

立法委員的電視媒體策略與表演行為

李人豪、張美慧*

《摘要》

隨著電視媒體影響力漸增，政治人物亦趨重視電視的曝光機會。本文將政治人物獲得媒體報導的資源分為四類：背景實力、議題掌握、人際關係與表現能力，並透過立委訪談及電視新聞文本分析，瞭解表現能力中的「表演行為」如何成為立委的媒體策略。

研究發現，四種政治資源對於電視曝光的爭取有彼此支援與加乘的關係，其中表現能力中的表演行為常被視為不得已的武器；而背景實力與人際關係資源則最能避免使用表演行為；議題掌握雖為曝光的基礎條件，但是否搭配表演行為仍需視其他政治資源的配合。由於擁有突出背景實力與人際關係資源的立法委員並非多數，故而推論在電視媒介力量逐漸壯大的政治環境中，表演行為成為立委重要媒體策略。

關鍵字：立法委員、表演行為、媒體策略、電視新聞

* 李人豪為戰國策國際顧問股份有限公司專案經理，e-mail: li_ren_hao@yahoo.com.tw；張美慧為實踐大學博雅學部專任副教授，e-mail: may_chang@jetgo.com.tw。

壹、前言

誠如英國傳播學者 McNair (1995 / 林文益譯, 1997: 200) 所言, 今日的政治已經進入媒介時代: 「當政治人物與媒體彼此越來越密不可分時, 政治已經不只是勸服的技術, 更是表演的技術。」研究者於立法院擔任國會助理期間發現, 每逢國是論壇、質詢或舉辦記者會時, 各國會辦公室總忙著製作海報、投影片, 甚至準備道具、構思服裝、肢體動作, 設法吸引媒體, 特別是電子媒體的注意; 並且除了這些較為「溫和」的表演行為外, 也不乏較為「激烈」的全武行演出。從近二十年前第一屆增額立委朱高正跳上主席台大罵老賊後, 時至今日, 立法院粗話、打架等肢體動作演出便不曾停止;¹ 亦有觀察指出, 1989 年增額選舉之後, 立院與媒體的共生體系演變得越來越紛亂, 甚至可以用「走調」與「荒謬」來形容 (李明軒, 2001)。

政治人物爭取媒體曝光並非容易, Schnur (1999) 指出, 大部分的人並不關心政治, 不關心政府的事務, 而新聞媒體事實上也發現了閱聽眾政治冷感的問題。大部分商業媒體存在的目的在於獲利。故而, 媒體提供的事件新聞中, 僅有極小部份是與政治或政府有關的, 以致於許多政治人物「都一起搶食那一小片的媒體曝光機會」。

許多學者已經注意到電子媒介時代中公共傳播本質的轉變, 影像及視覺已佔據了社會議題創造以及意見形成的中心 (Goodnight, 1991; Gronbeck, 1993, 1995; Jamieson, 1988; Nelson & Boyton, 1995; Szaz, 1994), 這是大眾傳播科技發展無可避免的結果, 公共傳播發生在由大眾媒體科技支配及充滿顯著戲劇性視覺影像的情境脈絡中。

從媒體的角度來看, 當政治人物的言行符合了媒體的需要與框架, 則較容易獲得報導; 另一方面, 如果我們從政治人物的角度來看, 如何去符合媒體框架是一種獲得報導的可能方式, 但去影響媒體框架, 運用本身的政治資源來贏得媒體青睞, 也是一種可能的方法。究竟政治人物有什麼樣的政治資源來爭取媒體報導? 特別是立法委員如何看待本身的政治資源以發展媒體策略? 成一重要而有趣的問題。

貳、文獻探討

本節先了解民主政治制度下，大眾媒介如何影響國會議員的問政言行，接下來探討政治人物擁有哪些資源爭取媒體報導，最後說明在這些資源組合中，「表演行為」為何成為爭取電視新聞曝光的重要策略。

一、大眾媒介與民主政治

Ferejohn 與 Kuklinski (1990；轉引自陳志杰，2002: 33-34) 指出，由於社會大眾擁有的資源有限，尋求資訊的成本又過高，使得其國會議員之間，一直存有「資訊不對稱」的問題，因此記者應當發揮監督、篩選公共資訊釋放的功能。然而媒體再現立委於國會中的表現，若多著重立委表面的花俏動作，將多少阻礙了民眾深入了解政策、公民參與的機會。故此在民主國家中，國會議員、媒體記者與社會大眾之間的關係與互動品質，被視為一項重要的民主化指標 (彭芸，1992)。

值得注意的是，民主選舉的制度亦影響國會議員與媒體的互動關係。Crain 與 Goff (1988) 指出，政治服務具備經濟學中「經驗財」的概念，選民在投票前無法得知投票對象未來的問政品質，故需經由媒體蒐集該政治人物的表現，以降低風險。其中新聞報導較廣告或其他促銷活動更能受到公眾的注意，故而頗受候選人的重視 (Wragg, 1992)。

Mixon 等人 (Mixon, Hobson, & Upadhyaya, 2001) 分析美國國會在 1972 年至 1992 年之間會期長度變化的情形，發現電視轉播 C-SPAN 與 C-SPAN2 對於會期增長有顯著性貢獻。另一份研究 (Mixon, Gibson, & Upadhyaya, 2003) 則發現 C-SPAN2 國會轉播使得議員使用「冗長辯論」的情況顯著增多。² 分析其原因，Mixon 等 (2003) 認為會期中國會轉播給予現任立法委員在國會中一個低成本的廣告舞台，延長會期及冗長辯論更增加了電視曝光，對於非現任的挑戰者來說，若欲如此，則需一筆極為可觀的廣告花費；這使得現任的參眾議員擁有顯著的競選優勢。

許多研究均指出，我國的立委幾乎皆以「連任」作為其首要的目標 (王業立，1995；盛杏媛，1997a, 1997b；轉引自陳志杰，2002: 50)。李人豪 (2005) 發現在選舉期時，電視較凸顯立委使用各樣道具、肢體動作、特殊服裝或言行來表達政治理念的情況。意味著在民主政治的選舉制度下，媒體影響了立委問政的取徑。

由上可知，電視的出現影響了民主國家中國會議員的行為。接下來的問題就在於，政治人物可透過什麼樣的行為來爭取媒體的報導？

二、政治人物獲取媒介正當性的資源

從政治人物的角度來看，有些政治人物特別容易展現一些魅力與資源，來獲取媒介正當性（media legitimacy）（Sheafer, 2001）。韋伯（Max Weber）認為，與媒介正當性最大的關聯就在於魅力的基礎（charismatic grounds）：「一種人格特質，使其具備一種優質讓他與常人分開，使其被看待成具備超自然能力（supernatural）、超乎常人（superhuman），或是至少具備一些特殊的力量或特質」（Bryman, 1992）。由於魅力基礎論過於抽象，因此陸續的研究再對於政治人物獲取媒介正當性的資源做較深入的分析，大致而言可歸納為幾種因素，包括政治人物本身的權力位階高低、政治與傳播創意、語藝及戲劇能力、與其他政治人物或記者協調的能力、資深程度、幕僚人數、民意基礎等（McQuail, 2000; Steyrer, 1998; Sheafer, 2001; Weaver & Wilhoit, 1980）。本研究整理各文獻中各種不同的概念，大致將政治人物或得媒體報導的資源分為四類：

（一）背景實力

韋伯強調了另一種魅力的類型，其稱之為「機構型」或「慣例型」魅力（institutional or routinized charisma），此一魅力與該政治人物在哪個機構中的哪個位置有關。其一是該政治人物所處的機構是否越接近權力核心；其二是在該機構中，政治人物所處權力位階的高低，越高的其機構魅力就越高。McQuail（2000）則認為，消息來源的權力差異對媒體有不同的影響，有些消息來源因為地位或是本身的市場價值，使他們比其他消息來源更有影響力。

