

國立交通大學
傳播研究所
碩士論文

台灣新聞從業人員工作中閒聊現象之初探

An Investigation on The Phenomenon of Gossip in Taiwan's
News Media Organizations

研究生：范相惠

指導教授：李秀珠博士

中華民國九十七年一月

台灣新聞從業人員工作中閒聊現象之初探

An Investigation on The Phenomenon of Gossip in Taiwan's News Media
Organizations

研究生：范相惠

Student：Hsiang-Hui Fan

指導教授：李秀珠博士

Advisor：Shu-Chu Li, Ph.D

國立交通大學

傳播研究所

碩士論文



Submitted to Department of Communication Studies

National Chiao Tung University

in partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Arts

in

Communication Studies

January 2008

Hsinchu, Taiwan, Republic of China

中華民國九十七年一月

台灣新聞從業人員工作中閒聊現象之初探

研究生：范相惠

指導教授：李秀珠博士

國立交通大學傳播研究所

中文摘要

本研究以閒聊的功能、社會支持、社會比較及性別等觀點為基礎，探討台灣新聞從業人員工作中閒聊的現象。在研究方法上，採用質化的深度訪談法，訪談電視台以及平面新聞從業人員各 15 位，共 30 位受訪者。最後的研究結果發現，比起正式溝通管道，新聞從業人員透過閒聊進行非正式溝通，有更多元的時機、場合、對象及內容，而且 MSN 的使用非常普遍。但相對而言，若是不適當的內容或時機，閒聊也可能造成負面影響。

同事是大多數新聞從業人員最主要的閒聊對象，所以除了物質支持以及向上的社會比較之外，閒聊所能滿足的其他社會支持與社會比較的動機與需求，通常發揮於同事之間的閒聊。此外，研究者亦發現雖同為新聞從業人員，因為所屬的媒體組織性質不同，在閒聊的風氣上會有所差異。而關於性別的議題，則發現兩性在閒聊頻率、目標對象及主題上相似，但在風格上有所差異。

關鍵詞：社會支持、社會比較、性別、閒聊

An Investigation on The Phenomenon of Gossip in Taiwan's News Media Organizations

Student : Hsiang-Hui Fan

Advisor : Shu-Chu Li, Ph.D

Institute of Communication Studies

National Chiao Tung University

Abstract

Based on the literature regarding social support and social comparison, this study investigated the phenomenon of gossip in Taiwan's news media organizations. Using the snow-balling method, this study interviewed 30 journalists with half of them working in television stations, and the other half in newspaper or magazine organizations. The interview data were analyzed in accordance with the following categories: (1)function, (2)social support, (3)social comparison, and (4)effect.

This study found that the phenomenon of gossip is prevalent in news media organizations. Furthermore, this study discovered that journalists preferred to gossip with their colleagues than with superiors, and that there were no differences between male journalists and female journalists in terms of the content of gossip. More findings were discussed in the thesis.

Keywords: gender, gossip, social comparison, social support

致 謝

在經歷研究所兩年半的求學生活之後，終於，我也等到了完成碩士論文的這一刻。而這本論文能夠完成，首先，必須感謝我的指導教授李秀珠老師，如果不是您的指點與帶領，原本對於論文書寫一無所知的我，也不會在進入研究所之後有那麼清楚的概念，並且順利地完成我的兩篇小論文以及碩士論文。還有為我的論文擔任口試委員的黃鈴媚與張惠蓉老師，兩位老師對於此篇論文所作的指導，我也十分感謝。

其次，協助我完成此篇論文的每一位受訪者，雖然基於保密原則，不能透露你（妳）們的姓名，但你（妳）們與我分享的經驗，對我來說是很珍貴的資產，在感謝之餘也希望日後能夠繼續維持友誼。

再來，必須感謝的是所上許多學長姐的指導，特別是在我進研究所之前就老是被我煩，卻總是親切回應的家瑜學姐；在我剛進入研究所很照顧我的賢恩學長；這兩年半來一直與我共事，為我撐腰的怡靖學姐；碩士論文讓我參考許多的佳玲學姐與逸文學長，以及在研究所進入最後論文階段才認識，時常與我分享生活經驗的家平學長。

此外，我也要謝謝所上同學的陪伴，在我剛進入研究所課業壓力很大，差點想要「撞牆」的時候，你（妳）們總是在課業上給我實質的支持，而每一次的班級聚會，對我來說，留下的不僅是照片，也是在我腦海中美好的回憶。尤其是書帆與瀨文，因為既是同學，一起修課拍片，又是一年的室友，受妳們的照顧真的很多。特別感謝書帆總在我最需要人陪伴的時候，冷靜地待在脆弱的我的身邊，也因為妳那麼早就畢業離我而去，徹底刺激了我的論文進度。還有，時常被我麻煩的秉陞與胖胖，在我的心裡一直感謝著你（妳）們的幫忙。而帶給我許多快樂的研一室友榆方、明娟及姿瑩，雖然我們來自不同的系所，四個人的個性說起來

可算是南轅北轍，但是單純又可愛的妳們，總能帶給我許多歡樂，有妳們陪伴的研一宿舍生涯，是我人生中很珍貴的時光。

當然，在即將結束的研究所生活中，要感謝的人還有很多，像是幫我介紹受訪者的大表姐、曉農、立仁學長以及韋均；教導我質化研究概念，還讓我白吃白喝好幾頓的郭良文老師；個性很酷但其實心地超級善良的林姐；總是提醒我，給我許多意見的懿芝；在遠方支持著我的瑜庭；常與我交換生活資訊的宛諭；與我分享感情生活的宣蘋；同為李秀珠老師指導學生，幫助我論文許多的惠茹學姐、如涵以及小華；研三很缺朋友，常常陪我吃飯聊天讓我感到很溫暖的雅婷、立煒及偉奴；帶領我學習皮拉提斯運動，讓我受惠許多的芭比老師；在生活各個層面上都幫助我很多的研三室友如芬；總是當司機載我出去玩的老杜；時常為我加油打氣，每年寒暑假都會一起去旅行的歸中實習同事們……。

最後，我想要感謝我的家人，包括總是鼓勵我多讀一點書，已經高齡九十幾歲依然十分健康的爺爺；在天國守護著我的奶奶與爸爸；像親姐姐一樣照顧我的曉蘭姐姐與鈞鈞姐姐；當然還有表姊夫傑哥；以及當我去台北補習、考試與訪談時，收留我的二姑、二伯、二伯母、小舅與小舅媽。而最要感謝的，就是我親愛的媽媽與弟弟，在人生的各個階段一直支持我，無論是大學聯考任性地填了自己想要讀的科系，還有準備跨領域考研究所的時候，你（妳）們都無條件的相信我，給我很大的空間，我永遠愛你（妳）們。

於交通大學宿舍 2007 年冬

目 錄

中文摘要.....	iii
英文摘要.....	iv
致謝.....	v
目錄.....	vii
表目錄.....	x
第一章 緒論	1
第一節 研究背景與緣起.....	1
第二節 研究動機與目的.....	3
第二章 文獻探討	7
第一節 閒聊的意涵.....	7
一、閒聊的起源.....	7
二、閒聊的定義.....	9
三、組織中的閒聊.....	11
第二節 閒聊的動機與需求.....	14
一、社會支持.....	14
二、社會比較.....	20
第三節 閒聊的功能.....	25
一、資訊功能.....	26
二、娛樂功能.....	29
三、親密友誼功能.....	31
四、影響力功能.....	33
第四節 閒聊的性別議題.....	37
一、閒聊的性別刻板印象.....	38
二、閒聊的性別差異.....	40
第五節 研究問題.....	42

第三章 研究方法.....	44
第一節 研究方法之選擇.....	44
一、質化的研究方法.....	44
二、深度訪談法.....	45
三、訪談大綱與方式.....	46
第二節 研究進行與受訪者之抽樣.....	47
第三節 訪談資料之分析.....	50
第四章 研究發現與討論.....	58
第一節 研究結果之發現.....	58
第二節 閒聊所形成之非正式溝通管道.....	63
一、閒聊的時機、場合、對象及內容.....	63
二、傳統與新興的閒聊形式.....	66
三、小結.....	68
第三節 閒聊功能所滿足之社會支持動機與需求.....	70
一、閒聊的資訊功能與資訊支持.....	70
二、閒聊的影響力功能與資訊支持.....	76
三、閒聊的娛樂、親密友誼功能與情感支持.....	84
四、伴隨資訊、情感支持而來的物質支持.....	88
五、小結.....	91
第四節 閒聊功能所滿足之社會比較動機與需求.....	94
一、閒聊的資訊功能以及與同類的人、向下及向上的社會比較.....	94
二、閒聊的娛樂、親密友誼功能以及內團體與外團體及情感的比較.....	98
三、小結.....	100
第五節 閒聊之性別議題.....	102
一、頻率相似.....	102
二、風格之差異.....	103
三、目標對象相似.....	104

四、主題相似.....	105
五、小結.....	106
第六節 整體之發現與討論.....	107
一、不同動機與需求的比較.....	107
二、上下司之間的比較.....	109
三、不同性別之間的比較.....	111
四、閒聊所扮演的角色.....	113
第五章 研究結論、限制、建議及啟示.....	117
第一節 研究結論.....	117
第二節 研究限制與建議.....	119
一、研究限制.....	119
二、對於未來學術研究之建議.....	120
第三節 實務上的啟示.....	121
參考文獻.....	123
附錄一 訪談問題.....	130



表目錄

表 3.1	從事電視新聞工作的受訪者資料.....	48
表 3.2	從事平面新聞工作的受訪者資料.....	49
表 3.3	閒聊的資訊功能與資訊支持.....	52
表 3.4	閒聊的影響力功能與資訊支持.....	53
表 3.5	閒聊的娛樂、親密友誼功能與情感支持.....	54
表 3.6	伴隨資訊、情感支持而來的物質支持.....	55
表 3.7	閒聊的資訊功能以及與同類的人、向下及向上的社會比較.....	56
表 3.8	閒聊的娛樂、親密友誼功能以及內團體與外團體及情感的比較.....	57
表 4.1	工作中最主要的閒聊對象.....	59
表 4.2	發揮閒聊功能所滿足的社會支持之實例數量.....	60
表 4.3	發揮閒聊功能所滿足的社會比較之實例數量.....	61
表 4.4	性別與發揮閒聊功能所滿足的社會支持.....	61
表 4.5	性別與發揮閒聊功能所滿足的社會比較.....	62
表 4.6	性別與公私事主題.....	62

第一章 緒論

本章共分為兩個部份，第一個部份為研究背景與緣起，第二個部份則為研究動機與目的。

第一節 研究背景與緣起

有關閒聊（gossip）的學術研究，最早是在人類學領域中受到重視。不過，人類學者所研究的對象比較特殊，在科技上通常處於初始狀態，也因此將閒聊視為一種不成文的社會控制，無論正面或負面評價與觀點，皆經由人際之間的口耳相傳，流傳於閒聊之中，並可對團體中的成員，產生一種無形的約束機制。

事實上，團體中的個人在閒聊的過程中，無需完全贊同大多數人的意見，仍然可以理解團體所共享的規範，這是由於身為團體中的一員，可以藉由觀察團體中其他人對於事情的看法與態度，學習是非對錯的道德標準，並用來建立自己的價值與警惕自己的行為。而這些已經在團體中廣為流傳的閒聊話題，通常具有相當的敏感性，但也因為絕大多數被討論的範圍都是不被團體所允許的偏差行為，藉由討論這些負面的概念與實例，閒聊便可形成一種監控機制，作為監視團體中每一位成員的工具（吳毓淳，2002）。Waddington（2005）亦提出類似人類學者的觀點，他提及若將焦點放在個人或團體的角色，閒聊的議題將包含社會控制（social control）、名聲（reputation）與團體凝聚（group cohesion）等。

另一方面，不同於人類學領域的觀點，心理學領域的學者從個人微觀的角度出發，認為個人閒聊的動機是因為可以藉此傳佈資訊與提出自己的想法。團體內的成員可以藉由表達自己的意見，讓其他成員了解自己已有資格接近秘密，

這是那些團體外的成員，無法享有的特權。於是，在閒聊過程中，那些未能共同享有秘密的人們，自然而然就會被劃分為他群；相對地，團體內部凝聚力以及團體內外的界線，也會更加強化。簡單來說，心理學者認為每個人在閒聊的過程中，必定會經由自己的主觀重新去解讀、詮釋或傳佈，所以他（她）們將閒聊視為一種自我資訊的管理（吳毓淳，2002）。

Dunbar（1996）亦提出閒聊是社會溝通中重要的一環，聯繫著社會中的每一個人。人們可以藉由閒聊分享有關自己以及社群中他人之間的資訊，並維持社會關係（轉引自 Baumeister, Zhang & Vohs, 2004, p.112）。由此可知，閒聊不僅可以作為一種社會控制的機制，亦是團體成員自我資訊的管理，以及增加團體凝聚力的重要工具。

近年來，社會心理學領域的學者也開始對閒聊這個現象進行研究與探討，他（她）們結合人類學者將閒聊視為一種社會控制，以及心理學者將閒聊當作自我資訊的管理等兩種觀點為基礎，提出無論說者與聽者有意或無意去傳播資訊，其實都是基於行動者之間的資源交換而來，也就是將閒聊視為一種社會交換（social exchange）機制（吳毓淳，2002）。

無論是人類學、社會學、心理學或者社會心理學領域的學者，對於閒聊皆有所探討，可見關於閒聊的議題受到許多不同相關學術領域的重視。事實上，閒聊的確是人類社會關係中一項重要的元素，甚至可以說如果沒有閒聊，就沒有社會機制的存在。換句話說，必須透過閒聊，才得以構成人類社會。而閒聊所使用的語言，便是建構社會群體重要機制，它使人類可以交換社會網絡之間的資訊（Dunbar, 2004）。

不過，雖然有許多領域的學者開始探討閒聊的議題，但長久以來，在人們心中，閒聊的正面功能卻往往被忽略，反而常被當作是一種不道德的行為，也由於如此被貼上標籤，所以即使人們承認自己有閒聊時，仍有些微詞，這種矛

盾的態度，深植於社會結構中 (Michelson & Mouly, 2000)。在過去，閒聊通常被視為是一種惡意的、以破壞他人名譽的方式對他人造成傷害的談話；但在許多案例中發現，其實毀謗他人並非閒聊最主要的目的 (Baumeister, Zhang & Vohs, 2004)。因此，本研究欲從釐清閒聊之意涵開始，了解與肯定閒聊的價值，並且從社會支持 (social support) 與社會比較 (social comparison) 的面向去探討其動機與需求，以及在組織中其具有資訊 (information)、娛樂 (entertainment)、親密友誼 (friendship) 及影響力 (influence) 等社會功能之重要性。

第二節 研究動機與目的

閒聊的溝通行為，是人們日常生活中一個重要的部份，也是人類的普同經驗 (Foster, 2004)，閒聊現象本身，更應該是人們所需關心的議題及必須面對的課題。然而，儘管閒聊在社會與組織中是一種每天發生，非常普遍的現象，長久以來卻因為被認為是惡質、瑣碎、特殊甚至是不重要的主題 (topic) 而遭忽略。

過去幾年來，在美國學術研究的組織傳播相關領域中，閒聊成爲一個新興的研究主題，相關學者們對其進行許多理論性的探討與研究，發現閒聊實質上對於組織整體，以及在組織中工作的個人有很大的影響，是不可或缺甚至對於個人與團體的工作很有助益。但相對而言，尚需要更多描述性與實證性研究，以驗證理論，才能更豐富、更廣泛地探討閒聊這個主題，針對組織中閒聊的現象與功能，有更進一步、更深入的探討與理解 (Hafen, 2004)。

閒聊影響人們的生存與生活，故進行研究之重要性不容忽略，但礙於其由來已久的負面性質與研究倫理上的困境 (Noon, 2001)，相關研究仍多停留在概念性與論述性的探討 (Hafen, 2004)，而國內關於閒聊與組織傳播的相關研

究，更是寥寥可數¹，這樣缺乏關注的結果，也使得國內研究對閒聊這個主題的認識相對粗淺。由於缺乏在地性的探索，對於閒聊如何影響組織的運作，以及組織中的人際關係及社會網絡等議題，也就必須仰賴國外的研究累積，但矛盾的是，在地的學者們卻又無法確定於異文化之下的發現，是否真的能適用於台灣在地（華人）組織文化的情境。

相對於西方以個人主義為基礎所形成的組織文化，台灣在地（華人）的組織，受到儒家文化影響，形成一種高度權力距離的文化。在這樣高度權力距離的組織文化中，成員地位是不平等的，也因為一般職員與上司的距離，挑戰上司權威被視為是不適當的行為，因此在華人的組織中，職員很少質疑上司所指派的任務（Li, 2004）。在與上司閒聊的時候，也可能會為了避免衝突與意見不合的情形，在選擇話題與情感表達上較為謹慎，甚至在與上司意見相左或想要詢問資訊的時候，會以間接的方式來處理，透過同事之間二手消息的傳遞來達成目的，而非直接與上司溝通。

在過去國外關於閒聊的實證研究中，曾以路人、學生、教授、護士、監獄輔導員、911 接線生以及消防員等作為樣本（Baumeister, Zhang & Vohs, 2004; Bischooping, 1993; Campbell, 1995; Crampton, Hodge & Mishra, 1998; Hill, Bahniuk, Dobos & Rouner, 1989; Levin & Arluke, 1985; Tracy, Myers & Scott, 2006; Waddington, 2005），而本研究探討工作中的閒聊，選擇以台灣新聞從業人員為樣本。主要原因是由過去的文獻中發現，新聞從業人員總是被要求必須快速地取得第一手資訊，完整精細分類並重新整合以製作新聞（聯合報，2001.8.26：35 版），其工作性質常需與人交換訊息與溝通，普遍來說，閒聊現象相當頻繁。其中，編輯、製作或管理職的新聞從業人員待在辦公室的時間較

¹ 若以「組織」、「八卦」、「閒聊」等關鍵字於全國碩博士資訊網（<http://etds.ncl.edu.tw/>）與中文期刊篇目索引影像系統（<http://192.192.58.196:8080/ncl3/index.jsp>）交叉查詢後，分別僅能取得間接文獻數篇，並無任何針對閒聊行為，在組織中的功能或效果直接進行探討的研究。

長，但記者必須時常在外採訪新聞，而且與人閒聊一向是記者工作本身的重點之一（經濟日報，1992.10.22：39 版），再加上他（她）們比較沒有時間待在公司裡從組織內部進行直接的觀察，更需要利用閒聊來獲取工作相關的資訊。

在過去，無論美國或台灣，許多人都認為新聞工作是年輕人理想的工作，而且新聞工作也確實是美國與台灣的社會新鮮人嚮往的行業之一。然而，所謂成名容易、多彩多姿、收入高又具高度挑戰性的新聞工作，雖然工作內容活潑多變化、接觸面廣、見識多，確實可培養出一種特殊、獨立的工作能力，但新聞工作其實是相當現實並且競爭強大的行業。隨著時代與科技的發展，新聞處理資訊時間被壓縮得更短，新聞從業人員被要求必須有更敏銳的反應力，以及具備多項的專業能力（民生報，1989.12.19：9 版；經濟日報，1992.10.22：39 版；聯合報，2001.8.26：35 版）。也由於新聞工作壓力很大，新聞工作者供過於需，如不能適應環境，往往可能因此而被淘汰（聯合報，2001.8.26：35 版；聯合報，2002.3.31：27 版），所以新聞從業人員時常需要與公司內部或外部相關的人閒聊；除獲得工作靈感與線索之外，亦能了解組織中的不成文規定，以降低不確定性以及舒緩工作氣氛與情感上的緊張。

綜合上述幾點觀察，本研究選擇新聞從業人員作為研究樣本，針對組織中於工作時間的閒聊進行初探性研究，期望能為國內日後相關主題之探討，累積具有意義的實證研究資料。故本研究之動機與目的，即在於探討相對於正式的溝通管道，閒聊作為一個非正式溝通管道，對於台灣新聞從業人員工作中的閒聊而言，扮演什麼樣的角色；台灣新聞從業人員基於那些工作中閒聊的動機與需求，如何發揮閒聊的各種功能；以及工作中的閒聊，處於不同組織文化與不同性別上的異同之處。

然而，在國內外的相關研究中，閒聊的定義至今仍然相當分歧，故在本研究中文獻探討的部份，研究者會先著手整理過去關於閒聊定義之文獻，藉由探

討閒聊一詞的起源與定義，釐清閒聊之意涵，選擇適合本研究之觀點，並且為組織中的閒聊下一個明確的定義，避免在本研究與日後的相關研究中，有混淆不清的狀況產生。

最後，又由於本研究為初探性的研究，故除了探討與整理現有的理論或概念建立文獻部份之外，亦著重於能有新的實證研究發現，期望對於擴展未來閒聊相關學術研究主題之廣度與深度，以及台灣新聞從業人員實務工作上的啓示，有實質的貢獻。



第二章 文獻探討

本章共分為五個部份，第一個部份為閒聊的意涵，第二個部份為閒聊的動機與需求，第三個部份為閒聊的功能，第四個部份所探討的是閒聊的性別議題，第五個部份則是綜合前述之文獻提出研究問題。

第一節 閒聊的意涵

閒聊是一種分歧的現象，概念複雜而且很難定義。根據過去的文獻，無論是人類學、心理學、社會學、社會心理學或組織傳播相關的研究，都提及閒聊在社會與組織生活中，是一種持久並且不斷延續的機制。然而，閒聊時常帶有負面的觀點，被認為是惡質而且瑣碎的，甚至被等同於女性之間的談話，以及不可信任並且不該被鼓勵的行為（Waddington, 2005）。所以，在進行研究之前，必須先了解閒聊這個名詞的意涵，以免造成混淆不清。

一、閒聊的起源

人類的祖先，猴子與猩猩，牠們擅長於理解彼此行為之間的關聯性，牠們可以模仿其他個體的行為，進行廣泛一致的行動。這樣的社會性，是基於信任與責任而來的，因為牠們確信彼此合作的關係，可以更有效地完成工作。為了抵抗其他掠奪者的侵略，牠們將凝聚而成的團體規模擴大，以保護自己的成員；但團體規模擴大之後，也開始產生溝通與管理上的問題，需要運用資訊與聯盟（alliances）才能解決。後來，人類開始形成一種母系社會，也由於其以強大的信任與承諾所組成，所以使人們開始感覺到溫暖與和平，並且分享彼此之間的親密關係（Dunbar, 2004）。

當團體規模擴大之後，隨之而來也會產生一些問題，包含生態的競爭與壓力。爲了讓團體的功能得以完善發揮，便產生了語言，使規模擴大後的團體得以互動。當人們彼此說話時，通常也可以同時進行其他的活動，由此可知，語言不僅使我們的生活更便利，也更加有效率。此外，語言更是人類進化歷史上的重要部分，透過語言可以交換資訊，所以對於團體之間的聯繫有相當的重要性；也由於語言在社會聯繫上扮演的角色，可以讓我們與社會網絡中的其他成員維持彼此聯繫的關係（Dunbar, 2004）。

然而，透過語言進行閒聊，卻常被認爲是一種惡意的、具破壞性、幾乎都是指責的談話。但事實上，探究其英文字義的起源，發現「gossip」一詞是由「god」與「sibs」所組成的複合字，原指一個人與另一個人之間親近的談話（Dunbar, 2004）。其最早的意涵包含教父或教母（god-parent）以及親友的概念，代表著家庭成員以及親密的朋友（足以當小孩的教父或教母）之間的關係。在中古世紀，人們主要居住於鄉村的小村落，但通常擁有很多親友與熟識的人，在長久的小團體關係之下，這些生活中相處已久的人們，全都可能是彼此潛在的教父或教母。在規模較小的村落中，孩子們的教父或教母，也可能是那些時常與自己閒聊的鄰居們。而教父或教母這樣的關係機制，也讓鄉村的居民與他（她）們的同儕，發展出一種類似家族成員的關係。後來，隨著都市的發展，閒聊開始從一般的家族關係轉變成個人的關係（Rysman, 1977）。

在醫學技術尚未發達的中古世紀，女性的生產由一群具有經驗的婦女負責（吳毓淳，2002）。孕婦沒有到醫院生產的習慣，而在家中生產時，參與者通常是親友與在一旁閒聊的人，而且在這個過程中，男性是不被允許參與的，也就是說參與者皆爲女性（Rysman, 1977）。那些無法直接參與生產儀式的男性，則躲在一旁偷聽女性之間的談話，而事實上，男性這樣的偷聽行爲，婦女們知曉並且私底下允許；由此可知，其原始的意涵乃建立於親密與信任的基礎上，是將新生的喜悅分享給親友，兩性皆可參與的活動。後來，閒聊一詞卻開始被視

為與女性之間有密切的連結關係，常被指涉為一種專屬於女性的活動(吳毓淳，2002)。雖然，到了 20 世紀之後，將閒聊與女性劃上等號的這種用法已經比較少，但直至今日，當閒聊一詞有貶抑的使用意涵時，大多仍是與女性相關的 (Rysman, 1977)。

「十八世紀開始，工業革命帶來生產形式的改變，促成了現代社區的形成，閒聊從此與街角雜貨店、洗衣店、當舖裡不可避免的社交活動劃上等號。許多不為人知的消息，在每日必經的角落、必定發生的社會關係中不經意地流傳散佈，那些賦閒在家的婦女，總在下午群聚於庭院內，一邊打著毛線、織著蕾絲，一邊談論著某些令人津津樂道的小故事。閒聊自此成為女性的專屬活動，成為嚼舌根的同義詞 (吳毓淳，2002, p.6)。」

不論是否與女性相連結，閒聊從中古世紀就被譴責到現在，似乎長久以來都被認為毋庸置疑如同傳言 (rumor) 一般，是會製造假象、破壞關係，而且引起煩惱的行為。而種種的譴責，大多圍繞在閒聊會侵犯他人隱私的問題，但對於長久以來的這些說法 (Foster, 2004)，Schoeman (1994) 提出相反的觀點，認為閒聊不但沒有違反隱私，反而能緩衝直接與公開的衝突，讓隱私的規範更為一致。當我們談論所認識的他人時，通常也沒有特別感覺到有什麼不合適 (轉引自 Foster, 2004, p.79)。此外，Wert 及 Salovey (2004) 也提及人們在閒聊中進行社會比較，可以避免尷尬與直接對質。由此可知，閒聊不但不會違背隱私，反而還有維護社會規範的功能。

二、閒聊的定義

根據韋氏、劍橋、牛津等英、美重要大辭典的字義，加以綜合歸納，「gossip」一詞指的是針對談論他人隱私而進行的非正式閒聊，儘管可以是輕鬆、隨性與親密的談話，但更普遍的是與負面意涵緊密關聯，例如傳言、流言蜚語 (scandal)、瞎說亂講 (blab)、小心眼的交談 (small talk)、謠傳 (hearsay) 與

閒談 (palaver) 等，也因此常被定義為毫無根據的閒話，甚至是針對他人私事或隱私，刻薄、不滿或不實的中傷。

由於正反面的說法不一，閒聊的定義必須有所釐清，根據字義之整理，其指涉之意涵包含社會性的談話 (Foster, 2004)，所有特定的、好或壞的、關於個人生活的談話 (Hafen, 2004)，或者是關於社會與個人任何議題的對話 (Dunbar, 2004)，泛指任何談論不在場第三人的相關資訊 (Eder & Enke, 1991)。由此可知，相較於傳言以及漫無目的的聊天 (idle talk)，閒聊本身的意涵，與人際間的社會控制以及團體規範更為相關。

首先，傳言與閒聊其實共享許多意義，在過去許多學者的相關探討中發現，一般來說，傳言傳佈的範圍比起閒聊而言，較為公開並且廣泛 (Michelson & Mouly, 2000)；相對地，閒聊的內容則通常是比較私密的，只發生於朋友與彼此熟悉的人之間的交流，例如個人與小團體之間 (Suls, 1977)。此外，傳言與閒聊都有資訊、影響力及娛樂等功能，但兩者的起源並不相同。傳言是由於對生活中不確定的事情，渴望對於意義有所澄清而來的；閒聊則是源於個人在社會脈絡中自我意識與地位的需求 (Baumeister, Zhang & Vohs, 2004)。

其次，相較於漫無目的的聊天，閒聊是有特定目的性的談話。對於聽者來說，他（她）們對閒聊感興趣的原因，是因為可以從中得到有用的資訊 (Baumeister, Zhang & Vohs, 2004)。相較於說者，聽者其實是較積極主動的，因為他（她）們必須調整自己對訊息的相信程度，他（她）們被允許參與溝通的過程，並且也能享受訊息的傳遞，但卻不需要為談話的內容擔負任何責任 (Rysman, 1976)。

此外，在閒聊的內容中，通常包含人際關係方面的資訊。更有相關研究指出，人們特別喜歡和年齡相仿或性別相同的對象閒聊，這是因為人們想要向在社會結構中與自己處於相似位置的人學習 (Baumeister, Zhang & Vohs, 2004)。

例如在 Baumeister、Zhang 及 Vohs (2004) 以大學生為樣本，所進行的關於閒聊之研究發現，幾乎三分之二的人 (64%) 都認為閒聊是正面的，可以學到關於自己生活上的經驗。而這樣的結果也顯示，閒聊時常包含許多有用的資訊，與傳統刻板印象中，只是漫無目的或者無用的聊天，大不相同。另外，相對於過去認為閒聊總是傷害他人名譽的刻板印象，也沒有得到支持。

在他(她)們的研究中亦發現，即使是沒有從聊天中學習到新事物的人，還是認為閒聊仍具有它的潛在功能，能夠提供有益的課題，雖然暫時對他(她)們的近況沒有幫助。不過，當他(她)們提出沒有從當下的閒聊中學習到新鮮的話題，或者閒聊的內容常是他(她)們已經知道的答案，這是因為他(她)們已從先前的閒聊中學習到知識了，由此可知，閒聊對於人們的學習仍具有正面的意義 (Baumeister, Zhang & Vohs, 2004)。

綜合上述所言，自然的閒聊是人際互動中一項重要的資源，一般被定義為 A 與 B 之間談論關於 C 的私人話題，而這樣的談話通常是有來有往的，談論的內容範圍相當廣泛，通常包含地位、趣味及社會控制，或者任何可得到心理上的刺激以滿足需求與期望的話題 (Orson, 1977)。

三、組織中的閒聊

過去，許多文獻普遍傾向於將閒聊當作一種不利於組織的活動，認為在組織中浪費過多時間去閒聊是不適當的，但這樣的說法忽略了閒聊潛在的好處 (Michelson & Mouly, 2000)。事實上，非正式溝通 (informal communication) 網絡散佈於組織中的各個角落，而閒聊作為非正式溝通管道，則是一種迅速的溝通形式，通常擴散地很快，不受控制，只要一開始就很難停止。由於無須受限於組織階層的限制，組織成員可以私底下交換訊息 (黃慧雯, 1999)，所以非正式溝通網絡傳遞訊息的速度，會快於正式溝通網絡並且較具彈性 (Crampton, Hodge & Mishra, 1998)。

