

總統參選人夫人媒介形象呈現之初探—— 以連方瑀，吳淑珍，陳萬水為例

郭及天*

王嵩音**

《 本文摘要 》

本研究主要在探討總統參選人夫人媒介形象，以報紙在2000年總統大選期間對三位主要參選人夫人（連方瑀，吳淑珍，陳萬水）的相關報導為文本，以量化之內容分析法，分析報紙在報導關於她們新聞時的報導趨勢，以及在報紙上她們所呈現的形象，進而探討不同報業立場之間是否有其差異。

研究結果發現：(1) 各報在報導總統參選人夫人的新聞則數上，以「中央日報」的報導量最多，「自由時報」最少；在報導形式上，仍以「純新聞」居多，在報導主題上則以「政治議題」與「活動參與或公關行程」最多。(2) 三位夫人在各形象指標上有其差異。(3) 各報之間無論在報導的則數或形象塑造均有顯著的差異性，這些差異性和報業本身的守門行為與政黨偏好有極大的關聯性。

關鍵字：媒介形象、總統選舉、候選人夫人、連方瑀、吳淑珍、陳萬水

* 淡江大學傳播研究所研究生

** 淡江大學傳播研究所教授

壹、研究動機

2000年台灣總統大選可視為台灣民主發展一個重要的里程碑，參選人為了政治理念和選票在激烈的競選過程中頻繁地在平面及廣電媒體中曝光，其夫人在競選期間，不但在選舉策略上紛紛以柔性的訴求爭取婦女及弱勢團體的選票，同時也在各類媒體上呈現了她們「準第一夫人」的形象。

活躍的政治人物通常是新聞媒體追蹤，注目的對象，而新聞記者的報導和描繪，對於政治人物形象的塑造有著不可忽視的影響力。過去許多研究指出「形象」與「投票行為」之間具有密切相關，認為「候選人形象」是提供投票決定的最好預測，而形象的投射或建構也變成是贏得選舉的重要過程。而「家庭生活」、「婚姻況狀」等私生活層面亦是選民評估理想候選人形象的重要依據（李郁青，1996），候選人的家庭成員，特別是配偶，在激烈的選舉過程中無可避免在媒體曝光，接受選民的檢視，並同時形塑著候選人的形象。

男性政治人物夫人必需某一程度上涉入政治及競選的過程，例如此次總統大選各主要陣營競選總部均有婦女部的組織，亦以其參選人夫人和重要幕僚夫人為組織核心（吳燕玲，2000），她們除了在造勢晚會及各類場合扮演其夫婿助選的重要角色，以微笑、握手、短暫的推銷式演說創造親民形象，塑造各候選人家庭生活和諧美滿的外觀，且某程度地宣示柔性的政策主張和承諾，企圖爭取最多的選民支持，政治人物夫人的形象無可避免地在競選時期在媒體上呈現。把目光焦點稍稍轉一下，離開所有的總統候選人，會發現此次總統大選裡，一直以來，不曾發光，躲在男人背後，永遠處於政治附屬品角色的女人，也發出了自己的光芒。

鑑於國內外過去大眾傳播媒介對於政治人物形象的研究文獻集中於政府官員、總統候選人及民意代表，而政治人物之家庭成員媒介形象則尚未有相關的研究。因此，本研究擬以報紙在本次總統大選期間對三位主要參選人夫人（連方瑀，吳淑珍，陳萬水）的相關報導為文本，分析報紙在報導關於她們新聞時的報導趨勢，以及在報紙上她們所呈現的形象，進而探討不同報業立場之間是否有其差異。

貳、文獻探討與理論基礎

一、形象理論

(一)形象的定義

本研究企圖分析台灣報紙的新聞文本如何塑造三位總統參選人夫人的形象。「形象」是一種彈性的名詞，會依人們所採取的觀點而有所不同的意義（Louden，1994）而研究形象者最主要的困難之一，便是很難獲致「形象」（Image）的操作型定義（Nimmo & Savage，1976），歷年來從事形象研究者，總是從不同的角度解釋，以符合其研究需要（胡淑裕，1987）。

形象本是心理學名詞，在心理學百科全書將「形象」解釋為「一種態度」（attitude）或心理的畫像（mental representation）（何臺明，1989），現代心理學家曾提出：當我們看見一物體，在此物體離開視線後，我們會對其保留一種記憶，而這種「記憶」或「心智形象」在另一相似物時會被喚醒，並幫助我們瞭解或解釋，此一抽象的相似物（Nimmo & Savage，1976）。Boorstin 更簡捷地說明：形象是人們對任何物體（尤其是人）的外在形式的一種人造印象或再現（Nimmo & Savage，1976）。

Lippmann（1922）在《民意（Public Opinion）》一書中指出：「人不可能對其生存環境所有人，所有事物都有親身的接觸或個別的體認，爲了應付現實情況，人因而自行發展出一套簡化認知過程的方法，那就是將具有相同特質的一群人，塑造出一套形象，然後以這套形象去評估該群體的成員。」Lippmann 認爲塑形有如我們腦海中的圖畫，有著與地圖類似的功能，它能影響我們對人、事的看法，也影響我們在社會上的角色和地位。

傳播媒介對形象的塑造與形成有其不可忽視的重要性，尤其針對人們無法經驗的事物而言，更爲重要。Luchins A. S. 從心理學角度探討，他運用實驗法證實了形象不是與生俱來的，而是經由後天所塑造的。而在這種塑造的過程中，尤以大衆傳播媒介扮演最重要的角色（胡淑裕，1987；陳先隆，1995）。李金銓（1982）亦指出：「我們的直覺感官經驗太狹窄了，必需靠傳播媒介來提供社會的形象，才能形成意義，尤其是在我們直接經驗以外的事物，傳播媒介對我們而言愈形重要，影響力也愈大。」由此可知，形象的形成，尤其是無法接觸者，更需借助大衆傳播所提供的訊息，建立參考架構，以形成形象。

許多實證研究亦證實，大衆傳播媒體的確具有塑造形象的功能。Dawson（1961）

發現大眾傳播媒體的暴露與形象的形成有極顯著的關聯性，Markham（1967）在一項為期5年（1959－1964）的大規模研究中也發現類似的發現，他更進一步指出印刷媒體在這一方面所具有的影響力；國內方面，李郁青（1996）以媒介形象設定理論為基礎，指出台灣選舉期間媒介議題具有候選人形象設定的效果，金溥聰（1997）亦以1994年台北市長選舉證實了報紙對候選人形象設定效果。

（二）政治人物形象的相關研究

許多研究證實了「政治人物形象」與「投票行為」之間密切的相關性。由於政治環境的使然以及媒體資訊的不清楚，使得投票者身處在不得不以候選人形象做為選舉依據的兩難環境下（Conover & Feldman，1986），也就是說，投票者理性上瞭解到應以議題導向為投票依據，但感情上卻以形象（候選人）導向為投票依據。例如陳義彥在1992年的研究即發現，國內投票取向的依據以候選人取向為最多，佔55%，超過政見取向的30%及政黨取向的15%（梁世武，1994）。亦有研究（梁世武，1994；陳信助，2000）認為候選人形象是提供投票決定的最好預測，而形象的投射或建構也變成是贏得選舉的重要過程，可見「候選人形象因素」在選舉中自然扮演著相當重要的角色。不過，Hellweg等（1989）也指出形象一直被認為是政治層面中最重要、但也最難被瞭解的領域。

從投票者的觀點來看，形象被認為是一種「主觀真實」，包含著許多印象類型，其中包括投票者對候選人特質、政策、價值、以及競選活動的信念。若從候選人觀點來看，政治形象通常意味著候選人投射至投票者的訊息與來源，所以形象是投票者與候選人協商合作後的評估（Louden，1994）。

至於政治人物的形象包含了哪些成份？政治人物的理想形象又為何？這都是政治人物形象研究的重心。Hacker（1995）即曾發展出政治人物形象分法模式：「工作屬性（如誠信、智慧、獨立）/個人屬性（如：口才、可親）」、「政治角色屬性（與任公職有關的行為與資格）/風格角色屬性（與政治非直接關係，如溝通能力、個人特質）」、「個人屬性/權力強度」。

密西根大學「調查研究中心」（Survey Research Center），在1952年至1972年間進行一系列總統大選候選人形象的調查研究，該中心要求選民就經驗能力、領導特質、個人屬性、政黨代表性、對議題的看法、內政外交政策以及團體關係等項目，對總統候選人的形象表示意見。研究發現，在研究的20年間，有55%選民的陳述著重在候選人的「個人屬性」層面，且大部分呈現「正向形象」（Nimmo & Savage，1976）。而Graber（1972）也發現，報紙在報導選舉新聞時，較重視候選人的「個人特質」，其次才是「個人風格」與「專業形象」（Nimmo & Savage，1976）。

