

南華大學出版學研究所碩士論文

A THESIS FOR THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS
ADMINISTRATION

GRADUATE INSTITUTE IN PUBLISHING
NAN HUA UNIVERSITY

台灣旅遊雜誌採訪編輯之職業角色

- 以公開販售的旅遊雜誌為例

The Role of Editor in Taiwan's Travel Magazine

- Taking the Travel Magazines on General Sale for Example

指導教授：陳俊榮 博士

ADVISOR : CHEN CHUN-JUNG Ph.D.

研究生：陳櫻慧

GRADUATE STUDENT : CHEN YIN-HUEI

中 華 民 國 九 十 二 年 六 月

南 華 大 學

碩 士 學 位 論 文

出版學研究所

台 灣 旅 遊 雜 誌 採 訪 編 輯 之 職 業 角 色

— 以 公 開 販 售 的 旅 遊 雜 誌 為 例

研 究 生：陳 櫻 慧

經 考 試 合 格 特 此 證 明

口 試 委 員： 江 宏 仁
廖 立 志
陳 信 榮

指 導 教 授： 陳 信 榮

所 長： 廖 立 志

口 試 日 期：中 華 民 國 九 十 二 年 五 月 二 十 日

南華大學出版學研究所九十一學年度第二學期碩士論文摘要

論文題目：台灣旅遊雜誌採訪編輯之職業角色

- 以公開販售的旅遊雜誌為例

研究生：陳櫻慧

指導教授：陳俊榮 博士

論文摘要內容：

本研究採用問卷調查法、文獻分析及深度訪談之質量並重的研究方法，分析目前台灣公開販售之 6 家旅遊雜誌社中共計 30 位採訪編輯的職業角色。主要目的乃在實際調查、瞭解採訪編輯在旅遊雜誌裏所扮演的角色及其重要性，同時，也期望本研究結果，能夠提供出版界對旅遊雜誌社採訪編輯有更多的認識。

本研究從人口背景、職業經歷分析、雜誌組織及外在環境等面向，來作為觀察影響旅遊雜誌社採訪編輯職業角色的基礎背景資料，並自角色行為、角色期望與角色定位三部份來探討其職業角色。經由問卷採敘述性統計分析而得之量化數據，及文獻探討、深度訪談蒐集之質性資料，本研究之研究結果發現：

- 一、人口背景：台灣旅遊雜誌社的採訪編輯多為大學新聞傳播相關科系畢業的未婚女性，平均年齡在 32-33 歲左右，大部份出生於台北，且多無宗教信仰，其父母多為高初中（職）畢業，而父母親的職業對其影響性不大。
- 二、職業生涯：旅遊雜誌社採訪編輯在畢業後的第一個職業大部份以雜誌業為首份職業。而在職業變遷上，曾從事非本行相關工作的不多，而且年資不長；同時，在現職旅遊雜誌社前，幾乎都曾從事本行相關工作，且以曾在觀光旅遊類雜誌社及財經工商類雜誌人數為多。社內的標準升遷經歷通常為：採訪編輯 資深採訪編輯及執行編輯 主編或持續擔任資深採訪編輯 副總編輯或總編輯。而遴選及晉升因素以資歷、工作能力、熟人引薦三要素為主。而雜誌社的體制及採訪編輯的特性都是使雜誌社升遷現象特殊的重要原因。
- 三、角色行為、角色期望及角色定位：在各變項中，以個人的工作經歷、編輯主管意見及流行趨勢對角色行為影響最鉅；同時，其最要好的朋友大多與出版、傳播或文教政府單位相關；平時則與公司同事交往密切。且大多數旅遊雜誌採編經常在擷取相關的旅遊流行資訊。「角色期望」主要發現採訪編輯對社會大眾的影響性及評價往往來自媒體本身，採訪編輯本身的說服力有限。同時，旅遊雜誌採訪編輯與旅遊線記者雖然在工作職掌上有所差異，但從工作本質來看，兩者是相同的。

基於本研究發現結果與研究限制，分別針對未來研究方向與業界提出相關建議：未來研究者可探討其它雜誌類型及編制人員、非營利旅遊雜誌、並試圖建立專業模型及量表及可採「個案研究法」研究相關主題；同時，業界應重視編採人員的在職訓練、並凝聚資源共享成長。

關鍵字：職業角色、台灣地區、旅遊雜誌、編輯、記者。

Title of Thesis : The Role of Editor in Taiwan's Travel Magazine-Taking the
Travel Magazines on General Sale for Example

Name of Institute : Graduate Institute in Publishing, Nan Hua University

Graduate date : June 2003

Degree Conferred : M.B.A.

Name of student : Chen Ying-Huei

Advisor : Chen Chun-Jung Ph.D

Abstract

This research is employed and weighted in the methods of paper investigation, documentation, and deep interview to analyze the role of thirty editors currently working in six travel magazines on general sale in Taiwan. The main purpose is to understand the role and importance of editors in travel magazines through actual investigation. Simultaneously, the result of the research can provide the publishing circles more knowledge in interviewing and editing of travel magazines.

This research is from population background, career pattern, magazine organization, and outer environment aspects to be the basic background data to see observations and influences of the role of editors in travel magazines. Role performance, role expectation, and role location are the three parts to be used to explore the role of career. Statistic of paper investigation is based on descriptive statistics. Through paper investigation, documentation, and deep interview, there are several findings of the research in the following:

1.Population background: Most editors in Taiwan's travel magazine are un-marriage females majoring in mass media or relative majors in the university. Average age is 32-33. Most were born in Taipei without religions. In addition, most of their parents were graduated from junior or senior high schools. The influence of parents' position on them is slight.

2.Career pattern: The first position for most editors in travel magazines after graduating from schools is to work for a magazine house. In a career transition, they don't have much experience and spend less time on other fields. Also, most of them are engaged in their own professions before current jobs. Magazines houses of sightseeing, tour, finance, economics, industry and business are most popular jobs they used to work for. The standard of promotion in a magazine house is usually like this: an editor-a senior editor and an executive-a chief editor or a continuous senior editor-a vice general

editor or a general editor. Work experience, competence, and recommendation are three main elements of promotion. Put it to another way, the system of a magazine house and the characteristic of editing are two special important reasons to cause a promotion of a magazine house.

3. Role performance, role expectation, and role location: In each variable, personal experiences, executive's opinions, and the trend of popular fashions have most influences on role performance. Besides, editors' best friends are related to publishing, mass media, or culture and education government work. They keep close relationship with coworkers. Also, most editors of travel magazines often collect popular information related to travel. The most finding of role expectation is that the influence and evaluation of editing on a society population are from mass media and actually the convincement of editing is limited. In addition, although editors of travel magazines and reporters of travel line are in charge of different task, they have the same nature work.

According to the result and limitation of the research, there are several related suggestions in the future study and profession. Future researchers can seek other type of magazines, other editors, and non-profit travel magazine organizations. Besides that, they can build a professional model, tabulation, and use a "single-case inquisition" to search a related theme. Lastly, the profession should be award of pre-career training and sharing resources.

Keywords: career role, Taiwan area, travel magazine, editing, and reporter.

目 錄

目錄		i
表目錄		ii
圖目錄		iii
第一章	緒論	1
第一節	研究動機與目的	1
第二節	研究方法與研究架構	5
第三節	文獻回顧與檢討	10
第四節	名詞界定	16
第二章	採訪編輯的人口背景	20
第一節	先天條件	21
第二節	後天條件	27
第三節	家庭背景	32
第三章	採訪編輯的職業生涯	40
第一節	首份職業	41
第二節	職業變遷	44
第三節	升遷管道	55
第四章	採訪編輯的角色行為、期望及定位	63
第一節	角色行為	65
第二節	角色期望	84
第三節	角色定位	93
第五章	結論	101
第一節	研究發現	101
第二節	研究限制	112
第三節	研究建議	113
參考文獻		115
附錄一	深度訪談名單	125
附錄二	2001 年金鼎獎得獎名單及優良雜誌推薦名單	126
附錄三	結構性問卷	127
附錄四	深度訪談開放式問卷	136
個人簡歷		138

表目錄

表 1.1	2001 年度雜誌 6 大類銷售佔比	3
表 1.2	信度檢定	9
表 2.1	「人口背景」五項重要變項之影響表	38
表 2.2	「人口背景」三面向九變項統計分析表	39
表 3.1	首份職業	43
表 3.2	採訪編輯目前在職之前的本行工作經歷	47
表 3.3	採訪編輯目前在職之前的雜誌社本行經歷	48
表 3.4	本研究旅遊雜誌社內受訪者目前任職狀況	52
表 3.5	旅遊雜誌社內採訪編輯主要職位經歷狀況	52
表 3.6	旅遊雜誌社採訪編輯「採訪工作年資」	54
表 3.7	旅遊雜誌社採訪編輯「現職雜誌社年資」	54
表 4.1	「個人因素」影響旅遊雜誌採訪編輯角色行為程度表	67
表 4.2	「組織內」因素影響旅遊雜誌採訪編輯角色行為程度表	69
表 4.3	「組織外」因素影響旅遊雜誌採訪編輯角色行為程度表	72
表 4.4	「最要好的朋友」行業別一覽表	76
表 4.5	「最要好的朋友」詳細職業一覽表	76
表 4.6	旅遊雜誌社採訪編輯工作之餘人際交往情形	77
表 4.7	旅遊雜誌採訪編輯平時閱讀期刊之情形	82
表 4.8	旅遊雜誌社採訪編輯的工作動機	85
表 4.9	旅遊雜誌社採訪編輯對工作表現之看法	87
表 4.10	旅遊雜誌社採訪編輯對職業在社會中評價上的看法	88
表 4.11	旅遊雜誌社採訪編輯對社會影響力的看法	89
表 4.12	旅遊雜誌社採訪編輯對旅遊雜誌功能之評價	90
表 4.13	「好的採訪編輯應具備的條件」一覽表	91
表 4.14	旅遊雜誌社採訪編輯與報社旅遊線記者工作內容之比較	99

圖目錄

圖 1.1	研究架構	10
圖 3.1	旅遊雜誌採編「本行相關工作經歷」研究問題層次圖	46
圖 3.2	旅遊雜誌社組織圖	50
圖 4.1	旅遊雜誌採訪編輯期許未來長遠的可能發展途徑	93

第一章 緒論

第一節 研究動機與目的

早在中國唐代起，即開始有了定期刊物的出現，演變成後來我們所稱的雜誌。而直至 19 世紀中葉，世界上出版的雜誌已逾一千多種。一般性的雜誌，固然日趨普及，讀者遍及社會各階層，而專業性與學術性的雜誌也開始蓬勃發展，對人類的學術與知識發展，貢獻尤為卓著（鄭貞銘，1998，頁 39）。孫中山先生即昭示吾人：「求其移風易俗，感人之深者，日報之過目易忘，不如雜誌之足資玩索也。」

自 1990 年代起，雜誌在台灣的蓬勃發展亦是有目共睹的。1990 年末期台灣期刊的發展呈現前所未有的蓬勃景象。據統計，截至 2000 年 12 月底止，台灣登記的期刊共計 6641 家。但台灣出版市場「雜高書低」的現象愈來愈明顯。期刊比報紙有深度，又比圖書有時效性，兼及兩者之長，在現代人中選擇期刊作為閱讀的主要標的，已經愈來愈普遍（許鐘榮，2001，頁 20）。之後，由於雜誌市場變化快速，中華民國事業協會再度進行普查，按《2002 年中華民國雜誌出版業總名錄》統計雜誌出版業總數量依然有 4982 家，蓬勃的景象由此可見。

然而，一本雜誌的完成是由雜誌社的工作人員分工合作下產生的，其中採訪編輯幾乎是雜誌的核心，他們的專業地位不容否定；美國老羅斯福總統也曾說過：「據我看來，美國各種職業之中，最重要的要算新聞記者，特別是雜誌記者，尤其通俗的編輯人，更為重要。」由此可見得雜誌記者，即目前的雜誌採訪編輯人員的重要性。但是，既然採訪編輯

的角色如此重要，而台灣雜誌業又如此蓬勃發展，那麼台灣雜誌業目前採訪編輯的狀況究竟為何？

雜誌內容因著雜誌定位及編輯人員的功力而有著優劣之別，因此，採訪編輯的專業素養會影響雜誌內容的豐富性及專業性。有鑑於此，探討雜誌社採訪編輯一職的角色、定位、功能、重要性，有助於主管的培育工作。目前無論政府或民間的專案研究，探討傳播媒體或其從業人員的職業角色，大多以報社為媒介或以總編輯一職為主，雜誌的採訪編輯一職卻很少被提出討論過；因此，研究雜誌的採訪編輯一職有絕對的必要性。

然而，隨著台灣經濟起飛後，國內民眾愈來愈重視休閒活動，加上政府自 1998 年元月起實施公務人員「隔週休 2 日制」後，帶動民營企業也漸漸跟進，由於每月 2 次週休 2 日，國人休閒時間增加，提昇國人國內旅遊意願，使得國內旅遊市場日益活絡，據資料指出：「隔週休 2 日制實施後，分別有 6 成及 6 成 5 民眾表示 1998 年旅遊次數及旅遊支出有增加，5 成以上之旅行社及民營風景遊憩區業者表示全年營運收入增加。顯示週休 2 日制的實施，確已帶動國人國內旅遊風潮，而國人國內旅遊的能量明顯增加，對提昇國內觀光產出有正面效益。」(交通部觀光局，1998，頁 1)

國內旅遊的蓬勃發展，除了可從各地遊覽地區遊客人數的激增事實看出，更有從戶外生活雜誌及各種渡假旅遊套書的應市，各報均開闢定期的「假日版」、「閒情版」、「休閒版」，甚至「戶外旅遊版」和「休閒旅遊版」的現象得到佐證。同時，於 1990 年《博覽家》創刊時，每年出國人數為兩百萬人，但當時卻沒有一本出國情報誌，短短幾年間，《行遍天

下》《旅點》《TO' GO》《Mook》雜誌書皆紛紛投入這塊旅遊的大餅(楊照, 2001, 頁 22)。交通部觀光局曾引述蕭新煌先生言論指出, 或許這些戶外旅遊資訊或指南的大量出現, 未必就能看出當前台灣戶外休閒、遊憩或觀光質量轉變的事實, 但至少可視為『需求』增加的指標(交通部觀光局, 1998, 頁 7)。而且, 自從 2000 年網路產業的急遽發展後, 據資策會的資料顯示, 上網民眾有 5 成曾經瀏覽旅遊網站, 由此可見旅遊產業的魅力。

台灣商業性雜誌對於市場定位一向重視, 因此將旅遊與出版產業結合, 旅遊雜誌往往能夠比報紙、網路報導來得更深入, 且比一般圖書具有時效性; 因此, 旅遊休閒雜誌在 2000 年金石堂書店與新學友書店排行榜上位居前 4 名(行政院文建會, 2000, 頁 173)。同時, 由表 1.1 在 2001 年的 6 大類雜誌銷售量比例中亦發現, 休閒類雜誌僅次於婦女服裝類及科技類雜誌。由此可知, 休閒旅遊雜誌在雜誌市場中是具有廣大消費市場的雜誌類型, 而旅遊資訊對於國內國人旅遊推動上, 有十足的重要性, 因此, 休閒旅遊雜誌的發達對國內休閒旅遊有相當大的影響力。

表 1.1 2001 年度雜誌 6 大類銷售佔比

	財經類	新聞類	科技類	語言類	休閒類	婦女服裝	其它
1999 佔比	13.04%	7.23%	15.23%	14.80%	15.15%	15.04%	19.51%
2000 佔比	15.12%	6.44%	16.55%	12.70%	15.13%	14.55%	19.51%
2001 佔比	11.16%	7.55%	14.57%	14.21%	14.24%	17.30%	20.97%

(資料來源：金石堂 2002 年特刊, 轉引自 2002 出版年鑑)

本研究之主要目的, 乃在結合旅遊產業和出版雜誌業的編輯人員, 透過採訪編輯在旅遊雜誌中的廣泛需要性, 來實際調查、瞭解採訪編輯

在旅遊雜誌裏所扮演的角色及其重要性，同時，也期望本研究結果，能夠提供出版界對旅遊雜誌社採訪編輯有更多的認識。

因此，本研究將針對台灣市面上公開販售之旅遊雜誌社內採訪編輯的角色進行探討，因為在近代社會學理論的發展中，職業是個非常重要的變項，它除了經常被當作是「代表個人社會階層的最佳單一指標」之外，也往往對於個人的價值觀念、心理態度、宗教信仰、行為角色與生活方式，有著很大的影響（黃毅志，1999，頁 121）；另外，Holland 在 1977 年也指出於心理學、社會學、人類學界，沒有一個比「角色」更好的單一概念，可提供社會與個人之間的關係解釋（蔡佩玲，2000，頁 2）。所以本研究旨在以台灣休閒旅遊雜誌為中心，深入探討在雜誌社佔有重要地位之採訪編輯的職業角色，及其在學術研究和實務運作上的重要價值，期能為出版雜誌業裏的編輯人留下論述基礎，提供出版雜誌界在茁壯之路上能夠走得更鏗鏘有力。

本論文研究的目的是在於瞭解以下問題：

1. 旅遊雜誌社採訪編輯人口背景因素為何？（人口背景分析）
2. 旅遊雜誌社採訪編輯的職業生涯的變化？（職業經歷分析）
3. 旅遊雜誌社採訪編輯實際上做什麼事、心理上想做什麼事，以及於社會上的位置？（職業角色分析：角色行為、角色期望、角色定位）
4. 旅遊雜誌社採訪編輯的職業角色受到哪些因素的影響？（影響因素的分析）

第二節 研究方法與研究架構

一、 研究方法

(一) 研究進行步驟

本論文擬以台灣市面上公開販售的旅遊雜誌社內之採訪編輯為主要調查對象，透過以敘述性統計分析之問卷調查法及訪談法中的深度訪談法 (in-depth interview)，來從雜誌社的實務面探討旅遊採訪編輯實際扮演的職業角色意義，並企圖藉此來瞭解旅遊採訪編輯於整個雜誌出版組織中的地位。除結構性問卷發放及深度訪談外，本論文並結合了文獻分析法，藉以紮實本論文的整體內容。

因此，本論文所採用的分析法，是透過「質」與「量」雙管並重的方式，以不同面向來進行研究，求得相互觀照下的「較佳猜測」(better guess)，希冀可從多面向的觀察來得到最客觀的結論。

在本研究的一開始，採取「量」的研究，筆者依據本研究的動機、目的及理念中心，加以設計以結構性問題為主的問題，其中輔以部份開放性問題來探詢受訪者更多的資訊。此階段的受訪者有二，一為旅遊雜誌社的總編輯，此部份問卷的目的在於瞭解採訪編輯在旅遊雜誌中佔有的比率及重要性、旅遊雜誌的總編輯對於採訪編輯遴選的條件及想法、採訪編輯和雜誌社間的互動關係及其在組織內的地位、在總編輯的角度來看採訪編輯未來可能的發展性、其對於採訪編輯和記者兩種角色的看法，並請總編輯推薦該社的資深採訪編輯作為本研究未來的深度訪談對象；此部份以問卷面談的方式進行，即當面將問卷交給受訪者，由受訪者自行填寫。另一受訪者為所有的採訪編輯，此部份的問卷仍以結構性

問卷為重，主要目的在瞭解其人口背景及職業變遷，並於此階段概略瞭解其在角色中所實際從事的工作及其內心的期望。此部份則交由雜誌社代為轉交該社所有的採訪編輯，再統一收回，以敘述性統計法分析之。

在「質」的研究上，本研究採用深度訪談法（又稱非結構性訪問）來進行，並輔以文獻分析來紮實研究內容。除了蒐集各方相關文獻，並加以分析、探討外，同時，也從第一階段的問卷調查，經總編輯的「推薦」及問卷得知的採訪編輯「年資」，來篩選出資深的採訪編輯作為訪談的對象；並依據研究問題的制訂及第一階段問卷回收的結果，設計開放式問卷，針對受訪者的特殊經驗或心理的各種期望、想法所會帶來其職業角色上的影響，加以面對面深度訪談，並觀察其神情、動作以實際瞭解在旅遊雜誌中，採訪編輯的角色行為與角色期望，而受訪對象的內心想法及其抱持的理念，將成為本研究的重要基本素材，藉由深度訪談獲取資料。

（二）資料蒐集過程

1、相關文獻蒐集與整理

本研究所蒐集的文獻資料，包括了學術性資料與非學術性資料。學術性資料包括有相關研究論文、專業期刊、年鑑及政府報告；另外，非學術性資料包含一般報章雜誌之相關文章、其它相關出版物、雜誌社內部刊物、演講紀錄、相關訪談資料、雜誌社名錄。

2、問卷設計

本研究的結構性問卷有二，一為針對旅遊雜誌社總編輯所設計的結構性問卷，主要藉以瞭解採訪編輯於旅遊雜誌整體概況，作為發放予採

訪編輯前的資料參考，其問卷回收結果僅供研究參考，不列為研究分析內容。另一份為針對旅遊雜誌社所有的採訪編輯而設計，其中於問卷裏的部份提問，採用李克特（Likert）量表設計而成，並於前測後加以測量信度，以確保問卷的可靠性，同時此部份問卷分析結果為本研究主要量化資料來源。兩種問卷皆參考國內外相關文獻而成。

3、修改問卷

經由指導教授指正，以及 2 至 3 位相關行業的從業人員的批評後，發現於專業素養部份問題非具重大相關，因此將「平時所閱讀的專業期刊」由原本羅列的 20 本期刊，經篩選後僅羅列 5 本由重要相關機構或單位所發行的期刊；並加上「同行期刊」，由受訪者自行填寫。除此之外，也改正一些詞彙和句型上的缺失，以求能更精確地得到有效資料。

4、擬定深度訪談的題目

在第一階段的問卷調查後，有鑑於結構性問卷所得資料多為量化資料，其中部份開放性問題也僅能夠得到表面上的字義；因此，透過第一階段的兩種問卷所羅列的題目，以及針對受訪者本身再進一步設計開放式問卷，以釐定深度訪談的問題。在本研究設計中，這些開放式題目之目的在探求結構性問卷調查量化資料背後所隱藏的意義，以求進一步獲得具體個案分析說明，獲得二度詮釋的重要依據。

5、正式發放問卷

本研究在「量」的部份以問卷進行調查，「質」的部份則藉深度訪談取得相關資訊。針對台灣於市面上公開販售之 6 家旅遊雜誌社內全體採訪編輯進行問卷調查，共計 30 位專職採訪編輯，發放問卷計 30 份，回收問卷 25 份，扣除 2 份無效問卷，得到有效樣本為 23 份（S01-23），此

部份為本研究量化數據之主要分析資料。結構性（封閉式）問卷，英文全名「Structured」，本研究以「S」作為結構性問卷的樣本代碼。

深度訪談則以採訪年資在 3 年以上者為主要訪談對象，但由於旅遊雜誌社中的男性採訪編輯人數居少數，為求研究客觀起見，凡為男性採訪編輯，不加以限制年資，皆為訪談對象。因此，針對台灣市面上公開販售之旅遊雜誌社內採訪編輯，訪談對象共計 16 位¹；另外，由於研究需要，採訪報社旅遊版記者約 4 位。深度訪問總人數為 20 位（U01-20），由於深度訪談（又稱非結構性訪談），英文全名「Unstructured」，故本研究以「U」作為深度訪談對象的樣本代碼。（深度訪談詳細名單見附錄一）

（三）信度與效度

「信度」的概念來自量的研究，指的是研究結果的可重複性。但質的研究將研究者本身當作研究的工具，強調研究者個人的獨特性與唯一性，因此，通常在質的研究中不討論信度問題（陳向明，2002，頁 133-134）。但為求嚴謹，本研究試圖測試結構性問卷中 6 項²五點尺度量表的信度。一般而言，衡量信度的方法大多使用 Cronbach's α 係數，評估問卷量表內部項目的一致性。根據 Guiford（1965）認為 α 值低於 0.35 者，屬於低效度，即問卷不適用； α 值介於 0.35 及 0.7 之間者，屬於中信度，即問卷可接受； α 值大於 0.7 者，屬於高信度，即問卷設計佳。測試結果如表 1.2。

¹ 其中有 2 位目前任職旅遊雜誌社高級主管，具有豐富採訪經驗，但在該雜誌社已無接觸採訪工作，由於本研究認為其觀點具有極高參考價值，因此雖未列入結構性問卷（針對專職採訪編輯）分析樣本之中，但仍羅列為深度訪談對象。

² 旅遊雜誌功能的重要程度、工作之餘的人際關係、各種因素對採訪編輯的影響程度、個人對職業表現的評價、職業在社會中的評價、職業對社會的影響力。

表 1.2 信度檢定

構面	Cronbach's	檢定結果
專業素養	0.9109	高信度
角色行為	0.9196	高信度
角色期望	0.9000	高信度

「效度」，係指衡量工具能夠真正地測得所欲衡量變數之程度。本研究之問卷所採取的變項及構面，係根據邏輯推理、學理基礎、實驗經驗、專家共識等進行設計，且經過事前測試。同時，問卷的發放對象，涵蓋所有市面上公開販賣的旅遊雜誌社內之採訪編輯，且有效問卷回收率高達 76.67%，因此，本研究在效度上具有一定水準。

二、研究架構

本研究共分五章。第一章〈緒論〉，陳述研究動機及目的、研究方法與架構以及文獻探討、名詞界定。第二章〈採訪編輯的人口背景〉，以探討採訪編輯的先天、後天條件及其家庭背景為主。第三章〈採訪編輯的職業經歷〉，主要分析旅遊雜誌採訪編輯的首份職業、職業變遷、升遷管道等。第四章〈採訪編輯的角色行為、期望及定位〉，透過深度訪談了解採訪編輯實際的行為及內心期望，並透過與報社旅遊版記者的比較，來區分採訪編輯與記者的異同處，以期確定採訪編輯於雜誌社內的角色定位。第五章〈結論與建議〉，總結研究發現，及交待研究限制，並給予適當建議。本研究的分析架構，可以下圖 1.1 呈現：

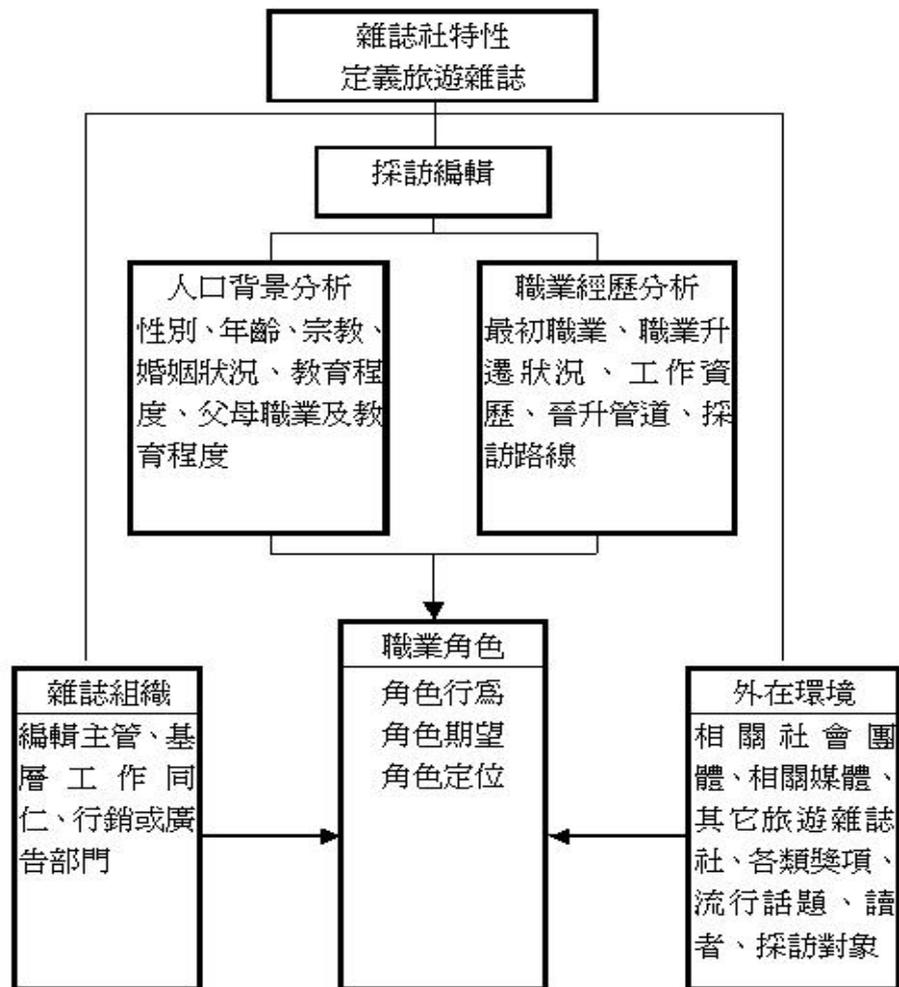


圖 1.1 本研究的研究架構

第三節 文獻回顧與檢討

本研究著重在採訪編輯職業角色研究，因此相關的文獻部份主要是國內有關守門人的研究及以傳播者為核心的研究。其次由於本論文從旅遊雜誌切入探討，與旅遊雜誌或旅遊出版品相關的文獻，亦是在研究中

不可忽略的部份。因此，以下將從守門人及旅遊雜誌兩面向進行文獻探討。

在李銓〈我國新聞傳播教育的發展與前瞻 - 兼論雜誌編輯人才的培育〉(2000)與〈雜誌採訪權不容否定〉(1983)、應未遲〈記者之「節」〉(1983)、歐陽醇〈讓記者出頭〉(1984)、邵玉銘〈雜誌業與現代社會使命〉(1988)等數篇期刊文獻中，皆指出雜誌出版事業蓬勃發展，應培養具新聞素養的通才，以便能夠在編輯採訪工作中擔當任何版面或任何路線的編採任務，強調了編採人員在雜誌出版業中的重要性。

楊志弘的《台灣地區報社總編輯職業角色之研究》(1992)，為國內博碩士論文以職業角色為探討主題中，討論最完善的一篇。此篇論文主要探討台灣地區報社總編輯的職業角色，將其放到報社的科層組織觀察而得，分析「角色行為」(role performance)和「角色期望」(role expectations)兩部份，並就職業社會學的觀點，討論職業角色的「幅度」和「蔓延性」。此論文主要採用「混合策略」，且同時著重「量」和「質」的雙重分析；在資料蒐集和資料分析上，運用「研究對象的語文」，結合「圈內人的觀點」和事實，在「現實層面」下去探討報社總編輯的職業角色。此研究從傳播者「個人層面」的探討，擴展到「媒介組織層面」和「外在環境層面」的範圍；討論主題有「人口背景」、「職業經歷」、「報社特性」、「報社組織」、「外在環境」的影響因素、「職業角色」的角色行為和角色期望等，此研究算是一篇針對「職業角色」此一主題的完整探討。

此論文的研究主題提供本研究許多重要的啟發，對於職業角色一題產生更深刻的體會，其研究的對象為報社總編輯，但由於國內外探討職

業角色的對象幾乎都是以總編輯為題，與本研究主要研究對象為雜誌採訪編輯不同，不禁令人感到採訪編輯在台灣媒體環境中的弱勢，凸顯採訪編輯專業地位未建立的事實。雖然如此，其研究方法則可作為本研究參考，國內對於角色研究的相關論文本來就堪稱少數，而針對採訪編輯一職的研究又幾乎等於零，因此本研究也是將朝向較多元的角度去分析，以期能提出一個較完整的概念架構，使得這未開發的研究領域，能朝理論化的目標向前一步。

