

# 新媒介使用者之競選政見認知、政治信任 與政治參與之行動研究

呂傑華

國立東華大學社會暨公共行政系助理教授

[anchorlu@mail.ndhu.edu.tw](mailto:anchorlu@mail.ndhu.edu.tw)

## 摘 要

競選過程中，政見議題常不受重視，甚至轉變為設定負面議題的選舉策略，與民主理念背道而馳。本研究旨在了解採用新媒介作為政見傳播管道的可能性？以及新媒介是否有助於公民參與的實踐？

本研究採行動研究取向，並使用問卷調查法，首先架設「台北市長候選人政見資訊網」，提供新媒介使用者一個完整獲知台北市長候選人政見的資訊管道，之後再以電子郵件寄發問卷。研究結果發現，新媒介使用者具有注重視候選人政績品德、重視政見資訊公正可信與參考價值的特質，並且擁有接近使用新興政見傳播管道的機會，但此種傳播潛力可能受到政治參與行為並不熱衷、政治信任態度降低，個人關心政治的程度與屬性，以及期待具有公信力的政治資訊來源的影響，導致他們降低涉入政治訊息與接觸新興政治相關網站的情形。然而，基於新媒介使用者對本研究所實驗之政見資訊網站的肯定與滿意度，顯示透過網路發展具有政見資訊與論證的平台仍具有可能性。

**關鍵字：**新媒介使用、政治信任、政見、政治參與

[收稿]2010/6/30; [初審] 2010/09/02; [接受刊登] 2010/12/20



## 一、緒論

### (一)研究動機

「牛肉在哪裡？」(Where's the beef?)是W. Mondale在1984年競選美國總統時的經典口號，但更說出許多選民的心聲—那就是為何在競選過程中，政黨與候選人鮮少強化說服選民的合理政治主張？卻經常採行攻訐、抨擊(blistering attack)、抹黑(smear)、爆料…等負面的選舉策略(negative campaign)<sup>1</sup>，使競選成為名符其實的選「戰」。

理論上，政見取向(issue-oriented)是民主政治競選時最重要的變項之一；但Deutsch(1963)早就提出「操控學」(cybernetics)的概念，闡述政治體系操弄政治訊息的傳播；近年來，在媒體介入、競選專家與政治公關策士的操控下，理性說服的政見逐漸轉變為「議題設定」的操弄(Patterson, 1993; Ansolabehere & Iyengar, 1995; Cappella & Jamieson, 1997; Shen, Edwards & Dardis, 2008)，結果候選人取向(candidate-oriented)與政黨取向(party-oriented)的競選策略更逐漸扭曲了民主政治的理性主義(rationalism)理念。換言之，「牛肉在哪裡？」這句口號，最終也成為攻訐的「議題」(agenda)，而非實質的「政治主張」(manifesto)。

民主理論發展顯示競選過程中政見取向的重要性逐漸式微，實證研究也顯示這種趨勢，依據Ball-Rokeach & DeFleur (1976)「媒介依賴模式」(media dependency model)，在政治傳播過程中，選民依賴何種媒介獲取政治訊息、認識候選人，並且依賴媒介內容作為投票抉擇的依據呢？此一議題值得關切。

此外，學者樂觀認為網際網路將促成「虛擬政體」(virtual polis)，每位公民可平等參與公共事務決策過程，實現Habermas的理想言談情境(謝宗學，2003; Schmidtke, 1998)。Kellner(1998)指出新媒介可克服時空限制，將所有政治資訊傳遞

---

<sup>1</sup> Kaid & Johnston(1991)分析1988年美國總統大選的負面政治廣告超過六成；賴淑敏(2000)研究1991至1998年台灣政黨電視政治廣告發現，民進黨負面訴求比例皆超過八成。黃睿迪(2001)發現，越接近2000年總統大選中後期，負面競選廣告亦隨之而來，沒有選舉應有的「牛肉」。



給公眾，鼓勵公眾參與論證，甚至可利用網路進行選舉、罷免與公投。另一方面，Mazzoleni & Schulz(1999)指出後現代的公民參與(civic engagement)須挑戰以往習以為常的民主論述，他建議應注意新媒介所引起的各種形式的公民參與及互動。

Thurlow, Lengel & Tomic(2004)指出，網路的行動主義者運用電子郵件、新聞群組、網路聊天系統及網頁，傳送給閱聽大眾，並與其支持者在網路上進行溝通。但 Silverstone(1999)則擔憂在新媒介時代，「媒介提供了所有訊息，但這些訊息卻一無是處。」基於此，本研究的動機在探索：新媒介是否有能力創造、維持有意義的公共辯論？新媒介是否具有完整的資訊闡釋能力，可讓公眾自由接觸，並提出負責任的討論？而新媒介的正向功能在競選過程中可發揮何種功效？

## (二)研究問題意識與研究目的

Silverstone(1999)指出傳統媒介政治關注「媒介創造與維持意義的權力，以及媒介說服、保證與強化意念的權力」，因此，邁向新媒介政治(new media politics)時要注意「傾聽的權力、說話的權力、以及被聽見的權力」，也就是「鼓吹某些事務的權力、引導各種回饋、反映的權力」。從理想主義的觀點，美國 Jefferson 總統堅信「人民充分獲得資訊時，就可信賴讓他們去自治，一旦事情錯到引起他們注意時，他們自會糾正錯誤。」相關實證研究也分析，當訊息混淆不清、不完整、不精確以及不確定時，會造成無法判斷或錯誤判斷的情形(Smithson, 1989)。

因此，本研究問題意識之核心概念為新媒介與民主政治的關係為何？基於此一概念，本研究關心：新媒介是否有助於公民參與的實踐？此種公民參與對於政治競選過程中的政見論證有無可能達成，並且產生實質影響？在新媒介時代，選民對於政見訊息的認知與態度是主動、依賴或是信任？

綜合前述問題意識與動機，本研究核心目的可歸結為：在新媒介時代，運用新媒介作為政見傳播管道的可能性？亦即從公民參與觀點，試圖透過學術中立的概念，參照國外經驗，建構一個有關選舉的政見網站，並了解新媒介時代的選民對



此一新媒介平台與競選政見的認知與信任態度。

## 二、文獻探討

### (一)新媒介與政治

政治傳播研究主要探討選舉、政治語言、辭辯、符號與廣告、政治新聞、政府與媒介關係、政治態度與民意、政治社會化等主題。儘管各時期的研究取向有所差異，但政治傳播研究對於投票行為、民意以及政治參與的關注並無軒輊，尤其有關選民如何藉由媒介或人際網絡認識政黨、候選人與政見，並形成認知、信仰、態度與行為，始終是政治傳播的主要研究議題。

許多研究發現，在選舉過程中，受媒介傳播政治訊息的種種限制，公眾僅能透過選舉相關新聞報導而認知候選人對重大議題的立場，但是因為政治知識或是資訊掌握有限，也無法組織政治資訊，恐難理性參與政治(Ansolabehere & Iyengar, 1995)，甚至破壞「新聞媒介第四權的角色」(the role as the fourth power) (Tumber, 2001)、促成「公共領域的衰頹」(the decline of the public sphere) (Habermas, 1989)、也造成「論述的消逝」(the death of discourse)(Slayden & Whillock, 1999)。

因此，學界對於興起的新傳播媒介抱持更大期待，例如，相信網際網路的普及能夠縮短民眾與政府的距離、透過網路可取得即時與深入的資訊，進而知悉政府的決策與作為(Grossman, 1995; Hague & Loader, 1999)，隨著科技發展與時代演進，新媒介時代對政治，尤其是選舉到底有何影響，也引起學術界持續探討。

不論網路樂觀主義者(cyber-optimists)(Tehranian,1990; Grossman 1995; Hague & Loader, 1999)宣告「中介政治傳播已成為當代民主的政治與公共生活中心」(Bennett & Entman, 2001)，或是悲觀主義者(cyber-pessimists)提醒虛擬網路存在「近用權」(accessibility)和「數位落差」(digital divide)的問題，而使弱勢者淪為「網際貧民區」(cyber-ghetto)(Malina, 1999)，甚至造成「電子殖民地」(electronic colonialism)(Barber,



1999)。但新媒介已經具體在我們身邊如影隨行，因此，科技唯實論者(technorealist)認為應將客觀的科技(objective technology)與執行的科技(enacted technology)加以區分(Fountain, 2001)，也提醒應思考我們所期許的生活與民主理念為何？究竟新媒介與民主政治的關係何在？。

在新媒介時代，數位民主的意涵與範圍應予釐清與界定，才能深刻思考數位公共領域(digital public sphere)如何透過新媒介達成建構理性批判的效益。許多實證研究(引自方念萱、蘇彥豪，1998)從不同面向探討新媒介與民主政治的關係，其中包括媒介近用(Roger, Collins-Jarvis, & Schmitz, 1994)、媒介素養(Martinez, 1994)、使用動機、型式與普及性(Bonchek, 1995; Garramone, Harris, & Anderson, 1986)；也指出新媒介可作為社會運動抗爭發聲的另類場域(Howard, 1992; Downing, 1989)或視其為日常生活中交換意見的言路，審視溝通行動是否為民主理性(Fang, 1995; Herring, 1993; Sachs, 1995)。此外，van Dijk(1999)歸納，資訊傳播科技應用在政治與民主活動中的方式包括政治資訊配置(allocation)、諮詢(consultation)、註冊登錄(registration)及政治對話(conversation)。

王泰俐(2003)分析 2000 年總統大選與 2002 年北高市長競選網站時發現，選舉網站互動性已逐漸延伸到網站人際互動以及網站介面互動的面向，但政治網站呈現的互動性仍然未脫舊有政治傳播單向傳播的典範；新互動傳播科技目前被使用的方式仍未能改善政治人物與公民間的政治傳播流程。研究也發現候選人的參選身分(挑戰者或現任者)、選舉層級、選舉資源之限制、選民的網路使用習慣等因素，都可能影響選舉網站的互動性。王佳煌(2002)也指出，我國的電子公共領域未能趨近公共領域設定的理念類型；要促成理性批判，除了政治文化的因素之外，最主要的因素在於政治人物、官僚體系仍以操控的心態運用新傳播媒介，利用紛歧的、去中心化的社會結構，爭取選票；另一方面，傳統傳播媒介商業邏輯縮減一般人發言空間，守門人有政治考量、黨派立場與偏好，從而突出某些聲音；最後，政治人物與傳統傳播媒介運用網路的方式缺乏突破的思維與策略，以致電



