

第二章 文獻探討

本章先從媒體方面出發，第一節先介紹框架理論，區分媒介真實與社會真實之差異；第二節再說明政治報導中媒體使用「競賽框架」的傾向，瞭解媒介如何將政治視為政治人物間的競賽，強調衝突與策略，並瞭解競賽框架的分析層次；第三節介紹當代環保團體常使用之影像事件，利用衝突性的影音爭取媒體注意，並提出我國立法委員問政行為與影像事件相似之處，說明影像事件適於當代電視媒體的政治傳播情境中，作為競賽框架的低層次結構分析途徑。接下來則是進入政治人物的面向，第四節從選民消費理論中，探討媒介時代中媒體為何造成政治人物行為的改變，並瞭解國外相關之研究成果；第五節探討政治人物爭取媒介正當性的媒體策略，瞭解其於爭取曝光的過程中有哪些政治資源；最後在第六節則分析台灣國會的政治傳播情境，瞭解我國立法委員的媒體再現何以更傾向戲劇化、衝突性言行的呈現，使得「表現能力」成為立委爭取曝光的重要政治資源。

第一節 框架理論與媒介真實的建構

早在 1970 年初期，框架理論就因為 Goffman (1974) 出版《框架分析》(*Frame Analysis*) 一書而廣受重視，其他以新聞媒體為主要研究興趣的學者隨即討論新聞媒介如何使用框架呈現社會真實；到了 1990 年代初期，傳播學者正式引用框架概念來解釋新聞價值。因為新聞報導中所描繪的情境與主要議題，均須透過選擇、強調、排除與詳述等手法才得以呈現，而這樣理解世界的方式正是框架理論的主要內涵，故而框架理論適合作為研究新聞媒體的觀點（臧國仁，1999: 26）。

本節先介紹框架理論的主要內容、機制與結構層次，再介紹框架理論如何運用在新聞媒體的研究上，即媒介如何建構、再現真實。

壹、框架理論

「框架」一詞受 Goffman (1974) 《框架分析》的影響甚多，討論的是對於世界經驗的組織方式。Goffman 主張日常活動的「切片」(strip) 依照主要架構 (framework) 的規則或基礎被參與者認知，此一架構可能是源於是自然的產物或是社會互動後的結果，而活動認知轉換的過程有兩種模型，即過濾 (keying) 與重組 (fabrication) (p. 247)。框架是個人對事件或資訊的設定、感知、辨識和標示 (locate, perceive, identity, and label) 的工具。他強調框架是在特定心理情境或時空中，由一群語言符號訊息所發展出來經驗，參與者藉此建立了觀察事物的基礎架構，用以處理或分析外在世界層出不窮的社會事件。臧國仁 (1999: 30-31) 將 Goffman (1974) 所稱的框架與真實，歸納為三點：

- (一) 社會事件轉換為個人主觀心象時，似乎都要經歷「再現」(representation) 的過程。個人藉由「框架」轉譯社會事件為主觀認知，並透過語言成為日常言說 (discourse)。這種屬於個人層次的言說，隨後在公共領域中引發更多言說，也啟動新的心象建構過程。
- (二) 這些心象轉換雖是真實世界的再現，但卻無法完美無缺地複製真實世界的原始面貌，可能只是真實「再造」(reproduce) 的產物，兩者可能相近或互相矛盾；「再造」只是內在心智的建構。
- (三) 社會事件轉換成個人主觀認知的過程來看，個人似乎不斷地受到「其他社會人」的影響，使得個人框架常常也是同一社區框架 (community frames) 的反映，個人所認定的真實，經常受到社會大眾所接受的真實影響。這種現象最常表現在語言中，並透過大眾傳播媒介的再現功能彰顯。

既然外在社會事件需轉換成個人的心像，每個人框架出來的「真實」依著各人不同的經驗便可能有所不同。這個轉換的過程是什麼？我們可以從框架的機制，進一步了解造成每個人可能建構出不同真實的原因。Entman (1993) 指出，

框架有「選擇」與「突顯」的機制，亦即在眾多的事實中只選擇其中的部分事實，並且在文本中突顯出來，而在這個機制當中，人們得以利用框架來界定問題、找出問題的原因、做出道德判斷或提供解決辦法；Goffman（1974）指出這種將真實的片段透過框架這「一隻看不見的手」重新塑型的過程，就是真實的「再現」。Gitlin（1980；轉引自胡晉翔，1994: 18）亦認為框架有著「選擇」、「強調」與「排除」的持續型式。臧國仁（1999）除以「選擇」與「重組」來描述真實再現的機制，並提出「選擇」的另外一面意義便是「排除」，選擇了甲，就代表對所有非甲的遺漏，而「重組」則指同樣的內容經過不同的排列順序與時空轉換，產生了不同的意義，重組的方式也是對於某些內容的突顯。總的說來，框架的機制包括了「選擇」、「排除」、「突顯」與「重組」，因此每個人根據心理情境再現出來的真實也可能有所不同。

臧國仁（1999: 32-43）進一步指出框架的三個層次：高層次結構，指的是對某一事件主題、事件主旨的界定，代表了抽象的意旨；中層次結構，則包括主要事件、先前事件、歷史、結果、影響與評估等，為實證面向；低層次結構，則是語言及符號的展現，包括字、詞等組合而成的修辭與風格，接近言說分析或論述微觀結構，是操作或指示面向。值得注意的是，van Dijk（1988）提出與新聞基模相似的新聞結構，包括標題、導言、事件、背景及評論，這些主題結構還可以進一步區分其包含的支結構；所有語文的文本結構均有主題形式，是由命題組成，命題與命題之間會因主題接近而形成較高層次的命題，透過由低到高層次命題的分析過程，文本結構中的語意基模因而可以彰顯；本研究亦採取此一觀點，藉由分析低層次的符號與圖像，探尋框架的高層次意義。

貳、媒介真實的建構

正如Schutz（1976, 1982；轉引自翁秀琪等，1997: 1）指出，社會真實的「正身」無法驗明，所有人類感知的社會真實，都是某種建構的結果。學者（Adoni &

Mane, 1984; McNair, 1995 / 林文益譯, 1997: 10)將真實區分為客觀真實(objective reality)、符號真實(symbolic reality)及主觀真實(subjective reality)三個不同的面向：「客觀真實」存在於個人世界之外可經驗的世界，是一種不容置疑的真理，不需驗證，也無法驗證；「符號真實」指所有對客觀真實進行表達的象徵，是以符號來描述的事實，例如以文學、藝術或藉媒介來表達，所呈現的事實，也是站在傳播者的角度來看待的事實；「個人主觀真實」指的是人們在腦海中建構的真實，是個人對真實的了解與信仰，大多得自於社會情境及媒介的建構，而形成了個人的「腦中圖畫」，也是從閱聽人的角度來看待真實。大眾傳播的領域裡，符號真實代表的事實媒體的內容，而新聞從業人員是把社會真實(新聞事件)轉變成符號真實(媒體內容)的產製者，影響閱聽大眾對外在世界的認知(翁秀琪等，1997)。此謂媒介真實，即為一種符號真實。

新聞媒體再現社會真實，使之成為媒體真實的看法，即前述框架理論的觀點，這與客觀主義看待新聞價值有很大的不同。傳統的新聞學強調新聞的客觀性，同時認為新聞的呈現需符合如時宜性、接近性、顯著性、影響性及人情趣味等新聞價值，且多半採取自然科學對於知識的看法，認為這些新聞價值事原本就附著在這些新聞事件上的特質，記者的工作就是去發掘它們(翁秀琪等，1997)；而新聞框架則是一種建構主義的看法，是新聞工作中的建構概念。新聞工作者將原始事件轉換成社會事件，並在考慮此一事件的公共性質與社會意義後，再將其轉換為新聞報導。新聞框架就是「新聞內容的核心意義，透過選擇、強調、排除及系密化的手法，提供受重新聞議題的情境，以者些隱微的方式點出新聞的議題是什麼」(Tankard, Hendrickson, Silberman, Bliss, & Ghanem, 1991；轉引自陳韻如，1993: 6)。

Kennamer (1994) 指出，新聞媒體扮演了轉換社會真實為符號(媒介)真實的核心角色。新聞媒體所刊登的內容並非社會真實的客觀反應，而是社會建構下的產物。雖然新聞報導的確討論了發生在真實社會的各種事件，但是由於社會

