

## 第二章 文獻探討

Weaver & Whilhoit (1980) 指出，新聞記者與消息來源是新聞產製過程中心的伙伴，而共生共存的關係也讓記者過度依賴消息來源而成為消息來源的戰友。

本章分為兩節，第一節先探討記者與消息來源之間的互動模式相關研究；第二節將探討記者與消息來源之間的互動關係對新聞產製的影響。

### 第一節 記者與消息來源互動關係及互動模式研究

#### (一) 記者與消息來源互動研究起源

McQuail (1983) 認為新聞記者與消息來源關係的研究，概念可以溯及 50 年代早期 White 和 Gieber 等人對於電訊編輯的研究，McQuail 也指出過去守門人 (gatekeeper) 的研究太過狹隘，守門過程應該泛指新聞傳遞過程中，所有取捨的過程，他也認為應該關心上游的守門過程如通訊社如何選擇新聞，新聞記者如何衡量新聞的價值並加以採訪。

Hirsch (1977) 認為大眾媒介的研究，應該分析以下三個層次：(1) 個人層次的分析，也就是分析職業角色、生涯，以及傳播媒介與組織化個人的關係；(2) 組織層次的分析，也就是將整個組織媒介本身視為一個分析對象，從而探討記者與編輯工作的協調等；(3) 社會制度層次的分析，也就是探討傳播媒介之間的關係，以及傳播媒介與其他社會環節的關連。這三個不同層次的分析，應可構成一個整合的研究模式，三者之間並非相互排斥而是重疊的，合在一起，將更能看出媒介組織真正運作情形。而記者與消息來源的研究則屬於職業層次。

Ettema (1982) 認為大眾媒體產製訊息時，可以從三個概念角度來檢驗：第

一是注重媒體從業人員個別的行為及態度，這個角度也指出媒體形式、內容和訊息意義是從業人員個別的努力成果；第二是注重媒介組織的例行產製流程，此角度也指出媒介形式、內容和訊息意義是受產製流程的結果影響；第三是注重媒介組織內、外部的衝突。也就是把媒介訊息看成是媒介組織經營過程中協議而得到的「妥協」(compromises)。他強調上述三種研究角度可以同時運用，針對訊息如何製作的問題進行多向度觀點考察。

Shoemaker & Reese (1996) 曾經將守門問題區分成五個層次：(1) 個人層次，包括個人問題、角色期望、工作型態等問題；(2) 傳播常規層次，包括傳播者重複出現的工作模式，如倒金字塔型寫作；(3) 組織層次，包括組織的特徵、社會化等問題；(4) 跨媒體和社會或制度層次，其中包括消息來源、受眾、市場、廣告主、政府、利益團體、公共關係和其他媒介的問題；(5) 社會系統層次，包括文化意識型態等問題。

在傳播常規層次方面，Shoemaker & Reese (1996) 認為可以從四種角度探討影響守門的因素：(1) 思考模式；(2) 寫作方式；(3) 新聞類型化和採訪路線安排；(4) 新聞價值觀。在跨媒體和社會或制度層次方面，Shoemaker & Reese (1996) 認為可以從八種角度探討影響守門的因素：(1) 消息來源；(2) 閱聽人；(3) 市場；(4) 廣告主；(5) 政府；(6) 利益團體；(7) 公共關係；(8) 其他媒介。

綜上所述，可以看出記者與消息來源互動研究已從大眾媒體研究的「組織常規層次」延伸到「跨組織層次」的領域，因此記者與消息來源之間的採訪路線、利益團體等主題也形成守門人研究的重點。

## (二) 記者與消息來源職業地位互動研究

Mancini (1993) 指出記者與消息來源雙方的參與及交互作用，最終影響的就

是新聞作品的呈現。因此，要真正的瞭解新聞產製體系，必須以新聞記者與消息來源間的互動作為分析的核心。

Cameron (1997) 曾追溯有關記者與消息來源的相互認知評價文獻，發現 60 年代的實務人員報告就已經針對雙方的可信度、職業地位 (occupation status) 及專業化程度進行調查。70 年代之後，新聞及公關領域的研究者開始正式分析兩者在「職業地位」、「新聞價值」與「彼此關係型態」三個面向上的差異。

Nimmo (1964) 在研究白宮記者新聞採訪時發現，低階層政府官員比高階層政府首長更容易接受採訪，也有與記者更多的接觸經驗及更頻繁的接觸次數。他同時發現，記者們最常與中階層政府官員及單位的公關人員接觸，對部分記者而言，公關人員是他們最常接觸的消息來源。

Jeffers (1971) 發現記者對公關人員普遍存在一種地位不對稱的想法，認為與其較不熟悉的公關人員在地位上是不對等的，記者的地位普遍較高。

Aronoff (1975) 調查新聞記者與公關人員時發現，新聞記者普遍對公關人員有負面的態度，質疑公關人員的可信度 (source credibility)，而且這些新聞記者認為自我的新聞價值傾向較公關人員優秀。Aronoff 也發現雖然大多數的記者認為公關人員意圖操縱媒體，然而許多的公關人員卻認為他們是向媒體提供有用的資訊服務。

Cline (1982) 曾經調查十二本大眾傳播入門教科書，更發現書中甚至出現「公關行業如娼妓業」的論調，這些教科書的作者們大多具有新聞實務背景。

Kopenhaver (1985) 運用調查法測驗佛羅里達州編輯與公關人員的新聞價值，發現幾乎所有的編輯均認為公關人員最重要的新聞價值是「有利地敘述主題」(depicts subject in favorable light)；而公關人員認為編輯最重要的新聞價值是「吸