非正式溝通網絡是普遍存在的，可以幫助改進組織的效能、減少焦慮與幫助在有限的資訊下建立知覺、在組織轉變的情境之下提早提供警訊、創造普遍的組織文化、發展凝聚力以及提供人們接觸的機會。除此之外，還可以作為運用策略擊敗他人，或增加個人權力及促進個人晉升的工具；換句話說，一個人在非正式溝通網絡中的位置，與他（她）的成就有關，亦能用以證明他（她）的權力。對於非管理職的員工來說，他（她）們能從主管那邊得到的資訊通常很有限，非正式溝通則可以幫助他（她）們得到有關主管的資訊，是一種有用而且可信的管道（Crampton, Hodge & Mishra, 1998）。

閒聊的資訊大多是在工作時間中被傳遞的，例如下午茶或午餐的休息時間、正式上班前與剛下班時非正式團體的聊天（Crampton, Hodge & Mishra, 1998）。又以相關研究的資料來看，幾乎全部的閒聊都是由負面的評估開始的，而且一般來說團體成員也傾向對於最先開始的負面評估，表示贊同。此外，在閒聊中只要了解目標對象(target)，基本上就可以立即加入討論、參與談話(Eder & Enke, 1991)。而閒聊的對象則通常是不在場的社群成員、同儕或同事，談話的內容則常是惡意、毀謗他人名譽的，這樣的對話，違反了大部分的宗教精神、道德標準，並且被認為是罪惡的。但究竟基於什麼樣的理由，人們寧可違背自己的良心，還是要討論別人的缺點或怪癖呢？其實答案很簡單，純粹是因為談論他人是很有趣的，然而，前提是被談論的第三人以及相關的人必須不在現場（Wert & Salovey, 2004）。

一般來說，在情況模糊不清與員工感覺壓力時，非正式溝通能有效地幫助員工表達焦慮與舒緩壓力。整體而言，以閒聊作為非正式溝通管道，在以下四種情況之下會增加：(1) 高度不確定性的時期，(2) 談論的目標對象很重要時，(3) 缺乏正式溝通，以及(4) 談論的目標對象模糊不清時（Crampton, Hodge & Mishra, 1998）。

此外，亦有學者們認為，與其將團體中的閒聊視為一種對於目標對象的評估，不如視為一種對於目標對象的認同。而在閒聊的過程當中，經由一個或兩個談話者傳佈之後，一些人會開始添加自己對於目標對象的詮釋以及誇大效應。除了挑戰之外，無論是那一種回應形式，在閒聊的任何一個觀點中都有可能存在。事實上，經由研究發現，當一個團體中的許多成員對於最先開始的評估都表示支持時，就不再有其他的團體成員會輕率地去挑戰（Eder & Enke, 1991）。

一些組織傳播相關領域的學者，將閒聊定義為在社會情境下非正式溝通交換資訊的過程，談論不在場的他人並對其進行正面或負面評估，而且有其他人回應的事件（Eder & Enke, 1991），或者非正式的，可藉由與他人討論不在場的第三人，以評估社會環境的談話（Wert & Salovey, 2004）等。這些的定義都意味著閒聊的過程，是一種透過非正式溝通方式之下的私密陪伴，可能是單向或雙向，或者更多人之間不斷地進行交換，對於其中的資訊接收者，也有一定預期的影響（Eder & Enke, 1991; Michelson & Mouly, 2000）。

綜合上述所言，儘管閒聊具有許多正面的功能，但在一般的刻板印象中，時常無法脫離較為負面的觀感。例如在實證研究將「gossip」譯為八卦一詞（吳毓淳, 2002），在現今華人社會中，這樣的定義可能會令人產生比較負面的聯想，也無法從中去了解閒聊的全面性；事實上，對於社會與組織的非正式溝通而言，閒聊扮演重要的角色，作為人際之間的基本溝通，具有不可取代的正面價值。又由於本研究之目的在探討組織中的閒聊現象，因此，將閒聊定義為在組織中的個人或團體之間，對於不在場的組織成員或其他的人、事、物，所進行的非正式與評價性的談話（Kurland & Pelled, 2000）。而透過非正式溝通管道，這些評價性談話的內容不全然正面，也可能是負面的，但皆是基於某些社會性動機與需求而產生。簡單來說，閒聊並非漫無目的、瑣碎不重要的，而是有其社會目的性的談話。

第二節 閒聊的動機與需求

閒聊在過去文獻中的定義相當分歧，於不同的定義之下，閒聊的動機與需求也就有所不同；由於本研究欲探討組織中的閒聊，因此將焦點放於工作時間中閒聊的動機與需求。又根據過去的文獻，社會支持是預防負面情緒、減輕疲勞過度與工作壓力以及提昇工作滿意度的重要因素（Abdel-Halim, 1982; Cummins, 1990; Drory & Shamir, 1988; Hopkins, 2002; Miller, 2003）；而且人們透過間接的閒聊來進行社會比較可避免尷尬，以較安全的方式得到學習機會（Suls, 1977; Wert & Salovey, 2004）。由此可知，在組織於工作時間的閒聊中，基於社會支持與社會比較等動機與需求，可以達到工作所需的舒緩壓力、調節情緒與學習等目的。故本節就社會支持與社會比較等兩種組織中閒聊的主要動機與需求，加以詳述探討之。

一、社會支持



關於社會支持之研究，起源於過去的學者在研究生活壓力對生理及心理健康所造成的負面影響時，發現社會支持可以舒緩生活壓力對生理及心理健康所造成的衝擊，以及增進個人的適應能力（Gottlieb, 1983，轉引自莊嬭夙，1998, p.26）；許多研究後來的亦發現，社會支持與壓力之間有顯著的關係（莊嬭夙，1998）。例如 House 及 French（1980）的研究便指出，社會支持對於減緩因壓力而產生的緊張，有很好的效果（轉引自莊嬭夙，1998, p.26）。

Miller（2003）則是進一步在探討工作中疲勞過度（burnout）的概念時，提及工作量過大、角色衝突、角色模糊以及工作場所的外部因素，皆有可能是導致疲勞過度的原因。而為解決疲勞過度，其中一個主要的方式就是社會支持。一般來說，工作壓力所造成的疲勞過度，來自於角色衝突（role conflict）與角色模糊（role ambiguity），對於員工的工作態度與行為會造成負面影響。許多學

者指出，來自同儕與上司的社會支持，是減輕角色壓力所造成的負面影響，最有效的方式之一（Abdel-Halim, 1982）。所以，在研究者想要談論工作中社會支持的概念之前，必須先對角色壓力（role stress）以及疲勞過度有所了解，以下簡單說明之：

（一）角色壓力

Kahn 等人（1964）認為角色壓力主要包含三個面向：（1）角色衝突，指的是個人無法兼顧各種角色期望所面臨的問題（轉引自莊嬭夙，1998, p.12-14；徐嘉宏，2001, p.19）。（2）角色模糊，起因於角色的不確定，不明確的工作將造成角色模糊，導致員工不知道該做什麼。（3）角色過度負荷，則是指當一個人所扮演的角色被期望過多或者標準過高，超越他（她）能力、技術與範圍所及，無法在特定時間內完成工作時，就會產生壓力（施惠文，2004；徐嘉宏，2001）。



（二）疲勞過度與社會支持

在工作中的角色衝突、角色模糊及角色過度負荷等角色壓力，是形成疲勞過度的主要因素之一，而疲勞過度通常被定義為一種情感疲勞（emotional exhaustion）、去人性化（depersonalization）以及個人成就（personal accomplishment）降低所造成的綜合症狀；當測量出來情感疲勞與去人性化的部份分數高，同時個人成就的部份分數低的時候，代表有疲勞過度的現象。此外，在疲勞過度的三個組成觀點中，情感疲勞是最核心的部份；高度的情感疲勞，來自於低度的工作滿意度與高度的工作接觸。而當員工感到情感疲勞時，也會同時導致去人性化，並伴隨著個人成就的降低（Leiter, 1988）。

一般來說，疲勞過度程度較低的員工，他（她）們在工作環境中擁有較多的非正式社會互動。這是由於非正式的社會支持，包含友誼與非工作取向的互

動，對於員工面對客戶與長官的要求，可以提供支持，也有直接的利益，例如彼此交換組織相關的建議與資訊而產生親密與歸屬感，以及協助處理壓力的問題等。不過，雖然過多工作取向的互動，包含管理、監察與行政等，常是形成疲勞過度的來源之一，但對於工作成就而言，仍是不可缺少的。

（三）社會支持的功能

要解決疲勞過度的問題，必須仰賴社會支持。簡單來說，社會支持的功能主要有三（林佳蓉，2001）：

1. 增進情緒的穩定：他人的傾聽、關心以及鼓勵，可以使個人產生正面積極與健康愉快的情緒。

2. 增加認知廣度：他人提供有效的知識、經驗以及問題解決之相關訊息，對於個人解決困難情境與消除壓力，有莫大的幫助。

3. 解決實質的困難：藉由他人所提供的人力與物力資源，可以克服工作上的危機與改善困境。

一般來說，同事之間的社會關係可視為一種社會支持的資源，對於減輕客戶的要求與自己本身工作上的緊張，都能有所幫助（Leiter, 1988）。不過，許多組織成員更仰賴來自上司的支持，相對地，來自上司的支持也的確是一個員工經歷個人或家庭問題時，得到協助的關鍵因素。許多過去的研究皆指出，來自同事與主管的支持的確可以減少員工的壓力與焦慮（anxiety）、提昇工作滿意度（job satisfaction），並預防沮喪的心情產生（Hopkins, 2002）。又以組織氣候（organizational climate）的觀點來看，來自上司的支持是影響對於組織環境的知覺建構之核心因素；相對來說，組織外部的因素對於疲勞過度雖亦有顯著的影響，但比起組織內部來自上司的社會支持，程度還是比較低（Drory & Shamir, 1988）。

(四) 社會支持的面向

解決疲勞過度其中一個主要的方式就是社會支持。而組織中的社會支持又包含情感支持、資訊支持以及物質支持等面向。這些支持可以讓另一個成員知道他（她）們被關懷，而且得到忠告或建議，以紓解疲勞過度所造成的緊張與壓力（Miller, 2003）：

1. 情感支持：可以讓另一個人知道他（她）們被愛且被照顧（Miller, 2003）。通常包含吐露心情或者商量重要大事，朋友與同事的聯繫便是以此基於情感交流而來的支持為基礎（王仕圖，2000）。類似前述社會支持的功能中，增進情緒的穩定之功能。

2. 資訊支持：包含事實與忠告的準備，可能減少工作相關的緊張性刺激，像是角色衝突與工作量，例如澄清工作描述或者為時間管理提供策略。另外，也可能提供建議以紓解疲勞過度者的緊張與壓力。類似前述社會支持的功能中，增加認知廣度之功能。

3. 物質支持：舉例來說，當一個人在面對截止日期時，其他同事可能開始努力地協助他（她）完成計畫，這就是一種物質支持（Miller, 2003）。類似前述社會支持的功能中，解決實質的困難之功能。

(五) 社會支持提供者的類型

此外，Miller（2003）又指出社會支持的提供者主要可分為三種類型：

1. 來自主管的支持：最可能以資訊與物質支持形式。舉例來說，一位主管能藉由和一位職員坐下來閒聊，澄清工作期待，以減少角色模糊（資訊支持），也可藉由告知了解員工的需要，以減少工作量（物質支持）。

2. 來自同事的支持：最可能以資訊與情感支持形式。同事（尤其是長期於組織中工作的職員）能時常提供關於如何處理組織緊張情況，具有價值的資訊。而且比起上司，由於同事之間通常聯繫強度較大、有地理上的親近性（座位較接近），聯繫上的同質性較大（地位較相似），也就是背景較相同，可以凝聚成比較強的聯繫，分享相同的興趣，有助於彼此情感維繫與相互支持。此外，組織中的同事，就像是鄰居，是組織成員每天常接觸的一群人，有需要他人幫助時，是最容易動員，也是在日常生活小事上尋求幫助時，可以最快得到回應的一群（王仕圖，2000）。

3. 來自朋友與家人的支持：最可能以情感與物質支持形式。朋友與家人提供充足的尊敬支持，以及一個可以倚靠的肩膀（Miller, 2003）。

整體而言，組織中的成員其資訊支持主要來自主管與同事，情感支持主要來自同事、朋友以及家人，而物質支持則是主要來自主管、朋友以及家人。

（六）社會支持的性別差異

除了提供者的差異，社會支持亦有性別上的差異。相較於男性員工，女性員工在面對問題時，比較願意尋求協助，尤其當她們的主管是女性的時候。這是由於女性的主管通常比較願意處理女性員工的生活，比起男性主管，女性主管給予比較多的支持與協助，讓她們感到比較舒服。而且無論是男性或女性的員工皆表示，比起男性主管，女性主管會給予較多正式的介入。不過，比起女性主管，男性主管在面對個人或家庭問題的時候，會給予比較多的理解與彈性（Hopkins, 2002）。

而在謝菊英（2002）以台灣高屏區的女性校長為例探討工作壓力與社會支持的研究中，亦指出社會支持在性別上的差異，其研究發現女性小學校長時常獲得情感性、實質性及訊息性的社會支持。這些身為小學校長的女性主管，其

社會支持來源以學校同事、學生家長與家人的社會支持為最多；相對地，來自上司及其他學校主管的社會支持為最少。

（七）社會支持的效果

最後，Mulvaney-Daya（2007）等人提及，家庭支持、友誼支持以及鄰居之間的社會凝聚等社會支持，和生理與心理的健康有關。又根據 House（1981）的社會支持效果模式，則指出社會支持可分為直接與緩衝等兩種效果：

1. 直接效果（direct effect）：個人無論是否處於壓力情境之下，感受到的社會支持程度增加，其身心健康與生活適應的情形也會更好。簡單來說，社會支持的直接效果，可以直接滿足人們的安全感、社會接觸、認可以及歸屬感等重要需求，提昇健康與幸福感。所以，社會支持對個人身心健康與生活適應有直接的正向影響，能夠使個人產生正向的情感，對於環境有可控制感與預測能力，抵銷或平衡壓力所造成的負向影響，並產生自我價值感。

2. 緩衝效果（buffering effect）：緩衝效果是在個人處於高度壓力情境之下時，社會支持所能發揮的功效；相對而言，在低度壓力情境之下的效果並不明顯。此外，在個人感覺壓力來臨時，若有人能夠適時提供其所需的資源或協助，則可提昇個人解決問題的自信心，並增加其因應的能力。因此，社會支持除了直接抵銷或平衡壓力的效果之外，有時也扮演緩衝壓力的角色，使處於高度壓力情境之下的個人，可以藉由社會支持的緩衝效果調節壓力所造成的衝擊，間接地對自己的身心健康及生活適應，產生正面效果。

同時，House（1981）的研究也證明上司與同事所給予的社會支持，能使人際之間的緊張壓力降至最低，這些支持經驗能滿足工作相關的動機與需求，進而使個人更滿足於自己以及工作本身（轉引自陳盈純，2001, p.9；楊正誠，2002, p.56）。

二、社會比較

除了尋求社會支持，閒聊也常被用來作為一種社會性的比較，可以讓個人衡量自己對待他人的態度與行為是否恰當（Suls, 1977）。當公開地比較自己與他人時，所獲得的資訊，可以讓人們減少尷尬與危險。因此，閒聊在個人自我評價上扮演著重要的角色。閒聊可以使人們更了解他（她）們所處的社會環境，對於個人也有好處（Michelson & Mouly, 2000）。

而社會比較的概念，最早是由 Festinger（1954）所提出的，他認為人們對於評估自己的意見與能力，有基本的渴望。而當社會的客觀真實無法滿足個人評估自己的需求時，人們會互相仰賴彼此來獲取資訊（轉引自 Wert & Salovey, 2004, p.123）。個人對於評估自我的態度與能力有所需求，但客觀事件有時候無法滿足所需，於是與他人進行社會比較，成為一種有用的途徑。與他人進行社會比較，除了可以了解什麼是適當合宜的行為之外，也可以學習到什麼是優良的表現，作為我們潛在的成就學習。起初，Festinger 認為個人會透過直接的詢問或觀察，來了解他（她）們有興趣進行社會比較的對象，但經過大量證據的蒐集發現，其實在大多數的時候，直接進行社會比較的方式（直接的詢問或觀察）反而是盡量被避免的（Suls, 1977）。

事實上，不論是傳言或閒聊都能夠釐清我們的認知，不過，相較之下，閒聊通常比較傾向於談論認識或熟悉的人、事、物，而且也並非如刻板印象中，總是談論惡意中傷他人的話題。既然如此，為何不直接與當事人閒聊來獲取所需的社會比較的資訊，反而寧可尋求第二手、甚至第三手的資訊呢？

這是由於閒聊可以讓參與者用間接而且不會受到傷害的方式，得到所需的社會比較的資訊。進行社會比較，對於人們評估自己的成就或能力來說，是必須的，但如果直接進行社會比較可能會引起對方的反感。透過閒聊，則可以安

全地得到我們想要的社會比較資訊，也能避免直接尋求資訊可能造成的問題。總結來說，人們會不好意思進行公開的社會比較，是因為他（她）們覺得公開地與比自己優秀的人進行比較，會傷及自尊心，但同時他（她）們又需要這方面的資訊，所以透過閒聊尋求資訊，便成爲一種間接又安全的方式。整體而言，透過閒聊，以間接的方式進行社會比較，是可以同時將自我評估以及比較功能發揮得較好的一種方式（Suls, 1977）。

之後，隨著社會比較理論不斷地發展，至今以較廣義的意涵來說，所有個人自我角色與他人互相關聯的過程，皆可稱之爲社會比較。而其目的不僅是爲了自我評估（self-evaluation），也爲追求自我表現（self-present）、自我改進（self-improvement）、自我提昇（self-enhancement）以及建立良好的社會認同（social identity）等（Wert & Salovey, 2004）。又綜合 Suls(1977)、Wert 與 Salovey (2004) 所整理的說法，爲達成這些動機與目的，人們會進行以下六種類型的社會比較：



（一）與同類的人做比較（Comparison With Similar Others）

首先，爲提昇自己的想法與能力，人們常和與自己同類的人閒聊，特別是和自己比較親密的朋友。透過同儕之間的閒聊，一個人可以學到什麼是適當的行爲，更普遍的是，可以學到什麼是不該做的事情。其次，有的時候，閒聊不僅是爲了自我評估，還是一種表現自己的方式。基於這種自我表現的目的，爲了要在他人心中留下印象，讓別人認爲自己是聰明的，也許就會有比較多充滿批評的談話內容（Wert & Salovey, 2004）。

此外，閒聊可以讓人們學習所謂的道德規範，這也是爲什麼人們閒聊的內容總是負面多於正面的，因爲透過對於負面事件的談話，可以讓人們更精準地掌握住道德規範（Skowronski & Carlston, 1987），以及進行自我評估。而且壞消

息，也總是比較能夠引起人們的注意。事實上，負面的社會資訊，的確能夠吸引人們的注意（Pratto & John, 1991，轉引自 Wert & Salovey, 2004, p.124）。

不過，在和自己親密的朋友進行社會比較時，通常是間接而非直接的，因為如果是價值觀或者信任度不同的時候，直接的比較有可能會造成彼此之間關係的破壞（Wert & Salovey, 2004）。即使是直接與和自己成就、表現差不多的人進行社會比較，仍有可能會產生問題。因為如果發現他（她）比自己做得好，可能會造成自己的困擾；但如果發現自己做得比他（她）好，那又可能會造成他（她）的困擾（Suls, 1977）。

（二）向下的社會比較（Downward Social Comparison）

過去的社會比較理論與研究皆強調，人們需要與和自己差不多與比自己優秀的人進行社會比較，以獲得確認自我評估的資訊；而且比較少與比自己的表現差或比自己成就低的人進行社會比較。不過，如果當人們感受到比自己表現差或比自己成就低的人，對自己造成威脅時，那就另當別論了，這時，人們便有可能與比自己差的人進行社會比較，當然，仍是透過間接的方式進行閒聊（Suls, 1977）。

此外，當人們把比自己差的人（例如技術較差或權力較小）拿來比較時，其實主要是因為想要讓自己感覺比較好。事實上，向下的社會比較也的確是一種自我提昇的方式。如果一個人認為自己的優勢，的確是來自於自己本身的能力與特點時，可能會因此而感到自豪；相對地，也有可能會讓人感覺到是在輕蔑（contempt / scorn）他人。而且有時候不僅是人與人之間的比較，也有規範與行為之間的比較，所以被輕蔑的人，同時也會被假定為比較低下並且是違反社會規範的（Wert & Salovey, 2004）。

(三) 向上的社會比較 (Upward Social Comparison)

當人們想要自我改進時，他（她）們會把比自己佔優勢的人拿來作比較。不過，人們通常會選擇閒聊不在場的他人，而非直接面對面進行比較。又由於想要學習成功的經驗，所以通常是比較正面的內容，但也會有產生負面內容的幾種可能性：(1) 想要隱藏自己的目的（向成功的他人學習）；(2) 認為他人的成功是不公平的結果，會產生憤怒的情緒；(3) 認為自己與較具優勢的人之間所存在的不公平，是合理的情況，而且對方得到自己想要的東西時，會有羨慕的感覺；(4) 認為對方搶走了自己想要的東西時，便會產生嫉妒的心態。然而，不論是羨慕或嫉妒，其實都是把對方當成競爭對手的一種感覺，只要願意透過閒聊去比較，就有向競爭對手學習的機會（Wert & Salovey, 2004）。

(四) 內團體與外團體的比較 (In-Group and Out-Group Comparisons)

人們進行社會比較，有時的目的是在於建立社會認同。根據社會認同理論，個人與團體內的其他成員進行討論，可以讓他（她）們自己感覺比較好，而且也可以降低本身價值觀的不確定性（Hogg, 2000，轉引自 Wert & Salovey, 2004, p.128）。

基於友誼、職業、政治、種族或性別等標準，人們會區別內團體與外團體，劃分出我群與他群的對立。而且透過團體內不斷地閒聊，可以讓內團體的感情變得更好，彼此之間關係更為親密；因此，閒聊可以讓團體變得更和諧、更一致。這是由於透過參與討論，成員可以更了解團體中的規範，尤其是工作場域中的團體，更必須遵守許多無法規避的規範（Wert & Salovey, 2004）。不過，相對地，也可能會造成團體極化（group polarization）的現象。也就是在團體中，可能會共同產生一種主流的、獨特的、偏向某一個面向的觀點；經由一個又一個故事的分享，變成一種不容挑戰的權威意識型態（Bergmann, 1993，轉引自

Wert & Salovey, 2004)，在情感上容易產生極化的表現。而且即使這樣的意識型態是負面的，還是會一直被延續下去（Wert & Salovey, 2004）。

（五）建構的社會比較（Constructed Social Comparison）

有時候，社會比較的談論對象是想像出來的人物或社會實體（Goethals, 1986，轉引自 Suls, 1977）。例如社群成員在談論有關領導者的話題時，他（她）們可能會提出一些抽象條件來表達自己的期望，並且決定那一種形象才是他（她）們最想要的。例如在內團體與外團體的比較中，藉由想像出來的人物與事件，可以讓我們更了解團體中的規範與價值。

又如在與同類的人做比較時，可以舉一個酗酒少年的故事，來教導其他青少年了解到這是一種危險的行為，其實是一種在真實的觀點與可能發生的事件上，所建構的虛擬案例（Wert & Salovey, 2004）。

（六）情感的比較（Emotional Comparison）

社會比較理論源自於 Festinger，後來他的學生 Schachter 進一步發展，提出延伸的社會比較理論概念，其包含了情感的面向。當環境對人們造成威脅，通常是感到焦慮或不確定時，人們會比較仰賴情感上的比較。因為在閒聊時，透過討論的過程，情感上的緊張可以得到紓解。所以，當一個人感到焦慮或不確定的時候，他（她）會引導別人多說一點關於他人經驗的話題。這是由於他（她）們關心與自己有類似經驗的他人，希望能夠從討論他人的情形，得到一些有用的資訊。由此可知，人們在閒聊時，在情感的比較上有時也伴隨著認知的功能（Wert & Salovey, 2004）。

第三節 閒聊的功能

閒聊可以代替直接的經驗，讓人們能間接從他人成功的甚至是不幸經驗當中，學習複雜的社會與文化生活。雖然，個人直接親身體驗的經驗是很重要的，但有時太過於痛苦或者太浪費時間；而直接的觀察他人，也能擴展人們的學習，但我們無法每件事情都親眼目睹。所以，研究者應該了解閒聊的重要性，不僅是漫無目的，或者幸災樂禍的行為，而是有其重要的價值與功能（Baumeister, Zhang & Vohs, 2004）。

而組織是一種重要的社會型態，因此許多傳播與管理學者投注心力於探索閒聊對於組織中結構、運作或人際互動的影響。在過去的研究中，學者們指出閒聊具有資訊、娛樂及影響力等功能，閒聊提供人性化的官僚組織結構中的生存機制，紓解與緩和員工的過大壓力，是可以讓參與者感到愉悅與滿足的行為。同時，情境與個人因素將對這些功能造成影響（Foster, 2004）。在 Waddington（2005）探討護士與健康照顧組織中閒聊的特點與功能之研究中，其結果亦證明閒聊在焦慮及壓力的表達與管理上，的確扮演著重要的角色，參與者對於閒聊的正面評價是認為在閒聊之後感覺有變好，整體而言，閒聊的結果通常是令人感到愉快的。而 Hafen（2004）的研究，更發現閒聊是資訊尋求與傳播，以及對組織規範進行反制與影響的重要方式。由此可知，雖然閒聊表面上看起來是隨意、漫無目的，瑣碎不重要的，但實際上卻是具有某些特定功能的傳播（Foster, 2004）。

現今的研究已經發現，閒聊是相當複雜的活動，光是功能就可能有資訊、娛樂及影響力等不同的類型（Michelson & Mouly, 2000）。事實上，早在 1997 年，Orson 就已整合對於閒聊的社會功能的觀察，歸納出資訊、娛樂及影響力等功能，他提及雖然這些歸納出的功能並不一定適用於所有的社會情境，但面對許多自然情境，仍可充分解釋。此外，他強調往往在同樣一段閒聊的談話中，

就能同時發揮各種不同的功能（Orson, 1977）。

其實，在社會科學各領域中的學者，都有許多人試圖尋找富爭議性與負面形象的閒聊行爲，爲何能在人類生存世界中歷久不衰的原因，結果發現閒聊實質上在人類社會中扮演重要角色，具有諸多功能。其中，Foster（2004）回顧過去 50 年間人類學、社會學以及社會心理學的相關研究後，歸納出閒聊的主要社會功能有資訊、娛樂、親密友誼及影響力等四種，分述如下：

一、資訊功能

資訊功能，指的是閒聊作爲一種資訊交換的機制，有時是收集與傳播資訊最有效率，甚至是唯一的方法，尤其在高流動性、疏離的社會網絡中，藉由閒聊，個人可以獲得所處社會環境中的完整圖像。儘管可藉由與他人直接溝通獲取所需的社會資訊，但針對特定資訊的尋求被視爲不恰當時，閒聊反而是間接取得知識更好的方法（Suls, 1977）。Rosnow 及 Fine（1976）則指出由傳統的社會交換觀點來看，閒聊也是一種交易形式，交易價值爲內容的即時性、有效性，以及更重要的是稀有性，閒聊的交易性本質是與經濟性交換的傳統平行共存的（轉引自 Foster, 2004, p.84）。除此之外，Michelson 及 Mouly（2000）也具體指出一些組織研究者，將閒聊定義成在社會情境下非正式溝通交換資訊的過程。

以資訊交換爲目的的閒聊，對於參與者所處的社會環境，提供給他（她）們一個認知地圖。當正式管道的溝通承載過多時，閒聊可以發展成另一種消息來源管道，也就是一種非正式溝通管道（網絡），在團體中，這樣的資訊流通，可以滿足人們進行社會比較的需求（Orson, 1977）。

在 Crampton、Hodge 及 Mishra（1998）針對主管所作的研究中發現，有高逵 92% 的低層主管察覺非正式溝通網絡在組織中是不活躍的，但僅有 70% 的高

層主管與 81%的中層主管知覺非正式溝通網絡的存在。低層主管對於溝通網絡的高度重視，是由於他（她）們與員工接觸的機會較多，也因此對於溝通網絡活動比較有知覺。

當正式溝通不明確而且模糊時，非正式溝通便顯得相當重要，大多數的主管認為當組織的不確定性高，員工處於壓力之下時，非正式溝通會因此而增加。主管們甚至認為員工會比較相信來自於非正式溝通的資訊，而非主管所告訴他（她）們的消息，這是因為正式溝通缺乏明確性，員工對於這樣的溝通會產生比較多的懷疑。而且有 68%的主管都同意非正式溝通網絡的資訊，代表著員工的害怕與焦慮，當環境充滿威脅或不確定性時，員工會增加資訊的尋求（Crampton, Hodge & Mishra, 1998）。

至於閒聊中的資訊分享，特別是有關個人生計的決定，例如被雇用、被開除以及升遷等（Hafen, 2004），是大家最想要了解的。而針對組織中的閒聊，Kurland 及 Pelled（2000）提出的一個完整的傳播概念模式，歸納出閒聊對四種人際影響力的作用，其中，工作相關性為一重要的調節變項，當工作相關性高的時候，閒聊者對於訊息接收者的專業影響力會更增強；即使是負面內容的閒聊，若能讓訊息接收者知道在工作中那些話不能說、那些事情不能做，其亦樂意接受。這是因為工作相關性高的訊息，可以調整自己的工作方式或者修正錯誤，也能求更好的表現。

所以，不論是暫求工作保障，或者是積極力求表現，組織中的成員皆渴望尋求這方面的知識。歸納來說，組織中的成員會特別主動去資訊尋求（information seeking），通常是在對自己的表現或期待不確定、希望可以有好的人表現、想知道別人對自己的評價以及欲修正錯誤以求更好的表現時（Morrison, 2002）。簡單來說，閒聊為學習組織文化中的規範，提供了機會。例如對於一個組織中的新成員來說，閒聊可以成為他（她）學習組織中規範的

核心資源，像是什麼樣的話題不該在老闆面前提起，或者是他人對於他（她）的角色有何期待等（Kelly, 1985，轉引自 Baumeister, Zhang & Vohs, 2004, p.115）。

Baumeister 等人（2004）更提及，因為聽者會認為說者擁有特殊的資訊或能夠掌握社會規範與準則，因此或許可以仰賴閒聊來提昇社會地位（轉引自 Foster, 2004, p.84）。通常在組織的閒聊中佔有優勢的，是具有地位魅力（positional charisma）的人，而這樣的魅力是由於承襲他（她）們實際的工作職位而來的。擔任某些職位的人，例如醫生對護士、政治家對追隨者、律師對自己的秘書，在閒聊上保有較高的自尊。又如教導（mentoring），通常就是在組織中較具優勢的人對於地位較低的人，所進行的一種非正式溝通方式；簡單來說，就是指由在組織中年紀比較大的或比較有經驗的一方，作為一個如父親般的角色，來教導比較沒有經驗的那一方。這種支持行為對於一個組織成員是否能夠成功以及提昇地位，佔有相當重要的部份。而除了教導之外，還有其他的非正式溝通形式，如給予忠告與分享秘密等，這些方式則是大多存在於同事之間的互動中（Hill, Bahniuk, Dobos & Rouner, 1989）。

