

大學生的政治媒介認知、政治媒介行爲 與其政治效能與政治參與之間的關係*

張卿卿**

《 本文摘要 》

本研究以調查法探討大學生的政治媒介認知 (media perception)、政治媒介行爲 (media behaviors) 與政治結果 (political outcomes) 之間的關係。本研究所探討的政治媒介認知包括「政治媒介效益認知」 (media utility perception) 與「政治媒介功效意識」 (media efficacy)；政治媒介行爲則從傳統的「政治媒介使用」 (media use) 擴及「政治媒介參與」 (media participation)；政治結果則涵蓋「政治參與」 (political participation) 與「內在政治功效意識」 (internal political efficacy)。研究結果顯示：大學生的「政治媒介效益認知」會影響到他們的「政治媒介使用」，並進而影響到大學生的「政治參與」及「政治功效意識」。同時，大學生的「政治媒介功效意識」會影響到他們的「政治媒介參與」行爲，同時影響到大學生的「政治參與」及「政治功效意識」。

關鍵詞：政治媒介效益認知、政治媒介功效意識、政治媒介使用、政治媒介參與、政治參與、政治功效意識

-
- 本文作者感謝陳義彥老師主持的「我國大學生政治社會化之研究：二十五年來政治價值與態度的變遷」研究所提供之資料，並感謝陳陸輝博士針對本文初稿所提供的寶貴意見。
 - ** 本文作者為政治大學廣告系專任副教授。

壹、前言

過去台灣針對政治功效意識與政治參與的研究多半針對選舉情境來探討（張卿卿2002a；張卿卿2002b）。這一系列的研究主要認為選舉期間充斥著負面或策略框架的報導，這樣的報導內容在選民大量暴露後，可能會降低選民的政治功效意識，並影響到選民的投票意願。張卿卿（2002a）在1998年的北市市長選舉期間所進行的實地實驗，即在探討不同框架的競選新聞是否會對選民的內在功效意識產生影響。結果並未發現不同框架的競選新聞會產生差異的負面效果。不過張卿卿（2002b）針對2000年總統大選所作的研究卻顯示競選期間的新聞暴露會顯著地降低選民的內在政治功效意識。綜合來說，目前台灣的相關研究仍然有限，無法幫助我們清楚釐清政治媒介使用是否會有負面的政治影響。

此外，值得注意的是，過去台灣有限的研究仍多侷限於競選期間的新聞暴露，並未有研究針對非競選的情境來探討。可能的原因是，相較於一般新聞，競選新聞較常使用負面導向的報導或策略為主軸的報導，這樣的報導形式通常被批評為導致政治功效意識降低與政治懷疑增加的主要肇因（e.g., Cappella & Jamieson, 1996）。同時張卿卿（2002a）針對台灣的競選新聞的內容分析也顯示：在2000年總統大選期間，競選新聞中策略導向的新聞出現的比例為百分之四十九，而以策略框架為主導的競選新聞則有百分之十八（張卿卿，2002a）。陳憶寧（2001）針對同一選舉中的內容分析研究也發現：負面導向的新聞佔所有新聞的百分之四十一（陳憶寧，2001）。相對來說，非競選期間的新聞報導並未盡然會以負面導向或策略框架的報導為主軸，因此，針對競選期間研究的結果，並不能外推到非競選的情境，而需要特別的探討，此即為本研究的核心焦點。

本研究是在脫離選舉的情境之下，來探討大學生的政治媒介認知、政治媒介行為與政治結果之間的關係。本研究所關切的政治結果包括「政治參與」程度與「政治功效意識」高低。就「政治參與」而言，由於本研究的探討對象並不盡然有投票權，因此，本研究所探討的「政治參與」將鎖定於其他形式的參與，包括：勸說他人投票給某個候選人或政黨、參與候選人與政黨舉辦的競選活動或造勢活動、配戴支持候選人或政黨的旗幟或物品，以及擔任政黨或候選人的工作人員。此外，不少有投票權的大學生，可能因為學校所在地與戶籍所在地有異，因此也無法參與所居住區域之地方性選舉。然而，他們仍然可以透過這些非直接投票之政治活動的參與，來達到間接參與的目的。基於此，在本研究中將以非直接投票參與的「政治參與」作為「政治參與」指標。

就政治媒介行爲與政治結果之關係，本研究分別從「政治媒介使用」與「政治媒介參與」作為政治媒介行爲之兩大面向切入。就「政治媒介使用」而言，過去研究顯示：新聞暴露在年輕選民的政治社會化過程中，扮演著重要的角色（e.g., Chaffee, Steven & Tims, 1982； McLeod, 2000）。就台灣部分，針對中學生的媒介使用與政治態度傾向之間關係的研究也發現經常收看电视新聞的中學生其民主素養也較佳（郭貞、陳文俊，1999），同時經常收視電視新聞的中學生其政治功效意識也較高（顏榮昌，1999）。因此本研究推論，若非鎖定選舉情境，「政治媒介使用」對於「政治參與」可能會有正面的影響。此外，由於過去文獻已明確建立「政治參與」和政治功效意識之間的正向相關，所以本研究也據以推論：「政治媒介使用」對於政治功效意識應有正面的影響。就「政治媒介參與」而言，隨著科技的進步，當下的媒體與閱聽眾之間已不再是遙不可及。提供管道供閱聽眾傳達對於議題的想法與心聲，已經是許多節目與媒體必備的作法。因此閱聽眾可以更便捷地與媒體產生互動，媒體參與自然成爲一個較為普遍的狀況。本研究因此認爲那些愈常透過政治媒介表達想法的閱聽眾，應該更有可能積極地參與政治活動。

除了「政治媒介使用」與政治結果之間的探討外，本研究另一重點在提出「政治媒介使用」與「政治媒介參與」的前置變數。本研究認爲個人之「政治媒介效益認知」會影響到其「政治媒介使用」程度，因此可以作為「政治媒介使用」的前置變數。而個人的政治媒介功效意識則會影響到「政治媒介參與」的程度，因此可以視爲「政治媒介參與」的前置作用。整體而言，本研究的基本核心概念是認爲：閱聽眾在選擇決定要從事一項行爲之前，必然有一定的思索。就「政治媒介使用」而言，目前的媒介與節目繁多，而閱聽眾的時間資源是相當有限的。從本研究所關切的政治社會化來看，當閱聽眾能實際認知到觀看或閱聽某項節目能提供政治資訊或人際話題的實質內容時，閱聽眾才會有較高的意願去接觸此節目。換言之，閱聽眾對某單一媒體或節目的效益認知會影響到其接觸此媒體或節目的可能性。而就「政治媒介參與」而言，當閱聽眾自認有能力了解媒體進而與媒體互動，閱聽眾才有可能真正訴諸行動積極將個人意見回饋媒體。將政治媒介認知、政治媒介行爲與政治結果整合來看，本研究認爲「政治媒介效益認知」可能會影響到「政治媒介使用」程度，並進而影響到「政治參與」與「政治功效意識」。另一方面，政治媒介功效意識可能會影響到「政治媒介參與」程度，同時間接影響到「政治參與」與「政治功效意識」。

貳、文獻與研究問題

一、「政治媒介效益認知」(Media utility)

