

國立政治大學傳播學院傳播碩士學位學程
碩士學位論文

我們的媒體時代：新世代記者的角色認知、
新聞實踐與職涯想像

Young Journalists in the Digital Age: The Role Conception,
Daily Practice and Career Imagination



指導教授：蘇 蘅 博士

研究生：康瓊之 撰

中華民國 110 年 06 月

謝 辭

在寫謝辭時，不敢置信我終於走到這一步，心中滿是百感交集。在論文裡，跌跌撞撞之後，終將展翅翱翔，準備接受社會的洗禮。

回顧這二十年來的求學生涯，深深感激雙親的栽培，以及一路走來師長、摯友與貴人的提攜。高中時參與 2012 年政大廣電營後，立下「國立政治大學傳播學院」的志願，在此也感謝高中恩師吳恬妮老師的鼓勵。經歷多次考試，以及考研時戴然老師的鼓勵與教導，周旋許久才正式步入傳播學門，終於「圓夢」（承諾我當屆指考國文作文題目）。現在想起碩士三年的學習與挑戰，依舊不後悔這些年對於「政大傳院」四個字的堅持。

我在碩士生涯積極爭取赴媒體實習的機會，在新聞沙場上看過年紀相仿的記者來去，也見過在新聞媒體堅守十年以上的前輩，因此好奇新聞工作對線上記者的意義為何？近二十年傳播科技日漸蓬勃，許多新聞室欲添加數位產製技術，成立數位新聞室，記者如何看待因科技而造成新聞本質或產製轉變，是我想探問的。鑑於此，這些問題成了本研究的雛形：數位環境下的媒體工作不確定性高，為何還有記者將新聞工作視為志業？如今，記者工作型態為何？在不同媒介的組織差異為何？那些由炙熱轉趨平淡的新聞從業嚮往，和記者們所待的組織是否有關？

論文能夠順利產出，首要感謝蘇蘅老師指導。從碩一擔任老師的研究助理，碩二質化研究課堂啟發我往記者研究思考，立下本論文題目，如今碩士論文完成，強化了我批判思考的能力，對文字的嚴謹，與好習慣的養成。感謝老師不時一針見血地點出我的論文不足之處，讓我在寫論文的這一年能夠各方面紮實的成長，一股鐵杵必須磨成繡花針的力量紮在我的背上。另外感謝拉開我研究方法序幕的張郁敏老師，在量化研究的啟發，讓我親見現象透過量化與質化研究交叉進行，能夠更深入、更有說服力，研究方法課程的種種成了我學術生涯最收穫之處。

與此同時，感謝兩位口試委員劉蕙苓老師與陳百齡老師百忙之中撥冗指導。謝謝蕙苓老師嚴格指導，並給予寶貴建議，讓我在後續寫作產生許多動力，最後才能如願端出自己滿意的研究；謝謝百齡老師碩一開始的教導，給予我學習機會擔任助教，以及關於這本論文的建言，使我反思本研究對於時下記者研究的重要性，能幸運邀請到兩位老師擔任口委是我的榮幸。

再來，謝謝在政大傳院與台大新聞所遇見的老師們，李怡志老師、嚴曉翠老師、林日璇老師、王亞維老師、陳一姍老師與陳雅慧老師等。謝謝怡志老師引領我認識宏觀的媒體世界，在數位新聞室下需要養成的硬實力，也透過多次暢談啟發我思考社會發展的脈絡，尤其感謝您在我口試前願意幫我模擬考口試，提供我許多

論文建議，讓整篇研究的骨架更清晰；謝謝曉翠老師〈企業公共關係〉課程的教導，以及幾次語重心長叮嚀我出做人與做事的眉角；謝謝日璇老師讓我擔任〈社群媒體行銷〉課程助教，最後一學期的課助完整了我的碩班生涯，讓我看見新聞以外的風景；最後，謝謝亞維老師給我赴新加坡南洋藝術學院參與 2019「想像亞洲」(ImaginAsia)的機會，藉以體現亞洲的多元性，逐步勾勒出我對國際記者的想像；謝謝一姍與雅慧老師與前輩瀟文在新聞實務上對我的訓練，讓我看見記者模範，以您們為標竿，未來在新聞產製上更用心採訪、用力寫報導。

感謝本研究之 16 位受訪者，沒有你們，就沒有這本論文。謝謝政大同窗、台大新聞所的朋友總盡全力協助我。感謝新聞圈學長姊陳潔、孟心學姊與陳剛學長，這三年總是義不容辭的協助我新聞寫作、論文研究以及求職的各種疑難雜症，同時也感謝一起創立媒體翻譯蒞蒞的朋友們，阿星、綺薇與聖雯等夥伴，好幾次被大家對新聞的熱情感動，給了我產製這篇論文的動力。感謝馬麗、孟心、靖雯、宜靜、馬翊協助模擬口試；感謝子軒、綺薇、郁葶協助本論文校稿；感謝乃欣、馬麗學姊總是罩著我，希冀自己也能如你們般罩著學弟妹；本段的最後，謝謝摯友馬翊介紹了幾份遠端工作給我，讓我在寫論文這段日子還能有些收入。

在政大獲得的養分太多、太多，磨去了我個性當中的稜角，為我在迷惘的路途上確立人生方向，實踐批判思考能力，以傳播理論解析社會百態、理解這世界的運作模式。感謝命運讓我成為政大的一份子，讓我這三年踏踏實實的成長著。

最後的最後，感謝生命裡最重要的家人和自己，謝謝很常跟我暢談時事、講述歷史的老爸；任何事都能妥善處理、極具智慧的老媽；做事細心，做人細膩的老妹與從小就具有前瞻想法的老弟，因為有你們的支持才能夠踏上政大，完成政大傳院夢。謝謝男友阿朋，從這本論文下筆的第一個字至今都陪在我身旁為我打氣、鼓勵我朝夢想前進，同時在論文、求職路上提供我務實的建議，真的很謝謝你在我害怕他人眼光或對自己職涯迷惘時總能接住我，讓我不再緊繃。

圓夢路途上，或許妳總是伴隨著失望，然而這幾年對新聞、對傳播學院的堅持，應證了一件事：只要堅持到底，依舊能走進理想的烏托邦。未來當妳撞牆時，回首這篇論文，相信能給妳一股繼續往前衝的能量，「妳很勤奮，勤奮會有回報。」拍拍自己的臉頰，辛苦了。

謹此分享給所有對新聞充滿熱情、為了點燃無數火光而積極工作的記者們。別忘了我們曾雄心壯志地選擇新聞這一行，因為我們相信自己會滿載而歸、為心中掛念的議題倡議，還請我們永保做新聞的初衷，為彼此打氣。

2021.08 康瓊之寫於政大達賢圖書館

論文摘要

本研究目的為探討新世代記者對媒體角色的認知，以及這些認知對新聞工作的影響。以 16 位 1990 年後出生的新世代記者為研究對象，透過深度訪談法了解他們投入新聞產業的動機、數位新聞室工作經驗的主觀詮釋，分析投入新聞工作的過程、工作現況與未來職涯想像，並依照 Shoemaker & Reese 影響新聞的五層面剖析組織對研究對象的各項影響。

研究結果發現，新世代記者將重塑新聞工作的意義。他們從踏入新聞行業，即非一夕促成的決定，除了具有第一專長，而後投入新聞系所的專業訓練，亦有非新聞系所畢業生透過良好的校內外實習經驗與近年社會運動所獲之使命感進入新聞行業。媒體角色認知方面，「傳播者」與「解釋者」為新世代記者認為最重要的媒體角色。新聞實踐方面，越來越多組織透過不同網路平台多角化經營，如 Podcast 數位媒體、資訊視覺化內容、跨媒體敘事、社群媒體等不再如過往僅有傳統媒體輸出新聞，並非未來趨勢而是現在進行式，「媒體多工」即為新世代記者的必備工作模式。此外，跨平台新聞產製技術能力最為重要，數據分析、數位工具的使用以及跨部門、跨組織溝通皆屬現今新聞工作上的必備能力。職涯想像方面，本研究受訪對象在職涯考量上仍面臨理想與現實的扞格，與過往研究相近。

最後，研究者根據研究對象所述之建言以及新世代記者企盼與組織的互動模式提出相關討論與建議，並肯認新世代對當下記者研究的重要性。

關鍵字：新世代、新聞產業、記者角色、數位新聞室、記者職涯

目 錄

第一章 緒論	7
第一節 研究背景與問題意識	7
第二節 何謂「新世代」記者?	20
第三節 研究目的	22
第二章 文獻探討	25
第一節 新聞產業的轉變	25
第二節 新聞記者角色認知的改變	31
第三節 數位新聞室與記者工作現況	36
第四節 記者職涯想像與落差	43
第五節 研究架構及研究問題	44
第三章 研究方法	46
第一節 質性研究取向	46
第二節 深度訪談法	47
第三節 研究對象	48
第四節 研究執行	51
第四章 研究資料分析	63
第一節 新世代記者投入新聞工作的原因	63
第二節 新世代記者對記者角色的認知	74
第三節 新聞室的工作實踐	108
第四節 新聞職涯想像與未來新聞產業面貌	134
第五章 結論與討論	145
第一節 主要研究發現與討論	145
第二節 研究貢獻、限制與省思	151
參考書目	156
附錄一 訪談大綱	168
附錄二 本研究受訪者之訪談同意書	170

圖目錄

圖 2-4-1 文獻探討研究架構圖.....	44
圖 3-4-5 本研究分析架構圖.....	60

表目錄

表 3-4-1 研究問題與訪談大綱對照表.....	52
表 3-4-2 本研究受訪者一覽表.....	56
表 3-4-3 本研究受訪對象教育程度分佈.....	57
表 3-4-4 本研究分析架構.....	59



第一章 緒論

第一節 研究背景與問題意識

壹、研究動機

「桌上擺著從朋友家借來的書，胡蕙寧的《開始當記者就上手》。2009 年出版，8 年前。8 年前的媒體業到底是何等榮景，居然會有人出版這種書？——去年 10 月到現在，英國衛報虧損、端傳媒大幅裁員、蘋果日報『鼓勵員工創業方案』被工會罵爆……在在都說明了一個事實：媒體業環境如今大不如前，或者說，已經不能再用過往的模式經營。……財團介入媒體操作，帶入的思維使得新聞界漸漸放鬆對商業利益的警戒，把新聞當廣告經營，日漸失去閱聽者的信任。無法以消息為商品，為了生存改以廣告為商品，如此陷入惡性循環。台灣的記者已經變成了一個人人喊打的職稱，儘管國際上——例如紐約時報、經濟學人——『記者』仍然是挖掘社會真相、為大眾發聲的崇高職業。受過新聞學訓練的人，大都懷有崇高的理想，要用文字的力量影響世界。然而出了校門，台灣的產業環境又並非如此。」（獨立記者 CZ，2017 年 09 月 19 日，取自 <https://dearcz.medium.com/>）

筆名為 CZ 的獨立記者曾在 Medium 部落格發佈平台發表文章〈媒體轉型的答案，是「獨立記者」嗎？〉，提及自己從事當記者的初衷，「想透過文字帶讀者到達未知的彼方」，然而傳播科技的演變，如演算法使人們同溫層更加強化；抑或是每個記者在進入新聞這一行之前大多懷著崇高的理想，但實際面臨的是，「龐大理想的背後是深不可測的黑暗，而自己既脆弱又渺小」，她說出現在新聞環境的變動，但她仍完成成為專業記者的承諾。或許這不只是獨立記者的獨白，同時亦是眾多擁有理想抱負、熱愛新聞的記者的心聲。

現今從事記者工作的新世代，有理想、有抱負，但他們面臨的是更不確定的新聞環境。傳統紙媒愈來愈萎縮，網路媒體百家爭鳴，內容農場以及社群媒體盛行，使得假新聞傳播速度及規模更快、更大，讓閱聽眾產生不信任感，進而使媒體公信力低落。在這個流動液態新聞時代，新聞工作者對角色的認知、新聞專業的衝突，都必須從新的視角來思考。固然，科技變化使生活更加便利，取得新聞更加方便，但媒體組織對數位工具掌握或政策的調整，讓記者更加感知工作的不確定性（劉蕙苓，2020）。2019年英國牛津大學路透新聞研究所公布《數位新聞報告》（Reuters Institute Digital News Report 2019）針對全球媒體所做的調查研究顯示，美國知名媒體《紐約時報》、《衛報》訂閱戶數都有明顯成長。疫情正加速革命塑造趨勢，願意付費閱讀新聞的人數增加，報告亦指出，有訂閱線上新聞的讀者中，約半數「紐約時報」或「華盛頓郵報」用戶。

Weaver & Willnat (2016) 研究美國新聞的改變，以記者使用社群媒體來說，有 40% 的美國記者認為，社群媒體對新聞工作甚為重要，他們使用動機的前三名，包括：搜集新聞報導資訊（78%）、為了看同業尋找新聞靈感，甚至是獨家報導與突發新聞的追蹤（73.1%）以及為了尋找新的報導來源（59.7%）。劉蕙苓、羅文輝（2017）研究指出，台灣高達 97% 的記者每天都使用社群媒體作為新聞工作輔助，一天使用的時間平均 101 分鐘，其中報社記者使用時間最長，其次為通訊社記者、網路媒體記者以及電視記者，最短為廣播記者。

然而，記者高度使用社群媒體，對於記者的工作有什麼影響？Picard (2006) 指出網路改變大眾媒體的經營模式，讓讀者自主性變高，媒體市場亦出現分眾化。科技創新、經濟衰退，皆影響記者工作能力的要求和受雇條件，尤其，媒體環境的不確定性使得新聞產業轉變更加快速。舉例來說，因應通訊軟體與社群媒體的出現，即時新聞成為記者時時截稿的情境（劉蕙苓，2018）；面對新媒體，記者不是只把紙本電子化，還要學習如何嵌入動態、靜態影像，像是把六四天安門、英國脫歐議題做成數位專題，並以多種形式呈現（蘇蘅、吳岱芸、吳俊葵，2018），因此記者不僅熟悉採訪寫作技巧，對於網站架設等基本認知、資訊化圖表、互動

地圖、數據分析等產製能力更為重要。總體來說，傳播科技的創新會大大影響記者工作能力的要求和受僱條件的轉變。現在記者融合傳統新聞產製技巧和數位專業，使用社群媒體作為新聞來源和播新聞的管道，新聞前景不明朗，使人感到惴惴不安。

此外，Gollmitzer (2014) 研究中提到，因應科技變遷，媒體組織認為年長記者的社群經驗不足。面對網路科技的運用，Apostol (2016) 研究羅馬尼亞記者研究發現，年輕記者比上一代記者更熟悉社群、多媒體平台操作。

貳、新聞媒體產業受到數位化衝擊

社群媒體不僅影響記者，也影響閱聽眾接收新聞的方式。近年來，人們廣泛使用手機在社群媒體接收新聞資訊 (Lewis, 2012; Gulyas, 2013)。路透社《2020年數位新聞報告》(Reuters Institute Digital News Report 2020) 研究發現，過去四年，台灣閱聽眾以傳統媒體接收新聞的比例不斷下降，台灣閱讀報紙作為主要接收訊息的民眾比率從 41% 下降至 21%，電視也從 77% 下滑至 62%；另外以手機觀看新聞的百分比逐年上升，從 4 年前的 65% 上升至 74%，而以手機接收新聞之管道而言，LINE、Facebook 與 YouTube 管道仍穩居前三名，由此可見觀眾收看新聞的方式因媒體數位轉型而改變。總而言之，社群媒體成為閱聽眾的接受資訊管道，亦成了記者的新聞消息來源。Hermida (2010) 將社群媒體的特性歸納為：永遠開機、唾手可得的知曉系統以及不同資訊的集散地，因此他將此狀態稱之為 ambient journalism，劉蕙苓 (2018) 將此狀態稱為「新聞無所不在」。

再來，以數位廣告角度來看，首先，據《2020 台灣數位廣告量統計報告》(2020) 指出，台灣影音類廣告成長率達 9.4%，為眾類別廣告成長最多。第二，放眼全球，2020 年廣告客戶在 Google、Facebook 和阿里巴巴等平台的數位廣告支出，超越傳統媒體投放的廣告規模，數位廣告比率將達 52%，高於去年的 48%。這不僅對廣告公司投下震撼彈，同時對新聞媒體亦有相當影響。第三，行動裝置

成為現今民眾閱讀數位內容的主要載具，舉例來說，平均每人每天花費超過 5 小時使用手機，內容亦多為影音內容。

綜上所述，隨時隨地接收新聞已成時下觀看新聞趨勢。網際網路拆解傳統媒體為一條又一條的超連結，社群網站再將這些新聞分類到不同的粉絲專頁，由於過多的內容必須吸住閱聽人停下手指滑動觀看新聞，「新聞瀏覽」幾乎等同「滑臉書」，因此傳統的閱聽系統已崩解（黃哲斌，2019）。

數位化使新聞變得更加快速，如同 Bauman（2000）提出的「液態現代性」（liquid modernity）概念，他認為現在講求速度的生活中，人們不容忽視「時間」、「立即」。也就是說，數位行動、快速轉變的特質與當代社會的不穩定，造成新聞與閱聽人互動方式不斷改變。

參、新聞媒體現今之挑戰

研究者發現現今新聞媒體除了面臨數位轉型之外，媒體產業內遇到主要挑戰如下：

一、企業財團併購媒體，老闆介入新聞

「媒體財團化」又稱媒體所有權集中，是影響今日新聞產業專業表現的因素之一。面對媒體財團化的現象，像是蔡衍明的旺旺中時媒體集團握有中視、中天電視台及中國時報報系等多個平面、電子、網路媒體；蔡明忠以富邦集團為首，在 2003 年接掌台灣大哥大，而後跨入通訊媒體事業，掌有有線電視凱擘集團、Momo 電視台等；聯邦建設的林榮三創辦《自由時報》等。林照真（2015）研究指出，台灣不少財團手中握有媒體。這些財團經營媒體上，經常有經營者政商考量等因素，操控媒體內容，造成新聞品質問題堪憂，其中跨媒體經營更造成所有權集中的現象。

即使網路科技快速變化，組織仍明白：「數位媒體真正的賺錢之道，是媒體內容，而非科技（林照真，2015；Carlson, 2003:54）。」因此許多握有媒體的財團經營者以干預新聞作為主要手段，藉此擴大媒體的政治與商業勢力，使得新聞內容跟著轉變。顯見如何防止媒體所有權不當聚合，以及對於新聞內容品質的監督，實為改善台灣當前媒體現象不可逃避的課題。

二、假新聞氾濫，媒體流失信任度

社群媒體普及，造成「假新聞」（fake news）快速成長。2016年美國總統大選期間，保守黨用「假新聞」來自我辯護，像是川普（Donald Trump）也以「假新聞」一詞攻擊對自己不利的新聞媒體。假新聞的源頭，有來自政府、媒體組織，接著民眾的傳播與分享，成為假新聞的傳播共犯，「假新聞」現象表明當代新聞秩序的崩潰以及公共傳播的混亂（Waisbord, 2018）。麻省理工學院學者分析社群平台 12 萬推文，研究發現陰謀論、假資訊的傳布速度是真實新聞的 6 倍（轉引自黃哲斌，2021）。

而台灣，近兩、三年亦面臨假新聞之亂，2019年瑞典哥登堡大學的調查結果更顯示，台灣是全球受到境外假新聞攻擊最嚴重的國家，且分數與其他國家有很大的差距（V-Dem Institute, 2019）。王泰俐（2019）指出，2018年底九合一縣市長選舉是首次經歷前所未有的假資訊侵襲，假新聞的出現，將使得台灣多年累積民主基石打破，當閱聽眾未能獲得正確的新聞時，對社會重大議題將難有正確的認知與判斷。

假新聞出現造成民眾不信任媒體。美國新聞事實查核組織 First Draft 的研究部門主管 Claire Wardle 在 2017 年 4 月發佈假新聞分類的研究報告，意指假新聞是為了挑動接收者情緒並進行資訊操作（information operations），造成對時下政治制度或媒體機構的不信任感（羅世宏，2018）。路透社 2020 年《數位新聞報告》（Reuters Institute Digital News Report 2020）也指出，台灣民眾對新聞整體信任度僅有 24%，也就是說平均每十名受訪者中，僅有不到 3 人信任新聞。報告

分析原因是主流媒體與社群媒體充斥不實訊息，使民眾對媒體失去信心，尤其僅 16%的民眾相信社群媒體上的新聞。

三、工作環境、勞動條件惡化

從當代社會結構來看，生活步調快速、即時性的速度文化以及社群媒體帶動新傳播模式已經成為社會節奏的脈絡 (Tomlinson, 2007)。劉蕙苓 (2018) 提及，媒體作為社會結構的一員，無法自外於此文化脈絡，她研究數位環境下台灣記者的工作狀況，發現記者們面臨的是：即採即發、一心多用、公私不分與永不關機的型態，成為 3L (Latest、LINE、Live) 人生的寫照。劉昌德 (2008) 研究亦發現，記者工時比過往更長、工作量也比過去更多，平均工作年資卻年年驟降，1994 年新聞工作者平均年資為 9 年；到了 2004 年，下降到不及 8 年，且計劃從事新聞工作但不是同一單位者僅有 4 成，平均年資下降，以及對新聞工作堅持度降低，是因為新聞工作不穩定感提升所造成。由此顯見，新聞工作者在產製報導上勞動條件嚴重惡化。Harcup (2009/董素蘭、顧淑馨譯，2011，頁 6) 指出，大部分的新聞工作者，尤其新進人員或地方媒體工作的記者，即便熱愛寫作、有志從事新聞工作者，也必須忍受微薄的薪資。以台灣而言，劉蕙苓 (2020) 研究指出，媒體業長期低薪促成了離職的動力。獨立記者黃哲斌在《新聞不死，只是很喘：媒體數位轉型的中年危機》(2020，頁 240-241) 一書中也提到，1990 年代時，台灣人均所得 11,000 美元左右，當時任職《中國時報》基層記者的他，起薪為新台幣 36,800 元，另有稿費與獎金。時至 2015 年，台灣人均所得提高至 19,626 美元，但新進媒體的菜鳥記者起薪卻退回新台幣 28,000 元。超過 17 年的新聞工作經驗的林上祚 (2020 年 9 月 18) 亦提及，時至 2020 年，台灣新聞工作者勞動條件依舊未明顯改善：薪資停滯、人力變少。

綜上所述，新聞工作的負擔越來越重，對於新世代記者而言，與過去相比，工作倦怠 (burnout)、職業不受尊重、低薪以及工作負荷更重 (Reinardy, 2011)。時代更迭，新聞業不再如過往只要發揮「記者魂」就能勝任的工作。2014 年，媒

體工作者勞動權益小組調查不同型態新聞工作者工作型態指出(王顯中, 2014年10月26日), 記者每日工作超過10小時是常態, 特殊狀況如選舉、重大事件發生時還曾有人不間斷地上班超過36小時, 並且有工作項目繁瑣與薪資停滯的問題。此外, 依據台灣記者協會與台灣媒體觀察教育基金會共同完成的《2020年台灣新聞記者權利調查》顯示, 新聞工作者在工作中感受到威脅來源的前三項為: 來自媒體老闆的壓力(30.1%)、工作不穩定性(25.3%)以及來自政府機關的壓力(23.8%)。因此顯見記者如今面臨到的課題與工作型態、外部環境息息相關。

今日數位環境下的媒體工作者面臨的挑戰更甚以往, 組織內部不只要求「好新聞」, 更需要定期的 KPI 指標¹與報表(劉蕙苓, 2020)。媒體組織認同點閱率是維繫即時新聞生存不可忽視的指標, 也為了增加點閱率, 編輯室衍伸出不同的即時新聞策略(李竹君, 2016)。而不求報導品質的現況, 勞動條件惡劣、組織重量不重質的結果, 記者需要產製大量即時新聞, 犧牲製作高品質報導的時間, 不斷惡性循環, 導致記者難以投入心力完成需長期追蹤的深度報導, 磨耗了當初進入新聞產業的熱情。

肆、數位時代工作型態與轉變

華婉伶、臧國仁(2011)以 Bauman 的液態現代性概念理論為基礎, 研究現今記者與當前媒介情況。Bauman(2000)以「液態」概念描繪現代社會特質, 從過去的固態、厚重、穩定, 轉向到今天為液態、輕盈、多變的社會, 改變新聞記者的工作及其自身角色。以記者為例, 過往專業記者具特定形象的固體, 像是教育程度、社經地位與內涵都較為穩固, 但以時下記者工作環境、勞動條件已大不如前, 時間與速度比過往更加快速、媒體與受眾呈現雙向關係、工作穩定性降低

¹ 關鍵績效指標(Key Performance Indicators, KPI)又稱主要績效指標、重要績效指標、績效評核指標等, 是指衡量一個管理工作成效最重要的指標, 為數據化管理的工具, 多半是營收、盈利等獲利能力的硬指標。

以及勞資雙方轉變等因素在在影響資訊呈現方式與新聞工作者的形象。綜上，研究者整理數位時代新聞記者面臨工作條件與新聞環境如下的轉變：

一、記者一人多工，新聞能力反而被弱化

數位環境變動巨大，使新聞工作不再如過去般單一技能的工作方式，而是趨向多媒體製作的多工性質；網路新聞講究即時性、快速性，進而改變記者的工作方式。「一人多工」已成了時下記者最佳代名詞，Erdal（2011）曾在他的研究中提到幾個跨平台合作模式，其中之一為「單一記者為各平台提供新聞」。也就是說，記者需要同時要擔任文字記者、影音記者或數位編輯等，甚至負責組織外部行銷活動的角色，同時須不斷更新新聞資訊，這些都強迫記者成為更廣博的專家（Ornebring, 2010；Witschge & Nygren, 2009）。傳播科技發展迫使新聞記者「多工」，集編輯、採訪、科技與行銷於一身（何國華，2014），顯見數位時代的記者打破與新聞組織其他角色的界線。美國記者多工不同環節的新聞產製已成趨勢，從其新聞媒體組織徵才要件來看，要求記者不只是新聞採寫，仍需熟悉影音製作、攝影，懂得技術層面上的 HTML，並能夠擔任社群小編，促成參與互動，也需因應組織欲以多媒體方式呈現，並尋求多元露出以提升經濟效益。此外，記者除了一人多工，需經常運用社群媒體上經營人脈、找尋新聞線索、與消息來源建立關係，如此一來能夠成為獨當一面的多工記者（multiskilled journalist）（何國華，2014；Wenger, Owens, Charbonneau, & Trever, 2011；Powers, 2012）。

英國公共媒體 BBC 亦要求記者，同時具備多工的能力，要能會寫、會拍，同時能夠運用數位科技工具，從傳統媒體到新媒體，每名記者都須達到不同平台的聚合，並在時間壓力與勞力密集的前提下，保持新聞品質產製新聞（林照真，2017）。在生活狀態上通訊軟體不離身、即時新聞時時截稿，這都是新聞記者需要面對的重要挑戰（劉蕙苓，2020；王淑美，2018；林翠絹，2018，劉蕙苓，2018；Wenger & Owens, 2012；Lee, 2015）。

媒體組織正朝向「一人多工」的工作文化時，這群新世代記者實際的工作情形及型態為何？不同媒體組織的記者有何差異？值得深入探究。

二、置入性行銷方式與過往不同

此外，新媒體的誕生，除了成為傳統媒體的競爭對手，新媒體比傳統媒體呈現形式更為多元。傳統媒體在新聞與廣告上涇渭分明，更增加互動性，創造許多與讀者的連結；以置入性行銷舉例來說，廣告能與新聞相互銜接，設計互動式點擊，造成閱聽眾在點進新聞的同時，事實上是進入廣告頁面，由此觀之，置入性行銷不僅破壞新媒體予民眾的信任感，在討論新聞媒體的置入性行銷議題時，需關切的是，新聞工作者的專業倫理問題（林照真，2011）。

事實上，劉蕙苓、羅文輝（2006）研究已指出，置入性行銷新聞滲透新聞媒體，媒體組織以顧客要求將新聞商品化，不僅欺騙閱聽眾，也違反新聞倫理。該研究也發現，置入性行銷影響新聞記者的工作自主權及工作滿意度以及記者未來留在新聞組織工作之意願，也就是說，置入性行銷已嚴重傷害新聞工作者的工作自主，並造成新聞人才流失。近年研究顯示，平面媒體中，年資較淺的記者感受到新聞置入的情形較多，工作倦怠情形較高，且工作滿意度低（陳奕汶，2018）。置入性行銷使新聞作為一種「信任貨幣」價值的流失，媒體監督的對象可以以錢買新聞，頓然使媒體失去守望監督的功能，造成觀眾負面觀感（轉引自劉蕙苓，2009）。

三、媒體重視流量、吸睛標題與聳動內容

數位時代下的記者還需重視新聞報導的「點閱率與吸睛程度」，Scott（2005）批評新聞室數位化造成記者的工作與往常不同，像是超連結（Hyperlink）、多媒體技術被用來製造新聞量的假象。即便今日數位工具增加，新聞報導的露出變多，但在在影響記者原先的新聞工作型態，如專門產製調查報導、深度專題、國際新聞等，現在的記者反而花更多時間在包裝網路新聞與下標。如今，傳統新聞價值

中推崇的優質新聞如調查報導也就更難出現了，當前好新聞、好記者的定義也形成動搖（林照真，2017）。

多數相關研究亦有類似的現象，顯示技術固然加速產製新聞的速度，但無可避免的是，這同時也挑戰了新聞的本質。台灣媒體觀察基金會（2018）研究曾指出，台灣新聞標題隨著時代變遷，過往呈現精確的語意學，到今日成為點閱掛帥的樣貌，轉變為「促進銷售行銷學」，因此聳動的標題往往造成「標題聳動，但內容貧乏空洞」的情形，進而影響讀者對新聞的評價。王淑美（2018）也提及同樣的情形，具有專業意義的新聞工作變成追逐即時新聞與點閱率下的產物。因此研究者認為，新世代記者對擔憂當前新聞環境不在話下，亦看不見理想的新聞產業變貌。

四、媒體組織經營模式轉變

在媒體經營模式上，廣告與內容付費一直都是新聞媒體的主要收入來源。除了大型平台 Google、Facebook 等吸取大量廣告預算，以及專業媒體《紐約時報》、《華盛頓郵報》、《華爾街日報》等在近幾年吸引會員內容付費之外，全球大多媒體苦於流量無法有效變現獲利之窘境（蘇建州，2020 年 8 月 15 日）。Pew（2016）調查近年美國報業轉型狀態，美國報業數位轉型在 2015 年面臨經濟大蕭條，報業因廣告營收不理想，多數紙本媒體面臨大幅裁員。此外，專為廣告主服務，提供浮濫的垃圾訊息，新聞報導不再被媒體信任，且面臨各行業加速數位轉型腳步。科技的挑戰是全球性的，固然加速記者處理產製新聞的速度，但也挑戰的新聞的本質，記者更長時間在社群媒體上蒐集下新聞，內容還需廣告考量，影響新聞的可信度（王淑美，2018）。

在經營模式上，新舊媒體交融，媒體組織改變商業模式，無論是發展出「全媒體」、「融媒體」等模式漸漸成熟，或是媒體組織面臨縮編、優退，正負面發展皆同時發生在數位環境匯流之下。根據 Axios 新聞網站指出（Fischer, 2020. 11. 24），《紐約時報》在 2020 年數位用戶已超過 600 萬名，《華盛頓郵報》近年

來，成長至 300 萬名固定訂閱用戶。《紐約時報》被學業界視為傳統報業跨網站經營的典型案例（曾筱媛，2017），從單一媒體變成多平台（multi-platform）新聞組織（Sulzberger, 2011），敘事方法與發行通路帶動新聞本質創新。運用科技技術使報導與讀者互動，此外《卓越新聞獎》評審杜奕瑾提到，許多新媒體以技術呈現的亮眼的作品，但忘了要傳遞給讀者什麼以及新聞敘事本身（賴昀，2021 年 8 月 17 日），顯見媒體組織在數位環境中重新訂定義新聞媒體的樣貌。另一影響力與發行量大的報紙之一《華盛頓郵報》曾在 2013 年瀕臨倒閉危機，由亞馬遜（Amazon）創辦人貝佐斯（Jeff Bezos）收購接手經營後，3 年內以互聯網思維轉型成提供更好的讀者體驗與更加數位化為核心的媒體（張耀升，2017 年 1 月 7 日），藉以提升訂戶數目，增聘製作深度內容的調查報導記者（林意凡，2017 年 12 月 5 日）。兩者都以驚人的速度增長，除了透過傳統媒體內容，還增加影音、直播等新科技內容吸引潛在閱聽眾。

台灣的媒體組織在數位匯流的浪潮亦面臨挑戰，平面媒體《天下雜誌》（2018）維持傳統深度報導優勢，以垂直分眾頻道創造有機創新的新模式，培養深度社群，此外成為獨立數位廣告團隊。另加以報紙起家的《蘋果日報》曾在 2017 年要求部分員工以論件計酬的方式合作，即為媒體經營模式上改變（林彤潔，2017 年 6 月 30 日）；更在 2021 年 5 月因營運持續虧損的情況下，停止台灣《蘋果日報》紙本，並表示將資源全力集中至數位媒體《蘋果新聞網》（王心妤，2021 年 5 月 14 日），此舉為台灣紙媒業者敲響警鐘。從國內外媒體為例，近幾年數位轉型帶動媒體經營模式轉變，間接影響新聞本質改變，透過數據、流量、紙本與網路媒體整合，追逐的是內容變現，也期待多元營收挹注，得以組織永續經營。

五、從控制到共同協作的新聞室

記者身處的新聞室（newsroom），現狀又如何？從早期的守門人研究（White, 1950），近期數位優先新聞室研究（林翠絹，2018）都顯示，新聞室是新聞產製的重要環節，也是影響新聞產製的關鍵之一。新聞室的運作方式是經過一連串選

擇題材、確認內容，才搬到閱聽眾眼前（施盈廷，2003）。Tuchman（1979）曾指出，新聞組織常規的建立，往往是為了配合新聞工作的節奏，在有限的時間內，進行資源有限的調配。而 Shoemaker（1991）則探討新聞組織的權力運作，他發現新聞組織中的「控制」至關重要，組織在內容生產的流程上是層層節制，像是編輯要控制記者，媒體經營者控制高階編輯或資深記者，這些控制是靠新聞室內的新聞規範或獎懲制度而成。近年研究又發現，組織訂定各種新聞常規，雖然提升員工的工作效率，但有時也限制了記者的工作方式與產製模式（Shoemaker & Reese, 2014）。

新聞控制的本質在於，上級與新聞室主管不必為自己的決定做解釋或辯解，而是迫使下屬猜測他們對於新聞內容的喜好（Gans, 1979）。新聞工作者會在心裡推斷主管想要什麼，當他們給予新聞室主管新聞內容時，事實上「控制」已經在執行，記者透過在新聞室社會化的過程，內化了組織文化、價值觀與結構，彷彿一雙「看不見的手」（莊志偉，2017）。當記者不再以服務公眾為第一要務，而是被政治或經濟利益驅動，這將成為潛在的民主問題（Roland, 2009）。

如今，傳播技術變革，數位化作業流程更講究時效性。Hanitzsch et al.（2010）研究發現，記者面對時間的壓迫，比先前新聞室控制的政治、經濟與組織影響來得更強。在新聞工作中，「時間」與「競爭」是新聞產製結構中重要的環節（Skovgaard, 2014），以丹麥研究為例，曾面臨新聞數量大幅增加，但記者人數卻沒相對應增加的情形（Lund et al., 2009）。全球新聞室面對數位匯流時代來臨，新聞實務、組織架構或新聞型態等多層面持續影響新聞室工作流程（林翠娟，2018；Doudaki & Spyridou, 2014；Mitchelstein & Boczkowski, 2009），記者不再透過新聞室內部學習過程，潛移默化地接受社會控制，而是朝向組織內部分工，並且透過群眾外包（crowdsourcing）和新媒體提供消息來源，傳統報導中僅有官方消息來源的景象已不復存在。

以組織內部分工來說，傳統媒體在數位匯流浪潮下，因應新媒體的挑戰和閱聽人新需求的組織內分工方式與工作流程實則值得探討。Domingo 等人（2007）

歸納新聞匯流分析四個面向，其中包含整合產製（integrated production）、多工專業（multiskilled professionals）、多平台傳播（multiplatform delivery）和主動閱聽眾（active audience）。林翠絹（2018）研究新《海峽日報》內部專業分工發現，該組織在立下「數位優先」的旗幟之後，花了 2 年不斷調整、重組多平台新聞室，空間安排上與國際新聞組織類似，有如「中央廚房」般整合編輯台，協調各平台溝通；此外，《海峽日報》在 2015 年新加坡國會大選期間成立影音小組，組織尤其強調影音專業人才分工的重要，影音分工制度實施成功，使一般新聞記者在影像拍攝降低難度，對內對外皆透過影音內容提升品牌價值。由此觀之，以組織內部垂直方向到不同專業的水平協作方式產製新聞，已為不可逆的傳播趨勢。從過往單向傳播 Web 1.0 時代至 Web 2.0 科技，社群媒體、部落格、分眾媒體等不斷雙向傳播形式和跨平台的新聞作業，改變了過去的守門模式（林宇玲，2021），新聞媒體的影響力已不如過往（Cochrane, Sissons, & Mulrennan, 2012; Ekström & Westlund, 2019）。

那麼組織與外部合作？數位時代下，傳遞資訊速度漸進，除了即時新聞的興起，記者處於何時何地皆能傳稿和截稿的狀態，還增加共同協作新聞的可能性。就新聞攝影而言，da Silva & Queiroga（2010）提出「協作式新聞攝影」（collaborative photojournalism），他們認為過往大眾媒體以「一對多」的傳播環境已轉移成多對多且去中心化的傳播環境。而新聞媒體近年來，從公民新聞學（citizen journalism）為標的，也發展出協作新聞學（collaborative journalism），就是專業工作者與業餘參與者協同進行新聞作業，攜手合作；群體探索式新聞（crowdsourced journalism）指廣大群眾可以在特定的新聞主題上，發揮各自的專業或知識，搜集材料，提供建議，使新聞報導凝聚眾人力量，如台灣公共電視所推動的公民新聞平台《PeoPo》即為協作新聞學的實例。過往研究顯示協作新聞學具高度潛力與價值，有益台灣新聞生態改善與專業主義重構，然而台灣媒體產業不可忽視的還有商業媒體，因此商業媒體間的協作模式對協作新聞發展的影響還有待觀察（胡元輝，2012）。而近年來歐美新聞媒體在尋找轉型契機時，與美

體機構、跨境記者合作，同時善用開源資料帶給閱聽眾更完整的報導，例如美國非營利調查組織 ProPublica 和 USA Today 2016 年美國總統大選合作，專門報導大選期間的相關議題（易淳敏，2020 年 6 月 4 日）。因此研究者觀之，媒體共同協作（collaborative journalism）是未來新聞產製趨勢，新聞產業曾視「搶獨家」為典範，如今新聞生態不再仰賴新聞傘兵（parachute journalism），而是跨組織、跨界協作。

事實上，傳統的新聞室亦從實體空間已變成「虛擬新聞室」(virtual newsroom)。所謂虛擬新聞室，是透過通訊軟體增加工作效率，除了增加遠距記者的協作，也透過網上組織閒聊的功能發展團隊文化與規範（Bunce, Wright, & Scott, 2018）。

第二節 何謂「新世代」記者？

過往研究區分「世代」的方式不同（張郁敏，2015；蘇建州、陳宛非，2006），部分世代研究以年齡作為分類方式（Carrier et al., 2009），亦有研究以成長背景界定世代的差別，如張郁敏（2015）提及，每個世代在成長歷程上都會有最習慣使用的媒介，也稱主要媒介（dominant medium），與 Voorveld 與 Goot（2013）針對 13 到 65 歲的荷蘭民眾，發現不同世代使用媒介的功能也不同的研究相近。

本研究參考 Bunting, Cheung, & Rundlet（2019）的世代分類方式，如今五個世代分別是：出生於 1946 年前的傳統主義世代（Traditionalists）；出生於 1946 至 1976 年之間的嬰兒潮世代（Baby Boomers）；出生於 1965 至 1976 年的 X 世代（Generation X）；出生於 1977 至 1997 年 Y 世代（Generation Y），又稱千禧世代（the millennial generation）與最年輕的一代，1997 年之後出生的 Z 世代（Generation Z）。另外，Dimock（2019）研究顯示，1996 年則是千禧世代與 Z 世代（Gen Z）之間的分水嶺，分割原因包括政治、經濟與社會因素。每個世代的工作模式、數位敏感度，甚至新聞的定義迥異。2020 年將是五個世代共創的新聞室，這是各時代能重新詮釋具有優質新聞（quality journalism）的獨特時刻，數

