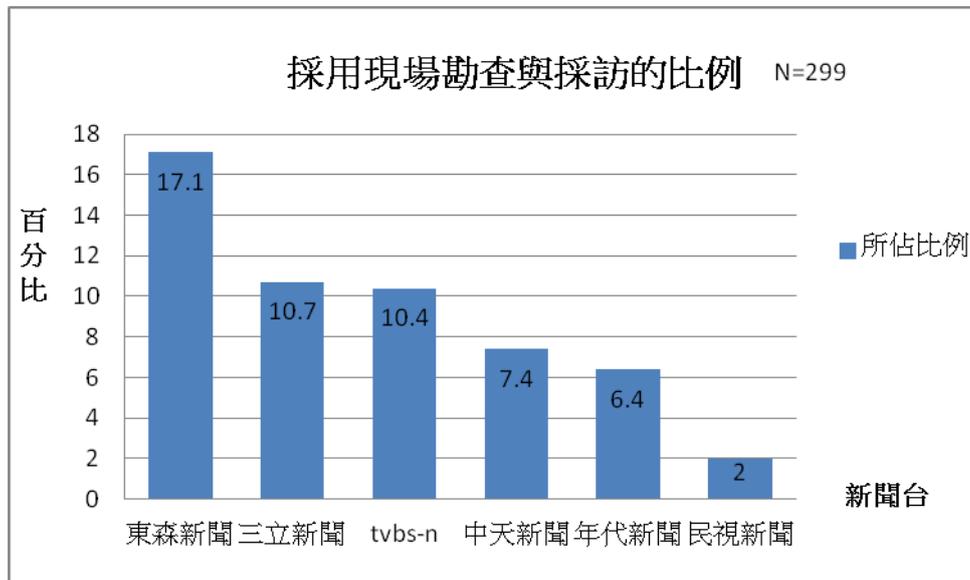
圖 25.各電視台交叉比對資料之情況



2.現場勘查與採訪

取得 TPV 後，大約有五成的電視新聞工作者會從素材中尋找線索前往事發現場勘查與採訪，這方面見圖 26，東森新聞約佔 17.1%；三立新聞與 TVBS-N 相差不多，分別是 10.7%與 10.4%；中天新聞則佔 7.4%；年代新聞 6.4%，最後是民視新聞，僅佔 2%。

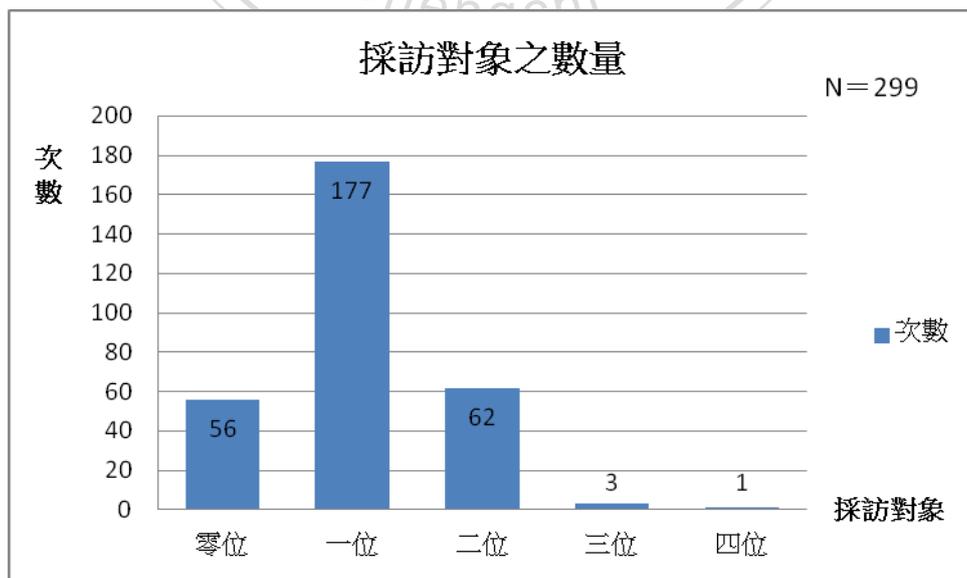
圖 26.現場勘查與採訪佔需查證新聞之比例



3.採訪對象

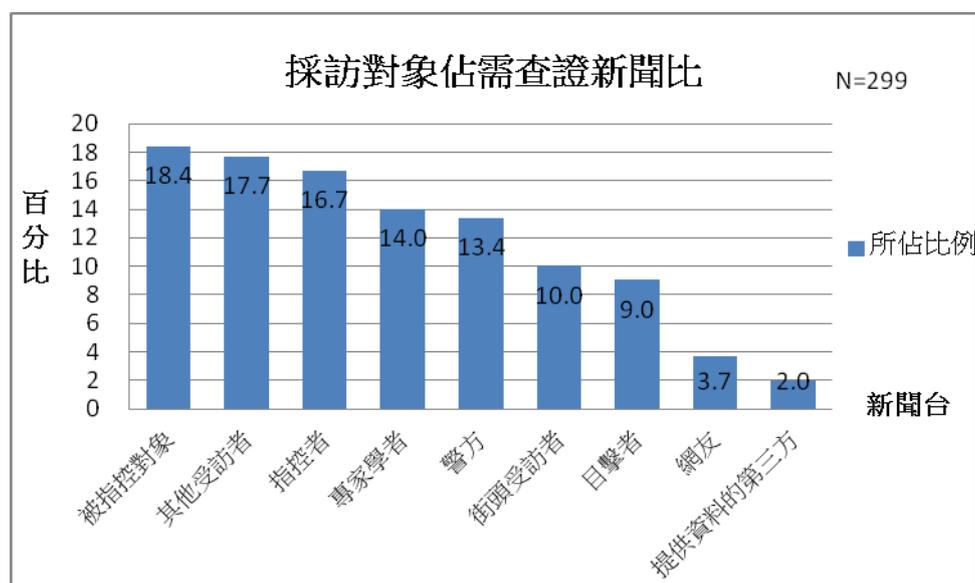
如圖 27 所示，根據內容分析結果發現，電視新聞工作者最多採訪一位對象，有 177 則，佔 59.2%；其次是採訪兩位對象，有 62 則，佔 20.7%；第三名是沒有採訪任何對象，有 56 則，佔 18.7%；採訪三位對象的有 3 則，佔 1%；採訪四位對象的僅有一則，佔 0.3%；採訪五位以上的為零。

圖 27.採訪對象之數量



採訪對象方面，最常採訪的對象是被指控的人，佔 18.4%；其次是不在選項內的其他受訪者，佔了 17.7%；再來依序是出面指控的人，佔 16.7%；採訪專家學者的約佔 14%；警方則有 13.4%；街頭受訪者與目擊者則分別為 10%與 9%；與事件較無相關的網友佔了 3.7%；提供資料的第三方則約佔 2%，如圖 28 所示。研究結果發現，記者採訪對象以當事者(指控者、被指控者)為最多，約佔 35.1%；其次是與事件較無相關的第三者(其他受訪者、街頭受訪者、網友)，約佔 31.4%；第三多則是公正第三方(警方、專家學者)，約佔 27.4%。

圖 28.採訪對象



(二)、查證表明與確認

1.內容呈現經查證後報導

如圖 29 所示，在需查證的 299 則 TPV 新聞中，有近九成的新聞是三位編碼者均認為記者已經求證後才報導。圖 30 則是六家有線電視台需查證的新聞中，編碼者可判斷該則新聞已經記者求證後才報導之比例示意圖，從內容分析結果可看出，編碼者認為民視需查證的新聞皆經過查證，比例達百分之百；東森和年代也有達到九成以上的水準；TVBS-N 和三立大概是八成以上的水準，中天最低，僅達到七成多的水準。

圖 29.新聞內容呈現經查證後報導

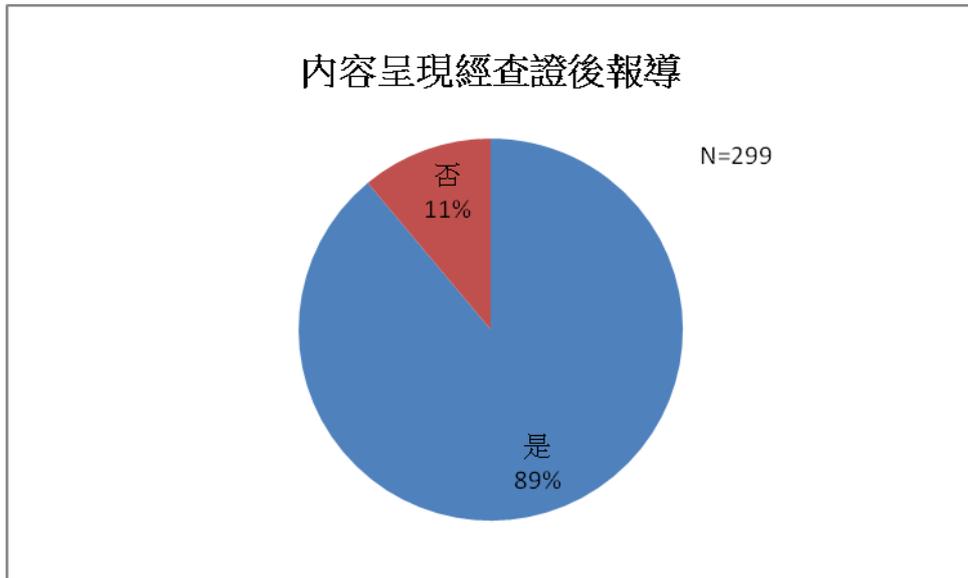
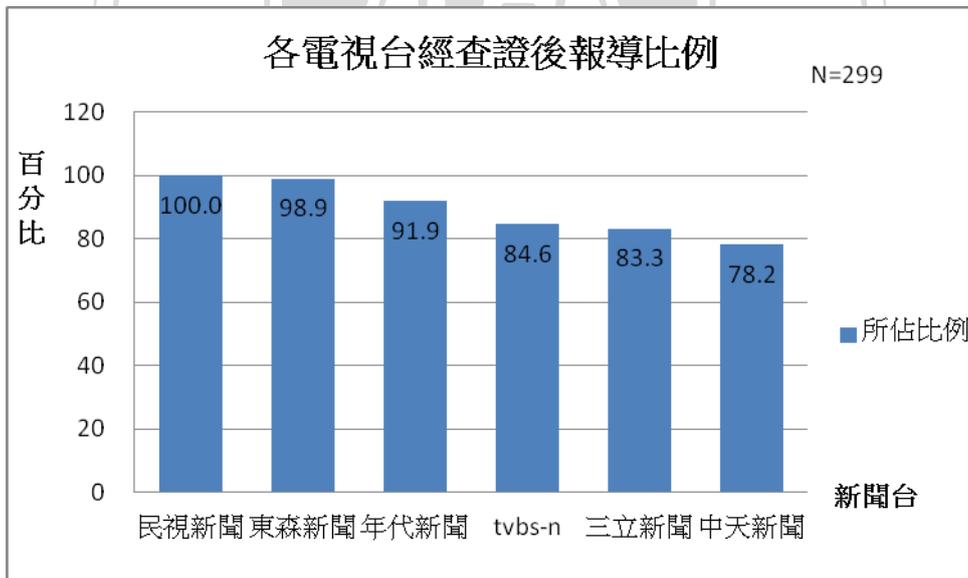


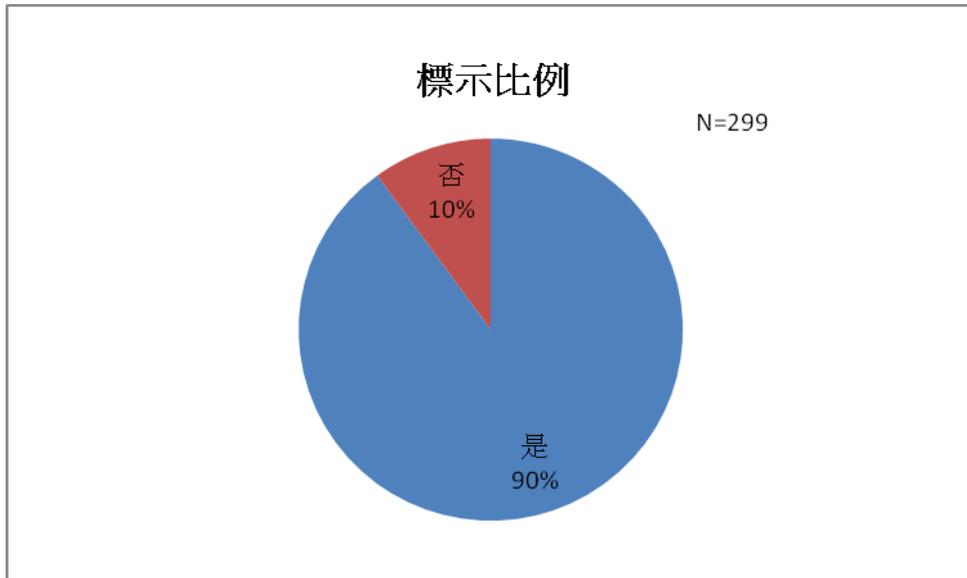
圖 30.各新聞台可判斷素材經查證後報導示意圖



2.標示五 W 一 H 資訊

如圖 31 所示，研究結果發現，所有需查證的 TPV 新聞 299 則中，近九成的新聞有明確標示或陳述五 W 一 H 中三個以上的訊息，僅有一成未清楚標示。

圖 31.報導中是否標示人／事／時／地／物等資訊



3.以實驗方式驗證

如圖 32 所示，研究結果發現，在需查證新聞 299 則中，僅 16 則使用實驗的方式驗證，其餘皆未實驗。至於實驗者可參考圖 33，在這 16 則採取實驗的新聞中，以無法判斷實驗者及記者親自實驗各佔六則，找專家實驗的僅三則，剩下一則是找不相關的第三人實驗。

圖 32.需查證之報導是否採用實驗方式驗證

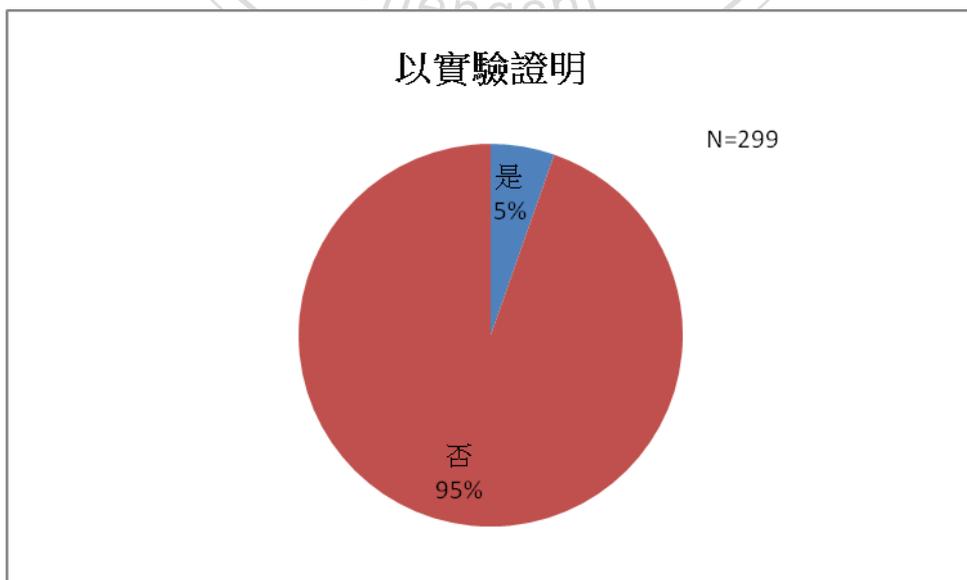
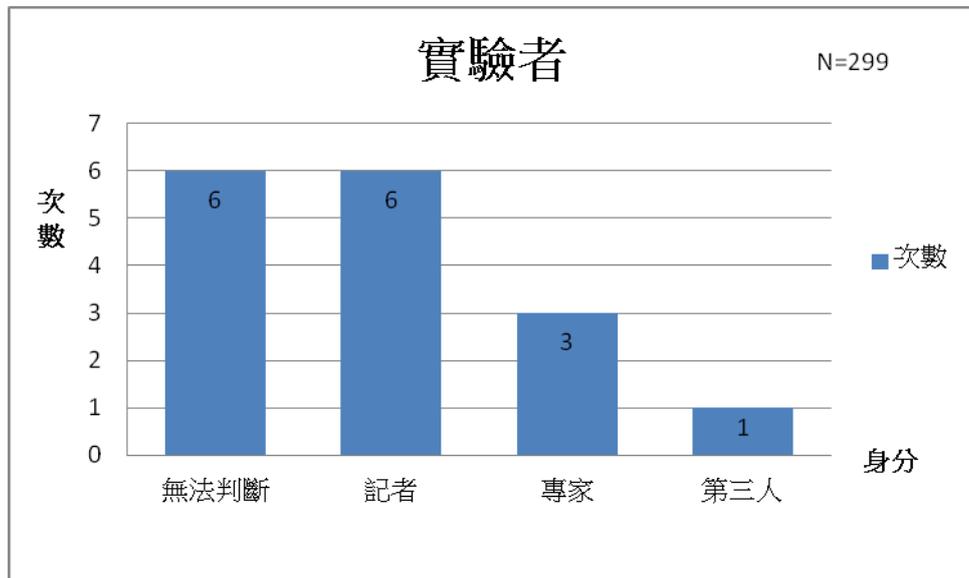


圖 33.實驗者身分



五、小結

前面的部份首先探討 TPV 如何運用於電視新聞中，亦即，電視新聞工作者為解決工作上所遇到的難題，如：人力有限、素材不足、或是現場的缺席等，因而發展出使用 TPV 以解決問題的方法，這部份包含他們對素材新聞價值的判斷、處理素材的方式、與工作場域所面臨的組織常規等情境限制。其次則是觀察電視新聞查證過程的呈現，從新聞內容中歸納出查證常使用的幾種方式。

目前為止我們僅談到素材的使用解決了電視新聞產製過程中所面臨的問題，尚未論及 TPV 於使用上實際產生了哪些問題？這其中又以「查證」最為關鍵，因為查證是新聞從業人員不可避免的工作挑戰，同時，對於事實的查證也是記者之所以為記者的必備條件，這方面的探討我們主要分成幾個部分，首先釐清 TPV 查證上的挑戰、其次歸納出查證的環節與步驟、最後則是以個案的方式介紹查證策略。

第二節 電視新聞工作者查證 TPV

一、查證程序

(一)、TPV 查證之難題

1.畫面僅是線索

對電視新聞工作者來說，影像就是事實的一部分，這是從橫向的角度來看，影像提供事件當時的佐證；然而，若是從縱向看來，影像在整個事件當中只扮演了提供部分真實的角色，換言之，電視新聞工作者取用 TPV 時，只擷取部分畫面作為整體事件真實的佐證，關於事件的情境與來龍去脈很多時候在畫面中是欠缺的。因此，即便多位受訪者都認為畫面就能代表真相、應該讓畫面說話，他們同樣瞭解影像可能帶來的陷阱，而這也就是必須查證的原因，如受訪者 B4 所言：「電視台永遠是有一分畫面要說一分話，有時候甚至有一分畫面還說不了一分話，因為沒有查證完全，我沒有把握」。

TPV 雖可立即解決電視台素材欠缺這部份的問題，然伴隨而至的便是使用風險，這也是電視新聞工作者最為憂慮的部分，如受訪者 B2 所言：「從網路上去擷取畫面，你就很擔心說你會不會被操弄，會不會被誤導，然後會不會去刻意的誘導，做出了錯誤的報導」；受訪者 B4 也指出：「記者常常是會被設計的，如果他(TPV 提供者)有心、存心要設計的話，其實記者是會被設計的」。

電視新聞工作者最常遇到的陷阱即是不小心淪為公關事件的宣傳工具，以曾發生的新聞事件為例，一群年輕貌美、體態窈窕的女子僅包覆浴巾、泳衣或是貼身衣物在捷運站裡走來走去，民眾將這般引人注目的情景拍攝後放上網路，而電視新聞工作者搜尋到該素材時，剛開始也覺得頗為新鮮，可以取來做新聞，但經思考後恍然大悟可能是廠商的行銷手法，於是轉而以告知民眾其為一宣傳方式作為新聞主要提供的訊息，整個新聞角度轉變的過程我們可從受訪者 A1、B2、B6 所言中得知：

