

談話節目的民主意涵

計畫類別： 個別型計畫 整合型計畫

計畫編號：NSC88-2412-H-004-014

執行期間：87年8月1日至88年7月31日

計畫主持人：彭芸

研究助理：古家諭

張燦元

何聖飛

黃瑞斌

執行單位：國立政治大學新聞學系

中華民國八十八年七月

目 錄

第一章 緒論

- 第一節 前言
- 第二節 研究目的
- 第三節 研究架構及階段

第二章 文獻探討

- 第一節 論證民主與公共論域
- 第二節 美國 92 年總統大選的談話節目
- 第三節 傳統媒體 v.s 非傳統媒體
- 第四節 小結

第三章 研究方法

- 第一節 談話節目內容分析
- 第二節 問卷設計
- 第三節 焦點訪談與深入訪問
- 第四節 立委問卷施測
- 第五節 電視台記者問卷施測

第四章 結果分析

- 第一節 談話節目內容分析
- 第二節 焦點團體與深入訪談結果摘要
- 第三節 立委問卷分析
- 第四節 記者問卷分析
- 第五節 立委與記者對談話節目評價之比較

第五章 結論

- 第一節 談話節目產製與內容分析摘要
- 第二節 立委與記者問卷摘要
- 第三節 結論與建議

第一章 緒論

第一節、前言

中央研究院副院長楊國樞先生在民國八十八年一月一日聯合報「世紀願景」中談到近年來台灣的社會失序與價值扭曲的嚴重現象，文中提到在快速變遷，物慾盛行下，台灣依循叢林原則「叩應節目中信口雌黃、選舉中的口水戰，都是為爭取表面的勝算，大逞口舌之快；為了輸人不輸陣，真是語不「傷」人死不休...」（聯合報，1，1）。

談話節目，尤其是叩應節目近年來流行各頻道中，喜好發表的政治人物找到了舞台，閱聽大眾也發現除了新聞及新聞性節目之外，有一種節目類型或探討時事或民眾關心的議題，但提供叩應的機會，有與政治人物或公眾人物對話的可能，因此民國八〇年代之後，不論從地下電台開始，或是第四台，有線電視的談話節目，尤其有叩應的談話節目；均有相當的閱聽眾，除了收聽收看之外，在選舉期間，或在特別的事件中，總有一群固定的叩應者，以表達自己的意見為樂，甚至為職志。究竟叩應的談話節目所扮演的民主功能為何？是如一些憂心之士所認為造成語言暴力，製造社會亂象，還是認為其扮演了公共論壇的角色，提供民眾抒發自己意見的場域，並讓公眾人物可直接訴求民眾，而不需經過傳統新聞媒體的過濾？

談話節目的迷人之處在於「互動性」，即閱聽眾可參與、可表達意見，避免傳統媒介記者的「中介」角色，是故主持談話節目的人以及支持者均認為談話節目更接近大眾，也更民粹。時代週刊九五年一月二十三日的封面是美國開國元勳華盛頓總統戴上耳機，其標題為「怪異的民主」，小標則是「電子民粹主義如何威脅美國短路的代議政府」。許多人都認為談話節目流行，反應的是一種民粹主義，但觀察者則認為這反應了「電子民主」時代的來臨，使得論證民主（deliberate

democracy) 在電子時代有新的一層風貌，民眾可以透過中介的論證方式來參與討論、表達意見，並在與政治人物或其他來賓、其他叩應者的互動中集思廣益，做成的判斷更具深度 (Herbst,1995 ; Page & Tannenbaum,1996)。

在「大眾媒介政治」的時代，政治人物、候選人透過新聞記者的採訪與對話，將其形象與政治理論傳輸給選民，選民透過這種中介的 (mediated) 溝通方式，認識政治人物，進而支持或不支持其政策，有關「中介的政治」之討論頗多，九〇年代以前，政治傳播的文獻也均環繞於大眾傳播媒介的議題設定功能、選民的認知與使用及滿足等。

九〇年代以後，當候選人、政治人物與選民的互動更為直接，政治人物更懂得利用媒介直接訴求選民，民眾懂得利用叩應等回饋機制直接與政治人物互動，許多微妙的關係於焉發生，究竟這樣的變化之民主意涵為何？細言之，在「電子民主」時代中，政治人物、傳播媒介與民眾互動之現象為何？本研究一方面想以理論來探談談話節目的演進，以及論證民主與公共論域之關係，另一方面則利用質與量的研究方法探究民意代表、電子媒介新聞工作者對於談話節目，以及其在民主社會中角色之認知 (註一)。

談話節目的盛行與頻道的多元及叩應技術的改進息息相關。過去在無線電視台獨大的時代中，週日早上美國三大聯播網均有談話節目之播出，公共電視台或地方台談話節目也不少，但播出或是時段不佳，或是如公共電台訴求的對象有限，並非收視率佳、廣受重視的談話節目類型，直到九〇年代有線電視普及，美國著名的賴瑞金談話節目收視者眾多、主持人訪問技巧純熟，加上有叩應的片段，增加民眾與主持人及來賓的互動，使得談話節目這種節目類型成為九〇年代中最具影響力，並頗受學術界與實務界重視的一項發展。

談話節目在選舉期間備受重視，原因是候選人可直接與選民接觸，而不須透過傳統媒介中的新聞記者，有人乃稱這種現象為「另類媒介」或「新新聞」、「談話節目民主」，以別於傳統的電視新聞或其他的新聞產製過程 (晚間新聞、新聞

雜誌節目、討論性節目及美國週日早上「面對國家」等訪談節目)(Graber,1997 ; Lemert, et. al.,1996)。

政治談話節目的流行，並日益受矚目，依何若烏茲(Edward Horowitz,1993)的看法，原因有:(1)傳統媒介的收視率下降，觀眾逐漸流失，而談話節目及有線電視的觀眾在這些年中持續增加；這些觀眾放棄看傳統電視，對有線電視或非聯播網的新聞與娛樂興趣日濃；(2)近年來，傳統電視對候選人的報導愈來愈精簡，對競選的報導也愈來愈縮短，候選人上談話節目較能暢所欲言；(3)整體來說，民眾對傳統媒介愈來愈不滿意，因為這些精英的媒介在選舉年只報導精英政治人物，但民眾卻有反既得利益的情緒。何氏並將談話節目與傳統媒介的比較列如下表（見表一）。因此，當裴洛(Rose Perot)決定在 Larry King Live 節目中宣布要競選總統，確實給傳統媒介相當難堪，也顯示可利用來與選民溝通的機會與通路更加寬廣了，裴洛現象在九十年代引起很多討論，或認為是「電子民主」的典型（Grosswiler,1998）。

表一 選戰期間媒體表現的民主期望

改寫自 Gurevitch & Blumler(1990); & McLeod, Kosicki, & McLeod(1991)

談話節目	傳統媒體
3) 候選人政治舞台的取得) 每日報導選戰和候選人
4) 候選人和大眾之間對話) 認同和解釋重要競選議題
6) 透過公開論談和叩應問題 刺激大眾參與) 6) 檢查候選人的意見和政綱) 維持選舉場所和新聞工作者
8) 尊重大眾的政治智慧	者報導選舉

資料來源: Horowitz, 1993, p. 32

有趣的是，當大眾傳播媒介，尤其電視興起後，政黨的影響力就減低了；而談話節目盛行後，傳統傳播媒介也感受到威脅。當然，政黨在現今談話節目充斥的年代中，影響力可能又受到一次挑戰。

其實候選人訪談也並非是個劃時代的新創舉。早在 1950 年代，政治訪談節目就已是電視競選活動的一部份了；而 1992 年的新進展則是在整個競選期間各頻道的候選人訪談節目都在增加，根據一項保守估計，比起 1988 年時，1992 年美國候選人訪談節目多出兩倍多。1988 年時，訪談大部分出現在晨間新聞時段並主要受到突發衝擊性事件的限制 (Stevens,1993)；但到了 1992 年競選期間，候選人露面機會戲劇性的增加是在娛樂節目中，候選人出現在各種不同型態的節目之中，主要是為了吸引性質上高度不同的閱聽眾，而其中更包含原本不會隨競選活動起舞的閱聽眾 (Just, et. al, 1996)。

根據傑士特 (Just, et. al, 1996) 的說法，自從早期有了電視之後的競選活動，候選人就在尋求競選活動被電視新聞報導的機會。對於候選人而言，免費上節目是一項「發燒特賣商品」；尤其對於沒有龐大競選經費預算花在電視廣告上的候選人來說，這特別寶貴。因為免費的媒體通常有新聞形式，所以在內容上會提供比廣告更多的正統合法性。然而，在歷史層面上來說，電視新聞內容對於候選人是有其限制的，傑士特認為：

第一，傳統電視新聞的議題 (設定) 只會著重在衝突和賽馬式議題，使得候選人很難在節目時間內能談論到自己認為是重要的議題 (Patterson 1980)。新聞從業人員對於候選人在節目裡面看起來會如何的這件事的操控，也會影響到候選人的視覺訊息。在 1980 年代，藉由小心挑選背景地點、候選人面對新聞鏡頭上的方位配置、以及準備令人難以抗拒的亮相機會，雷根-布希陣營的新聞管理一向是有名的。

免費上電視的第二個問題是分配給候選人在電視新聞上講話的時間越來越短了。這種限制顯示候選人對競選活動議題上的控制更加難以駕馭處理。一如阿

達托 (Adatto, 1990) 和霍林 (Hallin, 1992) 研究結果所示, 1968 到 1988 年間候選人在新聞廣播聯播網上典型的曝光露臉機會從大約四十秒下降到小於十秒。這種聲刺 (soundbite) 的縮水不僅是對候選人, 也對美國競選活動的批評觀察者而言, 代表著電視新聞缺乏實質內容的隱喻。其他研究也證實在 1992 年, 四個電視網上各主要總統候選人的聲刺平均是九點八秒, 電視網就算對議題有著善意和靈敏度, 聲刺也沒有增加延長。對候選人而言, 他們需要比舊形態節目中的十秒或甚至三十秒還要多, 訪談節目就正為候選人描繪提供一種具吸引力的另類選擇 (Kalb, 1992)。

與過去訪談節目不同的是, 九〇年代興起的談話節目最被人質疑的, 就是它的「娛樂性」。柏士門 (Postman, 1985) 指出電視上的資訊, 較之於印刷媒體, 基本上是以娛樂的形式出現, 因此其深度就已喪失。而在有關後現代的討論中, 強調魅力與景觀 (spectacle), 因此有魅力的政治領袖皆希望在電視這舞台上充分表現 (有興趣者請參考筆者的「電視政治的另一面 - 魅力、形象與景觀」一文, 1992)。

現今除了一般的新聞之外, 政治人物更可利用談話節目來「表演」, 而電視台一方面願意提供這樣的舞台, 另一方面政治人物也積極爭取演出機會。在一搭一唱的情況下, 因此政治人物表演, 電視台收視率上升, 增加了廣告收益; 而政治人物也增加其知名度, 既不用耗費鉅資買廣告, 就可達成欲接近選民的目的, 就使談話節目一時蔚為風潮, 短期內還不會退燒。政治人物的公關公司及顧問積極安排參與各種談話節目, 又具打知名度功效, 又可節省廣告費用。

但不可諱言, 談話節目大多出現在商業媒體的頻道, 因此如何在不違反商業利益下表現民意呢? 學者 (Davis, 1997) 乃認為「電子媒體中的民粹還是會向商業及娛樂的目的低頭, 至少在美國, 廣電媒體中的政治談話節目並非新興的民粹媒體, 立意要革命傳統政治的參與。」也就是說, 這種電子媒體的民粹與政治上所習稱的民粹仍有不同。

同時，戴維斯認為平常所見的政治新聞是新聞，有公共服務的目的；談話節目中，娛樂乃最高價值，因此節目不光提供資訊，更要具有娛樂的屬性。就如最著名的 Larry King Live，具娛樂性及可引起觀眾興趣的政治議題才會被選來討論，好比將政治新聞人格化了，重視人情趣味，著名的政治人物、爭議、醜聞、怪異等均可成為好的電子媒體政治性談話的主題，同時必須有娛樂的價值。

訪談節目為候選人提供了一個陳述自己政策的場域，在傑士特等(Just, et al., 1996)研究的取樣樣本中，即使是類目上劃分為娛樂節目的「Donahue」、MTV 之類，仍有大約一半的問題著重在議題上。候選人得到充分的機會談到他們自己、個人特質和背景，這尤其符合柯林頓九二年的競選策略目標。研究發現約有三分之一的問題是關於競選活動。因此目前現有的資料的確證實談話節目的存在具有建設性的意義，而研究者利用焦點團體的訪談也發現，比起其他任何一種媒介，在候選人的訪談結束之後，焦點團體討論更能回想出剛剛候選人提到的議題。而焦點團體的參與者之間討論的不是畫面如何、不是影音訊息如何，而是引用候選人說過的話，並且聚焦在候選人的政策觀念上，甚至在具有建設性的爭論之中引用這些話。

固然美國現有文獻發現候選人上訪談、談話節目說話的時間較長，也可集中在議題討論上，談話節目提供的資訊品質仍頗受專業人士的質疑（Lemert,1996,p.74），多位著名的美國新聞記者，如夜線的主持人 Ted Kopper 等均批評在談話節目形式中市民提問題的品質。相較於 Kopper 主持的節目，當然可知民眾並無法框架問題，處處顯示其「業餘」的本質。是故談話節目之所以爭議不斷，乃在於其畢竟是「新」的，習於記者採訪的政治人物必須改變自己的答題技巧來配合廣電媒體的特性；民眾叩應進來也未必一開始就能很自然地，契入要點地表達意見，提出簡短的問題，這當然也造就了因應談話節目而生的政治人物，懂得掌握節目氣氛，懂得與觀眾互動，懂得在對談中既有內容又能具娛樂效果。真正嚴肅的討論未必會受到受眾的歡迎。

第二節、研究目的

國內目前為止，並無談話節目的相關研究，即使有，也均針對閱聽大眾所做的調查，想瞭解其是否收視、是否有叩應、叩應談話節目對投票行為有無影響。而針對談話節目討論的議題、參與來賓等則無學術研究。常看談話節目的人，對此類型節目均有一堆意見，比如題目不夠多元，來賓雷同處太多，代表性不足等，但迄今因無研究，因此無法對製播單位做更進一步的建議。

研究目的之一乃利用內容分析法來瞭解民國八十七年，台灣「三合一」選舉前兩個月中談話節目的來賓及討論議題。主要是想利用經驗性研究的資料，來探究國內談話節目在選舉過程中扮演的角色，以及參與來賓的代表性及議題是否多元。並利用焦點訪談與深度訪談節目主持人以瞭解談話節目的產製以及節目區隔。

本研究的另一目的乃想瞭解立法委員及電視新聞工作者如何評價談話節目，對製作單位、主持人、參加來賓以及叩應等看法如何，是否亦如美國文獻一般認為觀眾打叩應的問題與記者有所不同。

國內近年來有線電視台頻道中充斥著各式談話節目，從算命、醫療、股市財經到政治性談話節目均有。晚間黃金時段中，當三台仍維持過去八點檔連續劇，以及九點以後的綜藝性節目的編排方式，有線電視頻道則多以談話節目做為此重要時段的節目形態，討論的議題多以當日重大事件為多，邀請的對象習慣是三黨代表、學者專家或事件當事人或相關人士。

政治人物，尤其是立法委員就成為談話節目製作單位邀請的對象，一方面立法委員的知名度高，可增加收視率，另一方面立法委員也喜歡接受邀請，許多甚至主動爭取上節目的機會，增加曝光率，可幫助選民了解其對重大事件的看法及立場。這種現象一直持續，某些口才伶俐、形象良好的立法委員幾乎每晚接受邀約，遊走各台，有立委表示「接都接不完」，也有立委說「有談話節目真好，如此不

需去交際應酬，又可得到選票」。平時，透過談話節目讓選民不忘記他；在選舉期間，更是爭取選票的大好通路。

盛杏媛（1998）研究立法委員的代表行為，利用問卷調查第三屆我國立法委員的角色行為，問詢其接觸的選民平日最主要透過何種管道來認識立委，在回答的一百三十六位立委當中，回答「大眾傳播媒體」的居首，共有 106 人次（77.9%），同時，立委最重視獲取選區選民意見的管道中，「大眾傳播媒體」也居第一名，共有 98 人次，佔了 72.1%；顯示在大眾傳播的時代裡，我國立法委員對大眾傳播媒體的影響力有深刻的感受。

既然大眾傳播媒體與立委之間的互動是雙向的，立法委員透過大眾傳播媒介將其形象與政見傳輸給選民，讓選民瞭解其在立法委員任內的表現，而立委也很重視其在大眾傳播媒體中的形象，並藉由大眾傳播媒介來獲取選民意見，因此究竟立法委員如何與媒體互動？本研究探討第四屆立法委員選舉中立委參加不同性質談話節目的頻率，其參加態度，對談話節目主持人、製作單位、其他參加來賓的評價，而決定參加或不參加的原因何在，對民眾叩應的看法，以及新聞記者發問及民眾叩應的比較等。

本研究同時探討立委對我國不同大眾媒體報導公正、客觀的評價，並觀察其被國內大眾媒體報導的頻率為何？美國的文獻發現候選人之所以喜歡上談話節目是因為四大聯播網新聞報導重在「聲刺」，因此候選人被報導的時間明顯不足，而談話節目的時間較為充裕，較能讓其暢所欲言，我國的情形如何？當選的立委是如何比較其被所謂「主流」媒體報導的程度與其上談話節目的情形？

除了立法委員對談話節目的看法之外，本研究也想瞭解我國電視新聞工作者如何評估談話節目，問題與詢問立委相同，以利比較。同時，也可知我國電子媒體工作者對談話節目的評價是否如美國現有文獻般，持較為負面的看法。

第三節、研究階段及架構

本研究分為兩個階段(如下圖):第一階段首先就我國八十七年「三合一」選舉前兩個月的談話節目進行內容分析,瞭解現有談話節目的討論議題、節目主持人與邀請來賓之特色,第二階段就根據內容分析的結果來進行質與量的研究,焦點訪談及深度訪問我國目前著名的談話節目主持人,看其如何解釋第一階段內容分析的結果,如談話節目邀請的對象、常談的議題...,深度及實地的探究我國談話節目的產製過程。並同時進行立法委員及記者的問卷訪問,看其如何評價現有的談話節目,對其產製的評價及民主功能扮演的看法,並進行比較。

(註一)：

國外文獻區分傳統大眾傳播媒體的訪談節目與談話節目，指前者乃由資深新聞工作者所主持的訪談，後者則由節目主持人進行訪談，通常都加上叩應或現場來賓的互動，也即是以「傳播者」角色的差異與有無叩應等來區隔這兩種節目型態。潘忠黨等研究區隔叩應談話節目、新聞記者主持談話節目與白天談話節目三類 (Pan & Kosicki, 1997)。

第二章 文獻探討

第一節 論證民主與公共論域

依巴奈特 (Barnett, 1997) 的看法，為了要追求更健康的民主或有效的公民，當然需要更多有知識的市民，其藉由獲得相關、不偏頗的資訊來瞭解議題或爭議，接近集體、理性的辯論，因此市民可發展並論證自己的觀點，不管是透過投票、參與政黨、壓力團體、參加政治活動等來參與民主制度，並因與選舉產生代議士溝通，要求其負責等來進行代議政治的過程。

任何在知識上的增長都有助於民主乃是無庸置疑，但光有知識尚且不足，依哈伯瑪斯的看法，在政治公共論域中，人們有能力自由地、集體的討論是良好公民權的必要先決條件。但即使是知識或辯論並不能取代民主過程中直接地參與，同樣的，代議式的政治需要監督與回饋，選出來的代表必須隨時瞭解民眾的需求，並融入政策決策之中，有意義的互動亦可提供要求官員負責，這些對良好公民權的發展都非常關鍵。

巴奈特 (Barnett, 1997)，正如其他許多理想主義者的看法，認為新傳播科技可促進以上他認為公民權所需的四大要素：透過科技、更多資訊提供後可增加公民對政治議題的瞭解與知識，辯論的範圍也擴大了，任何觀點的交換也可利用新媒介來無遠弗屆地達成，並藉由容易、簡單接近決策過程，參與被鼓勵，「直接民主」成為可能，對責任政治的要求及代議政治的品質可獲改善。

但巴氏認為這所有的討論必須奠基在一些基本問題得解決之上，簡言之，即供需之間的問題。供給面看，傳輸、基磐、所有權與內容的問題，不能不予以正視，需求面則要討論接近與普及的政治文化。

依莫斯科 (Mosco, 1989, p.7) 的看法，民主意指分眾僅可能地參與影響人們生活的決策，其認為這樣的陳述代表者：一、民主意指參與決策的過程以及朝平等的社會目標 二、真正參與的民主並不只侷限於政治的領域，而是各不同面向，

如經濟、社會文化的參與及平等，是故民主代表有系統地反對知識菁英，三、民主具公共的特質，民主並非孤立個人投票的總和。

當然，所有討論民主的理論實踐都希望其是完美的，但羅素都承認「從沒有真正的民主存在過，未來也不會有」，因為民主有一些基本的假設，這些在真實世界中並不容易實現。

經歷了古希臘的直接民主到十九世紀的代議式民主，二十世紀末，人們所體認完美參與的民主固然不會存在，但畢竟不能失去理想，論證民主則是近年來社會科學中受矚目的一個發展。

談到民主，一些學者強調「差異」，楊（Young,1996）拒絕視民主的過程為「相互利益間對手競爭的過程」，卻認為民主應被視為「因差異而討論、辯論與批評的過程，為的是解決集體的問題」（p.400）。楊認為自由民主頌揚公民德行是普遍人性的表達時，它同時有意識地將某些人排除在外....他認為普遍、公正的理想根本是幻想，因為任何具有立場的觀點不可能是普遍的（林火旺，1998, p.388）

哈伯瑪斯比較傳統社會與現代社會的生活世界與系統趨向時，發現傳統社會的成員間存在相當高的共識，生活世界與系統間是一致的，而且不受成員的質疑。相對之下，現代社會的特性是分殊性，世界觀的差異性是現代社會的特點，協議的基礎則來自對事實的評估與協商的共識（林靜伶譯，民 85 年，p.283-284）

人所熟知的民主自由藉由選舉及投票來反應民眾的意見及選擇，以投票來解決公共政策上的問題，從而可能忽略民眾的意見及選擇的形成過程，傾向於以投票的結果（票數）。有鑑於自由民主的問題，米勒等人乃提出論證民主（國內有學者譯為協商式民主，黃瑞祺，1998）之理念，此民主理念始於下述的前提：「政治偏好將會發生衝突，民主制度的目的應該是解決衝突」，而此衝突解決之所以為民主在於它「透過公開而自由的討論問題，目的在於達到一致的判斷」，論證民主強調的是各種觀點，經由公開討論的過程乃一個正當化的原則，而不是一種發現正確答案的程序，他認為這種民主概念不僅可以鼓勵人們表達他們的政治意

見，而且鼓勵人們透過公共場合的辯論來形成那些意見（引自黃瑞祺，1998,p.340）。

所謂論證民主，簡單地說，即指自由及平等的公民經由論證來做成決策，理想的論證是自由及及理性的，其參與的各方既正式並實質平等，其目標是達成理性激勵下的共識。

論證民主受哈伯瑪斯的影響甚鉅，有學者（Kim，1999）認為可能是政治學典範的轉移，從理性選擇典範轉移至「溝通典範」，過去代議式政治首重投票為一種參與的形式，但隨著電子科技的發展，過去直接民主時代強調參與在今天民主過程中，不光只是投票，更重視討論。或是至少討論應與投票同樣備受重視（Moy，1999）。

依哈氏的看法，溝通理性不僅對民主而言是為關鍵，對於「民主的民主化」也很重要，所謂「民主的民主化」即將民主政治推廣到政治領域以外的生活世界，這與杜威提倡「民主為一種生活方式」一致，在哈氏看來，民主更該是一個更為基本而普遍的原則及實踐，主要是藉溝通行動、溝通理性、以及對話開始，可普及於生活世界，讓說話及行動的主體能朝向互相瞭解及共識，不但可減低暴力、衝突以及緊張，而且可以加強生活世界對於政治—行政體系的控制能力，從而對於政治權力及決策加以理性化（黃瑞祺，1996）。

傳播學者受哈伯瑪斯的影響，近年來開始重視論證民主與傳播媒介或溝通行為的關係，尤其是傳播科技的快速發展，包括叩應或網路都促進公民參與討論的機會，因此有關論證民主的文獻也愈受矚目。

以下的文獻將介紹十九世紀代議式民主興起後，自由民主理論的基本典範，到近來論證民主受到重視的相關討論，由於本研究是在於溝通民主與新媒介應用的取向，因此理論探討力求簡潔，而不深入每一位不同學者的所有論述。

近兩個紀元政治學中流行談論證式民主（以下簡稱論證民主），即由自由及平等的公民經由討論來做決策，常從哈伯瑪斯的討論而來。因為哈伯瑪斯承襲啟蒙運動的傳統，關注理性和理性化，民主化也是理性化的一個重要部份，從他的

