

國立台灣大學社會科學院政治研究所在職專班

碩士論文大綱口試本

解嚴後台灣政媒互動之演變
—從「傳播近用權」結構分析

黃創夏

指導教授：趙永茂博士

中華民國一百年五月

目錄

壹、研究動機與目的.....	3
一、研究動機.....	3
二、研究目的.....	5
貳、文獻回顧.....	9
一、以探討「傳播權」為主軸之文獻.....	9
二、以討論「近用媒體權」概念為主軸的文獻.....	10
三、探討關於「政媒結構」為主軸的文獻.....	11
四、以「政論節目」社群為主軸的文獻.....	17
五、以「政論性談話節目參與群」為主軸的文獻.....	20
參、理論基礎.....	22
一、公共領域、議題設定、框架理論.....	22
(一) 公共領域的理論.....	23
(二) 公共領域的演變.....	24
(三) 公共領域的挑戰.....	27
(四) 框架理論與議題設定.....	28
肆、談話性節目製作團隊個案分析.....	30
一、典型案例.....	30
二、媒體內控之「政治真實再現」操作者的圖像（深濃度描繪）.....	31
伍、研究方法、流程、範圍、研究架構與研究限制.....	42
一、研究方法.....	42
二、研究架構.....	45
三、研究範圍.....	50
四、研究限制.....	50
五、研究預期發現.....	50
陸、章節安排.....	51
參考文獻.....	53
附錄：訪問題綱.....	58

圖次

圖 1、國家與媒體關係圖：戒嚴初期.....	15
圖 2、國家與媒體關係圖：戒嚴晚期.....	16
圖 3、國家與媒體關係圖：從解嚴到政黨輪替.....	16
圖 4、國家與媒體關係圖：政黨輪替後.....	17
圖 5、新聞政論節目主持人工作流程圖.....	18
圖 6、政論節目五種角色關係圖.....	22
圖 7、羅吉斯的國家發展因果圖.....	25
圖 8、新聞產製模式.....	27
圖 9、談話性新聞節目「影響階層」示意圖.....	32
圖 10、動態系統分析示意圖.....	34
圖 11、製作團隊本身的個人圖像.....	35
圖 12、來自媒體例行常規的影響.....	36
圖 13、和主持人的互動關係.....	37
圖 14、如何進行來賓之挑選.....	38
圖 15、如何掌握對政治真實的理解.....	39
圖 16、收視率和節目資源的互動關係.....	40
圖 17、和政治機構的互動關係.....	41
圖 18、研究流程圖.....	48
圖 19、研究架構圖.....	49

表次

表 1、五種理論觀點下的大眾傳播媒體.....	13
表 2、台灣解嚴後重要媒體政策.....	14
表 3、近來對台灣新聞性談話節目的相關研究表.....	17
表 4、觀眾對談話性節目評價表.....	19
表 5、政論節目的五種要角的特色表.....	21
表 6、相關理論與文獻表.....	22
表 7、職業與大眾活動收視分析表.....	25
表 8、從業身分與大眾傳播活動分析表.....	26
表 9、雙英對決新聞收視率分析表.....	30
表 10、預擬訪談名單.....	43
表 11、製作團隊分工表.....	44

壹、研究動機與目的

一、研究動機

「圍坐一堆火或一隻蠟燭旁取暖或採光的人們與享有電燈光的人相比，後者能力獨立思考，甚或獨立做事。」(Marshall McLuhan, 1964: 359)

埃及動亂剛開始時，許多專家學者都認為這是突尼西亞革命的延續篇，因而預言鄰近國家肯定會受到始自阿爾及利亞「茉莉花革命」浪潮的波及。連《紐約時報》都說，殘存的大獨裁者們，快面臨人民向他們算總帳的日子了(陸以正, 2011)。

國際事務組織「波士頓國際」(Boston International)於2011年2月24日在麻州劍橋市召開特別講座，邀請了著名的美國伊斯蘭大會外交主任韋達迪(Nasser Weddady)介紹社交網絡對近來中東與北非一系列「茉莉花革命」的影響，並且分析社交網絡在獨裁國家所起到的作用(大紀元, 2011)。

韋達迪曾被《紐約時報》和「美國公共電台」(NPR)譽為「推特上首席部落客寫手和活動家」。出生於西非的毛里塔尼亞，韋達迪是反對毛里塔尼亞奴隸制的鬥士。他在《華爾街日報》、《國際先驅論壇報》及《波士頓環球報》等多個報紙發表文章，並在BBC、福斯(Fox)等多家媒體出鏡。包括CNN新聞網在內的多家新聞最近密集採訪韋達迪關於「茉莉花革命」與新興媒體的關係。韋達迪在會中表示，所有舊媒體基本上被獨裁政府控制，社交網絡成為了人們一個可以自由表達的空間。

自由表達的興起，象徵著未必再度需要靠傳統定義的「媒體」當傳播平台，雄獅集團董事長王文傑於2011年3月30日宣佈(Nownews, 2011)，決心大規模投資新媒體事業「欣傳媒」，並推出「Bon Voyage 一次旅行」文創雙月刊，作為進軍新媒體的第一步。此舉顯示，雄獅集團將致力從旅遊業轉型為生活資訊產業，王文傑打算大規模延攬視覺、設計、創意、文案等泛文創與媒體人才，全方位打造「旅遊，雄獅說了算」，並進階到「生活，雄獅說了算」的理想王國。

雄獅集團旗下的傳媒事業「欣傳媒」以「生活模式」(Life Style)為核心，導入文化創意產業元素，重新詮釋「吃、喝、玩、樂、遊」的內容底蘊，以電視的角度看是以「旅遊生活頻道」，以平面媒體的角度看，則像是以前的「民生報」，未來十年，雄獅集團將以欣傳媒為核心產業展現驚人的趨勢引領力道。

這樣的新「自由表達的空間」，顯示了一個新政治傳播的概念：公共領域中，技術演變中，不但是「話語權」的主控角色在變動，「傳播權」的結構也都在變動，不僅是出版與發行的技術改進，主導權與發動權都已有新的改變。

長期以往，就人民公共參與的「權利」最常被提及的文件，就是1776年的美國「獨立宣言」(The Declaration of Independence)，揭示了人人皆有「生命、自由與追求幸福」等「不可侵犯的權利」。

就人民在「傳播」方面的基本權利上，一九四八年通過的《世界人權宣言》

(Universal Declaration of Human Rights) 第十九條明示：「人人有權享有主張和發表意見的自由，這種權利包含人人均有主張而不受干涉的自由，可以不論國界、不分媒體，尋求、接受、和傳遞消息與思想的自由」(U.N. 1948)。

《中華民國憲法》第十一條也明白揭櫫：「人民有言論，講學，著作及出版之自由」。但是，這樣的基本權利中，強調了「發表」卻忽了「接收」的自由。「在當前的言論自由體系之下，世人只能享有名義上的言論自由，實質上卻必須接收傳播領域遭到政經力量的扭曲」(賴祥蔚，2005：206)。

學者馮建三更指出：「自由也好，權利也好，都是要由特定的人(或團體)或其代表作為行使的『主體』。與此同時，有『主』就有『客』……『他們』(指媒體與從業人員)也常因為從業人員素質或時常因為資源不足、惡質競爭……等等限制，遂爾無法滿足『我們』通過媒體的自由，得到合理的娛樂與豐富多元的資訊之需要。『我們』經由媒體而了解周遭、趨吉避凶、與環境互動而生意義的權利，於是遭到限縮。」(馮建三，2005：82)

這種媒體反而「限縮」人民權利的媒體傳播權現象，已經受到台灣社會的反撲，2002年4月1日，《天下》雜誌251期以「弱智媒體，大家一起來誤國」為封面故事，痛陳「不知從何時開始，政爭、犯罪、緋聞、八卦狗仔、迷信、神桌等新聞，成為台灣媒體的主流。為什麼媒體開放後，換來的竟是這樣的結果？當媒體愈來愈講究速度、聳動、效果，而犧牲品質與深度後，整個社會正在遭受何種衝擊？台灣媒體是不是有集體走向弱智與反智的傾向？」

自由民主的社會，人民應該能透過新聞媒體的自由報導，知悉公共領域的真相與全貌，同時能在自由的空間中，進行意見的表達與溝通。

台灣雖然號稱民主自由，但媒體的功能、角色，卻常受人質疑，何以致之？1987年2月，當時行政院長俞國華正式指令新聞局，重新檢討政府一向實施的「限制報紙登記政策」，即是一般通稱之「報禁」，台灣開始邁入了所謂「自由媒體」多元結構之發展。(新新聞，1987：1)

自1988年1月1日正式解除報禁後，至今20年，台灣歷經了廣播媒體開放、有線電視台開放、網路傳播之興起，在體制上，新聞媒體似乎已在民主化進程中，得以從政治力支配的受制結構中掙脫，提昇了自主性地位。

實際運作上，新聞媒體依然對於推動社會進步顯得力有未逮，甚至經常落後在社會進步的腳跟後，對於民主多元理性空間的創造，並無明顯的成效，更反而經常帶頭鼓譟，挑起社會激情。在「藍／綠」惡鬥的環境中，媒體更常常成為「祭品」，或成為「替罪羔羊」，報禁解嚴20多年，台灣媒體依然體質孱弱。

在「茉莉花革命」中，世人看到了「新媒體」的力量，但是在「弱智媒體」抨擊當中，世人也看到了「舊媒體」的混亂。

「媒體在當代政治裡扮演的角色，逼得我們得問：我們想生活在什麼樣的世界和怎麼樣的社會裡，尤其是，我們希望自己身處的這個民主社會，具有什麼樣的民主意涵？」(杭士基，2003：29)這樣的問題，在公共領域與公共論壇的研究與理解上，愈形重要，正如同杭士基所問：「傳播」與「政治」的關聯性，將

會影響民主與社會之品質。遠在一九六一年，在美國歷史與傳播學者丹尼爾·柏斯汀所著的《形象》(The Image)就提出了社會在「傳播權近用」問題中將會面對的困境：柏斯汀創造出一個「假事件」(pseudoevent)概念，指出在傳播權框架中的「照鏡子效應」，因為社會已深陷入一個事事經過規畫的世界。柏斯汀說：「管它是事實或幻想，印象變成是重心，它的目的地就是籠罩住真實，美國人的生活變成印象櫥窗，只展示出一些凍結的假事件。」(Doug Underwood, 2000: 237~238)。

「凍結的假事件」引伸的是「框架」，新聞傳播雖然在社會議題演變過程中扮演著重要的觸媒角色，引發公共辯論，卻未必是一個真實的「公共領域」。「19世紀後半期大型日報的發展歷史表明，報刊業在商業化的過程中，自身也越來越容易被操縱了……變成了某些私人的一些機制；也就是說，變成了有特權的私人利益侵入公共領域的入口(哈伯瑪斯, 2002: 240)。」

這樣的「侵入」，擴及到了電視等廣電媒體，「如果台灣真有一個『公共領域』而言，那是屬於少數精英的。」「民眾有參與的縫隙，但他們的參與是片段的、零碎的、動員的。」(滿昱綸, 2005: 77)

從一向以結構形式的傳播政治經濟學的角度觀照，「傳播權霸權」不論是在台灣與全球，都變成了是「他們的自由，我們的權利」新的課題，這樣的課題，給「公共領域」帶來了什麼樣的省思？而新型的「個人化」數位媒體是否能重建新型態的「公共參與」？

在「公共領域」變動的過程中，研究者恰逢其盛，不論是傳統報章媒體，到新興網路媒體，都參與其中，也深入參與了廣電媒體與政論節目之運作，參與了「新聞框架」之運作，因此，若能從具體之「傳播近用權」角度去審視台灣政媒互動機制，參照全球傳播近用權的發展，探討「新公共領域」的可能形態，這是本研究的動機，也是本研究認為值得探究之意義所在。

二、研究目的

當代政府與社會有一項艱難的「治理」難題，在傳統政府與國家關係中，政府機關始終扮演著「支配者的角色」，政府在決定「誰可以參與決策」以及「誰是最終的決策者」？然而，在現代的全球化與資訊化下，資訊和意見的網絡綿密和多元與迅捷，政府部門再也無法是「單一的決策者」，已被迫轉化和社會各力量逐漸是「同一位階」，都只是治理過程中的「一位行動者」而已，政府部門已逐漸「分權化」與「去中心化」，在治理過程中都必需和社會與政治場域中的其它「行動者」一併連結在政策規畫與政策執行的過程中，治理，才可能多點功效。

這種連結，就是溝通，政府必需更注意「公共關係」的重要性，不能把「溝通」仍當成是政策的「最後階段」功課，要將「溝通」在決策過程當中，視為是重要不可或缺的「變數」，思考因應。新興的難題是：和誰溝通？當「媒體」不

再是一個「整體」而是「離散」時，治理的新難題要如何因應？

「一名《時代雜誌》的記者擔憂地說：『以後恐怕沒有人能糾正記者』，協助改正記者所犯的一些謬誤。編輯無法看出錯誤，『因為他們每周要處理十幾條新聞。要記得，這些新聞星期五晚上進來，那是每一個人都已筋疲力竭的時刻。』」（Ken Auletta，2005：134）

「傳播」（Communication）一詞源自拉丁文「Communi」，意指共同，和「社群」的字根相同，以傳播而論，社會是群居的組合，群居生活也必然會發生傳播的行為。有社會方有傳播，有傳播建構社會，兩者密不可分。正因為「傳播」與「社群」密不可分，傳播權的控制公共領域中一向不能被忽視，不論是「量」和「值」的影響力，都是建構「公共知識」的一項要素。學者舒德森（Michael Suhudson）在《新聞的力量》（The Power of News）特別提出「新聞」和「文化」再不能被區分，「記者所產製出來與複製出來的並不是所謂的『資訊』，相對地，這些東西被認知或接收為所謂的特定政治結構或傳統的公共知識（public knowledge）」（Sarah Oates，2009：35）。

這樣的「公共知識」如何掌握？曾任美國前總統雷根傳播顧問的葛根說：「要成功進行統治，政府必需自己設定議程，而不能讓媒體來為它確定議程。」但是，在議程設定上，媒體和政府部門大多數是對立的，媒體為了維持它的獨立性，當然致立於設定自己的議程，甚至有意干擾政府或政治人物的既定議程。美國卡特總統時代的官員喀特勒（Lloyd Cutlter）大嘆：「任何時刻，無論白宮原訂的議程有多重要，由於電視新聞的壓力，白宮經常會被迫中止原先議程，改而討論如何應付電視新聞的攻擊。」（倪炎元，2009：203）

美國歷任總統因此都設專任幕僚，研究如何把議程主導權搶過來，主控傳播權，在美國被稱為是「政治柔道」（Political Jujitsu）。在台灣，這樣的「政治柔道」也同樣是政治部門的課題。2011年2月7日，被《中央社》形容是「收心操」，馬英九總統在國防大學復興崗校區邀集行政院各部會首長舉行新春茶話會，總統府方面將這場茶會定調為府院的單純內部協調會議，同時也希望透過茶話會要求行政團隊上緊發條，為執政團隊「收心操」意味濃厚（NOWnews，2011）這場「收心操」中的重頭戲正是「政治柔道」，就是邀請資深媒體記者，前台北市政府新聞處長羊曉東和閣員們暢談「和媒體如何互動？」

有趣的是，「政治柔道」的另一個對手「所謂的名嘴」，卻和政府部門同樣，也充滿了「挫折感」，台灣「政論節目」最知名的《TVBS2100 全民開講》主持人李濤也說，他其實深知：「政治把人民『白痴化』、『弱智化』，媒體也把人民『弱智化』，整個台灣就像個『愚人國』一樣。現在的媒體已經弱智化到一種難以理解的程度，這幾年台灣發動的是一種『全面愚民』政策。不僅是政府愚民，政客愚民，連媒體也在愚民。」（新新聞，2005：13）

研究顯示，新聞性談話節目並不像其所標榜的「透明、公正」，新聞性電視談話節目主持人可以利用掌控節目節奏的優勢，如段落的取舍，來操控來賓討論與觀眾看的情緒。（陳彥伯，2008：25）既然可以「操控傳播」，為何還是產生「愚人國」之嘆呢？「在台灣的媒體環境中，一個關鍵的原因讓新聞性節目持續下去，

因為它的製作成本非常低，當一個節目在電視台可以成本非常低，但收視的報酬非常高，於是惡性循環的結果，節目的製作費用也一直無法提高，節目製作成本無法提高，也無法做出高優質的節目。」(陳彥伯，2008：90)

惡性循環的代價，發展出和《世界人權宣言》(Universal Declaration of Human Rights)第十九條明示：「人人有權享有主張和發表意見的自由，這種權利包含人人均有主張而不受干涉的自由，可以不論國界、不分媒體，尋求、接受、和傳遞消息與思想的自由」(U.N. 1948)中「接收傳播權利」的抵觸。這樣的「抵觸」根源來自「收視率可以做為買賣的貨幣」，媒體需同時面對兩個消費者，並且賣兩個完全不同形式的產品給兩名完全不同的買主：即他們賣內容給消費者，同時賣廣告給通路主。媒體「雙元產品市場」(Dual Product Markt)特性下，媒體「先生產內容商品，藉著內容商品對觀眾的吸引，再把觀眾的注意力賣給廣告主。」(林照真，2009：26)在公共領域的傳播中，這樣的「雙元產品市場」有內在矛盾，在「收視率」定義中，廣告主在乎的是具有購買誘發之「有效收視率」，促使新聞節目必需要不斷去「尋找觀眾」。電視新聞台會去分析「每分鐘收視率」，產生「觀眾的人口學統計學特徵」日常業務，簡單舉例而言，TVBS-N認為其觀眾在北部較多，三立新聞台則認為他們的觀眾在南部較多，此「人口統計學特徵」影響到新聞類型的選擇上(林照真，2009：147)，即是「收視率對電視新聞守門的意理操控」。

「18:00 到 20:00 是新聞台的決勝點，是招牌時段，這兩節新聞是關係收視率成敗，我想我能挑的新聞還是只有那些新聞，這是收視率的考量，因為只有播那些收視率才會好。你播許瑋倫時，大家不會想看其它的，這時你再給我 20 組人去做其它新聞都沒有用，我會對不起他們，因為他們做的新聞我無法播。」(林照真，2009：143)。因此，「愚人國」的公共領域因此繼續循環，在政治傳播上的「政治柔道」上，「第三者」的因素比兩個參賽者(政治和媒體)都更大，人民的「傳播權利」也因此受到更大的干擾。這樣的干擾也在變動當中。

「儘管我們駁斥科技決定論。我們仍受到美國政治學家拉斯威爾(Harold Lasswell, 1902-1978)著名但簡單的經典公式所影響，他將傳播描述成，誰，說了什麼，說給誰聽、藉由什麼管道、達到什麼效果？」(Asa Briggs · Peter Burke 《大眾傳播史》--「從古騰堡到網際網路得時代」(李明穎等譯，2005：5)

正如同來自北非與中東的「茉莉花革命」一樣，2003年12月10日，數千名伊拉克民眾走上巴格達街頭，抗議暴動份子的爆炸事件；這種爆炸事件造成的平民傷亡遠遠超過軍隊傷亡，「基於各種現實考量，《紐約時報》與各種主流媒體通路，並未報導這次示威。」(Dan Gillmor，2005：101)這些報導能被傳播，竟是來自非政府組織部落客柴亞德之「拯救伊拉克」

(<http://healingiraq.blogspot.com>)網站。

這樣的「傳播近用權」改變主流媒體報導走向，甚至影響政治部門的發展，在台灣也發生，因為多起女童遭性侵案的嫌犯獲得輕判，民間團體和網友於2010年9月25日下午在台諷凱達格蘭大道，舉行「925白玫瑰運動集會」，表達希望司法改革的訴求，許多民眾紛紛帶著小孩，手持玫瑰參加活動，還有兩千多名計程車司機，自發在台北車站，免費載送民眾前往活動現場，活動發起人曾香蕉表

示，大家為了下一代，勇於站出來表達心聲，而馬英九總統也表態支持兒童性侵害案修法。（正義聯盟「官方新聞網」）

台灣有不少政界人士在 Facebook 臉書的潮流下通過此一熱門網站與民眾交流，最新投入此一網絡交流的是總統馬英九。都可以看到「傳播近用權」的模式在政媒互動中已是新的因素。「傳播的近用權」，在政治與媒體當中，因科技的進步，已經有了巨大的變化，當代的「社群主義」可能可以為「傳播近用權」賦予新的權利立論基礎，也可以介入政治與媒體僵持的「政治柔道」當中，本研究就是希望能夠對「傳播近用權」結構演變基礎出發，進行初步的建構，從「誰控制」、「給誰聽」、「說什麼」等三大面向，以「傳播政治經濟學」角度解析，希望能拋磚引玉。

陳傳興《道德不能罷免》（陳傳興，2006：64）指出政府的「統治者幻覺」：「政府……將原本是一種受託執行行政權的法定代理人的這項定義特質，錯誤地看待成是權利……甚至由此而產出想據有主權的幻想；逾越了社會契約的基本精神，導致政府原本的中介位置與角色，欲求從治理者這種法定責任與義務的承擔者，轉換成統治者。」也就是說，在「統治者幻覺」中，執政團體不由自主的將「經營代理人」自我想像是「產權所有人」，變成了是一種「剽竊人民主權」的狂態。遂忘了，其實，總統、行政院長、部長、甚至是科長與科員，都只是「受託之代理人」，都該在制度下擁有他的權責。民主憲政中，總統與政府應只是「受託執行行政權」的「法定代理人」，國家機器分官設職，都是制度一環，也都是依法授權的「功能代理人」，都受到法令的制約與保障。

當台灣興起「名嘴治國」、「媒體亂象」這兩個流興名詞之後，政治和媒體的互動關係，「公共領域」的被衝擊、傳播媒體的「自律」或「他律」都成了爭論的焦點。諸多研究討論中，最欠缺的，是媒體的「傳播權代理人」之角色與釐清。媒體的本質先天就有「特權」成分，媒體，本身就是「特許行業」，名嘴、名筆、名記者，本質就是「特權份子」，他們因為閱聽眾的需求，享受了可以接近權貴、採訪權貴的特許與特權。任何一種權力，都有腐化的因子；任何一種特許，都會產生「名流」的幻覺、而任何一種獨斷的專業，都會產生「自己人」的呼朋引伴。