李郁菁（1996）總結了 Kinder, Graber, Sigel 等學者的研究，歸納出美國人民評估總統候選人的形象類目。包括：(1)候選人誠實與否；(2)候選人的學識、經驗和背景；(3)候選人的領導能力；(4)候選人的聰明才智；(5)候選人的口才；(6)候選人的獨立性；(7)候選人之政策立場；(8)是否有創意；(9)是否有幽默感；(10)是否具有親和力；(11)候選人的媒體形象；(12)候選人政治哲學；以及(13)候選人與公眾的關係等。

而國內政治情勢與政治文化均不同於西方，若以國外政治人物的形象類目來從事國內研究，也是極不恰當的。因此李郁菁（1996）亦整理過去國內人物形象研究，歸納出候選人形象類目，依其性質分為12類：(1)能力：如做事能力，過去公職表現等；(2)經驗與經歷；(3)領導才能與魄力：如自我推銷、交際手腕、媒體表現、危機處理能力、領導才能與領袖氣質、做事態度等；(4)政治風格：如平時的行動取向；(5)品德：如家庭生活、婚姻與私生活、廉正與否等；(6)儀表；(7)個性、性格、脾氣與風度；(8)聰明才智；(9)個人背景：如家庭背景、成長過程、教育程度等；(10)口才；(11)政黨代表因素：如政治理念與意識型態，政治人脈與派系、所屬政黨之影響因素等；(12)議題政見。

國內政治人物形象研究相當多，包括：胡淑裕（1987）以內容分析法研究報紙如何塑造孫運璿、林洋港、李登輝等人的形象；何臺明（1989）以內容分析法和語意區分法研究報紙文本中立法委員趙少康，朱高正形象；張寧民（1993）以內容分析法和語意區分法研究前任行政院長郝伯村在聯合報的形象如何被塑造；陳先隆（1995）以內容分析法和符號學分析法分析83年台北市長選舉期間，黃大洲，趙少康和陳水扁的形象在各報紙的新聞報導、評論和漫畫如何被呈現；郁嬾如（1997）以新聞論域分析法分析李登輝、台灣與中國大陸在國際報紙的形象呈現；連珊惠（1998）以內容分析法比較報紙呈現馬英九，陳水扁，王建瑄的形象特質；吳惠芬（1998）以內容分析法比較了83年與87年報紙呈現選舉期間陳水扁個人形象的差異；黃秀（1999）以內容分析法及符號學分析電視新聞如何塑造，定位非選舉期間陳水扁的形象角色；陳信助（2000）則以選民「認知決定論」的觀點切入，以問卷調查法分析2000年總統大選候選人連戰，宋楚瑜及陳水扁的形象；廖唯超（2001）以內容分析法分析2000年總統大選三位主要參選人連戰、宋楚瑜及陳水扁之報紙競選廣告對候選人形象之塑造等。

檢視以上國內人物形象的相關研究可以發現，人物形象的相關研究文獻集中於政府官員，總統、地方首長候選人及民意代表等政治人物，而政治人物個人之人格特質亦是政治人物形象研究中特別著重的部分，其所構成的形象內容較能影響大眾對其形象認知。而文獻中亦發現，政治人物除了能力、經驗、理念、政黨等公領域的因素影響其形象外，家庭、婚姻等私領域因素亦影響著政治人物的形象。政治人物的夫人她們丈夫能在政治舞台上擁有其地位，妻子必然也能相應於因夫而貴，她們無可避免的某程度的涉

入政治過程，廣義而言，她們屬於政治人物，特別在競選期間從事競選活動，形塑家庭美滿和樂形象，爭取婦女選票，甚至在競選組織中擔任要職，本研究即企圖分析總統候選人夫人在競選期間新聞文本中所呈現的形象。

(三)大眾媒介對女性形象的塑造

現今的社會中，女性的利益是臣屬於男性的權力的，這樣的權力關係會以很多種的形式出現，從勞力的性別差異，社會的生產組織，到對婦女的特質規範都是。男性的意識型態，主導西方文明的架構，事實上，現存的社會幾乎都是以此為基礎而建立起來的，無論任何宗教信仰和政治體系均無例外，而這個「男性」意識型態則深植人心。男性意識型態會化為種族歧視、重男輕女和階級區分等形式，它主要是一種階級的意識型態（Hite, 1994）。所以女性在此種傳統觀念的束縛下，在男性的價值與標準下過活，而這種標準的價值觀一直透過大傳傳播的管道深植在我們的觀念中。

不少媒體研究者，從廣告、電視新聞、雜誌、報紙中對於女性在大眾傳播媒體中的形象進行研究。從大眾傳播媒體對女性的塑造及描述中，大都發現女性被描述成位居男人之下的「第二性」，甚至 Tuchman (1978) 指出，在大眾傳播媒體中的女性形象，不是受責難的，就是瑣碎的，又或者在大眾傳播媒體中根本看不到女性的形象，他甚至認為大眾媒體中的女性面貌是「符號上的滅絕」(symbolic annihilation)。雖然也有研究者認為女性地位逐漸提昇，媒體無法「消滅」，但媒體所依據的傳統父權體制價值觀，仍具有貶抑女性地位的符號表現（楊祖珺，1997；董蘭英，2000）。

許多研究指出，女性多半和家庭主婦，美麗性感的外形相結合，且出現在家庭用品和化妝品的廣告，而較少出現於高消費商品中，在兩性互動中，女性常屬於依附男性、缺乏獨立自主的角色，而媒體的敘述語言秩序也往往呈現出男性為理性冷靜的發言人，而女性多為感性的回應者（黎曼妮，1989；王宜燕，1991）；雜誌方面，一項針對「時代雜誌」封面的研究指出，從1923年到1987年當中，只有14%的女性被當成封面人物（Johnson & Christ, 1987）；新聞報紙中，女性常與受害者，負面形象和軟性消息相關聯（楊祖珺，1997）。

而在一般報紙的要聞版面中，女性出現的機會很少，除了極少數的女性從政者的重大活動之外，例如最近陳水扁總統大量任用女性閣員，呂秀蓮副總統對女性角色在政治體制所受不平等待遇的抱怨。而在報導這些在男人世界中展露頭角的女性時，新聞中似乎總是儘量向社會展現她們傳統女性的特質（如溫婉或性感），似乎是要避免讓這個慣例上由男性主控的社會因女性人才的崛起受到過度的威脅，也似乎在告訴這個社會，不管是擔任何種角色，傳統「女性」的特質依然十分重要（張錦華，1994）。

美國報紙也有相同的情況，Potter (1985) 曾檢視1913、1933、1963、1983年的五

份美國菁英報紙的頭版新聞，企圖瞭解男女兩性作為新聞主角之比例差異。結果發現，以女性為主角者，僅佔7.3%，而以男性為主角者則高達61.6%；而以女性為主角之新聞有逐年減少之趨勢；再以主題來看，女性新聞多集中在流行、聳動性新聞，絕少出現在政經新聞之中。Aker（1993）亦發現美國報紙在寫政壇女性新聞人物時，往往要對其衣著，髮型，女性氣質，甚至指甲油的顏色，化妝的濃淡，以及婚姻狀況先品頭論足一番，反而對其政治資歷，專業背景，議題立場等只幾筆帶過，或甚至根本略而不提。但是在報導男性政治人物時，最重要的內容，顯然絕不是其衣著及家庭。因此大眾傳播媒體強化了對於女性角色的觀念，因為媒體中出現的女人，通常只集中在非常狹隘的範圍之內。

由以上相關研究看來，不論在新聞媒體或是其他文本之中，都呈現男性主導的權力結構。各類媒體對女性的描述都被渺小化，甚至消失了，男性的標準，男性的注視，男性的權力，以及男性的數量，主宰著螢幕的活動（張錦華，1994）。大眾傳播媒體強化了對女人角色的觀念，女性在大眾媒體中通常只集中在非常狹隘的角色範圍內（流行新聞、軟性新聞、家庭消費等），仍侷限於傳統的依附性、從屬性的弱者角色，甚至被消費物化為男性的性對象，而對於現代女性多元化的表現，在職業或公共事務上所展現的正面能力，在社會上應有的平等發展地位，以及晉升為社會高層權力結構的合理機會，仍未能給予真正的尊重。以上媒體所顯現的女性樣貌雖非牢不可破，並且已隨社會環境變遷，逐漸有提升和趨向平等之呈現，然而與男性之處境相較，仍可見媒介不斷複製有利男性利益之世界觀及性別關係，在父權意識型態的細密網絡下，使既存的性別體制合理化、理想化，從而強化其既有之優勢地位，並確保女性的附屬角色。

本研究藉由檢視其他文本中之女性研究，意欲探析媒體如何再現與政治領域關係極為密切、卻又依循封建政治本質延續下來的某些規則的政治人物夫人形象。因此，透過前兩節媒介對政治人物形象及女性形象塑造的文獻探討，來看女性與政治之間，以及其相關研究。

