

本論文獲客家委員會101年客家研究優良博碩士論文獎助

國立聯合大學
客家語言與傳播研究所

碩士論文

客家新聞獎中記者的實踐感

The Practical Reason of Journalists and Hakka Journalism Award

研究生：嚴珮瑜 撰

指導教授：盧嵐蘭 博士

中華民國一百年七月

國立聯合大學碩士學位論文

考試委員審定書

客家語言與傳播 學系 碩士班 嚴珮瑜 君所提之論文
研究所

客家新聞獎中記者的實踐感

經本委員會審議，認為符合碩士資格標準。

學位考試委員會 主任委員 周慶祥 (簽章)

委員

林本炮

周慶祥
唐友南

指導教授

唐友南

系(所)主任

范瑞玲

中華民國

100年

7月

20日

誌謝

終於，寫到了這個名為「誌謝」的檔案，在這說長不長說短不短的兩年光陰裡，對於你們的感謝絕對不是這幾行字句能夠交代清楚地，但在此還是想對你們訴說蛋塔充滿內心的感謝。

首先，最要感謝的是指導教授盧嵐蘭老師，對於您我只有充滿感激與濃濃的愛意，您在寫作過程中無數次的腦力激盪和逐句推敲的指導方式，帶領著我從寬廣的角度思考問題，您總是給予我莫大的信心和支持，若沒有您的諄諄教誨和關懷備至的照顧，實在難以盼到這本論文的誕生，您溫暖又撫慰人心的處事態度及認真負責的處事方針，都讓我在您麾下的這段時間著實獲益良多，對您的感謝無以言喻。您就是像我的再生父母，開啟了我人生的另一個可能，謝謝您這兩年來無論是學業或是生活上的照顧，很珍惜這份與您一起學習的時光，我相信這將會成為我人生中最美好的片刻。

感謝口試委員慶祥老師和本炫老師，百忙中抽空參與口試，字字珠璣的建議，使我收穫良多且更領略要髓，謝謝你們讓這本論文的論述盡可能完備。

更謝謝論文中的 11 位訪談者，謝謝你們在素昧平生的狀況下，接受了訪談邀約，無私地與我分享你們的經驗，因為有你們的實戰經驗才能夠有這本論文的誕生，對於你們真的致上萬分的感激。

當然在學術塔的生活中，總是有一群塔友的陪伴，要是少了你們學術塔的生活一定將暗淡不少。首先，對於身為同門的你們，帥妹有滿滿的話想要對你們說，論輩份的話首先是大師兄興偉，謝謝你在我寫作過程中精神的陪伴，還記得和你的認識是因為一份童謠的文獻，這份文獻牽起了你我之間的緣分，謝謝你從那一刻起就陪伴我到論文問世的此時此刻。師哥寶哥，你就像是我的大哥哥一樣，最糟的狀況和最壞的情緒遇到你總是可以迎刃而解，你就像是我的出口，很感動在學術塔的日子中有一個出口，總是可以讓我相當做自己的面對任何事情，更謝謝你總是身體力行的陪伴，想想從我研討會到 final 的場子中總是可以看到你的身影，對你真的充滿了滿滿的祝福和感激，並且我要卸下手中的棒子交到你手上

了，我相信你一定可以順利地握這它直到論文完成的那一刻，帥妹對你有信心，你也要相信自己一定可以克服重重的難關，下一個出塔的就是你了。

采蘋，謝謝您一路在苗栗生活上所有的照顧，與你一起同眠共枕的日子，我不會忘記，你大大的笑容和真心的傾聽總是可以撫慰我的心，真的謝謝你了。郁晴，謝謝您在我苗栗生活的後期中給予的照顧和關懷和你一起四處走走的日子將會成為我回憶苗栗的一大部分。

在學術塔的日子中當然更是有幾位可愛的同學們，總是給我滿滿的關心和開懷大笑的開心。郁鈞，跟你的相識真是相見恨晚，在你的身上我聞得到那種相知相惜的味道，謝謝你像個姐姐般地給我很多的關懷和真心的建議，對你除了愛你我實在想不到太多的言語，也祝你早日完成這個階段，我相信隔空打勾的你一定可以做的到。嫵誼，在我心中你是一個好特別的女生，在你的身上我看到了極為反差的特質卻可以巧妙的形成一種只屬於你的特質，或許是因為這樣的關係，讓在大陸走跳的九天和你一見如故，真是讓我覺得這一趟不枉此行。萬年班代大餅，謝謝你總是對我這同鄉的關心和照顧，對你我總是很做自己在表現，真的發自內心的謝謝你包容我那時好時壞的情緒。田田，謝謝你在口考前後親自致電的關心，和你有一種相見恨晚的氛圍，對於你的關心和問候真的謝謝了。詩怡，謝謝你總是像個大姐姐般的給予我幫助和關懷，真的謝謝你。岱穎，謝謝你在我後期寫作日子中的關心和問候。耀宇，也謝謝你口考到場的幫忙。你們的關懷和鼓勵真的都帶給了我無比的力量面對這一切。

大學時期同窗的你們，邱妹，謝謝你在我論文過程中所有的幫助，更謝謝你從大學以來就對我呵護備至到研究所念完。怡樺，對於你我真是有這萬分的不好意思，謝謝你總是很耐心聽我訴說在這個階段會遇到的問題，並且你總是可以很樂天的給我滿滿的鼓勵，也預祝你早日完成你想完成的一切。鴨鴨，你在畢典傳來的 congratulations 的圖畫，真的讓我感動萬分，雖然與你的相遇有一種恨晚的氛圍，但我知道我們不會再錯過。大頭，謝謝你在工作和學業必須兼顧的狀況下，還會記得空出一些時間給我，那個讓我們車上起霧的夜晚，我想就是最好的見

證，真的謝謝你從大學時期就開始對我情同家人的照顧。

當然在大學時期還有一票因為實習而熟識的學弟妹們，豆妹，與你的熟識到現在想起來還覺得不可思議，謝謝你如此照顧身為學姐的我，這當中的酸甜苦辣想必你都懂，真的謝謝你每次的鼓勵和傾聽，在台北的日子謝謝你的相伴和依偎，也預祝你的研究所之路會順遂。楊捷,郁葳,小龍,阿豆,小宋謝謝你們在我寫作的過程中，還記得我這位大學畢業後又更加熟識的學姐，在台北的日子裡謝謝你們總會記得帶我四處走走。琦忠,小花,你尋,其葳，每次和你們短暫的熱炒時光，總是可以讓我笑開懷的暫時遠離論文的壓力。維特，謝謝你一路看這在誤會中長大的蛋塔。阿霈，在台北的日子裡，還好有你這位台北小地圖的陪伴，更謝謝你在口考完精心準備的卡片和禮物，我真的感動萬分。小育，謝謝你對我這一路以來的關心，吃吃喝喝的日子，我真的很開心。鮪魚，你每次的加油打氣聲，都可以給我滿滿的力量，也祝你未來的研究所之路能夠順順利利。哈哈，謝謝你口考當天到現場的加持，真的謝謝你們了。

Austin 你應該是我五專時期碩果僅存的朋友，謝謝你近十年來的關心和鼓勵，這一切蛋塔真的都感謝在心，在此，也要祝你未來的京都求學生活一切順利。

最後，我要謝謝我的家人，尤其是我的母親，謝謝你幾乎貢獻了你的一生在照顧我，並且包容了我極度做自己的情緒，在外求學的過程中，情緒難免有低潮，但每次你都會給我最正面的思考，真的謝謝你的包容和鼓勵，在你身上我見識到母愛真的很偉大。

蛋塔 於台北家中

2011 夏末。

《中文摘要》

本研究試圖了解「客家新聞獎」對客家記者在客家新聞製作上的影響，並在理論上引用 Bourdieu 提出的「習性」(habitus)、資本(capital)和「場域」(field)等概念，以協助檢視「客家新聞獎」場域中客家記者如何在個人認知和自身所處的環境中進行客家新聞的製作。

本研究採取深度訪談法，以行政院客家委員會 2006 年（第一屆）至 2010 年（第五屆）「客家新聞獎」得獎記者為訪談對象，共訪談 11 位記者，企圖了解「客家新聞獎」中報導客家新聞的記者如何實踐心中所代表的客家新聞。

本研究的觀點立基於 Bourdieu 對於實踐感的闡述，認為實踐感就是個體或是群體內在擁有的習性，他們具體使用自身擁有的各種資本，在特定的場域中，行使特定的行為。本研究發現：

一、客家記者對客家新聞的想像是一種實踐邏輯的展現，實踐者的行動是一種與當下環境脈絡交互作用所產出的有限行動，因此，客家記者往往是從自身經驗和所屬機構能夠給予的資源中進行客家新聞的產製。

二、實踐者必須參照實踐場域所特有的習慣風俗才能作出實踐，當行動者遭遇到的問題是他所熟悉的，行動者就自然而然地生產出屬於這個場域中特有的實踐；因此，記者若本身為客籍記者，便能夠從自身對客家的認定來製作客家新聞，而當行動者所遭遇到的問題是自己不熟悉的，行動者才會有意識的求助於各種既定的風俗習慣，所以非客籍的記者在製作客家新聞時會經由多重的觀察來認定符合這個場域的象徵代表。

三、客家新聞獎中的新聞產製者無論是客籍或非客籍的記者，都在獎項遊戲的場域中行使各種策略，行動者的實踐可說是因事制宜的一種展現行為。

關鍵詞：客家新聞獎、實踐感、新聞製作、習性、新聞場域

Abstract

This research aims to understand the Hakka Journalism Award how to affect reporters when they manufacture the Hakka news. The study cited Bourdieu's theory of habitus, capital and field as theoretical basis to investigate reporters how to adjust their news value in the field of Hakka Journalism Award.

This study conducted in-depth interviewing, the interviewees included 11 reporters of winners of Hakka Journalism Award from 2006 till 2010, and this study attempts to understand winners how to produce Hakka news.

The standpoint of the research stemmed from Bourdieu's view that the practical reason is individuals or groups have a special habitus, and they can use of their varieties of capital in the field.

The results are as follows. First, reporters produce Hakka news from their practical reason and their practices were influenced by their experience and media resource. Second, reporters must refer rules of field to produce Hakka news. When they face familiar issues, they can produce news naturally, therefore, if reporters are Hakka people, they produce Hakka news with their ethnic identities. On the other hand, when reporters face unfamiliar issues, they will resort various customs, so if reporters are not Hakka people, they need more observations to confirm that their coverage will fit the field of Hakka. Third, When reporters produce Hakka news in Hakka Journalism Award, they need to exercise varieties of tactics, therefore reporters's practices are flexible and able to adjust to different conditions.

Key words : Hakka Journalism Award, Practical Reason, News Production, Habitus, Journalistic Field.

目 錄

第一章 緒論	1
第一節 研究背景與動機	1
第二節 研究目的	5
第三節 研究對象與研究範圍	6
第二章 文獻探討	19
第一節 新聞專業與新聞場域	19
第二節 新聞場域與記者習性	24
第三節 新聞價值與新聞產製模式	29
第四節 客家新聞獎與客家新聞記者的實踐	34
第五節 本章小結與研究問題	39
第三章 研究方法	42
第一節 質性研究方法之選擇	42
第二節 深度訪談法	43
第四章 記者與客家新聞專業意理	50
第一節 記者對客家新聞的想像	50
一、個人經驗的養成	51
(一) 兒時的聯想	52
(二) 生活的體驗	54
(三) 傳統的創新	56
(四) 批判的省思	58
二、社會結構與客家新聞想像	59
(一) 客家歷史的記憶	60
(二) 客家面貌的建構	62
(三) 客家風情的推倡	63
三、組織教育的塑成	65
(一) 組織定位與客家再現	66
(二) 組織教育與客家認同	67
(三) 同事間的客家訊息交流	68
第二節 記者習性與客家新聞價值之形構	70
一、記者專業品位的型塑	71
(一) 主跑線路的引導：在原有線路中加入客家事務	72
(二) 媒體文化的置入：媒體定位的客家新聞	73
(三) 新聞場域中稟賦系統的教化：不標榜獨家報導的客家新聞	75
二、記者心中客家新聞價值的判斷	77

(一) 生活上的選擇：偏重藝文新聞報導.....	78
(二) 地域為主的取材：關注地方新聞報導.....	81
(三) 對閱聽眾反應的考量：市場取向的客家新聞.....	82
(四) 弱勢發聲的訴求：著重客家新聞的深度報導.....	83
第三節 記者與客家新聞獎	85
一、客家新聞獎中記者心態的迂迴與轉折.....	86
(一) 自身認知的摸索期：觀察.....	87
(二) 組織教育的養成期：塑型.....	88
(三) 專業展演的創作期：表現.....	90
二、客家新聞獎中記者對客家新聞的想像.....	91
(一) 對於獎項中客家新聞的幻象：分類系統的形成.....	92
(二) 對新聞獎項的信仰：一種默契.....	94
(三) 獎項理念的規訓：融入遊戲的規則.....	95
三、記者心中的美麗與哀愁.....	96
(一) 客家文化有形的鼓勵.....	97
(二) 文化多元無形的樊籬.....	99
第五章 客家新聞獎得獎者的新聞產製策略	102
第一節 記者的位置、資本與實踐模式	102
一、資本：行動者的王牌.....	103
(一) 文化資本影響符碼的解讀.....	104
(二) 社會資本中人脈的運用.....	105
(三) 資本間的轉換與再製.....	106
二、場域：行動者的策略空間.....	109
(一) 競技場的技藝空間：號召而來的行動者.....	110
(二) 審判者模糊的梳妝台：隱身的指揮家.....	111
(三) 參賽者的表現舞台：牽制性的競爭關係.....	113
三、實踐：行動者的行動策略.....	115
(一) 議題的設定：區隔.....	115
(二) 爭取組織的資源：說服.....	117
(三) 場域中的監視：觀看.....	118
第二節 新聞中客家真實之建構	120
一、傳統與新穎的交錯：客家新形象的建構.....	122
(一) 客家婦女形象的重塑.....	122
(二) 客家傳統音樂的轉型.....	124
二、客家文字的運用：語言召喚的族群認同.....	127
(一) 探討客家方言式微的新聞議題.....	127
(二) 華語文與客家話的轉化.....	129
三、農村與城市的對話.....	131

第三節 客家新聞獎對客家新聞報導的影響	135
一、對客家新聞產製的影響.....	136
(一) 個人層次：求勝心下的自我調適.....	137
(二) 常規層次：獲獎至上的集體認同.....	139
(三) 跨新聞組織層次：秀異符號的產製.....	140
(四) 媒體外層次：他律性的新聞場域.....	141
(五) 社會文化層次：意識形態的爭奪賽.....	142
二、記者對客家新聞獎的建議.....	144
(一) 轉手讓民間辦理.....	144
(二) 新聞類別訂立獎項.....	145
(三) 限制補助作品參賽.....	147
第六章 結論與建議	150
第一節 研究發現與結論	150
一、各章論述重點.....	150
二、主要研究發現.....	151
第二節 檢討與建議	159
一、研究限制.....	159
(一) 無法顧及評審的論點.....	159
(二) 訪談時間上的不足.....	159
二、未來研究建議.....	160
(一) 客家新聞獎中得獎文本分析.....	160
(二) 可進行組織方面的研究.....	160
參考書目	161

圖目錄

圖 2-1：專業性的概念架構圖	21
圖 2-2：大眾傳播媒介組織分析層次圖	33
圖 5-1：「狀告城隍爺」(一)	133
圖 5-2：「狀告城隍爺」(二)	134
圖 5-3：「狀告城隍爺」(三)	135

表目錄

表 1-2：第一屆～第五屆得獎名單	13
表 3-1：擬訪談名單	44
表 3-2：訪談大綱	46
表 3-3：受訪者資料	48
表 3-4：訪談時間與地點	49

第一章 緒論

第一節 研究背景與動機

1980年代開始，台灣因為民間社會力量的崛起，推動本土意識的風潮湧現，客家研究也在這樣的趨勢下逐漸被學界與實務界所重視，近來坊間、學術機構與研討會皆可見到許多與客家研究相關的叢書或文獻資料，皆以關懷在地文化與自己家鄉為主。其中有四分之三都是在1988年「還我母語」運動以後出版的，而從1991年至今，台灣每年出版的各種客家研究出版品都不斷成長，1997年更超過200本的新書，成長幅度驚人（王甫昌，2003：142-145），而這些文獻中不少都呈現頗為固定的內容，不脫客家歷史根源、文化特色或族群特性的描述；在源流研究方面，強調中原正統的漢人或南方原住民混種之間關於血統的唇槍舌戰；在客家特質方面，對勤勞節儉、刻苦耐勞、小氣吝嗇等族群特性褒貶不一。每論及客家文化，總是脫離不了客家美食與山歌採茶戲，或清一色的農村生活與古老農具等。究竟甚麼是客家的樣貌，開始慢慢引發眾人的注意與思考。

隨著2001年行政院客委會的成立，2003年全世界唯一以客語發音的客家電視台設立，若干大專院校亦添設客家學院，培育更多的人投入客家研究這一個領域。而客語能力檢定的開辦，更是讓許多人注意到客家話。無論是在電視、廣播、平面媒體...等，都可以看到關於客家議題的報導，而為了鼓勵更多對客家事務有興趣的人，能夠投入客家族群的相關報導，行政院客委會更在2006年設立了「客家新聞獎」，以鼓勵更多的媒體工作者，能夠參與發揚客家文化。相較於以往，客家族群在媒體的曝光度明顯高出許多。

本研究是在 2010 年開始著手進行，當時客家新聞獎還在開辦當中，本研究動機當時就是為了試圖了解客家新聞獎對記者在製作客家新聞的過程中產生了何種影響？記者是否會受到客家新聞獎的牽制，然而就在客家新聞獎在 2011 年

要進行第六屆新聞作品招募的前夕，行政院客家委員會發表了客家新聞獎即將停辦的消息。客家新聞獎自開辦以來，屢屢招致以利益及公權力操弄新聞議題、介入媒體生態的批評，甚而直指參賽作品恐有為獎金或名譽引誘而製作報導之虞。因此，為維護新聞自由、尊重媒體專業，並避免遭受新聞置入之質疑，行政院客委會決定自 100 年起停辦客家新聞獎（行政院客家委員會，2011）。

一直以來，獎項給予人們至高無上的榮譽，尤其自許為專業、自主、客觀、中立的新聞從業人員，獎項更是代表了無與倫比的驕傲。擁有獎項彷彿就是擁有專業，畢竟新聞從業人員並不像醫生或是律師，有一定的程序和規定來指導從業者應該怎麼做，因此，得獎便成為新聞圈內的一種專業楷模，如同示範新聞工作者的理想表現，譬如普立茲新聞獎成為美國新聞領域的桂冠，是記者們嚮往及努力的目標。台灣近來也有不少新聞獎項在新聞場域內成立（表 1-1），例如卓越新聞獎、公民新聞獎、醫藥新聞專題研究獎、客家新聞獎等。

客家新聞獎旨在鼓勵並提升客家新聞報導，因此得獎者的作品代表了被主辦單位肯定的客家新聞報導，也就是「好的」客家新聞，因此令人好奇的是，如何才算是「好的」「客家」新聞？為何這些得獎作品會獲得肯定？這些新聞如何呈現客家？如何論述客家？這些都是值得關心的課題。談到客家，多數人的腦海中多少都會浮現許多象徵符碼，包括對該族群既有的認知。這些符碼可能是客家人出席重大場合一定要穿的藍衫，或是客家擂茶、客家桐花季的油桐花，也可能是對硬頸精神的形象認知，這些形象背後往往隱含很多的價值體系。客家新聞在獎項的加持下，客家文化又會如何被形塑，值得關注的是在新聞場域中活動的行動者，會在場域的影響下透過哪些個人的行動來建構出他們的客家想像？

由於研究者大學時就讀新聞傳播領域相關科系，在學習過程中也不免因授課老師的要求，必須參與各種相關的新聞獎項。曾經在和同學討論的過程中，一句話：「啊呀！你這樣的東西不會得獎啦！不夠客家！」，簡短的一句話引發了個人深深的思考，人在爭勝的過程中似乎會去猜測對方想要甚麼，這樣的心態變化很

細緻很微妙，前一秒還是新聞中客觀、自主的駕馭者，後一秒卻又變成獎項下的馴服者。

客家新聞獎設立的本意是希望客家文化能夠更被重視和肯定，客家新聞獎在獎勵對象的類別中，明文規定參賽作品只要和客家事務有關，均為獎勵的對象。但能夠入圍的作品中都包含了客家事務，已經符合客家新聞獎的宗旨，而能夠獲得獎項肯定和評審青睞的作品卻只有少數的新聞，在這樣角逐獎項的過程中，這些場域內的行動者會用怎樣的編排手法來編織他／她們對於客家新聞的想像，以及他／她們如何藉由這樣的想像去形塑出他／她們眼中能夠得獎並且代表客家的新聞。

本研究所指的行動者是指這些主動報名參與客家新聞獎的新聞工作者，也就是新聞場域中新聞記者的角色。Bourdieu 於 1994 年發表在《社會科學的研究行動》(*Actes de la Recherche en Sciences Sociales*)期刊上的專文〈新聞業的宰制〉，引用場域概念來初探媒體場域，依據 Bourdieu 的說法 (Bourdieu, 1992 / 李康、李猛譯, 1998 : 134)，場域 (field) 可以被定義為在各種位置之間所存在客觀關係的網絡或型態，場域就是由一連串相互依賴關係所構成的社會空間。同時，場域是由不同的資本類型與力量關係所決定的，一方面是不同的資本的持有者為爭奪或累積資本而展開鬥爭的場所，另一方面場域是一個競爭博弈的空間，擁有特定資本的行動者，無時無刻都想藉此改變彼此的位置、對資本的評價以及場域的競爭規則。換言之，場域的特質是一種環境的屬性，在此環境的界域當中，各種不同的力量匯集於此，支配者或被支配者為了保存自身的優勢或企圖變更所屬的力量關係，因而於此界域中彼此相互鬥爭。

Bourdieu 認為，任何場域都存在著截然不同的相對屬性，例如：「商業交易」與「職業價值」，通常會使得場域內的行動者要做出適當的調合。以自由主義報業理論來看，新聞記者的角色是一種以「第四權」自居的身份，因為他們背負著大眾輿論良心的角色；但在「新聞場域」的制約下，有時記者會被迫臣服於讀者

與廣告代理商所構成的市場需求。畢竟新聞從業人員沒有一個明確的法條和標準來告知記者們甚麼才是最有價值的新聞，因此，在新聞場域中的行動者，會依據所屬的位置來訂定「自律原則」，以此去描述、正當化、評價自身對社區的價值，這些原則會形塑記者的工作價值。而另一個次場域是由管理機構，規則方法所組成，它們會影響評價成員們的工作及活動。

因此，有必要關注這些參與客家新聞獎的行動者，在這樣新聞場域的運作下，會透過怎樣的行動來編織他們腦海中對客家的想像，並且將這樣的客家象徵放到新聞場域中，用以角逐獎項的肯定。客家新聞獎就像是一個權力分配的場域，客家新聞獎所提供的獎金就像是經濟資本，而獎項本身就如同象徵資本，只要得獎了，就代表最具客家品味的新聞，而在這個場域中，行動者透過自身的文化資本和社會資本相互競爭，爭取最具有客家品味的新聞肯定。

客家新聞獎的場域可謂包含了經濟資本、文化資本、社會資本和象徵資本，客家新聞獎提供的獎金就像是一種經濟資本，在這場域中的行動者透過特定的能動性，將自身的文化資本和社會資本，在這場域中進行交換，爭取著象徵著最具客家品味的新聞獎項肯定，獎項在這場域中也形成一種象徵資本，彷彿擁有獎項就像擁有了最有品味的地位，因此，本研究將深入探討客家新聞獎的新聞場域，帶給場域行動者的記者們怎樣的影響，進而使這些行動者具有怎樣的「實踐感」(practical reason)，也就是內化了對客家新聞價值的判斷，而場域中的各種資本又是如何形塑並且運作。

國內已有探討新聞場域中記者的相關研究，例如黃義書（2004）針對媒體組織內不同職務對於新聞專業攝影的差異，以及在新聞產製的過程中，攝影記者的角色與地位，探討這些行動者透過哪些策略讓自己的作品能夠被刊登，並試圖了解攝影記者在媒體組織裡的習性。鍾宜杰（2006）探討不同年代的政治與經濟環境下所形成的習癖與品味，如何影響攝影記者的工作和攝影行為與理念，並針對不同世代的攝影記者在新聞場域中的品味做出相關的分類。邱鈺婷（2007）以「電

視新聞產製過程」中的行動者為主角，探討記者與同業、決策者的互動關係和新聞組織的結構影響下，造成「一窩蜂新聞學」(Pack Journalism)的原因。

另外，黃順星(2008, 2010)以 Bourdieu 的場域概念，分析台灣新聞場域的生成與變化軌跡，探討不同世代的記者在新聞場域空間出現怎樣的變化。他提到，依照場域理論的觀點，新聞場域以經濟和文化資本的形式呈現，同時作為文化生產場域的一部分，有其內在邏輯與規則。台灣新聞場域的發展動力，一方面來自對經濟與文化資本的攫取，另一方面是局內人與新進者在象徵資本間的鬥爭。

從現有研究來看，目前還未有相關研究探討新聞獎項帶給記者的影響，因此，本研究將客家新聞獎視為一個新聞場域，探討客家新聞獎中的行動者亦即新聞記者們的行動策略。分析在這樣的新聞場域中，記者們會如何透過自身的文化資本和社會資本，來創造出屬於自己思考及行動的習性(habitus)，並且將這樣的品味內化到記者個人的價值判斷，成為記者的一種實踐感，並且在新聞當中呈現出來，藉由這樣帶有客家品味的新聞來角逐擁有象徵資本的獎項以及帶有經濟資本的獎金。在這樣資本交錯影響下，記者本身的新聞專業又會出現怎樣的影響。客家新聞獎在某種程度上是一個權力的與象徵的工具，這樣的工具可能是一項資源，使更多人願意關注客家，但是否可能也引導了場域內的行動者去遵循某些規範？這樣的一個場域運作會不會無形中犧牲了客家文化更多元發展的可能性？或讓本來期待能夠百花齊放之客家文化反而形成支配性的主流價值？

第二節 研究目的

本研究試圖探討客家新聞獎新聞場域的運作情形，特別是行動者亦即記者們在客家新聞獎的場域中，他/她們作為參賽者為了讓作品有得獎的可能，會採取哪些素材來編織他們的客家想像？而客家新聞獎中記者所處的「場域」，如何影響其稟賦，即習性？

因此，本研究企圖探討客家新聞獎場域中，此種新聞場域的運作邏輯及對記

者的影響，分析記者的行動策略及其反映的生活心態，以及客家新聞獎對記者專業態度的影響，因此，本研究的目的如下：

一、探討客家新聞獎的新聞場域運作邏輯。

本研究將探討客家新聞獎作為一個新聞場域，其中所涉及之經濟資本、文化資本、社會資本和象徵資本的範圍以及運作情形。

二、分析客家新聞獎對客家新聞報導的影響。

公共新聞學（public journalism）要求記者應提供一個公共事務流通的平台；而市場新聞學（market journalism）則要求記者要提供一個有收視率的平台。那麼關於客家呢？甚麼樣的新聞價值是報導客家新聞之記者追求的目標？由於，目前還沒有人針對客家的新聞價值提供參考的依據。因此，本研究特別想要了解客家新聞獎中的記者對於新聞價值的判斷，尤其在客家新聞獎獎項的肯定下，客家新聞會如何被呈現在媒體中。

三、瞭解客家新聞獎得獎記者的實踐策略。

本研究試圖了解在客家新聞獎得獎的記者們，是透過怎樣的編排手法來編織他／她們眼中最能夠代表客家的新聞，他／她們在參賽過程中是否採用何種策略，他／她們如何在新聞專業理念與期待獲獎之間折衝，以及是否影響記者們內化哪些新聞價值。

第三節 研究對象與研究範圍

本研究擬探討客家新聞獎如何影響記者去想像與呈現客家新聞，以下說明客家新聞獎的性質、運作情形與歷屆得獎者及其作品。

一、客家新聞獎簡介

「客家新聞獎」是行政院客家委員會為鼓勵並提昇客家新聞報導質量，於2006年創辦，以尊重客家族群、關心客家事務為出發點，由獨立作業且公平、

公正、公開之評審委員會負責評審，得獎者可獲頒獎座、獎金，以彰顯其卓越貢獻和成就。藉由「客家新聞獎」的舉辦，行政院客委會希望能發掘最有價值的客家新聞，真實呈現客家人文風貌；同時也藉此鼓勵媒體及新聞工作者，能夠在政治、經濟、社會、教育、藝文、時尚等生活各領域，更關心客家議題，讓社會大眾瞭解原來生活週邊處處有客家人、時時有客家故事（行政院客家委員會，2010）。

國內目前重要的新聞獎項有卓越新聞獎、曾虛白新聞獎、吳舜文新聞獎、社會光明面新聞報導獎、兩岸新聞報導獎、客家新聞獎、公民新聞獎、消費者權益報導獎、國際扶輪公益新聞金輪獎、醫藥新聞專題研究獎等等。各獎項的內容如下表 1-1。

表 1-1：國內主要新聞獎

獎項名稱	成立時間	成立單位	獎勵對象
曾虛白新聞獎	1974 年	政大新研所所長 曾虛白	曾虛白新聞獎分兩大類，一類為「新聞學術獎」，一類為「新聞公共服務獎」。
吳舜文新聞獎	1986 年	裕隆集團-吳舜文 新聞獎助基金會	提升報紙及雜誌事業報導與評論的水準，以強化平面媒體對社會的良性影響，因此，給獎對象限於平面媒體類。
社會光明面新聞報導獎	1934 年	台北市記者公會	宗旨在匡正媒體腥羶色的報導風氣，鼓勵正面性的報導。
兩岸新聞報導獎	1997 年	中華發展基金管理會	宗旨在鼓勵新聞從業人員加強兩岸關係及大陸、港澳新聞之報導。
卓越新聞獎	2002 年	民間企業界，由 創會董事們共推 台灣傳播教育界 大老政大退休教 授徐佳士先生擔 任創會董事長。	除了各類新聞專業獎項，將公共服務與新聞學術研究也納入獎勵範圍。
客家新聞獎	2006 年	行政院客家委員會	宗旨為鼓勵並提升客家新聞報導質量、促進多元文化發展、增進族群相互瞭解等。凡能真實呈現客家人文風貌、報導各領域客家議題的新聞作品皆可報獎。
消費者權益報導獎	2006 年	行政院消費者保護委員會	宗旨在鼓勵媒體加強消費新聞之報導，提高社會各界對消費者權益之重視。

國際扶輪公益 新聞金輪獎	2006 年	國際扶輪社 3520 地區	宗旨在鼓勵媒體報導非政府組織的社會公益服務成果。
TVBS 大學新聞獎	2006 年	TVBS 新聞台	台灣 各大學院校就讀之學生，第一屆沒特定主題。第二屆形象主題：『人文關懷為題材』。第三屆形象主題：『EYE（愛）上新世界』。第四屆形象主題：『台灣好精神』。
醫藥新聞專題 研究獎	2007 年	黃達夫醫學教育促進基金會	針對目前重要醫療政策或議題進行新聞專題研究。
Peopo 公民新聞獎	2007 年	財團法人公共電視文化事業基金會及 財團法人卓越新聞獎基金會。	為鼓勵網路影音公民新聞，提升報導品質，特設立PeoPo公民新聞獎，制定本辦法。凡有志於影音新聞報導者，皆可報名參加。
雲豹新聞獎	2010 年	財團法人原住民族文化事業基金會	新聞從業人員刊播以原住民族事務為主題之新聞作品，均可報名參賽。所謂「原住民族事務」包括原住民族語言、文化、藝術、傳播及政治地位、教育政策、經濟發展、部落產業等議題。

資料來源：本研究整理

（財團法人卓越新聞基金會，取自：<http://www.feja.org.tw/modules/tinyd/index.php?id=1>；維基百科，取自：<http://zh.wikipedia.org/zh-tw/TVBS%E5%A4%A7%E5%AD%B8%E6%96%B0%E8%81%9E%E7%8D%8E>；台北市新聞記者基金會，取自 <http://www.taipei-journalists.org/page9.php>；Peopo 公民新聞獎，取自 http://www.peopo.org/events/cj_awards_2009/peopo_awards/awards.html；雲豹新聞獎，取自「原文會」<http://www.ipcf.org.tw/>）

從表 1-1 中可以清楚發現，客家新聞獎和其他獎項相較之下，客家新聞獎是由官方設立，不像其他獎項多由民間機構或企業界成立（除了 兩岸新聞報導獎和消費者權益報導獎之外）；另外，客家新聞獎與雲豹新聞獎都是具有族群色彩的新聞獎項，但後者不像前者由政府單位主導。

客家新聞獎在屬性上很明顯的和其他官方所頒發的獎項有很大的不同，在定位上，客家新聞獎包含了族群和文化兩個面向，這和其他兩個官方所頒發的 兩岸新聞報導獎和消費者權益報導獎有很大的區別。

此外，客家新聞獎相較於其他強調新聞專業意理的曾虛白新聞獎、卓越新聞獎、Peopo公民新聞獎，也有很明顯的區分，客家新聞獎強調最具有客家品味的新聞作品才能夠獲得評審青睞及獎項肯定。因此，無論是客家新聞獎的屬性和定位上都和其他新聞獎項有明顯的不同。

二、客家新聞獎運作情形

（一）舉行的次數：第一屆～第五屆

（二）成立 宗旨：

行政院客家委員會為鼓勵並加強媒體之客家新聞報導、提升客家新聞質量，以促進社會多元文化發展、增進族群相互瞭解，與完善客家族群福祉，每年定期評選、頒發「客家新聞獎」。

（三）獎勵對象：

1.凡中華民國境內依法設立之報社、通訊社、雜誌社及廣播、電視新聞事業機構之專職新聞從業人員、不屬於任何新聞事業機構之自由撰稿人或各大專院校之在學學生，於指定期間內發、刊播之有關客家事務或以客家主體觀點為主之新聞作品，均得報名參賽。

2.所謂「專職新聞從業人員」及「自由撰稿人」，係指具中華民國國籍之自然人。

3.所謂「客家事務」，包括客家之語言、音樂、戲曲、信仰、民俗、教育、藝術、美食、服飾、建築，或與客家人之政治地位、社會權益、經濟營生、社區發展、產業創新等族群相關議題。

(四) 獎勵項目

1.專業組

(1) 平面類（含報紙、雜誌、通訊社）

A.新聞採訪報導獎

B.地方新聞報導獎

C.新聞攝影獎

D.新聞評論獎

(2) 廣播類

A.新聞採訪報導獎（含新聞節目中具採訪報導性質之內容）

B.新聞播報獎（含新聞中具採訪報導性質之內容）

(3) 電視類

A.新聞採訪報導獎（含新聞節目中具採訪報導性質之內容）

B.新聞播報獎（含新聞中具採訪報導性質之內容）

C.前二組之電視及廣播新聞播報獎參賽者，必須同時從事編輯或採訪或製作工作，參賽作品之內容品質與團隊的整體表現，亦納入評審考量。

2.學生組：（以大專校院在學學生，並發表在各該校院所認可之媒體作品為限）

(1) 文字媒體類（含印刷刊物及電子報）：新聞採訪報導獎。

(2) 影音媒體類（含無線、網路之影音材料）：新聞採訪報導獎。

(五) 獎勵名額及方式：

評審分為初審及決審。各組獎勵名額及方式如下：

1.專業組每一獎項由評審委員經初審決定入圍者若干名，複審排序決定前二名，依序頒發獎金新台幣 10 萬元、5 萬元及獎座各乙座。

2.學生組每一獎項由評審委員初審選定入圍者若干名，複審決定前二名，依序頒發獎金 3 萬元、1 萬元及獎座各乙座。另得由評審委員評審選出佳作若干名，發給獎狀，以資鼓勵。

3.參賽作品未達評審認定標準時，入圍及得獎均得予從缺。

4.得獎者由客委會擇期舉辦頒獎儀式，公開表揚。

（六）評審：

1.由客委會委託學術機構或其他執行單位，遴選並報請該會同意後聘任七至十一人，擔任「客家新聞獎評審委員」，負責評審事宜。選任委員時應顧及性別、新聞、傳播、客家語言與文化及社會公正人士等背景之均衡；其中具客家語言、文化專業者，占各組參賽類評審委員之比例，不得少於二分之一。

2.各獎項之評分標準及方式，由「客家新聞獎評審委員」議定之。

（七）報名方法：

1.依受託學術機構或執行單位訂定之報名須知辦理。

2.參賽作品之發表期間為每年四月一日至隔年三月三十一日止，實際期間以報名須知規定為準；系列作品至少五分之四應符合參賽日期規定。

3.凡符合報名須知規定者，皆可於每年四月一日至四月三十日，由所屬新聞事業機構推薦報名，或由個人直接報名；受託單位並得發函社會團體，邀請推薦優秀作品參賽。受邀推薦參賽作品之社會團體，應於每年四月一日前將推薦單提送受託單位，以利其邀請被推薦人參賽。

4.每一新聞事業機構每一獎項至多推薦三件，同一作品同時由所屬新聞事業機構推薦報名與個人直接報名同一獎項者，由雙方自行協調擇一資格報名，重複報名者以個人報名為準。廣播電台總台每一獎項可推薦三件，設有分台者，每一分台每一獎項限推薦一件。個人報名或社會團體推薦之個人，每一獎項限報名一件（行政院客委會，2010）。

三、客家新聞獎得獎名單

客家新聞獎第一屆從 2006 年開始舉辦，到 2010 年為止，客家新聞獎共舉辦五屆，從第一屆到第五屆得獎名單如表 1-2：

表 1-2：第一屆～第五屆得獎名單

得獎作品		得獎人員	得獎單位
第一屆	平面媒體類	新聞採訪報導獎： 客語教學危機與展望	黃以敬、謝文華、 袁世忠、申慧媛、 郭怡君、劉力仁、 溫春華、朱有鈴
		新聞攝影獎： 步步高昇的校園客語教學	方賓照
		新聞評論獎： 客家族群的投票行為取向	何來美
	廣播類	新聞採訪報導獎： 日久他鄉即故鄉，新台灣之子 （美濃篇）	李瑞英
		新聞採訪報導獎： 客家大戲系列報導	羅盛達、陳美禎
	電視類		公共電視
第二屆	平面媒體類	新聞採訪報導獎： 「客家歌謠的傳唱與困境」系列報導	黃以敬、袁世忠、 謝文華、段子薇、 趙靜瑜、朱有鈴、 夏德珍
		新聞攝影獎： 末代煙農,何去何從	陳怡誠
		新聞評論獎： 防止客語被擠出台灣	張世賢
	廣播類	新聞採訪報導獎： 全球化下客家婦女圖像	林昌盛、陳秋萍
		新聞採訪報導獎： 行入六堆庄系列報導	陳君明等
	電視類		客家電視台

第三屆	平面媒體類	新聞採訪報導獎 首獎： 客家文化系列報導	王蘭英、李信宏、羅正明、沈繼昌、謝武雄、蔡孟尚、王錦義、廖雪茹、洪美秀、張勳騰、傅潮標、彭志光、楊倩慧	自由時報
		新聞採訪報導獎 第二名： (新增名次) 好樣創意客	曹秀雲	商業週刊
		新聞攝影獎 首獎：	從缺	
		新聞攝影獎 第二名： 洗衣場是消息傳播站	林順良	聯合報
		新聞評論獎 首獎： 心懷客家認同本土	張鎮、鄭旭浩、邱榮舉、陳康宏、徐煥昇、陳石山、何來美、張美煜、張義品、林國隆	客家雜誌社
		新聞評論獎 第二名： 破除「蚊子館」的績效迷思	盧思岳	石岡人家園再造協會
		地方新聞報導獎 首獎： (新增獎項) 做客台北，客家鄉親都會尋根系列	陳璟民、林曉雲、林恕暉、洪敏隆、陳曉宜、劉榮、林相美、林秀姿、楊久瑩	自由時報
		地方新聞報導獎 第二名： 人文步道系列	席艷俠、王錦義、劉晉仁、朱苾伶、沈繼昌、羅正明	自由時報
	廣播類	新聞採訪報導獎 首獎： 客家心鐵路情系列報導	鍾麗香	臺灣廣播股份有限公司
		新聞採訪報導獎 第二名： 尋轉老頭擺	林昌勝、陳秋萍	大漢之音調頻廣播電台
		新聞播報獎：(新增獎項) 「現代客家」系列	江光大、許千蕙	財團法人中央廣播電台
		新聞播報獎 第二名：	從缺	
	電視類	新聞採訪報導獎 首獎： 台灣情客家水系列	謝佳凌	客家電視台
		新聞採訪報導獎 第二名： 台灣日光燈關廠事件	彭晉祿、李一凡	客家電視台
		新聞播報獎 首獎：	向盛言	客家電視台

澳洲總理說：「對不起」					
中國的西藏？世界的圖博？					
新聞播報獎 第二名：吳奕蓉 客家電視台					
「暗夜客話新聞」					
學生組 (新增組別)	文字媒體類 首獎：	傅麗萍	國立聯合大學		
	苗栗老行業發表 老將們重出江湖				
	文字媒體類 第二名：	吳珍妮	中正大學		
	「客博會體驗傳統客家文化 豐富多元」				
	影音媒體類 首獎：	劉佳毓	長榮大學		
第四屆	平面媒體類	新聞採訪報導獎 首獎：	林政峰、龍益雲、	經濟日報	
		「客家美學經濟」系列報導	李珣瑛、宋健生、		
		新聞採訪報導獎 第二名：	馬萱人、盧怡安	商業周刊	
		好客闖天下		-alive 優生活	
		新聞評論獎 首獎：	從缺		
廣播類	廣播類	新聞評論獎 第二名：	張美煜	人間福報	
		資源分配不公，需要族群電視台			
		地方新聞報導獎 首獎：	黃彥瑜	中央社	
		薪傳客家系列			
		地方新聞報導獎 第二名：	葉日嘉	苗栗縣社區大學	
苗栗縣政府拆除古窯現場紀實					
新聞採訪報導獎 首獎：劉文珍、黃麗如 教育廣播電台彰化台					
採訪台灣的詔安客-詔安文化的消失與傳承					
新聞採訪報導獎 第二名：鍾麗香 臺灣廣播股份有限公司					
「行人客家~看到希望」系列報導					
新聞播報獎 首獎：從缺					
新聞播報獎 第二名：江光大、許千蕙 財團法人中央廣播電台					
現代客家系列報導					