事件原來就包含了許多的面向，而新聞媒體限於版面或截稿時間，只能就多種面向中擷取出少數幾種加以描述，此即新聞框架事實的過程，因此新聞媒體無法完整呈現出社會真相，而只是一種框架下的部分真實

Wolfsfeld (1993; 轉引自臧國仁, 1999: 110) 曾歸納五個影響新聞框架形成的因素，包括：(一) 新聞媒體組織的自主性，或是受政府控制的程度；(二) 社會事件的訊息提供者（消息來源）的影響；(三) 新聞組織的流程或常規；(四) 新聞工作者的意識型態；(五) 社會事件受到原始組織影響的程度，如社運分子習以戲劇性演出來沖淡嚴肅氣氛，常使新聞媒體報導時，只著重事件的活動部分，略社運活動的意義。另外，Rhee (1995: 3) 則認為討論新聞框架的內涵時，可有三個面向：首先，新聞框架表現在新聞故事的主軸中，常以像是符號圖案等不同方式突顯；其次，新聞框架亦反映於使用者的「詮釋基模」，顯示新聞工作者的知識背景與經驗；第三，新聞故事發生的社會時空情境，此一情境影響新聞言說及閱聽眾對新聞故事的詮釋能力。

由上可知，建構主義者認為新聞工作者以其新聞框架，將客觀事實再現、建構為媒介真實，新聞框架決定了最後媒介真實的呈現。在這樣的觀點之下，新聞記者在報導新聞事件時，一方面受到社會結構的影響，一方面記者也透過專業化過程將某些意識型態內化為日常工作的工作規則，並主觀地透過它來建構新聞。所以，新聞是「在主、客觀辨證過程中產生的社會真實，是社會真實的一部份」（翁秀琪等，1997: 2）。McQuail (1987; 轉引自翁秀琪等，1997: 44) 認為大眾傳播媒介是「社會關係的中介」，媒介機構是從事知識的生產、複製及發行，並扮演客觀真實及個人親身經驗的中介角色。媒介現象所展現的象徵事實乃取材自真實世界，並對眾多素材均予以選擇及處理，經常企圖簡化社會衝突事件的報導。接下來我們以Lawrence (2000) 稱之的「競賽框架」(game frame, 或譯「遊

戲框架」)，⁴來描述當代新聞框架的特徵。

第二節 競賽框架—政治衝突與策略的再現

框架理論用在傳播領域中的實務研究已有相當成果，Lawrence(2000)指出，美國主流媒體「框架」新聞的現象與方式已被注意了好一段時間，新聞框架之所以有趣在於無論有意或是無意地展示了新聞的權力；利用忽略其他的面向，框架可以讓閱聽人注意力朝向某個真實的面向，或是給予其正當性。而許多學者更進一步分析新聞媒體的政治新聞框架，發現新聞記者習慣性的報導政治新聞時，將其視為簡單的政治競爭故事（Patterson, 1994; Fallows, 1997; Cappella & Jamieson, 1997）。根據 Fallows（1997: 7）的研究，記者通常將公眾生活呈現成深具謀略的政治領袖間之競賽；Cappella 與 Jamieson（1997: 33）則稱此為「策略框架」（strategy frame），強調誰在前而誰落後、誰贏誰輸，以及各陣營讓候選人領先的策略與戰術；而 Patterson（1994: 57-58）則稱此為政治報導的「競賽基模」（game schema），該基模藉由「政治是一場策略競賽，候選人從中獲利」的強調而建構出來。這種將政治視為政治人物間的競賽，以及強調競賽中衝突與策略的新聞框架，Lawrence（2000）稱其為「競賽框架」。

壹、競賽框架研究

Patterson（1994: 74）指出這類以競賽框架來報導的選舉新聞，在過去三十年有戲劇性的成長，他蒐集自 1960 年以來《紐約時報》頭版刊載的選舉新聞，發現以策略為導向的比例顯著地增多。對於 Patterson（1994）的研究，學者們通常同意他所稱選舉新聞常以輸、贏、策略來框架的結論，也就是所謂賽馬式（horse race）選舉新聞報導，而且過去三十年來媒體以賽馬式報導框架選舉新聞的情況

⁴ 國內學者陳憶寧（2002）將其譯為「遊戲框架」，然研究者認為，此一框架旨在強調有贏有輸的衝突與其中的策略面向，將政治看待為政治人物間的一場「競賽」而不僅是一場「遊戲」，在中文涵義上較為適當。故本文將 game frame 譯為「競賽框架」而非「遊戲框架」。

也越來越嚴重 (Lawrence, 2000)。

Lawrence (2000) 利用內容分析進一步指出，現今公共政策相關新聞，也越來越常使用競賽框架的模式。他分析 1996 年《紐約時報》、《洛杉磯時報》、《華盛頓郵報》、《新聞周刊》、《時代雜誌》，以及《美國新聞與世界報導》中，關於社會福利改革的所有報導，將報導區分為三種框架方式：一為議題 (issue) 框架，指報導關於公共政策的問題、解決方法，或立法提案、現狀、其他政府計劃的實質內容，或政治人物對公共議題的立場或發言，或法案或提案對公眾的影響等；二為競賽框架，指報導關於政治人物選舉的輸贏、立法辯論、政治人物或團體如何獲勝的策略等；三為混合 (mixed) 框架，指大致上等量使用議題與競賽框架。研究發現，所有抽樣的新聞中，使用議題框架的佔 47%，競賽框架的佔 41%，混合框架的佔 12%，競爭框架雖然不是最多但也是第二，與第一的議題框架差距不遠，但其中三份報紙有較高的比例採議題框架，其他三份新聞雜誌則有較多的競賽框架，原因在於新聞雜誌在報導社會福利改革時，較多比例的報導是在選舉的情境中；另外，若報導僅聚焦在社會福利改革的議題上，則使用議題框架的比例有 65%，但只要記者報導社會福利改革時，是在選舉的情境脈絡中，則有 73% 的報導使用競賽框架。

國內也有競賽框架相關的研究。陳憶寧 (2002) 探討民進黨執政後十個月內的核四新聞框架，在五家報紙的 2,488 則與核四議題相關之報導中，競賽框架所佔比例為 38.1%，議題框架為 59.0%；整體而言，競賽框架的量並未超過議題框架，但核四議題報導量愈大的新聞機構，其競賽框架所佔比例愈高。她指出，競賽框架比例和議題發展中的事件性質有關。也就是說，當議題發展過程中，出現的標記事件中可能產生輸方與贏方 (即參與競賽者) 時，競賽框架比例較高。相對而言，如果標記事件並無輸贏之暗示，則競賽框架比例較低；另外相較於行政部門，當政黨之組織或是個人為主要消息來源時，記者較以競賽框架報導公共議題；當記者為新聞報導之主要發言者時，偏好以競賽框架來詮釋公共議題。

從國外及國內的政治新聞競賽框架研究中，大致可以得到的結論是：無論是何種情境之下的政治新聞（選舉期間或非選舉期間、具競賽性質或不具競賽性質），皆有一定程度的競賽框架比例，但在選舉時期以及事件具競賽性質時，比例更高；選舉時期與非選舉時期的情境脈絡相較，前者的政治環境更具衝突性與對立性（有贏有輸），事件性質較具競賽性質，亦是指參與者可能從其中分出勝負，較其他事件具衝突與對立性。換句話說，當政治情境或事件性質愈具衝突性、對立性時，競賽框架的比例就愈高。陳憶寧（2002）從不同消息來源及新聞文體的分析似乎也揭露，這種突顯政治衝突性、對立性的期待，同時存在於記者、政黨組織及個人中，媒體與政治人物都擷取／展現了此一衝突性。

貳、競賽框架出現原因與問題

Lawrence（2000）分析政治新聞中競賽框架出現的原因，其中最基本的理由在於符合了新聞業中普遍的新聞價值判斷標準；以競賽框架的報導反映新聞業長期對戲劇與衝突的關注，將政治演員及政治事件放入簡單的、二元對立的框架中，這樣的戲劇產生了誰是「輸家」或「贏家」的期待。競賽框架同時反映了新聞業中「個人化」（personalized）新聞的傾向，將政治看待成一連串單獨政治人物或政黨間個別的衝突。另外，政治系統以及新聞業過去二十年來的改變也為競賽框架新聞培養了良好氣候。現代競選型態中，企業化經營的候選人越來越倚賴許多的策略來管理他們的競選平台，同時鼓勵了記者將候選人的一舉一動都看待成競選的手段。

