

第肆章 研究結果與分析

本章內容主要是將深度訪談與內容分析之結果忠實之陳述與討論，以期讓本研究之結果可以清楚呈現，以作為後續結論之基礎。

第一節 深度訪談之結果

本小節主要按照深度訪談之訪談大綱，將三位受訪者所提供之資訊依序整合為深度訪談之結果；進而針對前述之結果進行討論。

一、深度訪談之結果

(一) 虛擬物件從何時開始在電視節目中運用？

字卡：民國 77、78 年開始就普遍使用，電視上面主播後面是放 2D 圖片，現在改為 3D 圖片。以前做 3D 的速度比較慢，現在直接有電腦軟體可以用，只要使用內建素材，稍微更動那些素材，就能夠做到，所以現在用的比較普遍，以前會來不及，現在只需花一點時間，就可以達到一定程度（馬詠睿，訪談資料，2005）。

跑馬：大約七、八年前，從有線電視收視率開始變好開始（周佩箴，訪談資料，2005）。一開始主要用於重大事件，後來最先是 prime time 的新聞預告。最早是新聞快報，後來變成跑馬的新聞快報，後來才是全頻道的跑馬播放方式，而真正大幅廣泛使用則是在 1999 年開始（馬詠睿，訪談資料，2005）。

(二) 對於虛擬物件的使用，誰有決定權？又在何時會使用何種虛擬物件？

對於虛擬物件的使用，製作人、導播、主編都會有建議權。除公司標準用字之外，可各自發揮。至於而何時會使用這些虛擬的物件，大多是有重大事件發生的時候，這些畫出來的統計圖表、圖片才被使用，其目的是讓觀眾很清楚、很明顯地瞭解到底發生了什麼事。以東森新聞為例，虛擬棚大多運用在簡單的座談性節目或氣象節目，東森新聞台用的比較少，除非是特殊專案或專題報導，例如：「兩蔣父子檔案解密」（馬詠睿，訪談

資料，2005)。

王偉芳(訪談資料，2005)表示，他所負責的節目原則上是以團隊的型態運作。大家開會提議題目，集中大家的意見，製作人決定主題的方向及議題取捨。之後大家一起討論決議最後需要的板子(圖卡)。錄影前，所需要的板子(圖卡)、SOT、Key Source 剪接交由執行製作真正製作完成。以「青蓉K新聞」為例，畫面底下有一個大 Bar，畫面左上有個「青蓉K新聞」的 Logo，是現場 ON 的；當出現來賓在講話時，旁邊會先出一個小標，顯示該位來賓的頭銜、身份的表彰。畫面左側會有跑馬在一直跑，強調這節目內容，類似預告一樣。有圖片的時候，會上說明圖片的文字，如圖 4-1 與圖 4-2。

另外，像「一代女黃 OBS」的 Bar 不是在下面，是在側面或是左下角，用動態的方式出現一下再離開畫面，這又是另一種輕鬆的表現型態。其他節目會選擇在後製的時候再把這些虛擬東西放上去，但是王偉芳較偏好 delay live 的方式，所以在錄製節目時就把東西 ON 上去，因每天都有播出壓力，故不能把太多工作放在後製部分，頂多加上口白、一些缺少、需要補充說明的文字。

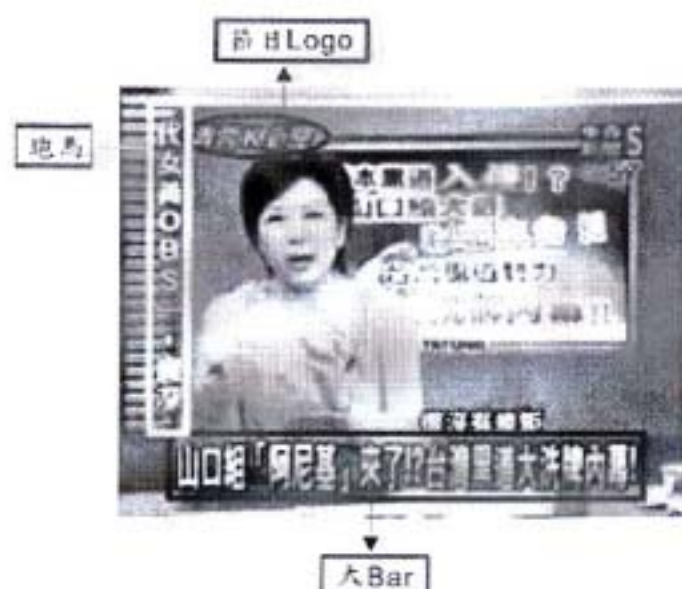


圖 4-1 青蓉 K 新聞基本畫面說明 1
資料來源：畫面擷取自東森新聞 S 台



圖 4-2 青蓉 K 新聞基本畫面說明 2
資料來源：畫面擷取自東森新聞 S 台

三立電視製作人周佩箴（訪談資料，2005）認為，決定運用何種虛擬物件最後的把關者是製作人。在節目裡一定都會有用到 CG 動畫、字卡、跑馬，但跑馬通常是屬於電視台的事情，有時是為了節目宣傳、活動宣傳在使用，節目製作單位本身在跑馬的運用較少。在節目中，會顯示「來賓」、「主持人」的字樣是稱做 2D bar，或是直標、橫標下面壓個色塊，也稱之為 bar。

（三）虛擬物件如何被產生？是否有專人在負責虛擬物件之製作？是否會加重工作人員的負擔？

對於新聞台來說，這些虛擬物件當然有專門負責的美工人員，而且非常多，以東森新聞台來說，做動畫的人員就大約三十位，其中包含 2D、3D 及後製作（馬詠睿，訪談資料，2005）。

較有規模的電視台，都會有個動畫部門有專人負責。以東森為例，東森動畫室是隸屬在製播部門之下，有幾位動畫師負責，要製作什麼樣的東西，只要事先申請、溝通，就可以製作出來。但是動畫室有時會產生不敷使用的情況，這就涉及到工作能力的問題，假設動畫師已經趕不出東西來了，那製作人就要想其他替代方案。例如，原本可以用動畫呈現地很漂

亮，但是動畫師趕不出來，製作人可能就只能用一張平面輸出圖來代替。在製作節目中，有許多東西可以使節目增色，但是在這些東西中，卻可能會受限於客觀環境、人力無法配合、經費不足等問題，這些東西不是絕對，要隨時有第二個方案。其實，大部分的製作圖卡工作都是在前製與錄影時就完成，這些東西的準備當然會造成工作人員的負擔（王偉芳，訪談資料，2005）。

周佩箴（訪談資料，2005）以三立電視台的『黃金七秒半』為例，當『黃金七秒半』已經做了幾百集，想要給觀眾一些視覺上新的變化，除了換景之外，製作人會跟專門負責電腦繪圖的同事溝通說，想換新的 bar。又以『黃金七秒半』的片頭來說，製作人會和負責電腦動畫的人員溝通，關於所希望要塑造的主持人在抬槓的感覺，希望要主持人在抽象的時鐘上面，相互追著跑的狀況。電腦動畫人員就會把製作人所描述的感覺、想像的東西製作出來，然後一次、兩次的修改，修到最後才拍版定案。至於其他的 bar，就會根據整體背景底圖顏色，電腦繪圖人員再根據景圖顏色調整 bar 的顏色。而這些 bar 是在錄完影之後，在後製時放上去的。

（四）在這些虛擬物件中，是否本身帶有所欲傳達給觀眾的資訊？而這些虛擬物件的存在是否可有可無？其重要性為何？

馬詠睿（訪談資料，2005）認為，虛擬物件的目的是為了讓觀眾目光集中。因為動態的東西較能吸引目光，所以才會有跑馬、字卡不斷地出現，強調資訊、訊息的更新。若是畫面一直不斷在變化，大家會覺得又有新東西就會被吸引，而跑馬、字卡上面的都可以算是帶有資訊。

王偉芳（訪談資料，2005）將這些虛擬物件視為節目的元素之一，這些板子、跑馬（虛擬物件）上面都具有一些要傳遞出去的訊息。他認為製作「節目」與製作「純新聞」之相異處在於，製作「節目」需要多一點技巧、多一些吸引觀眾來看的東西，一種視覺的感覺。而王偉芳更進一步指出，當畫面上同一人講話超過 30 秒，觀眾就很容易分心，需要一點刺激，或許是要弄實際道具，也可能加入虛擬物件，但作用之一皆是讓畫面稍微有所改變，吸引觀眾持續投入注意力。而不論虛擬物件或實際道具，皆與整個節目之風格有相當高的關連性，它們雖非必要存在，但往往多了