觀點來說,民主、民主化和他一向所倡導的溝通理性化非常接近,都是透過平等、暢達的溝通以尋求共識的形成,從而成為公共政策及社會行動的根據。但依溝通理論,公共政策或社會規範的決定應該有較為理性的基礎,亦即在必要時(有重大爭議時)可付諸理性討論,以尋求合理的共識,以此當作規範或決策的基礎(黃瑞祺,1998)。

論證民主並非什麼了不起的創新,而卻可說是重生。因其理想及其實際的執行就如民主一般地古老,卻是從西元前五世紀雅典起源,但經由辯證的民主從一開始就有正與負的看法,有的認為討論可以改善決策,其他人則認為導致壞的決策,但近來則較認為辯證其實沒有造成什麼差別—不管是好是壞(Elster,1998,p.1-2)。

哈伯瑪斯認為公共論域的特徵是非強迫性的參與,在建制化保障之下自由、公開和理性的討論普遍利益問題,促使公共權力合法化。公共論域作為區別專制統治權力言說的公共論域,是具批判性的、無強制性的,因而是以理性的溝通作為基本的原則(曾豹慶,民87,p.52)。

事實上,公共論域最值得注意的乃在於他產生自每一次「交談」,在公共的交談中,個人集成一個公共的團體,公民在以一種無拘束的方式,保證有集會和結社,以及發表意見的自由,談論著他所普遍感興趣的課題。透過報刊、書籍、雜誌等傳播媒介和自由的交談,及形成輿論,它將特殊的與普遍的利益關連起來,表現了公共論域的內在精神。

哈氏很重視公共輿論的重要性,其強調輿論是指公開並獲得制度合法之保障的言論之發表,當私人能對生活社群的制度合法性表達自己個人不同見解和論點時,公共論域才成之為公共論域,輿論雖然來自於私人的意見,可貴的是它將自己表達為社會意見,而且並非透過官方的、建制的、層級的意識型態機關來闡述(曾豹慶,民87,p.69-70)。

哈伯瑪斯批判代表著當時對資產階級思想意識型態的自由主義學者,認為社會如果僅僅交由菁英分子來主導,事實上將違反自由主義原先的主張,在菁英佔有

顯著領導的影響下，意見表達和影響力的公平機會就不復存在。

哈氏認為代議制或代表制是一個社會層級分明的權力關係，這明顯與真正作為公共論域與公共輿論而存在的現代社會的意境仍有一段距離，換句話說，資產階級公共論域--「代表制的公共性」是一個成了問題的概念。只有當政治權威的運作有效的受制於全體公民，並達到全體公民皆能獲得訊息的這一民主要求時，政治的公共領域才能透過立法機構，對政府施加制度化的影響。

依艾森(Elsen,1998)的說法，人們所熟知的自由民主理論可分為兩個派別，一是菁英理論，由 Joseph Schumpeter 及相關人士所提出，由政治社會學的經驗性資料所支持，這套理論建議現代民主中的公民為政治上的無知、冷漠與可操控的一群，同時，也沒有什麼共同的好是所有人均會同意的，因此統治權還是留給領導的菁英之手，民主即減至透過下次選舉把其不滿的官員逐出職位這種消極的控制之上。

第二個派別不理會社會科學的真實主義，而以理性選擇的競爭政治過程作為假設，Anthony Downs 企圖將經濟的類別應用到政治上，建議政黨如企業在對政治消費者的市場上推銷其政策，相較之下，民主的經濟理論以更理性的方式來看公民，並對政府的反應給予較樂觀的看法，但它視公民主要為消息的消費者，主要透過投票來施展民主控制，並認為政治過程是由競爭的利益爭取權力而非尋求共同善。

以上兩派均不認為積極的公民之公共論證可追求共同善，八〇年代有關論證民主的討論成形，Joseph Bessette 反對菁英主義者，(或亞里士多德派 "Aristocratic")對憲法的解釋，接著就有一群人要求以參與的觀點來看民主政治，反對以競爭利益的衝突來瞭解政治，反對以談判 (bargaining) 取代公共理性 (public reason)。

艾森(Elsen , 1998)則把以上兩種自由民主理論都視為「民主的經濟理論」，源自於社會選擇理論，均屬市場的觀點看民主，而密爾斯 (John S. Mill) 與哈伯瑪斯提出截然不同民主的取徑，是為「論壇」觀點，強調政治是為理性及道德的

同意，而非工具式的妥協。而艾森則較採取折衷的論點，以為「政治是具公共的本質，但目的則是工具的」(p.26)，最好混合市場輿論壇觀點的，即為論證民主。

依艾氏的說法，論證並非集體決策唯一可能的方法，但若就「效率、公平或自發合宜性」看，論證較其他方法更加 (p.5)。

格特曼與湯普森 (Gutmann & Thompson , 1996) 也強調道德上的不一致不可避免，論證就是「公民集體解決其道德不一致最佳的途徑」(p.4)，而論證要成功，則又須遵從「交換的」、「分開的」、「負責的」、「基本自由的」、「基本機會的」以及「公平機會」六個準則。

依柯恩 (Cohen,1996,p.99) 的看法，民主的論證概念是由政治理由 (political justification) 之理想所環繞組成的。根據這樣的理想，集體政治權力的運作理由，是基於平等者之間自由分開理性的基礎所推進，一種論證的民主即將此項理想制度化了。從論證的觀點看，民主不僅只是政治的一種形式，而是社會及制度條件的架構，促進平等市民之間自由的討論——藉由提供有利參與、連結及表達條件——並且將實踐公共權力的授權，及實踐本身與此種討論連結——並經由定期且具競爭的選舉、公開的情境 (條件)、立法的監督等來建立架構，以確保政治權力的回應機制及責任。

楊 (Young , 1996) 更加溝通民主來視之為論證民主的修正理論。溝通民主，強調人們對於政治問題的想法常隨著與他人想法及理論的互動而改變。如果有關集體行動或公共政策的公開討論中，人們萬一只說自己想的，而不顧及任何公義或正直的訴求，當然不會被以嚴肅對待。因此，其必須藉由自己宣稱是正直或好的提議來訴求他人，在此過程中，人們自己提出的偏好從主觀的欲望轉換成客觀的論點，而其偏好的內容也需改變以使其在公開場所說出... (p.125)。人們對於集體問題解決的想法，也可能會因傾聽或學習他人的觀點而有所改變。

根據上面的討論，可知從哈伯瑪斯到一些最近的政治學者等的論述，論證民主的確是引起相當學術界的重視，更強調的是理想的民主過程，與傳播科技有何關連呢？

一種說法認為論證式民主視現代式民主為出發點，並希望加強之，使其更為參與。巴伯（Barber,1984）強調電子民主的手段，希望這些手段可朝向「堅強的民主」（strong democracy），包括使用新傳播科技來發展強化的鄰里大會、電視轉播的城鎮集會、國家中市民傳播合作、市民視訊服務以平等接近資訊、並促進全面所有市民的市民教育，以及電子計票。巴伯當然不認為這些手段是終點，卻是為達成直接民主所需要強烈市民參與的手段（引自 Friedland,1996）

另外一派學者則提出中介公共論證的說法（Calhoun,1992;Page & Tannenbaum,1996）他們認為現代社會中大群又分散的人們要相處於細微的政府機構及繁複的政策問題，無法如古希臘時的公共論證，任何形式的公共討論或辯論在今天都有實際執行上的困難，是故人們所談論的古希臘集會，巴黎式的沙龍或新英格蘭的城鎮聚會都被一種新的中介公共論證形式取代，這種新的中介公共論證並非面對面，卻是透過中介的方式或是傳播大眾媒介方式如透過代議式政治一般，傳統的大眾媒介只有專業的大眾傳播工作者或少數菁英可以接近，一般民眾的聲音還是無法被閱聽，直到叩應或網路的普及。

赫伯斯特（Herbst,1995）就將談話節目放在較為理論的層面來加以探討，認為談話節目乃為電子的公共論域，因此提供了極佳、未結構的方式來進行公共的論域（p.270），叩應的民眾可以用自己的言語來表達，而較之寫信到民意論壇，口語的表達對許多人來說更能表達內心真正的感受，當然，這也並非說叩應節目提供的是完全不受限制的論述空間，有時主持人會砍話，只要能嘗試打進去，民眾總較過去有更多自由表達意見及情感的機會，並讓其他觀眾分享自己的想法。

本研究探究我國談話節目的種種面向，因此想透過質與量的研究方法，來瞭解我國談話節目是否提供了公共論域的功能，是故研究問題乃環繞在談話節目是真正提供民眾自由而平等地表達機會的論域嗎？而美國談話節目受到重視是九〇年代初開始的事，正好與討論論證民主的時間契合，因而觀察者乃認為新科技有可能帶動新民主或直接民主，是故論證民主的公共空間就的確是可能的。下面討論美國九二年談話節目受到重視的相關文獻，以幫助瞭解其發展的現象與相關

討論。

第二節 美國 92 年總統大選的談話節目

美國九二年總統大選的特色：談話節目

這幾年持續監視美國媒體對總統選舉相關報導的自由論壇媒體研究中心（The Freedom Forum Media Studies Center）在 1992 年的研究中指出，談話節目及市民大會的民主對主流媒體有正面的影響，而從競選日開始到投票日，三位總統候選人裴洛、柯林頓與布希共計在五個流行的談話節目出現了 96 次，其中柯林頓出現了 47 次、裴洛 33 次、布希 16 次。

愈接近投票日，總統上談話性的比例愈高，在一篇名為「與柯林頓、裴洛、布希吃早餐」的文章中，指出美國人一早起床，打開電視，一面喝咖啡，一面看總統候選人參與晨間的談話節目，包括了 CBS 的“ This Morning ”、ABC 的“ Good Morning America ”、NBC 的“ Today ”，以及“ Larry King Live ”與“ Donahue ”，而也因為這些人的參與，晨間節目的收視率上升不少。

對候選人來說，上談話節目就成為競選活動中不可或缺的一環，在 1991 年 4 月時，柯林頓的顧問群就積極建議他參加談話節目，讓他的「人性面」可在這樣的節目中顯現出來。有學者認為「如果沒有談話節目，柯林頓角逐白宮的機會可能一開始就胎死腹中，因為主流媒體並未將其訊息傳達給選民」（Ridout,1993;引自 Owen,1997）。

在爭取年輕選民的策略中，1992 年的選舉更多了一些新的媒介作為通路，最受重視的是 MTV 的 Choose or Lose 節目與 CNN 的 CNN Newsroom，特別針對年輕人而設計其內容，自由論壇媒體研究中心對 MTV 新聞的內容分析顯示，大部分選舉新聞的報導都具教育性，發掘並解釋選舉過程以及競選口號同時分析也發現柯林頓與布朗（Jerry Brown）被報導的最多（見表 2-1）

表 2-1 MTV 最多報導五位候選人時間的比較 (1993 ,p.57)

(總計是 1424 秒)

另一份較為完整的研究是由傑士特 (Just,et. al,1996) 所完成，想瞭解 92 年的總統大選中市民、候選人與媒體互動，在其研究中依不同時期，各候選人參與談話性節目的次數表如表 2-2。

從表 2-2 中可看出柯林頓不論在競選初期、暑期及競選期間都很熱衷參與各項電視訪談節目。布希在初期完全沒有參加，暑期開始參加訪談節目時，還以新聞性節目為多，只有一次上娛樂性節目的記錄，到真正競選才開始積極參與此類型的節目。

凡有候選人出現的節目之收視率皆有增加，而隨著美國選舉日愈加接近，學者 (Just, et. al, 1996) 研究發現在九月調查時，看一長段對候選人的訪問佔受訪者的百分之三十一，到十月時就增到百分之五十八，其研究對象常抱怨電視新聞只提供候選人很少的「片段」，而選民希望有較多機會看到候選人。

傑士特等 (Just, et. al, 1996) 的研究也確實發現訪談式節目讓閱聽大眾更多機會看到或聽到較長的候選人談話。其從資料庫中選出三十五個候選人的訪談節目來做內容分析，與主要候選人依人、選季、節目性質及長度配合，結果發現在

樣本中，候選人回答一個問題的平均時間是二十一秒，是電視新聞裡聲刺的時間長度的兩倍多（請見表 2-3），這更證實人們對電視新聞的批評，當然，這裏必須提出：期望電視新聞給候選人聲刺的時間如同訪談節目一般是不可能的，兩種節目有結構與性質上面的差異，或許新聞與訪談根本就是相輔相成的。

表 2-2 候選人電視訪問，1992

	布希	奎爾	柯林頓	高爾	裴洛	史塔克達爾	總數
初期							
(1/26—6/3)							
新聞節目	0	8	27		13		48
資訊娛樂節目	0	2	19		6		27
娛樂節目	0	0	2		1		3
總數	0	10	48		20		78
暑假							
(6/4—9/6)							
新聞節目	5	6	10	6	1	0	28
資訊娛樂節目	7	5	11	13	6	0	42
娛樂節目	1	0	0	0	0	0	1
總數	13	11	21	19	7	0	71
競選期間							
(9/6—11-2)							
新聞節目	4	7	2	6	5	0	24
資訊娛樂節目	18	8	14	13	12	2	67
娛樂節目	2	0	2	3	1	0	8

總數	24	15	18	22	18	2	99
總數		37	36	87		41	45
							2

新聞節目包括：

晚間新聞中的訪問 (ABC, CBS,CNN,NBC,及 PBS)

新聞中的訪問 (CNN 的日間新聞及政治性節目—對初選和會議的報導)

談話新聞節目 (週末晨間秀 , Evans and Novak)

全國市集 (National town meetings.)

夜間新聞節目 (Night line)

資訊娛樂節目包括：

雜誌談話節目 (60 minutes,20/20,Primetime Live,及 Dateline NBC)

週日晨間秀 (ABC,CBS,CNN,NBC,FOX)

訪談節目 (Larry King Live, David Frost, Charlie Rose)

娛樂節目包括有：

Arsenio Hall, Whoopi, Donahue, MTV,及 Nashville.

資料來源：Just, et. al., 1996 ,pp.67 ,

表 2-3: 美國 92 年總統候選人的電視曝光量

A、訪談節目

候選人	節目的數量	回答問題的數量	有出聲回答的秒數	平均聲刺
布 希	5	172	3,688 (61.47 分鐘)	21.44
柯林頓	12	212	5,960 (99.33 分鐘)	28.11
裴 洛	7	350	5,628 (93.8 分鐘)	16.08
總 數	35	734	15,276(254.6 分鐘)	20.81

B、聯播新聞網

候選人	引用到候選人的新聞則數	被引用的次數	有出聲回答的秒數	平均聲刺
布 希	947	1,807	18,579(309.65 分鐘)	10.28
柯林頓	807	1,602	16,216(270.27 分鐘)	10.12
裴 洛	239	662	5,331(88.85 分鐘)	8.05
總 數	1,993	4,071	40,216(668.77 分鐘)	9.86

Source: Just, et. al, p. 140.

另外一個與此有關的統計是，量表中聯播新聞網引用的新聞則數與被引用的新聞次數都在百與千次，顯示其影響力仍不可忽視，也呼應以上相輔相成之說，新聞節目重在陳述，訪談則在互動。

第三節 傳統媒介 v.s 非傳統媒介

有趣的是，當一九九二年美國總統大選中談話節目大出鋒頭之際，對其批評最厲害的反而來自傳統大眾媒體，尤其是電視，包括著名的談話節目「夜線」的主持人以及週日早上談話節目的主持人等均為資深的新聞工作者，覺得新興有線電視頻道出現的談話節目太重娛樂效果，缺少嚴肅、深入討論議題的能力（Lemert,1996）。

這也是新聞媒體資深記者最詬病談話節目的一部份，一般而言，媒體記者受過專業的訓練，多年的採訪經驗，在採訪技巧上多顯嫻熟，可幫助選民或一般民眾在眾多複雜的政治現象中，掌握與其切身有關的事件發展，或做成投票決定。談話節目的主持人並非是新聞記者，但許多知名度超過記者，也引起諸多討論（Herbst,1995；Lemert, 1996），多認為談話性主持人不需特別廣播電視技巧或已有媒體經驗，只要名氣夠，或能引起爭辯即可（Rehm, 1996）。

柏斯汀(Bernstein,1996)研究結果發現，關於一九九二年非傳統媒體談話節目的描繪。在初選及秋季競選時期，新聞報導中對於非傳統媒體常持較為負面的評

價；但在競選結束後，新聞報導對於這種新興另類的競選媒介又轉變為較正面積極的態度。

依據柏氏的說法，顯示主流媒體對於非傳統媒體的敵視，就像競選期間其它不同的非傳統途徑，如脫口秀、叩應節目、現場節目等都威脅侵犯到主流媒體的地位。畢竟，非傳統媒體確實提供競選期間一種傳統媒體無法取代的新途徑。選舉結束後，傳統媒體此時在政治新聞的典型反應就是提供選舉結果的分析、回顧競選期間不同事件的影響及意義。也因如此，主流媒體此時的報導會視競選期間的談話節目較為和善的立場，完整深入分析此種節目在競選期間如何運作，特別是一個成功的當選者如何利用非傳統媒體進而從中得利。這種對於談話性節目敵意降低的樂觀解釋就是，傳統媒體可能會思考接受非傳統媒體在一九九二年選舉中的一些變革，進而在一九九六年的大選中也來嘗試看看。

美國近年來有關談話節目與傳統新聞媒介的互動有很多討論，不論就節目主持人的風格、問話技巧、閱聽大眾等相關面向都出現一些文獻，顯示出學術界對此之重視。

眾所周知，傳統的新聞記者與政治人物有一定程度、經常的互動，也即是政治人物做為消息來源，必須固定或透過記者會或消息發佈，讓媒體的記者報導其做為或政績。但由於節目主持人不是記者，過去政治人物與節目主持人都會保持一定的距離，發佈新聞也不會針對談話節目主持人（當然這種情勢也逐漸在改變）。另外值得正視的是談話節目的主持人與其閱聽大眾有更為親密的關係，節目的「民粹」性質使其與觀眾的距離接近，但新聞記者傳統訓練上，與受眾的關係較為遙遠（Davis, 1997）

在政治目的方面，戴維斯（Davis,1997）只是認為政治談話性節目較傳統新聞在立場上截然不同。前者較新聞記者明顯地希望以其立場刺激觀眾，尤其當節目主持人企圖影響受眾參與某些政治活動，如針對某些議題來打電話或傳真。反之傳統的新聞媒體有完整的倫理要求，也較少針對某一特定的政策結果有明顯的意識型態或立場，凡對政治過程中有關的議題均做較完整的報導，強調客觀。

美國許多研究（Owen,1997）都認為談話節目，尤其政治性廣播的辭辯是具政黨傾向，這與台灣過去盛行的地下電台有類似的情形。

美國諸多研究都發現民眾與候選人一樣地欣賞這類型節目「未過濾」（unfiltered）的屬性，候選人的訪談節目為民眾提供除了「專家」和新聞記者之外的另一條路，觀眾也可以專注在候選人的訊息上。傑士特等（Just, et. al,1996）研究中發現，一般而言，受訪閱聽眾都喜歡訪談節目，因為可以看到候選人在螢幕上的時間較久，候選人也不會正經八百地假惺惺，也時常可以看到螢幕裡有「真人」提出問題；另外一個很有趣的是，民眾似乎比較容易與這些非新聞從業人員有融為一體的感受，他們視 Larry King 為自己的朋友而非如記者般較有距離。

著名的談話節目主持人 Larry King 說「民眾視傳統的媒介為虛假、瘋狂追逐細瑣的無聊者，其貢獻只是侵蝕民主。如果選民不能為傳統的新聞媒介所滿足，為何不能透過其它方法來認識候選人呢？」。

前面文獻顯示談話節目——如賴利金——之所以吸引觀眾，在於他提供了閱聽人認識候選人的另一管道，以賴利金節目為例，其進行方式是在一至二小時的節目中由候選人在未經剪接的情況下回答問題，藉此挖掘出候選人就此特定議題的看法。在總統競選期間，賴利金之所以能吸引觀眾，是因為他讓觀眾感覺：賴利金是站在我們這一邊，而不是政客那一邊（Cunningham,1995）

柯林頓曾開玩笑說他之所以能在記者會上對記者採強硬的態度，是因為賴利金能讓他迴避記者直接去面對美國人民。

批評者認為報導賴利金提問的風格過於軟性，不適合訪問政治候選人，其節目幫助候選人逃避傳統新聞記者的追問，他無法對候選人所有的特定立場做補充的報導，此外，其節目也常出現各種攻擊與武斷的言詞。批評者認為這種節目不符合真正的民主，它只是迎合候選人，供其暢所欲言，固執己見。另一種批評則認為賴利金等談話節目已成為候選人煽動群眾的最佳滋生地

（Cunningham,1995）。

但賴利金則認為談話節目的好處在於其較記者提供更多樣性，記者會很容易受到總統或其它官員控制，但談話性節目透過節目來賓與觀眾的即時互動，讓民眾能產生自己的觀點。

賴利金認為在產生談話節目之後，人們不再需要依靠記者做為媒介，重要的不再是記者對某個政治人物的評價，而是閱聽人自己對某個政治人物的愛惡 (Cunningham,1995)。

柏斯汀 (Bernstein,1996) 針對 1992 年選舉進行量的內容分析，電腦中找出所有有關談話節目競選或傳統媒介的報導，在總共找出 596 篇廣播電視及平面媒體有關候選人應用非傳統媒介為競選策略，接者進行內容分析，結果發現 (p.66) 談話節目主持人及政治人物較記者與學者專家更正面地看待非傳統媒介，談話節目主持人一致很正面及積極地支持非傳統媒介可視為競選傳播的機制，而新聞記者及學者專家則懷疑非傳統媒介的有效性。

相較之下，其研究發現學者專家是最持懷疑態度的，表 2-4 顯示記者與學者專家都認為市民參與談話節目問候選人的題目傾向容易、簡單，當談話節目主持人與政治人物認為民眾的問題智慧與資訊充分時，學者專家與記者則較不如此認為。

表 2-4：消息來源對民眾在非傳統媒介參與的評價

消息來源	評		價		樣本數
	簡單, 易於應付%	資訊不足 %	扣應問題困難, 不易回答 %	智慧 資訊充份%	
新聞記者	29.0	2.8	10.3	57.9	107
談話節目主持人	6.8	4.5	11.4	77.3	44
政治人物	3.3	9.8	9.8	82.0	64

學者專家	32.6	26.5	0.0	41.9	43
------	------	------	-----	------	----

$\chi^2=53.848$, $df=9$, $P<.001$

表 2-5 再度呈現出學者專家及新聞記者對於非傳統媒介的負面評價，尤其是非傳統媒介的實質表現。半數以上 (50.7%) 的學者專家認為，相較於傳統媒體，非傳統媒體較少說明分析的功能，三分之一的新聞記者也如此認為。相反地，有三分之二的 (65.3%) 的談話節目主持人則認為非傳統媒體提供了更多實質而少程序為導向報導方式。大多數的政治人物 (60.6%) 則認為非傳統媒體有助於剔除競選活動中的負面人身攻擊。

表 2-5：非傳統媒介中消息來源對非傳統媒介的資訊品質之評估

消息來源	評 價				樣本數
	多實質 程%	少過 訊及評判 %	減少過濾資 減少解釋%	沒有追問%	
新聞記者	31.9	31.0	33.9	3.2	248
談話節目主 持人	65.3	13.9	19.4	1.4	72
政治人物	24.8	60.6	13.8	0.9	109
學者專家	11.3	35.2	50.7	2.8	71

$\chi^2=91.899$, $df=9$, $P<.001$

學者專家也對候選人藉談話節目逃避主流媒體尖銳問題的態度有所批評，儘管研究的結果並不顯著。超過四分之一 (28.4%) 的學者專家也認為候選人其實是利用談話節目來逃避記者尖銳問題的窮追猛打。有趣的是，相似比例的政治人物 (23.3%) 及新聞記者 (22.9%) 也認為談話節目提供候選人一個逃避尖銳問題

的途徑。

一個典型的情況是競選幕僚人員會提醒候選人盡量上非傳統媒體或談話節目，因為不會受到私人問題的困擾。柯林頓的媒體顧問 Frank Greek 就曾說，「柯林頓在今日（Today）節目整整一小時，卻連一個私人問題也沒有，他儘管被問到人民的想法……這跟其他新聞媒體的窮追猛打截然不同」。

新聞記者與學者專家在競選期間針對選民權力以及與傳統媒體相關的議題上，相較起來比較不會做出主觀的評斷。將近有一半的談話節目主持人（44%）及政治人物（48.9%）對非傳統媒體賦予民眾權力持正面的態度，但是有三分之一左右的記者（26.1%）及學者專家（32.4%）卻不認為如此。

關於談話節目主持人、政治人物與新聞記者、學者專家兩方面人馬對於傳統媒體的影響力逐漸降低，而非傳統媒體的影響力逐漸增大的看法卻是相似的。談話性節目主持人及政治人物比較會強調傳統媒體影響力下降有正面的影響，同時，新聞記者及學者專家則少對主流媒體影響力的降低下任何判斷。

第四節 小結

本研究分兩個階段，首先利用內容分析法探究「三合一」選舉中我國現有談話節目究竟呈現何種風貌？探討議題為何？邀請的來賓究竟組成特質為何？政治人物參與談話節目與當選的關係為何？

由於這部份過去的文獻並不多，因此本研究屬國內的初探性研究。根據第一階段的談話節目內容分析，就可瞭解我國現有談話節目呈現的特性，進一步依此特性來訪問談話節目主持人，由其說明其主持風格、邀請來賓的原則及數量、議題的選定或修改、對觀眾叩應的看法等。

