

追求知識、認同或娛樂？
政論性談話節目的內容與閱聽眾收視動機的探討¹

張卿卿、羅文輝*

投稿日期：2007年4月19日；通過日期：2007年8月18日。

* 作者張卿卿為政治大學廣告學系教授，e-mail: shenc@nccu.edu.tw。
羅文輝為政治大學新聞學系教授，e-mail: loven@nccu.edu.tw。

《摘要》

本研究從使用滿足角度出發，探討政論性談話性節目的內容與閱聽眾的收視動機。內容分析顯示：（一）談話性節目內容有一定的資訊性，以探討時事為主，而來賓除了立委外，以政治評論家與媒體人為主；（二）節目內容充滿政黨偏頗；無論主持人或來賓，其發言內涵大都呈現清楚的政黨傾向，同時主持人或來賓其國台語的使用與節目的政黨傾向間也有清楚的對應；（三）節目內容充滿衝突與批判，呈現討論議題的主題句中不乏衝突對立的提問或引人注意的修飾問句，來賓與觀眾發言內容則完全以批判角度出發。對應到內容分析三大面向，本研究提出閱聽眾觀看叩應節目三個主要可能動機為：（一）增加知識；（二）尋求認同；（三）消遣娛樂。電訪結果發現增加時事資訊與政治議題的相關知識（增加知識）最能解釋閱聽眾收視天數的動機；同時不同背景的閱聽眾希望透過政論性談話節目獲得不同的滿足：教育程度愈低、年紀愈大的閱聽眾愈希望藉由談話性節目增加知識，而有政黨傾向的選民會希望透過節目收視來「尋求認同」，同時，泛藍與泛綠的選民較中性選民會因辯論內容過癮與有可看性而觀看（「消遣娛樂」動機）。在叩應部分，政治興趣是唯一能解釋閱聽眾叩應行為的變數。

關鍵詞：叩應動機、收視動機、談話性節目

壹、緒論

談話性叩應節目 (talk show 或 call-in show) 緣起於廣播節目，而且早在 1940 年即已經出現 (Armstrong & Rubin, 1989)。1992 年則是談話性叩應節目的一個重要轉捩點，在當年的美國總統大選中，各個主要候選人都陸續現身在廣播與電視談話性叩應節目中，接受主持人訪問並回答民眾叩應的問題。帶動了政治人物上叩應節目的風潮。也難怪華盛頓郵報的評論家 Tom Shales 將 1992 的競選活動稱之為「談話性節目當道的競選活動」(the talk show campaign) (Jost, 1994)。在這之後，相關研究如雨後春筍般出現，也掀起了學術研究的一陣熱潮。在台灣，最早的叩應廣播節目出現於 1987 年，在興盛之際，電視也在 1994 年推出了第一個談話性叩應節目—【選舉大家談】，此為【2100 全民開講】的前身 (楊意菁，2004)。

談話性節目依其刊播媒體又可區分為廣播談話性節目與電視談話性節目。在美國廣播談話性叩應節目與電視談話性叩應節目一樣受到高度關注，但是在台灣收聽廣播談話性節目的族群相對較少。盛治仁 (2005) 針對 1,077 位台灣民眾所作的電話調查發現，「偶爾」或「經常」收聽廣播談話性節目的比例只有 31%，但是「偶爾」或「經常」收視電視談話性節目的則高達 58%，因此本計畫將鎖定電視談話性節目進行探討。此外，從內容來看，電視談話性節目又可以概分為政論性與非政論性兩大類型。前者主要以探討時事、社會議題或公共事務為主，後者在國外以探討人際關係的話題為主，在台灣則會探討股市、星座或靈異等其他話題。本研究的焦點將鎖定政論性的談話性節目。在台灣，有部分的政論性談話性節目僅有主持人與來賓對談，而並未提供觀

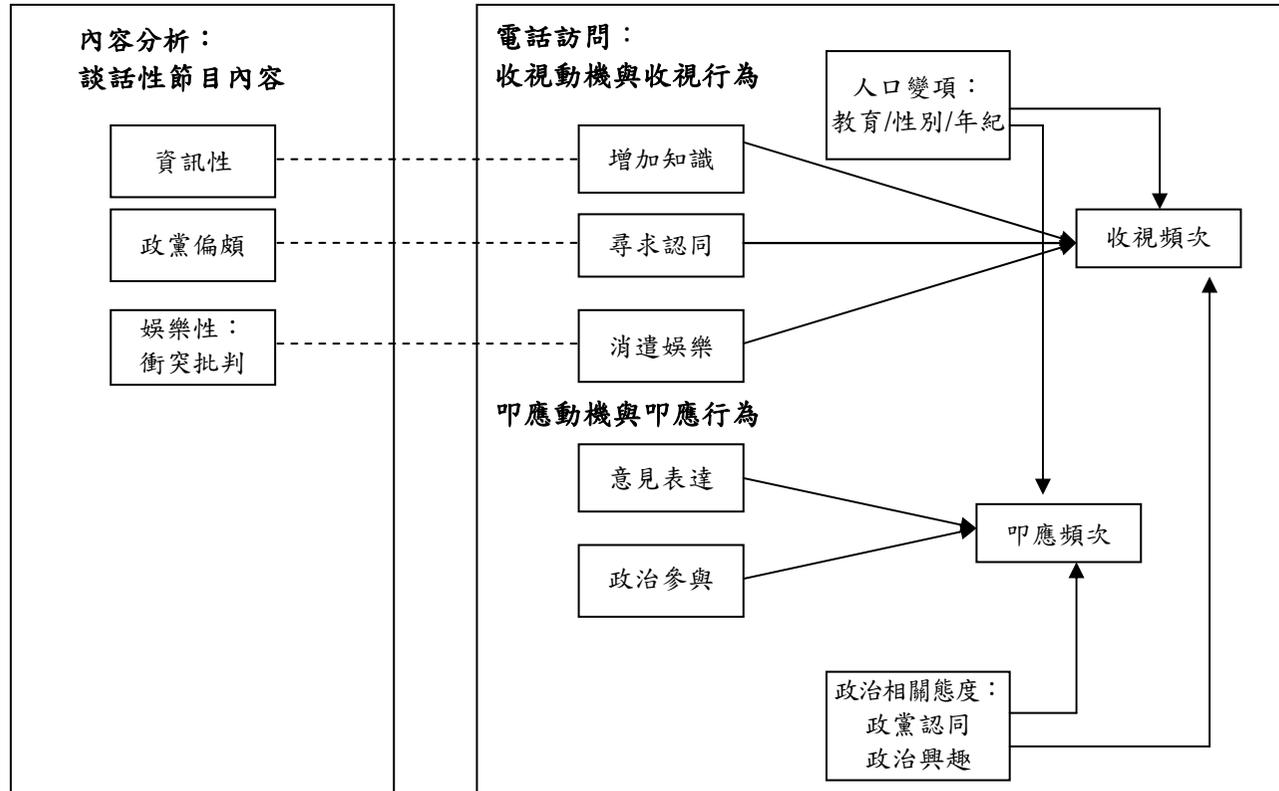
眾的叩應，因此本研究的對象將包括所有政論性節目，不論其是否有提供來賓的叩應，以下將兩種形式的節目（有叩應與無叩應）以「談話性節目」統稱之。

不少電視台將每日晚間的黃金時段獻給談話性節目，談話性節目也吸引了不少閱聽眾，究竟談話性節目提供了什麼內容？有何吸引力？值得深入的探討。同時談話性節目卻也是經常被學者點名批評的對象（台灣媒體觀察教育基金會，2002；江子芽，2001），甚至受到民間團體的拒看抵制（高有智，2004 年 12 月 6 日）；這些批評的焦點在於談話性節目充斥著政黨的偏頗，談論議題過於窄化，也經常流於政治人物放話的工具，同時這些節目經常以對立的語言撕裂台灣，製造族群對峙；此外，談話性節目往往充滿衝突性的議題且內容過於批判聳動（台灣媒體觀察教育基金會，2002；江子芽，2001；楊意菁，2004）。可惜的是過去台灣關於政論性節目的研究主要鎖定議題的類型與來賓身份的探討，對於其他面向的探討則較為欠缺。本研究因此想從比較多元的角度來分析談話性節目的內容，主要分為三個面向來探討，除了談話性節目中的資訊性外，還會分析談話性節目中出現的政黨偏頗形式與比例，同時談話型節目主題的衝突性與內容的批判性也將一併被探討。

或者正如學者所批評，談話性節目充滿偏頗與衝突批判，但無可否認地，談話型節目的閱聽眾十分龐大；尤其當議題爭議性高，話題辛辣時，收視率則會飆高（彭芸，2001）。究竟閱聽眾想要從這些對立與衝突的節目內容中獲得怎樣的滿足？為何收視政論性談話性節目的民眾仍高達 58%（盛治仁，2005）？這些都是值得研究探究的。因此本研究將從閱聽眾的角度來釐清其收視談話性節目的動機。由於台灣的談話性節目內容，除了時事的討論外，充斥著政黨對立的語言、以及聳動引人注意的話題，整合國外關於收視動機的相關研究，我們推估台灣閱聽眾

收視的動機應不外乎：增加知識、尋求認同與消遣娛樂。本研究除了想要探究何種動機最能預測閱聽眾的收視行為外，也想深入分析有哪些人口變項（年紀、性別與教育）與政治相關變項（政黨傾向與政治興趣）可以預測閱聽眾不同收視動機的高低。最後，在叩應節目中，我們經常會見到情緒激動的叩應民眾（楊意菁，2004），我們不禁思考促發這些閱聽眾去叩應的背後動機究竟為何？因此這個問題也將在研究中一併探討。

本研究同時從節目內容與閱聽眾收視動機的對照（本研究架構圖請參考【圖一】），來釐清何以受到學者批判的談話性節目仍然可以吸引一定的閱聽眾。使用與滿足理論強調人們是積極的媒體使用者，節目類型的收視，主要在滿足閱聽眾不同的內在需求（Katz, Blumler, & Gurevitch, 1974）。以此理論出發，從節目的時事性與口才便給的來賓，我們推論閱聽眾可以獲得一定的議題知識；從節目的政黨偏頗的分析，我們希望瞭解是否某些閱聽眾會希望從節目中找尋認同；從衝突的主題與批判的內容，我們推測這些內容可以提供某些閱聽眾一定程度的感官娛樂滿足。具體而言，本研究的可能貢獻有四：第一、延伸國內相關研究，從內容面的探討擴及動機面；第二、將內容與動機的可能關係作一闡釋論述；第三、同時關照收視與叩應動機的分析；第四、深入分析促發不同收視 / 叩應動機的人口變項與政治態度因素。



圖一：本研究架構

貳、文獻與研究問題

一、政論性談話節目的內容

過去針對政論性談話節目的內容中外皆有探討（彭芸，2001；盛治仁，2005；Barker, 1998; Cappella & Jamieson, 1997; Cappella, Turow, & Jamieson, 1996; Niven, Lichter, & Amundson, 2003）。在台灣部分，既有研究主要分析談話性節目的議題類型與參與來賓身份（彭芸，2001；盛治仁，2005），但是欠缺其他內容面向的探討。我們認為除了議題類型與參與來賓身份外，更需進一步瞭解節目的其他內容呈現，本研究將從三個面向（資訊性、政黨偏頗與衝突批判性）探討談話性節目的內容，並企圖將這些內容面向對應到閱聽眾的三大收視動機（增加知識、尋求認同與消遣娛樂）。

（一）節目中的資訊性

不可否認地，一般民眾只要轉到談話性節目的頻道，從談話性節目的主題，就可以得知當下政壇社會上大家最關注的時事與議題為何，從增加知識的角度來看，政論性節目因此具備一定的資訊性；其時事的內容討論與深知內幕的來賓是兩項提升其資訊性的要素。

