

比較台灣省選民傳統媒體與新媒體 的使用對政治行爲的影響 ——以民國83年台灣省長選舉爲例

孫秀蕙*

《本文摘要》

本文以民國83年台灣省長選舉資料爲主，分析選民的媒介使用型態與政治表現之關係，並進一步比較傳統媒體和新媒體對政治行爲的影響。研究發現，教育程度和大眾媒介（特別是傳統式媒體）是影響選民政治知識和民主素養的兩大因素。而新媒體的使用情形雖然偏低，但是使用新媒體的選民投票行爲與未曾使用過新媒體的選民有顯著差異。此外，使用新興媒體的選民，投給反對黨的比例也較高。最後，本文延續了前幾年的研究結果，發現政治選舉中的「不知不覺者」歷年選舉中保持穩定且不低的比例。他們對於政治抱持冷漠的態度，在政治參與方面的得分不但偏低，甚至沒有參與投票，恰巧與積極使用新興媒體的選民，形成強烈對比。

壹、前言

在政治選舉期間，大眾媒體所提供的資訊，一直是選民累積政治知識，形成政治判斷的重要根據之一。多元化的傳播管道確實有助於政治民主化的發展，但是此種正面功能之得以發揮，前提是資訊必須在一個非壟斷性的環境下產生，如此政治的論述與對話

* 作者爲政治大學廣告學系副教授。

空間才得以更寬廣，公共領域的理念方得以實踐。

觀察台灣的大眾媒體發展，媒體作為一個公共性論述空間的理想似乎尚未實踐完成。拖延已久的公共電視法，直至本文付梓為止，在立法院尚未進入三讀階段。公共電視台雖然已經先行開播，並積極透過平面媒體廣為宣傳播出節目，但是隨著更多的衛星頻道開播，許多公視的新聞工作人員紛紛離職，人才大量流失，終究是不爭的事實。公共電視法律定位懸而未決，不但耗損納稅人金錢甚巨，也反映了政府（行政院新聞局）強力介入媒體營運失當，不但沒有反映公眾利益，反而將公視當作另一個政令宣導的機器，對於台灣政治的民主化過程，殊無助益。

在公正的論述空間嚴重缺乏，兩大報業與三家無線電視台壟斷閱聽市場之下，選舉期間許多反對黨候選人對於「媒體壟斷」議題的關注自然很高。連年針對傳播和政治行為關聯所作的選舉研究也顯示，使用主流媒體的選民，投給執政黨的比例，比使用非主流媒體的選民高出甚多（翁秀琪、孫秀蕙，1993年，1995年a）。

1994年（民國83年）適逢台灣地區省長選舉，同時也是台灣的電子媒體生態產生重要變革的一年。首先是於1992年9月28日成立的無線衛星電視台（TVBS），在經營一年多之後，決定扣緊選舉話題，加強製作選舉新聞與談話性節目。原本就頗受歡迎的「2100全民開講」主持人李濤，每日就當天熱門的選戰話題邀請來賓並開放現場call-in，主持「大選大家談」節目，TVBS並和聯合報進行跨媒體的合作，在「無線夜報」晚間新聞中，由政治記者就選情進行分析（曾嫻卿，1994年）。

其他的區域性媒體，體認到選舉的重要性，也紛紛另闢時段或頻道，增加選舉新聞的報導與分析。於1994年3月1日成立的「真相新聞網」，由新黨立法委員和台北地區系統業者聯合主導，以大台北地區的選民為主要收視對象，也有與中國時報合作的「解構候選人」、「解構政黨」和「解構選舉現象」等系列節目的製作。

除了和真相新聞網保持合作關係之外，中時報系也和民進黨員吳乃仁所經營的台灣衛星電視台（TWN）、區域性第四台系統聯合組成的「52聯合」合作類似的選舉節目。中時晚報且與政大傳播學院合作，監測三台電視新聞，並每日在TWN頻道上播出，形成「媒體監督媒體」的奇特現象。

由台中民主台製作的「省長選舉新聞——全台連線」，強調從台中的觀點看省長選情，透過台衛（TWN）、全民衛視（CBT）和全省第四台系統跑帶的方式，播送節目。根據雜誌的報導，在短短一個月內，收視戶由「七十萬增加到一百萬戶」（曾嫻卿，1994年）。

國民黨黨營的「博新育樂公司」，除了透過所屬的系統製播「城鄉新聞」之外，也向其他第四台業者買下專屬有線頻道，24小時播送國民黨省長候選人宋楚瑜的錄影帶。

其他親民進黨色彩的地方民主台，在選舉期間也紛紛提供全頻道的選舉新聞。強調反體制、親民進黨的地下電台，也曾經彼此串連，全力爲民進黨的省長候選人陳定南造勢。

在1994年期間，許多嶄新的新聞節目形態，隨著一波波的新媒體成立，加上選舉熱潮的推波助瀾，成爲主流媒體之外的新聲音。觀察這一波隨著選舉應運而生的媒體和有線頻道新聞節目，大約可分成三大類：

(1)以全國收視群爲主要目標的衛星台所製作的選舉節目：這些頻道經營者大多和大報進行跨媒體的合作：如TVBS和聯合報、自由時報合作，TWN和中時報系合作，以地面微波傳輸訊號的CBT則播送台中民主台的聯播新聞節目。

(2)區域性系統聯合製作的選舉節目，或是由區域性系統製作，以全省跑帶形式播出：前者可以區域性系統「聯合52」，結合多家系統製成選舉節目爲例；後者以台中民主台的「全台連線」爲例。「真相新聞網」則由北部系統業者出資，形成一獨立頻道並做跨系統的播出。

(3)地方系統各自製作的選舉節目：散見於有新聞部門編制的第四台系統，各種政黨色彩都有（詳見圖一）。

本文所關注的研究主題，分成兩大部分。首先，我們延續傳統的政治傳播研究，視媒介的使用程度爲預測政治知識和相關政治行爲的主要變項。

其次，本文擬觀察新媒體在選舉中扮演的角色，與傳統媒體有何不同？考慮到台灣的廣電媒體在這幾年的劇烈變化，許多有線電視與新興媒體紛紛積極介入政治選舉的現象，我們不但檢視傳統媒體使用和投票之間的關係，更將傳統和新媒體的使用作一比較，觀察這些不同媒體的使用，是否反映在投票行爲上？

貳、文獻探討：大眾媒體與政治知識獲得之間的關係

大眾媒介使用型態與公共事務知識的獲得一直是政治傳播研究的重要主題之一。過去的經驗性研究一再證實，無論是一般的選情報導，選舉辯論轉播，報紙上的時事評論等等，皆有助於選民在政治選舉等知識的提升。即使是與選舉並無直接相關的公共議題，選民對於該議題的熟悉程度也能反映出選民對於公共事務的關心程度。

