

## 廣電新聞訪問之機構情境與訪問設計\*

江靜之\*\*

---

投稿日期：2008年9月5日；通過日期：2009年1月15日。

\* 本文為國科會專題研究計畫（編號 NSC 95-2412-H-128-009）之部分研究成果。作者感謝臧國仁教授的悉心指教，以及兩位匿名評審的寶貴意見及修改建議。此外，對於接受本研究訪談的十位受訪者，作者也在此一併感謝。

\*\* 作者江靜之為世新大學傳播管理學系助理教授，e-mail: morecc@shu.edu.tw。

## 《摘要》

要做好廣電新聞訪問，訪問者須掌握重要的機構情境。以往廣電新聞訪問機構情境研究，多聚焦於訪問互動形成的微觀「訪問情境」或影響訪問互動的鉅觀「社會及文化情境」，忽略訪問者在執行訪問之前，同樣面臨機構情境限制，並具有訪問設計的可能性。此階段的訪問設計不但影響實際訪問的進行，更凸顯訪問者的設計空間及能力，值得探究。因此，本研究與十位廣電新聞訪問者進行十九人次的深度訪談，從訪問者觀點出發，分析訪問者於執行訪問前的機構情境考量，並且研究其如何因應相關情境設計訪問。

關鍵詞：廣電新聞訪問、機構情境、訪問設計

## 壹、前言

廣電新聞訪問乃當代重要媒體活動（Clayman, 2004），不但提供閱聽人資訊，訪問雙方及其間互動亦可清晰展現，成為閱聽人矚目的焦點，也凸顯訪問設計的重要（Killenberg & Anderson, 1989 / 李子新譯，1992: 233）。

要瞭解廣電新聞訪問者如何設計訪問，須從其面臨之情境（context）著手，因為訪問是高度依賴情境的溝通藝術，訪問者依情境決定訪問策略，並得隨時保持彈性與靈活（王洪鈞，2000；Brooks et al., 1992 / 李利國、黃淑敏譯，1995: 90；Lanson & Fought, 1999: 77）。情境與談話（包括訪問）之間實具相互影響，密不可分的關係（Goodwin & Duranti, 1992: 31）。

在眾多情境中，又屬「機構情境」對廣電新聞訪問者造成之影響最甚。因為新聞訪問是與工作有關的「機構談話」（institutional talk），主要由訪問者提問、受訪者回答，一問一答之順序所組成（Schudson, 1994），無論訪問雙方角色或談話互動都有固定模式。在機構談話中，機構情境一方面限制談話者可以採取的行動（Drew & Heritage, 1992），另一方面也讓談話者能預測他人與自己的可能行動及反應（Miller, 1997），順利完成工作。因此，研究廣電新聞訪問之機構情境，不但有助我們瞭解新聞訪問之執行，更能深化新聞訪問之理論基礎，提升訪問技藝。

那麼，廣電新聞訪問者面臨之機構情境為何？其與訪問的關係為何？對於這些問題，目前文獻主要來自國外，因為國內研究多聚焦於記者與消息來源的私下訪問（翁維薇、臧國仁、鍾蔚文，2007；蘇惠君、

臧國仁，2007）或廣電新聞訪問者之語言使用（江靜之，2003, 2005；俞明瑤、臧國仁、鍾蔚文，2007），尙未有探討廣電新聞訪問之機構情境者。不過，要瞭解台灣廣電新聞訪問之機構情境，我們不能只依賴國外研究，因為「情境」具文化特殊性（Widdowson, 2004: 43）。van Dijk（2001: 24）也建議研究者進行實證研究，瞭解哪些情境具普世性，又有哪些情境會依文化而變。

有鑑於此，本研究主要探析台灣廣電新聞訪問之機構情境，並研究訪問者如何因應機構情境設計訪問。以下我們藉由文獻檢閱瞭解機構情境與廣電新聞訪問之關係，再據此形成本研究之具體研究目標及方式。

## 貳、文獻檢閱——廣電新聞訪問與機構情境

一般容易將機構情境視為一組變項（variables）（如媒體組織的政治立場），以為只要指出這些情境變項，便可瞭解其如何影響訪問。不過，根據 Goodwin 與 Duranti（1992: 31），學界已逐漸改變視情境為變項的看法，取而代之的是相信情境與談話（包括訪問）之間乃相互影響，亦即情境形塑談話，談話也在創造情境。如對話分析（conversation analysis）主張，情境崛起於言談互動，言談行動同時具備被情境形塑（context shaped）及更新情境（context renewing）之力量（Heritage, 1984）。批判論述分析（critical discourse analysis）也認為，言談行動與社會文化之間具有相互辯證的關係。言談行動一方面受社會文化的影響，另一方面也再製、轉變了社會文化（Fairclough & Wodak, 1997; Titscher, Meyer, Wodak, & Vetter, 2000; Fairclough, 2001）。

而且，不同活動便有不同的情境（Goodwin & Duranti, 1992: 4），如記者私下訪問消息來源時面臨的情境便與廣電新聞訪問不一樣。此

外，同一活動的情境也會隨談話互動之推進而不斷改變，即使機構情境較一般日常情境來得規律，變化空間較小（Miller, 1997），但因為它同樣是在談話過程中形成，所以也充滿微觀變異的可能（Chouliaraki & Fairclough, 1999: 119; ten Have, 1999）。換言之，情境是動態且會持續回應變動的環境（van Dijk, 2006: 172），而且不同職務或位階的行動者也會形成不同的情境條件（Anspach, 1987；轉引自 Miller, 1997: 167-169），而行動者依據這些情境做出的行動又會影響情境。

而要研究複雜多變的機構情境，目前學界普遍主張從談話參與者的觀點進行分析（Goodwin & Duranti, 1992; Psathas, 1995a; van Dijk, 2006），將重點放在談話參與者「如何」注意（attend to）和組織他／她對事件與環境的認知，而非描述「情境是什麼」（Goodwin & Duranti, 1992: 4）。不過，採取不同取徑的研究者還是有不同的研究重點及方式，值得參考。以廣電新聞訪問研究來說，對話分析研究者著重言談互動所形成之微觀「訪問情境」，批判論述分析者則聚焦於存於微觀訪問情境之外，但會影響訪問進行之新聞專業和組織、媒介邏輯與社會等情境。我們參考臧國仁與蔡琰（2007: 235），將之稱為鉅觀「社會及媒介情境」。以下分述之。

## 一、微觀「訪問情境」

對話分析研究發現，執行一對一廣電新聞訪問的雙方會遵循「訪問者提問，受訪者回答」的固定發言類型（turn type），透過「問題—回答—下一個問題」這固定的發言輪番次序（turn taking）進行訪問，且訪問者的提問常比受訪者的答案來得短。對話分析研究者強調，「機構情境」便是在這些重複發生的固定言談互動中形成（Heritage, 1985;

Drew & Heritage, 1992; Zimmerman & Boden, 1993; Drew & Sorjonen, 1997; Hutchby & Wooffitt, 1999)。

從對話分析的角度來看，機構情境並非外在、強加於訪問雙方身上的結構限制，而是在訪問雙方言談互動過程中逐漸成形，也因此隨時可能改變 (Heritage & Greatbach, 1993: 94-95; Zimmerman & Boden, 1993; Psathas, 1995a)。亦即進行廣電新聞訪問時，訪問雙方固然有其各自應該扮演的角色及遵循的互動模式 (如訪問者提問、受訪者回答)，但其每一刻的言談行動都是在回應上一刻對方的言談行動 (如受訪者的回答是隨訪問者的提問而來)，而不是遵守抽象的訪問「規則」。正因如此，機構情境隨時可能因互動產生微觀、局部的變異 (ten Have, 1999)。

對話分析研究重點之一便是探究談話者如何在微觀 (local) 互動中，形成並改變機構情境。其主張研究者須詳實記錄談話者的實際談話互動，從談話互動的蛛絲馬跡中發掘機構的相關性，方能推論機構情境的存在，而不是帶入研究者想當然爾的解釋 (Psathas, 1995b; Schegloff, 1993; Wilson, 1993)。以廣電新聞訪問為例，研究者是從受訪者之「回答」判斷其如何視訪問者上一番所言為「問題」，而後再從訪問雙方一問一答的互動模式，確認 (或描繪) 機構情境的存在。

不過，對話分析過於強調言談互動資料的研究方式亦曾導致不少批評。批評者認為，對話分析研究將情境概念侷限在那些「看得見」的言談互動資料上，有以下三點缺失：第一，在理解文本時，所有研究者都無法避免將個人背景或情境知識投射到文本上，對話分析研究者也不例外；第二，對話分析研究者其實無法清楚劃分文本與其他影響來源，如研究者的前提假設等；第三，談話者在互動中使用的類目或預設並非皆外顯可得，對話分析研究者透過言談互動資料只能得知部分情境 (

Titscher, Meyer, Wodak, & Vetter, 2000: 113; Stokoe & Smithson, 2001; Ehrlich, 2002)。

上述批評也適用於廣電新聞訪問之對話分析研究。本研究認為，許多可能影響廣電新聞訪問進行的機構情境，如新聞專業意理、媒體組織的政治立場等，不一定能從訪問的言談互動探知。尤其對話分析研究者偏重於分析言談互動形式，只能指出新聞訪問的「機構」特質，未能完全凸顯「新聞」的特殊性 (Psathas, 1995a; Hester & Francis, 2001)。

最後，對話分析研究聚焦於言談行動，分析訪問者如何透過言談形塑新聞性 (Clayman, 1991)、受訪者角色 (Roth, 1998; Clayman & Heritage, 2002: 68-72) 及自身的中立立場 (Heritage & Greatbatch, 1993; Heritage & Roth, 1995; Clayman, 2002; Clayman & Heritage, 2002)，可惜未曾探究訪問者如何在執行訪問之前設計訪問。而這些訪問設計，如是否採用訪問形式、如何設定訪問主題及受訪者等，卻影響實際訪問互動的重要情境，值得探究。

## 二、鉅觀「社會及媒介情境」

批判論述分析代表人物 van Dijk (2006: 167) 也批評對話分析停留在言談互動層次的作法，無法得知談話者面臨之情境與話中含意。他認為要探究機構情境，須從談話者的個人社會認知著手，因為社會、政治與文化結構，都是經由個人的社會認知才對言談產生影響 (van Dijk, 1988, 2006)。

對 van Dijk 來說，「情境」便是個人的社會認知模式，因為談話者在言談互動中展現的心理詮釋或界定，必然與其所屬的社會團體有關，包含知識、信仰、社會團體共享之規範和價值等 (van Dijk, 1988:

98)。因此，要探究機構情境和它對言談互動的影響，不能只憑言談互動等文本資料。批判論述研究者須蒐集並運用文本以外的情境知識，如產製過程、相關論述與文化背景等，培養研究經驗和敏感度（Fairclough, 1995a: 212-213, 1995b, 1998），方能建構較完整的機構情境。如 van Dijk（1988: 112-113）研究報社記者的情境模式時，便採用參與觀察法蒐集記者筆記、組織流程及慣例等資料。

