

第三章 紮根譯碼、「一窩蜂」概念化與參與觀察記事

第一節、紮根譯碼方式與結果

本研究以田野觀察筆記與深度訪談資料，藉由開放性譯碼，摘記出108個標記，並將標記彙整，歸納出「一窩蜂新聞產製之來龍去脈」、「記者一窩蜂的運作過程」、「一窩蜂現象下的利弊得失」、「迂迴抵抗的策略」四大主軸，進行一窩蜂新聞採訪的分析，譯碼方式如下表範例：

表 3-1：譯碼方式範例

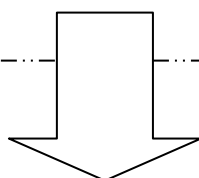
原始資料	開放譯碼	主軸譯碼
現在的記者一大早打電話去給中視：「你今天要做什麼？」，因為他們避免漏新聞，長官就不會 K 我阿，所以你看，再爛的新聞都有一堆麥克風堵在那邊，大家求不漏而已，沒有人獨家	怕漏新聞	傳播者個人層次 一窩蜂的來龍去脈
Q：但好像現在都是跟蘋果壹周刊？ A：因為這兩家在收集新聞議題的能力上，有他們的獨到之處，能夠充分的引起讀者好奇的一些新聞素材，這些新聞素材會讓你忍不住去跟。	跟報的生存心態	新聞場域運作過程
其他攝影呼叫來來來，你就跟去，這樣人云亦云很累，我可以看一下，喔，這個不重要，就不理他，不然這樣看到黑影就開槍，這麼多黑影，那你要訪問誰。	看到黑影就開槍盲從跟進 生存心態	新聞場域運作過程

在開放性譯碼與主軸譯碼的過程中，筆者的第一步驟是盡可能從受訪者話語，挑出代表性文字，例如：「很多記者在這邊跑了兩三年，他還懵懵懂懂，拿香對拜，拿了香就跟著人家拜，是現在記者最大的通病…」，在該論述中，受訪者陳述的是現今場域現象，而本研究細緻論述意義，將現象陳述簡化成詞表示，如「拿香對拜的新聞採訪模式」；第二步驟，化約資料，將開放性譯碼結果，用不同顏色區分成四類，歸納出四大主軸（見下圖：主軸譯碼（一））；第三步驟，按此分類架構，並融會貫通開放性譯碼結果與前人的文獻理論，將合適的標記放入其中，從現象層次，提升至理論抽象層次，如將「拿香對拜」，放入「記者一

窩蜂的運作過程」的「生存心態」主軸之下（見下圖：主軸譯碼（二））； 第四步驟，找出主軸後，下一步進行的則是選擇譯碼，將部分層次打散，勾勒出故事線與脈絡，最後，建構出「一窩蜂導向（pack journalism）下新聞產製流程圖」（見下圖：選擇譯碼），接下來的章節，也將依據圖3-1的脈絡，撰寫研究發現。

開放性譯碼

漏新聞思維	拷帶不可恥	嗜血媒體	收視率淺薄解讀
安全新聞學	注意可敬對手行蹤	新聞場域很健忘	愚蠢新聞
意見領袖	消息來源關係淺薄	記者是大導演	無能為力
追隨者	報稿給資深同業	拿香對拜	志同道合
專業知識不足	廣結善緣	看到黑影就開槍	聽長官的
淺碟新聞	在線上一定要交朋友	記者是速思家	一家錯、家家錯
記者素質參差	相互依存	過五關斬六將	拼湊新聞
成就感缺乏	消息來源選擇媒體	拷帶文化	第三界定者
缺乏新聞鼻	一家烤肉萬家香	小心觸法	分擔觸法風險
主管資淺	媒體從買方變賣方	新聞戲劇曲線	避免受訪者動粗
做人最重要	無線有線合作	時間禁錮	打擊特權
混口飯吃.混口飯吃	新聞需團隊合作	閱聽眾忠誠度	新聞稀缺
錦衣夜行	夕陽工業	官商勾結	缺乏查證危險
同業競爭.合作	記者地位卑微	改革需陣痛期	無法獨立自主
人情債、現世報	新聞台太多	單月單薪、雙月雙薪	累積抗拒組織資源
英雄所見略同	新聞次場域	從同取異	跟報跟的有技巧
集體禁錮效應	記者跳槽流動頻繁	領導品牌	榮譽感
劣幣除良幣	壹周刊日	獨領風騷	反思
速度.正確兩難	蘋果日報至上	收視第一	自我形象塑造
監看他台監督記者	平面倒了，電子媒體不用生存	全力搶獨家	受人尊敬
呼朋引伴	記者是廉價勞工	單獨秀 mic 牌	放 8 分、收 2 分
相信他台記者	報紙成查證管道	亂報獨家線索	放小條、收大條
電子媒體相互詢問	採訪報紙新聞	填充時段	research 非 catch
撤線原則	記者被拖著跑	量產時代	一夜博士 study
新聞碟對碟	西瓜偎大邊	拿香對拜	向小人物虛心請教
天下新聞一大抄	早上通稿、下午專題	看到黑影就開槍	施比授更有福
電視是給長官看	一天就吃乾抹淨	記者是速思家	手心向下



主軸譯碼 (一)

