

國立臺灣大學社會科學院新聞研究所



碩士論文

Graduate Institute of Journalism

College of Social Sciences

National Taiwan University

Master Thesis

從新新人類到躺平族 —

分析臺灣年輕人自1990至2022年在報導中的再現與轉變

From “New New Human” to “Tang Ping Generation”:

Analyzing the Changing Representation of Taiwanese Youth

楊令瑜

Ling Yu Yang

指導教授：謝吉隆 博士

Advisor: Ji-Lung Hsieh Ph.D.

中華民國112年3月

March, 2023



# 國立臺灣大學碩士學位論文 口試委員會審定書

MASTER'S THESIS ACCEPTANCE CERTIFICATE  
NATIONAL TAIWAN UNIVERSITY

從新新人類到躺平族—分析台灣年輕人自 1990 至 2022 年在報導中  
的再現與轉變

From “New New Human” to “Tang Ping Generation”: Analyzing the  
Changing Representation of Taiwanese Youth

本論文係 楊令瑜 R09342014 在國立臺灣大學 新聞研究所 完成之碩士學位論文，於民國 112 年 3 月 29 日承下列考試委員審查通過及口試及格，特此證明。

The undersigned, appointed by the Department / Institute of Journalism on 29 (date) 3 (month) 2023 (year) have examined a Master's thesis entitled above presented by LING-YU, YANG (name) R09342014 (student ID) candidate and hereby certify that it is worthy of acceptance.

口試委員 Oral examination committee:

謝吉隆

(指導教授 Advisor)

蔡蕙如

陳正質

系主任/所長 Director:



# 誌謝



撰寫論文是一段非常漫長的時光，佔據了我23到25歲的歲月（天啊～～！！）但在這樣長途跋涉的過程裡，我從一個從來沒接觸過程式語言的人，變成對文字探勘有興趣的人，再用了各種工具解答了大大小小的問題，最後凝結成這一本一百多頁的心酸血淚。

首先要感謝吉隆老師願意在某個十一月的閒聊裡接受了我的請求，成為我的指導老師，一路上真的有太多技術上還有概念上要突破的部分，但老師始終很有耐心，也給了非常多實際的建議，讓我在研究過程中依舊感受到鑽研問題、解決問題的樂趣，也謝謝老師為我的職涯指點迷津！

接著，要感謝我身邊的親朋好友，謝謝我的家人支持我唸研究所，雖然家裡根本沒人從事新聞傳播產業，但沒有你們的支持我不可能完成學業。

謝謝緣緣、浩宇、承輪、芊蓉還有各位古亭家的成員們，我們幾乎是同步念完研究所的，沒有你們一起我真的會有很多不知道該怎麼辦的時候（包括吃飯、寫論文、放空、出去玩等）；謝謝研究所的好同學們，能跟你們當同學還有當朋友真的太幸運了，除了一起上山下海採訪，還一起在短短的兩年中完成很多不可能的任務，繼續一起在新聞的世界努力吧！然後，謝謝高中四散各國的朋友們，有你們三不五時講一些五四三真的讓生活好過很多。

雖然現在回想起做研究的時候還是會覺得沒辦法再來第二次了（因為真的好難……），但新聞跟社會科學真的太有趣了，希望這個世界能夠因為我們提出的問題而有了一點點的進步。

最後，祝福打開這本論文的你，希望你也能夠在茫茫大海裡，找到自己有興趣的題目，然後堅持下去、完成它。你可以的！

# 中文摘要



不論在哪個時空背景之下，在描述青年世代時，媒體在報導中經常使用各式標籤概括描述年輕族群。本研究分析近三十年報紙對年輕族群各式標籤，包含其出現的時間點與近三十年的變動，並據此探究不同時期與年輕族群相關的報導，如何反映當時的社會議題？再進一步觀察這些標籤所處的文本脈絡語言特徵，例如主流媒體是否有透過特定詞彙，加強這些標籤之於年輕人的框架？這些框架又如何呈現社會對於青年的正面與負面評論？

透過大量蒐集在1990年代至2022年間包含年輕人相關代稱的文本，本研究首先觀察不同標籤的首次出現時間，以及分佈的年份、文本數量起伏等，並分析各個標籤或代稱背後牽涉的集體記憶。接著，本研究進一步以半自動化主題建模的方式，梳理年輕人新聞報導文本在不同時期的內容，並分析各時期的主題、關鍵字以及相對應的刻板印象。最後，本文透過自動化文字探勘工具，利用情緒分析還有搭配詞分析方法，探討新聞報導如何透過特定的言語框架呈現出對年輕人的正、負面印象，並分析這些說法與哪些詞彙相近。

研究結果發現，臺灣主流媒體使用世代標籤從未間斷，且各標籤之出現時間點與銳減時期皆有所重疊，在1990年代有臺灣飲料廣告商創造了「新新人類」一說，並同時有「X世代」、「Y世代」等標籤被廣為運用；在2000年代，則轉換為「六年級生」、「七年級生」、「草莓族」等；在2010年後，則有「媽寶」、「靠爸族」、「躺平族」等標籤指涉年輕人。進一步推算上述各時期的年輕人代稱，「新新人類」、「X世代」等指涉的為現今50、60歲的族群，即將步入老年；「六年級生」、「七年級生」、「Y世代」、「草莓族」等則指涉現在35至50歲的族群，為社會重要的青壯年勞動力人口；「媽寶」、「Z世代」、「八年級生」、「躺平族」等則指涉現在正值18至35歲的族群，是當代的年輕人。

接著，以主題模型方法對1990、2000、2010年代三個時期各建立12個主題，並以五大面向「工作職場」、「政治與社會環境」、「消費習慣」、「教育文化」、「科技」等對上述三個時期各12個主題進行整合。觀察各時期的主題，可

發現年輕族群在消費行為與市場商機方面備受關注，但經常會與不善理財、只愛花錢的刻板印象連結。同時，研究者也發現，關於青年族群在性與犯罪方面的討論在各時期皆被高度討論。而1990年代的文本相較於2000年代及2010年代的文本，明顯較少提及年輕族群善用科技的文本，遂無形成科技主題。工作職場方面，則以世代管理及年輕人抗壓性差等內容為主軸。整體而言，各時期報導主題多能夠與時下社會、政治議題與經濟現狀呼應，也能對應新聞媒體和社會大眾對年輕族群既有的刻板印象與認知。

最後，透過情緒分析以及搭配詞分析方法，本研究以程度構式「越來越」、副詞「都是」以及社會慣用說法「現在年輕人」等三大類型的文本探討報導的態度再現。結果發現，在理當客觀、中立的新聞報導中，三種言語框架在與積極和消極的字詞搭配後，皆會形成對於年輕族群的特定評價，例如積極的評價會涉及創業、購屋、消費等面向，消極的評價則涉及不善理財、抗壓性低、沈迷玩樂等面向。研究者並觀察，這三種類型的言語框架皆顯示世代間他者化現象，也呈現出說話者把自己視為「上一代」、年輕族群為「下一代」，而蘊含的「一代不如一代」的批判。

關鍵字：年輕人、臺灣、世代標籤、再現、集體記憶、文字探勘、主題分析、情緒分析

# Abstract



On newspapers, young people are often dubbed in certain umbrella terms, such as “Strawberries”, “Generation X” or “Mama’s Boy”, which are created by online forums, Taiwanese writers or foreign cultures. As the terms are deeply connected with young people, the motivation and context are not fully discussed and explored. To better understand the phenomenon, the research intends to find out the time, the themes and the positive and negative images of young people presented in the news stories.

The study collects data from United Daily News (聯合新聞網) from 1990 to 2022. For the first research question, the research applies quantitative analysis to explore the collective memories young people have in different time periods. Following the exploration, the research analyzes the data by automatic method topic modeling to construct topics and analyze the stereotypes against young people. Finally, the study adopts sentiment analysis and collocation analysis to examine three different types of linguistic patterns including “越來越”, “都/都是” and “現在年輕人” .

The study uncovers that since the 1990s, terms such as “New New Human” and “Generation X” are widely used in news stories, followed by “Strawberries”、Sixth Grader”, “Seventh Grader” and “Generation Y” in the 2000s. After the 2010s, “Mama’s Boy”, “Eighth Grader”, “Generation Z” and “Lying Flat Generation” are frequently used in news stories as well. The terms occur in news media continuously, indicating how Taiwanese media outlets tend to use umbrella terms to refer to young people in Taiwan. Meanwhile, the study discovers that the terms in 1990s are for the 50-60 year-old age group, which are in their late adulthood; the terms in 2000s are for the 35-50 year-old age group, which are the core labor force in society; the terms in 2010s

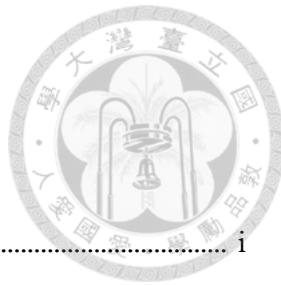
are for the 20-35 year-old age group right now, which are the current younger generation.

Then, 12 themes are established for each period through topic modeling. The results unveil that the themes mostly fall into five aspects: workplace, political and social environment, consumption, education and culture, and technology. While most topics are related to consumption, the study finds that the contents often build up a lazy and uncompetitive image of young people. Meanwhile, the study discloses that discussions about sex and crime among young people occur frequently in each period as well. Compared with the texts of the 2000s and 2010s, the texts in the 1990s have fewer texts mentioning young people's excellence in technology. All in all, most themes in each period can echo the current social, political issues and economic status quo, and can correspond to the existing stereotypes and perceptions of young people by the news media and the general public.

Finally, through sentiment analysis and collocation analysis, the study uncovers that the three construction “越來越”，“都/都是” and “現在年輕人” indicate intergenerational othering that views young people as out-group are not as good as previous generations. In addition, the study finds that positive evaluations involve young people in entrepreneurship, home buying and consumption, as negative evaluations are associated with young people's poor financial management, incapability to handle stress and indulging in leisure activities.

Keywords: Taiwan, Young People, Collective Memory, Representation, Generation, Topic Model, Collocation Analysis, Sentiment Analysis

# 目錄



口試委員會審定書.....	i
誌謝.....	ii
中文摘要.....	iii
英文摘要.....	v
第一章 緒論.....	1
1.1 導言.....	1
1.2 研究問題與目的.....	4
1.3 研究貢獻.....	5
第二章 文獻探討.....	7
2.1 臺灣世代刻板印象與背景脈絡.....	7
2.1.1 臺灣的世代標籤.....	7
2.1.2 世代標籤與刻板印象.....	10
2.1.3 小結.....	20
2.2 年輕人與媒體再現.....	22
2.3 小結.....	25
第三章 研究方法.....	27
3.1 資料說明.....	27
3.2 資料分析方法.....	29
第四章 研究結果.....	38
4.1 年輕人標籤之時間性與集體記憶.....	38
4.2 梳理媒體中年輕人之討論主題及刻板印象.....	54
4.3 分析年輕人報導中之情緒與態度再現.....	81

第五章 結論.....	98
5.1 研究結論.....	98
5.2 研究建議.....	100
參考文獻.....	103
附錄.....	113

# 圖目錄



圖1 美國七個主要世代.....	9
圖2 主題模型的示範.....	31
圖3 「越來越/愈來愈/變得/漸漸/逐漸」 國教院索引典20則範例.....	33
圖4 「都/都是/全都/全部」 國教院索引典20則範例.....	34
圖5 「現在年輕人」 國教院索引典20則範例.....	35
圖6 各標籤年份數量分佈.....	39
圖7 1990年份新聞文本數量分佈.....	41
圖8 2000年份新聞文本數量分佈.....	44
圖9 2010年份新聞文本數量分佈.....	48
圖10 月光族、大學生新聞文本數量分佈.....	52
圖11 1990-2000年主題模型混淆度perplexity計算結果.....	54
圖12 2000-2010年主題模型混淆度perplexity計算結果.....	55
圖13 2010-2022年主題模型混淆度perplexity計算結果.....	55
圖14 1990年代年輕人報導12個主題長條圖.....	56
圖15 2000年代年輕人報導12個主題長條圖.....	63
圖16 2010年代年輕人報導12個主題長條圖.....	70
圖17 三種言語框架情緒分數分佈情緒分數分佈.....	82
圖18 「越來越/愈來愈/變得/逐漸」 分數最高15則.....	83
圖19 「越來越/愈來愈/變得/逐漸」 分數最低15則.....	83



圖20 「現在年輕人」分數最高15則.....	84
圖21 「現在年輕人」分數最低15則.....	84
圖22 「都/都是」分數最高15則.....	85
圖23 「都/都是」分數最低15則.....	85
圖24 「越來越/愈來愈/變得/漸漸/逐漸」最高分30%搭配詞結果.....	87
圖25 「越來越/愈來愈/變得/漸漸/逐漸」最低分30%搭配詞結果.....	87
圖26 「都/都是/全都/全部」最高分30%搭配詞結果.....	90
圖27 「都/都是/全都/全部」最低分30%搭配詞結果.....	90
圖28 「現在年輕人」最高分30%搭配詞結果.....	92
圖29 「現在年輕人」最低分30%搭配詞結果.....	93

# 表目錄



表1 世代標籤特性與刻板印象整理.....	21
表2 以年輕人世代標籤關鍵字抓取網路媒體資料筆數與消息來源.....	28
表3 每個十年的年輕人文本數量.....	29
表4 各年代之不同標籤文本數量.....	40
表5 各標籤與年齡族群對整理.....	51
表6 1990年代年輕族群的消費與理財主題整合.....	57
表7 1990年代年輕族群工作職場主題整合.....	59
表8 1990年代年輕族群政治與社會環境主題整合.....	60
表9 1990年代年輕族群教育與文化主題整合.....	61
表10 2000年代年輕族群工作職場主題整合.....	63
表11 2000年代年輕族群政治與社會主題整合.....	65
表12 2000年代年輕族群主題整合.....	66
表13 2000年代年輕族群主題整合.....	68
表14 2000年代年輕族群科技主題整合.....	69
表15 2010年代年輕族群消費與理財主題整合.....	71
表16 2010年代年輕族群工作職場整合.....	73
表17 2010年代年輕族群教育與文化主題整合.....	74
表18 2010年代年輕族群政治與社會環境主題整合.....	76
表19 1990-2010年代重大事件與各主題整合.....	87



表20 「越來越/愈來愈/變得/漸漸/逐漸」文本範例.....	87
表21 「都/都是/全都/全部」文本範例.....	88
表22 「都/都是/全都/全部」積極與消極trigram結果.....	90
表23 「現在年輕人」積極與消極trigram結果.....	94
表24 「現在年輕人」報導內文節錄範例.....	94
表25 模型中誤判情緒分數之文本觀察.....	96



# 第一章 緒論

## 1.1 導言

身為一個現代的二十多歲年輕人，從小便耳聞印象最深刻的便是「草莓族」一詞，約略知道是個帶有批判性的詞彙，但沒想到有諸多類似的詞彙。隨年紀漸長，在報紙、部落格、電視上皆紛紛聽見與看見對於年輕人的嘲諷。一直到自己到自己進入青少年與社會新鮮人的階段，開始意識到身邊的人們也會開始以「爛草莓」、「月光族」等詞彙自稱，才發現這些帶有一定程度貶抑性質的字眼，早已深植在社會大眾的心理。為此，我十分想瞭解究竟這一連串對於青年族群的嘲諷與刻板印象究竟從何而來、有哪些面向，對於各時期的年輕人而言又有什麼意義、與哪些社會事件串接。

Shaw (1994) 指出，1980、1990年代臺灣的青少年次文化由菁英走向大眾，且不限於任一性別，他們所擁護的大眾文化是能抒發個人想法、展現個人生活如何建構的。不過，在大時代的變遷之下，青年面臨了勞動的困境，臺灣的年輕勞動力也越來越常被標籤化（阮偉芳，2019）。例如1990年代的新新人類，到2000年代的七八年級生、草莓族等，媒體把焦點集中在年輕人、青少年的身上，並將他們定義成集合體，在反覆使用標籤的過程中，形塑出一種社會大眾對於年輕族群的輿論和意識形態。不過，年輕族群在被「觀看」的過程中，社會大眾經常對他們持有負面印象（Griffin, 1997）。在1990年代，青少年屢屢被稱為「鑰匙兒童」，因1990年代的臺灣有越來越多雙薪家庭，在父母為工作奔忙的情況下，孩童經常得獨自一人待在家中，成為當時社會受到高度關注的現象（翁慧敏，1991）。與鑰匙兒童在相近時期出現的另一標籤為源自於電視廣告的「新新人類」，新新人類的意涵為1990年代的年輕人資訊接收速度極快、突破傳統思維，異於所謂「舊時代」的人們。在鑰匙兒童與新新人類等稱呼之外，1990年代後期出現了「草莓族」一詞，用以形容當時的年輕人僅有好看外表、耐受力卻很差，展現當時社會對年輕一代的不滿與檢討。

描述青少年的標籤層出不窮、意義多元，近年，媒體更是以「宅男／女」、「單身寄生蟲」、「米蟲」、「啃老族」、「躺平族」等標籤描繪年輕族群（蘇金嬪、鄭維瑄，2014；牛志瑋，2017；雷開春等，2022）。在各式的詞彙交錯下，可以發現社會大眾對青年的印象除觀念新穎、資訊接收快速外，也夾雜不少偏頗的負面印象。在1990至2000年初期網際網路越發普及，手機、電腦等數位工具也廣為年輕一代所使用。部分的社會大眾認為年輕人過去較有理想、會挑戰社會現況，但近年的年輕人卻對於不關注社會變動，做事也不按常理（陳婷玉、張志遠，2013）。

在這些標籤背後，多半是社會大眾對於年輕族群的期待和不滿。Protzko與Schooler（2019）分析，這些不滿通常來自於世代間對於彼此的偏見，是受到世代主義（generationalism）的影響。而這樣的思考模式也會在媒體中反映出來，流露出每個負面形象之外，都顯示著社會主流價值所認定年輕一代應符合的「理想與正常典型」標準（Griffin, 1997）。至於年輕世代為何會違反標準，可對應到現今社會受新自由主義影響，因此資方會認定勞方所謂「彈性」（flexibility）必須被切割或剝奪，以達到勞動市場中的無礙運作（Bauman, 1998）。內田樹（2008）中剖析年輕世代先是被培養為「消費主體」，再依序被培養為「生活主體」和「勞動主體」，因此被「金錢面前、人人平等」的觀念主導，以至於在學校與職場中和老師或雇主討價還價；倘若報酬不如預期，他們甚至會選擇放棄聽課或工作，因為這同樣是年輕世代認定的生活方式。茂呂美耶（2011）則整理上百種日本對於不同世代的標籤稱呼，並以社經地位、價值觀、行為模式等進行分類，發現即便日本1980年代後出生的世代在衣食無虞的年代，但在經濟大蕭條後充滿矛盾的社會價值觀，使得年輕世代無所適從，而出現「泡沫後世代」、「嫌消費世代」等稱呼。張宗坤（2021）指出，在臺灣的社會脈絡下，青年曾為充滿希望、帶有光輝的群體，然經歷了一系列政治與經濟改革後，全球產業鏈與國外資本大幅加速都市化與工業化變遷，使年輕人被新自由主義市場包覆，在2000年以降的臺灣社會成為貧困的窮忙世代。

在這樣的討論基礎上，世代的集體記憶（collective memory）與刻板印象（stereotype）成了被廣為探討的主題。因同一年紀、生長在類似社會脈絡下的人

們往往會被稱為一個世代，他們也容易被概括形塑成一個集體的概念 (Groves & Siu, 2014; Szabó & Maczó, 2022)。Mannheim (1952) 強調世代是一種社會產物，且只有在一群人經歷了類似的社會與政治事件後，有了相近的認知，才會被視為一個世代。例如李靜婷 (2010) 指出臺灣「年級生」的說法是以出生年份做區別的分類方式，當人們出生於相同時間間隔，並經歷相似的人生過程，就具有同時代群的效果；林宗弘 (2015) 整理「政治世代」效應，將人們分成白色恐怖世代 (1935-1945)、經濟起飛與威權統治世代 (1946-1960)、民主轉型與學運衝擊世代 (1961-1975) 與政治輪替與網路傳播世代 (1975-)，顯示不同世代的受益者與受害者會建構出不同的集體記憶，並產生不同的政治態度與行為。張一彬 (2019) 則以臺灣經濟發展之歷史經驗與對不同發展階段的集體記憶作為劃分世代的基礎，並將臺灣劃分為日治時期殖民地經濟世代、戰後經濟重建世代、進口替代工業化世代、出口導向外資湧進世代、工業升級經濟奇蹟世代、經濟全球化與民主轉型世代等六個世代。蔡秀涓 (2004) 則以工作價值觀為基準分析臺灣世代，比較嬰兒潮世代、新新人類、X世代等在職場的態度與價值觀，例如嬰兒潮世代會為了組織目標而努力，X世代則開始會以自我為考量、注重生活與工作間的平衡。

對於不同世代的刻板印象則可從各式論述中略見一斑。Kitch (2003) 指出新聞媒體對於每一個世代的論述往往會從負面的自私、有問題等面向展開，並漸漸往正向的論述前進；Giddens (2008) 則認為世代刻板印象為社會大眾提供一種簡單、有保障的論述途徑，並以對該群體特有的印象去詮釋並回應不同情境。然而，這樣的世代刻板印象帶來的是簡化的思考邏輯，且並未完全可靠。Jauregui 等 (2020) 探討醫學專業教育 (HPE) 相關研究，發現世代間的刻板印象也同樣呈現在教育上，人們對於所謂的千禧世代學習能力也有所質疑，是一種與世代相關的他者化 (othering) 現象，恐怕會因此而容易忽略個體間的差異性。

為瞭解社會主流價值與新聞媒體如何交互影響，進而形塑世代差異與年輕人在報導中的形象，一直以來都有不少針對年輕族群媒體再現的相關研究。然而，這些年輕人再現的研究中，多數是以英國與美國的社會脈絡及文本為基準進行，且文本都是在相對短的期間內蒐集 (Levinsen, 2011)。此外，年輕族群再現

研究也經常以特定事件作為研究主軸，例如有不少國內外學者就以犯罪、暴力等新聞報導作為探討主題與文本來源，也有許多研究探討電視廣告中對於年輕族群的刻板印象（蘇衡，2002；Devlin, 2006）。而回顧過往國內針對年輕族群再現進行的相關研究，也可發現數量稀少，且偏向蒐集短期報導文本，或從電視節目內容針對特定一個族群如青少年或是大學生等進行論述分析（蘇衡，2002；陳婷玉、張志遠，2013）。然而，若是基於特定事件或是相對短期的文本進行分析，將難以看出年輕族群在媒體中形象的長期變化。因此，長期文本的分析有其重要意義。

為探討主流媒體為何經常以標籤描繪年輕人，以及新聞報導如何呈現對於年輕世代的刻板印象，本文將蒐集大量報導文本，以量化方式分析不同標籤所處報導之數量變化、以自動化文字探勘工具以及質化分析文本的方式梳理不同時期的報導內容，進一步解析報導中的用字遣詞及內容組成。

## 1.2 研究問題與目的

年輕人長期以來都是新聞報導的焦點，傳播媒體更使用了各式各樣的標籤指涉年輕人。因此，本研究欲釐清幾個疑惑：新聞媒體在哪些時期使用了何種世代標籤？不同標籤的使用如何反映各世代的集體記憶？年輕世代的報導主題與內容是否能反映當時的社會脈絡？從年輕人的標籤來看，不同標籤與哪些詞彙共現、其所處的文本脈絡語言特徵為何？主流媒體是否有透過特定詞彙加強這些標籤之於年輕人的框架？

為釐清前述假設與疑問，本研究設定之研究問題如下：

**研究問題一：媒體中年輕人的各式代稱，其出現的時間為何？呈現出哪些人的集體記憶？**

有鑑於臺灣媒體使用諸多代稱指涉年輕人，但這些代稱所連結的是長期、不同群體的集體記憶。因此，為理解集體記憶隨時間的變化，本文欲以量化方式分析長期、大量的年輕人文本，觀察每一個標籤所出現的新聞報導數量起伏、文本最初出現時間點，並分析不同代稱在數量上的變化，藉此瞭解是哪些族群在哪

些時期共同承受各類世代標籤，進一步梳理這些世代的集體記憶，並分析哪些是標籤隨時間消失、哪些標籤被接續使用。



**研究問題二：不同時期年輕世代所面臨的政治、經濟、環境等刻板印象為何？又與哪些影響世代集體記憶之事件相呼應？**

由於不同世代所面對的刻板印象有所差異，本研究欲透過自然語言處理探討1990、2000和2010年代的報導文本如何反映出這些刻板印象，以及這些印象落在哪些面向上、如何與過往文獻呼應，例如政治、經濟、勞動等。同時，本文將透過文字探勘工具對文本進行分類，並探討這些主題與年輕人刻板印象的面向及集體記憶的連結。

**研究問題三：年輕人的報導文本如何再現對於年輕世代的態度？採取的評論話語為何？**

雖報導內容必須以客觀的詞彙撰寫，但許多用字遣詞仍呈現出對於年輕世代的偏見。因此，本文同樣將透過文字探勘工具探討新聞文本如何再現對年輕世代的批判，包括文本中的言語框架、說法，以及這些框架與哪些字詞概念連結。同時，本研究也將對新聞文本進行情緒分析，以瞭解文本內容偏向積極、消極抑或是中性，並以此作為分析的參考。

### 1.3 研究貢獻

本研究試圖分析1990、2000及2010年代的年輕人新聞文本，除了探討世代標籤的時間性以及不同年齡族群的集體記憶外，也希望瞭解台灣的年輕人新聞是由哪些內容組成，其中又有哪些為大眾所高度關注，以及這些主題如何和大眾認知的刻板印象相連結。同時，既然年輕人為備受矚目的年齡族群，傳播媒體在撰寫相關報導時的用字遣詞為何？又呈現出何種評價？本研究希望能補足過往國內年輕人媒體再現研究之不足，瞭解青年族群如何在新聞報導中被形塑，並針對結果現象提出建設性建議。本文期待藉由此研究，讓傳播媒體未來在傳遞資訊的過

程中，能減少世代間的誤會，發展更有效的內容，促進不同年齡族群的溝通與理解。





## 第二章 文獻探討

年輕人在新聞報導中的形象建構隨著世代更迭有所不同，媒體也使用了各式標籤指涉新世代。然而，在主流媒體與各類社會科學研究的渲染之下，即便欠缺具建設性的研究，人們對於新世代容易抱持固有的刻板印象，例如總是認定年輕世代與上一代的工作價值觀相去甚遠 (Twenge et al., 2010)。另外，若以年輕人、青年的媒體再現作為關鍵字搜尋，出現的幾乎為國外研究，國內以年輕人為主的再現討論明顯少許多。因此，為探討不同時代、長期新聞文本中的年輕群體再現，本文文獻第一節將先爬梳世代的概念，包含其定義以及臺灣常見世代標籤的刻板印象、背景因素，並在第二節將整理年輕人的媒體再現與國內外相關研究。

### 2.1 臺灣世代刻板印象與背景脈絡

#### 2.1.1 世代

對於世代的定義，各界看法並不一致。Manheim (1952) 指出，世代並非一個具體的團體，成員之間的一致性，應來自於他們佔據社會中類似的位置，而非來自於因血緣產生的家庭、部落，或因特殊目的所產生的志願性結社。同時，世代現象也被概念化，並區分成世代位置、實存世代 (an actual generation) 及世代單位。實存世代指的是具有共同命運的人們，他們參與了社會與時代中劇特色的社會、知識潮流，而在實存世代中，可能出現世代單位。同處一個世代單位的人們，對於涉及事件的反應具有一致性，也就是對於共同經驗採取了相似行動。不過在世代中，也可能存有互相敵對的世代單位，他們會互相鬥爭，並構築起前述的實存世代 (蕭阿勤，2008)。Ryder (1965) 認為世代是超越個人在家庭內世系傳承的地位，且個人作為一個世代成員，在時間上有特定的位置，也是因為這樣的位置，讓他們異於出生在不同時期的人們。蕭阿勤 (2008) 整理，有兩種方式能確認特定世代的存在，一是人口統計的方法，二是憑藉某些時期的歷史經驗，因歷史經驗對特定人群的影響會更為深刻。此外，因第二種方式強調特殊歷史時期，所以其世代的概念涵蓋的範圍更為廣泛。Glenn (2005) 指出，世代之間

界定的方式是自然的，指涉的是在某些重要層面上具有同質性的「出生同時代群」所組成；世代也可以是在一段時間內，共同經歷過重要生活事件（significant life event）的集合群體，而重要事件不只是出生（birth），還包含婚姻、教育等。劃分指標的多元，也讓許多學者認為世代差異（cohort differentiation）並非僅限於出生時間，結婚、完成教育等時間點也同樣能劃分世代差異，讓每個世代都有其特定的人口組成與歷史變遷下反映出的樣貌（Ryder, 1965）。

從人類學的觀點來看，世代概念在分析上的有效性，並非探究一群人在生物學上的年齡一致或相近，而在於說明他們經歷了相似的社會變遷力量，也就是「在同一個時間點（或一段時間）經歷某個相同的人口或生命事件的一群人。」（蕭阿勤，2008）。西方社會如英國、美國、澳洲、加拿大等國家以二次大戰、1960年代、1980年代作為三個分水嶺，切分出四個基本的世代。以美國的世代切分為例，Carlson（2008）將美國19世紀末，以及20世紀人口依照二次大戰、1960年代、1980年代等分水嶺，界定出7個主要的世代。其中包含19世紀的好公民（good worlders）、刻苦耐勞者（hard timers）到20世紀的好戰士（good warriors）、幸運少數（lucky few）、戰後嬰兒潮（baby boomers）、X世代、新嬰兒潮（new boomers）等，這樣的切分方式除了依據出生時間，也依據人們在不同時期所經歷的社會變遷。

U.S. Generations at Age 30 (With Projections for Births After 1978)

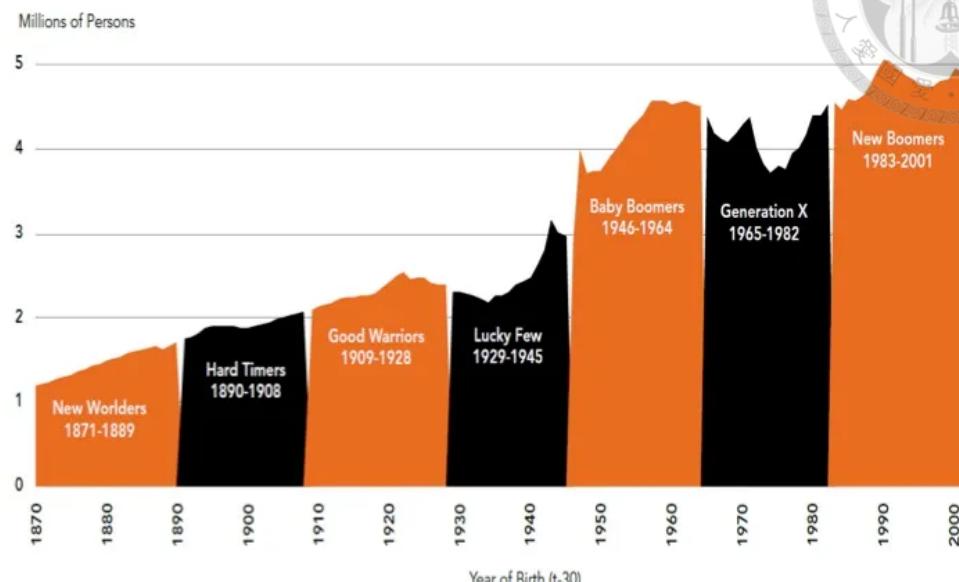


圖1 美國七個主要世代圖 (Carlson, 2008)

在梳理完對於世代的定義後，可見不論是從政治認同、出生時期或是經濟發展背景作為劃分基礎，社會之所以會不斷對各代提出多元論述方式，是因集體記憶會讓同一個世代的人們有更高的認同感。有了世代間的認同感，人們就會建構出屬於自己群體的社會語義學，進而突顯出世代與年齡在不同社會背景下的意涵<sup>1</sup>。不過，隨著人們因特定的價值體系形成社會認同，這樣的群體及自我歸類往往會導致刻板印象的發生，並有我群與他群的差異 (Joshi et al., 2010; Tajfel et al., 1979)。Toomey 與 Rudolph (2017) 定義年齡相關的刻板印象為「對特定年齡族群有過度概括 (overgeneralized) 的理解與想像」，且當人們以出生時間歸類世代，則會忽略並非每個個體都經歷同樣的教育與社會經驗，進而導致與世代相關聯的刻板印象出現。新聞媒體就可能在與年齡相關的刻板印象中扮演重要的形塑角色。

<sup>1</sup> 劉維公（2003年10月）。〈世代的消費・消費的世代〉。《誠品好讀》。

## 2.1.2 世代標籤與刻板印象

### 一、1990年代

新新人類、鑰匙兒童



1990年代，「（新）新人類」的標籤被媒體大量使用，「新新人類」一詞起源於開喜烏龍茶的「新新人類在中國」系列廣告，基本上是指涉當時仍在就讀國、高中的六年級生，展現出他們的新潮、年輕以及與舊時代人們有所不同<sup>2</sup>。「新新人類」及「新人類」為1990年代的臺灣流行用語，「新人類」一詞最早由日本觀念作家j屋太一提出，用以指涉戰後嬰兒潮的下一代，也就是出生於約1965年以後的人們。胡珍妮<sup>3</sup>指出，新新人類出生在冷戰後期、全球經濟成長快速的年代，1980年代末開始在社會各個角落出現，也因著龐大的消費力，成為了廠商的新寵兒，更具備跟舊時代「傳統人類」迥異的思維，他們的生活態度、價值觀直接衝擊著家庭、校園、工作職位上的倫理觀念及溝通方式；「新人類」、「新新人類」等世代標籤也與90年代自美國傳入的X世代、Y世代等詞並用，都是用以象徵嬰兒潮世代對於新世代的懵懂與難以理解。著名廣告詞「只要我喜歡，有什麼不可以」也於1990年代盛行，因此當時的臺灣社會被視為是個人主義興起的開端，該時期也經常能在新聞報導中看到「Y世代」、「（新）新人類」等形容年輕人的世代標籤，可見1990年代普遍對於青年的看法是勇於打破陳規、熟稔新科技、擁抱新觀念的印象。蕭富元<sup>4</sup>歸納「（新）新人類」的特質為自我、務實、不滿，且為自我主張者、對於現狀感到不滿的不滿分子。由於新新人類接收資訊的速度極快、觀念變動的速度也極快，所處的物質世界已經和50年代的收音機兒童、60年代的電視兒童、70年代的電玩兒童已有顯著的差異。

<sup>2</sup> 林惠君（1994年1月15日）。〈葉兩傳—催生新新人類〉。《遠見雜誌》。  
<https://www.gvm.com.tw/article/3312>

<sup>3</sup> 胡珍妮（1995年10月）。〈新新人類，難解的世代？〉。《臺灣光華雜誌》。  
<https://www.taiwan-panorama.com/Articles/Details?Guid=4cb6b90e-5199-407b-b1c4-8d43bd5f4d2c>

<sup>4</sup> （同下）

《遠見雜誌》<sup>5</sup>亦於1995年對當時被稱為「新新人類」、年齡介於15至25歲的臺灣年輕人進行電話調查，發現青年並不自認為是上一代所述「迷失的一代」，相反的，他們認為自己是有目標，且超過九成對於未來抱持希望，並相信憑藉自己的能力能掌控命運，但他們也同時卻也對當時社會的政治、治安、環境等狀態感到不滿，相關事件為1990年代爆發的「野百合學運」。蔡雨真（2010）整理，野百合學運發生於臺灣面臨重大轉變的1980、1990年代，不論是經濟、政治或是人民的思想意識，都與過往有高度差異。當時，有大批學生為表達對國民大會的不滿，以靜坐方式表達抗議，並提出廢除臨時條款、終止動員戡亂、解散國民大會、以制憲為前提召開國是會議等要求。此學運開啟了日後可行的抗爭模式，也奠定青年族群社會參與的重要性。