進一步，根據 van Dijk（2006: 172），情境具有下述特質：1. 部分情境模式可能在實際溝通前便已建立，尤其機構互動更是如此（如訪問是由一問一答固定的互動模式所組成）；2. 情境模式是動態的，會持續隨環境變動調整；3. 情境模式具策略性，具備效率與快速，能即時回應變動的環境，但絕非完美或完整；4. 情境模式影響所有言談互動階段及層次，大至主題選擇及互動形式，小至語氣和字詞選用等都不例外。

從上可見，情境隨環境而變，是動態且非完整的。可惜 van Dijk 雖指出此點，其研究還是偏向描繪穩定、靜態的情境要素，未能充分展現情境的動態變化。尤其研究新聞工作時，van Dijk 傾向將新聞製造活動當成穩定的結構，忽略言談實踐的多元與異質性（Fairclough, 1995b: 30）。

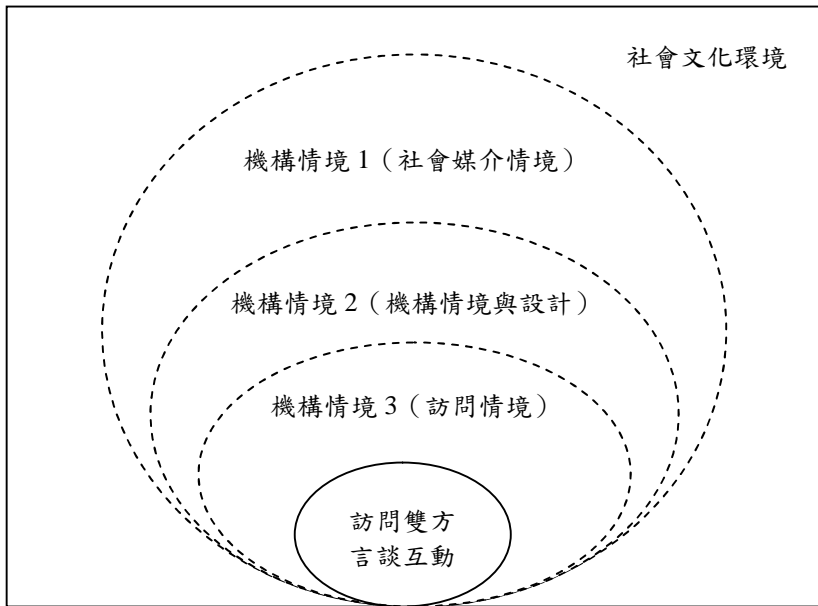
承上討論，本研究認為，探究廣電新聞訪問之機構情境可從訪問者在訪問前面臨的情境著手，因為部分重要機構情境在實際執行訪問之前便已存在，且為新聞訪問者所共享（之後會再詳述這部分研究的重要性）。然而，由於行動者對情境的界定會受整體文本目標和計畫的影響（van Dijk, 1988: 118），故以下我們釐清廣電新聞訪問之文本目標及計畫特徵，藉此確認本研究之範圍和方式。

### 三、廣電新聞訪問之文本目標與機構情境

無論是文本目標或計畫，廣電新聞訪問皆不同於記者與消息來源的私下訪談，使得訪問者面臨的機構情境也大不相同。首先，就文本目標來說，私下新聞訪談是為新聞報導蒐集寫作材料，但廣電新聞訪問本身便是一種目的，訪問呈現就是文本目標（Ekström, 2002）。這不但使得新聞「怎麼說比說什麼來得重要」，也讓訪問得以成為媒體事件（Ekström, 2002）。廣電新聞訪問者甚至變成吸引閱聽人的招牌（Fairclough, 1995b; McNair, 2000）。

其次，由於廣電新聞訪問的過程會直接呈現在閱聽人眼前，因此凸顯訪問互動計畫、設計的重要。不過，論及訪問設計，以往研究多著重於訪問者的語言設計，如訪問者如何利用開場白吸引閱聽人注意（Clayman & Heritage, 2002），或如何透過語言讓閱聽人成為訪問的主要接收對象，引發閱聽人的參與（Heritage, 1985; Scannell, 1996），較少研究探析廣電新聞訪問者如何在訪問前，因應機構情境設計個別訪問。

事實上，詳細觀察廣電新聞訪問可知，訪問者所處之機構情境至少可分三個層次（見圖一）：1. 訪問者在訪問前已身處於社會文化環境之中，形成「機構情境 1」，如之前提及的文類和媒介運作邏輯等；2. 訪問者因應自己心中的「機構情境 1」，並在環境及他人的互動、協商下，設計個別訪問目標、計畫及相關策略，形成「機構情境 2」；3. 在「機構情境 2」下，訪問雙方透過言談互動，形成「機構情境 3」，包括訪問雙方角色等。



圖一：廣電新聞訪問之機構情境

資料來源：本研究。

對這些層次不一的機構情境，如前所述，批判論述分析者偏重鉅觀社會媒介情境的分析，亦即將研究重點放在「機構情境 1」，藉此指出社會文化環境如何透過「機構情境 1」影響言談互動（「機構情境 3」）。對話分析研究則聚焦於「機構情境 3」——微觀訪問情境，探究訪問雙方如何透過言談互動形成「機構情境 1」。

相較之下，「機構情境 2」多受忽略，但重要性卻不容小覷，理由有二：第一，它直接影響訪問互動構成之「機構情境 3」；第二，它凸顯訪問者參與設計、改變「機構情境 1」限制的彈性空間及可能性。舉例來說，當訪問者被指派執行訪問時，他／她受到節目定位、媒介特性及訪問文類等情境限制，但有些情境條件，如訪問主題、受訪者或訪問

時間長度等，卻可能存有協商改變的空間。換言之，訪問者可以考量其面臨的機構情境，先行計畫訪問目標、方式及策略，然後形成他 / 她個人執行訪問的新情境，影響之後的訪問互動。

本研究認為，研究「機構情境 2」不但可以探析情境變動之本質，還能瞭解訪問者如何設計訪問，形成新的訪問情境。如此不但有助於對話分析研究者理解訪問者在訪問時產生的理解及情境相關性（Arminen, 2000; Stubbe et al., 2003），也可增進我們在訪問設計上的知識，為研究訪問的專家能力奠下基礎（臧國仁、蔡琰，2007）。因此，本研究將研究範圍聚焦於「機構情境 2」。

進一步，由於存於訪問之前的機構情境較易為訪問者所意識及記憶（van Dijk, 2006: 165）（相較於「訪問情境」是在連續不斷的微觀言談互動中形成，訪問者不容易感知和記得），所以本研究主要採取 van Dijk 對情境的看法，視機構情境為訪問者的社會認知模式。本研究將從訪問者觀點出發，探析廣電新聞訪問者執行訪問前考量的機構情境，以及其如何因應相關情境設計訪問。

最後，進行實證研究之前，我們先透過文獻瞭解廣電新聞訪問者面臨的鉅觀機構情境大致包括：1. 新聞專業意理，如判斷什麼事件具有新聞價值（van Dijk, 1988: 121-124）、認為訪問者應保持中立等；2. 新聞組織及媒介運作常規，如配合廣電新聞進行之訪問、訪問時間長度限制等（臧國仁、蔡琰，2007: 235；van Dijk, 1988: 113）；3. 各種文類知識庫（repertoire），如訪問及日常對話應有之互動方式等（Fairclough, 1989, 1992, 1998）；4. 新聞網絡，包括各種新聞及消息來源（van Dijk, 1988: 126-127）；5. 閱聽人（臧國仁、蔡琰，2007: 233；Bell & van Leeuwen, 1994: 12）等。

不過，本研究須再次強調，機構情境研究的重點並非列舉所有機構

情境，探尋「完整的機構情境模式」（因為行動者爲了快速準確地回應變動的環境，只能形成可用卻不完美的情境模式），而是指出機構情境的相關性及動態特質，瞭解機構情境與訪問設計之間的關係。

## 參、研究設計及執行

如前所述，相較於訪問雙方言談互動而起的微觀訪問情境，訪問者比較容易意識且記得那些存於訪問之前的機構情境及設計，所以本研究採深度訪談法，從廣電新聞訪問者觀點，分析他／她面臨的相關機構情境及訪問設計。

本研究將「廣電新聞訪問」界定爲以訪問本身爲目的，由專業新聞工作者以問答方式與來賓進行互動，且訪問內容聚焦於最近新聞事件之廣電訪問（Clayman & Heritage, 2002: 7-8）。而且，爲了深入探索訪問設計的過程以及討論上的方便，本研究將研究訪談重點放在一對一的廣電新聞訪問上。符合本研究定義者包括於廣播及電視新聞台播出的新聞性訪問節目，如中廣【新聞話題】、飛碟電台【李豔秋合眾國】中談論新聞事件的訪問，以及在電視新聞時段中邀請受訪者至棚內進行的新聞訪談；而人物訪談、被當成新聞報導素材安插在新聞中的訪問片段，以及固定以一對多方式進行之政論節目，如三立新聞台的【大話新聞】，則不在本研究討論範圍之內。

本研究於 2007 年 3 月 1 日至 2008 年 6 月 25 日止，共訪談十位廣電新聞訪問者（受訪者之基本資料及受訪時間見附錄一）。每位受訪者至少從事新聞工作五年以上，且曾（現）任新聞主播（其中五位電視新聞主播中有四位曾身兼製作人）或新聞節目主持人，不但對廣電新聞訪問之機構情境有一定瞭解，也有較多設計訪問的空間及經驗。

這十位廣電新聞訪問者，除了編號 09 外，每位皆接受兩次研究訪談，每次訪談時長約一個半至兩個小時。本研究第一次訪談聚焦於廣電新聞訪問的製作流程，藉此探究訪問者於訪問執行前面臨的相關情境及設計。在進行研究訪談之前，研究者盡量蒐集該位訪問者曾執行之廣電新聞訪問，再從中挑選一則訪問進行逐字過錄。正式訪談時，研究者除了請訪問者說明一般流程，也請訪問者以個案為例，說明相關考量及設計。第二次訪談則請訪問者評論其他廣電新聞訪問（過錄稿），藉由訪問者之評估標準探知相關機構情境及訪問設計策略（如前所言，訪問者之情境模式必然包含團體共享之規範與價值）。本研究逐字過錄所有訪談內容以進行分析。呈現資料時則刪除贅字，並在不傷害文意下修飾逐字稿內容，以利讀者閱讀。

最後值得說明的是，之所以只對編號 09 的受訪者進行一次研究訪談，主要因為他主持的電視新聞訪問節目的情境限制較強，使其事先設計訪問的空間非常小，無法凸顯本研究關心的重點：「廣電新聞訪問者如何在機構情境限制下（事先）進行訪問設計」。由於 09 的狀況涉及本研究之後的分析重點及推論範圍，故以下我們花一些篇幅說明。