陳雅玲的《報社記者與編輯角色期望之研究》(1994)則延續楊志弘的研究，更深入探討記者與編輯兩種傳播者職業角色對於自我或對方角色的期望。此研究採「個案研究法」，以《自由時報》為對象，對其社內的記者與編輯做全面性的調查。研究發現，記者與編輯不論在「自我工作評估」、「新聞工作的專業性」、「評價新聞媒介的功能」以及「新聞室的管理與溝通型態」等四個層面，都存在許多本質上不同的認知，顯見研究者不應將記者與編輯的角色，簡單地視為同一類的「新聞從業人員」。蓋記者所認知的角色是比較富有挑戰性的，但編輯則比較傳統；在專業技能方面，記者的專業技能可分成「採訪寫作」、「深度報導」、「開發新聞」、「比報檢討」四個層面；而編輯的專業技能可分成「維持新聞原貌的組版技巧」、「版面與編題處理能力」、「照片編輯的技巧」、「比報檢討」四個層次。其它在外在壓力來源及工作品質的檢討上，皆一再顯示記者與編輯兩者存在的差異。但陳雅玲的研究並不以雜誌之採訪編輯為對象。

針對單一職業角色來做研究，國內除了楊志弘的該篇博士論文外，另一篇蔡佩玲的《台灣地區童書出版社總編輯職業角色之研究》(1999)，

則從童書出版社總編輯的階層、人口背景、專業意理、角色行為、角色期望來探討童書總編輯的職業角色。歸納出童書總編輯與教師角色相似的論點，更從對童書總編輯的人口背景及職業經歷分析中呼應楊志弘（1992）的研究發現，進一步確定了總編輯的背景特質。如前所述，此篇論文的研究不是以雜誌而是以童書為主。

早期探討影響傳播者職業角色的研究多屬於「守門人模式」的研究，而「守門人」(gatekeeper) 這個名詞最早是由李溫 (Lewin, 1947) 於 1950 年代所創造出來的。在經由多位學者陸續的研究發展，之後的研究更將焦點放到組織及組織外的環境來觀察。而國內則在 1980 年代末及進入 1990 年代才開始大量出現相關研究，其中潘家慶 (1984) 更歸納出影響媒介內容的三個因素層面：社會環境、閱聽大眾、媒介工作人員。而以傳播者職業角色為核心，研究角色行為與角色期望的相關研究有楊秀娟 (1989)、蕭蘋 (1989)、楊志弘 (1992)、陳雅琳 (1994)、陳斗田 (1995)、盧映利 (1996)、蔡佩玲 (1990)、劉智慧 (1996) 等人之研究，其中又以楊志弘、陳雅琳、蔡佩玲等人之研究對本研究較具參考意義，因為他們都從實務面來觀察單一職業角色在組織中的意義。但由於以上研究調查對象皆為新聞傳播從業人員為主，而非以旅遊雜誌的採訪編輯，因此本研究的特殊性足以可見。

由於國內探討台灣旅遊雜誌的文獻顯居少數，大多以非正式學術期刊資料或政府出版品為主要之研究依據。在《週休 2 日實施對國人國內旅遊的影響調查報告》(交通部觀光局, 1998) 中即提出了週休 2 日刺激國人旅遊意願，從而促進整體休閒旅遊事業發展的論點，以及其對旅遊相關業者的正面效益，其中包括旅遊出版品的增加，也相對顯示出國內

旅遊市場遞增的需求性。《中華民國雜誌出版業總名錄》(中華民國事業協會, 2001)也大規模地普查現階段雜誌出版業在台灣的狀況並分門別類加以統計,內文指出台灣雜誌出版業有 4982 家雜誌社,並且更從「刊期」、「營業性質」、「地區分佈」、「各年度雜誌社家數比較」、「售價」、「印刷量」等面向,透過統計資料來闡述臺灣雜誌業現況,透過資料分析、比較,從中擷取觀光旅遊類雜誌的動態。

在論文資料方面,董素蘭(1988)、李淑宏(2000)、關孫知(2000)、邵盈榕(2001)也都直接或間接地提及旅遊相關出版品及旅遊資訊分析,其中以邵盈榕《從自學式教材觀點分析旅遊書之內容 - 以日本東京旅遊書為例》(2001)中更歸納出旅遊出版品的類型、要素、內容分析,雖從內容分析的角度出發看旅遊出版品,與本研究無直接相關,但卻是國內少數針對旅遊出版品的研究。

董素蘭的《天下雜誌內容分析》(1988)側重於雜誌內容的分析,並以《天下雜誌》為主要研究對象,目的在藉由《天下雜誌》的內容分析中,探求其訴求方式,即傳播者對訊息操縱的技巧。並以「分眾傳播」、「擴大關懷層面」、「訴諸權威」、「注重本土性」為其研究的四大假設,但這篇論文以內容分析法為研究方法,以《天下雜誌》的類目篇數「量」的統計數值,來佐助分析內容「質」的意義。雖然這篇論文的研究依作者所述有下列缺失:無法探求因果關係、巨觀探討可能會有缺失、有待實證研究、質的分析可能不夠客觀等四點;但由於此篇論文主要強調雜誌內容分析,與本研究主要以角色分析的主題不符,因此其所採用的內容分析法並不適用於本研究,但其研究限制可幫助筆者在進行研究時,對其雜誌所進行的總體分析可有所取捨。本篇論文對筆者的幫助在於,

其對雜誌作了許多總體分析，例如：台灣雜誌分類排名、雜誌數量及成長率、台灣雜誌事業現況分析 等，由於本研究將可能探討到雜誌之於台灣的重要性，再進而探求採訪編輯一職的重要性，因此這篇論文與本研究有間接相關性。

李淑宏的《因為旅行，所以存在 - 旅行世紀的台灣新世代》(2000) 將主體設定在把「旅行」納入個人生活型態的台灣新世代，而新世代指的是 1970 年以後出生的群體。此研究從政策解禁、經濟成長、交通發達等因素談起，說明台灣旅遊條件的改善，為海外旅遊風氣奠定基礎。研究中指出台灣休閒觀念的興起及國內旅遊的發展及在異國文化的衝擊下，出現新世代的新旅遊觀。但由於此研究僅以訪問新世代旅行者為重點，且為 15000 字的短篇報導，僅供本研究作為參考。

此外，關孫知的《包羅萬象 - 上海深度旅遊報導》(2000) 則以上海作為主要報導對象。在論文研究中從「休閒旅遊對人類的重要」、「旅遊深度報導的重要」兩方面來談，其中在「旅遊深度報導的重要」部份，更從「站在消費者的立場」、「站在旅遊業者的立場」、「站在採訪記者的立場」三方面來切入討論。在其探討「台灣地區的出版品」、「台灣地區的報紙雜誌報導」的部份，可提供本研究在討論旅遊雜誌的論點上做更為多元的思考，但由於其研究不夠深入，僅能作些微參考；至於其主題「上海」的深入報導，並不在本研究的範圍內。

以台灣市面上公開販售的旅遊雜誌媒體是本研究立論的大環境，而採訪編輯的職業角色則是本研究的主要核心。此外，本研究參考傳播者研究者歸納的 5 個面向為架構，將旅遊雜誌社的採訪編輯放在其組織中，

探討其個人人口背景、職業經歷、職業角色、外在環境、組織環境，並依照旅遊雜誌社的特殊性而加以修改。但不論旅遊市場如何改變或媒體的不同，都無法否認採訪編輯在雜誌社中佔有重要地位的事實。

第四節 名詞界定

本論文所關注的研究主題範圍及重要名詞界定如下，在此先行釐清，免生混淆。

一、 旅遊

依交通部觀光局於 1986 年《台灣地區國民旅遊狀況調查報告》中對旅遊所下的定義：「旅遊」係指以舒暢身心和增廣見聞為目的，離開經常居住地點，在國內從事欣賞風景、名勝古蹟及人為景觀等的非例行性往返活動。因此，到公園散步及慢跑等，各屬於休閒和運動方面的活動，並不屬於旅遊活動；而到旅遊據點遊玩就應視為旅遊活動。Murphy 於 1985 年也表示：當遊憩活動或運動活動是遠離其日常居住地成為旅行的形式，就空間和時間之擴大而言，即跨越到旅遊的層次（交通部觀光局，1998，頁 5）。除上述定義為「國內」的旅遊活動外，本研究更廣泛定義為「國內外」的旅遊活動。

二、 台灣旅遊雜誌

台灣雜誌出版業從戒嚴時期到解禁之後便蓬勃發展，雜誌出版業之數量超過 6500 家，而根據近期雜誌出版業產業總校正之資料，現有 4982 家雜誌社。但市面上的雜誌變化迅速，雜誌社的規模大小不一，並且其中有許多雜誌社皆如殞落的星，僅有短暫光亮，因此本研究在這講求分

眾的時代中，僅針對隨著周休二日所日漸興起、蓬勃的旅遊類雜誌，作為本研究對象。

本研究「旅遊雜誌」以提供民眾大量旅遊資訊且在市面上零售及提供民眾訂閱的雜誌社為主。依據中華民國雜誌出版業總名錄的統計資料（中華民國雜誌事業協會，2002，頁 33-169），截至 2001 年 12 月 15 日止，包括台、澎、金、馬的台灣地區雜誌，觀光旅行類中包括半月刊、季刊、雙月刊、週刊、雙週刊、不定期的刊物計有 82 家，本研究排除已停刊 42 家、僅提供業界閱讀 4 家、免費贈閱刊物 10 家、地方性刊物 10 家、已轉換雜誌型態的雜誌 2 家、公司內部刊物 1 家 等非具有商業性質的旅遊雜誌後，即有於市面上公開販售的觀光旅行類雜誌僅餘 13 家，其中主要以旅遊資訊為主³的雜誌社有 6 家。這 6 家其中有 4 家是月刊、一家為季刊、一家為不定期刊物，此 6 家分別為《行遍天下》《旅遊 TO' GO 雜誌》《博覽家雜誌》《莫克 (Mook) 雜誌》《鐵道旅行》《野趣雜誌》。其中，《莫克 (Mook) 雜誌》的類型又區分為季刊（Ex：《Mook Traveler》）及雜誌書（主題式）不定期的型態出現，但其整體作業方式，與一般雜誌社大致無異，因此，其社內採訪編輯亦為本研究對象。

三、 編輯

編輯工作的程序是先輯而後編。一般的新聞編輯，其定義可分為廣狹二義。廣義的編輯是指凡包括新聞的蒐集和編排，如一般報社、通訊社編輯部的業務，和總編輯、副總編輯的職責等；狹義的解釋，則是指新聞的編排工作，如一般報社在編輯部之下所設的編輯組業務（荊溪人，1987，頁 32）。此定義也可適用於雜誌社編輯上。

³ 中華民國雜誌出版業總名錄中第 21 類「觀光旅行類」中包含觀光、旅遊、休閒；本研究以旅遊為主（中華民國雜誌事業協會，2000，頁 13）。

不管是報社、雜誌社，甚或是出版社，編輯本身是一種職業，必須具備豐富的常識、專業的知識、流利的文字能力、細心與耐心的個性、良好的職業道德、強烈的求知慾、基本的法學素養、基本的英文能力及國學素養、成本概念 等（孟樊，2000）⁴。依照層級與分工的不同，編輯的職稱也會依照實際執權人而定，在一般雜誌社中又通常分為總編輯、副總編輯、主編、執行編輯、編輯、美編、助理編輯 等。至於在旅遊雜誌社中，其中的編輯又更細分為採訪編輯與文稿編輯，本研究即針對在旅遊雜誌社中極具重要性的採訪編輯一職作研究分析。

四、 文字編輯

文字編輯又稱「文稿編輯」，通常負責讀稿、發稿、校對、定稿、清樣、藍圖 等，若負責整本書的編輯，又稱為執行編輯或責任編輯。在旅遊雜誌社中，文字編輯通常負責編輯的後製作業程序，而前製的企劃及採訪則通常由採訪編輯負責。

本論文所研究的採訪編輯，在所分析的 6 家旅遊雜誌社中，除了《莫克》雜誌之外，其餘幾乎不完全接觸後製的編輯流程作業（依雜誌社體制而使接觸程度有所不同）。

五、 採訪編輯

採訪編輯往往是雜誌社中人員編制最龐大的職務。採訪編輯主要負責採訪的工作，因為雜誌性質的不同，會產生職務及職稱上的差異，但軸心仍以「採訪」為主。本研究中，旅遊雜誌的採訪編輯除了採訪工作外，更涉及企劃提案及聯絡相關單位的作業。

⁴ 此部份引自筆者於孟樊輔仁大學中文系「出版實務」一門課的課堂筆記。

本研究以前述 6 家旅遊雜誌社的社內所有採訪編輯為主要研究對象，共計 34 位，其中包括 30 位專職採訪編輯、4 位文字編輯支援採訪編輯。故本研究主要研究對象為 30 位專職採訪編輯⁵。

六、 職業角色

在近代社會學理論的發展中，職業是個非常重要的變項，如上所述，它除了經常被當作是「代表個人社會階層的最佳單一指標」之外，也往往對於個人的價值觀念、心理態度、宗教信仰、行為角色與生活方式，有著很大的影響（黃毅志，1999，頁 121）；另外，Holland 在 1977 年也指出於心理學、社會學、人類學界，沒有一個比「角色」更好的單一概念，可提供社會與個人之間的關係解釋（蔡佩玲，2000，頁 2）。

因此，在本研究中於職業角色的研究上，著重於旅遊雜誌社採訪編輯個人的人口背景因素，及其在擔任採訪編輯一職前的職業變遷，期能作為瞭解旅遊雜誌採訪編輯的職業角色背景參考因素。同時，在本研究重心「職業角色」議題中，本研究也著重關注三大範圍：一為「角色行為」(role performance)，主要在於研究旅遊雜誌採訪編輯於職場上的實際行為表現；二是「角色期望」(role expectations)，即是採訪編輯本人心理上對其行為的期望。三為「角色定位」(role location)，主要探討採訪編輯一職在社會中所居的位置，並藉由其與報社記者在工作實際執行上的比較，以及外在環境的影響，來確認採訪編輯的角色。

⁵ 由於旅遊雜誌社體制不夠完備，而產生職務及職稱上的差異，但皆以「採訪」為其主要工作核心項目，因此本研究樣本於職稱上有所不同（詳細分析見第三章）。

第二章 採訪編輯的人口背景

在國內外的守門人相關研究中，都可以發現新聞從業人員普遍年輕化，不論是 Johnstone(1976)以 1970 年代的記者所作的研究、或是 Weaver 與 Wilhoit(1986) 美國《舊金山紀事報(San Francisco Chronicle)》(1987) Stone (1987) Tunstall (1971) Kim (1981) 鄭瑞城 (1988) 林麗雲 (1990) 楊志弘 (1992) 陳雅琳 (1994) 等人的研究，皆普遍顯示出媒介工作者的人口特質大多為男性、擁有大學以上教育程度、年齡約 30 - 45 歲左右、出身中上家庭；而女性記者比例則普遍偏低，且其教育背景多為主修大眾傳播科系。

但以上研究針對的媒體幾乎以國內外的各大報社為主，並無關於雜誌社的相關討論，更遑論台灣地區的旅遊雜誌社了。所以，雖然雜誌社和報社同屬於平面傳播媒體，但其從業人口的分佈是否就如同先前研究的結果呢？或是，同為守門人研究，雜誌社中採訪編輯所呈現的人口背景是否會和報社一樣呢？之前的守門人相關研究是否適合套用在同為平面媒體的旅遊雜誌社採訪編輯上？這些都是必須經由進一步的研究才可以得出明確答案的。

再者，雜誌社身為出版業的一環，因此，本研究有別於一般僅針對同為平面的報社媒體所做之研究；而採訪編輯的職業角色分析，更是雜誌業，以至於出版業的創新研究⁶。因此，瞭解雜誌社守門人角色如同報社守門人之研究一樣重要。此部份分析將有助於瞭解採訪編輯在整個社會中所顯現的特質，及分屬不同媒體守門人的人口差異性。

⁶ 例如龔鵬程即認為，在各大學的傳播學科系中，出版並不獲得重視。國內傳播學科均以新聞為主，可是出版的概念並非新聞概念所能涵蓋。而且以新聞、廣告、公關為主要內涵的傳播學界，其實忽略了出版才是人類主要且基本的傳播型態，無論報紙或電子媒體，都和傳統圖書及雜誌一樣，需要以出版為核心。（孟樊，1996，序）

在本章節的安排中，將參考楊志弘（1992）對「人口背景」此一議題的分類，從「先天條件」、「後天條件」及「家庭背景」這三部份來探討旅遊雜誌社採訪編輯的人口背景，並針對其特質而在項目上略作增修。

「先天條件」指的是個人生來就已決定的背景特性，包括性別、年齡、籍貫；而「後天條件」是指因早期社會化而產生的背景特性，包括黨籍、教育程度、教育性質；「家庭背景」則指的是家庭因素，包括父母教育程度、職業及出身社會階層。（楊志弘，1992，頁 81）

由於考慮到研究媒體的不同及時代背景的差異，導致所關注的點不同，因此，本研究將楊志弘（1992）先天條件中「籍貫」一項，更改為「出生地」；後天條件裏「黨籍」一項，更改為「宗教」；而家庭背景中「出身社會階層」，換置為「個人婚姻狀況」。

本章將就這九項人口背景資料統計分析，藉以瞭解採訪編輯普遍性的人口分佈概況，與每項人口背景因素所帶給採訪編輯的影響性、重要性，及其背後所隱含的社會意義，以探究採訪編輯的人口背景特性。

第一節 先天條件

本節將從性別、年齡、出生地三要素，來探討人口與生俱來的背景因素，即「先天條件」。

一、 性別

本研究從結構性問卷中發現，旅遊雜誌社採訪編輯在性別此一要素上，有著很大的差異。女性採訪編輯人數遠遠超過男性採訪編輯人數，在 23 份回收有效問卷中，女性採訪編輯有 19 位，男性採訪編輯僅有 4 位，女性佔 82.61%，男性佔 17.39%。

在旅遊雜誌社中採訪編輯的男女性比例差異相當大，可從三個層面

來探討此種現象背後所呈現的社會意義：第一，從旅遊在社會上的價值來看；第二，從雜誌本身的獨特性來看；第三，從男女性在社會上的角色來探討。

首先，台灣目前整體社會所關注的話題，通常以政治新聞及財經類的話題為核心。雖然 1970 年代休閒觀念的發展，使得台灣民眾開始重視休閒生活（李淑宏，2000，頁 11），但是普遍的社會議題，還是以政治新聞及財經類為主，這是社會給予的價值觀。所以，關於媒體工作的選擇，男性通常會往較被看重的政治類或財經類做為其入行的目標。

所以報社很少有採訪主任會是從旅遊版或副刊晉升上來的，大多是由政治或社會記者調升，所以男生大多不想在旅遊線，女生反而會比較多。（U13）

我覺得旅遊在社會上是屬於較附屬性的價值，男生可能會覺得走這條路比較沒有出息，他們可能比較會想去跑商業、政治、經濟線的新聞，所以社會給予你的角度是一個關鍵，社會上對你的價值觀是使很多男性不會想要來從事旅遊這一行很大的關係。（U07）

但是，也有一位在報社擔任旅遊線記者的受訪者提出了不同的看法：

報社也大多是女性啊，我覺得是職業的關係，跟旅遊線沒什麼影響，媒體嘛！本來就是女性比較多。但若是跑社會或法院的新聞就男性居多，但我還是覺得這是職業的關係。（U16）

其次，就平面媒體來說，報紙和雜誌是社會中最重要的一項媒體類型。報紙的組織較完整，而且和雜誌相較之下，提供的薪資普遍較高⁷。

⁷ 從事大眾傳播事業的人，如果按待遇高低來選擇的話，首先是電視，其次是報紙，再次是雜誌，最後才是出版（孟樊，2002，頁 ix）。

再者，報紙的腳步也比雜誌來得快速；加上報紙和雜誌因為媒體屬性的不同，所以在工作型態及內容安排上，也有極不同的差異。即有受訪者提到：

很多雜誌社的從業人員都是女性，而不僅僅只有旅遊雜誌，可能剛好喜歡做這工作都是女性，但是報社就以男性居多了。雜誌的某些特質，例如它的工作時間不用像報社一樣，每天弄得那麼晚；速度也比較慢，比較適合女性做長期的發展，這是雜誌社工作人員女性愈來愈多，女性主管也愈來愈多的主要因素，因為她們可能在雜誌社長期地做，以致後來晉升為主管。另一個原因是報社待遇通常比雜誌好，若是新聞系男性也大多優先選擇報社，而且報社男性主管也比較喜歡選用男性記者，所以後來有很多女性是進報社後轉戰到雜誌社的；而且加上女性比較不喜歡追新聞也可能是因素之一，通常她們比較喜歡做深度的報導；另外，薪水也是一個很重要的因素，而且，雜誌規模比較小，男性通常會想在一個規模比較大的媒體，這都是會讓男性優先選擇報社的原因。(U10)

我本身是主管，發現男性剛開始或許會因懷著對旅遊的高度理想進來，但來了之後會發現工作性質蠻靜態的、而且高壓的工作環境及瑣碎的工作內容，男性會比較不能忍受。另外，旅遊雜誌社的主管也大多都是女性，男性對女性主管的管理方式可能不習慣，相對的流動率很高，之後我就比較不會想採用男性採訪編輯了。(U01)

再次，中國傳統社會，父權主義的觀念根深蒂固，延續至民主的年代，還是有很多拋不開的包袱，雖然現在提倡男女平等，但之於家庭的觀念，很多還是建立在男性為經濟重心的考量上，於是也就造就男女性在面對同樣事情所產生的不同處理態度。據資料指出，國內女性喜歡旅遊的程度超過男性，這與台灣的兵役限制也有關係，因為這促使女性在安排旅遊計劃及時間上較為彈性。同時，傳統的性別期待，也限制了男

性出國旅遊的機會。(李淑宏, 2000, 頁 58-59)

作家羅智成也以男女性別在傳統社會地位的角度, 來分析男女性在旅遊觀上不同的原因: 「一般男生的收入還是生活穩定的主要經濟來源。女生雖然會有收入, 可是女生的收入通常不需要變成最 basic 的來源。所以, 差別很大。傳統的性別期待解放了女生, 但男生還是被綁在他的事業上。東方男生在這一點上, 有他的苦衷。女生的錢通常被認為是多出來的, 雖然現在也是需要了, 可是她的錢還是不會被視為生活的主要來源。」(李淑宏, 2000, 頁 59)

受訪者也針對此問題提出想法:

女性比男性喜歡旅行, 約百分之七、八十的女生都如此, 因為女性比較容易放得下, 男性卻有養家活口的壓力, 而旅遊雜誌社給的薪水也是無法被他們所接受的。加上女性很多也都是因為一剛開始喜歡旅遊, 後來就當旅遊記者。因此, 我覺得旅遊雜誌社中女性採訪編輯居多的原因, 一是社會價值、二是薪水問題、三是女生比較喜歡旅行。(U07)

所以, 綜合以上分析可以得知, 雖然在雜誌這個媒體中, 女性本來就比較多, 但是由於旅遊在社會上的價值比重較低, 而且, 雜誌社的薪水也不及報社優渥, 因此, 在傳統性別期待下, 男性通常不會選擇進入旅遊雜誌社; 且雜誌社的工作內容較繁複, 比較適合有細心特質的女性來擔任; 加上女性較沒有傳統成家立業的薪資束縛, 因此年輕女性較能夠放下一切, 享受旅行的樂趣; 雖然這些並非是旅遊雜誌社女性採訪編輯居多的「絕對原因」, 但卻使得女性比男性進入旅遊雜誌社的可能性增加。因此, 本研究發現旅遊雜誌社的採訪編輯通常以女性居多。

二、 年齡

本研究從結構性問卷分析統計中發現，受訪者 23 位採訪編輯的平均出生年次為民國 59-60 年（西元 1970 - 1971 年），即平均年齡介於 32 - 33 歲左右。

此研究結果與國外學者以 1970 年代的記者為對象，指出新聞工作是一個非常年輕的行業之論點相符合（Johnston, 1976, p.149）。且與國內其它研究，一般媒介記者年齡在 40 歲以下者，約在 80%到 90%左右的絕對多數（翁君珮，1985；張慧心，1985；饒燕如，1985；陳珀姿，1985 等人）之結論相呼應。一般而言，新聞從業人員的人口特性傾向年輕化，擁有較高的學歷，屬於社會中較上層的一群。（蔡佩玲，2000，頁 8）

而在楊志弘的研究結果中，台灣報社總編輯平均年齡是 46 歲，以 41 歲到 45 歲之間為主（佔 50%），而 40 歲以下佔 20%，60 歲以上者只佔 15%（楊志弘，1992，頁 83）。但由於角色階層的不同，所以不能夠將之與本研究普遍性的採訪編輯年齡層調查結果做比較，而若僅觀察本研究 6 家雜誌社的總編輯的平均年次，約民國 56-57 年次（西元 1967 - 1968 年），即平均年齡約 35-36 歲左右，可知旅遊雜誌社總編輯的普遍年齡比報社總編輯來得年輕。因此，在與國內守門人文獻相較之下，旅遊雜誌不論是採訪編輯及總編輯的平均年齡都較同為平面媒體的國內報社來得年輕，這可能與旅遊雜誌採訪編輯普遍性流動率高有關，而旅遊雜誌社的升遷管道又通常以業內為主，所以總編輯的平均年齡都較年輕。

受訪者針對此部份提到：

通常旅遊雜誌社主管都會從內部晉升(95%)，往往會晉升資深的人員。(U1)

我在旅遊方面的採訪經驗已經 7、8 年了，當主編也有 5 年的時間了。我進這家

公司時就是主編，其實大多數的公司都喜歡從內部晉升，但我不是，可見這行的不穩定，這個環境的人事流動是很大的。（U9）

我的採訪資歷有 8 年多了，最近才發現這行像我資歷那麼久的還真是沒幾個。（U4）

三、 出生地

本研究從結構性問卷中分析統計發現，受訪者 23 位採訪編輯有 82.61% 出生於台灣北部，中、南部則各佔 8.7%。而在佔有最高比例的北部，又以台北市佔 65.22% 的比例。

大部份的旅遊雜誌採訪編輯都出生於北部，尤其是台北市，但是經由本研究實際觀察後發現，居住地比出生地具有實質上重要的影響。本研究的 6 家旅遊雜誌社皆位居北部⁸，尤其是台北市居多，因此若受訪者居住地處於北部，將連帶影響其進入旅遊雜誌社的可能性，也造就旅遊雜誌社採訪編輯多數居住台北的現象（其中也包括許多離家北上工作的採訪編輯）。而出生地在北部者（加上居住地也在北部者），則可能因為從環境中接觸的資訊來源更加多元，在愈來愈強調休閒旅遊的社會中，則更能有機會接觸到旅遊雜誌的相關工作機會。

因此，若單就「出生地」來探討，或許沒有絕對意義，但若輔以「居住地」來觀察，將發現位居台北為多的旅遊雜誌社，使得採訪編輯的居住地將是影響其培養旅遊概念及選擇進入旅遊雜誌社的原因之一。此部份數據僅提供採訪編輯人口背景分析中的一項參考值。經由觀察中得知「出生地」對採訪編輯職業角色一職的影響，並沒有絕對相關性。

整體而言，旅遊雜誌社中的採訪編輯，大多以女性為主，佔 82.61%，

⁸ 截至民國 90 年（2001）止，雜誌社總計 4982 家，於民國 90 年雜誌社位居台北市者有 3014 家。（中華民國雜誌協會，2001，頁 15）

年齡約在 32 至 33 歲左右；出生地以北部為主，台北佔 65.22%，但受訪者認為這對其職業角色並沒有太大的影響。

第二節 後天條件

本節將從宗教、教育程度、教育背景三方面，來談旅遊雜誌社採訪編輯的後天條件。從中探討此三部份對於採訪編輯在組織中所產生的影響。

一、 宗教

本研究從結構性問卷分析統計結果中發現，旅遊雜誌社採訪編輯無宗教信仰者佔 56.52%；其次則以佛教佔 26.09%，且大部份是因為承襲家裏的信仰。道教、一貫道、基督教各佔有 4.35%。

會信仰佛教，是因為家裏頭就是信佛教，所以跟著信，也不是相當虔誠的信徒。（U12）

另外，有資深採訪編輯亦針對此部份進一步提出論述：

就我本身的經驗，宗教對於採訪編輯會有體驗上的影響，例如去歐洲國家或以色列，對於那些平時就有接觸聖經的基督徒，他們知道耶穌的故事，所以在體驗上會比一般人有較大的感觸。但對於採訪編輯在執行工作的本身，並不會有太大影響，畢竟我們是中國人，就算是基督徒也不會像外國人那樣狂熱，所以我覺得這部份的影響並不大（U2）

我本身是基督徒，所以當我採訪到一些有涉及宗教的景點或題材時，我在整個採訪過程中是比較熟悉的，因為它會是我熟悉的題材，我很容易可以知道每個東西或圖畫的背景來由；但我也會因此而排斥去佛教國家或回教國家，甚至也會跟著進寺廟參觀，只是我不跟著膜拜罷了；至於在資料上，我會經由當地導遊或自己去蒐集而得，畢竟我只是去做採訪。(S11)

大部份的受訪者均無宗教信仰，因此，宗教信仰此一人口背景因素，除了因為宗教關係而致使採訪編輯在採訪相關題材時，有更高的熟悉度及深刻的體驗外，基本上，對於採訪編輯在執行職務時，並無直接影響。所以，此部份數據僅當作人口背景分析中的一個參考值，宗教和採訪編輯之職業角色兩者之間並無絕對相關性。

二、 教育程度

本研究自結構性問卷統計分析中發現，旅遊雜誌社採訪編輯的教育程度，以專科以上學歷最多，其中又以大學畢業為最高比例，共有 14 位，佔 60.87%；而研究所 4 位，佔 17.39%，專科人數 3 位，則佔有 13.04%，高初中（職）及未填寫者僅各 1 位，佔 4.35%。

此研究發現與國內外相關守門人研究結果相符，雖為不同媒體，但從同為媒體守門人的角度來觀察，美國（Johnstone et al.,1976;Weaver 及 Wilhoit,1986）、英國（Tunstall,1971;Elliot,1977;Murdock,1980）、日本（Kim,1981）、台灣（王應機，1987；鄭瑞成，1988；陳世敏等人，1988；彭芸，1989；紀效政，1989；林麗雲，1990；楊志弘，1992；華英惠，1992；徐慰真，1993；劉智慧，1996；蔡佩玲，2000）等各地學者均於相關研究中指出，媒介的新聞記者大多擁有大專以上程度學歷，其中以大學學位佔有最高比例，而且具備碩士學位也不在少數。

在國內社會學者們，對於台灣地區的社會流動相關研究中指出，個人本身的教育程度是其職業成就的決定因素（王湘雲，1980；陳寬政，1980；1982；許嘉猷，1982）。本研究中也經由深度訪談中發現，旅遊雜誌採訪編輯在企劃、採訪、撰文的過程中，教育程度是大多數受訪者認為的重要影響條件；因為身為旅遊雜誌社守門人的採訪編輯必須具備廣泛的知識及學理背景，且經由教育所培養出來的素質，將會影響採訪編輯切入一個事件的角度及深入探討的層面。

我覺得教育程度是重要的，雖然現在比較少人用學歷來衡量了，但這是一種程度問題，通常具備好一點的學歷，程度都會好一點，這對整個人的素質是有影響的。（U2）

雖然教育程度普遍被認為是重要的，而且絕大多數受訪者認為應具有大專以上程度，且以大學學歷為最佳標準值，若有碩士學歷當然最好。但是基本上，受訪者也大多同意，教育程度並非絕對重要，能力才是決定一切的因素。

雖然學歷至少要專科或大學以上，但我覺得最重要的是採訪編輯本身是否懂得把旅遊資訊變成一件很好玩的東西，來吸引讀者。（U8）

我覺得能力很重要，而學歷不見得重要，我本身也是高中畢業，所以我覺得能力，包括語言，才是最重要的。（U15）

三、 教育背景

瞭解受訪者的教育背景（即所學背景），是研究採訪編輯專業知識建立的基本來源，因此，教育背景是屬於人口背景分析上的重要項目。

本研究自結構性問卷中發現，旅遊雜誌社採訪編輯畢業的科系，以新聞／傳播（包括大學及研究所）專業為主，佔有 39.13%，其它則為外語、歷史、社會、管理、中文、美術／商業設計 等科系，分別佔掉大半的比例，各科系在人數上沒有太大比例上的差異，由此可見，旅遊雜誌社裏採訪編輯的教育背景雖然以新聞／傳播科系為主要的人口來源，但仍以多元化為取向。

