

影響地方記者報導公關訊息因素之研究-以彰化縣為例=a research that reported for public relations by local reporter-in chang

吳卿銅、張景旭

E-mail: 9022015@mail.dyu.edu.tw

摘要

中文摘要 本研究希望藉由「說服傳播理論」，以瞭解影響地方記者報導公關訊息影響因素的構面。因此本研究的目的有三：1.透過文獻探討，以瞭解影響地方記者報導公關訊息的因素，做為研究的初始架構。2.藉由焦點團體座談，瞭解地方記者對地方政府、企業、非營利組織媒體公關的認知。3.從地方記者深度訪談中，瞭解影響地方記者報導公關訊息的因素。4.綜合目的2、3的結果，修正研究架構，以提供更完整的研究構面和構念。研究結論：1.由說服傳播理論發現：地方記者因工作環境特殊，影響報導公關訊息的因素有更多情境變項，除傳播者、訊息、媒體組織三項外，還包括個人壓力、媒體生態等因素。2.地方記者因媒體類別、身分類別不同，對影響因素有不同的認知，並決定其報導取向。3.地方政府機構、企業、非營利組織媒體公關與地方記者有很大的認知差距，極待改善。4.地方記者工作環境複雜，媒體組織應該另立一套人力管理制度。關鍵字：地方記者，公共關係，公關訊息，說服傳播，報導，媒體公關。

關鍵詞：地方記者；公共關係；公關訊息；說服傳播；媒體公關；報導

目錄

目錄封面內頁簽名頁授權書.....	iii	中文摘要.....	iii
.....iv 英文摘要.....	ivv 誌謝.....	v
.....vii 目錄.....	viiix 圖目錄.....	ix
.....xii 表目錄.....	xiixiii 第一章緒論.....	xiii
第一節 研究背景與動機.....	1	第二節 研究目的.....	8
第三節 研究步驟.....	9	第二章文獻探討 第一節 公共關係的定義.....	11
.....11 第二節 公共關係活動與公共關係訊息的內涵.....	15	第三節 本埠記者與地方記者之分類.....	23
.....23 第四節 地方新聞報導與地方記者公關活動.....	27	第五節 傳播的系統關係之探討.....	40
第六節 從人際傳播過程模式探討媒體公關的本質.....	42	第七節 從態度改變理論探討人際傳播的說服效果.....	63
第八節 本研究基本購念與購面設計.....	70	第三章 研究設計 第一節 研究架構.....	80
.....80 第二節 質性研究設計.....	82	第三節 研究對象選取.....	83
.....83 第四節 研究對象描述.....	84	第五節 研究問題大綱.....	86
第三章 資料分析 第一節 彰化縣各類組織媒體公關現況分析.....	87	第二節 影響地方記者報導公關訊息之因素分析.....	100
.....100 第三節 公關訊息處理方式.....	175	第五章 結論與建議 第一節 研究結論.....	178
.....178 第二節 研究發現.....	196	第三節 研究限制.....	229
.....229 參考文獻 一、中文文獻.....	231	二、英文文獻.....	234
.....234 附錄一：本研究訪談題綱.....	237	附錄二：焦點團體座談逐字稿.....	238
.....238 附錄三：深度訪談逐字稿.....	250	F 記者深度訪談逐字稿.....	257
.....257 H 記者深度訪談逐字稿.....	262	I 記者深度訪談逐字稿.....	272
.....272 J 記者深度訪談逐字稿.....	280	圖目錄 圖1-3.1 研究步驟.....	10
.....41 圖2-6.1 拉斯威爾的傳播模式圖.....	44	圖2-6.2 山農與偉佛的數學模式圖.....	45
.....45 圖2-6.3 馬魁爾循環模式.....	48	圖2-6.4 公共關係傳播模式圖.....	49
.....49 圖2-6.5 公關溝通的傳播特性圖.....	53	圖2-6.6 新聞產製的守門過程與影響因素圖.....	57
.....57 圖3-1.1 本論文之初始研究架構圖.....	81	圖4-2.1 地方記者分類圖.....	102
.....102 圖5-2.1 本論文之初始研究架構圖.....	196	圖5-2.2 修正後研究架構圖.....	213
.....213 圖5-3.1 地方政府機構媒體公關溝通特性圖.....	221	圖5-3.2 地方企業媒體公關傳播特性圖.....	223
.....223 圖5-3.3 地方非營利組織媒體公關傳播特性圖.....	224	表目錄 表2-2.1 公共關係活動整理一欄表.....	17
.....17 表2-2.2 國內最常使用的媒體接觸方式及使用媒體一欄表.....	20	表2-3.1 本埠記者與地方記者之比較表.....	27
.....27 表2-4.1 彰化縣地方記者人數一欄表.....	39	表2-6.1 古魯尼公關溝通模式.....	52
.....52 表3-4.1 參加焦點團體座談、			