這種東西剛出來的時候，還滿特別的，所以我們也會去拜訪他，可是我們會告訴公司說，這不是一個什麼突發或意外，只是廠商某種行

銷手法，現在這種使用網路影片上傳吸引大家注意，它是一種產品的行銷手法，今年在流行這樣子。我們會把它做成這個方向。(受訪者 A1)

我有告訴你這個事件，但是我也提醒觀眾說，這個可能背後是不是還有什麼樣的值得你要注意的，而不是說，啊！這裡就是有一個辣妹穿著一個比基尼啊就走在捷運路上什麼的，然後新聞就結束了。(受訪者 B2)

你的 focus 應該 focus 在說，你要去追說她為什麼要這樣做...如果說你把畫面一轉，就是說追後面的是怎樣，原來它是行銷手法的話，也許這個新聞，我覺得雖然都是新聞露出，但是也許在裡面的料會比較不一樣。(受訪者 B6)

除了可能成為宣傳工具之外，使用 TPV 時若不夠謹慎，也可能淪為兩造雙方互相攻訐的武器。受訪者 A1 即指出，曾有人向媒體投訴自己被毆打，並拿出影片舉證，媒體受理投訴後向被指控者求證，對方也拿出影片來為自己辯護，而他所提供的影片內容是指控者先激烈攻擊與挑釁的畫面，被指控者並言：『他給你的剪接過的片段，我可以給你另外一段』。這個案例帶給我們的啟示是，若未經查證後即輕信某一方的說法、並採用某一方提供的影像畫面，則可能在報導後導致更多的誤解與傷害。

那麼究竟有沒有什麼方法可以避免被誤導的風險？受訪者 B2 認為，適時的跳脫出來，以第三方的角度做觀察即可降低被誤導的風險，如她所言：「就旁觀的角色的時候，你就比較不容易被他引誘或是誤導、錯判」。而她所謂的「以旁觀者的角度做觀察」，在此或可言之為從影像中尋找任何蛛絲馬跡，以識別事件的真假，因為影像不一定能代表真實，卻能提供找尋真實的線索。在此情況下，素材的完整度便十分重要，不能完整傳遞事件前因後果的素材，必須找到其他佐證的資訊，例如找尋當事者出面說明，如受訪者 A1 與 C5 所言：

【影像】如果是擷取的話，你就是無從判斷起。好，那無從判斷起的話，這個時候為了避免冤枉無辜，最好的方法還是設法找到當事人，讓他去補充說這邊到底發生什麼事情。(受訪者 A1)

要做為一則新聞，它基本的東西有沒有？比方說我說的時間地點、事發原因，假如說兩個人在吵架，那從影片妳沒有辦法知道他們是為什麼而吵的時候，就會需要問當事人。(受訪者 C5)

至於找尋當事者的方法有幾種，一種是從發文者字面上的陳述尋找線索，另

一種則是從影像中找出可辨識的地點、物件或是人物，以利後續追蹤。前者如受訪者 A3 所言：「Youtube 下面不是會有一排文字描述嗎...【po 文者】有些人會寫得很詳細」、受訪者 B6 也指出：「有時候 po 網上去的人他就直接註明時間地點」。後者如 A1 曾處理過的兩則新聞，一則是從影片中其他物件的資訊找到事發地點，第二則是直接從影片中的物件找到當事者：

我就再看這個畫面到底是哪裡啊？然後看到裡面有一個美髮店的電話，我就立刻打那個美髮店的電話說：「欸我要去你們那裏剪頭髮，你們在那裡？」

【娃娃車】車上有噴那個【托兒所的】名字的樣子，噴那個字，噴那個名字。去到那邊問一問，大概應該就在那個方向。

從畫面中尋找線索的作法，受訪者 C5 也有類似經驗，她指出曾在使用 TPV 時，為了找出某家店的確切位置以前往採訪當事者，利用的方法也與受訪者 A1 相同，即是從影片所提供的訊息中找到更細部的線索：

我只知道那發生在樹林區，但我不知道那間店在哪裡，為了要查證，我就開始【從影片中】辨識旁邊的店面，像是招牌等，甚至在 google 用街景去找，後來真的找到了！（受訪者 C5）

綜上所言，TPV 在眼見為憑的觀念下，實可作為佐證事件真實的證據，然而在使用過程中卻有被誤導的風險，若是輕率使用 TPV 而不加以查證，那麼可能被利用為宣傳或攻擊的器具。而為了避免成為有心人士的工具，應將第三方所提供之影音素材視為找尋真相的線索，但這些線索仍是必須從影像上加以辨識，例如從發文者張貼的訊息中找出人、事、時、地、物等資訊，或是直接從影像中找到特定的訊息，方能在資訊不完整的情況下，做進一步的追蹤與採訪，最終拼湊出事件的全貌，建構出較符合事件真實的新聞真實。

2.消息來源不確定

電視新聞工作者使用 TPV 時，除了可能面臨上述去脈絡化後片面真實的風險外，還可能因為使用者生產內容的來源不確定性引發更多後續的問題。交代消息來源一向被認為是確保新聞可信度的重要原則，然而，這在實務界看來確實有其執行上的困難，TPV 是為使用者生產之內容，其本質上本就有難以辨別著作者身分之疑慮，幾經轉貼的訊息已難找到最初的原始發文者，很多時候電視新聞工作者只擷取到資訊洪流中的一個片段，就像從河中撈起一片落葉，而不知源頭所在何處，遑論為保護消息來源而必須匿名、掩飾之，或是因人員疏忽所致、以

及隱藏式攝影產生的錯覺等。因此，尋找消息來源確實成為使用 TPV 時的一大挑戰。

即便如此，盡其所能地與消息來源聯繫以釐清事件真相，仍是取用 TPV 時的首要之務，當在網路上發現一則可能發展成當日新聞內容的影音素材時，電視新聞工作者第一步通常是先與消息來源聯繫，設法取得消息來源的說法，他們最常使用的方式是依據上傳影片者的帳號，在該則影片下方留言，或是發電子郵件給當事者，表明自己電視記者的身分，並詢問當事者是否願意（出面）說明事件經過。如受訪者 B6 所言：

他不一定有報警啊，他只是逼車之類的，他沒有確切的犯罪事實，警方那邊沒有任何的記錄...所以有時候我們要問那個 po 文的人說你拍這個影片到底是哪來的？怎麼拍的？...因為我們要確定事情的真實性。（受訪者 B6）

而電視新聞工作者最常使用的方式，即是藉由影音分享平台的帳號找到發文者，並提出採訪的要求。如受訪者 A1 與 C5 所言：

會寫一封私訊給他：「我是某某台的記者，你這個事情我很有興趣，你願不願意受訪，或者告訴我這次在哪裡拍的，大概情況是怎麼樣」...但有時候他【po 文者】不會回應。（受訪者 A1）

第一步一定會寄信過去，因為不會有電話，就是用寄信的方式，跟他詢問是不是能夠再多了解一點...如果他有回你電話，那我們就可以電訪，但大部分的情況是他不會回。（受訪者 C5）

寫信給發文者是最主要的方式，然而新聞有截稿的時間壓力，等待回信的時間對電視新聞工作者來說是不符工作常規的，加以大多時候發文者並不會給予回應，這時候，他們會視素材的豐富性決定要否使用，如受訪者 A1 所言：「對方不回應的情況下，如果那影片跟畫面、畫質實在是太有趣，我們覺得應該是很值得做的話，可能就還是會直接把影片抓出來」；受訪者 B2 則指出：「如果它本身畫面已經非常非常豐富了，通常採訪中心就會以畫面說故事的方式做成一條新聞」。

然而，使用或許容易，查證卻相對困難許多，在找不到消息來源的情況之下，電視新聞工作者轉而以其他方式查證。首先，尋找其他說法佐證，受訪者 B4 認為，找不到消息來源的作法是：「去問很多周邊的人，每個人看到的角度、聽到的事情不一樣，或所認知的東西不一樣，我可以自己去判斷什麼是他的主觀判

斷、什麼確實是真的判斷」。此外，他認為即使沒有找到消息來源也無妨，因為「現在走在路上哪裡都有監視器，救護車上面有監視器，一般的民眾車上有行車紀錄器，路口有監視器，警察局縣市鎮里鄉公所都有監視器...」，對他來說，消息來源有時候只是一個記錄者，「我們叫做 sky eyes—天眼」，在那樣的情況下，他認為尋找當事者遠比尋找消息來源來得重要。

因此，尋找其他說法佐證的第一種方式是，找到影像中的當事人出面說明，尤其是遇到投訴性質的新聞時，就必須要找兩造雙方出來說明，如受訪者A3所言：「兩邊的說法都要疑問...找投訴者跟他投訴的【對象】」，當然，找當事者出面除了能夠說明事件經過以外，有時候找當事者出面是為了增加畫面的衝突性與可看性，受訪者C5就不諱言，找當事者出面是：「請他出來罵！」

第二種，找到警方等公正的第三方出面說明，正如受訪者 B6 所言：「我們都希望盡量能夠找到當事人，如果沒有找到當事人的話，最基本就是找到一個公平的單位來講」，而以社會新聞為例，如車禍或鬥毆案件，則通常是找警方詢問事件經過，如受訪者 A1、C5、B6、B4 所言：

比如說一個車禍的話，你可能看看根據那個路段，它如果有標示說這是某個路段的話，你只要跟高速公路警察問一下，就知道當天某某地某某巷有發生一起什麼樣的車禍，有人報案，大概你的故事情節就可以兜得出來。（受訪者 A1）

假設是車禍或什麼的，警察會是一個很常找的對象...假設說有人在那邊發生吵架、打架、碰撞，就會覺得那個轄區的派出所可能會知道發生什麼事，就會打去那個轄區問：「哪一天的哪一個時間是不是有發生什麼樣的事情？」。（受訪者 C5）

看發現的地點在哪裡，你去問那個轄區的主管機關、里長、警察等等...像說打架的事情的話，里長也許會【知道】家暴，里長就會找社會局，所以里長應該會知道。（受訪者 B6）

被行車紀錄器拍到車禍很多，在國道就要問國道警察。問警察當天是什麼狀況，人現在是怎麼樣？傷勢如何？被送到哪間醫院？然後再去問醫院他哪裡受傷？現在怎麼樣？人離開醫院了沒？人復原了沒有？康復了沒有？都要問。然後問駕駛者是叫什麼名字？他有沒有什麼違規駕駛？這樣的 message 在影片上都沒有。（受訪者 B4）

找警方除了詢問案件細節之外，有時候視題材的性質，避免內容過於枯燥、

畫面過乾，會希望作為一種教育宣導的角色，尤其事關交通安全類的，會請警方說明相關罰則以警惕世人。如受訪者 B4 與 A3 所言：

(以民眾拍下貨車於國道上承載過高物品為例)

我去問高速公路警察局，如果在高速公路上行駛，你沒有把你的貨物綁好，罰則是 1200 塊起.....，如果造成車禍，你要負什麼責任，相關法規都要把它做出來，然後做成一條新聞。(受訪者 B4)

(以擋救護車新聞為例)

今天我們沒找到當事者，可是我有找到消防隊，那我還是會發，那我也是影片弄一弄，然後可能請當事者講一下，然後交通的罰則我可能只是問個資訊看這樣子會罰多少錢。

第三種，當媒體同業已經先行報導過，有時他們也會轉而向同業求證，如受訪者 B6 所言：「第一時間我是從蘋果日報看到的，然後我去問蘋果日報的這個人【記者】」，或者是從媒體同業那裏獲得更多事件的線索，如受訪者 B2 所言：

平面媒體如果有報導，我們就會跟平面媒體的同業去做求證...他先報導了，我們就會去問他說他報導的那些相關的素材...從這個採訪者去追到說你採訪的那個人是誰，然後我們再去做求證。(受訪者 B2)

除了上述所言的三種採訪對象之外，舉凡鄰居、附近商家、或是事件相關人都是可以求證的對象，而有時候也許反而能因此找到事件當事者，如 B2 所言：

問附近的鄰居或是附近的商家：「你是不是看到那件事情的發生？」然後他就會說：「對啊！」就是那樣子啊，什麼什麼的」；甚至，附近的商家可能就是當事人。(受訪者 B2)

其次，除了採訪其他人以獲得更多線索，電視新聞工作者還會到事發現場進行勘查，勘查的目的除了到場拍攝空景以豐富新聞畫面之外，也是為了找到更多目擊或見證者的說法，如受訪者 A3 與 B6 所言：

我們一定會再回去現場，去找到那一個事發地點，然後去拍現場的空景，然後可能就是問問，比如說事故的話，我們就會問問附近有沒有民眾知道這件事情。(受訪者 A3)

去現場看、去現場問，就去現場【問】街坊鄰居：「啊那天係啥咪阿捏(台語詢問當天發生什麼事情之意)，他就會跟你說因為那天那個誰誰誰跟誰誰誰吵架，然後他好像是什麼...」。(受訪者 B6)

最後，當題材內容較偏向各種網路傳言或各種疑慮時，電視新聞工作者視情況以實驗方式證實或否決傳言，如受訪者 A3 所言：「當你們對這個東西有疑慮的時候，我們就來做實驗」；受訪者 C5 則認為實驗就是一種證實的方法，如她所言：「做實驗其實就是做證實，可能有聽到某個傳言我們就去實驗看看這是不是真的。」；若是涉及專業知識時，他們通常會請專家做實驗，如受訪者 A1 所言：「我們自己某些條件恐怕控制不好，所以只好讓專家來看一下，我們在做的實驗過程當中是不是 ok...我們就送到實驗室去。」。而受訪者 C5 對於實驗類新聞有更詳細的說明：

如果是真的，是一個新聞點；如果不是真的，也是一個新聞點。... 假設說電風扇會自己轉，我就會說那我們現在就來實驗看看！如果真的成功了，那我們就會去講哪裡有什麼訣竅可以成功；那如果不會成功，那就去找個專家說，可能這個根本就沒有什麼科學根據。(受訪者 C5)

再問及如何尋找專家？受訪者 C5 表示：

第一個一定會往學校找相關科系的老師，如果這個東西沒有專家，比如說我們做個 iphone 的新聞，那我們就會去找一個 iphone 的達人，如在手機維修站工作很久、或經驗很豐富的人。(受訪者 C5)

然而，電視新聞工作者亦不諱言，實驗之目的在於增加新聞趣味性，如受訪者 A1、B6 所言：

網路上有流傳很多這種似真似假的，看似很神奇【的事情】，有時候我們很無聊的時候，就會想說要不然我們來實驗看看，是不是真的有這麼神奇呢？我們把綜藝節目的梗用新聞告訴民眾其實不是那樣子。(受訪者 A1)

實驗的目的地通常是為了增加話題性、趣味性以及新聞的強度，就是這樣...記者為什麼要做實驗？就是趣味性啊，促 vi 啊(台語有趣之意)... 記者就像演員【例如做 stand】...。(受訪者 B6)

綜上之所言，電視新聞工作者取用 TPV 時，最理想的狀態是能聯繫上消息來

源，進而從消息來源口中得知事件真相，或是藉此獲得相關線索。然卻因第三方提供之影音素材是為使用者生產之內容，本質上難以區別是否為原作者，加以網路世界的匿名性使然，接近消息來源的方式變得困難。因此電視新聞工作者轉而使用其他方式查證。首先，找到其他說法來佐證，如當事者、公正第三方（如警方）、媒體同業、或是街坊鄰居、目擊者等；其次，到事發現場進行勘查，以釐清真相或是找到更多說法；最後，若素材是為網路傳言，則以實驗方式驗證，並視專業程度尋找該領域的專家操作及背書。

（二）、查證之步驟與環節

1.新聞出錯的原因

從上述三個案例與訪談資料，研究者試著歸納出查證 TPV 的幾項原則，然而，在指出查證環節之前，研究者認為應先理解電視新聞工作者出錯之原因，在訪問過多位受訪者後有幾項發現。首先，新聞是與時間賽跑的產物，電視新聞工作者常為了爭取時效性，而輕忽查證的重要性，從受訪者 A1 與受訪者 C5 的言論中可略見一斑：

我想說藏不住了，我現在立刻就要把它錄起來，然後我就在聯絡不到那個拍攝人的情況下，就請記者剪一段那個 BS 畫面，就是直接讓主播口白出去。（受訪者 A1）

我一直想要聯絡到這個司機...後來我就在手上留了兩天，我沒有跟我的主管報。兩天後的早上就看到某台做了，但他們也沒有聯絡到這個司機，而且我還甚至查出來這個司機叫什麼名字，是哪個大車隊..可是現在就算我已經連絡到司機，我的主管也會說不用做了！（受訪者 C5）

其次，電視新聞因著重爭議性，為突顯爭端與衝突畫面，常因此忽略細節，正如同受訪者 B4 所言：

在新聞產製過程當中，因為我明明知道這雙方兩造爭鋒相對的焦點是非常複雜的，但它卻又是爭議的東西，所以我就一定是 focus 在這個焦點的這個點上，焦點旁邊的旁枝就看不到了。...（受訪者 B4）

第三，媒體同業經常相互引述，卻因此形成骨牌效應，一家錯眾人錯，受訪者 A1 舉薄熙來緋聞新聞為例，當時媒體錯植其緋聞女友的照片，全因媒體相互引述所造成的後果。

全台灣一堆媒體搞不清楚，薄熙來的女主播新歡到底是誰？有個同業，一個友台的記者，他看到晚報，他決定要做，結果他就網路上去蒐，他蒐到另外一張，是一個女的...隔天報紙上登了一張照片，聽說他的主任就跑過去刁他說：「你看，人家找到一張那麼漂亮，你找一張這麼老的。」他就被迫換過來。後來當天我們也做這則新聞，快到中午的時候，眼尖的網友發現說，那個人其實是《交響情人夢》的演員...。(受訪者 A1)

最後，有時候因公司內部建檔錯誤，電視新聞工作者若一時不察，也可能產生誤用的情況。如受訪者 A1 所言：

我們前陣子常發現說，就是人物弄錯了，然後檔案化了很多【東西】就一路錯下去，因為已經錯到同一個名字叫出來有三四個人...三四個人，那到底是哪一個才是哪一個人？(受訪者 A1)

2.查證不足的作法

在各種環境限制與個人因素的影響下，電視新聞工作者並非總是如實查證，為了規避可能遭遇的責難或刑責，他們轉而循保守途徑做新聞。方法一：白描畫面看圖說故事即可，如受訪者 C5 所言：

我的主管常跟我說，你就是看畫面說故事，就這段畫面而言，可能是他打了他，他罵了他，那你就去描述這個畫面，不要去猜測可能是他們之間怎麼樣。(受訪者 C5)

她以處理過的新聞事件為例，曾有民眾拍下麵包店員工將掉落地板的麵包拾回貨架上，但因為沒有直接證據證明店家繼續販賣，因此她轉而以描述畫面顯示的內容為主：

我本來是寫說她撿起來會繼續賣，但長官說這沒有辦法確定，因為你並沒有看到她賣的過程，你只有看到她撿起來放回去，所以只能寫說：「她把麵包撿起來跟正常的麵包放在一起」，這也是避免被告。

對此，受訪者B6也有類似的處理方式：

可以描述他的動作就是，黑衣男打了白衣男，但是你不能說黑衣男因為什麼事情打了白衣男，你只能說，【以自強號上打小三新聞為例】打小三這件事情就是，揮拳的當中夾雜著幾句嗆聲，懷疑是感情的糾紛，產生這起爭執或者是這起鬥毆。(受訪者B6)

那麼什麼是不保守的說法呢？受訪者B6表示：「直接說這個人是小三，這個人不是小三...」，這就不是保守的作法，可能因此被當事者提出損害名譽的告訴。

方法二：拍網友留言或街訪即可，對此，受訪者A3直指：「照影片（翻攝影片），【將影片】拿下來，不用講解，今天po了網路，下面有什麼回應，可能就拍一下網友的【回應】」。而問到街訪的目的，他認為是：「取得一般大眾對這件事情的看法」。至於實際作法，在此以受訪者C5曾做過的新聞為例，她曾找到一則民眾po網的影片，內容是某縣市一台破舊公車有安全疑慮，受訪者C5看完該影片後便開始進行查證，但查證的過程並不順利，最後她只能選擇以街訪的方式作結：

我真的問不到那個當事人，我也問不到那提供損壞名譽的告訴，客運公司每間都跟我說那不是他們的車，所以我就去火車站那邊，有很多等公車的人，就問公車族如果遇到這種狀況你們會怎麼樣，這個就叫做街訪...我這一則可能就會做這一台公車可能很危險，就會請公車族、相關的人、捷運族等等【表示看法】。(受訪者C5)

