

# 高評估為電視機構言談

## —分析生活風格談話節目影像與視覺意義

何欣容\*

### 摘要

本研究以談話節目中專家示範活動為範圍，使用會話分析與影像分析，審視參與者的高評估會話（亦即「好棒」、「好厲害」、「我好愛」等）以及協同之影像剪接導引觀眾如何經歷現場的高評估事件。在建立高評估為客觀評估時，影像建立被評估對象的特徵與資產屬性。在建立高評估為主觀評估時，影像導向評估者的表情與主觀反應。本文目的闡釋高評估會話及影像相關電視機構言談之特定組織方式。第一、當第一個高評估來自旁觀來賓，影像停留在被評估客體，呈現完整的可評估的資產屬性，當互動持續因可評估之資產屬性變化而產生升級高評估，影像剪接在第二或第三高評估時切換到發言的評估者，利用高評估會話序列連續的特徵，影像同時表現被評估對象特徵與資產屬性變化，並利用序列末端剪接評估者非口語細節，作為對展示與示範的終極肯定。第二、當第一個高評估來自專家或主持人，影像較可能配置主觀鏡頭，表現來自專業的肯定。最後，當高評估發生在體驗活動時，運鏡與影像剪接運用主客觀鏡頭讓觀眾經歷高評估為與體現認識相關的事件。

**關鍵詞：**談話節目、語用學、會話分析、電視影像、機構言談

---

\* 佛光大學傳播學系副教授，e-mail: sjho@mail.fgu.edu.tw。

## 壹、前言與背景

談話節目源於電視娛樂功能，節目主持人與參與者之間——可能是觀眾、專家、名人或是明星的談話互動就是主要內容。Timberg and Erler (2002) 指出，談話節目的特徵是擁有高人氣的主持人，主題集結不同類型的來賓與專家，主題從時事到家庭、親子、醫藥健康都可談。因製作成本低，具一定收視觀眾，加上非正式談話有活潑感，深受觀眾歡迎，造就許多知名主持人與名嘴 (Abt & Mustazza, 1997; Patrona, 2006; Timberg & Erler, 2002)。Timberg and Erler (2002) 也指出談話節目多經過企劃設計，但主持人、來賓、專家或參加觀眾之間對談必須像是自發性的臨場發言。作者引用社會學家 Erving Goffman (1981) 所謂的「新鮮的交談」(fresh talk)<sup>1</sup> 來形容，說明談話節目的言談要自然，無論交談是否經過事前排演 (p. 3)。

言談為談話節目核心元素，主持人與來賓對談的精采性保證節目收視率。根據網站「KEYPO 大數據關鍵引擎」資料分析<sup>2</sup>，談話節目「康熙來了」被評比為「八年級懷念的台灣綜藝節目」第一名。在這個節目中，觀眾一窺主持人、明星或名人間如朋友般交談。這印證 Munson (1993) 所指，談話節目就是透過大眾媒介觀展的會話。過去數十年間，國內電視台製播不同主題的談話節目，此類節目蓬勃發展是不爭的事實。本文沿用 Ilie (2006) 定義，將談話節目定義為媒體論述，作者指出「在談話節目中，人際交談上升至公開辯論，使用部分像對話，部

---

<sup>1</sup> 此處「新鮮的交談」一詞源於 Goffman (1981) 《Forms of Talk》一書所描述三種談話方式，其一為新鮮的談話：「這傳達了這樣一種印象，即該表述是對當前情況的回應」(p. 171)。其他論述研究者也指出廣播脫口秀言談正是展現了此類介於看似自發地新鮮言談，但其實為高度腳本化的媒體言談 (Wolfenden, 2012, p. 141)。

<sup>2</sup> 根據「KEYPO 大數據關鍵引擎」網站分析 2018 年 9 月 22 日至 2021 年 9 月 21 日大數據，分析上萬網站討論、論壇、部落格討論聲量評比「八年級懷念的台灣綜藝節目」。見雅虎奇摩網路新聞 (Yahoo 新聞, 2021.9.26) 網頁 <https://reurl.cc/aN2o49>

分像機構論述之慣例和策略，以及涉及模糊這兩者界限與傳統的二分法，例如公共與私人，集體與個人經驗，專業知識與經驗之話語」（p. 489）。明顯的，此種透過媒介設計的交談極受觀眾歡迎，但相關的言談研究卻顯匱乏，值得學者投注更多學術心力探查相關現象。

本研究以一個長青的時尚談話節目「女人我最大」為研究範圍，採樣其中言談來探究影像與視覺如何組織觀眾參與攝影棚內談話互動的片刻。「女人我最大」從最初的黃金時段電視綜藝節目，以討論時尚趨勢為主，歷經數位匯流衝擊，轉型為時尚、生活、兩性等多元主題節目，不僅成立品牌 Youtube 頻道，也擁有品牌購物 APP，持續創造新媒體用戶的觀看與使用。主持人於 2020 年入圍金鐘獎「生活風格節目主持人獎」。至 2021 年 12 月為止，節目上傳至 Youtube 完整節目影片達 1,676 支，訂閱數為 66.1 萬名用戶。使用 Youtube「最熱門」功能排序，「女人我最大」觀看次數最受歡迎前三名分別為「告別脆弱斷髮質！給頭髮補充營養機能飲」（678 萬次）、「早晚保養一瓶搞定，蜂王乳頂級保濕，逆齡美肌再現，凍住美一刻！」（483 萬次）與「必看吳依霖剪髮！！現場剪了髮就跟換了個人似的 正翻~~」（451 萬次）。

綜觀觀看次數前三名，外表相關主題深受歡迎。在這些單元中，專家在攝影棚展示產品、示範操作、甚至進行風格改造，節目來賓為旁觀者提出評論與意見。

這類主題企劃創造熱門觀看次數值得關注。也注意到，「女人我最大」內容並非完全以談話為主。節目同時邀請專家在攝影棚內進行風格改造或商品示範。攝影棚以專業示範活動為主，且以長段錄影形式出現的節目，應該以電視購物（infomercials）最為知名。研究指出在電視購物節目中，當專家評論、展示、使用商品以及進行專業示範時，電視購物更具效果。現場專業示範應該是電視購物產生極佳廣告效果的手法之一（Martin, Bhimy, & Agee, 2002）。但在以娛樂為主的談話節目中，專家進行專業改造及現場示範，來賓與主持人旁觀交談，此類節目之企劃目標與電視購物不盡相同，但相關現象的探討卻極為匱乏，促使本文探究生活風格談話節目中，專業示範活動及活動開展下發生的交談，對其中的語用及視覺現象進行初步的分析研究。

活動可能有助建立觀眾對特定領域認識，節目中有動手、上手活動的節目又與純粹的談話節目不一樣。本文關注「女人我最大」精華片段節目，專家在現場活動中，示範造型或風格改變，參與者還有來賓與主持人，她們以非專家的角色旁觀。對專家改造的風格的認識狀態提出看法、評論或是意見。然而，電視論述研究較少關注節目中的交談如何關聯到正在進行的示範活動，及其可能的意涵。會話研究對日常生活中的示範活動以及語用特徵卻有獨到的見解。學者指出，示範活動中，隨著示範建立一步步的認識，也往往會帶來評估，也常見專家示範常常伴隨正向評估，又稱「高評估」（Goodwin & Goodwin, 1987）。談話節目包含展示與示範生活時尚風格的活動及本文關注的高評估對話，但電視又涉及到另一個尚未被關注的現象——影像如何視覺化相關的高評估會話過程？

其次，當專家進行示範活動，穿插旁觀來賓給予評估與意見。這樣的言談互動乍看之下，主導者應該是專家，但旁觀來賓對專家的示範，自發性地發起評估，來賓的言談可能同樣吸引收視觀看。Ilie（2006）主張，談話節目中「個人經驗和常識有相當大的地位並越來越頻繁以各種形式出現，因此與專業知識相對立的個人知識成為重要主導內容」（p. 490）。當專家進行示範、當來賓被改換造型，這些片刻往往引起參與來賓使用會話的「高評估序列」（high-grade assessment sequence），例如「好棒」、「好厲害」、「好好看」、「我喜歡」等，接續發起高評估給予認可（Antaki, Houtkoop-Steenstra, & Rapley, 2000; Goodwin & Goodwin, 1987; Mondada, 2009a）。這樣的評價性表達在談話節目中似乎極常見，但尚未得到學術重視。本研究聚焦在高評估或是正向評估會話序列如何被視覺化，是否以特定方式讓收視者經歷到現場的評估事件，探討影像建立起的評估事件的意義。以下是與研究主題相關的理論架構。

## 貳、文獻探討

### 一、高評估會話

評估常見於日常會話。Pomerantz (1984) 最早將評估視為互動特徵，指出評價性的表達是社會互動的產物。因此，評估並非只是個人抒發內在感受，而應被視為與組織社會互動相關的有序言談，在使用這樣的表達時，人們證明自己有權取用某種經驗、意見或是觀點。她寫道「評估是參與的產物；通過評估，說話者聲稱具有他或她正在評估的事物的知識」(Pomerantz, 1984, p. 57)。其後學者開始關注交談者在評估序列主張或是交涉「認識論」(epistemics)，也就是會話中，個人提出如何認識、認識到什麼或是與誰一起認識到等，與經驗認識相關的範圍。學者也指出特定語言裝置有助於發言者在評估序列的第一或第二個評估位置，展示自己擁有，甚至「升級」對被評估對象或事件的特定知識 (Heritage, 2002; Heritage & Raymond, 2005)。論述心理學派將評估看作發言者描述解釋內心對認知對象的態度，是一種在社會處境中的話語實踐。因此，對評估談話進行言談分析能夠檢視說話者構建起的社會現實 (Edwards & Potter, 1992)。

另一方面，高評估會話序列包含一項特定描述，或是以體現行為指向或展示物件，接續會話者使用積極正向的表達詞語，且高評估是在描述與同意或不同意回應的配對序列中被偏好的回應 (Pomerantz, 1984)。但注意到，評價詞強度並不表示態度強度，因為高低評估在會話扮演的功能及組織方式並不相同，甚至高評估存在難以被擴展的限制，因此傾向關閉當前正在進行的話題 (Antaki et al., 2000; Goodwin & Goodwin, 1987; Mondada, 2009a)。低評估，也就是“okay”、“good enough”等，更像是標誌特定互動與任務的結束，甚至作為對整體任務表現的真實評價，因此相較於高評估，低評估比高評估更常被使用於評價一項真正完成的任務 (Lindström & Heinemann, 2009; Pillet-Shore, 2003)。因此在會話中，高低評估各有功能，並非一組可以衡量發言者

態度的效價 (valence)。

值得注意的是，第一個高評估被提出後，偏好下一個同意性的回應，但是在第一個高評估被提出之後，它可能被升級，但也可能被下一個接話者降級或退回，當下一個接話者面對是否升級高評估——被偏好的同意順序，因此面臨連續性的結構壓力。下一個發言者的附議，可能要具體指出可被同意的被評估事物之資產屬性。也因此，另一個序列配置是接話者在第一個高評估後選擇不附合，第一個高評估也極可能因無人附合而被關閉，成為當前話題的終結者，又或是透過降級重新分配與協商可評估的屬性 (Lindström & Mondada, 2009; Mondada, 2009a; Pomerantz, 1984)。或許因為第一個提出高評估的發言者，可能面臨會話序列是否得以成功生成連續高評估，研究發現評估者往往運用多種溝通資源，以建構、開放對指涉的對象、事件或經驗的取用權 (access)，以便引起對話者的注意與同意。從這個互動觀點出發，Goodwin and Goodwin (1987) 的參與架構理論揭示高評估更類似於聲稱個人擁有所經歷或正在經歷的事物的認識與知識，並且涉及構成被評估物的特徵 (例如冷、熱、美)。說話者運用溝通資源 (例如，音調，表情，凝視，身體動作) 以允許對談者訪查，甚至體驗這些事物的屬性資產 (constitutive properties)，因此，共同高評估是一項在體現互動達到的成就 (Goodwin & Goodwin, 1987, 1992)。

對被評估物的稱呼，除了「被評估所指物」(assessed referent)，Haddington (2006) 在“將眼神注視和評估組織為採取立場的資源”一文中，稱被評估對象為「立場物」或「立場對象」(stance object)，它可以是窗外夕陽、牆上的畫作、眼前的室內裝飾等。作者觀察談話者凝視，並使用語言突出被評估物的屬性資產，構成其特徵，開放對該認識的取用權，達成共同高評估，因此高評估也作為聯繫共同立場的語言裝置。但被評估事物為經驗或現場存在物，可能涉及會話者如何動員注意力在環境焦點。在 Goodwin and Goodwin (1992) 著名的蘆筍派會話，發言者說道「傑夫做了蘆筍派」，此處被評估的客體「蘆筍派」，實際上是經驗的認知狀態、一個過去的事件，因此發言者假設了對話者也擁有吃過此蘆筍派的知識經驗，並且可以取用對該經驗的認識，下一句發

言對話者也互惠地給予高評估「好好吃」(p. 41)。但夕陽「好美」，是現場對話者共同經歷的被評估客體，一個環境中共存的物件，甚至夕陽擁有瞬間色彩變化的屬性，這些共同屬性的認識與取用，是形成評估的先決條件。窗外的夕陽、牆上的畫作、水池的水溫都是眼前共同環境存在的物體，因此更像是當場造就或被點出(occasioned)的會話主題，因此評估物是否為當下環境共存物也是文獻探討重點。

Lindström and Mondada (2009) 指出在 Pomerantz 第一個摘錄的會話例子，呈現的其實是對話者共同評估眼前共同可觸的水溫：

Example 4 (VIYMC 1:4)(Pomerantz, 1984, ex. 1)

01 J: Let' s feel the water. Oh it ...

02 R: It' s wonderful. It' s just right. It' s like

03 bathtub water.