1. 議題與時事的討論

時事話題一直是談話性節目探討的主要討論內容。盛治仁（2005）鎖定 2002 北高市長選舉前後三個月的政論性談話節目進行內容分析，其研究顯示不論選前或選後，最受到談話性節目青睞的主題除了選舉議題（選前：24.1%；選後：26.1%）與政黨關係互動（選前：16.5%；選

後：15.5%），要屬時事類（選前：16.7%；選後：14.2%）；選舉期間，選舉當下相關議題一定也是談話性節目的主要討論焦點。彭芸（2001）以 1998 年台灣三合一選舉前兩個月所播出的電視政論性談話節目為分析對象，探討談話型節目中主題的偏好，其分析結果也顯示市長選舉當下相關議題最常在談話型節目中出現，佔所有議題的 69.3%。這些內容分析顯示時事或是選舉議題是經常被討論的內容，而這些議題都是當下社會關注的焦點。本研究也想一併探討此次 2006 北高市長選舉期間與前夕，時事、選舉議題與其他議題在談話性節目中被討論的比例。

研究問題一之一：電視政論性談話節目各項議題討論的比例為何？

2. 深知內幕的來賓

前述彭芸（2001）與盛治仁（2005）的研究也涵蓋了參與來賓的身分分析。彭芸發現參與談話型節目最積極的來賓分別為：候選人（50.2%）、候選人／競選總部代表（7.8%）、學者（7.8%）與政黨代表（5.6%），其他身分來賓出現的比例都低於 5%。盛治仁的分析結果則顯示不論在選舉期間與否，最常出現在政治性談話節目的人物依序為：立法委員（選前：36.7%；選後：38.0%）、媒體記者（選前：23.2%；選後：20.4%）、學者專家（選前：8.7%；選後：10.6%）與政黨代表（選前：8.1%；選後：9.4%），其他身分來賓出現比例都在百分之五以下。

比較這兩個研究結果，我們可以發現在四年後媒體記者已經成為談話性節目的熱門來賓。本研究認為除了政治人物會希望經由節目增加曝光而擔任來賓外，談話性節目基於可看性的考量會以善於表達的政治評論家或媒體人為主要邀請對象，這些來賓口才便給，論述精闢；同時有

些媒體人因為接近事件的相關人事或核心資料，較可以從提供內幕資訊的角度來討論或分析議題，不論資訊真偽如何，閱聽眾有可能覺得其資訊性較高。本研究因此推論，除了政治人物外，來賓集中於政治評論家（口才便給）或媒體人（內幕提供）的現象可能十分普遍。

研究問題一之二：電視政論性談話節目來賓身分為何？是否集中於特定族群？

（二）節目中的政黨偏頗

一般而言，在政黨國家中，政論性節目難脫政黨的偏頗。美國著名的廣播節目 *Limbaugh Show* 主要就是以批評民主黨為主。而 Hofstetter 與 Gianos（1997）認為美國談話性節目主持人經常攻擊對手政黨，並為其節目所捍衛的意識型態積極發聲。Hall 與 Cappella（2002）也指出談話性節目與新聞的一個主要差異在於：新聞立場通常會力求客觀，但是談話型節目很顯然地為特定政治意識型態的閱聽眾製作的。Hofstetter、Barker、Smith、Zari 與 Ingrassia（1999）就將談話性廣播節目依其意識型態的偏頗歸為保守節目（偏屬於共和黨）與中性節目。彭芸（2001）所訪談的談話性節目主持人即表示：部分節目主持人本身就有政黨屬性，因此會藉此吸引到同一屬性的閱聽眾。顯然政黨屬性向來是談話性節目區隔閱聽眾的一個重要策略。而盛治仁（2005）也指出，2004 年總統大選後出現一些高舉本土意識的談話性節目，其立場顯然較為偏頗執政黨。因此本研究想要探討談話節目政黨偏差的嚴重性。

1. 主持人與來賓的政黨偏頗

主持人與來賓經常是政黨偏頗的來源。我們經常見到談話性節目中的主持人不時去挑動閱聽眾意識型態的神經，以增加討論的熱度，主持

人的選擇也是政論性談話節目用來區隔不同政黨偏好閱聽眾的重要策略，閱聽眾經常可以從主持人的政黨屬性來判別節目的政黨屬性，主持人通常也不忌諱在節目中表達自己的政治立場。例如汪笨湖主持的【台灣心聲】或李豔秋主持的【新聞夜總會】。彭芸（2001）的研究中發現多數立委與新聞記者認為談話性節目中的主持人多為偏頗與不公；有五成受訪立委認為節目主持人對於討論的議題有預設的立場，同時不到三成的立委認為主持人公平地對待參與座談的來賓。只有不到四成的受訪立委同意主持人表現稱職；同時大部分的記者也同意談話性節目有預設立場（53.8%），以及節目主持人並未公平對待參與來賓（38.0%）。這些意見可能反映出談話性節目的確是有政黨偏差，而節目的政黨偏差會影響主持人對於不同背景來賓的對待方式。所以就主持人部分，我們會分析其發言內容是否偏頗泛藍或泛綠的意識型態。

來賓的組成在談話性節目中扮演重要角色，之前的討論提及來賓經常為固定的班底，同時部分來賓有既定的政黨認同與意識型態，觀眾對於這些人的政黨傾向也已經形成一定的認知；同時，這些來賓的發言內容經常也會明確傳達其政黨意識。所以就來賓部分，我們想要分析不同來賓既存的政黨傾向，以及他們針對每一談論主題所發表言論內容的政黨偏頗。

除了主持人與來賓發言內容所呈現的政黨或意識型態偏差，語言也可作為意識型態表達的工具。根據盛治仁（2005）的觀察，在 2003 年後以閩南語發音的談話性節目逐漸增加。可能的原因是本土意識日益高漲，泛綠節目為了增取認同本土意識的觀眾，以其目標對象最感親切與熟悉的語言進行議題討論。因此，本研究認為政黨偏頗可以從（1）來賓既存政黨背景；（2）來賓與談話性主持人發言內容的政黨傾向與（3）來賓與主持人使用國台語狀況，勾勒出談話節目政黨偏差的嚴重

性。

研究問題二之一：電視談話性節目內容中，來賓有清楚政黨傾向的比例？

研究問題二之二：電視談話性節目內容中，來賓與主持人發言內容有清楚政黨傾向的比例？

研究問題二之三：電視談話性節目內容中，來賓與主持人使用國台語的比例？

2. 叩應民眾的政黨偏頗

關於叩應節目的內容偏頗不只反映在來賓與節目主持人的政黨傾向、發言傾向與使用語言，同樣地，叩應來賓的發言內容通常也充滿政黨的偏頗，但是過去文獻少有研究分析叩應民眾叩應內容的政黨偏頗，所以將在本研究中一併探討。如前所述語言使用有時也是一種意識型態的呈現，因此觀眾使用國台語的比例，也會一併研究之。

研究問題二之四：叩應觀眾發言內容有清楚政黨傾向的比例為何？

研究問題二之五：叩應觀眾中使用國台語比例為何？

(三) 節目中的娛樂性：批判與衝突

節目中的批判與衝突通常是炒熱內容、增加收視的不二法則。本研究將從來賓對話內容的批判性與節目主題句的呈現方式來瞭解：節目是如何製造批判與衝突來引發閱聽眾的興趣？

1. 來賓與觀眾發言的批判性

針對一個新聞議題，記者可以從正面角度或負面角度呈現（Graber,

1987)，同樣地，針對一個政論議題，來賓也可以就此議題從頌揚支持的角度或從批判攻擊的角度發言。然而，談話性節目似乎以批判攻擊的討論為多，Hofstetter 與 Gianos（1997）就指出在美國的談話性節目中充斥著對政府的負面攻擊。彭芸（2001）所訪談的談話性節目主持人也提到，政論性談話節目偏好驚聳的內容。究竟談話性節目是否充斥著批判與負面貶抑的對話，值得進一步分析。

研究問題三之一：電視政論性談話節目來賓以批判角度發言的比例為何？

研究問題三之二：叩應觀眾發言內容中以批判角度發言的比例為何？

2. 主題句的呈現

在選舉新聞中，賽事框架（強調誰贏誰輸）是競選新聞中經常出現的框架類型（Cappella & Jamieson，1997）。類似地在楊意菁（2004）針對【2100 全民開講】節目的分析中也發現，【2100 全民開講】不但會刻意安排不同陣營的支持者到現場，藉此炒熱對峙氣氛，同時也經常使用二元對立的主題論述，例如「核四立場，阿扁總統務實？投機？」或「逢扁必反，有理？無理？」等。我們可以說這些主題主要是以類似賽事框架的「衝突框架」的方式來呈現，以衝突作為命題的核心。因此我們想要探討電視政論性談話節目出現衝突式主題句的比例為何。

研究問題三之三：電視政論性談話節目出現衝突式主題句的比例為何？

根據我們的觀察，談話性節目也經常會以問句的形式帶出主題，然而此類問句並非真正的疑問句，而是所謂的「修辭疑問句」。過去關於

修辭疑問（*rhetorical questions*）有相當多的探討（*Ahluwalia & Burnkrant, 2004; Petty, Cacioppo, & Heesacker, 1981; Swasy & Munch, 1985*），修辭疑問句指的是「答案不說自明的問句」（“*if the answer is implicit within the question and this is understood by both speaker and perceiver*” *Swasy & Munch, 1985: 877-878*）。修辭疑問句之所以會廣被探討，主要原因是這樣的問句較直述句會吸引資訊處理者的注意並引發較多的思考推敲（*Petty, et al., 1981*）。本研究推論，政論性節目經常也會使用這樣的疑問句型來吸引閱聽眾的注意與引發閱聽眾的興趣。

研究問題三之四：電視政論性談話節目出現修辭疑問式主題句的比例為何？

二、政論性談話節目收視 / 叩應行為與動機

除了節目內容外，我們希望從使用動機的角度來瞭解一般人收看談話性節目主要的目的為何。本研究從使用與滿足理論的觀點，來強調人們是積極的媒體使用者（*Katz, et al., 1974*）。例如電視閱聽相關研究發現閱聽人收看電視主要是為了追求資訊與娛樂（*Rubin, 1983*）；收視新聞是基於偵測環境（*surveillance*）與娛樂的動機（*Vincent & Basil, 1997*）。

雖然國外針對收視動機研究有不少探討，相關研究尚未出現在台灣。過去國內關於政論性談話節目收視行為的相關探討主題還是侷限於誰在看政論性節目與誰會叩應（*盛治仁, 2005*）。但是我們無從知道閱聽眾為什麼不選擇電影台或偶像劇，而要將傍晚的時光與談話性節目共度。國外研究針對談話性節目收視動機雖有探討，但是美國的電視談話性節目與台灣流行的電視談話性節目在形式上不盡相同；前者每次主要

訪問一位來賓，而後者則偏好同時邀請多位對立的來賓甚至還有對立的民眾。這些型式的差異有可能引發不同的觀看動機。

(一) 政論性談話節目收視行為與動機

1. 收視行為

國內外關於收視的研究主要鎖定在行為，焦點在於什麼變數可以預測收視行為，本研究也將一併探討，主要目的在於這些變數也可能是預測收視動機的主要因素。國外相關研究發現政黨與政治興趣都是預測談話性節目收視的重要變項。以政黨背景來看，美國研究則一致發現共和黨黨員比較偏好談話性節目。例如 Pan 與 Kosicki (1997) 針對全美成人的調查分析顯示，共和黨民眾與有保守價值的民眾較會收聽廣播談話性節目。Times-Mirror Center 在 1993 年針對美國閱聽眾所作的研究發現，共和黨黨員較民主黨黨員更常收視 / 聽公共事務相關的談話性節目 (轉引自 Herbst, 1995)。以政治態度相關變項而言，Bennett (2002) 以跨年資料 (1996、1998 與 2000) 為基礎來探討哪些變項最可以預測廣播談話型節目的收聽行為，結果發現政治興趣在這三年的調查中都是顯著的預測變項。