一窩蜂新聞學			
一窩蜂新聞產製來龍去脈	記者一窩蜂的運作過程	一窩蜂的利弊得失	迂迴抵抗之策略

主軸譯碼 (二)

<p>一窩蜂新聞產製來龍去脈</p> <p>1. 傳播者個人層次</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 內心的不安與恐懼 ➢ 自我定位為追隨者 ➢ 新聞知識缺乏、成就動機不足 <p>2. 常規層次</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 集體性的束縛與停滯 ➢ 無形的規訓權力 ➢ 機械化的運作方式 ➢ 速度政權的宰制 <p>3. 跨新聞組織層次</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 封閉的新聞系統 ➢ 場域內共鳴與溢散效果 ➢ 禁錮效應的集體生產 <p>4. 媒體外層次</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 他律性 ➢ 消息來源的操弄與馴化 <p>5. 社會文化層次</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 集體利益至上的文化觀 ➢ 高度他導性 	<p>記者一窩蜂的運作過程</p> <p>1. 場域</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 場域的迴路機制 ➢ 記者組成新聞次場域 ➢ 跟報現象、蘋果至上 <p>2. 資本</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 象徵資本 ➢ 經濟資本 ➢ 文化資本 <p>3. 生存心態</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 大導演、速思家 ➢ 看到黑影就開槍 ➢ 相互拷帶 <p>4. 秀異</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 全力搶獨家 ➢ 領導品牌的思維 ➢ 量產時代 <p>5. 象徵暴力</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 收視率競逐賽 ➢ 吃乾抹淨 <p>6. 反思意識</p> <p>7. 實踐意識</p> <p>8. 無意識</p>	<p>一窩蜂的利弊得失</p> <p>利</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 達到監督功效 ➢ 賦予記者抗拒組織之資源 ➢ 打擊特權 <p>弊</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 內容支離破碎 ➢ 資訊缺乏查證的危險 ➢ 記者成為第三級界定者 <p>迂迴抵抗之策略</p> <p>累積抵抗資源</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 專業知識資源 ➢ 職業知識資源 ➢ 良好關係資源
---	---	--