過去使用與滿足的相關研究指出不同型式的媒介使用，自有其能提供的滿足（請參考 Katz, Blumer, & Gurevitch, 1974 的文獻回顧），而大眾媒介使用所能提供的滿足不外乎資訊的獲得、社會的互動、娛樂與個人的認同（McQuail, Blumer & Brown, 1972）。隱含在此理論背後的基本假設是：長期的媒介使用經驗，自然讓閱聽眾發展出一套媒介使用與其可能達成效益關係的認知。這套認知基礎可能包括閱聽眾認知到使用各項大眾媒體或節目能提供各種不同層面滿足的效益，本研究將此稱之為「媒介效益認知」。

政治社會化相關研究普遍認為，大眾媒介的使用是政治社會化過程中一個重要的影響因子（e.g., McLeod, 2000）。由於大眾媒介提供民衆豐富的政治相關知識，是民衆了解政治事物的固定來源。因此有必要關切並由此得知閱聽眾對於大眾媒介提供政治時事相關知識效益高低的認知是否會影響到其媒介使用行為。由於本研究探討的是政治社會化的課題，在本研究中所關切「媒介效益認知」將特別鎖定於閱聽眾對於大眾媒介中政治議題相關資訊獲得之效益認知，稱之為「政治媒介效益認知」。

從政治議題相關資訊接收的角度來看，媒介暴露的效益可以有兩大面向。第一個面向直接關切民衆是否認為大眾媒介提供政治議題之相關資訊。過去即有研究顯示大眾媒介是平日提供民衆政治議題相關資訊的重要管道（Atkin & Garramone, 1984；Garramone & Atkin, 1986）。此外，除了直接提供資訊之外，第二個重要的效益面向應該涵括大眾媒介是否能夠提供人際社交話題的內容。不可否認，與他人討論政治話題是一般人在人際互動中的一項重要活動（e.g., Boer & Velthuijsen, 2001）。Kim, Wyatt and Katz（1999）的研究也發現那些會經常與他人討論政治議題的民衆，其媒介使用程度也較高。從另一個角度來思考，如果民衆並不確定政治相關媒介的暴露與使用會提供其人際交談政治話題的內容，理應不會選擇大量的政治媒介暴露。將這樣的邏輯應用到大學生的情境，則我們可以推論，對於大學生而言，在人際互動中若對於某些熱門政治話題毫無所知，必然會產生一定的人際互動焦慮。而人際互動的焦慮應是一般大學生會試圖避免的。因此大眾媒介是否可以提供人際間政治話題討論的內涵，也是本研究針對媒介效益將會考量的另一項重要指標。

基於此，在政治社會化的情境脈絡下，本研究將「政治媒介效益認知」定義為：閱

聽眾對於大眾媒介能否提供政治議題相關知識或人際談論話題可能性的認知。如果閱聽眾認為接觸某一媒體或研究可以有效地獲得政治議題知識或社交話題內容，此媒體或節目的效益較高。相反地，如果閱聽眾認為接觸某一媒體或研究無法有效獲得政治議題知識或社交話題的內容，則此媒體或節目的效益較低。

二、「政治媒介效益認知」對「政治媒介使用」的影響

過去研究大抵將媒介使用視為重要自變數，對於影響媒介使用的心理層面因素討論較少。然而本研究認為現今媒介形式與內容眾多，除非閱聽眾能明確感知其所能提供的效益或滿足，否則民衆可能沒有意願將時間資源耗費在某些特定的媒體或節目上。因此，政治媒介效益的認知高低理應會影響到其實際的「政治媒介使用」狀況。

由於媒介形式的類型繁多，本研究所探討的媒介使用明確地鎖定提供政治議題相關資訊的特定節目或媒介。根據 Wilkins (2000) 的討論，不同類型的媒介使用對於「政治參與」會有不同方向的影響，Wilkins 討論到新聞媒介使用對於「政治參與」的影響可能是正面的，相反地，娛樂節目暴露對於「政治參與」的影響則可能是負面的。因此 Wilkins (2000) 建議當探討媒介使用在政治社會化過程的影響時，應明確區分不同的節目類型。基於這樣的論點，本研究探討的媒介使用主要包括電視新聞，報紙上的政治新聞報導，政論性雜誌，網路上的政治新聞與政論性的談話節目。

過去雖然沒有從媒介效益認知來預測媒介使用的相關探討，但是從媒介依賴理論的相關文獻中，可以觀察到一些間接的討論。例如，Boer and Velthuisen (2001) 的研究將倚賴媒介提供與他人互動的話題內容之功能作為媒介依賴的一個面向，其研究發現愈倚賴大眾媒介提供與他人互動的話題內容的閱聽眾，其使用大眾媒介的程度愈高。他們的研究雖然並不完全針對本研究所界定的媒介效益認知面向作探討，但其研究的結果間接顯示了媒介認知與媒介使用之間的正向關係。因此本研究將實際討論大學生的「政治媒介效益認知」高低與其「政治媒介使用」程度高低的關係（請參見圖1）：

研究問題一：大學生的「政治媒介效益認知」高低是否會影響到其「政治媒介使用」程度的高低？

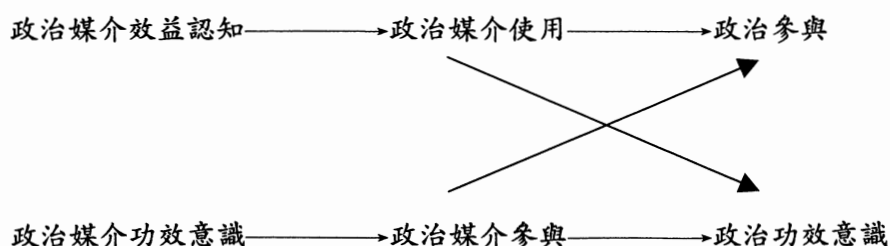


圖1 本研究之架構圖

三、「政治媒介使用」對於「政治參與」的影響

過去研究顯示電視新聞與報紙的暴露增加了選民參與政治活動的頻次（Miller & Reese, 1982）。Miller and Reese 研究的政治相關活動包括：是否與他人談論政治話題，是否試圖影響他人來支持某位候選人、是否參與競選造勢活動與配戴所支持候選人的廣告物品等。近年來其他探討媒介使用與「政治參與」關係的其他研究也驗證了其間的正向關係，例如：Norris（1996）的研究也顯示新聞媒介的使用對於選民的多項「政治參與」行為有顯著影響。而其他學者則主要探討媒介使用對投票參與的影響，諸如 Pinkleton, Austin and Fortman（1998）在選舉期間進行的研究探討媒介使用與投票參與之間的關係，結果發現暴露於新聞媒體愈多的受訪者，愈有可能去投票；Eveland and Scheufele（2000）針對1996年總統大選選前與選後調查的研究分析則顯示選民的報紙接觸程度可以顯著地預測選民的投票參與，報紙接觸程度愈高的選民，投票參與愈高。Wilkins（2000）則在選後的調查研究則發現個人平日的媒介使用程度可以有效解釋過去的投票參與。

雖然投票意願或投票參與顯然是「政治參與」最重要的指標，尤其針對競選期間所進行的研究，免不了將投票參與當作「政治參與」的唯一指標。然而也有學者區分投票參與與其他「政治參與」行為（e.g., Braima, Johnson, & Sothirajah, 1999）。本研究關切的是非競選期間政治媒介行為對大學生的「政治參與」影響，由於並非每位受訪大學生都有投票權，因此必須使用其他政治活動的參與來測量大學生的「政治參與」。尤其對於台灣大學生而言，每當選舉期間，校園內常有候選人的後援會成立，因此即使大學生沒有投票權，仍有許多間接參與的管道與方式，例如，勸說他人投票給某個候選人或政黨、參與候選人與政黨舉辦的競選活動或造勢活動、配戴支持候選人或政黨的旗幟或物品，以及擔任政黨或候選人的校園義務工作人員。因此本研究將探討「政治媒介使用」與參與這些政治活動之間的關係。

