

第一章、緒論

第一節 研究背景

2006年5月7日一群年輕人闖入員林鎮一家 KTY 店內砸店打人，警察據報後趕至現場，但卻只能袖手旁觀。該案經各大新聞媒體一連數日的不斷報導之後，警政署長認為已嚴重影響人民對警察執行公權力的信心(聯合報，2006.5.9:A8；蘋果日報，2006.5.9:A2)。彰化縣警察局隨後發布撤換分局長並處分相關人員之訊息，這是警政負面新聞影響警察機關及社會上警察觀感的典型例子。而類此負面的警政新聞經常可以在媒體上發現，更是媒體熱衷的主題，對於警察機關內外之影響，誠足吾人加以重視。

眾所周知，警察的工作在社會中攸關每一個民眾的權益，傳播媒介對於警察的人、事、物報導內容，常成為社會新聞的重點，而有關警政的負面新聞更是媒體追逐的焦點(汪子錫，2004)。警政的負面新聞報導，是警察機關非常重視的輿情管道，前內政部長余政憲、蘇嘉全在位時開始迄今之警政領導人，每天早上第一件事即是召集相關單位舉行輿情早報，並針對各項警察負面新聞研擬解決之道。梁國輝(2005)曾指出時任內政部長蘇嘉全要求各警察機關應加強媒體公關，成立新聞處理應變中心，做好危機溝通，全力降低危機事件所帶來的傷害。比如派員全天監看媒體，若對機關或同仁有不正確之報導，應及時處理要求更正。為了達到內政部的要求，警政署(2004)即已開始要求各縣市警察機關公關部門，每日首要處理的要務，就是提供警政負面新聞的詳細資料，並撰寫 Q&A 以供警政主管確實掌控輿情，評估如何應對以及改善之道。從 2005 年迄今，在每次定期舉行的全國性警政首長會報中，警政署更將當月份國內各重大媒介報導過的警政新聞，彙整成案例教育篇，提供各警政機關處理重大輿情的參考(警政署 2006)。警政機關領導人顯然認為媒體的報導，如果沒有妥適因應

的話，勢必影響民眾對警察的觀感，同時也會影響內部的工作效能。職是以觀，媒體對於警政的負面新聞報導，實已影響了整體警政體系的運作。

二十一世紀的今天，台灣的媒體發展，成為影響視聽的重要消息來源。財團法人國策研究院基金會於 2006 年 4 月 1 日發布一項與警察有關的民調顯示，近 8 成的受訪民眾是從報紙、電視等大眾媒介得知治安好壞的消息（蘋果 2006.4.2:A4）。是以，不管公私部門都必須正視媒體報導所可能造成的影響。媒體以第四權自居，是民主國家發展過程中的重要發聲管道，台灣電視新聞頻道計有 11 台（包括台視、中視、華視、民視、TVBS-N、中天、東森、三立、年代、八大、非凡），連同各類不同型態的平面媒體，形成一股型塑輿論的強大力量，對於警政體系的影響自不能等閒視之。

王淑慧（2003）曾針對台北市 770 位市民進行警察形象的調查，發現一般民眾對於警察的行為形象，尤其是風紀形象，呈現最為負面的評價，而且再度證實民眾對警察形象認知的主要來源為報紙、電視等媒介。由此可知，媒介對於警政負面新聞的報導，實質上已影響了一般民眾的認知。蘋果日報 2006 年 1 月 5 日在 A3 版刊登「謝銀黨拿高額獎金挨批」訊息，一則有關「獵龍專案」中緝捕張錫銘犯罪集團破案獎金，揭露獎金分配顯然不公平的報導。警政署認為此不實之負面新聞已影響警察內部團結形象，更嚴重打擊警政署長的名譽，因此要求蘋果日報更正，否則將提出不實報導之訴訟，後來蘋果日報 1 月 13 日在 A4 版終於刊出了「向警政署長道歉」啓事。但對警察已造成難以抹滅的傷害，很多人已印象深刻地接收到警察首長行為偏頗的訊息；即便有更正或道歉的報導，其相對的正面效果，經常難以比擬。顯然地，警政機關認為不能漠視警政負面新聞的影響，因為警政機關認為媒介的負面新聞必然對一般警察及社會大眾產生不良的影響。