根據內容分析的結果進行焦點訪談及深度訪談的好處是訪談對象不能天馬行空地表達想法，而必須根據第一階段的研究結果來加以解釋，如此一方面可以

對焦，另一方面就易掌握我國談話節目的產製。

本研究的第二階段乃採量的研究方法，以審查方式調查第四屆立委當選人以及我國電視新聞記者對談話節目的產製及其民主政治角色的評估。

調查立法委員參與談話節目，本研究乃有下列假設：

假設 1：本研究假設立法委員學歷的高低與其參與談話節目的頻率有關，學歷高的立委當選人較學歷一般的立委當選人更常上談話節目。

假設 2：本研究假設年齡高低與參與談話節目有關，年紀愈低，對談話節目的評價愈佳。

假設 3：本研究假設立委連任與否與其上談話節目的頻率有關，新任者較連任者更常上談話節目。

假設 4：本研究假設國民黨與民進黨立委對參加談話節目及被大眾傳播媒體報導的頻率上有明顯差別。

假設 5：本研究假設上談話節目的立委當選人對談話節目的民主功能評價較高。

本研究同時調查我國現有電子媒介（無線及有線電視）的文字與攝影記者，想瞭解其對談話節目民主功能的評價，題目與訪問立委的題目相同，以利比較，本研究假設：

假設 6：我國無線電視台記者與有線電視台新聞記者對談話節目的評價無明顯差異。

假設 7：我國電視台文字記者與攝影記者就談話節目的評價並無明顯差異。

假設 8：我國電視新聞記者與立法委員對談話節目的評價有明顯差異。

假設 8-1：我國電視新聞記者與立委就談話節目之功能的認定有明顯差異。

假設 8-2：我國電視新聞記者與立委就談話節目之主持人的評價有明顯差異。

假設 8-3：我國電視新聞記者與立委就談話節目之製作單位的評價有明顯差異。

假設 8-4：我國電視新聞記者與立委就談話節目之參與來賓的看法有明顯差異。

假設 8-5：我國電視新聞記者與立委就談話節目之民眾叩應的看法有明顯差異。

假設 8-6：我國電視新聞記者與立委就談話節目對民眾叩應的問題與記者提問題之看法有明顯差異。

第三章 研究方法

第一節 談話節目內容分析

一、談話節目內容分析對象

本研究採用「內容分析法」(content analysis)，分析民國八十七年十月五日至十二月四日(投票前一天)無線及衛星電視頻道播出的一般談話節目，計為期兩個月。本研究界定的談話節目是由主持人訪問或與來賓對談，舉凡有叩應或無叩應均包含在內。

利用普查的方式，本研究涵蓋在台北地區可以收錄到的所有無線、衛星電視頻道的談話節目，而主題以時事為主，有關財經、醫療、靈異節目的談話或叩應不包含在本研究的研究範圍。因此，台視「有話要問」、華視「華視新聞廣場」、民視「頭家來開講」、公視「圓桌論談」、TVBS「2100 全民開講」、三立「八點大小聲」、GTV27「大家來審判」、東森「有話老實講」、中天「相對論」、台北 TV「市民大道」和「台北能不能」、台北生活台「你來做頭家」、環球「2300 互動新聞」和「環球論壇」等十四個節目在選前兩個月中的所有節目均屬本研究分析的範疇。

二、節目內容分析單位

本研究想探究談話節目的議題及邀談來賓，因此以題材為主，原則上是一個時段一個分析的單位，但若一個晚上出現一個以上的題材，則以題材及參與該題材的來賓為分析對象，不侷限於一個晚上一個題材。

三、談話節目類目建構

在內容分析的類目建構方面，主要依據下列幾項編碼方式：

(一) 主議題以及次議題

主議題以及次議題的編碼方式上，主要依據羅文輝等(1996)在研究「總統選舉新聞的政治偏差：無線與有線電視台的比較分析」一文中所建構的議題類目分類加以擴充，以利將來研究延續分析之用。

主議題部份，除原有的民主政治、政府效能、兩岸關係、省籍族群、外交事務、國防安全、經濟發展、經濟保護、社會秩序、城鄉發展、交通問題、社會福利、教科文、傳播媒體這些類目維持原有設計，為了本研究的需要，特別將「競選活動」此一類目再分為「立委選舉」以及「市長選舉」兩部份，以配合本研究主要是討論候選人運用談話節目作為競選活動之一的目的。此外，並加上「其他」此一議題類目，以合併無法歸類的議題。

在次議題的類目建構方面，由於這兩個月談話節目的議題焦點多集中在市長以及立委的選舉活動上，因此在沿用原有次議題的部份之外，更依據本研究需要，特別將「立委選舉」以及「市長選舉」主議題之下細分為多項次議題，包括了：

候選人身份、提名、賄選、抹黑、辯論會、省籍、彈劾糾舉、總統選舉、緋聞、喝花酒、澳門事件、選舉文化、競選策略、統獨議題、鐘擺論、網路、府會關係、民調、政策政見、領導風格、專訪、省府相關、水患問題、請假問題、李登輝情結。

（二）職稱部份

在參加來賓的職稱部份，主要是以參加來賓的主要身份作為登錄標準。但是倘若字幕上所打出候選人的職稱與參加來賓的主要身份不同時，則採取雙重身份的登錄。例如陳學聖本身為立委參選人，但是當他參加節目時字幕上打出的是「馬英九競選總部代表」的身份，則登錄為「候選人」加上「競選總部代表」的職稱。

有關職稱部份的編碼說明如下：

- (1) 候選人—登記為市長、立法委員、市議員候選人的談話性節目參加來賓，但不包括各政黨的不分區立法委員。
- (2) 學者—以教授、研究員等身份參加談話性節目的來賓。
- (3) 觀察家—參加來賓冠以「社會觀察家」、「政治觀察家」、「媒體觀察家」等職稱等皆屬之。

- (4) 政黨代表—代表政黨或是各政黨黨團、派系的立場參加談話性節目，諸如「國民黨文工會」、「福爾摩沙辦公室代表」、「新黨台北市議會黨團召集人」。
- (5) 候選人或競選總部代表—代表候選人或是競選總部發言者皆屬之，其中候選人的家屬也屬於候選人代表，此外，扁帽工廠的代表也定義為競選總部的代表。
- (6) 民間社團代表—社會團體如基金會、雜誌發行人、民間聯盟等代表皆屬之。
- (7) 官員—中央部會、北高市府、地方政府官員皆屬之。
- (8) 民意代表—沒有參選的民意代表，包括國大代表、未參選連任的民意代表。

第二節 問卷設計

本研究在經驗性調查部分，利用問卷設計方式進行訪問，由於訪談節目是研究的核心，因此本研究詢問立法委員的問卷包含了談話節目的一般陳述、對主持人的評價、時間控制、事前準備、公平對待參與者態度、預設立場、控制能力、對製作單位的評價（製作認真、口碑良好、聯絡態度、挑選題目具討論價值、挑選來賓多元）、討論來賓（素質、準備、作秀、風度、代表性、誠意）、民眾叩應（發洩情緒、表達意見、偏離主題、替政黨辯護、替候選人助選、叩應部隊），叩應與記者發問相比（簡單、態度、實際、表達技巧）。

談話節目的一般論述中，陳述分別有正陳述及負陳述，希望測知受訪者真正意見。而主持人、製作單位、參與來賓等則除個別陳述之外，更利用加總，得出受訪者對不同談話節目的面向有一總分，得分高的顯示其意見的強度高，反之則低。利用 Likert 量表，「非常同意」給 5 分，答「同意」給 4 分，「不大同意」給 2 分，「非常不同意」給 1 分。

立委問卷部分，除問詢有關談話節目的評價外，並問詢立委其觀察一般大眾

傳播媒體報導其競選及邀請上談話節目之頻率。從「從不」的 1 分，到「經常」的 4 分。同時，本研究問詢立委「在去年的選舉中，請問您覺得我國各媒體的表現如何，如果用 0 到 10 來評分，0 表示非常不公正、不客觀，10 表示非常公正、非常客觀，5 表示普及，請問您對各媒體的評分為何？」。

對新聞記者的問卷亦如上描述，但記者問卷並沒有問詢大眾傳播媒體報導公平與否的問題。

此外，人口變項部分，立委的問卷詢問其年齡、性別、選出區域、教育程度、新任或連任、政黨等。

記者問卷的人口變項則包括性別、年齡、教育程度、是否為大傳相關科系畢業、工作職稱、採訪路線、年資。

本研究利用的統計有描述性統計、卡方分析、T 檢定及相關分析等，配合不同的研究題目與研究假設，不同的統計方法分別使用之。

第三節 焦點訪談與深度訪談

除了量化研究外，本研究同時採深度訪談法來瞭解談話節目主持人對主持談話節目的心得，並針對立委對其打的分數及評價加以說明。

一般而言，質化研究是一種歸納推理的研究，通常數量的研究採用更廣泛的方式描述，由於是一種歸納推理，乃允許研究者以嚴謹的研究設計「探索」和發現，而非以預先決定的設計或假設後來驗證理論（王文科，民 79 年）。

而在質化研究中，深度訪談法及焦點團體訪談均是一種廣泛被採用的方法，深度訪談是一種面對面的研究方法，其最大的優點乃在於可訪問較複雜的問題，可詳細詢問答案以意見，對於籠統模糊或自相矛盾的答案，則可繼續追問，或旁敲側擊，對加深資料深度與研究深度上有極大的較果，並可觀察到訪問者非言語的行為，有助於資料的研判（林新發，民 80 年）。

焦點訪談假設人們處身在一個對某一事物具有相同興趣的人群當中時，比較

願意談論內心深處的情感與動機，與深度訪談不同在於後者的資訊流通是單向的，前者的資訊流通是多向的，同時，後者在一問一談的方式下進行，而焦點訪談則鼓勵彼此間的意見交流，每一位成員不僅聽取其他人的意見，也向他人表達自己的感想與意見，在彼此激盪之下，導致多方的意見溝通(黃俊英，民 81 年)。

總而言之，質化研究不依統計上的數字，而是視被研究的人為研究過程中的參與者而非受測者(施美玲譯，民 86 年，頁 308)。本研究對談話節目主持人進行質化研究，想深入瞭解其主持心得以及整個節目產製過程，就其參與者的角色提供更完整、更全貌的資訊以供判讀。

焦點訪問的對象為台視「有話要問」主持人隋安德、華視「華視新聞廣場」主持人胡一虎、民視「頭家來開講」及目前「挑戰政策」主持人胡婉玲、東森主播吳恩文、中天「相對論」主持人陳若華。深入訪談的對象為「2100 全民開講」主持人李濤。

訪談題目為：

- 1、談話節目充斥，身為一個媒體主持人，自己角色定位如何？
- 2、當製作單位選擇議題時，您參與的程度？是否有些議題您也不以為然，如何而對？
- 3、準備時間，後勤人員支持的情形？
- 4、立委問卷調查對主持人也頗有微詞，您的看法呢？
- 5、您覺得政治人物上談話節目的動機為何？
您對他們在談話節目表現的評估為何？
- 6、談話節目應否為台灣目前政壇混亂的情勢負部份的責任？
- 7、您覺得談話節目對民主的貢獻。
- 8、請問您對觀眾叩應的看法。

第四節 立委問卷施測

本研究欲探討第四屆新當選的立法委員在選舉期間參與談話節目的情形，利用問卷調查法，本研究於民國八十八年一月預測問卷，並在二月立法委員報到之後進行三波的問卷發送、催收的過程，第一波利用郵寄，第二、三波則採電話催收，總共調查立法委員一百七十六名（不包括不分區及僑選委員），回收八十五份，回收的比例為 48%，其代表的地區如下表：

表 3-1：回答立委的選區與目前立委及其選區的對照表

	現任立委比例	回收問卷立委比例
基隆市	3(1.8%)	1(1.2%)
宜蘭縣	4(2.4%)	2(2.4%)
台北市北區	10(6.0%)	10(11.9%)
台北市南區	10(6.0%)	9(10.7%)
台北縣第一	8(4.8%)	3(3.6%)
台北縣第二	10(6.0%)	4(4.8%)
台北縣第三	9(5.4%)	5(6.0%)
桃園縣	12(7.1%)	7(8.3%)
新竹縣	4(1.8%)	3(4.8%)
新竹市	3(1.8%)	2(2.4%)
苗栗縣	4(2.4%)	1(1.2%)
台中縣	11(6.5%)	5(6.0%)
台中市	7(4.2%)	4(4.8%)
彰化縣	10(6.0%)	5(6.0%)
南投縣	4(2.4%)	0(0%)
雲林縣	6(3.6%)	4(4.8%)
嘉義縣	4(2.4%)	0(0%)
嘉義市	2(1.2%)	0(0%)
台南縣	9(5.4%)	1(1.2%)
台南市	6(3.6%)	4(4.8%)
高雄市北區	6(3.6%)	4(4.8%)
高雄市南區	5(3.0%)	1(1.2%)
高雄縣	9(5.4%)	2(2.4%)
屏東縣	7(4.1%)	1(1.2%)
澎湖縣	1(0.6%)	0(0%)
花蓮縣	2(1.2%)	1(1.2%)
台東縣	1(0.6%)	1(1.2%)
金門縣	1(0.6%)	0(0%)
連江縣	1(0.6%)	1(1.2%)
平地原住民	4(2.4%)	1(1.2%)
山地原住民	4(2.4%)	1(1.2%)
總和	176	84

第五節 電視記者問卷施測

有關我國電視記者如何評估談話節目本研究採用問卷調查法，以普查的方式，對四家無線電視台及擁有專業新聞頻道的有線電視台新聞部採訪組的文字與攝影記者發放問卷。因此，問卷施測的對象包括台視、中視、華視、民視等四家無線電視台，及 TVBS、東森、中天、環球等四家有線電視台的文字記者及攝影記者，惟受限於研究經費及時間因素，各台駐外記者及地方中心記者不包括在此次問卷發放範圍內。

問卷經一次前測、一次正式調查，前測進行時間為民國八十八年五月六日至五月十三日。正式測驗時間為五月二十五日至六月五日，於四家無線電視台及四家有線電視台的新聞部各設聯絡人一名，由此聯絡人負責發放及回收該電視台問卷。第一次問卷催收時間為六月七日至六月十二日，第二次問卷催收時間為六月十四日至六月十九日。總計發出文字記者及攝影記者問卷共 484 份，回收 268 份，回收比例為 55.37%，參見表 3-2。

表 3-2：各台問卷回收情況

	台視	中視	華視	民視	TVBS	東森	中天	環球	總計
文字									
發出問卷數	27	28	29	32	30	37	15	20	218
回收問卷數	16	16	20	17	15	18	7	6	115
回收率 (%)	59.26	57.14	68.97	53.13	50.00	48.65	46.67	30.00	52.75
攝影									
發出問卷數	26	32	27	34	70	37	17	23	266
回收問卷數	17	18	14	22	37	21	7	17	153
回收率 (%)	65.38	56.25	51.86	64.71	52.86	56.76	41.18	73.91	57.52
總計									
發出問卷數	53	60	56	66	100	74	32	43	484
回收問卷數	33	34	34	39	52	39	14	23	268

回收率 (%)	62.26	56.67	60.71	59.09	52.00	52.70	43.75	53.49	55.37
---------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

第四章 結果分析

第一節 談話節目內容分析

在分析的兩個月談話節目中，出現的主持人總數為 486 次，魚夫最辛苦，共計 60 次（12.3%），其次為李濤的 49 次（10.1%），莊玉珍 46 次，胡婉玲與謝震武各 45 次，方念華 41 次，都屬固定的談話節目主持人，其他卜大中、張景為等均屬客串或每周一次，因此出現頻率並不高（見表 4-1）。

表 4-1：主持人出現的次數與頻率

主持人	次 數	百分比
卜大中	8	1.6
方念華	41	8.4
王而立	25	5.1
石齊平	3	0.6
余佳璋	3	0.6
李 濤	49	10.1
李四端	3	0.6
李慶安	3	0.6
柯志恩	9	1.9
胡一虎	3	0.6
胡婉玲	45	9.3
高志斌	27	5.6
張景為	10	2.1
張樹森	8	1.6
莊玉珍	46	9.5
陳若華	45	9.3
陳學聖	5	1.0
陳鴻基	2	0.4
陸 雲	1	0.2
魚 夫	60	12.3
隋安德	5	1.0
楊楚光	16	3.3
潘維剛	1	0.2
蔡詩萍	1	0.2
鄭麗文	9	1.9

謝欽宗	1	0.2
謝絜修	2	0.4
謝震武	45	9.3
關家莉	8	1.6
李大華	1	0.2
高信疆	1	0.2
總 和	486	100.0

選舉期間及選後檢討中，不少專家批評此次三合一選舉中，媒體似乎對焦都在市長選舉，反而對重要的立委選舉與兩市市議員選舉的興趣不大。結果也證實這項批評，在分析的主議題中，共 482 次題目中，有關市長選舉的議題佔了近七成（337 次，69.3%），其他的立委選舉（5.1%）相較之下，微不足道。其他如兩岸關係 36 次（7.4%），經濟發展 13 次（2.7%），教科文 12 次（2.5%），民主政治、城鄉發展均 11 次（2.3%），總共加起來也不到四分之一，若扣除公共電視討論非選舉議題後，有線電視頻道中談話節目的題材選擇是完全以選舉，尤其兩市市長選舉為主的（見表 4-2）。

表 4-2：談話節目討論主議題分佈情形

主 議 題	次 數	百分比
民主政治 (democracy)	11	2.3
政府效能 (government)	4	0.8

efficacy)		
兩岸關係		
(relation between 2 China)	36	7.4
省籍族群	1	0.2
(race, ethnic)		
外交事務	2	0.4
(foreign affairs)		
國防安全	2	0.4
(national security)		
經濟發展	13	2.7
(economic development)		
環境保護	6	1.2
(environmental protection)		
社會秩序	2	0.4
(social order)		
城鄉發展	11	2.3
(city, rural development)		
交通問題(traffic)	4	0.8
社會福利	5	1.0
(social welfare)		
教科文	12	2.5
(education, techno- logy and culture)		
立委選舉	25	5.1
(legislator election)		
市長選舉	337	69.3

(mayor election)		
其 他 (others)	11	2.3
遺 漏 值	4	0.8
總 和	486	100.0

次議題方面也可見談話性節目的「賽馬式」選材之走向，對實質性內容之議題涵蓋零星。談論最多的首推競選策略 112 次(23.0%)，其次是有關兩市市長辯論，計 47 次 (9.7%)，光就選舉中的緋聞、喝花酒與澳門事件，就出現 26 次之多，抹黑的議題也出現了 26 次。在實質議題中出現最多的該屬兩岸關係，出現 35 次，其他都市發展 11 次，政黨政治 7 次，經濟發展及金融危機 6 次，文化藝術 6 次，都無法與選舉期間賽馬式的競選策略、省籍、統獨等相提並論（請見表 4-3）。

表 4-3：談話節目討論次議題分佈情形

次 議 題	次 數	百分比
選舉制度	2	0.4
政黨政治	7	1.4
民主改革	1	0.2
國家定位	3	0.6
省籍情結	1	0.2
國會議事	2	0.4

政府效能及組織再造	4	0.8
兩岸關係	35	7.2
國際地位	1	0.2
外交事務	1	0.2
國防安全	2	0.4
經濟發展及金融危機	6	1.2
就業人力	2	0.4
賦 稅	1	0.2
勞工問題	1	0.2
農漁牧業	2	0.4
治安犯罪	2	0.4
都市發展	11	2.3
市民主義	1	0.2
交通問題	4	0.8
環境保護	4	0.8
國土保育	2	0.4
社會福利	2	0.4
婦女問題	2	0.4
弱勢團體	2	0.4
教育問題	1	0.2
青 少 年	4	0.8
文化藝術	6	1.2
宗教問題	1	0.2
傳播媒體	1	0.2
提 名	2	0.4
候選人身份	3	0.6
賄 選	3	0.6
抹 黑	26	5.3
辯 論 會	47	9.7

省 籍	14	2.9
彈劾糾舉	14	2.9
總統選舉	7	1.4
緋聞、喝花酒及 澳門事件等	26	5.3
選舉文化	12	2.5
競選策略	112	23.0
統獨議題	14	2.9
對商態度	1	0.2
鐘 擺 論	4	0.8
網 路	1	0.2
府會關係	3	0.6
民 調	1	0.2
政策政見	13	2.7
領導風格	2	0.4
專 訪	15	3.1
省府相關	12	2.5
水患問題	11	2.3
請假問題	5	1.0
李登輝情結	9	1.9
其 他	11	2.3
遺 漏 值	4	0.8
總 和	486	100.0

參與來賓當中，總共有 1866 人次，其中 944 人次（50.2%）身份為候選人，其次是候選代表或是競選總部代表的身份，佔 278 人次（14.8%），再次則為學者，計 146 人次（7.8%）（見表 4-4）。顯示候選人一方面被製作單位邀請，樂於參加

談話節目，另一方面或許候選人也非常積極，爭取參與上節目的機會。

表 4-4：談話節目來賓的身份

來賓身份	次 數	百分比
候選人(candidates)	944	50.2
學者(scholars)	146	7.8
觀察家(observers)	78	4.1
政黨代表(party representatives)	106	5.6
候選人\競選總部代表 (candidates/campaign representatives)	278	14.8
民間社團代表 (interest group representatives)	56	3.0
官員(government officials)	58	3.1
候選人+民間社團代表 (candidates/interest group representatives)	7	0.4
沒有參選的民意代表 (no-run representatives)	53	2.8
候選人+候選人\競選總部代表 (candidates + candidates/campaign representatives)	30	1.6
候選人+政黨代表 (candidates +party representatives)	13	0.7
候 選 人 + 學 者 (candidates +scholars)	10	0.5
觀察家+候選人\競選總部代表 (observers +candidates/campaign representatives)	6	0.3
候 選 人 + 官 員 (candidates +2		0.1

government officials)		
其他	79	4.2
遺漏值	16	0.9
總 和	1866	100.0

從分析的 1866 人次當中，上談話性節目最多的，首推馬英九競選總部的發言人蔡正元，計在分析的六十天當中，出現 52 次，其次是楊實秋 40 次，再次則為趙林的 35 次，沈富雄 33 次，魏憶龍 31 次，林濁水 30 次，表 4-5 顯示上談話節目超過十次的來賓計有 47 位，代表各政黨均有。

表 4-5：參加來賓次數統計表

四十次以上：

蔡正元（52） 楊實秋（40）

三十至三十九次：

趙 林（35） 沈富雄（33） 魏憶龍（31） 林濁水（30）

二十至二十九次：

潘恆旭（28;KMT） 邵立中（27;DPP） 林火旺（25;KMT） 劉義鈞（25;NONE）
 秦儷舫（23;NP） 馮滄祥（23;NP） 李建昌（22;DPP） 莊淇銘（21） 陳雨鑫
 （21）
 傅崑成（21;NP） 何振盛（20;NP） 段宜康（20;DPP）

十至十九次：

吳育昇 (19) 李勝峰 (19) 汪笨湖 (19) 賴士葆 (19) 藍美津 (19)
 江蓋世 (17) 高惠宇 (17) 王建火宣 (17) 朱高正 (16) 秦慧珠 (16)
 李慶安 (15) 李應元 (15) 洪奇昌 (15) 王雪峰 (14) 田欣 (14)
 陳學聖 (14) 李逸洋 (13) 李慶華 (13) 郝龍斌 (13) 李新 (12)
 林奕華 (12) 邱毅 (12) 謝欽宗 (12) 金溥聰 (11) 葉菊蘭 (11)
 單小琳 (10) 蔡明華 (10) 鄭麗文 (10) 謝志偉 (10)

在政黨方面,分析的 1866 人次當中,無法分辨其政黨者計 342 人次,佔 18.2%。
 在可分辨政黨的參與者中,國民黨籍計 479 人次,佔 25.5%;民進黨籍有 461 人
 次,佔 24.5%;新黨則計 335 人次,佔 17.8%,無黨籍及非政黨聯盟有 175 人次,
 佔 9.3% (見表 4-6)。

表 4-6：談話節目來賓的基本資料分佈比例

	次 數	百分比
政黨(party)		
國民黨(KMT)	479	25.5
民進黨(DPP)	461	24.5
新 黨(NP)	335	17.8
建國黨	30	1.6
無黨籍及非政黨聯盟 (independents)	175	9.3

民主聯盟 (Democracy Alliance)	12	0.6
新國家連線 (New Party Alliance)	24	1.3
綠黨 (Green Party)	8	0.4
不知 (don't know)	342	18.2
性別 (gender)		
男 (male)	1564	83.1
女 (female)	302	16.0
參選與否 (run or not)		
參選市長 (run for mayor)	35	1.9
參選立委 (run for legislator)	608	32.3
參選市議員 (run for city councillor)	362	19.2
未參選 (no run)	861	45.7
遺漏值	16	0.9
總和	1866	100.0

參與者仍以男性佔大多數，計 1564 人次，佔 83.1%，其他 302 人次為女性。在 1866 人次當中，未參與選舉的共 861 人次，佔 45.7%，其他最多的仍以參選立委為多，計 608 人次，佔 32.3%，參與兩市市議員選舉的也有 362 人次，佔 19.2%。