此外，長期的不確定性（uncertainly）嚴重時，會造成人情緒上的崩潰，幸好，閒聊的資訊功能可以使人降低不確定性（Morrison, 2002）。藉由資訊尋求，個人的閒聊可以轉變成為一種組織的資訊；對於同事來說，轉變成資訊可以互相幫助；對於管理者來說，則可以當作一個管理的工具（Hafen, 2004）：

（1）上司對於部屬，透過閒聊進行資訊尋求，可以進一步了解部屬的個性、工作態度、能力與未來動向，以利必要的徵候管理。（2）同事間，得到間接或直接有利的資訊，以互相幫助。（3）部屬對於上司，了解主管對自身工作的看法，以進行必要之修正。（4）正式的跨部門協商途徑，選擇透過私下場合進行問題協商與訊息交換，是採行面子支持（face supporting）與雙贏（problem solving / integrative）的溝通協商策略，以達成雙方的目標。由此可知，不論是上司對於部屬、同事間或部屬對於上司，都可藉由資訊分享來降低不確定性。至於談到

不確定性，亦必須了解不確定性規避（uncertainty avoidance）的概念，此即人們在不確定的環境中感覺到受威脅的程度。而針對不確定性規避，國內外已有相關研究指出台灣社會是一個高度不確定性規避的國家²。

又根據 Hofstede（1980, 1981, 1983）之分析，在華人社會的企業組織中，普遍具有高度權力距離的組織文化（轉引自吳志男，2003, p.17）。而所謂權力距離，指的是一個權力在特定文化成員之中被分配。在一個高度權力距離的文化中，成員的地位是不平等的，而且挑戰上司的權威是被視為不適當的，也因此華人的組織中，職員很少質疑上司所指派的任務（Li, 2004）。在高度權力距離的華人組織中，上下司的溝通通常是使用間接而非直接的方式，部屬在資訊尋求時往往寧可透過同事來得到關於上司的第二手消息，很少直接詢問上司（Sully de Luge & Sommers, 2000）；故其所得到的社會比較與社會支持，也是透過間接的閒聊而來。因此，在高度權力距離的影響下，組織成員與上下司以及同事間，閒聊內容或頻率會有所不同。

二、娛樂功能

娛樂功能，是指閒聊可以用來消磨時光。關於此功能，許多過去的相關研究有類似的發現或主張：參與閒聊是純粹的樂趣（Spacks, 1982）、明顯的樂事（Stirling, 1956）、帶來即時性的趣味（Rosnow, 1977）、情緒上的滿足（Gelles, 1989; Spacks, 1982）以及主要的娛樂來源（Gilmore, 1978），在特定工作環境中，可舒緩單調與無趣（Roy, 1958），甚至就是這樣的娛樂本質，支持製造閒聊話題的大眾媒體得以續存壯大（轉引自 Foster, 2004, p.85）。

² Hofstede（1980, 1981, 1983）提出國家文化的四個向度，並用以比較各國。仔細分析其研究結果，東亞地區為強烈集體主義（collectivism）、高度權力距離（power distance）、高不確定性規避與男性化（masculinity），但台灣在不確定性規避向度上的指標分數，卻是與香港及新加坡相去甚遠，反而與日本甚至泰國更為相近，皆為高得分國家（轉引自吳志男，2003, p.17）。

例如在 Tracy、Myers 及 Scott (2006) 探討關於幽默議題的研究中，其研究結果發現，監獄輔導員、911 接線生以及消防員等人民服務工作者，處於高度不確定性與不安的工作環境之下，閒聊中的幽默 (humor) 是他 (她) 們工作中不可缺少的。消防員的工作充滿了危險；而 911 接線生不僅要面對真實的緊急狀況，掌握天氣與方向的預告，還要應付惡作劇的人；監獄輔導員則必須面對與處理犯罪者身心不平衡的宣洩。對這三種職業的人來說，閒聊中的幽默是協助他 (她) 們面對威脅性任務、情況以及對象的最佳工具。

由此可知，除了資訊的分享與交換之外，閒聊本身還具有娛樂的價值 (Michelson & Mouly, 2000)。尤其是當組織成員彼此為親密的朋友時，通常可以在閒聊的過程中得到許多樂趣。而且如果在談話的內容中，有許多複雜交織的流言蜚語時，就代表這些組織成員對於組織有一定程度的了解，並且可以遵守團體中的不成文規定 (Dunbar, 2004)。此外，閒聊的娛樂價值，來自於實質上行動的交換。不論我們是在排隊買樂透，或等待下一場籃球比賽的時候，都可以這些利用短暫的時間進行資訊的交換；這樣的交換，可以為我們千篇一律的生活帶來新的刺激，而且幾乎無須花費任何成本 (Foster, 2004)。

以娛樂為目的的閒聊，主要是一種相互滿足及娛樂的關係，而非一方以道德勸說另一方，或者任何探究或確認新知的談話。以娛樂與交換的關係來看，閒聊只是單純為了樂趣，而非惡意的批評或評論 (Orson, 1977)。

而閒聊通常流通於組織成員中的朋友或者特殊的團體關係之間，如此一來，閒聊便可以增強參與者的社會架構 (social bone)。不可否認的，閒聊具有帶來趣味與調劑生活的功能，但閒聊絕不僅是純娛樂性質的閒話，而是具有社會目的性的談話 (Foster, 2004)。除此之外，閒聊也是個人友誼與社會團體的非正式溝通管道 (Michelson & Mouly, 2000)。所以，除了娛樂功能之外，親密友誼功能更是閒聊的重要功能之一。

三、親密友誼功能

閒聊的親密友誼功能，對於參與閒聊的雙方，以及透過閒聊共享規範的團體而言，用以建立足以區分圈內與圈外的邊界。閒聊中主動提供資訊的一方，事實上同時展現了對聽者的信任（Hannerz, 1976），說者對於交談雙方關係的確定感，使他（她）們放心地向聽者揭露資訊，同時也使彼此的關係更為牢固（Derlega & Chaikin, 1977）。閒聊發生於朋友之間的可能性高於熟人或陌生人間，因為彼此共享的意義與關係歷史，是理解閒聊中微妙差異的關鍵（Abrahams, 1970; Noon & Delbridge, 1993）。團體層次中，圈外人完全無法明白閒聊的內容，有時閒聊是圈內人刻意排除圈外人的手段（Dunbar, 2004; Eckert, 1990; Loudon, 1961; Noon & Delbridge, 1993，轉引自 Foster, 2004, p.85）。Hannerz（1967）便曾提及閒聊是一種劃分社會界線的機制，透過閒聊，團體內的人可以區分出他（她）們自己與團體外的人之不同（轉引自 Suls, 1977, p.164）。

閒聊的親密友誼功能，可從「gossip」的原意來探究：在前述文獻便提及「gossip」為「god」與「sibs」的複合字。其中「sibs」一字，意為有血親關係的（akin / related），等同於今詞「親屬」（sibling）之意。流傳至十四世紀，當時的生產活動由具有經驗的婦女來負責，在女性生產時習慣招來親朋好友，一同見證孩子的出生與喜悅，故延伸為親密友人之意（吳毓淳，2002）。由此可知，閒聊的原意便是一種親密、拉近彼此距離的方式。

一般來說，如果彼此之間的關係有距離的話，就會顯得比較冷漠，但若能夠有相同或類似之處，便可能發展成一個較熟悉的關係。簡單來說，當 A 與 B 的互動也能夠同時互利的時候，就會發展成一種均衡的關係。而且如果 A 與 B 的關係能維持在一種互利的情況之下，無論地位是否平等，未來還是有可能發展成一種結構關係（Orson, 1977）。而在關於情感表達的閒聊上，通常有幾種形式，包含：（1）以一些簡單的字詞來表示，例如高興、舒緩、放鬆、壓迫、憤

怒與困窘等。(2) 對於他人的關心，這個部份又可以再細分為 (a) 對於談話的對象表達關心，例如關心對方的健康或近況；(b) 對於不在場的第三人表達關注；而且談論不在場的第三人的頻率，往往比關心談話對象的頻率多很多 (Waddington, 2005)。

在組織中，閒聊是一種複雜而且頻繁的機制。根據 Waddington (2005) 探討護士與健康照顧組織中的閒聊特點與功能，發現閒聊被視為一種情感溝通的表達。閒聊廣泛地存在於組織之中，維持或增進說者與聽者之間的關係，並且還可與談論的目標對象學習。而在傳統的經驗上，正面的情感比負面的情感反應，可以讓人們得到更親密的關係 (Baumeister, Zhang & Vohs, 2004)。此外，擁有正面情感的員工，也會擁有比較正面的工作態度，例如工作積極主動、對於工作職責少怨言等；相對於擁有負面情感的員工比較不主動積極、抱怨多的工作態度，擁有正面情感的員工比較願意對組織、主管以及同事進行無條件的付出 (蔡孟真, 2003)。

此外，Miller (2003) 在探討工作中疲勞過度的概念時，提及工作量過大、角色衝突、角色不明確以及工作場所外部因素，皆有可能是導致疲勞過度的原因。而解決疲勞過度的其中一個主要方式是社會支持，包含情感支持、資訊支持及物質支持。這些支持可以讓另一個成員知道他（她）們被關懷，而且可以得到忠告或建議，以紓解疲勞過度所造成的緊張與壓力。而在組織中，管理者（上司）通常給予的是資訊與物質支持，同事則最常給予資訊與情感支持；給予這些社會支持的管道，往往是透過閒聊這種非正式的溝通方式。

綜合上述所言，閒聊是爲了讓工作更有趣，舒緩情緒或氣氛，使得工作壓力可以減輕的必要機制，不論是娛樂與親密友誼功能皆是如此。不過，親密友誼功能比起娛樂功能，更常發生於較親密的關係中，所以，比娛樂功能多了以親密程度來劃分內團體與外團體的作用。又根據前述 Miller (2003) 所提及的

關於社會支持之概念中，指出同事通常比起上司能夠給予較多的情感支持，所以，爲了得到情感支持，組織成員積極建立工作場合中的同事情誼；由此可知，如果在工作中與同事的閒聊最爲普遍、比重也最高，也是由於此爲建立彼此友誼關係最具體的方式。

尤其，當組織成員身處工作中不公平待遇（mistreatment）時，閒聊的親密友誼功能往往是關乎組織成員是否願意繼續工作的重要機制。在消極的層面上，透過閒聊可以尋求情感慰藉、舒緩或減輕工作中的負面情緒；在積極的層面上，發揮閒聊的影響力功能，甚至可以透過閒聊形成輿論力量以進行集體反制（Hafen, 2004），例如：若有不適任的主管，可以透過閒聊形成輿論使其改進甚至罷免其職位，以下便就閒聊的影響力功能加以探討。

四、影響力功能



（一）影響力功能與組織文化

影響力功能，是指將閒聊視爲一種有效率的社會機制，可包圍、驅逐任性或反常的人物，目的在改革或指責違反規則的人（Cox, 1970）。或可視閒聊爲一種非正式的監察制度，用以控制佔便宜與詐欺的偏差行爲（Dunbar, 2004; Enquist & Leimar, 1993，轉引自 Foster, 2004, p.86）。而在組織中，同事間藉由閒聊可得知他人對自身的績效期待；同時，閒聊無須特殊的溝通或表達技巧，成爲文化複製傳承最普遍的形式，因此，組織文化通常化爲閒聊形式的故事，於組織中傳佈（Kurland & Pelled, 2000; Noon & Delbridge, 1993，轉引自 Foster, 2004, p.86）。

由此可知，閒聊不僅是單純的訊息傳遞。首先，一般人對於閒聊的評價，通常是負面的。其次，大多數閒聊中個人訊息的交換，是透過對話在分享知識、歷史與文化規範，在參與、聆聽閒聊的過程中，人們得知如何修正自己的行爲。

閒聊所提供的壓制性力量、對他者印象管理的干預、傳播的行為規範內涵以及限制自由動機等作用，實質上是人們社會學習最主要的形式。透過不斷地揭露與重複規範，團體中產生信任與親密，使人們受到保護而不會感到孤獨，相對地，也將不遵守規範的人排除在外（Foster, 2004）。

簡單來說，以影響力為目的的閒聊，可以說是一種自我保護的功能，例如透過閒聊向他人報復，或者 A 透過閒聊交換關於 C 的資訊，給予 B 一些有利的忠告等。組織或團體內部的人，擁有一種特權對於違反規範的人加以抵制，尤其是擁有金錢與權力的管理者，可以藉由閒聊來維護自己的利益。在組織或團體中，閒聊會傳遞無形的規範，對於圈外人來說難以解讀，這是一種為自我保護而產生的排他性。例如比較資淺的員工，就必須透過閒聊來獲取資訊，以了解組織的規範，並提昇自己的地位（Orson, 1977）。

然而，透過閒聊，也會不斷地複製道德規範，使我們日常生活的行為，受到一種無形框架所約束（Orson, 1977）。團體中的規範，經由閒聊，不斷地被維持與驗證，也會對那些可能會違反規範的人，給予警告的作用（Suls, 1977）。所以，藉由閒聊不但可以傳遞與學習文化，亦成爲一種社會控制的形式，可以控制團體中的個人，避免其違背規範或有不適當行為的產生（Baumeister, Zhang & Vohs, 2004）。

不過，欲探討閒聊的影響力功能，必須先了解何謂組織文化。組織文化一詞的起源已不可考，而且在定義上至今仍未有標準答案，但關於組織文化的定義，有許多學者曾經提及，例如：Sathe（1985）認爲組織文化是人們本身所有、已經內化的信念與價值觀。Schermerhorn 等人（1997）提及組織文化是於組織內發展的共享行動、價值觀及信念的系統，爲成員行為的指標。吳志男（2003）則提出組織文化是組織爲求生存，所自然應運而生的一套知覺、思維及運行的基本方式。而組織文化的功能可以用來形塑成員的共同價值、規範、信念或期

待 (Schein, 1990)，提供成員相似的知覺與認知模式，進而使其產生同質性的思想與行動。Smircich (1983) 認為組織文化是一種社會凝聚 (social glue)，強調組織文化之規範統合功能，是組織共享價值的系統，以確認規範、重要事項、行為與態度及其指導原則，藉由非正式化或社會影響歷程，引領組織成員表現出組織所期待的態度與行為 (轉引自吳志男，2003, p.4-7)。O'Reilly 及 Chatman (1986) 更具體地將組織文化定義為共享的價值與規範系統，為組織成員界定合宜的態度與行為。也就是說，組織文化指的是一種組織特有的特質，這些特質包含心理上與結構上的元素，而這些元素會影響員工的知覺與行為 (胡聖慧，2002)。簡單來說，組織文化將影響其成員決定什麼是重要的，以及影響他 (她) 們如何感覺與行動。

綜合上述所言，組織文化可視為是一種價值觀與信念，透過非正式的歷程，形成對於組織成員的規範力量，而且這樣的規範是無形的，組織成員本身已經內化的共同價值。藉由共享的價值，組織文化可作為一種非正式、不成文的控制系統，而透過閒聊，也能夠無時無刻地傳佈與複製無形的組織文化，不論是關於組織中正式或是非正式的規範，皆使得組織成員因害怕受到懲罰或被視為異類，自然而然地產生自我約束的力量，此亦即閒聊的影響力功能。

然而，根據閒聊的影響力功能，透過閒聊可以使員工了解並且遵從組織文化，若從這個角度來看，閒聊是有利於組織文化的。但水能載舟，亦能覆舟；如果閒聊太多影響工作效率，或者透過閒聊散佈不真實的謠言或者嚴重到可能傷害公司形象時，這樣的閒聊便不利於組織文化。所以，一些企業為了避免這樣的情形發生，即使閒聊可能有利於管理者轉變成資訊，以使員工認同並致力於組織 (Hafen, 2004)，其組織文化仍會不鼓勵甚至有禁止閒聊的舉動。

如前述提及的 Kurland 及 Pelled (2000) 針對組織中的閒聊所提出的一個完整傳播概念模式，歸納出閒聊對四種人際影響力的作用，而組織文化為其中

一個重要的調節變項，可見組織文化對於閒聊的影響，不容忽視。由此可知，當組織文化認為閒聊是一種不好的、瑣碎的、浪費時間或影響工作效率的行為，因而不鼓勵或禁止閒聊時，可能會使得組織成員認為閒聊是一種違反組織規範的行為，因此自然產生了自我約束的力量，變得比較不願意去閒聊。

（二）透過閒聊所形成的反制力量

組織文化對於閒聊可能產生約束，但相反地，閒聊也有可能形成一種集體反制的力量。由於組織氣候與缺乏對於正式溝通管道的信任之影響，所以主管們通常認為像閒聊這種非正式的溝通管道與網絡，內容大多都是負面的，而且充滿著對於其他員工或組織政策的不信任。也因為環境與組織文化對於非正式溝通網絡的影響，員工會比較傾向於相信來自非正式溝通管道的資訊，而非相信來自與主管的正式溝通中所獲得的訊息，如此一來，像閒聊這樣的非正式溝通也因此有更多的機會蔓生。

又由於組織成員長期對於組織環境以及正式溝通管道的不信任，像閒聊這樣的非正式溝通可能會形成員工怨恨的管道，對於主管表達不滿，甚至造成員工反抗主管決定的情形（Crampton, Hodge & Mishra, 1998）。例如閒聊可以被組織中的成員用來懷疑角色價值，可能是有意或無意地去挑戰職業的道德價值。每一種職業都有專業性的工作，它不是工作者本身，但當某個人處於那個職位的時候，就可能以某種方式對於道德價值進行挑戰，包含挑戰職業的自治、名聲、權力或收入。工作者利用閒聊來抵抗他（她）們潛在對手的道德價值，這不僅是防禦的功能，也可以用來主動出擊，抵抗擁有特權的人，例如面對那些欺壓藍領階級的主管。無論是防禦或是主動出擊，閒聊的目的是讓某個職位的人，可以挑戰職業的價值。簡單來說，閒聊可以用來懷疑、挑戰或者維護職業的道德價值（Rysman, 1976）。

(三) 閒聊可能的負面影響

除了傳遞與複製組織文化，形成對於閒聊的約束，或者是作為一種挑戰的反制力量等正面的影響力功能，組織中的閒聊，也有些許可能的負面影響。例如具有諷刺或嘲笑意味的幽默，有時會造成人與人之間關係的破壞 (Tracy, Myers & Scott, 2006)。除此之外，當組織成員主要是藉由組織中的傳言去傳遞與接收資訊時，雖然，這些傳言在一些組織中也許是真實而且有價值的資訊；可是，當組織系統發展開始機能失調的時候，傳言時常會有負面的效果 (Baker & Jones, 1996)，例如因為誤會與謠言的產生，而造成組織中團體與個人之間關係的破壞。

另外，閒聊也可能流於需求導向的行為 (need-based behavior)，此與所謂目標導向的行為 (goal-based behavior) 是相對立的概念，也就是沒有將他(她)們工作與溝通的焦點，放在他(她)們組織工作的策略性目標與計畫上；反而是將焦點放在滿足個人情感需求上。換句話說，當閒聊流於一種需求導向的行為時，人們會比較關注於自己的個人需求，而非致力於達成組織所設定的目標。例如管理者為了保有控制的地位，必須致力於閒聊，像是常與自己的部屬閒聊關於其他部屬或客戶的事情；甚至也會在某個部屬面前，毀謗其他的部屬，對新來的職員尤其如此 (Baker & Jones, 1996)。

整體而言，基於對於組織環境以及正式溝通的不信任，閒聊有可能會形成一種組織成員所仰賴的非正式溝通，甚至凝聚為一種正向的反制力量。但相對地，也有可能造成人際關係之間的破壞，導致分裂的情形產生。

第四節 閒聊的性別議題

不論單就閒聊本身字義的探究，長久以來閒聊在公私領域上的性別區分，或者男性與女性在給予社會支持表現上的差異等，各種關於閒聊的性別議題，

皆顯示，閒聊在性別上的差異是一個不能也不該被忽略的部份。不過，雖然閒聊在性別上可以探討的範圍十分廣泛，但針對本研究所欲探討的目標，為新聞從業人員工作中的閒聊現象，研究者選擇從閒聊的性別刻板印象，以及閒聊頻率、風格（tone）、目標對象與主題等面向在性別上有何異同之處著手，加以探討之。

一、閒聊的性別刻板印象

閒聊，常被當作是一種不必要、不正當以及瑣碎的個人事務，與女性及私領域緊密的連結，形成與謠言的公共性以及與男性屬性之間的斷然區分（Michelson & Mouly, 2000）。

其實，閒聊本是一種不排斥男女，兩性皆可參與的行為，只是在工業革命之後，社會分工產生了變化，家庭漸漸不再是工作的場域。當男性出外工作，賦閒在家的女性一邊做著家事或手工，一邊「嚼舌根」，而這樣嚼舌根的行為便是一種閒聊，是一種輕鬆又無拘無束地說著那些關於人們與意外事件的談話（吳毓淳，2002）。此時，閒聊才漸漸開始專屬於女性，也形成了閒聊在性別上的偏見。尤其是年長女性之間的閒聊，特別容易被認為是一種充滿憤怒與怨恨的談話。整體而言，閒聊一詞的負面刻板印象，似乎是用來對抗女性的。例如兩位男性與兩位女性各自有許多的談話，兩位女性之間的談話很容易就會被視為是一種閒聊，而兩位男性之間的談話則不會（Rysman, 1977）。

以實際的案例來說，在 Rysman（1977）的研究中提及，對於女性閒聊的刻板印象與控制，在墨西哥裔美國人的身上尤其明顯。過去，研究者曾對於美國德州的一個小鎮進行觀察，發現當地的女性被社會孤立，兩年之間，僅有兩個女性鄰居之間有儀式性拜訪的個案。例如一個在小鎮裡，沒有朋友與家人的寡婦，是不被允許去拜訪任何人的。這樣的控制，與對於女性閒聊的負面刻板印

象作連結，可以看出限制女性的閒聊，企圖破壞女性團體之間的團結，而墨西哥裔美國人種的女性，實質上反映了這個普遍存在的問題。

女性聚在一起似乎被認為將對男性造成困擾，所以墨西哥裔美國女性不被允許和沒有關係的女性閒聊，甚至當男性在家中的時候，也不能和家中其他的女性閒聊。而這一切，都是因為男性對於閒聊機制的社會發展，具有支配地位的緣故 (Rysman, 1977)。事實上，在一般性別角色與常識的迷思之下，也確實讓人以為女性比男性喜歡參與閒聊，並且會連綿不絕地閒話家常。除了比較愛閒聊的刻板印象，女性之間的閒聊更常被視為是有敵意，一種漫無目的的聊天、搬弄是非 (tattle)、空談 (prattle) 或隨便說說 (run about)。相對而言，如果是男性之間的閒聊，通常會被認為是比較愉悅與正面的，例如討論公事的談話，或者在輕鬆愉快的氣氛下與人聊天。簡單來說，如果一個女人多話通常會被視為是一個愛說閒話的女人，但一個男人如果多話則不會 (Michelson & Mouly, 2000)。甚至於當一個男人如果太多話時，通常會被戲稱是一個「老女人」 (Rysman, 1977)，這樣的說法可以看出其中暗指女人本來就比男人多話，如此的陳述，亦進一步清楚地指出男人輕蔑與嘲笑閒聊，因為它被假設為一種女人才有的行為模式。

此外，不僅同樣在公共場域中閒聊，對於男性與女性參與者，一般人會有不同的標準。在組織中，由於性別的刻板印象，女性管理者也常被認為會做出使組織造成混亂的決定。例如女性主管可能比較會根據負面的閒聊，而非如男性會按照實際經驗來判斷。而且一個女性管理者常會被男性或女性的部屬在私底下給予犀利的批評，原因往往只是因為她的性別而非能力。但事實上，或許女性為了建立彼此的團結與社會相似性，的確比男性熱衷於閒聊，但這並不表示女性的閒聊與男性有何不同。亦有一些其他的看法認為，男性與女性在一般談話中閒聊的頻率，並沒有顯著的差異 (Michelson & Mouly, 2000)。

二、閒聊的性別差異

根據上述文獻的說明，或許在閒聊的頻率上，男性與女性沒有太大的不同，不過，在許多研究中卻發現，兩性於閒聊的話題上，的確有所差異。

早在 1922 年，Moore 就觀察到男性與女性的談話主題有所差異，女性比較喜歡談論與自己不同性別的人、衣服、建築以及室內裝飾等，而男性則大多談論關於金錢、職業以及娛樂方面的話題。根據跨年代比較相關研究之結果，在 1920 年代的研究中發現，男性談論關於金錢與工作的主題，佔了談話中很大的比例（平均佔 84%）；在 1930 年代的研究中，則發現男性談話的主題開始變得比較多元；而到了 1948 年之後的研究結果，已顯示男性與女性在談論金錢與工作上的比例變得很接近（平均佔 48%）。此外，無論對於男性或女性來說，談論休閒的主題則是越來越受歡迎，其中，男性與女性的差異則是在於男性談論比較多關於運動的話題（Bischoping, 1993）。

另外，在 Levin 及 Arluke（1985）關於閒聊的實證研究中，以 196 名美國東北部的大學生為樣本，分析 194 個閒聊的案例，則發現兩性在閒聊上，有其相似與差異之處。在他（她）們的研究中主要的發現，是兩性在閒聊的風格、目標對象及主題上的異同之處：

（一）在風格上大致相似

過去普遍將女性等同於閒聊者，在認定時便帶有貶抑的意味，認為女性的閒聊大多是輕蔑甚至中傷他人的。但事實上女性與男性的閒聊風格並沒有太大的不同，在正面與負面的談話比例上，正面與負面的部份大約都各佔其談話的 27% 與 25%，並沒有顯著差異。而負面的部份通常是關於粗俗的個人習慣、老師的動作與評語等；正面的部份則像是某個足球員在球場上有好的表現、某人總是看起來很友善等話題。

（二）在目標對象上有所差異

有 56% 的女性喜歡談論自己的朋友與家庭成員之間的關係，但僅有 25% 的男性是如此。此外，有 46% 的男性喜歡談論名人（例如運動員）或校園內熟悉的人，但僅有 16% 的女性是如此。而在閒聊的目標對象上有所差異，是因為女性比較傾向於選擇談論自己社會網絡中的成員，例如母親、姊妹、最好的朋友等；而男性比較害怕親密，習慣建立心理上的距離，所以討論的目標對象通常是陌生人或名人。

（三）主題上的異同

有 19% 的女性喜歡談論與課業相關的主題，例如對於老師的評估、同學考試與作業的表現、其他學生的成績以及作弊等；但僅有 7% 的男性是如此。另外，有 12% 的男性會談論關於運動員表現的主題，但沒有女性是如此。不過，相同的是，無論男性與女性都有 16% 會談論關於約會與性，以及 12% 會談論他（她）們所認識的人之個人表現。

研究者認為在閒聊的主題上有性別差異，是因為女性比較喜歡拉近友誼關係，而男性比較喜歡拓展友誼關係的緣故。此外，閒聊與他人相關的事情，在女性的閒聊中佔 71%，在男性的閒聊中則佔 64%，這樣的數字，符合過去普遍認為女性閒聊多於男性的刻板印象；但這或許是在性別角色社會化中逐漸形成的，女性似乎比男性更喜愛公開談論關於任何人的資訊，無論是她們自己本身或其他人（Levin & Arluke, 1985）。

而在 Campbell（1995）關於跨性別自我揭露（self-disclosure）行為的研究中，主要是在探討說者（自我揭露者）與聽者性別所造成的影響，以及他（她）們之間自我揭露與聆聽的互動行為。其研究結果發現，無論是女性說者與女性聽者（女性朋友之間）、男性說者與男性聽者（男性朋友之間）、男性說者與女

性聽者、女性說者與男性聽者（跨性別的朋友之間），會有不同的自我揭露與聆聽的互動行爲，例如男性說者會對女性聽者揭露較多，這是由於女性作爲一個聽者，會表現比較多的同理心，而且會將注意力放在男性說者身上的緣故（Campbell, 1995）。

整體而言，在閒聊上，性別的確造成了某些差異，例如男性比較傾向於關心社會群體中的組織階層，而女性則將焦點放在較親近的人際關係；所以男性閒聊的內容通常是關於名人、政治與運動等社會領域中較廣泛的議題，而女性則比較關心家庭成員或親密的朋友（Baumeister, Zhang & Vohs, 2004）。簡單來說，也就是在談論的目標對象與主題上，會有所差異。

第五節 研究問題

在組織中，相對於正式溝通，非正式溝通是另一種管道，讓組織成員可以更了解組織的規範。由於透過正式溝通管道，通常無法完全提供組織成員所欲了解的資訊，故來自非正式溝通管道的資訊便相當重要，可以幫助組織成員發展策略以及提昇能力（Hill, Bahniuk, Dobos & Rouner, 1989）。而閒聊作爲一種非正式溝通管道，基於社會支持與社會比較的動機與需求，不僅可以發揮資訊功能，尚有娛樂、親密友誼及影響力功能，在無形之中傳遞與複製組織文化，形成一種規範力量。有時，在部屬之間的閒聊更可能凝聚成一股反制的力量，透過這樣非正式的管道，對於管理者進行反抗；相對地，也可能造成對組織的不信任以及人際關係之間的破壞，甚至分裂的情形。

又根據前述文獻之整理，發現閒聊的各種功能可以滿足的動機與需求也有所不同。首先，在社會支持方面，可分爲資訊支持、情感支持與物質支持；對應閒聊的功能，包含資訊功能、娛樂功能、親密友誼功能以及影響力功能等。組織中的閒聊之資訊功能與影響力功能的發揮，可以滿足社會支持中資訊支持上的動機

與需求，一般來說主管與同事比較能提供這方面的支持；娛樂功能與親密友誼功能，則可以滿足社會支持中情感支持上的動機與需求，一般來說同事、朋友以及家人比較能提供這方面的支持；此外，研究者認為社會支持中的物質支持，則常是伴隨著資訊支持或情感支持而產生。

其次，在社會比較方面，除了建構的社會比較指的是以虛擬的案例作為比較的方式，可適用於所有的社會比較之中，其他的社會比較皆有其可對應的基本目的：與同類的人做比較是為求自我表現，向下的社會比較是為自我提昇，向上的社會比較是基於自我改進，內團體與外團體的比較是為建立社會認同，情感的比較則是為得到情感面向的安定。以組織中間聊的功能來看，資訊功能可以滿足社會比較中自我表現、自我提昇以及自我改進等目的，也就是滿足與同類的人做比較、向下的社會比較以及向上的社會比較等動機與需求。而娛樂功能、親密友誼功能及影響力功能則可以滿足建立社會認同與得到情感面向的安定等目的，也就是滿足內團體與外團體的比較及情感的比較等動機與需求。

最後，在閒聊意涵的文化歷史演進中，性別的刻板印象與談話上的性別差異，與閒聊之間有密不可分的關係，故也必須納入討論的範圍。綜合以上幾點，歸納出本研究之研究問題如下：

- 一、新聞從業人員如何透過工作中的閒聊形成非正式溝通管道？
- 二、在新聞從業人員工作中，閒聊所發揮的資訊、娛樂、親密友誼及影響力功能，可以滿足那些社會支持的動機與需求？
- 三、在新聞從業人員工作中，閒聊所發揮的資訊、娛樂、親密友誼及影響力功能，可以滿足那些社會比較的動機與需求？
- 四、男性與女性的新聞從業人員在工作中閒聊的頻率、風格、目標對象及主題上有何異同之處？