所謂負面新聞指的是經由大眾傳播媒介所散播的負面訊息，Sherrell 與 Reindenbach(1986) 曾將負面訊息報導定義為：「一種潛在的損害性資訊，此資訊是藉由一種沒有付費的管道，來提出有關公司產品、服務的負面訊息」。有關警察負面新聞就警政署（2001）訂頒的風紀教育手冊中指出，期望全體警察人員要做到以下的要求。第一部分為工作風紀，包括不枉法、不怠惰、不爭功諉過、不拒受報案、不匿報謊報等四項要求；第二部分為生活風紀，包括不參加不合法活動、不接受不當宴請、不發生不正當感情或交往關係、不酗酒、不酒後滋事等四項要求；第三部分為品操風紀，包括不貪財、不匿控、不鑽營、不參與賭博財物、不結黨、結拜營私、不參插不法行業暗股、不得任由眷屬參預公務、招搖牟利、不與流氓幫派、色情、賭場、私梟、賭（吸）毒分子及其他不法者掛鉤等八項要求，上開三個部分合計 16 項的風紀要求，站在傳播的角度而言，都是偏向所謂的負面訊息傳播。而如就警政署紀律要求觀點而論，可以發現只要媒介針對警察人員涉及或違反上開規定者之訊息報導，即可歸類為本研究之所謂的警政負面新聞。本研究並將從「第三人效果認知假設」之理論切入，探討警政負面新聞的影響。

第二節 研究動機與目的

一、動機

自從 Davison(1983) 發表第三人效果的傳播研究以後，獲得了傳播學術界的重視，有關於這一方面的學術資料不斷地證明第三人的傳播效果確實

存在。Mcchesney(2004) 研究美國右翼的保守派對於自由媒體的批評時，不斷宣導媒體記者較偏向自由派思潮，媒體記者為了害怕被人認為真的是偏向自由派，因此，乃小心翼翼地處理新聞，反而讓新聞的報導有利於保守派的看法，這種對一種偏見的不斷宣揚後，事實上已經產生了第一人和第三人的效果。其實在週遭的生活經驗中，亦不斷有類似的看法出現。同樣地，2004 年的 319 總統槍擊案發生迄今，很多人不斷探討槍擊事件在認知上的影響，許多民眾至今仍然認為連戰陣營是敗在 2 顆子彈上，因為他們認為媒介對於該事件的報導，已明顯產生了所謂的第三人效果（許淑華，2004）。

就警察工作特性而言，警察風紀向來是警政機關重視的課題，警政負面新聞發生後所引發的各種後續效應，誠值吾人加以重視。因為，一旦發生違反警風紀的訊息時，即刻成為媒體追逐焦點。警政署長侯友宜（2006）指出，警察風紀案件不斷地發生，警察形象也就一再地遭受損害。我們都知道，警察機關破獲無數刑案，一般都以小號文字刊登在報紙媒體的社會版；但警察風紀出了問題，卻都以斗大文字佔據了新聞的頭版。李金田（2004）曾以服務於台北市警察局的警察人員為研究對象，從所抽取的 850 名受訪者中調查發現，超過 6 成的人認為民眾對警察印象的主要來源是透過媒體報導得知。例如發生於 1996 年曾經震驚全國的周人蔘電動玩具貪瀆案，受到牽連的人數眾多，對於警察的負面影響，至今餘波蕩漾（聯合晚報，1996.6.21:1）。

當年本案使整個台北市警察局中山分局，從分局長以下有許多人紛紛涉入，一般人都相信負面訊息不僅會引起社會上對警察的負面評價，同時也會對警察團體內部造成衝擊。事實上，如果從媒介傳播的角度言，負面訊息的競逐本是媒體的生態。而當年這則負面警政訊息經過媒介報導後，入選當年度的十大新聞，大部分的人認為已嚴重影響警察的社會觀感，各

方的壓力乃接踵而至。周人蔘弊案發展到最後，迫使當時的警政署長顏世錫引咎辭職（聯合晚報，1996.6.11:1）。繼任署長的姚高橋為扭轉警察形象，隨即推出「維新專案」，針對警察風紀痛下針砭（聯合報，1996.12.9:5）。由此可見，媒介警政負面訊息的報導，確實會影響警察團體內部的運作。從周人蔘弊案發生迄今，一有違反警風紀的負面新聞出現，大部分的人已刻板化的傾向認為，警政負面訊息經媒介的大幅渲染後，必然帶來嚴重的負面影響。就媒介訊息傳播而言，這中間所隱含的意義，誠值得吾人從第三人效果之理論假設加以探究

第三人效果的存在已是不爭的事實，根據 Davison(1983) 的研究，所謂第三人效果的假說，指的是一般人均高估媒體報導對於他人態度及行為面的影響。也就是說，這些報導的訊息對於他人的影響，會大於對自己所造成的影響。之後，Gunther 與 Thorson(1992) 曾指出如果涉及自己本身情感時，則可能產生第一人效果。當然就警界過去的周人蔘案及最近發生的數起重大警政負面新聞事件：台北縣永和分局蔡姓分局長等人涉及包庇賭博案（聯合報，2006.7.11:A8）、國道公路警察局張姓隊員酒後開巡邏車肇事致人於死事件（聯合報，2006.10.30:A8）、刑事警察局葉姓秘書妨害自由案（聯合報，2006.11.16:A8；蘋果日報，2006.11.16:A6），從上開各案相關負面新聞之處理模式來看，除了認為對他人造成影響外（第三人效果），同時也對自己造成了顯著性的影響（第一人效果）。