方法三：轉換新聞角度、轉移重點：正如同先前所提及的，若能識破該影音素材是廠商為增加話題性所製造的行銷手法，則報導的焦點不在宣傳廠商與其產品，而是轉以一種告知閱聽眾其為新興行銷方法的角度來做新聞。此外，當題材屬社會新聞範疇，但對於事件細節並不清楚時，則尋找當中其他具人情趣味的點做發揮，避免處理到人、事、時、地、物等訊息。受訪者C5以她做過的新聞為例，曾有篇關於車禍的報導，內容完全不論及事件發生經過，而著重在肇事者與被撞者之間親暱的互動。

有時候選了一則新聞完全沒講時間地點，還是照 po 啊...主管那時候說要做這則新聞，但他說不要做社會新聞，因為如果寫成社會新聞，我一定要說什麼時候在某某路哪個路口，然後他們因為雨天視線不良撞到什麼的...。(受訪者C5)

3.查證的建議

雖然查證不足仍然有其他作法可取代，然而那些都不是查證的作為，而是為規避查證責任所想出的解套方法。經過多方資料蒐集後，研究者歸納出普遍適用於各種採訪情境的查證原則：

(1).質疑優先—以「有罪推定」取代「無罪推定」

看到畫面的第一眼，必定要心存質疑，從哲學的角度思考，質疑或可言之為唯心論者之看法，對此，受訪者 B4 提供自己的見解，他認為所謂的質疑便是質疑存在、質疑價值、質疑所有親眼所見的「事實」：

質疑它的存在，質疑它的價值，即使我看到了我還是質疑我所看到的！這是唯心論，當你在辯證的時候，當你看到眼前顯而易見的時候，通常越顯而易見的越有問題。（受訪者 B4）

質疑分為兩個層次，第一層是質疑眼前看到的影像是否傳達正確的訊息、當產生質疑以後，便會開始往查證的方向努力，努力證明影像為假，找任何可能造假的證據。正如受訪者 B4 所言：

要先預設它是假的！然後我要排除它是假的，我不是要去證明它是真的，我是要去證明它是假的，當我無法證明它是假的時候，它就是真的！（受訪者 B4）

在此，若將影像造假視為一種犯罪行為，則按照受訪者 B4 所言，查證的精神與台灣司法「無罪推定」的精神正好相反，在法律上，檢察官必須對被告的犯罪事實進行舉證，若無法證明被告有罪時，則該被告即被判定為無罪。然而，受訪者 B4 是以較為嚴謹的態度看待 TPV 之真偽，他認為，在取用 TPV 之前，對於素材的判定必須先假設影像所提供之訊息為假，以此論點出發，找尋任何可能證明影像為假的證據，若是最終找不到足以證明影像為假的事實，他才會認定此 TPV 為真。實際的作法是，當聽聞某人講述一件事情的時候，電視新聞工作者必須試圖去證明該傳言有誤，而當無法證明其為錯誤之時，即能判斷為真，「言下之意是我要想辦法證明、找出你剛剛講的這句話或你剛剛做的這事是有錯的」。

質疑的第二層次，則是針對 TPV 之提供者的目的做出質疑，電視新聞工作者必須推測 PO 文者的目的、回歸到 PO 文者的目的去思考影片的真實性，以盛

行的素人風潮為例，網路上出現許多暴紅素人，因其特殊才能受到媒體大篇幅報導，對此，受訪者 B6 認為這可能是經紀公司為提昇新人知名度的公關操作手法，為避免成為宣傳工具，則可留意拍攝的方式與技術，如他所言：

素人自拍但是她的裝備都太齊全了，她不像是一般素人會有的錄音室的裝備，裝備都是專業錄音室的裝備，你就可以思考說，為什麼她要拍影片放到網路上面去，是不是有可能是一個操作？（受訪者 B6）

質疑之後的下一步，就是針對你所質疑的點開始尋求解答，尋求解答的方式有幾種，一是問、二是至、三是查、四是想，五是判。「問」是指向人詢問、訪問，找到所有事件相關者及當事者出面說明；「至」是指到現場去進行勘查與尋訪，藉以找到更多蛛絲馬跡；「查」是指從其他途徑找到得以相互比對的資料，如內部檔案、網路資訊等，以佐證看到的事實；「想」則是以邏輯推斷各種蒐集而來的資料是否符合常理並具備邏輯。最後才到「判」，判是指基於個人多年來在上述各項努力中所累積的經驗，對原先質疑的點做出判斷，並在最終做出事實的評判。因此，下個部分要分別闡述各個環節的意涵。

(2). 詰問必備—從詰問中尋找破綻

問是第一步，對新聞從業人員來說，問就是採訪、查證的方式；然而「問」其實大有學問，問哪些人？問些什麼？如何問？對電視新聞工作者來說實為一大挑戰。首先，視路線特性找到能回答問題的人很重要，例如社會事件通常會找警方出面說明，因警方那邊持有報案記錄或筆錄內容，所以直接向警方詢問是最能立即掌握全面訊息的方式；生活線則常會找到專家學者解答網路迷思。在此，警方的角色是公正第三方、專家則為權威性的消息來源，其他如消息來源、當事者、街坊鄰居、目擊者等，都是記者為查明真相時必須問到的人。

其次，問什麼以及如何問在此一併探討，問的方式主要有兩種，一種是針對單一對象使用反覆詰問的方式，從中尋求破綻；第二種方式則是對多方消息來源進行交叉詰問，以期從多重說法中建立起事件全貌。受訪者 B4 曾遇過當事者哭哭啼啼指控另一方的不是，當時，他保持冷靜地傾聽控訴者所有的指控，再從說詞中找到與他原本所知有所出入的地方，「然後我會說：『你剛剛講的，邏輯上哪個地方是不通的阿！』」，他指出，通常這時候指控者若心虛，就會開始語無倫次，然後「這時候越解釋破綻就會越大」，最後甚至會惱羞成怒反過頭指責記者疑心的行徑，「指控人：你現在到底是要來幫我還是怎樣？現在對我這樣，你是想要怎樣？」

問到其他電視新聞工作者反覆詰問的作法，受訪者C5舉例說明，以某食品業者被民眾拍到將掉落地板的食物又放回架上販賣的新聞為例，取得該影像素材後，她立即聯絡業者，後來雖沒有聯絡到，但問到如果連絡上業者會怎麼問？受訪者C5模擬實境回答：

C5：「老闆，前兩天有人看到說你們麵包打翻還繼續撿起來，你知道這件事情嗎？那個時候是怎麼樣？」

研究者：那按照我們的推想，他應該是會否認。

C5：沒有嗎？可是那天有人拍到耶！還是說你的員工做了這件事，你要不要去問一下？

類似上述這樣，將言談中露出的破綻、或是拿已經掌握的證據回頭問當事者，則通常可以從當事者的反應和言行舉止中辨識出當事者是否未吐露實情。

詰問的第二種，是從不同說法中進行交叉比對，受訪者B4曾處理過一則校園霸凌事件，當時也是因為霸凌影片被PO上網，網友人肉搜索施暴學生，而做成的社會新聞。受訪者B4描述當初採訪這則新聞的過程，他找到了影片中所有的當事者甲乙丙，然後請他們一一回答問題，回答完之後便拿甲的說法詰問乙、拿乙的說法詰問丙、拿丙的說法詰問甲、再拿甲的說法詰問丙。如此的循環下，再搭配警方那邊的筆錄內容，將交叉詰問後的結果與警方筆錄再次交叉比對後，最終瞭解事件起源與來龍去脈。

一開始每個人都是不一樣的說法哦！你講完我問他，他講完我問你，問完講完問完講完，來回地問。你為什麼這樣講？那為什麼他剛剛是這樣講？【若有人】改口又再改版本，你改了版本我又再問你阿！是這樣嗎？另外他們還要去警察那邊做筆錄，筆錄裡面也有寫，就把我們所有自己問的和筆錄的內容加起來，就很清楚知道怎麼一回事了。(受訪者B4)

(3).資料比對—從資料中建立全貌

承上，除詰問之外，參考警方筆錄內容最終進行交叉比對以釐清事件全貌，在此過程中，警方的筆錄內容屬於資料之一種，當電視新聞工作者試圖釐清事件真相時，會尋求來自網路、新聞台內部或外部、甚至媒體同業等其他消息來源的

協助。然在訪問的過程中，我們得知了，電視新聞工作者在取用 TPV 時以資料相互比對的情況較一般新聞事件處理來得少，原因的部份多數受訪者表達不清，因此在這裡研究者難以為原因下定論，僅試圖從受訪者言談中看出端倪。對此，受訪者 C5 與 B6 皆表示，選擇什麼資料進行比對，與新聞題材有關，前者表示：「去想這個新聞你要怎麼做，你會需要什麼素材，那再把它放進來這樣。」；後者也認為一拿到素材時就應先想像 SOT 帶中大致需要哪些資料做補充，他描述取得素材後尋找資料的過程：

第一一定是網路影片，就他的 story 本身，第二就是攝影也需要去拍一些捷運上的影片，那也許捷運上的影片之前就拍過啦，所以可以拿資料庫出來。然後你就想，訪問要有哪些訪問，有時候很多記者會很偷懶，我覺得他們很偷懶，因為他們就會說一個影片然後就滾，Youtube 下面那個很多網友說什麼，網友說...網友說...網友說...網友說...（受訪者 B6）

換言之，素材來自網路、網路上或許會有其他類似或相關的線索可追尋，素材中提及捷運，就到捷運上看看，如果公司內部有拍過捷運的資料畫面，就可以直接找出資料畫面取用，然後也可以將影片下的網友留言當做訪問的一部分。他表示常見記者以翻拍網友留言表示正反兩面看法，以作為平衡報導，然他認為這是偷懶的方式，如果要翻拍網友留言，那不如上街頭去做街訪，在他看來兩者都是相同的作用，而只拍網友留言顯得相當便宜行事，如他所說的：「為什麼不讓新聞更生動更真實一點呢？你去把那個字面秀出來，秀在新聞裡面，跟你去問一個人，問他的看法，有什麼不一樣？」

此外，向其它媒體同業求證也是可能採取的方式，電視新聞的運作模式是早上跟報、下午找題材發揮，許多時候其它媒體已先行報導過了，電視新聞才跟著追，這種情況之下，電視新聞工作者也常向媒體同業詢問相關資訊或是借調資料畫面。不過，向同業詢問消息的較多、借調資料畫面則較少，實際的情況如受訪者 C5 所言：「假設某個女的突然爆紅，可是以前我們都沒有拍她的任何畫面，假設某台有，那我們就會請主管過去問能不能借這個帶子」。然而，向媒體同業求證可能因此引發二手採訪的問題，導致消息在轉述過程中扭曲或背離原意，甚至是連環出錯。

即便如此，對電視新聞工作者來說，TPV 的處理還是較少使用其它資料加以佐證，受訪者 A3 認為網路事件僅為個案之一，因為是個案的探討所以通則性較低，無法也不需引用一般資料加以佐證：

網路影片來說的話比較少【找其他資料補充】...網路裡面 po 上網

其實很多都是個案...找資料畫面的話，因為你這種東西是你不能亂用，不同事件你不能把他拿來當作同一事件在講。然後，你說你要佐證的話，其實倒也不需要欸...因為你是做單一個案在討論。（受訪者 A3）

(4).邏輯至上—以邏輯推斷、用合理判斷

「用兩分鐘的畫面去呈現 10 分鐘的事實」，是這次深度訪談中研究者認為最能表達電視新聞特質的一句話，而這十分鐘的事實該如何查知，除了上述我們所言的幾種向外探知的方式以外，發乎電視新聞工作者己身、基於新聞專業素養而存在的思維能力，也是查證過程不可或缺的元素。身為一個專業的新聞從業人員，必須經過縝密的邏輯訓練，懂得用邏輯概念引導出事實、繼而從採訪對象所提供的線索按圖索驥找出是否違背常理的部分。

如何從消息來源所提供的訊息中找出不合常理的部份？受訪者 B6 舉轟動一時的「腳尾米事件」¹⁴為例，當時學生提供的訊息是寵物狗死而回魂，而當他得知這個線報的時候，認為死而回魂的事情不符合常理，亦無從查證起，因此他沒有採信學生的說法，也沒有做該則報導。

這件事情發生就是一件很扯的事情，就是應該說，他不是一件常理會發生的事情，他已經有點 over 了...所以那個時候沒有認為我應該會做。（受訪者 B6）

另一位受訪者 B4 則舉自己處理過的社會新聞為例，曾有位警察控告對方襲警，但受訪者 B4 查證後發現，這位警察身高 180 多公分、體重 90 幾公斤，他所控訴的對象身高僅有 160 公分、體重也只有 57 公斤。兩相比較後發現身形比例相差懸殊，難不成這位襲警的男子有練過？追問後男子否認曾經接受過體能的加強訓練。受訪者 B4 認為「一位接受過專業訓練的粗壯警察，竟會被一個體型瘦弱的人襲擊？」這件事情不合常理，因此繼續追蹤，最後調查出事件原委乃是該名警察設下圈套，藉以誣陷對方，於是真相水落石出。

這是不合邏輯的事情，一個 160 幾公分然後 50 幾公斤的人，怎麼

¹⁴ 資料來源：

〈3 學生造假 騙倒 4 電視台〉，《蘋果日報》，2007 年 06 月 20 日
<http://www.appledaily.com.tw/appledaily/article/headline/20070620/3575230>
腳尾米紀錄片完整版：
<http://video.google.com/videoplay?docid=7402824432207128989#>

可能有辦法撂倒一個 180 幾公分然後 90 幾公斤的警察，怎麼撂倒的你告訴我？然後那警察這邊瘀青，仔細看，不對，他自己摔的，自己先把自己摔一頓，然後再說對方襲警...(受訪者 B4)

此外，受訪者 B6 也表示，某些 TPV 若場景發生在大庭廣眾之下，如：街頭、車站、捷運、公園等，亦即人潮較為擁擠之處，他們就會以常理判斷該素材在眾目睽睽的情況下拍攝，較無造假之可能。

(5).經驗輔助－從經驗中累積判斷力

最後一個環節是電視新聞工作者多年來基於上述幾項努力所累積而來的經驗值，這個經驗值在查證工作上發揮舉足輕重的影響，有經驗的電視新聞工作者會冷眼旁觀、以觀察取代涉入，借此獲得更多線索或獲知更多訊息，如受訪者 B4 所言：

當你聽一個人在講一件事情的時候，聽他講的當下，你光聽他講、聽他講的過程，他可能是很生氣的，或者他一直跟你講這樣這樣...他會有一些自然的肢體反應是他自己所不知道的，但是我們卻知道，我們看得出來。(受訪者 B4)

對此，受訪者 B6 以當前流行的暴紅素人風潮為例，當他看到網路上出現了一段歌藝精湛的素人影片，他會試著訪問素人，然後從素人接受訪問的態度判斷該名素人是否真是無名小卒，抑或是經紀公司準備力捧的新人：

素人很會唱這件事情，我就把素人找出來嘛，找出來的時候我就可以問他說：「你跟唱片公司已經有約了嗎？」如果說他有約了的話，在約訪過程當中他就會慌慌張張的，就沒有那麼好約了...(受訪者 B4)

言下之意是，電視新聞工作者在採訪經驗中發現，有經紀約的藝人通常不會輕易受訪，藝人必須先經過經紀公司的同意後，由經紀公司代為出面洽談採訪事宜。而這在一般素人身上不會發生，因此電視新聞工作者從素人接不接受採訪、以及接受採訪的態度來判斷這個素人究竟是真正的素人，或者又是一起公關宣傳的操作。

經驗除了能培養過人的觀察力之外，有經驗的電視新聞工作者能在短時間內迅速理解問題並找到問題的癥結點，找到癥結點後便開始交互詰問，然後從中抽

絲剝繭出真與假的部分，如受訪者 B4 所言：

我們的經驗法則輔助我們詢問，當我們交叉詢問的時候我們就會用我們經驗法則判斷你說的是真的還是假的！幾分是真的幾分是假的，然後我又把幾分真的幾分假的去做交叉比對，去跟別人做交叉，我大概就可以把你話中真的部分留下來，假的部分 delete 掉了，至於被你剪掉的細節怎麼辦？就要從另外一個人講的真的話來補上...(受訪者 B4)

最後，電視新聞工作者因多年採訪經驗使然，他們見過大風大浪與人生百態，因此較不易被說服或被個人情緒主導。正如受訪者 B4 所言：「可憐之人必有可惡之處，可惡的人還一定有可憐的地方」，他們即使面對楚楚可憐、哭哭啼啼的控訴者，也不會馬上輕信其說詞，因為他們對人性永遠保有質疑，不會輕易動搖。此外，多年採訪經驗也讓電視新聞工作者接觸到許多專業知識，以社會線記者為例，他們因為處理過太多司法案件，最後甚至能看一眼判決書即可推論輸贏，這也是電視新聞工作者經驗累積而來的判斷力，如同受訪者 B4 所言：「有時候看多了你大概就知道什麼是什麼」。

這種案子我們看多了，大概判斷差不多差不多就知道啦，而且也大概知道法官會抓哪個點，雖然我不是學法的人，坦白講我對法律是遇到了才去學，但是我知道的是有些東西什麼是什麼，那個基本的概念都是因為長期累積的經驗。(受訪者 B4)

(三)、個案分析—查證策略之啟發

以上談論重點圍繞在 TPV 之特性所牽引出的查證難題，與電視新聞工作者如何解決問題的方式。下個部分研究者擬探討電視新聞工作者在查證過程中知能的展現，整體論述的方向大致以查證 TPV 為主軸，然不侷限於此單一素材來源，希望藉由解析電視新聞工作者的實務作為，建立起整體查證流程的藍圖。因此，這個部分研究者除了陳述受訪者所言、並詮釋查證之意義外，還會以受訪者實際處理過的新聞事件為例，將受訪者具體的查證作為一一表述，使「查證」從原則性、概念性的抽象層次，延伸至可供實務參考的具體層次。

1. 《個案一》查證虐狗事件內幕

(1) 任務簡介：三位愛狗男學生到郊區遊玩時發現一隻斷尾小狗、模樣十分可憐，於是義憤填膺地將狗狗斷尾的照片 PO 上網，希望能藉此找到慘忍的虐狗兇手。該事件經平面媒體報導後，電視台記者為追蹤查明真相，便開始著手調查。

(2) 查證經過：受訪者 B4 表示，當他在網路上看到男大生拍下的狗狗斷尾影片時，心中浮現一個疑問—「狗狗傷成這樣，牠有主人嗎？」，為了找尋狗主人，他便根據影片中出現的場景，找到狗狗被拍的地方，並至附近詢問是否有人聽聞虐狗事件。結果附近住戶表示，河岸邊有個遊手好閒的老先生，常有許多狗狗會跟著他。受訪者 B4 判斷此人可能為相關人，於是找到該名老先生，將狗狗受虐的照片給老先生看過後，詢問他：「這些狗狗跟著你，這尾巴是你弄的嗎？」

老先生回應：「我對這些狗多好多好，我哪知道這狗的尾巴會這樣，牠回家來就這樣啦！」受訪者 B4 聽後，就詢問老先生：「阿伯，你要不要帶著這些狗去獸醫院？帶去給獸醫看一下！」，該名老先生當下立即應允，於是受訪者 B4 便帶著老先生和受傷的狗狗一同前往獸醫院。獸醫檢視狗狗傷勢後表示：「我覺得這是狗咬的耶…你看這齒痕！這個發炎的組織…」，老先生聽完獸醫師診斷後在旁附和：「啊～哇炎！（台語「我知道」的意思），最近旁邊有一隻新來的【狗】…所以兇手有可能是那一隻狗，但我也不能確定哦！」

(3) 查證程序分析：從本案例中可看出，電視新聞工作者取得 TPV 之後，心中先產生了若干質疑，質疑疑似受虐的狗主人在何處，為何沒有出現在影片中？為了釐清疑點便開始蒐集資料。首先，試圖從影片中尋找地點等線索，並前往事發地點進行現場勘查，及訪問附近住戶是否知曉該事件，希望藉此能找到更多事件相關的線索。

訪問過程中，記者聽聞居民表示附近的狗常跟著一位老先生，於是他判斷該名老先生可能就是事件當事人，循線找到老先生，以詢問虐狗相關的問題。然而，老先生否認虐狗的行徑，於是他又再問老先生是否願意帶狗一同前往獸醫院讓專業人士檢查傷勢，而他此舉是為試探老先生會否因此感到心虛，結果發現老先生神態自若，毫無心虛樣貌，且立即應允一同前往獸醫院。