在台灣部分，盛治仁 (2005) 在 2003 年針對台灣地區選民所作的電話訪問發現：在人口變項中，年齡可以顯著預測政論性談話性節目收視行為，年紀較大的閱聽眾愈可能收視政論性談話節目。此外，在省籍與黨派部分，外省籍受訪者收視的可能較其他省籍為低；而親民黨受訪者收視的可能性較其他黨籍為高。在政治態度相關變項中，政治興趣愈高愈可能收視談話性節目；同時經常與他人討論政治與政治興趣是預測收視行為最高的變項。

相對於收視行爲的研究，收視動機的研究在台灣則較為欠缺，因此本研究將以探討收視動機爲主。同時也會一併探討，過去文獻回顧中顯示預測收視行爲的人口變項（例如：年紀與教育程度）或政治態度相關變項（政黨傾向與政治興趣）是否也可以預測其收視動機。

2. 收視動機

近年來也開始有國外學者從使用與滿足的觀點出發，來探討政論性談話節目的收聽／收視動機，雖有不同學者提出不同分類，但這些分類其實有某些程度的雷同。Armstrong 與 Rubin（1989）提出收聽廣播談話性節目的動機包括：放鬆（relaxation）、娛樂（exciting entertainment）、方便（convenience）、逃避（escape）、資訊獲得（information utility）、打發時間（past time/habit）與陪伴（companionship）。Hofstetter 與 Gianos（1997）發現收聽談話性廣播節目主要有三個動機：獲得資訊、得以詮釋真實（interpreting reality）與獲得類社會的陪伴（companionship through parasocial interaction）。Rubin 與 Step（2000）也提出收聽談話性廣播節目的四個動機分別是：習慣、娛樂、逃避與資訊獲得。Times-Mirror Center 在 1993 年針對美國閱聽眾所作的研究發現，一般人收視／聽公共事務相關的談話性節目主要有三大目的：瞭解目前社會上的事件與議題、瞭解不同人對此議題的看法與獲得消遣娛樂（轉引自 Herbst, 1995）。Rubin 與 Step（1997）針對收視電視談話型節目的調查則發現三個收視動機爲：打發時間、資訊獲得與娛樂。

究竟在台灣，一般閱聽眾收視談話性節目的主要動機爲何？過去並無相關探討。從台灣政論性談話性節目的內容觀察與之前的國外文獻討論，我們推論出一般民眾收看政論性談話節目可能有三個重要動機：

(1) 增加知識

雖說談話性節目充滿偏頗與挑釁的語言，但是不可否認的，當下最受關注的時事或議題通常都是晚間談話性節目中聚焦的主題；與電視新聞相較，談話性節目提供較多的議題資訊，在一個或兩個小時的談話性節目中，各個參與來賓與叩應觀眾可以就同樣的主題作正反面向意見的陳述，閱聽眾可能獲得較多的議題相關資訊。因此本研究想要瞭解閱聽眾「增加知識」的動機高低如何，及此動機是否可以有效地解釋其收視行為。

盛治仁（2005）發現教育程度較低與年紀較大的民眾觀看叩應節目的頻次較高，這樣的結果有可能是因為對於教育程度低或年紀大的選民，叩應節目的口語討論方式，讓不易親近的議題變得淺顯易懂，成為這個族群瞭解當下時事議題的重要管道。因此這些人口變項是否可以預測其「增加知識」動機也將一併在本文中探討。

(2) 找尋認同

通常談話性節目有明確支持的政黨或捍衛的意識型態（Hall & Cappella, 2002），內容也充滿政黨的對立與衝突（楊意菁，2004；Davis, 1997），對於某些對政治有濃厚興趣且有明確政黨認同的閱聽眾而言，收視談話性節目主要動機可能是找尋與其一致的看法，以鞏固自己原有的信念，可能算是一種找尋既有認同的行為。因此本研究除了想要瞭解閱聽眾「找尋認同」動機高低，以及此動機高低是否可以有效地解釋閱聽眾的收視行為外，也想探討有政黨認同的閱聽眾，其「找尋認同」動機是否較沒有政黨認同的閱聽眾為高。

(3) 消遣娛樂

談話性節目異於電視新聞，它必須兼顧收視率，因此娛樂導向自然是一個重要考量；觀看談話性節目中戲劇化的對立衝突對於一些閱聽眾

來說，其娛樂性可能不亞於觀看一般戲劇節目。Lee（2002）即強調談話型節目之所以這麼吸引人，就是因為它融合資訊與娛樂於一身（infotainment）。然而一般電視節目的選擇繁多，可以提供娛樂快感的節目更是不少，一般人希望獲得娛樂快感，大可觀賞純粹綜藝性的娛樂節目，因此我們初步認為只有政黨認同強烈或政治興趣較高的民眾，才會希望透過談話性節目的觀賞獲得娛樂的滿足，所以除了探討閱聽眾觀看節目獲得娛樂動機高低外，也會分析人口變項與政治相關態度變項是否可以有效地預測其透過談話性節目追求消遣娛樂動機的程度。

研究問題四之一：在三項收視動機中，台灣閱聽眾何項收視動機最高？

研究問題四之二：何項收視動機最能預測閱聽眾的收視行為？

研究問題四之三：人口變項（如：年紀、性別與教育程度）以及政治相關態度（如：政黨認同與政治興趣）是否可以預測閱聽眾收視電視談話性節目不同動機（增加知識、找尋認同、消遣娛樂）的高低。

（二）政論性談話節目叩應行為與動機

針對叩應行為，國內外皆有文獻探討，但是叩應「動機」的研究在台灣卻較為欠缺，由於國內政論性談話節目自成一格，究竟台灣閱聽眾的叩應動機為何，將在本文中一併探討。

1. 叩應行為

國外關於叩應行為的研究焦點在於釐清有有哪些人口或心理特質的閱聽眾比較會參與叩應。Herbst（1995）針對電視與廣播談話性節目的

電訪研究發現：叩應閱聽眾的教育程度較高，同時也更有可能處於壯年期（20-49）。Hofstetter 與 Gianos（1997）的調查研究顯示：叩應政論性廣播談話性節目的受訪者，其政治效能感與政治涉入度都較不收聽也不叩應政論性廣播談話性節目的受訪者為高；叩應者不但更踴躍投票，也更加積極地參與政治：包括與政治人物接觸或反映意見、參加社區工作、為候選人義務服務、參加示威遊行等；叩應一族也較注意大眾媒介上的政治相關新聞。

值得注意的是，台灣研究的結果與國外並不盡然相同。雖然 Herbst（1995）發現叩應閱聽眾的教育程度較高（通常政治知識也較高），但是前述盛治仁（2005）研究卻發現在台灣政治知識愈低愈有可能參與談話性節目的叩應。可見，台灣的叩應一族與美國的叩應一族，組成似乎有異，其叩應動機也可能不同。

2. 叩應動機

關於叩應動機，國外文獻不乏探討。Herbst（1995）針對電視與廣播談話性節目的電訪發現，叩應閱聽眾主要動機依序為：表達自己的意見（38%）、滿足與現場來賓對話的需求（27%）、監督公眾的事務（9%）與詢問或釐清問題（5%）。

國內部分目前尚無相關研究。彭芸（2001）調查記者對於談話性節目中叩應民眾的看法時，發現蠻高比例的記者同意民眾叩應主要原因是要替某政黨辯護（85.9%）、替喜歡的候選人助選（83.2%）、發洩個人情緒（83.2%）與表達個人意見（76.8%）。然而這項研究主要是針對記者的調查，所得數據為記者主觀的認知。究竟閱聽眾真正叩應的動機為何，則無法得知。

我們初步認為台灣閱聽眾叩應可能有兩大動機：「政治參與」以及

「意見表達」。第一類動機包括參與議題討論或為候選人辯護等，此類動機顯示的是民眾積極參與政治的表現；例如在過去政治參與的研究中有學者將叩應當作積極參與政治的一項重要指標（張卿卿，2005），同時幫助候選人助選，通常被視為政治參與的一項重要指標（Verba & Nie, 1972）可能也是一種政治參與的具體展現。第二類動機則是意見的表達或對議題支持度的表達；談話性節目經常會開放電話語音投票，提供閱聽眾一個表達意見的管道，因此表達自己對於某一議題的支持或反對立場可能也是叩應政治性節目的重要功能。除了瞭解叩應民眾前述兩項叩應動機高低外，我們也想一併探討有哪些人口變項與政治相關變項可以有效預測這兩個叩應動機的高低。

研究問題五之一：在兩項叩應動機中，台灣閱聽眾何項叩應動機較高？

研究問題五之二：何項叩應動機最能預測閱聽眾的叩應行為？

研究問題五之三：人口變項（如：年紀、性別與教育程度）以及政治相關態度（如：政黨認同與政治興趣）是否可以預測閱聽眾叩應電視談話性節目動機（例如：政治參與、意見表達）的高低。

參、研究方法

一、內容分析

內容分析主要目的在探討研究問題一至研究問題四。

(一) 抽樣

本次政論性談話性節目內容分析的母體為 2006 年 9 月 9 日開始進行內容分析時，市場上所有正在播出的政論性談話性節目。我們將政論談話性節目定義為：「有主持人且有邀請來賓而談論主題為政治議題的節目」。符合此定義的有以下八個節目（相關節目背景資料，請參考附錄）：**【2100 全民開講】**（週間播出每週五天）、**【2100 週末開講】**（週末播出每週兩天）、**【新聞夜總會】**（週間播出每週五天）、**【文茜小妹大】**（週一至週四播出每週四天）、**【火線雙嬌】**（週間播出每週五天）、**【頭家來開講】**（週間播出每週五天）、**【大話新聞】**（每天播出每週七天）、**【超級新聞駭客】**（週間播出每週五天）。另外有三個節目雖然符合政論性談話性節目的定義（**【關鍵時刻】**、**【新聞龍鳳配】**與**【週末談政治】**），但其開播日期均於 9 月 9 日之後，因此不在分析的名單中。

抽樣時間為 2006 年 9 月 9 日（星期六）至 12 月 8 日（星期五）總計 13 週。每週抽取三個節目，因此預計將對 39 集的談話節目進行內容分析。在抽樣時考量各節目刊播頻次，例如**【文茜小妹大】**一週播出 4 次，佔所有預計抽樣節目刊播天數（38）的 4/38，因此以此數字乘以預計抽出節目數（39）（參見**【表一】**）。由於四捨五入產生的誤差，在估算後只能抽出 38 集節目，而非 39 集，因此必須再加抽一集，以符合每週三集的目標。根據潤利線上資料，在 9 月 8 日當日「2100 全民開講」在所有談話性節目中收視率最高，因此決定就此節目多抽一集。同時每個節目在抽取時，會考量其播出週間日的分配。以**【文茜小妹大】**為例說明，針對此節目所抽出的四集中，會有一則為星期一播出，一則為星期二、一則為星期三，一則為星期四。此外，編碼一律以一小時為單位。若該集節目播出時間超過一小時，則一律僅就第一個小時的節目