簡單來說，09 主持的新聞節目型態是以訪問某位固定受訪者為主，預錄播出。在該新聞節目訪問中，09 認為自己只是串場的配角，受訪者才是主角：「……其實他（受訪者）是主角，嚴格說起來他是主角，但是也是受訪者，我只是個引言人」（09-I, p. 3）。<sup>1</sup>而且，09（I）與製作人會事先將擬好的訪問方向傳給受訪者，詢問受訪者意見：「……所以 xxx（受訪者名）會說這個我答，這個我不要答，他對於他瞭解的他才答。」（p. 3），所以 09 可揮灑的設計空間主要落在實際訪問互動上（屬於本研究之前所說的「機構情境 3」，而不在本研究關心的「機構情境 2」範圍內）。而且，即便如此，09（I）也避免在訪問

進行中「脫稿演出」(p. 5)，因為：

A：我不想挨製作人的罵。因為一般你脫稿演出。

Q：這樣不好嗎？

A：不好不好不好不好。

Q：為什麼？

A：不好。這個不在我們既定範圍之內。

Q：你說的既定範圍是什麼？

A：就是原先已經配好的（訪問）方向。我可不想為了收視暴跌而。

Q：可是你們可以後製。如果有脫稿演出的話，剪掉不就好了？

A：我們的工作很忙，所以不要剪的話最好，一錄到底。我們通常是給它一錄到底。上字。

從上可知，幾個重要的機構情境要素嚴重限制了 09 事先設計訪問的空間，包括：訪問者在組織中的位置（如 09 並非自己決定訪問主題及方向，而是與製作人共同研擬，而且還得配合且獲得受訪者的同意；製作人對 09 是上對下的權力關係）、節目型態定位、（因節目型態而來的）受訪者地位、後製的工作負擔及收視壓力等。也因如此，本研究之後分析較少引述 09 的訪談內容。

易言之，為了深入探析本研究所說的「機構情境 2」，瞭解廣電新聞訪問者如何在機構情境限制下設計訪問，本研究以下將分析重點放在訪問者能相對自主設計訪問主題與受訪者人選的個案上。藉此，本研究也要再次強調，並非所有廣電新聞訪問者皆有相同力量可以與機構情境協商，或動用資源設計訪問，因為每位訪問者所處的組織、位階及經歷皆不相同，形成的機構情境模式也會不一樣。

## 肆、資料分析與討論

根據對話分析研究，要讓訪問成為值得一聽的「新聞」訪問，訪問者必須在訪問中使用語言進行說明、選擇和構連等動作（Clayman, 1991; Clayman & Heritage, 2002: 68-72; Roth, 1998）。但事實上，這些考量早在訪問進行前便已開始：「……如果在這種（整點）新聞裡，我會去找這個人（當受訪者），（就會考量）到底有沒有新聞點？……因為在新聞頻道中，我要跟觀眾解釋我們今天為什麼要訪問這個人」（06-I, p. 2）。

廣電新聞訪問者是在機構情境下設計訪問，但機構情境並非各自獨立的變項，而是相互交織，會隨訪問者行動及時間而變的各式「情境組合」。在這些情境組合中，有些機構情境是個別訪問（者）較難改變的限制，如廣電媒介特質、訪問文類、節目定位及閱聽人等，但有些機構情境卻可能具有協商、設計的彈性空間，如訪問主題及角度的設定、受訪者的挑選、訪談時間長度的調整等。因此，如同本研究之前所強調，分析重點不在列舉有「哪些」機構情境，而是指出機構情境如何交織成為情境組合，以及其如何影響訪問者設計訪問。

以下分析分成三部分。首先以訪問主題設計為例，分析「新聞意理」、「組織常規」、「媒介操作」與「閱聽人」等情境如何交織組合成為機構情境。其次聚焦於受訪者的設計，探究訪問者如何在眾多機構情境考量下挑選受訪者，以及在「受訪者」限制條件下運用哪些策略設計訪問。最後著重於「新聞網絡」，瞭解個別機構情境之構成及衍生，以及訪問者如何參考新聞網絡設計訪問。

## 一、「新聞意理」、「媒介特質」、「媒體組織及常規」與「閱聽人」等情境組合

廣電新聞訪問者是在相互交織的情境組合中，進行訪問設計。以訪問主題來說，訪問者的首要考量不外乎「新聞」訪問須具有新聞性：「如果你在新聞頻道裡面，例如要在整點新聞中安插這個人的訪問，我就必須要……（考慮）去找這個人來到底有沒有新聞點？」（06-I, p. 2）。即使是人物訪談，訪問者也會設法找出受訪者與新聞事件的關係，建立該則訪問的「新聞點」，如 03（II）提及她銜命執行的一場訪問：

像（我對）△△△的那個訪問，……那就是人物專訪。但是沒有錯，包括它的架構（與平常的新聞訪問）是都一樣，可是你切入點會不同，就是說它比較沒有什麼新聞事件，可是好歹，我們還有個黨內初選，可以 combine 在一起，做一個 connection（p. 8）

談及新聞性，一般容易以為只要訪問者獨具慧眼，能挑選新聞價值高者進行訪談即可。這樣的說法其實忽略了其他情境要素對訪問者新聞價值判斷的影響。如 01 認為電視新聞無須花二十分鐘針對「2003 年底台灣小姐高菁徽傳出陪酒風波」（以下簡稱為「台灣小姐陪酒風波」）專訪當事人高菁徽，因為它的「新聞價值」不足以大到值得在「全國性新聞頻道」中做專訪。這顯示新聞價值是相對於新聞台或節目定位而來，而非絕對的概念：

……因為說實話，台灣小姐這個活動已經不太被社會公認

它是有國家認可的標準，所以它是不是能代表全台灣國民？然後它接下來到底要做些什麼？它到底哪個單位辦的？它裡面的標準流程是什麼？……我覺得它不太具有一個全國的指標性在全國新聞裡面，去大塊的做說這個小姐她有沒有陪酒？（01-II, p. 7）

一般來說，新聞訪問節目的定位較清楚，如 03（II）闡明其主持的訪問節目就像報紙社論，主要「補足我們廣播新聞深度的不足」（p. 2）。而電視新聞台雖然自我定位為「新聞」台，但因為收視壓力的關係，常讓訪問者在新聞及八卦之間搖擺不定，難以拿捏訪問定位：「有時候在新聞棚內做整點新聞的時候，你就像是（在做）麻辣天后宮一樣，你要去問（高菁徽）那些（關於陪酒的）問題。」（01-II, p. 20）從這裡可見，在新聞訪問實務中，並非所有機構情境都可以被清楚地定義，而且機構情境之間又相互交織糾結，難以被乾淨地劃分。

如電台及節目的定位便與媒體播送區域及隨之而來的閱聽人想像交織在一起，影響訪問者訪問主題的挑選。如 02（I）在全台聯播的聯播網中，會盡量避免挑選區域性議題，在區域電台中則側重該區域的新聞事件（p. 11）。10（I）也表示，因為自己服務的廣播電台是台北區域電台，所以他挑選訪問主題時著重於台北區域新聞。如此一來，訪問主題不但「對於所有聽眾來講是接近性最高」（p. 8），也容易引起聽眾共鳴，達到媒體監督效果：

……我今天在廣播裡面，我把這個（參加台北市議會主辦之自強活動的議員）名單重複一遍的話，是讓聽眾去了解。你自己聽到你選區裡面的某個市議員是去了，而且那個人或許是你自己投的票，讓聽眾去對這一件事情產生評價，這是我要做

到的事情。透過這樣的做法，會對市議員產生一定程度的壓力。讓他們知道他們做的事情，是很多人在看的。以後舉止行為可能會比較收斂一點。這是我希望達到的一個媒體監督的效果。（10-I, p. 10）

而且，一旦涉及**政治議題**，訪問者不免要考慮**媒體組織的政治立場及閱聽人反應**。這些機構情境要素被訪問者「內化」成重要考量，直接影響訪問者挑選訪問主題及言談表現（02-I, p. 10-11）：

Q：你在（訪問）主題上會不會因為這兩個電台的不同而有不同？

A：會。在 xx 電台有一些禁忌。

Q：禁忌？

A：例如我們當然會批評陳水扁。但是在批評的過程裡，會發現閱聽人會抗議。而且他們都很直接打電話到總經理那裡，說你不要讓△△△主持了。

⋮

Q：所以在 xx 電台，就算你要批評陳水扁，你可能在語氣上面會變。

A：口吻，對，一定要用一種比較緩和的方式批評。

此外，訪問者須參考**當時新聞報導**，避免提供重複的資訊（這部分之後將詳細討論）。舉例來說，若新聞已經報導當事人說法，訪問者便無須再專訪當事人，因為當事人所言可能無法超出新聞報導：

我們之前可能做過新聞報導，已經引述她（當事人）一些話，重現原音了。所以如果我今天再邀請她訪問，我必須考慮當事人還能夠說多少？她願意說多少？……（03-II, p. 3）

當然，上述考量也有例外。尤其相對於廣播，**電視新聞訪問者**（尤其是身兼製作人的主播）承受較大**收視壓力**，在設計訪問、挑選受訪者時：「第一要找懂這個問題、或是跟問題相關，或有權力決定這個政策的人。另一方面，你就要找能夠幫助你吸引觀眾的人」（05-I, p. 7-8）。因此，有些議題如緋聞，即使受訪者所言不多或內容乏善可陳，只要當事人願意接受訪問，能夠「露臉」吸引閱聽人「看」訪問，訪問者也認為值得邀訪：

如果是緋聞當事人，你可以把他一直拖在那裡，緋聞當事人本身的畫面就很好玩。像郭台銘不會講話，或者是說劉嘉玲不會講話，可是他坐在那邊……他就算不講話也很好玩，因為大家就是想看他，看他受窘的樣子。（07-I, p. 12）

雖然電視新聞訪問者對「收視率」在茲念茲，但碰到選舉時期的政治新聞訪問，訪問者又得「給予公平的發言機會」：

……在陳水扁邀請不到的情況下，你還是必須在這些人裡面，邀請一些願意說的人，所以我們還是會去邀約。而且我們給他的篇幅、給他問題的出發方向，其實在某一個平台上是要差不多一致的，是平等和諧的，要不然的話你會針對不同的人，設計不同議題，出現不同效果，會造成比較不公平的結果，那也是在選舉期間自己新聞人會比較注意，認為要公平一點的這個考量。（01-I, p. 6-7）

有趣的是，「力求給受訪者公平的發言機會」一方面固然涉及訪問者對自己身為「新聞人」的專業期待，如 01 以上所說；另一方面，它也包含各種現實考量，包括免除爭議、<sup>2</sup>「為了以後跑新聞方便」，甚至成為「為了收視率」創造衝突對話的機會：

