

參考文獻

一、中文部分

- 王石番（1991）。《傳播內容分析法》。臺北：幼獅。
- 王建雄（2006）。《政務決策與落實過程中政治庸俗化之影響—以台灣中程施政計畫中高教改革為例》。東海大學政治學系碩士論文。
- 王家俊（2006年10月17日）。〈李敖：馬英九軟弱 國民黨倒閣案放水〉，《中央社》。上網日期：95年10月20日，取自
<http://news.sina.com/cna/101-102-101-101/2006-10-16/20151420390.html>
- 王渡（2002）。《馬英九現象》。臺北：普天。
- 王慧馨（2005）。《二〇〇四年報紙報導總統選舉新聞的政治偏差》。國立政治大學新聞研究所碩士論文。
- 江孟穎（2003）。《首長形象建構之研究 - 以台北市與高雄市政府新聞稿為例》。銘傳大學傳播管理研究所碩士論文。
- 朱錦華（2005年12月13日）。〈政治偶像，媒體寵兒〉，《民生報》（香港），A3版。
- 余紀忠（2000）。〈精勤惕勵，無私無懼——五十年的信念與秉持〉。收錄在中國時報編《中國時報五十年》，頁5-21。台北：中國時報社。
- 谷玲玲（2006）。〈傳統報業及電子報發展前景〉，《行政院新聞局2006出版年鑑》。上網日期：97年2月10日，取自
<http://www.gio.gov.tw/info/publish/yearbook/95/02-05.htm>
- 李人豪（2005）。〈電視新聞中立法委員表演行為比例探討：非選舉與選舉期比較〉，《2005年中華傳播學會年會》，臺北縣深坑。上網日期：96年2月2日，取自：<http://ccs.nccu.edu.tw/2005students.htm>
- 李人豪（2005）。〈政治人物表演行為之媒體再現：以立法委員的電視新聞報導為例〉。國立政治大學廣播電視學研究所碩士論文。
- 李東展（2005）。《喬丹商品收藏迷的資訊尋求行為研究》。世新大學資訊傳播研究所碩士論文。
- 林文益譯（1997）。《政治傳播學》。台北：風雲論壇。（原書McNair B. [1995]. *An Introduction to Political Communication*. London: Routledge.）
- 林瑜霜（2002）。《二〇〇二年台北市長選舉候選人新聞媒體守門研究》。私立中國文化大學新聞研究所碩士論文。
- 金溥聰（1997）。〈報紙的形象設定效果研究：以民國八十三年台北市長選舉為例〉，《新聞學研究》，55: 203-223。
- 吳璧如（2003）。《「總統形象塑造之研究--以陳水扁總統之媒體呈現為例」》。東吳大學政治學系碩士論文。