內容進行內容分析。

表一：抽樣分配說明

| 電視台 | 節目 | 每週播放天數 | 預計抽取數目 (依刊播頻次比例估算) | 實際抽取數目 |
|-------|----------------|--------|-----------------------|--------|
| TVBS | 2100 全民開講 (週間) | 5 | $(5/38) * 39 = 5$ | 6 |
| TVBS | 2100 週末開講 (週末) | 2 | $(5/38) * 39 = 2$ | 2 |
| TVBS | 新聞夜總會 (週間) | 5 | $(5/38) * 39 = 5$ | 5 |
| 中視 | 文茜小妹大 (週一到週四) | 4 | $(5/38) * 39 = 4$ | 4 |
| 緯來綜合 | 火線雙嬌 (週間) | 5 | $(5/38) * 39 = 5$ | 5 |
| 民視 | 頭家來開講 (週間) | 5 | $(5/38) * 39 = 5$ | 5 |
| 三立 | 大話新聞 (全週) | 7 | $(7/38) * 39 = 7$ | 7 |
| 衛視 | 超級新聞駭客 (週間) | 5 | $(5/38) * 39 = 5$ | 5 |
| Total | | 38 | | 39 |

(二) 編碼類目

1. 議題類型

採用盛治仁 (2005) 並整合 Chang (2007) 的分類，將議題分為九大類，每大類再細分成不同小類 (議題類型請見【表二】)。

表二：談話性節目中討論主題出現頻次

| 主要議題類型 | 次要議題類型 | 頻次 | 比例 |
|--------|-----------|-----|-----|
| 選 舉 | 選務 | 0 | 0% |
| | 提名 | 0 | 0% |
| | 候選人身分 | 0 | 0% |
| | 政策政見 | 0 | 0% |
| | 領導風格 | 0 | 0% |
| | 賄選 | 0 | 0% |
| | 抹黑 | 0 | 0% |
| | 造勢活動 | 0 | 0% |
| | 競選策略 | 0 | 0% |
| | 辯論會 | 0 | 0% |
| | 省籍 | 0 | 0% |
| | 民調 | 0 | 0% |
| | 拜會（無議題時） | 0 | 0% |
| | 台北市長選舉 | 22 | 9% |
| | 高雄市長選舉 | 17 | 7% |
| | 選舉文化 | 0 | 0% |
| | 選舉制度 | 0 | 0% |
| 小計 | 39 | 16% | |
| 時 事 | 政治人物互動 | 5 | 2% |
| | 政黨及政黨鬥爭 | 8 | 3% |
| | 新聞八卦 / 緋聞 | 0 | 0% |
| | 弊案 | 54 | 22% |
| | 政商關係 | 6 | 2% |
| | 特權（非選舉人） | 0 | 0% |
| | 小計 | 73 | 30% |

追求知識、認同或娛樂？

| 主要議題類型 | 次要議題類型 | 頻次 | 比例 |
|--------|----------------------------|----|----|
| 民主政治 | 公投 | 0 | 0% |
| | 政黨政治 | 0 | 0% |
| | 民主改革 | 0 | 0% |
| | 國會議事 | 0 | 0% |
| | 彈劾糾舉 | 0 | 0% |
| | 府會關係 | 0 | 0% |
| | 政府效能 | 0 | 0% |
| | 小計 | 0 | 0% |
| 兩岸國防外交 | 兩岸一般（實質政策方針，台灣與中國大陸未來政策目標） | 0 | 0% |
| | 兩岸台海危機 | 0 | 0% |
| | 統獨（獨立／統一之意識型態） | 0 | 0% |
| | 亞太 | 0 | 0% |
| | 外交 | 3 | 1% |
| | 國際地位 | 0 | 0% |
| | 國防軍事 | 0 | 0% |
| | 小計 | 3 | 1% |
| 內政議題 | 憲政法律 | 0 | 0% |
| | 黑金問題 | 0 | 0% |
| | 治安（社會秩序） | 0 | 0% |
| | 醫療 | 0 | 0% |
| | 教育 | 5 | 2% |
| | 文化藝術 | 0 | 0% |
| | 青少年 | 0 | 0% |
| | 社會福利 | 0 | 0% |
| | 民生（ex:失業率、公共安全） | 0 | 0% |
| | 環境保護 | 0 | 0% |
| | 交通 | 0 | 0% |
| | 地方建設發展（城鄉發展） | 6 | 3% |

| 主要議題類型 | 次要議題類型 | 頻次 | 比例 |
|-----------|---------------|-----|------|
| 內政議題 | 市民主義 | 0 | 0% |
| | 宗教 | 0 | 0% |
| | 兩性女權 / 婦女問題 | 0 | 0% |
| | 弱勢團體 | 0 | 0% |
| | 小計 | 11 | 5% |
| 經 濟 | 股市 | 0 | 0% |
| | 核四議題 | 0 | 0% |
| | 台商 | 0 | 0% |
| | 經濟一般發展 / 金融危機 | 0 | 0% |
| | 就業人力 | 0 | 0% |
| | 賦稅 | 0 | 0% |
| | 勞工問題 | 0 | 0% |
| | 農漁牧業 | 0 | 0% |
| | 小計 | 0 | 0% |
| 省籍族群國家認同 | 省籍族群 | 0 | 0% |
| | 二二八事件 | 0 | 0% |
| | 小計 | 0 | 0% |
| 陳水扁總統相關議題 | 阿扁出訪 | 0 | 0% |
| | 台開炒股案 | 0 | 0% |
| | 阿卿嫂 | 0 | 0% |
| | Sogo 禮卷案 | 0 | 0% |
| | 吳淑珍珠寶申報案 | 6 | 2% |
| | 挺扁 | 0 | 0% |
| | 倒扁 / 反貪腐 | 100 | 42% |
| | 319 槍擊案 | 9 | 4% |
| | 小計 | 115 | 48% |
| 總 計 | | 241 | 100% |

註：由於同樣一個談話性節目中會更換數個主題，因此節目雖為 33，但是討論主題為 241。

2. 來賓身份

整合彭芸（2001）與盛治仁（2005）的分類，並加入因時事發展所產生的新的來賓身份類型（例如：紅衫軍相關人士），作為來賓身份背景的分類基礎。身份類型分為：候選人、立委、縣市議員、競選總部代表、政黨相關人士、政府官員、政治評論家、媒體觀察家、媒體人、學者、專家、文字工作者、藝文界人士、社運人士（包括學／工／社運）、民間組織代表、倒扁／反貪腐／紅衫軍人員、前政府相關人士（立委／監委／調查局）與其他。

3. 來賓政黨傾向

來賓政黨傾向編碼員分別從客觀與主觀來判斷。客觀的政黨傾向指的是來賓本身屬於何黨派，例如除了少數無黨籍立委外，當立委是來賓時，編碼員可以清楚判斷其所屬政黨；同時不少節目會在螢幕上打出來賓所屬政黨。

主觀則是編碼者根據以往該來賓在政論性節目中發言中所展現的政黨傾向所形成的既存資訊或印象為判斷依據，編為泛藍或泛綠；若無既存認知，則編為無法判斷。

以楊照為例，編碼員無從查得其是否為國民黨黨員，因此在客觀上無法認定其政黨所屬。但是主觀地從他過去參加談話性節目所表達的政治立場，一般人對其支持泛藍的立場已經形成一定的印象，所以在主觀政黨傾向部分會編成泛藍。

4. 來賓與主持人發言傾向

來賓與主持人發言傾向分成泛藍、泛綠與無法分辨。編碼員以來賓針對當集節目討論之議題所發表內容之黨性偏向為判斷依據。如果出現

反藍又反綠之意見，則編成無法分辨。因此有可能某一來賓其政黨屬性為泛藍或泛綠，但是針對當集的某一議題表達中立的立場。

5. 來賓與主持人使用語言

分成三個類目：國語、台語、國台各半。首先，以來賓國台語發言量為判斷依據；若兩者不分軒輊，則以語言主軸判斷之：當思維為國語，台語點綴之，就是國語；思維是台語，國語點綴，就是台語。如果說台語時，思維就是台語；說國語時，思維就是國語，可以隨時轉換無法分辨主從，就是國台語各半。

6. 來賓發言內容的批判性

分成讚揚與批判兩個類目。以來賓針對當集節目討論議題所發表的內容為正面讚揚或負面批判分類之。

7. 主題句的對立衝突

主題句為探討一個主題時，出現在螢幕上的文字，通常一個主題會出現一個以上的主題句。主題句分為有對立衝突與無對立衝突。編碼員針對一個主題中是否有相反概念、對立詞語出現進行編碼。例如：「阿扁總統務實？投機？」。

8. 主題句是否為問句

分為直述句與問句。以句號、驚嘆號作結的主題句編為直述句，以問號作結的主題句編為疑問句。

9. 問句式主題句式否為反諷句

分為真問句與修辭疑問句。編碼員針對該集節目背後意識形態、整體發言內容與傾向，判斷疑問句屬性。真問句為開放討論的問句（出現

在來賓的討論各執己見，沒有清楚且一致的答案）；修辭疑問句定義則為：答案不說自明的問句（來賓的討論有清楚且一致的答案出現），例如有一集「超級新聞駭客」節目出現如下主題句：「SOGO 案吳淑珍不起訴 台灣司法宣佈死亡？」節目中所有來賓都一致認為吳淑珍不被起訴就是宣布台灣司法的死亡，在此情況下此節目主題句會編為「修辭疑問句」，是一種假問句的形式。

（三）編碼過程與編碼員的訓練

兩位研究生參與這次談話型節目的內容分析，整個編碼流程參考 Krippendorff（1980）。在編碼初期，先依照文獻進行類目的建置，並實際透過談話性節目的編碼練習來擴充或修正編碼的類目。由於少數談話節目會同時探討一個以上的主題，來賓也會因主題的替換而有差異，因此編碼單位是以主題為單位。

在正式編碼時，兩位編碼員首先抽取三分之一的節目，分開編碼，作為編碼員間同意度的檢定，結果發現各變項（計 12 個）編碼員間複合信度值都介於 93.3% 與 98.8% 之間，在可接受的範圍；不一致的部分，則以討論方式達成共識。之後兩位編碼員各自編碼剩餘的三分之二的節目。

二、電話訪問

電話訪問的主要目的在探討研究問題五至研究問題六。本電話訪問委託政治大學民意與市場調查研究中心執行，該單位的 CATI 名稱為「CAMI」，電話名單以固定前四碼搭配隨機後四碼產生，調查時間為 2006 年 11 月 14 日至 12 月 6 日。

(一) 抽樣方式

訪問對象為台北市選民，採用電腦輔助電話訪問系統（CATI）之北市電話資料庫作為抽樣母體（採任意成人法抽取訪問樣本）。根據盛治仁（2005）的調查，偶爾看談話性節目者佔 41%，而經常收視談話性節目的受訪者佔 17%，共約 58%。由於本調查主要目的在探討收視談話性節目的動機為何，因此為了獲得足夠分析的樣本數，預計完成 1,300 受訪者的調查，實際完成 1,305 位受訪者的調查。

(二) 調查內容

1. 人口背景

受限於電訪題數不宜過長，因此僅就人口變項中的年紀、性別與教育程度作詢問。年紀的部分直接詢問受訪者幾歲，性別部分也是直接詢問受訪者性別；在教育程度部分有七個選項，分別為小學、國（初）中、高中職、專科、大學、研究所以上與拒答。

2. 政黨傾向

受訪者被問及個人比較支持下列哪一個政黨或政治團體，共有 13 個選項，分別為國民黨、新黨、親民黨、泛藍、民進黨、台聯（台灣團結聯盟）、建國黨、新國家連線、泛綠、都不支持、選人不選黨、中間選民與不知道。在分析時回答前四個選項的被歸為「泛藍」一組，回答中間五個選項的被歸為「泛綠」一組，回答最後四個選項的被歸為「不知道」一組。在分析時，使用 *orthogonal contrast codes*，政黨一的編法是：泛藍為 1，泛綠為 -1，中性為 0；政黨二的編法是泛藍為 .5，泛綠為 .5，中性為 -1。

