

2000年總統大選的媒介使用、選舉參與 及投票對象

彭 芸*

《 本文摘要 》

媒體在競選期間的表現從來都是政治傳播學者鑽研的重要課題，解嚴之後，報紙在選舉期間展現多元言論，同時由於有線電視發展快速，有線電視中衛星新聞頻道更在選舉期間有更多表現的空間，相較於無線電視台，有線電視新聞播放的時間較長，新聞的質與量都明顯具競爭力。在民國89年的總統大選中，民衆接觸、注意媒介中的選舉新聞的情形為何？而新興媒體如有線電視的叩應、廣播叩應，以及網路這些所謂新媒介在選舉過程中的角色也愈受到候選人、競選總部與政治傳播學者的重視。

國外研究均發現民衆的媒體使用與其政治參與有關，這中間有的是控制人口變項之後，媒體變項的重要性依然存在。本研究同時想瞭解民衆的政治效能感與選舉參與，假設2000年的總統大選因選情撲朔，不若上回1996年的總統大選，李連組穩操勝算，對手幾乎不構成明顯的實質威脅，是否在一場情勢不明朗的選舉中，民衆的選舉參與會比較積極？而這些競選活動參與和其媒體的暴露、注意的關連性又是如何？

本研究的假設一預測人口變項可預測選舉參與，結果與國外研究結果同的是，收入明顯成爲重要的預測變項，與國外研究相反的是教育呈現負相關，性別方面也與國外同，女性明顯少參與選舉活動。年

* 本文作者爲政治大學新聞系教授。

齡則未顯示明顯預測力，假設二政治意向方面，與國外文獻同的是選舉興趣可以在控制人口變項後明顯預測到選民的選舉參與，政黨方面有政黨屬性者並未能預測其選舉參與，內外效能也無法預測參與；假設三預測大眾媒介選舉新聞的使用與選舉參與的關聯，結果顯示報紙、電視選舉新聞的暴露及使用並不能明顯預測選舉參與，反倒是收看電視叩應明顯預測選舉參與，這也與國外的文獻結果相同，假設四獲得證實；電視政見會的收視亦可明顯預測其選舉參與，這也和文獻相符。

關鍵詞：媒介使用、選舉參與與投票行為

壹、前言

自政府解嚴、報禁解除，媒體的發展伴隨著政治的民主化與社會的多元化，呈現出新生的活力。不論是印刷媒體或是電子媒體，都在言論市場、閱聽眾市場及廣告市場上爭取各種的可能性。

政黨的競爭也在解嚴後的幾次選舉中出現激烈的景象。民進黨「以地方包圍中央」的策略在這十年來的各種選舉中見其成績，民國八十六年縣市長選舉，全省21縣市中，民進黨囊括了12席，南部主要的縣市都改旗換幟，成了綠色執政的地盤。在民國八十七年三合一選舉，國民黨立委席次獲得124席，超過半數，但在市長選舉方面，國民黨贏了台北市，卻輸了高雄市。

李登輝總統在位的總統任期於民國八十九年屆滿，這兩千年的總統大選其實在一年前就已展開競選的各種策略。國民黨黨內因提名連戰，而肇致原秘書長、凍省前的省長宋楚瑜出走。民進黨內超人氣明星陳水扁在民國八十七年市長選舉固然失利，但在民國八十八年7月11日，民進黨第八屆第一次全國黨員代表大會，正式提名陳水扁為總統參選人，宣佈其代表民進黨出馬競選總統，也導致原主席許信良在民國八十八年4月29日發表「同志們，讓我們在此分手吧」宣言，離開民進黨，獨立參選。新黨則基於政黨應有自己推派的候選人之考量，於民國八十八年8月30日提名李敖出來競選，遂形成五組候選人參選的競選態勢。本研究想瞭解民國八十九年三月（文中均以2000年來稱之）總統大選民衆的媒介使用與政治效能、選舉參與及投票行爲。

由於李總統結束12年執政，在邁向新世紀的同時，國民黨的連蕭組挾帶豐富的行政資源，並經國民黨強力的動員，固然每次的民意調查支持度未必很高，但看好度始終居高不下。宋楚瑜從宣佈參選開始，支持度一直持續領先，直到興票案發生，才跌落至「三強鼎立」的局面。陳水扁雖然在台北市長的選舉中落敗，但經過沈潛及學習，受民進黨的全黨支持，也能在民調中有一定的支持度，這三位候選人一直在選舉的過程中得到較高的支持，以及媒體較多的關注，相對地，李敖及許信良這兩位總統候選人則支持度不高，在整個競選過程中都未能對前三者造成立即而明顯的威脅。

競選過程中高潮起伏，先有921的百年大震，繼而因興票案而引起宋陣營持續召開記者會，或由連政營釋出黨產信託的訊息，到選前中共發表白皮書、李遠哲挺扁等，都使得2000年的總統選舉呈現與過去相當不同的風貌，由於競爭激烈，勝負不明，假民調、負面廣告、扭曲叩應節目、全省各地的造勢餐會、晚會，將選舉直接或間接與每一個民衆連接起來，政治動員可謂空前。

媒體在競選期間的表現從來都是政治傳播學者專研的重要課題，解嚴之後，報紙在選舉期間展現多元言論，同時由於有線電視發展快速，有線電視中衛星新聞頻道更在選舉期間有更多表現的空間，相較於無線電視台，有線電視新聞播放的時間較長，新聞的質與量都明顯具競爭力。而新興媒體如有線電視的叩應、廣播叩應，以及網路這些所謂新媒介（或稱「非傳統媒介」，見彭芸，1999）在選舉過程中的角色也愈受到候選人、競選總部與政治傳播學者的重視。

美國自1992年總統選舉中談話節目異軍突起後，新興或所謂非傳統媒介在選舉中的角色就不容忽視，我國近年選舉期間叩應部隊盛行（彭芸，1999）；各競選總部都設有叩應組，統籌設計叩應節目的參加人選、應對方式、標準答案，以及叩應觀眾的訓練、績效等，顯示其受重視的程度。另外，網路選舉從民國85年總統大選的總統選舉網站起，歷經縣市長選舉、三合一大選、到2000年總統大選，都已具備一定的水準，同時民眾上網人數日增，是否會在選舉中造成某種程度的影響？

本研究同時想瞭解民眾的政治效能感與選舉參與，假設2000年的總統大選因選情撲朔，不若上回1996年的總統大選，李連組穩操勝算，對手幾乎不構成明顯的實質威脅，是否在一場情勢不明朗的選舉中，民眾的選舉參與會比較積極？其是否會利用一些活動來展現對某些候選人的支持？而這些競選活動參與和其媒體的暴露、注意的關連性又是如何？本研究想瞭解：選民的媒介使用與選舉參與的程度與其投票對象的關聯性，以及選民的人口變項、政治意向、媒介使用及政治參與是否可預測其投票對象？

貳、文獻探討：政治參與、政治效能與媒體使用

自從1960年出版的「美國選民」以來，政治興趣一直為研究者所採用，來瞭解人們在政治與公民相關事務心理介入的一個指標（引自 Bucy, et. al., 1999），其利用資料研究1996年美國總統選舉新媒介使用與政治參與，假設使用新媒介可明顯預測政治興趣，但其結論是認為政治興趣應決定媒介使用，而不是媒介使用決定政治興趣。

但先前韋佛與卓（Weaver & Drew, 1995）利用人口變項、媒介使用來預測競選興趣，結果發現教育、政黨微弱地預測政治興趣，注意報紙與電視競選新聞與辯論可明顯預測政治興趣，最後可預測的變項則是廣播對選舉新聞的報導，研究者認為這是公共廣播與談話廣播之故，詹森等（Johnson, et. al., 2000）研究結果是白人較黑人、年長較年輕者說自己對1996年選舉更有興趣。麥克勞等研究中均有將政治興趣視為重要變項，並發現其與媒體使用脫離不了關係，其他學者也發現政治興趣可影響投票與接觸政府官員這兩種制度性的政治參與（McLeod, et. al., 1999, p. 318）。

美國研究中政治興趣之所以受到政治傳播學者的注意，很多研究都會列入，其中一些並視之為依變項，因為美國人其實對政治議題相當不關心，黃偉峰（1998）探討英法瑞義的公民投票經驗，表示「不但美國選民對政治不感興趣，他們對於有爭議的公共事務及候選人選舉也一知半解」（p. 22）。由於對政治缺乏興趣，故其投票決定的時機也可能延後而遲延不決。我國的情形呢？本研究假設在一個競爭激烈的選舉中，人們的選舉興趣、選舉參與都將提昇，而這些提昇與大眾媒介使用（曝露與注意）及新媒介使用的關聯性為何？