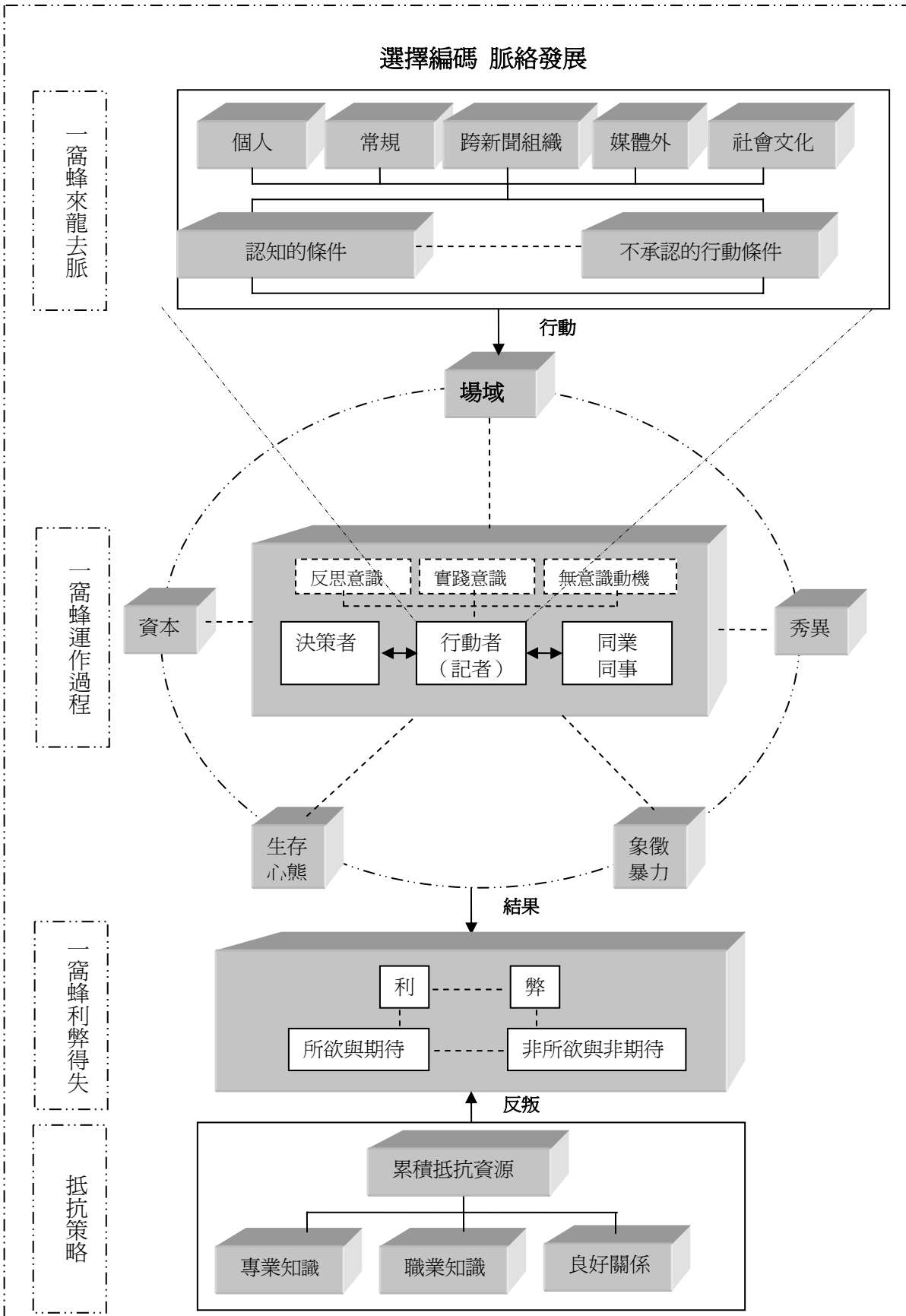


圖 3-1：紮根譯碼與一窩蜂導向 (pack journalism) 下之新聞產製流程圖

資料來源：本研究整理

第二節、概念化「一窩蜂」

一、一窩蜂視為一種「從眾行爲」

「一窩蜂」，最初源自南宋詩人陸游的《入蜀記》，道：「建言中，張迂號『一窩蜂』，擁兵過廟下……」，意指中國南宋見災年間爆發一起農民起義，其中一支隊伍領袖張迂，綽號「一窩蜂」，帶兵進攻，有「揭竿蜂擁」之勢；因此「一窩蜂」，在當時屬於褒揚詞彙。到了明朝吳承恩《西遊記》第二十八回中，道：「那些小妖，一窩蜂齊齊擁上」；《石點頭》卷八中的〈貪婪漢六院賣風流〉更言：「一窩蜂趕上來，打的打、搶的搶，頃刻搬個罄空」，「一窩蜂」在此時，轉化為貶義詞組，比喻人多聲雜，如群蜂般一擁而上；現今則比喻為多數人亂哄哄地同時說話或行動（教育部國語推行委員會，2005）。

「昨日一哄而上，今日一哄而散」的現象（馬行遠，2003年6月），出現在亞洲社會各個角落，是當代一窩蜂的極致表現之一，例如飲食品業，三步一家的泡沫紅茶店、葡式蛋塔、芒果冰，以及前些日子的甜甜圈，流行風潮盲從跟進下瞬間爆發，又瞬間消失。除了業者以市場需求率為賭注，一窩蜂的玩著零和遊戲外，民眾也養成「看好就跟」的習性，股票基金市場、保險金融市場，群眾不分青紅皂白，一窩蜂地殺進殺出，此種經濟行爲，往往造成「來的快去的也快」的市場熱點快速嬗遞現象。

表現之二為「模仿、跟隨」，為節省成本，而複製他人成功元素，踏出成功的第一步，但往往只學到（或說抄襲）表象，而非精髓，使得有一卻沒有二，失去個人風格，甚至失去思考「我是誰」自我定位的能力，因此很快地遭淘汰，無法走出世界（黎曉英，2006年2月）。在傳媒環境中，這樣的現象更為明顯，趙婧與王振予（2006年1月）研究大陸的電視競爭中，就發現在經濟利益的驅動、創新能力的匱乏、「集中效應」的商業模式運作下，造就了「模仿趨同」的情勢，只要某個電視台的節目內容創造高收視率，馬上，其他電視台就會蜂擁而上，對優勢節目內容與形式校仿跟風。

以上現象，皆可視為「從眾行爲」，從眾行爲最早可追溯至1930年代，Sherif（1935）的「游動效應」實驗，證實「眾人彼此互動時，到最後行爲會趨向一致」。Asch（1951）的「線段選擇實驗」，提出「conformity」，強調「多數效果」（majority effect）：「當多數人有錯誤主張時，團體中之個人仍將服從多數人之意見」。

Asch實驗後，引起各界興趣，各界學者所持概念與其相似，但重心不同，社會心理學家強調團體影響與壓力，為符合團體期望，成員在思想、判斷與行爲上，會傾向於團體中多數人一致性（Allen, 1965）。「從眾」分為兩方面，一為「公開從眾」一成員雖遵守團體規範，採取符合團體期待之行爲，但僅是表面功夫，內在信念並無改變。二為「私下從眾」一成員不僅欣然接受團體意見，更內化為

自身信念 (Mowen & Minor, 1998 / 莊耀嘉, 王重鳴譯, 2001)。

行銷學所關心的從眾行為著重在消費者如何受他人影響,而決定是否購買,定義為:「消費者為符合團體期望、取得認同,因此會採取與團體其他成員相似的行爲」(Wilkie, 1994; Macinnis, 1997)。Lascu與Zinkhan(1999),則歸納歷年從眾行為研究,提出運用在行銷領域之從眾行為模型,分為三層次:(一)順從(compliance):在監控下才會發生的從眾行為,離開監控環境,從眾行為立即消失,程度最低。(二)認同團體(identification):因認同某一團體,而與之採取相同決定與行為,程度次之。(三)內化(internalization):除前所述,甚連價值觀都一併改變,程度最高。前二者屬規範性(normative)影響,個人是受外在規範而產生的從眾行為,第三則屬資訊性(informational)規範,個人獲得足夠資訊,經判斷而改變原先想法。

