

社群參與下的記者會傳播情境： 記者專業實踐的困境與因應策略^{*}

陳秀鳳

世新大學新聞學系助理教授級專業技術人員

劉蕙苓^{**}

臺北藝術大學藝術行政與管理研究所教授

摘要

數位時代社群平臺直播伴隨網友的即時評論，不但縮短消息來源與閱聽人的距離，也改變記者與消息來源的互動形式。研究以 Goffman 之戲劇理論和 Foucault 的圓形監獄全景敞視權力與規訓概念，來檢視 2020 年疫情指揮中心直播記者會的傳播情境。以深度訪談法研究後發現，直播傳播情境具記者、網友、消息來源三方權力競逐的特質，記者會的前臺以各式道具凸顯政府防疫成果，記者成為被觀看的對象，提出尖銳問題則易被網友攻擊或「出征」，使記者產生被規訓的節制行為，採取消極避禍策略；在後臺則出現外人侵入記者與官員互動的封閉對話群組，兩造的對話被擴散至社群媒體，使記者承受網路騷擾的壓力。處於前臺與後臺雙重壓力的記者，仍在困境中以不同策略實踐媒體問責。

關鍵字：直播記者會、專業實踐、新冠肺炎、新聞記者、網路騷擾

* 作者感謝兩位匿名評審給予寶貴意見。

** 通訊作者，E-mail: anniectv@yahoo.com.tw

投稿日期：2023 年 01 月 08 日；接受日期：2023 年 11 月 20 日

壹、前言

社群媒體為傳播生態帶來巨大衝擊，低廉、方便、速度快、無時空限制、近用性高等特性，讓人人都可以是發聲者也是接收者；「網友說」的影響力自 Web 2.0 時代起，一直備受關注，因為閱聽大眾可以不靠媒體獨立發表意見與評論，被大眾接收，進而產生公共意見的表達與討論，因此，有不少研究者樂觀地認為，這種有別於媒體「第四權」的傳播，可稱之為「第五權」（fifth estate）（Dutton, 2009）。

「網友」的影響力不只有其社會意義，新聞場域更開啟了和傳統運作不同的實作常規。因此，相關研究成為近十年來的熱門主題。首先，網民在重大新聞事件中，即時上傳第一手資訊，且被組織的新聞室納入素材，這種協作的方式，被 Robinson（2009）宣稱，此乃網民與主流媒體共創的新傳播革命（communication revolution）。發展至今，查閱或使用閱聽大眾在社群媒體上的文字與照片，已成為新聞產製必然的常規；為了新聞採訪的需要，記者們大量使用社群媒體，將其視為必備的「新工具」（new tool）（劉慧雯，2014；劉蕙苓，2014；Hedman & Djerf-Pierre, 2013; Lee, 2015; Lischka, 2021）。其次，為了擴大市場，媒體開始經營社群網站，利用小編來增加與閱聽人的互動，甚而鼓勵網友參與相關新聞的討論（Rowe, 2015; van Dijck & Poell, 2013）。

自從社群媒體納入新聞產製之後，記者對它們的評價呈現兩極，一方面認為它們可以提升工作效率，但也十分擔憂對於新聞專業品質的威脅（劉蕙苓，2022）。因為當個人在社群媒體的發言獲得網友共鳴或引起熱烈討論，可能讓自己的發言成為熱門議題或某種行動，透過社群平臺的擴散，帶給記者的影響可能是不得不「跟風」採納的壓力，有時可能是不得不受其影響的報導偏向（郭文平，2018；劉蕙苓，同上引）。

尤其，社群平臺直播（live streaming）興起，有些機構或政治人物紛紛開始嘗試在開記者會時，以此管道同步直接與民眾溝通。記者會進行時，除了記者與主辦方的一問一答之外，網友可以隨時進行即時評論，主辦方有時還會安排小編即時回應。新的新聞採訪生態隨之產生，即記者在採訪的同時也可能成為「網友」觀看和評論的對象；記者會中形成主辦方、記者與網友三方新的互動關係，這種有別於傳統的傳播形式有何特色？是個值得探索的問題。

使用社群媒體平臺直播最多的即是自 2020 年起，新冠肺炎 (COVID-19) 登臺後，臺灣衛生福利部所屬中央流行疫情指揮中心首度以 YouTube 平臺為每日記者會直播場域，並開放網友在聊天室留言。這個被喻為「世紀之疫」的疫情帶來的不確定、焦慮與恐慌，使人們對疫情相關資訊的需求大增，每場記者會隨疫情發展，少則數萬人、多則數十萬人同時上線觀看。根據魏均 (2020) 觀察，疫情記者會直播的敘事方式已形同實境秀，劇本製作主導在政府，記者從採訪者變成進入表演的人，官員和記者都變成被觀賞、被即時評論的對象。直播科技讓網友 (閱聽人) 從中介入，採訪者與受訪者的權力關係產生變化。

其中又以 2020 年 3 月 17 日《中國時報》記者提問質疑「政府是否因為控制篩檢量，營造沒有社區傳播『假象』？」引發網友集體抨擊、網搜與威脅，造成當事人情緒幾近崩潰最為嚴重，甚而引發不少媒體記者紛紛撰文批判 (邱宜君等人，2020 年 4 月 23 日；季節等人，2020 年 4 月 23 日)。

記者會是政府或機構對外溝通的正式管道，向來被視為具有公共性，當然，也由於主辦方的精心設計與企劃，多少有其表演的成份 (Scacco & Wiemer, 2019)。此外，記者會亦是記者與消息來源權力競逐的場域，藉此爭取議題設定的主導權 (Ekström & Eriksson, 2018)。然而，在新聞採訪的實作而言，記者會更具有社會學家 Goffman (1959) 所指出的「前臺」與「後臺」的不同場域，「前臺」的表演性質大，配合道具與劇本熱鬧演出；「後臺」則在觀眾看不到之處卻有更多消息來源與記者的私下互動。

在強調社群參與的新聞場域中，網友亦參與記者會發揮其「能動性」。正如 Hermida (2010) 所形容，這正是一個新聞無所不在的「瀰漫新聞」(ambient journalism)¹ 的傳播場域，社群媒體提供民眾更多元的參與平臺。在這個場域中，記者所面對的，已不單純是與官員的互動，更有來自網友的評論、情緒性言論的壓力；換言之，直播記者會實質上存在著官員、記者與觀看直播的網友三方的互動。這樣的傳播情境有何特性？對記者新聞採訪實作有何影響？記者在面對這種改變又有何因應策略？乃是本研究核心的關懷。因此，本研究目的為：

一、探討中央疫情指揮中心直播記者會的傳播情境特質。

1 Ambient journalism 中文有不同的譯法，如：氛圍新聞學、新聞無所不在，本文採郭文平 (2018) 譯為「瀰漫新聞」。

- 二、了解在直播記者會中官員、記者與網友互動的情形及其權力關係。
- 三、此直播採訪情境對記者實作的影響。

貳、文獻探討

一、新聞無所不在的傳播情境

社群媒體的使用成為當代新聞消費的重要管道，各式社群媒體如 Facebook、YouTube、Twitter、Instagram 等成為人們獲取新聞的管道，根據牛津大學路透新聞研究所（Reuters Institute for the Study of Journalism，簡稱 RISJ）2022 年的《數位新聞報告》（*Reuters Institute Digital News Report 2022*）指出，在眾多社群媒體中，Facebook 仍然是第一位的獲取新聞管道，YouTube 次之，成長最快的則是 Instagram；傳統媒體的新聞愈來愈須靠網路及社群媒體被消費者看見及閱讀（Newman et al., 2022）。社群媒體以即時與互動為最大特色，網友的參與（engagement）留言討論不可或缺，這使得新聞報導已非單純地記者寫完稿上架、或被播出就結束了，網友的留言評論似乎使新聞的「壽命」延長，成為持續更新不斷前進的形式（Saltzis, 2012），呈現液態新聞（liquid journalism）不固定、不斷變動的樣貌（Deuze, 2008; Widholm, 2016）。

社群的新聞傳播環境亦不再是記者成為唯一的主導新聞走向者。Hermida（2010）提出「瀰漫新聞」的概念，把社群媒體在傳播生態中的影響作了深入的詮釋。他認為經電腦中介的社群媒體開啟了一種廣泛、非同步（asynchronous）、輕量（lightweight）及永遠在線（always-on）的傳播系統，它創造了在新聞上新型態的互動，使民眾保持著一種新聞與事物永遠環繞他們的心智模式（mental model）。

Hermida（2010）進一步解釋，社群媒體成為一種知曉系統（awareness system），企圖幫助民眾建構並維持對於彼此活動、所處狀況的知曉，在此系統中新聞以簡短、快速甚而摘要的方式被報導、傳散與分享，它雖然處於永遠在線的狀況，每個人在其中卻有多重目的、多重角色。其中亦創造對話（conversation），發展共享文化，藉此建立或強化社會基礎（social bonds）。

不過，在 Hermida 的文章中，「瀰漫新聞」與「瀰漫媒介」（ambient media）並沒有清楚地區分，主因可能在於他認為傳統的新聞實作：收集資

訊及引述官方消息來源，在社群媒體時代已開始變化。這種以社群媒體為日常的環境，網民同樣提供資訊、分享消息，使新聞（資訊）無所不在。因此 Hermida（2010）也指出，這樣的生態系勢必影響傳統的新聞規範與新聞實作。

後續的研究大半直接以「瀰漫新聞」指涉社群媒體如 Twitter、Facebook，及其對新聞的影響，例如，一般非專業的民眾與專業新聞工作者協作新聞生產的影響（Bruns & Highfield, 2012; Lasorsa et al., 2012）。事實上，「瀰漫媒介」的觀點早於「瀰漫新聞」，Lugmayr et al.（2007）提出此概念的著眼點與社群媒體及新聞無關，而是以科技的角度看待新媒體對人的影響。Lugmayr et al.（2014）更進一步分析「瀰漫媒介」的發展與未來展望，但從其分析的架構來看，仍然是較宏觀的媒體系統，包括視覺、印刷、新媒體形式、互動電視等等，如何影響人類生活。

郭文平（2018）爬梳過往對「瀰漫媒介」的討論，提出新的看法，他認為瀰漫媒介不僅是一種傳播系統，也整合形成另一個媒介次級場域，新聞場域也是社會中另一媒介次級場域。他更認為，在此情境中，新聞場域也逐步被鑲嵌在這種瀰漫媒介的場域中，其新聞慣習與常規都受到某種程度的影響。

過去已有相當多的研究指出，新聞常規運作不得不考慮網民在網路或社群媒體上的發言（劉蕙苓，2014；Paulussen & Harder, 2014; von Nordheim et al., 2018），甚而對社群消息來源的資訊疑慮與查證有不少憂慮和質疑（Lecheler & Kruikemeier, 2016）。亦有研究從批判的角度檢視新聞記者、網民評論之間的關係。Reese & Dai（2009）認為，數位時代線上環境的便利性，使得大眾擁有更大的反應能力，媒介批評不再是組織活動，更多是嵌入公民新聞網絡的實踐；Hayes et al.（2007）形容，網際網路時代的媒介批評現象，對專業行為的監督已變成一種團隊運動（team sport），新聞記者不再能控制誰上場，網路本質上正在將媒體從以前的專業與公眾傳播者間的區別，朝著更加民粹的傳播形式邁進。在這種情況下，媒介運動場上其實有無數的球員同時充當來源、受眾和訊息提供者。而社群媒體的快速興起使得人人都有機會即時批評媒介，成為大眾閱聽新聞時相互伴隨的行為，Carlson（2016）就是以「日常媒介批評」（mundane media criticism）來形容這種現象。

