

# 第一章 研究動機與目的

電視政論性談話節目（political call-in program）源起於廣播節目。在美國，約自1933年開始，廣播談話節目迅速蔓延，不僅帶來更多的節目樣式，而聽眾也有了更多參與的機會，跟現在的電視談話節目一樣，這些節目的內容與當時社會關注的焦點緊密聯繫，節目內容相當多樣，包含了公共事務與宗教等類型。1960年代後，以新聞性話題為主的談話性節目才正式開啓了美國電視政論性談話節目的熱潮，call-in與面對面的對談形式，使得觀眾可以發表對時事、體育與娛樂新聞的意見，節目中並邀請名人參與話題的討論（黃莉雅，2007）。

台灣的電視政論性談話節目發展情況跟美國大致相似，大約從1992年地下電台興起，帶動了call-in熱潮，內容方面，這些節目大多以政治話題的討論與溝通為主。在廣播call-in節目興盛之際，因應於社會上政治討論的風潮，在1994年的台灣省市長選舉，TVBS電視台製播了第一個電視政論性談話call-in節目——【李濤廣場】，也就是現在的【2100全民開講】（楊意菁，2004）。自從【2100全民開講】開啓台灣電視政論性談話節目的先河後，加上國內小大選舉不斷的選舉制度，無論何時打開有線電視頻道，總是可以轉到電視政論性談話節目。然而究竟為什麼電視政論性談話節目可以在媒介市場的環境下蓬勃發展？根據Horowitz（1993）的觀點，電視政論性談話節目之所以流行，主要是因為觀眾對傳統電視或電視節目的喜好下降，而且傳統電視對於選舉或是政治新聞的報導不但不深入，也具有菁英報導的取向，普羅大眾自然期待較為平易近人的電視政論性談話節目出現。

目前在台灣，電視政論性談話性節目佔據許多電視台晚間的黃金時段，收看電視政論性談話節目的閱聽眾十分龐大，尤其當議題爭議性高，名嘴的言詞夠誇

張、刻薄，表情火爆到好像隨時可能打架，富有戲劇張力，收視率就會飆高。但不能否認的是，電視政論性談話節目也經常是被學者點名批評的對象（江子芽，2001；台灣媒體觀察教育基金會，2002；張卿卿，羅文輝，2007），甚至受到民間團體的拒看抵制（高有智，2004年12月6日）；這些批評的焦點在於電視政論性談話節目充斥著政黨偏頗，談論議題過於窄化，經常流於政治人物放話的工具，同時這些節目經常以對立的語言撕裂台灣，製造族群對峙，往往充滿衝突性的議題且內容過於批判聳動（台灣媒體觀察教育基金會，2002；江子芽，2001；楊意菁，2004；張卿卿，羅文輝，2007）。台灣社會的藍綠政黨對立真得就像 Eppler 所說的，大家在打「口水內戰」，政治與社會兩極對立，電視政論性談話節目更成為社會運動、政治運動、統獨運動的實踐場域（簡余晏，2005年11月30日）。

《遠見雜誌》曾針對「誰是造成社會向下沉淪的亂源」這個問題進行民調，結果發現亂源前幾名依序為總統與執政團隊（47.4%）、媒體（35.6%）、立法院（20.0%）與電視名嘴（14.8%），令人驚訝的是，媒體與電視名嘴這兩項所加起來的比例（50.4%），竟然高過陳水扁與民進黨政府（姚人多，2008年1月17日）。從電視政論性談話節目中崛起的名嘴，是台灣社會這十年來發展出的特色之一（張景為，2008年11月25日），名嘴為什麼被視為社會動亂的製造者？其實，電視政論性談話節目之所以被視為亂源，主要是因為電視政論性談話節目早已不符合大家對於電視政論性談話節目的期待。

電視政論談性話節目存在的原意在於提供公共議題論述空間的另類功能。Jost（1994）就認為傳統新聞報導基於秒數與篇幅的限制，而無法給予當事者一個釐清或說明事件原委的機會，但電視政論性談話節目則提供這樣的可能，讓閱聽眾有更直接的方式瞭解相關事件或判斷一個政治人物的好壞（Jost, 1994；張卿卿、羅文輝，2009）。

不過，本意為針貶時政的功能如今已不復存在，電視政論性談話節目隨著政黨壁壘分明，已經成為藍綠惡鬥的競技戰場、少數政治評論家或媒體人（名嘴）論述的舞台（林貫晨，2008年11月29日），這些特定名嘴重複地在各大電視政論性談話節目中出現，節目中訊息在多元性上因而受到侷限（李岷愷，2004）。