後經由專業醫師從傷口切面進行鑑定，發現狗狗斷尾並非遭人為蓄意傷害所致，較可能是遭到其他生物的攻擊而受傷，在此則排除了虐待的可能，再加上老

先生補充的證詞，最後判斷害狗狗斷尾的兇手應是新來的野狗，事情真相並非如同男大生所言的「虐狗」事件。對此，受訪者 B4 表示：「一開始是虐狗，搞得天翻地覆，到最後只花了半天的時間做查證…其實你我是不是都可以稍微查證一下！」再問到是否曾找尋三位將影片 PO 上網的男大生(消息來源)詢問相關線索，受訪者 B4 表示，三位男大生僅為記錄者而非當事者，這起事件中的當事者是那隻斷尾的狗。「他們看到了一隻狗，這狗我們也看到了，所以我們就可以直接去拍牠，去找出這隻狗，不需要透過他【三位男大生】再找到狗…」

綜上所言，電視新聞工作者基於對聽聞的消息心存質疑，並根據已知的線索(本案例中的虐狗影片傳達出地點的線索)，開始進行資料蒐集，方法是到現場進行勘查、訪問附近住戶、再從勘查與訪問後所得知的新線索中找到事件當事人，並請當事者出面說明。找到當事者後利用對單一對象的反覆詰問，試圖從當事者說法中找到破綻，評估消息的真偽，並基於多年記者生涯累積的觀人經驗，觀察當事者的言談舉止是否異常，以判斷此人是否說謊。另一方面則是尋求專業人士的意見(本案例中的專業人士為獸醫師)，多方消息比對下，確認狗斷尾並非虐待所致，而是新來的野狗所致。

(4) 事件後續：這起事件因平面媒體報導、電子媒體也報導，網路上聲援者眾多，引起廣泛的注意，最後在記者查明真相後，警局立即召開記者會，由局長親自出面說明破案經過，並指出兇手就是那幾隻野狗。

2. 《個案二》查證客運司機是否超時工作

(1) 任務簡介：受訪者 B4 在網路上看到一則民眾上傳的影片，內容是客運司機邊開車邊食用具刺激性的食物(辣椒、大蒜、芥末等)以提振精神，另一方面他也接獲某客運公司司機投訴，表示自己經常超時開車。為了查明是否真有超時工作之事例，受訪者 B4 開始進一步追蹤。

(2) 查證經過：受訪者 B4 表示，當他取得網路影片與司機投訴的雙重消息來源時，他心中先產生了若干疑問—「什麼叫超時開車?」、「怎麼判斷超時開車?」，為了釐清上述疑慮，他便開始蒐集資料。首先，詢問投訴司機實際工作情形：「請問一下，你怎麼證明你是超時開車的?還有所謂的超時是超時到什麼程度?你一天睡多少小時的覺，你每天開車開多少小時?」瞭解客運司機所謂超時工作的情形後，受訪者 B4 轉往詢問相關主管單位對勞工權益的保障：「一問，開一趟一個小時要休息半個小時以上，然後才能再開第二趟，而且這一趟必須在一小時之內。」於此，受訪者 B4 掌握了法規與實際落差的關鍵資訊，後開始進

行蒐證。

受訪者 B4 親自跟拍蒐證，隨機挑選某台客運搭乘，並攜帶數位相機伺機蒐證，觀察客運司機實際工作的情況，驗證先前已接獲的投訴消息是否屬實：「我看他開車跟開車之間停多久，跟著他走，跟他去甲地一趟，回來乙地一趟，再找一天，再跟他去甲地一趟」。此外，他還喬裝成一般乘客，探問客運公司站務人員有關司機是否超時開車的相關問題。最後，再向投訴司機請教車體的構造與配備，得知每台客運車上皆配有一個行車記錄器，此行車記錄器與我們常見掛設在汽車擋風玻璃前的監視攝影器材不同，而是藏於客運車的儀表盤裡，功用是記錄司機的駕駛情況，舉凡司機加速、減速、停駛等，皆鉅細靡遺地被詳實記錄著。

像飛機一樣有黑盒子，黑盒子會記錄你的車速、距離、開的時間，然後什麼時候到哪裡、什麼時候里程速，這樣一個圓圈，像心跳板一樣，黑盒子指針開始畫起，早上六點畫畫畫畫，就可以很清楚看到，進了市區速度就慢下來了，然後里程速繼續跑，但速度慢，然後又上高速公路了，然後又進了市區慢下來...（受訪者 B4）

受訪者 B4 花了許多時間釐清行車記錄器所呈現的資訊各自代表的意義，最後終於掌握客運司機超時開車的具體證據，然後再向投訴司機確認是否與他們開車的實況相符，客運司機稱是，受訪者 B4 因此認定此即為超時開車的證據。

從早上六點鐘開車開到晚上二十四點十五分，這中間休息的就是降下去的這個時間，可是降下去的這個最低速度也都有二十，然後到零的時候就停個大概五到六分鐘，又再起來，所以基本上你真正停的時間只有五、六分鐘...（受訪者 B4）

（3）查證程序分析：從本案例可看出，記者接收到一個超時開車的訊息後，便主動向消息來源詢問較為細節的問題，以確認當事者是否真的超時工作，聽了當事者（客運司機）描述超時工作的情況後，並向國家主管機關（權威消息來源）確認相關法令的限制，以釐清法規對於勞工超時工作的保障。

而除了訪問之外，記者還進行現場實際勘查並隱藏身分，隨機跟隨相關從業人員觀察與蒐證客運司機平日工作實情是否真如當事者所言那般超時。為了獲得更多線索，記者喬扮一般乘客蒐集被指控的客運公司相關回應，最後再向指控者取得證物（行車記錄器），瞭解證物足以佐證的效力，並且向投訴者確認自己的解讀是否正確，避免記者因自身知識不足所造成的解讀錯誤。經過一連串的努力後，記者最終查明真相，並據此做了四則相關報導，深化網路影片與投訴訊息的社會議題，喚醒相關單位與一般社會大眾對於客運司機勞工權益的關注。對此，

受訪者 B4 表示使用 TPV 並非毫無公共利益的價值，但前提是查證工作必須落實，充分的證據才能表明自己關懷的議題確實需要獲得重視：

查了很久，東查西查，必須要罪證確鑿，所以我也實際去做。所以你說，當初跟我講說超時駕駛是什麼，其實也是一段網路影片，至於那什麼網路影片，那司機開一開，然後開始咬辣椒，就這樣，我跟你講，做了四則【新聞】。（受訪者 B4）

(4) 事件後續：該新聞播出後引起官方重視，立即取締多家不符合勞基法規定的客運公司。

3. 《個案三》釐清北二高車禍事發原因

(1) 任務簡介：記者接獲北二高車禍線報後趕赴現場採訪，現場已然清空毫無任何跡象，而記者為報導之需要便上網尋找相關素材，發現網路上確實有目擊事件經過的影片流傳著，內容是一輛小客車行駛期間，突然爆胎，爆胎後彷彿電影場景般反覆打轉，一旁還有其他車輛急閃而過，最後砂石車躲不過，便迎面撞上爆胎的小客車，整個才停止...事件經過被跟隨於後的車輛拍攝後 PO 上網，受訪者 B4 著手調查砂石車翻覆原因。

(2) 查證經過：車禍發生當下，其實受訪者 B4 已接獲情報，為釐清小客車爆胎的真相，受訪者 B4 決定親自到北二高車禍現場勘查，然面臨了採訪突發性事件最常遇到的困境，現場已被恢復：「我殺到現場去的時候，現場已經被清空了...」。現場已遍尋不著蛛絲馬跡，於是受訪者 B4 轉而向人詢問，首先他打電話到醫院詢問該起車禍傷者的情況，但醫護人員表示該名傷者無大礙已逕行離開醫院，他仍不死心，繼續追問相關細節：「他沒事哦？他摔得嚴重嗎？車子呢？」，在一來一往的詢問過程中得知車子被拖去警察那邊。

於是受訪者 B4 的下一步就是向警方詢問整起事件經過，然而因為資訊仍不充足所以他沒有在當天率先報導，兩天過後他連線 google 以關鍵字「北二高」、「車禍」、「某地」等搜尋相關影片，他表示這麼做的原因是希望找到更多現場目擊的畫面，作為佐證報導的素材：「我想看看有沒有人剛好路過，因為採訪那天我沒趕到，就沒蒐到那經典的畫面，對我來講，沒有這個畫面無法做新聞...」

最後的確找到該事件的目擊影片，受訪者 B4 描述該影片內容是：「小客車突然跳一下以後就爆胎，爆胎以後就轉，轉了以後就翻，翻了以後就被大客車(砂

石車)撞,然後人沒事爬出來…」,看過影片後,他對影像內容提出的質疑是:「為什麼小客車會跳一下?」,他表示單就影片無法判斷事發的原因,而這也是所有取用 TPV 的電視新聞工作者可能面臨的查證挑戰:「畫面上看不到的,然後畫質沒有好到讓你看清楚,因為高速公路很快,你根本看不到什麼東西…」。

看完這則影片後,受訪者 B4 再度致電國道警察局詢問車禍當事人休養過後是否已前往警局做筆錄?警方表示當事人正在現場做筆錄中,於是受訪者 B4 要求與當事人談話,除了描述在網路上看到的影片內容外,希望當事人能接受訪問:「我就跟他(當事者)講我在網路上看到的…跟他說:『你可不可以在這邊等我一下,我馬上過去!』所以我又再上高速公路去,千里迢迢跑過去跟他訪問」,取得當事人說法後,受訪者 B4 再轉往高公局調閱監視錄影器,將所有車禍發生期間的監視影像一則一則過濾比對,最後找出導致小客車翻覆的原因原來是前方先發生了一起事故所遺留下的殘骸未確實清理,造成本案例中的小客車駛過爆胎「跳一下」然後開始打轉,緊接著砂石車閃躲不及迎面撞上:

去調高公局的監視器,才看到有一台貨車開開開開,咚!拋錨了!就打方面燈,沒過幾下拖吊車來了,然後嘎嘎嘎,後來變速箱就掉在路中間。然後後面一輛轎車(即小客車)來了,碰!後面就是那個砂石車來了,咚咚咚咚!就碰!...最後你知道了是一顆變速箱。(受訪者 B4)

然而,當時只看高公局的監視器畫面時並不知道是變速箱釀禍,只知道前方拋錨車輛落下不明物體導致小客車爆胎,從監視器畫面中無法判斷不明物體是為何物,因此受訪者 B4 繼續往下追查,他找到小客車修繕的車廠,想知道到底是什麼東西造成小客車爆胎:

到處問到處問,後來去問到車廠,然後說有阿!你看,後面卡了一顆變速箱,哪來的變速箱阿?為什麼路上會有變速箱?(受訪者 B4)

受訪者 B4 表示小客車殘骸中卡著一顆變速箱,且這顆變速箱並非小客車所有,於此已有相當證據可判斷小客車翻覆的原因乃是前面拋錨車輛遺落的變速箱所致。由此事件可看出,取用 TPV 確實對新聞工作產生實質上的助益,尤其當記者未能立即抵達現場時,TPV 得以彌補當下素材的空缺:

記者不是萬能,記者沒有開直升機,當發生意外的時候,其實真正第一個時間拍的東西那才叫做經典,那才叫做真正的目擊。當有目擊畫面的時候,當然比較好寫新聞。(受訪者 B4)

(3) 查證程序分析：由本案例可看出，記者接獲消息後，往往事件已經發生，現場也被處理過了，因此記者會試圖從網路上找到事件當下可能有的目擊畫面，藉此補充素材的不足。而當記者搜尋到相關影片後，首先依然是必須對影像內容提出質疑，例如想瞭解小客車為何突然爆胎，並導致砂石車閃避不及迎面撞上？

為解答疑惑，記者會向警方詢問該起車禍的處理過程，藉此獲得更多相關資訊，根據記者採訪經驗得知，多數車禍事件或重大社會事件都會接獲民眾報案，也因此警方那邊勢必會有筆錄或相關證據。除了警方筆錄的資料外，記者還會進行多方資料蒐集以進行交叉比對後建構事件原貌，如取得當事人說法、向高公局調閱監視器影像、向汽車維修廠詢問線索等，記者經過層層努力後，最終找出肇事主因，得以釐清事件真相。

(4) 事件後續：記者取用國道車禍的 TPV 後，加上上述查證的努力，花費整整四天的心力做成該則新聞報導，如受訪者 B4 所言：

我就光是用了畫面、資訊做了這條新聞，可是這條的產生是如大家所想像的可能花一兩個半小時就做成新聞？不是！整整花了四天的時間，那才是真正的背後...」（受訪者 B4）

記者背後的努力，就是在一般人只看到影片就看圖說故事的同時，他們付出數倍的時間和心血，從影片中找到蛛絲馬跡，再從實體世界中找到可供對照的線索，進而證實或推翻影片傳達的真實，而這個過程也就是新聞查證的過程。表 8 是三個個案的統合分析，藉由表格的歸納使查證策略更清楚呈現在我們眼前。

表 8 個案查證策略分析

	個案一 《虐狗事件》	個案二 《超時駕駛》	個案三 《國道車禍》
取用 TPV 過程			
新聞線索	學生到郊區遊玩發現狗兒斷尾，認定遭人虐待，因此拍攝影片後上傳網路希望找到虐狗兇手。	一方面搜尋到網路流傳民眾上傳的影片，內容是客運司機邊開車邊食用具刺激性的食物提振精神，另一方面記者也接獲客運司機投訴超時工作。	記者接獲車禍線報後趕赴現場採訪，但現場已然清空毫無任何跡象，記者於是從網路上搜尋到該起車禍的目擊者拍攝上傳的影像內容。

查證 TPV 過程			
質疑優先	記者看過影片後內心產生疑問：狗主人在何處，為何沒有出現在影片中？「狗狗傷成這樣，牠有主人嗎？」	記者接獲投訴後，質疑超時開車的定義為何？「什麼叫超時開車？」、「怎麼判斷超時開車？」	記者看過影片後，對影像內容提出的質疑是：「為什麼小客車會跳一下？」，跳一下後翻車導致連環車禍。
思考邏輯	<p><u>狗主人涉嫌虐狗？</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 若狗被狗主人虐待，應該會對狗主人表現出懼怕或防禦性的樣子。 若狗是被狗主人虐待，則附近鄰居可能曾經目睹暴行或聞其聲。 若狗主人是虐狗兇嫌，則應會心虛排斥一同前往獸醫院。 	<p><u>超時工作的證明？</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 誰能證明司機超時工作？（人證的選取） 什麼東西能證明超時工作？（物證的尋找） 國內勞基法有無相關規範？ 	<p><u>小客車翻車的原因？</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 駕駛個人因素所致？是否有疲勞駕駛、酒駕、或危險駕駛等情事。 路況因素所致？是否有障礙物、道路設計不良等情事。 其他外力所致？是否有其他特殊原因釀成這起車禍事件。
多方探問	1.尋找目擊者：	1.詢問投訴司機：	1.詢問醫護人員：
	根據影片中出現的場景，找到狗狗被拍的地方，並至附近詢問是否有人聽聞虐狗事件。	「你一天睡多少小時的覺，你每天開車開多少小時？」	打電話到醫院詢問該起車禍傷者的情況。
	2.找到關係人：	2.詢問主管單位：	2.詢問警方：
	將狗狗受虐的照片給老先生看過後，詢問他：「這些狗狗跟著你，這尾巴是你弄的嗎？」	得知勞基法規定駕駛開一趟一個小時要休息半個小時以上，然後才能再開第二趟，而且這一趟必須在一小時之內。	瞭解車禍當事人休養過後是否已前往警局做筆錄。
3.找專業醫師鑑定：	3.探問站務人員：	3.詢問當事者：	
醫師從傷口切面進行鑑定，發現狗狗斷尾並非遭人為蓄意傷害所致，較可能是遭到其他	喬裝一般旅客詢問有關司機是否超時開車的問題。	記者向當事者確認他從網路影片中看到的內容是否符合實情，並詢問當事者有關事發經過的	

	生物的攻擊而受傷。		細節。
			4.詢問修車廠人員： 詢問車體受損情形及瞭解殘骸是否有異狀。
資料比對	將狗主人、鄰居的說法與獸醫師專業見解做對照，確認狗斷尾確實非人為所致。	1.主動蒐證：	1.調閱國道監視器：
		攜帶數位相機記錄客運司機實際工作的情況。	將所有車禍發生期間的監視影像一則一則過濾比對，瞭解先前是否曾發生其他事故。
		2.呈現物證：	2.網路搜尋目擊影片：
		向投訴司機請教車體的構造與配備，得知每台客運車上皆配有一個行車記錄器，記錄司機的駕駛情況。	在 google 以關鍵字「北二高」、「車禍」、「某地」等搜尋目擊影片。
			3.殘骸中找釀禍物件：
			到汽車維修廠檢視小客車撞擊後的情況，不放棄任何可能發現的線索。
經驗輔助	記者根據多年來閱人無數的經驗法則，觀察當事人表現出的言談舉止是否異常，藉此判斷阿伯是否說謊。	即便超時駕駛已是公開的祕密，記者為了提出客觀證據揭露此一事實，仍是基於他多年來的採訪經驗，判斷必須提出哪些人證或物證使論之有據。	記者根據多年採訪經驗，判斷多數車禍事件或重大社會事件都會接獲民眾報案，也因此警方那邊勢必會有筆錄或相關證據可取得。

從上述可看出電視新聞工作者查證時並非亂石投鳥，而是根據他們所掌握的線索持續追蹤，且查證並非依循線性的軌道，而是以多管齊下的方式同步進行；再者，查證的方式有許多種，無論是詢問、到現場勘查或是跟蹤採證，端視記者當下所遇到的問題為何，以決定採取何種對策。此外，三則個案都顯示出 TPV 僅是新聞線索的一部分，電視新聞工作者將其當做新聞內容使用無妨，卻不能僅止於使用畫面，若能延伸題材的深度與廣度，則能發揮更多正面的社會功能。

二、取用 TPV 於新聞實務之意涵

將使用 TPV 於實務經驗中所扮演的角色等相關看法做整理，發現有些受訪者認為 TPV 是消息來源之一，與其他消息來源無異，新聞工作者本就需要多方的消息來源，尤其在網路科技發展下，網路世界充滿許多不同的資訊，電視新聞工作者關注並使用這方面的訊息並無過錯，甚至可謂之潮流所及；但也有受訪者承認使用 TPV 必須承擔更大的風險，且長此以往將導致人員惰性的養成。以下是兩種看法分述，而在分述之前，先介紹電視台的組織規範，瞭解電視新聞從業者必須遵守的常規對於他們行為的影響。

（一）、電視台相關規範

從幾位受訪者口中得知，電視新聞工作者使用 TPV 時，除了遵守一般性的法規與倫理限制，如不得違背善良風俗、必須維護民眾知的權利、以及符合公共利益等這類基本守則外，在 TPV 的使用上特別注重幾項要點：

1. 避免侵權以自保

先前曾論及，TPV 因使用者生產內容的本質使然，多半難以辨識原著作者、或是難以界定著作權之所有，而電視新聞工作者又經常未經當事者同意便自行取用網路上的各種素材，尤其是影劇娛樂新聞，大量使用網路轉錄的節目，捨棄正規且較繁瑣的版權取得方式，以方便邏輯重製後播出(劉蕙苓，2012)，在此情況下，電視台自有相應的規範，以避免挨告。對此，受訪者 A3 指出，當翻拍媒體同業的畫面時，長官就會提醒不得使用超過多少時間，否則可能侵權，以他們翻拍 ESPN 為例，長官就提醒不得使用超過三十秒。不過這樣的規範是視情況而定，不同的素材並沒有相同的規範、各電視台之間也沒有一致的規範：

一條 SOT 的素材不能用超過三十秒...侵權了，因為人家是花錢去跟美國 NBA 買版權，你就隨便打個翻攝自什麼什麼就拿來用，這樣不公平啊...就怕被告。(受訪者 A3)

此外，因為怕涉及侵權官司，所以有受訪者表達公司要求不得對影片進行「重製」，然弔詭的是，重製正是電視新聞工作者每日重要的工作內容，對素材進行重組、剪輯、後製與詮釋，無一不是在對素材進行重製，因此，受訪者 B6 即指出，公司這般的要求相當無理：

重製你包括做效果、剪接、調聲音、調顏色都是重製...所以其實重製這個東西，不能重製，但是我們一直在做這個事情，所以我覺得這件事情是非常沒有道理的。（受訪者 B6）