子公共領域成爲海市蜃樓，台灣的電子公共領域終究只是一個神話。

因此在討論新媒介與民主參與以及選舉時，值得注意的是公眾如何觀看這種媒介商業化與政治勢力連結的現象。亦即新媒介對政治信任與參與有何影響？

## (二)新媒介與政治信任

Rheingold(1993)指出BBS是民主化的科技，可用來交換想法、動員民眾、強化社會資本(social capital)；Katz & Rice(2000)宣稱電腦中介傳播能促進社會參與及產生社會資本，因此應正視在網路空間所發生的行爲是豐富與多元的，且這些「無形的滑鼠」(invisible mouse)所營造的行爲對社會生活具極大影響，創造出大量社會參與及集體社會資本。Thurlow et al.(2004)指出，人們將電腦中介傳播作爲一個強化和提升人們既存社會網絡之工具，亦即幫自己增加此種社會資本。

社會資本是一累積建構的理念，相較於實體資本，社會資本主要描述社會的關係、期待、義務與規範對人類活動生產力的影響。國外有關社會資本的研究方興未艾，Lin(2000)將學術界有關社會資本的討論歸納爲三個類型：社會網絡與其嵌合的資源、社區參與或公民參與，以及信任或不信任。但近來研究則將媒介的變項納入，認爲媒介惡意(media malice)造成社會資本下降，使民眾對政治信任愈發低落，連帶影響參與或投票行爲(Cappella & Jamieson, 1997; Moy & Scheufele, 2000; Bennett, 2000；引自彭芸，2002)。因此，研究逐漸關注在新媒介興起後，虛擬的網際網路社會行爲對實體的社會資本產生何種影響？

美國自六十年代以來投票率愈發降低，許多研究都認爲源自於民眾對政府信心下降、政治效能感降低，覺得政府與民眾距離愈來愈遠，投票與否影響差別不大，其他先進民主國家也頗相似，各種數據多顯示民主國家中民眾對政府的信任持續降低(Norris, 1999)。由於此種公眾對政治機構與其領導者的信任態度，往往成爲政治體系尋求支持回饋的指標，也影響政治體系的均衡發展，因此研究者多將公眾對政治體系的態度稱爲犬儒主義(cynicism)、不滿意(disaffection)、疏離



(alienation)、負面主義(negativism)或冷漠(apathy)(Moy & Pfau, 2000)，及不信任(distrust)、確乏信心(lack of confidence)、無力感(powerlessness)、無意義(meaningless)、脫序(normless)(Cappella & Jamieson, 1996)等，並且試圖藉由觀察其政治效能感(efficacy)、公民責任感(citizen duty)、政治信任感(trust)以及政治疏離感等態度，進而檢測其政治參與行爲。

Putnam(1995)追蹤近卅年美國社會的人際信任、公民參與、政治信任的轉變，發現人們對政府的信任、人際信任與公民參與均日趨下降，他歸咎於電視媒介所造成的影響。許多研究也進一步思索媒介與政治信任的關聯性，這些研究大多指出，民眾對政治體系的疏離、冷漠、犬儒、對政府與政治人物失去信任，乃源於傳播媒介的負面報導，例如 Rozell(1994)研究美國國會的新聞報導，結果民眾感受媒介呈現的美國九十年代是處於所謂的犬儒年代，美國人雖比以前更健康、長壽、富裕，但卻覺得最美好的日子已經過去，民眾對政府機構與領導人的信心低到了前所未有的程度。

不過，國外有若干研究只顯示媒介注意與信任政府有關，但媒介的負面內容暴露與信任政府之間並無明顯關聯(Bennett, Rhine, Flickinger & Bennett, 1999)，例如，de Vreese(2004)曾進行一項有關政治犬儒、議題評價、政治支持的兩階段實驗研究，結果發現，接觸策略新聞議題的觀眾確實充滿政治犬儒的現象，而且對誇大的議題增加負面的評價印象，但是，間隔一段時間之後，再測驗其長期效果，結果發現前述對議題所呈現的負面印象均減緩，因而指出除非公眾長時間接觸類似框架的新聞報導，否則效果不會持續。

事實上，從媒介框架的概念，當公眾大量且依賴大眾媒介獲取有關政府活動的訊息，將極可能影響其對政治真實的認知與態度。Cappella & Jamieson(1996)的研究提出「犬儒的螺旋」(Spiral of Cynicism)概念，強調負面的傳播媒介報導日漸影響公眾對公共事務與政府的信任態度。Patterson(1993)的研究顯示大量的負面新聞報導與美國民眾的政治犬儒態度有關，愈關心政治、閱聽政治新聞較多的人，



愈對國會充滿不信任，選戰中過多的負面新聞使民眾對政治產生負面觀感以及冷漠。Norris(2000)曾指控，看電視的行為降低人們對政治機構的信心以及對政治體系的支持，因此他指出「影視弱智」是社會資本不足的原因之一。

國內近來許多研究(張荳雲，1997；彭芸，2002；Peng, 2003；陳義彥、陳陸輝，2002a, b)都顯示民眾的政治冷漠感增加，信任日益淡薄。張荳雲(1997)比較1984至1992年國人對不同對象信任的變遷，結果與國外研究結果類似，即國人對政府、司法與執法機關、大傳媒介及這些組織的工作者不信任的比例都顯著升高。

政治學者探討政治信任態度形成的可能因素，多未討論媒介使用的變項，但發現在高度政治動員的我國，省籍、政黨、年齡等人口變項往往是決定政治態度的關鍵因素。然而，政治傳播學者彭芸(2002)和 Peng(2003)分析媒介使用對政治信任的影響，發現民眾的媒介使用以及評價媒介是否負面，與其信任總統、立法院與司法院都無明顯關聯，但人口變項與外在效能感可預測民眾的政治信任。

如前所述，傳播界對於政治信任的關切，已逐漸由傳統的傳播媒介轉向網際網路的影響(Ankey, 2002)。因此，新型態的互動媒介的發展對政治信任、甚至公民參與的影響何在？也是本研究的關注焦點。

### 三、研究方法

#### (一)行動研究取向—核心研究取徑

本研究採行動研究(action research)取向貫穿，也就是透過「行動」和「研究」整合(McNiff, 1995)，達成探索新媒介作為競選政見傳播工作平台之可能性。

行動研究具有實踐取向的典範(praxis-oriented research paradigm)(Lather, 1986)，是一種理性的社會管理(rational social management)，同時結合社會科學的實驗方法與社會行動，藉以反映主要的社會問題(Hart & Bond, 1995)。所以，行動研究包含「了解」(作為研究的目的)與「改變」(作為實踐的目的)的雙重目的，本研





究之行動策略採取架設與維護 2006 年台北市長選舉之競選政見網站、並行銷網站，協助接觸該網站者對競選政見取向「意識覺醒」與「賦權」。

經評估，近年主要選舉多屬全國同時舉行<sup>2</sup>，其中2006年底的直轄市長、市議員選舉僅有台北、高雄兩市選民參與，因而成為媒體報導焦點，且此次台北市長選舉共有六位知名人士參選，人數為歷屆之最，其中國民黨提名前行政院長郝柏村之子、曾任環保署長的郝龍斌，民進黨由前黨主席、曾任行政院長、高雄市長的謝長廷參選，親民黨由該黨主席、曾任台灣省長的宋楚瑜代表，無黨籍參選人包括立法委員李敖、資深媒體人周玉蔻、有抗議天王之稱的柯賜海等人，相關政見議題多元且南轅北轍，對本研究採行動研究的策略而言，具有極佳試驗效果。

此外，依據創市際市場研究顧問(2006)的持續性調查報告，2005年10月時我國上網總人口突破千萬人，2006年11月更達到1,185萬人，佔總人口將近六成，其中男女性別趨近各半，39歲以下各年齡層的上網率皆超過70%，40-49歲的上網率也已超過五成。再者，台灣網路資訊中心2006年8月公佈的「台灣寬頻網路使用調查」報告(梁德馨，2006)也顯示，12歲以上人口的上網率為67.2%；其中，寬頻網路使用人數約1,225萬人，約佔總人口數六成三其中，台北市之家庭寬頻使用比例超過八成；且46-55歲民眾的上網比例也已超過五成。另一方面，我國網路部落格的發展從2003年開始蓬勃發展，自2005年起，各項選舉中候選人均紛紛架設競選部落格與網站(林宏達，2005)。因此，在網路普及的環境下，也可檢測選民是否具有透過政見網站接觸競選政見的行為。

本研究架設之「台北市長候選人政見資訊網站」廣泛收集各平面、電子新聞媒介資料庫、政府公報、候選人網站、著作、競選廣告、光碟中有關台北市政之舊有政見、即時政見與相關政見訊息。本研究網站初稿於選前兩個月完成，開始

<sup>2</sup> 2004年至今舉辦的重要選舉包括：第十一屆總統、副總統(2004年3月)、第六屆立法委員(2004年12月)、縣市長、議員及鄉鎮市長(2005年12月)、鄉鎮市民代表暨村里長(2006年6月)、直轄市長、議員與台北市里長(2006年12月)、第七屆立法委員(2008年1月)、第十二屆總統、副總統(2008年3月)、縣市長、議員及鄉鎮市長(2009年12月)、鄉鎮市民代表暨村里長(2010年6月)、以及直轄市長、議員(2010年12月)等選舉。



試行，選前一個月(11月11日)正式上線。行動策略參考2004年美國總統大選無黨派政治組織“OnTheIssues”所架設之網站<sup>3</sup>架構，網站內容包括：(1)以候選人為導向之內容、(2)以政見為導向的比較與整理、(3)整份政見或資料檔案之內容、(4)意見論壇、(5)使用規約、紀錄流量、聯絡方式、邀請配合回答問卷之訊息及其他相關網站連結。在競選期間每日更新政見資料，並監控網站使用情形與意見反映，對於網站使用者之回饋進行自省；另為避免政黨「色彩」，內容均採灰色系，內容如圖1-10。

圖 1 政見資訊網首頁



圖 3 政見資訊網候選人導向網頁



圖 2 政見資訊網政見議題導向網頁



圖 4 政見資訊網候選人基本資料網頁



<sup>3</sup> (<http://www.OnTheIssues.org>), 2006/9/1.



