

投稿類型：商業類

篇名：

卡提諾狂新聞分析與認知－以花蓮地區高中職學生為例

作者：

項柏綱。國立花蓮高商。商業經營科三年甲班
黃思涵。國立花蓮高商。商業經營科三年甲班
王馨苡。國立花蓮高商。商業經營科三年甲班

指導老師：

林秀峰 老師

壹●前言

一.研究動機

網路打破傳統載具枷鎖，不僅可以自由使用文字、影像、聲音、影音、動畫等多樣媒材來敘事，還能超連結、相互混搭、開放互動，開啟敘事新可能。專題製作老師和我們分享他透過他兒子而知道卡提諾狂新聞，並定期關注他，而卡提諾狂新聞粉絲專頁共有一百三十餘萬人追蹤，在此過程進而引發本組關注此新聞，並想進一步了解卡提諾狂新聞。

卡提諾狂新聞和其他網路新聞有何不同？在網路如此發達的社會中，卡提諾狂新聞利用網路的傳播能力將國內外的重點新聞用不同的辛辣與諷刺的語法，傳遞給社會大眾，也讓資訊流通較不發達的花蓮，能夠透過卡提諾狂新聞短短的幾分鐘輕易了解到國內外的重點新聞。卡提諾狂新聞對青少年會有著什麼樣的影響？其創立動機、未來潛力又是如何？這些都是本研究所欲探討的方向。

二.研究目的

- (一) 了解卡提諾狂新聞起源。
- (二) 探討卡提諾狂新聞的 SWOT 分析。
- (三) 了解花蓮地區高中職學生對卡提諾狂新聞的認知。

三.研究方法

- (一) 文獻探討法：透過網路、及專題課本等書籍，蒐集相關資料。
- (二) 問卷調查法：發放問卷調查，以瞭解花蓮高中職學生為主對卡提諾狂新聞的認知度。

四.研究流程圖



貳●正文

一、文獻探討

(一) 網路新聞的起源

卡提諾狂新聞分析與認知－以花蓮地區高中職學生為例

網路新聞是突破傳統的新聞傳播概念，在視、聽、感方面給受眾全新的體驗。它將沒有順序的新聞進行有序的整合，並且壓縮了大量的訊息，讓人們在最短的時間內獲得最新的新聞消息。不僅如此，未來的網路新聞將不再受傳統新聞的限制，社會大眾可以發佈自己的新聞，並在短時間內獲得更快且更多的訊息，而且新聞將成為人們互動交流的平臺。網路新聞即將隨著人們對此的認知提高向著更深的層次發展，這將完全顛覆網路新聞的傳統概念。

(二)網路新聞的特性

1、信息容量

網路媒體突破傳統媒體對時間和地點的限制，可以發表更詳盡的新聞報導。

2、時效性

採用 24 小時連軸滾動式的發稿模式，或對某一新聞作持續的報道。只要點擊電腦，就能即時播報世界各地的新聞，不必等到特定時間才能知道關於世界各地的訊息。

3、傳播方式

利用網上傳播的特性吸引讀者的關注，不再像以往依賴通訊社提供的各種新聞源，或者有賴於記者在突發事件發生後趕赴現場報導。

(三)卡提諾狂新聞的起源

「卡提諾狂新聞」，或稱作「狂新聞」，是由「網鈺數位科技有限公司」代理經營的網站，他們每週六發布一次的影片很受網友們的喜愛。影片中的經典台詞「94 狂（就是狂）」、「948794 狂」等辭藻也漸漸在網路上流行。受此影響，「94 狂」也開始出現在各類的文章或新聞中。卡提諾的報導方式既沒有「政治立場」，也沒有「來自組織或特定人物的包袱」，只有那「敢怒敢言」的精神。

狂新聞每星期六會在 Facebook 專頁和 YouTube 頻道推出一段影片，影片以融合剪輯與配音旁白（最初使用真人配音，4 月 8 日起改為 Google 小姐配音）為主要內容，舉凡政治、社會、三寶...等當週時事，都是卡提諾狂新聞的取材目標，且搭配詼諧的網路圖片、有趣的影片等方式來嘲諷式地報導當週的重大精選新聞，其中政治人物和娛樂圈的明星有很高的上榜率。

(四)網路新聞與傳統新聞的比較

表(一)傳統新聞及網路新聞的比較

比較項目	網路新聞媒體	傳統新聞媒體
新聞質量	編輯器及上稿速率、編輯姑化及執行能力、影音圖文整合技術及觀念	採訪人員觀念、編輯台規劃及執行能力、後置支援能力（至版印刷及