這個選錄邀請我們考慮 J 和 R 逐步探索水溫，他們共同協調在水中的身體動作，以及他們協作評估的會話設計（「喔它…」被下一句「太棒了」完成）。鑑於這種評估產生的物質環境尚未系統性地被 Pomerantz 分析…但藉由這個問題可以發展…一些見解，考慮到共存、受操縱、可變的物體、姿勢、身體和空間 (p. 306)。

這個觀察讓我們得以連結電視攝影棚現場的展示、示範或是改造活動，這些活動涉及共同經歷到可評估對象，或可評估物的資產特性及其轉變。專家的描述、體現操作甚至風格改變，可能作為參與到一個屬性資產的變化的先決條件，並且在下一個評價度量被說出前，來賓需觀察到這個資產屬性，甚至提出它的變化來組成一個連續的高評估會話。互動學派的見解因此讓我們更注意到參與者如何共同加入(attend)評估，透過體現行為重新組織評估當下感知到的、可評估的資產屬性，從而讓該認識透過會話與身體行為，公開構成當下認識的經驗讓其他參與者得以體察。

無疑地，過往研究指出理解會話評估的重要性，高評估作為一種社會互動的產物，通過指出評估對象，識別可評估特徵，組織高評估會話

聯繫同意彼此立場，以交流團體情誼。本文探究談話節目中的展示與示範活動、高評估會話與影像之間的構成關係。評估作為會話序列組織已獲會話研究重視，但高評估會話本身作為電視談話節目內容，卻從未得到任何學術關注。此外，如前言所述，「女人我最大」熱門觀看單元多是與外表提升、外貌改造相關的節目企畫，閱聽眾透過影音產製，共同經歷被評估物（例如，髮型或膚質）或被評估對象（主要是模特兒）的造型變化，這個過程涉及參與者明確指出被評估物變化的條件特徵與屬性，來成功組織一項描述，以發起後續可能的高評估會話。影音後製過程，作為一種視覺資源，如何導引觀眾經歷現場的高評估事件，以及對高評估的視覺組織是否存在特定的模式值得學術探究。

## 二、影像、會話序列與視覺化電視言談

會話的言談結構觀察接話機制（turn-taking rules）如何運作，特別是下一個發言者即時展現並更新對正在發生的事情的回應，從而達成相互理解，也就是「互主體性」（Sacks, Schegloff, & Jefferson, 1974）。在特定電視類型，口頭交流最重要，像是訪談、政論、辯論、Call-in 與談話節目等，其中的交談可能具有高度序列特徵，因此影像產製過程需協同言談的內部結構。新聞教科書談及如何製作影音訪談片段時，多指出引言、問題段落應呈現記者提問畫面，接下來的段落應呈現受訪者回答畫面，這樣的影像序列符於會話結構之問答配對（Stewart & Alexander, 2016）。特定鏡頭不僅與會話結構有關，甚至可能據此剪接不存在的互動。Greiffenhagen（2009）指出，新聞採訪的一個明顯的特點是後製剪輯可能在受訪者回答時，插入記者的點頭鏡頭，讓記者像是對受訪內容產生反應，甚至像是正在即時評論關鍵內容，即使這些畫面是採訪結束後拍攝的（p. 194）。

在其他類型的電視節目，發言者之間存在立場的對立，剪輯任務不僅需配合會話的組織序列，聆聽話語開展，謹慎調動畫面，考量發言內容、身分與立場以及現場互動等多種因素。Broth（2008）指出在一個現場政論節目中，特寫來賓聆聽畫面可以實現當前發言的「合法接收



者」(recipency)，例如當主持人介紹來賓或言談提及特定來賓時，影像切換到該來賓畫面，也因為這樣的視覺序列體現與問答相關的配對性質，讓副控室的導播須仔細聆聽對話互動，審慎插入聆聽畫面，以免讓特定來賓被誤解為目前言談所指涉的對象。Broth (2008) 指出：

鑑於特寫現任發言者在視覺上強調這個話語身份的相關性，參與來賓“聆聽”的特寫鏡頭顯示其中一名參與者在聽，並且為觀眾提供這樣的視覺效果，顯示給電視前的觀眾，此參與者如何看待或呈現她或他對所述事情的反應—以觀眾聽到的方式。發言者和聆聽的特寫鏡頭經常組合成一個開展的視覺鏡頭序列，將其中一位參與者歸類為發言身分，而其他在場者被歸類為發言的接收者 (p. 74)。

正因為電視談話節目中常出現觀點的對立性，這讓影像剪輯過程不能不顧言談內容，隨意切換鏡頭，因為觀眾會自然地尋找在「第一個鏡頭與第二個鏡頭之間的鏈結」，即便團隊讓上下兩個鏡頭顯得獨立 (Broth, 2008)。

剪接、運鏡以及後製等剪輯操作，是視覺化攝影棚內互動的重要影像資源。Mondada (2009b) 分析辯論節目的剪接，指出影像剪輯是「對所構思內容的具體問責，實現並且組織互動，以一種不僅可識別，而且透過特定方式重新排列、突出和強調，從而重塑正在進行的互動」(p.70)。結合對現場辯論節目的會話與影像分析，作者發現當主持人的問題來到發言的可能轉換處，導播使用分割畫面並列正在發言的主持人與下一個與問題相關、可能接話的來賓，因此影像體現交談的序列性以及互動中的交談 (talk-in-interaction)。此外，當問題使用指稱代詞，投射特定來賓為可能的下一個發言者，導播並列這兩個來賓的鏡頭，展現她們即將準備接話發言的片刻。Mondada 繼續說明，影像在這時切換到同時出現的分割畫面，實際上是在主持人投射句尾轉換處前完成的。因此，導演在問題正式結束前就選擇了鏡頭，以預備回答當前問題的來賓為下一個畫面，透過分割畫面進行一種雙重組織—共時性與畫面洩漏的個別與當場的反應，導向對答案的預期回答，影像因此包括了

許多非口語的行為細節。Mondada (2009b) 指出：

分割畫面早期就被插入在主持人的長問題中，不僅揭示答案的答者，而且揭示了在問題擴展制定過程中的準備工作。在這個完美時機置入分割畫面是讓影像成為對問題的體現解釋的紀實 (documentation)，因為畫面呈現即將回答者此刻的臉部表情和手勢—包括 Albina 張嘴準備和 Re'gine 可見的長吸氣。因此，答案開始時，分割畫面已經顯示她們共同準備進入回話，以多感方式制定合作性的回應…她們的聯合行動被展示給電視觀眾 (斜體為原文強調，pp. 83-84)。

影像協同會話序列性，共同組織談話節目為互動事件，導引觀眾參與經歷此刻現場正在發生的交談，同時考慮會話結構以及語言的語彙資源，進行適切的影像調度。因此，在談話節目中，影像幾乎是以交談的輪替作為基礎，當畫面切換到對談所投射的可能接話者，經由特寫該位來賓所流露的非口語行為，以一種紀實而情境化的方式，讓節目收看者經驗到現場的對談。除了談話節目，許多學者也已經探討不同的電視節目類型，使用其中的論述或是對話文本，同時分析鏡頭種類與運鏡特徵，從而深入理解文本與影像共同建構的情節、故事或是影棚互動 (Alvarez-Pereyre, 2011; Androutsopoulos, 2012; Chepinchikj & Thompson, 2016; Dunsmore & Haspel, 2014; Eriksson, 2016; Hoffmann, 2021)。

本文以電視高評估會話為研究範圍，將節目影像視為電視專業實踐，以示範活動片段為分析資料母體，透過對語言與影像的分析，了解高評估的會話與其視覺組織，導引觀眾以何種意義，經歷現場在進行的評估事件，在這個基礎上，實現甚至制定特定觀看方式。研究的重要性在於，透過分析多種符號系統 (亦即，語言、會話序列與剪輯)，企圖發現並解構媒體內容，讓學界與社會大眾更深入理解電視產製。談話節目乍看下似乎只是來賓間輪流發言，實際是否存在可能的特定視覺內容組織，重新排列、突出和強調特定影像，型塑高評價過程為特定事件。以下為研究問題，第一，在談話節目中，高評估會話，可能以何種影像

次序被視覺化？第二，視覺以特定組織方式導引觀眾經歷現場在發生的高評估事件，這些事件的意義為何，以及這些視覺組織是否存在特定的傳播模式（pattern）？且這些模式與會話序列性的關聯為何？最後，研究發現如何促進我們對媒體言談之理解？研究目標為透過質性的分析與描述完成一個科學的傳播研究，累積並增進媒體素養領域之相關研究。

## 參、研究方法

### 一、資料母體（corpus）描述

本文的資料母體來自「女人我最大」Youtube 頻道的 583 則精華影片，其中約有 55 則（9.4%）的互動形式並非交談，內容為播放外景影片、進行遊戲、運動、星座預測或分享經驗的獨白談話等，因此不列入本研究的資料母體。扣除 55 則之後，528 則影片中，約 432 則影片（74%）以示範活動為主，主題多是造型風格改變，以來賓、專家與主持人的三方交談為互動形式，並無明顯商品置入之言談或產製操作。約 96 則（16.4%）也是示範活動，但以商品置入為主軸，同樣以三方互動為節目形式，但專家、主持人或來賓會推薦商品、並在其他產製操作中揭示商品與品牌，例如於節目主題、側欄大標與運鏡中明顯揭示產品、產品外包裝或是品牌圖標等。本研究藉由重複觀看、記錄觀察、瀏覽觀眾評論意見等，形成對資料的初步洞察，並進一步聚焦在節目的示範活動中，關注參與者投入示範活動時的交談，探究電視視覺產製現象，企圖了解這兩者之間是否存在特定的傳播模式。

完整版「女人我最大」單一集節目長度大約 50 分鐘，依據企劃主題不同，可能單一集內並未有專業示範活動，但也可能單一集節目全部都為示範活動，其中又包含數個專業示範活動，從穿著、化妝到髮型等，都可能進行現場示範。每個示範活動的長度不等，短的可能僅為三至五分鐘，例如專家只是拿出一個新一季口紅塗抹展現顏色，也可能活動極為冗長高達十幾分鐘，例如專家先展示口紅，介紹口紅成分、質地、獨特配方、當季流行風格等，接著再在示範者嘴唇上示範幾種不同

的唇彩。528 則精華影片從個別完整版節目中被獨立出來，以單一個示範活動為影片單位，擷取段落起始點，為示範活動之開始，到最後完成改造之自然結束段落（例如，來賓鼓掌）為影片末端，成為一個獨立的 Youtube 短影片，時間長度不等，可能從 3-5 分鐘到十數分鐘左右，精華影片呈現的是單一示範活動從頭到尾端的完整影片。也因為精華影片以與現場進行之示範活動同步方式擷取，也同步錄製與現場活動同時開展的交談，紀實地讓觀眾參與示範活動與改造前後之風格差異。其中，伴隨示範活動開展的交談，並未有被剪短或刪除之情況，對話交談與活動是同步的，對以會話分析方式進行言談分析之研究者，這些精華影片中，與活動同時錄製下的對話，可視為在示範活動中自然開展的交談，為參與者自發性之對話，包括自發性的發言與接話，因此適合作為言談分析母體資料（Drew & Heritage, 1992）。

根據研究者初步觀察紀錄，單一集精華影片平均可能出現至少一次的高評估發言，且最有可能出現在造型改變後，或商品示範使用後，旁觀來賓提出讚賞。因此，此類以專業示範為主，來賓旁觀發言，形成的談話內容就是精華片段主要言談互動架構。在大部分觀察的會話中，當高評估發言被其他參與者接續，形成會話序列時，此時製作單位也未必會以運鏡與剪接凸顯高評估，較常見製作單位以疊加大字的後製技術，在高評估會話發生時，疊加與高評估發言相同或類似之高評估大字。第三，當高評估會話發生時，除了疊加大字，鏡頭也可能剪接發言來賓或是專家與主持人。本文關注上述第二與第三種情況，也就是當參與者附和第一句高評估，而產生高評估會話序列時，製作單位選擇運用的與剪接視覺相關之產製操作，來引導觀眾經歷此刻棚內的互動。當然我們也可認為，是攝影棚現場正在發生的交談與互動引導產製，成為電視產製可以運用的資源，用以實現棚內事件成為可辨識、具特定意義的事件。

以立意抽樣精神，研究者進一步從資料母體蒐集 30 則經過後製處理的高評估會話序列作為分析的資料集（data set），以畫面僅疊加高評估文字，或是畫面進行鏡頭剪接等兩種情況加以分類。在 30 則高評估會話序列中的 18 則，也就是多數的高評估會話僅是在畫面同時疊加呼應的高評估大字，未加以剪接，鏡頭畫面仍維持在示範者或是示範物。

如以下會話選錄所示<sup>3</sup>，在句 4 尾高評估發生時，句 5 多人驚呼“wo::w”附和，此時畫面也同時疊加粗體粉紅色大字「超翹的」：

1	專家	((正以睫毛刷上下刷動示範者睫毛)) ((鏡頭大特寫示範者眼部))	
2	來賓 A：	唉呦	
3		(1.2)	
4	來賓 B：	真的好捲[翹喔	
5	多人：	→ [wo*::w	* SUPER_TXT ((超翹的))
6	來賓?：	好像已經戴假睫毛	