引讀者」( interest to reader )，但雙方都認為「正確性」( factual accuracy ) 是最重要的新聞價值。

Sigal ( 1973 ) 針對 New York Times 和 Washington Post 兩家報紙新聞進行內容分析，發現 2850 則國內新聞有 78% 的消息來源為政府官員。他也指出記者與官員之間互動關係的命題：( 1 ) 記者和官員彼此互相利用以利於組織：記者利用官員取得獨家新聞或降低採訪成本，而官員藉由記者發佈正面新聞以求人民支持與提高政治聲望；( 2 ) 新聞媒介多半透過例行性的管道 ( routine channel ) 如：記者招待會、新聞簡報來獲取新聞資訊。因此透過這些管道發佈消息，成為政府部門標準化的運作過程。

Gans ( 1979 ) 提出了記者與消息來源之間互動關係重要概念。他認為記者與消息來源的關係，就像舞會中的舞伴，消息來源希望接近新聞記者，新聞記者也希望能夠訪問消息來源，但由於新聞記者在人數及時間上的限制，往往是由消息來源採取較主動的立場，而記者只能主動跟隨少部分有時間或合適的「常規消息來源」( regular sources )。

Dunwoody & Scott ( 1982 ) 曾經針對美國兩所大學的科學家進行研究，探討其成為大眾傳播媒介消息來源的原因及其與記者互動的狀況。結果發現，職業等級較高的科學教授比較低者更常與記者接觸；年齡較大的教授比較年輕者更常與記者保持聯繫。Dunwoody & Scott 也推翻「科學家不和記者打交道」的假設。經過訪問，75% 以上的科學家表示「歡迎記者下次再聯絡」，此研究歸納出科學家和記者也有所謂「共生關係」。

Berkowitz ( 1987 ) 認為記者有三種基本哲學：第一種是記者可以完全依照自我的專業價值處理新聞，不受到任何外力干預；第二種哲學是記者會屈服於某些外在主流意識型態，而無法完全運用自我專業價值處理新聞；第三種哲學是記者

會受到外力干預而無法做出專業決定，但是這些外力是來自組織與組織之間的需求，如儀式性管道（routine channels）的消息來源。

Ryan & Martinson (1988) 整理記者與公關互動關係研究時，發現記者與公關人員之間存有一種「愛恨關係」(love-hate relationship)：新聞工作者雖然每日接觸公關人員以獲取相關事件的基本資料，但另一方面又普遍認為公關發佈稿的宣傳成分過高、公關人員的「專業地位」較低、對新聞價值的判斷較弱，而且彼此經常處於一種「對立關係型態」(antagonistic relationship)，但記者也常遺忘許多公關人員原來也是資深新聞工作者，兩者所呈現的新聞價值其實幾乎完全一致，此外，兩者的工作任務也相當接近，都是在告知並促使受眾相信其訊息正確且重要。Ryan & Martinson 因此總結：新聞記者對公關人員無甚尊敬，認為自己在各方面都較後者為優，此外，新聞記者無法正確預測公關人員的觀點。

Sallot, Setinefatt & Salwen (1998) 針對南佛羅里達州與紐約市的記者與公關人員進行調查。研究顯示，新聞記者與公關人員持有相近的新聞價值排行，卻覺得對方擁有不同的新聞價值觀。例如記者與公關人員皆認為「正確」是最重要的新聞價值，但均認為對方最在意的是「對讀者有利的題材」。Roscho (1975) 指出，消息來源是大眾傳播媒介的功能性需求品 (functional requirement)，記者為了應付每天的截稿壓力，必須和消息來源互動，並維持這種功能性關係。Wright (1986) 也曾經以社會學中的「角色互動」概念解釋記者與消息來源之間的關係。他指出，記者工作相當具有常規性，取得新聞的模式也相當固定。而在記者「工作角色的互動」當中，有時候會出現衝突，這種衝突可能發生在報社內的記者與編輯之間，有時出現在記者與消息來源之間，這些「工作角色的衝突」都會影響新聞內容的呈現。

Gieber & Johnson (1961) 針對加州費多利亞市 (Factoria City, California) 的市政新聞進行市政記者與消息來源互動的個案研究。Gieber & Johnson 分別以記者

與消息來源對雙方溝通角色的自我認知 ( self-perception )、對他人的角色認知、對媒介角色的共同認知，以及對兩者關係的評價四個方向進行參與觀察法。結果發現，消息來源多認為是該市的公權力代表，希望與記者們建立互信與共識，以其獲得有關市政推動的正面「客觀報導」。但是另一方面，這種互信與共識又多建立在這些市政官員的「同化記者」( assimilation ) 的意圖上，包括教育或訓練記者們瞭解市政，或詢問他們對市政的看法，藉以讓記者們覺得有較多參與市政的感覺。

曠湘霞 ( 1982 ) 曾針對新聞聯繫人員與記者關係進行研究，訪問了一百一十七位記者與九十三位台北市各級機關及公營事業的新聞聯繫者，結果發現新聞聯繫人與新聞記者接觸時，最常遭遇的就是工作立場對立問題，新聞聯繫人多半認為在事件尚未成熟之前，最好能暫時不予發表，而新聞記者在某一件事發現端倪之後，往往就追根究底，毫不放鬆。