個別深度訪談記者基本資料表.....85	表4-1.1 地方記者處理政府機關訊息影響因素表.....92	表4-1.2 地方記者處理企業公關訊息影響因素表.....96	表4-1.3 地方記者處理非營利組織公關訊息影響因素表.....99	表4-2.1 利益交換因素一欄表.....106	表4-2.2 地方記者受利益交換因素影響一欄表.....106	表4-2.3 傳播者態度一欄表.....110	表4-2.4 地方記者受傳播者態度影響一欄表.....110	表4-2.5 發言人制度一欄表.....113	表4-2.6 地方記者受發言人制度影響一欄表.....114	表4-2.7 訊息傳播能力一欄表.....117	表4-2.8 地方記者受訊息傳播能力因素影響一欄表.....118	表4-2.9 影響地方記者報導公關訊息傳播者因素表.....119	表4-2.10 地方記者受訊息內容結構因素影響一欄表.....123	表4-2.11 地方記者受新聞價值因素影響一欄表.....127	表4-2.12 地方記者受訊息傳送方式因素影響一欄表.....130	表4-2.13 影響地方記者報導公關訊息訊息因素表.....131	表4-2.14 地方記者受同業競爭因素影響一欄表.....136	表4-2.15 地方記者受記者工作條件影響一欄表.....142	表4-2.16 影響地方記者報導公關訊息媒體組織因素一欄表.....143	表4-2.17 地方記者受人情壓力影響一欄表.....149	表4-2.18 地方記者受暴力威脅因素影響一欄表.....151	表4-2.19 地方記者受法律訴訟案件因素影響一欄表.....153	表4-2.20 地方記者受地方派系壓力因素影響一欄表.....154	表4-2.21 影響地方記者報導公關訊息個人因素表.....154	表4-2.22 地方記者受小團體因素影響一欄表.....160	表4-2.23 地方記者受新聞仲介者因素影響一欄表.....165	表4-2.24 地方記者受記者角色多元化因素影響一欄表.....168	表4-2.25 地方記者受傳播科技衝擊因素影響一欄表.....170	表4-2.26 影響地方記者報導公關訊息媒體生態因素表.....171	表5-2.1 影響地方記者報導公關訊息因素研究之構面及構念...198	表5-2.2 影響地方記者報導公關訊息傳播者因素表.....199	表5-2.3 影響地方記者報導公關訊息訊息因素表.....201	表5-2.4 影響地方記者報導公關訊息媒體組織因素表.....204	表5-2.5 影響地方記者報導公關訊息個人壓力因素表.....206	表5-2.6 影響地方記者報導公關訊息媒體生態因素表.....208
----------------------	---------------------------------	---------------------------------	------------------------------------	--------------------------	---------------------------------	-------------------------	--------------------------------	-------------------------	--------------------------------	--------------------------	-----------------------------------	-----------------------------------	------------------------------------	----------------------------------	------------------------------------	-----------------------------------	----------------------------------	----------------------------------	---------------------------------------	--------------------------------	----------------------------------	------------------------------------	------------------------------------	-----------------------------------	---------------------------------	-----------------------------------	-------------------------------------	------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-----------------------------------	----------------------------------	------------------------------------	------------------------------------	------------------------------------