不過，隨著社群媒體滲入新聞產製的面向愈來愈多元，卻很少有研究討論在即時更新、即時評論、即時傳送的新聞場域中，記者、消息來源和主動

參與這種「瀰漫傳播情境」的網友們之間的權力關係，是否已產生變化？網友在此即時情境中對於新聞採訪情境有何影響？2020年初新冠疫情以來，中央疫情指揮中心以 YouTube 作為記者會直播頻道即時傳送，正好提供我們觀察與檢視這其中的關係。

二、記者會直播傳播情境的改變

（一）記者會的特質與功能

記者會是政府、企業或民間組織對外溝通的重要機制，也是新聞記者每日的例行採訪行程。Scacco & Wiemer（2019）認為，記者會是機關團體和記者之間的一種對話式傳播，提供兩造雙方在此場域中無障礙溝通的機會，也是利害關係人得以問責的論壇（accountability forums）。Bhatia（2006）更進一步認為，透過這種方式，政治人物形塑在媒體上的政治形象並達到政治說服的目的。但對記者而言，透過發問與質疑來釐清現象，甚或設定議題，以形成下筆的依據；對組織而言，記者會更是展示政治言談（talk）與公共表演（public performance）的重要平臺（Craig, 2016; Ekström & Eriksson, 2018），因此，Scacco & Wiemer（同上引）認為，它同時也是公共關係操作的表演場域（performative venues）。

然而，記者的採訪不限於記者會本身，記者會後與官員或主要消息來源的互動亦是收集與查證資訊的重要任務。從 Goffman（1959）劇場理論（dramaturgy theory）觀之，我們日常生活情境即是不同的舞臺轉換，個人在舞臺上以觀眾為中心進行表演。既是舞臺即有「前臺」（front stage）及後臺（back stage）。前臺是表演的區域，也是被觀看的場域，可分成布景（setting）和個人門面（personal front），前者指的是表演者需要的道具、場景等元素，後者則是使臺下觀眾可以辨識的符號、形象、行為舉止等。行動者總會盡力演出來展現自我，使觀眾留下完美而理想的印象。在前臺的表演行為往往具有一種抽象而刻板的社會期望，呈現出一種集體表象（collective representations），換言之，這種表現是被選擇的而不是被創造的。

Ekström & Eriksson（2018）即運用此概念指出，政治記者會是明顯且正式的前臺活動（a distinctly formalised frontstage activity），但前臺和後臺的界線是持續協商的過程；政治人物準備演說或宣布重要訊息，記者往前「突

破」(push)界線，質疑政治人物想隱瞞的問題，甚或超出他們想公開談論的範圍，展現公共問責的精神。

因此，在記者會前臺的進行情境中，主辦者（或政治人物）與記者之間實質存在著權力的拉鋸與協商。

（二）前臺：直播、監視與權力

在社群媒體中直播記者會，網友可以即時參與討論與評論，使得傳播情境更具參與式 (Hamilton et al., 2014, April)，因此，近十年來亦為媒體機構及政治單位常使用的傳播管道。例如，美國 ABC 新聞網 2012 年首度在轉播歐巴馬 (Barack Obama) 與羅姆尼 (Mitt Romney) 辯論時，同步使用 YouTube 直播，也開創了網路直播政治辯論的先河 (Luo et al., 2020)。這樣的傳播形式帶來的改變是，傳統記者會中的傳播情境，關注的大多是發言人（消息來源）與記者的問答攻防，因為閱聽大眾乃是被動觀看的一方，沒有實質的影響力。然而，在數位直播時代，閱聽人的角色已大不相同，他們透過即時參與展示權力。

社群直播的記者會宛如 Foucault (1977) 在《規訓與懲罰》(*Discipline and Punish*) 一書中所形容的全景敞視主義 (panopticism)，透過邊沁 (Jeremy Bentham, 1748-1832) 的全景敞視建築設計的監獄，獄中的人犯完全透明且被徹底觀看，使人犯隨時處於擔心被監視的狀態，反而產生了自我約束，甚而因此調整自己的行為。作為新的監視 (surveillance) 方式，權力透過這種「非壓迫」式的規訓，以細微方式運作，使犯人的一舉一動都符合監視者的期待。Bucher (2012) 以此觀點重新梳理在數位新媒體時代，人們在網路的言行乃是這種 Foucault 式的新的 360 度全景 (all-seeing) 被展示模式，他延伸 Foucault 的觀點，進一步認為這種全景敞視圓形監獄乃是「建構可被觀看的空間」(spaces of constructed visibility)，過去以此指涉監獄、醫院或學校這種「科層化」的監測組織系統，但在網路時代，社群媒體也具此特性。因為社群媒體如 Facebook 藉著演算法機制，決定了誰可以常被觀看 (visibility)，哪些人又面臨在社群媒體中「被消失」(invisibility) 的威脅，久而久之人們為了擔心這種「被消失」，而不知不覺地極積參與互動，並視為是在社群媒體中的正常行為 (normal)，規訓的權力於此展現。

由此可知，「觀看」與自我約束的「規訓」是 Foucault 重要的概念。在

社群平臺上的直播記者會的「前臺」，亦是一個全景展示的場域，在此場域中，發言人的言談、表現、準備的輔助道具都是吸引觀眾的表演，亦是被觀看的標的；同時，原來不被觀看、作為對立面進行監督／發問的記者，也成為舞臺上被全景展示的角色，他們的發問立即被線上的網友同步觀看並「監視」。誠如魏玓（2020）所言，疫情指揮中心的直播記者會敘述方式如同實境秀，記者和官員都成了被即時觀看與評論的對象。從來不是舞臺上主角的記者，面臨網友的評論與情緒化言論壓力，是否也不自覺地產生自我約束的規訓行為？網友介入的情境是否也帶來三方權力競逐的可能性，亦是本研究關心的研究重點。

（三）後臺：記者、消息來源與網友線下互動

Goffman（1959）的戲劇理論中亦提及後臺，它是演員可以脫下戲衣、卸下面具，放鬆自在行動的地方，換言之，這裡亦是人們可以卸下社會期待，隱藏事實或非正式行動的場域。在傳統的舞臺中，前臺與後臺雖然相連卻相隔，觀眾無法看到後臺正在發生的狀況。就記者會的情境而言，後臺經常是記者與消息來源緊密互動的場域。例如，記者會後官員與記者經常會私下互動（到辦公室聊天、相約聚餐），打電話進一步詢問相關資訊，甚或為了獨家新聞而私下專訪等。

記者與消息來源關係的研究早在 1970 年代即有十分豐富的成果（Berkowitz, 2009; Gans, 1980; Reese, 1991; Sigal, 1973），綜合過往的研究，記者因組織設計的路線（beat）而與相關消息來源建立關係，頻繁互動，甚而在權力關係上競逐與拉鋸，均是記者會的後臺，較無法公開展示的行為。Reese（同上引）即指出，精心設計具有高度結構性及儀式性的活動，如政治競選，經常由主辦方主導，記者依賴他們來詮釋資訊，他們成為有力的消息來源（powerful sources），能操控訊息或給予新的詮釋，成為議題設定者。因此，他強調記者與消息來源權力的平衡是民主社會重要的機制。

隨著科技日新月異，傳統與消息來源的溝通方式已不足夠，為了應付即時新聞的需求，利用即時通訊軟體的設立路線新聞群組，已是數位時代記者與採訪單位互動的必要管道。鄭怡卉（2020）指出，LINE 已是國內機構對外公關溝通常用的新管道。劉蕙苓（2022）的研究即指出，臺灣新聞界以 LINE 為溝通主流的場域中，利用它和消息來源連繫、採訪已成常態；採

訪單位亦常以此傳送記者會通知及新聞稿。大凡路線記者均有特定的路線群組，如交通線群組、衛福部路線群組，此群組內的成員包括主跑該部門／單位的記者，及負責新聞聯繫的該單位人員。群組內記者之間的溝通，記者與公關人員的溝通，均是記者會之外看不到的新聞日常。

此外，在記者會的後臺，可不可能有網友的頻繁參與和互動？根據前節所述，在網路時代，網民們對媒體的批評已形成一種運動，這種運動也常伴隨著非理性情緒，甚而形成集體行為。Waisbord (2020) 對美國記者的研究即發現，網友們會針對特定主題（如性別或種族）產生集體攻擊或騷擾記者的行為，旨在使記者產生壓力，而達規訓之效。甚而有研究指出，這種集體的數位暴力行為，背後極可能有政治力介入 (Harlow et al., 2022)。網友們企圖以各種方式騷擾記者已是數位時代全球新聞工作者共同面臨的課題，在直播記者會的後臺，網友們是否也以此展現權力，企圖規訓記者？更值得深入探究。

三、數位情境下的記者實作與策略

早在數位匯流發展之初，德國學者 Deuze (2005) 即指出在數位時代要重新思考新聞產製者與消費者之間的關係，甚而傳統新聞專業中所重視的公共服務、客觀性、自主性、即時性及專業倫理都可能因新的產製環境改變而面臨新的挑戰。多年來，數位環境的特質即是新的工具不斷被納入新聞產製場域，使得新聞實作常規亦被迫不斷更新，以因應現實的需求。從早年的一人多工 (Dwyer, 2010)、將社群媒體列入「路線」般的消息來源 (Broersma & Graham, 2012) 隨時察看作為新聞的線索、記者被要求要經營社群媒體與廣大的閱聽眾溝通 (Tandoc Jr. & Vos, 2016)，再到現在必須在直播的情境下被網友們「觀看」採訪。每個新聞常規的改變，都影響著日常實作及記者對新聞專業的衝擊與反思。例如，即時新聞及媒體組織以量化 KPI 衡量記者表現時，使記者自然而然形成「速度優先」及「量化評斷」的新聞慣習，影響所及則是「新聞優劣」何者為重？「什麼是新聞？」的邊界愈來愈模糊 (郭文平, 2018；劉蕙苓, 2022)。

「擁抱社群」成為新聞記者的日常時，新聞直播則帶來的新挑戰。但目前並沒有相關的研究探究社群直播情境對記者實作的影響。以下僅就現有對新聞組織影響的相關文獻進行梳理。

對新聞組織而言，網友的即時參與評論固然是公共參與公民賦權的展現，甚而網友的發言被賦予「第五權」，與新聞媒體的第四權同等重要。但其伴隨的影響卻也值得關注。首先，網友的情緒性發言在非面對面傳播的情境中，更難控制與管理。Luo et al. (2020) 研究透過 YouTube 直播英國的幾個重要新聞事件的即時留言，結果發現網友的情緒性留言會相互影響且具放大效果。這和陳靜君、陶振超 (2018) 的研究發現相同，他們以「偏見同化理論」分析網路留言不文明現象普及的心理機制。研究發現，在不文明的網路新聞留言情境裡，態度一致時，會產生較強的偏見同化。如果再加上社群的同溫層擴散效應，社群霸凌就變成一種被眾人合力完成的行為，形成「意見不合就集體『出征』」。新聞事件直播涉及爭議時，這種情緒性留言、甚而社群霸凌的情況出現的機率相對升高。近年來學界更關注「網軍」(cyber troops) 有組織地操弄社群發言，形成帶風向的網路(假)輿論，甚而傳遞假消息 (Bradshaw & Howard, 2017)，對「第五權」並沒有太樂觀的看法。Luo et al. (同上引) 因此建議製播新聞內容方在直播新聞事件時，應特別留意其影響力。