（二）人際關係

政治人物爭取媒介正當性還有較具體的「魅力技巧」（charismatic skill）（Steyrer, 1998），Sheafer（2001）將政治演員具體行為所展現的「魅力技巧」，整理成五大類，其中有兩類是關於政治人物人際關係的能力，包括：與其他政治人物協調的能力—政治演員展現其意願及能力與其他政治人物進行協調的程度，以及說服其他政治人物來支持自己創意的能力；以及與記者協調的能力—政治演員展現其意願及能力與新聞記者進行協調的程度，此一協調可能基於彼此專業關係的基礎上，或是私人關係的基礎上，或是兩者兼具。

（三）議題掌握

Schlesinger（1990）將新聞的版面（時間）視為一個競技場，各種議題、事件、訊息、政治演員在其中比賽，看最後誰能夠勝出，不但攻佔了版面，同時也能達到所需的效果與目的。Cook（1996）則指出此一競技場的「遊戲規則」即為「新聞價值」，其中可再分成兩個大類。

其一稱之為「政治文化的價值」（political-cultural values），這個價值是一種意識型態的系統、國家符號的中心。凡政治事件、議題、媒體框架、政治演員越接近這個共識，那麼越會被視為重要，其曝光率也就越高（Wolfsfeld, 1997）。

其二稱之為「媒介專業價值與需要」（media's professional values and needs），這個部分是源自於媒體組織的需要以及其中雇員的價值。基於對於閱聽人相當數量廣告銷售的需要，媒體為特定觀眾設立了何為「好故事」（good story）的品味，而一個好故事的結構，則強調了戲劇性、衝突性、新奇（novelty）、多采多姿的事件、小說般的故事線、策略以及人物個性。基於這樣的需要，複雜的議題及事件通常會被簡化，轉化為以人性化的故事（Cook, 1996）。

（四）表現能力

Sheafer（2001）整理出的五大類魅力技巧中，另外三類分別為：政治創意—政治演員展現出來政治上發明、創意、活力的程度；傳播創意—政治演員展現出來在傳播上發明、創意、活力的程度；以及語藝或戲劇的能力—政治演員展現語藝或戲劇技巧的能力，以及針對特定的媒體，來調整該技巧的能力。其中，政治創意與傳播創意一方面指政治人物能在眾多紛雜、渾沌的議題中，開創出符合新聞價值的議題；另一方面也與語藝或戲劇技巧能力有關，利用其創新能力，展現吸引媒體的技巧，並能針對不同媒體的性質，發揮出其傳播或政治的創意。

黃偉俐（2004）研究結果發現，由於國是論壇已被平面媒體視為立委作秀的場合，因此受訪者一致地表示平面媒體的默契是不報導，除非其發言內容符合新聞價值；如果立委召開記者會本身的內容雖無新聞價值，但因為電子媒體的炒作，會使得平面媒體記者產生壓力，在不願漏新聞的心態下報導。這些訪談反映出一個傾向：電子媒體更適於立委使用誇張的表現手法獲取報導，因此部分立委也會利用此一性質來創造聳動的表演。

二、立委的表演行為

所謂「策略」指的是「運用所擁有的技術和資源，在最有利的情況下達成基本目標的科學與藝術」（McNichols, 1972；轉引自蘇拾忠，1994: 15）。本研究引用此一觀點，將立法委員運用其媒介正當性資源，來獲取電視媒體曝光的目的，稱為「電視媒體策略」。

Delicath 與 Deluca（2003）將現代公共議題以視覺影像使用的方式來陳述，稱之為「影像事件」。這種影像事件通常是被基進環保團體使用來排演好的抗議，專門為了能透過媒體來散佈而設計。基進環保團體使用影像事件表達訴求，媒體再現其影像事件來表徵衝突或策略的情形，與立法委員使用各樣道具、肢體動作、特殊服裝或言行來表達政治理念的情況，雖然兩者的目的不同，彼此間卻有相似的媒體策略。討論到立委的影像事件時，旨在探討電視新聞如何再現立委衝突化、戲劇性的言行，故將立法委員「與顯明的感官刺激、衝突性、戲劇化或意圖性相關，使用圖像式或刺激性的表達方式，而非單純言語鋪陳」稱之為立法委員的「表演行為」，來代替「影像事件」一詞。「表演行為」的範圍較「影像事件」為大，前者還包括了戲劇化與衝突性的「言語」，但利用感官的刺激吸引媒體的基本陳述精神並無二異。《大英百科全書》中「戲劇表演」的定義為：「演員扮演另一人物。」扮演一詞似乎暗示著演員一定程度的虛假與意圖，因為甲演員並非乙，所以才需扮演成乙。Owen（1993 / 郭玉珍譯，1995: 1）則將表演（acting）定義為：「內心歷程的外在顯現」，內心歷程指認同所扮角色的各種心理上和情感上的變化，讓演員產生同理心，乃至於有外在的表演。如果照後者的表演定義，牽涉了自我說服的過程，似乎又不那麼的「虛假」。故使用「表演」的名詞，³並未意指「戲子無情」的道德判斷。

影像事件使得政治衝突圖像化，在電視媒體中，這種圖像化的過程特別容易體現，理由在於電視科技本身就在展現有聲有影的特質上與平面印刷媒體有所區隔，Burton（2000: 120）說明電視新聞由畫面所引導是一件不言可喻的事，他指出畫面的取得與品質決定了某個東西是否會出現在電視新聞中，「畫面的力量成爲了一種新聞價值」。而 Zaller（2003）進一步指出，在以市場爲導向的今日，電視新聞愈趨重視聲影效果的娛樂性，也使得新聞逐漸走向軟性（soft），新聞與娛樂間界線的已逐漸模糊。影像事件相當程度上，讓電視影音更加刺激、有趣，提供軟性新聞必要的娛樂性。故立委是否觀察認知到電視媒體的獨特性質，而運用表演行為爭取

電視媒體曝光，成為吾人探索觀察的重點。

國內研究（李人豪，2005）特別將立法委員表現能力中的「表演行為」拿出來觀察，發現幾項特點：

1. 電視新聞呈現立法委員時，立委表演行為比例顯著於非表演行為比例，表演類將近七成七。
2. 立委具備較高職位時，呈現較少的表演行為；無較高職位立委呈現表演比例超過八成三，顯著高於具較高職位立委的四成七。
3. 國會中小黨立委組織權力與資源薄弱，亦呈現出立委所屬政黨在立院席次愈小，電視新聞愈傾向呈現其表演行為的關聯性。

該研究證實了「表現能力」是立委獲得媒體報導的重要資源，並且與「背景實力」（席次、是否具較高職位）呈現動態的關係。

值得探究的是，不同立委擁有不同的政治資源，究竟如何看待他/她們的政治資源？並且如何發展成電視媒體策略？其中又如何看待表演行為的產生？故此，本研究欲探索的命題包括：

命題一：立委是否有意識地區別電視媒體的特性？

命題二：立委對表演行為的效果評估與意願為何？

命題三：不同政治資源差異的立委，如何擬定其電視媒體策略？

參、研究方法

本研究採用半結構式的深度訪談，亦即以訪談大綱來進行訪談。深度訪談的特性之一在於可深入了解受訪者的意見、價值觀、動機、回憶、經驗及感受，並且允許訪問者依照每個受訪者的答案提出不同問題（Wimmer & Dominick, 1983 / 黃振家譯，2003: 163-164）；由於本研究訪問對象之間的差異性，以及對其差異性本身的探討亦為本研究重要課題，故而採取半結構式，僅擬概括的題綱以便對於不同性質受訪者的經驗進行較深度的追問，保持訪談的彈性。