位時代的新聞媒體呈現包容性更高、更開放與創造力的環境 (Bunting, Cheung, & Rundlet, 2019)。出生於 Web 1.0 (如傳統媒體) 科技、成長於 Web 2.0 (如社群媒體) 的千禧世代正扮演現今新聞室中的重要觀察者。

本研究以隸屬於媒體組織之正職記者為訪談對象，故界定受訪者年齡為 22 歲 (1998 年出生前)，換言之，研究對象年齡界分為「後千禧世代 (1990 至 1998 年出生之新興世代)」的新世代新聞記者。

成長背景方面，自 1980 年代後期至 1990 年前期網際網路興起，網路的使用者急遽上升。1990 至 2000 年，網際網路迅速蓬勃發展使得傳統產業面臨轉型，尤其新聞業亦出現變革。2000 至 2010 年，因應數位科技產生，出現了與傳統媒體呈現方式、功能更多元、主題豐富的新媒體與社群媒體，出生於網路發展的世代在媒介並用大量以行動上網為主要媒介 (Brasel & Gips, 2011)。此外，2010 至 2020 近十年多場社會運動亦在新媒體與社群媒體的浪潮下傳播至世界各地。

自身能力方面，(2016) 研究發現臺大新聞所學生於 2014 年太陽花運動時願意日夜守護學運現場的原因，來自於「理念的形成是累積的過程」，該場社會運動也影響新世代學生學習新聞與社會實踐的蛻變。其研究對象的共同特點為：

(一) 出生之際正是台灣開始重視本土化的教育以及民主自由的價值，他們接受國民義務教育與高等教育時期適逢社會運動興起與兩次政黨輪替、(二) 關心社會議題、(三) 運用數位工具與網路公民社群協作如 g0v 台灣零時政府。此外，(四) 運用社群媒體讓主流媒體跟進報導，促成不同階段的群眾參與集體行動，主流媒體與網路媒體相互影響，改變了傳播的樣貌 (劉時君、蘇蘅，2017)。這群學生在太陽花學運時的共同認知是：「主流媒體不報，我們來報」，建立記者身份認同以及身為學生媒體記者的集體認同，擔任專業記者是他們參與社會的途徑與方法，用行動理解這個時代，同時運用在社會運動中所習之採訪寫作能力回應時代課題 (林麗雲，2016)。

然而，年輕記者願意投入記者工作 (Beckett, 2019) 會面臨什麼挑戰？事實上，新世代記者與過往世代投入新聞產業的從業人員，最大的不同是產製技術的

差別，如喬治華盛頓大學（George Washington University）教授 Silvio Waisford 重新調整數位時代的新聞寫作方式，他指出，新聞編輯室具有更多的消息來源，也需要跟受眾更多的互動，今日新聞媒體時時刻刻都一再確認它在社會中的角色與權力（Beckett，2019）。

《泰晤士報》（The Times）編輯 Ricard Fletcher 坦言，新世代必須面對數位環境下新聞工作的艱鉅的挑戰，如辨認新聞素材的真偽，他認為新世代有更值得前往的工作領域；然而，也有新聞工作者面對新聞現況持相反態度，前《星期日泰晤士報》（The Sunday Times）、《每日電訊報》（The Daily Telegraph）成員 Andrew Porter 認為，新聞工作的首要目的並不在於收入，而是能運用權力說真話（Beckett，2019）。因著假新聞蔓延，可靠的資訊來源與事實查核（Fact check）實為媒體組織愈來愈迫切的課題，新世代記者的任務不只是產製新聞，而是迎戰數位時代新聞產業面臨的困境。

新世代記者更重視新文字報導與數位報導產製技術的結合，由於自身成長環境行動媒介、網路伴隨成長，使用媒體主動性高，科技使用與過往世代不同（Barcellos & Gil, 2020）。據張郁敏（2015）研究指出網路世代（本研究稱「新世代」）工作記憶力與過往 X 世代、戰後嬰兒潮世代相比，他們的工作能力更為靈活，因此善於同時處理多個資訊，且在成長過程中，行動裝置與網路更為盛行，由此可得知擅長使用新媒體、運用新媒體消費是他們的重點特性之一。而研究者期待從新世代記者觀察到未來新聞業的發展與趨勢，世代更迭，不久的將來就即新世代記者所主導的新聞媒體。

第三節 研究目的

網路新聞的興起，也有少數新聞記者的相關研究（Weaver, & Willnat, 2016；Quandt et al., 2006；Neuberger, 2002；Hammond, Petersen, & Thomsen, 2000；Deuze, & Paulussen, 2002），但研究者發現在數位環境下，以台灣新世代為主的記者研究少有深入探討與分析。新媒體正在改變新聞產製模式，記者使用新媒體增加不

同報導呈現方式，以取悅不同媒介的使用者。數位媒體的建立，是為了擴大閱聽眾，不是提升新聞品質，跨媒體報導增加記者工作份量，沒有提升記者生產好新聞的機會（Pavlik, 2001）。

此外，在過往研究中，大多探討組織內部新聞室對新聞記者的勞動情形。近年來，提及新聞室的相關文獻，亦大多描述數位工具介入新聞室後，對新聞室以及新聞常規所帶來的影響以及傳統媒體的數位轉型實驗，如：游羽棠（2020）研究新聞室組織架構不同的三家媒體之融合新聞室（Convergent Newsroom），以 Bourdieu 場域理論探討不同職位的工作者產製慣習與文化資本的競爭，不過他的研究偏重新聞室的協作，較少探討新聞工作模式的轉變。

林翠絹（2018）以「數位優先」與「新聞匯流」的觀點，個案研究新加坡百年老報《海峽時報》數位新聞室的各職位工作流程與產製流程的調整，研究結果發現，該報數位新聞室近年整合多平台，同時從組織文化進行大規模的調整，成功提升原網站點閱率。研究者則觀察到，現今研究鮮少探討新世代記者進入新聞室後，面臨角色認知與過往的異同、新聞產製模式與職涯想像落差，研究者認為這些皆值得深入探討。

劉蕙苓（2018）研究數位匯流環境下記者工作狀況及其影響，並有提及未來研究可探討不同年齡差異的記者在數位匯流下的行動策略。近年研究雖有世代差異比較，但研究者發現，並未特別針對新世代記者的角色認知有何不同；傳統媒體與新媒體的新世代記者在新聞工作上實踐異同；以及他們的記者職涯想像進行深入探究。因此，本研究的目的其一，以質化研究的方式瞭解數位時代下新世代記者的工作型態；其二則是在當代社會消費新聞習慣不斷轉變、過往惡劣勞動條件並未隨時代改變、記者面臨更多元、更創新的數位新聞室脈絡下，以訪談的方式探討這些轉變對新世代記者的角色認知、新聞工作實踐與職涯想像。

本研究希冀透過深度訪談法進行。研究目的分述如下：

一、了解數位新聞環境下，新世代記者從事新聞的動機。

- 二、新世代記者如何認知新聞、新聞業和記者角色。
- 三、新世代記者對上述認知對新聞工作的影響。
- 四、探討新世代記者對於未來職業生涯的想像與承諾。



第二章 文獻探討

本章擬整理新世代記者對新聞業的認知與職涯想像相關研究與文獻，並說明新世代記者與新聞室互動及數位時代下新經營模式認同。由於本研究是以新聞工作者專業角色（journalistic role）為研究為基礎，用以詮釋新世代記者，以便觀察新世代記者歷經數位科技與社會轉變，記者在新聞室的互動、層級化管理、不同位階所建立的新聞常規，接著說明新聞室的變革今昔是否相同。因此隨後會討論到新世代記者對新聞業的職涯想像與落差以及其面對新聞產業的因應策略。

第一節探討新聞產業發展現況。

第二節以新聞記者角色（journalistic role）轉變，將歸納新聞工作者對記者角色認知的差異。

第三節論及數位匯流新聞室的轉變，其中包含新聞價值、新聞產製流程、傳播方式、閱聽人收視的改變，並探討「數位新聞室」的誕生以及新科技對新聞室的帶來的影響。

第四節則探討，新世代記者對於職涯想像與落差以及對未來職涯的承諾。

最後，將彙整一至四節的理論及研究文獻後提出研究問題。

第一節 新聞產業的轉變

壹、新聞產業現況與特色

因網際網路的興起、通訊科技蓬勃發展，造就資訊與通訊科技（Information and Communication Technology, ICT）今日的創新，如日常常見的通訊軟體 Line、Facebook，讓我們取得資訊更加便利。走入數位時代，以數位為先的新聞產業中，新聞產製流程、新聞室分工樣態、記者實務工作能力培育或組織架構在在影響現今的新聞產業的轉變（林翠絹，2018）。

近年新媒體、自媒體不斷出現，無論國內外皆有許多傳統媒體轉型的例子。媒體轉型已非新名詞，過往也有多位學者對此現象做過研究，從社群平台、閱聽人、組織管理層面切入，並從中關注科技轉變對新聞產業的影響（劉蕙苓，2018；Deuze, 2008；Hermida, 2010；Willnat & Weaver, 2016；Ekdale, Siger, Tully & Harmsen, 2015）。媒體轉型不僅衝擊新聞內容的呈現，新聞背後的產製者與產製流程整合更是數位時代的新挑戰。Deuze（1999）稱網路新聞為第四類新聞，其創新新聞產製、內容呈現、傳佈模式以及商業模式，促成多元新聞產量與速度加速，也造成新聞報導以多媒體的方式呈現和傳統媒體守門人角色匯流等現況。

美國求職網 CareerCast.com（2018）發表〈*The Worst Jobs of 2018*〉，從新聞產製者的勞動條件切入，以工作環境、壓力程度、發展前景以及平均年薪作為衡量排名標準，報社記者為 220 項職位中第 218 名，也是 2018 年最差的工作排名第三名，並評價為工作做環境極差、壓力程度極高、發展前景差作為備註。

劉蕙苓（2018）舉例，現今記者除了要撰寫新聞之外，也要能夠在新聞現場運用直播的方式讓閱聽眾親臨新聞現場之感，甚至是政治人物公開辯論都在 Youtube 上進行人工即時事實查核。也就是說，現今閱聽眾接受新聞的方式也與過往傳統媒體單一管道不同。根據台灣傳播調查資料庫 2017-2018 上網娛樂使用裝置研究調查研究顯示，有超過 6 成是手機娛樂族，但僅有 1 成是電腦娛樂族，在於手機在方便性、螢幕尺寸及其效能佔有優勢；而在通訊軟體 LINE 方面，發現「手機娛樂族」使用 LINE（99.2%）的比率高於「電腦娛樂族」（95.2%）；在社群媒體龍頭 Facebook 使用率上，每天平均使用時間則是手機娛樂族（80 分鐘）更高於電腦娛樂族（59 分鐘，台灣傳播調查資料庫，2020 年 04 月 30 日）。以當代科技傳播來說，匯流時代所造成的轉變，加速新聞產業變革，社群媒體與數位科技的興起，在在改變了新聞產製者與消費者之間的關係（邱筱媛，2016；Kolodzy, Grant, Demars & Wikinson, 2014）。「記者多工」一詞足以代言如今的新聞工作者，其工作型態是數位時代當中，與過往傳統媒體工作者的重大不同之處（陳憶寧，2016）。

於是，不僅科技發展因素使新聞產業受到影響，就連新聞教育的人才培育亦因科技發展而產生更多不同面向。過往新聞記者強調新聞專業的養成，而現今記者更加強調跨領域的整合培養，並更加注重閱聽眾的回饋。近年來，國內外許多研究都揭示未來跨領域人才與資訊科技素養的重要性。勤業眾信會計師事務所對於跨入數位時代之後，指出現今人才除了具備人文素養，更需能勝任數理與科技者才不會被取代 (Deloitte, 2017)。Hartley (2013) 曾指出，新聞工作越來越重視閱聽眾對於新聞報導的反饋，因此新聞教育應更強調新聞工作者與閱聽人的連結。因應科技發展以及社會變遷，Deuze (2006) 認為在媒體聚合的環境當中，媒體多工的工作樣態實屬新聞工作的重要環節之一，並從此工作樣態現象探討新聞產業的轉變。

媒體多工、以閱聽眾為主、社群媒體活躍等現象也正影響新聞產業的「環境不確定性」 (environmental uncertainty)，由此成為新聞產業形成後危機 (post-crisis) 重構中的經濟衰退的因素以及新聞業就業市場的轉變 (APOSTOL, 2016; Nicoleta, 2016)。

Picard (2006) 曾提出，網際網路助長了數位利基媒體模式 (digital niche-oriented media model)，它的優勢在於現今的新聞媒體漸漸碎片化，而大眾媒體的商業模式也正漸漸消逝。劉蕙苓 (2013) 也點出，網路時代來的網路影音內容或未有系統性的新聞資訊亦造成新聞公共性漸漸衰落，她認為網路科技帶來新聞內容的零碎化。與此同時，對抗大眾媒體的創業新聞學 (entrepreneurial journalism) 也受到了重視。陳順孝 (2016) 提及，創業新聞學的存在，是為了與走向即時新聞的模式、總是播報未查證的三器新聞、大量置入性行銷因而失去公信力的大眾媒體，而有一部分具有新聞記者實踐專業，對於記者路有所理想，藉由新聞工作者的身份以最小的團隊達成最大效益，匯集資源達成如美國的《ProPublica》、台灣的《報導者》這樣的小而美、小而強的獨立媒體，他們運用網路工具來連結群體力量，反映現今媒體轉型營運模式不斷在改變，「創業新聞學」也就因時勢而產生了。

相較過往，網路科技的發展，帶動新聞產製工作狀態、新聞人才教育以及組織商業模式的變化，因而促成新聞產業轉變，此為資訊爆炸時代下的新世代記者遇到的挑戰。Apostol (2016) 研究羅馬尼亞不同世代的記者特質，並訪談羅馬尼亞 22 位 20 至 60 歲女記者。該研究指出，組織在工作上常「指責」年輕記者，同時指出組織其他問題，像是錄用沒有新聞相關經驗的記者，導致新聞質量下降，他們大多工作都是將新聞內容複製、貼上。然而，有經驗的記者離開新聞室，以及當前越來越多人，儘管不是記者，也撰寫符合公眾利益的議題。由此可見，「記者」角色在新聞產業日漸模糊。

澳洲亦有類似之記者研究，O'donnell, Zion, & Sherwood (2015) 提到，解僱較年長的記者，而留住年輕記者，在於後者成本更低、效率更高。芬蘭的裁員目標亦為資深的記者，芬蘭政府的養老金計劃以確定他們早日退休，大多媒體組織晉升的是年輕的新聞工作者，即便他們沒有這麼多經驗，但組織認為應及早面對融合新聞室，以吸引年輕閱聽眾 (Nikunen, 2014)。美國《紐約時報》執行長 Mark Thompson 在組織經營上亦大舉接納網路、僱用年輕員工，並放手讓年輕的新聞工作者們做大事，由此連接年輕的讀者，讓紐約時報真正踏入數位化 (陳建鈞，2020 年 08 月 06 日)。

綜上所述，當代新聞業發展重視科技特質對新聞產業的衝擊，卻低估新世代記者與過往傳統的年長記者的流動，研究者想探討的是，新世代記者如何看待新聞記者這份工作？在新聞室中，新世代記者如何適應新聞媒體的環境變化，影響他們工作的看法又意味什麼？

貳、產業轉變對記者勞動現況的影響

從新聞產業的轉變可知如今新傳播科技越來越多。然而，近年來勞僱權力失衡、勞動技能要求逐步轉變、組織走向不確定性增加以及新聞工作者缺乏制度化

的加薪規定，由此觀之記者勞動條件明顯惡化，這不單只是台灣特有的狀況，以美國來說，近年隨著新聞產業經營狀況惡化，裁員、薪資凍結或減薪，也是新聞產業面臨之困境（王維菁，2013；Becker & Vlad, 2009）。據勞委會 2012 年統計²，台灣從事新聞從業人員約有 4000 人，新聞媒體又分為平面媒體（報紙、雜誌）與電子媒體。其工作特性為：時間壓力大、屬機動性工作、必須 24 小時待命、同業競爭衝突等特性。新聞工作者長期在壓力下工作，導致工作負荷和生理疲勞問題日益嚴重；此外，薪水不增反減，即使近幾年偶有成長，大體還是呈現逐年衰退的情形，由此凸顯台灣記者確實面對勞動條件日漸惡化的情形（戴伊筠，2010）。本小節將探討影響勞動條件惡化的可能因素為「工時增長」，許多數位科技對生產力提升都有正向影響（王維菁，2013），對於新聞產製亦能使流程簡單化，無論是記者尋找消息來源、聯繫組織或傳遞新聞上都變得更加簡單，整體來說，新聞產製力明顯提升（田炎欣，2001；王維菁，2013；Dordick & Wang, 1993；Fu, 2002；Liu, 2006）。然而，新聞產製力提升的同時，有造成工時縮短嗎？Reinardy（2011）的研究顯示，新世代的年輕記者特點為工作量龐大、薪水降低，比年長記者更容易產生工作倦怠。毛義方、徐雅媛（2015）研究亦發現，台灣記者每天工作平均時數超過十小時以上佔 78%，「工作負荷」很忙或非常忙佔 73%。關於新聞工作者產製新聞的工時相關研究指出，由於科技蓬勃發展，管理階層認為記者能運用科技技術使新聞快速產出，因此提高工作量，導致新聞品質下降（Liu, 2006）。目前多變與不穩定的新聞產製環境，組織在產製策略形成上易變且快速，理當記者的工作愈來愈複雜（劉蕙苓，2018）。

一人多工造成記者工時長。Spyridou 和 Veglis（2016）形容這些採訪寫作以外的新任務讓記者成為「新聞超人」（super journalists，轉引自劉蕙苓，2018）。新聞組織利用新聞工作者一人多工的工作模式成為組減少聘用記者的藉口，此外市場競爭增加、廣告與營收下滑之際，影響到媒體大量裁員以及名義上的優異優

² 毛義方、徐雅媛（2015）。〈新聞從業人員工作負荷及生理疲勞調查研究〉，《勞動部勞動及職業安全衛生所》。取自：<https://www.ilosh.gov.tw/media/2320/f1442973582281.pdf>

退(王維菁, 2013)。由此觀之, 多工合一、組織裁員及工作量增加的惡性循環, 使記者面對這些數位的新策略, 仍有適應的困難與矛盾, 導致記者工作壓力大。其次, 勞動權缺乏保障。媒體組織對新聞勞動權與新聞自主的威脅仍是台灣新聞產業市場的課題與困境(王維菁, 2013)。新聞自由與勞動條件息息相關, 但勞工專業權益與新聞專業自主還未找到平衡點(張哲豪, 2015年6月17日)。綜上所述, 新聞產業正面臨重重困難, 這些困境影響著不同媒介的新聞工作者。

參、台灣當前的新聞工作環境

今日的台灣新聞媒體走出沒有新聞自由的寒冬, 戒嚴時期黨政軍介入媒體、無限度的政治干預已成歷史, 同時走過報禁解除 30 年。1980 年代解嚴之後, 各領域嘗試建立新秩序, 新聞領域亦以新聞場域重建新聞工作, 再挑戰威權體制的同時, 也正試驗各種新聞工作的新秩序。大致到第一次政黨輪替後, 民主自由開放氛圍顯然與過往不同, 由於市場開放, 新聞工作也進入標準的商業時代(張文強, 2015)。

時至 2003 年蘋果日報來台, 以軟新聞 (soft news) 異於台灣硬新聞的商業化、重視視覺感官效果、傳遞富娛樂價值的資訊, 以及聳動的標題, 以閱聽人為導向的新聞產製流程, 改變了當時台灣的新聞生態(徐榮華、羅文輝, 2009)。回顧近二十年的新聞產業演變, 台灣歷經漫長的民主改革過程, 如今擺脫了沉重的政治桎梏, 理應以民主自由為傲的台灣新聞媒體, 仍面臨全球經濟衰退, 假新聞如病毒似的不斷傳播, 傳統媒體必須數位轉型以及組織走向不確定高等艱鉅挑戰。

如今, 當前許多媒體以「數位優先」(digital-first) 為主要產製邏輯, 近幾年十分多匯流新聞學 (convergence journalism) 的相關研究。新聞實務上, 台灣各大媒體也以此為目標, 像是美國 FOX 新聞與英國 BBC 都在近幾年擴大新聞室與攝影棚, 強調數位化與多平台的重要性。紙媒媒體方面, 紐約時報 (New York

Times)、華盛頓郵報(The Washington Post)近年也著重數據與視覺化的呈現以及創新的互動表現方式。曾參與《紐約時報》圖像新聞部的實習記者林辰峰(2016年2月25日)指出,部門裡各有所長,包括新聞採寫、地圖製作、前端與後端工程設計、3D模型、設計、插畫、攝影與VR編輯。此外,速度成為數位匯流的特色,媒體更重視以最快的速度透過社群媒體或App將新聞內容傳散,於是即時新聞成了新聞室的新常規,各媒體自2014年太陽花學運後,開始大量採用此種即時更新資訊的報導,有些報社視其為記者的工作考核項目,甚至為「關鍵表現指標」(Key performance indicator, KPI, 劉蕙苓, 2018)³。

第二節 新聞記者角色認知的改變

壹、記者角色認知的演變

新聞記者的「角色認知」,一直是傳播學研究中長期以來探討的問題,也是新聞之中重要的研究領域(Mellado, 2015)。根據Cohen(1963)提出了記者中存在中立者(neutral)與參與者(participant)的角色分類模型,中立者為單純反映事實,而參與者則是作為倡議者。「中立者」認為自己是冷眼旁觀的第三者,「參與者」則認為自己應在社會中扮演積極角色,提供新聞評論、解釋與分析(轉引自劉蕙苓、羅文輝, 2017)。他並進一步將中立者細分為資訊提供者(informer)、解釋者(interpreter)以及政府的傳播工具(an instrument of government)。對於參與者他則提出了四個媒體功能,新聞媒體扮演著公眾的代表(representative of the public)、政府作為的批評者(critic of government)、政府的倡議者(advocate of policy)以及政策的制定者(policy maker)。而後,Weaver(2007)延續Cohen的研究,將媒體角色轉為傳播者(disseminator)、解釋者(interpreter)、對立者(adversarial)與為民粹動員者(populist mobilizer)四大類型。對於傳播者,強調新聞工作是「宣傳」與「傳播」的功用,是屬於被動的角色,提供中立、客觀、

³ 同註1。

全面的資訊供公眾選擇與決策。作為解釋者，則強調記者應對不同的社會議題，進行解釋與分析。而在對抗者面向，記者扮演較為積極的角色，代表公眾監督甚至對抗政府與其他當權者。在為民粹動員者角色方面，則強化了記者需積極與公眾對話與討論議題。

綜述，媒體在社會中扮演不同的專業角色。本研究參考 Weaver (2007) 等學者提出的記者角色的多面向。不過，由於「為民粹動員者」是一個十分獨特的政治現象，本研究因為不探討非政治新聞的記者角色認知，而是以新世代記者為主軸，將以如下三種記者角色為主要探討面向：

一、傳播者 (disseminator)

「資訊傳播者」的角色強調新聞記者獲得資訊後迅速將正確的資訊傳遞給公眾的重要性 (Stocking & Holstein, 2009)，也就是說，「資訊傳遞」經常被用來描述新聞工作主要的工作，記者作為「傳播者」角色的認知與新聞專業主義的中立、客觀與被動相關。正如 Cohen 所言，媒體作為資訊提供者，最重要的責任即為「正確的資訊傳布」，這意味著，媒體能夠做到正確資訊的傳播變成影響閱聽眾的新聞判斷。過往研究新聞工作者的標準通常包括，新聞工作者作為傳播者，「迅速提供公眾資訊」、「關注受眾感興趣的新聞」以及「不報導無法證實的報導」 (Mwesige, 2004)。

早期的實證研究已表示，「中立」在新聞工作者中已得到認可，舉例來說，Johnstone, Slawski, & Bowman (1972) 成功調查 1313 名美國記者後，大多數新聞人員認為媒體有「資訊傳布」的角色，為了保持與新聞來源的關係，其重視新聞內容的中立。這研究調查不僅限於美國記者。Weaver & Willnat (2012) 指出，根據研究調查 21 個國家的新聞從業人員，新聞工作者認為「快速報導新聞」與「客觀報導」對媒體角色來說最為重要。不僅記者本身重視資訊傳播者的角色，公眾也非常重視記者是否有做到事實查核、保持中立與以及資訊的兩面說法 (Tsfati, Meyers, & Peri, 2006)。

台灣的媒體角色研究並不多，羅文輝（1998）在 1994 年針對全台新聞從業人員進行調查，他發現，新聞工作者認為媒體最重要的角色是「正確報導新聞」；十年後，羅文輝、陳韜文（2004）針對中港台三地進行媒體角色研究，經過分析後，發現新聞工作者認為「資訊傳布」最為重要（轉引自劉蕙苓、羅文輝，2017）。

然而，隨著網際網路的發展，公眾可直接從社群等管道媒體獲得資訊，記者也會從社群媒體上蒐集訊息、新聞觀察、消息來源與評論。Brandtzaeg & Domínguez（2018）研究發現，年輕記者（the younger journalist）使用 Facebook、LinkedIn 和 Instagram 等多種社群媒體平台，與年長記者（the older journalist）作為對照，年長記者嚴重依賴 Twitter 上的精英消息來源。也就是說，不願使用各種社群媒體平台可能會限制年長記者接觸各種新聞來源。因此，年輕記者似乎更傾向於從多個角度看待社交媒體，在消息來源方面也可能更具創新性，而較年輕的記者可能比年長記者接觸到更多樣化的新聞來源。

2015 年《全球社會新聞研究》（The Global Social Journalism Study）調查 11 個國家 3000 名記者，有 51% 的人表示，如果沒有使用社群媒體就沒辦法工作，但年長記者（45 歲以上）對社群媒體抱持著懷疑與牴觸的態度。學術研究也證實新世代記者與年長記者在社群媒體使用上的差異（Yamamoto, Nah, & Chung, 2017）。社群媒體為公民生產內容（citizen-generated content）提供另一群網路群眾，進而成為記者重要的消息來源，2016 年美國在 18 歲至 29 歲人群中有 86% 使用社群媒體，30 歲至 49 歲人群中也有 80% 使用社交媒體。同一時期的挪威，對於社群媒體的接受度高、滲透率也高（Ipsos, 2017）。

綜上所述，年輕人和較年長的人在使用社交媒體方面存在較大差異。研究者好奇的是，新世代記者使用 Instagram、YouTube、Twitter、Facebook 和 Snapchat 等社群媒體平台作為主要新聞來源，究竟他們是如何扮演「傳播者」的角色呢？值得進一步探究。

二、解釋者 (interpreter)

「解釋者」角色即創造解釋性新聞。也就是說，記者對讀者提供詳細的事件發生原因與背景資料，包含上下文、分析和可能的後果，讓讀者很快就能理解新聞事件真正的意義 (Houston, 2008)。Schudson (2014) 認為解釋性新聞即使用「廣角鏡頭」來講述新聞故事。解釋性新聞的起源可以追溯到 20 世紀初，當時的人們對日益複雜的世界渴望新聞對時事有精闢的解釋與分析。舉例來說，經濟大蕭條和第二次世界大戰催生了《時代》雜誌開創的新型新聞風格 (Ward, 2009)。

解釋性新聞興起於 20 世紀與 21 世紀初。Weaver & Willnat (2012) 研究顯示，解釋者在時事新聞中的角色，是全世界新聞工作者認可的主要職責之一。過往研究發現，Steele & Barnhurst (1996) 發現 1968 至 1988 年美國政治新聞中出現以記者為主導地位，更願意表達自己觀點的報導。此外，解釋性新聞在政治新聞以外的新聞中也有應用。Barnhurst & Mutz (1997) 分析 1894 至 1994 年犯罪的相關新聞報導，發現新聞記者能在報導中提供更多解釋和分析，新聞背景也能敘述更加完善。當越來越多解釋性新聞，並和新聞的專業相互連結，有學者認為當代社會的複雜性使記者有必要為讀者透過此方式幫助公民理解負責的世界。

當訊息供過於求的時代，隨著網路與新媒體平台的發展，日益凸顯解釋性新聞的重要性。Nordenson (2008) 指出，在訊息過剩時代，一個健康的新聞機構，必須透過新聞產製過程讓閱聽者理解該報導存在的意義以及對他的影響。人們期望新聞能扮演不同的角色，而不是與其他新聞新聞媒體搶快，而後發更多的突發新聞。例如，美國媒體 Vox 是現今者主打解釋性新聞的新聞代表之一，又被稱為新聞界的維基百科，但與維基百科不一樣的是，Vox 是由一群具有新聞專業的記者所組成；而維基百科則是由群眾自發性組成。Vox 意圖幫助讀者理解新聞，而非只是知道新聞，系統性的整理新聞事件的進展，像是讓讀者一看到時間軸就能馬上進入狀況，讓讀者對新聞背後的新聞更有概念，因此 Vox 不強打獨家、即時新聞 (李欣宜，2015 年 5 月 25 日)。

根據報導指出，Vox 能一推出解釋性新聞形式作為新聞報導的原因是創辦人 Ezra Klein 是位年輕記者，當他推出 Vox 時，在新聞產業上具有劃時代的新意義。從徵才條件來看，2015 年創立的台灣獨立媒體《報導者》在招募記者時，也提到期許記者能夠以「解釋性新聞」敘事型態闡述報導。因此，面對資訊混雜的時代，新世代記者如何看待「解釋角色」和「解釋性新聞」的存在？台灣的閱聽眾面對這一種類的新聞報導，會買單嗎？值得深入探究。

綜上所述，記者作為新聞的「解釋者」角色有著悠久的歷史，Barcellos & Gil (2020) 也提到，新世代記者面臨多平台環境與假訊息的競爭，同時數位新聞媒體、政府重視新聞宣傳與公民新聞興起的時代，會重視對抗霸權的論述，維護新聞的傳統價值。如今資訊豐富的時代，解釋性新聞的重要性倍增，這些對新世代記者的工作和角色有何影響？

三、對立者 (adversarial)

提到媒體角色研究，主流媒體、學者、閱聽眾，甚至是記者本人，都把「對立者」當成看門狗 (watchdog) 或第四階級 (fourth estate)。正如西方新聞專業主義認為，新聞專業需奠基在民主社會的新聞自由和言論自由之上(蘇蘅, 2018)。對立者其中之一的功能在於監督，即新聞工作者監督當權者，並要求其負責 (Peters & Witschge, 2015)。

新聞媒體作為對立者的觀念也不僅僅局限於英國、法國、美國等傳統民主國家。根據 Hanitzsch (2011) 等人對 18 個國家 1800 名記者所做的跨國家比較研究。世界各地的記者普遍認為「監督」是新聞工作的基本職能，監督新聞的關鍵要素應該是對社會中掌握權力的人，發揮制衡機制的的作用。如 Sheila Coronel (2010, pp. 111-136) 所言，「媒體監督確保政府組織公開透明，並為公眾服務和負起責任。」

Curran (1997) 指出，媒體應揭露不當行為，糾正不公正的現象，在行使權力時，接受公眾的批評與監督。根據 Henningham & Delano (1998) 對新聞工作

者的調查顯示，英國的新聞工作者有 50%認為對立者相當重要，他們解釋英國記者期待能成為政府或企業的對立者，其原因是美國憲法第一修正保護了記者的新聞自由，但英國記者卻缺乏憲法保障，因此英國記者將對立者視為重要的角色。Willnat & Weaver (2014) 針對全美記者研究調查顯示，美國記者比過往更重視「監督」與「解釋」角色的差別。這與台灣新聞人員調查並不相同，台灣媒體最重視「資訊散布」的速度（劉蕙苓、羅文輝，2017）。

如今，記者要實踐積極問責和新聞自主有很大關係，由於國內外研究都發現記者對記者角色認知會成為他們對自己從事新聞工作的指引和定位，因此本研究目的之一是想了解：外在環境變化或內部組織調整，這些轉變是否影響新世代記者對媒體角色的認知？新世代記者們認為自身為傳播者、解釋者還是監督者？是否有新的角色出現呢？

第三節 數位新聞室與記者工作現況

壹、數位新聞室對媒體產製的影響

從組織面向來看，過去傳統媒體所遵守的媒體自律規定，如編輯室內部審查、媒體倫理準則，在現代數位工具如數家珍、被社群媒體籠罩的媒體環境之下，Bertrand (2000) 認為，媒體自律準則應該擴大範圍，不只是新聞媒體自訂，也應該將閱聽人納進來。McQuail (2003) 認為「媒體問責」是一種共同導向 (co-orientation) 的過程，不管是記者、作者對於自己出版物質量的控管，其實是對讀者，甚至是社會大眾負責。

過去一世紀，媒體已發展出各種「媒體自律原則」(Media Accountability Instruments, MAIs) 來自我約束。Russ-Mohl (1994)、Nordenstreng (1999) 與 Hafez (2002) 認為「媒體自律準則」的層級可分為「個人」、「組織」、「專業」、「外部」，以 Shoemaker & Reese (1996) 影響新聞的五層面分析來看，「媒體

內容的呈現」從新聞工作者個人層面的日常工作，到組織層面的常規與制約，再到社會體系與網絡，一個層面會與另一個層面相互影響。

如今媒體數位化之後，許多媒體會在網站公布「新聞室準則」、「媒體倫理準則」，實屬組織層面因數位工具產生而出現的變化。數位媒體發展後，在媒體問責上，包括了多元的組成，包括線上監督員、用戶即時評論等，記者很容易透過社群媒體了解、回應讀者的評論（Joseph, 2011；Cision and Canterbury Crist Church University, 2012）。Fengler, Eberwein, & Alsius（2015）調查歐洲新聞工作者媒體自律的研究也顯示，新聞室是影響媒體自律的關鍵因素，以英國 BBC、荷蘭 NOS 都有建立新聞室倫理準則。

組織文化與目標將影響記者撰寫媒體內容的去向。過往僅有少數研究顯示，閱聽眾指標能夠讓管理階層更有效地監督與約束他們的記者（Bunce, 2019）。學者 McManus（1994）分析了 1980 至 1990 年代以來，媒體將新聞內容轉變成市場導向的商品，低成本高獲利成了主要指導方針，新聞報導不再是強調公共利益的核心價值。舉例來說，Skovsgaard（2014）研究組織特性與記者自主權時，提及記者與律師等其他專業人員不同的地方在於，記者擁有相當大的影響力影響受眾，因此記者更有可能調整自己，跟隨閱聽眾的偏好。換句話說，記者迎合閱聽眾的胃口，當閱聽眾熱衷於軟性新聞時，記者便會更加用力報導此類型的新聞。在強調創新、競爭激烈的數位時代，隱性的市場力量對新聞業的影響更大（鍾起惠，1998）。如 Drew & Thomas（2018）研究美國新聞組織的商業合作提到，許多傳統的新聞室忙於試驗不同的創新新聞產品，不再強調傳統的「編業分離」。相反地，Bunce（2019）借用 Bourdieu 的「場域理論」探討路透社（Reuters Crop.）管理階層與記者的衝突與解決策略，該研究結果顯示，以激勵員工的方式改變了記者們選擇新聞撰寫的優先順序，並將合適的記者提升到有影響力的職位，這些政策改變了新聞組織中被認為是「好記者」的員工，改變了新聞室的組織文化。Shoemaker & Reese（2014）研究也發現，高階媒體主管有時反而對新聞內容有影

響力，組織訂定各種新聞常規，雖然提升員工的工作效率，但有時也限制了記者的工作方式與產製。

新聞產製流程目標與變化及組織文化目標，亦會隨著多媒體與數位工具的發展而有所變遷。從數位科技面向來看，數位科技下的新聞產製產物「虛擬新聞室（virtual newsroom）」，正增加遠距記者的協作，也透過組織線上閒聊的功能發展團隊文化與規範，進而改變組織工作流程。

過往對於新聞常規的研究，大多是為了提升新聞產製的工作效率，以省力的方式完成新聞（張文強，2005），因此，新聞產製的討論經常伴隨著新聞常規。新聞產製流程的轉變一直是新聞學相關研究中記者研究關注的面向之一，這背後涵蓋新聞室中的新聞處理。「新聞處理」，可分為搜集資料、處理與發佈三大流程。更深一層來說，新聞室中各職位遵從一定的程序，依循編輯所指派的任務來執行，程序包含記者與新聞室主管的採訪會議、新聞室內決策、規劃版面或調整各部門資源、新聞編輯、製作新聞排序以及最後的發布與呈現（邱筱媛，2016；陳芸芸、劉慧雯譯，2003）。

新聞常規與記者們如何完成工作與新聞常規有密切關係，也就是說，「新聞常規」是記者在新聞室中對工作的展現（張文強，2005）。不僅如此，還可能包含社會如何看待新聞工作者的新聞專業，或是由組織內的工作程序。

而當一個新記者進入組織內時，個人會與組織相互參照、與不同個體彼此學習，帶著過往生命歷程上的主觀經驗與組織相互「校準」，在個人與他人、個人與組織的互動過程中，逐漸形成一套集體的行為模式，即是「新聞常規」形成的方式（張文強，2005）。

另外，新聞常規通常伴隨著社會對新聞專業的規約、職業標準，也可能是由組織內常規所衍伸的新聞媒體自律準則，也可能受到外部環境影響，像是閱聽眾不再是一個族群而是多個分眾族群，記者的消息來源從官方或專家學者變為越來越依賴網路取得消息來源。

貳、數位匯流下新聞室的轉變

一、媒體匯流對新聞產製的影響

科技變遷之際，如今走入數位時代，新聞數位化已是現在進行式，網路「組織化」（*instiutionalised*, Mitchelstein & Boczkowski, 2009）成了新聞產製和消費的重要平台（林翠娟，2018；Mitchell, 2015；Mitchelstein, Ignocia, & Boczkowski, 2013）。在以數位為先的新聞室中，新聞實務、組織架構、或新聞型態受到影響。

《天下雜誌》（2018）曾在數位轉型報告中提及，「最難的，就是編輯部的整合：如何把不同平台的內容，整合在同一個編輯檯上，卻還迎合個別通路的特殊喜好……」由此可知，媒體轉型不僅衝擊新聞內容的呈現，新聞背後的產製者整合亦為挑戰。Deuze（1999）稱網路新聞為第四類新聞，其創新新聞產製、內容呈現、消費和傳佈模式，促成多元新聞產量與速度激增，也造成多媒體化和傳統媒體守門人角色匯流等現況。因此，研究者探討媒體匯流的型態與方式，以及媒體匯流後對於新聞產製和組織內部的影響。

Jenkins（2008）指出「跨媒體敘事」（*transmedia storytelling*）是媒體轉型後重要的轉變之一，Marsha Kinder 分析「互文性」（*intertextuality*），探討電視、電影、電子遊戲等不同媒體對受眾的主體構建所發揮的作用，在不同傳播渠道的碎片化內容需以整合。而 Spyridou 和 Veglis（2016）指出在新聞匯流中，記者必須加強跨媒體新聞敘事技巧以應對媒體匯流後的新聞平台。跨媒體敘事確實對新聞媒體產生不小影響，無論是新聞媒體的實務流程、內容呈現或是組織內部溝通都造成不小變化，從前的慢工出細活如今演變成快、狠、準。Robinson（2011）提出，若無法在跨媒體生態下工作的記者，最終會在媒體轉型後的數位匯流文化中受到孤立。與此同時，除了傳統新聞媒體生態的劇變，隨之而來的還有社群媒體的運用。

二、社群媒體對新聞室造成的衝擊

當 Facebook、Twitter、Instagram 等社群媒體陸續出現時，這些社群媒體成了新聞推播的重要管道，記者、編輯以及社群編輯必須針對各自不同平台屬性行銷與寫作，好讓閱聽人透過社群媒體願意主動閱讀新聞、按讚、留言及分享，尤其期待達到病毒式傳播的功效（林翠娟，2018）。Gordon（2003）曾針對社群體進行研究顯示，社群媒體的出現改變了傳統媒體單項式的傳播方式。年輕世代為社群媒體內容的主要目標族群，同時他們亦把社群媒體當做主要新聞來源（Pew Research Center，2016），因此現今媒體策略即重視在社群媒體網絡與閱聽者的互動。