- 袁千雯 (2005)。《時尚消費、名人效應的閱聽人接收分析》。國立台灣大學新聞研究所碩士論文。
- 徐子樵 (2006年10月19日)。〈本土味 馬英九就欠這一味〉。《新台灣新聞周刊》。上網日期：95年10月24日，取自
<http://tw.news.yahoo.com/marticle/url/d/a/061003/12/4wm0.html>
- 徐子樵 (2006年10月19日)。〈泛藍共主洗牌？ 施明德等著收割〉。《新台灣新聞週刊》。上網日期：95年10月20日，取自
<http://tw.news.yahoo.com/marticle/url/d/a/061012/12/59hl.html>
- 孫哲、沈國麟 (2002)。〈美國政治中的媒體與國會選舉〉。《美國研究》。2: 66-78。
- 唐梅江 (2003)。〈政治媒體化：當代西方媒體與政治關係的型態分析〉，《求索》，1: 90-92。
- 馬維敏 (2001年2月20日)。〈馬維敏專欄—馬英九的機會與危機〉，《中國時報》。上網日期：95年10月24日，取自
<http://news.chinatimes.com/Chinatimes/senior/rd-seniorcontent/0,2127,17060201+172001021902588,00.html>
- 倪鴻祥 (2001年8月19日)。〈馬英九南下輔選 政治行情看漲〉，《東森新聞報》。上網日期：95年8月1日，取自
<http://gb.ettoday.com.tw/2001/08/19/141-554728.htm>
- 康若曄 (2006年3月22日)。〈馬英九赴美資格考 蘇貞昌島內拚政績〉。《亞洲時報》。上網日期：96年2月11日，取自
<http://www.epochtimes.com/b5/6/3/22/n1263211.htm>
- 范陵嘉 (2005年12月4日)。〈國民黨大贏泛藍共主態勢底定 馬 直奔 2008 大位〉。《聯合報》，A3版。
- 范陵嘉 (2006年6月2日)。〈蘇揆掌權 馬討不到便宜〉。《聯合報》，A4版。
- 邱金蓮 (2003)。《旅館業服務接觸之研究— 管理者、員工及顧客觀點之比較》。大葉大學事業經營研究所碩士班論文。
- 黃少梅 (2002)。《前總統李登輝卸任後之媒體形象—以聯合報、中國時報、自由時報三大報相關事件報導之分析》。國立臺灣大學新聞研究所碩士論文。
- 黃兆慧 (2005年9月)。〈馬英九靠耳語戰當選？〉。《動腦雜誌》。上網日期：95年8月6日，取自
<http://magazine.sina.com.tw/brain/353/2006-01-09/21541165.shtml>
- 黃秀 (1998)。《政治人物在大眾傳播媒介中的形象研究--以台視,中視,民視,及無線衛星電視台對陳水扁報導為例》。國立政治大學廣播電視學系碩士論文。

- 黃忠榮(2006年1月7日)。[〈馬副主委的主張 馬主席忘光光?〉](http://www.libertytimes.com.tw/2006/new/jan/7/today-fo3.htm)。《自由時報》。上網日期：96年2月11日，取自
<http://www.libertytimes.com.tw/2006/new/jan/7/today-fo3.htm>
- 黃振家譯(2003)。《大眾媒體研究》。台北：學富文化。(原書 Wimmer, R. D., & J. R. Dominick [1983]. *Mass media research: An introduction*. Belmont, CA: Wadsworth.)
- 黃國樑、唐孝民(2006年6月10日)。[〈7百天後的馬英九…還是問號〉](#)，《聯合晚報》，4版。
- 黃惠鈴(1997)。《報紙如何報導總統選舉新聞》。國立政治大學新聞研究所碩士論文。
- 曾蕙蘋(2006年10月23日)。[〈李：扁執政六年不合格 都為私利〉](#)，《中國時報》，A2版。
- 郁熾如(1996)。《國際媒體對中華民國總統大選的報導—以紐約時報、國際論壇報為例》。淡江大學大眾傳播學系碩士論文。
- 張玉玲(2006)。《臺灣報紙對319槍擊事件的新聞報導之研究—比較聯合報、中國時報、蘋果日報、自由時報》。世新大學新聞研究所碩士論文。
- 許國賢(2005)。[〈民主的政治成本〉](#)，《人文及社會科學集刊》，17(2)：271-297。
- 游淑惠、楊少騏(2006年10月5日)。[〈馬科長就祇會「依法行政」〉](#)，《中國時報》。上網日期：95年10月24日，取自
<http://news.chinatimes.com/Chinatimes/newslist/newslist-content/0,3546,130501+132006100500933,00.html>
- 葛永光(2005年9月)。[〈國民黨主席選舉—意義與挑戰〉](#)，《台灣民主季刊》，2(3)：125-131。陳文浩(2002年10月15日)。[〈「慢」跑、「軟」網何罪之有?—吳淑珍女士批馬，運動迷傷感〉](#)，《國政評論》，教文(評)091-156號。上網日期：95年9月29日，取自
<http://www.npf.org.tw/PUBLICATION/EC/091/EC-C-091-156.htm>
- 楊鎮全(2006年10月23日)。TVBS-N新聞。台北：TVBS。
- 陳函謙(2006年9月15日)。[〈政績66.7分 獲頒畢業證書 議員 要馬英九進總統府深造〉](#)，《中國時報》，C2版。
- 陳芸芸、劉慧雯譯(2004)。《特新大眾傳播理論》。台北：韋伯文化出版社。(原書 McQuail, D. [2000]. *Mass Communication Theory*, 4th ed. London: SAGE Publications.)
- 陳裕仁(2003)《名人代言人與產品相關度之研究》。輔仁大學大眾傳播學研究所碩士論文。
- 陳詩婷(2006年3月28日)。[〈心結不再?王金平：大家對他有好感 就是馬英九現象〉](#)，《東森新聞報》。上網日期：95年9月3日，取自