本研究訪談對象為第五屆立法委員。挑選時有兩個方向：（一）符合本研究的主旨。例如該立法委員本身即擅長使用表演行為搏取電視媒體的曝光，其經驗與觀感可賦予本研究探索此議題的深度；以及（二）在背景實力、議題掌握、表現能力與人際關係四種媒介正當性資源上具代表性的人物。例如有些立委的表現能力不在表演行為的展現，而在犀利的口條與語言表達；或是該立委的背景實力雄厚，第五

屆時曾擔任黨團或黨部幹部，立委經歷較為資深；或立委本身具一定程度的專業性，使其善於特定議題的掌握與開發；或是有些立委的媒體資源豐富，與媒體關係緊密，或與其他重要政治人物互動密切，人際關係良善。藉由不同類型立法委員對於表演行為的看法，使本研究觀視此議題的視角更為寬廣。

此二挑選方向判斷標準，乃研究者於國會中擔任助理兩年當中，透過平時觀察、與記者互動以及與其他助理互動過程中，綜合而得的印象進行判斷。為避免抽樣誤差，在挑選訪談對象前未先考慮可行性，確認對象後，始透過研究者過去在立法院的人脈關係取得訪談同意。其中，除了對象 C 非立委本人，而是服務逾 10 年的資深助理外，其他立委皆同意接受訪談。

表一：受訪立法委員基本資料表

代號	黨籍	性別	選區	資源類型	訪談日期	訪談長度
A	民進黨	男	(中南部)	表現能力	2005 年 4 月 7 日	50 分鐘
B	親民黨	男	不分區	議題掌握	2005 年 4 月 12 日	1.5 小時
C	民進黨 (辦公室主任)	女	(北部)	背景實力	2005 年 4 月 15 日	1 小時
D	國民黨	女	台北縣	背景實力與 表現能力	2005 年 4 月 20 日	1 小時
E	無黨籍	女	台北市	人際關係	2005 年 4 月 20 日	1 小時

為求較為客觀的檢驗，本研究另以電視新聞文本分析檢視立委電視媒體策略的施展。由於電視新聞擁有戲劇性之性質 (Bourdieu, 1996 / 蔡筱穎譯, 2000)，又立委表演行為容易展現其中政治衝突的意涵，故電視新聞分析樣本採立意抽樣，以近期較富政治對立的媒體議題作為觀察重點。

2006 年 9 至 11 月份適逢要求陳水扁下台「紅衫軍」大型抗議活動 (范姜泰基、高有智, 2006 年 9 月 9 日)、總統陳水扁之妻子因國務機要費遭檢方起訴 (董介白、黃國樑, 2006 年 11 月 3 日)，其後國民黨主席馬英九特別費遭檢方約談又成為媒體焦點 (董介白, 2006 年 11 月 14 日)，且接近台北市及高雄市長選舉，整體台灣政治瀰漫對立氣氛，故此本研究以九至十一月份總統國務機要費、國民黨主席馬英九特別費，及其衍伸議題 (如總統罷免案或其他抗議或動) 作為觀察範疇，藉由 ETtoday 東森新聞報 (見 www.ettoday.com) 及 TVBS 網站 (見 www.tvbs.com.tw/index/index.html) 電視影音檢索系統，瞭解上述五位訪談立委 (C

助理部分同樣觀察其服務的立委) 實際電視表演行為。

肆、研究分析

本研究訪談的對象為幾種不同政治資源配置的代表，以立委類型為順序，分別探討各類型立委不同政治資源的優勢及劣勢，如何影響其表演行為的展現。

一、立法委員對電視媒體性質的認知

立法委員皆認知到電視與報紙在報導與自己相關新聞時，著重的面向有所不同，其一致認知與第一反應幾乎都是電視的報導較為浮面、簡單化以及聳動。立委 A 以問政趣味化、戲劇化的能力見長，屬於表現能力中具備較高戲劇能力者，他立刻說明了電子媒體注重「一剎那的瞬間」、感官刺激的效果「只是在增高它的收視率」，他談論自己是如何運用電視媒體重視收視率的性質，語氣中帶有一絲自信。

立委 B 則為學者型立委代表，屬於議題掌握中對於特定專業問題掌握能力較高者，他認為這種聳動化的原因除了收視率，亦源自於電視媒體的篇幅以及影音侷限：「大概出現在媒體的空間只有 10 秒鐘的時間.....你能夠講幾個字？」因此只能擷取「最聳動、最有這種所謂震撼力的新聞」。立委 D 屬於資深的立委，該委員具備跨類型的政治資源，包含資深及高知名度帶來的背景實力，以及表達能力中出眾的口語能力，對教育議題亦具備相當程度的掌控力，她也發現「電子媒體都是數秒的，沒有那麼多美國時間給你慢慢講」，因此發言一定要精簡、聳動，她舉例記者常要求她「講辣一點！」、「兇一點！」，以在最短的篇幅內達到最聳動刺激的效果。

立委 B、E 與服務於某政黨資深且重量級人物的助理 C，也指出電視媒體無法深入的特性，不過她們認為其重要原因在於記者的素質，缺乏深入理解各類議題的專業能力。立委 E 屬於「明星級」立委，在未成為立委前，因於媒體工作享有高知名度，其優異的媒體以及黨政關係，為人際關係資源類的代表人物，她表示若欲讓議題在電視上曝光，則「被迫要把一些邏輯簡化」以符合電視特質。

除了電視較為表象、辛辣聳動的報導方式，立委 D 與 B 則進一步指出了電視媒體重視畫面的本質。立委 D 指出電視「對一個人的形象塑造是影響最大的」，她舉例台北市長馬英九因具備好的外型，使其更受選民歡迎。這樣的看法與 Bruce (1992) 對近 1960 年代後，政治人物逐漸重視電視媒體形象的觀察相同；立委 B

則指出電視的影像畫面造成記者對即時性、衝突性與表象新聞的追逐，使得記者「比較困難去採掘到、自己發覺到自己的新聞」。

整體而言，故此，在命題一「立委是否有意識地區別電視媒體的特性」上，受訪的立法委員皆發現電視與報紙報導的最後呈現與效果差異，在認知上能夠了解當其言行符合電視媒體的需要時，則更有機會受到電視媒體的報導，亦即了解 Burton (2000) 所言電視新聞由畫面所引導的特性。但是否展現符合電視需要的表演行為，首先牽涉到立委對表演行為造成影響的評估。

二、立委對表演行為的效果評估與意願

受訪立法委員對於表演行為的效果評估較為一致，但不同類型的立委在表演意願上則有不同的考量。

(一) 表現能力優勢者對表演行為的評價

Sheafer (2001) 指出三種可讓政治人物曝光於媒體的資源：政治創意、傳播創意與語藝或戲劇的能力，本研究將其歸類於「表現能力」，而表現能力前二者可透過戲劇或語藝兩種途徑表現出來。受訪的立委 A 在戲劇能力的優異表現常讓記者們津津樂道，而立委 D 則於語藝能力上十分突出。

以戲劇能力見長的立委 A，在電視媒體上常有驚人之舉，但他卻認為可能造成負面的效果，因電視常強調其「本土」與「草根」的一面，成為「沒有水準那一類型」。但追問他是否不喜歡電視報導，他又有了猶疑，他表示並非不喜歡，「因為這個我們記者會呀或是什麼就是希望他報導」，只是記者很容易只呈現表演的那一面，造成原意的扭曲。但觀察立委 A 的表演行為仍在電視上大量展現，似乎並非真的無意願。立委 A 認知與行為的矛盾，可以從他對電視與報紙的曝光率評估中看出端倪。他認為雖然報紙的報導比較完整、正面，但是「這些比較正面的報紙（我）就比較少出來，大部分都是電子媒體呈現出來」，故曝光與形象間的拉鋸，立委 A 仍須將主力放在前者。

