

從組織觀點探討新聞「偏差放大」現象： 以台灣同性戀社會新聞為例*

李明哲**

《摘要》

在社會變遷的衝擊下，台灣報紙對同性戀事件的報導從 1985 至 1990 年呈現了三個不同時期的變化發展，但仍顯現某種類似刻板印象。本文試以 Cohen 有關大眾媒體對偏差（deviance）報導的探討，以及媒體組織、常規對於報導樣態及內容的影響這兩個面向，來說明台灣同性戀的社會新聞在歷經了三個時期發展之後，為何依然呈現了某種相同的寫作基調，以及這種報導內容的表現和章法具有一致延續性之因。

關鍵詞：同性戀、刻板印象、異離放大、組織文化、媒體、科層組織

* 作者特別感謝兩位匿名評審的寶貴意見與悉心校改。

** 世新大學傳播研究所博士班研究生。E-mail: mingche@pchome.com.tw

壹、緒論

一、問題的提出

同志人權運動在世界各國的發展狀況不盡相同；然而，不少人對同性戀者的印象仍相當「負面」(Clinard & Meier, 2001: 483)。而從歷次《台灣地區社會變遷基本調查計劃》以及行政院研考會全國性的民調資料來看，現今多數台灣民眾對同志議題仍持負面態度(賴鈺麟，2002)。雖然近幾年來台灣民眾對於同志議題的態度已逐漸改善，但在台灣不同商業報紙中，有關同性戀的社會新聞報導內容常被同志平權運動者批評為渲染、誇大，且只管戲劇化效果而不顧事實精確性(喀飛，2000)。

就台灣同志報導的發展情況而言，「同志」這種論述或報導主題在1987年解嚴以前較為少見。在1990年後，台灣同志族群已然成為清晰可辨的社團，報紙媒體對於同性戀報導有著不少改變。根據吳翠松(1998)對於1981到1995十五年間報紙同性戀報導的統計資料，大約可劃分出三期變化。在1990年後的第三期，報紙在取材和角度都有明顯增加和調整，如同性戀的人權問題成為重要論題，約七成比例常給予正面或中性的肯定態度。然而，報導中關於愛滋病、妨礙社會秩序等同性戀相關社會新聞仍然帶有「偷窺本質」的負面刻板印象，僅在詞語上有些轉變。

這裡出現了一個有趣的現象：為何同性戀的社會新聞報導在過去十五年間一直呈現同志平權運動者眼中的「污名化」報導樣態？同性戀社會新聞的報導樣態為何沒有因為1990年後開展的同志運動對社會的影響而產生改變？

本文試以Cohen(1987)關於大眾媒體對偏差(deviance)報導的探討，以及媒體組織常規(media routines)對於報導樣態及內容的影響

(Shoemaker and Reese, 1996)這兩個面向，來說明台灣同性戀社會新聞在歷經了三個時期發展後，為何依然呈現了某種相同寫作基調，以及這種報導內容的表現和章法具有一致延續性之因。

二、道德恐慌 (moral panic)、偏差放大 (deviance amplification) 以及媒體常規 (media routines)

根據 Davis & Stasz (1990: 4) 的解釋，偏差 (deviance) 指「和一個已存的群體或社會的一般標準規範相異的行為。在一個群體中什麼是偏差的，或許也可能適用於其他群體。」在大部份人的想法中，偏差或偏差者 (deviant) 這個字眼往往隱含著不對的、病的，或是有著病理學上的病態指涉 (Goode and Ben-Yehuda, 1994: 70)。然而，Cohen 認為，被指涉為偏差的行為並不是既存的、理所當然的以及毫無疑問的，而是因社會控制的結構 (structures of social control) 所形成的「認定」 (justification) (另見 Horsfield, 1997)；Cohen (1987: 15) 強調，「偏差的形成及穩定化是社會控制下的人為產物」。

從偏差社會學 (the sociology of deviance) 的學術發展脈絡來看，早在 1920 年代的芝加哥學派 (the Chicago School) 就已注意到媒體 (報紙) 對社會大眾的認知偏差 (罪犯) 概念所扮演的型塑力量。如 Park and Burgess 就認為，存在於大眾意見中的任何單一想法均是根源於由報紙所提供的分享資訊 (引自 Sumner, 1994: 86-87)。在處理媒體與偏差的影響關係這一思想路線中，Cohen 將媒體力量提升到重要高度，並在 *Folk Devils & Moral Panics* 一書中，把報紙的媒體角色視為偏差現象型構過程的發動者 (此一觀點評述引自 Thompson, 1998: 32)：「媒體對於 Mods and Rockers 事件的報導呈現非常重要地決定了後續的反應型態」 (Cohen, 1987: 30)。Sumner (1994: 266) 因此認為，Cohen 在偏差社會學的學術地位重要性，在於透過對大眾媒體特別聚焦所做的分析。

此外，Cohen 認為大眾媒體對於某些偏差 (者) 行為有嚴重不成比例的誇張報導；為解釋這一現象，他提出了「道德恐慌」 (moral panics)

概念來形容英國媒體、大眾與社會控制機構（如警察、立法單位等）對發生於 Clacton 一地的青少年騷動所作出的「遠超出其威脅的過度反應」（Goode and Ben-Yehuda, 1994: 30）。就媒體反應而言，道德恐慌指的是偏差「被大眾媒體以固定化和刻板印象化的形式作為報導呈現樣態」（Cohen, 1987: 9）。Cohen(1987)指出，許多偏差或偏差行為往往已先存在於某種道德恐慌形成之前，因此，從偏差到引起道德恐慌偏差有一重要發展指標，那就是大眾媒體對所報導者是否已形成某種固定刻板印象化(stereotyping)之報導，如預期感、誇大和扭曲、象徵化。

引起道德恐慌的偏差事件有些歷時甚短，很快就消失無蹤；有些則長期存在於社會中且不時出現(Cohen, 1987: 9)。無論如何，一旦道德恐慌形成，整個社會對於被貼上標籤的偏差（行為）會產生或是加強敵意、抨擊(Goode and Ben-Yehuda, 1994: 74)。換句話說，道德恐慌是整體社會的反應結果，而媒體的報導樣態對這一反應扮演了重要帶領角色。例如，在對 Clacton 一地青少年騷動引起的道德恐慌分析中，Cohen 認為媒體、大眾、社會控制機構以及道德保護團體之間彼此相互影響最後引發了社會的道德恐慌，偏差（行為）於這一社會互動反應中逐漸被媒體「放大」(amplifying)，而「偏差放大」(deviance amplification)就是用來描述道德恐慌性偏差報導和社會互動、反應的形成過程(Cohen, 1987: 15; Davis & Stasz, 1990: 62-63)。