第三章 研究方法

本章共分為三個部份，第一個部份為研究方法之選擇，其中包含說明質化的研究方法、深度訪談法以及訪談大綱與方式等三點；第二個部份為研究進行與受訪者之抽樣；第三個部份則為訪談資料之分析。

第一節 研究方法之選擇

在過去國外關於閒聊的實證研究中，曾以路人、學生、教授、護士、監獄輔導員、911 接線生以及消防員等樣本進行研究，所使用的研究方法包含參與觀察、影音錄製、日記紀錄、自我報告紀錄、深度訪談、問卷調查以及實驗法等（Baumeister, Zhang & Vohs, 2004; Bischoping, 1993; Campbell, 1995; Crampton, Hodge & Mishra, 1998; Foster, 2004; Hill, Bahniuk, Dobos & Rouner, 1989; Levin & Arluke, 1985; Tracy, Myers & Scott, 2006; Waddington, 2005），而本研究選擇質化的深度訪談法，以下詳細說明之：

一、質化的研究方法

就社會真實與知識建構面向來看，量化研究被認為是斷面、靜態以及較忽略社會生活變化的影響性；也就是說，量化研究較少探討社會現象的發生歷程及其相關的情境因素（郭良文、林素甘，2001）。相較於量化研究，質化研究不僅是一種不同於量化的事實探究方式，也是一套自成解釋系統乃至論述邏輯的哲學知識（陳介英，2003）。而且在方法上，質化研究的探討建立於研究者和參與者充分互動基礎上（王雅各，2001），從中蒐集有效、真實、豐厚與深入的口語及視覺資料，找出共享的意義，故較適合用於接近人們的行為與研究自然真實的情境（施美玲譯，1997）。

除此之外，質化的研究方法可針對個案性與獨特性的知識，進行深入的探索與了解，在研究過程中浮現出新的研究發現，並多樣化地呈現（郭良文、林素甘，2001），根據以上幾點考量，本研究選擇以質化研究方法，針對新聞從業人員工作中的閒聊現象，進行初探性的研究。

二、深度訪談法

在質化方法中，本研究選擇使用「深度訪談法」（in-depth interview）。因為此方法雖然樣本數較少，但對於初探性研究來說，概念性的問題可以不受限制，反而能得到更多樣性的答案。透過深度訪談，我們不但可以掌握受訪者主觀的意見與經驗，也能將受訪者行為的前因後果與相關的事物，進行較為完善的資料蒐集（陳介英，2003）。

深度訪談，不同於單純的談話，它是有特定目的、結構與主題的（Lindlof, 1995）。在深度訪談中，訪談者與受訪者之間必須透過語言，進行溝通協商，並且以錄音或文字書寫的方式加以紀錄；由此可知，語言是訪談資料蒐集的工
具，也是分析的客體。除此之外，訪談文本要作細部的分析，包含的要素不僅是語言，訪談中所使用的口語形式、節奏、停頓、立場與情境，皆是值得分析的部份（唐維敏譯，1996）。

一般來說，深度訪談形式通常主要有三種，若將深度訪談形式視為結構與非結構的一條延長線，線的一端是結構性訪談（structured interview），另一端是非結構性訪談（unstructured interview），位於兩極端中間的第三種形式則為半結構性訪談。結構性訪談，或稱為標準性訪談，通常用於蒐集量化的資料，問題形式、回答及進行方式，都有一定的程序，由訪談者決定談話順序與方向；至於非結構性訪談，則沒有固定的程序，重視訪談者與受訪者之間的互動（王仕圖、吳慧敏，2003）。第三種方式，也就是所謂的半結構性訪談，為前兩者

之折衷方法，由研究者先擬出問題大綱，作為發問依據，但不需按照問題順序來訪談，可視受訪者的回答或反應，隨時調整或延伸問題。簡單來說，半結構性訪談兼具前兩者的特性，可以控制問答的方向確保訪談品質、縮短訪談耗費的時間，但仍可提供研究者深入與詳盡的資料（施美玲譯，1996，轉引自羅懷慈，2002，p.31），也是較為中庸的方式。

三、訪談大綱與方式

根據前述之考量，本研究的深度訪談，選擇研擬訪談大綱進行半結構性訪談的方式。訪談大綱內容中的問題主軸，則是依據研究問題發展而來，首先，關於工作中閒聊的時間、場合、對象及方式等基本問題，是為探討研究問題一；其次，請受訪者列舉工作中閒聊的實例、收穫以及可能的負面影響，則是為探討研究問題二與研究問題三；最後，請受訪者列舉關於男性與女性在閒聊上的性別差異，則是為探討研究問題四（實際訪談問題見附錄一）。

以上為每位受訪者皆會被問及的固定問題，在實際訪談過程中，研究者會依據受訪者較感興趣、有較多生活經驗或任何可以發展的部份，提出延伸性的問題，以求更多樣性的發現。而延伸性問題時常比固定的問題還多，但並未跳脫主題，仍與研究問題相關。

此外，要特別說明的部份有兩點。首先，會在訪談問題中以「聊天」一詞與閒聊同時使用甚至視情況代替之，是由於擔心受訪者會對於「閒」這個字有所疑慮，誤解其為工作中一種偷懶的行為，而造成回答上的偏誤，進而影響最後分析的結果。其次，除了由訪談中得到受訪者本身所提供的答案之外，也將根據研究者本身的觀察來分析結果；例如關於閒聊之性別議題，除了直接詢問受訪者，參考他（她）們的回答之外，研究者也會依照受訪者本身的性別進行分類，透過資料的交叉比對，分析男性受訪者與女性受訪者之間的異同。

第二節 研究進行與受訪者之抽樣

在過去的文獻中提及，採用深度訪談法時，研究者通常選擇 15 至 30 人為樣本，就感興趣的現象進行訪談，準備一些關於主題範圍的問題，不過度引導受訪者的回答（施美玲譯，1997）。而本研究選擇電視與平面新聞媒體的從業人員作為樣本，主要於 2007 年 8 月 7 日至 9 月 14 日之間進行訪談，最後共訪談 30 位受訪者。至於受訪者的抽樣，則以「滾雪球」（snow-balling）的方式進行，由於研究問題包含關於性別的議題，故為避免性別不平衡造成研究發現與結果的偏誤，在找尋樣本的過程中，研究者必須兼顧性別上的平衡。

在本研究的 30 位受訪者中，電視與平面新聞從業人員各有 15 位，為顧及隱私，研究者將受訪者依訪談時間先後順序加以編號，在研究發現的部份，提及每位受訪者時會以編號作為代表。其中，從事於電視新聞工作的受訪者依接受訪談時間先後順序編為 1 至 15 號；同樣地，從事平面新聞工作的受訪者也依序編為 16 至 30 號。

首先，編號 1 至編號 15 等 15 位從事電視新聞工作的受訪者中，在性別上，共有 8 位男性與 7 位女性，男女比例為 8：7；在擔任過的最高職位上，包含副理、主任、組長、製作人、編輯、文字記者、攝影記者、文字兼攝影記者及主播等；其中，曾經或目前擔任主管職務的有 7 位，包含 4 位男性與 3 位女性，男女主管比例為 4：3（詳細資料見表 3.1）。

表 3.1 從事電視新聞工作的受訪者資料

編號	性別	年齡	業界總年資	最高職位	訪談時間
1	女	29 歲	6 年	文字記者	約 40 分
2	女	30 歲	5 年	主播	約 27 分
*3	男	30 歲	4 年	編輯	約 24 分
*4	男	36 歲	10 年	主任	約 32 分
*5	女	31 歲	9 年	組長	約 27 分
6	女	29 歲	5 年	文字記者	約 23 分
*7	女	41 歲	14 年	組長	約 28 分
8	男	39 歲	15 年	文字兼攝影記者	約 42 分
9	男	28 歲	6 年	文字兼攝影記者	約 1 小時 2 分
10	男	28 歲	3 年	文字記者	約 1 小時 14 分
11	女	25 歲	2 年	編輯	約 34 分
12	男	42 歲	18 年	攝影記者	約 1 小時 1 分
*13	男	38 歲	11 年	副理	約 30 分
*14	女	33 歲	11 年	製作人	約 56 分
*15	男	46 歲	20 年	副理	約 53 分

註：在編號欄標記*的受訪者為曾經或目前擔任主管職務的電視新聞從業人員。

此外，編號 16 至編號 30 等 15 位從事平面新聞工作的受訪者中，在性別上，則有 7 位男性與 8 位女性，男女比例為 7：8；在擔任過的最高職位上，包含發行人、召集人、主任、組長、企劃、編輯、採訪編輯、文字記者及專案採訪等；其中，曾經或目前擔任主管職務的有 5 位，包含 3 位男性與 2 位女性，男女主管比例為 3：2（詳細資料見表 3.2）。

表 3.2 從事平面新聞工作的受訪者資料

編號	性別	年齡	業界總年資	最高職位	訪談時間
*16	男	42 歲	15 年	組長	約 38 分
17	女	24 歲	2 年	採訪編輯	約 1 小時 8 分
18	男	36 歲	10 年	企劃	約 31 分
19	女	25 歲	3 年	專案採訪	約 38 分
20	男	46 歲	17 年	文字記者	約 34 分
21	女	23 歲	1 年 2 個月	採訪編輯	約 28 分
*22	男	56 歲	20 年	發行人	約 1 小時 24 分
*23	女	37 歲	18 年	召集人	約 32 分
*24	女	47 歲	20 年	組長	約 49 分
*25	男	38 歲	4 年半	主任	約 48 分
26	男	24 歲	6 個月	編輯	約 1 小時
27	女	26 歲	3 年	文字記者	約 1 小時
28	女	23 歲	1 年 3 個月	文字記者	約 1 小時 9 分
29	男	28 歲	3 年	文字記者	1 小時 18 分
30	女	26 歲	1 個半月	文字記者	1 小時 23 分

註：在編號欄標記*的受訪者為曾經或目前擔任主管職務的平面新聞從業人員。

整體而言，30 位受訪者中，男性與女性各有 15 位，男女比例為 1：1，達到性別之平衡原則。而在年齡上，最年輕的為 23 歲，最年長的則為 56 歲；20 以上未滿 30 歲的有 13 位，30 歲以上未滿 40 歲的有 10 位，40 以上未滿 50 歲的有 6 位，50 歲以上的則有 1 位，平均年齡約為 34 歲。在業界總年資上，最資淺的為 1 個半月，最資深的則為 20 年；工作未滿 5 年的有 12 位，工作 5 年

以上未滿 10 年的有 5 位，工作 10 年以上未滿 20 年的有 10 位，工作 20 年以上的則有 3 位，平均年資約為 9 年。

最後，在訪談時間上，計算時間的方式以數位錄音器材所記錄的時間為準，最短約為 23 分，最長則約為 1 小時 24 分，平均訪談時間約為 47 分鐘。至於在訪談時間上面對不同的受訪者有所差異，是由於本研究採用研擬訪談大綱進行半結構性的訪談，在固定的問題之外，視受訪者所分享的不同經驗，研究者會選擇性地去追問延伸性的問題，以求更豐富與多元的答案。若受訪者的時間許可而且與研究者的互動情形良好，訪談時間就會比較長；反之，若受訪者的時間有限，研究者便會掌握時間針對固定的訪談問題進行焦點式討論。

訪談的過程，主要以面對面、電話或網路通訊等方式進行訪談；在 30 位受訪者中，面對面受訪的有 23 位，透過電話或網路通訊受訪的則有 7 位。而與受訪者進行面對面訪談的地點，包含辦公室、會議室、咖啡廳、餐廳、小吃攤、學校以及受訪者住家附近的公園等。每位受訪者接受訪談的過程皆有錄音，研究者在訪談時亦會使用紙筆記下重點，結束訪談後再以逐字稿整理，並盡可能地重現訪談過程的氣氛與受訪者態度變化，將受訪者的聲音表情及語氣詞，保留於文字紀錄中（翁雅萍，2005）。最後，依據理論與研究問題，歸納與分析訪談資料，以得研究發現與討論之探討。

第三節 訪談資料之分析

整體而言，本研究的分析步驟為先對照文獻分出幾個重要的小節與大類目，然後將整理好的訪談逐字稿，分別歸納於這些大類目之中，經由訪談結果，再細分出小的類目。

首先，本研究主要的概念有三，分別是閒聊的功能、社會支持與社會比較：第一，Foster（2004）歸納出閒聊的主要社會功能有資訊、娛樂、親密友誼以及

影響力等四種。第二，組織中的社會支持包含資訊支持、情感支持以及物質支持等面向（Miller, 2003）。第三，人們會進行六種社會比較，包含與同類的人做比較、向下的社會比較、向上的社會比較、內團體與外團體的比較、建構的社會比較以及情感的比較（Suls, 1977; Wert & Salovey, 2004）。

因此，根據以上三個概念的面向，研究者發現，閒聊的資訊功能，與社會支持中的資訊支持與影響力支持，以及社會比較中的與同類的人做比較、向下的社會比較及向上的社會比較最相關。閒聊的娛樂與親密友誼功能，與社會支持中的情感支持，以及社會比較中的內團體與外團體的比較及情感的比較最相關。又根據文獻所提及關於閒聊之議題，加以整理後發現，探討閒聊作為一個非正式溝通管道，需包含閒聊的時機、場合、對象、內容及形式等五項（Baumeister, Zhang & Vohs, 2004; Crampton, Hodge & Mishra, 1998）。而關於閒聊的性別議題，則需探討頻率、風格、目標對象及主題等（Levin & Arluke, 1985; Michelson & Mouly, 2000）。所以，在本研究第四章的幾個小節中，將以這些面向的相關性作為區分出大類目的依據。

其次，在所有根據文獻支持而來的大類目中，經訪談結果發現，有些還可再細分出過去文獻沒有提及的小類目：第一，閒聊的資訊功能與資訊支持。當受訪者所提及在工作中閒聊，指的是與任何一個對象作任何一種資訊的交換，並且提供或得到事實、忠告的準備以及建議來舒緩緊張與壓力（Miller, 2003; Suls, 1977），皆歸納於此大類目中。並依受訪者所提及的閒聊之不同目的，再細分出尋找工作靈感與線索、了解公司狀況、建立關係與溝通以及尋求個人所需的資訊等四個小類目（見表 3.3）。

表 3.3 閒聊的資訊功能與資訊支持

類目名稱	定義	細項類目
閒聊的資訊功能與資訊支持	與任何一個對象閒聊任何一種資訊的交換，並且提供或得到事實、忠告的準備以及建議來舒緩緊張與壓力（Suls, 1977; Miller, 2003）。	尋找工作靈感與線索
		了解公司狀況
		建立關係與溝通
		尋求個人所需的資訊

第二，閒聊的影響力功能與資訊支持。當受訪者所提及在工作中閒聊，指的是將閒聊視為一種有效率的社會機制，可包圍、驅逐任性或反常的人物，目的在改革或指責違反規則的人（Cox, 1970，轉引自 Foster, 2004, p.86），而且組織中的成員可透過閒聊了解、遵從甚至形成輿論反制組織文化，皆歸納於此大類目中。並依受訪者所提及的閒聊之不同影響面向，再細分出組織成員透過閒聊了解並遵從組織文化、不同的媒體組織文化形成不同的閒聊風氣、組織成員很少能透過閒聊形成輿論以進行反制以及閒聊的負面影響等四個小類目。其中，閒聊的負面影響，根據影響之類型不同，再進一步分為影響工作效率、影響個人情緒與工作氣氛以及謠言與誤會的產生等三個部份（見表 3.4）。

表 3.4 閒聊的影響力功能與資訊支持

類目名稱	定義	細項類目
閒聊的影響力功能與資訊支持	將閒聊視為一種有效率的社會機制，可包圍、驅逐任性或反常的人物，目的在改革或指責違反規則的人（Cox, 1970，轉引自 Foster, 2004, p.86），而且組織中的成員可透過閒聊了解、遵從甚至形成輿論反制組織文化。	組織成員透過閒聊了解並遵從組織文化
		不同的媒體組織文化形成不同的閒聊風氣
		組織成員很少能透過閒聊形成輿論以進行反制
		閒聊的負面影響（影響工作效率、影響個人情緒與工作氣氛、謠言與誤會的產生）

第三，閒聊的娛樂、親密友誼功能與情感支持。當受訪者提及在工作中閒聊，指的是用來消磨時光，或者發生於朋友之間，彼此吐露心情、商量重要大事，甚至對於參與閒聊的雙方，以及透過閒聊共享規範的團體而言，用以建立足以區分圈內與圈外的邊界（Abrahams, 1970; Noon & Delbridge, 1993; Hannerz, 1976，轉引自 Foster, 2004, p.85；王仕圖，2000），皆歸納於此大類目中。並依受訪者所提及的閒聊之不同目的，再細分出單純的趣味、抒發情緒與壓力、培養友誼以及緩和 work 氣氛等四個小類目。其中，緩和 work 氣氛，根據涉及的層面不同，再進一步分為個人與工作團隊等兩個面向（見表 3.5）。

表 3.5 閒聊的娛樂、親密友誼功能與情感支持

類目名稱	定義	細項類目
閒聊的娛樂、親密友誼功能與情感支持	閒聊用來消磨時光，或者發生於朋友之間，彼此吐露心情、商量重要大事，甚至對於參與閒聊的雙方，以及透過閒聊共享規範的團體而言，用以建立足以區分圈內與圈外的邊界（Abrahams, 1970; Noon & Delbridge, 1993; Hannerz, 1976，轉引自 Foster, 2004, p.85；王仕圖，2000）。	單純的趣味
		抒發情緒與壓力
		培養友誼
		緩和 work 氣氛（個人面向、工作團隊面向）

第四，伴隨資訊、情感支持而來的物質支持。當受訪者提及在工作中閒聊，指的是透過閒聊所滿足的資訊支持與情感支持，伴隨而來在工作上得到實質的幫助（Miller, 2003），皆歸納於此大類目中。並依受訪者所提及之不同來源，再細分出來自同事或同業的物質支持、來自上司的物質支持、來自部屬的物質支持以及來自採訪對象的物質支持等四個小類目。其中，來自同事或同業的物質支持，根據工作協助的程度，再進一步分為協助改善工作表現與協助完成工作等兩個面向；而來自上司的物質支持，則依據不同的主動者，再進一步分為由下往上與由上往下等兩個面向（見表 3.6）。

表 3.6 伴隨資訊、情感支持而來的物質支持

類目名稱	定義	細項類目
伴隨資訊、情感支持而來的物質支持	透過閒聊所滿足的資訊支持與情感支持，伴隨而來在工作上得到實質的幫助（Miller, 2003）。	來自同事或同業的物質支持（協助改善工作表現、協助完成工作）
		來自上司的物質支持（由下往上、由上往下）
		來自部屬的物質支持
		來自採訪對象的物質支持

第五，閒聊的資訊功能以及與同類的人、向下及向上的社會比較。當受訪者提及在工作中閒聊，指的是基於自我表現的動機，與和自己同類的人閒聊；或基於自我提昇的動機，把比自己差的人拿來比較，其實主要是因為想要讓自己感覺比較好；又或者基於自我改進的動機，把比自己佔優勢的人拿來作比較（Wert & Salovey, 2004），皆歸納於此大類目中。並依受訪者所提及之不同比較對象，再細分出與同類的人做比較、向下的社會比較以及向上的社會比較等三個小類目。其中，與同類的人做比較，根據不同的比較目標再進一步分為比較待遇以及比較工作表現等兩個面向（見表 3.7）。

表 3.7 閒聊的資訊功能以及與同類的人、向下及向上的社會比較

類目名稱	定義	細項類目
閒聊的資訊功能 以及與同類的 人、向下及向上 的社會比較	閒聊基於自我表現的動機，與 和自己同類的人閒聊；或基於 自我提昇的動機，把比自己差 的人拿來比較，其實主要是因 為想要讓自己感覺比較好；又 或者基於自我改進的動機，把 比自己佔優勢的人拿來作比 較（Wert & Salovey, 2004）。	與同類的人做比較（比較待 遇、比較工作表現）
		向下的社會比較
		向上的社會比較

第六，閒聊的娛樂、親密友誼功能以及內團體與外團體及情感的比較。當受訪者提及在工作中閒聊，指的是為建立社會認同，基於友誼、職業、政治、種族或性別等標準，區別內團體與外團體，劃分出我群與他群的對立進行比較；或者因為感到焦慮或不確定，透過討論的過程，情感上的緊張得到紓解（Wert & Salovey, 2004），皆歸納於此大類目中。並依受訪者所提及之不同比較對象，再細分出內團體與外團體的比較以及情感的比較等兩個小類目（見表 3.8）。

表 3.8 閒聊的娛樂、親密友誼功能以及內團體與外團體及情感的比較

類目名稱	定義	細項類目
閒聊的娛樂、親密友誼功能以及內團體與外團體及情感的比較	閒聊為建立社會認同，基於友誼、職業、政治、種族或性別等標準，區別內團體與外團體，劃分出我群與他群的對立進行比較；或者因為感到焦慮或不確定，透過討論的過程，情感上的緊張得到紓解（Wert & Salovey, 2004）。	內團體與外團體的比較
		情感的比較

最後，整體之發現與討論。研究者針對研究發現所進行綜觀的討論，皆歸納於此大類目中。並依不同的比較面向，再細分出不同動機與需求的比較、上下司之間的比較、不同性別之間的比較以及閒聊所扮演的角色等四個部份。



第四章 研究發現與討論

本章共分為六個部份，第一個部份是研究結果之發現，第二個部份是閒聊所形成之非正式溝通管道，第三個部份是閒聊功能所滿足之社會支持動機與需求，第四個部份是閒聊功能所滿足之社會比較動機與需求，第五個部份是閒聊之性別議題，第六個部份則是整體之發現與討論。

第一節 研究結果之發現

根據過去的文獻，質化的研究方法有許多種類，其中可包含以統計數字顯示類似量化的研究（郭良文、林素甘，2001），輔以相關數字資料，可以讓我們對於研究對象的社會行動，有較深入與全面的掌握（陳介英，2003）。因此，在本節中，研究者為補足以文字描述、鋪陳及展示資料上的限制，對於受訪者所提及的內容，選擇適合使用量化數據進行比較的部份，以簡單的統計數字呈現類似量化研究的表格，將隱藏於受訪者文字敘述背後之現象，凸顯出來，主要用以輔助說明本章第二節至第六節的研究發現與討論。

研究問題一，探討新聞從業人員如何透過工作中的閒聊形成非正式溝通管道之訪談結果發現，當研究者問及關於工作中閒聊的頻率與最主要的對象時，新聞從業人員表示在工作中最主要的閒聊對象分別是同事、上司、部屬以及採訪對象（見表 4.1）。在表 4.1 中，有三點必須特別說明：首先，由於新聞從業人員特殊的工作性質，在工作中必須時常與自己的採訪對象閒聊，所以和最常與同事閒聊的頻率相近（採訪對象與同事之比例為 5：6）。其次，由於 30 位受訪者當中，雖然有 12 位曾經或目前擔任管理職務，但也有 18 位在工作上並沒有部屬，所以根據表 4.1 的數據顯示，部屬為最主要閒聊對象的有 6 位，其實是由 12 位曾經或目前擔任管理職務的受訪者中歸納出來的，也就是說有二分之一主管職位的受

訪者在工作中最常與部屬閒聊。最後，雖然受訪者提及在工作中亦會與同業、朋友或相關行業的人閒聊，但因為這些對象都不是受訪者最主要的閒聊對象，故沒有列於表 4.1 中。

表 4.1 工作中最主要的閒聊對象

	同事	上司	部屬	採訪對象
編號	2、6、12、16、 17、18、21、25、 27、28、29、30	11、26	3、4、7、13、 14、15	1、5、8、9、 10、19、20、 22、23、24、
總人數	12	2	6	10

研究問題二，探討在新聞從業人員工作中，閒聊所發揮的資訊、娛樂、親密友誼及影響力功能可以滿足的社會支持，共分為資訊、影響力功能與資訊支持，娛樂、親密友誼功能與情感支持，以及伴隨資訊、情感支持而來的物質支持等三個部份來探討³；又依據訪談之結果，可再細分這些功能是透過與同業、同事、上司、部屬或採訪對象閒聊而發揮的（見表 4.2）。首先，當研究者要求受訪者列舉印象深刻的閒聊實例以及閒聊能得到什麼樣的收穫時，閒聊發揮資訊與影響力功能，以滿足資訊支持是每位受訪者皆有提及的部份，故實例之數量最多⁴，而且最常發揮於同事之間的閒聊。其次，閒聊發揮娛樂與親密友誼功能，可以滿足情感支持的動機與需求，也是最常透過與同事閒聊而發揮的。最後，伴隨資訊與情感支持而來的物質支持之界定，是受訪者所列舉的關於資訊與情感支持之實例中，結果對於工作完成有實際行動上協助的部份。

³在表 4.2 發揮閒聊功能所滿足的社會支持之實例數量中，由於資訊與影響力功能皆可滿足資訊支持，故在統計列表時一起討論；而在後續第三節以文字描述展現時，欲求深入探討，則將資訊與影響力功能分成兩個獨立的部份進行討論。

⁴一位受訪者可能提出不只一個實例。

表 4.2 發揮閒聊功能所滿足的社會支持之實例數量

	資訊與影響力功能 v.s. 資訊支持	娛樂與親密友誼功能 v.s. 情感支持	伴隨資訊與情感支持 而來的物質支持
同事	15	12	3
上司	4	2	5
部屬	5	3	3
同業	3	4	1
採訪對象	8	3	2
總數	35	24	14

註：負面影響的實例數量未計算於資訊、影響力功能與資訊支持欄位中。

研究問題三，探討在新聞從業人員工作中，閒聊所發揮的資訊、娛樂、親密友誼及影響力功能可以滿足的社會比較，共分為資訊功能以及與同類的人、向下及向上的社會比較，娛樂、親密友誼功能，與內團體與外團體以及情感的比較等兩個部份來探討；又依據訪談之結果，可再細分這些功能是發揮於和同業、同事、上司、部屬或者採訪對象閒聊而來的（見表 4.3）。首先，從表 4.3 可看出，閒聊發揮資訊功能以滿足與同類的人、向下及向上的社會比較，受訪者所舉出的實例，遠多於閒聊發揮娛樂、親密友誼功能以滿足內團體與外團體以及情感的比較。其次，從表 4.3 亦可看出，無論是那一種社會比較，最主要還是發揮於同事之間的閒聊。

表 4.3 發揮閒聊功能所滿足的社會比較之實例數量

	資訊功能 v.s.與同類的人、向下及向上的社會比較	娛樂與親密友誼功能 v.s.內團體與外團體以及情感的比較
同事	11	5
上司	4	0
部屬	3	0
同業	7	1
採訪對象	0	0
總數	25	6

至於研究問題四，即探討男性與女性的新聞從業人員在閒聊的頻率、風格、目標對象及主題上有何異同之處，經研究結果發現，除主題之外，此問題所探討的其他內容較不適合以數據表格來表示。不過，研究者仍選擇依據性別與社會支持，性別與社會比較，以及性別與公、私事主題之交叉比對，進行資料整理，以輔助閒聊性別議題的說明。

表 4.4 性別與發揮閒聊功能所滿足的社會支持

	資訊與影響力功能 v.s.資訊支持	娛樂與親密友誼功能 v.s.情感支持	伴隨資訊與情感支持 而來的物質支持
男性	15	8	5
女性	15	11	5
總人數	30	19	10

首先，根據表 4.4 顯示，在閒聊發揮資訊與影響力功能所滿足的資訊支持，

以及伴隨資訊與情感支持而來的物質支持上，男性與女性的比例相同（以人數為單位而非以實例數量為單位）；但在閒聊發揮娛樂與親密友誼功能所滿足的情感支持上，女性的比例則高於男性（女性與男性之比例為 11：8）。

表 4.5 性別與發揮閒聊功能所滿足的社會比較

	資訊功能 v.s.與同類的人、向下及向上的社會比較	娛樂與親密友誼功能 v.s.內團體與外團體的比較以及情感的比較
男性	9	3
女性	7	3
總人數	16	6

其次，根據表 4.5 顯示，不論是在閒聊發揮資訊功能以滿足與同類的人、向下及向上的社會比較上，或是在閒聊發揮娛樂、親密友誼功能以滿足內團體與外團體以及情感的比較上，男性與女性的比例皆相近或相同。

表 4.6 性別與公私事主題

	公事比較多	私事比較多	公司與私事一樣多
男性	8	2	4
女性	6	5	5
總人數	14	7	9

最後，當研究者問及受訪者時常閒聊的主題，經歸納整理後發現，男性與女性受訪者談論關於公事的主題在比例上大致相近，但女性閒聊私事的比例大於男性（見表 4.6）。

整體而言，綜觀以上表 4.1 至表 4.6 可知，不論工作中的閒聊是為滿足社會支持的動機與需求，或者是滿足社會比較的動機與需求，資訊功能的發揮是最多受訪者提及的部份，而且同事皆為其最主要的閒聊對象。此外，即使加入性別作為考量，無論男性或女性，在工作中透過閒聊發揮最多的仍是資訊功能。

第二節 閒聊所形成之非正式溝通管道

本研究之研究問題一，探討新聞從業人員如何透過工作中的閒聊形成非正式溝通管道。據此，本節分為兩個部份，第一個部份為閒聊的時機、場合、對象及內容，第二個部份則為傳統與新興的閒聊形式。

本研究的受訪者為電視台與平面等兩種新聞媒體的從業人員，以電視新聞從業人員來說，一天的工作時間大約是 10 至 12 個小時；相對而言，平面新聞從業人員一天的工作時間較短，約為 8 至 9 小時。而根據受訪者所表示，一天工作中的閒聊大概有 1 至 3 個小時，甚至 7 至 8 個小時不等，可見工作中的閒聊對於新聞從業人員來說，佔有很大的比例。例如受訪者編號 10 便表示，閒聊其實就是工作中一個主要的部分：

一天工作 12 個小時嘛，我覺得聊天至少.....就算不要算中間空檔的時間，我的工作就是聊天耶！幾乎七、八個小時都在聊天，包括在公司也在聊天啊，採訪的時候也在聊天啊，除了打稿的時候會很認真，一個下午的新聞後製大概一、兩個小時可以完成，剩下的時間都在聊天（男，28 歲，電視台，文字記者）。

一、閒聊的時機、場合、對象及內容

相較於正式的會議，由於工作性質的需求，新聞從業人員在工作中的閒聊無時無刻都在發生，透過閒聊形成一個主要的非正式溝通管道，可以比透過正式的溝通管道，能夠發揮更廣泛的作用。而不同於正式會議的固定時間，閒聊

可能發生於早上剛進辦公室時、中午休息、用餐時間、採訪途中、截完稿時或者要下班之前，例如受訪者編號 17 提及早上進辦公室時，一定都會稍微聊個 10 分鐘左右。受訪者編號 9 亦表示每天都利用工作中的空檔時間閒聊，而且也提到與同事之間的閒聊，沒有什麼特定的主題，只要是在中午 12 點新聞忙完，或者下午 3 點統一報稿時間還沒交稿時，都會閒聊。另外，受訪者編號 25 則具體地提出用餐時間是主要的閒聊時機：