盛治仁在研究中就指出，近年來電視政論性談話節目總為特定政黨所發聲，已經成為特定政黨政策或意識型態捍衛的工具，而非開放討論的空間（盛治仁，2005），彭芸在2001年所作的研究也發現，受訪的半數立委認為電視政論性談話節目的主持人多有預設立場（彭芸，2001）。而張卿卿與羅文輝（2007）針對近年來台灣的電視政論性談話節目的內容分析，也發現電視政論性談話節目中，來賓與主持人有明確的政黨傾向，亦即電視政論性談話節目內容非親藍即親綠，call-in 觀眾的意識型態也與該特定電視政論性談話節目吻合（張卿卿、羅文輝，2007）。

於此同時，台灣民眾收看電視政論性談話節目的情形也很普遍。根據盛治仁（2005）的全國電話訪問結果，「偶爾」或「經常」收視電視政論性談話節目的民眾就高達58%，張卿卿與羅文輝（2007）運用電話調查的研究也發現，受訪者中有46.2%表示上週有收看電視政論性談話節目，其中又以每週觀看兩三天的比例最高。不算低的收視狀況，加上偏頗的內容與衝突批判的對話，也難怪大家直指電視政論性談話性節目為社會亂源。

鑒於電視政論性談話節目的龐大影響力，在2007年7月，《公職人員選舉罷免法》修正草案中，就計畫規範廣播或電視從事選舉論政、新聞報導或邀請候選人參加節目時，應該公正、公平，不能有差別待遇，違反者最高皆可處新台幣兩百萬元；也就是說，未來電子媒體政論節目廣播或電視節目從事選舉相關議題論政、新聞報導或邀請候選人參加節目時，應依法公平處理，不能沒有正當理由而

有差別待遇，否則任何人都可以在播出後一個月內檢具事證向選委會舉發，選委會可處以二十萬以上、二百萬以下罰鍰（姚盈如，2007年7月18日）。尤有甚者，更有立委提出因為電視政論性談話節目占據夜間黃金時段，而其內容又易造成社會對立，因此應該立法限制播出電視政論性談話節目的時間（蘋果日報，2008年11月28日）。

根據以上的相關新聞資料顯示，不論是學術界或是民間團體，普遍認為電視政論性談話節目充滿對立和衝突，偏頗和負面的政治言論撕裂族群，造成國內政治、社會上藍綠嚴重對峙（張卿卿，羅文輝，2007），政府基於電視政論性談話節目可能會對民眾有負面影響，甚至著手進行法案的修正，期望能節制電視政論性談話節目。由於擔心電視政論性談話節目可能會對閱聽眾產生影響，社會各界批評聲浪不斷，民間團體也發起拒看行動，政府更欲修法規範以節制電視政論性談話節目，就是擔心電視政論性談話節目會對閱聽人產生負面影響，並認為該進一步採取行動限制電視政論性談話節目。循此脈絡，會不會有一個可能是，人們也許並不認為電視政論性談話節目會對他們自己的認知、態度與行為產生負面影響，卻擔心其他人會受到負面影響，進而支持政府對電視政論性談話節目做一些限制，以防止電視政論性談話節目過度氾濫造成對社會上其他人的負面影響（姚人多，2006年4月15日；周鑫，2008年1月18日）？這樣的觀點是基於「第三人效果假說」（third-person effect hypothesis）。「第三人效果」是近年來傳播學者重視的研究主題，傳播學者發現，大多數人會認為媒介內容對別人的影響大，對自己的影響小。這個假說之所以會廣受重視，主要是因為「第三人效果」可能會對民眾的認知和行為產生影響。

第三人效果是指閱聽人會認為媒介內容對他人的影響大於對自己的影響。它源自於心理學的研究範疇，是一種對大眾社會心理現象的探討及研究。傳播領域中，最早提出第三人效果假說（the third-person effect hypothesis）的是美國學者

W. Philips Davison。他在 1983 年於《民意季刊》(Public Opinion Quarterly) 上發表「傳播的第三人效果」(The Third-Person Effect in Communication) 一文，說明人們傾向高估媒介對他人行為和態度上的影響力，低估媒介對自己的影響，也就是人們認為媒介對他人的影響高於對自己的影響，特別是具有說服意涵的媒介訊息，第三人的效果會更顯著。假說的另一個重點在於其對行為層面的影響力，當人們評估傳播訊息對他人產生較大的影響時，人們會採取一些因應措施來維護自己的利益 (Davison, 1983)。

