

目錄

第一章 導論.....	1
第一節 研究緣起.....	1
第二節 文獻探討與問題意識.....	4
一、媒體再現中的第一夫人	
二、民主選舉中的第一夫人	
三、作為「代理有閑」的第一夫人	
第三節 研究對象與取徑.....	22
第四節 第一夫人的消費政治與政治消費.....	25
第二章 媒體再現中的第一夫人.....	27
第一節 媒體再現與消費政治.....	28
一、媒體再現：打造一面無盡反射的多稜鏡	
二、媒體事件與媒體記憶	
第二節 第一夫人與媒體生態.....	34
一、狗仔來了：當新聞娛樂化、大報小報化	
二、政治名人：當人格成為政治商品符號	
第三節 第一夫人的消費政治.....	40
一、官夫人或社交名媛？——當嚴肅的政治成為娛樂名人的華麗包裝	
二、風格即政治——當個性化的風格演作成為一種治理技術	
第四節 小結.....	46
第三章 民主選舉中的第一夫人.....	48
第一節 民主選舉與政治消費.....	49
一、政治消費與媒體再現	
二、民主選舉：現代民主政體的嘉年華會	
第二節 第一夫人與選舉文化.....	55
一、嘉年華裡的千面女郎：當「夫人」們都成為競選活動家	
二、藍綠對峙與造神運動：「對立」就是政治的英雄神話	
第三節 第一夫人的政治消費.....	65
一、從幕後走到幕前？——當第一夫人從婚姻伴侶成為政治伙伴	
二、污名化夫人政治？——當第一夫人從票房靈藥成為票房毒藥	
第四節 小結.....	69

第四章 「代理有閑」的當代實踐.....	72
第一節 重探「代理有閑」.....	74
一、有錢人的下一步 炫耀性消費的社會功能	
二、「代理有閑」的地位政治	
三、「代理有閑」的性別政治	
第二節 第一夫人角色的地位政治.....	79
一、時尚經典或國家神話——兩個永遠的第一夫人	
二、打破行情的第一夫人？ ——官夫人社群的「夫人政治」	
第三節 第一夫人角色的性別政治.....	86
一、政治場域裡的性別分工——當「志工」成為第一夫人角色傳統	
二、「夫人」的異性戀婚姻壟斷——第一夫人或第一先生	
第四節 小結.....	91
第五章 結論.....	94
第一節 第一夫人的媒體與政治奇觀.....	95
第二節 探路與探源.....	98
參考書目.....	101