	電 視 類	新聞採訪報導獎 首獎： 「悠然見閩客」系列報導	林秋伶	客家電視台
		新聞採訪報導獎 第二名： 聚焦西馬系列報導	陳君明	客家電視台
		新聞播報獎 首獎： 澳洲總理說：「對不起」 中國的西藏？世界的圖博？	吳奕蓉	客家電視台
		新聞播報獎 第二名： 「暗夜客話新聞」	向盛言	客家電視台
	學 生 組	文字媒體類－ 新聞採訪報導獎 首獎： 廖文和布袋戲團 揚名國 際	林麗齡	南華大學
		文字媒體類－ 新聞採訪報導獎： （第二名）客家八音傳承基地 後龍客家戲曲學苑	傅麗萍	國立聯合大 學
		影音媒體類（首獎） 新聞採訪報導獎： 古窯成苦窯-地方文化保存的省 思	吳季昕、凌品諭	國立聯合大 學
		學生組影音媒體類 第二名： 工藝角落-客家竹門簾	魏圓融、高郁棻、 戴佩好	高苑科技大 學
		新聞採訪報導獎 首獎： 「創意客庄」系列報導	林政峰、吳秉凱、宋 健生、龍益雲、李珣 英	經濟日報
第 五 屆	平 面 媒 體 類	新聞採訪報導獎 第二名： 「好客丰采」系列專題報導	徐彩雲、黎振君	新活水雜誌
		地方新聞報導獎 首獎： 客家身影客家典範人物系列專 訪	何來美、林全洲、林 秀美、王瑞玲、李恩 慈、王慧瑛、徐如 宜、范振和。	聯合報
		地方新聞報導獎 第二名： 逐夢客庄外國人哈客家文化	黃彥瑜	中央社
		新聞評論獎 首獎：	從缺	
		新聞評論獎 第二名：	古國順、林國隆、劉 兆蘭、徐貴榮、陳石	客家雜誌社

		山、廖經庭、張義品、張鎮堃、鄭旭浩	
廣播類	客語新聞採訪報導獎 首獎： 客鄉・台灣—來自印尼的客家華僑	劉文珍、黃麗如	教育廣播電台彰化台
	非客語新聞採訪報導獎 首獎： 樂來樂客家—客家音樂的傳承與發展	林宗慶	正聲廣播公司台北調頻台
	非客語新聞採訪報導獎 第二名： 找尋雲林『好』客的生命力！	梁明達	正聲廣播公司雲林台
電視類	客語新聞採訪報導獎 首獎： 璞玉，誰的玉？	洪炎山、陳君明	客家電視台
	客語新聞採訪報導獎 第二名： 他山之石—前進愛爾蘭	向盛言	客家電視台
	非客語新聞採訪報導獎 首獎： 狀告城隍爺	羅盛達、張筱瑩、 陳昆龍	公共電視台
	非客語新聞採訪報導獎第二名： 《台「客」快樂頌》	徐敏華、左燕輝	八大電視台
學生組	文字媒體類新聞採訪報導獎 首獎： 文字媒體類新聞採訪報導獎 第二名： 從養馬場到新桃源—花蓮南華村的客家移民故事	林怡君 劉怡彰	南華大學 慈濟大學
	影音媒體類新聞採訪報導獎」 首獎： 不信客聲喚不回（客不容緩系列報導）	彭素芬	世新大學
	影音媒體類新聞採訪報導獎」 第二名： 愛客家從生態出發—關心台北市客家生態文化主題公園	許儷齡	世新大學
	網路公民新聞獎（新增獎項） 首獎：	從缺	
	網路公民新聞獎 第二名： 寧賣祖宗田 勿忘祖宗言—忠勇伯的客語復興夢	林章展、賴興俊、黃 I' m TV 俊淵	

資料來源：整理自行政院客家委員會得獎名單（行政院客家委員會客家新聞獎網站，取自：<http://www.jo-jing.com.tw/hakka/review-4th.html>）

由表 1-2 可發現客家新聞獎在第三屆出現了三個變化，第一，第一屆和第二屆只有首獎的獎項，但在第三屆每個獎項中增設一個第二名獎項。第二，在獎項類別內，平面媒體類增設地方報導獎。第三，在組別方面加入了學生組。然而獎項變動最大的是第五屆，在專業組方面不但增設了客語新聞採訪報導獎與非客語新聞採訪報導獎，學生組方面也增設了網路公民新聞獎。

因此，可發現客家新聞獎場域的涵蓋面擴大，也吸引越來越多的行動者來參加，本研究的研究對象將針對獲獎的記者們，包含專業組和學生組進行深度訪談，從中了解行動者內化的客家新聞價值。而研究的時間範圍是從 2006 年第一屆客家新聞獎到 2010 年第五屆的客家新聞獎得獎者。

第二章 文獻探討

本研究企圖探討客家新聞獎場域中的運作邏輯及對記者的新聞價值產生何種影響，包括記者們如何透過自身對客家新聞價值的判斷，在製作新聞的過程中，將自身對客家新聞的品味，透過文字或影音表達出來，以及客家新聞獎對記者的專業態度產生怎樣的影響。因此，本研究將深入探討客家新聞獎的新聞場域，帶給記者們怎樣的影響，進而內化了這些行動者對於客家新聞價值的判斷，進而產製他們心中最具有客家價值的新聞，而客家新聞獎場域中的各種資本又是如何在場域中轉換與運作。故本章第一節將針對新聞專業和新聞場域進行文獻檢閱，第二節將探討新聞場域和記者習性之間的關係，第三節說明新聞價值與新聞產製模式，第四節則試圖初探客家新聞獎與記者的新聞實踐之間的關聯。

第一節 新聞專業與新聞場域

「新聞算不算是一門專業（profession）？」長久以來，在新聞學研究中，這一直是個爭論不休的問題。而究竟何謂專業？錢玉芬（1998：46-47）指出，以基督教信仰為中心的社會環境中，神職人員成為世界上第一種專業；在民主運動興起、民主國家紛紛建立的時代中，深諳政治與法律的律師成為當時社會中最重要的一項專業；而在工業革命的影響下，教師帶著古代哲學思潮所奠定的基礎，成為傳播知識的一項重要專業；到了20世紀，醫師掌控生死、挾帶了人類重大需求而形成極為可觀的市場價值。這四種被傳統所公認的四大專業，雖然興起於不同的時代背景，但是對於後人在專業意涵的界定上，卻都產生了極大的影響。

因此，如果完全引用傳統「專業性」研究的概念來檢視新聞專業，會發現新聞事業無法符合這些要項。但Freidson（1986：26-27）發現，「專業」一詞有時是指全職從事某種工作，和「業餘者」（amateur）有所不同；有時它是被用來區分職業聲望與地位的高低，或者用來標榜道德與操守的廉潔、正直。

對照傳統的四大專業，新聞工作者並不像律師、醫生、教師等享有傳統的「專業」地位，但新聞工作者報導新聞時，講求中立客觀、平衡等新聞專業意識（professional ideology），強調報導要合乎新聞道德的標準，要肩負社會責任，成為社會的第四階級（fourth estate）。記者批評任何不公義的事情，應秉持新聞工作者的專業精神。彭家發（1992）指出，新聞行業是一種履行編輯工作的過程。也就是由記者、編輯執行，對以事實為主的時事，所作的一種計劃性篩選、採集與呈現的訊息傳遞工作。同時，新聞事業是社會制度與特殊歷史條件下的產物，必須擔負社會責任，監督權勢者的行為，告知公眾社會所發生之事件，促使社會重視與思考討論，並且能夠帶領公眾了解現實、衡量知識，以及形成意見。換言之，新聞業在傳遞與解釋現實上，有其獨特的社會角色、秩序及地位，值得注意研究。

Shoemaker & Reese（1991）對於新聞專業則是認為，最重要的並不是「從學者的定義中找尋新聞專業性的真意」，而是應該研究「新聞工作者對於新聞專業標準的認知，以及為何認知會如此形成的原因」。McQuail（1994）引用Tuchman對新聞專業的看法，認為「新聞專業」主要是根據新聞組織本身的需要而形成；應用一種實際的技能與中立的態度去傳遞客觀、真實的資訊產品，成為一種同業間的態度與共識，同時包含了專業技能（professional skill）以及專業意識（professional ideology）。

羅文輝（1998：26）採納Nayman的觀點，從「專業知識」、「自主權」、「承諾」和「責任」等四種特質來探討新聞從業人員的專業性，但是對於各個特質的意涵則重新界定。羅文輝在專業性的概念架構中（圖 2-1），認為專業性概念應該包括「專業知識」、「專業自主」、「專業承諾」和「專業責任」四個面向，每一個面向又包含兩個次面向。其中「專業知識」包括「專門知識」和「自我充實」兩個次面向；「專業自主」包括「內在自主」與「外在自主」兩個次面向；「專業承諾」包括「工作承諾」和「大眾服務」兩個次面向；「專業責任」則包括「新聞

責任」和「倫理責任」兩個次面向。

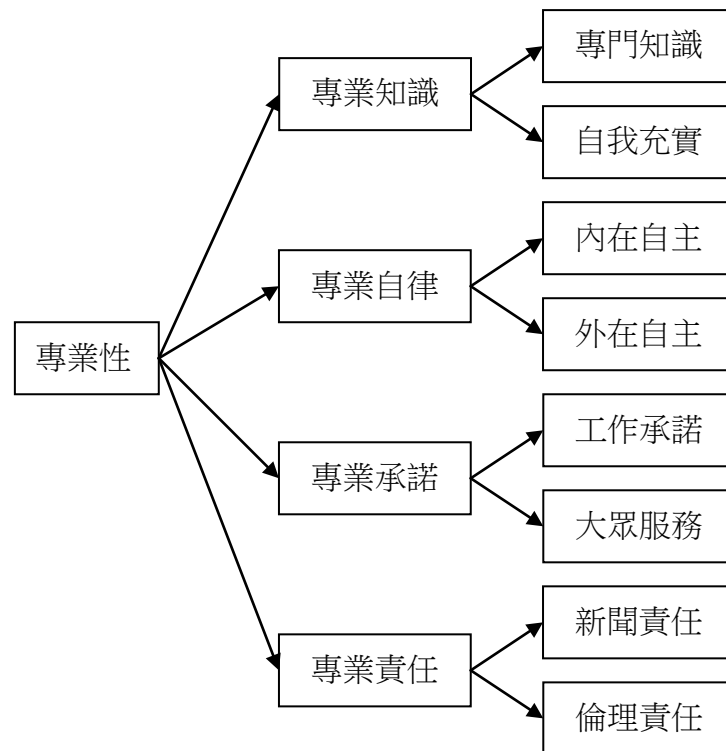


圖 2-1：專業性的概念架構圖

資料來源：〈新聞從業人員的專業性〉，羅文輝，1998，《傳播論文選集 1997》，2：26。

（一）專業知識：包括「專門知識」和「自我充實」兩個面向。「專業知識」方面，專業性高的新聞從業人員應該較重視以研究為基礎的系統性知識。「自我充實」方面，專業性高的新聞從業人員，應有較高的意願參加在職進修，以提升自身的專業知識與技能（羅文輝，1998：23）。

（二）專業自主：包括「內在自主」與「外在自主」兩個面向。「內在自主」方面，專業性高的新聞從業人員應較重視新聞工作的獨立自主，不希望自己的工作受到機構主管的不當干預或影響。「外在自主」方面，專業性高的新聞從業人員，應較重視工作的獨立自主，不希望自己的工作受到組織外因素的干預或影響（羅文輝，1998：23）。

（三）專業承諾：包括「工作承諾」與「大眾服務」兩個面向。「工作承諾」方面，專業性高的新聞從業人員，比較會把新聞工作視為終生職志，比較不會為高

薪而離開新聞工作。「大眾服務」方面，專業性高的新聞專業人員，應該展現較高的服務熱忱，也應該會把服務大眾看得比待遇、升遷及工作穩定更為重要（羅文輝，1998：24）。

（四）專業責任：包括「新聞責任」與「倫理責任」兩個面向。「新聞責任」方面，專業性高的新聞從業人員應該較重視新聞報導的社會責任，因而在報導爭議事件時會比較重視查證事實、中立及平衡報導。「倫理責任」方面，專業性高的新聞從業人員，應較重視新聞倫理，因而比較希望成立專業組織，並經由專業組織建立倫理規範，約束從業人員（羅文輝，1998：25）。

因此，根據上述對於專業的定義，不難發現專業是需要透過教育，來告知場域的行動者，甚麼樣的信念和專業表現才是這個組織所需要的共同信仰，而場域中的行動者會內化這樣的價值去行動與實踐，也就是形成一種實踐感（Bourdieu，1980／蔣梓驊譯，2009）。因此，更需要關注在這樣的場域環境中，社會空間的權力關係會對新聞專業產生何種程度的影響。權力取向者把專業（profession）視為一種職業的權力關係；而專業化（professionalization）則是某一職業的成員集體鞏固與獲取權威（authority）以控制工作的過程；專業性（professionalism）則可視為一種特殊型式的社會工作系統，經由此一系統，該職業的成員得以約束自我的行為（Beam, 1990；羅文輝，1998：3）。

關於場域（la champs）一詞，是 Bourdieu 承襲 Durkheim 與 Weber 視現代社會乃逐漸分化的論點（Benson, 2008；Neveu, 2007），認為現代社會的一個重要現象是半自主與特殊行動領域的增生。這些分化而成的領域亦即場域，不但是由關係體系所構成，而且每個場域各有其內在規則，並有獨特的交換與報償經濟。隨著社會分化程度的增加，資本類型也不斷繁衍，相應地衍生出更多的次場域，但這些次場域有自身的邏輯與必然性，次場域的運作原則不必然複製其他場域的邏輯，而仍有其相對自主性。當代社會主要的組建原則係圍繞在世俗、經濟與精神、文化間的對立，構成行動者在場域中所欲競奪的資本並形塑場域的特徵（黃

順星，2010：117-118）。

高宣揚（2002）指出場域概念所要表達的，主要是在某一社會空間中，由特定行動者的相互關係網絡，所表現的各種社會力量和因素的綜合體。場域基本上是一個靠社會關係網絡表現出來的社會性力量維持，同時也是靠這種社會性力量的不同性質而相互區別。就像政治場域中是靠著特定社會空間裡，所表現出來的人與人之間的權力關係網絡來維持。換言之，「場域」的特質是一種環境的屬性，在此環境的界域中，各種不同的力量匯聚於此，支配者或被支配者（*Dominants et dominés*）為了保有自身的優勢或企圖變更所屬的力量關係，因而於此界域中彼此相互鬥爭（舒嘉興，2001：14-15）。

新聞報導是一個場域，它是透過收視率的作用，受到經濟場域的節制。這是一個非常他律的（*heteronome*）場域。極端地臣服於商業束縛，但它本身做為一個結構，又對其他場域施行節制（Bourdieu, 1996/林志明譯，2002：80）。以新聞場域來說，這二種相互對立的勢力同樣必需獲得社會體制認同的支持，差別只在於雙方獲得社會肯定的來源不同。就像要求新聞事件客觀評論的記者，其支持的來源是經由具有相同理念，偏好以社會中具身份地位的人士所給予的肯定與好評，如新聞獎項的頒發；而以聳動新聞題裁為播報主流的記者，則是以市場需求為導向，因此新聞收視率的竄升，對他來說就是最佳的肯定（舒嘉興，2001）。

新聞獎的設立雖然不能夠算是商業交易，但新聞獎項中頒贈的獎金，就像是一種經濟資本，而這些主動來參與競賽的記者則是透過自身的文化資本和社會資本，在充滿競賽的場域中發揮自身的能動性，在這個場域中爭相角逐出線的可能，爭取那帶有象徵資本的新聞獎獎項之肯定，經由獲得獎項而代表擁有新聞場域的最高品味及專業表現。而值得注意的是，客家新聞獎的社會空間也是一種孕育客家文化的環境。新聞獎是一個場域，透過對獎項的設定與頒發而產生種種機制，這些機制作用於參加比賽的記者身上，其次，這個影響又透過記者們，在一定的程度上，以相當類似的方式作用在文化生產的各種場域中。然而記者在客家

新聞獎場域中的影響下，會不會左右了記者對新聞價值的判斷。另外，是否也影響記者對客觀、中立之新聞專業的自主評量。因此，下一節將針對新聞場域和記者習性間的關係進行探討。

第二節 新聞場域與記者習性

Bourdieu (1996) 認為社會空間是由許多場域 (field, champs) 所組成，它如同一個體系，進行著多樣化的資本競爭與交換，人類活動的目標就是在累積和獨佔各種資本，以維護或提昇自己在場域中的地位。高宣揚 (2002) 指出社會「位置」乃是由各種社會地位和職務所建構出來的空間，其性質決定這些空間中各人所占據的社會地位和職務，也左右了場域中的權力結構。Bourdieu 所指「佔有位置」(position-taking) 的觀點，並不僅只佔有某個空間而已，而是整個系統脈絡的權力關係。因為任何一個位置都有特定的價值，而且當一個人佔有某一個位置，就得排除其他原本在那個位置的人的既有權力和價值。所以「位置」不僅涉及該空間的權力關係，還有在那個位置上產製的特定價值和文化。

以此來看新聞場域對文化生產的場域所施加的一系列影響，在內容及形式上，都依賴新聞場域本身的結構。記者在新聞場域中所處位置及相關自主性包含幾個特性，首先，一個記者是依靠在幾個媒體機構的寡占局面下生存，其次，他所屬的媒體在業界裡的位置，也就是在「知識份子的」和「商業的」兩極之間，再者，在媒體機構內他所擁有的個人位置（薪資、職位），最後是他個人的資訊自主生產能力的因素（在某特定領域的專業知識與能力）（Bourdieu, 1996 / 蔡筱穎譯，2000：93）。

Bourdieu 認為這種新聞生產機制，使得電視能夠施行一種象徵暴力。它除了過濾掉需費時思考的事物，只處理大家已經熟知且早有共識的話題，更重要的是這種新聞報導場域的結構性限制，也影響了其他的文化生產場域。比方說，因應電視新聞或政論節目等求快速特質而產生的記者型學者，可以因其快速應答能

力、且回答內容能投電視之所好，因而可利用電視快速累積其知名度；代議政治則因電視新聞的民意代表性，而減弱了代議者作為專家的能力或作為集體價值守衛者的權威。在新聞場域裡，記者雖然佔據一個低階的、被宰制的位置，卻也同時施行一種稀少的宰制形式，因為他／她們掌控了公開表達、具有公共存在、被人認識與出名的工具。Bourdieu 認為這種象徵暴力的特點，是在其施行的同時，也會獲得承受者默許的共謀，而且連施行的人也常常承受這種暴力，因為施暴者與承受者都沒有意識到它的存在（Bourdieu, 1996 / 林志明譯，2002：21）。

Bourdieu以場域（field, champs）概念來分析新聞媒體組織結構下的記者處境，他也企圖指出當前新聞從業人員在新聞場域的制約（les contraintes）下，被迫臣服於讀者與廣告代理商所構成的市場需求。這種強制性的力量枷鎖，首先被操持在新聞工作者的自身，因為他們必須負起新聞收視率或報紙銷售量的無情壓力（舒嘉興，2001：15）。

Bourdieu強調，縱使現代商業制度下的不同新聞媒介機構看似競爭、敵對，且內容看似多元、毫無禁忌，但新聞記者的產物比人們所相信的卻更具同質性。自由主義的信條總相信獨佔產生一致，競爭造成多元。但當競爭是在受到同樣限制條件的記者或新聞媒體之間進行時，譬如當所有新聞媒介機構臣服於同樣的意見調查或同樣的廣告主的時候，競爭會產生同質化的結果。個別媒介機構在收視率的限制下，對「他們做了，我們卻沒有做」的獨漏恐懼，使得新聞產製像是一種互相反射的鏡像遊戲，它會產生強大的封閉、意識禁錮效應（Bourdieu, 1996 / 林志明譯，2002：17-33）。新聞工作者的行為趨向在商業交易活動的利益考量下，大體上都以犧牲這些捍衛職業價值原則的生產者，而強化在政治與經濟的誘因中可獲取利益的生產者為目的。因此在Bourdieu的場域理論中，記者在這種結構下會受到不同程度的影響，進而形成記者們的習性（habitus），也就是在組

織結構下所形成的習性。¹

「習性」(habitus)是Bourdieu詮釋社會再製理論的核心，突破了個體與社會、主觀與客觀、內在與外在關係對立爭論的中介體(邱天助，2002：110)。高宣揚(2002)認為Bourdieu所指的習性是社會結構與實際行動之間的媒介。也就是說，習性是社會行動主體實際行動的衍生原則進行結構的結構，(structuring structures)，同時也是社會環境的結構條件所形塑的已結構的結構，(structured structures)。換言之，習性是先驗的、前結構的、超歷史的，更是個人從出身至今，經驗過的沈澱物，經由與社會環境互相撞擊下，所內化的意識型態，亦即視行動主體為主觀個體，能建構自己的世界觀；但必須受限在結構的宰制下，經由不斷調適後，內化於心，從此視現存世界為理所當然。習性是連屬於每一個特定階層的生存狀況，是耐久的，但又具有可變性，它不應該被模式化，而是從不斷實踐的生活經驗中，有意識無意識地滲入習性的結構內(王經武，1992)。

舒嘉興(2001)以通俗方式解釋「習性」，意指在社會各個不同階層之活動者的日常行為中，一種經由環境而形成或被加以塑造的行為傾向系統，它同時是透過歷史與社會環境的脈絡而支配或被支配的行為體系。習性一方面是行動者既成的行為習慣(已結構)，同時也受到社會環境變遷所改變(被結構)，並非固定不變的行為體系。人們也不斷透過自己的分類方法，將自己分類、定位在自己認為適當的位置(邱天助，2002)。Bourdieu的習性概念強調，個人對其位置的感覺，就像人們能夠察覺到自己日常實際行為或表徵，以及與社會空間位置之間的關係。習性所指的是行動者在其活動內已被結構(a structured structure)與結構化(a structuring structure)的體系，它不僅是內化行動者主觀的心理狀態，亦是一套客觀形成的主觀稟賦(disposition)系統(Bourdieu, 1984：170)。

對於「稟賦系統」，Bourdieu提出了八點解釋，包括：1.稟賦的特質表現在

¹ 關於 Bourdieu 提到的「habitus」一詞，指的是一套性情(disposition)系統，促使行動主題以某種方式行動與反應，也是人們知覺與鑑賞(價值判斷)的基模(邱天助，1998:110-111)。學者有不同譯法，高宣揚、邱天助譯為「生存心態」，劉維公、孫治本等人則譯為「習性」。

個人所擁有的階級，與他人或外在世界保持著客觀的距離；2.稟賦是存在於相同階級的社會制約中，所呈現出的行為表現；3.稟賦也是在社會環境內展現其所佔據的優勢地位；4.稟賦具有隱性移轉的功能與穿透的力量，可以掀起社會的共振現象；5.為了造就有利的生存條件，稟賦能夠在既定的時空下，與各種社會特質加以統合或分割；6.稟賦強烈地否認社會其它的喜好特質；7.稟賦所擁有的一切特質都具有非理性，類似於暴力的特質傾向；8.稟賦壟斷或阻止其他社會特質的擴張與冒犯（舒嘉興，2001：24）。

稟賦這種行為特質，轉化在新聞場域工作競爭上的表現是「獨家新聞」或「頭條新聞」的搏命演出。而活動者（記者）也深深內化了這樣的規則，久而久之，就知道什麼是他該做的（獨家、頭條）、什麼是他不該做的（獨漏），沒有人會去探究為什麼該這樣做；然而如此的職業稟賦，使得新聞講求快速、新聞報導的取舍也漸漸趨向同質。此現象的原因之一，就在於新聞場域的運作機制，是建立在集體創作與生產，而在「既有的信念」與「時間」的壓迫下，新聞工作者只能從場域內看世界，無法跳脫出場域外去進行多元的思考，因此「那希斯鏡中投射」所產生的自戀效果，在新聞同業之間加速蔓延，並且形成一種巧妙的「心理封閉與圈制效用」（舒嘉興，2001）。

這就是記者受到新聞場域影響下，所形成的習性。此外，Bourdieu提及行動者（記者）除受到自身的「習性」影響外，亦受到其所涉及「場域」的位置所影響，而這個位置，是由行動者所擁有的「資本」（capital）數量與結構而決定（邱天助，2002）。Bourdieu認為不同形式的資本分配，影響了社會空間的結構，而他指的「資本」是經濟資本、文化資本、社會資本和象徵資本（王經武，1992：69）。

Bourdieu認為資本是建構場域的動力邏輯，是勢力的來源，也是鬥爭的標的；而社會空間的眾多場域如同市場一樣，涉入其中的行動者，將為佔有特定資本而鬥爭。Bourdieu將資本的總類分為四種，包括經濟資本、文化資本、社會資

本及象徵資本，這些資本雖以「經濟資本」為根基，但彼此是可以轉換的，而其分配結構也決定了該場域的動力關係（邱天助，2002）。社會空間中包含許多不同的場域，使所有涉入其中的行動者，都進行著多重多樣的「特殊資本」（*des capitaux spécifiques*）的競爭（高宣揚，2002）。

所謂經濟資本，是由生產的不同因素（土地、工廠、勞動、貨幣等）、各種收入及各種經濟利益所組成的。這種資本是可以立即的、直接的轉換算成金錢，而且可以財產權的形式予以制度化（邱天助，2002：130）。文化資本乃是與經濟資本一起構成社會區分化的兩大基本原則，個人或群體在場域中所處的社會或地位，不僅單靠經濟資本，更需大量文化資本，只有將兩者結合，才能佔據社會重要地位（高宣揚，2004）。文化資本係指語言、意義、思考、行為模式、價值與稟賦。在某種特定情況下，文化資本可轉換成經濟資本，文憑即為一種制度化的形式（邱天助，2002：130-131）。社會資本則是藉助所佔據且持續的社會關係網絡而掌握的資源或財富，由社會關係所組成，是實際上或潛在性資源的聚合，其關係網絡內之個體存在於彼此相互熟識和承認的持久關係網中。在某種條件下，這種資本亦可轉換為經濟資本，而且可以崇高頭銜的形式予以制度化（邱天助，2002：131）。而象徵資本是Bourdieu資本論述中一個相當重要的資本形式，也是對擁有以上三種資本之認可所帶來的信用及權威，它代表著對社會世界的理解、認知、甚至指稱、界定的能力，也是以「承認」和「誤認」的交錯關係而展現勢力的資本，它同時具有感受不到與感受到的性質，而其轉換為經濟資本的效力也最大。若擁有足夠的象徵資本，就可以成為場域中的權威（邱天助，2002：133-136；Bourdieu, 1994 / 林志明譯，2002）。

在上述場域運作的過程中，Bourdieu並不認為個人是被動的，他仍有主體性，能夠以「秀異」（*distinction*）方式不被同化，仍會理性地去追求場域中的最大利益。而在追求的同時，除了依據「習性」，並運用其經濟資本、文化資本、社會資本，採取各種實踐方式（張錦華，2002：51）。下一節將針對記者對於新

聞價值的判斷來探討記者在新聞上秀異的表現。

第三節 新聞價值與新聞產製模式

新聞價值指的是，新聞從業人員在選擇新聞題材時所依據的標準。根據 McQuail (1987) 的觀點，新聞價值包括人 (people)、地 (location) 與時間 (time) 三個最主要因素。Gans (1979) 認為新聞價可大略分為二類，一是主題價值 (topic values)，指的是新聞內容中的價值，相當注意特別的行動或組織；二是持續性價值 (enduring values)，指的是新聞中隱含的價值，基本上，它不像是主題價值般明顯地可以從新聞內容中觀察出來，而是經由傳播研究者透過長期探討，歸納出某些社會文化因素影響新聞事件的選擇。

新聞價值之選擇反映出守門現象，Bass 也指出，最主要守門活動的場所是在新聞組織中，新聞蒐集者將未經處理過的「原始新聞」製作成新聞稿；而新聞處理者則將這些新聞稿修改和彙整為成品。這兩大關卡在選擇、淘汰和處理新聞時，所考慮的因素、所依據的標準即為新聞價值之所在（轉引自彭家發等，1996：472-473）。

Galtung & Ruge (1965) 二人曾發現要決定何者為新聞「事件」(events) 時，新聞價值的判斷具有大影響力，媒體會根據新聞價值而決定這個事件是否會播出。新聞價值幫助新聞工作者在處理新聞過程中，作出專業判斷，並告訴記者該選擇什麼、該報導什麼 (Bell, 1991；Gans, 1979，轉引自蘇衡，1995：59-85)。

新聞機構是由專業人員組成龐複的科層組織 (bureaucracy)，並通過科層管理、控制記者、指派新聞任務 (李金銓，1983；翁秀琪，2002)。因為有層層管控，所以記者的新聞價值取向，並非完全依個人的價值判斷或新聞本身的價值為考量，而是在新聞組織種種壓力下所造成的結果。透過媒介科層組織的運作，對「新聞」第一線守門的記者產生潛移默化的影響，而變成以媒體的眼睛在看世界。

Breed (1955) 指出，記者之所以會服從編輯方針和內規，相關理由包括，

新聞媒體的組織權威與制裁力、盡職負責與尊重上級、渴望有更高的成就、缺乏挑戰團體的意願、新聞工作者的本質令人愉快、缺乏工會保障等。Donohew(1967)的研究也發現，發行人態度是影響新聞流通的一個很重要的力量，Steinberg(1946)也認為，發行人會依其利益，制定組織政策與規範，報紙常成為發行人的傳聲筒。

Tunstall(1971)指出，新聞組織是一種「非例行性官僚體系」(non-routine bureaucracy)，上司透過定義工作項目、組織目標、工作指派及新聞處理政策來控制下屬。Stewart & Cantor(1982)也指出，組織具有雇用和開除守門人的權力，這個權力促使守門人執行組織政策。Bagdikian(1983)發現，報社老闆多半不會直接告訴下屬他喜歡什麼、不喜歡什麼，而是以一些特定方式(如開除不符組織利益的職員或封殺某類新聞)來暗示報社的政策，因此，記者在選擇訊息時，也會考慮到此新聞是否符合所屬新聞組織的觀點。此外，Curran, Gurevitch & Woollacott(1982)亦提及，媒體內容必須符合其所有人的權益，例如，商業媒介的收入主要依賴廣告，所以組織目標主要是在產製吸引閱聽人的產品；國營媒體的收入則主要來自政治補助，組織目標就必須追求建立社會共識，以維持政治體制的穩定。因此媒體組織的屬性影響了新聞價值的判斷，也引導記者們對新聞事件的看法及處理方式，這些都是新聞場域中影響新聞產製之相關因素。

一個場域或次場域是由管理機構、管理規則與方法以及相關語言所組成，它們會影響與評價成員們的工作及活動。新聞場域的工作人員原本有很多機會選擇報導新聞的角度、提出的問題，但由於他們的行動受到該場域之標準與價值的評斷，所以至少對新聞場域的工作人員而言，會表現出一種追求這個場域的原則(盧嵐蘭，2006：182)。

一個記者對於新聞價值的判斷，除了自身的框架之外，最大的影響來自於所處的環境，也就是所屬的組織，透過組織的教化而傳達出的新聞專業，會內化記者對於新聞價值的判斷。

新聞場域有時更會透過一些手法來型塑記者對於新聞價值的判斷，通常新聞組織內部都是用賞罰制度來維繫員工紀律，一方面是獎勵，例如：記功、獎金、加薪、升職、分派重任等；另一方面對疏忽犯錯者加以懲罰，以產生強制服從的作用。不過，正面的誘因往往比懲罰更能發揮科層控制的效用（Edward，1979：142-145；陳雪慧，1993：33）。

舒嘉興（2001）提及新聞場域內的機制應用，顯然就是強化新聞行動者（新聞記者）與新聞行動機構（新聞傳播媒體）屈服於市場人數要求的強力制約。Bourdieu注意到新聞場域中的行動者，透過新聞媒體的社會化所造成的影響。社會化是指所有那些讓個人去學習人與人之間的社會關係，以及一個社會或集體的規範、價值、信仰等所需的機制，所謂規範是指表現出一個團體或社群特色的規則和社會慣例，價值則是那些被視為值得尊敬的或令人期望的事物，可以引導一個社會或社群行為的典範（Bonnewitz, 2002 / 孫智綺譯，2002：98）。

而這樣的習得過程就是一種內化，內化是社會化的一個重要機制，因為所有學習而來的行為和價值，經內化以後就被視為自然而然、近乎本能般，內化使得人們不必刻意記起行動必須遵守的規則，就可以習慣地或反射地行動，內化的實踐價值，是一種在實踐狀況下的價值或原則，是道德無意識及內化的形式，也就是一種實踐感，它管理日常生活的行為（Bourdieu, 1980 / 蔣梓驊譯，2009；Bonnewitz, 2002 / 孫智綺譯，2002：100）。也就是因為如此，新聞記者所產生的職業倫理和對於新聞價值的判斷就在這樣的場域中生產出來，它們內化到記者個人的認知當中，形成對新聞取舍的判斷，並藉由這樣的框架來產製新聞內容。記者在產製新聞的過程當中，會受到個人框架和新聞組織規範以及整個社會制度的影響，新聞就經由這樣一系列守門過程而呈現在大眾面前。

過去對新聞素材的選擇和編輯流程，以及有關媒體組織控制或同儕之間控制的相關研究，常以「守門人研究」理論來分析，Curran（2002）更進一步主張，組織階層主宰了權力的控制架構，而控制通常來自組織上層，他們透過正式或非

正式的管道對組織下層人員產生作用。不過，控制並非以壓迫方式進行，而是使位居組織越低階層者，接受組織位階較高層的合法性權威與領導。

Shoemaker & Reese (1991) 將守門問題歸納為五個分析層次，一為個人層次（如：個人特質、角色期望、工作型態），二為傳播常規層次（指傳播者重複出現的工作模式），三為媒介組織層次（如：組織的特徵、社會化），四為跨媒介和社會／制度層次（包括消息來源、受眾、市場廣告主、政府、利益團體、公共關係和其他媒介），五為社會系統層次（如：文化、意識形態）。以下分別說明。

一、個人層次

在影響守門人行為的個人層次上，Shoemaker & Reese (1991) 總結學者的研究後，以傳播者的二手猜測(second-guessing)、思考模式、認知的啟發(cognitive heuristics)、價值觀(values)、人格特質、角色認知(role perception)、工作型態、決策制定(decision making)等八個角度，來探討影響守門人的個人層次因素。

Shoemaker & Reese (1991) 認為思考模式會影響守門行為。守門人在決定是否採用一則新聞前，必先思考新聞本身的特質和它所屬環境是否合宜。在此有三種常見方式：一是聯想(associationism)，如：「我們以前曾用過類似新聞，因此這則新聞也應被採用」；二是完形主義(gestaltism)，如：「什麼細節遺漏了？」、「如何使讀者瞭解真正發生了什麼？」；三是資訊加工(information processing)，注意到版面容量的問題。

二、傳播常規層次

林東泰(1999)指出新聞媒體中「傳播例行性工作」(communication routines)是一件關係重大的事情，它決定了哪一則新聞可以通過，哪一則不能過關。從組織層面來看，例行工作(routine job)的主要目的，無非要發展出一套對組織風險最小、最不會出差錯的行為模式或工作程序。以傳播的觀點來說，所謂的「例

行性」就是媒體工作者的作業過程，一種類型化、重複性、慣例的實務作業方式。臧國仁（1999）強調新聞工作具有獨特的工作節奏，一般事件必須符合新聞記者的工作程序，或是發生在新聞組織的截稿時間之內，才有可能被報導出來。

三、媒介組織層次

Curran, Gurevitch & Woollacott（1982）指出，媒體內容必須符合組織擁有者的權益，例如，以廣告為命脈的商業媒介旨在產製吸引閱聽人的產品；接受官方補助的國營媒體，其內容就必須強化社會共識，追求政治穩定。而組織對守門行為的影響，也因組織特質而異。Bantz（1990a）發現，每一個組織都有其文化和特質，這種組織特性也會影響組織成員的守門行為。例如，有的媒體強調明星記者、大牌記者；有的媒體則不分等級，這種不同風格的組織，自然左右成員的工作態度和守門行為。

四、跨媒介和社會／制度層次

在影響守門行為的「跨媒介和社會／制度」層次因素上，Shoemaker & Reese（1991）歸納出消息來源、閱聽人、市場、廣告主、政府、利益團體、公共關係和其他媒介八項因素。

五、社會系統層次

Shoemaker & Reese指出，守門行為顯然與社會系統聯結，在守門過程中，至少會受到文化、社會利益、社會結構、意識型態等社會系統層次因素的影響。

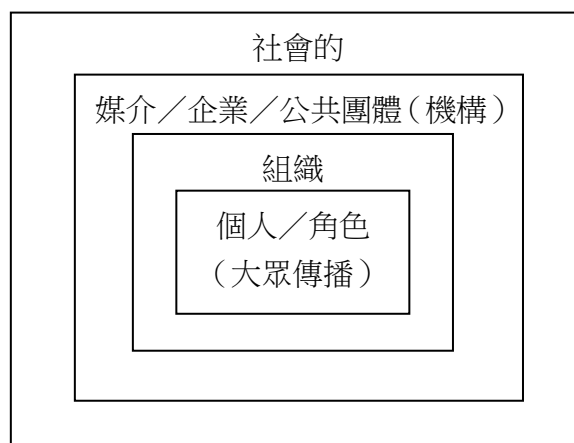


圖 2-2：大眾傳播媒介組織分析層次圖

資料來源：《最新大眾傳播理論》（頁337），McQuail / 陳芸芸，劉慧雯譯，2001，台北：韋伯。

新聞工作者經過長時間新聞室的社會化過程，不但早已揣摩到媒體組織內的文化，甚至會慢慢潛移默化，無形中接受這些價值及風格，並成為自己認知系統的一部分。因此，下一節要進一步探討新聞場域中客家新聞獎和記者對新聞價值判斷的關係，包括讓記者自我內化價值，並進而影響製作新聞過程中的新聞實踐方式。

第四節 客家新聞獎與客家新聞記者的實踐

國內外有許多為了肯定新聞工作者的專業而設置的新聞獎項，例如美國新聞界有普立茲新聞獎 (the Pulitzer prizes)，台灣也有卓越新聞獎等各大獎項。隨著越來越多獎項所帶來的附加價值，似乎已經成為許多記者或其組織希望能夠贏得的肯定。

客家新聞獎在 2006 年設置，是由官方舉辦的獎項，主管單位為行政院客家委員會。而根據行政院客家委員頒布的獎項設置要點指出，「客家新聞獎」是為了鼓勵並提升客家新聞報導的質量所創辦，期盼更多媒體和新聞工作者注意到客家的議題，並且共同發掘最有價值的客家新聞，真實呈現客家人文風貌（行政院客家委員會，2010）。

依第一屆的客家新聞獎獎勵要點規定，平面媒體類（含報紙、雜誌社及通訊社）設有新聞採訪報導獎、新聞攝影獎及新聞評論獎，廣播類設有新聞採訪報導獎（含同時從事編採之新聞節目主持人），電視類設有新聞採訪報導獎（含同時從事編採之新聞節目主持人），共五大項目，如果是系列作品，至少五分之四需符合參賽日期規定。²客家新聞獎參賽作品內容，必須為客家事務，所謂「客家事務」，係指包括客家人之語言、音樂、戲曲、信仰、民俗、教育、藝術、美食、

² 第一屆的參賽作品，其發表期間自 2004 年 4 月 1 日至 2006 年 3 月 31 日止。

服飾、建築等議題，以及與客家人之政治地位、社會權益、經濟營生、社區發展、產業創新等族群相關議題（客家電子報，2006.04.10）。

客家新聞獎共舉行了五屆，獎項的配置上也出現一些變化。2006 年第一屆客家新聞獎和 2007 年第二屆客家新聞獎在獎項的配置上是一樣的，分別是平面新聞採訪報導獎、平面新聞攝影獎、平面新聞評論獎、廣播新聞採訪報導獎及電視新聞採訪報導獎等共五個項目，並且每個獎項只有首獎的名額，每一位優勝者可獨得獎座和獎金 20 萬元。而評審單位在第一屆和第二屆是由台灣客家研究學會聘請專家評審進行審查，到了第三屆開始由行政院客家委員會委託學術機構或其他執行單位，遴選並報請該會同意後聘任十二至十六人，擔任「客家新聞獎評審委員」，負責評審事宜。³（行政院客家委員會，2010）。

2008 年第三屆客家新聞獎開始出現獎項配置的變化，除了原本有的平面新聞採訪報導獎、平面新聞攝影獎、平面新聞評論獎、廣播新聞採訪報導獎及電視新聞採訪報導獎等五個獎項，在平面媒體類新增了地方新聞報導獎、廣播類新增了新聞播報獎，電視媒體類也新增了新聞播報獎；此外，組別方面也從原來只有專業組，只限定屬於媒體單位的新聞工作人員可以參賽外，新增了學生組。另外，所有獎項配額從原本所有獎項只有首獎，變成了每個獎項皆有兩個名額，分別有首獎和第二名。2009 年第四屆客家新聞獎在獎項配置上如同第三屆調整後的情形並沒有變動，但在 2010 年第五屆客家新聞獎在獎項的配置又出現了更大的變動。

2010 年第五屆客家新聞獎在專業組方面，廣播及電視二類媒體分為「客語新聞採訪報導獎」及「非客語新聞採訪報導獎」，原有的「新聞播報獎」則納入「採訪報導獎」，不另設獎項；另外，第五屆也針對「學生組」參賽規定略有調