## X世代

另一依據年齡定義的標籤，則是源自於西方社會的X、Y、Z世代說法。X、Y、Z世代的說法皆源自於西方社會，通常有概略指涉某一時期出生的人們，但由於非官方所定義，所以其各自定義皆存在有爭議或是各界看法不一致之處。此詞彙傳至臺灣後，也陸續被各大主流媒體所使用。X世代（Generation X）通常是指1960年代至1970年代出生的人們，接續在「戰後嬰兒潮」（Baby Boomer）之後。X世代也為「鑰匙兒童」（Latch-Key Kids），在成長過程中父母因工作忙碌而疏於照顧（Fraser et al., 2022）。鑰匙兒童的說法源自西方社會，這類型的孩童經常出現在父母親工時長、教育程度高的家庭中，且由於這些孩童長期疏於父母照顧或僅有兄姐看管，較常參與課後活動、在街上玩耍、單獨在家或是加入幫派（Long & Long, 1984）。

X世代中的X則是由英文「excluding」一詞而來，有著「被排擠的一代」之意。概括來看，X世代的樣貌普遍為中高學歷、相對低薪低福利、多從事服務業、感到沒有未來（Coupland, 2007）。在臺灣主流媒體中，X世代的年齡通常為Y世代的父母輩，所以在臺灣的新聞報導中，X世代指涉的通常為四、五年級生，而他們往往也會在職場上擔任Y世代及Z世代的主管。此外，X世代在1990年代也

<sup>5</sup> 蕭富元（1995年月）。〈新人類一務實而不踏實？〉，《遠見雜誌》。  
<https://www.gvm.com.tw/article/3875>

被視為是市場的新寵，當時有許多品牌及廠商陸續將客群鎖定為X世代，因X世代比前一代更注重流行時尚及自我表態（Kuo, 2009）。成長期間，X世代經歷過1986年的解嚴、開放黨禁即1987年的解除髮禁、報禁等，因此觀念上被視為「傳統又開放」<sup>6</sup>。

X世代也與林宗弘（2015）進行臺灣世代政治分析所歸類之「民主轉型或學運衝擊世代」相對應，雖然在國小與國中時期受過較強的中華文化民族主義教育，但成年後卻經歷民主轉型與蓬勃發展的社會運動，相較於前面的世代有較強的自由民主價值。Fraser等（2022）透過自然語言處理（NLP）分析不同世代在社群中的刻板印象，指出X世代被認定為思想漸趨保守，且為最後一個非數位原住民的世代。

## Y世代

接續在X世代之後的為Y世代（Generation Y），通常指1981到1994年間出生的人，他們同時也被稱為N世代（The Net Generation）、千禧世代（Millennials）及回聲潮世代（Echo Boomers），並被認為是熟悉網路、手機、社群等科技產品的數位原住民（Palfrey & Gasser, 2013）。Y世代的消費行為重視商品個人化，並追求流行、品牌受歡迎程度等，忠誠度相對低（Caplan, 2005; Reisenwitz & Iyer, 2009）。

Strauss與Howe（2000）歸納Y世代的七種特質，分別為特殊、眷愛、自信、合群、進取、耐壓及傳統。臺灣媒體在1990年代經常以此一詞彙代指剛踏入職場的青年，以及正在就讀大學的大學生。不過，由於Y世代的生長環境較嬰兒潮世代及X世代優渥，從小備受呵護，因此經常被貼上貶義的標籤，例如西方社會稱Y世代為「彼得潘世代」及「水仙花世代」，在臺灣Y世代就被稱為「草莓族」<sup>7</sup>。然而，即便被貼上抗壓性不足的標籤，Y世代在工作上仍有所追求，且期待能獲得外界的認可（Twenge et al., 2010）。儘管如此，相較於X世代，Y世代的

<sup>6</sup> 洪美娟（1997年12月1日）。〈抓住「X世代」商機〉。《天下雜誌》。  
<https://www.cw.com.tw/article/5035495?from=search>

<sup>7</sup> 鄭志凱（2017年4月26日）。〈鄭志凱：Z世代來了！世代衝突怎麼解〉。《天下雜誌》。  
<https://www.cw.com.tw/article/5082170>

失業率較高，因此即便Y世代對於工作有企圖與野心，就業市場也未必能滿足他們的期待（Kalleberg, 2009; Vosko, 2005）。

Eckleberry-Hunt 與 Tucciarone (2011) 分析Y世代重視言論發表的自由、追求工作與生活的平衡，且在工作與學習的場合善用科技。不過，由於Y世代難以負荷高漲的生活費用與房價，又難取得比X世代更高的成就，因此也普遍有心理方面的問題（Fraser et al., 2022）。政治方面，林宗弘（2015）分析與Y世代出生時間點相近的人屬於「政黨輪替或網路傳播世代」，因他們在青少年或是成年後經歷了政黨輪替、兩岸經貿開放及網路蓬勃發展等事件，其政治態度會有較強的臺灣認同。例如2014年爆發的「太陽花學運」或是「三一八學運」，即反映出臺灣青年對於未來就業市場及生活的不安，以及當時社會環境所充斥的社會政治、文化與經濟矛盾（Wang, 2017）。

## 二、2000年代

### 年級生

臺灣獨有的「年級生」說法出現於2000年左右，由「明日報新聞台」一群文字工作者提出「五年級生」的概念，並在「五年級訓導處」逗陣網上寫下屬於五年級生的經驗與回憶，讓五年級生的說法獲得民國五十至五十九年出生的人的廣大認同，帶起了「五年級熱」<sup>8</sup>。劉維公<sup>9</sup>表示，當時的五年級生建構出屬於自己的「社會生活時間意識」，因西元2000年是第一次政黨輪替，五年級的人們漸漸在政壇中斬頭露角，帶動臺灣的經濟與文化轉變，跳脫了過往黨國政治的意識型態。乘著五年級熱潮，「六年級生」、「七年級生」等用法也隨之出現。「六年級生」的說法最早出現於《天下雜誌》中的調查，指的是在民國六十至六十九年出生的人，並於1990到2000年左右成為媒體爭相報導的焦點。六年級生是當時社會中的生力軍、職場新血，伴隨著網際網路蓬勃發展，被建構出企圖心強、消費力驚人的形象。楊瑪利<sup>10</sup>曾指出，六年級生有著自信、自我意識強、重消費、

<sup>8</sup> 鄭亘良（2004年9月3日）。〈論「年級論」——年級現象的初步探討〉。《重裝 RESET》。  
<https://sex.ncu.edu.tw/reset/?p=606>

<sup>9</sup> 劉維公（2003年10月）。〈世代的消費・消費的世代〉。《誠品好讀》。

<sup>10</sup> 楊瑪利（2012年7月6日）。〈6年級生，你懂多少？〉。《天下雜誌》。  
<https://www.cw.com.tw/article/5040557>

顛覆、反傳統、急於成功，並且不認為上一代一定比自己行等特質；同時，社會大眾對六年級女生的認知為把賺來的錢通通花在自己身上、愛打扮，因此還有著「單身寄生蟲」、「打工族」等名號。在職場上，六年生則普遍被主管認為漸漸喪失吃苦耐勞、承受挫折的能力。

「七年級生」則是民國七十至七十九年出生的人們，隨著世代更迭取代了六年級生成了媒體焦點，不同於六年級的自我意識、消費力，媒體建構出的七年級生形象，是自我本位心重、愛現、享樂主義至上。史書華等<sup>11</sup>採訪五、六、七年級共同在職場中的心得，可見不同世代對彼此的理解有所差異，例如有七年級生表示，「外表漂亮，內在也很豐富」的蘋果最能代表自己的特質，但對五、六年級主管而言，「光鮮亮麗，但不耐壓」的草莓才符合七年級生的形象。不過，鄭亘良指出，上一代會以草莓族形容六七年級生，是因為他們以傳統的眼光看待新世代的改變，人們批評七年級生經常是因七年級生的工作思維與上一代不同，難以被接受；臧聲遠<sup>12</sup>曾為被污名、被稱為是草莓族的六七年級生平反，表示年輕世代的工作條件不斷被惡化，高學歷低成就、薪資破壞等成為了六、七年級生共同的苦悶，年輕彷彿成為了一種原罪。而隨著曾為年輕族群的五、六年級步入中年，2000年左右開始，六年級後段班、七年級生從大學畢業並進入職場，成為社會新鮮人，除了觀念新穎、善用科技等原先流行的「（新）新人類」形象，這群青年開始被貼上「草莓族」的標籤，成為僅擁有姣好外表、優良教育卻沒有挫折容忍力的一群人。邱楷恩（2014）指出，七年級生成長於臺灣經濟和政治開放的時代，是臺灣富裕社會所培養出的一群人。在他們進入職場後，也因為面貌變得明確，且七年級生行事風格與傳統世代迥異，就逐漸被與草莓族的概念劃上等號。

不過，新聞媒體經常使用「年級生」的說法其實也引起不少爭議，如胡晴舫<sup>13</sup>就曾在社論中指出，年級生說法簡化了社會問題的癥結，忽略了世代內部的

<sup>11</sup> 史書華、吳律頤、張玄江（2008）。〈7年級：其實，我想的跟你不一樣〉。《Cheers 雜誌》。<http://career11.mac.nthu.edu/job/freshmoan/1221010584>

<sup>12</sup> 臧聲遠（2003年9月20日）。〈六、七年級生，你為何不生氣？〉。

[http://blog.career.com.tw/managing/default\\_content.aspx?na\\_id=100&na\\_to](http://blog.career.com.tw/managing/default_content.aspx?na_id=100&na_to)

<sup>13</sup> 胡晴舫（2016年1月6日）。〈蘋中信：請停止懶惰的年級學〉，《蘋果新聞網》。  
[https://www.appledaily.com.tw/headline/20160106/4L5ALEUHXJTE5RXAMPCKLY6W3A?utm\\_campaign=twad\\_article\\_share&utm\\_medium=social&utm\\_source=facebook&utm\\_content=share\\_link](https://www.appledaily.com.tw/headline/20160106/4L5ALEUHXJTE5RXAMPCKLY6W3A?utm_campaign=twad_article_share&utm_medium=social&utm_source=facebook&utm_content=share_link)

差異與矛盾，若以年級將一群人做匡列，就忽視了同個世代中的人，也會有性別、階級、教育等的差別。邱楷恩（2014）則整理，不同於「二十世代」或是「野百合世代」將族群賦以年齡所面臨的社會期待，或是以歷史事件清楚標記出某一代青年所共享的記憶，年級更像是相對客觀的代稱。不過，社會還是不斷創造出更多的標籤，用以填滿不同「年級生」的特徵。

探究六、七年級生年輕時的社會環境背景，林宗弘等（2011）指出，臺灣在當時有著勞動條件惡化造成青年貧困、青年貧困導致少子化等問題，而這些問題的源頭可歸自臺灣經濟全球化、兩岸經貿開放所帶來的社會衝擊，從勞力密集產業的關廠導致失業率上升及服務業的彈性僱用壓低實質薪資等現象，讓臺灣青年落入工作貧窮的人口不斷增加。其中，民國98年初出現「22K」方案。當時，由於金融海嘯導致全台景氣不佳、失業率飆高，教育部與行政院勞委會合作頒布「95-97學年度大專畢業生至企業職場實習方案」，俗稱「22K方案」或「22K政策」，由政府提供畢業生每個月兩萬兩千元的薪水外加勞健保，輔導大學畢業生步入職場。然而，在方案施行後，根據主計處統計資料發現，該政策對青年薪資造成開倒車的作用，從方案實施前的月薪24,313元，落到21,685元；2009年20至24歲新鮮人的薪水創下當時十三年新低，「22K」一詞也因此成了青年低薪現象的指標。2011年，臺灣受僱者的平均薪資倒退14年，失業率也長年超過4%，青年失業率更是飆升至12%，顯現臺灣青年之困境（洪敬舒，2014）。

### 草莓族

此時期另一與年輕族群相關的稱呼為「草莓族」。「草莓族」一詞由翁靜玉（1993）在《辦公室物語》一書中提出，用以形容民國五十年（西元1961年）以後出生的年輕世代，「草莓族」為臺灣社會中著名的年輕人標籤，常用於概括形容年輕人抗壓性低、受挫力低、穩定度低、空有學歷沒有能力、重視物質享受、重視個人權益大過群體權益等。隨著媒體大量引用，草莓族一詞也在2000至2010年間佔據主流媒體許多版面。觀察草莓族的相關報導，可見2000年代的職場上對於如何管理「外表美好」、「耐受力差」的草莓族為最熱門主題。《Cheers

》雜誌曾於2003、2006年發表〈七年級來了！最矛盾的世代，首度進入職場〉<sup>14</sup>、〈悶世代〉<sup>15</sup>等專題，描繪世代管理議題還有七年級生初踏入職場的樣貌，以及從小生長富裕的這群人，出社會後大環境卻只有「悶」字能形容等景象；《商業週刊》曾於2010年刊登〈如何面對史上最難管的一群人〉，探討企業主要如何和八〇後出生的網路世代相處。邱楷恩（2014）也指出，「草莓族」、「蛋殼族」、「果凍族」等代號層出不窮，用以指涉五年級以降的各代青年；「一代不如一代」的說法也從未消失，因社會對於青年的軟弱有所撻伐，又同時用另一面向的論述告訴青年改善之道。張宗坤（2021）指出，在不能吃苦耐勞、個性驕縱等缺點之下，草莓族少數的優點為對未來充滿理想、樂於從事富有創意的工作等，但這些性格同樣是在新自由主義與資本主義的脈絡下形成，因此也與職場上的認同緊密相關。

不論是六七年級生或是草莓族，此時期的年輕族群也面臨創業與高等教育兩大社會流動管道漸趨閉塞的問題。高教方面，臺灣政府在1980年代後致力於讓菁英教育走向普及教育，以改善學生成長年面臨的升學壓力。在大專院校擴增政策的施行下，大學就讀人數屢屢破紀錄、公私立大專院校的數量也迅速突破1990年代的總數。不過，陳婷玉與張志遠（2013）指出，由於臺灣也同時面臨少子化的問題，在接受高等教育人數不斷上升的同時，大學生的量與質都產生了結構性轉變，社會上認為年輕人無法獨立自主、過度依賴父母、抗壓性低落的聲浪不斷出現，也一再地加深臺灣民眾對於大學生素質的質疑。另一方面，青年起薪低落也被視為與臺灣社會的年齡歧視文化密切相關，因職場普遍認定年輕人能力低落、不可信賴且抗壓性差（葉大華，2012）。

草莓族的標籤也引起不少爭議，例如2005年一場官司引人注目的官司，就是因一名婦人求診時因認為療效不彰而怒斥醫生為「草莓族」而吃上官司，後經高等法院判定此為貶低他人名譽之貶抑性詞彙，婦人因此敗訴。也有評論指出<sup>16</sup>，草莓族一詞的使用，僅是合理化剝削年輕人的藉口，且是媒體炒作出的世

<sup>14</sup> 盧智芳、沈偉如（2003年7月1日）。〈七年級來了！〉。《Cheers》。

<https://wwwCheers.com.tw/magazine/magazine.action?id=511>

<sup>15</sup> 盧智芳（2006年5月1日）。〈悶世代〉。《Cheers》。

<https://wwwCheers.com.tw/article/article.action?id=5046520>

<sup>16</sup> 嘉聲遠（2003年9月20日）。〈六、七年級生，你為何不生氣？〉。

<https://wwwWantgoo.com/blog/17905/post/20>



代議題，不該把六七年級生全體一概視作草莓族。邱楷恩（2014）探討被稱為「草莓世代」的七年級生形象如何被建構，又具有何種符號意義時發現，從過往報導可見「草莓族」、「七年級生」在大眾眼裡的形象皆脫離不了與享樂主義、網路科技、政治冷感、無痛小革命等符號。即便如此，政治方面，2008年爆發了「野草莓學運」，是青年族群為抗議警方在中國海協會會長陳雲林在11月3日來台時維安過當，後來整起行動發展為訴求修改《集會遊行法》的抗爭行動。蕭遠（2011）指出，野草莓學運之重要意義在於，其為臺灣第一個由網路上發起動員的社會運動，並運用多元網路工具號召學運參與者。此運動也顯示出大學生、年輕人在社會運動上的重要性。

### 三、2010 迄今

#### 啃老族

蘇金嬪與鄭維瑄（2014）整理，臺灣社會多認定啃老族出現於少子化、父母保護過度的社會之中，並與歐美國家在2010年代高失業率下出現的「尼特族」（young people not in employment, education and training, NEET）極為相似。啃老族的稱號出現於青年高失業率、學歷貶值的2000年代與2010年代，當時不論是大學生或是初出社會的年輕人，皆受到許多批評。2004年時，暨南大學教授李家同於《聯合報》發表〈大學生知多少？〉<sup>17</sup>一文，質疑現今臺灣大學生人文素養、常識認知上的淺薄。中央大學教授洪蘭2009年則於《天下雜誌》發表評論<sup>18</sup>，指臺灣大學生感受不到國際競爭壓力，且平時上課態度糟糕、不尊重他人受教權益，是在「浪費生命」與「浪費國家資源」，並直稱大學生「尸位素餐是最可恥的」。陳婷玉、張志遠（2013）指出，在各式新聞報導不斷輪播之下，大學生素質低落的形象不斷被加深，民眾對於大學文憑的價值也有很深的質疑，這些負面報導成了社會大眾認識青年族群的管道，也一定程度反映大眾對大學生形象的主流意識形態。隨社會大眾對年輕群族的負面印象加深，「媽寶」、「啃老族」等標籤也越來越常出現在媒體中。

<sup>17</sup> 李家同（2004）。〈大學生知多少？〉。《聯合報》。

[https://udndata.com/ndapp/Story?no=3&page=1&article\\_date=2004-02-17&news\\_id=2338831](https://udndata.com/ndapp/Story?no=3&page=1&article_date=2004-02-17&news_id=2338831)

<sup>18</sup> 洪蘭（2009）。〈不想讀，就讓給別人吧？〉。《天下雜誌》。

<https://www.cw.com.tw/article/5000943>

不過，各式對青年族群的批評與大環境也難脫關聯。郭重附（2018）針對臺灣青年的低薪現象進行探討，指出在2000年至2014年間青年的薪水成停滯甚至是負成長，主因如下：全球化導致薪資成長缺乏動能、高等教育擴張使學歷失去鑑別能力的功能、臺灣產業升級面臨瓶頸、教育體系難以協助學生接軌勞動市場等。該研究也發現綜合物價水準考量，青年所獲得的薪資甚至不及1999年的水準，可見在2000年後的年輕族群皆面對更為艱困的市場環境。林宗弘等（2011）也分析，臺灣在1990年代前，所謂四、五年級生曾經歷過經濟起飛與「黑手黨變頭家」的時代，他們能靠著自己辛勤努力建立起事業、成為資方。然而，1990年代後臺灣產業升級，新創企業倒閉風險也提高，現存企業的平均資本額大幅提升，資本集中化的模式也讓年輕人越來越難跨越創業門檻。除了創業門檻難跨外，年輕人低薪、貧窮的現象也日漸普遍，成為臺灣社會矛盾之重要根源（王維菁，2018）。

### 躺平族

在媽寶、啃老族出現之後，「躺平族」的標籤於2011年首度在中國社群平台出現，並逐漸流行於東亞地區。躺平主義標榜年輕世代不買房、不生小孩、不買車、不結婚、不消費等行動，呈現出年輕人面對生活充滿倦怠感，不願意繼續努力的樣態（陳明輝、張昀徽，2021）。2021年4月，網友「好心的旅行家」發佈〈躺平即是正義〉一文，指出「躺平就是我的智者運動，只有躺平，人才是萬物的尺度」，再次掀起躺平風潮的熱議（雷開春等，2022）。網路上更因此有諸多與躺平相關的迷因，也與中國近年流行的「喪文化」互相呼應（Zhang & Li, 2022）。不過，不只在中國，臺灣、日本、南韓等國家也都有類似現象。隨著躺平主義，也同時衍伸出「小確幸」等概念，指年輕人不想追求成就，只想追求小而美的快樂（Brading, 2020）。隨著2020年新冠肺炎疫情爆發，臺灣各大行業均受到衝擊，許多無固定工作、固定收入的青年族群，也成財務風險抵抗力低的族群。根據行政院主計處統計，2021年求職青年錄取率僅兩成，且青年失業率也達8.3%，是全體臺灣民眾失業率的兩倍，即便勞動部提出獎勵金鼓勵青年就業，對於正體青年求職的低迷狀態仍難有改善。



Z世代（Generation Z），也經常被稱為網路世代，通常指的是1990年代末期至2010年代前期所出生的人們。和前述的X世代、Y世代不同，Z世代自出生就活在網際網路發達的環境中，並受智慧型手機、平板、社群媒體等各式科技產品影響甚巨，若Y世代是數位移民，則Z世代就是數位原住民（Francis & Hoefel, 2018）。Ozkan 與 Solmaz (2015) 指出，Z世代追求生活與工作的平衡，也追求工作的彈性；Z世代也比前一代更偏好以科技產品解決工作上的問題。

鄭志凱<sup>19</sup>指出，臺灣的Z世代經歷過2001年的911事件、2008年的金融海嘯，從小就生長在危機意識瀰漫、青年失業率高漲的氛圍當中，與他們的父母、祖父母輩所充滿希望的時代大相逕庭。伴隨著網路與社群媒體的蓬勃發展，Z世代的政治參與也多與臉書、推特等平台脫離不了關係（Valenzuela et al., 2009；Kim & Khang, 2014）。Z世代也大量透過科技傳遞訊息、建立社群關係，並藉此形塑自我認同。《Cheers》雜誌與社群平台Dcard於2019年曾對Z世代進行調查，鎖定臺灣介於18至25歲的初入職場或仍在大學就讀的青年，並發現Z世代對於自己的看法是「前途不明朗」、「背負高度責任與壓力」等，並同時具備強大的消費力、敢於表達，更喜愛透過社群展現自己<sup>20</sup>。Francis 與 Hoefel (2018) 分析，對Z世代而言，消費所追求的是特殊性、無限性以及合乎道德，購買的商品必須高度個人化並展現個體差異。

從時間脈絡來看，Z世代也被稱為「厭世代」。吳承絃（2017）指出，厭世代為出生於1990年代左右素質優秀的網路世代，面對著劇烈變動的環境，這個世代的青年對未來不抱持希望，反倒充滿了不安與徬徨。同時，相較於幾個過往的主要世代，厭世代面臨著更為貧困的生活處境。蔡英文曾在2016年的總統就職

<sup>19</sup> 鄭志凱（2017年4月26日）。〈Z世代來了！世代衝突怎麼解〉。《天下雜誌》。<https://www.cw.com.tw/article/5082170>

<sup>20</sup> 陳建銘（2019年11月19日）。〈25歲以下「Z世代」大軍進職場 你真的懂他們嗎？〉。《天下雜誌》。  
<https://www.cw.com.tw/article/5097733?template=transformers&from=search>

典禮表示<sup>21</sup>，「我們的年輕人處於低薪的處境，他們的人生，動彈不得，對於未來，充滿無奈與茫然。」讓千禧世代與Z世代青年低薪、貧困等議題浮上檯面。

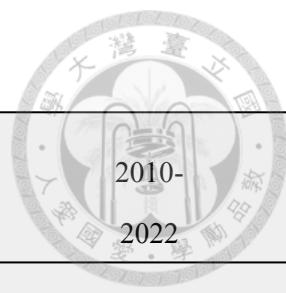
### 2.1.3 小結

當年輕族群不斷的被貼上各種標籤，也顯示社會大眾形容年輕人、青少年的名詞並不固定、也不一致，且在被各式報導不斷大力炒作的情況下，容易形塑出大眾對於年輕世代的刻板印象（張淑綺，2000）。Kitch（2003）分析美國新聞雜誌內容，探討新聞如何建構世代標籤與共有記憶。研究發現，雜誌與周刊在形塑世代間的刻板印象上扮演重要角色，且對於每個世代的報導都會由負面論述逐漸轉向正面論述，如由自私、有問題的世代轉為討喜、被廣為接受的世代。

不過，由於新聞論述中對不同世代容易以標籤劃分，個體差異就會被忽略，且會與整個世代的意象混為一談，進而形成對於特定年齡層與世代的刻板印象。本文參考Fraser等（2022）分析社群媒體中的年齡刻板印象，包括分析美國社會中的世代標籤「嬰兒潮世代」、「X世代」、「Y世代」、「Z世代」等各世代語料庫在社群媒體上呈現出的刻板印象，在下表整理出前述世代標籤之意涵以及對應到的刻板印象類別。

<sup>21</sup> 劉麗榮（2016年5月20日）。〈蔡英文總統就職演說中英文全文〉。《中央社》。  
<https://www.cna.com.tw/news/firstnews/201605205012.aspx>

表1 世代標籤特性與刻板印象整理



時期	1990- 2000	2000- 2010	2010- 2022
代稱 / 標籤	新新人類、月光族、X世代、Y世代	六年級生、七年級生、草莓族、啃老族、媽寶、Y世代／千禧世代	躺平族、Z世代、千禧世代、大學生、八年級生
工作職場	創新有創意、抗壓性低、追求生活工作平衡但低薪 (Eckleberry-Hunt & Tucciarone, 2011; Coupland, 2007)	抗壓性低、有創意、顛覆傳統工作框架 (翁靜玉, 1993; 邱楷恩, 2014; 張宗坤, 2021)	低薪且厭世 (吳承紘, 2017)；重視生活與工作平衡、愛用科技產品解決問題 (Ozkan & Solmaz, 2015)
消費習慣	比前一代更注重流行及自我表態 (Kuo, 2009)	消費力強、重視物質享受、享樂主義 (陳婷玉、張志遠, 2013)；強調個人風格且品牌忠誠度低 (Caplan, 2005; Reisenwitz & Iyer, 2009)	重視消費理念與認同感、注重產品個人化 (Francis & Hoefel, 2018)
政治與社會環境	對政治環境感到不安、傳統又開放 (林宗弘, 2015)	傳統又開放、追求小確幸 (鄭亘良, 2021；林宗弘, 2015; Wang, 2017)	危機意識強、對未來充滿不安與徬徨 (吳承紘, 2017)；善用社群媒體參與政治 (Valenzuela et al., 2009；Kim & Khang, 2014)
文化與教育	高學歷且特殊、進取，觀念上略為傳統 (Strauss & Howe, 2000; Coupland, 2007)	學習態度消極、尸位素餐、高學歷低成就 (林宗弘等, 2012；林盈好, 2017)	態度消極、仰賴父母、對生活充滿倦怠感 (陳明輝、張昀徽, 2021；Brading, 2020)
科技	數位移民 (Fraser et al., 2022)	數位原住民、善用網路科技 (Palfrey & Gasser, 2013; Fraser et al., 2022)	數位原住民、善於用社群平台表達自己 (Brading, 2020)



## 2.2 年輕人與媒體再現

前述談論之世代標籤變遷，無疑也影響年輕人在主流媒體上再現的轉變，而媒體之於年輕人的再現，事實上扮演了非常重要的角色（Levinsen, 2011）。新聞媒體為社會中傳遞意識形態的主要組織（core system），會藉由選擇、強調及排除的手法對社會議題表達某種特定的言說形式（Gitlin, 2003）。臧國仁等（1998）指出，新聞工作者在採集社會真相的過程中，無可避免地會受到消息來源的介入與影響，且受到組織常規限制，所有事件都會經過加工處理才成為新聞媒體能接受的形式，也就是說，新聞工作者必須「操弄符號」（manipulate symbols）以便閱聽大眾接收資訊。鍾蔚文等（1993）指出，新聞採訪工作是目標或是假設導向的歷程，且記者可能有多重目標，如同時希望能吸引讀者、伸張正義，使新聞內容同時滿足讀者知的權利的同時，卻又隱藏了部分真實。例如年輕族群在新聞報導中時常落入「好/壞」、「正常/異常」的二元對立模式中，而這樣「二元對立的觀看方式」，也使社會大眾容易簡化對年輕族群的認知，並成為媒體描繪年輕族群的方式（張淑綺，2000）。回顧國內外對於年輕族群的再現研究，也可發現年輕人往往會出現在犯罪、意外等報導中，在電視劇及影集中，也經常被描繪成不受教、社會位階低落等形象，呈現出危險又帶有敵意的形象（燕道成、黃果，2013；Bessant & Hil, 1997）。即便不當的行為僅源自於一小群人，仍會影響社會大眾對年輕人整體的觀感（Devlin, 2006）。

媒體再現可能產生的問題是社會大眾對特定族群的認知產生偏差，例如楊莉明（2009）曾針對中國「90後」族群進行媒體再現研究，「90後」泛指中國1990年至1999年左右出生的世代，被稱為是中國的「互聯網原住民」，因此也被認為是網路世代。研究發現，「90後」青年在新聞報導中的形象通常被視為心理素質差、吹捧流行文化等，且忽略群體異質性，使被稱為「90後」的人都必須共同承受外界的批評及眼光。同樣為針對中國「90後」大學生的新聞媒體再現研究，廖友國（2014）欲探討「90後」年輕人在媒體中的形象如何轉變，於是蒐集6年、共1,893則新聞文本進行內容分析，發現媒體對於「90後」大學生的中性報導最多、正面報導次之，負面報導最少；正面報導通常描述大學生熱心公益、創新、愛國等的特質，負面報導則最常提到青年犯罪、道德失序、鋪張浪費等形

象。研究結果指出，多數人在一般情況下難以直接接觸到90後的大學生，通常是藉由媒體獲得相關的資訊，且從擬態環境（pseudo environment）的概念來看，媒介傳遞的世界通常會經過選擇與加工，並重新加以整合再提供給大眾。因此一般人所接收到的環境並非客觀，而是選擇性的重構。

Lepianka (2015) 則蒐集荷蘭大選前後各式報紙、電視台提及老年人與年輕人相關關鍵字的報導，分析荷蘭新聞報導中老年人與年輕人的再現有何差異。從蒐集的報導數量來看，在大選前後，年輕人相關的負面報導較老年人相關的負面報導多出4.3倍，有過度再現（over-represented）的效果，顯示新聞媒體對年輕人的偏見更容易被放大。此外，透過內容分析文本，研究也發現老年人的負面形象往往被塑造為不具競爭力，正面形象則為溫暖、友善；青年人的負面形象則被塑造為不友善、不具同理心，正面形象則為具備競爭力。然而，分析指出，若以道德標準（例：是否友善）來衡量特定族群，則是一種他者化（othering）的表現，因此，若從社會心理學的角度來看，研究結果可顯示社會大眾透過報導對年輕族群抱持的觀感，可能會形成日漸嚴重的偏見。同樣以特定事件作為基準分析年輕人的媒體再現，Ural 等（2022）蒐集疫情期間的土耳其年輕人相關報導，發現主流媒體對於封城期間年輕人的報導，主要以「責任」及「脆弱性」作為報導的兩個主軸。結果顯示，年輕族群在疫情時期的再現可分為三種類別：第一，年輕人在健康危機狀況下的責任；第二，年輕人在疫情下的社會經濟危機；第三，年輕人社會文化的貧乏。而這樣的結果也指向年輕族群在疫情期間有被工具化的疑慮，其社會與經濟面的需求則相對被忽視。

而臺灣自1990年代起就有研究關注年輕世代媒體再現形象及青少年次文化。研究結果紛紛顯示，傳播媒體對於青少年族群形象再現有所偏頗，且會將青少年放在正負對立的二元論述中（陳光興，1997；周君蘭、畢盈、李盈諄，2001）。不過，即便過往有針對青少年族群的再現研究，比青少年再更年長一些的大學生、社會新鮮人等族群，其所負擔的社會角色及意涵又與年齡低於二十歲的青少年有所不同。例如本文所欲探討的不同世代年輕人，就沒有縮限在青少年族群，因此雖探討的皆為年輕族群的再現，但過去臺灣相關的研究寥寥可數，顯示國內對於年輕族群再現研究的缺乏。

當媒體習慣以標籤形式再現年輕人，容易出現青年族群樣貌被簡化的問題。張淑綺（2000）以內容分析與論述分析的方法探討臺灣新聞報導中的青少年形象再現，研究隨機抽樣民國83年至87年的新聞文本，發現青少年在媒體中被簡化為「問題青少年」v.s. 活潑健康的「享樂青少年」「好學生」；功課差的「後段班學生」v.s. 功課好的「菁英學生」；冷漠、反傳統的「異類」v.s. 創新、樂觀的「新新人類」等。另外，該論文也指出，分析青少年相關報導，可發現「非青少年」與「青少年」成為消息來源的比例相去甚遠，可見媒介中的年輕族群形象，是由一群「成人」所主導與創造的，而青少年自身的角色在報導中則顯得微弱。陳婷玉與張志遠（2013）則分析臺灣著名電視節目《大學生了沒》中大學生的形象再現，研究以2007年至2010年近千集的節目內容作為研究範圍。研究結果顯示，節目中的論述仍有不少與主流媒體論述呼應之處，像是大學生素質低落、不務正業、好吃懶做等。不過，節目中也不乏反轉主流論述的言談，給予大學生詮釋的機會還有為不同議題平反的空間，讓大學生有辦法展演自我、獲得翻轉形象的契機，使《大學生了沒》成為主流與非主流論述交鋒的場域。類似的現象也出現在香港新聞媒體中。Groves 與 Siu（2014）對香港「80後」世代與「少年夜行者」（YNDS）進行媒體中的標籤比較，發現「80後」的年輕人被視為愛國、有創業精神，且為文化及政治菁英份子；然而社會中依舊存在「少年夜行者」，是仰賴社會福利、非高學歷菁英也無法參與在知識經濟體系中的年輕人。這兩類型的標籤有概括（generalize）呈現香港當代年輕人的疑慮，且該研究也質疑這些標籤是否具備足夠代表性。

前述不論是國內外文獻較偏向蒐集短期文本，或以單一重要事件作為基準進行年輕人的再現分析，但有學者就認為這樣的分析無法呈現年輕族群長年的再現轉變，因此進行了長期文本的研究。Levinsen（2011）分析丹麥報紙上的年輕族群形象轉變，抓取1953年至2003年的丹麥報紙文本，以抽樣方式抽取不同年份之報導文本，並以標註方式將文本分類為正面、負面及中性報導，檢視丹麥報紙對於年輕人之描述是否也同樣呈現出偏見。在以質化與量化方法並行的方式分析文本內容後，研究發現整體而言，丹麥報紙中的青年形象並無隨著時間而變得更為負面或是正面，反而是漸趨中性，與過往年輕人報導研究得出之結果相異。另

外，不同報紙對於年輕族群的報導篇幅也都十分相近，且雖然犯罪類的報導仍然最多，但文化類報導數量也相去不遠，接續在後的則是運動類及教育類報導。

## 2.3 小結

自1990年代以來，臺灣時代下的青年族群都面臨著不同的問題，隨多變的社會環境，各式各樣的世代標籤因應而生。這些標籤在反映社會現況的同時，也透露出大眾在面對一個新的世代時，經常抱持遲疑、未知、期待等態度。本文整理文獻中對於世代概念的定義，發現學者並非僅從出生時間切分社會中的世代，婚姻、教育等事件也可做為劃分世代的基準（Ryder, 1965; Glenn, 2005）。而臺灣社會與主流媒體則大多以出年齡、成長背景及價值觀差異歸納世代的分野，像是以成長背景歸類的鑰匙兒童、以價值觀差異歸類的草莓族，以及以年齡歸類的X、Y、Z世代等。不過，在本文以三種定義爬梳近三十年的主流年輕人標籤後，發現各個標籤難以完全切分，不論是出現的時間或是意涵上，皆會有部分的重疊或相似之處。