這些元素卻使節目整體感覺更好。

周佩箴（訪談資料，2005）提出，因為目前觀眾轉台率太高，為了讓觀眾在一轉台就瞭解節目內容，所以各種直標、橫標的功用就是使觀眾一轉台就能瞭解節目內容，立刻吸引觀眾的注意力，使其停留在該頻道。周佩箴認為直標、橫標（虛擬物件）存在的意義蠻大；因早期老三台時代，並不存在這些東西，因為電視頻道只有三台，觀眾轉台機率很低，而以往的節目較不花俏，較為注重在節目內容部分，頂多只是上個旁白、字幕而已。但現在的情況並不是如此，現在節目一定都是不斷的在上直標、橫標、跑馬，讓觀眾在一轉台時就進入狀況，讓觀眾停留住。

（五）還有在哪些節目中有運用類似的虛擬物件？

馬詠睿（訪談資料，2005）跑馬、字卡類的，在一般節目或新聞節目中都有用到，但若是虛擬背景的話，偶爾新聞節目會用到，此外，如「文茜小妹大」、「一代女黃 OBS」、「兩蔣父子檔案解密」就都是運用虛擬場景。譬如「兩蔣父子檔案解密」這樣的新聞專題節目，後面虛擬的背景是放有很多歷史照片，因為若是做假場景會不夠擬真。

王偉芳（訪談資料，2005）認為，目前在台灣，除氣象新聞或一般新聞會運用到，或是特別情況如「選舉」，會使用虛擬棚製作之外，節目會運用虛擬棚的，只有文茜小妹大、全民防騙、一代女黃 OBS，其他幾乎沒有。王偉芳認為訪談節目比較多虛擬物件的運用。報導型節目也有可能運用動畫，譬如為了說明地震的發生，可以用動畫來說明，但是情況較少。

因周佩箴（訪談資料，2005）將其節目定位在談話節目，企圖要給傳達資訊給觀眾的意味較重，相對於綜藝節目，如「康熙來了」，雖然一樣是使用談話的方式來做包裝，但「康熙來了」骨子裡仍然是「綜藝」，所以其視覺層面要更有變化，必須要靠很多視覺的包裝，來更凸顯娛樂效果，所以會不一樣。除了談話性節目之外，還有綜藝節目，如「康熙來了」、「娛樂新聞」，也常常在運用這些虛擬物件，來增加視覺的變化，進而達到娛樂之效果。

(六) 這些虛擬物件運用是否會影響到收視率？

馬詠容（訪談資料，2005）認為這些虛擬物件之運用當然會影響收視率，因為現在電視觀眾的資訊需求比以前強，有線電視的觀眾資訊需求又比無線電視的觀眾高出很多。

身為節目製作人的王偉芳（訪談資料，2005），將這些虛擬物件比喻為人身上的飾品，雖然看似可有可無，但在將飾品一一拿掉的同時，節目的內容、品質就少了。但若從另一方向思考，當這些飾品太多，多到影響節目內容，卻又是個問題。因此，對於虛擬物件使用的取捨端看個人尺度的拿捏，以及所希望塑造出的風格而定。王偉芳（訪談資料，2005）也表示雖然虛擬物件的使用與否並非直接影響到收視率，但卻會影響節目風格，再間接影響節目收視率。

周佩箴（訪談資料，2005）認為，虛擬物件中，bar（直標、橫標等虛擬物件）比片頭（亦為虛擬物件）的重要性高。因為直標、橫標等虛擬物件是一整集的時間都會存在畫面上，但觀眾轉台過來時，往往片頭早就播完了，直標、橫標等虛擬物件的設計確實比片頭重要，但是不會是影響收視率的重要因素，它只不過是節目的元素之一，有時還不如比主持人的服裝好不好來的重要。

第二節 內容分析之結果

一、內容分析之結果

本研究自內容分析所獲得之量化結果，將分成影片資料與虛擬物件使用兩部分，詳述研究結果，並以圖表方式呈現，而細部數據可參見附錄五。

(一) 影片基本資料

1. 資料來源比例。三立、東森、中天、台視、中視，各家影片段落各佔 41、25、31、41、39 個段落。以三立、台視所佔之比例最高，推測原因為各家每則新聞長度不同且穿插之廣告數不同，導致此情況產生。

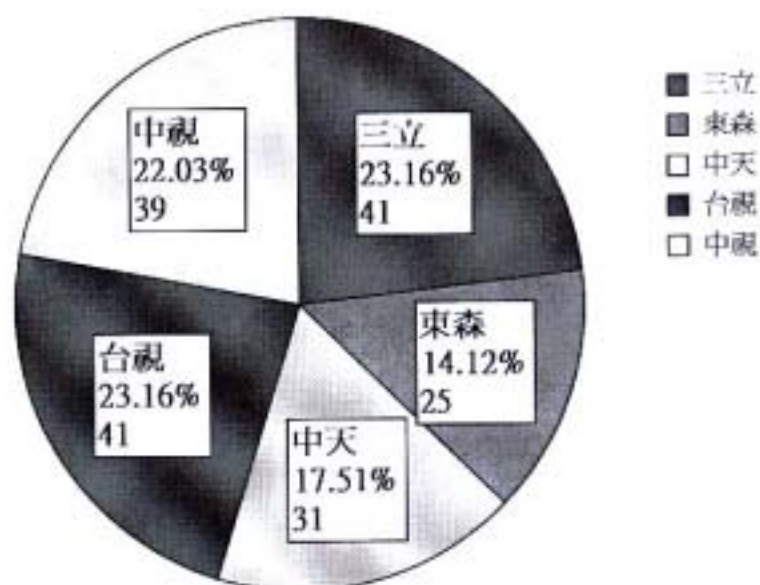


圖 4-3 影片資料來源比例
資料來源：本研究自行整理

表 4-1 影片資料來源

來源	三立	東森	中天	台視	中視
段落數量	41	25	31	41	39
百分比 (%)	23.16	14.12	17.51	23.16	22.03

資料來源：本研究自行整理

2.畫面種類比例。主播播報、新聞預告、新聞採訪、氣象播報出現次數分別為 83 次、12 次、75 次、7 次。以主播播報及新聞採訪畫面佔前二名，從中可窺見目前新聞播報主要以主播播報、新聞採訪為重心，而新聞預告或氣象播報為輔助。