時至今日，記者、閱聽人與社群媒體三者之間的關係已趨近緊張平衡（Lewis，2012），專業、守門機制與網路參與相互交錯，同時也帶來假新聞漫步社群媒體的窘境。社群媒體講究「即時」，假新聞的誕生就是在新聞媒體講究速度之下，尚未確認是否為事實，就立即刊出。閱聽人擔心許多偏見與政治操作的內容會隨著社群平台上的假新聞而影響到自己對於訊息的接收與處理。因此，不少人憂心忡忡，期待 Google、臉書等社群媒體設定對於假新聞制止的相關機制，避免有心人士操弄不實資訊，該資訊在同溫層間發酵，進而威脅到新聞媒體的言論空間與可信度（林翠娟，2018）。

當閱聽眾開始擁抱社群媒體以被動的方式吸收新資訊時，記者也不得不接觸並頻繁使用社群媒體，將其視為新聞素材來源。記者也非此時才開始採用新科技，過去研究指出，早在 1980 年代末網路問世時，已經經歷了一次採訪工具的「科技革命」（劉蕙苓、羅文輝，2017）。而近十年，各式社群媒體平台興起，傳統的新聞實踐發生變化，記者開始轉在社群媒體展演新聞（Brandtzaeg, Lüders, Spangenberg, Rath-Wiggins, & Følstad, 2016；Knight and Cook, 2013）。根據全球數位新聞研究（the Global Digital Journalism Study），全球只有 51%的記者使用

社群媒體，然而歐洲和美國情況大不相同，96%的英國記者每天都將新聞發至社群媒體。若記者在特定主題找不到消息來源時，有42%的記者會使用可信賴的第三方來查核故事，社群媒體中最重要的驗證來源，即是新聞從業人員或其他新聞機構。

台灣也有相關研究，如第一章第一節研究動機中，社群媒體的出現改變記者工作條件所述，學者研究發現多數台灣記者每天使用社群媒體作為新聞工作上的輔助，由描述性統計來看，報紙記者使用時間長，原因推測報紙需要的稿件較多，因此報社記者需要花更多時間搜集相關資料撰寫新聞。由此可知社群媒體在記者工作正扮演著協作的地位，帶來影響也不容忽視。從國外相關研究來看，Hedman & Djerf-Pierre (2013) 及 Willnat & Weaver (2014) 的研究發現記者在社群媒體中，最常進行的活動是監看同業的一舉一動，此行為在媒體匯流下並未有所改變。

參、數位科技將傳統新聞室轉變為虛擬新聞室

Bunce, Wright, & Scott (2018) 以世界各地的新聞機構日常營運最受歡迎的通訊軟體 Slack 為例探討虛擬新聞室 (virtual newsroom) 的功能。

他們發現，虛擬新聞室具有巨大潛力，能使世界各地的記者匯集知識、技能與觀點。Slack 的架構呼應了社群媒體與數位新聞化的非正式協作規範，例如，每個聊天室都可以用像是 hashtag 的模樣（如：#新聞）建立名稱，使用在其中可以互發資料、標記與共享檔案與多媒體。其早期使用者非常熱衷於使用 Slack，網上評論居多認為它可以實現生產效能、橫向協作、組織透明化與團隊士氣提升的作用 (Parkel, 2017; Owen, 2015)，有些人則認為它看創造民主平等的工作條件 (Kissm, 2016)。Owen (2015) 詢問 8 位新聞產業的編輯，Slack 如何改變組織工作流程，有人表示增加協作，有助於將國際團隊、遠方同事培養團隊意識，像是雲端國家國家辦事處。與過往實體新聞室相比，記者的位置會影響新聞室主管與記者間彼此的關係以及工作流程 (Josephi, 1998)。

眾多學者認為，數位可以減少權力的等級（Deuze, 2007）。因為數位平台沒有時差，同步通訊，將更多資訊放到公共領域中，增加了資訊的透明度。然而，也有學者認為數位平台也為主管提供更多監督的機會，可能產生不合理的勞動需求和期望（Loseschner, 2016），如同 Foucault（1991）的監獄比喻，僅僅是觀察行為就足以引導人自律、服從，而不需要使用武力。因此 Slack 可能擴大管理的間接影響，給員工帶來更大的壓力，加快個人的責任。

此外，Slack 的功能與介面類似於社群媒體，談論議題的方式如我們熟悉的通訊軟體般和同事聊天，有助於形成共同的文化。頻繁的互動也有助於記者制定組織規範（Breed, 1955）。Bunce, Wright, & Scott（2018）研究發現，Slack 促進了跨距離的協作，但記者的位置仍然很重要。學者預測，Slack 將創造更多的平台與橫向權力結構（Kiss, 2016），記者確實有更多機會為新聞媒體的本質「廣泛的對話」實踐做出貢獻，在組織面向上也使記者與記者的關係更加緊密，卻同時也使記者與新聞室主管之間的關係更加模糊。

綜上所述，現今新聞室組織管理大多藉由通訊軟體或數位工具，有人提及此因素塑造了橫向權力結構，亦有學者認為對新聞組織內部運作造成壓力，也勢必改變既有的新聞常規。新聞常規會隨著新的組織目標、外在環境改變，在科技的快速變遷下不斷調整新聞常規，甚至改變新聞產製流程。因此，研究者好奇，記者面對數位之下的新聞室，尤其新世代記者生於「數位原生」（digital native）的時代，面對新聞室的新聞常規變化，甚至如何看到數位科技衍生出來的「虛擬新聞室」？

肆、新世代記者在數位新聞室的工作現況

如第二節所述，Brandtzaeg & Domínguez（2018）研究發現，年輕記者使用並接納多種社群媒體平台，而年長記者則視單一社群媒體（如 Twitter）為主要吸收消息來源平台，他們研究不同世代記者結果更發現，年輕記者能更加利用不同

社群媒體平台，從而在新聞來源蒐集上更加先進與創新。年輕的記者認為，年長的同事在使用社交媒體時較持懷疑的態度，年長記者的研究也證實了這一點。Rogers（1995）的研究也顯示，年輕人比年長的人更樂於接受創新的想法。不同技巧在使用網路和數位資源表現不同，這些科技的轉變影響未來的新聞業，Don Tapscott 所著《*Growing up Digital: The Rise of the Net Generation*》一書中指網路世代（Net generation）與前幾代最關鍵的不同在於他們的成長環繞著數位媒體，無論是學習本質、方式都因為數位科技而與前幾世代不同（伊彬，2009，頁 27-28）。

除了年齡之外，新聞組織的規範、組織規模等重要因素也會影響記者使用社群媒體（Yamamoto, Nah, & Chung, 2017），進而影響記者的工作方式，因此社群媒體滲透率高在在反映了新聞產業的快速變化（Brandtzaeg & Domínguez, 2018），從他們的研究實證上促進了我們對新聞工作者在社群媒體中的新角色和未來角色的理解。

此外，新世代不僅是社群媒體的原住民，更因為全球化浪潮，而更加關注社會議題。過往研究只視科技是傳播科技是社會變遷最主要的原因，但新聞學界出現反駁論點，因此出現「科技與社會互動論」，強調科技與社會相互接納，社會樣貌因而產生質變（吳筱玫，2008）。

第四節 記者職涯想像與落差

綜上三節，在在影響了現今新聞系畢業生或新世代社會新鮮人職涯選擇，張曉等（2015）研究中國、香港及台灣三地新聞專業學生畢業後進入新聞產業的就業意願及把新聞工作視為終身職業的意願發現，台灣學生表示畢業後會進入新聞行業工作佔 30.3%，而畢業後不會進入新聞行業佔 14.3%。該研究另一問題探討新聞科系畢業之學生將新聞行業作為終身職業的意願，台灣地區表示會將新聞行業視為終身職業僅有 4% 比例。面對新聞工作的轉變，科技固然帶來新聞產製的

加速，但也在新聞價值認知、組織變革、記者角色起了變化。網路已成為新聞工作上的必備工具，對於新科技的出現是否影響新世代記者的工作表現或職涯想像是研究者想進一步探究的部分。

潘乃欣(2017)針對2012至2016年畢業的台灣新聞學系畢業生職業抉擇，而那幾年恰逢台灣主流新聞傳播媒介的轉變期，閱聽眾接收新聞的習慣正受傳播科技蓬勃發展而改變，也反映新聞媒體的徵才趨勢。該研究顯示，學習經驗對新聞系學生的職業選擇影響最深。此學習經驗包括：校內實習經驗中的學習挫折，校內實習課程的表現對新聞系學生影響至深，校外實習經驗則影響他們構思未來新聞工作者職涯的準則，最後則是新聞以外的活動也會使其轉變興趣，進而投入那一行。該研究另一方面亦提到，如今新聞產業依舊未解決的問題：媒體產業前景堪虞，摸不著新興媒體的獲利模式，認為投入新聞工作無法換得對等的物質生活，更不利於長遠的生涯規劃。因此研究者好奇，這群近十年進入新聞產業的新世代記者，對於未來的記者職涯想像為何？

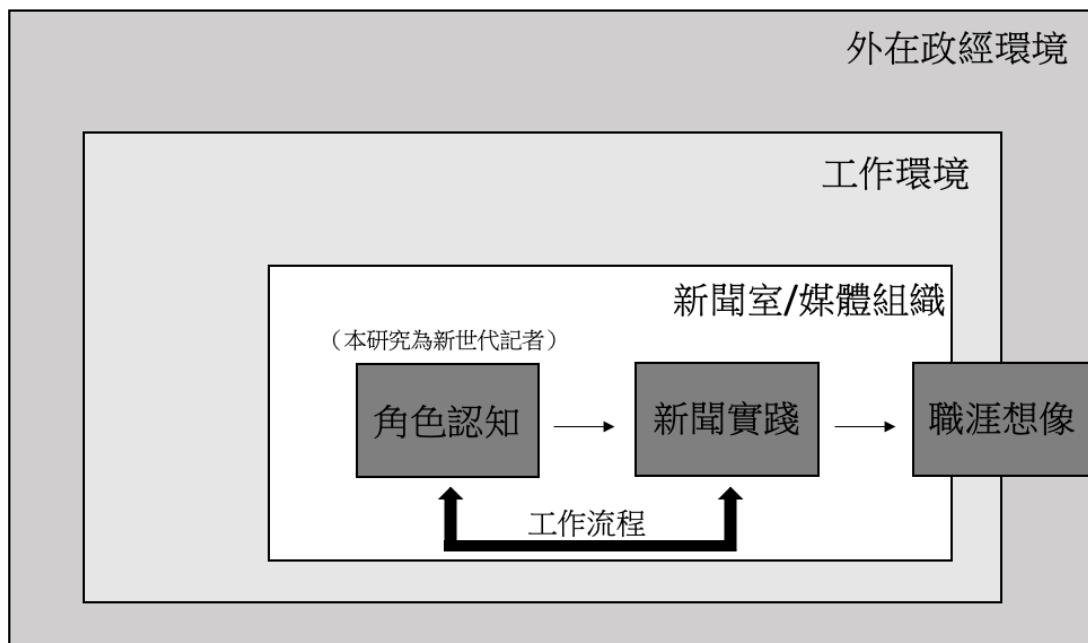
此外，劉蕙苓(2020)針對記者離職研究發現，新聞專業角色質變，記者快速發新聞，內容產量愈來愈多，直接借用別人新聞的機率也愈來愈高，記者承受很大壓力，因此造成資深記者離開新聞場域，轉而投向其他產業。然而，記者這種多工、過勞及重複發新聞的工作型態，是否也對新世代記者產生離職的動機？研究者以此為本研究重點之一，探究台灣新聞產業新世代看見的未來趨勢。

第五節 研究架構及研究問題

本研究之文獻探討以國內外新聞產業在數位環境下的轉變，到新聞記者角色的變化，再到現今新聞傳播科技發達下，新聞室對於新聞產製流程的轉變，與社群媒體對新聞室造成的影響。因此，本研究由各個面向探討在數位匯流環境下 21 世紀的新世代記者對新聞記者角色的認知、新聞室的新聞產製實踐與職涯想像和

落差，研究者希望了解新世代記者對於記者生涯的想像與實際在新聞產業工作的落差，探究未來新聞產業發展，如圖 2-4-1 文獻探討架構圖。

圖 2-4-1：文獻探討研究架構圖



資料來源：修改自 Shoemaker and Reese (2014) 之模型

本研究研究問題如下：

研究問題一：從科技、組織、新聞改變的視角來看，新世代記者何以投入新聞工作？

研究問題二：新世代記者如何認知記者角色？對於傳播者、解釋者與對立者三種角色的認知為何？如何影響他們的工作實踐？

研究問題三：新世代記者在數位匯流下新聞室的工作現況，如何使用數位工具進行採訪寫作和報導呈現？

研究問題四：新世代記者對新聞業個人職涯與未來媒體發展的想像為何？

第三章 研究方法

第一節 質性研究取向

本研究涉及記者的新聞工作實踐過程與職涯想像，量化方法難以呈現，因此質化研究（*qualitative research*）方法顯然適合本研究的分析工具。質化研究講求探討經驗、價值、本質，特別是人們的內心想法，以長期的觀察、深入的訪談或分析文件，探討某一事件或問題，著重整體的描述，其結果以文字或圖片的形式出現，不再如量化取向以數字代表一切，強調「現象」的主觀性；且唯有「貼近」此事件或問題，才能體會或瞭解事件或經驗的本質，量化與質化理論基礎的差異，造成研究方法、對於研究品質遵循的原則亦有所不同（轉引自廖珮姣，2015）。研究者發現，過往研究泰半僅用量化問卷調查的方式調查新聞從業人員的工作態度，或者進行跨地區比較，如羅文輝、陳韜文所撰寫的《變遷中的大陸、香港、台灣新聞人員》，於1996年7月至1997年4月間，對大陸、香港、臺灣新聞人員進行隨機抽樣調查，比較新聞從業人員薪資待遇、專業價值影響以及工作滿意度等。林信昌（1998）以問卷調查的方式探討任職於各報社機構路線的新聞採訪記者工作倦怠現象。以上兩者均以量化方式完成研究，量化的目的在於找出社會現象或社會行為的共同法則（*universalism*），使得測量工具本身的客觀與可信性成為相當重要的評估指標（胡幼慧、姚美華，1996：141）。然而，質化研究須對研究設計做明確的說明，甚至要比量化研究更清楚交代，在質化研究上仍有一套嚴謹的規範必須遵守。

另外，近年相關文獻著重單方面從組織因素探討，曾筱媛（2017）探討紐時新聞室媒體轉型歷程，以文獻分析法分析不同階段的轉型歷程；莊志偉（2017）透過次級資料分析以及深度訪談，探討香港 TVB 新聞部的運作方式與其資深記者們造就離職潮的發生原因；游羽棠（2020）則是以深度訪談三家媒體《報導者》、《READr》以及《沃草》不同職位的新聞工作者，產製數位專題的衝突及其案例分析。儘管近年諸多文獻探討媒體組織面臨數位化的轉型歷程，但針對媒體匯流

下記者面臨的職涯相關研究付之闕如，台灣新聞傳播學業界更是缺乏系統性探究其原因。國內外記者相關研究大多忽略外在環境對於個人的影響，且記者扮演角色、組織人才管理與商業走向環環相扣，這些因素是在每位新世代記者生命歷程中不斷形成、改變。因此，研究期待能藉由本篇研究結合過往相關文獻，以質性研究中深度訪談法探究新世代在數位時代踏入新聞產業的原因與其想像之落差，從中探究研究對象對於記者角色的認知、新聞工作實踐過程以及職涯想像。

第二節 深度訪談法

此研究企圖以深度訪談為主。深度訪談法是質性研究常見的資料蒐集方式，當研究者想要深入了解被研究者的內在世界、每日例行工作時，或被研究對象對事件的看法、感覺、認知或意見以及，質性研究的深度訪談即是適當的資料收集方法（轉引自潘乃欣，2017；潘淑滿，2003）。本研究針對記者的職涯想像之差異比較，研究者發現，數位匯流之下，記者已是社群媒體的重度使用者，尤其新世代的年輕記者則佔多數，因此將「新世代記者」作為本研究之研究對象。Hermida（2010）認為，記者使用社群媒體蒐集新聞來源、培養人脈關係、分享新聞資訊以及塑造個人品牌形象。因此，研究者好奇在年輕記者擁抱社群媒體之際，新世代記者的工作樣貌為何？值得進一步探究。

本研究以新世代記者（1990 至 1998 年出生之新興世代）為主，他們生活在科技滲入生活的時代，換言之，也可用數位原生代（digital native）形容，他們擅長使用搜尋引擎及網路資源查證訊息。Bullen, Morgen, & Qayyum（2011）形容數位原生代也是數位學習者（digital learner）。此外，新世代記者還面臨社群媒體蓬勃發展，新聞產業變化如此巨大，對於新聞業的價值、記者角色的認知及對爭議性報導的態度值得探究，並在個體對於新聞界現況的觀察、與年輕同儕或資深同業互動中進行新聞從業後設思考，他們對當初進入新聞業與進入新聞業擔任記

者後的動態過程。因此本研究將此動態過程，嘗試以質性研究方法中的深度訪談法刻畫「台灣新世代記者的工作樣貌」。

依循訪談問題設計，訪談法可分為結構式訪談（structured interviews）、半結構式訪談（semi-structured interviews）及無結構式訪談（unstructured interviews）三種類型。其中，半結構式訪談是為結構式訪談與非結構式訪談之中介點，該方式是列出訪談大綱及訪談問題，研究者將之作為深度訪談時的指引方針（潘乃欣，2017；潘淑滿，2003）。

結構式訪談大綱須對每個訪問問題的架構設計十分清楚，半結構式訪談則以半開放式方式詢問問題。對於研究者的動機，是想探詢個人之新聞領域過往經歷與經驗時，半結構式訪談可說是非常適合運用之方式。由於本研究針對新聞從業人員尤其新聞記者於踏入新聞室的根本原因以及個人在新聞室的工作態度與經驗，故研究者認為以半結構式訪談追問相關問題較為合適的資料搜集方式（潘淑滿，2003）。

綜上所述，承接本研究目的以及研究問題，研究者以深度訪談法了解新世代記者擔任記者後前後的想像與內心世界以及在現今於新聞業工作情形，及其對當前新聞前景的認知與未來企盼，彌補現有資料與理解之不足，至於訪談執行方法、受訪者抽樣方式與研究分析架構見下節。

第三節 研究對象

壹、受訪者的基本條件

一、以新聞記者為研究對象

根據勞委會 2009 年職類別薪資調查須知手冊，新聞記者指「從事新聞之採訪以供報紙、雜誌、廣播或電視報導之工作者」，至於編輯以及攝影記者，不列入新聞記者範圍。依據勞委會的定義，記者主要的工作可包括（但不全包括）：新聞採訪、專題報導、資訊蒐集、錄音、錄影、攝影、記錄、新聞撰寫，以供報

紙、雜誌、網路、廣播或電視台報導使用（轉引自王維菁，2013）。而根據陸以正（2013）對新聞記者而言以英文來說有兩者定義，臺灣俗稱的「新聞記者」，英文有兩字可適用。每日跑新聞，且於當晚繳交稿件者叫做「reporter」，而每週撰寫一至兩篇專題者稱為「journalist」。據綜合行政院主計處最新修訂之中華民國行業分類標準（2016，第 10 版），新聞出版業主要是從事新聞出版，以印刷或電子形式（含網路發行之行業）。記者最主要的工作，即為替大眾前往事件發生的現場或第一時間接觸事件的當事人，並將事情的真相透過不同媒介傳播及其代表的歷史意義，協助媒體達成傳播學者如 Lasswell 提出之守望、教育、傳承、娛樂等功能。

二、以新世代記者為研究對象

研究者從世代區分尋找受訪對象，Solomon（1995）提出同世代是生活在同一年代與相同的生命階段，處於相同的流行文化、天災人禍、歷史事件、國家政策發展以及數位科技發展的環境，創造出具有緊密連結在一起的世代之感。換言之，「世代」指具有某些共同性的群體，他主張使用社會事件界定該世代的重大事項，並將此視為形成世代價值觀的重要經驗。但謝杏慧（1999）則認為以出生年代明確標明各世代的差異做為區隔或許是當前最可行的方法。因此，本研究將以年代作為區分，故研究者將新世代定義為「後千禧世代（1990 至 1998 年出生之新興世代）」的新世代記者。

三、以網路原生代為研究對象

本研究探問新世代記者對當前新聞工作環境的想像與衝突，而今採訪環境也與過往大相逕庭，新媒體工具推陳出新後，不斷地被納入新聞實務作業後增加記者們的工作內容。據網路原生代定義，1980 年網路問世後出生的人類歸為「數位原住民」或稱「數位原生」(digital native)，意指差成長過程與入學前，未經學習就能觸類旁通、自行摸索使用網路與 3C 產品，生活中伴隨著網路與電視成長的

人，其思考方式與工具使用方式也與上一代不同（劉玉玲，2014）。亦有報導指出，數位原生世代平均出生於 1990 至 2000 年，社群媒體關係與虛擬世界的價值觀影響當前社會（康耕輔，2019 年 7 月 21 日）。而台灣始自 1994 年政府建立資訊高速公路後，才正式帶動網路的使用（張慧心，2019 年 10 月 31 日），因此本研究更加界定正式的研究對象為 1990 年後出生為主。

四、以主流媒體之新聞記者為研究對象

台灣媒介管道雖多，本研究依據牛津大學路透新聞研究所 2020 年數位新聞報告統計中，台灣民眾最信任與最常使用的新聞媒體尋找受訪對象，屬性包括以下四種：日報、雜誌媒體、電視媒體與網路媒體。屈於考量各方面之條件限制，本研究選取具有代表性且發行量大且政治立場不同的的主流媒體。研究者擬判斷其與本研究相符之研究對象。基於各種現實因素，各組織工作內容與新聞室互動經驗並非一致，受訪對象進入新聞產業時機亦有不同。並且，考量研究時間與人力的限制，本研究以主流媒體之記者為研究對象。

五、以正式投入新聞產業的記者為研究對象

由於本研究關心的是新世代記者的新聞媒體職涯想像與記者角色，故擬以已經正式踏入商業媒體組織、台灣公共廣播電視集團及非營利媒體之新世代記者做為研究對象，不將待業、就學中、繼續升學者，或從事兼職性新聞工作（如：實習生、工讀生）納入考量。並且，依據台灣大多公司試用期為 3 個月，故本研究將研究對象訂定為從事該組織的新聞工作期滿 6 個月以上列為受訪對象。

綜上所述，條列本研究之研究對象的條件如下：

1. 新世代記者界定為 1990 年後至 2000 年前出生的現職台灣各報社、雜誌媒體、電視媒體或網路媒體之綜合類新聞媒體的記者，共 16 位；
2. 在新聞媒體組織從事新聞工作期滿 6 個月以上；

3. 接受台灣國民義務教育以及高等教育，求學生涯經常使用網路作為查詢資料以及使用社群媒體，為網路原生代。

貳、深度訪談的抽樣設計

本研究以立意抽樣（purposive sampling）為基礎，透過滾雪球抽樣（snowball sampling）及方便抽樣（convenient sampling）尋找受訪者，其中包含一位自願樣本。由於訪談內容談到組織互動方式與自身投向新聞產業之心路歷程，研究者認為極具敏感性，因此以這兩個方法有比較大的機會可以找到願意受訪談邀請之受訪者（鄧焯峰，2020；Biernacki & Waldorf, 1981）。此外，徵詢符合本研究預設條件的對象。同時，由研究者以受訪對象之關鍵性、研究所能接觸的媒體組織之人際管道，以及受訪者推薦之合適的受訪者為主要的抽樣依據（轉引自王維菁，2013）。本研究首先採符合標準策略，所以選定的對象皆符合本研究各種選項標準，以確保最大研究品質。若判斷既有的資料已達飽和狀態，則不再繼續訪談，開始著手整理訪談結果。

第四節 研究執行

壹、深度訪談

訪談方式為個人訪談進行，訪談地點以咖啡廳為主，考量因涉及訪談對象與媒體組織之互動，故會以媒體組織外為主。再者，訪綱提及抉擇歷程偏向內心層面，故以受訪者習慣之場所。以上所選取之訪談地點都有徵得受訪者同意。

研究者認為，讓研究對象得到尊重與同理心之理解，因而願意分享個人在新聞工作前後的真實生命經驗，有助於提升研究效度。

在正式訪談之前，會先有前導訪談，前導的目的是為了對於本研究欲調查新世代記者有進一步的認識。在前導訪談中，也與受訪者討論本研究的研究主題與目的，在理論之外獲得之靈感也增加於後續訪談以及第二章文獻探討中，同時研

究者試圖補強台灣各媒體之背景資料。以下為正式訪談前的前導訪談部分與本研究之訪談大綱：

一、前導訪談

正式進行深度訪談前，研究者先於 2020 年 12 月 9 日與 2020 年 12 月 12 日邀請 2 名分別於網路媒體與雜誌媒體的新世代記者進行前導訪談，並於訪談完畢後徵詢受訪者對於題目難易、對談流暢程度與大綱與研究問題是否吻合等面向提供意見，作為大綱修正之用，增加訪談大綱的效度。

二、訪談大綱

研究者根據第二章文獻回顧所引導出來的理論基礎及研究問題，列出以下五項大綱的議題，探討其生命軌跡（1）為何選擇新聞工作；（2）個人在媒體組織工作環境的想像與落差；（3）自身在記者角色上的認知；（4）在新聞室的互動體驗與適應歷程；（5）對於未來台灣新聞媒體的想像與職涯規劃，因而產生以下訪綱，由「個人」、「工作」、「組織」再到「工作上的未來」。

根據本研究提出的三個研究問題：

研究問題一：新世代記者何以投入新聞工作？

研究問題二：新世代記者如何認知記者角色？對於傳播者、解釋者與對立者三種角色的認知為何？

研究問題三：新世代記者在數位匯流下新聞室的工作現況。

研究問題四：新世代記者對新聞業個人職涯與未來媒體發展的想像為何？

再者，根據前導訪談，自行修訂大綱如下，請參閱表 3-4-1 與附錄二。

表 3-4-1：研究問題與訪談大綱對照表

研究問題	訪談題目
<p>RQ1：新世代記者何以投入新聞工作？</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 在擔任記者前，您對記者的認知是什麼？透過什麼管道得知自己對新聞感興趣？ 2. 當初選擇新聞記者的動機？您認為新聞工作的特色為何（與其他工作不同之處）？ 3. 哪些因素影響您從事「記者」這份工作？關鍵人、事、物是什麼？ 4. 您對現今「新聞現況」與「台灣新聞媒體」的看法為何？ 5. 在每天的工作中，想請您詳述您的工作內容與模式。哪些讓您感覺有成就感？哪些讓您感到挫折？
<p>RQ2：新世代記者如何認知記者角色？對於傳播者、解釋者與對立者三種角色的認知為何？</p>	<ol style="list-style-type: none"> 6. 在新聞角色認知上，您覺得您的角色是什麼？如何遵循？工作和角色的契合程度為何？ 7. 根據您的採訪路線，詳述您的報導風格。那您大部分的工作時間，是在整合新聞、分析新聞還是政府監督呢？ 8. 想問您對於新聞工時長、工作倦怠等勞動條件的看法為何，以及近年的勞動狀況？ 9. 如果有「監督政府」角色，那您面對公共問題時，您願意批評政府嗎？ 10. 依照您的經驗，您會用什麼方式批評政府呢？ 11. 您認為新聞工作是一種專業嗎？即有特殊技能或共同標準嗎？

<p>RQ3 :</p> <p>新世代記者在數位匯流下新聞室的工作現況。</p>	<p>RQ3-1：具備的工作能力</p> <p>12. 以您個人經驗，是否面臨媒體多工（如媒體多工、議題多工與技能多工）這樣的工作文化？面對挑戰時該如何因應？</p> <p>13. 因應現今媒體數位化轉型，記者除了需要採訪寫作能力之外，是否還需要具備科技應用（像是寫程式、社群媒體經營、數據分析等）能力？</p> <p>14. 媒體組織是否會對記者的數位科技能力再培訓？當您面臨數位技術處理能力不符預期，您如何解決？</p> <p>RQ3-2：組織內部管理階層</p> <p>15. 就您所工作的媒體組織，管理階層的編輯政策為何？即如何挑選新聞、新聞標題與新聞訴求為何？</p> <p>16. 以新聞室來說，現今管理大多使用數位工具，您所待的媒體組織是否在通訊軟體上有虛擬新聞室？可否分享您們如何運作？</p> <p>17. 想請您談談新聞工作獨立自主性和管理階層的要求？</p> <p>18. 近年許多年輕的新聞工作者不只受到社會力量衝擊，也要與新聞室相互抗衡與妥協，其也在無形間掙扎報導題材，抑或是理想上新聞內容產製方式的改革。您是否有遇到此狀況？</p> <p>19. 您跟年資不同的記者（包括主管在內）要製作一個議題的時候，您跟資深記者的考量，有何不同？</p>
---	---

	<p>20. 跑新聞時，會跟資深記者或主管請教同個線上（例如：政治線、醫療線）的問題嗎？</p> <p>21. 請談談您與新聞室中資深主管在新聞處理與選題上遇到衝突如何因應？</p> <p>RQ3-3：社群媒體與閱聽眾</p> <p>22. 請聊聊您的社群媒體與新聞工作之間的關係。您認為社群媒體對新聞工作有什麼影響嗎？</p> <p>23. 就你目前所待的媒體，組織是如何面對「主動閱聽人」的時代？高層主管會在意閱聽人的回饋嗎？</p>
<p>RQ4：</p> <p>新世代記者對新聞業個人職涯與未來媒體發展的想像為何？</p>	<p>24. 將來的職涯規劃還會繼續待在媒體嗎？為什麼？</p> <p>25. 您認為未來的新聞媒體還能發揮您的專業角色嗎？</p> <p>26. 您對台灣新聞媒體未來有何看法呢？</p>

資料來源：研究者整理

三、正式訪談

進入正式研究階段，研究者以 Email、社群媒體或通訊軟體的方式進行訪談邀約，在訪談時與每位受訪者進行訪談時運用 Notability App 進行記錄並用錄音筆與 iPad 進行雙重錄音。

在正式向受訪者訪談前，研究者會先寄發本研究宗旨、研究流程說明同意書（詳見附錄二）予受訪對象。訪談當天研究者向受訪者說明受訪同意書的內容，包括讓他們知道隨時可中斷訪談及拒絕回答的權利，並詢問受訪者是否同意讓研

究者在訪談過程中全程錄音以及簽核同意書。研究者會先記錄其服務的媒體組織、工作年資、採訪路線等基本資料，作為人口特質資料的整理依據。

訪談過程中，研究者會順著研究對象的回答脈絡提問更進一步的相關問題，並且根據受訪者的答案去引發出更多相關的問題，而訪談大綱上的問題僅提供研究者訪談之依據，並不會照著問題的順序發問，研究者尊重受訪對象的生命歷程與在新聞事件工作的情形，讓對話自然而然延展開來，並且在部分問題時事實與受訪者回應研究者想法，進而挖掘受訪對象真實內心世界。如此一來，使研究者可以得到一些預期以外的答案，不會被訪綱侷限，使研究內容更加豐富。

事後由研究者將錄音檔謄打為逐字稿，接著進入資料編碼與分析階段。為了確保研究對象的隱私，所訪談資料僅供研究使用，並將姓名與其媒體組織以匿名方式處理，且不透露受訪對象之個人資訊。

四、受訪者資料

研究者在整理訪談資料時發現，前導訪談之兩位受訪者的訪談對本研究亦有幫助，因此將兩位受訪者的樣本納入本研究中。研究者於 2020 年 12 月 09 日至 2021 年 1 月 10 日進行研究資料收集，受訪者分佈為：4 位報社記者（包括自由時報、經濟日報、聯合報與蘋果日報）、4 位雜誌媒體記者（包括天下雜誌、遠見雜誌、親子天下與數位時代雜誌）、4 位電視媒體記者（包括公視、年代新聞、東森新聞與壹電視）與 4 位網路媒體記者（包括中央社、風傳媒、報導者與 ETtoday 東森新聞雲），總計訪談 16 位受訪者（其中包含 2 位前導訪談對象），訪談歷時為 58 分鐘至 134 分鐘不等。

在受訪者所待之新聞組織方面，報社、雜誌媒體、電視媒體與網路媒體各 4 位受訪對象，其皆在媒體組織任職 6 個月至 7 年 4 個月，年齡在 23 歲至 30 歲，出生年於 1990 至 1997 年。性別部分，包括 6 名男性及 10 名女性。而在教育程度方面，7 名最高學歷為碩士以及 9 名學士學歷。

另外，所有受訪者中，13 位受訪者畢業於新聞領域相關系所，與 3 位畢業於非新聞傳播相關科系，受訪對象共同點為成長歷程多元，皆自主意願或畢業於新聞相關科系而將記者列為工作的主要考量。按照訪談時間由先至後順序，本研究受訪名單與教育程度歸納詳見表 3-4-2 與 3-4-3。

表 3-4-2：本研究受訪者一覽表（依受訪時間順序）

編號	媒體屬性	任職正職 記者年數	性別	最高 學歷	訪談 時間	訪談 地點	訪談 形式	訪談 歷時
A	網路媒體	2 年 4 個月	女	碩士	2020/12/09	咖啡廳	面訪	134 分鐘
B	雜誌社	2 年 3 個月	女	碩士	2020/12/12	咖啡廳	面訪	69 分鐘
C	報社	0 年 6 個月	男	碩士	2020/12/20	咖啡廳	面訪	123 分鐘
D	電視台	7 年 4 個月	女	碩士	2020/12/24	咖啡廳	面訪	101 分鐘
E	網路媒體	4 年 7 個月	男	學士	2020/12/24	咖啡廳	面訪	97 分鐘
F	網路媒體	2 年 6 個月	女	學士	2020/12/29	咖啡廳	面訪	72 分鐘
G	報社	3 年 6 個月	男	學士	2020/12/29	咖啡廳	面訪	89 分鐘
H	電視台	2 年 1 個月	女	碩士	2020/12/30	咖啡廳	面訪	91 分鐘
I	電視台	1 年 7 個月	女	碩士	2021/01/03	咖啡廳	面訪	91 分鐘
J	電視台	0 年 6 個月	女	學士	2021/01/05	咖啡廳	面訪	65 分鐘
K	雜誌社	1 年 2 個月	女	學士	2021/01/07	咖啡廳	面訪	65 分鐘
L	報社	3 年 7 個月	男	碩士	2021/01/07	咖啡廳	面訪	62 分鐘
M	報社	3 年 6 個月	女	學士	2021/01/08	員工餐廳	面訪	58 分鐘
N	雜誌社	3 年 3 個月	男	學士	2021/01/09	咖啡廳	面訪	69 分鐘
O	雜誌社	1 年 2 個月	男	學士	2021/01/09	咖啡廳	面訪	85 分鐘
P	網路媒體	1 年 4 個月	女	學士	2021/01/10	員工餐廳	面訪	72 分鐘

資料來源：研究者整理

表 3-4-3：受訪者對象教育程度分佈

	新聞傳播科系	非新聞傳播科系
學士學位	6	3
碩士學位	7	0

資料來源：研究者整理

貳、研究倫理與信度

為了顧及研究倫理及提高研究信度，研究者在進行深度訪談之前承諾保護研究對象之隱私，不透露其任職公司等個人資料，故有請研究對象簽核訪談同意書，所有收集到的資料都保密處理，受訪者資料呈現方式，將以英文字母 A 到 P 代替，以符合研究倫理。文中所引用到的成長歷程、工作之媒體組織僅用媒體屬性類別代替，如：報社、雜誌社、電視台、網路媒體，據此取得受訪對象的信任，讓他們願意分享其從事新聞工作的動機與真實的工作情形。再者，由於本研究已界定受訪者須為 1990 至 2000 年間且為至少為學士學位畢業之新聞記者，並透過滾雪球方式找尋受訪者，彼此互為同業，甚至互為同儕，因此受訪者提供組織內部具有代表性資料僅供研究者事後研究校閱，以確認與本研究資料的真實性。

參、研究資料編碼與分析

一、研究資料來源

深度訪談後，研究者將蒐集來的資料與訪談內容進行整理與分析，由研究者將訪談內容進行逐字稿繕打，歸納本研究的資料搜集、訪談現場筆記以及受訪者講述之內容。反覆閱讀逐字稿之後，將受訪者所提供的相關資料作補充與驗證之

後，找出具意義的問題焦點，同時確立針對研究問題的答題提出本研究之討論與結論。研究者將資料來源條列如下：

(一) 訪談內容逐字稿：研究者將 16 名受訪者、16 場深度訪談的訪談內容謄打為逐字稿，此為本研究主要採用的分析資料。

(二) 訪談筆記：研究者於每一次訪談結束後整理訪談筆記，在訪談中使用 Notability App 作為訪談時的重要輔助工具，並依照本研究目的，將重要的經驗資料進行分析與歸納。

二、資料分析

根據質化研究分析多重分析方法中，研究者選擇「模板式 (Template Analysis Style)」方式進行資料分析。研究者準備預建的分類系統，以半開放的方式對文字資料，也就是訪談資料進行歸類，必要時調整原分類系統，之後再說明文字資料中的關聯性，再回到文字資料中驗證，最終提出報告 (轉引自張芬芬，2010)。主要是運用分析大綱，進行資料化約與分類，透過反覆檢視文本、修訂分析大綱完成最終類目編碼，而後進入詮釋階段。將文本放置於架構內論述其分析資料 (轉引自胡幼慧、姚美華，1996；潘乃欣，2017；潘淑滿，2003)。

三、資料編碼步驟

本研究根據上一章提出之四個研究問題作為分析問題的主幹，依照「入行動機」、「角色認知」、「新聞實踐」、「職涯想像」四大層面開展研究資料編碼與分析類目修訂。資料編碼與擬定分析類目之流程如下：

(一) 研究者先將 16 位受訪者的訪談內容謄打為逐字稿，並標示其逐字稿具有代表性的內容，將逐字稿資料分為「投入新聞工作之前」、「對於記者角色的認知」、「進入新聞產業後的實踐」與「記者職涯的評價與未來企盼」四類。

(二) 研究者反覆閱讀逐字稿，逐步在每個類別中歸納出頻次高的共通主題，並循此建構主要分析項目。

(三) 在不同的分析項目中，研究者將受訪者經驗資料轉化為抽象的編碼，並在編碼的過程中按實際資料內容不斷調整分析類目，直至所有切合的研究主題之資料都編碼完成。

四、分析架構

如上所述，研究者將資料內容進行資料編碼與分析項目，本研究擬定之類目如表 3-4-4，並繪製本研究分析架構如圖 3-4-5。隨後，本研究之資料分析於第四章（下一章）資料分析加以表達與詮釋，綜合討論新世代記者對於新聞產業的相關議題。

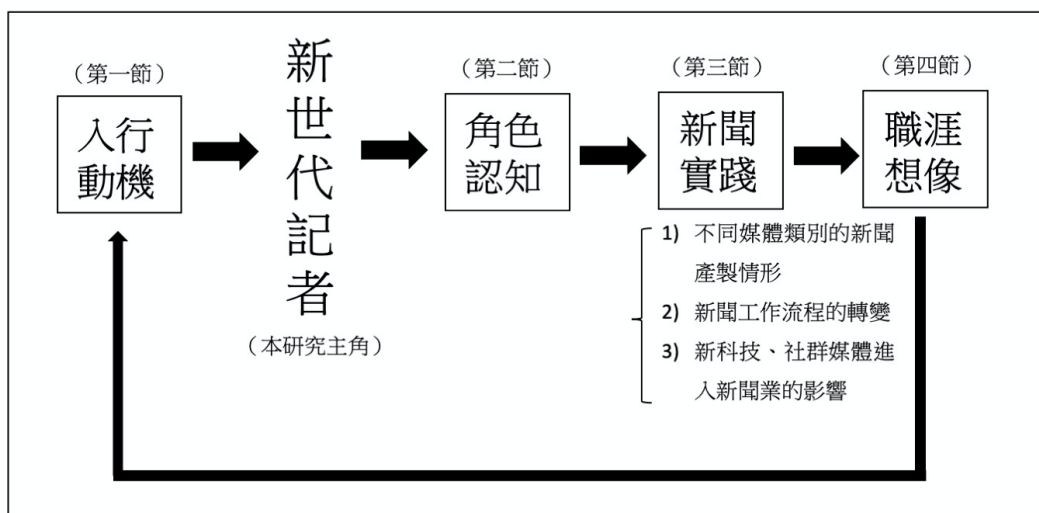
表 3-4-4：本研究分析架構

研究問題	資料編碼與分析項目
RQ1： 新世代記者投入新聞工作的原因	<ol style="list-style-type: none"> 1. 選擇新聞記者的動機 2. 影響選擇「記者」這份工作的關鍵因素
RQ2： 新世代記者對於記者角色的認知	<ol style="list-style-type: none"> 1. 對現今新聞產業動態與台灣新聞媒體的認知 2. 與其他工作之異同 3. 新聞工作中的成就感與挫折感來源 4. 記者角色認知與認同新聞專業與否 5. 新聞工作的獨立自主性