卡提諾狂新聞分析與認知－以花蓮地區高中職學生為例

		(派報)
機制功能	系統機制開發及創新能力、編輯及系統能元創意及規劃執行力、網頁設計創意及技術	編輯觀念、美術設計觀念與技術、攝影記者觀念及技術、製版及印刷機器成本、後製人員觀念及技術
內容創意	編輯創意與執行能力、跨媒體整合能力、系統支援能力	編輯創意與執行能力、報系支援與人際網路
時間	隨時截稿，不斷編修	每日截稿，每週截稿
第一線人員	社群小編、任何一個員工	公關人員、發言人
內容來源	PPT、甚至個人臉書/LINE	企業組織活動、公司領域分明
利益關係人	網友主流意見被提升到和網路大神一樣重要	以社會意見領袖和知名人士為主
內容主體	文章內容和社群流言同等重要，熱門回應會被加入新聞中	新聞完成後不太會修改
文章偏好	輕薄短小、注重視時打臉文、懶人包、圖解文	求證各方及專家說法，綜合報導
優點	1. 擁有即時性，能隨時出刊 2. 可同時多人閱讀 3. 方便性強(可隨身攜帶 3C 產品) 4. 免費且越來越普及 5. 社群媒介，分享快速	1. 影響力高，感染力強，印象深刻 2. 普及性廣，涵蓋範圍廣 3. 同時展現影音，動作和色彩的媒體
缺點	1. 攜帶性差，有電量問題 2. 內容簡略，缺乏深度。 3. 內容正確性、客觀性無法掌握	1. 難說明複雜資訊 2. 收看電視受器材地點的限制 3. 廣告穿插期間
播報方式 圖片	  圖(二)卡提諾狂新聞	 圖(三)三立新聞台

(資料來源：本研究整理/圖片來源：FACEBOOK、YOUTUBE)

(五)卡提諾狂新聞的 SWOT 分析

表(二)卡提諾狂新聞 SWOT 分析

	優勢(Strengths)	劣勢(Weaknesses)
內部	1. 使用與他人不同的報導手法，吸引更多人觀看。 2. 主要由配音旁白敘述內容，和一般主播報導相較起來，較為新穎。	1. 比起原有的電視和網路新聞，知名度略低。 2. 報導手法過於主觀，可能造成讀者反感。 3. 有些網路新聞也有電視頻道，相對其知名度傳播速度較為快速。
外部	機會(Opportunities)	威脅(Threats)
	1. 網路普及化，人人手握一隻手機或平板，對於網路新聞而言，擁有極大的機會。	1. 網路新聞盛行，擁有眾多實力強大的競爭者。 2. 卡提諾狂新聞只存在於網路上，其知名度散播速度較為緩慢。

(資料來源：本研究整理)

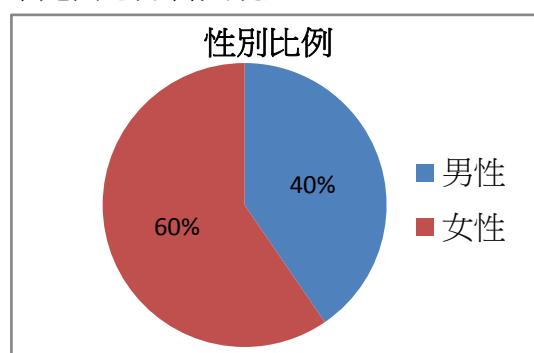
二、問卷調查法

為了瞭解花蓮地區高中職學生對卡提諾狂新聞的想法與認知，因此本研究採用問卷調查法，針對花蓮地區 7 所公、私立高中職，發出 280 份問卷，共收回 273 份，有效問卷 264 份，無效問卷 8 份，回收率 94.28%，以下是問卷分析與統整：

(一)基本資料分析

1、學生性別分析

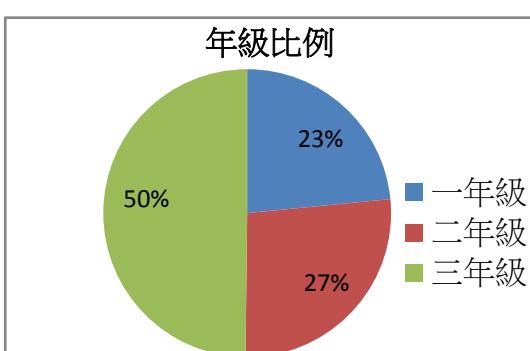
由圖(二)顯示，填此問卷之花蓮地區高中職學生的性別比例中，男性比例佔 40%，女性比例佔 60%，故受訪者女性學生居多。