2.使用長度漸無規範

電視新聞工作者認為剛開始使用 TPV 時，公司確實也曾訂下一些守則希望人員遵守，其中之一便是要求一則新聞中僅能有三分之一的時間使用 TPV，以研究者先前做的量化統計可知，所有使用 TPV 的新聞，其平均新聞長度為 112.5 秒（約等於一分鐘又五十二秒左右），在這些 TPV 類的新聞中，TPV 平均被使用的時間約為 47.7 秒，若以電視台所規定的三分之一計算，則 TPV 的使用以不超過三十七點五秒為限，與實際的四十七點七秒相差了十秒。然即使有所規範，受訪者 B4 認為除非發生重大過失，否則這樣的規範也已淪為具文：

以前我們還有規定說網路的畫面只能使用整則新聞的三分之一，那就是為了要降低網路新聞在我們新聞裡的比重，那可是目前就比較開放了，比較沒有這樣子的侷限...除非就是又來一個大問題。（受訪者 B2）

對此，受訪者 B6 也表示，從前為了符合公司不得使用超過三分之一的限制，往往需要耗費許多心思在剪輯上，但後來因為其他電視台並沒有相關規範，因此他們也慢慢不再遵守三分之一的規定了。

原本我們很要求三分之一的新聞長度，一條新聞一分鐘的話，代表只有三十三秒是能用網路的畫面...三分之一的原因是我們公司自律，那後來就是好像想說其他人都用翻了，我們就跟著沉淪了這樣子。（受訪者 B6）

3.開始節制使用

由於現在各家電視台廣泛取用 TPV 做成新聞報導，題材重複性過高、整體新鮮感漸失，電視台的因應政策是開始淘汰過於瑣碎或畫面不夠精采的題材，如受訪者 C5 所言：

前一陣子長官就有說行車記錄器的新聞不要再做了。所以就算我們報上去了也不會過...以前的網路畫面報十則會過八則，現在十則只會過四、五則，除非真的很精彩或怎樣的再做，如果只是一些很普通的內容就不會。（受訪者 C5）

行車記錄器因能即時記錄車禍事故的驚險過程而頗受媒體青睞，但現在電視台主管也對層出不窮的行車記錄器新聞漸感不耐，若是內容不夠精采豐富，記者在報稿時常會被長官退稿，要求另尋題目。

從訪談過程中得知新聞組織對於 TPV 的使用規範偏重法律層面責任的避免，且多是以量的限制而不以質的管控作為守門依據，比方說是管控翻攝網路畫面的秒數，卻不著重內容的篩選，即便是對於內容有所淘汰，也多是基於收視率的考量開始刪除過於類似的主題。甚且，有受訪者表示取用 TPV 時完全沒有接收到上級長官的任何指示或是必須遵守相關組織規範，長官多是針對每一起新聞事件給予路線和角度的設定，在 TPV 的取用和處理方式上並不加以置喙。由此可知，電視台之間不存在一致性的規範，主要還是依據台內的自律機制寬嚴而訂，而電視新聞工作者處於不同的常規體制下工作，對於 TPV 的使用也各自發展出不同的看法。

(二)、對新聞產製的貢獻

1. 盡可能網羅新聞線索

對電視新聞工作者而言，任何消息來源都能成為新聞線索，無論是否來自網路，而現今電視新聞對網路消息來源的喜好其實反映出這個時代資訊科技演進後帶來的便利，傳播工具普及化，使得一般素人可以透過簡易的攝影器具記錄個人的所見所聞，並透過網路多對多的傳播迅速傳遞給世人，如受訪者 B4 所言：「以前人家投訴要爆料或要講一件事情的時候怎麼辦？其實他也拿出當時科技所允許的元素」。由此可知，人們會在他們所處時代中科技所能到達的範圍，利用可得的工具達到傳播的目的。另一方面，電視新聞工作者也能從網路上找到更多新聞素材，尤其是兼具影音效果的素材更是符合電視新聞所需，正如同受訪者 A1 所言：「以前是街談相應，那現在街談相應已經來不及了，到網路世界找是最快的，網路世界就是街談相應最大的地方，而且還有影像呢！」網路於是乎成為便利的消息來源並提供多樣的新聞線索。

2. 突顯已知的新聞事實

受訪者 B4 將取用 TPV 的過程譬喻為熬煮一道「大骨青菜高湯」，在他看來，TPV 在這鍋湯中扮演的即為「大骨」的角色，是最重要且最為菁華的部份，取得大骨後無法直接變成湯，所以需要烹飪、料理和後製，而這過程就是當他們在網路上擷取一段網路畫面後，必須開始察找背景、拼湊故事，這些也就是青菜、

高湯塊的作用，待所有素材整合後再經過加工後製，最終熬煮出一鍋味道不失真又美味的大骨青菜高湯，然後端到桌上請客人吃，客人也就是觀眾。因此，從這個角度看來，TPV 不僅是電視新聞的素材來源之一，同時也是電視新聞工作者可掌握的已知線索，透過這個線索他們進行一系列資料蒐集的活動，以驗證已知的事實是否為真。

3.展現專業能力

製作TPV新聞其實並不容易，較之一般新聞素材的採訪來得困難，需要耗費更多的時間與精力，如受訪者B4所言：

當我在看到這個網路影片的時候，你遇不到人的哦！我根本不知道拍的人是誰？我怎麼跟他聯絡！我要寫email給他嗎？然後等他半個月後再email給我？那我新聞要怎麼做？網路畫面事實上是要比我正常採訪新聞的力量大概再多 20%~30%的查證力量出來。（受訪者 B4）

換言之，電視新聞工作者取用TPV時經常面臨例行性常規的限制，在與時間競賽的遊戲規則中，他們必須克服諸多挑戰，類似上述這種等不到回應所產生的時間壓力只是其中一種。對電視新聞工作者而言，取得線索卻找不到消息來源，正是考驗他們的查證能力，轉向其他途徑尋求真相也代表必須耗費更多時間與精力在新聞查證上。

（三）、對新聞專業的影響

1.疏於查證便於卸責

先前曾論及，電視新聞工作者若無法查證完全時，便會採取其他的方式包裝素材，以他們的話來說便是「做得保守一點」，例如單純白描影片、翻拍網友留言、或是乾脆轉換新聞角度，以規避原本必須交代的細節或資料。然而保守作法的目的不是為了查證，而是為了規避查證的責任，如受訪者A3所言，使用TPV可能完全沒有查證：「有時候根本就沒有查證啊...就是影片上面有什麼你就寫什麼」，受訪者B6更直指這樣的行為是相當偷懶且不合常理的：

我覺得他們很偷懶，因為他們就會說一個影片然後就滾，Youtube下面那個很多網友說什麼，但其實網友說這件事情，網友就是一個你找不到人的東西，所以這件事情是件非常弔詭的事情，網友說什麼你

把他講的話秀出來，這是不合常理的。(受訪者 B6)

取用TPV使得電視新聞工作者較容易填補素材的不足，然而也因為TPV除了畫面豐富性之外，事件本身的資訊是較為缺乏的，尤其是消息來源難以接近，更增加了找尋線索的難度，但這也就是電視新聞工作者的職責所在—找出事件真相、還原事件真相。現在很多電視台的作法卻是，查證不完全的東西或是有所疑慮的東西並不捨棄，而是轉而以其他方式包裝素材，找不到當事人出面說明就單純描述影片內容、找不到相關說法就翻拍網友留言、不清楚事件來龍去脈就乾脆抓一個有趣的點來發揮，於此，電視新聞工作者方得以規避查證責任。

2.易於轉載(述)難於追蹤

電視新聞因為作業型態之緣故，常會跟進平面媒體的報導，加上 TPV 存在於網路上，使用者可任意生產、編輯與轉載內容，因此取用該素材是相對容易的，但追蹤原始素材來源或原始內涵卻是不易的。電視新聞工作者從平面媒體上獲知新的新聞線索，再到網路上尋找該新聞線索的素材，對於新聞事件的瞭解很多時候是透過二手採訪的方式獲得，所謂二手採訪的意思是採訪「採訪者」，也就是電視媒體採訪平面媒體，向其詢問事件原委與細節，然後便做成新聞報導，此種沒有採訪到事件當事者，只憑藉網路上來源不明的 TPV 以及先前採訪者所採訪出的結果即為一則新聞報導，在電視新聞工作者看來，除了難以擺脫怠職的罵名外，還可能被誤導或是延續錯誤的報導。因此，對使用 TPV 持負面看法的新聞從業者來說，二手採訪有違記者職責之所在。

查證就是一件很難的事情，你以後可能被牽著鼻子走...因為你不知道是什麼事情，也許你找到 po 文的人，結果 po 文的人很高興跟你講，結果其實他一直在誘導你...(受訪者 B6)

3.流於個案探討遠離公共利益

回應先前我們曾提到的，電視新聞工作者取用 TPV 時，慣常以畫面的豐富性、衝突性以及內容的爭議性做為題材選定時的依據，然這類素材多數時候既不關乎大眾知的權益，也不符合公共利益，僅侷限於個人層面的問題。劉蕙苓與林照真的研究也都顯示出，政經議題等關乎公共利益的新聞使用網路影音的比例很低，以媒介社會責任論的角度來看，整體新聞走向淪為瑣碎化、個人化，而遠離公共利益，同時也因為停留在個案探討的層次，因此在查證上的作為便不那麼嚴謹，如受訪者 A3 所言：

網路裡面 po 上網其實很多都是個案...然後，你說你要說佐證的話，

其實倒也不需要欸...不是說不需要，應該說因為你是做單一個案在討論。（受訪者 A3）

4. 滿足素材需求降低新聞質感

從正面的角度來看，取用 TPV 的確解決了電視新聞工作者工作中面臨的若干問題，卻也衍生出其他後續的問題，首要便是增強新聞工作者查證的難度，其次，素材本身亦是一大問題所在，因為來自網路的素材本身內容豐富度有限，對電視新聞工作者來說相對較不易延伸發展，最終淪為僅能看圖說故事的程度，如受訪者 A3 所言：

一分鐘的長度可能只有五秒可以用，第一不好剪，第二你會覺得，就是太空洞，畫面不豐富，你一直在重複、一直在重複、一直在重複這個東西...單純只用網路影片做，其實是瞎瞎的。（受訪者 A3）

除了不斷重複導致畫面的單調性之外，整體新聞畫面的協調性與美感也隨之崩壞，如受訪者 B6 所言：

電視台之所以為電視台就是因為它畫質非常的清晰，但是你一直在播一些翻拍的東西，你的畫面是霧霧的啊，會有雜訊啊...你一個新聞台可能播的有三分之一都是這樣的新聞，那你這個新聞台的畫質就怪怪的...（受訪者 B6）

綜上所言，電視新聞工作者對於取用 TPV 抱持不同的看法，持較為正面看法的人認為 TPV 可謂之菁華，然菁華需靠其他素材擁護與襯托，單單只有 TPV 是不夠的，新聞需要更豐富的內容，那些內容就靠電視新聞工作者透過採訪、勘查與資料比對加以補充，之後再以剪接等方式處理，方能做出一則出色的報導。相反地，持較為負面看法的人則認為取用 TPV 是容易的，但若記者便宜行事，罔顧查證的重要性，則 TPV 的使用將無法實現更大的公益價值，而僅淪為個案式的探討。



第五章 結論與建議

第一節 研究摘述與重要發現

本研究主要關注的焦點是，處於取材於眾的情境下，電視台為因應成本考量所發展出的新新聞產製模式，以及新產製模式所面臨的挑戰與困境，尤其專注在外來素材的查證程序與查證環節上。本研究首先將電視新聞所取用的使用者生產內容定義為 TPV，再從素材外求的概念出發(Howe,2007;Metzger, 2007)，將電視台盛行取用 TPV 的行為視為電視台為節省成本或為彈性調配人力的考量下所做出的決策(Ursell, 1998；劉昌德，2011)。然即便新聞產製模式已有所改變，無論是過去或現在，甚至是未來，對於新聞事實的查證仍是電視新聞工作者核心技能之所在。

因此，研究者試圖跳脫過去研究新聞查證時多從原則性或規範性的角度切入，使新聞查證始終停留於抽象層面，而無法落實於新聞實務之中。此外，過去研究雖亦試圖尋找解決新聞錯誤的方法並提供查證策略之參考，所提出的建議仍不脫規範性的思考，如訂定查核清單，一項一項確保各個環節正確不出錯，然此種作法並未將電視新聞工作者所處的情境、脈絡與背景列入考慮(Meola, 2004; Metzger, 2007)，畢竟電視新聞工作雖於常規下進行，仍保有相當程度的突發性，電視新聞工作者必須視不同的新聞事件與情境，彈性運用其查證策略，而這亦是本研究發端之契機。周慶祥(2011)即指出，查證程序在新聞查證規範中是相當缺乏的一塊，查證工作的進行在相關研究中若不是未曾觸及，便是語焉不詳、隔靴搔癢，因而本研究試圖從實務的觀點出發，將電視新聞所呈現之內容與電視新聞工作者實務之觀點做整理歸納，將所蒐集之資料概念化為查證程序之參考(周慶祥，2011)。

綜言之，本研究歸納出下列重要發現：

一、TPV 的使用

(一)、電視新聞大量使用 TPV

本研究分析 2011 年 8 月 1 日至 8 月 31 日，六家二十四小時電視台晚間黃金時段之新聞內容，欲瞭解電視新聞工作者取用 TPV 之情形與查證 TPV 之程序。研究結果發現：

1. TPV 新聞佔總數量的十分之一

統計該抽樣期間六家電視台所有新聞則數總和為 5208 則，其中屬於取用 TPV 做成之新聞報導佔 523 則，推算出電視台每十則新聞中便有一則為取用 TPV 做成之報導。

2. 使用長度達單則新聞的 42%

在 TPV 新聞中，平均新聞長度從主播稿頭至該則新聞 SOT 帶結束約為 112.5 秒，單則新聞使用 TPV 的時間長度約為 47.7 秒，顯示出 TPV 在新聞中露出的時間很長，超過整則新聞的三分之一。

3. 集中於該時段的後半小時播放

晚間六點至七點的時段中，TPV 新聞於六點三十分至四十分之間播放的數量達到高峰，對比電視新聞工作者實際經驗得知，此時在電視新聞編排流程中正好是地方性新聞的播出時段，的確廣泛使用 TPV，兩方蒐集之資料結果達到一致性。

4. 每天播出頻率穩定

以一周播放頻率看來，TPV 新聞於週一播出最少、週三最多，然除最多與最少之間的差距較為明顯，相差約 20 則新聞外，其他日期的差異並不明顯。顯示 TPV 新聞的產製已融入組織常規之中。

5.東森最多、民視最少

六家電視台 TPV 新聞總數 523 則中，以東森 138 則為最多、其次是中天 118 則、第三是 TVBS-N 88 則、第四是三立 86 則，最少的則是民視，僅做了 16 則。劉蕙苓與林照真的研究也都指出中天、東森與 TVBS-N 三家電視台使用頻率相當高，其中林照真的研究結果還顯示出民視使用網路影音素材的情況甚少，而研究者於此推測民視取用最少的緣故乃基於該台政治傾向與偏好政治議題的走向有關。

(二)、內容呈現

1.六成題材具爭議性

具爭議性在本研究中指的是「事件本身的細節及其真實性與其所引發的事件爭議具有強烈關連性」，如各種糾紛、衝突、引人啟竄之爭端等，本研究發現在所有 TPV 新聞 523 則中，具爭議性的題材共 299 則，佔所有 TPV 新聞的 57%，意思是使用達到近乎六成的比例。而在具爭議性的題材當中，又以其他社會事件糾紛（95 則）為最多、其次是交通事故糾紛（90 則）、第三則是澄清各項傳言（39 則）。另外，在各電視台的使用差異上，東森、中天與三立特別偏好使用具爭議性的題材做成新聞報導。電視台對爭議性題材的偏好反映出在有意識的選取下，TPV 僅能展現多樣性，而不具有多元性，且與公眾利益相關的公共性相當薄弱(林照真，2012；劉蕙苓，2012)。

2.題材瑣碎零散

不具爭議性的其中以奇人軼事（78 則）、影視廣告（69 則）與其他題材（41 則）為最多，其中，其他題材所佔比例甚多，與劉蕙苓(2012)的研究結果相符，她認為這是因為 TPV 的題材過於多樣且瑣碎，難以歸類為特定幾個類目，同樣地，本研究將無法歸類又不具爭議性的項目列為其他題材，而這樣的題材高居第三位，顯見不具爭議性的題材整體顯現出較為零散瑣碎。

3.國內事件最常使用

在所有第三方提供之影音素材共 523 則中，發生在台灣本地的新聞事件約佔 58.9%，其次是香港與大陸，約佔 15.5%、第三名則是未提及地點的約佔 10.3%。而統計地點前五大排名後發現，台灣北部最多，有 197 則，其次是中國大陸的

76 則、第三名則是台灣中部 69 則，第四名是未提及地點 56 則、第五名是台灣南部 45 則，由研究結果顯見地緣接近性仍是電視新聞工作者取用 TPV 時的重要參考，電視台多集中在台灣北部，向來電視新聞為人所詬病之處便在於以播報台北新聞為主的運作方式，在 TPV 的使用上亦可見一斑。

(三)、來源難以辨識

在所有使用 TPV 做成之新聞報導共 523 則中，「難以辨識來源之素材」佔 256 則，約佔所有素材的一半來源，在此指的是那些以標示消息來源為網路（如翻攝自網路、或從畫面上無法判斷翻攝出處的網路消息來源）、或甚至未標示但畫面素質不佳，顯見非專業器材所拍攝的素材來源。其次才是 Youtube，約佔三成。難以辨識來源的素材又以東森最多、三立其次、年代居三、民視最後。未標示來源的影音素材受到最多使用、Youtube 的使用頻率居第二，與林照真(2012)所做的研究結果相符

此外，若以素材來源網站做類型區分，發現難以辨識之素材來源依舊佔大宗，其次則是使用者生產之影音分享平台（Youtube、優酷網、土豆網）217 則、第三是入口網站（新浪網、搜狐網）24 則、社群媒體（facebook）9 則為最少。由上可看出以大陸各網站為素材來源的新聞數量不少，與林照真的研究結果相符，至於社群媒體較少引用的部份，據電視新聞工作者所言，乃是因為社群媒體多半有隱私設定，媒體無法輕易取用之。

(四)、以剪接為主的處理方式

在處理素材的方式上，TPV 新聞 523 則中，有 483 則皆使用剪接技巧，所謂剪接在此指的是「串連多段影音素材」的方式進行剪輯，其次是尋找相關人士訪問，有 291 則、第三名是做動畫或發 CG，有 148 則，配樂和加口白的數量極少。對電視新聞工作者而言，加工後製的目的是為了突顯電視台意欲讓閱聽眾觀看的部份，而原有素材畫面豐富與否決定素材被加工後製的程度。

（五）、標示消息來源暗藏玄機

據訪問電視新聞工作者後得知，難以辨識來源的素材之所以佔大宗，除了來源標誌不清之外，背後其實暗藏玄機，可以說是電視新聞工作者基於特定原因在後製處理上的刻意作為：（1）隱藏攝影所產生的錯覺、（2）為保護消息來源的障眼法。前者是記者蒐證過程中利用手機、相機等便利型拍攝工具所側錄或偷錄的影片，因為攝影器材非專業攝影工具，故拍攝下的影片看似如 TPV 一般；後者則是為了保護主動提供消息的對象，於是便以翻攝自網路或乾脆不標示來處理標示消息來源的問題。

（六）、對 TPV 看法分歧

研究發現，電視新聞工作者自身對取用 TPV 持正、負面看法者皆有，持正面看法的人將取用過程視為烹煮一道佳餚，在此 TPV 即為食材中的主菜，是最菁華和重要的部份，但因其特質使然，查證必須花費較一般新聞更多的心力。持負面看法的人則認為，取用 TPV 不免落入以下幾種困境：（1）疏於查證便於卸責、（2）易於轉載（述）難以追蹤、（3）流於個案探討遠離公共利益、與（4）雖滿足素材需求卻降低新聞質感。

二、取用 TPV 乃是發現問題與解決問題之循環過程

電視新聞工作者為解決工作中所面臨的難題，如：（1）彌補素材不足、（2）調配組織人力、（3）產出獨家新聞、（4）滿足新聞畫面與新聞線索的需求及（5）挖掘更多新聞題材，於是大量使用 TPV，以解決他們所遇到的困境。

然在取用 TPV 的過程中，電視新聞工作者同時遭逢若干挑戰：（1）必須瞭解畫面僅是提供尋找事實之線索，而非事實的全部、（2）必須克服消息來源不確定性所引發的事實疑慮、以及（3）在截稿的時間壓力下，即使查證不足也必須交稿的權宜作法。