	6. 社群媒體與新聞工作之間的關係
RQ3： 新世代記者在數位 匯流下新聞室的工 作實況	<ol style="list-style-type: none"> 1. 媒體多工的因應策略 2. 不同組織新聞室的内容產製方式 3. 現今新聞記者需具備的專業能力 4. 虛擬新聞室與數位工具之應用 5. 組織再培訓新聞以外的數位科技能力 6. 管理階層的編輯政策 7. 產製新聞内容上不同世代的考量 8. 新聞室的衝突與新世代記者的因應策略 9. 新聞室對於閱聽眾之回饋
RQ4： 新世代記者對新聞 業未來發展的想像 與職涯落差	<ol style="list-style-type: none"> 1. 職涯評價與考量因素 2. 研究對象對於台灣新聞媒體之未來企盼 3. 研究對象對於記者職涯的承諾 4. 新世代記者對於未來的記者角色發揮之想像

資料來源：研究者整理

圖 3-4-5：本研究分析架構圖



資料來源：研究者整理



第四章 研究資料分析

第一節 新世代記者投入新聞工作的原因

壹、動機

本研究訪談的 16 位年紀在 24-31 歲之間記者，他們的成長背景面臨紙本媒體漸衰、網路媒體興起的艱危時刻，幾乎所有媒體皆在嘗試數位化和多媒體素材，試圖重建讀者對媒體的信任、抓住讀者的目光。受訪對象為何從事新聞工作，約有下列這些動機。

一、自身條件適合投入新聞工作

多數受訪對象對自己的能力和條件有一定的認識，他們認為自己的特質與新聞產業需求吻合，認知到自己的能力能夠勝任記者工作。

(一) 優秀的寫作能力是利器

16 位之中，有 11 位提到寫作能力在新聞工作的重要，其中 8 位平面媒體記者（報社、雜誌社記者）更肯定寫作能力的重要性。他們認為自己擅長寫作、演講，寫作能力也成為他們判斷進入新聞產業的標準。如受訪者 A 說：「剛好我小時候又寫作文，也練國語演說，所以寫報導是不錯賺外快的方式。」

受訪者 E 在從上一份非新聞工作轉換到新聞媒體產業，為了能進入新聞產業，也花了些時間整理作品集，認為寫作的成果有助於他進媒體工作：

2015 年離職第一份工作，離職後一直在猶豫要不要去出版社，那時候想說做編輯，那時候有兩條路，一條出版社，一個是去網路媒體，中間有花一段時間在累積作品集，像是寫一些網路文章或分析。（受訪者 E）

(二) 口語表達為電視記者的強項

受訪者 D 提及自己從小有看電視新聞的習慣，電視台記者擅長口語表達，潛移默化，成為他做記者的動機：

我小時候會從早上八九點開始看電視新聞看到中午，反而沒有看報紙新聞的習慣，因為我對文字的敏銳度沒有這麼高，對畫面的敏銳度相較來講比較好。……一些表達舉止、言語方面，就是在這樣的無形當中潛移默化。……這些經驗成為我現在做新聞有很大的幫助，我完全靠那些印象在模擬電視新聞記者該長什麼樣子。（受訪者 D）

(三) 各媒介受訪對象共通點為喜歡與人互動

多數記者提及，記者需要經常與人互動，如受訪者 J 所述，「當新聞記者需要跟很多人打交道」。新聞記者的工作核心建立有價值的人脈網絡，主動深入採訪、挖掘真相（羅玉潔、張錦華，2006）。受訪者們會選擇記者這份工作正是因為「記者的專業特質是，跟人交涉的能力」（受訪者 E）。他們大多都有提及「想要做跟人有關的工作」（受訪者 O），受訪者 D、H、O 亦有提到「與人互動」、「喜歡接觸人群」，是他們作為記者的主因，「我會從事新聞工作是因為我還蠻喜歡接觸人群的。」（受訪者 D）；「我比較喜歡的是到外面跟人互動，還是當記者比較有趣。」（受訪者 H）

二、進入新聞業的生命歷程

(一) 就讀新聞傳播系所培養工作興趣

13 位新聞系所畢業的受訪者選擇做記者除了本身動機外，最主要的是唸了新聞系所，如受訪者 J 說：「我會選擇記者工作，是因為我認為新聞系畢業後就得做做看記者。」

關鍵還是自己唸了這個系（新聞系），……我就會想說，對啊！我都讀了四年。（受訪者 M）

必須到業界真的走過我才能講出「新聞很血汗、很辛苦啊！」這些話，所以我 22 歲畢業，花一兩年去新聞界試試看記者這條路適不適合我。（受訪者 F）

再者，受訪者 A 提到，自己會成為記者，也希望能夠自己感受過這產業的冷暖。即便學長姐千叮萬囑新聞工作者工作時數長和過勞的困境，但在他思考職涯時，並沒有讓此原因成為記者的阻撓：

我很好奇這領域（新聞產業）在幹嘛，也想要真的走過，認為自己不適合再離開啊。（受訪者 A）

(二) 重要第三者的鼓勵與支持

受訪者 B 描述透過研究所業師了解新聞產業的樣貌與運作邏輯，「老師會給我們看好的報導，接觸深度報導，就能知道新聞領域會有金字塔告訴你什麼樣的報導最好，整個環境（老師、同學、學長姐、領域內的人）跟體系會有位階排序的感覺。」受訪者 A、H 亦提到，業師扮演踏入新聞領域的初生之犢的引路人，讓他們在畢業之後決定往深度報導前進，更影響了下一代記者對於自身職涯的抉

擇。同時，亦有研究指出，新聞工作者對自己專業的理解，可以透過把個別記者視為模範而具體化，當一位新聞工作者有了一個角色模範後，這角色模範亦會對該新聞工作者的行為與態度產生影響（王悅、李立峯，2014）：

我在新聞教育路上的實務經驗是李雪莉老師（報導者總編輯）給我的，所以那時候就完全受影響，對我來說，深度報導很崇高啊！報導者做很多很厲害的事情，那時候就是這樣的想像。……所以我碩一結束雪莉那門課，我就知道以後想要走平面的深度報導，我想要走的不是 Daily 的報導，所以鎖定的就是雜誌社與非營利媒體。（受訪者 A）

影響我當記者的關鍵人物是我碩士班的指導老師，他會在上課分享他在報社做的事情，因為他的分享會讓我看見「記者是一個很酷的工作」。比起公關，我更想當記者。（受訪者 H）

此外，不僅有受學校業師的影響，受訪者 C 在成為記者前，也曾到媒體產業實習，當時的業界主管成為他日後在選擇媒介時的重要參考：

我去 Daily（日報）是實習主管跟我說的，因為他在聯晚待了很長一段時間。在實習期間跟他吃飯，他就說記者還是要從 Daily 開始做起，要培養基本功。他影響我很深，我也因為這句話，滿堅持從日報開始跑起。（受訪者 C）

（三）參加學生媒體培養更多經驗

受訪者 C 在學時期加入學生媒體，試探自己是否能夠成為一位稱職的記者。當時他在媒體實習後想要繼續結合大學所學專業領域，寫了很多跟經濟、科技相關的內容，對書寫能力漸漸有些信心。更值得一提的是，更發現自己做記者的動機是想將許多資訊「化繁為簡」，讓讀者較容易看懂產業動態，把生硬的產業知識透過新聞報導輸出：

在學生媒體就寫了很多跟經濟、科技相關的東西……也被一些媒體轉載，那時候才覺得我好像可以寫一些東西。一開始不太確定自己能不能寫，就假設記者分採訪、分析、寫作、事實查核等，自己比較像是「化繁為簡」的那個人。（受訪者 C）

受訪者 G 也提到他在進入記者這一行前，是透過擔任校園記者認知到新聞工作的樂趣，透過新聞實務經驗、新聞領域師長的鼓勵與某媒體實習，循序漸進，於是成為記者：

大學時，有在學校的校訊打工，……這份工作吸引到我，稿費也滿優渥的，……影響到我後來當記者。（受訪者 G）

（四）媒體實習培養新聞能力

新聞領域的學生也會藉著空擋時間或寒暑假時期至新聞媒體組織實習或工讀，如受訪者 L 所說，「求學時期我就在報社打工，之前我也到商業媒體電視台打工，觀察了很多媒體的運作。」進而彌補新聞領域中學理與業界的差距，同時爭取未來新聞工作的機會。受訪者 M 參與新聞媒體的實習之外，也想到新聞工作自由、可自行掌握時間、具備好奇心以及求新求變，因此把記者作為首選：

我很喜歡記者這份工作，因為我不喜歡打卡上下班、沒有什麼技能、沒什麼專業的工作，也不喜歡一成不變的工作。當時，我選擇當記者，是因為記者生活很自由、可以自己掌控時間，好像滿適合我的，加上大四有實習，我去電視台實習跟著文字記者跑新聞，還有在新媒體工讀。（受訪者 M）

此外，他們所參與的實習單位與實習主管投入工作程度，影響他們對於專業新聞工作者的想像。受訪者 C、I 大學時在雜誌社與電視台實習，當時深受資深記者影響，現在仍不忘當年實習所見：

當時在雜誌媒體實習的主管們是滿腔熱血的前輩，問題很犀利，人又很好。……因為我以前很少活生生看到一位記者。在雜誌媒體實習時，剛好遇到國際調查報導與國內金融機構洗錢事件，那時候消息一出來，主管 A 一個週末就把起訴的幾十頁報告看完，寫了一篇報導。對我來說，我在組織內找到了 Role Model（榜樣），我想成為這樣的記者，實習期間遇到的兩位都是。就像主管 A 可能很犀利、能力很強，一針見血；而主管 B 則是在新聞現場很積極主動。（受訪者 C）

跟製作人工作時，可以感受到判斷事情以及新聞感上很強烈，他們可以很快聯想到下一個議題，在新的工作上我會想要成為這樣的人，而這些人也都是記者出身。我也很想成為有如此判斷能力、精簡用詞的新聞工作者。……在實習受到的這些訓練，像是影像的編排邏輯、鋪陳影像、節奏、最後成品呈現以及編排新聞的 run down。（受訪者 I）

（五）發現第二專長與新聞相輔相成

早在 1960 末代起，政大新聞系課程在徐佳士先生的教育理念下，即採取雙軌式的專業培養，換言之，除了新聞專業訓練之外，又可依一己興趣和能力發展學生的第二專長，如法律、企業管理、經濟與國際關係等（彭家發、汪琪，2016）。本研究 4 名受訪者即為大學主修非新聞領域，如企業管理、醫藥與財經等專業，在研究所時期跨領域往新聞專業發展。因此研究者發現，能夠透過非新聞領域之專長與新聞結合共同發展時，更能相得益彰。

誠如受訪者 C 希望能結合過財經所學與新聞領域結合。他提到，「應徵財經相關領域的記者缺時一定有優勢」，不僅如此，受訪者 A 提及大學時期他就讀醫

學相關科系，但進醫院實習後發現自身與環境不相符，欲找出新方向，因緣際會下接觸到課外的訪談活動，這也成了他開闢新疆土的機會：

我在大二實習時，進醫院發現我非常不能適應醫院的環境，所以我那時候就在思考說，我到底要如何開拓新的方向，又不想要浪費大學的專長。大二暑假時，有一個醫療獎項的訪查活動，……。我就想說也許可以把自己大學所學的東西，轉化之後下寫成報導。（受訪者 A）

三、選擇新聞職業施展抱負

（一）對成為記者有所期待

環境改變使新聞業不再是穩定的工作，隨之帶來的是，記者還想留在媒體工作嗎？Willnat, Weaver, & Wilhoit（2017）在 2013 年調查研究發現，雖然想留在新聞界的比例仍佔多數，但回答「未決定」的比例卻很高，顯示新聞工作者面對未來的不確定感（轉引自劉蕙苓，2020）。本研究受訪者表示，自己主要高度嚮往能親赴現場報導，於是「記者」影響他們的職涯選擇，誠如受訪者 D 所說，「我很明白我自己是被記者衝現場的樣子所吸引著。」因此赴湯蹈火成了他們選擇新聞工作的動機。受訪者 N 與 D 更提到他們在新聞工作找到熱情與人生目標：

經過這麼多年的探索之後，這是我真的很喜歡的工作，這是一件我很想做、有熱情的工作。（受訪者 N）

我做這個新聞工作會做一輩子，現在很多人走網路（新聞），很多同業也離開這一行，有人認為這一行沒有發展性就離開了或者是去做公關，但我喜歡這份工作，所以我還是會靠熱情繼續做下去。（受訪者 D）

或如受訪者 K 看到新聞產製上大多數記者工作的真實情形，他想透過大學時新聞領域所學運用在工作上，進而轉變媒體形象：

有一個初衷是因為大家都在罵媒體產業，所以我自己想要做做看，看能不能讓它變得更好，這是當時高中選擇傳播學院的初衷，會希望能夠改變媒體。……但這幾年來最喪氣的部分，是社會對新聞媒體以及記者的觀感不佳。舉例來說，我參加同學會，當大家問起職業的時候，我雖然是以記者為傲，還是會聽到有人說「小時不讀書，長大當記者」，但我在新聞工作環境，看到很多認真的記者，積極學習、也讀很多書。（受訪者 K）

（二）重視多元觀點發聲

受訪者 E 畢業於外語學院，在受訪時，他談到是從大學時期的最後一年，甚至到畢業後才開始熱烈參與公共議題討論，也在等兵單時期找志同道合的朋友創了外媒編譯的網站。當時的動機為，與友人聊到媒體帝國主義對於新聞報導的不平衡，於是大家一起發展台灣媒體較少接觸的境外新聞報導之翻譯網站，成為未來從事新聞工作的機緣：

我記得 2014~2015 年時，中東發生了國際大事，我跟朋友就認為媒體報導的都是美國觀點，「我們很賭爛我們的新聞都是美帝觀點。」剛好我跟朋友都在等兵單，就想做一些事情，然後想到其實政大什麼語言的朋友都找得到，我們想說來創個網站來翻譯外電，不要翻美國媒體的新聞，剛好有一個朋友在學 coding，他會架設網站，而我就翻俄文新聞，同時到處拉不同語系的來，我們什麼語言都有，要說跟新聞比較相關的經驗，就是這個時候，大概持續一年多。那時候算是我發起的，翻譯的人也都是我去找的，文章的主編也是我。（受訪者 E）

此外，他認為「我在臺北久了，會覺得很多事都理所當然。」而讓他繼續當記者的熱情來自於「把多元觀點帶給其他人」，透過報導，能夠讓他接觸更多不

同觀點。在訪談中以城鄉差距為案例，描述現今媒體報導皆以台北為主，他希冀能夠透過他們筆桿，讓新聞觀點的產出擴及都市以外的地方：

我之前想過一件事情，很多我們知識型的觀點產出都是「台北觀點」，也就是說，用台北人視角看事情，比方說交通議題中的酒駕防治，全台酒駕比例最高的地方是台東，你在台北喝完酒，可以坐計程車、搭捷運回家，但如果在台東喝完酒，我們要怎麼回家？就像這種觀點，很多政策訂定下，我們會忽略地方，就像這樣城鄉差距。

第二個例子，台鐵東部斷線那一週，那週某一天北捷癱瘓十分鐘，結果整個版面是北捷，台鐵只有區區一個小板面，那一瞬間深感，媒體報導的不能都只是台北，我想過回到南部當地方記者，但地方記者與台北跑新聞完全不同樣子，地方記者需要包山包海，很多地方記者，花東只有兩到三個人，高屏區只有一個人，只能跟著市長跑，地方記者需要黑白兩道通吃。……讓我維持做新聞工作的熱情是可以運用這管道（作為新聞記者）接觸多元觀點，我可以把多元觀點帶給其他人。（受訪者 E）

受訪者 G 也提及，他與資深記者共同完成報導時，也明白記者的工作並非評論政令的優劣，而是釐清事件的利害關係人，呈現不同立場與多元的聲音：

記者的工作不是要決定一個政策的好或壞，我們的工作是要決定政策的頒布，影響的利弊、受損的人，記者要去釐清事件的利害關係者還有有些東西是被忽略的，記者工作是要呈現這些多元聲音。（受訪者 G）

受訪者 K 則是透過大學時期到國外擔任交換學生，體認自身可以結合對外語的熱情與新聞專業，在新聞工作上發光發熱：

我會跑國際教育趨勢的新聞，有一部分原因是如果只看台灣的話太小了，我希望可以運用我對外語的熱情，當一個向外看的窗口。（受訪者 K）

（三）參與社會運動的啟發

受訪者 O 畢業於新聞學系，他在決定唸新聞系之前就藉著時事感知自己的熱忱所在，「我對社會議題也有興趣，高中時有遇到比較多社會案件比如太陽花學運、藻礁事件。」。受訪者 B 與 E 皆提到他們在學時期發生的社會運動，引發他們對社會議題的關注。

值得一提的是，受訪者 B 大學時主修商學相關科系，但透過 2014 年太陽花學運發現，不少商學院以外的學生在社運時寫下有建設性、引發思考的網路論述，他對此產生共鳴。故在思考職涯時，把人文社會相關工作列入首要考量，並認為「記者」屬人文社會科中較為穩定的工作，即便當時對新聞研究所的教學內容、畢業出路尚未全盤了解，仍選擇從商學跨入新聞領域：

大三時參加太陽花學運（2014），對於人文社會類的工作比較有興趣。看到滿多商學院以外的學生寫下很有建設的網路論述，所以想要投入社會科學類的工作，在大三以前沒有接觸太多政治社會運動。大學初期其實有遇到反媒體壟斷（2012），那算是啟蒙。太陽花學運算是會開始全面討論這件事情……正式來說，從學運才開始關注社會議題，同時也在想要不要研究所，於是就想找人文社會相關的系所。（受訪者 B）

受訪者 E 在大學時期，恰巧遇到台灣近年社會運動，如 2012 旺中反紅媒遊行、2013 洪仲丘事件與遊行。當時社群媒體活躍，他也藉由社群媒體觀察到許多社會議題與我們的生活息息相關，讓他想去網路媒體工作，「2014 太陽花學運」對他的影響足以作為代表。

發生洪仲丘事件時，我也有跟朋友去遊行，那時候剛好碰上 2012 旺中反紅媒，我開始發現周邊有一些玩社運的朋友，從他們貼文中可以發現，這些社

會事件好像跟我們息息相關。……後來比較大的轉捩點是，大四（2014）那一年參加太陽花學運，也算是滿認真參與這一件事。後來畢業後想找可以寫又能參與政治、公民議題的工作，一些網路媒體都是那時候出來的，我想說這些網路媒體跟以前看到的傳統媒體理解不太一樣，好像可以試試看，就慢慢一家一家投（履歷）。（受訪者 E）

受訪者 G 則是從社會運動中意識到新聞工作在社會是很重要的角色。社會運動加深了他對記者工作社會意義的認知，如他所說：

太陽花學運對當時的大學生影響都很大，那件事讓我意識到，新聞工作可能在這社會的脈動上有很重要的角色。但這件事沒有到成為記者的加速器，因為我對這件事的認同感並沒有非常高，我在 318 學運之前，就有在關心社會事件，所以我當初會對記者工作有興趣也不是因為 318 學運。大概就是這個脈絡，但太陽花學運確實讓我對記者這份工作的社會意義提高。（受訪者 G）

（四）具有為公眾服務的熱忱

多數受訪對象具有社會關懷的使命，如同受訪者 C 在從事新聞工作前想像，「以前會認為記者有個比較有社會意義的工作。」受訪者 G、J 當初踏入新聞產業之際，是以「社會責任」（J）為初衷，不只有傳遞訊息，更有揭露社會黑暗面的義務：

學生時期或是真的當產業記者之前，你對記者的想法只有一種，就是你會設定想達到的目標就是，「促進社會關懷新知，或是報導沒人關注的議題。」

（受訪者 G）

新聞播報以外，有需要講一些預防的知識、傳遞知識，揭露事實，滿高尚的感覺。（受訪者 J）

受訪者 F 透過電影得知記者是具有正義感，且能為公眾服務的職業之一，因此他選擇就讀新聞學系，也認同新聞工作能夠彰顯社會正義，關懷弱勢：

我選擇當記者是因為我可以像警察一樣，做出為社會會有一點點正義感的事情，所以當時覺得記者是一個不錯的選項，像《驚爆焦點》電影一樣，關懷弱勢！（受訪者 F）

貳、小結

多數受訪對象進入新聞產業之前，曾長時間觀察新聞工作者脈動、藉由課外活動經驗如參與學生媒體等與新聞產業實習，確認自己是否具備新聞產製能力，能力方面以寫作、口語表達和擅長經營人際關係。新聞教育仍主要培養新聞專業的學習經驗、對新聞工作看法，以及個人成長背景是選擇主修專業或新聞職業投入的因素。

生命成長歷程影響他們進入新聞產業。13 位以新聞作為大學或研究所主修的受訪對象仍想進入新聞業主要受實習經驗或前輩影響，如受到資深新聞工作者的新聞產製專業能力啟發，進而在影響他們在記者職涯上新聞產製的態度與媒體屬性的選擇，最為自身條件評估；而非新聞系所畢業之 3 位受訪對象則有其他機緣，如嘗試架設編譯網站、參加社運喚起社會正義感、關懷社會議題，想透過自媒體或媒體組織多元發聲。

近年台灣公民意識抬頭，有受訪者提及對公共議題甚感興趣，從小被記者為民赴湯蹈火的精神所吸引。另外，第二專長或新聞業的開放性，讓其他專長如財經、醫藥都可結合新聞專業成為當領域的專業記者。

第二節 新世代記者對記者角色的認知

「角色」是決定記者如何產製新聞內容的指引，學理研究也發現勞動條件、角色認知與角色承諾皆在在影響記者進入職場選擇不同媒介的理由。

壹、選擇不同媒體的理由

一、報社記者：重視文字基本功與報導深度

報社記者選擇報社作為任職記者的組織，為的更多是培養文字上的基本功以及報導的深度。如受訪者 L 所言，「我會選擇當報社記者，是因為報紙的內容比較有深度。當報社記者可以練自己的文筆，還有處理新聞的深度。」受訪者 C、G 皆有受到新聞產業上前輩的建議，像是「跑線是記者必經的路程」，於是他們願意投身至報社擔任記者，「日報比較像過渡期或累積自己的能力時期」(C)：

我去 Daily (日報) 也是實習主管跟我說的，她說記者還是要從 Daily 開始做起，就是要從基本功。因為這句話，我滿堅持從日報開始跑起。……我記得一個畫面，那時候好像是一個金控的法說會，結束之後，電視台就去拍，她就躲在總經理的後面錄音，然後寫(新聞)，那時候我才想原來文字記者是這樣來的。(受訪者 C)

跑線很重要，算是記者必經的過程。我主管曾經跟我說，「一個記者的養成還是要去跑線，就算去雜誌，也是有自己的路線，必須去經營線路人脈與新聞脈動」。跑線可以快速建立人脈，因為有個所屬範圍，這是基本功，掌握路線上的大小事。(受訪者 G)

其次，跑線對受訪者 G 來說，他有諸多收穫，藉由跑線，他更了解到媒體人脈的經營，更能透過跑線與線上記者互動、習得比報，理出議題的脈絡與不同媒體的功能，尤其是 2020 年末「美豬」議題作為跑線帶給許多啟發。

在沒有跑線之前，我看新聞的方式是發散的，因為可能會不了解關於比報這件事情。為什麼重要，是因為雖然跟大家寫一樣的內容，但是我會去比報，所以才會慢慢理解到每個媒體的功能。跑線讓我進入到這個圈子，圈內會互

相分享，不只是跟第一線受訪者建立關係，也是在經營跟媒體業的關係，就會跟其他記者互動，這個過程才會理解一個新聞的產出跟一個新聞事件，如何從點擴散到面，就會對讀者到整個台灣的社會氛圍有些理解，這些很抽象的東西，卻是跑線很重要的事。（受訪者 G）

二、雜誌社記者：喜歡步調稍慢且報導有深度

相較於報社，雜誌媒體的新聞產出速度更慢一些了，雜誌媒體記者寫更深入的報導，像是受訪者 B 在訪談時提到，「在（了解新聞產業的）過程中，深度報導記者比較被新聞業推崇的感覺已經慢慢在形塑了」，他們選擇做為雜誌記者除了比日報記者步調來得更慢，同時也希望產出的新聞能夠更深入。受訪者 K、N 亦提及，當初選擇任職的新聞媒體，則是過往對任職的組織品牌已產生好感。

沒有選擇到日報的新聞，是因為我的步調比較慢。我高中的時候就知道我現在待的組織，算是對組織情有獨鍾，也對這媒體品牌具有好感。（受訪者 K）

我當時就很想進科技、財經相關的媒體，……但是電視新聞對於這樣的職缺比較少，所以我就改找網媒或紙媒。最後會決定進入現在待的組織，是因為我從大學時期就接觸這本雜誌。……我自己的期待是可以兼顧日報新聞同時也可以做深入的產業新聞。（受訪者 N）

三、電視記者：重視影像、快速成長

受訪者 J 是大學時期即進入電視台實習，而後轉做正職記者，他認為電視媒體記者的「節奏快」能夠帶給他快速成長。

因為電視媒體可以磨練自己，如果是雜誌媒體的話，時間會拉比較長，但如果是電視媒體的話，每天都會推動你往前。像是電視新聞每天早上以及下午都一定要各交一條，電視新聞的節奏比較快。（受訪者 J）

而受訪者 H、I 則提及他們除了對影像方面較有興趣之外，電視媒體的閱聽眾年齡層極廣，且在影像重於文字的世代等因素，使他們選擇成為電視記者：

我自己對影像方面比較有興趣，比起文字來說，影像更吸引人，因為現在的人看影像最快，如果是文字報導的話，很多人會不想看。而且，影像的影響力比較大，所以我當時就想說想走走看看電視台，紙本受眾太局限了，在電視台的話，接觸的人會比較多，業界都說要把觀眾想成年齡層很廣。（受訪者 H）

這世代對於影像的接受度比較高，因為快速、影像可以傳遞的情感面比較深入，有時候我看見影像的張力比文字傳遞來的更快，所以我選擇進入電視這一行。（受訪者 I）

四、網路媒體記者：喜歡內勤、掌握最新即時資訊

現任職於網路新聞媒體組織的受訪者 P，在媒體組織實習期間，有擔任過外勤記者，但由於個人愛好上與外勤記者不符，他在選擇正式新聞工作時，將不用外出的新聞記者作為首要考慮。他認為擔任網路媒體的內勤記者較能掌握自己的時間，工作模式比外勤媒體較沒有變數：

因為是網路新聞公司，所以記者幾乎都是內勤，如果需要訪談的話都是電話訪談……我在實習的時候有經歷過在外勤當記者，當時是要堵麥，或是有很多變數……在內勤當記者，比較像是可以掌握自己的時間，我比較適應內勤記者的模式。我在實習之後發現自己好像比較適合當內勤記者，外勤比較多挑戰，新聞工作上比較即時、反應很快、變化性大，所以外勤記者比較像是試過就好了。（受訪者 P）

針對媒體屬性之差異，受訪者 L 說，「如果你希望自己寫的東西能夠留存久一點，那就選擇報紙，如果你希望可以更快地傳達訊息，那就選擇網路媒體。」

此外，從新聞傳播科系畢業不到三年的受訪者 F 也指出，他與系上同儕們在考量媒體組織上，會選擇較少由一般公民提供的二手來源如三器（網路、監視器、行車記錄器）新聞，與較少腥羶色新聞的新聞組織，受訪者 F 說，「（我與系上同儕）會比較不想寫三器新聞、八卦新聞、腥羶色新聞等。當時的我，就是看公視、苦勞網、報導者、端傳媒這種新聞，要看就看正確性高的新聞，我那時候想說要去中央社，不然就是到公視，如果可以的話，就進去這兩間媒體」。

貳、新世代記者認知的記者角色

本研究主要探討的問題之一為新世代記者對於自身的記者角色認知，研究對象是否認同新聞專業，以及不同的媒體對新聞工作者的角色認知有差異。過往研究記者角色研究，有些學者把媒體角色稱為新聞角色(journalistic role)(Brownlee & Randal, 2012; Willnat & Weaver, 2014)，即為新聞人員對新聞工作和角色認知是媒體角色研究的核心概念，因此稱新聞功能(journalistic function)(Bernier & Barber, 2012)。角色認知為新聞產製的重要面向，記者對自己角色的認知影響到他所產製的內容，因此對新聞的定義、任務不盡相同(劉蕙苓、羅文輝，2017；Shoemaker & Reese, 1996)。

劉蕙苓、羅文輝(2017)研究媒體角色指出，2004年與2014年都有學者對於台灣記者角色做過媒體角色分析，當前的新聞工作者認知前三大角色分別都是「依據事實正確報導新聞」、「避免報導不真實的新聞」以及「迅速將資訊傳播給大家」，兩次相隔十年的比較，此三個角色的順序並未改變(劉蕙苓、羅文輝，2017)。而與 Willnat & Weaver(2014)研究全美記者角色調查研究資料相比發現，美國新聞界過往重視傳遞新訊息與正確資訊，然而近幾年來，美國記者對於「監督」以及「對複雜的新聞事件或議題提供分析與解釋」的角色認同大幅增加，更進一步分析其因素，可能的原因是，當傳統媒體無法與網路媒體競爭速度時，美國媒體轉而更加強調監督當局與解釋專業的重要性。

與 2004、2014 年學者研究的台灣記者角色認知，研究者認為數位匯流下的新世代記者的角色認知更多元了。雖然科技對新聞界造成巨大衝擊，但研究者認為或許危機化轉機，他們在巨變的環境中仍認為自己扮演著「傳遞訊息」、「解釋新聞」、「監督政府」與過往研究未提及之「倡導議題」之角色。

一、傳遞訊息

誠如上述，台灣大多記者對於角色認知，比例最高的還是「傳播訊息」。本研究也有 7 名受訪者表示他們對於記者的角色為傳遞新知，如受訪者 L 也在訪時直說，「我當記者的角色協助大家傳達訊息。」受訪者 C、F、K 亦表示：

像是有些訊息如果記者不報，而我也沒報，大家就不知道這訊息了。所以不是有句話說，「有一棵樹在森林倒了，如果它沒發出聲響或是沒有人發現的話，那它到底有沒有倒？」這句話的意思是在說，如果沒有人講出來的話，那這件事到底有沒有發生過？（受訪者 C）

當讀者的眼睛，因為很多人沒有辦法在第一線場看到，那我們要做的事情就是如實陳述，告訴他們現在發生什麼事情。（受訪者 F）

我們當記者比較像是前線，因為只有你看過現場，所以你需要把希望現場發生的一切帶回編輯室，傳遞資訊是很重要的一個功能，再來就是如果有人對現場有任何疑問的話，身為記者都必須答得出來。（受訪者 K）

劉蕙苓、羅文輝（2017）針對 2014 年媒體角色研究亦指出，以不同媒體來看，亦可發現新聞工作者對媒體角色認知具有差異。雖說各媒體新聞工作者認為最重要的前兩個角色都是「事實查核」與「避免不真實的新聞」，但不同媒體的第三重要角色卻有所不同，像是電視即是「迅速將資訊傳遞給大眾」，如本研究之受訪者 D，「我們必須在第一時間報導給觀眾知道」。身為電視台記者的受訪

者 J 亦表示，面對社群媒體與網友打擊，他認為，記者與社群媒體上地方社團不一樣的地方在於，記者會事實查核、詢問專家學者關於案件或現象的趨勢與解方：

有些人會說，社群媒體、爆料公社會取代新聞媒體，但其實根本沒有辦法，因為大家即時 Po 上去，一般人看到根本不知道事情的脈絡，大家不知道事情的嚴重性，可能會有模仿效應，但身為記者就會跟民眾說，怎麼樣做會有怎麼樣的結果。有時候我們會從爆料公社或是地方社團找新聞素材，但其實我們記者不是抄新聞，我們會去訪問原 Po 或是警察、律師。（受訪者 J）

現職報社記者的受訪者 M 也說，「我有時候也會想說，電視台都要沒落了，但也很難想像台灣沒有任何一家電視台存在，如果有發生重大公安事件，還是會靠新聞媒體把事件完整的說出來。如果靠一、兩個爆料公社的影音，觀眾還是會不知道事情的全貌，所以電視媒體還是有存在的必要。」由此可見，電視台新聞的功能在突發事件中顯得重要。

再者，除了傳遞新之外，受訪者 I 提及記者還有「平衡報導」的任務。首先讓閱聽眾對議題產生興趣，並顧及受訪者的聲音有傳達出去：

記者的工作其實蠻有挑戰性的，因為我們畢竟是人，我們必須讓人對議題產生共鳴，訊息也不可以被誤解，要知道事件的脈絡，讓受訪者的聲音被聽見，所以「平衡」是記者最重要的工作。（受訪者 I）

二、解釋新聞

5 位受訪對象認為記者最重要的角色是詮釋新聞，尤以雜誌媒體、以深度報導為主的網路媒體更重視這種角色。如受訪者 A 提到他認為擔任記者的價值在於把雜亂的資訊整理起來並挖掘更深厚的議題，誠如他說：「整理出大家想知道的東西，不見得只是整理，還有可能挖更多更深的東西。」受訪者 M、I 也以此

為主臬，將資訊集合起來傳達給觀眾、著重在更深度的報導，除了讓民眾快速取得之外，同時也引導輿論，促進閱聽眾對於社會議題的重視：

記者的價值還是在於整理出大家想知道的東西，不見得只是整理，還有可能挖更多更深的東西，給大家一些不知道、不了解的東西，這是身為記者非常重要的部分，這些東西他可能沒有流量但非常重要，民眾可能也不關心，但它（議題）又會影響全台灣的人，當記者的義務就是要讓這些東西讓更多人知道。你只要讓多一個人了解，有時候事情就會不一樣。（受訪者 A）

記者要處理很多複雜的資訊，整合出有用的資訊給大家，功能除了「整理」以外，記者也要去挖掘大家不知道但很重要的議題跟大家說。（受訪者 M）

記者就是要能夠感同身受議題的人，但是他要有能力理性的把訊息整理出來，並且簡單扼要地傳達給閱聽眾。（受訪者 I）

受訪者 F 認為作為一位記者，要「把眼睛帶到觀眾看不到的地方」，挖掘政府怠忽職守的議題，儘管是小眾議題，但弱勢族群的聲音值得被聽見：

我去曾虛白新聞獎頒獎典禮的時候，我有被感動到，有一個新聞媒體上下游，在談台灣檳榔共業的議題，因為檳榔沒有在法規限制中，所以附近因為噴灑農藥而有人過世，那時候記者有談到，他們做了這個議題跟了三、四年，這一條路非常辛苦，他們談的是很小眾的議題，有沒有人看到都不知道，但今天得獎了，那位記者認為他自己好像被鼓勵、肯定到了。這就讓我想到我在念新聞系的時候，好像就是想當這樣的記者，當一個把眼睛帶到大家看不到的地方，是我會非常尊敬的記者，我也蠻嚮往成為這樣的記者。

受訪者 P 亦提及他認為現在媒體產業已飽和，只能往深度報導前進，而這也是未來媒體趨勢：

花時間的深度內容，這會是未來的趨勢，因為現在新聞太多了，只能往深度的方向挖，比如之前鴨肉店的新聞，我們就往下挖外送員的生態相關議題。

(受訪者 P)

三、監督政府

據過往研究指出，劉蕙苓、羅文輝（2017）針對記者角色的研究發現，2004 與 2014 年記者認為媒體次重要的角色一直都是「解釋監督」，十年前後無明顯差異，這也顯示無論媒體怎麼改變，新聞工作者認為「監督政府」仍然是媒體的重要角色。以美國而言，Weaver & Wilhoit（1986）的研究發現，美國的新聞工作者認為監督政府是美國記者的第一要務。而在近年，Willnat & Weaver（2014）在 2013 年的全美調查也顯示，「調查政府主張」仍是最重要的記者角色。而本研究的受訪對象僅有 3 位受訪對象認為，監督政府為媒體重要角色，顯見監督政府的角色在新世代中略顯不足。如受訪者 F 表示，他就讀新聞系時，就曾希望自己身為記者能夠監督政府，促進改變，但進入業界後卻事與願違：

監督政府是我作為記者理想的目標，我希望可以藉由監督政府促進一些改變，但是要做到還有距離。……大學時念新聞系的時候，會希望自己未來當記者可以監督政府，但真的到業界之後，自己每天在寫的事情都自顧不暇了。（受訪者 F）

受訪者 I 與 M 則認為媒體角色中，含有監督政府的成分。受訪者 I 認為記者應提及新聞立場的兩面，而後由讀者自己去判斷取捨，再者，他認為監督政府上，也未必要用謾罵的方式。而受訪者 M 則認為，記者應當社會的倡議者並監督政府施政，讓政府知道弱勢族群面臨的問題，進而修法：

我們身為記者，我們就把這兩個方的手法都如實呈現出來，讓民眾自己去判斷，我們有監督的成分，但未必用罵的方式來呈現。……新聞記者有監督政府、傳遞訊息、整合資訊，這三個功能都有。（受訪者 I）

像是我們之前做移工議題，可能很多人沒有在關注他們，或是不知道移工會遇到這樣的事情，但記者做了，政府如果知道的話，就會去修法，另一方面，也會製造出一些輿論。（受訪者 M）

受訪者 G 認為記者被賦予梳理社會現象與脈動的職位，是社會中身為第四權的展現，第四權即監督政府、為民喉舌，替民眾探勘與發聲的社會角色：

全台灣就只有記者被賦予這個位子了解社會的現象跟脈動，這是記者的工作，沒有人有閒暇的時間去做探勘、寫報導的工作，所以我才說新聞工作是很成熟的產業，它有很精準的 SOP 跟他提供的服務是什麼。（受訪者 G）

四、倡導議題

第二章文獻回顧中，學者未提出「倡導議題者」角色，但研究者爬梳記者角色演變至今過程發現，Weaver & Willnat（2012）研究發現傳播科技快速發展，記者與社群媒體的關係也越來越緊密，記者從中尋找素材，因此除了原先的「傳播者」、「解釋者」、「對立者」之外，增加了「大眾動員者」角色。記者能在社群媒體上針對大眾進行動員、甚至跨越國界，而研究者認為在動員之前，記者擔任「倡導議題者」的角色。

本研究有 2 位受訪者認為具有「倡議者」的角色，他們認為，「記者是倡議的角色」，他們倡議自己認同的理念以及鑽研的議題，也會在報導開出後在社群媒體上與不同溫層的受眾溝通。誠如受訪者 B 所述，「我也嘗試跟不認同自己理念的人在 PTT、臉書上溝通。」

受訪者 E 不僅認為自身角色是議題倡議者，他更用「教育的改革者」與「知識傳遞者」來形容自己面對新聞工作者的角色認知，甚至他肩負著協助社會大眾找到問題解方的功能。換句話說，他們並非只是迎合觀眾胃口的記者，而是扮演倡議家的角色，告訴大家議題的重要性以及與閱聽眾對話，這或許也受社群媒體影響，隨著社群媒體平台愈來愈多元，民眾發言、討論的機會也愈來愈多，倡議與輿論不斷循環。

（我身為記者）比較像是「教育的改革者」，想挖一些我自己有興趣，然後有一定重要程度的東西，讓大家多知道一點，像是「知識的傳遞者」，比方說我會去挖台灣動漫圈的發展，我把它做成專題，不只是作者訪談、還訪出版社、發行商、通路。……我一直想去找問題的解方。甚至是，我們以前綜藝節目很好看，但為什麼我們一個時間點，就剩下亂七八糟的綜藝節目。（受訪者 E）

參、影響角色認知的因素

一、惡劣的勞動條件

（一）低薪、留不住人才

過往研究顯示，薪資是影響一個人投入工作的重要因素之一。王維菁（2013）研究發現，近十年來媒體數位匯流改變了新聞產業薪資水準，首要在於市場過度競爭且替代品容易取得，不論平面媒體或電視媒體記者薪資均出現明顯的下滑現象；再者，缺乏制度化的薪資與加薪制度，台灣新聞產業記者平均薪資無法正常成長。本研究受訪對象表示，薪水因素在新世代記者中尤為職涯考量的明顯指標，「薪水對我來說是很重要的」（受訪者 A），受訪者 C 亦提到薪水的重要性，以及新聞工作的不穩定性高但薪資卻偏低。受訪者 A 說，當薪資與工作投入程度無法成正比時，更別提及作為長遠的職業發展目標：