在國內外相關的守門人研究結果中發現，媒介守門人主修新聞相關科系者大約有一半（Johnstone 等人，1976；Weaver 及 Wilhoit，1986；陳珀姿，1985；張慧心，1985；饒燕如，1985；吳明松，1985；翁君珮，1985；鄭瑞城，1988；陳世敏等人，1988；政大新聞研究所，1989；彭芸，1989；1991；林麗雲，1990；馬驥伸和林美惠，1991；華英惠，1992；楊志弘，1992；徐慰真，1993；羅文輝，1995；劉智慧，1996）。以上國內外相關研究，皆主要針對報社記者而言。因此，本研究結果發現，在旅遊雜誌社採訪編輯主修新聞相關科系的比例上，雖不及同為平面媒體的報社守門人來得高，但在教育背景此一變項中，新聞／傳播科系仍居於絕大數比例。

在旅遊雜誌中，教育背景之於採訪編輯的重要性，受訪者對此項目的看法說法不一，但大部份皆認為個人能力才是影響的關鍵，但是也不否認曾受過新聞或傳播相關訓練，的確能夠在工作上更快得心應手。

我以前唸的是中語系，曾接觸過校刊的編製，本來要去考傳播研究所，所以傳播所的東西我幾乎全唸了，只是後來沒考上。雖然印在書上的那些理論有些都蠻舊的了，但是我覺得光只是語文系畢業的，和有唸過傳播相關東西的還是有差別，因為還是有很多東西可以應用得上，本身有傳播的基礎和概念，比較懂得如何在商業化的雜誌中拿捏。（U2）

我本身就是新聞系畢業的，雖然以前覺得在學校沒有認真學很多東西，但是出了社會有很多同事都是法文系、中文系、英語系、營養系 畢業的，才發現其實大學四年還是有所累積的。例如：我知道如何去寫一篇新聞稿、掌握文章的重點 等，都是我在畢業時已具備的能力，這樣的背景就跟語文系的同業不一樣。我知道如何規劃題目去切合市場所需，這是所學背景的關係。但這並不是絕對的啦，即使沒受過採訪編輯的訓練，還是有人能夠調整得很快，逐漸在工作中學習。(U9)

除此之外，亦有受訪者提出不同想法：

我不覺得想走傳播業就一定要唸傳播系，我覺得只要是大學畢業，很多科系都可以來從事傳播工作。我本身是唸歷史的，著重在思考角度的訓練，我覺得這是一個傳播人必須具備的條件；或是像英文系畢業的，他的語言可能就是他的資產；至於唸中文系的，對文字的敏感度會比較高。所以其實傳播是多元的，不同領域的人可能會使媒體更有活力，因為看事情的角度不同。所以只要有自己關心的話題及領域，什麼科系畢業不是問題。(U7)

由上可知，旅遊雜誌採訪編輯的教育背景以新聞 / 傳播相關科系畢業者，佔 39.13%。從雜誌屬於大眾傳播媒體的宏觀角度來看，其教育背景為新聞 / 傳播相關科系畢業者，在進入傳播等相關媒體環境時，往往能夠將所學發揮得更好，因為專業的培養絕非一朝一夕之事，而能夠在與所學相關的環境下工作，自然能夠更得心應手；可是，這將會因個人能力及潛力而非絕對，並且雜誌的門檻不及報紙或電視來得高，因此，使對傳播有興趣、但非新聞 / 傳播科系畢業者也有更多的機會進入雜誌業，而因著個人所學致使在雜誌媒體可以有更多元的發揮空間。

整體而言，在後天條件的三個因素分析中，旅遊雜誌社的採訪編輯

大多數都是無宗教信仰者，佔 52.17%；受訪者普遍認為宗教對其職業角色的影響不大；而且，多數以擁有大學學歷者為主，佔有 60.87%；且其中大部份是新聞或傳播相關科系畢業的，佔 39.13%。

第三節 家庭背景

本節將從父母教育程度、父母職業及個人婚姻狀況三個面向，來分析旅遊雜誌社採訪編輯的家庭背景。個人在社會中取得重要位置的機會，與家庭因素有重要關係，其中包括其出身社會階層、父母特性等（Keller, 1963, pp.310-312）。另外，從蔡佩玲（2000）的研究中發現，個人婚姻狀況亦是研究人口背景的重要變項之一，因此將此變項納入家庭背景的範圍內來談。故本研究除了前述的先天條件、後天條件外，將從父母教育程度、父母職業及個人婚姻狀況來談旅遊雜誌社採訪編輯的家庭背景。

一、 父母教育程度

本研究從結構性問卷中發現，旅遊雜誌採訪編輯的父親教育程度，高初中（職）佔有 26.09%，小學和大學各佔 21.74%，專科佔 13.04%，國初中（職）僅有 2 位，佔 8.70%，擁有研究所學歷者僅有 1 位，佔 4.35%。

而在母親的教育程度一項中發現，高初中（職）佔 34.78%，國初中（職）佔 21.74%，小學及專科學歷者，各佔 17.39%，受訪者中僅有 1 位母親是靠自修，還有 1 位是研究所畢業，均各佔 4.35%的比重，而具大學學歷者則無。

在國內的相關文獻中，均指出個人的教育會影響其職業地位，但其教育卻受到父母親或戶長教育的強烈影響（李明，1990，頁 269；蔡文輝

1985, 頁 259)。另外, 也有研究指出, 台灣報社總編輯的父親教育程度有 40%是大學學歷, 10%是大專學歷; 而母親則以初中和高中畢業者佔了 55%的比率(楊志弘, 1992, 頁 96)。其父母親的教育程度在整體社會人口的平均之上, 而且父親的教育程度高過母親。

在本研究中, 台灣旅遊雜誌社採訪編輯父親的教育程度在高初中(職)以上佔 69.56%, 而母親的教育程度在高初中(職)以上, 也佔有 56.52%, 教育程度亦在整體社會人口的平均之上, 父親的教育程度亦普遍高過母親; 此研究結果和早期媒介守門人研究結果相符。

但旅遊雜誌社的採訪編輯普遍都認為個人的學歷在雜誌社中的晉升條件中並不是最重要的, 主要還是靠年資和經驗。因此, 雖然其父母親的教育程度會影響子女的教育, 但是受訪者皆認為在旅遊雜誌社中, 採訪編輯的學歷或許多少會影響剛入行的起薪, 但在升遷上卻不是最重要被考慮的因素, 有時甚至在大多數的雜誌社中, 遴選採訪編輯的標準往往也不是學歷, 而是經歷。

在這行的晉升主要是看你的年資和能力, 學歷差不多有大學畢業就可以了。(U4)

因此, 父母親的學歷固然對採訪編輯個人的教育有影響, 但在旅遊雜誌社中, 並非影響採訪編輯職業地位的重要因素。

二、 父母職業

本研究從結構性問卷中發現, 旅遊雜誌社採訪編輯的父母親皆未從事出版相關工作行業, 僅有 1 人的父親職業與旅遊業有關。

旅遊雜誌採訪編輯的父親在各類行業別中, 以從事「公共行政 / 社

會服務 / 個人服務」類佔 60.87%，其次為「批發 / 零售 / 餐飲業」類佔 17.39%，從事「金融 / 保險 / 不動產 / 工商服務業」僅有 2 位，佔 8.70%，其餘「農林漁牧業」、「製造業」及「運輸 / 倉儲 / 通信業」則各有 1 位，佔 4.35%。而旅遊雜誌採訪編輯其母親的行業別，還是大多都以「家庭主婦」為主，佔有 56.52%，其次則為「公共行政 / 社會服務 / 個人服務」業佔有 39.13%，「農林漁牧業」僅有 1 人，佔 4.35%。

旅遊雜誌採訪編輯的父親在各類職業別⁹中，以從事「民意代表、行政主管、企業主管及經理人員」類佔 4.35%（1 人）、「專業人員」類佔 43.48%（10 人）、「技術員及助理專業人員」類佔有 17.39%（4 人）、「服務工作人員及售貨員」、「農林漁牧工作人員」、「技術工及有關工作人員」皆佔 4.35%（各 1 人）；「事務工作人員」、「機械設備操作工及組裝工」、「非技術工及體力工」、「家管」皆為 0%。而旅遊雜誌採訪編輯其母親的職業別，還是大多都以「家庭主婦」為主，佔有 56.52%，從事「民意代表、行政主管、企業主管及經理人員」類佔 4.35%（1 人）、「專業人員」類佔 34.78%（8 人）、「農林漁牧工作人員」佔 4.35%（各 1 人）；其它皆為 0%。

再從職業細目上來看，23 位受訪者的父親職業，於公家機關任職及從事教職者共計 11 位（47.8%），從事軍職計 1 人（4.35%）、運輸 1 人（4.35%）、商（貿易公司經理、中介買賣、批發商、中盤物流）4 人（17.39%）、裁縫店老闆 1 人（4.35%）、金融業經理 1 人（4.35%）、旅遊業領隊 1 人（4.35%）、美術設計 1 人（4.35%）、鋼鐵業經理 1 人（4.35%）、漁業 1 人（4.35%）。母親的職業細目，則大多以家管（56.52%）為主，計 13 人、於公家機關任職或教職者共 9 人（39.13%）、漁業 1 人（4.35%）。

絕大部份的旅遊雜誌採訪編輯都認為，父母的職業和個人之所以成

⁹ 職業類別參考《中華民國職業分類典》（行政院勞工委員會，2000）而成。

為採訪編輯一職，並沒有太大的影響，但是父母對其在工作上的支持，是很重要的動力。

我父母的職業對我並沒有什麼影響，但是他們都很支持我的決定及選擇。(U12)

但也有受訪者認為個人從事這行，主要是因為個人興趣及所學背景所致，而對於其父親從事旅遊業而提出了不同的想法：

我父親是旅遊行業，常帶團出國旅遊，我想對我從事這行多少有影響吧！但主要還是因為自己的興趣及所學。(U4)

因此，由人口背景變項的研究分析中可以得知，在台灣旅遊雜誌社中，採訪編輯的職業角色，很少是延續父母親的相關職業而來，受父母親的實際職業選擇上的影響並不大，大部份都是因著自己個人的興趣及所學背景而為主要因素。因此，此一變項研究結果，雖然未有明顯之影響，但卻無法否認個人的性格及態度皆從小經由家庭所形塑而成的事實；因此，父母的職業雖未造成採訪編輯的直接影響，但其而可能導致的整體家庭文化卻是造就採訪編輯興趣導向的重要因素，從宏觀的角度來看待父母職業對家庭文化產生的影響，亦難以抹滅其具有影響的事實，而此變項數據結果則可供人口背景分析之參考值。

三、 個人婚姻狀況

本研究從結構性問卷分析結果中發現，大多數的旅遊雜誌社採訪編輯都未婚，佔 73.91%，其次為已婚沒有小孩者佔有 21.74%，已婚有小孩者僅有 1 人，佔 4.35%。除結構性問卷外，在訪談中也有許多受訪者表示，

雖然很多媒體的工作者都是未婚居多，但由於本身為旅遊線的採訪者，未婚的情形更為明顯；而且，在旅遊雜誌業中，為了婚姻及家庭放棄工作而決定轉行的例子往往比其它行業明顯、已婚的也不會想進這個行業，因此，也間接造成了多為女性採訪編輯的旅遊雜誌社資深採訪編輯的缺乏，同時，婚姻也是造成雜誌社中高流動率的問題之一。

許多已婚或已婚打算有小孩的資深採訪編輯幾乎都不會再留在這個職位，因為這份工作真的會影響她的生活。(U13)

其實有時不光已婚或未婚，就連有沒有男朋友，都很有影響，因為這份工作經常出差，「另一半」通常會受不了；我本身已婚，每次要出差心裏都會很掙扎。(U7)

我覺得有家庭有小孩的人根本不會想進這一行，因為出差頻率太高了，有家庭很難維持 通常會選擇轉行或請調其它工作。(U4)

我身為主管，在遴選採訪編輯時，如果她已婚有小孩，我會認為她並不適任，因為雜誌社會有截稿壓力、並經常性出差，我覺得這工作不適合她。但已婚有小孩的大概也不會來應徵。(U1)

由上述的訪談案例，可以發現旅遊雜誌採訪編輯未婚的原因，排除個人因素外，客觀因素中最重要的當屬旅遊雜誌採訪編輯必須經常性出差。除此之外，筆者在訪問受訪者時，也發現一個普遍的現象，大多數受訪者都認為在旅遊線工作久了，開拓了廣大的視野，也常是間接或直接造成旅遊線記者或採訪編輯未婚的原因。

我覺得是眼界開了，看太多了；像日本流行的成田離婚¹⁰，就是一個很好的現象。一方面太常出差，兩人無法維持關係；另一方面則是眼界開闊了，擇偶標準也就變高了。（U4）

由於探討未婚原因，不在本論文主要研究重點裏，因此，僅就旅遊雜誌社對於已未婚進入職場前及職場後，所帶來的影響做初步的探討。在本研究結果中，排除個人因素，初步探討旅遊雜誌社採訪編輯普遍未婚的主要兩個因素：一是因旅遊雜誌性質而經常性出差所致，此為受訪者普遍認為的主要原因；另一是與在旅遊線上，因經常性出差，導致眼界開闊，而造成採訪編輯心理上漸漸傾向不婚有關。

由此可知，個人婚姻狀況是人口背景中的重要變項之一。從本研究中可發現，已未婚對於個人是否進入旅遊雜誌擔任採訪編輯一職有重大關係；除此之外，已未婚也對於已在旅遊雜誌社工作的採訪編輯有絕對影響，更從而影響個人在旅遊雜誌社中的工作意願。

從本節家庭背景的三个分析因素來看，在父母教育程度變項中，父親屬高初中（職）以上佔 69.56%，而母親亦多在高初中（職）以上，也佔有 56.52%。有關父母行業別部份，則父親多從事「公共行政 / 社會服務 / 個人服務」，佔 60.78%，母親則多為家庭主婦，佔 56.52%；而職業別父親則以「專業人員」類佔 43.48%（10 人），而其母親的職業別，還是大多都以「家庭主婦」為主，佔有 56.52%；再從職業細目上來看，23 位受訪者的父親職業，於公家機關任職及從事教職者共計 11 位（47.8%），母親則大多以家管（56.52%）為主，計 13 人。至於旅遊雜誌社採訪編輯

¹⁰ 日本成田離婚，是指日本女生到國外旅行的機會增加，對於出國的各項手續、禮貌等知識相當豐富，但直到與新婚的另一半海外蜜月旅行時，才發現平時顧著工作的男生，對出國後應有的生活禮節及常識一無所知，女生意識到兩人差異過大，而在回到日本成田機場時，毅然與另一半離婚，此現象充分反映出女性因出國而使視野開闊、並獲得自我成長，因此通常無法忍受另一半對國際觀缺乏的態度。

的個人婚姻狀況多為未婚，高居 73.91%。

本章探討重點主要在旅遊雜誌社採訪編輯的人口背景，分成三個面向及九個變項來討論。三個面向分別為：先天條件、後天條件及家庭背景，九個變項則分別為：性別、年齡、出生地、宗教、教育程度、教育背景、父母教育程度、父母職業、個人婚姻狀況。

在透過結構性問卷及訪談資料中研究發現，台灣旅遊雜誌社的採訪編輯多為大學(60.87%)新聞傳播相關科系(39.13%)畢業的未婚(73.91%)女性(82.61%)，平均年齡在 32-33 歲左右，大部份出生於台北(65.22%)，且有 51.27%無宗教信仰，其父母皆為高初中(職)畢業，父親大多從事「公共行政 / 社會服務 / 個人服務」(60.87%)的行業，而母親則多為家庭主婦(56.52%)。

在本章探討人口背景的九個變項中，於研究分析結果中發現，其中以性別、年齡、教育程度、教育背景、個人婚姻狀況等五項，尤其對旅遊雜誌社採訪編輯的職業角色產生重大影響。(可見表 2.1)

表 2.1 「人口背景」五項重要變項之影響表

五個重要變項	原因及影響性
性別	多為女性，原因可從旅遊雜誌在社會上的價值、雜誌本身的獨特性、男女性在社會上的角色三方面來分析，由於男女性基本上的不同將影響其撰文思考模式。
年齡	普遍年輕化，顯示旅遊雜誌社中的高流動率及年資的淺薄，影響採編專業能力的培養。
教育程度	旅遊雜誌採編大多為大學院校以上學歷，此變項將影響旅遊雜誌採訪編輯的撰文能力及整體文化水準。
教育背景	旅遊雜誌採編教育背景相當多元，但以新聞 / 傳播系所居多，此將影響旅遊雜誌採訪編輯撰文或取材時的思考方式及面向。
個人婚姻狀況	大多未婚，原因可從經常性出差及眼界的開闊兩方面來討論，而已未婚對於個人是否進入旅遊雜誌擔任採訪編輯及對於已在旅遊雜誌社工作的採訪編輯將影響個人的工作意願。

表 2.2 「人口背景」三面向九變項統計分析表 (n=23)

先天條件	性別	女性 82.61% ; 男性 17.39%										
	年齡	32 - 33 歲 (59.74 年次)										
	出生地	北部 82.61% (台北市佔 65.22%); 中部 8.7% ; 南部 8.7%										
後天條件	宗教	佛教 26.09% ; 道教 4.35% ; 密宗 0% ; 一貫道 4.35% ; 天主教 0% ; 基督教 4.35% ; 回教 0% ; 無宗教信仰 56.52% ; 未填寫 4.35%										
	教育程度	自修 0% ; 小學 0% ; 國初中(職)0% ; 高初中(職)4.35% ; 專科 13.04% ; 大學 60.87% ; 研究所 17.39% ; 未填寫 4.35%										
	教育背景	新聞/傳播系 39.13% ; 中文系 4.35% ; 外語系 8.7% ; 美術/商設 8.7% ; 管理 8.7% ; 歷史/社會 8.7% ; 其它 13.04% ; 未填寫 8.7%										
家庭背景	父母教育程度	父	不識字 0% ; 自修 0% ; 小學 21.74% ; 國初中 (職)8.7% ; 高初中 (職)30.43% ; 專科 13.04% ; 大學 21.74% ; 研究所 4.35%									
		母	不識字 0% ; 自修 4.35% ; 小學 17.39% ; 國初中 (職)21.74% ; 高初中 (職)34.78% ; 專科 17.39% ; 大學 0% ; 研究所 4.35%									
父母職業 (百分比)	從事出版相關工作 0% ; 未從事出版相關工作 100%											
	行業別	農林漁牧業	礦業及土石採取業	製造業	水電燃氣業	營造業	批發 / 零售 / 餐飲業	運輸 / 倉儲 / 通信業	金融 / 保險 / 不動產 / 工商服務業	公共行政 / 社會服務 / 個人服務	家庭主婦	
	父	4.35	0	4.35	0	0	17.39	4.35	8.70	60.87	0	
	母	4.35	0	0	0	0	0	0	0	39.13	56.52	
	職業別	民意代表、行政主管、企業主管及經理人員	專業人員	技術員及助理專業人員	事務工作人員	服務工作人員及售貨員	農林漁牧工作人員	技術工及有關工作人員	機械設備操作工及組裝工	非技術工及體力工	軍人	家庭主管
	父	4.35	43.48	17.39	0	4.35	4.35	4.35	0	0	4.35	0
母	4.35	34.78	0	0	0	4.35	0	0	0	0	56.52	
個人婚姻狀況	未婚 73.91% ; 已婚沒有小孩 21.74% ; 已婚有小孩 4.35% ; 其它 0%											

第三章 採訪編輯的職業生涯

「科層制度」(bureaucratic system) 是一種分層負責處理事務的安排方式，也就是各種有等級的地位與職務之關係的一個體系，科層制度是由德國社會學家韋伯(Max Weber)所建構的一個理想型組織結構，因此，科層制度是一種結構，也是一個過程，一種組織的形式，以及運作的一種方法(葉至誠，2001，頁 290)。

而工作生涯這樣的概念，出現於現代時期，概念的產生即是依據「科層制度」的觀念而來，是科層制化的副產品。基本上，工作組成一個人的生涯，晉升系統是依照年資或成就所制定的。在組織給予一個人較高等級的工作以前，要先考慮他之前在每一個等級的工作表現。因此，工作生涯的重要特色，就是一種有規則地推進新職位，每一個職位都有他的時間與次序(謝高橋，1991，頁 428-429)。因此，若能夠充分瞭解旅遊雜誌社採訪編輯的工作生涯，亦即職業經歷，將有助於我們更瞭解採訪編輯此一職業角色及其專業化形成的過程。

但是，目前國內外關於守門人或傳播者職業經歷的研究並不多見，大多僅以調查工作年資為主，對於職業生涯流動經歷的變遷則不在討論的範圍之內。國內的守門人研究者，諸如鄭瑞成(1988)、陳世敏(1988)、羅文輝(1988)、馬驥伸和林美惠(1991)、陳雅琳(1994)、陳科佃(1995)、盧映利(1996)等數位研究者均發現，國內的媒介守門人的平均年資大多在 10 年以下；另外，針對國內童書總編輯的研究，蔡佩玲(2000)亦指出其平均年資約 9 年 10 個月，僅有彭芸(1989)、楊志弘(1992)在探討國內媒體主管階層的平均年資約於 10 年以上。因此，Johnstone 等人(1976，pp.149-155)在研究中指出，新聞事業是個「年輕人的行業」。

其中，在國內的守門人相關研究中，僅在楊志弘（1992）的研究中，除了年資的分析外，並針對報社總編輯的職業變遷、經歷及流動率作了完整的研究及討論分析。但是，由於該研究主要針對對象為台灣地區報社，與本研究的研究對象以旅遊雜誌社為主，有所不同。因此，本研究所研究的媒體與先前主要以新聞媒介者有所不同，為出版業雜誌界的初探型研究，但兩個皆屬於平面傳播媒體，且同為守門人研究。

在第二章討論過旅遊雜誌社採訪編輯的人口背景之後，本章將再更進一步探討其職業生涯過程中經歷的變遷，以期瞭解在旅遊雜誌社中，採訪編輯如何成為採訪編輯。這必須從整個職業經歷（career pattern）的過程上來加以觀察（楊志弘，1992，頁 107）。因此，在本章的節次安排上，將從旅遊雜誌社採訪編輯的「首份職業」、「職業變遷」與「升遷管道」三方面來探討此議題。並且，加以探討職業經歷背後所帶來的隱藏意義，及人口背景與職業經歷間相互影響的關係。

第一節 首份職業

本節將分析旅遊雜誌社採訪編輯在初入社會時，所擔任的第一份職業。以期瞭解首份職業與採訪編輯職業角色間的關係。

本研究自結構性問卷中分析結果發現，計有 43.48% 的旅遊雜誌採訪編輯在學校畢業後即進入雜誌業，並擔任採訪編輯一職。另外，畢業後先進入出版社者有 21.75%，其中分別有 2 位擔任出版社文字編輯，而擔任出版社翻譯、採訪編輯¹¹及業務者，分別各有 1 位。另外，第一份工作

¹¹ 一般而言，出版社本身並不會有設置採訪編輯一職，此為特例。此部份為本研究樣本（S22）第一份工作任職於「戶外生活圖書公司」，經調查後發現，該公司本身設置有採訪群及攝影群，以出版公司自己的圖書及不定期的會員會刊（不販售），並不全以外稿為出版社圖書來源。

選擇進入報社當記者有 1 位 (佔 4.35%) , 並有 1 位在書店負責圖書產品業務 (佔 4.35%) , 其它則在軟體業、唱片業、製造業擔任企劃或文案宣傳, 並有 2 位曾擔任過立法院法案助理。

由以上自結構性問卷統計分析中, 可以發現旅遊雜誌社採訪編輯於學校教育畢業之後, 所從事的行業相當多元, 但仍舊有絕大多數的人自畢業後即進入雜誌社, 其次是出版社, 而另外一位是在書店工作, 以宏觀的角度來看, 他們在畢業後所選擇的第一份職業皆屬於「出版業」, 若加上報社, 則屬廣泛的大眾傳播業。其它非與出版業直接相關者, 也大多從事企劃、文案撰寫及宣傳等工作。而從事非與出版相關者, 爾後進入雜誌業到旅遊雜誌社者, 在職業生涯過程中亦皆曾參與出版相關工作, 此部份的詳細研究分析, 將於下一節中探討。

在許多英美及國內學者的相關守門人研究中均指出, 新聞工作者並無特定途徑進入新聞機構¹², 而其新聞工作是眾多新聞工作者初入社會的第一份工作。Weaver 與 Wilhoit (1986) 即認為, 新聞工作是大部份新聞人員的第一個工作, 但大部份均在 45 歲之後, 皆轉入其它行業。而在國內研究方面, 針對台北 8 家報社採訪組記者的職業經歷所做的調查, 亦發現有半數以上的記者, 畢業後的第 1 份工作即為現職, 並且, 有 77% 的記者畢業後就一直在新聞界工作 (張慧心, 1985, 頁 42) 。

因此, 可以發現, 本研究結果与其它守門人研究結果相吻合, 旅遊雜誌社採訪編輯在畢業後的第一個職業亦大部份以雜誌業為首份職業。而此一現象的產生, 又通常與其教育背景及個人興趣有絕大關係。在深度訪談中, 亦有受訪者提到:

¹² 不論是國外或台灣新聞機構任用人員的途徑不一。以台灣來說有專聘、他人推薦或自薦、進用實習生、建教合作、甄選和招考 (鄭瑞城, 1988, 頁 72-74; 馬驥伸和林美惠, 1991, 頁 4-5) 等方式。

我本身是大傳系畢業，又很喜歡文字工作，所以一畢業就進入雜誌社擔任採訪編輯的工作了。(U6)

我高中時就編校刊，我對編輯工作很有興趣，所以我一直是半計劃性地走到目前的工作。我沒有很好的學歷，也不是本科系畢業，所以我就從相關部門做起，一開始是做出版社的業務，再來是做兒童書編輯、以及廣告公司及雜誌產業的工作，所以其實畢業後我一直在從事相關工作。(U15)

我在這家公司已快有 9 年的時間了，之前曾在別的領域工作，但對文字一直有高度興趣，而我本身也是中文系，所以就到雜誌社來了。(U1)

我是新聞系畢業的，本來要進報社，但覺得報社太辛苦，而會進雜誌社其實是因緣際會，當時有某周刊在徵採訪編輯，所以就想試試看。(U13)

我是歷史系畢業的，我比較反骨，不喜歡當老師或作研究，我一直喜歡傳播，想在傳播業發展，但我不是傳播系畢業的，不論是廣播、電視、電子媒體，對我來說那門檻會比較辛苦，加上我本身愛寫東西，所以覺得可以找採訪編輯的工作做。(U7)

表 3.1 首份職業 (n=23)

行業	雜誌社	出版社	報社	書店	軟體業	唱片	貿易業	立法院
職業	採訪編輯	編輯(2)、業務(1)、 採編(1)、翻譯(1)	記者	產品經理	行銷	宣傳及文案	企劃	法案助理
人數	10	5	1	1	1	2	1	2
百分比	43.48%	21.75%	4.35%	4.35%	4.35%	8.7%	4.35%	8.7%

第二節 職業變遷

於第一節中已探討旅遊雜誌社採訪編輯於畢業後初出社會的第一份工作，可以發現從事與出版相關行業佔絕大部份比例，以至於廣泛的大眾傳播業。因此，在本節中，將進一步探究其在整個職業生涯中，從事非本行相關工作、本行相關工作（包括廣泛的大眾傳播業，即出版社、雜誌社、報社、書店、電視、廣告、唱片）及其工作年資（包括本行實際工作年資及採訪年資）的情況。

國內針對職業變遷的過程所作的相關研究向來居於少數，僅楊志弘（1992）在此部份做了深刻詳盡的分析探討。本研究為求能夠對旅遊雜誌社採訪編輯此一職業角色有更完整的瞭解，將亦試圖分析、歸納其在職業生涯中的變動，以期能夠瞭解其在本行經歷中的專業養成。Breed 曾於 1955 年指出：新聞組織的「社會化」過程，是「同化」個人的重要因素，對其行為有著重大的影響。因此，此部份的研究分析將有助於之後關於其角色行為、角色期望與角色定位的探討。

一、非本行相關工作

旅遊雜誌社採訪編輯在整個職業生涯中，曾從事非本行相關工作者的比例為 30.43%，共有 7 人（n=23）。曾從事非本行相關工作者中，其中有 1 名曾擔任貿易業的企劃專員、1 名為軟體業的宣傳助理（主要負責行銷公關與多媒體專案）有 1 名曾分別擔任過運通公司秘書與電子業助理一職，其它非本行相關工作包括：劇場行政助理（1 名）、藝術公司企劃助理（1 名）、飯店公關企劃（1 名）、立法院法案助理（2 名）、航空公司空服員（1 名）等各 1 名，以上均包括 1 人曾從事 2 種非本行相關職業以上的統計。

由以上分析中發現，雖曾從事非本行相關工作者佔有 30.43% 的比率，但是雖然其為非本行相關工作，但是其工作內容大多與宣傳、文案撰寫、企劃等文字工作相關，和採訪編輯所負責的文字工作有相輔相成之外；而且，其中 1 名曾擔任空服員，雖然非旅遊雜誌本行相關工作，但是可看出其與旅遊間密不可分的關係。因此，本研究雖然歸納出非本行相關工作者的比例，但由於職業間複雜的間接相關性，因此，本研究認為不可忽視其職業別背後的工作內容，因其可間接看出旅遊雜誌社採訪編輯在非本行相關工作及本行相關工作間的職業動態，以及其中可能綿密的相關性。

進一步再從「年資」的面向來觀察，旅遊雜誌社採訪編輯從事非本行相關工作的資歷，普遍來說並不長，平均年資約 27.14 個月（約 2 年 3 個月）。因此，可見其在非本行相關工作的時間在其職業生涯中，並不佔有極重大的地位。

二、本行相關工作

除了分析旅遊雜誌社採訪編輯曾有過的非本行相關工作經歷外，大部份的採訪編輯更有著豐富的本行相關工作經驗，但在本研究中，定義「本行相關工作」為廣泛的大眾媒體業，其中包括出版社、雜誌社、報社、書店、電視、廣告、唱片等範圍。因此，為求嚴謹，本研究將分別從「現職雜誌社前的本行經歷」及「現職雜誌社的本行經歷」兩方面來作探討。另外，再進而分析「現職雜誌社前的本行經歷」中的「雜誌社本行經歷」及「雜誌社外本行經歷」；更自「雜誌社本行經歷」中，進一步探討其於「旅遊雜誌社本行經歷」及「非旅遊雜誌社本行經歷」。除此之外，更詳細討論採訪編輯於「現職雜誌社的本行經歷」中的職位變遷及現職職位。基本上，為求能夠嚴密探討旅遊雜誌社採訪編輯於本