在媒體角色日益受到重視的今天，我們有必要把大眾媒介使用與政治知識之間的關係分成兩個理論層次來討論。第一個層次是媒體暴露程度（the degree of media exposure）是否可以有效預測政治知識的獲得與增加。根據傳播學者McLeod和McDonald（1985）研究閱聽人的媒介取向（media orientations，指閱聽人使用媒體的習慣與偏好）

圖一 1994年省長選舉期間第四台系統與衛星頻道的選舉節目一覽表

製作單位	節目名稱	節目形態	可收視戶	備註
台中民主台等	省長選戰新聞	新聞報導	200萬	
TVBS、聯合報	大選大家談	座談+call-in	200萬	
TVBS、自由時報	選舉萬歲	綜合性質	200萬	
TWN、真相、中時晚報	解構選舉系列	座談	170萬	
52聯合、中時	最後衝刺探選情	座談	160萬	
TWN	123選戰特別報導	綜合性質	140萬	
博新傳播	城鄉新聞	新聞報導	100萬	選後繼續播出
CBT全民衛視	大戰前夕面對選民	座談+call-in	70萬	
台中允中、長宏群建、聯合報	相招疼惜愛台灣	座談	7萬	
台中民主台	焦點六十	座談+call-in	4.2萬	選後繼續播出
高雄萬眾、中山大學管理學院	給市長候選人的建言	座談	2.5萬	

資料來源：1994年12月份財訊月刊

和經濟知識、政治參與之間的關係，他們發現，單純地以暴露程度來預測媒體效果（知識的增加）不夠周延，欲有效預測媒體效果，不能只用暴露程度來作為衡量標準，而是應該發展「效果指標」，比較閱聽人對於媒體內容的「注意程度」（attention to mass media contents）與「暴露程度」對於「知識獲得」的影響。接下來的後續研究，Chaffee

與其學生Schleuder（1986）所主持的小樣本連續調查研究（panel studies）就以建立可靠的效果指標為目的。

Chaffee和Schleuder（1986）認為，一般研究常常發現，觀看電視新聞節目與知識獲得關係微弱，這並非意味著電視新聞對政治民主化過程了無貢獻，而是因為媒介使用的測量方法過分簡略，使得電視新聞的正面功能無法得到查證。他們強調，除了測量閱聽人使用媒體時間長短作為媒體暴露程度指標之外，測量閱聽人「注意程度」更形重要，這點在其他研究上也獲得證實（例如：McLeod and Kosicki, 1986; McLeod, Pan and Rucinski, 1988）。

第二個層次與媒體的「屬性」有關。一般研究發現證實，閱讀報紙較觀看電視新聞更能幫助閱聽人獲取知識。報紙與電視是兩種截然不同的媒體，它們被使用的型態可能與閱聽人的人口結構因素息息相關。舉例而言，受教程度較高的人傾向於閱讀報紙以獲得深入的新聞資訊，而電視新聞的特色則吸引一般大眾。因為注重視覺特色，電視新聞相當強調戲劇性，任何具有視覺張力與強烈聳動性的新聞，都在優先報導之列。

政治傳播學者對於電視新聞的效果是相當不安的。David Swanson曾經說道：

（電視新聞）建構出來的新聞奇觀（spectacles），強調聲色效果的新聞，個人化的議題（personalized issues），惡質化的政治選舉，以及其他現代政治傳播症候群都是『政治——媒體複合體』之下的產品。這隻複合體怪獸就像古羅馬帝國的宏偉景觀一般，除了誤導民視民聽，安撫人民之外，還滿足了少數攝政者的野心與需求，當政治與政府新聞必須修飾得符合商業價值時，真正的問題即使被擠到一邊，仍然還是懸而未決。（Swanson, 1992, 399頁）

Swanson的觀點恰好反映出電視作為一種娛樂導向的媒體對於政治事物商業化與庸俗化影響的憂心。如果以台灣整體的閱聽市場來觀察，不難發現平面媒體的閱讀市場已呈飽和，達到發展瓶頸，而電視媒體的競爭則方興未艾，許多選民也自承，電視新聞是他們最相信的消息來源之一（翁秀琪、孫秀蕙，1993年，1995a & 1995b）。因此比較電視新聞與報紙新聞對於選民政治知識獲得的影響，成為本文討論的重點之一。

綜合以上所述，我們認為，選舉期間使用媒體雖然有助政治知識的獲得與提昇，但是媒體經營的政治經濟結構，記者的報導取向，單一事件報導的觀點，皆有可能影響（甚至誤導）選民的政治態度與政治認知。因此欲有效測量媒體在政治脈絡中所達成的效果，就必須仿造Chaffee與McLeod等人，建立更詳細的媒體測量指標，包括媒體暴露程度、媒體注意程度、媒體類型與媒體內容等等。（關於這方面的詳細討論，請參閱Berkowitz

& Pritchard, 1989; Chaffee, Ward & Tipton, 1970; Chaffee & Choe, 1979; Chaffee & Schleuder, 1986; Chaffee, Zhao & Leshner, 1994; Drew & Weaver, 1991; Gunter, 1987; Lanoue, 1992; Palmgreen, 1979; Pettey, 1988; 翁秀琪、孫秀蕙, 1993年, 1995a & 1995b)。

參、研究問題與假設

本文擬回答的研究問題如下：

(1)比較民國81年的立委選舉，民國82年的縣市長選舉和民國83年的省長選舉，二十歲以上的選民，在大眾媒介使用方面的情形是如何？與前兩年的選舉研究相比較，選民的基本傳播行為是否產生了若干變化？