年紀越來越大，熱情真的不能當飯吃，剛進（新聞產業）的時候，自己有三把火燒不完一樣，但是其實是越來越累的，尤其在交稿前每天熬夜，我寫這麼多但薪水還是這麼低，還要被主管壓榨。（受訪者 A）

像我在工作上，遇到很多 30 歲左右就跳（槽），去業界沒有待在媒體的人，很多都是因為媒體工作長、薪水偏低一些，又比較不穩定，尤其是「不穩定」這件事，三不五時發生大事情，而且會弄到很晚。（受訪者 C）

受訪者 C 認為，如果薪水未隨著年資成長，那麼會強化轉職意圖。如財經專業領域的他曾聽到身邊轉職案例，「我就有遇到一位投信業公關，過去在媒體，後來 2008 年遇到金融海嘯，三不五時央行就發記者會，受不了媒體不定時工作，後來就離開媒體當公關了。」

王維菁（2013）針對記者薪資研究，報業與電視台受訪者共同指出的離職因素比例最高為「薪資太低」。如在電視台工作的受訪者 H 指出，同為碩士學位學歷，但在電視台與雜誌媒體當記者的薪資有落差，且當前電視新聞記者薪資水準不斷降低，而產生自我懷疑：

我在當電視台記者很常遇到被酸說台大畢業來當記者，薪水跟比較少聽到的私立大學的學生來當記者的一樣，會有一段自我懷疑的期間。但如果進到財經雜誌的話，就不會有這種困擾，因為財經雜誌的記者學歷都很好，如果是進一般報社或電視台的話就會遇到像我一樣的情形。（受訪者 H）

此外，過往相關的記者之研究指出，當前電視台雖常開高薪挖角同業記者，卻少替組織內部記者加薪（華婉伶、臧國仁，2011）。受訪者 D 表示，在電視台擔任記者的這幾年，也面臨過此狀況，起薪低，需要用跳槽加薪，儘管跳槽與否並非出自記者主動決定，卻也帶有環境促成不得不一樣的無奈：

我一開始在電視台是起薪\$30,000 扣掉勞健保的話大概是\$28,000，後來跳到大的電視台，也就是業界前兩名的電視台，第一次跳槽我領\$38,000，雖然很累，但這個薪資在電視台已經算不錯。（受訪者 D）

再者，受訪者 E 亦提到媒體勞動現況，媒體組織留不住人，導致組織內新世代記者與高層中有斷層：「現在好像滿多媒體現在都是比較年長的記者都是四、五十歲，再下來就是二、三十歲出頭，就是有一個斷層。」過往研究如王維菁(2013)亦指出，近年新聞勞動市場供給需求狀況，電視媒體業者認為新聞工作者同時供給過剩也缺乏，像是新聞傳播畢業新鮮人多，但資歷足夠的資深記者因媒體環境惡劣留不住人。劉蕙苓(2020)研究新聞記者的工作倦怠型態，也發現 30-40 歲的記者面臨的工作倦怠感高，他們已脫離菜鳥記者的經驗不足，邁向媒體組織的主力，但若在這時離開新聞產業，那麼新聞工作的經驗傳承將會是各個媒體組織遇到的難題與挑戰。

受訪者 J 則是提及記者這個職業包山包海，從衝到第一線場，撰寫新聞到，背負新聞背後的法律責任，誠如他所述，「記者就像是一個小主管，但我們的薪資還是這麼微薄，記者是組織內責任最重的，需要把新聞現場的東西帶回來，無論是受訪者提告、新聞寫錯字，都是我要負責、也是罰我的錢」。有錢、肯冒險的資本家，購買多家報紙成為集團，並且直接主導其編輯政策，這會構成嚴重的公共危險。唯有精神自由、待遇優渥和組織完善的新聞工作行業，才是我們對抗這種危險唯一的保障（引用於 Harcup, 2009/董素蘭、顧淑馨譯，2016，頁 286；Mansfield, 1943:518），然而資方未善盡保護員工的義務，也成了新世代記者面對新聞產業的憂慮：

作為員工的立場，組織應該要保護我們，像是派律師陪同我們，但長官認為對方不會勝訴，站在記者的立場會覺得組織沒有保護到我們。（受訪者 J）

（二）工時長

8 位受訪者提到「工時超級長」的現況，如受訪者 E 舉例，他為了產製一部專題，從題目發想、搜集資料到尋找適合的受訪者都得自己產製完成。受訪者 J 也闡述他在新聞工作上的隱憂，「我下班後也需要打電話確認案子的狀態」，以致於沒有額外的充電與沈澱時間，日復一日，新聞品質也受影響。

工時超級長，我大概這兩個禮拜都工作到很晚，要生一部專題，就是想題目、讀很多資料、找受訪者。（受訪者 E）

下班後也是要在準備隔天的新聞內容，如果是重大案件，又會很晚下班，我們必須追後續的新聞，就算我下班回家也是要繼續追。（受訪者 J）

其次，受訪者 H、M 也說到，他們在工作時間與休息時間上無法正常分割。甚至，受訪者 M 有提及，他從同業媒體轉職到目前所任職的媒體時，讓他選跳槽的原因是薪水具有漲幅，但換來的是，工時較長、壓力也較上一份工作還大。通常我們跑新聞不太有正常吃飯的時間，休息時間不固定。（受訪者 H）

根本是工時長，薪水才比較好，實際下班是 8 點多。……另外，我們是影像、文字都必要，沒有哪個分配比比較重。……但在現在這個媒體壓力也比較大。（受訪者 M）

（三）時時在線壓力大

受訪者 A 和 B 都曾面臨新聞工作壓力極大，無法適度休息，以致身體惡性循環。再進一步說明，受訪者 B 甚至提及主要壓力來源為「網路稿的需求量大」以及「每週都須想新的題目」：

一天至少工作 12 個小時以上，身心狀況不好，我知道壓力會讓我很容易醒、淺眠，我有去測自律神經，結果發現重度失調，醫生說我在休息的時候都沒有好好休息都還是在工作的狀態，後來醫生就開了抗焦慮以及安眠藥給我。

（受訪者 A）

主要壓力來源就是想題目，每個禮拜想題目對我來說負擔滿重的，但我自認為是能力不足，每週都是寫這週要交的稿子，也要邊想下週要交的題目，我不太能應付網路稿件這種需求。（受訪者 B）

同時，受訪者 B 提出他認為較理想的工作模式，期待組織不必每週報新題，而是將原有的主題延伸。他說：「我比較想做一個月做一個深度報導的，這樣我就不用一直想題目，我只要在這個已經有的題目上延伸，那對我來說會比較容易。」再者，他也強調不穩定的身心狀態會影響到他對新聞工作的承諾程度，便無奈表示，「如果這個狀態沒有改變的話，我應該不會做很久。因為每個禮拜都要想新的題目，對我來說真的太累。」（受訪者 B）

記者無時無刻皆處於工作狀態已非新研究結果。劉蕙苓（2018）研究發現，數位匯流（digital convergence）使得記者們成天過著 3L（Latest、LINE、Live）生活，記者在新聞產製上經常面臨一人多工，必須永遠開機，追求速度的新趕工儀式讓記者不得不時都在工作的壓力。如受訪者 B 說：「我很難算花多少時間，滿多時候都是工作狀態。」不僅如此，就連可以開啟關機模式的假日，記者仍在工作，採訪、寫稿都處於工作範疇，因為即時新聞已佔據平日工作時間。剛進報社 6 個月的受訪者 C 說：「常有前輩跟我說，休假也是在寫專題，甚至把採訪約在休假當天，因為當天不用寫日報。我自己這幾個月也是常常休假還在寫報導。」

(四) 面對勞動條件日趨惡化之心態轉變

面對新聞工作勞動惡化，受訪對象試著轉變心態得以持續作業。受訪者 N 提到「不能缺乏對於事物的好奇心」是持續新聞工作的原因之一，若有強大的好奇心、工作效率提升，面對新聞工作「工時長與壓力大」的勞動條件：

這跟個人的熱情有關，這份工作做得再久，都不能缺乏對於事物的好奇心，一旦失去對於事物的好奇心，就會影響到工作所有的一切，就會讓新聞工作工時拉很長、壓力很大，可是如果你對這個世界有很大的好奇心，就不會認為工時很長。「(工作)效率」也是影響工時長短的原因，寫一篇稿子沒有辦法在截稿時間前交出，也會影響生活品質。(受訪者 N)

受訪者 K 說到，即便工時難以估計，但組織內部產製新聞的士氣也會影響到他，因此研究者發現，正向的組織氛圍可為惡劣勞動條件下的解決辦法之一：

我們有很多工作跟生活切不開，但我看到有些主管是很樂於學習新知，他們做新聞工作就會很快樂，我在新聞工作上也被激勵到。(受訪者 K)

總體來說，本研究 8 位受訪者有提到惡劣的工作條件，如靠跳槽才加薪，時時在線，承擔各種責任等皆降低對於新聞工作的承諾與提升從事記者的不確定性。這樣不穩定的勞動條件，即使新聞工作能產生自我價值，但是否能成為新世代記者的一生志業還有待討論。

二、新聞工作成就與挫折

(一) 成就感來源

1. 親臨新聞現場，見證歷史時刻

受訪者 F 過去曾於影音部門工作一段時間，後來調至新聞部，基於對跑新聞的嚮往選擇轉調部門，他說：「去採訪中心跟在幕後當編輯會有很大的差別，關鍵在於你有沒有待過新聞現場，以及有沒有產出實體的東西對我來講很重要。」他當記者的日子裡見證兩次大選、疫情下的代表性事件、歷史性事物的轉變，讓對記者工作油然而生成就感：

蠻幸運的事情我經歷了九合一大選與總統大選，我真的有親自到選舉現場去看。……發生大事的時候，會讓我感受到「我真的在現場」，經歷很多事情，尤其在 2020 年特別有這種感覺。……我因為工作的關係，有採訪到鑽石公主號的染疫的那一對父子，是一個蠻特別的經驗，這些時候都會讓我好像在歷史的一刻。另外，2020 年也是不斷說再見的一年，很多藝人過世、聯合晚報與敦南誠品收了，因此在 2020 年從因部門轉新聞部門其實是一個非常特別的經驗。很像是我經歷了歷史上的那一刻，我親臨現場的感覺。（受訪者 F）

2. 製作深度議題與調查報導

大多受訪者提及產製深度報導時符合對記者的想像。受訪者 B 更強調製作調查報導是作為記者的成就感來源：

做比較大的題目，而且有調查的成分。比如說，做外籍生大黑工的題目、同志、同婚的專題，我平常也關注同婚議題，……有些是我提出來的題目，有些是公司派我去做。這些是我成就感的來源，符合我的理念，也可以宣揚理念。（受訪者 B）

其次，受訪者 C、F 皆有提到撰寫「長篇專訪」能夠發揮他們在整合資訊上的長才，同時磨練自己的基本功。另外，值得一提的是，受訪者 F 強調專訪的素材與台灣緊密相連，這是他認為在新聞工作上的動人之處：

做專訪的時候，像是寫長篇，我比寫日報還要有成就感。……長篇報導需要理解的資訊量比較多，需要有架構，比如人物稿是要有其他發揮的地方，我會覺得這比較有趣一點，也能磨練自己不一樣的能力。（受訪者 C）

「出去做專訪」，符合我當時當記者的想像。也就是說，靜靜聽一個人分享、聽他背後的故事，深度的專訪，有時候這些故事是跟台灣緊緊相連的，就是非常動人的地方。（受訪者 F）

受訪者 G 提及當記者這幾年中，最令他感到成就感的除了產出組織內部「大議題」之外，從純文字媒體到多媒體皆由他負責，當他回顧新聞工作中的成就感時，回顧當時在報社擔任記者時，以多媒體的方式並結合線上與線下的巨作：

我是從頭參與到尾，從撰稿、影音、數位原生內容到報紙的版面，因為有三波的專題，第三波的專題只有我一個人寫。因為這是一個大專題，一整年度的題目，從 0 到 1，就對這東西很有成就感。（受訪者 G）

3. 能夠引領議題

4 位受訪者提到，過往有成就感時，並非僅是取得獨家新聞，而是能寫出切點新穎的的報導，讓更多同業記者跟進，如受訪者 O 呈述，「像是找到一個很新的方向，或是一個題目大家都寫過了但我找到新的切點」，進而領導同業往此議題繼續發想相關題材。當然，若在報導呈現能有更多人關注時「有上到比較好的版面，也會有成就感」（受訪者 C）：

在報紙上看到自己寫的新聞就會有感，要領導議題，但獨家不一定有人跟。所謂「領導議題」，你寫一個東西，然後隔天大家都跟著你寫一樣的東西，電視台也跟著報導，你看電視台也報你的獨家，那就是日報新聞記者的成就感來源。（受訪者 G）

有成就感的話，是你的報導印在頭版上，或是同業寫到你正在寫的東西，也就是我寫的是大家有注意到的事。（受訪者 M）

4. 得到閱聽眾的回饋

受訪者普遍認為，當感受到他所做的報導，可以「改變了什麼的時候，也是最具有成就感的時候」（受訪者 M），換言之，當記者對社會或受訪者有正面影響以及取得大眾對他們的信任時，又能獲得閱聽人反饋時，即為成就感的來源：

有一次我直接殺到派出所去調一個案件，我去派出所直接跟所長說一個案件，只問他們為什麼沒有查？講完之後我當天播了那個新聞，也就是我的獨家，三天後所長就打給我說犯人抓到了，然後我就回電給投訴人，他就跟我說很感謝我幫她追這件事情，要不是我，受害者早就不知道他被吃案吃多久，有幫助到人很好但這種機會實在很少。（受訪者 H）

有成就感的時候，都是我寫出來的報導被分享的時候，或是我的報導成為了別人的幫助或啟發，收到這種回饋的時候，會很有成就感。（受訪者 K）

5. 得到政府的重視，影響政策改變

受訪者 A、M 也指出，他們繼續從事記者的動力來源是能夠透過監督政府的功能與影響力，「我寫的東西可以很快地得到改變，或是得到社會的重視、政府的改變」（受訪者 M）。受訪者 A 主寫疫情相關新聞時，發現政府在施政上的漏洞，透過新聞報導，讓當局者及時修正，成了他繼續從事新聞工作的動力。

如果有一些回饋的話，有時候再累還是可以在努力一下。比如說，在疫情的時候，我寫了 119 專題，因為疑似所有個案都是由救護車載去的，但救護車歸屬於內政部管轄，所以救護車的救護人員都沒有防護設備，當我把報導一看出來之後，內政部跟衛福部就馬上開了記者會，記者會時衛福部就承諾會

將防護設備給消防人員使用，自己寫的東西立即得到的成效，就會有點成就感。（受訪者 A）

6. 獨家報導展現新聞獨特靈敏度

拚獨家，也是記者的成就感來源（徐子晴、鄭宏斌、陳皓嫻、林巧璉，2015 年 9 月 1 日）。對記者來說，在媒體高度競爭的環境下，獨家能夠帶領引領話題。受訪者 L、E 提及「跑到獨家新聞」可以展現他對新聞的靈敏度，進而產生對於新聞工作的成就感：

發獨家，像是之前公視影音大平台還有中天撤照，是新聞的敏感度讓我跑到獨家。（受訪者 L）

記者跟業務很像，就是我們不問過程，你東西拿得出來，就是拿得出來，新聞很重視實作，所以你有沒有辦法跑到獨家、問到內幕、拿到資料，大家就是各憑本事。（受訪者 E）

（二）挫折感來源

1. 新聞不符編輯台要求

多數受訪者皆有提到自身在新聞工作上的挫折感來自於產製內容不符合編輯台規定，例如受訪者 H 說，「我想報的東西但沒有被公司播出來，舉例來說我報錢櫃大火就是這樣子的情況。……我寫完稿之後給長官看，長官整個大改，我從民眾、警方得知，這就是業者的錯，但長官把錯它丟給消防業者，就感覺到公司一直在推卸責任，或是說我不能寫『錢櫃』兩字。」他體會到凡是「涉己」的新聞，都無法任由記者產製，對自身記者角色產生矛盾。

再者，受訪者 A、K 提到，當自身不受組織重視，無法體現記者跑新聞的感覺，大多工作是整理新聞而非採訪寫作，「感覺都在整理新聞」（受訪者 K），會造成他們對於新聞工作產生懷疑。甚者，受訪者 L 則是提到，自己在工作上盡心盡力，但仍面臨到主管當眾斥責，因而感到挫折。

我一直在寫很邊緣的議題、或是很簡單的東西。……有時候，我很像在寫編譯稿，只是多採訪兩三個而已。（受訪者 A）

稿子寫不好而被主管念，而且他會在辦公室直接很大聲地講。有時候會很挫折的地方是，明明花很大的力氣去寫這篇報導，但還是被嫌。（受訪者 L）

2. 想不出題目的焦慮感

四位受訪者提到自己對於「題目出不來」對工作產生挫折。據此，會生焦慮、高壓，甚至萌生離職感。劉蕙苓（2018）研究數位時代下記者離職的背後原因，研究顯示個人在工作上無法產生自我價值，會有離職的意念產生，受訪者 D 在工作中曾經有此念頭：

很多時候是撐不下去的，……報不出稿子的時候或題材的時候，就會帶著高壓、焦慮要去上班或是想要離職。（受訪者 D）

受訪者 A、B、E 皆提到每週要發想出一個全新的題目，對記者來說，事實上是身心俱疲的工作型態。如受訪者 E 提到，若新聞產製內容沒有新意，僅能用「每到這個時間，就需準備的題目」（受訪者 E 稱月經體）對組織交差了事，就此產生倦怠：

題目生不出來的時候也只能硬生，找大家已經做過的「月經題」，每週要生一個專題是真的滿累的。（受訪者 E）

曾經遇到一個狀況是禮拜一開編輯會確認題目，但如果編輯排禮拜三要出稿，但星期一你題目又不行的話，只剩下兩天根本無法交稿。（受訪者 A）

每個禮拜想題目對我來說負擔滿重的，但我自認為是能力不足，每週都是現在在寫這週要交的稿子，也要邊想下週要交的題目，我不太能應付網路稿件這種需求。（受訪者 B）

另外，在上一小節新聞工作的成就感中，有受訪者表示「得到當局者的重視，政策得以改善」讓記者們感到成就感。反之，當記者們跑了多項社會議題，或是供給無法與需求達到平衡時，必然產生挫折，受訪者 M、N 在產製新聞時，曾遇此挫折：

比如說我們做了移工議題，但是新興案件都沒減少時，有時候會想，我們能改變什麼嗎？所以「有改變」是最有成就感的，但挫折就來自「做這麼多怎麼還是沒有改變」。（受訪者 M）

我剛開始在做很深入的報導有很挫折是因為花了很多的時間跟力氣，但其實沒有那麼多人在乎或回饋。（受訪者 N）

3. 漏新聞造成工作上的挫折感

數位時代下，速度優先的新聞產製常規，「漏新聞」是即時新聞記者（如電視台記者、報社記者）經常會面臨到如此窘境。面對速度優先與產量為重的新聞產製常規，Phillips（2010）指出，由於組織強調速度與競爭，記者們被要求快速地發布新聞，因此產生兩種現象，怕漏新聞因此不得不監看同業的發稿情形（劉蕙苓，2018），誠如受訪者 A 提到的產業現況，「像我朋友在日報，他們看到一篇獨家就會馬上追，因為不能漏。」組織如此的要求，如受訪者電視台記者 D 坦白呈述，他們在工作上最害怕的莫過於獨漏新聞：

需要隨時隨地緊扣突發訊息，因為你會怕如果你沒有掌握到這個突發訊息，別台會先報，你漏報的話，長官會責怪你。一開始當記者的時候，會非常苦惱，也只能很努力的去跑，下班也去調監視器，像是我曾經下班從內湖衝到樹林調監視器，所以這樣畫面就得到了，電視新聞非常重視畫面。（受訪者 D）

令報社記者的受訪者 C 感到挫折的地方亦在於「獨漏新聞」，他的解決辦法是，例行性觀看各個上櫃上市公司資訊更新、公開資訊觀測站，好讓工作順利進行：

在工作上最挫折的地方是漏新聞跟受訪者沒有約到，這也告訴我必須追新聞追得更緊，財經方面，必須每天去公開資訊觀測站，看有沒有公司發重訊，沒有什麼任何方法，只是要每天檢查任何資訊的更新。（受訪者 C）

4. 媒體從專業化走向分眾化，影響力大不如前

以歷時角度觀之，受訪者 M、E 均認為，「媒體的影響力跟過去比真的差很多」（M），新聞內容點閱率過低的情況下，沒有足夠收入，人力資源也會不斷流失。當組織人力吃緊時，多元觀點的報導不足以負擔外，進而無法產生影響力，換句話說，金流、人流與影響力可謂環環相扣：

台灣媒體的未來，我認為有點悲觀，雖然那些角色（新聞工作者）都會存在，但是媒體的影響力跟過去比真的差很多。大家也漸漸不看新聞了，大家不看新聞，就沒有點閱，那沒有點閱之下，就沒有錢，也就沒有人流，沒有人流的話，媒體也就沒辦法做事，很多事可以做的力量也變小了。（受訪者 M）

其次，拜科技之賜，社群媒體、自媒體的誕生，許多具有新聞以外的專家學者，即在社群媒體上開粉絲專頁或頻道，當他們熟稔各社群媒體平台的操作方式時，新聞媒體的替代品隨之變多。科技創造許多便利的消息來源，使得產製新知

變成一件越來越簡單的事。如受訪者 E 所言之，這些專業領域的工作者在自身能掌控的自媒體隨時更新正確資訊。以閱聽眾的角度，觀眾能從他人經營的平台直接獲取一手資訊，那麼新聞媒體的影響力在哪裡？

現在已經有太多同質性的東西，比方說，媒體以前很常在訪心理醫師、藥師、醫師，但現在很多醫師都在經營粉專，而且都經營得很好，速度比我們快，正確性也比我們高，……，一方面也會很無力我們（媒體）還能提供什麼東西。（受訪者 E）

由此可見，新聞不再是傳達單一事件的載體。Harcup⁴訪談新聞記者兼部落客 Sarah Hartley 時說到，新聞要有公信力，到最後一定要歸結於品牌，當提供給閱聽人資訊時，他們相信的是「品牌公信力」的存在。

5. 消褪的理想

多數受訪者提到，「時間感」是在實際進入新聞產業，深有感觸與校園媒體、校外實習巨大不同之處。受訪者 K 提到他們日常在新聞產製上處於被編輯台催促新聞、被稿件淹沒的狀態：

每天被要處理的報導淹沒，有時候很難去想遠大的理想，但我自己知道我對新聞工作的價值觀沒有偏掉，我的價值觀是：新聞絕對不能造假，我對新聞道德方面絕對不會退讓。但很難用如此的價值觀支撐每天做的事，每天就像是上班族一樣。（受訪者 K）

另外，受訪者 E 亦觀察到現今的新聞產製，數位匯流下，閱聽眾吸收新聞的新聞消費習慣難以預測。McManus（1994）提出市場新聞學，意指在市場導向的趨利下，促使媒體致力於回應下費者的需求。當他找了自認為有新聞價值的報導

⁴ Harcup T.《新聞學原理與實務》一書展現實務界新聞工作者與新聞學學者的訪談資料。

時，點閱率卻無法成正比，反而是軟性新聞如八卦新聞、緋聞新聞成了台灣媒體點閱率的代表：

幾乎每個記者剛進到一個領域都會志得意滿的樣子，但久了就會發現某些東西有市場價值，認真寫題目但沒人要看，結果寫了緋聞，瀏覽率就用噴的，所以你知道這東西有需求，需求會產生供給，但供給不會產生需求。（受訪者 E）

（三）從事新聞工作後的反思

工作經驗對於新世代記者能否長久待在新聞界是重要指標，研究者分 6 個面向統整歸納：

1. 記者為新聞工作的重要角色

新世代的職業選項事實上比過往的選擇更多。網路科技因著傳播趨勢更革，不論國內外，都有釋出不少新興職業。研究者歸納出他們初入新聞產業，而非選擇其他職業的因素：其一，新聞亂象層出不窮，但記者能夠揭露社會議題與呈現多元觀點。其二，能夠在短時間內接觸多樣化的人事物，成為第一手資料的傳播者，「記者有一個特質是，可以比別人更早知道會發生什麼事情，我們可以把這件事情跟別人說，我滿喜歡『求新』的感覺。」（受訪者 M）；其三，工作自由彈性外，記者工作能夠在初入社會階段快速成長。

此外，受訪者 B 從事第一份新聞媒體工作是在雜誌業做「類記者」，一方面的業務是採訪，另一方面是在做數位編輯，在此份工作滿六個月後，到現職的雜誌媒體滿擔任全職記者。在他第一份工作時，他觀察到記者仍是新聞產業的要角，「記者才是這一行最重要的角色」。過往也有研究指出，記者在編輯室屬於較重要的角色，傳統報業組織以記者為新聞工作的主幹、核心，而編輯屬於編輯室中次要或附屬職務的情形。值得另提的是，受訪者 B 提及自己做深度報導的想像，

「我對於深度報導想像就是：嚴謹的採訪與編輯流程」。熟稔媒體組織職務之後，他認為記者是一份值得驕傲的工作：

我是慢慢循序漸進看見記者的重要性，不管是薪資、公司對記者的重視度或是有沒有權力能夠發揮創造力。因為數位編輯的工作主要是下標、社群媒體經營，相對比較外圍的工作，比較像是後勤單位。在我接觸下，記者常常要採訪，獨力完成新聞報導，所以過程中就更感覺「如果要做新聞，就要做記者」。（受訪者 B）

2. 使命感成為記者工作的驅力

16 名受訪者中，多數提及當記者是希望能夠為社會做點什麼，如受訪者 B 描述記者這工作對年輕一代來說，「十分有趣」，他更認為「要更有使命感去關注一直關心的議題」。報社記者的受訪者 M 亦認為自己在做的報導能夠產生輿論，進而為社會帶來改善：

像是我們之前做移工議題，可能沒什麼人關注他們，或是不知道移工會遇到這樣的事情，如果沒人知道，那些相關法令就會沒有進步、改善，但記者做了，政府如果知道的話就會修法，另一方面，也會製造出一些輿論。（受訪者 M）

3. 多元角度看世界

受訪者提及除了認知新聞工作具有強烈的使命感外，利己而言，因採訪工作的需要，他們每天要接觸的人事物也較其他行業來的更多，如受訪者 N 所言：

「新聞記者有一個很大的特質是，每天接觸到人或做的事情都是全新或是不一樣的」。生活也多變化，甚至可以接收第一手消息。如受訪者 D 說，「記者工作跟其他工作最大的差別就是，其他工作每天在做很 routine（例行性）的事情，但記者工作就是每天接觸到的事情或遇到的事件都不一樣。」受訪者 F、G 亦表示，「記者」這份工作打開了他們的觸角，接觸到議題的雙方立場：

我很喜歡接觸新的人事物，像我從影音部調到新聞部，在影音部的話比較像是坐在辦公室的工作，但是到新聞部了之後，很常出去跑新聞，更開闊了眼界，所以我比較喜歡新聞工作。（受訪者 F）

它（記者）讓我打開視野，讓我變成一個更圓融的人，因為會接觸到不同的想法，會發現這世界上存在更多更有趣的人、有意思的想法，更值得你去關注的事。（受訪者 G）

4. 能接觸社會不同面向的人

迄今尚無新聞工作已不再吸引人的跡象，它依然是與歡與人打交道、充滿好奇心的年輕一代會選擇的職業（Harcup, 2009/董素蘭、顧淑馨譯，2016，頁 286）。因為新聞來源是報導的重心，當記者會接觸到不同的新聞來源，進而接觸到不同面向的人。如受訪者 F 所言之，「記者的生活比較豐富，會接觸到很龐大的人事物。」受訪者 G、L 說，記者的工作每天都在與不同聲音對話，理解社會現今脈絡，也是最接近社會的一群人：

它（記者這份工作）很活，會認識到不同人，……會看到各行各業的人，這個過程它讓我拓展很多事情，還有對社會的想法。新聞工作是在聆聽不同的聲音後，幫讀者彙整，或是提供不同的想法，促進思考，讓新的觀念與想法進來。（受訪者 G）

雖然說記者都是獨立作業，但我們幾乎每天都要跟不同的人講話，其實記者每天都在學習，可以說記者是最社會化的一群人，而且是跟社會最接近的一群人。（受訪者 L）

5. 工作方式與一般工作不同

（1）新聞產製節奏快

對受訪對象來說，記者是節奏快、高度變化的職業，且較少有重複的工作內容，如受訪者 N、J 即使從事不同媒介的記者，仍在工作模式上面臨相同情形：

新聞工作本身就是一個快速變化的工作，我個性不是很喜歡一直做重複的事情，新聞工作是一個高度變化、快速變動的工作，自由度也非常的高，能發揮的空間也非常的大。（受訪者 N）

我蠻喜歡新聞的工作模式，可以做自己的工作，也不用開會或浪費時間，做新聞的時間也比較短，其他工作的專案時間都拉太長了，新聞的節奏比較快。……像是電視新聞每天早上以及下午都一定要各交一條，電視新聞的節奏比較快。（受訪者 J）

（2）時效強

多數受訪者提到，「時間感」是實際進入新聞產業作為一位記者後，深有感觸與校園媒體、校外實習巨大不同之處。在高速變化、接收大量訊息並要快速消化之際，記者的學習與成長都會比其他職業來得更快，如受訪者 O 提及，一個社會新鮮人會需要的是一份能夠快速成長的工作，「畢業後我認為對我這個年齡來說最需要的是有成長性的工作，如果做這個工作可以增廣見聞我都接受。……對我來說，現在當記者是一份成長幅度可以很大的工作。」而受訪者 N 在訪談中提及，出社會後的首份職業身為「記者」讓自己的能力快速成長，是一件很幸運的事：

記者工作是一個可以讓自己成長很快的工作，我蠻幸運第一份工作是做記者的。（受訪者 N）

然而，受訪者 J 則提到「時間感」讓他在新聞產製上處於被編輯台催促新聞、被稿件淹沒的狀態：

當記者之後，我發現沒有這麼多時間可以思考，有時候根本還沒有偵查結果，就必須寫出那條新聞，我也不能知道到底有沒有寫對。因為時間太快了，常在思考「我把案情交代完之後，我有帶給觀眾東西嗎？」（受訪者 J）

（3）打破工作常規

王淑美（2018）訪談受訪者時，曾有受訪對象原先在媒體工作，後來轉職至企業端，不久後又重返舊職，原因為「媒體的工作較為彈性，可以有比較多自主的時間。「新聞工作就是工時長但彈性」（受訪者 M）、「不用進辦公室，時間很彈性，自由度很高」（受訪者 E），面對新聞工作，他們也有如此迴響。根據 104 人力銀行《職場力》的文章提及，90 後的 Z 世代除了重視薪資外，在職場上亦重視彈性的上下班時間與更自由的環境（104 人力銀行，2021 年 02 月 09 日），如受訪者 F、L 言之：

當記者的人，大概都是不喜歡被關著生活。（受訪者 F）

我會喜歡記者這個工作，是因為他的工作模式。記者長時間需要在外面跑來跑去，記者也不需要坐辦公室。（受訪者 L）

6. 「心中有讀者」概念更強烈

受訪者 G 提及校園媒體跟業界最大的不同是：你會更有「讀者」這個概念。而這也間接影響到媒體組織對於記者的功能對應。像是受訪者 N、P 提到，組織會期待記者可以以讀者的角度進行報導，「想辦法用直白的方式讓外行的讀者聽得懂」（受訪者 P），而非只是制式的報新聞：

到產業面之後，會更有「讀者」這個概念。也會知道讀者的不同，導致媒體生產的內容。理解到大環境中每一家媒體的位置在哪，而這個位子會影響到

在媒體擔任記者時的實際工作。所以記者不是只有一種，每家媒體底下的記者有不同的「功能」，因為他服務的群眾不一樣。（受訪者 G）

（編輯台）會認為我們跟一般記者去跑新聞現場，也會希望我們帶給讀者比較多的知識量，讓讀者在讀完我們寫的這些新聞之後，可以學到新的觀念。

（受訪者 N）

三、記者是否為專業工作的反思

專業(Profession)意指具有專門的技藝與工作者，標誌著一個職業的獨特性，同時也代表社會對具有專業的職業會有一定的權威（黃芝瑩，2001）。新聞近百年走進高等教育殿堂，許多國內外大學成立傳播學院、新聞科系，明示著新聞是一種專業，需要透過高等教育機構有系統性地培訓具備這項專業能力的人才（潘乃欣，2017）。

本研究多數受訪對象都是主修新聞傳播專業的學生，僅有 3 名未受過新聞傳播的高等教育，他們即使未修過新聞傳播課程，仍在擔任記者前，曾前往媒體產業實習，或多或少在正式工作前都有接觸過新聞產業。高等教育、新聞產業實習提供的理論與實務訓練，皆在形塑他們對新聞專業的認知與認同，並藉由這把新聞專業的標準量尺評價新聞業界的表現，以及丈量當前新聞工作的專業程度。

（一）肯定新聞專業價值

羅文輝（1998）建構測量新聞從業人員「專業性」的量表，以「專業知識」、「專業自主」、「專業承諾」以及「專業責任」四個面向分析，測量新聞從業人員的專業性，找出專業性高的新聞工作者具有哪些特色，反之亦然。本研究受訪者面對新聞工作的專業性依照組織型態異同有些落差，再加上現今網路的便利性，主要作為快速傳遞訊息的日報記者就容易被取代，如受訪者 A 所述，「以前的年

代即使日報，大家還是很信任媒體，現在資料來源實在是太多了，可以有很多的選擇，所以漸漸覺得日報的記者容易被取代。」研究者歸納，本研究受訪者肯定記者具有專業的原因分述如下：

1. 有專業才有新聞信任

已故洛杉磯時報總編輯卡羅（John Carroll）把錯假新聞比喻成「污水」，而新聞業就是排放汙水的工廠，錯誤愈多表示社會不斷被污染，將形成一條污染公共輿論的大河，而好媒體應該好好清理這些污染，才能增加讀者信任（蘇蘅，2017年10月30日）。受訪者 A 提及，他任職的組織是秉持新聞專業來搏得觀眾信任，透過讀者捐款以維持營運，因此新聞是否具備專業上，他給予肯定的答案：

新聞工作是專業，在我們組織尤其是專業。因為我們花很多時間整理資訊……，我們訪問的東西也非常的深，寫的東西也相對艱難，如果要談新聞媒體的專業，我們在非營利媒體就是靠我們的專業來募款，所以我們都會把報導梳理清楚、盡可能找到問題的解方。（受訪者 A）

此外，受訪者 K 提到記者的專業來自於以不同方式的敘事方式報導、分析時事，有別於知識型 YouTuber，新聞記者更懂得新聞倫理與新聞道德，得以換取閱聽眾對新聞的信任。

我認為新聞記者有一定的專業，記者被訓練的是我們如何運用圖文、影音呈現表達現象或分析。……知識型的 YouTuber 可以分析整個新聞事件是很厲害的，但身為記者我認為我們做的新聞訓練更完整，像是新聞倫理規範的標準，可是網紅可能就不知道有這些新聞道德。（受訪者 K）

2. 用新聞專業為訊息守門

多數受訪者均提到記者的專業性。在他們眼中，記者的專業是在短時間搜集有利報導的資訊與判斷資訊的真偽。在撰寫報導上，用字遣詞能夠拿捏得精準以

及消息來源提供的訊息必須在短時間處理完，如同受訪者 M 所述，「記者在做的就是脈絡整理，所以記者還是有存在的必要性」。網路快速傳輸和散布的特性，使得資訊的傳遞與獲取變得更加容易，受訪者 E、I 也提到，記者的專業是在沒有標準解答的現今，能夠辨別資訊的真假以及受訪者提供資訊的是否有誤，判斷提供資訊的正確性：

記者的專業特質是，「跟人交涉的能力」，……要能辨別：他是不是在利用你或是騙你？很常見的是，有人會利用記者來增加自己的知名度。還有「資訊判別能力與搜集的能力」，……它不會有標準解答，但至少要有一定的判別能力，要能判別這是否有價值提供出來。（受訪者 E）

訊息要在短時間處理完，就是一件很難的事。比如說，我們早上九點到班，10 點就有一個案件，可是我 12 點就要出這條稿子，我只能去半小時的聽證會，可是我在一個小時內寫出一篇新聞稿，……。第一，要能夠在有限的時間，讓觀眾知道新聞時間的掌握性很重要；第二，「取捨」就是我們要訓練的；第三，新聞判斷、新聞重點分配，也都是記者的專業呈現。（受訪者 I）

「判斷」是新聞工作中最具專業的地方之一，受訪者 L 認為這是一份專業，他當記者兩年才開始能夠感受議題的關聯性，了解專業判斷對新聞工作的重要性：新聞工作是一份專業，因為新聞需要判斷。光是看一個報導有沒有新聞價值，就是一個專業了，這其實很難。我是跑報導兩年之後，才學到一點點東西。寫了很多報導之後，才會開始去想這件事跟那件事有沒有關聯，像是通常是問敏感話題比較會有獨家。（受訪者 L）

3. 越來越多媒體轉往解釋性報導發展

承上段所述，受訪者 M 提及很多人不重視新聞專業，他所認知新聞並非如網友所述，只要上網把大眾爆料內容整理改寫就好，他提到記者的專業來自於挖

出事件背後的議題，根據消息來源去做實際的訪查和延伸，做出來的成果必須是個言之有物、有意義的報導，進而理出議題背後的解決辦法，換言之，媒體將新聞素材做前因後果整理，並提出問題的解方。

新聞工作應該是專業，但很多人不重視。比如說，爆料公社的人，拍了個畫面，或是他陳述一件事情，但 PO 文的人不知道這件事背後的議題、影響，例如：以農地議題來說，農地現在很貴，他們可能只講得出來，「農地很貴」，但他們不知道前因後果，他不知道上下游、相互影響的結果，記者可以把這些東西整理出來，再把改進方式想辦法解決。（受訪者 M）

（二）對新聞專業產生質疑

受訪者 H 認為只要具有新聞以外背景的記者，透過新聞實務習得撰寫新聞的技術，得以成為當領域的專業記者，「因為入門門檻很低，只要有熱情、撐得住、願意進來，新聞組織都會非常歡迎你」（受訪者 H），受訪者 E 也同樣認為，「因為進入門檻低，有不少記者不是本科系出生的」。而新聞實務只要透過組織內部磨練即可習得，他們深刻反思新聞的專業價值何在：

新聞並不太算是一個專業，但有例外，像是如果你有財經背景、醫療背景，就會成為那個領域專業的記者，所以「記者」本身並不太算是一個專業。（受訪者 H）

同樣的，未受過新聞專業教育的受訪者 N，也認為新聞工作是入門門檻低的工作，但若要成為某個專業領域的當線記者，也需要時間專精該領域的專業知識：

新聞工作也可以是進入門檻很低的工作，要當一位記者其實也不用特別唸一個科系或是具備新聞相關的背景，但是如果要在新聞領域耕耘到一個成就或是被別人注意到，這是需要很長年的功力去累積而成的，因為新聞是涵蓋各

個面向的產業，當如果你在一個領域夠久，就可以變成一個領域的專家。（受訪者 N）

除了新聞的專業定位模糊，受訪者 F 則提及不時反思新聞系存在的意義。他提到，即便他是從新聞系畢業，但仍認為，新聞產製技術是容易養成的專業。他觀察當非新聞科系學生具有新聞以外的相關背景，也能進入新聞產業，而且對新聞工作來說還是加分條件。相較之下，新聞系所學生習得的專業技能若無結合其他專業領域如法律、財經等，他們會認為自身很容易被取代：

坦白說我一開始在投入新聞工作的時候，我會想為什麼要有新聞系？因為有法律背景、財經背景，有一個專業領域畢業的，相關的知識把它投入在新聞工作中，絕對是加分。可是像我是新聞系畢業，我只會寫文字、懂體例。像體例這種東西，大家不是寫一個月到兩個月就會了嗎？我一度質疑這件事情。雖然大家說新聞系比較有新聞鼻，或是新聞倫理等，但只要進業界你就會知道這些東西，我到現在還沒有很認同新聞是一個專業。（受訪者 F）