在「傳播代理權」的取得下，新聞工作者理應要有「分際」，他有機會在媒體平台，特別是強勢媒體電視政論節目有了發言權，就該遵守媒體工作者的基本分際。什麼是媒體工作者的基本分際？應該只能是一個「代言人」，卻不是「啟蒙者」，是一個「評論者」，卻不能自居「指導者」。這些份際都已經不論是「量變」或「質變」都已有了重大的變化。也脫離了元有之「代理人」的倫理。

本研究希望能回歸基本人權之「傳播近用權」角度，透過「文獻分析」與「比較分析」與「歷史脈絡」，重新審視在政治與媒體間的「新角色」關係。並從台灣解嚴後的政媒結構演變，特別是「傳播近用權」的參與者角色與功能演變，為台灣的「政治與媒體」做反省。

本研究採用的是「深度訪問」，實際解嚴後對影響台灣公共領域的言論自由最深遠的「政論節目」，透過箇中實際操作之「製作群」深訪，嘗試建立出政論

節目之「傳播近用權」的「操作模式類型分析」。最後並嘗試由「網際網路的個人新傳播時代」，探討當「傳播近用工具」由大型化、資本化、集中化之「傳統主流媒體」進入「個人化」時代後的「新公共領域」圖像。

哲學家雅斯培曾提過「樞軸突破論」，史家司馬遷也闡釋「諸子百家」之學是來自廟堂崩解，這些觀點容或有所爭論，但是面對「崩壞」(Break Down)，尋求「突破」(Break Thought)，在「傳播近用權」結構已大幅轉變的時代，本研究希望能從「操作型態」有所拋磚引玉。

貳、文獻回顧

一、以討論「傳播權」為主之文獻

賴祥蔚(2005)在〈從言論自由邁向傳播權〉一文指出：針對言論自由，其內涵除了眾所皆知的言論自由之外，還有「接近使用媒體權」與「接收訊息權」等都已在二十一世紀後獲得更多的推演與發展。賴祥蔚指出，言論自由不只適用於直接的人際傳播，還包含了接近使用媒體的權利(the right of access of the media)；近因是在一九六〇年代時，美國民權運動者無不驚駭其不同於主流的意見，竟然無法透過媒體來傳達，因而深感媒體已經淪為政治與經濟強者操縱的工具，造成大眾言論表達不公平之現象，因而始有「接近媒體使用權」的倡議。其次，「接收訊息權」(the right of receive)也是言論自由衍生的權利，強調人人有接收他人所表達資訊的權利，因為如果言論自由只能表達，其它人卻無權接收，則此一言論自由並不具有實質意義。

賴祥蔚指出，就傳播而言，權利體系不能只是防止政府不侵犯人民的言論自由，還必須設法保障人民的言論空間。因為儘管政府不侵犯，人民的言論自由依然可能受到侵害，危害的力量很多，特別是在當代的資本主義社會之下，「在當前的言論自由體系之下，世人只能享受名義上的言論自由，實質上卻必須接受傳播領域接受政經力量的扭曲」。正如同傳播學者 Schiller (1996)所說：「政經巨室已經成了思想管理者」。

馮建三(2005)在〈他們的新聞自由，我們的傳播權利：從媒體侵權到互相培力〉中特別指出：「新聞自由是百分之百的爭議」，媒體因事涉公共利益，卻在報導或評論政治人物時賈禍，有一種極端是，媒體確實在濫用新聞自由，唯媒體「事先，或是蓄意安排事後脫罪的證據，例如…故意使用問號，或是找一個不相對稱的平衡報導，或是在文中提出一些無足輕重的疑…來證明行為人的善意，以及善盡查證與平衡的能事」。馮建三指出，從一九二〇年代以來，英國政府就曾多次表達傳媒表現已對民主不利，是以示意將繩之以法後，傳媒才開始表示將要「自律」。

馮建三整理指出，媒體自律在世界各國的成效其實不大，最大的原因在於仍

然是為了私人利益競逐的壓力日益惡劣；媒體錙銖必較，承受開緣節流的壓力愈來愈大。這些趨向逼使傳媒的一般工作人員與主管，甚至是其事業主，愈發有了異化的面貌，必須回應環境與結構的要求。

賴祥蔚（2005）在〈資訊社會的傳播權〉指出，傳統的言論自由雖然仍具價值，相關內涵也持續成長，但是因為受限於自由主義個人主義的權利立論基礎，已不足應付資訊社會所需。賴祥蔚提出以「社群主義」為立論的新基礎，指出如果無法獲得某些事物不是因為沒有能力，而是因為受到了強制。在傳播工具因科技因素進展有重大變化之時，在資訊社會中，人人都置身在大眾傳播所傳布的資訊當中，這些資訊內容對於社群與個人都將造成深遠的影響。賴祥蔚指出從「社群主義」研究傳播權的新途徑，認為個人是社會的產物，自我價值非先天存在，而是社群的歷史文化所形成，建議傳播權研究應從社群主義來思考各類傳播與學術的實踐。

二、以討論「近用媒體權」概念為主軸的文獻

洪貞玲、劉德昌（2006）在〈傳播權觀點的商營廣電管制〉中指出「包容」的原則，包容的核心精神在於人人平等，不因社經資源的差距而影響其傳播權利。在傳播法制上，為避免媒體集中危及人民傳播權所導引出的「近用權」概念，是體現「包容」的基本要素。所謂的「近用權」，其主要內涵是保障所有公民都能夠近用傳播資源，都能近用資訊內容，都能平等表達意見。洪貞玲指出了「所有權近用」與「通路近用」的原則。然而，洪文集中談「資訊落差」問題，在法規相關探討上，集中於「弱勢族群的近用權」，並未對閱聽大眾的傳播權利有更多發揮。

洪貞玲（2006）在〈誰的媒體？誰的言論自由？--解嚴後近用權的發展〉指出，「近用媒體權」是從英文 *access to media* 翻譯而來，係以公民文權利主體，指涉公民能接近、使用媒體的機會與條件。洪貞玲指出「參與式民主」所導引出的重要傳播權利就是近用權。此觀念是 Jerome Brron（1976）正式提出，認為近用媒體權乃由美國憲法第一條修正案所賦予。基於人民有言論自由，有必要保障人民的近用媒體權以保障其表達之意見。而近用權被提出的背景，與廣電媒體被商業集團壟斷的趨勢有關。「若無憲法保障的近用媒體權，言論自由將只是媒介擁有者的自由，而不是多數人的自由。」

英國傳播政治經濟學者 Graham Murdock & Peter Gokding（1989：183-84）中也強調，民主政治的有效運作即是公民權的充分行使，其基本前題是近用適當的資訊多樣意見，因而傳播體系成為被賦予權利提供行使公民權利基本必要資源的機制，然而當代的危機之一是，盛行的商業媒體掌控資訊流通，抹滅大眾的公民身分，而以消費者身分取而代之。

Graham Murdock & Peter Gokding 指出了「媒介近用」可以達成傳播與公民的三種關係：

(一) 人民必須能近用各種資訊和分析，以知道他們應有的權利，並達到有效追求這些權利。

(二) 人民必須近用最大範圍的資訊、解釋及相關辯論，以行使其政治選擇，他們必需能使用傳播設施，以便提出批評，動員反對力量，以及展開替代性行動方案 (alternative courses of action)。

(三) 不論何種團體的人民，必須能在傳播部門中所呈現的不同代表中找到其位置與其目標，而且是能有助於發展其所代表的利益。

Graham Murdock & Peter Gokding 指出在近用權概念下，傳播與資訊體系必須要有兩個基本特質的檢視：

(一) 生產層次上，應該提供極大的多樣性，並提供使用回饋及參與的機制。

(二) 消費層次上，應該提供資訊服務的普及運用，以確保公民權的行使不因收入或居住地區等因素因而受影響。

國內相關研究文獻多數都集中在 Graham Murdock & Peter Gokding 所強調的第二個特徵，即所謂的「資訊落差」，如李興國 (2001) 在碩士論文〈資訊傳播社會的近用權研究--一個女性主義 Cyborg 理論的觀點〉集中探討了是男性比女性參與網路虛擬社群的參與感較高等等技術落差問題。徐仙蕙 (2009) 碩士論文〈台灣原住民族媒體近用權之研究--以原住民族電視台成立經過為例〉探討主題是原住民族因政經弱勢加上資訊落差的媒體近用困境；潘成旺 (2010) 在碩士論文〈客家電視台對客家產業發展之影響〉是以「分眾傳媒」的觀點去分析作為台灣第一個因應族群性需求而產生的客家電視台，其對客家產業的影響力是否確實落實在節目製作內容，進而幫助客家產業蓬勃發展等等議題。

國內相關研究文獻中，多數以傳播弱勢之特定族群文分析個案，較少以「參與式民主」的近用權概念探討民主政治的有效運作即是公民權的充分行使，其基本前題是近用適當的資訊多樣意見面向。

若要研究公民權的充分行使，Simon Cottle (2010) 在〈新聞、公共關係與權力：新領域的描繪〉中指出了三種權力如何運作的研究主軸：(1) 傳播權力的分配；(2) 參與者的地位與展演角色；(3) 談話的組織與控制。本研究在「近用權」的分析上，將研用這三個主軸進行分析。

三、關於探討「政媒結構」為主軸的文獻

學者彭懷恩 (2002) 在所編著之〈政治傳播與溝通〉中指出了「第四權迷思」，彭懷恩引用歷史學家 John Keane 的研究：「早期的觀點認為，傳播媒介會創建公民之間的親近感，此無疑是忽視了在公民之間的資訊有可能會被以過濾的制度化 (institutionalized) 機制，而被併入一個被分散的、複雜的市民社會。」

John Keane 指出發展源自十七世紀到十八世紀於歐洲與北美的新聞自由 (第四權) 概念，有四個歷史性的理由：

(一) 來自神學上 (Theological) 的理由：由於上帝要求人群要分辨是非，

因此就必須有新聞媒體存在以提供充足的資訊，使人類能夠達成上帝的訓令。

(二)來自個人權利 (**Individual (Rights)**) 的保障：從自然法的理論來看，既然個人可以在宗教與政治的領域內去吸收資訊與判斷真理，自然也就可以擁有新聞出版自由以抗拒國家與法院對新聞的審查，在法律主治 (**rule of law**) 自然法支配下，新聞自由保障了個人的自由權利。

(三)來自功利主義 (**Utilitarianism**) 的傳統：從功利主義的觀點來看，對新聞的審查與控制乃是標記獨裁支配的特性，此將摧毀個人與公民最大的幸福與快樂。

(四)是為了獲得真理 (**Attaining turth**)：它提供了大量不同的資訊與觀點，以使公民與社會能在論辨中得到真理。

這四大理由建構了「第四權」概念，認為新聞自由係作為一個穩定的力量，在國家統治者與公眾之間，取得彼此的平衡。然而，倡議絕對新聞自由者卻無法在實證上說明，媒體如何能夠以事先結構化的方式來誤導閱聽人對於訊息的接收，結構化資訊的意義即是，資訊的傳布事實上是藉由媒體工作的實際活動而來。新聞內容被包裹成一些句子短小且容易閱聽的語詞，當觀點比須考慮廣告因素時，新聞標題就有了不同次序的安排，「整個媒介第四權概念就是一種迷失。」

馮建三 (2006) 在「國家與傳媒社會責任：從《報業四種理論》出版 50 年談起」介紹了政治與媒體的互動在實證上並非是絕對的「第四權」結構，F.S. Siebert 等 (1956) 所著的「四種報業理論」(**Four Theories of the Press**)，指出了政治與媒體之間的是持續動態互動的關係。

四種理論要義簡述於左：

(一)威權主義：西方威權主義的哲學基礎可回溯到希臘哲人柏拉圖的共和國，他推崇法律和秩序，主張國家利益高於一切，所有提高國家利益的言語行動都是正義和美德，在這一報業理論之下，新聞媒體必須對社會的和諧、穩定有所貢獻，凡對社會有利的事，大眾 應該參聞，對社會有害的則反是。威權主義下，媒體屬私人所有，新聞業者的職權範圍，出於政府的許可與規劃，如有違犯，便由政府干涉，或吊銷出版執照，或實施新聞檢查， 因為輿論紛紜容易造成社會資財的浪費和損失。

(二)自由主義：主張人是理性動物，生而平等，而個人自由乃天賦權利，此為歐洲文藝 復興以後所掀起的自由思潮，鼓吹這派學說的有英國的米爾頓(**John Milton**)、洛克 (**Locke**)、法國盧梭等，到了十八世紀的美國有傑弗遜(**Thomas Jefferson**)強調健全報業 和民主政府的必要關係，他相信只要自由表意的條件存在，則人民便會發揮理智潛能。

晚近自由報業的理論續有增補，大抵針對新聞界出發：

1.新聞媒介有幫助大眾瞭解政府施政活動的責任，它在政府立法、司法、行政部門之外而 為第四部門。

2.新聞媒介代表人民行使知之權利，它具有兩種自由，一為積極採訪新聞的自由，一為不 受政府或其他外力干擾的自由（其實二者互為表裏）。

3.自由報業的理論家確信新聞專業在不受約束的環境之下，自然能提供民主政治所必需的「資訊和意見」市場。

(三)社會責任論：興起於二十世紀中葉的美國，一九四七年，賀金遜委員會提出一份針對美國新聞業現狀的調查報告，它認為交換消息和意見的言論市場已被少數經濟、企業財團把持，因此影響新聞報導的活動，若作進一步歸納：

1.自由主義的媒體業主在言論政策上反映自身經濟利益。

2.言論市場的數量因為報團兼併和壟斷，正操縱在少數人的手中，間接危害公眾服務以及民主政治的基礎。該委員會呼籲：媒體對社會有責任提供確實和重要的消息，如果媒體忽略它的公共責任，政府可有限度地居間仲裁，同時新聞媒體行使社會責任之時，注意職業水準的品質，致力客觀公正的報導，使得人人有使用媒體的權利，新聞傳播進而成為社會公器。社會責任論自問世以來，歷時四十餘年，普遍受到各國重視，從近年來許多國家廣播事業所受政府規劃的事實來看，便是社會責任論的實踐，再如新聞從業員守則之制定，新聞評議會的成立，美國各大報設立公評人制度(Ombudsman)，以定期專欄批評同業採訪、寫作之得失。

(四)共產主義：共產主義的報業理論和蘇聯共產黨的執政一同變為政治事實，德國馬克思和唯物辯證法是這套理論的起草人。在共產主義之下的新聞體系隸屬政府、國家的一支，它由國家或政黨指揮，傳播媒體的目的在於教育大眾，宣傳政令，推進社會主義，維持黨的專政。共產新聞理論完成於一九一七年俄國革命之前，但在革命期間便已從事滲透和顛覆言論，它的成熟與實踐是在史達林時代，自此以後，蘇聯和東歐緊鄰，以及亞洲後進——中共、北韓、北越（以至後來的越南）皆嚴格控制一切大眾媒體，管制西方記者進入鐵幕採訪。

從「四種報業」概念分析即知，媒體與政治的結構本就具有分殊性，並非有絕對的理論，也沒有絕對的關係。

成露茜與羅曉南（2005）在〈批判的媒體識讀〉中整理羅列了五種觀點下的大眾媒體觀照角度：

表一：五種理論觀點下的大眾傳播媒體

理論觀點	傳播媒體的角色/功能/影響
大眾社會理論	媒體具有強大的，而且通常是對社會大眾產生負面影響的力量；是以，媒體必需交付給智者（wise people）掌控，以確保善盡公益。
功能分析	媒體兼具正、反功能，終至促成社會的平衡；但太過於強調媒體的正功能，因此傾向維持現狀。
科技決定論	媒體（科技）之發展與傳播，無可避免地帶來政治、媒體、社會與文化各方面的改變。
政治經濟學	媒體為菁英透過經濟力量所利用；換言之，媒體被菁英掌控並反映其觀點與利益。
（英國）文化研究	媒體型塑霸權的世界觀和宰制性的文化，同是也是包含閱

聽人等各種力量之爭霸場域。

資料來源：成露茜

製表：黃創夏

如表所示，台灣相關文獻通常研究集中於「大眾社會理論」與「功能分析」兩大類型上，對於「科技決定論」、「政治經濟學」和「文化研究」角度上，較少涉入。

在全球化與網際網路普及的效應中，「科技決定論」在研究上逐漸被重視，Denis McQuail (2002: 163-65) 在〈特新大眾傳播理論〉(Mass Communication Theory) 提出了大眾媒介在「新媒介」概念下，要鎖定三個廣泛的焦點：權力與不平等、社會整合認同與社會變遷。Denis McQuail 特別指出，在某些交流與網絡中，「使用接收權」將廣泛被傳播者、接收者、旁觀者與參與者所接受。Denis McQuail 特別指出，「傳播科技本身就是一種策動者，傳播科技對於變遷的影響還是核心問題。」

以傳播科技視為變遷核心角度審視下，Outsell 顧問公司消息媒體產業分析師，曾任美國《聖保羅前鋒報》總編輯之 Ken Doctor (2010) 在〈消息經濟〉(Newsonomics) 指出了「現在的世界，是『專業的業餘人士』提供內容」的觀念。Ken Doctor 指出「業餘人士進駐」的媒體現象，Ken Doctor 介紹曾是 2006 年美國時代雜誌 (TIME) 票選「百大影響力」的「哈芬頓郵報」(Huffington Post)，「守門人」已經失去了閱聽觀攬，也失去了影響力。新的社交工具，正在改變「非專業記者」對話題提供貢獻的能力。換言之，探討政媒結構與互動分析時，「非專業的進場業餘者」的角色、功能與影響力，已是一個新的課題。

這樣的課題，在台灣的媒體發展上，也正逐漸扮演新的角色與影響力。

一九八八年，台灣的媒體產業政策，從「威權主義」與「大眾社會理論」解禁，洪貞玲 (2006) 在〈誰的媒體？誰的言論自由？--解嚴後近用權的發展〉指出，國民黨政府被迫採取開放（媒體）政策，並未對建全媒體環境進行規畫，一味放任市場運作，傳播學長馮建三 (1994) 曾發出警語：「廣電資源的私有化開放，最多只能充當衝擊黨國的前鋒，但卻迎合資本主義的原則」。洪貞玲指出，果不其然，電波資源開放以後媒體商業化腳步加速，與此同時，政府消極放任媒體集團日益坐大，媒體惡性競爭，成灣台灣亂源。

表二：台灣解嚴後重要媒體政策

時間	政策內容
1988 年 1 月 1 日	解除報禁，結束長達四十多年的報業控制，爾後新設報紙大量增加。
1992 年 10 月	新聞局公布地方調頻電臺開放的時間表，隔 (1993) 年 12 月 13 家中功率電臺獲准成立，是我國凍結申請頻道以來，首波開放的廣播電臺。
1993 年 8 月 11 日	《有線電視法》公佈施行，非法的第四臺成為合法的有線電視頻道。
1994 年	開放第四家無線電視臺執政申請，「民間全民聯合無線電

	視公司」於隔年拿到經營執照。
1997年6月18日	《公共電視法》公布施行，隔（1998）年7月我國第一個公共電視頻道正式開播。
1999年1月25日	廢除《出版法》，國民政府過去藉以查禁、懲處出版品的法源失去效力，被視為是言論自由的一大進步象徵。
1999年2月3日	通過《衛星廣播電視法》，管制衛星電視始有法源依據。
2003年12月24日	立法院完成修法，黨政軍退出媒體明定於廣電相關法規，要求不當勢力於兩年內退出媒體。
2004年1月7日	公布《通訊傳播基本法》，賦予獨立主管機關法源，明文政府應促進接近使用服務之普及。
2005年11月9日	公布《國家通訊傳播委員會組織法》，新的傳播主管機關於隔（2006）年初成立。
2006年1月18日	公布《無線電視事業公股處理條例》，臺視官股釋出，華視轉為公共電視，公共廣電集團雛形初具。

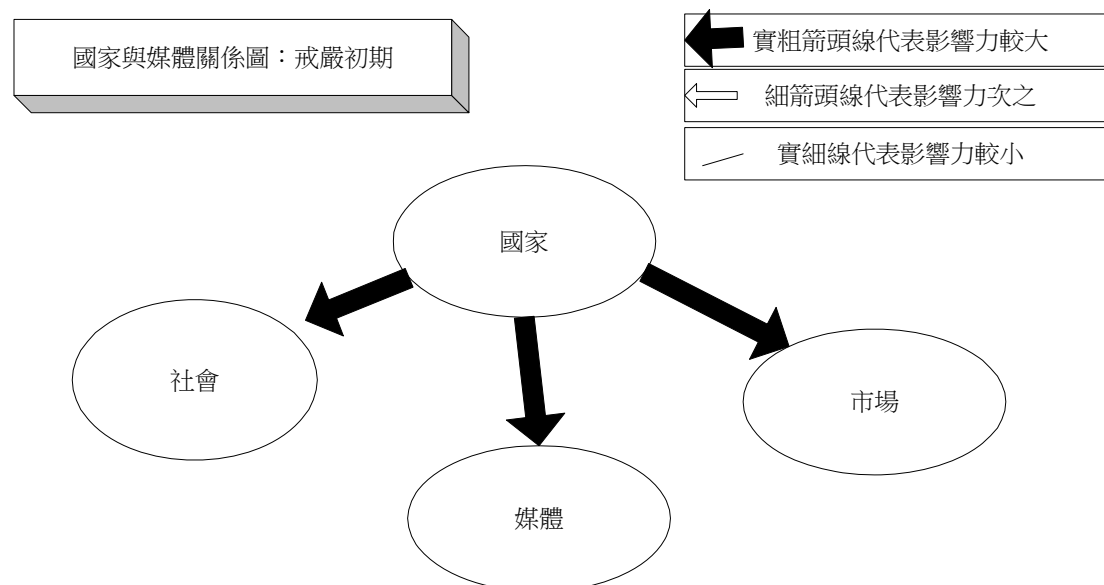
資料來源：洪貞玲

製表：黃創夏

徐嘉宏（2003：1）在〈台灣民主化下與媒體關係變遷之研究〉碩士論文指出，國家對傳播媒體的控制已經減弱很多，但仍存在了許多的隱形控制。針對變化的形勢，還存在新的控制形式，有企圖藉由商業力量去影響媒體及利用社會的中道力量去制衡媒體之嫌。