其次，網友發言影響新聞內容產製，廖文宏 (2020) 針對國內媒體在新聞事件中的直播的研究即指出，網友們的留言彼此互動，使新聞媒體不得不正視這些意見，即時反應回饋，甚而在直播內容中即時回答網友的提問。不過，廖文宏 (同上引) 的這篇研究比較從組織的面向討論直播對產製內容的影響，並沒有觸及在記者會這樣的採訪情境下，直播對於正在採訪的記者會產生何種影響？在這樣的影響下，記者如何調整實作策略來完成採訪？

事實上，記者在採訪中面對挑戰、威脅、衝突與壓力，影響其新聞自主與專業實作，並非新課題，只是每個時代的處境不同，因應不同的情境，記者亦會在專業與現實的拉鋸下，調整並形成一套因應策略。Gans (1980) 在研究 1970 年代美國新聞產製時，即指出記者們在面對組織內外的種種壓力與威脅，會形成直接反擊 (fighting back)、屈服 (giving in) 及預先避開 (anticipatory avoidance)，後者指的是記者採用自我審查的方式讓自己覺得壓力降低。1990 年代以降，商業與利潤一直是記者面對專業衝突的最大壓力與威脅，相關研究均指出，記者並非全然妥協，總能尋找到各種不同的明顯或隱藏性的抗拒 (因應) 策略，以維持新聞專業 (Bantz, 1997; Borden, 2000)。誠如陳順孝 (2003) 所言，記者總能審視環境，以「能屈能伸、避實擊虛」的方式來因應外在的壓力。亦即劉蕙苓 (2011) 與 Kunelius &

Ruusunoksa (2008) 所強調的，記者在面對外來環境變化，會以更彈性、更動態的方式尋找因應策略，來撐起新聞自主的空間。

在數位時代，除了經濟壓力持續影響記者之外，新聞實作中還面臨許多專業衝突，最常見的是採用網友意見作為報導時，相關研究發現，記者仍然會把這些素材整合進既有的專業標準中，維持新聞品質 (Lee, 2012)。郭文平 (2018) 的研究也發現，即便新聞室內面對以流量為主的產製邏輯時，記者們仍然會設法堅持自己認為的新聞價值與原則。

如果我們把直播記者會的情境視為官員、網友與記者三方的互動與權力競逐，那麼，官員與網友的反應對記者實作是否形成壓力？這樣的壓力之下，記者會採取何種策略因應，以完成其採訪任務，則是一個新的研究課題。

據此，本研究發展出以下三個研究問題：

問題一：同步社群直播記者會的傳播情境有何特質？

問題二：以 Goffman 的戲劇理論觀之，在社群直播記者會中，官員、記者與網友的互動影響為何？其權力關係為何？

問題三：社群直播記者會對記者的新聞實作有何影響？記者採取何種策略因應？

參、研究方法

為了解社群直播記者會的傳播情境，本研究首先針對 YouTube「衛生福利部疾病管制署」頻道進行一個月的線上觀察，時間為 2020 年 1 月 20 日至 3 月 31 日，記錄網友留言重點，並在關鍵日期的網友留言，以「文字雲」分析網友發言的內容偏向。

疫情期間受限記者會場空間，記者人數也受到嚴格管控。根據衛福部簽到資料，有 48 家媒體記者具備進場資格，且疫情嚴峻期間一度還分成 AB 兩大組輪流參加；因現場提供共訊畫面線上直播，部分媒體不再固定派遣記者與會，因此實際到場記者人數一般維持在 30 人左右。

本研究採取立意抽樣法，深度訪談 7 位主跑中央疫情指揮中心記者會的記者。時間為 2021 年 1 月 25 日至 2 月 9 日；每位訪談時間 1-3 小時，7 位記者中包括 4 位電視記者和 3 位報社（網路）記者。詳見表 1。

本研究先透過記者的深度訪談，與線上同步聊天室的言論觀察，了解由

於記者提問時必須報出所屬媒體，網友對提問內容的反應，與其所屬媒體的政治傾向有一定關連性，而且電視記者的辨識度又比報紙更高，因此研究選擇電視和報紙（網路）兩種媒體 7 位常出席記者會、也常舉手提問的記者做為訪談對象，所屬媒體政治傾向也選擇藍綠各半。

至於受訪記者年資，在媒體組織裡，衛福部路線一般多由較資淺記者主跑，本研究在兼顧媒體政治傾向的考量下，受訪電視記者選擇 3-4 年年資的中生代，而報紙受訪記者經營路線一般較為長久，年資則多出電視記者一倍以上。訪談內容經逐字稿整理後，再依質性研究方法逐漸收斂概念，形成分析的架構。

表 1：受訪記者資料

編號	年齡 / 年資	教育背景	服務媒體	媒體政治傾向
A01	27 / 4	新聞	A 電視臺	偏綠
A02	25 / 3	新聞	B 電視臺	偏藍
A03	28 / 3.5	新聞	C 電視臺	偏藍
A04	26 / 4	傳播	D 電視臺	偏綠
A05	32 / 10	新聞	A 報紙（網路）	偏綠
A06	40 / 7	醫療	B 報紙（網路）	偏藍
A07	36 / 12	大傳	C 報紙（網路）	偏藍

資料來源：作者自行整理。

肆、研究資料分析

一、數位直播記者會的現場

中央流行疫情指揮中心從 2020 年 1 月 20 日成立以來，除 2020 年 6 月 7 日指揮中心宣佈因疫情趨緩，記者會有一段時間改為每週一次外，由當時的指揮官，衛福部長陳時中帶領的防疫團隊，每日透過平臺直播和各媒體共訊轉播。剛開始，直播工程是由各媒體自行負責，後因防疫考量，改由疾管署統一負責再「共訊」給各媒體同步轉播。由於此疫情全球肆虐，重則死亡，引起全民關注，每天記者會的觀看人次達到 20 萬，遇大事件發生時，更可達到 60 萬人次。根據我們的觀察，直播攝影機架設在記者席最後方，除坐在前端的少數記者會被拍到背影或側影外，一般記者提問通常只聞其聲不見

其人。現場記者對於直播並沒有特別感覺，甚至是歡迎的。

那時我們報社內部認為這是不錯的形式，可以經營個人品牌，我一開始也是抱持這樣的想法，後來他們開始要求要報媒體名稱，我是非常開心的（A07）。

（一）被動的觀眾變為主動的「第五權」

從 2020 年 1 月 22 日起的每日記者會，剛開始消費者從平臺收看時，焦點是在臺上官員的疫情談話，或網友們給工作人員打氣，如 2020 年 1 月 27 日頻道留言：「醫護人權 疾管署的大家辛苦了！」、「臺灣加油！」，或者評論一下發言者，如 2020 年 1 月 22 日頻道留言：「這個人講話太多贅詞」；有時也針對今天的疫情發表評論，如 2020 年 1 月 25 日頻道留言：「醫護人員都陰性，那 12A 到底怎麼被感染的，這才讓人擔心吧……」、「進大賣場需要戴口罩嗎？很多人沒戴口罩，大賣場公共場合誰來管？」。

記者提問因收音效果不佳未引起網友注意，直到 1 月 28 日記者席收音狀況改善，記者與觀眾（網友）、記者與官員、以及記者與所屬媒體主管互動關係開始出現變化。網友在即時留言區開始有針對記者的批評，如 2020 年 1 月 28 日頻道留言：「記者不要炒作話題問一些沒腦的」；2020 年 2 月 20 日的直播記者會，當記者詢問 AZ 疫苗副作用問題時，即時聊天室中出現極不友善的對話：「妓者妳誰？？」、「笨記者！」、「紅媒問啥小問題」。網友們對媒體的政治立場提出抨擊，也對某些媒體貼標籤，甚而一度誤以為某位女記者是親中媒體，就用極不友善字眼批評，而後有網友指正是「華視」時，底下又一片為華視叫好之聲。

傳播典範中記者最主要的工作，是代替廣大民眾前往事情發生現場，或接觸新聞事件當事人，並將事情真相及其代表的意義，透過報導呈現於大眾媒體。記者會原是記者採訪的例行工作，替公眾了解疫情，監督政府的防疫政策。因此，「你問我答」是記者會的常態，答不清楚之處再追問、再質疑，都是新聞記者的社會責任。

然而當指揮中心記者會經由社群直播，不但縮短消息來源與閱聽人間的距離，閱聽人還能即時對現場兩造發言進行評論時，傳播過程出現政府記者會未曾出現的高聲量「噪音」。隨著疫情變化，指揮中心被建構了「守護臺

研究者蒐集 2020 年 3 月 17 日中央流行疫情指揮中心在 YouTube 直播記者會（時長 1 小時 28 分）的聊天室近 18,000 則留言，輸入 HTML5 文字雲產生器，結果呈現出「中時」、「道歉」、「記者」等字詞最明顯（圖 1），可看出網友言論均以抨擊記者為主。往後直播記者會只要到了開放記者提問時間，網友評論常常聚焦在記者的一舉一動，研究者再以 2021 年 1 月 21 日部立桃園醫院發生院內群聚感染事件，當日在 YouTube 直播記者會（時長 55 分 40 秒）的聊天室 4000 多則留言，同樣以文字雲呈現（圖 2），都顯示《中時》事件（在下一段說明）後，在直播記者會中，記者言行經常成為聊天室內的評論重心。

[illegible]

資料來源：作者自行整理。

提問環繞在民眾違反居家檢疫處罰、隔離檢疫所不足、大陸返臺包機等執行面問題。此時已有網友發現記者有在關注聊天室發言而提醒「記者有偷看聊天室喔！」，而網友對於記者的提問反應則為「這些智商 30 的記者，真找不出重點問問題。」、「記者找麻煩，是不是沒在聽，防疫粉專上不是都有說明了嗎？」、「記者別跳針，阿中部長累了。」、「每天在問包機問題，不會自己飛去中國問國臺辦嗎？」。

第三階段，從3月16日至4月1日，疫情升溫，記者提問五花八門，例如，禁止師生出國、雙重國籍入境旅遊史查核、武漢肺炎是否會提升到第一類傳染疫等問題；網友回應「狗報！」、「匪報！」、「中國報又來了！」、「中時又在挑釁了！」、「舔共汪中時報。」、「中共屎報安靜點，不要問廢話。」、「哈哈中時記者完全沒長進啊！」、「爛中時自己不會判斷嗎？可不可以禁止中國時報發問？」、「中字輩的不要來，中時、中天都是維尼部隊。」、「自由最客觀」。

值得一提的是，3月17日《中時》記者提出「掩蓋社區傳播假象」問題時，各種抨擊字眼快速湧現，其間雖有人說「拜託大家冷靜點好嗎？」但仍難擋各種咒罵《中時》記者的留言一波接一波。隔天3月18日指揮中心小編在聊天室貼文：

指揮中心每日以直播方式提供民眾觀看記者會實況，用意使大眾可即時取得疫情資訊，媒體工作者亦皆以專業角度進行報導，籲請觀看直播民眾勿針對媒體工作者進行不理性之語言攻擊、個資揭露，或以重複語句洗版。