肆、小結

新世代記者投身新聞場域後，認知新聞產業現況與理想中的媒體型態有相當的落差。他們以新聞工作者的角度詮釋現今媒體產業的狀態，顯見他們對於自我身份的認知已從對新聞有興趣的學生轉趨為新聞產製的重要一員。

本節正是欲了解新世代記者對於角色的認知，以及他們從事記者前的想像與與實際落差。不同媒介型態的記者因著不同的動機與角色認知進入不同媒體。近半數受訪者認為擔任記者主要扮演著「傳遞訊息」的角色，作為讀者的眼睛，尤其電視記者更以「迅速將資訊段地給大眾」為首要責任，這與過往的研究相近。第二，本研究之研究對象中，認為記者角色具「解釋新聞」角色達 5 位，佔所有受訪者中三分之一。第三，亦有 2 位受訪記者認為他們具監督政府的功能。最後，

有受訪者認為自身具「倡議」的角色，透過他們報導，造就閱聽眾發言與輿論不斷，能夠影響社會。倡議者角色與社群媒體有密不可分的關係，新世代記者視社群媒體為消息來源、不得不重視的競爭對手以及協助擴大影響力的管道。

研究者理出不同媒體屬性的差異以及他們在新聞工作上的成就與挫折感。新聞工作對大多受訪者初入社會仍有相當的吸引力，儘管網路科技的出現，國內外都出現不少新興職業，但他們仍將記者工作視為職涯首選，研究者歸納出其因素：其一，他們體認新聞工作上使命感的重要性，希冀產出的報導能夠產生社會輿論，進而讓社會有多元的議題討論；其次，多數受訪者提及新聞工作能夠讓他們在短時間內接觸多樣化的人事物，打開他們看世界的觸角，接觸到不同立場。最後，在社會新鮮人階段，大多受訪者感受新聞工作節奏快、高度變化，打破工作常規，在職場上更為彈性與自由。親見「記者」仍是新聞工作的要角，多數新聞組織仍以記者為團隊要角，為記者在產業結構為不可或缺的角色。

第三節 新聞室的工作實踐

壹、數位新聞室對新聞實務的影響

何謂「數位新聞室」？當網路已成為內容產製和使用者消費新聞的重要平台，那數位新聞室就此誕生，更進一步，「數位優先新聞室」（Digital first newsroom）就是將最佳內容優先發表於數位平台，非向過往將其保留給傳統紙本媒體（林翠娟，2018；Garcia, 2015）。本研究訪談後發現，受訪者認為數位新聞室有如下特色：

一、組織面對報導重量大於重質的調適

媒體重視收視率、閱報率已非新鮮事，就組織而言，每則新聞的收視率或點閱率已成為「新聞競賽」，誠如受訪者 E 所述「媒體通常會很重視 PV⁵

啊！」受訪者 F 亦指出，「有時候我們組織，嘴上說不在乎流量，但其實如果流量很高的話還是會很高興，就是有點像口嫌體正直這樣吧！」擔任電視台記者的受訪者 D 也說到電視台主管選擇新聞的標準仍是以觀眾的喜好程度作為主要參考：

每一台的觀眾其實不太一樣，主管在挑選新聞的時候他也會從觀眾去考量。（受訪者 D）

受訪者 A 談到自己過往待在商業媒體時，「現在的新聞環境，就是會受到點閱率影響，主管也會希望你往點閱率高的方向前進。」而隸屬於網路媒體組織的受訪者 E 也談到，他所任職的組織發現即時新聞發布速度仍輸給同業，同業是發布簡短文字與照片以賺取點閱率，因此他所待的媒體組織在內容策略上從「重量」的內容產製方向轉往「重質的新聞」前進，更重視新聞完整度與內容深度前進，也正如他所認為媒體該有的樣貌：

基本上，我們很早就發現……2018 年蘋果日報很搶快，記者會開到一半，新聞推播就出來了，他們把網路新聞的特性用到極致，先發第一段、一張照片，就先發文了，後面再慢慢補，那時候我們要搶快，就搶不贏蘋果。公司有觀察到這個狀況，他們也希望我們可以走比較完整、詳細一點的新聞，我們算是重質的新聞，你要發完整的新聞，無可避免就是比別人慢。……現在開心的是來自，我把題目寫得很完整、寫得很好，這是我自己認為的完整跟好。

（受訪者 E）

⁵ PV 為 pageview 的縮寫，即頁面瀏覽量或點擊率，閱聽眾每刷新一次都將被計算一次，媒體組織通常以此作為衡量網路新聞的指標。

受訪者 A 與 I 亦表示，他們會選擇到目前任職的媒體，是因為能夠花足夠的時間把報導寫完整：

我希望我做的任何報導，都是「我做好了再出去」，如果時間很趕又要我出手，我就會非常沒有信心，另外就是我非常不喜歡這種生活，對我來說即時新聞就是高強度的快速自殺。……在非營利媒體做報導，很需要你對那個議題本身充滿憤怒跟疑問，你才會一直往下問，才能寫出深度的東西。（受訪者 A）

更值得一提的是，受訪者 I 認為組織重視公共議題的程度、觀眾對於媒體的信賴程度是他選擇媒體的基準之二，即便商業媒體能夠讓它快速成長，但能否保有生活品質與健康也在他的考量之中。他以非營利媒體所堅持的新聞價值做為參照，反思商業媒體在商業勢力的領銜下，無法堅持新聞理想，也不再是公共議題討論、替民發生的社會角色。

X 媒體對我來講是我很憧憬的一個媒體，因為可以談很多公共議題，在商業媒體沒有那麼多篇幅去講公共、小眾議題。……之前在實習的時候，跟記者出去採訪，會感受到 X 媒體真的有一定的信賴度，觀眾信任的 X 媒體不會亂報新聞。我們在觀眾之間是備受肯定的，有些議題比較小眾，這就是我們的獨家新聞。……我當初想進 X 媒體的原因，是提任何題材上比較自由，因為可以做到大家平常不會關注的議題。（受訪者 I）

二、媒體多角化經營：媒體進軍 Podcast，記者也要上直播

根據 2019 年路透社的數位新聞報告指出，台灣的 Podcast 收聽率有 38%，也就是等同於每三個人就有一人在收聽 Podcast。以全球現況來說，45 歲以下者聽 Podcast 的比例多過於聽廣播的人。研究者觀察，現代人生活忙碌，媒體盡可能搶佔其瑣碎的注意力，從 Podcast 收聽榜上來看，不時發現熟悉的傳統媒體，從雜誌、報社到新型態的網路媒體皆有在 Podcast 上插旗。受訪者 F 提到卓越新

聞獎為了鼓勵媒體創新，在 2020 年增設「Podcast 新聞節目獎」的獎項，由此可見新聞未來趨勢：

今年卓新獎也新增 podcast 獎項，這勢必變成大趨勢了，我記得我當時在訪中正大學傳播系教授胡元輝時，他也說到，新聞獎項像是一個新聞的未來趨勢，可以從新聞獎項的新增看到新聞未來的發展性。（受訪者 F）

閱聽眾汲取新聞管道越來越多元也讓記者們更加忙碌，在工作上除了採訪寫作之外，還需錄製 Podcast，受訪者 A 就提到他在工作上除了撰寫報導，還需要上廣播、Podcast 以談相關內容：

我報導寫完之後，我要去上廣播，現在我們有 Podcast，我也需要上。（受訪者 A）

而受訪者 B 也談到媒體組織為了使報導可以讓更多人看見，帶到不同溫層，他除了錄製 Podcast 外，還需要上直播節目，面對此現況，他並非為此感到抵抗，反而認為，因為報導由他撰寫，顯然由他來談最為適合：

現在有 Podcast、直播，所以現在會需要上節目或錄直播，我不太會排斥這些東西，理想上是不想要這麼麻煩，但上 Podcast 討論的議題主要是我在寫，所以能夠最直接的表達這些議題，現在就是要這麼多媒介，才能讓更多的人對議題產生興趣。（受訪者 B）

受訪者 P 則提到「我們公司也有在發展 Podcast」，媒體組織以多元發展的心態，他提及公司近來發展：希望可以從不同的管道闖出一片天，算是多多嘗試，也看閱聽眾的反應。由此可見，當科技帶來愈多媒介，媒體嘗試多角化經營，新聞工作者需要具備的軟硬實力也越多面向也越多。

隨著 2020 下半年 Podcast 在台灣崛起，不難察覺傳統廣播已逐漸式微，且這趨勢是全球性的趨勢，就連普立茲獎也首設 Audio Recording Award，參與對象以

Podcast 節目為主。Podcast 不如社群媒體會受演算法主導，節目分眾化更為明顯，從 Podcast 趨勢更顯見如今已是媒體分眾化的時代。

三、數位匯流下的重點能力

面對新舊媒體競爭、數位優先，現今記者必須掌握與閱聽眾的互動和數位相關能力，以符合時代要求（Garcia, 2010）。大多受訪者有提到新聞工作須培養數位工具意識，甚至是使用數位工具的能力，受訪者 B 提到他在就讀新聞研究所時「接觸滿多數位的東西」；但受訪者 F 則認為「數位工具能力是加分條件而不是必備條件」。

（一）理解數位元件與文字報導的搭配

受訪者 A 以產製經驗指出，記者要能夠理解數位工具、元件與內容的搭配，並以開放的心態接納其他部門共創的報導：

接納別人（編輯部以外的部門）做的東西，比如說我們工程師做了很多報導可以用的數位內容、元件、互動式網頁，要能夠理解一些數位工具是不適合用在報導上面，讓自己知道有哪些數位內容可以用。（受訪者 A）

（二）製作新聞圖表，協助讀者快速理解新聞

受訪者 N 則是提到媒體近年來重視新聞資料視覺化，新聞圖表編輯也成了記者的工作之一。他提到進到新聞產業需具備善用數位工具的技能，其一就是產製資訊圖表：

我們記者也需要自己會做圖表，像是使用數位工具的技能，跟我想像進來這個行業需要具備的能力其實是更高的。像是一些複雜的產業新聞或是財報相關的新聞，讀者很喜歡有圖表可以幫助他們去理解新聞報導。（受訪者 N）

（三）著重跨媒體新聞敘事能力

林照真（2017）研究媒體跨平台聚合，亦指出現今記者需具備跨媒體技能，BBC 要求記者要能寫、拍影片，以及運用 iPhone，一則新聞要有多種媒介版本，如此一來可以增加不同平台的聚合能力。受訪者 M 提到，在新聞產製上，除了採訪能力之外，需要學會增進拍攝、剪輯影片技巧，再者，還得運用無人空拍機、GoPro 等不同功能的攝影工具豐富新聞敘事：

現在的媒體都要有多工的技能，比如說，以前只要採寫或拍片、剪片，但你現在都要會，不可能去採訪只需要會採訪，還必須要同時拍照等。以我來說，我去採訪完，還需要自己剪輯影片，必須要會很多技能。像我最近，還需要去學空拍機如何使用，而 GoPro 本來就要會，因為這些本來就是我們拍攝的一環，像剪輯軟體，我們本來就要會 Final Cut、Premier，但現在還要去學調光等一些技術上的技巧，確實跟以前當記者不一樣。（受訪者 M）

受訪者 F 提到「影音新聞」的重要性，「現在的媒體在快速奔馳，……影音會越來越重要」。網路、社群媒體打破傳統載具的枷鎖，受訪者 K 也提到他與影音記者共同執行一篇報導，影音兼具視覺與聽覺的享受，儘管文字報導再吸引人，但點閱率不及影音報導：

我跟影音記者拍同一個專訪，都上社群媒體宣傳時，我的文字新聞報導的互動率、點閱率都不及影音記者的十分之一，眼睛是很容易刺激人類的感觀。

（受訪者 K）

受訪者 L 指出由於組織人手短缺，因此有時他除了採訪寫作的工作，也需靜態、動態攝影，新聞報導需要結合文字報導與影像報導：

除了採訪寫作之外，有時候還會需要攝影，因為攝影記者的不足。影音有時候是會稍微要求，工作內容主要就是錄下來，我大概拍個 20 秒的片段，然後放在我的新聞當中。（受訪者 L）

同屬報社記者的受訪者 C 也提到，他每天除了撰寫新聞之外，工作績效上的 KPI 也有影音報導項目，他大多時候是使用手機進行拍攝，由此可見簡易影音技巧也在記者工作能力範疇中：

現在的 KPI 有一則影音，那影音很簡單，不需要上字幕，就用手機拍個，最常就是在活動中，企業高層主管會致詞，就用手機拍之後剪一分鐘以內，寫一篇 200-300 字短文，然後就成了一篇報導。（受訪者 C）

（四）基本功和社會責任仍是數位匯流下的重點能力

受訪者 C 指出，剛進入新聞產業擔任報社的菜鳥記者可培養的作為記者的基本功：「像是找獨家的能力、寫作能力、人脈培養能力」，受訪者 L 提到他當記者的初衷是，「我要有不怕死的心態，也就是說不要怕得罪人……當記者就是要讓大家知道的社會責任」。許多獨家是靠誠懇、敬業以及敏銳的新聞鼻才能嗅出來，還要加上「磨功」，才能寫到一則獨家新聞，而採訪到獨家新聞是記者的天職（朱立熙，2019 年 08 月 08 日）。誠如受訪者 L 提到新聞鼻與人脈經營對於新聞工作的重要性，「新聞鼻這個東西，在一剛開始工作前一兩年是比較沒有的，有時候要想得更多一點，像中天撤照議題，要開始想的是有沒有人要這個頻道？另外，跑新聞台跑久了，會開始有一些人脈，但發生一些事時，重點人物就會先跟你講新聞，這就是經營人脈的好處。」

同樣擔任報社記者的受訪者 G 也認為，「記者最重要的還是深入淺出，這應該是到現在都還在學的，這才是最關鍵的能力，以及釐清楚真正的問題跟用對的

方式說。」網路媒體當道的時代，許多新舊媒體鋪天蓋地使用數位敘事（Digital storytelling）來呈現新聞報導，抓住閱聽眾的眼球，任職於網路媒體的受訪者 A 則認為：

文字記者最重要的還是文字，所以我會把 95 % 的心力放在文字上。（受訪者 A）

（五）透過組織內外資源提升自身技能

近年數位內容快速發展，媒體組織目前面臨的挑戰從提升內容力到整合影音、文字報導等各平台內容，該如何強化自身能力？受訪者 M 定期參與新聞相關聚會，以及運用新媒體相關線上社團增進新聞產製技能，以了解國內外新聞趨勢：

我們會去參加新聞科技相關的聚會，同時加入臉書社團【新媒體研究所】，像是 HH 小聚，會有相關的技術，我們也會去那裡自學。（受訪者 M）

此外，長期跑國際訪談的受訪者 K 提到，組織內的新聞工作者都會在不同方面進修，有人學第二外語或是看不同種類的書，而組織也會以「員工福利」的方式培養記者的軟硬實力，像是他藉此學習國際訪談邀約書信撰寫：

我們在 Hahow 有企業訂閱，我可以在開課網站上找一些我有興趣的課程，而我上了英文書信課，因為我常會需要採訪國際相關的人士，我有時需要跟國外講者聯繫。（受訪者 K）

貳、記者在社群媒體上的使用

一、社群媒體成為記者的主要新聞來源

網路時代，許多人的新聞來源來自於社群媒體，不僅一般閱聽眾吸收新聞管道來自社群媒體，就連記者每天也花大量時間在社群媒體上，以尋找新聞來源，

劉蕙苓、羅文輝(2017)研究指出,97%的記者每天使用社群媒體輔佐新聞工作,記者們也大量的從社群網站獲取資訊(林照真,2014;Newman,2009)。

本研究之多數受訪對象亦表示他們社群媒體的存在大大影響他們的工作。受訪者 H、D 每天在社群媒體上尋找新聞素材,從中發現值得發展的獨家新聞;此外,受訪者 D 認為社群媒體是雙面刃,它讓記者容易被看見,成為記者的助力,反之也因為社群媒體具有公開的特性,「酸民文化」成了這時代的產物,記者不時遭到網友惡意攻擊:

社群媒體對我的作用,會成為我每天的新聞來源,臉書比較會是我的新聞素材,臉書其實是最貼近民眾的平台,有很多值得發展的獨家、新聞。(受訪者 H)

社群媒體讓我們媒體工作生態全變了,現在大部分的題材都來自於網路。再來就是網友又可以輕易地找到記者,我曾經就遇過網友直接私訊我。網路是雙面刃,因為網路,記者比較容易被注意到,網路成為記者的助力,當你被看見的時候,就更有聲量。第三,網路為查證的多一個管道,但在引用的時候要特別注意,當事人有權不讓記者引用。(受訪者 D)

Sacco & Bossio (2017) 研究社群媒體對於新聞工作者影響,也提到,社群媒體促使新聞專業及私領域之間的界線模糊,與本研究之受訪對象所述也很相近。

再來,社群媒體提供任何人發表自我聲音的管道,致使該領域專家、公眾人物無需仰賴媒體作為發聲媒介。受訪者 K、M 提到關鍵意見領袖(KOL)與記者之間的關係,像是他們會追蹤 KOL 的自媒體、探索同線路的相關線上社團,藉由社群媒體延伸內容的深度、找到關鍵受訪者。此外亦與 KOL 建立良好關係,由他們分享媒體內容,接觸更多不同溫層的閱聽眾:

像我們會追蹤一些意見領袖的社群媒體,有些我自己領域內的趨勢是從他們的臉書看到的,就會私訊他們探究更深度的內容,他們算是我們寫報導的消

息來源之一，我們也加入很多臉書社團。有時候也會增加一些文章的點擊率而分享到相關的社團，……我們當時有跑相關的報導或數位專輯，同事就有把我們做的新聞放到社團，就得到很多閱聽眾回饋。（受訪者 K）

我們會用社群媒體搜集資訊，像我們的話，現在很多非營利組織都會經營社群媒體，我們也會去親近某些社群組織，如此一來，我們可以得到更多領域內的資訊，找關鍵的受訪者，對我們社群上的影響也很大，像是你找到一個人，他有他關心的領域的網絡，他們相關組織的話，你就會認識一票相同領域的人，這樣報導擴張比較快。或是，我們會很重視某些意見領袖的發言，他的發文我們會去看，KOL 發文後，有時候分享數會變超多，那些意見領袖的臉書有時候也變成他們的自媒體，這也是趨勢之一。（受訪者 M）

然而，儘管臉書是消息來源，但仍有記者憎恨社群網站快速更新，且隨時隨地進入的特徵，因此新聞工作者必須追求大量快速的新聞流(news flow)的呈現。受訪者 F 的工作模式受社群媒體宰制，因此厭惡社群媒體的存在：

我恨臉書。比方說，很多藝人會在臉書發文，那記者就會馬上需要發稿，但這是現在媒體的型態。（受訪者 F）

二、記者不得不重視強勢媒體

2016 年路透社的新聞報告就指出社群媒體超越電視，成為年輕人閱聽新聞的主要管道。到了 2020 年，人們使用的社群媒體則以 Facebook、YouTube 與 Instagram 為最多，誠如受訪者 M 所述，「現在大家接收新聞的方式太多種類」，新科技徹底改變了傳媒生態以及閱聽眾接收新聞的方式，社群媒體的出現，讓我們接觸到不同領域、傳統媒體以外的資訊。

受訪者 B 觀察，過往在沒有社群媒體的時代，多數人僅能透過新聞管道取得資訊，但網路與社群媒體的衝擊，加上記者的娛樂功能被要求加深，新聞的正確

性已漸漸被虛無化。此外，「社群媒體的出現，讓我們更分心，它是跟我們內容競爭的平台。」（受訪者 B）社群網站不僅阻斷讀者與專業新聞媒體的連結，也近乎消滅了人類對於長篇文的閱讀習慣。受訪者 B、E 觀察，現在專業新聞的替代品過多，閱聽眾的閱讀習慣改變，閱聽眾敘事體驗的變化成了記者撰寫報導上的艱鉅挑戰：

20 年前，大家願意看深度內容、長篇報導，但現在替代品太多，像是 Instagram 的限時動態，一些比較軟性的內容，這些內容跟深度內容相護競爭，所以這時代的讀者沒有喘息的空間，大家上班可能已經很累了，下班不會想再看一篇深度報導。（受訪者 B）

我有段時間，把端傳媒停掉，因為每天都要看這麼多資訊了，那個負擔太重了。那對一般讀者來說，在公司上班，一整天工作這麼累了，這東西短期內，跟我生活沒有太大關聯，看這些深度報導負擔實在很重。有時候不是閱聽人素質夠不夠，是大家還有沒有力氣吸收新聞。（受訪者 E）

三、記者需要經營社群媒體

除了撰寫新聞報導外，記者還需要經營組織的社群媒體，使用它來觸及大量的受眾，受訪者 M 表示，「如果社群媒體沒做的話，用手機的人就看不太到你的新聞。」Willnat 與 Weaver（2014）的研究也指出，有超過六成的記者認為社群媒體可以更貼近閱聽大眾。

再者，受訪者 I 的工作除了如一般記者要跑線、採訪、報導之外，在數位轉型下，也受組織要求經營 YouTube 頻道，循此可發現，年輕記者除了要學習經營社群媒體之外，亦要練就影音編輯能力：

因為現在公司組織有自己的 YouTube 頻道，所以有時候我們記者要節錄片段、上文稿與關鍵字以及影片的標題要怎麼下，才能讓更多人點擊進來，這是我們要想的工作。（受訪者 I）

此外，3 位電視記者提及當前電視媒體組織會希望主播、記者可以在社群媒體上經營個人品牌，誠如受訪者 D 提到，組織藉由記者自己經營品牌來增加閱聽眾對組織的黏著度：

長官鼓勵我們可以經營自己的 Instagram，長官也會希望我們有個人的品牌特色，像是如果去採訪也可以 Po 在 Instagram 上跟大家分享，讓更多人看我們的新聞，更多的認同。（受訪者 D）

過往也有研究指出，在臉書建立公開的記者形象，觀眾可能對其抱有的新聞專業有所期待，社群影響力、觀眾對他的信任也會隨之增加（邱彥瑜，2017）。受訪者 H、J 提到，組織並不會要求記者經營自己的社群品牌，但會命令主播經營社群媒體上的粉絲專頁：

我們公司不會強迫我們經營社群媒體，但是我知道友台會希望會強迫主播開粉絲專頁，然後需要經營、每天都要發文。（受訪者 H）

在經營社群媒體這塊，對於記者的話，公司不會要求，但主播的話，公司會希望可以開個人粉專。（受訪者 J）

新聞主播經營社群媒體粉專是近年來才逐漸成形的現象，也被業界視為顯學（劉佩姍，2019）。他們未必排斥經營社群媒體，但無論是組織或新聞工作者皆必須掌握界線，經營策略必須要具備公共價值與正面影響力。劉蕙苓、羅文輝（2017）研究指出，記者對社群媒體的態度呈現矛盾，大多數記者認為社群媒體會降低新聞品質，但也有記者認為社群媒體可增加新聞的影響力與多元觀點，綜上述該研究和本研究發現相像，顯示社群媒體對記者的影響利正負皆有。

參、數位新聞室的社會控制與協力合作

一、新世代記者的新聞產製概念

(一) 活潑、口語化的表達方式

擔任電視台記者的受訪者 D 認為，他在產製新聞時最重視新聞的呈現方式活潑、多樣化，以及高靈活性：

最大的不一樣來自對新聞活潑度的掌握，像比較資深的記者以傳統的作法產製新聞，比如說用比較乾淨的畫面來做新聞，對於新聞都希望四平八穩；但年輕記者把新聞做得很活，像是特效之類的，年輕記者在畫面的靈活度來得比較高，對畫面的呈現也比較多樣化。（受訪者 D）

然而，面對新聞室主管力求畫面「情緒感」豐富，要求記者呈現負面情緒畫面時，他也會在乎新聞的真實性，並與資深攝影記者討論後，產製出新聞：

像是疫情新聞的時候，有些長官會希望可以做得很有情緒，比如講出染疫的機師多惡劣，一開始公司的長官們在編輯台開會的時候，希望我可以問到機師在工作上的防疫情形，但是機師工會內部不透漏，我就跟公司內部說機師工會不願採訪，但編輯台希望有「多惡劣」這樣的畫面。

後來我跟攝影記者到機場做一個 stand，對新聞台來說，有 stand 的畫面的新聞的收視率通常會比較好，比你平鋪直敘來得更好。我跟攝影記者討論之後，攝影記者問我要不要街訪。所以我後來就街訪，然後也做 stand，後來長官也回報給編輯台。當下長官有問我說要不要放名嘴在社群媒體上很生氣的貼文，但搭配的攝影記者認為沒有這個必要，因為這一則新聞是要展現畫面的，有情緒才會有畫面，但如果放文字情緒張力就沒有這麼大。（受訪者 D）

（二）展現不同角度、多邏輯的報導

在內容策略上，受訪者 I 提出他認為理想的新聞播報形式，不再以單點式的新聞呈現，而是從點連接到線、再到面，循此探討當前的社會現象：

優質新聞是「議題式的新聞」，而不是太過單薄的新聞報導，單點式的新聞太狹隘了。……新聞的堆疊其實很重要，因為他會讓觀眾有不同的面向思考。在製作議題上我比較考量的是，把一個訊息說清楚。我其實蠻常跟資深記者請教的，我知道有些記者會互相交換稿子給對方看，彼此看得是同樣一場談話，但每個記者的切角、結構與邏輯不一樣。（受訪者 I）

（三）重視議題的延伸

受訪者 E 提到，他會要求自己能夠產出更多類型的議題，而非僅有某些議題以週期輪流產製，期待在報導上能夠破除「月經體」的議題呈現：

他們（資深記者）就是認命吧，時間到了就寫這個，……。我剛開始一兩年會排斥寫月經體，我花了這個力氣，第一，大家都做過了；第二，我也想不出什麼新意，就卡這麼久，寫起來很沒力，後來就想辦法硬去鑽一些不同的點出來，但那個就是你要花很多時間去找很多數據或是稍微不一樣的東西，其實滿累的，而且以工作來講 CP 值不是很高。（受訪者 E）

（四）透過讀者反饋審視受眾關注的趨勢脈絡

據研究者歸納整理，4 位受訪者表示新聞室十分在意閱聽眾對於報導的回饋，誠如受訪者 I 表示「長官很常看讀者來信、閱聽眾的回饋。」受訪者 D 觀察，主管挑選新聞主要歸依收視率，「如果他挑選擺爛的新聞，但收視率很高的時候，他下一次就會繼續挑選這個題材」。受訪者 B 認為組織重視用戶對品牌的信任感，因此要求記者平衡報導，但對他來說，「這是『虛假的平衡』，為了平衡而

平衡，事實上已經偏離事實，主管會希望我們做到政治立場上表面的平衡，比如說，我們批評藍營的一個人，那他可能會希望你也找到綠營也值得批評的人。高層主管會希望我們看起來很中立，但其實年輕記者滿無言的。」

受訪者 G 提及透過「反饋」，能看出議題是否在社會或政府方掀起討論：我們的讀者包括政府，它有沒有因為我們產出的報導去做實際的改善，也是很重要的評估方式；或是，有沒有在台灣社會掀起一波討論潮，這就是『影響力』的 KPI。（受訪者 G）

受訪者 A 所待的組織近年發展 Podcast 節目有成，他也會參考收聽者的回饋，「開了 Podcast 之後，讀者都會回饋說希望可以有什麼樣的題目，我有時候會參考看看。」此外，受訪者 N 認為觀察新聞流量的數據，能夠了解閱聽眾的的喜好，「可以觀察出脈絡可循，這會對新聞工作很有幫助」。

（五）產製內容上不同世代的扞格

受訪者 B 則提到，年輕記者會與資深記者討論，但大多時候都是年輕記者被說服。雖是雙方討論前就知道的事實，但顯見他們仍不畏衝突，讓組織內較年長的管理階層知道時下年輕人的想法：

遇到衝突的時候，我會提出來討論，結局通常都是我們年輕記者被說服，應該說一開始就知道會被說服，但就是想說要表達一下現在年輕人的想法讓老闆知道。我們的主管算是滿開明的，會想知道年輕人的想法。（受訪者 B）

此外，受訪者 L 亦有提到新聞室長官鍾愛傳達報社性格的新聞素材，或是受訪者 E 提及管理階層對於新聞用字、傳統新聞格式與年輕記者具有認知落差：

我們的議題其實可以自己選也很廣泛。有時候會遇到長官有很喜歡的議題，或是有他要傳達報性的議題，……。有一半是因為報社的立場，另外一方面

是我自己也蠻常碰觸的。如果是跟報社立場不相符的新聞報導，長官也會撤掉新聞。但我有遇過的是，如果有提到中國的藝術家或是戲劇演出，是比較不能寫，這算是我們報社的潛規則。（受訪者 L）

很多記者都會發現我們跟前輩記者想法上有些落差，他們對媒體的想像比較有框架、新聞有一定的格式跟寫法，或是有新聞用語，他們很重視這些東西，但我常發現，一般讀者不喜歡看這些東西，甚至用新聞體例下來寫，他們有可能是會看不懂的。就比如，政治新聞或人事新聞很常寫到「真除」這兩個字，一些政治新聞記者都會這樣寫，但有時候新聞一發出去，尤其網路時代，很多讀者根本不知道「真除」這兩個字。或是一些傳統習俗，年輕記者不知道，我就發現這是一個世代差距。（受訪者 E）

二、通訊軟體的指揮與管理

（一）記者透過 LINE 群組與組織內外溝通

幾乎所有研究對象都提到在工作上使用多個 LINE 群組。他們在 LINE 群組中接收公司長官的工作指令、聯繫企業公關，如受訪者 C 提到組織設立 LINE 群組作為新聞室的用意為，「記者需即時接收訊息」：

像我們在外面跑，最主要就是希望可以趕快聯絡到記者，所以打電話或是 LINE 最方便，通訊軟體的其他功能沒什麼意義。包括企業的公關也都用 LINE 聯繫。（受訪者 C）

我們都是用 LINE 溝通，但用 LINE 有痛苦的地方，當你不讀不回的時候，長官就會直接用電話聯繫你。……我們都是用 LINE 通訊軟體，組織內部對所有記者也是用 LINE 的群組，記者與攝影記者、後置也都會有 LINE 的群組，LINE 就變成了輔助跟溝通的管道。我們還有一個全公司的群組，群組

中有四百多位成員，只要有任何新聞回報這裡，編輯台都會看得到。像有時候在群組中，長官或編輯台就會直接開罵。（受訪者 D）

另一方面，他們與同業創立 LINE 群組，「記者跟同業之間也有群組。」（受訪者 D）以交換採訪訊息、會稿，「永遠緊盯著 LINE」成為他們的工作日常寫照。受訪者 H 運用 LINE 通訊軟體與同業的資深前輩聯繫，以求證新聞：

我們跟警察互動的時候，有時候會去請教資深記者，警察有時候會騙人，在一些案件的時候，警察不一定會說實話，而我會去跟資深前輩告狀，通常資深前輩都會很兇，資深前輩會是很正義的一方，會在 LINE 群組裡面瞧分局。會問分局說怎麼把警察教成這樣，怎麼會騙記者呢？LINE 群組其實是一個大家公共的框，警察跟媒體都會有一個 LINE 群組。（受訪者 H）

當前台灣媒體組織普遍使用 LINE 作為內部、同業溝通管道，記者們在工作上無不需要它。即便下班了，記者仍處在隨時待命接收訊息的狀態，受訪者 I 提到，LINE 群組不斷跳通知，讓他沒有離開工作崗位的感覺：

LINE 也是有困擾的地方，休假沒有休假的感觉，在新闻这一行，明明在休假但还是會一直收到工作的訊息，雖然我們做這一行都是對新聞有熱情，但有時候想休息還沒有辦法休息。（受訪者 I）

（二）少數組織透過 Slack 共創協作新聞室

也有部分受訪者提到 Slack 通訊軟體，受訪者 A 任職的組織以 Slack 為新聞室。Kiss (2016) 指出，目前各地新聞機構日常營運最受歡迎的就是 Slack，其中客戶包含半島電視台、Buzzfeed、泰晤士報、華爾街日報與衛報等，但以台灣的媒體組織而言，受訪者 F 指出，「比較新創的組織才會用 slack」。Slack 的功能能夠橫向協作、組織透明化以及提升團隊士氣 (Owen, 2015; Perkel, 2017)。受

訪者 C、E、F 都提到台灣較少組織使用 Slack 的原因是，新聞室的主管年紀較大，對於數位工具不熟悉：

新聞界長官年紀都滿大的，他們的數位接收能力有點弱，沒有臉書社團、slack 群組。（受訪者 E）

如果是用 slack 的話，組織成員年齡都在 30 歲以下，記者也都沒在外面跑，用 slack 最方便了，但我們組內的同事年齡大概都 30、40 歲左右。（受訪者 C）

Slack 除了實現跨地理區域的合作，也有助於消除工作與私領域的界線，同時為管理階層形塑新聞室文化（Bunce, Wright, & Scott, 2018）。組織以 Slack 作為主要通訊管道的受訪者 A 認為，他在通訊軟體上將 Slack 與 LINE 做出不同功能的區別：

我們主要是用 slack，跟 Line 區別就很好，然後我就很不想開 Line。Slack 有一個功能就是可以設定你在線上或線下，找任何工作項目還算蠻方便的。（受訪者 A）

三、新聞室協作的三種模式

（一）順服：服從新聞室政策

研究一共採訪 4 位電視台記者，3 名電視台記者提到電視台步調快、報導內容大多由編輯檯決定。如同受訪者 J 提到，「在電視台的話根本沒有時間跟長官 argue（爭論）。」受訪者 D 也有提到此狀況，記者能左右報導的空間不多：

我自己觀察，公司內部的記者不太會跟長官對抗，因為現在採訪時間就已經夠少了，我還花時間跟長官對抗題材，大部分都是接到題材，我就想我要怎

麼去完成這個任務。……記者一直以來都沒有新聞自由，都是編輯台決定報導內容，我們只能跟編輯台溝通，希望編輯台可以採納我們第一線記者的建議：在不影響自己，不影響他人的情況下，把新聞平衡出來。因為編輯台出題材方式有時候是很犀利的，我們能做的就是把真實的採訪狀況一五一十的告訴編輯台，由他們來決定還要這樣報導嗎？記者可以報多少內容也是由編輯台決定。（受訪者 D）

受訪者 D 還提及記者提供新聞訊息，而由新聞室長官決定是否採用，有時候組織也會直接指定新聞題材，指示記者達成要求並完成報導，他以「點菜」的方式形容新聞室的現況，負責購買新聞食材、擔任新聞主廚的記者不能擅自篩選新聞，只好轉念把自己角色定位成「公司員工」，而非被人民賦予第四權角色的記者：

長官就像點菜一樣，點今天要上哪幾則新聞。……，有些記者報導那種「三樣自助餐\$120 很貴」、或是「吃麻油雞吃到一根頭髮」的這種新聞很鳥，還去街訪民眾，但我們組織特別愛這種新聞，我偶爾也會很不想做這種白癡新聞。這些新聞來源多半來自爆料公社，沒頭沒腦的訊息，有時候題材很瞎很白痴，我們記者也會很無奈，這算是工作上跟我價值觀不太相符的工作內容，但就會轉個念告訴自己「我就是來工作的，也不要帶這麼多情緒。」（受訪者 D）

甚至，如受訪者 F 所述大多數的媒體組織，「主管還是會有喜好偏好，所以還是由新聞室決定。」他甚至還提到，雖然組織沒有要求記者點閱率的要求，但仍有考績壓力，而且考績是由組織主管主觀對記者的評價：我們並沒有點閱率 KPI 的壓力，考績主要是看表現，所以會有點主觀。（受訪者 F）由此可見，能否符合組織要求，有時成為評鑑新聞工作表現的重要指標。

受訪者 I 則透露，組織內部主管對於政治類的新聞「通常是長官指派，不太會由我們記者來報稿。」但若是對特定議題有新意，可以透過報稿與他們討論，主管也會適時給予建議：

特例事件要做議題的話，我們通常會寫報告單給長官，他會看題材是什麼，要跟時事結合以及脈絡非常重要，還有一個長官會看的東西就是這個議題背後的議題有什麼，像是反送中事件不會只有談反送中，還有可能遷到另外一個面向是「國安法」或是台灣會不會設「難民法」，所以我們報稿的時候通常不會只有報議題本身，還有議題背後的議題。（受訪者 I）

由於市場導向的興起，商業媒體面對商業利益仍是重大考量之一，因此現今的媒體現況演變成「新聞價格」重於「新聞價值」（李祖舜，2004），同時，記者受廣告主或受訪者「馴化」（tamed）。受訪者 C 在新聞產製經常遇到新聞室認為，「我們是產業新聞，報導的都是公司名氣大、規模大，最近在熱點上，或是企業發生大事情，差不多就這幾個面向。舉例來說，大公司發生小事情，我們公司會報導，但是小公司發生大事情就不一定會報。」而受訪者 O 也有提到他所待的組織也有此情形，是故報題時題目上也有限制：

雜誌的封面故事需要銷量、廣告效益也要顧及，而之後出刊有時候會需要話題性，所以有時候做一些題目會有限制。（受訪者 O）。

（二）協商：記者能與管理階層互動與溝通

面對掌握權力的媒體組織，多數記者還是願意與新聞室溝通，受訪者 K 有提到，他們組織每週固定一次開會，成員事編輯部主管與記者，成員會在這時間討論接下來一週的題目：

我們的工作上獨立自主性算是高的，可以跟主管討論要做的題目，產製方式是：每週一開編輯會，跟組裡討論這一週要寫的題目，組裡面會有記者、編

輯及主管，大家都會帶題目來開會，在這個會裡面大家會知道哪些新聞要跑或不跑。（受訪者 K）

而受訪者 D 也有提到，他作為記者，同時也是幫公司把關的角色，因此當新聞具有風險，他會與新聞室溝通，這也是在幫保護自身權益：

如果有遇到長官指派我做的新聞跟我採訪出來的新聞有出入的時候，我會跟長官溝通，因為這樣是幫自己把關也是幫公司把關，我會告訴長官某條新聞的風險存在，我也會跟公司講我的疑慮，因為這樣講了之後也比較不會擔心，出事的話，只有自己一個人扛。（受訪者 D）

此外，過往也有相關研究指出，當新聞系學生在校內實習過程中，能夠自主決定題材、寫作，能夠讓新聞產製成為一件快樂的工作（潘乃欣，2017）。當研究者進一步詢問受訪對象發現，3 名受訪對象表示他們所任職能夠給他們「題材自主」，顯現儘管許多組織限制記者報導題材或內容時，仍有組織尊重記者專業，做出專業報導，誠如在非營利媒體的受訪者 I 所述，「我們組織的記者的獨立自主性高，但是如果像商業電視台一樣，會做像是國慶大典官員位子的排列，那長官就不會給做這種題材。那如果像我們是做小專題或是系列報導，長官就很給我們空間，……長官也會適時地給方向、精簡內容，多鋪陳幾句讓事情的脈絡更加清楚。」受訪者 A、N、E 也提及組織給予記者新聞自主，研究者亦觀察到組織若給記者較高的新聞自主空間，可強化記者對於新聞志業的承諾：

組織很希望記者自發性的去找議題，不是主管指派給你的，他們現在都讓我們這些年輕記者自己報題。（受訪者 A）

主管並不太會管記者，但他會建議題目可以怎麼樣設計、找缺點，但如果記者寫的言之有物、有架構，基本上主管也不太會干涉記者太多。（受訪者 N）

我們自主性滿高的，記者是可以有說真話的自由。（受訪者 E）

（三）從單打獨鬥到團隊合作再到跨組織合作

多數受訪者提到現今新聞產製多是以跨部門的合作方式完成，5 名受訪者提到，現在當記者還需要與外部資源共同協作，除了取得更多元的技術外，也讓議題在不同溫層發酵。誠如受訪者 A、G 都有提到現今新聞工作都須跟不同部門討論，擴大閱聽眾對新聞的想像，像是新聞圖表、數位專輯、影音報導等，因此溝通協調能力在今日的新聞工作上更重要，許多媒體組織對於記者的工作模式不再如過往獨立作戰，尤其「以網路媒體或紙本媒體來說，還需要具備跨部門溝通的能力」（受訪者 N）。

在我們組織裡面很多東西都要跟不同部門一起討論，上次跟設計部門討論圖表的呈現，呈現方式的話就是工程師的工作。……像我們組織最近發新書，我要去跟與會的講者協調在講座的講稿，這些都是我要做的。（受訪者 A）