研究問題二：大學生「政治媒介使用」程度的高低是否會影響到其「政治參與」？

研究問題一提出「政治媒介效益認知」高低可能會影響到大學生的「政治媒介使用」狀況，而研究問題二探討大學生「政治媒介使用」可能會提升其「政治參與」高低。研究問題三則界定此三個變項的關係，提出「政治媒介效益認知」可能會藉由「政治媒介使用」程度影響到其政治參與之高低。然而過去並沒有相關研究探討這三者之間的關係，只有研究在競選期間直接詢問受訪者各項政治媒介是否有用（usefulness）（包括：電視叩應談話性節目、電視新聞、電視競選廣告、電視辯論等），並探討政治媒介是否有用的認知與政治懷疑以及「政治參與」之間的關係（Leshner & Thorson, 1

999)。結果發現當受訪者認為競選相關媒介愈有用時，其政治懷疑則愈低。同時，受訪者的競選媒介有用認知會提升到其正面情感，並經由此影響到其「政治參與」。

然而 Leshner and Thorson (1999) 的研究並未探討「政治媒介使用」是否為政治媒介重要性認知與「政治參與」兩變數之間的中介變項。過去研究主要發現媒介使用與「政治參與」之間的關係，而本文之研究問題一推論「政治媒介效益認知」會影響到其媒介使用認知，因此 Leshner and Thorson (1999) 研究的發現結果可能意味著媒介使用可能扮演重要的中介角色。因此，「政治媒介使用」在政治媒介認知與「政治參與」之間所扮演的角色十分值得探討。同時，他們的研究主要也侷限於選舉的情境，結果可能難以推論到非競選情境。基於這些討論，本研究提出研究問題如下：

研究問題三：「政治媒介效益認知」是否會藉由「政治媒介使用」高低程度的中介影響到其政治參與之高低？

四、「政治媒介使用」對於「政治功效意識」的影響

「政治媒介使用」與「政治功效意識」之間的關係過去一直是政治傳播研究中所關切的一個重要核心主題。例如：Braima, Johnson and Sothirajah (1999) 發現政治新聞的暴露可以同時增加民衆的內在功效意識與外在功效意識。Newhagen (1994) 的電訪研究顯示當選民對於報紙、全國新聞與政論性廣播節目的暴露程度越高，其內在政治功效意識也相對較高。Semetko & Valkenburg (1998) 針對德國民衆的研究也發現：一般民衆對新聞的注意程度會提升其內在功效意識。Norris (1996) 的研究也顯示新聞媒介的使用程度對民衆之政治功效意識有顯著影響。Wei and Leung's (1998) 針對台灣民衆的研究也驗證了媒介使用會增加民衆的政治功效意識。

其他在競選期間的相關探討則有不一致的結果。例如 Ansolabehere, et al. (1994) 與 Ansolabehere and Iyengar (1995) 發現過度的暴露於負面資訊為主導的競選新聞會降低選民的政治功效意識。這一系列研究的基本假設是：在競選期間，競選新聞中充斥著候選人相互攻訐的負面報導與於誰贏誰輸的策略式的報導，選民過度接收這樣的競選新聞，其政治懷疑感自然會增加，而其政治功效意識自然隨之降低 (e.g., Cappella & Jamieson, 1997)。國內學者也有針對此議題作探討，同樣發現在選舉期間對於報紙新聞暴露程度愈高以及對於電視新聞注意度愈高的選民，其內在政治功效意識則愈低 (張卿卿, 2002)。

不過，其他競選期間的相關研究卻發現相反的結果。Pinkleton, Austin and Fortman (1998) 的研究顯示對於競選新聞注意度愈高的選民，其政治功效意識愈高。Pinkleton and Autsin (2001) 的研究也間接討論了媒介使用與政治功效意識之間的關係。

他們的研究發現愈認為新聞媒介重要的閱聽眾，其政治功效意識愈高，根據 Pinkleton and Autsin (2001) 的解讀，這樣的結果主要是因為當閱聽眾認為新聞媒介重要時，其媒介接觸頻次應該愈高。

綜觀過去文獻，我們可以發現雖然競選相關研究指出選舉期間的負面攻訐與策略框架式報導有可能降低選民的政治功效意識，但是在非競選情境的相關探討中，多數的研究卻指出：媒介的使用提升了選民的政治功效意識。由於本研究關切的焦點並不侷限於選舉期間而在長期一般性的探討，因此想探討大學生政治媒介的使用對其政治功效意識的影響是否也是正面的。

研究問題四：大學生「政治媒介使用」是否會提升其「政治功效意識」認知高低？

同樣地，本研究進一步探討「政治媒介效益認知」高低、「政治媒介使用」狀況與政治功效意識高低三個變項的關係，提出「政治媒介效益認知」會藉由「政治媒介使用」程度影響到其政治功效意識之高低。本研究認為「政治媒介使用」為「政治媒介效益認知」與政治功效意識之間的中介變項。換言之，大學生的「政治媒介效益認知」會藉由「政治媒介使用」程度影響到其政治功效意識之高低。

研究問題五：「政治媒介效益認知」是否藉由「政治媒介使用」高低程度的中介影響到其政治功效意識之高低？

五、「政治媒介功效意識」(Media efficacy)

自我功效認知或自我功效意識 (self-efficacy) 指的是個人認為自己可以成功作好某件事的信念 (e.g., Bandura, 1986)。而自我功效認知通常是針對某一特定目標行為，所以是屬於限定目標 (domain specific) 的心理概念。但更重要的是，自我功效認知高低是行為表現的重要指標，自我功效認知愈高的人，其行為意向愈強。過去在政治傳播的領域中，最經常探討的功效認知是內在政治功效意識。其定義是民衆是否認為自己的一票可以對整體的政治運作產生改變的力量 (Campbell, Gurin & Miller, 1954)。

然而，本研究則提出另一個新的功效認知/意識概念，亦即媒介功效意識。過去中外文獻中對於媒介功效意識並未有明確的探討。雖然 Hofstetter, Zuniga, and Dozier (2001) 有提出類似媒介功效意識的概念，並將其稱之為「自我媒介功效意識」(self-media-efficacy)。但這些學者所提出的「自我媒介功效意識」概念主要以閱聽眾是否自認能藉由不同媒介達到資訊獲得，社會連結與娛樂逃避滿足的可能性，與一般的功效意識/意識概念有異，而較偏向本研究所探討的媒介效益認知。根據自我功效相關文獻，本研究針對「政治媒介功效意識」所下的定義主要從兩個面向切入。第一，閱聽眾自認是否有能力理解新聞媒體中的政治相關資訊；第二，閱聽眾認為自身可以透過媒體抒發

對政治議題看法的可能性。

六、「政治媒介參與」(Media participation)

當下的媒體環境提供閱聽眾多元的回饋管道，閱聽眾除了被動地接收媒體資訊外，也可以進一步透過媒體作意見的傳達，而透過媒體傳達對於各項政治議題的看法的行為則屬於「政治媒介參與」(Bucy & Gregson, 2001)。隨著新興媒體或節目形式的出現，以及互動回饋管道的引入，民衆有更多的「政治媒介參與」的機會。Bucy, DeAngelo and Newhagen (1999) 即指出新興媒體或節目形式完全改變了民衆參與的面貌。