而政治流動、經濟產業結構轉型等，也讓年輕人深受市場房價上揚、民生物價高漲、薪水停滯等問題影響（吳承紘，2017）。例如2008年的全球金融海嘯重創臺灣經濟，也連帶影響了大批要出社會的青年，更催生了所謂的「22K」方案，讓年輕世代的薪資達到新低，生活也變得日益困難。各式各樣的社會議題，使得新聞報導、網路文章中屢屢討論臺灣世代之間所存有的鴻溝，並探討為何不同時期總持續有「一代不如一代」的聲浪。Lyons 與 Schweitzer (2016) 指出，不少研究顯示世代的差異會顯現在職場中，尤其在工作態度與工作價值觀上，例如人們在職場中會以年齡相近性和職位分組，或是以人們對於工作和生活的哲理建立世代認同性。有研究就顯示，人們會因此認定較為年輕的工作者不願付出、只想追求生活與工作的平衡；但年輕一代也會認定上一代跟自己價值觀上有差距，並以「他們那個年代」的說法表達世代差異（Foster, 2013）。

回顧國內外相關研究，可發現國外研究從不同的媒介進行年輕人再現的討論，且在篩選文本的時間長度上也有所差異。有些研究以政治活動如大選作為時間基準，進行短期的文本蒐集（Lepianka, 2015）；有些則從世代標籤出現之時進

行較長時間的文本蒐集，如中國學者針對「90後」青年的媒體再現研究（楊莉明，2009；廖友國，2014）。在蒐集完文本後，研究進一步探討媒體中年輕族群的形象有哪些正、負面特徵，以及相關討論主題是正面、負面或是中性（Levinsen, 2011）。在瞭解青年過去三十年來在所面對的社會經濟狀況、世代標籤的轉變，以及進一步爬梳如何界定世代、世代之於臺灣社會的意義後，本論文回頭檢視國內與年輕族群再現相關研究，明顯發現臺灣相關研究之不足，尤其對於較青少年年長的社會新鮮人、大學生等年輕族群更顯缺乏，較少研究方法能夠參考。反觀歐美、中國針對於主流媒體或是社群平台上的年輕人再現研究，則明顯較為多元，無論是蒐集短期或長期的報導文本進行分析，或從年輕、年長兩世代著手研究，皆有不少值得討論的研究結果（Levinsen, 2011; Lepiaska, 2015; Ural et al., 2022）。

本研究希望能從長期的文本著手，鎖定不同時期常被提及的年輕人關鍵字，以瞭解不同年輕世代的標籤意義為何，以及在特徵上有何差異。此外，也探討不同時期主流媒體如何討論年輕人、如何與世代刻板印象呼應，並分析主流媒體運用了哪些詞彙、說法加強社會大眾對年輕人的特定印象。本文將於下一個章節說明更詳細的研究方法與流程。



## 第三章 研究方法

本論文以1990年代至2022年的新聞報導作為分析文本，試圖瞭解在不同的時代脈絡之下，主流媒體如何再現不同世代的年輕人。透過抓取長期文本以及使用文字探勘工具，研究欲分析年輕人文本中的各式代稱，其首次出現的時間點、使用頻率，及主流媒體在如何討論不同世代之年輕人，接著，探討新聞報導中的年輕人標籤承載了哪些意象，以及有哪些詞彙強化了社會大眾對於年輕人的特定印象。

### 3.1 資料說明

本研究自《聯合新聞網》蒐集過去三十多年的年輕人相關報導，選擇《聯合新聞網》的原因為該媒體是少數在網路上仍留有多年報導資料的網站，對於欲探討世代差異的本研究來說會是更為適切的選擇。此外，本文僅以單一新聞報系資料作為文本來源，是考量年輕人主題與報社立場較無關聯，且政治立場也不在此研究討論主要範疇，因此蒐集單一報系文本能使文本呈現方式、用字等更為一致。同時，紙本的《聯合報》為臺灣四大報之一，不論是其紙本發行量或是網路上的讀者受眾皆廣，影響力大，其所報導內容較能反映出公眾的認知及需求。

本文先以「年輕人」、「青年」等關鍵字蒐集1990年代至今的報導，並結合第一章名詞解釋部分的關鍵字，例如「新新人類」、「七年級生」、「草莓族」、「躺平族」等，以爬蟲方式抓取報導文本。本文參考Levinsen (2011) 研究丹麥報紙中對年輕族群再現之研究，以每十年作為一區段，將抓取之年輕人報導分為「1990年至2000年」、「2001年至2010年」與「2011年至2022年」三個時期進行分析。

每個標籤類別的文本皆是從該關鍵字首度出現在《聯合新聞網》的時間作為起點，且因本文設定近三十年的年輕人相關報導作為分析文本，故最早會自1990年開始爬取文本，並一路蒐集至近期的報導內容，時間上也列出各標籤文本密集出現之時期。在蒐集各關鍵字詞的文本後，本論文再藉由半自動化以及人工方式過濾掉內容與年輕人的概念完全無關的報導，如「媽寶」類別的相關新聞中

，就有部分是與「寶寶」、「媽媽」、「幼兒教育」等相關的文章；「六年級生」、「七年級生」相關新聞中，有部分會是在討論小學及中學生的報導；「躺平族」則有部分與躺平、看診等動作行為相關的報導。在依據關鍵字表蒐集完文本後，本文將文本合併，且過濾掉有重疊的部分，再同樣以「1990年至2000年」、「2001年至2010年」與「2011年至2020年」的年份進行區隔，以進行進一步的文本分析與文字探勘。

表2 以年輕人世代標籤關鍵字抓取網路媒體資料筆數與消息來源

關鍵字	報導資料筆數	搜尋來源
新新人類	4,665	聯合新聞網
野百合	53	
X世代	659	
Y世代	1,389	
千禧世代	922	
Z世代	471	
草莓族	1,040	
靠爸族	177	
大學生	4,532	
月光族	632	
媽寶	824	
啃老族	303	
躺平族	722	
六年級生	1,856	
七年級生	2,338	
八年級生	504	



表3 每個十年的年輕人文本數量

文本	報導資料筆數	搜尋來源
1990至2000年	5,642	聯合新聞網
2000至2010年	6,994	
2010至2022年	8,025	

### 3.2 資料分析方法

為回答本論文的三個研究問題，本研究以前述蒐集的資料進行分析，並以半自動化方式加上人工判斷解答前述問題。

第一個研究問題為「媒體中年輕人的各式代稱，其出現的時間為何？呈現出哪些人的集體記憶？」。為瞭解主流媒體如何使用年輕人標籤，以及這些標籤對應的為哪個世代、哪群人，他們又有哪些集體記憶，本文將大量蒐集之年輕人相關報導，依照不同的標籤進行分類，以時間作為變數，藉此分析各種世代標籤在何時首次出現、新聞文本數量起伏與時間如何相對應，以探討這些標籤對於不同世代的意義。

第二個研究問題為「不同時期年輕世代所面臨的政治、經濟、環境等刻板印象為何？又與哪些影響世代集體記憶之事件相呼應？有哪些標籤在概念上彼此接近？」。過去有研究以內容分析方法探討年輕族群在不同面向的刻板印象，發現與年輕人相關的正面刻板印象為熱心公益、負面刻板印象為心理素質差、吹捧流行文化（楊莉明，2009；廖友國，2014）。不過，由於本研究的新聞文本數量較過往研究多，因此研究者欲採用主題建模方法，瞭解年輕人再現的刻板印象有哪些面向，並與社會時空背景、重要議題做對照。本研究將不採用原本由聯合新聞網所建立的主題標籤，因為那些主題僅概略分類，如「天地版」、「繽紛版」等，而非以新聞內文的主題進行區分，難以藉此理解不同報導所討論的內容。

接著，第三個研究問題為「年輕人報導是否有更為正面或負面的趨勢？其再現態度為何？」。為瞭解1990年代至今的主流媒體經常使用的年輕人標籤，以文字探勘分析大量文本後會呈現何種意象、其情緒及態度如何轉變。研究者觀察新聞文本中會出現評價語言，以特定關鍵字作為錨點形成特殊構式，因此本文將透過Python情緒分析套件snowNLP先計算這些文本中的情緒。接著，抽取包含關鍵字的句子以及其前後各一句子，保留內容脈絡再進行搭配詞分析，並以視覺化網絡呈現。

以下將簡單介紹本研究在處理三個研究問題時會使用之方法，包含年輕人標籤時間性量化分析、主題建模、情緒分析及搭配詞分析。

## 一、新聞文本中的標籤時間描述性分析

為回答第一個研究問題，本文過年輕人關鍵字如「六年級生」、「七年級生」、「新新人類」、「草莓族」、「躺平族」等標籤，將1990年代至今所有標籤首度出現時間以及出現之次數進行數量分析，本文透過標籤蒐集之文本數共20,611則。選擇以標籤為關鍵字蒐集文本是因為光以「年輕人」三個字蒐集文本，容易蒐集到大量但不見得與主題相符合的文本，且有許多文本中也僅在受訪者發言時出現「年輕人」、「青年」等詞彙，因此透過標籤關鍵字蒐集歷年文本並繪製圖表，更能直接看出不同標籤的更迭、出現時機以及使用變化。在瞭解不同標籤新聞文本的數量變化後，研究者並分析各標籤與哪些年齡族群相對應，又如何與年齡族群的集體記憶相連結。

## 二、年輕人報導主題分析

在透過各式世代標籤抓取歷年大量新聞報導後，研究者欲瞭解各時期的年輕人新聞文本有哪些主題，這些主題又如何與大眾的刻板印象連結，或是反映出與年輕人相關的重大時事議題。不過，由於從報導本身的主題標籤無法明確呈現新聞內容，且因文本數量龐大，若要瞭解三十年的新聞文本內容由哪些主題組成，以人工方式分析有其難度。因此，主題建模成為了分析大量文本時，能快速看出主題與內容結構的方法（Marier, 2018）。本研究採取Blei（2003）提出的概率主題模型隱含狄利克雷分布（Latent Dirichlet Allocation, LDA）進行分析。隱含狄

利克雷分布假設每篇文件皆由幾個主題 (topic) 所組成，且每個主題都可透過幾個詞進行詮釋與分析，意即一個主題是由一群經常出現的字所組成。因此，對一群文本而言，主題通常不會出現在每一個文本當中。為採用此種主題模型，本研究將參考主題模型混淆度Perplexity數值判斷主題數量，數值越低代表結果越好 (Blei, 2003)。接著，在決定主題數量並進行主題建模後，研究者將對各時期之主題進行聚合，將相近的主題歸類，並計算主題關鍵字以及觀察各個主題相關度最高的新聞文本。

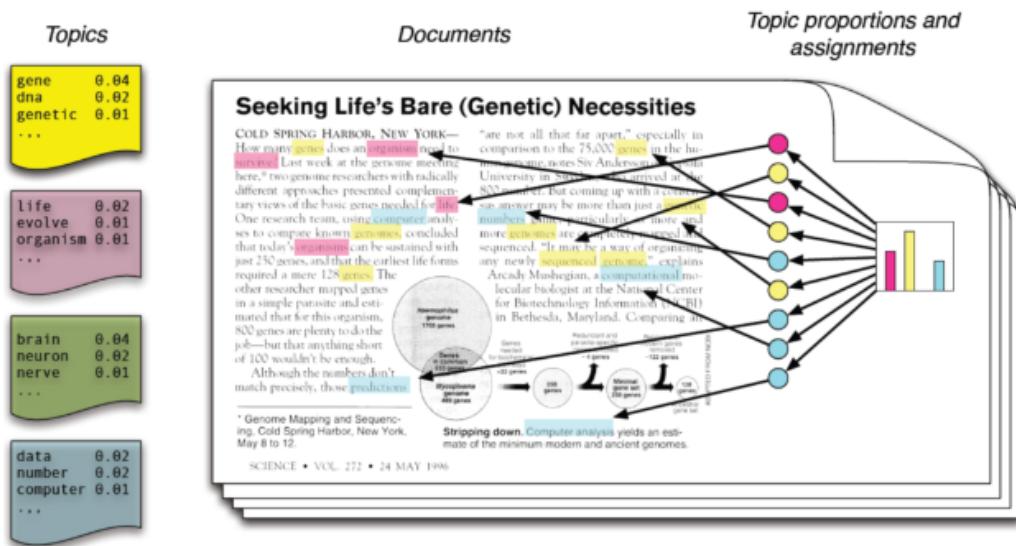


圖2 主題模型的示範 (Blei, 2012)

本文以年輕人相關之文本及不同世代標籤關鍵字所蒐集之文本，同樣先以 jieba 結巴中文分詞斷字後，以結巴中文停用詞彙 (stopwords) 過濾掉標點符號以及無意義字詞如的、了、吧等字。不過，本文斷字後發現，許多年輕人相關報導中的關鍵字詞同樣會被斷開，如「七年級生」會被斷成「七」、「年級」、「生」，「千禧世代」會被斷成「千」、「禧」、「世代」，「新新人類」會被斷成「新」、「新」、「人類」等，因此以人工方式加入自訂詞彙。本文自行訂定斷詞單元 (word segmentation) (見附錄)，其中包含世代標籤概念如「躺平主義」、「少子化」；人名如「蔡英文」、「賴清德」；各式年輕人代稱如「單身寄生蟲」、「六年級女生」、「年輕一代」等。



### 三、情緒分析與搭配詞分析

為瞭解1990年至2022年的年輕人報導中，新聞媒體以及社會大眾對年輕族群的態度如何被再現、其中的情緒又為消極或是積極，本文將以三種類型的言語框架進行分析，分別為程度構式「越來越/愈來愈/變得/漸漸/逐漸」、副詞「都/都是/全都/全部」以及「現在年輕人」等說法進行文本分析。會採用特定言語框架是因研究者認為以全數新聞文本觀察語料庫會太過龐大，且難以分析其中的情緒與遣詞用字，因此在反覆觀察新聞文本後，研究者發現此三種言語框架較容易顯現出說話者的評價與態度，遂參考國教院語料庫索引<sup>22</sup>的結果，對應各說法與年輕人結合後經常呈現出的樣態。

第一種程度副詞「越來越」、「愈來愈」、「變得」、「漸漸」、「逐漸」等常被當作評價性程度構式（EDPC, Evaluative Degree Predication Construction），除了表示程度隨時間推移而有所變化外，其後面所接續的名詞、副詞、動詞、形容詞等，都能因形成評價性程度構式，而呈現出該語句所帶有的批判或評價（龍國富，2013；Liu & Chang, 2012）。此類型的構式用法為（[Degree ADV+ X] 結構），意即程度副詞「越來越」等會驅使（coerce）後方X位置的詞彙，彼此進行協調互動，並形成帶有評價性的語意。

當本文以「年輕人」、「大學生」等詞彙加上「越來越」、「變得」程度副詞縮限範圍並搜尋語料庫結果，可發現多數說法帶有正面或負面的評價，例如「青少年可不會越來越聽話」，就顯示出發話者本身對於青少年是否會更順從、聽話這件事情的評價是偏向消極、負面的；「青少年的問題是越來越嚴重了」也可見發話者本身認為青少年有問題，所以以「越來越」當作中心語（contrunctional head），並驅使「嚴重」一詞，一同形成對於青少年的負面評價。

<sup>22</sup> 國教院語料庫索引典系統(含國教院華語中介語索引典系統)，<https://coct.naer.edu.tw/cqpweb/>

Solution 1 to 50 Page 1 / 3		
中看出一個很顯著的趨勢，那就是變遷與問題青少年從最近的報章雜誌上可以看到擔心若干年後，她也會像上述那位有種我不知道是可喜還是可嘆的現象，在父母的保護之下生活。但是不可否認的，受傷，這還不包括飆車族的暴力行為。顯然輕生只因天地窄現在生活越來越好了，可是教導他具備多方面的能力和生活體驗，叛逆的階段，屆時問題只會越來越難處理，種孩子具有虛擬的人格特質。這樣的兒童和種步地，要突破他的光圈非常困難，現在；母親是如何耗費心血養育照顧她們的寶貝，導師的重要性，設計出來的導師制度自然也荒腔走板，大財團刻意的投資和經營，濫谷地區原屬於不同的風貌。第麥當勞現身台北街頭，西門町成為，可能會更有希望些。」「你們現在一封信上貼上郵票的海倫·懷特。這擔心的是「婆婆媽媽的工作」。不過，既然，人口的年齡結構一直在改變，出生率降低，也就關門了。日本的餐飲電視節目不但受危險是讓孩子長大看不見希望，難怪現在	年輕人對異性的幻想越來越青少年的問題是愈來愈年輕人一樣，逐漸年輕人的志向和父母越來越年輕人的單獨相愛也越來越青少年的好勇鬥狠越來越青少年自殺率卻越來越青少年以後，就要逐漸青少年可不會越來越青少年，有逐漸年輕人寫武俠的也愈來愈年輕人是如何漸漸青少年問題便愈來愈青少年的風貌，果然漸漸青少年文化熱鬧展示場。漸漸年輕人的愛情觀好像越來越年輕人對於夢想的熱望逐漸年輕人的可塑性越來越年輕人的比例愈來愈年輕人喜歡，中年觀眾也越來越青少年的憂鬱症愈來愈	少，取而代之的是實際的行動。根據我的嚴重了。搶劫、盜竊、游蕩滋事以及心理的被身體的逸樂所牽制，不願給自己改變一致，就是未來人生的目標都是賺錢——連自由、越方便，誰也不敢說沒有「嚴重，我們已經越來越走向暴力的社會。現在，高，這是怎麼了？除夕，臺北市瘋狂慶祝放手，給他們機會獨立，學習走出自己的人生聽話。在矯正孩子的壞習慣時，最普遍增多的現象。他們自認為聰明，但卻很容易少，不知查先生對年輕一輩有何開拓思想，獲取知識；我還瞭解了各種多，中學生人數於是居高不下。要去除這些弊病改變，許多盛裝打扮的紳士淑女開始出入濫谷地區地，機車不再是單純的代步工具，而成為不像話了。」卡特漢爵士哀傷地說道。「全增進，他為之神往。看他的模樣兒，強，護士、舞者、幼教老師等等以前大都低。許多社會，包括台灣和大陸，都必然多，日本的執著態度在餐飲文化上更發揮厲害。孩子是需要激勵的，需要看到自己生命

圖3 越來越/愈來愈/變得/漸漸/逐漸 國教院索引典20則範例

接著，研究者同樣以國教院語料庫索引做為參考，列舉以「都/都是/全都/全部」等程度副詞與年輕人20條相關的文本資料。其中，例如「年輕人手頭上都很闊綽」就呈現出說話者對於年輕人的評價是會揮霍金錢、仰賴父母。

「都」在此可被視為一種程度副詞，以「都」連結句子左方的名詞至右方的概念。不過，林怡岑（2021）指出，當「都」被當作副詞時，其右方謂語所表達的事態多為否定詞且具有排他性，類似「完全」一詞的用法，所以也被視為「語氣副詞」或「評價副詞」、「評述性副詞」等，表示說話者主觀的評價。不過，仍有不少「都」的用法為「全稱量詞」（universal quantifier），具備集體性量化的意義（Lee, 1986）。從上表來看，例如「青少年或兒童，犯罪人數都呈現下降」、「超過一半以上的大学生和中學生都還在自我追尋的階段」中的「都」都為全稱量詞。

另外，「都」也經常與「是」一同出現，形成「都是」的用法。事實上，「是」可被視為一種隱喻用法，不論在中文或英文中，「是」（IS-A）皆為隱喻的代表性詞彙，因能顯示前後的概念關係（鍾曉芳、曾瑋庭，2022；Brachman, 1983）。鍾曉芳與曾瑋庭（2022）指出若隱喻中的概念二詞彙出現的頻率高到聽

話者對其僅剩一種解讀，則為隱喻的「固化」，也就是把概念二的詞彙視為固定意思。此一用法也為研究者欲從搭配詞結果中觀察的部分。

Solution 1 to 50 Page 1 / 22		
了「兒子被媳婦搶走了」的感覺。現在	年輕人無論男女，生活圈子都比過去	人要大得多，內容也更富變化。
，有些事情就發生了。還有現在不少	年輕人「手頭上都很闊綽	」，父母經濟寬裕，孩子的零用錢當然也多
。樂得如此，反正沒負擔。接受訪問的	大學生中，「多數人都強調不	願從道德觀點談這個問題，也都認為
徵求他意見時，他又會：「到底是	大學生啊，什麼都懂。	」妻子在動輒得咎的情況下，幾至精神分裂
上、海邊、前線、外島等地去教書的	年輕人，卻都因為資格	的限制或人事關係不夠而被拒於學門
成敗卻是特殊的現象，他們所以是正常的	青少年，是因為他們都希望自己	在社會的允許下追尋自我。大多數的青少年在
，單就年齡來說，國中生的溝通恐懼比	大學生和企業界的員工都高，	而後兩者之間並無顯著差異。單就性別
也許會奇怪，美國的大學生、中國的國中生、	大學生和企業界員工都一樣。	在四種溝通情境中以公開演說的恐懼最
在身邊、就在心中。超過一半以上的	大學生和中學生都還在	自我追尋的階段，這樣的對未來的人生
的發揮。一個真正安和樂利的社會，絕大多數的	青年和成人都肯定	有成的。在民主的國家，你我都可以
地驚訝！其實，任何學心理學的人，對	青少年的心理特徵都有相當	程度的了解，因為古今中外的青少年都有其共同
掌握每個團體或個人的特殊因素。以前對	青少年演講時，我通常都會透過	他們的師長或他們本人，來了解他們這一
則是不可否認的。青春期的少年進入青春期的	青少年，裡裡外外，上上下下都有了	變化，受荷爾蒙和生理變化的影響，性驅力暴漲
於權威的洗腦，一位美國心理學家也發現中國	大學生欠缺獨立性，這些都是值得	我們深思的問題。閒聊投懷送抱的香蕉文化
由於升學至上、成績第一的壓力，使我們的	年輕人和他們的父母都瞧不	過氣來。父母為了應付這種壓力，
，「裸風」、「露雨」之後，美國	大學生比誰都用功。	這麼說，裸風只是美國文化變遷的歷程中
是在校學生或青少年。這樣看來，我們的	青少年無論在校與否都頗需	良師益友的引導。□尋求職業或事業歷程中
功利主義和升學主義製造高度競爭的壓力，使	青少年神經亢奮、情緒渲染都是主要	原因。有關親子情和教育方針，下兩篇
。至於把科學、政經、工程等當成理想的	年輕人，也都在現在	和未來之間牽上了無形的繩子，父母對這些
社會觀根據法務部近十年的統計，不管是	青少年或兒童，犯罪人數都呈現下降	趨勢，那為什麼一般我們的主觀感受卻是「

圖4「都/都是/全都/全部」國教院索引典20則範例

至於「現在年輕人」的說法，研究者同樣參考國教院語料庫索引之相關文本，發現此一類型的說法容易帶有說話者評價，即便「現在年輕人」的說法並非程度副詞或是評價性程度構式，但例如「時下有不少青少年，被富裕的社會餵哺的慾望高漲」或是「時下有些年輕人顯得消極」等，皆顯示出說話者自認為「上一代」，並以「現在」、「時下」等詞彙區隔出「下一代」的年輕人。

本文並從新聞文本中進行數量的觀察，發現以具有接續性質的N-gram對所有文本進行分析後，可見「現在\_年輕人」共出現362次、「現在\_大學生」共出現139次、「現代\_年輕人」共出現138次、「時下\_年輕人」共出現176次等詞彙組合皆在報導文本中出現超過100次。上述觀察顯示在不同時期中，與「現在年輕人」相近的說法都遭頻繁使用。

臺灣  
大學  
圖書館

Solution 1 to 50 Page 1 / 7		
升學或課餘的活動，還是時間分配的問題。	現在許多高中生、大學生	在讀書時，常覺得不能專心，白花時間
婆媳問題又搞臭了兩家所有的關係。	現在，兒女已到青少年	該上大學的年紀了，此時是什麼問題會
，所以他們現在家裡擁有兩家的孩子，	現在都先後到青少年	的年紀，常出狀況，他們得多花心思
了不少錢，做為日後創業的本錢，這和	時下追求浮華、寅支卯糧的年輕人	比起來，萬強的節儉和努力真是值得
，知道那是怎麼回事；難的是處於	現在脈絡下的年輕人	與過去年輕人有所不同，而他們很堅持這一
，所以俗語說「薑是老的辣」。但是	現在情況不同了，年輕人	不再靠實際的經驗增加他們的智慧，他們從
個不少，活著或死去都無關緊要。生命教育	現在最迫切的是給年輕人	理想。人生的目的在於實現心中的理想，
是不快樂的來源，是心靈痛苦的原因。	時下有不少青少年	，被富裕的社會餵得慾望高漲。他想要
的修為，更需要有好的朋友相互砥礪。	時下有許多年輕人	喜歡邊讀書邊聽音樂，邊趕路邊欣賞隨身聽
實現，便落入不相應行法，同樣帶來苦果。	現代有許多年輕人	時常感到空虛、徬徨，不知道自己的興趣性向
工作動機薄弱，就會無精打采，甚至頹廢抑鬱。	時下有些青少年	，放縱自己，任其鬆懈懶散，不正視學業
實際情況，給予孩子機會學習自我照顧的能力。	現代有不少青少年	從小到大都受到無微不至的照顧，甚至連最起碼的
一定程度的管理，就難以產生啟發的效果。	現在我們看到青少年	偏差行為逐年增加，飭車、偷竊和暴行屢見不鮮，
憂鬱和空虛，常常有無奈或欲振乏力之感。	時下有些年輕人	顯得消極，所受的心理壓力很大，經不起
和生活挑戰中，學會清醒的思考和判斷。	現在有許多年輕人	受到保護和疼愛太多，一出校門踏入社會，
，此之謂坑死人不抵命也。」	現在台灣的大學生	有沒有這種現象，我不知道，但因電台
不小心，把硯台打翻，卷子弄髒了矣。	現在參加考試的年輕人	，真是天不怕地不怕，可是以
以各種方式在校園內鼓勵大家說國語；	現在幾乎沒有年輕人	不會說國語，反倒是閩南語、客家語、原住民語等
；過去只有老年人才會罹患的心血管疾病，	現在已開始在年輕人	身上出現。這不禁讓我想起林則徐曾經說
背景，對於問題的掌握和解決很有幫助。	現在常常有許多年輕人	找我談話，我很喜歡聽他們談論所從事

圖5 「現在年輕人」國教院索引典20則範例

在決定以「越來越/愈來愈/變得/漸漸/逐漸」、「都/都是/全都/全部」及「現在年輕人」三種類型言語框架進行分析後，本研究採用Python套件snowNLP情感分析模型對過濾出之新聞文本進行計算。snowNLP套件具備中文文本進行斷詞、詞性標注、情感分析、文本分類、關鍵字提取等功能，在情感分析方面，snowNLP的原理為貝葉斯模型，亦即在計算各個語句的情感正負時，會以計算出的先驗概率分別乘以每個特徵詞彙的條件概值，並取其中情感值比較大的極性作為該語句的情感（Liu et al., 2020; Xu & Hsu, 2022）。由於snowNLP原先採用的訓練文本為電商評價，因此在電商評價以外的文本判斷可能會失準，為得到更貼近實際的結果，經測試後本文採用2020年「微博熱搜熱門話題數據」的積極、消極語料庫，各60,000則留言，作為訓練情緒分析模型的語料庫。

在透過snowNLP計算完文本的情感分數後，本研究將以此為基準進行進一步的搭配詞分析，瞭解積極與消極的語句中有哪些詞彙共現。

搭配詞（collocation）是把同一文本、同一段落或同一句子中共同出現的詞彙以袋詞模型（bag-of-words）的方式計算兩詞彙間的出現次數。搭配詞為兩個或以上的詞彙同時出現在相隔不遠的文本中，且為詞彙的組合（Sinclair, 1991；Evert, 2005）。第三個研究問題將以三種言語框架抽取出的文本進行搭配詞分析

，並對新聞文本進行分詞斷字，再以正規表示法過濾標點符號及停用詞。本文以點互資訊（pointwise mutual information, pmi）機率判斷前後詞彙的相關性，點互資訊能計算w1與w2的同時出現的機率，當兩者經常同時出現，pmi數值會越高，因此pmi數值可作為後續詞彙間分群的依據。研究者並會將關鍵字網絡視覺化，且以具有接續性質的n-gram進行分析，在過程中觀察核心詞彙與其他詞彙的共現關係。

本研究將以R語言中jieba套件中文分詞斷字，以結巴中文停用詞彙（stopwords）過濾掉標點符號、「的」、「了」等無意義關鍵字。斷字後發現，有許多年輕人報導中的關鍵字詞會被斷開，如「七年級生」會被斷成「七」、「年級」、「生」，「千禧世代」會被斷成「千」、「禧」、「世代」，因此以人工方式加入自訂詞彙，直到沒有不該被斷該的詞彙為止。本文自行訂定斷詞單元（word segmentation）如下表，並將不可斷開之詞彙自行編成人工關鍵字表共157個，包含世代標籤概念如「躺平主義」、「少子化」；人名如「蔡英文」、「賴清德」；個是年輕人代稱如「單身寄生蟲」、「年輕一代」等。



## 第四章 研究結果

研究將以三個面向來討論與瞭解年輕人在主流媒體中的再現，分別為新聞文本趨勢分析、主題模型及搭配詞分析，分析透過不同世代標籤關鍵字所蒐集到不同時期的報導，探討（1）媒體中年輕人的標籤如何更迭以及反映出哪些世代的集體記憶（2）主流媒體在不同時期如何討論年輕人、主題是否能與重要社會議題相呼應（3）不同時期的年輕人報導中呈現出哪些批判，又是透過哪些話語框架形成。

### 4.1 年輕人標籤之時間性與集體記憶

從第一章的研究背景及第二章的文獻回顧，可見主流媒體與社會大眾容易對年輕族群貼上標籤，且經常抱持著特定期待，認定年輕族群應該要符合某些正常及理想的標準（Griffin, 1997）。因此，為探討年輕人在臺灣主流媒體中所呈現出的長期再現形象，本文以關鍵字抓取1990年代至今共20,611則文本，並分析其首度出現的時間點、在不同時期被使用的熱門程度，以看出年輕世代在新聞文本中如何透過標籤再現，並瞭解各個標籤指涉的為哪一群人。

下圖以折線圖呈現各主要標籤關鍵字所抓取之報導文本分佈時間，並以各標籤文本總數呈現出在不同年份的高低起伏。研究者並將以族群年齡回推各世代所共有的集體記憶，並分析新聞媒體使用各個標籤的時間特性。

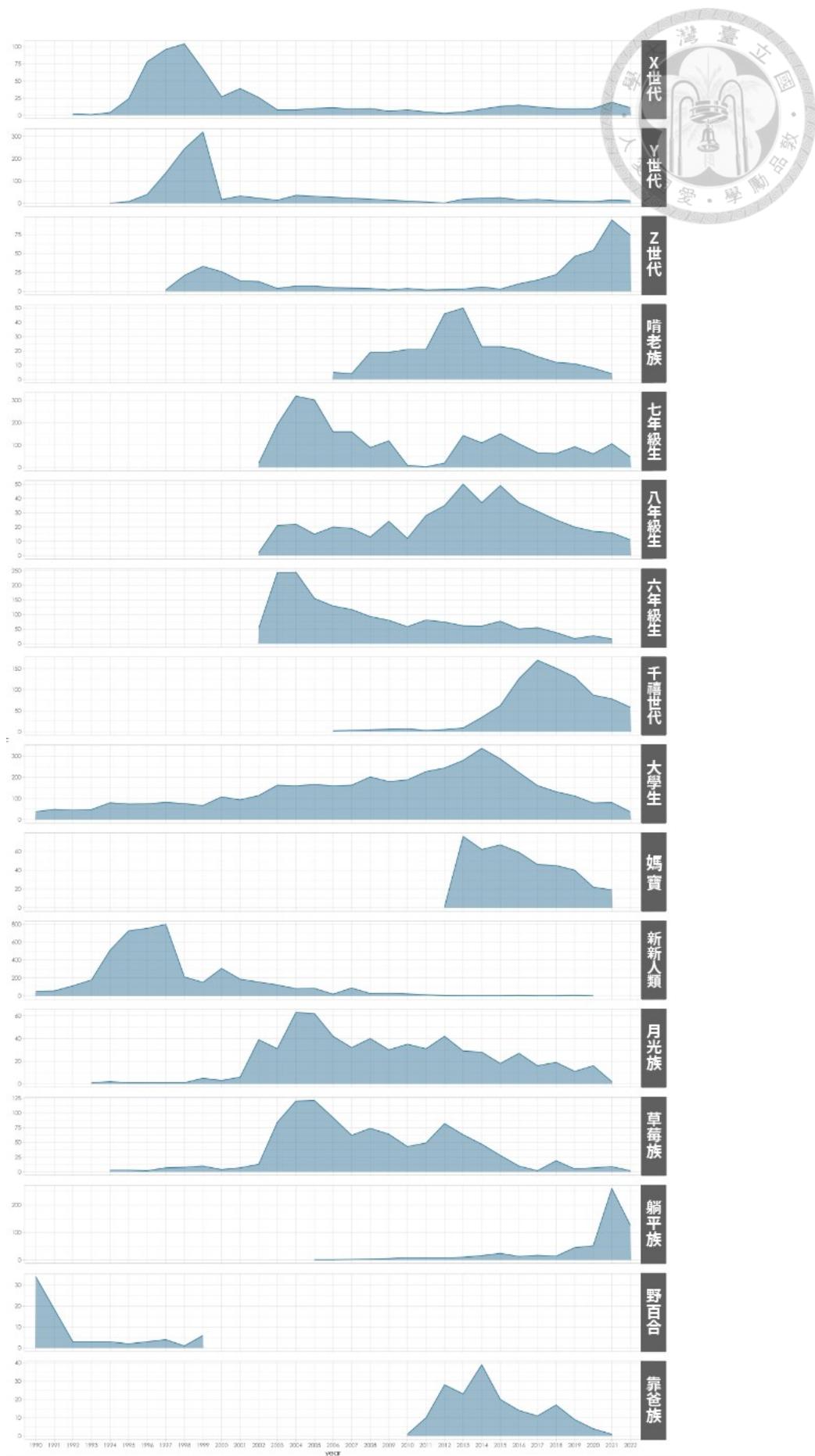


圖6 各標籤年份數量分佈

表4 各年代之不同標籤文本數量



	1990-2000年	2000-2010年	2010-2022年
新新人類	3,546	1,068	70
草莓族	37	684	366
月光族	13	383	274
啃老族	0	68	256
六年級生	0	1,173	614
七年級生	0	1,370	978
八年級生	0	148	368
X世代	403	162	129
Y世代	766	100	161
Z世代	82	86	333
千禧世代	0	9	920
躺平族	0	0	601
大學生	742	1,698	2,388
靠爸族	0	1	177
媽寶	0	0	437
總和	5,589	6,950	8,072

從上述圖表以及文本數量可見，1990年代最大宗的世代標籤為新新人類、X世代與Y世代；2000年代則為草莓族、六年級生、七年級生和月光族；2010年代為啃老族、月光族、媽寶、靠爸族等；2020年前後則為Z世代、千禧世代與躺平族。大學生的報導則在各時期皆有出現，且呈現越來越多的趨勢。至於各年代的標籤分析，本文將不分析「野百合」一詞，因涵蓋此一標籤的報導文本數量過少，在本節將不進一步討論。