若從各別節目來看，公共電視的圓桌論壇明顯與其他各無電視及有線電視頻道

的談話節目之討論主題不同(表 4-7),討論的題材多元且平均,最多的是城鄉發展 7 次,環境保護 5 次,其他兩岸關係、社會福利、教科文、立委選舉、市長選舉各 4 次,交通問題、經濟發展各 3 次。

中天的相對論也是一個較為不同的談話節目,固然在分析的 43 次談話節目中,有 21 次是與市長選舉有關的題材,但兩岸關係也有 9 次,高居所有談話節目就此題材討論之首。

魚夫主持的「八點大小聲」共 60 次,其中 55 次是與市長選舉有關的題材,「2100 全民開講」的 50 次當中,與市長選舉有關的主題也有 44 次,其他如「市民大道」、「大家來審判」、「台北能不能」,都絕多以市長選舉為主題(超過八成)。

當然,從節目名稱可知,「市民大道」與「台北能不能」皆屬都市型的節目,集中於市長選舉好似不為過,但是比例之高也令人訝異,同時,「大家來審判」、「八點大小聲」與「2100 全民開講」應訴求全國觀眾,題材中如此高比例地探討台北市、高雄市市長選舉的相關新聞,顯示題材的偏狹與不夠多元。

至於民視的「頭家來開講」,分析的四十四個晚上,三十一個晚上探討市長選舉,另外兩岸關係、立委選舉各六次,題材也相當狹隘。

究竟參與談話節目與當選與否的關係為何?在本研究分析的兩個月談話節目中,共計分析 1866 位上節目的來賓中,608 人參選立委,其中 396 人當選,落選為 211 人,比例為 65.24%;參選市議員 362 人次中,當選的比例是 82.64%,顯示參與談話節目與當選是有密切的關係。固然資料無法證實其當選與參加談話節目有必然的關係,但不可否認,立委候選人及議員候選人參與談話節目,當選的比例頗高。但市長則不同,王建火宣總共參加了 17 次談話節目,但他落選了,陳水扁上 3 次,也落選了,謝長廷上一次,當選

表 4-7 談話節目探討主議題之比較

個數

	圓桌 論壇	市民 大道	八點 大小聲	大家來 審判	有話老 實講	頭家來 開講	2100全 民開講	相對 論	2300互 動新聞	你來做 頭家	環球 論壇	台北 能不能	有話 要問	華視新 聞廣場	總和
民主政治	1		1	2		1			1		3	2			11
政府效能	1		1				1	1							4
兩岸關係	4	4	3	1	3	6	3	9			3				36
省籍族群	1														1
外交事務								1			1				2
國防安全											2				2
經濟發展	3			1				2	2		4			1	13
環境保護	5								1						6
社會秩序	2														2
城鄉發展	7											3			11
交通問題	3								1			1			4
社會福利	4									1					5
教科文	4							4		1		1		2	12
立委選舉	4			1	6	6	1	3	4						25
市長選舉	4	40	55	40	35	31	44	21	16	6		32	8	5	337
其他	2				1		1	2			3	2			11
總和	45	44	60	45	45	44	50	43	25	8	16	41	8	8	482

第二節 談話性節目主持人焦點訪談記錄

(一) 一般性論述

(1)、談話節目已這麼多，收視率又不見得高，為何各家媒體還是不斷推出？

隋安德及吳恩文說是因為便宜。胡婉玲則指出跟公司形象有關。陳若華認為站在公司的立場，一方面收視率必須控制在一定的水準；另一方面必須顧慮到談話性節目是公司旗艦節目，關係到公司的形象。公司若訴求某種形象，便能吸引到固定的廣告主，如相對論的廣告多是汽車、音響，廣告主可在此找到不同於其它談話節目的閱聽人。

對新聞頻道來說，必須有某個新聞時段或節目做為招牌。因為涉及在海外分賣節目，需要旗艦節目做為促銷的施力點，所以希望做出有口碑，最好能得獎的新聞性節目。

李濤則認為傳統的談話節目型態無法吸引觀眾，因此必須轉變談話節目的製作方向。他表示，要將傳統的節目，加上現場、即時的，並將一些追蹤調查的內容都混合在一起，然後再弄成一個開創性的議題，這樣才能維持一個觀眾想看的談話節目。

李濤並指出，若要成為觀眾想看的談話節目，有幾個重點必須留意：一、觀眾最關心的話題。二、最好是由當事人來談。三、當事人的內涵、表達方式，以及積極傳達意念的心態。這幾個點合在一起，才是一個絕佳表達議題的方式。但是，在台灣通常很難，這可能是因為台灣的民族性、教育程度，表達的方式的影響。

(2)、重北輕南的問題

吳恩文認為常常無法分辨那些是台北地方台的議題，那些是全國性的議題，所以如台北 TV 跟東森新聞台就會有重覆的地方。

陳若華認為重北輕南乃是因為收視率跳動仍以台北為主。長遠的看，有時將現場拉離台北反而是一種策略，如 2100 曾嘗試將現場拉至新竹等地。短期來講當天的收視率會下降，卻可增加電視節目跟觀眾的親切感，培養觀眾對該節目的忠誠度。過了一年，這些人總合起來就會提高該節目的收視率。此外，出外景也可做為訓練人員技術的好時機，如中天前陣子便把鏡頭拉到 Pub 裏去，就是做長遠的考量，希望利用這樣的機會，讓他們也能適應處理外頭的採訪。

(二) 來賓

(1)、來賓次數統計

胡婉玲表示，某些人之所以統計次數較多有其因素，大致可分為四種：

- 1、政黨代表:如蔡正元、趙林。
- 2、政營代表:在做談話節目時，其實人選的安排可能是來自政營指定，而非由談話節目單位決定。即由談話節目去函政營後，由政營方面決定讓誰去上節目，若由談話節目自行選擇來賓擔任政營的代表，有時反而會接到來自政營的抗議，認為不足以代表該政營的立場。
- 3、新黨候選人:因人數本來就少，而其候選人一般口才好，所以新黨的參加來賓次數較多。
- 4、政治觀察家，如汪笨湖;多有其個人特質，如口才要好，國台語要通順。

在政治觀察家方面，李濤表示會使用「政治觀察家」這樣的名稱，是由於這些來賓他們自己想要使用，希望能表現一種中立的立場，不願意被烙印上誰的人馬。至於為何不使用原來的職稱，則是由於來賓不願他原來的職稱被濫用；因此在這方面，製作單位尊重來賓的立場，若來賓欲使用他原本的職稱也可以。

(2)、來賓選擇節目的原因

胡婉玲認為一般說來，來賓只要有時間就會去，而不會看收視率，或是車馬費，主要的原因在於在競選期間，不想得罪任何媒體。

但若是同時有二個以上的節目同時邀請同一來賓，一般說來，該來賓通常是按照別人告知的順序決定上那個節目。即那個節目先聯絡上他，他就上那個節目。但當然也有少數來賓會依收視率而放棄先通知的那個節目，則他就會被列入該節目的黑名單中，製作單位下次便不會再找他上節目。

某些節目會策略性的在節目中讓來賓先走，以參加下一個友台的談話節目，如魚夫八點大小聲的來賓與胡婉玲頭家開講的來賓很多是重疊的。胡婉玲認為，

二台之間的關係因而不是競爭反而是平衡的關係，當頭家開講停播後，八點大小聲的收視率也隨之下降。

李濤認為政治人物的來賓上談話節目，有其特殊的考量，即是有利益的交換，譬如上這種節目可以達到來賓自身政治生命的延續；但對於很多人來講，並沒有很大的參與感，所以就不來上節目。

(3)、來賓對尖銳問題的看法

陳若華說，曾有市長候選人被問到尖銳問題，事後要求刪掉。製作單位因考慮到當時正處於競選期間，為怕該政營以後拒絕接受中天採訪，所以最後刪除，但對該政營的操控感到不滿。

吳恩文表示，來賓要嘛就不要上節目，要上節目就該接受主持人的訪問。

胡一虎則提出一個方法，當想問尖銳問題時，會讓工作人員假裝觀眾 call-in 而要求來賓回答。

胡婉玲的作法則是只事先給來賓問題大綱，現場播出時直接問，來賓只好回答。

李濤則表示有關尖銳的問題，他不會讓來賓太難堪，還是有一點保留。他只會問三次，若來賓連續三次都不回答問題，觀眾也知道他在躲避，也就不會再去追問他。李濤認為點到為止的原因，是由於民族性的因素，有些人不會講就是不會講，其實三次已經很多了。

(4)、主持人對來賓的看法

陳若華指出，來賓會上談話節目，有些是想利用媒體達成某種目的，這無可厚非，但不希望節目被來賓操縱。即來賓只在乎露臉的次數，只講自己預先想好的那套東西，完全不配合節目主題及其他來賓。若有這種來賓，下次即會被列入黑名單中。

胡一虎則認為，來賓老是只講那一套，也可能是太少上電視緊張之故，但若是有一目的的一直講則主持人必須將他拉回正題。但這會產生另一個問題，即現在的觀眾討厭主持人打斷來賓談話，如此做法可能會損害到主持人自己的形象。

李濤說，在他的節目中來賓的討論都頗為理性、冷靜，他也不會刻意去挑逗他們，不去煽火。他還認為會上節目的來賓就是固定是那些人，因為許多政治人物不把自己定位是那種要發表意見、政見的候選人，搞團體，賺錢都來不及了，也沒必要去上談話性節目！李濤表示，會上節目的來賓，基本上還是有點理念的！

(5)、節目對來賓的篩選

隋安德表示曾有來賓說：要多找我，我什麼都可以談。胡一虎則認為愈主動的愈不想找他上節目，覺得他的動機可疑。

陳若華則會看情形，通常會將來賓區分為一軍、二軍、三軍，若當日節目一軍全到，則可考慮穿插一個此類的來賓試試看，但若表現不佳，以後便不會找他。

李濤表示，在邀請來賓名單的取捨上，首先當然是最具代表性的，例如像選總統的這幾位候選人自己來是最具代表性，其次則是各方人馬的二軍、代表，或者具有同樣的理念的來賓。至於常上節目的來賓，邀請的順序則是由收視率作為取捨，邀請較受觀眾歡迎的來賓。而對於一些正方還是反方看法都可以的來賓，李濤則表示討厭這樣的人，認為來賓至少應有持續一致的觀點；但這是在政治性的議題方面，若是社會性議題，就沒有關係。

胡一虎認為節目還是比較喜歡口才好、反應快的來賓。胡婉玲說，如楊實秋一開始是毛遂自薦，但因表現不錯，最後反而成為政黨代言人。反之有些政營或政黨派出來的人，若表現不佳，則下次就不會再派他出來，政黨及政營自會有考慮。

有些節目會試圖鎖住來賓，即付某些來賓薪水，並保證他們一星期或一個月有 3、4 次上節目的機會，但限制他們只能上該節目，如 2100，但這是因為李濤自己身兼總經理，所以有那個資源，想做什麼樣的節目就可以做什麼樣的節目。

李濤針對這樣的說法表示，來賓方面是目前所有談話節目的根本問題。他起先對來賓的限制很嚴，是因為：基於觀眾的理由（觀眾一直看到同一個來賓也很煩），基於保護來賓的理由，基於節目的理由等。他不相信一個來賓有這麼大的

本事與資源，可以在短短三個小時之內，趕兩個節目；以前就有來賓趕兩個節目，後來遲到啊什麼的，狀況很多。

李濤表示對來賓這樣一天只上一次節目的要求，已經有兩、三年了。他說，製作單位每天都用固定的格式來問問題，所以今天被邀請的來賓不能有其他的節目要上，這是一種尊重，他尊重來賓，不再邀請其他人；來賓也要尊重觀眾、節目。過去曾經發生同一個來賓在其他節目出現，製作單位便立刻取消這個來賓的通告，寧願不要他來；這樣的情形發生過十幾次，後來來賓們就知道 2100 的做法。李濤說，如今這樣的做法，以一個星期為範圍。倒不是因為自己的節目成為領導品牌之後，就霸道了，而是尊重觀眾不同的角度。

(6)、候選人上談話節目跟當選的關聯

陳若華表示因果關係可能是剛好相反的。節目本來就是喜歡找曝光率較高、反應較快的人來當一軍，可能是因為這些特質使他們易當選，而又是因為這些特質使製作單位喜歡找他們，並不一定就是上談話性節目使得他們當選。

胡婉玲認為有的人在談話節目的時段大量打廣告，而不是上談話節目。如北市第四選區當選市議員王世堅、台北縣第三選區當選立委王兆釧。

李濤則認為談參加談話節目的候選人，當選比例也較高的原因是相對性的，也就是較有機會的候選人本身也較積極地參與談話節目。

(7)、對立委認為製作單位服務不佳的回應

胡婉玲認為事實的確如此，因為公司人力不足。民視本身的資源有限，所以，不可能都找來，但是對於那種自願找上門的，我們通常比較不考慮。但是像陳文茜，這種本身就具收視率的人物，只要一上節目，就很能創造收視率。像沈富雄就是那種很挑來賓的人，有時在邀請時，會在電話上要求得知其他上節目的來賓是那幾位，常有這種來賓排擠來賓的情況，如沈富雄、王建火宣。大部分都會挑議題。

陳若華表示，以中天相對論來講，整個小組成員只有導播、二名執行製作及主持人共四人，故與2100相較可運用的資源較少。因李濤自己身兼電視台總經理

理，所以節目呈現出來的氣勢便大不相同。

（三）議題選擇

胡婉玲說，議題的選擇主要還要考量收視壓力。議題的選擇除了新聞的公平外，也要考慮到收視率，因為連帶會影響廣告收入。在目前的媒體環境下，無法兼顧市場考量及新聞節目的製作，所以在去年年底三合一選舉中，特重北高市長選舉的議題是因為北高市長候選人為全國共同焦點的政治明星。選擇這類議題才能顯出新聞的臨近性、認同性。即，之所以選擇北高市長議題乃是因為觀眾較能對這類新聞產生認同。

陳若華指出，節目往往只是觀眾出氣的對象，所以簡單辛辣的議題較易受觀眾接受。此外，傳訊將自己定位為「國際性媒體」，所以議題也較具國際觀，如重視二岸關係的議題選擇，因為必須考慮觀眾包括了美、星、日等地，而這些觀眾又是隱性的（SRT 測量不到），所以在當時台灣三合一選舉時，反而較不把議題聚焦於市長選舉，而是尋求議題的多元化，即是對觀眾屬性的考量。

胡一虎則認為，目前華視新聞廣場已改為生活廣場形態的節目，因為回溯華視新聞性節目的收視率自 83 年持續下降的原因，就是政治議題太多。因為大家覺得華視報政治新聞並不公正，所以從華視新聞到談話節目收視率都下降，所以在三合一選舉期間也儘量不選擇政治議題，即使立委上節目也改談其它議題。

陳若華認為週末跟週間的節目議題應會不同。胡一虎的節目之所以能完全採用民生議題，跟其所安排的時段有關，在週間觀眾一般較放鬆，所以較能接受民生議題，不然大部分觀眾還是比較喜歡政治性議題，如現在只要不做總統候選人議題的收視率必然較低。

陳若華說，可能觀眾的口味已被 2100 養出來了。很多政治性議題是被硬炒出來，例如民國 88 年開始總統候選人的議題就是被 2100 炒出來的，但在跟風情況下，如今不做相同的議題收視率就會下降。原本以為做相同議題觀眾八點

到十點都在看同樣的東西，會使收視率下降，然而事實卻正好相反，不做相同議題的反而會收視率下降，感覺觀眾就是固定的那一群。因為收視率的壓力 這段時間的廣告商是固定的 所以，有一定的成績出來之後，才能做一些其他議題的節目。

然陳若華指出相對論仍堅持議題多元，一方面是前述世界各地不同收視群的國際壓力，另一方面則是自 87 年 5 月 4 日開播後，就想做不一樣的談話節目。

李濤則表示 2100 除了大家所關心的議題之外，也會針對他們認為重要、應該是社會要知道的、大家必須要注意的議題，進行討論。而是否與民調相配合，李濤說，是民調去配合節目的要求，即是如果製作單位鎖定某個議題的話，便希望藉由這樣的方式去引爆議題，不管成不成功。

在議題與收視率考量方面，李濤強調，2100 現在的理念是：現在一個禮拜有五次，他希望有兩、三次維持平均的收視率，然後有一或兩天可以不管收視率來做一些我們覺得有必要的題目，不管是那一天，屬於那些觀眾應該關心的議題。然而，一個小時內，做兩、三個議題非常的辛苦，但若是想談一個有意義的議題，又怕它撐不住，就必須用另外一個議題來搭配，讓觀眾還可以看得下去，但實際上也能談到一些與國家、社會福祉相關的東西。

譬如 2100 常常將一個小時，分成兩個段落來做。前面去談政治性，後面則談癌症的問題，前面議題的 SRT 有 1.2，後面癌症卻只有 0.5。但是癌症卻是每個人都有機會面對的，所以，台灣有三分之二的人不怕死。談竊案，大家還有點興趣，0.8、0.9，談校園的 0.5，談立法院愚蠢的預算、濫權的，在節目中還有罵觀眾的，也有 0.6、0.7。但是我們開發的這些議題，如治安、教育、校園暴力，後來平面媒體也跟進了。

（四）主持人

(1)、主持人的定位

陳若華認為是看自己的生涯規劃。她認為主持這類節目是意外，當主持人年紀太輕，閱歷不足，出發點膚淺，所以還在學習中，不會刻意定位自己。故主持人風格跟節目的比例仍在調整中。

吳恩文則談到，其實台灣的新聞節目很少在事前就規畫好主持人的風格，多半是一邊做節目一邊形成的。

另外陳若華談到學院派的主持人會比較放不開，因為會用記者的身份去問來賓問題，而不是以人性化的問題問來賓。所以又回到談話節目如何定位的問題，若談話節目是新聞，則主持人跟來賓屬對立的雙方，但若將談話節目視為政論節目，則主持人跟來賓就可以是朋友的關係。

李濤的主持人定位在於他有好的團隊幫他去找能做出節目風格的來賓。整個節目製作是他思路的延續，他能抓住政治新聞議題的方向，可掌握的資源也較其他談話節目主持人為多。

(2)、主持人的偏見

胡婉玲指出，如魚夫有其政黨屬性，他也就吸引到一群民進黨的觀眾，觀眾反而會接受他的主持風格；反之胡自己雖也會用台語主持，但本身的定位不同，所以吸引到的觀眾群也就不一定（分眾的觀念）。

陳若華指出觀眾還是比較喜歡具政黨偏見的人，觀眾喜歡能在節目中將氣氛炒熱的主持人，因為有些觀眾是把談話性節目當成綜藝節目在收看。所以掙取收視率的方法，便是有效的區隔觀眾。

李濤強調，每個人絕對有他自己的主觀意見，但是他覺得一個新聞節目的主持人，如何在普羅大眾裡，將自己的主觀意念，鎖定在自己的心中不要表達出來，是一個主持人功力的問題。他認為，台灣由於意識型態的糾葛，民眾長期以來有所謂的選邊站的問題，所以主持人必須要完完全全的保持一個中立的立場，這也是李濤做節目的宗旨。

李濤說，他最大的本事，就是完全不流露出自己的主觀的價值。包括在主持時、演講時，都一概不提，像以前寫專欄，都會含有主觀價值在裡面，現在就不

能再寫了，因為觀眾是搞不清楚的，尤其台灣的觀眾在這方面，程度並不很整齊。

(3)、主持人對議題的決定權力

陳若華不會把自己跟製作單位分開，會全程參與。從決定題目到播出，再到做完節目的檢討會議，主持人跟導播都會參與。通常前一晚就會決定題目方向，一般是以多數決的民主方式決定題目。

吳恩文表示議題由東森製作群決定，但會參與議題的決定，這樣主持人的表現也會比較好。

胡婉玲的說法是：我自己決定題目，因她自己就是製作人。

隋安德則表示自己跟執行製作皆全程參與，因為人少。題目由自己決定，但會跟新聞局報備一下。通常新聞局那邊不會做積極的要求，但會希望不要製作那些議題。隋安德認為有時其實可化新聞局為助力，在邀約政府官員時反而較方便，因一般政府官員其實不喜歡上談話節目。

就此陳若華表示有關二岸關係的官員其實會常上我們的談話節目，但其屬性較不相同。

(4)、主持人兼來賓，節目客觀的問題

陳若華問道，東森常會主持人變來賓，節目如何維持公正？

吳恩文的回答是：主持人本身就跟議題息息相關，如陳文茜，在選主持人時，主持人本身就已貼有某種標籤了。其實主持人本來就是主角，但是分寸要拿捏得好，像我們的主持人鄭麗文，就曾被人質疑他的主持立場，這是當初我們沒有規劃好、界定好角色的部分。

胡婉玲補充道，政論性節目應是屬於開放性的，所以這種情況應該是無所謂的。

吳恩文的回應是，主持人的立場是不是公平其實不是問題，觀眾對節目的定位已經固定了，不一定要把節目弄得像吵架，很有衝突性。

胡婉玲說，所以還是要看談話節目究竟定位為何，是傳統新聞節目，還是政論節目，若是政論節目，主持人本來就可以有偏向的問題，所以主持人變成來賓

未嘗不可。

（五）觀眾

（1）、談話節目觀眾 call-in 的素質

胡一虎表示，很怕觀眾 call-in，因為觀眾素質差。常常固定是某些人在 call-in，或是問之前已討論過的問題及 non-sense 的問題。所以寧願以現場觀眾取代 call-in 觀眾。胡婉玲也認為，很多政治狂熱者打 call-in，但電視台又無法有效的過濾。

陳若華補充道，無法過濾的原因一方面是觀眾可能會先找其它家人接電話。另一方面事先不知道他會講什麼內容，又是現場播出，故無法控制。

隋安德指出，可用議題區隔來刪選觀眾。對此陳若華表示同意。相對論曾在網路上宣傳冷僻議題，結果果然找到 target audience。

對於 call-in 的看法，李濤表示，不同的題材、不同的來賓，都有不同的結果。如 2100 現在的 call-in 計時，原則是二十秒，如果言之無物，二十秒之後就結束了；這還可以看出來，觀眾在 call-in 上的轉變和 2100 也有關係，如現在觀眾多能在二十秒之內講出一個觀念，包括鄉下人在內。雖然現在還是會有很多觀眾用問候語，但情形已經好很多了。李濤並認為他自己現在目前具有公信力，別人也不會抱怨。

另外，李濤提到，2100 在接 call in 的電話時，共有二十條線，但是只保留五條線，刷掉四分之三，完全是一翻兩瞪眼，用這個方法來過濾。對於最近常打來的電話中，只要一辨別出來，就很技巧的斷線。另外，2100 還打算增加到一萬條、十萬條線，這樣就更不可能有部隊來。

至於在討論某些議題時，開放 call-in 時間較晚的時間，李濤表示可能是由於議題的性質使然。他說，有些是要聽民眾的意見，像白曉燕案，是要聽民眾的看法；有些則是要聽專家分析的，就讓來賓有多一點時間，像現在有時往往壓縮到

五、六分鐘的時間。

(2)、目標觀眾群 (target audience)

談話節目主持人普遍有感於觀眾似乎始終是同一群人，所以對於開發新閱聽人，各台有不同的做法，如傳訊的作法便是吸引不同層次的觀眾（吳恩文補充，相對論是在吸引金字塔頂級的那群人），所以就跟頭家開講的觀眾就不同。

陳若華認為談話節目是該電視台的招牌，所以會跟電視台的形象做緊密的連結，當觀眾在看中天頻道的相對論時，便會產生距離，認為是境外媒體。

華視的作法則是重新培養一群收看華視新聞性節目的觀眾，因為過去的包袱太重。而在重養觀眾的期間，儘量以社會、民生議題吸引觀眾，避開政治議題，讓觀眾能再度慢慢接受華視的新聞。

華視的談話節目選擇民生議題的好處在於，各階層的人都願意參與，會有較多建設性的意見而較少對政治的漫罵。而收視率視議題而定，通常有廣告的收視率較高，但只要是涉及政策（跟政治面有關），則收視率一定降低。

李濤表示，2100 是跨黨派、年齡層的節目，如果就一般觀眾最能接受的議題、新聞節目、談話節目而言的話。雙薪家庭、月收入八萬以上、二十五歲以上、高中以上教育程度的觀眾，每天晚上有二百一十多萬人，可以歸類為台灣菁英，這些人晚上所看的電視節目，無線的不談，有線的話，2100 變成是最高指標。李濤認為這表示各種不同的層次的觀眾，都會在這個地方找到所要的資訊，可能表達的人會有所偏頗，但是 2100 這個園地本身是中立、客觀的。談話性節目的收視群本來就不高，但是這些觀眾的忠誠度很高。

李濤說，重點在於：保持讓觀眾在三十秒之內不轉台。因為台灣的觀眾是最不耐煩的，尤其是聽人講話，跟日本、美國的觀眾不同；一超過三十秒，觀眾不喜歡的話，就會轉台。因此必須要不斷讓觀眾有新的感覺。台灣的觀眾、buyer 是全世界喜新厭舊程度最高的一群！李濤以過去在福特做的調查為例，所有的產品都會有忠誠的觀眾，台灣則是最沒有忠誠度的，只要便宜即可。因此電視廣告多一點，觀眾就轉台了。他表示，2100 本身的 Heavy user 大概有 0.6%，然後會