(2)選民的傳播行為（含大眾媒介與人際傳播）與政治知識、民主素養的關聯性是如何？

(3)選民的傳播行為（含大眾媒介與人際傳播）的積極程度與投票行為的關聯性是如何？

(4)選民會不會因為接觸不同立場（主流、非主流）和不同類型（傳統、新興）的媒體而在投票行為上有所差異？

根據以上的研究問題，我們列出主要研究假設：

假設一 選民的媒介使用程度與政治知識有正面關聯。

假設二 選民的媒介使用程度與民主素養有正面關聯。

假設三 選民的人際傳播行為與政治知識有正面關聯。

假設四 選民的人際傳播行為與民主素養有正面關聯。

假設五 選民的媒介使用得分高低，與投票取向相關。

假設六 選民的人際傳播得分高低，與投票取向相關。

假設七 使用主流報紙和使用非主流報紙的選民，在投票行為上有顯著的差異。

假設八 看用過有線電視新聞和沒有使用過的選民，在投票行為上有顯著的差異。

假設九 使用過新興媒體和沒有使用過新興媒體的選民，在投票行為上有顯著的差異。

肆、研究方法與重要構念的測量與信度分析

本研究的選舉資料來自政治大學選舉研究中心於民國83年所執行的「台灣省長選舉選民投票行爲之科際整合研究」。研究母體爲臺灣地區各縣市20歲以上之合格選民，抽樣設計則是採行分層三段等機率抽樣原則，第一階段先抽鄉鎮市區，第二階段則從中選的鄉鎮市區抽村里，第三階段則從中選的村里抽出個人。（註一）

本研究所援用的資料是以面訪的方式得之。在受訪樣本抽出之後，即由研究計劃主持人去函受訪者告知訪問事宜。面訪時間由民國84年1月16日至2月16日爲止，執行訪問人員以大學生和研究生爲主，都經過訪員訓練，而且所有訪問成功的問卷皆經過複查的手續，將舞弊或訪問程序錯誤的問卷剔除，所有複查工作於3月10日完成。共計成功樣本1088人，男性受訪者佔總樣本之49.2%，女性受訪者爲50.8%，根據內政部1993年台閩地區人口之統計，本研究資料與母體性別比例（男性52.0%，女性48.0%）的差異沒有達到統計檢定的顯著性，這表示本研究所分析的樣本資料具有代表性。

本研究中的有數個核心構念係由累積的指標分數所構成，它們分別爲「大眾（主流）媒介使用」、「人際傳播」、「第四台新聞」、「新興媒體」、「政治知識」和「民主素養」。它們的測量方法，指標形成過程及其信度分析分別如下：

一、大眾媒介使用分數的建構

媒介使用分數爲受訪者對於四個問題（看電視新聞的頻次＋看電視新聞的注意程度＋閱讀報紙的頻次＋閱讀注意程度）回答得分之總和。若是針對四個媒介使用變項進行效度檢定，測試這四個變項是否形成一個同質性高的構念，則根據因素分析（主成份法--Principal Component Analysis）的結果，四個變項都負載（load）在同一因素，其因素負載值（factor loadings）依序爲看電視新聞的頻次(.75)，看電視新聞的注意程度(.83)，閱讀報紙的頻次(.65)，閱讀報紙的注意程度(.77)，艾根值(Eigenvalue)爲2.26281，解釋變異量爲56.6%。此一主成份法的因素分析顯示，在本研究中，大眾媒介使用分數指標有其研究上的效度。

二、人際傳播行爲的測量

人際傳播行爲分數爲受訪者對於「與家人或朋友討論省長選舉的程度」、「是否參加社團活動」、「所參加之社團是否有特定候選人」等問題回答得分之總和。值得注意的是，政治大學選研中心在1994年之前執行的「政治民主化」調查，在「人際傳播與社會系絡（social network）」部份的問卷敘述方式，幾乎都是與政治參與和投票行爲相關

的人際傳播形式問題。因此問題選項中的「社團」問題，可以說是從以男性選民為中心的思考概念發展出來的。這自然影響了研究結果；男女選民在人際傳播方面的表現，呈現了顯著的差異。有鑒於此，本研究所援用的選舉資料，考量了問卷的性別偏差，在社團參與部分加上若干以婦女參與為主的社團選項，彌平了原本因問卷問題陳述方式而引起的性別差異問題。（翁秀琪、孫秀蕙，1995年b）（註二）（註三）

三、第四台新聞頻道使用狀況的測量

第四台新聞頻道使用分數為受訪者看過的第四台新聞頻道（或節目）數目之總和。受訪者較常敘述的第四台新聞頻道，包括TVBS、北部地區的真相新聞網、TWN台衛頻道、和帶有反對黨色彩的地方性民主電視台等。雖然台灣的有線電視系統的經營已經有相當長的一段時間，但是由系統經營者定期製播常態性質的新聞節目，較具規模者可以說是寥寥可數。由頻道經營者所製作的全頻道新聞節目（如中天頻道CTN、國民黨的博新頻道，華衛頻道新聞台），雖然已經在選戰前後陸續開播，但是其閱聽市場仍然很小，隨著有線電視的正式合法化，第四台的新聞頻道似有快速增加的趨勢。以目前來看，電視觀眾的收視習慣仍以三台電視新聞為主，第四台新聞的收視率，仍處於萌芽的階段。以現階段來看，第四台新聞的收視情形，與三家無線電視台相比之下仍然偏低。以本研究為例，看過第四台新聞節目的選民約佔樣本數的22.9%，還不到四分之一。

四、新興媒體使用狀況的測量

新興媒體使用狀況得分為受訪者使用地下電台、call-in、TNT（選舉期間北部地區之地下無線電視台）、網路上之電子佈告欄等數目之總和。比起前述的第四台新聞節目，這些新興媒體的歷史更短，且大多數為民國83年選舉的產物。在本研究中，使用過上述新興媒體的選民比例很低，約佔樣本數的12.4%左右。

五、政治知識的測量

關於政治知識的問題包括：說出台灣現任行政院長姓名、美國現任總統姓名、民進黨現任主席姓名、立法委員任期是幾年、哪一個機關有權解釋憲法等五個問題。這樣的測量和美國選舉研究中政治知識的測量不同，主要因為臺灣的選舉頻繁、類型多樣，如何發展出一個適用於各種類型的選舉的政治知識的測量，的確是極大的挑戰。

本研究中的「政治知識」分數為上述五題關於政治問題答案的累積得分，每答對一題一分，答對五題者得最高分數——五分，最低為零分，表示五題全錯或是完全不會答。經信度檢定（reliability test）的結果顯示，測量「政治知識」的五個問題，其Cronbach

Alpha值為.7352。

六、民主素養的測量

民主素養指標為四題受訪選民對於民主政治內涵看法問題的累積得分。給分的標準視受訪者對於民主平權、言論自由、人治與法治孰重孰輕、是否需要強而有力的反對黨等問題的答案而定。一般而言，主張言論自由、民主平權、法治社會，並支持反對黨的監督功能者得分越高，主張限制言論、少數統治與人治社會並認為反對黨會增加社會不安者得分越低。信度檢定「民主素養」指標的結果顯示其Cronbach Alpha值為.6588。