二、女性與政治

（一）女性與政治概述

在歐美地區，女性與政治（women & politics）研究到1960年才開始蓬勃起來。女性主義者認為政治科學界過去到現在仍舊由絕大部分男性所掌控，無論在數量上，位階上或輸出面來看，皆是如此。當這些男性政治科學者真正討論到女性時，如同女性主義批判者所指出的，他們（男性）的詮釋通常是帶有性別歧視的。性別差異在政治學領域中，如同在其他社會科學中一樣，有幾種形式：1.省略了女性做為主體，而將之包括在

所謂的「人類/男性（“humanity”、“mankind”、“man”）」的總體下；2.在提到女性時著重在探討其對男性的重要性，而非女性本身的利益；3.假設男性與女性的本質或天性是不同的，而男性是較優越的，至少是正常的（江素慧，1996）。

一般認為愈接近真實的政治權力運作場域，女性的重要性愈低，正如學者 Vicky（1987）所言：「女性被歸為私領域，政治公領域的環境所需有的能力與認定的女性特質不合，女性長期被排除在政治參與和公共政策制定之外，政治邊緣化的角色自然形成」。在政治體制中，越是高層、涉及決策能力的政治職位，女性所能獲取的席次就越低。

因此，在政治場域中女性是有限的觀察角色，因此她們不太可能被選來做研究，除了在投票行為的領域之外。直至1970年代，有關女性政治菁英的資訊是很難獲得的，古典菁英研究總假設菁英是男性，也不太去關注及研究少數出現的女性菁英。

如前所述，女性政治菁英無論在何時何地都是少數。但總是有個別的女性支配著巨大的政治權力，這些女性包括：埃及艷后，伊莉莎白一世，凱撒琳大帝，聖女貞德，法王路易15情婦彭巴杜夫人等；再晚近一點有裴隆夫人，梅爾夫人，甘地夫人，柴黎爾夫人，艾奎諾夫人以及瑞典總理布蘭特夫人等。她們的成就並不能單純的解釋為家庭連繫，如柴黎爾夫人等（Vicky Randall, 1987）。不過這一串漂亮的名單並不代表在政治領域中女性已獲得成功，全面的來看，女性在政治領域中確實是少數。

不但在國會，政黨和官僚的制度化政治場域中如此，在制度化之外的政治場域亦然。在俄國及中國的革命中，女性被動員進入革命運動，但女性仍扮演有限的角色，她們不被允許發展任何自身的權力，並且只有極少數的女性能藉由其與男性政客之間的私人關係獲得重要的政治影響力，如阿根廷的裴隆夫人以及某些美國總統的妻子；有些女性除了與國家領導人的私人關係外也被任命某些政治職位而獲得其權力，例如江青，伊美黛馬可仕，南斯拉夫總統狄托之夫人及羅馬尼亞總統西奧賽古夫人等（Vicky Randall, 1987；江素慧，1996）。

在中國，嚴禁婦人參政，是爲了避免亂邦滅國的命運。屈指歷數，有「紂之滅也嬖妲己」，「幽王之擒也淫褒姒」…這種離開社會基本矛盾運動，離開階級或集團衝突的根本原因，把敗亡歸咎於女人是禍水的說法，顯然是荒唐的。但它能在漫長的封建社會中站穩腳跟，必有其一定之合理性。中國封建政治的本質是建築在私有制家庭基礎上的父權家長制，它的基本特徵有二：一是王權更迭，必須在父系血親中延續；二是實行家長制的統治。而婦人參政，在封建統治的最高層裡，其實是對父系王權的侵削。不管涉入的程度如何，無論是否有政績，都難以留下口碑（李海生，1993）。

在中國歷史上，禁止后妃干政的理論，在先秦時代已有跡可尋。「牝雞司晨惟家之

索」、「哲夫成城，哲婦傾城」、「女正位乎內，男正位乎外」、「亂匪降自天，生自婦人」、「婦無公事，休其蠶織」、「毋使婦人與國事」、「女子亂之宮」、「聽祖母之命，女子用國，…可亡也」等等戒律，均早見於先秦（劉詠聰，1993；江素慧，1996）。而封建王朝中女主介入朝政的豐富史例證明，即使在意識型態緊繃的年代，處於特殊地位的女性仍然有可能在禁制網罟中發揮或大或小的影響力，只是這樣的影響力不為社會規範接納而已。這些例證說明男性雖極力阻止女性在公領域內行使權力，但卻無法禁絕女性繞過或遵循體制發揮影響力，而從女后必須「母儀天下」，史家稱頌宋代皇后堅持維護皇室正統的理想可以看出男性在阻絕女性進入公領域的同時，一併要求女性發揮安定私領域以支持公領域的作用（程念慈，1997）。

民國83年總統選舉期間各組候選人的競選方式，將「女性」，「家庭」，「政治」相互間的複雜關係表露無疑。此次競選活動與過去相似，各黨籍男性候選人的女性眷屬都隨同或單獨為其助選，有許多候選人打的口號就是「一人當選，二人服務」（謝瑾瑜，1995）。媒體稱這些候選人眷屬組成的助選陣容為「娘子軍」（張正莉，1996），她們的助選行為有下列幾項共通處（參考程念慈整理，1997）：

1. 以候選人的配偶為主體，另包括其女性家庭成員如女兒和媳婦；若候選人本身為在位者，則包括許多官夫人為其助陣，當媒體提及後者時，經常只稱呼她們為「某某的妻子」而不稱姓名。
2. 活動地點多為育幼院、老人院、市場、寺廟、婦女會、原住民團體等弱勢族群聚集之處，場合多為慶祝，遊藝，體育活動。
3. 其言行不包括具體的政策主張和承諾，多半只以微笑、握手、短暫的推銷式演說創造親民形象，以贏得選民好感。
4. 活動目的之一在於塑造各候選人家庭生活和諧美滿的外觀。

女性副總統候選人王清峰雖為候選人之一，但其配偶並未如男性候選人般為其助選，反倒是王清峰本人除進行一段男性候選人所從事的宣傳活動外，亦必需部分套用「眷屬助選」的模式為陳履安助勢。這些政治人物的妻子扮演的角色仍是傳統而低調的角色，她們面對婦女群眾爭取支持時，僅以女性家屬的身份為其配偶人格與能力背書，候選人的妻子和女性選民的接觸，僅是女性彼此間的情感交流。

（二）男性政治人物夫人的相關研究

國內對於男性政治人物夫人的研究並不多見，楊祖珺（1997）研究1950年到1997年台灣報紙的女性角色，在47年來的女性新聞中，政治新聞僅佔8.82%的比例，而在1950~1960年間「國防、外交」政治面向的新聞，女性之所以出現的原因只有一個：擔任新聞配角，而這位配角就是「蔣宋美齡」，足見在台灣早期威權時代蔣夫人幾乎佔據了所

有女性在政治新聞出現的版面。而在1970~1980年的新聞中，蔣宋美齡有72.7%是以「蔣總統暨『夫人』」的「新聞配角」出現；27.3%則報導了「婦聯會終身主席蔣夫人」的個人表現。

而江素慧（1996）對女性政治菁英的分類，將其參與政治的模式分成三類：依夫型、政治家族型、獨立型。依夫型的女性政治菁英多是政治受難者家屬，學者在討論時總是帶著負面的評價，認為這些女性不是具有獨立性格的，是保守的，對政治不感興趣，受男性操控，她們的參政是爲了取悅某些人；政治家族型的女性政治菁英，學者的看法也多爲負面，她們少有憑藉個人條件參選，基本上所扮演的仍是從屬角色，且女性要在家族中出線則沒有男性所具有的正當性；而獨立型則較會隨民主化發展而增加。

在國外男性政治人物夫人的相關研究方面，則多數集中於「第一夫人」的研究，特別以在政治領域表現突出或有特別新聞價值的第一夫人作爲研究對象，例如：羅斯福夫人艾蓮娜（Eleanor Roosevelt）、柯林頓夫人希拉蕊（Hillary Rodham Clinton）等。

Gutin（1983）認爲美國人民對第一夫人的印象來自於其女性的傳播活動，這些活動形塑了她們公衆形象，他分析了1920年到1976年美國第一夫人的成長背景、主要的傳播活動、政治情勢、爲新聞及傳播所作的準備、與其夫婿的關係、在其夫婿決策過程涉入的程度、總統及第一夫人對女性的觀點等。研究結果發現：

(1)第一夫人大致可以區分爲三類：社交出席（social hostesses and ceremonial presences）如 Florence Harding, Grace Coolidge, Bess Truman, Mamie Eisenhower 等；初步女性發言人（incipient spokeswomen）如 Lou Hoover, Jacqueline Kennedy, Pat Nixon 等；以及政治代理人及獨立倡議者（political surrogates and independent advocates）如 Eleanor Roosevelt, Lady Bird Johnson, Betty Ford 等。