著名的政治學者弗巴及奈（Verba & Nie, 1972）最早認為政治參與是指一般市民為了影響政府的人與事所採取的合法行動，重視的是由下而上的民主參與，以及體制內的參與，因此由上而下的動員參與以及儀式性的參與支持並不在定義之內。弗巴及奈（Verba & Nie, 1978）後來界定四種參與的變項，分別是投票、競選參與、社區活動、接觸政治人物或議員，前兩者屬選舉參與，後兩者是屬於非選舉參與。杭亭頓與尼爾森（Huntington & Nelson, 1976，引自黃秀端，1995）認為只要任何企圖去影響政府決策的行動皆屬之。康威（Conway, 1991）則界定政治參與是「公民企圖影響政府的結構、政府權威的選舉、或政府政策的一些活動」（引自Bucy, et. al., 1999）。他進一步又分積極參與及消極介入，前者目標清楚，具工具性，後者只是參加活動或對政府、政策加以注意，如果以消極參與來說，範圍很大，包括注意媒體中對政府、政策的報導等。

傳播學者麥克勞等（McLeod, et. al., 1996, 1998, 1999）則界定參與有兩種形式，一是制度化的參與，即前面許多政治學學者所提出來的投票、接觸政府官員等；而另一種則為非傳統的參與，如參與一些針對特殊利益討論的公民論壇，並將自己的意見公開表達。麥氏等認為前者屬傳統、正式的參與，仍與社會階層有關，但後者較屬社區參與的一種，參與的人常非真正決策的人士，表達的意見也可能是非主流的，而其研究發現這兩者的參與密切相關，但卻並非相同，因這兩者的參與吸引較不同屬性的公民，參與者在某些屬性上相同，而在其他屬性上則明顯不同，如年長及教育程度較高者對傳統、正式的制度參與更為熱衷，而論壇的參與者具較寬廣人口特質的取向。

近年來因為有關「公共性」的討論，認為論壇做為公共論域的重要場域是民主政治最可貴的一個機制，相關文獻也陸續出現，美國研究亦對這方面相當重視，主要也由於選舉畢竟不是年年有，同時美國本地事務與居民的關係，遠較國家政策來得更為親近，因此一些學者探討的面向會較政治參與更為寬廣。

伯西等學者（Bucy, et. al., 1999）配合普特南（Putnam, 1995）的研究，假設「年齡」是影響政治參與的一個重要的變項，普特南認為年長者參與較多的組織、更多

投票、讀更多報紙，而伯西則認為年輕者會較多使用電子形式的參與，經驗資料也證實這樣的說法，因此他們的結論是具閱聽眾互動性與公共論述性質的新媒體不但對民主統治具關鍵資訊提供的角色，並對一群年紀漸增的選民來說，是公民參與的一種真實的形式（p. 346）。因此人口變項以及參與形式與管道都是研究政治參與一定會涉及到的一些變項。

從以上政治參與的討論中可知，投票是相當基本的政治參與，也是最傳統討論參與的一種形式，並為公民權行使的第一步，而階層較高的推動性參與及干預性參與其實對一般民衆來說參與的機會其實是少之又少的。事實上，制度性參與對一般民衆而言，要付出相當大的代價。為候選人拉票、參與政見發表會、遊行、捐款給候選人或參加抗爭與自立救濟等活動，皆需要花相當多的時間、金錢、技巧、知識和某種程度的自信（Rosenstone & Hansen, 1993，引自黃秀端，1995，p. 54），因此最近重新討論政治參與的重要性乃源於愈來愈多的公民其實在政治上相當冷漠，但近來因著電子民主的興起，以及公共新聞學的漸受重視，民衆或可透由電子媒介或社區論壇來行非傳統的參與，是故參與的研究從未停歇，反而因傳播科技的普及，讓人們正視媒介與政治參與的多層關係，及選舉形式的多元（如辯論）。

在討論媒體使用與投票行為中，收視電視辯論在國外文獻中一直是重要的研究變項，各項研究均證實電視辯論在提供候選人形象及政見上有很大的功能，尤其對未決定投票意向的選民而言，透過電視辯論會來認識候選人，幫助其投票決定的文獻也多，因此這個變項常較政黨取向等更能預測選民的投票決定。（Weaver & Drew, 1995；McKinnon, Tedesco & Kaid, 1993）

過去研究更發現政治參與常與政治效能呈現正相關（Carig, Niemi & Silver, 1990；Braima, et. al., 1999；黃秀端，1995）。學者大都認為效能、信任與參與有關，都是政治行動的先前變項，參與、效能和信任被視為決定民主系統穩定與否的決定因素（Hallander, 1997, p. 356）。坎培爾等人（Campbell, et. al., 1954）定義所謂的政治效能感是指個人認為其政治行動對於政治過程能夠有所影響，基於這樣的信念，個人才會覺得其行使公民權利具有價值。在預測投票行為上，政治效能也是近二十年來常用的重要變項之一，雪佛（Shaffer, 1981）發現政治效能高者較低者具約20% - 30%更高的投票傾向。也因此學者結論到「高的外在與內在效能一般而言會增加政治參與，更特別地說，會增加投票意願」。

簡單地說，政治效能包含兩個層面：一是個人相信自己有能力參與政治，及自己效能的感覺（McLeod, et. al., 1999），是為內在效能（internal efficacy）；另一則是相信自己的政治行動可能影響政府的作為，亦即感覺政府是會顧及人民的要求

(Abramson, 1983)，稱之為外在效能 (external efficacy)。過去的文獻發現理論上外在效能在預測地方政治參與時，扮演關鍵角色，而薄波與施尼科斯 (Pomper & Sernekos) 的研究則發現外在效能持續可預測制度性的參與 (引自 McLeod, et. al., 1999)。

公民的參與政治其實是一個複雜的過程，和公民的媒體使用、政治疏離感、政治行為等都有關係，這些因素彼此之間的關聯性一直難被社會科學家釐清。如有一些學者認為，媒體對競選活動報導的多寡和選民的政治知識有關，但也和選民對政治的失望、不想參與政治產生關係 (Pinkleton, et. al., 1998)；另一方面，有學者認為選民選擇性的收看電視對其知道政治事物、增加政治知識、政治效能和參與政治有關係 (Braima, et al., 1999)。近年來政治傳播的研究焦點大都集中在討論影響政治效能的因素、投票傾向和投票行為的研究。持續討論這些面向的原因是希望藉由研究找出可以預測投票行為的關鍵變項，例如個人使用媒體如何與政治過程中的做出決定產生互動 (McLeod & McDonald, 1985)。

貝馬等 (Braima, et. al., 1999) 針對美國1996年總統大選中競選興趣、媒介使用、政治效能而提出一個效能的模式，其結果證實競選興趣導致暴露於資訊豐富的來源中，有影響力的內部與外部效能導致政治參與及投票意向。選民的投票與自認自我效能感與積極媒體使用相關，說明積極媒體使用是政治決策與參與的基石。

至於不同媒體使用與政治效能的關係，有研究發現報紙使用可以預測政治效能的增加 (雖然此關係有時在控制人口與政治變項後，會變得並不顯著)，而紐漢根 (Newhagen, 1994) 發現媒介暴露會增加內部效能，報紙使用會減損外在效能，電視使用則並不相關。

歐吉甫與孟德遜 (O'Keefe & Mendelsohn, 1978) 發現報紙使用與不投票的原因呈現負相關，其論點乃「印刷媒體是可以對政治複雜面提供更多的深度與觀點」(p. 283)，Robinson (1975) 認為電視新聞常自相矛盾，減少了人們的效能感，使其相信政府活動不易理解。麥克勞 (McLeod, et. al., 1999) 研究假設使用報紙的硬性新聞與政治外在效能感有關，而其研究結果顯示地方報紙的硬性新聞及地方電視的硬性新聞對外在效能的影響都相當中庸 (p. 327)。荷蘭德 (Hollander, 1994) 則發現使用廣播談話節目與政治效能相關，而報紙、電視新聞、電視談話節目的使用則與內部效能無關。

前面提到，媒體的使用也許會是形成選民政治疏離或是降低其政治效能的可能因素，但另一方面，有些閱聽眾會積極、主動藉由媒體尋找政治消息或是選舉資訊，以便在參與政治 (如選舉時) 做出決定，這樣的媒體使用就是正面促進選民的政治參與，不