伍、選民的傳播行為概況—民國81年～民國83年之比較分析

選民的傳播行為狀況，可以從(1)報紙閱讀率(2)三台收視情形(3)三台以外之的新電子媒介（含第四台與其他類型的媒體）三部份來討論：

一、報紙閱讀率

在選民主要的報紙閱讀方面，中國時報和聯合報的讀者群仍然佔閱讀市場的多數。值得注意的是，在民國83年一欄的資料中，中國時報的閱讀率有明顯的下降，和民國81年的閱讀率相差了3.0%，和民國82年相差了1.5%（表一）。（註四）在另一方面，近年來積極作報份促銷的自由時報，從民國81～83年，閱讀率上升了將近四個百分點（從5.1%到9.5%）。而其他區域性（而非全國性）佔有率高的報紙，其閱讀率則呈現緩慢的

表一 民國81年、82和83年台灣地區選民主要報紙閱讀率一覽表

報別	民國81年	民國82年	民國83年
中國時報	21.9%	20.6%	18.9%
聯合報	21.8%	20.8%	21.3%
自由時報	5.1%	7.3%	9.5%
民生報	3.5%	2.4%	2.9%
民眾日報	3.2%	3.3%	2.9%
台灣時報	3.0%	2.6%	2.0%
樣本數總和(含看報與不看報者)			
	1523 人	1394 人	1083人*

*民國83年之樣本不含北高兩市之選民

下降。這三個研究的樣本雖然具有一定的代表性，但是因為研究屬於縱斷面（cross-section），而非小樣本連續分析（panel study），我們在此難以斷定，某些報紙的閱讀率下跌，肇因於某些財團經營的報社之強力促銷，或僅只是反映出抽樣地區的地方報紙閱讀率之不同？唯一可以確定的是，在連年強力的廣告促銷之下，自由時報已經躍升為台灣第三重要的綜合性報紙，並直接威脅到與其報社政治立場較為相同的報紙。自由時報未來是否有可能超越兩大報的閱讀率，或是威脅小報的存活率，是兩個值得我們重視的問題。

二、三台收視情形

表二為民國81~83年三台晚間新聞的收視情形。三台晚間新聞的收視率，仍以台視新聞最高，佔四成以上，民國83年一欄且高達五成以上。中視新聞的收視率雖然名列第二，但是它在民國81與82年的收視率約有二成左右，遠不及台視，在民國83年則下降至17.4%，不足二成。華視的收視率最低但也最穩定，大約在一成二與一成三之間。值得注意的是，最近幾年新崛起的第四台新聞頻道，似乎並沒有直接威脅到三台新聞的優勢地位。三家電視台晚間新聞的收視率總和，從民國81~83年分別為76.5%、78.7%和80.1%，似有上升的趨勢。

在這裡又誘發了一個新的討論話題，就是電視新聞收視率逐年上升，是否相當程度反映了報業市場的逐漸衰微？換言之，雖然許多年紀較長的選民仍然是報紙忠實讀者，但是新世代的年輕的選民，是否已經以電視新聞節目，而非報紙，為主要資訊來源？未來的傳播行為研究，似乎可以針對這個趨勢，多做深入的分析。

三、第四台與新興媒體使用情形

表二 民國81年、82年和83年選舉期間三台晚間新聞收視情形

電視台	81/82/83年頻次	81/82/83年百分比
台視	647/619/544	42.5%/ 44.4%/ 50.2%
中視	321/302/189	21.1%/ 21.7%/ 17.4%
華視	197/176/146	12.9%/ 12.6%/ 13.5%
三台都看	175/ 74/ 86	11.5%/ 5.3%/ 8.0%
其他、都不看	183/223/118	12.0%/ 16.0%/ 10.9%
樣本數總和	1523/1394/1083人	100.0%

這幾年來國際與本土的有線電視頻道與新興媒體的發展與演變，一直是研究台灣媒體生態重要的課題。由台灣的年代公司所投資的香港無線衛星電視台（TVBS），除了鎖定台灣觀眾為主要的收視群，並大舉延攬台灣媒體原有的新聞記者與娛樂節目的製作群。除此之外，以港人投資為主，號稱「華人的CNN」的傳訊電視，也在有線電視市場中製作全天播出的新聞頻道，於台灣省長選舉期間試播，並於1994年12月30日正式開播。許多地方的系統經營者（俗稱第四台），或是為了貫徹地方媒體的理念，或許是為了順利取得有線電視系統的營運執照，也紛紛在系統之下設置新聞部製播新聞（任維真，民84年）。

為了能夠對台灣的新媒體有更具體的認識，我們比較了民國82和83年第四台新聞收視狀況的異同。如表三所示，以「第四家電視台」自居的「無線衛星電台」（TVBS），它的晚間新聞節目曾被收視比率在短短一年之內增加甚多，從原來的4.7%上升到17.9%。其他的新聞頻道或新聞節目，收視率都不到樣本數十分之一，顯示TVBS雖在短期之內不足以威脅三台的優勢，但是對於有線電視的收視戶而言，將TVBS的新聞報導當成重要的資訊來源，有越來越普及的趨勢。此外，沒有看過第四台新聞的比例，在一年之內也下降了將近四個百分點（表四）。種種跡象顯示，隨著有線新聞頻道的日漸普及，逐年做更有系統的比較分析是有必要的。

在新興媒體使用概況方面，如表五所示，在去年省長的選舉中，其使用情形仍然不普遍。在去年選舉成為熱門話題的地下電台，選舉期間聽過的比例只有7.4%，不到樣本數的十分之一。其他媒體的接觸程度更低，新興媒體的使用人次總和大約只佔人口的一成二左右。雖然如此，但是未來的選舉，新興媒體所扮演的角色，對於選民動員與選舉議題的影響，仍然值得我們關心。

表三 三台以外的新聞節目收視情形（民國82/83年）

電視台別	82/83年頻次	82/83年百分比
是否看過：		
無線衛星電台（TVBS）	65/194	4.7%/17.9%
真相新聞網	*/ 54	*/ 5.0%
TWN(台衛)	*/ 27	*/ 2.5%
民主電視台	90/ 81	6.5%/ 7.5%
樣本數總和	1394/1083人	100.0%/ 100%

表四 第四台新聞收視概況（民國82/83年）

看過第四台新聞節目	82/83年頻次	82/83年百分比
超過一種者：	287/237	20.6%/21.9%
超過兩種者：	19/ 41	1.3%/ 3.8%
超過三種者：	14/ 3	1.0%/ .2%
超過四種者：	* / 7	* / .7%
沒看過	1075/795	77.1%/73.4%
總和	1394/1083 人	100.0%/100%