至於在表現能力中以語藝能力為優勢的立委 D，發展出適合電視媒體的語彙，該能力也影響了她對電視媒體效果的評估。她毫不遲疑地表示偏好電視而非報紙的曝光，因為電視「非常快速地進入每個家庭」，也讓政治人物「又愛又恨」。但她所謂的「又愛又恨」指的不是同一位政治人物同時存在的情緒，而是不同類型的政治人物分別的情緒：有「條件」的立委利用電視媒體可以大幅增加曝光度，但「完

全沒有這個條件你就會恨媒體」。

顯然 D 委員擁有犀利的口條以及將複雜問題組織化為簡單命題的能力，不過對所謂「道具委員」卻有「同情」的態度。她以在立院超過 15 年的資歷指出，表演行為可能反而造成政治生命的短暫。對立委 D 而言，使用優越的口語能力可能不能像展現誇張的戲劇效果立即吸引媒體，但她主張要逐步累積形象，才「不會過度扭曲自己」。換句話來說，在她的評估裡，表演行為仍有負面效果，最好以犀利的口條表達專業的問政來取代。

（二）專業性議題掌握優勢者對表演行為的評價

立委 B 在相關財經議題的掌握上被許多記者認為具相當程度的精準性，歸類為「議題掌握」類，他評估表演行為的效果態度十分審慎。他認為電視可增加知名度，但在追求電視曝光的過程中若使用了表演行為，則需考慮其正當性，避免負面的效果。他比喻：「脫了褲子人家都會來拍你的相片」，只是究竟帶來正面或負面的效果則需要評估。他認為做這些「譁眾取寵」的行徑時，若無「政治正當性」，反而會被本來的支持選民唾棄。他舉例在立院的門口靜坐抗議，「就是一種戲劇性的張力」，目的在「突顯那個張力背後的正當性」；又如對官員暴力相向，不能只是為了少部分群眾或利益團體的利益，如此正當性基礎十分薄弱。愈極端化的行為，愈需堅實的政治正確性。

（三）背景實力雄厚者對表演行為的評價

國會議員因較高的職位或較深的資歷，因而擁有較多政治資源增加媒體曝光的情形，本研究歸類為「背景實力」類。服務於某政黨「大老級」委員辦公室的主任助理 C，在幫助委員媒體操作時，對表演行為採取更謹慎的態度。

助理 C 談及表演行為，不斷強調「不太需要」。她認為媒體曝光對於政治人物而言當然重要，但是對於所服務的立委來說，已經超越單純需要知名度的階段，對該立委言，若電視媒體曝光帶來的高知名度有助於增加政治影響力，那麼他已經擁有了實質的政治影響力，刻意表演反而「言多必失」，造成「負分效果」。

這種評估也出現在資深的立委 D 身上。她強調影響力是「日積月累」不可操之過急，她舉例同為資深立委的某委員，因為過度追求表現而發生了烏龍案件，「反嗜過來造成自己的傷害」。資深立委對以表演行為增加知名度採取較保守的態度。

(四) 人際關係優勢者對於表演行為的評估

立委 E 因長期的媒體及政治工作資歷，使她無論在與媒體或其他政治人物的關係上，都擁有相對豐沛的人脈資源，歸類為人際關係優勢類。立委 E 長期主持節目累積的高知名度，使其認為自己有別於其他「一般的立委」。她覺得自己在台灣的輿論界已經是有影響力的人，而這些立委多是「一些不起眼的人」。⁴

她指出：「台灣現在的媒體環境，你如果去適應它，那你當一個立法委員就完了」。而她所謂適應媒體環境的立委，意指在問政過程中「去表演的、去上媒體的、去突顯自己個人名聲」者，她認為自己不需要利用表演行為讓自己「在這個地方再加分」。但有趣的是，即便如此，當問及是否在意媒體對她的報導，她仍表示十分重視：「我因為在乎，所以我從來不放棄我的媒體節目」。

由此發現，媒體出身的立委 E 深知媒體政治時代的大眾媒介影響力，但她也和其他立委一樣，了解表演行為對於形象的損傷；而這樣的形象損傷對立委 E 來說更為嚴重，它會摧毀她原來辛苦建立起來的明星光環，讓原來喜愛她的群眾認為：「原來妳也是一般的作秀立委」，即她所謂的「不起眼的人」。因此，她需要避免這類赤裸的、直接的媒體作秀。

(五) 小結

在命題二「立委對表演行為的效果評估與意願為何」上，立委評估表演行為有一定程度的風險，卻不能忽略政治人物本身的資源也影響了其表演的意願。根據立委 E 的觀察，「過去這幾年創造的這些政治明星」，大多數都是「拿道具、開記者會」所造就出來的。就大部分立委而言，能擁有較高職位、深厚政治資歷、人脈關係或媒體資源者畢竟是少數，較深入的議題不易引起電視媒體興趣，許多立委仍需審慎地使用表演行為。只不過當立委擁有除了表現能力中戲劇能力以外的資源，足以使其維持政治影響力時，即便較為辛苦，還是儘可能利用其他的政治資源來發展其媒體策略。接下來則是探討不同類型的立委所發展出的媒體策略。

三、不同立委政治資源類型與媒體策略

Schnur (1999) 認為電視台發現觀眾不偏好政治新聞，導致政治新聞版面較低，政治人物爭取曝光的競爭激烈。政治人物必須利用本身的政治資源在激烈的電視新聞曝光競賽中勝出，立委間不同的能力與資源配置，亦深深影響了立委是否採取表演行為的行動。

（一）戲劇能力優勢者的媒體策略

立委 A 在表現能力中的戲劇化能力上常有優異表現，雖其政治資源非僅此項，但延續他對自己能力的評估，可發現立委 A 其他能力的施展，往往圍繞著戲劇的核心能力，搶攻電視曝光度。其方法採取最標準的非衝突型表演行為，包括特殊用語、裝扮以及道具，配合立委 A 所稱「趣味一下」的幽默感。

立委 A 強調趣味感的展現有助於收視率的增加，觀眾不愛看「硬梆梆」的政治新聞，「所以也要有一些比較奇怪的動作」或是「卡好笑的言論」，「博取觀眾會心一笑」，電視記者也較有興趣。

除了趣味感，在呈現的方式上，立委 A 的媒體策略還留意到畫面性。他曾經利用特殊的場景、道具與人物，設計出畫面豐富的活動，最後電子媒體大量報導，立委 A 認為這麼做「省錢又省事」，「那個畫面擺出來，那個效果就不錯啊！」不過這類設計立委 A 認為十分耗心力，「製造」起來「不是那麼簡單」，必須倚賴經驗的累積，而立委 A 認為其「草莽」出身的背景，也有助於他發揮表現能力中 Sheaffer（2001）所稱的傳播創意；其豐富的生活經驗，使他有別於其他政治人物，有更多的表達素材可以選擇。

在降低表演行為可能帶來的負面效益時，立委 A 認為在思考表達「什麼主題」，以及如何讓表演「切合地表達主題」上面，都要十分注意，保持對熱門議題的敏銳度。⁵ 他強調除了包裝之外還要有內容，不能只「在那邊鬼扯」，否則記者很快就會失去興趣。

另一降低負面可能性的方式，則是注意表演場合及小心剪接效果造成的斷章取義。立委 A 曾在立法院外的場域展開逗趣表演，但選擇的地點卻是一般民間認為嚴肅的地方，因此遭受批評，立委 A 事後檢討認為以後要小心避免，注意「是不是適合這樣玩樂、嘻嘻哈哈的場合」。

從立委 A 的媒體策略中，我們可發現他的表演行為是種有意識的設計，且是種學習的過程。可能從一開始意外發現自己的戲劇能力，經歷嘗試、失誤，到最後充分發揮本身利基，逐漸精準抓住電視媒體口味。而他對其傳播創意的能力也感到十分自豪，不斷強調這是「從書本也學不到」，需要從經驗累積，也是當代政治傳播情境中有趣的現象。