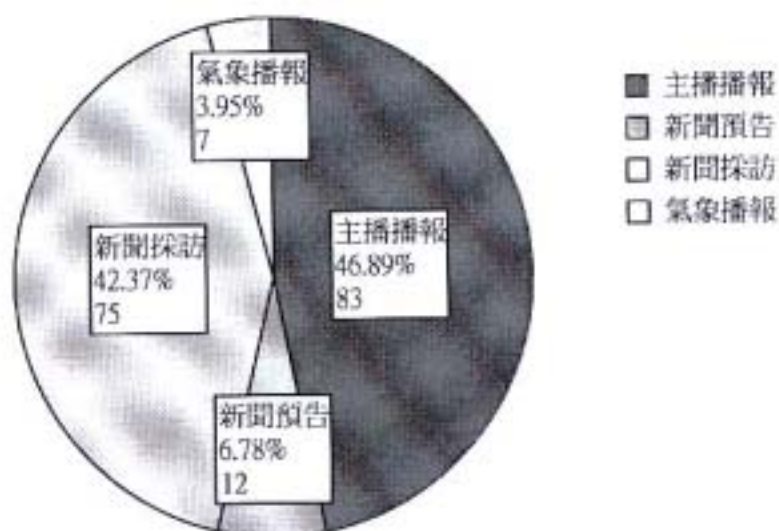


圖 4-4 畫面種類比例
資料來源：本研究自行整理

表 4-2 影片資料來源

畫面種類	主播播報	新聞預告	新聞採訪	氣象播報
次數	83	12	75	7
百分比 (%)	46.89	6.78	42.37	3.95

資料來源：本研究自行整理

3.不同畫面種類時，時間長度分佈情況。表 4-3 為各不同畫面種類時，平均時間長度。從表中可發現，新聞採訪之平均時間長度最長。

表 4-3 各畫面平均時間

畫面種類	主播播報	新聞預告	新聞採訪	氣象播報
平均時間 (秒)	17.12	14.25	56.57	41.14

資料來源：本研究自行整理

(1)主播播報畫面時，平均的時間為17.72秒。

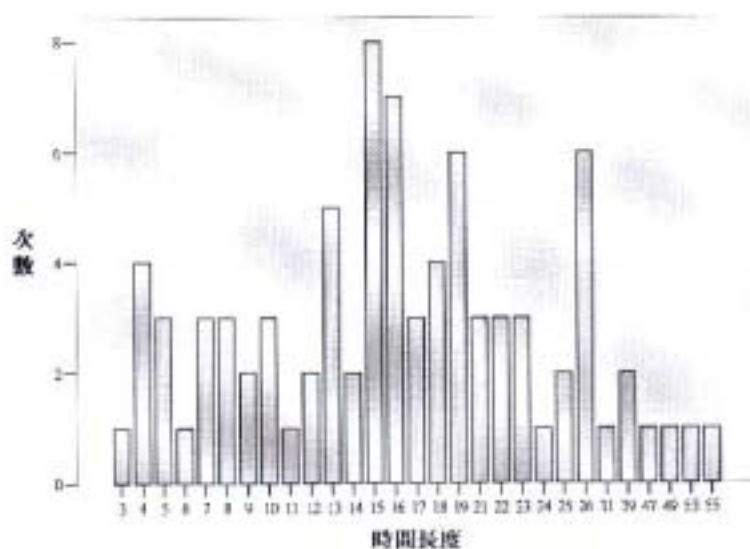


圖 4-5 主播播報畫面之時間長度分佈圖

資料來源：本研究自行整理

(2)新聞預告畫面時，平均時間為14.25秒。

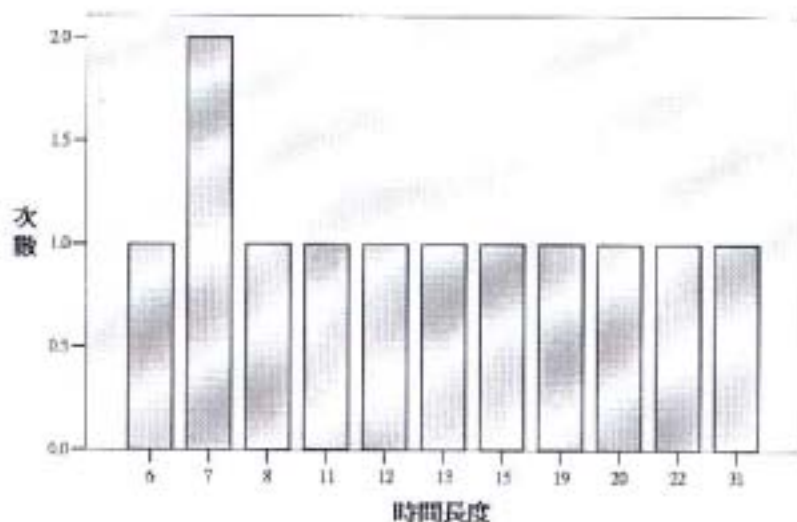
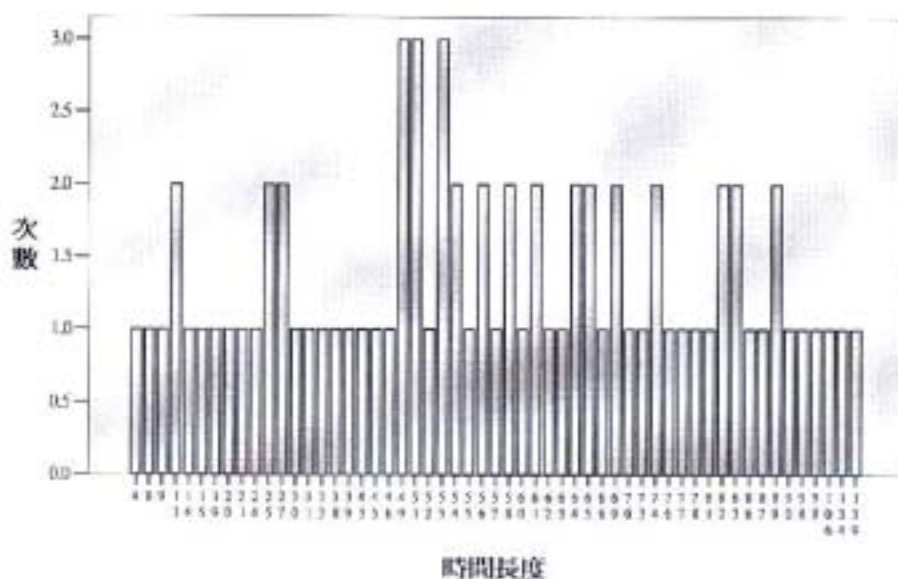


圖 4-6 新聞預告畫面之時間長度分佈圖

資料來源：本研究自行整理

(3)新聞採訪畫面時，平均的時間長度為56.57秒。



(4)氣象播報畫面時，平均時間長度為41.14。

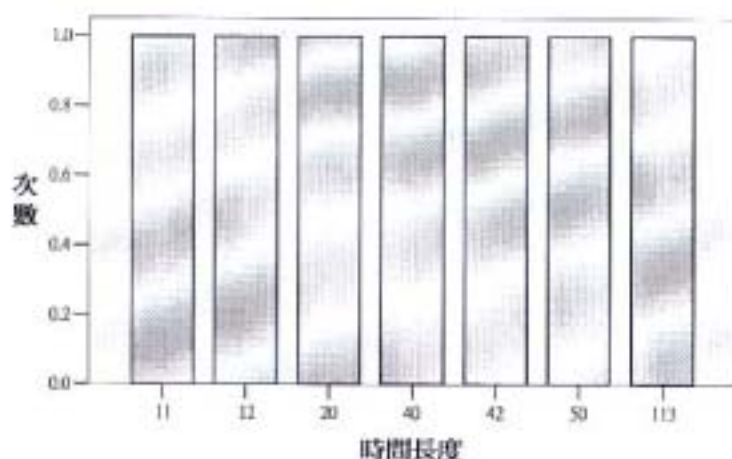


圖 4-8 氣象播報畫面之時間長度分佈圖

資料來源：本研究自行整理

(二) 虛擬物件之使用

在虛擬物件使用之部分，茲將按「樣本整體」、「主播播報畫面」、「新聞預告畫面」、「新聞採訪畫面」、「播報氣象畫面」五個面向來分析，跑馬、字卡、分割視窗、背景、標題、Logo 及資訊圖像運用之情況。

1.樣本整體。總樣本數為 177 個段落，在跑馬種類中，無跑馬、置下水平跑馬、直行及置下水平跑馬所運用之頻率最高；字卡部分，則屬橫向水平字卡頻率最高；分割視窗部分，無分割之視窗仍屬多數；背景部分，以影片畫面居最多數，而棚內實景居次；標題部分，無標題為多數，靜態標題次之；Logo 部分，動態 Logo 最多，其次為靜態 Logo。