表五 選舉期間新興媒體使用概況（民國83年）

新興媒體類型	頻次	百分比
地下電台	80	7.4%
call-in	14	1.3%
TNT（選舉時在北部播送 節目之無線電視台）	35	3.2%
電子佈告欄（BBS）	6	.5%
總和	135人次	12.4%

陸、選民的傳播行為狀況與政治知識、民主素養之關聯

表六為選民的傳播行為狀況與政治知識、民主素養之皮爾森相關係數之分析。在這個圖表中，每一變項的分數越高，表示受訪者在特定面向的表現上程度越高。舉例而言，政治知識指標得分越高，表示受訪者的政治知識水準越高。

如表六所示，選民的傳播行為，不論是表現在大眾媒介使用或是人際溝通方面，和政治知識與民主素養呈現正面關係。在本研究中，傳播變項和政治知識、民主素養的關連性雖然都達到統計上的顯著性，但是相關係數的強度，隨著傳播形態的改變而略有遞減。整體而言，大眾媒介和政治知識、民主素養的關聯性最高（ $r=.54,.45$ ），新興媒體的使用和政治知識、民主素養的關聯性最低（ $r=.21,.12$ ）。政治知識和民主素養之間的關聯性也很高（ $r=.55$ ）。

表六 皮爾森相關係數：大眾媒介／人際傳播／第四台／新興媒體使用分數、政治知識、民主素養關連性之分析（民國83年省長選舉）

	大眾媒介	人際傳播	第四台	新興媒體	政治知識	民主素養
大眾媒介						
人際傳播	.44					
第四台	.26	.13				
新興媒體	.19	.13	.27			
政治知識	.54	.32	.27	.21		
民主素養	.45	.21	.24	.12	.55	

* 表內之皮爾森相關係數顯著程度均小於p值.01。

樣本數 1083人

柒、選民的傳播行為對政治知識和民主素養的影響

假設一～假設四陳述了選民的傳播行為（包含人際傳播和大眾媒介使用）和政治知識、民主素養有顯著關係。前面的皮爾森相關係數分析已經證實這些變項之間確有顯著關係。為了進一步支持傳播變項預測／影響選民政治參與行為的程度，並比較傳播變項之間的預測力（predictive power），表七和表八分別以政治知識和民主素養為依變項，人口因素為控制變項，傳播行為為自變項，以階層回歸分析的方式表示傳播行為和政治行為之間的關聯。

如表七所示，在控制人口因素（教育程度、性別、年齡）之後仍然保持 $p < .01$ 以下的顯著度的傳播變項包括大眾媒介使用（ $\beta = .30, p = .0000$ ）和觀看第四台新聞節目（ $\beta = .10, p = .0000$ ）。教育程度也影響了選民在政治知識方面的得分（ $\beta = .36, p = .0000$ ），男性選民則較女性選民在政治知識得分高（ $\beta = -.17, p = .0000$ ）。

整體來看，教育程度越高，使用大眾媒介（包括報紙和有線、無線電視新聞）程度越積極的男性選民，在政治知識的表現越佳，人際傳播與新興媒體使用變項對於政治知識得分則無顯著的影響性。假設一成立，假設三則未獲支持。

表八顯示了人口因素、傳播變項對於民主素養的影響。在控制人口因素之後，除了「新興媒體使用」，其他的傳播變項和民主素養都存在著顯著的關係。如果依照預測力排列，則大眾媒介的 β 值為.19，人際傳播的 β 為.13，第四台新聞為.09，其顯著度都維持在 $p < .01$ 以內。

表七 階層回歸分析：人口變項與傳播行為對政治知識的影響

變項	β 值	P=
人口變項		
教育程度	.36	.0000
性別	-.17	.0000
年齡	.04	.0997
R-Square		33.91%
傳播行為變項		
大眾媒介	.30	.0000
人際傳播	.06	.0183
第四台新聞	.10	.0000
新興媒體	.04	.0616
R-Square		11.20%
R ² 總和		45.11%

* 樣本數：1083人

**男=1

女=2

表八 階層回歸分析：人口變項與傳播行為對民主素養的影響

變項	β 值	P=
人口變項		
教育程度	.27	.0000
性別	-.17	.0000
年齡	-.17	.0000
R-Square		31.16%
傳播行為變項		
大眾媒介	.19	.0000
人際傳播	.13	.0000
第四台新聞	.09	.0007
新興媒體	-.05	.0658
R-Square		7.17%
R ² 總和		38.33%

* 樣本數：1083人

**男=1

女=2

教育程度越高，年紀越輕，大眾媒介使用程度越頻繁，人際傳播越積極的男性選民，在民主素養方面的得分也越高。換言之，控制了干擾性因素如教育程度、性別、年齡之後，大部分的傳播變項仍然與民主素養保持顯著關係。假設二和假設四均獲得支持。

捌、選民的傳播行為與投票行為之關聯

本文提出的第三個研究問題是，選民傳播行為的積極程度，是否與投票行為有關？換言之，積極使用傳播媒介以獲得選舉資訊的選民，其投票形態是否與不常使用傳播媒介的選民有所不同？

根據表九的變異數分析所示，不同投票形態的選民，在大眾媒介使用分數方面確實存在著差異。有參與投票，並明確表達投票取向的選民中，以投新黨的選民媒介使用分

表九 民國83年台灣省長選舉：投票給不同政黨的選民在大眾媒介使用分數上的變異分析

來源	自由度	平方和	均方	F值
組間	3	1259.2540	419.7513	21.0451
組內	1079	21520.9789	19.9453	
總計	1082	22780.2329		
p = .0000				

雪菲檢定

投票給： (訪員分類)	媒介使用平均 分數	投票給			
		國民黨	民進黨	新黨／無黨	沒投／拒答
國民黨	10.7652				
民進黨	10.9809				
新黨／無黨	11.9925				
未投票/拒答	8.5208	*	*	*	

數平均值最高（11.9925），投民進黨者次之（10.9809），投國民黨者第三（10.7652）。雖然三者的差異經雪菲檢定並沒有很大不同，但是頗堪玩味的是，歷經兩次不同的選舉，新黨的支持者在媒介使用方面的得分都是最高，此種差異值得做進一步的探討。

在另一方面，「未投票」或回答「不知道」的選民，他們的媒體使用分數，與那些有明確投票取向的選民比起來不但差距甚大，而且得分偏低（8.5208）。這顯示出較不積極關心或參與選舉的選民，對於吸收與選情相關的媒體資訊也較不積極，因此也就沒有明顯的政治態度或政黨認同感。連續三年的選舉研究，從民國81年立委選舉、民國82年縣市長選舉，到民國83年的省長選舉，都發現了政治傳播中的不知不覺者（chronic know-nothings），在歷屆選舉中占有相當的比例。假設五獲得支持。