由此觀之，在道德恐慌性偏差的發生及放大過程中，大眾媒體扮演了對偏差的定義或形塑作用(Tester, 1994: 84)。然而，為何媒體會對某些偏差形成某些特定刻板印象？這些刻板印象是何形成呢？Cohen(1987: 16)針對此點提到：「報紙、收音機、電視均在其商業、政治運作限制下，結構出報導樣態」。但是，Cohen 並沒有進一步討論這些限制和特定刻板印象報導樣態之間的關係究係如何形成。

從媒體報導和社會互動這一過程觀之，Shoemaker and Reese (1996)劃分出了影響新聞呈現樣態的五種因素層次：(1)個人層次(individual level)、(2)媒體常規層次(media routines level)、(3)組織層次(organization

level)、(4)媒體外層次(extramedia level)、⁽¹⁾(5)意識形態層次(ideological level)。這五個層面彼此相互影響，從而導致某些偏差放大主題的興衰起落，如對有些偏差政治團體的刻板報導會隨政治權力的變化及其他媒體相關層次因素交互影響而逐漸正當化(Murdock, 1981)。

從近二十年台灣社會發展來看，媒體環境、社會意識形態都有相當大的改變（媒體外、意識形態層次），而不少同性戀者也逐漸加入媒體組織內工作（個人層次）；這些變化因素影響了如上所述從 1981 到 1995 十五年間台灣同性戀新聞報導的三個時期發展（倪家珍，1997；王雅各，1999）。然而，為何同性戀「社會新聞」的報導樣態一直呈現與前雷同的刻板印象？以台灣同性戀報紙報導為例，常有「同性戀者是性慾很強或是性關係很隨便的人」等諸如此類的普遍刻板印象（王雅各，1999）。為何大眾媒體同性戀報導的刻板印象不是別種樣態呢？或許，相對穩定的報社媒體組織層次以及社會新聞報導的媒體常規層次可以提供一些思索的端倪。

台灣同性戀社會新聞報導中的刻板印象為何？本文以台灣同志平權運動者對報紙新聞所提出的批評、批判為分析來源。而媒體在其組織運轉過程中有那些面向限制，導致這些刻板印象的成形呢？新聞是一種「科層化組織運作下的產品」(Ettema, Whitney and Wackman, 1997: 37)，而不只是個人的寫作表達。Shoemaker and Reese (1996: 109)強調報社（媒體）組織在產製過程中必須面對三個問題（限制）：(1)什麼是消費者（閱聽眾）可以接受的訊息？(2)什麼是媒體組織有能力處理的（如版面要求）？(3)消息來源可以提供出什麼樣的原始訊息？換句話說，一篇報導必須至少經過組織產製者、消息來源及閱聽眾這三種面向考慮後才有機會刊出；而媒體組織的常規(routines)可以被理解為是溝通、協調及結合這三種限制面向的規範；換言之常規對於媒體組織產製新聞的重要性，可能遠比媒體工作者所知道或所願意承認的還大得多(Dennis and Merrill, 1996: 140)。

質言之，媒體組織並非被動的訊息接受，而須在眾多消息來源及訊

息中選擇新聞。媒體常規提供了新聞選擇上的觀點架構，同時也影響了寫作技巧以及報導樣態(Shoemaker and Reese, 1996: 114)。誠然，寫作者本身對於文章的表現樣態有其重要性，但如 Shoemaker(1991: 50)強調，媒體常規似乎指揮了故事的架構樣態，而寫作者常只能在這一標準架構下決定選擇那一個故事。

貳、台灣同志運動的發展及其在報紙媒體中的困境

一、同志平權運動在台灣的發展

在台灣 1987 年解嚴以前，同志論述或報導主題在各媒體中少見。1980 年代末期，台灣解嚴後的社會呈現了「無人不運動」的社會現象，然而，在這風起雲湧的 1980 年代，不管是從冒泡到沸騰或是無人不運動的歷史社會場景中，同志論述總是缺席和無聲。「同性戀」、「性偏好」或是「性取向少數」等類似字眼從未能在社會議題論述中出現。一直要到 1990 年代，有關同志生活和文化各面向的討論才逐漸浮現(王雅各，1999)。事實上，「同志」一詞於 1992 年金馬獎國際影展期間正式引入台灣，次年台灣大學成立「同志工作坊」，「同志」一詞迅速地成為社會通用名詞，儼然成為昔日「不能說出口」的「同性戀」的代名詞(趙彥寧，2000: 58)。

在台灣同性戀文化面貌改變的過程，「同志平權」是各種同志運動訴求的最終目標。「這樣等到有朝一日戀慕同性不再被認為是少數人的專利，而是「人性」中會出現的一部份的時候，那麼坦白自己性愛對象的性別，也就和他/她的其他特徵(如年齡、學歷)一樣，不是那麼必要的了」(朱偉誠，1998: 58)。

二、同志在報紙媒體呈現的困境

在 1990 年代之前，報紙媒體中充斥著關於同性戀的醜化、片面和偏差的報導。吳翠松(1998)曾研究報紙媒體於 1981 到 1995 十五年間對同性戀議題報導，認為其變化大約可劃分為三個時期：一是 1985 年以前，以「假鳳虛凰」來渲染「變態的」、「病態的」同性戀事件，二是 1985 年始，國內發現的前幾個愛滋病患者均為同性戀，媒體對同性戀的新聞報導內容，在「性氾濫」、「性濫交」、「愛滋病始作俑者」、「愛滋病高危險群」等論述方向有大幅增加。⁽²⁾ 三是 1990 年台灣第一個同性戀團體成立以後，媒體對於同志現象報導有非常含蓄的改變，同志報導似乎不再像以前那樣被嚴重污名化。

三階段十五年間，報紙對同性戀報導上的改變可以歸納出二個面向（吳翠松，1998）。一是同性戀議題報導頻次增加：在全部則數中，第一階段佔 13.8%、第二階段 33.3%、第三階段為 52.8%，可見同性戀議題的報導有愈來愈增多的趨勢。其二是報導中主要事件類別的變化：第一階段的前二種事件類別為妨礙社會秩序 35.9%、愛滋病相關報導 16.0%；第二階段分別為愛滋病相關報導 36.1%、妨礙社會秩序 13.0%；第三階段則分別為人權議題 17.2%、影片報導 10.0%；第二階段比例頗重的愛滋病相關報導 5.6%與妨礙社會秩序 4.4%分別落於第六與第七位。第三階段中，同性戀相關人權的問題，如工作權、兵役權、結婚權、子女教養權等引起廣泛報導，「自由平權」觀、「同性戀者人權應為尊重」等正面論述成為主要的論域。