而為了克服上述在取用 TPV 中所面臨的問題，電視新聞工作者於是又發展出一套解決問題的方法：（1）跳脫出來從第三方的角度客觀觀察，以避免淪為有心人土操弄的工具、（2）設法找到當事人，而尋找當事人的方式有幾種，一是從發

文者字面敘述找線索、二是從影像中找到可辨識的地點、物件或人物。(3) 盡力找到消息來源，若無法與消息來源取得聯繫，則轉而尋找其他說法，如當事者、公正第三方如警察、或是向媒體同業詢問。(4) 除了採訪，到事發現場勘查也能找到更多線索、(5) 當題材為各種網路傳言時，則試圖尋找專家以實驗的方式證實。

三、查證 TPV 有其可供參考之策略

(一)、電視新聞內容查證過程之展現

1.大多使用單一查證方式

根據內容分析結果發現，在具爭議性需查證的 299 則第三方提供影音素材做成之新聞報導中，電視新聞工作者最常使用的七種查證方式是：交叉比對資料，包含(1) 網路資料比對、(2) 內部資料比對、(3) 外部資料比對、(4) 媒體同業資料比對與(5) 現場勘查、(6) 現場採訪、(7) 非現場採訪。其中，他們最常使用一種查證方式，共 119 則，佔 39.8%；其次是採用兩種查證方式，有 111 則，佔 37.1%、居第三的則是完全沒有採用任何查證方式，有 38 則，佔 12.7%；第四則是使用三種查證方式，有 30 則，佔 10%，使用四種以上查證方式的只有一則，所佔比例僅 0.3%。顯示出電視新聞工作者最多只同時使用四種查證方式，有一成以上的新聞未使用任何查證方式，而通常他們最多只採用一種查證方式。

2.最常對比網路資料

鄭彙翰(2010)的研究發現，新聞記者會視其所需要以及工具的 便利性或是採訪對象的不同而調整使用的網路工具或改變使用策略(鄭彙翰，2010)，記者可使用作為查證的工具，除了最基本的筆、錄音筆、電話等外，電腦和網際網路也成為常被使用的工具(Brook, B. S. et al. ,1988／李利國、黃淑敏譯，1995，頁 136-138；)

根據內容分析結果發現，僅有三成左右的電視新聞工作者會尋找其他資料進行比對，而四種交叉比對資料(網路資料、內部資料、外部資料及媒體同業)中，以網路資料最常展現在電視新聞畫面上，約佔所有需查證新聞的 19.4%、其次是電視台內部資料，約佔 7%、媒體同業則佔 3%、最少使用的則是電視台外部資料，僅佔 0.3%。研究顯示，儘管電視新聞僅三成有使用其他資料進行交叉比對，來自網路世界的 TPV 所比對的仍是網路上其他的資料來源，網路不僅是電視台

的素材來源，同時也是查證時重要的資料庫。

3. 僅半數進行現場勘查與採訪

根據內容分析結果發現，取得 TPV 後，若遇需查證之新聞題材，則大約只有五成的電視新聞工作者會從素材中找尋相關線索並前往事發現場勘查與採訪。其中，東森以 17.1% 為最多，但此無法排除是否因東森所製作的 TPV 新聞數量最多所導致的結果。因此，再針對不同電視台現場勘查與採訪情形做比較，發現東森有現場勘查和採訪的比例相差最懸殊，表示即使記者有前往現場勘查也未必會進行現場採訪，差異最少的民視新聞，表示記者有到現場勘查時多半會一併進行採訪。推測是因記者到現場勘查時也未必是為了查證，而可能僅是為了拍攝空景填充畫面。

4. 只尋找單一採訪對象

根據內容分析結果發現，在需查證新聞 299 則中，無論是否為現場採訪，電視新聞呈現出最多一位受訪者，共 177 則，其次是完全沒有受訪者，共 56 則，兩位受訪者的有 62 則，三位以上的受訪者總計不到 5 則。至於採訪對象部分，被指控的對象最多，約佔 18.4%、其次是與事件無關的其他受訪者，約佔 17.7%、最少的情況是提供資料的第三方，約佔 2.0%。其中，記者最常採訪事件當事者(被指控者、指控者)，約佔 35.1%；其次是與事件較無相關的第三者(其他受訪者、街頭受訪者、網友)，約佔 31.4%；第三多則是公正第三方(警方、專家學者)，約佔 27.4%。綜上所言，多數 TPV 新聞於新聞畫面中僅只出現一位受訪者，有新聞失衡之虞，而採訪對象方面，新聞中常報導與事件無關的受訪者意見，對於釐清事件真相並無相當助益。

5. 標示 5W1H 就是查證？

研究者請三位編碼員在編碼過程中觀看該新聞並判斷該則新聞是否經查證後報導。結果發現，在需查證新聞 299 則中，他們認為九成的新聞有經記者查證後報導，僅一成新聞未經查證後即報導，與是否標示人、事、時、地、五等三項以上訊息的研究結果呈現高度一致性，即在需查證新聞中，約九成的 TPV 新聞有標示三項以上的訊息，僅一成未達此標準。推論內容分析呈現的查證過程與新聞是否清楚表明人、事、時、地、物等訊息有關，人們可能認為有表示 5w1H 即表示此新聞已經求證後報導，然實際上是是否的確具強烈關連性，留待後續學者進行研究證實，研究者於此僅試圖從資料中做出推測。

此外，內容分析呈現的求證行為又與先前所做的研究發現，約一成的電視新

聞未展現出任何查證過程（未使用任何查證方式），兩者結果相當吻合，顯示出人們認知的查證行為與實際查證種類的統計結果相符，然此亦僅止於研究者個人的推論與臆測，實際上查證認知的具體內涵及其與查證作為的關聯性亦有待後續研究釐清。

6. 實驗為趣味性

研究發現，在需查證的 299 則新聞中，僅有 16 則是以實驗的方式進行，就電視新聞工作者而言，實驗目的多半是為了增加新聞的趣味性，證實的結果如何並不重要。此外，由記者擔任實驗者與無法判斷誰為實驗者的佔最多，16 則中有 6 是記者進行實驗、另 6 則為不知名人士進行實驗；專家實驗也只有 3 則，顯現出電視台在做實驗時，通常以未受過專業訓練的記者親自示範，甚至是找尋不知名的人士做實驗（可能是電視台實習生或路人），因此實驗的可信度與效度令人質疑，而這也正好回應電視新聞工作者所言的，實驗的目的通常不為驗證而是為增加新聞的趣味性相符，然實際上是否具備關連性亦有待後續研究釐清。

四、探討 TPV 於新聞學之定位

（一）、電視新聞典範的移轉

隨著傳播科技日新月異的發展，新聞從業人員除了必須具備使用新傳播工具的技能外，也必須能解決新傳播科技所帶來的問題，以往新聞學研究對於新傳播科技於新聞產製過程中所扮演的角色多抱持著正面樂觀的態度，電腦輔助報導增加了電視新聞工作者感官所能觸及的視角。近年來持消極負面看法的人則認為網路上充斥著過多不實資訊，對於新聞專業造成嚴重威脅，也加劇了新聞從業者工作上的挑戰。然即便這類議題已引起廣泛注意，相關研究仍是停留在指出新聞正確性日益喪失此一事實，卻未能深化至新聞從業者所應具備的相應舉措，此外，就算指出此一現象，也未能將現象提昇至概念的層次，究竟新聞從業者在當代資訊社會的情境下面臨了什麼樣的查證難題與挑戰，在相關研究中仍是語焉不詳的。

除此之外，當代新聞本質的轉變也是頗值得關注的議題，其中又以新聞素材來源的多樣化與獨家概念的轉化在本研究中最能看出端倪。本研究發現，2009 年的莫拉克風災是重要的轉捩點，配合 2008 年後 Youtube 在全球引發的視頻分享熱潮，莫拉克風災發生之後，東森電視台立即在八月八日開放民眾 call in 通

報災區情況，後各家電視台陸續跟進，之後凡那比颱風時媒體亦沿襲此例，紛紛開設影音上傳專區或線上 call in，以便快速取得災難時期的資訊(陳百齡、鄭宇君，2011)。在台灣，這是一種明顯有別與以往的新聞產製模式，電視新聞工作者大量取用网友上传的災區實況影像，以便彌補第一時間未能立即趕赴現場的不足，資訊空缺的部份由在地民眾透過網路來補足，網友們自發性地向電視台提供現場直擊的生動畫面與即時訊息，這樣的舉動順勢將災難時期斷了線的資訊網絡重新串連起來。此外，直擊的潮流也展現在後來諸多電視台行車記錄器新聞的濫用，完整的車禍過程與驚險的影像畫面短時間內迅速成為電視新聞的常態。

另一方面，獨家概念的轉化也是一大特點，過去我們對於「獨家新聞」的認知除了提供最快、最新的資訊外，還帶有第一手訊息、披露真相、揭穿內幕等期待，也因此許多優秀的獨家新聞多半需要一段時間的佈線、追蹤與調查，新聞從業人員在進行完整嚴密的資料蒐集後方得以完成一則來之不易的獨家新聞。然而，本研究發現，對當前的電視新聞工作者而言，獨家的意義似乎特別著重在搶到播報的先機，而非對於獨家內容的講究，而這其實是整個新聞組織結構性的問題。

電視台為了在競爭激烈的情況下贏得收視率，於是希望能增加獨家新聞的數量，電視台主管因此要求記者每天／每週至少必須產出一則獨家新聞，記者們為達成主管的要求並能應付日常的採訪任務，在例行性的新聞產製流程中於是找到最有效率的方式，即是從網路上尋找獨家線索。然而，也因為取材管道的特定化，使得不同電視台的記者都在同樣的網路平台上搜尋他們需要的獨家題材，基於對新聞價值的基本共識，他們經常取得相同的素材，於是，不同的電視台用同樣的 TPV 做報導，然後最先播放的自稱獨家、形成閱聽眾觀看不同電視台時發現同樣的新聞一再被稱做獨家的怪異現象。

(二)、公共性與工具性的反思

從近五年發生的幾起重大事件中，我們都能看到 TPV 在電視新聞中呈現，無論是 2007 年樂生療養院事件、2008 年野草莓運動、2009 年莫拉克颱風期間、或是 2010 年苗栗大埔事件，在上述幾件重大的社會運動中，公民製成的內容皆成為電視新聞重要的素材來源，電視新聞工作者取用並跟進報導，後續形成更大的迴響(莊嘉豐，2011；陳順孝，2010)。由此看來，電視台取用 TPV 確實可能喚醒更多民眾對社會議題的關注，進而落實媒體公共性的實踐。

然而，不當的取用也可能產生各種負面效應，本研究發現，許多 TPV 題材

的選定除了兼顧趣味性、衝突性與爭議性外，多數時候媒體是以一種仲裁者的身分從爭議事件中伸張正義，這可從表 1 各電視台設立的爆料投訴專區見端倪，電視台盛行取用民眾提供的影片做成報導，並以為民發聲自詡為正義使者，出發點固然是秉持媒體的社會責任，實際上在新聞處理的方式上頗令人質疑。雖然本研究未處理到爆料投訴這方面的議題，但從訪談過程與內容分析結果中都可發現電視新聞並未落實平衡報導，比方說本研究發現電視新聞內容中通常只呈現出一位受訪者，這人雖然是被指控對象，但露出的比例與記者所剪接的說詞，還是未能做到平衡。

曾有受訪者表示電視台主管已設定好新聞角度，記者被要求採訪一則有關油電雙漲的生活議題，因為主管已設定好必須從「批判漲價」的角度切入，最後雖然採訪到某餐飲業者的說詞，版面分配到的時間卻只有三、五秒，業者指出自己是換了食材所以漲價，但卻因為新聞角度的關係，這樣的事實在新聞中並沒有呈現，受訪者 C5 表示，所謂的平衡報導就是預留一個給另一方澄清的機會，但卻沒考量到時間的配置與比例：

在我的報導裡，我有留一個時間給你們做澄清，這就是他們【長官】所謂的平衡。但是假設一分半的新聞裡，我有一分 20 秒都在講漲價，但我只有留 10 秒讓你去辯解，那也不會平衡啊！他們(電視台主管)就是覺得他們有做到兩方都有出現【就是平衡報導】。(受訪者 C5)

正義向來是難能可貴的情操，所以令人崇敬，但是以當代新聞生態來說，正義不再是理想與使命，正義變成能換取收視率、收買民心的最佳工具，同時，在未能充分掌握真相時即輕率伸張正義，以正義之名行戕害之實，使得我們原先所崇敬的正義變得廉價而不堪了。

(三)、經驗性資料的啟發

以往有關新聞查證的研究難脫規範性的思考框架，多以宣導的方式向新聞從業者喊話，或是以應然面的角度灌輸電視新聞工作者必須查證、查證是新聞從業者必備的操守與美德，散見於各媒體的內部人員守則、或是各媒體公開宣揚的理念中。然而，對於新聞從業者究竟應如何查證或應查證什麼的程序卻是相當缺乏的，有學者建議以檢核清單確認各個項目是否符合查證守則，實無法普遍適用於新聞從業者實際面臨的處境，因新聞工作雖在常規限制下進行，仍具備突發性與獨特性，新聞事件的情境不同，新聞從業者所處情境不同，能使用的查證方式便有所不同，去脈絡化的查證確認清單實不符所需。

比較接近探討新聞從業人員查證實然面的研究寥寥無幾，除黃郁珮(1999)從心智判斷的角度探討記者查證過程的心路歷程外，王凌霄等人(2010)援引史學方法解析紀錄片真偽，除此之外，國內未見其他相關議題的探討和研究。幾次重大假新聞事件如腳尾飯事件、周政保嗆聲事件、三立二二八誤植資料畫面等，在當時造成軒然大波後，的確引發眾多輿論探討，然除了建立較為嚴謹的規範外，實未能導引後續更多具建設性的討論，尤其是在查證程序的建立上更未能有所突破，有鑑於此，本研究從 TPV 的使用做出發，以查證 TPV 為題，試圖建立一套適用於各種情境的查證基本準則，期待新聞工作者掌握基本原則後，能於所處情境中靈活運用，將查證的概念從抽象層面延伸至具體層面、從教條式的宣稱晉升到可實踐的實用價值。

第二節 對實務工作者與新聞教育的建議

綜合上述重要發現，本節主要是將研究結果回饋到新聞實務工作與新聞教育之上，試圖在查證理論上進行補強，並對新聞教育提供若干建議。

一、對實務工作者的建議

(一)、公民參與理念的實踐

本研究發現，電視新聞取用 TPV 仍停留在以往取用外來素材的思維，然而，當代公民意識逐漸抬頭，公民新聞的理念開始受到重視，不過仍是呈現出公民新聞與主流媒體分頭並行的兩條路線，這方面 BBC 的 Action Network 與台灣公廣集團的「PeoPo 公民新聞平台」，是少數將公民新聞的精神導入主流媒體中，除了選播優質的公民新聞報導外，公視更是有一系列培訓公民記者的課程訓練，以提升公民記者的能力，作為提昇整體新聞專業性的方法。

本研究著重在探討電視新聞工作者對於 TPV 的取用和查證，然此仍是以電視台守門編輯的概念做出發，是由上而下的管控，受限於 TPV 的特性導致查證上的難題，因此研究建議思考主流媒體與公民新聞的合作空間，直接從素材的品質上做管控，以公民新聞學的精神培養專業的素材提供者，如此不但能達到深化議題的目的，也能提昇整體新聞的專業性，避免前述所言的種種弊端(蔡孟珊，2010；陳順孝，2007)。

(二)、新聞查證原則的建立

由內容分析結果得知，所有 TPV 做成的新聞報導中，將近一成是沒有經過任何查證的動作，有查證的新聞裡，也多使用一種查證方式，且只有三成左右的報導有尋找其他資料進行交叉比對，又以網路資料最常被使用。此外，僅五成的電視新聞工作者會到現場進行勘查與採訪，採訪對象通常只找一位。由研究結果發現，電視新聞工作者對於 TPV 的資訊評估與查證作為嚴重不足，而他們認為這是囿於各種環境與工作常規的限制，亦不諱言其中也有個人懶惰便宜行事的成份，他們最常使用的方式是循保守途徑做新聞，以規避可能遭遇的責難或刑責：(1) 白描畫面看圖說故事，避免做出事實的判斷、(2) 拍攝網友留言或街訪，替代找尋消息來源與當事者的責任、(3) 轉換新聞角度、重新設定議題，模糊具爭議性的部份。然而，以上的作法都不是查證，而是規避查證責任的作為，實際上查證應有的作為應秉持以下幾項基本原則：

1. 質疑優先

看到畫面的第一步必須心存質疑，質疑兩個層面的問題：(1) 影像是否傳達正確的訊息、(2) TPV 提供者之目的。心存質疑後便以「有罪推定」的精神，先假設影像為假，再尋找各種可能證明影像為假的證據，而當最終找不到素材假造的證據時，即可判斷其應為真。舉例來說，多數人購買蛋糕時並不會對蛋糕尺寸有所質疑，除非從肉眼觀察相差太遠，但多年前一位竹科工程師因為每天接觸八吋晶圓，對於八吋的大小概念聊若指掌，某天他到蛋糕店購買八吋蛋糕，「質疑」蛋糕店八吋大小的蛋糕「疑似」縮水，測量後發現直徑確實比實際尺寸小了 2.3 公分，憤而將蛋糕退回。從這個案例中可看出，對身邊微小的事物保持質疑、或對一直以來習以為常的事情感到質疑，是發掘真相的第一步。

質疑之後才是查證的開始，可遵照幾個步驟進行：一問，向人詢問、二至，到現場勘查與找尋線索、三查，找尋其他資料相互比對、四想，以邏輯推斷以掌握的線索、五判，基於經驗做出判斷。

2. 詰問必備

問並非隨意問，而是依路線特性找到能回答問題的人，如事件當事者或是公正的第三方出面說明，例如，社會縣通常會尋找警方瞭解事件始末、生活縣則通常找各領域專家解答疑惑。問的過程中，「如何問」與「問什麼」是兩大關鍵，問的方式有兩種：(1) 對單一對象反覆詰問，從中尋求破綻、(2) 對多元消息來

源交叉詰問，從中建立事件全貌。

舉例來說，在研究者參與觀察期間，曾有位快遞公司的送貨員被人拍到踹狗惡行，後影片被放上網路引發網友撻伐，這位虐狗者在快遞公司主管陪同下召開記者會向社會大眾道歉，卻否認虐狗行徑而主張是狗主動攻擊所以自衛，現場媒體質問他影片呈現的是該名男子主動踹狗，該名男子對此則不予回應，態度閃躲，對於其他質問也含糊帶過。此外，當時快遞公司陪同人員在旁屢屢提點男子，也讓在場媒體怒斥：「讓他自己講，不要下指導棋」。從這過程中看出電視新聞工作者希望透過對單一對象的反覆詰問找出說詞破綻。至於交互詰問則通常發生在集體事件中，譬如校園霸凌事件中，記者透過對所有涉嫌施暴的學生進行相互交叉詢問，以釐清事件的真相。

3. 資料比對

警方的筆錄內容、網路資料、電視台內部資料畫面、外部檔案等都是資料比對的來源，電視新聞工作者選用哪些資料進行比對取決於新聞題材的差異性，若已有媒體先行報導，也可能向媒體同業同業求證。舉例來說，研究者參與觀察期間曾遇某官員疑似涉及性侵案，負責跑檢調線的電視記者早上看到報紙後，決定跟這條線索，於是便連線網路司法院資料庫尋找判決書內容，此處的判決書即為可供比對的資料來源。又，另一位檢察官妻子涉及詐欺案，電視台記者處理這則新聞時便翻拍法院的判決書、聯合報報導（因聯合報已先行報導過）、以及調閱內部資料畫面，因這位被指控的檢察官先前上過電視新聞，這些資料都是為了佐證新聞事實。不過，電視新聞工作者取用 TPV 做成報導時，實際上較一般新聞報導少運用交叉比對資料的方式查證。

4. 邏輯至上

除了上述向外探知事實的作法外，回到電視新聞工作者本身、基於新聞專業素養而存在的思維能力也是查證過程中不可或缺的元素。盡其所能地找出各種線索中不合常理的部分，就不易被誤導而做出錯誤的報導。例如根據體型優勢判斷瘦弱男子不可能在手無寸鐵之際襲擊體型勝過他一倍的警察，從中繼續追查彼此交友關係後，發現兩方有情感糾紛因此誣陷。