³ 規定選任委員時應顧及性別、新聞、傳播、客家語言與文化及社會公正人士等背景之均衡；其中具客家語言、文化專業者，占各組參賽類評審委員之比例，不得少於二分之一。

整，參賽資格限縮為各大專校院之非在職生，作品刊登媒體則不限於校園，在校期間發表於校外媒體之客家新聞作品也具有角逐資格方面。另外，也增設了網路公民新聞獎，此係因應數位時代潮流，希望藉由草根力量，將客家文化的深度及廣度擴散出去（行政院客家委員會，2010）。而第五屆客家新聞獎出現了以上變動後，客委會主委黃玉振在各大媒體上表示，台灣客家族群大約有 587 萬人，但在媒體上看到客家新聞的比例卻不高。客家新聞缺乏被關注，他舉例說，2010 年 1 月 5 日「客家基本法」通過，對台灣客家族群來說是一件極為重要的大事，但卻沒有看到太多主流媒體的報導。因此，希望透過頒發客家新聞獎，讓客家、非客家族群，都可以一起關注客家議題。而第五屆客家新聞獎評審委員會總召集人江明修指出，過去客家新聞注重懷舊和傳統，然而第五屆的客家新聞獎作品，可以看到作品開始具有批判性、議題創新與公共議題連結，代表新聞的深度提升（台灣立報，2010.06.29）。

然而就在 2011 年客家新聞獎第六屆獎項要開辦的前夕，各大媒體均可看見客家新聞獎將停辦的消息，客委會綜合評估續辦利弊後，為免去長期為報導客家事務奮鬥的新聞工作者被貼上標籤，並尊重媒體專業，避免遭指控議題設定，故中止辦理客家新聞獎（中央社，2011）。行政院客委會副主委鍾萬梅表示：「政策經常要檢討，一方面要看目的性，第二 要看外界反應，如果外界都有這樣的質疑，我們是經過很審慎的考慮才做出停辦的決定。」（引自客家電視台，2011）。第五屆客家新聞獎評審委員會總召集人江明修教授認為，客家新聞獎遴選出具批判性與創新性的作品，讓客家能與其他族群對話，一旦喊停，對客家文化的推動將會是一大損失（客家電視台，2011）。曾經擔任客委會副主委的邱議瑩則認為因為客家新聞獎的舉辦，讓客家議題增加曝光度，公部門花錢搶救弱勢文化，合情合理，如果只是因為外界質疑公正性，就決定停辦實在是矯枉過正（客家電視台，2011）。為了能夠讓外界了解客家新聞獎停辦的主要原因，以平復外界對於

客家新聞獎停辦的反對聲浪，主辦單位行政院客家委員會針對停辦原因，客委會提出的說明如下：

（一）關於新聞議題設定的質疑：

在民主社會中，媒體作為新聞守門人，本於新聞自由，有權利選擇各式各樣的報導題材、以各種角度呈現報導內容；開辦客家新聞獎之目的，原為提升客家新聞的能見度。然而，五年來，行政院客委會雖自認秉持一貫公正立場辦理客家新聞獎，仍屢受外界質疑以獎金及名譽，誘發新聞工作者報導特定議題，從而達到議題設定的效果。為了避免外界不當聯想，行政院客委會決定自民國 100 年起中止辦理客家新聞獎。

（二）關於變相「置入性行銷」的質疑：

在「置入性行銷」不斷被擴大解釋下，政府辦理新聞獎項屢受外界質疑為意圖以獎金吸引媒體，為機關辯護，或達政策曝光之目的。客家新聞獎設立的宗旨在於提升客家新聞報導質量，並頒發獎項鼓勵新聞工作者，然過去經驗，每年越是接近客家新聞獎報名期間，有關客家的新聞議題則隨之激增，可能造成外界批評聲浪；並考量在提出高額獎金的同時，或許可能導引部分人士以「得獎取向」來製作相關報導，而扭曲了獎項設置的初衷，因此行政院客委會自 2011 年起中止辦理客家新聞獎。

（三）關於媒體專業的質疑：

新聞媒體享有自主權，在不受外力壓迫的情況下，本於媒體專業原則，篩選報導的主題與內容。政府辦理新聞獎項，尤其獎勵項目針對某個範疇的弱勢議

題，屢屢遭致外界質疑導致新聞媒體捨棄新聞專業，產製出具有特定目的的報導內容（無論為商業利益或記者自身利益），而導致「為得獎而報導」之後果。如此則違反客家新聞獎設立宗旨，也令用心耕耘客家領域之媒體人蒙受不白之冤，因此自 2011 年起中止辦理客家新聞獎（行政院客家委員會，2011）。

然而以上客委會的說明似印證了客家新聞獎確實對客家新聞的製作造成影響，在客家新聞獎的場域中，獲獎的客家新聞報導究竟展現出何種客家特性？參賽者如何想像評審委員的標準？又會運用那些編排手法來產製他／她們內心所認為最具有客家品味的新聞內容？他／她們又是如何認知及實踐腦海中的客家新聞價值。而客家新聞場域就像一個競賽空間，每位行動者為了贏得獎項，會運用自己擁有的資源在這一場遊戲中爭奇鬥艷，去爭取那個象徵專業與尊榮的獎項。邱天助（2002）指出 Bourdieu 將「場域」比喻為一種遊戲，是鬥爭和策略運用的地方，其王牌就是「習性」與「資本」，這決定了遊戲的型態與成敗。同時「場域」是提供各種資本相互競爭、比較和轉換的場所；反過來說，場域也得靠各種資本的反覆交換及競爭才能維持。

因此我們可以把場域比喻做一場遊戲（和一般遊戲不同之處，在於場域並非是刻意創造出來的結果，而且場域規則或邏輯並沒有昭告出來或標準化），因此，遊戲爭奪之焦點（enjeux）的基本要質，乃是因遊戲者而產生（Bonnewitz, 2002 / 孫智綺譯，2002：81）。以客家新聞的場域來說，這些遊戲者分別指的是設立獎項的機構行政院客委會、評審委員和參賽的記者。

在遊戲中，遊戲者對遊戲投注以必要的共同幻想（illusio）（此幻想屬於遊戲參與者共享，如此遊戲才玩得下去）：參與者投入遊戲當中，他們之間激烈對立，是因為他們都有一致的由衷信仰（doxa），相信這個遊戲及其爭奪點的真實性就是獲利（Bonnewitz, 2002 / 孫智綺譯，2002：81）。因此，或許可以說，參與客家新聞獎的記者，應具有某種共同信仰，也就是認為獲獎便可代表所報導的客家新聞在客家及新聞專業上皆具有高品質的屬性，另外，他們可能會對客家新

聞產生某些幻想，據此而製作出他們腦海中秀異的客家新聞。

行動者除了利用各種有形、無形的資本來爭取社會場域中的優勢利益，更會在場域中與人互動的同時，建立自己的「秀異」（*distinction*）符號，凸顯自己的優越位置（張錦華，2002：59）。秀異就是差異，它需經過與其他特質相比，才能突顯出來，而場域行動者不管是否有明顯意圖，都會想要炫耀自己、引人注目、與眾不同；而當場域中的個體都一致認同、並且容許這樣的差異行為存在，且這個差異符號是有決定場域位置、具有位階等級的判準效果時，它就會成為「秀異符號」，成為場域行動者追尋的目標（劉維公，1998）。Bourdieu以此觀點來看待生活風格與社會的關係，並認為生活風格與品味都是具有秀出差異的秀異符號（Bourdieu, 1984：174）。

以此觀之，這些來參與客家新聞獎的記者們，可能會透過新聞價值的判斷來產製他們心中認為最能代表客家新聞的內容，並將自己對客家新聞的品味透過新聞而呈現，在參賽過程中，記者可能會去摸索並且實踐、產製出他們心中代表秀異的客家新聞。

本研究引用Bourdieu的場域概念來瞭解客家新聞獎所形塑的新聞場域，經由上述文獻探討，本研究希望探討：1.新聞專業和新聞場域中的運作邏輯會對記者的新聞價值產生何種影響；2.新聞場域中的行動者會如何透過個人所處的位置、與他人的相關位置，內化出自己對新聞價值的判斷與實踐感，包括記者的「習性」何以形成；3.媒體組織帶給記者何種影響，新聞機構告訴記者甚麼才是最具有新聞價值的新聞，影響了記者的內化價值；4.記者如何建立「秀異」符號，以便能在這場遊戲中角逐得獎的可能、贏得獎項的肯定；5.最後，客家新聞獎在提供記者角逐競賽的過程中，是否可能出現「象徵性暴力」，是否支配了場域行動者。

第五節 本章小結與研究問題

本研究視客家新聞獎如同一個新聞場域，在這樣的新聞場域中，包含了經濟

資本，指獎金的提供；象徵資本，指獎項的肯定，因為它給予得獎者一種新聞專業領域的榮耀。當然也包含了文化資本，此指記者個人對客家事務的瞭解程度與分析能力，以及對客家的想像，這樣的瞭解及想像主要來自個人成長環境、教育背景和工作歷練；而社會資本指記者的人脈和在組織中的人際關係網絡。本研究擬觀察在客家新聞獎場域中，在各種資本的交錯下，記者如何內化出對於新聞價值的判斷，如何去界說客家新聞，以及如何產製他／她們心中認為值得報名參賽和競逐獎項的客家新聞。以下進一步依據前述說明提出本研究的研究問題。

（一）客家新聞獎得獎者對客家新聞的想像為何？

記者個人的經驗如何建構對客家新聞的想像？社會結構如何模塑記者對客家新聞的認知及判斷？而新聞組織又會如何影響記者的專業價值判斷？

（二）客家新聞獎得獎者對客家新聞的專業認知為何？

記者們如何定義「客家新聞」？理想的客家新聞應具有怎樣特質？「好的」客家新聞應該擁有那些新聞價值？這些認知是否反映記者的哪些習性？

（三）客家新聞獎得獎者對客家新聞獎的功能評價為何？態度為何？

他們如何看待歷年來得獎的新聞作品？客家新聞獎的運作機制是否牽制場域中產製客家新聞的記者們對新聞價值的判斷？

（四）客家新聞獎得獎者的新聞產製策略為何？

記者如何想像主辦單位及評審的喜好？透過何種方式去瞭解主辦單位及評審的判斷標準？使用哪些資本與策略去採訪報導客家新聞？組織是否提供那些資源？是否遇到何種困難？解決方法為何？未來可能以何種方式進行客家新聞報導？

（五）客家新聞獎得獎者對自己得獎作品的分析及詮釋為何？

記者認為自己得獎的作品有何優點？如何展現客家新聞的專業屬性？如何反映記者的新聞價值、組織的要求、族群認同？是否覺得尚有改進之處？

（六）客家新聞獎得獎者對客家新聞產製的影響為何？

記者認為客家新聞獎對客家新聞的產製與傳播具有何種影響？記者認為客家新聞獎對客家族群發展有何影響？客家新聞獎是否影響記者對客家新聞的採訪報導方式？

上述是為了更進一步了解記者在新聞產製的過程中，如何透過自身的資本和新聞製作的策略，讓自己的作品成為場域中所追求的「秀異符號」。因此，有必要了解這些得獎的記者們如何透過自身的資本，對客家新聞價值的產生判斷，並將這樣的判斷置入新聞製作的過程中，透過這樣的對新聞價值的展現將自身對於客家新聞的品味，透過文字或影音表投注在新聞內容中。

第三章 研究方法

由於本研究重點在了解客家新聞獎如何形塑及內化記者們對於客家新聞的價值判斷，因此，在研究設計上，採用質化研究中的半結構式「深度訪談法」以了解記者在場域中的心態、經驗、實踐方式；另一方面，為了瞭解得獎新聞報導內容的表現情形，並對照記者的觀點及說法，也將觀察獲獎之客家新聞報導所呈現的主題、風格、手法等。

第一節 質性研究方法之選擇

在社會科學的研究典範中，目前大致以量化研究和質性研究為兩大主流。本研究擬採取質化研究取向，在闡述理由之前，先對質性研究的取向加以說明。質化研究具有以下主要特徵：

首先，Silverman（1993）指出質性研究的重點不在掌握變項之間的因果關係，而更關心社會脈絡中，現實的本質（the nature of reality）、社會行動（現象）的意義、過程與功能，強調社會生活的微細特徵，細緻探討人與人、人與環境之間的互動情形。

第二，朱美珍（1992）指出質性是微觀的研究，也就是強調人是主動的個體，在現實世界中不斷的構築自己。質性研究者嘗試從研究對象的參考架構來了解當事者如何看待事情，即從受訪者的眼光（主觀經驗）來建構社會實體；此外，對質性研究者而言，研究的目的不在找尋客觀的真理準則，而是對受訪者的內心有更深一層的剖析，所有受訪者的觀點都是有價值的，並試圖把這些東西加以分析、整理，以成為有理論價值的概念。

第三，簡春安（1992）認為質性研究關注的是人與事的整體性，以當事人為主，「同時且整體」的去了解研究對象人、事及環境所賦予的意義，也就是以研究對象過去的脈絡，以及現在所處的情境來了解研究對象。

最後，質性研究方法的目標是探索、開發與尋求意義，重點不在將所有的結果概化，而是從資料的模式（pattern）裡不斷的比較、歸納、發展概念，洞察與了解事情的脈絡，也就是說質化研究的發展邏輯是歸納式的（inductive）、建立假設，而非驗證假設的取向（Hammersley，1992：59）。

本研究選擇質性研究取向的研究策略，有以下原因：

首先，本研究的主要目的，是探討新聞工作者在客家新聞獎的競爭場域中，記者的個人心態與組織的相互影響，而讓記者在此一社會化過程中，形塑出何種客家想像，並將這樣的想像注入到新聞中。質性研究目的即在了解當事人對自己的經驗意義有怎樣的認知，就本研究而言，也可以分析出得獎迷思的型塑過程。

其次，對於新聞獎項中的得獎影響新聞產製的概念和理論，至今還未看到相關的研究，尤其是以客家新聞方面的探討更是不多見，目前還未看到台灣媒體經驗所萌生的意義來加以比較、歸納、概念化，而這正是質性研究的目的。

第三，質性研究可促進對受訪者全面性、多元性的了解，因為質性研究重視社會現象的互動與脈絡，這可幫助本研究對新聞從業人員的訪談，掌握獲獎如何影響了記者對新聞價值的判斷，因此，需要對情境脈絡全盤了解。

綜合以上種種因素，本研究將採取質性研究方法進行，主要方式如下：為了了解客家新聞獎場域及獲獎期待如何影響了新聞工作者的採訪過程、產製流程、新聞價值，本研究將以深度訪談來掌握相關資料。

第二節 深度訪談法

本研究採用質性研究之「深度訪談法」，訪談法可分「非結構式」、「半結構式」及「結構式」。非結構式訪談往往是以日常生活閒聊或由知情人士、專家訪談內容取得內情。半結構式是以「訪談大綱」來進行訪談，對象可以是個人或團體。個人訪談即所謂深入訪談法，而團體訪談即為焦點團體法，此二者之進行方式是對特定議題深入探問。至於結構式訪談，則有累積分類、排序法等進一步

澄清認知或決策活動的研究技術（胡幼慧、姚美華，2002：79）。深入訪談法與傳統的調查法相較，較能提供敏感性問題的豐富資料及易於接近在其他研究方法中受限的話題。

由於每個人體驗的過程有所不同，質性研究強調從被研究者的觀點看事情，從而掌握被研究者的親身感受。此外，質性研究採取整體主義，在瞭解事件時，將事件放在發生的場景和脈絡中，因為資料只有落在社會和歷史脈絡中才有意義。質性研究著重場景的描述，提供線索，引出更深層的發現（劉仲冬，2002：121-139）。

（一）訪談對象

本研究所稱之場域中的行動者，指的是在該場域中第一線採訪的記者，並且是第一屆到第五屆客家新聞獎的得獎者（包括平面媒體、廣播及電視媒體的相關獎項），本研究將對他／她們進行深度訪談，由於記者工作忙碌及受訪意願問題，最後共計 11 位記者接受本研究的深訪。訪談對象名單如表 3-1。

表 3-1：訪談對象名單

編號	工作單位	得獎屆次 / 獎項
記者 A	自由時報	第一屆 / 平面媒體類：新聞採訪報導獎。 第二屆 / 平面媒體類：新聞採訪報導獎。
記者 B	自由時報	第一屆 / 平面媒體類：新聞採訪報導獎。 第二屆 / 平面媒體類：新聞採訪報導獎。
記者 C	聯合報、 客家新聞雜誌社	第一屆 / 平面媒體類：新聞評論獎。 第三屆 / 平面媒體類：新聞評論獎。 第五屆 / 平面媒體類：新聞評論獎。
記者 D	公共電視	第一屆 / 電視類：新聞採訪報導獎。 第五屆 / 電視類：非客語新聞報導獎。
記者 E	客家電視台	第二屆 / 電視類：新聞採訪報導獎。

		第四屆 / 電視類：新聞採訪報導獎第二名。
		第五屆 / 電視類：新聞採訪報導獎首獎。
記者 F	大漢之音	第二屆 / 廣播類：新聞採訪報導獎。 第三屆 / 廣播類：新聞採訪報導獎。
記者 G	國立聯合大學	第四屆 / 影音媒體類：新聞採訪報導獎首獎。
記者 H	苗栗縣社區大學	第四屆 / 平面媒體類：地方新聞報導獎第二名。
記者 I	聯合報	第五屆 / 平面媒體類：地方新聞報導獎首獎。
記者 J	新活水雜誌	第五屆 / 平面媒體類：新聞採訪報導獎第二名。
記者 K	新活水雜誌	第五屆 / 平面媒體類：新聞採訪報導獎第二名。

（二）訪談大綱

本研究在訪談前，先列出訪談大綱，內容涵蓋研究問題的各個面向，以確保每位受訪者均被問及相同問題。大綱之主要內容，主要依據前述六個研究問題而設計，分成六大題組進行訪談：

題組1，了解記者對於客家新聞的定義為何，此題組之問題主要針對研究問題一「客家新聞獎得獎者對客家新聞的想像為何？」

題組2，了解記者對於客家新聞價值的判斷，此題組之問題主要針對研究問題二「客家新聞獎得獎者對客家新聞的專業認知為何？」

題組3，詢問記者對於客家新聞獎的看法，此題組之問題主要針對研究問題三「客家新聞獎得獎者對客家新聞獎的態度為何？」

題組4，瞭解記者在產製新聞的過程中的想法，此題組之問題主要針對研究問

題四「客家新聞獎得獎者的新聞產製策略為何？」

題組5，瞭解記者對於自己新聞的價值看法為何，此題組之問題主要針對研究問題五「客家新聞獎得獎者對自己得獎作品的分析及詮釋？」

題組6，記者對於客家新聞獎所帶來的效益為何，此題組之問題主要針對研究問題六「客家新聞獎得獎者對客家新聞產製的影響為何？」

最後，綜合以上訪談資料來了解客家新聞場域中記者的實踐價值為何。

進行訪談時，每位受訪者參照大綱架構，以自己的說話方式，充分表達想法。在獲得受訪者的同意下（筆者會保證不將訪談內容移作他途），訪問過程全程錄音記錄，以便詳實分析。

在訪問過程中，為求受訪者能暢所欲言，並考量受訪者均為現任工作者，正式論文中將對受訪者姓名予以匿名，文中統一以編號代表。

訪談大綱預擬如下表 3-2：

表 3-2：訪談大綱

題組一：	1. 何謂「客家新聞」？您自己如何界定客家新聞？
客家新聞獎得獎者對客家新聞的想像為何？	2. 您通常會選擇怎樣的素材來表達客家新聞的樣貌？
？	3. 客家新聞的主要特性是什麼？和非客家新聞有甚麼不同？
	4. 您通常都如何進行客家新聞的製作和報導？
	5. 您認為什麼是好的「客家新聞」？
	6. 如何看待目前台灣媒體出現的客家新聞？
	7. 您自己喜歡閱聽哪些客家新聞？原因為何？
題組二：	8. 當前客家新聞最應加強或改善之處為何？
客家新聞獎得獎者對客家新聞的專業認知為何？	9. 怎樣的客家新聞才算具有「新聞專業」性質？有何指標？
	10. 您是客家人嗎？您是怎樣去認識您對於客家的想像？
	11. 您是客家傳播或客家文化科班出身的新聞從業人員嗎？
	12. 您跑客家新聞有多久的時間了？
	13. 您覺得「客家記者」最大的本錢（資本）是什麼，是無法被取代？
題組三：	14. 您認為目前「客家新聞獎」扮演的角色為何？他又應該
客家新聞獎得	扮演何種角色？有何作用？

獎者認為客家新聞獎的功能與態度為何？	15. 您覺得「客家新聞獎」在您寫新聞的過程中影響了甚麼？ 16..您認為「客家新聞獎」對客家新聞的品質是否有提昇的作用？ 17..您當初在跑新聞的同時，有想過這則新聞是要投獎的嗎？還是就當作新聞發完就算了？ 18.您覺得如果今天一個是不打算投獎的客家新聞，一個是打算投獎的客家新聞獎，您認為得獎率會不會影響您在寫新聞時的表現？ 19.您覺得要得客家新聞獎主要的考量是什麼？ 20.您看過歷屆得獎的新聞嗎？您認為那些新聞為何會得獎？
題組四： 客家新聞獎得獎者的新聞產製策略為何？	21.您會怎樣調整您對客家新聞的新聞專業的立場？或是改變拍攝的取向？來增加得獎率？ 22.您覺得誰是影響客家新聞使用與否的「關鍵人物」？ 23.您覺得客家新聞獎偏愛怎樣的客家新聞？您如何得知評審們的喜好及標準？ 24.請問您不同職務（編輯、文字、圖編、上司）對新聞價值判斷不同時，如何處理？通常會以誰的意見為主？ 25.您（主管、編輯等）是否會告知您「什麼是客家新聞」的看法，而改變您新聞使用的選擇？ 26.如果您們得獎，公司會給您們獎勵嗎？
題組五： 客家新聞獎得獎者對自己得獎作品的分析及詮釋	27.請問您在得獎的這則新聞中想要傳達的訊息為何？ 28.這則新聞的當初構想是怎樣產生？如何執行？如何與同事討論？ 29.這則新聞展現了哪些的客家新聞特性？ 29.自己對該則新聞最滿意與不滿意的地方為何？
題組六： 客家新聞獎得獎者對客家新聞產製的影響為何？	30. 您認為客家新聞獎對客家新聞的製作有影響嗎？可以具體說一下嗎？ 31.您認為客家新聞獎對客家族群帶來怎樣的影響？ 32.您認為客家新聞獎在您製作新聞的過程中是否影響您對客家新聞的採訪報導方式？ 33.就您親身參與過客家新聞獎，您是否有具體的建議提供給客家新聞獎？

訪談資料全部謄寫成逐字稿以進行分析，透過歸納整理出記者對客家新聞的想法及報導策略，包括對客家新聞獎的評價，以及對自己得獎作品的解讀，研究者也將同時對比得獎作品的內容及評審意見，以交互參照受訪記者的說明。

表 3-3：受訪者資料

代 號	單 位	職 稱	線 路	性 別	年 齡	學 歷	學 系	族群背景	年 資
記者A	自由	文字 記者	科教組	女	36歲	碩士	大傳所	客籍	6年
記者B	自由	新聞中 心副主 任	生活 新聞	女	43歲	碩士	新研所	非客籍	20年
記者C	聯合	新聞中 心新聞 部組長	生活 藝文	男	56歲	碩士	新研所	客籍	32年
記者D	公共 電視	攝影 記者	專題	男	41歲	副學士	電子工 程系	客籍	10年
記者E	客家 電視	文字 記者	客家 事務	男	31歲	學士	公衛系	客籍	5年
記者F	漢聲 廣播	新聞 組長	桃竹苗 新聞	男	40歲	碩士	客家社 會文化 研究所	客籍	10年
記者G	聯合 大學	公民 記者	桃竹苗 新聞	男	30歲	學士	客傳所	非客籍	3年
記者H	社區 大學	公民 記者	桃竹苗 新聞	男	31歲	碩士	陸研所	客籍	5年
記者I	聯合報	總編輯 特助	桃竹苗 新聞	男	52歲	碩士	傳管所	非客籍	29年
記者J	新活水 雜誌	文字 記者	桃竹苗 新聞	男	38歲	學士	政治系	客籍	10年
記者K	新活水 雜誌	文字 記者	桃竹苗 新聞	女	36歲	學士	廣電系	客籍	10年

表 3-4：訪談時間與地點

編號	訪談時間	訪談地點
記者 A	2010.08.26	台北師大極簡咖啡廳
記者 B	2010.12.09	台北自由時報大樓
記者 C	2011.02.24	台北受訪者家中
記者 D	2011.01.13	台北華視大樓
記者 E	2010.12.01	台北客家電視台
記者 F	2011.01.20	苗栗警察局
記者 G	2010.06.14	台中星巴克
記者 H	2010.08.27	苗栗社區大學校內
記者 I	2011.03.28	台北聯合報大樓
記者 J	2011.01.08	苗栗受訪者家中。
記者 K	2011.01.08	苗栗受訪者家中。

第四章 記者與客家新聞專業意理

本章將針對記者如何透過自身的經驗和社會化的過程，形塑出對於客家新聞價值的判斷，而這樣的價值判斷對客家新聞獎的記者，又會造成怎樣的心態轉變，進而發展成符合他們心目中客家新聞樣貌的報導內容。因此，本章第一節先探討記者如何在自身、組織和社會的影響下去產製出自己認定的客家新聞。第二節探討當這些擁有各種資本的記者們進入客家新聞獎的場域時，會如何再次調整他/她們對於客家新聞價值的判斷。第三節則是探討記者在受到自身習性的影響下，且此習性來自社會結構之形塑，如此將會編織出怎樣的新聞價值。以下引文的部分為受訪者的訪談內容，括號內編號後的數字則是逐字稿行號，引文內的細明體文字是研究者加註的說明。逐字稿全文請參閱附錄。

第一節 記者對客家新聞的想像

當我們提到「想像」，總會把這個詞彙認定為假象，是虛構出來的事物。但這只是就事件可以直接用感官接觸到的表面層次，心理學認為想像是「在頭腦中改造記憶中的表象而創造新的形象過程，也是過去經驗中已經形成的那些暫時聯繫進行的結合過程」（曹日昌，1982：282）。因此，想像與創作有關，並且也和經驗有關。想像並非憑空捏造，乃是整合表象與經驗的創造過程。

雖然新聞寫作不能像其它虛構文本一樣恣意奔馳，不過記者如何在收到資訊後，從了解事件、構思新聞和資訊的取舍，到產製出新聞文本，每個過程都牽涉到想像，因此，更確切的說法是，想像應該是一種思維模式。

季水河（2001）認為思維方式是思考的形式，新聞寫作中要運用的是形象思維與抽象思維。抽象思維又稱邏輯思維，也就是認識過程中借助概念、判斷、推理，以抽象概念顯示事物本質。這種思維方式主要運用於新聞價值的決定，及新聞題材主題的選擇上。形象思維是記者將素材整理、加工以構成完整的新聞形象所需的思考能力，在形象思維中有寫景、有想像，也有感性。例如記者 F 提及他

的想法：

想太多反而會失去重點，那我就盡量說，我想每個記者都會對於新聞有一定的認知或想法，那我想就最簡單的樣子，就你平常生活的取材來做，或是你累積以久的人脈來做。(記者 F，6-7)

以上簡短的一段話似乎可以看出，社會上的行動者，付諸行動之前會先經過某種程度的想像，並將這樣的想像透過個人的行為表現出來，而看似個人的施為(agency)又成為社會結構下的一種再現。記者作為新聞事件中的第一位守門人，守門人看似相當主動的角色，但其實某種程度上也被動地受到社會結構的牽制。即便在沒有編採會議的新聞組織，也會透過文字記者和攝影記者的討論去製作與原先設定之主題不會差太多的新聞內容。記者 D 指出：

應該是說在出去拍之前我要先知道我們要做甚麼，我們獨立特派員這邊是沒有會議，但出去前一定會跟文字討論說我們要做甚麼，我們的狀況，會有甚麼場景，我要拍甚麼主題。(記者 D，89-91)

當記者個人必須在組織下維持團隊工作時，新聞室的社會控制再次又成為新聞的另一個守門員。在這樣的過程中，記者透過和組織互動、遵循組織規範，他們已組織的價值與目標潛移默化到自己工作的專業判斷。

因此，本節首先探討記者個人層面的經驗如何建構對客家新聞的想像。其次，再將個人層次的部分延伸至社會層次，分析社會結構如何模塑記者對客家新聞的認知及判斷。最後，再將層次拉回到組織面，探討新聞組織如何影響記者的專業價值判斷。這些探討主要是針對研究問題一的回答。

一、個人經驗的養成

Bourdieu (1990) 提到社會真實是知識或認知的對象。社會行動者的各種實踐活動，如行為、思想、情感、判斷等，都會產生如同符號模式的作用。我們所見所聞的社會事實是客觀的客體，但它同時也是知識的對象，這是因為世界塑造了人類，人類也被這個世界塑造。

這樣的關係說明了社會事實是知識或認知的對象，但這些社會事實也是人類設定或分類的意義圖式。因此，在結構與個人的交互作用下會形塑出一個人的特質。這樣一連串由外在性進入到內在化與內在性外顯於外在化的過程，就是一個人所形成的習性，使得個人的思考與行動都受限於這樣的習性框架中。

因此，一個人的喜好風格、行為舉止、儀態氣質，並不是渾然天成，這些看似天賦本能與生俱來的特質，一切都是在特定社會位置上被賦予的，同時也藉由習性來體現、延續或再製各種階級的特性與經驗累積。例如記者 E 指出：

……畢竟所謂的文化或是族群這個東西是你從小的生長啊的環境裡面去塑造你這個人的，一個未來可能長大的某個樣體，那因為我是苗栗長大的，所以相對的在客家庄長大的，在接收到一些訊息之上，你會更清楚的知道說它是用那些東西而去看這些東西，看這個世界發生的事情，那我相信是有的（記者 E，118-121）

因此可以了解到，社會中的行動者在主動的行動下，其實也被動地受制於結構的影響，而結構又是行動者經由行動而維持、強化、轉化的產物，並且會透過日常生活的方式來實踐，但行動者的實踐基礎仍然受到生存條件或環境的約束。Bourdieu 認為關於社會世界的知識是先前就存在於社會的結構中，這樣的結構已存在我們先驗的經驗中，在建構這些經驗的同時也使用一種現實世界上那些習以為常的知識。（Bourdieu, 1984：467）。

本研究發現受訪的記者（行動者）在他們對客家新聞的認知（知識）形成中，個人的經驗養成占有很重要的影響，此種經驗養成構成記者對客家新聞的判斷。這些經驗與知識養成主要來自以下四個層面：

（一）兒時的聯想

人必須先社會化，才有可能產生社會生活，所以習性可說是社會化的機構（Bourdieu & Wacquant, 1992：126）。家庭在初級社會化中扮演重要角色，多數家庭都在社會空間中占有某個位置，家庭社會化的過程會將某個階級位置的特定傾向，複製到兒童的思想、語言和行動中，換句話說，兒童會內化父母在社會空

間所處位置的特性（周新富，2005：35）。這種情形亦反映於記者 D 的身上，他說道：

為什麼那時候會用「狀告城隍爺」（做新聞標題），是因為桃竹苗那一帶，滿多客家人聚集的地方，那時候新竹有很有名的城隍爺，就像客家人的信仰一樣義民爺嘛，那客家人的信仰應該是說義民，那城隍爺是因為在那邊很有名，那從小因為就這樣跟爸媽這樣去拜城隍爺，小時候常去拜那間廟，就會有那樣的信仰在，那時候就用了「狀告城隍爺」做標題。（記者 D，224-228）

記者 D 由於從小跟著父母去參拜城隍爺，這樣的圖示就成為他腦海中的客家元素，當他看到城隍爺就會想到這是他腦海中所代表的客家，並將這樣的圖示植入自身的認知，更在往後將這樣的元素透過製作影像的行動，把圖式放在新聞的明顯標題中，是一種行動者將自身的圖式透過工具，包括產製影像、撰寫文字等產製符碼的行動置入新聞中。這樣的現象也可見於記者 F 的經驗：

以前我的記憶中小時候都是家裡的女生很掌權，都會感覺到老一輩家中是女性地位比較大，之後我們的深入去了解，原來以前的客家婦女對經濟的掌控力其實很大，我們以前印象是這樣，我們後來有去找一些他就講說，以前三合院大戶人家，客家庄的媳婦，家裡是一大串的鑰匙，可能大門的鑰匙、錢櫃的鑰匙都是女生在管，男孩子他可能就是要出去外面 social 啦，但是家裡的經濟都是婦女、要教小孩子、家裡的掌控或給你的事情，我覺得客家婦女是很能幹，所以那時候就突然有這樣的想法，來做關於客家婦女探討的深度報導。（記者 F，99-105）

在記者 F 的兒時記憶中，看到家庭長輩相處，可能是自己的父母或是街坊鄰居的相處，意識到在客庄社會中，女性在家中的地位似乎比男性高，這樣的兒時記憶形成往後新聞製作上對於客家新聞的想像，以及尋找製作題材時的一個新聞點。

然而和兒時記憶完全不一樣的客家特質，也可能成為記者在製作新聞時的影

響因素，譬如記者 C 就表示：

客家人沒有吃豆漿的，我小時候的記憶裡面，客家人是沒有在吃豆漿的，家裡的大人也不會買豆漿也不會煮豆漿給小孩子吃，但是為什麼現在客家人，大台北地區太多家店，百分之七、八十是客家人，那是有他的原因，這就是它很特別的一個新聞點啊。（記者 C，279-281）

根據以上受訪者的說明，不難發現只要是個人兒時記憶中，和客家有正反關聯的客家形象，都會形塑出記者在製作客家新聞時的一個重要聯想。

兒時的聯想在是一種從小就在腦海中形成的客家圖示，因此，可以了解到這些記者在製作客家新聞時，會聯想到兒時大人告知的事物或是自己幼時的感知，然後這樣的認知在腦海中形成客家新聞的基模，這個基模是這些記者對於客家新聞圖示的揣摩，記者再將這樣的圖示藉由真正的行動方式，將他們的客家想像藉由新聞創作出原本的揣摩圖示。

（二）生活的體驗

Bourdieu的「生成的結構主義」可彌補結構主義那種決定論的看法，強調結構一方面限制人類的行動，但另一方面，結構也是透過行動者的日常具體活動而再生產出來，這是一個相互辨證的過程。因此他強調研究人類互動與實踐時，應同時考察結構中物質與符號的動態形構。Bourdieu認為，社會中的人其實是活在規則網絡中，人是主動地「玩」規則，社會具有作為一個象徵空間的特質，以及人的勞作不斷演變因而造成規則的彈性改變（莊瑞琳，2002）。因此Bourdieu強調我們應去瞭解人類社會文化與日常生活如何以「象徵」的形式出現。

記者作為社會中的行動者，他們對社會所感知的日常生活經驗，就是他們製作客家新聞的靈感來源之一，而這樣的靈感又是來自於日常生活經驗是一種已被結構化的象徵，然後又透過記者的文字或影像去產生符號，以便利用這樣的象徵來代表客家，以下是記者 F 對客家新聞的看法：

只要是你生活周遭會遇到的客家人、事、時、地、物，我是覺得都是，也許他的背景，他是客家的人物，只要有關客家的元素都是客家新聞的取材重點，就是說要有客家風格的東西。(記者 F，13-15)

Bourdieu 連結社會位置與生活風格的是習性，亦即，客觀的生活條件塑造出習性，習性又決定了生活風格。對 Bourdieu 而言，生活風格是階級在象徵體系中的外顯形式 (Bourdieu, 1998，轉引自孫治本 2004：28)。簡言之，生活風格是一種可以代表某個部分成員的品味、信仰和習慣的總合，像是政治立場、信仰、飲食或服裝等的偏好。記者 K 也表示，對他而言，客家新聞是一種和自己相關的生活，並且一再提到「風格」一詞：

把它變成一種，我自己，我自己的生活記錄，一種屬於我跟他的生活風格的呈現，那剛好有了客家元素，那我會將這樣的東西當成一種客家美學來表達，所以你可以看到我的文字都用的很美學。(記者 K，116-118)

而記者 J 表示每當他需要製作新聞的時候，為了能夠有更深刻的切身感受，他都會到報導的地點住一段時間，希望由自己的親身感受，以深入了解該地的風格，進而將此風格轉化為文字，來傳達他眼中的客家。他說：

也許我們需要去那邊生活個幾天，才能夠看到它的生活風格，然後再寫出來，所以你可以看到我的文字都偏美學的感覺。我跟一般新聞強調的要做一名旁觀者比較不一樣，我會希望傳達這是我眼中的看到的樣子。(記者 J，232-235)

上述記者對客家新聞的價值判斷主要在於是否和自己平常的生活有相關，對他們而言，親身的見聞會比二手蒐集消息，或是請訪談對象說明會更饒富意義。

Bourdieu 認為結構與行動之間的辯證，就是一種再生產的概念。因此研究人類日常生活實踐的理論，主要就是探討文化再製與社會再製之間的關係。此處的「再(製)生產」(reproduction)是一個非常重要的概念，包括物品、事務、行為、人際關係、思考等等的產生都可以說是「生產」(production) (李永熾，2002)。

再生產和生產在本質上是一個異形同體的概念，因為生產不可能有「無」生產，再生產理論上也不可能從「無」生產，生產須受到種種條件與脈絡限制，不是一義性的反覆，因而在人的概念上，一切生產都是再生產。不過論述再生產時最重要的關鍵詞是「轉換」（李永熾，2002），人的所有生產現象都包含此一轉換的過程，人的行為既是被然被條件制約，而且安置在某一脈絡中。

所以記者對客家風格有所認定，這樣的認定主要來自記者本身所見所聞的客家元素，它們看似記者自行挑選的客家素材，甚至是親身體驗，但其實是社會中已被結構的元素，這樣的關係是一種雙重的辯證邏輯，行動者似乎主動地選擇，但已受到社會脈絡的牽制，其實是一種在不同面貌中夾帶似曾相識的元素再現。

（三）傳統的創新

從書寫創作來說，「凡事藝術創造都是舊經驗的結合」，所謂想像就是舊經驗加以新的綜合（朱光潛，2001：105）。而這樣的想像往往是一種將自身過去所見所聞結合新的元素，再次產生新的樣貌，讓傳統的元素蘊含新的樣貌。

經驗是創作時的材料，但光憑經驗並不能成為作品，經驗必須和舊有的認知結合，並且經過想像的調和，才能產生新的東西。記者 F 提及：

我們大概是在做這樣的報導，就是去探討一些傳統到現在有甚麼變化，他的轉型是失敗還是成功，你看客家婦女的我們去比較傳統到現在的客家婦女有甚麼特色，那產業就是探討他的落寞和一些成功的轉型。（記者 F，158-160）

記者 G 也認為客家傳統產業是可以代表一些客家元素，但如果只是單純記錄或只寫出某個產業落寞，這樣還不夠，應該去報導客家傳統產業面臨無法發展的情況時要如何解決。他說：

我覺得就算他要寫產業好了，也應該可以寫一些傳統產業面臨到甚麼問題，要怎麼解決，這樣會比較好，去了解說他是不是無法發展了，那要

怎樣處理問題，又或者他其實出現了轉型，不是說喔留一個問號在那。

（記者 G，84-87）

而記者 I 也提到在報導客家新聞時，不應該只是單純地記錄一個客家特有的傳統產業，而是要去報導它是否在社會脈絡的發展下出現了甚麼樣的變化。記者 I 表示：

那其實客家方面有很多可以報導的，像是他傳統產業在現在社會出現了甚麼變化，有哪些轉型也是我會去注意的，因為你單純介紹客家傳統的東西有甚麼好像會略顯單調。（記者 I，97-99）

可見對上述記者而言，所謂客家新聞，即便是報導傳統產業時，只是呈現傳統特色為何已經不夠，還要讓客家新聞更有深度和內容，例如報導傳統產業出現怎樣的轉型，這些才是記者處理客家新聞時更會關注的焦點。又例如記者 B 指出：

我們發現有很多客家報導是懷舊型，探討歷史的啦！但就是因為這樣，就會開始想說，客家有沒有其他東西會是可以比較不一樣，比較可以吸引人，從跟大家比較不同的點去切入，幫他加入一些比較新的元素，讓它看起來會時尚一點（記者 B，65-67）

這樣的報導方式是一種「原鄉的深度、時尚的角度」的報導手法，「原鄉」意指長久傳承下來的文化傳統，「時尚」則是與世界同步接軌的美學概念；時尚一方面是要滿足社會上的需要，把個體引向大家共同的軌道上，但另一方面又滿足了差別需求。

Bourdieu 也提出以生活風格一詞說明社會空間有兩個層面，其一是「社會位置」、其二是「生活風格」。社會位置牽涉到了客觀的生活條件，由具有相同的人組成某一階級；生活風格則是行動者在象徵體系中的外顯行為（Bourdieu, 1998，轉引自孫治本 2004：28）。

記者在報導客家新聞時，結合了舊有的傳統經驗以及現今社會新穎經驗的表

達方式，是一種行動者在舊有經驗中對於原鄉的認知，並加入與融合現代社會的新經驗，再藉由一些象徵性的符號來再現⁴出客家風格的新聞內容。

（四）批判的省思

對客家議題的處理也是記者認為在客家新聞中值得報導且必須報導的地方，其中政策的執行，和對政策方案的省思與批判，是記者會注意到的新聞點：

它的那個，那個公平性是要被監督，是要繼續被落實。我們的目的是這樣，所以我們會希望說，批判完了以後，是要去影響政策，然後教育部或是甚麼要開始，真的要去，去注意這些問題。（記者 A，409-411）

記者 E 也表示，通常政策面或是多數人較少碰的議題，是他認為客家新聞很重要的一個新聞點，特別是在政策面的省思：

所以我大部份都會挑一些是平常人不知道的東西，事實上可能它是當地人耳熟能詳的，但是就整個所謂的論述，台灣客家論述裡面是比較少的部份，我會比較去針對一些政策面的省思。（記者 E，63-65）