行內的職業變遷，擬研究問題的層次可表為下列圖示：

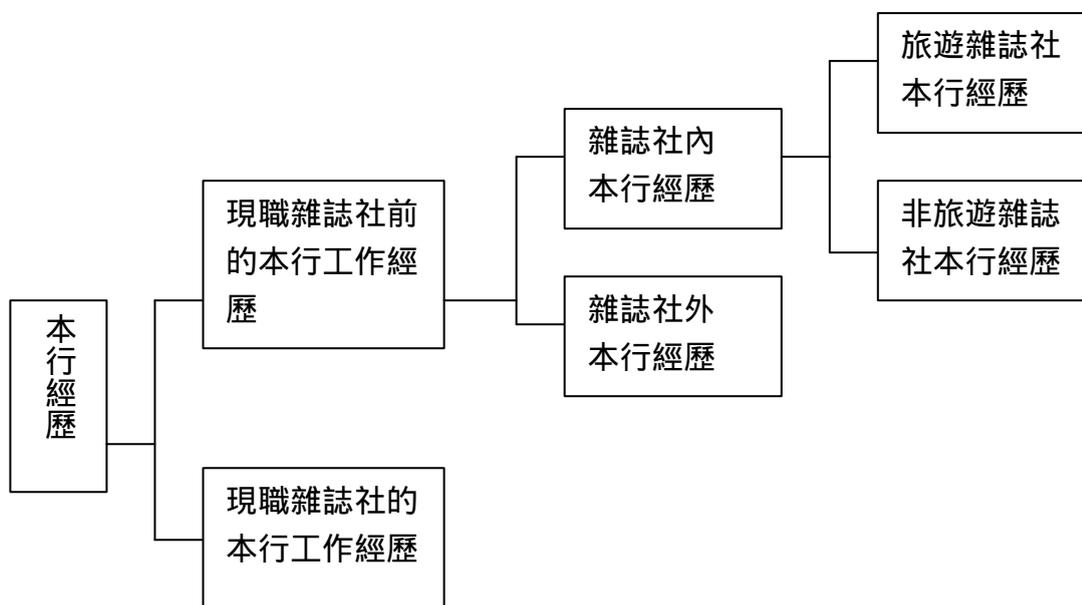


圖 3.1 旅遊雜誌採訪編輯「本行相關工作經歷」研究問題層次圖

(一) 現任在職雜誌社前的本行工作經歷

自本研究結果中發現，旅遊雜誌社採訪編輯在進入目前在職的雜誌社前的職業經歷，僅有 2 人未從事本行相關工作，佔 8.7%，其餘 21 位 (91.3%) 在目前現職工作前，皆曾接觸本行相關工作。

在目前在職工作前，曾接觸本行相關工作的 21 位旅遊雜誌社採訪編輯，其中曾在雜誌社任職的有 60.87% (14 人)，其餘曾在出版社工作者佔 39.13% (9 人)、書店 4.35% (1 人)、廣告公司 17.39% (4 人)、唱片業 8.7% (2 人)、報社 21.74% (5 人)、電視 8.7% (2 人)、網路媒體 4.35% (1 人)，以上統計數字均包括 1 人可能曾具備 2 種以上經歷。

進一步從平均年資面向觀察，其中以曾接觸雜誌業的平均年資約 41.71 個月 (3 年 5 個月)，其次為出版社與報社平均年資分別均為 2 年以

上，另外以書店和電視的平均年資較屬長久，但由於其從業人數僅為 1 - 2 位，因此，其分析結果僅列為參考，不列為重要代表值。

表 3.2 採訪編輯目前在職之前的本行工作經歷 (n=21)

行業	雜誌社	出版社	書店	網路業	唱片	報社	電視	廣告業
人數	14	9	1	1	2	5	2	4
百分比	60.87%	39.13%	4.35%	4.35%	8.7%	21.74%	8.7%	17.39%
平均年資	3 年 5 個月	2 年 8 個月	5 年	7 個月	8 個月	2 年 7 個月	2 年 2 個月	1 年 2 個月

(註：由於以上均包括 1 人可能曾具備 2 種以上經歷，有重複計算，因此百分比總計超過 100%)

由以上研究分析結果得知，於目前任職工作前，曾於雜誌社工作者佔 60.87% (14 人)，但其中曾在觀光旅遊類雜誌社工作者佔 39.13% (9 人)、財經工商類雜誌佔 21.74% (5 人)、婦女家庭類雜誌佔 13.04% (3 人)、綜合類雜誌佔 8.7% (2 人)、語文類雜誌佔 4.35% (1 人)，以上均包括 1 人可能曾任職於 2 類以上雜誌¹³。

進一步從平均年資面向觀察，其中以曾接觸財經工商雜誌類的平均年資為最高，約 34 個月 (2 年 10 個月)，其次則是觀光旅遊類雜誌，平均年資約 29.66 個月 (2 年 5 個月)，其它婦女家庭類約 23 個月 (1 年 11 個月)、綜合類 10 個月、語文類僅 6 個月。

¹³ 本研究於雜誌的分類上，以《中華民國雜誌出版業總名錄 2002 年》為分類參考指標。

表 3.3 採訪編輯目前在職之前的雜誌社本行經歷 (n=14)

類別	觀光旅遊類	財經工商類	婦女家庭類	綜合類	語文類
人數	9	5	3	2	1
百分比	39.13%	21.74%	13.04%	8.7%	4.35%
平均年資	2 年 5 個月	2 年 10 個月	1 年 11 個月	10 個月	6 個月

(註：由於以上均包括 1 人可能曾具備 2 種以上經歷，或在 23 位受訪者中有未曾具雜誌社經歷者，因此百分比總計可能超過或小於 100%)

由以上分析數據結果可知，絕大多數的採訪編輯，在進入現職旅遊雜誌社前，皆已具備本行相關的工作經歷，而且多以雜誌業為主要工作行業，並且在雜誌社中任職的平均年資亦最長。同時，大部份採訪編輯皆以觀光旅遊類雜誌為重要經歷，平均年資雖不及財經工商類雜誌來得長久，但兩者差距僅數月之別，足以見得旅遊雜誌社採訪編輯在現職工作前，其選擇棲息的雜誌類型以觀光旅遊類及財經工商類為主，但最終還是選擇走向觀光旅遊類雜誌，並在旅遊雜誌中發展。主要原因經歸納後有三點：一、雜誌業能廣納喜歡文字工作的多元背景人才；二、旅遊是很迷人的行業；三、在旅遊雜誌社待久了很難再轉行。

曾有受訪者提到：旅遊就像吸大麻一樣，一旦見識到了世界的廣闊後，就再也停不下來了，就算工作再辛苦也願意，因為它背後所帶來的附加價值是無法用金錢衡量的。但是另一位受訪者卻也點出了另一個重點：

做這一行的人，看的世界很廣、也看得很多，而且會選在這行的人，通常不喜歡朝九晚五的工作型態，除非你在三十歲前培養第二專長轉行，否則過了 30 歲就很難轉了，因為會計、業務、什麼的都不會，怎麼去跟別人競爭，而且又不喜歡坐辦公室。(U6)

因此，可以發現旅遊雜誌社採訪編輯的平均年齡都在 32-33 歲左右，很多都從初入社會後就在雜誌業或本行相關職業打轉，甚至許多在進入旅遊雜誌社後，就幾乎都會在旅遊雜誌或旅遊媒體間轉換更迭，所以普遍而言，雜誌社的流動率居高不下。有許多受訪者也提到：旅遊這行業，圈子很小，許多旅遊雜誌社採訪編輯在各旅遊雜誌或旅遊媒體間跳來跳去，跳到最後沒得跳了，又轉不了行，所以就只好在工作中尋求更多的挑戰了。

透過對旅遊雜誌社採訪編輯在現職工作前的本行相關工作經歷分析，可以發現採訪編輯在進入現職雜誌社前的變動軌跡，進而從與受訪者的深度訪談中瞭解，身為一位旅遊雜誌社採訪編輯於職業脈動中的心路歷程，並發現旅遊雜誌本身的特殊性。

（二）現職雜誌社的本行工作經歷

此部份將討論重點放在旅遊雜誌社採訪編輯於現職組織中的職位變遷。一般而言，隨著公司制度的不同，每一家雜誌社的組織體制亦有所不同，所以在職稱上亦略有所別，因此，本研究將目前台灣各家旅遊雜誌社的體制，參考《1997 就業現場 - 報紙、雜誌業》(1997, 頁 142) 的雜誌社組織圖，整理而成圖 3.2，以供參考。藉由對旅遊雜誌社組織的瞭解後，本研究將進行對受訪者於現職雜誌社的職位變遷分析，以進一步探討採訪編輯於旅遊雜誌社中的經歷及其所帶來的影響。

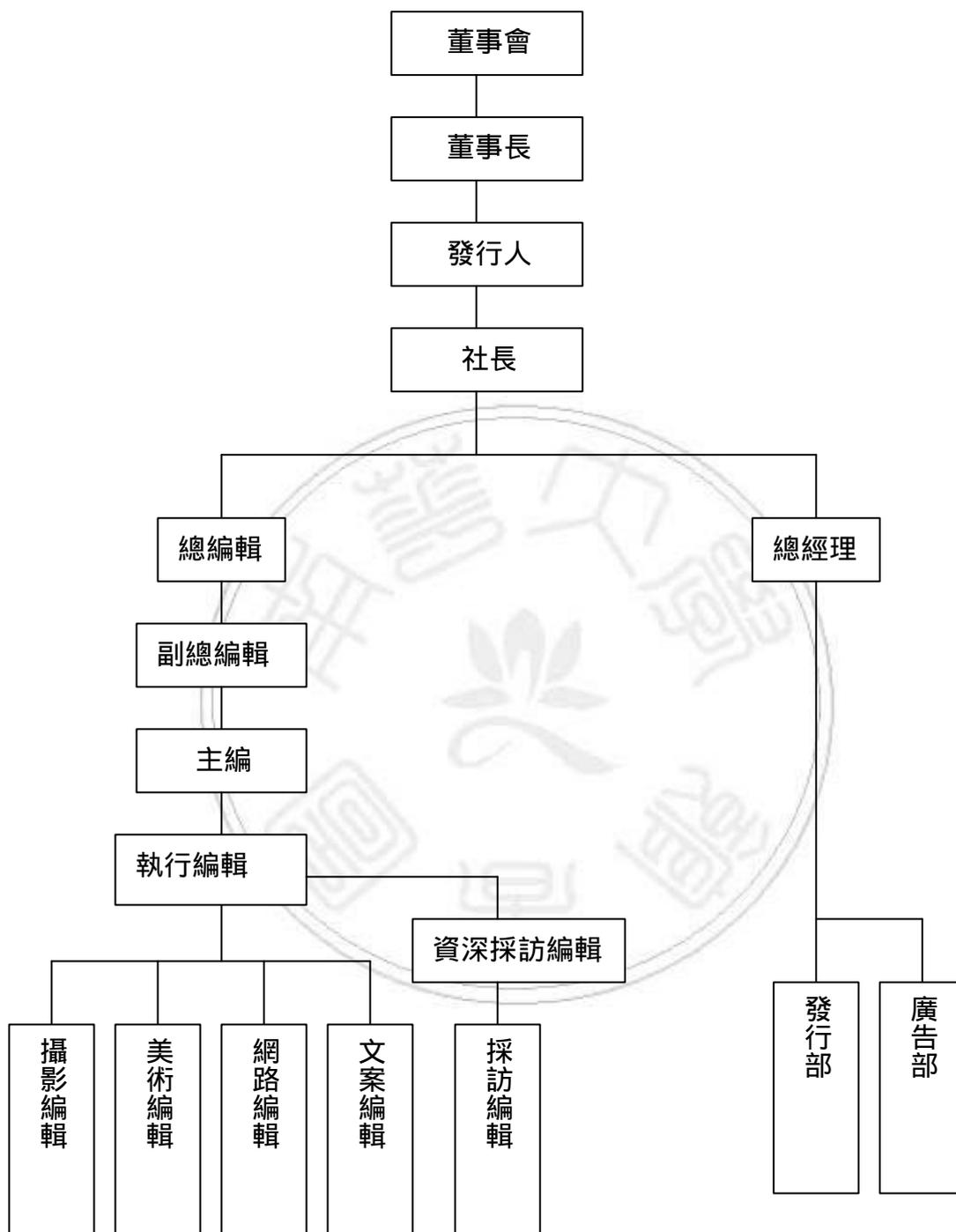


圖 3.2 旅遊雜誌社組織圖

由於雜誌社的體制分工並不像報社劃分明確，許多工作都是由工作同仁之間相互協調及支援而完成的，而由於本研究鎖定研究對象為專職的採訪編輯，其中以採訪為重點工作的亦包括雜誌社中高層主管，因此，雖同為以採訪工作為重心的採訪編輯，但在本研究的受訪對象中，於現職的雜誌社中職位名稱不一。同時，由於旅遊雜誌採訪編輯常在各旅遊媒體間游走，因此，雖其實際經驗的累積快速，但由於雜誌社體制規模不大，職位的竄升並不明顯，與彭懷真分析記者的職業流動情形，指出記者是一種高速上升的行業，比其他行業容易出人頭地（彭懷真，1982，頁 37），有明顯不同。

因此，本小節將從「目前職位」及「職位經歷」兩部份，來分析旅遊雜誌社中採訪編輯在組織內職業經歷的動態情形，從而得悉他的升遷軌道和職業角色扮演的可能情形。

1、目前職位

本研究樣本中，於目前現職的旅遊雜誌社中，擔任總編輯一職者佔 4.35%（1 人）、主編 26.09%（6 人）、資深採訪編輯 13.04%（3 人）、執行編輯 8.7%（2 人）、採訪編輯 47.83%（11 人）。其中，以總編輯及主編一職，皆涉及管理事務，而執行編輯一職則涉及後製編輯作業，其它資深採訪編輯及採訪編輯則為專職採訪。但不論是總編輯、主編、執行編輯三者，雖涉及其它工作項目，但可能由於雜誌社體制不夠完備，而加上其在採訪經驗上通常比較豐富，因此，遇到重大採訪事件，其仍為主要的採訪編輯，亦即「採訪」仍為其工作主軸。

表 3.4 本研究旅遊雜誌社內受訪者目前任職狀況 (n=23)

主要職位	總編輯	主編	資深採訪編輯	執行編輯	採訪編輯
人數	1	6	3	2	11
百分比	4.35%	26.09%	13.04%	8.70%	47.83%

(註：資料時間為 2002.11)

2、職位經歷

本研究自結構性問卷分析中得知，在採訪編輯現任職的旅遊雜誌社中，絕大多數皆擔任過採訪編輯，佔 73.91% (17 人)。但「採訪編輯」一職於雜誌社體制中，是屬於基層工作人員，因此，在流動率甚大的旅遊雜誌社中，皆面臨了許多的空降部隊¹⁴，所以從下表中發現，並非 23 位受訪者皆擔任過現職旅遊雜誌社中的基層採訪編輯，而可能直接擔任該社主編或總編輯、執行編輯或資深採訪編輯，可是通常這些空降部隊，均具備有豐富的本行經歷，即在別的雜誌社或組織中，皆累積了足夠的經歷。

表 3.5 旅遊雜誌社內採訪編輯主要職位經歷狀況 (n=23)

主要職位	總編輯	主編	資深採訪編輯	執行編輯	採訪編輯
人數	1	6	4	8	17
百分比	4.35%	26.09%	17.39%	34.78%	73.91%

(註：由於以上均包括 1 人可能曾具備 2 種以上經歷，因此百分比總計可能超過 100%)

因此，整體而言，排除空降部隊的可能性，台灣旅遊雜誌社內的晉升經歷通常為：從基層且最重要的採訪編輯做起，累積本身的採訪經驗，

¹⁴ 「空降部隊」指由別的雜誌社或其它行業挖角而來，不經過內部晉升或內部訓練，而直接擔任該體制中的高層主管或較高職位；即非晉升該雜誌社中原舊有員工為較高職位或主管。

再進而成為該雜誌社內的資深採訪編輯及執行編輯，依個人能力成為主編或持續擔任資深採訪編輯，再依主編的工作表現晉升為副總編輯或總編輯一職。

三、工作年資

先前已提及旅遊雜誌社採訪編輯在非本行經歷及本行經歷中各職業的平均年資，但此部份將更深入分析採訪編輯個人的「採訪工作年資」及「現職雜誌社年資」。探討一個人的工作年資，從微觀角度看，可以描繪個人職業生涯的動態過程；從鉅觀的角度看，可觀察該行業的職業流動狀況，並進而掌握其職業經歷型態（career patterns）（楊志弘，1992，頁 117）。

（一）採訪工作年資

本研究從結構性問卷中分析結果發現，旅遊雜誌社採訪編輯的採訪工作平均年資約 4 年 11 個月（59.93 個月），但從下表（表 3.6）中可發現，在旅遊雜誌社中，目前採訪編輯普遍採訪工作年資皆十分年輕，其中以採訪工作年資在 2 年的比例佔 26.09%，其次是以 3 年及 10 年以上者為多。此現象可反映上述所提及的：旅遊雜誌社人員的流動率十分顯著，許多採訪編輯也許在此職業中工作一段時間後，即選擇轉行，但若一旦決定投入，則會在旅遊雜誌媒體間轉換，但不變的是持續累積的採訪工作年資。這個分析結果，和陳科佃（1995）的研究結果：工作年資越淺，離職傾向愈強；工作年資越長，離職傾向則愈弱，兩者不謀而合。整體而言，旅遊雜誌社採訪編輯的採訪工作年資十分年輕，受訪者認為其中一個重要的因素乃是，旅遊雜誌社中以女性採訪編輯居多，而婚姻是決定其去留或轉為內勤工作的關鍵（參見第二章）。

表 3.6 旅遊雜誌社採訪編輯「採訪工作年資」(n=23)

年資	1 年以 下	1-2 年	2-3 年	3-4 年	4-5 年	5-6 年	6-7 年	7-8 年	8-9 年	9-10 年	10 年以 上
人數	2	1	6	3	2	0	1	2	1	2	3
百分比 (%)	8.70%	4.35%	26.09%	13.04%	8.70%	0.00%	4.35%	8.70%	4.35%	8.70%	13.04%
平均 年資	59.93 個月 (約 4 年 11 個月)										

(註：截至 2002.11 止)

(二) 現職雜誌社年資

本研究自結構性問卷中發現，旅遊雜誌社採訪編輯在現職旅遊雜誌社中的平均年資為 2 年 3 個月 (27.74 個月)，大部份採訪編輯的「現職雜誌社年資」都集中在 2 年及 2 年以下，因此，此結果充分呼應旅遊雜誌社人員流動率高的論點。因此，和其採訪工作年資兩者相互對照比較後，可以發現絕大多數的採訪編輯皆以在旅遊雜誌媒體間的轉換，做為累積經驗及晉升的跳板。所以，藉此瞭解旅遊雜誌社採訪編輯的職業變遷動態，及旅遊雜誌業的整體業界情況，本研究將於第四章進一步分析採訪編輯的角色行為、期望及定位，以希冀能歸納分析採訪編輯的職業角色後，能夠給予適當的建議，期望業者或學術界皆能重視採訪編輯的重要性，進一步培養旅遊雜誌社採訪編輯深厚的專業性。

表 3.7 旅遊雜誌社採訪編輯「現職雜誌社年資」(n=23)

年資	1 年以下	1-2 年	2-3 年	3-4 年	4-5 年	5-6 年	6-7 年	7 年以上
人數	5	4	8	5	0	0	0	1
百分比 (%)	21.74%	17.39%	34.78%	21.74%	0.00%	0.00%	0.00%	4.35%
平均年資	27.74 個月 (約 2 年 3 個月)							

(註：截至 2002.11 止)

第三節 升遷管道

在旅遊雜誌社中，採訪編輯的升遷過程並不顯著，因此，本節著重的部份並不在整個升遷的過程，而是藉由分析升遷管道，來探討在旅遊雜誌社中採訪編輯被晉升的原因及探究其在升遷過程中之所以不顯著的因素。

本節將分成三部份來討論：第一，歸納台灣旅遊雜誌社之升遷過程；第二，分析採訪編輯之所以被晉升的原因；第三，探究升遷過程的困境。

一、標準升遷過程

在上一節中已略為介紹目前台灣旅遊雜誌社從業人員整體的晉升概況。基本上，在台灣旅遊雜誌社內的晉升經歷通常從基層的採訪編輯做起，但這卻也是最重要的職位經歷，主要負責的工作為提案（企劃）、採訪、撰文、版面思考、校稿，累積本身的採訪經驗；再進而成為該雜誌社內的資深採訪編輯及執行編輯。資深採訪編輯主要負責的工作和一般採訪大同小異，主要是以提企劃及採訪重大行程為重點工作；而執行編輯則會接觸到較多的行政工作及後製編輯流程控管，只在必要時支援採訪。通常體制比較小的旅遊雜誌社不一定會設立這兩個職稱，而直接設立主編一職，但本研究的焦點主要以規模體制較建全的旅遊雜誌社為探討對象。

總體來看，採訪編輯一般依個人工作能力或其它晉升條件，成為該社主編或持續擔任資深採訪編輯。主編的工作除了採訪、撰文、企劃外，更涉及與合作單位協調、行銷部開會、改稿、後製編輯作業、人事分工協調等工作，之後依主編的工作表現再晉升為副總編輯或總編輯一

職，此為雜誌社高層主管，負責的工作以採訪、編務、題材及版面企劃、內容決定為主；有些旅遊雜誌社是將總編輯和總經理合為一體，則除了上述工作外，更需要擔任市場開發、發行廣告業務、業界公關的工作。

二、 遴選及晉升因素

本研究經歸納後發現，在台灣旅遊雜誌社裏採訪編輯會獲得遴選及晉升的因素，通常有三點：第一，資歷；第二，工作能力；第三，熟人引薦。

（一）資歷

許多採訪編輯及主管都認為，在人員流動率甚高的旅遊雜誌業中，資歷雖然不是絕對因素，卻是很重要必考量的重點。據結構性問卷調查結果顯示，有 30.43% 的採訪編輯，認為只要有半年至 1 年的時間經歷，即可勝任目前採訪編輯一職，另外則分別有 21.74% 認為要 1 年至 3 年或 3 年到 5 年。因此，雖然採訪編輯隸屬於雜誌社基層工作，但是，從以上數據可知，絕大多數採訪編輯對於能夠勝任其職或成為一位好的採訪編輯的看法有很大的差異，因此，對於採訪編輯是否擁有豐富的資歷，自然成為主管考量的重要因素。因為，若採訪編輯的資歷豐富，其資歷的背後自然顯示出其在採訪經驗上的累積，或專業素質的養成。

就我在這行待了 8 年多，我發現這行的升遷，主要是看你的年資。(U4)

這一行的晉升，從內部或外部晉升的狀況都有，但主要還是以資歷為主要考量。

(U12)

在這個圈子裏，每個人會升遷的理由不一樣，資歷不見得會是被考慮的第一要件，但它卻是很重要的。(U6)

由上可知，旅遊雜誌社中採訪編輯的升遷主要以資歷為重要條件，但是由於組織的差異及主管風格的不同，因此，雖為普遍現象之一，卻非絕對要素，升遷尤其需要考慮的因素絕非單一，但從受訪者的談話及產業現象的觀察，資歷是晉升的必要考量因素之一。

（二）工作能力

在工作能力此一條件下，其涵蓋範圍相當廣泛，經本研究歸納後發現，可分為技術面、創意面及管理面三個層面來討論。

1、技術面

此部份包括的範圍相當廣泛，但這是一般採訪編輯所必需具備的基本條件，任何一位採訪編輯在執行該職業角色時所應培養及具備的，雖然此部份並非為晉升的重要考量因素，但卻是其不可或缺的。

基本上，一位旅遊雜誌社的採訪編輯應具備採訪技巧、文字撰寫能力、語文能力、攝影能力、蒐集資料等基本技術。其中，尤以語文能力在旅遊雜誌中特別重要。而攝影能力主要涉及版面配置的概念，通常雜誌社並不要求採訪編輯非得具備如同攝影編輯的專業攝影技巧，但版面配置及構圖的知識往往是需使用大量圖片的旅遊雜誌社特別要求的。

由於此部份屬於技術層面，是可被培養的。因此，這些並不是晉升的主要條件，但在職業的歷程中，這些技術是採訪編輯必須去持續學習的。

2、創意面

「創意面」在此主要強調旅遊雜誌社採訪編輯的企劃能力及上述的文字撰寫能力，文字撰寫能力除了用字遣詞的能力外，同時還必須包括內容創意包裝的部份。

大多數受訪者皆表示，能夠提出一個好的企劃案是非常重要的，因

為這往往代表著採訪編輯的議題包裝能力及其對市場趨勢的觀察。除了企劃案的構思外，在採訪後的文字撰寫部份，更應要能夠從多元的面向切入，在文章的內容上充分顯現創意的包裝手法，而這部份其實更深入牽涉到採訪編輯本身在知識上涉獵的廣度及深度。

我們這一行做久了，很容易變成製造文字垃圾的機器，因為常在採訪中寫的都只是資訊性的東西，但是其實應該要多花腦筋去想，把固定景點用不同創意包裝出來，突破既有的思維，用不同的切入點去報導它。（U6）

3、管理面

這部分是受訪者認為除了前兩項之外，在晉升考量因素中最重要的一部份。從採訪編輯要被晉升為主管，「管理值」是很被重視的一部份，因為採訪編輯的工作，往往僅負責採訪、聯絡、撰文或其它編務工作，但是一旦成為主管，則必須背負更多的人事管理及業務壓力，因此，在晉升條件的考慮下，採訪編輯個人是否具備足夠的管理能力及溝通協調的能力，是十分被重視的。其通常也包含了管理者對市場的觀察力及趨勢掌握能力、團隊工作的統合及分工能力、規畫預算和控制經費的能力。

一個採訪編輯若沒做過管理層面的思考的話，是一輩子都做不到主管的；採訪編輯可以扮演很好的採訪者，是個挖新聞的高手，但一旦成了總編輯卻可能把刊物弄倒了。因為採訪編輯關心的重點是採訪路線，而總編輯關心的是這個刊物在整個社會上的定位及生存的方式。因此，採訪編輯若沒有要求自己往管理或企劃及財務方面涉獵的話，是很難被晉升的。（U13）

（三）熟人引薦

本研究發現，絕大多數的採訪編輯除了第一次擔任採訪編輯可能是

經由招聘應徵的方式進入雜誌社外，若本身的人脈廣泛且個人於能力上被予以肯定後，之後的本行相關工作經歷，大多由熟識的上司或朋友加以引薦而得以晉升或被遴選的。

採訪編輯一職，必須經常性地與業者或相關單位合作，同時，同行之間也經由各類媒體團¹⁵或記者會而熟識，因此，於人脈的累積上十分迅速。同時，又加上旅遊雜誌社的流動率向來居高不下，而旅遊業的圈子並不龐大，所以，各旅遊雜誌社間的採訪編輯基本上是相互熟識的，有些甚至是曾合作的同事伙伴。

因此，有大多數較資深的受訪者表示，「熟人引薦」是很關鍵的一項升遷管道。藉此可發現，不論是在採訪路線或晉升的發展上，人脈是採訪編輯普遍認同為一項相當重要的資源。

我第一份工作是在周刊當採訪編輯，當時的老闆很栽培我，後來我想累積我的較專精的人脈，因此我到報社工作。之後因為有認識的人引薦，所以又回到旅遊雜誌社；現在會來這裏當總編輯也是以前老闆要我來的。（U14）

就採訪出版的工作來說，除了我第一個工作的出版社，是自己去應徵的之外，其它接下來都是別人來找我的。並不是我多厲害，而是都有認識的人，有些都是我以前的同事，現在都還有聯絡，會進這間雜誌社的機緣也是這樣，一進來就是擔任主編，之前採訪編輯的經驗都是來自其它雜誌社。（U8）

三、 升遷過程的困境

本研究自結構性問卷及訪談中進一步發現，旅遊雜誌社採訪編輯的升遷過程往往並不顯著，多數採訪編輯在組織中的發展及升遷管道有

¹⁵ 「媒體團」通常由各國觀光局或業者所舉辦，其為求景點或行程資訊曝光，因此邀請各報社或雜誌社的採訪記者免費前往參加該單位所推廣的重點行程，各媒體可依各自需求決定是否前往。

限，雖然這情況也許亦發生在其它類型的雜誌社或組織中，但本研究從旅遊雜誌切入，根據採訪編輯在旅遊雜誌中升遷過程裏所發生的困境，將從以下兩方面來探討原因：第一、雜誌社的體制；第二、採訪編輯的特性。

（一）雜誌社的體制

旅遊雜誌社的體制，如上所述，一般來說，並不龐大。從本章第二節的旅遊雜誌社組織圖（圖 3-2）即可發現，其體制的發展相當單一，屬於扁平化組織。尤其，要從採訪編輯晉升為執編或主編時，往往由於人員編制的關係，在升遷上相當困難，筆者發現，這也是造成人員流動的因素之一。因為普遍來說，旅遊雜誌社的體制都不夠龐大，在內部的升遷及發展有限，因此，必須藉由「跳槽」來提昇自己的職位及薪資，因而造成採訪編輯於組織中的年資短暫，組織內部培養員工忠誠度的能力普遍不足。

這一行就這麼「幾個洞」，若上面不動，你就升不上去，那上面不動，你也沒辦法，因為他的資歷比你深，你就是升不上去，也就只能當一輩子的採訪編輯。（U4）

以旅遊記者來說，這是一個很封閉的小團體，若你跳不出旅遊雜誌這個環節，那自然只能升上資深採訪編輯、主編，了不起當上總編。但現在旅遊雜誌及出版社沒幾個，所以你可能連這樣的機會都不多，因為你可能做了十年主編，都無法升上總編，畢竟前面還有許多前輩在等著。所以若能跳出旅遊，往出版、傳播 等方面走，可能晉升管道會比較暢通。（U7）

（二）採訪編輯的特性

除了雜誌社體制的大環境影響外，從微觀的角度來看採訪編輯的職業特性，這也是影響升遷的原因之一。通常在工作職掌的分配上，採訪

編輯著重關心的重點在其採訪路線上的所有相關訊息，再來即是它所應負責的採訪、撰文、編務、企劃等工作，所以若其本身未自管理的角度去做思考，自然形成在升遷上的困難（可參考本節第二點「遴選及晉升因素」的相關論述）。但是，本研究發現，不乏許多採訪編輯認為，工作的成就感其實並非來自職位上的晉升，而是來自工作的本身，因此，多數採訪編輯認為職位的晉升，對他們來說並不重要。因為，擔任一位管理者，必須擔負更多組織管理及業務上的壓力，自然容易失去了接觸「採訪」本身的機會及樂趣。

身為一個管理者，我覺得若採訪編輯不想管什麼人事、財務、廣告或發行等事務，我會鼓勵他們就好好地做採訪，一直做下去，做一個令人尊敬的採訪記者。我覺得主編或主管並不是一個酬庸的位置，並不是你當了很久的採訪編輯就應該給你的獎勵。所以，若採訪編輯能在採訪線上做很好的發揮，又何必硬是塞給他一個主管的職位，使得他豐富的採訪經歷無法發揮，又無法擔任好管理的角色。（U13）

其實很多採訪編輯都很能 enjoy 本身的職位，因為晉升為管理階層就不能常出國，所以我認為在這一行，晉升為管理者並不見得有多大好處，有很多採訪編輯寧可做資深採訪編輯也不願意再晉升，只要做好自己的撰稿、負責提案、跑線、出國採訪就好了，當主管還要想題目、扛業務，那樣一點都不好玩。（U4）

因此，從升遷的角度來看，除了雜誌社本身的體制外，採訪編輯這個職業角色的特殊性，也形成了職業升遷過程中的困境所在。

在本章中可以發現，在旅遊雜誌社的採訪編輯，通常在畢業後的首份職業都是選擇雜誌社或出版相關行業；在職業經歷方面，曾從事非本

行相關工作佔有 30.43%的比率，雖非本行相關行業，但其工作內容也多與文字工作相關，平均年資皆十分短暫；而在本行相關工作即現職的旅遊雜誌社前的職業經歷，有 21 位（91.3%）曾接觸本行相關工作，「現職工作前的本行經歷」其中有 60.87%（14 人）在雜誌社任職，平均年資約 41.71 個月（3 年 5 個月）；而在觀光旅遊類雜誌佔 39.13%（9 人），財經工商類則佔 21.74%（5 人），所以半數以上皆以此 2 類雜誌為主要經歷，且平均年資各約 2 年左右。從「現職工作的本行經歷」中分析得知，受訪者目前的職位以採訪編輯居多，佔 47.83%（11 人），主編居次，佔 26.09%（6 人）；而在現職雜誌社中曾有 73.91%（17 人）皆擔任過採訪編輯一職。另外在工作年資方面，旅遊雜誌社採訪編輯的採訪工作年資，平均 4 年 11 個月（59.93 個月），而其在現職雜誌社中的平均年資為 2 年 3 個月（27.74 個月）。至於台灣旅遊雜誌社內的標準升遷經歷通常為：採訪編輯 資深採訪編輯及執行編輯 主編或持續擔任資深採訪編輯 副總編輯或總編輯。自歸納後發現，「遴選及晉升因素」以資歷、工作能力、熟人引薦三要素為主，其中工作能力又必須包括技術面、創意面及管理面三部份。而在「升遷的困境」上則發現，雜誌社的體制及採訪編輯的特性都是使雜誌社升遷現象特殊的重要原因。