<http://news.yam.com/ettoday/politics/200603/20060328406894.html>

陳憶寧 (2004)。〈媒體議題與公眾議題演化過程之探討：以2002年台北市長選舉為例〉，《新聞學研究》，81:125-126。

陳憶寧 (2002)。〈公共議題之遊戲框架初探：以核四議題為例〉，《新聞學研究》，72: 85-117。

繆宇綸 (2006年8月10)。〈就任一週年「馬英九主席」的問題〉，《中國時報》。上網日期：95年9月3日，取自
<http://news.chinatimes.com/Chinatimes/newslist/newslist-content/0,3546,110101+112006081000690,00.html>

謝佳珍 (2006年7月13日)。〈周玉蔻自我推銷 選市長不貪不涉弊〉，《中央社》。上網日期：95年10月20日，取自
<http://times.hinet.net/news/20060713/polity/59ef01ef51e0.htm>

謝銘金 (2004)。《品牌名稱、公關報導、名人代言及消費者知識對品牌聯想與顧客回應之研究—以生技化妝保養品為例》。國立台灣大學企業管理系碩士論文。

蔡筱穎譯 (2000)。《布赫迪厄論電視》。台北：麥田。(原書Bourdeu P.[1996]. Sur la television. Paris: Liber editions.)

鄭瑞城(1991)。〈從消息來源途徑詮釋近用媒介權：台灣的驗證〉，《新聞學研究》第45期。

薛支川 (2005)。〈“硬新聞娛樂化”失誤類型分析及對策〉，《上饒師範學院學報》，2: 112-114。

羅文輝、鍾蔚文 (1992) 〈報紙與電視如何報導民國八十年的選舉〉，《亞洲協會專題研究報告》。

蕭振輝 (1997)。《報紙報導政黨形象之研究--以聯合報，中國時報，自由時報為例》。中國文化大學新聞學系研究所碩士論文。

蘇蘅 (2001年)。《報紙新聞「小報化」的趨勢分析》。(國科會專題研究計畫成果報告，NSC 89-2412-H-004-031)。臺北：國立政治大學新聞系。

〈「挑戰國民黨，挑戰2008，馬英九出任國民黨第六任國民黨主席」火線話題系列報導〉(無日期)。上網日期：96年6月2日，取自中央廣播電台網頁：<http://www.rti.org.tw/big5/topic/taiwan/kmt01/5-3.html>

〈呂秀蓮：學歷接近但行政經歷比馬英九高〉(2007年5月2日)。上網日期：96年6月2日，取自中央社網頁：
<http://www.rti.org.tw/big5/topic/taiwan/kmt01/5-3.html>

二、英文部分

- American Institute for Political Communication. (1970). *Anatomy of a crucial election*. Washington, D. C.: American Institute for Political Communication.
- Ankersmit, F. R. (1990). *De navel van de geschiedenis*. Groningen: Historische Uitgeverij.
- Ankersmit, F.R. (1996). *Aesthetic politics*. Stanford: Stanford University Press.
- Ankersmit, F. R. (1997). *History and tropology : The rise and fall of metaphor*. Berkeley: University of California Press.
- Ankersmit, F. R. (2002). *Aesthetic politics : political philosophy beyond fact and value*. Stanford: Stanford University Press.
- Almond, Gabriel A. and G. Bingham Powell, Jr. (1966). *Comparative politics : A development approach*. Boston: Little Brown Company.
- Baym, N. (2000). *Tune in, log on: Soap, fandom and online community*. London: Sage.
- Bennett, W. L. (2003). Lifestyle politics and citizen-consumers: identity, communication and political action in late modern political. In J. Corner & D. Pels (Eds.), *Media and the restyling of politics: Consumerism, celebrity, cynicism* (pp. 41-66). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Berlson, B. (1952) . *Content analysis in communication research*. Glencoe, Ill. : The Free Press.
- Beck, U. and Beck-Gernsheim, E. (2002) . *Individualization*. London: Fontana.
- Breed, W. (1955). Social control in the newsroom: A functional analysis. *Social Forces* , 33 : 326-355.
- Campbell, A. (1966). Interpreting the presidential victory, in M. C. Cunnings Jr. (Ed.), *The national election of 1964*. Washington, D. C.: The Brookings Institution.
- Cappella, J. N., & Jamieson, K. H. (1997). *Spiral of cynicism: The press and the public good*. Oxford: Oxford University Press.
- Corner, J. (2003). Mediated persona and political culture. In J. Corner & D. Pels (Eds.), *Media and the restyling of politics: consumerism, celebrity,*