另有一種狹義的「從眾行為」定義,處於「規範性」與「資訊性」之間,稱「資訊瀑流」(information cascades)(Bikhchandani, Hirshleifer, & Welch, 1992),個人藉由觀察學習前人行爲,進而改變自己行爲,但此觀察學習不帶有任何資訊,僅一味從眾,所以只要有少量訊息進入,瀑流就會碎裂重組,類似前述所言「昨日一哄而上,今日一哄而散」的現象。

在傳播學上,所關心的「從眾行為」是宣傳效果, Lee與Lee夫婦(1939)提出七種宣傳手法,其中之一的「樂隊花車法」,就是針對一般「從眾」心理做為訴求,源自一種社會心理狀態、一種邏輯謬誤,有「害怕」之意,閱聽眾害怕被孤立,經常不做任何思考就以大眾訴求為自我選擇,因而向大眾靠攏的過程。

「樂隊花車法」,為Band Wagon的直譯,意指花車大遊行中搭載樂隊的花車,民眾只要跳上這台花車,就可以不用走路、輕鬆享受遊行中的音樂,「jumping on the bandwagon」意指進入主流,宣傳者常用此方法,營造一種「加入我們,否則就是與我們作對!」的氣氛,要求閱聽人接受似乎大多數人已經接受的意見,常見於選戰宣傳,候選人在表達自身意念時,會冠上「普世價值」,尋求選民認同,而選民在投票時,則會投給民調(媒體)聲稱當選機率較高,而非自身喜愛之候選人,也就是「西瓜偎大邊」,希望與勝利之人站在同一陣線的意思(維基百科, n.d.)。

綜上所述,「從眾行為」研究大多運用在社會心理學、行銷學以及傳播學等,研究對象則為一般大眾與經營者,研究結果發現,兩者都會在壓力與利益拉扯下,最後趨於一致;那麼,從早期扮演第四權監督角色,到至今處於市場導向的中介對象-記者,是否也會有一窩蜂的行為發生?其實早在1970年代, Crouse(1972)就已經提出「一窩蜂式新聞學」,栩栩如生的刻畫了新聞場域記者在採訪報導過程中,如何與消息來源、同業互動後,造成「一窩蜂」的跟進現象。

二、一窩蜂式新聞學 (Pack Journalism)

Crouse在1970年代，只是一個初出茅廬的新鮮人，他佯裝什麼都不懂的樣子，混進了總統候選人（尼克森、麥高文）的採訪車上，為的是要觀察政治記者在採訪時的各種面貌，不久，出了書，名為《公車仔》（The boys on the bus），揭發了記者們在採訪過程中「一窩蜂」的群眾心理。

首先，記者搭上某候選人的採訪車後，就會不知不覺的偏向採訪對象，介入選舉過程，無法做一個公正客觀的報導者，甚且，一群特定記者，將會被組織指派去跟著特定候選人好一段時間，就像是「一群獵犬（指記者）猛攻一隻狐狸（指候選人）」（a pack of hounds sicked on a fox.）（Crouse, 1972: 7）；其二，這些記者們，無法獨立採訪，總是會跟著大報（或大記者）的報導，依樣畫葫蘆，就算記者不從眾，挖到獨家回報公司，新聞決策者第一句話問的卻是：「某某大報有登嗎？」，抱著「但求不漏，不求獨家」（李金銓，1981: 223）的心理；其三，記者間存在著「類階級制度」，位居新聞圈頂端的知名大報記者會群聚一起，對處在下端的小報記者下達命令，使之一窩蜂跟隨，所有記者都被特定候選人餵養著相同的每日施捨物（daily handout），甚至是報導候選人三餐吃了什麼、說了什麼、跟哪些人握了手，等貧瘠式的新聞（poor reports），久而久之，他們會相信相同的謠言、描述相同的理論、撰寫相同的故事，全國大小城鎮的報紙到最後趨向同一單調（Crouse, 1972: 7-10）。

Crouse將上述新聞報導方式，定義為「一窩蜂式新聞學」（pack journalism），也可稱作「群聚新聞學」（herd journalism）或「機身新聞學」（fuselage journalism）是貶抑的詞彙，指記者在採訪現場時，時常處在惡名昭彰的氣氛下；而採訪時，則像一群餓昏了的野獸，或者是「流動搶劫的暴民」，而非美國憲法第一修正案所賦予的獨立自主的觀察者。

綜上所述，可將「一窩式新聞學」的定義為：「不同單位、不同媒體的記者，心中的意識型態、採訪的過程、報導出來的內容，將會漸趨一致」。

而近幾年來，也有相關的研究，Frank（2003）研究發現，並非所有記者都會呈現「一窩蜂」的狀態-去挖掘別人的隱私、過度報導事件，一般而言，他們是有同情心與感受力的，許多記者是相當鄙棄並譴責一窩蜂採訪新聞的記者，但，這種情況只存在於當他們獨自一人去採訪新聞時；一旦同一個採訪地點有大量記者存在時，他們就會有著「一窩蜂」的情境，猛攻受訪者，或喪失感受力與新聞客觀性。

日本的情況則略微不同，Sherman（1990）以「記者俱樂部」為例，研究日本記者一窩蜂的模式發現，在日本跑新聞的記者，都需要加入此組織，才能允許進入各個記者會、聽證會進行採訪；由於「記者俱樂部」長期受政府官員贊助，

因此它也理所當然成爲了「藝妓」的角色，也就是說，每次採訪，記者會視自己爲此事件的參與者而非觀察者，類似政府組織的地下公關，對報導對象（政府官員、公司行號主管）隱惡揚善。