檢視國外這二十幾年來的第三人效果相關文獻，發現研究範疇包羅萬象：政治與新聞 (Duck, Hogg, & Terry, 1995; Perloff, 1989)、廣告 (Gunther & Thorson, 1992; Gunther, Blot, Borzekowski, Liebhart, & Dillard, 2006)、公關 (Park & Salmon, 2005)、政治競選資訊 (Rucinski & Salmon, 1990; Meirick, 2005; Paek, Pan, Sun, & Houden, 2005)、色情訊息 (Gunther, 1995; Lee & Tamborini, 2005)、音樂 (McLeod, Eveland & Nathanson, 1997)、電視收視行為 (Peiser & Peter, 2000, 2001)、性愛 VCD (偷拍光碟) (Chia, Lu, & McLeod, 2004)、槍枝管制訊息 (Douglas & Sutton, 2004) 以及健康訊息 (Diefenbach, 2007) 等，不僅擴展了第三人效果的研究版圖，而且多數印證了第三人效果的假說，且傾向支持對負面訊息進行管制 (洪雅慧, 2007)。

相較於國外，在台灣執行的第三人效果相關研究也很豐盛，主題包括選舉議題 (胡幼偉, 1997)、民意調查 (王旭, 1996; 胡幼偉、蔡炯青、謝佳珍, 2000)、媒介負面內容 (羅文輝, 2000b; 羅文輝、牛隆光, 2003)、情色研究 (羅文輝, 2000a)、同性戀新聞 (蔡宜倩, 2003)、電視犯罪新聞 (陳潔寧, 2004)、警政負面新聞 (陳瑞南, 2007) 和反菸廣告 (宋德貞, 2007) 等，多元的研究主題擴展了第三人效果的本土實證結果。

不論是國內外，多數的研究都驗證了第三人效果確實存在，也進一步證實第三人效果在閱聽人研究或是媒介效果的學術探討中，確實有所貢獻，並且有能再更深入探討的價值。由於目前並未有任何的第三人效果相關研究是針對電視政論性談話節目是否會對閱聽人產生第三人效果，並進一步支持對電視政論性談話節目進行限制，因此令本研究好奇的是，到底，電視政論性談話節目是不是會造成「第三人效果」？檢視目前國外關於談話節目的討論，多數集中在涵化效果方面（Davis & Mares, 1998, Rossler & Brosius, 2001, Glynn, Huge, Reineke, Hardy, & Shanahan, 2007），國內關於電視政論性談話節目的研究，主題多環繞在其內容（彭芸，2001；楊意菁，2002，盛治仁；2005）、閱聽人的觀看滿足（張卿卿、羅文輝，2007），唯一與本研究較為相關的，是張卿卿與羅文輝針對電視政論性談話節目之收視影響所進行的研究（張卿卿、羅文輝，2009），其他面向則較欠缺關注，因此本研究的第一個目的，即在探討一般人對電視政論性談話節目的認知與態度，是否存在「第三人效果」？也就是說，一般人是否會認為電視政論性談話節目對自己影響小，對別人的影響比較大。

其次，過去許多第三人效果研究，嘗試探討那些因素會影響媒介「對自己影響的認知」（perceived effect on self，即第一人效果）與媒介「對別人影響的認知」（perceived effect on others，即第三人效果）間的差距，也就是第一人和第三人效果認知差距（又稱「第三人效果認知」（third-person perception）（Perloff, 1999）。其中有部分研究就發現，「第一人和第三人效果認知差距」會受到媒介內容的影響。如果媒介內容是負面的或不需要的（如暴力、色情、負面廣告等），受訪者會認為該媒介內容對自己的影響較小，對別人的影響較大。如果媒介內容是正面的或需要的（如公共宣導、新聞報導等），受訪者會認為該媒介內容對自己的影響較大，對別人的影響較小；或是認為該媒介內容對自己和別人的影響差別不大。

羅文輝於 2000 年的研究發現媒介內容的不需要性 (undesirability) 或負面程度會影響「第一人和第三人效果的認知差距」，媒介內容的不需要性越高，或可能造成的負面影響越大，受訪者會越傾向認為該媒介內容對別人的影響大於對自己的影響（第一人和第三人效果認知差距較大）（羅文輝，2000b）。本研究第二個目的，即在探討電視政論性談話節目的內容，對社會而言是否是偏向負面或是不需要的？而這樣的媒介內容特質又會如何影響第三人效果認知。