論是由電視新聞或是平面媒體，政治對於選民來說都是需要學習的，選民越積極接觸媒體，越會增加其政治知識（Atkin, 1973；Chew, 1994），更會提昇其對政治的效能感（Bandura, 1986）。貝瑪等人（Braima, et. al, 1999）研究1996年總統大選的效能模式，結論認為「媒介是不是會使得公眾疏離，得視媒介所刊播的內容而定」，其研究發現媒介可成功激起公眾的選舉興趣，媒介可幫助公眾更具效能、更參與政治過程。

譚（Tan, 1980）研究指出，越是積極主動的選民，也就是資訊豐富的選民，資訊和政治參與互相影響，因此由選民接觸媒體的情形可以用來預測其參與政治的行為。不過，後來有學者指出，此方面的研究應該要加上對媒體內容的注意程度而非只有測量接觸的時間或是頻次（McLeod & McDonald, 1985）。九〇年代以後的研究幾乎都將媒介曝露與媒介注意分開來處理，如詹森等（Johnson, et. al., 2000）研究1996年美國總統選舉，發現「注意」較「曝露」更可預測政治行為，同時媒體在競選初期較後期對選民的影響更大。總之，媒體使用的變項在經過許多學者研究測量之後，形成在預測政治參與中有意義的變項。

八〇年代以後研究媒體使用與政治效能等政治的態度、行為關係越來越細緻，媒介的使用包括了曝露與注意，九〇年代以後媒介種類也分為傳統的媒介與新媒介（包括叩應節目、網路），媒介內容更將娛樂、資訊等不同屬性的加以區分。文獻中討論最多的乃談話廣播節目或具叩應性質的電視節目，因為其互動性強，民眾對媒體的接觸曝露、注意之外，更增加行動的面向，前面的文獻曾提及參與的不同層次，有的學者認為媒體使用是一種參與，也有學者用較嚴謹的觀點否定之，但近年來傳播學者多認為新媒介，如叩應節目與網際網路的互動，是為參與的一種（Pan & Koschi, 1997；Bucy, et. al., 1999）。一些學者強調擴張後的傳播能力導致較多的政治學習及頻率更多的參與（Browning, 1996；Bimber, 2000）。

國內學者在選舉參與方面把選舉視為一個有機功能的體系，它有投入、轉換過程，也有產出的回饋，並根據體系的幾個運作環節（投入、轉換過程、產出），將所有選舉參與活動分為五個層次：維持性、敦促性、改革性、推動性和干預性，依他們的看法（胡佛等，1986，引自黃秀端，1995），維持性的參與層次最低，干預性的參與層次最高，投票、閱讀候選人傳單為維持性參與；敦促他人投票、聽政見發表會為敦促性參與。

陳文俊（1995）在討論選舉與投票行為時，將投票率、投不投票的原因、投票取向、投票選擇、以及大眾的傳播媒體使用、關心或談論選情時，都列為重要的變項，其研究結果發現選民除接受大眾傳播媒體的選舉訊息外，很少有其他方式的選舉參與（p. 124）。

黃秀端（1995）研究1994年省長選舉的參與，將投票與競選活動分開，投票、捐錢、貼貼紙等都屬個人競選活動的參與。她認為閱讀候選人的傳單快報或是選舉公報以及觀看電視辯論或報導，比較傾向於選舉資訊的接觸，不是真正競選參與的行為，其以動員理論來探討國內選舉，強調黨部、候選人、社團、親戚等管道的投票皆會促進民衆的參與。1994年省市長選舉的資料顯示，教育程度越高，參與競選活動越多，性別也呈現顯著的影響，女性在五項競選活動的參與上，皆不如男性，特別是在為候選人拉票這一項上（黃秀端，1995，p. 61）。報紙、電視選舉新聞重視程度在其研究中雖然和參與競選活動有關，但在控制其他變項後，這種關係就消失了，但選舉期間收聽地下電台者參與政治競選活動最為熱烈，在所有變數中解釋政治參與的beta值最高。

國內有關政治效能的研究中，洪淑女（1995）研究台北市大學生的功效意識與選舉行為之間的關聯性，研究發現，大學生的性別與外在政治功效意識達到顯著性差異，而與內在政治功效意識並無顯著的差異；男性的政治功效意識明顯高於女性；本省籍大學生的政治功效意識低於外省籍大學生；政黨認同與內在功效意識有達到統計上的差異；而大學生的政治功效意識與選舉參與行為達到顯著的正相關。整體來說，其研究發現台北市大學生外在政治效能感（平均值為2.64）低於內在功效意識（平均值為3.27）。黃秀端（1995）的研究發現，民衆認為政治是大家的事，每一個人都具有同樣的權利管理別人，具有這種想法的民衆並不如預期的較會參與競選活動，至於認為政府政策經常會把民衆的福祉放在優先地位者，雖然和政治參與活動有關，但卻呈現相反的關係。

至於媒體使用與選民行為、政治認知的關聯如何？孫式文（1997）以嘉義市和民雄鄉的居民為樣本，調查傳播媒體在首屆省長選舉中對選民政治學習和投票意願的影響，結果發現電視新聞和街道競選宣傳，可以增強選民對候選人名字的記憶，而報紙的選舉新聞可以幫助選民瞭解候選人的政見。政黨認同是重要預測報紙媒介使用的前測變項，具特定政黨屬性的較常注意報紙的選舉相關新聞；男性亦較女性更注意；外省人則較本省人注意與選舉相關的電視新聞；年輕者較注意選舉新聞，同時教育程度、省籍均可顯著地解釋投票意願。但有趣的是其發現「在動員民衆行使投票權上，電視新聞最具功效，但受電視傳媒鼓勵的選民對政治的認知卻顯得相當薄弱」（p. 201）。孫的研究並未將新興的第四台列入，樣本又以南台灣的嘉義為主，是故有其侷限。

潘國華（1998）研究1996年總統選舉的候選人形象，在媒介使用方面，超過一半的受測者經常（每周6-7天）收看三台的總統選舉新聞報導，也有一半說經常閱讀報紙此類新聞；超過三分之一（35.9%）受訪者表示經常收看第四台的總統選舉新聞報導、有三成收看有關此類的新聞節目（脫口秀）。有七成受訪者表示看過選舉電視轉播的候選人政見會或辯論會，九成表示沒有捐錢或參加選舉造勢活動。其研究結果發現政黨、省

籍、統獨意識、傳播行為等因素都是影響及預測候選人形象的重要因素，其文中並指出「綜合來看，選民的傳播行為因素（包括人際傳播），可說是影響候選人形象傳播結構思維豐富性最重要的因素（p. 115）……傳播行為頻率愈高者，對候選人的認識瞭解愈多、愈深入；因此傳播因素在提昇及塑造選民對候選人的瞭解方面，有頗大的效用」（p. 118）。

岳蕙蘭（1998）研究青年學生的媒體使用與政黨形象認知研究，針對全台灣四年制大學院校的學生進行抽樣，結果發現政治興趣與政黨支持是影響受訪青年學生認知政黨形象的重要預測變項，另外電視新聞收看量亦很重要，看無線三台與看有線電視晚間新聞的受訪青年學生在政黨形象認知上也有統計上顯著的差異，研究者認為「整體趨勢顯示，看三家無線電視台以外（第四台晚間新聞）的受訪青年學生，其黨派思想結構較來得多元、豐富」（p. 104）。

本研究根據以上對政治參與、政治效能的討論中可知現今傳播環境中，傳播變項影響人們的政治參與大致無庸置疑，至於那些傳播變項、是報紙、廣播、電視、新媒介這種以媒體特質而區分，或以內容（娛樂、新聞、叩應等）來討論，都點出媒體做為人們接觸政治的一種管道，因此形成政治認知、情感或行為已經非常明確，只不過在刺激（S）與反應（O）間，問題當然不那麼單純，麥克勞等（McLeod, et. al, 1999）則使用 O-S-O-R 模式來解釋，前面的 O 指的是人們先前及潛在限制傳播情境的因素，包括了結構變項，如人口特質、人際溝通網路、對政治興趣等，這些因素影響了人們的媒體使用及與他人的討論（S）；第二個 O 則指介於傳播與參與的中介變項，也即是說人們的媒體使用與人際溝通之效果可能是間接的，增加對政治的知識或外在效能都會影響到政治參與的程度。麥氏等利用這樣的模式來檢視人們社區統合，傳播如何影響地區的政治參與，其結果顯示不同參與的情形：閱讀當地報紙的硬性新聞最可預測制度化參與，電視對制度化參與並無直接效果，而人際討論則最可預測公民論壇的參與，其他大眾媒介的使用則不具明顯效果，同時，政治效能感對以上的兩種參與都無明顯影響。本研究採取類似的模式，想探究2000年總統大選選民的人口特質、政治效能、選舉興趣、選舉參與、媒介使用（傳統媒介與新媒介）以及投票對象的關聯為何？