表十為人際傳播與投票行為的變異數分析。研究結果發現，人際傳播分數不同的選

表十 民國83年台灣省長選舉投票給不同政黨的選民在人際傳播行為上的變異分析

來源	自由度	平方和	均方	F值
組間	3	93.7645	31.2548	11.8315
組內	1079	2850.3450	2.6417	
總計	1082	2944.1094		
p = .0000				

雪菲檢定

投票給： (訪員分類)	人際數傳平均行為	投票給			
		國民黨	民進黨	新黨／無黨	沒投／拒答
國民黨	4.3255				
民進黨	4.3644				
新黨／無黨	4.3288				
未投票/拒答	3.6809	*	*		

民，在投票行為上也有差異，選民的類型且與表九相當類似。參與投票的選民中，以投給民進黨者得分最高（4.3644），新黨支持者次之（4.3288），投給國民黨稍低（4.3255）。拒答或未投票的受訪者分數最低（3.6809）。根據雪菲檢定的結果顯示，這些「不知不覺者」的人際傳播分數與國民黨、民進黨的支持者相差甚多，再一次驗證了「投票者」與「未投票者」在傳播行為上的顯著差異。假設六獲得支持。

前述的傳播形態與政治參與的關聯，是以量化的傳播行為分數為預測變項。下一個研究問題想要探討的是，使用不同「類型」媒體的選民，在政黨投票方面是否有異？在本研究中，做為分析對象的媒體，可以細分為幾個面向：主流媒體／非主流媒體，電子媒體／平面媒體，傳統媒體／新興媒體，它們之間或有互相重疊之處，因此本文將媒介使用的概念分為四種類型來討論：

- (1)報紙媒體（主流／非主流，平面，傳統媒體）
- (2)三台新聞（主流，電子，傳統媒體）
- (3)第四台新聞（非主流，電子，常態運作的新媒體）
- (4)新興媒體（非主流，電子，選舉期間產生的新媒體）

以下就針對這四部份進行討論：

(1)報紙閱讀形態與投票行為之間的關聯：

如表十一所示，在閱讀主流報紙（中時與聯合報系）的讀者中，投國民黨者有58.8%，投民進黨者有12.5%，投新黨者有5.4%。在閱讀非主流報紙（自立、自由、台時與民衆等四小報）的選民中，投國民黨者下降為43.5%，較主流報紙讀者少15.3%，投民進黨

表十一 主要報紙閱讀形態與投票行為之交叉分析

投哪／閱讀報紙 一黨 別	主流報紙 (n=496)	非主流報紙 (n=161)	黨報 (n=50)	其他小報 (n=13)	不看 (n=363)
投國民黨	58.8 %	43.5 %	65.7 %	63.6 %	49.1 %
投民進黨	12.5 %	32.3 %	8.8 %	24.1 %	10.8 %
投新黨	5.4 %	1.8 %	1.9 %	0 %	1.2 %
未投／拒答	23.2 %	22.3 %	23.6 %	12.3 %	39.0 %
$\chi^2 = 86.04007$		D.F. = 12		p = .0000	

者佔32.3%，較主流報紙讀者多出19.8%，投新黨者只佔1.8%，較主流報紙讀者少3.6%。這顯示出，閱讀主流報紙和國民黨黨報的讀者傾向於支持國民黨和新黨，而閱讀非主流報紙的讀者，支持民進黨的比例則明顯增加。沒有閱報習慣的選民，拒答或未投票的比例則相當的高（39.0%）。根據卡方檢定的結果顯示，閱讀不同類型報紙的讀者，在投票行為方面的確有顯著的不同（Chi-Square=86.04007, D.F.=12, p=.0000）。

(2)觀看三台電視新聞與投票行為之間的關聯：

表十二是觀看三台新聞與投票行為的交叉分析。卡方檢定結果顯示，「看哪一台」與「投哪一黨」之間有顯著的關聯（Chi-Square=45.04371，D.F.=12, p=.0000）。

如圖表所示，屬於黨營事業的中視新聞，它的觀眾投國民黨的比例最高（63.7%），台視與華視新聞的觀眾次之（分別為54.9%和53.3%）。台視新聞的觀眾投民進黨的比例雖然較高（16.7%），但是一般而言，有固定收看三台電視習慣的選民，投給民進黨的比例均未超過二成。華視新聞的觀眾，是支持新黨比例較高的一群（6.0%），似乎說明了新黨支持者某些特定的傳播形態。一般而言，三台電視新聞的收視習慣，與投票行為息息相關。而雖然觀看台別與黨派偏好有關，但是主流媒體的觀眾支持國民黨者，仍佔大多數。與報紙相較之下，三台新聞在選舉報導方面，可能有更嚴重的偏頗，在內容的呈現方面對特定的黨政勢力更加有利，其報導尺度與內容篩選方面也更為嚴格。根據以上針對兩大報紙與三台新聞的使用情形分析的結果，使用主流媒體的選民較傾向於投給國民黨，而使用非主流媒體（報紙）的選民，投給民進黨的比例則較高，且在統計檢定上有顯著差異，因此假設七獲得支持。

表十二 收看電視新聞與投哪一黨之交叉分析

投哪一黨／看哪台	台視 (n=619)	中視 (n=302)	華視 (n=176)	都看 (n=74)	都不看 (n=223)
投國民黨	54.9 %	63.7 %	53.3 %	45.4 %	38.6 %
投民進黨	16.7 %	12.6 %	14.0 %	13.5 %	11.7 %
投新黨	3.6 %	2.0 %	6.0 %	.4 %	2.4 %
未投/拒答	24.8 %	21.7 %	26.6 %	40.7 %	47.4 %
$\chi^2 = 45.04371$ D.F. = 12 p = .0000					

(3)看有線電視新聞與投票行為之關聯：

以目前電視新聞觀眾的收視習慣而言，有線電視新聞的收視率比起三台電視新聞仍然偏低。本文第四個研究問題是，接觸不同類型媒體（如第四台）的選民，在投票行為方面是否有差異？

如表十三所示，有收看第四台新聞習慣的選民和沒有收看第四台新聞習慣的選民在投票取向上有所不同。最顯著的差異是在投給民進黨的比例上：看第四台的觀眾投民進黨的比例（21.2%）是不看者的一倍（10.8%）。除此之外，看第四台新聞的選民在「拒答」與「未投票」的比例也較低，根據卡方檢定的結果表示，看有線電視新聞與投票行為確實有顯著差異（Chi-Square=34.98556, D.F.=3, p=.0000）。假設八獲得支持。