扣除上述畫面疊加高評估大字之電視產製，本文關注的是 12 則進行了剪接的高評估會話序列。這 12 則會話中，7 則會話是在高評估會話末端剪接了評估來賓的鏡頭。另外 4 則是在第一個高評估發言出現時，鏡頭剪接到發言者的主觀鏡頭，但此刻發言者的身分為主持人或是專家。最後有一則高評估為商品推薦，也就是當被評估物並非可變造型，而是商品，屬於「不可變物」(Fasulo & Monzoni, 2009)。相較於節目常示範造型、穿搭風格等，皆屬於「可變物」，可共同觀察可變屬性，不可變物的型態是固定的，且該商品可在參與來賓之間交付傳遞，作為可摸、可觸碰之物品時，鏡頭的剪接同時須考慮移動中的攝影棚內的互動，以形成有意義的視覺配置。

## 二、分析取向

本文的分析架構，在言談方面，主要使用會話分析之方法取向，已於文獻一節說明，該節回顧了過往學者應用會話分析方法在分析電視影像，認為發言類型 (turn type)、接話 (turn-taking)、序列組織 (sequence organization) 之有序性 (sequentiality)，提供特定電視節目類型 (例如，新聞訪談與政論節目) 作為視覺化正在進行的交談可運用的剪接資源。在進行會話分析時，研究者同時注意攝影棚內錄製下的畫

<sup>3</sup> 擷取自精華片段單元「小凱示範塌睫毛救星！」影片時間，2018 年 09/14/42 秒。

面內容，合併考慮棚內正在進行的活動，像是正在進行的示範、商品展示、道具、空間運用（例如，專家走出鏡頭到另一側的來賓，雖暫時出鏡，但這個移動卻可能影響棚內正在進行的發言、接話、互動與社會參與）、參與者被錄製下來的表情、動作、身體導向、表情等，都須合併考慮，作為對當下特定發言的言談意義、接話與會話活動之詮釋資源。此外，與高評估會話同時發生的影像的製作與後製層面，除考慮運鏡或剪接發生在會話的哪一個序列位置、剪接誰的鏡頭、隨運鏡開展的視覺等，也同時考慮視覺傳播之多面向，以合併提供詮釋剪接之影像的意義。因此在分析言談時，亦須考慮製作端運用影像、影像剪接、排列、與後製資源交付所錄製影片，特別是特定電視節目類型紀實性地呈現攝影棚現場活動，為一種可辨識之社會活動，因此合併「影片實踐的行動分析」（於本節下方討論），以穩固地建立起言談意義，考慮言談與互動與棚內正在發生的事件，及製作端最後可能如何視覺化棚內互動為何種事件，這些分析都是互相關聯的。

Kress & van Leeuwen (1996) 在《閱讀影像》一書中提出「多模傳播」(multimodal communication) 取向，強調在對文本進行分析時，無論文本是取自廣告文案、電視片段或電影劇本，須同時注意文本運用的視覺化模感，指的是源於語言外的多模感資源，包括文本與平面的主圖像、構圖、頁面佈局、色彩、人物手勢、字體大小等各式設計，到動態模感像是框景、鏡頭遠近、聲音、凝視、表演等製作資源。透過語言與多模傳播及兩者的互動，文本對觀眾傳遞特定的再現意義 (pp. 45-77)。然而，Kress & van Leeuwen 的模型對概念化與分類平面圖像的應用性較高，其中主導的文本腳本與從屬的視覺與多模感元素，彼此的關係幾乎是一目了然。但是電視節目中的話語及參與結構可能隨時開展，沒有腳本。就像 Dunsmore & Haspel (2014) 指出 Kress and van Leeuwen 的多模分析多取自平面影像，但電視文本卻異常複雜，例如實境秀情節可能隨時改變，沒有預編的故事腳本與對白，因此分析者必須仰賴其他分析工具，重新整理分類冗雜的電視內容 (Dunsmore & Haspel, 2014)。

在分類影像意義上，電視甚至需考慮棚內正在進行的互動。

Mondada (2009b) 提出「影片實踐的行動分析」(praxeological analysis of video practices)，將影片製作看作機構實踐，透過一系列的編輯，包括選擇、安排、剪接或切、分割螢幕、刪除鏡頭，以及在後製軟體中處理轉錄、字幕、疊加等，完成影片要交付或交涉的意義。Mondada (2009b) 指出，與其它社會實踐一樣，影像是社會生活的產物：

人類行為學，將影片視為社會實踐的觀點，而不僅僅是「記錄」社會生活，它們會適應並積極組態它們的物件對象。在這個視角下，影片是為產生有序的動作屬性的平凡工作，透過對社會活動的情境解釋，具體體現在攝影機的移動和隨後使用技術轉化完成記錄 (p. 73)。

Mondada 說明影片實踐的具體特點側重在被攝影的、當下的社會互動、對話與影像共同組構一個被理解的、具社會秩序的片段—「這個觀點對當下的相關性的背景、日常活動和互動秩序感興趣，因為它們會被反思性地設置並通過熟練的影片實踐記錄下來」(2009b, p. 73)。因此，影片實踐的行動分析應用會話序列分析、互動分析與影像分析等方法，來理解社會生活中各類影片或影音生產實務，挖掘影像以及語言導引觀眾參與攝影機拍攝的事件，並詮釋其意義。這個過程與電影更注重時空轉換與強化敘事結構的連戲剪接不盡相同。本文關注的電視談話節目的剪接過程，需更注意即時的言談脈絡、棚內正在發生的活動、事件，以及參與者即時交談，來構思畫面運用，視覺與會話序列組織要具有協調性，以帶領觀眾建立理解棚內交談與活動，因此影片實踐行動分析極適用於分析電視談話節目。

### 三、高評估的分類、鏡頭與可能的再現意義

本文關注高評估會話序列發生時的影像畫面導引觀眾如何經歷在攝影棚內發生的評估事件。Edwards & Potter (2017) 區別客觀評估 (object-side assessment) 與主觀評估 (subject-side assessment) 並指出

「客觀方面的評估被預放在一個對象（它是好、壞、佳、差等），而主觀方面的評估制定了說話者對那個對象的喜好傾向（他們喜歡它，討厭它，無法忍受它等）」（p. 497）。藉由區分兩種評估類型，Edwards & Potter（2017）分析這兩種評估在會話中，扮演不一樣的互動任務，並且指出客觀評估表述的是被評估對象的特徵，「它們被構建為世界的一個特徵：它很可愛，它們很好，X 是糟糕的。作為世界的特徵，客觀評估被構建為互主體性的共享，獨立於說話者之外」（p. 511）。主觀評估表達個人評價性的感受與態度，導向個人如何看見、聽見或經歷事件，是一種個人化與內心化之表達——「主觀評估將評估形成為僅限於說話者的評斷：我喜歡它，我受不了，我們討厭他們」（p. 511）。因此，前者更多的是藉由交涉評估屬性的客體特徵，來些協商自己更靠近外在世界，主觀評估則有一種關注自身的「現實斷裂感」（Edwards & Potter, 2017, p. 511）。

Edwards & Potter 企圖建立語言所界定評估的主體性與客體性，但這個區隔有時不易區分，舉例而言，「我好喜歡這好好看」，究竟是主體評估或客體評估？作者因此提出合併評估（combinations）為另一種類型，將這一類的評估歸類為先主觀評估，接續客觀評估（Edwards & Potter, 2017）。或許區分主客觀評估在會話意義的應用上有其侷限，但這個分類在影像如何導引評估的意義，其應用性卻很高。也就是在本文的影像分析中，如果發言者說出高評估「好好看」搭配的畫面是外套的特寫，那麼影像導引觀眾經歷高評估事件為客體評估，也就是藉由特寫物件展現被評估物的表面、質感或設計等物質或抽象的客體細節，這個鏡頭可被歸類為客觀評估鏡頭。如果「好好看」搭配的影像是評估者的表情，顯示說話者的臉部表情及情緒，那麼這樣的影像導引觀眾經歷高評估事件為評估者的感受、態度與評估的主觀性。如果「好好看」呈現的是同時包括評估者與被評估物或參與者之間的互動，例如鏡頭呈現評估者穿上外套的活動，這個影像呈現的是高評估為一種個人或是評估是一個社會活動的過程。

理解電視的影像剪輯同樣重要，本文應用 Zettl（1999）分析電視電影關鍵影像元素的視聽理論，從三度空間轉換成圖像的規則包括：



(1) 視野中的排序，也就是物體與總數的大小關係，攝影機內看到的螢幕區域（即鏡頭的遠近或是景別）；(2) 排序編輯或影像序列（即是何時以及如何跨景格轉換，稱為剪接或切）；(3) 構圖和(4) 透視（Zettl, 1999, pp. 189-226）。也就是，電視談話節目藉由棚內多機攝影來錄影與產製畫面，影像分析要考慮景別、景框與鏡頭遠近，包括遠鏡頭、中景、近景和特寫等。分析也要注意剪接過程，如何選取多機攝影棚的不同景別與不同角度。此外，運鏡也包括攝影機的移動，包括橫移或是深入及拉出鏡頭所呈現的角度變化。研究採取會話分析的轉錄慣例，逐字謄錄高評估會話片段，藉由重複放慢聆聽與觀看，將會話中音韻強調、話語拉長等重要語言現象加以編碼，同時附加參與者在影像上的明顯動作、互動及行為，因為表情與身體導向可能與語言使用共同組構一個互動秩序，作為影像剪輯可運用的參考資源。

研究的高評估會話的資料母體來自女人我最大上傳 Youtube 播放清單中的「精華影片」528 則<sup>4</sup>，精華片段來自完整版節目，以數分鐘的精華版本呈現。完整版的節目觀看次數可達幾十萬次，但一個精華版片段的觀看次數也可達數萬次，甚至數十萬次，也就是精華影片也是獨立的頻道影片，擁有自己的網址、單元名稱、可按讚、留言等，可以吸引觀影時間有限或想重複觀看節目精華的收視者。研究觀察的高評估會話涉及多方互動，包括旁觀來賓、主持人、示範者與專家。評估客體多為示範者的造型（例如，髮型）或狀態（例如，膚質）的改變；評估客體也可能是存在錄影現場的物件或物體（例如，圍巾、外套等）。這些活動通常展示在場可見的物件或示範造型改變，因此這樣的活動構成一個匯聚高評估言談的社會場景。本文使用會話分析的慣例轉錄會話，將會話中的語言與相關非口語動作加以編碼謄錄。研究者同時對影像的剪輯點，包括剪接（切到另一個畫面）、運鏡（亦即，鏡頭橫移、拉出、伸入）及疊加標題大字、表情符號或音效（例如，拍手聲或喝采）加以描述謄錄。在節目中，主持人坐於中間，旁觀來賓坐在左側，示範者與專家通常在右側的示範區進行示範活動。攝影棚內不同位置的攝影機，從

---

<sup>4</sup> 此資料為截至 2021 年 12 月 31 日節目上傳到 Youtube 的「精華影片」數量。

左右或中間等方向來拍攝棚內互動。本文的分析樣本來自攝影棚現場示範、展示或改造活動之精華片段，以高評估會話為分析範圍，這個過程通常從專家展示開始，透過示範或改造建立可評估之屬性資產，旁觀來賓提出評論。客觀評估鏡頭指的是在高評估會話發生時，影像導向被評估對象。主觀評估鏡頭指的是在高評估會話發生時，影像導向評估者的表情與反應。

簡言之，本研究以電視示範活動中，高評估產生時的對話為分析範圍，檢查經複雜剪接處理的會話，探查視覺鏡頭與序列性之間的特徵，企圖了解影棚互動與視覺產製的關聯性，同時援引語用研究區分主客觀評估及其意義，來建立與區分鏡頭之再現意義，從而推論可能的傳播模式，並討論此現象背後的原因。

## 肆、資料分析

本研究選取六個會話選錄，描述三種高評估會話與影像的組織方式，在此語言與視覺架構引導下，觀眾透過特定視覺組織來經驗攝影棚內正在進行的活動：

(i) 影像突出高評估會話為客觀評估，當被評估對象的屬性資產被界定或呈現之後，第一個高評估多來自旁觀來賓，且通常不會立刻獲得剪接與畫面切換到評估者，影像會繼續停留在被評估對象，以繼續呈現完整的可評估的資產屬性。高評估可能會隨著更多的改造變化而引起第二與第三升級的高評估回應，影像較有可能在末端，第二或第三高評估切到評估者表情反應。但因為整體的影像組織以呈現被評估對象的特定屬性為主，因此整體的活動片段仍以顯示評估序列是一種對外在世界特徵評鑑的過程。甚至，可以說，視覺剪接過程利用高評估會話偏好同意的序列特性，接續一個心理反應鏡頭來強化對前方資產屬性變化的肯定。

(ii) 影像突出高評估會話為主觀評估，描述組織影像的過程在第一個高評估產生時，就切到評估者的臉部表情與情緒反應鏡頭，通

常以發言者為專家或主持人較有可能。

(iii) 影像建立高評估為體驗活動，當被評估物為可觸碰、可聞、摸的物體時，專家將被評估物傳遞到旁觀來賓或所有參與者眼前或手上，形成可觸、可摸或可聞的親身評估經驗，影像也透過切換到體驗與評估活動全貌，以及評估者與被評估物互動的主、客觀鏡頭來建立高評估為體驗活動。

以下分析詳述電視後製剪輯影像來組織與建立起高評估會話的個別情況。

## 一、影像突出高評估會話為客觀評估

在主持人、旁觀來賓與示範者與專家的多方互動中，專家與示範者通常被聚焦為提供示範、解說與被評估的角色。專家提供操作、解說以及指出特定資產屬性來形成一項描述。旁觀來賓被設定為評論者，提出回應與評估；主持人主持議程，在示範活動中多維持中立。第一與第二個選錄會話由旁觀來賓自主發起高評估序列，是節目最常見的互動形式。也就是，在專家示範完操作之後，針對可能是被評估對象的變化，第一個高評估由旁觀來賓發起，接續其它旁觀來賓的第二、三高評估。在第三個選錄的會話的第一個高評估則是由專家自行發起，旁觀來賓的高評估為對專家的高評估之回應。這三個選錄會話的共通點都是，主導影像以表現被評估對象的客觀鏡頭為主。