叁、研究假設

1. 選民的人口特徵（性別、年齡、教育程度、收入）與其選舉的政治參與有關。
2. 選民的政治意向（包括內外效能、選舉興趣、以及政黨傾向）可預測其選舉活動參與的程度。

3. 選民大眾媒介的使用（包括曝露與注意）可預測其選舉的政治參與。
4. 選民新媒介的使用可預測其選舉的政治參與。
5. 選民收視電視政見會可預測其選舉的政治參與。

肆、重要概念的測量

本研究循潘忠黨與柯斯基（Pan & Kosicki, 1997）、詹森等（Johnson, et. al., 2000）研究的測量方法，將媒體的曝露與注意分成兩個不同的概念，並研究所謂傳統媒介與新興媒介對選民投票行為的影響。媒體新聞曝露包括了無線電視選舉新聞、報紙選舉新聞、有線電視選舉新聞的「從不」、「很少」、「偶爾」、「經常」接觸四種層級，媒體新聞注意則包括了對無線電視選舉新聞、報紙選舉新聞、有線電視選舉新聞的注意程度，受訪者回答「非常不注意」、「不太注意」、「有點注意」及「非常注意」。

新媒介使用則包括了電視叩應、廣播叩應與上網看選舉相關的消息，也採「從不」、「很少」、「偶爾」、「經常」四種等級。由於其本身就具互動性，因此這三題並未詢問注意程度。至於總統及副總統的電視政見發表會，由中央選舉委員會舉辦共四場，受訪者回答看了從0至4次的政見會。

本研究的依變項為選舉活動參與，在七題參與的題目中，受訪者各回答有或無參與，有的則計1，無的則計0，再加總之後得到一個選舉參與的總分數，分數越高顯示個人在競選過程中參與的活動越多，反之則少或沒有參與競選活動。在分析上，依選民回答參與程度再分成：低、中、高三組，與其投票對象進行交叉分析。

政治效能的題項共四題，兩題為內在效能，兩題為外在效能，受訪者回答「非常不同意」、「不太同意」、「有點同意」、「非常同意」。投票與否，即3月18日「有」與「無」去投票，決定時間採「競選開始之前」、「競選期間」（包括與票案後）、「選前幾天」（如李遠哲挺扁）與「選舉當天」四種選擇。

伍、研究方法

本研究採用電話抽樣調查（telephone sample survey），調查母群體為台灣地區（台灣本島與澎湖）各縣市具有此次總統選舉投票權之合格選民。調查執行單位為政治大學傳播研究中心，訪員為政大傳播學院各系大學部學生、研究生。調查執行時期為總統大選後三月二十三日至二十九日，共計七天。

抽樣方法方面，本研究先依據台灣地區各縣市人口的比例，進行配額抽樣。其後採用電話號碼簿之「系統隨機抽樣法」，由台灣地區住宅電話簿中等距（interval sampling）抽出3350個電話樣本數；所抽出之電話號碼再以後兩碼隨機的方式代入，成為正式電訪樣本。樣本戶抽出後，由訪員撥號進行訪問，訪問過程中並採用「戶中抽樣」（註一）尋找合格受訪者進行訪問，所抽出的無效電話則以接觸三次為限。

在3518個總樣本數中，排除2074個非人為因素（包括戶中無受訪對象、無人接聽、電話佔線、電話停話、故障、空號、傳真機、公司或營業用電話及宿舍），總受訪人數共為1,444人，結果成功訪問819位台灣地區二十歲以上具投票的合格選民，接通成功率為56.71%，每通電訪平均時間則約為13分鐘。在95%的信心水準下，抽樣誤差為±3.49%。

本研究在人口特質方面利用描述性統計，至於假設驗證則利用階層迴歸分析統計及交叉分析行之。

陸、研究結果

一、人口變項描述性統計

本研究經電訪成功樣本為819份，其人口特質分佈描述如下（見表1）：

表1 人口基本資料

		次數	百分比
性別	男	435	53.1%
	女	384	46.9%
年齡	20-29	189	23.7%
	30-39	230	28.8%
	40-49	216	27%
	50-59	98	12.3%
	60以上	66	8.3%

居住地區	台北基隆	265	32.6%
	桃竹苗	124	15.3%
	中彰投	154	19%
	雲嘉南	115	14.2%
	高屏澎	117	14.4%
	宜花東	37	4.6%
教育程度	小學及以下	121	14.9%
	國（初）中	109	13.4%
	高中（職）	289	35.5%
	專科	142	17.4%
	大學及研究所	153	18.8%
職業	老闆與專業人員	124	15.3%
	私人公司上班族	130	16.1%
	農林漁牧工	162	20%
	軍公教與學生	142	17.6%
	自由業與服務業	65	8%
	家管	124	15.3%
	無職業	62	7.7%
父親籍貫	客家人	118	14.9%
	閩南人	552	67.4%
	外省人	111	14%
	原住民	1	1.4%
每月平均收入	20000元以下	222	31.4%
	20001 - 40000元	232	32.9%
	40001 - 60000元	122	17.3%
	60000元以上	130	18.4%
政黨傾向	國民黨	158	21%
	民進黨	151	20%
	新黨	18	2.4%
	親民黨	9	1%
	沒有特定政黨傾向	410	54.4%
國家認同	中國人	109	14.1%
	台灣人	255	33.1%
	是中國人，也是台灣人	393	51%
	其他	14	1.8%

(一)性別：

受訪民衆中，男性有435位，佔53.1%；女性有384位，佔46.9%。依照內政部戶政司於民國八十七年的調查統計資料顯示，台閩地區的人口中，男性佔51.27%，女性佔48.73%，本研究受測中男性的比例稍高於台閩地區人口中男性的比例。

(二)年齡：

受訪民衆皆為二十歲以上的合格選民，其中20－29歲的有189位，佔23.7%；30－39歲的有230位，佔28.8%；40－49歲的有216位，佔27%；50－59歲的有98位，佔12.3%；至於60歲以上的受訪者則有66位，佔8.3%。而依照內政戶政司於民國八十七年的調查統計資料顯示，台閩地區的人口中，20－29歲的佔24.2%，30－39歲的佔26.5%，40－49歲為22.5%，50－59佔9.3%，至於60歲以上的受訪者則佔17.5%，本研究40－49歲、50－59歲的受測者比例明顯高過於台閩地區人口分佈比例，但60歲以上的受測者比例則低於台閩地區的人口比例。

(三)居住地區：

將台灣地區劃分為六大區塊，其中受訪者的比例如下：台北基隆地區有265位，佔32.6%；桃竹苗地區有124位，佔15.3%；中彰投地區有154位，佔19%；雲嘉南地區有115位，佔14.2%；高屏澎地區有117位，佔14.4%；宜花東地區則有37位，佔4.6%。而依照內政戶政司於民國八十七年的調查統計資料顯示，台閩地區的人口中，台北基隆地區佔29.56%，桃竹苗地區佔13.65%，中彰投地區佔19.31%；雲嘉南地區佔15.51%，高屏澎地區佔16.83%，宜花東地區則佔4.89%，對照結果顯示，本研究台北、基隆回答的受測者稍高於台閩地區的人口分佈。

(四)教育程度：

在受訪者的教育程度方面，小學及小學以下的有121位，佔14.9%；國（初）中有109位，佔13.4%；高中（職）有289位，佔35.5%；專科有142位，佔17.4%；大學以及研究所則有153位，佔18.8%。而依照內政戶政司於民國八十七年的調查統計資料顯示，台閩地區的人口中，小學、不識字及自修的佔30.7%，國（初）中（職）佔24.14%，高中（職）佔28.31%，專科佔8.95%，大學以及研究所則佔7.8%本研究的調查對象與內政部資料相較之下顯得學歷明顯偏高。

(五)職業：

在受訪者的職業方面，老闆與專業人員共有124位，佔15.3%；私人公司上班族有130位，佔16.1%；農林漁牧工有162位，佔20%；軍公教與學生共有142位，佔17.6%；自由業與服務業有65位，佔8%；家管則有124位，佔15.3%。此外，無職業的共有62位，佔7.7%。

(六) 父親籍貫：

當被問到父親籍貫時，在回答該題的受訪者中，客家人有118位，佔14.9%；閩南人有552位，佔67.4%；外省人有111位，佔14%；至於原住民則有11位，佔1.4%。

(七) 每月平均收入：

在受訪者的每月平均收入中，20,000元以下的有222位，佔31.4%；20,001－40,000的有232位，佔32.9%；40,000－60,000的則有122位，佔17.3%；60,000以上的有130位，佔18.4%。