我待的媒體組織之新媒體部門本身是很多工的環境，要處理很多跨部門溝通，要處理一個大專題，就是要跨部門整合，剛好那時候，我們也要做社群，也要做影音，有些合作計畫，需要新聞露出，那些東西都是我來寫，我同時也要做大的專題。（受訪者 G）

受訪者 K 則提到他為記者除了產出每個月固定量的報導之外，也須跨部門籌備線下活動：

我每個月大概產出四到六篇報導，一篇通常一兩千字，除此之外我有時候還需要籌備一些線下的活動，這是屬於跨部門的活動。（受訪者 K）

受訪者 M 更提到，目前的工作需要尋求外部資源共同合作，「我們得尋求一些外部資源，像是找「GOV」、「用數據看台灣」合作，其實這些也是我們記者也要負責對外溝通的能力。」

（四）新世代記者理想的共同協作方式

新聞自主是新聞工作自我認知重要的一環，同時亦為學者在研究專業性中所認同的首要價值（劉蕙苓，2011）。本研究的目的即是希冀能夠透過與新世代記者深度訪談，整理出他們對於新聞工作的想像與理想的工作環境，而「理想」本來就有不易實現的特質，研究者認為理想的設計亦來自於設計好的社會制度，儘管落實不易，但這些理念的提醒，總能讓新聞室在共同協作上更有方向。4 名受訪者於訪談時，有提到新世代可能理想的管理階層編輯政策、主管領導方式與工作模式。

1. 管理階層的編輯政策

4 名受訪者有提到現今組織內部在編輯新聞上更重視新聞標題（以下稱「下標」），而業界的下標與新聞教育中的新聞報導技術養成仍有落差，乃為學術與實務上的認知不同。儘管記者們在寫完報導後下的標題，但編輯台仍會以市場考量做修改，如受訪者 H 所說：「像我們記者下的標題，到編輯室都會被編輯改掉」，組織為的都是吸引更多的點閱率，受訪者 A 也表示，當他所寫的報導標題被改掉時，會引發他的不悅：

標題被改的時候那時候我就超級不爽。舉例來說，主管認為這個標題很中性，但我看來超級歧視，我會很生氣。媒體不是不能有立場，問題應該是在你不是完全的藍或是綠媒，而不是你完全沒有立場。（受訪者 A）

受訪者 K 也提到，在新聞產製上，記者與編輯在標題上若有異議也會進行溝通，不會放任新聞標題只求誇飾、吸睛，甚至與新聞內容脫鉤：

我們跟編輯通常不太會有衝突，但還是有些事情會需要溝通，比如說下標，我認為報導的標題可以吸睛，不能有內容跟標題完全不符的情形，或是標題下的太誇張，導致讀者思考方向跟內容不一樣。（受訪者 K）

而以新聞選材來說，承「服從新聞室政策」當節描述，受訪者 C 所任職的媒體大多以規模大的企業為報導主軸，然而受訪者 C 則表示，「如果我報導的公司過去比較少版面的話，我會寫多一點」。

2. 組織內部主管領導方式

首先，以主管領導方式來說，受訪者 A 以此形容，「我們媒體比較像是指導的方向，像是老師帶學生一樣」

受訪者 B 仍認為組織內的資深記者在討論新聞題材上能夠給予年輕記者有利的建議：

要有（新聞實務上的）專業訓練、跟編輯合作過，資深的人可以給予你建議跟討論的題目的過程，是比較理想的情形。一個及格的記者，是有在媒體組織實習工作過的，組織比較有口碑的前輩，像是有得過新聞獎，可以指導、跟你討論作品，可能要經歷這樣的過程，之後才能獨當一面。像現在很多公民記者或是很多社群上自己去採訪寫作的人，就可能會有一些他不知道的新聞道德與寫作上的標準或潛規則。（受訪者 B）

受訪者 G 則舉例他初入新聞場域時，他與資深記者共同採訪，資深記者明白受訪者 G 的弱項，於是採訪之後，直接讓他撰寫報導，而後透過實務練習，讓他更清楚在報導上還需進步的地方：

我印象很深刻，跟資深記者、主管共同產出一個議題，……他知道我寫稿很慢，他就逼我當下把稿子寫出來給他，我就很像在寫作業，他就對於我寫出來的報導很不滿意。因為這個版本來就是他要寫的，他只是給我練習，我看完他的稿子之後反思，「為什麼我們都到同一個採訪現場了，然後我們都一起專訪了一個人，他寫出來的東西跟我寫出來的東西可以差這麼多，為什麼我會遺漏這麼多資訊」，這讓我很震撼。

能力上的不同，就是很大的啟發，很多人都說線上記者為什麼報導都寫一樣，寫一樣是自己的問題，為什麼我們不能寫出跟別人不一樣的東西，是把東西想的太表面，才會大家都寫一樣的東西，因為大家都被餵食一樣的東西。我覺的只要有能力，就可以以寫出跟別人不一樣的東西，很多厲害的雜誌記者，就算是老生長談，但就是可以切出很好的角度或包裝，那些資深記者也是跟大家都吃一樣的飼料。（受訪者 G）

3. 組織內部的工作模式

受訪者 F 提及，多數媒體正面臨數位轉型，「大家開始重視視覺的美觀性與易讀性，網頁、數據會更加的要求，有可能是記者要學會的更多了，……可能是組織需要有個 PM 來溝通……，像是讓網頁更流暢、或是讓工程師與記者更好溝通。」「專案管理」（project manager, PM）常見於科技產業，是一個跨部門溝通的角色，在新聞組織中，因應組織過往一人輕裝報導，到今天已為「團隊整合敘事」，如今出現 PM，又稱互動記者（Interactive Journalist），這角色不僅要了解記者目前正在做的新聞內容，還要規劃時程、發想與讀者的互動模式，如今《聯合報新媒體中心》、《天下雜誌》、《報導者》都有該職，儘管不同組織的工作內容有些差異，但共通點都是「管控規劃專題」與「溝通不同部門」（Mimi Chen，2017 年 9 月 29 日）。因 PM 具備多種產製技能，能夠作為文字與非文字工作者的溝通橋樑（游禹棠，2020）。

另外，受訪者 A 提到組織也會依照各部門的長項進行如讀書會的股份，「我們每個月會有一次，組織裡的工程師報告現在有什麼新的科技趨勢」。受訪者 I 的媒體組織也會在固定時間，有外部講師為組織內的新聞工作者進行數位匯流能力的培訓。

肆、小結

本研究受訪者投入新聞工作之際，正值數位新聞室蓬勃發展，如今新聞室與過往不同的地方在於數位科技日新月異，媒體重視量化成效已非新鮮事，但越來越多組織更重視內容的深度與廣度，媒體組織透過不同網路平台多角化經營，如 Podcast、資訊視覺化、跨媒體敘事、社群媒體等不再如過往僅有傳統管道輸出新聞，並非未來趨勢而是現在進行式。近年新聞媒體產製方式改變，是 1990 年代後網路興起後的另一次挑戰（劉蕙苓、羅文輝，2017）。研究者進而發現，新世代記者會透過觀摩同業作品、定期參與新聞相關聚會或社群媒體的線上社團發掘所具備的數位產製能力來提升自身技能。值得一提的是，沒有受訪者排斥多工的新聞室，多數新世代記者認為隨著科技快速演變，本需培養數位工具的應用力，除了讓讀者能快速理解新聞外，亦能增加閱聽眾對新聞品牌的黏著度。

在社群媒體方面，Ekdale, Singer, Tully, & Harmsen（2015）研究發現，年輕記者易採納社群媒體作為新聞產製輔佐工具。本研究受訪者並非導向社群媒體會帶來完全正向或負面的影響，而是如劉蕙苓、羅文輝（2017）研究結果相近，新世代記者對社群媒體呈現「既能提供素材、擴大影響力，但又怕被取代」的矛盾情結，此外亦有記者在社群媒體上透過經營組織以外的個人品牌，增加閱聽眾對組織與記者的好感，但社群媒體使閱聽眾分心也是事實。循此研究者發現，社群媒體帶來敘事體驗的變化成了記者撰寫報導上的挑戰。

同時，本研究受訪者透過社群媒體得到反饋，新聞室管理階層亦十分在意閱聽眾對於報導的回饋。然而，數位新聞室除了產製技術創新，也須面對管理階層如何管理不同世代的記者。新聞室始終由「人」所組成，人才產生了管理，現今新聞室大多藉由通訊軟體、數位工具進行新聞產製，勢必改變過往的新聞常規。面對此衝擊，本研究受訪者展現他們產製新聞的概念，除了更活潑的表達方式，運用議題延伸達到不同角度的報導。此外，近年國外的新聞室出現新的工作職稱「專案管理」(Project Manager)為個組織的橋樑以及建立標準流程，讓組織中各角色能夠知道如何參與報導產製為本節重點之一。

他們從數位新聞室感知未來新聞產業趨勢發展，讓他們成為不可取代的新聞人才，舉凡數位新聞產製、跨媒體敘事及團隊與組織合作能力，皆是他們在數位時代相較資料較深的記者的強項。別於在學期間將新聞視為社會實踐理想的工作，投入記者行業後，每日的新聞實踐，數位新聞產製的硬實力比想像中更為重要。

第四節 新聞職涯想像與未來新聞產業面貌

組織中新聞實務的概念會影響到職涯的想像。本章前三節討論新世代記者進入新聞行業的動機、角色認知與數位新聞室的關係與互動模式，能見到整合產製多數媒體的模式、多平台傳播已成為新聞工作的常態，如何檢視新世代記者的職涯在多媒體匯流新聞室的規劃與看法為本節主要討論。

壹、新聞產製不再有固定模式

一、記者同時重視組織與個人品牌

多數受訪者提到他們認為現今新聞媒體該有的樣貌。受訪者 L 認為把新聞組織品牌化，成為閱聽眾值得信任的新聞媒體是他嚮往的品牌樣貌，「像是美國的報紙 New York Times，它比較像是一個品牌，而且它歷史悠久，當然我們也蠻

嚮往的」。如本章第二節提到，閱聽人相信的是「品牌公信力」的存在，新聞的公信力到最後一定歸結於品牌。

同時，受訪者 O 提到組織透過沙龍照、作品集讓剛進入新聞行業的記者了解個人品牌的重要性：

組織也會希望我們經營個人品牌，比如說總編輯當時有叫我們拍沙龍照，留下自己的介紹，組織網站會有所以我們自己的作品，但不會希望我們經營粉專。（受訪者 O）

比起組織品牌，受訪者 D 更重視個人品牌，主要是希望自己的工作專業被看見：

我抱著比較悲觀的看法，像是中天關台，只是聲音跟政府不一樣，就會害怕下一個會不會是我們組織？電視媒體不會越來越好但會被要求一定要轉型，很多媒體企業都在想，要怎麼把素材移到網路上讓更多人來看，的確要多角化經營。我現在的想法是，要經營個人品牌，也許有一天電視台窮途末路的時候，那自己還有一些網路的聲量或能力，還能養活自己。（受訪者 D）

二、比過往更強調新聞的互動性

因應新聞匯流，新聞媒體組織在內容產製、露出平台和記者專業技能上的轉型（林翠娟，2018；Gordon, 2003），這對新聞工作者在實務與數位工作流程上具有重大影響。數位匯流與社群媒體帶來人們使用行為大幅改變，記者面臨一人多工的工作模式。傳統媒體鼓勵記者遵循編輯政策，開設 Facebook、Twitter 等社群媒體，自行開發議題、進行資料分析、撰寫採訪稿、拍影像、經營社群媒體與閱聽眾互動（何國華，2014），如受訪者 A、E 所提及，無論在文字報導或影音新聞，各家媒體更重視互動的特性：

我們工程師做了很多報導可以用的數位內容、元件、互動式網頁。（受訪者，A）

像我們現在也很常看 YouTube，我觀察到新聞工作者也很重視互動這個部分，這是我們未來要做的趨勢。（受訪者 I）

然而，互動就能吸引不同溫層的觀眾嗎？受訪者 M 以在報社嘗試產製數位專題，「新聞媒體做了很多（互動式）網頁，但觀眾都找不到報導在哪裡，我們現在做數位網頁的都是同溫層在取暖。」王維菁、馬綺韓、陳釗偉（2013）在國際網路時代的社會運動之研究也指出，當一個同性質的團體在網路使用上容易造成資訊迴圈，換言之，訊息只會在一個小群體中流動，進而形成相互取暖的現象。亦即，回音室（又稱同溫層，echo chamber）時為現今難以忽視的社群媒體議題。如何戳破同溫層？在科技平台獨大的數位時代，《華盛頓郵報》運用人工智慧（artificial intelligence, AI）技術取代編輯，當網友閱讀某篇專欄或評論，最下方會產生一個欄目「針鋒相對」，自動抓取不同意見的文章，提醒還有其他思考角度，避免讀者偏聽（轉引自黃哲斌，2019）。面對意見分歧或無法將報導傳達到異溫層是我們社群時代的課題，善用社群而非被社群綑綁，才能讓彼此一步不相互趨近。

三、重視數據解讀與分析能力

任職於不同媒介型態的組織之記者們都認為「要會解讀數據」（受訪者 J）是身為現今記者的必要能力，透過解讀數據與數據分析，能夠產製不同主題、類型的新聞，亦能從數據中觀察到社會現象之轉變，5 名受訪者提及，透過解讀數據能夠在內容上做更多變化，這構成產製新聞的要素之一：

比如跟警政單位拿當年車禍數據相關內容，有時候需要根據他們給的數據多一些內容上的變化。（受訪者 J）

（記者）要有解讀數據勢必要能力，一定要有數據才能做很多事情，這也是跑新聞構成要件其中一個，就是要懂數據，它本身是很重要的元素。（受訪者 G）

數據分析的能力是需要的，……比方說，我常在挖新生兒、大學生入學、各級學校報到人數，因為其實我們教育部底下統計滿完整的。……當你知道越多數據，就有越多可以做，所以解讀數據分析的能力滿重要。再舉個例子，我之前有個前輩他在做政治獻金大調查，他要抓每一筆政治獻金，要抓立委收多少政治獻金，因為那超級複雜，資料量很大，我那時候想說如果是我要做這東西滿頭痛的，從他的例子可以知道我做不做得得到。（受訪者 E）

主管有提過現在年輕記者應該要有這方面的能力，他也有提過以前跟現在的新聞採訪模式不一樣，像是以前還是用稿紙寫稿，而現在年輕記者最好具備 data journalism（資料新聞學）相關的能力。（受訪者 K）

我們還有圖表相關的網站，像是 infographic，我們會想去找一些跟圖表相關的工具，同時，也會找一些數據相關的工具，像是網頁抓取、R 語言，我們都只能自己摸索或是問工程師等。（受訪者 M）

記者如果可以能夠看懂數據，並且解讀它，這其實實質上對於新聞選材，或者是在找新聞角度都是有幫助。（受訪者 N）

四、電視記者「演新聞」工作常態

即便網路這一塊行之有年了，但中天撤照一事使新聞媒體尤其電視台產生重大轉變，受訪者 D 透露主管要求記者在電視新聞連線時，「假裝如中天新聞台在 YouTube 頻道與網友互動，使記者必須演新聞：

從中天被撤照之後，他們在網路發展得有聲有色，我們長官就要求我們要做連線，用電視的方式跟民眾互動，就講說「網友想知道……」，也就是說，中天在網路上會跟民眾互動，透過網友的回應回答網友的問題，而我們是在

電視上說「網友想知道這個問題，我們來為大家解答」，所以很多記者為了交差了事，就必須用演的做新聞。（受訪者 D）

五、社群、影音與視覺化內容為未來趨勢

由此可見，新聞匯流衝擊傳統媒體，幾乎所有新舊媒體都在嘗試新的管道、素材、互動方式，試圖抓住閱聽眾對媒體的目光，尤其運用社群媒體 YouTube 接觸年輕一代的觀眾。

當逐漸移轉到網路以及網路媒體上，電視台已經算是夕陽產業，年輕人已經不太看電視了。尤其現在中天新聞台被關台之後，他們上 YouTube 直播，粉絲人數已達到兩百萬人了，「兩百萬」這個數字對電視台而言，實在是太誇張。有時候就會想中天現在關台未必不是不好的事情，他們也許是提早進入了網路市場，算是被逼迫轉型，也算是提早探路，這也是電視台下一個趨勢。……，現在年輕人都只看網路新聞了，所以我說電視台已經算是微夕陽的產業了。（受訪者 H）

此外，電視台記者也常自嘲電視新聞是「微夕陽產業」（H、I），受訪者 H 說，「我們所做的數位轉型，把重點時段的新聞放到 YouTube 上。」受訪者 I 觀察現在閱聽眾都從網路看新聞，尤其「互動」更為新聞產業中重要的一環。組織內部高層亦把電視媒體轉型為社群媒體、視覺、網路節目列為未來趨勢：

我們的長官現在很重視網路的部分，尤其重視視覺的部分，所以現在會朝 YouTube 前進，現在離開電視走向網路是一個趨勢沒有錯，是一個新的媒介，也有些記者還是會認為這樣子做（意指電視是微夕陽產業）不長。像我們現在也很常看 YouTube，我觀察到新聞工作者也很重視互動這個部分，這是我們未來要做的趨勢，除了社群媒體上有粉專之推播新聞之外，也有 YouTube 頻道，所以未來會朝向把 YouTube 做得更細緻，包括頁面的整理、視覺的設計，未來也會開立網路節目，希望可以將節目推播出去。（受訪者 I）

貳、記者職涯考量與未來想像

一、理想與現實的扞格

研究者發現，受訪對象與他們對於新聞產業的熱忱及當前新聞職業的觀察結果相互參照，現今新聞工作惡劣的勞動條件成了選擇「志業」時的主要推力，然而新世代還未走入家庭階段，仍可以選擇能夠彰顯自我理想的「記者行業」。他們因「理想」入行，也因「現實」而離開。

受訪者 A 認為，「漸漸的會思考這工作好像沒辦法做一輩子，如果要要求生活品質的話，這真的好像沒辦法按照自己的時間來解決問題」。受訪者 C 也有提及相似的論述，「像是進入到人生另一個階段，薪水當然就是重大考量了。」這與劉蕙苓（2020）研究結果相近，年輕記者面對薪水成長空間有限時，會促成他們離開媒體組織。進入新聞領域時，新聞的興趣、工作模式、熱情與工作上得到成就感都是拉力，但若進入人生下個階段，無法繼續恣意的熬夜寫稿，此時勞動條件成了離開新聞領域的推力。

然而，面對薪資窘境，受訪者 G 對記者勞動條件不佳提出看法與解方，他認為會做記者這份工作的心態本身就非以財富為導向，但可運用新聞所培育之書寫能力增加自己的額外收入：

記者薪水高低，有時候是個人可以掌握的，這真的看個人造化，這行業中薪水是看能力給予（獎金、接案等）。因為記者就是文字工作者，所以就是「寫」尤其，記者在人文科學裡面，起薪算很好的工作，但記者的薪資是有天花板的，再高也不能高到哪裡去。在這份工作裡面就要認知到你不可能賺大錢，你不可能年收千萬，但可以自己造化，你還是可以決定你要五萬或八萬。（受訪者 G）

此外，在選擇職業的過程中，個人動機是本研究的主要依歸，但家人、同儕、師長等重要他人仍會影響他們的職涯選擇，相對本章第一節，重要他人影響受訪

者進入新聞行業，反之也會影響他們來去。誠如受訪者 F 與 P 所述，他們都有說到家人會是他們是否繼續從事新聞工作的變因之一。受訪者 F 是因為家人希望他可以返鄉工作，在新聞工作集中於都市的現今，若離開北部，新聞傳播相關工作機會及少之又少。

我應該不會一直都在寫新聞，家人會希望我回南部，在地記者或許是一個方法，但如果回台南的話，就不一定會想再當媒體工作者。（受訪者 F）

而受訪者 P 的家人則是認為「大家對記者的評價不太好，他們會疑惑我幹嘛去淌這渾水」，同時身邊同儕對他從事新聞工作無正面回應：

我家人都不贊同我當記者，現在大家對記者都有點成見、刻板印象，像是網友說的「小時不讀書，長大當記者」，……加上記者的薪資並不高，我身邊的人沒什麼人支持我做這方面的工作。（受訪者 P）

面對受訪者 P 的窘境，這個結果與陳銘薰、洪敏莉（2009）的研究相近，在華人世界中，傳統仕大夫的觀念影響大，對於職位或頭銜等社會認同度相當在意。

二、新聞作為其他工作的跳板

多數受訪者面對這題：將來的職涯規劃還會繼續待在媒體嗎？均抱持著近三到五年還是會當記者，其一原因誠如受訪者 C 所述，「有別的工作的可能性，我不會安分做一輩子的記者」，他認為記者所培育的能力並非只能從事新聞工作，新聞學歷背景還是具有特色與優勢，但他們更能在轉職領域贏得注目。而受訪者 J 也說：

可以當記者當個四、五年。因為做記者比較有曝光度，也是一個蠻好的跳板，之後如果要換工作的話，可能別人也會因為你曾經當過記者，所以能力應該還不錯，比較好找下一份工作，所以現在覺得當個四、五年（記者），有點小成績再轉職。（受訪者 J）

值得一提的是，受訪者 B 認為新聞工作讓他們深具意義感，這也成了他繼續做新聞的動機。受訪者 D 則認為掌握少數資源的工作，像是一手資料，以此為榮。

讓我繼續做新聞的動機是，因為我沒辦法過沒有意義感的人生，如果同事只想著賺錢，「好直線喔！」，他們可能很聰明、很有趣，但他們的價值主張就是「賺錢」、「把產品賣得更好」，數字上量化的追求，對我來說很無趣。

（受訪者 B）

電視還是一個稀有資源，那我們能掌握稀有資源做相關工作，與有榮焉。（受訪者 D）

參、台灣新聞媒體的未來策略

一、與時俱進，合作綜效

在內容形式上，受訪者 E 認為未來台灣的報導會走向「兩極化」，有以深度報導、調查報導為主的新聞媒體，也有以短小輕薄、軟性新聞為主的新聞媒體，「比較深度的報導，可能會是我們需要的」（受訪者 E）。而在內容方向，受訪者 B 則爬梳自身的經驗以及觀察優秀的新聞工作者平日的累積，他認為：

記者必須 follow 這個行業的領先媒體在做什麼事，像是《華郵》、《紐時》在做什麼事，然後讀過他們編輯室的新守則，這些是可以自學的，也需要看世界各地領先媒體或獨立記者的報導，有自己沈浸在這個環境中。（受訪者 B）

二、寬頻與多螢服務的應用，快速改變新聞產製流程

在新聞產製方向上，受訪者 K 提出見解，他認為，未來記者不能只會做文字上的採訪報導，影音能力甚為重要，受訪者 F 也認同。寬頻與多螢服務的應用，

快速改變新聞的作業流程及組織結構。近幾年，閱聽人吸收新聞的方式改變，短影音已成蔚為風氣，影片點閱率超過文字報導的瀏覽率即為證明：

現在的記者不能只做組織發牌的任務，不能只會用文字報導，影音能力很重要，……我會希望未來可以跟影音記者合作，但是寫影音企劃腳本。（受訪者 K）

影音會越來越重要，像大家都開始做 Podcast。現在的媒體在快速奔馳。（受訪者 F）

三、媒體組織勢必改變經營模式

目前台灣的新聞媒體分為兩種，一種為商業媒體，主要收入為廣告營收與付費訂閱制度；一種為非營利媒體，主要透過募款維持營運。其中，廣告收入仍占媒體營收的高比重（黃家茹，2020年6月25日），「所有媒體都在焦慮找不到媒體新的獲利方式」（受訪者 E）。他觀察到，目前媒體還是以如小報的軟性新聞（soft news）在養硬性新聞，換言之，媒體靠閱聽眾點閱率高的娛樂新聞賺取深度報導的產製費用。過往研究提及，強調娛樂導向的軟新聞，對新聞本身以及新聞所報導的世界，都有可能產生有害的結果（Harcup, 2009/董素蘭、顧淑馨譯，2011，頁 286）。受訪者 E 與 N 分別提出，他們認為媒體營運目前遇到的困境以及問題，亦即，現今媒體該如何找到永續的經營模式？

媒體一直以來，都是靠軟性新聞來吸引人，然後來養硬性新聞、調查報導，但這在網路時代已經慢慢被取代，像是貓貓狗狗新聞已經是最後還可以拿來當軟性新聞的東西，要生出什麼更未來的東西，已經不知道了。（受訪者 E）

從去年到今年，大家看待世界的角度有些改變了，也許危機是轉機，現在比較大的問題還是「媒體要怎麼找到新的商業模式？」，找到一個點賺錢這才是最難的地方。（受訪者 N）

在組織營運上，「希望大家可以找到比較健康的新聞工作環境、健康的營運模式」（受訪者 E），「最好的走向是大家願意為了新聞付錢，那新聞媒體就不會被箝制在廣告上」（受訪者 C）。過往，一些資源投入較高的商業媒體在網站上也有採取會員制的經營模式，但事實證明無法鞏固用戶，進而影響流量。而現今非營利媒體則是以「捐款」的方式營運，面對此現況，受訪者 E 則表示，「我心中的好媒體，還是像報導者這樣的好媒體，但我希望我們可以找到健康的收益模式，不要一天到晚都喊「募款」這也是不健康的」。

現在大多新聞還是以免費的方式觀看，閱聽眾對於觀看新聞「使用者付費」模式也尚未成熟，因此研究者認為新聞商業模式的盤整與閱聽眾觀看新聞息息相關。受訪者 I 也說，「未來新聞媒體的挑戰是，應該要重新建立觀眾看新聞的興趣。」由新聞工作者與閱聽人一同改變新聞環境。

肆、小結

在進入新聞領域之後，本研究受訪者在職涯考量上以「實踐興趣與理想」、「培養一定的才能」為職業的主要考量。但是否將新聞視為「一生志業」？僅有 1 名受訪者承諾他對新聞的熱愛能夠在新聞產業上待上一生：

我做這個新聞工作會做一輩子，現在很多人走網路（新聞），很多同業也離開這一行，有人認為這一行沒有發展性就離開了或者是去做公關，但我喜歡這份工作，所以我還是會靠熱情繼續做下去，其實我很累、有負面情緒，但只要我還有熱情繼續做下去，還是會以電視記者為榮。（受訪者 D）

然而，本研究多數受訪者仍以勞動條件低弱、重要他人的人際影響作為依歸，僅表述近 3-5 年仍會往新聞領域發展。

新聞媒體未來趨勢方面，新聞產業皆面臨商業模式與新聞本質的挑戰。媒體組織必須有健康的商業模式，另外也須強化閱聽人對於新聞「使用者付費」的概念，否則造成媒體產製上新聞品質惡劣、招攬不到適合的新聞人才之惡性循環。

數位產製技能方面，多數受訪者表示，採訪寫作雖為新聞產製的基本功，但在新聞工作場域不得以此為唯一技術，必須加深加廣自己的新聞產製技術能力與基模，像是數據分析、數位工具的使用以及新聞實務以外的長才，這些都屬新聞工作上的一大利器。若新聞技術教育能夠加強這些技能，或許能夠增加新世代新聞工作者的成就感，進而影響他們對於新聞工作的承諾。



第五章 結論與討論

本章節分兩部分，第一部分呈現本研究之研究發現與建議，第二部分則反省本研究受限之處，並為後續記者相關研究提供相對應的建議。新世代記者是隨著科技演變的一代，他們在新聞室中添加很多數位科技的元素，研究者想呈現出研究對象觀察數位新聞室的利弊之處。

第一節 主要研究發現與討論

壹、改變中的新世代記者

一、運用數位工具進行多工採寫

由本研究的受訪對象中得知，數位工具為近年新聞產製的必備配件。記者需掌握閱聽眾吸收新聞的最佳方式，研究對象提到他們需具備數位工具意識，並非直指寫程式，而是理解數位元件與文字內容搭配，並結合不同部門，甚至是不同組織共創新聞報導。

其次，他們均提到組織對於影像內容重視逐漸提高，原先僅需負責文字的報社記者，現在也需產製短影音報導。因此，研究者發現，記者多工不在是趨勢，而是能從趨勢中抓住最大利益化的產製方式才是王道。在新聞產製上，年輕記者的重擔不再僅有基本功的練就，需要學會增進拍攝、剪輯影片技巧如 GoPro、無人空拍機操作，新聞工作者不再只有採訪寫作的工作，還需和數位科技與時俱進。

第三，現今許多組織多角化經營媒體，以「卓越新聞獎」項目作為趨勢，組織多為增設 Podcast 內容製作。此外，還需運用社群媒體上的直播節目增加報導的點閱率。固有的文化被數位科技所打破，文字記者需學習的技能增加，也要產製不同媒介的新聞內容，而且必須多方涉獵技能的情形下，研究者察覺他們負有主要的內容產製之責任。

本研究從改變中的新世代記者，看見改變中的新聞媒體，與時俱進的數位新聞室以及新聞產業的未來趨勢。此外，面對科技的演進，記者新世代記者更加重

視自我能力的提升，訪談結果與何國華（2014）相近，多數受訪者強調無論是透過組織內外資源，將持續加強自身的在職訓練，滿足數位時代下記者多工的要求。研究者建議組織內提供新聞產製或跨媒體平台產製在職訓練課程有其必要性。

二、新世代記者的新聞觀與媒體觀

研究者從訪談中得知，多數畢業於新聞系所的記者都曾受學校教師與資深新聞工作者影響，了解當前新聞產業的運作邏輯，如第四章第一節提及業師透過新聞實務教學，讓學生接觸「深度報導」，使受訪對象更加了解新聞產製的位階排序。此外，新世代記者對於製作長篇報導具有濃厚的成就感，且解釋新聞、深度報導的新聞形式較符合他們進入新聞產業的初衷。即便他們能做到以速度為優先的「即時新聞」，但他們仍傾向以議題式報導與深度報導為主，在內容產製上以月份為單位，企盼每週將前一週主題延伸，而非僅有點狀式的新聞。因此，研究者認為，媒體組織不能忽視「內容產製的策略」，這將影響他們在新聞組織的選擇。

本研究亦發現，新世代記者相較年長世代更懂得運用數位工具（Google Analytics）如監測流量，觀察新聞脈動與方向，同時重視新聞資料視覺化、圖表編輯，觀察新聞脈動與方向。研究者觀察，他們比資深記者更在意使用者的回饋，因此顯見新世代記者不再只有新聞編採的工作，而是「一條龍」模式，從新聞產製到與閱聽眾回饋都全權包辦。

三、新世代記者進入媒體的動機

（一）入行動機強烈

本研究發現，多數受訪者皆有在學期間有校內外媒體實習的經驗。他們加入學生媒體，試探自己是否能夠成為心目中理想的記者，並將自身具有的新聞產製能力投入於此。也有研究對象藉著課餘時間或寒暑假至們體產業實習，進而彌

補學理與業界的差距，同時爭取未來新聞工作的機會。過往針對新聞系畢業生職業抉擇的研究指出，新聞系學生會以校內媒體實習的經驗作為模板，以此推估校外媒體的真實情況，進而在業界時係後對記者職涯失去憧憬（潘乃欣，2017）。然而，本研究發現，多數研究對象認為參與媒體實習可以增加自己對於新聞產業的熟識，因此更加確定「記者」為職涯首選，誠如受訪者 B、C 經驗分享：

到媒體實習後，才知道原來記者的生活是這樣，所以以前對記者的生活零概念，真正到媒體實習後知道原來記者的生活長怎麼樣。（受訪者 C）

在唸新聞所時，申請雜誌社媒體實習，這也或許讓我往深度報導的路線前進。
（受訪者 B）

（二）強烈的社會關懷與受到社運啟發

經研究者歸納，本研究受訪者認為透過新聞可以呈現不同立場與多元聲音以及，新聞工作對社會脈動將會產生重要角色。亦有自大學時期接觸社會運動開始，對公共議題的興趣油然而生，更從事新聞工作具有強烈使命感，同時藉由外語專長自組外媒編譯網站，因而從事網路媒體記者。林麗雲（2016）研究指出，解嚴後世代適逢社會氛圍改變，便更加關注公共議題，且網路與社群媒體使力，能夠將新聞傳播至世界各地，認為新聞工作是參與社會的途徑。本研究與過往研究就讀新聞系學生未體會新聞工作的社會使命感有其差異。

（三）對公共議題更有使命感

「使命感」帶他們來到新聞場域，多數研究對象期待他們產製的報導能夠受到政府的重視，為社會帶來改善。誠如受訪者 M 也提到「求新」的感覺，而記

者可以透過平衡報導接觸事件的雙方立場，打開視野，如受訪者 G 亦描述擔任記者「讓我變成一個更圓融的人」，因此他們投入新聞工作。

貳、新世代記者的角色

本研究循 Cohen（1963）記者角色理論作為研究主幹，並參照 2004 與 2014 年學者對於台灣記者角色分析，到今日數位新聞室，研究者發現：

一、新世代記者重視解釋性報導

面對閱聽眾質疑網路社團「爆料公社」與新聞記者有何不同時，研究對象認為：記者的首要原則是事實查核以及詢問專家學者問題的解方，僅有記者能夠詮釋事件的全貌與平衡報導多方立場。循此，記者以專業挖出事件背後的議題，根據消息來源去做實際的訪查，進而理出議題背後的解決辦法。

此外，「深度報導」為本研究受訪者認為媒體將來的走向，他們將自身定義為深度報導的產製者，「把眼睛帶到觀眾看不到的地方」並且挖掘政府、組織怠忽職守的議題。

二、產製技能與內容同等重要

多數受訪者表示，採訪寫作雖為新聞產製的必備項目，但在新聞工作場域不得以此為唯一技能，必須增加自身新聞產製技術能力，像是數據分析、數位工具的使用以及新聞實務以外的長才，這些都屬新聞工作上的一大利器。多元的技術也能讓議題在不同溫層發酵。

三、凸顯協力合作的重要性

受訪者認為，不同媒介的新聞產製屬「接力賽」，各媒介皆有它們重視的面向，如電視台與報社記者發現每日的新聞素材，而雜誌社與網路媒體記者則篩選

新聞作出深度報導調查報導。欲投入媒體組織的新世代們，可以透過此研究了解每一階段自身適合投入的媒體。誠如任職於網路媒體記者的受訪者 A 指出：

如果跑過日報的人，就會知道哪個領域厲害的人是誰、我以後要問什麼問題可以問誰，每天跑記者會也會知道有什麼樣的新聞。……人脈是從記者會培養出來的，那些大概就是你去跑記者會的時候，你會知道有什麼樣的領域可以問哪些重要人物，可是對剛進新聞業的人來說就沒有這些東西。（受訪者 A）

日報能夠培育記者對於專業領域受訪者的正確判斷以及每日新聞走向，這是他過往在以深度報導為主的組織無法企及的。研究者亦發現，媒體以此打造更多元的報導，透過報社提供新聞素材，雜誌社、網路媒體產製「延伸」新聞的深度報導，同業協力合作引起社會輿論，進而使政府重視議題。

另一方面，現今許多記者從個人單打獨鬥到團隊合作，當前許多新聞以跨部門的合作方式完成或是與外部資源共同協作，取得更多元的技術，因此凸顯協力合作的在新聞產製的重要性。

參、新世代記者對於新聞室的看法

一、無實體新聞室，對於新聞品質仍有一定的承諾

過往多為實體的新聞室，新聞室中各職位遵從一定的程序，依循編輯所指派的任務來執行，程序包含記者與新聞室主管的採訪會議、新聞室內決策、規劃版面或調整各部門資源、新聞編輯、製作新聞排序以及最後的發布與呈現（邱筱媛，2016；陳芸芸、劉慧雯譯，2003）。實體新聞室當中，記者的位置會影響彼此的關係以及工作流程（Josephi, 1998）然而「線上新聞室」則是實體編輯室的延伸運作，同時增加遠距記者的協作。研究者發現，目前媒體組織多為以 LINE、SLACK 為主的線上新聞室，透過線上溝通，新聞品質並無產生低落的情形。

二、適應工時長、多工的工作型態

研究者歸納新聞工作者的身心狀況，因為工時長、經常工作與休息時間無法正常分割帶來極大壓力。本研究也有受訪對象表示，歷經新聞工作上的耗竭，而導致自律神經失調，因此研究者發現，這是新世代記者從事新聞工作需面臨的身心挑戰，如何在工作上具有良好的身心調適，仍是媒體環境的重要課題。

劉蕙苓（2020）的研究也指出，數位環境下，記者的長期倦怠迫使他們萌生離職意念。研究者發現，新世代記者更加重視生活品質、能否有時間進修，也提出較為理想的工作模式，因此研究者建議未來組織策略能將記者的工作、進修與休息時間明顯分割。

三、更有彈性、自由的新聞工作

然而，記者是高度變化且少有重複工作內容的工作，其次工作時間與地點自由，最後，「時間感」正是這工作的亮點之一。研究對象表示，進入業界之後，明顯感受新聞工作的時效。藉此，高速變化、接收大量訊息並要消化，新進入的記者學習與成長都會比其他職業來得更快。研究者認為，對講求高成就的社會新鮮人而言，能藉由「記者」身份學習或許是一件很幸運的事。

肆、新世代記者的職涯規劃與面臨的挑戰

一、數位新聞室中各部門的溝通頻率更甚以往

面對現今數位環境下的媒體業挑戰更勝以往，組織重視每月份的 KPI 數字、吸睛的標題，為的都是吸引更多點閱率。研究對象提到，他們仍重視自己寫的報導之標題，若有標題被改的情況，年輕記者會與組織溝通，並拿捏好標題與內容的界線，不會放任新聞標題只求誇飾、吸睛，甚至與新聞內容脫鉤，因此研究者認為，「高壓環境下的組織溝通」成了不同世代需要共同面對的重要課題。

二、經營模式、網路新聞貨幣化的挑戰整合

本研究受訪對象於 2013 年至 2020 年至媒體組織工作，面臨的是新聞匯流，新聞產製方式劇烈改變之際。權力結構調整為重視數位內容與技術，而過往的傳統平面新聞產製比例逐漸降低 (Robinson, 2011)。因而迫使多數記者擁抱數位化新聞產製方式 (林翠娟, 2018)。內容產製與商業經營的考量相互影響，受訪對象提到目前媒體的最大問題是大多媒體組織尚未找到長久的經營模式。

三、新世代記者將重塑新聞工作的意義

多數受訪對象對於新聞工作的未來抱持著「悲觀」的想法，也表示近五年還會待在媒體，對於「記者」是否為志業，也無法承諾。即便受訪者們崇尚深度報導，但由於媒介快速變化，從過往文字報導為主，今日已轉向「影音報導」為主要新聞導向，讀者吸收資訊的方式亦不斷轉變，所以多數媒體不會都走向深度報導類型的組織。研究者認為，若要改善現狀，媒體的理想走向可能是「付費模式」，即多數閱聽眾願意為了「接收新聞」而付費，新聞媒體就不會被箝制在廣告上。如此一來，根除媒體的脆弱性，使新世代想投入新聞工作的這一群人將記者從職業轉向志業。

第二節 研究貢獻、限制與省思

壹、研究貢獻

本研究以新世代記者為主要研究對象，並探討其記者角色認知，數位新聞室的工作實況與組織互動方式，以及未來職涯想像。在研究貢獻方面，台灣的新世代 (next generation) 的認知落差研究較少，過往記者研究多集中在美國、英國等媒體大國，但國外的研究發現可能無法完全解釋台灣新世代的表徵，因此研究者發現本土資料參考有限，東西方文化在組織溝通不盡相同 (陳銘薰、洪敏莉, 2009; Ma & Chuang, 2001; Xin, 1997; Yeh, 1995; Chen & Chung, 1994)，若用西方觀

點、案例解釋台灣媒體，將無法檢視台灣新世代記者面臨的難題，本研究作為新世代記者研究之一，盼能補足新世代研究因應數位環境的行動策略。

此外，本研究將記者角色認知、數位新聞室互動模式與新世代記者職涯想像與落差並置討論，三者相互關聯又各有其影響性，從改變中的新世代記者，看見改變中的新聞媒體，與時俱進的數位新聞室以及不斷更迭的新聞產業未來趨勢。