圖(二)學生性別分析圖

2、學年級分析

由圖(三)顯示，花蓮地區高中職學生填此問卷之年級比例，一年級比例佔 23%，二年級比例佔 27%，三年級比例佔 50%。

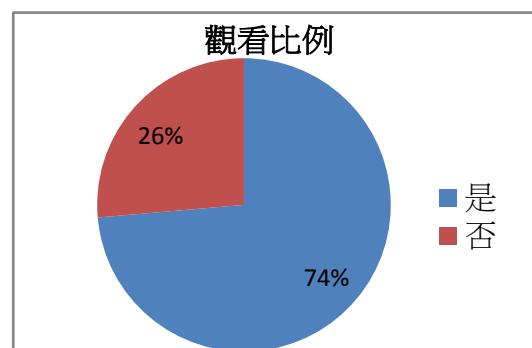


圖(三)學年級分析圖

(二)問卷內容分析

1、觀看卡提諾狂新聞之比例分析

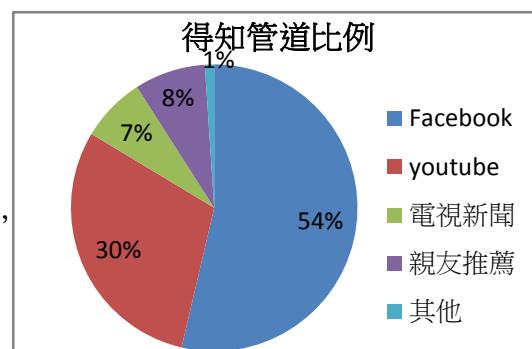
由圖(四)顯示，花蓮地區高中職學生是否觀看過卡提諾狂新聞之比例，回答「是」者比例佔 74%，「否」者比例佔 26%，由此可見卡提諾狂新聞在高中職學生年齡層收看比例高。



圖(四)觀看比例之分析圖

2、得知卡提諾狂新聞之管道分析

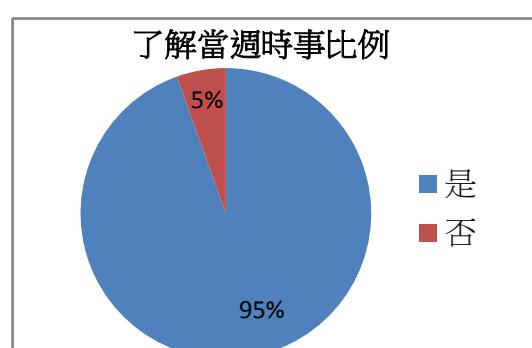
由圖(五)顯示，花蓮地區高中職收看過狂新聞的學生中，得知卡提諾狂新聞管道之比例為 Facebook 比例佔 54%，youtube 比例佔 30%，電視新聞比例佔 7%，親友推薦比例佔 8%，其他(看小說、老師播放、自己找)比例佔 1%，由此可見學生多半是透過 facebook 得知卡提諾狂新聞。



圖(五)得知管道之分析圖

3、經卡提諾狂新聞得知當週時事之分析

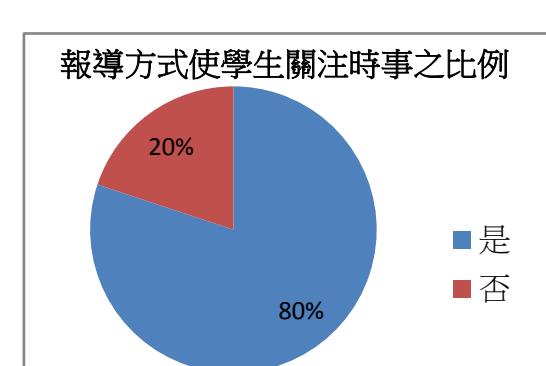
由圖(六)顯示，花蓮地區高中職收看過狂新聞的學生中，透過卡提諾狂新聞是否能夠更加了解當週時事之比例，回答「是」者比例佔 95%，回答「否」者比例佔 5%，由此可見透過卡提諾新聞是能夠讓受訪學生們更了解當週時事。