徐嘉宏繪製了「國家機器影響媒體的實際結構圖」描繪了「國家」、「市場」、「社會」與「媒體」從「戒嚴初期」、「戒嚴晚期」、「解嚴後到政黨輪替前」與「政黨輪替後」的四種階段互動關係分析。示意圖分別如下：

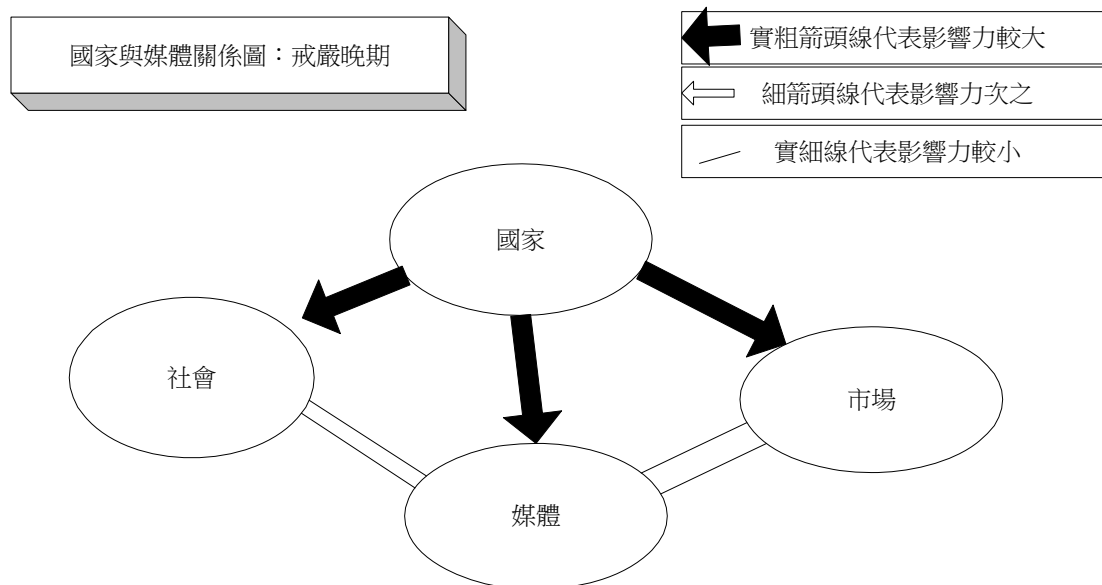
圖一：國家與媒體關係圖：戒嚴初期



資料：徐嘉宏（2003：162）

整理重繪：黃創夏

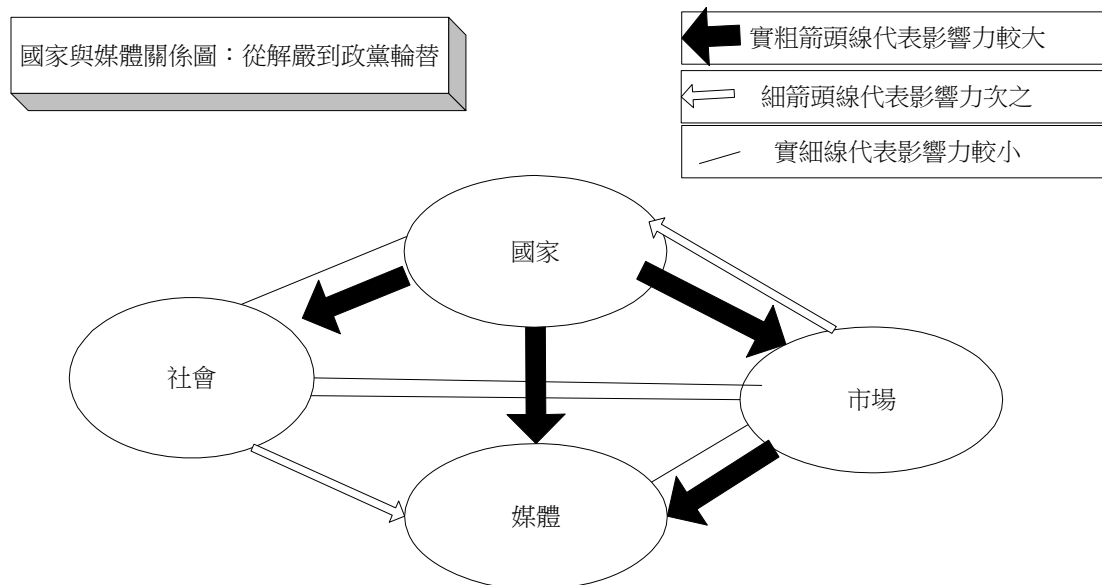
圖二：國家與媒體關係圖：戒嚴後期



資料：徐嘉宏（2003：163）

整理重繪：黃創夏

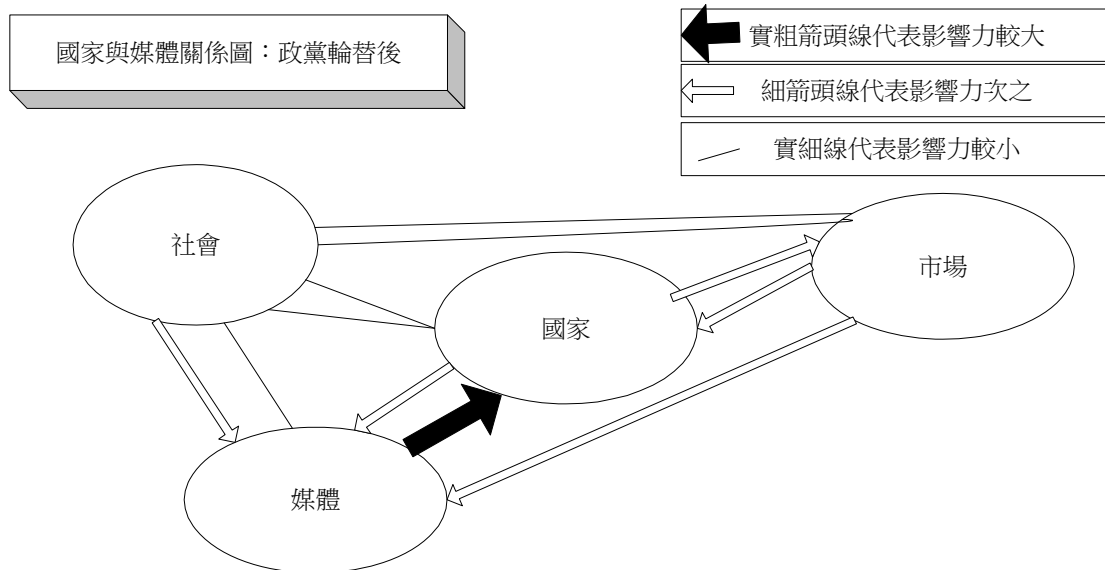
圖三：國家與媒體關係圖：解嚴到政黨輪替



資料：徐嘉宏（2003：165）

整理重繪：黃創夏

圖四：國家與媒體關係圖：政黨輪替後



資料：徐嘉宏（2003：168）

整理重繪：黃創夏

如上述四圖所示，新的控制形式，有企圖藉由商業力量去影響媒體及利用社會的中道力量去制衡媒體的關係變得多重化，媒體更有了主動的力量之嫌。

四、以「政論節目」社群為主軸的文獻

資策會（2007）在〈2007年台灣家庭娛樂家庭電視類型偏好比例分析〉中指出，新聞報導類型的節目是家庭首選，偏好比例達 50%；新聞節目（談話性節目）則達 23%，也就是說高達 73%觀眾依然對時事與政治關切，由此也可以理解，為什麼政論類新聞節目在台灣雖受批評，因仍有固定收視群可以發揮影響力的原因。

陳彥伯（2008）在〈新聞性電視談話節目主持人職場生涯發展之研究〉碩士論文中指出，研究顯示新聞性談話節目並不像其所標榜的透明、公正，新聞性電視談話節目主持人可以利用掌控節目節奏的優勢，例如節目段落的取舍等等，來操控來賓討論與現場觀眾觀看的情緒，特別是錄影節目事後都會經過剪接，有時來賓或現場觀眾的語言還會遭到消音，而這樣的手法，也確實能將主持人要表達的訊息，輕易傳遞給觀眾。

具有影響觀眾的政治再現能力的新聞性談話節目，對於主持人的研究卻相對稀少。

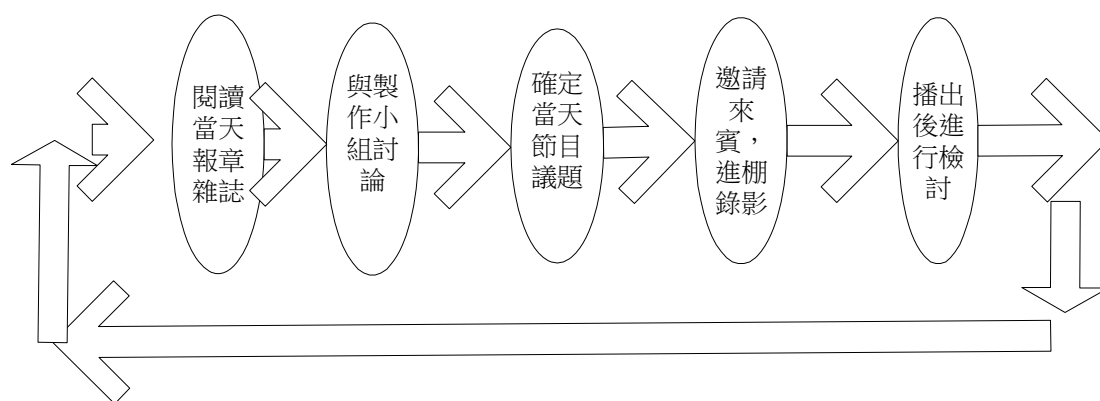
表三、近年以來對於台灣新聞性談話節目的相關研究製表如下：

論文名稱	研究主題	研究者
政論節目論辯語藝分析—以 2100 全民開講與大話新聞為例	節目內容分析	黃莉雅 (2007)

記者過度商品化—以電視新聞談話性節目中的記者為例	來賓分析	彭后諦 (2006)
新聞記者與電視談話性節目—論釋社群的觀點	來賓分析	葉芷嫻 (2006)
台灣心聲現象解析	政治影響力	簡余晏 (2005)
台灣政論節目的考古與拓璞—談十年流變與初探大選期間集體收視的文化現象	歷史沿革與文化層面	紀佩君 (2005)
媒體與政治—以年代電視汪笨湖主持政論性叩應節目為例	政治影響力	滿昱綸 (2004)
台灣電視新聞節目多元化之研究—以談話性新聞為例	公共領域	李珉愷 (2003)
公眾、民意與媒體再現—以民調報導與談話性節目為例	公共領域	楊意菁 (2003)
電視談話性叩應節目內容與收視率之關聯性研究	媒體經濟學	康紀漢 (2003)

陳彥伯的論文是少數針對主持人進行研究訪談研究。但是集中訪談主持人的生涯發展，對於其在媒介與政治的角色，與傳播權利行使的結構較少觸及。不過，陳彥伯在整理後提出了一個「主持人工作流程」對於了解政論節目的傳播結構頗有啟發：

圖五、新聞政論節目主持人工作流程圖：



引用自陳彥伯研究

陳彥伯和十二位主持人訪談後又指出，除了專職主持工作外，有受訪者仍要身兼它新聞相關工作，如主播出身的主持人，除了主持節目，也要播報日常新聞。平面媒體出身的主持人也不捨文字工作所帶來的成就感。此結構中，一個一向被忽視的角色的重要性在此浮現：製作小組的角色與主導性是什麼？雖然主持人都

強調自己是積極參與主導，但是，在例行運作中，電視節目的操作者仍是製作團隊，主持人並沒有太多的時間進行全程掌控。陳彥伯研究中提到，台灣的政論節目不像國外有強大的節目製作群，3、5 個人就很多了。

主持人、三到五位製作人，決定了議題、決定了方向、決定了誰該受邀、也決定了當天的節目與議題節奏…寡占的傳播權力的運作機制，是本研究接續需要深入探討的課題。

楊又青（2008）在〈閱聽人觀看政論節目的情緒與主體性之初探〉碩士論文中指出，在台灣當下的電視節目中，電視新聞談話性節目一直被批評是挑動族群對立的因素之一。在議題上，節目呈現的大多是二元對立的議題；近年以來，節目中的二元對立更是著重於台灣獨特的族群意識上。閱聽人觀看節目後的情緒反應被挑動，但這樣的情緒反應又刺激節目寡占的製作群再製持緒的反應。

楊又青以〈2100 全民開講〉與〈大話新聞〉為調查樣本，以 Fredricson 的「擴展建構理論」探究閱聽眾在觀看政論節目時的主體性與情緒反應機制，探究政論節目的影響力。影響力建構在兩個假設上：一是擴展假說，表示正向情緒可以擴展人的注意力、認知、行為選擇的多樣性。二是窄化假說，表示負面情緒會窄化人的注意力、認知、行為選擇的多樣性。

在情緒分析上，楊又青發現在觀看情緒上，在觀看〈2100 全民開講〉時，泛綠、中立與泛藍族群皆是負面情緒（以正面情緒與負面情緒程度熟大作為基準），且在個別情緒中，以「厭惡」的程度最高。在觀看〈大話新聞〉時，中立與泛藍族群皆是負面情緒（以正面情緒與負面情緒程度熟大作為基準），且在個別情緒中，以「厭惡」的程度最高，但是泛綠族群卻是正面情緒，認為「有趣」最高。但是，楊又青繼續在「政黨認同與節目政黨屬性一致」與「政黨認同與節目政黨屬性不一致」的進行比較後，發現最一致組的都是負面情緒，更主要的個別情緒是「悲傷」；不一致組的主要情緒是負面情緒，最主要的個別情緒是「厭惡」。楊又青更發現，大量的回應都和影片的呈現無觀，有六成受測者的回應都和影片無關。這顯示了二元對立的深化，被期待的理性溝通，在對壘中已經消失殆盡，這對公共領域將是一種嚴重的傷害。楊又青因此指出，閱聽眾在觀看新聞性談話節目時，在先天的負面情緒，能對節目進行反思者實佔少數，確實會對閱聽人的判斷造成影響。因此，後續研究「操弄閱聽人情緒的製播手法」應是一個值得更深究的課題。

透過製播手法操弄的目的是什麼？

邱一峰（2008）在〈台灣觀眾收視評價與收視率關聯性之分析—以政論談話性節目為例〉中指出，觀眾對於政論性談話性節目充斥著負面評價：

表四、觀眾對於政論性談話性節目評價表：

項目	負面評價比數
政論節目整體收視評比	31.04%
製作單位評價	28.63%
來賓表現	28.22%

節目議題評價	27.15%
主持人表現	25.85%

整理◎黃創夏

其中，正面評價普遍遠低於負面評價，例如，負面評價最低的主持人表現（25.85），正面評價認為客觀僅有 4.48 分，其它四個項目皆低於 4 分。從上述邱一峰調查可以看出，電視台為經營炒短線，炒作新聞衝突性、催化藍綠對立氣氛、醜化特定人士等等手法，皆令觀眾產生反感。

邱一峰特別指出這樣的落差無法改善的根源，是肇因於慣有的商業邏輯考量與政論節目生存本質使然。台灣電視台林立，讓每個政論節目只要操作吸收 1% 收視群就得以生存，但是所謂的政論節目收視率 1% 實質內涵和連續劇從頭到尾看完的 1% 收視率群眾有很大的不同。政論節目 1% 的本質是靠 0.3% 死忠觀眾打底，加上只停留七、八分鐘的 0.7 到 0.8% 流動觀眾所造成。以致於少數極端政治意見的「死忠」觀眾綁架了政論節目，制約了節目製作走向，也訓練了來賓不改是非立場，每次以不同的話來表達同樣的意見，在競爭激烈的收視率壓力鍋下，政論主持人標榜中立不再視為是圭臬，主持人為創造高收視率，搖身一變成為少數菁英姿態以畫分對立光譜，帶領觀眾創造言論的意見市場，將原本代表少數人的政治立場，放大成為政治意見的全部。

邱一峰指出，電視台利益導向的惡性循環下，以致於現今高競爭的電視節目市場中，電視台只願意維持低成本高投資報酬率的電視政論談話性節目，以爭取那穩定的 1%，更退而求其次，窮盡一切所能先去討好那 0.3% 擁有相同政治傾向與觀看習性的忠誠收視群，以賺取相對應的市場收入，而不甘冒險投入資本或任意改變節目製作型態，去追求那不停流動的自主收視群。

五、以「政論性談話節目參與群」為研究主軸的文獻

（一）、節目製作單位

康紀漢（2002）在〈電視性談話性叩應節目的內容與收視率之關聯性研究〉是少數點出「節目製作單位是政論性談話節目的核心」觀察，指出製作群除了要提出有賣點的節目企畫外，每天還需要與主持人開會討論確立議題、來賓人選與議題排序（run down），並且過濾現場電話，以及負責燈光與布景搭設等等。但是，對於製作單位的組成，他們的背景與運作模式，康紀漢並沒有進一步探究，也無法具體呈現所謂的「核心」之意義。

（二）節目議題研究

盛治仁（2005）在〈電視談話性節目研究-來賓、議題和閱聽人特質分析〉中指出，政論談話性節目的討論主題主導了節目的進行方式，同時也框架了主持人、來賓和叩應觀眾三者之間討論內容的主軸。在議題選取上，多以當日新聞為主，但由於每日議題必須即時性吸引觀眾，所以節目製作單位為爭取時效，多藉由早報與晚報之報導來決定節目進行的節奏。盛治仁指出，通常政論性節目都是

以二元對立式之疑問句來下節目標題，如「逢馬必反 有理？無理？」、「新總長 統治者鷹犬？公益捍衛者？」側重於兩元對立，以期增加張力與可看性。

（三）主持人角色

鍾起惠（1997）在〈談話性新聞節目〉報導中指出，台灣的主持人主要是串場型角色，不同於美國如 CNN 之賴利金（Larry King）以對立式交談為主。台灣的主持人多數是決定由誰發言，控制節目、來賓與觀眾發言時間，並且負責提問，主持人為節目中辯論的引發者和仲裁者，引發辯論或協調對話集於一身，少數的主持人也會在節目中發表言論。

陳彥伯（2008）在〈新聞性電視談話節目主持人職場生涯發展之研究〉碩士論文中指出，台灣的電視談話性節目必要性的關鍵因素就是主持人的風格，主持人風格明確，節目製作單位也能完整呈現主持人的風格，才能產製出與其它節目不同的風格。

（四）節目來賓與專家

彭芸（2001）在〈新媒介與政治〉中指出，製作單位型式上會邀請不同黨派與立場的專家與來賓參與節目，來賓與專家選擇的標準通常是引起節目辯論的促動者，由於每日都要邀約來賓，實際上卻並非所有議題上都能找到最專業人士來進行討論，再加上議題決策時間短、同時段節目亦會邀約相同的來賓之競爭，以致於每個節目逐漸發展出邀約固定來賓的模式，漸漸有從偏重政治人物到重視媒體人的發展。

（五）扣應觀眾

李君順（2003）在〈民眾參與與新聞談話性節目收視動機、行為關聯性研究—以 2002 台北市長選舉為例〉碩士論文指出，叩應須經重重篩選且通常只有 20 到 30 秒，多半不可能完整陳述意見，而且電話叩應節目者身分隱匿，因此常出現情緒性言詞來捍衛叩應者立場與使用侮辱性語言攻擊之非理性發言。

縱合以上五種要件角色，邱一峰匯整出了五大特色：

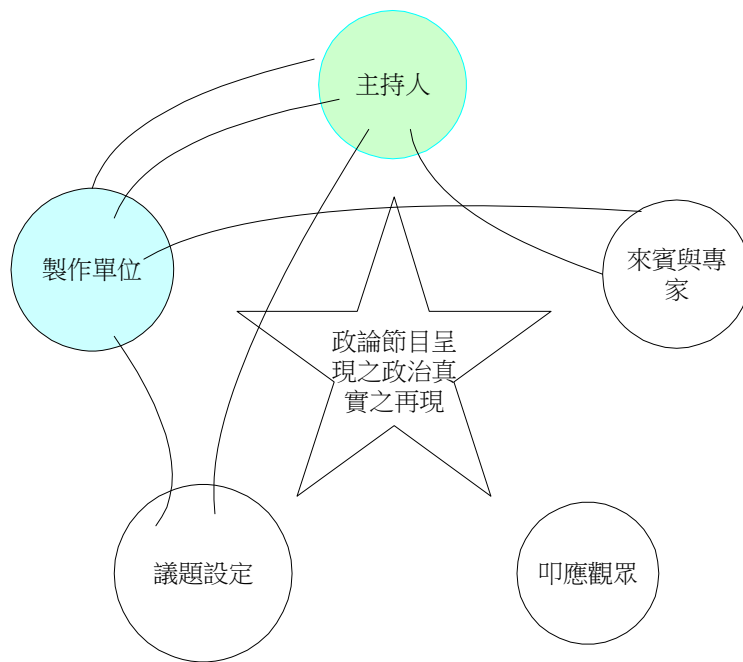
表五、政論節目五種要角的特色表：

1	主持人主導節目議題和發言時間控制，藉由向參與節目來賓交相詰問，進而激起主持人與來賓之各自陳述和質問反駁的火花。
2	節目議題多偏向政治議題，重複程度高，具有兩元對立之特性。
3	來賓多為立場鮮明之政黨代表、新聞評論員、政治觀察家與社工運人員
4	節目製作單位事先負責流程之安排，掌控節目走向與現場狀況。
5	叩應觀眾僅為隱匿之公眾，透過電話提供反饋，表達個人意見。