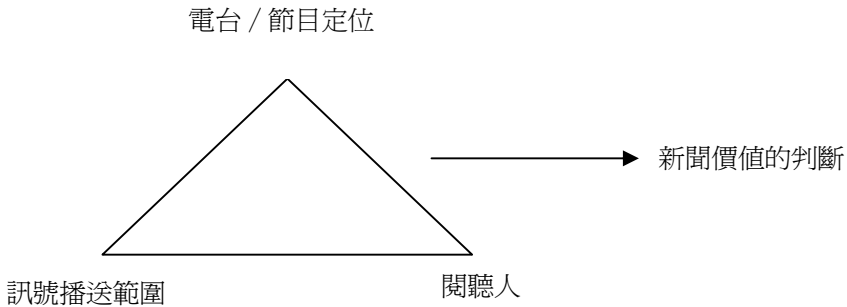
……如果我要並陳各方意見的時候，我可能就必須考慮聲音的平衡問題。考慮這個問題，一方面是為了以後我們跑新聞方便，讓各界都有發聲的機會，另一個就是為了收視率，因為談話性節目的成功在於說，它讓不同立場的人，坐在那邊（Q：可以各自陳述。）各自陳述。各自陳述他們就會擦出火花，因為他們會吵架，他們會碰撞，那收視率就會飆高在那個碰撞的時刻。（05-I, p. 8）

以上分析顯示不同情境如何相互交織、角力，成為複雜的情境組合。個別情境要素並非單獨存在，而是與其他情境鑲嵌在一起。再以「閱聽人」來說，它是訪問者考量的重要情境之一，但卻與新聞價值、新聞產製慣例、媒介特性、媒體組織定位等無法分割。就像記者透過這些機構情境想像閱聽人（Schlesinger, 1978），並假設閱聽人與自己一樣充分掌握新聞發展，尤其預設閱聽人已經從電視媒體得知新聞的基本輪廓（Schudson, 2003: 110），廣電新聞訪問者也是如此。

只是，不同於報社記者隱身於新聞報導之後，一般讀者無法「辨識」之，廣電新聞訪問者透過廣電媒介現身（聲）於聽／觀眾眼前，不但容易被聽／觀眾辨識出來，更會成為聽／觀眾矚目的焦點。聽／觀眾不但會透過電話、傳真、網站留言等反映意見，根據本研究訪談得知，有些聽／觀眾在路上遇到訪問者時，也會直接向訪問者表達自己的想法或情緒。因此，廣電新聞訪問之「閱聽人」包含其他機構情境與實際聽／觀眾的回饋反應。

總而言之，廣電新聞訪問者在設計訪問主題時面臨許多機構情境要素，本研究將之歸類成以下四類：1. 新聞意理，包括新聞價值、新聞網絡、新聞工作者須中立客觀等規範；2. 媒介特質，包括廣播與電視不同媒介，以及隨之而來的不同競爭環境；3. 媒體組織及常規，包括

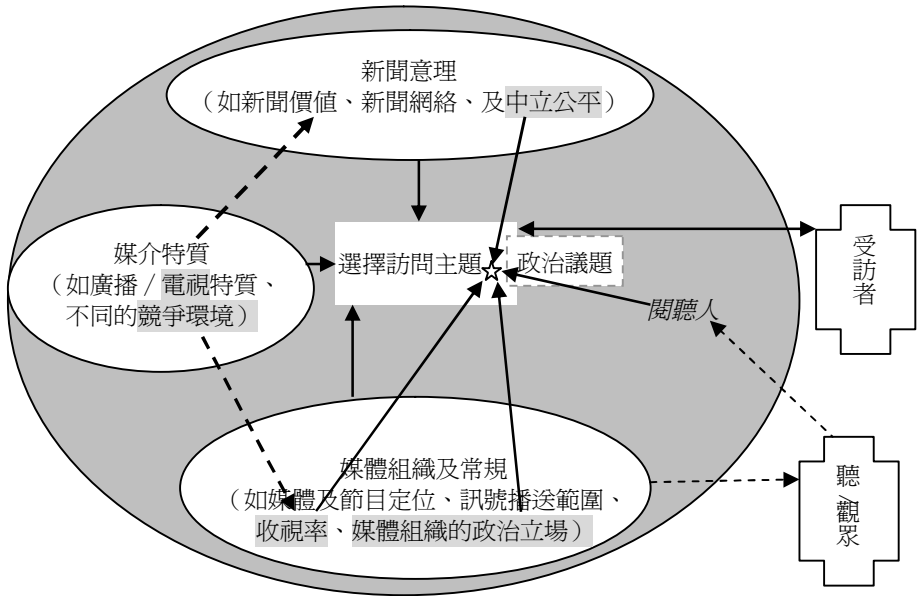
媒體及節目定位、訊號播送範圍、媒體組織的政治立場、及收視率考量；4. 閱聽人，包括其他機構情境提供的閱聽人想像及實際的聽 / 觀眾。以上分析也顯示，這四類情境要素不但會相互影響，各類中的情境也會交互作用。舉例來說，電台及節目定位與其訊號播送範圍有關，又與接收訪問的閱聽人密不可分。而這些又進一步影響訪問者對新聞價值的判斷，如圖二所示。



圖二：影響訪問者新聞價值判斷的機構情境

資料來源：本研究。

然而，如同本研究一再強調，研究重點不在於列舉所有機構情境，而是指出情境如何交織成爲廣電新聞訪問之情境組合。以「電視」新聞訪問（媒介操作）來說，如之前分析所示，當觸及政治議題，「中立、公平」（新聞意理）考量便會特別凸顯，但訪問者又得同時考慮「媒體組織的政治立場」、「收視率」及「閱聽人」的反應（見圖三）。這樣的情境衝突一方面爲訪問者設下兩難困境，但另一方面也爲訪問者帶來思考及創造的起點（Billig et al, 1988），以在衝突的機構情境中力求平衡。本研究之後將舉例探析訪問者如何在機構情境限制下設計訪問。



圖三：與廣電新聞訪問主題選擇有關之機構情境

註：箭頭代表影響方向；實線表示情境對訪問者行動的可能影響，虛線表示情境間影響；深灰色區域強調閱聽人與其他情境的鑲嵌關係；灰色網底表示文中個案所示。

資料來源：本研究。

## 二、設計「受訪者」的多重考量及選擇

在廣電新聞訪問中，受訪者是不可或缺的角色，甚至成爲是否採行訪問及決定訪問主題的關鍵因素。以二〇〇七年 4 月底開始的「奧運聖火來台」議題爲例，06 (I-p. 9) 便因缺乏能夠決定該事件的關鍵人物，而無意採取訪問；而另一位主播之所以取消訪問，也導因於無法邀請到她理想中的受訪者：

以昨天奧運聖火為例，昨天△△△（主播名）後來沒有做訪談的原因是，她要訪問吳經國（國際奧會委員）……他是國際奧會的委員的台灣人，可能是全台灣最了解國際奧會運作模式跟慣例的人，所以由他來談最好。但是（不知道什麼原因）……後來跟他的 call out 取消了，△△△也就完全取消了這個訪談，因為她不認為有其他想法更專業或更具代表性的人。……假如我是他，沒有吳經國，沒有蔡辰威（中華台北奧會主席），我可能一樣不會做這個訪談。（05-I, p. 26-27）

無論在訪問中或訪問前，「受訪者」都是廣電新聞訪問者面臨的重要情境，且涉及訪問設計。我們可藉此瞭解訪問者如何在機構情境限制下設計訪問。

### （一）可以選擇的受訪者

當有好的訪問主題卻無法邀約到最理想的受訪者時，訪問者除了放棄新聞專訪，也可以在情境限制下展開訪問設計。以「奧運聖火來台」議題來說，05（I, p. 7-9）是這麼想的：

首先，05 同樣認為最理想的受訪者是能決定事件發展的關鍵人物，即能夠決定奧運聖火是否可以來台之人，但因為「他絕對不會承認（自己是可作最後決定之人），也不可能請到他」，所以只好退而求其次，考慮與此事相關的主管單位，包括：中華奧會、體委會、陸委會。不過，因為這些單位主管的口語表達能力不一定很好，也無法確定能夠邀約成功，所以 05 決定邀訪「有代表性的專家」，因為「專家講的話，大家比較容易相信」。

在此考量下，05 決定約訪資深體育記者傅達仁，因為「大家都認識他。他經歷度也夠。他轉播過多場的奧運，對體育政策也夠了解，可

能有點代表性可以講話」。不過，因為「找了傅達仁，你就只能談體育……有點可惜，好像少了一點東西（如相關的外交及兩岸問題）」，所以 05 決定捨棄一對一訪問，改採一對多的訪談形式。但要再邀請誰？05 表示，在台灣「難免什麼都要泛政治化的情況下」，她邀請兩位政治人物，一藍一綠。其中原因除了為保持表面上的公平：「為了以後我們跑新聞方便，讓各界都有發聲的機會」，也是「為了收視率」，因為「不同立場的人坐在那邊各自陳述，就會擦出火花。他們會吵架、會碰撞，收視率就會在那個碰撞的時刻飆高。」

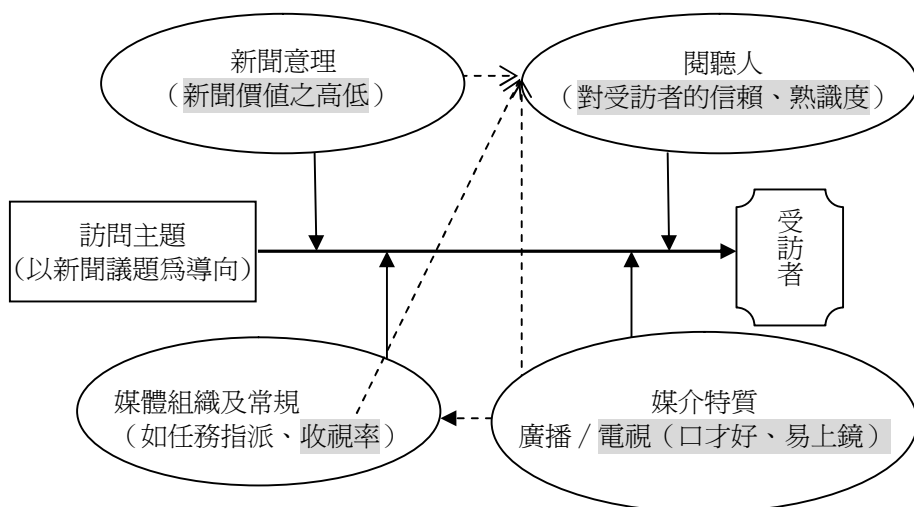
以上資料顯示三個重點：第一，如同本研究文獻部分所言，訪問者的訪問設計早在訪問執行之前便已開始。Clayman 與 Heritage (2002: 68-72) 曾研究廣電新聞訪問者如何用開場白建立不同訪問型態及受訪者角色，包括：新聞製造者訪談 (newsmaker interview) 的參與者、背景訪談 (background interview) 的專家，以及辯論式訪談 (debate interview) 的倡導者 (advocate)。但從以上資料可以發現，訪問者早已開始受訪者角色及訪問型態的設計，如從最初訪問參與者 (包括可決定事件發展者及主管單位) 的新聞製造者訪談，轉變成專家 (體育記者) 的背景訪談，再將一對一的背景訪談轉換成一對多的辯論式訪談。