### (一) 旁觀來賓發起高評估，接續升級第二、第三高評估，全程採客觀評估鏡頭

在第一個會話實例中，專家示範馬尾造型，專家與示範者面對旁觀來賓，主持人在中間，參與者相對位置如下圖 1、2 所示。在示範完馬尾之後，專家從示範者後方移動到示範者身旁，繼續示範前方瀏海的造型技巧。在一開始，配合手勢操作，專家說明「然後就在它的表面」（句 1），影像顯示包含專家手勢以及示範者額頭到頭頂的極近景畫

面，讓觀眾可以微觀地看見頭頂上方與前方變化的細節。也可以說，極近景的頭頂影像減滅了句 1 不定代詞「它」的語義歧異，清楚指向瀏海的區域。接著，專家繼續示範使用髮蠟抓出頭頂上方線條（句 2-4），在句 4 尾專家說道「亂」時，結束前方頭頂造型，同時專家開始從示範者右前方退到她的後方，繼續為後側造型。當專家開始移動時，來賓 A 給予第一個高評估「好妙喔」（句 5）。

圖 1：主持人左 1、示範者右 1、 圖 2：來賓數人坐於專家與示範者  
專家站於示範者旁 對面



下一個高評估「好可愛喔」的說話者使用親暱的娃娃音語氣來表達對造型的認可，且在發言轉換處被另一來賓立即同意（句 7）。下一句，來賓 C 並未繼續升級這個高評估序列，而是以較快的語氣來發起一項新描述，提出一項自己觀察到的屬性資產變化—「而且瞬間覺得她的髮色不均勻」（句 8-9），且在下一句自行倡議一個高評估，「變得也是很時尚」（句 10）。注意到，「髮色不均勻」乍聽之下似乎發言者提出了一個負向的描述，牴觸來賓團先前「好妙」、「好可愛」的互惠型高評估序列，但來賓 C 自己接續提出一個高評估「很時尚」，這也是 Goodwin and Goodwin (1992) 所稱「後置型評估」（post-positioned assessment），一項描述接續由描述者自己附加對該描述的評價。接下來句 11、12，高評估「很時尚」立即被多人接續「MM」微型認可（minimal acknowledgment）迷你化自己的同意反應。Clayman (2012) 指出訪談中，受訪者對提問的微型認可或最小反應其實偏離提問要求的實質答覆，它們明顯不合作，但其實是具有社會意義的行動，因為「它們是僅針對問題的語法形式設定行動議程。因此，在新聞採訪的環境

中，微小反應可以成為一種表達對採訪過程的緘默的異議的方法」（p. 634）。

### 選錄 1

[單元：吳依霖教你 3 大重點 快速綁出女神馬尾！影片時間：2017\_AUG\_07\_01\_21sec]

- |    |       |                                 |                         |
|----|-------|---------------------------------|-------------------------|
| 1  | 專家：   | 然後就在它的表面-                       |                         |
| 2  |       | 先抓髮蠟                            |                         |
| 3  |       | (1.0) *                         | *音效 ((叮))               |
| 4  |       | *把它抓::[亂<br>( (「亂」字時專家開始退到後方) ) | * SUPER_TXT ( (髮蠟抓線條) ) |
| 5  | 來賓 A： | → [好妙喔                          |                         |
| 6  | 來賓 B： | → 好可！愛！[喔*                      | * ZOOM_OUT 極近景鏡頭開始拉出    |
| 7  | 來賓？   | [。對阿。                           |                         |
| 8  | 來賓 C： | >而且瞬間覺得她的髮色<                    |                         |
| 9  |       | 不均勻                             |                         |
| 10 |       | → 變得也是很時尚=                      |                         |
| 11 | 多人：   | =MM: [:                         | ( (示範者在 MM 句末點頭) )      |
| 12 | 來賓？   | [mm                             |                         |
| 13 |       | (0.8) *                         | *CUT 示範者與專家上半身景         |



在這個會話得以看出，來賓作為專業的言談互動團體對高評估的積極管理過程，在一個已對齊立場的高評估序列之後（句 5、6），下一個發言通常是序列配對偏好的同意、高評估的二次、三次連續性升級。當一個似有不同意潛力的描述出現，實際上接續下一句自行進化之高評估「很時尚」。這個發言者自行完備的負向描述搭配正向評估的完整配對，對來賓團做為專業回應團體而言，其實是一個接話以及互動壓力的解除，因此來賓集體地給予微小認可，對齊團體態度一致，但另一方面，微小認可也表明不會升級「很時尚」，成員的微型認可共同地把會

話議程推進到下一個主題。

在影像方面，注意到鏡頭隨著「好可愛喔」開始緩緩拉出，從頭頂極近景的特寫，開始拉出，到「時尚」時，鏡頭幾乎同時停止，呈現示範者的肩膀以上，並在多人對「很時尚」表達微小認可之後，拉出鏡頭停止在示範者肩膀的高度，此時可以看到示範者自己也點頭，由近而遠，這個較遠的肩上鏡頭讓觀眾看到髮型與妝容，讓示範者的髮型搭配臉型的正面樣貌揭露出給觀眾審視。在約 0.8 秒的肩上景之後，畫面切到同時顯示專家與示範者兩人的上半身景，也投射下一個示範操作與新話題即將開展。

選錄 1 的會話從示範操作頭頂極近景開始，接著使用疊加標題大字協助觀眾建立目前評估物的資產屬性－髮蠟抓出的線條美感。隨著高評估會話的開展，鏡頭在第二個高評估發言時開始拉出，觀眾得以從特寫逐漸拉開，進行有距離的觀賞，交涉一組外在世界從近而遠的視角觀點，並在第三個高評估時，運鏡停止在示範者肩膀以上的畫面，略為停止，與來賓產生微小認可序列同步，並且涵蓋畫面示範者自己也同時點頭的非口語細節及行為，如實地被呈現給觀眾。在點頭之後，畫面以切的方式剪接專家與示範者的上半身畫面。

選錄 1 全程以評估對象為主的影像導向高評估會話的客觀性，交涉一組獨立於評估外的物質客觀性。在整個會話過程，一開始配合專家操作手法使用極近景強調手勢與頭髮線條變化，在高評估開始時，鏡頭開始拉出，影像攝製與剪輯全程以被評估的示範對象為範圍，評估來賓並未得到任何剪接之反應鏡頭，但運鏡停留約 0.8 秒在示範者，也保留下示範者的點頭，因此即使不切換到全體來賓的同意鏡頭，也能夠呈現高評估得到同意的非口語畫面，並且隨著微小同意關閉話題並起始新的話題的互動情境脈絡，鏡頭在 0.8 秒之後切換到包含專家與示範者的景別，全程以客觀鏡頭來表現這個示範與高評估的會話序列。下一個會話選錄呈現另一種影像配置方式，即在高評估會話末端剪接到來賓的主觀評估鏡頭。

## （二）旁觀來賓發起高評估序列，在末端的高評估剪接主觀評估鏡頭

在選錄 2 的會話，專家打造韓劇主角髮型。專家先示範讓馬尾呈現半圓形的技巧，來賓重複專家的操作術語「半圓」（句 5），此時畫面呈現示範者的側臉與馬尾的側面。接著，專家使用「你看（.）它這樣子喔」（句 6），此句的「你看」是一個召喚前序（pre-sequence），作為「前擴張序列」（回顧見 Stivers, 2013, pp. 192-194），預告將有更多示範要到來，也在這個前序的轉換處，畫面切到示範者的背後，也就是馬尾的正面全景，也同時成為同語句，句 6 代詞「它」的「體現指認」。Mondada（2009a）指出在汽車操作示範中，體現指認實現對所指對象的具體識別—「對於集體認同、形成關注焦點、甚至操縱一個共同存在的可評估的物件，是指導行動的核心」（p. 332）。因此，鏡頭從示範者側面切換到馬尾的全景，不僅偕同會話序列性（召喚\回應或是你看\看）一起組織了看的行動，剪接選擇單獨展示馬尾的聚焦畫面同時帶領觀眾識別「它」（亦即是馬尾）並關注、觀察被評估物的資產屬性（例如，目前馬尾造型的特殊性或其他各種樣態）。

接下來，專家連續使用「你看」相關召喚（句 9、句 13）、中文展示詞（demonstrative）包括「這樣子」、「這樣」等，並在指向性代詞（後面、側面）時，同時轉動示範者座椅展示馬尾在不同角度的樣貌（句 7、句 13），建構體現展示。注意到在句 9 的召喚轉換處，來賓 A 給予第一個高評估「好豐厚喔」（句 10），但這個高評估並未得到回應。專家已經使用召喚作為前序列，繼續描述並且建立一個更明確的可評估資產「它是半圓往外的馬尾嘛」（句 11），同時手勢在空中描繪一個大的圓型，以體現手勢勾勒資產屬性（亦即，範圍、形狀等）。在句 11 尾，來賓發出“Oh”語氣稍往上，表示註冊收到一筆新資訊（Heritage, 1984），更新自己已得到一個馬尾造型的新知識。

## 選錄 2

[單元：韓劇金秘書都這樣美起來的！時間：2018\_JULY\_19\_02\_00sec]

- 5 來賓 A： [半圓 (畫面呈現示範者側臉)  
\*CUT 示範者背面
- 6 專家： 你看(.) 它這樣子\*喔
- 7 它如果這樣整個看它後[面
- 8 ? [MM:: (專家轉動示範者椅子)
- 9 專家： 然後再[看
- 10 來賓 A： → [好豐厚喔
- 11 它是半圓往外的馬尾[嘛 (專家手勢體現半圓往外)
- 12 來賓?: [Oh↑
- 13 專家： 然後你看它側面： (專家轉動示範者座椅)



句 13，專家繼續展示馬尾側面，同時轉動示範者坐的旋轉椅，將示範者轉到側面，並回收利用前述未被回應的高評估（句 10 的「好豐厚」），描述與建構另一個候選的可評估資產——「它豐厚度會很好」（句 16）。下一句，專家補充另一個與豐厚度相關的屬性——「走路會動」（句 17-19）。注意到，此時示範者的座椅被轉動到一個可能是可以看到鏡中自己影像的角度，因此示範者端詳後發出一個延長大聲的驚呼（句 18），這也是一個透過表情與非口語行為展示自我高評估的片刻（Goodwin & Goodwin, 1987, 1992）。與驚呼交疊的是專家發出笑聲，同時重複描述會動。注意到，示範者在驚呼後配合專家描述的走路會動，開始轉頭甩動馬尾。因此，示範者共同展示一個合作性的體現活動，當專家建立「會動」的資產屬性，示範者也配合甩動馬尾，讓現場參與者可以看到被評估物的輕盈、豐盈。Mondada (2009) 指出「多模感 (multimodality) 關注的是為進行評估動員的資源以聚焦參與者於當下眼前評估項目...同時進行的動作有自己的時間性，有時限制甚至影響談話的順序組織」(p. 330)。此刻，示範者動員多種感知有助聚焦其它參與者注意到專家描述的「豐厚度」、「會動」，有利於誘導下一個高評估產生。



- 14 (0.8)
- 15 整個
- 16 它豐厚度會很好°hh
- 17 走[路(.)走路
- 18 示範者： [wa:::,
- 19 專家： 會動 會動 °hhh hh° 呵呵
- 20 [(就是)
- 21 來賓 B： → [好年[輕
- 22 ? [wa::ō
- 23 來賓 C： → 好\*[看看看
- 24 來賓 A： → [這真的很美

((示範者注意到自己驚呼))



((示範者配合「會動」用馬尾))

\* CUT 來賓 C 主觀鏡頭



雖然研究者無法藉由在現場觀察取得互動的細節，來判斷下一個發言究竟是否是對前一個體現的甩頭展示的回應，但在影音資料中得取的錄影會話，甩頭與高評估之間是存有序列位置親近性。也幾乎於體現展現時，來賓 B 立刻發起高評估：「好年輕」（句 20）。來賓 C 接續第二個高評估「好看好看」（句 23），也幾乎在同時，來賓 A 也產生一個高評估「這真的很美」（句 24）。來賓 C 說道「好看」時，影像幾乎同時切到評估者來賓 C 的主觀鏡頭。這讓這個高評估會話序列包含了一個評估者主觀情緒的影像。對比前一個會話選錄，示範活動與高評估會話以呈現外在世界的客觀影像為主。在這個選錄，高評估會話序列的末端，當第二個高評估發生時，鏡頭切到了發言的評估者，形成一個主觀評估鏡頭。在此，主觀鏡頭的配置仍然可說是強化與強調評估之客觀性，因為先前示範與評估過程都以示範者肩膀上近景，以馬尾與示範者為主導影像，最後的主觀鏡頭更像是對整個示範、展示以及改變的最終肯定，並且剪接過程利用了第二高評估在會話序列末端位置的優勢，此時進行影像切換不會遺漏或斷開示範的連續性與細節，不會影響屬性變化的完整表現，甚至可說是剪接製作利用了高評估有連續性的序列特徵，在末端剪接評估者反應，作為對整個示範的肯定。