以台灣而言，不少媒介或節目例行提供閱聽眾回饋參與的管道。例如，報紙每日皆有固定版面提供讀者投書，廣播或電視政論性節目也開放扣應熱線，提供閱聽眾意見的交換與表達，甚至有的電視政論性扣應節目同時提供電話投票熱線，讓民衆就不同議題表示支持或反對的意見，並將投票結果同步呈現在螢幕上。因此，不論是投書報紙或雜誌，扣應談話性節目，或利用電話語音針對不同議題的正反意見作意見的陳書，在本研究中都屬於「政治媒介參與」的一種形式。

過去研究顯示自我效能與「政治媒介參與」之間有一定的關係。例如，Newhagen (1994) 的研究指出「自我內在效能」(self-efficacy) 愈高的民衆對於談話性扣應節目的參與頻次愈高。然而值得注意的是，Newhagen (1994) 研究中所使用的「自我內在效能」的測量為一般性的自我功效意識的測量，而非特別針對「政治功效意識」或政治媒介效能。之前的文獻回顧明確地指出，功效意識並非一個一般性的概念，而會因應著對象的差異而有異 (Bandura, 1986)。因此，本研究認為應直接從「政治媒介功效意識」來探討媒體參與行為。

過去研究顯示選民的政治功效意識愈高，其「政治參與」程度也越高 (Pinkleton, Autsin & Fortman, 1998)。依此推論，無論行為對象為何，功效意識的高低會影響到行為參與的意願。因此本研究推論「政治媒介功效意識」高低，也會影響到閱聽眾對於「政治媒介參與」的意願。簡言之，「政治媒介功效意識」較高的閱聽眾可能對於新聞媒介所提供的回饋或互動管道會有較高的行為參與。

研究問題六：大學生的「政治媒介功效意識」高低，是否會影響到其「政治媒介參與」程度的高低？

七、「政治媒介參與」對「政治參與」的影響

過去研究針對媒介的參與所作的談討多將媒介參與作為最後行為變項。本研究則認為「政治媒介參與」本身可以提高民衆的「政治參與」感。Bucy, D' Angelo and

Newhagen (1999) 的研究發現：「政治媒介參與」愈高的選民其政治相關的興趣愈高，基於政治興趣與「政治參與」之間存在著正向的相關關係，本研究據此類推：「政治媒介參與」程度愈高的大學生，其「政治參與」程度可能愈高。

研究問題七：大學生的「政治媒介參與」的高低，是否會影響到其「政治參與」的高低？

此外，本研究進一步探討「政治媒介功效意識」、「政治媒介參與」與「政治參與」之間的關係。本研究認為當大學生的「政治媒介功效意識」愈高，其「政治媒介參與」程度可能愈高，而政治媒介參與愈高的大學生，更有可能有效地參與政治相關活動。研究問題八：「政治媒介功效意識」是否會藉由「政治媒介參與」程度的中介影響到其「政治參與」之高低？

八、「政治媒介參與」對政治功效意識的影響

過去研究顯示政治認知與選民投票意願間有顯著的正向關係，政治功效意識愈高的民衆，其投票意願愈高 (e.g., Austin & Pinkleton, 1995; Miller & Reese, 1982; Pinkleton, Austin & Fortman, 1998)。Brima, Johnson and Sothirajah (1999) 特別區分投票參與與其他型式的「政治參與」，他們的研究發現內在政治功效意識與投票參與或其他型式的「政治參與」間都有正向相關的關係。基於「政治功效意識」與「政治參與」行為密不可分的關係，本研究也將同時探討「政治媒介參與」除了會提升「政治參與」外，是否也會增加民衆的政治功效意識。本研究認為愈勤於參與政治媒介，對媒介提供意見回饋的民衆，他們不僅會認為自己對於媒介的回饋會有正面影響，同時也更可能認為自我的力量可以改變政治的運作。

研究問題九：大學生「政治媒介參與」的程度是否會影響到其「政治功效意識」的高低？

同時本研究也將同時探討「政治媒介功效意識」、「政治媒介參與」與「政治參與」之間的關係。假設六提出政治媒介自我功效意識高低影響到大學生的「政治媒介參與」，而假設九提出大學生「政治媒介參與」會提升其政治功效意識高低。假設十則探討這三者的關係，提出大學生的政治媒介效自我功效意識有可能會藉由「政治媒介參與」程度影響到其政治功效意識之高低。

研究問題十：大學生的「政治媒介功效意識」是否會藉由「政治媒介參與」程度的中介而間接影響到其「政治功效意識」認知之高低？

參、研究方法

一、抽樣方法

本研究主要資料來源為行政院國家科學委員會補助國立政治大學選舉研究中心於2001年4~5月間所執行之「我國大學生政治社會化之研究」計畫。本研究針對軍警學校之外的台灣地區大學院校四年制日間部之大學生作調查。研究母體的總數為335,734人。採分層兩段等機率抽樣的原則抽出2000位學生。分層的原則是先按照學科別將大學生分為九組。這九組分別為：教育科系、人文藝術科系、經社心理科系、商學管理科系、法律科系、理科、醫科、工科與農科。第一階段先按照比例抽出各學校之科系，第二階段則抽出所選擇科系的受訪學生來並進行面訪，在訪員接觸到受訪者本人之後，由受訪者自行填答問卷（self-administrated questionnaire）。總計完成成功樣本數為1,576人，成功率為百分之七十八點八。

二、變項界定

(一)「政治媒介效益認知」(Media utility)

如文獻所討論，本研究的「政治媒介效益認知」會從兩個面向來測量，第一個面向是政治知識或訊息的獲得，另一個面向則是對於人際傳播話題內容的提供。兩個題項分別為「您從傳播媒體的報導中獲取政治知識或訊息嗎？」以及「您與他人談論的政治話題會引自傳播媒體的報導嗎？」選項則分別為「從不」、「很少」、「少」、「有時」、「常」、「很常」。此二變項間的相關性達到顯著（Pearson's $R = .70$, $p = .01$ ）。

(二)「政治媒介使用」(Media Use)

過去媒介使用主要以媒介暴露程度作為測量的基礎。雖然一般媒介使用主要以電視與報紙作為測量的焦點，然而因為本研究的主體為大學生，大學生受限於電視媒介的可得性，網路或是雜誌反而是一項重要的媒介，因此本研究特別加入網路媒介。主要從使用程度來衡量媒介使用。所關照的政治媒介則涵蓋電視新聞、報紙新聞、政論性雜誌、電視上的政論性談話節目，以及電子報、BBS或其他網路上的政治新聞等六項。而最後分析的「政治媒介使用」指標則以受訪者對於每一媒體使用程度加總平均的數值來表示。

(三)「政治參與」(Political participation)

「政治參與」則以四個題項來測量過去受訪者從事不同類型政治活動的頻繁程度。這四個題項分別為：「勸說他人投票給某個候選人或政黨」、「參與候選人與政黨舉辦的競選活動或造勢活動」、「配戴支持候選人或政黨的旗幟或物品」、以及「擔任政黨或候選人的工作人員」。選項則分別為「從不」、「很少」、「少」、「有時」、「常」、「很常」。這四個題項主要採納自 (Miller & Reese, 1982) 的研究。量表效度在可接受的範圍 (Cronbach's reliability 為 .78)。

四「內在政治功效意識」(Internal Political Efficacy)