在三階段的同性戀報導中，相關取材和角度在第三階段都有明顯增加，並且約七成比例給予正面或中性的報導態度。然而諸如愛滋病相關報導、妨礙社會秩序等社會新聞雖在量的比例上減少，但其報導中所呈現的負面報導或是污名化的現象卻依然沒有太多改變。從統計上看，在這三階段中的同志社會新聞有多達 92.0%都是負面傾向。

對同志平權的爭取者而言，1990 年後報紙媒體對於同性戀報導雖

有不少改變，但離平權的目標仍遠。儘管在同性戀報導詞語使用上有一些不同轉變（趙彥寧，2001），⁽³⁾但報導中關於同性戀的社會新聞仍然帶有「偷窺本質」的負面刻板印象（莊慧秋，2002：13），如仍認為同性戀是一種違反自然的異類、同性戀者是性慾很強或是性關係很隨便的人、同性戀者是愛滋病高危險群等。除此之外，像是同性戀者都娘娘腔（如果是男同志）、或是他/她們充滿著藝術和創作細胞，或許她/他們通常都和某一特定行業有關等，也都是相當普遍的刻板印象（王雅各，1999）。

上述報紙媒體有關同性戀社會新聞刻板印象的報導，並不存在於同志小眾媒體。⁽⁴⁾何以在同志小眾媒體上那種充滿同志「開心樂觀」、「真心熱情」、「俏皮嘲諷」、「貼心實用」等風格的文字形式與報導（簡家欣，1997；陳崇騏，2000），並沒有成為大眾媒體於同志報導時題材的選取方向呢？這是同志平權運動者對大眾媒體的一種疑問，也是期待報紙媒體關於同志報導內容改變的方向，因為在大眾媒體中的同志文化形貌改變，當有助於同志在其他日常生活領域中對平權的要求。

參、報紙同志社會新聞「偏差放大」的理論探討

台灣同性戀的報導在社會環境改變及同志運動衝撞下，開啓了不少新的同志報導議題，如同志人權、工作權、結婚權等；而這些報導常是正面或是中性的態度。然而，基本上屬於社會新聞類別的同性戀報導中，「偏差放大」刻板印象、報導樣態，何以在歷經社會及媒體環境變遷的影響下，依然屹立不搖呢？

一件同志的事情是一種「事實」，由很多「事件」及觀察「面向」所組成；而構成媒體中「媒介真實」的事件及面向，的確也是整體事實的一部份（鍾蔚文，1992）。然而，何以大眾媒體報導者所挑選的，用以組成「媒介事實」的事件及面向，卻往往是同志平權運動者所認為會

變成「負面報導」的那些事件與面向呢？一個整體事實可以挑選來用以報導的事件及面向那麼多，大眾媒體新聞記者的選擇標準何在呢？這裡涉及到了「新聞價值」(news values)的認知問題，即「新聞從業人員在選擇新聞題材時所依據的標準」（翁秀琪，1998：109）。

前文提及，同志小眾媒體對同志面貌的呈現與大眾媒體有異。換句話說，大眾媒體對於「新聞價值」的認知標準，與同志媒體的「新聞價值」標準極為不同。不同的新聞價值標準，對整體事實所選用的事件面向也不同，形成了不同的事實解讀。媒體在偏差報導中對偏差特質的界定和描述，反映出了大眾媒體報導者對於偏差（群體）的相關事件所採取的「新聞價值」(Ericson, Baranek and Chen, 1987: 4)。那麼，大眾媒體工作者的「新聞價值」判斷標準是如何形成呢？

要回答這一問題，不得不從媒體產製流程來探索；而「守門人」理論可能是對這一問題的最早嘗試(White, 1950)，強調「新聞」是記者製造出來的，或可謂是「新聞工作人員創作的產物」(Gieber, 1964: 173)，或「新聞從業者遵循某種方法下的成果」(Fishman, 1980: 14)。然而，影響守門人新聞價值的判斷標準又來自何方？對於這一問題，基本上有二種不同思考取徑：一是從馬克思理論出發的新聞政治經濟學角度，二是從韋伯的組織科層化及理性化結構面向(Schudson, 1992; Demers, 1999; Demers & Viswanath, 1999)。

從馬克思理論出發，尤其以 Stuart Hall 為主的文化研究取徑，認為媒體是複製和維持當前政治經濟關係的工具，傾向於去「再產製有權力者所下的各種（社會關係）定義」(Hall et al., 1978: 57)（括弧內文字為筆者所加）。從韋伯理論出發，思考重點則在於組織運作特性對產品可能的影響，尤其是近代組織中科層化與理性化的影響下所形成的常規(routines)。從組織的角度來看，報紙的報導內容是「組織的產品，從而也可以像是研究其他被製造的產品一樣來進行對報導內容的研究」(Schudson, 1992: 149)。

如果以 Shoemaker and Reese (1996)所提出的影響新聞呈現樣態五

種層次來參照檢視，馬克思理論傳統下的論述方向常涉及於個人層次、意識形態層次以及媒體外層次，韋伯組織理論下的論述傳統則常觸及媒體常規層次，組織層次。用這一分析架構用來檢視台灣同性戀報導上的變化，馬克思以及韋伯兩種不同論述取徑的分析角度，可以說明同性戀報導呈現樣態上「變」與「不變」的原因。

就「變」的這一面向而言，同性戀報導面貌上的「變化」和同志平權的「社會運動」有著密不可分的關係。從八〇年代以後，以美國學者為主的「政治過程論」(McAdam, 1983)以及歐洲學者的「新社會運動論」(Buechler, 1995)來看，社會運動的形成往往標誌著政治、社會、經濟、文化結構產生變遷。賴鈺麟(2002)在探討台灣同志社會運動與政治、經濟、社會、文化變遷關係時亦指出，台灣政治系統與政治機會的改變、資本主義發展所提供的物質環境、都市化程度的提高與集中、傳統文化與宗教教義特色，均是同志運動興起的重要條件。

在《認識同志手冊》(台灣同志諮詢熱線，2002)有關〈台灣同志平權運動大事紀(1986-2002)〉裡的同志活動紀錄顯示，同志平權運動的推展可以歸類出兩大方向：一是同志小眾媒體的發展，二是如「集體現身」和「發聲」等同志運動策略。同志小眾/異議媒體常是同志運動者的抗爭據點與發聲管道，可避免被主流媒體收編，再現同志觀點。而社會運動策略的重要功能，則在藉助大眾媒體做為「第三勢力」以為動員資源，藉此達到確立身份、建立形象、指明目標等目的(陳錦華，2001)。簡家欣(1997: 4)認為：「九〇年代台灣的同志運動，運動的路線走的比較不是激烈控訴異性戀體制壓迫的傳統抗爭路線，而是以積極同志文化的正面呈現、與反制污名或被消音的訴求，來爭奪詮釋權，企圖從根本改變社會的價值觀」。這階段的同志運動特別著眼於大眾傳播媒體的影響力，希望透過大眾媒體力量轉化一般人對同志的看法(王雅各，1990)；而同志社群發展出具有嘉年華式歡樂出擊的「集體現身」與「迂迴現身」策略，也常是為了應付媒體報導而施展的活動(莊慧秋，2002: 10-13)。