整理◎黃創夏

綜合上述所有文獻，「製作單位」一直是運作的「核心」角色，其角色可以下圖表示：特別值的注意的就是「主持人」和「製作單位」同樣擁有掌控權。

圖六：政論節目五種角色關係圖



製作：黃創夏

參、理論基礎

一、公共領域、議題設定、框架理論。

表六：相關理論與文獻

公共領域的理論	<ul style="list-style-type: none"> • 哈伯瑪斯，《公共領域的結構轉型》 • Michael Roskin，《政治學的世界》 • Zhengzhi Jiye de Duochong Kexie，《合法性的爭奪》---政治記憶的多重刻畫 • 潘家慶，《媒介、歷史和社會》 • 賴祥蔚，《媒體發展與國家政策》---從言論自由與新聞自由思考傳播產業與權利 • Nick Stevenson，《媒介、文化與社會理論》
公共領域的演變	<ul style="list-style-type: none"> • 胡逢瑛、吳非，《政治傳播與新聞體制》 • Robert G. Picard，《媒介經濟學》 • 陳世敏，《大眾傳播與社會變遷》 • Peter Steven，《全球媒體時代》---霸權與抵抗 • Sarah Oates，《媒介與政治》初探 • David Halberstam，《媒介與權勢》 • James Fallow，《解讀媒體迷思》 • 杭士基，《媒體操控》

	<ul style="list-style-type: none"> • Tony Schirato & Jennifer Webb，《全球化觀念與未來》
公共領域的挑戰	<ul style="list-style-type: none"> • 胡泳，《眾聲喧嘩》 • Asa Briggs · Peter Burkt，《大眾傳播史》---從古騰堡到網際網路的時代 • Ti WEI & Chien-san FENG，《示威就是傳播》 • Ken Doctor，《消息經濟來了》 • Doug Underwood，《MBA 當家》---企業經營下報業的挑戰 • 成露茜、羅曉南編，《批判的媒體識讀》 • Denis McQuail，《特新大眾傳播理論》 • Philip M. Napoli，《傳播政策基本原理》
框架理論與議題設定	<ul style="list-style-type: none"> • 臧國仁，《新聞媒體與消息來源》---媒介框架與真實建構之論述 • Werner J. Stevrin《Communication Theories》 • 倪炎元，《再現的政治》---台灣報紙媒體對「他者」建構的論述分析 • 林照真，《收視率新聞學》 • Brian McNair,《政治傳播學》 • 張錦華，《傳播批判理論》---從解構到主體
媒體環境之比較	<ul style="list-style-type: none"> • 沈國麟，《控制溝通》---美國政府的媒體宣傳 • Daniel J. Czitrom《美國大眾傳播思潮》---從摩斯到麥克魯漢 • David Halberatam《媒介與權勢》 • 胡逢瑛、吳非《蘇俄新聞傳播史論》 • 胡逢瑛、吳非《透視蘇俄傳媒轉型變局》 • Robert W. McCHESNEY《問題媒體》---二十一世紀美國傳播政治
新聞室之社會化	<ul style="list-style-type: none"> • Ken Dctor《消息經濟來了》 • Robert W. McChensey，《富媒體，窮民主》---不確定時代的媒播政治 • 道格·安德梧《MBA 當家》---When MBAs Rule the Newsroom •

製表◎黃創夏

(一) 公共領域的理論

哈伯瑪斯提出「公眾」(La public) 這個名詞的原始意義在 17 世紀指涉的意義僅是在法國的「作為文學和藝術的接受者、消費者和批評者的讀者」，到了 18 世紀後半葉，各種雜誌，包含政治雜誌大量湧現，這是「私人社會的結晶」，到了 1790 年代才有了「公眾輿論」的形成，說明了「公共領域」是一個「被建構」

的概念，並不是一個「自然體」。(2005 (譯): 39,94~95)

Michael Roskin 指出，「在 1930 年代以前，面對面的人際傳播仍是政治宣傳活動的主要方式」，大眾媒體興起之後改變了公共領喻的範疇，大眾傳播媒介能接觸到的閱聽大眾無遠弗屆，「當電視主播大量成為意見領袖」後，可能使過往意見領袖的角色受到侵蝕。(168~170) 同樣的歷程，當「傳統主流的大眾媒體」觸及面受到新型態傳播的侵蝕時，「新公共領域」的意見領袖角色也可能將有所改變。

正因為「意見領袖」產生的方式是可以隨外在而變動，公共領域的「話語」政治影響力就不能被忽視。Zhengzhi Jiyi de Duochong Kexie 指出，「一種話語就是一種調控權力之流的規則系統」。但是在「各種系統之中，不同層面的組成因子也存在著差異」，公共領域因為系統的變化，因之發生了「合法性的爭奪」。(129~130)

「話語權」興起就產生了「傳播權」歸屬的問題，有權力就會有相對應的濫用產生，潘家慶指出了「新聞自由的最大敵人在媒體」，「由於編輯和記者的無知、依賴、懶惰、薄德，甚至是合作或善意的美德，都可能造成報導不公與偏頗」，但是又不全然是「個人責備論 (individual blame)」，檢視社會發展有困難的地方，多半也是社會結構出了問題，因此也有「社會責備論 (system blame)」。(217, 264~265)

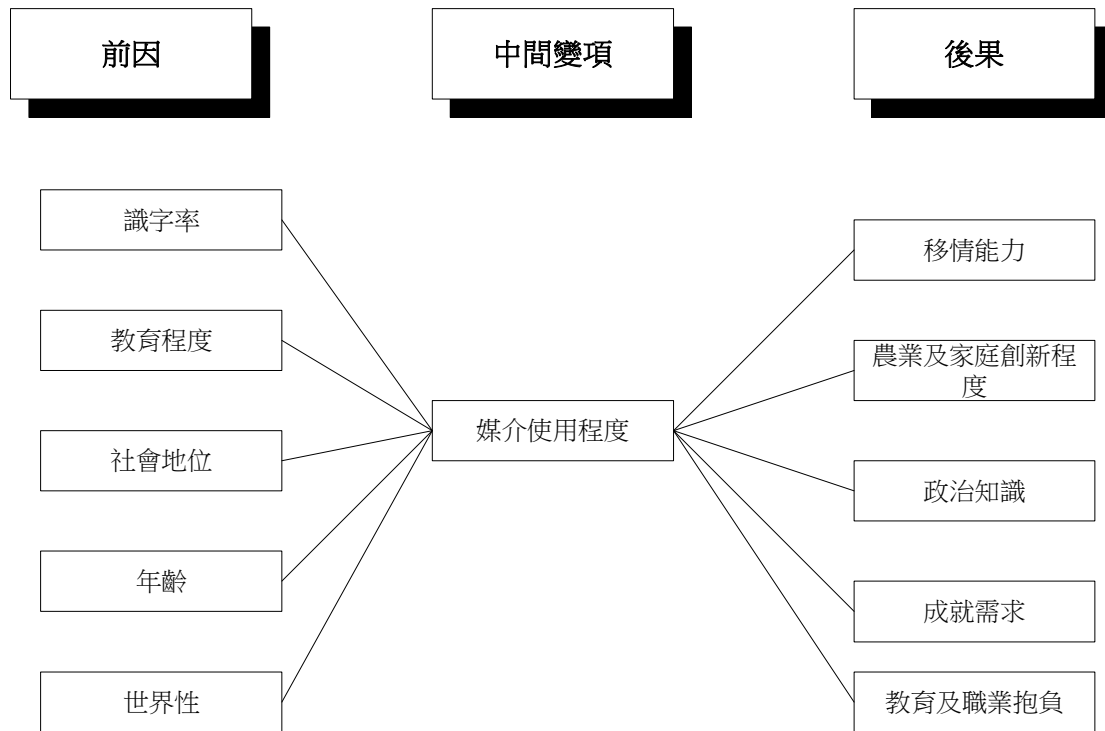
不論是「社會責備論」或是「個人責備論」在公共領域中，賴祥蔚指出，在當前的言論自由權利體系下，世人只能享有名義上的言論自由，實質上卻必須接受傳播領域遭到政經力量的扭曲，因為各方媒體巨擘也是在自由主義與個人主義的旗幟下，公然恣行其政經影響力，面對著公共領域深受政經力量扭曲的殘酷現實，正是該思索新興權利理論的契機。(169)

Nick Stevenson 指出，現代傳播的重點已非傳遞大眾文化，而是「真實虛擬」(real virtuality)，大眾文化與參與已被「媒介環境」所取代，Nick Stevenson 引用柯司特於 1996 年所言：「我們並不是生活在一個地球村，而是生產在一個全球性產製，在地性分配的客製化村落」。此處之「客」並非是「傳播接收者」，而是足以恣行其政經影響力的媒體巨擘「被服務」，「傳播近用權」規屬已足以改變「公共領域」。(267)

(二) 公共領域的演變

胡逢瑛、吳非引用羅吉斯 (Rogers) 以微觀角度特別說明大眾媒體在國家發展中所扮演的中介變相 (intervening variable)，多項因素經過中介使用之後就會產生一些移情的變化。(104)

圖七：羅吉斯的國家發展因果圖



引用整理◎黃創夏

陳世敏更調查統計指出從業身份與職業也影響了接觸媒介的比率。

(170~172)

表七：職業與大眾傳播活動

職業	時間					
	上班前	中午	下班後	周末輪休	二至七天假期	七天以上假期
專門人員	26.2	30.8	59.8	34.4	2.4	1.5
技術人員	26.9	33.6	58.5	24.9	11.6	3.6
行政及主管	23.9	33.5	61.4	22.5	5.0	0.8
監督與助理	23.4	31.8	57.7	25.8	8.5	0.8
買賣工作	16.1	38.2	40.7	11.9	3.0	1.5
服務工作	15.6	31.3	42.1	19.5	5.1	1.2
農林漁牧	3.9	37.1	47.5	5.5	3.7	1.6
生產有關	14.0	35.6	49.5	14.4	4.4	1.1
機械有關	17.1	34.3	52.1	21.3	6.1	0.4
其它生產	9.4	29.0	50.1	15.5	7.3	0.5
軍人	20.8	31.2	67.0	30.2	3.0	0.0
不能分類	19.1	33.9	50.8	27.8	6.5	0.0

引自◎陳世敏

表八：從業身分與大眾傳播活動

從業身分	時間					
	上班前	中午	下班後	周末輪休	二至七天假期	七天以上假期
雇主	22.0	40.9	52.7	16.2	2.5	0.5
私人雇用	17.9	31.7	53.1	20.7	6.9	1.1
政府雇用	18.0	32.2	57.8	25.5	8.5	2.2
自營作業	13.6	37.3	43.8	10.8	3.2	1.1
無酬家屬	10.7	39.2	44.6	15.1	5.1	0.0
無業	11.4	39.6	51.1	23.9	2.7	2.9

引自◎陳世敏

這樣的數據意義是傳播媒介固然有許多功能，可以滿足閱聽眾的需求，但是非傳播媒介也可以取代，由此觀之，傳播媒介並非是日常生活的必需品。換言之，傳播媒介依賴外界條件有甚於本身的條件。

更重要的意義是在於，媒體操作者也會在技術的協助幫忙下，如收視率調查資料的細部分析，可以決定出新聞節目與政論節目的每一個時段的「主力群」，搭配相對稱的因應內容或來賓發言順序，如本研究訪談部分指出：「每一個來賓，從累積收視率的分析中，我們大概可以知道什麼時候誰該多講話，哪些來賓講話會吸收到哪些特定的觀眾，八九不離十。」（訪談編號，PB007，2011）

Robert G. Picard 指出媒介的運作規律與「生產經濟學」並不相符，研就它們的依據，應該是「流通分配經濟學」（distribution economics）。Robert G. Picard 指出，這些公共財的生產成本，並不因使用者的多寡而改變，無論閱聽人的多寡或由多少人組成，都沒有兩樣，生產成本並不會規模的大小而改變。此外，媒介公共財雖然亦受到供需定律的影響，但其方式亦不同於私有財貨所受供需定律的影響。提供媒介公共財給某一個消費者使用時，並不妨礙其它人使用同一份財貨，如果觀眾正收看某個節目，其它觀眾並不會因此而不能收看同樣的節目。在這種特性之下，業者為了從廣告客戶手中得到所得，也就是在最有利潤可圖之下，擴大閱聽人總數，通常這可以宣稱是這是最大可能的閱聽人數，因為廣告所得隨著閱聽人數而來。若要贏得最大量閱聽人，最有效的價格是零，但這樣一來，生產者也就無法取得誘因，製作迎合最可能之大量閱聽眾口味以外的節目。（108~112）

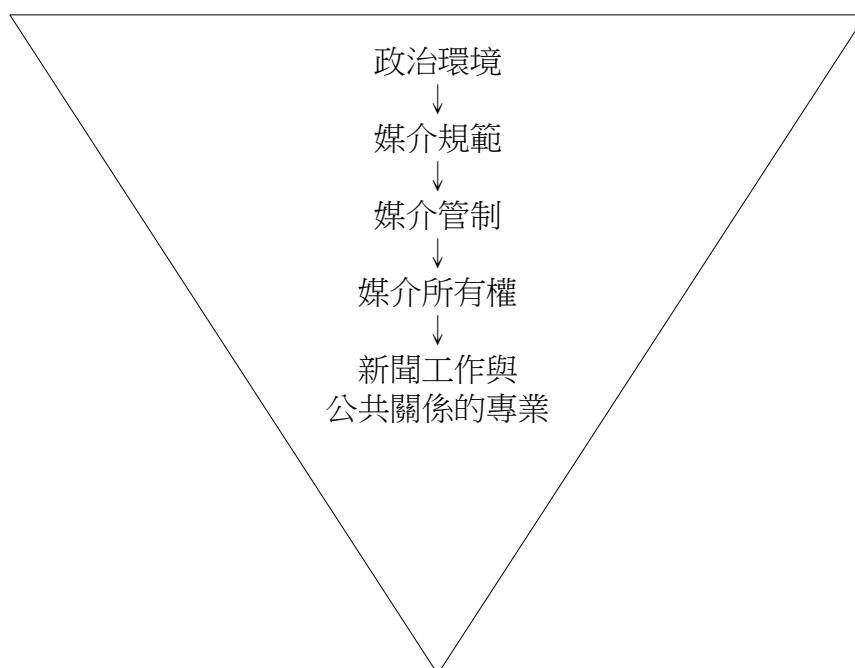
Peter Steven 指出，民主的媒體採取資源公有（或至少由公家監控）的觀念，例如，大眾享有電波頻道（即電台與電視頻譜）的權利，以及享用通訊傳播基礎建設（即長途電線與電纜）的權利。然而，許多國家在建設基礎建設時投入了大量公帑，包含使用通訊衛星。然而，國家卻往往把它們交給了私人的利益團體，大多以商業模式進行運作。

Peter Steven 指出，在資本主義或混合式的經濟體制下，將只有新老闆和經

理能夠透過約束合併和托拉斯的法規參與競爭，而且可以開發新科技來造福所有人的情況下，才可能出現真正的民主之媒體。這樣的民主的媒體才可能去關心所有媒體參與者的公民權與人權。其中包含了媒體製作人。(75~76)

Sarah Oates 提出了媒介事實上存在重重的篩檢系統，產製新聞的方式事實上是依據一系列的篩選系統而產出，新聞的輸出實際上是受到某些非線性因素或較混亂的運作方式所影響。(37~38)

圖八：新聞產制模式



引用◎Sarah Oates

這樣的新聞產製關係，在「非專業的業餘者」大量介入後，如台灣的政論節目製作團隊的分析後，已經發生了更徹底的轉變，「坦白說，我們看不太起新聞部記者的素質和內容，他們報導的政治新聞，好淺，又沒有話題性，反而是我們自己要去採訪內幕和學習和政客們互動的技巧，如果要當記者，我相信我們不會輸。」(訪談編號 PB013，2011)

(三) 公共領域的挑戰

胡泳引用哈伯瑪斯之「結構轉型」觀點，提出了「受眾參與」(或造反)的新挑戰。哈伯瑪斯認為早期歐洲的印刷媒體在邁向民主體制發揮了關鍵性角色，在媒體上發表批判性的公眾輿論是現代民主的核心特徵之一。問題也恰恰在於當大眾媒體被少數人用金錢或權力所掌控時，原本可以透過因討論各種看法，進而達到人與人的理解，實現民主政治中共同參與的原則，這種力量會逐漸減少。公共領域就發生了結構轉型，也就會發生危機。

受眾的參與(或造反)是新聞做為一種社會制度產生合法性危機的結果，新聞的功能本是通過傳播訊息和詮釋事件而對公共生活進行建構。「以前作為受眾的人們，是那些在一個媒介體系接收端的人們，這一個媒介體系是單向的，廣播

式的，有著很高的進入門檻，少數幾家巨頭吵吵鬧鬧，而大多數人在彼此隔絕的情況下被動傾聽。」而今，藉由網際網路發展，胡泳提出「觀眾進場」（或造反）發展，由於門檻降低了，新聞生產者與消費者的力量對比（balance of power）被打破了，共有媒體已承認各種各式的「守門人」，每個人會對什麼是重要的東西各有各的獨特規則，不再承認秉持專業原則的記者判斷了。二十世紀公共領域的三個條件在新的媒體環境下，正消失當中。（269~273）

- （1） 公共領域不再與特定場所或地域發生聯繫。
- （2） 原來假定的公共領域之單一性轉變成多個公共領域併存的混雜性。
- （3） 公與私的區分模糊了。

唐士哲（2009）在〈在速度的廢墟中前進—電子媒介新聞的批判性觀點〉中指出，許多人常高喊媒體自律，卻忽略掉了電視新聞類節目「場域」中其實受到了商業體制結構性他律的限制。看似開放與自律，其實是封閉與他律的專業性。新聞媒介產業的任何行動，除了是建立在監看外在社會環境，建構這個社會的第一層現實外，更有成員間的相互觀察；監看而構成的第二層現實。這個第二層現實就是媒介機構在處理或傳輸資訊時，所內化的一套因同業競爭而企圖降低經營不確定性的慣例法例。

Luhmann 認為新聞媒介機構的「按節目表的傳播行徑」（scheduled communication），使得媒介系統在提供源源不絕的資訊前題下，按造自身經營的需求，發展出一套篩選或產生資訊的規範（code），這套「規範」不但使經營新媒媒介機構沒有成為社會環境中守望環境的一環，反而在慣例化的操作上自我隔絕於整體社會環境之外。如果新聞媒介機構必須依靠外在社會環境提供新聞事件來源，它並非如常人所想像的只是被動的報導社會的狀況，而是主動以一套篩選標準取「媒介」之所需。換句話說，這個律典是「自我指引」（self referential）的，其規約或鑑別的只是「資訊」或「非資訊」，從來就不是真實或造假的區分。運作的前題是：傳播行為必須一直進行下去，且符合系統內新聞機構經營運作要求的資訊必須不斷滋生，隨時更新。

（四）框架理論與議題設定

倪炎元指出，政治精英的權力鬥爭，由於具有濃厚的敘事性與衝突性，一直是構成媒體政治新聞的主要部分，然而在政治精英的衝突中，往往忽略了該怎樣去定位媒體的角色？媒體僅是向閱聽人反映政治衝突的實存真實，亦或是媒體根本就介入了政治衝突的過程？學術研究上一直併存著兩個立場截然不同的途徑。

功能論者觀點視媒體是政治系統內外運作的一環，所關注的焦點是政治衝突的議題是否有被媒體設定、政治衝突的結果是否有被媒體影響、衝突各方的精英意見在媒體上的配置、精英的形象在媒體上如何被型塑等等。以功能論處理政治精英的媒體再現，顯現了媒體被定位是輔助的角色而非主動的角色；其次，世界被區分成「政治衝突的實存世界」和「媒體內容所再現的符號世界」。倪炎元指

出功能論的盲點是將媒體的角色完全限制在議題擴散與議題設定的作用與效果上，完全忽略了媒體本身所具備的主動建構性格。

倪炎元指出第二種研究途徑，建構論者不再追問媒體在政治衝突中的角色，也不檢視媒體究竟反映了多少政治衝突的實然面，而是追問媒體如何定義、建構政治衝突，如何介入政治衝突中特定意義的生產？媒體不再是政治體系中發揮某種功能的制度機制，而是意義競逐的場域。用 Gadi Wolfsfeld 的語言就是，政治衝突有很大一部分是在競逐「框架」(Frames) 一方面參與權力角逐的政治精英企圖將配套的理念傳達給媒體，一方面媒體則建構政治衝突的框架。(84~87)

Werner J. Stevrin 引用美國媒體對「水門案」研究指出，傳統之議題設定理論概念 (agenda setting) 可以擴充成是「議題建構」(agenda building)，其中包含以下幾個過程：

- (1) 媒體特別注意某些事件或活動，並且將他們置於檯面上。
- (2) 不同類形的事件想要得到公眾注意，需要不同種類及程度的新聞報導：水門案是一個「高門檻」(非近身) 議題，因此媒體必須大幅報導，才能引起公眾對他的關切。
- (3) 事件或活動要成為公眾注意的焦點，必需「被框架」(framed)，即被媒體報導置入某一種公眾能瞭解的意義脈絡之中。例如水門案早先被處理是一樁選戰中的黨爭，直到被處理成是重大政治弊案時才引起公眾的注意。
- (4) 媒體報導的用字遣詞，會影響到公眾對事件重要性的認知，例如水門案最先被形容是單純的「無足輕重的偷盜事件」，幾個月後就被公眾所遺忘，直到被媒體形容是「政治醜聞」，方始喧騰一時。
- (5) 媒體須將事件與較易為公眾所理解的次級象徵 (secondary symbols) 扣連，公眾才得以對該事件表達他的看法。例如水門案，媒體就運用一些「事實真相必須水落石出」及「政府的公信力」等次級象徵扣連在一起。
- (6) 議題建構的速度在名流對該事件發表看法時特別地快。例如席瑞卡法官公開表示意見，認為公眾被隱瞞了真相，這項談話產生了戲劇話效果，其它知名人士也開始發表看法，越炒越熱。