依議題的不同，會有所增加。

第三節 立委問卷分析

在回收可分析的八十五名立法委員親自填答的問卷中，男性立委有六十三名（73.8%）；女性立法有二十二名（26.2%），與實際立法院目前男性立委有一百八十二名（80.9%），女性立委有四十三名（19.1%）相比，女性立委回答問卷的比例高於男性立委。約半數回答者的年齡是在四十歲到四十九歲之間。政黨比例方面，國民黨立委回答的總計有三十七名，佔44%；與其總數一百二十三名（54.7%）相比，比例略低；而民進黨立委回答的有三十二名（36.9%）；佔其總人數的44.3%；新黨籍立委回答者有五名，佔其全部七名的71.42%，其他建國黨一名，無黨籍五名，民主聯盟兩名，新國家陣線一名，非政黨聯盟一名。

教育程度方面，在八十五名回答的立委當中，高中職學歷的有一人；大專學歷的有四十一人（48.8%）；碩士學位的有三十人（34.5%）；博士學位的則有十一名（13.1%），與實際立法委員學歷的比例相較：大專學歷有一百零一人（44.9%），碩士學歷有六十一人（27.1%），博士學歷有三十人（13.3%），回答本研究問卷的立法委員之學歷較高。

八十五名回答問卷的立委當中，四十名（47.6%）為連任；另四十五名（52.4%）為新當選；所有回答立委的人口變項之資料詳見表4-8：

表 4-9 顯示立法委員在去年競選期間，參加各不同性質頻道談話節目的情形，顯示參與地方有線電視談話節目之比例最高，參加台視、中視與華視這種無線電視台的談話節目頻率最低。

參與態度方面，回答問卷立委積極爭取參與機會的有17名（20.2%）；持平常心的有61名（72.6%）；能不參加就不參加的回答者有3名（3.6%），另外回答視討論主題與自己的時間、邀請很多但抽不出時間的各一。

表4-10顯示回答問卷的立委對談話節目的看法，結果顯示超過三

成的立委同意或很同意談話節目可以避免新聞偏頗；更有超過七成的受訪立委同意及很同意談話性節目幫助選民認識自己；也有六成的立委同意或很同意談話性節目避免新聞記者主觀的陳述；超過六成的立委很不同意或不同意談話節目無法提供民眾資訊；值得重視的是回答問卷立委中有六成認為談話節目無法讓其暢所欲言，也有五成立委同意或很同意談話性節目只是各述己見，並無交集，有七成的立委同意或很同意談話節目提供候選人作秀的機會。由此結果可知，回答立委基本上對談話節目多持正面看法，包括可避免新聞偏頗、可幫助選民認識自己、可避免新聞記者主觀陳述，但同時也認為無法暢所欲言、各述己見無交集，或視節目為候選人作秀的機會。

至於立委對我國談話節目主持人的評價為何？表 4-11 顯示回答問卷立委中有五成同意或很同意節目主持人會預設立場，覺得主持人事前準備不足的也佔回答比例的多數，三成同意或很同意主持人準備不足，近五成回答者認為主持人的準備只是普通；同意或很同意主持人稱職的比例不到四成；認為主持人公平對待每位參與者，同意與不同意的相當，都不到三成，其他四成認為只是普通；只有三成同意或很同意主持人具控制全場的能力，由此結果可知，立委對於我國談話節目主持節目的能力未有很高的評價，值得節目主持人反省。另外的意見則包括了主持人好壞功力差很多（2 人次）、因不同節目不同主持人而異（2 人次）、擬定議題時預設立場或太煽情（1 人次）、對討論題目不是很瞭解（1 人次）。

整體來說，立法委員對我國目前無線或有線、衛星頻道談話節目製作單位的評價，認為製作單位聯絡誠懇的較多；四成七的同意或很同意製作單位挑選來賓儘量多元平衡；但認同製作單位挑選題目認真的只有回答者的三分之一，顯示製作單位在挑選題目尚有待努力之處仍多（表 4-12）。其他意見則包括了太浮濫、不夠專業、特定人士在特定頻道作秀等意見。

談話性節目通常不只只有一位來賓，問卷詢問立法委員對其他參與來賓的看法（表 4-13），認為參與來賓素質整齊的，同意與不同意相若，其他則為普通；只有三分之一回答者認為其他參與來賓準備充足，有二成一的回答者同意或很同

意其他來賓純粹是作秀，有一成回答者認為其他來賓現場風度不足、民主素養不佳；四分之一的回答者同意或很同意參與來賓具代表性；同意其他來賓討論誠意不足的則不到一成。

而立法委員被製作單位邀請參加，決定去參加或不去參加的考慮因素很多，列為最重要的依序是：可有與選民互動的機會（31次；36.9%）；次為暢談政見的大好機會（22次；26.2%）；再為爭取曝光的機會（9次；10.7%）。第二重要中名列第一的是讓選民認識自己的人品。不參加理由中第一重要的是題目不恰當（54次；64.3%）；二則為其他來賓不理想，接下來則有視收視率而定、製作單位不夠誠懇等理由。表八顯示立委決定參加與不參加理由的總和。

當被問到「如果有選擇，您喜歡參加有叩應的談話節目，或是沒有叩應的談話節目」時，回答的八十四位立委中，回答無所謂的最多，有45名（53.6%）；回答有叩應的為22名（26.2%）；答沒有叩應的有17名（20.2%），顯示回答問卷的立法委員對叩應已能得心應手，沒有太多的排斥。

七成的立委很同意或同意選舉期間，太多叩應部隊打叩應；也有近七成的立委很同意及同意民眾替其喜歡的候選人助選；另六成八的立委很同意及同意民眾替某些政黨辯護；顯示叩應在我國一個獨特的現象，值得正視。但也有八成五的立委很同意或同意談話節目提供民眾表達個人意見的機會，只六成二很同意或同意叩應偏離主題（表 4-14）。

民眾叩應的問題與新聞記者提的問題相較：回答問卷中六成八的立委很同意或同意「與新聞記者相比，民眾叩應的表達技巧不足」，但也有一成一的受訪者不同意。五成六的立委很同意或同意「與新聞記者相比，民眾叩應的問題簡單，不夠深入」，但也有一成七的立委不同意。四成五的立委很不同意或不同意「與新聞記者相比，民眾叩應的態度較佳」，五成二的立委認為與新聞記者相比，「民眾叩應的問題實際，反映民眾的需求」（表 4-15）。

本研究同時想瞭解除立委對談話節目的評價之外，立委觀察自己在競選期間被大眾傳播媒體報導的頻率為何？以及立委對選舉中我國各不同媒

體報導公正、客觀的評分如何？

表 4-16 顯示立委觀察自己在競選期間被報導較多的媒體依序是地區性報紙（如立報、民眾日報）、地方有線電視系統、全國性日晚報、地方性廣播電台、衛星電視台、全國性廣播電台，最少被報導的則屬四家無線電視台。

至於選舉期間我國各媒體報導公正、客觀的情形，依立委的評分，最公正、客觀的首推全國性廣播電台（10 分中平均 7.19 分），其次是全國性日晚報（6.44 分），接下來則是衛星電視台（6.42 分），再則為四家無線電視台（5.68 分）。相較之外，地區性報紙（4.86 分），地方性廣播電台（4.79 分），與地方有線電視系統（4.7 分）都明顯落後很多。值得正視的是四家無線電視台只被評為 5.68 分，連及格的分數都不到，也與過去多項有關選舉中三台媒體表現不佳（見彭芸，1993，1995；羅文輝，1997）的結果相呼應。

本研究想瞭解立委人口變項與其參加談話節目的關聯性，皮爾森相關的結果發現立委的年齡、教育程度及新當選或連任，均與其參加各個不同性質頻道節目的頻率無顯著相關，即假設無法成立，與其觀察自己被大眾傳播媒體報導頻率的多寡也無關。但立委參加不同性質頻道的談話節目彼此呈明顯相關（見表 4-17），顯示某些立委是談話節目的常客，上了某一類型談話性節目就常參加其他不同頻道的談話節目。

立委的政黨與其參加談話節目的頻率有無差異呢？本研究只挑選國民黨與民進黨當選立委做為比較對象，其餘新黨及無黨籍人數因太少，故不在比較範圍之內。研究結果發現國民黨籍當選立委與民進黨當選立委在參加台視、中視、華視三家無線電視台的談話節目的頻率明顯有差異（ $\chi^2=6.729$, $p<.01$ ），在其他廣播、衛星、有線電視頻道的談話節目之參加頻率則無顯著差異。至於立委觀察自己在選舉期間被大眾傳播媒體報導的頻率上，國民黨立委與民進黨立委在全國性廣播（ $X=9.901$, $P<.01$ ），四家無線電視台（ $X=10.622$, $P<.01$ ）兩個變項上呈明顯差異，國民黨立委被報導的頻率明顯高於民進黨立委。

前面討論過在立委的評估當中，認為我國選舉期間諸媒體中客觀

公正分數最高的是全國性廣播電台，其次是全國性日晚報，接下來是衛星台，第四才是無線電視台。皮爾森相關的結果發現立委評估公正客觀的媒體中，全國日晚報、四家無線電視台、衛星電視台的公正客觀明顯呈相關，而地方性報紙與地方性廣播電台、地方有線電視系統呈明顯相關，全國性廣播電台與無線電視台及衛星電視台呈明顯相關，四家無線電視台則明顯與衛星電視台的公平客觀有關聯（見表4-18）。

表 4-8：所有回答問卷立委之人口變項

	次數	百分比
性別		
男	63	73.8%
女	22	26.22%
年齡		
20-29	0	0%
30-39	14	15.5%
40-49	40	47.6%
50-59	26	30.9%
60 以上	5	6%
政黨		
國民黨	37	44%
民進黨	32	36.9%
新 黨	5	7.1%
建國黨	1	1.2%
無黨籍	5	6.0%
民主聯盟	2	2.4%
新國家陣線	1	1.2%
非政黨聯盟	1	1.2%
教育程度		
高中職	1	1.2%
大 專	41	48.8%
碩 士	30	34.5%
博 士	11	13.1%
連任與否		
連任	40	47.6%
新任	45	52.4%

表 4-9：參與不同性質談話節目的頻率

參加頻率 媒體類型	從不	很少	有時	經常
無線電視台	38 (45.2%)	21 (25.0%)	12 (14.3%)	0 (0.0%)
民視新聞台	24 (28.6%)	28 (33.3%)	18 (21.4%)	5 (6.0%)
衛星電視台	14 (16.7%)	18 (21.4%)	27 (32.1%)	19 (22.6%)
地方性有線電視頻道	12 (14.3%)	11 (13.1%)	34 (40.5%)	21 (25.0%)
全國性廣播	19 (22.6%)	23 (27.4%)	28 (33.3%)	5 (6.0%)
地方性廣播	12 (14.3%)	22 (26.2%)	33 (39.3%)	12 (14.3%)

表 4-10：立委對談話節目的看法

	很不同意	不同意	普通	同意	很同意	無意見
無法提供民眾資訊	5(6.0%)	47 (56.0%)	20 (23.8%)	8(9.5%)	1(1.2%)	0(0.0%)
避免新聞偏頗	1(1.2%)	9 (10.7%)	21 (25.0%)	49 (58.3%)	3(3.6%)	0(0.0%)
缺乏新聞具解釋性的功能	2(2.4%)	34 (40.5%)	21 (25.0%)	18 (21.4%)	6(7.1%)	0(0.0%)
幫助選民認識自己	0(0.0%)	8(9.5%)	14 (16.7%)	44 (52.4%)	16 (19.0%)	1(1.2%)
無法暢所欲言	0(0.0%)	8(9.5%)	24 (28.6%)	38 (45.2%)	13 (15.5%)	0(0.0%)
避免新聞記者主觀陳述	0(0.0%)	10 (11.9%)	22 (26.2%)	41 (48.8%)	10 (11.9%)	0(0.0%)
各述己見並無交集	0(0.0%)	11 (13.1%)	27 (32.1%)	33 (39.3%)	10 (11.9%)	2(2.4%)
提供候選人作秀的機會	2(2.4%)	9 (10.7%)	13 (15.5%)	44 (52.4%)	15 (17.9%)	0(0.0%)

表 4-11：立委對談話節目主持人的評價

	很不同意	不同意	普通	同意	很同意	無意見
稱職，時間控制得宜	2(2.4%)	5(6.0%)	42 (50.0%)	30 (35.7%)	2(2.4%)	1(1.2%)
事前準備不足	0(0.0%)	14 (16.7%)	40 (47.6%)	22 (26.2%)	4(4.8%)	2(2.4%)
公平對待每位參與者	1(1.2%)	21 (25.0%)	35 (41.7%)	23 (27.4%)	0(0.0%)	2(2.4%)
態度合宜	1(1.2%)	7(8.3%)	40 (47.6%)	30 (35.7%)	1(1.2%)	3(3.6%)
會預設立場	0(0.0%)	10 (11.9%)	28 (33.3%)	37 (44.0%)	5(6.0%)	2(2.4%)
具控制全場能力	1(1.2%)	5(6.0%)	48 (57.1%)	24 (28.6%)	3(3.6%)	0(0.0%)

表 4-12：立委對談話節目製作單位的評價

	很不同意	不同意	普通	同意	很同意	無意見
製作認真、口碑良好	2(2.4%)	9(10.7%)	40(47.6%)	28(33.3%)	1(1.2%)	3(3.6%)
聯絡態度誠懇	3(3.6%)	4(4.8%)	18(21.4%)	51(60.7%)	4(4.8%)	3(3.6%)
挑選題目認真，具討論價值	2(2.4%)	14(16.7%)	35(41.7%)	30(35.7%)	1(1.2%)	1(1.2%)
挑選來賓盡量多元 平衡	2(2.4%)	9(10.7%)	31(36.9%)	34(40.5%)	6(7.1%)	1(1.2%)

表 4-13：立委對參與談話節目的其他來賓之看法

	很不同意	不同意	普通	同意	很同意	無意見
素質整齊	2(2.4%)	24(28.6%)	35(41.7%)	20(23.8%)	0(0.0%)	0(0.0%)
均能準備充足	6(7.1%)	22(26.2%)	38(45.2%)	15(17.9%)	0(0.0%)	1(1.2%)
純粹來作秀	1(1.2%)	29(34.5%)	32(38.1%)	15(17.9%)	3(3.6%)	2(2.4%)
風度不足，民主素養不佳	2(2.4%)	32(38.1%)	37(44.0%)	7(8.3%)	1(1.2%)	3(3.6%)
具代表性	2(2.4%)	19(22.6%)	39(46.4%)	20(23.8%)	1(1.2%)	1(1.2%)
討論誠意不足	0(0.0%)	36(42.9%)	37(44.0%)	6(7.1%)	0(0.0%)	1(1.2%)

表 4-14：立委參加與不參加談話節目的原因

	N (%)	
參加原因	可有與選民互動的機會	62(26.6%)
	政黨指派	5(2.1%)
	視收視率而定	12(5.2%)
	經費有限，無法買大量廣告	9(3.9%)
	讓選民認識自己的人品	39(16.7%)
	暢談政見的大好機會	53(22.7%)
不參加原因	節目製作單位力邀	21(9.0%)
	爭取曝光機會	32(13.7%)
	不喜歡有叩應	4(2.2%)
	不認為談話節目可傳達理念	15(8.1%)
	視收視率而定	25(13.4%)
	不滿主持人風格	10(5.4%)
	節目製作單位不夠誠懇	17(9.1%)
	題目不恰當	76(40.9%)
其他來賓不理想	39(21.0%)	

表 4-15：立委對民眾叩應目的之看法

	很不同意	不同意	普通	同意	很同意	無意見
發洩個人情緒	1(1.2%)	8(9.5%)	22 (26.2%)	45 (53.6%)	7(8.3%)	1(1.2%)
表達個人意見的機會	1(1.2%)	2(2.4%)	10 (11.9%)	55 (65.5%)	16 (19.0%)	0(0.0%)
偏離主題	0(0.0%)	5(6.0%)	45 (53.6%)	28 (33.3%)	5(6.0%)	1(1.2%)
替某些政黨辯護	0(0.0%)	4(4.8%)	15 (17.9%)	54 (64.3%)	11 (13.1%)	0(0.0%)
替喜歡的候選人助選	0(0.0%)	5(6.0%)	19 (22.6%)	45 (53.6%)	14 (16.7%)	0(0.0%)
選舉期間，太多部隊打叩應	0(0.0%)	3(3.6%)	18 (21.4%)	36 (42.9%)	23 (27.4%)	1(1.2%)

表 4-16：立委對民眾叩應的提問與新聞記者的問題之比較

	很不同意	不同意	普通	同意	很同意	無意見
叩應問題簡單，不夠深入	1(1.2%)	13 (15.5%)	22 (26.2%)	42 (50.0%)	4(4.8%)	1(1.2%)
叩應態度較佳	2(2.4%)	34 (40.5%)	36 (42.9%)	7(8.3%)	0(0.0%)	4(4.8%)
叩應問題實際，反映民眾需求	3(3.6%)	9(10.7%)	26 (31.0%)	38 (45.2%)	6(7.1%)	2(2.4%)
叩應的表達技巧不足	2(2.4%)	7(8.3%)	18 (21.4%)	49 (58.3%)	8(9.5%)	0(0.0%)

表 4-17：立委被國內大眾傳播媒體報導的頻率

媒體類型	報導頻率			
	從不	很少	有時	經常
全國性日晚報紙		25(29.8%)	43(51.2%)	16(19.0%)
地區性報紙		17(20.2%)	39(46.4%)	28(33.3%)
全國性廣播電台	10(11.9%)	41(48.8%)	28(33.3%)	4(4.8%)
地方性廣播電台	2(2.4%)	32(38.1%)	31(36.9%)	17(20.2%)
四家無線電視台	8(9.5%)	47(56.0%)	25(29.8%)	2(2.4%)
衛星電視台	8(9.5%)	30(35.7%)	39(46.4%)	5(6.0%)
地方有線電視系統	3(3.6%)	14(16.7%)	41(48.8%)	23(27.4%)

表 4-18：立委參加不同談話節目頻率的相關性

		無線電視台	民視新聞台	衛星電視台	地方有線電視	全國性廣播	地方性廣播
無線電視台	Pearson 相關顯著性 (雙尾) 個數						
民視新聞台	Pearson 相關顯著性 (雙尾) 個數	.380** .001 71					
衛星電視台	Pearson 相關顯著性 (雙尾) 個數	.488** .000 69	.604** .000 73				
地方有線電視台	Pearson 相關顯著性 (雙尾) 個數	.310** .009 70	.343** .003 74	.477** .000 73			
全國性廣播	Pearson 相關顯著性 (雙尾) 個數	.564** .000 70	.540** .000 73	.631** .000 73	.494** .000 74		
地方性廣播	Pearson 相關顯著性 (雙尾) 個數	.301* .011 70	.332** .004 74	.411** .000 74	.400** .000 77	.393** .001 74	

** . 在顯著水準為0.01時 (雙尾), 相關顯著。

* . 在顯著水準為0.05 時 (雙尾), 相關顯著。

表4-19：立委對選舉中媒體報導公正客觀評分的相關表

		全國性 日晚報紙	地區性 報紙	全國性廣 播電台	地方性廣 播電台	四家無線 電視台	衛星電 視台	地方有線 電視系統
全國性日 晚報紙	Pearson相關 顯著性 (雙尾) 個數							
地區性報 紙	Pearson相關 顯著性 (雙尾) 個數	.292** .007 84						
全國性廣 播電台	Pearson相關 顯著性 (雙尾) 個數	.393** .000 83	-.026 .819 83					
地方性廣 播電台	Pearson相關 顯著性 (雙尾) 個數	.238* .031 82	.302** .006 82	.429** .000 82				
四家無線 電視台	Pearson相關 顯著性 (雙尾) 個數	.193 .082 82	-.040 .721 82	.652** .000 82	.112 .315 82			
衛星電視 台	Pearson相關 顯著性 (雙尾) 個數	.174 .118 82	.000 1.000 82	.455** .000 82	.172 .123 82	.553** .000 82		
地方有線 電視系統	Pearson相關 顯著性 (雙尾) 個數	.261* .019 81	.468** .000 81	.239* .033 80	.311** .005 80	.245* .028 80	.222* .048 80	

** . 在顯著水準為0.01時 (雙尾), 相關顯著。

* . 在顯著水準為0.05 時 (雙尾), 相關顯著。

第四節 記者問卷分析

一、基本資料

在所有回答問卷的文字記者中，(見表 4-20) 三分之二為女性 (67.5%)，另不到三分之一為男記者；過半 (50.8%) 年齡在 26-30 歲之間，超過四十歲的只佔 0.8%，顯示電視文字記者年輕的特質。近三分之一 (32.5%) 有碩士學位，六成為大學畢業，七成 (70.8%) 是大傳相關科系畢業的。主要採訪路線以黨政最多，佔四分之一 (25.8%)，其次是社會的 19.2%，財經的 15.8%。年資在七年以上的佔四分之一，五年以內的則佔 65%。

攝影記者的基本資料則呈現完全不同的風貌(見表 4-20): 男性為百分之百；三十歲以內與三十歲以上約各半 (53.4% 與 46.6%)，近四成 (39%) 為專科畢業，另 14.4% 具高中職學位。不過仍有過半 (56.8%) 是大傳相關科系畢業。跑黨政線的最多 (26.7%)，其次是財經線 (16.4%) 及社會線 (14.0%)。與文字記者類似，有近四分之一的工作年資超過七年，在五年以內則佔四分之三 (75.1%)。

利用 T 檢定檢測這兩群受訪對象，可發現年齡 ($F = 4.394, p < .05$) 是否為大傳相關科系畢業 ($F = 6.939, p < .01$) 呈明顯差異，文字記者較攝影記者年輕，但文字記者明顯較攝影記者多為大傳相關科系畢業。(見表 4-20)

回答問卷的無線電視台工作同仁中男記者佔三分之二 (66.4%)，女記者佔三分之一 (33.6%)；三十歲以內的佔四成 (39.2%)，另過半 (54.3%) 年齡在三十一歲至四十歲。五成以上 (52.1%) 有大學學位，專科畢業與碩士畢業的各佔二成 (20.0% 與 22.9%)，超過六成為科班出身 (66.4%)。主要採訪路線以黨政最多，佔 27.9%，其次為財經線 (15.0%) 社會線 (13.6%)。年資在五年以內的佔五成 (50.0%)，近四成 (39.3%) 年資在七年以上。

回答問卷的有線電視工作同仁中男記者超過七成 (73.4%)，女記者不到三分之一；超過六成的年齡在 26-30 歲之間 (64.1%)，三十歲以上的只佔四分之一

(25.8)，顯示有線電視台記者一般較無線電視台年輕，這也與媒體的發展有關。過半具有大學學位(52.3%)，四分之一為專科畢業(25.8%)，14.1%為高中職畢業，另有1.6%具博士學位，大傳相關科系畢業的近六成(59.4%)。主要採訪路線仍以黨政最多(24.2%)，其次為社會線(18.0%)，再次為財經線(17.2%)。一半以上工作未滿三年(53.9%)，七年以上的佔7.0%。

利用 T 檢定檢測這兩群受訪對象(見表 4-20)，可發現性別($F = 6.271, p < .05$)、年齡($F = 15.699, p < .001$)、教育程度($F = 60896, p < .05$)、是否為大傳相關科系畢業($F = 8.349, p < .01$)、年資($F = 6.609, p < .05$)呈明顯差異，無線電視台女記者的比例高於有線電視台，其記者年齡也高於有線電視台的記者，教育程度也高，更多為大傳相關科系畢業，工作年資較長，這當然與有線電視台成立時間較短有關，大部份記者的年資較淺也較年輕，但因成立時人數需求多，就非一定要聘請大傳相關科系畢業的來做記者。

表 4-20 記者基本資料統計表

		全部記者 (%)	文字記者 (%)	攝影記者 (%)	T 檢定	無線台 (%)	有線台 (%)	T 檢定
性別	男	69.8	32.5	100.0	F=1037.973 P=.000	66.4	73.4	F= 6.271 P=.013
	女	30.2	67.5	0		33.6	26.6	
年齡	21-25	6.0	7.5	4.8	F= 2.147 P=.144	2.1	10.2	F= 15.399 P=.000
	26-30	50.0	50.8	48.6		37.1	64.1	
	31-35	28.7	30.8	27.4		35.0	21.9	
	36-50	15.3	10.8	19.2		25.7	3.9	
教育程度	高中職	9.0	2.5	14.4	F= 10.777 P=.001	4.3	14.1	F= 6.986 P=.009
	專科	22.8	3.3	39.0		20.0	25.8	
	大學	52.2	60.8	45.2		52.1	52.3	
	碩、博士	15.3	32.5	1.4		22.9	7.0	
是否為大傳 相關科系畢業	是	63.1	70.8	56.8	F= 6.939 P=.009	66.4	59.4	F= 8.349 P=.004
	否	35.4	29.2	41.1		33.6	37.5	
工作職稱	文字記者	44.8	100.0	0		49.3	39.8	F= .812 P=.368
	攝影記者	54.5	0	100.0		50.7	58.6	
主要採訪路線	黨政	26.1	25.8	26.7	F= 2.803 P=.095	27.9	24.2	F= .201 P=.654
	財經	16.0	15.8	16.4		15.0	17.2	
	文教	2.6	3.3	2.1		3.6	1.6	
	司法	3.0	4.2	2.1		5.0	0.8	
	體育	0.7	19.2	1.4		0.7	0.8	