聊天當然是絕對具有紓解的功能，但公司午餐是很重要的事情，當然大家都要吃飯啊（笑）！那我之前在報社的時候，聊天是在晚餐的時間，以前報社有餐廳，大家就會一起去吃晚飯，那時候就是聊天的時候，大家面對面機會比較多的時候，自然就會有比較多的交談，都是像宵夜一樣的晚餐，在稿子忙完了之後才去吃（男，38 歲，平面，主任）。

至於閒聊的場合，則有可能是在辦公室、休息室、茶水間、廁所、剪接室、陽台、公司內部或外面的餐廳，或者採訪現場甚至是採訪車上。其中，受訪者編號 1 表示在辦公室中的閒聊，位置的鄰近性會是一個很大的考量，如果座位比較遠，彼此又不熟悉的話，幾乎不會閒聊。不過，受限於辦公室的情境，如果有時要談論一些較私密的話題，新聞從業人員會選擇在比較有個人隱私的空間，例如休息室或剪接室，像是擔任文字記者的受訪者編號 6，她便提及自己常會與同一組的攝影記者，利用過音完的時間在剪接室裡面閒聊，因為在這樣的空間裡，方便講一些比較私人的話題，或者交換一些八卦。比較特別的是，受訪者編號 10 指出在採訪車上，常有許多不同背景的人組合在一起，就會互相閒聊，交換不同的經驗：

大部分是辦公室和採訪地點，採訪現場比較多一點，另外還有一個特別的地方，因為我們一天待在採訪車上的時間很長，車上有攝影、還有駕駛大哥、還有實習生，密閉空間就是很妙啊！因為不管是攝影或是駕駛大哥，都和你（妳）

的背景不一樣，知道的東西不一樣，經歷也不一樣，更重要的是年紀不一樣(男，28歲，電視台，文字記者)。

根據受訪者編號 10 所述，採訪車屬於一個比較私密的空間，相對來說，如果閒聊的場合是在公開的採訪地點，就不能夠那麼無拘無束地聊天，受訪者編號 22 便表示，通常採訪的現場大部分都是公開的場合，所以閒聊方式與內容必須保守一些，不能胡亂談話。

又根據訪談結果之整理，受訪者在工作中閒聊的對象主要有同事、上司或部屬以及採訪對象等，通常聊最多的還是工作上的事。不過，身為女性主管的受訪者編號 7 指出，上司應該都要關心部屬的情況，除了公事以外也要閒聊其他的話題，或者公司的八卦。除了公事與公司八卦之外，受訪者編號 6 提及新聞觀感、個人情感問題、生活瑣事以及休閒生活等，這些話題也都會發生於工作中的閒聊。受訪者編號 25 則認為如果有結婚生子的話，話題就會圍繞在家庭生活上。至於其他的話題則依照個人不同的興趣，有不同選擇，例如身為男性主管的受訪者編號 13 便提及聊私事的話，會以部屬的興趣為主：

和組員之間的聊天方式就是以他(她)們的興趣為導向，比如說有人喜歡登山啊！我遇到他(她)會問他(她)最近去那裡登山？有些人喜歡打球，有些人喜歡騎腳踏車，或者類似的狀況。那當然我也是從下面的主管上來的，對部份的組員的生活作息會特別了解，那聊天的對象也比較針對這些人(男，38歲，電視台，副理)。

除此之外，也有一些受訪者提及會與同業、朋友或相關行業的人閒聊。首先，在同業的部份，由於彼此之間時常互通新聞資源，很多時候又有曾經共學或共事的關係，所以也是工作中閒聊的對象之一。例如受訪者編號 24 便指出，如果是時常在外採訪新聞的記者，因為特殊的工作性質，尤其是近年來平面媒體都使用網路發稿，根本很少回到辦公室，和同業閒聊有時會比同事還多。而受訪者編號

9 與編號 10 皆表示，由於一些同業在學校時可能就是同學，或者進入職場之後會互相幫助，所以常會互相閒聊。至於受訪者編號 15 則是認為，許多同業都是過去的同事，為了解各公司的狀況，是很適合的閒聊對象。其次，在朋友的部份，因為超出本研究討論之範圍，故不列入探討⁵。最後，在相關行業的人之部份，通常是由於工作所需才會建立閒聊的管道。例如受訪者編號 25 提及，因為職務的需要，有時必須與廣告商或者廠商聯絡，雖然比例不高，但是在工作溝通之餘自然就會閒聊。

二、傳統與新興的閒聊形式

閒聊作為非正式溝通管道，時機、場合、對象及內容比起正式溝通管道來得多元，但在形式上其實大同小異，除了面對面、電話、手機簡訊及電子郵件（E-mail），MSN（Messenger）是新聞從業人員近年來使用頻繁的一項溝通工具。而組織成員使用那些溝通媒介形式，其實會受到同事與主管的影響（黃慧雯，1999）。同時具有報社與電視台工作經驗的受訪者編號 14 便表示，在報社工作時，不論是閒聊私事或者溝通公事，大部分都是用電話，因為報社記者不用打卡，也不需要像電視台的記者，必須回辦公室拿昂貴的攝影器材。而剛進報社工作才一個半月的受訪者編號 30 亦提及類似的看法，認為報社記者的確不用常回辦公室，但不同的是，她認為 MSN 才是最主要的溝通工具：

記者真的是大部分都用 msn，像我們公司的表格就是用 msn 傳，就是傳給一個人然後他（她）負責聯絡，或者是用 msn 聯絡事情（女，26 歲，平面，文字記者）。

⁵朋友與家人皆非工作中的閒聊對象，不在本研究討論閒聊對象之範圍內，故在此處不列入探討。不過，經訪談結果發現，朋友與家人，是新聞從業人員在工作中與工作相關的人閒聊時，所談論的目標對象之一，故在朋友與家人作為閒聊內容之一部份時會加以討論，於第五節閒聊之性別議題亦有較深入的探討。

在本研究的受訪者當中，完全沒有使用 MSN 的僅有受訪者編號 22，而受訪者編號 10 則是指出自己沒有常使用 MSN 閒聊，但根據大部分受訪者的敘述，MSN 在目前的新聞工作中，是被廣泛使用的一種即時通訊工具。而這些受訪者使用 MSN 的原因包含方便性的考量、簡單化的語言、可以隱藏情緒、比較沒有隔閡，或者用來講一些平時面對面不好意思說或者比較私密的話。也由於這樣的趨勢，受訪者編號 5 便表示 MSN 是很難禁止的，因為不僅是和組織內部的長官、部屬與同事會以 MSN 來閒聊，與外部的採訪或合作對象也需要透過這樣的形式，此外，她更進一步提及無論事情緊急與否，往往會優先選擇使用 MSN：

很明顯 msn 是增加，因為有的時候你（妳）很忙，沒空去講電話，所以你（妳）用 msn，可以同時間和滿多人聯絡，因為同時可以開很多視窗嘛！比較急的話，對，還是會用電話啦，但我還是會先試試看他（她）msn 在不在（女，31 歲，電視台，組長）。

受訪者編號 15 亦表示，他（她）們公司內部就有 ENPS（電子新聞生產系統），其中的語音聯絡功能，類似 MSN 系統，打上名字就可以直接傳訊息給所有同事，方便聯絡公司內部同仁。除此之外，許多受訪者指出如果少了 MSN，會覺得少了一個對外聯繫的重要管道，例如受訪者編號 5 就提及，如果禁止 MSN 等於沒有新聞消息來源，可見 MSN 的重要性。同樣地，受訪者編號 17 亦指出 MSN 是重要的新聞窗口，有時很需要這樣的資源：

我覺得媒體工作，就是各個窗口都可以讓員工去發揮，因為你（妳）很難想像那一個資源會從那一個通路冒出來，可能你（妳）用了一點時間和你（妳）的朋友聊天，可是他（她）講的東西就還是會有用，有的時候真的需要這樣的資源。像你（妳）有的時候把需要的東西寫在（MSN）暱稱上，就能得到一些有的沒有的，這都是很難預料的，我覺得啦！（女，24 歲，平面，採訪編輯）

而隨著 MSN 使用比重增加，除了電話溝通之外，在辦公室中面對面閒聊也

相對減少，有些受訪者更指出即使座位就在隔壁，有時還是會使用 MSN，這是因為可以比較方便談話，例如受訪者編號 29 便表示同事們在工作時間會使用 MSN 開聊天室一起閒聊：

因為你（妳）不方便在上班時間走來走去，或是走到他（她）的旁邊，所以通常我們記者如果熟的人比較多的話，我們通常都會再開一個（msn）聊天室，可能是四、五個人在聊同一件事或者說話，那四、五個人都是同事（男，28 歲，平面，文字記者）。

三、小結

綜觀透過閒聊所形成的非正式溝通管道，首先，在閒聊對象的部份，根據過去的文獻，人們特別喜歡和年齡相仿或性別相同的對象閒聊，這是因為人們想要向在社會結構中與自己處於相似位置的人學習（Baumeister, Zhang & Vohs, 2004）。而在本研究中的受訪者中，同事為主要閒聊對象的人居多（見表 4.1），這是由於同事與自己處於相同的位階、擁有類似的際遇，而本研究訪談之結果也印證人們的確最喜歡與自己地位相似的人閒聊。

其次，在閒聊時機與場合的部份，根據過去的文獻，閒聊的資訊大多是在工作時間中被傳遞的，例如下午茶或午餐的休息時間、正式上班前與剛下班時非正式團體的聊天（Crampton, Hodge & Mishra, 1998）。而本研究的受訪者通常是利用早上剛進辦公室時、中午休息、用餐時間、採訪途中、截完稿時或者要下班之前等時機閒聊，與過去的文獻相符合。比較不同的是，由於新聞從業人員特殊的工作性質，在製作新聞或採訪時會有許多零碎的空檔時間，所以工作中閒聊的頻率相當頻繁。不過，製作新聞的場合，例如剪接室，屬於私密的空間，可以閒聊一些比較私人或關於個人情感的話題；若是採訪時的場合，則通常是在公開的空間，所以閒聊的話題就會有所保留。

再次，在閒聊內容的部份，Baumeister、Zhang 及 Vohs（2004）以大學生為樣本，所進行關於閒聊之研究發現，幾乎三分之二的人都認為閒聊可以學到生活上的經驗。閒聊時常包含許多有用的資訊，而閒聊的內容，通常也包含著人際關係方面的資訊。經訪談結果發現，新聞從業人員在工作中閒聊的內容，常圍繞著工作與休閒生活。其中，關於工作的閒聊內容，是為尋求對於工作有助益的資訊；相對而言，關於休閒生活的閒聊內容，則是為了交換自己生活上的經驗，並且拓展自己的人際關係，與過去的文獻與實證研究之結果相符。

最後，在閒聊形式的部份，過去的文獻指出，閒聊作為非正式溝通管道，是一種迅速的溝通形式，擴散地很快並且不受控制，速度快於正式溝通管道而且較具彈性。當正式溝通管道不明確而且模糊的時候，閒聊便顯得相當重要，而員工處於壓力之下時，閒聊也會因此而增加。員工會比較相信來自於閒聊的資訊，而非主管所告訴他（她）們的消息，這是因為正式溝通管道缺乏明確性，員工對於這樣的溝通會產生比較多懷疑（Crampton, Hodge & Mishra, 1998）。經訪談結果發現，新聞從業人員在工作中透過閒聊形成非正式溝通管道，以許多不同的形式傳遞訊息，不僅面對面能閒聊，透過電話與網路等傳播科技，也能不斷地傳佈與擴散閒聊的內容。即使是公司內部正式的人事消息，新聞從業人員還是會選擇透過閒聊來尋求資訊，這是由於透過閒聊這樣的非正式溝通管道，反而能夠比正式溝通管道獲得更完整甚至更多元的資訊，符合過去文獻之發現。

此外，研究結果發現 MSN 在組織中的使用普遍，但研究者認為這並不代表面對面閒聊就不再重要，受訪者大多指出談論比較緊要的事情時，面對面還是比 MSN 較適宜；原因是面對面可以看到對方的言行舉止，以判斷其態度是否誠懇，或者可以附加動作或表情，比 MSN 的表現生動活潑。例如受訪者編號 6 便提及只要有空間可以讓組織成員在閒聊時不被打擾，就會選擇面對面閒聊，由此可知，面對面的非正式溝通是不會被取代的。

第三節 閒聊功能所滿足之社會支持動機與需求

本研究之研究問題二，探討在新聞從業人員工作中，閒聊所發揮的資訊、娛樂、親密友誼及影響力功能，可以滿足那些社會支持的動機與需求。又根據文獻探討之發現，新聞從業人員工作中閒聊資訊與影響力功能的發揮，可以滿足社會支持中資訊支持的動機與需求；娛樂與親密友誼功能則可以滿足社會支持中情感支持的動機與需求；而社會支持中的物質支持，則是伴隨著資訊或情感支持而產生。因此，本節共分爲四個部份，第一個部份是閒聊的資訊功能與資訊支持，第二個部份爲閒聊的影響力功能與資訊支持，第三個部份是閒聊的娛樂、親密友誼功能與情感支持，第四個部份則是伴隨資訊、情感支持而來的物質支持。

一、閒聊的資訊功能與資訊支持

閒聊不是漫無目的的聊天，而是有目的的談話，尤其在工作中的閒聊，往往都是想要獲得工作相關的資訊，相較於正式的溝通管道，所能獲得的資訊相當有限，透過閒聊進行非正式溝通，反而是更有用的資源。受訪者編號 2 便表示，自從她進入新聞工作職場才發現，閒聊真的很重要，是除了工作專長以外的第二專長，有沒有能力閒聊也成爲是否能升遷的重要關鍵。此外，正式溝通管道在情境上也有所限制，例如受訪者編號 4 就指出，有些事情會不好意思在正式會議時說出來，因爲怕別人質疑自己的專業，而且在正式會議中的談話都會被紀錄，還可能會牽涉到日後懲處的問題，所以會選擇私底下再去詢問自己不懂的事情。

由此可知，相較於正式溝通管道，閒聊這樣的非正式溝通管道，對於新聞從業人員來說，是他（她）們主要獲得資訊的方式，例如受訪者編號 23 便表示閒聊就是工作的一部分，幾乎所有的資訊都是透過閒聊而來的：

聊天就是我們的工作之一，是一種 routine（例行公事）……不過每個人的風格不一樣，有的人是打聽，有的人是聽比較多，有的人聊比較多，但是幾乎所有的

消息都是要透過問，或者透過聽，都是要聊出來的（女，37歲，平面，召集人）。

尤其對於新進員工來說，閒聊的資訊功能比起娛樂、親密友誼功能要來得更為重要，受訪者編號 30 就提及因為自己剛接觸新聞工作，和人閒聊主要的內容以工作為主，除非是工作聊太多才會聊一些私人話題，不過，因為每天要熟悉的事情太瑣碎，所以沒有太多時間去聊自己的心情，無論是和同期的記者還是前輩，閒聊話題幾乎都圍繞在公司制度與新聞工作要領上。受訪者編號 27 也表示，當自己以前還是新手時，的確不太有機會閒聊自己的私事：

因為那時候還是新手，很多時候都是在請教別人這樣子，對呀！反正相關的事情通通都是圍繞在工作上面，不會去談到家裡的貓咪啊，或者是其他的事情……
（女，26歲，平面，文字記者）。

而在本研究中，30 位受訪者的平均年資為 9 年，最資深的有到 20 年，工作未滿 5 年以及 5 年以上的皆有十幾位，根據訪談這些不同年資的受訪者所整理之結果，歸納出其發揮閒聊的資訊功能，所能滿足的資訊支持之動機與需求，共可分為四種類型，其中包含尋找工作靈感與線索，了解公司狀況，建立關係與溝通以及尋求個人所需的資訊。

（一）尋找工作靈感與線索

由於新聞工作的特性，製作一個新的新聞時，新聞從業人員總是必須構思新的題材，也因此閒聊的資訊功能，常需要滿足這方面的資訊支持，在本研究的受訪者中，有 5 位對此提出具體的實例。如受訪者編號 3 便表示時常可以在閒聊別人的經驗當中，有意外發現，刺激自己在工作上的靈感：

你（妳）可以從別人的經驗當中，不一定就是好笑的事，得到一些訊息，得到一些經驗。我覺得這蠻重要的。工作、生活上都有，閒聊嘛，所以沒有預設任何的題材或類型，去聊的時候，有些意外的驚喜，會 inspire，就是刺激你（妳）的

idea (想法) (男, 30 歲, 電視台, 編輯)。

此外, 受訪者編號 8 也提及記者們之間的互動, 時常可以藉助自己更了解新聞背景, 雖然不一定是交換新聞, 但仍可以使自己更了解大環境, 掌握新的新聞事件。有的時候, 新聞的靈感就來自於閒聊當中:

我一直覺得聊天就是新聞的一部分, 如果你(妳)沒有這樣(觀察並關心別人)去和別人聊天的話, 你(妳)可能就會因此而錯過很多新聞(男, 39 歲, 電視台, 文字兼攝影記者)。

由此可知, 透過閒聊, 新聞從業人員可以從中獲得新聞靈感, 創造新的題材, 而有時則是新聞事件已經發生, 但卻沒有正式管道可以尋求資訊, 也必須透過閒聊這樣的非正式溝通管道去挖掘新聞線索, 受訪者編號 7 就指出新聞訊息往往已經包含在閒聊的內容中:

我之前還在外面跑新聞的時候, 當然一邊聊天的時候, 那是一個資訊的交流, 那個資訊其實已經包含在聊天裡面。譬如說馬英九什麼時候要組閣, 有沒有聽說, 或者是那個立委怎麼了, 因為他(她)們都在辦公室, 我們也不可能去訪談, 所以有時候是靠聊天, 才能取得資訊(女, 41 歲, 電視台, 組長)。

除了意外獲得資訊之外, 受訪者編號 9 表示平常就應該要與一些能夠提供新聞線索的人建立良好關係, 當發生突發事件的時候, 需要配合度高的熟人, 才能講出新聞的感受, 所以一般都會找熟悉的人來配合, 也就是平常必須養一些線民, 例如警察, 他(她)們往往會是很重要的新聞消息來源; 有時消息來源也可能是同業, 他就會選擇直接的方式去詢問:

如果夠熟的話, 我會直接打電話去問, 我會直接和他(她)說, 你(妳)這個新聞不錯啊! 怎麼做的啊? 報一點獨家來吧! 通常我們的消息來源都是同業, 問到好的東西就要自己留起來用, 如果用間接的方式, 不就被人家攔截了嗎?(男,

28 歲，電視台，文字兼攝影記者)

但是，當消息不是來自於長期有合作關係的線民或同業時，新聞從業人員就必須花費更多的時間閒聊，例如受訪者編號 22 便認為這時要從旁敲側擊的方式，去獲得新聞線索：

像是現在有登革熱，開玩笑好幾個人染病耶！那我的鄰居，他（她）們家先生就在相關單位工作，我就可以去找他聊啊！問他現在狀況怎麼樣？新聞就是挖嘛，所以說挖新聞嘛！（男，56 歲，平面，發行人）

（二）了解公司狀況

無論在任何一種組織中，員工都必須透過閒聊了解公司的狀況，在本研究的受訪者中，有 8 位對此提出具體的實例。例如受訪者編號 11 就表示透過閒聊，可以迅速對於公司內部有初步了解，減少摸索碰壁的時間，避免踩到他人地雷，雖然無法面面俱到，但仍是重要的參考指標。像是受訪者編號 6 便提及有時為了不要讓自己處於狀況外，必須透過閒聊來得知公司最近發生的事情：

有些事情你（妳）可能會比較狀況外，但是透過這種閒聊會讓你（妳）……原來最近有發生什麼事情是你（妳）不知道的，或者是有什麼特別的事情要注意，就是要比較小心那些事情，對。就是你（妳）可能休假的時候，有些事情就不曉得，那可能透過閒聊，你（妳）就是可以知道最近可能有什麼最新的命令，那你（妳）可能不知道的，或者是小心有什麼地雷不要踩到這樣子（女，29 歲，電視台，文字記者）。

此外，受訪者編號 5 也表示公司內部的人事物、人事異動、變化、新制度與動向等，是她最關心的資訊。而受訪者編號 10、編號 13、編號 14、編號 16 及編號 25 則認為在公司內部狀況中，最必須了解的就是人事問題，不僅基層的新聞從業人員關心，主管們也都會想辦法探聽這方面的消息，以做出應變措施。例

如身為男性主管的受訪者編號 13 就提及，會很想要知道組員們最近的狀況，有沒有什麼問題，並且了解小主管與組員們之間的互動情形。同樣身為男性主管的受訪者編號 16 則認為透過閒聊可以了解公司內部每個員工的狀況：

知道每個人的狀況，離職呀，或幹麻，就一個體制來講，那是你（妳）唯一一個掌握整體的方法。比方說編輯，我們有分編輯、助編跟工讀生，編輯台裡面的狀況我不一定很清楚，用這種方式（閒聊）可以知道他（她）有沒有異動或是家裡的狀況（男，42 歲，平面，組長）。

此外，受訪者編號 10 與編號 30 亦提及透過閒聊可以知道很多人事的消息，因為記者必須透過跳槽才能夠加薪，所以是不僅公司內部的訊息，也會關心其他公司的人事問題，探聽有沒有職缺，而每個公司的老闆也會探聽其他公司的人事消息，以便挖角。

最後，由於新聞從業人員的工作常需要合作夥伴，對於新合作的對象不太了解的時候，就可以透過閒聊來掌握一些訊息，例如受訪者編號 6 就認為，透過閒聊可以對於原本不熟悉的夥伴，能夠有一些基本的認知：

從工作當中還有談話當中，可以知道他（她）做這個他（她）手上的東西，他（她）是不是很擅長、是不是很清楚狀況。那……對……大概是這樣，而且應該說這個圈圈就是很八卦，那我們透過閒聊，也許你（妳）和某個人不是很熟，我們也可以先知道這個人行或不行，就是你（妳）會聽到這個人對第三者的評語這樣子（女，29 歲，電視台，文字記者）。

（三）建立關係與溝通

閒聊可以使員工之間的關係圓融，有好的溝通管道，能夠使工作變得比較順利，在本研究的受訪者中，有 4 位對此提出具體的實例。例如受訪者編號 2 便表示，如果和同事的關係不好，無法彼此協助，會影響到工作上的進度。閒聊作為

非正式溝通管道，可以讓彼此有機會建立良好的關係，又如受訪者編號 18 就認為良好的閒聊，可以建立跨單位部門的溝通管道。

受訪者編號 4 亦指出閒聊不像正式溝通管道是命令、強迫的，而是有點妥協的溝通方式，在彼此退讓為對方著想的狀態下，很多問題往往就能夠解決。簡單來說，透過閒聊可以建立一個溝通管道，交換彼此之間的訊息，例如受訪者編號 5 就表示，人們都需要他人的意見或看法：

就是說互相給一些意見吧，可能有些人想請教你（妳）的意見，看你（妳）的看法，那你（妳）可能也需要別人的意見或看法。（女，31 歲，電視台，組長）

（四）尋求個人所需的資訊

根據訪談的結果發現，有時除了工作相關的訊息之外，新聞從業人員也會藉由閒聊，獲得自己個人所需的資訊，通常是自己感到有興趣的話題。同事之間的資訊分享，有很多都來自於相同的興趣，在本研究的受訪者中，有 8 位對此提出具體的實例。例如受訪者編號 28 就表示因為自己與同部門的兩位同事都有養貓，會不時交換一些關於養貓人士所要注意的資訊。受訪者編號 26 亦指出自己與同事之間，對於數位化的更新速度相當感興趣，常會閒聊關於這方面的訊息。而受訪者編號 29 則是認為，自己與同事閒聊的話題通常會圍繞在彼此很感興趣的內容，甚至會積極地互相討論：

我們也是會針對星光幫（電視節目超級星光大道參賽者），就是那一陣子第一屆決賽的時候，我們也會一直在討論，然後那時候有很多歌啊，我們也會互相分享，然後我們也會針對他（她）唱的東西，討論他（她）唱得怎麼樣（男，28 歲，平面，文字記者）。

除了和同事討論之外，由於新聞從業人員也時常會接觸到一些具有專業能力的採訪對象，如果是個人感興趣的領域，在新聞採訪之餘，就會順便尋求一些自

己個人所需的資訊。受訪者編號 8 就提及，因為自己喜歡旅行，如果剛好遇到有旅行習慣的採訪對象，時常詢問他（她）們關於旅行的資訊，就會因此變成很好的朋友。或者像受訪者編號 10 與編號 30 則表示，因為有些採訪對象會比較了解關於投資的訊息，雖然不是什麼內線消息，但會讓自己對於保險、基金或股票等投資比較有概念，引起投資的興趣。

受訪者編號 9 亦指出因為職務之便，常會採訪棒球明星，因為自己是棒球迷，採訪球員時，可以順便一圓自己的「粉絲夢」；所以除了採訪的問題之外，也會問一些自己想知道的八卦，藉由這樣的閒聊，更貼近自己喜歡的球員。此外，有時採訪對象的專業，也能夠成為協助個人生活的資訊，例如受訪者編號 27 提及曾經採訪過「養生達人」，由於自己時常腰酸背痛，對方很熱心地提供她許多保健知識，而受訪者編號 28 也表示，採訪醫生時可以順便諮詢自己本身的疾病：

我之前去採訪醫生啊，我就會順便問一下我的病情，平常要怎麼保養之類的，譬如說他（她）可能講到某個先天性的疾病，我也有類似的症狀，我可能就會順便問他（她）（女，23 歲，平面，文字記者）。

二、閒聊的影響力功能與資訊支持

組織文化是一種共享的價值觀和信念，對於組織中成員形成一種規範力量，而且這樣的規範是無形的。無論是正式或非正式、成文或不成文的規範，透過閒聊，無時無刻地在傳佈與複製，組織成員因害怕受到異樣的眼光或者懲罰，自然而然地形成自我約束的力量，此即閒聊的影響力功能。在前述談及閒聊所發揮的資訊功能，可以滿足的資訊支持之動機與需求，其中一個類型為了解公司狀況，而閒聊的影響力功能，所能滿足的資訊支持之動機與需求，可說是這個部份的延伸，不僅是有形的公司人事動態與政策，而是更廣泛地涉及整個公司無形的組織

文化。

(一) 組織成員透過閒聊了解並遵從組織文化

根據閒聊的影響力功能，透過閒聊可以使員工了解並遵從組織文化，在本研究的受訪者中，有 2 位對此提出具體的實例。例如受訪者編號 14 便指出，當上主管以後，對於公司的組織文化必須更加了解，通常會找自己信得過的人去詢問，因為必須了解公司中的政黨傾向與公司派作風，消息要靈通，否則一不小心犯錯，就有可能成為大家茶餘飯後的話題，基本上一定要告誡自己，千萬不要犯到公司的大忌。

此外，受訪者編號 1 也指出，新聞從業人員的服從性很高，因為每天工作的時間都很緊張，如果不遵從公司的規範去做，根本就沒有辦法趕上每一個新聞期限。由此可知，對於新聞從業人員來說，為了避免犯錯，會想要尋求關於組織文化的資訊支持，閒聊的影響力功能，正好滿足了這個部份的動機與需求。

(二) 不同的媒體組織文化形成不同的閒聊風氣

簡單來說，閒聊傳遞著組織文化，對於組織成員形成無形的規範；相對地，如果處於不同的組織文化，閒聊的風氣可能因此而有所不同，在本研究的受訪者中，有 8 位對此提出具體的實例。以本研究訪談的電視台與平面兩種不同性質的新聞媒體而言，在這兩種不同性質的新聞媒體組織中，組織文化也會有所差異。例如過去曾經待過報社、目前任職於電視台的受訪者編號 10 提及，因為報社與電視台的時間調配差很多，所以在閒聊的風氣上很不一樣：

因為時間調配上差很多，以前在報社的時候可以好好地聊，無拘無束和受訪者聊，現在（在電視台）雖然還是要聊，但是重要問題都要先問，而且就算聊天也是拿著麥克風在聊，電視台比報社需要節省時間嘛！因為時間的緊迫，時間的壓

迫（男，28歲，電視台，文字記者）。

相較於電視台，平面媒體工作時間較短，閒聊時間也較多，例如受訪者編號 27 與編號 26 便表示，因為不是每天都必須截稿的日報，閒聊時間會比較多，如果沒有截稿壓力時，一天 8 到 9 個小時的工作時間中，約有 7 個多小時都在閒聊。而受訪者編號 17 則是認為電視台的工作性質必須一直趕進度，平面媒體則有比較多的時間可以去討論，能夠營造比較好的工作氣氛：

其實我覺得我們的工作環境啊，為什麼可以大家這樣聊天，是在於我們的採訪需求，我們沒有辦法和電視台一樣一直趕東西，有時候我們需要去討論，所以工作氣氛也難怪會比較好吧！（女，24歲，平面，採訪編輯）

除了不同媒體性質所造成的影響之外，即使是同性質的媒體，也可能因為不同公司的組織文化，在閒聊的風氣上有所不同。例如受訪者編號 1 就認為如果同為有線電視台，閒聊的風氣不會差太多，但若是以有線電視台與無線電視台相比之下，無線電視台的閒聊風氣顯得比較嚴謹一些。目前任職於有線電視台的受訪者編號 11 也有類似的看法，她提及過去在無線電視台工作的時候，說話都會特別謹慎：

某台（無線電視台）比較戒慎恐懼，因為某視是老電視台，體制年資系統完整，人脈環環相扣講話真的要注意！現在的電視台（有線電視台），比較和諧，除了特定長官同事要注意之外，其他其實可以隨意聊天，不用有太多顧慮（女，25歲，電視台，編輯）。

此外，不同的平面媒體組織，也可能會有不同的組織文化與閒聊風氣，例如受訪者編號 23 與編號 24 便指出辦公室的規模大小與座位隔間，也都會影響到辦公室的閒聊文化。

（三）組織成員很少能透過閒聊形成輿論以進行反制

根據上述，組織文化對閒聊風氣造成影響；相對地，閒聊也可能對組織文化形成一種反制力量，對主管的不滿與扭曲進行反抗。Hafen（2004）便提及可以透過閒聊形成輿論力量以進行集體反制，例如若有不適任的主管，可以透過閒聊形成輿論使其改進，甚至罷免其職位。在訪談過程中也的確發現這樣的實例，例如受訪者編號 1 就提及，自己的公司曾經發生實習記者集體透過閒聊形成輿論，對攝影記者進行反制之實際案例：

今天為什麼有實習生把耳語傳出來，他（她）就是要鬧得你（妳）們辦公室都知道，因為他（她）就是不爽那個攝影師嘛！那我就趕快跟我們長官報告，長官馬上安撫這幾個實習生，因為今天這種耳語對公司是非常負面的，很容易流傳出去，事實上也已經流傳出去了。那如果今天公司沒有作為的話，這個大家的名聲就都壞掉了，公司要讓實習生滿意，那兩個攝影最後都被 fire（開除）掉（女，29 歲，電視台，文字記者）。

受訪者編號 1 認為只要大家都把想法說出來，就能形成輿論力量，便有可能達成集體反制行動，讓犯錯的人受到懲罰，輕則寫書面報告，重則開除以示公平，她亦認為長官必須重視這些輿論，作出明快的決定。不過，受訪者編號 1 卻也提及如果是自己的上司犯錯，基本上大多還是會選擇服從，頂多私底下與同事抱怨，不會透過閒聊形成輿論力量以進行集體反制。