(八) 政黨傾向：

受訪者在政黨傾向方面，較傾向國民黨的有158位，佔21%；民進黨有151位，佔20%；新黨為18位，佔2.4%；新近成立的親民黨則有9位，約有1個百分點；其他政黨則有8位，也是一個百分點上下的比例。然而，有410位的民衆沒有特定政黨傾向，佔了54.4%。在聯合報針對此次總統大選的調查中發現，無政黨傾向的佔全體選民的四成七，國民黨支持者佔選民三成，民進黨支持者佔選民二成，新黨支持者則為3%。

而根據八十九年五月由山水民調公司執行的一份民調顯示，國民黨的社會支持度已跌至百分之十二，落後百分之二十九的民進黨，以及百分之二十的親民黨。

(九) 國家認同：

在受訪者的國家認同上，有255位受訪者認為自己是台灣人，佔了33.1%；而有393位的受訪者認為自己是台灣人，也是中國人，佔51%；認為自己是中國人的則有109位，佔了14.1%；其他回答則有14位，約佔1.8%。根據行政院陸委會於民國八十九年四月所進行的調查，在國家認同上，有42.5%認為自己是台灣人，認為自己是台灣人也是中國人的佔了38.5%，認同自己是中國人的則有13.6%，本研究資料在認同自己是中國人上的比例與陸委會資料相若，但陸委會資料中自認為是台灣人的比例高於本研究資料。政大選舉研究中心於民國84年調查全省選民資料顯示，自認為是台灣人的有26.6%，都是的有46.2%，中國人的為22.0%。

二、媒體使用、選舉參與、政治意向的結果

經常看無線四台總統大選新聞的有四成（40.4%），非常注意的也有近三成（28.6%），但經常看有線電視選舉新聞的更高，有近五成（47.6%），非常注意的比例也較高（35.3%）。相較之下，經常看報紙選舉新聞的為受訪全部的三分之一多（34.8%），非常注意的則約有四分之一（26.3%）。經常看電視叩應節目的有六分之一（17.3%）左右，經常聽廣播叩應的較少，只有7.4%。經常上網的比例最低，只有3.2%（見表2）。

表2 各類媒介使用頻率

媒介類別 頻率、 注意程度	無線電視 (N = 811)	有線電視 (N = 815)	報紙 (N = 817)	電視 call-in (N = 813)	廣播 call-in (N = 817)	上網 (N = 817)
從不看	123 (15%)	125 (15.3%)	187 (22.8%)	279 (34.1%)	508 (62%)	649 (79.2%)
很少看	115 (14%)	78 (9.5%)	140 (17.1%)	165 (20.1%)	147 (17.9%)	92 (11.2%)
偶爾看	242 (29.5%)	222 (27.1%)	205 (25%)	227 (27.7%)	101 (12.3%)	50 (6.1%)
經常看	331 (40.4%)	390 (47.6%)	285 (34.8%)	142 (17.3%)	61 (7.4%)	26 (3.2%)
非常不注意	16 (2.0%)	6 (0.7%)	12 (1.5%)			
不太注意	147 (17.9%)	113 (13.8%)	164 (20.0%)			
有點注意	291 (35.5%)	280 (34.2%)	240 (29.3%)			
非常注意	234 (28.6%)	289 (35.3%)	215 (26.3%)			

表3 政治參與情形

參與形態	參與與否	沒有	有
捐錢給候選人		751 (91.7%)	68 (8.3%)
參加餐會或造勢活動		695 (84.9%)	123 (15%)
穿戴候選人衣服、帽子		680 (83%)	138 (16.8%)
到候選人總部、後援會幫忙		782 (95.5%)	36 (4.4%)
打 call-in 替候選人說話		783 (95.6%)	36 (4.4%)
上網與他人討論		799 (97.6%)	19 (2.3%)
替支持候選人拉票		471 (57.5%)	347 (42.4%)

在參與方面（見表3），九成二（91.7%）的受訪者並未捐錢給候選人，九成六（95.5%）沒有到候選人總部或後援會去幫忙，八成三（83%）的受訪者並未穿戴候選人的衣服、帽子或是拿旗子，八成五（84.9%）沒有參加過候選人的餐會或是造勢活動，但超過四成二的受訪者（42.4%）曾替其支持的候選人拉票。打過 Call-in 到電台或是電視台替候選人說話的只有4.4%，上網與他人討論選舉話題的比例更低，只佔

2.3%。從另一角度看，超過百分之十的受訪者有穿候選人或其競選總部發的衣服、帽子、或是拿旗子、參加餐會或是造勢活動，以及拉票，都較過去的資料顯示參與的程度高。黃秀端（1995）研究民國83年省市長選舉時的民衆參與，只有12.1%的受訪者幫候選人拉過票，4.1%捐錢給候選人，1.7%掛旗子，3.0%幫候選人發傳單，由2000年選舉的研究結果可知，民衆參與的程度是明顯的增加了。

政治效能的題目有四，在內在效能方面，八成七的受訪者非常不同意或不太同意「投不投票對選舉結果沒有差別」；四成六的受訪者非常同意或是有點同意「政府怎麼做，小老百姓一點辦法都沒有，唯一能做的只有投票」，外在效能方面，七成二的受訪者非常不同意或是不太同意「絕大部分時間，相信政府所做的決定都是對的」，更有五成四（54.3%）的人非常同意或是有點同意「政府官員除了選舉以外，平常並不在乎民衆的聲音」。

受訪的819人當中，在3月18日投票的佔94.6%，較實際投票率82%高出許多，這在過去的研究中也出現類似的情形，政大選舉研究中心於民國83年省市長選舉時，全省所做研究中，受訪者回答其去投票的百分比為92.7%，而當年總投票率為76.76%。

投票對象中有四分之一（25.4%）的受訪者拒答，投給陳呂組的最多（28.1%），其次為宋張組（26.6%），再其次為投給連蕭組（12.5%）。有近半數（49.0%）的受訪者表示在競選開始之前就已經決定要投給誰了，選舉當天才決定的佔5.5%，16%的是選舉前幾天（兩週內）才決定，其他二成的受訪者是在競選期間才做決定。

三、迴歸分析：預測選舉參與

利用階層迴歸分析，本研究的依變項之一為選舉的活動參與（包括捐款、參加造勢活動或餐會、穿戴候選人的衣、帽、到後援會去幫忙、打叩應到電視台或是電台幫候選人說話、上網與他人討論選舉的話題、替候選人拉票）。將預測變項：人口特質（性別、年齡、教育程度、收入）、政治意向（選舉興趣、內在效能、外在效能、政黨）、傳統媒介使用、新媒介使用以及收視候選人的電視政見依序放入迴歸分析當中，測試每一個不同預測變項 beta 與 R^2 的改變。由於採階層迴歸，為控制人口變項的影響，將其擺在第一個進入迴歸的區塊（見表4）。

由表四可知，在人口變項方面，性別、教育程度與收入均明顯可預測選舉參與，收入為正向，教育程度則呈負向，整體而言，人口變項的預測力在統計上具意義（ $R^2 = .04, p < .05$ ）。

加入政治意向後，選舉興趣明顯可預測選舉參與，政治意向的區塊中內、外在效能並不明顯預測選舉參與。傳統媒介中無線電視新聞的收視、注意與報紙閱讀、報紙注意

均不能明顯預測選舉參與，新媒介中則只有電視叩應節目的收視明顯預測選舉參與，第五區塊只有一個變項，即選民收視電視政見會的次數，可明顯預測選民的選舉參與。而從 R2 的改變看來，政治意向的 9% 最高，新媒介使用為 2%，傳統媒介使用則只有 1%。

表 4 預測選舉參與的迴歸分析

	第一次迴歸	第二次迴歸	第三次迴歸	第四次迴歸	第五次迴歸
人口變項					
性別	-.015**	-.023	-.030	-.036	-.042
年齡	.035	.003	-.014	-.025	-.069
教育程度	-.126*	-.163**	-.167**	-.171**	-.152
收入	.154*	.087	.087	.076	.100*
政治意向					
內在效能		.036	.042	.044	.046
外在效能		.107	.095	.084	.091
選舉興趣		.274***	.232***	.215**	.197**
政黨取向		-.057	-.068	-.059	-.059
傳統媒介					
無線電視收視			.005	-.007	.010
無線電視注意			.065	.085	.064
報紙閱讀			-.090	-.110	-.113
報紙注意			.095	.095	.104
新媒介					
有線電視收視				.060	.052
有線電視注意				-.084	-.085
電視 call-in 節目				.122*	.082
廣播 call-in 節目				.007	.007
網路使用				.042	.023
電視政見會					
電視政見會					.159*
R 平方	.040	.131	.141	.162	.180
調整過的 R 平方	.027	.107	.106	.112	.129
R 平方改變量	.040	.090	.011	.020	.018
顯著性	.015	.000	.450	.224	.012