（二）專業議題掌握優勢者的媒體策略

以財經專業形象著稱的立委 B，當記者遇到相關專業問題時，往往會以他為採

訪對象，而其本身建立起的權威感，亦使得官員或記者對自己財經的意見「多多少少注意一點」，故他認為自己「沒有必要要像非專業的立法委員那樣的強烈來吸引注意」。但專業的形象也容易成為自己在電視媒體上曝光的包袱。

立委 B 觀察到除非衝突或八卦的事件，否則不易吸引電視媒體注意。因此他認為若需清楚說明議題，則需將曝光的焦點放在平面媒體上；但若目的在於緊急地讓某些議題立刻散佈出去，就必須透過較激烈的手段。

立委 B 認為若欲傳達的議題氛圍還沒形成，他則利用各種可能的管道先讓它在報紙上出現，「在立法院各種不同的場合，對同樣的問題發表類似的看法」，待時機成熟，「就是提綱挈領，就是抓到那一根把它一拉出來」，此時如果召開記者會，基本的素材雖然相同，但是在包裝上則分別針對報紙與電視不同的特性來設計。對他而言，「先報紙、後電視」是一個較為省力的方法。

立委 B 強調，就算如此造就成熟的時機，對電視而言題材一定要簡單。他舉例若一連串平面刊載飲水污染問題，此時忽然發生水庫污染事件，則「弄一個《水資源保護法》」就較有機會在電視上曝光，不過「必須要講得非常的聳動」，且提供較豐富的影像。

整體而言，立委 B 無論是為了維持專業形象，或真正意欲解決公共領域的專業財經問題，所欲達成的議題曝光，需花費相當的心思與努力醞釀社會氣氛、將議題簡化、包裝，最後也未必成功。立委 B 認為專業議題的「打擊率」不高，只好努力勤跑委員會，但「可能是四、五倍的工作呢，才得到幾秒鐘的表象」。最後因為電視媒體的浮面報導，頂多留下「專業立委」的形象，「因為（電視）不深入的結果，反而讓政府官員有很多逃避的機會」。立委 B 無奈的情緒，比照立委 A 對自己傳播創意與戲劇能力的自豪，形成相當有趣的強烈對比。

（三）背景實力優勢者的媒體策略

資深的立委 C 已連任多屆，助理 C 十年前擔任他的助理時，立委 C 還不知名，且與當年同期的立委相比，立委 C 口才不好，特別不受電視媒體青睞。委員助理及委員本身皆明白此弱勢，因此在媒體操作上也需調整，從其中亦可看出十年來媒介環境的變遷。

立委 C 在還非資深立委的時期，其媒體曝光資源當然並非「背景實力優勢」類，而是議題掌握優勢。助理 C 將委員的媒體形象定位在「科技立委」，其原因除了選區的地緣因素，使得他的「科技人脈」廣，易於掌握一手消息，還與議題掌

握中所謂「政治文化的價值」有關（Wolfsfeld, 1997）。助理 C 指出科技產業在當年的重要性：「產業政策其實就是科技政策」，因此身為「科技產業代言人」容易受到媒體注目。由於立委 C 的科技議題掌握能力高，且囿於表現能力，使得助理 C 為其操作以平面為主的媒體策略，並花了兩屆（六年）的時間，利用掌握的議題資訊在專業平面媒體大量曝光，「讓他有意識的成為一個科技的專業立委」。

及至今日立委 C 已相當資深，所任之黨務工作也使其實質的政治影響力漸增，讓他的媒體操作策略有了改變。助理 C 表示在立委 C 所屬政黨執政後，其圓融的個性，使得各界常以他為溝通、對話的窗口，因此立委 C 開始負責許多黨務工作，此一身分使得「媒體已經習慣來找他了」。他不需主動發布消息，每天一到固定的時間，媒體記者都會來找他泡茶、聊天，不過「電子比較少，都是平面，比較有時間磨」。從立委主動轉變為記者主動，可發現背景實力資源高低的顯著差異。

立委背景實力資源，是由其他政治資源累積出來的。在此累積的過程中，包括人際關係、議題掌握，可能都是重要的政治資源，當背景實力累積到一定的程度後，知名度的主動追求就成為了次要，其實質的政治實力會使立委成為重要的消息來源。實質的政治權力使立委較不需靠表演行為吸引媒體、營造社會壓力，來解決自己認為的重要政治爭議或問題，而是可直接透過私下的運作來解決。

（四）資深且語藝能力優勢者的媒體策略

資深立委間的能力與人格特質可能有很大的差異，這在立委 D 與 C 之間相當明顯。立委 D 擁有較佳的口語表達能力，個性亦較活潑，這些條件與特質也影響了她的媒體策略，使得在她與立委 C 雖在部分背景實力優勢上採取相同保守的操作，但在語藝能力優勢上又使她有相對積極的作為。

立委 D 認為電視影響力極大，故須發揮本身的優勢來獲取電視媒體的曝光，在曝光的媒體選擇上便與立委 C 有很大的不同。立委 D 依據本身的資深條件，累積出來對某一議題的專業，透過對時事的敏感來掌握議題。她指出超過 15 年的時間都在同一委員會中，故給人「起碼第一個印象：教育文化」，此時以她對該議題的公信力，在適當的新聞「爆發點」下，出手成功率就高：

譬如說前一陣子大家對於教改很反感，那個時候我們在立法院十幾年了，我相信立法院沒幾個人比你更了解這一路教改所發生的各種狀況，我們就抓到一個議題就開始、就突顯，就開始教改的亂象、各方面，我們就

可以來問的時候，所以連部長都不見得知道。（立委 D）

這種透過熱門新聞事件，發表對特定議題的看法與立委 B 並無二異，但差別在於前者長久以來已累積足夠的背景實力，使其議題掌握的能力更易發揮。我們可以清楚看到資深與否的立委對掌握電視媒體焦慮感上的程度差異。立委 B 不斷強調電視媒體專業議題的曝光難度很高，需醞釀、聳動與提供豐富畫面，在需維持專業形象下，又不能過分展現極端的表演行為，十分為難；但立委 D 顯然較有自信，她認為只要抓到一個機會，就可「殺出一條路來」，加上媒體本來便會主動採訪她特定議題，她的方式相對較為被動，不像立委 B 還設法主動醞釀。

不過同為資深立委，立委 D 又比立委 C 多了口語表達的優勢。因此優勢，可發現前者在被動等待採訪之餘，又能以抓住議題的方式出擊，展現背景實力與語藝資源的加乘效果。她能利用語藝能力的優勢，針對不同的媒體來設計發言。她指出每次記者會都會表明「現在是電視版」，講完了才繼續回答報紙較深入的問題。所謂的「電視版」就是發言較為精簡，小心地說一些「比較重點的、精簡的或聳動的，媒體喜歡要的句子」。

再比較立委 D 與立委 A，兩者同樣評估電視影響力較大、同樣主要爭取電視的曝光。但前者了解自己毋需過分的表演即有電視曝光空間，且需維持自己累積已久得來不易的政治實力與形象。立委 D 認為在比較輕鬆的場合，例如社團組織舉辦的公益活動中，可展現各種扮相、「搞笑」，「那不是在立法院正式問政的場面」，但在立法院中則「不宜」，除非使用看板或道具具有幫助說明的必要性。

資深的立委 D 媒體操作較立委 C 積極，較立委 A 為保守，而與立委 B 相比同樣保守卻享有較大的空間，心態上也較安適。

（五）人際關係優勢者的媒體策略

身為高知名度媒體工作者的立委 E，擁有與媒體與政治人物的良好關係，在人際關係資源的優勢上，可謂代表性人物。

立委 E 的媒體操作與其政治目標與策略充分結合。她透過進入立法院「體制賦予的權力」，將法案與預算審查權的實質政治權力，轉換成媒體曝光。於是過去僅擁有媒體發聲管道的立委 E，在政治權力的配合下，擁有更強大的力量：