此外，在受訪者編號 1 與編號 14 的公司中，曾經有員工組成一個團體，一起抵制某位不適任的主管，並且讓那位主管被開除的實際案例，但受訪者編號 1 與編號 14 卻都指出，不會想要去反抗自己的上司。例如受訪者編號 14 便提及，如果在工作中長官的觀感或決定，可能危害到自己的權益時，會努力地去向上司解釋並爭取，但也僅是明哲保身，不會去反抗自己的主管。

身處於華人組織文化之下，以及服從性比較高的組織之中，挑戰上司的行為被認為是不適當的，所以台灣的新聞從業人員也就不太敢對於自己的上司表示意見甚至反抗，也因此，本研究中的受訪者，很少能夠指出透過閒聊形成輿論力量以進行集體反制的實例。

（四）負面的影響

透過閒聊可形成輿論以進行反制，但若是不適當的時機或內容，則反而可能造成負面影響。根據訪談結果之整理，可將閒聊的負面影響分為三個部份，包含影響工作效率、影響個人情緒與工作氣氛以及謠言與誤會的產生。

1. 影響工作效率

在本研究的受訪者中，有 8 位對此提出具體的實例。首先，受訪者編號 4、編號 18、編號 21、編號 25 與編號 27 皆提及如果在上班時間閒聊多少會影響到工作效率。其中，身為男性主管的受訪者編號 4 認為，每天工作 10 小時注意力不可能完全集中，對於自己的部屬使用 MSN 閒聊通常會給予體諒，但有時使用時間太長，就會影響到工作。而同樣身為男性主管的受訪者編號 25 亦覺得 MSN 是一種干擾，有時工作需要比較完整的時間，但朋友的訊息又不能不回，工作也不方便停下來時，就會造成困擾。

受訪者編號 27 則提及寫稿時需要蒐集靈感，就會與同事閒聊，一不小心聊過頭，反而造成拖稿。至於受訪者編號 18 更指出閒聊太多會影響工作，甚至造成自己時常得留在公司加班的情形：

我是個很重視工作效率的人，聊天如果一聊開無法控制時間，常常讓我必需留下來加班，如同無間道電影名言，出來混的，總有一天要還！（男，36 歲，平面，企劃）

但相對地，亦有受訪者認為，閒聊本身並不會造成影響工作。例如受訪者編號 17 就認為寫稿時盡量少閒聊，控制自己閒聊的時間，就不會造成工作上的困擾。同樣地，受訪者編號 19 亦指出自己在工作時對於閒聊會有所節制，同事間也有默契，不會在工作忙碌時去吵她，甚至還會彼此督促對方工作，不要閒聊太久。而受訪者編號 28 則是提及，她覺得自己其實並沒有因為閒聊而影響到工作效率，但長官卻認為自己很不認真：

我覺得有時候我聊天聊太多，我的主管好像很不高興，我自己也會覺得心虛啊！他（她）好像會覺得我很不認真的樣子，雖然我沒有問過主管啦！但我心裡會這樣想，就會覺得膽顫心驚，造成心理上的壓力（女，23 歲，平面，文字記者）。

2. 影響個人情緒與工作氣氛

閒聊雖然能獲得自己想要的資訊，但如果有時候用錯幽默的方式，或者閒聊時機沒有掌握好，都有可能造成對方的不愉快，甚至影響雙方情緒，在本研究的受訪者中，有 5 位對此提出具體的實例。例如受訪者編號 1 就表示，有時不小心開錯玩笑，或在同事忙於工作時還去找對方閒聊，會造成對方有不好的情緒：

人跟人之間溝通的技巧很重要，有時候自認開玩笑，原來對方不爽了，還很白目繼續玩下去。必須要先察言觀色同事的情緒，不知道同事還在趕稿，吵到他（她），就會搞得人家翻臉。其實在閒聊上面並不會產生衝突，因為既然你（妳）們會閒聊，就一定已經有那個友善的基礎，只是大家在工作壓力之下，因為那個時間壓力很重要，你（妳）就沒有看準時機去和人家聊天，人家在忙的話就會情緒不好（女，29 歲，電視台，文字記者）。

受訪者編號 1 更提及有些長官不喜歡辦公室閒聊太多，因為閒聊內容通常包含關於長官的八卦，或者是對於長官的批評。而同樣身為男性主管的受訪者編號

3 與編號 13 以及剛進公司的受訪者編號 30，也都指出如果公司發生因閒聊而不小心透露薪資時，常會使人心情受到影響，事實上薪資問題應該是禁止談論的，但新進人員常會不小心被資深員工套出來，就有可能造成一些資深員工的不滿，進而影響到整個工作氣氛。

此外，受訪者編號 20 則表示，如果是跨性別或跨階級的談話，都必須特別注意自己的態度，如果閒聊的對象是女性，就要避免性別的歧視，態度更要誠懇，不能讓人感覺很輕佻。而面對長官，因為身份不同應該要尊敬，特別小心，適度地去掌握，才不會造成對方情緒上的不愉快。

3. 謠言與誤會的產生

在本研究的受訪者中，有 13 位對此提出具體的實例。根據受訪者編號 2 所述，她認為閒聊若選對適當的時機與內容，其實可以幫助公司整體運作更加圓融，但若是負面的內容就另當別論。如前述提及透過閒聊可以在接觸新合作夥伴之前，從第三者的評論對於他（她）們有所了解，但這些評論也可能是錯誤的，例如受訪者編號 12 指出，過去他有一個合作夥伴，是別人口中的攝影殺手，但合作之後卻發現對方並不如傳聞中的難相處。而諸如此類的謠言，時常傳佈於新聞從業人員的閒聊當中，包含某主播的八卦、某人好像有小老婆、誰好像中風、有些記者拿廠商好處，甚至是電視台不發年終獎金或者要關門大吉等。

雖然新聞從業人員之間的閒聊充斥著許多不實的謠言，不過如果是無傷大雅的流言，大家的情緒並不會受到太大的影響。例如受訪者編號 3 與編號 23 就指出，聊別人感情的這種八卦其實還好，八卦流傳的速度很快，一旦有新的東西舊的就會被取代，所以大家通常不會因此而困擾太久。

不過，假如不實的謠言一傳十，十傳百，甚至傳到長官耳中，就可能會造成比較嚴重的影響。受訪者編號 1 便指出如果有影響公司形象的謠言產生，通常長

官會做出適當處理，抑制謠言傳佈；身為男性主管的受訪者編號 13 就表示，如果發現八卦從個人話題變成到處渲染時，就會要求部屬不要繼續流傳下去。

除了謠言之外，閒聊也有可能造成彼此之間的誤會，進而產生心結。例如受訪者編號 24 就認為如果長官扭曲他（她）們的意思，就有可能因此而爭吵，受訪者編號 11 也提及當自己談論別人的是非，有時不小心得罪別人，造成對方對自己比較冷淡，就會反省自己是否說錯話而造成對方的誤會。

而所謂誤會，時常是因為訊息不斷二手傳播所造成的，受訪者編號 25 就認為人際之間的誤解與衝突，是因為閒聊內容在傳佈中不斷被扭曲所造成的。例如受訪者編號 8 便提及，自己批評另一個人所做的事情時，是對事不對人，但傳到對方耳中，可能就有好有壞。擔任主管的受訪者編號 4 亦指出，有時部屬會跑來向自己哭訴，只因自己一時不小心說了重話，聽在對方耳裡，就變成很嚴重的事情。至於受訪者編號 14 則是表示，有時莫名其妙就會被人誤會：

常常 A 講成是 B 啊！常常有這種狀況，譬如說有一次謠傳我和誰誰誰吵架，我就說根本就沒有，我們沒有吵架啊！他（她）們說因為我講完話就提早回家，但我就說我回家是要照顧小孩啊！這和誰吵架根本沒關係（女，33 歲，電視台，製作人）。

通常誤會產生時，有些人會想要去解釋，甚至希望能解決問題，尤其以新聞從業人員來說，與合作夥伴之間的來往關係很密切，人脈也是影響工作表現很重要的部份，所以除非是無傷大雅的小事，否則至少都會做到盡力去為自己辯護或者自我反省。例如受訪者編號 9 便提及，有時候可能自己在忙，遇到對方沒有打招呼，就被大家說成是自己擺架子，久而久之造成彼此之間的心結，遇到這種情形，他就會想辦法把問題解決：

遇到心結的話，我會想要去解開它啊！因為我不希望就是說和人家樹立敵

人，應該是說.....不喜歡樹立敵人，個性啦！一旦有心結的話，有些事情我就很難開口，所以我會找一個適當的時間，不尷尬，當面把心結解開（男，28歲，電視台，文字兼攝影記者）。

三、閒聊的娛樂、親密友誼功能與情感支持

閒聊除了資訊功能之外，最多受訪者提及的就是娛樂與親密友誼功能，由於兩者皆與個人友誼或是團體關係密切相關，時常密不可分。有時看似十分單純的娛樂，也往往牽涉到情感的層面，所以在本節中，娛樂與親密友誼的功能，將一併探討。

許多受訪者指出這種主動分享、了解的行為，透過交談彼此打氣、安慰的過程，可以讓工作與團隊氣氛更好，例如會覺得比較親切、有人情味。因此，發揮娛樂與親密友誼功能的閒聊，能使新聞從業人員能面對工作中的緊張、壓力以及疲憊，接受不斷發生的挑戰，並且願意繼續工作下去。例如受訪者編號 30 提及，記者的工作壓力很大，就算今天跑出獨家也不算什麼，明天還是要繼續想新的新聞題材，如果沒有同事的情感支持，加油打氣，以及實質上的協助，對於時常感到沮喪的心情，可能無法釋懷。

尤其當員工受到不公平待遇時，閒聊發揮娛樂與親密友誼功能，可以讓新聞從業人員得到紓解、分享工作與生活上的經驗、抒發心情與感觸、促進人際關係、得到娛樂、互相安慰、宣洩與放鬆心情並且幫助小團體凝聚、活絡工作氣氛等。經訪談結果之歸納，閒聊發揮娛樂與親密友誼功能，所能滿足的情感支持之動機與需求，共可分為四種類型，包含單純的趣味、抒發情緒與壓力、培養友誼以及緩和與工作氣氛。

（一）單純的趣味

閒聊有時單純只為尋求趣味，在本研究的受訪者中，有 4 位對此提出具體的實例。例如受訪者編號 26 就表示同事間有時彼此會無意義的互相消遣；受訪者編號 27 亦提及與同事閒聊大部分不會聊工作，通常是分享有趣的生活瑣事；受訪者編號 26 更具體地指出如果他經過同事的座位，聽到新奇有趣的話題，就會跟著加入。這樣單純為趣味而閒聊，在壓力很大的新聞從業人員的工作中，時時可見，例如受訪者編號 9 就表示會和同事討論去哪裡玩，新來的女記者很漂亮，或者聊聊穿著打扮等有趣的話題，通常並沒有事先設定主題，只是為了娛樂，所以無論什麼話題都有可能聊。而受訪者編號 3 也提及類似的想法，他認為閒聊的話題是由工作上一些小插曲所延伸出來，常包含一些有趣的事情。

（二）抒發情緒與壓力



由於從事新聞工作壓力很大，新聞從業人員時常藉由閒聊來抒發情緒與壓力，有時在採訪上不順利，就會和同事抱怨，在本研究的受訪者中，有 6 位對此提出具體的實例。例如受訪者編號 1 與編號 5 便提及如果遇到態度不好的受訪者或同業，一回到辦公室就會忍不住和同事們抱怨。

而閒聊最大的好處就是有個管道能夠把抒發情緒，不用悶在心裡，例如受訪者編號 4、編號 9 及編號 28 就指出閒聊就是他（她）個人最好紓壓方式，如果遇到長官有不合理的要求，就會找同事抒發，向他（她）們抱怨自己不滿的情緒。受訪者編號 24 則是更具體地表示，新聞從業人員如果遇到工作上的挫折，一定是和同事或同業抱怨，因為家人或其他朋友可能並不了解自己的工作：

遇到工作上的挫折一定是和同事抱怨，家人可能都不了解。有的時候也會和同業，很多新聞記者和同業關係比同事還好，如果在工作上有什麼問題，或者受到什麼委屈，同業最能了解了……像我就有很多好朋友，就是我的同事，他

(她)們變成我唯一可以談心的人，因為我在辦公室受到的委屈啊，我講的人、事、物、地，他(她)們全都知道，然後從他(她)們身上也會得到一些訊息，這是很重要的(女，47歲，平面，組長)。

(三) 培養友誼

對於新聞從業人員來說，以閒聊培養友誼，可以讓自己的人脈與人際關係變好，對工作有很大的助益，在本研究的受訪者中，有6位對此提出具體的實例。例如受訪者編號1就表示自己時常與上司一起吃飯閒聊，彼此培養出良好的友誼，在工作上就能夠比較輕鬆，不會一天到晚被監控。不過，更有許多受訪者指出，以閒聊培養友誼其實是沒有刻意經營的，受訪者編號21便提及自己本來就喜歡透過閒聊交朋友，並沒有特別想要去建立人際關係：

我本來就是一個愛聊天的人，剛到公司的時候，沒有刻意建立關係，只是交朋友，交朋友就會聊天，聊天就會順便聊到公事(女，23歲，平面，採訪編輯)。

以辦公室的同事來說，座位的鄰近性會是一個很重要的因素，例如受訪者編號24認為辦公室附近座位的同事，由於長期相處，久而久之就變成了好朋友，彼此會分享很多事情，時常會一起吃晚餐或宵夜，或者是在下班前、稿子忙完時待在辦公室裡面閒聊。而受訪者編號23則表示，除了同事之外，與採訪對象相處久了也可能會變成朋友，很難去劃清界線：

採訪對象或者同事久了就變朋友，和一般朋友一樣，比較難去劃分界線，如果聊到比較生活的話，就是會關心彼此，彼此的工作狀況啦……玩笑也會講，或者是不滿的情緒也會說一下(女，37歲，平面，召集人)。

相較於同事之間的情誼，與採訪對象的友誼，剛開始都是建立於需要消息來源之上，但長期相處之後，還是能夠發展友誼，這樣的情形，在資深記者的身上很容易發現。例如跑了十幾年新聞的受訪者編號8，他覺得除了尋求新聞消息來

源之外，也必須關心自己的採訪對象，而正因為時常關心自己的採訪對象，與許多採訪對象變成老朋友，長期的關係就是在閒聊過程中建立的：

有兩個受訪者我剛好都認識，他（她）們的交集就是我，所以他（她）們就和我講，和我說他（她）們的情況，那說完了之後呢，我們再去關心他（她），他（她）們會覺得你（妳）不只是記者，你（妳）是朋友，所以我們用聊天的方法，用關心的方法，是很有效的。講真的，我們不是為了新聞很矯情這樣，人可以裝一次、三次、四次、五次，你（妳）能裝第六次嗎？不可能，太累了，那長期來講，我們這個朋友一交就是 15 年，我們不可能裝 15 年（男，39 歲，電視台，文字兼攝影記者）。

而有時除了採訪對象之外，中間的介紹人也可能成為自己的朋友，例如受訪者編號 28 提及記者有時候需要介紹人來帶自己進入不熟悉的採訪地點，因為時常需要聯絡，也就會關心對方，建立比較好的關係。



（四）緩和 work 氣氛

當工作夥伴彼此之間的距離拉近時，原本緊張的工作氣氛自然就會比較緩和，在本研究的受訪者中，有 3 位對此提出具體的實例。而這樣的現象又可從個人與工作團隊兩個面向加以探討：

1. 個人面向

以個人的面向來說，閒聊可以增加工作效率，例如受訪者編號 17 認為工作疲勞時總是要閒聊，才能夠繼續愉快地工作，愉快本身則可以讓工作氣氛更好，甚至增加工作效率。

2. 工作團隊面向

對於工作團隊而言，只要工作氣氛融洽，就能使團體之間的感情更好，對於

團隊工作本身也就有所助益。例如身為男性主管的受訪者編號 3 認為閒聊可以讓團隊工作情緒，維持在比較好的狀態，因為更認識彼此，在工作上就能培養出更佳的默契。而受訪者編號 6 則是提及身處壓力很大的新聞工作環境之下，閒聊扮演調劑作用，讓工作氣氛變得比較好，在閒聊的過程中，使原本緊繃的工作得到舒緩，團體氣氛更加凝聚，彼此互相加油打氣，當同事們甚至是上下司之間的距離能夠拉近時，整體工作氣氛自然就會變好：

在這種工作環境之下，有時候會覺得工作壓力很大，那閒聊有一點點不一樣的空氣，可以緩和一下氣氛這樣子。比如說像長官吧，閒聊會拉近我們的距離，會讓我們覺得好像就是對話，不是只有很單純的一定是聊工作，就是你（妳）也可以聊生活或是聊其他的，會讓你（妳）們覺得距離比較接近這樣子（女，29 歲，電視台，文字記者）。

四、伴隨資訊、情感支持而來的物質支持

社會支持中的物質支持，通常是伴隨著資訊或情感支持而來，對新聞從業人員來說，當同事、同業、上司、部屬以及採訪對象等工作相關的人，給予的資訊或情感支持，化為實際上的行動，協助本身工作的完成，就是一種物質支持。在本研究的受訪者中，共有 11 位對此提出具體的實例。

（一）來自同事或同業的物質支持

經訪談結果發現，受訪者指出同事最能了解自己的工作型態與情境，也是在工作場域中最能夠給予自己工作實質上協助的人，包含給予建議協助改善工作表現，甚至在某些情況之下，更會伸出援手協助自己完成工作。

1. 協助改善工作表現

在工作遇到困難時，同事往往能適時地給予自己一些工作上實質的建議，以

改善工作表現。例如受訪者編號 20 指出如果在採訪上遇到挫折，會想要聽取周遭同事的建議，而同事的意見也確實可以幫助自己改善一些採訪上的策略。

2. 協助完成工作

在一些特別的狀況之下，同事會即時伸出援手，協助自己完成工作。例如受訪者編號 28 表示有時寫稿不知如何下筆，同事就會幫她一起想，協助她完成稿件；自己也有協助不同部門的同事構想節目，使其順利完成工作的經驗。又如受訪者編號 10 指出，記者會主動和同業交換新聞消息來源，甚至在採訪過程當中也會互相幫忙。

而對於新進員工來說，工作上所需要的協助，時常會比工作經驗較豐富的新聞從業人員來得多。例如擔任主管的受訪者編號 16 便提及，公司的新進員工若遇到工作上的困難，他會與對方閒聊並且協助對方熟悉工作職掌。又如剛進公司一個半月，自稱「菜鳥」的受訪者編號 30 亦表示，除了較資深的記者會帶著他（她）們實習之外，同期進公司的同事也能夠給予自己很多實質上的協助：

因為同期進來的同組的男生，有五年的工作經驗，我覺得他比較能夠幫我，譬如說像寫稿怎麼寫（女，26 歲，平面，文字記者）。

（二）來自上司的物質支持

除了同事之外，有時新聞從業人員的物質支持來自於上司，而來自於上司的物質支持，又可以分為由下往上與由上往下等兩個面向：

1. 由下往上

當新聞從業人員在工作上遇到困難，向同事尋求協助但卻無法解決之際，就會選擇向上尋求協助，也就是直接找自己的上司幫忙。例如擔任專案採訪的受訪者編號 19 提及如果對於寫稿主題或要求有不清楚的地方，會主動和主編聯繫。

受訪者編號 2 則是認為如果主動和主管閒聊，打好關係，除了工作上可以得到幫助之外，更可能直接獲得升遷的機會。

2. 由上往下

除了部屬主動求援之外，有時上司也會自己發現需要協助部屬的部份，主動給予教導。例如身為男性副理的受訪者編號 13 表示會與自己的部屬閒聊，如果發現自己所帶領的組長或組員之間有什麼問題，就會給予他（牠）們建議，並且直接告知他（她）們如何解決。而身為女性主管的受訪者編號 14 也提及過去在報社擔任副組長時，常需與線上的記者保持聯絡，關心他（她）們所遇到的困難，會給予實質上的支持，讓他（她）們有不斷發掘新聞題材的機會。

（三）來自部屬的物質支持

相對於來自上司的物質支持，有時主管也需要來自部屬的物質支持，這是由於主管需要根據部屬的回饋反應，調整自己的管理方針。例如受訪者編號 13 指出除了自己主動和部屬閒聊之外，部屬也會主動和自己閒聊，通常都是因為遇到合作上的問題，他就會參考其意見作協調或者提出新的分配與要求。

此外，受訪者編號 4 也表示，自己的部屬有時會主動來向自己詢問，是否對他（她）們有所不滿，這時他就能從中發現自己可能在與部屬的溝通上可能產生問題，從部屬給予的直接回應中，重新去解釋並且解決問題。

（四）來自採訪對象的物質支持

新聞從業人員除工作夥伴之外，也必須與採訪對象建立良好的關係，如果得到採訪對象的信任時，對方就可能給予實際的物質支持。例如受訪者編號 29 就分享曾經採訪插畫家與資深廣播人的經驗，他提及之前採訪插畫家時，對方教他如何選擇材料與紙張；而採訪資深廣播人時，對方則是幫他修正發音上的問題，

這些實質上的協助對於自己日後工作上的專業表現，有很大的助益。

此外，受訪者編號 20 則是認為記者與採訪對象之間的關係，就像魚幫水，水幫魚，如果與採訪對象的關係良好，他（她）們就會願意提供你（妳）比較多的消息來源，甚至事先告知你（妳）可以採訪的新聞事件，協助你（妳）順利完成工作。

五、小結

綜觀閒聊發揮各種功能所能滿足的社會支持之動機與需求，首先，根據過去的文獻，新聞從業人員在工作中的閒聊發揮資訊與影響力功能，可以滿足社會支持中的資訊支持，而且一般來說主管與同事比較能提供這方面的支持。經訪談結果發現，新聞從業人員提及在工作中的閒聊發揮資訊與影響力功能，以滿足資訊支持，實例最多的對象就是同事（見表 4.2）。此外，除了與同事閒聊之外，由於新聞從業人員特殊的工作性質，必須向外尋求新聞消息來源，與同業以及採訪對象閒聊時，發揮資訊與影響力功能所滿足的資訊支持，甚至比與上司閒聊時還多（同事：上司：部屬：同業：採訪對象=15：4：5：3：8），故在過去的文獻中，雖然指出主管與同事最能提供資訊支持，但由於本研究以新聞從業人員為樣本，作為新聞消息來源的同業與採訪對象也必須加以探討。

又根據過去的文獻，閒聊中的資訊分享，特別是有關個人生計的決定，例如被雇用、被開除以及升遷等（Hafen, 2004），是大家最想要了解的。Kurland 及 Pelled（2000）亦提出工作相關性高的訊息，可以調整自己的工作方式或修正錯誤，也能求好的表現。而經訪談結果發現，資訊的交換使新聞從業人員可以從中尋找工作靈感與線索、了解公司狀況，建立關係與溝通以及尋求個人所需的資訊；甚至可以透過閒聊了解並遵從組織文化，或透過閒聊形成輿論以進行反制。其中，研究者發現新聞從業人員之間交換資訊，的確以工作相關性高

的訊息為主，不過，在工作相關性高的資訊之外，新聞從業人員也會依據個人興趣，交換一些生活與休閒或者任何想要了解的非工作相關資訊。

其次，娛樂與親密友誼功能，根據過去的文獻，則可以滿足社會支持中的情感支持，同事、朋友以及家人比較能夠提供這方面的支持。經訪談結果發現，新聞從業人員提及在工作中的閒聊發揮娛樂與親密友誼功能，以滿足情感支持，實例最多的對象仍是同事（見表 4.2）。此印證 Miller（2003）所指出的同事通常比起上司能夠給予較多的情感支持，為了得到情感支持，組織成員積極建立工作場合中的同事情誼；由此可知，如果在工作中與同事的閒聊最為普遍、比重也最高，也是由於此為建立彼此友誼關係，最具體的方式。雖然，受訪者提及主管與部屬之間，為培養友誼與緩和 work 氣氛，也會互相閒聊，但是在發揮娛樂、親密友誼功能時，閒聊對象仍以同事居多。此外，除了同事或上下司之間的閒聊，由於新聞從業人員特殊的工作性質，必須長期接觸同業與採訪對象，尤其是時常在外採訪新聞的記者最容易和同業與採訪對象培養友誼，透過閒聊不知不覺變成好朋友（同事：上司：部屬：同業：採訪對象=12：2：3：4：3）。

又經訪談結果發現，同事之間的情誼可以幫助新聞從業人員獲得單純的趣味、抒發情緒與壓力、培養友誼以及緩和 work 氣氛。尤其，當身處工作中不公平待遇時，閒聊的娛樂與親密友誼功能是關乎組織成員是否願意繼續工作的重要機制：在消極層面上，透過閒聊可以尋求情感慰藉、舒緩或降低工作中的負面情緒；在積極層面上，可以透過閒聊的影響力功能形成輿論力量進行集體反制（Hafen, 2004）。然而，本研究發現新聞從業人員透過閒聊進行集體反制之實例，寥寥可數。這是由於透過工作中的閒聊，不斷地複製道德規範，使新聞從業人員的行為，受到無形框架的約束（Orson, 1977）。團體中的規範，經由閒聊不斷地被維持與驗證，也會對那些可能會違反規範的人，給予警告的作用（Suls, 1977）。因此，新聞從業人員發揮資訊與影響力功能，了解公司的狀況與組織文化；相對地，同

時也內化這些規範而受到約束，不敢反抗自己的上司。

再次，在伴隨資訊與情感支持而來的物質支持方面，同事不再是最主要的閒聊對象，依據訪談之結果，新聞從業人員透過與主管閒聊所能滿足的物質支持為最多（同事：上司：部屬：同業：採訪對象=3：5：3：1：2）。而根據過去的文獻，藉由資訊尋求，個人的閒聊可以轉變成為一種組織的資訊：對於同事來說，轉變成資訊可以互相幫助；對於管理者來說，則可以當作管理的工具（Hafen, 2004）。經訪談結果亦發現，閒聊發揮資訊與影響力功能，對於個人來說，可以得到工作相關與個人感興趣的資訊，對於組織文化也能夠有所了解。同事之間的幫助，除了資訊交換，更進一步發展為實際的行動，形成物質支持，協助改善工作表現甚至完成工作；管理者確實也會透過閒聊主動向下尋求資訊支持，因此得到來自部屬的物質支持，重新調整自己的管理方針（見表 4.2）。

又在過去的文獻中提及，來自主管的支持，最可能是資訊與物質支持形式；來自同事的支持，則最可能是資訊與情感支持形式（Miller, 2003）。由表 4.2 可知，主管透過閒聊所能給予的社會支持中，最多的就是物質支持，其次為資訊支持（資訊支持：情感支持：物質支持=4：2：5）；相對來說，同事透過閒聊所能給予的社會支持中，最多的就是資訊支持，其次為情感支持（資訊支持：情感支持：物質支持=5：4：1），與過去的文獻相符。

最後，在負面影響方面，根據過去的文獻，具有諷刺或嘲笑意味的幽默（Tracy, Myers & Scott, 2006），以及誤會與謠言的產生，會造成組織中團體或個人之間關係的破壞。而經訪談結果發現，閒聊時若用錯幽默的方式，或者沒有看準時機，都會影響對方的個人情緒，而扭曲意義的誤會造成彼此之間的心結，或者是謠言的傳佈所形成的八卦現象，的確都是閒聊的負面影響。不過，受訪者亦指出只要不是太過嚴重，都可以當作是無傷大雅的笑話，如果一旦影響工作效率或者工作氣氛，個人或長官就會想辦法加以解決。

第四節 閒聊功能所滿足之社會比較動機與需求

本研究之研究問題三，探討在新聞從業人員工作中，閒聊所發揮的資訊、娛樂、親密友誼及影響力功能，可以滿足那些社會比較的動機與需求。又根據文獻探討之整理，資訊功能可以滿足社會比較中自我表現、自我提昇及自我改進等目的，也就是可以滿足與同類的人做比較、向下的社會比較以及向上的社會比較等動機與需求。而娛樂、親密友誼功能則可以滿足建立社會認同、得到情感面向的安定等目的，也就是可以滿足內團體與外團體的比較、情感的比較等動機與需求。因此，本節共分爲兩個部份，第一個部份是閒聊的資訊功能以及與同類的人、向下及向上的社會比較，第二個部份則爲閒聊的娛樂、親密友誼功能以及內團體與外團體及情感的比較。

一、閒聊的資訊功能以及與同類的人、向下及向上的社會比較

由於想要向在社會結構中與自己處於相似位置的人學習（Baumeister, Zhang & Vohs, 2004），達到追求自我表現之目的，人們特別喜歡與自己年齡相仿或性別相同等類型的對象閒聊，因此在社會比較中，與同類的人進行比較，是很重要的一個部份。除此之外，向上與向下的社會比較，個別可以滿足人們自我提昇與自我改進的目的。閒聊發揮資訊功能時，則能夠使這些動機與目的得到滿足，而且這些比較往往是間接而非直接的，以下分述之：

（一）與同類的人做比較

人們時常與同類的人閒聊做比較，以求更好的自我表現，而根據訪談之結果發現，新聞從業人員與同類的人閒聊做比較，可分爲比較待遇與比較新聞工作表現等兩個面向。

1. 比較待遇

大部分的受訪者皆提及同事之間一定會比較薪資，所以需要發揮閒聊的資訊功能，甚至如受訪者編號 9 與編號 22 表示，有時不同公司的同業之間也會比較薪資與待遇，而在本研究的受訪者中，則有 9 位對此提出具體的實例。其中，受訪者編號 9 指出，大家比較薪資的方式都是間接的，而且不會表明自己的目的，即使知道對方比自己的薪資高，也會表現出贊同對方有相當的工作表現。至於同樣身為男性主管的受訪者編號 13 與編號 25 指出，雖然公司都會禁止透露薪資，但還是有人會互相比較薪資，一旦發現自己很久沒有調薪，卻有資歷較淺的人薪水比較高的情形時，就可能造成情緒上的失落，所以受訪者編號 25 認為，薪資是敏感的問題，有時不要比較會比較好。

不過，受訪者編號 27、編號 28 與編號 29 則是提及，只會和自己不喜歡的對象比較待遇，因為有時候有些人的工作位階與他（她）們相仿，工作能力卻可能很差，或者在工作負擔上很輕鬆，例如受訪者編號 28 便指出，有時候有些人的工作表現很差，卻反而可以領到比自己高的薪水：

就是說針對討厭的人啦！譬如說他（她）薪水比我多，可是每天只會在那邊削水果、插花（女，23 歲，平面，文字記者）。

而上述受訪者編號 27、編號 28 及編號 29 的實例，正好可以印證文獻中所提及的人們閒聊的內容總是負面多於正面，因為負面事件，可以讓人們更精準地學習規範，知道什麼應該做，什麼不應該做（Wert & Salovey, 2004）。而且閒聊中為了讓別人覺得自己有好的表現，多少也就會帶有批評的意味。

不過，除了負面的內容之外，正面的內容有時也會被談及，例如受訪者編號 10 和與自己同類的人進行比較之後發現，當初應徵電視台工作時並沒有實務經驗，但卻因為學歷比其他人高而被錄取，所以他認為學歷是自己得到電視台