3. 政治興趣

以兩個題目來測量，第一個題目為「請問你是否對政治感興趣？」（選項為：非常感興趣、有些感興趣、普通、不感興趣、完全不感興趣），第二個題目為「請問你是否關心政治事務（附註說明：包括國家大事）？」（選項為：非常關心、有些關心、普通、不關心、完全不關心）。這兩個選項間的相關係數達顯著（Pearson's $r = .39, p < .01$ ），因此加總平均後作為「政治興趣」高低的指標，分數愈高，表示興趣愈高。

4. 收視頻率

將詢問受訪者過去一週收看談話性節目的天數。

5. 收視的動機

「增加知識」動機以兩個題目的五點 Likert 量表來測量，第一個題目為「你收看政論性談話節目是為了增加政治知識」，第二個題目為「你收看政論性談話節目是為了瞭解台灣社會大事」。這兩個選項間的相關係數達顯著（Pearson's $r = .38, p < .01$ ），因此加總平均後作為「增加知識」動機高低的指標，分數愈高，表示動機愈高。

「尋找認同」動機以兩個題目的五點 Likert 量表來測量，第一個題目為「你收看政論性談話節目是因為看到或聽到跟你想法一樣的評論會讓你感到很愉快」，第二個題目為「你收看政論性談話節目是因為聽到來賓跟你意見一樣會讓你感到很愉快」。這兩個選項間的相關係數達顯著（Pearson's $r = .81, p < .01$ ），因此加總平均後作為「尋找認同」動機高低的指標，分數愈高，表示動機愈高。

「消遣娛樂」動機以兩個題目的五點 Likert 量表來測量，第一個題目為「你收看政論性談話節目是因為看名嘴們互相辯論很過癮」，第二

個題目為「你收看政論性談話節目是因為這類的節目內容精彩有可看性」。這兩個選項間的相關係數達顯著 (Pearson's $r = .32, p < .01$)，因此加總平均後作為「尋找認同」動機高低的指標，分數愈高，表示動機愈高。

6. 叩應頻率

詢問有收視的觀眾其過去叩應次數。

7. 叩應的動機

「意見表達」動機以兩個題目的五點 Likert 量表來測量，第一個題目為「你叩應政論性談話節目是為了表達自己的意見」，第二個題目為「你叩應政論性談話節目是為了替你認同的議題表達支持」。這兩個選項間的相關係數達顯著 (Pearson's $r = .31, p < .01$)，因此加總平均後作為「意見表達」動機高低的指標，分數愈高，表示動機愈高。

「政治參與」動機以兩個題目的五點 Likert 量表來測量，第一個題目為「你叩應政論性談話節目是為了參與政治議題的討論」，第二個題目為「你叩應政論性談話節目是為了替你支持的政黨或候選人辯護」。這兩個選項間的相關係數達顯著 (Pearson's $r = .27, p < .01$)，加總平均後作為「政治參與」動機高低的指標，分數愈高，表示動機愈高。

肆、結果與分析

一、研究問題一：議題與來賓

研究問題一之一關切電視政論性談話節目所探討的議題主題。內容分析結果顯示與陳水扁總統相關的議題最常成為談話性節目的探討主

題，佔全部探討主題的 47.7%（參見【表二】）。其他經常被討論的議題，依序為：時事（31.0%）、選舉議題（16.2%）、政黨關係互動（5.4%）、內政（4.6%）與兩岸議題（1.2%）。嚴格來說，與陳水扁總統的相關議題也算是當下正在進行的時事議題。值得注意的是，像經濟與民主政治這類非屬於時事性，同時較為抽象與複雜的議題較少成為談話性節目中的主題。

若更進一步探討次級主題，可以發現最常被探討的主題（與陳總統相關的討論）之下，最經常被放在聚光燈下檢視的次主題是倒扁反貪腐活動、319 槍擊案與吳淑貞的珠寶申報；選舉部分以討論北市與高市的選情為主，其中對於北市的討論高過高市；時事部分主要探討的是弊案（包括：趙建銘父子涉入的弊案和馬英九的特別費）。

研究問題一之二想瞭解電視政論性談話節目來賓身分為何以及其集中性。從【表三】我們可以看到除了立委外（20.3%），善於評論的名嘴媒體人（19.5%）與政治評論家（14.9%）最常出現在節目中。以個人來看，最常受邀擔任來賓的前三名分別是：陳揮文、楊憲宏與張友驊（見【表三】），在所分析的節目中，這三位來賓的平均曝光比例為 33.3%、30.3%與 27.3%，接近三分之一，亦即看三個節目就會看到他們出現一次。同時前十名來賓的出現頻次就佔了三分之一強（34%），亦即在三個談話節目來賓就有一個會是這十位中的一位。同時，這十位來賓中，媒體人與政治評論家佔絕大多數。這些結果顯示來賓有蠻高的集中性。

表三：談話性節目中來賓身份與最常出現來賓之姓名（前十名）

| 來賓身份 | 出現次數 | 百分比 | |
|----------------|------|------|--|
| 立委 | 49 | 20.3 | |
| 媒體人 | 47 | 19.5 | |
| 政治評論家 | 36 | 14.9 | |
| 學者 | 20 | 8.3 | |
| 文字工作者 | 17 | 7.1 | |
| 倒扁 / 反貪腐 / 紅衫軍 | 15 | 6.2 | |
| 前政府官員 | 14 | 5.8 | |
| 民間組織代表 | 10 | 4.1 | |
| 政黨相關人士 | 8 | 3.3 | |
| 社運人士 | 7 | 2.9 | |
| 候選人 | 5 | 2.1 | |
| 縣市議員 | 1 | .4 | |
| 政府官員 | 1 | .4 | |
| 其他 | 11 | 4.6 | |
| 總數 | 241 | 100 | |

| 來賓姓名 | 出現次數 | 百分比 | 平均曝光比例 (除以分析的節目數 39) |
|------|------|-----|-------------------------|
| 陳揮文 | 11 | 4.6 | 33.3 |
| 楊憲宏 | 10 | 4.1 | 30.3 |
| 張友驊 | 9 | 3.7 | 27.3 |
| 邱毅 | 9 | 3.7 | 27.3 |
| 陳立宏 | 8 | 3.3 | 24.2 |
| 林建隆 | 8 | 3.3 | 24.2 |
| 孫大千 | 7 | 2.9 | 21.2 |
| 黃智賢 | 7 | 2.9 | 21.2 |
| 吳國棟 | 7 | 2.9 | 21.2 |
| 姚立明 | 6 | 2.5 | 18.2 |
| 總數 | 72 | 34 | |

二、研究問題二：節目的政黨偏頗

研究問題二之一關切目前電視談話性節目中來賓的政黨傾向。在來賓政黨傾向部份，編碼員分別從客觀與主觀來分析。在客觀政黨屬性部分，有將近 69.3% 是無法判斷；在可以判斷的部分，國民黨來賓佔較高比例（見【表四】）；同時【火線雙嬌】與【超級新聞駭客】國民黨來賓比例最高，而【頭家來開講】的民進黨來賓佔最高比例。在主觀政黨傾向部分，有 22.8% 從發言內容難以分辨其立場，在可分辨的部分，同樣也是泛藍高於泛綠，這樣的結果主要是因為八個節目中泛藍的節目高於泛綠。從表四我們可以發現【2100 全民開講】、【2100 週末開講】、【新聞夜總會】、【文茜小妹大】、【火線雙嬌】與【超級新聞駭客】是以泛藍來賓居多，而【頭家來開講】和【大話新聞】是以泛綠來賓居多。

研究問題二之二探討目前電視談話性節目內容中來賓與主持人發言內容的政黨傾向。來賓政黨傾向以泛藍佔較高比例（見【表四】）。同時很明顯地，除了【2100 週末開講】外，這七個不同節目所邀請的來賓其發言傾向不是一面倒向泛藍就是一面倒向泛綠。類似的發言偏頗情形也出現在主持人發言內容上；除了【2100 週末開講】外，在大部分的節目中，主持人的意識型態可以從內容清楚地辨識。

研究問題二之三關切目前電視談話性節目內容中來賓與主持人的主要語言使用。在來賓發言部分有三個節目出現來賓以台語主講的情形（【2100 全民開講】、【大話新聞】、【頭家來開講】），但是其中只有【頭家來開講】是來賓台語主講情形多過國語（見【表四】）。在主持人語言使用部分，【大話新聞】和【頭家來開講】的主持人有時會以

國語開講，有時會以台語開講，而「頭家來開講」的主持人以台語主講的情形居多。

研究問題二之四探討叩應觀眾發言內容政黨傾向。在八個節目中，只有三個節目提供例行性的觀眾叩應（【大話新聞】、【2100 全民開講】、【2100 週末開講】），在此次分析的 39 個編碼的節目中，只有 15 個節目有提供觀眾叩應，包括一則【頭家來開講】。值得注意的是【頭家來開講】一般是不提供叩應，由於這一則節目中討論的是教育的議題，在節目中例外地提供家長電話叩應。

在這些有觀眾叩應的節目中，叩應觀眾的發言政黨傾向是與其節目相呼應的。具體而言，叩應【2100 全民開講】節目的觀眾傾向表達支持泛藍的立場，而叩應【大話新聞】的觀眾則偏向支持泛綠的立場（見【表五】）。

研究問題二之五關注叩應觀眾中使用國台語比例。分析結果顯示除了【大話新聞】外，其他節目的叩應觀眾都是以國語發言為主（見【表五】）。

表四：來賓與主持人政黨傾向、發言傾向與使用語言

| | | 2100 全民開講 | 2100 週末開講 | 大話 新聞 | 文茜 小妹大 | 火線 雙嬌 | 超級新 聞駭客 | 新聞 夜總會 | 頭家 來開講 | 總計 |
|------------|-----|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------|
| 來賓政黨傾向（客觀） | | | | | | | | | | |
| 國民黨 | 頻次 | 9 | 5 | 0 | 4 | 15 | 10 | 2 | 0 | 45 |
| | 百分比 | 20.9% | 26.3% | .0% | 20.0% | 40.5% | 34.5% | 11.1% | .0% | 18.7% |
| 民進黨 | 頻次 | 1 | 1 | 3 | 1 | 0 | 1 | 0 | 7 | 14 |
| | 百分比 | 2.3% | 5.3% | 5.6% | 5.0% | .0% | 3.4% | .0% | 33.3% | 5.8% |
| 親民黨 | 頻次 | 2 | 0 | 0 | 2 | 0 | 3 | 0 | 0 | 7 |
| | 百分比 | 4.7% | .0% | .0% | 10.0% | .0% | 10.3% | .0% | .0% | 2.9% |
| 新黨 | 頻次 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 0 | 0 | 0 | 4 |
| | 百分比 | .0% | .0% | .0% | .0% | 10.8% | .0% | .0% | .0% | 1.7% |
| 台聯黨 | 頻次 | 0 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 4 |
| | 百分比 | .0% | 10.5% | .0% | .0% | .0% | .0% | .0% | 9.5% | 1.7% |
| 不知道 | 頻次 | 31 | 11 | 51 | 13 | 18 | 15 | 16 | 12 | 167 |
| | 百分比 | 72.1% | 57.9% | 94.4% | 65.0% | 48.6% | 51.7% | 88.9% | 57.1% | 69.3% |
| 總計 | 頻次 | 43 | 19 | 54 | 20 | 37 | 29 | 18 | 21 | 241 |
| | 百分比 | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% |
| 來賓政黨傾向（主觀） | | | | | | | | | | |
| 泛藍 | 頻次 | 34 | 14 | 0 | 16 | 31 | 25 | 15 | 0 | 135 |
| | 百分比 | 79.1% | 73.7% | .0% | 80.0% | 83.8% | 86.2% | 83.3% | .0% | 56.0% |
| 泛綠 | 頻次 | 2 | 2 | 32 | 0 | 0 | 0 | 0 | 15 | 51 |
| | 百分比 | 4.7% | 10.5% | 59.3% | .0% | .0% | .0% | .0% | 71.4% | 21.2% |
| 中性 | 頻次 | 7 | 3 | 22 | 4 | 6 | 4 | 3 | 6 | 55 |
| | 百分比 | 16.3% | 15.8% | 40.7% | 20.0% | 16.2% | 13.8% | 16.7% | 28.6% | 22.8% |
| 總計 | 頻次 | 43 | 19 | 54 | 20 | 37 | 29 | 18 | 21 | 241 |
| | 百分比 | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% |