第四章 採訪編輯的角色行為、期望及定位

「角色」(role)的概念，是個人佔有特別地位所表現的行為模式，也就是在某一地位所表現的行為方式，因此，角色是了解一個人如何完成其地位之功能的重要概念(謝高橋，1991，頁 112-113)。從這個角度來看，欲瞭解採訪編輯於旅遊雜誌社中的職業角色，除了其人口背景及職業經歷的各項因素對角色本身行為產生影響外，對於該角色於社會整體組織中的行為表現亦為探討的重點，藉此，才能夠充分明白其行為如何完成該角色於整體社會中的功能。

同時，亦有學者指出，「角色行為」和「角色期望」是角色理論中的兩個重要概念，是構成角色的主要成分。Harold、M. Hodges、等社會學者，於 1971 年指出，角色乃是社會系統中一個特定地位所連帶的一組期望(蔡佩玲，2000，頁 15)。因此，於角色在被實踐的過程中，往往會產生「實際上做的事」及「心理上想做的事」兩者間的明顯差距，為求進一步瞭解角色的矛盾與衝突，必須把「角色期望」和「角色行為」兩者同時皆予以分析，以期能夠真實探索角色在被實踐的過程中，所產生的落差及整體社會賦予的期待，也因此才能夠明白如何讓該職業角色的層次更向上提昇。

國內外針對影響傳播者職業角色因素的研究非常多，Gieber(1964)、Bailey & Lichty(1972)、Tuchman(1978)、Galtung & Ruge(1965)、Weaver & Wilhoit(1986)等學者皆在陸續相關的研究中，除了關注個人的影響因素外，同時更將焦點放在組織內及組織外的討論，也曾在研究中發現，某些特定的人物或團體經常為大眾媒介的消息來源，因此，記者本身並不具有實際掌握新聞的權利。新聞記者如何選擇採訪過程中的新聞來源，可以說是決定於媒介所受文化框架的制約(楊志弘，1992，頁 60)。

由上可以發現，許多研究均指出，組織、社會與職業角色間的不可分開性，因此，將上述論點應用於雜誌出版業，亦發現須將職業角色放在組織中及組織外觀察，才能夠以宏觀的角度探討本研究議題。

關於「角色行為」及「角色期望」，在職業社會學中通常又區分為「幅度」(指傳播者在其工作機構中所扮演的角色的範圍)與「蔓延性」(指角色滲透進其他生活角色的程度)兩個層面來探討(李明, 1986, 頁 204)。而依據相關文獻的研究方式¹⁶，本章底下將從「平時工作內容」、「影響角色行為的因素」、「人際脈絡的交往」、「與專業資訊接觸的情形」等 4 點來探討角色行為。另外，本研究並從「自我工作評估」(工作動機、個人對職業表現的評價)、「職業在社會中的評價」、「職業對社會的影響力」、「專業認知(評價旅遊雜誌的功能、好的採訪編輯應具備的條件、採訪編輯的未來發展)等 4 點來探討「角色期望」此一議題。

另外，除了角色行為及角色期望外，本章更進一步探究旅遊雜誌社採訪編輯的角色定位，此部份將從採訪編輯本身對其角色的認知出發，並輔以與同為平面媒體傳播者的報社旅遊版記者之對於本身角色認知上的比較，以釐清採訪編輯與記者間異同的迷思，期為採訪編輯此一職業角色，除了從人口背景、職業經歷、角色行為、角色期望外，更從另一個「採訪編輯是不是記者？」的爭論中，以宏觀的角度看待採訪編輯的角色，並試圖探討其於整體社會中的定位。

¹⁶ 楊志弘(1992)依職業社會學的觀點從「幅度」及「蔓延性」來探討角色行為及期望。另外，陳雅琳(1994)、蔡佩玲(2000)則著重於「幅度」上的探討。楊志弘所探討的角色行為包括「幅度」- 日常編務作業、同事間互動、領導形態、會議參與、政策掌握、資訊網路、「蔓延性」- 與非新聞界人士互動、家庭親朋好友往來生活；而以自我工作評估、評價新聞媒介功能、評價新聞採訪手段等「幅度」談角色期望，並加上對職業團體的評價、對媒介與外在團體關係的看法和對反映民意的看法三方面討論「蔓延性」。陳雅琳則著重於角色期望部份，從自我工作評估、新聞工作專業性的看法、評價新聞媒介功能三方面探討；蔡佩玲於角色行為上從影響童書總編輯角色行為的因素、人際網路、角色期望(從自我工作期望、社會影響力大小、聲望高低三方面來評估)、專業期刊與專業社團的接觸情形等面向來探討。

第一節 角色行為

關於傳播者的角色行為研究，是傳統傳播者研究的主流，歷來已累積不少文獻。從早期的守門人研究取向，到後來考慮媒介組織、社會情境等影響因素，對於傳播者各種角色行為已經有了初步的認識（陳雅琳，1994，頁 13）。在此，基於早期對角色行為的各個研究，具體歸納出四個層面來探討旅遊雜誌社採訪編輯的角色行為。四個層面分別為：「平時工作內容」、「影響角色行為的因素」、「人際脈絡的交往」、「與專業資訊接觸的情形」。

一、平時工作內容

本研究經由針對多位採訪編輯所進行的深度訪談後整理發現：隨著雜誌出刊期間的不同，因此在整本刊物進度流程的周期上多少會有所差異，但是採訪編輯所負責的工作及流程都是大同小異的。本研究將以「月刊」的基本流程來論述採訪編輯於平時工作的內容、職掌。

通常於當期雜誌的前 2、3 個月，採訪編輯群已開始著手進行企劃工作，經由提案會議決定當期雜誌的最佳企劃案（通常此時已有採訪編輯陸續採訪回來的素材內容）。旅遊雜誌的企劃之提早完成乃由於旅遊雜誌的特殊性，必須提早開始聯絡採訪的事宜及採訪作業。而每一期的雜誌內容都會有專題報導，通常由 1 位採訪編輯負責，其它小型專題及報導則由其它採訪編輯分攤，因此，在同一時間點中，1 位採訪編輯大多身兼許多採訪工作，但需被完成的時間點並不相同。

在企劃案定案以及分配工作完成後，採訪編輯分別聯絡採訪對象及

贊助單位，協商合作事宜，及安排採訪行程¹⁷。通常行程採訪多為媒體團、或由贊助單位資助，若企劃案找不到贊助商，則必要時將由公司核發經費。通常 1 位採訪編輯每個月國外出差約 2 次左右（非絕對值，視人力資源及採訪狀況而有所調整）。採訪工作完成後，採訪編輯則開始文字撰稿的工作，進入雜誌社所謂的「截稿期」，為期約 2 個星期。採訪編輯將稿件送交文字或執行編輯後（此為完全編採分離¹⁸的情況下），則由文編或執編開始後製編輯作業流程，但在後製流程中，採訪編輯仍需和美術編輯協商版面編排的相關事宜。之後，完稿送交印刷廠後，採訪編輯終能鬆一口氣，約有 1 星期左右的喘息空間，之後又有約 1 星期的時間，忙碌於校稿工作。而於出刊後約 1 星期，又即將開始另一個刊物周期。

二、影響角色行為的因素

在角色理論中發現，人類的行為是受到個人先前的經驗，以及參與社會團體的互動經驗所共同影響（陳雅琳，1994，頁 38）。因此，探討影響角色行為的因素，具有絕對必要性。

本研究於結構性問卷中，從「當您在執行採訪編輯一職時，下列各種因素對於您的採訪風格、角度、方式的影響程度為何？」一題中，來觀察旅遊雜誌社採訪編輯對各項因素影響其角色扮演的程度。底下分別從個人因素、組織內、組織外三點來探討。

（一）個人因素

由下述研究結果可發現，其中以社會經驗對採訪編輯角色行為的影

¹⁷ 有時在提出企劃案時，已有贊助商或媒體團的確定行程，或之前已有採訪回來的素材可於當期使用，而不見得是於定案後才去洽談。

¹⁸ 目前由於雜誌社編制問題，僅有部份旅遊雜誌社屬於完全「編採分離」，其它皆多少有接觸到後製編輯流程（通常採訪編輯負責下標題、校稿、版面設想），但接觸的程度視雜誌社而定，另外還會有文稿編輯或執行編輯負責落版（內文配置）及整個後製編輯流程的控管。本研究為求能夠免生混淆，因此以「編採分離」作為闡述的前提。

響最為重大，其次則為教育背景，第三為同儕朋友。此 3 項的平均值分別為「社會經驗」4.48、「教育背景」3.96、「同儕朋友」則佔 3.74。

表 4.1 「個人因素」影響旅遊雜誌採訪編輯角色行為程度表 (n=23)

	非常有影響(5)	有影響(4)	偶爾(3)	沒影響(2)	完全沒影響(1)	平均值
教育背景	26.09%	52.17%	17.39%	0.00%	4.35%	3.96
同儕朋友	17.39%	52.17%	21.74%	4.35%	4.35%	3.74
家庭及親人	0.00%	39.13%	43.48%	4.35%	13.04%	3.09
社會經驗	52.17%	43.48%	4.35%	0.00%	0.00%	4.48

1、教育背景

如同第二章「人口背景因素」分析中發現，教育背景是影響旅遊雜誌社採訪編輯的重要變項之一。雖然，在旅遊雜誌中教育背景並無法代表採訪編輯的專業程度，但是也不否認曾受過新聞或傳播相關訓練，的確能夠在此一媒體工作中更快得心應手。同時，經由訪談中發現，不論何種教育背景，都會直接或間接影響採訪編輯於執行工作時的思考模式及角度，因此，呼應第二章的研究發現，教育背景對旅遊雜誌採訪編輯的角色行為，有著至關重要的影響。

2、同儕朋友

本研究曾有受訪者表示，除了教育背景、社會經驗及個人興趣外，由於其同儕朋友有時多為同行同業，因此，在資訊、想法的交流上或在共患難、同理心的精神支持上，皆佔有著很大相互影響的地位，除此之外，同儕朋友間的人際脈絡亦是職場上的一大資源。若非同行同業，受訪者也認為朋友在其精神上支持很重要，尤其是他們要經常性出差以及

由於工作的繁忙無暇顧及其他。受訪者表示，有時間暇時跟朋友聊天，剛好他們這陣子去哪裏玩，聊著聊著就會相互撞擊而創造出來新的火花。有時同行朋友一起出去採訪，由於大家也都蠻瞭解彼此的苦處的，因此，在出外採訪時，他們都會相互幫忙、扶持。(U12)

3、家庭及親人

家庭及親人對於角色行為本身，雖然沒有很絕對的影響，但是旅遊雜誌社的採訪編輯由於經常要出差，其實獲得家庭及親人的支持是很重要的。許多受訪者皆表示，若家庭能夠提供精神上的支持，對自己在職場上或工作上的表現更能夠施展開來。而且，旅遊雜誌採訪編輯也不乏有因家庭反對而選擇離職者，因此，家人的支持是很重要的，尤其是另一半的支持。如底下兩位受訪者所言：

我未婚，但家人都還蠻支持我去做我自己想做的事情的，比較不會干涉我。(U12)

我已婚了，所以我先生會覺得我出差很頻繁，會希望我換個正常的工作做；以前還沒結婚，他管不到我，但現在我必須考慮到他的感受，而且我要出差時也會掙扎，不知道該如何跟我公婆講。(U7)

4、社會經驗

此部份被認為係最具影響角色行為的個人因素變項，由分析中可看出其平均值明顯高於其它各項。陳雅玲曾引述 Pollock 於 1981 年指出記者透過「認同」(identification) 和「互動」(interaction) 兩種學習方式，這種「社會化途徑」來學習職業角色 (陳雅玲，1994，頁 33)。因此，幾乎所有的受訪者都認為社會經驗對其影響最鉅。這類影響通常呈現在角色本身於工作表現及對處理事情的態度上。

(二) 組織內

由表 4.2 所列結果可發現，在「組織內」可能影響採訪編輯角色行為的各項因素中，以「編輯主管意見」影響最鉅，其次為「公司整體風格」，而「基層工作同仁的反映」及「行銷廣告部門的意見」則對其影響相當。

表 4.2 「組織內」因素影響旅遊雜誌採訪編輯角色行為程度表 (n=23)

	非常有影響 (5)	有影響 (4)	偶爾 (3)	沒影響 (2)	完全沒影響(1)	平均值
公司整體風格	39.13%	43.48%	13.04%	4.35%	0.00%	4.17
編輯主管意見	43.48%	43.48%	13.04%	0.00%	0.00%	4.30
基層工作同仁的反映	17.39%	43.48%	26.09%	13.04%	0.00%	3.652
行銷廣告部門的意見	4.35%	60.87%	30.43%	4.35%	0.00%	3.652

1、公司整體風格

受訪者皆認為，身為一位稱職的採訪編輯，必須要能夠在撰文時，符合公司整體風格，達到公司的整體方向及要求。因此公司整體風格是影響角色在執行行為時的一個重要考量。受訪者即表示：

每個雜誌的風格都不同，而內部員工對掌握公司風格的養成是很重要，這對公司也是很重要的資源。(U1)

2、編輯主管的意見

此變項是受訪者普遍認為會直接影響採訪編輯角色行為最重要的一點。對該角色行為的直接影響，通常在撰文方式及文章思考邏輯的調整上。其次編輯主管若交付採訪編輯一個其本身不願意執行的企劃案時，對採訪編輯本身將造成壓力，對其角色行為也將造成影響。受訪者表示：

剛進來時，常被改稿，思考邏輯不順或跳躍式文字可能都會被改；被改就會覺得很挫折。(U7)

3、基層工作同仁的反映

大部份的旅遊雜誌社在出刊後，都會召開檢討會議，針對當期刊物的標題、前言、內容、版面規劃、路線安排 等做檢討，工作同仁都可以在檢討大會上提出意見及批評，對受訪者來說，這些由同事提出的客觀批評都是最好卻也是最直接的成長方式。若遇到和基層工作同仁意見相左時，溝通是最好的協商方式，而這也相對地容易影響採訪編輯的角色行為。受訪者認為：

大家出差時間多，能碰在一起的時間不多，所以出刊完我們都有檢討大會，就檢討每一篇文章，從頭檢討到尾。(U3)

有時和美編間的溝通比較容易有壓力，因為採訪編輯在行文時已經有畫面了，但美編不一定能做出你要的樣子，他也會對這文章版面有他的想法。還有，有些雜誌社有執編，連文章標題都是執編下的。所以，採訪編輯面對美編和執編間的溝通很重要的。(U4)

另外，也有受訪者針對與同事間相處的壓力提到：

我想每個行業都有資深壓資淺的狀況，我們這行也有，資深會告訴資淺該怎麼做，資淺採訪編輯能力無法得到發揮，壓力會很大，而且，也常因為是資淺，所以也沒有挑選的權利，只是被選擇要做什麼部份，也許很想去歐洲或美洲，但因為是資淺，沒有選擇的空間。(U12)

4、行銷、廣告部門的意見

雜誌是個以廣告業務為營運生存的媒體。因此，如何在廣告壓力及媒體責任之間求生存，則是雜誌業一個相當重要的課題。絕大多數受訪者雖不否認廣告之於雜誌的重要性，但身為平面媒體的採訪編輯，仍努力堅持維持兩者間的平衡。因此，行銷、廣告部門的意見對採訪編輯勢必產生影響，但如何去拿捏其中的權衡，則需考量雜誌社這大環境本身的立場，以及採訪編輯與廣告部門協調及撰文的功力。受訪者提到：

我們採訪編輯通常會直接跟廣告行銷部門或跟客戶溝通，若溝通不成，我們就跟主管協調，再由主管決定、協調；但整個編輯方向還是由主管、社長他們去做整個的協調與控制、及決定雜誌風格，衡量是否可行。採訪編輯有說「不」的權利，但在金錢與一篇好（或不離譜）的報導之間，還是交由主管去做決定，但有時客戶是老大，也真是無法得罪的，採訪編輯還是得配合。（U3）

但也有受訪者持有另一種不同的角度：

廣告我們採訪編輯不管，留給總編去管；廣告部那邊有幾頁廣告，我們就留版面給他們，如果客戶要求我們寫稿，我們會把這件事回歸到最簡單的處理方式，就是看那個東西有沒有趣，有趣當然搶著做，但若沒有趣而且不好，就以「訊息式報導」的方式單純化處理。（U8）

（三）組織外

由結構性問卷分析得知（如表 4.3），於組織外的各項因素中，以「流行趨勢」對採訪編輯的角色行為影響最深遠，其次為「採訪對象」及「讀者反映」、第三則為「其它旅遊雜誌社」，亦是其重要的考量。

表 4.3 「組織外」因素影響旅遊雜誌採訪編輯角色行為程度表 (n=23)

	非常有影響(5)	有影響(4)	偶爾(3)	沒影響(2)	完全沒影響(1)	平均值
相關社會團體	0.00%	26.09%	39.13%	21.74%	13.04%	2.78
其它相關媒體	4.35%	30.43%	47.83%	13.04%	4.35%	3.17
其它旅遊雜誌社	4.35%	34.78%	47.83%	8.70%	4.35%	3.26
雜誌各類獎項	0.00%	13.04%	17.39%	34.78%	34.78%	2.09
流行趨勢	39.13%	39.13%	17.39%	4.35%	0.00%	4.13
讀者反映	21.74%	47.83%	26.09%	4.35%	0.00%	3.8696
採訪對象	13.04%	60.87%	26.09%	0.00%	0.00%	3.8696

1、 相關社會團體（觀光局、公會、社團、其它）

相關社會團體普遍來說，對旅遊雜誌社採訪編輯的影響並不大，其中僅以觀光局較具影響性。其影響性在於當其推廣該國觀光活動時，將具有引領採訪編輯採訪走向及採訪資訊的功能，在引領及告知旅遊雜誌社採訪編輯的同時，即同時影響了採訪編輯本身的選題方向及執行角色的行為，但其它社會團體並不具有顯著的影響性。

2、 其它相關媒體（電視、報紙、圖書、雜誌、廣播、廣告）

此部份的影響性於分析數據中略高於「相關社會團體」，「其它相關媒體」之於旅遊雜誌社採訪編輯的影響在於對旅遊資訊的傳遞及創意的激發。而且，媒體的多元化，亦促使讀者的選擇性增加，旅遊雜誌並非其絕對的單一資訊來源，因此，採訪編輯為因應這樣多元的媒體社會，必須更進一步包裝雜誌內容的獨特性來吸引讀者的購買行為。

3、其它旅遊雜誌社

同行雜誌社間一直存在著一種「競合」的狀態，亦即「競爭與合作」的關係。其之於角色行為的影響性又高於前兩項。受訪者即針對這一點提出了說法：

大家都是朋友啦，但卻也像敵人，表面上還是什麼都可以聊，但有些話題會很刻意地避開，例如：下個月企劃的主題。這現象在雜誌方面尤其明顯。(U12)

其實彼此間的資訊還是會相互交流，因為旅遊媒體間沒有那麼大的競爭性，而且，雖然資訊一樣，但切入角度不一樣，寫出來的東西自然也不一樣。有時會怕資訊寫錯，還會相互打電話詢問。(U4)

4、雜誌各項獎項

此部份是被認為其影響性最為見微的變項。例如第 25 屆 (2001) 金鼎獎的獎項共分為 3 類，分別為雜誌、圖書及特別貢獻獎。其中，報名參加的雜誌有 161 家，共 268 件出版品參選，計有 9 家雜誌社及 5 個編輯榮獲金鼎獎；另外，還推薦 21 種優良雜誌 (中華民國雜誌事業協會，2001，頁 18)。(得獎名單參見附錄二)

旅遊雜誌社採訪編輯普遍並不重視雜誌相關獎項，因此，均認為其所帶來的影響性不大。加上雜誌社本身報名參加各類獎項的意願不高，對獎項背後所帶來的效益自然不予重視。因此，絕大多數採訪編輯均持平常心的態度對待獎項所賦予的意義：

我覺得獎項對我而言是沒有特別意義的，我不會為了它特別努力，因為報導是很主觀的，獎項的評斷並不公正。(U14)

金鼎獎會要求雜誌內容具深度及人文色彩、而且圖片要精美；而旅遊雜誌比較屬於資訊性、流行性的，得獎的機會不大。但《行遍天下》曾有得過 2、3 年的旅遊休閒類金鼎獎¹⁹，所以這要看雜誌風格及屬性而定。(U6)

5、流行趨勢（熱門話題）

「流行趨勢」是每一個旅遊雜誌社採訪編輯都需要關注的話題。這也是被認為最具影響性的變項。通常流行趨勢就是一般消費者在現階段的需求，受訪者認為雜誌是一種平面媒體，自然要報導讀者需要的訊息及重視他們的需要內容。因此，關注社會時下的流行話題是必需的，這將引導採訪編輯的選材及採訪行為。但為求將相同的流行資訊在報導形式上不落俗套，因此，採訪編輯的切入角度必須別出心裁，才能突顯話題的特殊性及提供讀者不一樣的思考方式。受訪者表示：

我幾乎是無時無刻在接觸旅遊的資訊，它是我生活的一部份，藉此培養我對旅遊話題的敏銳度，雖然我無法去創造旅遊話題，但我去嗅到流行的起源，所以透過看其它雜誌、聽廣播、看書、看電視、書店 就可以知道大家現所關心的話題，什麼話題可以讓讀者有興趣、什麼話題可以讓它跟旅遊結合在一起，就是接觸不同的資訊，就可以嗅到不同的流行話題在哪裏。(U7)

6、讀者反映

雜誌的閱讀群的反映，都將可能影響採訪編輯於撰文時的思考方式。讀者的反映往往最能反映讀者的需要及關心的重點，因此，這部份也是採訪編輯為求達到雜誌符合讀者需求所重視的面向。有些雜誌特別關有讀者意見反應區，目的即在於有更暢通的管道可以瞭解讀者的想法。

¹⁹ 除了《行遍天下》外，《TO'GO 旅遊情報》雜誌亦曾因「新加坡綠色地圖遊蹤」一文，獲得新加坡政府的最佳旅遊報導獎 - 非英語組第 1 名，此為台灣旅遊雜誌第 1 次獲得該獎。(出版年鑑，2001，頁.53)

7、採訪對象

旅遊雜誌社採訪編輯的任務即是以「採訪」為重心，因此，採訪編輯將接觸到許多受訪者、受訪單位或團體機關。因此，採訪對象所傳達的資訊及態度將影響採訪編輯擷取資訊的過程及採訪中的行為態度，因為兩者間呈現互動的狀態，而互動的狀態將產生影響。

三、人際脈絡的交往

此部份主要目的在探求旅遊雜誌社採訪編輯人際間的交往，來觀察其對角色行為所產生的影響。本小節分「最要好的朋友」及「工作之餘人際交往情形」兩部份來討論。

（一）最要好的朋友

本研究發現，旅遊雜誌社採訪編輯「最要好的朋友」中，女性佔 78.26%、男性佔 17.39%，平均年齡為 30.52 歲。其中，同為出版業者佔 30.43%，非出版業者佔 65.22%。本項目未填寫者 1 人，佔 4.35%。

並且以行業別（見表 4.4）來看，其中以「公共行政／社會服務／個人服務」佔有 56.52%，其次為「金融／保險／不動產／工商服務業」佔 26.09%，「製造業」佔 8.7%，「學生」1 人，佔 4.35%，並有 1 人未填寫（4.35%）。

再以個人職業別（見表 4.5）分，採訪編輯最要好的朋友中，同為出版業的，其中有同刊採訪編輯（S9）、非同刊採訪編輯（S16、S17）、出版社總編輯（S14、S23）、出版社副總編輯（S18）、新聞記者（S19）。非出版業中，則有教師（S1）、大學助理（S22）、學生（S10）、殯葬業經理（S2）、網路業（S4、S5、S20）、設計業（S6、S8）、醫護人員（S7）、藝文劇場行政（S11）、成衣業財務（S12）、金融業業務（21）、觀光局風景區企劃（S13）。

從佔有最高比例的「公共行政／社會服務／個人服務」來看，其中為出版業者即佔有 7 名，其餘亦以公職、傳播媒體、相關單位（觀光局）為多，可見旅遊雜誌社採訪編輯最要好的朋友也大多與出版、傳播或文教政府單位相關。而在「金融／保險／不動產／工商服務業」中，以資訊服務為主的網路業佔的人數居多。因此，足見採訪編輯的角色行為與要好朋友間交往的職業彼此影響的可能性。

受訪者也曾提到：「我們有很多好朋友都是同行的。大家都會相互提供資訊，私交都不錯」(U16)

表 4.4 「最要好的朋友」行業別一覽表 (n=23)

行業別	農林漁牧業	礦業及土石採取業	製造業	水電燃氣業	營造業	批發／零售／餐飲業	運輸／倉儲／通信業	金融／保險／不動產／工商服務業	公共行政／社會服務／個人服務	家庭主婦	學生	未填寫
佔比	0.00%	0.00%	8.70%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	26.09%	56.52%	0.00%	4.35%	4.35%

表 4.5 「最要好的朋友」詳細職業一覽表 (n=23)

職業細目表	製造業		金融／保險／不動產／工商服務業			公共行政／社會服務／個人服務							學生	未填寫
	成衣業/財務	電子業/財務	網路業/經理、編輯、老闆娘	設計業/經理、設計人員	金融/業務	公/教師、助理	殯葬業/經理	醫護人員	出版業	新聞記者	觀光局/企劃	藝文/劇場行政		
人數	1	1	3	2	1	2	1	1	6	1	1	1	1	1

(二) 工作之餘人際交往情形

本研究在結構性問卷中從「當您工作之餘，與下列各種人物的接觸情形如何？」(見表 4.6)的提問中，藉此探討除了「最要好的朋友」一項所可能帶來的角色行為之影響外，更從宏觀的角度廣泛討論旅遊雜誌社採訪編輯在工作之餘，平時人際脈絡間的交往情況。

表 4.6 旅遊雜誌社採訪編輯工作之餘人際交往情形 (n=23)

	非常有接觸(5)	有接觸(4)	偶爾(3)	沒接觸(2)	完全沒接觸(1)	平均值
主管上司	21.74%	30.43%	34.78%	13.04%	0.00%	3.61
工作同事	47.83%	34.78%	13.04%	4.35%	0.00%	4.26
同業同行	17.39%	56.52%	26.09%	0.00%	0.00%	3.91
社會團體	0.00%	17.39%	39.13%	21.74%	21.74%	2.74
相關學術團體	0.00%	4.35%	26.09%	52.17%	17.39%	2.17
相關媒體	13.04%	56.52%	21.74%	8.70%	0.00%	3.74
採訪對象	17.39%	34.78%	30.43%	13.04%	4.35%	3.48

由上述分析結果可知，在平時的人際關係的交往狀況中，以工作同事明顯為最普遍有接觸的交往聯絡對象，其次為同業同行，第三則為相關媒體。

1、主管上司

旅遊雜誌社採訪編輯在這方面的交往情形，從調查數據中平均值佔有 3.61，仍屬於高接觸的交往對象。可是其不似與「工作同事」或「同業同行」的交往般密切的原因，大部份係來自主管上司於團體中的權威性。受訪者大多認為與同一階層的對象交往比較不具壓迫性。

2、工作同事

這是屬於接觸最頻繁的交往對象。通常在同一工作領域中，同事之間較能建立革命情感，而且工作屬性及工作周期相同，較能培養共同於工作閒暇之餘的相處時間。受訪者表示：

我們同事之間有些都蠻好的，有時下了班會一起約去哪裏逛街、什麼的。(U12)

但其實也有較少部份的受訪者，提出了另一種想法：

下班就下班啦，工作接觸的時間夠長了，平時大家比較不會接觸，會跟其它自己的朋友在一起。(U13)

3、同業同行

許多受訪者皆表示，同行之間都相當熟稔，由於旅遊圈較小，彼此間都很熟悉公司狀況，而且大家接觸的時間也多，因此，除了工作之外，通常也都能夠發展出不錯的私交：

同行之間認識的管道有 2 種：一是記者會，另一個是媒體團。久了大家就都認識了。有時像媒體團，常一相處就是 4、5 天，回來大家就都變成朋友了，如果投緣的話，就關係會不錯。下了班同行朋友聚在一起，有時就喜歡聊聊八卦。(U6)

4、社會團體

此部份指稱的範圍通常為觀光局或公會等，但大部份的受訪者皆表示，在工作之餘彼此間的交流互動較少，除非有些和工作上較有接觸的觀光局人員，其中某些人私交較好的話，工作閒暇才會有所接觸。

5、 相關學術團體

此部份普遍為最少接觸的對象。「有接觸」僅佔 4.35%，「偶爾」佔 26.09%，「沒接觸」及「完全沒接觸」共佔了 69.56%，平均值為 2.17。因此，這部份對象對該角色行為的影響見微。

6、 相關媒體

除了工作同事及同行同業間的交往較密切外，旅遊雜誌社採訪編輯和其它相關媒體人員也有著工作閒暇時不錯的關係。通常此範圍包括報紙、電視、出版社、廣播 等，其中多數受訪者在工作閒暇之餘和報紙及出版社的工作人員接觸較多，其它則視個人交友狀況而有所不同。其影響通常包括資訊的交流及不同工作領域視野的開發。

7、 採訪對象

與採訪對象間工作之餘聯絡的狀況，依個人情況而有所不同，通常私底下也會有所接觸，但大多是為了維持良善的關係、及保持資訊來源的暢通，並適時地與對方分享新資訊。但也有因採訪而結下不解之緣，成為好朋友的狀況。採訪對象通常能夠帶給採訪編輯新的資源及消息，有可能促使採訪編輯產生新的創意並企劃新提案。

四、 專業資訊的接觸

此部份主要經由受訪者對專業資訊的接觸狀況，來探討其對角色行為所產生的影響。本小節將從「專業課程」、「專業社團」及「專業期刊」這三方面的專業資訊接觸面探討。

(一) 專業課程

本研究於此部份的探討主要目的，即從其「除在職訓練外，是否參

加過任何專業課程？（包括學校相關教育及自行修習課程）」及「針對採訪工作所曾作過哪些課程的修習？」兩題中，來觀察採訪編輯在對專業知識的吸收，對其角色行為所產生的影響性。

經結構性問卷中分析得知，除在職訓練外，曾參加過專業課程計 10 人（佔 43.48%），而未曾參加過任何專業課程者 13 人（佔 56.52%）。

其中在專業課程的修習上，包括了個人於相關教育背景中所習得的專業知識，及個人於工作之餘自己所參加相關課程的學習。在前述第二章中，亦發現個人的教育背景及相關教育，能夠培養基礎的專業素養，而這部份對個人的職業角色行為的影響甚鉅。同時，除了本身的教育背景的課程訓練將產生影響外，採訪編輯個人利用工作閒暇之餘所參加的課程，也帶給其莫大的成長，使其在學習的過程中不斷蛻變。受訪者提到：

我們公司有同事都會利用下班或休假時去參加什麼電影研習會、攝影課程 之類的進修活動，這對工作都有很大的幫助，因為像電影或音樂之類的研習會或演講，都能夠跟旅遊產生連結，這可以培養在旅遊這領域的一種敏銳度。（U1）