### (三) 記者與消息來源互動模式理論

Gieber & Johnson ( 1961 ) 根據 Westley-MacLean 的模式，去除了閱聽人的部分，提出了三種互動的模式：

第一種模式是記者與消息來源各自處於對立的社會系統，彼此保持獨立的狀態。而且對雙方角色的理解及對新聞價值的看法大相逕庭。在此模式之下，記者與消息來源之間「額外的訊息」( extra-message ) 溝通也很少。這種模式適用於新聞來源和記者的接觸有距離或接觸稀少的情形，也點出傳統新聞工作中記者獨力判斷新聞價值的行為。Sanders & Kaid ( 1978 ) 指出，這種對立抗衡的模式實際運用的層面過窄，因為此模式忽略記者每天需要與消息來源維持一定關係的事實，及新聞是透過記者與消息來源互動的結果 ( 圖 2-1 )。

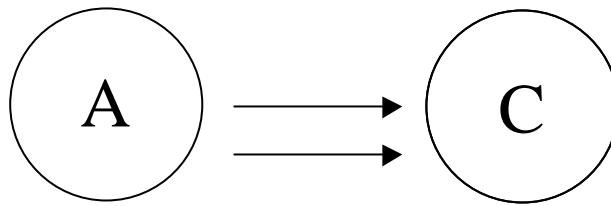


圖 2-1：分離的消息來源與傳播者角色

資料來源：楊志弘、莫季雍（1996）

Gieber & Johnson (1961) 提出的第二種模式是指雖然記者與消息來源處於不同的工作機構，但在工作上彼此合作，也能同意彼此的職責、角色。記者與消息來源存在若即若離的關係，雙方視情況扮演合作或相互敵對的角色。此模式提出記者與消息來源兩者常合作完成向大眾溝通的目標。Sachsman (1976) 測驗舊金山 11 名環保記者，發現其依賴新聞稿的情況大約佔 50%；Martin & Singletary (1981) 也發現大約 59% 的公關新聞稿會出現在報紙的一段文章中，這些發現均和第二種模式相近（圖 2-2）。

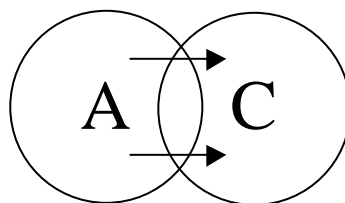


圖 2-2：部分同化的消息來源與傳播者角色

資料來源：楊志弘、莫季雍（1996）

Gieber & Johnson (1961) 提出的第三種模式是指記者與消息來源之間，有一方被對方吸收 (absorb)，記者與消息來源之間不復存在獨立性，而且對彼此工作角色的認知是極為相似的，雙方的參考網路已經被結合在一起，或是說一方已被另一方「征服」(take over)。此種模式可以敘述成記者成為政治人物或其他機構的「傀儡」；相對消息來源也可能被報社「俘虜」。

Hulteng (1976) 認為，記者被指派採訪同一路線或同一消息來源越久，顯然越容易挖到隱藏的獨家新聞，隨著交往時間的增長，記者與消息來源之間的認同度也會相對增加；Morrison & Tumber (1994) 觀察記者採訪福克蘭群島之役，發現「環境控制」(environmental dominance) 的現象。記者與士兵長期的相處，使得記者的立場逐漸被環境所支配，甚至在報導字彙的運用也被這些士兵影響，這個發現和「同化模式」相似 (圖 2-3)。

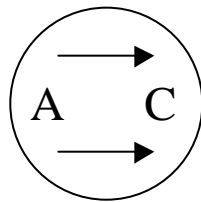


圖 2-3：同化的消息來源與傳播者角色

資料來源：楊志弘、莫季雍 (1996)

Chibnall (1975) 認為新聞是一種「商業知識」，是記者端看消費者的需求而作為商業交易的。他運用個案分析探討犯罪路線記者與警方之間的互動，結果發現，記者與消息來源之間另有「交換關係」(exchange relationship)，雙方在互動過程中發展出長期友情，而且適應對方的思考模式。犯罪路線記者會常從其消息來源處獲得情報，消息來源也會透過記者提供特殊罪犯消息以利警方搜捕，或要求記者「放話」給相關人士。Chibnall 總結，「依賴」與「相互適應」可說是交換模式中的主要重點。



Davison (1975) 是首先運用「共生」( symbiosis ) 模式分析記者與消息來源之間的互動。所謂「共生關係」( symbiosis relationship ), 字典定義是指「兩個不同個體發展互相有利的關係」。Davison 以駐在巴黎、倫敦等地的外交官與新聞特派員為研究對象, 結果發現, 對外交官而言, 新聞特派員是將資訊傳回國內的必要通道, 又因為特派記者經常與大使館人員或其他國家外交人員交換資訊, 使得外交官反而從記者身上獲得更多資訊。因此, 兩者的互動基本上是以互利、互賴為基礎。

Miller (1978) 延續「共生關係」( symbiosis relationship ) 的觀點, 探討國會議員與記者之間的關係。他發現國會議員與記者之間存在高度的共生關係。然而, Miller 也指出, 雖然共生模式的確能描述兩者之間互利、互賴的關係, 但卻忽略雙方可能存在的對立關係。另外, 由於記者與消息來源都想主導互動的過程, 常使得兩者的關係具有緊張性及競爭性。