第二，訪問者是在情境組合中進行決策。當受訪者與新聞事件的關係越直接 (如新聞事件當事人、能決定新聞事件走向者)，訪問者越無須考慮受訪者是否符合廣電媒體特質 (如是否具備好口才或是否上鏡頭)、能否吸引觀眾或是否具有知名度等，因為受訪者本身已能保證訪問的「新聞性」。反之，受訪者與新聞事件的關係越遠，訪問者納入考量的情境要素便越多，也越需要在訪問設計上下功夫，如改變不同訪問型態。

第三，透過訪問設計，訪問者也在創造新情境。如 05 決定以一對

多辯論式訪談取代一對一背景訪談後，又得考慮台灣社會「難免什麼都要泛政治化」，然後再依此新情境尋找及定位受訪者。而一對多辯論式訪談之互動方式截然不同於一對一的背景訪談，這又會影響訪問雙（多）方的實際訪問互動。

整體而言，在以新聞議題為導向的廣電新聞訪問中，訪問者挑選受訪人選時會考慮受訪者與訪問主題間的關係。新聞價值越高（如可以決定議題走向者）、越容易得到閱聽人的信賴（如專家）、越符合媒介需求（如口才好或上鏡），且能帶來高收視率者，便是好的受訪人選（見圖四）。其中如前所述，新聞意理、收視率及媒介特質本身已經隱含對閱聽人的想像（Schlesinger, 1978），而媒介特質也會影響媒體組織及常規，如電視媒體較重收視率。



圖四：設定受訪人選的機構情境考量

註：箭頭代表影響方向；實線表示情境對訪問者考量受訪人選之影響，虛線表示情境間的連結；灰色網底表示文中個案所示。

資料來源：本研究。

進一步，在可以選擇「受訪者」的狀況下，強調主持人特色的電台節目訪問者或身兼製作人的主播，還能依可邀請到的受訪者特質進行訪問設計，例如改用一對多的訪問方式增加新聞性，提高訪問的新聞價值。另一方面，當「受訪者」成為組織指派的限制因素時，廣電新聞訪問者也有許多資源或策略可資運用。以下深入討論。

## （二）無法選擇的受訪者

「受訪者」有時是訪問者無法選擇的機構情境限制，如 05 (I) 提及：「某一位政要打電話來說他要上電視，你可以不要讓他上嗎？」（p. 7）。此時，訪問者可以主動找出受訪者與新聞事件的關係，將受訪者塑造新聞事件當事人，建立「新聞點」，提高該則訪問的價值（03-II, p. 8），或擁有較多資源的訪問者也能進行更多設計。

之前文獻提及，情境非指外在、固定的客觀環境，而是訪問者的社會認知模式，所以身處不同組織、不同位階，有不同工作經歷的訪問者，其感知的情境限制與擁有的協商空間也不盡相同。以身兼製作人的電視主播來說，當不得不訪問某位受訪者時，他／她可以**事前與受訪者溝通**，以求「順勢而為」，如 06 (I, p. 10)：「我就跟他（某政治人物機要）講說：他（該政治人物）要講可以，可是其他的要回答我。」

有時訪問者也會碰到受訪者要求事先看過訪談大綱。不過，身兼製作人的電視主播或新聞節目主持人接受研究訪談時大多表示，由於訪問是臨場的互動，因此不會或無法按照給受訪者的訪談大綱進行訪問。10 (I) 甚至會跟受訪者表明絕不會照訪談大綱提問：

我們以前敲來賓的時候助理有時候也會遇到受訪者說，你們能不能先列個訪問大綱給我。我助理問我的時候我就跟他說：你跟受訪者講說我沒有大綱。我的大綱就是我的題目。他

如果一定要問你的話呢，我就叫我助理隨便擬幾個題目給他，然後跟他講說到時候主持人絕對不會照著大綱訪問。（p. 21）

而且，即使受訪者（或其代理人）事前表明拒談某些問題，訪問者還是可依自己設定的訪問目標進行訪問，因為他／她清楚知道訪問的遊戲規則掌握在自己手上：

[Q：假設你把題綱傳給他們，但他說不要談某些問題，你怎麼辦？]我就把他的五個問題刪成兩個，改得很抽象。但是來的時候，我還是照我原來方式問，因為到時候都已經到棚裡了。到了棚裡，遊戲規則就是我訂的。（05-II, p. 12）

所謂訪問的「遊戲規則」，以學術語言來說便是訪問文類賦予訪問者的**論述資源**，包括開場白、結語及問問題等。尤其訪問者可以透過「問問題」設定訪問主題、暗示受訪者適合的答案、框限受訪者的作答空間，以及決定受訪者提供的資訊是否足夠等（Pomerantz, 1988; Clayman & Heritage, 2002: 196-102）。此外，訪問者也可運用不同**訪問及播出形態**增加自己掌控訪問的力量，如以預錄播出取代現場直播。由於預錄播出沒有現場直播的時間壓力，又可事後剪接，因此增加訪問者設計訪問的空間。一方面，訪問者可以花較多時間與受訪者培養關係、旁敲側擊某些敏感問題，或測試受訪者的底線：「Live 與錄影考量不同。反正我有錄影，萬一受訪者生氣，我頂多到時把那段剪掉就好了。」（05-I, p. 17）；另一方面，訪問者可透過剪接，將受訪者所言「去蕪存菁」，並且利用字幕，讓觀眾「看」清楚互動過程及受訪者所言：

（要選擇用現場或用預錄考量）……她這個人一定會講很久。我不可能有那麼多時間讓她講，所以我可以用預錄的方式，把她的廢話剪掉。……我希望讓大家能更清楚看見我們到

底在做什麼，所以要上字。為了要上字我一定要預錄（06-I, p. 14）

反之，在現場直播的電視新聞訪問中，訪問者因為有消耗廣告、準時結束訪問的時間壓力，以及吸引閱聽人的收視壓力，所以偏向開門見山，一開始便問最重要的問題，在訪問互動中也會變得比較強勢：

新聞訪談有整點新聞必須消耗廣告的壓力……，我一定會把重要的（問題）往前放，因為你不知道是否要對受訪者的回答進行追問……（這樣的安排）如果時間到了，就可以很俐落地去切斷它，因為後面那些問題已經不是那麼重要。這跟廣告時間比較有關係。（01-I, p. 17）

如果是現場訪問，我會變得比較強勢。我會打斷受訪者，不會讓受訪者的 tempo 慢下來，或是受訪者沒有回答我就會一直逼問他……因為那是 live 播出，一定有時間壓力：幾分要進廣告，幾分這個節目要結束。（06-I, p. 14-15）

對現場播出的廣電新聞訪問者來說，「訪問時間長度」永遠是重要的相關情境，只是它對廣播和電視新聞訪問者構成的限制強度不同。根據本研究訪談，除了像中廣新聞網【新聞話題】有一定的訪談時間，一般廣播新聞節目主持人常能自己分配、調整訪問時間長短（例如將原先預定二十分鐘的訪談縮短為十五分鐘或延長至半小時）。但電視新聞訪問者因為需要消耗一定的廣告時間，而且對電視製作來說「時間就是金錢」：「你多訪問一分鐘就是多一分鐘露出，那都是錢」（05-II, p. 6），「訪問時間長度」遂成為重要的訪問設計。訪問者須考量閱聽人可以接受的訪問時間長度，且設計具體問題以吸引閱聽人，如 05（II, p. 10）表示：

……訪問政治人物其實是票房毒藥，這在電視台是事實，包括馬英九，真的。（Q：所以？）所以第一，時間一定不能設定的太長。第二就是你問的問題，就像你講的，要夠具體，讓觀眾有興趣聽下去，因為說真的，現在政治人物在電視上的高談闊論，民眾基本上已經不像過去那麼感興趣，那麼狂熱了。所以我們可能要用一些技巧，技巧就是第一個時間的設定，第二個就是問題的設定……。

換言之，「訪問時間長度」可以是訪問者的限制，也可以是資源，端視其如何設計。以之前提及的「台灣小姐陪酒風波」為例，01（II）認為無須花費二十分鐘專訪該事件當事人，因為此事件新聞價值不高，且閱聽人不一定對當事人有興趣。因此，若一定要放在「全國性新聞頻道」作現場訪問，須找更多相關角度才能「撐滿」二十分鐘：

如果我被主管要求，我必須要撐到 20 分鐘，這是滿長的，妳不可能一直老在（受訪者）陪酒這個事件上打轉，妳必須要把週邊的議題拉進來對不對？……除非妳要探討的是說高菁徽小姐（人物）專訪……可是觀眾對她的好奇跟忍耐度有沒有到達 20 分鐘，不知道，那如果真的我被 assign 要被丟到這樣的新聞場景裡面去做 live，那妳必須要把新聞成分拉進來。

（01-II, p. 15）

從上可知，正因訪問時間有限，訪問者聚焦於與訪問主題有高度相關的問題，無須爲了「撐滿」空中時間而發問，因此提高了問題與訪問主題的相關性。如同 05（II, p. 7）所說：「因為二十分鐘我們不可能再去聊那些。如果一個鐘頭當然我們可以天南地北聊一通。」，或如 04（I）強調，在訪問時間限制下，訪問者的問題必須與訪問主題有關，

而非毫無先後次序地發問：

……在這個時間點上，我一個小時或是半小時的節目不可能講那麼長，這個我還是說，我是要有時間總量的限制，專訪還是有時間性，就是專訪不是沒有時間限制，不是講個天南地北，那講 6 個小時，我可能從小到大，成績怎麼樣，或是誰是你最感恩的老師，誰是進入政壇的前輩，還是你關在牢裡面你的想法是什麼，……那如果是長達六小時的馬拉松（式訪問），我就不知道要問到哪裡去了。（04-I, p. 16-17）

「訪問時間長度」不但影響訪問結構的設計，更直接影響訪問者在訪問中的判斷及表現，包括何時打斷受訪者、何時追問等。訪問者是在時間限制下進行一連串取捨，這可從 05（II）評論之前提及的呂秀蓮專訪看出：

我們通常除非這件事情議題大的不得了，否則你真的很少機會可以讓你的受訪者暢所欲言到完整的程度。通常他講到一個很爽的時候你就要打斷他了，因為這個東西會很長，會無止盡的。但是話又說回來，如果今天我要知道你（呂秀蓮）跟謝長廷之間到底有沒有甚麼私相授受的話，我可能就願意花多一點時間在這裡。我可能不會問那麼多關於一個理性的副總統，副總統的角色……倘若我只有二十分鐘，我一定挑精簡的事情，……雖然副總統自己很喜歡主導訪問主軸，但你要把她拉回來……。（p. 6）