針對「政治功效意識」的探討，本研究將鎖定「內在政治功效意識」。測量「內在政治功效意識」的題項有兩個。分別為「政治的事情太複雜，不是像我這樣的人可以瞭解的」以及「像我這樣的普通老百姓，對政府的政策是沒有什麼影響力的」。為李克氏六點量表。這兩個題項間呈顯著相關 (Pearson R = .30, p = .01)。最後分析使用的政治功效意識是將兩個題項反轉後加總平均而得。

五「政治媒介功效意識」(Media efficacy)

「政治媒介功效意識」主要由兩個題項來測量，這兩個題項為：「媒體上關於政治新聞的報導太過複雜，不是像我這樣的人可以瞭解的」以及「我可以透過媒體抒發自己對於政治議題的想法」，為李克氏六點量表。此二題項間的相關係數為 .78 (p = .1)，在可接受的範圍中。最後分析所使用的政治媒介效能主要將第一個題項反轉後與第二題項加總平均而得。

六「政治媒介參與」(Media participation)

「政治媒介參與」以四個題項來測量，分別為「請問您有沒有投書給報紙，來表達您對政治議題的看法」、「請問您有沒有扣應廣播或電視上的政論性節目，來表達您對政治議題的看法」、「請問您有沒有參與電視媒體的電話投票，來表達您對政治議題的看法」以及「請問您有沒有在網路上 (BBS, 網路留言版……等) 來表達您對政治議題的看法」。選項則分別為「從不」、「很少」、「少」、「有時」、「常」、「很常」。量表的 Cronbach's reliability alpha 值為 .70，在可接受的範圍中。

肆、結果與分析

研究問題一提出大學生的「政治媒介效益認知」高低可能會影響到其「政治媒介使用」程度的高低。迴歸分析結果顯示：「政治媒介效益認知」可以顯著地預測「政治媒介使用」程度 ($\beta = .54, t = 25.57, p < .01$, 見表1)。

表1 研究問題一到研究問題三之迴歸分析

	Beta	t-value	p-value
依變項 = 政治媒介使用 ($R^2 = .29$; $F = 653.64$; $p < .01$)			
政治媒介效益認知	.54	25.57	.01
依變項 = 政治參與 ($R^2 = .10$; $F = 166.01$; $p < .01$)			
政治媒介使用	.31	12.88	.01
依變項 = 政治參與 ($R^2 = .04$; $F = 62.03$; $p < .01$)			
政治媒介效益認知	.20	7.88	.01
依變項 = 政治參與 ($R^2 = .10$; $F = 83.97$; $p < .01$)			
政治媒介效益認知	.04	1.36	.17
政治媒介使用	.29	10.10	.01

研究問題二認為大學生「政治媒介使用」可能會提升其「政治參與」。迴歸分析結果發現：大學生「政治媒介使用」程度愈高其「政治參與」程度愈高 ($\beta = .31$, $t = 12.88$, $p < .01$)。

研究問題三提出「政治媒介效益認知」可能藉由「政治媒介使用」程度的中介影響到其「政治參與」之高低。根據 Baron and Kenny (1986)，需要四個迴歸分析才能建立三個變數之間的中介關係。結果正如預期：(1)「政治媒介效益認知」對「政治媒介使用」的影響為顯著 ($\beta = .54$, $t = 25.57$, $p < .01$)；(2)「政治媒介使用」顯著地解釋「政治參與」行為的差異 ($\beta = .31$, $t = 12.88$, $p < .01$)；(3)「政治媒介效益認知」對於「政治參與」行為有顯著的影響 ($\beta = .20$, $t = 7.88$, $p < .01$)；(4)當「政治媒介效益認知」與「政治媒介使用」都考慮時，政治媒介效益的影響不再顯著 ($\beta = .04$, $t = 1.36$, $p = .17$)但是「政治媒介使用」的影響則依舊顯著 ($\beta = .29$, $t = 10.10$, $p < .01$)。這樣的結果顯示政治媒介效益認知藉由「政治媒介使用」程度的中介影響到其「政治參與」之高低。

研究問題四建議「政治媒介使用」可能會影響大學生的政治功效意識高低。迴歸分析研究結果顯示「政治媒介使用」確實會對「政治功效意識」有顯著的影響 ($\beta = .26$, $t = 10.47$, $p < .01$, 見表2)。

表2 研究問題四到研究問題五之迴歸分析

	Beta	t-value	p-value
依變項 = 政治媒介使用 ($R^2 = .29$; $F = 653.64$; $p < .01$)			
政治媒介效益認知	.54	25.57	.01
依變項 = 內在政治功效意識 ($R^2 = .07$; $F = 109.65$; $p < .01$)			
政治媒介使用	.26	10.47	.01
依變項 = 內在政治功效意識 ($R^2 = .02$; $F = 27.99$; $p < .01$)			
政治媒介效益認知	.13	5.29	.01
依變項 = 內在政治功效意識 ($R^2 = .07$; $F = 54.84$; $p < .01$)			
政治媒介效益認知	-.01	-.30	.77
政治媒介使用	.26	8.96	.01

研究問題五提出「政治媒介效益認知」可能會藉由「政治媒介使用」程度的中介影響到其「政治功效意識」之高低。結果正如預期：(1)「政治媒介效益認知」對「政治媒介使用」的影響為顯著 ($\beta = .54$, $t = 25.57$, $p < .01$)；(2)「政治媒介使用」顯著地解釋政治功效意識的差異 ($\beta = .26$, $t = 10.47$, $p < .01$)；(3)「政治媒介效益認知」對於政治功效意識有顯著的影響 ($\beta = .13$, $t = 5.29$, $p < .01$)；(4)當「政治媒介效益認知」與「政治媒介使用」都置入時，政治媒介效益的影響不再顯著 ($\beta = -.01$, $t = -.30$, $p = .77$)但是「政治媒介使用」的影響則依舊顯著 ($\beta = .26$, $t = 8.96$, $p < .01$)。這樣的結果顯示政治媒介效益認知藉由「政治媒介使用」程度的中介影響到其政治功效意識之高低。

研究問題六認為「政治媒介功效意識」可能提升大學生的「政治媒介參與」。迴歸分析結果顯示大學生的「政治媒介功效意識」可以顯著地預測其「政治媒介參與」行為 ($\beta = .18$, $t = 7.30$, $p < .01$, 見表3)。

表3 研究問題六到研究問題八之迴歸分析

	Beta	t-value	p-value
依變項 = 政治媒介參與 ($R^2 = .03$; $F = 53.25$; $p < .01$)			
政治媒介功效意識	.18	7.30	.01
依變項 = 政治參與 ($R^2 = .21$; $F = 408.25$; $p < .01$)			
政治媒介參與	.45	20.21	.01
依變項 = 政治參與 ($R^2 = .01$; $F = 16.65$; $p < .01$)			
政治媒介功效意識	.10	4.08	.01
依變項 = 政治參與 ($R^2 = .21$; $F = 204.52$; $p < .01$)			
政治媒介功效意識	.02	.92	.36
政治媒介參與	.45	19.71	.01

研究問題七指出「政治媒介參與」可能對於政治參與有正面的影響。迴歸分析結果顯示「政治媒介參與」可以顯著地預測其「政治參與」程度 ($\beta = .45$, $t = 20.21$, $p < .01$)。此外，各種形式之媒介參與之得分分別為：報紙投書之平均值為1.22 (標準差 = .68)，扣應節目參與之平均值為1.19 (標準差 = .61)，報紙投書之平均值為1.48 (標準差 = .94)，而網路參與之平均值為1.63 (標準差 = 1.01)。可見，對於大學生而言，網路提供一個媒介參與的重要管道。