另外，記者 D 也認為對政策制度面的挖掘和省思，是他在處理客家議題時需要著重與傳達的一個元素：

那當然我們是在網路上搜尋到這訊息，那當然它畢竟是土地徵收一些不合理的制度，一些很片面的東西，那這訊息通常其他的地方是看不到，平面啦電視啦，一般媒體都看不到，所以我們就覺得應該要去跟。（記者 D，15-17）

另一方面，即便脫離了多數新聞處理政策議題時會運用的省思和檢討的報導角度，但是記者 G 也表示客家新聞不單只有記錄，在處理新聞時應該要有更多的批判和去推動某些事務：

⁴ 所謂再現（representation）意指將某一事件以諸多不同符號或文字語言，經由選擇、重組，被予以重新建構的意義，藉此表達抽象的概念，並使其能夠被理解（Taylor & Wills, 1999 / 簡妙如譯，2002）。

大家應該不要再寫問號了，應該在寫的時候要去這個去批判或者是去推行什麼東西，而不是說只是單純的記錄。（記者 G，70-72）

Bourdieu（1994 / 林志明譯，2002：116）認為新聞場域對文化生產場域的支配力，主要是透過一些身處於未定地帶的文化生產者進行的。他們身處於新聞記者場域和專門場域之間，這些記者型知識分子，可以產生兩個重大效應：一是引入新的文化生產形式，二是透過他們的批評判斷，確立一些文化生產的原則。

記者是另一類的文化生產者，他們以自身的專業在新聞報導中產製文化、建立權威感、透過報導政治或其他議題來進行批判，這樣的過程是一種文化生產的方式，而記者就是在這樣的關係中產製出他們認知的客家新聞有價值的一面，透過對政策的探討、對議題的深度了解，建構出這個社會中的結構物，注入文化的不同面貌、不同的報導觀點；但也有可能是再次確立自身的權威感，因此，也可能引導記者運用這種方式去尋找客家新聞的題材。

二、社會結構與客家新聞想像

Bourdieu試圖解釋社會結構與個人經驗之間的關聯，以便克服主觀主義和客觀主義的對立，不只是社會結構對人產生影響，人也創造他們的社會並賦予意義。Bourdieu認為社會世界的實體觀是雙重的，非二元對立。社會結構具有「雙重生命」，就是它存在著第一秩序的客觀化與第二秩序的客觀化；這表示，社會結構不但具有形的表象，還具有實踐活動中隱含的象徵性意義。Bourdieu因此稱他的社會實踐學包含了結構主義的建構主義和建構主義的結構主義（Bourdieu & Wacquant, 1992：7-10）。

Bourdieu認為，客觀結構的分析應包含心智結構，這心智結構存在於生物個體裡面，而這樣的心智結構在某個範圍裡面是吸收社會結構的結果；同時結構分析也離不開這些社會結構本身的起源（Bourdieu, 1977：14）。

因此，在社會中，我們所形成的認知，是來自社會結構物的影響，而這樣的

結構物是由先前的經驗遺留下來的結構物。在這樣的雙重關係中，人就是這些象徵性意義的接收者和產製者。研究者在上一小節已先探討了記者個人對客家新聞價值的判斷，以下將針對社會結構的建構對記者在客家新聞價值判斷上，會產生何種關聯，並藉由此項探討來試圖印證這種雙重關係。

（一）客家歷史的記憶

歷史是群體累積的集體智慧，我們生存的客體世界和客觀環境是這一代和前一代過去實踐的產物，這些歷史影響個人和集體的每天生活實踐，所以 習性就是歷史的產物（Bourdieu, 1990：54）。

這樣的雙重關係說明了，社會發生的重大事件，都會在社會施為者的身上留下記憶，這樣的記憶是一種歷史，是一種個體和集體的歷史經驗，由社會建構出來的結構物，而這樣的結構物其實也是社會上的建構，社會施為者會藉由這樣的認識，去形塑腦海中的認知，這樣的認知就會形成一種習性，社會施為者再藉由這樣的習性，透過行為表達出他的慣行。而這樣的辯證關係，似乎也可以從以下受訪者的經驗中，對應這種雙重關係：

那從 1988 年還我母語運動以後，就是客家人自己也出來爭取權益，他會發覺說為什麼，什麼叫做所謂的國語，這個東西是不是被背後有一些就是，那種不平等的問題或是族群的關係，再加上那時候就是閩南人，福佬人也開始有政治的運動可能，福佬話這些出來他們又更感受到被邊緣化這樣，因為以前都客家人都不太表露自己的身分。（記者 A，7-13）

1988 年 12 月 28 日台灣的客家族群發動「還我母語」運動，主要的訴求是開放客語節目、建立多元開放的語言政策，並主張客家母語問題面臨的不只是國語政策的施壓，也必須面對福佬話的影響。

而記者 B 也表示自己也是在「還我母語」運動後，才注意到客家意識的發展，並且這樣的發展對於自己在新聞價值的判斷取捨上產生某種程度的影響：

這跟新聞的價值有關啊！但一般來說他相較於其他新聞，客家這塊是比較小、比較弱勢。不過現在稍微好一點啦，經過一段時間的提倡，大家對於所謂的弱勢族群，不管從語言、音樂、文化各方面，大家漸漸有點警覺，有點保護性心態，這當然是一種補償性行為，所以現在就算它小，至少也一定會有一定的篇幅去報導它。那我也是在「還我母語」運動的時候，發現好像大家對於客家這塊意識有抬頭。（記者 B，20-24）

從以上這段話可以看見，記者判斷新聞價值時，必須思考到新聞是否能夠引起關注，由於在新聞的分類中，客家新聞並沒有像政治或財經新聞這樣明顯區分，同時台灣早期社會討論客家議題也不多。因此，在記者 B 的經驗中，在「還我母語」運動之前，新聞報導較少觸及客家領域。

記者 I 在訪談中提到「還我母語」運動，對許多人來說是再次去認識客家：那因為我一開始就是先在新竹當特派嘛，所以新聞怎麼寫都會多少跟客家相關，甚麼花火節，都是和客家相關的民俗文化方面的這樣，義民文化祭這樣的新聞，節慶的這些東西，其實客家能寫的新聞很多，但我想「還我母語」運動之後，很多人對客家語言才有再一次的認識。（記者 I，73-77）

從記者 I 的說明反映出，重大的歷史事件確實會對社會施為者產生認知上的影響，而這樣的影響也會使社會施為者對特定族群形成一定的印象與認知，其中也涉及習性所造成的對事物的想像。

記者 G 也提到在「還我母語」運動後，社會多數人才重視客家文化：應該要關心客家的也不是說客家，我覺得更應該更關心地方，因為客家人本來就不是很明顯的族群，本來就應該是散佈在各個地方，雖然很多人好像都是到了「還我母語」運動後才有點注意到。（記者 G，2-5）

1988 年的「還我母語」運動似乎已成為這些記者的一個共同歷史記憶，而

這些來自個人和群體的歷史記憶，也成為客家記者⁵眼中的客家新聞價值。從以上幾位記者的論述中，可以看見社會結構和社會施為者彼此牽制的關係，社會上的氛圍會影響社會施為者的施為空間，社會結構是一種建構的結構物，將這樣的觀點套到「還我母語」運動上來闡述，則「還我母語」運動是一個由社會施為者所號召出來的一個結構物，也就是說這些施為者是「還我母語」運動的建構者，而這樣的建構物和建構者都是這個社會上的結構物，因為無論是人或物，當我們今天之所以能建構的同時，我們自身其實也已是一個社會上的結構。

（二）客家面貌的建構

Bourdieu（1977）對於結構主義有這樣的說明，不單只是象徵體系，例如語言、神話...等，還包含了社會世界在內，皆存在著獨立於個體意識與意志的客觀結構，這些結構能夠指引人與限制人們的實踐和再現。所謂的建構主義是一種雙重的社會起源，一方面是指知覺基模、思想基模與行動基模的社會起源，也就是習性，另一方面是社會結構與團體的起源，前者是場域，而後者是所謂的社會階級。

從這樣的論述來看 Bourdieu 認為行動和結構並不是以「結構」為導向或以「行動主體」為主，而是具有同時和同質且相互影響的雙重性關係；結構和行動是不能各自存在的，也不是由任一方宰制的。因此，行動和結構透過社會實踐相互轉化，不斷生產和再生產。這是一種雙方辯證的雙重關係。本研究在訪談過程中也發現這種現象：

我想這個社會運動等於對自我身分的一個重新建構，然後也是去對外去表示說我們也要有自己的語言平等的地位，包括在車站啦、或是學校裡的語言，或者是公共空間或是一些相關的母語課程這些，所以我們當時就有打算要做語言方面的議題。（記者 A，13-16）

⁵ 本研究所指稱的「客家記者」指的是「參與客家新聞獎的記者」以及「報導客家新聞的記者」。並非是族群認定上所認為的具有客家族群背景的「客籍」記者。

從記者 A 的論述可發現社會運動對客家族群而言是一種「重新」建構，這種看法正好呼應了這樣的雙重辯證關係。而這當中也可以看到，這樣的雙重關係會影響到社會施為者對於文化的再生產，例如記者 H 提及：

就我覺得因為客家運動發展到這個階段，也應該到有一個階段，我覺得我們已經有發展到一個足以跟那些前輩對話的階段了，當然有些更細節的還可以再討論，但是整個在地論述上我們有一些成長，當時是這麼認為，所以我就想了這「台灣客家運動二十年」的題目來做。（記者 H，126-129）

而記者 J 更是表示：

所有的族群都是被人建構出來。那我覺得它只是一個媒介，我們透過這個媒介可以去跟人不同的連結。那剛好我們有客家這個東西。其實我們只是希望透過客家的元素去跟不同的人可以連結，去分享一些新的價值。（記者 J，15-18）

綜合上述分析，再次指出了行動和結構之間的辯證關係。個人行動具有「結構化結構的創造力」與「被社會結構化的被動性」，以及社會結構提供行動結構化的「能動性」與結構化行動的「限制力」，在這樣的關係下，社會施為者會生產或再生產象徵性的實踐。

（三）客家風情的推倡

根據 Bourdieu 的論點，社會永遠不會在我們面前呈現真面目，因此，有必要揭示隱藏在社會下的深層結構，解答當代社會結構怎麼形成，如何穩定化，以及再生產的社會機制與心理機制如何不斷運作（Bourdieu & Wacquant, 1992：5）。

而從受訪者中，似乎可以看到社會脈絡對於提倡文化之間此消彼長的關係，而這樣的關係也會影響到社會施為者的認知。記者 H 指出：

那個東西的整個發展脈絡是跟客家的整個發展有關，或是他對整個客家

庄有他整個社會脈絡的影響的話，我覺得以前其實不會有人去說甚麼客家新聞，但就是說這幾年有在推行一些客家事務，才比較看的到。(記者 H，13-15)

當記者 H 定義客家新聞的時候，提到早期其實不會有太多關於客家新聞的論述，而是隨著社會發展中政府機構、民間團體、或是社會運動的促使下，讓整個社會可以明顯感受到客家文化在社會中的生長，才開始有所謂的客家新聞。

而記者 B 也提到，即便現在已有較多關於客家新聞的報導，不過報紙並不會用太大的版面來處理，但是至少會有報導：

經過一段時間的提倡，大家對於所謂的弱勢族群，不管從語言、音樂、文化各方面，大家漸漸有點警覺，有點保護性心態，這當然是一種補償性行為，所以現在就算它小，至少也一定會有一定的篇幅去報導它。(記者 B，21-23)

而從記者 B 的論述中可以看見，所謂的保護性心態和補償性行為，是一種社會施為者認知所形塑的習性，透過慣行表現出來的方式，是一種習性中社會施為者的策略運用，而不管是哪一個環節彼此之間都是環環相扣，既是建構同時也是結構。而社會所成立的一些機構，往往又是這些機制養成很重要的一環。記者 K 說：

所以就是那種什麼跟文建會好像又有點關係，所以我想是一些單位相繼成立後，你才可以看到很多地方在推，那這些政府機關可能就是用一些贊助的方式來推行。(記者 K，27-29)

Bourdieu (1977) 認為所有重要範疇和概念都必須放在社會結構和心態結構二元交叉的互動關係中去分析，並強調每一個重要範疇和概念都具有雙重意義。他對行動和結構雙重關係的解釋，更明確而言，就是對於社會場域的客觀結構和生存心態的主體結構如何展開、相互交錯滲透的雙重意義關係的研究。因此，Bourdieu 特別重視歷史脈絡的分析，強調在任何社會條件下，社會結構會透過與

行動者的互動而不斷更新並生產。

從上述的論點中，我們可以隱約看見社會施為者的框架和社會結構具有彼此牽絆的雙重關係，而這樣的社會結構往往是社會施為者不易察覺的建構，同時彼此之間又是一種結構的關係。以此來看記者與客家新聞，可說是記者在這樣的關係下，產製出他們眼中的客家新聞，這種客家新聞是記者的心智結構的圖式再現。

三、組織教育的塑成

上述提到了記者的個人經驗和社會結構會影響記者與客家新聞價值之間的關係，以下將探討組織如何影響記者的認知，這樣的認知來自怎樣的機制。

記者個人在從事新聞製作的過程中，除了會因自身和社會框架的作用而影響新聞專業的實踐，記者所任職新聞媒體的組織文化，也對記者的新聞專業認知與實踐有深遠的影響。

守門人個人的認知結構、經驗、興趣、成見等都足以影響其守門行為，不過這種影響可能只是偶然的，更重要的是，守門人還會受到組織影響（White, 1950；Shoemaker, 2002；林東泰，1999）。Breed（1955）提出「新聞室的社會控制」理論，即說明記者雖然是完成新聞報導的主要行動者，但新聞組織內部的編輯會透過篩選及修改稿件等的方式，進行新聞最後的把關，而他/她們才是真正主掌報導焦點即態度的決策者。

由此可知組織文化對記者的新聞產製會有一定程度的牽制，同時也會將組織所追求的目標，植入記者的專業理念。Shoemaker & Reese（1996）提到組織對記者造成的影響很多，組織的政治立場、編輯態度、政策、考慮組織角色、結構、所有權，以及組織的經濟目標等皆可能直接或間接影響記者。

以下分別從組織文化、組織教育、組織目標等三個層面探討組織對記者個人在製作客家新聞上產生的影響。

（一）組織定位與客家再現

Bagdikian（1983）的觀察發現，報社老闆多半不會直接告訴下屬他喜歡什麼、不喜歡什麼，而是以一些方式（如開除不符組織利益的職員，或封殺某類新聞）暗示報社的政策。因此守門人在選擇訊息時，會考慮到新聞是否符合所屬新聞組織的觀點，例如記者A說：

畢竟我們是比較走本土派系的報社，所以語言對我們來說是一個滿符合組織的定位，那我們當時就是這樣去選擇了做客家話的語言政策落實的怎樣。（記者 A，17-19）

以此觀之，新聞是否能夠見報，其實跟主管和報社的重視程度有關，而所謂報社風氣，更是會在組織的運作中，影響記者的新聞價值判斷，記者 A 就提到由於自身所屬的組織定位，偏向本土的新聞內容，因此，選擇了母語課程的政策議題，來做為客家新聞的素材，這樣的新聞價值判斷也涉及了個人在組織中的習性養成，對記者個人的認知有一定程度的影響。記者 D 曾經在製作客家議題上待過不同的以新聞議題為主的節目部門，由於先前是在客家新聞雜誌擔任攝影記者，客家新聞雜誌是一個以報導客家族群為主的新聞議題節目，每一集的節目內容都必須和客家有關，因此，記者 D 就表示：

一些方向都會隨著台性的不一樣，該怎麼說就是會有所調整，你在這個 team 你要做甚麼跟在那個 team 你要做甚麼，他能給你甚麼都不一樣，很多時候你是可以去做的，但能不能播又是一個問題，那在公視這邊就是，就是比較可以播，比較沒有政黨或財團的包袱。那他因為又跟客雜（客家新聞雜誌）不一樣，客雜以前沒有客台的時候是我們再做嘛！那像客雜這邊是要很客家新聞的東西，全部都要是客家的題材，那像我們獨立特派員這邊不是每集都一定要客家素材。所以其實可以發揮的客家素材反而比較自由，而且其實我們也不像在客台定位比較尷尬，就是說

有些議題太敏感的客台可能不能播，但是在我們這邊就還好，基本上都可以播。（記者 D，80-87）

記者 D 再次提到台性，強調媒體中的台性會影響記者對新聞的報導方式，製作的新聞必須符合台性，才有可能被接納。由於每一個組織都有其文化和特質（Bantz，1990a），因此，記者必須了解所處的環境，特別是了解組織的要求，進而調整報導的方向，此即新聞工作者逐步進行再社會化的過程。關於新聞工作者的社會化，翁秀琪（2002）提到報社發行人確實訂有新聞政策，而記者編輯也大多依其政策行事。不過發行人並不明示其政策，而是由記者、編輯們，從他的談話、舉手投足間去揣摩、領會。新進記者並非由正式管道獲得報社政策，而是經由工作中「社會化」的間接過程所體會出來。

（二）組織教育與客家認同

為了能夠符合組織的文化，記者會透過學習來了解組織的文化為何，進而達到組織的要求，此時，組織也像是一個教育機構，教導這些記者甚麼才是媒體認定有價值的新聞內容：

那就像即便我自己已經是客家人了，我還是來到這邊之後還發現說，
喔！原來這樣也可以跟客家有關，那有些時候我會覺得這比較像新聞該報的那可能這議題也跟客家有關啊，但是如果說組織的不認同的話，有時候也是不會播，畢竟，我們的台本來就很多議題不方便碰。（記者 E，33-36）

這樣的習性養成就像是一種在場域中的生存方式，而組織會帶領你了解這樣的方式，讓社會施為者能夠確保這樣做才是正確的方式。Bourdieu 認為習性生產出個人與集體的實作，以此和依據歷史所生產出來的認知圖示相一致，習性確保過往經驗的主動呈現。這些習性乃是以感知圖示、思維、與行動的方式堆積於每一個有機體身上，而保證行動的正確性（Bourdieu, 1990a：54）。記者 K 指出：

因為剛好提到那個什麼，我剛說雜誌社是有補助費的，就客委會有一個計畫在贊助的，所以報不報獎對我們寫新聞沒差，雜誌社給我們的影響反而比較大，畢竟，雜誌社那邊會希望我們寫一些就是一些像他們要的吧，就比較偏公關稿那一類的，有時候甚至會直接就給我們說要哪些的客家人物、客家事物這樣，就是他會每一期有個主題，但有時候你是可以自由發揮只要跟主題有關就好，但有時候他是已經指派好這期要誰要誰這樣。(記者 K，274-279)

記者 K 就表示了，客家新聞獎對他在製作過程新聞中，影響其實不大，在製作新聞的過程中，最主要的影響還是來自組織，可見雖然組織不會直接左右記者的新聞報導，但是會用間接的方式來達成組織所要的新聞內容，這樣的方式也像是一種新聞議題上的制定，藉由這樣的制定去達成組織的目標。

(三) 同事間的客家訊息交流

Tunstall (1971) 指出新聞組織是一種「非例行性官僚體系」(non-routine bureaucracy)，上司透過定義工作項目、組織目標、工作指派及新聞處理政策來控制下屬。但是本研究發現客家新聞的製作上，製作客家新聞的記者比較不會依附上司的意見，記者 B 說：

我一直不覺得說，我不是客家人就對客家不了解，因為像我們組裡面也是有客家的同事啊，那我不會因為我是主管的身分就覺得說要聽我的，很多時後或許我都還需要他們告訴我他們客家人的一些事情，從當中去找題材也不一定。其實像我們參賽的這幾次，裡面一定都會有客家人，那就是說當他們本來就在這塊線上有一定的專業了，然後又在搭配上他們是客家人的身分，其實溝通起來彼此會更有想法。(記者 B，294-299)

從記者 B 的說明中發現客家新聞的製作上，「非例行性官僚體系」似乎比較不會發揮明顯的作用，當上司或長官非屬客籍人士的時候，反而會依賴組裡面具

有客家籍身分的同事來尋求新聞來源。

另一方面，通常新聞工作者比較在乎同事和上司的認同及看法，反而不太理會一般受眾（Breed, 1955），與其要讀者接受專業上的抽象理想，倒不如把自己的價值放在新聞室的同事或上司身上，以便得到認同。例如記者 D 說到：

有時候搭檔剛好不是客家人的話，就會來問我的意見比較多，那像是有時候可能是別組的，也會來問我說，認不認識這些地方上的客家人，那邊有甚麼東西可以做這樣。（記者 D，126-127）

因此，可以看到客家新聞的製作上，似乎更依賴同事的認可，尤其如果同事是客家人，而製作客家新聞的記者非客籍人士的話，這樣的狀況會更加顯著，記者 I 就表示：

那其實像我們報社就有那種對客家新聞一直都有在關注的同事，那他又剛好是客家人，對我來說他就是一個在客家新聞上很有消息來源的人，所以我就會問他，那他也通常會很熱心提供這樣。（記者 I，100-102）

新聞工作者雖是文化工作者，勞動過程中也擁有「相對的」自主性，但因新聞媒體的組織屬於一種專業的科層組織，資本家視新聞工作者為勞動者的一員，透過控制體系來管控員工，此種本質並沒有改變，所以新聞工作者都會自我控制，以配合資本家的要求。不過在客家新聞的製作上，組織間的科層體雖然還是牽動了客家新聞的製作，但似乎比較偏向從資本家的要求，轉向到迎合組織間的要求，而科層體制中由上對下的控制方式，似乎也變為由下對上的方式。客家新聞的製作中，有客家籍身分的記者在製作客家新聞上，似乎會比有官位卻沒有客家籍身分的主管來得更有影響力。

綜合以上，可以發現在新聞組織中，記者必須在這樣的場域裡，透過有形或無形的學習過程，來了解組織的要求，這一連串的學習過程，如同行動者在場域中追求生存的一種策略運用，透過這些策略，記者會在新聞場域中型塑與強化符合組織需求的特定習性，因此，新聞價值就是在重重的機制中被養成，它們是新

聞場域運作下記者習性的呈現。因此，下一節將從這個角度出發，探討記者的習性會如何影響記者在客家新聞價值上的判斷，並且這樣的價值取向又會型塑出何種內容的客家新聞，進而了解哪些類型的新聞題材，會更能符合製作客家新聞的記者對於客家新聞的想像。

第二節 記者習性與客家新聞價值之形構

新聞媒體是社會大眾對社會知識的最主要來源，因此，記者的使命在於呈現最真實的新聞內容，新聞必須報導「事實」，這是新聞體和小說體或任何虛構的文體最大的不同，也是新聞從業人員必須堅守的最後一道防線，但新聞究竟不可能反映事實，這卻是一個可以被挑戰的問題。新聞如何再現事實，更是一個值得深入探究的課題。

記者在時間壓力、版面空間和段落、以及對新聞下定義的方式等因素影響，再加上組織及編輯政策的內在因素，使得記者對新聞來源產生選擇上的「偏倚」，傳播研究中亦以「選擇性的注意」(selective attention)或「製造新聞」(news-making)稱之，所以來新聞內容是否中立，或者「新聞價值」本質(the nature of news values)究竟是什麼，一直以來都是論辯的課題之一(McQuail, 1994：87)。

畢竟，在新聞價值的取決上，會涉及許多層面的框架，傳統的新聞學強調新聞的客觀性，同時認為新聞的呈現需符合時宜性、接近性、顯著性、影響性及人情趣味等新聞價值，且多半採取自然科學對於知識的看法，認為這些新聞價值是原本就附著在新聞事件上的特質，記者的工作就是去發掘這些在新聞事件上的新聞價值（翁秀琪，1997：12）。記者 E 談到對於客家新聞價值的判斷時，說到：

可是站在一個新聞的專業者去看這件事情，那到底這些算不算是客家的好的新聞呢？這是一個學習過程，我也還在學習，就是說這必須你要一

直去揣摩、去學習說，那到底是不是，我們應該這樣講，好的客家新聞也要是好新聞。（記者 E，145-148）

上述這一段話反映出新聞記者自身對新聞價值的判斷，新聞的專業意理是「經過長時間培養出來的價值系統，內化成為記者日常新聞製作的一種指引。」（李金銓，1988：40）。新聞價值，從字義上的解釋來說，分成新聞和價值兩個部分，是記者產製新聞時自身價值觀和新聞專業的對話過程，此一過程受到習性的引導，習性也受到所處環境結構的影響，彼此之間互相交錯影響。

蘇蘅（1995：19）指出，「新聞價值」是「新聞工作圈用以決定那些事實組成新聞報導、及那些新聞比其他更適合報導」，因此新聞圈應該對「新聞價值」有共識，並告訴記者該選擇什麼、該報導什麼。而這就像是一種習性的養成，習性是個人無意識內化社會結構影響的結果，其藉由教育系統在特定社會環境中對個人意識的內化和象徵結構化（邱天助，2004：110）。

因此，本節將針對記者習性和客家新聞價值之間的相互影響關係進行闡述，企圖了解新聞場域的記者們如何形塑客家新聞的價值？進而形成他們在製作客家新聞時的新聞價值判斷，並且在新聞取材上會有怎樣的呈現手法？哪一種類型的新聞會符合這些記者對客家新聞的想像？這些分析主要針對研究問題二的探討。

一、記者專業品位的型塑

從權力取向的角度來看，專業(profession)被視為是一種職業的權力關係；專業化(professionalization)係某一職業的成員集體鞏固與獲取權威(authority)以控制工作的過程；專業性(professionalism)則可視為一種特殊形式的社會工作系統，經由此一系統，該職業的成員得以約束自我的行為(Beam, 1990)。

從結構功能論的觀點來看，專業是指具有某些特質的職業，而這些特質可以使該職業與其他職業有所區分；專業化是指某一職業獲取專業特質，轉化成為專

業的過程。專業性則是指某一職業成員所共有的某些態度與信念(Vollmer & Mills, 1966; Nayman, 1973)。

無論是從權力取向或是結構功能論取向，權威都是場域中賴以運作的機制，也是鞏固或是建構某種品味的象徵性，透過此種方式告知場域內的行動者甚麼樣的理念和行為是屬於該場域的專業，同時也是一種品味的維繫和生產。

Bourdieu 提到生活於充滿文化消費的當代社會中，各個行動者(agent)無論其原有的社會地位為何，也無論其自身主觀是否能意識到，都不可避免地會被捲入而參與到社會的文化消費活動中；並在文化消費活動中不知不覺地參與整個社會區分的過程，也同時進行自我區分的活動(Bourdieu, 1984: 69)；他並進一步指出，「品位」是內化的行為傾向，會形成有意義的日常生活實踐與察覺（高宣揚，2002: 195-196）。

因此，以下將探討製作客家新聞的記者對客家新聞專業的認知會如何影響記者的新聞產製，並且藉由這些價值判斷會製作出何種取向的客家新聞。從本研究訪談的資料顯示，首先，製作客家新聞的記者的價值判斷受到以下三項因素的影響：

（一）主跑線路的引導：在原有線路中加入客家事務

記者 B 報名「客家新聞獎」時的主跑線路是教育部，因此他製作的客家新聞是針對教育政策，並且強調語言是教育中很重要的一環，所以當時針對客家母語教育進行一系列採訪報導。他說：

第一個那時候是客家新聞第一次來嘛！那時候腦子裡面根本沒有甚麼想法是關於客家新聞獎這個概念，那個純粹就是一個我們要做的新聞，因為那時候我主跑教育新聞，那語言剛好是教育裡面很重要的一環，而且客家話那時候是一個滿新的課題，那時候對於因為民進黨政府上任，對於所謂弱勢族群，他們崛起說是要為了保護弱勢，保護對於弱勢族群

的文化語言，所以就開始有很多母語政策，那時這算是一個比較新的議題，那因為我跑教育新聞，那對於這樣的議題比較熟悉。(記者 B，29-35)

同樣的，記者 A 主跑的線路上也是教育部，因此也表示：

因為我記得，爭取那個鄉土課程，是不是 94 年的教改還是甚麼，然後我們也剛好那時候，那個報導，大概已經也推動十幾年了吧！對嘛，十幾年了。所以我們基本上也是想檢視說，當初的這個社會的呼聲，各個族群希望有自己的母語課程，然後，可以讓下一代對文化扎根這些，這個政策到底落實的情況怎麼樣。(記者 A，33-37)

客家新聞有別於記者處理一般新聞，後者大多數是以報導的種類來區分，例如依政治、財經或娛樂新聞等類別來分類。因此大多時候，他們報導客家新聞時，是從自己主跑的路線去進一步報導客家事務，也就是添加客家的人、事、物，而不是在新聞分類上另外設置一條專門報導客家新聞的路線。

(二) 媒體文化的置入：媒體定位的客家新聞

媒體組織的定位，就像是一個企業的文化，企業文化的探討，始於80年代初期，最先由Deal and Kennedy(1982)為企業文化所下的定義是，組織所信奉的主要價值觀。Schein(1992：12)的說法較為完整，他將組織文化界定為「組織在解決自身的外在適應和內在整合問題時，所學會的共有基本假設，由於文化的有效運作，故在遇到相關問題時，會將其當成正確的認知、思考及感覺的方式，教導給新的成員。」企業文化則是企業在生產經營實踐中，逐步形成的、為全體員工所認同並遵守的、帶有組織特色的使命、價值觀和經營理念，而這些理念在生產的過程中透過一些管理制度或教導的方式來實踐。企業文化就像是一個企業或組織的品牌，記者A則以「標籤」一詞來說明這種情形：

然後那時候當然是民進黨執政，我們報社就是比較偏，嗯...人家會覺得比較那個，再加上得這個獎，大家是比較低調一點。有些時候我們是會

因為在哪個媒體就會被貼上標籤，但有時候或許我們也會跟著標籤走也不一定。（記者 A，102-105）

這裡以「標籤」一詞簡要指出記者在產製新聞的過程中，會受到外界對於自身媒體既有認知的影響，而記者也感受到這樣的力量，因此，記者總是能夠認識到並且明確指出自己所屬媒體機構的定位方向，例如記者 A 認為：「那我們的取向就一直比較做本土的東西嘛，所以我們那時候就去追客語政策落實的狀況。」

（記者 A，105-106）和 A 同屬同一個單位的記者 B 也表示：

因為自由時報本來就要再做比較本土的東西，你總會覺得說我要持續關心這些本土的發展，從教育到語言這樣子，我們是有討論過，所以會開始注意，那因為第一次我們得過獎後，才知道客家族群的大，你以前其實不太會注意啦！（記者 B，52-55）

此外，另一個媒體機構的記者們也出現了類似的認知和說法，記者 C 和 I 屬於同一媒體，記者 C 表示：

聯合報本來就是比較偏向做這種偏藝文的東西，但考古對我來說很難做，我是覺得要做客家的人、事、物，要用比較人文素養的藝文的角度去做。（記者 C，5-6）

而和記者 C 同屬一個媒體單位的記者 I 也提到：

而且其實我們報社一直以來就是都有在關注像這樣比較偏人文歷史的東西，就我們報社的取向本來就很重藝文這塊，所以我是剛好就對歷史很有興趣，所以我是覺得說客家這一塊特別可以做，因為它是一個滿有意涵的文化。（記者 I，212-215）

記者 K 和 J 為同一媒體，記者 K 相當明確地指出媒體組織文化對他們在新聞製作上的影響：

然後又像政府的，然後就覺得說，比較像，我覺得那個感覺是，呃，公家單位的那個的感覺，但是呢，好像又像是去收集一些的民間的素材。

它有一些，有一些方向，但也沒辦法因為它是有拿補助的，所以我們必須去做一些他們想要的，就是要去符合它們的目標吧，所以我也很難定位它算是甚麼性質的媒體。(記者 K，31-34)

而所屬同一個單位的記者 J 也表示：

他給我們的素材，有時候雜誌社也會給我們採訪的人選。因為我想這跟它的定位上有點影響吧！就是它就是一個有拿政府補助的媒體單位，所以有時候是會有點侷限啦。(記者 J，3-5)

綜合上述，記者在新聞價值與專業意理的認知，受到組織文化很大的影響，他們的新聞取決價值觀和判斷能力，以及獨立思考的能力等，但這一切都和所屬組織的培訓養成與企業文化有環環相扣的關係，並且這樣的新聞價值也會影響到他們對新聞製作的專業認知。

(三) 新聞場域中稟賦系統的教化：不標榜獨家報導的客家新聞

新聞場域是一個宏觀的理論，不僅探討記者與其他場域的關係；也試圖瞭解記者內在本質、擁有哪些稟賦系統，藉以運用在採訪寫作的過程；更重要的是，舒嘉興（2001）提及稟賦系統轉化在新聞場域工作競爭上的表現是「獨家新聞」或「頭條新聞」的搏命演出。而活動者（記者）也深深內化了這樣的規則，久而久之，就知道什麼是他該做的（獨家、頭條）、什麼是他不該做的（獨漏），沒有人會去探究為什麼該這樣做。不過本研究發現，製作客家新聞的記者在製作客家新聞時，比較不會依附所謂的獨家或是頭條，例如記者 E 認為：

可能說你不需要跟其他商業媒體一樣要搶新聞獨家，但你可能就是就只能學到這樣，那其實這樣也是有好處啦，看你怎麼想，就是說你不需要像其他媒體搶獨家或甚麼的，就是你可以慢慢去製作你的新聞。(記者 E，31-33)

而記者 I 亦表示，由於客家新聞不像一般新聞在求新、求快，所以在新

聞產製的過程中，比較不用去在意是否為獨家：

客家新聞的話基本上它比較緩，比較不需要去搶獨家或怎樣，所以基本上我會先從民生事項為原則比較生活上的角度去切。(記者 I，159-161)

此外，即便是追求「獨家新聞」，記者也未必會搏命演出，反而在客家新聞當中看到了媒體公器的近用理念，記者試圖想要反應民間的聲音：

可是在過程中是滿粗暴的，就是說都沒有達成一個共識，就是大家都沒有坐下來好好談到底要怎麼處理，畢竟民間這一方是比較弱勢，我是覺得比較弱勢一點啦，他們沒有發聲的管道，那時候去拍的時候，自救會的會長跟我們講一句話，那我們就覺得怎麼會這樣，他講是說他很開心我們去拍攝，就是把他們的問題點去訴求，幫他報導出來，你有來拍他很感謝，至於會有甚麼效益他不奢望，但就是真相要讓大家都知道，然後是說我們是第一家敢拍敢播的媒體，那其他媒體都有拍但是不敢播。

(記者 D，46-51)

新聞場域是 Bourdieu《論電視》中的觀點，近代的新聞場域形成於十九世紀。一方面是提供新聞的報紙，以聳動或引動視聽的新聞為主；另一方面，則以提供分析和評論為主的報紙，它們注重如何把自己和前者的區分標誌出來 (Bourdieu, 1996 / 林志明譯，1998：70)。客家新聞所屬的新聞場域，並非主流媒體或是商業媒體機構會特別花費時間、人力和成本去製作的新聞內容，記者 B 說：

如果你有去統計的話，你應該會發現客家新聞相較於其它新聞它算是比較弱勢比較少的新聞，頻率比較小、篇幅比較少、版面通常也佔的不是那麼重要。除非今天真的是發生很嚴重的事情，譬如說：客家人被大屠殺。這跟新聞的價值有關啊！(記者 B，18-20)

因此，可以看見新聞場域中的記者們的稟賦系統是受到不斷調整的教化過程，形成記者們對採訪工作的職業稟賦，可以讓記者有感知的駕馭新聞的素材、方向及製作模式。

二、記者心中客家新聞價值的判斷

Lippmann (1992) 認為新聞報導是一連串的選擇過程，並無一定的標準，但有成規和習性影響記者的新聞產製。新聞工作者就是將原始的事件轉換為社會事件，並在考慮此一事件的公共性質與社會意義後，再將其轉換為新聞報導。在此轉換與再轉換的過程中，新聞工作者一方面以自己的經驗將事件從原有情境中抽離，另一方面則將此事件與其他社會意義連結，產生新的情境意義 (Altheide & Snow, 1979 : 90)。

新聞價值就像是新聞工作者心中的一把尺，這把尺是新聞價值的測量和新聞是否取決的依據，而價值的尺度則是視不同的新聞工作者有不一樣的測量標準，藉此衡量出他們心目中最有新聞價值的新聞。

因此，記者在採訪新聞的過程中，「新聞價值」成為了採訪或見報與否的依據，越多「新聞價值」的新聞，越受記者青睞。記者 B 表示，對他來說客家新聞的定義是：

那當記者也一樣啊，當你到了一個路線，你會去想說這個以前有沒有被討論到爛了，已經看到不想看了，這會不會是 common sense，我還要不要做，所以新聞一定要新，即便客家新聞也要新。(記者 B，135-137)

對於記者 B 而言，他提到客家新聞的重點不在客家，而是新聞的「新」，題材必須要新，並且要避免已經有人做過的題材。而記者 D 更表示，採訪就是去蕪存精，有如買菜：

其實新聞採訪就像買菜一樣，到現場去挑你覺得用得到的菜，回家後再把壞的扔掉，採訪就是盡量的蒐集資訊，整理時，再把重點挑出來。原則上就是要先有一個大方向。(記者 D，100-101)

因此，記者的新聞價值會影響到新聞素材的取決上，以下進一步分析客家新聞記者在客家新聞上取材的重點：

（一）生活上的選擇：偏重藝文新聞報導

藝術、文化在人類社會的發展中所佔有的重要性和價值幾無異議，然而關於藝術、文化所指涉的範圍，一直以來眾說紛紜難有共識，但它和大眾的日常生活卻又如此緊密相關。

根據廣電基金會（2005：15-16）曾出版《文化新聞觀察研究報告》一書，在研究方法使用方面，該報告將文化新聞的定義建構為十項類目，分別有：

(1)視覺藝術：該藝術的表現形式屬於比較靜態或是主要以視覺欣賞的方式呈現，如書法、繪畫等。

(2)表演藝術：指藝術家表演者透過動態性的技藝展現來傳達具體的事件或抽象的意象。舉凡戲劇、舞蹈、歌唱、演奏等等都屬於表演藝術的範疇。

(3)文史哲展覽：包括文化、歷史、哲學等意涵的藝術展覽，如作家回顧展、已故作家作品展等。

(4)文化政策：指政府相關單位提出與文化界相關的政策，像是政府宣布的文化政策施行，如社區總體營造。

(5)文化理念：強調一種文化意涵的觀點，如藝術家對文化界的看法，例如文化公民權等。

(6)文化人士：針對某位藝術家或是文化人士所做的報導，偏向於個人性質。

(7)流行活動：強調文化意涵之流行活動，如青少年活力擂臺賽。

(8)社會現象：介紹社會近來所出現的現象，或是當地長期以來流傳的文化習俗或意涵，如介紹某個城市的建築風格。

(9)圖書出版：具文化性質的刊物出版事務等等，如舉辦書展、作家發行藝文專書等。

(10)其他：凡不屬上述的都屬其他，如流行文化活動周邊事務的插曲式報導。

綜合上述，可以發現藝文新聞是偏向我們日常生活中的文化發展，和我們所

處的環境在情境脈絡上有緊密的相關，而前《聯合報》資深藝文記者陳長華指出，藝文新聞的特殊性即在於它的定義範圍甚廣、難以整合，而她認為藝文新聞的分類大致可分為兩類：(1)政策面向：包括對文建會、文化局，與各地方文化中心的報導；(2)藝文面向：包括音樂、戲劇、舞蹈、美術、古蹟、攝影、博物館和建築等（引自李淨瑜，2001）。至於客家新聞的取向，特別在藝文新聞上也有較多的著墨，以下從三方面加以說明：

1.客家人物的特寫：

人物特寫顧名思義，指的是以人為主角的一種新聞寫作模式，比一般純新聞寫作添加更多以人物為主角的深度報導或分析。對記者而言，客家人物是具有新聞價值的報導對象，例如記者 J 指出：

但是基本上我覺得，那個背後，就是要人的生活。就是人的生活是不是感動？他只是今天用這個語言來敘述而已。那他如果只是一個，就是稍縱即逝就過去了，就過去了。那我覺得它其實沒有太大的影響。它只是用客家語來發音而沒有任何裡面的深層的東西。不過我會對他裡面如果有提到什麼人，他做了什麼事情，那個時候我會感興趣。（記者 J，30-35）

鄭貞銘（2007）指出，人物特寫常有兩種最常見的手法，一為常見的顯赫人物，一為傳奇人物或趣味人物。記者 C 認為：

我寫得人物裡有小丑、有目不識丁的、有瞎子，什麼人都有，我裡面也有中央研究院院士，學問好得不得了，我也有很有名的音樂家林昭亮，很有名的學者楊弘敦，中山大學校長，我寫了一系列客家人的故事。（記者 C，410-412）

人如果成為新聞事件的主角，會讓新聞更添加生動的故事性，新聞事情彷彿是日常生活中會發生在你我周遭的事情，通常像這一類的新聞內容，比較具有人情趣味，而從客家人的族群身分出發，去找尋這些客家人身後的故事，也成為了

製作客家新聞記者的一個重要素材。

2.客家音樂的創新：

除了人物特寫外，對報導客家新聞的記者來說，客家傳統音樂和現代流行音樂的結合和創新，也是他們製作客家新聞的重點之一。記者 B 指出：

然後就注意到客家山歌，讓我們覺得音樂這一塊應該是要去注意的部分，就用規劃性的方式去想如果是要做客家音樂的時候，是不是要去讓他有現代、傳統，這個就是比較有規劃性地，我的意思是說，當我決定要做這個素材時，我們就自己設想說，我們要做哪些東西，因為我也不要太傳統，要有點流行的東西。（記者 B，76-79）

客家山歌一直是客家音樂的代表性圖騰，它不但是客家人對於生活經驗、生命情懷的一種表達藝術，更是客家族群凝聚族群意識的一種觸媒（台灣客家音樂網，2002）。而報導客家新聞的記者們也企圖將客家傳統圖騰結合一些現代流行音樂的元素，產製出他們心中的客家新聞。記者 K 表示：