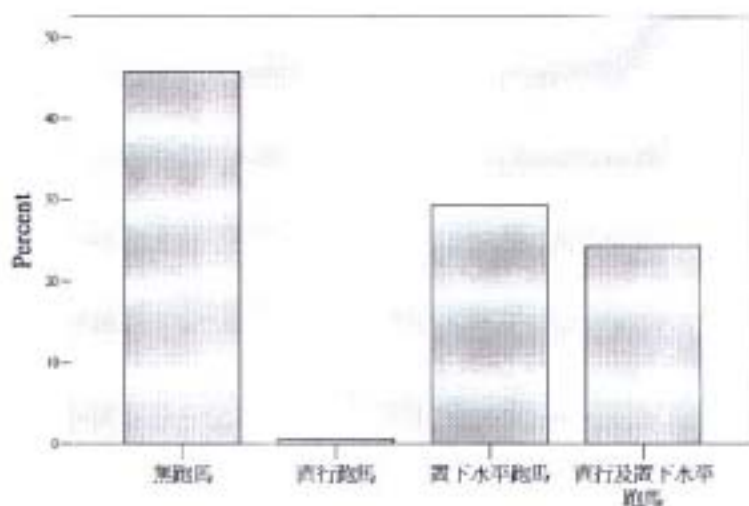


圖 4-9 樣本整體之跑馬運用

資料來源：本研究自行整理

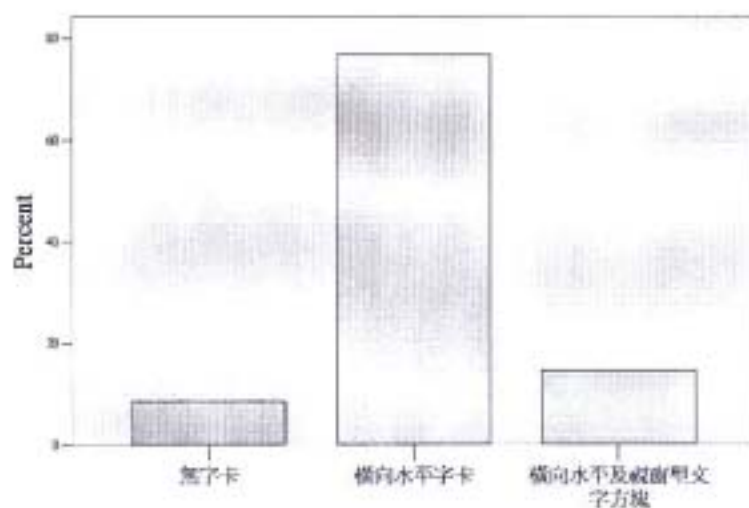


圖 4-10 樣本整體之字卡運用

資料來源：本研究自行整理

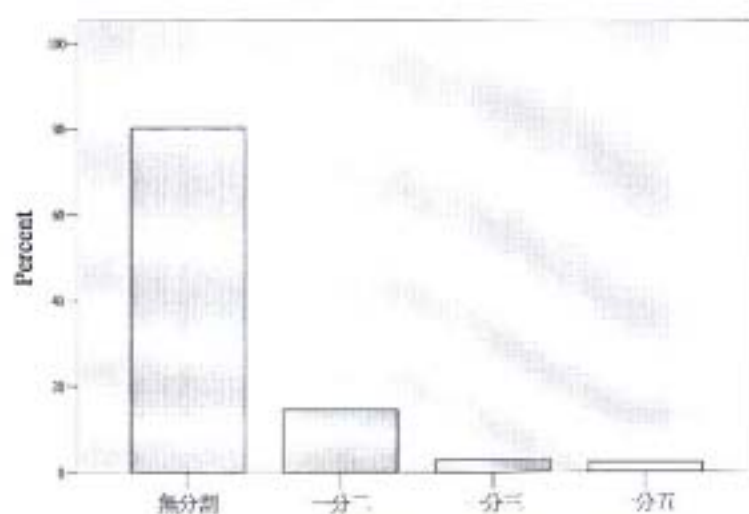


圖 4-11 樣本整體之分割視窗運用

資料來源：本研究自行整理

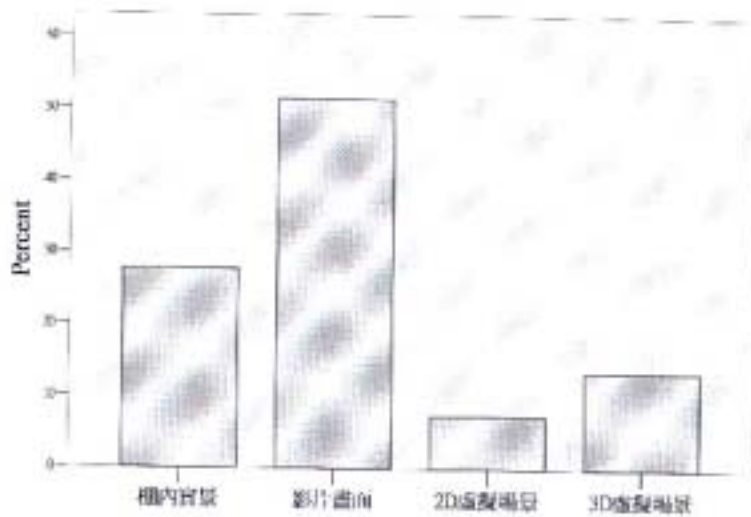


圖 4-12 樣本整體之背景運用

資料來源：本研究自行整理

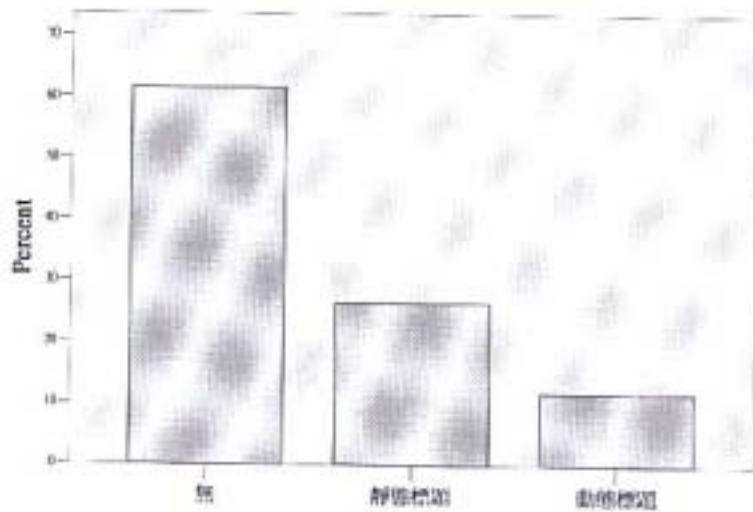


圖 4-13 樣本整體之標題運用

資料來源：本研究自行整理

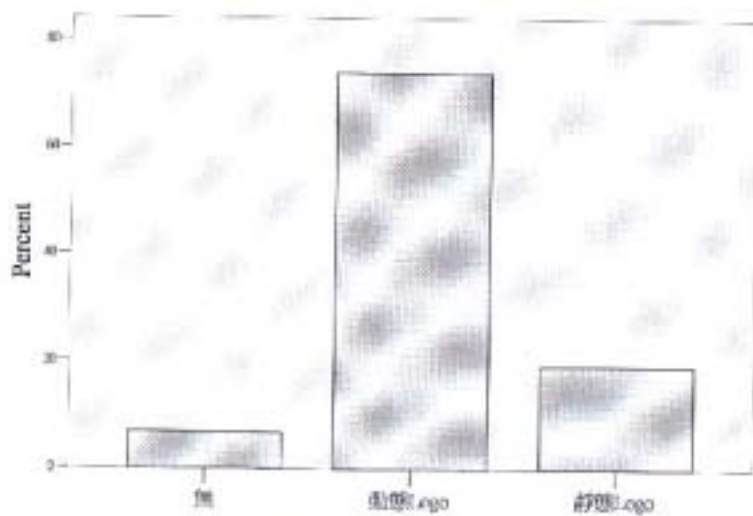


圖 4-14 樣本整體之 Logo 運用

資料來源：本研究自行整理

2. 主播播報畫面，共有 83 個段落。在跑馬之運用部分，無跑馬為最多數，置下水平跑馬次之，第三為直行及置下水平跑馬；在字卡部分，橫向水平字卡為最多數，橫向水平及視窗型文字方塊字卡，次之，而無字卡位居第三；無分割視窗為頻率最高，高於一分二視窗幾乎兩倍，至於一分三、一分五，兩者皆差不多；在背景部分，棚內實景為出現次數最多，其次為 3D 虛擬場景，第三為影片畫面，最後為 2D 虛擬場景；無標題的運用最多，其他動態、靜態標題都不多；動態 Logo 之頻率最高，另外的靜態與無 Logo 都並不多見。