競賽框架在當代已相當程度地成為政治新聞報導的主要新聞框架，特別是電視以及名人新聞的興起也影響了新聞專業的本質，鼓勵了前所未有、更多的戲劇化、武斷式的報導；將政治看待成運動比賽也允許了記者維持一種顯然客觀的立場，藉由專注在政治比賽的技術面向—策略、戰術，以及輸贏—記者可以更輕鬆地避開在政治上明顯選邊站（Lawrence, 2000）。然而這種類型新聞報導的主要

問題在於公眾事務報導的策略面過多，使其實質內容反而成爲陪襯。也就是說，當記者報導焦點集中於某位候選人的輸贏或是政治人物的前途時，就會使議題本身落在焦點之外。這類型報導的另一特點，在於記者無意深究議題，因而採訪寫作的工作變得簡單，但是大眾如要吸收與議題相關的資訊反較困難。也就是說，當記者的作品單純到只呈現議題的策略面時，民眾賴以形成意見與判斷的資訊就不易由大眾媒體取得（陳憶寧，2002）。

參、競賽框架的分析層次

一如前述，分析框架時可由高、中、低三個層次切入，而分析時常由低層結構的符號與圖像切入，探尋框架的高層次意義（臧國仁，1999）。過去競賽框架的研究（Patterson, 1994；Lawrence, 2000；陳憶寧，2002）多以框架的中層結構切入，直接探討該新聞事件的本質著重衝突面、策略面，再加以判定該事件的高層次結構，即是否屬於競賽框架。相關的研究大致確定了當代政治新聞著重衝突與策略的再現，特別是在衝突性較強的情境脈絡中更是如此。現在的問題在於，政治新聞著重衝突與策略的再現，是否影響了框架的低層次結構？易言之，政治新聞使用的符號是否增加了衝突性？是否衝突性符號的使用頻率也會隨著情境的改變而變化？對於電視新聞而言，此一問題格外重要。理由在於電視媒體中的「畫面」十分重要，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」（Burton, 2000: 120）。當我們分析電視媒體中新聞框架的低層次結構，我們分析的其實是感官刺激的取向，了解電視新聞的影音是否一如競賽框架的預期，也反映了衝突與策略的本質。本研究認爲，當代政治傳播中，電視新聞報導再現影像事件（image event）的比例，反映了電視競賽框架的衝突面與策略面——將政治視爲無止境的衝突，甚至是無所不用其極、花招百出的衝突。

第三節 影像事件—圖像化的政治衝突與策略

政治活動在媒體上常被描繪成激烈競爭的戰役，愈是衝突性的爭辯愈容易被選擇報導；因此政治人物也容易利用激進或攻擊性的言論或影像來獲取報導。而電視特別不容易報導複雜的故事，在電視新聞當中，「影像」的重要性僅次於「事實」，也因此衝突性的影像更使人們認為政治不過就是無止盡的爭論與衝突（Lawrence, 1999）。此一觀察揭示電視新聞中的競賽框架，其中衝突性的影像可增強有贏有輸的對立感，愈是強調輸贏的再現，似乎爭議、對立的影像變愈容易被強調。臧國仁與鍾蔚文（1997）曾以「台北市十四、五號公園預定地違建拆遷案」為例討論，發現任何社運組織所發動的集體行為，其實都是一項在媒體上與其他組織對應框架相互競爭的過程；而Delicath與Deluca（2003）則進一步指出了，現代基進（radical）環保團體，常將這種競爭的過程以視覺影像的方式來表達，他們稱其為「影像事件」。同樣作為社運組織，在電子媒體的時代中，圖像式的表達已成為與其他組織對應框架競爭的工具。易言之，影像事件在相當程度上與競爭、衝突的概念概念相關，本研究認為國內電視新聞中立法委員的呈現方式又與影像事件性質相近，可作藉以觀察競賽框架的低層次結構。

壹、影像事件與立法委員電視新聞再現

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。例如1975年蘇聯大型捕鯨船被被綠色和平組織的小橡皮艇追逐，橡皮艇擋在捕鯨船與鯨魚之間，而魚叉槍毫無預警地從其頭上飛過，雖然最後無法阻擋獵捕鯨魚，卻成功地造就一個影像事件，獲得世界各大媒體的報導；綠色和平組織不只以橡皮艇包圍捕鯨船，還有像是在小海豹身上噴漆讓他們的皮草變得沒有價值、在尼加拉瓜大瀑布峽谷與觀景台之間掛上拯救

原始深林的大看板等，綠色和平組織利用衝突性、戲劇化的影像創造了數以千計的影像事件；另外像是美國地球優先！（Earth first!）曾在蘭峽谷水壩上垂下一條長三百呎的塑膠彩帶，象徵反對大壩造成了科羅拉多河的停滯，也是另一個類似的例子。

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。立委穿著軍裝，抗議6108億國防軍購案，表達該軍購案為換取美國承認總統合法性的陰謀；立委手拿柳丁、吃柳丁，呼籲各界搶救產量過剩的果農，並批評政府不重視柳丁果農的權益；立委們高舉斗大的標語，在院會議場裡排成一列，高喊選舉不公；選舉時期男立委反串女芭蕾舞著跳舞，記者評論「為求勝選，無所不用其極」；立委們與政黨領袖在選舉造勢場合牽手高喊當選，表達國會拼過半的決心……。無論在議場內、抗議場合、選舉造勢場合，國內電視新聞媒體再現立法委員影像事件的現象似乎並不罕見，這樣的再現呈現出了政治情境中立委衝撞體制、對抗對手陣營或展現勝選技巧的衝突感或策略面，相當程度地反映了競賽框架的高層結構—「衝突」、「對立」或「策略」。換句話說，在國內的國會政治傳播情境中，立法委員就像國外基進環保團體，使用影像事件來表達訴求，而電視媒體也藉由呈現這些影像事件，框架出國會政治的衝突性與策略面。值得觀察的是，影像事件如果作為媒體競賽框架的低層結構，是否也如競賽框架在愈具競爭性的情境條件中使用愈頻繁一般，電視媒體在愈具競爭性的情境中也愈常再現政治人物的影像事件？本研究將利用選舉期與非選舉期電視媒體再現立委影像事件的比例，來探索這個問題。

貳、影像事件與電視媒體的戲劇性

影像事件使得競賽框架中的衝突與策略圖像化，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，Graeme 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，讓電視影因更加刺激、有趣，提供軟性新聞必要的娛樂性。

布赫迪厄 (Bourdieu, 1996 / 蔡筱穎譯, 2000) 也有類似的看法。他認爲，電視媒體在自由市場的競爭下逐漸趨向同一，這個同一性即爲「戲劇性」。其理由在於，在電視上「時間」是一個十分罕見的商品，「人們之所以要運用珍貴的幾分鐘去談無關緊要的事物，是因爲這些無聊的事物事實上都是十分重要的」(p. 52)，布赫迪厄指出，電視並不是一種喜歡思考的表達，有限的時間、緊急的情況中，人們不太可能會思考，爲了能讓人們及電視工作者在速度中思考，電視必須提供許多「被認可的概念」，也就是經由所有人平凡、約定、共同認可概念。也因如此，電視中這些「快速思考者」提供了「文化速食」，一種經由預先人工消化的、前思考的文化產物 (p. 72)。電視就資訊層次而言，就是吸引所有人在能夠感興趣的事件上，但政治的枯燥特質注定了使他成爲一個不吸引人的主題，最好離黃金時段越遠越好；然而既然非談不可，政治這個不刺激甚至令人沮喪難處理的題目，「無論如何也要做得有趣」(p. 25)。

於是電視新聞媒體以公眾的期望爲理由來爲這種「煽動性的簡單化方針」辯解，其實是爲了擔心節目無趣、收視率因此降低。在自由市場中追逐收視率成爲電視的首要指導原則，新聞媒體因此戴上了其特殊的「眼鏡」，來替觀眾在這個無聊的主題中選擇有趣的題目，布赫迪厄指出，此一選擇的原則，就是尋找駭人聽聞、蔚爲奇觀的事件，電視稱之爲「戲劇性」(Bourdieu, 1996 / 蔡筱穎譯, 2000)。