尤有甚者，每次警政負新聞出現後，警政機關在針對該項負面報導之後續反應方面，往往採取諸多所謂「亡羊補牢」的措施。內政部長李逸洋（2006）認為警政負面新聞的不斷出現，為了導正視聽，提出所謂的「靖紀專案」，要求全國警察單位比照重大刑案作法，查察違法亂紀之警察。警政機關之所以採取這些嚴厲措施，無非認為警政負面新聞已對社會民眾產

生負面影響；但是從過去的諸多經驗顯示，對於其真正的問題根源有否幫助，等到事過境遷或人事變動後，又故態復萌，重蹈覆轍的歷史不斷重演。最後的演變則是，只見為政者對策不斷提出，但是問題卻仍然不定時出現。因此，吾人不禁好奇於警政機關針對警政負面新聞所採取的諸多對應措施，及警察人員本身對於警政負面新聞抱持之認知及態度等看法。希望能藉由本項研究，進一步探究警政負面新聞的影響，並以過去學者第三人效果理論的假設加以驗證。

二、目的

本文有關警政負面新聞第三人效果之研究，總共有五個目的，分別說明如下：負面新聞的報導，國內外偶也將之歸屬於所謂的羶色腥的聳動新聞報導，張作錦(1997)將它定義為聳動的、賣弄的和商業取向的。Grabe(1996)認為嗜血的操作和商業化有關係，為博得閱聽人的喜好。張依雯(1999)研究發現，國內的新聞台選擇以社會新聞為走向，收視策略的確收效。警政負面的新聞乃成為社會新聞熱愛的取材內容，自然可以理解。關於警察人、事、物的負面報導，媒體居於收視率的取向，成為最愛操作的議題。羅文輝(2000)媒介的負面內容的負面程度會影響第三人的效果認知，他以電視色情節目、電視暴力影片、電視靈異節目三者為負面內容的代表，結果發現媒介內容的負面程度愈高，所造成的第一人和第三人效果認知差距愈大。從警政負面新聞之定義推論，**本研究第一個目的**將以不利於警察的負面內容報導為主，探討警政負面新聞是否存在所謂的第三人效果認知。

第三人效果的影響因素眾多，也成為學者實證上的研究興趣，Davison(1983)指出個人對於訊息主題涉入程度(issue-involvement)的深淺，將會導致強弱不同的第三人效果。其後，國內外有多位學者陸續投入涉入感和第三人效果關係的研究(Innes & Zeitz, 1988; Perloff, 1989;

Rucinski & Salmon, 1990；胡幼偉，1997；羅文輝，2000)。舉 Perloff(1989) 研究為例，他發現當人們對媒介所討論的某項議題有強烈的預存立場時，即使媒介訊息相當中立，自我涉入感強烈的人，也可能會認為媒介訊息有所偏差，而對訊息產生負面態度。**本研究的第二個目的**乃希望探究警察人員對於警政新聞議題的涉入程度，並進一步驗證和第三人效果之間的相關性。

另外，有關「第三人」的界定方式，也會影響第三人效果的強度，從相關學者的研究中發現，第三人效果的認知強度，會隨著受眾與第三人社會距離(social distance) 的由近而遠逐漸加強 (Cohen et al., 1988; Gunther, 1991)。**本研究的第三個目的**乃藉由警察人員的調查，檢驗警察人員認為一般警察和一般民眾，是否同樣因為與受訪者的第三人由近而遠擴張時，第三人效果的認知也隨之受到影響。

同時，警察人員的職業認同和第三人效果之間是否存在關係，過去並未有這方面的研究，然而，已有部分的研究證實，媒介對於一件事物的負面新聞報導確實會影響到個人對於該件事物的價值認同，Perloff(1989) 曾以自我的情感涉入程度(ego-involvement) 深淺，驗證對於所謂媒介負面訊息的認知，證明對於該團體的情感越深，則越偏向該團體，同時也會認為對於其他人的影響較大，而產生第三人的效果。本研究將試圖探究警察所謂的職業認同，並進一步檢驗是否產生第三人效果的認知，**此乃本研究的第四個目的**。

最後，Davison(1983) 研究提出，第三人效果不僅會影響個人的認知，也會對行為層面產生影響，因為人們會假設別人比自己更容易受到負面訊息的影響，因而支持限制和控制負面內容的傳播。因此，**本研究的第五個目的**亦將進一步探究警政負面新聞對於警察人員行為面的影響，及是否因

為負面新聞的第三人效果，讓警察人員更加支持警政機關採取進一步的媒介限制行爲，以避免不實、誇大或扭曲的警察負面新聞之出現及傷害到警察的外在形象。