貳、研究限制

一、理論限制

(一) 記者角色 (journalistic role) 理論不足

本研究以 Weaver (2007) 所提出之記者的三角色「傳播者」、「解釋者」與「對立者」研究新世代記者的記者角色認知，但現今科技使用增加，消息來源取得方式不同，社群媒體造就新聞媒體與記者的影響力相較過往下降不少，故本研究將新世代記者的角色認知與社群媒體的影響分別在不同節分析。研究者建議，未來若進行相關研究，應與時俱進，將社群媒體納入記者角色認知。此外，國外研究發現，今日記者角色出現經營願景 (entrepreneurial vision) 的角色，以企業經營的方式經營新聞媒體，換言之，過往未曾出現的「經營者」角色正為新世代記者的新角色，比過往更重視閱聽眾的觀看體驗、回饋、社群媒體的傳播以及多平台的新聞內容 (Barcellos & Gil, 2020)。

(二) 數位新聞室中媒體多工程度不同

本研究無法就單一變項個別深入討論，此乃研究的限制。同時，數位新聞室動態式研究值得進一步探討，如虛擬新聞室的功能互動方式等，目前針對台灣媒體的數位新聞室動態式研究較少。此外，本研究亦發現媒介多工在不同媒介或媒體組織具有差異，不同性質的媒體重視面向亦不同，因此研究者認為媒

體多工理論可進一步討論，進而研究媒體多工是否影響記者的本質改變提供給未來研究者參考。

二、研究方法的限制

（一）深度訪談法的限制

在研究方法上，本研究以深度訪談法進行，主要探討年輕記者投入新聞工作的初衷、在工作實際情形，以及面臨組織對內與對外的溝通策略。以 4 個媒介，16 間媒體組織，工作期滿 6 個月以上之 1990 年後出生的繼作為研究對象，收集他們回顧從新聞教育到工作場域對於個人與組織的期待、想像與落差，並以此作為研究分析的主要來源。然而，以經驗回顧為本的研究方法有其限制，例如受訪者在回顧投入新聞系初衷的詮釋已無法完整說明。其次，多數受訪者面對新聞產製僅能以口頭詮釋，無法直接操作與研究者分享。而本研究未能進行田野調查法，實為限制之一，建議後續研究可以用親身參與觀察，以進一步了解新世代記者工作場域使用社群媒體、數位工具等媒體組織內外的互動方式。

（二）抽樣的限制

1. 樣本數僅有 16 位，代表性侷限

本研究為質性研究，在受訪對象上，受限於人力與時間，研究對象共計 16 位受訪者，研究者以立意抽樣為基礎，儘管橫跨不同媒體，且以滾雪球方式、具有自願樣本，以及研究者藉由長期關注某些受訪者而主動聯繫之研究對象，但仍無法企及所有具代表的樣本。

2. 無法顧及不同類型媒體之記者的實踐經驗

本研究雖涵蓋眾多新舊媒體的新世代記者，不過在分析過程中，發現每個媒體的記者在與組織溝通上仍有不同之處。不僅如此，不同媒介組織的營運方式、產製內容大相逕庭。本研究僅採納 4 個媒介組織，僅以網路媒體、報社、雜誌社與電視媒體各訪談 4 位年輕記者作為研究對象，無法以這 16 個媒體組織之年輕記者的經驗資料推論台灣全體新聞產業狀況。

參、未來研究建議

一、結合量化與質化研究

本研究的研究方法以質化訪談進行，質化研究採「發現取向」，其特性在於能揭示經驗內涵，解釋表面現在之意義，透過不同的切入角度，鋪陳複雜情況與細節（高淑清，2008）。然而，本研究未使用的量化研究方法則是透過大規模的問卷調查，以測量概念調查樣本。因此，研究者建議，量化與質化研究可互通，除了探討研究對象工作態度、產業評價之外，亦能針對使用經驗進行深度訪談，深入了解年輕記者對於投入新聞工作的重要因素，尤其新世代記者在新聞工作上獲得之成就、面臨的難關更值得深入研究。

二、進行長期追蹤調查

本研究以新世代新聞工作者對於記者職涯的想像，並探討其對新聞工作承諾，但本研究僅進行一次訪談，此外，回顧性質的深度訪談有其方法上的限制，故建議未來研究記者主題相關之研究者能針對年輕記者進行長期追蹤調查，可以 5 年、10 年等長期記錄他們在不同時間點的心境考量與職場實踐，其能更加理解當前的新聞產業現況與工作評價。

三、探討非新聞傳播畢業科系學生投入新聞工作的歷程

本研究訪談對象共 16 名，大多以滾雪球找尋受訪對象。其中畢業於新聞傳播科系達 13 位，未受過新聞專業工作者僅有 3 位，且沒有受訪對象畢業於非新聞傳播研究所。因此，建議未來研究可以納入非新聞傳播畢業科系或其他傳播相關系所的學生，並與本研究結果互為參照。

四、將不同世代記者列為研究對象

研究者觀察，多數新世代記者在新聞產業工作皆未超過五年，但過往相關研究指出，「專業」的養成須達三年以上、甚至五年，由此觀之，本研究之受訪對象在新聞工作上仍屬職場新鮮人。此外，由於本研究所建構的新世代記者想像乃初探性質，或有不足，留待更多研究者能繼續延伸。循此建議未來相關研究，可納入不同世代記者做為參照。



參考書目

一、中文部分

104 人力銀行 (2021 年 2 月 9 日)。〈90 後的 Z 世代員工，除了薪資、還會重視哪些員工福利呢？〉。取自

<https://pro.104.com.tw/vip/preLogin/recruiterForum/690070282/post/26830#01>

CZ (2017 年 09 月 19 日)。〈「你為何想不開要當記者？」——不願隨還境沉淪，「獨立記者」是答案嗎？〉，《換日線》。取自

<https://crossing.cw.com.tw/article/8648>

DMA 台灣數位媒體應用暨行銷協會 (2021 年 5 月 12 日)。〈2020 年台灣數位廣告量全年達 482.56 億台幣，成長首度破雙位數〉，《DMA 台灣數位媒體應用暨行銷協會》。取自

https://www.dma.org.tw/newsPost/923?fbclid=IwAR0zCCP4i4Dtj7_UUW9NG6cjOWqZa_L77ELm2gDWfncHwK5FFbI0yHZyle4

Mimi Chen (2017 年 9 月 29 日)。〈媒體組織內的變形怪？我的數位內容管理 (PM) 工作內容〉，《報導者開放實驗室》。取自

<https://medium.com/twreporter/%E5%AA%92%E9%AB%94%E7%B5%84%E7%B9%94%E5%85%A7%E7%9A%84%E8%AE%8A%E5%BD%A2%E6%80%AA-%E6%88%91%E7%9A%84%E6%95%B8%E4%BD%8D%E5%85%A7%E5%AE%B9%E7%AE%A1%E7%90%86-pm-%E5%B7%A5%E4%BD%9C%E5%85%A7%E5%AE%B9-161a4c78cfd3>

天下雜誌數位轉型報告 (2018 年 11 月)。〈挑戰一：內容產製如何從平面優先到平網整合〉，《天下雜誌》，取自

<https://topic.cw.com.tw/media-digital-transformation/2018/intergration.html>

天下雜誌數位轉型報告 (2018 年 11 月)。〈業務創新：如何打造新商業模式？〉，《天下雜誌》。取自

<https://topic.cw.com.tw/media-digital-transformation/2018/index.html>

台灣傳播調查資料庫 (2020 年 04 月 30 日)。〈手機族與電腦族的上網娛樂型態比較〉，《台灣傳播調查資料庫》。取自：

<http://www.crctaiwan.nctu.edu.tw/epaper/%E7%AC%AC140%E6%9C%9F20200430.htm>

毛義方、徐雅媛 (2015)。〈新聞從業人員工作負荷及生理疲勞調查研究〉。勞動部勞動及職業安全衛生研究所。

王心好 (2021 年 5 月 14 日)。〈台灣蘋果日報不堪虧損 18 日起紙本停刊、專注數位〉，《中央社》。取自

<https://www.cna.com.tw/news/firstnews/202105145016.aspx>

- 王思澄（2013）。〈讓大船轉彎：傳統雜誌發展新平台—以《天下雜誌》「獨立評論@天下」為例〉。國立台灣大學新聞研究所碩士論文。
- 王悅、李立峯（2014）。〈記者心中的角色模範及其影響初探：香港個案研究〉，《新聞學研究》119:1-43。
- 王泰俐（2019）。〈假新聞與民主危機〉，《臺灣民主季刊》，16(3):155-61。
- 王淑美（2018）。〈網路速度與新聞—轉變中的記者時間實踐及價值反思〉，《中華傳播學刊》，33:65-98。
- 王維菁（2013）。〈科技變遷下的新聞記者薪資：現狀與出路——批判政經取向思考〉，《中華傳播學刊》，23:73-124
- 王顯中（2014年10月26日）。〈工時長 壓力大 病一堆 「媒勞權」調查：記者沒勞權〉，《苦勞網》。取自
<https://www.cooloud.org.tw/node/80547>
- 田炎欣（2001）。《ETtoday 記者對電腦輔助新聞報導的使用研究》。銘傳大學傳播管理研究所碩士論文。
- 江海寧（2010）。〈當科技進入電視新聞室：科技採納、組織創新與效益評估〉。國立政治大學新聞研究所碩士論文。
- 伊彬（2009）。《插畫與電視廣告之實證美學：世代間的美感和偏好》。台北：華藝數位。
- 朱立熙（2019年08月08日）。〈一個好記者的條件〉，《卓越新聞電子報》。取自
<https://www.feja.org.tw/47409>
- 李竹君（2016）。〈再思考新聞價值—以蘋果日報與中時集團的即時新聞為例〉。國立台灣大學新聞研究所碩士論文。
- 李欣宜（2015年5月25日）。〈新聞有看沒有懂？Vox 主打解釋性新聞〉，《數位時代》。取自
<https://www.bnxt.com.tw/article/36296/BN-2015-05-18-124416-36>
- 何國華（2014）。〈媒體經營者的數位想像：從多工記者新聞產製到傳媒課程調整〉，中華傳播學會 2014 年年會論文。
- 林上祚（2020年9月18日）。〈新聞業起薪每況愈下？助理記者僅 2 萬 8000 元他：沒訓練只能問白癡問題〉。取自
<https://www.storm.mg/article/3044194?mode=whole>
- 林元輝（2005）。《本土學術史的「新聞」概念流變》，翁秀琪（編），《台灣傳播學的想像》（上），頁 55-84。臺北：巨流。
- 林宇玲（2021）。〈新聞教育的數位挑戰與轉型：以世新大學新聞學系為例〉，《傳播研究與實踐》，11(1):53-82。
- 林辰峰（2016年2月25日）。〈紐約時報如何打造一流視覺新聞團隊〉，《報導者》。取自
<https://www.twreporter.org/a/media-nyt-graphics-department>

- 林彤潔（2017年6月30日）。〈記者論件計酬到底行不行？〉，《蘋果日報》。
取自
<https://tw.appledaily.com/forum/20170630/FIJEBO TV2IRUISCA4ZJA44DJA/>
- 林意凡（2017年12月05日）。〈林意凡觀點：台灣媒體的邊陲困境〉，《風傳媒》。取自
<https://www.storm.mg/article/367505?mode=whole>
- 林照真（2011）。〈新瓶裝「假」酒？：有關新媒體置入性行銷的分析與批判〉，《中華傳播學刊》，20:95-114。
- 林照真（2015）。〈分析與批判傳統報紙在聚合現象中的角色：以台灣四大報紙集團為例〉，《中華傳播學刊》，28:3-34。
- 林照真（2017）。《新聞，在轉捩點上：數位時代的新聞轉型與聚合》。台北：聯經。
- 林翠娟（2018）。〈數位優先新聞室：《海峽時報》網絡新聞匯流與轉型分析〉，《傳播與社會學刊》，43:73-102。
- 林麗雲（2016）。〈太陽花運動中臺大新聞所學生在「E論壇」的實踐〉，《傳播研究與實踐》，6(1):251-269。
- 易淳敏（2020年9月3日）。〈危機即轉機：媒體協作是未來新聞趨勢〉，《卓越新聞電子報》。取自
<https://www.feja.org.tw/54610>
- 施盈廷（2003）。〈資訊時代的新聞概念：小寫新聞的誕生〉，《資訊社會研究》，4:181-210。
- 胡元輝（2012）。〈新聞作為一種對話—台灣發展非營利性「協作新聞」之經驗與挑戰〉，《新聞學研究》，112:31-76。
- 胡幼慧（1996）。《質性研究：理論、方法及本土女性研究實例》。臺北：巨流。
- 胡幼慧、姚美華（1996）。〈一些質性方法上的思考：信度與效度？如何抽樣？如何收集資料、登錄與分析？〉收錄於《質性研究：理論、方法及本土女性研究實例》，頁141-158。台北：巨流。
- 徐子晴、鄭宏斌、陳皓嫻、林巧璉（2015年9月1日）。〈記者搞什麼—誰說我只抄PTT啦！〉，《聯合報》。取自
https://udn.com/upf/newmedia/2015_vist/09/20150901_reporter_01/index.html
- 徐榮華、羅文輝（2009）。〈台灣報業的問題〉，《卓越新聞電子報》。取自
<https://www.feja.org.tw/40211>
- 陸以正（2013年1月7日）。〈一位新聞從業人員的告白〉，《財團法人國家政策研究基金會》。取自
<https://www.npf.org.tw/1/11848>
- 莊志偉（2017）。〈再探「新聞室的社會控制」—以香港 TVB 為例〉。國立台灣大學社會科學院政治學系碩士學位論文。

- 郭振昌(2003)。〈德國職業訓練雙軌制的省思〉，《社區發展季刊》，104:443-454。
- 康耕輔(2019年7月21日)。〈《產業追蹤》數位原生世代 躍市場消費主力〉，《經濟日報》。取自
<https://www.cdri.org.tw/xcdoc/cont?xsmsid=0H270572502035851587&sid=0J205327117393975562>
- 張文強(2005)。〈新聞工作的常規樣貌：平淡與熱情的對峙〉。《新聞學研究》，84：1-40。
- 張文強(2015)。《新聞工作的實用邏輯：兩種模型的實務考察》。臺北：五南。
- 張哲豪(2015年2月19日)。〈管中祥 X 賴香伶 X 呂苡榕 X 何榮幸 X 葉大華 | 看見新聞媒體的問題：媒體勞動條件和內容優劣息息相關〉，《卓越新聞電子報》。取自
<https://www.feja.org.tw/38863>
- 張慧心(2019年10月31日)。〈數位原生代 vs 網路移民，數位代溝如何解？〉，《大家健康》。取自
https://healthforall.com.tw/?action=article_in&id=468
- 張曉、羅文輝、郭佳、汪婧、徐昌鵬、余舒虹、張芳(2015)。〈新聞教育的危機：中港台新聞系學生的未來職業抉擇〉，《中華傳播學刊》，28:123-154。
- 張耀升(2017年01月07日)。〈三年起死回生，貝佐斯究竟對華盛頓郵報做了什麼？〉，《端傳媒》。取自
<https://theinitium.com/article/20170107-notes-washington-post/>
- 陳奕汶(2018)。〈國內平面媒體記者新聞置入、新聞專業、工作倦怠與工作滿意度之研究〉。崑山藝術大學媒體藝術研究所碩士論文。
- 陳建鈞(2020年8月6日)。〈訂戶破650萬，數位營收首次超越實體！揭密《紐時》的10年轉型路〉，《數位時代》。取自
<https://www.bnnext.com.tw/article/58752/new-york-times-2020-q2-digital-revenue-print-revenue>
- 陳順孝(2016)。《新聞創業相對論》。臺北：允晨文化。
- 陳銘薰、洪敏莉(2009)。〈新聞記者職涯高原與專業高原對組織承諾與專業承諾的影響—組織承諾與專業承諾的中介效果〉，《人文資源管理學報》，9(3):19-44。
- 陳憶寧(2016)。〈媒體多工的是與非：從幸福感、社會資本、同儕接受與社會成功來看〉，《傳播與社會學刊》，37:57-96。
- 彭家發、汪琪(2016)。〈徐佳士教授與新聞傳播教育〉。《傳播與社會學刊》，36:1-30。
- 曾筱媛(2016)。〈《紐約時報》新聞室數位化轉型歷程分析：1996~2016〉。國立政治大學傳播碩士學位學程碩士學位論文。

- 游禹棠 (2020)。〈融合新聞室工作者的衝突與協商：以《報導者》、《READr》及《沃草》為例〉。國立臺灣大學新聞研究所碩士學位論文。
- 華婉伶、臧國仁 (2011)。〈液態新聞新一代記者與當前媒介境況—以 Zygmunt Bauman「液態現代性」概念裡論為基礎〉，《傳播研究與實踐》，1(1):205-237。
- 馮丹白、陳信正，2006。〈兩德統一後之德國雙軌制技術職業教育〉，《稻江學報》，1(1):27-44。
- 黃芝瑩 (2001)。〈線上新聞人員專業性研究〉。國立中正大學電訊傳播研究所碩士論文。
- 黃家茹 (2020年6月25日)。〈數位訂閱制的趨勢與挑戰〉，《卓越新聞電子報》。取自
<https://www.feja.org.tw/53617>
- 黃哲斌 (2010)。〈乘著噴射機，我離開《中國時報》〉，《卓越新聞電子報》。取自
<https://www.feja.org.tw/39909>
- 黃哲斌 (2019)。《新聞不死，只是很喘：媒體數位轉型的中年危機》。臺北：天下雜誌。
- 黃哲斌 (2019年06月02日)。〈戳破同溫層的五個方法〉，《上報》。取自
https://www.upmedia.mg/news_info.php?SerialNo=64322
- 黃哲斌 (2021年02月22日)。〈假消息滿天飛的時代 媒體流失信任度，趁今年補起來〉，《天下雜誌》。取自
<https://www.cw.com.tw/article/5108502>
- 黃順星 (2013)。《記者的重量—台灣政治新聞記者的想像與實作》。臺北：巨流。
- 董素蘭、顧淑馨譯 (2016)《新聞學：原理與實務》。臺北：學富。(原書：Tony H [2009]. Journalism: principles & practice 2nd ed, London, UK: SAGE Publications.)
- 廖文宏 (2020)。〈網路直播對新聞媒體組織與內容變革之研究〉。國立政治大學傳播學院碩士在職專班碩士學位論文。
- 廖珮玟 (2015)。〈從量化與質化研究信度探討社會科學領域的研究品質〉，《Journal of China University of Science and Technology》，62:69-88。
- 賴昀 (2021年8月17日)。〈2021 數位創新小論壇/何欣潔 X 楊時鈞 X 杜奕瑾 X 謝吉隆 | 數位敘事縮短讀者與資料的距離，玩科技仍勿忘新聞本質〉，《卓越新聞電子報》。取自
<https://www.feja.org.tw/60621>
- 劉昌德 (2008)。〈大媒體，小記者：報禁解除後的新聞媒體勞動條件與工作者組織〉，《新聞學研究》，95:239-268。

- 劉昌德、林麗雲、胡元輝、劉慧雯（2019）。〈網路新聞專業表現評鑑：每日新聞媒體臉書粉絲專頁評比之初探〉，《台灣媒體觀察教育基金會》。
- 劉蕙苓（2009）。〈探索廣告主導向新聞：置入性行銷對電視新聞常規與記者專業性的影響〉。國立政治大學新聞研究所博士學位論文。
- 劉蕙苓（2013）。〈為公共？為方便？電視新聞使用網路影音之研究〉，《中華傳播學刊》，24:165-206。
- 劉蕙苓（2018）。〈台灣記者的 3L 人生：數位時代的工作狀況與趕工儀式〉，《傳播與社會學刊》，43:39-71。
- 劉蕙苓（2020）。〈自新聞業出走的抉擇：數位時代的記者離職歷程研究〉，《新聞學研究》，144:49-96。
- 劉蕙苓、羅文輝（2014）。〈匯流下的新工具採納：記者對社群媒體使用與評價研究〉，中華傳播學會 2015 年年會論文。
- 劉蕙苓、羅文輝（2017）。〈新聞人員對媒體角色認知的變遷與第三人效果〉，《中華傳播學刊》，31:191-225。
- 潘乃欣（2017）。〈新聞學系畢業生的非新聞職業抉擇歷程〉。國立政治大學傳播碩士學位學程碩士學位論文。
- 潘淑滿（2003）。《質性研究：理論與應用》。臺北：心理。
- 鄭名翔（2011）。〈北風與太陽的抉擇—新聞工作者面對組織控制的因應策略〉。國立中正大學社會科學院電訊傳播研究所碩士論文。
- 戴伊筠（2010）。〈全球報業營運趨勢與產業現況〉，羅世宏、胡元輝編《新聞業的危機與重建：全球經驗與台灣省思》。臺北：先驅媒體社會企業。
- 羅文輝（1998）。〈新聞人員的專業性：意涵界定與量表建構〉，《傳播研究集刊》，2:1-47。
- 羅文輝、陳韜文（2004）。《變遷中的大陸、香港、台灣新聞人員》。臺北：巨流。
- 羅文輝、劉蕙苓（2006）。〈置入性行銷對新聞記者的影響〉，《新聞學研究》，89:81-125。
- 羅世宏（2018）。〈假新聞氾濫 政府與民間該如何作為？〉，《法務部清流雙月刊 107 年 9 月號》。
- 蘇建州（2020 年 08 月 15 日）。〈數位浪潮下 新聞媒體的轉型經營之路〉，《財團法人海峽交流基金會》。取自
<https://www.sef.org.tw/article-1-129-4629>
- 蘇蘅（2017 年 10 月 30 日）。〈當媒體不重視採訪「真新聞」〉，《名人堂電子報》。取自
<https://paper.udn.com/udnpaper/PID0030/319392/web/>
- 蘇蘅（2018）。〈新聞專業的新視野：媒體實踐與台灣的問題〉，《傳播文化》17:17-51。

蘇蘅、吳岱芸、吳俊葵（2018）。〈數位時代新聞傳播教育的改變與挑戰〉，
新聞學研究，134:179-217。

二、西文部分

- Apostol, N. (2016). Attributing responsibility: The case of young journalists working in romania. *Revista Româna De Jurnalism Si Comunicare*, 11(2), 22-30.
- Barcellos Z. & Gil P. (2020). Generation Z Journalists: What to Expect from Them in Times of Media Degradation?
<https://doi.org/10.20901/ms.10.20.3>
- Beckett C. (2019). Talking about the next generation: experienced journalists tell us what the new wave can expect. Blog of London School of Economics. Retrieved from
<https://blogs.lse.ac.uk/polis/2019/06/12/talking-about-the-next-generation-experienced-journalists-tell-us-what-the-new-wave-can-expect/>
- Barnhurst, K. G., & Mutz, D. (1997). American journalism and the decline in event-centered reporting. *Journal of Communication*, 47(4), 27-53.
- Bauman, Z. (2000). *Liquid modernity*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Bullen M., Morgan T., & Qayyum A. (2011). Digital learners in higher education: generation is not the issue. *La Cuestión Universitaria*. 7: 60-68.
- Bunce, M., Wright, K., & Scott, M. (2018). ‘Our newsroom in the cloud’: Slack, virtual newsrooms and journalistic practice. *New media & Society*, 20(9), 2281-3399.
- Brandtzaeg P. B. & Domínguez M. A. C. (2018). A Gap in Networked Publics? A Comparison of Younger and Older Journalists’ Newsgathering Practices on Social Media, *Nordicom Review*, 39(1), 95-109.
- Breed, W. (1955). *Social Control in the Newsroom: A Functional Analysis*, *Social Forces*, vol. 33, no. 4, p. 326-335.
- CareerCast. (2018). The Worst Jobs of 2018. Retrieved from
<https://www.careercast.com/jobs-rated/2018-worst-jobs>
- Cochrane, T., Sissons, H., & Mulrennan, D. (2012). Journalism 2.0: Exploring the impact of mobile and social media on journalism education. In I. ArnedilloSánchez & P. Isaias (Eds.), *Proceedings of the IADIS International Conference on Mobile Learning 2012* (pp. 165-172). Berlin, Germany: IADIS Press.
- Cohen, B. (1963). *The press and foreign policy*. Princeton, N.J.:Princeton University Press.
- Coronel, S. (2010). Corruption and the watchdog role of the news media. *Public sentinel: News media and governance reform*, 111-136.

- Curran, J. (1997), 'Rethinking the Media as Public Sphere', in P. Dahlgren and C. Sparks (eds.), *Communication and Citizenship*, London/New York: Routledge, pp. 27-57.
- Da Silva, J. A., Jr., & Queiroga, E. (2010). Collaborative photojournalism in a time of convergence. *Brazilian Journalism Research*, 6, 103-119.
- Deuze, M. (1999). Journalism and the web: An analysis of skills and standards in an online environment. *Gazette*, 61(5), 373–390.
- Deuze, M. (2006). Global journalism education: A conceptual approach. *Journalism Studies*, 7(1), 19-34.
- Deloitte. (2017). What key competencies are needed in the digital age? The impact of automation on employees, companies and education. Retrieved from <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ch/Documents/innovation/ch-en-innovation-automation-competencies.pdf>
- Dimock M. (2019). Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins. *Pew Research Center*. Retrieved from: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>
- Domingo, D., Salaverria, R., Cabrera, A., Edo, C., Masip, P., Meso-Ayerdi, K., Gimenez-Toledo, E. (2007). *Four dimensions of journalistic convergence: A preliminary approach to current media trends at Spain*. Paper presented at 8th International Symposium on Online Journalism (web), Austin, Texas. Retrieved from <http://dadun.unav.edu/handle/10171/5114>
- Dordick, H. S., & Wang, G. (1993). Information technology, the information society, and the economy. In H. S. Dordick & G. Wang (Eds.), *Information society: A retrospective view* (pp. 8-58). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Ekström, M., & Westlund, O. (2019). The dislocation of news journalism: A conceptual framework for the study of epistemologies of digital journalism. *Media and Communication*, 7, 259-270.
- Fengler, S., Eberwein, T. & Alsius, S. (2015). How effective is media self-regulation? Results from a comparative survey of European journalists. *European Journal of Communication*, 30(3), 249-266.
- Fischer S. (2020, November 24). *Trump bump: NYT and WaPo digital subscriptions tripled since 2016*. *Axios*. Retrieved from <https://www.axios.com/washington-post-new-york-times-subscriptions-8e888fd7-5484-44c7-ad43-39564e06c84f.html>
- Freedman, D. (2010). The political economy of the 'new' news environment. In Fenton, N. (Ed.), *New media, old news: Journalism and democracy in the digital*

- age (pp. 35-50). London, UK: Sage.
- Fu, H. (2002). *The Internet and the newsgathering process: An examination on the newspaper industry in Taiwan*. Unpublished master's thesis, National Chiao Tung University, Hsinchu, Taiwan.
- Gans, H. (1979). *Deciding what's news*. New York: Random House.
- Garcia, X. L. (2010). *The education of journalists in the 21st century in Brazil, Spain, Portugal and Puerto Rico*. *Revista Latina de Comunicación Social*, 13(65), 1- 12.
- Gollmitzer, M. (2014). Precariously Employed Watchdogs? Perceptions of working conditions among freelancers and interns. *Journalism Practice*, 8(6), 826-841.
- Hanitzsch T, Anikina M, Berganza R, et al. (2010). Modeling perceived influences on journalism: Evidence from a cross-national survey of journalists. *Journalism & Mass Communication Quarterly*.87(1),7–24.
- Hartley, J. M. (2013). The online journalist between ideals and audiences: Towards a more audience-driven and source-detached journalism. *Journalism Practice*, 7(5), 572-587.
- Henningham, J., & Delano, A. (1998). British journalists. In D. H. Weaver & W. Wu (Eds.), *The global journalist: News people around the world* (pp.143-160). Cresskill, NJ: Hampton.
- Hermida, A. (2010). Twittering the news: The emergence of ambient journalism. *Journalism practice*, 4(3), 297-308.
- Houston, B. (2008) "Interpretive Journalism," *The International Encyclopedia of Communication*.
- Ipsos. (2017). *Sosiale medier tracker Norge Q1 2017*. Retrieved from <https://www.ipsos.com/nb-no/ipsos-some-tracker-q117>
- Johnstone, J. W., Slawski, E. J., & Bowman, W. W. (1972). The professional values of American newsmen. *Public opinion quarterly*, 36(4), 522-540.
- Kolodzy, J., Grant, A. E., Demars, T. R., & Wilkinson, J. S. (2014). The Convergence Years. *Journalism & Mass Communication Educator*, 69(2), 197-205.
- Lee, A. M. (2015). Social media and speed-driven journalism: Expectations and practices. *International Journal on Media Management*, 17(4), 217-239.
- Liu, C.-D. (2006). De-skilling effects on journalists: ICTs and the labour process of Taiwanese newspaper reporters. *Canadian Journal of Communication*, 31, 695-714.
- Lund, A. B., Willig, I., & Blach-Østen, M. (Eds.) (2009). *Hvor kommer nyhederne fra? Den journalistiske fødekæde i Danmark før og nu*. Forlaget Ajour.
- Mellado, C. (2015). Professional roles in news content: Six dimensions of journalistic role performance. *Journalism Studies*, 16(4), 596-614.

- Mwesige, P.G. (2004). Disseminators, advocates and watchdogs: A profile of Ugandan journalists in the new millennium. *Journalism*, 5(1),69-96.
- Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., & Nielsen, R.K. (2019). Reuters Institute digital news report 2019. *Reuters Institute for the Study of Journalist*. Retrieved from https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-06/DNR_2019_FINAL_0.pdf
- Nikunen, K. (2014). Losing my profession: Age, experience and expertise in the changing newsrooms. *Journalism*, 15(7) 868-888.
- Nordenson, B. (2008). Overload! Journalism Battle for Relevance in an Age of too Much Information. *Columbia Journalism Review*.
- O'Donnell, P., Zion, L., & Sherwood, M. (2015). Where do journalists go after newsroom job cuts? *Journalism Practice*, 10(1), 35-51.
- Örnebring, H. (2010). Technology and journalism- as-labour: historical perspectives. *Journalism*, 11(1), 57-74.
- Örnebring, H., Karlsson, M. & Fast, K. (2014). *The labor of journalism: challenges of technological and economic restructuring*. Paper presented at Digital disruptions to Journalism and Mass Communication Theory, MU, Brussel, Belgium. Retrieved from https://www.academia.edu/8762416/The_labor_of_journalism_challenges_of_technological_and_economic_restructuring
- Pavlik, J. V. (2001). *Journalism and new media*. New York: Columbia University Press.
- Peters, C. & Witschge, T. (2015). From grand narratives of democracy to small expectations of participation: Audiences, citizenship, and interactive tools in digital journalism. *Journalism Practice*, 9(1), 19-34.
- Phillips, A. (2010). *Old sources: New bottles*. In N. Fenton (Ed.), *New media, old news: Journalism & democracy in the digital age* (pp. 87–101). London: Sage.
- Picard, R. (2006). Journalism, value creation and the future of news organizations. *The Reuters Institute for the Study of Journalism*.
- Powers, E. (2012). Learning to do it all. *American Journalism Review*, 34(1), 10-13.
- Schudson, M. (1994). Question authority: A history of the news interview in American journalism, 1860s–1930s. *Media, Culture & Society*, 16(4), 565-587.
- Shoemaker, P. J. (1991). *Gatekeeping*. Newbury park, CA:Sage.
- Shoemaker, P. J. & Reese, S. D. (1996) A Media Sociology for the Networked Public Sphere: The Hierarchy of Influences Model, *Mass Communication and Society*, 19:4, 389-410.

- Skovsgaard M. (2014). Watchdogs on a leash? The impact of organisational constraints on journalists' perceived professional autonomy and their relationship with superiors. *Journalism*, 15(3),344-363.
- Spyridou, L. P., & Veglis, A. (2016). Convergence and the changing labor of journalism: Towards the "Super Journalist" paradigm. *In Media convergence handbook, vol. 1* (pp. 99–116). Springer Berlin Heidelberg.
- Steele C.A. & Barnhurst K.G. (1996) The journalism of opinion: Network coverage in US presidential campaigns, 1968–1988. *Critical Studies in Mass Communication*, 13(3): 187–209.
- Stocking, S. H. & Holstein, L. W. (2009). Manufacturing doubt: journalists' roles and the construction of ignorance in a scientific controversy. *Public Understanding of Science*, 18(1),23-42.
- The Global Social Journalism Study. (2015). *The Global Social Journalism Study*. Cision. Retrieved from https://www.cision.com/us/resources/research-reports/social-journalism-study/?sf=false&internal_campaign=social-journalism-study
- Tomlinson, J. (2007). *The culture of speed: The coming of immediacy*. London:Sage.
- Tuchman, G. (1978). *Making news: A study in the construction of reality*. NY: The Free Press.
- Tsfati, Y., Meyers, O., & Peri, Y. (2006). What is good journalism? Comparing Israeli public and journalists' perspectives. *Journalism*, 7(2), 152-173.
- V-Dem Institute (2019). *Democracy Facing Global Challenges: V-DEM Annual Democracy Report 2019*. Retrieve from https://www.v-dem.net/media/filer_public/99/de/99dedd73-f8bc-484c-8b91-44ba601b6e6b/v-dem_democracy_report_2019.pdf
- Reese, S. D. & Shoemaker, P. J. (2016) A Media Sociology for the Networked Public Sphere: The Hierarchy of Influences Model, *Mass Communication and Society*, 19:4, 389-410.
- Reinardy, S. (2011). Newspaper journalism in crisis: Burnout on the rise, eroding young journalists' career commitment. *Journalism*, 12(1), 33-50.
- Reuters Institute (2020). *Digital News Report 2020*. Reuters Institute. Retrieve from: <http://www.digitalnewsreport.org/>
- Robinson, S. (2011). *Convergence crises: News work and news space in the digitally transforming newsroom*. *Journal of Communication*, 61(6), 1122–1141.
- Rogers, Everett M. (1995). *Diffusion of Innovations*. New York, NY: Free Press.
- Roland, A. (2009). A Clash of Media Systems? British Mecom's takeover of Norwegian Orkla media. *The International Communication Gazette*, 71(4),263-281.

- Waisbord, S. (2018). Truth is Happens to News. *Journalism Studies*, 19(13), 1866-1878.
- Weaver, D. (2007). *The American journalist in the 21st century: U.S. news people at the dawn of a new millennium*. Mahwah, N.J.: L. Erlbaum Associates.
- Wenger, D. H. & Owens, L. C. (2012). Help wanted 2010: An examination of new media skills required by top US news companies. *Journalism & Mass communication Educator*, 67(1), 9-25.
- Wenger, D. H., Owens, L. C., Charbonneau, M., & Trever, K. (2011). Help wanted: An examination of new media skills required by top US news companies. Franklin, B., & Mensing, D. (Ed.). *Journalism education, training and employment* (pp. 192- 206). New York: Roulledge.
- Weaver, D. H. & Willnat, L. (2012). *The global journalist in the 21st century*. Routledge.
- Weaver, D. H. & Willnat, L. (2016). Changes in U. S. journalism, *Journalism Practice*.
- White, D. M. (1950). The gatekeeper. *Journalism Quarterly*, 27, 383-390.
- Willnat L., Weaver D.H., & Wilhoit G. C. (2017). *The American Journalist in the Digital Age: A Half-Century Perspective*. Mass Communication and Journalism.
- Willnat, L., & Weaver, D. H. (2014). *American journalist in a digital age: Key findings*. Bloomington, IN: School of Journalism, Indiana University.
- Witschge, T. & Nygren, G. (2009). Journalism: A Profession under Pressure? *Journal of Media Business Studies*, 6(1), 37-59.
- Yamamoto, Masahiro; Nah, Seungahn & Chung, Deborah S. (2017). Conceptualizing Citizen Journalism: US News Editors' Views. *International Journal of Communication*, 11: 684-700.

附錄一 訪談大綱

1. 在擔任記者前，您對記者的認知是什麼？透過什麼管道得知自己對新聞感興趣？
2. 當初選擇新聞記者的動機？您認為新聞工作的特色為何（與其他工作不同之處）？
3. 哪些因素影響您從事「記者」這份工作？關鍵人、事、物是什麼？
4. 您對現今「新聞現況」與「台灣新聞媒體」的看法為何？
5. 在每天的工作中，想請您詳述您的工作內容與模式。哪些讓您感覺有成就感？哪些讓您感到挫折？
6. 在新聞角色認知上，您覺得您的角色是什麼？如何遵循？工作和角色的契合程度為何？
7. 根據您的採訪路線，詳述您的報導風格。那您大部分的工作時間，是在整合新聞、分析新聞還是政府監督呢？
8. 想問您對於新聞工時長、工作倦怠等勞動條件的看法為何，以及近年的勞動狀況？
9. 如果有「監督政府」角色，那您面對公共問題時，您願意批評政府嗎？
10. 依照您的經驗，您會用什麼方式批評政府呢？
11. 您認為新聞工作是一種專業嗎？即有特殊技能或共同標準嗎？
12. 以您個人經驗，是否面臨媒體多工（如媒體多工、議題多工與技能多工）這樣的工作文化？面對挑戰時該如何因應？
13. 因應現今媒體數位化轉型，記者除了需要採訪寫作能力之外，是否還需要具備科技應用（像是寫程式、社群媒體經營、數據分析等）能力？
14. 媒體組織是否會對記者的數位科技能力再培訓？當您面臨數位技術處理能力不符預期，您如何解決？
15. 就您所工作的媒體組織，管理階層的編輯政策為何？即如何挑選新聞、新聞標題與新聞訴求為何？
16. 以新聞室來說，現今管理大多使用數位工具，您所待的媒體組織是否在通訊軟體上是否有虛擬新聞室？可否分享您們如何運作？
17. 想請您談談新聞工作獨立自主性和管理階層的要求？
18. 近年許多年輕的新聞工作者不只受到社會力量衝擊，也要與新聞室相互抗衡與妥協，其也在無形間掙扎報導題材，抑或是理想上新聞內容產製方式的改革。您是否有遇到此狀況？
19. 您跟年資不同的記者（包括主管在內）要製作一個議題的時候，您跟資深記者的考量，有何不同？
20. 跑新聞時，會跟資深記者或主管請教同個線上（例如：政治線、醫療線）的問題嗎？
21. 請談談您與新聞室中資深主管在新聞處理與選題上遇到衝突如何因應？

22. 請聊聊您的社群媒體與新聞工作之間的關係。您認為社群媒體對新聞工作有什麼影響嗎？
23. 就你目前所待的媒體，組織是如何面對「主動閱聽人」的時代？高層主管會在意閱聽人的回饋嗎？
24. 將來的職涯規劃還會繼續待在媒體嗎？為什麼？
25. 您認為未來的新聞媒體還能發揮您的專業角色嗎？
26. 您對台灣新聞媒體未來有何看法呢？



附錄二 本研究受訪者之訪談同意書

受訪同意書

非常感謝您參與此研究，以下文字將提供您本研究相關資訊與訪談方法。若您對此研究有任何疑問，歡迎您對研究所屬人康瓊之進行提問，我將為您做詳細說明。

本人是國立政治大學傳播學院碩士班主修新聞的三年級學生康瓊之，目前正在進行碩士論文研究。本次研究的主題是〈我們的媒體時代：新世代記者的新聞認知、記者角色與職涯想像〉，所以希望您可以提供個人對於媒體的看法及經驗，協助研究的進行。

本研究目的為瞭解在現今數位時代的媒體環境下，社群媒體、通訊軟體充斥你我的生活，新世代記者如何認知新聞和新聞業，析述新世代記者從市新聞的動機以及對專業角色之看法，同時理解記者對新聞室互動與新的經營模式之認同，探討新世代記者對於職涯想像是否有現實與理想上的落差。

本研究將理出新世代記者於職涯想像與實際情形不同之因應策略，以及對未來新聞作為職業的生涯規則，以補充台灣對於記者研究的不足。

在研究方法上，採用深度訪談中的半結構式訪談做為搜集資料中的方法之一，每次訪談約為一至兩小時，訪問大綱主要為開放式問題。為了可以記錄訪談的過程，過程中將會進行錄音，然而您可以隨時表示不希望被錄音。錄音內容僅會用於本研究當中。為了保護受訪者，您的一切個人資料都不會被公開，名字將會以字母代號（例如受訪者 A、B、C）取代。本研究務必遵守研究所需的倫理以及個資保護原則，希望您能夠提供在新聞現場的如實意見。

在訪談期間，您可以隨時提問，並且有權利決定是否願意回答該問題。除此之外，您可以隨時提出把訪談中止，若有中途退出者，訪談資料將一蓋不採用於研究計畫內容中。若然在訪談過程後，您對本研究有任何問題，歡迎隨時與本人聯繫。

研究生 康瓊之 敬上

我 _____（名字）了解本研究的目的及過程，並願意接受訪談。

研究者簽署：

簽署日期：