圖 5 政見資訊網候選人政見主  
張網頁



圖 6 政見資訊網政見比較示意  
圖



圖 7 政見資訊網政見綜合比較



圖 8 政見資訊網政見綜合評價



圖 9 政見資訊網留言與對話



圖 10 政見資訊網留言版版主回  
應



為使行動所架設之網站充分為公眾所知悉並使用，並透過發布新聞(刊登於《自由時報》、《中華日報》)、電子郵件、MSN、部落格等媒介進行「滾雪球」方式(snowball sampling techniques)之宣傳、並在主要 bbs 站公告、媒介電子報、相關政治性論壇、各候選人與政黨網站貼文、同時主動發函邀請各政黨、候選人、媒介與公益性團體網站進行合作與連結等方式擴大接觸面，以達行動策略之效益，總計一個月內點閱 5834 人次。



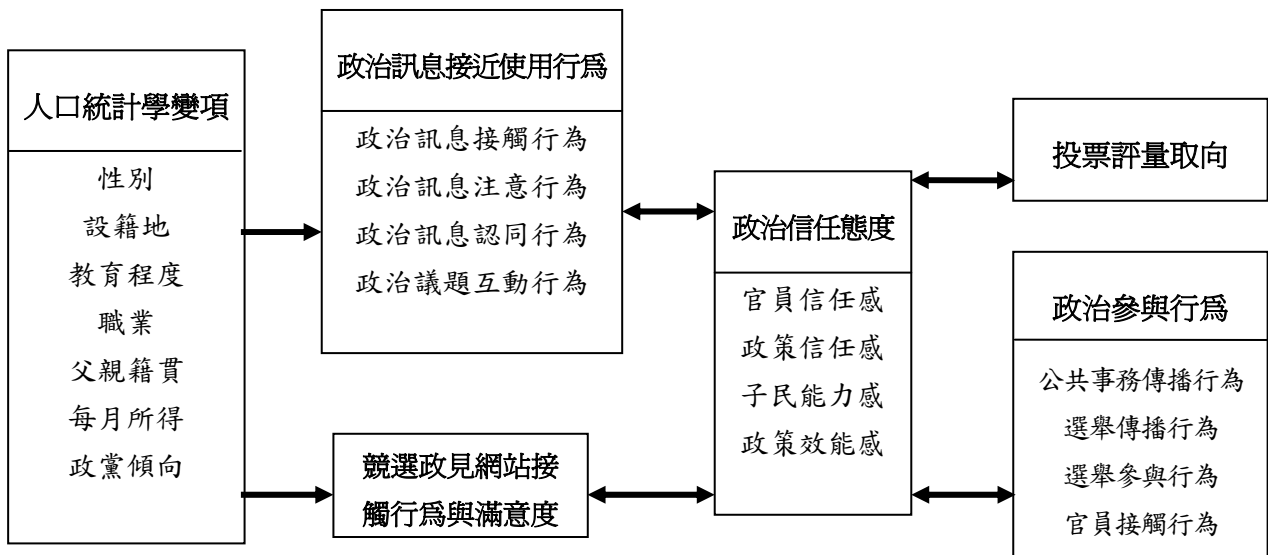
## (二)問卷調查法

### 1. 研究架構與變數

本研究架構(圖 11)旨在探求新媒介使用者之政治訊息接近使用行爲、政見網站接觸行爲及滿意度、政治信任態度、投票評量取向與政治參與行爲之間的關係。主要將進行：

- (1)新媒介使用者各項變數的描述分析；
- (2)新媒介使用者人口統計學變項與各項政治態度、行爲之差異分析；
- (3)新媒介使用者各項政治態度、行爲之間的相關分析；
- (4)新媒介使用者各項政治態度、行爲對政治參與行爲的預測分析。

圖 11 研究架構圖



## 2. 研究工具—問卷

研究問卷主要為封閉式(close-ended)問題，依研究架構，內容說明如次：

- (1)人口統計學變項：旨在收集個人基本資料，主要包括性別、設籍地、教育程度、職業、父親籍貫、每月所得、政黨傾向等，均為類目尺度。
- (2)政治訊息接近使用行爲量表：旨在測量使用媒介與網路獲取政治訊息之行爲，共 17 題，分為政治訊息接觸行爲(指閱聽媒體中政治/政論新聞的頻率)、政治訊息注意行爲(指注意媒體中政治/政論新聞的程度)、政治訊息認同行爲(指認同媒體中政治/政論新聞內容的程度)與政治議題互動行爲(指透過媒體表達/回應政治觀點的程度)四個子量表，採 Likert 五點量表。
- (3)競選政見網站接觸及滿意度量表：為測量受訪者接觸候選人架設與本研究設置之政見網站的情形，共 2 題，採類目尺度；另測量受訪者對「台北市長候選人政見資訊網」的滿意度，共 14 題，採 Likert 五點量表。
- (4)政治信任態度量表、政治參與行爲量表：此部份之問卷參酌 Cappella & Jamieson(1996)、林嘉誠(1989)、呂傑華(1990)、彭芸(2001)、陳憶寧(2001)、張卿卿(2002a, b)等有關政治參與、政治效能、政治信任等研究量表，再依本研究目的修正建立。政治信任態度量表共 20 題，分為官員信任感(指個人對政府官員知識、能力、操守的信任態度)、政策信任感(指個人對政府官員執行各項公共政策的信任態度)、子民能力感(指個人認為政府官員必然會對其所提出的需求有所反應的態度)與政策效能感(指個人認為其政治行爲影響政治體系和政府決策的可能能力)四個子量表、政治參與行爲量表共 15 題，分為公共事務傳播行爲(指個人透過大眾獲人際傳播管道，獲取公共事務資訊的行爲)、選舉傳播行爲(指選民與人討論選舉事務、閱讀選情資訊…等各項選舉資訊的傳播活動)、選舉參與行爲(指選民積極介入選舉事務的行爲)、官員接觸行爲(指人民向政府官員進行直接或間接意



見表達的行為)四個子量表，均採 Likert 五點量表。

(5)投票評量取向量表：主要測量受訪者採行政黨、候選人或政見等取向進行投票行為之情形，共 16 題，採 Likert 五點量表。

問卷設計完成後進行預試(pre-test)、資料處理與Cronbach's  $\alpha$ 信度考驗，再修訂為正式問卷。

### 3. 問卷調查與統計方法

本研究採問卷調查法，為避免選民受選後氣氛影響，於台北市長選舉結束後一個月，兼採「立意抽樣法」(purposive sampling)與滾雪球抽樣方式，以網站宣傳、電子郵件寄送等多元管道，聯繫曾於網站論壇發表意見或自願參與之使用者，並於主要bbs站、媒介電子報、政治性論壇、各候選人與政黨網站貼文，透過my3q意見調查網站<sup>4</sup>進行連結與問卷回收，共計收到 322 份問卷，在剔除填答不完整、不透露基本資料、填答前後明顯矛盾者，有效問卷共計 304 份<sup>5</sup>。

本研究採次數分配、百分率、平均數與標準差進行描述性分析，使用因素分析法分析競選政見網站滿意度與投票評量取向之因素構面，另使用獨立樣本  $t$  檢定、單因子變異數分析(one-way ANOVA)與 Scheffe 多重比較法進行變數間的差異性分析，採 Pearson 積差相關進行相關性分析，並採多元逐步迴歸分析(multiple stepwise regression)政治參與行為進行預測分析。

---

<sup>4</sup> (<http://www.my3q.com>), 2007/1/12.

<sup>5</sup> 其中，曾瀏覽過本研究所架設的行動網站的123位選民中，有82位(66.7%)設籍台北市；因此，為了解瀏覽政見網站經驗與各項政治行為、態度的差異，也特別在次章第三節進行分析。



## 四、研究分析

### (一)新媒介使用者描述統計

#### 1. 新媒介使用者基本資料分析

本研究 304 位新媒介使用者中(表 1)，女性稍多、近半數設籍在台北市；九成四具有大學、甚至研究所以上學歷；近七成父親為本省閩南籍、一成六為大陸各省籍、客家籍約一成二；近三成每月所得在 10000 元以下(經交叉分析，其中七成六為學生)、40001 元以上者近四成三；五成六無特定政黨傾向，一成九傾向國民黨、近一成四傾向民進黨；除學生外，以教師與企業職員較多，各約一成七左右。

表1 新媒介使用者基本資料之描述統計表

項目		次數	%	項目		次數	%
性別 (n=300)	男	134	44.7	政黨 傾向 (n=302)	國民黨	58	19.2
	女	166	55.3		民進黨	41	13.6
設籍地 (n=301)	台北市	146	48.5		親民黨	9	3.0
	非台北市	155	51.5		台聯	2	.7
教育 程度 (n=301)	高中(職)	4	1.3		新黨	7	2.3
	專科	13	4.3		無特定政黨	170	56.3
	大學	161	53.5	其他	15	5.0	
	研究所及以上	123	40.9	職業 (n=299)	工程師、技師	17	5.7
父親 籍貫 (n=298)	台灣閩南籍	207	69.5		民營企業職員	48	16.1
	台灣客家籍	37	12.4		民營企業經理	19	6.4
	原住民	4	1.3		自營商	17	5.7
	大陸各省籍	50	16.8		教師	52	17.4
每月 所得 (n=300)	10000 元以下	89	29.7		公務人員	19	6.4
	10001~20000 元	8	2.7		軍警(含義務役)	6	2.0
	20001~30000 元	44	14.7		已退休(原職業)	5	1.7
	30001~40000 元	31	1.3		待業中	15	5.0
	40001~50000 元	57	19.0		學生	75	25.1
	50001 元以上	71	23.7	其他	26	8.7	

整體而言，新媒介使用者的性別相當、教育程度頗高；省籍分佈與目前國內省籍結構近似；以無特定政黨傾向以及國、民兩大政黨為主；且扣除學生使用者的收入較低者，其餘使用者的所得尚佳；職業多元，但以學生、教師、職員最多。



## 2. 新媒介使用者各項政治行為、態度之描述分析

經統計(表 2)，新媒介使用者的政治訊息接觸行為並不頻繁、亦較不注意政治訊息、較不認同與接受政治訊息、很少進行政治議題互動行為，其整體政治訊息使用行為並不積極。此外，新媒介使用者之政策信任感、官員信任感、子民能力感、公民能力感以及整體之政治信任態度也都偏低。

本研究依據因素分析將新媒介使用者的投票評量取向區分為四類因素。其因素分析 KMO 值為.771，且 Bartlett 檢定的  $p$  值小於.001，表示本研究投票評量之抽樣資料適當，且可顯示本研究所建構的投票評量變數間具有顯著相關性，適於進行因素分析。四項評量因素構面 Cronbach' s  $\alpha$  值分別為.83、.80、.53 與.73，屬於中高可信度，且四因素累積解釋變異 60.75%。