追求知識、認同或娛樂？

| | | 2100 全民開講 | 2100 週末開講 | 大話 新聞 | 文茜 小妹大 | 火線 雙嬌 | 超級新 聞駁客 | 新聞 夜總會 | 頭家 來開講 | 總計 |
|----------|-----|---------------|---------------|--------------|---------------|---------------|---------------|---------------|--------------|--------|
| 來賓發言使用語言 | | | | | | | | | | |
| 國語 | 頻次 | 26 | 19 | 29 | 20 | 37 | 29 | 18 | 7 | 185 |
| | 百分比 | 66.7% | 100.0% | 54.7% | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 33.3% | 78.4% |
| 台語 | 頻次 | 9 | 0 | 20 | 0 | 0 | 0 | 0 | 14 | 43 |
| | 百分比 | 23.1% | .0% | 37.7% | .0% | .0% | .0% | .0% | 66.7% | 18.2% |
| 國台 各半 | 頻次 | 4 | 0 | 4 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 8 |
| | 百分比 | 10.3% | .0% | 7.5% | .0% | .0% | .0% | .0% | .0% | 3.4% |
| 總計 | 頻次 | 39 | 19 | 53 | 20 | 37 | 29 | 18 | 21 | 236 |
| | 百分比 | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% |
| 主持人使用語言 | | | | | | | | | | |
| 國語 | 頻次 | 6 | 2 | 6 | 4 | 5 | 5 | 5 | 1 | 34 |
| | 百分比 | 100.0% | 100.0% | 85.7% | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 20.0% | 87.2% |
| 台語 | 頻次 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 5 |
| | 百分比 | .0% | .0% | 14.3% | .0% | .0% | .0% | .0% | 80.0% | 12.8% |
| 總計 | 頻次 | 6 | 2 | 7 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 39 |
| | 百分比 | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% |

註：在來賓發言傾向部分，有五位來賓未針對討論主題發言，因此 N 為 236。

表五：叩應觀眾發言傾向與使用語言

| | | 大話新聞 | 頭家開講 | 2100 全民開講 | 2100 週末開講 | 總計 |
|------------|-----|--------------|---------------|--------------|--------------|--------|
| 叩應觀眾發言傾向 | | | | | | |
| 泛藍 | 頻次 | 4 | 0 | 21 | 3 | 28 |
| | 百分比 | 6.9% | .0% | 53.8% | 60.0% | 26.2% |
| 泛綠 | 頻次 | 36 | 0 | 1 | 0 | 37 |
| | 百分比 | 62.1% | .0% | 2.6% | .0% | 34.6% |
| 無法分辨 | 頻次 | 18 | 5 | 17 | 2 | 42 |
| | 百分比 | 31.0% | 100.0% | 43.6% | 40.0% | 39.3% |
| 總計 | 頻次 | 58 | 5 | 39 | 5 | 107 |
| | 百分比 | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% |
| 叩應觀眾發言使用語言 | | | | | | |
| 國語 | 頻次 | 23 | 5 | 28 | 4 | 60 |
| | 百分比 | 39.7% | 100.0% | 71.8% | 80.0% | 56.1% |
| 台語 | 頻次 | 34 | 0 | 11 | 1 | 46 |
| | 百分比 | 58.6% | .0% | 28.2% | 20.0% | 43.0% |
| 國台各半 | 頻次 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| | 百分比 | 1.7% | .0% | .0% | .0% | .9% |
| 總計 | 頻次 | 58 | 5 | 39 | 5 | 107 |
| | 百分比 | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% |

三、研究問題三：節目中的衝突與批判

研究問題三之一探討電視政論性談話節目來賓以批判角度發言的比例為何。結果發現來賓發言百分之百以批判為主，並無任何來賓以讚揚或正面的角度來討論一項議題。

研究問題三之二想要瞭解叩應觀眾發言內容以批判角度提出問題或下評論的比例。這一部份和來賓發言的內容吻合，亦即所有叩應觀眾都是叩應來表達負面批判的意見。

研究問題三之三關照電視政論性談話節目的出現衝突對立主題句的比例為何。內容分析結果顯示衝突對立的主題句出現在 5.9% 的主題句中（見【表六】），其中【2100 週末開講】使用對立主題句的比例最高。

研究問題三之四想瞭解電視政論性談話節目出現修辭疑問式主題句的比例為何。分析結果顯示絕大多數的主題句會以問句的方式出現（72.0%）（見【表六】），同時修辭疑問式的問句又佔問句中的絕大多數（80.7%）。

四、研究問題四：收視的動機

受訪者 ($N = 1,305$) 中有 603 (46.2%) 上週有收看叩應節目；其中以每週觀看 2-3 天的比例最高 (5.2%)。在有收視的觀眾中，平均每週收視的天數為 4.37 (標準差為 2.35)。

研究問題四之一想要瞭解台灣閱聽眾收視談話性節目何種動機最高。研究結果發現過去一週有收看談話性節目的閱聽眾，其「增加知識」的動機最高 ($M_{\text{知識}} = 3.46, SD = .88; M_{\text{認同}} = 3.22, SD = 1.13; M_{\text{娛樂}} = 2.89, SD = .90$)，顯著高於「尋求認同」 ($t(602) = 4.95, p < .01$) 與「消遣娛樂」 ($t(602) = 4.95, p < .01$)，而「尋求認同」也顯著高於「消遣娛樂」 ($t(602) = 4.95, p < .01$)。

雖然「增加知識」的評分最高，在五點 Likert 量表中「追求認同」動機 (平均值 3.22) 顯著地高於 3, $t(602) = 4.83, p < .01$ ，顯見閱聽眾大抵同意收視談話性節目是一種尋求認同的管道。如果「尋求認同」為一項重要動機，有政黨偏好的閱聽眾可能會選擇不同的節目。我們以泛藍色彩高且收視率最高的 2100 全民開講為例，分析結果發現過去通常收看 2100 全民開講的閱聽眾中，49% 為泛藍背景，48% 為中性選民，而泛綠選民只有 3%。這樣研究的結果顯示，在追求認同的前提下，政黨傾向的確會影響觀看的節目。

研究問題四之二探討何種動機最能解釋閱聽眾的收視行為。多元迴歸分析顯示「增加知識」動機能夠顯著預測收視觀眾上週收視天數多寡 (見【表七】)。此外，在有收視的閱聽眾中，教育程度愈低和年紀愈大者，其上週收視天數愈高；政治興趣愈高，其上週收視天數也愈高。雖然政黨傾向不能顯著預測上週收視天數高低，但是當全體受訪者同時

考量時，多元迴歸分析顯示有政黨傾向的收視情形高於無政黨傾向，同時泛藍傾向閱聽眾其收視天數高於泛綠；後者的結果有可能是因為目前泛藍傾向的節目的確高於泛綠。

研究問題四之三想瞭解人口變項（如：年紀、性別與教育程度）以及政治相關態度（如：政黨認同與政治興趣）是否可以預測閱聽眾收視電視談話性節目的動機（增加知識、找尋認同、消遣娛樂）高低。多元迴歸分析顯示教育程度愈低、年紀越大與政治興趣愈高的收視觀眾透過觀看談話性節目獲得知識的動機愈高（見【表八】）；男性、年紀越大、有政黨傾向與政治興趣愈高的收視者透過觀看談話性節目尋求認同的動機愈高；教育程度愈低、有政黨傾向與政治興趣愈高的收視者透過觀看談話性節目享受辯論快感的動機愈高。

表七：談話性節目收視與叩應因素

| | 上週節目收視天數高低 | | | | | | | | | | | | | | |
|------|--------------------------|----------|------------|----------------------|----------|------------|---------------------------|----------|------------|----------------------|----------|------------|----------------------|----------|------------|
| | 全體 (<i>N</i> = 1282) | | | | | | 有收視者 (<i>N</i> = 593) | | | | | | | | |
| | 第一步 | | | 第二步 | | | 第一步 | | | 第二步 | | | 第三步 | | |
| | <i>β</i> | <i>t</i> | <i>p</i> | <i>β</i> | <i>t</i> | <i>p</i> | <i>β</i> | <i>t</i> | <i>p</i> | <i>β</i> | <i>t</i> | <i>p</i> | <i>β</i> | <i>t</i> | <i>p</i> |
| 教育 | -.01 | -.37 | .71 | -.04 | -1.46 | .14 | -.11 | -2.59 | .01 | -.12 | -2.81 | .01 | -.09 | -2.05 | .04 |
| 性別 | .02 | .59 | .57 | .01 | .08 | .93 | -.07 | -1.74 | .08 | -.07 | -1.91 | .06 | -.07 | -1.71 | .09 |
| 年紀 | .26 | 9.01 | .01 | .21 | 7.26 | .01 | .30 | 7.24 | .01 | .29 | 6.90 | .01 | .28 | 6.67 | .01 |
| 政黨一 | | | | -.07 | -2.54 | .01 | | | | -.06 | -1.53 | .13 | -.07 | -1.63 | .10 |
| 政黨二 | | | | .09 | 2.87 | .01 | | | | .03 | .63 | .53 | .02 | .35 | .73 |
| 政治興趣 | | | | .21 | 7.61 | .01 | | | | .10 | 2.42 | .02 | .06 | 1.53 | .13 |
| 增加知識 | | | | | | | | | | | | | .09 | 2.10 | .04 |
| 尋求認同 | | | | | | | | | | | | | .01 | .19 | .84 |
| 消遣娛樂 | | | | | | | | | | | | | .05 | 1.15 | .25 |
| | $R^2 = .07, p < .01$ | | | $R^2 = .13, p < .01$ | | | $R^2 = .13, p < .01$ | | | $R^2 = .14, p < .01$ | | | $R^2 = .16, p < .01$ | | |