### （三）第一個高評估是專家多單位發言之後置評估，第二與第三高評估回應專家

通常來賓會是高評估會話序列的起始者，也就是第一個針對特定屬性給予正向肯定態度的參與者。但第一個高評估也可能來自正在操作各項示範的專家本人。Mondada (2009a) 指出汽車操作示範，往往涉及業務員多單元發言 (multi-unit turn)，也就是一個長段發言，是一個達成通知、報告、宣布或描述事件的行動，讓回應者從一個連續的上下文情境做出回應，進行評估。高評估本身也可能就是在一個多單位發言內，由發言者附加，成為「後置型高評估」(Goodwin and Goodwin, 1992)。選錄 3 會話發生在專家使用新產品電子梳打造示範者左半邊髮型，對比右半邊未使用電子梳的差異，成功引起來賓對購買產品的興趣。

在句 3，專家回應來賓的高度興趣，使用多單元發言前序，「我跟你講」，建立「長發語前置」(Stivers, 2013, pp.194-196)。影像在「講」時從來賓畫面切到攝影棚全景，呈現幾乎所有參與者在當下口語事件的活動景。也就是，影像在多單元發言前序的轉換處配合建立即將到來的專家發言，為一個包括說者與聽者的共同參與。下一句，專家繼續，以歸因詞講述產品上市盛況(句 4)，也是在這一句的語助詞「啊」時，畫面切換到從來賓方向觀看專家與示範者兩人的中景畫面，以專家正在說話的畫面引導觀眾一起投入專家接下來的長段發言。接著，專家繼續描述產品於國外上市的盛況，畫面停留在專家講解的同一景別(句 6-11 省略)。

### 選錄 3

[單元：髮神介紹 神級新款電子梳 燙直燙捲一把搞定！時間：2019\_MAR\_28\_2\_00sec]


- 3 專家： 我跟你\*講 \*CUT 攝影棚全景  
 4 專家： 因為這[一隻上市的時候\*阿 \*CUT 專家與示範者中景

- 5 來賓 B： [好厲害



(句 6-11 略)

接著，在句 12，專家右手握電子梳，同時左手輕拍，說道「它」，因此手勢體現代詞它，作為對產品的體現識別。接著專家描述產品被外界譽為突破、超越競爭產品等，這些描述獲得疊加標題大字強化專家報導的讚譽（句 15、17）。在下一句，專家附加後置高評估「這一隻真的太厲害了」的「這」字開始，影像隨即切換到來賓的正面胸上近景，這個切換讓觀眾再次看到示範者左右髮型差異的景別，讓觀眾得以取用到髮型差異的知識，且與影像切換同時，後製疊加一個特效的驚呼聲。在這一高評估轉換處「了」字時，影像切換到包含專家與示範者兩人的畫面。接著來賓回應並升級評估，「真的很誇張耶」（句 19）。在句末，後製插入了鼓掌喝采特效聲，這個特效聲持續到下一句，同時也交疊另一個來賓的高評估「驚呆了」（句 20），也在句 20 高評估的起始，畫面從專家與示範來賓切到旁觀來賓共同鼓掌的畫面，展示來賓們高度投入的心理主觀鏡頭。

- 12 °hh 它\* \*CUT 專家胸上近景  
 13 這一隻上市的時候   
 14 它被譽為就是 \* SUPER\_TXT  
 15 \*美髮界最大的突破 ((美髮界最大的突破))  
 16 然後其實 \*SUPER\_TEXT  
 17 \*很多板夾會是勁敵 ((很多板夾會是勁敵))

18 專家： → [\*這一隻真的太厲害\*了

\*CUT 示範者正面胸上景



[(特效驚呼聲)]

\* CUT 專家與示範者



19 來賓 B： → 真的很 [誇::張耶

[(鼓掌喝采聲特效)]

20 來賓 C： → \*驚呆了

\*CUT 來賓鼓掌畫面



這個會話選錄可見語言作為影像編排的重要資源，配合專家的多單元發言前序，畫面建立即將到來的口語講解為一個說者與聽者共同投入的參與，接著當專家開始進行長段發言時，畫面體現從來賓作為聽者的角度看到專家說話的畫面。在接下來的長發言，畫面僅包含專家和產品，可以看到專家手握輕拍產品等非口語細節，在專家提出外界對產品的讚譽時，後製同時疊加標題大字（句 15、句 17）強化描述。在說明外界讚譽之後，專家自行附加第一個高評估，鏡頭切到示範者正面，讓觀眾可以再次看到使用產品打理的左右髮型差異，建立專家高評估的客觀性。在句尾接續第二個高評估時，影像切換到從來賓看向專家與示範者的角度，同樣導向的是專家與示範者同時在畫面，觀眾看到產品、被評估對象以及專家。最後，在第三個高評估，畫面切換到來賓共同鼓掌的鏡頭。與前面會話選錄一致的是，主觀鏡頭被置放在高評估會話的末端位置，在一個以客觀評估為主要視覺導向的影像序列結尾處，作為對產品的集體與最終肯定。

## 二、影像突出高評估會話為主觀評估

在大部分觀察的高評估會話，影像多聚焦在專家示範與被評估對象，給予高評估的旁觀來賓較不可能在第一個高評估即得到主觀鏡頭。但在特定情況下，第一個高評估也可能被切到評估者的主觀鏡頭，但多半為評估者本身為專家或是主持人，其實這樣的影像同樣地強化高評估的權威性，因為專家是專長領域與專業知識的化身。主持人為中立客觀的議程主持角色，本身並非評論者，因此當主持人給予高評估時切換到主觀鏡頭，這樣的影像意圖的效果同樣也藉著主持人打破中立性，給予肯定，強化被評估對象或被評估物的特定屬性。選錄 4 的示範發生在來賓帶來自己血拚衣物分享時尚，與前述由專家主導的示範活動不一樣。此時，專家作為旁觀來賓之一，提供講評意見。

在選錄 4，示範者介紹美國血拚外套，並進行親身示範，轉身穿上大衣，坐在與示範者同一側的旁觀來賓 A 先提出第一個高評估，讚美衣服配鞋子「很好看」（句 2）。示範者則在這個高評估的中間處開始轉向眾人，當示範者開始轉身時，專家發出驚呼。在示範者轉身面對眾人時，其它來賓接續同意來賓 A 對衣服搭配鞋子的評估（句 5-6）。專家在下一句也立刻以高評估接話，「好好看喔」，鏡頭在專家評估結束，才剪接到專家畫面，專家的表情因此持續到示範者下兩句發言（句 8-9）。隨著示範來賓解釋外套「非買不可」，影像在這句的轉換處切到來賓的示範畫面，同時來賓 C 提出下一個高評估「好看好看」（句 10），因此也導向這個高評估的客觀性，讓觀眾看到外套穿上的穿搭效果。接下來話題轉向示範者與來賓討論羽絨衣在台灣實穿性對話（句 12-16 省略）。在句 17 示範者同意來賓對羽絨衣的看法，此時鏡頭仍聚焦在羽絨衣話題發起的來賓，但在專家提出「你這樣穿好性感」的高評估時，影像在「性感」兩字再次切到專家的表情。

## 選錄 4

[單元：小禎美國 outlet 瘋狂血拚！超美戰利品大公開 時間：2019\_Jan 24\_01\_48sec]

1 示範者： 然後這件穿起來也是

[°這[件-°



2 來賓 A： → [ 這樣配[靴子很好[看

3 示範者 ((開始轉向眾人))

4 專家： [Wa:::::

5 來賓 B： 對呀

6 配靴子=

7 專家： → =好好看喔::\*

\* CUT 專家表情



8 示範者： 然後我就覺得

9 這件\*非:買不[可

\*CUT 示範者

10 來賓 C： → [好看 好看

11 示範者： 因為它真的太好看了  
(句 12-16 討論羽絨衣省略)

((影像切到旁觀來賓))

17 示範者： 對

\* CUT 專家表情

18 專家： → 你這樣穿好\*性感



注意到，在這個示範，由來賓擔任展示者，並非一個專業示範，來賓穿上自己帶來的外套展示風格變化，可評估的資產屬性在來賓之間合作性的上下對話中完成，也就是體現示範後，由旁觀來賓協助示範者補強可評估的屬性描述（例如，句 2 搭配靴子），共同完成一個專業示範。這個過程與專家主導的展示、操作與示範不同，專業示範中，專家自己會發起對可評估的資產屬性與其變化的明確描述。本會話中，這個由來賓主導的示範，示範者的非專業性因此可能被反思性地組織到會話

中。專家作為旁觀者，反而更積極給予高評估作為肯定，影像協同這個反思組織，導引觀眾在第一時間看到專家的主觀評估鏡頭，強化來自專業的肯定。

也注意到，這個會話選錄的專家單獨地給予高評估，未獲來賓的同意或是接續性的高評估。如前述，評估是參與的產物，也是參與的一種方式，也就是與提供評估者的共同互動與透過提供同意或第二次評估達成與前一個發言者的聯繫（Pomerantz, 1984）。專家雖然在本例擔任旁觀來賓給予評論意見，旁觀來賓則為示範者，但來賓團本身更傾向於同意與自己有共同互動歷史與發言身分的來賓團成員發起的高評估，透過附屬同意或二次評估達成來賓團的任務與聯繫。在一般標準的示範活動中，專家提供描述，指出可評估的資產屬性，由旁觀來賓發起對可評估資產的正向評價。在此例，專家身為旁觀者，他的高評估較不可能被來賓附合，因為附和專家的高評估可能僭越來賓作為非專業評論者的集體身分，同意或加入專家的高評估，暗示悖離來賓團，提高自己的發言資格加入專業參與，晉級專業審視領域，因此這可能是在本會話選錄中無人響應專家高評估的原因，也可看出在談話節目中，各發言團體之間有未言明但依據所分派任務進行依序發言的機制性規約。Goffman（1970）提出，互動者的行為具有「允諾特徵」（promissory character），指的正是這種默認的道德假設、依賴和期望，使每個互動者都承諾一種特定類型的未來行為，這些行為與他們形成合作的共同「情況定義」一致（p.14）。

在下一個選錄 5，互動形式採標準的專家示範與來賓回應典型，專家先說明時尚趨勢，並藉由展示西裝來示範韓風造型，專家先說明韓版剪裁的外套墊肩並非落肩設計，來賓使用” Oh” 表達收到這個新知識，專家表明同意（句 8），之後繼續說明墊肩的寬度，專家在示範者身後使用手勢抓出墊肩的實際範圍（句 9-10），在下一句 10 末，專家開始走到示範者前方，此時，畫面切到專家與示範者的全身畫面，也就是影像改變配合專家的走動，導引觀眾看到接下來專家在示範者身旁要進行的展示，以及示範者全身穿搭的整體效果。

## 選錄 5

[單元：西裝穿搭韓國正夯 一秒化身韓劇女主角！時間：2019\_April\_25\_00\_23sec]

8 專家： 對

9 它只是有一點點寬

10 把墊肩加上去\*



\*CUT 專家與示範者全身

11 但是她身體(hh) - (.) 這個位置

12 卻是整個鬆[的



((示範者雙手打開站姿不同))

13 來賓 A： [mm

14 來賓 B： MM

14 主持人： → \*好看：:

\*CUT 主持人

15 多人： → 好[看

16 ? → [她穿好看

17 ? → \*真\*好看



\* CUT 示範者上半身鏡

\* SUPER\_TXT ((霸氣霸氣霸氣))

專家站在示範者身旁，當說道「這個位置」（句 11）時，專家的手勢指向西裝下擺，接著雙手擺出飄揚手勢體現下擺設計的特定資產屬性「整個鬆的」（句 12）。來賓之一以微小同意交疊在句 12 尾，下一句另一個來賓也接續同意，同時示範者打開插在褲袋中的雙手開始擺出示範站姿。或許這個站姿改變讓來賓看到下擺的完整剪裁，也或許是對整體效果表示肯定，主持人在句 14 發起第一個高評估「好看」同時影像也切到主持人的畫面，讓觀眾以主持人的反應表情與主觀評估來經驗這個高評估。其它多位來賓在接下來也紛紛重複「好看」的高評估，畫面在句 17 的高評估再度切回到示範者上半身鏡，並且疊加大字標題「霸氣霸氣霸氣」，文字說明讓觀眾看到這個造型的時尚感，或許也藉由即時大標建構來賓的高評估序列不只是來賓對主持人觀點的附合與重述（repetitions），而更像是高評估是一個適任的、對西裝外套的「霸



氣」感的共同肯定。

### 三、建立高評估為親身體驗活動

在下一個會話選錄中，生活專家正在介紹洗衣膠囊，於選錄開始時，影像呈現專家正面，手拿產品介紹洗衣膠囊，講道「因為很輕」，同時先搖晃手上的產品，接著眼神開始移向身旁的來賓 A 並走向她，影像在句末剪接另一個角度，從專家背後呈現來賓 A 也看向產品，準備起身站起接收專家遞給她的產品。前幾個會話選錄多為定點示範，認識來源為來賓視覺性地取用被指出的資產屬性，給予初始與後續高評估。這個選錄會話一開始，影像先呈現專家在展示區進行定點示範，隨著句 3 專家識別一項值得被評估的屬性－膠囊的輕巧，且這個屬性允許參與者透過直接拿取與觸碰來建立相關的認識，進而演變為走動的體驗活動。隨著這個屬性被識別出來，專家看向走向並口頭召喚來賓 A（句 4）。來賓 A 隨之站起，專家將膠囊遞給來賓 A，完成一個共同參與。本文發現當展示活動涉及來賓親身體驗為示範活動的一部分，影像也跟隨呈現現場正在進行的體驗。