因素命名依據各變項構面因素負荷型態的實質解釋，其中因素一為「政績品德取向」，此構面包含候選人行政能力、從政政績表現、行政經歷、政見主張、個人品德操守等五項評量項目；因素二為「競選文宣取向」，此構面包含廣告文宣、民調結果、當選可能性、重要政治人物助選、知名度、新聞媒介報導內容等六項評量項目；因素三為「黨籍省籍取向」，此構面包含候選人籍貫與黨籍等兩個評量項目；因素四為「個人屬性取向」，此構面包括學歷、年齡與性別等三個評量項目。經分析，新媒介使用者整體投票取向持平，但主要依據候選人政績品德進行投票的評量，亦即重視候選人的行政能力、從政政績表現、行政經歷、政見主張與個人品德操守。

另一方面，新媒介使用者之公共事務傳播行為頻繁、選舉傳播行為較不積極、選舉參與行為亦不甚積極、官員接觸行為極少、整體政治參與行為較不積極。





表2 新媒介使用者政各項政治行為、態度之描述統計表

項目		平均	標準差	項目		平均	標準差
政治 訊息 接近 使用 行為	政治訊息接觸行為	2.70	.79	政治 信任 態度	官員信任感	2.24	.62
	政治訊息注意行為	2.42	.90		政策信任感	2.42	.54
	政治訊息認同行為	2.76	.65		子民能力感	2.22	.73
	政治議題互動行為	1.51	.69		政策效能感	2.53	.74
	整體政治訊息接近使用	2.50	.63		整體政治信任態度	2.37	.55
投票 評量 取向	政績品德取向	4.25	.61	政治 參與 行為	公共事務傳播行為	3.34	.63
	競選文宣取向	2.65	.66		選舉傳播行為	2.23	.75
	黨籍省籍取向	2.55	.90		選舉參與行為	1.87	.92
	個人屬性取向	2.75	.82		官員接觸行為	1.32	.48
	整體投票評量取向	3.14	.47		整體政治參與行為	2.16	.55

經統計(表 3)，僅三成六的新媒介使用者曾上網瀏覽候選人所架設的政見網站，且只有四成一使用者曾經瀏覽過本研究所架設之「台北市長候選人政見資訊網」，顯示選民對於競選網站或政見資訊的接觸仍屬有限。

表3 新媒介使用者瀏覽競選政見網站之描述統計表

項目	次數	%	
瀏覽候選人自行架設之競選網站情形(複選)	瀏覽李敖競選網站	15	5.0
	瀏覽周玉蔻競選網站	30	1.1
	瀏覽謝長廷競選網站	68	22.8
	瀏覽宋楚瑜競選網站	53	17.8
	瀏覽郝龍斌競選網站	82	27.5
	瀏覽柯賜海競選網站	6	2.0
	皆未瀏覽任何競選網站	191	64.1
瀏覽「台北市長候選人政見資訊網」情形(n=299)	曾經瀏覽	123	41.1
	不曾瀏覽	176	58.9

本研究依據因素分析將新媒介使用者對「台北市長候選人政見資訊網」內容的滿意程度區分為兩類因素。其因素分析 KMO 值為.899，且 Bartlett 檢定的  $p$  值小於.001，表示本研究政見網內容滿意度抽樣資料適當，且可顯示本研究所建構的內容滿意度變數間具有顯著相關性，適於進行因素分析。各滿意程度因素構面 Cronbach' s  $\alpha$  值皆超過.90，屬於高可信度，且兩因素累積解釋變異 68.37%。

因素命名依各變項構面因素負荷型態的實質解釋，其中因素一為「內容公正可信」，此構面包含中立性、公平性、可信度、版主回應留言版滿意度與政見比較區滿意度五項內容滿意度項目；因素二為「內容參考價值」，構面包含內容完整性、可讀性、更新速度、連結便利性、政見議題區滿意度、候選人政見區滿意度、留言版滿意度、網站宣傳滿意度、投票參考價值滿意度等九項內容滿意度項



目。綜合而言，曾經接觸過「台北市長候選人政見資訊網」的新媒介使用者對網站的整體滿意度平均數為 3.55，顯示其對本研究所架設之網頁的大多肯定(表 4)。

表4 新媒介使用者對「台北市長候選人政見資訊網」滿意度之描述統計表

項目	平均	標準差
內容公正可信	3.72	.67
內容參考價值	3.47	.65
整體網站滿意度	3.55	.62

## (二)新媒介使用者與各項政治行為、態度之差異分析

不同新媒介使用者在政治訊息接近使用行為上是否有所差異？經獨立樣本  $t$  檢定(表 5)，男性在政治訊息接觸行為( $t=2.68^{**}$ )、政治訊息注意行為( $t=4.15^{***}$ )、整體政治訊息接近使用行為( $t=2.80^{**}$ )高於女性，但女性在政治訊息認同行為( $t=-2.10^*$ )高於男性；此外，台北市民在政治訊息接觸行為( $t=2.28^*$ )、政治訊息注意行為( $t=3.22^{***}$ )、整體政治訊息接近使用行為( $t=2.73^{**}$ )高於非台北市民。

經單因子變異數分析，職業與政治訊息接觸行為( $F=4.34^{***}$ )、政治訊息注意行為( $F=4.56^{***}$ )、政治議題互動行為( $F=2.54^{**}$ )、整體政治訊息接近使用行為( $F=4.47^{***}$ )達顯著差異，經 Scheffe 事後比較，民營企業經理人員在政治訊息接觸、注意行為方面顯著高於學生。父親籍貫與政治訊息注意行為( $F=3.15^*$ )達顯著差異，經 Scheffe 事後比較，大陸籍者的政治訊息注意行為顯著高於本省閩南籍者。

每月所得與政治訊息接觸行為( $F=11.28^{***}$ )、政治訊息注意行為( $F=8.58^{***}$ )、政治訊息認同行為( $F=2.50^*$ )、政治議題互動行為( $F=2.53^*$ )、整體政治訊息接近使用行為( $F=9.03^{***}$ )均達顯著差異，經 Scheffe 事後比較，所得 50001 元以上者的政治訊息接觸、注意行為均顯著高於其他各層所得者；除了 20001-30000 元者，所得 50001 元以上者的整體政治訊息接近使用行為亦顯著高於其他各層所得者。政黨認同與政治訊息認同行為( $F=3.07^{**}$ )、政治議題互動行為( $F=4.35^{***}$ )達顯著差異，經 Scheffe



事後比較，傾向國民黨者在政治訊息認同行為顯著高於傾向親民黨者，另外，親民黨者的政治議題互動行為顯著高於無特定政黨傾向者。

表5 新媒介使用者與各項政治行為、態度之差異分析表

項目	性別 ( <i>t</i> )	設籍台北 ( <i>t</i> )	教育程度 ( <i>F</i> )	職業 ( <i>F</i> )	父親籍貫 ( <i>F</i> )	每月所得 ( <i>F</i> )	政黨傾向 ( <i>F</i> )	
政治訊息接近使用行為	政治訊息接觸行為	2.68**	2.28*	1.47	4.34**	1.51	11.28***	1.96
	政治訊息注意行為	4.15***	3.22***	1.57	4.56***	3.15*	8.58**	.35
	政治訊息認同行為	-2.10*	.25	.58	1.53	2.12	2.50*	3.07**
	政治議題互動行為	1.91	1.83	2.15	2.54**	2.05	2.53*	4.35***
	整體政治訊息接近使用行為	2.80**	2.73**	.94	4.47***	2.61	9.03***	1.19
政見網滿意度	內容公正可信	-1.65	3.84***	1.19	1.41	2.78*	.98	.89
	內容參考價值	-3.02**	1.23	6.37**	.81	4.69**	.68	1.88
	整體網站滿意度	-2.74**	2.24*	5.13**	.99	3.90*	.57	1.26
政治信任態度	官員信任感	.43	-.94	.10	1.76	.91	.78	2.57*
	政策信任感	-.12	-2.50*	1.14	1.77	.96	.63	2.38*
	子民能力感	-1.88	-.97	1.03	1.70	3.10*	1.12	3.65**
	政策效能感	-1.11	-1.87	.19	1.17	.54	.76	3.55**
	整體政治信任態度	-.70	-1.69	.46	2.22*	1.31	.70	3.14**
投票評量取向	政績品德取向	-1.18	.88	.71	2.23*	.28	.56	.54
	競選文宣取向	.69	.76	.85	2.75**	1.59	3.34**	3.70***
	黨籍省籍取向	-.47	2.53*	.50	2.10*	2.00	1.81	7.48***
	個人屬性取向	-.50	2.65**	3.35*	1.71	.28	.942	.93
	整體投票評量取向	-.28	2.28*	1.28	3.18***	.59	1.00	2.65*
政治參與行為	公共事務傳播行為	.72	3.76***	6.35***	2.89**	5.89***	2.66*	2.89**
	選舉傳播行為	-.31	5.38***	2.56	1.91*	6.49***	.64	5.65***
	選舉參與行為	-.52	4.92***	4.52**	1.40	6.69***	1.85	3.05**
	官員接觸行為	1.49	1.94	2.73*	1.63	4.77**	2.21	2.79*
	整體政治參與行為	.25	5.31***	3.13*	2.12*	7.82***	1.60	5.98***

註：\*表示  $p < .05$ ；\*\*表示  $p < .01$ ；\*\*\*表示  $p < .001$

不同新媒介使用者對「台北市長候選人政見資訊網」滿意度是否有所差異？經獨立樣本  $t$  檢定，女性新媒介使用者對資訊網內容參考價值( $t = -3.02^{**}$ )、整體網站內容( $t = -2.74^{**}$ )顯著較男性更為滿意；台北市民對資訊網內容公正可信( $t = 3.84^{***}$ )、整體網站內容( $t = 2.24^*$ )顯著較非台北市民更為滿意。

經單因子變異數分析，不同教育程度的新媒介使用者對「台北市長候選人政見資訊網」的內容參考價值( $F = 6.37^{**}$ )、整體網站內容( $F = 5.13^{**}$ )的滿意度有顯著差異，經 Scheffe 事後比較，大學學歷者對於此兩項均較研究所以上者更為滿意。

父親籍貫不同的新媒介使用者對於網站的內容公正可信( $F = 2.78^*$ )、內容參考價



值( $F=4.69^{**}$ )與整體網站內容( $F=3.90^*$ )的滿意度有顯著差異，Scheffe 事後比較顯示本省閩南籍、客家籍與大陸各省籍者對於內容參考價值均較原住民更為滿意，而本省客家籍與大陸各省籍者對於整體網站內容也較原住民族群更為滿意。