綜上所述，在「受訪者」無法選擇的機構情境限制下，資深的廣電新聞訪問者還是可以透過事前協商、尋找相關新聞網絡創造新聞性、掌握訪問文類規則、運用不同播出型態，以及設計適當的訪問時間長度等

策略，形成新的機構情境，進一步影響之後的訪問互動。換言之，雖然不同媒體組織、不同職務及經歷的廣電新聞訪問者會形成限制不一的機構情境，但他／她們永遠可能在機構情境限制下，設法運用各種情境資源設計訪問，創造出新的機構情境。

### 三、「新聞網絡」之構成與衍生

之前曾經提及，機構情境要素不一定能夠被清楚地劃分或相互切割，而且情境內涵十分複雜，本研究限於篇幅，只能挑選其中較為重要的機構情境——新聞網絡——來作說明。

「新」是所有廣電新聞訪問必須達到的基本要求，而每位接受研究訪談的廣電新聞訪問者也都以此作為評論訪問之標準。以 03 為例，她認為研究者提供的電視新聞專訪個案優點在於訪問者展現出她關注事件發展，缺點則是訪問者重複提問受訪者在其他新聞中早已否認的問題：

好比說觀察「他在戴后冠的時候，眼眶紅啦，說什麼東西喔，那個時候你腦子裡想什麼？為什麼你流下眼淚？」我覺得這個其實還不錯，表示當時我（指個案訪問者）還是很關注事件的一個發展。（03-II, p. 11）

之前她（指個案受訪者）已經接受過訪問，她已經否認了，所以這不是我主觀認定她不會講，她不會承認。因為之前我的 information，已經告訴我她否認了，所以主持人問她的是 repeat。（03, II, p. 3-4）

上例凸顯兩項重點：第一，訪問須具「新」意已成訪問者判斷新聞訪問優劣之標準，顯見其並非訪問者的「個人」認知，而是涉及團體價

值及規範的「社會」認知 (van Dijk, 1988, 2006)；第二，訪問者須沈浸在新聞網絡 (如新聞事件發展及媒體訪問) 中，方能判斷哪些是值得訪問的新聞事件、人物及角度，創造具有新聞價值的訪問。Bourdieu (1996 / 林志明, 2002: 30) 指出，記者須閱讀大量報紙，注意別的報紙或記者已經說過什麼，才知道自己要說什麼。Schlesinger (1978) 也明白表示，要在新聞這一行中「成為專業」(being professional)，記者就得不斷追蹤、沈浸在新聞中，對其他新聞同業產出的新聞事件瞭若指掌。廣電新聞訪問者也不例外。

根據本研究訪談結果可知，廣電新聞訪問者用來形成新聞網絡的「網眼」包含廣電新聞、報紙新聞與媒體訪談等，但更重要的問題是，這些網眼如何構成一張綿密網絡，又如何影響訪問者設計訪問？以下分別討論。

### (一) 新聞網絡的構成

根據本研究訪談，任新聞主播的廣電新聞訪問者在尋找訪問主題時，主要先參考自己新聞台內的新聞：「我們自己也是個新聞單位，所以還是以我們自己記者本身的稿件為主。我們會去參考現在事件的發展。」(08-I, p. 4) 同時留意自己台內是否已經針對該新聞事件進行訪問，以避免重複 (08-I, p. 17)。

而且，由於電視產業競爭激烈，電視新聞訪問者尤其注意其他電視台曾經做過的訪問，即使出現在家族頻道也要迴避：「因為在我們頻道裡面，xxx (新聞談話性節目) 已經訪問了，……我的頻道就不需要重複，……所以我不會再去做這個訪問。」(06-I, p. 7) 即便在兩個目標閱聽人不同的廣播電台執行訪問，有些訪問者也盡量避免談同一議題，因為：「新聞會有變化。我到下午就盡量不要 (重複早上做過的訪

談)，所以我（也）盡量避免……早上跟晚上都同一個來賓。」（02-I, p. 10）。

除了自己台內新聞及同類媒體訪問，**報紙新聞**也是新聞網絡的重要部分，閱報成為新聞工作者的固定功課（馬西屏，2007: 67, 134-136）。全國性頻道的廣電新聞訪問者通常閱讀報紙的第一落，並以新聞出現的版次及篇幅大小判斷新聞重要性，如 08（I）所言：「這個新聞（我國與哥斯大黎加斷交）在聯晚的版面上其實也佔滿大篇幅。也就是說，整個下午其實大家比較關注的焦點，在政治上應該是這一塊。」

（p. 2）而且，政治新聞在台灣十分受到重視，重要時段常安排與政治議題有關的訪問：「……它（某時段的新聞訪問節目）的收聽率都是我們一天當中最高的，所以那個時段往往會以政治新聞掛帥」（03-I, p. 6），所以訪問者常將焦點放在全國的政治版上。

雖然對廣電新聞訪問者來說，「報紙能夠提供比較全面的消息，比電視提供短短一兩分鐘的新聞來說，報紙的資訊會比較多……可以提供我們比較獨特的觀點……我們可以參考這個觀點再衍生出一些新的問題。」（08-I, p. 19），但真正讓訪問者掌握新聞發展及變化的卻是電視新聞。新聞組織為記者建立了可以掌握「**電視新聞**」的有利環境。

以 08 服務的 A 廣播電台為例，其新聞部辦公室內至少掛有五台電視機，分別鎖定 TVBS、中天、東森等新聞台（一般電視台新聞部是整面電視牆，分別鎖定自己與他台新聞），不斷播放著無聲（或只有微弱聲音）的新聞畫面。播放中的電視新聞不會打擾工作中的記者，更讓記者可以隨時抬頭「看」新聞（試想若要記者同時「聽」多台廣播新聞，會造成什麼樣的混亂狀況）。訪問者不但藉此掌握各種突發新聞、瞭解新聞發展與變化，更據此判斷「目前」的新聞焦點，如 08 之前提及「整個下午其實『大家』比較關注的焦點……」，其中「大家」便包括

電視新聞：「不管是新聞台或是晚報。其實這些我們都會參考，知道現在大家比較關心的議題」（p. 2）

上述分析說明了為什麼資深主播或記者較能問出好問題，因為其長期處在新聞網絡中，知道相關新聞發展、瞭解新聞人物及其變化，和許多曾經被回答及未被回答的問題。如 06 (I) 說：「我要問的重點都在我腦海裡，因為那些都是新聞。……因為我一直跟著新聞走，所以大概都知道有哪些事」（p. 12）。在分秒必爭的新聞作業流程中，資深訪問者無須花太多時間瞭解事件的前因後果，只要「看有沒有新變化」（02-I, p. 8）即可。

值得注意的是，「新聞網絡」並非完全是訪問者個人的心理活動，而是需要新聞組織軟硬體的支持，如上述「電視新聞」的設置。此外，「辦公室人際討論」也是新聞網絡的一部分，且同樣涉及新聞組織設計。

根據本研究訪談，電視新聞訪問的訪問主題（或是否要採行訪問）通常是在正式會議中決定，是組織流程之一（訪問者是否掌握決定權還要視其職務及位階而定）。廣播新聞訪問設定主題的方式則因不同電台及節目型態而異：在強調主持人特色的電台節目中，主持人（即訪問者）通常可以自行決定是否採行訪問，若要進行訪問，也可自由設計訪問主題、受訪者及訪問時間長度等；在固定播出的新聞訪問節目中，如 03 及 08 服務的 A 廣播電台新聞部，訪問主題的設定則仰賴非正式討論，如 08 (I, p. 2-3) 會與上司討論訪問主題，並詢問新聞部同事對新聞事件的看法。值得注意的是，要在辦公室順利進行非正式討論，根據研究者的現場觀察，也與辦公室為開放空間，每個人坐在自己座位上便可看見其他同事，方便談話、討論有關。

簡言之，我們可以想像廣電新聞訪問者身處於一張抽象、看不見的

新聞網絡之中。這張新聞網絡鑲嵌於實體的新聞組織環境中，且在訪問者的新聞訪問實踐中不斷延展。也就是說，訪問者不但在新聞網絡中設定訪問主題及角度、挑選受訪者，也經由訪問參與新聞網絡的編織工作。資深新聞訪問者常會預想「未來」訪問可能造成的影響，並依此設計訪問，將新聞網絡做進一步的衍生：

有些事件是靠訪問者提問題才讓社會有連環的注意力。如果今天早上我在節目中問了這些問題（指應研究者要求做的假想訪問問題）之後，中午就會開始討論這個議題了。（07-I, p. 08）

以下進一步舉例說明訪問者如何依新聞脈絡設計訪問。

## （二）新聞網絡與訪問設計

如前所述，廣電新聞訪問者須沈浸在新聞網絡中，瞭解新聞發展，知道媒體「問誰」及「問了什麼」，如此方能在避免重複，喪失「新意」的同時，又創造「新」的角度及問題。只是，判斷新舊資訊及拿捏問題等功夫是在變動情境下所為，爲了瞭解訪問者如何在新聞網絡中設計訪問，本研究以下用 05 的評論爲例說明。

請 05 評論的個案是一則時長約十分鐘的廣播新聞訪問，受訪者是當時擔任副總統的呂秀蓮，訪問時間點爲 2007 年 5 月 9 日，即呂決定退出民進黨總統候選人黨內初選次日。原個案開場白如下：

民進黨總統初選落幕，過程風風雨雨，不過不到一天的時間黨內箭靶弩張的氣氛頓消，原本強調參選到底的副總統呂秀蓮也突然緊急剎車宣佈退選。她透露主要是謝長廷拜訪她的時候態度非常懇切，因此她決定要成全謝長廷。即將卸下副總統

職務，呂秀蓮副總統下一步規劃是什麼……。

從上可見，原個案訪問者主要在「原本強調參選到底的呂突然宣布退選」的基礎上問呂「下一步規劃」，但本研究受訪者 05 (II) 卻表示自己會將重點放在呂退出之因，因為她認為現有新聞報導尚未道出其中關鍵：

因為她（呂秀蓮）的退出很戲劇性而且很突然，她之前表現的那麼的萬夫莫敵的氣概，一定要幹到底，但沒有想到謝長廷去拜訪她之後，她就整個退出了……我們會覺得這裡面一定有內幕……當然（也）有可能沒有（內幕），但是你至少要去試著把它挖出來。（p. 1）

（Q：如果呂在之前新聞中就已經表達自己退選是因為「謝長廷拜訪的時候態度非常懇切」，你覺得？）……我不太相信其他媒體報導出來的東西，除非是我自己問出來的。對於所有新聞裡面呈現的東西，我全部都會後面打一個問號……。

（p. 4）

05 (II) 雖然要「回頭」探問呂退選之因，但她也不是「從頭開始」，而是先整理「報紙」及「電視」新聞關於呂退選的說法，將之當成背景資訊，然後再請受訪者詳細說明決定退選的過程：