工作機會的關鍵。而受訪者編號 11 則是提及如果公司有學歷比較高的新進員工，大家就會特別關切他（她）們的薪水，想知道學歷是不是真的會影響到底薪：

在每家公司，大家都會有意無意的討論薪水話題，別人對他人的薪水也會特別想知道，想關切。大家都會問我們的薪水，尤其是學歷比較高的人進來，就會稍微關切一下，在某無線台、雜誌社、現在的電視台，都有類似的經驗（女，25 歲，電視台，編輯）。

2. 比較工作表現

相對於比較待遇，比較工作表現，是積極地期望自己可以表現更好，所以需要發揮閒聊的資訊功能來尋求這方面的資訊。而新聞從業人員最常比較工作表現的對象，其實是同業，在本研究的受訪者中，有 7 位對此提出具體的實例。例如受訪者編號 11、編號 12、編號 19 及編號 22 皆指出，主管們對於新聞工作表現的檢討，是每天新聞刊登或播出後的例行公事，如果別家報紙或電視台有自己公司沒有的新聞，就會檢討自己並且討論如何能有更好的表現。

又如受訪者編號 8、編號 9 及編號 10 皆表示，如果發現有同業做出好的新聞，會懂得去欣賞，學習對方優點；其中，受訪者編號 9 就提及如果發現同業有好的新聞，會直接打電話去詢問，希望能得到一些消息來源；而受訪者編號 8 則是指出比較新聞表現最主要的目的，不是消極的「比爛」，而是為了讓自己的專業能力變得更好：

像 CNN 和 BBC 的記者也會互相比較嘛！比如說 BBC 的記者會和 CNN 的記者說：你（妳）們今天做了一個新聞很棒嘛！CNN 的記者也會和 BBC 的記者說：你（妳）們今天做了一個亞洲頭條。我覺得要懂得欣賞別人的新聞，然後改變自己，像我就會和同事討論一個原本平淡無奇的新聞，要怎麼切會比較好，比較的

目的是為了要讓自己更好，不是比爛（男，39歲，電視台，文字兼攝影記者）。

由於公司的同事，很少是與自己同組的對象，所以新聞從業人員通常是與其他同路線的同業比較新聞工作表現；但有時同事之間還是會出現互相較勁的情形，受訪者編號 19 就表示，每個人都希望自己所寫的版面可以多一點，這時就會互相比較。而受訪者編號 22 亦提及，同事之間會比較誰被分到的路線比較好，因為比較好的路線往往能寫出比較精彩的稿件，容易有比較好的表現。

（二）向下的社會比較

為求自我提昇，人們把比自己差的對象拿來比較，主要目的是為了要讓自己感覺比較好，展現自己的優勢；但相對地，也可能是輕蔑他人的行為（Wert & Salovert, 2004），在本研究的受訪者中，有 3 位對此提出具體的實例。例如身為資深新聞人的受訪者編號 15 提及，自己與過去的老同事敘舊的時候，會一起討論關於現在年輕記者的一些作法，開始抱怨或者甚至批評那些記者，因為時空環境的不一樣，有許多過去記者能夠獲得的崇高地位已經不再，現在的記者沒有辦法受到尊敬。

同樣是資深新聞從業人員的受訪者編號 12 亦指出，透過閒聊與觀察可以發現，現在的新聞記者眼裡只有自我，由於經驗不足，製作的新聞非常浮面，不像自己採訪新聞都是先擬定主題、經營路線再構思拍攝，現在很多年輕的記者，都只是抄新聞，對於自己的新聞了解不夠深入。

至於身為男性主管的受訪者編號 13 認為要升到主管的位置，必須有良好的人際關係，但與自己所帶的部屬閒聊之後，卻發現一些人的工作表現雖然很好，但在做人處事方面卻不夠圓融。而以上受訪者編號 12、編號 13 及編號 15 等人透過閒聊，發揮其資訊功能，為自己與較資淺新聞從業人員進行比較，正是一種向下進行社會比較的表現。

（三）向上的社會比較

爲求自我改進，新聞從業人員透過發揮閒聊的資訊功能，進行向上的社會比較，在本研究的受訪者中，有 4 位對此提出具體的實例。例如受訪者編號 11 便表示，閒聊對於資淺的新聞從業人員來說很有幫助，學習主管的經驗，可以讓自己更懂得如何接洽採訪對象。而受訪者編號 21 亦提及將自己與上司比較，發現當一個主管必須具備更多專長，因此去學習法文，以精進第二外語能力，增加自己的專長。

除了透過閒聊正面的事件來勉勵自我改進之外，有時閒聊負面的事件也可以作爲警惕的作用。例如受訪者編號 30 便指出，因爲自己還是個菜鳥，所以把自己的姿態放得很低，但透過與同事閒聊，她發現很多資深的記者姿態都太高，因此警惕自己以後在工作上千萬不能產生「大頭症」的現象。

另外，受訪者亦提及當有同事剛升遷爲新任主管時，通常會成爲大家向上比較的對象，因爲大家會想要知道需要具備什麼樣的能力，才能得到升遷的機會。例如受訪者編號 24 便表示只要有人剛升遷，公司的員工就會發揮閒聊的資訊功能，討論閒聊的目標對象之所以得到升遷機會的原因：

如果你（妳）升遷，公告被貼出來，大家會問你（妳）為什麼可以升，會去 gossip，就是很八卦，像是他（她）很會做人啦！很會打關係，只做誰的關係啦！當然有的時候也會說他（她）是個很不錯的人啦！有各種狀況……（女，47 歲，平面，組長）。

二、閒聊的娛樂、親密友誼功能以及內團體與外團體及情感的比較

根據文獻探討之整理，閒聊發揮娛樂與親密友誼功能，可以滿足內團體與外團體的比較以及情感的比較。

（一）內團體與外團體的比較

首先，經訪談結果發現，新聞從業人員基於友誼，劃分為內團體與外團體，透過團體內不斷地閒聊，讓彼此的關係更加親密，但亦有團體極化的現象產生，在本研究的受訪者中，有 4 位對此提出具體的實例。例如受訪者編號 1 指出在公司裡，如果同樣是文字記者，彼此興趣又相近時，自然就會成為朋友，久而久之就形成團體。像是自己與座位鄰近的幾個文字記者，常聚在一起聊八卦，大部分的話題是沒有惡意的，但有時也會一起嘲笑某個主管，因為那個主管有與大多數人不同的性向，而且個性很神經質，所以會在私底下批評他。雖然大家都覺得批評那位主管有點不道德，卻還是樂在其中，甚至因為時常一起批評那位主管，感情反而變得更好，他（她）們也從中建立屬於彼此的默契，團體外的人不了解他（她）們所說的對象是誰。而受訪者編號 1 亦提及，在公司裡不僅文字記者有小團體，幾位攝影記者也會時常聚在一起評論其他的文字記者。

此外，受訪者編號 27、編號 28 及編號 29 亦表示，他（她）們經常會與自己熟悉的同事，聚在一起談論共同討厭的人，或者團體中只要有一個人提出抱怨，其他的人就會跟進，一起為他（她）叫屈。透過這些實例，也證實閒聊發揮娛樂與親密友誼功能，可以滿足內團體與外團體的比較，在無形之中劃分出我群與他群，而內團體的成員彼此之間的情誼會更加深厚，共同的規範與團體的凝聚也就自然隨之產生。

（二）情感的比較

當環境對於人們造成威脅，或者是感到焦慮或不確定時，人們會比較仰賴情感上的比較。透過閒聊，發揮娛樂與親密友誼功能分享經驗，而藉由從中得知關於他人的經驗，則可以讓自己原本緊張的情感得到紓解(Wert & Salovey, 2004)，在本研究的受訪者中，有 2 位對此提出具體的實例。例如受訪者編號 15 表示過

去當記者很風光，現在的記者受尊重的程度大不如前，但在遇到老同事彼此分享經驗之後，了解到目前職場上人事的變化，對於自己的遭遇就比較能夠釋懷，發現自己工作的環境相較之下還不錯時，情緒也得到紓解。

又如受訪者編號 8 亦提及，同事之間如果發現有人在工作上出了問題被長官處分，或者有人遺漏新聞，就會互相關心、加油打氣，而且與對方分享自己漏掉新聞的經驗，讓對方了解到別人也有與自己相同的經驗，其實遇到這樣的挫折是在所難免的。如此一來，對於自己的錯誤能夠比較釋懷，失落感就不會那麼大，對於工作也能更加適應。

三、小結

綜觀閒聊發揮各種功能所能滿足的社會比較之動機與需求，首先，根據過去的文獻，當個人對於評估自我的態度與能力有所需求，但客觀事件有時無法滿足所需時，會與他人進行社會比較，而且在大多數的時候，直接進行社會比較的方式（直接的詢問或觀察）是盡量被避免的（Suls, 1977）。根據訪談結果也確實發現，不論是與同類的人做比較、向下及向上的社會比較、內團體與外團體以及情感的比較，也無論對象是同事、上司、部屬、同業以及採訪對象，大部分都是透過間接的方式，除非是優秀的工作表現或能力，新聞從業人員才會進行直接的社會比較，否則都會選擇透過與第三人而非直接與當事人閒聊，來進行比較。

其次，根據表 4.3 可知，除了向上的社會比較之外，不論是閒聊發揮資訊功能與同類的人及向下的社會比較，或者是閒聊發揮娛樂與親密友誼功能進行內團體與外團體及情感的比較，新聞從業人員在工作中進行社會比較的主要對象皆為同事或同業。這也印證了過去文獻所提及的，因為身份地位上的相似性，人們最喜歡與同類的人進行比較。而在向上的社會比較中，發現除了過去如文

獻中所提及，學習主管正面的成功經驗居多之外（Wert & Salovey, 2004），主管若有負面示範，也可讓新聞從業人員能夠作為警惕。

再次，根據過去的文獻，Hannerz（1967）曾提及閒聊是一種劃分社會界線的機制，透過閒聊，團體內的人可以區分出他（她）們自己與團體外的人不同之處（轉引自 Suls, 1977, p.164）。人們區分出內團體與外團體，是由於透過團體內不斷地閒聊，可以讓內團體的感情變得更好，彼此之間關係更為親密；不過，相對地，也可能會造成團體極化的現象（Wert & Salovey, 2004）。經訪談結果發現，新聞從業人員在工作中最主要的閒聊對象就是同事，而同事之間的親密度，也常是劃分團體以進行比較的依據（見表 4.3）。在同事之間，如果有座位上的鄰近性或者是相同的職務，特別容易形成一個團體，例如文字記者、攝影記者、編輯或是小主管之間。因為彼此在情感上的互相依賴，甚至是互相抱怨，最後就形成團體的凝聚。但由於時常聚在一起批評團體外的他人，也容易形成一種團體極化，當彼此之間的默契轉變成一種集體的、較偏向、不夠客觀的觀念時，團體內的成員就有可能在面對類似的狀況時，逐漸從多元趨向比較單面向的思考。

最後，過去的文獻指出，閒聊透過討論的過程，情感上的緊張可以得到紓解，而且當一個人感到焦慮或不確定的時候，會希望從有類似經驗的他人身上，得到有用的資訊（Wert & Salovey, 2004）。經訪談結果發現，新聞從業人員自己本身、同事或同業在工作上若遭遇困難，會交換自己過去或現在的經驗，透過閒聊進行情感的社會比較，的確可以讓原本焦慮不安的心情，得到紓解。此外，研究者發現情感的比較除了讓情感上的緊張得到紓解，進一步地還能夠使新聞從業人員更加適應目前的工作環境。

此外，根據過去的文獻，有時社會比較的談論對象是虛擬的人物或事件（Goethals, 1986，轉引自 Suls, 1977）。這是一種建構的社會比較，可能發生於

與同類的人做比較、向下的社會比較、向上的社會比較、內團體與外團體的比較以及情感的比較中，但由於在本研究的訪談中，受訪者皆未提及以建構出的虛擬人物與事件進行任何一種社會比較之實例，所以在此節中並無探討。

第五節 閒聊之性別議題

本研究之研究問題四，探討男性與女性的新聞從業人員在工作中閒聊的頻率、風格、目標對象及主題上有何異同之處，而根據過去的文獻，在一般的刻板印象中，女性閒聊的頻率似乎大於男性，實證研究亦發現男性與女性雖然在風格上大致相似，但在閒聊的目標對象與主題上有所差異（Levin & Arluke, 1985）。然而，研究者經訪談之後有不同的發現：男性與女性在閒聊風格上有所差異，但在頻率、目標對象與主題上是相似的。因此，根據研究問題四及訪談結果之整理，本節分為四個部份，第一個部份為頻率相似，第二個部份為風格之差異，第三個部份為目標對象相似，而第四個部份則為主題相似。

一、頻率相似

在一般的刻板印象中，女性似乎比男性熱衷於閒聊，但經訪談結果發現，男性與女性在閒聊頻率上，其實並沒有顯著差異。例如受訪者編號 24 便表示，男性與女性的閒聊頻率沒有太大差異，辦公室裡喜歡閒聊的男性很多，以在報社工作的新聞從業人員來說，大家都很喜欢閒聊，並不會因性別而有所不同：

沒有差異，很多男生非常喜歡 gossip（閒聊），舌頭特長，男生長舌頭的一堆啊！非常長，不是只有女生，我覺得真的沒有性別的關聯。男生也很 gossip（愛閒聊），尤其是長期在報社工作，很無聊啊！尤其是有一點小刺激，比如說辦公室有誰在談戀愛，大家都很喜欢 gossip（閒聊），這種不分男女的（女，47 歲，平面，組長）。

此外，統計男性與女性受訪者一天工作中閒聊的時間，發現男性與女性的平均時間皆約為 3 小時，並沒有什麼不同，雖然也有少數受訪者認為男性的閒聊頻率較少，例如受訪者編號 30 提及男性比較少透過閒聊傾吐情緒，不太常表達自己的想法。但是，大多數的受訪者皆同意男性與女性在閒聊頻率上，並沒有太大的差異。

二、風格之差異

雖然在閒聊頻率上相似，但男性與女性在風格上卻有很大的不同。經訪談結果發現，受訪者提及男性與女性新聞從業人員在閒聊風格上有顯著差異，包含說話的態度、用語及開場白等都有不同之處。

首先，在態度上，受訪者認為男性比較大方豪邁，而女性通常比較細膩保守。例如受訪者編號 8 表示男性與女性閒聊的方式很不一樣，男生在閒聊的方式上比較理性，但是卻比較不彈性，女生閒聊時較感性，也較具彈性：

同樣是割雙眼皮，女生會講說你（妳）割雙眼皮耶！男生可能會講說你（妳）眼睛怎麼怪怪的，同樣一件事情，講話的方式就很不一樣。男生在聊天的上面會比較理性，但是比較不彈性，那女生聊天會比較彈性，可是我覺得男生有時候要學女生的細膩，女生有時候要學男生的豪邁（男，39 歲，電視台，文字兼攝影記者）。

又如受訪者編號 22 認為女性通常比較保守一點，不會口無遮攔地把話說出來，而且在討論事情時，比較會投入感情，為別人著想；反之，男性則是毫無顧忌地說出自己的看法，比較不會顧及對他人名譽的傷害。

其次，受訪者編號 18、編號 19、編號 2 及編號 27 皆指出男性在閒聊的用語上有很大的差異。其中，同樣身為男性的受訪者編號 18 與受訪者編號 26 都認為男性之間的談話，時常夾雜著無傷大雅的髒話或開玩笑的語詞，這是表現彼此之

間友誼的方式，但這些用語不方便在女性面前展現。

相對地，受訪者編號 10、編號 19 及編號 27 則表示，男性在談話之間確實會有一些不雅的用語，但是和女生說話時就會比較客氣，其中，受訪者編號 10 便提及男性與女性在閒聊中差別最大的部份就是用字遣詞：

我覺得差別很大的是用詞遣字，男生和男生之間用髒話來代表很多意思耶！甚至男生和男生之間可以聊很多女生的事情，甚至有時候會有很多不堪入耳的話語；但是男生和女生之間，就不可能去聊到那一塊，用字也會收斂一些（男，28 歲，電視台，文字記者）。

最後，除了態度與用語上的差異，經訪談結果發現，男性與女性在閒聊的開場白上也時常有所不同，雖然以新聞從業人員來說，男性與女性工作中閒聊的時間差不多，但就算談論的大多是與工作相關的議題，男性與女性之間很少跨性別談論工作。而且男性與男性之間閒聊，開場白就會先聊公事，反觀女性與女性之間，則會先以其他的話題作為開場白，不會一開始就直接切入工作議題，例如受訪者編號 10 便具體提出這樣的看法：

男生和女生聊工作的時間差不多，不過男生和男生會聊工作，女生和女生會聊工作，但很少男生和女生聊工作。男生和男生聊天常會以公事 open（開場），但女生和女生不會以公事 open（開場），會先聊一些自己的事，生活啊，衣服啊，化妝啊，那公事是之後再來聊到（男，28 歲，電視台，文字記者）。

三、目標對象相似

在工作中閒聊的目標對象上，男性與女性最常談論的都是名人以及自己的家人與朋友。首先，談論名人的部份，男性的話題，經常由運動明星開始，例如同樣身為男性的受訪者編號 13 與編號 18 提及男性喜歡聊棒球，像是台灣職業棒球隊與美國大聯盟球隊的比賽，尤其是王建民的表現是他們近期特別關心的話題。

而女性則是以談論演藝圈的明星為主，例如無論是男性與女性的受訪者編號 10、編號 27、編號 28 與編號 29 皆提及女性最喜歡談論影視明星的八卦，像是星光幫就是她們最近常討論的目標對象。

其次，談論自己的家人與朋友的部份，男性最常閒聊的目標對象是談論自己的女性朋友，反之女性最常閒聊的目標對象，亦是自己的男性朋友。例如受訪者編號 21 就指出，男性之間閒聊就會聊女人，女性之間也自然而然都會聊男人，簡單來說，如果是談論到自己的朋友時，最主要的目標對象都是異性。不過，如果已經結婚有小孩的新聞從業人員，最常談論的目標對象就會是小孩，例如受訪者編號 8 與編號 25 便認為如果是和有小孩的對象閒聊，不管男性或女性最常閒聊的目標對象就是彼此的小孩。

四、主題相似



探討關於男性與女性在工作中閒聊的主題，首先，除了工作之外，最常談論的都是休閒生活方面的議題。不過，雖然同樣談論的是休閒生活，經訪談的結果發現，在內容上還是有所差異，男性比較喜歡閒聊關於車子、攝影、3C 產品、旅行及運動等方面的主題，例如受訪者編號 8、編號 10 及編號 14 皆表示，男性最喜歡談論的就是關於攝影方面的主題；而女性則是比較喜歡閒聊關於服裝、保養品及流行娛樂等方面的主題，例如受訪者編號 7、編號 14、編號 15 及編號 18 皆提及，女性最喜歡討論的就是關於購物方面的主題。

此外，如果是交叉比對本研究中的男性與女性受訪者，其在工作中閒聊的主題是否涉及公事，根據表 4.6 顯示，談論公事比較多的男性與女性之比例為 4：3，談論私事比較多的男性與女性之比例為 2：5，談論公司與私事一樣多的男性與女性之比例則為 4：5。整體而言，男性與女性談論公事的比例很接近，但女性談論私事的比例比男性高，例如同樣身為女性的受訪者編號 1、編號 2、

編號 11、編號 27 及編號 28 皆指出自己平常在工作中閒聊的主題，以感情、生活及流行事物等私事為主。

五、小結

綜觀閒聊之性別議題，首先，根據過去的文獻，閒聊常被當作是一種不必要、不正當與瑣碎的個人事務，與女性及私領域緊密連結 (Michelson & Mouly, 2000)。經訪談結果發現，女性在工作中閒聊時，談論私事的比例的確比男性高，符合一般的刻板印象，不過，研究者認為不能因此認定閒聊是專屬於女性的談話。或許女性為建立彼此的團結與社會相似性，的確比男性熱衷於閒聊，但這並不表示女性的閒聊與男性有何不同。例如在過去的文獻中提及，男性與女性在一般談話中閒聊的頻率，並沒有顯著的差異 (Michelson & Mouly, 2000)。而經本研究的訪談結果亦發現，男性與女性的新聞從業人員在工作中的閒聊時間與頻率相似，部份受訪者甚至認為有時男性的閒聊比女性還多。

其次，在工作中閒聊的風格上，過去的文獻中指出，女性在被認定等同於閒聊者時，通常帶有貶抑的意味，認為女性閒聊大多是在中傷他人；不過，在 Levin 及 Arluke (1985) 關於閒聊的實證研究中，發現美國的男性與女性大學生在負面與正面的談話比例上沒有顯著差異，因此認為男性與女性在閒聊的風格上是相似的。但經本研究的訪談結果發現，男性與女性的新聞從業人員，在工作中閒聊的態度、用語及開場白等風格上，其實有所不同；而且有時男性閒聊的態度與用語，反而比女性更容易對別人造成傷害，與過去實證研究之發現有所差異。

再次，在工作中閒聊的目標對象上，Levin 及 Arluke (1985) 以美國大學生為樣本所進行的實證研究發現，女性閒聊時比較喜歡談論自己的家人與朋友，男性則因為害怕親密比較會選擇談論陌生人或名人。但根據本研究之訪談

結果，無論是男性或女性的新聞從業人員，在討論自己的家人與朋友以及名人之比例上相似，並沒有顯著的差異，與過去實證研究之發現亦不相同。

最後，在工作中閒聊的主題上，根據過去的文獻，無論對於男性或女性來說，談論休閒的主題越來越受歡迎（Bischoping, 1993），經訪談結果發現除了工作之外，休閒生活的確是無論男性與女性都最常討論的主題。在過去的刻板印象中，女性之間的閒聊比較屬於私領域，而男性的閒聊比較屬於公領域，但根據本研究之訪談結果卻顯示，男性與女性之間的閒聊已經無法如此斷然區分，同屬於新聞從業人員在工作中的閒聊，無論男性與女性的閒聊皆涉及公領域，而私領域的主題也隨著時代的變遷，逐漸成為大家重視的話題。由於現在社會重視休閒生活，因此這樣的話題也成為目前新聞從業人員在工作中閒聊，除工作本身之外，最主要的談話主題。此外，根據過去以美國大學生為樣本的實證研究中發現無論是男性與女性，皆會談論關於約會與性（Levin & Arluke, 1985），經訪談結果亦發現，當新聞從業人員閒聊的目標對象是自己的家人與朋友時，最常討論的就是關於異性的話題，此現象與過去實證研究之發現相似。

第六節 整體之發現與討論

為針對研究發現進行綜觀的討論，本節共分為四個部份，第一個部份是不同動機與需求的比較，第二個部份是上下司之間的比較，第三個部份是不同性別之間的比較，第四個部份則是閒聊所扮演的角色。

一、不同動機與需求的比較

閒聊的動機與需求，主要可分為社會支持與社會比較兩大面向。首先，由表 4.2 與表 4.3 可知，不論是滿足社會支持或社會比較，新聞從業人員提及在工作中的閒聊，最能發揮的皆是資訊功能，研究者認為主要有三個原因：第一，新聞

從業人員因為工作需求，需要尋求大量的新聞消息來源，作為製作新聞的依據，尤其是時常在外採訪新聞的記者，無法時時刻刻待在辦公室，所以必須透過閒聊發揮資訊功能，來掌握辦公室外部與內部的消息。第二，雖然娛樂與親密友誼的功能也是閒聊很重要的功能之一，但因為通常必須建立於雙方有情感基礎之下才會發揮；相對地，只要向任何一個對象，尋求任何一種消息，則都可以算是發揮資訊功能，所以受訪者提及的實例自然會比較多。第三，因為閒聊發揮娛樂與親密友誼功能的實例，時常會涉及個人較私密的話題與隱私，所以受訪者在訪談中可能比較不願意透露。

其次，研究者認為受訪者提及積極地透過閒聊形成輿論力量以進行集體反制，僅有 2 個具體的實例，亦是由於這些實例涉及公司隱私，所以受訪者可能比較不願意表明；但也或許是這樣的實例本來就比較少，因為閒聊發揮影響力功能，透過無形的組織文化，會約束著組織內部的每位成員，服從自己的組織與主管。以微觀的角度來看，台灣的新聞從業人員由於職業分工精細，主管具有決策新聞的權力，所以組織成員本身服從性高；以鉅觀的角度來看，台灣的新聞從業人員處於華人組織中高度權力距離的文化，使得反抗上司權威變成一種不適當的行為。而這樣的發現，也凸顯出台灣在地文化實證研究的重要性，由於情境的不同，與過去美國異地文化實證研究之發現，亦會有所不同。

最後，根據表 4.2 與表 4.3 亦可得知，閒聊發揮各種功能以滿足社會支持的動機與需求之實例，比滿足社會比較的動機與需求之實例來得多。研究者認為或許是因為新聞從業人員在透過閒聊進行社會比較的動機與需求上，本來就比較少。由於社會支持通常必須透過閒聊而來，但社會比較除了間接閒聊之外，也可以透過直接的觀察，並非仰賴閒聊作為唯一的管道。此外，不論是與同類的人、向下、向上、內團體與外團體以及情感的社會比較中，受訪者皆未提及以虛擬的人物或事件進行建構的社會比較，他（她）們比較的人、事、物皆為工作中真實而非建構出來的對象，也可見新聞從業人員透過閒聊進行社會比較時，有特定的

目的性，而且不管是基於那一種動機與需求，進行比較的對象大多數是工作相關的人、事、物，由此可知，新聞從業人員在工作中的閒聊，能滿足某些社會目的，絕非漫無目的的聊天。

二、上下司之間的比較

根據表 4.1 顯示，有 12 位受訪者提及在工作中最主要的閒聊對象是同事，採訪對象為工作中最主要閒聊對象的有 10 位，部屬為工作中最主要閒聊對象的有 6 位，但提及閒聊最主要的對象為上司的僅有 2 位。由此可知，以新聞從業人員來說，與上司閒聊的頻率最少。研究者認為形成這種現象之原因主要有二：

首先，比起上司，由於同事通常聯繫強度較大、有地理上的親近性（座位較接近），聯繫上的同質性較大（地位較相似），也就是背景較相同，有助於彼此情感的維繫與相互的支持（王仕圖，2000）。因此，經訪談結果發現，除透過主管可以得到最多的物質支持之外，不論是發揮資訊、影響力、娛樂或親密友誼功能滿足社會支持或社會比較的其他動機與需求，最常閒聊的對象都是座位較接近、地位較相似的同事。這是由於組織中的同事，就像是鄰居，是組織成員每天常接觸的一群人，有需要他人幫助時，是最容易動員，也是在日常生活小事上尋求幫助時，可以最快得到回應的一群（王仕圖，2000）。

其次，由於台灣的新聞從業人員處於華人社會高度權力距離的組織文化之下，成員的地位不平等（Li, 2004），而且經訪談結果亦發現，如果新聞從業人員想要了解自己長官的要求，往往會透過間接的閒聊來達成目的，例如與同事或者其他的長官閒聊。因此，受到高度權力距離的影響，新聞從業人員在上下司以及同事之間，閒聊頻率有所不同。如同過去文獻所提及，除教導主要由上司給予部屬之外，給予忠告與分享秘密等非正式溝通，大多存在於同事之間的互動中（Hill, Bahniuk, Dobos & Rouner, 1989）。

然而，與同事閒聊的頻率大於上司，並不表示上司所能給予的社會支持或社會比較就一定比較少。根據表 4.2，雖然新聞從業人員與同事閒聊所得到的資訊與情感支持較多，但與上司閒聊則能得到最多的物質支持，也就是說與上司閒聊所得到的資訊與情感支持，通常能形成實質行動上的幫助，與工作的相關性更大。由此可知，雖然比起與同事閒聊的頻率，新聞從業人員與主管閒聊的頻率較低，但比起與同事閒聊所得到的物質支持，與主管閒聊所能得到實質行動上的工作協助，相對來說比例較高。

又雖然在過去的文獻中提及，閒聊這樣的非正式溝通管道可能會形成員工怨恨的管道，對於主管表達不滿，甚至造成員工反抗主管決定的情形（Crampton, Hodge & Mishra, 1998）。但經訪談結果之發現，由於台灣新聞工作具有快速、緊張的性質，新聞從業人員本身服從性很高，再加上處於高度權力距離的組織文化之下，新聞從業人員不太敢反抗自己的長官，透過閒聊形成輿論以進行反制的實例，當然也就很少。

不過，上下司之間的閒聊，雖然比起同事來說比例較低，但還是有一些彼此透過閒聊發揮各種功能以滿足社會支持或社會比較的動機與需求之實例。這是由於在組織中，即使同為主管，還可再細分為低層與高層的主管，根據過去的文獻，低層主管對於溝通網絡有高度的重視，由於他（她）們與員工接觸的機會較多，比較能夠察覺並善用閒聊作為非正式溝通管道（Crampton, Hodge & Mishra, 1998）。

而經訪談之結果，研究者的確發現基層的新聞工作人員，比較會與低層的小主管們閒聊，例如受訪者編號 1 與編號 28 都提及時常會與座位鄰近的小主管閒聊；低層的小主管也能指出和自己的部屬閒聊的實例，例如受訪者編號 4、編號 7 及編號 13 皆表示自己為了解部屬的工作狀況與聯絡彼此之間的感情，常會與部屬閒聊。由此可知，當座位或職位越接近時，上下司之間閒聊的頻率就

會越高。而研究者認為由於小主管的座位通常鄰近於基層的新聞人員，平時工作的分配又有直接相關性，所以溝通機會自然比較多，加上彼此之間的權力距離相對來說比較小，閒聊的頻率自然也就比較高。

三、不同性別之間的比較

本章的第五節，探討男性與女性在閒聊的頻率、風格、目標對象及主題上有何異同之處，經訪談結果發現，男性與女性閒聊的頻率、目標對象及主題相似，但風格有所差異。其中，根據過去以美國大學生為樣本的實證研究發現 (Levin & Arluke, 1985)，在閒聊的目標對象上，男性與女性不同，但經本研究以台灣新聞從業人員為樣本之結果，卻發現男性與女性在閒聊的目標對象上，沒有顯著差異。研究者認為除了大學生與新聞從業人員等兩種樣本性質的不同，可能形成研究結果的差異之外，主要是由於時代變遷與職業角色的影響，讓同處於新聞工作職場中的男性與女性新聞從業人員，在工作中所談論的目標對象變得相似。女性新聞從業人員在工作中閒聊，由於具有某些社會目的，目標對象不僅侷限於自己的家人與朋友，亦會談論自己不熟悉的人，與男性一樣會談論名人；相對而言，兩性逐漸平權之下，男性對於家庭及朋友關係變得比較重視，在工作中談論自己的家人與朋友等熟悉的人之比例，也因此增高。

此外，在工作中閒聊的主題上，一般的刻板印象認為女性比較少談論公事，經訪談結果也的確發現女性談論私事的比例大於男性（見表 4.6）。而且經研究者進一步分析，發現談論公事比較多的女性新聞從業人員，有比較特別的原因，通常是擔任主管或者資歷較淺：由於擔任主管必須掌握部屬的狀況以進行管理，較資淺的新聞從業人員則必須透過閒聊來獲取資訊，以了解組織的規範，並提昇自己的地位 (Orson, 1977)，所以兩者皆比較需要在工作中的閒聊中涉及公事。至於其他女性新聞從業人員在工作中的閒聊，則通常談論公事與私事一樣多，或者談論私事比較多。