不同新媒介使用者的政治信任態度是否有所差異？經獨立樣本  $t$  檢定，非台北市的使用者的政策信任感顯著高於台北市民( $t=-2.50^*$ )。另經單因子變異數分析，職業與政治信任態度總量表表達顯著差異( $F=2.22^*$ )。此外，父親籍貫僅與政治信任態度之子民能力感達顯著差異( $F=3.10^*$ )，Scheffe 事後比較顯示客家籍的子民能力感顯著高於大陸籍。而政黨認同與官員信任感( $F=2.57^*$ )、政策信任感( $F=2.38^*$ )、子民能力感( $F=3.65^{**}$ )、政策效能感( $F=3.55^{**}$ )與整體政治信任態度( $F=3.14^{**}$ )均達顯著差異，經 Scheffe 事後比較，僅傾向民進黨者的子民能力感高於傾向國民黨者。

不同新媒介使用者其投票行為評量因素是否有所差異？經獨立樣本  $t$  檢定，台北市民較非台北市民更為重視黨籍省籍取向( $t=2.53^*$ )、個人屬性取向( $t=2.65^{**}$ )，在整體投票取向( $t=2.28^*$ )也較為重視。

經單因子變異數分析，不同教育程度的使用者在考量候選人的個人屬性上( $F=3.35^*$ )有顯著差異，Scheffe 事後比較顯示研究所以上學歷者較高中(職)教育程度者更重視候選人個人屬性。此外，不同職業考量候選人的政績品德( $F=2.23^*$ )、競選文宣( $F=2.75^*$ )、黨籍省籍( $F=2.10^*$ )以及整體投票評量取向( $F=3.18^{**}$ )上有顯著差異，Scheffe 事後比較僅顯示民營企業一般職員較公務人員更重視競選文宣。此外，不同所得的使用者評量候選人的競選文宣( $F=3.34^{**}$ )有顯著差異。

不同政黨傾向的新媒介使用者考量候選人的競選文宣( $F=3.70^{**}$ )、黨籍省籍( $F=7.48^{***}$ )以及整體投票評量取向( $F=2.65^*$ )有顯著差異，Scheffe 事後比較顯示傾向國民黨者較傾向親民黨者顯著重視競選文宣、而傾向民進黨者較國民黨與無特定政黨傾向者更重視黨籍省籍。



不同新媒介使用者其政治參與行為是否有所差異？經獨立樣本  $t$  檢定，台北市民的公共事務傳播行為( $t=3.76^{***}$ )、選舉傳播行為( $t=5.38^{***}$ )、選舉參與行為( $t=4.92^{***}$ )與整體政治參與行為( $t=5.31^{***}$ )均顯著高於非台北市民。

經單因子變異數分析，教育程度與公共事務傳播行為( $F=6.35^{***}$ )、選舉參與行為( $F=4.52^{**}$ )、官員接觸行為( $F=2.73^*$ )、整體政治參與行為( $F=3.13^*$ )達顯著差異，經 Scheffe 事後比較，大學程度的公共事務傳播行為顯著低於專科與研究所以上學歷者；高中職程度的選舉參與行為顯著高於大學與研究所以上學歷者。此外，職業與公共事務傳播行為( $F=2.89^{**}$ )、選舉傳播行為( $F=1.91^*$ )、整體政治參與行為( $F=2.12^*$ )達顯著差異。

父親籍貫與公共事務傳播行為( $F=5.89^{***}$ )、選舉傳播行為( $F=6.49^{***}$ )、選舉參與行為( $F=6.69^{***}$ )、官員接觸行為( $F=4.77^{**}$ )、整體政治參與行為( $F=7.82^{***}$ )均達顯著差異，經 Scheffe 事後比較，大陸各省籍者的公共事務傳播行為高於本省閩南籍及原住民；大陸各省籍的選舉傳播、官員接觸與整體政治參與行為也都高於本省閩南籍與客家籍；另外，大陸各省籍者的選舉參與行為高於本省閩南籍民眾。

在所得方面，所得僅與公共事務傳播行為達顯著差異( $F=2.66^*$ )，經 Scheffe 事後比較，每月所得 50001 元以上者的公共事務傳播行為高於 10000 元以下者。而政黨認同與公共事務傳播行為( $F=2.89^{**}$ )、選舉傳播行為( $F=5.65^{***}$ )、選舉參與行為( $F=3.05^{**}$ )、官員接觸行為( $F=2.79^*$ )、整體政治參與行為( $F=5.98^{***}$ )均達顯著差異，經 Scheffe 事後比較，僅傾向親民黨者的選舉傳播行為以及整體政治參與行為均高於無特定政黨傾向者。

### (三)新媒介使用者瀏覽政見網站經驗與各項政治行為、態度之差異分析

新媒介使用者瀏覽「台北市長候選人政見資訊網」之經驗與其政治行為、態度是否有所差異？經獨立樣本  $t$  檢定，曾經瀏覽過「政見資訊網」的使用者在政



治訊息接觸行為( $t=3.31^{***}$ )、政治訊息注意行為( $t=3.82^{***}$ )、政治議題互動行為( $t=3.16^{**}$ )、整體政治訊息接近使用行為( $t=3.69^{***}$ )，以及對官員信任感( $t=2.00^*$ )、政績品德取向( $t=2.52^*$ )、整體投票評量取向( $t=2.45^*$ )、公共事務傳播行為( $t=4.37^{***}$ )、選舉傳播行為( $t=4.92^{***}$ )、選舉參與行為( $t=4.59^{***}$ )、官員接觸行為( $t=3.93^{***}$ )、整體政治參與行為( $t=5.83^{***}$ )均顯著高於未曾瀏覽者。

表6 新媒介使用者競選瀏覽「政見資訊網」經驗與各項政治行為、態度之差異分析表

項目		t 值	項目		t 值
政治 訊息 接近 使用 行為	政治訊息接觸行為	3.31 <sup>***</sup>	政治 信任 態度	官員信任感	-2.00 <sup>*</sup>
	政治訊息注意行為	3.82 <sup>***</sup>		政策信任感	-.78
	政治訊息認同行為	1.50		子民能力感	-1.09
	政治議題互動行為	3.16 <sup>**</sup>		政策效能感	-1.25
	整體政治訊息接近使用行為	3.69 <sup>***</sup>		整體政治信任態度	-1.51
投票 評量 取向	政績品德取向	2.52 <sup>*</sup>	政治 參與 行為	公共事務傳播行為	4.37 <sup>***</sup>
	競選文宣取向	1.47		選舉傳播行為	4.92 <sup>***</sup>
	黨籍省籍取向	-.17		選舉參與行為	4.59 <sup>***</sup>
	個人屬性取向	1.30		官員接觸行為	3.93 <sup>***</sup>
	整體投票評量取向	2.45 <sup>*</sup>		整體政治參與行為	5.83 <sup>***</sup>

註：\*表示  $p < .05$ ；\*\*表示  $p < .01$ ；\*\*\*表示  $p < .001$

#### (四)新媒介使用者各項政治行為、態度之相關分析

##### 1. 新媒介使用者瀏覽政見網站滿意度與各項政治行為、態度之相關分析

經相關分析(表 7)，曾經瀏覽的新媒介使用者對於「台北市長候選人政見資訊網」的內容公正可信滿意度與各項政治信任態度均達顯著負相關，對於網站內容的參考價值滿意與官員信任感也達顯著負相關，對於網站的整體滿意度則與官員信任感、政策效能感達顯著負相關。

此外，曾經瀏覽的新媒介使用者對於「政見資訊網」的各項滿意度均與政績品德的投票取向以及整體投票評量取向達顯著正相關；再者，曾經瀏覽的新媒介使用者對於「政見資訊網」的各項滿意度與所有政治參與行為皆達顯著正相關。



表7 新媒介使用者瀏覽「政見資訊網」滿意度與各項政治行為、態度之相關分析表

項目		內容公正可信	內容參考價值	整體網站滿意度
政治 信任 態度	官員信任感	-.187*	-.206*	-.199*
	政策信任感	-.230**	-.077	-.133
	子民能力感	-.207*	-.046	-.102
	政策效能感	-.326***	-.161	-.225*
	整體政治信任態度	-.261**	-.117	-.170
投票 評量 取向	政績品德取向	.417***	.399***	.425***
	競選文宣取向	-.017	.044	.002
	黨籍省籍取向	.099	.101	.116
	個人屬性取向	.080	.042	.075
	整體投票評量取向	.175*	.197*	.193*
政治 參與 行為	公共事務傳播行為	.290***	.314***	.315***
	選舉傳播行為	.286***	.349***	.337***
	選舉參與行為	.202*	.234**	.222*
	官員接觸行為	0.177*	.236**	.212*
	整體政治參與行為	.290***	.354***	.338***

註：各方格內數值為  $r$  值。且 \* 表示  $p < .05$ ；\*\* 表示  $p < .01$ ；\*\*\* 表示  $p < .001$

## 2. 新媒介使用者政治訊息接近使用行為與各項政治行為、態度之相關分析

經相關分析(表 8)，新媒介使用者之政治訊息接近使用行為與政治信任態度均未達顯著相關。

表8 新媒介使用者政治訊息接近使用行為與各項政治行為、態度之相關分析表

項目		政治訊息接觸行為	政治訊息注意行為	政治訊息認同行為	政治議題互動行為	整體政治訊息接近使用行為
政治 信任 態度	官員信任感	-.061	-.025	-.078	.056	-.045
	政策信任感	-.104	-.076	-.099	.042	-.110
	子民能力感	-.106	-.013	-.045	-.025	-.067
	政策效能感	-.080	-.089	-.054	-.018	-.089
	整體政治信任態度	-.099	-.051	-.085	.043	-.085
投票 評量 取向	政績品德取向	.223***	.181**	.241***	.122*	.258***
	競選文宣取向	.155**	.221***	.270***	.100	.235***
	黨籍省籍取向	.144*	.121*	.089	.170**	.157**
	個人屬性取向	.193***	.155**	.079	.026	.169**
	整體投票評量取向	.252***	.250***	.285***	.150**	.302***
政治 參與 行為	公共事務傳播行為	.507***	.381***	.259***	.346***	.503***
	選舉傳播行為	.545***	.427***	.326***	.426***	.572***
	選舉參與行為	.360***	.335***	.199***	.427***	.414***
	官員接觸行為	.274***	.256***	.115*	.393***	.307***
	整體政治參與行為	.539***	.457***	.296***	.489***	.579***