然亦無法抑止《中時》記者遭霸凌的情況，往後數日，網友持續以大量留言要求《中時》道歉，《中天》、《中視》記者也遭波及，記者提問一報出所屬媒體名稱，還沒說出問題，馬上湧進一連串罵聲「紅媒」、「爛媒」、「智障記者來了」等字眼。

隨著疫情演變，也有《聯合報》記者因傳出檢體滲漏問題，為實驗室人員請命，提問要求擴大篩檢條件，並加強檢驗人員防護設備。引來網友湧入回應「聯合報的態度一直以來都很差啊！」、「沒水準記者，凶屁啊！」、「聯合報跟中時的記者是腦麻嗎？」、「現在出去！立刻！」、「聯共報是在那亂什麼？」、「幹！出來面對！」、「聯合報道歉！」。

另外也有記者提出較有政治意涵的問題，例如，指揮中心要不要跟前衛

生署長楊志良道歉？網友也會不滿回應「這個記者……哪裡派來的？還覺得楊前部長委屈？」、「道什麼歉，他才需要道歉。」、「記者你真的不要口水太多了，請以疫情為主，這位記者。」、「真的很白癡！」。

但也有記者不針對疫情，提問時常以「指揮官辛苦了」、「大家看到指揮官都安心」做為起手式。例如，詢問部長是否有雙胞胎才不會過勞？看到部長用英文向世衛喊話，部長如何讓自己的英文好？網友則大量回應「夠了吧！什麼問題？」、「無聊，這是該問的嗎？」、「關疫情什麼事了，這記者的問題也太無聊了吧……」、「記者好笨喔，表達能力好差，就是你們低能網友才有意見啊！」、「記者去給車撞吧！」、「雙胞胎這個還蠻調解情緒的啊！大家不要罵問問題的記者。」、「什麼英文好？這記者在搞笑嗎？」、「我走錯棚，對不起！」、「輕鬆一下啦，進入親子教育頻道了嗎？」。

對照記者提問與網友同步發言，大致可以分成以下幾種（如表 2），與疫情相關的提問，網友政治立場分明，給偏綠媒體掌聲（「自由最客觀」），抨擊偏藍媒體（「中時記者最智障」、「爛媒聯合報記者喜歡找麻煩」）；有些媒體因提出具政治性議題時，網友則一面倒地抨擊提問者，維護指揮官，例如：「記者你真的不要口水太多了！」、「這個記者……哪裡派來的？」、「自己問得很爛 還兇別人！」。

當然，如果網友認為記者的提問無關疫情，不論媒體立場如何，均會給予噓聲。但整體而言，對偏藍媒體的用詞非常不理性，有時只是為了攻擊某特定媒體，而不論提問者是否為該媒體。

綜上網友發言分析可知，雖然也有理性意見，但在一片非理性謾罵聲中，兩者的比例並不對等，在直播聊天室中所呈現的，大半是對記者的惡意攻擊。誠然，有些記者也許未針對疫情核心提問，並未展示應有的專業，但本研究在觀察中仍占少數。因此，直播記者會開放聊天室，並未展現公民參與的公共性，反而使網友掌握在螢幕前可任意批評與文字威脅的權力，給予現場記者極大壓力。

表 2：網友發言內容分類

提問內容	問題舉例	提問記者 所屬媒體政治傾向	多數網友同步回應舉例
與疫情相關	口罩實名制儲存量	偏藍	中時記者最智障 爛媒 聯合報記者喜歡找麻煩
	居家檢疫違規處罰		中時聯合都是垃圾媒體 強烈建議記者會雙鏡頭
	雙重國籍旅遊史難查核		各位可以去中時跟聯合的臉書 版面洗版 剛剛那個記者是聯合報
	疫苗為什麼一直跳票？到底 什麼時候會來？		聯合報妓者沒水準，立刻肉搜 （直接點出媒體名稱批評）
政治性	是否要把武漢肺炎提升到第 一類傳染病……	偏綠	自由最客觀 這記者不錯 這個專業 這記者聲音好好聽 三立問得不錯
	部長要不要跟楊志良道歉	偏藍	記者你真的不要口水太多了 這個記者……哪裡派來的 自己問得很爛 還兇別人
	民眾說檢疫所裡面很冷怎麼 辦？	偏藍	聯合中時記者死全家 紅媒巴不得臺灣大破口 親中媒體兇官員是會加薪膩？
與疫情無關	部長有沒有雙胞胎 部長英文怎麼學的 部長年夜飯吃什麼 多久沒見 到太太	偏綠	記者去給車撞吧！ 無聊，這是該問的嗎？ 記者好笨喔，就是你們低能網 友才有意見啊！ 比聯合中時垃圾記者好多了 阿中部長辛苦了 加油

資料來源：作者自行整理。

（二）去脈絡化的觀看

面對這樣的被「觀看」或被「監督」感，受訪的記者表示，剛開始並沒有特別在意，因為採訪的即時壓力極大，沒有時間停下來滑手機看聊天室，但網路聊天室並沒有隨直播結束而消失，久而久之記者們還是會感受到一種無形的壓力，有人在發問時變得「比較畏畏縮縮」（A03）。

尤其是公司政治傾向明顯的時候，他（長官）一定要你問的時候，但是你不問你會被長官罵，你問了又被網友罵、被肉搜出來……有一陣子大家都變得很害怕，對我影響大的就是我在問問題時，都會覺得很害怕（A02）。

一言一行很擔心說觀眾會因為你講了哪些話給你貼上標籤，你會開始很謹慎的地講你的問題，只要一出錯，就會覺得……啊！慘了（A03）！

記者會上一問一答的情形，其實只是記者採訪的片段，對路線記者而言，這樣的記者會往往奠基在平時與官員的互動上，根據過往的研究，記者與官員的互動存在一種曖昧、模糊不清的關係，一方面記者需依賴消息來源提供新聞，另一方面消息來源需依賴記者將想要讓社會知曉的事物加以披露。兩方各有立場及出發點，時而立場一致、相互合作，時而立場相左，便會發生衝突（紀效正，1993；Berkowitz, 2009; Reese, 1991）。在沒有直播的年代，並不需要攤在閱聽人眼前，閱聽人接收訊息從來不需要、也不會知道記者是如何採集資訊；但是當「公開透明」的直播介入，記者與消息來源的往來就成為直播內容的一部分，但直播能呈現的只是表象，它不僅去脈絡，無法呈現記者與官員在鏡頭外曾有的互動、以及過往的關係基礎。

然而，此時閱聽人已成為主動的「第五權」，可直接在平臺即時留言發表意見，如以下摘錄受訪者 A04 訪談，還有網友進一步截錄記者提問內容打成文字，上傳臉書廣為分享，社群媒體病毒式傳播放大了聲量，不但帶動往後平臺網友批判記者的風潮（這部份我們將在後段進一步敘述），政府、媒體、閱聽人的關係也產生複雜的變化。

其實疫情走到現在，指揮中心給答案不會一次全都給，多多少少他們會有他的考量而隱瞞，所以身為記者覺得你講的東西有貓膩，我們就會一直問一直問。在這個過程當中，以往沒有直播時，你想怎麼問就怎麼問（先不談記者的專業素質）；但是有直播以後，（網友就會說）為什麼你這個問題要一問再問？為什麼這個東西剛剛已經問過了又再問？但是剛剛講過的東西並不代表他回答了記者實際要問的東西，所以記者一定會用另一個方式再繼續問……。但指揮中心只是用他想用的方式回答你，沒回答時，我們會再問；但網友就會匿名說：「這個記者是白痴嗎？」、「剛剛已經講了，為什麼還要再問一次？」、「這問題為什麼還要再講一次？」、「為什麼現在還在問疫苗呢？」、「你們就是 XXX 的打手！」（A04）。

參與式的傳播情境固然可以增加大眾表達意見的機會，也可以視為公共

論壇的展現，閱聽人似乎形式上由被動接收者，轉變成為主動的「第五權」，但此第五權並不具有理想中的公共性，去脈絡的觀看導致去脈絡的評論，甚至帶著情緒的抨擊，使得這個記者會反倒成了「實境秀」，記者和官員都是被觀看、被展示、被抨擊、被讚許的對象。由於網友在特定議題上經常抨擊媒體，這種被觀看的展示，也對記者與官員的權力關係產生變化。

二、直播記者會中的三方權力競逐

（一）前臺：表演下的權力不對稱

Goffman (1959) 指出，前臺是表演場域，有布景、道具、人物設定，且帶著既有的劇本與社會期待，在本研究中，疫情直播記者會的前臺表演，可以分以下兩點分析：

1. 表演道具推陳出新

記者會舉辦官員們的道具以手寫板為主，製作精美便於理解。初期記者們為了爭取發問機會，曾經出現多家電視記者製作醒目的手板，手板上有部長照片，以及「選我、CUE 我」等字樣，目的是提問時要吸引部長的目光（圖 3）。這種行為非但在過去政府記者會中從未出現，也讓官員與記者的互動關係幻化成明星與粉絲，增加了記者會前臺表演的戲劇張力。這種情形到了《中時》事件後才停止。

不過，這種表演主導方仍然在政府官員，2020 年五月以後疫情逐漸緩和，有一陣子天天零確診，許多單位都會送東西來謝謝指揮中心，花、西瓜、龜苓膏……天天都有不同的「道具」襯托「加零」的防疫成功，顯示防疫中心想藉此宣示「成功」的形象，但對記者來說，這種資訊的新聞價值不高，在現場有著極大的衝突。如 A06 受訪者所言：

拿蛋糕出來時，所有媒體先罵髒話，覺得又有花邊要寫了，可是我們很不想發，但大家也很認命，罵完後，拿相機全部往前衝，深怕沒拍到，你懂那種心情嗎，我被你們玩弄於股掌之間，可是還是要被玩弄，這種事情層出不窮（A06）。

圖 3：多位電視記者製作道具吸引部長點名



圖片來源：劉信德（2020 年 3 月 14 日）。

2. 直播下的三方權力不對等

傳統上記者會中只有政府官員與記者互動的採訪流程，記者即使問了尖銳問題，或不恰當的問題，兩造最嚴重頂多是官員拂袖而去；現因直播介入，加上資訊不對等，記者成為被觀賞、被評論的演員，不但削弱面對面採訪的張力，與消息來源的互動也變成一種表演。如以下受訪者所言：

我們直播好像被當成實境秀的道具，我們是壞人，指揮中心是好人，我們負責被罵，突顯他們很棒，就是這樣一個工具（A06）。

我會覺得很多人在看我，覺得我在問問題好像是一個做秀的感覺，這個舞臺好像是為了指揮中心而存在，其他人問問題都被監督（A04）。

過往記者採訪新聞與政府官員私下的細微互動，被直播實境舞臺取代，但實務上這僅是記者工作的一小部分，然而這看似公開透明的直播，卻推波助瀾成為兩造互動關係的放大器，再加上網友對媒體工作與生態的不了解，聊天室的即時批判，形成記者「動輒得咎」的處境。

