

# 你可能不知道的 媒體影響

■ 劉正山

若用「選戰」的角度來看選舉和參與選舉，  
你大腦裡情感的作用一定大過理性的作用，  
便會很習慣地拿各種媒體或別人的觀點來使自己的選擇合理化。

2012年的總統與立法委員選舉結束了，讓我們回想一下當時的自己。我們從這過程中學到了什麼，又能回想起什麼呢？想不起來或覺得沒學到什麼或許是正常的，因為我們太習慣於從競賽的角度看選舉，回想的大都是來自別人的觀點。這些「別人」指的是你身旁的人，包括你認識的親朋好友，以及你應該不認識的政黨與媒體。

正是因為大家習慣於用競賽的觀點看選舉，所以隨著投票日的接近，電視、報紙、網路上出現的廣告愈來愈頻繁，身旁的人愈來愈緊張，而讓自己愈來愈在乎這場比賽的勝敗。正是因為不知不覺地融入了這場比賽，所以變得愈來愈在乎勝敗，當然會在比賽結束後，產生自己支持的隊伍獲勝的痛快或舒壓感，或出現自己支持的隊伍落後或失敗的失落或憤恨感。至於很多人選擇不參與或不去投票，可能是因為他們把選舉當作是場不想看的賽事，不想「參戰」罷了，不一定代表這是個深思熟慮的理性判斷。

若用「選戰」的角度來看選舉和參與選舉，你大腦裡感性的作用一定大過理性的作用，便會很習慣地拿各種媒體或別人的觀點來使自己的選擇合理化。因為賽事不斷，所以若是用「競賽」的角度來理解選舉，就可能在一場選舉後對它失去興趣，而會開始談論下一場賽事，這正是今日政黨與媒體在做的事。這也正是筆者打算表達的，若是習慣了以競賽的角度看選舉，就很可能在選舉過程中失去理性，在選舉過後變得無感，甚至想不起來從這個民主過程中曾經學到什麼。

## 理性真的普遍嗎

「理性」在這裡指的是根據足夠的資訊，以冷靜與深思熟慮的態度來表達自己立場與想法，或做出決定的能力。如果一個人在做出選擇時不受刻板印象和過往習慣的牽引，且能夠依各種資訊做出合理的判斷，他就是個理性的決策者。

政治學者普遍推崇理性對於民主的重要，因為理性可以帶來社會整體的思辯、反省、對話與包容。只是，這有時太過理想化。即使是民主社會，也不容易看到理性的選民，因為我們的判斷與思維已過於依賴媒體和親友所餵食的資訊。加上我們早已習慣跟政黨和媒體一樣，把選舉當作賽事，因此在選舉的時候往往不自覺地情感凌駕理性，隨著當下的勝敗而喜悲，甚至無形之中以言語或行為傷害身旁不同立場的人。

至於常聽到的「中間」、「中立」或「獨立」選民，就是理性選民嗎？其實不然。很多人自稱「中間選民」，認為自己不是那麼偏激，較為理性。其實「中間選民」是個學理上和媒體習慣上的概念而已，是指既不特別愛好「藍營」或「綠營」的選民。說穿了，中間選民是學者和媒體為藍綠光譜上難以分類的選民所做出的統稱。因此「中間」並不是真的「中庸不偏」、「中立」或「獨立」。

若是你不喜歡藍營也不喜歡綠營，雖然大可把自己歸到這一類，但這只是分類而已，不表示貼上中間、中立或獨立的標籤之後，心裡完全沒有偏向任何一邊。

政治學的研究已經指出，被分類為中間的選民往往對政治比較冷漠，平時不見得注意政治時事，對於選舉的意識與興趣較為低落。因此，所謂的中間、中立或獨立選民，可能是民意調查中「未表態或不願表態的選民」或「隱性選民」，指的是意向不明或無法透過訪問探知到真實意向的選民。因此，無論怎麼分類，我們要知道中間選民並非沒有真實的偏好，也不見得真的理性。要讓自己跳出這些分類標籤的框框，成為真正的理性的選民，就必須先了解政黨與媒體對我們的影響，並且不再用選戰的角度看待選舉。