Cook (1989) 也曾觀察新聞記者與國會議員的互動, 研究發現新聞是記者與議員之間一再妥協的結果, 這種互動關係會不斷地調整和改變。議員的質詢可以隨時為了應付記者的需要而改變, 而記者也會不斷視「外界」的反映而改變對新聞的定義。雙方共同追求互利 ( mutual benefits ), 也都試圖控制對方。Cook 針對這種關係下一總結: 雖然記者掌有如何呈現新聞的「大權」, 且也已經成為立法過程的一環 ( 新聞成為政策的延伸物 ), 但是結果記者也無法佔得優勢。

Wolfsfeld (1991) 對「共生關係」( symbiosis relationship ) 提出修正性的看法。他曾觀察記者與三個抗爭團體領袖間的「動態社會互動關係」, 認為記者與消息來源之間的互動關係以交換訊息及互利為始, 繼而因為各自擁有不同利益立場而隨之改變關係。他認為, 這是一種「競爭的共生關係」( competitive symbiosis ), 也就是資訊交換的過程, 只有當雙方想取得對方資源時才會發生; 記者認為抗爭團體的活動事件份量足以報導, 而抗爭團體認為新聞發佈對組織有利的情況之

下，「互動」才會開始。

Wolfsfeld (1991) 也強調，記者與消息來源除了初期相互協助完成共同目標外，兩者均力圖主控互動合作的內涵。在雙方交換利益之刻，各自也嘗試保護自己的資源，而且以最省力的途徑滲透 (penetrate) 對方的資源。這種既相互利用又競爭對抗的互動關係模式，確實證明了新聞記者與消息來源之間互動的矛盾程度。

喻靖媛 (1994) 研究發現，記者與消息來源的關係類型可依照消息來源的特性分成三類：(圖 2-4)

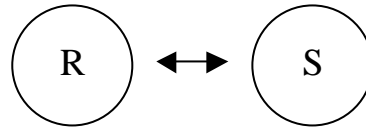
第一類是「對立關係」：因為記者與消息來源互動時以各自的利益為重，故當記者與消息來源因對方的舉動無法達成各自的目的時，便演變成對立關係。

第二類是「表面接觸關係」：新聞活動的主角或相關人，或是突發事件的當事人，一般而言並非記者路線上的固定消息來源。兩者因事件結合，也因事件結束而停止交往，因此僅能維持一種「表面接觸關係」，不含感情連結。

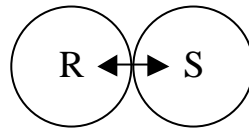
第三類是「共生關係」：記者與消息來源互依互賴、彼此相依為命。如國會議員 (消息來源) 藉由舉辦公聽會的方式，不但提高自己的聲望，也讓記者有新聞可寫；另一方面，記者幫助議員撰寫質詢稿，不但幫助國會議員增加問政機會，也讓自己有第一手新聞報導內容，重點在於彼此瞭解遊戲規則 (Miller, 1978)。

第四類是「同化關係」：消息來源經常提供線索，擁有豐富的資訊，與記者往來頻繁，是記者主要資訊的「衣食父母」，與記者間維持了一種同化關係。這些消息來源通常不會出現在新聞報導內容當中，但是他們的觀點卻影響了整體新聞的走向。他們的職位不高，一般而言是企業的基層人員 (圖 2-4)。

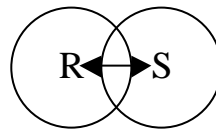
1. 對立關係：



2. 表面接觸關係：



3. 共生關係：



4. 同化關係：

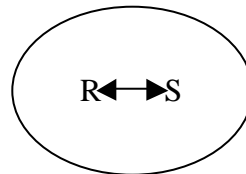


圖 2-4：記者與消息來源互動關係類型

資料來源：喻靖媛（1994）

McManus (1995) 所提出的「市場導向新聞學」(market-driven journalism) 也曾深入探討新聞媒體與消息來源的互動模式。McManus 試圖以經濟理性(economic rationalism) 角度思考媒體常規，藉以取代過去以社會責任論原則為基礎的新聞學理論。他也建議放棄傳統新聞價值觀念，改以公關資訊津貼如何影響新聞商業

市場機制之討論。

McManus (1995) 討論消息來源與新聞媒體的互動關係，立基於兩造之間的「交換模式」。McManus 認為消息來源與媒體合作的目的，乃在於藉此接近潛在大眾。消息來源透過對自己有利的報導、或長時間累積之大量報導，或在有聲望的媒體出現之有公信力報導，或甚至是為數較少之負面報導，得以建立與公眾或消費者接近的機會。

在國內有關記者與消息來源之間關係的研究方面，林慧瑛 (1987) 針對報社記者與公共關係人員之間關係進行研究；紀效正 (1989) 研究記者與政府官員的互動關係；卜正民 (1990) 研究報紙記者與各企業公關人員相互對彼此角色的認知比較。然而影劇娛樂新聞記者與消息來源之間的互動關係研究，卻缺乏相關文獻可供參考。

綜合上述文獻可以發現，分析記者與消息來源互動的模式大概可以分成五種類型，分別是對立模式、共生模式、競爭性的共生模式、交換模式、同化模式 (表 2-1)：

表 2-1：記者與消息來源互動模式類型表

互動模式	內容	理論基礎	概念提出者
對立模式	強調角色對立	Westley & MacLean 的 傳播模式	Gieber & Johnson ( 1961 )
共生模式	互賴、互依，相依為命	社會學、系統理論	Davison ( 1975 )
競爭性的 共生模式	相互利用又競爭對抗 的互動關係	社會交換論	Wolfsfeld ( 1991 )
同化模式	雙方的參考網路已經 被結合，或是一方已被 另一方「征服」	Westley & MacLean 的 傳播模式	Gieber & Johnson ( 1961 )
交換模式	強調成本和報酬	經濟學商業市場機制 ( market )	McManus ( 1995 )