我第一個問題會問她說，報紙是這麼講的，然後也有些電視台播出了一些片段，但是我想更了解的是謝長廷拜訪妳的時候，他究竟跟妳說了什麼，讓妳最後做了這個決定。然後妳是甚麼時候真正做出這樣的一個決定的，在那之前妳的猶豫到底是甚麼。我可能會直接問她自我決策的過程。（p. 2）

從上可知，訪問者視新聞網絡決定切入點，進一步不同切入角度又會影響其汲取的資訊量及內容。如原個案訪問者簡單帶過的資訊：「主要是謝長廷拜訪的時候態度非常懇切」，反而是 05 認為要下功夫整理、探究的重點。而且，在訪問時間只有十分鐘的限制下，05 (II) 特別注意不要「舊事重提」，因此建議應排除過去關於呂作為女性副元首的舊資訊：

……我可能不會問那麼多關於一個理性的副總統角色，因為這些東西在呂秀蓮剛剛上任的時候，在第一屆還沒有連任的時候，大家已經炒過了。（所以）兩性共治，柔性治國這些東西，大概我就不會問了，因為我會覺得那是老的話題……。（p. 6）

要判斷資訊的「新」、「舊」，訪問者同樣要瞭解相關新聞網絡，包括「誰」、「何時」、講了「什麼」。舉例言之，對 05 來說，民進黨一向否認有人頭黨員是舊資訊：「以前在講人頭黨員的事情都是媒體人在說，民進黨的人根本不承認有人頭黨員」（p. 14），所以她不會再次提問。即使她具有「後見之明」，能事先預先知道呂會承認人頭黨員一事，她也不會提問，因為這是「老問題」。然而，一旦呂在訪問中「主動」提及，它便成為值得追問的重要問題，因為這是「第一次」有「民進黨員」承認此事（尤其是民進黨四大天王之一的呂秀蓮），成為該則訪問可以獲得的重要「新」資訊（p. 14）（原個案訪問者未針對此點進行追問）：

Q：你會事先在這個時間點上定這樣的問題（人頭黨員一事）嗎？

A：不會。

Q：為什麼？

A：因為這個問題不吸引人。

Q：這個問題不吸引人的意思是？

A：因為這個問題是存在很久的老問題……今天這個東西之所以讓人覺得產生新興趣，是因為它出自於呂秀蓮口中。它的新聞點在於呂秀蓮把這件事講出來。以前在講人頭黨員的事情都是媒體人在說，民進黨的人根本不承認有人頭黨員。所以我覺得有趣是在這個部分。

Q：所以如果是由你來設定，你反而會覺得它是個舊議題？

A：對。

Q：可是今天如果在訪問中她自己說出來那變成是一個。

A：那是天上掉下來的禮物……

上例凸顯訪問者須掌握相關、綿密的新聞網絡，方能問出「新」問題，創造具新聞價值的訪問。而且，因為新聞具延續性，所以訪問者有時也無須急於在一場專訪中間完所有問題，畢其功於一役。尤其當受訪者在專訪中迴避重要問題，訪問者只要盡其問問題的本分，讓閱聽人「看（聽）見」無法解答的責任在於受訪者，而非訪問者自己（涉及廣電新聞訪問公開展示的媒介特質）。其他未解答的問題，便可交由後續新聞處理。

以 01 對某位政治人物的現場訪問為例，因為受訪者在訪問中不斷迴避問題，所以訪問者在追問數次無效後，決定放棄（01 最後提問的是一個開放性極高的問題：「請你對 xxx 的談話最後作個評論」），將問不出來的問題交由後續新聞繼續追蹤：

其實我要問的問題都已經問到了，那他不想回答的部分也已經表現的出來了，就是說我要請他針對……（某些涉及受訪

者個人及其代表機構立場)的問題,你都可以聽的出來他不斷的在用攻擊、另外的議題來迴避我的問題,那其結果,你一定要這樣的話,其實整個來講你還要打他什麼?我記得接下來我們還有後續的發展,他提的這些問題我們還可以後續再去做新聞,因為他所攻擊 xxx 的東西,我們可以再去請在現場的跑國民黨的記者去取得一些回應。我的階段任務就在這一個小時裡面,去把(受訪者)個人的立場突顯出來,然後能回答的問題、能夠解答的部分去解答,如果不能的話就留給後續,因為我們是 24 小時新聞台。(01-I, p. 13)

以上分析詳細顯示廣電新聞訪問者如何在新聞網絡中判斷新舊資訊,並在訪問時間長短及廣電媒介公開展示特質之考量下設計訪問,突顯機構情境與訪問設計之間的動態關係。

## 伍、結論與建議

要瞭解廣電新聞訪問者如何設計訪問,就得從其面臨的機構情境著手。目前相關研究可分兩大類,一是以對話分析研究為代表,分析訪問互動過程形成的微觀「訪問情境」,二是從批判論述分析出發,探究鉅觀「社會及媒介情境」及其對談話互動的影響。雖然這些研究有助我們瞭解廣電新聞訪問的不同層面,但它們卻忽略「社會及媒介情境」與「訪問情境」之間尚有訪問者設計、行動,創造新情境的空間,值得探討。

具體言之,廣電新聞訪問者執行訪問之前,在機構情境限制下仍存有設計訪問的空間,而這些訪問設計將進一步影響實際訪問互動。因此,本研究聚焦於廣電新聞訪問者於訪問之前面臨的機構情境,並探析

訪問者如何因應情境設計訪問。本研究相信，如此不但能增進我們對台灣廣電新聞訪問機構情境之瞭解，更能一探訪問設計的動態過程，為研究訪問的專家能力奠下基礎。

本研究主要參考 van Dijk (1988, 2006) 對情境的界定，將機構情境視為訪問者個人的「社會認知」模式。亦即一方面主張機構情境是一種社會共享模式，包含團體價值與規範等，另一方面也承認機構情境具個別變異性，亦即身處不同組織、職務、位階及資歷不同的訪問者會形成限制不一的機構情境。本研究從訪問者觀點出發，以深度訪談法訪談十位，共計十九人次的廣電新聞訪問者。

接受本研究訪談的電視新聞訪問者多為身兼製作人的主播，而廣播新聞訪問者則為可參與訪問設計的新聞主播或新聞節目主持人。這些資深廣電新聞訪問者在事前訪問設計上有較大的空間，因此本研究分析他／她們設計訪問時的相關情境考量，以及如何因應情境設計訪問。

本研究首先聚焦於訪問主題設計，分析訪問者如何同時考量多項情境，將之組合成行動的機構情境，並指出並非所有情境在所有狀況下都同等重要。舉例來說，雖然「收視率」對「電視」新聞訪問者來說是相當重要的機構情境，但涉及「政治」新聞訪問，訪問者便得同時考慮「新聞意理」及「組織政治立場」，在此機構情境組合中力求平衡。雖然這三個不同機構情境要素可能產生衝突，為訪問者帶來兩（多）難困境，但它同時也提供訪問者思考訪問設計的機會。

其次，本研究討論訪問者如何在機構情境組合下設計訪問。本研究以「受訪者」設計為例指出，選擇「受訪者」時，訪問者會考量受訪者與新聞事件的關係。當受訪者與新聞事件的關係越遠，訪問者便越須考量受訪者的代表性或是否具備廣電媒介所需特質等，同時加強訪問類型的設計。但當「受訪者」是無法選擇的情境限制時，身兼製作人的主播

或新聞節目主持人還是有情境資源可策略性地運用，如透過事前協商、掌握訪問文類優勢、以預錄方式播出或設計適當的訪問時間長度等。這些訪問設計將進一步影響訪問結構、訪問雙方的關係及訪問者的言談表現。

最後，本研究以「新聞網絡」為例說明機構情境要素的複雜及延展性。本研究分析指出，訪問者主要參考廣電新聞、報紙新聞、媒體訪問及辦公室討論等尋找訪問主題。抽象的新聞網絡其實鑲嵌在實質的新聞組織環境中，如辦公室空間安排及組織作業流程等，讓訪問者得以沈浸其中，以利作業。本研究並透過個案指出，資深新聞訪問者一方面掌握新聞網絡，判斷新舊資訊，決定訪問切入點，另一方面也瞭解新聞網絡的延展性，藉此「預想」未來，設計訪問。

對於未來研究，本研究提出以下三點建議：第一，深入分析鉅觀社會及媒介情境如何影響訪問者的機構情境認知及訪問設計，如「受訪者」為何成為訪問者無法選擇的情境限制？這可能涉及媒體組織與其他社會機構（如政治人物）的關係，以及媒體組織運作的邏輯（如電視新聞對收視率的重視或廣電新聞組織以訪問進行「置入性行銷」等）；第二，結合對話分析研究，探析訪問者的設計與其訪問結構及言談表現間的關係，例如不同時間長度如何影響訪問者的提問；第三，由於新聞機構情境部分崛起於新聞組織內的人際討論（包括正式會議或非正式的討論），因此未來研究可使用對話分析，研究新聞訪問機構情境如何在團體討論中浮現、競逐及改變；或結合批判觀點，探究各項機構情境如何在團體討論中被提出、反駁與決定，瞭解新聞組織內部之權力關係。

## 註釋

- 1 (09-I, p. 3) 表示訪談內容摘自編號 09 廣電新聞訪問者的第一次訪談過錄資料，第三頁。部分以 Q、A 方式呈現之訪談內容則為研究者（以 Q 表示）與廣電新聞訪問者（以 A 表示）之研究訪談互動內容。此外，作者將配合文中分析重點，以底線標示出重要訪談內容，以利讀者閱讀。
- 2 在台灣，即使立場鮮明的新聞訪問節目，有時依然被要求應達到傳統「公平」的新聞意理。如 2008 年 1 月立法委員選舉之前，陳水扁接受民視「頭家來開講」的節目專訪，國民黨黨主席吳伯雄便抗議新聞媒體不公，未給不同政黨同等發言機會。（李明賢、江聰明，2008 年 1 月 10 日）

## 參考書目

- 王洪鈞（2000）。《新聞報導學》。台北：正中。
- 江靜之（2003）。〈廣播新聞專訪之問句句型與功能初探〉，《新聞學研究》，76: 155-186。
- 江靜之（2005）。《尋找理想的廣電新聞訪問者：論述角度之探析》。政治大學新聞研究所博士論文。
- 李子新譯（1992）。《報導之前：新聞工作者採訪傳播的技巧》。台北：遠流。（原書 Killenberg, G. M., & Anderson, R. [1989]. *Before the story: interviewing and communication skills for journalists*. New York: St. Martin's Press.）

- 李利國、黃淑敏（譯）（1995）。《當代新聞採訪與寫作》。台北：周知文化。（原書 the Missouri Group, Brian S. Brooks et al. [1992]. *News reporting and writing*. New York: St. Martin's Press.）
- 李明賢、江聰明（2008年1月10日）。〈「專訪變相輔選」扁頻上電視 吳下辯論戰帖〉。《聯合報》，A4版。
- 林志明（譯）（2002）。《布赫迪厄論電視》。台北：麥田。（原書 Bourdieu, P. [1996]. *Sur la télévision*.）
- 馬西屏（2007）。《新聞採訪與寫作》。台北：五南。
- 俞明瑤、臧國仁、鍾蔚文（2007）。〈新聞訪問之立足點〉，臧國仁、蔡琰（編），《新聞訪問：理論與個案》，頁 65-108。台北：五南。
- 翁維薇、臧國仁、鍾蔚文（2007）。〈追問〉，臧國仁、蔡琰（編），《新聞訪問：理論與個案》，頁 33-64。台北：五南。
- 臧國仁、蔡琰（2007）。〈新聞訪問之理論回顧與未來建議〉，臧國仁、蔡琰（編），《新聞訪問：理論與個案》，頁 227-273。台北：五南。
- 蘇惠君、臧國仁（2007）。〈施惠語言〉，臧國仁、蔡琰（編），《新聞訪問：理論與個案》，頁 109-156。台北：五南。
- Arminen, I. (2000). On the context sensitivity of institutional interaction. *Discourse & Society*, 11(4), 435-458.
- Bell, P., & van Leeuwen, T. (1994). *The media interview: Confession, context, conversation*. Kensington, NSW: University of New South Wales Press.
- Billig, M., Condor, S., Edwards, D., Gane, M., Middleton, D., & Radley, A. (1988). *Ideological dilemmas: A social psychology of everyday thinking*. London: Sage.