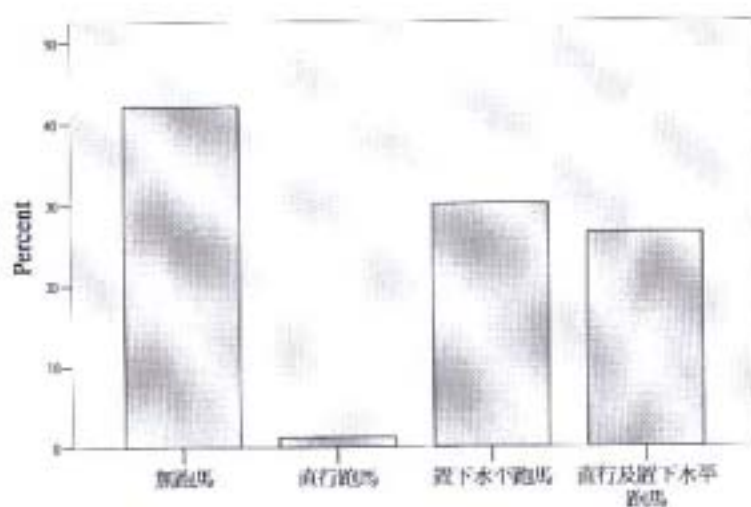


圖 4-15 主播播報畫面之跑馬運用

資料來源：本研究自行整理

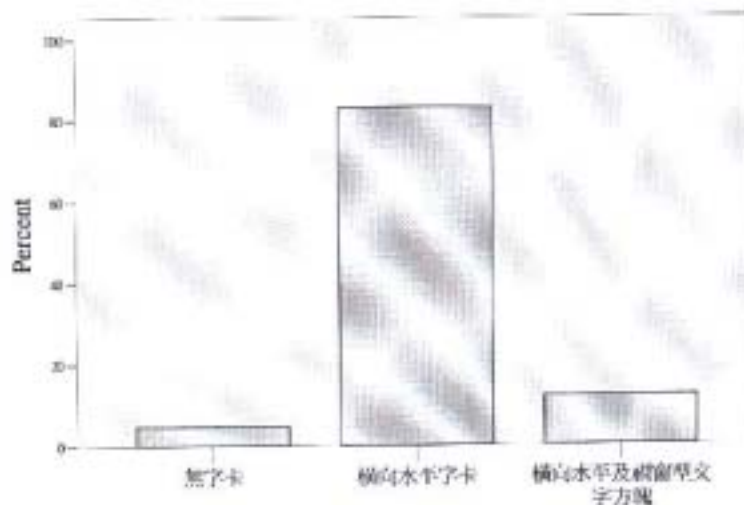


圖 4-16 主播播報畫面之字卡運用

資料來源：本研究自行整理

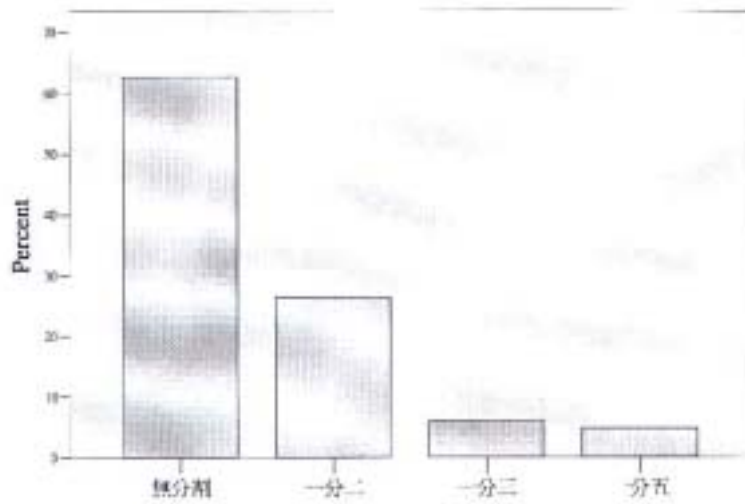


圖 4-17 主播播報畫面之分割視窗運用
資料來源：本研究自行整理

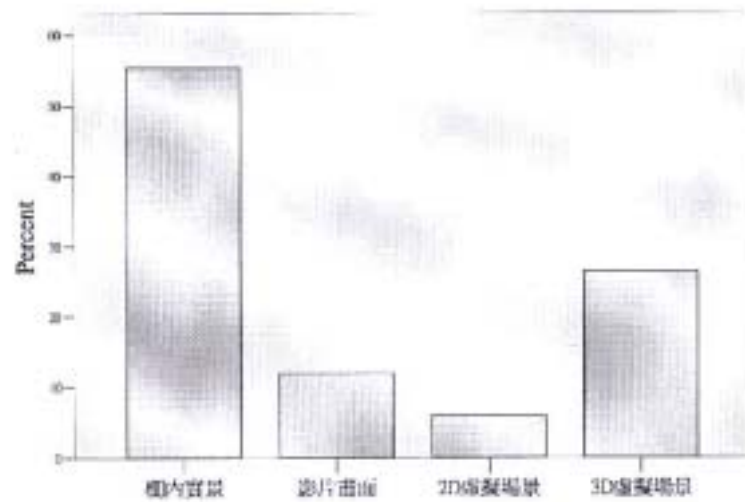


圖 4-18 主播播報畫面之背景運用
資料來源：本研究自行整理

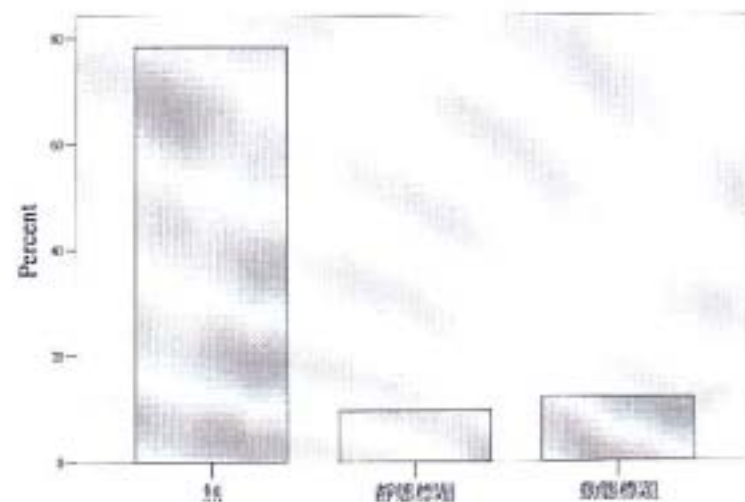


圖 4-19 主播播報畫面之標題運用
資料來源：本研究自行整理

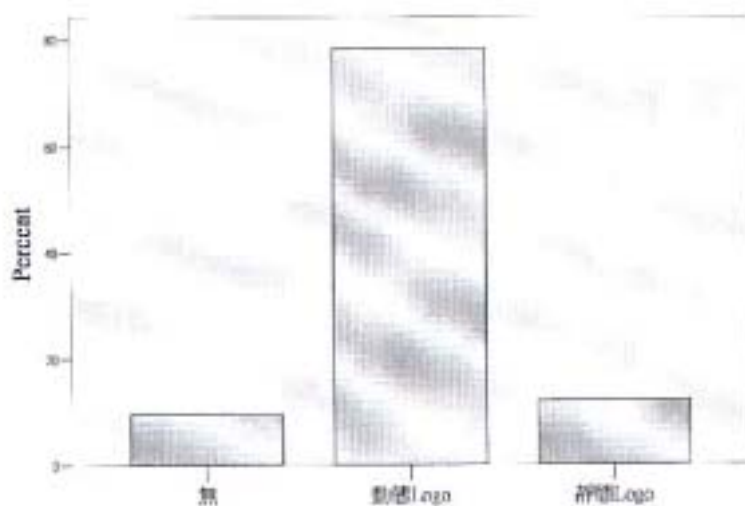


圖 4-20 主播播報畫面之 Logo 運用
資料來源：本研究自行整理

3.新聞預告畫面，共有 12 個影片段落。跑馬部分，無跑馬為最多數，置下水平跑馬次之，其他種類的跑馬皆無；在字卡部分，橫向水平字卡為最多數，無字卡次之，而橫向水平及視窗型文字方塊字卡，位居第三；無分割視窗為頻率最高，高於一分二視窗，其他種類皆無出現；在背景部分，影片畫面所佔之百分比最多，其次為棚內實景，第三為 2D 虛擬場景，至於 3D 虛擬場景則一次都沒有出現；無標題的運用最多，大於靜態標題，而動態標題佔最少的百分比；動態 Logo 之頻率最高，遠遠超過靜態與無 Logo。