除了學校的專業基礎課程的訓練外，通常旅遊雜誌社採訪編輯個人會自行利用時間修習的課程，可歸納出下列幾項：第一，編輯概念及實務；第二，採訪實務；第三，印刷設計；第四，攝影；第五，其它（依個人欲專精的領域而異，例：美食、電影 ）。)

但是也有受訪者對此提出了另一種想法：

我只是藉著聽演講、會議、同事間的交流 等一些非正式的方式來成長，並沒有參加什麼專業課程。我覺得靠自己充實的方式是最快的，別人能幫助的較有限。（S15）

（二）專業社團

本研究自結構性問卷分析中發現，絕大多數的旅遊雜誌社採訪編輯皆未參加任何的專業性社團，佔 95.65%；其中僅有 1 位參加 (S2)，佔 4.35%：

我沒參加是因為我覺得那不是我會參加的 level。我會覺得，我們的社長可能會去參加，我則不會主動接觸，因為覺得沒趣。(U2)

那些專業社團看起來不太重要耶！我身為主管，我關心的是消費者的需要，所以我和業者或旅行社的接觸較多，因為能夠得到更多資訊。(U13)

我們要常出差，時間上比較不穩定，所以比較少參加，只有同業的一些聚會，而且，媒體人都是自由業，雖然我認識的一些記者也有參加什麼公會之類的，但那些對他們來說，只是每年去拿個贈品或亮個相而已。(U3)

因此由上可知，專業性社團並非為旅遊雜誌社採訪編輯資訊來源及交流的重心，可見，其並沒有為採訪編輯帶來太多實質上的幫助與交流。另一個重點亦可能為，專業社團並非以採訪編輯為主要招納的會員，通常都以雜誌社的負責人為主要會員對象。綜合上述可知，專業性社團對旅遊雜誌社採訪編輯在執行角色行為上的影響不大。

(三) 專業期刊

此部份將從旅遊雜誌社採訪編輯平時閱讀期刊的情形，來探討其對角色行為所可能帶來的影響。

表 4.7 旅遊雜誌採訪編輯平時閱讀期刊之情形 (n=23)

	每期閱讀 (4)	經常閱讀 (3)	偶爾閱讀 (2)	從未閱讀 (1)	平均值
A.專業期刊					
雜誌會訊	0.00%	0.00%	4.35%	95.65%	1.0435
旅遊世界 (Tour Guide)	0.00%	4.35%	0.00%	95.65%	1.0869
旅遊 (Taiwan Tourism)	0.00%	0.00%	17.39%	82.61%	1.1739
旅遊界 (World Travel News)	0.00%	8.70%	47.83%	43.48%	1.6522
旅遊市場	0.00%	4.35%	4.35%	91.30%	1.1304
旅報	4.35%	26.09%	8.70%	60.87%	1.7391
B.同行期刊					
TOGO	17.39%	34.78%	13.04%	34.78%	2.3478
行遍天下	13.04%	21.74%	13.04%	52.17%	1.9565
博覽家	34.78%	8.70%	13.04%	43.48%	2.3478
莫克	43.48%	8.70%	0.00%	47.83%	2.4783
C.其它					
國家地理雜誌	13.04%	4.35%	4.35%	78.26%	1.5217
商業周刊	0.00%	13.04%	0.00%	86.96%	1.2609

由以上分析中得知在專業期刊方面，其中以《旅報》與《旅遊界(*World Travel News*)》閱讀的人數明顯較多，但其它的專業期刊則大多乏人問津，可見旅遊雜誌採訪編輯對於專業性期刊的普遍閱讀率不高。多數受訪者表示，《旅報》是一本頗受注意的業內雜誌，是旅遊雜誌採訪編輯主要閱讀的專業性雜誌：

有本《旅報》，這是業內雜誌。我覺得它是大家都會看的，是業界品牌，它是同業雜誌的 no.1，所以《旅報》是大家都會看的，發行做得比其它都好。它可能不是靠訂閱來收入，而是廣告，如此就算贈閱也無妨啊！（U8）

於「同行期刊」一項，所得數據包括旅遊雜誌社內員工對該社雜誌

每期閱讀的數據。從數據中發現，除「行遍天下」較冷門之外，各家雜誌社對於同行雜誌的閱讀旗鼓相當，可見同行間對於彼此的雜誌皆相當關注。但也有受訪者持另一種看法：

我很少跟國內媒體刊物打交道，也很少看其它同行刊物，《旅報》也不大看，我比較常參考國外刊物，國內的比較少。而且我覺得不用去管別的刊物怎麼做、怎麼競爭，編輯應該先認為自己最好才是最重要的，看別的旅遊刊物不會有太大幫助。(U13)

在其它類型雜誌中，旅遊雜誌採訪編輯較常看的為《國家地理雜誌》或《商業周刊》，而其它為少數採訪編輯經常或偶爾閱讀的雜誌有《經典雜誌》、《世界電影》及《時報周刊》(S4)、《Figaro》(S5)、《中國旅遊雜誌》、《National Geographic》(S9)、《Conde Nast Traveler》(S13)、《遠見》、《時尚》、《家居雜貨雜誌》(S20)、《科學人》(S21)、《大地》(S22)、《here》及《Taipei Walker》(S23)，還有其它國外雜誌，也是大部份採訪編輯會依個人喜好加以閱讀的刊物。

除了以上專業課程、專業社團及專業期刊的接觸外，大多數旅遊雜誌採訪編輯亦有其它接觸專業資訊的管道，本研究概略歸納如下：一、書店；二、網路；三、報紙；四、電視。其實大多數的旅遊雜誌採訪編輯幾乎是無時無刻在擷取相關的旅遊資訊，管道五花八門、不勝其數，但以上 4 點是多數受訪者最常利用的方式，其工作上的創意即是藉此慢慢累積而成，因為旅遊已是他們生活的一部份。

本章從「平時工作內容」、「影響角色行為的因素」、「人際脈絡的交

往」與「專業資訊接觸的情形」四個層面探討旅遊雜誌採訪編輯的角色行為。於研究中發現「影響角色行為因素」裏，以社會「經驗」(平均值 4.48)為個人因素中影響角色行為最深；而「編輯主管意見」(平均值 4.30)則為組織內最為影響採訪編輯的變項；組織外因素則以「流行趨勢」(平均值 4.13)是影響旅遊雜誌採訪編輯的最重要原因。在「人際脈絡的交往」上，通常以女性(佔 78.26%)為最多，年齡平均為 30.52 歲，行業別以「公共行政 / 社會服務 / 個人服務」最多，佔 56.52%，而於其 13 名中，即有 7 名(30.43%)為同屬出版業者。而工作之餘，與「工作同事」的交往最為密切，平均值佔 4.26。在「專業資訊接觸的情形」中發現，曾參加專業課程者佔 43.48%，且大多未參加專業性社團(95.65%)，而在專業期刊的閱讀上以《旅報》為主，並且同行雜誌也是其關心的重點，同時旅遊雜誌社的採訪編輯亦透過其它期刊或多元性的管道來擷取更多的資訊。

第二節 角色期望

所謂「角色期望」在此指的是某角色在社會位置中所具有的權利、義務和職責；而「角色期望」是伴隨著「角色行為」而來的(陳雅琳, 1994, 頁 13), 即「角色期望」指的是一種認知的概念, 意為擔任某一職位者被期望的行動或特質(陳舜霓, 1994, 頁 33)。本研究依相關文獻基礎, 輔以本研究架構加以增修, 將從「自我工作評估」(「工作動機」、「個人對其職業表現的評價」)、「職業在社會中的評價」、「職業對社會的影響力」、「專業認知」(「評價旅遊雜誌的功能」、「好的採訪編輯應具備的條件」、「採訪編輯的未來發展」)等 4 點來探討「角色期望」此一議題。

一、自我工作評估

(一) 工作動機

由於每個人會選擇其工作的動機往往相當複雜多元，有時連受訪者本身亦不清楚當初選擇此職業的動機及原因為何，以及考慮到受訪者填寫問卷時思慮的全面性；因此，本研究藉結構性問卷擬從相關性較高的動機著手，即探求其工作背後可能的「工作動機」，並藉由受訪者分別就變項之影響程度，勾列前 3 大重要變項，作為本研究之參考依據。

本研究分析結果發現（見表 4.8），絕大多數受訪者認為會選擇該職業，最重要的影響因素為個人本身「熱愛旅行」；而普遍認為「喜歡文字撰寫」是影響其選擇該職業的第二個重要因素；另外，基於分享的心態，「喜歡介紹好玩的地方或新事物給讀者」是旅遊雜誌採訪編輯認為是因而選擇該職業的第三個要素。

表 4.8 旅遊雜誌社採訪編輯的工作動機

動機	最重要	次重要	第三重要	非前三重要者	分析結果
熱愛旅行	52.17%	4.35%	0.00%	43.48%	最重要的影響因素
個性活潑、喜歡與人接觸	4.35%	13.04%	8.70%	73.91%	
不喜歡坐辦公室	8.70%	4.35%	4.35%	82.61%	
喜歡文字撰寫	8.70%	21.74%	13.04%	56.52%	次重要的影響因素
追求社會地位	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%	
很有成就感	4.35%	4.35%	4.35%	86.96%	
工作深具前瞻性	0.00%	4.35%	8.70%	86.96%	
喜歡到新景點探險	4.35%	13.04%	8.70%	73.91%	
喜歡介紹好玩的地方或新事物給讀者	0.00%	8.70%	21.74%	69.57%	第三重要的影響因素
工作環境良好	4.35%	0.00%	0.00%	95.65%	
工作具有挑戰性	4.35%	17.39%	4.35%	73.91%	

(二) 個人對其職業表現的評價

本研究透過結構性問卷，從「國內旅遊雜誌」、「該旅遊雜誌社」、「個人」3方面，來探求受訪者對「採訪編輯」一職的看法。

旅遊雜誌社採訪編輯普遍認為「國內旅遊雜誌採訪編輯的表現」普通，佔有平均值 3.26；而認為該任職的「旅遊雜誌社內的工作同仁」表現很好，佔平均值 3.96；同時，對於自身的工作表現評價不錯，佔平均值 3.65。受訪者針對國內旅遊雜誌社採訪編輯的表現，提出了想法：

我覺得國內旅遊雜誌採訪編輯還有成長的空間，不論是在企劃能力上或在報導呈現的手法上都有成長的空間，因為現在的報導都太一致性，沒有創新。(U1)

國內採訪編輯同質性太高，沒有建立自己文筆的特色，除了採訪編輯本身有責任外，普遍上台灣產業市場本身也是個問題。台灣市場太小、獨特性群眾太小，沒有辦法作一本真的很專業的雜誌，這也是影響到採訪編輯沒自己特色的一個最大因素，因為即使採訪編輯有書面企劃想做一個有質有量的東西，但成本太高，以及要好的攝影、長時間撰稿，但那產量又那麼少，怎麼去抵擋編輯檯的整個要求？否則現在就不會出版物多成這樣，但每個都很像。(U15)

我覺得國內旅遊雜誌的走向愈朝「概的 book」²⁰的腳步前進，這真的要跟日本學習，它們連很瑣碎的小細節都可以發現到，但我看不到國內有哪一本書或雜誌可以做到這樣。(U14)

國內採訪編輯的表現，我覺得編輯及版面上的功力都還要再加強，這點很重要，因為會影響到你整體的效果，若每一篇都很好，那還是要版面再美化，讀者才會想看。但我覺得國內採訪編輯在處理單篇上的報導文字都還可以，但整體上卻不夠好，尤其是旅遊，因為它不是文字書。旅遊的出版品近 4、5 年的變化是情報

²⁰ 即指「guide - book」，以詳盡為特色，其假設讀者為對該資訊完全不瞭解的情況下，guide book 為其提供該領域最詳盡的任何資訊。

誌²¹的出現，所以如何在美麗的版面及實用的資訊之間，拿捏與平衡是很重要的。

(U9)

表 4.9 旅遊雜誌社採訪編輯對工作表現之看法 (n=23)

	非常好(5)	很好(4)	普通(3)	劣(2)	最劣(1)	無意見(0)	平均值
國內旅遊雜誌採訪編輯的表現如何	4.35%	21.74%	69.57%	4.35%	0.00%	0.00%	3.26
貴社工作同仁表現如何	21.74%	52.17%	26.09%	0.00%	0.00%	0.00%	3.96
您認為你個人表現如何	13.04%	39.13%	47.83%	0.00%	0.00%	0.00%	3.65

二、 職業在社會中的評價

本研究藉結構性問卷，探討旅遊雜誌社採訪編輯對於自身工作、自己和社會對該雜誌社的整體評價。旅遊雜誌社採訪編輯覺得自身的工作在社會上所受到的尊重是中等的，平均值佔 3.22；而其心中對於雜誌社在社會上的整體評價則較高，平均值佔 3.78；而採訪編輯內心對該雜誌社的整體評價則中等偏高，平均值 3.70。

其實，採訪編輯的被尊重與否及其能夠對社會產生的影響力，除了個人本身條件外，媒體在社會中的地位也是很重要的，通常一個受社會尊重的媒體（或規模較大的媒體），往往能夠提供工作人員一個被尊重的環境，而這樣的媒體也才能夠對社會產生影響力，產生的影響力絕大部份並非來自採訪編輯本身，而是媒體；因此，除了本身對自身的工作期望外，大環境也將影響採訪編輯期望的高低或是實際執行工作時所會產生的差異。受訪者針對採訪編輯及雜誌社在社會的地位提出了見解：

一個能夠受人尊重的採訪編輯，第一階段必須是同行、業內人士要相當尊重媒體，因為尊重媒體後才會開始尊重在這邊工作的人；第二階段則是當採訪編輯一

²¹ 「情報誌」，以傳遞大量資訊為導向的報導媒體型態之一。

旦成為資深的人士時，到哪裏都會受到尊重，因為那時就不是媒體來襯托採訪編輯了，而是他能獨立去完成提案，那是業者對資深採訪編輯的尊重。這是兩個階段。(U13)

表 4.10 旅遊雜誌社採訪編輯對職業在社會評價上的看法 (n=23)

	最高 (5)	高 (4)	中等 (3)	低 (2)	最低 (1)	無意見 (0)	平均值
您個人的工作在社會上受到尊重的程度	0.00%	21.74%	78.26%	0.00%	0.00%	0.00%	3.22
您覺得貴雜誌社在社會上的整體評價	8.70%	60.87%	30.43%	0.00%	0.00%	8.70%	3.78
您自身對貴公司的整體評價為何	13.04%	43.48%	43.48%	0.00%	0.00%	13.04%	3.70

三、 職業對社會的影響力

旅遊雜誌採訪編輯對整個雜誌於社會上的影響力的期望是最高的，平均值為 3.91；其次是其對於旅遊雜誌對社會影響力的期望，平均值為 3.39；第三才是旅遊雜誌社採訪編輯對社會的影響力的期望，平均值 3.17。

雜誌是社會的平面媒體，擔負著媒體應有的社會責任，進而對社會產生影響力，而旅遊雜誌對社會的影響亦立基於雜誌媒體的範圍下，採訪編輯是旅遊雜誌核心的執筆人，其對社會的影響往往來自媒體對社會的影響，而非採訪編輯本身，但在雜誌體制下的採訪編輯，也因著媒體在社會中的角色，進而產生對自身的期望，卻在期望與實際執行的過程中產生落差；但絕大多數的受訪者仍認為善盡雜誌媒體應有的責任，是採訪編輯需要去注意並履行的。

媒體本來就要有社會責任，但現在媒體大多結合實用、輕鬆好讀的文章後，再利用專欄式文章做深入報導，將旅遊觀念、想法透過旅遊雜誌傳達給讀者，因為台灣讀者還是需要被教育的，這就會對社會產生影響了。(U3)

但是也有受訪者提出了不一樣的看法：

這是一個分工的社會，採訪編輯要能做到不被贊助（商）²²綁住，掌握好職業操守及道德分寸。旅遊不是太高難度的東西，全台灣幾百萬人都在旅遊，採訪編輯要做到不被業者綁住，並不寫有違消費者利益的報導，且投入熱情及了解消費者的需要，其實採訪編輯在很多時候是沒有說話的資格的，因為在台灣現在的媒體運作之下是不太可能去實踐採訪編輯的使命的，因為媒體環境不允許，而當整個媒體氣氛不能支持你時，採訪編輯就沒有辦法很完全地做到為社會把關的責任，自然無法對社會產生太大的影響力，因為這是整個商業的市場運作，採訪編輯只要 enjoy 它的工作及堅持職業操守就好了，其它的媒體責任要去問媒體的老闆。

（U13）

表 4.11 旅遊雜誌社採訪編輯對社會影響力的看法（n=23）

	非常同意 (5)	同意 (4)	普通 (3)	不同意 (2)	完全不同意 (1)	平均值
雜誌對社會有遠大影響力	8.70%	73.91%	17.39%	0.00%	0.00%	3.91
旅遊雜誌對社會有遠大影響力	4.35%	34.78%	56.52%	4.35%	0.00%	3.39
旅遊雜誌採訪編輯對社會有遠大影響力	0.00%	21.74%	73.91%	4.35%	0.00%	3.17

四、專業認知

（一）評價旅遊雜誌的功能

從旅遊雜誌採訪編輯對於各項旅遊雜誌功能的評價上來看，其中以「提供正確的最新旅遊資訊」為最重要，平均值為 4.74；其次以「版面設計精美」為重要，平均值 4.48；第三重要功能則為「精彩旅遊景點照片」，平均值 4.39。

²²「贊助」指的是媒體團或業者以資金協助採訪編輯完成提案；但往往贊助商也會從中要求好處，例如在報導中要求曝光的機會。

由於對旅遊雜誌功能的認知皆相當一致，因此，旅遊雜誌採訪編輯在執行該角色職能時，便期望以達到充分發揮旅遊雜誌應有的功能，以符合讀者的需求為其主要看法。所以，通常「提供正確的最新旅遊資訊」是旅遊雜誌採訪編輯期望自身在執行工作時，所必須要盡量做到完善的部份，這亦為整個旅遊雜誌最重要的目的；其次為提供讀者舒服的閱讀視野，在尤其講求圖片的旅遊雜誌中，版面的配置則是影響讀者閱讀的重要因素；同時，加上旅遊雜誌的特殊性，因此，提供讀者如親臨其境的旅遊景點照片，更是旅遊雜誌重要的功能之一。旅遊雜誌的功能及特性不盡其數，僅擬下列數項，而各項所求得平均值皆偏高，因此旅遊雜誌採訪編輯在對其功能評價的同時，亦同時對自身工作賦予期望，追求實踐旅遊雜誌的意義：

我期望自己能夠做完成其它家採訪編輯做不到的報導，永遠可以讓雜誌的訊息都是最搶手的。這是採訪編輯的義務。(U2)

我希望我能夠提供讀者需要且有幫助的資訊，而且提倡休閒觀念也是很重要的，因為現代人都太忙碌了。(U7)

表 4.12 旅遊雜誌社採訪編輯對旅遊雜誌功能之評價 (n=23)

	非常重要 (5)	重要(4)	普通(3)	不重要(2)	完全不重要(1)	平均值
(1)提供正確的最新旅遊資訊	78.26%	17.39%	4.35%	0.00%	0.00%	4.74
(2)介紹新景點	34.78%	56.52%	8.70%	0.00%	0.00%	4.26
(3)規劃優良旅遊行程路線	34.78%	47.83%	17.39%	0.00%	0.00%	4.17
(4)精彩旅遊景點照片	47.83%	43.48%	8.70%	0.00%	0.00%	4.39
(5)優美文筆、引人入勝	34.78%	43.48%	21.74%	0.00%	0.00%	4.13
(6)版面設計精美	52.17%	43.48%	4.35%	0.00%	0.00%	4.48
(7)糾正讀者旅遊觀念	34.78%	43.48%	21.74%	0.00%	0.00%	4.13
(8)監督旅遊相關業者或機關	13.04%	34.78%	47.83%	4.35%	0.00%	3.57
(9)推動休閒生活	30.43%	43.48%	21.74%	4.35%	0.00%	4.00
(10)提供讀者安全的旅行建議	43.48%	39.13%	17.39%	0.00%	0.00%	4.26

(二) 好的採訪編輯應具備的條件

期望成為一位好的旅遊雜誌採訪編輯，必須擁有的條件難以量化，因此在底下只概略討論旅遊雜誌採訪編輯期望成為一位優秀的採訪編輯應具備的前三項重要條件。

普遍受訪者皆認為，能夠持續旺盛的好奇心，是擔任採訪編輯的重要條件，唯有持續的好奇心，才能不斷發掘新的創意，提供讀者更多有趣的旅遊報導。其次則為文字撰寫能力，第三重要條件為採訪編輯與相關單位或受訪者之間最需要的溝通協調能力。

此外，除了以下表列的八個變項外，數位受訪者亦提出其它主觀認知的重要條件，例如：喜愛旅遊、瞭解旅遊的需求 (U22)；全心投入的熱情、職業操守、市場觀察力、議題包裝能力、趨勢理解力、團隊工作能力、對新環境的應變能力、規畫及控制預算的能力 (U14)；強壯的體魄、重視環保、尊重多元文化 (U18) 等不一而足。

表 4.13 「好的採訪編輯應具備的條件」一覽表 (n=23)

條件	最重要	次重要	第三重要	非前三重要者	分析結果
學歷	4.35%	8.70%	0.00%	86.96%	
文字撰寫能力	30.43%	26.09%	13.04%	30.43%	次重要
語文能力	0.00%	17.39%	26.09%	56.52%	
電腦能力	0.00%	4.35%	4.35%	91.30%	
溝通協調的能力	8.70%	26.09%	30.43%	34.78%	第三重要
旺盛的好奇心	34.78%	13.04%	4.35%	47.83%	最重要
開朗大方的個性	8.70%	8.70%	17.39%	65.22%	
親和力	0.00%	0.00%	4.35%	95.65%	

(三) 採訪編輯的未來發展

每個人的未來發展都只是具相對性，本研究僅擬數項旅遊雜誌未來發展的可能性，藉以探求旅遊雜誌社採訪編輯未來發展的脈絡。而此部份研究的前提建基則在旅遊雜誌社採訪編輯於未來發展中未脫離此行業經驗之上。

從分析結果中發現，絕大多數的旅遊雜誌採訪編輯皆期望未來能夠朝自由（旅行）作家之路發展，其比例高居 69.57%；其次則期望能在雜誌社的組織體系下，往上層主管發展，不論是主編或總編輯，總計比例為 21.74%；而旅遊雜誌社採訪編輯幾乎沒有朝同為平面媒體的報業或出版社發展的意願。例如有受訪者即表示：

我認識很多資深的採訪編輯，現在都在當自由作家（freelancer），有些會到旅遊業界去，但都只是短期的，因為都無法適應，最後還是出來當自由作家，接接案子、投投稿，因為那些人大多都是女性，她們由於結婚而離開旅遊雜誌社，以致心都放在家庭上了。（U13）

我期許自己以後能當自由作家，其實很多人走這條路，我很多同事離職，變成自由撰稿者，就是寫書。畢竟有時在國外晃久了，經驗多了，就可以開始寫書了，要不就是接外頭的案子，有人就去接機上的空中雜誌，或雜誌的外稿，因為這些採訪編輯經驗都蠻豐富了。（U4）

除了採訪編輯，也有受訪者提出了其它想法：

其實採訪只是一種技巧，可以朝寫作或採訪的方向走，或轉任公關職位，因為通常採訪編輯與人接觸的經驗多，也有人往觀光局或旅行社發展。（U10）

綜上可知，旅遊雜誌採訪編輯在未來的發展相當多元，豐富的採訪經驗，除了文字撰稿能力及語文能力外，通常同時也能奠定良好的溝通

協調能力，加上長期為準備採訪所累積而得的知識、眼界的開闊所培養的國際觀及豐富的人脈，亦是採訪編輯未來發展的後援。

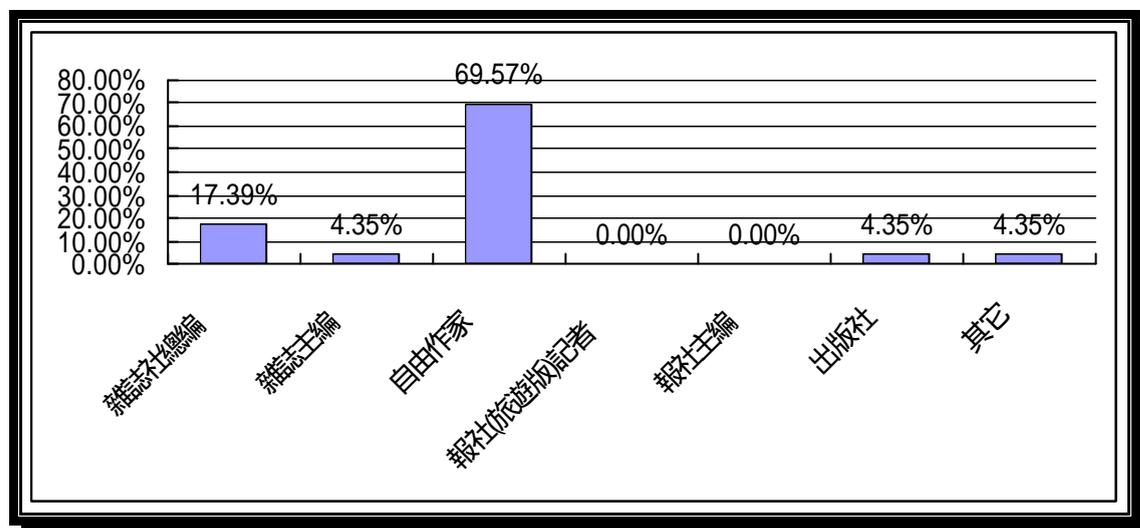


圖 4.1 旅遊雜誌採訪編輯期許未來長遠的可能發展途徑

第三節 角色定位

葉至誠（2001，頁 111）曾轉引述麥生（Mason）於 1958 年對職位（position）下過的定義：「一個或一層級的行動者在職場關係中的位置。」職位是由職場本身決定的。職場中的職位活動，即組織對於占居此一職位者的要求；故職位活動並不包括個人的一切活動或互動，而僅限於職場的規定或期望。因此，本節將從三個問題基礎來討論旅遊雜誌社採訪編輯於整個職場及組織上的定位：第一、旅遊雜誌採訪編輯是不是記者？第二、旅遊雜誌採訪編輯是不是編輯？第三、旅遊雜誌採訪編輯的角色是否兼具記者與編輯的功能？藉由了解文獻對於採訪編輯的引述，以及針對其工作分析與報社旅遊版記者的比較，來廣泛瞭解旅遊雜誌採訪編輯一職，並釐清其於社會及職場中的角色定位。

一、名稱的混淆

應未遲認為：「雜誌，是新聞事業的重要一環；『雜誌人』原本就是記者一份子。惟自政府遷台後，內政部竟藉故於民國 41 年 7 月 4 日代電規定『雜誌社不得設置記者』²³，遂使一般人誤認『雜誌人』真的不是記者，其實，雜誌社不設記者，法律並無明文，我『雜誌人』的本質仍是記者，」（應未遲，1998，頁 126）針對內政部曾於民國 41 年發布「雜誌社不得設置記者」之規定，造成目前國內雜誌社的編輯作業制度的影響。歐陽醇也曾表示：「號稱小眾傳播雜誌業，在知識爆炸的今日，隨著工商發達，教育普及，其發展突飛猛進，影響力不可忽視。但翻閱天下、時報周刊或時報雜誌 首頁目錄，編輯工作人員僅列有總編輯編輯工作人員僅列有總編輯、副總編輯、主編、資深編輯、執行編輯、編輯，未見記者名列。 因為不知自那年起規定，雜誌不准設有記者名義，這是因噎廢食的作法，也形成了現在於雜誌編輯作業上的後遺症。」（歐陽醇，1998，頁 127）

由於名稱上的問題，長期下來的影響，本研究因而發現，許多受訪者無法理解採訪編輯與記者兩者名詞間的差異，進而影響其對自己角色的認知。所幸，於民國 85（1996）年 9 月 2 日已停用「雜誌社不得設置記者」之規定，但是王洪鈞仍憂心的表示：「 惟雜誌事業之專業地位，似仍不能受到法律方面足夠之保護及社會應有之肯定與尊重。尤以雜誌記者之資格多年以來受到歧視，今雖廢除不合理之限制，但諸多問題仍未解決，誠攸關台灣雜誌事業發展之重要課題。 雜誌社設記者禁令

²³ 民國 72 年（1983）五月底，台北市的各個雜誌社皆接到新聞處北市新一字第 3840 號函，主旨是「雜誌社不得擅自製發『採訪證』，違者即從嚴處分，轉請查照。」它在說明中表示：奉行政院新聞局 72 年 5 月 23 日瑜版二字 05859 號函：「一、查內政部 41、7、4、內社字第 16799 號代電規定：『雜誌社不得設置記者』，雜誌社既不得設置記者，自不得變相核發『採訪證』。」（雜誌會訊編輯小組，1998，頁 125）

已解除，但雜誌社專業記者的素質，有賴各雜誌社提升。」(王洪鈞，1998，頁 36 - 38) 再看報社事業分工精細，編輯與採訪兩者工作間全然分開，但在雜誌方面，「編輯」卻要把編、訪、寫、譯、資料蒐集、整理、撰述的職責涵括。所以，若要使雜誌業日益進步，健全的編採制度必須建立，定期出版的雜誌內容，要與日出的報紙新聞競爭，對雜誌採訪人員素質，反要有更嚴格的要求(歐陽醇，1998，頁 127)。

然而，在守門人研究文獻上，大多仍以針對單一編輯或記者的研究為主，再進一步討論編輯及記者兩種職業角色的顯居少數，國外 Tunstall (1971) 曾指出編輯與記者間具有許多差異；國內李金銓(1983)、李月華(1986)、陳雅琳(1994)亦曾針對編輯及記者的比較提出相關論點。但以上文獻皆針對報紙的編採工作探究，雜誌社的採訪編輯一直仍非被提出討論的重心；至於針對雜誌社採訪編輯與報紙記者間的比較，更是前所未見，因此，為能更進一步延伸學術界及業界對此一問題之討論，將於底下進一步討論旅遊雜誌採訪編輯及報社旅遊線記者兩者間對於彼此角色的認知及觀點，藉由如此的觀察及比較，來加以確定旅遊雜誌社採訪編輯對於自身於職場上的定位。

二、記者證的發放

通常，記者證的有無，代表著身份上的表徵及整個社會或組織給予的定位，因此，本小節除了從文獻上來討論採訪編輯與記者的爭議之外，亦從實際上的社會行為來確認採訪編輯於社會中的界定。自從政府解除「雜誌社不得設置記者」的禁令，雜誌社便可自行替社內採訪編輯申請記者證，而經由記者證申請的開放，同時也表徵著政府已認同雜誌社採訪編輯即為記者的一員，也因此真正確定了採訪編輯於整個社會的地位。

但本研究自「您是否知道代表雜誌社出外採訪可申請記者證？」及

「您代表雜誌出外採訪是否有申請記者證？」兩問題中發現，旅遊雜誌社採訪編輯「知道」可申請記者證者佔 73.91%，而「不知道」者佔 26.09%；但是，「有申請」者僅有 8.7%，「沒有申請」者則佔了 91.30%。基本上，大部份的旅遊雜誌採訪編輯「知道而沒有申請」的原因，通常在於記者證在旅遊路線上有限的效用性。有鑑於旅遊的新聞性較低，在採訪路線上少與政府單位聯繫，僅與地方政府相互配合推廣旅遊景點為主，因此，記者證於此能夠發揮的效用不大²⁴（U6、U1、U11、U7）；加上，國內記者證僅以中文註記，當旅遊記者身處國外時，記者證並不能夠提供助益（U1、U8、U14）；且大部份受訪者表示，在採訪的過程中，以名片及媒體雜誌的名義通常便能夠使之順利完成採訪（U2）。同時，更有受訪者表示，擁有記者證的缺點：