在來賓 A 拿著洗衣膠囊時，專家繼續描述膠囊相較於洗衣精笨重——「它很輕」（句 11），同時手勢指向產品完成代詞的體現識別，此時來賓完成拿取膠囊並微笑看著膠囊。也在此時，專家拿回來賓手上的產品盒，當專家接回產品盒時，自己同時給予一個體現的高評估「超輕的」，同時語調強調了「超」這個字。因此，專家此時手上拿著產品盒同時給予「超輕的」高評估，為一個體現高評估。

## 選錄 6

[單元：洗衣服讓你很苦惱嗎？不怕！有這一顆就搞定 時間：2018\_July\_25\_02\_11sec]

- 3 專家： 因為(.)很輕\* \*CUT 專家走向來賓
- 4 你看[喔
- 5 [((來賓 A 站起))
- 6 (0.8)
- 7 洗衣精
- 8 你會覺得它是很[重
- 9 來賓 B： [對呀
- 10 來賓 C： 對[呀很重
- 11 專家： [它-很輕
- 12 → 超輕：:的((專家同時拿回產品)) ((來賓 A 微笑低頭檢視膠囊))  
((專家指向產品))  
((來賓 A 微笑低頭檢視膠囊))  
((A 看往反方向，互動將分開))



在句 12 的高評估句末「的」字，影像可見來賓 A 面帶笑容帶著高度投入感但頭部開始看往反方向，看往朝向專家反方向，因此頭部扭轉與眼神抽離表示她準備從與專家的面對面互動退出，也投射她不大可能會升級專家的高評估發言。Goodwin (2002) 指出「通過結合使用姿勢和凝視，參與者創造具體的框架，明顯地展示維持聚焦互動與準備脫離對彼此相互投入」(p. 30)。參與者的身體行為與動作導向，包括頭部、眼神、手勢與身體動作等，展現當前自己要投入或抽離交談，因此參與的「互動架構」理論關注參與者如何持續調整互動的維度，不斷構建和重組當下的交談形式 (Goodwin, 1981, 2000)。在這個會話選錄中，參與者形成彼此面對面投入與退離的片刻，也是拍攝與剪接現場產品體驗活動的重要資源。

接著，來賓 A 下半身開始轉向主持人與旁觀者方向，同時專家也在來賓 A 的下半身開始轉向時，也開始轉身。此時，旁觀來賓升級專家的前一個高評估 (句 12「超輕的」)，說道「這個也太優雅了吧」(句 13)，畫面上同時看到來賓 A 與專家正在瓦解彼此的相互投入，也就是

彼此正式跨步移動從二人互動分開。當這個互動在分離時，影像隨即切換到正在進行高評估的來賓 D，這個畫面配置轉而讓觀眾看到來賓 D 的高昂情緒，轉移對正在瓦解中的專家／來賓 A 互動的注意。

13 來賓 D：→ 這個也太優雅\*了吧

14 專家： 一顆一顆

15 一\*人發一[顆

16 來賓 B： [YA

17 來賓 C： 謝謝

18 (句 18-22 句玩笑旁側序列略) (影像呈現專家與旁觀來賓)

\* CUT 來賓 D 著產品



\* CUT 專家走向來賓



接著專家回應旁觀來賓，她使用「左重置」(left-dislocation)的語言結構，也就是將最重要的資訊重新組織，提取「一人一顆膠囊」的「一顆」作為主詞，移到句子最前方(或是左方)作為開始，來引起注意，以召喚聽者注意評估句子最左邊的物件(Goodwin & Goodwin, 1987)，也就是左重置在後置評估前會發生，發言者讓被評估物先出場，並且重置主詞順序，讓評估物提升到句子最前方或左方，作為引起參與者注意力的語言裝置。

剪接在下一句「一人發一顆」(句 15)開始之後，畫面從來賓 D 高評估的主觀鏡頭切換呈現專家走向旁觀來賓區，也配合了專家的移動並在接下來調動身體位置讓來賓拿取膠囊，形成親身體驗，鏡頭跟隨專家，藉由橫移到來賓區的運鏡視覺化並邀請觀眾共同參與棚內的互動。因此與先前選錄影像側重會話結構來開展視覺組織並不盡相同，這個實例中，影像考慮語言以及面對面親身體驗產品的聚合與抽離為基礎，來建立影像調度的結構，讓觀眾投入到與來賓同步的體驗，在她們見到、聞到、觸碰膠囊的片刻，透過畫面讓體感成為可見的片刻，成為可流佈的共同知識，確保影像與體驗、體現之間的即時性。

鏡頭隨著專家走到來賓區交付評估物品，以體驗為主要活動的會話

序列在此時產生旁側序列——來賓因發送與獲得膠囊嬉戲尖叫。根據 Jefferson (1972)，旁側序列暫時中斷目前會話主題到另一個相關的活動。在尖叫聲中影像切換到第一個拿到膠囊的來賓 A，畫面中看到洗衣膠囊被來賓 A 拿起、聞並形成嗅覺感知的近景畫面，也就是旁側序列的一部分被來賓 A 體驗與經歷可評估物的非口語表情與反應細節取代，畫面從旁側活動切換到揭示周圍世界在進行的體驗，無論這個嗅覺畫面是與尖叫同步或是被提取利用為體驗的影像實踐，作為此刻可提供給觀眾認識到產品的公開知識。

- 23 專家： [ \*它是這樣子的  
 24 → 它長得非 \*常 [ 的可愛  
 25 多人： [ (( 喧鬧聲 ))  
 26 ? → 好酷  
 27 專家： 它有三 [ 種顏色  
 28 ? → [ 好可?愛?喔  
 29 來賓 D： 老師我可以拿兩顆嗎  
 30 專家： → 很香  
 31 ? → 好 [ 香喔

\*CUT 來賓



\*CUT 專家發送來賓膠囊


(( 活動旁側序列 ))

(( 專家開始走回示範區 ))

也就是旁側序列被利用來展現來賓 A 的體驗，當其它來賓對旁側序列展示高度投入時，透過來賓 A 的行為提供視覺資源，來實現被打斷的主要活動——商品體驗。畫面在來賓 A 完成嗅覺體驗，放下膠囊並且看向來賓區時切回來賓區的活動（句 24 中）。此時專家在喧鬧聲中，拉回主題，展示產品屬性並以展示詞回到活動主要話題「它是這樣子的」（句 23）以及後置高評估「它長得非常可愛」（句 24）。來賓之一接著產生一個可聽到的高評估，「好酷」（句 26）。專家繼續發送膠囊，同時建立另一個可評估之資產屬性——產品顏色（句 27）。拿到膠囊的來賓產生另一個高評估「好可愛喔」（句 28）。下一句來賓 D 提出一個旁側序列請求多拿產品（句 29）。發送完產品的專家此時轉身準備回到初始展示區，同時可能是產品被發送後散發的香味撲鼻此刻成為可以

被「場合化」(occasioned)的描述(Goodwin & Goodwin, 2012),是一個在當下環境中共同經驗—看到、聞到、聽到或摸到的、可用於社交的合宜話題,例如氣溫、氣味、音樂或是視覺標誌等<sup>5</sup>。這個場合化的高評估也引出來賓同意性的下一個高評估「好香喔」(句 31)。

接下來的畫面繼續停留在來賓間的體驗活動,並未跟隨專家回到展示區。當旁觀的三位來賓形成面對面互動,以及一個閒談產品使用的旁側序列(句 32-33),在旁側序列的第二句「這怎麼用阿」(句 33),畫面可見三個正在進行旁側交談的來賓的身體動作,準備從聚焦互動退離回到她們的座位時,畫面此時切換到來賓 D 的近景,可以看到她拿著兩個膠囊並且正在回頭轉向前方,她將產品分別輪流靠近鼻子,接著放下並看著產品,流露一個開心的微笑,影像如實地呈現一個體感高評估——嗅覺感知到產品及微笑。

- |    |     |                   |   |
|----|-----|-------------------|---|
| 32 | 來賓? | [這個我極度[需要         | ( (影像呈現旁觀來賓區) )   |
| 33 | 來賓? | [*這怎麼用阿           | * CUT 來賓 D  |
| 34 | 專家: | 其實                |  |
|    |     | ( (來賓 D 嗅覺體驗表情) ) |   |
| 35 |     | 它這三個顏色是那種 um      | * CUT 專家在展示點<br>( (專家回到展示位置) )  |

在這個以互動聚合產生產品體驗的活動,除了語言及會話序列,影像更須考慮專家與來賓之間投入面對面互動及與從互動抽離的對立的身體導向,同時利用旁側序列置入主觀的體現評估鏡頭,此時影像切換到傳遞透過嗅覺體驗成形的產品認識的體驗畫面,讓產品體驗的影像在旁側的語言序列繼續以主要視覺序列之一的方式,使觀眾取用到體感的產品細節,即使嗅覺與香味是無法透過影像傳遞的感知,來賓體驗的表情畫面仍被運用來建立關於感知的認識,同時非口語表情與來賓近景影像

<sup>5</sup> M. H. Goodwin and Goodwin (2012) 以車內交談為例,描述可能觸發話題的窗外風景瞬間即逝,例如建築物、樹林或環境中的任意特徵,可能觸發且插入當場話題,成為正在進行的對話與評論 (p. 272)。

也成為體驗高評估的詳實記錄。

Keel (2015) 審視幼兒發起的評估序列，指出將物品拿到照顧者眼前，是產生評估的常用方法，孩子首先將可評估物帶到母親的視野中，然後將物件展示給她，像是自己的腳或是一個玩具，藉由帶到眼前、拿出的展示與給予序列，甚至召喚母親一起觸摸，直接訪查或是體察自己經歷到的感受。因此，體驗，是兒童早期就發展的能力，確保接受者與自己周圍世界共同產生一樣的感受，因此將物品帶到他人眼前，催促一起觀看或觸摸來訪問評估物的資產屬性，是形成認識論的範疇，可以產生與協調共同評估。在這個會話序列，專家運用同樣的行為，將產品帶到參與者眼前，產生親身的體驗與評估，開展對產品的認識，更重要的是，影像也展示了體驗活動，在開展中的體驗，依據互動者相互的投入與退離，剪接鏡頭畫面，同時利用旁側序列展示評估者嗅覺體驗產品的滿意表情，讓觀眾訪查到對商品的體感認識，因此影像對形成體驗評估也做出貢獻。

## 伍、研究發現與討論

### 一、透過專業示範以及專家／非專家的不對等參與架構極化認識領域

學者早已建立認識論在日常言談之相關研究，細微地捕捉像是「注意到序列」(noticing sequence) 談話 (Schegloff, 2007)，其中參與者協商取用到新的認識，以發起社會行動，並以特定的語言格式提供，作為展開社會參與的一個重要部分。Kornfeld & Rossi (2023) 指出，「在一般互動中，人們對誰知道什麼和誰知道得更多，包括對認識的取用和取用權，以及如何在行為中設計這些表達都很敏感」(p. 43)。然而，對認識論如何應用於審視媒體言談內容，我們卻知道得極少，像是本文關注的談話節目中，交談中的來賓在錄影現場表達取用到新的認識(例如，驚呼)、辨識出該認識、透過高評估序列聯繫團體「已經認識到」的立場等現象，此類談話節目深受觀眾喜愛，但卻從未得到學術重視。

本文的分析描述了節目中與專家現場示範一起開展的對話交談，透過專家對商品或風格的了解為主導的認識領域，來賓旁觀與評論，在取用到新認識與認識領域變化之理解時，彼此聯繫常發生高評估會話序列，但電視為視覺媒體還包括了鏡頭、剪接與後製等影像操作，讓與認識領域相關的分析更形複雜。本文分析指出高評估有此起彼落接話的序列性、擴張性以及發言者身分等多種言談互動資源，提供影像剪接可操作的位置，以匹配評估發言者或匹配被評估物，來中介觀眾以特定視覺取用影棚內正在發生的認識，因此剪接也並非凌亂無次序。

需注意到，專業示範本身就易導引高評估會話。Mondada (2009a) 檢視汽車業務員對客戶示範汽車功能的操作，指出「正向評估通常被期望在專業互動中，其中參與者的注意力被集中在展示、指向或解釋一個共同存在的物件，且其中一方正在發現這個物件」(p. 330)。Mondada 繼續說明，展示及示範 (demonstrations) 與高評估會話相關，「因為評估的系統組織，依賴於在活動產生的會話順序位置，和操縱感受可評估對象的多模感行為，以及評估者的身份、認識論立場和與可評估物之間的關係」(p.330)。從這個觀點出發，評價與估審 (appraisal) 並非只是抒發個人內心抱持的正負向態度，而是透過語言系統及體現行為協商專業與非專業人士如何認識到被評估物，並且透過高評估會話的序列性，參與者管理與交涉當下彼此對展示物的認識狀態。談話節目包含展示物品與示範生活時尚風格改造活動及高評估對話，但電視又涉及到另一個未曾被關注的現象－影像如何視覺化相關的高評估會話過程。

本文分析的會話展示了鏡頭參與描述資產屬性變化，特別是在其後的高評估序列，在末端剪接的主觀評估鏡頭更像是對改造的終極肯定，以及其他幾個運用鏡頭與利用影棚互動資源，來形塑專業權威性。深究其原因，鏡頭運鏡單獨而言，並無法形塑權威性。這樣的言談源於專家與非專家之間，被節目預設了不對稱的參與架構，其中專家扮演諮詢權威，非專家被限制於類似新手的發言角色，以一種對專業知識近乎無知的立場，提供觀察指出認識到的資產屬性。此類型生活風格改造節目的明顯目標是，從專家的觀點打造風格，節目參與者肯定了這個改變，這