(4)使用新興媒體與投票行為之關聯：

在選舉期間，許多新興媒體打出「突破媒體壟斷」的口號，以有限的人力與低廉的製作成本成立新的資訊溝通管道，並成為主流媒體上的熱門討論話題。我們所關切的是，究竟新興媒體的使用與投票行為之間有無關係？它對於選舉的影響到底是如何？

根據本文的研究發現，在選舉期間使用新興媒體的選民比例並不高，約只佔總樣本數十分之一左右。不過，如表十四所示，使用過新興媒體的選民，投給國民和民進兩黨的比例幾乎是相同的，而未使用過新興媒體的選民，投給國民黨的比例是投給民進黨的四倍之多。這表示使用過新興媒體的選民，投給反對黨的比例，可能是所有不同形態的媒體使用者中最高的。根據開方檢定的結果顯示，新興媒體的使用與投票行為有顯著關聯（Chi-Square=45.0773, D.F.=3, p=.0000）。假設九獲得支持。

表十三 看有線電視新聞與投票行為之交叉分析

投那一黨／看不看第四台	不看	看
國民黨	55.4%	50.9%
民進黨	10.8%	21.2%
新黨	2.0%	5.2%
未投/拒答	31.7%	22.7%

樣本數 666人 417人

樣本數：1083人

$X^2=34.98556$ D.F.=3 P=.0000

表十四 使用新興媒體與投票行為之交叉分析

投那一黨／是否用過新媒體	否	是
國民黨	55.8%	35.4%
民進黨	12.5%	35.0%
新黨	2.9%	5.8%
未投/拒答	28.8%	23.8%

樣本數 972人 111人

樣本數：1083人

$\chi^2 = 45.07773$ D.F. = 3 P = .0000

玖、結論

綜合以上的研究發現，我們做成結論如下：

一、主流媒體使用情形的穩定性：

比較民國81~83年選舉期間選民使用大眾媒體的概況，我們發現，除了少數非主流媒體（如自由時報）因為高成本的廣告促銷而逐年提升其閱讀率之外，主流媒體（如兩大報和三台）的壟斷地位並沒有受到太大的挑戰。在電子媒體方面，三台的收視率仍然相當可觀，且有逐年上升的趨勢。

不過，觀看電視新聞的比例雖然逐年提升，報紙的閱讀率卻有下降趨勢。這個現象似乎意味著台灣使用媒體的情形，漸漸步入西方社會的後塵（Patterson, 1980）；年輕世代的選民對電子媒體的倚賴逐年加重，而文字媒體似乎有衰微的趨勢。究竟影像時代的來臨對於選民的影響是什麼？在選民「世代交替」的過程中，媒體使用形態的變化又是如何？未來的研究，可以針對年齡、傳播形態和投票行為等關係進行分析。

二、教育程度、大眾媒介的使用和政治知識、民主素養有正面關係，人際傳播和政治知識的累積無關，不過和民主素養有正面關係：

如前所述，教育程度和大眾媒介（特別是傳統式媒體）是影響選民政治知識和民主素養的兩大因素。在台灣政治民主化的過程中，學歷較高，使用媒介較積極的選民，確

實較能接受民主法治的概念，對於政治議題的關心程度也較高。因此，未來台灣的教育與傳播制度的改革，對於政治民主化的過程，將有決定性影響。

三、新媒體的使用情形雖然偏低，但是使用新媒體的選民投票行爲與未曾使用過新媒體的選民有顯著差異：

有線電視的收視情況和新興媒體的使用，在台灣確實有越來越普遍的趨勢。不過，和傳統的媒體相較之下，有線電視新聞的收視率仍然偏低，不到人口的四分之一。在選舉期間使用新興媒體以獲得選情資訊的比例更低，只有12.4%左右。雖然如此，本研究也證實，使用這些媒體的選民，投給反對黨的比例較高。新媒體與傳統媒體在報導選舉資訊上是否存在著質與量的差異，值得我們做進一步的研究。

四、「不知不覺者」和積極使用新興媒體的選民形成強烈對比：

在每年的選舉中，總是有一群為數可觀的選民，大約是二成五至三成左右，對於政治抱持冷漠的態度，在政治參與方面的得分不但偏低，甚至沒有參與投票。舉例而言，某些政治知識得分最低的選民，並不是某個特定黨派的支持者，而是那些對政治不關心的人。這些「不知不覺者」的特質，恰巧和積極使用新興媒體的選民（約佔選舉人口的一成多）形成強烈對比。究竟這兩種類型的選民，在其他特質方面的表現是如何？是什麼原因導致他們在政治行爲的參與上有如此大的差異？值得未來做進一步研究。

如同本文在前言所述，多元化的傳播管道，有助於選民的政治參與。台灣的政治選舉期間，電子媒體壟斷選情資訊，無法提供客觀公正的報導，一直為反對黨人所詬病。本文寫作的期間，適逢新聞局有線電視審議委員會審查有線電視系統經營者合法執照的申請。已經地下多年的有線電視系統，在取得執照之後，是否能夠提供公正的新聞資訊，平衡三台報導，值得我們關切。

除此之外，台灣有線電視的本土與國際衛星頻道，其數量之多，為亞洲其他國家所不能及。但是，頻道增加是否意味著傳播的多元化，抑或暴露了台灣影視工業的弱質化，任憑國際資本結合本土財團入侵（馮建三，1995年）？台灣在未來幾年之內，仍然有幾場重要的政治選舉，新媒體在這些選舉中究竟扮演何種角色，在台灣媒體市場的地位又是如何？寄望未來的研究，能夠提供更有系統的答案。

註 釋

註一：在這裡必需特別說明的是第一階段的鄉鎮市區依人口特徵與工商業發展指標等分成五個層級，原則上使得層級之內同質性最大，層級與層級之間的差異性最大，如此一來就可採取抽取率與單位大小成比例（Probabilities Proportional to Sizes, PPS）的方式進行抽樣。實際抽取樣本數為3986人。

註二：比較民國82年與83年選舉資料中的性別與人際傳播的關係，我們可以發現，若是「社會系絡」問題的陳述方式未考慮性別因素，則男女選民在這一項問題的得分上確實有差異（ $p=.015$ ），問題經修改之後，性別差異就變得比較小（ $p=.051$ ）。