	社會	15.7	3.3	13.0		13.6	18.0	
	交通	3.4	4.2	3.4		2.9	3.9	
	醫藥	3.7	1.7	3.4		3.6	3.9	
	影劇	1.5	5.8	1.4		2.1	0.8	
	生活	6.7	1.7	7.5		9.3	3.9	
	SNG 小組	6.7	1.7	11.0		3.6	10.2	
	科技	0.7	1.7	0		0	1.6	
	國防	0.7	1.7	0		0.7	0.8	
	專題	1.5	1.7	1.4		1.4	1.6	
	都有跑	2.6	0.8	4.1		2.1	3.1	
年資	三年以內	38.8	37.5	40.4	F= .480 P=.489	25.0	53.9	F= 6.609 P= .011
	三 - 七年	33.9	36.7	32.5		33.6	34.4	
	七年以上	23.9	24.2	24.0		39.3	7.0	

二、記者對談話節目之評價

在回答問卷的四百八十四位記者中，針對談話節目的諸多描述中，最同意的陳述為「談話節目提供候選人作秀的機會」，同意及很同意的佔 83.6%；其次是「談話節目可幫助選民認識候選人或政治人物」；再次為「談話節目各述己見，並無交集」。但有趣的是記者有四成三不同意或很不同意「談話節目可避免新聞的偏頗」。(見表 4-21)

對主持人的評價方面(見表 4-22)，記者最同意的項目為「節目主持人會預設立場」($X^2 = 3.65$)，其次是「節目主持人事前準備不足」($X^2 = 3.58$)，最不同意「節目主持人公平對待每位參與者」($X^2 = 2.85$)，以及「節目主持人稱職，時間控制得宜」($X^2 = 3.06$)。

對製作單位的評價(表 4-23)，電視記者最同意的有「製作單位挑選來賓儘量多元、平衡」以及「製作單位聯絡態度誠懇」，最不同意的有「製作單位製作認真、口碑良好」。至於「製作單位挑選題目認真、具討論價值」則同意與不同意的回答者相若。

至於談話節目邀請的來賓方面(表 4-24)，回答的記者有四成六最不同意及

不同意「參與討論來賓素質整齊」，另四成五很不同意及不同意「參與討論均能準備充足」，也有三成七很不同意及不同意「參與討論來賓具代表性」。最同意的兩個陳述是「參與來賓純粹來作秀」($X = 3.45, \delta=1.06$)，及「參與討論來賓現場風度不足，民主素養不佳」($X = 3.31, \delta=1.22$)。

對民眾叩應的看法方面(表 4-25)，最同意的是「選舉期間，太多叩應部隊打叩應」($X = 4.37, \delta=0.8$)，其次是「民眾替某些政黨辯護」($X = 3.81, \delta=0.8$)，及「民眾替其喜歡的候選人助選」($X = 4.15, \delta=0.84$)。

民眾叩應與新聞記者提問題相較(表 4-26)，回答的記者最同意「民眾叩應的表達技巧不足」($X = 3.81, \delta=0.97$)，其次同意的是「民眾叩應的問題簡單，不夠深入」($X = 3.37, \delta=1.06$)。不同意及很不同意「與新聞記者相比，民眾叩應的態度較佳」($X = 3.28, \delta=1.01$)。

本研究假設我國無線電視台記者與有線電視台記者對談話節目的評價並無明顯差異。結果發現(表 4-27)只有「談話節目可避免記者主觀陳述」($F=8.35, p<.01$)這個陳述上，無線電視台記者與有線電視台記者的看法明顯差異，有線電視台的記者明顯較多同意「談話節目可避免記者的主觀陳述」，但無線電視台的記者較有線電視記者多一些不同意這樣的說法。但在其他三十三個有關談話節目的陳述中，兩群電視記者均無明顯的差異。

本研究同時也假設文字記者與攝影記者就談話節目的評價無明顯差異。結果發現兩組在「談話節目幫助選民認識候選人或政治人物」這陳述上呈明顯差異($F=7.325, p<.01$)，攝影記者明顯較文字記者不同意這說法。兩組記者對節目主持人的評價無明顯差異，但對製作單位的看法上，對「製作單位挑選題目認真，具討論價值」($F=4.019, p<.05$)具統計上的差異，文字記者較攝影記者多不同意這樣的說法。同時攝影記者較多同意「來賓現場風度不足，民主素養不佳」($F=7.233, p<.01$)。

但對民眾叩應這部分，文字記者及攝影記者的看法較多不同，這兩組在「民眾叩應發洩個人情緒」($F=5.375, p<.05$)，「叩應提供民眾表達個人意見機會」

($F=14.665$, $p<.001$) , 以及「民眾替喜歡的候選人助選」($F=4.548$, $p<.05$) 呈明顯差異。

兩組在民眾叩應與記者提問相較,「民眾態度較佳」這陳述上也呈明顯差異($F=6.066$, $p<.05$)。

表 4-21 記者對談話節目評估之意見

		很不同意 %	不同意 %	普通 %	同意 %	很同意 %	無意見 %	平均數	T 檢定
提供資訊	全部記者	4.5	49.6	25.7	15.3	3.7	0.4	2.70	
	文字記者	5.0	62.5	17.5	10.0	4.2	0	2.51	$F = .154$
	攝影記者	4.1	39.0	32.2	19.9	3.4	0.7	2.86	$P = .696$
	無線電視台	6.4	50.0	25.0	13.6	3.6	0	2.66	$F = .766$
	有線電視台	2.3	49.2	26.6	17.2	3.9	0.8	2.73	$P = .382$
避免新聞偏頗	全部記者	7.1	35.8	23.1	29.9	3.1	0.4	2.90	
	文字記者	8.3	32.5	24.2	30.0	5.0	0	2.91	$F = .031$
	攝影記者	6.2	39.0	21.9	29.5	2.1	0.7	2.88	$P = .861$
	無線電視台	7.9	40.0	20.0	25.7	5.7	0	2.86	$F = 3.428$
	有線電視台	6.3	31.3	26.6	34.4	0.8	0.8	2.95	$P = .065$
缺乏新聞解釋功能	全部記者	4.1	43.3	25.0	20.9	4.9	0.7	2.88	
	文字記者	5.0	51.7	21.7	17.5	3.3	0	2.68	$F = .550$
	攝影記者	3.4	36.3	27.4	24.0	6.2	1.4	3.05	$P = .459$
	無線電視台	5.7	46.4	22.9	17.1	5.0	0.7	2.84	$F = 3.070$
	有線電視台	2.3	39.8	27.3	25.0	4.7	0.8	2.92	$P = .081$
幫助選民認識候選人或政治人物	全部記者	4.1	13.1	24.6	43.7	13.4	0.7	3.54	
	文字記者	2.5	10.8	25.0	50.0	11.7	0	3.58	$F = 7.325$
	攝影記者	5.5	15.1	24.0	38.4	15.1	1.4	3.51	$P = .007$
	無線電視台	5.7	11.4	22.9	44.3	15.0	0	3.56	$F = .594$
	有線電視台	2.3	14.8	26.6	43.0	11.7	1.6	3.52	$P = .442$
無法暢所欲言	全部記者	2.2	22.0	35.8	28.7	9.7	0.7	3.28	
	文字記者	1.7	20.0	36.7	30.8	10.8	0	3.29	$F = 1.937$
	攝影記者	2.7	23.3	34.9	27.4	8.9	1.4	3.29	$P = .165$
	無線電視台	2.9	25.0	30.0	34.3	6.4	0.7	3.23	$F = .019$
	有線電視台	1.6	18.8	42.2	22.7	13.3	0.8	3.34	$P = .891$
避免記者主觀陳述	全部記者	3.0	23.1	18.3	46.6	7.8	0.7	3.38	
	文字記者	1.7	24.2	17.5	48.3	7.5	0.8	3.38	$F = .696$
	攝影記者	4.1	21.9	19.2	45.2	8.2	0.7	3.38	$P = .405$
	無線電視台	4.3	28.6	15.7	42.1	7.9	0.7	3.27	$F = 8.348$
	有線電視台	1.6	17.2	21.2	51.6	7.8	0.8	3.49	$P = .004$
各述己見無交集	全部記者	0.7	20.5	23.9	38.4	14.2	1.1	3.55	
	文字記者	0	23.3	26.7	39.2	10.8	0	3.38	$F = 2.471$
	攝影記者	1.4	17.8	21.2	38.4	17.1	2.1	3.71	$P = .117$
	無線電視台	1.4	17.1	22.1	44.3	12.1	0.7	3.64	$F = .050$
	有線電視台	0	24.2	25.8	32.0	16.4	1.6	3.45	$P = .823$

提供候選人作秀機會	全部記者	1.1	3.0	9.0	44.8	38.8	1.1	4.34	
	文字記者	0	1.7	7.5	45.0	42.5	0	4.48	F = .043
	攝影記者	2.1	4.1	9.6	44.5	36.3	2.1	4.23	P = .837
	無線電視台	0.7	2.9	7.9	45.7	39.3	0.7	4.39	F = .015
	有線電視台	1.6	3.1	10.2	43.8	38.3	1.6	4.28	P = .902

4-22 記者對談話節目主持人之評價

		很不同意 %	不同意 %	普通 %	同意 %	很同意 %	無意見 %	平均數	T 檢定
稱職，時間控制得宜	全部記者	3.4	22.4	48.9	22.4	1.1	0.4	3.06	
	文字記者	2.5	24.2	50.8	22.5	0	0	2.93	F = .421
	攝影記者	4.1	21.2	47.9	21.2	2.1	0.7	3.14	P = .517
	無線電視台	4.3	20.7	50.0	21.4	1.4	0.7	3.06	F = .036
	有線電視台	2.3	24.2	47.7	23.4	0.8	0	3.05	P = .851
事前準備不足	全部記者	0.7	13.8	35.4	36.2	10.1	1.9	3.58	
	文字記者	0.8	11.7	36.7	38.3	10.8	0.8	3.54	F = 1.182
	攝影記者	0.7	15.8	33.6	34.9	9.6	2.7	3.62	P = .278
	無線電視台	0.7	15.0	25.7	42.9	12.1	1.4	3.68	F = 1.031
	有線電視台	0.8	12.5	46.1	28.9	7.8	2.3	3.47	P = .311
公平對待每位參與者	全部記者	2.6	35.4	42.5	17.2	0.7	0.7	2.85	
	文字記者	2.5	49.2	36.7	10.8	0	0	2.62	F = .544
	攝影記者	2.7	24.0	47.9	21.9	1.4	1.4	3.03	P = .461
	無線電視台	2.1	38.6	38.6	18.6	0.7	0.7	2.84	F = .786
	有線電視台	3.1	32.0	46.9	15.6	0.8	0.8	2.86	P = .376
態度合宜	全部記者	1.5	19.0	53.4	22.4	2.2	0.7	3.12	
	文字記者	0.8	26.7	53.3	15.0	2.5	0.8	2.99	F = .287
	攝影記者	2.1	13.0	54.1	27.4	2.1	0.7	3.21	P = .593
	無線電視台	2.1	15.0	55.7	24.3	1.4	0.7	3.14	F = .148
	有線電視台	0.8	23.4	50.8	20.3	3.1	0.8	3.09	P = .700
預設立場	全部記者	0.7	9.0	34.0	43.7	10.1	1.5	3.65	
	文字記者	0.8	8.3	30.8	49.2	9.2	0	3.68	F = 2.220
	攝影記者	0.7	9.6	35.6	39.7	11.0	2.7	3.63	P = .137
	無線電視台	1.4	7.1	32.1	45.0	11.4	1.4	3.71	F = .002
	有線電視台	0	10.9	35.9	42.2	8.6	1.6	3.58	P = .964
具控制全場能力	全部記者	2.2	14.6	50.0	29.9	1.1	0.7	3.24	
	文字記者	1.7	16.7	50.8	28.3	0	0	3.23	F = 2.940
	攝影記者	2.7	13.0	49.3	30.8	2.1	1.4	3.25	P = .088
	無線電視台	2.1	12.9	53.9	28.6	0.7	0.7	3.24	F = 1.460
	有線電視台	2.3	16.4	46.1	31.3	1.6	0.8	3.25	P = .228

表 4-23 記者對節目製作單位之評價

		很不同意	不同意	普通	同意	很同意	無意見	平均數	T 檢定
--	--	------	-----	----	----	-----	-----	-----	------

		%	%	%	%	%	%		
製作認真，口碑良好	全部記者	1.9	30.6	51.5	12.7	1.5	1.1	2.89	
	文字記者	0.8	32.5	51.7	12.5	0.8	1.7	2.85	F = .093
	攝影記者	2.7	29.5	50.7	13.0	2.1	0.7	2.92	P = .761
	無線電視台	0.7	35.0	50.0	10.7	1.4	1.4	2.86	F = .110
	有線電視台	3.1	25.8	53.1	14.8	1.6	0.8	2.93	P = .741
聯絡態度誠懇	全部記者	1.5	16.8	40.3	31.0	1.9	7.8	3.43	
	文字記者	0.8	21.7	38.3	31.7	0.8	6.7	3.30	F = .281
	攝影記者	2.1	13.0	41.8	30.1	2.7	8.9	3.53	P = .596
	無線電視台	0	18.6	40.0	28.6	2.1	10.0	3.49	F = 1.332
	有線電視台	3.1	14.8	40.6	33.6	1.6	5.5	3.37	P = .251
挑選題目認真，具討論價值	全部記者	4.1	25.4	40.3	26.1	1.9	1.9	3.04	
	文字記者	5.0	30.8	33.3	26.7	0.8	3.3	2.98	F = 4.019
	攝影記者	3.4	20.5	45.9	26.0	2.7	0.7	3.10	P = .046
	無線電視台	2.9	28.6	41.4	21.4	2.1	2.9	3.04	F = .046
	有線電視台	5.5	21.9	39.1	31.3	1.6	0.8	3.04	P = .830
挑選來賓儘量多元、平衡	全部記者	4.5	17.5	32.5	39.9	3.4	1.5	3.29	
	文字記者	7.5	18.3	32.5	39.2	0.8	1.7	3.13	F = .105
	攝影記者	2.1	17.1	32.9	39.7	5.5	1.4	3.42	P = .746
	無線電視台	3.6	17.9	31.4	40.0	4.3	2.1	3.34	F = .403
	有線電視台	5.5	17.2	33.6	39.8	2.3	0.8	3.23	P = .526

表 4-24 記者對節目來賓之評價

		很不同意 %	不同意 %	普通 %	同意 %	很同意 %	無意見 %	平均數	T 檢定
素質整齊	全部記者	5.2	40.7	34.7	16.8	1.5	0.7	2.73	
	文字記者	3.3	42.5	36.7	15.8	0.8	0.8	2.71	F = 2.242
	攝影記者	6.8	39.0	32.9	17.8	2.1	0.7	2.75	P = .136
	無線電視台	5.0	37.1	36.4	17.9	2.1	0.7	2.81	F = .235
	有線電視台	5.5	44.5	32.8	15.6	0.8	0.8	2.64	P = .629
均能準備充足	全部記者	5.2	39.2	34.3	18.7	1.9	0.4	2.76	
	文字記者	5.0	45.8	29.2	19.2	0.8	0	2.65	F = .098
	攝影記者	5.5	34.2	37.7	18.5	2.7	0.7	2.85	P = .755
	無線電視台	2.9	37.9	32.9	22.1	3.6	0	2.90	F = .348
	有線電視台	7.8	40.6	35.9	14.8	0.8	0	2.61	P = .556
純粹來作秀	全部記者	0	16.0	41.0	29.1	11.6	1.5	3.45	
	文字記者	0	18.3	44.2	28.3	7.5	0.8	3.33	F = 1.558
	攝影記者	0	14.4	38.4	29.5	15.1	2.1	3.55	P = .213
	無線電視台	0	19.3	40.7	27.1	10.0	1.4	3.41	F = 1.163
	有線電視台	0	12.5	41.4	31.3	13.3	1.6	3.50	P = .282
現場風度不足，民主素養不佳	全部記者	0	18.3	53.0	19.8	4.1	2.6	3.31	
	文字記者	0	20.8	55.0	19.2	1.7	2.5	3.14	F = 7.233
	攝影記者	0	16.4	51.4	19.9	6.2	2.7	3.45	P = .008
	無線電視台	0	23.6	52.1	13.6	4.3	3.6	3.26	F = 1.650
	有線電視台	0	12.5	53.9	26.6	3.9	1.6	3.36	P = .200
具代表性	全部記者	3.7	33.2	41.0	19.0	1.1	1.5	2.87	

	文字記者	1.7	30.0	43.3	21.7	0.8	2.5	2.98	F = 1.621
	攝影記者	5.5	35.6	39.7	16.4	1.4	0.7	2.79	P = .204
	無線電視台	2.1	38.6	40.0	15.7	1.4	1.4	2.84	F = .092
	有線電視台	5.5	27.3	42.2	22.7	0.8	1.6	2.91	P = .762
討論誠意不足	全部記者	0.4	26.1	52.2	14.6	3.0	2.6	3.08	
	文字記者	0	30.8	49.2	13.3	2.5	3.3	3.03	F = .053
	攝影記者	0.7	22.6	54.1	15.8	3.4	2.1	3.13	P = .819
	無線電視台	0.7	27.9	49.3	15.0	2.1	2.9	3.11	F = 3.873
	有線電視台	0	24.2	55.5	14.1	3.9	2.3	3.05	P = .050

表 4-25 記者對民眾叩應的看法

		很不同意 %	不同意 %	普通 %	同意 %	很同意 %	無意見 %	平均數	T 檢定
民眾發洩個人情緒	全部記者	0.4	4.1	11.9	57.1	26.1	0	4.07	
	文字記者	0	3.3	12.5	63.3	20.8	0	4.02	F = 5.375
	攝影記者	0.7	4.8	11.6	51.4	30.8	0	4.11	P = .021
	無線電視台	0	2.9	12.1	58.6	25.7	0	4.11	F = .426
	有線電視台	0.8	5.5	11.7	55.5	26.6	0	4.02	P = .514
提供民眾表達個人意見機會	全部記者	1.9	7.1	13.8	61.9	14.9	0	3.83	
	文字記者	0.8	5.8	8.3	71.7	13.3	0	3.91	F=14.665
	攝影記者	2.7	8.2	17.8	54.1	16.4	0	3.77	P = .000
	無線電視台	2.1	5.7	14.3	63.6	13.6	0	3.85	F = .482
	有線電視台	1.6	8.6	13.3	60.2	16.4	0	3.81	P = .488
叩應偏離主題	全部記者	1.1	9.7	43.7	34.3	9.7	1.1	3.47	
	文字記者	0.8	9.2	45.8	34.2	8.3	1.7	3.45	F = .209
	攝影記者	1.4	9.6	41.8	34.9	11.0	0.7	3.51	P = .648
	無線電視台	1.4	8.6	41.4	37.9	7.9	2.1	3.53	F = .019
	有線電視台	0.8	10.9	46.1	30.5	11.7	0	3.41	P = .889
民眾替某些政黨辯護	全部記者	0	1.5	11.6	56.0	29.9	0.4	4.20	
	文字記者	0	1.7	10.0	58.3	29.2	0.8	4.18	F = .030
	攝影記者	0	0.7	13.0	54.1	30.8	1.4	4.23	P = .864
	無線電視台	0	0.7	10.7	54.3	32.9	0	4.28	F = .190
	有線電視台	0	2.3	12.5	57.8	26.6	0.8	4.11	P = .664
民眾替喜歡的候選人助選	全部記者	0.4	3.4	12.3	51.1	32.1	0.4	4.15	
	文字記者	0	2.5	8.3	60.0	28.3	0.8	4.17	F = 4.548
	攝影記者	0.7	3.4	15.8	43.8	35.6	0	4.14	P = .034
	無線電視台	0	2.1	9.3	53.6	34.3	0	4.24	F = .713
	有線電視台	0.8	4.7	15.6	48.4	29.7	0.8	4.04	P = .399
選舉期間，太多叩應部隊打叩應	全部記者	0.4	1.1	9.0	43.7	43.3	2.2	4.37	
	文字記者	0	0	9.2	48.3	40.8	1.7	4.35	F = 2.832
	攝影記者	0.7	2.1	8.2	39.7	45.9	2.7	4.40	P = .094
	無線電視台	0.7	0.7	4.3	45.7	44.3	3.6	4.47	F = .465
	有線電視台	0	1.6	14.1	41.4	42.2	0.8	4.27	P = .496

表 4-26 記者對民眾叩應與記者提問的問題之看法

		很不同意 %	不同意 %	普通 %	同意 %	很同意 %	無意見 %	平均數	T 檢定
問題簡單，不夠深入	全部記者	1.5	21.3	26.9	43.3	5.6	0.7	3.37	
	文字記者	0.8	21.7	25.0	45.8	5.0	1.7	3.38	F = .074
	攝影記者	2.1	21.2	28.8	41.1	6.2	0	3.32	P = .785
	無線電視台	0	17.1	30.0	44.3	7.1	0.7	3.48	F = 1.959
	有線電視台	3.1	25.8	23.4	42.2	3.9	0.8	3.25	P = .163
態度較佳	全部記者	3.7	55.6	31.7	7.1	0.4	0.7	2.51	
	文字記者	0.8	68.3	24.2	5.0	0.8	0.8	2.39	F = 6.066
	攝影記者	6.2	45.9	37.0	8.9	0	0.7	2.61	P = .014
	無線電視台	2.1	56.4	31.4	7.9	0	0.7	2.58	F = .906
	有線電視台	5.5	54.7	32.0	6.3	0.8	0.8	2.45	P = .342
問題實際，反映民眾需求	全部記者	3.0	19.0	34.0	36.9	6.3	0.4	3.28	
	文字記者	1.7	20.0	32.5	40.8	4.2	0.8	3.28	F = .888
	攝影記者	4.1	17.8	35.6	33.6	8.2	0	3.28	P = .347
	無線電視台	2.9	17.1	37.9	35.0	6.4	0	3.29	F = .256
	有線電視台	3.1	21.1	29.7	39.1	6.3	0.8	3.27	P = .613
表達技巧不足	全部記者	0.4	6.0	26.5	51.9	13.8	0.4	3.81	
	文字記者	0	9.2	22.5	55.8	11.7	0	3.75	F = .020
	攝影記者	0.7	3.4	29.5	48.6	15.8	0.7	3.86	P = .888
	無線電視台	0	5.7	25.7	52.1	13.6	0.7	3.89	F = .058
	有線電視台	0.8	6.3	27.3	51.6	14.1	0	3.72	P = .810

本研究進一步想瞭解新聞記者對談話節目主持人評價、對製作單位的評價、對民眾叩應看法與其人口變項（性別、工作職稱、電視台類別、教育程度、是否是大傳相關科系畢業、年資）的關係為何？

結果發現電視台記者對主持人綜合評價的高低與其性別（ $X^2=17.4, P<.001$ ，表 4-27）、教育程度（ $X^2=12.018, P<.001$ ，表 4-28）、工作職稱（ $X^2=15.819, P<.001$ ，表 4-29）、電視台類別（ $X^2=5.022, P<.05$ ，表 4-30）呈明顯差別，與年齡、是否為大傳相關科系畢業、工作年資的長短則無明顯的差別。結果顯示男記者較女記者對談話節目主持人的評價高，攝影記者較文字記者對談話節目主持人評價高，教育程度愈高的記者對談話節目主持人評價愈低，反之則評價高，有線電視台的記者較無線電視台的記者給談話節目主持人較高的評價，所以綜合地說，男性有線電視台的攝影記者、教育程度不高者，給節目主持人的評價高，而女性、無線電視台文字記者、教育程度高者，給節目主持人評價低。

表4-27 記者對主持人綜合評價之高低與性別交叉表

交叉表

			性別		總和
			男	女	
主持人綜合評價	評分低	個數	83	59	142
		性別內的 %	45.9%	73.8%	54.4%
	評分高	個數	98	21	119
		性別內的 %	54.1%	26.3%	45.6%
總和	個數	181	80	261	
	性別內的 %	100.0%	100.0%	100.0%	

$X^2=17.401, p<.001$

表4-28 記者對主持人綜合評價之高低與記者教育程度交叉表

交叉表

			教育程度			總和
			高中職及專科	大學	碩、博士	
主持人綜合評價	評分低	個數	32	83	26	141
		教育程度內的 %	39.0%	60.1%	66.7%	54.4%
	評分高	個數	50	55	13	118
		教育程度內的 %	61.0%	39.9%	33.3%	45.6%
總和	個數	82	138	39	259	
	教育程度內的 %	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

$X^2=12.097, p<.001$

表4-29 記者對主持人綜合評價之高低與工作職稱交叉表

交叉表

			工作職稱		總和
			文字記者	攝影記者	
主持人綜合評價	評分低	個數	80	62	142
		工作職稱內的 %	68.4%	43.7%	54.8%
	評分高	個數	37	80	117
		工作職稱內的 %	31.6%	56.3%	45.2%
總和	個數	117	142	259	
	工作職稱內的 %	100.0%	100.0%	100.0%	