在台灣，並無專門研究「一窩蜂」新聞產製的相關論文，但是有從「地方記者聯誼會」、「地方新聞產製內容驅同」與「同業互動、競合關係」等觀點切入的研究。林志廉（2004）以臺中市各路線新聞記者聯誼會爲研究場域，探討記者聯誼會的供能，其中談到聯誼會與消息來源的互動關係模式，可以區分爲「對立」與「合作」，甚至「同化」，研究也發現消息來源會主動提供資訊給記者聯誼會，培養出許多「記者公務員」，此外，也使得新爲內容過於統一化，記者喪失自主權。

此外，顏章聖（2003）以Shoemaker與Reese的新聞產製階層模式爲主要架構，研究全台各縣市的地方基層單機記者發現，在電視公司內部對地方新聞政策不明、對地方記者的專業訓練不足，與外部的市場導向新聞學，過度重視收視率、聳動畫面下，導致地方新聞品質低落，不僅新聞的雷同率極高，新聞多樣性也偏低。

詹益錦（2006）觀察彰化縣駐地記者的人際互動關係，探討台灣電視新聞台數量之多，爲何內容並無朝向多元化、多樣化呈現，爲何每台都大打獨家情況下，卻依然遭批評各台新聞內容過於同質化。研究發現，記者間的互動關係，也是可以分爲「合作」、「對立」與「同化」，此研究特別指出，合作下的採訪策略包括互相代班、資源共享、降低獨家新聞殺傷力及新聞統一化。

施伯燁（2005）的研究也是以「記者同業的關係」爲主軸，並將重心放在「競合關係」，解構電視新聞產製過程中非理性的競爭行爲、無意義的競爭目的，以及品質不佳的競爭結果，研究指出國內的電視新聞產業處在一個近乎「完全競爭」的市場之中，理性分析已經無法解釋失衡的供需關係，只有透過「收視率」調查機制來提供一個「相對客觀」的參考依據。但這參考依據卻反過來制約了參與者。

上述研究，都點出了新聞內容驅同與記者一窩蜂新聞產製的部分因素，或從消息來源、或從同業、或從新聞產製、或從產製結果端，不過尙未有研究，對此現象作一個全盤的完整討論，本研究希冀能以先見研究爲基礎，藉由田野調查、其他相關理論，補足「一窩蜂新聞產製」的完整性。

三、「一窩蜂」視爲「機械化模式」

此外，一個類似「一窩蜂式新聞學」的論點，即爲存在主義者所拒斥的「機械化模式」（*robopathic pattern*），存在主義新聞學強調，個人總是會有「邁向秩序的意志」，新聞應該抗拒「順服於集體路線」，過度的秩序化，僅會將個體

轉變為「自動化的機械系統，窒息了創造精神，扼殺自由發展的可能性」(Merrill, 1996/周金福譯, 2003: 9-10)。

然而，當今記者，都困在迷亂 (anomie) 狀態，也就是精神貧瘠、焦慮、不安狀態，時常懷疑自我判斷之對錯。爲了要逃脫這種痛苦，記者們開始加入團體或組織，相信大眾集體活動，才可以驅走不安全感，回到安逸生活，漸漸的個體將會走向去個人化，受到組織轉換爲無意識的機器，生產著毫無生氣的新聞內容。

久而久之，記者採訪報導，成爲例行公事，單調、枯燥乏味，如同哲學家卡繆筆下的薛西佛斯 (Sisyphus) 日復一日的將一成不變的新聞內容這塊巨石，推向報紙或電視版面，再任其從山上滾下來，但記者卻無意識到這一點，因爲記者已經變成機械人，無法思考這種荒謬的生活。

「機械論」將記者視爲無意識的個體，可與「循環熵」(entropy) 的理論相呼應，「循環熵」的概念源自於物理熱力學的第二定律，認爲所有系統吸收的熱量正走向流失、溶解與能量的耗盡。Merrill (1996 / 周金福譯, 2003) 引用此概念，提出攸關新聞場域的「循環熵假設」(the cyclic-Entropic Hypothesis)：

「在穩定、缺乏動能的一致性階段，媒體系統或單一媒介的最初發展都很緩慢，在動能漸增的多元時期，能量慢慢的累積，變得較和緩，動力趨弱，較爲保守，成爲求穩定、沒有摩擦，趨向集體順服性的力量，使媒介或系統進入被動。或是死氣沈沈的苟延殘喘時期。」(Merrill, 1996 / 周金福譯, 2003: 74)

也就是說新聞界被視爲系統，這個系統將會耗盡能量，趨向被動、順服，殘留下來的物質是「一致性」，如此缺乏動力的集體主義的社會，扼殺的是個人自由主義，卻鞏固了家長式的權威主義。

因此，記者們也甘願放棄身爲獨立個人所擁有自由之身，拒絕爲自己的行爲負責，例如記者每天一大早的例行公事，就是打開報紙，監看各台電視新聞，尋找新聞線索，從未真正深入現場，進行調查；就算到了採訪現場，記者們也僅是一群烏合之眾，特別容易處在「煽動爲基礎的獨裁制度下」，隨他人起舞 (Merrill, 1996 / 周金福譯, 2003: 40)。