*P<.05；**P<.01；***P<.001

本研究的假設一預測人口變項可預測選舉參與，結果與國外研究結果同的是，收入明顯成為重要的預測變項，與國外研究相反的是教育呈現負相關，性別方面也與國外同，女性明顯少參與選舉活動。年齡則未顯示明顯預測力，假設二政治意向方面，與國外文獻同的是選舉興趣可以在控制人口變項後明顯預測到選民的選舉參與，政黨方面有政黨屬性者並未能預測其選舉參與，內外效能也無法預測參與；假設三預測大眾媒介選舉新聞的使用與選舉參與的關聯，結果顯示報紙、電視選舉新聞的曝露及使用並不能明顯預測選舉參與，反倒是收看電視叩應明顯預測選舉參與，這也與國外的文獻結果相同，假設四獲得證實；電視政見會的收視亦可明顯預測其選舉參與，這也和文獻相符。

四、投票對象

本研究想瞭解選舉參與的程度與其投票對象有無關聯，結果發現是有明顯差異（ $X^2 = 36.527, p < .001$ ，見表5），投陳呂組、宋張組的選民選舉活動參與明顯較投連蕭組的為高，拒答的受訪者選舉參與最低。若將以上的變項放入階層迴歸來探討選民

表 5 選舉參與及投票對象的交叉分析

			政治參與			總和
			低	中	高	
投票給誰 rec	宋張	個數	77	82	58	217
		投票給誰 rec 內的%	35.5%	37.8%	26.7%	100.0%
		政治參與 rec 內的%	22.5%	36.8%	30.9%	28.8%
	連蕭	個數	51	22	29	102
		投票給誰 rec 內的%	50.0%	21.6%	28.4%	100.0%
		政治參與 rec 內的%	14.9%	9.9%	15.4%	13.5%
	陳呂	個數	90	71	68	229
		投票給誰 rec 內的%	39.3%	31.0%	29.7%	100.0%
		政治參與 rec 內的%	26.3%	31.8%	36.2%	30.4%
	拒答	個數	124	48	33	205
		投票給誰 rec 內的%	60.5%	23.4%	16.1%	100.0%
		政治參與 rec 內的%	36.3%	21.5%	17.6%	27.2
總和	個數	342	223	188	753	
	投票給誰 rec 內的%	45.4%	29.6%	25.0%	100.0%	
	政治參與 rec 內的%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

$$X^2 = 36.527, p < .001$$

的投票對象（見表6），可知預測投宋張組的變項中，以年齡的 β 值最高；投連蕭組的則有年齡、政黨取向、投票時間、收視電視叩應節目的 β 值達顯著性；選舉興趣、廣播叩應的收視則在投陳呂組中 β 值較顯著。而從階層迴歸的分析看，投宋張組的選民在投票時間、新媒介使用上變異量的解釋力呈明顯性；對投連蕭的選民來說，政治意向與投票時間明顯具預測力；政治意向亦可預測投陳呂組。

表 6 預測投票對象的迴歸分析

	宋張配	連蕭配	陳呂配	拒答
人口變項				
性別	.027	-.015	.110	-.172**
年齡	-.141*	.186**	-.108	.139*
教育程度	-.022	.071	-.032	-.002
收入	.070	-.075	-.012	.003
R 平方 (%)	2.0	3.1	2.0	4.3*
政治意向				
內在效能	.001	-.033	0.26	-.001
外在效能	.105	-.099	0.33	-.081
選舉興趣	-.067	-.085	.189**	-.079
政黨取向	.081	-.232***	-.036	.192***
增加的 R 平方 (%)	2.1	6.4***	3.7*	5.2**
投票時間				
投票時間	-.187	.135*	.095	-.025
增加的 R 平方 (%)	3.2**	1.7*	0.8	0.1
傳統媒介				
無線電視收視	.013	.022	-.104	.101
無線電視注意	-.063	.019	.065	-.026
報紙閱讀	.042	.023	-.110	.071
報紙注意	-.122	-.027	.121	.026
增加的 R 平方 (%)	1.3	0.2	2.1	1.6
新媒介				
有線電視收視	.091	-.056	-.034	-.016
有線電視注意	.130	.062	-.059	-.161*
電視 call-in 節目	-.022	-.144*	.088	.063
廣播 call-in 節目	.106	.029	-.119*	-.010
網路使用	-.085	-.002	.020	.090
增加的 R 平方 (%)	3.7*	2.0	1.9	2.5
最後的 R 平方 (%)	12.4	13.3	10.6	13.6

* $P < .05$ ；** $P < .01$ ；*** $P < .001$

柒、結論

本研究探討2000年總統大選的媒介使用、政治效能與政治參與，特別想瞭解傳統大眾媒介的使用與新興媒介，如叩應及網際網路的使用與選舉活動參與的關係，以及以上變項與投票對象之關聯。

美國從60年代末以來，投票率日降。既然稱為民主大國，但民衆的投票率卻是世界上擁有投票記錄國家中相對很低的（1984，1988年投票率為五成左右，1992年則爬升至五成六），引起諸多討論。政治學者的焦點為選民的資訊環境是否無法幫助其增加投票意願，以及決定投票的對象。因而近來許多研究探討「媒體惡意」，認為媒體對政府、政治人物偏重負面的報導，讓民衆感覺政治相當污穢，因此減低投票意願。但其他各式研究仍然發現投不投票其實和媒體的報導沒有直接的關係；而民衆多接觸大眾傳播媒介的新聞或資訊，多少可增加對候選人政見的相關知識，或對其形象的瞭解，也是民主政治的福音。

由於九二年選舉中談話節目的風行，以及九六年網路介入美國選舉，使得選民認識候選人及其政見的管道增加，一時許多的政治傳播學者都對這些新媒介寄以厚望，希望不投票、不接觸政治的選民可以因著新媒介的出現與普及，增加政治參與的機會與頻率，新的文獻陸續出現，結果其實相當紛歧，有的是方法上的問題，有的則因樣本過小或有所缺陷，仍需要更多研究者的投入。

國內有關選舉的研究，從傳播面來看，最多的仍屬媒介報導的偏差，全省性大調查較屬國科會或政大選舉研究中心的研究，但較多將大眾媒介的行為視為自變項，可惜的是有的或是研究題項過少，有的或是研究操作化過程有所不足，因而得到的結果相當有限。

本研究在選後不到一周的時間內針對全省20歲以上的合格選民進行抽樣電話訪問，想瞭解其選舉期間大眾傳播媒體的使用（包括曝露和注意）、新興媒介的使用、選舉興趣、政治效能感與選舉活動參與，當然其投票行為及人口特質均在調查之列。

與國外的資料明顯不同的是，國內民衆對選舉的熱情可從各不同面向顯現出來，首先，投票率方面，回答問卷的受測者去投票的比例為九成五，較實際投票率八成二更高，可解釋的理由是電訪中對方回答與選舉有關的問題，若其未去投票，常以拒訪來結束。

其次，選舉參與的程度也較過去選舉資料顯示為高，美國總統選舉時至少有三成選民替候選人拉票，而期中選舉年亦有二成左右的企圖說服他人投票，本研究的受測者中

有42.2%替支持的候選人拉票，穿戴衣帽、拿旗子、參與造勢活動都超過百分之十，都較民國84年省長選舉以及民國85年總統大選中民衆參與的情況更加熱烈，應驗證在選情激烈而勝負不明的選舉中，民衆參與選舉活動的比例較高的這種命題。

再說，媒體的使用也較為積極，經常看無線電視台選舉新聞的有四成，非常注意看的也有近三成；經常看有線電視選舉新聞的更高，有近五成；三成五是非常注意看。經常看報紙選舉新聞的也佔三分之一以上，非常注意看的有超過四分之一；經常看叩應的也有一成七，都顯示選民對媒介中選舉新聞的曝露量多，注意也不少，但聽廣播叩應節目的較少，常上網的更少，只有3.2%。

較之潘國華針對民國85年總統大選的研究，選民經常看無線電視台選舉新聞的少了，而經常看有線電視台選舉的則增多了，這樣的結果是否呼應學者專家的觀察，因為無線台選舉的新聞明顯不公，引起許多不滿與抱怨，選民乃漸棄無線而就有線，值得更進一步的觀察。