(2)第一夫人身爲白宮公衆傳播角色活躍與否的主要因素包括：年齡、健康狀況、家庭義務關係、總統對其妻參與政治的態度、當時社會及歷史的情境。

(3)美國人民較爲接受關心女性議題的第一夫人，但若過於實質干涉總統公務則會引來較多的批判及譴責。

Franklin（1999）以內容分析法分析了美國媒介（L. A. Times, Washington Post, USA Today, ABC, CBS, NBC）對第一夫人 Hillary Rodham Clinton 的媒介建構。研究結果顯示，媒介仍持續地以政治面向而非傳統社會的觀點來報導第一夫人，媒介關注政治上公開活躍的第一夫人，因此媒介多在討論以及批判她政治上的權力與影響力。新聞報導持續地聚焦在她第一夫人角色的擴張，並且極少報導她在政策改革的新聞。

Decamp（1994）比較了第一夫人希拉蕊的形象在各類媒體之間的異同。作者比較了包括三家電視台，三份報紙，三份雜誌在1993年間所描繪的第一夫人形象。分析的類

目包括了：新聞內容、新聞數量、陳述方式、希拉蕊的形象、柯林頓的角色、是否有平衡報導、當新聞有偏見時採用了何種框架、報導記者的數量、新聞照片的呈現等。

Allougi (1998) 以女性主義觀點分析了媒介對第一夫人在競選活動及平時報導的轉變，在男性霸權的美國第一夫人被視為一種修辭學 (rhetorical) 功能。儘管媒介對女性議題更為關注，他發現在96年大選中，媒介還是將女性排除在政治權力之外，以及維持男性在公共政策上的掌控力。

Detman (1996) 以批判主義，後結構主義及女性主義的觀點，檢視了 New York Times, Washington Post, 和 New York Post 在1992年美國選舉期間有關第一夫人希拉蕊的新聞報導，分析女性在現今社會的地位，其研究的主題包括了家庭，職業婦女，平等主義和傳統主義的關係，女性參政，以及婚姻。研究結果發現，希拉蕊適時地運用某些特定媒介作為探索、討論、挑戰、建構、強化女性社會地位議題的工具，這些媒介包括了文學作品、廣告、電影、電視、雜誌及愛情小說。作者在關於希拉蕊的新聞報導找出二元對立 (如：女性主義/傳統主義，工作/家庭，職業婦女/家庭主婦)，這些建構希拉蕊形象的二元對立不只對第一夫人地位的迷思是一種威脅，對公認的適當男女特質觀點亦是，這種證實客觀真實的二元對立簡化和模糊化了女性的複雜性。男性和女性都藉著社會所認可的論域來瞭解社會和行為，而這個論域多數都是新聞媒介所建構出來的真實。

由上述文獻可以發現，無論古今中外，女性在政治場域中只是男性的附屬角色，即使由於婚姻裙帶關係使女性進入政治場域，亦無法脫離陪襯的角色，本研究透過相關文獻的檢視，試圖描繪報紙新聞文本中，涉入政治場域卻又必需依循傳統封建本質總統參選人夫人的形象。

三、媒介政黨偏好

彭芸 (1992) 認為所有民主的先進國家都認為這是一個媒介政治的時代，媒介幾乎操縱了整個政治過程，從最基礎的政治社會化到民意環境的反應，繼而塑造政治人物的形象，報紙報導政治事件的經緯，到政府各部門功能的解釋、說明、評論等，在在都可以瞭解大眾媒介無所不在的本質。尤其是選舉期間，大眾媒介更左右了候選人與政見出現與否，以及出現率，出現效果等。陳世敏 (1992) 亦認為各報的新聞報導，呈現極明顯的政治立場，無論就報導的數量或性質來看在在顯露了高度的選擇性。

媒介對候選人無法一視同仁，古今中外皆然。在選舉中，媒介往往為選民做了判斷率先剔除了一些候選人，例如彭懷恩 (1997) 就發現96年台灣總統選舉無黨籍的李志仁與高玉樹曾很努力爭取公民連署，但媒體對他們的報導就遠不如林洋港與陳履安。雖然

李志仁花費許多金錢購買第四台的時段，推出政治廣告，但並未被媒介賦予「合法」候選人地位。

過去研究顯示，報紙媒介遠較電視媒介具有立場（Robinson，1992）。事實上台灣各家報紙編輯政策各有強調，每一家報紙呈現選舉過程時的重點與方向就南轅北轍，差異極大（彭芸，1992）。過去本研究所採樣的四家報紙政黨偏好與政治立場相關研究分述如下：

中央日報是中國國民黨的機關報，過去它肩負有為黨宣傳及為政府宣傳的雙重使命，在新聞及言論上，充份代表政府及當時執政黨——國民黨的策略（何臺明，1989）。

中國時報與聯合報則是台灣發行量最大的兩家報紙，具有舉足輕重的輿論主宰力量，他們在國家認同上屬於「兼顧台灣認同與中國認同」的報紙（蘇嫻雅，1998），但是立場仍略有不同之處，中國時報比較傾向開放，而聯合報則略顯保守（林美惠，1987），而且中國時報對李登輝所領導的執政當局採取支持的態度，而聯合報在90年國民黨政爭之後，與李友善的關係開始產生變化（蘇嫻雅，1998），聯合報對主流派負面修辭的操縱，幾乎完全集中在李登輝的領導風格上（倪炎元，1995），在96年總統大選，聯合報很明顯的站在郝伯村所代表的非主流陣營那一邊（蘇嫻雅，1998）。

自由時報在國家認同上，是屬於「台灣認同」的報紙，對於「台灣意識」強烈的候選人，明顯較為友善，對主張「文化中國」或「中華國協」的候選人則沒有那麼友善（蘇嫻雅，1998）。

四、研究問題：

經由上列的文獻回顧，本研究試圖觀察2000年大選總統參選人夫人形象，而根據其所發展出來的研究問題如下：

1. 在聯合報、中國時報、自由時報、中央日報的報導中，各報報導三位總統參選人夫人新聞內容的趨勢為何？
2. 在聯合報、中國時報、自由時報、中央日報的報導中，報紙所塑造三位總統參選人夫人的形象為何？
3. 各報之間所塑造的形象是否有其差異性。

參、研究方法

本研究採用內容分析法，對「聯合報」，「中國時報」，「自由時報」，「中央日

報」內容中有關三位主要總統參選人夫人連方瑀，吳淑珍，陳萬水女士在競選時期的新聞報導進行分析，探討國內先前人物形象研究較少觸及的「總統夫人形象」。

王石番（1991）認為內容分析是研究傳播行為的系統途徑，研究過程有許多不同說法，但大致含蓋以下十點：(1)形成研究問題或假設；(2)界定母群體；(3)抽取樣本；(4)建構類目；(5)界定分析單位；(6)建立量化系統；(7)執行預測，建立信度；(8)依照定義，將內容編碼及登錄資料；(9)分析資料；(10)下結論並解釋。

內容分析固然被認為是具有客觀、系統這兩項特性，但 Holsti 認為內容分析不一定得量化，因為質與量並非截然不同，而只是測量程度上的不同而已。他反對將內容分析僅限於明顯的傳播內容，認為只要能夠從獨立的證據中獲得確認的事實，那麼針對隱含的傳播內容從事研究，也是被允許的（轉引自何臺明，1989）。本研究針對研究目的所需，對量化與質化分析相互並用。先以量化分析完成資料的歸納與統計，再以質化分析加以解釋，進而推論傳播內容的目的以及訊息呈現的深層意義，即所謂「量化質析」。

一、分析對象

本研究對「聯合報」，「中國時報」，「自由時報」，「中央日報」內容中有關三位主要總統參選人夫人連方瑀，吳淑珍，陳萬水女士在競選時期的新聞報導進行分析，為了顧及「競選期間」的人物媒介形象，採樣的時間自88年7月1日起至89年3月18日總統選舉投票日止，共計約10個半月的時間。限於樣本數量較少，不擬抽樣，這段期間凡相關「連方瑀」，「吳淑珍」，「陳萬水」的新聞都將做為分析樣本。經筆者詳閱所有樣本之後，發現部分樣本內文雖有提及上述人物，但並非以她們為新聞報導主體。此類非為事件主體新聞，筆者決定予以捨棄，期望以此樣本的選取，更能符合本研究的研究範圍及目的。故本研究共計選取70則新聞。

二、分析類目

Berenson 認為「內容分析的成敗決定於內容的類目」，依其分類，內容分析的類目可分為兩大類：「說什麼（What is said）」類目與「如何說（How is said）」類目，所有類目必需「互斥」、「周延」與「可靠」（Wimmer & Dominick，1998）。根據上述原則，在「如何說」類目中，採取陳述類型類目；在「說什麼」類目採取主題類目與形象類目。本研究的類目分述如後，並對各類目分別賦予操作型定義，編碼原則詳見附錄一。