## 注意力的爭奪戰

閉上眼睛，你能不能說說看目前社會上最重

要的議題有哪些？也許用手指頭就數完，再多的也想不起來了。但是再想想，為什麼是那幾個？生活中有這麼多重要的事正在發生，我們顯然無法知道，也沒有意願去知道所有正在發生的事情。這時候我們便依靠新聞媒體來一窺社會上的大小事件，希望在最短時間內看到最重要的事情。有許多想當然爾的重要事件，一旦發生，媒體一定會放到頭版頭條來呈現。

只是，報紙和網路新聞的頭版空間有限，且電視新聞帶狀的報導只允許少數新聞可以依重要性先報導，

那麼是誰來告訴我們這些都很重要的事之中哪一個最重要呢？掌握這個權力的，就是媒體本身及媒體的廣告主。傳播學界和政治學界反覆檢視並確認媒體具有「議題設定」（agenda-setting）的影響力，它指的是擁有議題發動能力或傳播能力者（包括了政府、政黨和媒體本身），透過對主觀或策略上認定的議題的強調，來影響我們對議題重要性的排序。

重大天災或人禍在媒體和我們眼中是重大的新聞題材，但平時我們並無從判斷哪些新聞比較重要，該把注意力放在什麼題材上，這也就出現了民眾注意力資源重新調度的「市場」。換句話說，注意力是種可以轉換為實質消費額、發行量或選票的無形資源，而媒體在這個過程中是個掌握權力的資源分配者。



大眾文化與大眾傳播媒體同步影響著民眾的政治生活。圖中是美國芝加哥市芝加哥論壇報前的瑪麗蓮夢露巨型雕像。

電視台可以選擇哪條新聞放在頭版，哪些時段的廣告可以賣出、賣多少，以及賣給誰。在企業、市場的商界人士眼中，消費者對某些物品或節目的注意力往往是「商機」的來源。當「哈佛小子」林書豪的優異表現吸引了全球的目光時，眾多商品（如電腦、運動用品、信用卡、套裝旅行等）無不藉著這「民氣」來增加銷售量。

同樣地，民眾的注意力是民主政治體制下政府與政黨之間爭逐的對象，是政黨眼中重要的資源。政黨及候選人在選舉前會運用對己有利的話題或民調數字來創造議題，爭取媒體使用者的注意力。政黨在媒體上所進行的宣傳，是在爭取我們的注意力，並「餵食」觀眾他們眼中認為該知道的事而已。

報紙和網路新聞的頭版空間有限，  
且電視新聞帶狀的報導只允許少數新聞可以依重要性先報導，  
那麼是誰來告訴我們這些都很重要的事之中哪一個最重要呢？

## 媒體影響力中的情緒因素

為什麼我們會接受這樣的暗示或明示呢？這一方面與我們使用媒體的習慣有關，另一方面與媒體在新聞加工的過程中加入情緒因素有關。

依照商業的邏輯，如廣告商或政黨依收視率來購買時段，依閱報量來購買版面，或依點閱率來購買網站廣告空間等，媒體無可避免地陷入廣告資源的爭奪戰中，想盡辦法吸引我們的注意。取得觀眾注意的重要方式之一，就是要讓節目或報導的內容足以引發我們的情緒反應，如沮喪、悲憫、驚

恐、焦慮、悲哀、興奮，浪漫等。

正因為引發情緒反應已經成為節目製作人進行新聞傳播時考量的一環，所以可以看到的政論節目總是努力挑選足夠引起情緒反應的話題。而無論平面新聞或網路新聞，能夠引發情緒的新聞（八卦及社會事件）愈來愈多，愈放愈前面。

這個現象在媒體內容趨向一致的時候更為明顯。當不同的媒體報導相近的內容，或把同樣的消息視為頭條時，對這個社會來說會產生巨大的議題設定效應，也容易在短時間內讓大多數的我們對



群眾的政治行為有多少是自發的？有多少是動員來的？圖中是2012年4月美國芝加哥市郵局員工因得知聯邦政府即將裁減預算而舉行的抗議行動。



哪些事比較重要產生相同的認知。舉例來說，回想2004年3月19日投票前夕，當時的陳水扁總統、呂秀蓮副總統遊街受到槍擊的事件，經媒體報導後震撼全國。選情緊繃加上媒體的評論，很快地就引爆了選民的情緒。