相對地，在一般的刻板印象中，男性，尤其本身擔任主管，會談論比較多的公事。經訪談結果發現，曾經或目前擔任主管的男性受訪者，除受訪者編號 15 與編號 25 外，其餘皆透露出自己在工作中的閒聊，談論公事比較多，甚至幾乎都是談論公事。例如受訪者編號 3、編號 4 及編號 22 便指出，自己平常在工作中的閒聊都是聊公事比較多，原因是新聞工作單位的職掌分佈很細，必須花很多時間去學習、溝通與分配，也要透過許多閒聊才能夠了解自己的部屬，研究者認為此與女性主管談論的主題比較多為公事之原因相同。

而且經訪談結果亦發現，雖然男性與女性新聞從人員談論的大多都是工作相關的議題，但兩性之間很少跨性別談論公事。由此可知，男性與男性以及女性與女性之間在工作中的閒聊，工作為重要的主題之一，和男性與女性之間跨性別閒聊偏向談論非工作相關的主題，有所不同。

除頻率、風格、目標對象及主題之外，研究者亦針對與閒聊性別相關的其他發現進行討論。首先，以綜觀的角度，將性別與社會支持及社會比較的實例數量，進行交叉比對，發現不論是滿足社會支持或社會比較，男性與女性在發揮閒聊資訊功能上，比例其實是相近的。其中，男性與女性在閒聊發揮資訊與影響力功能所滿足的資訊支持上，比例為 1：1；而男性與女性在閒聊發揮資訊與影響力功能所滿足的與同類的人做比較、向下及向上的社會比較上，比例為 9：7（見表 4.4 與表 4.5）。此發現可證實在一般刻板印象中，閒聊專屬於女性的偏見，事實上並不正確。

其次，根據過去的文獻，相較於男性員工，女性員工在面對問題時，比較願意尋求協助（Hopkins, 2002）。經訪談結果亦發現，雖然在閒聊發揮資訊與影響力功能所滿足的資訊支持，以及伴隨資訊與情感支持而來的物質支持上，男性與女性的比例相同；但在閒聊發揮娛樂與親密友誼功能所滿足的情感支持上，女性的比例的確高於男性（女性與男性之比例為 11：8）（見表 4.4）。而且

在訪談過程中，亦有一些受訪者提及男性的談話通常較少涉入情感，尤其是一些身為男性主管的受訪者也表示，當自己在工作或感情上遇到挫折時，的確比較不會與人分享或向人抱怨。研究者認為，這是男性與女性在透過發揮閒聊功能所滿足的動機與需求中，最大的不同之處。

最後，如果將上下司與性別的角色交叉比較來看，根據過去的文獻指出，比起男性主管，女性主管通常願意給予較多的支持與協助，會讓員工感到比較舒服 (Hopkins, 2002)。但經訪談結果發現，若以本研究從事新聞工作之受訪者當中的 12 位主管來看，男性與女性之間的差異並不大。不僅是女性主管，男性主管也有傾聽員工閒聊感情與家庭生活之實例，而且無論是男性或女性的主管，皆表示會時常與部屬閒聊，關心部屬的工作情況，甚至給予實際行動上的物質支持。

整體而言，男性與女性的新聞從業人員雖然在發揮閒聊娛樂與親密友誼功能可以滿足的情感支持比例上有所差異，但若同為主管，男性與女性之間卻沒有顯著差異。由此可知，過去認為女性主管透過閒聊給予較多的支持與協助，並不完全正確；男性主管有時也會給予情感上的關心、鼓勵及支持，比例與女性主管相似甚至有時更高。而研究者認為，可能的原因，除了時代變遷造成兩性主管之間的差異變小之外，新聞從業人員本身的職業特性，使得無論是男性或女性的主管給予資訊支持與實質上的物質支持之重要性，更大於情感支持，或許也是讓性別差異變小的原因之一。

四、閒聊所扮演的角色

本研究以新聞從業人員為例，經訪談結果發現閒聊在其工作中扮演重要的角色：首先，透過閒聊可以使新聞從業人員更加適應他（她）們的工作。對於新聞從業人員來說，由於特殊的工作性質，時常必須透過閒聊尋找工作靈感與

線索，不論是主動和公司內部與外部的對象閒聊，或者只是不經意地談話，都有可能因此而得到寶貴的新聞消息來源以及新聞製作上的靈感。也由於這樣特殊的工作性質，與其他職業不同的是，除了公司內部的成員之外，新聞從業人員也需要和受訪者與同業等公司外部的對象閒聊。而通常這些閒聊內容，都基於某些特定的社會目的，其中，最主要的就是交換工作相關的訊息。

除了尋求工作相關的訊息之外，當新聞從業人員對於自己的工作感到不確定時，分享共同的經驗，可以讓原本焦慮不安的心情，得到紓解。根據過去的文獻，主管與同事所給予的社會支持，能使人際之間的緊張壓力降至最低，讓個人更滿足於自己以及工作本身（House, 1981，轉引自陳盈純，2001, p.9；楊正誠，2002, p.56）。因此，閒聊發揮娛樂與親密友誼功能，所滿足的情感支持與情感的比較，在此時變得相當重要；藉由分享彼此的經驗，透過閒聊除了可以讓新聞從業人員原本不確定的情緒得到舒緩，對於工作上的挫折也能感到釋懷，進一步使他（她）們更加適應目前的工作環境，願意繼續投入於工作。

經訪談結果亦發現，雖然新聞工作壓力很大，但由於特殊的工作性質，新聞從業人員有許多可以閒聊的時機與場合。尤其是文字與攝影記者，由於採訪與後製的工作需求，有較多的時機與場合去閒聊，例如在採訪車上或是在剪接室裡；相較之下，坐在辦公室內無需在外採訪新聞的編輯、製作與管理職的新聞從業人員，閒聊的時機與場合較為固定。不過，整體而言，新聞從業人員閒聊的頻率都不低，研究者認為這是由於正式溝通管道不明確，員工處於壓力之下所造成的（Crampton, Hodge & Mishra, 1998）。閒聊作為非正式溝通管道，其傳佈的時機、場合、對象及內容都比正式溝通管道來得多元，話題也較為廣泛；雖然內容有可能是錯誤不實的，但為避免在正式場合說錯話而被投以異樣的眼光或者被懲罰，新聞從業人員寧可透過非正式溝通管道尋求資訊。在本研究的受訪者中，提及仰賴工作中閒聊以獲得資訊之實例眾多，由此可知，閒聊對於新聞從業人員的工作，具有相當的重要性（見表 4.2、表 4.3）。

此外，透過閒聊還可以讓新聞從業人員了解公司的狀況、組織文化以及建立彼此的關係與溝通。由於閒聊為學習組織文化中的規範，提供了機會，對於新進人員以及必須管理部屬的主管來說尤其重要，閒聊可以成為他（她）們學習組織規範的核心資源，像是什麼樣的話題不該在老闆面前提起，或者是他人對於他（她）們的角色有何期待等（Kelly, 1985, 轉引自 Baumeister, Zhang & Vohs, 2004, p.115）。以消極層面來說，閒聊可以避免犯錯；以積極層面來說，則可以得到更好的待遇甚至是升遷機會。如果在工作上遇到困難或者不小心犯錯，閒聊也可以形成一種補救機制。透過閒聊，新聞從業人員可以得到資訊與情感支持，甚至進一步地得到實際行動上的物質支持，以協助改善與完成工作。

其次，閒聊可以舒緩新聞從業人員原本緊張的工作氣氛。在氣氛緊張、壓力又大的新聞工作中，新聞從業人員閒聊有時只是為求單純的趣味，但大多數是為抒發情緒與壓力或者緩和工作氣氛而進行談話；然而，若是不適當的時機或內容，閒聊就可能有影響工作效率、影響個人情緒與工作氣氛、謠言與誤會的產生等負面影響。其中，影響工作效率、影響個人情緒與工作氣氛，是過去文獻中沒有提及的部份。

至於時常閒聊的對象，無論彼此之間閒聊內容是正面或負面的，自然而然會培養出友誼，甚至同類的一群人可以親密到形成一個小團體，與團體外的人劃分出界線並進行比較。但內團體與外團體的比較，亦可能形成一種團體極化的現象，研究者認為除了彼此之間的默契，造成團體成員如此趨向比較單面向的思考之外；主要原因是由於任何一個團體內的成員，皆害怕自己一旦反對大家一致的意見，可能會因此而被排斥，歸於團體之外，失去原本來自於團體所給予的支持力量，所以不敢反抗多數的意見。

而一般來說，人們最喜歡與自己身份地位相似，也就是所謂同類的人做比較，在本研究的訪談結果中得到相似的論點，發現新聞從業人員最常與同事閒

聊。不過，研究者認為新聞從業人員之所以最常與同事閒聊，除了想要與同類的人學習之外，也是因為彼此之間權力距離較小的緣故。

最後，閒聊可以形成一種輿論。透過非正式溝通管道進行閒聊，不僅可以讓新聞從業人員得到正式的消息；相對地，也可能影響公司的人事。當一群人透過閒聊凝聚一個共同意見時，組織通常無法坐視不管，所以比起透過正式溝通管道發表意見可能受到懲處，閒聊這樣的非正式溝通管道，正好可扮演形成輿論以進行集體反制的角色。不過，由於台灣的新聞從業人員身處於華人高度權力距離的組織文化之下，而且本身服從性較高，反制組織與主管被認為是不適當的。經訪談也的確發現透過閒聊形成輿論以進行集體反制的實例並不多，但研究者仍認為形成輿論是閒聊所扮演的重要角色之一，只是於台灣在地文化實證研究中，較難發現透過閒聊形成輿論，並且進一步積極進行反制之現象。



第五章 研究結論、限制、建議及啟示

本章共分為三個部份，第一個部份是本研究之結論，第二個部份是本研究之限制以及對於未來學術研究之建議，第三個部份則為實務上的啟示。

第一節 研究結論

為探討新聞從業人員工作中的閒聊現象，了解其中閒聊資訊、娛樂、親密友誼及影響力功能，能滿足那些社會比較與社會支持的動機與需求，以及在性別上有何異同之處，本研究選擇以電視及平面新聞從業人員，共 30 位受訪者，進行質化訪談的研究。而根據訪談結果發現，相較於正式溝通管道，透過閒聊形成非正式溝通管道的時機、場合、對象及內容都比較多元，但在形式上其實沒有顯著差異，不過，研究者發現 MSN (Messenger) 是新聞從業人員近年來使用頻繁的一項溝通工具。

其次，研究者亦發現，相較於正式溝通管道，新聞從業人員在工作中的閒聊，反而是獲得資訊最主要的方式，尤其對於新進員工來說，閒聊的資訊功能更是重要。組織成員可以透過閒聊了解並遵從組織文化，電視台與平面等不同的媒體組織文化也會形成不同的閒聊風氣；但相對來說，由於華人組織具有高度權力距離的文化，新聞組織成員很少透過閒聊形成輿論以進行反制。而且新聞從業人員在工作中的閒聊，亦可能有影響工作效率、影響個人情緒與工作氣氛、產生謠言與誤會等負面影響。除了資訊功能之外，單純的趣味、抒發情緒與壓力、培養友誼以及緩和 work 氣氛等娛樂與親密友誼功能的發揮，皆有可能進一步發展成為實際行動上的物質支持。

再次，透過新聞從業人員的實例，證實閒聊發揮資訊功能，可以滿足與同

類的人、向下及向上的社會比較；以及閒聊發揮娛樂與親密友誼功能，可以滿足內團體與外團體以及情感的比較。其中，研究者發現以與同類的人進行比較之實例為最多；而且不論進行那一種社會比較，除非是優秀的工作表現或能力，新聞從業人員絕大多數都會選擇透過與第三人閒聊，進行間接的比較，而非直接與當事人閒聊來進行比較，這些發現皆與過去的文獻相符。此外，研究者也發現透過情感的比較，不僅如過去文獻中所提及的，可以讓新聞從業人員情感上的緊張得到紓解，還能夠更加適應目前的工作環境。

最後，在新聞從業人員工作中閒聊的性別異同上，研究者發現男性與女性的閒聊頻率，其實並沒有太大的差異；但在風格上，包含說話的態度、用語及開場白都有很大的不同；而最常討論的目標對象都是名人或自己的家人與朋友，這些發現皆與過去的文獻有所差異。至於在閒聊的主題上，如果是休閒生活方面，男性與女性的新聞從業人員最常討論的都是關於異性的話題；而如果是工作方面，男性與女性談論公事的比例很接近，但女性談論私事的比例比男性高，這樣的結果則與過去實證研究中的發現相似。

整體而言，不論是在滿足社會支持或社會比較的動機與需求上，閒聊發揮最多的都是資訊功能，而且不論是發揮那一種功能，最常閒聊的對象都是座位較接近，地位較相近的同事，或者是職位較接近的小主管。而如果是上下司的溝通，則通常會透過間接的閒聊，因此上下司以及同事之間閒聊的頻率，會有所不同。此外，值得一提的是，研究者發現雖然女性在發揮閒聊的娛樂與親密友誼功能所滿足的情感支持上，比例的確高於男性，與過去的文獻相符；但若同為主管，男性與女性之間則沒有顯著差異。

而本研究於學術上最大的貢獻，即在於除了以實證研究印證過去文獻中所提及的論點之外，由於以台灣在地的新聞從業人員為樣本，亦發現與過去國外的文獻及實證研究不同之處。並且藉由以新聞從業人員為例，針對其在工作中心

閒聊發揮各種功能，所滿足的社會比較與社會支持之動機與需求種類上，歸納出比過去文獻更細的分類（見表 3.3 至表 3.6），可作為未來相關學術研究之參考面向。

第二節 研究限制與建議

本節共分為兩個部份，第一個部份為本研究之研究限制，第二個部份則是由研究限制所延伸出對於未來學術研究之建議。

一、研究限制

本研究的研究限制，主要是在研究方法的部份：第一，質化研究方法的限制。由於本研究屬於初探性的研究，而且研究者為針對新聞從業人員在自然真實工作情境中的閒聊，選擇質化的研究方法，進行深入的探索與了解。但以本研究為例，在綜合交叉比較閒聊對象，閒聊發揮各種功能所滿足的社會支持與社會比較之動機與需求，以及閒聊在性別上的異同時，量化的資料可以讓一些受訪者本身未提及的現象，從研究者整理的數字中顯現出來，這是傳統以文字描述為主的質化研究方法比較無法凸顯的部份。

第二，深度訪談法的限制。由於時間與金錢成本上的限制，本研究採用質化研究方法中的深度訪談法，而且研究者以研擬訪談大綱進行半結構性訪談的方式，期望能從受訪者身上蒐集到多元的資料。雖然，新聞從業人員的口語表達能力都不錯，在蒐集閒聊實例資料上沒有太大的困難，不過，經由訪談結果發現，比起閒聊發揮資訊功能之實例，閒聊發揮娛樂與親密友誼功能之實例似乎比較少。研究者認為，或許新聞從業人員在工作中閒聊發揮娛樂與親密友誼功能的實例本來就比較少，但也可能是由於閒聊發揮娛樂與親密友誼功能的實例通常會涉及個人情感或隱私，故受訪者在不知不覺中會有所保留。

第三，樣本選擇與抽取上的限制。首先，在樣本選擇的部份，本研究選擇以新聞從業人員為樣本，是由於其工作性質時常必須與人談話，在製作新聞與採訪的空檔也有許多零碎時間可以閒聊，但以新聞從業人員為樣本所做出的研究結果，無法類推至所有職業類別。其次，在樣本抽取部份，本研究的樣本抽取以滾雪球的方式進行，雖然盡量兼顧組織（電視台：平面=1：1）、性別（男性：女性=1：1）與職位（基層：主管=3：2）上的均衡，以免造成研究上的偏誤，但在公司、年齡與年資等還是無法完全做到均勻分佈。

二、對於未來學術研究之建議

根據上述本研究之限制，研究者對於未來的學術研究有三點建議：第一，質化與量化兼具的研究方法。本研究使用質化的研究方法，雖然為補足傳統質化研究以文字描述、鋪陳與展示資料上的限制，研究者選擇適合使用量化數據進行比較的部份，以簡單的統計數字呈現類似量化研究的表格來輔助研究發現與討論，而且以本研究有 30 位受訪者為樣本來說，數量算是足夠。但未來此領域的學術研究若發展成熟，有問卷量表之依據，建議可同時使用質化的研究方法以及量化的問卷調查法，讓原本的文字描述，輔以數量更多的統計數字資料，相信研究發現能夠更加豐厚。

第二，實地的參與觀察法。根據過去的文獻，參與觀察是實地、直接、主觀的觀察，是一種由內部研究文化的方式；廣義來說，密集式的訪談可以算是一種客觀、由外部研究文化的參與觀察法（Friedrichs & Ludtke, 1974）。而學者 Lofland 及 Lofland（1984）則是提及密集式的訪談尊重受訪者經驗的反應，許多社會情況透過密集式的訪談就可以直接掌握，不一定要進行實地的參與觀察（轉引自嚴祥鸞，1996, p.197-198）。但經本研究之訪談結果發現，研究者認為受訪者在回答關於閒聊發揮娛樂與親密友誼功能之實例時，由於涉及個人情感或隱私問題，所以可能造成實例列舉不夠豐富的現象。因此，如果在時間與金

錢成本允許之下，研究者建議未來的學術研究可同時使用深度訪談法與實地的參與觀察法，以兼顧由內部與外部觀察受訪者閒聊文化的方式。

第三，更多元的樣本。在過去國外關於閒聊的實證研究中，曾以路人、學生、教授、護士、監獄輔導員、911 接線生以及消防員等作為樣本 (Baumeister, Zhang & Vohs, 2004; Bischooping, 1993; Campbell, 1995; Crampton, Hodge & Mishra, 1998; Hill, Bahniuk, Dobos & Rouner, 1989; Levin & Arluke, 1985; Tracy, Myers & Scott, 2006; Waddington, 2005)，而本研究探討工作中的閒聊是以台灣的新聞從業人員為樣本。據此，研究者建議在未來的相關學術研究中，能有更多元的職業類別或組織作為樣本，而且在職位或工作職掌、年資或年級以及年齡與性別等有更廣泛與均勻的分佈，相信可以獲得更多樣性的研究發現。

第三節 實務上的啟示

根據本研究之結果發現，新聞從業人員無論在滿足工作以及個人的動機與需求上，皆仰賴閒聊作為重要的非正式溝通管道。因此，本研究不只在學術的研究上有所貢獻，在實務上也能提供以下三點啟示：

第一，閒聊對於新聞從業人員的個人工作有所助益。首先，對於工作壓力很大的新聞從業人員來說，閒聊可以作為娛樂、抒發情緒與緩和 work 氣氛的管道，所以即使工作再忙碌，新聞從業人員在工作中仍應當有適度的閒聊，不但能夠舒緩工作上的緊張，也能增加工作效率。其次，由於新聞從業人員本身特殊的工作性質，有許多工作上的資訊必須透過閒聊才能獲得，所以對於新聞從業人員來說，想要有好的工作表現，也應該有目的地閒聊；而且透過閒聊這樣的非正式溝通管道，能更加了解公司狀況，特別是人事上的變化，常是為求更好的待遇甚至升遷機會的重要資訊。

第二，閒聊可作為管理與溝通的工具。根據本研究之結果發現，在台灣的

新聞從業人員，時常透過閒聊這樣的非正式溝通管道，進行上下司之間的溝通，但受到華人組織中權力距離較大的文化之影響，通常是採取間接的方式。其實，對於管理者來說，閒聊可作為良好的管理工具，以時時掌握部屬的情況；對於部屬來說，面對自己的長官，透過直接的閒聊，也可獲得許多有用的資訊。整體而言，閒聊不僅能作為新聞從業人員跨階級的溝通管道，更可作為跨部門甚至跨公司的溝通工具，所以對於新聞從業人員來說，善用閒聊能夠協助彼此之間建立良好的關係。

第三，善用閒聊，避免閒聊造成負面影響。由於閒聊為非正式溝通管道，許多資訊透過間接的方式進行交換，在不斷地二手傳播之下，容易造成誤會與謠言的產生。為了避免誤會與謠言對於人際相處甚至是工作上的判斷造成不良的影響，新聞從業人員應該拿出凡事求證據的精神，去面對工作與非工作相關的資訊。除此之外，為避免因為閒聊而影響個人情緒與工作效率，每一個新聞從業人員也必須掌握好在工作中閒聊的時機與場合；尤其是身為管理者的新聞從業人員，更應當對於部屬閒聊有適當的掌握與了解，遇到嚴重的問題也必須立即處理，使閒聊對於工作的負面影響降到最低。

參考文獻

一、中文部份

- 王仕圖(2000)。〈個人社會支持的網絡結構〉，《台灣社會學刊》，23：141-178。
- 王仕圖、吳慧敏(2003)。〈深度訪談與案例演練〉，齊力、林本炫編，《質性研究方法與資料分析》，頁 95-113。嘉義：南華大學教育社會學研究所。
- 王雅各(2001)。〈綜論質性研究〉，《資訊傳播與圖書館學》，4(7)：15-36。
- 吳毓淳(2002)。《誰在八卦？一個社會網絡的分析》。政治大學社會學研究所碩士論文。
- 吳志男(2003)。《組織文化、組織氣候與組織公民行為之研究》。中原大學心理學研究所碩士論文。
- 林佳蓉(2001)。《幼兒教師任教職志、工作壓力及社會支持之質性研究》。屏東師範學院教育研究所碩士論文。
- 阿碧(1992年10月22日)。〈上班族話題 轉業難〉，《經濟日報》，第39版。
- 胡聖慧(2002)。《部屬對主管人際交換關係與組織文化對部屬溝通滿意度之影響》。大同大學事業經營研究所碩士論文。
- 施美玲譯(1997)。《大眾傳播研究方法》。台北：五南。(原書 Singletary, M.[1991]. *Mass communication research: Contemporary methods and applications*. New York: Addison Wesley Longman Inc.)

- 施惠文（2004）。《工作壓力、社會支持與工作績效之相關研究：以高雄市政府員工為例》。中山大學人力資源管理研究所碩士論文。
- 徐嘉宏（2001）。《領導方式、角色壓力及社會支持與百貨專櫃人員倦怠關係之研究》。中山大學人力資源管理研究所碩士論文。
- 唐維敏譯（1996）。《大眾傳播研究方法：質化取向》。台北：五南。（原書 Jensen, K. B. & Jankowski, N. W.[1991]. *A handbook of qualitative methodologies for mass communication research*. London: Routledge.）
- 耿暄（2002年3月31日）。〈想要睡得好 主播有偏方〉，《聯合報》，第27版。
- 陳盈純（2001）。《互依性和社會支持對研發團隊績效的影響：以溝通為干擾變項》。中央大學人力資源管理研究所碩士論文。
- 陳介英（2003）。〈深度訪談在經驗研究地位的反思〉，齊力、林本炫編，《質性研究方法與資料分析》，頁115-125。嘉義：南華大學教育社會學研究所。
- 莊嬭夙（1998）。《角色壓力、社會支持與工作投入之關聯性研究：以資訊從業人員為例》。長庚大學管理學研究所碩士論文。
- 郭良文、林素甘（2001）。〈質化與量化研究之比較分析〉，《資訊傳播與圖書館學》，4(7)：1-13。
- 翁雅萍（2005）。《從守門人的角色探討家居舒適之呈現：家居設計雜誌的內容分析》。東海大學企業管理研究所碩士論文。
- 曾政賢（2001年8月26日）。〈迎接e時代 山轉路也轉系列 電視新聞業學會一人成軍的武藝〉，《聯合報》，第35版。

黃慧雯（1999）。《高雄報社記者組織內部溝通媒介之運用：從媒介豐富性理論和社會性影響模式理論看起》。中山大學傳播管理研究所碩士論文。

楊正誠（2002）。《大學生網路成癮、社會支持與生活適應關係之研究》。東海大學教育研究所碩士論文。

蔡孟真（2003）。《角色定義幅度與組織公民行爲：前置要素之探討》。中原大學心理學系碩士論文。

劉延青（1989年12月19日）。〈美國年輕人嚮往電視新聞工作 星夢與實際 有距離〉，《民生報》，第9版。

謝菊英（2002）。《高屏區國小女性校長工作壓力與社會支持之研究》。屏東師範學院國民教育研究所碩士論文。

羅懷慈（2002）。《網路人際的隱性人格理論之初探：以網路聊天室爲例》。世新大學傳播研究所碩士論文。

嚴祥鸞（1996）。〈參與觀察法〉，胡幼慧主編，《質性研究》，頁195-221。台北：巨流。

二、英文部份

Abdel-Halim, A. A.(1982). Social support and managerial affective responses to job stress. *Journal of Occupational Behavior*, 3, 281-295.

Baker, J.S. & Jones, M.A.(1996). The poison grapevine: How destructive are gossip and rumor in the workplace. *Human Resource Development Quarterly*, 7 (1), 75-86.

Baumeister, R. F., Zhang, L. & Vohs, K. D.(2004). Gossip as cultural learning. *Review of General Psychology*, 8(2), 111-121.

Bischoping, K.(1993). Gender differences in conversation topics, 1922-1990. *Sex Roles*, 28, 1-18.

Campbell, L.(1995). Self-disclosure and listener verbal support in same-gender and cross-gender friends' conversations. *Sex Role*, 33, 387-404.

Crampton, S. M., Hodge, J. W. & Mishra, J. M.(1998). The informal communication network: Factors influencing grapevine activity. *Public Personnel Management*, 27, 569-584.

Cummins, R. C.(1990). Job stress and the buffering effect of supervisory support. *Group and Organization Studies*, 15(1), 92-104.

Drory, A. & Shamir, B.(1988). Effects of organizational and life variables on job satisfaction and burnout. *Group and Organization Studies*, 13(4), 441-455.

Dunbar, R. I. M.(2004). Gossip in evolutionary perspective. *Review of General Psychology*, 8(2), 100-110.

Eder, D. & Enke, J. L.(1991). The structure of gossip: Opportunities and constraints on collective expression among adolescents. *American Sociological Review*, 56(4), 494-508.

Foster, E. K.(2004). Research on gossip: Taxonomy, methods, and future directions. *Review of General Psychology*, 8(2), 78-99.

Hafen, S.(2004). Organizational gossip: A revolving door of regulation and resistance. *South Communication Journal*, 69(3), 223-238.

Hill, S. E. K., Bahniuk, M. H., Dobos, J. & Rouner, D.(1989). Mentoring and other communication support in the academic setting. *Group and Organization Studies*, 14(3), 355-368.

Hopkins, K. M.(2002). Interactions of gender and race in workers' help seeking for personal/family problems. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 38(2), 156-176.



Kurland, N. B. & Pelled, L. H.(2000). Passing the word: Toward a model of gossip and power in the workplace. *Academy of Management Review*, 25(2), 428-438.

Leiter, M. P.(1988). Burnout as a function of communication patterns. *Group and Organization Studies*, 13(1), 111-128.

Levin, J. & Arluke, A.(1985). An exploratory analysis of sex differences in gossip. *Sex Roles*, 12, 281-286.

Li, S. S.(2004). An examination of upward communication in Chinese organizations. Paper presented at the Annual Conference of the National Communication Association, Chicago, USA.

- Lindlof, T.(1995). *Eliciting experience: Interviews, qualitative communication research methods*(pp.163-175), London: Sage.
- Michelson, G. & Mouly, S.(2000). Rumor and gossip in organizations: A conceptual study. *Management Decision*, 38(5), 339-346.
- Miller, K.(2003). *Organizational communication: Approaches and processes* (2nd ed.). Belmont, CA: Wadsworth.
- Morrison, B. W.(2002). Information seeking within organizations. *Human Communication Research*, 28(2), 229-242.
- Noon, M.(2001). Suggested revision to Kurland and Pelled's model of gossip and power. *Academy of Management Review*, 173-174.
- O'Reilly, C. & Chatman, J.(1986). Organizational commitment and psychological attachment: The effects of compliance, identification, and internalization on prosocial behavior. *Journal of Applied Psychology*, 71(33), 492-499.
- Orson, R.(1977). Gossip and marketplace psychology. *Journal of Communication*, 27(1), 158-163.
- Rysman, A.(1977). How the gossip became a woman. *Journal of Communication*, 27(1), 176-180.
- Rysman, A. R.(1976). Gossip and occupational ideology. *Journal of Communication*, 26(3), 64-68.
- Sathe, V.(1985). How to decipher and change corporate culture. In R. H. Kilmann, M. J. Saxton & S. Serpa (Eds.), *Gaining control of the corporate cultures* (pp.230-261). San Francisco, CA: Jossey-Bass.

- Schermerhorn, J. R., Hunt, J. G. & Osborn, R. N.(1997). *Organizational behavior*.
New York: Wiley.
- Sully de Lugue, M. F. & Sommers, S. M.(2000). The impact of culture on
feedback-seeking behavior: An integrated model and propositions. *Academy of
Management Review*, 25(4), 829-849.
- Suls, J. M.(1977). Gossip as social comparison. *Journal of Communication*, 27(1),
164-169.
- Tracy, S. J., Myers, K. K. & Scott, C. W.(2006). Cracking jokes and crafting selves:
Sensemaking and identity management among human service workers.
National Communication Association, 73(3), 283-308.
- Waddington, K.(2005). Using diaries to explore the characteristics of work-related
gossip: Methodological considerations from exploratory multimethod research.
Journal of Occupational and Organizational Psychology, 78, 221-236.
- Wert, S. R. & Salovey, P.(2004). A social comparison account of gossip. *Review of
General Psychology*, 8(2), 122-137.

附錄一 訪談問題

親愛的受訪者您好：

我是交通大學傳播研究所的研究生范相惠，目前正著手撰寫碩士論文，題目為「台灣新聞從業人員工作中閒聊（gossip）現象之初探」，主要是想了解新聞從業人員工作中聊天的現象與功能。

在訪談進行時，訪談者會同時錄音，以供日後轉錄成訪談稿分析之用。關於訪談中您的資料與回答將僅用於本論文學術性的研究分析，決不另作其他用途，請您放心。

茲附上本研究之訪談大綱，懇請您撥冗賜教！敬頌
身體健康，萬事如意



交通大學傳播研究所
指導教授：李秀珠博士
研究生：范相惠
敬上

第一部分：個人基本資料

姓名：

性別：

年齡：

業界總工作年資：

過去是否有在其他公司服務的經驗：

曾經在那些公司服務：

職位：

主要工作職掌：

訪談時間：

接下來開始正式的訪談，所有您的資料與回答將僅作為學術論文之用，而為尊重您的隱私權，也不會公開您的姓名，將以編號代替。

第二部分：訪談大綱

一、基本問題

1. 您每天在工作中閒聊（聊天）的時間大約有多少？
2. 通常在什麼樣的場合閒聊（聊天）？
3. 通常和那些人閒聊（聊天）居多？
4. 您和您閒聊（聊天）對象的閒聊（聊天）方式通常為何？

二、請您舉出至少三個讓您印象深刻的關於工作中閒聊（聊天）的實例，並說明讓您印象深刻的原因？



三、您認為您在工作中的閒聊（聊天）通常能得到那些收穫？

四、您認為閒聊（聊天）是否有可能造成負面的影響？如果有，請舉出實例。

五、您認為男女之間的閒聊（聊天）有沒有性別上的差異？又有那些差異？