我們可以發現，立法委員的影像事件之所以受媒體競賽框架所再現，相當程度上就在於符合電視戲劇性的需求—立委「駭人聽聞」、「蔚為奇觀」的言行，在電視一閃而逝的時間中，能清楚而簡單地描繪出政治的衝突與策略。於是同樣為政治新聞的競賽框架，以報紙作為研究對象時，從該新聞事件本身的性質即可看出其中的政治衝突與策略面，但在電視媒體中，影像事件更清楚反映了電視強調聲影娛樂刺激與戲劇性，故更容易呈現出競賽框架的衝突與策略，值得作為深入觀察的指標。就此，研究者關切：是否在愈為衝突的情境中（如選舉時期），電視新聞媒體愈傾向呈現立委的影像事件？

參、影像事件與立法委員表演行為

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；外在顯現包括聲音和身體兩個部分，與腳本上的角色配合，把內心的推衍過程具體化。如果照後者的表演定義，又牽涉了自我說服的過程，似乎又不那麼的「虛假」。故使用「表演」⁵的名詞，並未意指「戲子無情」的道德判斷。

「表演行為」之重點在於「表演」一詞總在「戲劇」的脈絡中出現，而「衝

⁵ 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。

突」則是戲劇的重要元素之一。姚一葦（1992: 57-58）說明戲劇是因衝突而產生，而向前推進；戲劇本質的表現為人的意志自覺地對某一目標的追求，或不自覺地應付一種敵對的情勢，無論自覺與否，均因受到阻礙而造成衝突，從而產生戲劇。

本研究雖稱此類言行為「表演」，但實際上無人能直接確定立法委員心裏的意圖與虛假成分，無人得確認在當時的情境下立委展現此類作為目的即為換取媒體曝光。相當一部分的立委言行具有媒體曝光意圖是不言而喻的，例如許多在事件發生前就必須準備的道具、服飾，或是需經安排才能展現的表達方式，比如歌唱、跳舞、呼口號或利用其他政治明星入鏡等；然而亦有部分情緒性的舉措則很難判定是一時情緒感染或是早有準備，例如肢體衝突、哭泣或昏倒等。但使用「表演」一詞仍有其適當性，其一是該類言行無論立委有多大程度的自我說服，確實有很大部分與其意圖相關，其二為此一名詞指涉戲劇的脈絡，可用以描述此類立委言行的戲劇化與衝突性。

肆、影像事件與電子媒介時代公共傳播本質的改變

Delicath與Deluca（2003）主張影像事件是一種後現代的陳述型式，是一種對立性的論述，用來創造社會爭議，以及啓動、擴張辯論的可性，而其興起在於當代公共論述本質的轉變。Delicath與Deluca指出，大眾媒體代表了公共領域中重要機構之一，在電子化時代，電視的公共領域（*televisual public sphere*）則構成了公共討論中主要的景觀。在傳統上討論哈伯馬斯公共領域時，影像事件當然不包括在內，儘管如此，強調影像事件已經不可避免的成為公眾政治與公共領域的中心。他們引述Gronbeck（1995: 235；轉引自Delicath & Deluca, 2003: 319）的說法：「文化討論的中心已經不在《紐約書評》（*New York Review of Books*），而在電視的經驗中」，強大的影像與動人的言詞催化了1950與1960年代的公民權利運動。

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; Szasz, 1994；轉引自Delicath & Deluca, 2003: 319），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，政治傳播愈來愈倚賴政治圖像（icon）的產製與展現，而非象徵（symbol）；是圖像學的（iconography）而不是語藝的（rhetoric），在電視的時代，戲劇性、視覺化的時刻，已經取代了值得紀念的言語。⁶

公共傳播的改變也對社會問題的建構與公共意見的型塑造成了顯著的影響。Szasz（1994；轉引自Delicath & Deluca, 2003: 320）指出當代美國議題創造的過程已經產生質變，社會問題的建構在本質上已從語藝上的宣稱逐漸轉變成採取圖像學的形式。公共意見的型塑愈來愈倚賴影像而非文字，認知的內容變成不以言說而被視覺元素所主宰。Jenks（1995；轉引自Delicath & Deluca, 2003: 321）稱其為視覺文化（visual culture），而視覺文化必然需要視覺的主張（visual argument）。

Delicath與Deluca（2003）對於影像事件興起背景的看法中，多少帶有價值的評斷，暗指影像事件構成了當代公共領域，具備公共論述的價值。對於這樣的價值判斷，也有持否定態度的。McNair（1995 / 林文益譯，1997: 41）指出後現代，政治傳播被視為只是「空洞無內涵的符號以及無意義的訊息在媒體上的浮光掠影」，他引用Boorstin（1962）所說的「假事件」，⁷大眾媒體愈來愈充滿虛妄、

⁶在符號學中，「圖像」（icon）、「標誌」（index）與「象徵」（symbol）指涉不同的概念。「圖像」符號中的支配性原則是「類似」，利用符號工具與其所指之間的類似，來代表所指的對象，例如立委站上吉普車衝撞政府機構的圖像，直接代表了強烈的抗議；「標誌」符號經常通過物理關係或相鄰關係，與其所指對象發生因果關係的連結，例如敲門意味門外有人；「象徵」符號工具與所指之間的關係是約定俗成並缺乏動力的，兩者之間不存在類似或物理的連結，最明顯的象徵就是語言符號（Elam, 1980 / 王坤譯，1998）。

⁷Boorstin（1962: 11）認為假事件包括幾個要素：（一）非自然而然發生的，而是人為計劃、策劃或挑起的；（二）主要是為了報導或受重視的需要而策劃的，因此，配合媒體報導的方便而安排，其效果依報導多寡而論，時間的關係通常是虛構的；（三）事實之間的關係是曖昧不明的；以及（四）通常是自我實現的預言。

造假、捏造的「事件」或「人爲的故事」。無論對後現代的政治傳播評價如何，Delicath與Deluca（2003）的觀察其實引發了值得進一步討論之處：影像事件作為競賽框架的低層次結構，反映了電子媒體時代中公共論述本質的轉變，這樣的轉變除了電視媒體本質即重視影音與戲劇效果外，還有什麼其他的原因？一如前述，新聞框架「一方面受到社會結構的影響，一方面記者也透過專業化過程將某些意識型態內化為日常工作的工作規則，並主觀地透過它來建構新聞」（翁秀琪等，1997: 2），新聞框架與社會結構相互影響。那麼立法委員新聞中，立法委員作為最重要的消息來源，在電視新聞記者主、客觀辨證產生競賽框架的過程中，扮演什麼樣的角色？他（她）們受到電視媒體什麼樣的影響？又如何影響電視新聞框架的形成？

第四節 電視與國會議員行為的改變

在大眾傳播媒介的時代中，對於政治人物受到媒體的影響，重視自己在上媒體表現的觀察，已有相當多的論述。馬克思認為歷史是由支配生產方式所塑成的，而這個時代歷史是由支配生傳播方式所塑成的（游恆山，1994），因為電視使得社會逐漸流行普羅文化，使得政治文化的發展也走向大眾化，誠如莎士比亞所說的，世界就是舞台、戲劇反映人生，人生又反映戲劇，這正是我們處於這個「大世界，小銀幕」的最佳寫照（李萬來，1993）。

政治人物著重自己在電視上之形象表現其來有自。顧爾德（2001）指出，美國甘迺迪總統在美國人心目中的英雄地位屹立不搖，其中一個重要因素就是得力於電視的傳播效果。1960年，甘迺迪與尼克森進行電視辯論，當甘迺迪侃侃而談時，觀眾看到尼克森緊張的流汗，使得觀眾對於誰適合當領導人，在當時就有了定見；在二次大戰後，英國政治最擅長塑造媒體形象的形象經營者則屬柴契爾夫人。為了吸引更多選民，1970年代末期完全放手讓公關人員包裝，她開始改

變說話聲調，加重音色，並強調沙啞的音質，髮型與服飾也精挑細選（Bruce，1992）。及至今日，政治人物注重自己外在形象的表現應是有增無減。美國商業演說家史考特麥肯（Scott McKain）直指，所有的事業都是表演事業，想要成功，則必須在自己與觀眾之間創造出一種情感連結（McKain, 2002 / 張淑芳譯，2004）。

這些論述與觀察都指出媒體對政治人物言行的確產生影響。對於這樣的現象，Crain與Goff（1988）利用經濟學中「先驗財」（search goods）與「經驗財」（experience goods）的理論來提出選民消費的理論，解釋政治人物透過電子媒體提供選民資訊的行為。