那時候我就是希望可以呈現客家音樂哪些傳統跟新曲調的融合，所以我當時就找了一些在做客家音樂的朋友，有客家傳統音樂的，也有客家流行音樂。（記者 K，101-103）

因此，客家音樂也成為客家新聞中關注和報導的焦點，而報導的方向，不特別偏向傳統的客家音樂或現代的客家流行音樂，多數時候是著重一種從古至今的結合，客家新聞的記者將這樣的價值判斷放置在客家新聞製作中。

3.客家傳統文化產業：

對於有些記者來說（例如記者 F、記者 I），客家傳統產業的保存是具有新聞價值的內容。記者 F 說：

事實上就是看你這篇對客家的產業各方面是不是有價值，保存的價值或是其它的價值，我是覺得比較重要。（記者 F，97-98）

另一名記者 I 則表示，傳統產業的轉型是值得報導和關注的重點：

像是他傳統產業在現在社會出現了甚麼變化，有哪些轉型也是我會去注意的，因為你單純介紹客家傳統的東西有甚麼好像會略顯單調，傳統產業跟歷史有關嘛，所以我也會報導。（記者 I，97-100）

綜合上述受訪者的說明，可以看見客家新聞和一般新聞不同的地方在於客家新聞的分類上偏向藝文新聞，著重於客家文化或藝術的報導。

（二）地域為主的取材：關注地方新聞報導

本研究訪談了 11 位受訪者，這些受訪者都表示，在他們主跑的線路中，並沒有所謂的客家新聞，客家新聞並不像政治、經濟、娛樂有一個很明顯的定位，多數時是按照地域來分。例如記者 I 說：

其實我想現在應該沒有所謂的客家新聞吧，像是我因為在桃、竹、苗一帶當過特派，所以剛好就是有客家的題材。（記者 I，158-159）

從記者 I 的說明可得知他並沒有特別針對客家進行採訪報導，而是因為剛好被分配到桃、竹、苗當駐地記者，桃、竹、苗又是客家人口及活動高度密集的地方，因此，在這樣因緣際會下，才有了客家題材的新聞。

另外，記者 H 提到客家新聞時也指出「地方性」：

我覺得我去年那篇，就是我得獎那篇，沒什麼客家元素，我老實講。我自己本身覺得我不覺得他有什麼客家元素，但它絕對有苗栗的地方性。

（記者 H，34-35）

「地方性」是記者 H 認為自己作品可以獲獎的原因，對他來說這是他報導客家新聞中的一個要素。而記者 G 也提到自己在製作客家新聞當中都是以客庄的概念出發：

我做東西都是客家庄裡面的閩南庄，然後或者是，是那個客家的苦窯，其實那苦窯根本不算是客家，他只是因為裡面有客家人，它是在一

個苗栗的地方，但是苗栗是客家庄。(記者 G，17-19)

庄，一詞在字義上的解釋為田舍、村落，因此，客家新聞在新聞價值的判斷上，「地方」這個概念很容易成為新聞選擇的一個重點。這種按照地域來分類的採訪方式，使客家新聞有別於記者在處理一般新聞時大多以報導的種類來分，相對的，記者常以主跑的地域是否有較多的客家人口或客家聚落來處理客家新聞，以進而符合記者眼中客家新聞價值的判斷依據。

(三) 對閱聽眾反應的考量：市場取向的客家新聞

McManus於1994 年出版*Market Driven Journalism —Let The Citizen Beware?* 一書，以個體經濟學理論探討新聞室產製，「市場導向新聞學」才正式被定名用來描述這種把閱聽人納入市場思考的新聞模式。McManus 於該書中指出新聞媒體受到各路市場需求上的牽制，進而偏向產出能夠滿足多數消費者的媒介內容。

新聞作為第四權，媒體替公眾守望社會的道德責任早無異議，然而近二十年來，資本主義滲入每個社會場域，讓長久以來被視為「社會公器」的新聞傳媒也受制於市場競爭模式，承認其本質仍是市場企業的一環，必須追求營利以維持組織生存。因此，客家新聞也必須注意到是否能抓住讀者的目光，譬如記者I提到：

那其實說真的，我想我們還是必須要思考到的是讀者，而不是獎項或甚麼的，畢竟讀者才是真正的衣食父母。(記者 I，109-111)

讀者會帶來一個媒體機構的周邊效益，對產製客家新聞的記者來說，讀者才是隱身在新聞價值判斷後的重要人物。記者 B 說：

但可是如果你為了獎但你失去了讀者，這也是一個很大的挑戰，畢竟報社需要的是營利，所以不太可能去做一個太冷門，可是可能會吸引到評審的題材，很多時候我都在想讀者到底甚麼東西要看不要看，怎樣的專題你們喜歡？你們會喜歡看專題嗎？(記者 B，150-153)

記者B提到因得獎卻失去讀者，這對報社來說才是比較不利的影響，畢竟報

社要考慮到營利，媒體機構的運作，有賴於廣告的收益。McManus（1994）書中所謂新聞「市場」指的就是媒體需要在四個主要場域間取得各自的資源，轉化使用進而獲取極大化的利益，這四個資源分別是投資者、新聞消息來源、廣告主以及消費的閱聽人。在這四個市場互動模式中，投資者以資金挹注和推動政策來獲得利潤和影響；廣告主付出金錢換取曝光機會；消息來源提供專業知識或見聞來吸引閱聽眾的注意力；作為消費者的閱聽人則付出時間和低廉的價錢來獲得資訊和娛樂。在這其中，閱聽人數會影響廣告主、投資者及消息來源對新聞媒體的投資意願及接受採訪的意願，因此閱聽人有其重要影響。記者F直言：

對我們來說，有沒有人聽比較重要吧！就收聽率會比得獎率來的實在吧！因為它可以帶來一些廣告或甚麼的（記者F，88-89）

綜合上述，客家新聞在取材上還是必須兼顧市場，閱聽眾是否喜歡看才是關鍵，而記者也會想像閱聽眾的需求，並將這樣的想像帶入客家新聞的產製過程，進行客家新聞的製作與報導。

(四)弱勢發聲的訴求：著重客家新聞的深度報導

周慶祥（2009）曾經對深度報導有以下的定義，它是純淨新聞學的延伸，並且將新聞當中的5W1H放大。在人物(who)上，一般報導是著重在「當事人」，但深度報導必須涉及直接和間接的關係人；在時間(when)上，一般報導著重在發生新聞的「當時」，深度報導還要追溯「過去」和揣測「未來」；在事件(what)上，一般報導只有「本事」，深度報導卻對事件的「特點」和「細節」，必須一一深究；在地點(where)上，一般報導以新聞的「發生地」為主，但在深度報導中，對「延伸」和「波及」的地點，都不可漏掉；在新聞發生的原因(why)上，一般報導常不強調，尤其政治新聞、軍事新聞，更不問「何因」，但深度報導中除了「近因」之外，還要查明「遠因」和「旁因」；在新聞發生的過程(how)上，一般報導只注意已發生的情況，而深度報導要弄明白近期的後果，和將來長遠的做法。

簡言之，深度報導就是對新聞事件進行更深入的追蹤報導。而在某些報導客家新聞的記者眼中（例如記者E、A、D），客家新聞在主流媒體中還是處於比較弱勢的位置，因此，在新聞的製作上，會比較偏向深度型的議題性報導。記者E說：

可是就客家新聞來看，大多數時候，在一個議題裡面，弱勢的人可能是剛好是客家人，但也有可能是客家人去迫害人家，MAYBE，我不知道，因為那是遇到以後才會知道，所以那這個時候我就很清楚的知道，所謂客家的好的新聞，事實上我可以站在一個所謂的一個客家弱勢的人發聲。因為，他們已經是族群弱勢了，可能一般媒體不會在報導，那可能他的議題又是弱勢的，一般媒體也不會報導的時候，甚至連公視新聞也不會報導的時候，那我們去報導，我們也盡了我們應該盡的義務。（記者E，156-161）

此一說明反映即便在新聞場域中，場域中的行動者還是會透過在場域中擁有的資源，來改變新聞產製的策略，將自身擁有的資源提供給這個場域外的行動者，讓這些行動者也有發聲的機會，而這樣對客家新聞價值的想法和判斷，也讓這些記者在新聞產製上，希望可以用更多的篇幅和曝光率來產出新聞消息，因此，在客家新聞的製作上就必須突顯新聞事件的議題性。例如記者A認為：

這個政策到底落實的情況怎麼樣，這基本上客家的議題很少在新聞中被其他的新聞中被強調，因為其實就像一般漢人的社會一樣，所以沒有特別的，那個被曝光的機會，因為我們也是從這個角度去做一個較有深度的議題性的題目。（記者A，37-40）

而記者D也提到，在現今各家電視台彼此競爭、擔心新聞獨漏的影響下，可以看到各家新聞的同質性很高，但客家新聞內容似乎不在這些主流媒體裡面被看見，因此，記者D在新聞價值的判斷上就認定要做深度報導，來增加新聞的廣度，讓客家新聞再出現率不高的狀況下，至少能夠被完整報導：

沒有啊！那時候就只是想說要有客家的東西，就是鎖定客家的聚落啊，客家的人、事、物，那時候只要會講客家話都可以算是元素。客家新聞的話我覺得是比較因為它其實現在就固定只有某一家媒體在做嘛！那其實就新聞來說確實客家是比較弱勢，因為它不會有很多台重複播，所以我通常都會做比較偏客家議題的東西吧！這樣才會更有深度和廣度！那這其實也剛好符合節目調性啦！（記者 D，168-172）

綜合上述的說法，客家族群在製作客家新聞的記者眼中，很容易跟弱勢族群產生關聯，因此，可以看到許多記者會站在提倡客家文化或是保護弱勢的立場去製作他們的客家新聞。也由於在主流媒體的平台上，客家新聞的突顯性也不高，所以也會促使製作客家新聞的記者，往深度報導的方向來製作。

本章第二節探討客家記者習性和新聞價值之間的關係，發現新聞場域對記者的習性有一定程度的影響，並會型塑這些製作客家新聞的從業人員在新聞價值上的判斷，進而影響到新聞產製和新聞內容的取材重點。而當新聞場域中出現了獎項，記者的習性會有怎樣的變化，也就是記者如何調整其觀念與行動、以及如何形成對獎項的想像和評價，以下將進一步分析與說明。

第三節 記者與客家新聞獎

客家新聞獎從 2006 年開辦以來，每年的收件日期是 4 月 1 日到 4 月 30 日。但在 2011 年 3 月 29 日客家新聞獎即將收件的前夕，主辦單位行政院客家委員會宣布客家新聞獎停辦，客家新聞獎確定走入歷史。

關於停辦的原因，行政院客家委員會表示，客家新聞獎自開辦以來，屢屢招致以利益及公權力操弄新聞議題、介入媒體生態的批評，甚而直指參賽作品恐有為獎金或名譽引誘而製作報導之虞。爰此，為維護新聞自由、尊重媒體專業，並避免遭受新聞置入之質疑，行政院客委會決定自 100 年起停辦客家新聞獎（行政院客家委員會，2011）。

從前面兩節的探討中，可以了解到記者對於客家新聞的想像，是受到自身習性和所處環境彼此的相互影響，在新聞場域中的運作下，記者也對客家新聞價值的選擇與製作方針，有不一樣的判斷和做法。記者在新聞場域重重的機制運作下，不斷對自身習性進行調整和內化。

然而當這些產製客家新聞的記者們，進入到新聞獎項的場域中，這些產製客家新聞的記者們會出現怎樣習性，如何藉由這樣的認知模式和對獎項的價值判斷，去型塑他們心中「好」的客家新聞。此外，客家新聞獎的運作機制是否也會牽制場域中產製客家新聞的記者們對新聞價值的判斷。為了能夠更深入探討客家新聞獎是否影響客家新聞的產製與傳播，本節將探討客家新聞獎得獎者對客家新聞獎的態度和評價，目的在深入了解記者們面對獎項時的心態和想法。這些分析主要針對研究問題三的探討。

一、客家新聞獎中記者心態的迂迴與轉折

Bourdieu 的新聞場域理論探討了記者在新聞場域的運作下，為了要達成組織終的目標或使命，會內化一套價值體系，去符合這個組織的期待，是一種在組織中為了求生存的心態下所形成的習性。Bourdieu 提到在商業體系中的新聞場域，其競爭都為追求廣大的閱聽眾，並服膺於同一間收視率調查公司，它們的生產物更具有高度同質性（觀看每天新聞報導內容就可得知）。這樣看似自主的場域，背後卻有一隻看不見的手操縱活動者（媒體老闆）的習性，而媒體老闆也將「新聞工作者」當成媒體競爭工具的活棋子，視之為可運用的籌碼（舒嘉興，2001：65）。Bourdieu 指出，習性是社會結構與實際行動的之間的媒介（邱天助，2002：112）。簡言之，習性的養成並不是取決於行動者一方，還仰賴於整個場域中運作的氛圍，因此，當這些記者進入到獎項場域時，心態上也出現耐人尋味的變化。由於記者例如記者 B 說：

其實這兩個報導其實滿有意思的喔！哪時候剛好要看當新聞要求生存

不同的層面，那第一屆和第二屆做的方式完全不同，第一個那時候是客家新聞第一次來嘛！那時候腦子裡面根本沒有甚麼想法是關於客家新聞獎這個概念，那個純粹就是一個我們要做的新聞。(記者 B，28-31)

這裡反映出記者在新聞場域中心態的變化，這種變化讓他們在新聞製作上產生不一樣的效應，記者 B 提到當客家新聞獎第一屆時，由於事前並不知道會有客家新聞獎，因此，是先製作出新聞才去參賽，記者 B 提到了：

第一次是本來就有了自己的規劃，所以這有一點是水到渠成(記者 B，39-40)

但到了客家新聞獎第二屆，新聞在製作上就有了一樣的方針，並且提到了當新聞要「求生存」時必須關注到不同的層面。記者 B 述說：

那第二個就比較不一樣了，我們是有更刻意去製作新聞，這也牽涉到現在不是很多人在批評置入型行銷或甚麼的嗎？那對一個弱勢族群來講你要想你要怎樣讓更多人去注意到，不管是在更多媒體上或是大家眼中，要讓更多人看到！(記者 B，45-48)

因此，我們有必要了解當記者進入客家新聞獎的場域，是否對習性造成哪些影響，進而形塑出他們心中符合客家新聞獎的新聞價值，在此過程中，記者又會運用哪些籌碼來因應獎項的要求，本研究依據對受訪者的探討而將這種習性之發展分成三個時期，試圖了解參加客家新聞獎的競爭，是否影響記者產製客家新聞。

(一) 自身認知的摸索期：觀察

新聞的選材和呈現的角度，都有賴於一連串淘汰存取的過程，記者會藉由觀察而找到適合報導的題材，記者 A 表示：

大家會去想專題，然後能夠覺得很不錯，然後開始去做延伸，那你自己會去看那獎項的項目是甚麼，你會自己去觀察啊，其實獎項的新聞也是會有它的新聞點。(記者 A，77-79)

所謂「新聞點」即反映新聞工作者對新聞的認知與判斷，這種對新聞點的判斷就像是一種稟賦系統的運作，記者的職業稟賦會告訴記者，甚麼樣的新聞才是這個場域中適合報導的新聞內容，記者會內化這樣的認知，在新聞事件中去找到能讓新聞符合自身職業稟賦期待的新聞，這樣的職業稟賦，有一種似有若無的存在感，能夠在拉與放之間，讓行動者有感知進而行動，而為了要能夠抓住這樣的感覺，記者 I 提到：

基本上我們可以從他們評審的口味上去判斷，大概就可以知道他們想要的是怎樣的樣子，那其實評審每次是我們事後才知道，那之前我們是都不知道是誰，可是事後我們知道說，有哪些評審後，你就大概可以知道說，為什麼這些作品會得獎，那他們想要的是甚麼，你會去摸出那個新聞感。(記者 I，24-27)

從評審的口味去判斷何種新聞能夠符合客家新聞獎的期待，是記者 I 找尋新聞感的一個方式，藉由觀察得獎作品去猜想怎樣的議題取向能夠符合評審的偏好，進而找出達成目標和新聞內容的契合點。而記者 B 也表示：

你自己會去看嘛！會去了解為什麼這些東西會得獎，所以就會知道大概他們要的是甚麼要怎樣去寫，就是自己會去找新聞點啊。(記者 B，177-178)

綜合上述，可以得知當記者進入客家新聞獎的場域，會藉由觀察歷屆得獎作品，找尋可能致勝的新聞點。這個過程是客家新聞獎場域中行動者認知形成的初始階段，也就是透過觀察來了解何種做法才是這個場域中的生存法則。在這個階段中，觀察是這些記者在場域中所能運用的籌碼，藉由這樣的籌碼讓自己製作的客家新聞在客家新聞獎中尋求得獎的可能。

(二) 組織教育的養成期：塑型

客家新聞獎參賽者大多數的作品都是屬於集體報名，就是一個新聞媒體有一

整批的人進行製作客家新聞，而為了能夠讓整個組織的運作具有共同的默契，組織的召集人或是主管會透過一些明確的指示告知記者應如何製作即將參賽的客家新聞。記者 I 說：

其實要去做這些新聞的時候，你的組織會有些方向吧，但我比較不一樣啦，因為我本來就是一直有在做客家新聞的東西，所以我那時候就有去了解一下，客家新聞獎是甚麼，那報社或各主管那也是會有一些指派說要去報獎甚麼的，那組織當然也會給你一些資源，那最常見的資源就是版面，那時候就是報社這邊會告訴我們說要去報獎，那就召集人會提供資料，也會去看哪些稿他要，哪些不要。(記者 I，44-49)

記者 A 也提到在製作參賽的客家新聞獎時，在新聞的製作上，組織會提供一些製作方針：

其實坦白來講就是，是有一個意圖在做這些報導，會想要去參加獎項，然後想去報導，所以你的組織就會告訴你，你們 team 之間會討論有共識，那可以怎麼報導，自然你就抓得到那個點。(記者 A，25-27)

這種製作方針是透過討論達成的共識，在這樣的共識下，這些記者能夠掌握凝結組織成員的共同想法，並且也會內化到自己的認知中，進而透過新聞產製的行動，來製作符合組織成員認為客家新聞獎定義的客家新聞。記者 B 也表示一開始就是有目的的規劃：

那我們就是一開始就有規劃，我們都會開會，那你的組織，你們會透過討論嘛！也會告訴你客家新聞獎的新聞可以做甚麼，但我們不是刻意去製作，是有真的事情，有題材的那種，我們那時候很努力的去做。(記者 B，161-163)

記者 B 提到當時是一系列、有規劃地在製作要去參賽的客家新聞，透過召集所有要參賽的記者們，開會討論並制訂一些目標，在這個階段，記者的習性也不斷透過所處環境存在的氛圍而被型塑。制定目標和擬定報導方向，成為組織成員

在這個階段的運作籌碼，藉由這樣的制定來降低組織成員間無法進入客家新聞獎場域中進行競賽的風險，為自己的新聞作品增添得獎的可能性。

（三）專業展演的創作期：表現

代表組織去參賽的客家新聞製作者，對於自身所製作的客家新聞會賦予一種新聞專業的形象。例如記者 A 說：

我會藉這這個新聞點，發展到我的新聞裡面，就是說你知道客家新聞獎它的要求大概是甚麼之後，組織也會告訴你嘛，那我就會開始去報導，希望它是像一篇專業的客家新聞。(記者 A，79-81)

而記者 I 也表示：

客家新聞獎對我的新聞來說是一種算是跑了這麼多年的客家新聞，有一定的人脈跟組織的培訓後，一個新聞專業上的嘗試，對我來說，雖然我是覺得新聞不應該這樣，畢竟新聞講求要獨立、客觀和中立嘛，但其實你去看很多客家新聞獎的新聞，它比較像是文學新聞的創作。(記者 I，105 -108)

從記者 A 的述說中，可以發現客家新聞獎的新聞對他來說應該是一種專業上的呈現。在記者 I 的認知中，新聞專業的準則應該是獨立、客觀和中立，對他來說新聞不應該像是一種文學創作，但是他觀察到得獎的新聞作品卻是偏向文學創作的新聞。

許多行業都有一套專業準則，商業媒體的新聞專業可能來自對收視率的崇拜、對廣告主的依賴，所以在這種新聞場域中，能夠產製出有賣點的新聞，就是這個場域追求的专业信念。反之，如果是公廣集團的新聞場域，如何不被商業收編，如何落實媒體近用權，並且不淪為政府的傳聲筒，才是這個新聞場域所追求的目標。因此，對這種新聞場域的新聞從業人員而言，如何製作出有質感和深度的新聞，才是新聞優劣的區分依據。

客家新聞獎的參賽者還必須將新聞專業與客家進行結合，能夠製作出像客家新聞的新聞便是他們的籌碼，例如記者 B 說：

藉由這個點發揮下去，那像我不是客家人，就是網路上去找資料或是組織上也都會給你人脈一些資源，讓你在製作客家新聞中的專業點，至少他要是個像客家新聞的新聞。(記者 B，178-180)

由此可看出記者們面對客家新聞獎時的心態變化，本研究分析試圖從同一個受訪者（記者 A、B、I），去了解行動者在不同階段的習性發展，觀察他們的習性如何轉化為實際的演練手法，所以在分析的對象上，都選取相同的受訪者。從前述分析可發現一個人進入客家新聞場域後，在不同的階段會有不同的習性。分析發現，在剛進入新聞場域的初步階段，觀察是這些記者的有效籌碼，藉由觀察得獎作品的論點來猜測評審的偏好，再藉由將觀察所得觀點內化到自己製作客家新聞的認知中，並透過組織的開會或討論，制定明確目標，最後，再透過把這樣的內化結果表現在新聞產製上，以製作出符合客家新聞獎場域行動者認為「像」客家新聞的新聞。

而所謂「像」客家新聞的新聞，這當中的「像」究竟是誰來界定，由誰建構出一套規則來影響客家新聞獎中的行動者，新聞必須包含甚麼樣的客家元素才能夠得到獎項的肯定，這就像是一種正統(orthodoxy)和異端(heterodoxy)的辯論賽，而來到賽局中的行動者，又會開始再次從結構條件中去建構想像。因此，有必要了解在客家新聞獎項中，記者如何建構出客家新聞獎的「正統」想像。

二、客家新聞獎中記者對客家新聞的想像

客家新聞獎明文規定，只要是新聞報導關於客家的人、事、物，皆符合參賽的標準。客家是一個族群的名稱，當社會中有一個審判機制來告訴場域中的行動者，何謂客家新聞的優/劣或好/壞時，就像是 Bourdieu 提到的正統(orthodoxy)和異端(heterodoxy)的區分。

Bourdieu曾經在多本著作中，運用到doxa⁶這個詞彙。我們的日常生活中會有一種信仰（doxa），對於整個社會空間是否能順利運作有著極為關鍵的作用。這樣的信仰就像是一個知識，我們生活在這場域當中習以為常的定律。這樣的常識，通常是屬於論述空間或是意見的領域，在社會運作的場域中，不同的論述或意見彼此競爭，以便追求界定這個場域中最正當的權力，這也是一種正統與異端之間的劃分。在這個過程中，正統的功能就是在規範異端，在場域中運作一套機制，來分辨所謂的好/壞、優/劣，這種機制在於恢復日常生活原本的狀態（Bourdieu, 1977：159-171）。因此，在某種程度上，客家新聞獎的評審機制就像是一場正統（能夠獲獎的客家新聞）與異端（未能獲獎的客家新聞）的爭奪遊戲，在客家新聞獎場域中，參賽者會透過以下方式去認識這場遊戲的遊戲規則。

（一）對於獎項中客家新聞的幻象：分類系統的形成

Bourdieu 提到一個場域就像一個市場，行動者就像是這場遊戲的參賽者（Bourdieu & Wacquant, 1992：72）。而為了能夠讓遊戲順利進行，參賽者必須對這個場域具有共同的幻象，藉由這樣的幻象而在場域中去運作對自身有利的王牌，記者 B 談到當他要參加客家新聞獎時，會去猜測甚麼樣的東西「討喜」：

我想多少有一點吧！今天不管是甚麼獎，你一定會去猜想甚麼東西討喜吧！（記者 B，146-147）

「討喜」此一觀念，形成了記者 A 在製作與參加客家新聞獎時的一張可以致勝的王牌，為了能夠掌握這樣的王牌，場域中的行動者開始在這場遊戲中建構想像，同時也受到想像結構的影響，形成了一種共同的幻象。我們可以把場域譬喻為一場遊戲，而遊戲中爭奪焦點(enjeux)的基本要質，乃是因為遊戲的競爭而產生；對遊戲的投注，必要的共同幻象（illusion）（此幻象屬於遊戲，為參與者共享，如此遊戲才玩得下去）（Bonnewitz, 2002 / 孫智綺譯，2002：81）對客家新

⁶ Doxa，有多種翻譯，有人譯為「常識」、「信念」，本研究依據《布赫迪厄社會學的第一課》，翻譯為「信仰」。

聞獎的參賽者來說，是要如何在客家新聞的參賽作品中，找到自己獨特的定位點，才是致勝的關鍵。記者 E 表示：

應該講說，試圖報導一個有別於，就是說讓人家看到一個更細膩的東西。他又跟台灣的、一般的、所謂的我們做的旅遊節目又不一樣，因為旅遊節目可能出去吃吃喝喝玩樂嘛，可是因為我們是做新聞，我們不可能去做一些吃吃喝喝的東西，當然可以啦，也可以做個那樣的，但是會不會就沒有得獎的可看性。因為不夠廣也不夠深入。(記者 E，99-103)

記者 E 認為要製作出能夠得獎的客家新聞，就要有別於其他新聞內容，這是一種分類的生存法則，透過分類去界定在這個場域中的差異，有了差異就會有一套好壞的評審機制，客家新聞獎當中的參賽者，都在為這個得獎機制建構幻象，因此，如何製作出符合這個幻象的要求，有賴於如何在同質性差不多的客家新聞中去找出自己異於其他參賽者的作品，便是這些參賽者共同的幻象。記者 A 說：

我想不只是客家新聞獎的新聞吧！當你今天有計畫要去做一件事，就一定會有假設，那新聞要去參賽的話一開始就會有一些討論和議題設定吧！那我想客家新聞獎的新聞，就是會有一些很傳統或是新穎的客家元素，但我們是比較想從一些問題面出發，一定會有一些要去做新聞的想法啦！一定有，不然你怎麼去競爭。(記者 A，68-72)

記者 A 的這一席話，指出了這個場域中參與者之間的關係是競爭的，因此要如何出奇制勝方是關鍵，記者 G 就將自己的作品認定為「創舉」：

前幾天才開始的啊，我本來都很輕鬆啊，我覺得得不得獎又無所謂，其實我內心也想說，這個...我自己也知道啊，不得獎...怎麼可能不得獎，我的片子我自己也知情啊，我說我是一個創舉啊，我說至少跟其他的客家新聞比起來我覺得我不會擔心啊。(記者 G，274-277)

綜合上述，客家新聞獎就像是個場域，參賽者進入這場遊戲中角逐致勝的可能，而致勝的手法就是在這個場域中找到行動表現的特殊性，這是一種在場域中

為了求勝的正當手段，而客家新聞獎的評審制度也對此場域的參賽者有一組評審機制，以告知場域參賽者的勝負標準。在客家新聞獎頒給要點中提到，客家新聞的評審機制，首先，是由本客委會委託學術機構或其他執行單位，遴選並報請客委會同意後聘任十二至十六人，擔任「客家新聞獎評審委員」，負責評審事宜。第二，選任委員時應顧及性別、新聞、傳播、客家語言與文化及社會公正人士等背景之均衡；其中具客家語言、文化專業者，占各組參賽類評審委員之比例，不得少於二分之一。第三，各獎項之評分標準及方式，由「客家新聞獎評審委員」議定之（行政院客家委員會，2010）。由於這樣的訊息，對參賽者來說並不明確，客家新聞獎並沒有一套評分準則來告知參賽者評分的重點和評分的百分比重，參賽者只能夠透過客家新聞獎的簡介中了解評審人數的比重和事後評審對得獎作品的評語，以了解新聞能夠得獎的原因。因此，這些參與者為了能夠添加獲勝的可能，他們更需要透過一些信仰來感知這樣的共同幻象。

（二）對新聞獎項的信仰：一種默契

當遊戲者陷入遊戲中，她們彼此之間是對立的，因為她們都有一種由衷的信仰(doxa)——這個遊戲及其爭奪點真實性及其可能的獲利，他們競爭和衝突的根源，就在這個一致相信的默契上（Bonnewitz, 2002 / 孫智綺譯，2002：81）。當這些參與者進入客家新聞場域中，為了要在這一場遊戲中贏得勝利，他們開始去想像，甚麼是「像」客家新聞的新聞。記者 A 指出：

所以我們基本上也是想檢視說，當初的這個社會的呼聲，各個族群希望有自己的母語課程，然後，可以讓下一代對文化扎根這些，這個政策到底落實的情況怎麼樣，這基本上客家的議題很少在新聞中被其他的新聞中被強調，因為其實就像一般漢人的社會一樣，所以沒有特別的，那個被曝光的機會，因為我們也是從這個角度去做這個題目，剛好也滿像客家新聞獎要的那樣。（記者 A，35-40）

而記者 E 則是用客家新聞獎「要」的來闡述：

那個時候我們因為 FOCUS 在所謂的台灣本土的一些客家的東西，那這些東西呢，是可能是這是非常不明顯的，就是不是一般大家邏輯認識的那種客家，那因為你會去想說，客家新聞獎它的新聞可能要怎樣，那因為客家新聞獎初辦，所以是會覺得說傳統或本土的東西會比較是客家新聞獎要的。(記者 E，59-62)

記者 C 表示，他會從客家新聞獎裡面的內容或是其他參賽作品的客家新聞內容去想像，甚麼樣的客家新聞內容才會得到評審的青睞：

其實這個裡面，它很多東西要的都不一樣，你要去看嘛，要去看說這個獎要甚麼內容的新聞，然後你也可以去看得獎的作品，會有看法啦！會知道甚麼東西比較得到青睞，那你可以朝這個方向做。(記者 C，162-164)

可見，客家新聞獎為這些參與客家新聞獎的記者提供一個想像的空間，在此並無白紙黑字的定型契約告知場域中的參賽者，甚麼是這個場域中認可的客家新聞，但是藉由參賽者來到遊戲場域，在彼此都是競爭的關係中，開始在場域中尋求信念，這樣的信念很抽象，但確實帶領這些參賽者開始去想像，甚麼樣的題材和方向，才是「像」客家新聞獎的新聞、是客家新聞獎「要」的新聞、是能夠得到客家新聞獎「青睞」的新聞。

這樣的分類就像是 Bourdieu 談到的，一種在主流場域中，不被質疑的認知結構，它也就是所謂異端與正統共同分享的「信仰」(Doxa) (Bourdieu, 1977: 79)。

(三) 獎項理念的規訓：融入遊戲的規則

參賽者必須能夠在遊戲場域中符合規則，也就是要融入這個場域，而客家新聞獎的宗旨及理念，便成為參賽者在客家新聞獎中尋求信仰的管道。記者 F 指出：

等於是說因為我們是客語專屬的電台，所以台長他就要求我們每個都要

交作業，就我們本來有三個記者，我們新聞部交一份作業去比賽，那一開始你就會比較去看說，客家新聞獎要它的理念是甚麼，盡量不要差太多。(記者 F，8-10)

記者 F 表示，參加客家新聞獎的新聞作品，對他來說就是一項為了要去比賽的作業，而為了能夠了解這項作業的要求，他會從客家新聞獎的理念去了解甚麼樣的題材和內容可以達到這項作業的要求。

另外，記者 I 也提及：

那對我們來講，客家新聞獎對我們來說，是一種偶然不是必然。那如果說你今天是要去參賽的話，會盡量符合它的一些要求項目吧！(記者 I，40-42)

記者 I 表示，由於已知道新聞製作後的成品將要參加客家新聞獎，所以會去了解客家新聞獎的要求，這種要求就像是一種規定，場域的參賽者會藉由這些規定去認識客家新聞獎中沒有明說的要求，因此在看似題材多元的空間裡，其實已被這些相關要求予以規範化。記者 E 認為：

那這樣子是不是，就跟我們在台灣作的客家新聞很像，那就在台灣做就好？然後剛好因為馬來西亞他是個特別的國家，他的族群的，我想這也像客家新聞獎的規章一樣，客家的人、事、物嘛！那我把他的格局放大，去檢視海外的客家。(記者 E，79-82)

因此，客家新聞獎的參賽者，會從遊戲規則中找到信仰，藉由這樣的信仰找到策略，而這一切都建立在客家新聞獎給予場域參賽者的共同幻象上，在這樣的幻象中，握緊手上可以致勝的王牌，並內化成自己在此一場域中適者生存的習性。

三、記者心中的美麗與哀愁

客家新聞獎設立的宗旨「為鼓勵並加強媒體之客家新聞報導，提升客家新聞

質量，以促進社會多元文化發展，增進族群相互了解，與完善客家族群福祉。」

（行政院客家委員會，2010）在這樣的號召下，不少媒體工作者開始注意到客家新聞，並且也表示這樣作法，其實也是一種沒有辦法中的辦法，畢竟獎項確實可以讓媒體組織提供更多篇幅、願意跟進從事客家新聞的報導，例如記者 B 說：

就像這個我們都會覺得這應該是有政府付了錢，才有這四分之一版面，就是你在做這個東西的時候，如果你是為了錢，你會不會擔心沒人看，你怎麼在這中間去取一個平衡點，所以如果說你的出發點是為了報導，我們也不能說沒有這種心情，我們有這樣的心情，因為這個就是客委會要成功的，你一個弱勢族群你要怎樣引起人家的注意，你本來就是要有誘因啊！（記者 B，155-159）

上述這段話反映出記者 B 對客家新聞獎的看法，他認為客家新聞獎的設置對客家族群的文化發展利弊互見，畢竟，在媒體資源有限的空間裡，要讓媒體提供夠份量的篇幅來報導客家，就一定要有誘因存在，記者處於這種場域中，也只能配合遊戲規則來製作新聞，這是一種在場域中必須生存下來的心態，這樣的心態會影響記者的認知。

為了更進一步了解客家新聞獎參與者的實踐策略，有必要先了解他們對客家新聞獎的評價，目的是想探討這些記者進入客家新聞獎的場域後，是否出現心態變化，還是會順從遊戲規則，在場域中配合相關要求，以繼續維繫那單純無誤的狀態。

（一）客家文化有形的鼓勵

根據訪談資料，可以看出一開始參與者大都以積極正面的態度來應戰，並且也對客家新聞獎的用意給予肯定：

一開始我是覺得對鼓勵線上從業人員是覺得這個出發點是好的，鼓勵多元文化我是肯定他們的出發點。（記者 A，168-169）

記者 F 也表示客家新聞獎為新聞開拓出一個專門談論客家議題的空間，這樣的作法確實對客家新聞有幫助，也找出分眾市場：

它鼓勵新聞線上的從業人員，它不管你是不是客家人，只要你在客家莊，甚至只要多關注多報導客家這樣，我是講說它至少有點像客家的普立茲新聞獎，它至少是鼓勵它有把市場分眾，就是說你今天報導的東西要有客家的元素，你把新聞有歸類。(記者 F，185-187)

記者 F 認為客家新聞獎的設立是針對市場的分眾化，藉由這樣的分類讓客家新聞和主流媒體報導的新聞有所區別，這種立意對他來說是一種鼓勵。而記者 K 提到客家新聞獎時，他/她說到：

當然它鼓勵文化多元這塊，我相信是好的，畢竟站在客家人的立場上，更多人讓我們知道客家是甚麼當然好。(記者 K，491 -492)

記者 I 也表示如果站在文化多元的角度，他認為客家新聞獎的能夠讓更多人認識客家：

那我相信其實一開始客家新聞獎的出發點，因為他是鼓勵線上更多人去報導，讓大家更認識客家，我相信這樣一個以文化為出發點的訴求是好意，多元嘛！文化的多元，這點是客家新聞獎一直強調的嘛！(記者 I，132 -134)

綜合上述，客家新聞獎對於這些參與者來說，正面的力量在於它讓更多媒體工作者開始關注客家議題。這樣的目標也正好達到行政院客家委員會在簡介上提到的：「如果新聞媒體每天在 10 則新聞中能有 1 則客家新聞，那麼客家事務的能見度就能大幅提升，報導內容的豐富度也能更寬廣、更具有深度。」（行政院客家委員會：2010）

這樣看似雙方都在維護客家文化的立意上，客家新聞獎的誕生對這些參與者來說是好事一樁，不但可以讓他們有更多的資源來製作客家新聞，也能夠提高客家新聞的能見度，但相對地，由於客家新聞獎是一個競爭的場域，因此，客家文

化在這樣的空間裡到底是獲得養分、添加它的蘊含；或是在此種文化生產的場域中被揠苗助長？以下進一步分析客家新聞獎參賽者對客家新聞的心態轉變。

（二）文化多元無形的樊籬

客家新聞獎就像是一個文化場域，在場域中的行動者，都在這個場域中進行資本的交換，並且為了能夠讓此一場域運行，每一位來到場域的行動者都必須在其中進行一場遊戲。

Bourdieu 把場域的概念用遊戲一詞來比喻，任何遊戲都必須要求參與者全心全意的投入遊戲，運用手中的籌碼，爭取遊戲當中的賭注。而制度就是遊戲規則的法則，也是確保遊戲不被質疑的工具，但是一旦遊戲規則受到反省，人們會從遊戲當中脫離出來，進而發現遊戲當中種種的武斷機制（Bourdieu, 1990b：87; Bourdieu & Wacquant, 1992：98-100）。而這樣的論點，正好符合以下的狀況。記者 A 說：

就是他們，當你政府已經習慣用給財，就是我給你東西，而不是你自己族群裡長出來對這個東西的認同和榮耀的話，到後來就是，我就是等你給啊，你不給我就怎樣，或者是我覺得很多東西就變質。(記者 A，157-159)

客家新聞獎是一個文化生產的場域，許多參與這場遊戲的參賽者們，都希望可以在這個場域中獲得勝利，但是客家新聞獎設置的目的在於鼓勵文化多元，因此在這種情況下，便產生了矛盾，這些參賽者似乎已經察覺到遊戲的機制出了問題，例如記者 J 說到：

而不是說，你已經宣揚了客家，然後你對客家有貢獻。那個已經不用了，已經有很多客家貢獻獎。那我覺得這個獎應該是要鼓勵年輕人。尤其是年輕人，我們的文字工作者去反省客家這個東西，那這個獎是不是已經對我們的文化其實時一種隔離了。(記者 J，136-139)

記者 F 更表示，客家新聞獎已經影響了客家新聞的製作：

但是客家新聞獎就是有這點有點矛盾，獎的資格裡面又說只要是客家事務，只要你交的出作品就可以，結果你去看有很多不是線上記者的新聞，都是節目部的人員在做，那節目部它可以花更多的時間去修得更美，非常的精緻，但說正格的，新聞為什麼要要求真實，那他怎麼講我們就怎樣報導，就是說它不應該是在廣播室原先錄好的東西。(記者 F，222-226)

新聞的重點在於能夠忠實呈現，即便無法提供完全的真實，但至少要貼近真實，這是多數新聞從業人員對新聞專業的判斷，但是記者 F 表示，由於客家新聞獎在獎項制定上，只規定凡是客家事務皆可參賽，因此，據他了解，有不少參賽的新聞內容是透過後製「做」出來。而記者 K 則表示，由於很多時候，許多人是透過新聞報導來認識事件的起源，對他/她來說：

那，那這種東西的時候，你說提升客家人能見度或什麼，有時候會覺得說，對，沒有，沒有裡面的。就是說你浮光掠影去看，他好像那種花花綠綠被人家看到。可是你真正的在細究的時候，其實沒有甚麼實質文化內容！哇，那如果一次二次三次，如果我不是客家鄉親，我看到這樣的報導，我可能就會覺得對客家就是這樣，我們講啦，就是你們一般人會覺得說就是，OK，這就是客家。(記者 K，496-501)

記者 K 認為客家新聞獎所認可的新聞，會讓外界認為這些新聞就是代表客家，象徵了客家文化的內容，但是如果文化是多元的，一個標榜以宣揚客家文化的新聞獎項透過優勝之分似乎會再次讓外界誤以為這就是客家最真實的文化內容。記者 I 也表示：

那對我們新聞報導上來講當然是可以，有客家電視台負責客家的新聞這樣是沒有問題，但就單以新聞來看就本質上來看，很少會有獎項會以族群為優先考量的單位，因為這樣的空間會有一點窄化的感覺和情況。(記

者 I，127-129)

上述反映出記者 I 認為客家新聞獎是一個帶有族群色彩的獎項，這對新聞本質上來說，確實有值得再在改善的空間。

綜合上述，可以看到客家新聞獎的這些參賽者對於客家新聞獎的態度，從原先的積極參與到後來反思客家新聞獎的制度，由此可見場域中的參賽者，雖然受到場域的制約和限制，但參與者也同時發展出他們的思考、反省和行動，並非完全被動服膺於場域的影響。

第五章 客家新聞獎得獎者的新聞產製策略

本章將深入探討當客家新聞獎成為一個文化生產和再生產的場域時，這些場域中製作客家新聞的記者會在場域中如何行使他/她的策略，如何在這個場域中進行文化的實踐，產製者如何受到實踐感的影響，而實踐感又會帶領著客家新聞的產製者製作出怎樣的新聞內容，並且在這個場域中不斷建構實踐感，這些都是本章論述的重點。本章第一節將分析記者的實踐模式，藉由這些模式了解記者如何在場域位置運用他所擁有的資本，在客家新聞獎中如何受到他/她們的實踐感的影響。第二節著重於探討客家新聞的產製者如何製作出符合自身期待之客家新聞獎的新聞內容，以及如何製作出具有得獎可能的客家新聞，也同時分析這樣的新聞會出現何種象徵性符碼。第三節，則是從客家新聞產製者對於自身作品的詮釋，以深入分析記者習性和新聞產製之間的關係。