## 一、1990年代

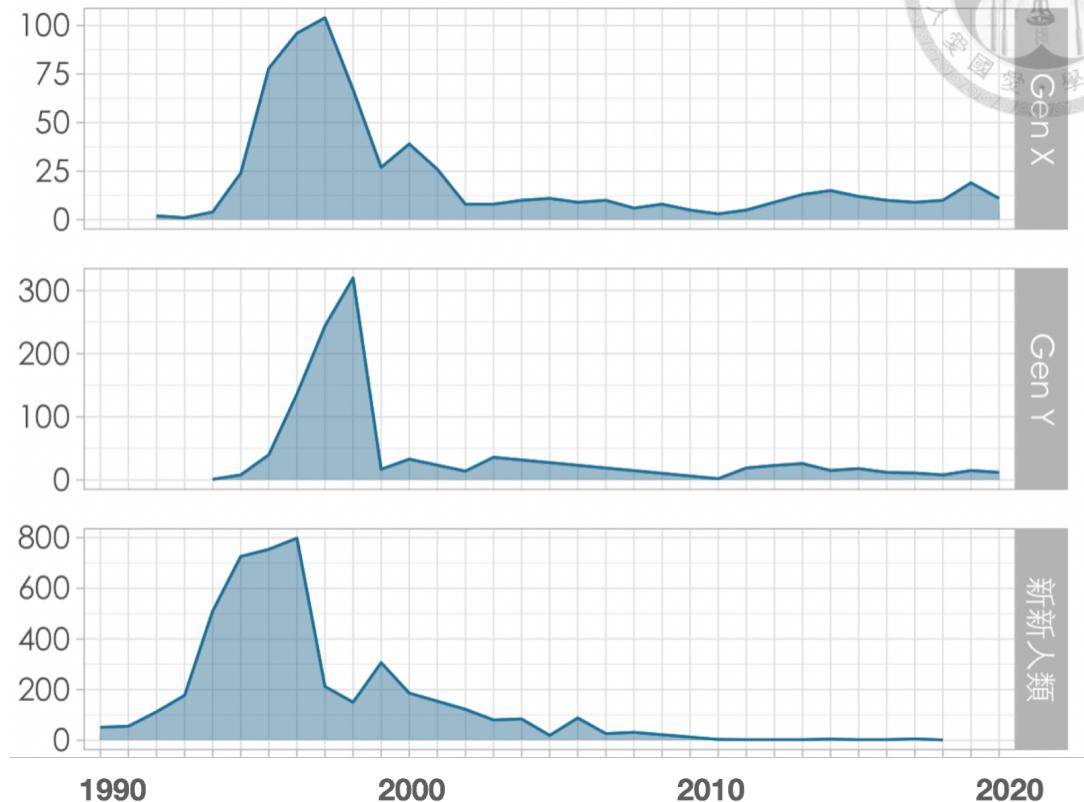


圖7 1990年份新聞文本數量分佈

現今約50、60歲的世代，在1990年代時為所謂的年輕人，根據圖表，該世代經歷了被稱為「新新人類」、「X世代」、「Y世代」等標籤的時期。新新人類一詞由飲料廣告商所創造，緣起於日本的「新人類」說法，被臺灣廣告商加工發想後，就有了「新新人類」一說<sup>23</sup>。由圖表可見，新新人類於1995、1996年左右達到文本數量高點，一年有近千筆相關報導；在1997、1998年則逐漸下降，到2000年初僅剩部分關於新新人類的報導。研究者觀察，新新人類是專屬於1990年代年輕人的標籤，不像是對於一個世代的說法，當這群年輕人步入下一個年齡層的時候，新聞報導也不再使用新新人類稱呼他們，而是將新新人類一詞用在下一代年輕人身上。

<sup>23</sup> 林惠君（1994年1月15日）。〈葉兩傳一催生新新人類〉，《遠見雜誌》。  
<https://www.gvm.com.tw/article/3312>

1990年代的年輕人在年輕時共同經歷了政治和經濟的大幅度轉變：政治上發生了野百合學運、臺灣史上第一次直選總統和選舉普及化，經濟方面則是貿易更為開放，在解嚴後蓬勃發展。整體而言，新新人類為一個中性的代稱，且帶有許多創新、創意的意味；對應歐美社會劃分世代的方式，新新人類介於嬰兒潮世代及X世代之間，為資源富足的一代（Carlson, 2008）。

從研究背景可得知，1990年代正值臺灣社會改革開放，不論在政治、貿易、社會等面向上，人們都經歷了許多改變，整體社會氛圍也較為正向，因此對於年輕族群的描述，相關報導也多呈現出新奇、有活力、價值觀不同於以往的樣貌。不過，仍有不少報導會以負面陳述詮釋新新人類，且直至2010年左右都仍有類似的報導出現。此外，由於新新人類說法被廣泛使用在1990年代的報導中，所以呈現出來的是大環境的氛圍以及對年輕族群的普遍看法。其中，在臺灣1996年進行首次民選總統期間，新新人類代表的也是社會中的新力量，為政治人物極力拉攏的族群。

「X世代」、「Y世代」等說法也同樣象徵著1990年代年輕人創新、思維進步、擁抱新科技等形象。不過，X、Y世代的說法相較於新新人類就少了許多。X世代在1990年代共有376則、Y世代477則、Z世代56則。臺灣媒體中X、Y、Z世代的說法受西方文化影響，成為了在不同時期出生的人們的廣泛代稱。蕭富元<sup>24</sup>指出，美日學者在1990年代初期發現年輕世代醞釀出的強大力量，也伴隨戰後嬰兒潮世代對這兩個X、Y世代年輕人的難以預測，因此臺灣的媒體、企業紛紛開始以新新人類和X、Y世代等詞彙交替指涉年輕人，試圖理解新世代對於消費市場以及政治環境的影響。值得注意的是，X、Y世代雖然在近年報導中仍會出現，但隨時空背景轉換，他們在報導中已經不見得被視為年輕人。在2010年代左右，當X世代與Y世代一同出現在報導中，X世代儼然成為「上一代」、Y世代則為具有新興消費能力、觀念新穎的「下一代」。而是被定位成嬰兒潮世代的接班人，近年報導也可能呈現他們與下個世代年輕人的價值觀差異。

<sup>24</sup> 蕭富元（1995年月）。〈新新人類—務實而不踏實？〉，《遠見雜誌》。  
<https://www.gvm.com.tw/article/3875>

隨著嬰兒潮世代高階主管逐漸退休，愈來愈多企業聘僱**X世代**出任高層主管，這波**世代交替**讓企業營運及高層領導風格出現重大改變。（林奕榮，2015年8月8日，經濟日報，S06版）



X世代甚至也會與嬰兒潮世代被歸為一類，同樣為社會中的中年、老年族群。不過，隨時空變遷，Y世代在近年則演變成為對1970、1980出生世代的稱呼，比起認定他們為年輕人，更像是夾在X世代與Z世代之間的一群人。近期，當新聞報導探討Y世代，多是討論他們的職場觀念、消費習慣等議題，且Y世代的年紀以及社會經驗，多以讓他們成為新一代的主管，在職場上為Z世代的前輩，同時，由於Y世代為現今職場上最大宗的就業人口，因此也為社會中堅，相較於嬰兒潮世代或是X世代，他們更容易成為報導的焦點。

綜觀新新人類與X、Y世代的說法，李志恆<sup>25</sup>指出，1990年代的臺灣人面臨的是第二次「西潮」，以商業貿易成為地球村的一員。由於1990年代的政策開放，1995年可說是臺灣社會歷經低迷後的新起點，隨著市場競爭變激烈，企業必須思考如何面對不再保守的消費者，因此會以截然不同的態度看待消費主力，也就以新新人類、X世代、Y世代這樣新潮的代稱指涉年輕世代。

<sup>25</sup> 李志恆（1995年3月15日）。〈你抓得住他—新新人類〉，《遠見雜誌》。  
<https://www.gvm.com.tw/article/3822>

## 二、2000年代

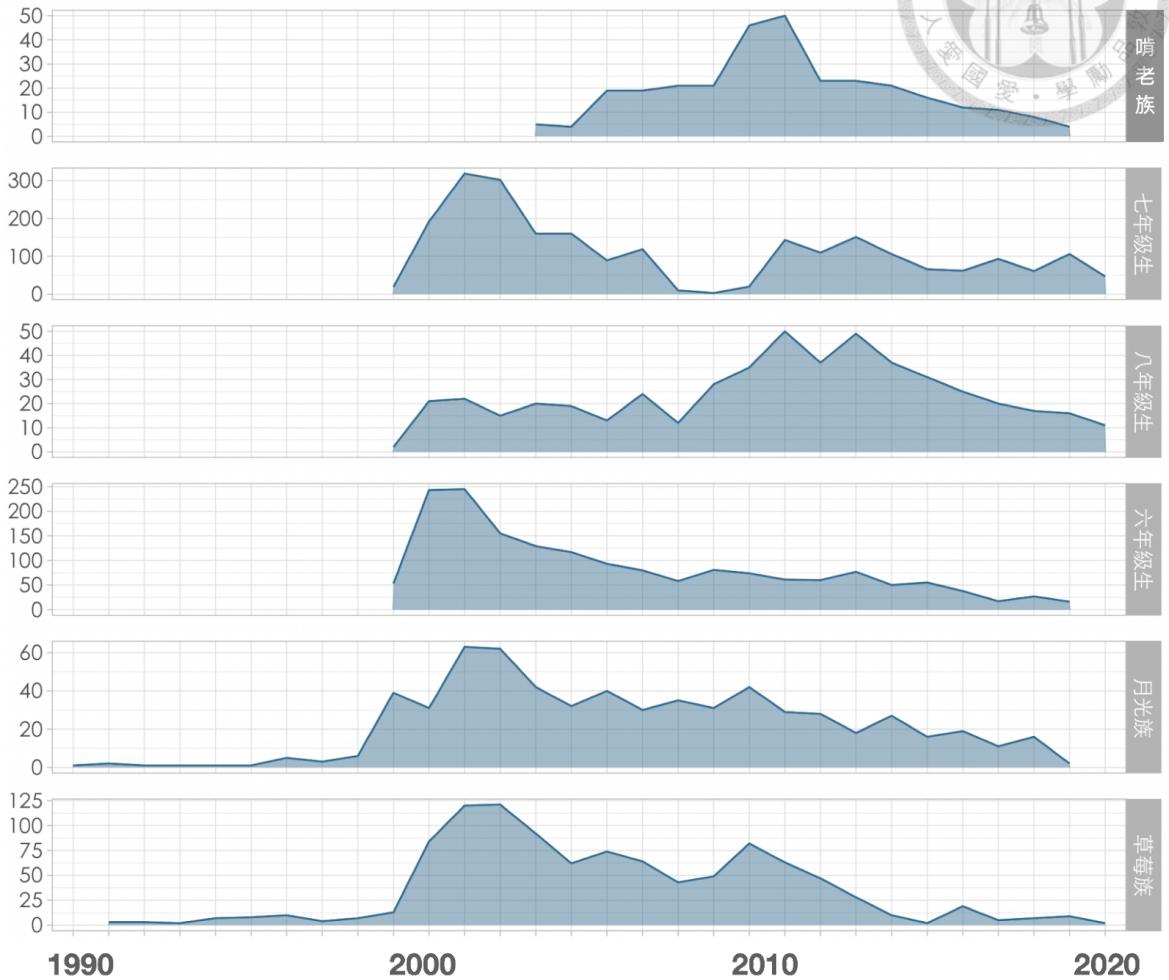


圖8 2000年份新聞文本數量分佈

至於目前35至50歲的族群，對應圖表可見其被視為年輕人的時期為2000年代，當時「月光族」、「草莓族」等文本開始大量增加，且「年級生」的說法也在2000年代出現，因此這些標籤可能同時出現在文本當中，意義上也互相重疊。從第二章文獻整理之定義可見，草莓族指涉初出社會沒有抗壓性、懶惰又不積極的年輕人（翁靜玉，1993）。從圖表觀察草莓族真正被密集使用的時期，是從2002年左右開始，一直到2010年後才使用頻率才逐年下降。草莓族說法的減少，與此一代稱引起的爭議也有高度相關，因越來越多人對於草莓族帶給年輕一代的

污名化有所不滿<sup>26</sup>，且甚至有政治人物因此遭提告<sup>27</sup>，讓各界漸漸不敢妄自對年輕人下「都是草莓族」的評語。

不過，由於2000年代與年輕人相關的報導中，有提及草莓族標籤的報導不在少數，本研究所蒐集之所有2000年至2010年標籤報導文本共7,679則中，就有1,040則提及草莓族，可見2000年代的年輕族群與草莓族稱呼緊密連結。首篇出現草莓族說法的報導為「年輕人 不愛工作 愛升學」，內文闡述被稱為「新人類」或「草莓族」的年輕一代可能成為就業市場的人力資源問題。在草莓族的標籤之下，40、50歲族群所共有的記憶為年輕時總被冠上享樂主義、網路科技、政治冷漠、無痛小革命等頭銜，甚至直接被視為草莓世代，長期背負了抗壓性差的評語（邱楷恩，2014）。不過，從圖表來看，草莓族的相關文本一直到2016、2017年左右才明顯銳減，可見草莓族的標籤橫跨了約兩個世代的年輕人，顯示出當六、七年級生漸漸脫離年輕人的身份後，該項稱呼並未消失，反而是接續使用在下一世代的年輕人身上。

另外，在2000年代初期，「年級生」的說法出現，由於2000年代左右已經為六年級生、七年級生的天下，因此民國六十年與七十年出生的人出現在新聞報導中的頻率很高。六、七年級生即為現今的40、50歲族群。整體而言，七年級生的報導還是比六年級生多，且2010年後，緊接著是八年級生開始進入大學、並逐漸踏入職場，因此八年級生的報導在近年是日漸增加的。在2000年至2010年間，六年級生報導共1,136篇、七年級生報導共1,644篇，八年級生報導僅137篇。在2000年初期，六年級生還被視為社會的新生代力量時，經常被形塑為愛花錢、沒有抗壓性的一群年輕人，與此同時，2000年初期的六年級生也被視為購物主力。如今，相似的報導開始以七年級、甚至八年級生作為主角，但內容經常偏向探討買房的不易。不過，六年級生經常與月光族、草莓族等稱號掛鉤，也是因為六年級生的成長背景和四五年級生有極大差異，因六年級生生於網路蓬勃發展的一代，所以價值觀、消費行為等都成為了前一代批評的面向，也因此當六年級出現在

<sup>26</sup> 蘇位榮、王宏舜（2007年5月23日）。〈罵醫「草莓族」賠2萬 罷道歉〉，《聯合報》。

[https://udndata.com/ndapp/Story?no=2&page=1&&article\\_date=2007-05-23&news\\_id=3900422](https://udndata.com/ndapp/Story?no=2&page=1&&article_date=2007-05-23&news_id=3900422)

<sup>27</sup> 陳彥廷、曾韋（2014年5月8日）。〈無懼被告 魏揚再批呂學樟「草莓族」〉，《自由時報》。

<https://news.ltn.com.tw/news/politics/paper/777169>



報導中，呈現出來的往往是無理頭、喜新厭舊、強調個人化等特質（陳雅君、黃雅慧，2003）。不過，研究者發現，年級生的說法說，僅「六年級生」帶有性別刻板印象，因2000年初的報導經常可見在探討「六年級女生」的生活習慣、消費行為等，但這樣的說法在七年級生、八年級生則未出現。

**六年級生**是指出生於民國60年代的族群。**六年級女生**正在形成一種新的價值觀和生活觀，有人稱她們為「花子族」或「月光族」，錢都花在自己身上。也有人稱她們為「草莓族」，對壓力毫無招架之力，或是「單身寄生蟲」，因為她們雖然成年了，還是寄居在家裡。（黃又怡，2002年12月10日，經濟日報，18版）

六、七年級生在2000年代也經歷了SARS、金融海嘯等事件，因此他們所擁有的集體記憶與過往的四、五年級生相去甚遠<sup>28</sup>。例如六、七年級生文本在2002、2003年達到最高，但當時也是SARS爆發的時期；在2008年左右金融海嘯席捲全球之時，六、七年級生也依舊為當時的職場新血、社會新鮮人，因此面對了直接的衝擊（張宜君，2017）。另外，隨時空變化，六、七年級生的稱呼逐漸演變為對一世代族群的稱呼方式。同時，當不同年級生一起出現在文本當中，探討的經常為世代之間的衝突及對立問題，以及四、五年級生被視為「上一代」的說法。

今年選舉明顯出現世代對立，**四年級、五年級生**的政治立場與**六、七年級生**明顯出現差異，也容易出現世代衝突……。（陳雨鑫，2020年1月13日，聯合報，D4版）

從圖表分析，2000年代年輕人被貼上的另一標籤為「月光族」。觀察月光族相關報導分佈，2000年後文本明顯成長，指涉年輕人為愛揮灑金錢、理財觀念薄弱的年輕世代，此一說法沒有明確來源，但被廣泛使用在媒體報導中。月光族的說法不僅僅是指涉現今50至60歲族群年輕時的樣態，往後也持續被使用在其他世代身上。整體而言，由於2000年代普遍以年級生和草莓族的說法指涉年輕人，

<sup>28</sup> 劉維公（2003年10月）。〈世代的消費・消費的世代〉，《誠品好讀》。

2000年代年輕人的集體記憶多為被貶低成草莓族，且2008年時發生金融海嘯，因此還共同經歷了經濟衰退、「22K」政策的出現等。



現在社會新鮮人起薪大都為**22K**，讓年輕人看不到未來。楊泮池認為，能力比數字還要重要，如果沒有能力，**22K**都很嫌多，學生不要過於在意數字，有能力就會獲得肯定。（邱瓊平、王彩鶴，2013年9月7日，聯合報，A4版）

同時，對應圖表之標籤，可見月光族的稱呼在2000至2010年有上升趨勢，因此在2000年代的年輕人所經歷的標籤，比起1990年代，多為較負面的稱呼。至於「大學生」報導出現的頻率則較為平均，從1990年代起就有不少與大學生相關之主題新聞，且2000年後更是有持續上升之趨勢。事實上，大學生在年輕族群裡也扮演重要的角色，因不論是教育、工作、消費或是社會運動都與大學生息息相關。在所有標籤文本共20,611則報導中，有4,532則為大學生相關的報導，可見當提及年輕人，大學生扮演了重要的角色。呼應當時台灣高等教育普及化、全國大專院校數量成長快速，2000年代的大學生備受關注。

### 三、2010年代

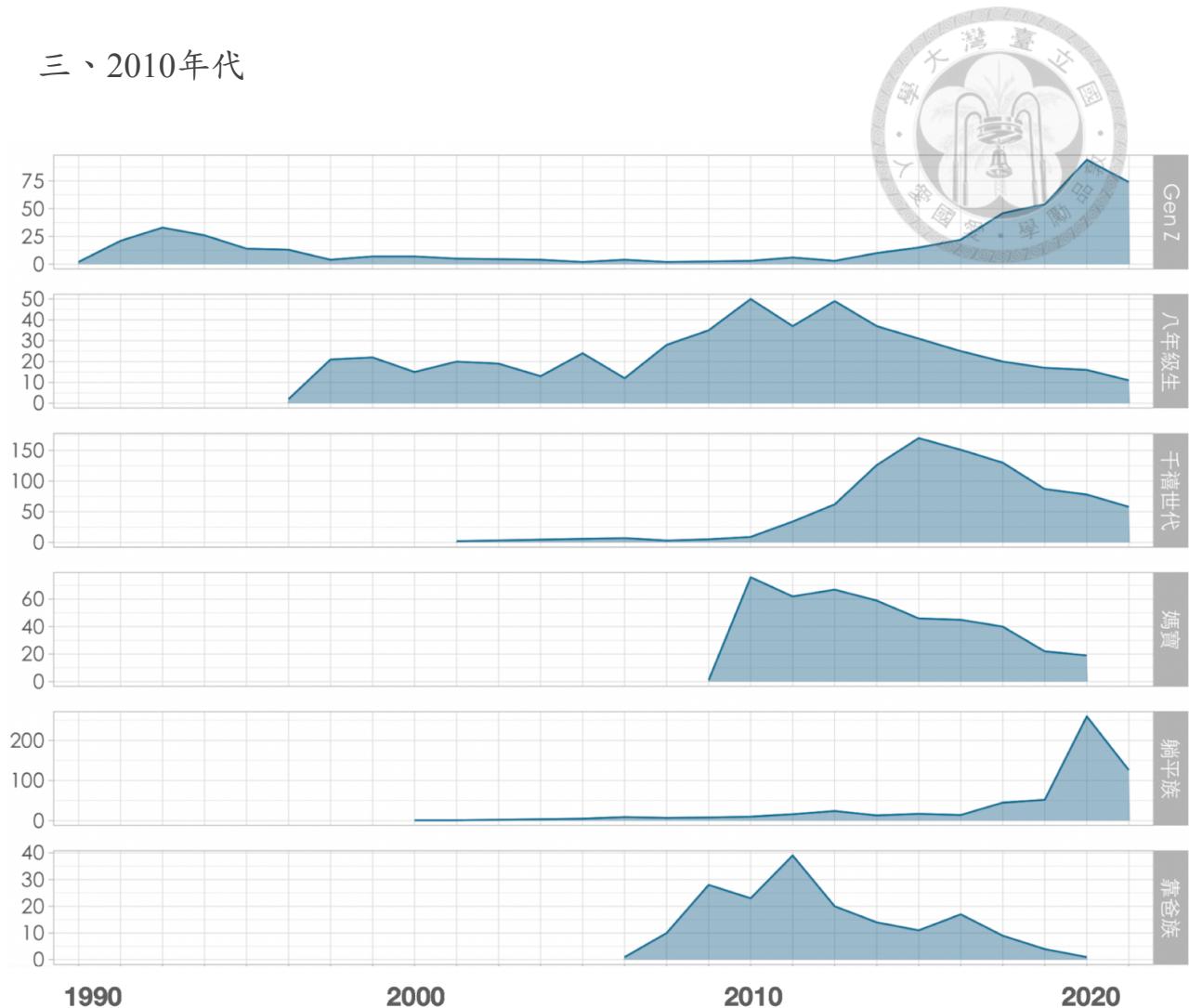


圖9 2010年份新聞文本數量分佈

如今，被歸類為現代年輕人的18至30歲族群，對應到圖表，被貼上的標籤主要為「八年級生」、「躺平族」、「Z世代」等。從年輕人標籤與年份分佈的圖表可見，2010年代起，新聞報導中越來越多「媽寶」、「靠爸族」、「啃老族」等對年輕世代的稱呼，呈現出整體社會對於年輕世代長期都有能力不足、不負責任的認知。對應當時的時空背景以及社會議題，2008年左右全球爆發金融海嘯，政府因此推行22K政策，雖立意是要提升市場就業率，卻造成青年低薪現象普遍。當時，「22K」與「媽寶」成為了媒體與社會大眾關注的焦點，對於年輕人的觀點更是普遍呈現低迷、不抱期望的狀態，許多專家學者也直批年輕人只會靠父母、沒有獨立自主能力（陳婷玉、張志遠，2013；洪敬舒，2014）。從此來看，年輕人標籤地更迭以及報導內容確實能反應社會時下議題，且能看出社會大眾對於年輕人的觀感是否帶有批判意味。因此，現今30至40歲的族群與前述兩個

世代有不同的社會記憶。這些代稱的出現，與2008年後開始延燒的青年低薪議題息息相關，因青年面臨著就業與生活困境，卻又同時面臨著大環境轉變下，世代價值觀差異所形成的批評。從圖表可見，這些顯現青年世代不夠獨立，必須仰賴父母才能生存的稱呼，形塑出了2010年代年輕世代的樣態。

彭麗華又說，當然，也有一些家長也需再教育，有些家長看到子女每天辛勤工作，月薪僅**22K**，立即放話叫子女「不要做了，父母養你」，導致子女大膽辭職，在家當**啃老族**，再到就業站找工作時，一開口就是要找「4萬至5萬元以上的工作」……（劉愛生，2013年3月4日，聯合報，B2版）

在2010年代，若提及六年級生，經常是探討他們與現今年輕世代的生活習慣差異，或是在價值觀上的落差。本文觀察，當六年級生不再被視為年輕人，其相關文本數量就明顯下降，觀察六、七年級生文本，可見在2010年後每年文本數就比2010年以前少了約一半，八年級生文本則在2010年前後開始上升，在2010年至2020年間，共有358篇報導，雖有增加，但數量還是遠不及2000年代的六、七年級生報導數量。同時，從報導內容可見，在2010年代七年級生仍會與八年級生一同被歸類在年輕世代，不過六年級生開始漸漸被歸類為非年輕世代，尤其在消費、買房等議題上，討論重心已經漸漸從過去的六、七年級，開始轉換到八年級身上。

**八年級生**買房有多困難？根據聯徵中心去年20歲至30歲房貸資料顯示，若以台北市平均購屋總價1,907萬元來算，需準備392.84萬元頭期款，專家分析，以25至29歲的全年平均薪資中位數47.8萬元看，等於要不吃不喝八年以上，才能存到買房的第一桶金。（朱曼寧，2022年5月18日，聯合報，A13版）

有趣的是，千禧世代雖然被視為與Y世代同義，但直至2010年後才被密集使用，同樣指的是1980、1990年代出生的人。由此使用頻率上的斷層可見，在指涉同一群體時，也可能會有習慣使用不同代稱的現象出現。同時，千禧世代至近幾年已經不全然被視為年輕人，因他們部分已經為人父母，因此比起把他們視為消費新勢力，更多的是以雙親的角色出現，或是與Z世代一同被視為年輕世代，

與1990、2000年代跟X世代一同出現的現象截然不同。本研究蒐集到千禧世代的文本共922篇，首篇為2006年的〈千禧世代MBA 企業新挑戰〉，接著到2010年才再度有報導使用「千禧世代」一詞。此外，除了可看出千禧世代已經不同於1990、2000年代的Y世代年輕人，他們逐漸成為職場上的主管，或是Z世代的雙親。同時，有關千禧世代的文本相較於「年級生」、「草莓族」等報導，有更多國際新聞內容。

植物奶的大獲成功，顯示**千禧世代**雙親與孩子的想法正在改變。研究機構Mintel的研究顯示，由於Oatly等品牌大受歡迎，……這類產品去年的銷售增加15%，更可望在2026年前幾近倍增至63億美元。（林億帆，2022年8月1日，經濟日報，P10版）

至於Z世代年齡則相近於八年級生，所以相關報導近年才逐漸增加，報導對於Z世代的討論也多落在Z世代身為數位原住民的背景差異、工作態度等，以及當帶領到Z世代的新鮮人時，X、Y世代的主管應該如何應對，解決世代的代溝。同時，Z世代也逐漸被視為消費主力，與Y世代經常被並列在報導中。

**嬰兒潮與X世代**逐漸離開職場，**Y世代**將成為全球經濟驅動力量。為了吸引這個具備創意、從孩提時期就熟悉電腦與行動設備的族群，日本許多企業文化已開始改變。（林奕榮，2015年9月19日，經濟日報，S06版）

躺平族的標籤在2019年後才較為密集的被使用，直至2022年也越來越常被媒體提及並用以形容現今20、30歲的年輕族群。從圖表來看，可見躺平族報導在近兩年尤其大幅增加，與第二章文獻回顧整理的躺平族脈絡相符合，臺灣媒體開始使用「躺平族」來稱呼年輕世代，是因中國百度上的一篇貼文，讓這個用法開始在兩岸蔚為風潮（雷開春等，2022）。不過，相較於新新人類、草莓族的標籤，躺平族的文本量還是明顯少了許多，共722篇。躺平族的報導也呈現出世代的失落與相對剝奪感，但不同於草莓族報導呈現出怪罪年輕人的氛圍，躺平族的報導更多是把問題訴諸大環境。報導通常會闡述買房的不易，或是求職環境帶給年輕人的艱困，造成年輕人想要躺平。Zhang與Li（2022）指出，中國的躺平族是一種青年世代的集體身份認同，因此若有言論批評躺平現象，往往會在網路上引發

眾多反彈聲浪。反觀臺灣主流媒體對此的報導，經常會引述社群平台上的網友言論，藉此呈現出年輕世代的看法。不過，本研究認為從報導內容可看出，躺平族仍可能會與啃老族等貶低年輕世代的稱呼一同出現，所以整體而言，躺平族呈現出的形象還是與社會所重視的積極、勤勞等價值相違背。

近廿年來，「低薪」成了新世代的代名詞，不少年輕人被生活開銷壓著看不到未來，選擇不婚、不生、不養，甚至被冠上「啃老族」、「躺平族」稱號。臺灣目前卅五歲到四十五歲可說完整經歷了薪資停滯的廿年，未能享受往昔年年加薪的美好年代，感到嚴重的失落。（陳素玲，2022年10月11日，聯合報，A1版）

#### 四、小結

表5 各標籤與年齡族群對整理

青少年世代	對應年齡級	對應現下年齡	主要標籤	世代
1990	四、五年級生	50、60歲	新新人類、X世代、Y世代	中老年
2000	六、七年級生	35至50歲	草莓族、六年級生、七年級生、啃老族	青壯年
2010	七、八年級生	18至35歲	八年級生、啃老族、靠爸族、媽寶、Z世代、千禧世代、躺平族	青少年

總結來看，研究者透過各標籤蒐集報導文本並繪製長條圖圖表，嘗試解答研究問題一之文本使用時期及數量變化特性。結果顯示，1990年代最大宗的世代標籤為新新人類、X世代與Y世代；2000年代則為草莓族、六年級生、七年級生和月光族；2010年代為八年級生、啃老族、月光族、媽寶等；2020年前後則為Z世代、千禧世代與躺平族。至於各個世代標籤涉及的族群為何，研究者觀察新新人類和X世代即為現在的50、60歲，中年將邁入老年的族群；Y世代、草莓族、六年

級生、七年級生等則為現在約35至50歲的族群，為社會重要的勞動力人口；Z世代、八年級生、躺平族等則為現在18至35歲左右的族群，是當代的年輕人。

研究者觀察，由不同標籤報導文本的數量起伏來看，若該標籤沒有明顯時效性，如下圖大學生、月光族等，在不同年份中被使用的文本就會較為平均。若有明顯指涉某個年份出生的族群或世代，例如六年級生、七年級生、X世代、Y世代等，就會在特定時期文本數量較多，隨世代變遷而文本數量逐漸變少。同時，會有層出不窮的年輕世代標籤，應是因不同世代在經濟發展轉型、高等教育普及與全球化的影響之下，出現了價值觀的變化，進而讓這類型上一代批評下一代的標籤頻頻施加在年應人身上，指責青年勞動力非標準化、未依照既定價值觀工作（阮偉芳，2019）。

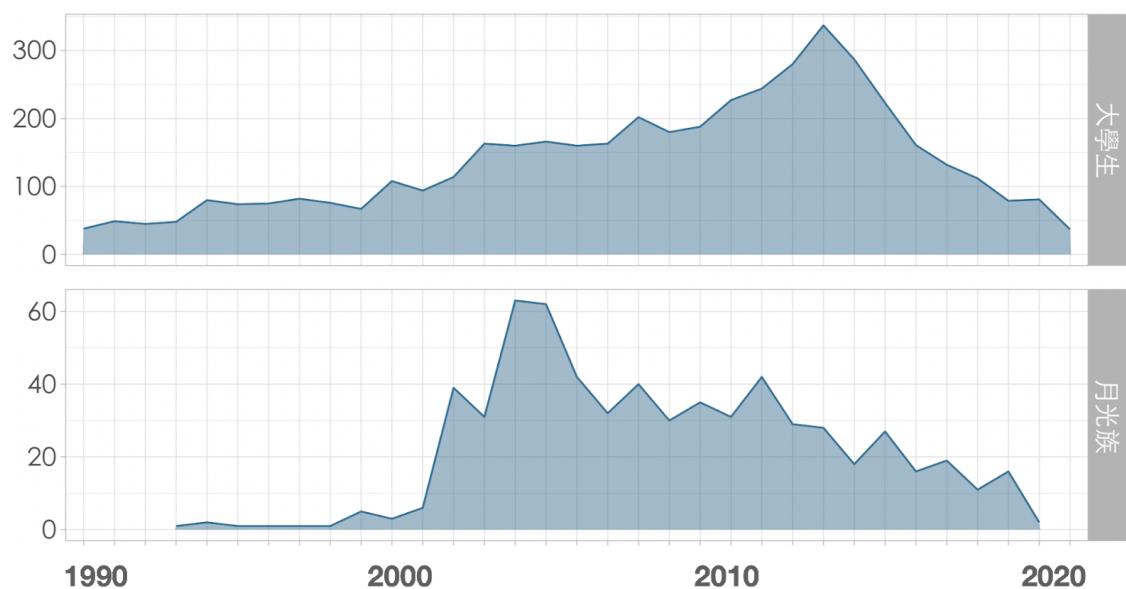


圖10 月光族、大學生新聞文本數量分佈

此研究問題之結果也呼應1990年代以來臺灣社會深受新自由主義影響，在全球化貿易趨勢下，視年輕世代為勞動主體卻又將他們不斷標籤化的趨勢。不論是2000年初將草莓族與社會新鮮人劃上等號，或是啃老族、媽寶等稱號，皆顯示出主流媒體與社會大眾套用勞動標準對年輕人進行批判，並認定年輕世代生產力不足、工作能力低落，不符合社會期待，卻忽略了青年在學歷超出產業需求、非典型就業成常態的現象之下所面臨的困境（林宗弘等，2011；洪敬舒，2014）。

整體而言，每個標籤在新聞文本中出現的時機與銳減的時期有所重疊，顯示媒體使用世代標籤之現象有其接續性，且在1990年代以降從未間斷，是臺灣年輕人報導之一大特色，也能藉此時間性瞭解不同世代之集體記憶。





## 4.2 梳理媒體中年輕人之討論主題及刻板印象

第二個研究問題，本文希望能解答主流媒體在不同時期如何討論年輕人，以及這些討論主題是否能反映出社會重大趨勢或議題、並與不同面向的刻板印象連結。延續第一個研究問題的結果，第二個研究問題將藉由主題模型分析不同時期之新聞文本，探討有哪些內容、又如何與過往文獻中的刻板印象、年代特性及集體記憶相互對應。

研究者蒐集《聯合新聞網》1990年至2022年與年輕人相關共20,611則文本，以斷詞套件、加入已知關鍵字來處理文本後，進行主題建模、自動化分析過去三個十年的年輕人報導討論主題。為進行主題建模，研究者必須自行決定主題數量，因此本文透過計算主題模型混淆度Perplexity數值協助判斷主題數量（Blei, 2003）。研究者預設的主題數量從2個到24個，共挑選2、4、8、12、14、16、20、24等8個主題數來觀察Perplexity數值。在對三個十年的文本進行計算與觀察後，從下面三張圖可見，在12個主題時Perplexity數值開始下降、變得平緩。因此在測試過10、12、16個主題後，本文決定以12作為主題數量。