吳鳳雪(1993)認為，報紙在這十年內從黑暗(1983-1985)、混沌(1986-1988)到轉型(1989-1993)的報導改變，是同志運動的成果所累積出來的轉換(參見陳建涵，2003)。吳翠松(1998)的統計也說明，整個十五年同性戀議題的新聞報導，在消息來源部分有相當大的轉變。尤其是從愛滋病期到人權爭取期，這兩階段消息來源對於同性戀所抱持的態度基本上截然不同，這些改變和1990年代的同志運動以組織、活動、現身等形式來呈現有著重要關係。同時，許多在當時廣受注目的同性戀平權報導，如同性戀學校生活、同性戀電影、文學等，都是記者主動進行調查和報導；而第三期消息來源的第三位次甚至是「記者」。

就「不變」的面向而言，同性戀社會新聞的內容表現和章法具有延續性，重要原因來自報社組織以及媒體常規在生產流程中所呈現的約束力。從這一角度來思考媒體報導的「刻板印象」問題，顯示要從「記者個人」轉移到「記者職業」來觀察。

職業涉及專業，專業則要求特定知識領域(Abbott, 1988)，如有些知識領域以個人能力為表徵(如醫生)而被社會肯定並接受為專業。對於記者而言，其知識領域必須依賴報社組織才得以彰顯，也才會被社會接受為專業；換句話說，要印在報紙上才算。記者離開了報社，雖然一樣可以寫出好的報導，但如只印在一般紙張並在大街上散發，沒有人會認為他具有記者專業。對於媒體工作者而言，擁有判斷「新聞價值」的「新聞感」似乎是一種自然且也必要的「專業」(sacred knowledge)(Tuchman, 1972: 672)，所有「好的新聞報導者都被認為具有這種能力」(Hall, 1981: 234)。這種專業即可視作是記者的知識領域所在，也是記者有別於其他資訊處理人員(如公關和廣告人員)之處。

然而判斷「新聞價值」的「新聞感」卻不單只是記者的主觀認定，也須是報社組織可以接受的新聞價值。一篇可以在大眾媒體刊登出來的報導除了記者的寫作外，還須經過「編輯」的處理。因之，最後決定了文章的內容及面貌是報導和編輯之間的互動過程。也就是說，一位報導者的新聞價值取向是在工作場域的組織文化影響下，經由一段緩慢的學

習過程所形塑而成的新聞技藝(craft of journalism)(Barrat, 1992: 94)。Chibnall(1977)甚至認為，新進記者在融入和認同工作組織新聞價值的過程，編輯流程所扮演的角色或許更為重要。換句話說，工作組織與常規皆對報導工作者的新聞價值形成極為重要。Gieber(1964: 175)早期研究指出，相較於新聞的社會影響和意義，日常工作流程的壓力可能更佔據新聞工作者的心緒；他們必須「關心生產的目標，行政的程序以及在工作場所的人際關係」。因之，報導作品的最後面貌事實上呈現出了作者和組織文化互相溝通、妥協後的新聞價值(Cohen & Young, 1981)。

既然媒體工作的組織面向對一篇報導的最後成形有所影響，那麼探討平面媒體組織的「新聞價值」觀又何以能被忽略？在每日的新聞產製流程，平面媒體組織的「新聞價值」角度如何形成呢？要回答這個問題，必須進一步探討現代組織的結構與目的。

肆、媒體組織、常規與偏差放大報導

從韋伯的觀點來看，現代組織的最重要特色就在於科層結構(bureaucracy)，即在將組織各種活動安排為標準化流程，使得組織運轉得以在工作「常規」內(routine)進行，同時也使組織工作人員有固定規範可以遵循(Wallace & Wolf, 1991)。韋伯認為，現代組織中的高度科層化發展，導源於構成現代經濟體系的骨幹特徵——勞動力的高度特殊分工。組織科層化模式的重要目的，在於有效動員勞力及動員資源，使得組織得以進行大量生產以便在市場機制中競爭(Swingewood, 1984)；換句話說，科層組織的進一步發展和資本主義的擴張有著密不可分的關連(Giddens, 1993)。在資本主義的競爭壓力中，為了有效的「計算」與「預測」成本、獲利、產入與產出，在與科層化結構的管理面相應之下，組織必須採取合法化的理性權力規範架構(rational-legal norms)。個人性的主觀特質必須儘可能的排除，如此才能在科層的架構中建構出一套可運

轉的工作「常規」(Parsons, 1964)。

如前所述，報紙是報社組織的產品，是現代社會中的一項資訊產品，其旨在於告訴讀者週遭的事件。在近代都市化及工業化的社會變遷中，人們需要依賴他人才能完成生活目的，使得人們對於新聞及資訊的需求成爲「必要」(Demers, 1999)。讀者之所以需要看報紙，乃在於相信報紙內容是一種專業(peculiar form of knowledge)，爲讀者選擇了對他們可能有影響的事件，而這些事件必須對讀者而言有特別意涵(Rock, 1981)。在這一目的下，報社所選出刊登的事件通常有下列二種特色：一是對目前已存在之社會秩序的未來發展方向有影響，二是會對已存在的社會秩序造成威脅。前者如選舉、股票等事件，後者則常是一些具有「道德恐慌」性的異離行爲或人物(deviant behavior and persons)，如犯罪或是同性戀等。從報社組織商業性目的觀點來看，往往要能掌握具有這二種特色的事件才具有新聞性。同時，這種以組織目的爲大前題的認定，也能有效地使記者與編輯台工作人員取得共同的「新聞性」交集，以減少工作流程中因各人觀點不同所導致的工作磨擦(Turow, 1997)。

科層架構在媒體組織中所扮演的目的，在於確保工作「常規」順遂，減低組織內部工作磨擦及減少不可預期的突發情事；反過來說，組織工作常規就是爲了維持科層架構得以運行的前題下，工作者在組織內所自我調適的共約觀念(Gallagher, 1994)，不同的媒體組織內工作常規樣態的差異，取決於科層架構下的組織的目的及其產品特色(月刊或是日刊?)。從產品的面向來分析，就消費人口結構而言，報紙所要追求的是儘可能廣大的社會大眾；就內容特色而言，某天的報紙內容不能和前一天相同；就產出週期而言，報紙是以「日」爲生產時間單位的產品。因之，報社科層架構與組織工作常規的目的，就是要能確保產品(報紙)能滿足上述三種特質與要求；一旦報紙要呈現外在真實世界，就要被上述三種面向所限制。