綜上所述，可歸納「一窩蜂」之定義，如下：個人在 (一) 資訊不明確、紊亂不安的採訪環境中，(二) 模仿跟隨他人 (如意見領袖)，(三) 並在過程中，迅速來去，(四) 結果導致，產品或行爲趨向一致，稱之。

第三節、電視新聞產製概況

「一窩蜂」的概念確立，將使筆者在整理參與觀察筆記，有了更清楚的指標。本研究在此節，將以「檢調攔阻王又曾夫婦」與「檢調起訴馬英九」這兩件新聞事件呈現新聞場域間的競爭合作關係，並作為後幾章節在分析「記者一窩蜂現象」的背景資料。

一、採訪現場概況-合作

事件：等待檢調押解王又曾夫婦回國

地點：桃園機場

時間：2007年2月2日



圖 3-2：記者與同業的互動狀況

* 記者與同業有大半時間都聚在一起閒聊或討論最進展

資料來源：本研究攝影

C台C6記者於2月2日下午1點45抵達桃園國際機場第二航廈，接獲長官指示要在2點整連線，C6記者先前在採訪車上已經大約瀏覽過今日各大報關於王又曾的消息，以及C台稍早前的新聞稿，不過，這些資訊，都無法讓她掌握王又曾為何在新加坡逗留，遲遲不願隨同檢調單位回國的來龍去脈。為了能夠在15分鐘內，勾勒出事件的進展，於是C6記者一進入機場大廳，與C台的SNG攝影記者打過招呼後，立即馬上尋找現場是否有熟識的同業，約三十秒過後，C6記者很熱情的向B台一位記者打招呼，並說：「快快快，我要連線了，剛來而已，快跟我說一下重點在哪裡。」向同業詢問事件的來龍去脈與最新進展，藉此可應付10分鐘後的連線。

在B台記者拿著手上的筆記告知C台C6記者重點時，各台記者一個接一個的圍過來，你一句我一語的幫C6記者做檢報，C6記者則是看著B台記者的筆記，快速抄寫。

5分鐘後，一位年代的記者也出現，並大喊：「我完全是個局外人，我要趕快來update一下」。

兩點整，C6記者拿起麥克風開始SNG連線：「是的，主播...目前最新情況....那麼.....以上是現場的最新情況，將鏡頭交還給主播」。C6記者連完線後，與B台C2資深記者閒話家常，過了五分鐘，D台M記者也走過來，拍了一下C6記者的肩膀說：「我們家看到你連，都是你啦，我得連了啦！」C6記者說：「靠，你

們D台很愛跟我們耶！」語畢，M記者離去連線。

D台M記者在連完線後，又走過來與B台C2資深記者閒聊，說：「X哥，¹¹下一啲該怎麼連，教一下啦！」C2資深記者笑而不答。

在等待三點整連線的空檔，B記者接到主管電話通知王又曾可能持有綠卡，因此在被遣返回美後，可能可以入境美國，請記者三點整連線時，加進這段內容。不過，在連線前三十秒，B台記者跑過來告知C6記者，確定無綠卡，C6記者印象中也記得王又曾無綠卡，因此在連線時未加入此段內容。然而，一連完線，C6記者就接到主管電話，內容如下（以下為C6記者向攝影記者抱怨內容）：

我（C6記者）說：「妳怎麼會這麼篤定」，她（主管）說：「某君（另一個高階主管）說的啊」，我說：「可是我問B台，B台他們長官也這樣講啊，我確定啊，他（王又曾）是沒有綠卡跟護照」，她說：「妳怎麼可以確定？」我說：「根據我每天的剪報，我沒有發現有任何一篇有說，而且壹周刊曾經寫過，王金世英有申請到，可是王又曾放棄了，所以他沒有，我有看到這句話喔！」然後她就說：「可是妳要有證明啊」，我說：「我的證明就是剪報啊！」。她說：「妳要想辦法說服我啊」，我就說：「XXX（直呼主管名），我要怎麼說服你，妳有沒有剪報，妳有沒有在看報紙啊，我跟妳講我的消息來源就只有這樣啦...」（受訪者C6）



圖 3-3：所有媒體記者包圍乘客
資料來源：本研究攝影

下午四點多，各家媒體主管都已經確定王又曾將被遣返美國，因此指派記者，希望記者能採訪到「爲了等待王又曾上飛機，而延誤三小時的同班機乘客之不滿情緒」，並且詢問是否有乘客瞭解此事件。現場各家記者一陣討論後，歸納了三個可以詢問返台乘客的問題：「1.知不知道飛機爲什麼延遲起飛？2.有沒有看到王又曾？3.有沒有用手機拍到王又曾？」所有記者都守在出關處，一有乘客走出來，記者們立即將麥克風伸至乘客面前，詢問以上三個問題，若乘客停下腳步，若有所思，所有記者圍的更近了，試圖捕捉乘客反應鏡頭與聲音（Sound Bite）。¹²

下午六點多，原本要押解王又曾返回台灣的班機旅客都已離開，許多台記者收到長官撤線指示（離開現場），不過此時東森記者仍在連線，C6台記者準備離去時卻猶疑了一下，觀望現場，並且對筆者說：「還是要瞭解一下敵情（指他台）在做什麼！」