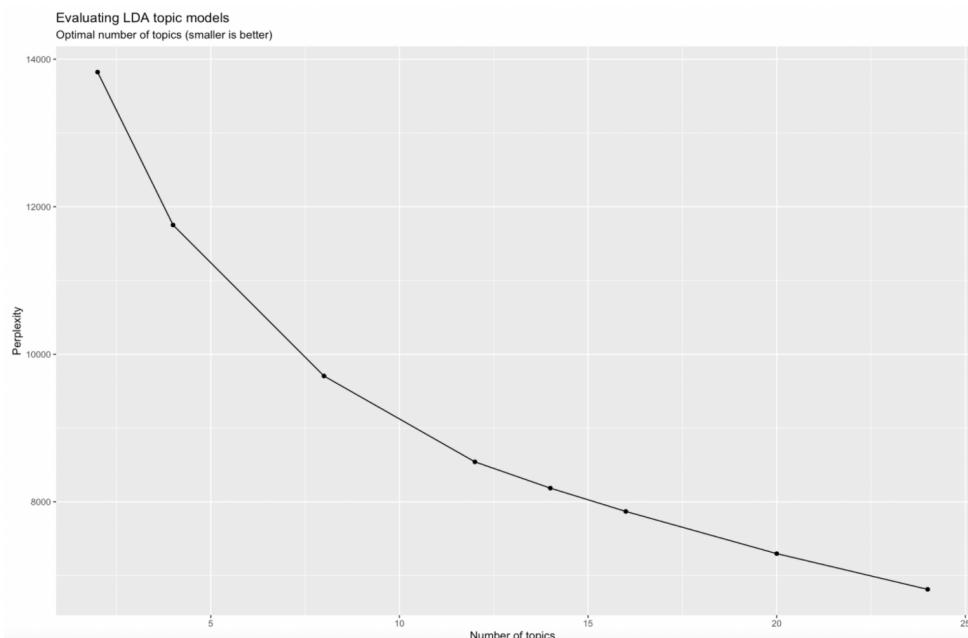


圖11 1990-2000年主題模型混淆度perplexity計算結果

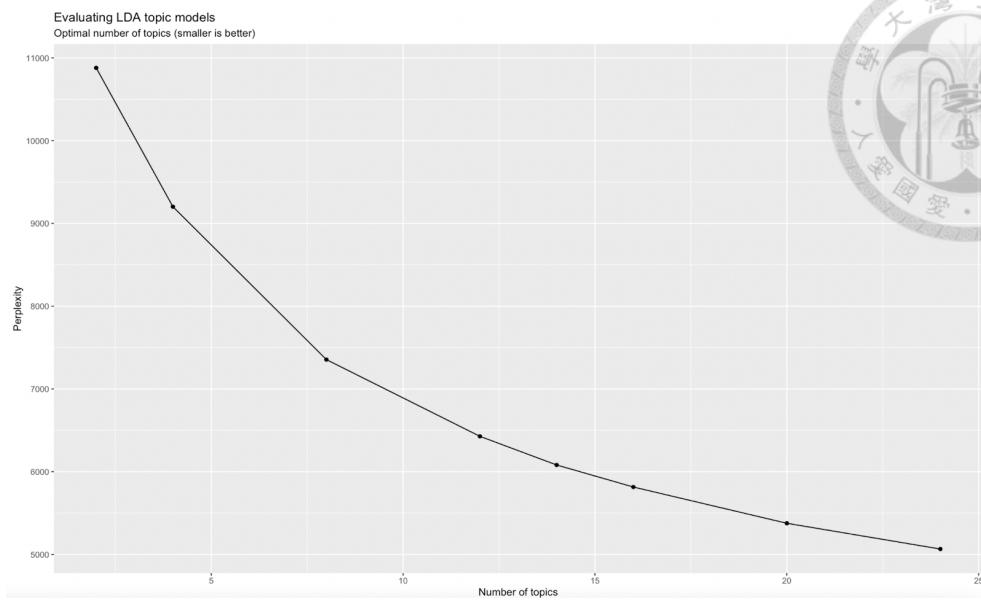


圖12 2000-2010年主題模型混淆度perplexity計算結果

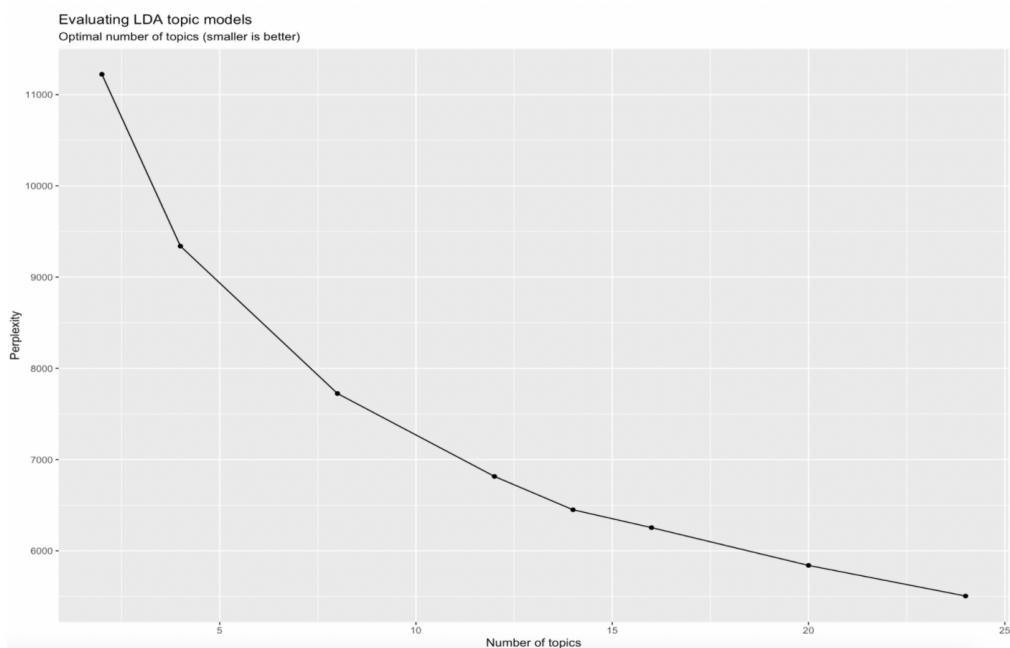


圖13 2010-2022年主題模型混淆度perplexity計算結果

# 一、1990年代

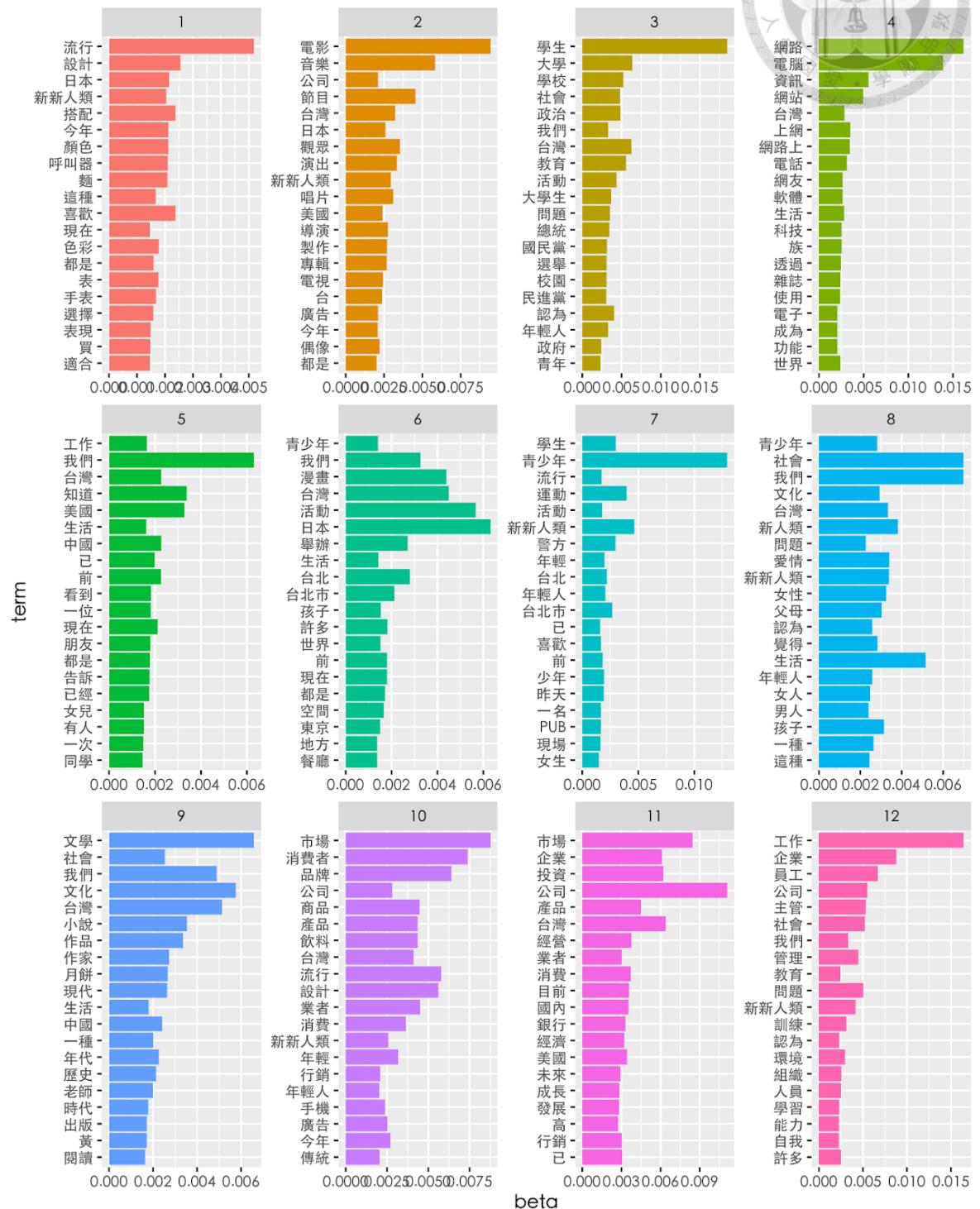


圖14 1990年代年輕人報導12個主題長條圖

在對每十年之文本進行主題建模後，本文以每個主題之前二十個字詞出現頻率繪製成長條圖。其中，X軸beta值代表的為每個詞彙出現的概率。為進一步詮

解釋個主題內涵蓋哪些文本，研究者也透過gamma值進行過濾，篩選出超過gamma數值超過0.75與主題相關性較高的文本進行觀察，並為各個主題進行歸類與命名。研究問題二結果的分類依據，也將以第二章文獻回顧之各時期年輕人特性及刻板印象的五大面向「工作職場」、「消費習慣」、「政治與社會環境」、「文化與教育」和「科技」為準。

根據圖14，主題一「年輕人流行次文化」涵蓋「流行」、「呼叫器」、「搭配」、「顏色」等主關鍵字，與年輕人流行的次文化相關，包括刺青、耳洞、彩妝等，顯示出新聞媒體對於青年的打扮以及審美價值觀感到新奇。

主題二圍繞「年輕人影視文化與音樂創作」涵蓋「電影」、「節目」、「日本」、「廣告」等主關鍵字，顯示年輕人影音文化，包括音樂和電影皆被大量報導，並能觀察到「新殉情記 X世代也瘋狂」、「MTV思想心聲代」等報導出現在此主題中。其中，呼應研究問題一之年輕人世代標籤時間性，在此主題可見新新人類與X世代不斷被提及。

主題四「年輕族群消費行為與市場潮流」則聚焦年輕人消費行為，主關鍵字涵蓋「網友」、「網路上」等詞彙，且各式潮流商品如手機、太陽眼鏡等皆出現在報導中。由於網路逐漸變得普及，新聞媒體與社會大眾也紛紛關注網路科技如何影響廣大的年輕族群市場，觀察可見例如「網路熱延燒汽車業」、「新人類需求強勁」等報導。

主題六「年輕人新興生活與飲食習慣」與年輕人消費行為相關，且圍繞在飲食方面，可見主關鍵字「青少年」、「漫畫」、「餐廳」、「東京」等詞彙。同時，觀察報導文本，可見咖啡在1990年代逐漸成為年輕族群享受生活的象徵，且由於1990年代台灣的經濟繁榮，社會大眾多視年輕族群為生活優渥的一群人。

主題十「新新人類說法由來與年輕人市場商機」與新新人類說法由來相關，主關鍵字包含「飲料」、「業者」、「消費者」、「年輕人」等詞彙，是與1993年新新人類一詞被創造之事件相關。同時，觀察文本也可見，此一時期飲料市場大有斬獲，與開喜烏龍茶創造「新新人類」一詞密切相關，因1990年代新聞媒體與社會大眾皆把飲料視為一種新流行。除了飲料之外，年輕族群的消費潛力

也獲得高度關注，舉凡購屋、速食、化妝品等產業皆紛紛鎖定年輕人，嘗試擴大商機，例如「新新人類意願高 首次購屋成主流」、「速食業大車拚消費者有口福」。



主題十一「年輕世代理財方法」關注年輕世代的消費行為以及理財方法，主關鍵字有「投資」、「經濟」、「產品」、「業者」等。其中，有不少報導與新新人類愛刷信用卡、愛花錢卻沒信用等內容相關，也有報導探討年輕族群都有發財夢，卻不切實際等，例如「年輕人別再做發財夢了！」、「新貴族檔案 新人類能賺錢敢花錢」等。

因上述主題皆與消費、理財等面向相關，研究者將其整合至「年輕族群消費與理財」主題面向中。下表並列出各主題中Gamma值最高之五篇文章。

表6 1990年代年輕族群的消費與理財主題整合

1990年代年輕族群的消費與理財			
主題代號	文章標題	新聞時間	Gamma
主題1	自強市場二手貨	1992-05-30	0.9996792
主題1	好新的開始	1999-01-18	0.9996075
主題1	非主流冒出頭 X運動挑逗Y世代	1998-12-05	0.9995727
主題1	速食業大車拚消費者有口福	1999-07-04	0.9995232
主題1	新崛江 小蟻雄兵 創商機	1999-09-10	0.9994314
主題2	三代情緣	1999-01-17	0.9998221
主題2	胡同兒串子	1993-11-18	0.9998143
主題2	記得當時年紀小…	1995-10-31	0.9996231
主題2	台港愛情小說對口 和讀者談戀愛	1996-09-09	0.9995901
主題2	廿世紀末輕文化當紅	1996-09-07	0.9995626
主題4	買家性格測驗	1998-04-02	0.9995036
主題4	科技卡通模型	1997-03-01	0.9994839
主題4	從贈品戰到價格破壞 搶占情人心	1997-01-28	0.9994304
主題4	台灣三洋 四度連莊	1994-12-19	0.9995933
主題4	內在美,有!外在美,也有!	1999-08-15	0.9994796

主題6	誰傷了撒拉茅的心?	1996-10-10	0.9997438
主題6	新新人類光復廚房禁地 三不政策打先鋒	1997-10-25	0.9995863
主題6	府城小吃	1998-03-27	0.9995727
主題6	踩踏台北大動脈 24小時尋歡作樂	1997-06-14	0.9995686
主題6	義大利麵DIY 鼓動味蕾鬧革命	1997-04-23	0.9995159
主題11	理財除了開源首重做好負債管理	1999-09-06	0.9995668
主題11	美投資俱樂部 寫下驚異傳奇	1997-04-27	0.9995075
主題11	這一代的青年並非一味只要我喜歡,有什麼不可以	1995-03-29	0.9994209
主題11	刷卡回饋,羊毛出在羊身上	1998-05-05	0.9993721
主題11	台灣戰後嬰兒潮退休的衝擊…	1999-01-09	0.9993721

主題三「青年扮演政治活動要角」聚焦在1990年代年輕人的政治參與上，主關鍵字有「國民黨」、「民進黨」、「學生」等。觀察文本資料可發現，其中有不少與1990年發生的野百合學運相關，反映年輕學子在社會參與上扮演的重要角色，例如「五百高中生 昨在中正堂升旗」、「中區 大專生抗議郝柏村組閣」等。另外，1996年為台灣首次進行總統直選，為歷史上的重要事件，在此主題中也可見數則與當時大選相關的報導。

在新舊年度交替的倒數計時晚會上，陳水扁向數以萬計的新新人類，傾訴他最掛念的新年新願，是巨蛋的地點選擇和經費，以及卡在市議會的關渡自然公園預算。（朱俊哲，1996年1月3日，聯合報，18版）

同時，1999、2000年左右再度迎接總統大選，因此在此一主題中可見野百合學運、兩次大選等報導內容。對應過往文獻中1990年代年輕人在政治上的態度，這群面對解嚴以及民主化社會的年輕人，是對政治環境感到不安、傳統又開放（林宗弘，2015）。

主題七「年輕人與社會問題」聚焦在年輕人的各式社會議題，如墮胎、憂鬱、自殺、愛滋、吸毒，主關鍵字有「學生」、「警方」、「年輕人」、「PUB」等。研究者並觀察此主題報導文本，可見如「PUB族 快樂度周末」、「飛車搶劫，17歲兩少女：想更狂妄！」等新聞出現。

因上述主題皆與社會議題及政治活動等面向相關，研究者將其整合至「年輕族群政治與社會環境」主題面向中。下表並列出各主題中Gamma值最高之五篇文章。



表7 1990年代年輕族群政治與社會環境主題整合

1990年代年輕族群政治與社會環境			
主題代號	文章標題	新聞時間	Gamma
主題3	風雨後 野百合重返中正紀念堂	1990-05-20	0.9993892
主題3	'藍'色的憂鬱 國民黨'促銷'自己 新人類不想'抱抱'	1995-03-29	0.9992125
主題3	選將抓心 青春舞曲大家唱	1995-03-29	0.9992125
主題3	學生增至五千 苦等總統院長	1995-10-25	0.9991879
主題3	高雄賑災愛心寫在義工的臉上	1990-03-21	0.9991411
主題7	禍頭子正傳	1990-08-20	0.9997932
主題7	橄欖桂冠的召喚	1997-04-15	0.9997832
主題7	男孩女孩打破神話談情說愛	1996-12-14	0.9997440
主題7	不存在的愛情	1998-02-20	0.9996298
主題7	大學生看媽媽	1994-12-13	0.9995407

主題五「年輕世代教育議題」探討年輕世代教育議題，呼應時代背景下，1980、1990年代台灣高等教育普及化，全台大專院校林立，致使大學生成為各界更加關注的議題。研究者觀察，在此主題226篇報導文本中，有110篇與大學生相關，其中涉及大學生作弊問題、性行為議題以及休閒娛樂的轉變等，例如「這一代年輕人 主要娛樂看電視」、「『新人類』新愛情觀 宜以輔導代替訓導」等。

主題八「新新人類人際關係與感情觀」則探討1990年代年輕人的人際關係與感情，呈現出社會大眾對於青年族群的情愛感到高度興趣。此主題主關鍵字有「年輕人」、「愛情」、「問題」等詞彙，且觀察新聞文本，可見如「新好男人與舊好女人」、「「相親」反向思考 挑戰現代戀愛觀」等報導。

主題九「年輕人與藝文產業」也圍繞新世代的來臨，並可見主關鍵字如「文化」、「社會」、「小說」等。研究者觀察報導文本，也可見新聞報導如「創作者 在夢土 築巢的方式」，指涉年輕文人以PUB、咖啡廳等作為重要的聚

集地，打破過往世代對於酒吧的負面認知。此主題也有不少文章探討當時的年輕人開始出現許多「頂客族」，有著另類的婚姻，以及電視變得普及，新新人類接收資訊的方式也與過往大相逕庭等。



因上述主題皆與年輕人的教育及文化等面向相關，研究者將其整合至「年輕族群教育與文化」主題面向中。下表並列出各主題中Gamma值最高之五篇文章。

表8 1990年代年輕族群教育與文化主題整合

1990年代年輕族群教育與文化			
主題代號	文章標題	新聞時間	Gamma
主題5	為代溝搭座理解的橋	1997-11-29	0.9994839
主題5	積極關心校務爭取合理權利學校學生大	1997-06-30	0.9994032
主題5	空大 屬高等教育或進修教育?	1997-01-12	0.9993975
主題5	在家溫室小花少爺兵苦哈哈	1996-12-10	0.9992812
主題5	師範校院 不再獨占講台	1995-02-08	0.9997214
主題8	探戈Tango熱潮	1996-12-07	0.9996036
主題8	迪士尼獎	1996-04-06	0.9995589
主題8	在奇異的閱讀星球迷航	1997-03-10	0.9995467
主題8	推翻學院象牙塔古典藝人流行 Crossover	1997-03-10	0.9995290
主題8	地下 果然眾望所歸	1996-01-20	0.9995004
主題9	反常三問	1994-07-20	0.9997592
主題9	曾正忠	1994-07-10	0.9995884
主題9	卑微與輝煌	1991-06-02	0.9998279
主題9	不快樂的老人	1994-01-27	0.9994230
主題9	創作者 在夢土 築巢的方式	1995-04-13	0.9995721

最後，主題十二「新世代與職場衝擊」圍繞在職場、企業如何迎接新世代年輕人的到來，並有許多關於主管帶領新新人類的方法、如何理解新新人類的想法等相關報導，主關鍵字有「工作」、「組織」、「訓練」等。在1994年後，因「草莓族」一詞被創造，因此新聞媒體也會以草莓族指涉年輕人，並以此概念詮

釋年輕人在職場上的表現，例如「椰子主管與草莓員工」、「草莓族的工作觀」等。同時，此時期除了新新人類、X世代外，對於大眾而言，Y世代也是來勢洶洶的新鮮人，因此例如「別怕Y世代 LKK伸出探索的手」、「解讀Y世代 自我擺第一」等報導開始出現。

因上述主題與年輕人在職場的表現與情況相關，研究者將其整合至「年輕族群工作職場」主題面向中。下表並列出該主題中Gamma值最高之五篇文章。

表9 1990年代年輕族群工作職場主題整合

1990年代年輕族群工作職場			
主題代號	文章標題	新聞時間	Gamma
主題12	以鮮活思維改造心靈	1997-04-03	0.9998026
主題12	重建企業倫理之對策	1990-04-09	0.9997253
主題12	愛的教育 鐵的紀律	1996-12-31	0.9996714
主題12	企業經營策略以變應萬變	1999-06-25	0.9996593
主題12	中小企業輔導需求座談會	1994-04-11	0.9996540



## 二、2000年代

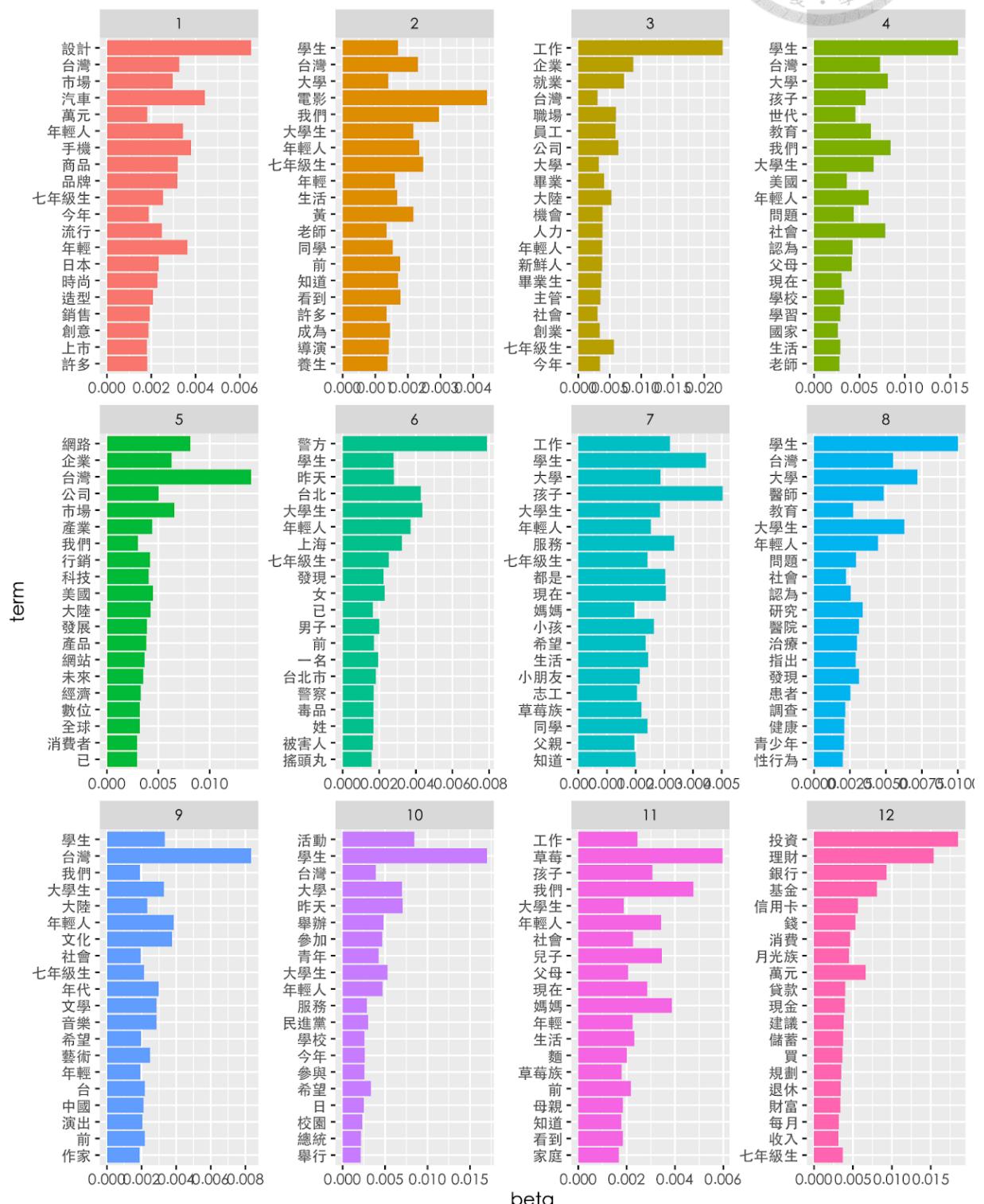


圖15 2000年代年輕人報導12個主題長條圖

接著，本文將探討與整合2000年代之12個年輕人新聞報導主題。

主題一「年輕消費者與市場商機」內容可見各大產業紛紛瞄準六、七年級生的偏好與需求，因此可見「消費者」、「業者」等關鍵詞出現，例如「藥妝店擴展通路 鎖定七年級生」。同時，由於2000年代網路事業發展蓬勃，許多年輕人著手發展電商平台、網路銷售等，加上手機變的普及，整體而言此主題皆圍繞在與年輕人相關的市場商機。

主題十二「年輕族群理財方式與能力」與年輕人理財方法相關，例如從退休金、股票或儲蓄等面向切入，主關鍵字有「投資」、「理財」、「儲蓄」、「規劃」等。不過，此一主題中也經常出現「月光族」一詞，可見社會大眾除了關注理財的面向，也容易把對年輕族群不善管控金錢、不夠成熟等刻板印象與此主題相連結。在此主題346篇文章中，有199篇提及月光族，並可在報導內容中看見許多與卡債、卡奴相關的描述。研究者觀察，主題十二能與過往文獻中，提及大眾對於年輕族群消費力強、重視物質享受、享樂主義等刻板印象相呼應（陳婷玉、張志遠，2013）。因此，即便此主題探討的為七年級生如何理財，仍脫離不了普遍大眾對於年輕人都愛花錢、不善儲蓄的認知。

因上述主題皆與消費、理財等面向相關，研究者將其整合至「年輕族群消費與理財」主題面向中。下表並列出各主題中Gamma值最高之五篇文章。

表10 2000年代年輕族群消費與理財主題整合

2000年代年輕族群的消費與理財			
主題代號	文章標題	新聞時間	Gamma
主題1	偶像經濟 魅力無邊	2004-03-01	0.9996669
主題1	心情蠟燭 玩一下連連看	2006-04-02	0.9995725
主題1	南韓3G 飆過來了！	2003-07-10	0.9994279
主題1	瑪吉斯 以夷制夷 美式作風養品牌	2006-09-22	0.9994267
主題1	家電功能翻新 吸引顧客升級	2001-02-18	0.9994126
主題12	你的退休準備金足夠嗎？	2004-12-04	0.9996045
主題12	理財不分貴賤 老少咸宜	2008-02-24	0.9995991
主題12	每個階段的人生目標 都能輕鬆實現願	2005-12-21	0.9995904

	望		
主題12	多少財富才算有錢？七年級生：一億元	2004-07-29	0.9995898
主題12	看我Easy Money買股票	2007-11-19	0.9994839

主題二「年輕人極具創造精神」描繪年輕人所具備的強大創意與創新能力，其中包含了許多創意提案、各式團隊競賽的文本內容，在147篇文本中就有62篇提及「創意」、27篇提及「創業」，例如「產官學輔育 協助七年級生創業」、「青年軍創業原味覺醒」等。

主題四「年輕世代的教育與競爭力」以大學生相關的文本最多，聚焦在2000年代年輕人的教育以及競爭力，其中出現「大陸」、「國家」、「中國」等字詞，是因當時新聞報導普遍開始討論來自中國的威脅，以及台灣年輕人是否不如大陸年輕人具備競爭力，例如「大陸留學生狠拚 從不蹟課」。同時，由於在2004、2008年皆有總統大選，因此新政府上任時社會輿論也會針對教育政策進行檢視，例如「大破大立 走出教育困境」。

主題九「年輕人與流行文化」則聚焦年輕世代的流行文化，主關鍵字包含「音樂」、「流行」、「希望」等，並談及各類型藝文活動、名人偶像推出的作品等。觀察文本資料也可發現，新聞媒體多將國內外新興文化與年輕人連結，舉凡歌曲、文學及飲食等面向皆有出現。

因上述主題皆與年輕人的教育及文化等面向相關，研究者將其整合至「年輕族群教育與文化」主題面向中。下表並列出各主題中Gamma值最高之五篇文章。

表11 2000年代年輕族群教育與文化主題整合

2000年代年輕族群教育與文化			
主題代號	文章標題	新聞時間	Gamma
主題2	青年軍創業原味覺醒	2007-05-19	0.9995582
主題2	看大學生「玩創意」	2007-05-12	0.9995567
主題2	學生秀創意 為地方產業加油	2007-05-24	0.9995491
主題2	暢貨中心 3折起 便宜球鞋 打帶跑	2004-06-01	0.9995116
主題2	打造新LOOK	2008-03-28	0.9995079

主題4	北京不夜城 沸騰到極點	2001-07-14	0.9996188
主題4	曾經隱姓埋名《中國人》身世解密	2006-10-30	0.9996121
主題4	高教產業 轉型大挑戰	2008-02-03	0.9996033
主題4	大破大立 走出教育困境	2008-06-08	0.9995589
主題4	人文情懷	2004-08-23	0.9995522
主題9	魔法與高科技	2002-04-04	0.9996080
主題9	國片電影寫真書 進攻書市	2006-03-05	0.9996015
主題9	糖漿海岸	2004-06-24	0.9995917
主題9	互動不良的時代	2000-05-31	0.9995910
主題9	巴黎Shopping折扣遊 Let's購！	2007-01-12	0.9995846

主題三「年輕人謀職與世代衝擊」圍繞在年輕族群求職與企業徵才的面向，主關鍵字有「工作」、「就業」、「新鮮人」、「主管」等，符合gamma數值大於0.75的文章共有355篇，顯示出新聞媒體與社會大眾對於年輕人才議題的關注。其中，多數內容與年輕人的草莓族形象緊密相連，並不斷呈現出雇主面對抗壓性弱、愛換工作的年輕人感到困擾，例如「月拋族 一年換24個老闆」、「草莓族？找工作碰一身傷」等。另外，其中也有不少報導與高學歷卻找不到工作的七級生相關，如「街友暴增 驚見七年級碩士生」。

社會新鮮人才踏入職場三個月就萌發跳槽念頭。……凸顯「草莓族」搖擺不定的工作心態，成為新鮮人就業時最大的致命傷。（林燕翎，2004年10月3日，經濟日報，A4版）

因上述主題與年輕人在職場的表現與情況相關，研究者將其整合至「年輕族群工作職場」主題面向中。下表並列出該主題中Gamma值最高之五篇文章。

表12 2000年代年輕族群工作職場主題整合

2000年代年輕族群工作職場			
主題代號	文章標題	新聞時間	Gamma
主題3	說走就走 遊學 充電就是這麼 easy	2003-04-30	0.9996279
主題3	截長補短善用兩岸人才是贏家	2007-06-21	0.9996132
主題3	薪痛！大學畢業工資 比民工低	2006-03-06	0.9995307

主題3	上海起薪 三六九掉到二三五	2005-10-21	0.9994540
主題3	就業競爭力 擦亮大學招牌	2006-06-11	0.9994505

主題五「年輕世代善用網路科技」探討在年輕世代使用網路科技的面向，主關鍵字有「網路」、「科技」、「行銷」、「未來」等。內容包括年輕人習慣大量使用通訊軟體交流，或是在教育上要使用科技產品、在職場上也要善用科技作為輔助，例如「MSN不見 7年級生『會瘋掉』」、「7年級生：我要結婚了『禮金請上網轉帳』」等。換句話說，能夠與過往研究中2000年代年輕人是數位原住民、善用網路科技的印象相呼應（Palfrey & Gasser, 2013; Fraser et al., 2022）。

因上述主題與年輕人在職場的表現與情況相關，研究者將其整合至「年輕族群與科技」主題面向中。下表並列出相關主題中Gamma值最高之五篇文章。

表13 2000年代年輕族群科技主題整合

2000年代年輕族群與科技			
主題代號	文章標題	新聞時間	Gamma
主題5	行銷趨勢	2000-02-16	0.9995929
主題5	網路 虛實結合交易時代 來臨	2001-02-27	0.9995596
主題5	端對端技術 天使或魔鬼	2000-11-07	0.9994353
主題5	透析星座 打通理財任督二脈	2004-12-18	0.9993881
主題5	讀一本電子書…	2009-12-01	0.9993736

主題六「年輕人的不良休閒娛樂嗜好」也同樣指涉到年輕人陋習，並與吸毒、開派對等報導內容相關，主關鍵字有「警方」、「毒品」、「被害人」等。同時，有許多向年輕人宣導防治愛滋或是遠離毒品的文本在此主題中，例如「下一代怎麼變成這樣子？」、「防治愛滋 衛局安排相聲宣導」。

主題八「年輕人疾病與犯罪」與當時年輕人的疾病或是意外相關，主關鍵字包含「青少年」、「性行為」、「社會」、「問題」等。報導並涉及痛風、肺結核、菜花及犯罪相關新聞，例如年輕男女涉及詐騙或是遭搶劫等等。另外，與草莓族相關的報導內容，也多呈現2000年代的年輕世代不夠聰明、涉世未深、懶惰等形象。

中埔鄉1名7年級黃姓女大學生，上月被詐騙集團用電話通知中了香港頭彩100萬元獎金，涉世未深的黃女因貪圖鉅款，遭詐騙集團前後騙了3次，……警方搖頭大嘆，「用這麼老套的騙法，竟然還能騙倒草莓族」。（李恩慈，2008年12月10日，聯合報，C1版）



主題十「青年政治參與與重大政治事件」則呈現出年輕人與政治、社會參與相關的面向，主關鍵字包含「活動」、「大學生」、「民進黨」、「總統」等。觀察文本資料，從2000年陳水扁競選總統、2004年總統大選到六、七年級生的學運、2009年88風災等各式公民參與的活動皆為此主題的內容。其中，有討論年輕人在政治參與上應該更積極的報導，例如「年輕人 該站出來關心選舉」；也不乏探討年輕族群對於選舉、政治是否不再熱衷的報導，例如下表之「缺乏聚焦大學生助選熱情不再」。

觀察主題七、主題十一「新世代的價值觀轉變」資料，發現以「草莓族」文本居多，多在探討草莓族在性與工作方面的價值觀、態度等，可見主關鍵字包含「草莓族」、「工作」、「社會」等。以「讓人刮目相看的七年級生」一文為例，該報導即探討年輕人打工時是否認真投入、在職場上是否真為所謂抗壓性低的草莓族。「媽媽」、「家長」等詞彙出現，則是因為有報導關於「父母認為小孩是草莓族」或是投書討論相關問題，或是初出社會的六、七年級年輕人與父母間的價值觀落差等。

另外，此兩主題還有許多是探討年輕人性經驗的報導，有些和小媽媽、小爸爸相關，或是父母認為現在的年輕人都很早發生性經驗，例如「三成三草莓族有性經驗 交往68天全壘打」。

因上述主題皆與社會議題及政治活動等面向相關，研究者將其整合至「年輕族群政治與社會環境」主題面向中。下表並列出各主題中Gamma值最高之五篇文章。

表14 2000年代年輕族群政治與社會主題整合

2000年代年輕族群政治與社會環境			
主題代號	文章標題	新聞時間	Gamma
主題6	狂愛 草莓族 請就位！	2004-01-12	0.9993751
主題6	巴西年輕新貴 沉迷搖頭丸	2009-02-24	0.9994879
主題6	大飯店 草莓族冒出頭！	2005-01-02	0.9994436
主題6	大學生聲援：服輸帶種 佩服	2004-06-27	0.9992058
主題6	墾丁音樂祭 噗藥族搖滾派對	2002-04-14	0.9996622
主題7	林秀偉跳青蛇 今生纏住吳興國	2005-08-09	0.9997056
主題7	神秘列車	2002-07-08	0.9996515
主題7	我們壯遊5700公里	2008-10-12	0.9995662
主題7	葉宜津愛的KTV	2008-09-28	0.9993599
主題7	作態性自殺 青澀少年生命失控	2003-07-09	0.9992268
主題8	楊弘敦 不服輸 掌牛哥變大學校長	2009-10-1	0.9995872
主題8	胸痛 心血管拉警報	2009-07-10	0.9994528
主題8	砍臂搶劫獨行女 昨晨兩起	2001-02-24	0.9992593
主題8	性福人生 / 厚唇性感？就怕長錯地方	2010-05-28	0.9992290
主題8	情敵看刀…殺錯人了	2002-10-01	0.9991986
主題10	學生兵、青年軍 抬轎的愈來愈年輕	2000-02-21	0.9996326
主題10	橘子夢想隊 勇闖大極地	2008-05-23	0.9996237
主題10	羅文嘉再闖政壇 從倉庫出發	2009-01-04	0.9995421
主題10	缺乏聚焦 大學生助選熱情不再	2001-11-27	0.9995079
主題10	七年級要的總統 「能替青年找到出路」	2003-07-21	0.9993853
主題11	帶著皮箱去流浪	2005-01-03	0.9996030
主題11	羅文嘉再闖政壇 從倉庫出發	2009-01-04	0.9995335
主題11	多情總被情傷 只有舞台是城堡	2003-12-30	0.9995005
主題11	你不會永遠十七歲	2004-07-07	0.9994516
主題11	狂愛 草莓族 請就位！	2004-01-12	0.9993633