追求知識、認同或娛樂？

| 叩應次數高低 | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|-------------------|-------|-----|------|-------|------------|------------------|------|-----|------|------|-----|------|------|------------|
| | 有收視者 (N = 593) | | | | | | 有叩應者 (N = 81) | | | | | | | | |
| | 第一步 | | 第二步 | | | | 第一步 | | 第二步 | | | 第三步 | | | |
| 教育 | -.01 | -.16 | .88 | -.03 | -.61 | .55 | .13 | 1.00 | .32 | .11 | .84 | .40 | .09 | .71 | .48 |
| 性別 | -.04 | -1.00 | .32 | -.05 | -1.11 | .27 | -.08 | -.66 | .51 | -.06 | -.49 | .63 | -.10 | -.79 | .43 |
| 年紀 | .05 | 1.19 | .23 | .03 | .68 | .50 | .06 | .47 | .64 | .07 | .58 | .56 | .07 | .47 | .64 |
| 政黨一 | | | | .08 | 1.89 | .06 | | | | .17 | 1.28 | .20 | .19 | 1.53 | .13 |
| 政黨二 | | | | -.01 | -.26 | .80 | | | | -.01 | -.08 | .94 | .06 | .43 | .67 |
| 政治興趣 | | | | .11 | 2.68 | .01 | | | | -.02 | -.18 | .86 | .01 | .05 | .96 |
| 意見表達 | | | | | | | | | | | | | .04 | .33 | .74 |
| 政治參與 | | | | | | | | | | | | | .36 | 3.06 | .01 |
| $R^2 = .01, p = .77$ $R^2 = .04, p = .80$ $R^2 = .01, p = .42$ $R^2 = .02, p = .03$ $R^2 = .15, p < .01$ | | | | | | | | | | | | | | | |

註：教育部分，教育程度愈高，數值愈高：小學為 1、國（初）中為 2、高中職為 3、專科為 4、大學為 5、研究所為 6；性別部分：男為 1、女為負 1；年紀部分：以實際年紀輸入；政黨部分：用 orthogonal contrast codes，政黨一的編法是：泛藍為 1，泛綠為 -1，中性為 0；政黨二的編法是泛藍為 .5，泛綠為 .5，中性為 -1。

表八：談話性節目收視動機與叩應動機分析

| | 收視動機 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|------|---------------------------|----------|------------|----------------------|----------|------------|---------------------------|----------|------------|----------------------|----------|------------|---------------------------|----------|------------|----------------------|----------|------------|
| | 增加知識 (<i>N</i> = 593) | | | | | | 尋求認同 (<i>N</i> = 593) | | | | | | 消遣娛樂 (<i>N</i> = 593) | | | | | |
| | 第一步 | | | 第二步 | | | 第一步 | | | 第二步 | | | 第一步 | | | 第二步 | | |
| | β | <i>t</i> | <i>p</i> | β | <i>t</i> | <i>p</i> | β | <i>t</i> | <i>p</i> | β | <i>t</i> | <i>p</i> | β | <i>t</i> | <i>p</i> | β | <i>t</i> | <i>p</i> |
| 教育 | -.17 | -4.02 | .01 | -.21 | -5.15 | .01 | .02 | .35 | .73 | -.02 | -.39 | .70 | -.16 | -3.69 | .01 | -.19 | -4.26 | .01 |
| 性別 | -.04 | -1.03 | .30 | -.05 | -1.39 | .16 | -.15 | -3.73 | .01 | -.15 | -3.82 | .01 | -.02 | -.43 | .67 | -.02 | -.46 | .65 |
| 年紀 | .14 | 3.18 | .01 | .09 | 2.11 | .04 | .3 | 3.00 | .01 | .08 | 1.93 | .05 | .04 | .99 | .32 | .01 | .22 | .83 |
| 政黨一 | | | | .02 | .50 | .62 | | | | .02 | .46 | .65 | | | | .04 | .97 | .33 |
| 政黨二 | | | | .06 | 1.39 | .17 | | | | .18 | 4.11 | .01 | | | | .09 | 2.08 | .04 |
| 政治興趣 | | | | .27 | 6.98 | .01 | | | | .15 | 3.71 | .01 | | | | .12 | 2.91 | .01 |
| | $R^2 = .07, p < .01$ | | | $R^2 = .15, p < .01$ | | | $R^2 = .04, p < .01$ | | | $R^2 = .10, p < .01$ | | | $R^2 = .03, p < .01$ | | | $R^2 = .06, p < .01$ | | |
| | 叩應動機 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 意見表達 (<i>N</i> = 81) | | | | | | 政治參與 (<i>N</i> = 81) | | | | | | | | | | | |
| | 第一步 | | | 第二步 | | | 第一步 | | | 第二步 | | | | | | | | |
| | β | <i>t</i> | <i>p</i> | β | <i>t</i> | <i>p</i> | β | <i>t</i> | <i>p</i> | β | <i>t</i> | <i>p</i> | | | | | | |
| 教育 | -.18 | -1.44 | .16 | -.17 | -1.29 | .20 | -.07 | -.56 | .58 | -.08 | -.59 | .56 | | | | | | |
| 性別 | -.22 | -1.95 | .06 | -.22 | -1.88 | .06 | -.15 | -1.49 | .14 | -.13 | -1.05 | .30 | | | | | | |
| 年紀 | .01 | .02 | .99 | -.01 | -.11 | .92 | .13 | -.24 | .81 | -.05 | -.41 | .68 | | | | | | |
| 政黨一 | | | | -.10 | -.81 | .42 | | | | .06 | .45 | .66 | | | | | | |
| 政黨二 | | | | .06 | .42 | .67 | | | | .21 | 1.50 | .14 | | | | | | |
| 政治興趣 | | | | .03 | .21 | .83 | | | | .08 | .68 | .50 | | | | | | |
| | $R^2 = .11, p = .03$ | | | $R^2 = .12, p = .14$ | | | $R^2 = .04, p = .32$ | | | $R^2 = .12, p = .13$ | | | | | | | | |

追求知識、認同或娛樂？

五、研究問題五：叩應的動機

上週有收看叩應節目的受訪者 ($N = 603$) 中曾經嘗試叩應有 81 位 (13.4%)，其中叩應成功的有 28 (4.6%)。成功叩應者中，以叩應一次的比例最高 (有 12 人)，佔叩應成功者的 42.9%。

研究問題五之一想要瞭解台灣閱聽眾叩應談話性節目何項動機最高。研究結果發現叩應或曾經嘗試叩應的閱聽眾，其「意見表達」的動機顯著高於「政治參與」 ($t(80) = 7.44, p < .01$ ($M_{\text{表達}} = 4.15, SD = .83$; $M_{\text{參與}} = 3.04, SD = 1.06$))。

研究問題五之二探討何種動機最能解釋閱聽眾的叩應行為。多元迴歸分析顯示「政治參與」動機能顯著預測其叩應多寡，其他人口、政黨等因素的解釋力則不顯著 (見【表七】)。此外，如果只考量有收視的觀眾，結果發現政治興趣愈高，其叩應頻次也愈高，但是整體的模式未達顯著。

研究問題五之三想瞭解人口變項 (如：年紀、性別與教育程度) 以及政治相關態度 (如：政黨認同與政治興趣) 是否可以預測閱聽眾不同叩應動機的高低。多元迴歸分析顯示人口變項、政黨認同與政治興趣皆無法顯著地預測這兩項叩應動機的高低 (見表八)。

此外階段區別分析 (stepwise discriminant analysis) 結果顯示，當教育、年紀、性別、政治興趣與三項收視動機作為區辨變項 (discriminant variables) 時，政治興趣是唯一能顯著地區辨叩應與非叩應族群的變數, $F(1, 592) = 12.96, p < .01$ ；叩應族群的政治興趣平均值為 3.67，而非叩應族群的政治興趣平均值為 3.31。

伍、結論與討論

有異於過去以批判的角度出發來審視談話性節目的缺失，本研究從閱聽眾使用的動機出發，意圖從使用者端，探究談話性節目之於閱聽眾的意義。隨著使用與滿足的相關理論的發展，研究者慢慢意識到閱聽眾的收視行為其實反映出其內在的動機與需求。從時間資源有限的角度來看，閱聽眾不會虛擲時間於對其沒有意義的活動上。本研究也驗證了這樣的說法，增加時事相關知識以瞭解當下重要政治事件，是解釋談話性節目的收視頻次的主要動機。

內容分析顯示談話性節目有一定的資訊性，討論的主題大都鎖定當下的時事議題，不論是國務機要費、喧騰一時的台開弊案或是選舉的議題，都是最常被討論的議題，因此收看這些議題的討論成為一般民眾瞭解時事的一個重要管道；同時談話性節目除了需要聚光燈的立委外，主要以媒體人與政論家的名嘴為主，這些人似乎貼近政治事件的來源，因此可能提供閱聽眾一些親近議題的資訊與觀點。

此外，大多數的談話性節目通常針對一兩個議題進行深入討論，可以幫助收視者對相關議題有更進一步的瞭解。從內容的資訊性我們不難瞭解為何電訪結果發現「增加知識」是閱聽眾收視談話性研究的主要動機，同時也是預測其收視多寡的唯一顯著動機，愈認為談話性節目可以幫助他們瞭解時事與熱門政治議題的受訪者，其上週的收視天數愈高。先不論談話性節目內容的爭議性，我們發現年紀較大或教育程度較低的受訪者，觀看談話式的議題討論可能是他們貼近政治的一項重要管道。

在政黨偏頗部分，八個分析節目的壁壘分明，【2100 全民開講】、【新聞夜總會】、【文茜小妹大】、【火線雙嬌】與【超級新聞

駭客】無論在來賓政黨傾向、來賓與主持人發言內容都是以偏袒泛藍為主，而且來賓與主持人的語言主要是以國語主講；相反地，【頭家來開講】與【大話新聞】，無論是在來賓政黨傾向、來賓與主持人發言內容都是以偏頗泛綠為主，而且來賓與主持人的語言以台語主講的比例高出上述泛藍節目甚多。雖然【2100 週末開講】來賓與主持人均使用國語，但是其發言內容相對來說較無一面倒向泛藍的偏頗情形出現。然而值得注意的是，本研究所分析節目的播放時間為 2006 年台北市選舉前，有可能在選舉期間談話性內容因選舉的對立而更為偏頗，因此建議未來研究可以針對非選舉期間的談話性節目進行分析。

由於節目內容的政黨偏頗情形十分普遍，一般受訪者也大致同意（平均值為 3.22）他們收視談話型節目是為了聽到與其想法一樣的評論或聽到與其意見一致來賓的論述。這也難怪電話訪問結果顯示有政黨傾向的受訪者，其透過談話型節目「追求認同」的程度較中性受訪者高，同時泛藍與泛綠的選民會偏好選擇符合自己政黨認同的談話性節目，對於這些市民而言，充斥著偏頗的談話型節目是讓他們找到與自我所認同意見之重要管道；如果受訪者支持明確的意識型態，看到來賓為我方陳言或批評對方陣營是令人愉快的。這部份的研究也符合「選擇性暴露」（selective exposure）理論的觀點，這一脈的研究認為閱聽眾會選擇性地暴露於政治傳播的資訊，來強化他們原有的態度與信念（Chaffee & Miyo, 1983）。

可能基於吸引閱聽眾收視的考量，我們發現節目中不乏衝突式的主題命題，將藍與綠放在對決的位置，增加節目可看性，例如螢幕上會出現「決戰大高雄，就是扁馬對決？」這樣的主題句，將高雄市長選舉的層次拉高到總統的對決，可能就是一種吸引注意的策略；此外，也會出現「施明德環台，反扁遊行，成？敗？」這樣對立的主題句，讓閱聽

眾想要一探究竟。同時有些節目針對同一主題，會抽換不同的主題句，用意可能也是在增加變化，免得閱聽眾在觀看後，很快對議題失去新鮮感而轉台。同時主題句中經常出現答案隱含在其中的修飾問句，這也是一種吸引注意的重要策略。再者，節目中的名嘴竭盡攻擊批評之能事，負面內容一般認為較具資訊性（Klein, 1991），批判的內容可能也是增加可看性的重要因素之一。

對於追求娛樂刺激的閱聽眾，上述這些策略可能在吸引閱聽眾注意上扮演重要的角色，同時名嘴的口才與辯論能力，對於某些閱聽眾可能也是提供娛樂滿足的重要來源。從電訪的結果，我們也發現：教育程度較低與政治興趣較高的民眾，比較會因為談話性節目內容精彩有可看性或名嘴們互相辯論很過癮而收看。同時，富娛樂性節目的選擇很多，並非所有人都會希望透過談話性節目達到娛樂的目的，本研究發現具政黨傾向的選民比較會因為這些娛樂元素來觀看談話性節目。