資料來源：整理自 ( Gieber & Johnson,1961; Davison,1975; Wolfsfeld,1991;

McManus,1995 )

## 第二節 消息來源對新聞產製影響

Bass (1969) 指出新聞產製過程可分成兩個階段，「新聞採訪階段」和「新聞處理階段」。第一階段發生於當新聞採訪者將「未加工新聞」，如事件、演講和記者會，變成「新聞」；第二階段則發生在新聞處理者修正和合併各項消息成為「完成的產品」傳達給公眾（轉引自楊志弘、莫季雍，1996）。

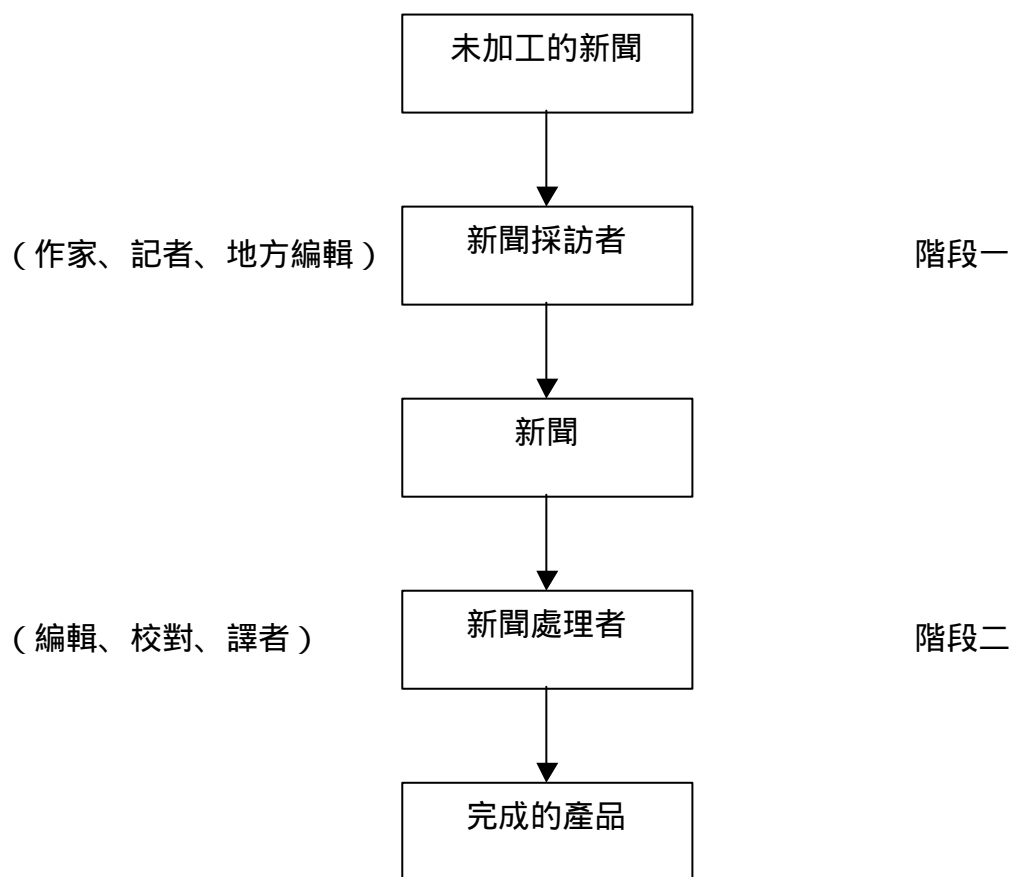


圖 2-5：新聞產製流程

資料來源：Bass, 1969，轉引自楊志弘、莫季雍，1996

Glick (1966) 研究美國聯邦政府衛生教育福利部及國務院政府官員和記者的

關係，結果發現聯邦政府確實會用不同的方式「安排」新聞，安排的手法包括：以白宮的名義發佈新聞稿、決定新聞稿的態度及發佈時機、或以國家安全的理由封鎖消息、或決定發佈或掩蓋某些可能曝光的重要訊息。

Sigal (1973) 指出一個記者不能單憑自己跑新聞 (legwork)，他必須尋找每天能提供他有價值新聞的正式管道。Gandy (1982) 建議以政治經濟學的角度分析「知識」(knowledge) 和「資訊」(information) 如何與權力結合，以及如何被用來作為控制他人的工具。他認為，在新聞生產的過程當中，消息來源會以「資訊津貼」(information subsidy) 的方式與新聞工作者交換利潤，包括減低新聞工作者蒐集資訊所付出的時間與支出、減低科學研究的費用，以及減低撰寫與製作電視節目的支出。

Gandy (1982) 指出，由消息來源所提供的新聞資料也屬於一種經濟行為，是消息來源以「最少成本付出原則」(rule of least effort) 所提供給新聞工作者立即可使用的資訊。一方面，消息來源從成本效益著眼，企圖降低資訊發送所需耗費的時間與金錢，另一方面，資訊買、賣雙方的可信度總是影響交易的重要因素，兩者經常藉由各種手法試探對方誠意，以協助降低使用資訊的不確定性。