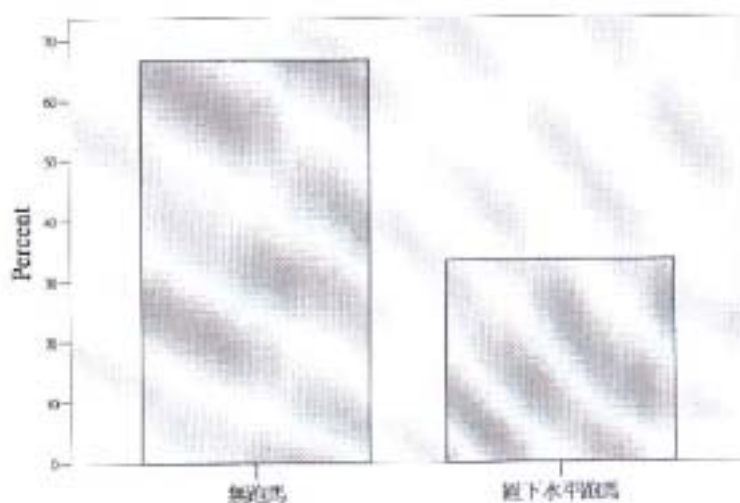


圖 4-21 新聞預告畫面之跑馬運用
資料來源：本研究自行整理

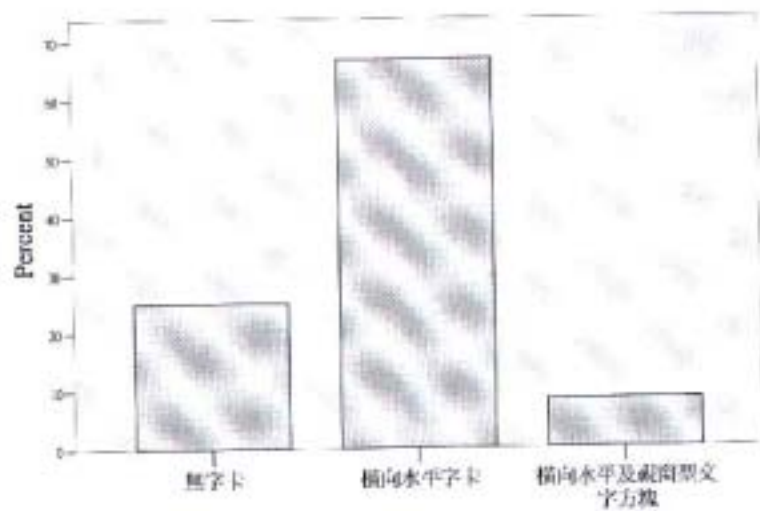


圖 4-22 新聞預告畫面之字卡運用
資料來源：本研究自行整理

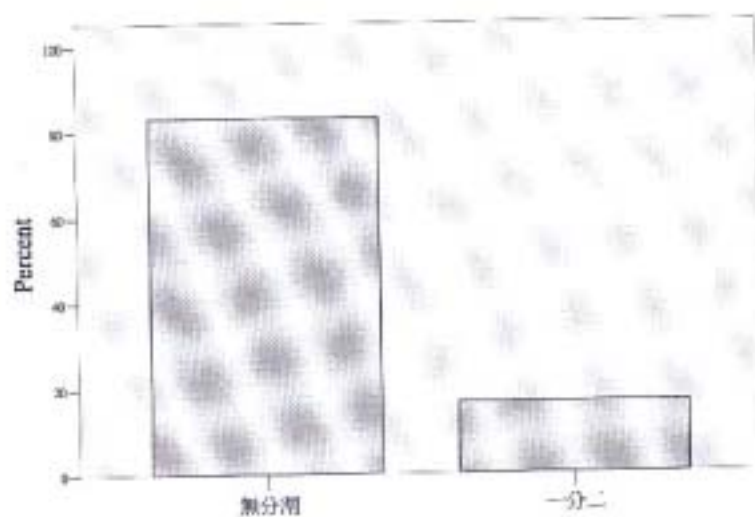


圖 4-23 新聞預告畫面之分割視窗運用
資料來源：本研究自行整理

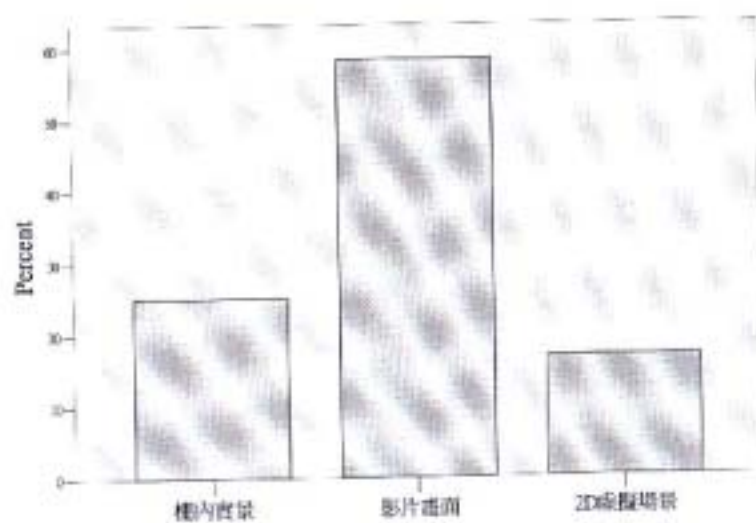


圖 4-24 新聞預告畫面之背景運用
資料來源：本研究自行整理

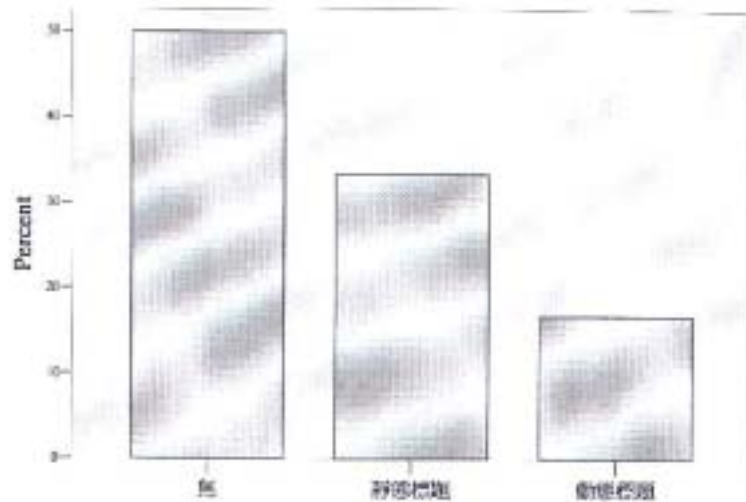


圖 4-25 新聞預告畫面之標題運用
資料來源：本研究自行整理

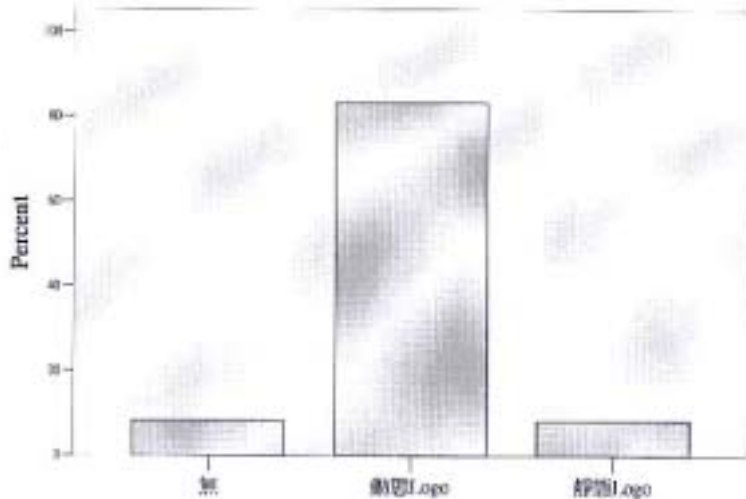


圖 4-26 新聞預告畫面之 Logo 運用
資料來源：本研究自行整理

- 4.新聞採訪畫面，共有 75 個影片段落。跑馬部分，無跑馬為最多數，置下水平跑馬與直行及置下水平跑馬共同位居第二；在字卡部分，橫向水平字卡為最多數，橫向水平及視窗型文字方塊字卡，次之，而無字卡位居第三；無分割視窗為頻率最高，和第二位的一分二視窗相差相當懸殊，至於其他皆無出現；在背景部分，影片畫面為出現次數最多，其次為 2D 虛擬場景，其他場景皆無在此種畫面出現；無標題的運用最多，其次為靜態標題，最後為動態標題；動態 Logo 之頻率最高，靜態 Logo 次之，而無 Logo 的情況最為少見。