在叩應部分，閱聽眾較認同叩應提供意見表達的管道；雖然政治興趣可以顯著地解釋為何有人會叩應有人不會，但是對於實際有叩應的受訪者，只有「政治參與」動機能夠顯著地預測其叩應的頻次，亦即將叩應視為政治參與的叩應者，其叩應頻次愈高；這些人可能對於叩應有一定的使命感，因此會儘可能地叩應來參與議題的討論。

本研究主要探討人口變項，政黨認同與政治興趣等變項對於政論性談話節目收視與叩應的影響。值得注意的是，過去使用與滿足相關研究也發現心理相關特質與變項也會影響到閱聽眾的收視某類型節目的動機。例如 Conway 與 Rubin（1991）發現感官刺激需求高的受訪者比較會透過電視收視來逃避真實。此外，過去研究也發現不同的收視動機不僅影響到收視的頻次，也會影響到收視時的涉入感（Rubin & Perse, 1987）。這些有意義研究問題都可以放在談話性節目下來檢視，也可以

是未來研究的重要方向。

本研究以閱聽眾的主動性為前提，強調閱聽眾並非被動地被節目選擇，而是主動地挑選自己想要觀看的節目。雖然談話性節目的確有偏頗，內容的確流於衝突與批判，但是談話性節目也是獲得資訊的方便管道，是台灣當下重要政治話題的小窗口；同時也有閱聽眾希望從談話性節目當中找尋與自己一致的意見，強化自己的認同行為；更有部份閱聽眾覺得這類的節目內容精彩有可看性。雖然我們認為偏頗的內容與批判衝突，對於某些閱聽眾有其意義，但是必須強調的是我們並非支持談話性節目的偏頗與聳動，而是站在比較客觀的立場，從使用者本身出發，來瞭解觀看談話性節目之於閱聽眾的功能為何。儘管主觀上閱聽眾有其觀看談話性節目的理由與目的，但是經常觀看內容偏頗的談話性節目是否會對閱聽眾的議題理解、政治相關判斷或認知產生負面影響，值得學者進一步的探討，也是未來研究可以努力的方向。

註釋

1 本研究經費來源為國科會計畫（NSC 95-2412-H-004-017-KGS）。

參考書目

- 台灣媒體觀察教育基金會（2002）。《2002 第四季暨年度劣質節目評鑑報告》。台北：作者。
- 江子芽（2001 年 11 月）。〈李濤會把台灣帶到哪裡去〉，《財訊》，236: 150-154。
- 高有智（2004 年 12 月 6 日）。〈拒上、拒看、拒聽—民間團體三拒運

動，抵制汪、趙節目〉，《蕃薯藤新聞網》。上網日期：2006年9月30日，取自 <http://news.yam.com/chinatimes/politics/200412/20041206606178.html>

彭芸（2001）。《新媒介與政治》。台北：五南。

盛治仁（2005）。〈電視談話性節目研究—來賓、議題結構及閱聽人特質分析〉，《新聞學研究》，84: 163-204。

張卿卿（2005）。〈網路的功與過：網路使用與政治參與及社會資產關係的探討〉，《新聞學研究》，86: 45-90。

楊意菁（2004）。〈民意與公共性：批判解讀台灣電視談話節目〉，《新聞學研究》，79: 1-47。

Ahluwalia, R., & Burnkrant, R. E. (2004). Answering questions about questions: A persuasion knowledge perspective for understanding the effects of rhetorical questions. *Journal of Consumer Research*, 31, 26-42.

Armstrong, C. B., & Rubin, A. M. (1989). Talk radio as interpersonal communication. *Journal of Communication*, 39(2), 84-94.

Barker, D. C. (1998). Rush to action: Political talk radio and health care (un)reform. *Political communication*, 15, 83-97.

Bennett, S. E. (2002). American's exposure to political talk radio and their knowledge of public affairs. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 45(4), 72-86.

Cappella, J. N., & Jamieson, K. H. (1997). *Spiral of cynicism*. Oxford: Oxford University Press.

Cappella, J. N., Turow, J., & Jamieson, K. H. (1996). *Call-in political radio: Background, content, audiences, portrayal in mainstream media*. Philadelphia, PA: University of Pennsylvania, Annenberg Public

Policy Center.

- Chaffee, S. H., & Miyo, Y. (1983). Selective exposure and the reinforcement hypothesis: An intergenerational panel study of the 1980 presidential campaign. *Communication Research, 10*, 3-36.
- Chang, C. (2007). The Interplay of Candidate-Initiated and Journalist-Initiated Agendas in the 1996 and 2004 Taiwan Presidential Election. *Asian Journal of Communication, 17*(1), 1-23.
- Conway, J. C., & Rubin, A. M. (1991). Psychological predictors of television viewing motivation. *Communication Research, 18*(4), 443-463.
- Davis, R. (1997). Understanding broadcast political talk. *Political Communication, 14*, 323-332.
- Graber, D. A. (1987). Framing election news broadcast: News context and its impact on the 1984 presidential election. *Social Science Quarterly, 68*, 552-68.
- Hall, A., & Cappella, J. N. (2002). The impact of political talk radio exposure on attributions about the outcome of the 1996 U. S. Presidential election. *Journal of Communication, 52*, 332-350.
- Herbst, S. (1995). On electronic public space: Talk shows in theoretical perspective. *Political Communication, 12*, 263-274.
- Hofstetter, C. R., Barker, D., Smith, J. T., Zari, G. M., & Ingrassia, T. A. (1999). Information, misinformation, and political talk radio. *Political Research Quarterly, 52*, 353-369.
- Hofstetter, C. R., & Gianos, C. L. (1997). Political talk radio: Actions speak louder than words. *Journal of Broadcasting & Electronic Media, 41*, 501-515.
- Jost, K. (1994, April). Talk show democracy. *Congressional Quarterly, Research, 361-384*.

- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). Utilization of mass communication by the individual. In J. G. Blumler & E. Katz (Eds.), *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research* (pp. 19-32). Beverly Hills, CA: Sage Publications.
- Klein, J. G. (1991). Negativity effects in impression formation: A test in the political arena. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 17(4), 412-418.
- Krippendorff, K. (1980). *Content analysis. An introduction to its methodology*. Beverly Hills: Sage.
- Lee, F. (2002). Radio phone-in talk shows as political significant infotainment in Hong Kong. *Harvard International Journal of Press/Politics*, 7, 57-79.
- Niven, D., Lichter, S. R., & Amundson, D. (2003). The political content of late night comedy. *Harvard International Journal of Press/Politics*, 8, 118-133.
- Pan, Z., & Kosicki, G. M. (1997). Talk show exposure as an opinion activity. *Political Communication*, 14, 371-388.
- Petty, R. E., Cacioppo, J. T., & Heesacker, M. (1981). Effects of rhetorical questions on persuasion: A cognitive response analysis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 40, 432-440.
- Rubin, A. M. (1983). Television uses and gratifications: The interactions of viewing patterns and motivation. *Journal of Broadcasting*, 27(1), 37-51.
- Rubin, A. M., & Perse, E. M. (1987). Audience activity and television news gratifications. *Communication Research*, 14(1), 58-84.
- Rubin, A. M., & Step, M. M. (2000). Impact of motivation, attraction, and

parasocial interaction on talk radio listening. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 44, 635-654.

Rubin, A. M., & Step, M. M. (1997). Viewing television talk shows. *Communication Research Reports*, 14, 106-115.

Swasy, J. L., & Munch, J. M. (1985). Examining the target of receiver elaborations: Rhetorical question effects on source processing and persuasion. *Journal of Consumer Research*, 11, 877-886.

Verba, S., & Nie, N. H. (1972). *Participation in America*. New York: Harper & Row.

Vincent, R. C., & Basil, M. D. (1997). College students' news gratifications, media use, and current events knowledge. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 41(3), 380-392.

附錄：節目背景說明

火線雙嬌

緯來綜合台製播的「火線雙嬌」於 2004 年開播，每週一至五 19:30 至 21:00 播出，原主持搭檔為尹乃菁與鄭麗文，後來鄭麗文接下國民黨發言人職務而將主持棒交由蘭萱。

頭家來開講

民視新聞台製播的「頭家來開講」於 1997 年開播，每週一至五 20:55 至 22:00 播出，主持職務自開播後一直由民視新聞部經理胡婉玲擔任，直到 2006 年年底才由資深政治記者童仲彥接棒主持。

大話新聞

三立新聞台製播的「大話新聞」於 2002 年開播，每週日至六 20:55 至 23:00 播出，主持人為鄭弘儀，其最大特色在於首創「當事人澄清專線」，以供被討論之當事人能在節中即時辯解。

超級新聞駭客

衛視中文台製播的「超級新聞駭客」於 2005 年開播，每週一至五 20:00 至 21:00 播出，主持人為趙少康，本節目前身為「新聞駭客」，2004 年年底停播後趙少康轉戰年代新聞台，爾後又應衛視高層邀請回鍋主持晚間八點播出的「超級新聞駭客」。

2100 全民開講

2100 全民開講為 TVBS 電視台所製播的談話性政論節目，於 1994 年開播。在每週一至週五晚間九點播出。該節目約兩小時，常態主持人為台灣資深記者李濤。節目以揭露政府弊案為基調，其節目處理方式被部分親綠媒體指控。

2100 週末開講

2100 週末開講於 TVBS 電視台週六與週日晚間九點播出，節目約兩小時，主持人為前年代新聞台副總經理張啓楷。目前此節目之政治傾向，被大部分人士認為是偏向泛藍，而泛綠聯盟拒絕出席此節目。

新聞夜總會

新聞夜總會於 2001 年開播，在 TVBS 電視台週一至週五 23:00 至 00:00 播出，主持人為資深記者李艷秋，節目內容以討論政壇糗事、趣聞、笑話為主，屬於氣氛較為輕鬆的談話性政治節目。

文茜小妹大

文茜小妹大於 2000 年起開播，曾三度轉台（中天新聞台、衛視中文台、中視無線台）播出，每週一至週四 22:30 至 23:30，主持人陳文茜以批判發掘真相風格提供熱門話題的專業觀點，引用大量資料闡述新聞事實及真相之外，主持人與來賓進行互動，交流意見，每天並視時事的發展，探討切合的議題。

The Pursuit of Knowledge, Identification or Entertainment? An Exploration of Political Call-in Program Content and Audiences' Viewing Motives

Chingching Chang & Ven-hwei Lo*

ABSTRACT

Developing usage and gratification theories, this paper explored the content of political call-in shows and audiences' viewing motives. The content analysis indicated that call-in programs in Taiwan exhibited the following aspects: (1) they discussed more breaking news than general public policies; (2) they contained party biases; and (3) they framed topics in a negative light. With regard to these findings, we propose that there are three major motives for watching political call-in programs: seeking knowledge, looking for party identification and serving as entertainment. A telephone survey found that seeking knowledge was a significant predictor of viewing frequency. In addition, age and education predicted the degree to which viewers sought knowledge from watching call-in programs. Party identification forecasted the degree to which viewers sought identification from watching these programs.

Keywords: call-in motives, viewing motives, political call-in programs

* Chingching Chan is a Professor of the Department of Advertising in National Chengchi University, Taipei, Taiwan. Ven-hwei Lo is a Professor at the Department of Journalism in National Chengchi University, Taipei, Taiwan.

• 新聞學研究 • 第九十三期 2007 年 10 月