他們因為直播而變成全民偶像，變成防疫五月天，他們已經有

一種恃寵而嬌的感覺。因為人氣很旺，他們講什麼都對，風向就會順著他們（A06）。

有時我們問問題，部長沒有答出來，這並不代表我們在為難他，像英國出現變種病毒，40 個國家停航，為什麼臺灣不停？結果問這種問題也被網友罵（A02）。

社會觀察者米果（2021 年 1 月 20 日）曾經針對這場史上最長的直播記者會有此評論：認為「那已經不只是訊息發布的記者會了，還是劇本彩排不來的人性直球對決。」我們進一步觀察這段時間聊天室的留言，如以下受訪者所言，每遇尖銳或爭議性問題時，網友以批判記者提問來保護他們的「阿中部長」，這使得傳統記者會中，Ekström & Eriksson（2018）所言，記者經常試圖突破官員設下的防線，挖掘政治人物想隱瞞真相的公共問責行為，在網友介入下，彼此權力產生了不對稱的變化，不但記者問問題有壓力，官員更「借力使力」地彰顯自己想宣傳的政策與形象。

因為陳時中累了，有時在記者會講的數據錯了，我們發即時出去也錯了。錯了，你發更正即可，不是！他們就用指責的態度叫我們更正，口氣就是你們寫錯了！他們連我們切新聞的角度都有意見，會一直打電話，最後如果忘了錄音就會很慘，公關會要你出示錄音說我們沒有這樣講，可是他們明明就有這樣講，不認帳，什麼都檢討記者（A06）。

我覺得我們是平等的關係，此時卻變成一種我要先委屈我自己，我才能跟你請教問題，不然我會被觀眾說我沒有禮貌（A03）。

（二）後臺：社群擴散肉搜滲透

誠如前述，記者會的後臺往往是記者與消息來源互動甚或權力拉鋸最頻繁的地方。在社群時代，網友除了即時留言之外，還有協作與分享的「能動性」，因此，疫情指揮中心記者會的後臺，權力之間的關係比前臺更值得討論。

1. 肉搜與分享的溢散效果

首先，受訪的記者中有 3 位均提到，他們在記者會的發言引起不滿後，被網友肉搜，且到他們的臉書留言進一步批評。其中，最嚴重的仍然是《中國時報》記者的案例。她受訪時表示，當天記者會一結束，手機馬上收到各方蜂擁而至的訊息，提醒她儘快關掉臉書等所有社群媒體，而且家人、小孩的照片迅速被搜了出來，還有人揚言對她不利。事後調查，有一位名叫「林雨蒼」的網友在第一時間將她提問內容打成逐字稿上傳臉書，並點名《中時》記者，迅速獲得超過 4 千人次以上的分享。

我覺得批判本來就是我的工作，這件事對我傷害非常大。……
以前被肉搜時覺得無所謂，顯然我的報導是有影響力的。但這次是透過直播，它的聲量實在太大了，跟以前的力道實在差太多了，我隔天無法上班，因為當晚我實在是非常崩潰，整晚都沒辦法睡覺。我心裡在想，我需要傳播科系老師的意見，請問我到底哪裡做錯了（《中時》記者）？²

這件事對往後記者的採訪生態、網友的言論走向產生「定錨」的作用，如 A07 所言，有一段時間「尤其是一週之內的記者會現場，其實是非常安靜的，提問的非常少，整體的提問非常少。」。記者們因為怕被肉搜，發問時心理上都有壓力，而網友在不滿記者提問時，所做出的社群擴散行為也常常有相當之影響力。例如，2021 年 1 月 11 日國內爆發首例醫師染疫，不滿醫師未遵照防疫 SOP 回報症狀，前衛生署長楊志良在節目上發表「開除說」慘遭醫界圍剿，一面倒要求楊要道歉。不過隨著醫院群聚感染擴大，不少人網友改稱楊志良為「先知」。1 月 18 日中視記者詢問陳時中「指揮中心要不要跟楊志良道歉」，臉書很快出現相關文字整理（圖 4），經網友大量轉傳，形成另一股溢散效果。

2 本研究為保護受訪者，故不以代號標示。

圖 4：中視記者提問內容立刻被整理轉傳



資料來源：臺灣迷因 taiwan meme（2021 年 1 月 18 日）。

受訪者 A02 直言，這個被轉傳的文字整理，同樣「寫到疾管署信箱去問，是誰提問的？」姑不論記者提問的問題是否合宜，這種社群介入傳播生態對現場採訪記者均造成相當的壓力。

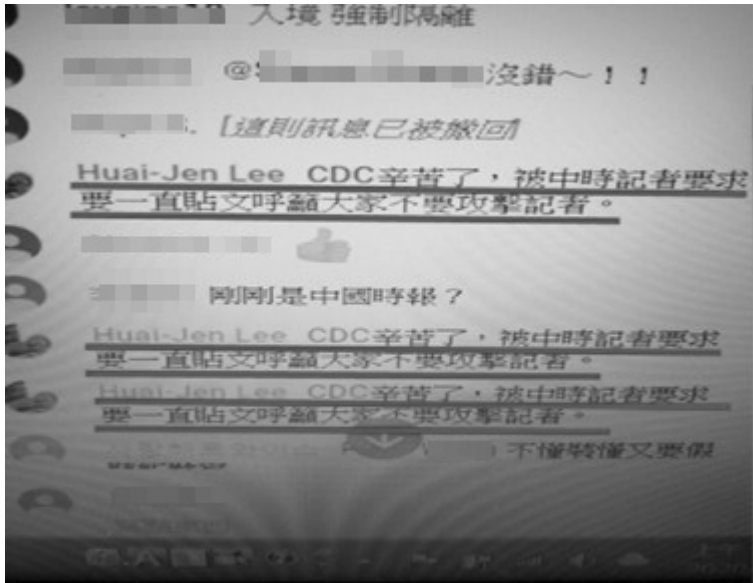
明明是很多對防疫不滿，可是為什麼裡面只能有一種聲音？我覺得會去看 CDC 的都是擁疾管署的人，……學校會教你工作倫理、職場倫理如何守道德，但沒人教你如何面對別人的批判，從沒想過直播提問這種事也會被網友罵，但提問是記者的權利啊！確實跟一開始我對記者工作的認知有很大的衝擊（A02）。

2. 滲透記者群組干預新聞

現在記者都設有路線 LINE 群組，一方面是便於路線記者們交換資訊與聯繫交流，另一方面也可以和部會新聞聯繫人即時溝通；不過這個群組是封閉式，不對外公開。在《中時》事件後，受訪記者表示，記者除提問內容屢遭網友攻擊、報導角度頻遭疾管署關切外，後來更發生行政院官員潛入媒體群組、媒體群組遭截圖流出、記者遭肉搜等嚴重干預新聞自由與人身安全的事件。根據《聯合報》記者邱宜君等人（2020 年 4 月 23 日），以及《中國時報》記者季節等人（2020 年 4 月 23 日）的描述，第一次是《中時》記者遭網友

霸凌崩潰，該名記者的主管在「1922 群組」籲請指揮中心導正視聽、制止網路不理性留言，獲得其他許多媒體記者「+1」表示認同，如以下 A07 受訪者所言。但這則在非公開群組的留言，卻被署名 Huai-Jen Lee 的「網友」截圖，掐頭去尾在指揮中心直播平臺留言版留言：「被中時記者要求要一直貼文呼籲大家不要攻擊記者」（圖 5）。

圖 5：Huai-Jen Lee 在平臺留言



資料來源：《蘋果日報》（2020 年 3 月 21 日），作者截圖保存。³

他們的對話都立刻截圖，做成各種文情並茂的文宣之後，我才恍然大悟。喔！原來有這樣的人潛在我們的群組裡面……那天有非常多的記者下 +1 +1 +1，卻都沒有去截 +1 的圖，只截了 XX 的圖，因為他是中國時報，沒有人去看整件事情的原貌是什麼（A07）？

後來查出這位 Huai-Jen Lee 是時任行政院副院長陳其邁辦公室主任。當記者們紛紛向疾管署公關質疑：非記者身分的人何以出現在群組裡？根據受訪記者陳述，疾管署公關反指是記者「亂加入進來」，並沒有讓他退出群組。其後，「1922 群組」改成「COVID19 群組」，記者要求提供群組名單，公關

3 《蘋果日報》已於 2022 年轉賣給《壹蘋新聞網》，相關資料庫已關閉，故網路已無法查閱該篇全文，本圖乃作者截圖保存。

人員拒絕，並說「他也是新聞相關工作者，只是看看而已，他不會干預」。各媒體記者在得知「COVID19 群組」是「有人」在看後，擔心往後發言也遭惡意截圖，為求自保，紛紛在群組改用英文名、沒有頭貼也沒有媒體名稱。

除了有「外人」「滲透」封閉的記者群組，影響記者在群組的溝通之外，受訪記者也回憶另一件相似的事件。為了防疫考量，指揮中心除嚴格管控進場記者人數，記者席並採固定座位的實名制，但臉書某粉專經營者以自媒體記者身分進入記者會場，把現場記者的一舉一動變成報導的對象。A06 表示，她一向問話較直，有一次陳時中回答時對她很友善，這位自媒體記者就在臉書上寫：

啊唷！你看她上次對部長講話那麼大聲，結果部長還是大人有大量，對她很友善，完全是鄉民的立場（A06）。

當現場記者質疑臉書粉專版主如何具有記者資格？得到的回應卻是指揮中心反問記者「何謂媒體？」彼此之間的不信任持續升高。

跟指揮中心溝通詢問哪些媒體可以來，如何確保你們連行政院的人都放進來 LINE 群組，你們是不是有放側翼或網軍直接進來給他位子？在這裡把我們媒體當作被報導的對象？……也是不了了之（A06）。

政治記者會原是藉由溝通形成問責的公共場域，雖然記者會對政府官員而言原本就具有表演的本質，但記者藉由發問、質疑來扮演「看門狗」的監督角色，彼此在一來一往之間，形成權力的拉鋸。當社群直播成為中介平臺，使閱聽大眾從被動的觀看者，變為主動的參與者時，記者會的臺前的表演性質更為明顯。在本研究的疫情指揮中心記者會中，網友的即時發言偏向似乎與官員產生「聯盟」關係的加乘效果，藉由批判媒體而使得記者能展現的權力受到限縮。而社群的即時分享特性，使得記者會臺前「聯盟」關係，延伸至後臺的記者與官員競逐權力的場域，藉由情緒性的社群發文、滲透封閉性採訪環境，進一步地對記者形成壓力。從 Foucault（1977）的全景敞視的觀看與監視觀點，防疫記者會的直播使記者長期處於被觀看與監視之下，亦可能在權力不對稱之下，產生被規訓的可能。

三、直播記者會對記者專業實踐的因應策略

數位直播互動時代，記者必須承擔即時網路評價，這些評價或具問責功能，但多數是與新聞專業無關的非理性謾罵。由於網路發言具匿名性，又具社群溢散效果，在歷經《中時》等幾個關鍵事件後，記者的新聞實作也進行調整。綜合 7 位受訪者的經驗，大致將記者臺前臺後的主要策略分述如下：

（一）記者會前臺的因應策略

1. 修飾尖銳提問

受訪記者表示，尖銳、具爭議性的問題，往往是關鍵所在，仍然是記者問責的使命，但在現場提問時，為了不引起網友的集體謾罵或「事後出征」，多半會採取較迂迴策略，修飾發問的詞句，不太敢臨場發揮，直搗核心地提出尖銳問題，受訪記者表示，不是不敢問，就是「修」得比較溫和，A03 甚至自我解嘲地形容「當作是自己的修養，學習語言的藝術」。但如此一來，在記者會前所展示的記者採訪行為，提問變成一種形式，記者似乎以自我節制、自我審查的方式作為前臺的表演。如以下受訪者所言：