圖(六)了解當週時事之分析圖

4、卡提諾狂新聞之報導方式使學生更願意關注國內外時事之比例

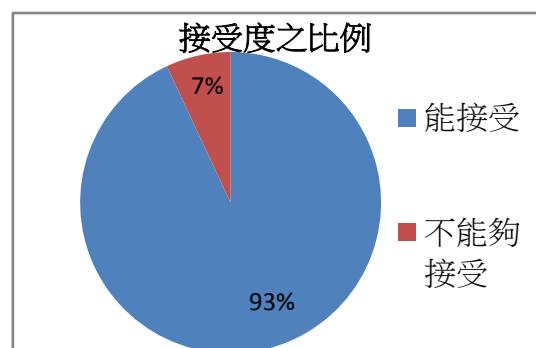
由圖(七)顯示，花蓮地區高中職收看過狂新聞的學生中，經由卡提諾狂新聞之詼諧報導方式，能使學生更願意關注國內外時事之比例，回答「是」者比例佔 80%，回答「否」者比例佔 20%，由此可見卡提諾狂新聞之報導方式能夠使學生更願意關注國內外時事。



圖(七)報導方式使學生關注時事之分析圖

5、卡提諾狂新聞報導方式接受度之比例

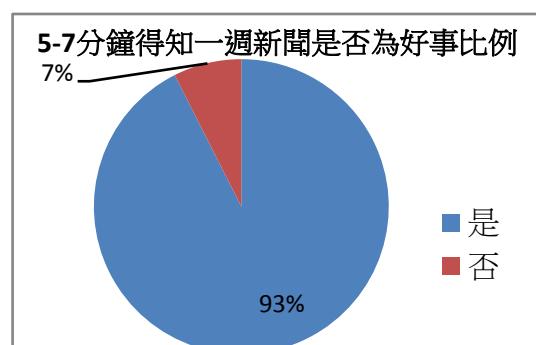
由圖(八)顯示，花蓮地區高中職收看過狂新聞的學生中，對於卡提諾狂新聞之詼諧報導方式，能夠接受之學生比例佔 93%，不能接受之學生比例佔 7%，由此可見花蓮地區高中職大部分學生都能夠接受卡提諾狂新聞之詼諧報導方式。



圖(八)接受度之分析圖

6、在 5-7 分鐘內得知一週內國內外新聞是否為一件好事之比例

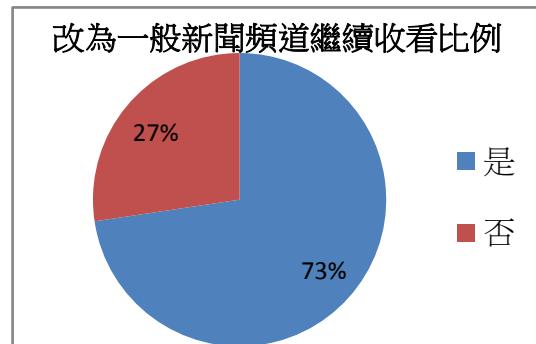
由圖(九)顯示，花蓮地區高中職收看過狂新聞的學生中，認為在 5-7 分鐘內得知國內外新聞是否為一件好事之比例，回答「是」者比例佔 93%，回答「否」者比例佔 7%，由此可見認為是一件好事之學生居多。



圖(九) 5-7 分鐘得知一週新聞是否為好事之分析圖

7、卡提諾狂新聞改為一般新聞頻道，學生是否願意繼續收看之比例

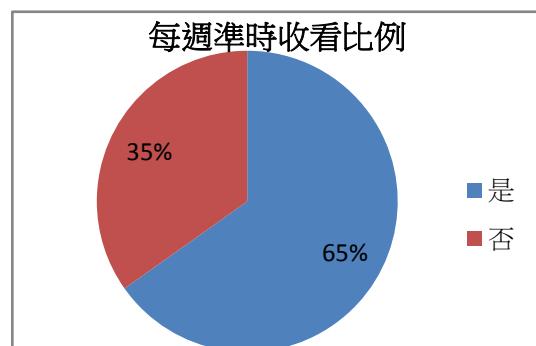
由圖(十)顯示，卡提諾狂新聞改為一般頻道，花蓮地區高中職收看過狂新聞的學生中，是否願意繼續收看之比例，回答「是」者比例佔 73%，回答「否」者比例佔 27%，由此可見卡提諾狂新聞改為一般新聞頻道後願意繼續收看之學生居多。