第一個面向(大眾讀者的限制)，使得報紙文章寫作風格傾向易讀、易懂、易親近，儘可能避免艱深詞彙與複雜概念；除了某些專欄外，整

體報紙文章所能觀察和分析的深度往往受到了限制。媒體內容的形態與大眾讀者之間的關係，涉及到「報社組織對大眾讀者的認知、定義」(Schudson, 1992: 152)。Billings(1986)曾歸納不同研究成果而將大眾讀者特色歸納為六類。⁽⁵⁾然而，組織內的工作者如記者、編輯等在工作時是否內心存有明顯讀者類型的預設呢？如果有，每個人的想法都一致嗎？Schudson(1992: 152)在討論這一問題時引用 Gans(1979)及 Remington(1988)的實證研究報告，認為記者和編輯雖然沒有特別在意特定讀者的類型問題，或是注意到只要是他們感興趣的讀者必然也會感興趣，但是他們同時也表達了一種「暗示的讀者界線」(implied audience)。

從媒體專業領域分工的發展史來看，報紙與其他平面媒體（如雜誌）「專業屬性」之分別，在於對廣大讀者的追求和設想。例如，最接近現代報紙形式的美國「便士報」在 1830 年代蔚為風潮時，為迎合激增的新都會讀者而大量顧用「社會記者」(Dooley, 1999)。從報紙是「專業產品」的角度而言，整個組織必須對讀者的認定形成共識，如此，才能使得不同工作者所形成的報紙內容能在讀者心中形成產品特色形象。而以大眾媒體為定位的報紙，在儘可能關照大眾讀者的假設下，報導最後所呈現的觀察和分析角度不能和一般社會大眾所習慣的概念有著太大的差異和決裂。就同性戀的社會新聞處理而言，大部份的讀者是異性戀者是既存事實，因之寫作者往往須以異性戀者經驗範圍內的想法、觀點和概念為讀者溝通的起點。即使寫作者是同性戀者，其對同性戀有著真實的生活感受，在報紙文章內表達同性戀的特性與特質時，也「不得以異性戀的思維角度為文章的進行框架」(Pearce, 1981: 303)。

第二面向（內容不能重覆的限制），使得性質類似的事件在不同出版日必須要能呈現不同觀察和描述面向。在報社以「每日」為觀察事情的時間基準下，以抽象概念、長期趨勢、社會結構等章法為探討方向的文章內容，對於同質性的事件往往會有重覆之虞(Rock, 1981)。這一種限制使得報紙內容傾向於被處理成「故事」形式。事實上，「說故事」

常是記者寫作章法的金科玉律，也是報社組織中認為值得登上版面且對大部份讀者都有吸引力的文章形態(Curran, 2000)。新聞報導「故事化」的文章結構張力，在於有明顯的情節安排(setting)及主角人物(actors)(Bell, 1994)；Van Dijk(1988)甚至分析指出，新聞內容的故事結構及價值點在各種不同語言社會中往往沒有太大差異。

同性戀社會新聞性為求明顯情節的呈現，「偏差的明顯象徵」往往易於凸顯為安排故事情節的軸線，如同性戀愛情的不幸結局。再者，主角人物在故事寫作中須要一些徵貌特色描述以建構出人物的存在，值得一般故事中常用的性別(男、女人)或是膚色(黑、白人)等明顯可見的身體辨識徵貌，很難成為故事中用以凸顯、辨識同性戀主角人物的特色。換句話說，在兩位男性/女性中很難用身體的徵貌來指出誰是同性戀者，因之如服裝儀容、性關係、愛滋病、娘娘腔、藝術和創作細胞、特定行業等等外在社會(關係)性徵貌，往往被誇張加強成為建構同性戀主角人物的速記線索(shorthand)(Barrat, 1992)。這點常引起同志平權運動者對「媒體處理方式」的不滿，如像「玻璃情人 難逃致命迷思(大標)·各自有女友 卻陷入熱戀 社會規範如枷鎖 抑鬱的心很脆弱(小標)」這樣的新聞標題(咯飛, 2000)。

第三面向(每日出刊壓力)，使得採訪、寫作、編輯、完印等工作須在一個工作天之內完成，因之工作流程需確保穩定。Bell(1991)強調，報紙文字是一種「多作者」的風格，受到新聞來源、作者、編輯以及讀者回饋等共同影響，一旦在工作流程中有意見或觀點歧見，能達成共識的過程時間相當有限。在時間的壓力下，報社組織必須提供一種共約的「新聞價值」觀，一種所有「工作者可以呼吸到的文化氛圍」(the cultural air)(Bennett, 1994: 303)。新聞價值觀能讓記者估計編輯台可以接受的文章寫作樣態；同樣的，新聞價值觀也讓編輯台有判斷底線以避開改稿時的可能衝突。在報社組織科層結構下，新聞價值觀扮演了解決工作人員觀念衝突上的合法化理性權力規範架構(rational-legal norms)。

然而，在報社組織「每日」節奏的運轉壓力下，「抽象的」新聞價

值觀需轉化成可以衡量的「方法」，「客觀地」降低個人主觀衝突，以利取得組織內新聞價值的共識。這使得媒體組織強調「客觀性」的寫作方法，即新聞價值須用「客觀」的寫作方法來呈現(Croteau & Hoynes, 2000)。Turow(1997: 180)指出，一篇客觀報導作品通常儘可能包含下列幾個寫作方法上的判斷項目：(1)文章的進行要遵守倒金字塔形式，也就是第一段要包含人、事、時、地物等新聞基本元素，其他細節再於後段補充說明；(2)作品要以第三者立場書寫，作者個人的意見不應涉入；(3)必須引用專業人士的意見或是他人的看法，以構成文章中的客觀聲音；(4)必須採用兩方意見以形成平衡報導。從組織的觀點來看，「客觀」的新聞處理與「客觀」的新聞報導雖是報社工作人員中的個人價值，同時也是一種方法共識以解決組織內部關於「好的」新聞、「對的」新聞的意見爭紛，因而成爲卻止外界批評及誹謗輿訟的一道「防火牆」(Tuchman, 1972)。(6)

新聞記者在每日供稿壓力下，其於新聞來源不能單靠自己發現，而常依賴一些預期有新聞的可靠網絡點，如警局、議會以及政府單位(Tuchman, 1973)。在寫作過程中，這些新聞來源的看法、意見和對事情的描述，常會被保留、引用以確保寫作方法上的「客觀性」。如果新聞來源對同性戀者並沒有太多的認識與理解，他們對同性戀者一些先入爲主的觀點、想法和描述，在寫作客觀的要求下應是文章中必須要呈現的部份。