（一）陳述類型類目：

陳述類型類目即報導的型式，分為純新聞、新聞評論、人物專訪三項。

(二)主題類目：

主題類目即報導主題，分爲政治議題、家庭及夫妻關係、活動參與及公關行程、個人特質四項。

(三)形象類目：

由於形象並非具體清晰的圖畫，它具有簡化，概念與情感的特質，以凸顯人格特質屬性的一種抽象概念，因此形象建構層面應是很廣泛的。1957年，心理學家 Osgood 等（1964）在其所著《意義的測量（The Measurement of Meaning）》一書中，發展了一種由正反兩極形容詞所構成的七等級標尺（scale）來測度一個字詞或一個概念的意義與強度。他利用語意分析將得到的資料，進行因素分析，經多次測定，發現人們通常使用三種不同的層面來判斷一個概念：(1)評價因素（Evaluation Factor）：如高的/矮的、美的/醜的；(2)效能因素（Potency Factor）：如強的/弱的、重的/輕的；(3)行動因素（Activity Factor）：如主動的/被動的、敏捷的/遲緩的。而「語意區分法」原本是用於研究語言學，後來則被廣泛運用於態度測定、意見調查、廣告調查等，李茂政（1984）即認爲語意區分法是衡量形象的工具之一。

由於本研究對象較爲特殊，與過去國內相關政治人物形象研究有所差異，因此本研究在擬定形象類目時除參照過去學者所發展出形象類目（何臺明，1989；張寧民，1993；陳先隆，1995），並兼顧研究實際考量，儘可能包含研究對象形象的每個面向，初步建構一套可供測度的「語意區分形象量表」，並採用五等級標尺測度。

形象量表的發展係依據語意區分正反兩極形容詞之原則制訂，經多次修正後，建構一套由11個正反兩極形容詞變項所組合成的形象量表，所牽涉層面包含第一夫人公私領域的形象。

理論上一個字詞或任一個概念中存在一個多層構成的語意空間，而人們通常使用三種不同的層面來判斷一個概念：(1)評價因素，(2)效能因素，(3)行動因素。本研究評價因素發展四個指標，分別爲：「文雅的 vs 不文雅的」，「溫柔的 vs 不溫柔的」，「平易近人的 vs 高高在上的」，「革新的 vs 保守的」；效能因素發展三個指標，分別爲：「政治能力強的 vs 政治能力弱的」，「善於表達的 vs 不善表達的」，「有見解的 vs 膚淺的」；行動因素發展成兩個指標，分別爲：「主動積極的 vs 被動消極的」，「受人歡迎的 vs 不受歡迎的」。

三、信度分析

本研究以「編碼員信度法」檢定信度。Wimmer 和 Dominick（1998）認爲需就總樣本的10%~25%作信度分析，因此本研究隨機抽取10則之新聞作信度檢定。檢測過程

由筆者及葉國隆，張誌暉二位研究生擔任編碼員，先就類目，量表類歸原則與定義進行溝通，並施行信度檢定。

(一)兩人相互同意度：

$$\frac{2M}{N1 + N2} \quad M \text{ 為完全同意則數}$$

N1及N2為每人應同意數（即總數）

經測量後三位編碼員相互同意度為：

	郭	葉	張
郭	--	0.67	0.71
葉	0.67	--	0.62
張	0.71	0.62	--

(二)信度：

$$\text{信度} = \frac{n \times (\text{平均相互同意度})}{1 + [(n-1) \times \text{平均相互同意度}]} = \frac{3 \times 0.667}{1 + 2 \times 0.667} = 0.859$$

肆、資料分析

一、各報報導三位總統參選人夫人新聞則數、報導型式及報導主題

表1-1 各報報導有關連方瑀，吳淑珍，陳萬水新聞則數統計及其差異統計表

	連方瑀		吳淑珍		陳萬水		合計	
	則數	%	則數	%	則數	%	則數	%
聯合報	8	11.4	8	11.4	10	14.3	26	37.1
中國時報	5	7.1	4	5.7	5	7.1	14	20.0
自由時報	0	0.0	1	1.4	1	1.4	2	2.9
中央日報	24	34.3	2	2.9	2	2.9	28	40.0
合計	37	52.9	15	21.4	18	25.7	70	100.0
x ² 值	21.176							
自由度	6							
Prob	0.002							
C 值	0.389							

由表1-1資料顯示四份報紙從88年7月1日到89年3月18日總統大選報導連方瑀，吳淑珍，陳萬水的新聞共計70則。

就各報出現的則數而言，聯合報有26則，佔四報總則數37%，中國時報有14則，佔20%，自由時報有2則，佔3%，中央日報有28則，佔40%，顯示各報在報導總統參選人夫人的新聞則數上，以「中央日報」和「聯合報」的報導量最多，「自由時報」最少。

再就各報對三位夫人新聞的報導則數作比較，報導連方瑀則數計37則，佔53%，報導吳淑珍新聞有15則，佔21%，報導陳萬水新聞有18則，佔26%。總體而言，以連方瑀報導的頻率較高，但實際上，「中央日報」報導連方瑀的則數和比例相當高，相對的也使其在報紙報導的總數上最多，而其他報紙對三位夫人的報導數量則較平均。

本項進一步以卡方統計分析各報在報導三位夫人新聞的數量上是否有差異的趨勢，根據表1-1，四報在報導三位夫人的則數上有顯著的差異存在（ $\chi^2 = 21.176$ ， $DF = 6$ ， $p = 0.002$ ，C 值達0.389）。顯示各報在報導三位夫人的新聞則數上因報紙的不同而有不同。「中央日報」以報導連方瑀的新聞最多，「聯合報」雖以報導陳萬水的新聞較多，但與中央日報相較則較為持平。

表1-2 各報報導有關連方瑀，吳淑珍，陳萬水新聞陳述類型統計表

	聯合報		中國時報		自由時報		中央日報		合計	
	則數	%	則數	%	則數	%	則數	%	則數	%
純新聞	23	32.9	8	11.4	2	2.9	28	40.0	61	87.1
新聞評論	0	0.0	6	8.6	0	0.0	0	0.0	6	8.6
人物專訪	3	4.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	3	4.3
合計	26	37.1	14	20.0	2	2.9	28	40.0	70	100.0

由上表的資料顯示，「聯合報」，「中國時報」，「自由時報」，「中央日報」在有關三位夫人的報導類型上，四報都以純新聞為主，佔87%以上，而新聞評論與人物專訪較少。事實上，除了「聯合報」在89年2月14日曾對三位夫人作專訪，以及中國時報不定期在小方塊文章中呈現三位夫人的評論外，其餘各報都仍以純新聞的版面呈現有關三位夫人的新聞。

表1-3 各報報導有關連方瑀，吳淑珍，陳萬水新聞主題類目統計表

	聯合報		中國時報		自由時報		中央日報		合計	
	則數	%	則數	%	則數	%	則數	%	則數	%
政治議題	16	22.9	5	7.1	2	2.9	3	4.3	26	37.1
家庭關係 & 夫妻關係	7	10.0	3	4.3	0	0.0	2	2.9	12	17.1
活動參與 & 公關行程	1	1.4	0	0.0	0	0.0	23	32.9	24	34.3
個人特質	2	2.9	6	8.6	0	0.0	0	0.0	8	11.4
合計	26	37.1	14	20.0	2	2.9	28	40.0	70	100.0

上表資料顯示各報在報導有關連方瑀，吳淑珍，陳萬水新聞的主題以「政治議題」與「活動參與或公關行程」最多，分別佔全部報導量的37%與34%，「家庭及夫妻關係」主題居次，佔17%，而關於「個人特質」的主題最少，佔11%。值得注意的是，「中央日報」報導時著重主題在於「活動參與或公關行程」，與其他三家民營報紙以「政治議題」為著重主題有很大的不同。

由以上分析可以發現，「中央日報」和其餘三家報紙在報導總統參選人夫人形象的型態有極大的不同，中央日報可能受限於黨報的經營型態，在立場上以為黨的候選人宣傳為主，相對的在報導時即偏重國民黨的候選人，報導主題上也以「活動參與或公關行程」為主，呈現較僵化且一元的報導型態，對於衝突性的政治議題和軟性的家庭或夫妻關係較少著墨。而其他民營報紙則較沒有特別偏重報導的候選人夫人，與市場上強調的平衡報導有關，民營報紙為求廣大的讀者市場，必需迎合各類政治偏好的讀者需求，因此較不易有過份偏頗的報導。

二、報紙塑造連方瑀，吳淑珍，陳萬水形象分析

本節將分析全體報紙所塑造三位夫人的形象傾向如何。根據本研究標尺設計及測量原則，將「-2」至「+2」五分量表以「1分」至「5分」給分的方式，來分析報紙在塑造三位夫人形象上的傾向。表2-2即依此原則分析報紙新聞內容中所塑造三位夫人形象傾向及其差異。