修梅克與瑞斯 (Shoemaker & Reess 1991) 整理出了五種可能影響媒體議題建構的因素：

- (1) 來自個別媒體從業人員的影響。
- (2) 來自媒體例行常規的影響。
- (3) 來自媒體機構的影響。
- (4) 來自非媒體機構的影響。
- (5) 意識形態的影響。

以上從最微觀的個別從業人員到最鉅觀的意識型態，構成了修梅克與瑞斯所

稱的「影響階層」(bierarchy of influence)。

肆、新聞談話性節目製作團隊個案分析

本研究的核心問題為「政治真實的再現與建構」。從「議題建構」途徑，以「濃描述」深度訪談為工具，以探討「新聞談話性」節目的「製作框架」，探討當下政媒環境中，民眾如何感知政治系統的途徑。

一、典型案例：

2011/04/27，民進黨總統初選民調出爐，蔡英文獲勝，國民黨通過馬英九連任，2012「雙英對決」態勢成型，當日晚上有線新聞台的「政治再現」模式與收視率概況。

表九：雙英對決新聞收視率分析表：

CH/Time	(50) 年代 新聞	(51) 東森 新聞	(52) 中天 新聞	(53) 民視 新聞	(54) 三立 新聞	(55) TVB SN	(56) TVB S
21:00	0.40	0.41	0.23	0.31	0.75	0.55	0.23
21:15	0.31	0/37	0.34	0.25	0.66	0.72	0.16
21:30	0.26	0.48	0.48	0.29	0.69	0.46	0.38
21:45	0.35	0.41	0.37	0.23	0.67	0.25	0.40
22:00	0.39	0.97	0.24	0.37	0.41	0.49	0.41
22:15	0.29	1.25	0.25	0.65	0.68	0.59	0.36
22:30	0.20	1.33	0.37	0.37	0.69	0.69	0.51
22:45	0.29	1.10	0.27	0.28	0.69	0.43	0.27
23:00	0.32	1.47	0.40	0.45	0.29	0.61	0.16
23:15	0.23	1.38	0.58	0.21	0.30	0.43	0.23
23:30	0.27	1.24	0.24	0.18	0.21	0.43	0.23
23:45	0.18	0.97	0.38	0.07	0.21	0.21	0.28
資料來源：2011/04/27 50~56 頻道有效收視率調查表 AGB 尼爾森公司							
頻道	時段	節目	主題				
53	20:30~ 22:00	頭家來 開講	* 初選民調，蘇蔡都贏馬，政黨在輪替 * 初選民調 1%險勝，蔡英文挑戰 2012 * 綠總統初選，蔡英文出線，團結抗馬				
54	21:00~ 23:00	大話新 聞	* 蘇貞昌坦蕩認輸，雖敗猶榮 * 初選落幕，小英勝出，DPP 能團結？				

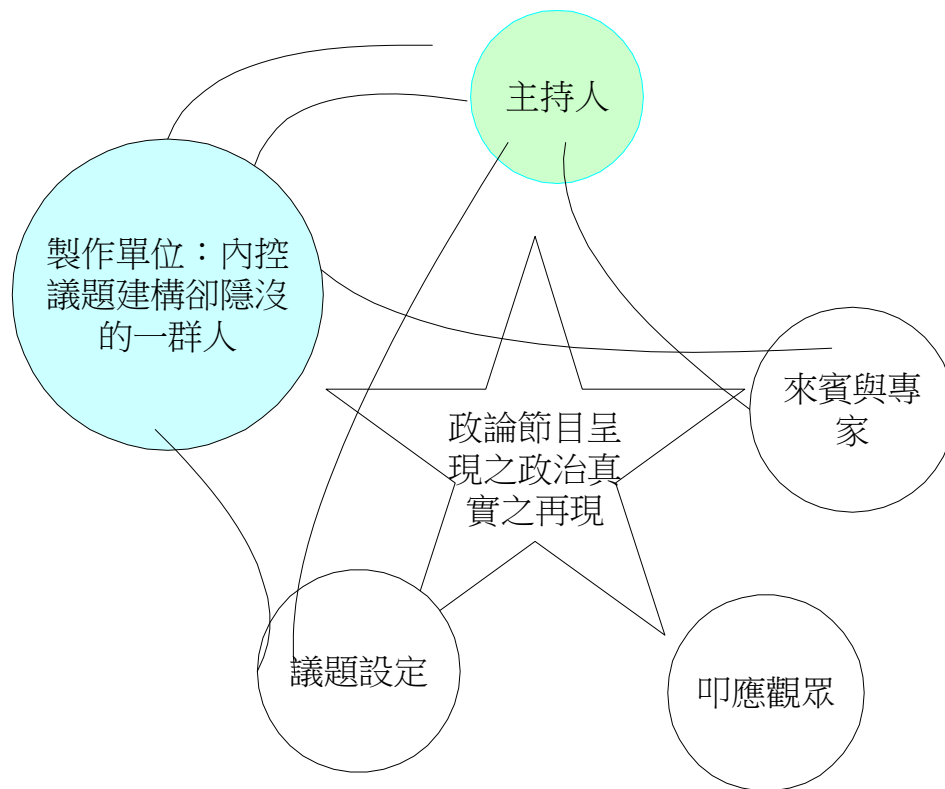
			<ul style="list-style-type: none"> * 所有民調都顯示馬不樂觀，警訊？ * 軍公教加薪，要國營事業「多賺」，吸血？
56	21:00~ 23:00	2100 全 民開講	<ul style="list-style-type: none"> * 2012 馬蔡對決 台灣三次輪替嗎？ * 1.35 蔡勝選 齊聲團結 能遮見骨傷痕？ * 蘇貞昌 詐術初選受害者？ * 卡陰 洩民調 意外？串好詐術？ * 挑戰馬英九 蔡英文得經的起檢驗？ * 詐術獲勝？2012”卡陰”狠毒 馬能連任？
51	22:00~ 24:00	關鍵時 刻	<ul style="list-style-type: none"> * 千分之一的”煞氣勝負天數”，謎樣的蔡英文最後出線之謎！？ * 無風無搖倒大樹，阿里山小火車發生翻覆的意外．．． * 殺氣騰騰的”滅絕師太”小英...重要發言與事件間的神祕關聯!? * 氣氛緊繃的黨內初選...清理戰場背後的謎樣氛圍!?
56	23:00~ 24:00	新聞夜 總會	<ul style="list-style-type: none"> * 蔡英文勝 奧步有用？不要招數 不可能贏？ * ”非典”英統派系誰與爭鋒 ”舊世代”勢力借殼上市？ * 阿扁力挺 特赦回報？ ”英”該踹共 不容再潑墨！ * 做牛做馬 民調還輸？ 路遙知馬力 刺激才有功力？
<p>說明：數字加粗體是談話性節目，細體仍為一般新聞台 製表◎黃創夏</p>			

其中有四項特徵值得關注：

- (1) 「政治真實再現的詮釋」之分殊性。
- (2) 「政治真實再現的實況」與「政治真實再現的詮釋」的不對稱閱聽。
- (3) 媒體上「政治真實再現」與政治上的「實況」的差異不相容性。
- (4) 民眾對於「政治真實再現」的偏好興趣與政治上實況運作的落差。

二、媒體內控之「政治真實再現」操作者的圖像：(深濃度描繪)

圖九：談話性新聞節目「影響階層」示意圖



如圖所示，從「影響階層」(bierarchy of influence) 角度解析，製作單位雖然在當前研究分析當中是最隱沒，可見度不高的一環，實質上卻可能是議題建構中比重最吃重的一環，本圖特意將之放大。

倪炎元指出，在當代學科分析上，傳播與政治往往被歸屬是「政治公關」的範疇內，「政治公關」又常被視為是「公共關係」的次級學科，與其它企業公關、組織公關、國際公關和個人公關等並置，這種分法是「以公關為論述主體，其它領域為平台」(倪炎元 2009.03：19)。倪炎元更指出，這種分類與思考方式的盲點，是忽略了公共關係本身所具有的「政治性格」，其中包含了社會結構、政治思潮因素與權力運作等等。

賴祥蔚更指出，就傳播權利方面的研究，只要論述成果仍以「言論自由」的闡釋為主，「傳播權」的相關研究不多見(賴祥蔚，2005：200)，至於「傳播近用權」的相關研究更是鳳毛麟爪。

在此限制中，本研究想要從「傳播近用權」結構分析解嚴後台灣政媒互動之演變，確實會有難以參照的困局。但是，教育部已於民國九十一年十月公布「媒體素養教育政策白皮書」，公告將適時把媒體識讀教育落實於各級學校課程中。民國八十八年九月，媒體識讀教育基金會即開始進行「媒體識讀教育師資培訓計劃」，於每年寒暑假舉辦國小老師媒體識讀教育研習課程，冀望藉由學校教師為學童進行媒體識讀教育，協助兒童建立媒體識讀之能力。

認識媒體，瞭解媒體是如何運作的，已成為現代公民不可或缺的基本素養。民主社會要能有效運作，有健全的媒體體制提供公民所需的資訊，並扮演第四權的監督機制是不可或缺的。但是媒體本身究竟是怎樣運作的？它為何呈現了特定

資訊，卻又忽略了某些資訊？媒體本身是否真的是中立客觀的？一般人期待媒體反映真實，但是往往又覺得媒體的表現與期待有所落差。

探討台灣媒體與政治在「公共領域」之彼此互動，並從多數公民的「基本權利」中的「傳播接收權」與「傳播近用權」仍是一個需要進行探討的必要研究。

研究者本身長期參與台灣解嚴後的媒體發展，歷經政論雜誌、網路原生媒體、主流平面大報、主流政論節目固定來賓與廣電節目來賓，實有義務在此領域中進行拋磚引玉的義務。

問題在於，研究者本身又不能「置入其中」，需要找一個能夠脫離的研究途徑，在難以參照的研究處境中，踏出嘗試的第一步。

蕭全政師曾指出：任何一個負責任的社會工作者，必須先瞭解、且針對實存變遷的因果關係，而非一味地援引一般化的理論與模型。此處之「實存變遷」在政媒互動變遷中，正是本研究足以貢獻之處。

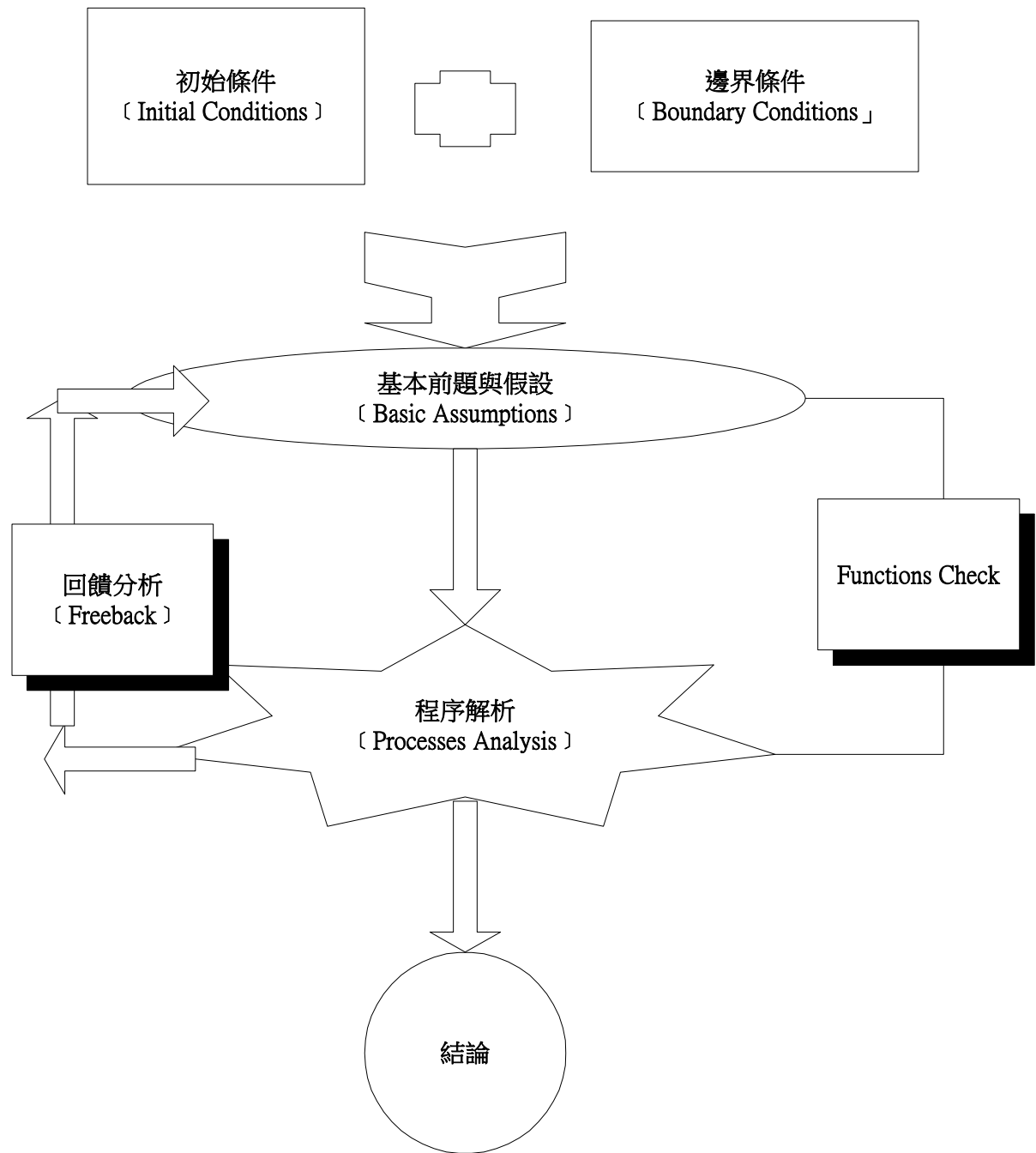
本研究者的實務經驗，可以貢獻在個體與總體，個人與制度、結構與關係、權力和過程……不同層次的行為者如何被箝入重重交叉且錯縱關係的旁大系統？協助理解這些組織、制度與行為者，如何在其它客觀因素的動態變遷中，透過解決其生存與發展問題而進行的理性政經行為。

正因為是「系統」太繁複，也欠缺足以參照之研究。研究者的另一個背景興或可以參著借用。研究者本身出身是自然科學的工程學科背景，在工程學科中，有一種研究系統的「動態系統分析途徑」，可以用來詮釋複雜變動的政媒變遷。

本研究引用 Simon Cottle (2010) 在〈新聞、公共關係與權力：新領域的描繪〉中指出了三種權力如何運作的研究主軸：(1) 傳播權力的分配；(2) 參與者的地位與展演角色；(3) 談話的組織與控制。本研究在「近用權」的分析上，將研用這三個主軸進行分析。

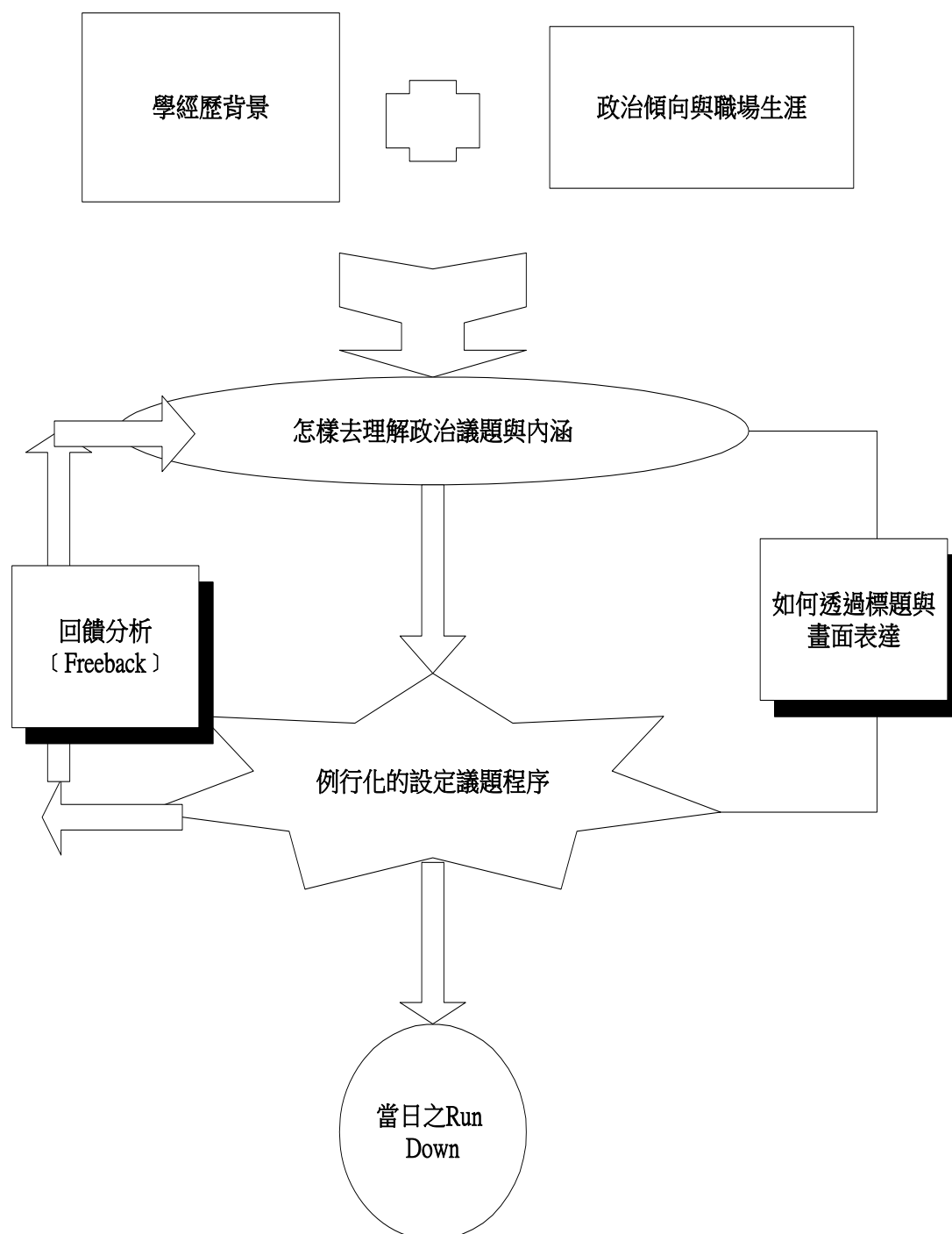
圖十：動態系統分析 (Dynamic System Analysis) 示意如下圖：

- 初始條件：指公共領域中「媒體」的角色與參與者，以及「基本技術」。
- 邊界條件：指「傳播權」在全球化與資訊化中的「操作演變」。
- 基本前題與假設：指「傳播近用權」規屬應屬於「公共領域」，並將成為新要素
- 程序解析：從「政治傳播之真實建構」與「再現」過程中進行理解。
- 回饋分析：從「操作層面」與「效應和結果」進行反覆檢視。
- Functions Check：回到「傳播近用權」標準重覆審查。



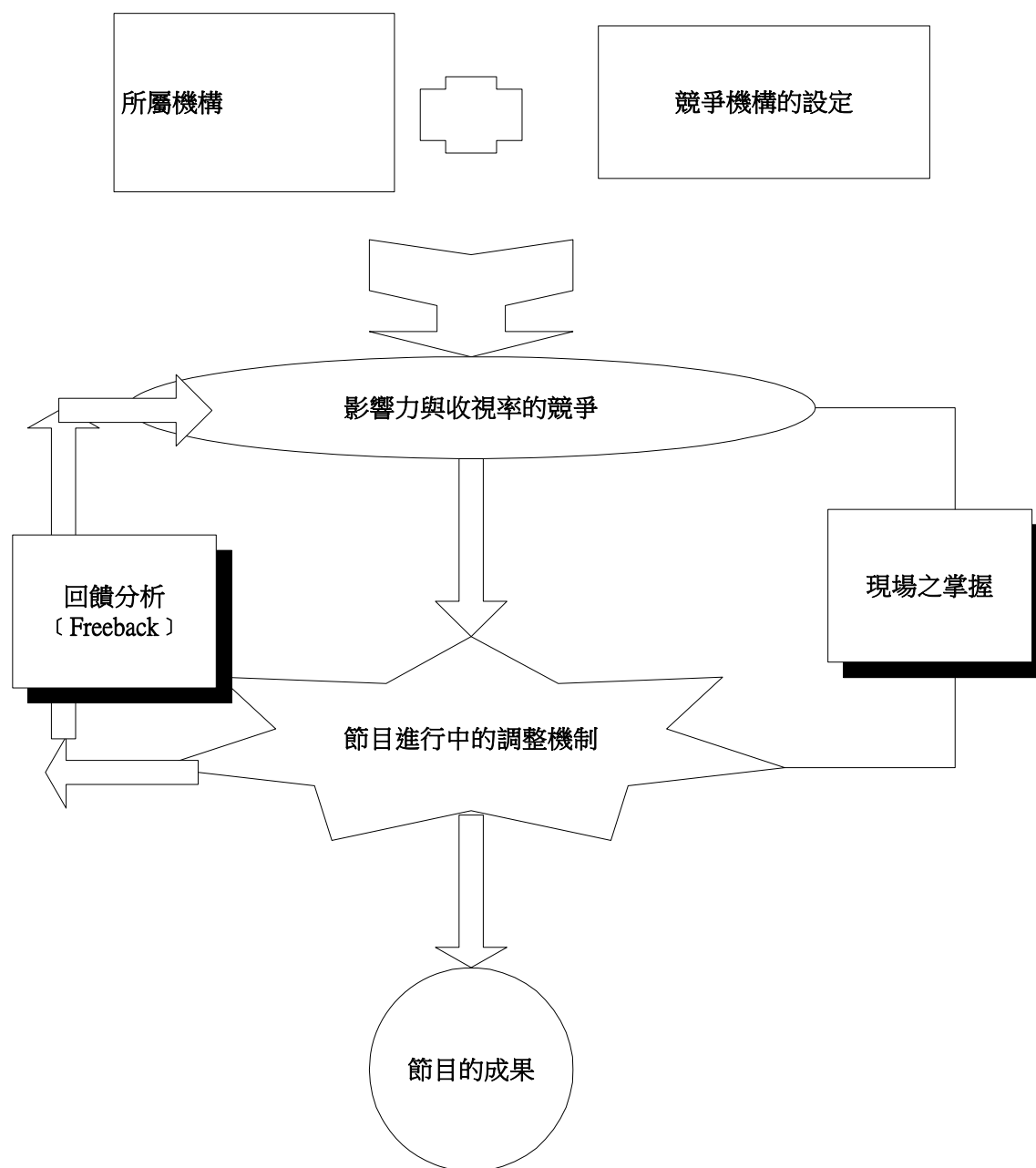
從此基本架構圖，本研究將分別從「製作團隊本身的個人圖像」、「來自媒體例行常規的影響」、「和主持人的互動關係」、「如何進行來賓之挑選」、「如何掌握對政治真實的理解」、「收視率和節目資源的互動關係」、「和政治機構的互動關係」等項目進行系統化說明。