我會調整問問題的方式，把比較嗆或比較尖銳的那部分儘量收起來，以前是想到什麼，我會直接問，現場我們會有一個互動的脈絡，他懂我的意思，但後來要顧到還有直播的人要來看，我會變成先把我的問題打出來（A07）。

我會調整我的用詞，幫黨政組問的問題比較尖銳，我怕死了、怕爆了，硬著頭皮去問，然後就不要去看網友的留言啊，或等部長下來再問，不然怎麼辦？直播放大了這個痛苦（A02）。

2. 隱藏姓名事先避禍

為不讓網友辨識，在記者會現場提問時，受訪記者表示，多數記者已不主動報出所屬媒體和姓名，甚至不再搶先發問。尤其立場偏藍的媒體，即使不報姓名，只要麥克風報出該媒體，提問問題還沒問完，聊天室就會出現一

連串謾罵。大部份記者即選擇「不報不被罵」的避禍策略，常被「出征」的媒體，有時乾脆委請同業幫忙提問。A05 即表示「不贊成實名制，方便他們（網友）肉搜，肉搜十分惡劣……明顯是報復或報仇。」

有時長官一開始也希望報臺名增加能見度，可是後來他們也感受到報臺名並不會比較好，可能會被罵，所以也不會要求我報……，後來你會發現第一個發問會講名字的是《自由時報》，因為不會有人說他，我會讓他們先問（A03）。

（二）記者會後臺的因應策略

1. 後臺的問責策略

雖然在前臺記者似乎採取了「自我節制」與「避禍」的策略，但並不表示他們完全屈服在網友的威脅下，或甘於作個「配合演出的棋子」。多數受訪記者表示，對於記者會上陳時中避答、或實問虛答的問題，在記者會後他們一定會繼續追問。

對我來講，就是一問再問啊，記者會後追上去堵訪，確實他離開鏡頭後，他會說更多真實的話，所以我後來都採取他下來後我追上去問的方式（A07）。

指揮中心記者會有個不成文的規定，結束後大家還是會上去堵麥，上去問有時候沒問到的問題會再追問，跟嚴肅的記者會比較起來，這時記者問起來比較自在，近距離對話，但有時旁邊的人會擋（A01）。

除此之外，在記者會結束後，疾管署副署長、指揮中心發言人莊人祥也會視情況跑到記者室來跟記者「聊天」。有時是為了主動釋出一些訊息，有時則為了安撫「前臺」未能獲得滿足的記者詢問。如以下受訪者所言：

在記者會結束後，莊副會下來記者室跟大家聊，這時沒有直播，平面記者就可以一直問一直問，想怎麼問就怎麼問，所以直播對平面記者影響有，但沒電視多，因為我們（電視記者）能問的就

只有記者會，我們離開後就無法再問（A04）。

我會私下後續再問，除非那問題很 critical 會再確認，再追問
 但有時記者提問時間有限，全部霸佔不是很好，如果不是那麼一定
 要 make statement，我們可以會後再問，我們找得到他（A05）。

不過，在新聞室社會化運作下，政治傾向決定報導的角度，進而影響記者提問內容的尖銳度；政治傾向也決定消息來源對待媒體記者的方式和態度，進而影響記者採訪的可及性。A02 所屬媒體偏藍，所以「打電話給陳時中秘書，打一兩通就被封鎖，可是《三立》打得通」。A07 亦表示「部長和秘書都不會接我的電話，但會接《自由》的電話。」反之，所屬媒體偏綠的 A05 則在採訪上方便許多「如果不是那麼緊急，我會後再問，我打電話找得到部長」。

記者與記者、記者與消息來源在的權力拉鋸，持續在「後臺」發酵。在這場持久的防疫記者會上，電視記者因媒介特性只能在前臺提問取得採訪素材，且主跑衛福部記者多半較資淺，面對網友評論懼怕程度較報紙記者嚴重；而報紙記者採訪策略則是前後臺並進，提問時也較不擔心、相對較不在意網友言論。

2. 群體互助策略

記者們面對過去所未曾面對的壓力時，亦坦承或多或少都有心理需要調適之處。A01 則成立次群組分享採訪的心情，這個群組獲得不少同業的支持，大家可以在裡頭討論所遇到的問題，彼此打氣。「常會截圖在小群組分享心情……就會想說，今天這樣問大概又要被網友罵了……」（A02）。

群體互助精神上的支持之外，也會以實際行動相互合作，例如，協助「不敢」問問題的同業，在記者會中發問。根據遭受霸凌的《中時》記者訪談紀錄稱，在她被網友霸凌當晚，記者聯誼會長曾電詢可以如何幫忙，並希望找幾位媒體監督團體老師發聲來聲援記者，請網友冷靜自律，但後來不了了之。聯誼會也曾向衛福部公關室抗議，但並未有實際效用，後來《中時》、《聯合》、《蘋果日報》記者為了自救「約好一起寫即時報導揭發」。

同時，記者也會在這個群體中，相互交換資訊、討論疫情爭議點。群體

互助策略在面對網友壓力下，成為記者有力的支持。

3. 自我強化

經過抗議自救無效的過程，面對看不見的網友，受訪者多以調整自己心境來因應，A01 說，記者會是他們唯一可以問到的窗口，如果不在記者會上問問題，「我們沒有其他地方可以問啊！」；A06 直言，在記者會場上記者很忙，要提問、要記錄、要發即時，只能儘量當作沒有直播，因為「風向不會永遠不變，我們以某種方式一直存在是我們的價值。」；A07 也說，喜歡這份工作就站在反對面監督政府，「要做記者或啦啦隊是自己的選擇，但啦啦隊是沒有存在價值的。」。

綜上可知，記者在直播情境中，不論是臺前或臺後，均有其因應策略，來執行新聞專業任務，大體而言，7 位中有 6 位都採取「避禍策略」與「修飾策略」，5 位會採取「臺後問責」與「自我強化」策略，4 位則有「群體互助」，只有 3 位提及「堅持專業」策略（詳見附錄）。這顯示記者在面對網友壓力的情境，經常使用多元策略來完成任務。

（三）影響因應策略的因素

1. 王牌策略驅動無懼

過去的研究均指出，資深記者比資淺者可擁有較多的文化資本據以展現較高的自主性，以新聞專業作為「王牌」策略（Borden, 2000），在新聞場域中可以取得更多優勢。在訪談資料中亦顯示，記者在前臺的因應策略也會受到年資的影響。相對於較資淺的電視記者，報社記者不論政治傾向，面對眾聲喧嘩的網路聊天室，均較為穩重且無視無懼。A07 有 12 年資歷，在眾多記者中相對資深，他雖然自嘲「被網友罵夠了！」，但仍堅持要問該問的問題。A06 也以「儘量當它不存在，它傷害不了我們」態度面對直播採訪情境。「如果你覺得你學識、專業度夠的話，你問的東西有憑有據，就大膽的去問，不要理網友！」（A05）。

不一定要去說服大眾說記者其實沒那麼笨，他們怎麼想並不重要，但我們做出來的新聞要有價值。不要因為害怕就去做一些不重

要的新聞，或隱藏一些重要題目不敢碰，所有直播的東西就只是過眼雲煙（A06）。

較資淺的記者面對如此情境，也常覺得非常混淆，甚而自我懷疑：「我提問錯了嗎？我明明問了一個對的問題，為什麼會被攻擊？」（A04），A02 更是面對此一籌莫展。

我有一陣子非常害怕，對我影響很大，尤其是公司政治傾向明顯的時候，因為怕被肉搜啊，我沒被肉搜過，但我遇過同業被肉搜過，網路可以让你一夜成名，也可以讓你毀於一旦（A02）。

另外，值得一提的是，偏綠媒體的記者獲得網友的支持較多，在面對此情境時，也能較其他媒體更「無懼」地提問，但並不表示他們完全不在意網友的批評。

2. 電視作業困境

除了年資深淺之外，電視記者在直播記者會場也面臨不同困境。電視記者因能見度、辨識度較高，加上資淺和代班情況頻繁，常被公司長官交代要提問的問題，而電視新聞作業又有收音之必要，必須公開發問才能取得聲音，也因此常常惹議上身。

《中天》記者在王浩宇被罷免當天晚上指揮中心臨時記者會中，問陳時中是不是要轉移焦點，這太荒謬了吧！也被網友罵到不行，但我知道這絕對是上面要他問的……《中視》記者還瘋狂問陳時中要不要跟楊志良道歉，陳時中被問到啞口無言不想回答，一樣被網友罵到不行。我們知道不是他自己要問的，是長官（A01）。

電視記者常代班，特別不了解這邊的狀況，不了解脈絡，問問題很弱，是所有記者被罵得最慘的一群。報社會讓我們自己問問題，可是電視長官可能怕他不熟，會一直搖控他問問題，問到自己都心虛，他們壓力更大（A06）。

伍、結論

一、研究發現與討論

本研究以臺灣新冠肺炎期間中央疫情指揮中心記者為個案，關切社群參與直播記者會的傳播情境的改變，進而探討記者在採訪時專業實踐的困境，及其因應策略。本研究發現標榜即時互動的直播記者會，使觀看的網友藉由即時留言成為主動的「第五權」，但因去脈絡的觀看，再加上政治立場鮮明，容易使網友流於負面的片面批評，原來在記者會中的主角：官員和記者，反倒成了「實境秀」中被觀看、抨擊或讚許的對象，無形中形成官員、記者與網友三方權力關係的競逐。

此三方權力關係的競逐，以 Goffman (1959) 的戲劇理論觀之，具表演性質的前臺，充滿著戲劇張力，各式道具展示，以凸顯政府的防疫成果；在網友們一片叫好聲中，被觀看的記者所提出的尖銳提問，反成了攻擊與「出征」對象，使得三方的權力關係產生不對稱的變化。延續至後臺的效應則是，網友對特定記者的提問展開肉搜，並直接在他們的臉書上留言批評，使記者在日後記者會中的提問心理壓力沉重。更嚴重的是，在記者與官員私下互動的 LINE 群組中，被「外人」「滲透」監看，並將這些封閉式的對話截圖擴散至網路上，使記者採訪與溝通均形成壓力。

誠然，面對新的傳播情境改變，記者採訪遭受相當的壓力與困境，記者亦會本於專業採取不同因應策略，在記者會的前臺修飾尖銳提問、不再主動報出自己的姓名以避免被網友「點名」「關注」；在後臺則對前臺中官員實問虛答的議題，繼續追問以實踐監督的角色。

Schlesinger (1990) 曾提醒，在新聞記者與消息來源的研究中，應關注權力的運作，他們彼此競逐以爭取界定資訊的權力。消息來源經常透過各種正式或非正式的方式，釋出訊息影響記者報導 (Benford & Hunt, 1992; Shoemaker & Reese, 1996)。過去的記者會研究只需關注消息來源方和記者，但在數位匯流的社群時代，開放網友觀看的直播形式，看起來是實踐了「參與」的民主精神，但它同時也開啟了如 Foucault (1977) 所稱的全景敞視主義，記者會的主辦方和記者都因此全景式地被觀看，伴隨而來的則是，前臺扮演主要表演者的主辦方（官員）將愈來愈善於利用「主場優勢」，而更能發揮其表演特質，以贏得更多網友的肯定與讚許。然而，由於部份網友對某