表2-2 報紙塑造連方瑀，吳淑珍，陳萬水形象傾向之差異統計表一

	連方瑀		吳淑珍		陳萬水	
	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD
文雅的 vs 不文雅的	3.76	0.76	2.67	0.72	3.11	0.32
溫柔的 vs 不溫柔的	3.24	0.55	3.47	0.99	3.72	0.89
平易近人的 vs 高高在上的	2.86	1.08	3.33	0.62	3.39	0.78
革新的 vs 保守的	2.86	0.63	3.73	1.03	3.17	0.62
政治能力強的 vs 政治能力弱的	3.27	0.65	3.84	0.83	3.44	0.98
善於表達的 vs 不善表達的	2.92	0.55	3.73	0.70	3.56	1.04
有見解的 vs 膚淺的	3.05	0.66	3.87	1.06	3.33	1.14
主動積極的 vs 被動消極的	4.08	0.92	3.53	1.25	3.56	0.78
受人歡迎的 vs 不受歡迎的	3.41	0.72	3.33	0.72	3.50	0.71

由上表可以發現三位夫人在報紙上呈現出來的形象。連方瑀在「平易近人的 vs 高高在上的」(2.86)，「革新的 vs 保守的」(2.86)，「善於表達的 vs 不善表達的」(2.92) 這三項形象指標上傾向負向，平均數皆低於3.00，但在「主動積極的 vs 被動消極」(4.08) 和「文雅的 vs 不文雅的」(3.76) 的形象指標上呈現較明顯的正向，平均數均高於3.50。

吳淑珍在「文雅的 vs 不文雅」的(2.67) 形象指標呈現負向，而在「有見解的 vs 膚淺的」(3.87)，「政治能力強的 vs 政治能力弱的」(3.84)，「革新的 vs 保守的」(3.73)，「善於表達的 vs 不善表達的」(3.73)，「主動積極的 vs 被動消極的」(3.53) 等五個形象指標呈現較明顯的正向，平均數皆高於3.50。

陳萬水並無形象指標呈現負向，而在「溫柔的 vs 不溫柔的」(3.72)，「善於表達的 vs 不善表達的」(3.56)，「主動積極的 vs 被動消極的」(3.56)，「受人歡迎的 vs 不受歡迎的」(3.50) 等四個形象指標呈現較明顯的正向，平均數均高於3.50。

整體觀之，連方瑀在「文雅的 vs 不文雅」和「主動積極的 vs 被動消極的」兩項形象指標是三人中正面強度最強的；而吳淑珍在「政治能力強的 vs 政治能力弱的」，「革新的 vs 保守的」，「善於表達的 vs 不善表達的」和「有見解的 vs 膚淺的」等四項形象指標是三人中正面強度最強的；而陳萬水在「溫柔的 vs 不溫柔的」，「平易近人的 vs 高高在上的」和「受人歡迎的 vs 不受歡迎的」等三項形象指標是三人中正面強度最強的。

綜合以上說明，即可得知報紙所塑造三位夫人的形象傾向：

(1)連方瑀：文雅的，溫柔的，高高在上的，保守的，政治能力強的，不善表達的，

有見解的，主動積極的，受人歡迎的。

(2)吳淑珍：不文雅的，溫柔的，平易近人的，革新的，政治能力強的，善於表達的，有見解的，主動積極的，受人歡迎的。

(3)陳萬水：文雅的，溫柔的，平易近人的，革新的，政治能力強的，善於表達的，有見解的，主動積極的，受人歡迎的。

表2-3 紙塑造連方瑀，吳淑珍，陳萬水形象傾向之差異統計表二

形象指標	F 值	顯著度	Scheffe's test
文雅的 vs 不文雅的	15.84	0.0001	「連-吳」,「連-陳」差異性顯著
溫柔的 vs 不溫柔的	2.49	0.0910	--
平易近人的 vs 高高在上的	2.52	0.0880	--
革新的 vs 保守的	7.57	0.0011	「連-吳」差異性顯著
政治能力強的 vs 政治能力弱的	3.07	0.0532	--
善於表達的 vs 不善表達的	8.56	0.0005	「連-吳」,「連-陳」差異性顯著
有見解的 vs 膚淺的	4.42	0.0160	「連-吳」差異性顯著
主動積極的 vs 被動消極的	2.67	0.0769	--
受人歡迎的 vs 不受歡迎的	0.23	0.7991	--
附註	「--」表不顯著		

本研究所設計的九個形象指標中，經過 Scheffe 氏檢定，發現三位夫人在報紙上呈現的形象「文雅的 vs 不文雅的」，「革新的 vs 保守的」，「善於表達的 vs 不善表達的」，「有見解的 vs 膚淺的」等四個形象指標差異性顯著；其中連方瑀和吳淑珍在這四項形指標中差異均顯著，連方瑀和陳萬水在「文雅的 vs 不文雅的」，「善於表達的 vs 不善表達的」兩個形象指標差異性顯著。

綜合以上分析，整體而言，連方瑀在報紙正面形象呈現上較不如吳淑珍與陳萬水，報紙報導連方瑀時，強調其「文雅」的正面形象，但同時也形塑了其「保守」，「高高在上」，「不善表達」和「膚淺」的負面形象。吳淑珍雖較被強調「不文雅」的負面形象，但也呈現了「革新」，「政治能力強」，「善於表達」，「有見解」的正面形象。陳萬水九個形象指標均呈現正向，特別呈現了「溫柔」，「善於表達」的正面形象。

此外，報紙報導三位夫人時，呈現了較一致的「主動積極」和「受人歡迎」的正向形象。

三、各報塑造連方瑀，吳淑珍，陳萬水形象之差異性分析

3-1 各報塑造連方瑀，吳淑珍，陳萬水形象之差異性統計表

	聯合		中時		自由		中央		F 值	顯著度	Scheffe's test
	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD			
連方瑀	2.92	0.99	3.18	0.86	--	--	3.41	0.73	10.265	0.000	「聯合-中央」差異顯著
吳淑珍	3.43	0.79	3.86	0.99	4.11	1.05	2.67	0.77	9.340	0.000	「聯合-中央」 「中時-中央」 「自由-中央」差異顯著
陳萬水	3.50	0.76	3.60	0.86	3.22	0.83	2.61	0.70	7.610	0.000	「聯合-中央」 「中時-中央」差異顯著
附註	自由時報並無報導連方瑀之相關新聞										

表3-1則分析了聯合報，中國時報，自由時報，中央日報呈現三位夫人形象的差異，三位夫人在各報所呈現的形象上均有顯著的差異存在 ($p < 0.001$)。

中央日報傾向於塑造連方瑀的正面形象 (3.41)，而傾向呈現吳淑珍 (2.67) 及陳萬水 (2.61) 的負面形象。聯合報和中國時報在呈現吳淑珍和陳萬水形象時均傾向正向形象 (聯合-吳3.43，聯合-陳3.50；中時-吳3.86，中時-陳3.60)，相較之下，連方瑀形象在中國時報正面強度較弱 (3.18)，甚至在聯合報略傾向負面形象 (2.92)。而自由時報則呈現了相當強度吳淑珍的正面形象 (4.11)。

本研究發現，總統參選人夫人的相關報導無論在數量上或其所呈現出來的形象上，和報業本身的守門行為與政黨偏好為有極大的關聯性。有著龐複科層組織的新聞傳播機構表面上看來，蒐集或處理新聞是「個人」的工作，但事實上，每個新聞從業人員並非獨立的個體，他們報導或選取新聞的標準或主觀意識必需符合組織，職業，廣告客戶或廣大閱聽眾的需求，因此新聞組織的編輯守門過程往往受到組織內外種種因素的影響。總統參選人夫人的新聞報導在各報之間有其明顯的差異性，報業不只在報導總統參選人的政治立場和政黨偏好上有所偏頗，在報導其夫人時亦不例外，也依照其政治立場和政黨偏好形塑了夫人不同的面貌。

而在報導總統參選人夫人各報所呈現出的差異和報導總統參選人所呈現的差異是相當接近的，並不因為她們不是政治競爭場域中的主角而使其報導變得較為公正客觀，而不帶政治立場和偏好。

中央日報為黨營報紙，報業立場上即為政黨提名的候選人宣傳，和其他民營報紙不同的是，該報呈現連方瑀相當正面的形象，同時也呈現了吳淑珍和陳萬水負面的形象。

而傳統兩大民營報紙中國時報和聯合報則呈現相反的情形，呈現連方瑀較負面的形象，呈現吳淑珍和陳萬水正面的形象，特別是傳統被視為較保守和非主流的聯合報，其所形塑陳萬水的形象也最為正面。中國時報則較呈現吳淑珍的正面形象。另外，自由時報由於樣本數不足，但也呈現了吳淑珍相當正面的形象。