$X^2=15.819 P<.001$

表4-30 記者對主持人綜合評價之高低與電視台類別交叉表

交叉表

			電視台類別		總和
			無線台	有線台	
主持人綜合評價	評分低	個數	83	59	142
		電視台類別內的 %	61.0%	47.2%	54.4%
	評分高	個數	53	66	119
		電視台類別內的 %	39.0%	52.8%	45.6%
總和		個數	136	125	261
		電視台類別內的 %	100.0%	100.0%	100.0%

$$X^2=5.022, P<.001$$

對製作單位評價的高低，只與記者教育程度呈現明顯的差異，與記者的性別、年齡、工作職稱、電視台類別、是否為大傳相關科系畢業、工作年資無明顯差異。教育程度愈高的記者較教育程度稍差的，對製作單位的評價低，反之則高。

表4-31 記者對製作單位綜合評價之高低與記者教育程度
交叉分析表

交叉表

			教育程度			總和
			高中職及專科	大學	碩、博士	
製作單位綜合評價	評分低	個數	35	67	29	131
		教育程度內的 %	42.2%	48.6%	70.7%	50.0%
	評分高	個數	48	71	12	131
		教育程度內的 %	57.8%	51.4%	29.3%	50.0%
總和		個數	83	138	41	262
		教育程度內的 %	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

$$X^2=9.021, P<.001$$

電視台的記者對談話節目民眾叩應看法的評價與其年齡、性別、教育程度、工作職稱、電視台類別、是否為大傳科系畢業、年資長短無明顯差異。

第五節 立委與記者對談話節目評價之比較

本研究假設立法委員與新聞記者就談話節目的看法並不同，結果在「談話節目可避免新聞偏頗」($F=6.93, p<.01$)、「幫助選民認識候選人或政治人物」

($F=5.66, P<.05$) 及「談話節目可避免新聞記者主觀陳述」($F=4.36, p<.05$) 電視台記者與立法委員的看法明顯不同(見表4-32)。立委中有超過六成同意及很同意談話節目可避免新聞偏頗,但相較之下,記者中只有不到三分之一持這樣的看法。超過七成的立委同意及很同意談話節目可幫助選民認識候選人或政治人物,而記者同意及很同意為回答中的五成七。二成六的記者很不同意及不同意「談話節目可避免新聞記者主觀陳述」,但只有一成二的立委持這樣的看法。

電視記者與立法委員就談話節目主持人的評價(表4-33)對談話節目邀請的來賓的看法無明顯差別(見表4-35)假設8-2及8-4不成立。但兩組受訪者就製作單位「聯絡誠懇態度」呈統計上的差異($F=5.424, p<.05$;表4-34),約三分之二的立委同意及很同意製作單位聯絡邀請態度誠懇,但只有三分之一的記者持這樣的看法,其他題項則無明顯差異。

電視台記者與立法委員就叩應節目「偏離主題」、「民眾替某些政黨辯護」、「民眾替喜歡的候選人助選」以及「選舉期間,太多叩應部隊」的意見明顯無明顯差距,但在「民眾發洩個人情緒」($F=7.863, p<.001$)「叩應提供民眾表達個人意見機會」($F=6.242, p<.05$)有明顯差異(表4-36)超過四分之一回答問卷的電視台記者很同意「叩應提供民眾發洩個人情緒」,但只有百分之八點三的立委同意這項陳述。立委也明顯較電視台記者同意或很同意「叩應提供民眾表達個人意見機會」。然而,立法委員及電視台記者就叩應問題與記者提問的差別上,並無明顯差別(4-37),也就是說,立委與記者都同意民眾叩應問題簡單、不夠深入、並且表達技巧不足、問的問題實際、反應民眾需求,但不同意民眾叩應的態度較新聞記者為佳;假設8-6不成立。

表 4-32 立委與記者就談話節目一般評價之比較

		很不同意 (%)	不同意 (disagree) (%)	普通 (not sure) (%)	同意 (agree) (%)	很同意 (strongly agree) (%)	無意見 (don't know) (%)	平均數 X	T 檢定 T-test

提供資訊(provide information)	電視台記者	4.5	49.6	25.7	15.3	3.7	0.4	2.70	F= .700
	立法委員	6.0	56.0	23.8	9.5	1.2	0	2.65	P= .403
避免新聞偏頗(avoid news bias)	電視台記者	7.1	35.8	23.1	29.9	3.1	0.4	2.90	F= 6.931
	立法委員	1.2	10.7	25.0	58.3	3.6	0	3.60	P= .009
缺乏新聞解釋功能(lack of journalistic in-depth explanation)	電視台記者	4.1	43.3	25.0	20.9	4.9	0.7	2.88	F= 1.926
	立法委員	2.4	40.5	25.0	21.4	7.1	0	3.12	P= .166
幫助選民認識候選人或政治人物(help voters acquainted with candidates)	電視台記者	4.1	13.1	24.6	43.7	13.4	0.7	3.54	F= 5.660
	立法委員	0	9.5	16.7	52.4	19.0	1.2	3.92	P= .018
無法暢所欲言(couldn't express freely)	電視台記者	2.2	22.0	35.8	28.7	9.7	0.7	3.28	F= 1.826
	立法委員	0	9.5	28.6	45.2	15.5	0	3.74	P= .178
避免新聞記者主觀陳述(avoid reporters subjective reporting)	電視台記者	3.0	23.1	18.3	46.6	7.8	0.7	3.38	F= 4.362
	立法委員	0	11.9	26.2	48.8	11.9	0	3.68	P= .037
各述己見無交集(provide stage for each participants without dialogue)	電視台記者	0.7	20.5	23.9	38.4	14.2	1.1	3.55	F= 1.046
	立法委員	0	13.1	32.1	39.3	11.9	2.4	3.64	P= .307
提供候選人作秀機會(provide stage for candidates to show up)	電視台記者	1.1	3.0	9.0	44.8	38.8	1.1	4.34	F= .005
	立法委員	2.4	10.7	15.5	52.4	17.9	0	3.80	P= .945

表 4-33 立委與記者對談話節目主持人評價之比較

		很不同意 (strongly disagree) (%)	不同意 (disagree) (%)	普通(not sure) (%)	同意 (agree) (%)	很同意 (strongly agree) (%)	無意見 (don't know) (%)	平均數 X	T 檢定 T-test
稱職、時間控制得宜 (qualified)	電視台記者	3.4	22.4	48.9	22.4	1.1	0.4	3.06	F= .592
	立法委員	2.4	6.0	50.0	35.7	2.4	1.2	3.48	P= .442
事前準備不足(lack of preparation)	電視台記者	0.7	13.8	35.4	36.2	10.1	1.9	3.58	F= 2.355
	立法委員	0	16.7	47.6	26.2	4.8	2.4	3.40	P= .126
公平對待每位參與者 (treat participants fairly)	電視台記者	2.6	35.4	42.5	17.2	0.7	0.7	2.85	F= .004
	立法委員	1.2	25.0	41.7	27.4	0	2.4	3.21	P= .952

態度合宜(appropriate attitude)	電視台記者	1.5	19.0	53.4	22.4	2.2	0.7	3.12	F= 3.175
	立法委員	1.2	8.3	47.6	35.7	1.2	3.6	3.52	P= .076
預設立場(predisposition)	電視台記者	0.7	9.0	34.0	43.7	10.1	1.5	3.65	F= .001
	立法委員	0	11.9	33.3	44.0	6.0	2.4	3.65	P= .972
具控制全場能力(control the show)	電視台記者	2.2	14.6	50.0	29.9	1.1	0.7	3.24	F= .510
	立法委員	1.2	6.0	57.1	28.6	3.6	0	3.49	P= .476

表 4-34 立委與記者就談話節目製作單位評價之比較

		很不同意 (%)	不同意 (%)	普通 (%)	同意 (%)	很同意 (%)	無意見 (%)	平均數	T 檢定
製作認真，口碑良好	電視台記者	1.9	30.6	51.5	12.7	1.5	1.1	2.89	F= 2.358
	立法委員	2.4	10.7	47.6	33.3	1.2	3.6	3.38	P= .126
聯絡態度誠懇	電視台記者	1.5	16.8	40.3	31.0	1.9	7.8	3.43	F= 5.434
	立法委員	3.6	4.8	21.4	60.7	4.8	3.6	3.76	P= .020
挑選題目認真，具討論價值	電視台記者	4.1	25.4	40.3	26.1	1.9	1.9	3.04	F= .036
	立法委員	2.4	16.7	41.7	35.7	1.2	1.2	3.27	P= .851
挑選來賓儘量多元、平衡	電視台記者	4.5	17.5	32.5	39.9	3.4	1.5	3.29	F= .603
	立法委員	2.4	10.7	36.9	40.5	7.1	1.2	3.50	P= .438

表 4-35 立委與記者就節目來賓評價之比較

		很不同意 (strongly disagree) (%)	不同意 (disagree) (%)	普通(not sure) (%)	同意 (agree) (%)	很同意 (strongly agree) (%)	無意見 (don't know) (%)	平均數 X	T 檢定 T-test
素質整齊(quality)	電視台記者	5.2	40.7	34.7	16.8	1.5	0.7	2.73	F= .458
	立法委員	2.4	28.6	41.7	23.8	0	0	3.12	P= .499
均能準備充足(prepared well)	電視台記者	5.2	39.2	34.3	18.7	1.9	0.4	2.76	F= .001
	立法委員	7.1	26.2	45.2	17.9	0	1.2	2.95	P= .977
純粹來作秀(showmanship)	電視台記者	0	16.0	41.0	29.1	11.6	1.5	3.45	F= .205
	立法委員	1.2	34.5	38.1	17.9	3.6	2.4	3.10	P= .651
現場風度不足，民主素養(couldn't control emotions)不佳	電視台記者	0	18.3	53.0	19.8	4.1	2.6	3.31	F= .004
	立法委員	2.4	38.1	44.0	8.3	1.2	3.6	2.93	P= .948
具代表性(representation)	電視台記者	3.7	33.2	41.0	19.0	1.1	1.5	2.87	F= .491

	立法委員	2.4	22.6	46.4	23.8	1.2	1.2	3.17	P= .484
討論誠意不足(lack of sincerity)	電視台記者	0.4	26.1	52.2	14.6	3.0	2.6	3.08	F= 1.722
	立法委員	0	42.9	44.0	7.1	0	1.2	2.96	P= .190

表 4-36 立委與記者對民眾叩應評價之比較

		很不同意 (strongly disagree) (%)	不同意 (disagree) (%)	普通(not sure) (%)	同意 (agree) (%)	很同意 (strongly agree) (%)	無意見 (don't know) (%)	平均數 X	T 檢定 T-test
民眾發洩個人情緒 (express personal feelings)	電視台記者	0.4	4.1	11.9	57.1	26.1	0	4.07	F= 7.863
	立法委員	1.2	9.5	26.2	53.6	8.3	1.2	3.62	P= .005
提供民眾表達個人意見 機會(opportunity for express individual opinion)	電視台記者	1.9	7.1	13.8	61.9	14.9	0	3.83	F= 6.242
	立法委員	1.2	2.4	11.9	65.5	19.0	0	3.99	P= .013
叩應偏離主題(distant from major focus)	電視台記者	1.1	9.7	43.7	34.3	9.7	1.1	3.47	F= 3.340
	立法委員	0	6.0	53.6	33.3	6.0	1.2	3.43	P= .068
民眾替某些政黨辯護 (defend certain political party)	電視台記者	0	1.5	11.6	56.0	29.9	0.4	4.20	F= .373
	立法委員	0	4.8	17.9	64.3	13.1	0	3.86	P= .542
民眾替喜歡的候選人 助選(support certain candidates)	電視台記者	0.4	3.4	12.3	51.1	32.1	0.4	4.15	F= .075
	立法委員	0	6.0	22.6	53.6	16.7	0	3.88	P= .784
選舉期間，太多叩應 部隊(too many call-in army)	電視台記者	0.4	1.1	9.0	43.7	43.3	2.2	4.37	F= .170
	立法委員	0	3.6	21.4	42.9	27.4	1.2	4.19	P= .680

表 4-37 立委與記者對民眾叩應與記者提問差異之比較

		很不同意 (strongly disagree) (%)	不同意 (disagree) (%)	普通(not sure) (%)	同意 (agree) (%)	很同意 (strongly agree) (%)	無意見 (don't know) (%)	平均數 X	T 檢定 T-test
問題簡單，不夠深入 (simple questions)	電視台記者	1.5	21.3	26.9	43.3	5.6	0.7	3.37	F= .309
	立法委員	1.2	15.5	26.2	50.0	4.8	1.2	3.52	P= .578
態度較佳(better attitude)	電視台記者	3.7	55.6	31.7	7.1	0.4	0.7	2.51	F= .921
	立法委員	2.4	40.5	42.9	8.3	0	4.8	2.85	P= .338
問題實際，反映民眾需求 (practical question)	電視台記者	3.0	19.0	34.0	36.9	6.3	0.4	3.28	F= .038
	立法委員	3.6	10.7	31.0	45.2	7.1	2.4	3.49	P= .846

表達技巧不足(lack of communication skills)	電視台記者	0.4	6.0	26.5	51.9	13.8	0.4	3.81	F= .019
	立法委員	2.4	8.3	21.4	58.3	9.5	0	3.64	P= .890

第五章 結論

第一節 談話節目產製與內容分析摘要

美國九〇年代以後興起談話節目的風潮，獨立候選人斐洛在賴瑞金節目中

宣佈參選，對傳統的大眾傳播媒體造成相當的震撼，俗稱「斐洛現象」。

美國九〇年代以來各種對談話節目的研究都顯示談話性節目是有人看的，其互動性也受到民眾的青睞，因此成為新聞廣告之外，選民認識候選人的重要通路。甚至不看傳統媒介有關候選人報導的選民，反而願意接近所謂「非傳統媒介」的談話節目，除較一般新聞有更多時間來瞭解候選人之外，叩應或現場有來賓的談話節目少去了傳統新聞記者的中介功能，對許多選民來說，反而更能接受。

固然傳統新聞記者對談話節目開始抱持著鄙視、不肖，甚至拒絕承認的態度，但美國現有文獻也發現新聞記者慢慢也接受談話節目，並對其有正面的評價，顯示傳統的新聞與新興的談話節目並存，都可提供選民認識候選人，並提供投票決定的政見參考。

我國談話節目的興起與美國或有不同，一方面源於電視發展的歷史不同，我國在戒嚴時期三台受到嚴格的監控，政令宣導目的大於民主溝通的功能，談話節目不是沒有，但均由廣電基金監製，周日早上播出，效果有限，另一方面我國有線電視發展快速，普及率高，頻道商在眾多節目類型中，極易採取談話節目類型，既便宜又具影響力，同時收視率亦不會差到那裏，因此，三台仍維持原來周日早上的談話節目，民視新聞頻道每晚的「頭家來開講」，從開播以來，就希望利用主持人國、台語並用的方式，來突顯其本土的特色。

談話節目中歷史最悠久、口碑最佳、收視率最好的當屬李濤主持的「2100 全民開講」，由於是市場上的第一品牌，因此邀請來賓時多無障礙，許多候選人甚至主動爭取上「2100 全民開講」，認為對競選有很大的助益。「2100」為增加節目的衝突性，喜歡找三黨代表，加一位學者，從此立下談話節目的基本主軸。但由於學者或對某些進行方式有意見，或對參加此類型節目興趣不高，選舉期間出現一種新的角色，稱之為「社會觀察家」，本研究發現如陳雨鑫（21次）、莊淇銘（21次）、汪笨湖（19次）、丁庭宇（6次），在上談話節目時，頭銜都是社會觀察家。再如陳雨鑫有時出現是以福爾摩沙基金會代表，有時是台北市公關協會理

事長，角色相當多元。根據李濤的說法是許多學者不喜歡用學校的名稱或服務單位的頭銜，就依其喜好來冠以不同的頭銜。

由於每天都要製作談話節目，對製作單位而言，題材的選擇以及來賓的邀請就成為每日例行的工作。為要引起觀眾興趣，能持續吸引觀眾不轉台，並願意叩應進來，產生互動，製作單位當然要考慮「商業性」的本質，即題材具時事性、衝突性。除公共電視「圓桌論談」外，各談話節目的題材幾乎都是當天晚報的主要新聞議題，但本研究分析的 486 個議題中，近七成均與市長選舉有關，不能不說這個比例實在過高。

而這些議題中，光是競選策略就有一百一十二次，加上緋聞、喝花酒、澳門事件、抹黑，顯示本研究分析的兩個月談話節目中，有三分之一均是賽馬式膚淺的選舉議題，其他辯論會、統獨、省籍等等與衝突有關的題材，也顯示製作單位以為這樣的題材方可吸引觀眾，當然在叩應時方可有其高潮，不致於節目平淡、大家一團和氣，不知該對焦於何處。這種過份強調衝突會導致收視率的現象，實為我國談話節目的危機，難以轉型，也難提供真正論域的空間，值得深沈的加以面對。

在監看的分析中，明顯看出主持人的功力。國外文獻中賴瑞金、林包等重量級的主持人，以其特有風格，佔有一席之地，影響力連總統都得敬畏三分。國內目前則無這樣份量的主持人，李濤勉強可屬重量級的主持人，有其一定的主持風格，操控節目的能力也頗受肯定，其自詡是客觀、公正的，由其收視率可知，其節目仍有一定的收視群。是故在邀請來賓時，困難較少。李濤認為「2100」過去被鎖定在都會區，但從電話「叩應」可以看出已遍及鄉村。對於是否造成社會亂源，李濤認為是見仁見智的問題，基本上，該節目是幫助觀眾反映問題與意見的園地，但為了節目的生存，也必須站在商業的立場考量（聯合報；88,1,3）。

魚夫名氣也不小，但其政黨取向及主持節目的風格較受爭議，這種主持風格假以時日，是否會發展成獨特的立基，仍需觀察，同時，要藉由訪談結果來加以驗

證。

美國的研究也驗證一些談話性主持人之所以被挑選，乃因其可以激起爭辯，是個人風格的一種，但這在廣播中較常見，電視的談話節目則少（Rehm, 1996）。

其他節目主持人，如胡婉玲、莊玉珍，則恪守分際，基本上只扮協調者的角色，讓來賓儘量發言，避免冷場，並接觀眾叩應，控制時間，沒有太多的爭議。

以前面文獻的討論，談話節目在美國受到政治人物與觀眾的青睞，有其一定的影響力，在本研究中也發現候選人積極爭取上談話性節目也有不錯的結果，即當選率高。但根據訪談的結果，許多節目主持人認為會上談話節目的候選人本身知名度就已經很高，對候選人來說，免費的曝光機會，既不花錢又可宣揚觀念，展現人格特質，更是何樂不為，至於上談話節目有無負作用，本研究的資料並不能回答，仍需後續研究來加以探討。

過去有人認為新黨的崛起與談話節目的普及有關，如果不是談話節目每回總邀三黨代表齊聚一堂，新黨可能不會在兩黨政治之外，另闢生機，但這回三合一選舉中許多新黨候選人經常上節目，卻仍遭落選的命運，如傅崑成、高惠宇，因此政黨、談話節目與民眾投票行為之間的關係也需更多經驗性資料，以進一步瞭解談話節目在民主政治中扮演的角色。

第二節 立委與記者問卷摘要

本研究第二階段乃針對談話節目在選舉期間提供候選人塑造形象，爭取選票此一現象，問卷訪問新當選的第四屆立法委員，請其評估談話節目及傳統大眾傳播媒體在選舉中扮演的功能。

問卷寄發給一百七十六位新當選的立法委員，經過三次催收，回收八十五份，男女比例約為三比一，民進黨、新黨及無黨籍等立委回答的比例較高，而國民黨立委相較之下回答略低，近半具碩、博士學位，連任與新任約各半。由於新

當選的區域立委中有一半沒有回答問卷，與回答問卷的立委相較，可能是國民黨籍多、學歷稍低、位於較非都市的縣市（如南投縣、嘉義縣、澎湖縣、金門縣），是故可假設不回答問卷的立委對談話節目的體認未若回答問卷的立委，也就是說，回答問卷的立委或較常參加談話節目，對其體認深，回答問卷的意願高。在問卷當中，有立委表示他很想上談話節目，但沒有製作單位邀請；在催收問卷的過程中，也有立委表示「黨如何指示，我就會配合」，是較為特殊的。

結果顯示立委參加地方有線電視頻道談話節目的比例最高，參加三台的訪談節目最少，原因很簡單，因前者的量大，後者的量少。與美國的文獻相符，立委都同意談話節目可避免記者的主觀陳述，避免新聞偏頗，幫助選民認識自己，但也都同意談話節目提供候選人作秀的機會，談話節目各述己見、並無交集，與過去文獻較有出入的是我國立委認為談話節目並無法讓其暢所欲言。立委對談話主持人的評價也不高，對主持人的事前準備、控制全場能力、公平對待每位參與者等均有意見，只能說立委覺得我國談話主持人的表現「普通」，有五成的立委覺得談話節目主持人會預設立場，與美國談話廣播的主持人問題相同。

立委對節目製作單位的評價，最滿意的該屬聯絡時態度誠懇，其他對挑選題目、挑選來賓等都有不滿意之處。對其他參與討論的來賓之評價也較為分歧，回答「普通」的比例最高，三成認為其他來賓準備不足，二成認為其他來賓純粹來做秀，一成則表示其他來賓風度不足，民主素養不佳。

叩應是國內媒體近來最受矚目的現象，許多政府官員反應其若要上電視，喜歡參加沒有叩應的談話節目，但本研究詢問立委其喜好，表示有叩應無叩應都無所謂的超過一半，顯示回答問卷的立委已能接受有叩應的挑應，或著說，會回答問題的立委因教育程度高，其當選與其形象好有關係，因此對叩應種類與民眾互動的機會較持正面的看法。

但七成左右立委表示選舉期間太多叩應部隊打叩應，許多民眾替喜歡的候選人助選，或替某些政黨辯護，這與美國現有文獻有異有同，現有文獻發現美國廣播的叩應常有較明顯的意識形態，但迄今文獻未見有「叩應部隊」的現象，值得

進一步就此來詳加探討。

前面文獻探討較多民眾叩應的問題與記者問題的比較，本研究發現較多立委認為民眾叩應的表達不足，同時與記者相比，民眾叩應的問題簡單、不夠深入，但也有過半的回答者認為和記者相比，民眾叩應的問題較為實際，反映民眾需求。

在有關大眾傳播媒體報導選舉方面，立委觀察自己被報導最多的屬地方性報紙，最少的為四家無線電視台，這也與媒體的屬性有關，但值得正視的是立委評估我國各媒體報導選舉新聞的公正、客觀方面，最佳的首推全國性廣播電台，最不正客觀的為地方有線電視系統。四家無線電視台報導選舉的公正客觀分數還低於衛星電視台甚多，與許多文獻與選舉有關民意調查的結果相若，確是給無線電視台一些警訊。

更值得注意的是統計顯示國民黨立委與民進黨立委參加無線電視台的談話節目與觀察自己被無線電視台與全國性廣播報導的頻率上是有明顯差異，國民黨立委參加頻率均高於民進黨的立委，顯示媒體選舉報導的偏差在立委的認知中是的確存在的。

本研究利用交叉分析及相關分析來瞭解人口變項與對參與談話節目題項的關聯，結果均不顯著，研究者推估這乃由於回收問卷與母體的差異。前面提到本研究問卷的回收率約為現今當選立委的一半，不論國民黨、民進黨寄回問卷的立委在年齡、教育上差別不大，均屬年齡較輕、教育程度較高的一群，因此在人口變項與其他變項的差異性分析上，無顯著差別。可以假設這一半回答問卷者與另一半未回答問卷的立委有明顯差異，但因無資料，也不能不說是研究的一大限制了。

至於記者調查的部分，本研究利用問卷調查來瞭解目前國內電子媒體的文字與攝影記者如何評估談話節目的民主功能，題目與詢問立委的相同，以利比較。在回收的 484 位電視記者中，文字記者中女性為多，但攝影記者男性為多，這與美國情形類似，文字記者中過半在三十歲以下，非常年輕，近三分之一有碩士學

位,年資在五年以內的約三分之二。攝影記者則為男性多,年紀較文字記者稍長,學歷較文字記者低,四分之三的年資低於五年。回答問題的文字記者中逾七成是大傳相關科系畢業,攝影記者也有過半是大傳相關科系畢業,跑的路線以黨政最多。

整體說來,電視台文字與攝影記者對談話節目的看法與立委相當接近,除了與自身有關的幾個問題之外,絕大部分的題目在立委及記者的看法上並無統計的明顯差異。記者明顯不同意談話節目可避免新聞偏頗,以及談話節目可避免新聞記者的主觀陳述,也較不同意談話節目可幫助選民認識候選人或政治人物。

第三節 結論與建議

本研究探討我國的談話節目。文獻探討從論證民主的概念開始,說明過去傳統大眾傳播媒介時代,代議政治即使談及參與,也多只是公民的投票。理性具資訊的選民在每回投票中挑選最合宜的人選,由其來作決策並為民服務。但代議政治的缺失很多,政治人物平日只有受輿論的監督,但大眾傳播媒介屬菁英可接近的管道,一般民眾與政治人物的互動最多就是讀者投書這樣的公共空間。