### 三、2010年代

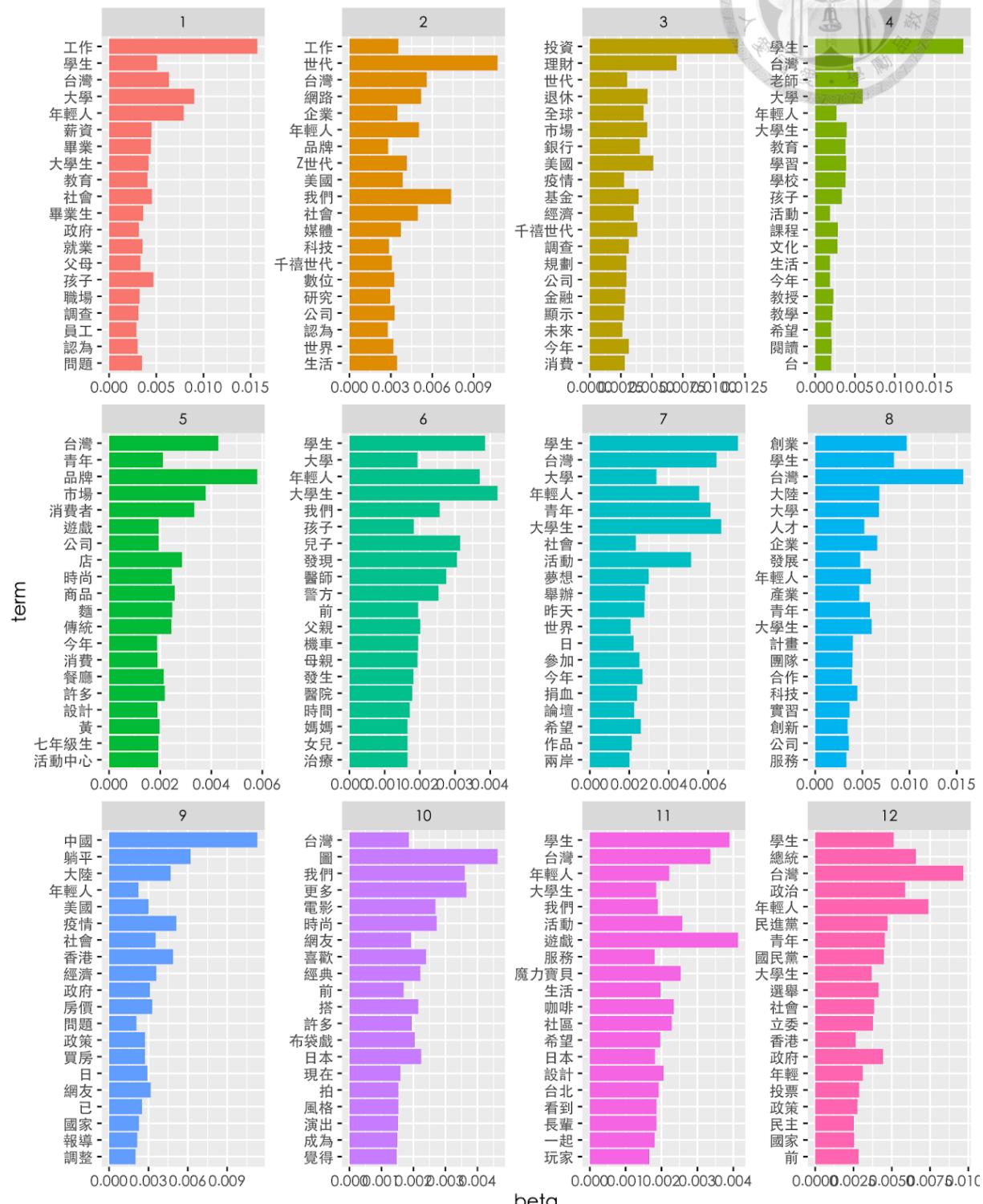


圖16 2010年代年輕人報導12個主題長條圖

主題三「年輕人理財方法」探討年輕人如何理財，主關鍵字包含「投資」、「理財」、「千禧世代」、「消費」等。此主題內容並大致落在兩個面向

：年輕族群對於退休的準備，以及年輕人多為月光族、不擅於理財。在第一個面向上，主要因薪資成長幅度不如預期，所以買房、準時退休等都成為了年輕世代難以達成的目標，報導也因此針對此面向進行諸多討論，在374篇報導中，有93篇即與年輕人對於退休的準備相關。研究者觀察，比起退休相關報導，有更多報導是與「月光族」相關、共139篇，容易造成各界對年輕人有概括的印象，認定他們皆不會存錢、愛揮灑金錢等。有趣的是，在一連串與理財相關的報導中，僅千禧世代被認定為不擔心存不到錢、不擔心不能退休的族群。

另商研院研究發現，奢侈品品牌消費者年輕化趨勢明顯，**Y世代及Z世代**為主要貢獻者，尤其是Z世代，該族群消費實力將從2016年30%升高到2025年40%，但這些年輕世代主要消費國際精品的場域都是百貨公司。（葉卉軒，2019年9月14日，聯合晚報，A5版）

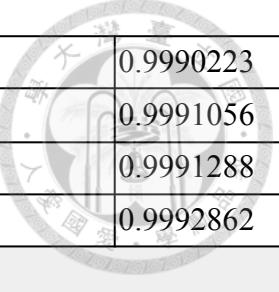
主題十則聚焦在年輕人喜愛的潮流與時尚，此主題的報導則與穿搭、時裝品牌等相關，主關鍵字包含「電影」、「時尚」、「風格」等。研究者觀察到，2010年代與年輕族群消費理財相關的主題就佔了12個主題中的4個主題，呼應Francis 與 Hoefel (2018) 指出年輕族群越來越重視消費理念與認同感、注重產品個人化，且消費行為對於年輕人而言重要性上升的趨勢。

主題十一「新世代消費行為」探討新世代消費行為，主關鍵字包含「消費者」、「遊戲」、「市場」、「品牌」等。此一主題並聚焦各大產業如何運用精準行銷、網路科技等拉攏年輕消費者，並出現各式關於智慧型手機的討論。主題五與年輕族群的休閒娛樂相關，且舉凡遊戲、串流影劇等相關文章皆出現在此主題中。

因上述主題皆與消費、理財等面向相關，研究者將其整合至「年輕族群消費與理財」主題面向中。下表並列出各主題中Gamma值最高之五篇文章。

表15 2010年代年輕族群消費與理財主題整合

2010年代年輕族群的消費與理財			
主題代號	文章標題	新聞時間	Gamma
主題3	投資型保單 四大好處	2011-05-14	0.9990078



主題3	高血壓年輕化 小鮮肉別鐵齒！	2015-06-03	0.9990223
主題3	專戶存款 60歲存1,500萬	2011-03-05	0.9991056
主題3	提前規劃，不怕50歲強迫退休	2012-09-13	0.9991288
主題3	狂吞事後避孕藥 日後恐不孕	2015-06-14	0.9992862
主題5	美英金融中心恐褪色？	2022-01-24	0.9994235
主題5	精品業防偽 導入區塊鏈平台	2019-06-23	0.9993317
主題5	善用直播電商突破零售困境	2021-04-27	0.9993083
主題5	高曰菖 翻轉企業辦公環境	2021-11-16	0.9992908
主題5	零售業數位轉型五策略	2018-09-21	0.9992755
主題10	顯瘦穿搭很簡單！不用減肥，這條「五分褲」原來是腿粗的救星？	2019-06-30	0.9994869
主題10	灰貓「整顆頭卡頸枕裡」蓋好被被躺平爆睡 27萬人笑翻：根本下班後的我	2022-02-18	0.9994215
主題10	代替月亮懲罰你的錢包 必搶的美少女戰士聯名一覽	2018-04-12	0.9994205
主題10	星戰迷買起來！LEVIS X STAR WARS 玩聯名 R2-D2都來了	2019-10-30	0.9994093
主題10	痞子帶潮流！徐太宇的3時尚元素	2015-08-20	0.9993955
主題11	輸了就是失敗嗎？「成功學」下的魯蛇心聲，《喜劇開場》歡迎入座	2021-07-12	0.9997217
主題11	面對內卷，戰鬥、躺平都沒用？別怕！你還有第三個選擇	2021-07-12	0.9997217
主題11	春節出門怕人潮？宅在家怕無聊？Disney+滿滿的多元片單陪你精彩過新年！	2022-01-26	0.9994294
主題11	經典三國遊戲大解析！身為三國迷的你玩過幾款？	2017-11-13	0.9994225
主題11	不是每次都有虎	2013-05-04	0.9993473

主題一、主題二「千禧世代、Z世代的新興價值觀」圍繞在千禧世代與Z世代在職場以及日常生活中的價值觀轉變，主題一主關鍵字包含「工作」、「大學生」、「畢業」等，主題二主關鍵字則包含「網路」、「Z世代」、「千禧世代」、「企業」等。千禧世代即Y世代，是現今約30、40歲的青壯年族群，是數

位移民，但比X世代還要精通網路科技（Fraser et al., 2022）；Z世代則為網路原民，所以當提及網路、社群媒體等相關主題，勢必會同時探討此兩世代。此外，千禧世代與Z世代如今在職場上皆為重要人力，在市場上也扮演強大的消費力量（Ozkan & Solmaz, 2015）。

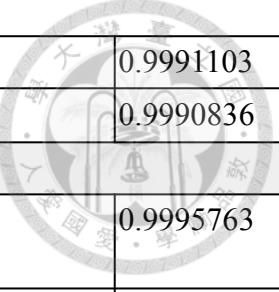
跟主題一相較之下，主題二文本資料尤其可見各式社群平台名稱、技術以及新興科技廠商被提及，以及千禧世代、Z世代的消費行為如何因網路和社群平台的崛起而有別於X世代。因此，研究者亦同時將主題二歸類在科技主題面向中。

主題七「年輕人就業與政府政策」則探討年輕人的實習、工作機會，還有政府政策扮演的角色，主關鍵字包含「大學生」、「社會」、「夢想」、「兩岸」等。其中，有不少文章討論不同世代的特色，以及台灣年輕人和中國年輕人的差異，例如「台生實習看見對岸狼性」，顯示台灣與中國青年在2010年代經常被一同比較。至於新鮮人出社會面臨的低薪困境、「22K」政策的影響等，以及部分年輕人創業當老闆、年賺百萬的成功案例，兩極化褒貶年輕人的內容也充斥此一主題。

因上述主題與年輕人在職場的表現與情況相關，研究者將其整合至「年輕族群工作職場」主題面向中。下表並列出相關主題中Gamma值最高之五篇文章。

表16 2010年代年輕族群工作職場主題整合

2010年代年輕族群工作職場			
主題代號	文章標題	新聞時間	Gamma
主題1	念大學 你後悔啥	2019-07-08	0.8838005
主題1	低薪高工時 父母打拚忙	2019-09-09	0.8015435
主題1	加蓋監獄或辦好教育？	2016-05-11	0.8723945
主題1	郭：大學畢業為何當作業員	2014-05-11	0.8776443
主題1	韓青年就業 不愛鐵飯碗	2022-05-01	0.7823248
主題2	貼世代標籤…到此為止	2019-11-25	0.9993855
主題2	說服老美戴口罩 廣告比創意	2020-08-03	0.9992271
主題2	指紋共享 當心隱私外洩	2018-12-08	0.9992235



主題2	年輕人不愛…FB新危機	2019-08-31	0.9991103
主題2	年輕Z世代 活在網路世界	2019-03-09	0.9990836
主題7	4到7年級生的青春回憶 救國團青年中心能跨生死關？	2018-03-08	0.9995763
主題7	八年級生=厭世、負能量？七年級嘆：明明就比我們強啊！	2018-01-03	0.9995763
主題7	當年制服怎麼改最蝦趴？五六年級：3扣3摺+中國結+__！	2017-12-21	0.9995763
主題7	台青看深圳：超想留下來工作	2017-07-24	0.9991243
主題7	台青看好前景 赴陸實習激增	2019-05-07	0.9990606

主題四「年輕人的教育與未來展望」聚焦在與年輕人相關的教育面向，主關鍵字包含「大學生」、「教育」、「文化」、「學校」等。有趣的是，其中與「媽寶」相關的新聞報導有50篇，且多是在2013、2014年左右的新聞，因當時整體社會處於較低迷的氛圍。除了經濟不景氣外，也爆發太陽花學運，大學生又普遍被認定為學歷高但尸位素餐、學習態度消極等（林宗弘等，2012；林盈好，2017）。而另一部分的報導則在討論政府在教育政策上的制定，例如政府是否為年輕人才打造了合適的政策、年輕人若低薪是否該由政府承擔，以及年輕人找不到工作是否為政府的問題等。與政府政策相關的文本除了在2013、2014年左右出現數則外，2021、2022年因躺平風潮興起，也有政治人物賴清德到成大演講，發現將近一半的學生都想當躺平族的報導出現。

主題八「年輕人熱血創新」則探討年輕人的創意與熱衷創業的精神，主關鍵字包含「創業」、「人才」、「大學生」、「創新」等。其中，此主題也有不少報導與大學生參與社區營造相關，體現青年族群的行動力與熱血，例如「學子辦創意市集 秀才藝不為賺錢」、「男大生赤腳環島 為貧國童募鞋」等。

因上述主題皆與年輕人的教育及文化等面向相關，研究者將其整合至「年輕族群教育與文化」主題面向中。下表並列出各主題中Gamma值最高之五篇文章。

表17 2010年代年輕族群教育與文化主題整合

2010年代年輕族群教育與文化			
主題代號	文章標題	新聞時間	Gamma
主題4	跨國採訪 技職實力 撐起了瑞士競爭力	2013-09-10	0.9995731
主題4	到高職上課	2017-01-02	0.9992660
主題4	運用科技 他們改變學習這件事	2014-09-29	0.9992359
主題4	請停止製造無動力世代！	2017-11-21	0.9991635
主題4	甩22K魔咒 青年「做亂世裡英雄」	2013-12-25	0.9991265
主題8	全台十大最像國外景點 不出國也能拍出異國感夢幻美照	2020-03-20	0.9994666
主題8	跟著漢字去旅行	2012-06-30	0.9994463
主題8	南漂恆春開書店－「書耕」一家價值不在來客數的店	2021-08-11	0.9993290
主題8	三代同樂大學趴趴走	2015-02-19	0.9993011
主題8	竹東文創藝術村 創夢基地乘著夢想起飛	2018-02-03	0.9992770

主題六「年輕人犯罪行為與社會問題」圍繞在年輕人的犯罪行為，主關鍵字包含「大學生」、「警方」、「機車」、「醫院」等。研究者觀察內文，可見如「7、8年級生暴力討債」、「幫派新生代幹部 主嫌19歲」等報導。其中，以提及八年級生和大學生相關的報導佔多數。

主題九「年輕人躺平浪潮與太陽花、反送中運動」之229篇報導中，有85篇為躺平族相關報導，顯示出2020年隨疫情爆發後，中國的躺平風潮蔓延至台灣與日本等地區，各地青年普遍生活低迷、有就業困境。此一主題主關鍵字包含「中國」、「躺平」、「疫情」、「香港」、「房價」等。有趣的是，研究者觀察資料文本，發現包含2014年台灣的太陽花運動與2019年香港的反送中運動相關文本都在此一類別的主題當中，呈現出十年內三大與青年相關的重大社會運動及風潮，並與吳承絃（2017）曾指出此世代的年輕人危機意識強、對未來充滿不安與徬徨之特徵相呼應。

主題十二「年輕人扮演選舉要角」圍繞在青年政治參與與選舉，主關鍵字包含「總統」、「民進黨」、「青年」、「政策」、「民主」等。觀察文本資料，從2011、2012年的總統大選到2016年的總統大選，還有2020年的總統大選皆在

此主題當中。其中，可見兩大政黨國民黨、民進黨在選舉中扮演的要角，以及政黨如何拉攏青年、在各大專院校巡迴演說等。值得注意的是，蔡英文在三次大選中皆為總統候選人，因此她的名字也為主題六的前二十個重點字詞之一。另外，研究者也觀察到此主題的文本中出現與政治人物使用社群媒體相關的報導，以及嘗試透過網紅、臉書等管道和青年連結，呼應此世代年輕人偏好使用社群媒體參與政治（Valenzuela et al., 2009；Kim & Khang, 2014）。

因上述主題皆與社會議題及政治活動等面向相關，研究者將其整合至「年輕族群政治與社會環境」主題面向中。下表並列出各主題中Gamma值最高之五篇文章。

表18 2010年代年輕族群政治與社會環境主題整合

2010年代年輕族群政治與社會環境			
主題代號	文章標題	新聞時間	Gamma
主題6	大學生遭毆盧秀燕道歉 警拘提3嫌	2021-11-11	0.9992051
主題6	突破心防 梁嫌坦承性侵女大生	2020-11-01	0.9992051
主題6	機車族風馳電掣 台灣大道亡魂多	2015-09-14	0.9992051
主題6	台東不見曙光 比基尼路跑也吸睛	2019-01-02	0.9989421
主題6	陽明山 仰德大道「文大生的血鋪成的」	2019-09-09	0.9989006
<hr/>			
主題9	歷史課綱的虛與實：冷戰反共下被忽略的亞洲人民連帶史	2018-08-22	0.9996993
主題9	以前周六上半天課好辛苦？網：都在等放學回家看_____啊	2018-08-16	0.9996993
主題9	疫情下的一國兩制？深圳封城的香港「一體化衝擊」	2022-03-15	0.9995459
主題9	習近平：必須堅決防止兩極分化 促進共同富裕	2021-10-15	0.9994814
主題9	網友支持「恢復徵兵制」理由出爐 不滿七年級生狂救援也上榜	2021-11-12	0.9994436
<hr/>			
主題12	民進黨和太陽花的結盟與碰撞	2015-01-17	0.9993787
主題12	從一個七年級生拒絕沉淪談起	2011-08-31	0.9992393
主題12	涂醒哲 強打政見突圍	2014-09-17	0.9991878

主題12	侯：有意見對著我來 蘇辦：應勇於面對	2018-06-25	0.9990165
主題12	桃市文昌國中疑食物中毒 45人送醫	2018-09-22	0.9989077

#### 四、小結

綜合觀察研究問題二之結果，本節以主題模型對1990至2022年之三個十年的年輕人文本進行分析，各自分成12個主題、並以各主題之前20個字詞進行長條圖視覺化呈現。總的來說，各個時期的主題皆可分成五大面向，意即「工作職場」、「消費與理財」、「政治與社會環境」、「教育文化」與「科技」等。

1990年代的12個主題為「年輕人新興生活與飲食習慣」、「新世代人際關係與感情觀」、「年輕人影視文化與音樂創作」、「年輕世代理財方法」、「年輕人與藝文產業」、「年輕人與社會問題」、「新新人類說法由來與年輕人市場商機」、「年輕世代教育議題」、「青年扮演政治活動要角」、「年輕人流行次文化」、「新世代與職場衝擊」、「年輕族群消費行為與市場潮流」等。

2000年代的12個主題為「年輕族群與汽車市場」、「年輕消費者與市場商機」、「新世代的價值觀轉變」、「年輕世代的教育與競爭力」、「年輕人與流行文化」、「青年政治參與與重大政治事件」、「年輕人疾病與犯罪」、「年輕人謀職與世代衝擊」、「年輕族群理財方式與能力」、「年輕人的不良休閒娛樂嗜好」、「年輕世代善用網路科技」和「年輕人極具創造精神」等。

2010年代的12個主題則為「年輕人理財方法」、「千禧世代、Z世代的新興價值觀」、「新世代消費行為」、「年輕人與教育及藝文產業」、「年輕人的休閒娛樂」、「年輕人扮演選舉要角」、「年輕人犯罪行為與社會問題」、「年輕人喜愛的潮流商品」、「年輕人熱血創新」、「年輕人就業與政府政策」、「年輕人的教育與未來展望」、「年輕人躺平浪潮與太陽花、反送中運動」等。

研究者並將上述各時期的12個主題聚合，並列舉gamma值最高的文章作為範例進行詮釋。本文並在下表列出各時期重點事件、特性以及對應到的各主題之gamma值大於0.75的篇數還有各主題主關鍵字（重複的關鍵字會被移除）。

表19 1990-2010年代重大事件與各主題整合

主題	1990-2000	2000-2010	2010-2022
年代特性與重大事件	1. 貿易市場開放 2. 解嚴、首度舉行總統直選 3. 野百合學運 4. 新新人類、X世代、Y世代等詞彙被大量運用	1. 金融海嘯、經濟不景氣 2. 首度政黨輪替 3. 政府推出22K政策 4. 網路普及 5. 草莓族、六七年級生、媽寶等字詞被大量運用	1. 太陽花學運 2. 社群平臺普及 3. 躺平主義興起 4. 香港反送中運動爆發 5. 新冠肺炎疫情衝擊
工作職場主題	主題12，共339篇文章，主關鍵字為「企業、員工、社會、工作、公司、人才、訓練、新新人類、日本、未來」	主題3，共297篇文章，主關鍵字為「工作、學生、就業、台灣、企業、年輕人、畢業、人才、人力、七年級生」	主題1、2、7，共927篇文章，主關鍵字為「世代、台灣、社會、年輕人、網路、千禧世代、Z世代、學生、公司、大陸」
消費與理財主題	主題1、2、4、6、11，共1,043篇文章，主關鍵字為「生活、電影、音樂、作品、美國、投資、基金、消費者、產品、廣告」	主題1、12，共609篇文章，主關鍵字為「學生、汽車、年輕人、手機、品牌、投資、理財、銀行、基金、信用卡」	主題3、5、10、11，共1,166篇文章，主關鍵字為「投資、理財、退休、數位、科技、消費者、遊戲、中國、時尚、設計」
政治與社會環境主題	主題3、7，共631篇文章，主關鍵字為「問題、青少年、學生、教育、社會、文化、活動、大學、青少年、舉辦」	主題6、7、8、10、11，共827篇文章，主關鍵字為「活動、警方、七年級生、草莓族、被害人、民進黨、總統、政治、參與、志工、服務」	主題6、9、12，共910篇文章，主關鍵字為「大學生、年輕人、民進黨、國民黨、機車、警方、躺平、疫情、中國、香港」
教育文化主題	主題5、8、9，共585篇文章，主關鍵字為「我們、女性、台灣、愛情、星座、社會、孩子、文化、生活、新新人類」	主題2、4、9，共609篇文章，主關鍵字為「學生、教育、大學、大陸、電影、上海、創意、藝術、競賽、希望」	主題4、8，共572篇文章，主關鍵字為「台灣、學生、大學生、教育、大學、台大、在地、藝術、體驗、課程」
科技主題	無類似主題	主題5，共137篇文章，主關鍵字為「網路、投資、理財、學生、台灣、七年級生、上網、行銷、遊戲、電腦」	主題2，共266篇文章，主關鍵字為「世代、台灣、社會、年輕人、網路、千禧世代、Z世代、媒體、美國、問題、嬰兒潮」

透過主題建模，本文有幾個發現：首先，各個時期的12個主題皆可發現年輕族群在消費行為與市場商機方面備受關注，而理財、投資等面向的討論也都持續出現在不同年代當中，但經常會與「月光族」不善理財、只愛花錢的刻板印象

連結。不過，研究者也發現，各個時期幾乎都會出現青年族群在性與犯罪方面的討論，本文將此類型社會新聞報導與政治、社會參與等同樣列為「政治與社會環境」面向。此一面向與不同世代的標籤則無太大關聯，僅報導中出現的關鍵字相異，例如1990年代會出現愛滋，2000年代後則鮮少看到愛滋相關的問題，但會出現詐騙、搶劫等字詞。此結果一定程度與過往研究分析年輕人在犯罪相關報導中的論述與再現形象相呼應（燕道成、黃果，2013；Bessant & Hil, 1997）。另外，儘管本文將「科技」與「理財與消費」的主題分為不同類型，但觀察其中文本資料還有主關鍵字也可見此兩個主題有一定程度的關聯性。因科技的發展影響新興產品的推出，且例如智慧型手機、電腦或是電商平台的服務等，皆難與消費市場脫勾。

在工作與職場方面，1990、2000與2010年代皆可見報導探討業者如何迎接年輕的職場新血，或是不同世代之間的相處以及世代管理之內容。不過，研究者觀察1990、2000年代此主題的報導皆會以「草莓族」形容新世代員工，尤其2000年代的報導經常將社會新鮮人與草莓族的概念畫上等號，體現當時大眾對於年輕人的討論主軸為工作時抗壓性低、容易受挫等（翁靜玉，1993）。類似的評價在2010年代後則明顯減少，從gamma值最高的文章來看，2010年代後探討主軸為年輕人沈浸於網路的習性，以及不同世代間的差異。

政治方面，則可見各時期新聞媒體皆關注政黨、政治運動等與青年族群的連結，且在觀察文本資料後，可見野百合學運、太陽花學運、歷年總統大選等皆被包含在主題當中。此一結果顯示年輕人的社會參與在過去三十年都受到重視，且能與過往學者以政治世代效應歸類之「民主轉型或學運衝擊世代」、「政黨輪替或網路傳播世代」等詮釋相呼應（林宗弘，2015）。

研究者也觀察，自2000年代後開始出現年輕世代善於使用網路之主題，例如2000年代的「年輕世代善於使用網路科技」和2010年代的「千禧世代和Z世代善用網路與社群平台」等兩個主題。此一觀察能與 Palfrey與Gasser（2013）、Fraser等（2022）和Brading（2022）之研究對應，顯示在網路蓬勃發展、變得普及後，就與年輕世代有緊密的連結，不論是X世代、Y世代/千禧世代或是Z世代的生活皆無法與網路科技脫鉤。

整體而言，新聞媒體對於台灣年輕人的刻畫皆能與過往文獻相對應。綜觀研究問題二結果，透過LDA主題建模的方法將文本中相近詞彙群組化，除了能梳理世代相關的刻板印象，也能進一步瞭解新聞媒體如何刻劃出對於年輕人在不同面向的想像。





### 4.3 分析年輕人報導中之情緒與態度再現

在前兩節探討年輕人相關報導之刻板印象及討論主題後，本節欲透過世代標籤抓取之文本及其他歷年年輕人相關文本，進行搭配詞分析語詞彙相似性，瞭解新聞媒體如何呈現出對於年輕世代的批判，以及話語中呈現出的框架、再現的態度變化。

本研究認為要探討文本中的批判用語及特殊句型會太過龐雜，因此觀察語料庫後，決定以特定構式「越來越」、「愈來愈」、「變得」、「漸漸」、「逐漸」；副詞「都是」、「都」、「全部」、「全都」以及「現在年輕人」等三種類型的說法進行文本分析。本文並過濾出含各句型的文本，並計算其搭配詞、呈現出說法中積極與消極的部分內容為何。

首先，本文以1990至2022年之所有年輕人報導文本進行斷句，並以年輕人關鍵字如「草莓族」、「七年級生」等篩選出含有關鍵字的語句，再連同其前後各一句語句組成一組，以保留文句脈絡。接著，研究者以「越來越」、「愈來愈」、「變得」、「漸漸」等意義相近的構式及副詞對上述文句進行偵測，發現共有3,068組語句使用這些說法，其中，1990年代共有1,433則、2000年代739則、2010年代1,628則。接著，本文以「都」、「都是」等副詞偵測三句一組的文本，發現共有6,650組使用此類型說法的語句，其中，1990年代共有2,736則、2000年代1,843則、2010年代3,661則。針對「現在年輕人」、「現代年輕人」、「現在大學生」等相近說法，研究者也偵測上述三句一組之文本，發現在過去三十年共有6,649組使用這些說法的語句，其中，1990年代共有3,498則、2000年代1,855則、2010年代3,034則。

在計算完包含三大類型說法的文本數量後，研究者採用中文情緒分析套件snowNLP對抽取出之特定言語框架文本進行分析。snowNLP情緒分析模型會將判斷數值定在0到1之間，越靠近1越積極、越靠近0則越消極。因此，本研究以此基準判斷，並藉由搭配詞分析進一步探討積極、消極文本中的共現詞彙，並以情緒分數結果繪製下列箱形圖以呈現分佈情形。

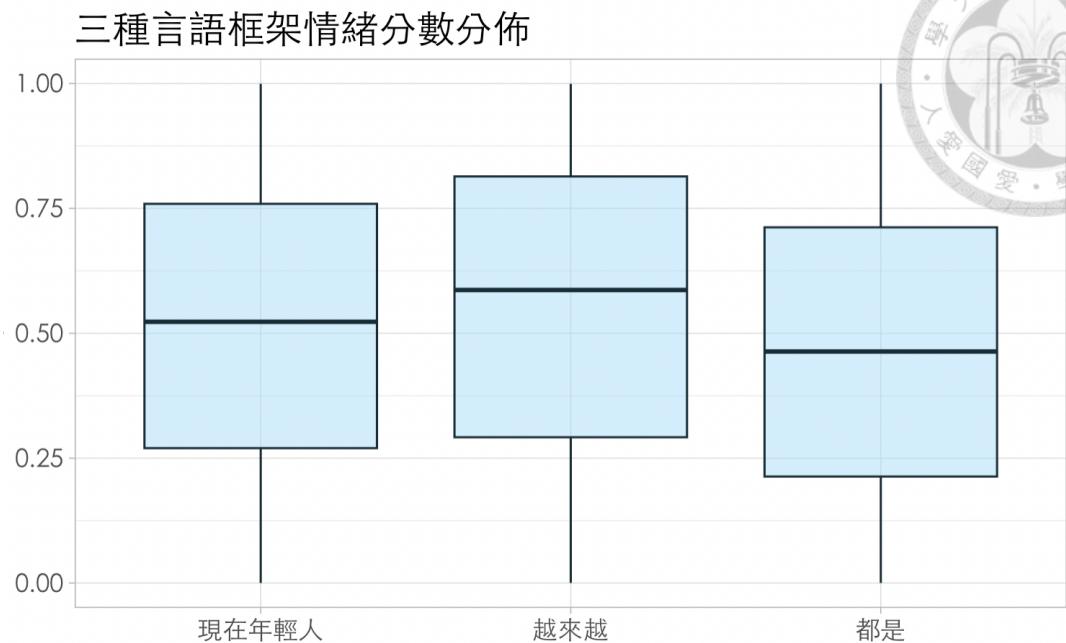


圖17 三種言語框架情緒分數分佈

從情感分數0到1的分佈結果來看，第一類型含有「越來越」、「愈來愈」、「變得」、「漸漸」等說法的文本，其平均數值為0.54，整體而言較偏積極；第二類型含有「現在年輕人」、「現代大學生」等說法的文本，其平均數值為0.51，偏向中性；第三類型含有「都」、「都是」等說法的文本，其平均數值為0.47，偏向消極。

研究者並藉由各組語句之情緒分數過濾出三大類型言語框架中，分數最高與最低的15組語句。

title	year	s3	semiscore
迎合新新人類口味 喜美福特促銷比酷	1996	新車的個性愈來愈鮮明。最近推出的三門喜美以喜歡追求戶外活動的青年人為主要銷售對象。重新出發的...	0.999361
稱冠音樂排行榜 市井由理 單飛交出好成績	1995	但是簡淺易懂又道出新人類青少年心聲的歌詞。卻逐漸引起青少年歌迷注意。在口語相傳與口碑推薦下	0.998901
觀光局作法：邀大學社團深度旅遊	2013	背包客有逐漸成長趨勢。為了吸引更多國外年輕人來台旅遊。今年將邀請歐美主要大學社團的領導人來台...	0.998668
海峽青年節 提創業配套	2015	海青節鼓勵台灣青年創業已逐漸顯現成果。曾在海青節獲獎的台灣青年蔡昇宏日前赴福州創業。在首屆海...	0.997740
未來搶學生 教授怎麼當	2007	百億的成果很可能只是論文發表數字變得比較漂亮。這筆錢不如用來讓全國所有國小學生都能享有免費營...	0.997652
綠基層要中央棄文青式宣傳？	2018	推出五支系列短片。主打讓更多人看見各地努力的青年。發揮熱情及創新讓家鄉變得更美好	0.997506
山東創基地 台商：投資年輕人夢想	2020	我覺得這樣成功的案例會越來越多。陳森田計畫把世界最頂尖的大學生創業孵化機制引進山東。服務於兩...	0.997362
碰上921 圓夢大師教開咖啡店	2018	原本只販賣自家烘焙的咖啡豆及現沖咖啡。未料很多年輕人想要學習烘豆或考取咖啡師證照。逐漸轉型成...	0.997261
黃子軒返鄉 分享客家好聲音	2021	不時邀請客家歌手開唱。也越來越多年輕人注意到這個小天地。替老市場注入耳目	0.996481
衝破玻璃天花板... 女力出頭 開創新局	2020	希望在這個剛柔並濟的世界裡。感受世代融合就在當下的合作力量。讓世界變得更美好	0.996216
日本企業界卯足勁 解決人力不足問題	1991	而每年定期招募的應屆畢業生。大專學生在內。招募中途轉業人才的工作會愈來愈重要	0.995963
被戳破的比特幣神話	2021	持有比特幣是抵禦美元與取代黃金的保值武器。比特幣的應用無形漸漸滲透於我們的日常生活中。投行摩...	0.994610
遠離搖頭丸 向毒品說不	2000	近幾年搖頭丸被濫用愈來愈盛。常見於年輕人最常聚集的。搖頭丸又稱	0.994283
飯店攻婚宴 強打西洋風	2019	傾向西式婚宴派對式的歡樂自由氣氛。西式婚宴對年輕人愈來愈有吸引力。會持續推廣	0.994006
浙江古村社造 他引台灣經驗幫忙	2019	敢創新的青年提供就業和創業的平台。也為兩岸青年融合發展提供機會。總統大選討論度愈來愈高	0.993575

圖18 「越來越/愈來愈/變得/逐漸」分數最高15則

title	year	s3	semiscore
年輕選票 紿他機會了解政治	1996	時下的年輕人因缺乏適當的管道吐露他們對政治的憤慨與信念而逐漸對政治失去信心。若不讓時下的新新...	0.000169
動輒聚眾逞凶 社會為何暴躁？	2018	我們的社會為何變得如此易怒而暴躁。年輕人又為何如此凶殘。類似的事件其實不只這兩件	0.000566
纏綿3C 廁所低頭族 黏膜易受傷	2013	新光醫院腸胃肝膽科主任廖朝聖說。門診有愈來愈多年輕人上廁所擦拭屁股後。竟發現衛生紙上留有血漬	0.000770
動輒聚眾逞凶 社會為何暴躁？	2018	兇殘的行徑令人怵目驚心。我們的社會為何變得如此易怒而暴躁。年輕人又為何如此凶殘	0.000785
年輕選票 紿他機會了解政治	1996	的刻板印象為由反對降低投票年齡。時下的年輕人因缺乏適當的管道吐露他們對政治的憤慨與信念而逐漸...	0.001111
背債百萬 消債條例救了她	2019	卡債受害人自救會總召集羅武龍說。越來越多年輕人求助卡債受害人自救會。不同過去卡債風暴是銀行浮濫...	0.001301
培養千萬金雞母	2007	現在人的平均壽命越來越長。試想當我們的財務生命沒辦法延續而生理生命還不知道要錢命活多久時。要...	0.003419
全教產：政府顧鬥爭 高教瀕崩盤	2018	後高教已進加護病房。未來優秀學生出走恐愈來愈嚴重。張菲心疼余祥銓	0.003457
建立小而有為的政府	2019	次次的讓我們失望。然後我們就變得麻木冷默。甚至尖酸刻薄的霸凌意見不同的同胞或官員	0.003544
建立小而有為的政府	2019	但選舉的結果。次次的讓我們失望。然後我們就變得麻木冷默	0.003819
重看世代圖像：太陽花與三明治的對比	2014	覺得貧富差距越來越嚴重的比率最高。中壯世代應該是支撐社會經濟發展的重要支柱。而如果這個世代竟...	0.004196
每天平均有75個孩子 因為犯罪而坐牢	1994	占總犯罪人口比的。已經逐漸侵入青少年的世界中。真正令研究青少年犯罪案件的官員擔心的是	0.004346
狂猛用力電 十指齊飛 入情網	1998	成不變的慶祝方式實在過得有些無奈。不過網際網路從前年開始逐漸侵入我們的生活後。千古不化的情人...	0.004665
蔡綿絹母女 緊急救護好搭檔	2002	最後病患仍回天乏術。目睹年輕人的生命力逐漸失去那。如果他的同事也學會緊急救護技術	0.005242
原是最幸福一代的提前結束	2017	還要成為執政黨掠取的對象。讓我們在退休後將逐漸淪為下流老人。執政黨所做的不僅是劫貧濟己	0.005438