你原來就是一個政治明星的時候，有些議題會因你而起來……凡是我們辦公室做的，大家就會知道這一定是會期結束的時候的表決大案，他不能夠把它當成一天的新聞。（立委 E）

立委 E 如何讓議題因她而起呢？她認為自己本為政治明星，其言行媒體自然會注意，因此她先以平面媒體為目標，將議題寫成內容充實但問題「消費者簡單化」的說帖，接著「給一家平面媒體獨家新聞，然後登得非常大，然後它因為是獨家登得很大，其他電視媒體就跟進」。此一做法與立委 B 發現電視媒體「後知後覺」的看法一致。

接著，立委 E 利用人際資源，繼續在實際的政治運作上對該議題窮追猛打。她舉例自己欲設定某一公營事業單位釋股議題，透過各種人際管道蒐集資料，並發新聞稿給各家媒體，但由於收購股份的私人企業為各媒體重要的廣告商，導致該議題無法刊出，她就透過對口人士表明欲到某政黨中常會演講：

我不得不用我自己到某黨中常會演講，然後對很多人來講就是一個 news，就覺得說我跟某黨之間關係變近了，而且變成貴賓，（某黨主席）坐在那裡聽、而我在那裡 present（報告）。（立委 E）

從此可見若無充分的人際資源，常人如何能得到內幕資料？如何進入一個黨的中常會中演講？又如何與一黨的主席溝通、盼他當場裁示？於是她的提案因很可能被立院議決通過，易成為重要的媒體議題，所以她「不太管立法院的委員會、不太去質詢」、也很少開記者會，她放棄這些她所謂一般立委的「表演權」，而去掌握實質的「法案權」。這裡所顯示的，其實是透過放棄表象的表演行為，反而鞏固了其發言舞台，讓其提案「不會曇花一現」。

另外，立委 E 透過她的人際關係資源在立法院「創造媒體的方法」，就是讓很多立委在不同管道為她所欲創造的議題發聲：

有資料就給所有的委員。然後我們有好幾個去搶攻召委，然後他在每個委員會裡頭就會去排議程，排了議程之後就會在裡頭質詢他們的官員，就 making 很多 news。（立委 E）

她特別強調在多位立委齊聚發言的場合，她會提醒自己須排至最末發言，「因為我知道我必須壓抑自己」。立委 E 深知自己「一開口講話別人就沒有新聞」，但是立院是一互利共生的場合，立委 E 藉由其他立委創造議題，但不能讓參與者毫無好處地單純被利用。從此點亦可看出其於人際關係上心思慎密，以及如何將人際關係資源轉換成媒體議題創造。

最後是她對於台灣電視生態的認知，相當程度地影響其媒體策略。她發現在電視新聞中很難談論嚴肅議題，即便使用了上述「消費者簡單化」的包裝方式，例如

「金控老闆繳的稅比抗 SARS 的護士少」，或利用許多立委一起創造議題，但電視新聞曝光的空間仍有限，尤其對議題的實質內涵無法深入。她笑稱主要問題在主播與記者的程度，「記者的程度其實弱智於觀眾」。她發現即便在自己的節目上談論複雜的政策與財經問題，仍有高的收視、聽率。她認為自己的電視與廣播節目「總收視率加起來，可能比你每天新聞出來的收視率是多的」，於是根本不需要再去進行可能有損形象的表演行為。

立委 E 統合運用政治與媒體策略，除了自己對某些議題的深入研究，亦利用獨特的人脈關係獲得內幕資料與釋出資料，同時人際關係資源又使其便於聯合其他立委共同發展議題，並配合本身主持的廣電節目炒熱議題，對議題進行全面的塑造，進而轉換成實質的法律結果。此一循環中，政治權力不斷累積，表演行為成爲次要。

綜上所述，在命題三「不同政治資源差異的立委如何擬定其電視媒體策略」上，不同政治資源配置的立委發展出的媒體策略有很大的差異，但共同點在於皆利用最有利於自己形象塑造或曝光機會的資源來發展媒體策略。四種政治資源對於電視曝光的爭取有彼此支援與互相加乘的關係，其中表現能力中的表演行為常被視爲不得已的武器；而背景實力與人際關係資源則最能「避免」使用表演行為；議題掌握雖爲曝光的基礎條件，但是否搭配表演行為仍需視其他政治資源的配合。由於擁有特別突出背景實力與人際關係資源的立法委員可能並非多數，因此我們也可理解在電視媒介力量逐漸壯大的政治環境中，爲何表演行為的展現有較高的比例了。

四、案例觀察：爭議話題下之立委表演行為

2006 年 9 月至 11 月份，台灣政壇因民眾大規模抗議活動、總統夫人遭檢方起訴，以及主要反對黨主席遭檢方約談等事件，各方政治勢力十分對立。在此情境下，觀察前述五位立委的電視媒體策略，亦可發現其充分利用自身優勢資源爭取曝光的情形。

立委 A 善於戲劇化表演，在國民黨馬英九主席所認養的流浪狗「馬小九」行蹤遭媒體揣測之際，此話題也成爲立委 A 的表演場域。立委 A 於 2006 年 11 月 22 日（見 TVBS 系統）將「馬小九」編成歌曲消遣，⁶ 在各式狗種海報前詢問「是否變成博美？還是小白？」，記者亦發出笑聲，唱作俱佳。立委 A 掌握了 Sheaffer（2001）所稱的傳播創意，精確洞察市場爲導向下電視新聞愈趨重視聲影效果的娛樂性（Zaller, 2003），達到曝光目的。

立委 B 擁有學者形象，以財經專業議題見長，因其未連任立委、已非立委身份，故無機構型魅力（Sheafer, 2001），與其他立委非立足同一比較基礎。然而 2006 年 11 月 18 日（見 Etoday 系統），仍有一則以教授名義接受訪談的新聞，談論國民黨馬英九主席在特支費爭議下的公益捐款抵稅問題。立委 B 在此新聞中快速計算稅金，展露出前述訪談中所言的「權威感」，將掌握議題的能力轉換成媒體曝光的機會。值得注意的是，這樣的議題公信力顯然僅帶來了被動的採訪機會，而非立委 A 的主動出擊。

立委 C 作為民進黨資深立委，在 11 月 24 日（見 TVBS 系統）三次罷免總統案於立院表決時，亦以代表該黨之姿接受訪問，表達該黨對此案的立場，該委員黨務工作身份使得「媒體已經習慣來找他了」之情形，在此則新聞也十分明顯。立委 C 仍展現其資深身份的高度，向在野黨主席戰略喊話，然而，助理 C 雖言其已具備政治實力、「不太需要」藉由表演獲取曝光，立委 C 仍多少使用了較為衝突性的言語，指出「三罷已是『笑話』，還有四罷嗎？」並被編輯台作為標題。在新聞觀察上，立委 C 混合運用表演術語以及權力位階，獲取電視新聞報導。

立委 D 具備傑出的語藝能力，且為資深立委。在電視媒體操作上，可看出她如何混和因資深條件帶來的議題公信力，以及出眾的口語能力。立委 D 認為她予人專精於教育文化議題的印象，11 月 6 日（見 Etoday、TVBS 系統）在教育及文化委員會審查總統教育獎預算時，立委 D 與另一位立委在相距不到兩步的距離發生激烈口角，立委 D 主張總統教育獎改為「總統恥辱獎」，並主張總統教育獎應以國務機要費編列，不可由教育部編列預算，可謂妙語如珠，將教育議題轉化成具衝突性的敏感話題。然而，此一衝突場面是否帶來「專業」形象值得質疑，特別是 11 月 26 日（見 Etoday 系統）馬英九先生寵物「馬小九」現身後，立委 D 亦在聯合記者會中，以擬人化的方式說明馬小九「表示」綠營立委應向牠道歉。可見立委 D 雖具備語藝能力，未必全然與專業結合，或言其所謂專業議題似乎在衝突性話題上始得發揮。