參考文獻

- 參考文獻 中文文獻 1.丁興祥、李美枝、陳皎眉(民77), 社會心理學, 空大。 2.王天濱(民89), 臺灣地方新聞理論與實務, 三民書局。 3.王德馨、俞成業(民、79), 公共關係、三民書局。 4.王洪鈞(民89), 新聞報導學, 正中書局。 5.吳宜蓁(1998), 議題管理, 正中書局。 6.袁自玉(民79), 公共關係, 前鋒企管。 7.李茂政(民70), 傳播學, 時報文化。 8.林靜伶、吳宜蓁、黃懿慧(民、89), 公共關係, 空大。 9.林東泰(民86), 大眾傳播理論, 師大書苑。 10.孫秀慧(民86), 公共關係 理論、策略、與研究實例, 正中書局。 11.張在山(民88), 公共關係學, 五南書局。 12.鍾榮凱譯(民86), 實用公共關係學(原著:Fraser P Seitel)(1991), 天一書局。 13.黃深勳(民86), 企業公共關係, 空大。 14.鄭翰林(2001), 大眾傳播理論 Q & A, 風雲論壇。 15.羅世宏(民89), 傳播理論, 五南書局。 16.張宏文、邱文芳(1999), 人際關係學, 商鼎書局。 17.管一仲、彭翰(2000), 新聞學 Q & A, 風雲論壇。 18.成天明(1999), 新聞媒介和政府公關, 世新大學新聞系。 19.陳皓譯(1999), 製造新聞(原著:Jason Salzman), 書泉。 20.胡祖慶譯(1996), 全面公關時代(原著:Roger Haywood), 麥格羅·希爾。 21.邱傑(2000), 戰勝記者 媒體時代的公關技巧, 智庫文化。 22.臧國仁(民88), 新聞媒體與消息來源 媒介框架與真實建構之論述, 三民書局 23.臧國仁(民77), 公關手冊, 商周文化。 24.趙嬰(民80), 公共關係, 經世書局。 25.熊源偉(民83), 公共關係學, 天一圖書公司。 26.程之行(民57), 新聞原論, 政治大學新聞研究所。 27.錢震(民56), 新聞論, 中央日報。 28.公關「P R」雜誌雙月刊39期, 中華民國公共關係企管諮詢基金會。 29.公關「P R」雜誌雙月刊40期, 中華民國公共關係企管諮詢基金會。 30.張藝芬(民79), 我國中央政府組織的公共關係運作, 政治大學碩士論文。 31.邱金蘭(民77), 我國主要企業公共關係負責人角色認知與新聞界接觸關係之研究, 文化大學碩士論文。 32.卜正?(民79), 新聞記者與企業公關人員認知關係之研究, 政治大學碩士論文。 33.羅紹和(民81), 我國中央政府官員對新聞記者公共關係之研究 以內政部為例, 政戰學校碩士論文。 34.陳蕙芬(民81), 組織文化與組織公共關係行為相關性探討, 政治大學碩士論文。 35.黃如萍(民82), 產業類別、企業文化與公關活動之關聯性研究, 文化大學碩士論文。 36.蔡儀華(民82), 企業公關管理中溝通作為與社區關係之探討 臺電公司立個案分析, 中興大學碩士論文。 37.蔡琮浩(民86年), 媒介在自身相關新聞事件的報導方式與其它媒介之比較分析, 文化大學碩士論文。 38.張敦智(民86), 醫院公共關係之研究 以中部醫院為例, 中醫學院碩士論文。 39.李佳俐(民87), 市場區隔策略在臺北市府公關活動運用之研究(1994-1998), 文化大學碩士論文。 40.張靜尤(民88), 企業公共關係目的與公共關係活動運用之相關性研究, 臺灣大學碩士論文。 41.張凱鈞(民89), 企業公關與行銷公關運作模式之研究 以高科技產業為例, 政治大學碩士論文。 42.李青松、闕淑茹(民88), 大學院校的公共關係與媒介互動之探討, 大葉大學工業關係管理本質與趨勢學術研討會。 43.孫秀蕙(民86), 如何學習企業公共關係, 空大學訊第202期。 44.鄭瑞城(1991), 透視傳播媒介, 天下文化。 45.Matt Haig 著、李璞玉譯(2001), 數位公關(e-pr), 商智文化。 46.蔡松齡(民81年), 公關趨勢:公關時代企業必備的知識, 遠流。 47.蔡禮禎(民81年), 公關Event-本土案例的思考與分析, 商周文化。 48.沈征郎(1992), 實用新聞採訪寫作, 聯經。 49.陳世敏、鄭瑞城(民68), 省政新聞發布和報導之研究, 臺灣省政府研究發展考核委員會專案研究報告。 50.紀效正(民78), 政府官員與記者互動關係之研究 以行政院環保署為例, 政治大學碩士論文。 51.周靜珩(民69年), 省政府機構發言人的角色認知與新聞處理之關係研究, 政治大學碩士論文。 52.林慧瑛(民76年), 政府與新聞界溝通關係之研究 現階段政府機關發言人制度及其實務探討, 文化大學碩士論文。 53.楊語芸譯(民88), 社會心理學(原著:Kay Deaux / Francis C. Dane / Lawrence S. Wrightsman), 五南。 54.唐維敏譯(民85), 大眾傳播研究方法(原著:Klaus B. Jensen & Nicholas W. Jankowski), 五南。
- 二、英文文獻 1. Barnard C. I., The Functions of the Executive, 30 th Ed. Cambridge, Mass:Harvard University Press,1968. 2. Bernays, E. (1955). The Engineering of Consent. Norman: University of Oklahoma Press. 3. Colin Cherry(1957).On human communication.Boston, Ma..M.I. Press. 4. Culip, S. M., A. H. Center & G. M. Broom(1985). Effective Public Relations, 6th Ed., Upper Saddle River,NJ:Prentice Hall. 5.Grunig,James E.