研究問題八認為「政治媒介功效意識」可能會藉由「政治媒介參與」程度的中介影響到其「政治參與」之高低。迴歸分析結果顯示：(1)「政治媒介功效意識」對「政治媒介參與」的影響為顯著 ($\beta = .18$, $t = 7.30$, $p < .01$)；(2)「政治媒介參與」顯著地解釋「政治參與」行為的差異 ($\beta = .45$, $t = 20.21$, $p < .01$)；(3)「政治媒介功效意識」對於「政治參與」行為有顯著的影響 ($\beta = .11$, $t = 4.08$, $p < .01$)；(4)當「政治媒介功效意識」與「政治媒介參與」都考慮時，「政治媒介功效意識」的影響不再顯著 ($\beta = .02$, $t = .92$, $p = .36$)，但是「政治媒介參與」的影響則依舊顯著 ($\beta = .45$, $t = 19.91$, $p < .01$)。這樣的結果顯示「政治媒介功效意識」藉由「政治媒介參與」程度的中介影響到其「政治參與」之高低。

研究問題九指出「政治媒介參與」可能會正面地影響政治功效意識高低。迴歸分析結果顯示：「政治媒介參與」可以顯著地預測「政治功效意識」高低 ($\beta = .22$, $t = 8.85$, $p < .01$, 見表4)。

表4 研究問題九到研究問題十之迴歸分析

	Beta	t-value	p-value
依變項 = 政治媒介參與 (R ² = .03 ; F = 53.25 ; p < .01)			
政治媒介功效意識	.18	7.30	.01
依變項 = 內在政治功效意識 (R ² = .05 ; F = 78.95 ; p < .01)			
政治媒介參與	.22	8.85	.01
依變項 = 內在政治功效意識 (R ² = .21 ; F = 204.52 ; p < .01)			
政治媒介功效意識	.45	19.71	.01
依變項 = 內在政治功效意識 (R ² = .24 ; F = 250.91 ; p < .01)			
政治媒介功效意識	.45	20.09	.01
政治媒介參與	.14	6.12	.01

研究問題十提出「政治媒介功效意識」可能藉由「政治媒介參與」程度的中介影響到其政治功效意識之高低。結果正如預期：(1)「政治媒介功效意識」對「政治媒介參與」的影響為顯著 ($\beta = .18, t = 7.30, p < .01$)；(2)「政治媒介參與」顯著地解釋政治功效意識的差異 ($\beta = .22, t = 8.85, p < .01$)；(3)「政治媒介功效意識」對於政治功效意識有顯著的影響 ($\beta = .45, t = 19.71, p < .01$)；(4)當「政治媒介功效意識」與「政治媒介參與」都置入時，「政治媒介功效意識」的影響仍舊顯著 ($\beta = .45, t = 20.09, p < .01$)，同時「政治媒介參與」的影響也仍舊顯著 ($\beta = .14, t = 6.12, p < .01$)。這樣的結果顯示「政治媒介功效意識」不完全藉由「政治媒介參與」程度的中介影響到其「政治參與」之高低，「政治媒介功效意識」本身也會直接影響到政治功效意識的高低，而無須「政治媒介參與」的中介。

伍、結論與討論

本研究將政治媒介相關認知、政治媒介相關閱聽與參與行為及其對於「政治功效意識」與「政治參與」之間，作一整體性的探討，並建立其間之關係。本研究一方面從傳統的「政治媒介使用」出發，指出「政治媒介效益認知」為「政治媒介使用」的一項重要前置變數：當閱聽眾愈認為閱聽某些節目或接觸某些媒體會提供他們重要政治資訊，方便自我知識的提升或增進人際討論，則愈有可能實際去接觸此項節目或媒體。就某些層面而言，閱聽眾並非完全被動或毫無選擇地接觸媒體。由於過去長期的媒體接觸，閱聽眾對於接觸某些特定媒體/節目與其可獲得的效益間，自有一套清楚的認知。尤其是隨著媒體/節目的選擇增加，閱聽眾的選擇性接收情形也愈加明顯。所以媒介行為的差

異除了可以從人口變項來解釋外，閱聽眾心中的效益認知也是一項重要且值得進一步探討的變數。

另一方面，本研究將媒體相關行為的探討從比較消極的媒介暴露擴及到比較積極的媒介參與。過去研究中，媒介暴露或使用在政治社會化研究中是一個廣泛被探討的變項。然而現今的媒體環境普遍提供閱聽眾多元回饋的管道，因此可以探討更積極的政治媒介參與行為是否也在大學生的政治社會化過程扮演一定的角色。此外，本研究介紹一個新的概念—「政治媒介功效意識」—作為探討「政治媒介參與」的一項重要前置變數。正如文獻中所討論，效能感高低能有效預測對應行為，本研究也驗證了大學生心中對於個人是否能夠掌控政治媒介內容以及是否能夠透過政治媒介改變社會的認知，可以有效地預測其「政治媒介參與」行為。由於本研究只關注於大學在學生，而大學在學生在年紀、政治知識與教育程度上的差異性較低，建議未來研究除了可以將本研究針對「政治媒介功效意識」與「政治媒介參與」行為之間關係的探討擴及一般民衆外，也可以進一步探討重要人口變項（如：教育程度、年紀等）對於「政治媒介功效意識」與「政治媒介參與」行為之間關係的影響。

值得注意的是本研究針對媒介使用明確鎖定提供政治相關知識的媒介或節目。由於媒介的內容多樣性高，並非所有的媒介使用皆可有效提供政治相關資訊。相反地，由於時間資源的有限，暴露於較多的娛樂節目的閱聽眾，相對地可能較無機會接觸政治性的節目。有鑑於此，本研究在詢問受訪者時，明確提示政治相關內容。舉例而言，隨著娛樂新聞報紙的興起，以及綜合型報紙的明確分版，本研究認為單單詢問報紙的閱讀程度，可能會產生誤導的結果。所以在詢問受訪者平面報紙的使用情形時特別強調「報紙上的政治新聞」，而在詢問電子報時同樣也具體說明為「電子報上的政治新聞」。類似地，針對雜誌與談話性節目接觸部分，也清楚說明為「政論性雜誌」與「政論性談話節目」。這樣的區分可以幫助我們釐清政治相關媒介使用與政治社會化之間的關係。

對於政治傳播學者最關切的媒介使用與政治行為之間的關係，本研究也作了探討。有異於競選期間所作的研究結果（張卿卿，2002b），本研究發現在非競選情境下，政治相關節目或媒介的接觸，可以有效提升其「政治功效意識」與「政治參與」。除此之外，本研究認為，除了政治媒介暴露與使用外，也有必要探討「政治媒介參與」對於「政治參與」或「政治功效意識」是否會有正面的影響。然而無論中外，過去對於「政治媒介參與」行為的相關研究付之闕如，更遑論探討「政治媒介參與」與「政治參與」之間關係的研究，本研究因此鎖定其間的關係作探討。研究結果發現「政治媒介參與」會提升大學生的「政治功效意識」意識與「政治參與」行為。顯見，此一變數值得未來更多學者的探討與關注。

大體而言，本研究的結果對政治傳播學者來說是值得欣慰的。新聞媒體的使用或新聞媒介的參與確實對於大學生而言有正面的影響，可以提升其「政治參與」及「政治功效意識」，有利於民主政治的運作。整體而言，本研究結果似乎顯示，只有透過媒體接收充分的媒體知識，大學生才可能更有動機去參與其他政治相關活動。另一個可能的解釋是，政治媒介接觸頻繁可能激發出大學生較高的政治興趣，進而提升大學生的「政治參與」。同樣地，從「政治媒介參與」的角度來看，如果大學生自認個人對於媒介的互動，可以使社會更臻完善多元，則其媒介參與行為愈高，同時大學生透過政治媒介的參與，也許可以更加體會民主的意義，而產生更高的政治功效意識，並進而積極參與其他政治相關的活動。