- cynicism* (pp. 67-84). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Conger, J. A., & Kanungo, R. N. (1988). Behavioral dimensions of charismatic leadership. In J. A. Conger & R. N. Kanungo (Eds.), *Charismatic leadership: The elusive factor in organizational effectiveness* (pp. 78–97). San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Crick, B. (2002). *Democracy: A very short introduction*. Oxford: Oxford University Press.
- Downing, M. (1980). American TV drama-men, women, sex, and love, in M. J. Voigt and G. J. Hanneman(Eds.), *Progress in communication science* (vol. II). New Jersey: Ablex.
- Dowd, M. (2000). Liberties: Tin cup couple. *New York Times*, September 24.
- Entman, R. M. (1991). Framing US coverage of international news: Contrasts in narratives of the KAL and Iran air incidents. *Journal of Communication*, 41 (4), 6-26.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43, 51-58.
- Hendrickson and Wilkins (April 30, 2007). *The Political is the personal: Celebritizing politicians in the 21st Century*. Student papers on program at 2007 International Communication Association Conference.
<http://www.journalism.missouri.edu/news/2007/04-30-ica-conference.html>
- Gamson, J. (1994). *Claims to fame: Celebrity in contemporary America*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Gamson, W. A. and Modigliani, A (1989). Media discourse and public opinion on nuclear power: A constructionist approach. *American Journal of Sociology* 95(1), 1-37.
- Gamson, W. A. (1984). *What's news : A game simulation of TV news*. NY: The Free Press.
- Gans, H. (1979). *Deciding what's news : A study of CBS evening news, NBC nightly news, Newsweek, and Time*. New York: Pantheon Books.
- Giddens, A. (1992). *The transformation of intimacy*. Cambridge: Polity Press.
- Giorgetti, C. (2001). 'Dress, politics, and fashion, 1960- 80', in L. Cheles and L.

- Sponza(Eds.), *The art persuasion : Political communication in Italy from 1945 to the 1990s*. Manchester: Manchester University Press.
- Gitlin, T. (1980). *The whole world is watching: Mass media in the making and unmaking of the new left*. Berkley: University of California Press.
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. New York: Doubleday.
- Grossberg, L., Nelson, C., and Treichler, P. A. (Eds.), (1992). *Cultural studies*. New York and London: Routledge.
- Hallin, D. C. and Macini, P. (1984). *Political structure and representational form in US and Italian TV news, Theory and Society* , 13(40): 829-850.
- Holmes, M. (2000). When is th the personal political? The president's penis and other stories. *Sociology* 34(2), 305-321.
- Holsi, O. R. (1969). *Content analysis for the social sciences and humanities*. Reading Mass.: Addison-Wesley Publishing Co.
- Horton, D, and Wohl, R. (1956). Mass communication and para-social interaction: Observation on intimacy at a distance. In G. Gumpert & R. Cathcart (Eds.), *Inter/Media Interpersonal communication and the media world* (1979, ed.) . 32-55.
- House, R.J., and Howell, J.M., (1992). Personality and charismatic leadership. *Leadership Quarterly*, 3(2): 81-108.
- Kahneman, D., and Tversky, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica*, 47, 263-291.
- Kerlinger, Fred N. (1986). *Foundation of behavior research*. New York : Holy, Rinehart and Winston.
- Kleinrensink, J. (2001). Partijen zonder ideologie geven LN de ruimte, *Volkskrant*, June 12.
- Krippendorff, K. (1980). *Content analysis : An introduction to its methodology*. Beverly Hills: Sage publications.
- Kwon, Up. (1992). *Organizational culture and relational role behaviors in service encounters: an empirical test of relationship retailing*. Doctoral dissertation. The University of Alabama, Tuscaloosa, AL.