and Hunt, Todd(1984) *Origins and Contemporary Structure of Public Relations*, N. Y.:CBS College Publishing, P.22

Hovland, C. I., L. Janis and H. H. Kelly(1953) . *Communication and Persuasion: Psychological Studies of Opinion Change*. New Haven, C. I.:Yale University Press. 6.

Hovland, C. I.,(ed.) (1957). *The Order of Presentation in Persuasion*. New Haven, CT: Yale University Press. 7.

Jefkins, F. W. (1983). *Public Relations for Marketing Management*, 2nd Ed., Macmillian Press Ltd. 8.

Lasswell, H., *The Structure and Function of communication in Society*, reprinted in Wibur Schramm and Donald Roberts(eds.)*The Process and Effects of Mass Communication*. Urbana,IL:University of Illinois Press,1948.

9.McQuail, D., and S.Windahl. *communication Models*. New York,N.Y.:Longman,1981. 10.McGuire, W. J. (1981). " Theoretical foundations of campaigns, " in R. E. Rice and W. J. Paisley(eds.) , *Public Communication Campaigns*. Beverly Hills, C A: Sage. 11.McGuire, W. J. (1978). " An information processing model of advertising effectiveness, " in H.L. Davis and A.. J. Silk (Eds.),*Behavioral and Management Sciences in Maketing*. New York: Ronald Press, 156-180. 12.Miller, G. R. (1989) . " Persuasion and Public relations: Two " Ps " in a pod , " C. H. Botan and V. Hazleton. Jr. (Eds.) ,*Public Relations Theory*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates,45-66. 13.Roshco, B.*Newsmaking*. Chicago, IL: University of Chicago Press,1975. 14.Ristino, R. J. (1989). " Public Relations Marketing: Applying Public Relations Techniques to the Marketing Mix, " *Health Care Management Review*,Spr. 1989. 15.Schlesinger, P. (1989). " From production to propaganda ? " *Media, Culture and Society*.11:283-306. 16.Schlesinger, P. (1990). " Rethinking the Sociology of Journalism: Source strategy and the limits of media centrism, " in M. Ferguson (ed.) *Public communication and the News Imperatives*. London :Sage. 17.Schramm, W.(1954), " How communication works " in schramm,W.(ed),*The process and effects of mass communication*.Urbana,IL:University of Illinois Press. 18.Scott M. Cutlip, Allen H. Center, Glen M, Broom, *Effective Public Relations*, 6th Edition, New Jersey: Prentice-Hall,1985. 19.Tucker, K. and D. Derelien, *public relations Writing :A Planned Approach for Creating Results*. Englewood Cliffs, N.J.:Prentice Hall,1989. 20.Wilcox , Dennis L. (1992),*Public Relations:Strategies and Tactics* (3rded.) NY:Harper & Row, Publishers.