在同性戀社會新聞報導中，報社組織對客觀寫作所要求的一些必要文章元素，卻是同志平權運動者認爲的「報導中的預設價值判斷」，易強化其認定媒體報導對同性戀者「存有偏見」。同志平權者略飛(2000)引用中國時報的一篇報導爲例：「警方隨即通知死者遠在彰化的母親及宜蘭的阿姨，他們對於林某的死都覺得不可思議。並表示林某有女朋友不可能是同性戀...」。他認爲：「媒體/社會先把同性戀塑造成行事怪異的『異類』，然後又『驚悚』地發現：原來身邊『正常』的親人『竟然』是同性戀」。然而，記者引用他人(母親、阿姨)的話語來描述事

情，卻又何嘗不是報社組織文化對文章客觀寫作下的基本動作呢？

這種報紙中關於同志相關事件「渲染、誇大的聳動處理」，「只管戲劇化效果、不顧新聞事實精確的標題」（喀飛，2000），恰恰呈現了新聞媒體報導內容中易於出現的「偏差放大」現象。媒體報導的偏差放大現象，所指的不只是媒體對偏差事件誇張性的報導內容，同時也強調放大情節的報導對讀者甚或是異離本身所產生的固定想法的加強效果（Barrat, 1992）。近十年來，同志活動、同志議題的激增，使得同志相關報導在篇幅及次數上都有明顯改變。然而，何以報紙對偏差群眾的社會報導往往都擺脫不了這種情節放大鏡式的文章風格呢？這不單只是記者個人取材及寫作風格的問題，也是報社組織科層結構運轉限制下的結果。

伍、結論

同志平權運動者在論述〈媒體對於同志的報導態度〉（喀飛，2000: 140）有著一種無奈的不滿：「媒體結構和社會大環境常是逼使第一線媒體工作者，在不覺中成為醜化同志族群的角色」。他們強調，「資深記者的新聞專業能力，應該是實事求事的採訪能力，還有，可以看清新聞表象以外真實的背景，可是面對同志相關的新聞，卻呈現自毀專業形象的狀況」（p.136）。這一段批評觸及了一個問題，那就是「新聞工作者的專業是什麼？」一般而言，記者被認為的「專業」要有實事求事的能力，也要能看清表象以外的真實。然而，記者的「實事求事」、追求「真實」，是要像歷史學者或是社學學者等社會科學家所追求的那樣嗎？

事實上，即使是社會科學家對於所謂的「客觀」、「真實」，對於是否有「客觀」、「真實」，恐怕也沒有一致的共同認定。學術圈對於學術作品客觀與真實的限定，必須來自「寫作方法」的檢定。換句話說，社會學家必須要在寫作上對知識方法論的檢視反省（Schutz, 1962: 245）

，以確保作品可以在客觀、真實上被「學術圈」所承認，可以符合「學術圈」內所被承認的「論文寫作」主流標準，或是「典範」(Kuhn, 1970)。同樣的，記者在寫作中所謂客觀與真實的認定標準來自於報社組織的界定；記者做為一種職業角色而不是自由寫作者，在執行工作時必須要符合報社組織對於客觀與真實所要求的「寫作方法」(Tuchman, 1972)。而報社組織所要求的寫作方法，乃在於「透過一種簡化與解釋的過程，這種過程結構出一種意義來賦予一篇報導具有新聞價值」(Halloran et al., 1970: 215-216)。對新聞工作者而言，在題材的選擇及寫作的章法上，「是不是新聞」遠比「是不是真實」來得重要(Thompson, 1998: 35)。

如前所述，Cohen(1972)曾指出媒體異離報導易有預期感、誇大、扭曲、象徵化等刻板印象。為何報紙媒體的異離報導往往是呈現這樣的特色呢？這一問題可以從媒體組織限制的觀點來看。以大眾媒體為定位的報紙在關照大眾讀者之下，文章所呈現的觀察和分析角度不能和一般社會大眾所習慣的概念有著太大差異和決裂。從大眾習慣觀點出發的寫作思考易使內容形成「預期感」，內容不能同覆的限制，使得報紙內容傾向處理成「故事化」形式，同時同性戀故事主角外在社會化徵貌的速記線索，使得文章內容傾向於誇大、扭曲和象徵化。而組織內部合法化理性權力規範的新聞價值觀，如報導客觀化的寫作方法等，則形成一致延續性的約束力在報紙內容表現和章法。上述從媒體組織而來的報導呈現限制面向，可以說明台灣同性戀社會新聞在社會變遷的影響下依然呈現負面報導姿態之因。

從 Shoemaker and Reese (1996)觀點來看，影響媒體報導樣態的因素有五大面向，而不單只是媒體組織與工作常規而已；這樣的論述可以說明在 1990 年始，媒體對於同性戀人權有著「或許不盡人意」的推動角色。以同志主動媒體策略的許佑生同志婚禮為例，該婚禮被視為同志平權運動中的重要成果乃是基於許多複雜的原因，但的確仍是媒體首度以接近真實且正面的方式加以報導(王雅各，1999)。然而，大部份的同

志新聞迄今仍零散分佈在各版版面，在定位上猶非明顯（李金山，2000）。換句話說，當同志婚禮不被以「社會新聞」來看時，媒體組織、常規一時難以適應這一新聞的歸類。

這一版面歸類上的混淆，恰恰反映了社會變遷對媒體組織的影響。從新聞價值的角度而言，同性戀事件不再只是有「社會新聞」的新聞價值，「人權新聞」對同性戀事件而言開始具有「新聞性」的意義，值得報導。媒體組織對同志事件有了版面安排上的變化，代表了對同志事件有了新的報導範疇。這一「版面」認識觀點上的轉移，使得被認知為「非」社會新聞範疇的同志事件，可以不受「社會新聞」新聞價值觀的約束。不同的版面有著不同的新聞價值觀，從而也有不同的常規與寫作樣態。對同志新聞而言，和以往報導樣態相較起來，這已顯示了報導呈現的突破。

同志新聞從一個「刻板印象」下的「社會新聞」到被「據實以報」的「人權新聞」是一條漫長的路，同時也說明了報社組織對「偏差」的新聞價值認識角度之調整，乃是一種緩慢的學習過程。