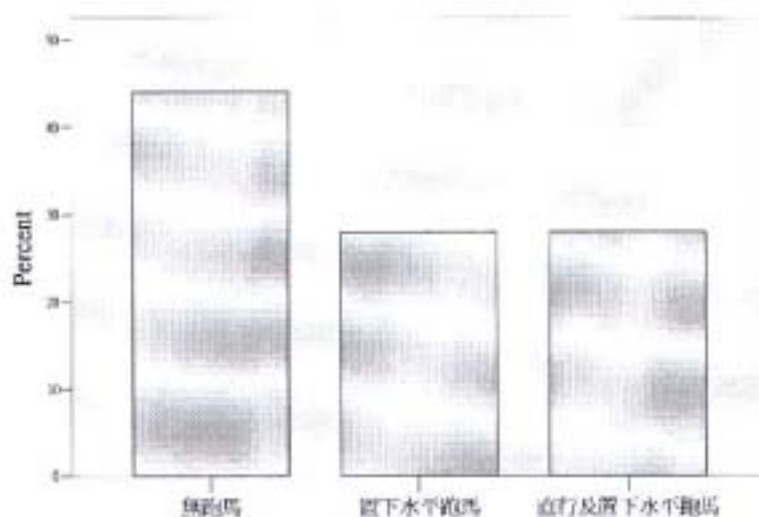


圖 4-27 新聞採訪畫面之跑馬運用

資料來源：本研究自行整理

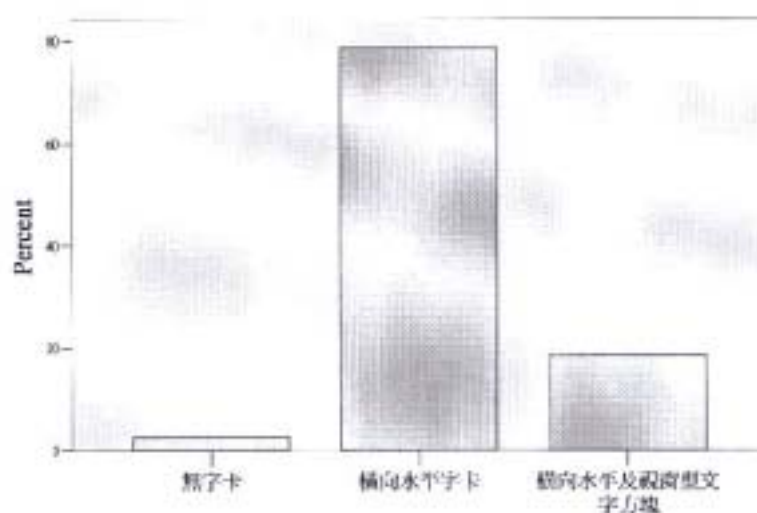


圖 4-28 新聞採訪畫面之字卡運用

資料來源：本研究自行整理

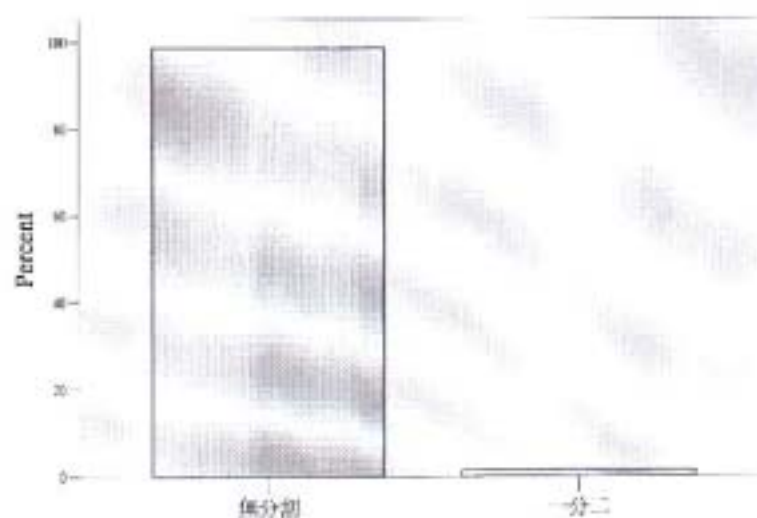


圖 4-29 新聞採訪畫面之分割視窗運用

資料來源：本研究自行整理

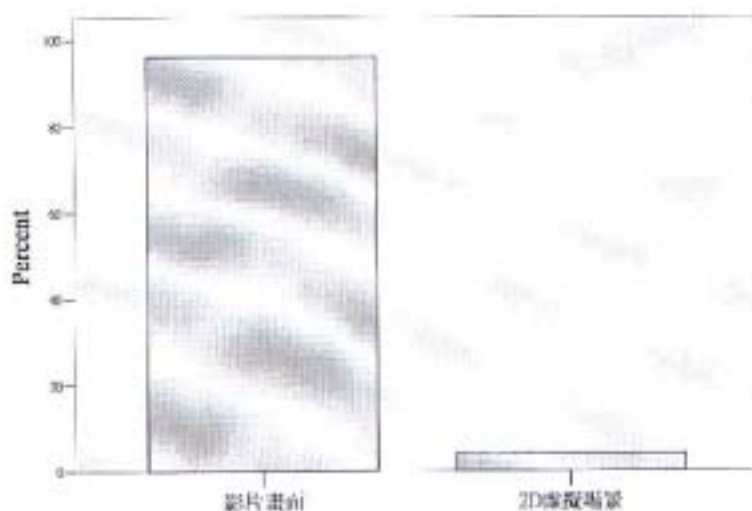


圖 4-30 新聞採訪畫面之背景運用
資料來源：本研究自行整理

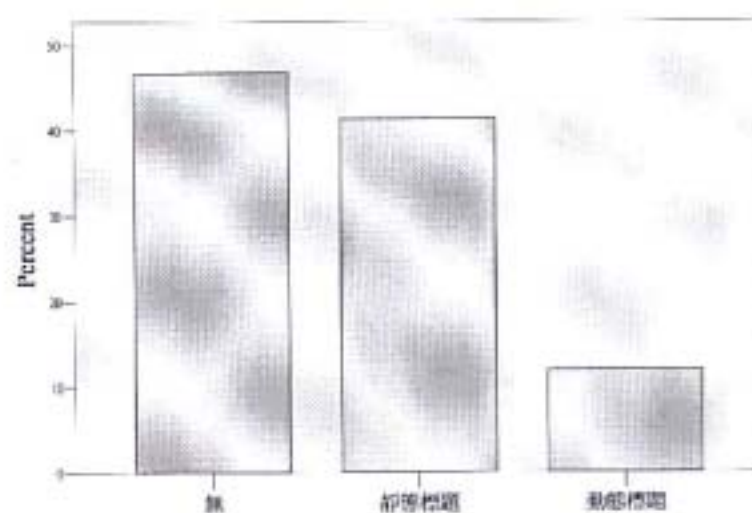


圖 4-31 新聞採訪畫面之標題運用
資料來源：本研究自行整理

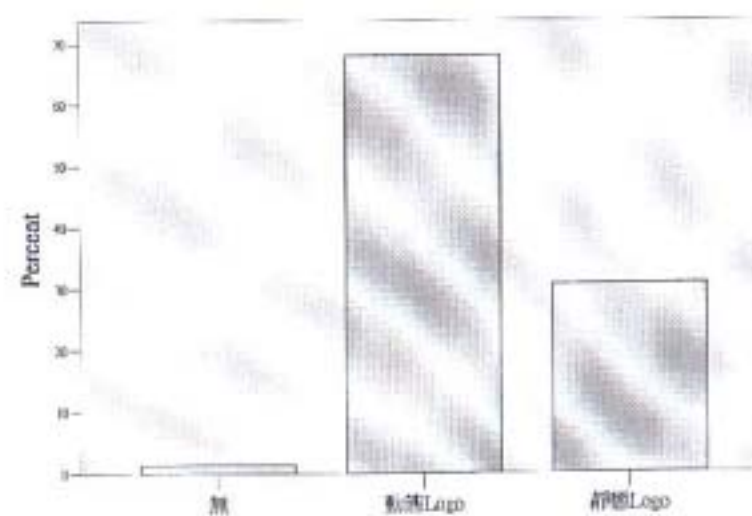


圖 4-32 新聞採訪畫面之 Logo 運用
資料來源：本研究自行整理

5.氣象播報畫面，共有七個段落。跑馬運用部分，無跑馬為最多數，置下水平跑馬次之，其餘的跑馬並無出現於此種畫面中；在字卡部分，無字卡為最多數，橫向水平及視窗型文字方塊字卡，次之，而其他字卡種類並無出現過；無分割視窗為頻率最高，接著一分二視窗次之；在背景部分，2D 虛擬場景為出現次數最多，其次為 3D 虛擬場景以及影片畫面；標題部分，靜態標題運用最多，大於無標題狀態，而動態標題則是完全未出現；在 Logo 部分，動態 Logo 所佔之百分比最高，高於無 Logo 的狀態，另外靜態 Logo 則是完全未出現。

