



梁春姬事件 收視率迷思

2012-01-08 記者 江琬婷 報導



華視新聞梁春姬模仿事件引起軒然大波，晚間新聞主播梁芳瑜身穿韓服，用怪腔怪調、激動的話氣模仿北韓主播李春姬，並自稱是台灣的梁春姬，這一番戲劇化的新聞播報讓大家看呆了眼，引發網路上熱烈討論，更有網友批評是在做新聞還是綜藝模仿節目。

華視晚間新聞，梁春姬的模仿片段，引起網友討論。（影片來源/Youtube）

新聞綜藝化 客觀在哪裡

新聞主播向來給大家專業的形象，用清楚地口條播報新聞，傳播客觀訊息給社會大眾。華視新聞的模仿事件，帶起新聞綜藝化的討論，一名不願具名的主播表示，華視讓資深記者梁芳瑜在新聞時段模仿李春姬，的確讓電視新聞幾乎消失專業性，再一次受到重擊。除了華視的模仿事件，也有許多類似案例，例如格格報氣象、東森新聞的新聞趴GO單元主播丁元凱，曾扮成健身教練、甚至戴上金色假髮，扮裝成俏護士報導關於藥品的新聞。這類趨近模仿、娛樂化呈現的新聞不勝枚舉，新聞綜藝化趨勢讓人不禁反思，新聞的專業在哪裡？若是已經加上模仿、設計過的新聞，就失去客觀的播報原則，更可能是加入個人主觀意識和偏見，這樣的新聞要如何讓閱聽眾獲得正確完整的資訊。

東森新聞的新聞趴GO單元，主播丁元凱總是以各種裝扮出現（影片來源/Youtube）

NCC傳播內容處長何吉森說：「綜藝化的新聞分成兩種，主題上的綜藝化與型式上的綜藝化。」主題綜藝化是指內容鎖碎、不重要的新聞，例如網路上有趣影片的報導，這讓人質疑是否有新聞價值，且直接用網路上現有資源來報導，缺乏新聞實事求是的態度。型式綜藝化說的是整體報導方式偏向娛樂、綜藝手法，抹滅了新聞專業，破壞新聞本質甚至扭曲事實，新聞的可信度和權威也受到動搖。何吉森也表示，這是他們更加關切的部分。

收視率惹的禍

媒體歷屆廣告

推薦文章

- 變化自如 幕後的聲音演員
- 那些年 爸爸與芭樂的回憶

- 關余膚色 我想說的事

總編輯的話 / 郭穎慈



本期共有十九篇稿件。頭題〈夢想配方 攝影甜點與咖啡〉忠實刻劃一位科技新貴勇敢出走，開設一間攝影風格咖啡廳的歷程和堅持。

本期頭題王 / 洪詩宸



嗨，我是詩宸。雖然個子很小，但是很好動，常常靜不下來。興趣是看各式各樣的小說，和拿著相機四處拍，四處旅行。喜歡用相機紀錄下感動，或值得紀念的人事。覺得不論是風景還是人物，每個快門的...