以旅遊線採訪來說，有無記者證的影響不大，而且有時反而會有不良影響，尤其是當我們要去大陸做景點採訪時，如果有記者證，表示我具記者身分，到大陸去根本無法採訪。（U13、U14）而且，有時愈低調，反而能夠做出更真實的東西，除非有些地方真的需要發文，例如香港，那就真的要找當地公關，因為台灣的記者證在那裏也沒用（U15）。

除此之外，也有受訪者認為：「有記者證的話，第一印象給人的感覺會比較專業。」（S8）

同時，報社記者也針對此點提出想法：

其實記者證就是我們的工作證，上面的職稱是「記者」。在旅遊線上，有沒有記者證都沒有什麼關係，在採訪上也沒有關係，並不會因此而得到比較多資訊，但名片反而有用，有時他們看你是大報，而會有些另眼相看。（U16）

²⁴ 同時，擁有記者證通常亦使記者具有搭國內飛機享有折扣及有時路邊停車也不會被開罰單的權利。

除了「記者證」可能給予角色上的定位外，從本研究中發現，針對旅遊雜誌採訪編輯或報社旅遊線記者而言，「記者證」對他們並不能提供實質的作用，而有無「記者證」對兩者在執行工作上並不會產生實質上的影響。但不可否認的是，記者證的有無，雖無法有效區別在實質工作上旅遊雜誌採訪編輯和旅遊線記者有何不同，但卻無法？減政府開放「記者證」的申請，無疑是對旅遊雜誌採訪編輯相同於記者職位的肯定。

三、工作內容的比較

本研究除了從文獻上及記者證形式上的表徵來討論旅遊雜誌採訪編輯的定位外，更針對旅遊雜誌採訪編輯對於與報社旅遊線記者間的相似性，依受訪者之認知而加以歸納為表 4-14。但本研究自表 4-14 發現，兩者間的差異僅於工作上的不同，而工作上的不同則來自於媒體性質的不同；但是就採訪的角度而言，兩者的職業角色本質都是同樣以「採訪」為主軸，其它於報導形式、採訪重點、企劃角度 等不同，其皆源自於雜誌與報紙兩媒體間的差異。受訪者表示：

其實採訪編輯和記者兩者都是在採訪，只是採訪的方式不同、角度不同、出發點不同罷了，這主要也是因為媒體性質的關係才會有所不同，所以就職業角色來說，兩者是差不多的，只是月刊又更強調企劃性的題材。(U13)

其實我們也是記者啊，只是媒體不一樣，換個名稱而已。因為媒體不同，寫出來的東西不一樣，只是我們改叫採訪編輯，但也有雜誌社是叫記者，例如：《遠見》雜誌。這是因為每個社習慣不一樣，兩者一樣，做一樣的事，只是在報導的寫法上不同。(U8) 而且很多雜誌社叫「採訪編輯」，但也都只「採」不「編」。所以，我覺得採訪編輯和記者的工作類型差不多。(U15)

報社記者針對兩者間的差異亦提出下列看法：

基本上編制不同，那工作性質就會不一樣，在雜誌，是編採合一，但報紙對編輯和記者的分工很清楚。所以很多記者是不會下標題的，而且有時也抓不太到重點，或是他可能要跟編輯商量後，才比較能抓到自己的重點，因為他沒有編輯的概念。所以，一個新聞從業人員就要去評估自己到底是比較喜歡編務還是記者，若在報社就要擇一，如果兩者都喜歡的話，那就選擇雜誌社。媒體的立場也是有差別的，雜誌社比較商業化，但報社記者較能保持超然的立場。(U16)

雜誌較沒那麼大的新聞性，因為是周期性出刊的關係，所以著重完整性的報導；但報紙有時間上的壓力，講究新聞性，因旅遊新聞不像政治、財經、社會新聞有那麼大變化，但比較有季節性的改變，不會有突發狀況的新聞，除非旅遊的意外事件。但採訪編輯和記者只是因為媒體不同，寫出來的東西不同而已，兩者在角色上不會有太大的差異，都是在做採訪工作。只是報社的接觸面較廣，新聞的包容性較大，在材料上的接觸會多一點；但雜誌是比較深度的，報紙和雜誌功能各有不同，寫法上也有不同。(U17)

針對雜誌社和報社所帶給採訪編輯及記者的優劣勢方面，受訪者認為：

很多報社記者的經驗都很豐富，而採訪編輯都比較資淺，因為流動率大。而且報社記者也比較可以做到批判性及富社會責任，並能帶動旅遊市場，因為他們常在跑線，可是我們沒有，所以他們得到的資訊比我們多。(U12)

除了工作模式及報導深度的不同外，其實雜誌社與報社相比，在媒體上是處於比較劣勢的，畢竟報紙的發行量大、閱讀群龐大，所以一般單位或觀光局、贊助商通常會先把報社記者放在第一位，而雜誌社採訪編輯是第二，所以我們獲得資訊的來源也往往比報社記者少。但在企劃上，雜誌採訪編輯是主動的，而報社記者是被動的，我們可以去採訪我們自己企劃的主題，但報社記者只能去採訪必須採訪的地方，這在成就感上是差很多的。(U7)

報社記者也有相同看法：

與雜誌社採訪相較下，我們的確在資源的取得上是佔有優勢的，因為是大媒體，可以獲得的資源比人家多，機會也比別人多；但若是小報，那又不見得能比待在雜誌好，我當初會從雜誌社轉到報社，主要也是覺得媒體的影響力是有差別的，起碼在大報寫出來的東西比較具有一定的影響力及公信力。(U16)

表 4.14 旅遊雜誌社採訪編輯與報社旅遊線記者工作內容之比較

比較項目	旅遊雜誌社採訪編輯	報社旅遊線記者
編採工作	除採訪撰文外，需擔負部份編採工作 (U4、U10、U13、U15、U19、U22)	編採分離 (U10、U19、U22)
報導形式	對於旅遊新聞的處理方式與撰寫內容較深入 (U4、U6、U10、U20、U23)，著重當季/月企劃 (U11、U18) 報導篇幅較長較深入、時效性也較長 (U7、U10、U20、U22)	報社以即時新聞為主，篇幅較短、較不深入，著重即時性 (U6、U5、U8、U10、U11、U13、U17、U18、U20、U22、U23)
採訪重點	著重景點、包裝、圖片 (U9)	著重新的景點、新的玩法、即時旅訊 (U9)
企劃內容	需很完整構思 (U12、U14、U18)	較破碎的資訊 (U14、U20)
版面規劃	要負責版面規畫 (U1、U15、U20)	不用考慮版面規劃 (U1、U15、U20)

綜上所論，從職業角色的本質上來看，旅遊雜誌社採訪編輯與報社旅遊線記者同是以「採訪」為中心主軸，因此，與先前眾多學者及業界大老之論述相呼應，以旅遊線來說，採訪編輯與記者的角色是一樣的，但由於先前政府之規定「雜誌社不得設置記者」，使得許多雜誌社仍繼續沿用「採訪編輯」一職稱，而行「記者」之實；再從雜誌編制上而言，由於雜誌社編制普遍較小，不及報社之龐大，因此，部份採訪編輯必須執行編輯工作或攝影工作；並且，加上雜誌媒體的特殊性，重視整體企

劃及版面，因此，採訪編輯在採訪的同時，即必須要考慮到版型規畫及整體架構，同時，媒體屬性亦導致採訪編輯在報導方向及型態上與報社記者有所差異。但本質上而論，兩者都是以「採訪」為主。

記者一詞，並非法律名詞，只是報紙或雜誌人員採訪新聞、徵集資料時的習慣稱謂。國內雜誌界人士，面臨行政院新聞局「雜誌社既不得設置記者，自不得變相核發採訪證」命令的解除；再翻閱《辭海》西集言部三畫「記」中「記者」的注釋：「報章或雜誌任記述編纂之職者，稱為記者」，自此，雜誌應可設記者（雜誌會訊，1998，頁 125）。但長期下來，「雜誌社既不得設置記者」的概念，已然在雜誌社中根深蒂固，成為一種常態，卻變相導致採訪編輯對於自身定位的模糊，忽視了採訪編輯即記者的本質。因此，肯定文化的價值，不能不對期刊的成長歷史具有足夠的認知，並對雜誌或期刊從業人員，尤其是雜誌記者的專業地位，加以肯定與尊重（王洪鈞，1998，頁 38）。

第五章 結論

本論文係以台灣市面上公開販售之旅遊雜誌社內的採訪編輯為主要調查對象，透過問卷發放及針對各雜誌社的採訪編輯做面對面訪談，從雜誌社的實務面來探討旅遊採訪編輯實際扮演的職業角色意義，並企圖藉此來瞭解旅遊採訪編輯於整個雜誌出版組織中的地位。本論文研究的目的在於瞭解旅遊雜誌社採訪編輯的人口背景、旅遊雜誌社採訪編輯的職業經歷、旅遊雜誌社採訪編輯的角色行為、角色期望及角色定位，及各種因素對其職業角色的影響。

本研究採取以敘述性統計分析的問卷調查法，並應用深度訪談取得相關資訊。針對台灣公開販售並以旅遊資訊為主的 6 家旅遊雜誌社內全體採訪編輯進行問卷調查，共計 30 位專職採訪編輯，發放問卷計 30 份，有效樣本為 23 份。深度訪談對象則共計 16 位及報社旅遊版記者約 4 位。深度訪問總人數為 20 位。資料蒐集進行時間約自 2002 年 8 月 12 日至 2002 年 11 月 22 日。除問卷發放及訪談外，本論文並結合文獻分析，紮實本論文的整體內容。

第一節 研究發現

一、人口背景

(一) 研究結果

本研究發現旅遊雜誌社中的採訪編輯，大多以女性為主，佔 82.61%；年齡約在 32 至 33 歲左右；出生地以北部為主，台北佔 65.22%。且旅遊雜誌社的採訪編輯大多數都是無宗教信仰者，佔 52.17%；受訪者普遍認為宗教對其職業角色的影響不大；而且，多數以擁有大學學歷者為主，

佔有 60.87%；其中大部份是新聞或傳播相關科系畢業的，佔 39.13%。

同時，其父母親的教育程度，父親屬高初中（職）以上佔 69.56%，而母親亦多在高初中（職）以上，也佔有 56.52%。有關父母行業別部份，則父親多從事「公共行政／社會服務／個人服務」，佔 60.78%，母親則多為家庭主婦，佔 56.52%；而職業別父親則以「專業人員」類佔 43.48%（10 人），母親的職業別大多還是都以「家庭主婦」為主，佔有 56.52%；再從職業細目上來看，23 位受訪者的父親，大多於公家機關任職及從事教職者共計 11 位（47.8%），母親則大多以家管（56.52%）為主，計 13 人。至於旅遊雜誌社採訪編輯的個人婚姻狀況多為未婚，高居 73.91%。

（二）研究發現

本研究發現，人口背景部份以性別、年齡、教育程度、教育背景、個人婚姻狀況等五項，尤其對旅遊雜誌社採訪編輯的職業角色產生重大影響。

旅遊雜誌社中以女性居多，可從「旅遊在社會上的價值」、「雜誌本身的獨特性」、「男女性在社會上的角色」三個層面來發現女性佔 82.61% 的原因，而由於兩性在各方面的差異，即成為影響職業角色的重要原因。旅遊雜誌社採訪編輯的年齡，與過去傳播者研究的結果相較之下，較為年輕，這與媒體性質及類型有關，此現象反映旅遊雜誌採訪編輯的高流動率，而高流動率的原因，與其女性居多且因結婚而離職的因素大有關係。

雜誌社本為一樁文化、傳媒事業，採訪編輯尤其負責文字撰稿的工作，具有良好的教育水準是執筆者所應具備的，同時教育背景也將影響其看待事情的角度及思考方式，但是許多受訪者也不否認，若受過新聞傳播科系的相關訓練，能夠在報導時更精準抓住執筆的尺度及方向。

而至於在父母親的影響方面，本研究發現幾乎所有的父母親都未從事出版或其它傳播相關職業，因此，無法從此層面看出受訪者在職業角色上受到父母親專業程度的影響，此研究結果也和楊志弘（1992）、陳雅琳（1994）、盧映利（1996）、蔡佩玲（2000）的研究相符合。

研究中還發現，旅遊雜誌採訪編輯大多未婚，已未婚的原因大致有二：經常性出差及眼界開闊；而已未婚也是導致個人是否選擇進入旅遊雜誌業有重大關係，同時也對已在旅遊雜誌社工作的採訪編輯有絕對影響，並影響個人在旅遊雜誌業中的工作意願。

二、職業經歷

（一）研究結果

本研究結果發現計有 43.48% 的旅遊雜誌採訪編輯在學校畢業後即進入雜誌業，並擔任採訪編輯一職。另外，畢業後先進入出版社者有 21.75%。而旅遊雜誌社採訪編輯在整個職業生涯中，曾從事非本行相關工作者的比例為 30.43%，共有 7 人（n=23）。在現職的旅遊雜誌社前的職業經歷，受訪的採訪編輯中有 21 位（91.3%）曾接觸本行相關工作，「現職工作前的本行經歷」其中有 60.87%（14 人）在雜誌社任職，平均年資約 41.71 個月（3 年 5 個月）；而在觀光旅遊類雜誌佔 39.13%（9 人），財經工商類則佔 21.74%（5 人），所以半數以上皆以此兩類雜誌為主要經歷，且平均年資各約 2 年左右。

且從「現職工作的本行經歷」中分析得知，受訪者目前的職位以採訪編輯居多，佔 47.83%（11 人），主編居次，佔 26.09%（6 人）；而在現職雜誌社中曾有 73.91%（17 人）皆擔任過採訪編輯一職。另外在工作年資方面，旅遊雜誌社採訪編輯的採訪工作年資，平均 4 年 11 個月（59.93 個月），而其在現職雜誌社中的平均年資為 2 年 3 個月（27.74 個月）。大

部份採訪編輯的「現職雜誌社年資」都集中在 2 年及 2 年以下，因此，此結果充分呼應旅遊雜誌社人員流動率高的現象。

至於台灣旅遊雜誌社內的標準升遷經歷通常為：採訪編輯 資深採訪編輯及執行編輯 主編或持續擔任資深採訪編輯 副總編輯或總編輯。自歸納後發現，「遴選及晉升因素」以資歷、工作能力、熟人引薦三要素為主，其中工作能力又必須包括技術面、創意面及管理面三部份。而在「升遷的困境」上則發現，雜誌社的體制及採訪編輯的特性都是造成雜誌社升遷現象特殊的重要原因。

（二）研究發現

本研究發現旅遊雜誌社採訪編輯於學校教育畢業之後，所從事的行業相當多元，但仍舊有絕大多數的人自畢業後即進入雜誌社，其次是出版社，以及廣泛的大眾傳播業。其它非與出版業直接相關者，也大多從事企劃、文案撰寫及宣傳等工作，可從中發現其與日後工作綿密的相關性。首份職業往往不僅與個人的教育背景及興趣有很大關係，同時，對往後工作型態與類型亦有重要影響。

在現職雜誌社前，曾從事非本行相關工作者的比例為 30.43%，但本研究認為由於職業間複雜的間接相關性，因此，本研究認為不可忽視其職業別背後的工作內容，因其可間接看出旅遊雜誌社採訪編輯在非本行相關工作及本行相關工作間的職業動態，以及其中可能的密切相關性。

絕大多數採訪編輯，在進入現職旅遊雜誌社前，皆已具備本行相關的工作經歷，而且多以雜誌業為主要工作行業，並且在雜誌社中任職的平均年資最長。且大部份採訪編輯皆以觀光旅遊類雜誌為重要經歷，平均年資雖不及財經工商類雜誌來得長久，但兩者差距僅數月之別，足以見得旅遊雜誌社採訪編輯在現職工作前，其選擇棲息的雜誌類型以觀光

旅遊類及財經工商類為主，但最終還是選擇走向觀光旅遊類雜誌，並在旅遊雜誌中發展。主要原因經歸納後有三點：一、雜誌業能廣納喜歡文字工作的多元背景人才；二、旅遊是很迷人的行業；三、在旅遊雜誌社待久了很難再轉行。

普遍來說，旅遊雜誌社的體制都不夠龐大，在內部的升遷及發展有限，因此，必須藉由「跳槽」來提昇自己的職位及薪資，因而造成採訪編輯於組織中的年資短暫，組織內部培養員工忠誠度的能力普遍不足。

除了雜誌社體制的大環境影響外，從微觀的角度來看採訪編輯的職業特性，這也是影響升遷的原因之一。不乏許多採訪編輯認為，工作的成就感其實並非來自職位上的晉升，而是來自工作的本身，因此，多數採訪編輯認為職位的晉升，對他們來說並不重要。

三、角色行為

(一) 研究結果

採訪編輯於平時工作的內容（職掌），包括於當期雜誌的前兩三個月，著手進行的企劃工作、協調工作分配、聯絡採訪對象及贊助單位、安排採訪時程、採訪作業；採訪工作完成後，採訪編輯負責文字撰稿的工作，再將稿件送交文字或執行編輯（此為完全編採分離的情況下），由文編或執編開始後製編輯作業流程，但在後製流程中，採訪編輯仍需和美術編輯協商版面編排的相關事宜，並於送交印刷廠後，陸續忙碌於校稿工作。於出刊後約一星期，又即將開始另一個刊物周期。而採訪編輯晉升後，依職責的不同，負責的工作更涉及改稿、後製編輯作業、人事分工協調、行銷部開會、企劃內容決定、市場開發、業界公關、發行廣告業務等。

本研究結果發現個人因素中以社會經驗對其角色行為影響最為重

大，其次則為教育背景，第三為同儕朋友。此三項的平均值分別為「社會經驗」4.48、「教育背景」3.96、「同儕朋友」則佔 3.74。而在「組織內」則以「編輯主管意見」(平均值 4.30) 影響最鉅，其次為「公司整體風格」(平均值 4.17)，而「基層工作同仁的反映」(平均值 3.65) 及「行銷廣告部門的意見」(平均值 3.65) 則對其有相當的影響。組織外的各項因素中，以「流行趨勢」(平均值 4.13) 對採訪編輯的角色行為影響最深遠；其次為「採訪對象」(平均值 3.87) 及「讀者反映」(平均值 3.87) 對其角色行為的影響；第三則為「其它旅遊雜誌社」(平均值 3.26) 亦是其重要的考量。

同時，旅遊雜誌社採訪編輯「最要好的朋友」中，以女性居多（佔 78.26%），平均年齡為 30.52 歲，雖多為非出版業者（65.22%），但其中職業別又以「公共行政 / 社會服務 / 個人服務」類人數最多，當中出版業者即佔有 7 名（30.43%），其餘亦以公職、傳播媒體及相關單位（觀光局）為多，可見旅遊雜誌社採訪編輯最要好的朋友的職業也大多與出版、傳播或文教政府單位相關。在平時的人際關係的交往狀況中，以「工作同事」(平均值 4.26) 明顯為最普遍有接觸的交往聯絡對象，其次為「同業同行」(平均值 3.91)，第三則為「相關媒體」(平均值 3.74)。

而以專業資訊的接觸狀況看，除在職訓練²⁵外，曾參加過專業課程者計 10 人（佔 43.48%），而未曾參加過任何專業課程者 13 人（佔 56.52%）。並且絕大多數的旅遊雜誌社採訪編輯皆未參加任何的專業性社團，佔 95.65%；僅有一位參加（S2），佔 4.35%。於專業期刊方面，其中以《旅報》與《旅遊界》(World Travel News) 閱讀的人數明顯較多，但其它

²⁵有 78.26% 的旅遊雜誌採訪編輯表示皆未接受過公司的在職訓練，另有 21.74% 曾接受正式在職訓練。且大部份的在職訓練都比較零散，而非集中式的在職訓練，甚至眾多受訪者皆表示，最好的在職訓練是每次出刊後的檢討會議。

的專業期刊則大多乏人問津，可見旅遊雜誌採訪編輯對於專業性期刊的普遍閱讀率不高。於「同行期刊」一項，所做研究皆包括旅遊雜誌社內員工對該社雜誌每期閱讀的數據。從數據中發現，除「行遍天下」較冷門之外，各家雜誌社採訪編輯對於同行雜誌的閱讀旗鼓相當，可見同行間對於彼此的雜誌皆相當關注。在其它類型雜誌中，旅遊雜誌採訪編輯較常看的為《國家地理雜誌》或《商業周刊》。本研究結果亦顯示，旅遊雜誌社的採訪編輯亦透過其它期刊或多元性的管道來擷取更多資訊。

（二）研究發現

通常影響旅遊雜誌社採訪編輯工作及行為的因素有很多，但其中尤以個人的工作經驗是影響最大的，Pollock 於 1981 年指出記者透過「認同」(identification) 和「互動」(interaction) 兩種學習方式，這種「社會化途徑」來學習職業角色（陳雅琳，1994，頁 33）。此研究結果與楊志弘（1992）、蔡佩玲（2000）的研究結果相同。而組織內則以編輯主管的意見最能對採訪編輯在執行工作時產生直接的影響，因為編輯主管往往最能夠直接面對採訪編輯所發生的各種問題給予意見，並以「上對下」的角色要求其修正，逐漸訓練培養其專業素養的累積，因此，編輯主管的任何意見，對採訪編輯所呈現的行為表現，影響甚鉅。除了組織內所可能對其產生影響的各種因素外，採訪編輯在組織外亦受到許多影響，而影響最直接的則是當下社會脈動中的流行趨勢，採訪編輯必須具有流行的嗅覺，才能寫出一篇撼動人心及引領潮流的報導，因此，每一個細微的流行脈動，都可能對採訪編輯執行工作時產生影響。

再觀察旅遊雜誌社採訪編輯的交友狀況，最要好的朋友大部份都是在出版、傳播或文教政府單位工作者居多，與出版業界大致上都有直接或間接上的相關性。而平時交往最頻繁的當屬平時的工作同事。人與人

間是會彼此影響的，尤其是同儕間的影響力量更為明顯，因此，分析中發現，經由好友及同事間長期的相處交流，最容易直接對採訪編輯平時或工作行為產生影響，這亦是本研究針對其人際脈絡所欲觀察的意義。

除了專業課程、專業社團及專業期刊的接觸外，大多數旅遊雜誌採訪編輯亦有其它接觸專業資訊的管道，本研究概略歸納如下：一、書店；二、網路；三、報紙；四、電視。其實大多數的旅遊雜誌採訪編輯幾乎是無時無刻在擷取相關的旅遊資訊，管道五花八門，不勝其數，但以上四點是多數受訪者最經常利用的方式，他們的創意即是藉此慢慢累積而成，因為旅遊已是他們生活的一部份。

四、角色期望

（一）研究結果

從自我工作評估的面向來看，絕大數受訪者認為本身「熱愛旅行」是選擇這份職業的最大原因；而本身「喜歡文字撰寫」是第二個重要因素；同時，基於分享的心態，「喜歡介紹好玩的地方或新事物給讀者」是旅遊雜誌採訪編輯認為會選擇該職業的第三個要素。

旅遊雜誌社採訪編輯普遍認為「國內旅遊雜誌採訪編輯的表現」普通，佔有平均值 3.26；而認為該任職的「旅遊雜誌社內的工作同仁」表現很好，佔平均值 3.96；同時，對於自身的工作表現評價不錯，佔平均值 3.65。

旅遊雜誌社採訪編輯覺得自身的工作在社會上所受到的尊重是中等的，平均值佔 3.22；而其心中對於雜誌社在社會上的整體評價則較高，平均值佔 3.78；至於採訪編輯內心對該雜誌社的整體評價則屬中等偏高，平均值 3.70。旅遊雜誌採訪編輯對整個雜誌於社會上的影響力期望是最高的，平均值為 3.91；其次是其對於旅遊雜誌對社會的影響力，平均值

為 3.39；第三才是旅遊雜誌社採訪編輯對社會的影響力期望，平均值 3.17。從旅遊雜誌採訪編輯對於各項旅遊雜誌功能的評價上，普遍認為「提供正確的最新旅遊資訊」是旅遊雜誌最重要的功能，平均值為 4.74；其次以「版面設計精美」較重要，平均值 4.48；第三重要功能為「精彩旅遊景點照片」，平均值 4.39。

普遍受訪者皆認為一位好的採訪編輯，能夠持續旺盛的好奇心，是擔任採訪編輯的重要條件，唯有持續的好奇心，才能不斷發掘新的創意，提供讀者更多有趣的旅遊報導；其次則為文字撰寫能力，第三重要條件為採訪編輯與相關單位或受訪者間最需要的溝通協調能力。本研究結果顯示，絕大多數的旅遊雜誌採訪編輯皆期望未來能夠朝自由（旅行）作家之路發展，其比例高居 69.57%；其次則期望能在雜誌社的組織體系下，往上層主管發展，不論是主編或總編輯，總計比例為 21.74%；而旅遊雜誌社採訪編輯幾乎沒有朝向同為平面媒體的報業或出版社發展的意願。

（二）研究發現

其實，採訪編輯的被尊重與否及其能否對社會產生影響力，除了個人本身條件外，媒體在社會中的地位也是很重要的，通常一個受社會尊重的媒體（或規模較大的媒體），往往能夠提供工作人員一個被尊重的環境，而這樣的媒體也才能夠對社會產生影響力，產生的影響力絕大部份並非來自採訪編輯本身，而是媒體；因此，除了本身對自身的工作期望外，大環境也將影響採訪編輯期望的高低或是實際執行工作時所將會產生的差異。

雜誌是社會平面媒體，擔負著媒體應有的社會責任，進而對社會產生影響力，而旅遊雜誌對社會的影響亦立基於雜誌媒體的範圍下，採訪編輯是旅遊雜誌核心的執筆人，其對社會的影響往往來自媒體對社會的

影響，而非採訪編輯本身，但在雜誌體制下的採訪編輯，也因著媒體在社會中的角色，進而產生對自身的期望，卻也在期望與實際執行的過程中產生落差；但絕大多數的受訪者仍認為善盡雜誌媒體應有的責任，是採訪編輯需要去注意並履行的。

再者，一本雜誌，尤其是旅遊雜誌，必須要提供正確的最新旅遊資訊，因為在報導時，資訊的正確性將會影響到讀者的權益，因此，站在一位報導者的立場上，提供完整且正確的資訊，是最重要的。同時，一本雜誌是否能夠在琳瑯滿目的書市中被翻閱及閱讀上的舒適與否，是旅遊雜誌必須提供給讀者的第二個重點，一本編排不盡完善或零亂不堪的雜誌，將無法達到讀者舒服閱讀、擷取資訊的目的。然而，「照片」是旅遊雜誌中不可或缺的，因此，能夠提供完美的攝影成品來輔以報導內容，吸引讀者目光，充份達到圖文結合報導的目的，是一本好的旅遊雜誌必須具備的另一項條件。

但是本研究發現，國內旅遊雜誌的採訪編輯普遍專業素質及自主性略嫌不足，這與雜誌社體制不夠完備，以及國內出版市場的狹隘，而致使專業性雜誌無法真正走向專業化，有絕對的關係；此外，受訪者認為要擔任旅遊雜誌採訪編輯一職，應該至少要有大學程度學歷²⁶，而目前該職業被取代性偏高²⁷，因此，加強自己的專業素養實為凸顯本身價值的重要條件。

同時，國內對於編採人材的培訓教育從未被列為重點教育，專業課程及系所的開設大多針對新聞人員設計，在雜誌業中並無一個系統化的

²⁶據研究結果顯示，受訪者認為要擔任旅遊雜誌採訪編輯一職，大部份認為至少要大學程度學歷佔有73.91%；其次則至少要有專科學歷，佔21.74%；另外，則有一名認為要擔任此職位，學歷並不重要，能力才是重點。

²⁷以「您認為社會上與您有相同能力、技術擔任這份工作的人有多少？」為題設問，受訪者認為「很多」佔34.78%，「有一些」佔52.17%，「並不多」有13.04%。

教學制度，可以全方位地培育一位專業的採訪編輯，因此，不論是在企劃、版面規劃、攝影、文字撰寫及資訊拿捏上，旅遊雜誌社採訪編輯都必須依靠經驗及自修而來；所以，應重新檢視整體編採人員的訓練，以促使專業化的建立。

五、角色定位

(一) 研究結果

本研究從三個問題層面來探討旅遊雜誌社採訪編輯的角色：第一、旅遊雜誌採訪編輯是不是記者？第二、旅遊雜誌採訪編輯是不是編輯？第三、旅遊雜誌採訪編輯的角色是否兼具記者與編輯的功能？

自文獻中發現，採訪編輯到底是不是記者的迷思，存在由然已久。內政部於民國 41 年（1952 年）發布「雜誌社不得設置記者」之規定，造成目前國內雜誌社的編輯作業制度的影響。長期下來關於名稱上的影響，本研究也發現許多受訪者無法理解採訪編輯與記者兩者名詞間的差異，進而影響其對自己角色的認知。

本研究自「您是否知道代表雜誌社出外採訪可申請記者證？」及「您代表雜誌出外採訪是否有申請記者證？」兩題問中發現，旅遊雜誌社採訪編輯「知道」可申請記者證者佔 73.91%，而「不知道」者佔 26.09%；但是，「有申請者」僅有 8.7%，「沒有申請」則佔了 91.30%。

本研究經由與報社旅遊線記者工作內容上的比較，而後發現：兩者間的差異僅於工作上的不同，而工作上的不同則來自於媒體性質的不同，但是就採訪的角度而言，兩者的職業角色本質都是同樣以「採訪」為主軸，其它於報導型式、採訪重點、企劃角度、
等不同，其皆源自於雜誌與報紙兩媒體間性質的差異。

（二）研究發現

基本上，大部份的旅遊雜誌採訪編輯「知道可申請記者證而沒有申請」的原因，通常在於記者證在旅遊路線上有限的效用性。但不可否認的是，記者證的有無，雖無法有效區別在實質工作上旅遊雜誌採訪編輯和旅遊線記者有何不同，但卻無法？減政府開放記者證的申請，無疑是對旅遊雜誌採訪編輯相同於記者職位的肯定。

再從職業角色的本質上而論，旅遊雜誌社採訪編輯與報社旅遊線記者同是以「採訪」為中心主軸，因此，與先前眾多學者及業界大老之論述相呼應，以旅遊線來說，採訪編輯與記者的角色是一樣的，但由於先前政府之規定「雜誌社不得設置記者」，使得許多雜誌社仍繼續沿用「採訪編輯」一職稱，而行「記者」之實；再從雜誌編制上而言，由於雜誌普遍編制較小，不及報社之龐大，因此，部份採訪編輯必須執行編輯工作或攝影工作；並且，加上雜誌媒體的特殊性，重視整體企劃及版面，採訪編輯在採訪的同時，即必須要考慮到版型規畫及整體架構；同時，媒體屬性亦導致採訪編輯在報導方向及型態上與報社記者有所差異。但本質上而論，兩者都是以「採訪」為主。

第二節 研究限制

在研究限制上，可得而諸有如下幾點：

1. 本研究由於人力、時間與財務之限制，僅針對廣大雜誌市場²⁸中於最近幾年突急發展的旅遊雜誌，作為研究範圍，未能涉及其它雜誌類型。同時，由於雜誌社內的編制人員職掌各有所不一，本研究僅針對

²⁸按《2002年中華民國雜誌出版業總名錄》統計雜誌出版業總數量，截至2001年底共有4982家，計30類。（中華民國雜誌事業協會，2001，頁13）

- 雜誌社內的採訪編輯一職作為研究對象，故所得結果無法推論其它編制人員的職業角色，只能藉以推測其它雜誌類型之採訪編輯的輪廓。
2. 本研究屬於初探型研究，針對旅遊雜誌採訪編輯而做的分析、研究、討論及建議，以實際觀察的角度來瞭解於往後可供理論分析的現象，因此，本研究並非以建立媒體工作人員的專業素養或專業倫理之模型及量表為主。再者，過去文獻研究多以報社為大宗，針對雜誌社編制人員的研究堪稱少數，故於理論套用分析的基礎上略嫌不足。
 3. 本研究於問卷調查法部份，僅使用簡單的敘述性統計分析結果，來觀察旅遊雜誌採訪編輯職業角色於實際面向中所呈現的狀況，因此分析結果可延伸討論的範疇有限。
 4. 限於著重的焦點不同，本研究未能更全方位討論記者與採訪編輯職能間的差異性。
 5. 本研究從人口背景、職業變遷、角色行為、角色期望、角色定位來探討旅遊雜誌採訪編輯的職業角色，但缺乏其人格、心理特質、組織變項對其職業角色的影響。