壹、選民消費理論

Crain與Goff（1988；轉引自Mixon, Gibson, & Upadhyaya, 2003: 140-141）利用經濟學中先驗財與經驗財的概念，將政治服務視為財貨，提出了選民消費的理論。所謂先驗財是指購買商品前就知道財貨的品質或表現，例如椅子就接近這個概念，人們購買前大約就可以知道椅子的狀況；而經驗財是指買後才能知道其品質或表現的商品，如聽音樂會就接近這個概念，在欣賞之前較難確認其品質與表現。由於在購買前無法知道財貨的品質或表現，經驗財購買時有風險存在，消費者於是為了不吃虧，需要先蒐集商品相關的資訊，以減低風險、避免損失。至於政治服務算是先驗財還是經驗財，他們指出，有一種觀點認為政治服務較偏向是先驗財，因為選民可以在很低的成本下獲得候選人的過去紀錄，藉以作為評斷，選民在投票前就可以知道該候選人未來政治服務的品質；但另一種觀點認為許多選民選前蒐集這些資訊可能相當耗成本，此外，即使很不容易地蒐集到這些資訊，選民也很難藉此推論候選人未來的表現，因此認為政治服務偏向經驗財。Tyrone、Mixon與Trevino（2003）指出，任何的財貨較少剛好落在光譜的兩極，多半是在其中。

Crain與Goff（1988；轉引自Mixon et al., 2003: 140-141）進一步指出，政治服務在先驗財與經驗財的光譜間，可能呈現一種動態的變化。任何科技的進步改變了資訊蒐集的成本，將改變政治服務的本質，例如國會實況轉播電視可降低評估政治人物「廣告品質」與「實際品質」差異時的成本，因此電視可能使得政治服務更偏向先驗財。另外由於中央層級的比地方層級的民意代表更容易獲媒體報導，而且有較多國會監督團體的注視，選民較容易在選前評斷其實際品質，故中央民代較偏向先驗財。

由於媒體關係是公共關係中最重要層面之一，媒體關係的價值在於公共關係所產生的媒體報導成本相當低，雖然缺點是不能像廣告暢所欲言，對訊息有完全的控制，但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）。從選民消費理論中，政治人物積極重視媒體報導的現象便可以得到解釋：政治服務作為一種財貨，選民在消費（投票）前，必須蒐集候選人相關的資訊以減低風險，確認未來政治服務的品質，因此候選人必須努力釋放出商品訊息，媒體報導在此則提供了相對低廉的成本，讓候選人資訊得以曝光。

Mixon 等人（2003）指出在這個選民消費的理論結構中，國會電視對於國會議員行為的影響則成為重要的問題。一方面，國會議員可能會更支持電視轉播的存在，因為如此可以提供非常多作秀的機會。美國參議院的制度安排中，一分鐘發言（one minute speeches）、特別要求發言（special order speeches）以及冗長辯論（filibuster）被國會議員用以影響選民的信念，藉由 C-SPAN 與 C-SPAN2 對於議事過程的報導，當黃金時段來到，議員們就開始表演，而實況轉播常常延續到午夜。一分鐘發言以及特別要求發言對於議員而言提供了免費的廣告機會，現任議員可以免費地使用這些制度程序，而且談論的主題也沒有什麼限制；而冗長發言則是在參議院會開始前對於特定法案的反對，也就是說冗長發言在政黨的立場上比起個人的立場上更組織化與結構化。這些制度安排皆利於現任議員以低

廉的成本散佈本身的廣告性資訊，也使得其他非現任的角逐者需以更高的成本來複製同樣的曝光時間。美國已有相關的實證研究（Mixon, Hobson, & Upadhyaya, 2001; Mixon et al., 2003），這些研究結果可以提供我們了解國內立法委員許多問政行為一些思考方向。

貳、美國國會電視轉播與議員行為改變

Mixon 等人（2001）分析美國國會在 1972 年至 1992 年之間會期長度變化的情形，以迴歸分析後發現，電視轉播 C-SPAN 與 C-SPAN2 對於會期增長有顯著性貢獻。國會轉播使得眾議院的兩年會期增加了 250 小時，而參議院的兩年會期則增加了 431 小時；在 C-SPAN 鏡頭出現下，眾議院平均每個法案需多花 2 分鐘，C-SPAN2 則讓參議院每個法案多花 4 分鐘。分析其原因，Mixon 等認為會期中國會轉播給予聯邦層級的現任立法委員在國會中一個低成本的廣告舞台，延長會期更增加了電視曝光，而這些電視的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。

另一份研究（Mixon et al., 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。⁸他提出了 1959 到 1998 年間每年終止辯論提付表決的數目，受 C-SPAN2 鏡頭是否出現在議場（1986 年後出現）、參議院該年年提出的法案數、民主黨是否為多數黨、是否出現多數抵制（filibuster-proof majorities）、國會多數與總統是否屬於同一政黨、聯邦政府花費佔國內生產毛額百分比、提出終止辯論要求的數目等影響的迴歸模型，發現 C-SPAN2 的正向貢獻具顯著性，顯示 C-SPAN2 的出現增加了參議員使用冗長辯論的頻率，電視的出現影響國會議員行為的假設得到證實。

⁸ 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）。

制度上的規則容許美國聯邦立法機構政治表演與作秀，而且這些行為因為著電視鏡頭在國會殿堂的出現而更被強化。一如過去的研究，政治服務無論被界定成經驗財，或是藉由資訊的傳佈從經驗財轉變成先驗財，都可以預期政治人物利用說服性的廣告性言行來贏得選民的产品合約。制度中許可立法過程中的冗長辯論，自從1986年C-SPAN2國會電視轉播出現後已顯著增加。致力於立法表現以及連任的現任國會議員，使用此一立法程序至少造成了兩個結果，第一，眾議院會期變得更長，以利於議員有更多的機會來宣傳自己；第二則是透過冗長辯論的立法程序來表演、作秀的情況更多，使得挑戰者要複製這樣的曝光率的成本更高，也提昇了現任國會議員的連任機會（Mixon et al., 2003）。

上述研究證實，電視媒體進入美國國會後，的確造成國會議員行為的改變。就選民消費理論而言，國會議員為了有效傳達政治服務訊息，自然會因電視媒體的出現而改變其行為；就此一理論的觀點，在國會議員愈急迫需要媒體曝光時，會愈加強政治服務訊息的傳遞，似乎也是合理推論，因此國內立委在選舉時期是否會強化某些媒體策略也是值得觀察的重點。我國並未如美國存在民眾普及收視的C-SPAN、C-SPAN2國會實況電視轉播，但仍有發達的電視新聞媒體可供立委散佈廣告性訊息。當然，國內電視新聞媒體報導國會新聞時，並非全程轉播，仍需經由符合電視媒體新聞框架限制，才有被播出的機會。因此，我國立法委員面對電視媒體的策略，也應與美國有所不同。在此產生的問題是：我國立法委員會採取什麼的媒體策略，使其得到最大的媒體曝光？

第五節 政治人物的媒體策略

媒體的影響力使得國會議員改變了本身的行為，努力爭取媒體曝光的機會。但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，除非遭受政府舉措的直接干預，而新聞媒體事實上也發現了閱

聽眾政治冷感的事實。大部分商業媒體存在的目的在於獲利，媒體最希望提供閱聽眾的，自然就是媒體機構研究出來閱聽眾最感興趣的主題。故而，媒體提供的事件新聞中，僅有極小部份的新聞是與政治或政府有關的。Schnur 認為，因為在新聞播報中僅有若干分鐘的時間、在報紙欄位裡只有幾英吋的版面，什麼新聞類型該被報導成為極端競爭。他舉例，半小時的地方電視台新聞，扣掉廣告的時間只有 22 分鐘，如果共同競爭時間的對象包括了地方性的、州的、全國性的、以及國際的新聞，並且還包括了氣象、體育、電影評論、以及其他非新聞的專題故事，那麼報導主體與政治或政府相關的機會就更微渺了。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」。

從媒體的角度來看，當政治人物的言行符合了媒體的某些需要，亦即前述媒體之「競爭框架」，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。政治人物的政治資源可能有利於自己把所展現的言行「塞到」媒體的框架中，但或許在根本上將媒體框架型塑成有利於自己的樣貌。前述研究觀察媒體與政治人物間相互影響動態過程的結果，發現產生媒體使用「競爭框架」的傾向，但此一動態的過程，仍有值得探討之處。在探討此過程前，我們先了解政治人物有什麼樣的政治資源來爭取媒體報導。