來自於「改造電視有一個獨特的文化譜系，與更廣泛的諮詢媒體（advice media）和生活風格文化的發展聯繫在一起」（Lewis, 2008, p. 448）。

如本文例子所示，節目以給出諮詢為目標，但專家獨攬示範，來賓觀察，並不參與示範與改造過程，專家與非專家的互動架構企圖交織不同意見，但僅透過專家示範集中被觀察到的資產屬性，與前後差異之巨大變化，從而導致連貫性的高評估，視覺鏡頭參與其中，導引觀眾參與專家提供的認識領域。然而，改造也可能起始於非專家的經驗與認識，素人的經驗與認識也應該獲得重視<sup>6</sup>。本文中，選錄 4 來賓示範自己的穿搭風格，可視為是非專家主導的改造活動，然而在高評估會話序列中，鏡頭刻意剪接專家給出高評估的主觀鏡頭，表達第一時間肯定，似又強化專業的主導地位。

本文認為高評估作為風格改造節目中，言談互動關鍵的特徵，源於專家／非專家的限制性參與架構，並透過這個架構，於語用脈絡產生單向性高評估。然而，如文獻所述，日常生活中的高評估是社會活動的產物，它來自發言者的共同參與。節目中，專家精於風格改造，非專家一面倒地給予高度認可，不對稱的參與產生序列性的高評估，讓此類言談更像影視產製的資源化，同時運用影棚互動及影像產製技術，鞏固機構專業權力，忽略對素人經驗賦權，未來在此類改造節目中，如何讓非專家的諮詢意見，以更有意義的方式在媒體中扮演角色，值得影視教學與實務產製兩端重視。

---

<sup>6</sup> 在少數「女人我最大」節目活動中，專家與來賓同時改造自己風格，藉由分割畫面，專家以專業手法進行自我改造，來賓在另一個畫面自我改造，素人有自己的步驟，碰到困難並試圖解決，但畫面同時展示兩個不同的示範過程，兩個認識領域之間的關係是同步化的，而非序列性的，反而能真實呈現業餘及素人從事改變可能遭遇的 DIY 問題及解決之道，這樣的節目互動形式，擴展了對素人經驗與認識領域的理解。



## 二、機構言談與評估序列的權力

然而，機構與當代生活密不可分，無論是以有形的空間運作的機構，例如學校或是醫院，或是訂定無形專業權力的機構，例如媒體，它們都是機構，在其中發生的談話互動體現機構的體制性。Agar (1985) 定義機構為「一種社會合法化的專業知識連同被授權實施它的人們」(p. 164)。Agar 對機構的概念，表明機構不限於實體單位內任務型談話運作，它也可以指向推動機構專業知識的個人，例如專家以及當專家與「非專家」或「一般人」之間在推動機構規範和目標時，存在的不對等的溝通。Drew & Heritage (1992) 歸納機構性在言談互動分析可取的三個維度，包括「(a) 對機構任務和功能的導向；(b) 對是或可以對談話作出貢獻的類別的限制；(c) 對互動推論的識別性的特徵——這些可證明機構與工作中的言談的獨特性」(p. 25)。為推動機構的任務與目標，機構言談與日常會話並不一樣，Drew & Heritage 描述這樣的溝通存在不對稱性，例如專家可能運用甚至控制幾種語言裝置及行動做為溝通資源，包括特定辭彙選擇、發言設計以及會話序列組織。在傳播媒體中，言談的機構性可以以新聞政論節目為代表，節目主持人在嚴格問答的接話機制維持自己中立的提問者角色，但是藉著提問與重述、歸納來賓不同意觀點來升高、對立與激化來賓間不同意的論點型塑激辯，因此達到機構的任務目標—收視率 (Clayman, 1992; Greatbatch, 1992)。

另一方面，高評估作為重要的機構言談類型之一早已被證實。作為機構言談機制，Mehan (1979) 最早證明課堂的師生互動涉及一組 IRE 言談模式，其中教師啟始問題，接續學生回應與評估的會話序列 (Initiation-Response-Evaluation Sequence)。教師的評估可能採取不同的形式，但 IRE 模式通常會因回答起始問題而產生評價，因此在序列最後的評估也強化了教師的學術權威 (van Dijk, 2008)，因此在 IRE 序列提供學生自我評估可以改善集中在教師的權力 (Black, McCormick, James, & Pedder, 2006; Black & Wiliam, 1998)。其他專業的機構言談，例如電訪、業務銷售或諮商等，也常見類似 IRE 模式的具高度結構性的言談，其中專家掌握末端評估的權力 (Antaki et al., 2000; Clark, Drew, &

Pinch, 2003; Mondada, 2009a; Pillet-Shore, 2003)。IRE 序列被認為是教室互動中最常見的師生互動，教師藉由控制最末端的評估位置來施展教學專業權威。

本文認為，談話節目的來賓團對示範活動發起並給予高評估會話序列，其影像剪接過程展示相似的機構權威，影像序列協同高評估序列性，優先配置商品、產品或專業操作為主導影像，以展示、示範或改造相關的畫面為主，將高評估會話序列發生時的影像焦點配置在被評估的客體，可運用之視覺資源包括剪接、切換、運鏡與疊加大字或音效等，因此著重呈現被評估對象的細節及客觀面向，也就是藉由視覺突出商品、專業知識、專家技巧與被評估對象的物質或抽象的屬性資產及變化為主。選擇與配置這些影像也與節目要達成的商品行銷目標相符。今日該節目已成立品牌購物 APP，節目的展示與示範與商品銷售的關係可能更為直接，影像讓觀眾看到展示與示範帶來的巨大差異，也更能建立節目在生活時尚專業的權威地位。

評估本身是參與的產物，也是參與的一種方式，也就是與描述者的互動是透過提供評估，來交涉認識狀態，達成一致立場。在生活風格談話節目中，專家進行展示與示範，明確指出並描述一項可評估的資產屬性，來賓團給予回應，利用高評估的序列性表達對展示與示範的積極正向肯定。專家與來賓恰如其分擔任各自的發言角色，本就與談話節目分配給參與者的機構任務相符。本文利用影像分析進一步指出，影像展示的高評估會話是基於客體性，藉由展示被評估對象的物質或抽象細節，引導觀眾經歷現場正在發生的高評估事件的意義是一種「世界的特徵」而非評估者的「個人判斷」（Edwards & Potter, 2017, p. 498）。這些影像對觀眾交涉高評估事件之意義，體現了媒體言談的機構性，藉由控制高評估會話序列涉入的影像，剪接與商品或示範相關景別導向媒體的商業任務。本文以六個會話實例闡述了這個複雜的過程，其中涉及語言為符號系統與影像為電視複雜剪輯實踐的交互，來實現機構言談。

在前三個會話選錄中，剪接的影像突出高評估會話的客觀評估面向，畫面顯示被評估對象的屬性資產，停留並聚焦在被評估客體的近景甚至特寫，讓觀眾經歷完整特定的資產屬性變化。當高評估隨更多的改

造變化或是回應第一個高評估，引起第二與第三個升級的高評估回應，影像仍繼續停留在被評估對象。當剪輯過程進行景別選擇時（亦即是選擇展現被評估對象或評估之發言者時），這樣的剪接切換較有可能發生在會話末端，在第二或第三高評估切到評估者流露的臉部表情與高投入的反應。注意到高評估作為當前會話話題的終結者的潛力，運用高評估序列性也成為複雜剪輯過程的一把雙面刃與利基，當切換到主觀心裡的時機被編製在後端高評估，反而是藉由序列位置的優點，讓心裡化影像強化對前方被評估物屬性，成為對展示、示範與改變的最終肯定。

另外兩個會話選錄指出專家與主持人得到高評估發言時的主觀鏡頭切換，讓象徵專業知識的專家以及代表中立的主持者表達第一時間肯定，強化來自專業與主持人的正向評價態度。在最後的選錄，影像的組織方式需同時考慮高評估發生在體驗活動之中，現場活動涉及專家、來賓與產品的移動以形成面對面互動與體現評估。因此，影像配合參與者彼此談話的互動架構，跟隨專家讓觀眾同時經歷被評估商品為可觸碰、可聞、可摸的體驗，並利用旁側序列剪接來賓聞到產品的體現評估的片刻，使得體驗高評估透過景別選擇在觀眾眼前出現，因此鏡頭的切換，還需考慮當下的互動來建立高評估為體現活動。這樣的體驗表明，評估不僅只是使用評價性表達，來賓以視覺取用到變化來衡量對人、對物的個人的、公開的態度，而是透過跟隨現場來賓對商品體驗的投入，並公開高評估的非口語反應，讓觀眾參與商品體驗，建立對來賓所遇到的物質世界和對她們正在從事的活動的理解。

本文的研究限制為分析資料集僅包含 12 則經剪接處理的高評估會話，其他 18 則會話僅為疊加高評估大字，資料集數量是本文的另一個限制。第二個限制是本文的會話選錄長度較短，也欠缺節目單元與前後主題之情境描述，為另一個研究限制。然而，新媒體節目內容長度不一，不似傳統媒體節目以小時起計。新媒體的觀眾在瀏覽影片時，可能依賴關鍵字搜尋，接觸自己想看的影片內容，也可能在長段影片中拖曳到自己有興趣的內容觀賞，觀影長度不一。製作端也可能考量影片上傳下載速度，影片剪接長度可能偏向短小，僅擷取重要的內容分段上傳，因此，影片也較不受其他連貫主題內容的影響。總之，新媒體觀影模式

與傳統媒體差異頗大，對新媒體的言談分析而言，內容本身可能更沒有清晰的前後文本以及語境參考脈絡，這個現象也值得學者注意。

此外，體感高評估的分析，對比於其他口頭高評估分析似有不同。在資料母體描述中提及約 16% 的示範為商品推薦。商品推薦可能為保養品，由專家示範擦在臉上產生的變化，來賓被導引到觀察該商品使用在皮膚後光澤度的變化上，則評估之資產屬性屬於「可變物」（Fasulo & Monzoni, 2009）。這類似於本文會話選錄多數關注髮型或生活風格改造的過程。也有部分的商品推薦，並不涉及改造前後差異，因此並不提供可變資產屬性之訪問權。參與者被集中在注意商品作為一個「不可變物」的內在本質（Fasulo & Monzoni, 2009）。但區分可變物或不可變物與高評估並無相關性，而是取決於說話者對特定評估形式的選擇—口頭或是體感的（Fasulo & Monzoni, 2009; Keel, 2015; Lindström & Mondada, 2009; Mondada, 2009a）。

在本文最後一例，專家示範的商品為洗衣球，活動並未搭配可變資產屬性改造（例如，電視購物常示範現場清潔以觀察去漬力）。但專家允許以多感方式評估洗衣球，電視運鏡與剪接策略性地實現說話者、評估者與商品之間的體感互動，影像須構成提供與體感認識相當的主觀鏡頭，同時考慮說話者與接收商品者之間的移動聚合，相較於其他選錄，談話來賓主要是以視覺模感取用到眼前，也就是當前示範活動與示範者身上正在發生的改造與變化，而在這個選錄中，商品藉由推薦者的走動形成了散佈的影棚交談與商品體驗，認識與認識立場之聯繫透過鏡頭，呈現高評估是此刻體感活動的產物，即使專家沒有現場使用，仍成功實現商品推薦。與前述會話選錄相似的是，非專家參與者雖被分配到資產屬性訪問權，但鑑於她們以非專家角色參與活動，她們的體感高評估反應，一樣可看成是改造電視類型中的互動策略<sup>7</sup>。

另一個研究限制為高評估會話相關研究發現多為西方學界累積，中

---

<sup>7</sup> Atifi and Marcoccia (2006) 指出「節目的類型是一個框架…也是一個對正在進行中的溝通活動的定義，它們被參與者在節目中構建起來，以呼應其他參與者的特定互動策略」（p. 2）。

文的文法、語彙及會話序列組織是否能延用高評估理論架構仍待商榷。第二、分析節目的錄影畫面與觀察現場得到同步的口語以及非口語資料之間可能存在推論落差。也就是，來賓是對專家當場的特定示範、操作或描述給予高評估，或是看到其它事件而產生評估？因此，本文以觀眾經歷到的高評估事件時剪接的影像為研究範疇，以錄影資料為分析樣本，對觀眾可聽到的交談以及畫面上剪接的影像，進行會話與影像分析，雖然運用會話序列分析但詮釋的重點並非在日常會話側重於對交談者發言與回應的情境化的理解，而是企圖闡述在交談中的影像編排與意義，以及當來賓交談與互動可能觸發的影像轉變，這些交談與互動結構因此成為影像剪接的視覺資源，也成為分析與詮釋的標的。因此，這個過程與日常會話，人們經歷高評估，透過表達一致性的評價性的態度以聯絡情感與立場，傾向注意對話者展示評價時使用的豐富的溝通模感不大一樣。本文也注意到，影像切換與語言發生的時機，在剪接實務上常無法精準對齊，因此在分析採用的是影像的導向，當切換與高評估發生具有位置的親近時，觀眾被引導產生對鏡頭轉變與口語正在發生的事件之間的上下連結與意義為主。最後，本文的企圖不在於統計推論，爭辯客觀與主觀鏡頭的使用頻率，或是概化客體評估影像的絕對主導性。而是，本文企圖描述，當作為機構言談時，影像剪接高評估會話序列的方式涉及一組特定的視覺組織模式，建構一種特定的、對評估表達的電視專業實踐，導引觀眾經歷高評估會話事件，是關於物與客體資產屬性的知識結構，導引觀眾經歷高評估是一種認同商品、展示與專業技巧的客觀外部經驗。

## 陸、結論

高評估不僅只是個人對人或物的正向的評價表達，它是社會互動的產物，但在電視與影音媒體中，高評估的影像化取決於媒體的任務與目標，未來研究建議延伸到以經驗分享以及個人立場表達為主的談話節目，其中的高評估是否可能更傾向於剪接評估者的主觀鏡頭，做為觀眾經歷現場談話與集體情緒的方式。本文限制是僅使用時尚談話節目的互