圖十一：製作團隊本身的個人圖像



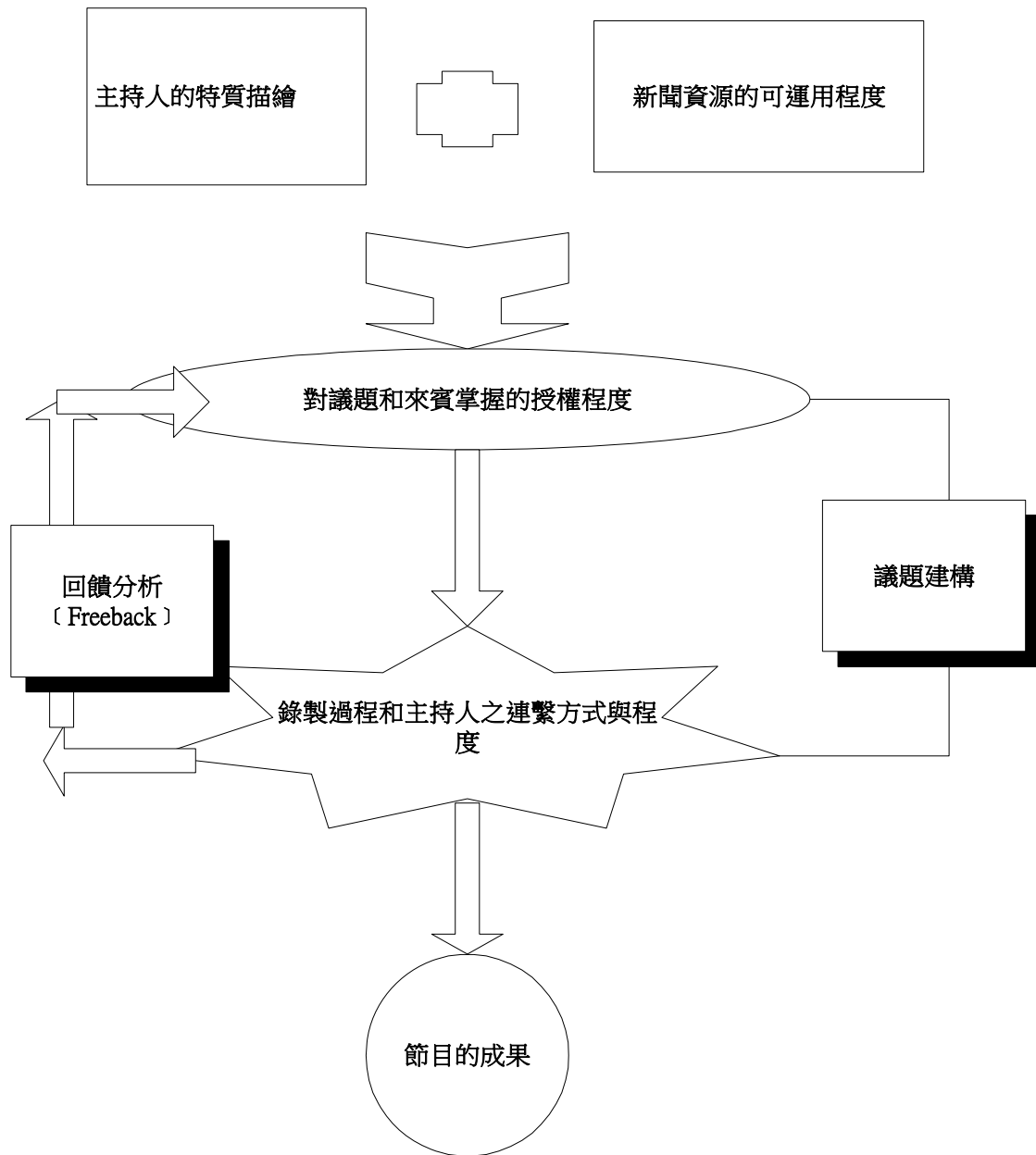
陳彥伯（2008：88）指出，一般研究通常認為從事新聞相關工作的人，其個性多半外向，然而陳彥伯研究發現，政論節目主持人與來賓，內外向皆有，而本研究訪談更發現，製作團隊多數以「內向」為大多數，他們往往並非積極的政治事務關懷者與參與者，卻時時要設定政治話題的走向，如何進行？「每天早上看報紙社論與看 Google 熱門關鍵字排行榜是最主要發想的根源。」（訪談編號 PB007 試訪，2010）。

圖十二：來自媒體例行常規的影響



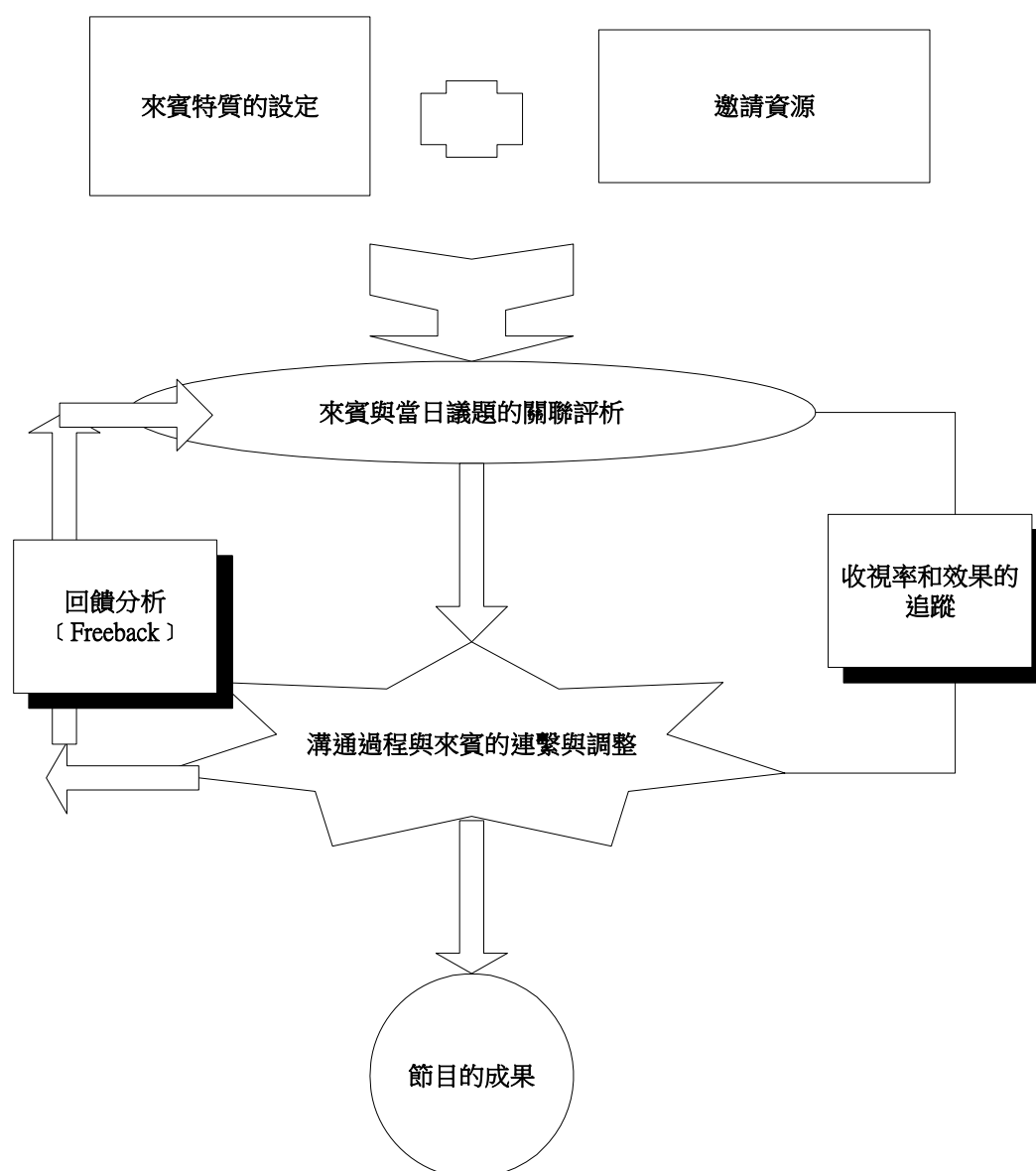
雖然台灣的媒體工作者都自稱是「獨立自主」或希望是「獨力自主」，以新聞與普世價值為內容與議題設計的主題，但也都不諱言電視節目還是受到收視率的控制，但被收視率控制的程度卻很隱諱，通常都不願說明，但話語中還是透露了運用上當然受到控制，其中，有「假想對手」與「五〇%定律」，「通常在節目進行時，我們會盯著對手台的節目看，Run Down 可能隨時會因此而變動」、「我們當然有社會責任，不完全受收視率的影響，不過，收視率的因素，應該絕對超過五〇%以上啦！」

圖十三：和主持人的互動關係



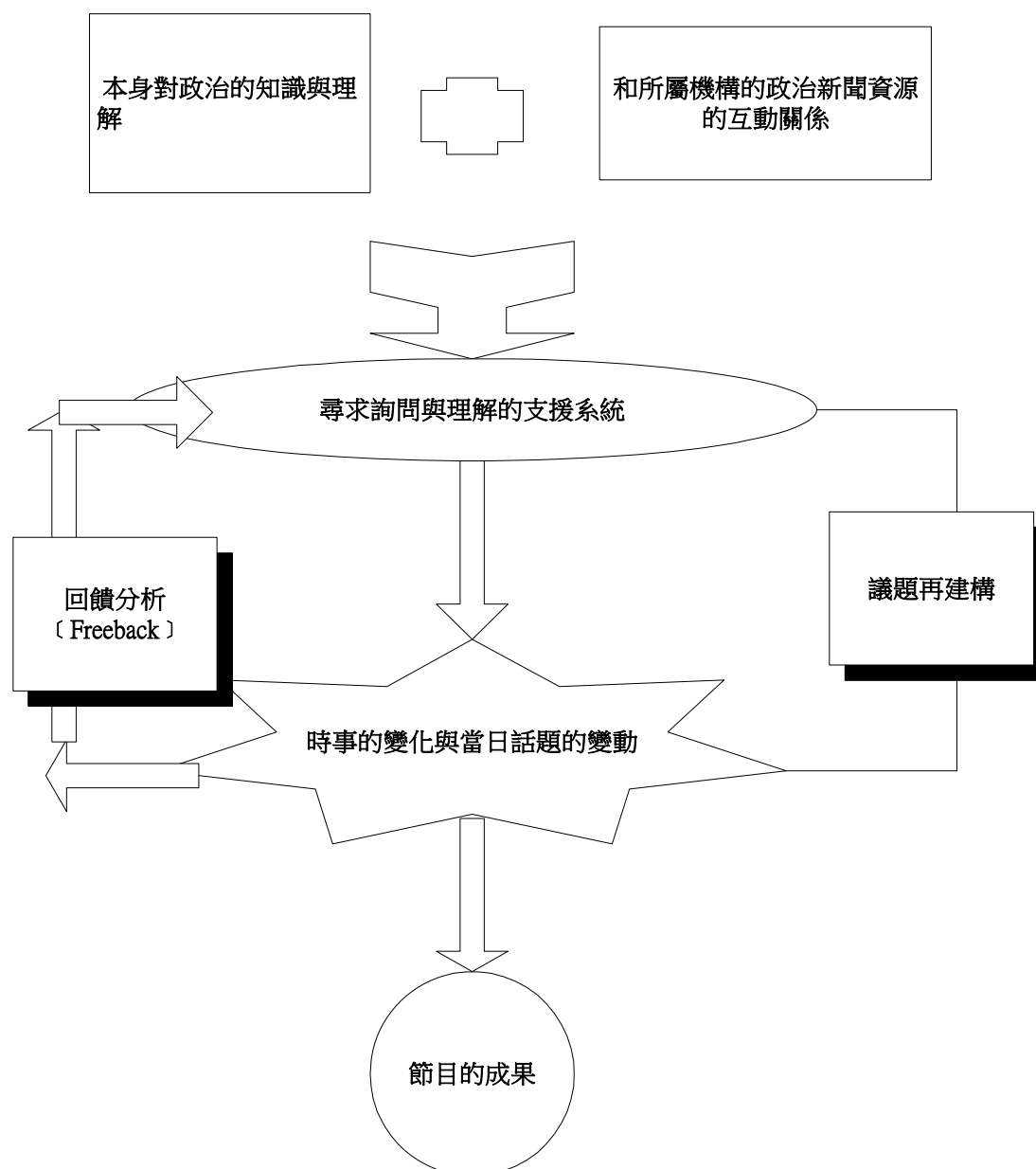
滿昱綸（2005：66）中引用「台灣心聲」政論節目主持人汪笨湖的直言，汪笨湖自承如果以「媚俗」的角度，「可以拉近彼此的距離，讓觀眾覺得主持人或來賓是在為自己講話，不管內容是真是偽，聽的進才是最重要。」製作單位的責任就是掌握住這樣的「梗」，主要的工作是和主持人設定好綿密的「梗」，達到觀眾「聽的進去」的效果。「一般說來，有的主持人很有主見，有的主持人就只是負責主持，要靠我們寫好的 Run Down 才能進棚。互動上，一般說來比較喜愛聽我們話的主持人，完全照我們寫好的 Run Down 在進展，節目播出時，我會有一種掌握全局的成就感。」（訪談編號 PB005，2011）。

圖十四：如何進行來賓之挑選



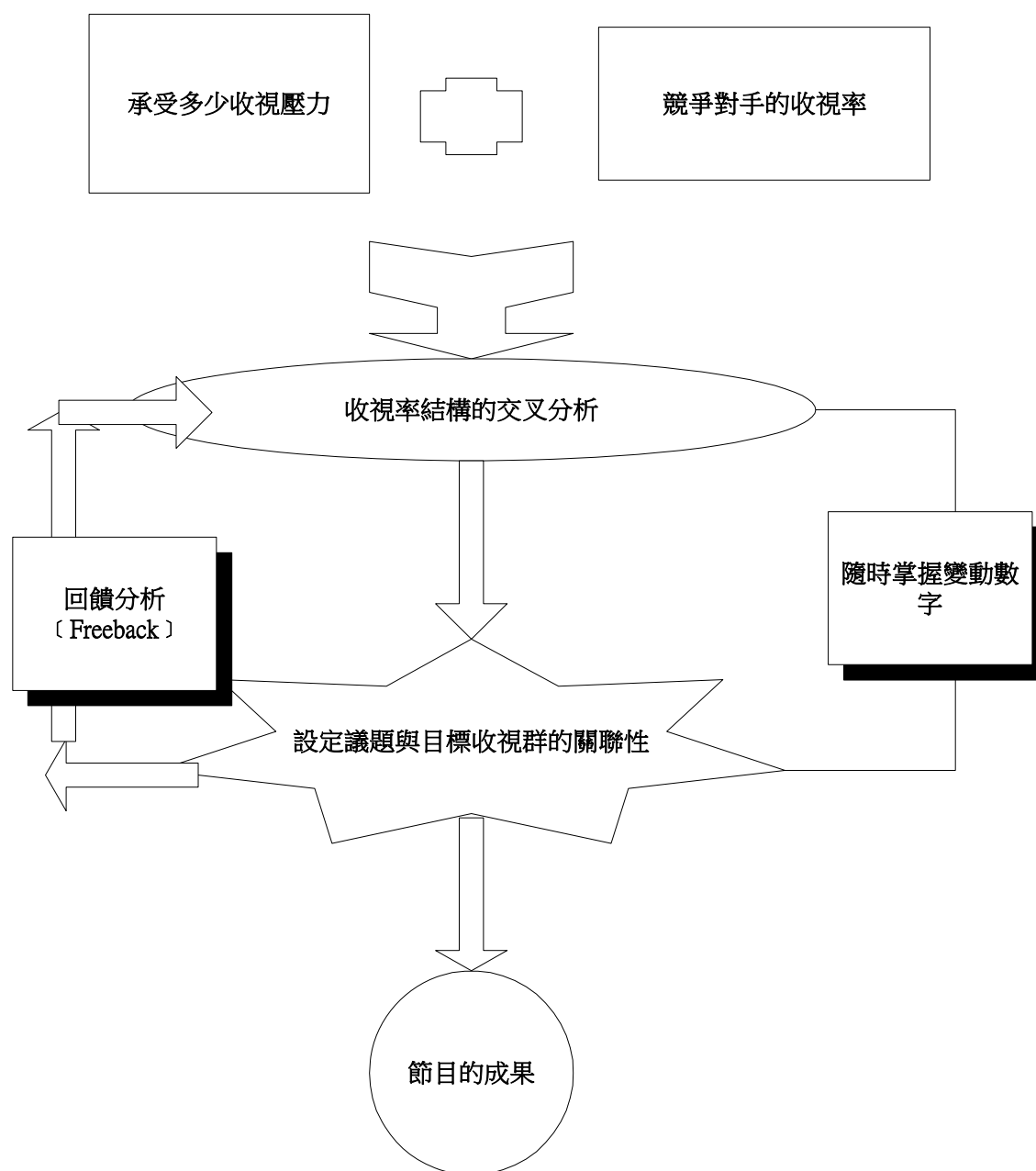
邱一峰（2008：67-69）研究指出，來賓的特定立場越明顯，並不會提升節目收視率，事實上，觀眾普遍已認定來賓具有濃烈的黨派色彩，但觀眾仍普遍希望來賓是「較為客觀」的去評論時事；但矛盾的卻是，當來賓的「知名度」高的時候，對於「言論說服力」、「發言內容」與「整體表現」的觀眾評價相對就比較高，收視率方面也將是正相關。這樣的現象在操作上，就形成了製作單位奉行的「三比一」原則。受訪者普遍指出，早期談話性新聞節目普遍希望能有衝突性，要求每日換來賓，但是，「台灣心聲」興起後，固定化來賓的趨勢成為主流，不但是一般性新聞話題，就算是涉及專業程度極高的科技、公共政策等話題，「都不能隨便換來賓，全部找真正的專家，就算口才再好也會死，所以，我們通常都是三個配一個的搭配，三個穩定有知名度的固定來賓，再配上一個真正有專業的來賓。」（訪談編號 PB011，2011）

圖十五：如何掌握對政治真實的理解



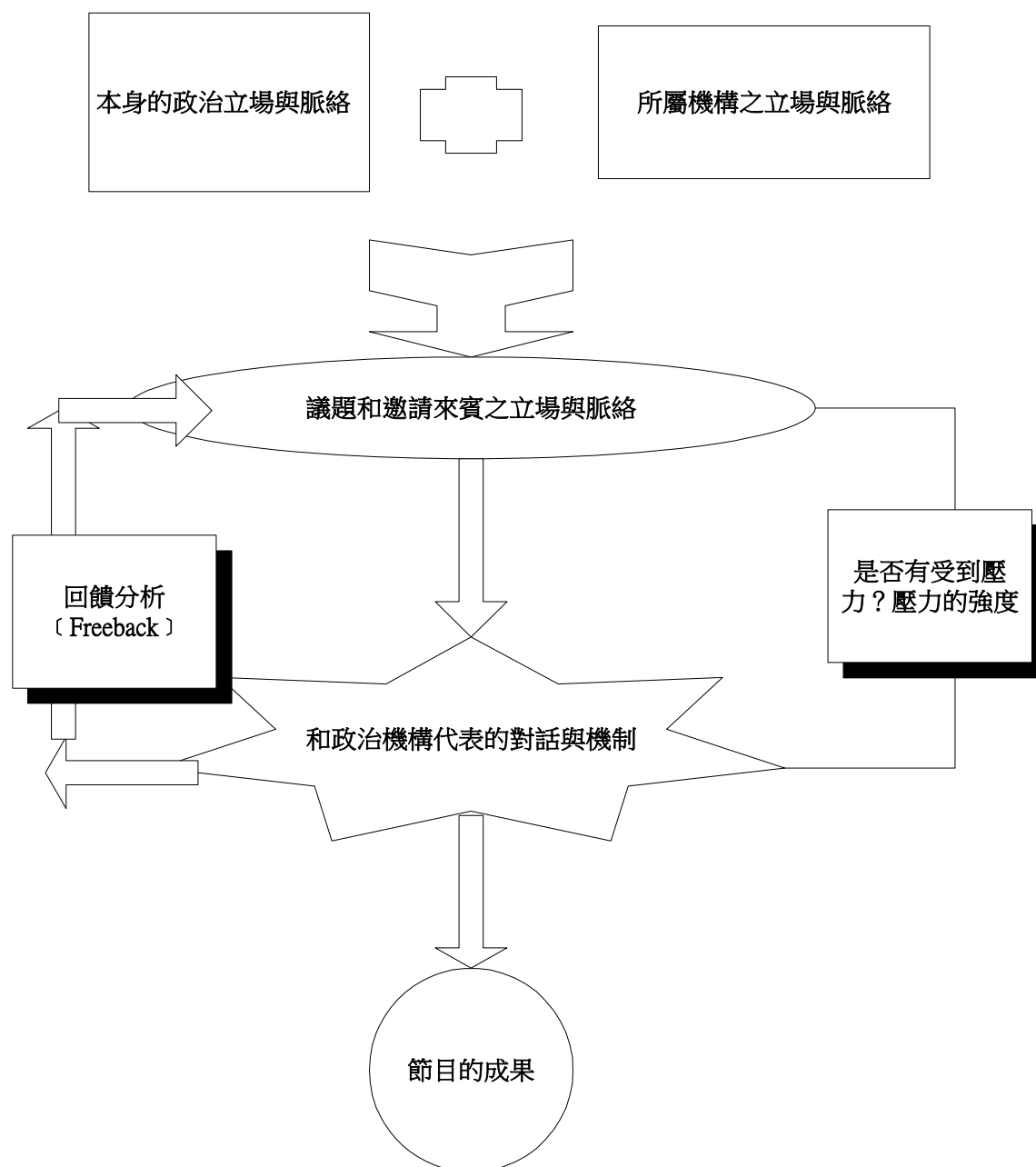
倪焯元（2005：66）指出，政治精英的權力鬥爭，由於具有濃厚的敘事性與衝突性，一直是媒體政治新聞的主要部分，然而在政治精英的衝突過程中，怎麼去定義媒體的角色？媒體僅是向閱聽人反映政治真實的衝突，亦或是媒體本身就介入參與了政治衝突的過程？學術研究上就一直存在於兩種截然不同的觀點。其一是功能論的觀點，認為媒體是政治體系內外運作的一環，其次是建構論，集中在追問媒體如何定義、建構政治衝突，如何介入政治衝突中特定意義的生產？以探究其中對於政治真實的「再現」。這樣的「再現」放到政治真實詮釋的再現時，從訪談製作團隊中卻發生更特殊的「再現的再現」，設定談話性節目議題的製作團隊，多數表示他們對於政治真實並未接觸，只是讀報所得，「我們從早上九點半一直忙到晚上十一、二點，忙的要死，真正發生了什麼事？也只是看報導或聽來賓怎麼說而已」（訪談編號 PB003、008、012 等，2011）