第一節 記者的位置、資本與實踐模式

記者在新聞場域中，會受到許多來自自身所處環境和社會結構的影響，進而形成對於新聞價值的不同判斷，為了能更深入解析客家新聞獎和記者產製新聞之間的關係，進而了解製作客家新聞記者的實踐模式，必須先了解這些參與者所擁有的資本。這些資本就像是遊戲中的王牌，藉由這些王牌在遊戲中進行交換，也就是經過這種象徵性的互換，以期能夠在這場遊戲中贏得勝利。

因此，本節將分析產製客家新聞之記者們的實踐模式，了解客家新聞的製作策略和想像，在這當中客家新聞獎的場域提供哪些資源給記者，而記者又如何到場域中揣測能夠符合客家新聞獎這個場域的新聞內容，進而了解客家新聞獎得獎者的新聞產製策略。這些分析主要是針對研究問題四的探討。

一、資本：行動者的王牌

資本是Bourdieu實踐理論中的重要概念，它與習性都是階級權力貫穿場域與場域界線的重要因素。資本是行動者擁有的籌碼、助力，也是階級鬥爭的標的。

Bourdieu對資本的敘述如下：

資本從其物質化的形式而言，是積累的勞動，這種勞動過程是一種行動主體占據某個位置，在占有的過程中勢必排除其他的行動者，這種勞動過程使這些行動者能夠更加以具體化形式佔有社會資源（Bourdieu，1984：164）。

因此，資本屬於場域中行動者所擁有的資源與能量，行動者會在場域中展開行動來為自己累積資本，並且這些資本之間是可以彼此轉換。而場域就是這些行動者能夠發揮策略的能動空間，在這空間中透過各種資本的交換來為自己累積或再製更多的資本。

「場域」是 Bourdieu 探討行動主體和結構之間關係的工具，將其視之為一「力場」（a field of forces），此一「力場」是由各種社會地位和職務所建構的空間（邱天助，2002：120），並由特定的行動者在此空間所表現的各種力量及因素，形成相互關係的網絡。同時，網絡中的每個成員都可以找到一個屬於自己的關係位置（劉維公，1998：14-15）。

客家新聞獎建構出一個場域，場域包含由各個行動者在這個場域中進行文化生產和再生產的機制，客家新聞獎的評審藉由對文化產品（客家新聞）的鑑定來肯定這些產製文化的新聞工作者，而新聞工作者透過自身的人脈或各種管道去製作具有客家意涵的新聞。設立客家新聞獎的機構也透過頒發獎項以提供獎杯和獎金給這些新聞產製者，整個場域充斥了各種資本，大家都在這場遊戲中進行資本的交換。而資本之運用主要包含以下幾種：

（一）文化資本影響符碼的解讀

對客家新聞獎場域中的記者而言，他們透過資本間的轉換在這個場域中產製客家新聞，資本是這個場域中行使策略的籌碼，記者藉由自身的各種資本透過行動去產製出具有客家意涵的新聞內容。記者在文化資本上的差異會影響他們對客家新聞價值的判斷，進而造成彼此在報導客家新聞時不同的取材，例如記者B說：

那像我不是客家人，就是網路上去找資料或是組織上也都會給你人脈一些資源，讓你在製作客家新聞中的專業點，至少他要是個像客家新聞的新聞。（記者 B，179-180）

記者 I 也表示，由於自己不是客家人，所以會比較需要客家社團的協助：會是說從客家社團下去找，其實像客家的組織性它是滿強的，因為像我不是客家人嘛，那我知道的多少有限，所以我就會從這邊去問。（記者 I，94-96）

而對於本身就是客家人的記者來說，客家素材是渾然天成並且在自己生活中隨手可得，例如記者 F 指出：

其實客家的東西，因為我們本來就是客家人，這些東西素材甚麼的，因為我們平常都有在看，所以說其實我們平常就會知道客家有那些東西可以做。（記者 F，163-165）

記者 K 也表示，雖然平常也會看其他記者報導的客家新聞，但對他來說並不具重要參考價值：

我會看一下，但是不會看的太多，因為我們本來就客家人，就只是單純看一下，因為我本身就客家人了，其實沒必要去從別人那邊學到很多客家新聞是甚麼之類的，我相信我從小就接觸了很多，所以我的新聞絕對不是你一般想像中的客家的那幾個樣子。（記者 K，74-76）

記者 K 認為自己是客家人，所以報導的客家新聞會有別於一般人的想像。

家庭能夠傳遞思維模式、行為傾向、認知風格等，族群身分讓行動者經由特殊的成長經驗而獲得特殊的文化資本，在製作客家新聞的過程中，非客家人的記者可能藉由其他媒介去認識客家，譬如：收集網路資料和借助客家社團的人脈；而客籍記者本身即擁有客家知識，比較不須藉由其他管道去了解客家。

（二）社會資本中人脈的運用

關於社會資本，Bourdieu 認為：

社會資本是實際的或潛在的資源的聚合，這些資源與某種持久性的網絡是密不可分的。而且這個網絡是大家熟悉、公認的一種體制化的網絡。透過這樣的網絡，可以使每個成員以集體擁有的資本總和為每個成員提供支持，成為他們贏得聲望的憑證（Bourdieu，1984：169）。

所以，一個社會行動者所掌握的社會資本的容量，決定於它實際上能動員起來的那個社會網絡的幅度，也決定於他所聯繫的那個社會網絡中的每個成員所持的各種資本（經濟資本、文化資本或象徵資本）的總容量（高宣揚，2002：231）。而這裡的社會網絡是投資策略的產物，這些策略可以是個人的，也可以是集體的，它們有意識或無意識地針對某些社會關係的確立或再生產，而這些關係則是在短時間或很長一段時間內直接用著的社會關係，即把那些偶然的關係，諸如鄰居關係、工作場所的關係，甚至親屬關係，轉變成既必需又有選擇性的關係，轉變成從主觀上感到有必要長久維持其存在（如感激的心情、尊敬、友誼等等）的關係，轉變成在體制上得到保障的（權利）關係（包亞明，1997：203）。而在記者報導客家新聞的過程中，可以看到這種社會網絡的挪用，記者個人所擁有的社會資本是他們在製作客家新聞時很重要的資源，例如記者 K 說：

那就等於說，我之前就已經認識一些採訪的人，就是等於說我十年來累積的人脈。對，所以所有裡面採訪過的人，除了我第一個寫的人有個我不認識之外，其他所有寫的人我都認識。就是很多年的交情。對，所有

都是朋友。所以，他們等於說我等於說像拜訪朋友這樣。然後，然後我們的關係不是採訪者跟受訪，就是不是，不是報導間的關係，不是受訪者跟採訪的人。那我想就有這樣的累積，我還滿容易就可以找到最能代表客家的啦，畢竟我都是找到真的在客家很深入在做客家文化很有代表作品的採訪對象。(記者 K，78-83)

記者個人在社會網絡中累積的人脈(社會資本)，會是他們產製客家新聞時一種可以運用的資源，這樣的狀況也出現在記者 C 的經驗中：

我一直就是，因為我對客家熟嘛！畢竟因為我在苗栗十幾年，後面的十幾年我一直做，我在苗栗有十年的經驗，我有空在做文史，我幫他寫苗栗縣誌，你們學校有一套苗栗縣誌，苗栗縣誌的自治誌是我寫的，整個地方政治發展，自治誌啊！我還參與過公館鄉誌、苗栗市誌、三義鄉誌、獅潭鄉誌。所以你看我去參賽的作品都寫很好，都是客家最值得記錄下來的人物，他們的事蹟和態度都很值得我們學習。(記者 C，119-123)

記者 C 提到自身參賽的作品都是報導客籍人士中最值得記錄的人物，這些人物來自記者在地方上累積十年的人脈，也是記者個人在社會網絡中所擁有的社會資本，成為產製客家新聞時能夠運用的籌碼。

(三) 資本間的轉換與再製

客家新聞獎的獎項內容，第一屆和第二屆皆包含平面媒體類新聞採訪獎、新聞評論獎、攝影獎、廣播類新聞採訪報導獎、電視類新聞採訪報導獎。每一個項目選出一名得獎者，頒給獎金新台幣二十萬元(行政院客家委員會，2006)。

第三屆在專業組方面，每一獎項由評審委員經初審決定入圍者若干名，複審排序決定前二名，依序頒發獎金新台幣十萬元、五萬元及獎座各乙座。學生組每一獎項由評審委員初審選定入圍者若干名，複審決定前二名，依序頒發獎金三萬元、一萬元及獎座各乙座。另得由評審委員評審選出佳作若干名，發給獎狀，以

資鼓勵（行政院客家委員會，2008）。

到了第四屆，專業組首獎及第二名分別頒給獎金新台幣十五萬元、八萬元，及獎座各乙座。學生組首獎及第二名分別頒給獎金新台幣五萬元、三萬元，及獎座各乙座（行政院客家委員會，2009）。

第五屆，專業組首獎及第二名分別頒給獎金新台幣十五萬元、八萬元，及獎座各乙座。學生組首獎及第二名分別頒給獎金新台幣五萬元、三萬元，及獎座各乙座。網路公民新聞獎首獎及第二名分別頒給獎金新台幣五萬元、三萬元，及獎座各乙座。初審入圍者發給獎狀乙紙，以資鼓勵（行政院客家委員會，2010）。

客家新聞獎提供獎金的能力，如同擁有一種經濟資本，由於資本之間能夠轉換，因此經濟資本可以轉換成文化資本，客家新聞獎可透過獎金（經濟資本）或得獎榮譽（象徵資本）轉換成記者對客家新聞的特定解讀及品味（文化資本）。然而，根據記者 I 的說法：

我們不會說一定刻意要得獎或怎樣，因為其實提供的獎金也不多，很多時候分一分就沒了。所以我們也不會刻意去做客家新聞獎的客家新聞，就是說我們不會因獎而做，因為其實得不得獎對我們的實質效益也不高，但是我們是因為本來就有在做客家新聞這塊，那時間到了就剛好有東西去報。（記者 I，62-66）

雖然記者 I 認為獎金並不多，所以不會影響到他對客家新聞的產製；但卻反應了經濟因素很容易影響文化產製。記者 B 就表示：

我說它(客家新聞獎)是它(客家新聞獎)一定是（置人性行銷），但我覺得這樣沒甚麼不好，因為媒體也不是那麼萬知萬能，或者對所有的素材都那麼地了解，所以我是比較正面看他，我覺得對一些新聞工作者來說，這應該是我們一種專業的成果，也不見得各公平，不然你們也不會說報紙各有它的立場，所以一個報紙才幾張啊！一個篇幅是能有多長，我可以了解客委會用這種東西來增加媒體的注意啊！所以我覺得它的存在

本來就是，只是說你再挑戰置入性行銷時，你自己如何去接受兼顧到新
聞還有讀者，然後又可以創造出你最大的收入。(記者 B，198-204)

記者 B 提到了置入性行銷，但他/她持正面態度去看待客家新聞獎給予記者
獎金和獎杯的肯定，並提到媒體的載具有限，以及面對置入性行銷時，要如何兼
顧新聞、讀者和收入。在這當中客家新聞獎以獎金（經濟資本）影響報導內容，
是一種置入性行銷，因此，如果新聞能夠獲得獎項的肯定，組織才願意給予較多
資源，讓記者去製作客家新聞，記者 A 也表示：

如果今天不是以一個要有點報獎的這種氣勢阿，或者這樣準備去做，很
可能就是教育部的記者很可能拿到的是數據寫一寫就算了。畢竟，客家
新聞獎會提供獎金，獎金是很實質的誘因嘛，然後獎項對報社來說又是
榮耀，就是今天我們要報獎，或是說報社認同記者去挖掘深度的新聞，
那他就會給版面，就是像我們這樣，這兩次得獎都是做了兩個全版，然
後發動全國記者。那可是如果今天報社沒有這樣的一個，想要我們一起
努力往得獎的方向發展的話，很可能就當一個小新聞不可能去動員 25
縣市的記者阿，搞不好都不一定會見報。(記者 A，108-115)

從上述中，客家新聞獎提供的獎金（經濟資本）和獎項的肯定（象徵資本）
都牽動了新聞工作者在此場域中的能動性。此外，新聞組織因為自家的作品要參
賽，也會透過提供物質資源（經濟資本）、機構形象與聲望（社會資本），讓記
者更能發揮報導優質客家新聞的專業能力與品味（文化資本）。

客家新聞獎的獎金和獎項榮譽都影響到記者們產製客家新聞（文化產品）。
場域的運作是由個人運用所擁有各種資本，與他人進行相互比較、交換和競爭的
一個鬥爭場所，亦是這些行動者相互之間維持或改變其本身所具有的資本，並進
行資本再分配的場所（高宣揚，2004：148）。

在報導客家新聞時，記者具備的知識與文化涵養（文化資本）和人脈（社會
資本）以及所屬機構提供的各種資源，都影響了記者產製客家新聞，這些文化產

品在客家新聞獎評審機制的挑選下，藉由獎項的頒發給予記者和所屬機構一種榮耀感和物質收獲。客家新聞獎的場域中充滿了各種資本的轉化和再製，為了更深入了解這些資本的運作過程，接下來將探討客家新聞獎如何影響記者們的實踐感。

二、場域：行動者的策略空間

場域是指商品、服務、知識或社會地位以及競爭性位置的生產、流通與挪用的領域。行動者為了累積、壟斷不同的資本類型而在展開的鬥爭中進行這種生產、流通與挪用。場域可以被視為是一個特定的資本類型或資本組合而組織的結構化空間（Swartz, 1997/陶東風譯，2006：136）。場域乃源自「社會空間」的概念，Bourdieu 以「社會空間」來指涉社會世界的整體概念。社會空間就像市場體系一樣，人們依據不同的特殊利益，進行特殊的交換活動；而社會空間是由許多場域的存在而結構化的，這些場域如同市場一樣，進行多重的特殊資本競爭（Bourdieu, 1972：235/引自邱天助，1998：121），包括經濟、文化、社會和象徵資本。在 Bourdieu 看來，人類活動的目標在於各種不同資本的累積和獨佔，以維護或提升在場域中的地位。因此社會生活本身即是一種持續的地位鬥爭，而每一場域乃成為衝突的地方，由於場域中每一行動主體，都具有特定的份量或權威，因此場域也是一種權力的分配場（邱天助，1998：121）。

「客家新聞獎」是行政院客家委員會為鼓勵並提升客家新聞報導質量於 95 年創辦，由獨立作業之評審委員會負責評審，得獎者可獲頒獎座及獎金（行政院客家委員會，2010）。這個場域由官方機構、權威的評審、以及能夠產製符號的參賽者所構成，藉由獎座和獎金的頒發再次強化符合該場域中認為優秀的客家新聞。值得注意的是，入圍客家新聞獎的新聞，每一則都符合獎項的要點，主辦單位明訂參賽資格只要在符合規定時間內，有關客家事務，或以客家主體觀點為主

之新聞作品（不以客語為限）都可以報名（行政院客家委員會，2010），然而在獎項有限的情況下，這個標榜以客家新聞角度出發的「知識場域」是如何挑選出最有客家意涵的新聞內容，而符號的生產者會如何看待這樣的空間。以下進一步探討。

（一）競技場的技藝空間：號召而來的行動者

行政院客委會希望藉由舉辦「客家新聞獎」，而能發掘最有價值的客家新聞，真實呈現客家人文風貌；同時也藉此鼓勵媒體及新聞工作者，無論在政治、經濟、社會、教育、藝文、時尚等生活各領域，更關心客家議題，讓社會大眾瞭解生活週邊處處有客家人、時時有客家故事（行政院客家委員會，2010）。這對一些已長期報導客家新聞的新聞從業人員來說，顯然是能獲得更多資源去製作客家新聞，記者 C 如此說到：

那客家的新聞採訪報導獎，我發覺到大家都不是重視，就為了得獎再去做這種專題，這樣看的話其實客家新聞獎也算是一種資源啦，因為它的設立才更多人來做嘛，可以來看大家的技術怎麼樣。（記者 C，259-261）

記者 C 以技術較量來看待這個場域空間，記者 D 也提到：

但是我是覺得說客家新聞獎你又另一個角度看它，它也算是一個平台，讓本來在這塊新聞工作上的人，可以有一個交流的空間也不錯啦，你可以看看別台怎麼處理這樣的新聞，也可以檢視一下自己的技術到哪邊。

（記者 D，494-496）

對記者 D 來說，客家新聞獎不但是一個可以觀看別人如何處理客家題材的地方，也是對自己的新聞報導進行自我檢視，記者 H 更是用了「試水溫」來比喻自己對新聞技術的處理心態：

所以其實我一開始，是真的沒有要去投獎，就只是想說就記錄一下，但

是到後來很多人叫我去試試看，我就想說那好吧，我就去丟丟看，也看看自己的技術到哪邊，就是一種試水溫的心態吧！因為就想說去看看能入圍跟能得獎的作品到底是怎樣，因為其實以前我也有投，但都沒得過獎，所以也想說去看看自己的技術有沒有進步還怎樣。（記者 H，43-46）

參賽者在這個文化生產的場域中製作客家新聞，並且用新聞專業技術來確認自己在場域中的位置，這些技術是資本也是籌碼，參賽者憑藉專業技術的籌碼以在場域中累積更多的資本，在客家新聞領域中贏取一種權威感。此種權威感不只來自於獎項的肯定，更來自於評審的認可。客家新聞獎的簡介指出評審的背景，包括：（一）由客委會委託學術機構或其他執行單位，遴選並報請客委會同意後聘任十二至十六人，擔任「客家新聞獎評審委員」，負責評審事宜。（二）選任委員時應顧及性別、新聞、傳播、客家語言與文化及社會公正人士等背景之均衡；其中具客家語言、文化專業者，占各組參賽類評審委員之比例，不得少於二分之一。（三）各獎項之評分標準及方式，由「客家新聞獎評審委員」議定之（行政院客家委員會，2010）。

這裡可看出客家新聞獎除了希望能盡量做到均衡，也同時突顯評審的權威聲音和專業形象。由於場域是一種權力空間，參賽者在這場域中依賴技術來競爭，評審者在場域中依靠技術來評審具有「客家」意涵的新聞作品，這樣的場域運作既是再製了客家文化，同時也勢必排除了某些客家文化。對此，場域中的參賽者怎樣看待此一權力空間，以下進一步說明。

（二）審判者模糊的梳妝台：隱身的指揮家

Bourdieu曾用「交響樂式演奏」（orchestration）來比喻在關係位置中成員的互動。他認為個人在社會中，就如同交響樂演奏的成員一樣，在演奏時，個人屬於交響樂中群體成員，但在私底下是隸屬於不同群體，隱藏著個人被區分為階級

的事實，不過並不抹煞個人的獨特性；相反的，當個人進入屬同一階級的演奏會場演奏時，正是可以彰顯個人本身的獨特性（不同樂器），並與其他成員產生共鳴（高宣揚，2004：129-130）。不過，交響樂演奏活動此場域所形成的力場，也時時會影響和調整演奏成員的獨特步伐和風格，使之出現不協調性與差異性，在經過這特殊張力拉扯一段時間後，成員會慢慢的趨向於總體演奏的節奏與風格（高宣揚，2004：131）。若以此觀之。則客家新聞獎的參賽者，在配合演奏前對這個場域的指揮家會產生何種想像，對此，記者H說：

完全基於那種對我們要論述的東西所表達的立場，三次我都完全沒有考慮到怎樣寫會取得評審的滿意，但是你會好奇為什麼說有些作品會得獎，是會好奇評審怎麼評的，但我想我更好奇的是，這些評審是怎麼找的。（記者 H，150-153）

記者 H 提到他並不會刻意迎合評審，但卻好奇評審如何透過專業能力在眾多入圍作品中做出評斷，而記者 K 也提到：

畢竟它就是有一個評審機制在那，所以多少會去猜一下，甚麼東西可以會引起注意，那你去看那比重嘛，就是說他有一半是傳播學者一半是客家文化的人這樣，當然我知道客委會是說他們都沒有參與評審嘛，但你會思考說那為什麼他們會找這些人。（記者 K，316-319）

客家新聞獎設立之初對許多新聞從業人員來說是個福音，因為有更多的資源能夠去處理在一般主流媒體中不易看見的客家新聞，但是當場域中的評審機制開始運作後，換來的是更多對於獎項的質疑聲音，例如記者 A 指出：

關鍵點是在，就是我有寫特稿的去質疑客家新聞獎，就是說我是不會覺得說不公正或怎樣，但就是對於他們一些機制感到不解，我相信評審有他們的專業，參賽者有心想參與，但是官方你是不是應該要轉手，當一個審判機制很尷尬的時候，你真的不禁會質疑。（記者A，172-175）

交響樂團之所以能夠順利演奏，除了成員間彼此協調之外，更重要的是指揮者，透過指揮棒的揮動來告訴場域中的行動者，一同建構符合該場域應有的價值。客家新聞獎是一個以客家文化為號召的地方，目的在鼓勵更多的客家文化的生產，但當評審透過獎項而在文化上做出評斷時，這種過程已成為一種排出他者，確立自身價值的過程，無形之中形成了一種文化上的霸權，參賽者之間也透過文化的產製而進行一場競爭遊戲。

（三）參賽者的表現舞台：牽制性的競爭關係

場域是在不同的資本類型與數量之基礎上形成的統治地位與被統治地位所組成的結構性空間（Swartz, 1997/陶東風譯，2006：143）。客家新聞獎的評審機制如同場域中的統治者，這個機制處於場域中的統治位置；而場域中的參賽者則是處於被統治的地位，他/她們產製的新聞會受到評審的裁決，這樣的過程，是否在無形中形成符號的暴力。台灣的新聞界每年都有若干新聞獎項來肯定新聞從業人員，這些獎項一定需要評審機制以讓獎項的頒發能順利運作；但客家新聞獎值得省思的地方，除了它是一個官方舉辦的獎項外，還在於這是一個以文化為號召的場域空間，因此有人擔心如果新聞界以獎項來評斷一個文化的代表，可能讓多元文化慢慢窄化，例如記者 J 說到：

我是覺得以前沒有客家新聞獎的時候，大家都可以寫客家新聞，更多元，可是當它強調之後我覺得大家都被牽制了，我認為啦，文化不管是甚麼文化，他原本就是建構出來的。對，他原本就是建構出來的。那他如果再刻意強調的話那好像就會更建構。（記者 J，125-128）

記者 J 認為客家新聞獎出現後，報導客家新聞的記者反而受到牽制，本來可以更多樣去呈現客家，處處是題材的客家元素，如今反而更像是建構出來的文化，客家新聞獎過度強調客家的方式和以文化為評斷的機制，在看似更加多元的文化產製下反而受到更大的牽制，這樣的牽制其實對某些客家新聞的產製者來說

更不自由，記者 C 就提到：

反正我報社，其實我告訴你，一開始客家新聞也不是我要做的，那時候不是我要做，是我前任地方通訊主任，他是外省，他住在新竹，他重視客家新聞獎，我連續兩年沒有得獎，心情會失落你知道，就覺得我也是寫客家的東西，也寫得很深入，那怎麼會這樣，那他認為，他叫我說是不是換個方式，做個人物這樣子，他本來叫我說一個人物寫一千字就好，我說一千字很難以表達，又不能全版，所以我就用半版，但是你要從一千七百字裡面要表達一個人物，不是那麼簡單，所以我那人物裡面寫法真的是到一種字字玕珠啊！（記者 C，444-449）

可見客家新聞獎的參賽者會摸索甚麼樣的新聞是客家新聞獎想要的新聞，如果所報導的客家新聞，沒有受到獎項的肯定，則除了需要心情調適外，還要不斷調整自己的新聞製作方向，這無形中似乎也對場域中客家新聞的製作者形成一種符號暴力，透過獎項的頒發來排除不符合評審觀點的客家新聞，而這些認定，似乎也帶有一點主觀的色彩。記者 E 則以為，這是一種不可避免的趨勢，重點是客家新聞的產製者，是否自覺到自身所產製的新聞已經受到場域的牽制，記者 E 說：

我可以認為說他是一種趨勢啦，畢竟政府投資了一些資源之後，它會衍生出一個趨勢，尤其是，是有一個獎項去鼓勵其他媒體去繼續這種報導。那無論好壞，就是說當然它也有報導一些很刻板的東西，那，也會報導一些可能是很不錯的東西。但是站在整體，整體所謂的客家人被重視的某個界限裡面，是好事啦，這是好事。這不是壞事，這是好事。只是說不要把它看成就是說，如何，如何讓一般媒體可以理解說他們報導的東西到底是刻板的，就是說，因為我所知道大部份報導的，還是一直在強調說客家人很偉大這件事情，那，這件事情，真的是這樣嗎？那其他族群真的就不偉大嗎？一定要特別強調某個族群特別偉大嗎？這個

我是很懷疑的，就我自己個人來講的話，但我其實更懷疑當我們這些新聞工作者開始來參賽後，是不是也受到牽制了，因為你自己會去想怎樣的東西特別，組織也會從中挑選誰的新聞去參賽，你說它多元嗎？我也打個問號。（記者 E，180-189）

顯然記者 E 認為客家新聞獎限縮了客家新聞的報導，他擔心一個獎項如果以族群為目標，且透過獎項的頒發來評斷新聞品質的好壞時，是否會更加深一般人對客家文化的刻板印象。

Bourdieu 描述場域及其特性的用語，如市場、資本、利潤等，係經濟學語言的借用，但他並非以狹義的經濟學概念來分析場域。事實上，Bourdieu 場域分析必須避免單純的經濟邏輯，於是欲理解文學或藝術生產場域所賭注的利益，必須重新建構文學或藝術場域與經濟、政治場域的關係。如此一來將可發現文學或藝術場域的自主性愈高，則場域中的行動主體愈被導向非金錢和非政治目的。因而愈具有「無私欲的利益」的假象，事實上，文學或藝術生產無私欲的表現，外貌上似乎與商品和權力的世俗世界是對立的，但這並不意味著利益是中立的，相反地，它意味的只是更容易在純淨美學的面紗下隱藏其利益（邱天助，1998：121）。而客家新聞獎在以客家為號召下，場域中的行動者看似相當自主，但其實在評審機制的價值判斷下，都已經或多或少受到牽制，因此，下面將探討，客家新聞獎的記者在這樣的場域中會出現怎樣的實踐行動。

三、實踐：行動者的行動策略

客家新聞獎的參賽記者透過怎樣的手法和行動製作出符合他/她們認知結構中客家新聞，以下進一步分析之。

（一）議題的設定：區隔

場域可用來描述整體的社會空間，其內涵包括兩項特性，一是力量的場地，

一是鬥爭的場地。參與其中的行動者必須擁有力量，面對相互敵對的行動者，要依據其在權力場域結構中所處的位置來使用不同的方法和策略（周新富，2005：57）。因此，這些參與客家新聞獎的記者，他們要面對的不只是評審者，還包括一起角逐獎項的其他參賽者，在這當中，參賽者將會使用特殊策略、運用他們的資源來保住場域中的位置。

對客家新聞獎的記者來說，議題上的區隔(distinction)往往是他們在製作新聞上的第一要件，記者 B 說：

就是你一定要區隔，你不要太陳腔濫調，所以你總是要知道別人做了甚麼，別人的東西你總是要看，要看過去做了哪些東西，可是也不能受到太多的影響，也不是別人做過的我們就不能做，你要去看那個同，你要在同中找到不一樣的地方，你要出現新的素材，這一定會一定要的啦，這是你不管去跑甚麼路線都一樣的啦，你總不可能去寫人家寫過的東西，所以這是一定要必備去做的事情。（記者 B，183-188）

可見新聞議題上的區隔，並不是一種完全的區隔，而是一種同中求異的區隔，這或許跟客家新聞獎的場域有關係，對這些能夠參賽的記者來說，在一樣是具備客家新聞元素的內容中，要如何突顯自己的新聞是最能代表客家的客家新聞，往往是他們最需要思考的層面，因此，這些記者會不斷對自己的新聞加以定位，例如記者 A 說：

我們那時候，客家新聞獎我不記得，但是有一些，他們很，就是，很常去參賽，就會很瞭解每一個獎屬性不同，有的喜歡溫馨感人的，有的喜歡批判性強的，有的喜歡民生議題，有的喜歡環保，有的喜歡那種，社會關懷，就不一樣，那客家其實因為我們自己認為新聞的定義，基本上是有比較有衝突、爭議的東西，所以當然我們會去，整個做的角度就是，就是一個批判角度。（記者 A，401-405）

記者不但會在新聞場域中透過屬性找到自己的定位，並且也會在這個定位上

去再生產這個場域中應該有的新聞內容，這種過程是一種區別彼此差異，記者 F 說：

去把它已經設定好，在哪方面可以的，然後我去慢慢整合，當然你整合出來的東西一定要有你的特色，要和別人不一樣的，就算是類似題材，你也要做得新意一點，我想要在同時客家新聞的作品中跳出來，這很重要。（記者 F，32-35）

對記者 F 而言，如何讓自己的作品在眾多客家新聞中突顯出來，是引導他的行動的一種實踐感，這種實踐感是一種在遊戲意識帶領下，讓行動者能夠在場域中行使的感知作用，這樣的作用就像是一種調節，調節出這個場域中該有的規範，而「區隔」往往是他們在場域活動中能夠辨識的方法。

（二）爭取組織的資源：說服

媒體環境是一個環環相扣的環境，對新聞工作者來說，組織的資源往往是他們最能夠直接取得的資源，一則新聞的產出過程，經常和新聞的組織有著密切關係，記者 F 說到：

客家新聞獎的新聞是對電台交作業，對，就是我們平常就是在跑客家新聞，對主管對台長對董事長啦，他要我們交作業，所以我們那時候是每天都花一小時的廣播在做相關的深度報導，就是廣播的深度報導，這跟我們的上面的長官重視有關。（記者 F，198-200）

為了能夠在參賽中為自己增加獲勝的機率，則爭取所屬組織的資源，是這些記者取得資源的第一個地方，記者 B 指出：

第一，你就是要說服你的報社讓你去做……所以說這就是要來吸引我們做，你不要看置入性行銷，當它是一個誘因的時候，它對報社來說就是一個誘因啊！（記者 B，209，214-215）

記者 B 認為讓所屬的組織願意投入資源去製作客家新聞是個關鍵，因為這涉及

組織是否願意投資更多人力去報導客家新聞，記者 A 說：

如果以當年度的一些其他作品來講，就是，我的意思是說，報社重不重視很有關係。如果今天不是以一個要有點報獎的這種氣勢阿，或者這樣準備去做，很可能就是教育部的記者很可能拿到的是數據寫一寫就算了。可是今天我們要報獎，或是說報社認同記者去挖掘深度的新聞，那他就會給版面，就是像我們這樣，這兩次得獎都是做了兩個全版，然後發動全國記者。（記者 A，107-113）

新聞的曝光度仰賴更大的版面篇幅，而大製作的版面需要大量人力的投入，記者 C 也提到：

因為現在報社來講他也重視得獎，表示你重視這個文化，因為後來我在南部組織當組長嘛！南部的客家主要是在六堆嘛！高屏嘛！台東嘛！當時我是做南台觀點，我連續做兩年南台觀點，兩年都有入圍，但是兩年都沒得獎，那時候好像，有一年就是我一個同仁拍的照片，他有得攝影獎，那年的攝影獎首獎是從缺，後來他也得攝影獎，這一都是我策劃的，這是第三，第三年。第四年啊！第四年的話，我就很難過啦，第四年我就大量做客家的題目，我那時候第四年我就有做客家生意，我不但做那客家生意，我還訪問兩個，我聯合報要衝夠版。（記者 C，268-274）

綜合上述，客家新聞獎的參賽者在投入場域的前置作業中，必須先讓自身的作品贏得組織的認同，客家新聞獎的光環對這些製作客家新聞的記者來說是一個有利的資源，在贏得這個資源的前提下，必須先取得原先所屬新聞組織中的有利位置，去「說服」組織的投資，提供記者更多的籌碼。

（三）場域中的監視：觀看

場域是一個充滿資本和權力運作的空間，場域內的行動者擁有的僅是「相對自主」的權力，尤其是在新聞場域內部更易受到其他行動者的影響，其工作環境

是一個處於嚴重分裂的場域結構，肉弱強食的競爭與充滿敵視意味的對抗狀態，層出不窮的爭執與職務卡位的挑戰，充斥在這個新聞的小宇宙當中（舒嘉興，2001：24），行動者為了佔有特定地位，保有在場域中的優勢競爭力，通常會藉由「對競爭者施以長期的監控」、「避免犯上對手相同的錯誤」、「抵制對手成功的機會」、「借用對手成功的手法」等方式加以運作（舒嘉興，2001：25-26）。本研究的受訪者透過監看來審度自己的行動方式，這種監看主要包含兩種方式：

1.從歷屆作品感知：

在參與客家新聞獎的競賽時，記者們會透過「觀察歷屆得獎作品」來摸索實踐的模式，記者 B 說：

你自己會去看嘛！會去了解為什麼這些東西會得獎，所以就會知道大概他們要的是甚麼要怎樣去寫，就是自己會去找新聞點啊！藉由這個點發揮下去。（記者 B，177-178）

記者為了能夠了解何種元素是這個場域中能夠大量運用的象徵符號，會去觀察過去的得獎作品，記者 F 說：

它至少是鼓勵它有把市場分眾，就是說你今天報導的東西要有客家的元素，你把新聞有歸類，所以就講說你報導之外，我是完全說就是說像客家庄像這幾年有很多外籍新娘的問題，那他們的第一代第二代，教育問題這幾年來我發現平面報導獲最多獎的都是這部分。（記者 F，186-189）

從以前的得獎作品可看出哪些新聞內容最容易獲獎，這樣的感知需要透過對場域中同是競爭作品的比較與監看，才能夠擬定適當策略與確保戰力。

2.從評審品味中判斷：

觀看歷屆得獎作品也能讓參賽者揣測評審對客家新聞的品味，記者 F 提到：「我覺得去分析它的評審的口味或是說入圍的報導的面向，是難免的。」（記者

F, 84-85) 參賽者對那些看不到的評審們更有想像的成分，記者 D 用「調性」一詞說到：

為孩子寫歌，對我來說它是比較客家調性的東西，我認為它會比較偏向客家新聞獎評審要的那樣，我是以那一支為主軸報。然後，狀告城隍爺，這個是我加減報的，其實我有個心態，我想測試就是說，如果像這種議題的東西，是否會討喜？(記者 D, 341-343)

記者 D 試圖用具備客家元素的新聞來測試評審的偏好。而記者 K 認為如何引起共鳴是他的觀看角度：

我相信評審們會講客家話。猜啦，大概啦，大部份啦，我不知道是誰。但是我覺得，如果能夠引起一些共鳴的，引起他小時候某一個簡單的記憶的話。那我覺得，應該，應該會給我們一些鼓勵。(記者 K, 321-323)

記者如何讓自己的作品符合評審對客家符碼的認定，是他們在製作客家新聞時很重要的一環，這種情形顯示記者會對評審腦海中的認知圖像進行猜測，這些猜測也會影響記者製作客家新聞時的符碼編排，藉由符碼的編排以達成彼此皆認可的客家新聞。

第二節 新聞中客家真實之建構

新聞是一連串重組和選擇的過程，Tuchman (1978) 認為新聞並非自然產物，而是一種社會真實的建構過程，且是媒介組織與社會文化妥協的產品，具有轉換或傳達社會事件的公共功能。新聞報導就像是一種「選擇」部份事實，以及主觀地「重組」這些社會事實的過程。Friedland & Zhang(1996)強調新聞框架是一種「意義建構的活動」，目的在於不斷地「提供意義 (supply meanings)」，新聞媒體因此成為符號系統間彼此競爭的場域。

Bourdieu 也提及在象徵性實際活動中，具有象徵結構的語言，集中地透過語言本身的運作，把語言所包含的一切雙重意義結構滲透和擴展到社會結構中，一

方面使社會和文化中原有的象徵性結構及其複雜關係，進一步透過語言的象徵性而再次雙重化和複雜化，另一方面，又同時帶動語言和社會象徵性結構的不斷再生產（高宣揚，2002：303）。

語言的雙重意義結構，表面看來是各個歷史時代社會共識的結果，但實際上是社會中權力鬥爭的產物和基本條件。意義系統的建構，一方面，是社會各階層成員間力量較量的紀錄和結果，另一方面，又被社會中取得正當化統治地位的社會力量所利用，為他們的利益和權力再分配服務的象徵性體系。語言中的雙重結構的重要性，正是在於它以自身的中介性環節為基礎，為與其相關的一切因素的不斷再中介化提供可能性。所以，象徵性運作，也就是象徵性實踐，歸根究底，就是中介化不斷分化和再中介化的過程。而且，由於象徵性運作中的中介化過程，為中介性因素的策略性運用提供了種種可能性，所以，中介化的象徵性實踐，就隱含著使用中介性因素的各種策略遊戲（高宣揚，2002：304-305）。

為了能夠更加洞悉客家新聞獎中的新聞呈現怎樣的符碼，本節將從客家記者對於作品的解析去了解記者在製作客家新聞的過程中，會運用怎樣的製作手法來製作符合客家新聞獎的客家新聞，他們如何找出象徵這個場域的符碼。Bourdieu指出任何象徵性結構都與人的實踐有密切關係，這不僅因為象徵結構及其體系都是人的實踐所創造的，而且其運作也是完全依賴於人的實踐活動。所以，象徵符號及其體系的生命力來自於人的實踐。脫離了人的實踐，任何象徵性結構及其體系就只是一串毫無意義的符號，是沒有生命、也沒有動力的純粹符號的堆積（高宣揚，2002：303）。因此，我們的生活世界之意義都有賴於行動者的賦予和詮釋，以下透過客家新聞獎得獎者對於自身作品的詮釋試圖了解，報導客家新聞的記者透過何種符碼而達成心目中對於客家特色及客家新聞的想像，這部分主要是針對研究問題五的探討。在此補充說明一點，由於顧及評審意見可能具有參考價值，本研究原本計畫也探討評審意見，但在蒐集資料的過程中發現歷屆評審對於得獎作品的意見，多為一般性評價，或僅提及新聞具有深度和廣度，較少具體說明作

品的特點⁷，對於深入了解新聞內容的幫助有限，因此本研究並未探討評審意見。而這些分析主要針對研究問題五的探討。

一、傳統與新穎的交錯：客家新形象的建構

在客家新聞的報導上，製作新聞的記者會運用傳統和現代的客家元素來進行對比，進而延伸客家新聞的題材，大致包含下列幾種方式：

（一）客家婦女形象的重塑

第二屆 廣播類新聞採訪報導獎由大漢之音調頻廣播電台「大漢風雲」節目所製作的「全球化下客家婦女圖像」獲得，在 2005 年三月「全球化下客家婦女圖像」新聞一開始由主持人引言：「我記得小時候都會看到我的鄰居的阿婆或其他的婦人家，腰上都有一串鑰匙」，新聞中記者回憶起小時候家裡的女性長輩身上都會配帶「鑰匙」這個象徵物，以此象徵在家族中的掌權地位，也同時強調客家婦女傳統的顧家形象，記者F說：

傳統客家婦女印象是怎樣，現在的客家婦女，比較節儉還是怎樣，事實上客家婦女，我們從教育觀，客家注重教育，苗栗縣一百四十幾個五十七個，有四分之一是（只受過教育的客家婦女），客家婦女在教育方面比較提升，婚姻觀比較，客家婦女離婚非常低，他們比較保守，嫁雞隨雞，嫁狗隨狗。（記者 F，21-24）

然而隨著時代變遷、教育普及，客家婦女的形象似乎出現了變化，在新聞內容中，記者報導了 27 位客籍婦女，並且是遍及各國中小學的「女校長」，透過「女性」和「校長」的符碼，試圖將客家婦女重新定位為受過高等教育，並且能夠在

⁷例如，第四屆平面媒體類客家新聞採訪報導首獎作品《客家美學經濟系列報導》，評審評定得獎的理由為：從客家特有文化創意，呈現其工藝、色彩與圖騰交織而成的美學經濟概念，頗具新意，報導深入詳實，且能凸顯觀念傳播與文化傳承意涵。第五屆電視類客家新聞非客語新聞報導首獎作品《狀告城隍爺》，得獎理由為：透過一個客家社區即將被摧毀的事件，不但深入的報導人們的不滿與焦慮；也能顧及主事者的意見，做出平衡的報導。（行政院客家委員會，2010）

以男性為主的教育體系管理階層中，勝任管理學校的職務。

我們就是找了很多國中小學的女校長，來證明說客家是很重視教育並且重視女性的。（記者F，27-28）

記者在新聞中試圖指出客家婦女在新時代下出現特質的變化，從早期社會中依附在男性底下的女性形象，轉變為可以在社會職場上獨當一面的主導形象，呈現客家傳統女性走入現代的新形象。

第五屆平面媒體類新聞採訪報導獎第二名是《新活水》雜誌的〈好客風采〉系列報導，其中〈戲路—兩代客家女性的戲與人生〉的新聞也是透過傳統客家女性的形象和現代女性的新面貌來進行報導：

一個是客家的傳統戲曲名伶黃秀滿，演了六十幾年別人的故事；一個是客家現代劇場的導演彭雅玲，專門讓長者在劇場詮釋自己的故事。（新活水，2008，26期，94）

對此，記者K談到：

我也寫的也是有老的跟年輕的比較，跟傳統戲曲跟現代戲場，做一個比較，但是最主要還是想要再介紹客家戲曲之於，傳達現在這東西這再流逝，那也透過比較去看這兩代同樣是再做戲劇的女性有甚麼特色。（記者K，511-513）

此則新聞對於傳統客家女性的描述，還是重塑大多數客家論述強調客家人硬頸精神的形象：

由於父母親的工作都在戲班，相當依戀母親的黃秀滿怎麼也不肯回家，禁不住要求，母親終於讓黃秀滿正式走上這條路，有人形容黃秀滿是「做戲骨的」，記性奇佳，傳自母親的真髓加上後天的努力。（新活水，2008，26期，95）