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），韋伯認為魅力是「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」。然而其後許多學者卻不同意韋伯的觀點，首先，所謂的魅力型領袖未必被視為超乎常人的；再者，他們視魅力並不只是一種屬性，而是問另外一

個問題：對於政治人物而言，究竟因為什麼樣的技巧、行爲或表現，使得被領導者深感到領導者的魅力（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，大致而言可歸納爲幾種因素，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; Sheaffer, 2001; Weaver & Wilhoit, 1980）。研究者綜觀以上政治人物如何獲取媒介正當性之看法與文獻，發現不同的學者對此有著相近或不同的看法，因此本研究逐步整理各文獻中各種不同的概念，將相近之處併爲一類，而將無法被歸類的相異觀點獨立成另外的類別，並進一步尋找關於此一特殊觀點有無其他支持文獻。由此，大致可歸納爲四類：「背景實力」—較高的職位、較多的政治資歷與資源；「人際關係」—與其他政治人物或媒體保持較好的互動；「議題掌握」—對於時事有較好的掌握或創造能力；以及「表現能力」—擁有較好的語藝能力或較多的表演元素。此一分類中之內容與相關研究詳述如後。

壹、四種獲取媒介正當性之政治資源

一、背景實力

韋伯強調了另一種魅力的類型，其稱之爲「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越接近權力核心、國家系統符號的中心時，可以想見，總統府中的政治人物、立法院中的政治人物，會比地方議會或政府的政治人具備更多的媒體曝光機會；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，這也意味著，在立法院中院長、副院長、黨團三長的曝光率會較其他委員高。此二者會有較高的機構型魅力的理由，在於這些位置都是一種政治資源，這些政治資源會幫助政治人物獲得媒

介正當性 (Sheafer, 2001)。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。

觀察美國國會制度，資深制是培養議員專業能力及權威主要方式。美國國會議員參與委員會是由政黨依照議員的興趣及專業，分派長久參與某常設委員會，而逐漸培養出專業素養及資歷，特別是委員會主席及次級委員會主席，都是在委員會多年，對相關法案相當清楚，主持議事品質及專業性權威都受到院會成員相當程度的尊重 (王業立, 2001; 黃秀端, 2001; 轉引自黃偉俐, 2004: 14)。因此，愈資深議員的議員愈容易成為記者心目中的消息來源。Feldman (1985; 轉引自黃偉俐, 2004: 15) 指出，資深的國會議員常常已是國會和黨派主要負責人，是記者心目中能提供權威訊息的消息來源。雖然有研究以內容分析法發現，較資深且來自大選區的議員容易受媒體報導 (Weaver & Wilhoit, 1980)，不過 Squire (1988; 轉引自黃偉俐, 2004: 15) 的研究發現，資深程度無法預測媒體能見度，而是資深程度影響了國會職位的安排，國會職位才是影響能見度的主因。黃偉俐 (2004) 利用 Weaver 與 Wilhoit (1980) 發展出來的「機會結構」來探討「立委類型」(不分區或選區立委)、「助理人數」、「資深程度」與「領導能力」與媒體能見度之間的關聯性，發現其中只有「領導能力」——有無擔任黨團幹部、有無擔任黨職與媒體能見度呈正相關。可見立委的職位高低是一種重要的政治資源，有助於媒體能見度。

綜合上述文獻，本研究將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的情形，歸類為「背景實力」類。

二、人際關係

除政治人物較抽象的「魅力基礎」屬性，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。

不只 Sheaffer (2001) 認為政治人物人際關係的能力影響其媒介曝光度。黃光國 (1984；轉引自黃偉俐，2004: 28) 指出，擁有社會資源支配權的人（如記者）會用不同方式來對待對自己關係不同的人。也就是人們會因為關係差異，而採取不同的社會交易法則，亦即資源分配者將資源給予與自己關係較密切的人。Chibnall (1975，轉引自臧國仁，1999: 341) 在其訪談資料中發現，記者與消息來源常期望對方對自己的善意有所回報，如記者在報導文字中對特定消息的某些負面消息「報喜不報憂」，或淡化處理，而消息來源則會在其管轄業務中提供某些特權；即記者與消息來源之間存在著某種「交換體系」。立法委員運用與記者互動的能力，經營好交換體系，有助於媒介正當性的爭取。

在國內研究部分，黃偉俐 (2004) 以立法委員個人活動中的「質詢次數」、「參加國是論壇次數」、「召開記者會次數」、「與記者互動之時間頻率」（互動次數與互動時間相成乘）、「有無與記者私下互動」以及「有無記者個人電話」作為預測變項，以逐步迴歸的方式了解立委個人活動與媒體能見度的關聯性，發現「召開記者會的次數」以及「與記者互動之時間頻率」與立法委員的媒體能見度具顯著性。可見立法委員與記者互動的能力有助於其爭取媒介正當性，常與記者互動的立委有較高的曝光機會。

綜合上述文獻，本研究將國會議員擁有較好與記者或其他政治人物互動、協調的能力，因而擁有較多政治資源的情形，歸類為「人際關係」類。

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, 也就是所謂的共識。凡政治事件、議題、媒體框架、政治演員越接近這個共識, 那麼越會越被視為重要, 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)。

我們可以發現, 這兩個大類應該是互相影響的類目。政治文化的價值會影響到媒介專業價值和需要, 比如說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)。對於政治人物而言, 必須有精準掌握議題的能力, 讓其言行符合上述之新聞價值, 才有助於在政治傳播競技場中勝出。

Weaver 與 Wilhoit (1980) 則指出國會議員行為代表的新聞價值 (立即性、衝突性、事件導向的活動以及展現個人特質的行為), 比權力 (「背景實力」類) 更能預測媒體能見度; 因為權力地位或許能製造新聞, 但是新聞工作者對於新聞

的詮釋更重要。

綜合上述文獻，本研究將國會議員能精準掌握、創造議題，符合政治文化的價值以及媒體專業的價值與需要，因而擁有較多政治資源的情形，歸類為「議題掌握」類。

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。

Hart (1987: 61；轉引自 McNair, 1995 / 林文益譯，1997: 127) 對美國總統的修辭研究指出：「總統所面對的媒體環境，已經從過去專以正式書面為主的印刷媒體，轉變成必須能言善道的電子環境，這對臨場反應能力好的政治人物來說更是有利……總統及其幕僚已經成為說服社會學的專家，他們花很多時間挖掘最佳的社會表達方式，以使一言一行皆能順暢，並能打動人心」。語藝能力在當代傳播環境中實為重要，影響政治人物的媒體表現。

至於什麼樣的語藝或戲劇能力適合什麼樣的媒體，在黃偉俐 (2004: 109) 的訪談中可以看到一些有趣的端倪。一位平面媒體記者被問到無職位、背景的立委有何媒體策略時如此回答：

有些立委他就很聰明，像他知道自己是在媒體是居於弱勢，他就會去做一些花招。像蔡啟芳、林重謨，他就會去看電子媒體或媒體在哪裏，他就會跑去搶佔螢光幕、想去搶佔媒體的版面。可是以平面媒體的立場而言，

除非事情很重大、或者是話題性很強，不然我們都是不予理會、幾乎不予理會。像蔡上次罵那個老師『王八蛋』，像這種就是會有爭議性、會引起社會的反彈，或是會引起共鳴，這種我們就會比較去處理。

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。

綜合上述文獻，本研究將國會議員能發揮語藝或戲劇的能力，並能依不同媒體性質調整該技巧的能力，因而擁有較多政治資源的情形，歸類為「表現能力」類。

貳、政治資源的共線性問題

本研究將政治人物獲取媒介正當性的政治資源分為「背景實力」、「人際關係」、「議題掌握」與「表現能力」四類，但實際上，這四類並非完全互斥，同時可能存在著共線性的問題。例如一個黨的國會黨鞭因其地位較高，政治資源較豐，因而有較高的曝光機會；但陳志杰（2002）也指出，在台灣國會記者採訪新聞多是配合立法院黨團運作的形式，分成三到四條線，而每個會期個黨團選出的黨鞭是記者平常最常互動的對象，因此曝光率也較高。黨鞭可能因其職位較高，容易成為矚目的焦點，但也可能因其較常與記者互動、較常召開記者會，與記者有較好的關係而增加其媒體曝光度。此外也不無可能「背景實力」較高的議員就是靠著較強「人際關係」能力以至於有此較高的職位。易言之，「背景實力」與「人際關係」能力間可能存在著互為因果的關係。