智慧藏

註釋

- (1) 依 Shoemaker and Reese (1996) 的分析架構，媒體環境層次包括了消息來源、廣告、媒體法規、市場競爭以及傳播科技的發展等。
- (2) 報紙有關愛滋病的報導在 1981 年就已出現，不過由於當時國內並沒有真正病例，因此未曾引起很大關注，報紙常以「神祕疾病」稱之。1985 年 8 月 30 日以後，本土發現愛滋病患，使得愛滋病成爲報導的焦點，許多中文譯名紛紛出現，像是「愛死病」、「愛死症」、「愛滋病」、「愛滋症」等（吳翠松，1998）。
- (3) 趙彥寧(2001: 2)引用 1996 年 12 月 20 日《聯合報》第五版一則以〈「男男」交易「狠狠」服務〉的同性戀社會新聞爲例，認爲這依然是九〇年代後同性戀社會新聞的「典型報導」；「和九〇年前這類報導唯一較大的差異，只是於它在標定『犯罪主體』時使用的名詞不同」。
- (4) 同志媒體在台灣的發展格局，基本上屬於小眾媒體，其閱聽眾的面貌有著某些同質性。不管是文學、出版、學術或是網路，只要是同志媒體的閱聽眾基本上均是同性戀者或是潛在同性戀者；雖然其「發行及流通的數量有可觀的數目」（王雅各，1999: 163），但仍不脫小眾媒體的性格。例如，在商場一時洛陽紙貴的《熱愛》雜誌，其成功和雜誌編輯對市場定位的洞見有關。雜誌編輯很清楚，大多數的讀者群是對同志文化少有接觸的都市青年，許多很可能仍在「衣櫃」裡。該雜誌除了提供消費模式，也提供了生活模範（陳崇騏，2000），因爲青少年同志在剛開始展開認同歷程時，非常需要同儕支持以及對自己情欲的一些討論，但因資源的缺乏，常使得同志青少年幾乎陷入孤立無援的困境當中（柳恕涵，2000）。
- (5) Billings(1986)分析以往不同的研究成果，將大眾讀者的特色大約歸納爲五類 (1)沒有反抗性個體的群集，(2)面對著有限範圍而且是預先選定作品的消費族群，(3)被權威價值內容不斷轟炸的次等階級，

(4)生產者內心的一種想像，(5)在非直接並且是多層次的樣態下，對產品生產者提出要求、提供回應的一種機制反應。他從歷史的發展來看，認為 (6)閱聽者是促使媒體改變的創新者(audience as innovator)。

- (6) 例如《中國時報》報導：新瑞都案關係人蘇惠珍曾經透過高雄市長謝長廷，捐助陳水扁總統。總統府針對此項新聞，擬對《中國時報》提出加重誹謗告訴。《中國時報》刊登啓事，就有關政治獻金報導中涉及陳水扁總統部分，「未及時向總統府完成查證」，鄭重向陳總統表達誠摯的歉意。陳總統也接受《中國時報》的道歉，已不打算對中時提出法律告訴。《中國時報》正是採取未能遵守客觀報導的採訪步驟來承認缺失，以避免誹謗告訴。換句話說，《中國時報》自認為只是技術上的缺失，而不是新聞內容上的曲扭。

智慧藏

參考書目

- 王雅各(1999)。《台灣男同志平權運動史》。台北：開心陽光。
- 朱偉誠(1998)。〈台灣同志運動的後殖民思考：論「現身」問題〉，《台灣社會研究季刊》，30：35-62。
- 李金山(2000)。《許佑生同性戀婚禮新聞之框架、框架化及讀者詮釋分析》。世新大學傳播研究所碩士論文。
- 台灣同志諮訊熱線(2002)。《認識同志手冊》。台北：台北市政府民政局。
- 吳鳳雪(1993)。《解讀媒介中的同性戀意涵——以1983-1993年的報紙為例》。銘傳大學大眾傳播學研究所碩士論文。
- 吳翠松(1998)。《報紙裡的同志——十五年來同性戀議題報導的解析》。中國文化大學新聞研究所碩士論文。
- 倪家珍(1997)。〈九〇年代同性戀論述與運動主體性在台灣〉，何春蕤(編)，《性/別研究的新視野——第一屆四性研討會論文集(上)》，頁125-148。台北：元尊文化。
- 柳恕涵(2000)。〈同志的社會處境〉，謝臥龍(編)，《性別：解讀與跨越》，頁103-111。台北：五南。
- 陳建涵(2003)。《「看見」同志運動——同志轉體的多元發展與參政》。成功大學政治經濟學研究所碩士論文。
- 陳崇騏(2000)。〈請問你是同性戀、酷兒還是同志？〉，何春蕤(編)，《從酷兒空間到教育空間》，頁217-231。台北：麥田。
- 陳錦華(2001)。《網路社會運動：以本土同志運動在網上的集結與動員為例》。政治大學新聞研究所碩士論文。
- 莊慧秋(2002)。〈追求彩虹的軌跡〉，莊慧秋(編)，《揚起彩虹旗：我的同志運動經驗》，頁6-13。台北：心靈工坊。
- 喀飛(2000)。〈從「墜樓事件」新聞中看媒體對同志的報導態度〉，謝臥龍(編)，《性別：解讀與跨越》，頁129-143。台北：五南。
- 簡家欣(1997)。〈書寫中的現身政治——九〇年代同志言說戰場的流變〉，《聯合文學》，13(4)：66-69。

- 趙彥寧 (2000)。〈台灣同志研究的回顧與展望——一個關於文化生產的分析〉，《台灣社會研究季刊》，38：207-244。
- 趙彥寧 (2001)。《戴著草帽去旅行》。台北：巨流。
- 賴鈺麟 (2002)。《台灣同志運動與同志諮熱線之研究》。台灣大學政治學研究所碩士論文。
- 鍾蔚文 (1992)。《從媒介真實到主觀真實》。台北：正中。
- 翁秀琪 (1998)。《大眾傳播理論與實證》。台北：三民。
- Abbott, A. (1988). *The system of professions: An essay on the division of expert labor*. Chicago: University of Chicago Press.
- Barrat, D. (1992). *Media sociology*. London: Routledge.
- Bell, A. (1994). Telling stories. In D. Graddol & O. Boyd-Barrett (Eds.), *Media texts: Authors and readers* (pp. 100-118). Clevedon: The Open University.
- Bell, A. (1991). *The language of news media*. Oxford: Basil Blackwell.
- Bennett, T. (1994). Media, 'reality', signification. In M. Gurevitch, T. Bennett, J. Curran, & J. Woollacott (Eds.), *Culture, society and the media* (pp. 287-308). London: Methuen.
- Billings, V. (1986). Culture by the millions: Audience as innovator. In Ball-Rokeach, S. & Cantor, M. G. (Eds.), *Media, audience, and social structure* (pp. 200-213). London: Sage.
- Buechler, S. M. (1995). New social movement theories. *The Sociological Quarterly*, 36(3): 441-464.
- Chibnall, S. (1977). *Law-and-Order news: An analysis of crime reporting in the british press*. London: Tavistock.
- Clinard, M. B. & Meier, R. F. (2001). *Sociology of deviant behavior*. New York: Harcourt College Publishers.
- Cohen, S. & Young, J. (1981). The process of selection. In S. Cohen & J. Young (Eds.), *The manufacture of news: Deviance, social problems and the mass media* (pp. 17-33). London: Constable.
- Cohen, S. (1987). *Folk devils and moral panics: The creation of the mods and rockers*. Oxford, UK: Blackwell.