¹¹ 爲保護受訪者，以X代替本名。

¹² Sound Bite：新聞帶中除了記者過音外，中間穿插民眾受訪問的聲音，稱之。

二、 還原新聞室內記者間之對話-合作

<p>事件：記者們的早晨生活 地點：C 台新聞辦公室 時間：2007 年 2 月 6 日 人物：以 C 台年資三年多的 A 記者為例</p>	
8:20	A 記者到達辦公室，邊吃早餐，邊翻著手中的報紙。
8:37	A 記者電話響起，同業打來，兩人討論今日跑什麼新聞、準備報什麼線索，給主管，電話掛斷前，說：「那就一起報這個吧！」
8:45	msn 響起，A 記者開啓 MSN 視窗，同業詢問：「結果你要去哪裡？你要報哪一條？」
8:50	A 記者電話響起，同業打來，A 記者說：「你們長官不要這一條哦？」
8:57	A 記者問坐在右邊的同事 B 記者，詢問：「你要去哪啊？」（跑什麼新聞）
8:58	A 記者回到座位上，繼續敲 MSN。
9:00	A 記者電話響起，同業打來，A 記者說：「那兩個人又不有名，我現在還沒問到有人要去...」（戎祥大麻案，A 記者詢問是否有線上記者要跑這條新聞）
9:02	A 記者詢問主管：「要做北所（台北看守所）的一天嗎？他們兩個又不有名哦！」
9:03	A 記者接獲主管下令跑王家財產查封（王又曾力霸案）新聞，而這條新聞線索是從蘋果日報找到的，A 記者於是拿著蘋果日報，與 C6 同事討論如何找到報上的消息來源。
9:04	C6 同事向 A 記者抱怨：「我就不懂耶！這（新聞）有什麼好做的？」
9:05	A 記者手機響起，說「早安，要去哪啊？」；「我們家根本不要我去做那個」，對話中，將原先找到的線索報給同業。
9:07	A 記者打電話給同業，說「有人（線上其他記者）要做王家財產查封這條新聞嗎？」「好無聊喔！」「唉！好煩！」
9:08	A 記者與 B、C6 同事討論力霸案案情進展，同事建議 A 記者新聞方向，「王令麟是否真的被假扣押？」
9:12	A 記者翻開社會線同業的通訊錄，並打其中一人電話，問：「你有沒有做王家財產被扣押的新聞啊？」「唉唷，我想也是」（同業沒做這條新聞）
9:15	A 記者拿出平面媒體記者的名片，詢問案情進展。
9:16	其他同事幫忙詢問到線上（他台）有記者，要做這條新聞。
9:17	A 記者打電話給要做這條新聞的記者，並詢問是否已聯絡到相關人士。
9:18	C6 同事幫忙打電話給撰寫此篇新聞的蘋果日報記者，詢問相關訊息（王家遭扣押的房子地址..etc），並以開玩笑口吻對蘋果日報記者說：「您已經曝光了，我得跟上您的腳步啊！」（意指也得跟著報這條新聞）

9:21	電話響起，同業打來給 A 記者確認要跑哪則新聞，A 記者說：「我們家不要啊，我得跑力霸...」
9:23	C6 同事與 A 記者討論力霸案情。
9:27	同業打來問，王又曾被扣押的房子地址。
9:31	電話響起，同業打來詢問今日跑什麼。A 記者：「我不是跟你們家某君 ¹³ 講過了，我要去做財產查封，嗯，好辦辦！」
9:32	A 記者，坐在電腦前，看著蘋果日報新聞稿，敲打鍵盤，發 CG 圖。 ¹⁴
9:34	電話響起，同業打來，A 記者說：「我問到（地址）了，在忠孝東路四段某號某樓……，你現在要過去嗎？還是等一下？」
9:36	C6 同事問 A 記者：「你怎麼不出門啊？」A 記者：「要走啦！」 約九點四十分離開新聞室。
10:15	抵達採訪現場，非凡記者已經就緒，中視、中天記者陸續趕到。中視代班記者與社會線記者不熟，因此在現場詢問事件狀況時，態度特別恭敬有禮。D 台記者見到 C 台 A 記者，兩人閒聊： A 記者：「剛你們家某君打電話給我，跟我要地址，我說如果是不認識的跑這條，我就不想給。」 D 台記者：「是我啦！」 A 記者：「早知道是你，就不用講這麼多啦！」
11:00	A 記者回到新聞室，撰寫稿子。
11:25	A 記者剪接室過音。

三、採訪現場概況-競爭

事件：馬英九遭起訴

地點：司法大廈

時間：2007 年 2 月 13 日

2月13日正午，主跑馬英九特別費案的C台文字D記者顯得特別忐忑不安，因為她知道今天檢調單位，將會公布是否起訴馬英九。中午12點15分，處理完早上的稿子之後，便與攝影C12記者，搭採訪車前往台北地方法院。路途中，D記者接到聯合晚報資深E記者的來電，D記者：「嗯，好，我知道了」，掛上電話，對攝影C12記者說：「中獎了！」D記者立刻回撥公司，告知主管可打快訊，馬英九已經確定被起訴。另外，D記者也撥電話給SNG記者，通知他們將SNG車開到司法大廈（而非地方法院），準備連線前器材架設。而這時，採訪車也抵達了台北地方法院。