另外，假如某位國會議員掌握了很好的議題，並利用其優越的語藝、表演技

巧呈現此議題，我們也很難區分這位議員獲得媒體報導，究竟是因為「議題掌握」或「表現能力」之貢獻，即便我們以統計方法克服了此困難，還是很難確認彼此間是否有加乘的效果。這四個類目之間，可能存在著共線性的問題，甚至互為因果的問題，使得我們在做量化的分析上必然會遇到障礙。

爲了克服此一分析本質上就存在的困難，本研究改問下列的問題：在新聞媒體的競賽框架下，若電視新聞再現政治人物的行爲時，著重呈現框架的低層次結構—影像事件，是否會讓政治人物依其理性選擇的原則（選民消費理論），而著重四種政治資源中「表現能力」的發展？又政治人物如果著重「表現能力」的發展是否會反過來影響電視媒介框架，使其更著重呈現影像事件？這其中呈現什麼樣的動態關係或樣貌？這些問題研究者將利用深度訪談的方式來尋求解答。

第六節 台灣國會政治傳播情境

「立委荒謬的言行充斥著媒體，編織出一幕幕魔幻的驚悚劇情，醞釀著沒有人知道後果是什麼的陰霾」（李明軒，2000: 70）。此一文學性的描述，相當程度地點出了台灣國會政治傳播的情境。親民黨立委李慶安甚至指出，國會議員努力問政到心灰意冷，主要是「好好問政協商，媒體上一個字也沒有」（p. 78）。自從解除報禁以及 1989 年、1992 年立法委員兩度改選之後，大批湧入立法院的心立法委員和新國會記者，已將立法院的運作擴大交錯成龐雜的「立院—媒體」共生體系（方素惠，1991，轉引自陳志杰，2002: 3），而社會各界對於當前複雜、紛亂的「立委—媒體」共生體系提出許多警語與改革建議，出現在許多報章雜誌的專論或特稿中（陳志杰，2002）。

壹、國會新聞政治傳播情境與立委戲劇化再現

從前述文獻中可以得知，當代政治傳播中，在媒體方面，媒體習以競賽框架

報導政治新聞，突顯政治人物間的衝突與策略面，特別是在電視媒體中，影像事件的興起也反映了電視媒體強調戲劇性、聲影效果，以及特別容易展現衝突性事件的性質，可以作為觀察電視新聞媒體競賽框架的低層次結構；在政治人物方面，政治人物為求充分提供選民政治服務的訊息，會改變自己的行為以充分利用媒體，並且政治人物擁有不同的政治資源也有助於爭取媒介曝光。媒介與政治人物互相滿足彼此的需要(競賽框架、提供選民訊息)事實上就是一種「共生體系」，不過在台灣的國會政治傳播情境中，有幾項特質特別使得在共生體系裡，電視媒介與立委互相滿足的過程中更傾向立委衝突性、戲劇化言行的再現，本研究整理如下：

一、電視媒介快速發稿之生態

對於台灣媒體的生態環境，台視總經理王智應(2003)認為，特別是有線新聞台，若從早上九點的整點新聞開始觀察，約至九點半後便會播出立法院的新聞，理由在於此時立法院中記者會紛紛開始召開，各委員會亦開始運作，立法院的新聞便得以播出。他認為，在如此緊急的時間中，記者根本無法了解記者會的背景或是其中委員要提出來的內容是什麼？有無牽涉其他的人？有無需要進行平衡的報導？而容易淪為立法委員上鏡頭的工具。在缺乏記者主動求證的情況下，國會新聞容易流於表象，甚至僅止於戲劇效果的呈現。

二、國會記者素質

鄭貞銘(2002)批判，台灣政治新聞中有種「媒體民粹化」的社會弊端。此所謂「媒體民粹化」意指政治人物與媒體，皆為了本身的利益來契合大眾市場的需要，而以情緒化與表象化方式呈現或報導公眾議題。政治與媒體的共利共生使得媒體成為參養、迎合大眾口味的機制，在此過程中，媒體記者欠缺較深刻之社會責任與素養為造成此現象原因之一。瞿海源(2003)指出國內新聞媒體，尤其是電子媒體負責國會新聞的記者不夠專業、不夠資深，稍比跑其他線的記者資

深，缺乏破除媒體民粹化之專業能力。

三、立院「即問即答」質詢制度造成的新聞表象化

我國《立法院職權行使法》第十八條第二項：「政黨質詢及立法委員個人質詢，均以即問即答方式為之。」第十九條第四項：「政黨質詢時，行政院院長及各部會首長皆應列席備詢。」原「即問即答」的形式只有在委員個人質詢時採用，然自從 2000 年 7 月份立院質詢新制實施，政黨質詢部分（亦即所謂「施政總質詢」）亦改為「即問即答」形式。方旭（2000 年 7 月 16 日）指出，即問即答之優點，在避免官員「實問虛答」、「有問無答」。不過，即問即答制度的壓力確實讓官員在回答時，往往落入提問者的脈絡或陷阱中，或許達到了問政吸引目光的目的，但是國家大政方針在簡單幾句話中要完整表達，以及省略前後文式的解讀方式，卻使得國家立場與利益極可能因為誤讀而受損。立委利用即問即答的制度「考驗」官員，同時此形式也利於造成衝突性的戲劇效果，強化了立委的表演行為。

四、立法委員複數選區選舉制度

我國目前的立法委員在區域立委方面，選舉制度是「複數選區單記非讓渡投票制」（李俊達，2002: 97-98），這樣的選舉制度有三項特色：第一、由於此制在「複數選區」中施行，所以我國立法委員選舉時，政黨通常會在同一個選區中提名兩個以上的候選人；第二、「單記」意指投票時選民只能投下一票，而投票選擇的對象是針對個別候選人，不是政黨；第三、候選人所得的選票是個人所有，不論單選或落選都「不得轉讓」給同黨候選人。此一選舉制度的效果是，既然票源是固定的，候選人必須面對其他同黨候選人的競爭，是一種「零和」遊戲，黨內競爭可能比黨際競爭更激烈，如此一來，立法委員候選人會有建立「個人選票」（personal vote）的強烈動機，藉此區別與其他候選人（包括同黨及他黨）的差異；由於是在複數選區，候選人只需爭取「安全票數」即可當選，故沒有必要爭

取多數選民的支持，相對的，他只要爭取選區一小部份的特殊選民的死忠支持，就足以當選。

在這樣的制度下，立委為建立個人風格，容易採取較為偏激、極端的言行來吸引部分選民的支持，故而較容易造成立委偏向使用戲劇化的言行來獲取媒體的注意。

貳、媒體新聞框架與立委媒體策略的交集：誰有權力？

媒體方面，相關研究對政治新聞中「競賽框架」的觀察，揭示了當代政治新聞重視競爭與策略面的報導，而在電視媒體上，「影像事件」的興起更給了我們了解這種競爭與策略面如何影像化的分析途徑，此亦暗示在愈具衝突性的情境中，電視媒體愈偏向呈現影像事件的取向；在政治人物方面，「選民消費理論」以及相關實證研究解釋國會議員為了極大化自己的利益，會因電視媒體的出現改變自己的行為，而在獲取媒體曝光的策略中，政治人物有四種政治資源來爭取媒介正當性，分析國內國會政治傳播的情境，立委應更注重四種資源中的「表現能力」，以戲劇化、衝突性的言行贏得媒體青睞，這也暗示了在與立委利益愈密切相關的情境中，立委愈偏向展現其表現能力。在媒體新聞框架與立委媒體策略兩方面的分析裡，吾人發現，戲劇化、衝突性的言行是兩造共同的交集之處，若以實證資料來分析，最後應呈現此類戲劇化、衝突性等立委表現能力的比例高於其他類型的再現，而且在愈具衝突性、與立委利益愈密切相關的時間點——亦即立委選舉時期，這類的呈現應有更高的比例。是否實證觀察的結果會如理論的預期，也是本研究可以進行研究之處。從以上文獻分析中衍生另一問題：在兩造的交集過程中，電視媒體或立法委員誰擁有較大的影響力？誰「操控」了誰？或是兩造如何取得共識？