些媒體的偏見與先入為主觀點，在爭議議題上施以壓力，甚或採取較激烈的社群擴散「出征」行動，久而久之，記者則容易在記者會的臺前被規訓，採取消極避禍策略，反而弱化了質問與監督的角色。較令人憂心的是，前臺的演出將更具表演性，官員的主導性更強，這離記者會所應具有的公共性的對話就愈來愈遠了。

不過，如果據此認為記者無法執行其專業任務，亦太過悲觀。本研究發現，記者在面對直播記者會網友臺前抨擊與臺後威脅的雙重壓力，亦會發展不同的策略因應。除了「避禍」策略在過去的研究中已多次被證實之外，其他策略則是本研究新的發現。例如，前臺的「修飾」策略看似妥協，卻是在三方權力競逐協商的結果，至少記者並未退讓至「無聲」。記者在臺前採取「守勢」，轉進臺後則採取更靈活的「攻勢」，追問「問責」策略與「群體互助」策略的相互運用，使記者得以完成較具專業角色的採訪任務。而在面對從未遭逢的網路威脅，「自我強化」的心理建設更是支撐他們繼續堅守崗位的支柱。值得一提的是，「群體互助」策略過去從未被研究提及，但在新聞實作場域卻存在已久，同業之間本是既競爭又合作的關係，互助的強弱呈動態，在面對臺前由官方及網友掌握較多權力之際，記者之間的互助則明顯呈現較強的力道，形成集體力量對內相互安慰，對外共同「作戰」。故此，記者並非無法完成其專業角色，乃是採取更靈活且交互使用的多重策略，以因應外在環境的變化與壓力。

本研究亦發現官員和網友利用網路的透明性及可被觀看性，在臺前與臺後企圖規訓記者，但記者是否真的因此而放棄抵抗？本研究認為，三方的權力競逐本是動態發展，記者的能動性仍會展現在其所使用的策略上，權力結構的縫隙往往可以成為記者撐起空間，將主控權力奪回之處。規訓可能發生在某些特定的情境中，但在動態的權力競逐中，記者亦能突破限制。

雖然，隨著 COVID-19 病毒變異趨於輕症流感化，觀看線上直播的民眾較過去大為減少，網友在即時留言區的對話依然踴躍，偶而亦出現批評特定媒體的言論，但「攻擊力」已不若過往。另外，因前任指揮官陳時中於 2022 年 7 月辭職競選臺北市長，他所專屬的「光環」與「表演」已不適用於後來的防疫團隊，似乎也使直播記者會稍能回歸「正常」與相互節制。中央流行疫情指揮中心記者會於 2023 年 4 月 27 日舉行完終場記者會後，宣布解散，結束超過三年、960 場創紀錄的直播。由此案例可發現，直播記者會的網友參與情境，很容易被主辦方操控，利用網友的參與帶風向，來規訓與其對立

的新聞工作者。

雖然有不少學者稱網友的參與及公共言論是「第五權」，但也有愈來愈多的研究顯示，在社群媒體中的網友們對公共事務的表達，不見得能做到對立意見的理性討論，網友參與的政治過程相當複雜（Matthes et al., 2019），在講求透明（transparency）、公開的網路世界中，如何做到公共問責（accountability），依舊是個挑戰。

二、研究限制

本研究以個案為主，且新冠肺炎乃本世紀之重要疫情，人們對相關資訊的尋求甚急切，網路直播是必然的管道，開放留言後引起爭議甚多，但並不代表每個直播記者會都有其相同的特點，未來研究亦可針對其他類型的直播記者會個案進行探討。本研究以 2020 年 1 月至 3 月為主要觀察依據，但臺灣疫情自 2023 年已隱定下降，中央流行疫情指揮中心的記者會召開次數減少，網友仍然熱情即時留言，網友留言多元，本研究並未將所有日期的留言都納入其中，亦為本研究限制之一。

Waisbord（2020）指出這種在網路上群起攻擊記者的現象，已在各國發生，並稱此為暴民審議（mob censorship），藉由所謂由下而上的市民自衛維持治安（citizen vigilantism）來規訓記者，甚而使其噤聲。在這樣的氛圍中，Waisbord 提問：到底它會對記者的實踐與新聞產製產生何種影響？如果記者懼於這種威脅，而不敢報導某些題材時，將會對社會有何影響？本研究結論亦呼應 Waisbord（同上引）的提醒。身處於新聞無所不在的傳播場域中，新聞記者面臨新的權力關係與挑戰，如何能在各方勢力拉鋸中，找到因應策略，在前臺與後臺均能有專業的表現，仍是記者們必須努力的目標。誠如 Goffman（1959）所言，行動者常展現社會的期望，記者扮演的角色所參照的社會期望，不應該是網友的非理性期望。

參考文獻

- 米 果 (2021 年 1 月 20 日)。〈中央疫情指揮中心記者會之人間觀察〉，《獨立評論》。上網日期：2021 年 2 月 14 日，取自 <https://opinion.cw.com.tw/blog/profile/57/article/10394>
- 邱宜君、楊雅棠、陳婕翎 (2020 年 4 月 23 日)。〈網軍粉專潛入疫情記者會專黑媒體？指揮中心這麼處理〉，《聯合報》。上網日期：2021 年 2 月 14 日，取自 <https://disp.cc/b/Gossiping/cijl>
- 季節、陳人齊、林周義 (2020 年 4 月 23 日)。〈網軍粉專潛入疫情記者會專黑媒體？指揮中心急切割〉，《中國時報》。上網日期：2021 年 2 月 14 日，取自 <https://www.chinatimes.com/realtimenews/20200423005699-260405?chdtv>
- 紀效正 (1993)。〈政府官員與記者互動關係之研究〉，《廣告學研究》，2：101-122。
- 郭文平 (2018)。〈當新聞遇見社群媒介：瀰漫媒介場域中的新聞實踐研究〉，《中華傳播學刊》，34：35-80。
- 陳順孝 (2003)。《新聞控制與反控制：「記者避禍」的報導策略》。五南。
- 陳靜君、陶振超 (2018)。〈偏見同化效果：網路新聞不文明留言對態度極化的影響〉，《中華傳播學刊》，33：137-179。
- 臺灣迷因 taiwan meme (2021 年 1 月 18 日)。〈1/18 中國武漢肺炎指揮中心記者會〉，《Facebook》。上網日期：2021 年 2 月 14 日，取自 <https://www.facebook.com/taiwanmemess/posts/706747503322033/>
- 廖文宏 (2020)。《網路直播對新聞媒體組織與內容變革之研究》。政治大學傳播學院碩士在職專班學位論文。
- 鄭怡卉 (2020)。〈社群媒體時代下的公關專業倫理：探討公關倫理核心價值與挑戰〉，《傳播與社會學刊》，53：91-123。
- 劉信德 (2020 年 3 月 14 日)。〈漏網鏡頭——阿中部長送媒體巧克力 記者製作手板「選我、CUE 我」〉，《自由時報》。上網日期：2021 年 2 月 10 日，取自 <https://news.ltn.com.tw/news/politics/breakingnews/3099732>
- 劉慧雯 (2014)。〈「網友」作為消息來源：探討數位時代中電視新聞製作的實質秩序〉，《廣播與電視》，36：37-68。
- 劉蕙苓 (2011)。《新聞多少錢？探索置入性行銷對電視新聞的影響》。巨流。

- _____ (2014)。〈匯流下的變貌：網路素材使用對電視新聞常規的影響〉，《新聞學研究》，121：41-87。
- _____ (2022)。《從解嚴到數位匯流的新聞工作者：跨時代的比較研究》。巨流。
- 魏玟 (2020)。〈新冠肺炎的「新聞併發症」：媒體、政府與民眾的新三角關係〉，《臺灣社會研究季刊》，117：199-215。
- Bantz, C. R. (1997). News organizations. In D. Berkowitz (Ed.), *Social meanings of news* (pp. 123-137). Sage.
- Benford, R. D., & Hunt, S. A. (1992). Dramaturgy and social movements: The social construction and communication of power. *Sociological Inquiry*, 62(1), 36-55. <https://doi.org/10.1111/j.1475-682X.1992.tb00182.x>
- Berkowitz, D. A. (2009). Reporters and their sources. In K. Wahl-Jorgensen & T. Hanitzsch (Eds.), *The handbook of journalism studies* (pp. 102-115). Routledge.
- Bhatia, A. (2006). Critical discourse analysis of political press conferences. *Discourse & Society*, 17(2), 173-203. <https://doi.org/10.1177/095792650606058>
- Borden, S. L. (2000). A model for evaluating journalist resistance to business constraints. *Journal of Mass Media Ethics*, 15(3), 149-166. <https://doi.org/10.1207/S15327728JMME1503-1>
- Bradshaw, S., & Howard, P. (2017). Troops, trolls and troublemakers: A global inventory of organized social media manipulation. In *Computational propaganda research project* (pp. 1-37). Oxford Internet Institute.
- Broersma, M., & Graham, T. (2012). Social media as beat: Tweets as a news source during the 2010 British and Dutch elections. *Journalism Practice*, 6(3), 403-419. <https://doi.org/10.1080/17512786.2012.663626>
- Bruns, A., & Highfield, T. (2012). Blogs, Twitter, and breaking news: The produsage of citizen journalism. In R. A. Lind (Ed.), *Produsing Theory in a digital world: The intersection of audiences and production in contemporary theory [Volume 80: Digital formations]* (pp. 15-32). Peter Lang Publishing.
- Bucher, T. (2012). Want to be on the top? Algorithmic power and the threat of invisibility on Facebook. *New Media & Society*, 14(7), 1164-1180. <https://doi.org/10.1177/1461444812440159>

- Carlson, M. (2016). Embedded links, embedded meanings: Social media commentary and news sharing as mundane media criticism. *Journalism Studies*, 17(7), 915-924. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1169210>
- Craig, G. (2016). *Performing politics: Media interviews, debates and press conferences*. Polity.
- Deuze, M. (2005). What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered. *Journalism*, 6(4), 442-464. <https://doi.org/10.1177/1464884905056815>
- (2008). The changing context of news work: Liquid journalism and monitorial citizenship. *International Journal of Communication*, 2, 848-865.
- Dutton, W. H. (2009). The fifth estate emerging through the network of networks. *Prometheus*, 27(1), 1-15. <https://doi.org/10.1080/08109020802657453>
- Dwyer, T. (2010). *Media convergence*. McGraw-Hill Education.
- Ekström, M., & Eriksson, G. (2018). Press conferences. In R. Wodak & B. Forchtner (Eds.), *The Routledge handbook of language and politics* (pp.342-354). Routledge.
- Foucault, M. (1977). *Discipline and punish: The birth of the prison*. Allen Lane.
- Gans, H. J. (1980). *Deciding what's news: A study of CBS evening news, NBC nightly news, Newsweek and Time*. Vintage Books.
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Anchor.
- Hamilton, W. A., Garretson, O., & Kerne, A. (2014, April). Streaming on twitch: Fostering participatory communities of play within live mixed media. *Proceedings of the SIGCHI conference on Human Factors in Computing Systems*, 1315-1324.
- Harlow, S., Wallace, R., & Cueva Chacón, L. (2023). Digital (in)security in Latin America: The dimensions of social media violence against the press and journalists' coping strategies. *Digital Journalism*, 11(10), 1829-1847. <https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2128390>
- Hayes, A. S., Singer, J. B., & Ceppos, J. (2007). Shifting roles, enduring values: The credible journalist in a digital age. *Journal of Mass Media Ethics*, 22(4), 262-279. <https://doi.org/10.1080/08900520701583545>
- Hedman, U., & Djerf-Pierre, M. (2013). The social journalist: Embracing the