圖十六：收視率和節目資源的互動關係



黃莉雅（2007：56）在〈政論節目之論辯語藝分析—以 2100 全民開講與大話新聞為例〉碩士論文指出，長期播出的節目已在收視率和觀眾的檢驗下，發展出了固定的進行模式，節目主持人、來賓與觀眾之間形成了固定的進行模式。本研究受訪者普遍認知到這樣的固定模式的趨勢，對於自己節目的立場定位與議題走向，累積出「玩到爛」的運作機制。「每天早上進辦公室，第一個看到的文件就是收視率，只要那一段的收視率好，就一定繼續推下去，它玩到爛為止。另外，對手台的收視率也要參考，對手台談的收視高，我們也一定要追下去，用不同的對立話題去對抗，不然，節目的觀眾會反彈，收視率會受到更大的影響，只能硬著頭皮做下去，雖然我們知道不會太討好，但不能不反擊，我們要判斷的只是比重問題，在節目中是講一段，還是講兩段就好。」（訪談編號 PB007，2011）

圖十七：和政治機構的互動關係



雖然，談話性政論節目對於政治議題建構的影響力為政治部門不能輕忽的力量，但是，政治部門卻很難和製作團隊這樣的「影響階層」發生密切互動，「我們都很宅，包含主持人都一樣，政治方面有意見過來，主持人就推過來，我們就推過去，反正大家都裝傻。」（訪談編號 PB007，2011）多數受訪者也表達了同樣的說法。不過，並不代表政治或其它部門無法影響到節目，「主持人和來賓不是公司的員工，但我們是，很多時候，像是一些要配合業務方面的需求，公司只要會我們說，不會直接給主持人和來賓知道，要怎麼處理？就是我們去安排了，主持人和來賓都有默契，不會去問！」（訪談編號 PB009，2011）

伍、研究方法、流程、範圍、研究架構與研究限制

一、研究方法

質性分析主要是觀察社會現象，並切不經統計程序或量化處理，而產生研究結果的方法。質性分析主要是研究受訪者的感受、生活與經驗的陳述，藉著與受訪者彼此的談話，研究者得以得得到、了解及解釋受訪者個人對社會事實的認知（林金定、嚴嘉楓、陳美花，2005：122）。故本論文是希望透過對於新聞談話性節目中，內規掌控最核心的「製作人團隊」進行深入訪談。希望透過「政治再現」、「議題建構」與「框架理論」，從「傳播近用權」的角度切入，進行「政治真實詮釋的再現」過程理解，進行政論節目所建構出的「公共領域」進行分析。藉由理論與經驗的交互檢視，探討新聞性談話節目所產製過程中的流程、影響力與和政治真實的落差等等層面。探討其中對政治理解能力、程度、議題設定、閱聽眾回饋、市場機制影響，除希望瞭解「再現落差」的真正原因外，並希望能透過製作人團隊所掌握之不對稱傳播通路落差的理解，試圖分析出傳播通路落差對於「傳播近用權」與「政治真實詮釋的再現」的發展趨勢，並試圖透過這樣的理解，在新技術與新社群興起的新傳播工具網際網路上，尋找一個可以參酌的發展趨勢分析。本研究之研究方法，係以資料分析及進行深度訪談，以整理出相關成果，故本研究係以文獻分析法與深度訪談來進行研究。

（一）文獻分析法

文獻分析法又稱為是歷史文獻法，是一種間接研究法，是希望透過系統性、客觀性的去蒐集、分析與評價過去的歷史資料，藉以幫助研究者了解過去與該研究相關的事實與論證，並解釋現在預測未來（葉志誠，2002：138-156）。本研究之文獻分析法主要是以下為主：

1、專刊與期刊論文：以探討公共領域、政治傳播、框架理論、政論節目、政治再現的相關理論與概念為主，並針對「再現落差」形成的原因、影響與解決方法進行檢視與分析，以作為本文研究之架構。

2、網路資料與報章資料：整理有關新聞談話性節目的反思及各界對政論性節目問題之報導，藉以瞭解背景知識、參與者關係與各界關心之問題之動向。

（二）深度訪談：

單純訪談是指二人以上的對話，單純訪談如同對話、提話與回話當中，用來蒐集訪談人所需要的資訊。深度訪談則和單純訪談不同，深度訪談是要深入心，探究被訪談者真正的想法，得到更真實的資訊，深度訪談的目的是透析被訪談者的真正內幕、真實意涵、衝擊影響、未來發展與解決之道，故採取深度訪談者，必需分析整個訪談環境，包含外在環境與內在資源等，都必需析研到相當透徹。（萬文隆，2004：17）本研究的核心問題為「政治真實的再現與建構」。從「議題建構」途徑，以「濃描述」深度訪談為工具，以探討「新聞談話性」節目的「製作框架」，探討當下政媒環境中，民眾如何感知政治系統的途徑。並借用修

梅克與瑞斯（Shoemaker & Reess 1991）整理出了五種可能影響媒體議題建構的因素：來自個別媒體從業人員的影響。來自媒體例行常規的影響。來自媒體機構的影響。來自非媒體機構的影響。意識形態的影響。

以上從最微觀的個別從業人員到最鉅觀的意識型態，構成了修梅克與瑞斯所稱的「影響階層」（bierarchy of influence）。故以新聞性談話節目最不為所關注的「影響階層」之製作團隊為研究對象，針對不同的訪談對象，擬定訪談大綱，以便深入了解製作團隊作為「影響階層」的實質運行內規，再依各個訪談結果機動調整內容。本研究預訂訪談人士如以下列表：

表十：預擬訪談名單

姓名	參與之新聞性談話節目經歷
汪仁玠	TVBS〈2100 全民開講〉首任製作人，現為「新新聞媒體集團」編輯顧問
李如芳	〈文茜小妹大〉與三立〈大話新聞〉製作人
羅碧霞	中天〈新台灣星光大道〉與〈誰與爭丰〉製作人
李秀姬	中視〈新聞愛逗陣〉製作人
陳昀隆	TVBS〈2100 全民開講〉現任製作人
周守真	TVBS〈新聞夜總會〉現任製作人
彭伍翔	汪笨湖〈台灣心聲〉、劉寶傑〈攔截新聞〉與〈關鍵時刻〉
陳俊麟	謝震武〈新聞面對面〉製作人，曾任職 TVBS〈2100 全民開講〉、汪笨湖〈台灣心聲〉
吳愷昕	民視〈頭家來開講〉、劉寶傑〈攔截新聞〉與〈關鍵時刻〉
謝佳凌	三立專題組、TVBS〈2100 全民開講〉、魚夫〈八點大小聲〉、陳立宏〈芋仔蕃薯碰〉
黃幽敏	中天〈新台灣星光大道〉
王怡瑜	三立〈大話新聞〉、劉寶傑〈攔截新聞〉與〈關鍵時刻〉
溫筱芸	魚夫〈八點大小聲〉與〈新聞夜總會〉最長期製作人，現在年代替張啟楷規畫新節目

整理◎黃創夏

製作人團隊通常一個節目只有四到五人，TVBS〈2100 全民開講〉規模最大，通常是五到六人，「影響階層」之製作團隊的分工如下表：

表十一：製作團隊分工表：

職稱	分工	組成的來源
製作人	初擬議題主軸，擬定邀訪來賓名單，承主持人之命領導團隊，並負責編寫 run down，是媒體內部編製人員，負責節目收視之成敗。	有三類： 1、主持人親自指定。 2、所屬媒體機構指派。 3、節目簽約之傳播公司指定。
執行製作	承製作人之命，配合當日議題主題，負責挑選影像與畫面配合資料，相關手板之製作，節目進展時在副控室負責連絡，並適時下即時標題	有四類： 1、主持人親自指定。 2、所屬媒體機構指派。 3、節目簽約之傳播公司指定。 4、製作人直接任用。
企畫	負責蒐集議題主軸之相關資料，供主持人與製作人參考	製作人直接任用。
製作助理	圖板、字幕、茶水、接待等行政事務	製作人直接任用。

製作人團隊通常從業人員有三種來源：曾跑過政治新聞線，現不想再在第一線奔波者；對政治話題有興趣不想跑新聞外勤者、以及大學時就讀傳播與廣電相關科系，工讀實習時結識相關製作團隊就此進入。很特殊的特色是，這批「影響階層」通常一天工作十二小時以上，鮮少對外互動，彼此自成一派，在近十幾年之談話性節目中時時轉換跑道，卻都能在不同意識形態之媒體機構中，操作相關政論節目。

更特殊的是他們的組織歸屬關係，通常有三類：公司的「節目部」、「新聞部」之另設「節目製作中心」以及「新聞部借調」。值得注意的是，他們和新聞部並沒有制度上的互動關係，也沒有制度上的會商機制，談話性節目的呈現與成果，和新聞部所展現的內容，相互矛盾的現象常常會發生。

預定訪談題綱：

- (1) 製作團隊本身的個人圖像。
- (2) 製作團隊如何進行議題設定與挑選。
- (3) 製作團隊如何篩選輔助工具進行政治再現。
- (4) 製作團隊如何進行來賓之挑選。
- (5) 製作團隊之出身、資歷，含對政治實務的理解與參與程度。
- (6) 製作團隊中的主導者是如何運作？

- (7) 組織機制在「政治再現」與「議題建構」時的影響。
- (8) 商業機制在「政治再現」與「議題建構」時的影響。
- (9) 和所屬頻道之民調機制的互動關係。
- (10) 媒體本身科技特性的影響。
- (11) 和政治部門的互動關係。
- (12) 閱聽人接收與回饋之後的後續影響。

(三) 比較研究法

比較台灣與歐美民主先進國家之新聞媒體變遷之實際情形，以找出台灣之特殊性與可以演變的趨勢與借鏡。

二、研究架構

關於本研究主要是以下列幾個步驟在進行：

界定所欲探討的問題：本研究所研討之問題是台灣的政治真實再現，在當下媒體，特別是新聞談話類節目下的發展與影響，透過質化分析，對「影響階層」深度訪談，分析政治真實詮釋再現的問題與特徵。

蒐集相關文獻資料：主要蒐集「傳播權」、「近用權」、「政媒結構」、「公共領域」、「框架理論」、「政治再現」等文獻資料，藉由這些資料以對台灣透過新聞談話類節目所展現之政治真實詮釋之再現進行探討。

深度訪談：本研究事先擬定大綱，針對現代傳播的重點已非傳遞大眾文化，而是「真實虛擬」(real virtuality)，透析政治真實詮釋之再現與參與已被「媒介環境」所取代的現況。

訪談結果分析與理論驗證：將訪談與觀察的資料進行歸納和分析，並把所得的結果與理論互相檢驗，作出結論與相關建議。

本研究的背景，設定集中在台灣自解嚴以來的媒體發展主要趨勢。本文研究者自一九九〇年代後參與新聞工作，歷經《新新聞》、《明日報》、《中國時報》、《商業周刊》，並自二〇〇六年元月起，擔任《新新聞》總編輯，二〇〇八年完全卸除總編輯職務後，分別穩定參與了包含「TVBS2100 全民開講」、「TVBS 新聞夜總會」與東森「攔截新聞」與「關鍵時刻」以及中天電視與年代電視及公共電視與中視等談話性節目，擔任來賓。其中，也是穩定的國家廣播電台固定來賓，並自創網路論政部落格《野武士》，綜合其中參與和觀察，解嚴以來的台灣媒體有以下五個特徵，促成了政論性節目的發展現況：

從結構上、從實務經驗中，更關鍵因素依然是「外力掌控」媒體的本質，在台灣民主化過程之中並未真正改變，頂多改變的是這個外力的來源，結合資本主義後，和政治力量進行了更多元的結盟關係，更綿密地操控了媒體，最後，又受制於媒體。媒體結構的掌控體制在解嚴後 20 多年間，有幾個階段的演變過程：

- (一) 平面報紙供應過度期：威權體制時代，除了國民黨營之中央日報外，

中國時報和聯合報兩大報報老闆余紀忠和王惕吾可擔任國民黨中常委，擠身權力核心的「盛況」，造成了政商人士對解除報禁有了過度之期望，紛紛搶買報紙執照，箇中最有名例子，就是聯邦集團董事長林榮三買下自由時報的個案，當時各經濟領域人士想要趁機買媒體的還有台塑集團的王永慶對聯合報有興趣、富邦集團的蔡明忠曾對中國時報有興趣，再加上台北市地方派系的陳政忠買下自立報系，以及後來王永慶買下台灣日報等發展，資本家掌控媒體的企圖一向就很具體。

最大的影響，是資本家想藉由報紙替自己掌握輿論權，為了增加廣告收入，各報不約而同的大量增張，從原本的三大張十二版，迅速擴增到四十多版，需求大量內容之下，報紙大量擴張人事，以數倍的人事規模大量招考記者，馬上產生的影響就是記者在報社中的地位划落和專業訓練之不足。原本在三大報中，記者編制並不大，不過幾十人，都是報老闆余紀忠、王惕吾親自招選，在報社中，採訪編輯部由於「直達天聽」，和其它印務、發行和經營部門相較，明顯高了一階。但在幾個月內大量擴增到不含各地方記者，純報設本部就達記者加編輯數百人的規模，報老闆和編輯部的互動，變成僅和主管有互動，記者不必直接和報老闆接觸，參與報社編輯的程度逐漸「零件化」。而在經理部門，則以「人力資源」的角度看待，尊重的程度開始遞減。

(二) 廣電媒體大量擴增：開放報禁之後，1992年起，新聞局開放了有線電視，電視新聞臺大量擴增，由於電視設備昂貴，媒體結構進入「勞力密集」且「資本密集」階段，其中，以某集團為最典型之代表，形成另一種新的媒體向政治操控的結構模式。以公元2004年台灣總統大選為例，該集團除了已有兩個頻道外，又幕後協助老三台的前主管，想主導另一家遲遲經營不起來的新聞台，加上該集團有廣播網，以及買下了南台灣發行的一平面日報，該集團在選舉期間，頻頻傳出以「套裝」模式，「買一送五」的方式向政治陣營進行交涉，並且爭取資金貸款等等運作，在這模式之中，新聞報導很容易被視為可能是「衍生性商品」，新聞主體外的力量可以加以控制內容走向，當然，閱聽眾對媒體更加不信任。

(三) 媒體專業度的快速「淺碟化」：新聞從業主體，記者，在這二十年的發展中，本身的「淺碟化」發展結構，又進一步助長了外部力量控制媒體的結構，在未開放的威權時代，媒體本身有一整套嚴謹的記者養成步驟，如聯合報系的新進記者，前幾年祇能是「助理記者」，要經過「學徒式」訓練，才能獨立跑線成為正式之「記者」，老三台之記者，也一定要經過實地跑新聞數年歷練，才有資格坐上主播台。媒體新聞主管的訓練更是有嚴格之過程，如政治新聞之主管，非要跑過國會數年，或是歷練內政部、外交部等兩部會後，才會調跑總統府、行政院至少數年，才會成為政治組採訪主任，財經主管也一定是要歷練經濟部或財政部數年以上，加上跑產業線一到兩年，最後到經建會歷練一年以上，才能成為財經新聞操盤者。

媒體突然大量擴增，各新興媒體面臨專業主管缺人荒，原本三大報及老三台的記者，才兩、三年資歷就被新興媒體張羅成為主管著比比皆是，更傷害專精神

的是資本部門的偏愛人選空降直接指導新聞部，如某一無線台曾發生重量級立委透過助理幕後掌握新聞部，某綜合電視台老闆的妻子在電視台內居有絕對主控地位，以及自稱「本土」的報老闆找了在官場時代採訪他，互動良好的記者，擢昇任該報副總編輯……新聞媒體的專業升遷倫理常被資本部門的「喜好」而可以破壞之。

（四）記者向政經部門「爭寵」風潮：既然在媒體裡的升遷發展，專業表現不能保障在體制中有發展，加上 1997 年後，台灣的媒體過剩現象浮現，金融風暴之後，台灣的整體經濟表現，除了高科技產業繼續成長外，台灣多數產業都走向緊縮與外移之風潮，因此先前一年約 1000 億元的媒體文宣總預算，開始萎縮到 800 億元，到了 2000 年更減少到 400 億元不到。

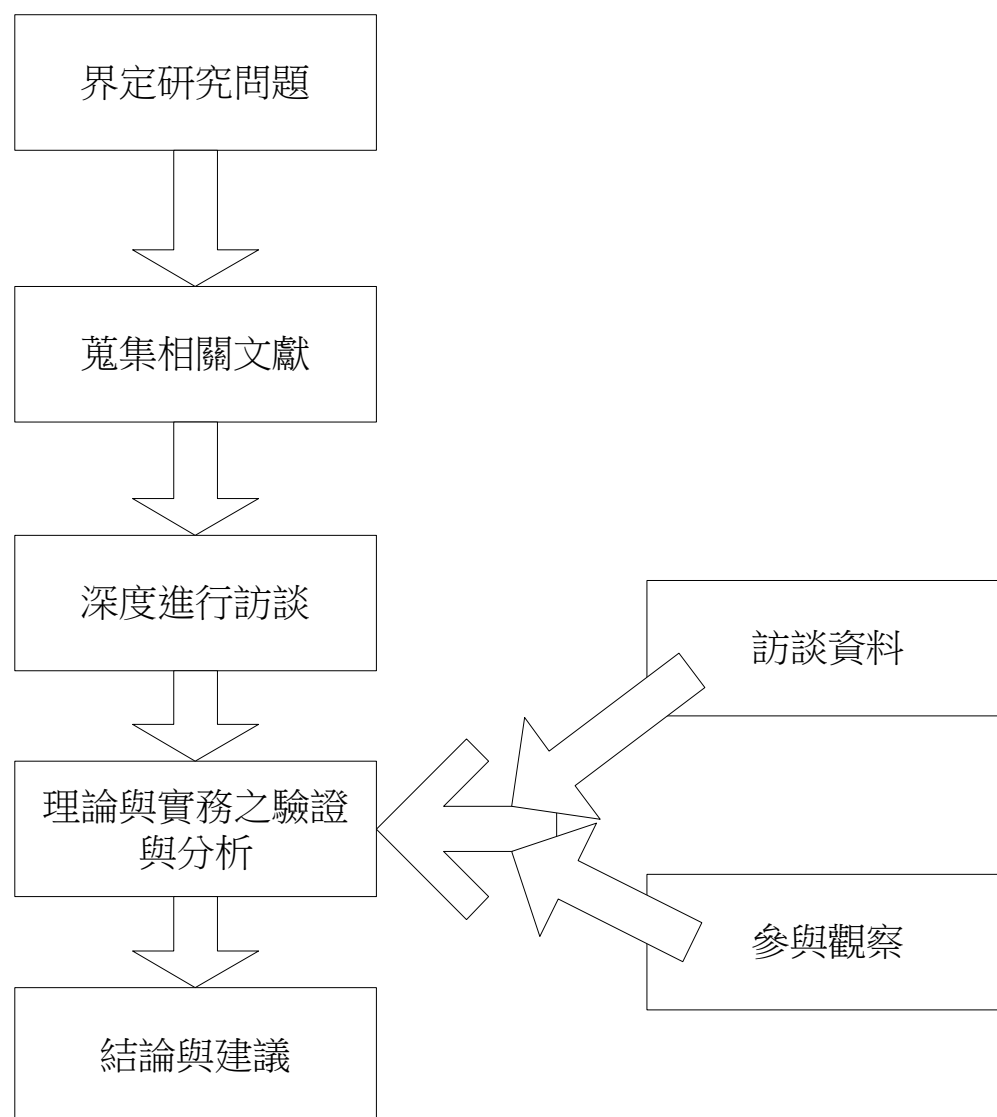
在廣告主的立場上，預算緊縮更注重收視率與銷售率的指標，但台灣對媒體發行的審核結構卻未建立，沒有具有公信力的發行量徵信機構，於是在新聞學上備受「DATA POOL」有偏差質疑的收視率成了電視台惟一指標，而平面媒體上，祇有統一超商和金石堂有零售指數，各廣告主偏愛依此三大指標作為下廣告預算的依據，而且有集中化之趨勢，如電視台集中到收視率前三名的新聞台，報紙集中給前三大報，雜誌集中給發行量號稱超過十五萬份的前兩大發行周刊，其它媒體幾乎是分不到廣告預算，苦撐經營。政治部門的「置人性行銷」，十幾億元成了重要資源，就可以用納稅人的血汗錢，以資金控制手段，對一些媒體更進一步掌控，讓表面上是「民間」的媒體，變相「御用化」，更惡劣的發展是，這些「御用媒體人和媒體」還惡人先告狀，把堅守監督當權者「天職」的媒體和記者，惡意扭曲是政治陣營代言人。