Atwater & Fico (1986) 將消息來源分成三類：包括印刷文件 (官方檔案或新聞稿)、活動來源 (如記者會) 及個人來源 (如政府來源或專家)。Strentz (1989) 將消息來源分成「傳統」與「非傳統」兩類，前者指記者透過傳統採訪方式 (如路線、公關人員、記者會、或公共資料) 所取得的資訊管道；而「非傳統」則屬於不尋常之接近方式，如少數民族團體甚或恐怖組織等。綜合上述可以知道，消息來源其實是新聞中提及的個人、組織、或實體 (entity) (如文件或研究等)。

Goff (1989) 指出，「新聞發佈」(publicity) 就是「以新聞稿件試圖吸引傳播媒體刊出或播出的過程」，有時也以非新聞形式呈現，如傳單、海報，或展覽宣

傳物等。Goff 也指出，新聞發佈是公共關係活動當中極為重要的一環，但並非公關概念的唯一行動。

Schlessinger (1990) 認為新聞來源的確在新聞產製過程中扮演重要角色，但是首要之務在於消息來源必須擁有相當的組織規模 (institutionalized)，才能適應新聞媒體的路線設置常規；第二，消息來源的財力也需要慎重考慮，因為是否能長期維持常態的方式提供資訊，是媒介策略有效與否的重要決定因素；第三，不同的消息來源之間也可能發展競爭與合作關係；第四，消息來源的公信力也應是設定媒介策略的重要考量因素專家們就常倚仗其在「文化資材」上的優越地位積極開拓「智慧場域」(intellectual field)，因而成為新聞媒體競相追逐邀約發表意見的對象。

Berkowitz & Adams (1990) 指出，資訊津貼是新聞來源企圖型塑新聞的方式。消息來源藉著減低記者蒐集資訊所需的時間、成本來達到接近媒體的目的。Berkowitz & Adams 也認為公關人員資訊津貼的手法種類包括：新聞稿 (news releases)、會議通知 (meeting announcements)、雜誌 (magazines)、時事通訊 (newsletter)、說明書 (brochures)、新聞資料袋 (press kit)、邀請函 (invitations)、錄影帶 (videotape) 等。

在「媒體策略」的具體作法上，Schlesinger (1990) 提出四項策略：(1) 消息來源必須發展明確訊息，並合乎既有新聞價值的框架 (frame)；(2) 消息來源必須瞭解並有效率地掌握散佈訊息的管道，目標閱聽人也應考慮清楚；(3) 策略是否成功，必須視消息來源是否能培養出與新聞媒體有「共鳴感」(sympathetic contact)，例如在提供訊息時能掌握適當時機方能為媒體所用；(4) 將反對者的意見先行化解。

Shoemaker & Reese (1996) 曾經提出消息來源可運用的「儀式管道」(routine



channels) 包括：官方手法（如試探氣球、議會聽證）、公關稿件、記者會、非即時事件（如演說、典禮），這些管道大約佔所有新聞發佈的一半以上（58.2%）；此外，一些非正式的消息來源運用管道，如背景簡報、洩密、非政府的手法（如會議）和其他媒體的報導等，約佔消息來源媒體工作的 15.7%；安排訪問、事件、或記者親身採訪另佔 25.8%。

翁秀琪（1996）認為「媒體策略」（media strategies）泛指消息來源為了能夠上媒體版面所發展的所有文字的（如背景資料、新聞發佈）、行動的（如集會、公聽會、示威遊行）策略，消息來源發動媒體策略的行動力，可以視為權力高低的指標。Spitzer（1993）也認為「媒體策略」是指消息來源能夠造成媒體報導或在媒體曝光的的整體力量。

Shoemaker & Reese（1996）也曾探討消息來源影響新聞記者的策略，歸納成兩種不同的類型：（1）有些消息來源單純地從報導內容著手，因此選擇發送可輕易為新聞媒體所使用之資訊，如公關稿，或委託組織內部之公關顧問公司提供此類服務；（2）有些消息來源則利用「提供情境」（context），讓新聞記者容易隨之起舞，如某些大型企業以提供新聞獎助、舉辦研討會等匿名方式影響新聞常規，這種方式是一種「意識型態的動員」（ideological mobilization）。

Berkowitz（1987）研究例行性管道之消息來源如何建構電視新聞議題，結果發現不論地方和電視新聞網的新聞來自儀式性管道的比例達 70% 以上，比透過非正式或企業管道還多；電視新聞較常使用主管人員當作新聞來源；此外，電視新聞將比報紙使用較高比例的例行通道內容。

Berkowitz & Adams（1990）研究印第安那地方電視台接受「資訊津貼」的情形，結果發現，只有四分之一的新聞發佈資料被採用。其中來自非利益組織的資訊津貼被採用的機率較高，而來自政府及商業機構的資訊津貼被採用的最少；另

外，研究也發現，相較於過去研究，電視記者中有很大的比例接受「資訊津貼」，而有很大比例的「資訊津貼」來自利益團體和非利益團體，雖然政府和商業機關提供較多數量的補助，但是被採用者反而少。

Morton & Warren (1992) 研究地方報紙 (hometown press) 使用新聞發佈稿的情形，發現 36.2% 的新聞發佈稿獲得使用，此外，新聞發佈稿是否附有照片對稿件的採用與否並無顯著影響；而報紙的發刊頻率 (如日報、週報等) 也不會影響新聞發佈稿的使用多寡；但是發行量小的報紙卻有可能使用較多的新聞發佈稿。