註三：這裡必須特別針對「人際傳播行為」的測量方式加以說明。「人際傳播行為」與「大眾媒介使用分數」在測量方式方面最大的不同，是測量「人際傳播行為」的問題刻度多寡並不統一，而且該指標為質化與量化的綜合體，不適合做Crobach Alpha值的檢定。最有效解決的方法，當然是全盤量化傳播行為的測量方式，但是從實際的訪談過程來看，這又牽涉到受訪者是否將「人際傳播」視為一種儀式性（就像觀看電視一樣）的行為，而能夠清楚的回答出「每天與家人朋友談論政治事務的時間有多長？」，以及量化問題究竟是否妥當等問題。

註四：限於篇幅的關係，筆者無法將文中的閱讀率資料和其他單位所作的報紙調查資料一一比對。不過，中國時報的總編輯黃肇松先生曾在演講中表示，中時的讀者以都會（特別是北部地區）居民為主要消費者，從這個觀點來看，本研究的樣本僅包括台灣省省民，不含北高兩市選民，似可解釋本研究中時讀者比例偏低的現象。

參考書目

中文部份

任維真

- 1995 「台灣地區有線電視系統如何經營地方新聞的策略」，台北：政治大學第四屆廣播電視系學士論文。

曾熾卿

- 1994 「選戰中的『電子媒體大戰』——透視電子媒體新走向」，財訊月刊，1994年12月，頁184~192。

翁秀琪、孫秀蕙

- 1993 「選民媒介使用及其政治知識、政黨偏好與投票行為之關聯」，收錄於「選舉與台灣的政治民主化——從第二屆立法委員選舉探討」，行政院國家科學委員會專題研究計劃成果報告，台北：政大選舉研究中心，頁16~41。

翁秀琪、孫秀蕙

- 1995 「選民的媒介使用行為及其政治知識、政黨偏好與投票行為之間的關聯——兼論台灣媒體的壟斷性對政治認知與行為之影響」，**選舉研究**第一卷第二期，頁1~25。

翁秀琪、孫秀蕙

- 1995 「性別政治？——從民國八十二年台灣地區縣、市長選舉看性別、傳播與政治行為」，**新聞學研究**第五十一集，頁87~111。

馮建三

- 1995 「『開放』電視頻道的政治經濟學」，《**廣電資本運動的政治經濟學**》，第二章，頁31~65。

英文部份

Berkowitz, D. and D. Pritchard

- 1989 "Political knowledge and communication resources", *Journalism Quarterly*, 66 (3):697-701.

Chaffee, S.H., S. Ward and L. Tipton

- 1970 "Mass communication and political socialization", *Journalism Quarterly*, 47: 647-659, 666.

Chaffee, S. H. and S. Y. Choe

- 1979 Communication measurement in the March, 1979 NES pilot study. Paper presented at the meeting of the American Political Science Association, Washington, DC.

Chaffee, S. H. and. Schleuder

- 1986 "Measurement and effects of attention to media news," *Human Communication Research* , 13,1, pp.76-107.

Chaffee, S. H., X. Zhao and G. Leshner

- 1994 "Political knowledge and the campaign media of 1992", *Communication Research*, Vol.21 (3): 305-324.

Drew, D. and D. Weaver

- 1991 "Voting learning in the 1988 presidential election: Did the debates and the media matter?", *Journalism Quarterly*, Vol.68(1/2):27-37.

Gunter, B.

- 1987 *Poor Perception: Misunderstanding and Forgetting Broadcast News*. NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Lanoue, D. J.

- 1992 "One that made a difference -- Cognitive consistency, political knowledge, and the 1980 presidential debate," *Public Opinion Quarterly*, Vol.56:168-184.

McLeod, J. M., D. G. McDonald

- 1985 "Beyond simple exposure: media orientations and their impacts on political process," *Communication Research*, Vol. 12: 3-33.

McLeod, J. M., G. K. Kosicki

- 1986 Paying attention to the concept of attention in mass media research. Paper presented to the Midwest Association for Public Opinion Research. Chicago, IL..

McLeod, J. M., Z. Pan and D. M. Rucinski

- 1988 Processing news and advertising: same strategies and same effects? Paper presented at the Communication Theory and Methodology Division, Association for Education in Journalism and Mass Communication, Portland, Oregon.

Palmgreen, P.

- 1979 "Mass Media Use and Political Knowledge," *Journalism Monograph* Vol.61.

Patterson, T. E.

1980 *The Mass Media Election*, New York: Praeger.

Pettey, G. R.

1988 "The interaction of the individual's social environment, attention and interest, and public affairs media use on political knowledge holding", *Communication Research*, Vol.15(3):265- 281.

Swanson, D. L.

1992 "The political-media complex," *Communication Monograph*, Vol. 59: 397-400.

根據兩位審查委員意見，本人謹答覆如下：

審查意見（一）、（二）均提及文獻檢閱部份較為薄弱，因此本文另闢「貳、文獻探討」部份，增加若干文獻，特別針對大眾媒介與政治知識之間的關連提出詳細說明。

審查意見：本研究所指稱的「大眾媒介」只包括報紙及電視，廣播及雜誌為何不列入，似應略加說明。

作者答覆：為何不在「大眾媒介使用行為」指標中增設廣播與雜誌部份？關於這一點，本文作者提出三點解釋：(1)嚴格而言，目前臺灣大部分的廣播與雜誌的閱聽市場主打分眾路線，除非本研究挑出強調政治性內容的雜誌與廣播電台，否則難以查明該類媒體與政治行為之間的關連。(2)過去相關的經驗性研究證實，報紙與電視為一般大眾最常接觸的綜合性媒體，有非常詳細的文獻可以幫助吾人概念化媒體使用與政治行為之間的關連，因此將研究範圍鎖定在綜合性媒體之間的比較，應無不當之處。(3)本文分析資料來自整合性的選舉研究，由於每一類型題目，包括傳播類問題，皆受到比例控制，因此無法再針對許多傳播行為細部問題詢問受訪者。

審查意見：建構人除傳播測量分數時，是否曾檢定其Crobach Alpha值，請說明。

作者答覆：本文已經在註三部份加以說明。

審查意見：有關「政治知識」測量的五項子題，都和83年的省市長大選無關，以這一測量分數和各項傳播變項做關聯性分析是否妥當，請斟酌。

作者答覆：雖然政治知識與選舉無直接關連，但是政治知識累積確為評估媒體效果與政治參與行為的重要指標，它不應該受到單一事件（例如選舉）波動的影響否則政治知識的概念應該改名為選舉知識或許更符合字面要求。另外，根據議題設定理論，選民重視並了解某些議題，即使看來與選舉無直接關連，但是對於某議題的重視就足以左右選舉的結果，這一點或許值得吾人借鏡參考。