5. 經驗輔助

經驗奠基於電視新聞工作者多年來在上述各項努力中累積而來，經驗除了能形塑出過人的觀察力之外，還能使電視新聞工作者在短時間內迅速理解問題並找

到問題癥結點所在。經驗讓電視新聞工作者以觀察取代涉入、以理性駕馭感性，有助於釐清事件真相，因此，電視新聞工作者常言：「可憐之人必有可惡之處、可惡之人必有可憐之處」，實是他們從經驗中累積起的理性判斷力，不輕易為人所誤導。舉例來說，報導網路爆紅素人歌手前，基於經驗得知有經紀約的藝人不輕易受訪，因此以嘗試邀訪的方式確認的確是素人歌手或是經紀公司的宣傳操作。

二、對新聞教育的建議

研究至此已接近尾聲，以一個主修新聞的研究者或研究生而言，實證性的研究主題不僅為提供實務工作之建議，也期許能將研究心得回歸於新聞教育之中，讓新聞教育與時俱進，爾後教育出的賢才能更符合時代所需。在資料蒐集過程中，研究者發現對電視新聞工作者而言，他們腦海中的基模攸關他們對新聞查證的理解和認知，因為理解和認知的不同，便導致各種行為模式的差異。

研究者認為，電視新聞工作者的認知來自於他們是否具備足夠的質疑與批判性思考的能力，新聞教育最重要的便是引導學生學習對現狀提出質疑，因為質疑的精神是所有新聞查證的起點。然而，質疑的精神還要能在不同的情境中作應變，本研究與其他新聞查證相關研究最大的不同之處便是特別關注情境脈絡對於新聞從業者查證行為的影響，因此透過參與觀察、深度訪談與個案介紹，將情境列入參考，最終歸納出適用於各種情境的基本查證原則。既然情境這麼重要，那麼新聞教育便不能不考量情境的因素，也不能不培養質疑的精神。

1. 情境教學引導思考

本研究對新聞教育建議採用「個案教學法」的方式進行，開設「新聞查證個案探討」課程，以分組討論的方式，每週討論一個具爭議性的新聞事件，讓學生模擬實境，扮演記者身分演練查證過程，再進行討論與分享，並邀請業界新聞工作者一同參與，除了分享其過往曾處理過的案例外，也能提供學生若干建議與指導。此外，建議查證個案研討課程中應安排「影音查證」專題，教授學生影像與聲音的基本概念和原理、讓學生學習操作攝影器材並且從攝影原理解影像邏輯，發掘影像查證可能面臨的難題，如此循序漸進下，最終才是教導學生應如何查證影音素材。當然，進行的方式仍是依照個案探討授課，分組討論進行。

2. 批判性思考的養成

學習的部份則建議日常生活中即應養成質疑的態度，質疑所有看到的事情並

且試圖尋找解答，研究者認為質疑的態度與質疑的精神是最難養成的，這除了透過學校教育的訓練外，最重要的還是需要透過各種生活經驗的累積方能建立，而為了達到這個目的，鼓勵學生廣泛閱讀，上至教科書下至邏輯推理小說，凡能增加數理、邏輯推理能力與增進對人類行為模式的理解，如心理學相關書籍，皆適宜多多閱讀。其次，時時保有觀察力，對身邊的事物應具備感知的能力，並且留心觀察人與人之間的互動、觀察事物的轉變，從小線索試圖推論大現象，並驗證推論結果是否正確，多次練習後便能逐漸掌握推論的技巧。而無論是個案探討或是生活養成的建議，研究者所提倡的精神都是一致的，講求從做中學，讓學生實際操作後體驗查證的過程，並藉由多次經驗的積累，最終達到認知與行為上的協調，相信將有助於新聞相關科系學生查證概念的紮根。

第三節 未來研究方向

一、以實驗法精神具體衡量查證作為

本研究除對電視新聞內容做客觀的量化統計分析外，有關電視新聞工作者的瞭解則是透過參與式觀察和半結構訪談法達成，在訪談過程中雖播放該台或該受訪者曾製作過的 TPV 新聞予其觀看，藉此讓受訪者回溯當時製作時的情境與製作過程，或是請受訪者從觀看新聞帶的過程中回憶自己曾製作過的 TPV 新聞，並表達對別人製作該則新聞的看法，然實際上仍是無法確實掌握電視新聞工作者實際的處理流程，僅能以研究者觀察之所得與受訪者訪談內容中建構出電視新聞工作者取用與查證 TPV 的樣貌，許多細節可能在訪談過程或是參與過程中被遺漏或忽視了。因此，建議未來研究可以朝實驗法的方式進行，徵求幾位不同路線、不同電視台的電視新聞工作者接受實驗，以交付任務的方式要求電視新聞工作者實際演練一番，並將自己的所作所為完整記錄下來，研究者同時從旁攝影記錄與觀察，後將兩者資料進行比對，以求建構出更完整的查證圖像。

二、比較不同媒介與不同資歷在查證的差異性

本研究以電子媒介為主要研究對象，著眼於 TPV 符合電視新聞對於畫面的需求，故而電視新聞工作者的查證作為成為建構本研究查證過程之主要資料來源，然研究者認為，查證工作是所有新聞從業人員責無旁貸的工作挑戰，無論是

平面媒體或電子媒體都應有自成一套的查證概念與程序，同時，資歷的深淺也可能導致不同的行為結果，這在專家生手方面的研究也已累積不少的研究成果。因此，建議未來研究可以取樣不同媒介的新聞樣本，並深度訪談在平面媒體中的新聞工作者如何進行查證，訪談對象的挑選應同時加入資歷深淺的變項，研究不同資歷的新聞從業者在查證作為上的差異，以期將查證程序做更全面與完整的解析。

三、挑選關鍵個案釐清查證程序

本研究從受訪者曾處理過的新聞事件中挑選出三個個案進行查證過程的分析，然個案的挑選乃機緣所致，並無特定根據，因此未臻完美，僅能得知部分個案中單一記者的查證方式。建議後續研究可針對取用 TPV 做成報導的幾則重大新聞事件進行深入分析，重視情境對記者查證行為的影響，分別就個案的特性，探討不同媒體的報導差異，並訪談各電視台製作該則報導的記者如何進行查證，以及查證後的結果是否屬實。此外，對關鍵個案中所涉及的所有人士進行深度訪談，如電視新聞工作者、電視台守門人、事件當事者、以及閱聽眾的看法，以更全面的方式建構 TPV 使用與查證的過程、釐清記者所處情境與查證行為之間的關聯性，思考查證過程中所面臨的挑戰與可能招致的風險，並檢視查證成果，最後試圖尋求解決途徑，以供實務上之參考。

參考文獻

一、中文

王毓莉(1999)。《台灣報社記者使用 INTERNET 作為消息來源之研究》。行政院國科會研究計畫(編號 NSC 89-2412-H-034-004-SSS)。

王毓莉(2000.08 ~2001.07)。《有效運用網際網路訊息從事新聞報導原則之研究》。行政院國科會研究(編號 NSC 89-2412-H-034-011)。

王凌霄、陳百齡、袁涵郁(2010)。〈判讀影音素材：援引考據辨偽方法於新聞畫面查證工作〉。中華傳播學會 2010 年會論文。

李瞻(1985)。《新聞採訪學》。台北：三民書局。

李茂政(2005)。《新聞學新論》。台北：風雲論壇。

李利國、黃淑敏譯(1995)。《當代新聞採訪與寫作》。台北：周知文化。〔原書：Brook, B. S. et al. [1988]. News Reporting & Writing (3rd. ed.). NY: St. Martin's Press〕

李政賢、廖志恆、林靜如譯(2007)。《質性研究導論》。台北：五南圖書。〔原書：Flick, U. [2002]. Qualitative Sozialforschung. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag.〕

吳筱玫(1999)。〈數位時代之新聞產製面貌：從兩個案例看網路媒體如何影響新聞形塑〉。中華傳播學會 1999 年會論文。

林南(2005)。《社會資本：關於社會結構與行動的理論》。上海：人民出版社。

林照真(2012)。〈為什麼聚合？：有關台灣電視新聞轉借新媒體訊息之現象分析與批判〉。中華傳播學會 2012 年會論文。

林柄宏(2004)。《爭議性政治議題的新聞文本框架分析：以「林毅夫返臺奔喪」事件為例》。台灣師範大學大眾傳播研究所碩士論文。

- 周慶祥(2011)。《新聞查證：理論與研究》。新北市：風雲論壇。
- 郭俊(2008)。〈論記者社會資本〉，《湖北師範學院學報》，28(3)，頁 97-100。
- 胡幼慧、姚美華(1996)。〈一些質性方法上的思考：信度與效度？如何抽樣？如何集資料、登錄與分析？〉，胡幼慧(編)，《質性研究：理論、方法及本土女性研究實例》，頁 141-170。台北：巨流。
- 徐志偉(2009)。《新聞記者尋人行為研究：以小人物消息來源採訪為例》。政治大學新聞研究所碩士論文。
- 荊溪人(1987)。《新聞學概論》。台北市：世界。
- 張依依(2007)。《公共關係理論的發展與變遷》。台北：五南圖書。
- 張詠晴(2008)。《電視監視器新聞的真實再現與釋義》。政治大學新聞研究所碩士論文。
- 陳煜彬(2007)。《電視新聞素材採集活動的知識風貌：攝影工作中的資訊蒐集活動》。政治大學傳播學院碩士在職專班。
- 陳百齡(2002)。〈資料庫裡找新聞：探討「資料庫輔助新聞報導」〉，《圖書與資訊學刊》，41，頁 1-18。
- 陳百齡(2004)。〈新聞工作者如何蒐集資料？專家知識的初探〉，《圖書與資訊學刊》，51，頁 35-48。
- 陳百齡、鄭宇君(2011)。〈在災難事件中透過社交媒體溝通不確定性：以莫拉克風災為例〉，「中華傳播學會」論文。台北：國立政治大學。
- 陳向明(2002)。〈訪談〉，《社會科學質的研究》，頁 221-284。台北：五南圖書。
- 陳炳宏、王泰俐(2003)。〈媒介內容產製與流程管理〉，《新世紀媒體經營管理》，頁 57-112，台北市：雙葉書廊。
- 陳美霞、徐畢卿、許甘霖譯(2009)。《研究的藝術》，台北：巨流圖書。(原書：Wayne C. Booth, Gregory G. Colomb, Joseph M. Williams【2003】.The Craft of Research.)

- 陳國明、彭文正、葉銀嬌、安然(2010)。《傳播研究方法》，台北：威仕曼文化。
- 陳運財(2006)。〈監視攝影與正當程序之保障〉，《台灣本土法學雜誌》，86(9)，頁 86-99。
- 陳順孝(2007)。〈公民媒體的國際經驗與在地實踐〉，《新聞年鑑 1997-2006》。台北：中國新聞學會。
- 陳順孝(2009)。〈探尋新聞專業與群眾智慧的交集——輔大新傳系《生命力新聞》的網路敘事實驗〉。2009 中華傳播學會學術研討會。
- 陳順孝(2010)。〈當閱聽人變成創用者：公民傳播體系的形成及其對大眾傳播生態的衝擊〉，佛光大學傳播學系編（2010）。《民國百年傳播與發展研討會論文集》，頁 69-94。
- 莊豐嘉(2011)。《台灣公民新聞崛起對公共政策之衝擊--從樂生、大埔到反國光石化事件之比較分析》。臺灣大學政治學研究所碩士論文。
- 張甄薇(1992)。《衝突性社會議題之新聞框架研究：以台灣政治反對運動為例(1960~1991)》。輔仁大學新聞研究所碩士論文。
- 彭家發(2008)。〈假設與查證〉，《進階新聞寫作—理論、分析與範例》，頁 288-289、頁 307-309。台北：五南圖書。
- 彭芸(2000)。《我國電視記者的網路使用》。傳播研究 2000：跨世紀的回顧與願景研討會論文。台北：中華傳播學會。
- 黃郁琄(1999)。《記者查證之判斷歷程研究》。輔仁大學大眾傳播學碩士論文。
- 楊豫譯(2008)。《圖像證史》，中國：北京大學出版社。(原書：Peter Burke 【2001】.Eyewitnessing: The Uses of Images As Historical Evidence. London, Reaktion Books.)
- 喻靖媛、臧國仁(1995)。〈記者及消息來源互動關係與新聞處理方式之關聯〉，《新聞學與術的對話—新聞工作者與消息來源》，頁 201-236。台北：政大新聞研究所。
- 鄧麗萍(2005)。《從爭議性政治新聞探討客觀報導與事實建構》。政治大學新聞研

究所碩士論文。

趙俊邁(1982)。《媒介實務》。台北：三民書局。

蔡琰、臧國仁(1999)。〈新聞敘事結構：再現故事的理論分析〉，《新聞學研究》，58，頁 1-28。

蔡震榮、黃玥婷(2005)。〈數位證據之證據力〉。刑事法雜誌，49(2)，頁 1-32。

蔡孟珊(2010)。《邁向自我實現的道路：PeoPo 高參與度公民記者之發文探討》。政治大學廣播電視學研究所碩士論文。

鄭貞銘(1978)。《新聞學與大眾傳播學》。台北：三民書局。

鄭貞銘(1989)。《新聞採訪的理論與實際》。台北：臺灣商務印書館。

鄭彙翰(2010)。《Web 2.0 網路輔助新聞報導》。臺灣大學新聞研究所。

潘俊宏(2010)。〈趕新聞遊戲下的 [真實]：攝影記者的勞動處境與專業焦慮〉，《新聞學研究》，105，頁 247-275。

劉昌德(2011)。〈台灣紀錄片的產製、消費、與勞動〉，《新聞學研究》，107，頁 47-87。

劉仲冬(1996)。〈民族誌研究法及實例〉，胡幼慧 (編)，《質性研究：理論、方法及本土女性研究實例》，頁 173-193。台北：巨流。

劉蕙苓(2012)。〈為公共？為方便？電視新聞使用網路影音之研究〉，中華傳播學會 2012 年會論文。

臧國仁、鍾蔚文(1994)。〈記者如何問問題？如何問好問題？如何問對問題？〉，《新聞學與術的對話》，頁 45-72，台北：政大新聞研究所。

戴華山(1980)。《新聞學理論與實務》。台北：臺灣學生。

戴華山(1988)。《新聞學》。台北：台灣學生。

鍾蔚文、臧國仁、陳百齡、陳順孝(2001)。《探討記者查證、訪問、寫作的知識

基礎：專家態的特質 (3 / 3)》。行政院國科會研究計畫(編號 NSC89-2412-H004-024)。

鍾蔚文、翁秀琪、紀慧君、簡妙如(1999)。〈新聞事實的邏輯〉，《國家科學委員會研究彙刊：人文及社會科學》，9(4)，頁 575-589。

羅文輝(1995)。〈新聞記者選擇消息來源的偏向〉，《新聞學與術的對話 III 新聞工作者與消息來源》，頁 15-28。

羅文輝、張凱蒂、張寶芳(2007)。〈新聞記者之網路使用與預測〉，《傳播與社會學刊》，2，頁 51-83。

羅文輝、蘇蘅、林元輝(2002)。〈如何提升新聞的正確性：一種新查證方法的實驗設計〉，《新聞學研究》，56，頁 269-296。

羅文輝(1991)。《精確新聞報導》。台北：正中書局。

羅文輝(1998)。〈新聞人員的專業性：意涵界定與量表建構〉，《傳播研究集刊》，2，頁 1-47。

羅耀宗譯(2011)。《玩家外包：社群改變遊戲規則》，台北：天下雜誌。(原書：Jeff Howe 【2009】。Crowdsourcing: Why The Power of The Crowd Is Driving The Future of Business. Random House Inc.)

嚴祥鸞(1996)。〈參與觀察法〉，胡幼慧(編)，《質性研究：理論、方法及本土女性研究實例》，頁 195-221。台北：巨流。

ICCL(2005)。〈真假數位證據〉，《網路通訊雜誌》，170，頁 90-95。

二、英文

Bruns, A. (2008). Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond. From Production to Prodsusage. New York: Peter Lang.

Bruns, A. (2007). Prodsusage: Towards a broader framework for user-led content creation.

Bruns, A. (2006) 'Wikinews: The Next Generation of Online News?', Scan Journal, 3(1), available at http://scan.net.au/scan/journal/display.php?journal_id=69 (accessed 30 April 2008).

Bruns, A. (2005). Gatewatching: Collaborative online news production. New York:

- Peter Lane.
- Bowman, S. & Willis, C(2003). We Media, The Media Center at the American Press Institute, 2003 available at http://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf
- Berkowitz, D. (1989). Information Subsidy and Agenda-Building in Local Television News.
- Burgess, J., & Green, J. (2009). Youtube: Online video and participatory culture: Polity.
- Friedman, S., Dunwoody, S., & Rogers, C. L. (1986). Scientists and journalists. Reporting Science as News.
- Fogg, B., & Tseng, H. (1999). The elements of computer credibility.
- Granovetter, M. S. (1973). The strength of weak ties. *The American journal of sociology*, 78(6), 1360-1380.
- Hall, J. (2006). 21st century news: Challenges and opportunities for public-minded media in the new-media age. Center for Social Media.
- Hawkins, D. T. (1999). What is credible information? *Online*, 23(5), 86-89.
- Huang, A. W. C., & Chuang, T. R. (2006). Culture Atlas Infrastructure: A Participatory and Collaborative Perspective.
- Johnson, T. J., & Kaye, B. K. (2002). webelievability :a path model examining how convenience and reeiance predict online credibility. *Journalism Mass Communication Quarterly*, 79(3), 619-642.
- Howe, J. (2006). "The Rise of Crowdsourcing" in *Wired Magazine*. Last accessed 25 July 2007 at <http://www.wired.com/wired/archive/14.06/crowds.html>
- Howe, J. (2007). "Crowdsourcing: A Definition." Last accessed on 27 July 2007 at <http://crowdsourcing.typepad.com/>
- Keibell, M. R., Wagstaff, G. F., & Covey, J. A. (1996). The influence of item difficulty on the relationship between eyewitness confidence and accuracy. *British Journal of Psychology*, 87(4), 653-662.
- Kotler, P. (1986). The prosumer movement: A new challenge for marketers. *Advances in Consumer Research*, 13(1), 510-513.
- Krippendorff, K. (2004). *Content analysis: An introduction to its methodology*: Sage Publications, Inc.
- Lin, N. (2005). A network theory of social capital. *Handbook on social capital*.
- Loftus, E. F. (1996). *Eyewitness testimony*: Harvard Univ Pr.
- Lucassen, T., & Schraagen, J. M. (2011). Factual accuracy and trust in information: The role of expertise. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*.

- McIntosh, S. (2008). Collaboration, consensus, and conflict. *Journalism Practice*, 2(2), 197-211.
- Metzger, M. (2007). *Crowdsourced News: The Collective Intelligence of Amateurs and the*.
- Moon, J. (1999). Open-source journalism online: Fact-checking or censorship?
- Meola, M. (2004). Chucking the checklist: A contextual approach to teaching undergraduates Web-site evaluation. *portal: Libraries and the Academy*, 4(3), 331-344.
- Metzger, M. J. (2007). Making sense of credibility on the Web: Models for evaluating online information and recommendations for future research. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 58(13), 2078-2091.
- Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). *The knowledge-creating company*. Oxford University Press, USA.
- Pavlik, J. V. (2001). *Journalism and new media*: Columbia Univ Pr.
- Rieh, S. Y., & Danielson, D. R. (2007). Credibility: A multidisciplinary framework. *Annual review of information science and technology*, 41(1), 307-364.
- Turner, G. (2004). *Understanding celebrity*: Sage Publications Ltd.
- Toffler, A. (1980). *The Third Wave*. New York, NY: William Morrow and Company: Inc.
- Ursell, G. (1998). Labour flexibility in the UK commercial television sector. *Media, Culture & Society*, 20(1), 129.
- Wells, G. L., & Bradfield, A. L. (1998). " Good, you identified the suspect": Feedback to eyewitnesses distorts their reports of the witnessing experience. *Journal of Applied Psychology*, 83(3), 360.
- Wells, G. L., & Olson, E. A. (2003). Eyewitness testimony. *Annual Review of Psychology*, 54(1), 277-295.
- Ware, M. (2001). Evaluating Information on the Internet. *School Libraries Worldwide*, 7, 39-48.