下車後，D記者對C12攝影記者說：「我們分開進行，避人耳目，你到法務

¹³ 為保護觀察對象，以某人代替。

¹⁴ CG 圖（computer graphic），電腦圖形圖像。

部公關室等我，我先去找某某君（E平面記者）」。於是筆者與C12攝影記者離開台北地方法院。

法務部公關室，零星幾位線上記者坐在公關室外頭，一見到C12攝影記者到來，便告知，政治組那邊記者說，馬英九遭起訴了。C12攝影：「哦？是哦！」5分鐘過後，B台記者接到B台主管電話，告知他說C台已經播出快訊，馬英九確定遭起訴，並請記者到司法大廈準備連線。此時C12攝影也接到D記者的來電，請他盡快前往司法大廈。

司法大廈，也有零星幾位線上記者在場，等待各家的SNG車到來，而此時D記者與SNG記者已經準備好，開始連線。5分鐘過後，各家記者陸續出現。紛紛詢問D記者案情發展，藉以構思連線稿內容。

此外，D記者連完線後，立即接到平面E記者，透露更多起訴內容，包括哪些相關人士遭起訴，起訴理由等。在往後每15分鐘的連線過程中，D記者與平面E記者電話來往不斷。D記者在每次連線過程中，都會增加平面E記者所告知的新訊息。

而C12攝影記者，則是趁D記者在連線時，至襄閱主任檢察官室索取起訴書完整內容，不過，襄閱主任則推託起訴書內容已經送到影印室正在列印，不在身邊，這時，中國時報的F記者也出現了，與C12攝影記者一同跟襄閱主任討起訴書，在你來我往的交涉過程中，C12攝影記者終於拿到起訴書。爲了避開他台記者，還特地請筆者送起訴書給D記者，而筆者在將起訴書送至司法大廈的途中，遇見東森記者，也匆忙的飛奔至襄閱檢查室，此時時間是下午3點15分。

D記者與同事C6一拿到起訴書，立即躲到採訪車裡，快速閱讀，並畫重點，下午3點30分，D記者又再度連線，將整份起訴書內容，透過SNG鏡頭，傳送給全國觀眾閱覽；下午3點35分，其他台記者陸續出現連線，連線內容同樣也是帶觀眾瀏覽起訴書。



圖 3-4：台北地檢署召開馬英九起訴記者會

資料來源：本研究攝影

下午3點45分，所有人都進入司法大廈，等待下午4點，台北地檢署召開記者會，現場大約有24支攝影機腳架，其他文字則是在桌子前研讀起訴書內容。

四、小結

藉由以上三件事件的描述，可以讓本研究大致掌握新聞產製過程中的幾項重要元素。第一，記者與線上同業間的聯繫之密切，可從A記者一大早進辦公室後，與同業利用電話、MSN的頻繁往來發現；除此之外，相關單位在桃園機場攔阻王又曾夫婦的事件中，也發現同業間在連線時間的壓力與資訊不明確的情況下，是會聚在一塊，你一言我一語拼湊新聞內容，合作相當密切，甚至將其他新聞機構的報導、線上同業當作第二消息來源，視為查證管道。不過，在重大議題事件時，各家媒體就不如平常跑通稿時的互通有無，而是處於一個相互競爭、分秒必爭的狀態，如馬英九起訴當天的情況。

第二，速度的競逐、時間的制約，D記者在第一次連完線後，就可以向同業透露案情進展，這時同業關係轉為互相分享，因為，D記者已經先馳得點了。

第三，電子媒體對於平面媒體的依賴，像是C台D記者與聯合晚報E記者的訊息流通，從中發現，E記者扮演的是資訊提供者，不過，D記者在連線時所釋放的訊息，也必須拿捏得當，要比電子同業多一些，但卻不能全盤拖出，否則會打到E記者（晚報），這也是為什麼E記者不斷的與D記者通電話，一點一點的釋放消息給D記者。

從這節的參與觀察資料，讓我們初步瞭解新聞產製模式，接下來章節，將這些現象層次的呈現，提升至理論層次，探究源由、深層解釋，將分為三部分呈現：（一）探索「一窩蜂現象」的來龍去脈，從微觀到鉅觀將影響新聞內容因素，做一個完整討論，共分五層次，但各個層次間並非完全互斥或對立關係，仍會有互相交疊的情況在，本研究盡量區分為以下：

1. 傳播者個人層次，包括個人特質、角色期望、價值觀與工作型態；
2. 傳播常規層次，包括採訪路線、時間壓力與報導方式等傳播者重複出現的工作模式；
3. 跨新聞組織層次，新聞系統特徵、媒介特質、新聞組織間的互動與競爭合作；
4. 媒體外層次，消息來源、閱聽人、廣告主、政府等會對新聞產製造成影響之單位；
5. 社會文化層次，包括文化、意識型態。

（二）理論化「一窩蜂現象」之運作過程，援引Bourdieu的新聞場域理論，企圖超越主體／客體、行動／結構與鉅觀／微觀之二元對立，求取化解，使之能見樹又見林。此外，輔以Giddens的結構行動論，試圖建構起，記者在行動時的內在心理動機之程序。

（三）綜理前述，歸納「一窩蜂」的利弊得失，並建構記者「迂迴抵抗」策略，尋求行使空間，探索行使方式。