第三節 研究建議

本節將以研究結果為基礎，對業界提出相關建議，並針對本研究可進一步深入發展之可能，提供後續研究者未來進行研究時之建議。

1. 在職訓練的重視：雜誌社在培育採訪編輯或其它編制人員時，應設計相關課程及舉辦演講，或於晨間會議時，以系統化或非系統化的方式，輔導雜誌社內員工清楚工作職責及定位，並盡量要求職責分明，以達到雜誌社編採人員真正專業化的目的；同時，應重視編採人員的在職訓練，培養員工的忠誠度及專業度，減少人事流動率的增加。

2. 發揮專業性社團的實質力量：本研究發現，專業性社團對旅遊雜誌採訪編輯行為的影響並不大；事實上，專業性社團可積極藉由活動的舉辦，或刊物的發行，來凝聚雜誌業本身的資源，達到共享互助的目的，並經由各類活動，加強同業間的交流與學習，輔助雜誌業的成長，共同面對雜誌業大環境的困境。
3. 延伸探討其它類型雜誌：本研究範圍為台灣市場中的旅遊雜誌，建議未來的研究者可再進一步探討其它雜誌類型；並且，除了台灣雜誌市場外，亦可延伸至國外雜誌與國內雜誌的比較，作更深入的討論。
4. 擴及其它研究對象的討論：本研究對象僅針對旅遊雜誌社內的採訪編輯，未來相關研究可再進一步討論其它編制人員，在延續的研究及討論中，來逐漸呈現國內外雜誌社的輪廓及編制人員的分工、影響性。
5. 非營利性刊物的研究：在《2002年中華民國雜誌出版業總名錄》中，有許多旅遊雜誌經筆者一一電訪，發現大部份都是屬於非營利性刊物，而此部份並不羅列於本研究範圍中，後續研究者可以藉由本研究對於國內市面上之旅遊雜誌所探討的基礎，進一步討論其餘非營利的旅遊刊物，及其在旅遊市場中所發揮的影響性，同時，亦可觀察其刊物發放通路的狀況。
6. 建立量表或模型：後續研究者可藉由本研究發現的發現，並輔以其它未來相關研究，進一步建立媒體工作人員的專業素養或專業倫理之模型及量表，以提供業界之於研究的實質運用。
7. 可採取「個案研究法」：在研究方法方面，未來研究者可試圖採取「個案研究法」，以針對具有代表性的研究對象，進行較長時間的觀察與研究，期能夠觀察在雜誌業瞬息萬變的環境中，組織中的編制人員如何因應及自處，同時協調自身的職業角色。

參考文獻

壹、中文文獻

一、政府文獻、出版年鑑

中華民國雜誌事業協會（2000），中華民國雜誌年鑑，台北：中華民國雜誌事業協會。

中華民國雜誌事業協會（2001），中華民國雜誌出版業總名錄，台北：中華民國雜誌事業協會。

行政院文建會（2000），中華民國八十九年台灣圖書雜誌出版市場研究報告，台北：行政院文建會。

行政院文建會（2001），中華民國九十年臺灣圖書雜誌出版市場研究報告，台北：行政院文建會。

行政院新聞局（2000），中華民國八十九年出版年鑑，台北：行政院新聞局。

行政院新聞局（2001），中華民國九十年出版年鑑，台北：行政院新聞局。

行政院新聞局（2002），中華民國九十一年出版年鑑，台北：行政院新聞局。

行政院勞工委員會（2000），中華民國職業分類典，台北：行政院勞工委員會。

交通部觀光局（1998），週休二日實施對國人國內旅遊的影響調查報告，台北：故鄉市場調查股份有限公司編。

雜誌會訊編者 (1998), 請容雜誌發揮積極潛能, 中華民國雜誌年鑑, 頁 127。

雜誌會訊編輯者 (1998), 雜誌採訪權不容否定, 中華民國雜誌年鑑, 頁 125。

王洪鈞(1998), 尊重雜誌記者的專業地位, 中華民國雜誌年鑑, 頁 36-38。

石永貴(1998), 人類文明危機與雜誌危難, 中華民國雜誌年鑑, 頁 52-53。

任卓宣 (1998), 我國雜誌事業之發展與現況, 中華民國雜誌年鑑, 頁 121-124。

李銓 (1998), 我國新聞傳播教育的發展與前瞻 - 兼論雜誌編輯人才的培育, 中華民國雜誌年鑑, 頁 63-69。

邵玉銘 (1998), 雜誌業與現代社會之使命, 中華民國雜誌年鑑, 頁 129。

徐佳士、潘家慶和趙嬰 (1977), 改進台灣地區大眾傳播國家發功能之研究, 台北：國科會專題研究報告。

陳世敏 (1981), 省政新聞發佈和報導之研究, 台中：台灣省政府研究發展考核委員會。

陳寬政 (1980), 能力與成就之社會學考察, 三民主義研究所專題選刊 (50), 台北：中央研究三民主義研究所。

陳寬政 (1982), 結構性社會流動影響機會分配的過程, 台大人口學刊, 4。

陳世敏、彭芸和羅文輝 (1988), 制定新聞記者法可行性之研究, 台北: 行政院新聞局專題研究報告。

楊志弘 (1986), 民國七十三年、七十四年雜誌出版業概況, 中華民國出版年鑑, 頁 107。

楊熙 (1998), 金鼎獎與出版事業的發展及輔導, 中華民國雜誌年鑑, 頁 45-51。

鄭貞銘 (1998), 從大眾傳播談雜誌發展, 中華民國雜誌年鑑 1998 年, 頁 39-42, 台北: 中華民國雜誌協會編。

鄭貞銘 (1998), 從大眾傳播談雜誌發展, 中華民國雜誌年鑑, 頁 39-42。

應未遲 (1998), 記者之「節」, 中華民國雜誌年鑑, 頁 126。

歐陽醇 (1998), 讓記者出頭, 中華民國雜誌年鑑, 頁 127。

虞舜 (1998), 我們的方向 - 學術的、情感的、維護權益的, 中華民國雜誌年鑑, 頁 129。

二、 期刊、報紙資料

王應機 (1987), 美國報紙總編輯們-他們的喜悅與隱憂, 台北: 報學, 8。

許鍾榮 (2001), 台灣期刊現象, 出版參考, 330, 頁 20。

彭懷真 (1982), 比『上』不足, 比『中』有餘 - 談『無冕王』的社會地位, 時報社刊, 8, 頁 36-42。

彭芸 (1989), 廣播電視台負責主管對媒介功能與媒介公信力的評估, 新聞學研究, 41, 頁 47-58。

彭芸 (1991), 媒體負責人對選舉期間媒體可信度的評估, 新聞學研究, 44, 頁 95-117。

楊照 (2001), 百年風雲路 - 台灣雜誌發展小史, 誠品好讀, 12, 頁 14-24。

三、 圖書

王湘雲 (1980), Social Mobility in Taiwan. 台北: 中央研究院三民主義研究所。

李金銓 (1983), 大眾傳播理論, 台北: 三民書局。

李明 (1986) 譯, 工業社會學, 台北: 桂冠圖書公司。

周南燕 (1997), 1997 就業現場 - 報紙、雜誌業, 台北: 朝陽堂文化。

孟樊 (2002), 台灣出版文化讀本, 台北: 唐山。

荊溪人 (1987), 新聞編輯學, 台北: 台灣商務。

陳向明 (2002), 社會科學質的研究, 台北: 五南。

黃恆正譯 (1981), 分眾的誕生: 大眾社會解體後的分眾現象, 遠流出版社, 頁 6-7, 日本博報堂生活綜合研究所編著。

黃毅志 (1999), 社會階層、社會網路與主觀意識, 台北: 巨流圖書公司。

蔡文輝 (1985), 社會學, 台北: 三民書局。

葉至誠 (2001), 職業社會學, 台北: 五南出版社。

潘家慶 (1984), 新聞媒介、社會責任, 台北: 臺灣商務印書館。

鄭瑞城 (1988), 透視傳播媒介, 台北: 經濟與生活出版公司。

謝高橋 (1991), 社會學, 台北: 巨流圖書公司。

四、 學位論文

李淑宏 (2000), 因為旅行, 所以存在 - 旅行新世紀的台灣新世代, 台北: 臺灣大學新聞研究所。

邵盈榕 (2001), 從自學式教材觀點分析旅遊書之內容 - 以日本東京旅遊書為例, 嘉義: 中正大學成人及繼續教育學系研究所碩士論文。

林麗雲 (1990), 報社主筆人員的個人特質及其組織型關係之研究, 台北: 政治大學新聞研究所碩士論文。

吳明松 (1985) , 新聞傳播工作者工作報酬與滿足之分析 , 台北 : 輔仁大學社會學系學士論文。

紀效正 (1989) , 政府官員與記者互動關係之研究 - 以行政院環境保護署為例 , 台北 : 政治大學新聞研究所碩士論文。

許嘉猷 (1982) , 出身與成就 : 美國人民地位取得及其台灣地區之適用性 , 中美社會之比較研究討論會論文集 , 台北 : 中央研究院美國文化研究所 , 頁 29-56。

徐慰真 (1993) , 我國報業守門人對人情趣味新聞之認知差距 , 文化大學新聞研究所碩士論文。

華英惠 (1992) , 台灣地區新聞從業人員工作滿意程度研究 , 台北 : 政治大學新聞研究所碩士論文。

馬驥伸和林美惠 (1991) , 新聞記者培訓制度之研究 - 以大台北地區 23 家新聞機構為對象分析 , 台北 : 文化大學新聞學系。

張慧心 (1985) , 新聞傳播工作者職業變遷之分析 , 台北 : 輔仁大學社會學系學士論文。

陳珀姿 (1985) , 新聞傳播工作者教育背景及其專業意理之關聯性分析 , 台北 : 輔仁大學社會學系學士論文。

陳雅琳 (1994), 報社記者與編輯角色期望之研究, 台北: 文化大學新聞研究所碩士論文。

陳舜霓 (1994), 專科學校視聽教育人員角色期望之研究, 台北: 淡江大學教育資料科所研究所教學科技組碩士學位論文。

陳科佃 (1995), 新聞從業人員離職傾向研究, 台北: 文化大學新聞研究所碩士論文。

翁君珮 (1985), 新聞傳播工作者專業意理和專業滿足價值觀之分析, 台北: 輔仁大學社會學系學士論文。

董素蘭 (1988), 天下雜誌內容分析, 台北: 輔仁大學大眾傳播研究所碩士論文。

楊志弘 (1992), 台灣地區報社編輯職業角色之研究, 台北: 國立政治大學博士論文。

楊秀娟 (1989), 我國新聞從業人員專業化程度之研究, 台北: 政治大學新聞研究所碩士論文。

蔡佩玲 (2000), 台灣地區童書總編輯職業角色之研究, 台東: 台東師範學院兒童文學研究所碩士論文。

劉智慧 (1996), 報紙社會版編輯與社會新聞路線記者職業角色認知之研

究，台北：銘傳大學大眾傳播研究所碩士論文。

盧映利（1996），台灣地區衛星電視頻道經理人職業角色之研究，台北：文化大學新聞研究所碩士論文。

關孫知（2000），包羅萬象 - 上海深度旅遊報導，台北：臺灣大學新聞研究所。

羅文輝（1995），台灣傳播研究的回顧 1951-1995，載於國立空中大學、國立花蓮師範學院、國立屏東師範學院（主編），分析社會的方法論文集，頁 1-40。

蕭蘋（1989），環保記者專業意理及其影響因素之研究，台北：政大新聞研究所碩士論文。

饒燕如（1985），新聞傳播工作者的自我工作評估之分析，台北：輔仁大學社會學系學士論文。

貳、英文文獻

一、英文書籍

Elliott, Philip (1977), Media Organizations and Occupations: An Overview, in Curren, James et al. (eds.) Mass Communication and Society. London: Edward Arnold.

Gieber, W. (1964), News is What a Newspaperman Makes It. In D. Liwis, &

D.M.White,(Eds.), People Society and Mass Communication. NY : The Free Press.

Guieford, J. P. (1965) , Fundamental Statistics in Psychology and Education, 4th ed., New York : McGraw-Hill.

Johnstone,John W.C., Slawski,Edward J., & Bowman,William W.(1976),The News People: A Sociological Portrait of American Journalists and Their Work. Urbana : University of Illinois Press.

Keller, S.(1963),Beyond the ruling class : Strategic Elites in Modern Society. N.Y. : Random House.

Kim, Young C. (1981) , Japanese Journalists and their World. Charlottesville : University Press of Virginia.

McCombs, Maxwell E.& Becker, Lee B. (1981) ,Using Mass Communication Theory. Englewood Cliffs : Prentice Hall.

Murdock, Graham (1980) ,Class, Power & the Press : Problems of Conceptualization & Evidence, in Christain, H. (ed.) The Sociology of Journalism & the Press. Great Britain : J.H. Brookes. PP.37-70

Pollock, John C. (1981) ,The Politics of Crisis Reporting : Learning to be a Foreign Correspondent. New York : Preger Publishers.

Tuchman,G.(1978).Making News : A Study in the Construction of Reality. New York : Free Press.

Tunstall , Jeremy(1971),Journalists at Work.,Beverly Hills : Sage Publication.

Weaver, David H., & Wilhoit, G. Cleveland (1986) ,The American Journalists : A Portrait of U.S. News People and Their Work.
Bloomington : Indiana University Press.

Weber,Mason (1958) ,The Pretestant Ethic and the Spirit of Capitalism.New
York : Charler Scribner' s Sons.

二、 期刊及報紙資料

Bailey,C.A.,& Licty,L.W.(1972).Rough Justice on A Saigon Street: A
Gatekeeper Study of NBC' s Tet Execution Film. Journalism
Quarterly,49,PP.221-229.

Breed, Warren (1955) ,Social Control in the Newsroom,Social
Forces,33,PP.326-355.

Galtung,J.,& Ruge,M.(1965).The Structure of Foreign News. Journal of Peace
Research,2,PP.64-90.

Lewin, Kurt (1947) ,Channels of Group Life, Human Relations,
1,PP.143-153。

Stone, Vernon A. (1987) ,Changing Profiles of News Directors of Radio and
TV Stations,1972-1986, Journalism Quarterly, 64 (4) ,PP.745-749

附錄

附錄一 深度訪談名單

樣本編號 (U)	雜誌社名稱	職稱	姓名	訪問日期及時間	訪談地點
1	博覽家	副總編輯	黃佳慧	2002.8.28pm.3:00	受訪者公司
2	博覽家	主編	王文莉	2002.8.29pm.1:30	受訪者公司
3	行遍天下	採編	蔡淞雨	2002.9.4pm.2:00	受訪者公司
4	莫克	資深採編	王思佳	2002.9.3am.10.30	受訪者公司
5	莫克	資深採編	王美玲	2002.9.11pm.2:30	受訪者公司
6	莫克	資採	戴鎂珍	2002.9.9pm.4:00	受訪者公司
7	TOGO	採訪編輯	羅德禎	2002.9.5am.10:30	受訪者公司
8	TOGO	主編	馬萱人	2002.8.29am.10:30	受訪者公司
9	TOGO	主編	黃怡蓀	2002.9.4am.10:30	受訪者公司
10	TOGO	副社	何亞威	2002.9.5pm.12:00	受訪者公司
11	鐵道旅行	主編	吳柏青	2002.9.5pm.3:00	受訪者公司
12	莫克	資深採編	陳美枝	2002.10.3pm.2:00	南京東路某咖啡館
13	莫克	總編輯/總經理	吳素馨	2002.10.3am.10:30	受訪者公司
14	莫克	採訪編輯	齊佑誠	2002.10.18pm.2:00	受訪者公司
15	莫克	採訪編輯	林開富	2002.10.18am.10:30	受訪者公司
16	聯合報	旅遊線記者	許斐莉	2002.10.21pm.4:00	受訪者公司
17	民生報	旅遊線記者	黃彩娟	2002.11.21pm.3:00	觀光局
18	民生報	旅遊線記者	吳學銘	2002.11.8pm.4:00	報社附近咖啡館
19	中國時報	旅遊線記者	姚舜	2002.11.22pm.7:00	信義路某咖啡館
20	RV 野趣	執編	鄭文佩	2002.9.3pm1:00	電訪
總計			20 位		

(註 1：以上任職公司及職稱以本研究於 2002 年 8-11 月實際採訪時為依據。

註 2：以上深度訪談樣本編號 1 及 10 任職旅遊雜誌社高級主管，具有豐富採訪經驗，但在該雜誌社中已無接觸採訪工作，由於本研究認為其觀點具有極高參考價值，因此雖未列入結構性問卷（針對專職採訪編輯）分析樣本之中，但仍羅列為深度訪談對象。）

附錄二 2001 年金鼎獎得獎名單及優良雜誌推薦名單

獎項名稱	得獎者	優良雜誌出版推薦
人文及社會類	新故鄉雜誌	經典雜誌、應用心理研究雜誌、月旦法學雜誌
文學及藝術類	聯合文學雜誌	藝術家雜誌、陶藝雜誌
財經及工商類	天下雜誌	遠見雜誌、能力雜誌、商業周刊雜誌
科學及技術類	大自然雜誌	自然保育季刊雜誌、牛頓雜誌、Dialogue 建築雜誌
資訊工程類	電腦上班族雜誌	Linuxer 零客情報雜誌
家庭及生活類	康健雜誌	傢飾雜誌、台灣山岳雜誌、美食天下雜誌
兒童及少年類	親親自然雜誌	幼獅少年雜誌、小牛頓雜誌、國語日報週刊雜誌
綜合類	慈濟月刊雜誌	台灣博物季刊雜誌、廣告雜誌、Time express 時代雜誌中文解讀版雜誌
雜誌編輯金鼎獎（個人獎）	林琮盛/新故鄉雜誌社	
雜誌編輯金鼎獎（個人獎）	顏新珠/新故鄉雜誌社	
雜誌美術設計金鼎獎（個人獎）	李志剛/李男工作室	
雜誌美術設計金鼎獎（個人獎）	龍傑琦/龍傑琦創意工作室	
雜誌影像金鼎獎（個人獎）	趙元彬/大地地理雜誌	
新雜誌獎（團體獎）	CHEERS 快樂工作人雜誌	

（資料來源：中華民國雜誌出版業總名錄 2002）

附錄三 結構性問題（封閉式問卷）

台灣旅遊雜誌採訪編輯之職業角色問卷調查

雜誌社

先生／小姐，您好：這項問卷調查主要是針對台灣上市的旅遊雜誌社，其社內採訪編輯的人口背景及職業經歷作詳細的調查，調查的目的在於瞭解旅遊雜誌裏，其採訪編輯的職業角色。本問卷結果僅供學術性分析，不作個別發表或其它用途。您的協助將對本學術研究有莫大助益，懇請您的賜教。謝謝！

祝 順心．安康！

南華大學出版學研究所
指導教授：陳俊榮（孟樊）

研究生：陳櫻慧

一、專業素養

- 1、請問您的正式職稱為何？_____
詳細工作內容及職責範圍？_____
- 2、請問您是從何時開始擔任目前職位？民國_____年_____月
- 3、請問您是從何時進入這間雜誌社？民國_____年_____月
採訪路線為 國內線（北、中、南、東） 國外線_____國家／地區
- 4、請問您進公司的第一個職位是_____
詳細工作內容_____
- 5、請問您進公司前上一份工作是什麼？
行業別為_____職稱_____
詳細工作內容_____
- 6、請問您從事採訪工作，前後已有多少時間？
_____年_____月

7、您認為應達到怎樣的教育程度，才能足以勝任目前的職位？

- 國初中以下
- 高中職
- 專科
- 大學
- 碩士
- 博士
- 其他_____

8、您認為需有多久的工作經驗或歷練，才能勝任目前的職位？

- 不需要有工作經驗
- 不到三個月
- 三個月至半年
- 半年至一年
- 一年至三年
- 三年至五年
- 五年以上

9、您在這職務上有沒有接受過正式的教育訓練？

- 有，訓練_____天
- 沒有

10、請問您除了在職訓練外，是否有參加過任何專業課程？（含新聞傳播課程或採編專業課程）

- 有（前後約計_____月）
- 否（請跳過第 10 題）

11、請列出您針對採訪工作曾作過哪些課程的修習？

課程名稱_____、_____、_____、
_____、_____、_____

12、您認為現在社會上與您有相同能力、技術擔任這份工作的人有多少？

- 太多了
- 很多
- 有一些
- 並不多
- 很難找到

二、角色行為

13、請您描述您最要好的朋友（不包括您的配偶、父母、子女、兄弟姐妹和已去世的親人）：

- A. 年齡_____歲
- B. 性別： 男 女
- C. 他（她）目前的工作：行業_____職稱_____
詳細工作內容_____

14、當您工作之餘，多與下列各種人物的接觸情形如何？（請在最能代表您看法的意見欄中打“√”）

非常有接觸 有接觸 偶爾 沒接觸 完全沒接觸

- (1)主管上司
- (2)工作同事
- (3)同業同行
- (4)社會團體
- (5)相關學術團體（觀光或傳播系）
- (6)相關媒體
- (7)採訪對象
- (8)其它_____

15、當您在執行採訪編輯一職時，下列各種因素對於您的採訪風格、角度、方式的影響程度為何？（請在最能代表您看法的意見欄中打“√”）

非常有影響 有影響 偶爾 沒影響 完全沒影響

a . 個人因素

- (1)您的教育背景
- (2)您的同儕朋友
- (3)您的家庭及親人
- (4)您的社會經驗

b . 組織內

- (1)公司整體風格
- (2)編輯主管的意見
- (3)基層工作同仁的反映
- (4)行銷、廣告部門的意見

非常有影響 有影響 偶爾 沒影響 完全沒影響

c . 組織外

- (1)相關社會團體
- (2)其它相關媒體
- (3)其它旅遊雜誌社
- (4)雜誌各類獎項 (例如：雜誌編輯金鼎獎)
- (5)流行趨勢(熱門話題)
- (6)讀者反映
- (7)採訪對象
- (8)其它_____

16、請問您是否有參加任何旅遊或雜誌方面的專業社團？

是

否 (跳過 15 題)

17、您所參加的專業社團是哪些？

- 中華民國雜誌事業協會
- 中華民國大眾傳播協會
- 台北市雜誌商業同業公會
- 台中市雜誌發展協會
- 中華民國圖書出版事業協會
- 中華民國圖書發行協進會
- 台北市出版商業同業公會
- 台北市新聞記者公會
- 中華民國社區雜誌協會
- 台北市旅行商業工會
- 中華民國旅行業品質保障協會
- 其它_____

18、請問您平時閱讀期刊的情形為何？(請在最能代表您看法的意見欄中打“√”)

每期閱讀 經常閱讀 偶爾閱讀 從未閱讀

A.專業期刊

- (1)《雜誌會訊》 - 中華民國雜誌事業協會
- (2)《旅遊世界 (Tour Guide)》 - 郭良蕙新事業有限公司

每期閱讀 經常閱讀 偶爾閱讀 從未閱讀

(3)《旅遊 (Taiwan Tourism)》- 台北市
旅行商業公會

(4)《旅遊界 (World Travel News)》-
中華民國旅行業品質保障協會

(5)《旅遊市場》- 旅遊市場雜誌

(6)其它_____

B.同行期刊 (請列舉之)

(1)_____

(2)_____

(3)_____

C.其它期刊

(1)_____

(2)_____

三、角色期望

19、您會選擇當旅遊雜誌社採訪編輯的原因？(請依影響程度填 1、2、3、)

熱愛旅行

個性活潑、喜歡與人接觸

不喜歡坐辦公室

喜歡文字撰寫

追求社會地位

很有成就感

工作深具前瞻性

喜歡到新景點探險

喜歡介紹好玩的地方或新事物給讀者

工作環境良好

工作具有挑戰性

其它_____

20、下列各情況描述，請在最能代表您看法或狀況的意見欄中打“√”

非常好 很好 普通 劣 最劣 無意見

- (1)您認為國內旅遊雜誌採訪編輯的表現如何
- (2)您認為貴社的工作同仁表現如何
- (3)您認為您個人的工作表現如何

21、下列各情況描述，請在最能代表您看法或狀況的意見欄中打“√”

最高 高 中等 低 最低

- (1)您認為您個人的工作在社會上受到尊重的程度
- (2)您覺得貴雜誌社在社會上的整體評價是
- (3)您自身對貴公司的整體評價為何

22、您覺得雜誌對社會影響力是否重要？（請在最能代表您看法的欄位中打“√”）

非常同意 同意 普通 不同意 完全不同意

- (1)雜誌對社會有遠大的影響力
- (2)台灣旅遊雜誌對社會的有遠大的影響力
- (3)旅遊雜誌採訪編輯對社會有遠大的影響力

23、您認為下列各項旅遊雜誌功能，它們各別的重要程度如何？（請在最能代表您看法的意見欄中打“√”）

非常重要 重要 普通 不重要 完全不重要

- (1)提供正確的最新旅遊資訊
- (2)介紹新景點
- (3)規劃優良旅遊行程路線
- (4)精彩旅遊景點照片
- (5)優美文筆、引人入勝
- (6)版面設計精美
- (7)糾正讀者旅遊觀念
- (8)監督旅遊相關業者或機關
- (9)推動休閒生活

非常重要 重要 普通 不重要 完全不重要

(10)提供讀者安全的旅行建議

(11)其它

24、您認為一位好的旅遊雜誌採訪編輯應具備什麼條件？（請依影響程度填 1、2、3、）

學歷

文字撰寫能力

語文能力

電腦能力

溝通協調的能力

旺盛的好奇心

開朗大方的個性

親和力

其它_____

25、您期許身為一位採訪編輯，在更長遠的未來有何發展（能作到什麼樣的程度）？

雜誌社總編輯

雜誌主編

自由（旅行）作家

報社（旅遊版）記者

報社主編

出版社

其它_____、_____、_____

四、角色定位

26、您是否知道代表雜誌社出外採訪可申請記者證？

知道

不知道（跳過第 22 題）

27、您代表雜誌社出外採訪是否有申請記者證？

有（您認為有無記者證的差別為何？_____）

沒有

28、您認為旅遊雜誌的採訪編輯和報社旅遊版記者的工作是否相同？

相同

不同（原因_____）

五、基本資料

1、姓名：_____

2、性別： 男 女

3、電話：_____ e-mail：_____

4、血型：_____型

5、星座：_____座

6、出生地：_____

7、出生年：民國_____年（_____歲）

8、興趣：_____、_____、_____、_____、_____。

9、請問每年由自己安排（非因公出差）的旅行約_____趟（包括國內外旅遊）。

10、請問您目前信仰什麼宗教？

佛教

基督教

道教

回教

密宗

無宗教信仰

一貫道

其它_____

天主教

11、請問您的婚姻狀況是： 未婚 已婚沒有小孩 已婚育有小孩 其它

12、請問您的父親是否從事出版工作？ 是 否

13、請問您父親從事的工作是：_____行業，職稱_____

14、詳細工作內容_____

15、請問您母親是否從事出版工作？ 是 否

16、請問您母親從事的工作是：_____行業，職稱_____

詳細工作內容_____

17、請問您父親的教育程度是： 不識字 自修 小學 國初中（職） 高
初中（職） 專科 大學 研究所

18、請問您母親的教育程度是： 不識字 自修 小學 國初中（職） 高
初中（職） 專科 大學 研究所

19、請問您的教育程度是： 自修 小學 國初中 高中（職） 專科
大學 研究所

20、請問您的最高學歷是獲自什麼學校：學校全名_____（系所_____）

21、請詳細填寫您自學校畢業後，到目前為止之所有專職工作的情況：
 (若屬同一機關內的職位變遷，也請詳細填入。)

服務機關	職稱	負責工作 (若同為採訪,請註明採訪路線)	工作年資	備註

91.8.12

附錄四 非結構性問題（開放式問卷）

深度訪談開放式問卷

_____雜誌社

受訪者：

受訪日期：

訪談時間：

採訪者：陳櫻慧（南華大學出版學研究所） / 聯絡電話：

1. 您會選擇當採訪編輯的關鍵經歷（原因）為何？是什麼樣的原因促使您繼續擔任採訪編輯一職務？（您目前是否身兼主管，例如：主編或總編輯？您認為您從採編一職晉升至此職務的重要原因為何？年資或 _____ 即您優於其它採編的原因為何。）若您目前身兼管理階層，您認為從採編升上主管後有何改變？您以何種方式領導工作團隊？如何調整升遷後的心態。
2. 您認為身為一位採訪編輯在旅遊雜誌社內，可能的晉升管道為何？何者為重要的晉升考慮因素？且在組織編制裏，『晉升』是以內部調升或外部招募？
3. 使您擔任『採編』一路走來，始終如一的動力及理由為何？在您遇到挫折時，是否遇過何種內心掙扎？可否說明一下大概會遇到的挫折。
4. **組織內**
 - A. 您認為公司的整體風格為何？
 - B. 編輯主管通常會提出哪些要求和意見？（編輯方針、言論方向、寫作風格、採訪手法）這些指示會不會造成您的壓力？（困擾）？請具體舉例說明之。您又如何處理這些壓力？
 - C. 工作同仁通常會對您提出何種要求和意見？（編輯方針、言論方向、寫作風格、採訪手法）這些問題會不會造成您的壓力？（困擾）？請具體舉例說明之。您又如何處理這些壓力？
 - D. 行銷和廣告部門通常會對您提出何種要求和意見？（廣告版面、內容相關度）這些問題會不會造成您的壓力？（困擾）？請具體舉例說明之。您又如何處理這些壓力？

組織外

- A. 您認為應該要和相關社會團體（例：）維持什麼樣的關係？
 - B. 您認為應該要和其它相關媒體維持什麼樣的關係？
 - C. 您認為應該要與其它旅遊雜誌社維持什麼樣的關係？
 - D. 您認為雜誌的各類獎項對您的意義價值為何？
 - E. 如何選擇流行話題作為題材？
 - F. 您認為要與採訪對象維持什麼樣的關係？
 - G. 您如何處理讀者的反映？（交由客服處理後，是否會傳達至編輯部作為改善？）
5. 您認為身為一位採編，有可能承受到的其它壓力來源為何？
 6. 您認為您當初想進旅遊雜誌社的初衷和現在的工作現況有無理想上的差距？
 7. 您認為旅遊雜誌採編的角色和報社旅遊版記者的角色有無不同？請提出您對這兩種角色主觀的評述。
 8. 您認為採編在社會所扮演的角色為何？（資訊傳遞者、解釋者、守門員）
 9. 目前旅遊雜誌社的採訪編輯似乎多為女性，您主觀的看法為何？
 10. 採編的工作性質必須常常出差，您認為已婚或已育有小孩，在執行職務時，會否產生困難？

個人簡歷

姓名	陳櫻慧	性別	女	生日	66.12.10
學經歷	台北縣新莊市思賢國小 台北縣新莊市新莊國中 台北縣板橋市私立致理商專企業管理科 台北縣新莊市輔仁大學中文系 嘉義縣大林鎮南華大學出版學研究所				
社團經驗	致理商專吉他社活動組組員、總務組組長 輔仁大學中文系系刊副組長 救國團北區假期服務員第四期幹部				
工作經驗	美菩工業股份有限公司行政助理 誠恩聯合會計事務所助理 音樂月刊執行編輯 品仲資訊公司兼職網路文案 博客來資訊兼職網路文案				
聯絡方式	evai@pavo.seed.net.tw 或 evai1210@hotmail.com				

(製表於 2003.06)