圖(十)改為一般新聞頻道願意繼續收看之分析圖

8、學生是否每週準時收看卡提諾狂新聞之比例

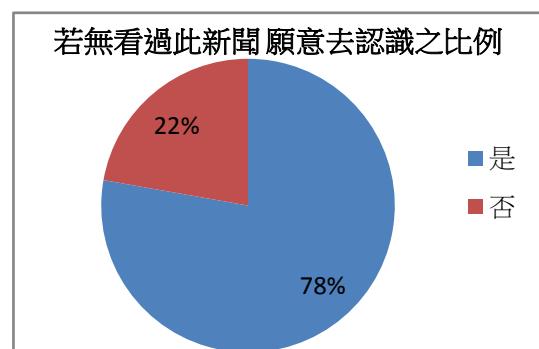
由圖(十一)顯示，花蓮地區高中職收看過狂新聞的學生中，是否願意每周準時收看卡提諾狂新聞之比例，回答「是」者比例佔 65%，回答「否」者比例佔 35%，由此可見花蓮地區高中職願意每週準時收看卡提諾狂新聞之學生居多。



圖(十一)每週準時收看之比例

9、若沒有看過卡提諾狂新聞，在填完此問卷後學生是否會願意去認識卡提諾狂新聞之比例

由圖(十二)顯示，花蓮地區高中職學生填完此問卷後是否會願意去認識卡提諾狂新聞之比例，回答「是」者比例佔 78%，回答「否」者比例佔 22%，由此可見花蓮地區高中職在填完此問卷後願意去認識卡提諾狂新聞之學生居多。



圖(十二)若無看過卡提諾狂新聞願意去認識此新聞之分析圖

參●結論與建議

一. 結論與討論

卡提諾狂新聞於 2014 年 7 月 16 日在 youtube 成立頻道，於 2016 年 2 月 18 日在 facebook 成立粉絲專頁，在每周六 24:00 發布統整過後之當週國內外時事，影片旁白主要由 google 小姐配音，卡提諾狂新聞之取材目標為包含政治、娛樂、社會、國際、運動、科技等時事，起初先成立「卡提諾論壇」，隨後建立「卡提諾狂新聞」，是由「網鈺數位科技有限公司」代理經營的網站。

透過問卷發現花蓮地區高中職有觀看過卡提諾狂新聞之學生居多，藉由此問卷調查，未看過卡提諾新聞之學生大多願意在填完此問卷後進而去認識此新聞，並主動去關注國內外時事。而當中觀看過此新聞之男學生比例佔 40.3%，女同學之比例佔 59.7%。大部分學生皆由 Facebook 得知卡提諾狂新聞，而花蓮地區高中職學生確實能夠經由卡提諾狂新聞得知當週之重要時事，對於青少年時期的學生來說，通常不願意開啟電視收看傳統的新聞或報章雜誌，即使有 3C 產品也不會特別去尋找其他新聞網站觀看新聞時事。

而卡提諾狂新聞看見 3C 產品盛行的商機，因此設立粉絲專業，透過 Facebook 等社交網站，上傳經由卡提諾狂新聞統整過後一個星期內所有重要新聞的影片，採用詼諧旁白配音，引起學生關注他們所上傳的影片。

傳統電視新聞通常播報時間為一小時，且中間穿插許多廣告，反之卡提諾狂新聞卻利用 5-7 分鐘短暫的時間，報導了當週所有重要時事，不僅節省了廣告時間，並大大縮短了播報時間，也使學生願意每週撥出一些零碎時間，收看此新聞。

觀看卡提諾狂新聞的花蓮地區高中職學生偏多，因此建議卡提諾狂新聞在篩選左右兩側之廣告時，盡量避免色情、暴力等不適合學生收看的廣告。

肆●引註資料

1. MBA 智庫百科。網路新聞與傳統新聞。2017 年 10 月 20 日。取自 <https://goo.gl/bok7FN>
2. PTT 鄉民百科。卡提諾狂新聞 ptt。2016 年 7 月 2 日。取自 <https://goo.gl/sdZ33r>
3. 毛麗雯(2011)。網路新聞學之定義與影響，取自 <https://goo.gl/baMqlY>
4. Mr. PR 公關先生。2015 年 4 月 10 日，取自 <https://goo.gl/XH2rxP>
5. 邱啟翰(2015 年 2 月 28 日)。網路新聞和傳統電視新聞的優缺點以及異同，取自 <https://goo.gl/oNr23j>
6. 陳一姍・盧沛樺・李映昕(2016)。未來最缺「變形人才」FinTech 大衝擊。天下雜誌，590 期。
7. 維基百科。卡提諾狂新聞。2017 年 10 月 17 日，取自 <https://ppt.cc/fPyLLx>