Heywood (1997／林文斌、劉兆龍譯，1998: 16-17) 認為所謂權力 (power) 意指「有能力透過任何的手段以達成預期的結果」，當 A 有能力驅使 B 去做 B 所

不太樂意做的事時，則稱 A 比 B 有權力。而 A 對 B 施以影響力的方式，其途徑可區分成政治的制定、議題的設定以及思想的控制。

陳志杰（2002）將國會記者與立法委員互動的過程以「資訊交易」的觀點分析，探討立法院中五項制度的安排（國會議事公開制度、媒體採訪路線安排、公聽會與記者會、國會評鑑制度，以及國會記者聯誼會）是否有助於兩者「資訊不對稱」情形的降低，在他的深度訪談中發現，五項制度安排並無法降低資訊交易成本—立法委員仍擁有較為優勢的資源，掌握較大的主控權，記者仍處於劣勢的地位。這是否意味著，電視媒體與立法委員交集出戲劇化、衝突性言行的結果，其實是立委影響了媒介的框架，有較大媒介內容決定或議題設定的權力？或有其他更細緻的動態過程？

第七節 研究問題與假設

綜合上述文獻探討，本研究的研究問題從現象的描述出發，了解電視對政治與立委相關新聞的關注程度為何，以及其中立委表演行為的比例；並分析在不同時期以及不同背景實力的立委間，此一比例有何變化；最後則探究現象背後的原因，以及記者與立委間的權力關係。

壹、電視對政治與立委新聞的關注程度

如前文獻所述，新聞媒體發現觀眾對政治不感興趣，因此政治新聞比例低，導致政治人物爭取曝光機會的競爭激烈，立委需利用各項資源以求獲取報導；另一方面，因電視中政治新聞的版面有限，才使得何種新聞會被媒體選擇播出成為有趣且重要的議題。故而在討論其後更深入的問題前，需先釐清電視媒體對於政治新聞或立法委員相關新聞關注的程度。又媒體的競賽框架習視政治為一場競賽，展現其中政治人物的衝突與對立。立法委員選舉時期與非選舉時期的情境脈絡相較，前者的政治環境更具衝突性與對立性，事件性質較具競賽性質，是否因

此有較多的報導，亦是值得探討之處。因此：

研究問題一：電視新聞中政治或立法委員相關所佔的比例為何？不同時期有何變化？

研究假設1-A：電視新聞中國內政治新聞比例在選舉時期比非選舉時期高。

研究假設1-B：電視新聞中立委相關新聞比例在選舉時期比非選舉時期高。

貳、電視新聞中立委表演行為的比例

許多研究指出（Lawrence, 2000；Patterson, 1994；陳憶寧，2002），媒體常以「競賽框架」選擇、重組新聞，著重政治新聞的衝突性與策略面，且愈具衝突的情境—如選舉時期，競賽框架比例愈高；而環保團體利用激烈的、對立性的「影像事件」突顯訴求，反映了電子媒體時代中著重以影像呈現衝突性與戲劇性的特性（Delicath & Deluca, 2003）。另外「選民消費理論」說明政治人物為求本身政治服務的訊息有效傳達給選民，會因媒體改變行為（Mixon, Gibson, & Upadhyaya, 2003）；又許多研究均指出，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），在選舉期間，立法委員應有著比平時更急切想要曝光的心理。新聞報導提供了候選人低廉的曝光成本，在資源有限下及選舉壓力下，立法委員在選舉期間有著比平時更急切想要曝光的心理。究竟國內電視媒體再現立法委員新聞時，是否如「競賽框架」與「選民消費理論」預期，傾向呈現立委戲劇化、衝突性的言行？又是否在選舉期間有更高的比例？由此：

研究問題二：電視新聞中立法委員展現表演行為的比例為何？在不同的情境脈絡有什麼變化？

研究假設 2-A：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。

研究假設 2-B：電視新聞呈現立委表演行爲的比例，在選舉時期顯著高於非選舉時期。

參、電視新聞中不同背景實力立委的表演行爲比例差異

立法委員擁有不同的政治資源影響其媒體曝光機會。過去研究指出，立委有許多不同的政治資源藉以追求媒體曝光（McQuail, 2000; Steyrer, 1998; Sheafer, 2001; Weaver & Wilhoit, 1980）。研究者進一步分類，將上述資源分爲「背景實力」、「人際關係」、「議題掌握」與「表現能力」。四類之中，「背景實力」是可直接觀察、測量的部分，當一位立委擁有較高的職位，此一政治資源應可爲其獲取部分媒介正當性，亦即不需過份展現「表現能力」（本研究以是否展現戲劇化、衝突性言行測量），即有曝光機會。一位背景實力較高的立委，似乎應能使用較少的表演行爲便能得到媒體曝光，或是電子媒介的時代，其實背景實力高或低的立委都需以表演行爲獲得電視青睞？

另外立法委員所屬政黨在立法院中的席次多寡是否影響不同表現能力的展現，亦是背景實力與表現能力間關係的另一面向。Delicath 與 Deluca（2003）指出影像事件爲環保團體的抗爭手段，是一種弱勢向主流抗爭的方式。因爲組織本身的權力較弱，乃利用突顯的手段來爭取注意、擴大公眾參與。立法委員使用類似的手段爭取曝光，是否也與所屬組織（政黨）在立法院的實力（席次）有關？。是否擁有較少政黨資源的立委，需以較偏激的言行吸引媒介注意？此一問題的結果亦可與立委職位高低的個人層次作區隔與比較。故：

研究問題三：電視新聞中不同背景實力的立法委員，是否呈現高低不同程度的戲劇化、衝突性言行？

研究假設 3-A：電視新聞中立委個人具較高職位時，呈現較少比例的表演行爲。

研究假設 3-B：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爲。

肆、電視新聞記者與立委表演行爲

許多學者均指出，電視媒介有著著重「戲劇性」、「簡單化」、「衝突性」、「影音效果」等特質（Burton, 2000；Bourdieu, 1996 / 蔡筱穎譯，2000），這似乎意味著，立委追求媒體曝光的四種資源中，擁有較好「表現能力」的立法委員將有助於電視媒體的曝光。究竟電視新聞記者如何看待電視媒體的特殊性，在採訪及選擇的過程中，是否刻意或無意地偏向立委表演元素的呈現？採取某種呈現方式有何目的？造成新聞框架偏向的原因如何？當立委使用表演元素時，電視新聞記者有什麼樣的想法？是否有新聞價值或專業的衝突？因此：

研究問題四：電視新聞記者如何評價立委表演行爲及如何進行選擇與製碼？

伍、立法委員與表演行爲

瞭解電視媒體記者的考量後，則是探討立法委員對展現此類言行的主觀認知。相關研究（Mixon et al., 2001; Mixon et al., 2003）發現美國國會議員因電視轉播的出現，造成議會會期以及冗長辯論長度的增加，原因在於國會議員主觀上認為如此可增加其曝光機會，助於傳達訊息予選民。此部份欲探索的問題大致包括：我國立法委員對於媒體的認知是否也影響其追求媒體曝光與媒介正當性的策略？立委是否區別報紙媒體與電視媒體的不同性質，而因應不同媒體，是否有不同的媒體策略？又不同資源類型的立委，是否有不同的媒體策略？在什麼樣的時機或情況下會展現表演行爲？使用表演行爲的溝通目的是什麼？達到什麼效果？以及立委操控媒體的意圖性為何？所以：

研究問題五：立法委員如何看待電視媒體及展現表演元素？

陸、記者與立委的權力關係

電視新聞記者決定了採訪的對象與方式，過濾、重組出最後的新聞，看似擁有較大的權力，但陳志杰（2002）發現，立法委員與新聞記者間存在資訊不對稱之情形，立法委員擁有相對豐富的資源與主控權。究竟對於電視新聞記者而言，其重視影音與娛樂效果的基本特性是否賦予國會電視記者較多的權力？使其在每天眾多的質詢與記者會之中，過濾出所欲呈現的新聞，使得立法委員們必須配合媒體的需求？抑或電視新聞呈現如斯，其實是因為立法委員瞭解遊戲規則後，反而更能掌握操控電視媒體？最後，立法委員與電視新聞記者間的權力關係，對於公眾領域的影響將是如何？吾人該如何評價？故：

研究問題六：立法委員與新聞記者間的權力關係為何？