伍、結論

一、研究發現

本研究採用內容分析法，對「聯合報」，「中國時報」，「自由時報」，「中央日報」內容中有關三位主要總統參選人夫人連方瑀，吳淑珍，陳萬水女士在競選時期的新聞報導進行分析，探討國內先前人物形象研究較少觸及的「總統夫人形象」。

根據本研究所擬之研究問題，將主要研究發現整理如後：

(一)各報報導三位總統參選人夫人的次數、型式及主題

各報在報導總統參選人夫人的新聞則數上，以「中央日報」的報導量最多，「聯合報」次之，「自由時報」最少。而在人物出現的頻率方面，以連方瑀出現的則數最多。但實際上，「中央日報」報導連方瑀的則數和比例相當高，相對的也使其在報紙報導的總數上最多，而其他報紙對三位夫人的報導數量則較平均。

各報在報導總統參選人夫人的報導型式上，仍以「純新聞」居多，而在報導主題上則以「政治議題」與「活動參與或公關行程」最多，「家庭及夫妻關係」主題居次，佔17%，而關於「個人特質」的主題最少。

(二)報紙媒介所呈現三位總統參選人夫人的形象

(1)連方瑀的形象：文雅的，溫柔的，高高在上的，保守的，政治能力強的，不善表達的，有見解的，主動積極的，受人歡迎的。

(2)吳淑珍的形象：不文雅的，溫柔的，平易近人的，革新的，政治能力強的，善於表達的，有見解的，主動積極的，受人歡迎的。

(3)陳萬水的形象：文雅的，溫柔的，平易近人的，革新的，政治能力強的，善於表達的，有見解的，主動積極的，受人歡迎的。

(三)各報之間所塑造三位總統參選人夫人形象的差異

各報之間無論在報導的則數或形象塑造均有顯著的差異性，這些差異性和報業本身

的守門行爲與政黨偏好爲有極大的關聯性，而在報導總統參選人夫人各報所呈現出的差異和報導總統參選人所呈現的差異其實是相當接近的，並不因爲她們不是政治競爭場域中的主角而使其報導變得較爲公正客觀。

大體而言，中央日報傾向於塑造連方瑀正面形象，而傾向呈現吳淑珍及陳萬水的負面形象。聯合報和中國時報在呈現吳淑珍和陳萬水形象時均傾向正向形象，相較之下，連方瑀形象在中國時報正面強度較弱，甚至在聯合報略傾向負面形象。而自由時報由於樣本數不足，但亦呈現了相當強度吳淑珍的正面形象。

二、研究限制

(一)本研究在報紙種類的選取上儘量顧及每種經營型態和政治光譜，但爲期近一年的資料蒐集樣本數仍嫌不足，甚至發生自由時報竟無報導連方瑀女士新聞的現象，因此在未來從事類似形象分析研究時，應可考慮以電視新聞爲分析對象。

(二)本研究在設計過程，雖以「語意區分法」原則訂定量表，並以強度標尺測量樣本內容，但本研究並未考慮各個形象指標社會容許性的測量，本研究假設正面形象就是好的形象未必合宜。此外，限於樣本數過少，將九個形象指標合併爲一個判斷報紙形塑其正負面的指標亦有所偏頗。

參考書目

I. 中文部份

Hite, S.

1994 **海蒂報告：女性坦言**，林淑貞譯，台北：張老師文化。

Robinson

1992 「報紙支持的候選人當選總統」，**大眾傳播的恆久話題**，台北：遠流。

Wimmer, R. D. & Dominick J.R.

1998 **大眾媒體研究**，李天任，藍莘譯，台北：亞太。

王石番

1996 「淺析內容分析的定義」，**東方雜誌**，復刊22卷3期，頁31-39。

王宜燕

1991 「電視廣告的性別角色分析」，**國立政治大學新聞研究所碩士論文**。

江素慧

- 1996 「女性政治菁英之研究－以民進黨女性公職人員為例」，國立台灣大學政治研究所碩士論文。

李海生，完顏紹元

- 1992 夫人政治－民國政壇的枕邊效應，台北：新新聞文化。

李金銓

- 1994 大眾傳播理論，台北：三民書局。

李茂政

- 1984 傳播學，增訂版，台北：時報。

李郁菁

- 1996 「媒介議題設定效果的第二面向－候選人形象設定效果研究」，政治大學新聞研究所碩士論文。

何臺明

- 1989 「報紙內容與民意代表形象之研究」，國立政治作戰學校新聞研究所碩士論文。

吳蕙芬

- 1998 「候選人形象研究：以83年與87年台北市長候選人陳水扁為例」，國立政治大學新聞研究所碩士論文。

吳燕玲

- 2000 「溫柔女性現實政治」，**新新聞週刊**，677期，頁12-13。

吳燕玲

- 2000 「擁宋姐妹淘出擊－宋陣營的紅粉兵團點將錄」，**新新聞週刊**，678期，頁92-99。

金溥聰

- 1997 「報紙的形象設定效果研究：以民國八十三年台北市市長選舉為例」，**新聞學研究**，55期，頁203-223。

林美惠

- 1987 「我國報紙的國際新聞分析：1980-1986」，台北：私立中國文化大學新聞研究所碩士論文。

胡淑裕

- 1987 「大眾傳播媒介塑造政治人物形象之研究－孫運璿，林洋港，李登輝之個案分析」，文化大學新聞研究所碩士論文。

選舉研究

郁燕如

- 1997 「國際媒體對中華民國總統大選的報導：以紐約時報，國際前鋒論壇報與泰晤士報為例」，私立淡江大學大眾傳播研究所碩士論文。

倪炎元

- 1995 「主流與非主流：報紙對1990年國民黨政爭報導分析」，**政治大學新聞教育60週年學術研討會論文**，頁4-12。

梁世武

- 1994 「1994年台北市長選舉之預測：候選人形象指標預測模式之驗證」，**選舉研究**，第一卷，第二期，頁97-129。

張錦華

- 1994 **媒介文化，意識型態與女性：理論與實例**，台北：正中。

張寧民

- 1993 「前任行政院長郝伯村在報紙形象呈現之研究」，政治作戰學校新聞研究所碩士論文。

陳先隆

- 1995 「報紙對民選台北市長候選人的形象塑造」，政治作戰學校新聞研究所碩士論文。

陳建宏

- 2000 「分析台灣報紙對柯林頓/陸文斯基緋聞事件的報導－以中央日報，中國時報，聯合報為例」，私立淡江大學大眾傳播研究所碩士論文。

陳信助

- 2000 「候選人形象研究：以兩千年總統大選候選人連戰、宋楚瑜、陳水扁為例」，私立淡江大學大眾傳播研究所碩士論文。

陳世敏

- 1992 **78年選舉的報紙新聞與廣告內容分析**，台北：業強。

連珊惠

- 1998 「從報紙呈現之候選人形象看編輯之守門人行爲－以中國時報，聯合報，自由時報為例」，私立世新大學傳播研究所碩士論文。

黃秀

- 1999 「政治人物在大眾傳播媒介中的研象研究－以台視，中視，民視及無線衛星電視台對陳水扁報導為例」，國立政治大學廣播電視研究所碩士論文。

游秀齡

- 1982 「大學生對我國新起政治人物的映象研究－以台籍政治人物邱創煥、林洋港、李登輝為研究對象」，國立中興大學公共政策研究所碩士論文。

程念慈

- 1997 「女性在公共領域的角色－以立法委員助理為例」，國立台灣大學政治研究所碩士論文。

彭芸

- 1992 **新聞媒介與政治**，台北：黎明。

彭懷恩

- 1997 「政黨，大眾媒介與選舉」，收於林文益譯**政治傳播學**，1998，台北：風雲論壇。

楊祖珺

- 1997 「台灣報紙所呈現之女性角色的變遷」，私立文化大學新聞研究所碩士論文。

董蘭英

- 2000 「女性政治角色的媒體建構－以北港香爐事件為例」，私立東吳大學社會學系碩士論文。

劉詠聰

- 1993 「魏晉以還史家對后妃主政之負面評價」，**中國婦女史論集**，第三集，頁29-40。

黎曼妮

- 1989 「報紙廣告中女性角色的研究--以1960年至1989年聯合報廣告為例」，私立輔仁大學大眾傳播研究所碩士論文。

蘇嫻雅

- 1998 「台灣報紙對1996年台海飛彈危機事件報導與評論之分析」，私立世新大學教育研究所碩士論文。

II . 英文部份

Aker, Dee L.

- 1993 “Women Changing News, Making News: What are our Priorities?” paper presented at 1993 *International Conference on Women*, Taipei, R.O.C.

Alloughi, Alia G.

