



誰寵壞了名嘴？

2009-10-04 記者 徐鈺婷 文



有話大聲說！台灣政論節目的最大特色就是名嘴爆料與節目現場「call-in」，使民眾有政治參與感。這樣有話大聲說的廉價全民政治運動，正風靡台灣！

（圖片來源：www.flickr.com/photos/lusifert/）

名嘴是台灣觀眾鼓譟下被寵壞的角色。隨著台灣解嚴、政治開放，地下電台逐漸式微，但地下電台最具特色的民眾「call-in」卻沒有消失，反而變成成為各大政論節目操作議題的有效策略。政論節目中最具爭議性的2100全民開講和大話新聞各具不同立場，隱約可見節目背後所隱藏的政黨色彩，同時主持人引導式對話以及名嘴麻辣式的連環爆料大受歡迎，民眾宛如把手中神聖的一票——「收視率」養活了名嘴。除了造就可觀的收視率，連政府單位也不得不忽視名嘴所引發的輿論壓力！

政治生態 造就台灣名嘴產業

名嘴辛辣爆料宛如一部精彩的八點檔，每天都有令人訝異的爆料內容。從民進黨執政時期，節目揭發陳哲男與陳敏賢同遊韓國賭場照片，到扁案陸陸續續的發展，似乎都和名嘴爆料脫不了關係。最令人注目地就是扁家海外洗錢一案，很多人深感扁案可以持續發展下去，名嘴爆料似乎占了不少功勞。行政院秘書長薛香川在去年油價波動時頻頻詢問名嘴相關意見，作為政府調整油價的參考，足以見識到名嘴的影響力正在台灣政壇持續發酵。

但究竟名嘴產業是如何產生？第一，台灣特有的「二分法」政治生態造就名嘴蓬勃發展。從解嚴以來，台灣藍綠政治對峙激烈，似乎就像一把刀劃分所有的民眾，你不是藍就非得是綠！再加上政論節目特有的民眾「call-in」，讓許多民眾可以透過電視大罵反對黨不佳的表現，撻伐政治人物的謊言。這樣地間接參與政治的方式，使民眾有政治存在感，也達成民眾宣洩憤怒的出口。第二，名嘴的背景大多是如陳鳳馨、范立達等號稱資深媒體人或林建隆、林火旺等知名大學教授，或者是前政府官員、自稱時事評論家，就連軍事評論家也來參一腳。這樣看似和政治相關的背景，讓名嘴們說起話來格外具有說服性。但其實從政論節目中不難發現，很多來賓都是固定班底，經過長時間在節目中曝光發言擁有固定的收視群，搖身一變成為此收視社群中具影響力的意見領袖，此時「名嘴」不過是現在流行話語「達人」的代名詞！



媒體歷屆廣告

推薦文章

- 變化自如 幕後的聲音演員
- 那些年 爸爸與芭樂的回憶

- 關余膚色 我想說的事

總編輯的話 / 郭穎慈



本期共有十九篇稿件。頭題〈夢想配方 攝影甜點與咖啡〉忠實刻劃一位科技新貴勇敢出走，開設一間攝影風格咖啡廳的歷程和堅持。

本期頭題王 / 洪詩宸



嗨，我是詩宸。雖然個子很小，但是很好動，常常靜不下來。興趣是看各式各樣的小說，和拿著相機四處拍，四處旅行。喜歡用相機紀錄下感動，或值得紀念的人事。覺得不論是風景還是人物，每個快門的...

本期疾速王 / 吳建勳



大家好，我是吳建勳，淡水人，喜歡看電影、聽音樂跟拍照，嚮往無憂無慮的生活。

本期熱門排行



夢想配方 攝影甜點與咖啡
洪詩宸 / 人物



橙色的季節 唯美「柿」界
陳思享 / 照片故事



老驥伏櫪 馬躍八方
許翔 / 人物



追本溯源 探究大地之聲
劉雨婕 / 人物



變化自如 幕後的聲音演員
張婷芳 / 人物

「名」嘴不等於「民」嘴

名嘴美其言為時事評論家，實則容易引導民眾進入他們建構的思維框架。不少和名嘴持相同立場的社群認為透過名嘴的「專業」分析，可以發現令人佩服的邏輯和意想不到的事件。但是名嘴所爆的料真的是如他們所說的遵循節目宗旨——監督政府、使人民過更好，還是撩撥大眾「知」的慾望間接為各自擁護的政黨「議題操作」？