註：各方格內數值為  $r$  值。且 \* 表示  $p < .05$ ；\*\* 表示  $p < .01$ ；\*\*\* 表示  $p < .001$



但新媒介使用者之政治訊息接近使用行為中，除了政治訊息認同行為與黨籍省籍、個人屬性取向，以及政治議題互動行為與競選文宣、個人屬性取向沒有相關之外，其餘各項政治訊息接近使用行為與投票評量各取向之間皆達顯著正相關；此外，新媒介使用者之各項政治訊息接近使用行為與各項政治參與行為之間則皆達顯著正相關。

### 3. 新媒介使用者政治信任態度與各項政治行為之相關分析

經相關分析(表 9)，新媒介使用者之官員信任感與候選人個人屬性之投票評量取向達顯著負相關，其餘政治信任態度與各項投票評量取向皆未達顯著相關。

表9 新媒介使用者政治信任態度與各項政治行為之相關分析表

項目		官員信任感	政策信任感	子民能力感	政策效能感	整體政治信任態度
投票 評量 取向	政績品德取向	-.056	-.091	-.078	-.029	-.059
	競選文宣取向	-.032	-.059	.063	-.016	-.014
	黨籍省籍取向	-.051	.028	.056	-.033	-.013
	個人屬性取向	-.181**	-.112	-.001	-.106	-.114
	整體投票評量取向	-.102	-.090	.021	-.060	-.062
政治 參與 行為	公共事務傳播行為	-.131*	-.126*	-.202***	-.114	-.142*
	選舉傳播行為	-.084	-.075	-.072	-.077	-.054
	選舉參與行為	-.013	-.072	.006	-.065	-.020
	官員接觸行為	.020	-.084	-.068	-.074	-.029
	整體政治參與行為	-.093	-.111	-.100	-.109	-.083

註：各方格內數值為  $r$  值。且 \* 表示  $p < .05$ ；\*\* 表示  $p < .01$ ；\*\*\* 表示  $p < .001$

再者，新媒介使用者之官員信任感、政策信任感、子民能力感、整體政治信任態度與公共事務傳播行為呈現顯著負相關，其餘政治信任態度與政治參與行為均未達顯著相關。

### 4. 新媒介使用者投票評量取向與政治參與行為之相關分析

經相關分析(表 10)，新媒介使用者投票評量的各項取向與公共事務傳播行為、選舉傳播行為、整體政治參與行為均達顯著相關；此外，政績品德取向、黨籍省籍取向、整體投票評量取向與選舉參與行為也達顯著相關；另一方面，黨籍省





籍取向也與官員接觸行為呈現顯著相關。

表10 新媒介使用者投票評量取向與政治參與行為之相關分析表

項目	政績品德 取向	競選文宣 取向	黨籍省籍 取向	個人屬性 取向	整體投票 評量取向
公共事務傳播行為	.362***	.133*	.192***	.183**	.305***
選舉傳播行為	.178**	.183**	.298***	.153*	.264***
選舉參與行為	.164**	.103	.229***	.071	.184***
官員接觸行為	.061	.088	.126*	.038	.107
整體政治參與行為	.223***	.169**	.272***	.136*	.266***

註：各方格內數值為  $r$  值。且 \* 表示  $p < .05$ ；\*\* 表示  $p < .01$ ；\*\*\* 表示  $p < .001$

### (五)新媒介使用者政治參與行為之預測力分析

本研究以新媒體使用者的基本資料、政治訊息接近使用行為、政見網站滿意度、政治信任態度、投票評量取向為預測變項，政治參與行為為效標變項，進行多元逐步迴歸分析，統計發現(表 11)，政治訊息接觸行為、內容參考價值、性別(男性)、政黨傾向(傾向國民黨、親民黨、新黨)等四個變數對於公共事務傳播行為具有正向影響，另外，政治訊息認同行為、職業(經理人員)等兩個變數，其影響則為負向，且各變數可解釋新媒介使用者公共事務傳播行為的總變異量為 43.5%。

表11新媒介使用者政治參與行為之逐步迴歸分析表

應變數	預測變項	多元相關	決定係	調整後	$R^2$ 改變	標準化迴	$t$ 值
公共事	政治訊息接觸行為	.478	.229	.221	.229	.558	6.567***
	內容參考價值	.550	.302	.289	.073	.387	5.036***
	政治訊息認同行為	.596	.355	.337	.053	-.241	-2.826**
	職業(經理人員)	.635	.403	.379	.047	-.250	-3.294***
	性別(男性)	.658	.433	.405	.031	.210	2.635**
	政黨傾向(傾向國民黨、親民黨、新黨)	.683	.467	.435	.033	.186	2.506*
選舉傳	政治訊息接觸行為	.588	.346	.340	.346	.580	9.076***
	內容參考價值	.672	.451	.440	.105	.282	4.407***
	黨籍省籍取向	.721	.520	.506	.069	.251	3.897***
	父親籍貫(閩南籍)	.752	.565	.548	.045	-.195	-3.059**
	職業(經理人員)	.767	.589	.568	.024	-.159	-2.488*
	政黨傾向(傾向國民黨、親民黨、新黨)	.780	.608	.585	.019	.142	2.218*
選舉參	政治議題互動行為	.496	.246	.239	.246	.306	3.888***



	父親籍貫(大陸各省籍)	.588	.346	.333	.099	.318	4.654***
	職業(公務員)	.639	.408	.391	.062	.257	3.725***
	政治訊息接觸行為	.678	.460	.439	.052	.259	3.290***
	黨籍省籍取向	.712	.507	.482	.047	.208	3.016**
	子民能力感	.728	.530	.502	.023	.168	2.452*
	政績品德取向	.744	.554	.523	.024	.162	2.311*
官員接	政治議題互動行為	.359	.129	.120	.129	.384	4.522***
	父親籍貫(大陸各省籍)	.464	.215	.200	.086	.206	2.414*
	職業(工程師)	.500	.250	.228	.035	.221	2.556*
	內容參考價值	.528	.279	.250	.029	.293	3.072**
	每月所得(低於 20000 元)	.558	.312	.277	.033	-.211	-2.488*
	政績品德取向	.583	.339	.299	.027	-.191	-2.029*
整體政	政治訊息接觸行為	.572	.328	.321	.328	.387	5.990***
	黨籍省籍取向	.657	.431	.420	.103	.146	2.167*
	內容參考價值	.757	.573	.556	.053	.288	4.855***
	政治議題互動行為	.782	.612	.592	.039	.342	5.114***
	職業(工程師)	.796	.634	.612	.022	.182	3.069**
	職業(公務員)	.808	.652	.627	.018	.198	3.362***
	父親籍貫(大陸各省籍)	.822	.676	.649	.024	.260	4.272***
	個人屬性取向	.831	.690	.664	.015	.145	2.131*

註：\*表示  $p < .05$ ；\*\*表示  $p < .01$ ；\*\*\*表示  $p < .001$

此外，政治訊息接觸行為、內容參考價值、黨籍省籍取向、政黨傾向(傾向國民黨、親民黨、新黨)等四個變數對於選舉傳播行為具有正向影響，另外，父親籍貫(閩南籍)、職業(經理人員)等兩個變數，其影響則為負向，且各變數可解釋新媒介使用者選舉傳播行為的總變異量達 58.5%。

再者，政治議題互動行為、父親籍貫(大陸各省籍)、職業(公務員)、政治訊息接觸行為、黨籍省籍取向、子民能力感、政績品德取向等七個變數對於選舉參與行為皆具有正向影響，且各變數可解釋新媒介使用者選舉參與行為的總變異量達 52.3%。

另方面，政治議題互動行為、父親籍貫(大陸各省籍)、職業(工程師)、內容參考價值等四個變數對於官員接觸行為具有正向影響，而每月所得(低於 20000 元)、政績品德取向等兩個變數，其影響則為負向，且各變數可解釋新媒介使用者官員接觸行為的總變異量為 29.9%。

綜合分析，政治訊息接觸行為、黨籍省籍取向、內容參考價值、政治議題互動行為、職業(工程師)、職業(公務員)、父親籍貫(大陸各省籍)、個人屬性取向等



八個變數對整體政治參與行為具有正向影響，且各變數解釋新媒介使用者政治參與行為的總變異量達 66.4%。

## 五、結論

本研究的核心目的為：在新媒介時代，運用新媒介作為政見傳播管道的可能性到底如何？本研究發現，新媒介使用者具有接觸新政治傳播媒介的潛力 (potential)。主要因為這群新媒介使用者具有收入高、教育程度高、且其職業、人口地域與族群分佈、政黨傾向都呈現多元，並與我國實體社會相近，這使得這群新媒介使用者具有接近使用 (access to) 新興政見傳播管道的機會與可能性；其次，本研究也發現新媒介使用者在投票時較注重候選人的行政能力、從政政績表現、行政經歷、政見主張、個人品德操守等「政績品德取向」；另一方面，在評價本研究所設立之「政見資訊網站」時，他們也十分重視網站內容的「公正可信」與「參考價值」，由此均可看出其大致具有理性參與的特質。

因此，這種注重視候選人政績品德、重視政見資訊公正可信與參考價值的特質對於新媒介使用者未來使用政治傳播相關網站時，是否有可能採取多元搜尋、交互討論、避免偏見的作法呢？這是頗值得期待，並且亟需關切與思考的議題。

Jennings & Zeitner(2003)歸納，網路使用可能降低政治參與或社會資本的焦慮主要來自三個推論：第一、網路使用可能加深取得政治資源的鴻溝，因為原本擁有較多政治資訊資源的民眾同時可能也是網路使用者；第二、網路提供多元的娛樂內容，降低網友接觸政治資訊的時間與意願；第三、網路使用造成人際疏離，降低人際信賴，同時也可能減低傳統團體組織對於政治運作的正面影響(轉引自張卿卿，2006)。因此，除了前述接近使用新媒介的機會以及使用者重視政見等因素之外，此種接觸新政治傳播媒介的潛力是否可能會受到其他因素的干擾，而降低他們涉入政治訊息呢？

針對此一問題，從本研究的分析可以發現兩個現象，第一個現象是這群新媒



介使用者的各項政治參與行為幾乎都較不積極或極少參與；尤其他們的政治訊息接觸行為並不頻繁、亦較不注意政治訊息、較不認同與接受政治訊息、很少進行政治議題互動行為，其整體政治訊息使用行為也不積極，這也導致受測者中只有三成六接觸過候選人所架設的競選網站、且也僅有四成曾經瀏覽本研究所架設的政見網站。因此，固然使得這群新媒介使用者具有接近使用新傳播管道的可能性，但大多數新媒介使用者顯然對於政治參與行為並不熱衷，也降低他們延伸到政治議題的搜尋與接觸。