最後值得一提的是，雖然本研究所提出的研究結果皆與預期一致，然而由於本研究所使用的方法為調查法，對於這些變數間的因果關係實難提供強有力的結論，例如「政治媒介效益認知」與「政治媒介使用」之間有可能有雙向的交互影響。同時「政治媒介參與」與「政治參與」之間也有可能雙向的交互影響，難以釐清誰因誰果。此外，本研究使用之資料來源原選研中心之政治社會化研究，並無直接就媒介效益認知部分作測量。本研究分析的兩個題項，在問法上比較是直接的「媒介使用效益經驗」。雖然說媒介效益認知主要可能直接由經驗得來，但是由於問項用字的些微差異，有可能造成影響，因此在詮釋本研究之結果時，需將此侷限納入考量。

參考書目

I . 中文部分

郭貞與陳文俊

- 1999 「大眾傳媒、人際溝通對形成台灣地區中學生政治態度傾向之影響」，**中華傳播年會**。

張卿卿

- 2002a 「競選新聞框架與廣告訴求對選民政治效能與信賴感的影響」，**新聞學研究**，七十期：135-166。

張卿卿

- 2002b 「競選媒體使用對選民競選議題知識與政治效能感的影響—以兩千年總統大選為例」，**選舉研究**，九卷一期，五月：1-39。

陳憶寧

- 2001 「總統候選人攻擊性新聞報導與其支持度的關聯：以公元兩千年總統大選為例」，**新聞學研究**，六十九期：78-102。

顏榮昌

- 1999 「高中生傳播行為與政治態度關係性之研究」，**中華傳播年會**。

II . 英文部分

Ansolabehere, Stephen and Shanto Iyengar

- 1995 *Going negative*. New York: The Free Press.

Ansolabehere, Stephe, Shanto Iyengar, Adam F. Simon and Nicholas A. Valentino.

- 1994 "Does attack advertising demobilize the electorate?," *American Political Science Review*, Vol.88(4):829-838.

Austin, Erica and Bruce E. Pinkleton

- 1995 "Positive and negative effects of political disaffection on the less experienced voter," *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, Vol.39: 215-235.

Atkin, K. Charles and Gina M. Garramone

- 1984 "The role of foreign news coverage in adolescent political socialization," *Communications*, Vol.10(1-3): 43-61.

Bandura, Albert

1986 *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

Baron, Reuben. M., and Kenny, David A.

1986 "The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations," *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 51: 1173-1182.

De Boer, Connie and Aart S. Velthuisen

2001 "Participation in conversations about the news," *International Journal of Public Opinion Research*, Vol.13(2):140-158.

Braima, Mahmoud Abdalla Mahmoud, Johnson, T. J., and Sothirajah, J.

1999 *An efficacy model of electoral campaigns: The 1996 Presidential election*. Paper presented at the Association for Education in Journalism and Mass Communication annual convention, New Orleans, LA.

Bucy, Eric P., D'Angelo, P., and Newhagen, John E.

1999 "Engaging the electorate: New media use as political participation," In Kaid, Lynda Lee and Dianne G Bystrom, eds. *The electronic election: Perspectives on the 1996 campaign communication*, pp. 335-347. Mahwah, NJ: Erlbaum.

Bucy, Erik P and Kimberly S. Gregson

2001 "Media participation: A legitimizing mechanism of mass democracy," *New media and Society*, Vol.3(3):357-380.

Cappella, Joseph. N., and Jamieson, Katherine H.

1996 "News frames, political system, and media system," In Heston, A. W. and N. A. Weiner, eds. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 546:71-84.

Chaffee, H. Steven and Albert R. Tims

1982 "News media use in adolescence: Implications for political cognitions," *Communication Yearbook*, Vol.6:736-758.

Eveland Jr, P. William and Dietram A. Scheufele.

2000 "Connecting news media use with gaps in knowledge and participation," *Political communication*, Vol.17(3):215-237.

Garramone, M. Gina and Charles K. Atkin

- 1986 "Mass communication and political socialization: Specifying the effects," *Public Opinion Quarterly*, Vol.50(1):76-86.
- Hofstetter, C. Richard, Stephen Zuniga, and David M. Dozier.
- 2001 "Media self-efficacy: Validation of a new concept," *Mass Communication and Society*, Vol.4(1):61-76.
- Katz, Elihu, Jay G. Blumer, and Michael Gurevitch
- 1974 (eds.) "Uses and gratifications research," *Public Opinion Quarterly*, Vol.37(4):509-523.
- Kim, Jooan, Robert O. Wyatt, and Elihu Katz.
- 1999 "News, talk, opinion, participation: The part played by conversation in deliberative democracy," *Political Communication*, Vol.16(4):361-385.
- Leshner, Glenn and Esther Thorson
- 1999 *Over-reporting voting activity: Campaign media, public mood, and the vote*. Paper presented at the annual conference of Association for Education in Journalism and Mass Communication.
- McLeod, Jack
- 2000 "Media and civic socialization of youth," *Journal of Adolescent Health*, Vol.27:45-51.
- McQuail, Denis, Jay G. Blumer and Brown J. R.
- 1972 "The television audience: a Revised perspective," In McQuail, Denis, ed. *Sociology of Mass communications*, pp. 135-165, Harmondsworth: Penguin.
- Miller, M. Mark, and Reese, Stephen. D.
- 1982 "Media dependency as interaction: Effects of exposure and reliance on political activity and efficacy," *Communication Research*, Vol.9(2):227-248.
- Newhagen, John E.
- 1994 "Self-efficacy and call-in political television show use," *Communication Research*, Vol.21(3):366-379.
- Norris, Pippa
- 1996 "Does television erode social capital? A reply to Putnam," *Political Science and Politics*, Vol.29(3):474-480.
- Pinkleton, E. Bruce and Erica Weintraub Austin
- 2001 "Individual motivation, perceived media importance, and political disaffection,"

Political communication, Vol.18(3):321-334.

Pinkleton, E. Bruce, Erica Weintraub Austin and Fortman, J. Kristine

1998 "Relationships of media use and political disaffection to political efficacy and voting behavior," *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, Vol.42:34-49.

Semetko, Holli A and Patti M. Valkenburg

1998 "The impact of attentiveness on political efficacy: Evidence from a three-year German panel study," *International Journal of Public Opinion Research*, Vol. 10(3):195-210.

Wei, Ran., and Leung, Louis.

1998 "A cross-societal study on the role of the mass media in political socialization in China and Taiwan," *Gazette*, Vol.60(5):377-392.

Wilkins, Karin Gwinn

2000 "The role of media in public disengagement from political life," *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, Vol.44(4):569-580.

Media Perceptions, Media-related Behaviors and Political Consequences: The Role of Media in the Political Socialization of College Students in Taiwan

Ching-ching Chang*

Abstract

This study used a national survey of college students in Taiwan to examine the relationship between media perceptions, media behaviors and political consequences, including political participation and internal political efficacy. Findings of this study indicated that college students' perceptions of media utility determines their media use, which in turn affects their political participation and internal political efficacy. Furthermore, college students' media self-efficacy leads to media participation, which further determines their political participation and internal political efficacy.