- Chouliaraki, L., & Fairclough, N. (1999). *Discourse in late modernity: Rethinking critical discourse analysis*. Edinburgh, England: Edinburgh University Press.
- Clayman, S. E. (2004). Arenas of interaction in the mediated public sphere. *Poetics*, 32, 29-49.
- Clayman, S. E. (2002). Tribune of the people: Maintaining the legitimacy of aggressive journalism. *Media, Culture & Society*, 24, 197-216.
- Clayman, S. E. (1991). News interview openings: Aspects of sequential organization. In Paddy Scannell (Ed.), *Broadcast talk* (pp. 48-75). London: Sage.
- Clayman, S. E., & Heritage, J. (2002). *The news interviews: Journalists and public figures on the air*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Drew, P., & Heritage, J. (1992). Analyzing talk at work: An introduction. In Paul Drew & John Heritage (Eds.), *Talk at work: Interaction in institutional settings* (pp. 3-65). New York: Cambridge University Press.
- Drew, P., & Sorjonen, M. (1997). Institutional dialogue. In Teun A. van Dijk (Ed.), *Discourse as social interaction* (pp. 92-118). London, Thousand Oaks, & New Delhi: Sage.
- Ehrlich, S. (2002). Legal institutions, nonspeaking reciprocity and participants' orientations. *Discourse & Society*, 13(6), 731-747.
- Ekström, M. (2002). Epistemologies of TV journalism. *Journalism*, 3(3), 259-282.
- Fairclough, N. (2001). Critical discourse analysis. In Alec McHoul & Mark Rapley (Eds.), *How to analyse talk in institutional settings: A casebook of methods* (pp. 25-38). London: Continuum.
- Fairclough, N. (1998). Political discourse in the media: An analytical framework. In Allan Bell & Peter Garrett (Eds.), *Approaches to media dis-*

- course (pp. 142-162). Oxford, U.K: Blackwell.
- Fairclough, N. (1995a). *Critical discourse analysis: The critical study of language*. London: Longman.
- Fairclough, N. (1995b). *Media discourse*. New York: Arnold.
- Fairclough, N. (1992). *Discourse and social change*. Cambridge, MA: Polity Press.
- Fairclough, N. (1989). *Language and power*. London: Longman.
- Fairclough, N., & Wodak, R. (1997). Critical discourse analysis. In Teun A. van Dijk(Ed.), *Discourse as social interaction* (pp. 258-284). London: Sage.
- Goodwin, C., & Duranti, A. (1992). *Rethinking context: Language as an interactive phenomenon*. Cambridge, U.K.: Cambridge University Press.
- Heritage, J. (1985). Analyzing news interviews: Aspects of the production of talk for an overhearing audience. In Teun A. van Dijk (Ed.). *Handbook of discourse* (pp. 95-117). London: Academic Press.
- Heritage, J. (1984). *Garfinkel and ethnomethodology*. Cambridge: Polity Press.
- Heritage, J., & Greatbatch, D. (1993). On the institutional character of institutional talk: The case of news interviews. In Deirdre Boden & Don H. Zimmerman (Eds.), *Talk and social structure: Studies in ethnomethodology and conversation analysis* (pp. 93-137). Oxford: Polity Press.
- Heritage, J., & Roth, A. (1995). Grammar and institution: Questions and questioning in the broadcast news interview. *Research on Language and Social Interaction*, 28(1), 1-60.
- Hester, S., & Francis, D. (2001). Is institutional talk a phenomenon? Reflec-

- tion on ethnomethodology and applied conversation analysis. In Alec McHoul & Mark Rapley (Eds.). *How to analyse talk in institutional settings: A casebook of methods* (pp. 206-217). London & New York: Continuum.
- Hutchby, I., & Wooffitt, R. (1999). *Conversation analysis: Principles, practices and applications*. MA: Polity Press.
- Lanson, J., & Fought, B. C. (1999). *News in a new century: Reporting in an age of converging media*. Thousand Oaks, CA: Pine Forge Press
- McNair, B. (2000). *Journalism and democracy: An evaluation of the political public sphere*. London: Routledge.
- Miller, G. (1997). Toward ethnographies of institutional discourse: Proposal and suggestions. In Gale Miller & Robert Dingwall (Eds.), *Context and method in qualitative research* (pp. 155-171). London: Sage.
- Pomerantz, A. (1988). Offering a candidate answer: An information seeking strategy. *Communication Monographs*, 55, 360-373.
- Psathas, G. (1995a). "Talk and social structure" and "studies of work". *Human Studies*, 18, 139-155.
- Psathas, G. (1995b). *Conversation analysis: The study of talk-in-interaction*. Thousand Oaks, Calif.: Sage.
- Roth, A. L. (1998). Who makes the news? Descriptions of television news interviewees' public personae. *Media, Culture & Society*, 20, 79-107.
- Scannell, P. (1996). *Radio, television and modern life: A phenomenological approach*. Oxford, UK: Blackwell.
- Schegloff, E. A. (1993). Reflections on talk and social structure. In Deirdre Boden & Don H. Zimmerman (Eds.), *Talk and social structure: Studies in ethnomethodology and conversation analysis* (pp. 44-70). Oxford: Polity Press.

- Schlesinger, P. (1978). *Putting 'reality' together*. London: Methuen.
- Schudson, M. (2003). *The sociology of news*. New York: Norton.
- Schudson, M. (1994). Question authority: A history of the news interview in American journalism, 1860s-1930s. *Media, Culture & Society*, 16, 565-587.
- Stokoe, E. H., & Smithson, J. (2001). Making gender relevant: conversation analysis and gender categories in interaction. *Discourse & Society*, 12(2), 217-244.
- Stubbe, M., et al. (2003). Multiple discourse analyses of a workplace interaction. *Discourse Studies*, 5(3), 351-388.
- ten Have, P. (1999). *Doing conversation analysis: A practical guide*. London: Sage.
- Titscher, S., Meyer, M., Wodak, R., & Vetter, E. (2000). *Methods of Text and Discourse Analysis* (J. Bryan Tran.). London: Sage.
- van Dijk, T. A. (2006). Discourse, context and cognition. *Discourse Studies*, 8(1), 159-177.
- van Dijk, T. A. (2001). Discourse, ideology and context. *Folia Linguistica*, 35(1/2), 11-40.
- van Dijk, T. A. (1988). *News as Discourse*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Widdowson, H. G. (2004). *Text, context, pretext: Critical issues in discourse analysis*. Malden, MA: Blackwell.
- Wilson, T. P. (1993). Social structure and the sequential organization of interaction. In Deirdre Boden & Don H. Zimmerman (Eds.). *Talk and social structure: Studies in ethnomethodology and conversation analysis* (pp. 22-43). Oxford: Polity Press.
- Zimmerman, D. H., & Boden, D. (1993). Structure-in-action: An introduc-

tion. In Deirdre Boden & Don H. Zimmerman (Eds.), *Talk and social structure: Studies in ethnomethodology and conversation analysis* (pp. 3-21). Oxford: Polity Press.

## 附錄一：本研究受訪者基本資料及受訪時間

受訪者代號	與新聞訪問相關之職務	新聞相關資歷	受訪時間
01	電視新聞主播 (兼製作人)	國際事務總監、電視新聞製作人兼主播	96/03/01 96/05/31
02	廣播新聞節目主持人	報社記者、報社撰述委員、廣播新聞節目主持人	96/03/15 96/06/07
03	廣播新聞主播	廣播新聞編播、廣播新聞主播	96/04/04 96/05/23
04	電視新聞主播 (兼製作人)	電視新聞記者、電視新聞製作人兼主播、新聞節目主持人	96/04/06 96/07/10
05	電視新聞主播 (兼製作人)	電視新聞製作人兼主播	96/04/28 96/07/21
06	電視新聞主播 (兼製作人)	報社記者、電視新聞編輯主任、電視新聞製作人兼主播	96/05/02 96/06/28
07	曾任廣播及電視新聞節目主持人	廣播記者、廣播編譯、報社記者、新聞雜誌編輯、報社編採中心採訪主任、電視新聞部總監、電視及廣播新聞節目主持人	96/05/08 96/06/12
08	廣播新聞主播	報社記者、廣播電台新聞編播、電視新聞記者、新聞部主播	96/06/13 96/07/13
09	電視新聞主播	電視新聞主播	96/06/20
10	曾任廣播及電視新聞節目主持人	報社記者及召集人、網路報採訪中心主任、廣播電台主持人、電視新聞節目主持人	97/5/21 97/6/25

# The Institutional Context of Broadcast News Interviews and Interview Design

Chin-Chih Chiang\*

## ABSTRACT

It is essential for an interviewer to have the institutional context considered in order to operate a professional interview of a broadcast news. Concerning the institutional context of a broadcast news interviews, most research focuses either on the micro context emerging in the news interview or on the macro social and cultural contexts. Despite these valuable contributions, the previous studies have almost neglected the institutional context and interview design before interview. The interview design before news interview not only influences the interaction between the interviewer and the interviewee, but demonstrates the dynamic relationship between the structure and interviewers' agency. Under such circumstances, the aim of this study is to explore how news interviewers construct the institutional context of a broadcast news interview and design interview according to the context. Based on the in-depth interviews with ten broadcast news interviewers, this study analyzes the institutional context and interview design primarily from the perspective of news interviewers.

**Keywords:** broadcast news interview, institutional context, interview design

---

\* Chin-Chih Chiang is an assistant professor in the Department of Communications Management at Shih Hsin University. e-mail: morecc@shu.edu.tw.