從觀察政論節目可以發現，名嘴大戰會在重大議題發生時開打！尤其在選舉時期，除了直接或間接藉由議題操作為各自擁護的政黨鞏固既有的票倉，名嘴們更希望可以藉由他們自身的輿論影響，使中間選民轉而選擇他們支持的政黨。另外，如果發生該黨的醜聞，名嘴們也懂得適時地劃分界線，以陳水扁貪汙案為例，便可以窺知不同立場的節目如何操作話題。以泛藍為首的2100全民開講早在扁政府執政時期，就緊咬陳水扁國務機要費案，並且以陳哲男與陳敏賢同遊韓國賭場照片，重創民進黨標榜的清廉有為形象。一直到政黨輪替，扁家境外洗錢案也是撻伐民進黨的主要議題。在名嘴看似頭頭是道的批評下，成功激起民眾憤慨的情緒，同時也間接為其所擁護的政黨打下漂亮的一戰！反觀，以泛綠為首的大話新聞，除了慣有批評國民黨外，對於扁案卻做了切割！鄭弘儀一句「絕對的權力造成絕對的腐敗」成功把貪汙案歸咎於陳水扁的個人行為，而非政黨行為，充分替民進黨與陳水扁切割，順勢藉由大話新聞拉回選民對民進黨的忠誠。



名嘴到底是希望台灣更好，還是撩撥大眾「知」的慾望間接為各自擁護的政黨「議題操作」？（圖片來源／略報）

兩個不同調的政論性節目處理相同議題卻都可以如此成功，關鍵就在於名嘴論述能力！在了解收視群的胃口前提下，論述能力強的名嘴說起話來簡直是把民眾內心想說的話通通傾倒而出。這不僅讓在電視機前面的觀眾有發洩的快感，也似乎有種相互取暖的作用。同時搭配民眾現場「call-in」，讓相同社群的想法被同是素人的大眾所認同。名嘴的成功在於熟知該社群的心理，但是這不過是代替「小」眾說出想說的話，並不代表「大」眾的全體意見。名嘴絕對不等於民嘴！

名嘴存亡 人民掌握大權

其實不難發現，許多人普遍對名嘴印象不佳。除了深感屢屢被名嘴撩撥藍綠政黨情結外，也質疑名嘴爆料「證據」在哪裡？這是名嘴現存最具爭議性的問題。而問題的癥結與收視率有很大的關連。從節目製作的角度來說，收視率的高低不僅會直接關係到節目的存活和經費調度，還會間接影響名嘴的曝光率和收入。因此製作單位當然會希望名嘴所說的話更聳動，話題更辛辣。

再者，政論節目播出時間大約是一小時到一小時半，如何讓節目不冷場，就要考驗各名嘴的「資料庫」豐富程度和論述技巧是否聳動，藉以刺激收視率。然而過分追求收視率的結果，便是名嘴的言論易流於口水仗、頗不具建設性，反而會造成觀眾的厭惡感。另一方面，名嘴產業是非常脆弱不堪的。名嘴靠著嘴巴在賺錢，大眾普遍認為爆料內容常因拿不出證據而不知是真是假，同時，名嘴產業也很容易因為一個名嘴的信用破產導致整個名嘴界要共同背負這項罪名。

人民的喜好影響到名嘴產業的生存，然而名嘴到底是眾人擁戴的時事評論家？還是另一個譁眾取寵的綜藝小丑？或許都可以表現在人民的觀感中。時勢變遷，未來名嘴產業是否還會繼續熱門還不一定，但可以確定的是，收視率既然可以是養活名嘴的的糧票，卻也可以是毒藥！所以名嘴們不要被台灣民眾寵壞了，請保持你們的格調，否則你們將會隨時被遺棄。



橙色的季節 唯美「柿」界

新竹九降風吹起陣陣柿香，一片澄黃映入眼簾，那既是辛苦的結晶，也既是甜美的滋味。