本期疾速王 / 吳建勳



大家好，我是吳建勳，淡水人，喜歡看電影、聽音樂跟拍照，嚮往無憂無慮的生活。

本期熱門排行



夢想配方 攝影甜點與咖啡
洪詩宸 / 人物



橙色的季節 唯美「柿」界
陳思寧 / 照片故事



老驥伏櫪 馬躍八方
許翔 / 人物

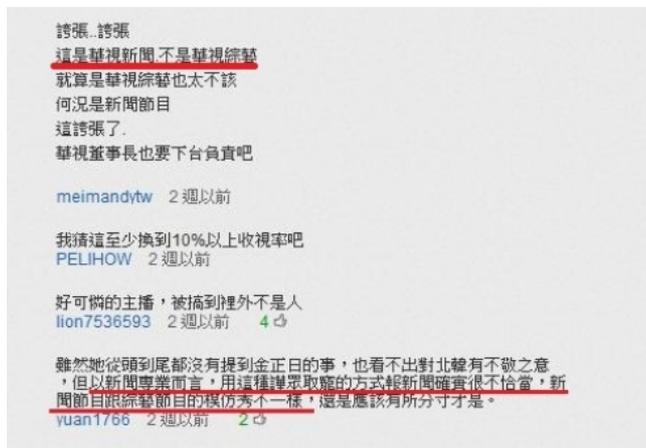


追本溯源 探究大地之聲
劉雨婕 / 人物



變化自如 幕後的聲音演員
張婷芳 / 人物

當華視發現梁春姬的模仿新聞受到許多嚴厲攻擊和批評，內部馬上召開倫理委員會自律懲處，也到NCC向委員會說明。何吉森說：「華視表示，是因為收視率迷思，才有這樣的報導方式。」華視從暑假開始，收視率不甚理想，原本以為是暑假的關係，但假期結束後卻沒有改善。為了力挽收視率低迷，推出了輕鬆詼諧的大選特派員單元，狀況因此有所改善，而選擇模仿李春姬也是為了拉抬收視率。何吉森也說：「起初梁芳瑜對於這個點子覺得並不妥當。」現在新聞出現五花八門的呈現方式，是為了追求高收視率，以及隨之而來的廣告業務收入。不願具名的主播表示：「長期以來，非新聞出身的經理人，為求數字管理、講求營運績效，常藉此施壓新聞部，造成惡性循環。」也就是說收視率掌控了新聞品質，也影響了新聞專業。



這是網路上對於梁春姬模仿片段的評論，引起許多討論。（圖片來源／Youtube截圖）

資金因素 多台競爭

對華視來說，電視台的定位處於一個尷尬地帶。交大傳播與科技學系副教授魏均表示：「華視原本被定位為可收廣告的公共電視，因為民進黨政府和後來的國民黨政府在配套政策和經費補助上都不支援，導致經營陷入困境。」華視身為公廣集團的一份子，但卻不像公視、客家電視有政府資金補助，必須完全倚靠廣告收入，虧損必須自行吸收處理，對於收視率的追求當然更加重視，這種狀況放到有線電視台也是一樣。

台灣的電視頻道非常多，分散觀眾的注意力，因此各台無不使出混身解數，為的是能有高收視率，吸引廣告主並帶來廣告收入，以維持電視台運作，這是目前台灣電視圈的狀況，新聞台也面臨一樣問題。為了殺出重圍，獲取閱聽人關注，追求高收視率成為最高準則，這也是新聞綜藝化的原因之一。魏均也表示，新聞八卦化、煽情化、娛樂化等趨勢，背後的主因就是有線電視產業結構不良，導致收視率惡性競爭等等。不願具名的主播也說：「觀眾喜歡什麼就多播什麼，主管們只會丟一句，收視率仍不夠好，妳們自己要想辦法提升，不然就換人。」上級主管施加的壓力，使新聞品質受到影響和扭曲，抄報紙、網路影片、造假都是發生過的事，在這樣充滿商業壓力的環境，所呈現給觀眾的是片面、甚至是不真實的訊息。

結構問題 如何改善

世新大學新聞系的王至琦表示，我們應該會發現問題不只在「綜藝化、娛樂化的報導方式」，而是「上級和收視率的壓力」。新聞綜藝化，歸咎下來是為了追求高收視率，而追求高收視率就是為了獲取廣告收入，這是整體傳播環境的大問題，也是產業結構上的漏洞。但是政府、NCC似乎對此沒有特別的法律限制，NCC不該只針對傳播內容、呈現方式評斷、懲處，不該只決定哪裡該打馬賽克或哪些新聞有問題，應該直指核心，重視上級壓力、廣告收入的影響。對現在這種商業化滲透制定規範，而不只是在問題出現時，派出人員到電視台行政輔導或是監督而已。選擇等待社會輿論的評斷，問題將永遠無法解決。



多元創意 單一主題同人展

臺灣的同人誌販售活動日益興盛，更出現限定特定主題的「單類型同人誌販售會」，顯示同人活動的多樣面貌。



那些年 爸爸與芭樂的回憶

在阿爸生日那天，摳摳憶起爸爸與芭樂的故事。