動為分析範圍，所建構的高評估集中在對被評估對象的視覺審視與評價，僅在洗衣膠囊單元中看到當來賓對可評估物之屬性資產是以嗅覺體驗的方式得到時，我們看到更多機構言談操作視覺產製時不一樣的面向。因此，未來研究可以朝向對多元熱門收視單元之高評估研究，聚焦在體驗與高評估如何成功在觀眾眼前開展，例如在烹飪節目中，食物作為個體構建的視覺、味覺、嗅覺等豐富體驗交互的前提下產生高評估，其他來賓如何聲稱獲得同樣的感受，以及影像如何視覺化這些互動，這些領域都值得學者投入，讓大眾更能理解電視與影音媒體作為訊息、話語與大眾文化形成者的媒介角色。

## 參考文獻

- 〈回味讓八年級懷念到爆的 20 大台灣綜藝節目〉（Yahoo 新聞，2021.9.26）。
- 擷取日期 2022 年 1 月 8 日，取自 Yahoo 新聞網頁 <https://reurl.cc/aN2o49>
- Abt, V., & Mustazza, L. (1997). *Coming after Oprah: Cultural fallout in the age of the TV talk show*. Wisconsin: University of Wisconsin Press.
- Agar, M. (1985). Institutional discourse. *Text*, 5(3), 147-168.
- Alvarez-Pereyre, M. (2011). Using film as linguistic specimen: theoretical and practical issues. In R. Piazza, M. Bednarek, & F. Rossi (Eds.), *Telecinematic discourse: Approaches to the language of films and television series* (pp. 47-67). Amsterdam, Philadelphia: JohnBenjamins Publishing Company.
- Androutsopoulos, J. (2012). Introduction: language and society in cinematic discourse. *Multilingua*, 31, 139-154.
- Antaki, C., Houtkoop-Steenstra, H., & Rapley, M. (2000). “Brilliant. next question...”: High-grade assessment sequences in the completion of interactional units. *Research on Language and Social Interaction*, 33(3), 235-262.
- Atifi, H., & Marcoccia, M. (2006). Television genre as an object of negotiation:

- A semio-pragmatic analysis of French political “television forum”. *Journal of Pragmatics*, 38(2), 250-268.
- Black, P., McCormick, R., James, M., & Pedder, D. (2006). Learning how to learn and assessment for learning: a theoretical inquiry. *Research Papers in Education*, 21(2), 119-132.
- Black, P., & Wiliam, D. (1998). Assessment and classroom learning. *Assessment in Education: principles, policy & practice*, 5(1), 7-74.
- Broth, M. (2008). The “Listening shot” as a collaborative practice for categorizing studio participants in a live TV-production. *Ethnographic Studies*, 10, 69-88.
- Chepinchikj, N., & Thompson, C. (2016). Analysing cinematic discourse using conversation analysis. *Discourse, Context & Media*, 14, 40-53.
- Clark, C., Drew, P., & Pinch, T. (2003). Managing prospect affiliation and rapport in real-life sales encounters. *Discourse Studies*, 5, 5-31.
- Clayman, S. E. (1992). Footing in the achievement of neutrality: The case of news interview discourse. In P. Drew & P. Haddington (Eds.), *Talk at work: Interaction in institutional settings* (pp. 138-163). Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Clayman, S. E. (2012). Conversation analysis in the news interview. In *The handbook of conversation analysis* (pp. 630-656). Oxford, UK: Blackwell Publishing.
- Drew, P., & Heritage, J. (1992). Analyzing talk at work: An introduction. In P. Drew & J. Heritage (Eds.), *Talk at work* (pp. 3-65). Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Dunsmore, K., & Haspel, K. C. (2014). Bringing class to light and life: A case study of reality-based television discourse. *Discourse, Context and Media*, 6, 45-53.
- Edwards, D., & Potter, J. (1992). *Discursive psychology*. London: Sage.
- Edwards, D., & Potter, J. (2017). Some uses of subject-side assessments. *Discourse Studies*, 19(5), 497-514.
- Eriksson, G. (2016). The ‘ordinary-ization’ of televised cooking expertise: A

- historical study of cooking instruction programmes on Swedish television. *Discourse, Context & Media*, 13, 29-39.
- Fasulo, A., & Monzoni, C. (2009). Assessing mutable objects: A multimodal analysis. *Research on Language and Social Interaction*, 42(4), 362-376.
- Goffman, E. (1970). *The presentation of self in everyday life*. Harmondsworth, UK.: Penguin.
- Goffman, E. (1981). *Forms of talk*. Oxford: Basil Blackwell.
- Goodwin, C. (1981). *Conversational organization: Interaction between speakers and hearers*. New York: Academic Press.
- Goodwin, C. (2000). Action and embodiment within situated human interaction. *Journal of Pragmatics*, 32, 1489-1522.
- Goodwin, C. (2002). Time in action. *Current Anthropology*, 43, 19-35.
- Goodwin, C., & Goodwin, M. H. (1987). Concurrent operations on talk: Notes on the interactive organization of assessments. *IPrA papers in pragmatics*, 1(1), 1-54.
- Goodwin, C., & Goodwin, M. H. (1992). Assessments and the construction of context. In A. Duranti & C. Goodwin (Eds.), *Rethinking context: Language as an interactive phenomenon* (pp. 147-189). Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Goodwin, M. H., & Goodwin, C. (2012). Car talk: Integrating texts, bodies, and changing landscapes. *Semiotica*, 191, 257-286.
- Greatbatch, D. (1992). On the management of disagreement between news interviewees. In *Talk at work: Interaction in institutional settings* (pp. 268-301). Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Greiffenhagen, C. (2009). News interviews: Clayman and Heritage's 'The News Interview'. In F. Devine & S. Heath (Eds.), *Doing social science: Evidence and methods in empirical research* (pp. 167-192). Basingstoke, UK Palgrave Macmillan.
- Haddington, P. (2006). The organization of gaze and assessments as resources for stance taking. *Text & Talk*, 26(3), 281-328.



- Heritage, J. (1984). A change-of-state token and aspects of its sequential placement. In J. M. Atkinson & J. C. Heritage (Eds.), *Structures of social action: Studies in conversation analysis* (pp. 299-345). Cambridge, England: Cambridge University Press.
- Heritage, J. (2002). Oh-prefaced responses to assessments: A method of modifying agreement/disagreement. In C. E. Ford, B. A. Fox, & S. A. Thompson (Eds.), *The language of turn and sequence* (pp. 196-224). Oxford, UK: Oxford University Press.
- Heritage, J., & Raymond, G. (2005). The terms of agreement: Indexing epistemic authority and subordination in assessment sequences. *Social Psychology Quarterly*, 68, 15-38.
- Hoffmann, C. R. (2021). Cut to the chase—How multimodal cohesion secures narrative orientation in film trailers. *Discourse, Context & Media*, 44(100539), 1-11.
- Ilie, C. (2006). Talk shows. In K. Brown (Ed.), *Encyclopedia of language & linguistics* (Vol. 12, pp. 489-494). Oxford: Elsevier.
- Jefferson, G. (1972). Side sequences. In D. Sudnow (Ed.), *Studies in social interaction*. New York: Free Press.
- Keel, S. (2015). Young children's embodied pursuits of a response to their initial assessments. *Journal of Pragmatics*, 75, 1-24.
- Kornfeld, L., & Rossi, G. (2023). Enforcing rules during play: Knowledge, agency, and the design of instructions and reminders. *Research on Language and Social Interaction*, 56(1), 42-64.
- Kress, G. & Van Leeuwen, T. (1996). *Reading images: The grammar of visual design*. New York: Routledge.
- Lewis, T. (2008). *Smart living: Lifestyle media and popular expertise*. New York: Peter Lang.
- Lindström, A., & Mondada, L. (2009). Assessments in social interaction: Introduction to the special issue. *Research on Language and Social Interaction*, 42(4), 299-308.
- Lindström, A., & Heinemann, T. (2009). Good enough: Low-grade

- assessments in caregiving situations. *Research on Language and Social Interaction*, 42(4), 309-328.
- Martin, B. A., Bhimya, A. C., & Agee, T. (2002). Infomercials and advertising effectiveness: An empirical study. *Journal of Consumer Marketing*, 19(6), 468-480.
- Mehan, H. (1979). *Learning lessons: Social organization in the classroom*. Cambridge, N.Y.: Harvard University Press.
- Mondada, L. (2009a). The embodied and negotiated production of assessments in instructed actions. *Research on Language and Social Interaction*, 42(4), 329-361.
- Mondada, L. (2009b). Video recording practices and the reflexive constitution of the interactional order: Some systematic uses of the split-screen technique. *Human Studies*, 32(1), 67-99.
- Munson, W. (1993). *All talk: The talk show in media culture*. Philadelphia: Temple University Press.
- Patrona, M. (2006). Conversationalization and media empowerment in Greek television discussion programs. *Discourse & Society*, 17(1), 5-27.
- Pillet-Shore, D. (2003). Doing “okay”: On the multiple metrics of an assessment. *Research on Language and Social Interaction*, 36(3), 285-319.
- Pomerantz, A. (1984). Agreeing and disagreeing with assessments: Some features of preferred/dispreferred turn shapes. In J. M. Atkinson & J. Heritage (Eds.), *Structures of social action: Studies in conversation analysis* (pp. 57-101). Cambridge, England: Cambridge University Press.
- Sacks, H., Schegloff, E. A., & Jefferson, G. (1974). A simplest systematics for the organization of turn-taking for conversation. *Language*, 50, 696-735.
- Schegloff, E. A. (2007). *Sequence organization in interaction. A primer in conversation analysis*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Stewart, P., & Alexander, R. (2016). *Broadcast journalism: Techniques of*

- radio and television news* London: Routledge.
- Stivers, T. (2013). Sequence organization. In J. Sidnell & T. Stivers (Eds.), *The handbook of conversation analysis* (pp. 191-209). Sussex, UK: Wiley Blackwell.
- Timberg, B. M., & Erler, B. (2002). *Television talk: A history of the TV talk show*. Austin, Texas: University of Texas Press.
- van Dijk, T. A. (2008). Discourse and power. In London: Palgrave Macmillan.
- Wolfenden, H. (2012). Just be yourself? Talk radio and performance and authentic on-air selves. In M. Mollgaard (Ed.), *Radio and society: New thinking for an old medium* (pp. 134-148). UK: Cambridge Scholars Publishing.
- Zettl, H. (1999). *Sight, sound, motion: Applied media aesthetics*. Mason, Ohio: Wadsworth Publishing.

## 附錄：會話分析轉錄慣例

Uh, uhm (filled pause) 停頓聲以副語或類語方式填滿

Haha 笑聲

((拍手)) 非語言的行為與事件或是現場相關活動描述

? 未能確定身份之發言者

(?) 無法辨識或是可能的言語

= 快速立即延續新的接話

: 延長 0.2-0.5 秒

:: 延長 0.5-0.8 秒

::: 延長 0.8-1.0 秒

syllable 底線表示發音強調的音節

(0.8) 測量到 0.8 秒持續時間的停頓

(.) 微停頓，約 0.2 秒

°h/h° 吸氣 / 呼氣 0.2-0.5 秒

°hh/hh° 吸氣 / 呼氣 0.5-0.8 秒

°hhh/hhh° 吸氣 / 呼氣 0.8-1.0 秒

→ 轉錄稿中要探討的相關現象

[ ] 重疊和同時的發言、動作或事件

< > 語速較快

! 刻意的語調，例如娃娃音或表示同情的語調

- 切短的發音或是單字

° 較小的音量或發言

. 句號表示音調停止下降語調

, 逗號表示連續的語調

↑ 表示上升語調

\* 劃定剪接可見或可聽的變化界線，兩個\*號之間代表一個剪接影像的長度或持續時間；\*也表示其他運鏡或是剪輯工程的起始點，例如疊加文字或是音效

CUT 描述剪接或切的鏡頭畫面

SUPER\_TXT((Superimposed text)) 描述畫面後製疊加符號或是文字

ZOOM\_IN / ZOOM\_OUT 鏡頭拉近或拉出

# High assessments as institutional talk of television — Analyzing images of lifestyle talk shows and their visual meanings

Shin-Jung Ho\*

## Abstract

This study examines high-grade assessment sequence (i.e., “great”, “wonderful” or “I love it”) in experts’ demonstrations in lifestyle talk shows. The purpose is to illustrate meanings as TV editing practices and images guide the audience to experience these high-grade assessment events. When images orient high-grade assessment as objective assessment, TV images display the characteristics and attributes of the assessed object or subject. When images orient high-grade assessment as subject assessment, TV images display the individuals who engage in the act of assessing and their facial expressions and responses. The findings demonstrate that when guests initiate high assessment sequences, TV images mostly stay and orient to the assessed items throughout the talk. Images being cut to the assessing participant may occur during the end or at the second or the third high assessment utterance and in this way, cutting would not interrupt the understanding and viewing of the displayed merchandise, experts’ demonstrations or the model. Moreover, the TV host and experts are more likely to receive exclusive shots displaying their subjective and psychological responses towards the assessed items. Third, images and shots collaborate in creating ways in which the audience experiences TV demonstrations as embodied activity and the visual organization of both objective and subjective assessment shots enables to distribute epistemically

---

\* Professor of Department of Communication, Fo Guang University, e-mail: sjho@mail.fgu.edu.tw.

accessible attributes of the product.

**Keywords:** talk shows, pragmatics, conversation analysis, television images, institutional talk