- 1998 *Not So Fast, Mrs. President: Hegemony, Media and The Role of First Lady*

(Hillary Rodham Clinton, Elizabeth Dole). California State University, Fullerton.

Conover, P. J. & Feldman, S.

1986 'The Role of Inference in the Perception of Political Candidates.' In Lau & Sears(eds.). *Political Cognition*. N.J.:Lawrence Erlbraum Associates, Publisher. pp.127-158.

Dawson, Jr. H. G.

1961 "Original and Changed Attitudes, Impressions and Perceptions as Related to the Mass Media Experience of News Foreign Students at the University of Iowa." Iowa: PhD. Dissertation. University of Iowa.

Decamp, Mary Helen

1994 "The Media and Hillary Rodham Clinton: Similarities and Differences in 1993 Coverage." The University of Arizona.

Detman, Linda Ann

1996 "Tracing Notions of 'Women's Places' in Society: An Analysis of Selected Press Coverage of Hillary Rodham Clinton." University of Illinois at Urbana- Champaign.

Franklin, April

1999 "Women, politics, and power: The media's construction of First Lady Hillary Rodham Clinton." The University of Oklahoma.

Gutin, Myra Greenberg

1983 "The President's Partner: The First Lady as Public Communicator, 1920-1976 ." The University of Michigan.

Hellweg, S. A., Dionispoulos, G. N. & Kulger, D. B.

1989 'Political Candidates Image: A State- of -the -art Review in Progress.' In B. Dervin & M. J. Voigt (eds.). *Political in Communication Sciences IX*, pp. 43-78. Lippmann, W.

1922 *Public Opinion*. New York: Mac Nillan.

Louden, Alan

1994 'Voter Rationality and Media Excess: Image in the 1992 Presidential Campaign.' In Robert E. Denton, Jr. (ed.) . *The 1992 Presidential Campaign*. London: Praeger.

Markham, J. W.

1967 "International Image and Mass Communication Behavior." Iowa City: University of Iowa.

Nimmo, D & Savage, R. L.

1976 *Candidate and Their Images: Concepts, Methods and Findings*. Pacific Palisades, Cal.: Goodyear Publishing Company Inc.

Osgood, C. E., Suci, G. J. & Tannenbaum, G. J.

1964 *The Measurement of Meaning*. Urbana Illinois: University of Illinois Press.

Vicky Randall

1987 *Women & Politics-An International Perspective*. London: The Macmillan Press LTD, pp.95-96.

附錄一 編碼原則說明

(一)陳述類型類目即報導的型式，分為下列三類：

- 1.純新聞：凡新聞故事之前冠有消息來源（如記者* * */台北報導）皆屬之。
- 2.新聞評論：凡社論，短評，分析等以言論評述者均屬之。
- 3.人物專訪：針對特定人物所做訪問或專欄均屬之。

(二)主題類目即報導主題，分為以下四類：

- 1.政治議題：主題與政治或選舉領域直接相關的硬性新聞。（例如：昨晚連戰夫人方瑀打電話給中研院院長李遠哲徵詢「連李配」的可能性…）（聯合報，88年10月7日8版）
- 2.家庭及夫妻關係：主題在於描繪統總夫人與其夫婿或家庭關係的新聞。（例如：連戰以深情一吻及九十九朵玫瑰祝連方瑀情人節快樂…）（聯合報，89年2月15日4版）
- 3.活動參與及公關行程：對夫人行程或活動參與的相關報導。（例如：前台灣省長宋楚瑜與陳萬水夫妻倆連袂出席「宋楚瑜，台灣，大未來」以及「萬水姐姐廣播網」兩個新網站開幕儀式…）（聯合報，88年11月8日3版）
- 4.個人特質：主題著重在於個人特質和形象的描寫。例如：吳淑珍在「希望每個女人都幸福」的序中說，「我的小孩已經長大，我常想像有一天，當我和阿扁抱著我們的孫子，我們一起跟他講這塊土地上的故事，阿公的名字為什麼那麼土，阿嬤當年又有多麼勇敢地嫁給他，我想這是最幸福的一刻了…」（聯合報，89年1月24日8版）

(三)形象類目以人物形象語意區分形象量表編碼，本研究所建構的九個形象類目操作型定義說明如下：

- 1.文雅的 vs 不文雅的：總統夫人在外貌，衣著造型，女性氣質以言談舉止的呈現上是否合宜而恰如其分。
- 2.溫柔的 vs 不溫柔的：文中是否呈現第一夫人女性應具備的溫柔特質，如具有愛心、慈祥等。
- 3.平易近人的 vs 高高在上的：總統夫人在各類選舉或非選舉活動及公開社交場合的言行舉止是否親切、接近且融入群眾，抑或與群眾保持距離。
- 4.革新的 vs 保守的：總統夫人在發表言論或參與活動時是不有創新的觀點及行為，抑或只是依循傳統的常規或模式。

5. 政治能力強的 vs 政治能力弱的：總統夫人在政治事件的處理上是否正確明快，而且對其夫婿競選活動及聲望有正面助益。
6. 善於表達的 vs 不善表達的：總統夫人對於政治、經濟、社會等現象觀點是否能合理深入且明確加以說明或解釋分析。
7. 有見解的 vs 膚淺的：總統夫人對於政治，經濟，社會等現象看法是否能以學識做基礎，持理中肯，顧及全面；或是以自身，特定團體考量，顧及單方面。
8. 主動積極的 vs 被動消極的：總統夫人參與活動（如競選活動，公益活動，群眾運動，座談會或訪問等）是否熱心投入，具有貢獻或成效者。
9. 受人歡迎的 vs 不受歡迎的：總統夫人在參與活動、工作表現或言行舉止上是否能激起群眾或社會各界的反應、認同或支持等，抑或冷漠、抱怨、批評等。

在陳述類型類目及主題類目所採的分析單位為「則」，而形象量表部分，類目歸類時所使用的單位為語幹（theme），語幹是一個簡單句或主題的斷言，而表現一個完整的意義者，每個句子，可能表現出一個完整的形象，也可能會有多個形象，甚至不包括任何形象。

本研究所用的人物形象語意量表採五等級標尺刻度報紙塑造三位夫人形象特質的傾向。五等級標尺刻度編碼原則說明如下：

1. 零刻度，表示沒有語意強度，一則新聞中並未描述到的形象特質者屬之，而正向和負向再依其語意強度，區分為兩個不同的刻度。
2. 正（負）一刻度：新聞內容中對總統夫人形象特質的報導，旨在呈現某正（負）向之形象特質，而未加入強烈的形容詞或相當支持（反對）的肯定（否定）語氣者屬之。
3. 正（負）二刻度：新聞內容中對總統夫人正（負）向形象特質的報導，有相當程度的凸顯強調，適當的肯定（否定），或使用語氣較帶有強烈的語調（如很、最、極、頗、非常等）。

由於正反刻度在實際登錄時較為不便，因此修正為負二刻度給1分，負一刻度給2分，零刻度給3分，正一刻度給4分，正二刻度給5分。統計分數愈接近5者愈具有正向形象特質，愈接近1者愈具負向之形象特質。

例如：「陳萬水昨天出席宋楚瑜工作室辦的青年領袖營，談人生經驗談，娓娓道出與宋楚瑜結婚卅三年來的點滴故事，淺顯的話題，充滿幽默與智慧…」（聯合報，88年8月12日4版）

形象類目：平易近人的 vs 高高在上的（4分）；善於表達的 vs 不善表達的（5分）；主動積極的 vs 被動消極的（4分）。

The Image of the Presidential Candidates' Wives in the Newspapers

Chi-tien Kuo*
Song-in Wang**

Abstract

This paper analyzes the image of the presidential candidates' wives, Lian Fang-yu, Wu Shu-zhen, and Chen Wan-shui, on newspapers during Taiwan's presidential campaign in 2000. This study employs content analysis to probe into the trend of the coverage and the image which was presented by three ladies, and the different coverage among four leading newspapers.

For the amount of news coverage on them, "Central Daily" covers most, and "Liberty Times" covers least. "straight news" is about 87.1% of the form of coverage, "editorial" is about 8.6%, and "interview" is about 4.3%. They appear mostly in the two subject categories: "the political issues" and "the activities participating or the schedules of public relations". Moreover, there are significant differences in number of news article and image among four newspapers.

The image of Lian: graceful, tender, ungracious, conservative, good at politics, poor at expressing, deep, active and positive, and popular.

The image of Wu: ungraceful, tender, gracious, innovative, good at politics, good at expressing, deep, active and positive, and popular.

The image of Chen: graceful, tender, gracious, innovative, good at politics, good at expressing, deep, active and positive, and popular.

Keywords: media image, presidential election, candidates' wives, Lian Fang-yu, Wu Shu-zhen, Chen Wan-shui.

* Master student, Graduate Institute of Communication, Tam Kang University.

** Professor, Graduate Institute of Communication, Tam Kang University.