八〇年代美國學界興起討論論證民主,強調公開討論的重要性,認為論證是最佳、最真善美的形式,是政治討論的過程,其中不排除任何人,公共論證對於共同善要求公民中明顯平等的一些形式,乃形成公民的認同與利益,因此就促成公共善這種公共概念的組成(Knight & Johnson,1994;Sanders,1997;Cohen,1997;均引自 Moy,1999)。

公共論證強調自由、平等地參與公共的討論,談話節目,尤其是具叩應的談話節目,自然提供民眾一種類似論證民主的溝通管道。過去不是沒有談話節目,但具有叩應這種雙向、互動的溝通形式則為近年來頗受矚目的電子公共空間。

國內政治傳播的研究固然少不了選舉中大眾傳播媒介應用及其效果的經驗

性資料，但對於新興的談話節目，則缺乏其理論與實證的探討。談話節目在我國歷史不長，即使是收視率最高的「2100 全民開講」也不過五年的歷史，但其帶動談話節目的風潮則值得重視。本研究第一階段利用內容分析法來瞭解民國八十七年「三合一」選舉中談話節目的討論議題及參與來賓，進而訪問「2100 全民開講」主持人李濤，由其說明談話節目在我國民主政治演進過程中的角色，並透過幾位節目主持人的焦點座談，深入瞭解我國談話節目的產製，及其對觀眾叩應的認知。

國外文獻中(以美國為首)最多針對談話節目讓政治候選人直接對選民之利弊做討論，並談及美國 1992 年總統大選中各候選人上談話節目之情形及對傳統大眾媒介之衝擊，本研究在文獻中將相關研究整理清楚，並依此假設候選人在現今時代中不可不正視談話節目作為競選工具的一個趨勢。

本研究第二階段利用普查的方式訪問第四屆當選立委，想瞭解其對談話節目的評價，以及接受談話節目邀約的情形。本研究同時訪問我國電子媒體的新聞工作者，並請其評估我國談話節目的功能，以及對觀眾叩應的看法，以比較與立委對談話節目看法的異同。

本研究屬國內第一份完整調查現有談話節目的產製、主持人、立委、電子媒介工作同仁如何評估現有談話節目，可以發現無線電視台談話節目不多，只有週日早上由廣電基金或電視台自己製作一周一次的節目，與美國同。美國著名的賴瑞金談話節目是由有線電視播出，影響力固然大，但收視人數無論如何都不能與無線電視晚間的新聞相比，但在一個分眾的時代，受眾的量與質本就該放在不同的天平上分開來看，文獻中談到美國 92 年總統大選期間，主流媒體的新聞工作者對談話節目較持負面的看法，但選民的評價較為正面。基本上主流媒介與分眾的專業、分殊頻道在多頻道時代中本就扮演不同功能，訴求不同對象。只是立委觀察自己被報導最多的屬地方性報紙，最少的則為無線電視台，這些立委評估我國各媒體報導選舉新聞方面，最不公平、客觀的是為地方有線電視台系統，無線

電視台的公正客觀分數還低於衛星電視台，的確值得正視。這或也說明政治人物熱衷上衛星電視台產製的談話節目，是爭取曝光的機會，讓更多選民或公眾認識。

對無線電視台而言，如何改善其在選舉新聞處理上，被他人認為不夠公正、客觀的形象；對我國電視台或衛星電視台而言，如何改善談話節目的產製品質，都刻不容緩。

值得注意的倒是論證民主的理想是否可由談話節目來實踐？文獻中探討論證民主暢言公民自由、平等地公開討論，過去公民接近大眾傳媒不易，現今透過叩應及節目主持人、其他來賓或其他叩應的觀眾對談，是否就可以改善民主的品質？

結果或可用亦憂亦喜兩個面向來加以說明。經驗性調查的結果證實談話節目的確可以提供民眾資訊、避免新聞的偏頗、提供選擇、幫助選民認識候選人、也可避免新聞記者的主觀，但談話節目無法暢所欲言，較多各述已見卻無交集，以及談話節目提供候選人作秀的機會值得正視，在民眾叩應部分，訪談以及經驗性結果均支持我國談話節目的叩應多為發洩個人情緒、常會偏離主題、替某些政黨辯護、替自己喜歡的候選人助選，從這些發現看來，談話節目做為電子公共論域的形式是有，但內容只是各擁其主。公開討論是否會帶動共識或民主期望的不一致，更值得更深入觀察。

立委都同意民眾叩應的問題簡單、不夠深入、表達技巧不足。但也大都同意叩應問題實際、反應民眾需求，記者部份最同意談話節目提供候選人作秀的機會，但超過四成的記者不認為談話節目可避免新聞偏頗，這與立委的看法明顯不同。但記者與立委都同意選舉期間太多叩應部隊打叩應、民眾替某些政黨辯護，以及民眾叩應替喜歡的候選人助選。當立委認為談話節目可幫助候選人認識選民或政治人物及避免新聞記者主觀陳述，但記者則明顯不是這樣的同意。

從經驗研究的結果發現論證民主，或中介論證民主的理想其實在電子頻道發達的今天，仍無法做到。因論證民主假設參與論證各方會在理性激勵下達成共識，但本研究卻發現立委及記者均認為談話節目的參與者乃各說各話，並無交集，而民眾叩應也只是各擁其主，討論是否理性頗有問題。

悲觀者如南方朔在談及媒體多元且發達的社會，人們一度認為它將增進「公眾的聰明才智」但事實不然，由紐約大學新聞學教授戴蒙（Edwin Diamond）與作家希佛曼（Robert A. Silverman）合著的「從白宮到你家：虛像美國媒體與政治」中有寫到「……對人的個性暗殺成為脫口秀的例行內容，恨的訊息散播在電腦看版上：電子的謊言……公開的謊言則在商業縫隙間隨機的散佈。現代科技已甦醒了一種一無所知的民粹主義，如同時屍體注入電流使其機械式的活動……」。南方朔認為「一無所知的民粹主義」乃是媒體時代政治現象的最大特性之一。古典的公共辯論易位給了一種簡單化的賽馬式新聞……。一無所知的民粹主義、一無所知的叩應秀、一無所知的民意調查、政治被簡單的二分法所化約，不但選舉新聞被化約成賽馬式的報導、甚至平常的複雜政治議題也被「選舉敘述方式」所操控，變成指控對反駁、攻擊對反擊的程序遊戲（南方朔,1998,pp.181-182）。

拉薛（Lasch）即指出「民主必須主動的公共辯論，而非僅只有資訊。民主當然也需要資訊，但他所需要的只能是那種經由辯論而產生的資訊」。在媒體政治時代，不但選舉、日常政治被賽馬化，甚至連媒體主持的政治辯論也同樣無法逃遁，辯論已不再是辯論與說服，而是一種被誘導的語言戰鬥，它更壞的結果是「當語言只被用來當作宣傳或取得好感的工具，他就失去的說服的力量」。另外有學者坦能（Tannen）也指出「當公共辯論被化約為兩極式的戰鬥式或賽馬，它就會形成一種獨特且惡質的批判文化，「它會鼓勵人們對他人進行攻擊和斷章取義的歪曲，而被攻擊和歪曲者，遂需要浪費時間及創造力來展開防衛。……在交流中雖以獲得訊息，反對也不可能得到真理。……它最危險的乃是創造著恍若熱病的敵對性（南方朔,1998,pp.181-182）。

南方朔的悲觀是否代表商業性強的談話節目最終只是服膺於資本主義邏輯，無法產生電子民主做為公共論域的理想？或者觀察者可以用哈伯瑪斯的一段話來期待：哈伯瑪斯說「理性的言說情境既不是一種經驗現象，也不完全是一種觀念建構，而是我們在參與理性討論之際不可或缺的相互假定。此一假定可能是（但不必然是）違背事實，但即使是違背事實，它在溝通過程的運作上，仍然是一個有作用的幻構。因此，我認為理性的言說情境代表人類的一種期待、一種預示。此預示本身就是以保證我們能夠將實際上所達成的共識和合理之共識的要求關聯在一起，同時，理想的言說情境可以當作任何實際上所達成之共識的一個判準。語言溝通的規範基礎因而是雙重性質的：是一種預期，但同時又實際在發生作用....（Habermas,1973,p.35;引自黃瑞祺，1998,pp.358-359）。

對實務界的建議：

從國外的文獻可知，談話節目在選舉期間受到候選人極大的青睞，不論新聞性的談話節目或較具娛樂性的談話節目，包括叩應節目在內，都是候選人及競選總部極力爭取曝光的機會。而有線電視興起及普及，這種「吃節目的嘴巴」每天要吃掉許多節目，製作具叩應的談話節目經費不高，又具時效，觀眾反應也頗為良好，就在供需都滿足的情況下存活健康。

國內談話節目受到注意與討論也是這一、兩年的事，一方面是口水戰的沒完沒了，確讓有志之士憂心，另一方面也確是題材有限，邀請的人老是同樣的臉孔，雜誌及報紙的影劇版也討論過本研究類似的題材。本研究為經驗性且完整蒐集國內談話節目的第一份報告，希望除了對理論有小小貢獻之外，更希望對實務界有所裨益，因此建議分為幾個面向：

- 一、談話節目製作應力求完整、周延、稍具深度、邀請來賓力求多元，固有政黨代表，但社會多元聲音更應有表現的機會。
- 二、主持人風格固因人而異，然而其自我定位是記者或節目主持人就影響其風

格。明顯看出，無線電視台主持人多為記者，而有線電視台為爭取收視率，找名人主持節目就較不具新聞專業的要求。

三、製作單位的前製及後製工作必須加強其專業性，從受訪者的結果看出國內談話節目的製作小組人數不多（均在 6 人以內），國內在題材、在資料、在人員維繫、在節目品質上明顯有許多可以改善的空間，當然，這個前提是公司負責人不只以節目為賺廣告的工具，而確實有改善的意願。

四、觀眾叩應部分：從本文探討中，發現如楊國樞、南方朔或其他人士均對叩應節目這種較民粹的表達有負面的評價，這部分其實可以透過製作單位的周延加以彌補，也即是說如果製作單位縱容觀眾叩應進來信口雌黃，當然叩應水準無法提昇，但若節目格調加強 主持人把關，觀眾叩應文化是可以訓練的。李濤對此很有自信，但另一方面，只允許每位觀眾 20 秒的時間來表達意見，是否是論證民主的最佳表現方式？確值得更多深入的討論。

參考文獻

中文部分：

王文科（1990）：〈質的教育研究法〉，台北，師大書苑。

林新發（1991）：〈調查訪問法〉，台北，師大書苑。

林靜伶譯（1996）：〈當代語藝觀點〉，台北，五南。

林火旺（1996）：〈公民身分：認同與差異〉，編錄在蕭高彥、蘇文流〈多元主義〉，中央研究院中山人文社會科學研究所。

高瑞松(1996):〈政治性叩應電視節目內容的結構分析-以《2100 全民開講-大選大家談》為例〉，國立交通大學傳播研究所碩士論文。

黃俊英（1992）：〈行銷研究：管理與技術（第四版）〉，台北，華泰書局。

黃瑞祺（1996）：〈理性討論與民主：哈伯馬斯之溝通理論的民主意涵〉，編錄在蕭高彥、蘇文流〈多元主義〉，中央研究院中山人文社會科學研究所。

- 施美玲譯 (1997): <大眾傳播研究方法>, 台北, 五南。
- 盛杏媛 (1998): 《立法委員行為研究》, 未發表論文。
- 曾豹慶 (1998): <哈伯馬斯>, 台北, 生智。
- 彭芸 (1992): 電視政治的另一面-魅力、形象與景觀, 《政治廣告與選舉》, 台北:正中。
- 彭芸 (1993): 《新聞媒介與政治》, 台北:黎明。
- 彭芸 (1995): 民國八十三年省市長選舉電視新聞內容分析, 亞洲協會專題研究報告。
- 彭芸 (1995): 新媒介與選舉, 未發表論文。
- 羅文輝 (1998): 總統選舉新聞的政治偏差:無線與有線電視台的比較分析, 金溥聰 (編)《總統選舉與新聞報導》, 台北:國立政治大學新聞系。

英文部分：

- Adatto, Kiku (1990). "Sound Bite Democracy". Research paper, Kennedy School Press Politics Center, Harvard University
- Anthony (1994) "Enriching Democracy: Public Inquiry and the Policy Process", in Ian Budge and David McKay (Eds.) Developing Democracy, pp. 322-358.
- Arteton. F.C. (1987): Teledemocracy: Can Technology Protect Democracy, London: Sage
- .Budge, Ian (1996)The New Challenge of Direct Democracy, Polity Press.
- Benhabib, Seyla(1997) Democracy and Difference, Princeton Press.
- Bernstein, James M. (1996). Talk Shows and the News : Response From Traditional Media .In David L. Paletz(ed.), The Politics of Disenchantment: Bush, Clinton, Perot, and the Press, Hampton Press, Inc.
- Bickford, Susan (1996) "Beyond Friendship : Aristotle on Conflict, Deliberation, and Attention", in The Dissonance of Democracy : History Conflict, and Citizenship,

Cornell University, Press

Bohman, James and William Rehg (Eds.) (1997) Deliberative Democracy : Essays on Reason and Politics, MIT Press

Bolce, Louis, De Maio, Gerald, & Muzzio, Douglas (1996) :“Dial - in- democracy : Talk radio and the 1994 election ”, Political Science Quarterly, Vol. 11:3, pp. 457-482.

Brison, Susan L. & J. Emmett Winn (1997):“Talk Show’s Representations of Interpersonal Conflicts”, Journal of Broadcasting & Electronic Media , Vol. 41, pp. 25-39.

Bucy, Erik Page(1995):“Where interactivity resides: an agenda for 'new media' research in political campaigns“, Paper presented to the International Communication Association annual conference, Albuquerque, New Mexico.

Barnett Steven(1997):”New Media, Old Problems:New Technology and the Political Process” European Journal of Communication ,Vol.12(2):193-218.

Coleman,Stephen(1999) “The New Media and Democratic Politics,” New Media & Society. Vol.1:1, p.67-74

Conover, Pamela Johnson and Donald D. Searing (1994)“Democracy, Citizenship and the Study of Political Socialization”, in Ian Budge and David McKay(Eds.) Developing Democracy, Sage Publications.

Cohen Jean L.(1996):”Democracy, Difference, and the Right of Privacy” in Benhabib Seyla(1996): Democracy and Difference.

Davis, Richard (1997). Understanding Broadcast Political Talk: Introduction. Political Communication, 14(3):323-332.

Dijk, Teun A. Van (1995):“Power and the New Media”, in David L. Paletz(Ed.) Political Communication in Action : States , Institutions , Movements, Audiences Hampton Press, Inc.

Elster, Jon (ed.) (1998) Deliberative Democracy, Cambridge University Press.

Farr, J. (1993)“Framming democratic discussion” in George E, Marcus and Russell L. Hanson(eds.) Reconsidering the democratic public,pp. 379-391.

Feder, Don (1996):“Why Liberals Find Talk Radio so Threatening,” The American Enterprise, Vol. 7:2, pp.24-28.

Fisher, Bonnie & Michael Margolis & David Resnick (1996): “Breaking Ground on the Virtual Frontier: Surveying Life on the Internet”, American Sociology , Vol. 27:1, pp.11-29.

Fisher, Bonnie & Michael Margolis & David Resnick(1996): “Surveying the Internet: Democratic Theory and Civic Life in Cyberspace”, Southeastern Political Review , Vol. 24:3, pp. 399-429.

Friedland, L.A. (1996) :“Electronic Democracy and the New Citizenship,” Media, Culture & Society, Vol. 18:2, p. 185-210.

Glassman, Ronald M. (1997) The New Middle Class and Democracy in Global Perspective , McMillan Press Ltd.

Graber, D. A. (1993). Making campaign news user friendly. The lessons of 1992 and beyond, American Behavioral Scientist, 37(2)

Grosswiler(April 1998) “Historical Hopes, Medis Fears, and the Electronic Town Meeting Concept: Where Technology Meets Democracy or Demogogy?” Journal of Communication Inquiry, 22:2, p.133-151

Gurevitch, Michael and Blumler (1990). Political Communication Systems and Democratic values. In J. Lichtenberg (Eds.), Democracy and the Mass Media, Cambridge : Cambridge Univesity Press.

Gurevitch, Michael and Blumler (1990): “Political Communication Systems and Democratic values”, in J. Lichtenberg (Eds.), Democracy and the Mass Media, Cambridge : Cambridge Univesity Press.

Hacker, K. L. (1996):“Missing Links in the Evolution of Electronic

Democratization," Media, Culture & Society, Vol. 18:2, p.213-232.

Haker, Kenneth. L (1996):"Political Linguistic Discourse Analysis : Analyzing the Relationships of Power and Language", in Mary E. Stuckey (ed)The Theory and Practice of Political Communication Research, State University of New York Press, pp. 28-55.

Hallin, Daniel C. (1992). Sound Bite News : Television Coverage of Elections, 1968-1988 (Symposium : Television News and Its Dis-Contents). Journal of Communication 42:5-25.

Halpern, David H. (1996):"Communication at the Crossroads: Using the World Wide Web to Distribute Political Information to the Public", A pannel at the International Communcation Association , Chicago, 1996

Held, David(1995) Democracy and the Global Order, Cambridge: Polity Press

Herbst, Susan (1995). On Electronic Public Space: Talk Shows in Theoretical Perspective, Political Communication ,12(3):263-274.

Herbst, Susan (1995):"On Electronic Public Space: Talk Shows in Theoretical Perspective,"Political Communication, Vol. 12:3, pp.263-274.

Hill, Kevin A. & John E. Huges(1997):"Computer-Mediated Political Communicaton: The USENET and Political Communication", Political Communication, Vol. 14 , pp.3-27.

Hofstetter, C. R., M. C. Donovan, M. R. Klauber, A. Cole, C. J. Huie, & T. Yuasa(1994):"Political Talk Radio: A Stereotype Reconsidered," Political Research Qarterly, Vol. 47:2, pp.467-479.

Hofstetter, C. Richard & Christopher L. Gianos (1997): "Political Talk Radio: Action Speaks Louder than Words,"Journal of Broadcasting & Electronic Media,41, p501-515

Hollander, Barry A. (1995): "The new news and the 1992 presidential campaign: perceived vs. actual knowledge," Journalism and Mass Communication Quarterly, Vol.

72, pp.102-113.

Hollander, Barry A. (1996):“Talk radio: Predictors of use and effects on attitude about gorit,”Journalism and Mass Communication Quarterly, Vol. 73, pp.102-113.

Hollander, Barry A. (1997):“Fuel to the Fire: Talk Radio and the Gamson Hypothesis,”Political Communication, Vol. 14:3, pp.355-370.

Horowitz, Edward(1993). Talk Show Politics: The Match that Rekindles American Democracy? Paper Presented to Association for Education in Journal and Mass Communication Convention

Huahg, Edgar Shaohua (1997): “Flying Freely but in a Cage- An empirical study of the potential effects of the Internet on democratic development in China”, Paper presented at AEJME,1997

Johnson, Thomas J. (1993):"The Seven Dwarfs and Other Talks: How the Networks and Select Newspapers Covered the 1988 Democratic Primaries," Journalism Quarterly, Vol. 70:2, pp.311-320

Jones, David (1998) “Political Talk radio: The Limbaugh Effect on Primary Voters,” Political Communication, Vol. 14:3,p.367-382

Jow, Meiling (1993): “Talk Show Politics on the 1992 Presidential Campaign.” Paper Presented to the Midwest Association for Public Opinion Research convention, Chicago

Just, Marion R., et al. (1996). “Cross Talk: Citizens, Candidates, and the Media in a Presidential Campaign”. The University of Chicago Press

Kalb, Marvin (1992). From Sound Bite to a Mean, New York Times, July 3.

Kim, Joohoan (1997):“Running Head: Political Talk and Personal Talk” Labor of the Televised Talking Cure,“ Vol.5:58-80

Kim, Joohan(1998) “Deliberative Democracy and the Public Sphere: One the Interactions of News media, Interpersonal Communication, Opinion Formation, and Participation, “ Political Communication, 15:2,p.278-279

Kim, Joochan(1999) “Communication, Reason, and Deliberative Democracy,” Journal of Communication, 49:2,p.137-144.

Klotz, Robert(1998): “Virtual Criticism: Negative Advertising on the Internet in the 1996 Senate Races,” Political Communication, Vol. 15:3,p.347-366

Lemert, James B. & William R. Elliott and William L. Rosenberg and James Bernstein(1996) The Politics of Disenchantment :Bush ,Clinton ,Perot, and the Press. Hampton Press,Inc.

Liebs T. and R. Ribak (1991) “Democracy at risk: The reflection of political alienation in attitudes toward the media“, Communication Theory, Aug. 1991, pp.239-252

Livingstone, Sonia & Lunt, Peter (1994):“Talk on television: Audience participation and public discourse” London, Routledge

Lorenzo, David (1996):“Political Communication and the Study of Rhetoric: persuasion from the standpoint of Literary Theory and Anthropology”, in Mary E. Stuckey (ed) The Theory and Practice of Political Communication Research, State University of New York Press, pp. 1-27.

Margolis,Michael & David Resnick & Tu Chin-chang (1997): “Campaigning on the Internet: Parties and candidates on the World Wide Web in the 1996 primary season”, Press/ Politics, Vol. 2:1, pp.59-78.

Mayers D. D.(1993): “New technology and the 1992 Clinton presidential campaign”, American behavioral scientist, Vol. 37:2

Moy Payricia(1999):”Mass and Interpersonal Communication Effects on Public Deliberation” presented in the Association of Education in Journalism and Mass Communication, New Orleans,LA.

McLeod, J. M., Gerald M. Kosicki & Douglas M. Mcleod (1991). The Expanding Boundaries of Political Communication –Effects. In Jennings Bryant & Dolf Zillmann (Eds.) Perspectives on Media Effects, Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum .

Munson, Wayne (1993): "All-talk: The talkshow in media culture", Philadelphia: Temple University Press

Newhagen, J. E. (1994): "Self-efficacy and call-in political television show use," Communication Research, Vol. 21:3, pp.366-379.

O'Sullivan, Patrick B. (1995): "Computer Networks and Political Participation: Santa Monica's Teledemocracy Project", Journal of Applied Communication Research, Vol. 23:2, pp.93-107

Ornstein, Norman & Amy Schenkenberg (1996): "Democracy on the Line" The American Enterprise, Vol. 7:2 ,pp.53-54.

Owen, Diana (1995): "Who's talking? Who's listening? The new politics of radio and television talk shows", In Stephen C. Craig (ed.) *Broken contract: changing relationships between citizens and their gorit in the U.S.* Boulder, CO: Westview Press.

Owen, Diana (1997): "Talk Radio and Evaluation of President Clinton" . Political Communication. 14(3): 333-354.

Page, Benjamin (1996): "Who deliberate? Mass media in modern democracy", The University of Chicago Press

Page, Benjamin I. & Jason Tannenbaum (1996): "Populistic Deliberation and Talk Radio," Journal of Communication, Vol. 46:2, pp.33-54.

Pan, Zhongdang & Gerald M. Kosicki(1997): "Talk Show Exposure as an Opinion Activity," Political Communication, Vol.14:3, pp.371-388.

Patterson , T. E.(1980). The Mass Media Election, New York :Praeger.

Postman, Neil (1985). Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business. NJ:Viking.

Price, Monroe E. (1995) TV: The Public Sphere and National Identity, Clarendon Press.

Rehm, Diane (1996): "A Tower of Babel : Talk Shows and Politics," Press/politics, Vol.1:1, pp.138-142..

Sableman Mark (1997) : “The Internet and Electronic Information”, in More Speech , Not Less: Communication Law in the Information Age, pp. 225-273

Schutz, Astrid (1995): “Entertainers, experts, or public servants? Politicians' self-presentation on television talk shows,” Public Communication, Vol.12, pp.211-221.

Singer, J. B. (1995):“Virtual anonymity’: online accountability in political bulletin boards and the makings of the virtuous virtual journalist“, Qualitative studies division Association for Education in Journalism and Mass Communication annual meeting, Aug. 1995

Selnow, G. W.(1994):High- Tech. Campaigns, Westport, CT: Praeger Press

Stevens, Russell (1993). Talk Show Democracy: The Effect of Televised Talk Shows on the 1992 Presidential Election Campaign, Policy analysis exercise, John F. Kennedy School of Government. Society, Vol.1:1, p.67-74.

Tedesco, John C., Jerry L. Miller and Julia A. Spiker(1999) “Presidentia Campaigning on the Information Superhighway: An Exploration of Content and Form,” in Lynda Lee Kaid and Dianne G. Bystrom (ed.) The Electronic Election,pp.51-63.

Tumber, Howard and Michael Bromley(1998):“Virtual soundbites: Political Communication in Cyberspace,“ Media, Culture & Society, Vol. 20:1. p. 159-167

Waluszko, Laura (1995): “Radio and television call-in shows and their impact on the public on the 1992 presidential campaign“, paper presented to the Radio-Television Journalism Division of the Association for AEJMC, 1995 convention

Wolfson, Gadi(1993): “The Role of The News Media in Unequal Political Conflicts: From the Intifada to the Gulf War and Back Again“, Research Paper R-8, Harvard University, Jun. 1993

Young Iris Marion(1996)”Communication and Other: Beyond Deliberative Democracy” in Benhabib Seyla(ed.) Democracy and Difference,pp.120-136