Goldenberg (1975) 認為組織行動越是背離社會規範，強調衝突與不和諧 (或失序行為)，則受到媒體報導的機會越高。第二、組織行動對社會大眾的影響力越大，則新聞價值越高；第三、組織行動的發展潛力越高，新聞價值越高；第四、組織越能將複雜議題單純化讓大眾理解，新聞價值越高；第五、組織對重要議題的看法是否一致，以及訴求行動是否協調，也都會影響新聞價值。

Gans (1979) 認為新聞記者和消息來源間的關係像一場拉鋸戰，當消息來源企圖將新聞「處理」得當，以吸引記者的注意時，記者也「處理」這些新聞來源以求得訊息。消息來源是否能成功的接近新聞媒介，成為記者訪問的對象，和四項因素有關：(1) 動機 (incentives)：熱忱並且合作程度較高的消息來源，較容易成為訪問對象；(2) 權力 (power)：消息來源權力較高或被賦予發言權者，較容易成為訪問對象；(3) 提供適當資訊的能力 (the ability to supply suitable information)：消息來源不說謊，也不製造假新聞欺騙媒體；(4) 地理與社會的接近性 (geographic and social proximity to the journalists)：消息來源容易被記者接觸，社會背景也和記者類似，成為受訪者的可能性也更大。

Gans (1979) 也指出記者選擇消息來源可能考慮的六個因素：(1) 過去採訪合適程度 (past suitability)；(2) 生產率 (productivity)，指採訪時間與成果的比率；

(3) 可信度 (reliability); (4) 消息來源所提供資訊的品質 (trustworthiness), 資訊是否過度誇大不實; (5) 消息來源之權威感 (authoritativeness); (6) 消息來源之表達能力 (articulateness)。

Gans (1979) 透過參與觀察法研究, 詳細指出新聞記者與消息來源之間的互動及選擇, 主要是根據消息來源的「易得性」(availability) 與「易用性」(suitability) 兩性特性。「易得性」包括消息來源提供的意願及動機、消息來源的權位、消息來源提供資訊的能力、以及其他地理與社會階層的 (proximity) 等。「易用性」包括消息來源的過去表現、產量、一致性、可信度、權威感以及其提供的訊息是否合乎媒體使用的規格等。一般而言, 這兩項特性就可以視為是記者選擇消息來源的理由或條件, 另一方面, 某消息來源的「易得性」與「易用性」越高, 也越容易被記者利用。

Turk (1986) 針對政府部門的公關人員對新聞的影響所做的研究發現, 日報守門人會優先考慮使用政府公關人員所發佈的新聞稿, 至於接受與否則必須判斷其新聞稿是否合乎新聞價值。但是政府公關部門新聞稿的議題也經常轉換成媒體報導的議題。他提出結論: 消息來源的確對媒介議題產生若干影響力, 並且影響社會適時的建構。

Morton (1986) 研究報紙如何選擇新聞發佈稿, 他針對奧克拉荷馬州一百一十九家報紙所採用的四百零八則文章進行內容分析, 並檢驗四種類型報紙與七種類型新聞稿件與見報的關係。研究發現, 「未來事件」、「焦點新聞」、「消費者資訊」和「研究計畫」所提供的資訊直接影響到報紙讀者每天的生活, 較容易見報; 而「過去事件」、「特寫」、「機構報導」則因為和讀者者服務無直接關係, 較不易見報。

Theus (1988) 從事組織結構與組織目標如何影響組織傳播之研究, 以首都

華盛頓特區報紙進行研究，選擇了二十個案例。研究發現，當組織主動服務新聞媒介時，較會收到正面新聞報導；而當媒體的報導和組織的期望差距很大時，通常是因為該組織較為被動，被媒體認為較封閉和較低可信度。可信度在此研究為主要的變項，高可信度的組織通常會受到媒體較正面的報導，而低可信度者則較偏向負面報導。

Walters & Walters (1992) 運用內容分析美國某一州立機關送交日報的兩百三十八篇公關稿件，結果發現其上報成功率平均為 85.9%，但是這些新聞稿的內容必須符合新聞工作人員的需求，也就是必須注意其是否有新聞價值如即時性或顯著性，而見報成功率也會相對提高。

胡晉翔 (1994) 針對「無住戶屋運動」進行研究，結果發現社運組織習以「抗爭事件」作為主要媒介策略，而新聞媒介也的確對此類活動最為注意，無論在報紙或電視媒體，報導量都是最多的。

Shoemaker & Reese (1996) 認為「消息來源」是提供資訊給媒體組織用以轉換成新聞報導的個人與團體，如特殊利益團體、公關活動、或甚至其他新聞媒體（如通訊社）。這些資訊提供者也包括一些社會機構如政府單位、企業團體，或廣告公司，有時則是目睹事件發生的讀者，以上這些資訊供應者分別掌握了不同類型的消息內涵，而新聞記者必須將這些經常互相矛盾的資訊串連起來，寫出正確完整的報導。

綜合以上所述，記者的新聞產製過程可以分為「新聞採訪階段」及「新聞處理階段」。而根據以上文獻，本研究將記者與消息來源之間互動關係對新聞產製影響分為下列三點：

1. 新聞蒐集成本降低：

Gandy (1982) 指出，由消息來源所提供的新聞資料也屬於一種經濟行為，是消息來源以「最少成本付出原則」(rule of least effort) 所提供給新聞工作者立即可使用的資訊。Berkowitz & Adams (1990) 指出，資訊津貼是新聞來源企圖型塑新聞的方式。消息來源藉著減低記者蒐集資訊所需的時間、成本來達到接近媒體的目的。