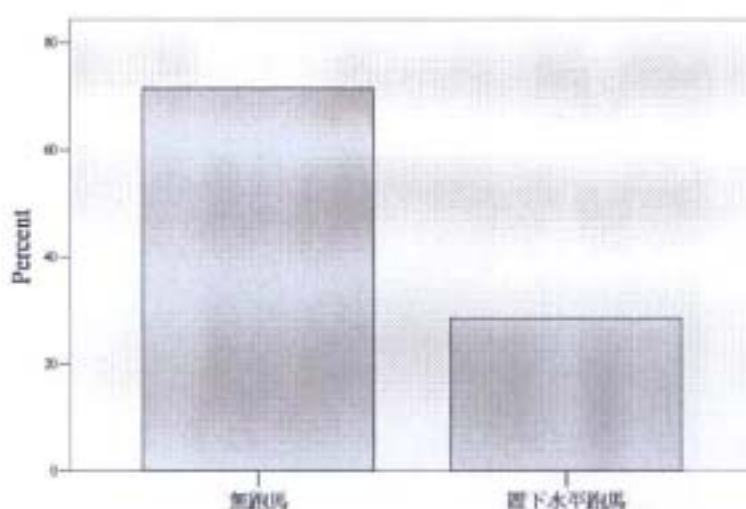


圖 4-33 氣象播報畫面之跑馬運用

資料來源：本研究自行整理

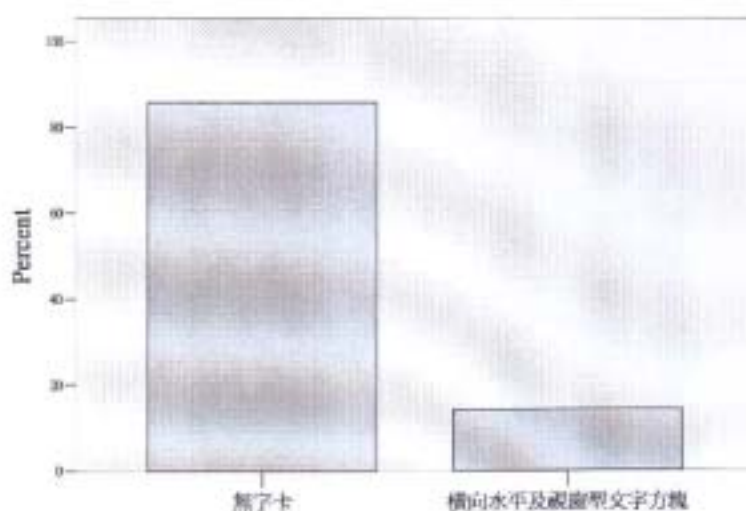


圖 4-34 氣象播報畫面之字卡運用

資料來源：本研究自行整理

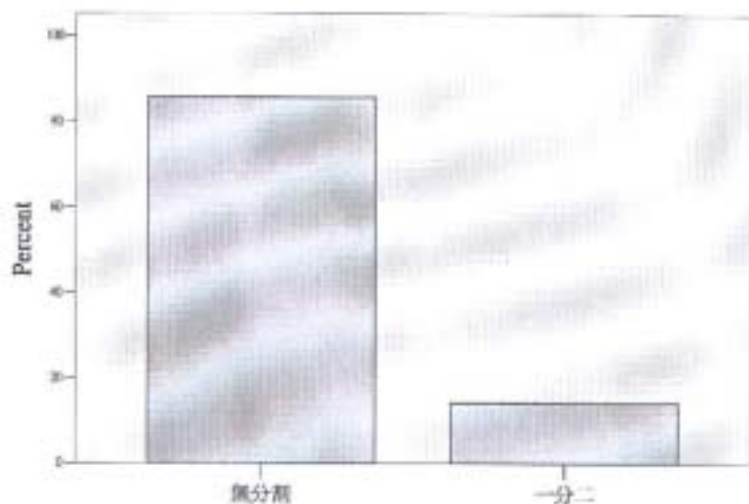


圖 4-35 氣象播報畫面之分割視窗運用
資料來源：本研究自行整理

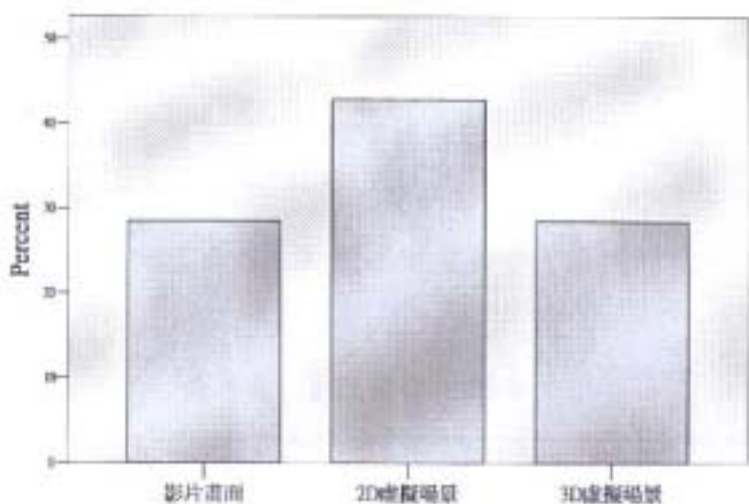


圖 4-36 氣象播報畫面之背景運用
資料來源：本研究自行整理

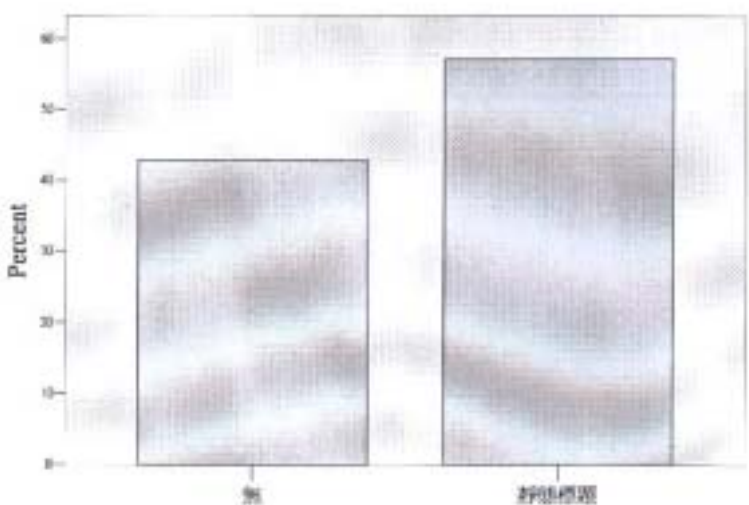


圖 4-37 氣象播報畫面之標題運用
資料來源：本研究自行整理

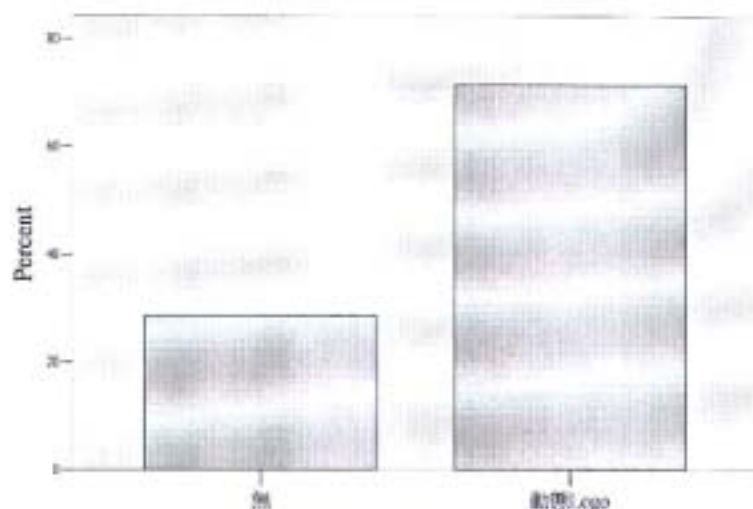


圖 4-38 氣象播報畫面之 Logo 運用

資料來源：本研究自行整理

6. 資訊圖像之運用情況。在整個樣本中，出現次數、使用次數最高的資訊圖像為「圖像或標誌」、「事實陳述框」分別為 57.1%、39.6%。若探究畫面種類與資訊圖像種類之間的關連性，則可發現資訊圖像之運用，在主播播報畫面以及新聞採訪畫面時，出現超過 40% 之比例。

表 4-4 資訊圖像之頻率

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
資訊 圖像 種類	統計圖表	1	.3%	.6%
	資料地圖	4	1.3%	2.3%
	事實陳述框	122	39.6%	68.9%
	非資料地圖	5	1.6%	2.8%
	圖像或標誌	176	57.1%	99.4%
Total		308	100.0%	174.0%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

資料來源：本研究自行整理

表 4-5 不同畫面與資訊圖像之列聯表

畫面種類	次數	資訊圖像種類					Total
		統計圖表	資料地圖	事實陳述框	非資料地圖	圖像或標誌	
主播導言	次數	0	0	58	0	83	83
	次數/畫面種類	.0%	.0%	69.9%	.0%	100.0%	
	次數/資訊圖像	.0%	.0%	47.5%	.0%	47.2%	
	% of Total	.0%	.0%	32.8%	.0%	46.9%	
新聞預告	次數	0	0	4	0	12	12
	次數/畫面種類	.0%	.0%	33.3%	.0%	100.0%	
	次數/資訊圖像	.0%	.0%	3.3%	.0%	6.8%	
	% of Total	.0%	.0%	2.3%	.0%	6.8%	
記者採訪畫面	次數	1	1	55	5	74	75
	次數/畫面種類	1.3%	1.3%	73.3%	6.7%	98.7%	
	次數/資訊圖像	100.0%	25.0%	45.1%	100.0%	42.0%	
	% of Total	.6%	.6%	31.1%	2.8%	41.8%	
氣象畫面	次數	0	3	5	0	7	7
	次數/畫面種類	.0%	42.9%	71.4%	.0%	100.0%	
	次數/資訊圖像	.0%	75.0%	4.1%	.0%	4.0%	
	% of Total	.0%	1.7%	2.8%	.0%	4.0%	
Total	次數	1	4	122	5	176	177
	% of Total	.6%	2.3%	68.9%	2.8%	99.4%	

Percentages and totals are based on respondents.

資料來源：本研究自行整理

二、內容分析之結果探討

整體樣本之表現，鮮少只採用直行跑馬的跑馬方式，而最常被使用的字卡為橫向字卡的方式。至於分割視窗的運用，以無分割視窗的呈現方式為主流，而背景的採用以 2D 虛擬場景最少被運用到，標題之運用以無標題的情況居最多數，Logo 的運用卻恰好與標題相反，以動態 Logo 居最多數。

以往背景之運用大多以棚內所搭建之實際場景為主，而以 2D 虛擬場景為輔，但從本研究整體樣本的情況可以窺見，隨電視製作能力的進步，3D 虛擬場景的運用已經大於 2D 虛擬場景的採用。針對分割視窗之採用，仍以無分割視窗情況最為普遍，只有在主播播報畫面時，才有出現一分三視窗或一分五視窗之情形，因一般分割視窗多運用於主播與主播、主播與記者之間的對話運用。

在各種不同畫面裡，標題的運用大多趨勢為無標題 > 靜態 > 動態，但唯有在主播播報畫面時，動態標題的出現機會大於靜態標題，研究者推測原因應該為，主播播報畫面較為單調、無變化，故會使用較多的動態標題來增加變化。而相對於標題，本研究觀察到 Logo 大多為動態設計，除氣象播報畫面外，多屬各家電視台之名稱標誌設計。