本研究發現在人口變項中，收入的 beta 值最高，其次為教育程度，但收入與選舉參與呈正相關，教育卻呈現負相關，或可呼應前面文獻討論參與需花相當多時間、金錢、技巧……，但與美國研究相反的是國內教育程度越高者，選舉參與越低，是對選舉反感？或是有其他原因？值得更深入的討論。性別方面的結果亦與國內外過去的研究同，女性的選舉參與較低。選舉興趣在預測選舉參與上 beta 值最高，並不意外，但內外效能感與選舉參與也無關聯，是否國外政治效能的題目不適合國情，也值得再討論。與國外研究結果同的是傳統媒介曝露及使用無法預測選舉參與，而電視叩應節目的收看則可預測選舉參與，顯示國內叩應節目是在政治傳播領域中佔有一席之地，但收聽廣播叩應及網路使用與選舉參與無關，顯示前者的政治功能逐漸褪色，後者又因使用人數太少，尚不能發揮對政治行爲的影響力。而收視電視政見會可預測民衆的選舉參與，呼應了學者專家呼籲候選人多參加政見會、辯論會，幫助提升選舉過程的素質，減免競選中惡意攻擊、負面選舉的機會。

本研究也證實選舉興趣仍是預測選民媒介使用、選舉參與及投票行爲的重要變項，與國內外研究的結果同（Bucy, et. al., 1999）。而詹森等學者（Johnson, et. al., 1999）比較傳統媒介、新媒介與網際網路在美國1996年總統大選中對選民對候選人之形象與政見之影響，發現只有2%的受測者說其從網路中得到足夠有關候選人的資訊，另有數據（引自 Johnson, et. al., 1999, p. 114）顯示只有1%的依賴網路來獲得政治資訊。本研究結果也證實網路在選舉中扮演的角色仍微乎其微，但看叩應節目可明顯預測選舉參與，看電視叩應與投連蕭呈負相關，收聽廣播叩應與投陳呂組呈負相關，顯示接觸叩應節目應與投票對象有某種關聯。本研究未將各叩應節目細分，因此無法針對不同

的叩應節目做更細緻的討論，美國近年來的研究都將節目的類型、內容作區分，再分別詢問受訪者（Johnson, et. al., 1999），得到的結果就更清楚地看到不同主持人、節目內容對選民造成的不同影響，值得參考。

註 釋

註 一：「戶中抽樣」程序使用政治大學洪永泰教授所設計的電話訪問戶中抽樣表。

參考書目

I. 中文部份

宗立婷

1998 「選舉民意調查第三人效果研究」，政治大學新聞研究所碩士論文。

岳蕙蘭

1998 「青年學生的媒體使用與政黨形象認知研究」，政治大學新聞研究所碩士論文。

洪淑女

1995 「台北市大學生功效意識與選舉行為之研究」，文化大學政治研究所碩士論文。

黃秀端

1995 「1994年省市長選舉選民參與競選活動之分析」，**選舉研究**，第二卷第一期，5月：51-76。

陳文俊

1995 「統獨議題與選民的投票行為—民國八十三年省長選舉之分析」，**選舉研究**，第二卷第二期，11月：99-136。

蔡佳泓

1995 「社會網絡位置類型分析—以七十八年台北市南區立委選舉為例」，**選舉研究**，第二卷第二期，11月：171-203。

孫式文

1997 「選舉與政治認知：傳播媒體對民主政治的影響」，**新聞學研究**，第54期，1月：189-209。

選舉研究

孫秀蕙

- 1995 「比較台灣省選民傳統媒體與新媒體使用對政治行為的影響—以83年台灣省長選舉為例」，*選舉研究*，第二卷第一期，5月：93 - 118。

鍾起惠

- 2000 「無線四台選舉新聞公正性研究」，台北：媒體觀察基金會。

彭 芸

- 1995 「民國八十三年省市長選舉電視新聞內容分析」，亞洲協會專題研究報告。
1996 「新媒介與選舉」，未發表論文。
1999 「談話節目的民主意涵」，國科會專題研究，計畫編號：NSC88-2412-H-004-014。

羅文輝

- 1998 「總統選舉新聞的政治偏差：無線與有線電視台的比較分析」

金溥聰（編）

- 1998 《總統選舉與新聞報導》，台北：國立政治大學新聞系。

潘國華

- 1998 「總統候選人形象研究—以1996年總統直選為例」，政治大學新聞研究所碩士論文。

II. 英文部份

Abramson, P. R.

- 1983 *Political attitudes in America : Formation and Change*, San Francisco : Freeman.

Atkin, Charles K.

- 1973 “ Anticipated Communication and Mass Mediated Information Seeking, ” *Public Opinion Quarterly*, Vol. 36 : 188 - 99.

Bimber, Bruce

- 1999 “ The Internet and Citizen Communication With Government : Does the Medium Matter, ” *Political Communication*, Vol. 16, No. 2 : 409 - 421.
2000 “ The Study of Information Technology and Civic Engagement, ” *Political Communication*, Vol. 17, No. 4. : 329 - 334.

Bandura, A.

- 1986 *Social Foundations of Thought and Action : A Social Cognitive Theory*,

Englewood Cliffs, NJ : Prentice Hall.

Braima, Mahmoud A. M

- 1999 “ An Efficacy Model of Electoral Campaigns : The 1996 Presidential Election, ” paper presented at Annual Conference of Association for Journalism and Mass Communication.

Bucy, Erik P.

- 1995 “ Where Interactivity Resides : An Agenda for 'New Media' Research in Political Campaigns, ” paper presented to the International Communication Association, Annual Conference.

Bucy, Erik P. , Paul D'Angelo and John E. Newhagen

- 1999 “ The Engaged Electorate : New Media Use as Political Participation, ” in Lynda Lee Kaid and Dianne G. Bystrom (eds.) *The Electronic Election : Perspectives on the 1996 Campaign Communication*, Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, pp. 335 – 348

Campbell, Karlyn K.

- 1993 “ Shadow Boxing with Stereotypes : The Press, The Public and The Candidates' Views ” , *Research Paper R-9*, Harvard University.

Conway, M. Margaret. (ed)

- 1991 *Political Participation in the United States*, 2nd edition, Washington, D. C. : Congressional Quarterly.

Friedland, L. A. , & McLeod, J. M.

- 1998 “ Community Integration and Mass Media : A Reconsideration, ” in D. Demers & K. Viswanath (eds.) *Mass media , Social Control and Social Change : A Macrosocial Perspective*, Ames : Iowa State University Press : 196 – 225.

Hollander, Barry A.

- 1994 “ Patterns in the Exposure and Influence of the Old News and the New News, ” *Mass Communication Review*, 21, 144 – 55.
- 1995 “ The New News and the 1992 Presidential Campaign : Perceived vs. Actual knowledge, ” *Journalism and Mass Communication Quarterly*, Vol. 72 : 102 – 113.
- 1997 “ Fuel to the Fire : Talk radio and the Gamson Hypothesis, ” *Political*

Communication, Vol. 14, no. 3 : p. 355 – 370.

Hofstetter, C. Richard & Christopher L. Gianos

1997 “ Political Talk Radio : Actions Speak Louder Than Words, ” *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, Vol. 41, No. 4 : 501 – 515

Johnson, T. J., Braima, A. M. & Sothirajah J.

1999 “ Doing the Traditional Media Sidestep : Comparing the Effects of the Internet and Other Nontraditional Media with Traditional Media in the 1996 Presidential Campaign, ” *Journalism & Mass Communication Quarterly*, Vol. 76 : 99 – 123.

2000 “ Measure for Measure : The Relationship Between Broadcast Types, Formats, Measures and Political Behaviors and Cognitions, ” *Journal of Broadcasting & Electronics Media*, Vol : 44. No. 1 : 43 – 61.

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

1985 “ Beyond Simple Exposure : Media Orientations and Their Impact on Political Processes, ” *Communication Research*, Vol. 12 : p. 3 – 34.

McLeod, J. M., Gerald M. Kosicki & Douglas M. Mcleod

1991 “ The Expanding Boundaries of Political Communication Effects, ” In Jennings Bryant & Dolf Zillmann (Eds.) *Perspectives on Media Effects*, Hillsdale, NJ : Lawrence Erlbaum : pp. 23 – 162.

McLeod, J. M., Guo, Z., Daily K.

1996 “ The Impact of Traditional and Nontraditional Media Forms on the 1992 Presidential Election, ” *Journalism & Mass Communication Quarterly*, Vol. 73 : 401 – 16.

McLeod, Jack M., Dietram A. Scheufele, and Patricia Moy

1999 “ Community, Communication, and Participation : The Role of Mass Media and Interpersonal Discussion in Local Political Participation, ” *Political Communication*, Vol. 16 : 15 – 336.