## 2. 消息來源的偏向：

Turk (1986) 針對政府部門的公關人員對新聞的影響所做的研究發現，日報守門人會優先考慮使用政府公關人員所發佈的新聞稿，至於接受與否則必須判斷其新聞稿是否合乎新聞價值。Gans (1979) 認為消息來源權力較高或被賦予發言權者，較容易成為訪問對象；另外，消息來源社會背景也和記者類似，成為受訪者的可能性也更大。

## 3. 採訪路線的維持：

Gans (1979) 也指出記者選擇消息來源可能考慮的六個因素：(1) 過去採訪合適程度；(2) 生產率，指採訪時間與成果的比率；(3) 可信度；(4) 消息來源所提供資訊的品質，資訊是否過度誇大不實；(5) 消息來源之權威感；(6) 消息來源之表達能力。Schlessinger (1990) 認為新聞來源的確在新聞產製過程中扮演重要角色，是否能長期維持常態的方式提供資訊，是媒介策略有效與否的重要決定因素，另外，不同的消息來源之間也可能發展競爭與合作關係。因此，記者與消息來源的互動關係會影響記者在產製新聞的過程中，考慮如何繼續維持彼此長期的關係。

本研究將參照以上文獻的內容，並且進一步討論報紙影劇新聞記者與消息來源的互動如何影響報紙影劇新聞記者產製新聞。

### 第三節 消息來源對新聞內容影響

Gandy (1982) 強調，消息來源提供資訊，目的在於控制新聞內容，或甚至影響新聞框架或新聞中的核心意義；至於「新聞津貼」的方式，包括：直接與媒體接觸、郵寄資料供媒體使用、出席公證會作證發言供媒體採訪、購買廣告、透過公關專業人士發動活動等；在「新聞津貼」的技巧方面，包括：以匿名方式洩漏資訊、提供背景說明、或藉他人之名釋放消息；政府機關為瞭解政策是否獲得民意支持而經常使用的「風向氣球」(testing balloon) 即為一例。

Morrison & Tumber (1994) 觀察記者採訪福克蘭群島之役，發現「環境控制」(environmental dominance) 的現象。記者與士兵長期的相處，使得記者的立場逐漸被環境所支配，甚至在報導字彙的運用也被這些士兵影響，

Cutlip (1962) 估計所有美國報紙內容的 35% 是來自公關稿件，而且會有越來越多的新聞蒐集工作是由公關人員完成。

Sigal (1973) 調查「紐約時報」與「華盛頓郵報」頭版的一千兩百則新聞，發現 53% 成來自政府機關資料發佈，其中包括官方文件、新聞發佈、記者會，或其他主動策劃的事件；而僅有兩成由記者自行訪問而得。

Turk (1986) 研究六個路易士安那州政府部門的新聞發佈稿件時也發現，官方消息來源在上報率的表現非常成功，在四百四十四個發佈稿中有兩百二十五件在八家日報上出現，錄取率 51%，在一週間共刊出了一百八十三則新聞，佔政府部門所有見報新聞總數的 48%，而在一百八十三則新聞當中，選舉政治新聞所佔的比率最高，佔 24%。Turk 最後發現這些新聞發佈稿的重點和見報新聞的重點十分相近。

黃傳榜（1997）認為，新聞事件中的「純淨報導」（straight news），較易受到新聞發佈稿的影響，背景分析或是特稿內容則因記者多方引用書面資料或親身訪問所得，而較難受到消息來源單面的控制。至於新聞刊出量與刊出值的相關性，黃傳榜也發現媒體採用新聞發佈稿的數量與報導中有利內容反應程度之間成現正相關，也就是採用數越多，越可能偏向中立報導或有利報導。

Turow（1989）指出「華爾街日報」在單日新聞中，有五十三篇新聞來自公關稿，其中甚至有三十二篇一字未改。

Boorstin（1961）認為要舉辦公關活動或事件的目的，其實不單只是直接吸引人潮，而是要引起媒體注意，爭取報導機會，並且間接地訴諸於廣大民眾（或消費者）。這種預先設計且容易引發新聞媒體報導的活動，可稱之為「假事件」（pseudo-events），意指非自然發生，而是經由某些人或組織策劃安排的事件（轉引自翁秀琪，1992）。

「假事件」（pseudo-events）的定義大概有四：（1）此事件並非突發性（spontaneous），而是經過精心策劃、設計與引導產生；（2）其設計的目的就是希望能被媒體報導或再製（reproduce），因此其發生過程都是依照新聞常規作為考量；（3）此一設計事件與真實之間的關連極為曖昧不明，新聞記者常難以查明；（4）這些事件具有「自我應驗的預言」（self-fulfilling prophecy）的特性，通常這些事件的報導，也會帶有對未來情勢的預測。（翁秀琪，1992）

此外，消息來源也可能召開記者會、舉辦活動、發表對自己有利之民調結果、提供新聞資料袋（press kit），以尋求媒體對這些資訊的青睞。以資訊津貼的角度來看，新聞產製實際上是由媒體與消息來源之間共同創造或建構，而非早期守門人理論所稱為新聞工作者單方面決定（Walters，1995）。

根據以上文獻，消息來源的確對媒介內容有一定的影響。本研究將運用內容分析法分析報紙影劇記者如何處理「搖頭性派對」新聞事件。