第二個現象是，曾經瀏覽過「政見資訊網」的使用者在整體政治訊息接近使用行為、整體政治參與行為都顯著高於未曾瀏覽者；本研究逐步迴歸分析也顯示政治訊息接觸行為、政治議題互動行為、黨籍省籍取向、個人屬性取向對於整體政治參與具有正向影響；而且，新媒介使用者的政治訊息接近使用行為與整體投票評量取向、整體政治參與行為彼此間都達到顯著相關。換言之，政治訊息接近使用行為、投票評量取向、政治參與行為較有可能才是搜尋、接觸新政治傳播媒介的重要影響因素。

也因此值得思考的是，除了政治參與行為的因素之外，為何接近使用新媒介管道的機會與新媒介使用者尚無法延伸到政治傳播的活動或議題討論呢？也就是政治參與行為、政治訊息接近使用行為、個人特質與政治信任彼此之間呈現什麼樣貌的關係呢？

政治信任態度與政治參與行為往往呈現正向相關，例如，Finkel(1985)發現，政治功效意識與政治參與的關係相互影響，其中外在功效意識顯著影響投票與選舉活動的參與；Wilkins(2000)研究也顯示公民參與愈高，政治參與也愈高。一般而言，國內早期研究發現國人的投票與政治參與行為一直頗高、原本也與政治信任態度呈現正相關，但近年研究則發現政治信任態度發生轉變，尤其朝向政治冷漠感增加，信任日益淡薄的趨勢發展(彭芸，2002；Peng, 2003；陳義彥、陳陸輝，2002a, b；陳陸輝，2003；張苙雲、譚康榮，2005)；張苙雲(1997)曾比較 1984 至



1992 年國人對各種不同對象信任的變遷，結果與國外的研究結果(Patterson, 1993; Norris, 2000)類似，即國人對政府、司法與執法機關、大眾傳播媒介以及這些組織的工作者不信任的比例都顯著升高。

這種不信任情況的轉變，極有可能造成政治信任態度已然下降，而且政治參與也伴隨減低的情形，但是，國內近年相關研究則發現，台灣民眾政治功效意識與政治參與的關聯性相當微弱(陳義彥、陳陸輝，2002b)、民眾的選舉參與行為與其外在政治功效意識呈反向關係(黃秀端，1995)；本研究也發現，儘管新媒介使用者的政治信任態度偏低，政治參與行為也不積極，但是政治信任態度卻與政治參與行為中的公共事務傳播行為幾乎呈現顯著負向相關的情形，而且與其它政治參與行為雖未達顯著程度，但也幾乎呈現負向關係的可能趨向；此外，除了子民能力感具有預測選舉參與行為的解釋力之外，其餘政治信任態度皆與各項政治參與行為無涉。本研究結果與黃秀端(1995)發現類似，亦即新媒介使用者的政治參與行為已不若以往熱衷，而且政治信任態度也明顯朝向冷漠發展，不過兩者之間仍呈現反向關係的現象。

在我國，許多研究也指出政治信任態度還可能受到省籍、政黨屬性、年齡等人口變項因素的影響(陳義彥、陳陸輝，2002b；盛治仁，2002；鄭夙芬、陳陸輝、劉嘉薇，2008)，本研究比較新媒介使用者特質與政治信任態度的差異也發現，居住區域對政策信任感、不同職業對整體政治信任態度、省籍對子民能力感都分別造成影響，而政黨認同更是造成政治信任態度差異的主要關鍵；而且，新媒介使用者的政治信任態度除了普遍偏低，與投票評量的個人屬性取向以及與公共事務傳播行為呈現顯著的負相關之外，與其他投票評量取向、政治訊息接近使用行為以及政治參與行為皆無相關。這都顯示新媒介使用者自身對於政治的關心程度似乎才是導致其對於政治議題的接近使用行為，而這些政治訊息接近使用行為、投票評量取向以及政治參與行為，與政治信任態度之間似乎並無必然的關係。

再者，媒介使用與媒介報導內容也可能對政治信任態度造成影響，因此，國



外許多研究(引自彭芸, 2002)指出, 媒介惡意造成社會資本下降, 使得民眾對政治信任愈發低落, 連帶影響參與或投票行爲。本研究並未探討媒介負面報導對政治信任、政治參與的影響, 而且受到抽樣方法的限制與樣本數有限的限制, 分析數據尚無法充分印證新媒介使用者其政治信任態度與政治參與行爲的負向趨勢。不過, 本研究現有統計資料顯示, 國內新媒介使用者也有類似的現象, 例如, 新媒介使用者的選舉傳播行爲並不積極、既不注意、也不認同與接受政治訊息、更是很少進行政治議題互動, 也因此可能造成對政治訊息與議題呈現冷漠與不信任的趨向; 另一方面, 本研究也發現這群新媒介使用者的政治信任態度普遍偏低, 而且新媒介使用者對於政見網站內容公正可信的滿意度與各項政治參與行爲呈現正相關, 但是卻與各項政治信任態度呈現負相關; 而且迴歸分析顯示對政見網站內容的參考價值的滿意度對政治參與行爲具有正向影響。這些似乎顯示, 民眾對政見網站的公正可信的期待對照反映出民眾對官員、政策的不信任以及效能的低落; 並且期待公正可信、有參考價值的資訊能有助於各項政治參與行爲。因此, 此種接觸新政治傳播媒介的潛力有可能因為媒介充斥競選攻訐的資訊, 導致他們沒有機會與管道可以接觸、傳播實質的政見主張與政治訊息, 因而造成政治信任態度與政治訊息接近使用行爲、政見網站滿意度、投票評量取向以及政治參與行爲大多形成負相關的結果。

另一個值得關切的議題是: 從政見議題的觀點, 候選人和新傳播工具的功能是否有可能在政見議題上著墨? 網路在其中可扮演的角色為何?

本研究另一個目的在於透過學術中立的概念, 參照國外經驗, 建構一個有關選舉的政見網站, 並了解新媒介時代的選民對此一新媒介平台的認知、態度。因此, 從使用過本研究行動標的網站的經驗來看, 也說明新媒介具有成為新興政治傳播管道的潛力, 此外, 新媒介使用者對政見該網站內容參考價值的滿意度, 對於公共事務傳播行爲、選舉傳播行爲、官員接觸行爲、整體政治參與行爲皆具有正向影響。換言之, 基於本研究新媒介使用者的肯定與滿意度, 我國透過網路而



發展具有政見論證的平台仍具有可能性。

綜合而言，Johnson & Kaye(2004)曾歸納相關網路與政治信任的研究後指出，網路公民的對政治的心理涉入感逐漸增加(Johnson & Kaye, 2003)，而且對政治體系具有高度興趣(Boyle, 2001; Johnson & Kaye, 2003)，也參與更多的活動(Bucy, D' Angelo, & Newhagen, 1999; Johnson & Kaye, 2003)，他們也比一般大眾更會從媒介中尋求資訊，而且政治積極的網路使用者更是顯著如此(Hill & Hughes, 1998)，儘管網路公民相信他們具有影響政治過程的能力，但是他們卻不信任競選公職的政治人物(Hill & Hughes, 1998; Johnson & Kaye, 1998)。而我國新媒介使用者在政治信任態度似有類似的狀況，但未來是否真能更積極探求政治資訊，仍須有待未來繼續思考與探究的部分。



## 參考文獻

### (一) 中文部分

- 方念萱、蘇彥豪(1998)〈網路傳播中的對話與對峙〉，《新聞學研究》56:183-218。
- 王佳煌(2002)〈誰的電子公共領域〉，「網路與社會研討會」(5月31日)，新竹：國立清華大學。
- 王泰俐(2003)〈誰的互動性網站？從2000年和2002年選舉看台灣選舉網站互動性概念的演進〉，《新聞學研究》77:107-141。
- 呂傑華(1990)《我國報紙讀者投書版投書行為之研究》，文化大學新聞研究所碩士論文。
- 林宏達(2005)〈名人部落格 自爆私家消息炒人氣：擦亮明星光環新招數〉，《商業周刊》928:82。
- 林嘉誠(1989)《政治心理行程與政治參與行為》，台北：商務印書館。
- 張荳雲(1997)〈當代台灣社會的信任與不信任〉，見張荳雲、呂玉瑕、王甫昌(合編)《社會變遷基本調查研究系列二》，頁295-332。台北：中央研究院社研所籌備處。
- 張荳雲、譚康榮(2005)〈制度信任的趨勢與結構：「多重等級評量」的分析策略〉，《台灣社會學刊》，35:75-126。
- 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》70:135-165。
- 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》9(1):1-39。
- 張卿卿(2006)〈網路的功與過：網路使用與政治參與及社會資產關係的探討〉，《新聞學研究》86:45-90。
- 梁德馨(2006)《九十五年度台灣寬頻網路使用調查報告》，  
([Http://www.twnic.net.tw/download/200307/07ch.pdf](http://www.twnic.net.tw/download/200307/07ch.pdf)), 2011/03/04。
- 陳陸輝(2003)〈政治信任、施政表現與民眾對台灣民主的展望〉，《台灣政治學刊》7(2):149-188。
- 陳義彥、陳陸輝(2002a)〈台灣大學生政治定向的持續與變遷〉，「台灣政治學會會議年會暨『全球化與台灣政治』學術研討會」(12月14-15日)，嘉義：國立中正大學。
- 陳義彥、陳陸輝(2002b)〈政治功效意識 政治信任感以及台灣選民的民主價值〉，「2001年選舉與民主化調查國際學術研討會」(10月19-20日)，台北：國立政治大學選舉研究中心。
- 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》69:113-140。
- 創市際市場研究顧問(2006)《網路使用行為與消費行為調查》，  
([Http://www.insightxplorer.com/specialtopic/crossmedia\\_200611\\_2.html](http://www.insightxplorer.com/specialtopic/crossmedia_200611_2.html)),





2011/03/04。

彭芸(2001)《新媒介與政治：理論與實證》，台北：五南。

彭芸(2002)〈2001年台灣選民的媒介行為與政治信任〉，《選舉研究》9(2):1-36。

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》2(1):51-76。

黃睿迪(2001)《2000年台灣總統大選報紙負面競選廣告內容分析》，政治大學新聞研究所碩士論文。

鄭夙芬、陳陸輝、劉嘉薇(2008)〈選舉事件與政治信任：以2004年總統選舉為例〉，《問題與研究》47(3):29-50。

賴淑敏(2000)《台灣政黨電視競選廣告趨勢分析》，文化大學新聞學研究所碩士論文。

謝宗學(2003)〈網際民主與審議民主之實踐：資訊化社會的桃花源村？〉，《資訊社會研究》4:87-139。

## (二)英文部分

Ankney, R. N.(2002). *The effects of internet usage on social capital*. Paper presented at the AEJMC Annual Conference, New Orleans, Louisiana.