圖19 「越來越/愈來愈/變得/逐漸」分數最低15則

title	year		s3	semiscore
誠實面對中心的獅子	1996	過新年穿新衣戴新帽已不再是現代人的期盼。新新人類怎麼過新年才酷呢。呼朋引伴駕著吉普車上山越野		0.999449
青島啤酒 百年國潮驚豔紐約	2019	挑選中國當代青年文化代表性品牌登上紐約時裝周。向世界重新呈現著敢想敢為的本土青年時尚。青島啤...		0.999365
被李敖纏上 無盡的噩夢	2018	讓王世杰苦不堪言。李敖這位年輕人竟也出現在王世杰私人日記當中。可見得王世杰對李敖感受有多深		0.999104
「台灣年輕人 帶創意登陸」	2015	主題包括兩岸文創。現代農業及青年領袖。各界呼籲兩岸企業平台可提供年輕人更多發展機會		0.998250
千山萬水 我獨行	1990	自助旅遊風正熾。本來這個以年輕人居多的旅遊方式現在已經擴散到更廣的年齡層。家自助旅遊俱樂部負...		0.998099
躺浴缸、泳池看電影 入住飯店涼一夏	2019	年於百貨公司頂樓首次舉辦。這個廣受年輕人及家庭喜愛的活動。現在也登入趣淘漫旅台南		0.998020
南投留人 補助創業 最高百萬	2018	雖提供補助經費才。但會辦研討會邀專家對青年創業或產業創新提供技術。這句話正好符合現在英國大學...		0.997792
霹靂文化	1999	以影音聲光特效等刺激元素來迎合現代青少年。這讓我們意識到現今青少年間的流行文化在改變。他們喜...		0.997689
飯店攻婚宴 強打西洋風	2019	因此必須求新求變。現在年輕人對婚宴的偏好。正從傳統中式婚宴轉變為戶外西式婚宴		0.996960
摩根創定期定額溫度指數 最佳市場衡量指標	2012	摩根投信電子商務暨中小客戶事業部執行董事黃登榆表示。當代年輕人面臨相當嚴峻的就業環境與勞動市...		0.996723
新新人類成多頭生力軍	1997	即使外商證券相關機構對人才的需求也相當熱切。許多剛從大學畢業的新新人類投入證券相關行業。就以...		0.996664
新宿族 暴走西門町	1992	這批遊走西門町的台灣新宿族。正是台灣新人類的老祖宗。現在的西門町雖然沒有早期的風光		0.996376
亞東技術學院展示畢業成果	2001	春夏季女裝用織材客觀性手感評估之研究。世代女性對休閒服飾購買行為之價值觀研究。台灣布袋戲造型...		0.996093
昇恆昌藝術季 四大機場重生演出	2019	台灣藝術大學講師劉孟誠共同策劃表演。同時集結台灣各領域青年表演團體。現代舞蹈及音樂表演元素		0.995786
洛登名筆心靈之翼	1999	跨足名筆市場。針對講究品味的成功人士及追求個人風格的新新人類。陸續推出功能性及現代感十足的書寫...		0.995541

圖20 「現在年輕人」分數最高15則

title	year		s3	semiscore
睡覺躺平背超痛 可能2毛病纏身	2021	現代人常見肩頸腰背疼痛問題。躺平時背會痛。但改成側躺後就不痛了		0.000106
年輕選票 紿他機會了解政治	1996	時下的年輕人因缺乏適當的管道吐露他們對政治的憤慨與信念而逐漸對政治失去信心。若不讓時下的新新...		0.000169
愛八卦？或許是逃避壓力的方式	2000	可刺激臨場反應。彭芸認為不能因大學生缺乏憂患意識就判定好或壞。現在年輕人欠缺憂患意識和時代有關		0.000647
英國大學生 父母黏進宿舍裡	2004	現在則不見得。父母介入子女大學生活漸成問題。許多父母打電話到校問子女成績遭拒		0.000857
年輕選票 紿他機會了解政治	1996	的刻板印象為由反對降低投票年齡。時下的年輕人因缺乏適當的管道吐露他們對政治的憤慨與信念而逐漸...		0.001111
新鮮誘惑	1996	卻冷漠得不悲不懼是現代。新人類寫照。女孩無意犯罪但為了		0.001720
膽固醇、高血壓 入侵校園	2003	有些嚴重的會引發痛風。導致現在年輕人罹患關節痛風時有耳聞。邱瀚模表示		0.001802
廖學茂 重方位風水	2015	在訂婚後第三天就去買。這恐怕是現在年輕人想都不敢想的決定。年紀輕輕不怕買不起嗎		0.001987
郭台銘談接班人 被罵愈兇 愈有機會	2018	現在我動怒不動氣。在培養接班人與年輕人上。絕對是對事不對人		0.002370
郭參選 “想為年輕人做事”	2019	他看到的是他們在憤怒背後說不出來的絕望與沮喪。但是現在政府卻讓年輕人坐以待斃。所以看不下去了		0.002692
國民黨 北市長初選辯論 批柯也互酸	2018	房子則會從現在只租不賣變成只賣不租。目標是讓年輕人買得起房子。孫大千則將重點放在政治		0.003001
測一下 你有沒有頸椎病？	2019	其實就是典型上交叉症候群的外在表現。只是現在的上交叉症候群也常出現在年輕人身上。而不是像過去...		0.003057
新台灣光復節	1995	將來台灣命運的主宰者。恐怕就是在我們眼前狂飆的這群。他們究竟怎樣看待現在的政治和政黨競逐		0.003097
了解自己 尋找成功切入點	2018	技能比學歷重要很多人都說。現在年輕世代充滿失望。看不到未來		0.003180
徐重仁提醒 養成專注習慣	2018	很多人都說。現在年輕世代充滿失望。看不到未來		0.003303

圖21 「現在年輕人」分數最低15則



title	year		s3	semiscore
周美青現象？選民不看混戰看馬嫂	2011	敦安是以青少年輔導為主。敦安每年推薦年輕人的書單都來自周美青。敦安鼓勵青少年每月讀		0.999842
走森棋動動腦 復興社區好流行	2006	社區活動中心很快就湧進興致盎然的老少里民鬥智捉對廝殺。很多都市年輕人可能都沒聽過。其實是台灣...		0.999059
新新人類 鞋奏曲足下風光	1997	帶經營五家青少年運動休閒鞋店的殷國雄。了解青少年追求穿著新潮鞋子的心理。店裡所賣的都是青少年...		0.998991
外地团仔留恆春 生態旅遊活絡社區	2021	夥伴林惠琪。學生時期就跟著屏科大森林系教授陳美惠輔導社區發展生態旅遊。人研究所畢業後都留在屏東創業		0.998707
周美青現象？選民不看混戰看馬嫂	2011	敦安每年推薦年輕人的書單都來自周美青。敦安鼓勵青少年每月讀。本書並撰寫讀後心得		0.998118
未來搶學生 教授怎麼當	2007	百億的成果很可能只是論文發表數字變得比較漂亮。這筆錢不如用來讓全國所有國小學生都能享有免費營...		0.997652
掌聲 嘘聲 蟻筆小新在台衝破億元市場	1995	最受歡迎的漫畫故事完全是日本漫畫家的作品。像青少年最喜愛的。都是日本漫畫家的作品		0.996903
周美青現象？選民不看混戰看馬嫂	2011	就以董事身分深度參與公益。敦安是以青少年輔導為主。敦安每年推薦年輕人的書單都來自周美青		0.994993
金光閃閃 蝶蝶不休紅毯嬌點	2018	歲的珍芳達則是用。白色俐落線條穿出連年輕人都羨慕的完美身型。姊字輩愛紅色榮獲最佳女配角的愛莉森珍妮		0.994991
消費場域轉移、租金高 精品店難經營	2019	該族群消費實力將從。但這些年輕世代主要消費國際精品的場域都是百貨公司。瑞普萊坊市場研究暨顧問...		0.994936
旋風少年 撐汗柔道場	1996	青少年的參與和反應都很好。至於選擇以柔道來做為青少年的活動主題。當初他們最擔心的就是柔道訓練...		0.994557
三位創辦人 平均僅40歲	2015	台灣的創新環境遠遜於美國。他們在矽谷感受到年輕人對創新的熱情。而環境的友善與支持都是安盛能夠...		0.994492
大白兔奶糖 用香氛喚回童年	2019	大白兔市場部經理沈勤峰表示。大白兔希望能變成年輕人願意分享的品牌。而奶糖和香氛都是可以給人帶來快樂		0.994066
校園偷心 讓「一丸」禮數打前鋒	2002	或是設計師親手研發的各種人物系列。許多青少年都會依照自己或朋友的喜愛。專程跑到西門町萬年大樓...		0.993137
文大志工 帶著溫暖赴大馬	2008	首次被召募的。位社團領袖學生前天返台分享心得。原來世界各地都有陰暗的角落		0.993079

圖22 「都/都是/全都/全部」分數最高15則

title	year		s3	semiscore
推銷傳播妹遭拒 雙方砸店開槍	2013	警方還查出髮廊也是。旗下傳播妹都是店內常客。警方昨日凌晨逮捕涉嫌對酒店開槍的莊姓男子後		0.000093
青少年的運動與猝死	2005	個猝死病例。從國小到大專學生都有。例是在運動時猝死		0.000164
康叔本尊 竟是2網友惡搞	2011	杜姓高中生所為已觸犯煽惑他人犯罪罪嫌。湯姓大學生所為則觸犯恐嚇公訴罪。兩者都是公訴罪		0.000171
大學生抓小偷 私刑打死人	2005	四川省成都市新都區檢察院以涉嫌故意傷害致人死亡罪。將這兩名大學生逮捕。據華西都市報報導		0.000245
66國承諾2050零碳排 環保少女痛斥全球領袖	2019	桑柏格的表情和語調都充滿憤怒。所有未來世代的雙眼都看著你們。如果你們選擇讓我們失望		0.000305
10年大數據車禍死亡率 花東最高 雙北最低	2015	但交通環境已經不是四十年前那般單純。死亡第二位的是十八到廿四歲的年輕人。交叉比對都是機車		0.000339
職場新鮮人	2001	本正經的公司主管也會被氣得哭笑不得甚至抓狂。並不是所有年輕人都是如此這般的。再說玩世不恭的年輕人		0.000356
氣候峰會空洞	2019	她看似怒火中燒地顫抖著說道。所有未來世代的雙眼都仰望你們。如果你們選擇讓我們失望		0.000445
獨 / 「包青天」師爺長骨刺累肥 治病減重竟瘦成骷顱頭	2021	年前突然發現自己沒走兩步路就腿麻刺痛。連睡覺躺平也會突然像抽筋似的麻。找民俗療法都查不出原因		0.000522
10天內 3青年新流感死	2010	新流感再傳死亡病例。十天內三名年輕人病故。醫師及衛生署都警告		0.000652
僅次癌症的重要死因 胸痛是心血管病人常見症狀	2017	也會傳到左手臂。但急性心包膜炎造成的胸痛躺平時較痛。甚至於深呼吸都會比較痛		0.000701
東海人必修勞動學分	1995	年平均有百分之二的學生重修的比率即可看出。重修學生大部分原因都是。缺席的原因大都是爬不起來		0.000755
悲觀的蔡英文 怎能救台灣	2015	言語充滿負面情緒。連執政者搞小確幸都有微辭。唱衰只會造成大不幸		0.000978
胸痛 心血管拉警報	2009	也會傳到左手臂。但躺平時較痛。甚至深呼吸都會比較痛		0.001019
天熱聰明吃外食 熟食勿逾2小時	2018	感染者年齡層廣。從只顧美味不顧衛生的年輕人到捨不得丟掉食物的年長者都有。是不分年齡都該留心的疾病		0.001226

圖23 「都/都是/全都/全部」分數最低15則



在以snowNLP計算出各組語句的情感分數以及列出最高、最低分之文本後，本文接著要進一步探討各個程度副詞、構式以及慣用說法之共現詞。

## 一、越來越/愈來愈/變得/漸漸/逐漸

本文以情緒分析套件snowNLP計算句子中含有「越來越」、「愈來愈」、「變得」等的文本之情緒分數，決定抽取出最高分之30%及最低分之30%，並對這些文本之結果進行搭配詞分析。在以搭配詞分析文本後，本文並以視覺化方式呈現「越來越」、「愈來愈」相關的詞彙，在前30%積極的文本中，先過濾搭配詞次數小於3次的組合，再以pmi值過濾數值為負者。結果可見「越來越」與「創業者」、「創業」、「利他」、「商品」等與職場創新相關的概念有較高度的連結，同時，也與「房價」、「房貸」、「換來」等字詞相近，呈現出新世代的買房願景備受關注。

在最低分的30%文本中，則可見「越來越」與「剝奪感」、「聲音」、「高學歷」、「遊民」等字詞相關，一定程度顯示出新世代年輕人面臨的高學歷、低成就困境（林宗弘等，2012；林盈妤，2017），同時，「越來越」也和「月光族」、「害怕」、「沈迷」、「現在的年輕人」等概念相關，呈現出媒體與社會大眾對於年輕族群的負面認知是偏向比以往更為頹廢又不善理財。「媽寶」、「越來越多」等概念也互相連接，同樣顯示出外界對青年的負面觀感落在不夠獨立且具此類特質的人漸增。而低分文本中的「愈來愈」與「功利主義」、「嬰兒潮」呈現出年輕族群自私自利、在職場上的升遷也因前一世代退休時間而受到阻礙等；「美國」、「日本」、「市場」則顯示出新聞報導以他國年輕人作為對照，表示不只台灣的年輕人不獨立、生活豪奢，美國、日本等國家的青年也有類似趨勢。

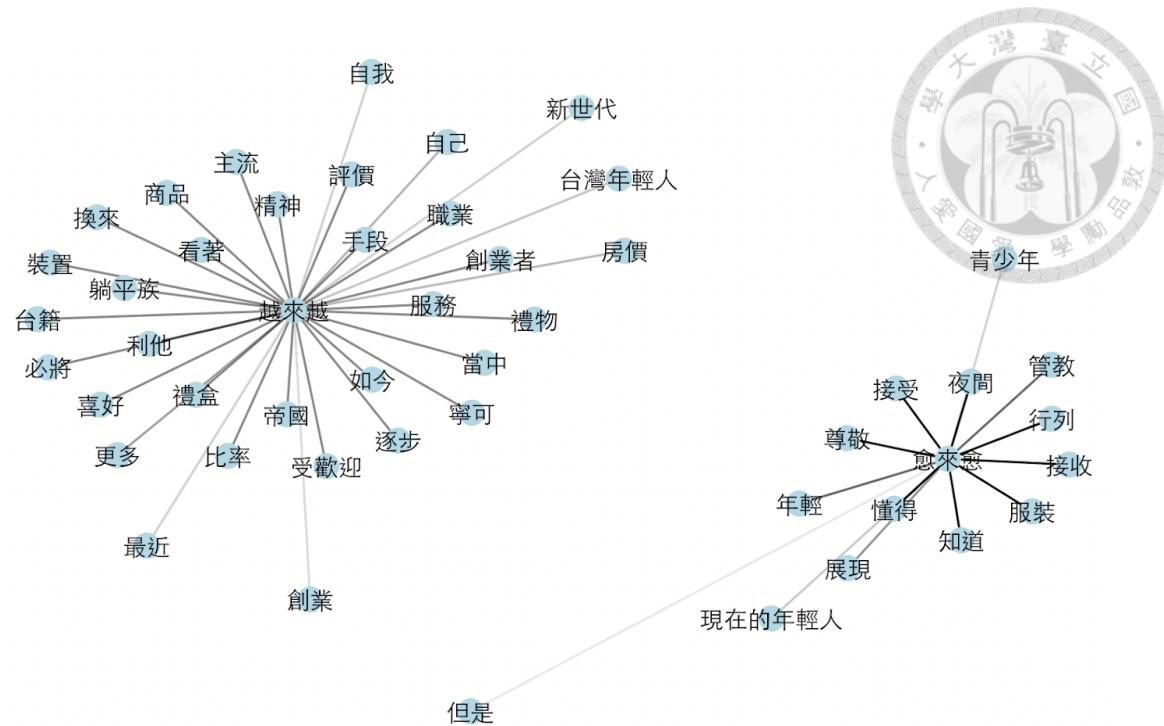


圖24 「越來越/愈來愈/變得/漸漸/逐漸」最高分30%搭配詞結果

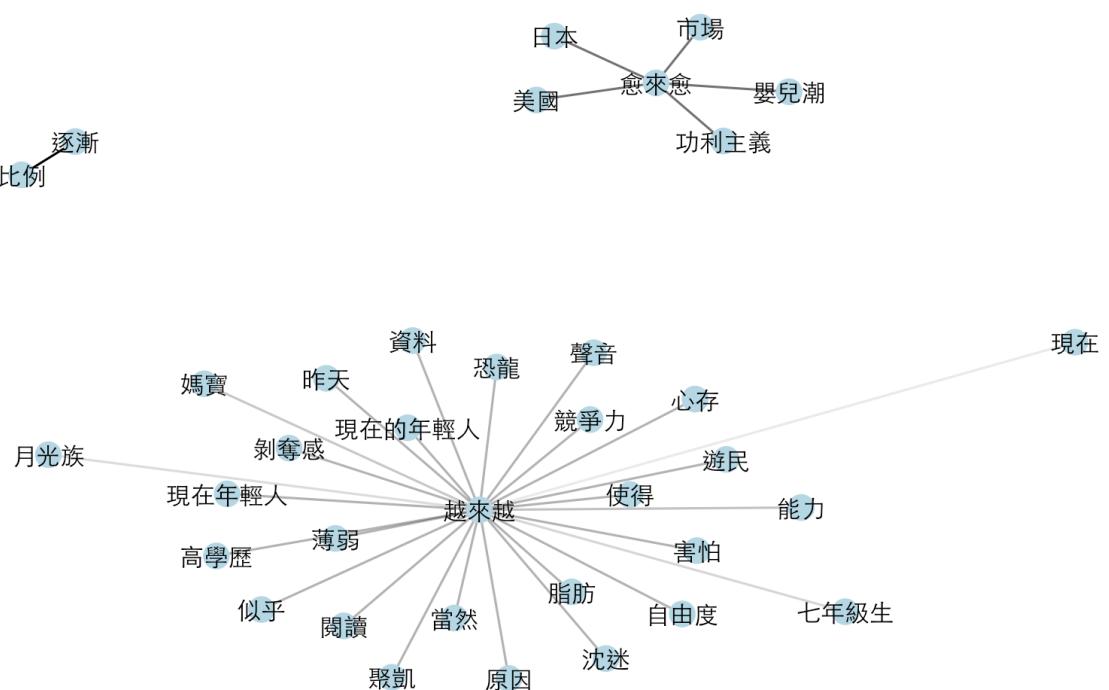


圖25 「越來越/愈來愈/變得/漸漸/逐漸」最低分30%搭配詞結果

從搭配詞結果可見，在1990到2022年的報導文本中，與「越來越」、「愈來愈」、「變得」、「漸漸」、「逐漸」等程度副詞共現並形成評價性程度構式

的詞彙確實十分多元，情緒分數較高的文本方面，不論是以「買房」、「創業」等動詞，或是「創業者」、「喜好」等名詞來顯示出對於年輕族群某些行為的正面評價；情緒分數較低的文本則可見形容詞「多」、「少」、「重」、「嚴重」，或「沈迷」、「害怕」等動詞，以及「剝奪感」、「媽寶」、「月光族」等名詞概念皆呈現出報導對於年輕族群的負面評價。

研究者並以n-gram分析搭配詞結果，呈現如下表。左表為積極文本的搭配詞結果，右表為消極文本的搭配詞結果。

表20 「越來越/愈來愈/變得/漸漸/逐漸」 積極與消極trigram結果

積極			消極		
	n-gram	次數		n-gram	次數
1	越來越_多_年輕人	10	1	月光族_越來越_多	8
2	傳送_房價_越來越	5	2	透支_月光族_越來越	8
3	選擇_越來越_多	5	3	世代_愈來愈_晚	4
4	越來越_講求_利他	4	4	停滯不前_退休_越來越	4
5	愈來愈多_而_這些	4	5	大學生_活_愈來愈	4
6	說_越來越_多	4	6	愈來愈_舒適_豪華	4
7	現在的年輕人_越來越_早	4	7	新_上班族_越來越	4
8	義大利_媽寶_愈來愈	4	8	活_愈來愈_舒適	4
9	蘭卡斯特_說_越來越	4	9	競爭力_就_越來越	4
10	越來越_多_相信	4	10	自由度_高有_越來越	4

表21 「越來越/愈來愈/變得/漸漸/逐漸」 文本範例

句型	情緒屬性	範例
越來越 / 愈來愈	積極	勇於嘗試的新新人類越來越多 / 學生自主性越來越高了 / 越來越多年輕人希望自己創業
	消極	現在年輕人越來越早偷嚐禁果 / 類似的草莓族世代醫師越來越多 / 年輕人想買輛車也是越來越難 / 單身的不婚主義者越來越多

前述觀察皆可看出新聞媒體在年輕人報導中習慣使用此類型程度副詞「越來越」、「愈來愈」等闡述不同議題中年輕人的變化，並賦予特定的評價。

## 二、都/都是/全都/全部

接著，本文同樣抽取出「都/都是/全都/全部」最高與最低分的30%文本，並過濾搭配詞組合pmi數值為負者。在分數較高的30%文本中，可見「都是」與「草莓族」、「月光族」、「窮忙族」等帶有直接貶義的世代標籤概念相近；「小確幸」、「好逸惡勞」等字詞則呈現出報導與社會大眾對年輕世代的認知落在不具備廣闊視野、僅想偷懶等；「現在年輕人」、「多數」等字詞則呈現出一種搭配「都是」的概括性說法，帶有強調所有青年都有著類似特質的功能。不過，較為高分文本中與「都是」相關的字詞還有「做志工」、「關心」、「追求」、「機會」、「優秀」等概念，顯示出青年族群在社會公益上的付出與努力，還有受到外界肯定的能力等。整體而言，研究者觀察，上述較高分文本中的字詞多半帶有負面的觀感，顯示即便在分數較高、較積極的文本中，「都是」的用法容易與消極、負面的概念有所關聯。

在分數較低的30%文本中，「都是」則與「月光族」、「政府」、「問題」、「社會」等字詞相近，顯示出報導一定程度將年輕族群與社會問題還有不善理財等概念相連結。「草莓族」、「七年級生」等概念也與「都是」有高度關聯，與積極文本中的「都是」用法類似，皆為連接較為消極的概念。「世代交替」、「起薪」、「現在年輕人」等概念則呈現出年輕族群的起薪不高的議題備受關注。

表22 「都/都是/全都/全部」文本範例

句型	情緒屬性	範例
都是	積極	大學生關心的都是與自身利益直接相關的問題
	消極	常聽人家說現在的年輕人都是草莓族 / 現在年輕人很多都是換燈泡等簡單生活技能都不會

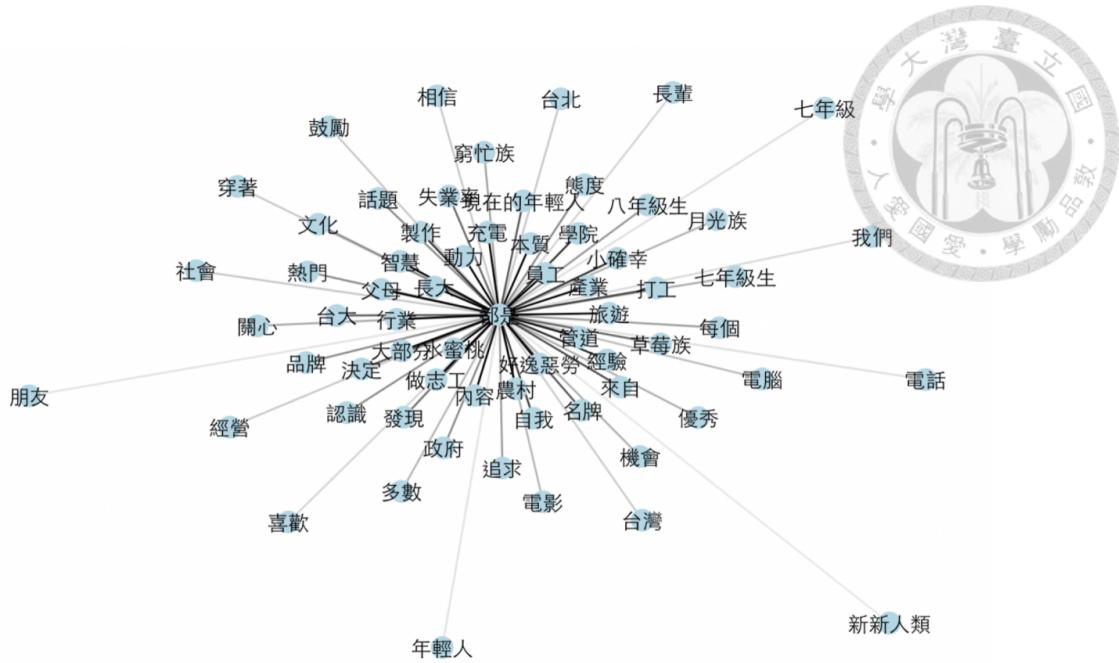


圖26「都/都是/全都/全部」最高分30%搭配詞結果

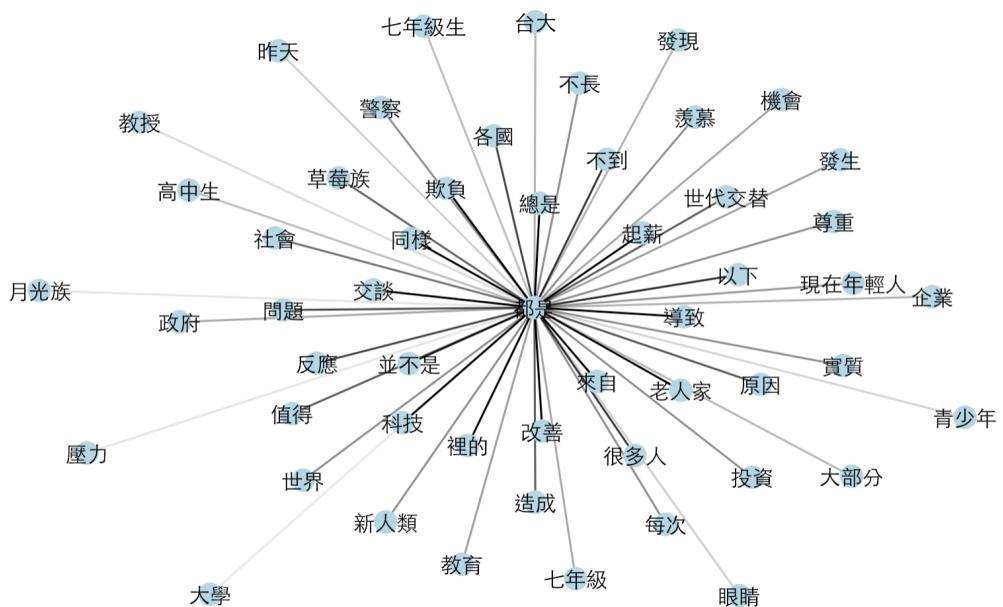


圖27 「都/都是/全都/全部」最低分30%搭配詞結果

從上述結果可見，在年輕人相關報導文本中，「都是」經常與概念或是名詞連結，以呈現前後兩種概念的相關性，名詞例如「草莓族」、「新人類」、「月光族」等，呈現出一定的固化現象，讓接收到訊息者會認定年輕人的概念與句型後面的「草莓族」等概念為相等的，甚至因「都」一詞本身帶有的評價功能



，而把後方的概念強化，例如「七年級生都是草莓族」、「誰說七年級生是草莓族」等。同時，「很多人」、「總是」、「現在年輕人」、「多數」等字詞也會加強說話者使用「都是」的語氣，致使固化的現象更為明顯。

研究者並以n-gram分析搭配詞結果，呈現如下表。左表為積極文本的搭配詞結果，右表為消極文本的搭配詞結果。

表23 「都/都是/全都/全部」積極與消極trigram結果

積極			消極		
	trigram	次數		trigram	次數
1	誰說_七年級生_都是	14	1	年輕人_都是_這樣	7
2	七年級生_都是_草莓族	12		六成_都_選擇	6
3	台灣_年輕人_都是	7		年輕人_都是_草莓族	5
4	年輕人_都是_草莓族	7		等_都是_年輕人	5
5	現在的年輕人_都是_草莓族	7		說_我們_都是	5
6	說_現在的年輕人_都是	6		都是_年輕人_心目	5
7	每個_學生_都是	5		七年級生_同樣_都是	4
8	都是_年輕人_放空	5		七年級生_都是_草莓族	4
9	七年級生_都是_好逸惡勞	4		不易_管教_都是	4
10	都是_大家_眼中	4		不長_眼睛_都是	4

### 三、現在年輕人

為瞭解「現在年輕人」說法與哪些詞彙共現、如何再現不同新聞媒體對不同時代年輕人之態度，本文將相關文本抽取出來後，同樣以snowNLP對其進行情緒分析，並過濾出分數最高的30%文本以及分數最低的30%文本。本文同時以搭配詞出現次數以及pmi值進行過濾，發現在分數最高的30%文本中，「現代年輕人」與「開放」、「觀念」、「關懷」、「顛覆」等詞彙相近，反映出新聞媒體及社會大眾意見對於年輕人較為積極的看法，多與價值觀上的改變以及行為相



關。「現代年輕人」、「現在新新人類」也與「消費」、「驚人」、「享受」等概念相關，顯示出年輕世代在消費行為方面的內容落在積極的文本中；「經濟」、「喜歡」、「生涯」、「聯誼」等概念也與「現在大學生」相近，呈現出年輕學子的休閒娛樂。

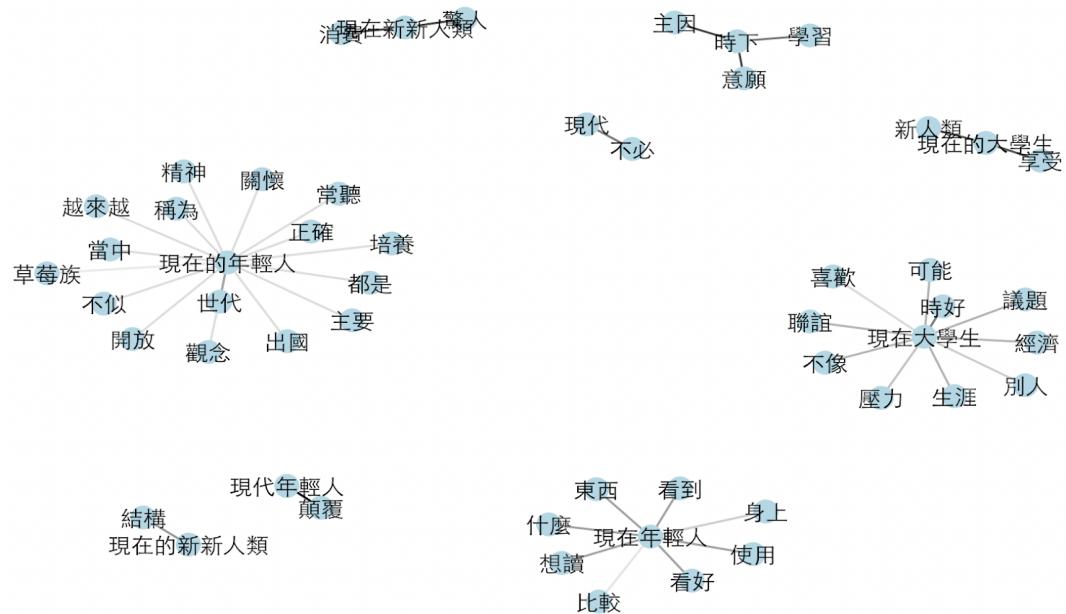


圖28「現在年輕人」最高分30%搭配詞結果

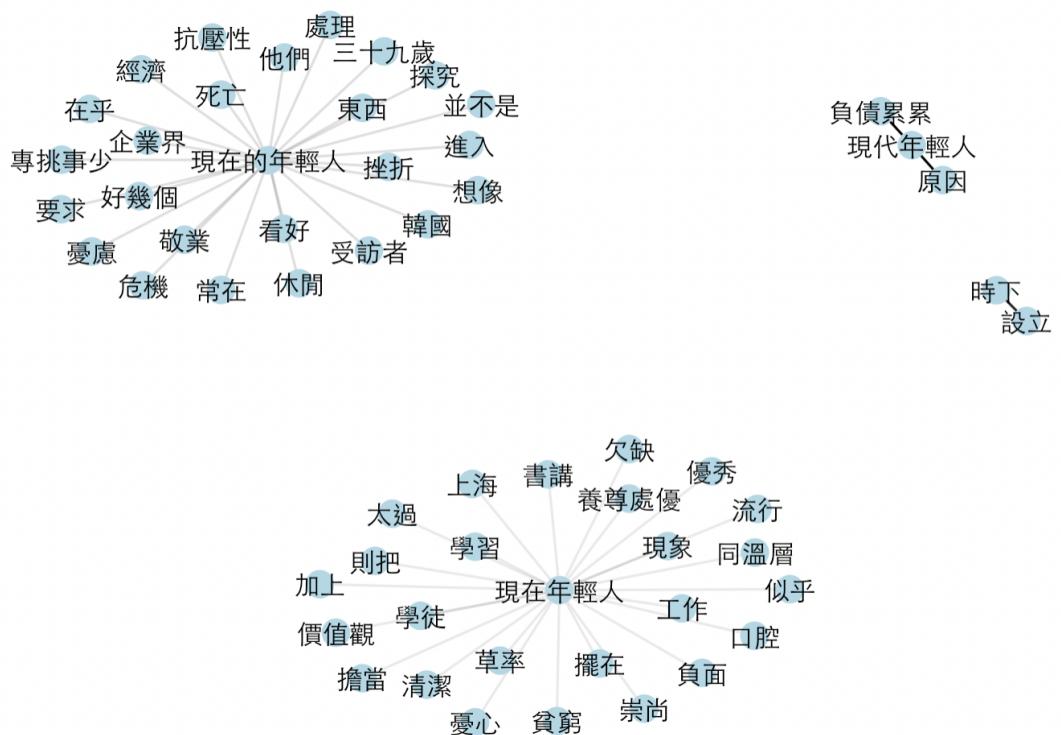


圖29「現在年輕人」最低分30%搭配詞結果



最低分的30%文本中，與「現在年輕人」相近的概念為「專挑事少」、「憂慮」、「危機」、「抗壓性」等字詞，呈現出社會大眾對於當代年輕人的負面觀感經常落在職場表現相關面向。「養尊處優」、「欠缺」等概念則指向年輕族群的成長環境優渥，但不諳世事。同時，「現代年輕人」也與「負債累累」相關，顯示出年輕族群的不善理財，甚至會負債的情形。