立委 E 擁有良好的人際關係，在她不具立委身份後，此一媒介正當性資源仍使其獲得電視報導。10 月 18 日（見 Etoday、TVBS 系統）要求總統下台之「倒扁活動」總指揮施明德先生因身體不適住進振興醫院，謝絕所有訪客。然而施先生的「好朋友」立委 E 以及一位反對黨重要領袖卻能進入探視，立委 E 探視完畢並接受記者訪問，說明施先生「要拜託（立法院）王院長，看能不能透過反貪腐，通過一些重大法案」。如立委 E 所言，利用其人際關係資源轉化成「獨家消息」，獲

得媒體青睞。

觀察上述受訪者電視報導，可發現無論是表現能力、議題掌握能力、背景實力或是人際關係，都在體現電視新聞中戲劇化及衝突性的內涵。特別值得觀察之處在於，訪談中兩位資深立委認為自己具備政黨代表性或議題公信力，可不經表演獲得媒體報導，但實際的電視新聞表現上，或多或少仍在言語上製造尖銳的字句；另外，所謂專業能力往往也在衝突性話題上展現。這樣的過程可能為立委主動釋出消息或被動接受採訪，但媒體與立委「共生體系」展露無疑（方素惠，1991；轉引自陳志杰，2002: 3）。

伍、結論與建議

Cook（1996）指出新聞價值分成「政治文化的價值」與「媒介專業價值與需要」。訪談中，立委清楚認知電視媒體特性，進而運用自身媒介正當性資源，贏取電視媒體報導，且表演行為成為立委電視策略的重要思考核心，吾人可以發現政治文化的價值與媒介專業價值與需要是相互影響的—媒介會考量何為社會中被認為重要事件的共識；而同時媒介專業價值和需要也會影響政治文化的價值，亦即當政治人物認為媒介需要哪些「好故事」時，也配合著拋出某些議題、事件等去符合特定媒介的需求（Sheafer, 2001）。

倘若電視新聞能幫助人民了解國會運作的真實面貌，進而達到監督政府的效果，前述「政治文化的價值」與「媒介專業價值與需要」相互影響的過程，顯然朝向惡性循環的方向。亦即在商業的體制下，電視新聞趨向戲劇性的呈現（Bourdieu, 1996 / 蔡筱穎譯，2000），而立法委員為求其政治服務得到選民注意，亦展示較為刺激的言行，政治文化上何為「重要」的事件也漸與衝突與戲劇化的情境相關。於是，民眾若欲了解與衝突性、戲劇化情境較無關連的其他議題，機會便愈來愈少。

終止這樣的惡性循環，其中的方法可能包括立法委員改變對於「正當」表演的標準。從訪談中，不同立委對何謂正當的表演標準不一，有些立委能接受在立院正式的問題場合展現表演行為，或使用各種特殊道具，有些則否。標準隨立委對自我及選民結構認知的不同而改變。訪談結果大致上呈現愈新科的立委，愈有曝光的壓力，此時表演與否的標準則愈寬鬆；另外，立委的選民訴求愈朝向本質為衝突性的議題，亦愈便於使用表演行為，採取較寬鬆的態度；但訴求主題為專業議題，或欲維持專業形象的立委，其標準則相對保守。然而觀察電視新聞，這些受訪者無論資

深與否，相當程度都使用了戲劇化的表演行為，有些甚至令人難以苟同。研究者建議立委應省思表演行為的真正效應，減少表演行為或許降低了電視曝光，至少避免嚴重傷害的風險。然而不幸的是，許多研究均指出，我國的立委幾乎皆以「連任」作為其首要的目標（王業立，1995；盛杏媛，1997a, 1997b；轉引自陳志杰，2002: 50），由立委改變表演問政的現況，似乎難以期待。

另一種改變之道，則在於媒體的自覺。這需要電視台高層的決心以及一些冒險精神，以及記者的專業自覺，其結果未必造成長期收視率的低落，政治媒體文化的改變或許還能增加公眾對公共事務的關心，對新聞媒體的經營帶來正面的幫助與效應。當然，無論是立委或是電視媒體的改變都需身為選民及觀眾的我們支持，以理性的態度與多元的管道，認識真實的國會運作，表達對非綜藝化立委及新聞的鼓勵。未來立委問政與電視新聞的走向仍值得我們注意。

註釋

- 1 第五屆立委爆發多起肢體衝突：2003年11月份，立法院國防委員會與全院聯席會開會議程鬧雙胞，造成立委郭榮宗、鍾紹和、郭玟成、黃宗源、林重謨等人打成一團，以及民進黨立委林重謨，影射批評同黨立委朱星羽不專業，朱星羽跳上質詢台與林重謨發生拉扯（范凌嘉，2003年11月7日）；2004年5月立院亦爆發朱星羽及賴清德肢體衝突等情事（林河名，2003年5月8日）；2004年10月，甚至爆發立委互丟水杯、便當、議事錄的情形（林敬殷，2003年10月27日）。及至第六屆，立委肢體衝突情況仍未改變，如2006年10月10日國慶大典，立委於觀禮台上大打出手，即為一例（蔡慧貞、江慧真，2006年10月11日）。
- 2 在美國參議院中，反對黨杯葛法案通過，最有效的武器就是「冗長辯論」(filibuster)。因為法案要能付諸表決，必須是所有的辯論都已結束，所以反對黨議員可以利用「冗長辯論」，以團隊接力的方式，逐一進行演說，藉此延宕或阻止法案交付表決。終結「冗長辯論」的程序，可由16位議員提案，60%的議員表決同意，限制每位參議員只有一小時的辯論時間，稱之為「終止辯論提付表決」(cloture)（陳健民，2002）。
- 3 許多人以「作秀」一詞稱此類言行（林政忠，2004年12月24日；曉明，2004年12月19日；楊泰順，2004年10月22日），但該詞彙帶有強烈批判

意味，故本研究未予採用。

- 4 立委 E 言行舉止充滿自信，眼神懇切，熱情如傳教士般滔滔不絕講述她的理念，使研究者深深感受到她所透露出的明星光環，訪談過程中立委 E 敏捷的思考力以及充滿魅力的表達方式，甚至恍惚間偶爾讓研究者彷彿成爲一名單純的觀眾，因此必須時時提醒自己注意立委 E 言談之中的漏洞、提高「警戒」。此時更能體會韋伯所謂的「魅力基礎」，是一種超乎常人的性格特質（Bryman, 1992）。
- 5 從立委 A 辦公室的陳設，包括 40 多吋的電漿電視、桌上放滿多份報紙，以及研究者進入他的辦公室時，立委 A 同時開著電視新聞與看報，訪談過程中電視新聞始終未關機的現象，並從他談吐中對於各類新聞的了解中，可以清楚發現其對時事具備相當的敏銳度。
- 6 爲保護當時人，相關新聞檢索僅註明資料庫出處。

參考書目

- 《大英百科全書：線上繁體中文版》。（2005）。取自 <http://wordpedia.tb.com/>
- 方素惠（1991年12月）。〈國會記者—權力的影武者〉，《天下雜誌》，127: 44-51。
- 王業立（1995）。〈單記非讓渡投票制的政治影響：我國民意代表選舉制度的探討〉，《選舉研究》，2(1): 147-166。
- 李人豪（2005）。《政治人物表演行爲的媒體再現：以立法委員的電視新聞報導爲例》。政治大學廣播電視研究所碩士論文。
- 李明軒（2000年12月1日）。〈爭錢奪權 混戰立法院〉，《天下雜誌》，235: 70-78。
- 林文益譯（1997）。《政治傳播學》。台北：風雲論壇。（原書 McNair, B. [1995]. *An introduction to political communication*. London: Routledge.）
- 林河名（2003年5月8日）。〈支持參與世衛 立院提案爆衝突〉，《聯合報》，A11版。
- 林政忠（2004年12月24日）。〈台美關係引爆民進黨內鬥〉，《聯合晚報》，2版。
- 林敬殷（2003年10月27日）。〈水杯 便當 預算書 6108億沒排上議程〉，