網路：

- Steve Buttry(2010). Tips on verifying facts and ensuring accuracy.(2010-10-28)
<http://stevebuttry.wordpress.com/2010/10/28/tips-on-verifying-facts-and-ensuring-accuracy/>
- Saikat Basu(2010). 7 Citizen Journalism Websites For Crowdsourced News.(2010-12-28)
<http://www.makeuseof.com/tag/7-citizen-journalism-websites-crowd-sourced-news/>

附錄一：內容分析（一）編碼表

電視新聞使用 TPV 之情形

壹、基本資料

新聞標題：_____

- (1). 編碼員： (1~3)
- (2). 新聞編號： (001~999)
- (3). 報導日期：日
- (4). 報導日：
1.週一 2.週二 3.週三 4.週四 5.週五 6.週六 週日
- (5). 頻道名稱：
1.東森新聞 2.TVBS-N 3.民視新聞 4.三立新聞 5.年代新聞 6.中天新聞
- (6). 新聞播出時間為：__:__ (分/秒)
- (7). 為當天晚間新聞六點到七點時段中，第__則使用 TPV 做成的新聞。
1.第一則 2.第二則 3.第三則 4.第四則 5.第五則
6.其他_____ (請寫第幾則)
- (8). 標誌素材來源？ (可複選)
1.Youtube 2.大陸優酷網(youku) 3.大陸土豆網(tudou) 4.大陸新浪網
5.大陸搜狐網 6.facebook 7.網路 8.翻拍自媒體同業 9.其他
_____ 10 未標示 (或難以辨識)
- (9). 該則新聞長度？____ (秒)
- (10). 第三方影音畫面總計使用時間多長？____ (秒)
- (11). 影片中事件發生地？(參考交通部中央氣象局之分類) (可複選)：
1.台灣北部 2.台灣中部 3.台灣東部 4.台灣南部 5.台灣離島
6.中國大陸 7.香港地區 8.美國 9.英國 10.日本 11.東南亞地區
12.其他_____ 13. 未提及
- (12). 新聞類型？ (不可複選)
A. 一般題材
1.家庭影片：拍下家庭成員可愛逗趣的畫面、如嬰兒可愛模樣、兄弟令人噴飯的吵架過程等...
2.嘲諷、改編或惡搞之創作：嘲諷政治人物或偶像明星、嘲諷國家政策制定 (如蔡阿嘎)、改編或惡搞電影內容 (如改編賽德克巴萊台詞) 等...
3.奇人軼事：罕見或是罕聞的人、事、物 (有關氣候或是地理的不入列)
4.氣候變遷或特殊地理景觀：如颱風淹水、橋斷等現象...
5.時尚生活：流行、彩妝影片教學或分享、家事小秘訣傳授、創新產品介

紹...

□6.影視廣告：如歌星、藝人的音樂錄影帶、演唱會片段、或數則廣告片段做成的新聞。

□7.各類競賽：如球類競賽、舞蹈競賽、歌唱比賽、啦啦隊比賽等等。

□8.其他題材。_____

B. 具爭議性題材：

□9.交通事故糾紛：以行車記錄器或監視器等各種攝影工具錄下各種糾紛事件，如車禍糾紛、交通違規事例、阻擋救護車、驚險瞬間、還原意外事發現場...，或是不當的交通政策與設施所造成的行車阻礙或危機等。

□10.大眾運輸工具上發生之糾紛新聞：捷運不讓座、捷運上誇張或違規行(如跳鋼管舞、吃東西)、乘客拍到司機各項違規情形

□11.民生消費糾紛：消費者糾紛、食品衛生問題

□12.各類競賽糾紛：球賽糾紛、裁判糾紛等

□13.校園糾紛：師生關係、校園霸凌、校園安全等糾紛

□14. 不包含在上述各項糾紛中的社會事件糾紛，比方說感情糾紛、醫療糾紛、權力與義務糾紛(如抄襲、侵權)、打人、搶劫、仙人跳、詐騙、性交易等暴力事件或社會衝突事件，或是有違善良風俗及社會倫理道德的行為等。

□15.澄清疑慮或各項傳言：查證網路傳言、澄清某些事端。

□16.其他糾紛、事端或事故：_____

貳、 報導形式

一、 使用素材的方式

1.是否運用剪接串連技巧？	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否
2.是否加入訪問？	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否
3.是否有配樂或背景音樂？	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否
4.是否有口白或人物配音？	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否
5.是否有動畫或CG？	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否

二、 具爭議性的新聞題材，其查證如何表現在新聞中？

(第壹部分，第(12)題《新聞類型》題項選『B:具爭議性題材』者，才填答這個類目的各個題目)

(1). 其他資料／畫面的補充

6.是否翻拍其他網路資料／畫面補充？	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否
7.是否補充其他內部資料／畫面？	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否
8.是否補充其他外部資料／畫面？	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否
9.是否補充媒體同業提供的資料／畫	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否

面？	
----	--

(2). 現場勘查與尋找受訪者？

10.記者是否有到事發現場勘查實景？	<input type="checkbox"/> 除使用網路影片外，有現場實景 <input type="checkbox"/> 僅使用網路影片，未看到現場實景
11.記者是否有到事發現場進行採訪？	<input type="checkbox"/> 除使用影片外，有現場採訪 <input type="checkbox"/> 僅使用影片，未看到現場採訪
12. 不論現場或非現場採訪，記者的採訪對象是？_____（可複選）	A. 提供資料的第三方 B. 專家學者 C. 警方 D. 指控者 E. 被指控對象 F. 目擊者 G. 街頭受訪者 H. 網友（不含翻拍） I. 其他_____
	J. 無

(3). 「查證」的表明／確認？

13.記者是否陳述該事件經求證後才報導？（如：記者口白陳述，經查證後發現...或是，記者查證後發現....）	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否 <input type="checkbox"/> 難以判斷
14.是否明確標示該事件發生的人、事、時、地、物等至少三個以上的訊息？	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否
15.是否採取親身實驗的方式證實？	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否
誰實驗？_____（記者、專家、第三人、其他、無法判斷）	

附錄二：內容分析（二）編碼者工作指南

電視新聞使用 TPV 之情形

第一部分：基本題

參、基本資料

新聞標題：_____

◇（請填寫主標題，就是主播鏡面時下方呈現的該則新聞標題）

(13). 編碼員：（1~3）

◇（1.郭建伸;2.李郁欣;3.許瀟予）

(14). 新聞編號：（001~999）

◇（第一則請填 001，以此類推）

(15). 報導日期：日

◇（1~9 號請填 01~09）

(16). 報導日：

1.週一 2.週二 3.週三 4.週四 5.週五 6.週六 週日

(17). 頻道名稱：

1.東森新聞 2.TVBS-N 3.民視新聞 4.三立新聞 5.年代新聞 6.中天新聞

(18). 新聞播出時間為：__：__（分／秒）

（請見畫面最上方白色的側錄時間；填寫時請以 24 小時制表示，如晚間六點十分五秒，填 10:05，下列問題只要有需要填時間的就依照此原則）

（從主播開始念稿頭起算）

(19). 為當天晚間新聞六點到七點時段中，第__則使用 TPV 做成的新聞。

1.第一則 2.第二則 3.第三則 4.第四則 5.第五則

6.其他_____（請寫第幾則）

◇〈注意：本題問的是當天該時段中第幾則使用 TPV 的新聞，而非當天該時段中第幾則新聞。〉

(20). 標誌素材來源？（可複選）

1.Youtube 2.大陸優酷網(youku) 3.大陸土豆網(tudou) 4.大陸新浪網
5.大陸搜狐網 6.facebook 7.網路 8.翻拍自媒體同業 9.其他
_____ 10 未標示（或難以辨識）

◇（通常在螢幕鏡面的四個角落，尤其是右上方、右下方或是左下方，會打上翻拍／攝自網路、翻拍／攝自 Youtube、翻攝自土豆網等）

◇〈如果畫面打上：翻攝自網路，但 coder 可辨識出畫面出現 Youtube 的介面，那麼本題請選1.Youtube〉

✧ 未標示／難以辨識指的是主播或記者口述「民眾拍到、網友上傳」，但卻沒有在畫面上標示究竟取材自何方的這類素材，或者是編碼員直接從畫面的特徵判斷其可能為 TPV，例如：畫面很模糊、粗糙、與原本新聞畫面產生明顯品質的落差，或是畫面晃動等這些直接可辨識的特徵來進行判斷。

(21).該則新聞長度？_____（秒）

✧ （新聞長度從主播念稿頭開始計算，一直到記者說完:xxx 報導並轉到主播鏡頭為止）

(22).第三方影音畫面總計使用時間多長？_____（秒）

✧ （此處計算的是 SOT 帶中使用第三方影音畫面的長度，若使用超過一則以上，則以加總的方式統計，不包含靜態影像，而是以動態影像為主）

(23).影片中事件發生地？（參考交通部中央氣象局之分類）（可複選）：<http://www.cwb.gov.tw/V7/forecast/>

- 1.台灣北部 2.台灣中部 3.台灣東部 4.台灣南部 5.台灣離島
6.中國大陸 7.香港地區 8.美國 9.英國 10.日本 11.東南亞地區 12.其他_____ 13. 未提及

✧ （通常會顯示在螢幕鏡面的四個角落，尤其是右上角或左下角，如果沒有顯示的話，主播和記者在口白中可能會講到，都沒有的話就填寫未提及）

(24).新聞類型？（不可複選）

C. 一般題材

- 1.家庭影片：拍下家庭成員可愛逗趣的畫面、如嬰兒可愛模樣、兄弟令人噴飯的吵架過程等...
- 2.嘲諷、改編或惡搞之創作：嘲諷政治人物或偶像明星、嘲諷國家政策制定（如蔡阿嘎）、改編或惡搞電影內容（如改編賽德克巴萊台詞）等...
- 3.奇人軼事：罕見或是罕聞的人、事、物（有關氣候或是地理的不入列）
- 4.氣候變遷或特殊地理景觀：如颱風淹水、橋斷等現象...
- 5.時尚生活：流行、彩妝影片教學或分享、家事小秘訣傳授、創新產品介紹...
- 6.影視廣告：如歌星、藝人的音樂錄影帶、演唱會片段、或數則廣告片段做成的新聞。
- 7.各類競賽：如球類競賽、舞蹈競賽、歌唱比賽、啦啦隊比賽等等。
- 8.其他題材。_____

D. 具爭議性題材：

- 9.交通事故糾紛：以行車記錄器或監視器等各種攝影工具錄下各種糾紛事件，如車禍糾紛、交通違規事例、阻擋救護車、驚險瞬間、還原意外事發現場...，或是不當的交通政策與設施所造成的行車阻礙或危機等。
- 10.大眾運輸工具上發生之糾紛新聞：捷運不讓座、捷運上誇張或違規行(如跳鋼管舞、吃東西)、乘客拍到司機各項違規情形
- 11.民生消費糾紛：消費者糾紛、食品衛生問題

- 12.各類競賽糾紛：球賽糾紛、裁判糾紛等
- 13.校園糾紛：師生關係、校園霸凌等糾紛
- 14.不包含在上述各項糾紛中的社會事件糾紛，比方說感情糾紛、醫療糾紛、權力與義務糾紛（如抄襲、侵權）、打人、搶劫、仙人跳、詐騙、性交易等暴力事件或社會衝突事件，或是有違善良風俗及社會倫理道德的行為等。
- 15.澄清疑慮或各項網路、民間傳言：查證網路傳言、澄清某些事端。
- 16.其他糾紛、事端或事故：_____

肆、 報導形式

一、 使用素材的方式

（這裡的使用指的是電視台工作者額外自行對第三方素材進行編輯，排除 TPV 本身已剪接好或是本身就有採訪內容或是有配樂、音樂和口白人物配音、動畫字卡等情況。）

<p>1. 是否運用剪接串連技巧？ （這裡的剪接是指有不同 TPV 的串連，也就是說有多段影音畫面被同時剪在同一條新聞內，可以是重複或不重複的影音畫面）</p>	<p>□是 □否</p>
<p>2.是否加入訪問？ （這裡只是要問有沒有找人訪問，細部的訪談對象會在後面查證的部份追問）</p>	<p>□是 □否</p>
<p>2. 是否有配樂或背景音樂？ （配樂或背景音樂可能是流行歌曲、古典歌曲等，或者是節奏音、鳴笛聲、綜藝節目的特效音樂等等）</p>	<p>□是 □否</p>
<p>4.是否有口白或人物配音？ （這裡的口白或配音指的是該段翻攝影片特別的 os，而非記者原先 SOT 帶中的 os。也就是說，記者進行角色扮演，以第一人稱方式描述影片內容，或是以其他方式對影片中人物配音說口白等都算在內。）</p>	<p>□是 □否</p>
<p>5.是否有動畫或 CG？(CG 即「電腦繪圖(ComputerGraphic)」，包括「字卡」、「圖卡」、以及「動畫(2D 及 3D)」)</p>	<p>□是 □否</p>

二、 具爭議性的新聞題材，其查證如何表現在新聞中？

（第壹部分，第（12）題《新聞類型》題項選『B:具爭議性題材』者，才填答這個類目的各個題目）

(4). 其他資料／畫面的補充

6.是否翻拍其他網路資料／畫面補充？(例如翻拍臉書顯示照、個人部落格、批踢踢留言等)	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否
7.是否補充其他內部資料／畫面？(電視台內部資料畫面,有時會打上資料畫面,或是打上 file)	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否
8.是否補充其他外部資料／畫面(如歷史檔案或外部資料庫的畫面)？	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否
9.是否補充媒體同業提供的資料／畫面？(例如:中視提供、CNN...)	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否

(5). 現場勘查與尋找受訪者？

10.記者是否有到事發現場勘查實景？(現場實景是指如果是捷運讓座新聞,則記者到捷運上去勘查;如果是哪個路段發生車禍糾紛,則記者到該路段去現場勘查。)	<input type="checkbox"/> 除使用網路影片外,有現場實景 <input type="checkbox"/> 僅使用網路影片,未看到現場實景
11.記者是否有到事發現場進行採訪？(這裡的現場採訪不區分對象,只要看到記者有進行採訪的動作即算在內。要注意的是,這裡問的是針對記者到事發現場去採訪,如果不是到事發現場採訪的則選否。比方說電訪或是到警局去採訪則算非現場採訪,但若是警察在事發現場接受採訪,則算為現場採訪。)	<input type="checkbox"/> 除使用影片外,有現場採訪 <input type="checkbox"/> 僅使用影片,未看到現場採訪
12.不論現場或非現場採訪,記者的採訪對象是? _____ (可複選) (電訪也算是採訪的一種)	A. 提供資料的第三方 (提供資料的第三者有時候不見得是事件當事人。在此指將消息提供給媒體的人) B. 專家學者 (專家學者是以其提供專業見解為定義,可能是該領域的學者、或是該行業的業者等。) C. 警方 D. 指控者 E. 被指控對象 F. 目擊者

	<p>(這裡的目擊者指的是事件發生當下於現場目擊的人,受媒體採訪而非主動積極提供媒體消息的人,有別於 A 選項)</p> <p>G. 街頭受訪者</p> <p>H. 網友 (不含翻拍)</p> <p>I. 其他_____</p> <p>J. 無</p>
--	--

(6). 「查證」的表明/確認?

13.能否清楚判斷記者已經查證後才報導,或是記者是否陳述該事件經求證後才報導?(如:記者口白陳述,經查證後發現...或是,記者查證後發現....)	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否 <input type="checkbox"/> 難以判斷
14.是否明確標示該事件發生的人、事、時、地、物等至少三個以上的訊息?	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否
15.是否採取親身實驗的方式證實?	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否
誰實驗? _____ (記者、專家、第三人、其他、無法判斷)	

Ps:假設配稿沒有使用影音素材但有後續追蹤查證,即和主稿算成同一條。

◇ 其他注意事項:

- 1.凡是畫面標示有人提供的都不要:民眾提供、公司(如sony)提供或媒體同業(如蘋果日報)提供或電視節目提供的都不要。
 - 2.以影音為主:因為本研究主要探討的是TPV,所以單純只有網路照片翻拍的不要。(如女軍官個人部落格性感照、網路上厭食症患者照片、翻攝蘋果日報的照片)
 - 3.翻攝自媒體同業的要:例如翻攝自聯合影音網、翻攝自某某電視台等都要。
 - 4.重播的不要:因為六點到七點的新聞裡,大概六點五十分以後就會播下一節新聞(也就是開始會播重複的新聞),萬一遇到幾乎一模一樣的新聞也在一個小時的新聞帶中出現,就不要取第二次出現的。但如果是做同樣主題但不一樣的新聞時,用到一樣の影音內容無所謂,都要取。
- 所謂第三方素材就是以畫面上有顯示翻攝自哪裡的,或是畫面上有出現 Youtube、臉書、優酷、土豆等等介面的、以及記者口述中指出網友 po 上網路的等等,就是很明確可以判斷出它是來自非自主性提供,而是翻攝網路素材的為主。

附錄三：訪談題綱（一）電視台主管

- 一、 一般性題目
1. 請問就您的觀察，各家媒體普遍開始使用這種 TPV 大概始自何時?這是一種風潮嗎?或是電視台的策略之一?如果都不是，那麼您認為，電視台對於這種素材的使用是基於甚麼原因?(新聞價值、經營成本考量.....)
 2. 請問就您的了解，這種素材的使用主要想解決甚麼問題?使用過程中遇到甚麼困難與挑戰?使用後實際上解決了甚麼問題?又造成了甚麼樣的結果?是否同時帶來其他負面的效果呢?
 3. 請問貴公司對於這類素材的使用是否有相應的規範或原則?
 4. 請問您們如何評估這樣的素材具有使用／報導價值?
 5. 請問來自網路使用者生產的這些素材，應該如何評估其消息來源?評估其影片的真實性?甚麼情況下可以用?應該如何用?
- 二、 特定性題目：(從內容分析結果詢問受訪者看法)
- 三、 能否請您推薦一至兩位記者接受我們的訪問，有助於我們抽絲剝繭出電視新聞工作者處理此類素材過程中的各個細節。(以下是我們下一階段欲得知的簡要重點)

附錄四：訪談題綱（二）電視台記者

一、 取材的判斷與依據

1. 請問您如何判斷一則網路上的影片得以成為新聞素材的來源？您挑選題材的時候有哪些根據嗎？
2. 請問您通常經由什麼管道取得該類素材？以及為何會經由這種管道（網路影音分享平台）取得新聞素材，而非藉由其他方式尋找新聞素材？
3. 請問您通常把這類素材當做新聞線索或是新聞內容使用？也就是說，您通常只單純使用素材，或者是會把素材當做一則報導的線索呢？

二、 素材處理方式

1. 請問您們通常使用那些方式處理該類素材?(剪接、口白、配樂、訪問..)原因是？

三、 資料評估的作為

1. 請問您如何評估一則網路上的消息或影片，具有足夠的可信度可供新聞素材使用？
2. 請問當您取得網路上的素材時，您會與 po 影片的當事者（消息來源）聯絡嗎？會的原因是什麼？不會的原因是什麼？你們通常是怎麼做的？
3. 請問當您想釐清事實的時候，您會到現場去勘查嗎？什麼情況下會／不會？會的原因是什麼？不會的原因是什麼？你們通常怎麼做？
4. 請問當您想釐清事實的時候，您會找哪些人進行訪問？訪問的目的是為了什麼？
5. 請問當您想釐清事實的時候，您除了向消息來源詢問、找其他人訪問、到事發現場勘查外，還會找尋哪些資料進行交叉比對或補充？（網路？電視台內部資料庫？向媒體同業同業徵詢？外部檔案資料庫？）您最常使用的是？原因是？還有其他的選項嗎？
6. 請問當您經過資料評估後，您會在報導中表明該則報導經求證後才播出嗎？會的原因是？不會的原因是？
7. 請問您會在報導中交代人、事、時、地、物，以加強事件的真實性嗎？會的原因是？不會的原因是？
8. 請問在什麼情況下你們會採用實驗的方式做新聞？實驗的目的是為了？做實驗的人是？

四、 新聞專業與組織常規

1. 請問您們使用這類素材時，有遵守怎麼樣的組織規範或原則嗎？（例如不得使用超過多少時間？畫面品質不好不得採用等）
2. 請問您們對於這種素材的使用有某種偏好的傾向嗎？比方說週末用得更多、平日用得少？或是白天用得更多、晚上用得少？幾點幾分後頻繁播出？地點？平台的選定（Youtube）？

3. 請問您認為資料的評估做到什麼樣的程度才算是符合新聞專業？
4. 請問，若查證不足你們還會將其拿來作為新聞報導嗎？會／不會的原因？
- 五、 其他：能否舉一則您曾做過，令您印象最深刻的報導為例，（內容即是以 TPV 為主的新聞報導），說明您查證的過程及是否遇到什麼挑戰？