透過前述搭配詞分析，可進一步觀察到不論在1990年代、2000年代跟2010年代，「現在年輕人」、「現代年輕人」、「現在的年輕人」等說法貫穿過去30年都十分常見。Protzko與Schooler (2019) 針對「現在年輕人」(kids these days) 進行研究。該研究並發現越是高知識份子，越會覺得年輕人不夠聰明；越常看書的人們，越會覺得現今的年輕世代閱讀的不夠。朱家安<sup>29</sup>也曾探討為何臺灣社會中總充滿「一代不如一代」的概念，並探討「現在年輕人」、「我們以前都」的說法，指出認為後代不如自己是常態，因外在環境經常改變，社會常規與期待也往往不適用於新世代，且在話語權不平等的狀況之下，才會經常出現「下一代不如上一代」的批評。

研究者並以n-gram分析搭配詞結果，呈現如下表。左表為積極文本的搭配詞結果，右表為消極文本的搭配詞結果。

<sup>29</sup> 朱家安（2020年8月3日）。〈為什麼每代人都覺得「一代不如一代」？〉，《讀墨》。  
<https://news.readmoo.com/2020/08/03/kris-200803-generations/>

表24 「現在年輕人」積極與消極trigram結果

積極			消極		
	n-gram	次數		n-gram	次數
1	煩惱_現在的新新人類_可說是	8	1	現在_上班族_幸福	5
2	現在的新新人類_可說是_相當	8	2	什麼_現在的年輕人_不願	4
3	主要_現在的年輕人_常	4	3	充滿_同情_現在的年輕人	4
4	勇於_突破_現在	4	4	同情_現在的年輕人_不是	4
5	流行歌曲_現在_學生	4	5	榮譽_現在年輕人_則把	4
6	現在_小確幸_流行	4	6	現在年輕人_則把_金錢	4
7	現在大學生_經濟_壓力	4	7	現在的年輕人_不能容忍_挫折	4
8	現在的年輕人_常_被戲	4	8	現在的年輕人_更窮_但	4
9	現在的年輕人_越來越_早	4	9	這_並非_現在的新新人類	4
10	看到_現在年輕人_使用	4	10	不_看好_現在的年輕人	2

本文並在下表列舉出節錄文本，呈現「現在年輕人」說法如何被報導所使用，以及內文涉及的面向，還有使用此說法的消息來源。

表25 「現在年輕人」報導內文節錄範例

句型	情緒屬性	範例
現在年輕人	消極	柯指出，現在年輕人都是啃老，以前是草莓族、現在啃老更可怕／辛炳隆說，現在年輕人普遍低薪，如不改善，中高齡退休不斷往後延只會愈來愈嚴重
	積極	家庭主婦或單身貴族不必再為洗衣服煩惱，現在的新新人類可說是相當幸福／學生以輕快的音樂搭配俏皮的舞步，展現時下年輕人青春洋溢



#### 四、小結

此研究問題結果顯示新聞媒體在不同時期皆會以特定言語框架報導年輕族群，並在內容中顯示出對於青年的批判。本文透過特定言語框架「越來越/愈來愈/變得/漸漸/逐漸」、「都/都是/全都/全部」、「現在年輕人」等以及情緒分析套件snowNLP進行積極與消極的情感極性判斷，可發現：一、新聞媒體經常以評價性程度構式如「越來越」呈現出對於年輕族群的評價；二、「都」在報導中比起被當作一種全稱量詞，更容易被作為帶有排他性的評價副詞，而「都是」後方則容易接續名詞概念，形成固化的用法；三、現在年輕人雖然並非構式或副詞，但是一種說話者把自己視為「上一代」，並以「現在」、「現代」、「時下」等詞彙將年輕人視為「下一代」的說法，新聞報導中並常將此一說法與各式概念連結，積極的文本會與「小確幸」、「幸福」等形容生活狀態的詞彙連結，消極的文本則與「低薪」、「月光族」、「愛玩」等詞彙連結。

透過構式的角度進行分析，本文認為先以情緒分析計算再以搭配詞分析三種類型言語框架的文本，確實讓年輕人相關新聞報導中的批判態度得以被具體分析，因新聞報導的用詞通常偏向中性、客觀，但在以構式縮限文本範圍，並抽取關鍵字詞後，不論是社會大眾對於年輕族群的行為及形象上的認知，都能夠更為具體地與不同面向連接。整體而言，從三種類型言語框架來看，新聞媒體與社會大眾對於年輕族群之正面認知多落在敢於冒險、能夠擁有自己的資產或是生活幸福等面向；負面認知則多與價值觀和薪資相關，並會提及許多帶有偏見的世代標籤。此外，不論是「越來越/愈來愈/變得/漸漸/逐漸」、「都/都是/全都/全部」或是「現在年輕人」的說法，皆呈現出新聞報導中說話者或是記者、編輯台將自己與年輕人區隔開來，把年輕族群視為另一個群體的世代間他者化（othering）現象。

最後，本文也發現在經由反覆測試後，本文發現帶有反諷、反駁類型的文本容易被誤判，例如下列兩個句型，第一個句子為激問，講述年輕人其實並不愚笨，但由於「愚笨」兩個字可能會導致模型誤判該句子為否定、負面的內容。至

於第二個句子在句末為年輕人進行反駁，也可能被誤判為負面內容，例如文本中其實寫道「不能以偏概全」，但前述「抗壓性不夠」、「草莓族」等說法就可能會讓模型誤判。有鑑於此，本文前述的結果僅篩選最高與最低分的30%文本，以下容易被誤判的文本並不包括在內。



表26 模型中誤判情緒分數之文本觀察

標題	年份	內文	snowNLP 情緒分數	類型
笑年輕人不會傳真 你又會傳簡訊嗎	2005	年輕人真的愚笨嗎？多數年輕人都受過大學教育，平均的學習早已遠超過現在的成年人	0.209	都 / 都是
Z世代來了	2014	七年級生過去常被指為草莓族，抗壓性不夠但每個世代都不能以偏概全，畢竟人各有志	0.39	都 / 都是



## 第五章 結論

### 5.1 研究結論

草莓族、躺平族、媽寶等一個個加諸在年輕族群身上的標籤，或多或少體現了台灣社會對於年輕人的期待以及不滿，而傳播媒體在這些認知與刻板印象的建立上，扮演了重要的角色（Kitch, 2003）。本研究是為瞭解1990年代迄今年輕人在報導中之再現，包括各式主要標籤出現時機、文本數量起伏以及各世代之集體記憶，還有在各時期新聞報導涵蓋哪些主題、如何與時事呼應，又呈現出哪些刻板印象。最後，研究也探討報導文本中的情緒及態度再現，分析社會大眾是否因著特定言語框架而對年輕人形成積極與消極的評價，且這些評價又與哪些字詞概念相關聯。

研究問題一從數量上對新聞文本進行分析，探討世代的集體記憶及時間性。結果發現，根據標籤整理並蒐集報導文本，在分析不同標籤出現的時間點、使用頻率對於時空背景的詮釋有很大幫助，透過「年級生」或是X、Y、Z世代更迭的變化，可見某些標籤的使用是歷久彌新，且會在媒體中不斷複製使用的。例如年齡定義的「年級生」說法，就為在不同年份出生的人們進行歸類、分組，且即便該世代已經不屬於年輕人，這類型的標籤仍能夠在報導中呈現出世代觀念或是習慣上的差異。而價值觀定義的標籤，如新新人類、草莓族、躺平族等，就會在某個時期被密集使用，不見得會在新聞報導中不斷承襲，且因可能引起年輕世代反彈，被使用的頻率也會逐漸下降。不過，從三十多年的文本來看，以標籤化的方式稱呼年輕世代是社會大眾確實是媒體習以為常的作法。本文觀察，1990年代為新新人類、X世代、Y世代；2000年代為草莓族、六年級生、七年級生；2010年代為媽寶、啃老族、靠爸族、Z世代、躺平族與千禧世代。大學生、月光族等代稱在不同時期出現的數量則較為平均。

Rudolph (2017) 曾指出年齡刻板印象為對於特定的年齡族群有過度概括的理解與想像，意即會忽略該年齡族群中的個體差異，導致刻板印象的出現。從研究問題一的結果可見，自1990年代以來，每個時期都會出現不同的標籤，且這

些標籤各自與特定的年齡族群連結，例如新新人類、X世代即與將邁入老年的50、60歲族群有高度關聯性；草莓族、六年級生、七年級生指涉35至50歲的青壯年；Z世代、媽寶、躺平族等則為當代20至35歲的年輕人。在過去，研究會以政治認同、經濟發展或工作價值界定不同世代的集體記憶（林宗弘，2015；張一彬，2019；蔡秀涓，2004）。本研究則從世代標籤著手，從新聞文本的數量變化分析標籤時間性與年齡族群的關係。研究者認為從時間性探討世代的集體記憶，有助於理解社會大眾對於年輕人的認知、瞭解傳播媒體使用標籤的時間變化，並促使新聞工作者在使用這些標籤時能更加謹慎。

研究問題二「主流媒體在不同時期如何討論年輕人，且是否反映出不同時代下的重要議題」，本文以主題建模分析1990至2000年、2000至2010年及2010至2022年三個時期共20,611則報導文本，並將每個時期分成12個主題。結果發現各時期之主題能確實與「工作職場」、「家庭與教育」、「消費習慣」、「政治與社會環境」和「科技」等五大面向的年輕人刻板印象相對應。且研究者透過各主題文本之gamma數值進行過濾後，進一步觀察各主題內容，發現在各時期年輕人之於市場的潛在商機一直都受到廣大矚目，不論是從年輕族群的消費行為，或是各產業業者如何透過行銷手法等（Kuo, 2009）。工作職場方面則有不少內容凸顯年輕人的抗壓性不足、容易受挫，直至2010年代此類論述才減少。而政治與社會環境面向，則可見每個時期的重大社會運動以及選舉皆會出現在主題文本中，例如太陽花學運、總統大選等，顯見政黨積極拉攏青年學子選票，以及青年族群在公眾事務的積極參與等。科技方面，研究者則觀察到2000年代後的主題出現年輕族群善於使用網路的內容，是與1990年代有所差異之處（Palfrey & Gasser, 2013; Fraser et al., 2022; Brading, 2020）。

研究問題二各時期主題之聚合結果，除顯示出新聞報導中對於年輕人的刻板印象，更呼應過往研究指出社會大眾對於新世代持有的刻板印象，往往是受到主流媒體渲染影響（Twenge et al., 2010）。從五大面向的新聞文本主題來看，研究者認為媒體應在呈現不同類型的報導時有更多關注，避免社會大眾對於年輕族群的認知有所偏誤，例如談及政治與社會新聞時，就認定年輕人皆容易遭到詐騙

或會加入幫派集團行竊，抑或是談及消費理財新聞時，就聯想到年輕人皆不善理財、僅想揮霍與享受等（陳婷玉、張志遠，2013）。

研究問題三「年輕人的報導是否有更為正面、負面或是中性的趨勢？文本中如何再現對於年輕世代的批判態度？」，研究先透過snowNLP情緒分析模型對特定言語框架如評價性程度構式「越來越/愈來愈/變得/漸漸/逐漸」、評價副詞「都/都是/全都/全部」及慣用說法「現在年輕人」之文本進行計算，先過濾出各框架中最高分和最低分之30%文本，再以搭配詞對文本進行分析。研究結果顯示「越來越/愈來愈/變得/漸漸/逐漸」較高分之文本搭配詞結果與「重視」、「自己」、「換屋」、「創業」等概念相關；較低分之搭配詞結果則可見「低薪」、「月光族」等字詞。「都/都是/全都/全部」較高分之文本搭配詞結果與「挑戰」、「面對」、「嚮往」等概念相關；較低分之搭配詞則出現「窮忙族」、「好逸惡勞」、「草莓族」等概念。最後，「現在年輕人」之最高分的30%文本搭配詞結果出現「小確幸」、「開放」等字詞；最低分之30%文本搭配詞結果則出現「月光族」、「抗壓性」、「專挑事少」等字詞。此研究問題之結果顯示出透過特定言語框架以及情緒分析套件判斷，可以發現新聞媒體與社會大眾對於年輕族群之正面認知多落在敢於冒險、能夠擁有自己的資產或是生活幸福等面向；負面認知則多與價值觀和薪資相關，並會提及許多帶有偏見的世代標籤。

同時，研究者也觀察到上述三種言語框架皆呈現出新聞報導中的說話者或是記者、編輯台等，透過這些說法將自己與年輕人區隔開來，顯現出我群與他群的差異（Joshi et al., 2010; Tajfel et al., 1979）。過去，研究僅以內容分析方法發現世代間的他者化現象，本研究從三種類型的言語框架進行討論，以文字探勘工具輔佐分析，讓此一現象得以結合應用語言學中的評價性程度構式概念，進一步顯現消極與積極文本中的用字遣詞。由於研究問題三之三種類型言語框架分別為程度構式、副詞以及社會大眾慣用語，因此研究者認為傳播媒體在使用這些字詞時，應更謹慎注意是否在報導中帶入了自身的評價，避免以「好逸惡勞」、「專挑事少」等明顯凸顯報導態度的字詞對年輕族群進行評斷。



## 5.2 研究建議

本研究以大數據方法對三十年的台灣年輕人報導文本進行不同面向分析，藉由爬蟲及文字探勘技術省視新聞媒體在報導上的品質與意義。有別於過往研究主要以內容分析方法探討年輕族群在新聞文本中的再現及刻板印象，研究者實際透過文字探勘工具輔佐文本質化分析，包括以主題模型快速分類各時期文本、以 snowNLP 計算不同文本的積極與消極分數，再進一步透過搭配詞分析與網絡視覺化得出對年輕人的批判字詞與概念等。

從研究結果來看，本文認為可深化幾項討論：

一、其他報導來源，如雜誌或是報紙，甚至近年成為大眾閱讀資訊主要方式的網路媒體等，對年輕人的報導有何差異？

近年，隨網路日漸普及、流行，多數民眾閱讀新聞報導都是透過行動裝置，因此網路原生媒體數量也急劇上升，內容更是五花八門。然而，媒體的多元性未必會帶來觀點的多元性，反倒可能形成新型態的刻板印象。另外，像是財經雜誌、時尚雜誌等對於年輕人報導的切入角度也有所不同，財經雜誌可能更著重在職場、理財方面的報導，因此經常閱讀財經雜誌的受眾對於年輕族群的理解就會受到該領域記者及專家的影響。若能夠對不同類型的媒體內容進行比較，也許能看出何種類型的報導或是哪些媒體能更完整的呈現出不同世代的觀點。

從文本資料中也可觀察到，各時期與年輕人相關的報導內容，不乏一定比例的社論。這些社論可能是由年輕族群投書，也可能是由中、老年族群投書，這樣的形式類似於在紙媒的平台上進行世代對話，若將此概念挪移至網路平台，則可見在各式報導貼文中，往往有許多網友、讀者的留言，從中也可見不同世代的觀點，有些獲得多數人支持的概念，就更容易在社群平台上發酵，傳散效果也會更強；反之，則可能被批評為過時的看法。建議未來研究可比較紙本媒體與網路平台在年輕人報導內容上的差異，探討閱聽人的認知形成是否會受媒介影響，又或是媒介在進行年輕人相關報導時，是否會受到閱聽人的反應而有所調整。

## 二、報導中對於年輕人的見解，其受訪者或是資訊來源為何？年輕人在報導中的話語權是否相對不足？

觀察過去三十多年的報導文本，可見撰稿者不見得會實際採訪年輕族群，且可能以專家、主管等受訪者的意見為主，讓讀者大量接觸到非年輕人的意見，進而對年輕族群形成特定的看法。雖近年報導經常引用網友說法，但網友說法是否足夠呈現普遍年輕世代看法，抑或是該社群平台代表性、年齡層是否符合年輕族群，有待進一步釐清。建議未來研究能對受訪者的背景、立場等進行分析，以不同的角度探討年輕族群在傳播媒體中的再現。

本研究以1990年至2022年年輕人新聞文本作為分析資料，因過往文本有其難以蒐集之處，且要以長期文本對年輕人報導中的再現進行觀察，僅能從《聯合新聞網》著手研究。若未來研究針對不同傳播平台、新聞媒體或國家的年輕人新聞語料研究，也許會有更豐富的發現。同時，基於研究方法、研究範圍及對象的限制，本研究並未將媒體體制、媒體政治傾向及記者認知等納入分析，因此僅能從報導文本著手，對文本數量與時間性、內容主題面向及言語框架進行分析，卻未能說明不同主題及言語框架的傳播效果為何。建議未來研究可設計實驗徵集閱聽者閱讀不同主題或是採用不同言語框架之新聞文本，從其用字遣詞、論述主軸、書寫風格等分析上述變項如何影響閱聽者的認知，甚至如何進一步影響傳播媒體的報導內容，以減少世代間的誤解或偏見，發展更有效的傳播內容。

透過此論文，研究者也觀察到在不同時期新聞媒體對於年輕族群的看法經常與特定刻板印象連結，且隨時間及社會議題的轉換，研究透過量化及文字探勘方法，也觀察出刻板印象的不同面向。對此，研究者認為當新聞媒體再現年輕人時，並未有變得更為積極、正向的趨勢，值得注意的面向反而為刻板印象如何被呈現，又透過哪些言語框架顯現。另外，研究者也觀察，不論從研究問題二或是研究問題三的結果，皆可見社會大眾、傳播媒體對年輕人較為正向的認知，經常落在消費行為、創業等面向，整體而言顯得較為單一且偏頗；較為負面的認知則經常與職場及工作態度相關，呈現出年輕人的刻板印象及社會賦予之標籤，不論在哪個時期都仍容易以勞動為基準進行評論。

本文的研究結果並顯示出質量化混合研究的重要性，因年輕人並非限定於某個時期、某個事件發生時所出現的族群，而是橫跨任一時空背景。因此研究者認為要探討此一廣泛又抽象的年齡族群再現，就必須以文字探勘工具協助質化文本分析，例如藉由情緒分析套件計算文本的積極與消極分佈，並進一步由搭配詞分析及網絡視覺化找出人工觀察與分析可能忽略的結果。

# 參考文獻

## 一、西文資料



- Anagnost, A., Arai, A., & Ren, H. (2013). *Global futures in East Asia : youth, nation, and the new economy in uncertain times*. Stanford University Press.
- Becker, H. S. (1963). *Outsiders: studies in the sociology of deviance*. Free Press.
- Bell, B. L. (2009). *Youth socio-political participation in a context of change: Media representations of the young active citizen in Canada, 1960s to 2000s* (Doctoral dissertation, Concordia University).
- Bessant, J., & Hil, R. (1997). *Youth, Crime & the Media: Media Representation of and Reaction to Young People in Relation to Law and Order*. National Clearinghouse for Youth Studies, 252-64, Hobart, Tasmania, Australia.
- Brading, R. (2020). Generation Z in Taiwan: Low Salaries, 'Little Happiness', and a Social-Media World in the Mix. In *The New Generation Z in Asia: Dynamics, Differences, Digitalisation*. Emerald Publishing Limited.
- Bauman, Z. (1998). *Globalization: The human consequences*. Columbia University Press.
- Carlson, E. (2008). *The lucky few: Between the greatest generation and the baby boom*. Springer.
- Caplan, E. (2005). Brand loyalty. *Dealerscope*, 20(May), 60.
- Coupland, D. (2007). Generation X: tales for an accelerated culture. *Teacher: The National Education Magazine*, (Oct 2007), 59.

Devlin, M. (2006). Inequality and the Stereotyping of Young People, The Equality Authority.



Eckleberry-Hunt, J., & Tucciarone, J. (2011). The challenges and opportunities of teaching “Generation Y”. *Journal of graduate medical education*, 3(4), 458-461.

Evert, S. (2005). The statistics of word cooccurrences: word pairs and collocations. Universität Stuttgart.

Fairclough, N. (2013). Critical discourse analysis. In *The Routledge handbook of discourse analysis*. Routledge. 9-20.

Fealy, G., McNamara, M., Treacy, M. P., & Lyons, I. (2012). Constructing ageing and age identities: a case study of newspaper discourses. *Ageing & Society*, 32(1), 85-102.

Fürnkranz, J. (1998). A study using n-gram features for text categorization. Austrian Research Institute for Artificial Intelligence, 3(1998), 1-10.

Foster, K. (2013). Generation and discourse in working life stories. *The British journal of sociology*, 64(2), 195-215.

Francis, T., & Hoefel, F. (2018). True Gen’: Generation Z and its implications for companies. *McKinsey & Company*, 12.

Fraser, K. C., Kiritchenko, S., & Nejadgholi, I. (2022). Extracting Age-Related Stereotypes from Social Media Texts. *Proceedings of the Thirteenth Language Resources and Evaluation Conference*, 3183–3194.

Gitlin, T. (2003). *The whole world is watching: Mass media in the making and unmaking of the new left*. Univ of California Press.



Glenn, N. D. (2005). *Cohort analysis* (Vol. 5). Sage Publication, Inc.

Green, A. (2017). *The Crisis For Young People : Generational inequalities in Education, Work, Housing and Welfare*. Saint Philip Street Press

Griffin, C. (2004). Representations of the Young. *Youth in Society*, 2, 10-18.

Groves, J. M., Siu, K., & Ho, W. Y. (2014). The 'post-80s generation,' 'young night drifters,' and the construction of a generic youth subject in Hong Kong. *Journal of Youth Studies*, 17(6), 829-846.

Jauregui, J., Watsjold, B., Welsh, L., Ilgen, J. S., & Robins, L. (2020). Generational 'othering': the myth of the Millennial learner. *Medical Education*, 54(1), 60-65.

Joshi, A., Dencker, J. C., Franz, G., & Martocchio, J. J. (2010). Unpacking generational identities in organizations. *Academy of Management Review*, 35(3), 392–414.

Kalleberg, A. L. (2009). Precarious work, insecure workers: Employment relations in transition. *American Sociological Review*, 74(1), 1-22.

Kim, Y., & Khang, H. (2014). Revisiting civic voluntarism predictors of college students' political participation in the context of social media. *Computers in Human Behavior*, 36, 114-121.

Kitch, C. (2003). Generational identity and memory in American newsmagazines. *Journalism*, 4(2), 185-202.

Krahn, H. J., & Galambos, N. L. (2014). Work values and beliefs of 'Generation X' and 'Generation Y'. *Journal of Youth Studies*, 17(1), 92-112.

Kuo, C. (1999). Consumer styles and media uses of generation Xers in Taiwan. *Asian Journal of Communication*, 9(1), 21-49.



Lee, T. H. T. (1986). *Studies On Quantification in Chinese (Syntax, Language Acquisition, Quantifier Scope, China)*. University of California, Los Angeles.

Leppänen, S. (2007). Youth language in media contexts: Insights into the functions of English in Finland. *World Englishes*, 26(2), 149-169.

Lepianka, D. (2015). How similar, how different? On Dutch media depictions of older and younger people. *Ageing & Society*, 35(5), 1095-1113.

Levinsen, K., & Wien, C. (2011). Changing media representations of youth in the news—a content analysis of Danish newspapers 1953–2003. *Journal of Youth Studies*, 14(7), 837-851.

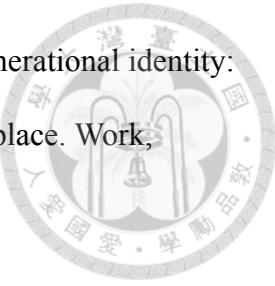
Liu, M. C., & Chang, C. (2012). The degree-evaluative construction: Grammaticalization in constructionalization. In Janet Zhiqun Xing (Ed.), *Newest trends in the study of grammaticalization and lexicalization in Chinese*, 115-148.

Liu, J., Zhou, Y., Jiang, X., & Zhang, W. (2020). Consumers' satisfaction factors mining and sentiment analysis of B2C online pharmacy reviews. *BMC Medical Informatics and Decision Making*, 20(1), 1-13.

Lissitsa, S., & Kol, O. (2016). Generation X vs. Generation Y—A decade of online shopping. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 31, 304-312.

Long, T.J. & Long L. (1984). Latchkey children. In L. Katz (Ed.), *Current Topics in Early Childhood Education*, 5, 141-164..

Lyons, S. T., & Schweitzer, L. (2017). A qualitative exploration of generational identity: Making sense of young and old in the context of today's workplace. *Work, Aging and Retirement*, 3(2), 209-224.



Manning, C., & Schutze, H. (1999). Foundations of statistical natural language processing. MIT press.

Maier, D., Waldherr, A., Miltner, P., Wiedemann, G., Niekler, A., Keinert, A., ... & Adam, S. (2018). Applying LDA topic modeling in communication research: Toward a valid and reliable methodology. *Communication Methods and Measures*, 12(2-3), 93-118.

Mannheim, K. (1970). The problem of generations. *Psychoanalytic Review*, 57(3), 378-404.

Ozkan, M., & Solmaz, B. (2015). The changing face of the employees—generation Z and their perceptions of work (a study applied to university students). *Procedia Economics and Finance*, 26, 476-483.

Palfrey, J., & Gasser, U. (2011). Born digital: Understanding the first generation of digital natives. *ReadHowYouWant.com*.

Protzko, J., & Schooler, J. W. (2019). Kids these days: Why the youth of today seem lacking. *Science Advances*, 5(10).

<https://www.science.org/doi/10.1126/sciadv.aav5916>

Reisenwitz, T. H., & Iyer, R. (2009). Differences in generation X and generation Y: Implications for the organization and marketers. *Marketing Management Journal*, 19(2), 91-103.

Ryder, N. B. (1985). The cohort as a concept in the study of social change. In Cohort Analysis in Social Research. Springer.

Sinclair, J., & Sinclair, L. (1991). Corpus, concordance, collocation. Oxford University Press, USA.

Schuman, H., & Scott, J. (1989). Generations and collective memories. *American Sociological Review*, 54(3), 359-381.

Strauss, W., & Howe, N. (1991). Generations: The history of America's future. Quill.

Tajfel, H., Turner, J. C., Austin, W. G., & Worchel, S. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. *Organizational identity: A reader*. Oxford University Press.

Twenge, Jean M., Stacy M. Campbell, Brian R. Hoffman, & Charles E. Lance. (2010). Generational Differences in Work Values: Leisure and Extrinsic Work Values Increasing, Social and Intrinsic Values Decreasing. *Journal of Management* 36 (5), 1117-1142. <https://doi.org/10.1177/0149206309352246>.

Austin, W. G., & Worchel, S. (Eds.). (1979). The social psychology of intergroup relations. Brooks/Cole Publishing Company.

Thurlow, C. (2007). Fabricating youth: New-media discourse and the technologization of young people. *Language in the media: Representations, Identities, Ideologies*, 213-233.

Shaw, T. A. (1994). "We Like to Have Fun" Leisure and the Discovery of the Self in Taiwan's "New" Middle Class. *Modern China*, 20(4), 416-445.

Threadgold, S. (2020). Figures of youth: on the very object of Youth Studies. *Journal of Youth Studies*, 23(6), 686-701.

Ural, H., Can-Mollaer, E., & Okan, C. (2022). Media representations of young people during pandemic times in Turkey. *Journal of Youth Studies*, 1, 1-16.

Valenzuela, S., Park, N., & Kee, K. F. (2009). Is there social capital in a social network site?: Facebook use and college students' life satisfaction, trust, and participation. *Journal of Computer-mediated Communication*, 14(4), 875-901.

Vosko, Leah, ed. (2005). *Precarious Employment: Understanding Labour Market Insecurity in Canada*. Toronto: University of Toronto Press.

Wang, C. M. (2017). 'The future that belongs to us': Affective politics, neoliberalism and the Sunflower Movement. *International Journal of Cultural Studies*, 20(2), 177-192.

Xu, J. L., & Hsu, Y. L. (2022). The impact of news sentiment indicators on agricultural product prices. *Computational Economics*, 59(4), 1645-1657.

Zhang, Z., & Li, K. (2022). So you choose to "Lie Flat?" "Sang-ness," affective economies, and the "Lying Flat" movement. *Quarterly Journal of Speech*, 108(1), 1-22.

## 二、中文資料

于治中 (1989)。正文、性別、意識形態 — 克麗斯特娃的解析符號學。文學的後設思考。正中。

王維菁 (2018)。勞動薪資議題之媒體再現與定錨影響初探：以人力銀行青年起薪調查新聞為例。中華傳播學刊，33，219-256。

牛志瑋 (2017)。宅男的污名：臺灣新聞報導的內容分析。國立政治大學新聞學研究所碩士學位論文。



內田樹（2008）。下流志向：為什麼孩子不上學、不工作。麥田。

阮偉芳（2019）。我國近十年青年薪資與勞動力運用之影響因素對策。國家發展委員會人力發展處。

李易駿、古允文（2007）。機會開放或結構限制？臺灣青年從學校到職場轉銜過程中的Yo-Yo現象。臺灣社會研究季刊，67，105-152。

林怡岑（2021）。從量化到情態：副詞「都」的演變。臺大中文學報，75，105-149。

林宗弘、洪敬舒、李健鴻、王兆慶、張烽益（2011年11月12日）。崩世代：財團化、貧窮化與少子女化的危機。臺灣勞工陣線協會。

林宗弘（2015）。再探臺灣的世代政治：交叉分類隨機效應模型的應用，1995–2010。人文及社會科學集刊，27（2），395-436。

林盈妤（2017）。從青年失業淺談新北市非典型勞動概況。數據分析，12（5），21-36。

周君蘭、畢盈、李盈諱（2001）。搖頭丸新聞報導之媒體建構—以中國時報、聯合報、民生報與自由時報為例。傳播與管理研究，1（1），121-143。

洪敬舒（2014）。失落的一代—當前青年世代的結構性就業困境。社區發展季刊，146，65-76。

邱楷恩（2014）。草莓世代的建構與想像，國立政治大學新聞學研究所碩士學位論文。

陳光興（1997）。青少年文化研究：回應林益民。臺灣社會研究季刊，25，227-231。

陳婷玉、張志遠（2013）。「尸位素餐」的大學生？—大學生形象的媒體再現與閱聽人解讀研究。傳播與管理研究，13（1），73-122。



陳雅君、黃雅慧（2003）。六年級與網路世代。網路社會學通訊期刊。

陳明輝、張昀徽（2021）。中國大陸「躺平主義」的興起與影響分析。展望與探索月刊，19（9），117-125。

張一彬（2019）。世代之間的正義與分配：年齡與經濟世代對薪資公平正義認知。臺灣政治學刊，23（1），103-158。

張宗坤（2021）。戰後臺灣青年論述的發展與流變。文化研究，32，308-341。

張宜君（2017）。高等教育報酬的世代差異：勞動市場結構轉型的影響。臺灣教育社會學研究，17（1），87-139。

張淑綺（2000）。我是誰？青少年的再現——以平面媒體為例。輔仁大學大眾傳播學研究所碩士學位論文。

翁靜玉（1993）。辦公室物語。就業情報雜。

茂呂美耶則（2011）。乙男蟻女：106個世代標籤，深入你不知道的日本。麥田。

葉大華（2012年4月10日）。低薪青年囧世代 誰來幫幫忙？。新使者，129，12-15。

賈博婷、馬鍼（2022）。基於情感分析的旅遊體驗研究——以長白山風景區為例。旅遊縱覽，87-96。

雷開春、林海超、汪星遙（2022）。主體的視角：青年真的想躺平？——基於微博LDA模型的數據分析。青年學報。

孫宇婷、梁朝雲（2020）。地域偏見中的他者與社會記憶：自媒體語境下的東北人形象研究。傳播與社會學刊，52，27-55。

翁慧敏（1991）。鑰匙兒童問題研究。研考雙月刊，47-51。

蔡秀涓（2004），世代因素對公務人員工作價值觀影響之實證分析：以考試院暨所屬機關為例。東吳政治學報，18，41-67。

蔡雨真（2010）。臺灣民主學運的演變—以野百合學運和野草莓學運為中心。長榮大學臺灣研究所碩士班碩士學位論文。

謝文元、李易駿（2007），缺乏保障的就業：青年非典型工作經驗之探討。政大勞動學報，21，1-53。

游美惠（2000）。內容分析，文本分析與論述分析在社會研究的運用。調查研究，8，5-42。

熊瑞梅、張峰彬、林亞鋒（2010）。解嚴後民眾社團參與的變遷：時期與世代的效應與意涵。臺灣社會學刊，44，55-105。

楊莉明（2009）。非主流與火星文的一代：90後網路媒體形象初探。中國青年研究，74-80。

鄭亘良（2021）。看不見未來：臺灣「厭世代」的世代情感初探。文化研究，32，362-383。

燕道成、黃果（2013）。污名化：新聞報導對網遊青少年的形象建構。國際新聞界，1，110-117。

鍾曉芳、曾瑋庭（2022）。類別隱喻構式研究，中國語文通訊，101（2），193-212。

鍾蔚文、臧國仁、陳韻如、張文強、朱玉芬（1995）。新聞的框架效果，中文傳播研究論述，243-256。

蕭阿勤（2008）。回歸現實：臺灣1970年代的戰後世代與文化政治變遷。群學出版有限公司。

臧國仁（1998）。新聞報導與真實建構：新聞框架理論的觀點。傳播研究集刊，3，1-102。

蘇衡（2002）。新聞裡的罪與罰-報紙與電視新聞如何再現青少年犯罪。新聞學

研究，70，59-96。

蘇金嬪、鄭維瑄（2014）。他們為什麼不工作？啃老族／尼特族現象國外經驗初探。社區發展季刊，146，138-148。

龍國富（2013）。「越來越……」構式的語法化——從語法化的視角看語法構式的顯現。中國語文，1，25-34。

蕭遠（2011）。網際網路如何影響社會運動中的動員結構與組織型態？—以台北野草莓學運為個案研究。臺灣民主季刊，8（3），45-85。



## 附錄

### 自訂人工斷詞表



#### 詞彙

抗中保台、月薪、青年返鄉、臺灣人、臺灣、新北市、台北市、蔡英文、臉書、畢業潮、找不到、工作、外籍生、性侵、國房稅、賴清德、蔡政府、居住正義、台中、補助、北漂、反藍、國民黨、新北、貸款、夢想、三四年級生、這一代、我們、文法商、新鮮人、一捏即爛、詐騙集團、三個月、就想、阮囊羞澀、才是、找工作、瘋掉、祈祐、青貧族、窮忙族、年輕男女、拉K、單身、上班族、新兵、民國七十年、省省吧、根本是、詐騙、沒有用、小確幸、也是、也有、現代、大目標、並不是、都是、更多、同意票、在地、青年局、青年署、剝奪感、青年軍、童貝里、誰說、現代、稱為、20歲、30歲、二十歲、三十歲、吃不了、很多人、眼高手低、貼上、後段班、我們與惡的距離、買屋、存錢、躺平主義、22K、刻板印象、跨世代、少子化、年輕人、千禧世代、首投、首投族、購屋、購屋族、憤青、60後、70後、80後、90後、鮭魚世代、嗑藥一族、單身寄生蟲、七年級、七年級生、八年級、八年級生、年輕世代、年輕一代、Z世代、青年世代、北漂、北漂青年、四年級生、五年級生、四、五年級生、草莓族、爛草莓、菜鳥、六七年級生、七八年級、七八年級生、傳播妹、學運世代、月光族、麻糬族、7年級生、8年級生、菜鳥兵、崩世代、媽寶、大學生、女大生、躺平族、新世代、七八十年次、30代、臺灣年輕人、中國年輕人、六年級女生、反啟蒙世代、三明治世代、上一代、下一代、這一代、新一代、嬰兒潮、60后、大目標、並不是、都是、更多、同意票、新世代、跨世代、在地、青年局、青年署、剝奪感、青年軍、童貝里、刻板印象、誰說、現代、稱為、20歲、30歲、二十歲、三十歲、吃不了、很多人、眼高手低、貼上、後段班、七八十年次、30代、22K、憤青、我們與惡的距離、元氣網、買屋、購屋、首投、存錢、千禧世代、千禧、躺平主義、童年、安親班、新人類、新新人類、新世代、俊男、雜交族、蛋殼族、光碟族、年輕世代、年老世代、新黨、李總統、李登輝、陳水扁、柯文哲、連戰、小媽媽