- 《聯合報》，A10 版。
- 范姜泰基、高有智（2006 年 9 月 9 日）。〈人民力量 集結凱道 倒扁靜坐今登場〉，《中國時報》，A1 版。
- 范凌嘉（2003 年 11 月 7 日）。〈議程鬧雙包 立院火爆打混仗〉，《聯合報》，A5 版。
- 郭玉珍譯（1995）。《表演藝術入門：表演初學者實務手冊》，台北：亞太。（原書 Owen, M. [1993]. *The stages of acting: A practical approach fir beginning actors*. New York: Harper Collins College.）
- 盛杏媛（1997a）。〈國會議員的代表行為：研究方法的探討〉，《問題與研究》，36(9): 37-58。
- 盛杏媛（1997b）。〈立法委員的立法參與：概念、本質與測量〉，《問題與研究》，36(3): 1-25。
- 陳志杰（2002）。《立法委員與國會記者之互動研究：資訊交換與制度安排的觀點》。政治大學新聞研究所碩士論文。
- 陳健民（2002）。〈「總統制」修憲研究初探〉，《國家政策論壇》，2(2): 1-10。
- 董介白、黃國樑（2006 年 11 月 3 日）。〈國務機要費案起訴 扁珍共犯貪污〉，《聯合晚報》，第 1 版。
- 董介白（2006 年 11 月 14 日）。〈首長特支費案 約談逾 4 小時 馬站著應訊〉，《聯合晚報》，第 1 版。
- 黃振家譯（2003）。《大眾媒體研究》，台北：學富文化。（原書 Wimmer, R. D., & J. R. Dominick [1983]. *Mass media research: An introduction*. Belmont, CA.: Wadworth.）
- 黃偉俐（2004）。《立法委員機會結構、個人活動與媒體能見度關聯性研究》。臺灣師範大學眾傳播所碩士論文。
- 楊泰順（2004 年 10 月 22 日）。〈跛腳國會 難抗行政霸權〉，《聯合報》，A15 版。
- 彭芸（1992）。《新聞媒介與政治》，台北：黎明文化。
- 蔡筱穎譯（2000）。《布赫迪厄論電視》，台北：麥田。（原書 Bourdieu, P. [1996]. *Sur la television*. Paris: Liber editions.）
- 蔡慧貞、江慧真（2006 年 10 月 11 日）。〈史無前例 雙十慶典全武行〉，《中國時報》，A2 版。

- 曉明 (2004 年 12 月 19 日) 。〈政客其實不如藝人〉，〈民生報〉，A4 版。
- 蘇拾忠 (1994) 。《策略規劃指南》，台北：遠流。
- Bruce, B. (1992). *Images of power*. London: Kogan Page.
- Bryman, A. (1992). *Charisma and leadership in organizations*. London: Sage.
- Burton, G. (2000). *Talking television: An introduction to the study of television*. London: Arnold.
- Crain, W. M., & Goff, B. L. (1988). *Televised legislatures: Political information technology and public choice*. Boston: Kluwer Academic Publishers.
- Cook, T. E. (1996). Afterword: Political values and production values. *Political Communication*, 13, 469-481.
- Delicath, J. W., & Deluca, K. M. (2003). Image events, the public sphere, and argumentative practice: The case of radical environmental groups. *Argumentation*, 17, 315-333.
- Ferejohn, J. A., & Kuklinski, J. H. (1990). *Information and democratic process*. Urbana, IL: University of Illinois Press.
- Goodnight, G. T. (1991). Controversy. In D. Parson (Ed.), *Argument in controversy: Proceedings of the seventh SCA/AFA conference on argumentation* (pp. 1-13). Annondale, VA: Speech Communication Association.
- Gronbeck, B. E. (1993). The spoken and the seen: phonocentric and ocularcentric dimensions of rhetorical discourse. In J. F. Reynolds (Ed.), *Rhetorical memory and delivery: Classical concepts for contemporary composition and communication* (pp. 141-157). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Gronbeck, B. E. (1995). Unstated propositions: Relationships among verbal, visual, and acoustic languages. In S. Jackson (Ed.), *Argumentation and values: Proceedings of the ninth SCA/AFA conference on argumentation* (pp. 539-542). Washington, DC: National Communication Association.
- Jamieson, K. H. (1988). *Eloquence in an electronic age: The transformation of political speechmaking*. New York: Oxford University Press.
- Mixon, F. G., Jr., Gibson, M. T., & Upadhyaya, K. P. (2003). Has legislative television changed legislator behavior?: C-SPAN2 and the frequency of Senate filibustering. *Public Choice*, 115, 139-162.
- McNichols, T. J. (1972). *Policy Making and Executive Action*. New York: McGraw Hill.
- McQuail, D. (2000). *McQuail's mass communication theory: An introduction*. London: Sage.

- Mixon, F. G., Jr., Hobson, D. L., & Upadhyaya, K. P. (2001). Gavel-to-gavel congressional television coverage as political advertising: The impact of C-SPAN on legislative sessions. *Economic Inquiry*, 39, 351-364.
- Nelson, J. S., & Boynton, G. R. (1995). How music and image deliver argument in political advertisements on television. In S. Jackson (Ed.), *Argumentation and values: Proceedings of the ninth SCA/AFA conference on argumentation*. Annandale, VA: Speech Communication Association.
- Schlesinger, P. (1990). Rethinking the sociology of journalism: Source strategies and the limits of media-centrism. In M. Ferguson (Ed.), *Public communication: The new imperatives* (pp. 61-83). London: Sage Ltd.
- Schnur, D. (1999). Greater than the sum of its parts: Coordinate the paid and earned media message. In B. I. Newman (Ed.), *Handbook of Political Marketing* (pp. 143-158), Thousand Oaks, CA: Sage.
- Sheafer, T. (2001). Charismatic skill and media legitimacy : An actor-centered approach to understanding the political communication competition. *Communication Research*, 28(6), 711-736.
- Steyrer, J. (1998). Charisma and the archetypes of leadership. *Organizations Studies*, 19(5), 807-828.
- Szaz, A. (1994). *EcoPopulism: Toxic waste and the movement for environmental justice*. Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.
- Weaver, D. H., & Wilhoit, G. C. (1980). News media coverage of U.S. Senators in four congresses, 1953-1974. *Journalism Monographs*, 67, 1-34.
- Wolfsfeld, G. (1997). *Media and political conflict: News from the Middle East*. Cambridge, MA: Cambridge University Press.
- Wragg, D. (1992). *The public relations handbook*. Cambridge, MA: Blackwell Business.
- Zaller J. (2003). A new standard of news quality: Burglar alarms for the monitorial citizen. *Political Communication*, 20, 109-130.

A Study of Strategies of Legislators' Acting for Television News in Taiwan

Lee, Ren-hao*、Chang, Mei-hui**

Abstract

In the rise of news media era, politicians value opportunities of TV exposure for its influence. They use their resources to gain TV news coverage. This article classified these resources as four categories: political background, issue mastering, good relationships, and abilities of expression. Through interviewing legislators, this study clarified how acting was adopted as legislator's media strategy.

The finding indicated that four resources served in an interdependent way. Acting behaviors was regarded as legislators' last choice. Meanwhile, legislators with political background and good relationship can easily avoid from showing behaviors. However, although issue mastering was essential for publicity, legislators still need other resources to gain TV exposure and put acting into consideration.

In Taiwan, quite a few legislators have adequate resources of political background and good relationships. Therefore, acting as one of abilities of expression becomes one of the important media strategies among most of the legislators' mind.

Keywords: acting, legislators, media strategy, TV news

* Jet-Go Consulting Group.

** Chang, Mei-hui is Associate Professor at School of Liberal Education, Shih Chien University, Taipei, Taiwan.