- Croteau, D. & Hoynes W. (2000). *Media society: Industries, images, and audiences*. London: Pine Forge.
- Curran, J. (2000). Literary editors, social networks and cultural tradition. In J. Curran (Ed.), *Media organisations in society* (pp. 215-239). London: Arnold.
- Davis, N. J. & Stasz, C. (1990). *Social control of deviance: A critical perspective*. New York: McGraw-Hill.
- Demers, D. (1999). Corporate news structure, social control and social change. In D. Demers & K. Viswanath (Eds.), *Mass media, social control, and social change* (pp. 375-397). Ames: Iowa State University Press.
- Demers, D. & Viswanath, K. (1999). What promotes or hinders the role of mass media as an agent of social control or social change? In D. Demers & K. Viswanath (Eds.), *Mass media, social control, and social change* (pp. 419-424). Ames: Iowa State University Press.
- Dennis, E. E. & Merrill, J. C. (1996). *Media debates: Issues in mass communication*. New York: Longman.
- Dooley, P. (1999). Journalistic occupational development and discourses of power. In D. Demers & K. Viswanath (Eds.), *Mass media, social control, and social change* (pp. 333-357). Ames: Iowa State University Press.
- Ericson, R. V., Baranek, P. M. & Chen, J. B. L. (1987). *Visualizing deviance: A study of news organization*. Milton Keynes: Open University Press.
- Ettema, J. S., Whitney D. C. & Wackman, D. B. (1997). Professional mass communicators. In D. Berkowitz (Ed.), *Social meanings of news* (pp. 31-50). London: Sage.
- Fishman, M. (1980). *Manufacturing the news*. Austin: University of Texas Press.
- Gallagher, M. (1994). Negotiation of control in media organizations and occupations. In M. Gurevitch, T. Bennett, J. Curran & J. Woollacott

- (Eds.), *Culture, society and the media* (pp. 151-173). London: Routledge.
- Gans, H. J. (1979). *Deciding what's news: A study of CBS evening news, NBC nightly news, Newsweek and Time*. New York: Pantheon.
- Gieber, W. (1964). News is what newspaperman make it. In L. A. Dexter & D. M. White (Eds.), *People, society and mass communications* (pp. 173-182). New York: Free Press.
- Giddens, A. (1993). *Sociology: A brief but critical introduction*. London: Macmillan.
- Goode, E. & Ben-Yehuda, N. (1994). *Moral panics: The social construction of deviance*. Oxford UK & Cambridge USA: Blackwell.
- Hall, S. (1981). The determination of news photographs. In S. Cohen & J. Young (Eds.), *The manufacture of news: Deviance, social problems and the mass media* (pp. 226-243). London: Constable.
- Hall, S., Critcher, C., Jefferson, T., Clarke, J. & Roberts, B. (1978). *Policing the crisis: Mugging, the state and law and order*. London: Macmillan.
- Halloran, J. D. et al. (1970). *Demonstrations and communications: A case study*. Harmondsworth: Penguin.
- Horsfield, P. (1997). Moral panic or moral action? The appropriation of moral panics in the exercise of social control. *Media International Australia*, 85 [Online]. Available: <http://vic.uca.org.au/ecrp/panics.html>
- Kuhn, T. S. (1970). *The structure of scientific revolutions*. Chicago: University of Chicago Press.
- McAdam, D. (1983). *Political process and the development of black insurgency*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Murdock, G. (1981). Political deviance: The press presentation of a militant mass demonstration. In S. Cohen & J. Young (Eds.), *The manufacture of news: Deviance, social problems and the mass media* (pp. 206-225). London: Constable.

- Parsons, T. (1964). Introduction: The institutionalization of authority. In M. Weber, *Social and economic organization*. London: Macmillan.
- Pearce, F. (1981). The british press and the 'placing' of male homosexuality. In S. Cohen & J. Young (Eds.), *The manufacture of news: Deviance, social problems and the mass media* (pp. 303-316). London: Constable.
- Remington, T. F. (1988). *The truth of authority: Ideology and communication in the soviet union*. Pittsburgh: University of Pittsburgh Press.
- Rock, P. (1981). News as eternal recurrence. In S. Cohen & J. Young (Eds.), *The manufacture of news: Deviance, social problems and the mass media* (pp. 64-70). London: Constable.
- Schudson, M. (1992). The sociology of news production revisited. In J. Curran & M. Gurevitch (Eds.), *Mass media and society* (pp.141-159). London, New York: Edward Nrnold.
- Schutz, A. (1962). *Collected papers 1*. The Hague: Martinum Nijhoff.
- Shoemaker, P. J. (1991) *Gatekeeping*. London: Sage.
- Shoemaker, P. J. & Reese, S. D. (1996). *Mediating the message: Theories of influences on mass media content*. New York: Longman.
- Sumner, C. (1994). *The sociology of deviance: An obituary*. New York: Continuum.
- Swingewood, A. (1984). *A short history of sociological thought*. New York: St. Martin's Press.
- Tester, K. (1994). *Media, culture and morality*. London: Routledge.
- Thompson, K. (1998). *Moral panics*. London: Routledge.
- Tuchman, G. (1972). Objectivity as strategic ritual: An examination of newsmen's notions of objectivity. *American Journal of Sociology*, 77: 660-679.
- Tuchman, G. (1973). Making news by doing work: Routinizing the unexpected. *American Journal of Sociology*, 79: 110-131.
- Turow, J. (1997). *Media systems in society: Understanding industry*,

strategies, and power. New York: Longman.

Van Dijk, T. A. (1988). *News analysis: Case studies of international and national news in the press.* Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.

Wallace, R. A. & Wolf, A. (1991). *Contemporary sociological theory.* New Jersey: Prentice Hall.

White, D. M. (1950). The gatekeeper: A case study in the selection of news. *Journalism Quarterly*, 27: 383-390.



**The Organizational Context of Deviance Amplification in the Media:
The Case of Homosexuality Coverage in Taiwan**

Ming Che Lee*

Abstract

In response to the impacts of social changes in Taiwan, the news coverage of homosexuality, which has undergone three transitions from 1985 to 1990, has nevertheless retained its stereotypes. This article, drawing upon Cohen's study of media deviance, attempts to characterize the media coverage of homosexuality along the dimensions of media organization and routinization and hopefully explains why the media coverage of homosexuality has remained unchanged throughout the three stages.

Keywords: deviance, homosexuality, media, organization, routines, stereotype

智慧藏

* Ming-Che Lee is finishing his Ph. D. at the Graduate Institute of Communications, Shih Hsin University, Taipei, Taiwan.