雖然這個事件對於選舉結果真正影響的程度還未有共識，也尚未有具體的研究結果說明這件事的衝擊有多大，但是這個事件透露出民眾的注意力在選前已經十分地集中，使「兩顆子彈」成為不少對選舉結果失望的選民宣洩情緒的對象和管道（輸得不服氣），也讓不少支持民進黨的民眾覺得委屈（贏得不痛快）。

這個事件接下來的數個月中，你有沒有注意到台灣社會在做什麼？整個社會其實是在進行大規模的注意力重新調度，以及情緒調節的工程。至於有沒有繼續討論選舉期間的公共議題？沒有。2012年總統選舉後呢？情況也是一樣的。想一想，這個社會除了論輸贏之外，還持續討論過什麼選前的公共議題嗎？

## 人做為政治動物的限制

現在你知道了，無論是身在民主的社會或非民主的社會，人做為「政治的動物」，其偏好和行為都受到政治環境的「內外交迫」。內在的限制來自人本身生物性、生理性的種種反應，包括我們的情緒、欲望和感情，外來的限制則來自於同樣看不到、摸不到的結構和權力安排。當娛樂節目、新聞報導，乃至新聞圖片令我們產生情緒和情感的時候，我們往往不會質疑這種情感可能是由許多外在的機制所誘發的。

一個有趣的實驗指出了人的閱讀行為其實

深受其生物性的影響。研究團隊用網路新聞的方式，給參與實驗的大學生分組看5則新聞的標題，每則新聞的標題有5個版本，每一組看到的標題不相同。

這5個版本是：事實描述（如，在佛羅里達州海灘出現鯊魚攻擊事件，受傷者被送往某某醫院救治）、衝突性的描述（如，在佛羅里達州出現鯊魚攻擊事件，受傷者指控救生員怠忽職守，引發激進團體與救生員的衝突）、不幸的描述（如，在佛羅里達州出現鯊魚攻擊事件，受傷者的手臂與腿嚴重撕裂並大量失血，且救護車被堵在車陣中）、悲劇性的描述（如，在佛羅里達州出現鯊魚攻擊事件，目擊者指出受攻擊者在冰冷的水中驚聲狂叫，與鯊魚做生死搏鬥），以及經濟學性的描述（在佛羅里達州出現鯊魚攻擊事件，該觀光區立即關閉，預估已經造成1千1百萬美元的損失）。

研究者觀察學生看過標題之後進一步點閱詳細新聞內容的過程，發現當標題不同時，同一則新聞吸引點閱的效果就不相同。新聞標題中越能夠引起情緒、暴力或同情心的字眼，被點閱的機率愈高。在5類的標題中，悲劇性和衝突性描述的標題在10分鐘內吸引最多的點閱，依次是經濟性、不幸和事實描述。

這個實驗進一步確認了媒體及新聞製作走向軟式新聞的趨勢。傳統新聞著重對事實的強調，顯然沒有軟式新聞有趣，因為軟式新聞較能為我們帶來好奇心的滿足和情感上的共鳴，至少能夠吸引較多的注意。社會新聞的頭版化也反映了這個媒體對注意力的爭戰，普遍把煽動性強會引發好奇心、性欲或同情心的社會版新聞，放到頭版來報導。



公眾的情緒，你了解嗎？

想一想，我們平時有興趣把日常的注意力放在對醜聞、隱私、暴力、凌虐等社會案件的關懷上嗎？還是我們在這些醜聞、隱私、暴力、凌虐被揭露之後，才因為它有戲劇效果而注意，甚至是繼續當連續劇來看呢？以上的注意力實驗告訴了我們，看軟性新聞或社會版的新聞並非是我們日常生活的喜好，多半是在不注意的情形下，依「本能」跟隨媒體塑造出來的議題而起舞的現象。

## 選舉新聞的言論市場

「民主」不光是指人民擁有對總統和民意代表的投票權，或人人參與投票就夠了。民主更深的意涵還包括了人民能夠且經常性地由下而上發動議

題並形塑話題，讓政府和立法機構跟隨。

我國目前的選舉多半是政黨或是選舉期間的競選團隊，透過媒體把我們的注意力「框架」到某個議題上，再透過媒體在內容、取材和詮釋上的選擇性播送，產生對我們的「提示」效果，讓我們看完新聞後產生某位候選人好或不夠好的「判斷」。因此，在台灣我們看到目前的公民投票案都有人民的連署，看似是由民間發動，但實際上多是政黨與媒體在選舉前以動員為目標所蘊釀的產物。