客家婦女的美德可歸納為：勤勞、勇敢、簡樸。客家婦女的美德，不是天生的，而是後天鍛鍊形成的（房學嘉，1996，311）。上述新聞也反映了這樣的意象，

新聞當中對傳統戲劇的女性代表黃秀滿的女性特質，描述為具有堅忍不拔的形象再現。

而對於現代客家女性的描述則是一種「找回」客家認同的新聞論述，新聞提到戲劇家彭雅玲製作《我們在這裡》的戲劇時，有以下的說明：

從不知道為什麼不想承認自己是客家人，到知道為什麼承認自己是客家人，許多內心狀態的改變其實是從演完之後才開始的，經過幾年的沈澱，大家漸漸發現能夠認同自己的文化。（新活水，2008，26期，99）

新聞能夠建構族群形象，上述新聞都企圖對客家婦女形象進行一種重塑，在新聞當中可以看到傳統客家女性「以夫為尊」、「刻苦耐勞」的新聞論述，而談到現代的客家女性，則是用一種顛覆以往客家女性依附男性的角度來詮釋客家女性。在族群認同上，無論是傳統或現代的女性，都可以看到新聞報導有同質化的趨勢，新聞中的人物被形塑為一種已擁有或是找回自身的族群特質，新聞不斷對族群認同進行一種族群特質的重塑。

（二）客家傳統音樂的轉型

對比傳統和現代的差異，這種交錯手法也被運用在報導客家音樂的新聞上，針對獲得第二屆 平面媒體類新聞採訪報導獎的《自由時報》〈客家歌謠的傳唱與困境〉系列報導，記者B指出：

因為你用一個流行文化的切入，你有懷舊又有新的東西，年輕人也知道這些新生代歌手，所以那時候我們是有刻意去做新的題材跟舊的題材做結合。（記者B，90-92）

在這篇標題為「客家歌謠的傳唱與困境系列（上）/失傳的祖公聲 失真的歌謠本」的新聞中提及：

呂錦明指出，在比對了大量的古抄本與歌本後，發現現代傳唱的許多歌詞，可能當初口耳相傳出現音誤，也可能是後代傳唱者記憶錯誤，與至

少一百五十年以上、被他稱為「祖公聲」的客家傳統山歌有明顯的差異，甚至失去原來的美感與意境。（自由時報，2007.03.29：A8版）

該則新聞首先提到客家歌曲已經在後人傳唱下出現了不同的變化，從古代到現代早已出現失真的變化。新聞報導中大量運用客家音樂中傳統的象徵文化：

客家民歌有山歌、採茶、小調、九腔十八調等不同說法。採茶主要是指源自於採茶戲的唱腔；小調包括城市小調；九腔十八調形容客家民謠曲調多、內容豐富。不過，一般人仍以「山歌」做為客家民謠的總稱。「山歌」是「土地裡迸出來的歌」，與早期客家人生活在丘陵的自然生態有關，丘陵土地貧瘠，種田不理想，因此以種茶葉為多。由於茶園之間隔著小山丘，傳唱文化自然地產生出來。山歌最大的特色就是「對話」形式，自由而隨興。流傳在民間、九成的山歌都是情歌，打情罵俏、相當露骨，在中國部分地區過去還曾因此禁唱山歌。隨著社會轉型，客家人離開了茶園，山歌的對話、開放形式因為場域的改變自然消逝，山歌班如雨後春筍興起，還進了國家音樂廳，雖然被保存了下來，卻已脫離了本質。（自由時報，2007.03.29：A8版）

上述的新聞內容雖然提到客家傳統音樂，包含山歌、採茶、小調、九腔十八調等不同的歌曲形式，但新聞對客家山歌有著墨較多的敘述和介紹，透過「客家山歌」的記號在新聞中再一次強化傳統客家音樂的符碼，記者B提到：

那個時候有幾個滿新的客家歌手，裡面有一些流行文化的帶動這樣，也是滿重要的一個事情，我們就想說把這樣作一系列的整理報導，讓大家都認識，其實是滿不錯的，因為你用一個流行文化的切入，你有懷舊又有新的東西，年輕人也知道這些新生代歌手，所以那時候我們是有刻意去做新的題材跟舊的題材做結合。（記者B，88-92）

因此，在這則新聞的產製上，報導客家新聞的記者先是再一次重塑出客家傳統音樂的文化符碼，所以可以在新聞中看到：

「瓜子仁」一曲，根據目前保存的大正五年（民國五年）最早古抄本來
看，古詞是「食到瓜子連到『我』」，想的原本是姑娘，現今卻被唱成了
「食到瓜子想到『娘』」，妹子變成了媽！在「洗手巾」中，古本記載為
「十指尖尖『洗到稿』」，現在版本變成「十指尖尖『水上浮』」，呂錦明
無奈地表示，前者的意思是說洗衣服洗到手的皮膚發皸，後者卻完全沒
意義，「難道是把手指砍下來漂在水上嗎？」描述情郎要走，姑娘邊繡
花邊唱著歌送行的「送金釵」，原先應該是「『失手拔針』刺著哥」，描
述小女生的芳心大亂，現在卻成了「『十指尖尖』刺著哥」。（自由時報，
2007.03.29：A8版）

山歌為習俗傳統，「瓜子仁」和「洗手巾」以及「送金釵」，都是客家傳統
歌謠中的小調歌曲，客家話是漢語廣東方言之一，保留較多古代漢語音韻（曾喜
城，1999，17）。但是記者B表示：

因為我也不要太傳統，要有點流行的東西，因為過去大家都把客家當成
是一個好像是古老的族群，都是在做懷念、紀念的主題，這樣會和讓讀
者太有距離感。（記者B，79-81）

因此，在這篇「客家歌謠的傳唱與困境系列（下）/金曲的客家樂 可悲的非
主流」新聞內容中，可以看見運用大量的新生代客家歌手的觀念，先是以客家新
世代歌手的想法帶出新聞的主題：

包括曾入圍或獲得金曲獎的顏志文、謝宇威、劉劭希、林生祥都認為，
這會讓外界誤以為，客家音樂是實力不夠才需要被保護，客家音樂人贏
得不光采也不痛快。「為何阻擋我們與伍佰、江蕙、紀曉君一較高下？」。
（自由時報，2007.03.30：A8版）

由於流行歌已經成為大眾文化中最強勢的一支，其最大特徵就是「趨新」，
因為新才能喚起人們的興趣（徐正光，2007，310），而這樣的特質也符合新聞對
於報導題材求「新」的要求，因此，在這段新聞中，不但帶入多位客家流行音樂

創作者的名字，並且也放入許多大家熟識的方言類歌手名字，記者 B 表示：

然後我們就想說要不一樣，一定要有一些比較流行的元素，比較新的議題帶進來，所以剛好那時候就這麼剛好碰到有一些人在做客家比較新的音樂，所以那時候我們找了很多新生代的客家歌手，而且你還要帶一些也是方言類比較有名的人物近來，很多都是年輕人比較耳熟能詳的人。

（記者 B，81-84）

新聞首先帶入傳統客家歌曲的元素，再轉移到現代客家流行音樂的場域，運用新、舊元素的融合來設計出客家新聞的內容。在報導傳統客家音樂的新聞中，雖然還是以客家山歌作為新聞論述的主軸，但為了能夠拉近與閱聽眾的距離，記者在新聞製作時試圖置入流行的元素，例如：新生代客家歌手的論述、音樂風格的題材，以此來形成新聞的報導內容。

二、客家文字的運用：語言召喚的族群認同

族群認同有許多形式，包括個人歸屬的情感、社會分類或階級、政治組織等。一個共同的文化體系、文化物件或文化傳統總是被認為和族群認同聯繫在一起，客家的族群認同也不例外。但從客家族群的界定來看，客家語言是區別其他族群相的基本標誌，因為客家族群的出現首先是一個方言族群，然後才有其他文化特徵（陸緋雲，2002：4）。在客家新聞獎的得獎新聞中，語言往往是新聞題材的一個重點，以下分別從兩個方面加以討論。

（一）探討客家方言式微的新聞議題

語言是族群的明顯特徵，在台灣以華語為國語，方言以福佬話為主的社會中，客家語言的能見度確實不高，報導客家新聞的記者們也意識到這個問題，因此在新聞中會強調客語的弱勢，指出客家語言的消逝。獲得第一屆客家新聞獎的《自由時報》報導〈客語教學危機與展望系列一〉，以客家語言為弱勢語

言的角度來報導新聞：

鄉土語言教學實施近四年，掀起母語學習風潮，卻也造成新的語言危機？教育部最新統計發現，今年客家語班級數大幅銳減兩千多班，由去年一萬零一百三十一班，驟跌為七千九百九十五班，相對於閩南語與原住民族語逐年攀升，客語儼然成為「新弱勢語言」。（自由時報，2006.03.27：A8版）

上述新聞指出客家語言是一種在主流社會中已被邊緣化的語言，記者A談到：

因為我記得，爭取那個鄉土課程，是不是94年的教改還是甚麼，然後我們也剛好那時候，那個報導，大概已經也推動十幾年了吧！對嘛，十幾年了。所以我們基本上也是想檢視說，當初的這個社會的呼聲，各個族群希望有自己的母語課程，然後，可以讓下一代對文化扎根這些，這個政策到底落實的情況怎麼樣，這基本上客家的議題很少在新聞中被其他的新聞中被強調，因為其實就像一般漢人的社會一樣，所以沒有特別的，那個被曝光的機會。（記者A，33-39）

記者A認為客家議題在社會中被探討的機會並不多，並將此想法透過新聞去再現出客家語言趨於弱勢的危機，語言往往成為報導族群議題時最常被關注的題材。

獲得第五屆平面媒體類新聞採訪報導獎第二名的《新活水》雜誌〈好客風采〉系列報導，其中〈尋找客家的劇中人〉的新聞是用一種找回客家的方式來寫客家語言的流逝：

代表台灣的林昞安，大膽地選擇「客語」作為舞台上的語言，她說：「演了多年的戲之後，發現客家慢慢回到自己身上，出現一些意想不到的『質感』，有一種跟角色走在一起的感覺，也像是尋找親人的過程。」透過語言和身體的傳達，是一種更自然的連結，不必強求觀眾一定要接受「聽

得懂」的部分。（新活水，2008，28期：96）

此則新聞指出客家話是一種在公眾場合（舞台）中不常被聽見的語言，因此，新聞用「大膽」一詞來形容以客語演出舞台劇的決定，雖然新聞不直接指明客語的弱勢地位，但藉由新聞人物慢慢找回客家的描述，顯現客家話在日常生活中能見度低的不利處境。記者 K 表示：

那在你想像的時候呢，那就個文字就變成一種工具，導引你把這個畫面給設想出來。所以我覺得我，我的工作……就是都跟我成長背景有關，因為我小時候是在都市長大，那當時其實我客語說的不好，是之後因為工作上要播客家語的新聞，所以我才再學過，那我就會思考客家話對我來說是一種我本來是客家人，但我甚麼都不會說的一種再尋回，一種身分的再確認，所以我有一則就是客家戲劇的就是這樣的角度去寫。（記者 K，178-183）

顯然記者 K 製作此則新聞時，將自身經驗融入到新聞當中，這樣的建構涉及一種社會的集體記憶，客家語言在早期受到政治壓迫和國語政策的影響，一直到 1988 年「還我母語」運動後，客語的能見度才逐年增加，這則新聞藉由一種找回客家與客語的報導手法，其實是再次建構客家方言已經式微的論點。

綜合上述，新聞報導客家方言，往往強調其為一種弱勢語言，這樣的報導方式旨在透過新聞突顯客家文化處於弱勢處境，以喚起客家族群認同的一種建構手法。

（二）華語文與客家話的轉化

在客家新聞獎的得獎新聞中，有些新聞的重點雖然不是探討客語議題，但是記者仍在文字中盡量使用和客家語言相對應的字詞，企圖藉由文字之運用來增添客家族群認同的要素，例如第五屆平面媒體類新聞採訪報導獎第二名《新活水》雜誌的〈好客風采〉系列報導中〈足兼（跨越）——張典婉〉的新聞，該則新聞運

用「足兼」一詞，來表達一種跨時代的意思：

不妨隨著作家手中的筆，足兼（客語，意為跨越）過世代、族群、階級、語言以及國土疆界，隨著人的故事，一起翻開這些令人驚豔的新頁。（新活水，2009，27期：106-113）

對此，記者 K 指出：

像這個「足兼」這個字是客家字，有一個足和兼，這是跨越這個東西的意思。因為它是一個客家的字，它就是跨過去的意思。（記者 K，340-341）

在此可看到客家新聞的報導策略，記者採取的手法為新聞內容賦予一種雙重的意涵，利用文字的轉換讓一組字詞可以跨越「華文」和「客家話」。記者 K 認為能夠在文字中找到這些文字間的對應關係，是他製作新聞的最大特色：

那我把他引用成跨越這個時代，就是一個新意。所以我覺得每一個，如果說你可以找的到對應的那個字，或是對應的，就是在文章裡面可以找到對應的這個想法。他就是，就是這個客家的一個創新的想法，我想也是我最大的特色。（記者 K，343-345）

這種運用客家詞彙的新聞寫作方式，是最能直接喚起族群意識的寫作手法，記者 K 表示：

我相信評審們會講客家話。猜啦，大概啦，大部份啦，我不知道是誰。但是我覺得，如果能夠引起一些共鳴的，引起他小時候某一個簡單的記憶的話。（記者 K，321-322）

類似這種運用文字間的對應關係來製作客家新聞的方式，也出現在記者 J 的報導寫作裡，他說：

像這個，這個轉屋，我不要寫轉屋，我寫轉・屋，就是故意給他一個點，我讓它有一種中文和客家話可以對應的方式在裡面，它是有它的新的涵義在裡面。（記者 J，93-95）

記者 J 在《新活水》雜誌〈好客風采〉系列報導的〈轉・屋-客家夥房聚落的

活化與再生」裡，就可以看到這樣的文字運用：

夥房的沒落，並非代表夥房已經失去價值，相反地，這些珍貴的文化資產，都有動人的家族故事以及先人生活智慧的結晶，只是老屋需要轉化，需要被賦予新的意義，從原本屬於私人或家族的財產，轉變為整個社區的資產，並從整體生活環境出發，以聚落或社區的觀點，大尺度地做為活化的範圍，才能真正達到保存的效果。（新活水，2009，27期：104-105）

「轉屋」在客家話中是「回家」的意思，而「轉」這一字在字義上具有一種轉變的意思、轉變的「屋」子，記者運用文字轉換策略來傳達新聞的主題，並且認為這樣的寫作手法能夠賦予客家新聞一種新的意義，也是據以區隔其他客家新聞的地方，記者 J 說：

我在我的文章裡面，你們多多少少會看到一些客家，客家的文字，文字化，客家話文字化，我想這是我自己覺得可以吸引到讀者目光的原因，或許這也是客家新聞獎給我的原因。（記者 J，109-111）

上述華語文和客家話字詞間的對應關係和字詞間的轉換，成為記者在製作客家新聞時的巧思，目的在吸引讀者，評審也是讀者之一，這種新聞製作策略是一種透過語言力量再次召喚客家族群認同。

三、農村與城市的對話

原鄉情懷的依戀農村和客家文化有著密不可分的關係，許多客家文學作品都以農村生活為背景。記者 K 就表示：

我就是說那些豐富度，我們在台北是看不見的，我們在都市，我們根本看不到農村的一些景象。我們看不到農忙、農耕，這種就是有關於跟大自然一起，一起呼吸的這種感覺，那我想土地是孕育文化一個很重要的地方，所以我當時就是有這樣的想法去寫。（記者 K，196-199）

無論是「農村」或「城市」都是一種地方上的空間，Peet（1998：76）認為地方所指的，是人們發現自己、生活、產生經驗、詮釋、理解和找到意義的一連串場所（locales）。Crang 同樣認為地方之所以被賦予意義，就是因為人們對於地方的歸屬感。在某一地，人群並不只是定出自己的位置，更藉由地方感來界定自我（Crang，2003：136）。記者K認為：

如果我是都市人嘛，我是希望看到農村的什麼？這樣子。或者是說，唉，就離開農村的人，離開農村的人，哪些東西是他覺得說，會讓他懷念的？我想藉由這樣的角度去報導。（記者K，231-233）

《新活水》雜誌〈好客風采〉系列報導的〈離鄉與返鄉之間〉，記者在新聞中談到人跨足城市和鄉野之間，對人和土地情感的取捨，該則報導指出：

兩人雖然離開家鄉到台北開創天地，卻不約而同地設計出對家的眷戀，以及對親情的另一種表達，現在讓我們看看他們究竟在家鄉捨去了什麼，又從家鄉撿回來什麼。（新活水，2009，24期：56-58）

Climo & Cattell（2002：21）對地方的描繪，同樣強調情感層面，認為地方（place）乃是透過聲音的匯集所孕育出來的，地方是社會歷史、個人和人際之間的體驗、以及選擇記憶的複雜建構。人們在情感上歸屬於地方，而地方則有能力喚起遺忘的記憶，甚至是遺忘的自我。許多不同種類的地方皆保有記憶，如：自然世界、創造的地景、以及城市空間和人類其他的居住地。當特別的地點對特別個人及團體賦予意義時，它們維持了記憶和歷史的持續性。（轉引自劉憶萱，2008：18）客家早期的生活和農村有著密切關係，因此，新聞中大多會提及客家生活歷史和受到工商業影響下，農村生活出現的變化和危機，危及一種人和土地之間的情感依附，記者D說道：

你會覺得很無奈，為什麼？照理說，這些農民可能都是第一次上台北，來都會區，應該是要來這邊看101，來這邊玩的，對不對？是心情很愉快的來這邊郊遊，怎麼來這邊會是來抗議的呢，那那時候我就是先拍了

一個他們走上在台北街頭，後面還都是很城市的車水馬龍這樣，那會覺得說更突顯農民他們的冤屈，或者他們的無奈。（記者D，248-251）

公共電視台製作的「狀告城隍爺」獲得第五屆客家新聞獎電視類非客語新聞採訪報導獎，新聞畫面中可以看到這些元素及手法的運用，如圖5-1：

畫面／地點	畫面元素	新聞旁白
台北街頭，客家農民走上街頭。 	影像：街頭、戴斗笠的農民、牛、公車。 字幕：當人民的財產權受到侵害。	當人民的財產權受到侵害。

圖 5-1：「狀告城隍爺」（一）

記者 D 在新聞畫面的處理上，運用了對比的方式，在台北街頭的車水馬龍中，出現一群農民和牛的景象，顯得相當突兀，這樣的新聞影像是記者特定擷取的鏡頭，反映所運用的製作手法。新聞之所以為新聞，除了題材要新穎之外，新聞當中如果能夠有衝突，往往會成為記者取材的重點。這樣的衝突未必是火爆的場面，很多時候是傳遞一種現實中被迫接受某種現況的無奈。這則新聞中的客家農民面臨現代化發展下，土地即將被徵收的命運，這種人和土地之間的情感，是記者 D 在新聞中想要傳遞的價值，他說：

因為上來抗議的人大概年紀都滿大的，有六、七十歲。照理說六、七十歲應該是在家裡享清福帶孫子這樣子，很快樂的田園生活這樣子。可是，怎麼都是老一輩的上來抗議，年輕的那一輩，或許他在上班，可是或許他對土地的情感，對家的情感，沒有像老人家這麼深。畢竟，土地留下來是兩代、三代的事情，上一代留下來我要在我有生之年我要把這

個一樣保留下來，把它交給下一代。不是，可是在我這一代，因為現代發展，既然會遇到一些所謂的土地徵收，怕失去他的家園，要出來所謂的申冤、抗議之類的。我會覺得那樣的情感，年輕人或許沒辦法體會，可是我會從每個人的眼神去看到，所以我在我的新聞中，會盡量去帶到這些農民的表情。(記者 D，255-262)

從記者 D 的說明，可對照新聞畫面如圖 5-2：

畫面／地點	畫面元素	新聞旁白
台北街頭，客家農民臉部特寫鏡頭，舉香問蒼天的畫面。 	影像：戴斗笠的農民、持香、寫有抗議文字的布條與紙牌。 字幕：只能狀告城隍爺。	只能狀告城隍爺

圖 5-2：「狀告城隍爺」(二)

在鏡頭語言中可以看到特寫的農民臉部表情，並且透過手舉三炷香祈求上天的動作，來突顯農民的無奈，只能無語問蒼天的心情寫照。記者 D 又提到：

那我記得我最後是用了一個鏡頭，就是有一個挖土機在挖農地，去突顯那對衝突。(記者 D，265-266)

下圖 5-3 便呈現這個情景：

畫面／地點	畫面元素	新聞旁白
竹南小鎮的一塊農地，挖土機正在開挖。 	影像：挖土機、 電線桿、農地。 字幕：是不是該 檢討了。	政府是不是該檢討 了。

圖 5-3：「狀告城隍爺」（三）

Cresswell（2004：101）指出，地方常常被視為「集體記憶的所在」，透過連結一群人與過往的記憶建構來創造認同的場址。從以上的探討來看，可以發現記者在製作客家新聞時會不斷地去建構一種集體記憶，並透過人在土地上的情感拉扯來突顯客家的處境，這些皆屬新聞報導時記者運用的新聞製作策略。

第三節 客家新聞獎對客家新聞報導的影響

在政府政策的推動下，行政院於 2001 年 6 月 14 日成立客家委員會，繼而於 2003 年 7 月 1 日成立客家電視台，並於 2006 年 7 月 1 日加入公廣集團，成為領導擘劃客家族群傳播的舵手。然而由於客家族群多年來「隱形」族群的身分，使得大眾媒體對客家事務的關心程度遠不及客家人口的比例。從事新聞工作近三十年的記者 C 就提到：

我從很久以前沒甚麼人在製作客家新聞的時候就在寫了，那時候說要做這個還要想很多新聞點來寫，早期根本就沒甚麼在注意客家，報社也不會覺得這重要，你看現在也是啊，客家新聞的比例很少，你去看現在有些的會做的幾乎都是因為客委會補助，那早期根本就都沒有啊，所以我

是真的很有使命才會一直都在關心客家事務，那因為怕人家一聽到客家就覺得跟自己沒關係，所以我就用一些很有名的客家人來帶我要做的新聞。(記者 C，130-135)

客家新聞在主流媒體上的報導比例並不多，對於追求市場導向的商業電視，族群議題較不易在大眾媒體中呈現，因此，記者如果要報導客家新聞往往需要策略上的運用，自由度明顯受到限制，例如記者 C 就是運用「人物為主，客家為輔」的報導方式來製作新聞。

為了讓客家的能見度增加，讓更多新聞從業人員有更多元的空間來製作客家新聞，於是客家新聞獎在 2006 年應運而生。然而，在各種振興客家文化的相關政策逐年增加下，新聞媒體是否在此多元文化潮流下更為重視客家新聞？本節將從受訪者參加獎項競賽的經驗中來試圖了解客家新聞獎對客家新聞場域產生了何種影響。而這些分析主要針對研究問題六的探討。

一、對客家新聞產製的影響

五十年代 White 的守門人行為研究，是觸及記者與新聞產製過程的少數早期經典研究之一。在該研究中，White(1997)首先提出「新聞包含了記者個人偏見(individual bias)」的觀點。

五十年代中期之後，學者將記者個人影響新聞產製的研究重心，擴延至「新聞組織自我利益」(self-interest of the organization)的觀點(Breed, 1955：326)，以及「新聞室常例」(the routines of newsroom)的分析(Gieber, 1956; Hirsch, 1977; Tuchman, 1978; Fishman, 1980)。這些學者大多認為新聞組織對自我利益的追求與新聞產製的常態性運作，均較之記者個人偏見對新聞的影響來得更大。

七十年代晚期，Gans(1979)則提出「新聞是新聞室外競爭實體」(competing constituency)之間的拉鋸戰(tug-of-war)。準此，新聞媒體內環境（例如，記者個人、新聞組織與常例流程等）對新聞產製的影響觀點，開始轉向至外環境（例如，

消息來源與媒體同業之間的新聞競爭)的觀點。

Entman(1989)針對記者採訪政治新聞的現象而提出「互賴模式」(interdependence model)。他認為基本上新聞產製就是政治人物依賴新聞媒體傳遞政治資訊給公眾，而公眾也是透過媒體而獲知相關政治資訊。新聞媒體在資訊傳遞的過程中，僅是扮演「掮客」(broker)的角色。不過時間一久，媒體的掮客性格將向其消息來源（政治人物）靠攏，「公眾」成為抽象名詞，媒體服務公眾的初衷將因而弱化。

Shoemaker & Reese(1991, 1996)針對媒體訊息產製過程，提出了「影響階層模式」(hierarchy of influences model)。該模式為五個同心圓，最核心的同心圓為「個人層次」(individual level)，其次為「媒體慣例層次」(media routines level)，再次為「組織層次」(organizational level)、「外在媒體層次」(extramedia level)，最外層的同心圓則為「意識型態層次」(ideological level)。以同心圓來表達影響新聞產製流程的五個概念，一方面凸顯出這五個因素都同時制肘著記者工作的現象，另方面也指出了這五個概念對記者影響力的順序位階。

綜合上述，新聞從獲得消息來源到新聞的產出，其中牽涉到不同面向的影響，本研究視客家新聞獎是一個文化生產的場域，以下探討在這樣的文化生產場域中，客家新聞獎對客家新聞的傳播環境產生了何種影響。

(一) 個人層次：求勝心下的自我調適

一個獨立自主的新聞工作者，不僅要有著自重、自持與不依賴他人的個性，更要抗拒許多外力的施加（Merrill, 1996 / 周金福譯，2003：8），但這樣的論點顯然對新聞工作者來說如同神話般地不真實，記者在工作環境中時常要不斷進行自我調適以及符合組織的期待，在本研究中，從受訪者的論述了解到客家新聞獎使記者在製作新聞的過程中產生了心態上的變化，記者 C 說：

因為我是客家人嘛！報社當然長官覺得○○○（指記者C）你來策劃這

個客家的東西，我第一年當然，因為那時候是民進黨執政，當然我認為，我的想法多少還是有點政治啦，但我就會從自身的角度來判斷這東西客不客家，因為我本來就是客家人，而且我跑了幾十年跟客家有關的東西，所以我能做的東西自然很多，我的想法是自然而然的！看不到的一隻手，不是完全沒有啦！多少還是有啦！我很不客氣講，我自己的感覺啦！這東西（客家新聞獎）確實有深深地影響我，不然我不會這麼在意。

（記者 C，180-185）

記者 C 用「看不見的一隻手」來表達自身的想像，在新聞製作過程中這樣的想像不斷地牽動記者對客家新聞的定義，一直以來新聞獎項被賦予一種對新聞專業的肯定，記者為了能夠符合這樣的肯定，因而會進行一種自我認知的調適，記者會不斷在採訪工作進行過程中進行一種對於自身角色期待的調整，這樣的角色期待會影響他們在這個位置上的專業認知。記者 E 表示：

基本上我因為要報客家新聞獎，會因為這件事情去規劃題目說要報獎。你說客家新聞獎沒有左右我們嗎？我是懷疑啦！我個人一開始也覺得沒有，但其實到後面你會發現你做新聞的心態基本上就不一樣了，因為一般來說啦如果只是新聞，你發完就算了，不會說要去做成專題或深入報導，不知道耶！其實記者的工作啦，你真的是會不斷在工作中自我調適吧！然後這樣的調適會間接影響到你做新聞的方式。（記者 E，14-18）

在客家新聞獎的新聞場域中，求勝心無時無刻牽動這客家新聞的產製者，因此，每個來到場域中的記者，都在他們心中進行一種對於遊戲的幻象，這樣的幻象會幫助他們實踐腦海中應該符合客家新聞獎的樣貌。

傳統新聞學認為，記者應該要維持新聞的獨立和客觀性；傳播批判理論則認為，新聞工作者要避免淪為統治階級的傳聲筒，不應代為複製其階級利益和意識型態。但在實務界中有太多社會化的過程在影響記者對於新聞專業的判斷和認知，在客家新聞獎中，記者個人對於獎項的追求其實已在無形之中再一次牽動新

聞產製者對於新聞的專業判斷和製作新聞的方式。

（二）常規層次：獲獎至上的集體認同

通常記者都是隸屬於特定媒體機構，即便是獨立的自由撰稿人也必須透過媒體機構提供版面，才能夠將新聞消息發送出去，媒體機構能夠提供資源給記者們，是他們在新聞採訪過程中和消息來源交換最有力的工具，因此，媒體組織的影響往往是大於記者個人所能觸及的範圍，而新聞組織為了能夠累積社會資本和專業的認可，會希望透過獲得獎項來提升自家新聞組織的聲望，在這樣的影響下新聞機構會號召記者來參賽，在這號召的過程中新聞組織直接或間接要求自家記者要對獎項全力投入與參與，例如記者 I 說：

是不會明說啦！但基本上我剛都說了是報社要求的，所以當然以報社的立場，一定會希望可以拿個獎回來，這對報社來講是榮譽吧！尤其是像我們報社你應該也知道就是其實滿偏這種人文歷史類的。（記者 I，68-70）

記者 E 也表示，參賽其實是一種支持所屬單位決定的一種表現：

因為我們在這個組織裡面，那我們的台性就是這樣，你不去參賽好像有一點不支持自家人辦的活動的感覺。（記者 E，257-258）

綜合上述，新聞主要是透過新聞組織內部，經由共通的新聞專業經驗培養出共同接受的新聞價值判斷，這種判斷是透過日常生活中不斷重複的採訪編輯過程中學習而得，但同時也是藉由組織內部對所屬成員的社會化過程逐步確立，而成為一種標準化的新聞生產流程。因此，當這些記者在所屬單位的要求下，大多都會選擇配合組織的要求，投入參加客家新聞獎的新聞產製，這樣的心態是一種內團體感下的牽絆。而當組織規劃性及策略性地製作新聞時，對記者來說則有更多的資源可供製作新聞，但相對的在一切有規劃性的狀況下，其實也違背了新聞記者應該保持客觀且中立的精神。但這樣的狀況也不能完全歸咎於記者，媒體組

織背後的政治經濟結構，已經讓記者很難說真話，大多時候也只能依照組織的安排行事，鏡子理論並沒有出現在新聞報導中，記者在新聞場域的種種機制下，鏡子並未反射它應該反射的，而是記者想像它是甚麼，而將它反射。這樣的想像除了來自記者本身的價值觀和新聞專業的判斷外，組織所加諸的影響往往更大於記者個人的認知判斷。

（三）跨新聞組織層次：秀異符號的產製

多數時候記者為了能夠產製出和其他媒體不同的新聞內容，以獲得評審的認同，他們會尋思如何在許多同事也在報導客家新聞中，去設計出與眾不同的新聞內容，這種情形也成為報導客家新聞之記者心中的疑問，記者 F 就表示：

那我們也是會去注意一下別家報了什麼，要從中求異吧！就是這些題目
其實大家都做過，那你要怎麼在這當中去做出一些新意出來。（記者 F，
91-93）

而透過了解同業是記者時常會採行的策略之一：

去觀察同業啊，去了解說他們可能會去做甚麼。（記者 F，95）

這種模式是一種競爭性的共生關係，在為了贏取獎項而必須彼此競爭的壓力下，記者個人必須透過了解對手的報導內容而製作出這個場域中秀異的新聞內容，記者 E 說：

我剛有提到我們不需要搶獨家，但其實我們去參賽要能夠得獎其實就是
你也要去做獨家，就是說你要怎樣在一樣是客家新聞的報導中去找出新
的點切入。那雖然你也大概知道是哪幾家媒體可能會報名，所以就還是
會稍微去聊一下你(指其他媒體)要做甚麼、你(指其他媒體)要做甚麼。

（記者 E，52-55）

記者在製作客家新聞獎的新聞時，會透過參考其他媒體報導的客家新聞，以協助自身可以產製出有別於他人的新聞題材，即便沒有獨家新聞，

也要用獨家的角度來製作參加客家新聞獎的客家新聞，此種追求及其手法是一種突顯自己新聞內容的一種秀異表現，這樣的秀異是一種在追求能夠獲得獎項肯定時的秀異表現。

（四）媒體外層次：他律性的新聞場域

媒介組織難以擺脫商業或是政治力量的拉扯，是一個「他律性」很強的場域，這樣的新聞場域其實是一個封閉性的系統，不斷自我生產符合場域所需要的元素。在這樣的前提下，客家新聞獎的出現，其實是讓原本希望客家文化多元的新聞場域出現了更多的「他律性」成分，客家新聞獎雖然不是財閥集團主辦也沒有明顯的政治介入，但在獎項的運作過程中還是難免出現客家新聞獎是由官方所設立的質疑聲浪，記者 A 就表示：

其實第一兩年的時候是沒有想太多，就會覺得說，就是雖然報社會覺得、有的高層會認為，這是一個官方辦的獎，他的一個獨立性怎麼樣，會不會有一些行政力的介入、干預，那導致於說它的，就是有很明顯的行政力介入的偏好嘛。（記者A，121-124）

新聞場域內部的活動，更是受到此種外在制約的影響，亦即新聞場域更仰賴環境的外部作用（舒嘉興，2001：91）。客家新聞獎在立意上雖然是希望有更多人投入報導，出發點是希望可以給客家新聞更多元的空間，但卻忽略了新聞場域本身已是一個受到他律性影響很大的空間，獎項的加入更是進一步強化他律性的特性，記者E就表示：

其實講真的，一開始新鮮嘛，會想說客家新聞獎是甚麼，那會有給自己想挑戰看看的機會，但其實你在連續一直得了很多屆過後，你就不會那麼想要去比賽了，但是你的同業啦或是長官，尤其是公司這邊會要求你一定要去這樣，因為獎項嘛，多少是可以帶來一些周邊效益。（記者E，43-46）

從上述的論述中，可以了解記者在新聞場域中會受到許多外界力量的束縛，束縛來自於記者與社會的關係，當記者遇上了客家新聞獎，記者的工作會偏向一種想得獎的傾向，他律性也隨之增加。客家新聞獎是帶有族群色彩的獎項，更是一個因應提升客家文化而生的場域空間，客家新聞獎藉由獎項來界定最符合客家特色的新聞內容，無形之中已經宰制了文化的生產，新聞工作者無法自由選擇新聞呈現的角度，反而可能限縮了新聞報導的多元框架。

（五）社會文化層次：意識形態的爭奪賽

國內學者張錦華曾為意識形態下了以下的定義：1. 意識形態是存在於「再現」表徵系統中，而非個人觀念或意識之中。2. 意識形態為個體在進行社會生活實踐時，提供了一套「想像」的關係。3. 意識形態透過表徵的想像系統建構個體（張錦華，2001：108-109）。

而新聞內容的表現，也同時反映一個社會的文化與意識，記者在守門的過程中，也反映了該社會的文化價值觀。以此觀之，客家新聞獎對客家新聞的品味判斷和產製已形成一種支配性力量，記者C就表示：

但其實有很多時候我都不解說這些東西甚麼會得獎，它不符合我心中認定的客家啊！你看有很多新聞就只想這樣寫寫，沾到客家的表象而已，沒有深入去寫出屬於客家真正的樣貌，客家不單單只有我們印象中的那樣，它（指客家文化）很能適應。（記者C，164-166）

因此，論及記者C心中代表的真正客家精神時，他表示：

客家人有幾個特質，有人講客家人吝嗇，我有時候反而會做一些說，別人對客家負面的評價的東西，我刻意要去做，妳懂我意思？像人家講說，客家沒有企業家，我就特別想要去找企業家。（記者C，657-659）

從上述的論述中可以了解到意識形態會影響新聞報導的偏向，意識形態牽動了個人對於族群形象的認定，也形塑了記者想像中屬於客家新

聞題材的內容。參加客家新聞獎的新聞記者往往會在過程中不斷調整對於客家新聞的認定，客家新聞獎似乎已經間接影響了從事客家新聞報導的工作人員。當記者J談到如何製作參加客家新聞獎的新聞報導時就表示：

要有新意。打破一般人對客家的想法。想要顛覆一些刻板印象。我要去打破那個，界限。這是在構思的時候，一個想法。我怎麼樣子去擴大客家的範圍，去跟其他的東西可以做聯結。我絕對不會說，去定義說客家是怎樣子。去定那個界限。可是你如果去看之前的作品你會發現能夠獲獎的都是一種延續，畢竟客家是一種早期就存在的文化，那我會覺得新聞當中要慢慢去講說這個早期的東西是怎樣慢慢被建構出來。（記者J，51-56）

由此可見客家新聞獎在無形中已經影響了客家新聞的呈現，報導客家新聞的記者在製作客家新聞的過程中，對此族群的形象、文化及價值會有所評斷，而新聞通常是能夠置入及傳遞最多價值體系的載具。

客家新聞獎透過獎項頒發的神聖加冕儀式，讓此獎項對特定族群的文化價值做出判斷，並擁有一種權威性的仲裁角色。參加客家新聞獎的這些記者是做為被評判的參賽者，在獲得獎項後能夠累積自身的資本，意味著一位記者和所屬單位機構在權力與名聲上得到進一步的確認，客家新聞獎不只提供記者和所屬單位一個提高自身資本的正當性契機，同時也間接在場域中確立了客家新聞應該具有的文化品味。

令人值得省思的地方在於客家新聞獎本身是鼓吹多元文化再生的場域，在這樣的前提下文化本應多元。國內外關於新聞獎項的項目不計其數，其它的新聞獎項並不限定族群議題而且大多是由民間辦理，相較之下，客家新聞獎和其它的新聞獎較明顯的區別在於客家新聞獎緊扣族群背景並且由官方主辦。能夠入圍客家新聞獎的新聞內容都和客家文化族群有關，這些新聞報導如同符合獎項所要求之

客家品味的新聞，這樣的運作機制間接再肯定客家新聞場域中秀異的新聞內容，然而符號的象徵暴力似已悄悄地萌芽。

二、記者對客家新聞獎的建議

客家新聞獎自 2006 年起辦理，是當時台灣的新聞傳播界中第一個以族群為號召的新聞獎項，吸引許多有心報導客家事務的媒體工作者投入其中，試圖為客家族群提供更多的發聲管道。

不過，由於此獎項是由官方主辦，雖然行政院客委會表示在審評過程中不會參與任何審評的過程，但由於獎項是由政府機關設立並且舉辦，因此，還是難以擺脫外界質疑的聲浪。而新聞的本質在於反映社會真實，客家新聞獎的出現是否變相成為討好媒體，五年來，也成為備受關注的焦點，也就在這樣的考慮之下，客家新聞獎在民國百年獎項正要開始收件前日，宣佈了客家新聞獎停辦的消息。

本研究在研究的過程中，也發現獎項確實對報導客家新聞的記者產生了影響，事實上，受訪者在訪談中也對這些現象提出他們的意見與建議，以下進一步探討受訪者們的看法。

（一）轉手讓民間辦理

從客家新聞獎舉辦後，行政院客委會便表示客家新聞獎將秉持公正、公平的態度，遴選專業的評審委員，並透過初審、複審、決審等三階段的交叉論辯，選出每一屆的得獎作品。五年來，行政院客委會強調不斷汲取各方專家學者建議，以修正客家新聞獎頒給要點（行政院客家委員會，2011）。

客家新聞獎是由行政院客家委員會設立的獎項，屬於官方舉辦並以族群為號召的新聞獎項，雖然行政院客家委員會表示在評審過程中並不參與討論，但還是避免不了外界對於官方獎項的質疑，記者 F 表示：

我是覺得啦！官方可以脫手給民間，可以像是用個基金會甚麼的，或許

比較好一點。畢竟官方會比較讓人質疑啦。(記者 F，280-281)

為了避免獎項受到官方的影響，進而干擾記者自主性及新聞專業品質，由非官方的公正單位例如成立基金會或許是一個可行的辦法：

我覺得畢竟官方嘛，難免會有官僚本位主義，它可能會設定一些它的期待，那我想轉給民間來經營，就是像財團法人這樣成立基金會。(記者 H，177-178)

由官方頒發媒體新聞獎，過去在台灣社會被視為常態，早期的金鐘獎和金鼎獎中都設置新聞獎項，但新聞媒體的重要工作之一就是監督政府，由政府頒獎鼓勵新聞媒體，實非恰當，記者 A 也表示：

那時候我也有問過客委會類似的問題，但客委會就是說，就是，當然很多東西它是有階段性的嘛，就是從很早期大家都不踴躍，所以當然是要想辦法去輔導他們，你可能就是官方來辦一個獎，那客委會那時候跟我們講說，就到一個階段以後，就是會轉給民間接手，這好像是李永得還是誰，就這只是一個過渡性的，就是說等到這種風氣起來的時候，大家開始關注客家議題，那可能就是會，就慢慢轉給民間接手，就是客委會整個退出。那我也覺得轉給民間接手，像是用個基金會甚麼的，或許比較好一點。(記者 A，125-131)

所謂的成立基金會，也許可以參照也同是以族群為背景之「雲豹新聞獎」的運作模式，此獎項是由財團法人原住民族文化事業基金會所主辦，是以董事會的方式進行獎項的規章制定。其實許多新聞獎項的運作模式都是如此，號召企業界共同捐助成立基金會，由創會的董事們共推傳播教育界或是其他專業人士擔任評審，盡量減低帶給外界有官方政權介入的色彩。

(二) 新聞類別訂立獎項

台灣有許多新聞獎項的類別項目，並不像客家新聞獎是由媒體的類型來分

類，很多時候是按照新聞的模式來分配，記者 I 就表示：

其實我不否認，真的有不少單位是因為獎而投入，那我覺得說這如果是不可避免的，畢竟這很現實嘛！你要推動那必須要有一些手段，但我會覺得說是不是在獎項的類別上要以像是「專題」或「即時」來區別，因為你去看有很多是用那種文學報導的方式寫很多，那這樣看上去或許很漂亮，但那貼近真實嗎？（記者 I，473-477）

新聞都是透過守門人的層層過濾而製作出來，很多時候新聞真實只能做到貼近真實，而非完全客觀地反映社會真實，鏡子理論在新聞中很難兌現。如果新聞獎項又在其中產生某些影響，難免令人對新聞專業之發展有所疑慮。記者 F 也表示：

畢竟官方會比較讓人質疑啦，但其實我覺得最要調整的是新聞獎項的類別分類，你看很多新聞是專題，但其實新聞應該比較偏即時啦！這樣會有很多新聞是做出來的。（記者 F，281-282）