Keywords: Media utility perception, Media efficacy, Media use, Media participation, Internal political efficacy, Political participation

* Associate Professor, Dept. of Advertising, National Chengchi University.

審查意見答覆

審委意見(一)

- 一、本研究對「媒介效益認知」變項的測量方法，其實是「媒介使用」在行為層面的測量指標。
- 二、作者雖在最後承認，本研究探討的變項與變項間的關係，難以做因果的推論，但在撰寫研究假設時，卻指明變項間的因果關係。因此，建議作者修改研究假設的陳述方式。請修正統計表格形式，以中文清楚呈現迴歸分析中各預測變項名稱及其迴歸係數。

審委意見(二)

- 一、作者使用「媒介效益認知」的概念，主要源於使用與滿足理論，而此概念和理論中所謂的「滿足的獲得」(gratifications obtained) 之概念有何差異？兩者之間如何分辨？
- 二、utility 在理論上為閱聽人「主動」性的其中一面向，蘊含了「有用」或「功效」的意義。作者命名「效益認知」之理由應更充分地說明。作者後又提出「媒介功效認知」的概念。這兩個概念在字面上恐易混淆，須加以斟酌使用。
- 三、作者不能忽略「媒介效益認知」和媒介使用之間可能具有「交互」(reciprocal) 關係。閱聽人使用過特定媒介之後對於該媒介的功效評價會影響其繼續使用之行為。
- 四、同樣的，媒介參與和政治參與之間也可能具有「交互」關係。不能完全忽略。
- 五、假設三與假設五為同一假設。疑誤植。
- 六、媒介使用對於政治參與政治功效意識的影響無庸置疑。但是媒介效益認知為何會以媒介使用為中介產生影響？需要更多的解釋和說明。
- 七、論文中對於媒介使用的測量限制在政治相關媒介或訊息之使用。建議在命名上應更明確些。
- 八、為何採用六點量表而非五點或七點量表應說明。

作者最好提供受訪者在各種媒介參與程度的得分情形，或分別加以分析。以加總方式進行分析，會忽略了媒介之間的差異性。譬如在網路上表達意見和扣應電視或廣播應屬於極為不同的媒介參與。

審委意見(三)

- 一、對非競選的情境與競選情境之比較宜再補充。
- 二、媒介行為本文指“媒介使用”與“媒介參與”。但實質上，宜引用更多國內外政治傳播學界所做大學生相關媒介行為之文獻。
- 三、本文宜將媒介認知、媒介行為、政治效能、政治參與之間釐清變項架構，予以圖表說明之。
p.7第一段「陳書」疑為「陳述」之誤，請修正。

論文審查意見的回覆

評審意見(一)

- 一、本研究中「媒介效益認知」在定義上主要強調的是認知層面的變數，但是由於本研究使用的資料為國立政治大學選舉研究中心於2001年所執行之「我國大學生政治社會化之研究」，此研究中並無直接就「媒介效益認知」部分作測量，比較接近的兩個題項，在問法上比較是直接「媒介使用效益」（題項分別為「您從傳播媒體的報導中獲取政治知識或訊息嗎？」以及「您與他人談論的政治話題會引自傳播媒體的報導嗎？」選項則分別為「從不」、「很少」、「少」、「有時」、「常」、「很常」）。就「媒介使用效益認知」而言，較理想的問法應該是「您是否認為傳播媒體的報導是您獲取政治知識或訊息的重要來源？」「您是否認為傳播媒體的報導內容可以幫助我們獲得與他人談論的話題內容？」雖說過去媒介使用經驗與感受自然是形成「媒介使用效益認知」之主要基礎。嚴格來說，還是可能由於問項用字的些微差異造成不必要的影響，因此已經將此列為本文侷限，並在結論部分討論之。
- 二、已經修正研究假設的陳述方式，除了在用詞上不去強調其必然之因果關係外，同時研究假設已全部修改為研究問題。
所有統計表格已經修正，變數以中文方式呈現。

評審意見(二)

- 一、正如本文文獻中所討論的，本文主要由使用與滿足理論出發，推衍出一般人對於媒介使用與媒介效益間的關係應該會有一定的認知。使用與滿足理論主要探討一般民衆使用媒介（例如觀看電視節目或閱讀書報等）背後的動機。此理論背後的基本假設是：媒介的使用的主要目的是滿足閱聽衆一些特定的需求。本研究以此基本假設

為基礎，提出閱聽眾接收政治媒介資訊主要有兩個可能目的，分別是提供民衆政治議題相關資訊與提供人際社交話題的內容。本文論點與「使用與滿足」理論的共同的基本前題是：媒介使用通常有一個背後的動機與目的。但本研究更進一步明確探討在接收政治媒介資訊時主要兩大可能目的為何，並探討此變數與媒介使用的關係，同時將此其影響延及政治參與與內在政治功效意識。

- 二、本研究中將媒介可能提供預期功能的效益認知 (utility perception)，命名為「媒介效益認知」。主要目的是要和本文中的另一個重要變項「媒介功效意識」(media efficacy) 作區分。由於過去文獻中，一般將“efficacy”翻譯成「功效意識」，因此，若延用此傳統將“media efficacy”翻譯成「媒介功效意識」，則需要使用其他中文名詞來替代“media utility”中的 utility。因此將其命名為效益認知。
- 三、作者同意使用媒體越頻繁的閱聽眾，有可能會因此有較高的媒介效益認知。有關因果關係推論可能的雙向影響問題，已經融入討論章節中說明。然而在本文部分還是以過去研究中認知會影響行為的基本假設為基礎，作出可能方向的推論。
- 四、媒介參與與政治參與間的可能交互關係，也已融入討論章節中說明。
- 五、謝謝審委之指正，已經修改。
- 六、如本文中所回顧的，過去研究中發現媒介的「有用」與否 (usefulness) 的認知會影響到政治懷疑以及政治參與之高低 (Leshner & Thorson, 1999)。本文延伸此研究，認為媒介有用與否認知之所以會影響到政治懷疑感高低與政治參與之高低，主要是因為媒介有用與否認知會影響到媒介使用行為，而媒介使用行為會影響到政治功效意識與政治參與的高低，因此過去研究之所以發現媒介的「有用」與否 (usefulness) 與認知與影響到政治懷疑以及政治參與之關係，主要是因為媒介使用的中介。已在文中加強討論，說明此中介關係的意義。
- 七、所有命名皆已修改，在媒介之前加上政治一詞，使其所指更加明確。
- 八、本研究所使用的資料來源為二手資料，對於此調查研究當初為何主要使用六點量表，無法提出具體解釋。
- 九、已經在研究中提供受訪者在各種媒介參與的得分。作者同意審委所言，不同媒介參與行為彼此之間有很大的差異。但是由於本研究所關切的是整體「政治媒介參與」，而不特別關切某些特殊「政治媒介」的參與。作者瞭解到不同媒介參與行為彼此之間有很大的差異，因此並未鎖定單一政治媒介形式的參與作為政治媒介參與的指標，而將不同政治媒介參與形式同時列入考量。所以在分析上也以加總方式進行，較能對應本作者所關切的研究主題。

評審意見(三)

- 一、在文獻回顧中有討論到選舉與非選舉期間研究結果的差異。
- 二、有關國內大學生與高中生之媒介行為之相關文獻已融入文中討論。
- 三、感謝審委的意見。已經加入研究架構圖，將本研究中各變數的關係以圖表方式呈現。請參考圖1。
- 四、本文原意為陳書，意旨「陳述意見之書信」。因此，並未加以修改。感謝審委細心提出。