McKinnon, Lori Melton, Tedesco, John C. & Lynda Lee Kaid

1993 “ The Effects of Presidential Debates : Channel and Commentary Comparisons, ” paper presented at Annual Conference of Association of Journalism and Mass Communication.

Moy, Patricia

- 1999 “Mass and Interpersonal Communication Effects on Public Deliberation,” paper presented at the Association of Education in Journalism and Mass Communication Annual Conference, New Orleans, LA.
- Newhagen, J. E.
- 1994 “Self-Efficacy and Call-in Political Television Show Use,” *Communication Research*, Vol. 21, No. 3 : 366 – 379.
- O’Keefe, G. J. & Mendelsohn, H.
- 1978 Nonvoting : The Media’s Role, In C. Winick (Ed.) *Deviance and Mass Media*, Beverly Hills : Sage.
- Pan, Zhongdang & Gerald M. Kosicki
- 1997 “Talk Show Exposure as an Opinion Activity,” *Political Communication*, Vol. 14, No. 3 : 71 – 388.
- Pfau Michael, Moy Patricia, Holbert R. Lance, Szabo A. Erin
- 1998 “The Influence of Political Talk Radio on Confidence In Democratic Institutions,” *Journalism and Mass Communication Quarterly*, Vol. 75, No. 4 : 730 – 745.
- Pinkleton, Bruce E., Austin Erica Weintraub, and Fortuau Kristine K. J.
- 1997 “Relationship of Media Use and Political Disaffection to Political Efficacy and Voting Behavior,” *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, Vol. 42 : 34 – 49.
- Putnam, R. D.
- 1995 “Bowling Alone : America’s Declining Social Capital,” *Journal of Democracy*, Vol. 6 : 65 – 78
- Robinson, Michael J.
- 1975 “American Political Legitimacy in the Era of Electronic Journalism : Reflections on the Evening News,” in. Douglas Cater and Richard Adler., (Ed.) *Television as a Social Force : New Approaches of TV Criticism*, New York : Praeger.
- Shaffer, S. D.
- 1981 “A Multivariate Explanation of Decreasing Turnout in Presidential Elections, 1960 – 1976,” *American Journal of Political Science*, Vol. 25 : 68 – 95.

Tan, A. S.

- 1980 “Mass Media Use, Issue Knowledge and Political Involvement,” *Public Opinion Quarterly*, Vol. 44 : 241 – 248.

Verba, Sidney and Norman Nie

- 1972 *Participation in American .*, N. Y. : Harper and Row.

- 1978 *Participation and Political Equality*, Cambridge : Cambridge University Press.

Verba, Sidney

- 1995 *Voice and Equality : Civic Voluntarism in American Politics*, Cambridge, Mass. : Harvard University Press.

Weaver, David and Drew, Dan

- 1995 “Voter Learning in the 1992 Presidential Election : Did the ‘Nontraditional’ Media and Debates Matter ? ” *Journalism Mass Communication Quarterly*, Vol. 72, No. 1 : 7 – 17.

Voters' Media Use, Political Participation and Voting Behavior in 2000 Taiwan Presidential Election

Bonnie Peng*

Abstract

It has been said that the 2000 presidential election in Taiwan was unpredictable before the result coming out at March 18. This paper tries to look at the relationships between voters' campaign interest, traditional media use, new media use (call-in, Internet use), political efficacy, and level of campaign participation. It has been hypothesized that those variables could predict Taiwan voters' voting behavior.

Communication scholars have long been debating the role of the media in the political process and democratic system. The rising of the new media, call-in program especially, was widely discussed by political communication scholars as a tool to attract those voters who might not be interested in politics or voting. Whether voters' new media use could predict their campaign participation as well as the candidate they're supporting?

The result had found that level of campaign participation was very high in the 2000 Taiwan presidential election. Gender, education, income, and campaign interest showed significant power in

* The author is professor at Department of Journalism, National Chengchi University.

predicting voter's campaign participation. While traditional media use could not show significant relationships with participation, exposure to TV call-in program and TV debates did show high predictive power in explaining voters' level of campaign participation.

Keywords: Media Use, Participation, Voting Behavior

審查意見答覆

審委意見(一)

- 一、本篇論文主旨是在討論媒介使用與選舉參與，格式符合論文要求，但有些部分建議稍加修改。
- 二、本文前言部分，似乎沒有清楚釐清本文的問題背景與研究目的，建議能夠稍加修飾，藉以能夠緊緊扣住本文研究宗旨和接下來的文獻探討、研究方法等環節。同時建議本文的文字能稍加修飾，譬如「報紙使用」建議改為「閱讀報紙」，「使用廣播」建議改為「收聽廣播」等。
另外，在文獻探討部分建議釐清到底媒體使用與政治參與有無因果關係，並敘述清楚。同時，有關國內外相關文獻，也建議先把國外文獻論述完畢後，在論述國內相關研究，不要忽而國外，忽而國內。
有關政治參與，其內涵為何，其相關文獻亦建議要依序其內涵的層次逐一引介。本文把政治興趣放在最後，似乎不是很恰當。
- 三、調查結果的人口變項，是否可以檢定與母群體的差異程度，藉供讀者參考。
- 四、本文提出五個研究假設之後，緊接著又同時提出兩個研究問題，這種論文寫作格式，本人學疏才淺，實難以理解。通常是針對假設演繹型的驗證研究，系採取研究假設和虛無假設方式，而針對探索性研究則採取研究問題方式，本文同時出現研究假設和研究問題，本人不太清楚理由為何。
- 五、本文篇幅不少，但是假設驗證卻只有短短一頁，似乎太過薄弱。畢竟驗證部分乃是論文重點所在，竟然只有短短一頁，讓讀者意猶未盡難以窺其全貌，建議再予充實。
- 六、結論一開始即強調本文「特別想瞭解新興媒介與選舉的關係」，但在假設驗證部分卻只有「電視叩應節目的 β 值達顯著性」一句話，建議再予充實。
- 七、關於參考文獻部分，似乎並不完全符合論文的寫作格式，有的則是在文中提及，卻沒有收錄在參考書目，建議務必修訂。

審委意見(二)

- 一、文中需註明出處者甚多（如 p.2，一種說法認為…另一種說法則…，應加以說明來源）。
- 二、文獻資料之陳述，應重新安排。

- 三、研究目的、研究問題／假設，應作較清楚之界定。
- 四、許多概念需做進一步之說明，如：p.7：政治效能感是否等同於功效意識？政治參與應如何區分？
- 五、樣本檢定是否必要？
- 六、研究結果呈現方式不易閱讀。

審委意見(三)

本文針對2000年總統大選，扣緊媒體與選舉研究中重要研究概念如媒介使用、政治效能、選舉參與、以及投票行為之間關連性進行探討分析，全文結構清楚，文獻探討詳盡完整，研究設計與方法應用、程序、及規模皆頗合於嚴謹研究之要求，結果分析亦頗清楚，結論相當完整並能緊扣文獻，整體而言是在水準之上的研究論文，但針對下列兩點細節仍有補強空間，可供本文參考：

- 一、在結果分析部分，建議配合表一的人口變項描述分析，可稍加精簡，而在配合表四至六的假設驗證分析部分可再加強，如緊扣前述五個研究假設與兩個研究問題分別加以分析敘述，將有助讀者對該選舉參與指標（應從0-7的指標）進行統計描述分析，似可補充以利讀者瞭解其平均與分佈狀況。
- 二、本文在前言中指出 call-in 節目與網路使用的興起，不知是否會對選舉造成某種程度的影響，在研究假設也有提及此一問題，但在結論中針對此新媒介使用行為影響選舉參與（表四中電視 call-in 節目在第五次迴歸亦不顯著）與預測投票對象的解釋卻略嫌簡單，因此建議本文可考慮針對此部分再進一步稍加討論。

本文探討2000年總統大選中媒介使用、政治效能、選舉參與、以及投票行為之關連性進行探討分析，全文結構清楚，文獻探討詳盡完整，研究設計與方法應用、程序、及規模皆頗合於嚴謹研究之要求，結果分析亦頗清楚，結論相當完整並能緊扣文獻，整體而言是在水準之上的研究論文，惟分析假設驗證與結論部分稍嫌凌亂，建議參考前述意見，修改部分內容刊登。

論文評審意見的答覆

- 一、作者感謝評審委員提供的意見，並儘可能地針對評審之意見加以修正。
- 二、傳播研究中「報紙使用」常包含兩種概念，即「曝露」（exposure）與「注意」（attention），因此評審建議用「閱讀報紙」，在一般理解中指的是曝露，因此本文在可能範圍內，若指曝露，則改為「閱讀」，否則仍引用「使用」的概念，同樣地，收聽、收看則為一般說解，若同時包含注意，則仍採使用。