魚目混珠中，台灣媒體的自由評論空間快速萎縮，媒體批判當權者，原本是天職，卻被政商力量的操控中，被強加一頂又一頂的「各色帽子」，甚至是似是而非的「各打五十大板」的「藍／綠」假平衡論點。刻意縱放當權者，扭曲媒體是「永遠的在野者」的天賦使命。於是，「祇問立場，不論是非」，甚至學習納粹之「謊話講一百遍就是真話」的「笑話」與「鬼話」，結合了執政當局刻意放縱之「地下電台」，讓台灣的公共言論更污濁與是非不分。生存危機加上是非難明的無力感下，雪上加霜的是各媒體大量緊縮人力，記者不安於位，找出路的情況下，記者變成透過新聞關係鋪後路的風潮漸起，更嚴重的問題是，堅守職份的媒體苦哈哈，長有斷炊之苦，效忠政商力量的記者，衣食溫飽。更造成媒體的使命感成了「獸子」。

（五）業餘的媒體專家進場：隨著傳統媒體的不斷緊縮，許多稍有資歷的前線上新聞記者開始轉進廣電集團，成為所謂的「名嘴」，更成為了原本對於政治真實並不熟悉的政論節目「影響階層」製作團隊為了解決對政治生疏最佳的合作對象，於是，透過製作團隊的連絡，轉進廣電的前新聞工作者利用過去採訪的人脈與新聞累積，成了政治真實詮釋再現的主力，他們的評論因有新聞採訪的背景支持，在 2006 年時，不論是公共議題的討論，或是對於所謂的貪腐深入追蹤，都發揮了影響力。

然而，這些「名嘴」終究已經脫離第一線，時日一久，對於政治真實也是靠著間接資訊，或是印象所及。政論節目的「影響階層」藉以輔助的資源再度產生困局，再更激烈之收視率競爭之下，固定模式的「內規」成了操作模式，靠著穩固的收視群，反向對政治部門進行了新壓力，更直接介入了政治衝突，再過去往往是被動的「政媒互動」中，有了主動的角色。

圖十八：研究流程圖

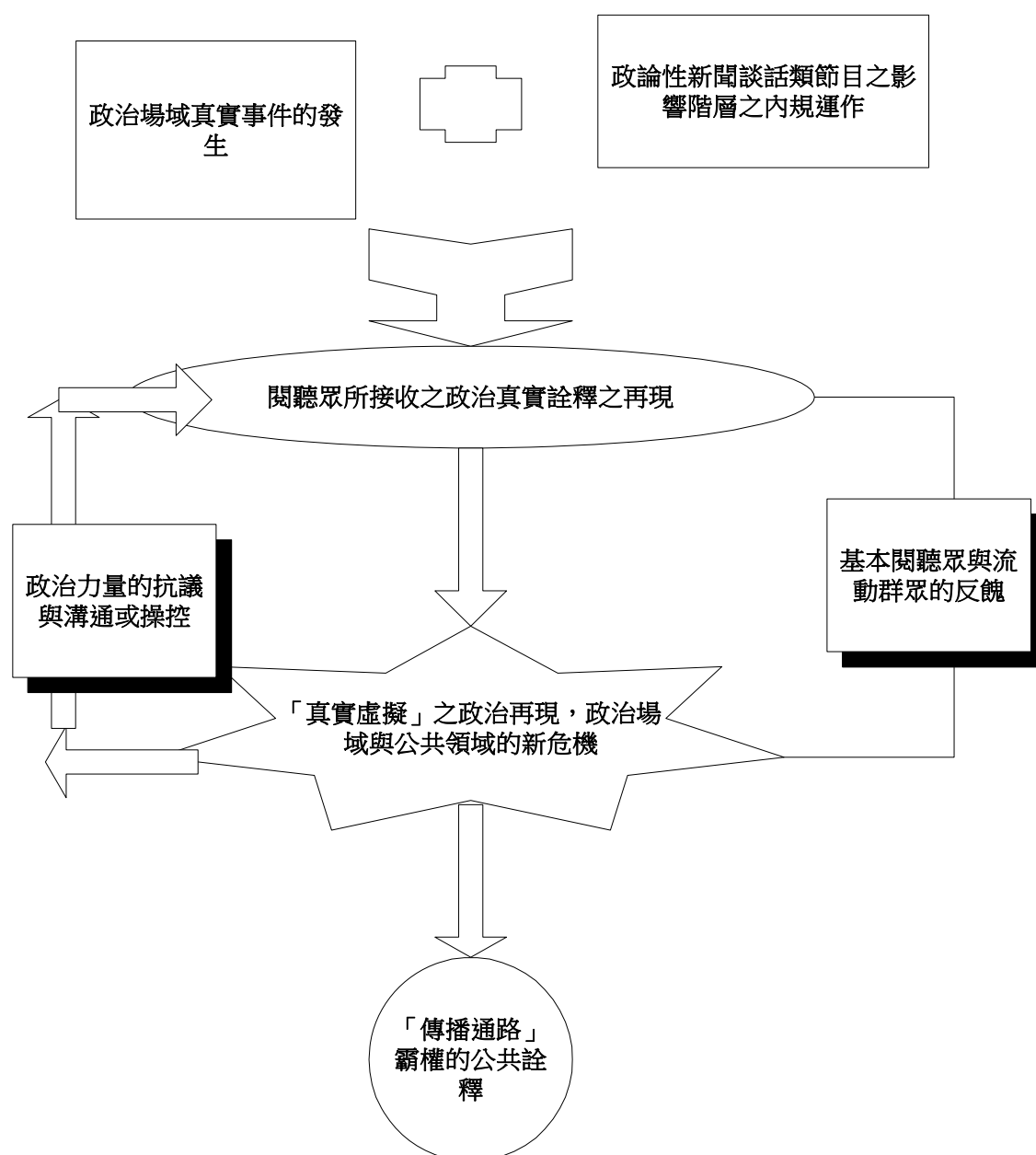


本研究的核心問題為「政治真實的再現與建構」。從「議題建構」途徑，以「濃描述」深度訪談為工具，以探討「新聞談話性」節目的「製作框架」，探討當下政媒環境中，民眾如何感知政治系統的途徑。

由於新聞媒介機構的「按節目表的傳播行徑」(scheduled communication)，使得媒介系統在提供源源不絕的資訊前題下，按照自身經營的需求，發展出一套篩選或產生資訊的規範 (code)，這套「規範」不但使經營新媒媒介機構沒有成

為社會環境中守望環境的一環，反而在慣例化的操作上自我隔絕於整體社會環境之外。如果新聞媒介機構必須依靠外在社會環境提供新聞事件來源，它並非如常人所想像的只是被動的報導社會的狀況，而是主動以一套篩選標準取「媒介」之所需。換句話說，這個律典是「自我指引」(self referential) 的，其規約或鑑別的只是「資訊」或「非資訊」，從來就不是真實或造假的區分。運作的前題是：傳播行為必須一直進行下去，且符合系統內新聞機構經營運作要求的資訊必須不斷滋生，隨時更新。以新聞性談話節目最不為所關注的「影響階層」之製作團隊為研究對象，透析各別來自個別媒體從業人員的影響。來自媒體例行常規的影響。來自媒體機構的影響。來自非媒體機構的影響。意識形態的影響。

圖十九：研究架構圖



本研究希望能回歸基本人權之「傳播近用權」角度，透過「文獻分析」與「比較分析」與「歷史脈絡」，重新審視在政治與媒體間的「新角色」關係。並從台灣解嚴後的政媒結構演變，特別是「傳播近用權」的參與者角色與功能演變，為台灣的「政治與媒體」做反省。哲學家雅斯培曾提過「樞軸突破論」，史家司馬遷也闡釋「諸子百家」之學是來自廟堂崩解，這些觀點容或有所爭論，但是面對「崩壞」(Break Down)，尋求「突破」(Break Thought)，在「傳播近用權」結構已大幅轉變的時代，本研究希望能從「操作型態」有所拋磚引玉。

三、研究範圍

本研究之時間主軸是從台灣開放廣電節目，有線電視新聞台廣設，創造出特殊的新聞談話性風潮到現在形成媒體常抨擊之「名嘴治國」的這段時間。藉由分析在此類產製過程當中，集中分析居於運作核心之「影響階層」的製作團隊圖像，與他們和政治部門、組織部門、閱聽部門與彼此之間的互動，探討並歸那製作團隊在本研究中的行動策略及影響。

四、研究限制

本論文主要是研究新聞傳播雖然在社會議題演變過程中扮演著重要的觸媒角色，引發公共辯論，卻未必是一個真實的「公共領域」。當台灣興起「名嘴治國」、「媒體亂象」這兩個流興名詞之後，政治和媒體的互動關係，「公共領域」的被衝擊、傳播媒體的「自律」或「他律」都成了爭論的焦點。諸多研究討論中，最欠缺的，是媒體的「傳播權代理人」之角色與釐清。但是其中牽涉到的問題眾多，時空背景亦在變動當中而有差異。而本研究係以兩個主要層面進行研究，一是大量的文獻整理分析，並非研究者完全親身參與，另一係以質化訪談為主，故僅以主要操作運作核心參與者進行相關訪談，無法全面涵蓋，同時可能會因受訪者因工作時間繁忙或其它原因不願受訪外，受訪者亦會因立場切入點的不同，而產生意見相左的情況，而使得本研究有所影響。

五、預期研究發現

「傳播的近用權」，在政治與媒體當中，因科技的進步，已經有了巨大的變化，當代的「社群主義」可能可以為「傳播近用權」賦予新的權利立論基礎，也可以介入政治與媒體僵持的「政治柔道」當中，本研究就是希望能夠對「傳播近

用權」結構演變基礎出發，進行初步的建構，從「誰控制」、「給誰聽」、「說什麼」等三大面向，以「傳播政治經濟學」角度解析，希望能拋磚引玉。

其中，希望能從新聞性政論節目在扮演政治真實詮釋再現時的核心運作團隊的分析中去理解：

(1) 驗證政治與媒介互動之理論：議題設定理論（客觀真實、符號真實與主之架構）與框架理論（transformation --> representation）。

(2) 將台灣情況與美國與俄羅斯政媒結構之比較分析：美國之完全自由市場對比俄羅斯之威權之媒體過多元與重組，並比對英國：國家化之公共媒體模式及印度之後殖民之媒體生態。比對出台灣的特殊情況與可能的演進。

(3) 形塑台灣後解嚴政治議題產製結構之演變風貌，從專欄主筆到電視政論節目之下，實際解嚴後對影響台灣公共領域的言論自由最深遠的「政論節目」，透過箇中實際操作之「製作群」深訪，嘗試建立出政論節目之「傳播近用權」的「操作模式類型分析」。

陸、章節安排

第一章、緒論

第一節、研究動機與目的

第二節、文獻回顧

第三節、研究方法、流程與研究架構

第四節、研究範圍與限制

第二章、傳播權、近用權、公共領域、議題設定、框架理論相關理論基礎

第一節、傳播權的定義與演變。

第二節、近用權的定義與發展。

第三節、公共領域的演變與挑戰

第四節、媒介的運作規律與「生產經濟學」

第五節、框架理論與議題設定

第三章、解嚴後台灣政媒結構與互動之演變

第一節、政媒結構的類型分析。

第二節、新媒介與科技決定論

第三節、解嚴後台灣媒體政策之演變

第四節、解嚴後台灣政媒互動的五個特徵

第四章、政治真實的再現與建構

第一節、「新聞談話性」節目的「製作框架」

第二節、「影響階層」之製作團隊圖像

第三節、「影響階層」之製作流程與影響

第五章、從「傳播權」通路近用角度分析

- 第一節、「政治真實再現的詮釋」之分殊性
- 第二節、「政治真實再現的詮釋」的不對稱閱聽
- 第三節、媒體「政治再現」與「實況」不相容性
- 第六章、少數內規決定了多數呈現
 - 第一節、個別媒體從業人員的影響力
 - 第二節、析透媒體例行常規的影響。
 - 第三節、媒體機構對政治再現的影響。
 - 第四節、自非媒體機構的影響力分析
 - 第五節、意識形態的真實影響力分析
- 第七章、從「真實虛擬」到「眾聲喧譁」
 - 第一節、媒介的「去編輯檯化」趨勢
 - 第二節、從內容掌控到掌握通路
 - 第三節、傳播權與通路的離散化趨勢
 - 第四節、新型態傳播的發展趨勢
- 第八章、結論
 - 第一節、研究發現
 - 第二節、研究建議

參考書目

壹、中文部分：

Noam Chomsky, 2003, *Media Control ---The Spectacular Achievements of Propaganda*, (媒體操控---宣傳的驚人成就), 江麗美譯, 麥田出版社

舒嘉興著, 2001, 《新聞卸妝----布爾迪厄新聞場域理論》, 桂冠圖書出版

Brian McNair, 2001, 《政治傳播學》, 林文益譯, 風雲出版

Philip M. Napoli, 2005, 《Foundations of Communications Policy : Principles and Process in the Regulation of Electronic Media》(傳播政策基本原理 --- 電子媒體管制的原則與過程), 邊道明等譯, 揚智出版社

臧國仁, 1999, 《新聞媒體與消息來源 --- 媒介框架與真實建構之論述》, 三民

Sarah Oates, 2009, 《Introduction to Media and Politics》(媒介與政治初探), 楊雅婷譯, 韋伯文化出版

彭懷恩, 2007, 《政治傳播：理論與實踐》, 風雲論壇出版

彭懷恩編, 2002, 《The Dynamics of Political Communication》, 政治傳播與溝通, 風雲論壇

Robert W. McChesney, 2003, 《Rich Media , Poor Democracy --- Communication Politics in Dubious Times 》(富媒體, 窮民主: 不確定時代的傳播政治), 謝岳譯, 新華出版社

Denis McQuail, 2003, 《Mass Communication Theory》(特新大眾傳播理論), 陳芸芸等譯, 韋伯文化

Marsha Jones & Emma Jones, 2002, 《Mass Media》(淺說大眾媒介與社會), 楊意菁等譯, 韋伯文化

Michael Roskin & Robert L. Cord, 2002, 《Political Science》7th ed (政治學的世

界)，劉后安等譯，時英出版社

陳世敏，1994，《大眾傳播與社會變遷》，三民出版社

賴祥蔚，2005，《媒體發展與國家政策 --- 從言論自由與新聞自由思考傳播產業與權利》，五南

潘家慶，2004，《媒介、歷史與社會》，五南出版社

Daniel J. Czitrom，1994，《Media and the American Mind :From Morse to McLuhan》
（美國大眾傳播思潮：從摩斯到麥克魯漢），陳世敏譯，遠流出版

David Halberstam，1995，《The Powers That Be 》（媒介與權勢），趙心樹譯，遠流出版

沈國麟，2007，《Controlling Communications : U.S. Government Propaganda vis Media》（控制溝通：美國政府的媒體宣傳），上海人民出版社

李智，2006，《International Political Communication : Control and Effects》（國際政治傳播：控制與效果），北京大學出版社

Michael Schudson，2001，《Discovering the News : A Social History of American Newspapers》（探索新聞：美國報業社會史），何穎怡譯，遠流

James Fallows，1998，《Breaking The News : How the Media Undermine American Democracy》（解讀媒體迷思），林添貴譯，正中書局

Doug Underwood，2000，《When MBAs Rule the Newsroom》（MBA 當家：企業化經營下報業的改變），林添貴譯，正中書局

Robert E. Herzstein，2004，《Henry R. Luce : A political Portrait of the Man Who Created the American Century》（亨利·魯斯，創建美國世紀的偉人），林添貴譯，智庫文化

Robert W. McCHESNEY，2005，《The Problem of the Media : U.S. Communication Politics in 21st Century》（問題媒體），馮建三等譯，巨流圖書

胡逢瑛、吳非，2005，《透視蘇俄傳媒轉型變局》，秀威資訊科技，南一書局代理

胡逢瑛、吳非，2006，《蘇俄新聞傳播史論》，秀威資訊科技，南一書局代理

胡逢瑛、吳非，2006，《政治傳播與新聞體制》，秀威資訊科技，南一書局代理

Vincent Mosco，1998，《The Political Economy of Communication》（傳播政治經濟學 --- 再思考與再更新），馮建三譯，五南圖書

Robert G. Picard，2005，《Media Economics》（媒介經濟學），馮建三譯，遠流

張宏源，1999，《解構媒體環境變遷與報業發展趨勢》，亞大出版

Daniel K. Berman，1995，《筆桿裡出民主：論新聞媒介對台灣民主化的貢獻》，李連江譯，時報出版

倪炎元，2003，《再現的政治：台灣報紙媒體對「他者」建構的論述分析》，韋伯

王天濱，2002，《台灣新聞傳播史》，亞大出版

王天濱，2003，《台灣報業史》，亞大

王天濱，2005，《新聞自由：被打壓的台灣媒體第四權》，亞大

何國華，2005，《媒體與政治》，秀威

黃西玲，1998，《掌握資訊：談媒體經營與問題》，正中書局

Pierre Bourdieu，2002，《布赫迪厄論電視》，林志明譯，麥田

Pierre Bourdieu，2002，《防火牆：抵擋新自由主義的入侵》，孫智琦譯，麥田

Pierre Bourdieu，2003，《以火攻火：催生一個歐洲社會運動》，孫智琦譯，麥田

Raymond Williams，1991，《Television Technology and Culutral Form》（電視、科技與文化形式），馮建三譯，遠流

Gary D. Rawnsley & Ming-Yeh T. & Rawns Ley，2003，《Critical Security，

Democratization and Television in Taiwan》(危機與安全：安全批判、民主化與台灣電視)，蔡明燁譯，幼獅

Dan Gillmor，2005，《We the Media 》(草根媒體：部落格傳奇)，陳建勳譯，美商歐萊禮公司

Asa Briggs·Peter Burke，2004，《A Social History of the Media：From the Gutenberg to the Internet》(大眾傳播史：從古騰堡到網際網路時代)，李明穎譯，韋伯文化

Joseph Straubhaar & Robert LaRose，1996，《Communications Media in the Information Society》(傳播媒介與資訊社會)，涂瑞華譯，亞大

彭芸，2001，《新媒介與政治：理論與實證》，五南

彭芸、關尚仁，2003，《新世紀媒體經營管理》，雙葉

彭芸，2008，《21世紀新聞學與新聞學研究》，雙葉

張宏源、蔡念中，2005，《媒體識讀 Media Literacy》，亞大

成露茜、羅曉南，2005，《批判的媒體識讀》，正中

林照真，2009，《收視率新聞學》，聯經

倪炎元，2009，《公關政治學》，商周

陳彥伯，2008，《新聞性電視談話節目主持人職場生涯發展之研究》師大碩士論文

邱一峰，2008，《台灣觀眾收視評價與收視率關聯性之分析：以政論談話性節目為例》，中山大學碩士論文

楊又青，2008，《閱聽人觀看政論節目的情緒與主體性之初探》中山大學碩士論文

邱雯華，2006，《2004年台灣總統大選議題設定效果之研究》銘傳大學碩士論文

王慧馨，2005，《2004年報紙報導總統選舉新聞的政治偏差》政大碩士論文

滿昱綸，2005，《媒體與政治：以年代電視台汪笨湖主持政論節目為例》中山大學碩士論文

莊清海，2004，《中美新聞記者的新聞自主與採播自由---從兩國新聞自由演變歷史觀察》文化大學碩士論文

徐嘉宏，2003，《台灣民主化下與媒體關係的變遷之研究》中山大學碩士論文

洪貞玲，2006，《誰的媒體？誰的言論自由？--解嚴後近用媒體權的發展》，《台灣民主季刊》第三卷第四期：1-36

李興國，2000，《資訊傳播社會的近用權研究——一個女性主義 Cyborg 理論的觀點》，元智大學碩士論文

Simon Cottle，2009，《新聞、公共關係與權力：領域的描述》，韋伯

馮建三，2005，《他們的新聞自由，我們的傳播權利》。

洪貞玲、劉德昌，2006，《傳播權觀點的商營廣電管制》

賴祥蔚，2005，《從言論自由邁向傳播權》，《台灣政治季刊》第九卷第一期

附錄：訪談大綱

- 1、請說明自己的是何與參與政論新聞節目製作團隊本身的過程。
- 2、你認為自己之學歷、資歷，和你對政治實務理解的相關聯程度如何。
- 3、你自己對於政治議題的知識平日如何掌握與吸收
- 4、對於新聞議題內容涉及的專業知識是如何去理解
- 5、請說明自己的工作內容與大致流程
- 6、請說明製作團隊如何進行議題設定與挑選。
- 7、製作團隊如何篩選輔助工具進行輔助呈現。
- 8、請問製作團隊如何進行來賓之挑選，配置的原則是什麼。
- 9、製作團隊中的主導者是如何運作？如何形成？
- 10、請問所屬媒體機制在與「議題建構」時的影響。
- 11、請問所屬機構之商業機制在「議題建構」時的影響。
- 12、製作單位與所屬機構之民調機制的互動關係。
- 13、製作單位與所屬機構之新聞中心的互動關係。
- 14、各種資料、影像和圖卡是如何去篩選與製作，誰決定，你自己認為媒體本身科技特性的影響是什麼？
- 15、製作單位平日和相關政治部門的互動關係。
- 16、對於閱聽人接收與回饋之後的處理後續影響。
- 17、請問收視率在議題設定時的影響因素有多大。
- 18、自己本身有參與政治活動或組織？
- 19、你自己認為意識型態在製作時的影響程度
- 20、你參與了不同色彩之政論節目，你會因此改變你原本對政治的認知與理解嗎