真正理性的選民擁有看清以上政黨媒體角色的智慧。如果你說你討厭政治，你的意思應該是對於媒體上諸多淺碟式的、競賽式的報導非常反感。

我們若長久停留在這個「政治很亂，不想碰」的認知之中，慢慢就會對真正值得關心的、日常生活中的公義、平等議題興趣缺缺，拱手把議題發動的權力拋給媒體和政治行為者來操作。如果你了解這些報導也是「生產」出來的，本身所呈現的並非事實的全貌，就不會被這種負面情緒拉著跑了。

做為民主社會的公民，對媒體和政治人物影響我們的方式要有一定的了解。當我們說「政治人物都在騙人」的時候，可曾想過「我們不要跟著政黨和媒體設定的議題起舞」？甚至進一步問：「還有什麼是根本不在目前政黨和媒體的清單裡的重要問題？」

當我們看電視新聞感到心中不平時，是不是

做為民主社會的公民，  
對媒體和政治人物影響我們的方式要有一定的了解。

在理性選民眼中，選舉不必是選戰。  
對政黨和候選人來說，選舉像是個你死我活的戰場；  
對選民來說，並不是。

能夠警覺到政治人物和政黨操弄大眾同情心和道德感的痕跡？翻開報紙，是不是會想到「每天刊載出來與全球脈動無關的頭版新聞，其實是個培養我們對娛樂話題的嗜好，增強我們對事情的刻板印象，卻削弱我們與這個世界連結的『頭版毒藥』」？

收看反覆報導窄化後的議題的報紙和電視，可不一定會讓你更有政治知識。知道眾多的影藝或娛樂消息，也與民主社會需要的公民素養無關。處在媒體報導內容趨向一致，且每日的重要新聞以話題的聳動性為出發的資訊環境中，我們總是載沉載浮。我們往往無法判斷一則政治新聞刊出的過程，到底是政府或政黨為了設定議題而出的新聞，或是媒體為了挑起閱讀興趣而出的新聞，甚或是媒體為了配合特定政黨的需要而出的新聞。

因此當我們愈習慣於固定新聞頻道時，會更不易偵察到媒體發動他們影響力的時間點。現代公民減少對報紙、電視和網路新聞的接觸，或許是更能保有自己警覺能力的做法。

現在你知道怎麼樣不從「選戰」的角度來看選舉了嗎？政黨和他們派出的候選人眼中，選舉就是場不是你上台就是我上台的戰爭，媒體也習慣了跟政黨一樣用選戰的角度來評論和報導選舉。但是在理性選民眼中，選舉不必是選戰。對政黨和候選人來說，選舉像是個你死我活的戰場；對選民來說，並不是。

我們長久以來太習慣用政黨和媒體的語言來決定自己的偏好，或根本就隨著別人的鼓動而投票，最後搞得自己跟候選人一樣緊張。我

們都忘了，選舉是個要談談遠見，談談誰比較能解決問題的時候；有比較、有辯論，才能讓理性的選民成功地跳脫競賽似的思維。你若是這樣看選舉，一定會從這過程中學到東西。

不論你有沒有投票權，希望看完這篇文章後，運用這些觀點與知識去觀察每日的政治生活。無論是看政論節目，還是與人討論選舉，下次面對自己心中那股被社群、政黨與媒體激起的情感時，希望你比較有能力去駕馭情感並展現理性。筆者不主張每個人都因為過度強調理性而冷漠，畢竟我們是政治動物，還是會有長期情感上支持的對象。

新一代的理性選民跟其他人不一樣的地方，在於他們除了喊「凍蒜」之外，還說得出來「我（不）支持他，倒不是因為我長年支持這個政黨，而是因為我看到他會帶來XX政策上的轉變」、「我（不）支持他，不是因為我看他這個人（不）順眼或家人告訴我怎麼做，更不只是他包裝的形象（不）好，而是因為在政黨與媒體重重包裝的背後，就是能看（不）到具體支持他的理由」、「我會支持他，不全然因為別人告訴我他的選情告急，而是我對整個選戰觀察比較的結果」。

劉正山

中山大學政治學研究所