- Isaak, A. C. (1981). *Scope and methods of political science*, (3d ed.). Illinois: The Dorsey Press.
- Lawrence, R. G. (2000). Game-framing the issues: Tracking the strategy frame in public policy news. *Political Communication*, 17, 93-114.
- Lee-Mashment, J. (2001). The marriage of politics and marketing, *Political studies*, 49(4): 692-713.
- Lipton, J. (1981). Soap opera are for real, in B. Cole(ed.). *Television Today*. N.Y.: Oxford University Press.
- Marshall, P. D. (1997). *Celebrity and power*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- McGrath, J. E. and McGrath, M. F. (1962). Effects of partisanship on perceptions of political figures, *Public Opinion Quarterly*, 26 : 236-248.
- McLaren, M. (2000). Ignore these nasty politicians, London needs an independent voice. *Independent*, February 8, Accessed at [http:// news.independent.co.uk/uk/politics/story.jsp?story=9816](http://news.independent.co.uk/uk/politics/story.jsp?story=9816) (April 5, 2007)
- Meyer, T. (2002). *Media democracy: How the media colonise politics*. Cambridge: Polity.
- Meyrowitz, J. (1985). *No sense of place*. Oxford: Oxford University Press.
- Miller, A., Wattenberg, M. and Malanchuk, O. (1986). Schematic assessments of presidential candidates. *American Political Science Review*. 80, 521-540.
- Muir, K. (2005). Media darling and falling stars: Celebrity and reporting of political leaders. *Westminster Papers in Communication Culture*. 2(2), 54-71.
- Mumford, L. S. (1995). *Love and ideology in the afternoon: Soap ppera, women, and television genre*. Bloomington: Indiana University Press.
- Newcomb, H. (1974). *TV: The most popular Art*. N.Y. : Anchor Books.
- Nimmo, D. and Savage, R. L. (1976). *Candidates and their images: Concepts, methods, and findings*. Santa Monica, CA: Goodyear Publishing Company, Inc.
- Ober, J. (1989). *Mass and elite in democratic Athens*. Princeton: Princeton

University Press.

- Olson, David M. (1994). *Democratic legislative institutions*. New York: M.E. Sharpe, Inc.
- O'Sullivan, T., Hartley, J., Saunders, D., Montgomery, M., and Fiske, J. (1994). *Key conception in communication and cultural studies* (2nd ed.). London and New York: Routledge.
- Pan, Z. D., and Kosicki, G. M. (1993). Framing analysis: An approach to news discourse. *Political Communication*, 10 (1), 55-75.
- Pels, D. (2003). Aesthetic representation and political style: Re-balancing identity and difference in media democracy. In J. Corner and D. Pels (Eds.), *Media and the restyling of politics: Consumerism, celebrity, cynicism* (pp. 41-66). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Polsby, Nelson W. (1968). The Institutionalization of the U.S. House of Representatives. *American Political Science Review*, 62(3), 144-68
- Postman, N. (1987). *Amusing ourselves to Death*. London: Methuen.
- Rawnsley, A. (2000). Tony's still winning the rating war. *Observer*, July 9.
Accessed at <http://observer.guardian.co.uk/comment/story/0,6903/341470,00.html> (April 5, 2007)
- Rapoport, A. (1969). *A System-theoretic view of content analysis*. New York: John Wiley & Sons.
- Renshon, S. A. (1995). *The Clinton presidency: Campaigning, governing and psychology of leadership*. Boulder, CO: Westview Press.
- Renshon, S. A. (1996). *The psychological assesment of presidential candidates*. New York: New York University Press.
- Ress, L. (1992). *The myth of the leader*. London: Methuen.
- Rhee, J. W. (1995). *The interaction between news frames and an interpreter's schemata: A theory and a simulation*. Paper presented to the AEJMC convention, Washington, D.C.
- Rojek, C. (2001). *Celebrity*. London: Reaktion Books Ltd.
- Rubin, R. B., and McHugh, M. P. (1987). Development of parasocial interaction