另外，有研究指出注意 (attention) 也是第三人效果的影響因素之一。例如 Rucinski 和 Salmon (1990) 的研究就發現，對報紙公共資訊較為注意的受訪者，越傾向認為媒介對自己和其他人的投票傾向有影響，尤其是對自己的投票傾向又有更大影響。Rucinski 和 Salmon 解釋受訪者可能認為，注意報紙的公共資訊，並根據報紙的公共事務訊息決定個人投票傾向，表示個人很關心公共事務，這是一種符合社會期望的事，因此，越注意報紙公共事務資訊的受訪者，越傾向認為報紙公共事務對自己和其他人的投票傾向的影響越大，因而第三人效果認知也越小 (Rucinski & Salmon, 1990)。本研究認為，依據個人對政治的注意程度不同，應該也會影響他們對電視政論性談話節目的第三人效果，因此本研究的第三個目的是探討政治注意程度與第三人效果間的關係。

在過去關於第三人效果的研究中，曾經探討為什麼人們會認為負面的媒介內容對別人的影響較大，對自己的影響較小，研究提出的解釋之一是因為人們有一種「自我膨脹」(self-enhancement) 的傾向，會傾向認為自己比別人更能抗拒說服性訊息，更不易受到負面訊息的影響 (Gunther & Mundy, 1993; Henriksen & Flora, 1999)。這種「自我膨脹」的傾向，使人們覺得自己高人一等，比別人聰明，因而得以強化自尊及自我的價值。例如過去的研究發現，人們會傾向高估和

自己意見相同者的人數，認為自己的能力高於一般平均的人，並認為自己的個性比別人好 (Henriksen & Flora, 1999; Taylor & Brown, 1988)。這種「自我膨脹」傾向，其實與「自我效能」(self-efficacy) 很有關係 (羅文輝、牛隆光，2003)。

在社會認知理論 (Bandura, 1997) 裡，「自我效能」(self-efficacy) 指的是個人相信自己有能力 (competence) 去成功處理一件事，也就是說，自我效能影響的是人們對於自己能抵抗媒介負面內容能力的評估，在評估媒介負面內容的影響時，自我效能越高的人，對於自己的能力越有信心，也越傾向認為自己不容易受到媒介負面內容的影響 (羅文輝、牛隆光，2003)。

由於本研究探討的是電視政論性談話節目的第三人效果，「政治效能感」(sense of political efficacy) (Campbell、Gurin & Miller, 1954) 的概念，較為適合本研究的需求。Campbell等人把政治效能感定義為「個人認為其政治行動對於政治過程有一定或能有所影響的感覺，亦即個人認為履行公民責任是值得的。這是一種感覺，認為政治與社會的改變是有可能的，而身為一位公民可以扮演相當的角色來促成這樣的改變。」(Campbell, et al.,1954: 187)。簡單的說，政治效能感是一種個人認為自己有能力去影響政治決定的感覺，而當一個人相信他有能力去影響政府運作或公眾議題時，他就會認為他在政治方面是有能力 (competent) 的 (Milbrath, 1977)。本研究因此推論，政治自我效能感越高的人，也就是個人越認為他在政治上是有能力的，就越認為自己有能力抗拒電視政論性談話節目的負面影響，據此，本研究的第四個目的就是討論一般人政治自我效能程度的差異，是否也會隨之影響第三人效果的強度。

最後，Davison (1983) 研究指出，第三人效果不僅有認知效應，也很可能有其行為效果，如導致支持媒體訊息的規範 (Perloff, 1993)。而在他提出該假說後，陸續也有不少研究者著手檢測第三人效果的行為效應，國外如 Gunther(1995)

以色情影片為評估對象，驗證了當受訪者產生第三人效果時傾向支持對色情影片進行規範。Salewn（1998）以美國總統選舉訊息為評估對象，也發現了第三人效果確實使人們傾向支持對媒體訊息的管制。國內的研究如羅文輝（2000a）在色情媒介的探討中，證實受訪者在認為色情媒介對自己或他人有較大的負面影響時，會支持限制色情媒介，王浩然（2001）在電視犯罪新聞的討論中，也驗證受訪者產生第三人效果而支持對電視犯罪新聞做出限制。因此本研究第五個目的就是將一併討論第三人效果和支持限制電視政論性談話節目間的關係。

綜觀國內外進行的相關研究，並沒有任何一個研究探討電視政論性談話節目和第三人效果之間的關係，本研究企圖將電視政論性談話節目和第三人效果進行連結，期望能擴展第三人效果在學術上的應用，主要研究目的如下：

- 一、探討閱聽人對於「電視政論性談話節目」的態度是否存在第三人效果，
- 二、分析電視政論性談話節目的社會需要性對第三人效果認知的影響。
- 三、檢證閱聽人對政治的注意程度對第三人效果間的影響。
- 四、檢驗閱聽人的政治自我效能感對第三人效果的影響。
- 五、探究電視政論性談話節目的第三人效果對支持限制電視政論性談話節目的影響。