Ansolabehere, S. & Shanto I.(1995). *Going negative: How attack Ads shrink and polarize the electorate*. New York: Free Press.

Ball-Rokeach, S.J. & DeFleur, M.L.(1976). "A dependency model of mass media effects," *Communication Research* 3, 3-21.

Bennett, S.E., Rhine, S.L., Flickinger, R.S., & Bennett, L.L.M.(1999). " 'Video malaise' revisited: Public trust in the media and government," *Harvard International Journal of Press/Politics* 4(4), 8-23.

Bennett, W. L. & Entman, R. M (Eds.)(2001). *Mediated politics: communication in the future of democracy*. Cambridge, U.K.: Cambridge University Press.

Bennett, W.L.(2000). "Introduction: Communication and civic engagement in comparative perspective," *Political Communication* 17(4), 307-312.

Bonchek, M.S.(1995, April 26). *Grassroots in cyberspace: Using computer network to facilitate political participation*. Working paper presented at the 53rd Annual Meeting of the Midwest Political Science Association, Chicago, IL.  
([Http://www.ai.mit.edu/projects/ppp/pub.html](http://www.ai.mit.edu/projects/ppp/pub.html)), 2010/04/22.

Boyle, T.P.(2001, August). *Web and traditional media use in the2000 presidential election*. Paper presented at the Annual Meeting of the AEJMC, Washington, DC.

Bucy, E.P., D'Angelo, P., & Newhagen, J.E.(1999). "The engaged electorate: New media use as political participation," In Kaid, L.L. & D.G. Bysrom(eds.) *The electronic election: Perspectives on 1996 campaign communication*. Pp.335-347.



- Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Cappella, J.N. & Jamieson, K.H.(1996). "News frames, political cynicism, and media cynicism," *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 546, 71-84.
- Cappella, J.N. & Jamieson, K.H.(1997). *Spiral of cynicism: The press and the public good*. London: Oxford University.
- de Vreese, C. H.(2004). "The effects of strategic news on political cynicism, issue evaluations, and policy support: A two-wave experiment," *Mass Communication & Society* 7(2), 191-215.
- Deutsch, K.(1963). *The nerves of government: Models of political communications and control*. New York: Free Press.
- Dowing, J.(1989). "Computers for political change: Peacenet and public data access," *Journal of Communication* 39(3), 154-163.
- Fang, N.H.(1995, August). *From public sphere to communicative action: An "Applied Turn" of Habermas's theory in computer-mediated communication*. Paper presented at the annual conference of the Association for Education in Journalism and Mass Communication in Washington, D. C.
- Finkel, S.E.(1985). "Reciprocal effects of participation and political efficacy: A panel analysis," *American Journal of Political Science*, 29(4), 891-913.
- Fountain, J.E.(2001). *Building the virtual state information technology and institutional change*. Washington, D. C.: Brookings Institution Press.
- Garramore, G. M., Harris, A.S., & Anderson, R.(1986). "Uses of political computer bulletin board," *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 30, 325-339.
- Grossman, L.K.(1995). *The electronic republic: Reshaping democracy in the information age*. New York: Viking.
- Habermas, J. (1989[1962]). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of Bourgeois society* (B. Thomas Trans.) Cambridge, MA: MIT Press.
- Hague, B.N. & Loader, B.D. (1999). "Digital democracy: An introduction," In Hague, B. N. & B. D. Loader(eds.) *Digital democracy: Discourse and decision making on the information*. Pp.1-22. London: Routledge.
- Hart, E. & Bond, M.(1995). *Action research for health and social care: A guide to practice*. Buckingham: Open University Press.
- Herring, S.C. (1993). "Gender and democracy in computer-mediated communication," *Electronic Journal of Communication*, Vol. 3, No. 2, ([Http://ella.slis.indiana.edu/~herring/ejc.txt](http://ella.slis.indiana.edu/~herring/ejc.txt)), 2010/02/22.
- Hill, K.A. & Hughes, J.E.(1998). *Cyberpolitics: Citizen activism in the age of the internet*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield.



- Howard, T.W.(1992). *The rhetoric of electronic communities*. Unpublished doctoral dissertation, Purdue University.
- Jennings, M. K., & Zeitner, V. (2003). "Internet use and civic engagement: A longitudinal analysis," *Public Opinion Quarterly*, 67, 331-334.
- Johnson, T.J. & Kaye, B.K.(2003). "A boost or bust for democracy? How the web influenced political attitudes and behaviors in the 1996 and 2000 presidential elections," *Harvard International Journal of Press/Politics* 8, 9-34.
- Johnson, T.J. & Kaye, B.K.(2004). "Wag the blog: How reliance on traditional media and the internet influence perceptions of credibility of weblogs among blog users," *Journalism & Mass Communication Quarterly* 81(3), 622-642.
- Kaid, L.L. & Johnston, A.(1991). "Negative versus positive television advertising in U.S. presidential campaigns, 1960-1988," *Journal of Communication* 41(3), 53-64.
- Katz, J.E. & Rice, R.E.(2000). *Social consequences of internet use: Access, involvement, and interaction*. MA: MIT Press.
- Kellner, D.(1998). "Intellectuals, the new public spheres, and techno-politics," In Toulouse, C. & T.W. Luke(eds.) *The politics of cyberspace*. Pp.167-186. London: Routledge.
- Lather, P.(1986). "Research as praxis," *Harvard Educational Review* 56(3), 257-77.
- Lin, N.(2000, October 19). *Social capital: Social networks, civic engagement, or trust?* Paper presented at the Workshop on Social Capital, University of Trento, Italy.
- Malina, A.(1999). "Perspectives on citizen democratization and alienation in the virtual public sphere," In Hague, B.N. & B.D. Loader(eds.), *Digital democracy: Discourse and decision making in the information age*. Pp.23-38. London: Routledge.
- Martinez, E.M. (1994). "Access to information technologies among school-age children: implications for a democratic society," *Journal of the American Society for Information Science* 45(6), 395-4.
- Mazzoleni, G. & Schulz, W.(1999). "Mediatization of politics: a challenge for democracy." *Political Communication* 16(3), 247-262.
- McNiff, J.(1995). *Action research: Principles and practice*. New York: Routledge.
- Moy, P. & Pfau, M.(2000). *With malice toward all? The media and public confidence in democratic institutions*. New York: Praeger Publishers.
- Moy, P. & Scheufele, D.A.(2000). "Media effects on political and social trust," *Journalism of Mass Communication Quarterly* 44(4), 744-759.
- Norris, P.(ed.)(1999). *Critical citizens: Global support for democratic government*. New York: Oxford University Press.
- Patterson, T. E.(1993). *Out of order*. New York: Vintage Books.
- Peng, B. (2003, May 23). *Voter cynicism, perception of media negativism and voting*



- behavior in Taiwan's 2001 election*. Paper presented at 2003 International Communication Association Annual Conference, San Diego.
- Putnam, R.D.(1995). "Bowling alone: America's declining social capital," *Journal of Democracy* 6, 65-78.
- Rheingold, H.(1993). *The virtual community: Homesteading on the electronic frontier*. Reading, M.A.: Addison-Wesley.
- Rogers, E.M., Collins-Jarvis, L. & Schmitz, J.(1994). "The PEN Project in Santa Monica: Interactive communication, equality, and politics action," *Journal of the American Society for Information Science* 45(6), 401-11.
- Rozell, M.(1994). "Press coverage of congress, 1946-1992," In Mann, T. E. & N. Ornstein (eds.) *Congress, the press and the public*. Pp. 131-40. Washington, D.C.: American Enterprise Institute and Brookings Institution.
- Sachs, H.(1995). "Computer networks and the formation of public opinion: An ethnographic study, media," *Culture, Society* 17, 81-79.
- Schmidtke, O.(1998). "Berlin in the net: Prospects for cyberdemocracy from above and from below," In Tsagarousianou, R., D. Tambini & C. Bryan (eds.) *Cyberdemocracy: Technology, cities and civic networks*. Pp.60-83. New York: Routledge.
- Shen, F., Edwards, H.H., & Dardis, F.E.(2008). "Effects of negative political advertising on individuals' cynicism and self-efficacy: The impact of ad type and message," *Mass Communication & Society* 11, 24-42.
- Silverstone, R.(1999). *Why study the media?* London: Sage.
- Slayden, D. & Whillock, R.K.(Eds.)(1999). *Soundbite culture: The death of discourse in a wired world*. Newbury Park, CA: Sage.
- Smithson, M.(1989). *Ignorance and uncertainty: Emerging paradigms*. New York: Springer-Verlag.
- Tehrani, M.(1990). *Technologies of power: Information machines and democratic prospects*. Norwood. NJ: Ablex.
- Thurlow, C., Lengel, L. & Tomic, A.(2004). *Computer mediated communication: Social interaction and the internet*. London: Sage.
- Tumber, H.(2001). "Democracy in the information age: The role of the fourth estate in cyberspace," *Information, Communication and Society* 4(1), 95-112.
- van Dijk, J.(1999). *The network society*. London: Sage.
- Wilkins, K. G. (2000). "The role of media in public disengagement from political life," *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 44(4), 569-580.



# **The Action Study on Political Issue Perception, Political Trust, and Political Participation for New Media Users**

**Chieh-hua Lu**

**Assistant Professor, Department of Sociology  
and Public Affairs, National Dong-Hwa University**

## **Abstract**

Media reports are fulfilled with negative campaign strategies. It is contrary to the rationalism of the democratic ideal. Can the new media, especially websites, offer in-depth political information with the new media users and be an alternative to political commercials and sound bites?

With the action research approach, this study designed an interactive website about the political issues of Taipei City Mayor Candidate, in order to let the new media users' access information. After the campaign, we surveyed the web visitors to examine the relationships between the perceptions of political issues, their political trust and. political participation behaviors.

The study finds that the new media users can easily and have the potential access to the new political issue website. However, lower political trust, media malice and some demographic variables made the communication potential impracticability. The



survey also indicated that most new media users feel quite contentment with this effort of setting up this informative website, it seems that the political issue website has possibility to do with the political participation.

**Keywords:** new media use, political trust, political issue, political participation