- social media life or creating a new digital divide?. *Digital Journalism*, 1(3), 368-385. <https://doi.org/10.1080/21670811.2013.776804>
- Hermida, A. (2010). Twittering the news: The emergence of ambient journalism. *Journalism Practice*, 4(3), 297-308. <https://doi.org/10.1080/17512781003640703>
- Kunelius, R., & Ruusunoksa, L. (2008). Mapping professional imagination: On the potential of professional culture in the newspapers of the future. *Journalism Studies*, 9(5), 662-678. <https://doi.org/10.1080/14616700802207581>
- Lasorsa, D. L., Lewis, S. C., & Holton, A. E. (2012). Normalizing Twitter: Journalism practice in an emerging communication space. *Journalism Studies*, 13(1), 19-36. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2011.571825>
- Lecheler, S., & Kruikemeier, S. (2016). Re-evaluating journalistic routines in a digital age: A review of research on the use of online sources. *New Media & Society*, 18(1), 156-171. <https://doi.org/10.1177/1461444815600412>
- Lee, A. M. (2015). Social media and speed-driven journalism: Expectations and practices. *International Journal on Media Management*, 17(4), 217-239. <https://doi.org/10.1080/14241277.2015.1107566>
- Lee, F. L. F. (2012). News from YouTube: Professional incorporation in Hong Kong newspaper coverage of online videos. *Asian Journal of Communication*, 22(1), 1-18. <https://doi.org/10.1080/01292986.2011.622778>
- Lischka, J. A. (2021). Logics in social media news making: How social media editors marry the Facebook logic with journalistic standards. *Journalism*, 22(2), 430-447. <https://doi.org/10.1177/146488491878847>
- Lugmayr, A., Pohl, A., Muehhaueser, M., Kallenbach, J., & Chorianopoulos, K. (2007). Ambient media and home entertainment. In G. Lekakos, K. Chorianopoulos, & G. Doukidis (Eds.), *Interactive digital television: Technologies and applications* (pp. 112-129). IGI Global.
- Lugmayr, A., Serral, E., Scherp, A., Pogorelc, B., & Mustaquim, M. (2014). Ambient media today and tomorrow: What have ambient media in common? What are ambient media today? Where will ambient media

- be in 2020?. *Multimedia Tools and Applications*, 71, 7-37. <https://doi.org/10.1007/s11042-012-1346-z>
- Luo, M., Hsu, T. W., Park, J. S., & Hancock, J. T. (2020). Emotional amplification during live-streaming: Evidence from comments during and after news events. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 4(CSCW1), 1-19. <https://doi.org/10.1145/3392853>
- Matthes, J., Knoll, J., Valenzuela, S., Hopmann, D. N., & von Sikorski, C. (2019). A meta-analysis of the effects of cross-cutting exposure on political participation. *Political Communication*, 36(4), 523-542. <https://doi.org/10.1080/10584609.2019.1619638>
- Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C. T., Eddy, K., & Nielsen, R. K. (2022). Reuters institute digital news report 2022. Retrieved July 13, 2022, from <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022>
- Paulussen, S., & Harder, R. A. (2014). Social media references in newspaper: Facebook, Twitter and YouTube as sources in newspaper journalism. *Journalism Practice*, 8(5), 542-551. <https://doi.org/10.1080/17512786.2014.894327>
- Reese, S. D. (1991). Setting the media's agenda: A power balance perspective. *Annals of the International Communication Association*, 14(1), 309-340. <https://doi.org/10.1080/23808985.1991.11678793>
- Reese, S. D., & Dai, J. (2009). Citizen journalism in the global news arena: China's new media critics. In S. Allan & E. Thorsen (Eds.), *Citizen journalism: Global perspectives* (pp. 221-231). Peter Lang.
- Robinson, S. (2009). 'If you had been with us': Mainstream press and citizen journalists jockey for authority over the collective memory of Hurricane Katrina. *New Media & Society*, 11(5), 795-814. <https://doi.org/10.1177/146144480910535>
- Rowe, I. (2015). Deliberation 2.0: Comparing the deliberative quality of online news user comments across platforms. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 59(4), 539-555. <https://doi.org/10.1080/08838151.2015.1093482>
- Saltzis, K. (2012). Breaking news online: How news stories are updated and maintained around-the-clock. *Journalism Practice*, 6(5-6), 702-710. <https://doi.org/10.1080/17512786.2012.702710>

doi.org/10.1080/17512786.2012.667274

- Scacco, J. M., & Wiemer, E. C. (2019). Press conferences. In T. P. Vos, F. Hanusch, D. Dimitrakopoulou, M. Geertsema-Sligh & A. Sehl (Eds.), *The International encyclopedia of journalism studies*, pp. 1-7. John Wiley & Sons.
- Schlesinger, P. (1990). Rethinking the sociology of journalism: Source strategies and the limits of media-centrism. In M. Ferguson (Ed.), *Public communication: The new imperatives* (pp. 61-83). Sage.
- Shoemaker, P. J., & Reese, S. D. (1996). *Mediating the message: Theories of influences on mass media content* (2nd ed.). Longman.
- Sigal, L. (1973). *Reporters and officials: The organization and politics of newsmaking*. D. C. Heath & Company.
- Tandoc Jr., E. C., & Vos, T. P. (2016). The journalist is marketing the news: Social media in the gatekeeping process. *Journalism Practice*, 10(8), 950-966. <https://doi.org/10.1080/17512786.2015.1087811>
- van Dijck, J., & Poell, T. (2013). Understanding social media logic. *Media and Communication*, 1(1), 2-14.
- von Nordheim, G., Boczek, K., & Koppers, L. (2018). Sourcing the sources: An analysis of the use of Twitter and Facebook as a journalistic source over 10 years in The New York Times, The Guardian, and Süddeutsche Zeitung. *Digital Journalism*, 6(7), 807-828. <https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1490658>
- Waisbord, S. (2020). Mob censorship: Online harassment of US journalists in times of digital hate and populism. *Digital Journalism*, 8(8), 1030-1046. <https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1818111>
- Widholm, A. (2016). Tracing online news in motion: Time and duration in the study of liquid journalism. *Digital journalism*, 4(1), 24-40. <https://doi.org/10.1080/21670811.2015.1096611>

本文引用格式

陳秀鳳、劉蕙苓 (2024)。〈社群參與下的記者會傳播情境：記者專業實踐的困境與因應策略〉，《傳播研究與實踐》，14 (1)：41-84。https://dx.doi.org/10.53106/222114112024011401002

Chen, C. F. & Liu, H. L.(2024). The communication context of live press conferences in social engagement: The challenge of journalists' practice and coping strategies. *Journal of Communication Research and Practice*, 14(1), 41-84. https://dx.doi.org/10.53106/222114112024011401002 [Text in Chinese]

附錄：受訪記者的因應策略分析統整表

編號	類型	媒體 政治傾向	年資	因應行動	策略
A01	電視	偏綠	4 年	1. 修飾尖銳問題	修飾
				2. 記者群組不再討論發言，只單向發佈功能	避禍
				3. 拿掉記者群組可辨識的頭貼和姓名	
				4. 記者會上不追問，或等會後再問。	臺後問責
				5. 成立次群組分享心情。	群體互助
				6. 降低被網友言論影響的程度	自我強化
A02	電視	偏藍	3 年	1. 不主動報出所屬媒體名稱	避禍
				2. 看直播，使用共訊，減少去記者會次數	
				3. 拿掉記者群組可辨識的頭貼和姓名	
				4. 尖銳問題會等結束後再問，或者下次再問。	臺後問責
				5. 在記者次群組分享心情。	群體互助
				6. 現場同業幫忙問問題	
A03	電視	偏藍	3.5 年	7. 更注意自己在記者會的言行，儘量不看網友的留言。	自我強化
				1. 不主動報出所屬媒體名稱。	避禍
				2 不主動第一個提問	
				3. 拿掉記者群組可辨識的頭貼和姓名	
				4. 修飾用辭	修飾
				5. 幫同業問問題，必要時會先在記者次群組裡討論。	群體互助
A04	電視	偏綠	4 年	1. 提問時刻意使用中性語句	修飾
				2. 拿掉記者群組可辨識的頭貼和姓名。	避禍
				3. 很重要問題會追問，如果私下還可以再問，可能私下問	臺後問責
				4. 加強心理素質，儘量選擇不看網友言論	自我強化
A05	報紙 (網路)	偏綠	10 年	1. 把尖銳的問題問得較柔和一點。	修飾
				2. 比較攻擊性問題，會私下問部長	臺後問責
				3. 記者互相幫忙公開數據或疑問，並且在次群組裡討論。	群體互助
				4. 不理會網友言論，堅持專業	自我強化
A06	報紙 (網路)	偏藍	7 年	1. 拿掉記者群組可辨識的頭貼和姓名	避禍
				2. 調整問問題的方式，比較噏或尖銳的部分，儘量收起來。	修飾
				3. 儘量去適應這個環境，儘量當它不存在	自我強化
A07	報紙 (網路)	偏藍	12 年	1. 拿掉記者群組可辨識的頭貼和姓名。	避禍
				2. 記者會不再報出自己所屬媒體名稱	
				3. 減少記者會發問的次數	
				4. 提問時語氣變得柔和	修飾
				5. 會後再追問	臺後問責

資料來源：本研究整理。

The Communication Context of Live Press Conferences in Social Engagement: The Challenge of Journalists' Practice and Coping Strategies

CHEN, Hsiou-Feng

Assistant Professor-level Technical Expert, Department of Journalism, Shih Hsin University

LIU, Huei-Ling*

Professor, Graduate Institute of Arts Administration and Management,
Taipei National University of the Arts

Abstract

In this digital age, live streaming on social media platforms, accompanied by real-time comments from netizens, not only shortens the distance between the news source and the audience but also changes the way reporters interact with their sources. This study employs Goffman's dramaturgical theory and Foucault's views on the panopticon and disciplinary power to examine the communicative context of the live broadcasts of the 2020 Central Epidemic Command Center press conferences during the COVID-19 pandemic. Using the in-depth interview method, the researcher found that the live broadcast communication creates a three-party power competition situation involving reporters, netizens, and news sources. In the front stage of the press conference, various props are used to highlight the outcomes of epidemic prevention. Reporters become the observed subjects, and those who raise sharp questions risk facing attacks by netizens. This dynamic caused the reporters to exert self-restraint, be "disciplined," and adopt passive ways to avoid being embroiled in awkward situations. In the back stage, closed dialogues between reporters and officials are being leaked to social media platforms by external intrusive forces, thus exposing the reporters to the pressure of online harassment. Under dual pressures from both the front stage and the backstage, the reporters continue to navigate the



世新大學
新聞傳播學院
SHIH HSIN UNIVERSITY
COLLEGE OF JOURNALISM & COMMUNICATION



傳播
研究與實踐
Journal of
Communication Research
and Practice



舍我 紀念館
Cheng Shue-Wen Institute
for Chinese Journalism

dilemma by implementing various strategies to practice media accountability.

Keywords: live press conference, professional practice, COVID-19 pandemic, reporters, online harassment

* Corresponding author: E-mail: anniectv@yahoo.com.tw
Received: 2023.01.08; Accepted: 2023.11.20