新聞當中多數呈現在閱聽眾眼前的往往是屬於「假事件」的新聞，所謂的假事件並不是假新聞，而是指經過精心策劃製作出來的新聞內容 Shoemaker & Reese(1991)對「假事件」的定義包括：一、不是即時（偶然）發生的事，而是經由設計、策劃而發生的事；二、其策劃事件的目的，是為了引起新聞媒介的注意；三、「事件—真實—情境」三者的關係是模糊的；四、事件最終目的是為了完成自我預言式的意圖（轉引自鍾起惠，2000：159-160）。

客家新聞獎當中，許多參賽新聞採取的報導方式都是專題報導和深度報導（例如：第一屆客家新聞獎得獎作品總計 5 件，深度報導和專題報導就總計 3 則。第二屆客家新聞獎得獎作品總計 5 件，深度報導和專題報導就總計 3 則。第三屆客家新聞獎得獎作品總計 18 件，深度報導和專題報導就總計 16 則。第四屆客家新聞獎得獎作品總計 18 件，深度報導和專題報導就總計 12 則。第五屆客家新聞獎得獎數總計 20 件，深度報導和專題報導就總計 16 則。從這樣的比例中可

以得知客家新聞獎的得獎作品，深度報導和專題報導已經佔了九成的得獎率。

這種需要篇幅和時間的新聞採訪往往是源於新聞記者的規劃，然而對一些認為新聞應該即時並且貼近真實的立場來說，假事件形式的新聞內容已背離這種原則，因此，客家新聞獎在獎項的類別項目上或許可以有所調整。

（三）限制補助作品參賽

客家新聞獎是行政院客家委員會設立的獎項，因此，獎金是由行政院客委會付給得獎者，但許多媒體容在節目製作時，其實早已從行政院客委會獲得補助製作的費用，記者 J 就表示：

我這個是站在客家政策的角度來去看這件事情。如果回歸到媒體工作者，我客家電視台工作者，我當然希望它維持嘛，因為我可能就有機會得獎嘛，但是，但是這時候記者的本性要發揮出來，但是你一樣要把你的視野拉更開，如果你是為了這整個台灣的一個走向，族群的走向是好的，你本來就應該把它分開，你不應該讓政府又花了一筆錢補助你們這些做節目的，然後又要再比賽。（記者 J，263-268）

記者 E 也表示：

我會建議它規定政府補助，或是公視客台不能報名參加。其實你去看 RADIO 的部份，RADIO 的部份做了很多節目，其實都是客委會補助的。

（記者 E，399-400）

記者 C 更是認為：

我是覺得啦！你去看有很多作品都是補助的，然後又來參賽，這樣我覺得那個公平的地方不知道在哪裡，因為我們都是自己花時間花資源在做，你去看有很多電視或廣播有些平面的都是拿補助之後又來參賽。（記者 C，802-804）

客家新聞獎在參賽規則內並沒有規定接受行政院客委會贊助的新聞或節目

不符合參賽資格，而行政院客委會為了要推動客家事物，經常贊助金錢給媒體機構，以便有更多的新聞能夠發出客家聲音，對行政院客委會來說，這是一種在推行文化上最直接的方式；但是從新聞及媒體的專業來看，如果新聞節目接受政府贊助，其實在立場上就已經失去正當性，而受到贊助的作品又前來參賽的話，確實令人質疑，因而有些受訪記者認為有必要思考客家新聞獎應該要重新規定獎項的參賽資格。

綜合言之，報導客家新聞的記者所處的社會位置充滿著各式各樣的資本運作，在所處的社會空間中，行動者都試圖在為個人累積更多的資本，資本是行動者在實踐過程中最有利的資源，藉由這樣的資源，行動者企圖將客家新聞的想像實踐在新聞報導當中，一連串的實踐過程承載行動者在客家新聞獎場域中必須經歷各種精心建構之競爭和場域所形成的審評結構，客家新聞獎在提供行動者資源的同時卻也同時限制了行動者的思維和實踐。

前面第四章先是探討了客家記者對於客家新聞的想像，客家記者在實踐活動中仍具有思辨能力，但它絕非行動者個人純粹的意識或推論的能力，而是一種同時受到習性所賦能和約制的實踐過程，它是一種薰習、熟悉而不需時時警覺或推論反省的基模，它同時是各種社會生活實踐中親身體現的產物。經由實作過程中所親身體現的基模，使得人們的認知結構中有一組對價值判斷的分類架構，它是行動者能夠從事建構行動的前置基礎，但它也同時框限了行動者在社會空間中的社會位置和行動的可能性。

社會空間中位置的差別與行動者個人的心理結構、性向或習性的差異之間並非簡單的因果關係或對應，但兩者間卻有著複雜的辯證關係和過程，一方面，行動者所處的社會空間或場域，成為形塑行動者習性的可能生成條件，而另一方面行動者的習性又是個人在社會空間或場域中從事各類實踐或建構活動時的基礎，這樣的基礎也就構成了客家新聞記者對新聞價值判斷的基模結構。同時，在實踐行動中，社會空間或場域的差異結構被行動者自己的建構行動所強化或再

製。

因此，在本章中試圖辯證客家新聞記者所處的社會空間和習性的關係，客家記者新聞個人所具備的各種資本，都成為進入客家新聞獎場域中參與競賽的王牌，而為了能夠讓手中王牌發揮最大效果，各種策略間的運用成為客家新聞記者最大的挑戰，在客家新聞獎的場域中，在看似多重的策略當中，客家新聞最主要還是在傳統與現代之間試圖拼湊出一個屬於客家文化的新生命，但其實這種看似新生命的外貌，內在其實蘊含了客家傳統思維的靈魂。

本章第二節以客家記者所推薦的新聞文本作為分析的對象，藉由新聞文本的運作和客家記者對於自身作品的解析，檢視其中的一致性和差異性，企圖辯證這兩者之間的關係。在這樣的辯證關係中，這些記者在新聞題材選取的策略上，還是遊移在傳統和現代之間，雖然題材跨足於客家文化的形象、音樂、文字和生活空間的選取，但在新聞的論述中，這些記者還是偏向以傳統到現代的接合為客家新聞獎中新聞的呈現手法。

綜合上述，客家新聞獎提供了客家記者一個展現客家新聞的空間，在這空間當中可以看到各種資本間的轉移和策略的運用，客家新聞記者在這樣的競賽空間裡既發揮了自身的能動也同時受到結構的牽動，也就是在這種拉扯過程中去進行客家新聞的產製。

第六章 結論與建議

本章主要分成兩節探討，第一節先對各章節的重點論述之，並針對第四章和第五章的內容進行探析與總結，說明本研究問題的主要研究發現；第二節則回顧研究過程以說明本研究的限制以及未來可從事的研究方向，並提出檢討與建議。

第一節 研究發現與結論

本研究以客家新聞獎中得獎記者對於客家新聞的想像和實踐邏輯為主要研究主軸，以下將對各章內容進行回顧，並提出研究發現及進一步探討。

一、各章論述重點

第一章說明研究背景與研究目的，由於早期新聞界並沒有特別針對族群而設立的新聞獎項，近年來，在行政院客委會的推動下，客家文化分別體現在不同媒體載具上，新聞從業人員有更多的資源能夠製作客家新聞，客家新聞獎的誕生讓許多新聞界從業人員有所期待，然而新聞獎項是否對記者的新聞報導工作產生影響，該獎項的出現是否影響記者對客家新聞的想像與實踐，這是本研究關心的課題。

第二章文獻探討說明本研究的理論基礎，主要以 Bourdieu 提出之新聞場域為核心，說明新聞場域中記者習性會受到不同層面的影響。第一，藉由新聞場域中的重重機制說明記者專業養成的過程會受到何種因素的影響；第二，以 Bourdieu 提出場域（field, champs）概念的理論來分析新聞媒體組織結構下記者處境和習性間的構成關係。第三，以 Shoemaker & Reese 提出守門過程中的五個層次，探討新聞價值會如何形塑記者的新聞價值判斷。最後，統整相關文獻和記者習性相關的論述。

第三章說明本研究使用深度訪談法的程序及過程。從受訪者的論述去理解報導客家新聞的記者如何選取素材，以貼近自身對客家新聞的想像，並進一步了解

這些記者在製作客家新聞中的實踐策略。

第四章與第五章說明研究結果。第四章指出受訪者對於客家新聞的想像主要來自個人經驗養成，這些看似個人的習性，同時受到社會環境的塑成，這樣的習性會透過新聞製作而建構出不同的客家面貌。當記者進入客家新聞獎場域，習性會受到場域結構的影響，進而調整對客家新聞價值的判斷，並且在獎項場域中實踐各種新聞產製策略。

第五章針對受訪者所處的社會位置來進行分析，研究發現記者個人所處的社會位置會影響客家記者在新聞產製上的實踐模式，這裡也透過記者對自身作品的詮釋、剖析，而進行記者論述和文本之間的對照，以了解記者如何把他們對客家新聞的想像實踐在所報導的新聞內容中。

二、主要研究發現

本研究重心在於探討客家新聞獎中報導客家新聞的記者對於客家新聞的想像和實踐方式。

首先，客家新聞獎中記者對於客家新聞的想像，蘊含了多重的面貌，但這樣的面貌並非一種全然嶄新的呈現，Bourdieu 曾提出行動者實踐的場域，是由社會行動者及社會結構兩者交錯互動所形成，具有結構和建構雙重性質的實踐（Bourdieu, 1977：24）。因此，客家記者對於客家新聞的想像大多是在記者個人環境和社會結構下所建構出來的客家想像，這樣的想像較偏向是一種在社會環境結構中，行動者再次進行一種對於客家的建構，是一種在既有的結構中再次建構的客家面貌。在對客家新聞的想像中，記者的個人經驗會影響客家新聞的製作，這些經驗來自於，一、兒時的聯想：客家記者在進行客家新聞製作時，大多會受到年幼時期習得客家文化的影響，家中長輩的客家記憶會傳承給下一代的客家記者們，並且這樣的認知會對客家記者在進行新聞製作時產生立即性的判斷。二、生活的體驗：報導客家新聞的記者所處的環境中會形塑記者個人對於客家新聞的

想像，記者作為社會中的行動者，他們對社會所感知的日常生活經驗，會成為他們製作客家新聞的靈感來源之一。三、傳統的創新：經驗是創作時的材料，但光憑經驗並不能成為作品，經驗必須和舊有的認知結合，並且經過想像的調和，才能產生新的東西。四、批判的省思：記者透過對政策的探討、對議題的深度了解，建構出社會中的結構物，並注入文化的不同面貌、不同的報導觀點；但也有可能是再次確立自身的權威感，因此，也可能引導記者運用這種方式去尋找客家新聞的題材。

其次，社會結構也會形構出記者對於客家新聞的想像，但這樣的建構並不是一種全新的產物，而是一種在社會中「結構的建構」，因此，記者會受到以下社會環境的影響，一、客家歷史的記憶：社會發生的重大事件，都會在社會施為者的身上留下記憶，是一種個體和集體的歷史經驗產生的客家想像。二、客家面貌的建構：社會結構提供行動結構化的「能動性」與結構化行動的「限制力」，在這樣的關係下，社會施為者會生產或再生產象徵性的實踐。三、客家風情的推倡：社會在提倡文化之間此消彼長的關係，而這樣的關係也會影響到社會施為者的認知。隨著社會發展中政府機構、民間團體、或是社會運動的促使下，讓整個社會可以明顯感受到客家文化在社會中的生長，才開始有所謂的客家新聞。

再者，媒體組織的教育更是牽動了新聞工作者的價值判斷，這樣的價值判斷也影響記者對客家新聞的想像。一、組織定位與客家再現：記者必須了解所處的環境，特別是了解組織的要求，進而調整報導的方向，此即新聞工作者逐步進行再社會化的過程，因此，客家新聞也會隨著媒體組織的定位而在取材上呈現不同的報導內容。二、組織教育與客家認同：組織像是一個教育機構，教導這些記者甚麼才是媒體認定有價值的客家新聞題材。記者在組織中的習性養成就像是一種為了適應場域中的生存方式，組織會帶領記者去了解這樣的方式，讓社會施為者能夠認識到如何做才是正確的方式。三、同事間的客家訊息交流：在客家新聞的製作方面，「非例行性官僚體系」似乎比較不會發揮明顯的作用，當上司或長官

非屬客籍人士的時候，記者反而會依賴組織內面具有客家籍身分的同事來尋求新聞來源，以製作出貼近記者個人對於客家新聞的想像。

綜合上述，客家記者在將對客家想像轉化為行動的過程當中是一種感知的引導，客家記者在自己所處的場域中透過自身和環境給予的資源來進行客家新聞的實踐。而實踐者是無法準確地意識到他所做出實踐中所隱含的邏輯。實踐是一種感知，是一種屬於特定實踐場域的特定節奏（Bourdieu, 1984：137）。

因此，在這樣的特定的場域中，客家記者會透過以下的方式來實踐他們對於客家新聞的想像：一、主跑線路的引導：客家新聞大多是記者從主跑路線去進一步報導客家事務，也就是在原本的主跑路線中添加客家的人、事、物。二、媒體文化的置入：記者在新聞價值與專業意理的認知，受到組織文化很大影響，影響記者對新聞取決的價值判斷。三、新聞場域中稟賦系統的教化：客家新聞不像一般新聞必須求新、求快，所以在新聞產製的過程中，比較不須在意是否為獨家新聞。

客家新聞題材的取向上較偏向：一、生活上的選擇：客家新聞較偏重藝文新聞報導，並且著重在客家人物的特寫、客家音樂的創新、客家傳統文化產業。二、地域為主的取材：客家新聞報導會有較明顯的地域性，在報導內容上會較關注地方新聞報導。三、對閱聽眾反應的考量：記者會想像閱聽眾的需求，並將這樣的想像帶入客家新聞的產製過程，進行客家新聞的製作與報導。四、弱勢發聲的訴求：客家族群在製作客家新聞的記者眼中，很容易跟弱勢族群產生關聯，因此，可以看到許多記者會站在提倡客家文化或是保護弱勢的立場去製作客家新聞。

綜合上述，記者對於客家新聞的想像，是受到自身習性和所處環境彼此的相互影響，在新聞場域的運作下，記者也對客家新聞價值的選擇與製作方針，有其不一樣的判斷和做法。而當記者進入客家新聞獎的場域，會經歷過以下階段：一、自身認知的摸索期：當記者進入客家新聞獎的場域，會藉由「觀察」歷屆得獎作品，找尋可能致勝的新聞點。這個過程是客家新聞獎場域中行動者認知形成的初

始階段，也就是透過「觀察」來了解何種做法才是這個場域中的生存法則。二、組織教育的養成期：在這個階段，記者的習性會不斷透過所處環境存在的氛圍而被「型塑」，透過制定目標和擬定報導方向，藉由這樣操作來降低組織成員進入客家新聞獎場域參與競賽的風險，為自己的新聞作品增添得獎的可能性。三、專業展演的創作期：記者剛進入新聞場域的初步階段，「觀察」是這些記者的有效籌碼，藉由觀察得獎作品的報導論點來猜測評審的偏好，再藉由將觀察所得的觀點納入自己製作客家新聞的認知中，並透過組織的開會或討論，制定明確目標後再把這些認知結果表現在新聞產製上，以製作出符合客家新聞獎的要求，以及被認為「像」客家新聞的新聞。

Bourdieu 並不認為個人是被動的，他具有主體性，以「秀異」方式不被同化，仍會理性的去追求場域中的最大利益。而在追求的同時，除了依據「習性」，並運用其資本採取各種實踐方式（張錦華，2001：51）。而當記者參與客家新聞獎項，會出現以下的轉變，以便符合這個場域的遊戲規則：一、對於獎項中客家新聞的幻象：透過「分類」去界定在這個場域中的差異，有了差異就會有一套好壞的評審機制，客家新聞獎當中的參賽者，會對這個得獎機制建構幻象，因此，如何製作出符合這個幻象的要求，有賴於參賽者在場域中不斷建構異於他人的差異性，而這樣的差異性也是客家新聞獎場域中共同建構出來的幻象。二、對新聞獎項的信仰：客家新聞獎為這些參與競賽的記者提供一個想像的空間，參賽者來到這個遊戲場域，在彼此競爭的關係中，開始在場域中尋求信念，這樣的信念很抽象，但確實帶領這些參賽者開始去想像甚麼樣的題材和方向，才是「像」客家新聞獎的新聞、是客家新聞獎「要」的新聞、是能夠得到客家新聞獎「青睞」的新聞，參賽者間雖然是不同的個體，但在場域中都投入了對客家新聞獎相同的信念。三、獎項理念的規訓：客家新聞獎的參賽者，會從遊戲規則中找到信仰，藉由這樣的信仰找到策略，而這一切都建立在客家新聞獎給予場域參賽者的共同幻象上，在這樣的幻象中，握緊手上可以致勝的王牌，並內化成自己在此一場域中

適者生存的習性。

客家新聞獎的設立宗旨是「為鼓勵並加強媒體之客家新聞報導，提升客家新聞質量，以促進社會多元文化發展，增進族群相互了解，與完善客家族群福祉。」

（行政院客家委員會，2010）在這樣的號召下，不少媒體工作者開始注意到客家新聞，並且也表示這樣作法，其實也是一種沒有辦法中的辦法，畢竟獎項確實可以讓媒體組織提供更多篇幅、願意跟進從事客家新聞的報導，但這樣的新聞獎項在為客家新聞帶來更多產量的同時，卻同時發生質變，客家新聞其實在場域運作的影響下被侷限了更多的可能，而場域雖然限制行動者的行為但行動者還是能夠在場域中調整自身的行動，客家新聞獎的參賽者對於客家新聞獎的態度，從原先的積極參與到後來反思客家新聞獎的制度，由此可見場域中的參賽者，雖然受到場域的制約和限制，但參與者也同時發展出他們的思考、反省和行動，並非完全被動服膺於場域的影響。

綜合上述，記者在參與客家新聞獎的新聞報導時，會在場域中行使不同的策略，而資本是客家記者最有利的籌碼。客家新聞獎的場域中，客家記者所具備的資本和客家新聞製作間的關係大致可分為下列幾項：一、文化資本影響符碼的解讀：記者在文化資本上的差異會影響他們對客家新聞的價值判斷，進而造成彼此在報導客家新聞時的不同取材。二、社會資本中的人脈運用：從記者報導客家新聞的過程中，可以看到這種社會網絡的使用，記者個人所擁有的社會資本是他們在製作客家新聞時很重要的資源。三、資本間的轉換與再製：記者具備的知識與文化涵養（文化資本）和人脈（社會資本）以及所屬機構提供的各種資源，都影響記者產製客家新聞，這些文化產品在客家新聞獎評審機制的挑選下，藉由獎項的頒發給予記者和所屬機構一種榮耀感和物質收穫，客家新聞獎的場域中充滿了各種資本的轉化和再製。

場域的運作，則是由個人運用所擁有各種資本，與他人進行相互比較、交換和競爭的一個鬥爭場所，亦是這些行動者相互間維持或改變其本身所具有的資

本，並進行資本再分配的場所（高宣揚，2002：148）。記者來到客家新聞獎場域可以累積更多的資本，因此，場域的運作也牽動了這些參賽者，客家新聞獎就像是一個競技場的技藝空間，號召客家文化產製的行動者，再經由一套評審制度下所產出的規範來為這個場域建立一套客家品味的標準，讓客家新聞記者在牽制性的競爭關係中展現自己的報導能力，客家新聞獎提供了這些參賽者一個表現的舞台。

因此，記者得以在客家新聞獎的場域中實踐他們對於客家新聞專業的想像，而實踐的方式大致可分：（一）議題的設定：客家新聞獎的參賽記者會使用特殊策略、運用他們的資源來保住場域中的位置。對客家新聞獎的記者來說，議題上的「區隔」(distinction)往往是他們在製作新聞上的很重要的實踐邏輯。（二）爭取組織的資源：客家新聞獎的光環對這些製作客家新聞的記者來說是一個有利的資源，在贏得這個資源的前提下，必須先取得原先所屬新聞組織中的有利位置，去「說服」組織的投資，提供記者更多的資源來製作新聞。（三）場域中的監視：客家新聞記者會從歷屆作品去揣測評審品味，並判斷這個場域追求的新聞價值。

綜合上述，可以看到行動者的實踐感是一種在遊戲意識帶領下的感知作用，這樣的作用就像是一種調節，調節出這個場域中該有的規範，行動者會受到自身位置的影響去找出自己的屬性，透過屬性間的差異而產生不同的客家新聞內容，在這看似主動找尋的過程當中，卻還是受到場域結構空間的影響，行動者個人看似主動卻又被受場域所牽動。

在客家新聞獎得獎的新聞文本中，本研究發現記者在新聞呈現上有以下的特點：一、傳統與新穎的交錯：在客家新聞的報導上，製作新聞的記者會運用傳統和現代的客家元素來進行對比，進而對客家文化產生新形象的建構，其中在「客家婦女形象的重塑」和「客家傳統音樂的轉型」有較深入的新聞報導。二、客家文字的運用：在客家新聞獎的得獎新聞中，語言往往是新聞題材的一個重點，並且在議題上會深入探討「客家方言式微的新聞議題」，而在新聞撰寫的語彙上會

運用「華語文與客家話的轉化」來製作客家新聞。三、農村與城市的對話：原鄉情懷的依戀農村和客家文化有著密不可分的關係，記者在製作客家新聞時會不斷建構一種集體記憶，並透過人與土地間的情感拉扯來突顯客家的處境。

客家新聞獎對客家新聞產製的影響大致可分為以下幾點：一、個人層次：記者為了獲得獎項肯定，會進行一種自我認知的調適，記者會不斷在採訪工作過程中進行自身角色期待的調整，這樣的角色期待會影響他們在客家新聞獎中新聞呈現的模式，是一種受到個人求勝心下的習性呈現。二、常規層次：當這些記者在所屬單位的要求下，大多都會選擇配合組織的要求，投入客家新聞獎的新聞產製，此種心態是一種內團體感下的牽絆。而當組織想要規劃性及策略性地製作新聞時，成員間會朝向一種獲獎至上的製作方針去產製客家新聞，以維繫團體內的集體認同。三、跨新聞組織層次：在為了贏取獎項而必須彼此競爭的壓力下，記者個人必須透過了解對手的報導內容而製作獨特的新聞內容、產製秀異的符號。四、媒體外層次：新聞場域內部的活動，常受到外在制約的影響，客家新聞獎在立意上雖然是希望有更多人投入報導，卻忽略了新聞場域本身已是一個受到他律性影響很大的空間，獎項的介入更是進一步強化他律性的特性。五、社會文化層次：新聞內容的表現，也同時反映一個社會的文化與意識，記者在守門過程中，也反映了該社會的文化價值觀。以此觀之，客家新聞獎對客家新聞的品味判斷和產製已形成一種意識形態的爭奪賽。

最後，記者對客家新聞獎的建議包括以下幾點，一、轉手讓民間辦理：號召企業界共同捐助成立基金會，由創會的董事們共推傳播教育界或是其他專業人士擔任評審，盡量減低官方政權介入的色彩。二、依新聞類別訂立獎項：客家新聞獎應按照新聞的類別來分配新聞獎項的類別項目，而不是用媒體的類型來進行獎項類別的分類。三、限制補助作品參賽：客家新聞獎是行政院客家委員會設立的獎項，因此，獎金是由行政院客委會提供，但許多媒體在節目製作時，其實早已從行政院客委會獲得補助製作的費用，因此，在獎項的制定上應限制已受到政府

補助的新聞媒體不得參賽。

在客家新聞獎的場域中除了上述所論述的研究發現外，本研究主要可將研究發現分為以下幾項重點：

（一）新聞專業認知的轉移：族群身分賦予的優勢

客家新聞獎場域中記者個人的族群背景被明顯區分出來，記者個人的族群身分在客家新聞獎的場域中形成了一種與生俱來的天賦，這樣的身分會在製作客家新聞時特別被放大檢視，族群身分所給予的文化資本成為他們在組織成員間一項有幫助的資源，並且這些客籍記者的專業能力會因為這樣的族群身分，在組織中更被同事甚至是上司所認可。

Tunstall(1971)曾指出新聞工作是一是種「非例行性官僚系統」，指出組織高層會透過訂定目標來指派下屬完成，但是在客家新聞獎的場域中，這樣的規則卻被顛覆，客籍記者對於客家新聞判斷的專業度會勝過非客籍長官對於新聞的專業認知。

這些客籍記者在社會化過程中從家庭及成長環境繼承了族群知識，這樣的文化資本成為他們進入客家新聞場域一種令人信服的有利資源，客籍身分成為在製作客家新聞中一個儲存在身體中的文化知識和文化技能，可以讓具有客籍身分的記者在新聞組織和新聞製作的過程中更被組織成員所認可。

（二）場域的浮現牽動實踐感的展現：

客家新聞獎的場域出現後，也帶動更多客家新聞工作者投入這塊領域進行客家新聞的報導，無論是在獎項還未開辦前就投入客家新聞報導的工作者或是獎項出現後才開始投入客家新聞採訪的記者們，都進到客家新聞獎的場域中進行報導，在這樣的場域裡透過文字、影像和聲音來實踐自身對於客家新聞的想像，並且這樣的場域帶有需要獲得認可的氛圍，彷彿獲得獎項就象徵自身所採訪的客家新聞是具有客家品味的新聞內容。

而在這樣的場域中記者透過實踐活動來體現這樣的客家認知，客家新聞場域

提供客家新聞記者一個實踐空間，在行動過程中，客家記者在該場域中，透過觀察和揣摩來進行客家新聞的報導。

客家記者對於客家新聞的實踐感是一種透過客家新聞獎場域的號召後一種再建構的客家認知，當製作客家新聞的記者進到這個場域後，透過觀察歷屆得獎作品或是推測評審的口味，進而發展他們製作客家新聞的主要方向。即便是早期就投入客家新聞製作的記者，在進到場域後為了能夠獲得獎項的肯定，都會在場域中學習如何呈現具有客家新聞獎風貌的新聞內容。早期在客家新聞獎還未成立的時期，製作客家新聞的記者沒有一個明顯的場域來告知他們甚麼樣的新聞才是能夠代表客家的新聞內容，但在客家新聞獎出現後，許多媒體從業人員會在這個具有規範的場域中，找出能夠獲得評審青睞的元素，將這樣的元素實踐在客家新聞的報導當中，客家記者對於客家新聞的實踐感會透過在場域中找尋場域的主流，而不斷生產一種再建構的客家新聞風貌。

第二節 檢討與建議

以下檢討本研究的侷限，並對未來研究提出建議。

一、研究限制

（一）無法顧及評審的論點

客家新聞獎中的參與者除了記者外，還有評審人員，但由於評審的聯絡資訊不易取得，因此，本研究無法顧及評審方面的論點，無法對評審意見進行更深入的探討。

（二）訪談時間上的不足

由於訪談的對象為記者，因此，在本研究約訪的過程中，必須配合記者忙碌

的工作時間，往往都是記者在工作空檔一到兩個小時的時間，因此訪談時間較受到限制。

二、未來研究建議

（一）客家新聞獎中得獎文本分析

本研究以記者（產製者）為主要研究對象，未來研究可著重在新聞文本上的研究，可運用量化研究統計客家新聞獎的新聞中何種客家元素最常出現在新聞報導中，藉此找出客家新聞獎中客家元素出現最頻繁的新聞題材，探討其中呈現客家品味的符碼。

（二）可進行組織方面的研究

本研究僅以得獎記者為訪談對象，對於組織如何影響記者的認知尚未進一步研究，只能透過訪談者的論述來分析，未來研究可以田野調查方式，進入組織並親身參與製作參賽新聞的流程，或許更能了解組織的運作與影響，以及它們如何牽制報導客家新聞的記者。

參考書目

〔中文書目〕

- 王甫昌（2003）。《當代台灣社會的族群想像》。台北：學群出版。
- 王經武（1992）。《論布爾迪厄的攝影社會學》。東吳大學社會研究所碩士論文。
- 中央社電子報（2011）。〈正當性受質疑 客家新聞獎停辦〉。上網日期：2011年3月29日，取自http://rss.cna.com.tw/rss_topread.php
- 包亞明（1997）。《文化資本與社會煉金術-布爾迪厄訪談錄》。上海：人民。
- 台灣立報（2010）。〈客家新聞獎 學生作品精采〉。上網日期：2010年9月21日，取自<http://www.lihpao.com/?action-viewnews-itemid-40078>
- 台灣客家音樂網（2002）。〈山歌小調〉上網日期：2011年5月24日，取自<http://music.ihakka.net/>
- 朱光潛（2001）。《名家談寫作》。台北：牧村。
- 朱美珍（1992）。〈社會科學研究中有關質的探討〉，許臨高（編），《質化研究在社會工作界的應用—論見彙編》，頁64-84。台北：中華民國社區發展研究中心。
- 行政院客家委員會（2010）。〈第五屆客家新聞獎簡介〉。上網日期：2010年8月24日，取自<http://www.jo-jing.com.tw/hakka/intro.html>
- 行政院客家委員會（2011）。〈行政院客委會 100 年起 中止辦理客家新聞獎〉。上網日期：2011年3月29日，取自<http://www.hakka.gov.tw/mp.asp?mp=1>
- 李永熾（2002）。《波迪爾與文化再生產》，《當代》，174：18-23。
- 李金銓（1983）。《大眾傳播理論》。台北：三民。
- 李金銓（1984）。《大眾傳播學—社會、媒介、人》。台北：政大新聞所。
- 李金銓（1988）。《大眾傳播理論》。台北：三民。
- 李康、李猛譯（1998）。《實踐與反思：反思社會學導引》。北京：中央編譯出版社。（原書Bourdieu, P., & Wacquant, L.[1992]. *An invitation of reflexive*

sociology. Chicago: University of Chicago Press.)

李淨瑜（2001）。〈被邊緣化的藝文新聞－專訪聯合報資深藝文記者陳長華〉，
《目擊者》，22：55-58。

周金福譯（2003）。《新聞倫理－存在主義的觀點》。台北：巨流。（原書Merrill, J.
C. [1996]. *Existential journalism*. Ames, IA: Iowa State University Press. ）。

周新富（2005）。《布爾迪厄論學校教育與文化再製》。台北：心理。

周慶祥（2009）。《深度報導》。台北：五南。

季水河（2001）。《新聞美學》。北京：新華。

房學嘉（1996）。《客家源流探奧》。台北：武陵。

林志明譯（2002）。《布赫迪厄論電視》。台北：麥田。（原書Bourdieu, P. [1996]. *Sur la télévision*. Paris: Liber raison d’agir.）

林東泰（1999）。《大眾傳播理論》。台北：師大書苑。

邱天助（2002）。《布爾迪厄文化再製理論》。台北：桂冠。

邱鈺婷（2007）。《台灣電視記者一窩蜂新聞產製下的死結與活路-以重大社會事件報導為例》。政治大學廣播電視學研究所碩士論文。

客家電子報（2006）。〈讓台灣看見客家 第一屆客家新聞獎開始收件〉。上網日期：2010年9月10日，取自 <http://www.ihakka.net/epaper/95041/>

客家電視台網站（2011）。〈正當性遭質疑 客委會決停辦客新獎〉。上網日期：2011年3月29日，取自 <http://web.pts.org.tw/hakka/news/detail.php?id=69704>

胡幼慧、姚美華（2002）。〈一些質性方法上的思考〉，胡幼慧（編），《質性研究理論、方法及本土女性研究實例》，頁195-221。台北：巨流。

夏春祥（1997）。〈文本分析與傳播研究〉，《新聞學研究》，54：141-166。

孫治本（2004）。《個人化與生活風格社群》。台北：唐山。

孫智綺譯（2002）。《布赫迪厄社會學的第一課》。台北：麥田。（原書Bonnewitz, P. [2002]. *Premières leçons sur la sociologie de Pierre Bourdieu*. Paris : PUF.)

徐正光（2007）。《台灣客家研究概論》。台北：南天。

- 徐宗國譯(1997)。《質性研究概論》。台北：巨流。(原書 Strauss, A. & Corbin, J. [1990]. *Basics of qualitative research: Grounded theory procedures and techniques*. Newbury Park, CA: Sage.)
- 翁秀琪 (1997)。《新聞與社會真實建構—大眾媒體、官方消息來源與社會運動的三角關係》。台北：三民。
- 翁秀琪 (2002)。《大眾傳播理論與實證》。台北：三民。
- 高宣揚 (1996)。《歐洲社會理論》。台北：中央研究院歐美研究所。
- 高宣揚 (2002)。《布爾迪厄 Bourdieu》。台北：生智。
- 張錦華 (2002)。《女為悅己者瘦?媒介效果與主體研究》。台北：正中。
- 曹日昌主編 (1992)。《普通心理學 (上)》。北京：人民教育出版社。
- 莊瑞琳 (2002)。〈應用波迪爾〉，《當代》，174：24-39。
- 陶東風譯 (2006)。《文化與權力：布爾迪厄的社會學》。上海：譯文。(原書 David, S. [1997] *Culture and power: The sociology of Pierre Bourdieu*. Chicago: University of Chicago Press.)
- 陳順孝、康永欽 (1998)。〈記者避禍的報導策略—傳播者與社會情境互動的本土研究〉，《傳播論文選集 1997》，頁 97-135。台北：中華傳播學會。
- 陸緋雲 (2002)。〈性別與族群—客家婦女社對的反思與探討〉，收入賴澤涵主編，《客家文化學術研討會論文集》，頁6-7。台北：行政院客委會，國立中央大學客家研究中心。
- 彭家發 (1992)。《基礎新聞學》。台北：三民。
- 曾喜城 (1999)。《臺灣客家文化研究》。台北：國立中央圖書館臺灣分館。
- 舒嘉興 (2001)。《新聞卸妝-布爾迪厄新聞場域理論》。台北：桂冠。
- 黃順星 (2008)。《記者的重量：台灣政治新聞記者的想像與實作 1980—2005》。世新大學傳播研究所博士論文。
- 黃順星 (2010)。〈新聞的場域分析：戰後台灣報業的變遷〉，《新聞學研究》，104：

113-160。

黃嘉裕（2004.03.27）。〈政治性節目，廣告被抽〉，《經濟日報》（台北），7版。

臧國仁（1999）。《新聞媒體與消息來源》。台北：三民。

劉仲冬（2002）。〈量與質社會研究的爭議及社會研究未來的走向及出路〉，胡幼慧（編），《質性研究理論、方法及本土女性研究實例》，頁121-139。台北：巨流。

劉維公（1998）。〈習性與偶成性：P. Bourdieu與N. Luhmann的理論介紹〉，《台大社會學刊》，26：1-51。

劉憶萱（2008）。《客家聚落之產業、地景與記憶變遷：以大湖草莓為例》。中央大學客家社會文化研究所碩士論文。

廣電基金會（2005）。《文化新聞觀察研究報告》。台北：廣電基金會。

廣電基金會（2005）。《文化新聞觀察研究報告》。台北：廣電基金會。

蔣梓驊譯（2009）。《實踐感》。南京：譯林出版社。（原書Bourdieu, P. [1980]. *Le Sens Pratique*. Paris: Les Editions de Minuit.）

蔡筱穎譯（2000）。《布爾迪厄論電視》。台北：麥田。（原書Bourdieu, P. [1996]. *Sur la télévision*. Paris: Liber editions.）

鄭貞銘（2007）。《新聞編輯與採訪》。台北：三民。

盧嵐蘭（2006）。《現代媒介文化:批判的基礎》。台北：三民。

錢玉芬（1998）。《新聞專業性概念結構與觀察指標之研究》。政治大學新聞研究所博士論文。

鍾宜杰（2006）。《舞影者：台灣戰後攝影記者習癖與品味的形構》。世新大學社會發展研究所碩士論文。

鍾起惠（2000）。〈新聞產製市場理論的檢視：一個公關活動的個案分析〉，《世新學報》，10：159-160。

簡妙如、管中祥、林婉蓉、張貝雯、林智惟譯（2002）。《大眾傳播媒體新論》。

台北：韋伯文化。（原書 Talor, L. & Wills, A. [1991]. *Media studies: Texts, institutions, and audiences*. Oxford: Blackwell Publishers.）

簡春安（1992）。〈社會工作與質化研究法〉，《當代社會工作學刊》，2：13-32。

羅文輝（1995）。《精確新聞報導》。台北：正中。

羅文輝（1998）。〈新聞從業人員的專業性〉，《傳播論文選集1997》，頁5-26。

台北：中華傳播學會。

譚明譯（1989）。《符號學與文學》，台北：結構群。（原書 Scholes, R. E. [1983]. *Semiotics and interpretation*. New Haven, CT: Yale University Press.）

蘇蘅（1995a）。〈消息來源與新聞價值〉，臧國仁主編，《新聞學與術的對話——新聞工作者與消息來源》，頁59-85。台北：國立政治大學新聞研究所。

蘇蘅（1995b）。〈消息來源與新聞價值——報紙如何報黨「許歷農」退黨效應〉，《新聞學研究》，50：15-40。

〔英文書目〕

Altheide, D. L., & Snow, R. P. (1979). *Media logic*. Beverly Hills, CA: Sage.

Bagdikian, B. (1983). *The media monopoly*. Boston: Beacon Press.

Bal, M. (1985). *Narratology: Introduction to the theory of narrative*. Toronto: University of Toronto Press.

Bantz, C. R. (1990a). Organizational communication, media industries, and mass communication. In J. Anderson(Eds.), *Communication Yearbook*, 13, 502-510.

Bantz, C. R. (1990b). Organizational and enactment: Karl Weick and the production of news. In S. Corman, S. Banks, C. Bantz & M. Mayer (Eds.), *Foundations of organizational communication :A reader* (pp.133-141). New York: Longman.

Barthes, R. (1977). From work to text. In J. V. Harari (Ed.), *Textual strategies: Perspectives in post-structuralist criticism* (pp. 73-81). London: Methuen.

Beam, R. A. (1990). Journalism professionalism as an organizational-level concept.

- Journalism Monographs*, 121, 40-43.
- Bourdieu, P. (1977). *Outline of a theory of practice*. New York: Cambridge University Press.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A social critique of the judgement of taste*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Bourdieu, P. (1990a). *In other words: Essays toward a reflexive sociology*. Cambridge : polity.
- Bourdieu, P. (1990b). *The logic of practice*. Cambridge, MA: Polity Press.
- Bourdieu, P., & Wacquant, L. J. D. (1992). *An invitation to reflexive sociology*. Chicago: University of Chicago Press.
- Breed, W. (1955). Social control in the newsroom. *Social Force*, 33, 323-325.
- Climo, J., & Cattell, G. (2002). *Social memory and history*. Canada: Altamira.
- Crang, M. (2003). *Cultural geography*. London: Routledge.
- Cresswell, T. (2004). *Place: A short introduction*. Malden: Blackwell.
- Curran, J. (2002). *Media and power*. London: Routledge.
- Curran, J., Gurevitch, M., & Woollacott, J. (1982). The study of the media: Theoretical approaches. In M. Gurevitch, et al. (Eds.), *Culture, society and the media*(pp. 11-29). London: Methuen.
- Deal, T. E., & Kennedy, A. A. (1982). *Corporate culture: The rite and rituals of corporate life*. New York: Perseus Books Group.
- Donohew, L. (1967). Newspaper gatekeepers and forces in the news channel. *Public Opinion Quarterly*, 31, 61-68.
- Entman, R. M. (1989). *Democracy without citizens*. New York: Oxford University Press.
- Fishman, M. (1980). *Manufacturing the News*. Austin: University of Texas Press.
- Freidson, E. (1986). *Professional power: A study of the institutionalization of formal*

- knowledge*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Friedland, L. A., & Zhong, M. (1996). International TV coverage of Beijing Spring 1989: A comparative approach. *Journalism & Mass Communication Monographs*, 156, 15.
- Galtung, J., & Ruge, M. (1965). The structure of foreign news. *Journal of Peace Research*, 2, 64-90.
- Gans, H. J. (1979). *Deciding what's news*. New York: Free Press.
- Gieber, W. (1956). Across the desk: A study of 16 telegraph editors. *Journalism Quarterly*, 33, 422-432.
- Hirsch, P. M. (1977). Occupational, organizational, and institutional models in mass media research: Toward an integrated framework. In P. M. Hirsch, P. V. Miller & F. G. Kline (Eds.), *Strategies for communication research* (pp.13-37). Beverly Hills: Sage.
- Lippmann, W. (1992). *Public opinion*. News York: MacMillan.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of the mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36, 176-187.
- McManus, J. H.(1994). *Market-driven journalism: Let the citizen beware?* Newbury Park, CA: Sage.
- McQuail, D. (1994). *Mass communication theory: An introduction. (3rd ed.)*. London: Sage.
- Nayman, O. B. (1973). Professional orientations of journalists: An introduction to communicator analysis studies. *Gazette*, 19:195-212.
- Peet, R. (1998). *Modern geographical thought*. Oxford, UK: Blackwell.
- Schein, E. H. (1992). *Organizational culture and leader (2nd.ed.)*. San Francisco: Jossey-Bass Publishers.
- Shoemaker, P. J., & Reese, S. D. (1991). *Mediating the message:Theories of influence*

- on mass media content*. New York: Longman.
- Shoemaker, P. J. (2002). A new gatekeeping model. In D. McQuail (Ed.), *McQuail's reader in mass communication theory* (pp.253-259). London: Sage.
- Silverman, D. (1993). *Interpreting qualitative data*. Thousand Oaks, CA; Sage.
- Steinberg, M. (1946). Only a free press can enable democracy to function. *Journalism Quarterly*, 23(1):11-19
- Stewart, P. L., & Cantor, M. G. (1982). Introduction. In P. L. Stewart & M. G. Cantor(Eds.), *Varieties of work*(pp.61-72). Beverly Hills, CA: Sage.
- Tuchman, G. (1978). *Making news: A study in the construction of reality*. New York: Free Press.
- Tunstall, J. (1971). *Journalists at work*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Vollmer, H. M., & Mills, D. L. (1966). *Professionalization*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- White, D. M. (1950). The gatekeeper: A case study in the selection of news. *Journalism Quarterly*, 27, 383-390.