- relationships. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 31, 279-292.
- Samuels, A. (1993). *The political psyche*. New York & London: Routledge.
- Samuels, A. (2001). *Politics on the couch: Citizenship and the Internal Life*. London: Profile books.
- Sartori, G. (1987). *The theory of democracy revisited*. Chatham: Chatham House Publishers.
- Schlesinger, P. (1990). Rethinking the sociology of journalism: Source strategies and the limits of media-centrism. In M. Ferguson (Ed.), *Public communication: The new imperatives* (pp. 61-83). London: Sage Ltd.
- Schumpeter, J. (1976). *Socialism and democracy*. (Ed.), T.B. Bottomore. New York: Harper Torchbooks.
- Secord, Paul F. and Carl W. Backman. (1974). *Social psychology*. (2d ed). Tokyo: McGraw-Hill.
- Semetko, H. A., and Valkenburg, P.M. (2000). Framing European politics: A content analysis of press and television news. *Journal of Communication*, 50 (2, Spring), 93-109.
- Shabad, G. and Andersen, K. (1979). Candidate evaluations by men and women. *Public Opinion Quarterly*, 43: 18-35.
- Sheafer, T. (2001). Charismatic skill and media legitimacy : An actor-centered approach to understanding the political communication competition. *Communication Research*, 28(6), 711-736.
- Shils, E. (1965). Charisma, order, status. *American Sociological Review*, 30, 199-213.
- Shoemaker, P. J., and Reese, S. D. (1991). *Mediating the message: Theories of influence on mass media content*. NY: Longman.
- Shusterman, R. (1992). *Pragmatist aesthetics: Living beauty, rethinking art*. Oxford: Blackwell.
- Silvera, D. H., and Austad, B. (2004). Factors predicting the effectiveness of celebrity endorsement advertisements. *European Journal of Marketing*, 38(11/12), 1509-1526
- Storey, J. (2001). *Culture theory and popular culture: An introduction*. New York:

Prentice Hall.

- Street, J. (1997). *Politics and popular culture*. Cambridge: Political press.
- Street, J. (2000). Aesthetics, policy and politics of popular culture. *Cultural Studies*, 3(1): 27-43.
- Street, J. (2003). The celebrity politician: Political style and popular culture. In J. Corner & D. Pels (Eds.), *Media and the restyling of politics: consumerism, celebrity, cynicism* (pp. 85-98). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Street, J. (2004). Celebrity politicians: Popular culture and political representation. *The British Journal of Politics & International Relations*. 6(4), 435-452.
- Susman, T. (2006). Stars take new leading roles: Celebrities seek a deeper part in global campaigns for social justice. *Knight Ridder Tribune Business News*. Jun. 19, p. 1.
- Thompson, J. (1995). *The media and modernity*. Cambridge: Polity.
- Thompson, J. B. (2000). *Political scandal: Power and visibility in the media age* . Cambridge: Polity.
- van Zoonen, L. (1998). 'Finally I have my mother back': Politicians and their families in popular culture. *Harvard Journal of Press / Politics*, 3(1) , 48-64.
- Van Zoonen, L. (2005). *Entertaining the citizen: When politics and popular culture converge*. New York: Rowman & Littlefield.
- Weiskel, T. C. (2005). From sidekick to sideshow—Celebrity, entertainment, and the politics of distraction. *American Behaviour Scientist*, 49(3), 393-409.
- West, D. M., and Orman, J. M. (2002). *Celebrity politics*. New York: Prentice Hall.
- Wolfsfeld, G. (1991). *Media and political conflict*. Cambridge university press.
- Zolo, D. (1992). *Democracy and complexity*. Cambridge: Polity.