

南華大學傳播研究所碩士論文
A THESIS FOR THE DEGREE OF MASTER OF
COMMUNICATIONNAN HUA UNIVERSITY

網絡媒介對中間選民投票意向之研究
—以馬英九施政滿意度為例

The study of the relationship between the use of political media and median voter's behavioral intention : The satisfactory level toward the governance capability of Ma Ying-jieo Chief Executiver.

研究生：丘應讚

GRADUATE STUDENT : Ying-Tzan Chiou

指導教授：陳恆毅博士

ADVISOR : Heng-Yi Chen PH. D.

中 華 民 國 99 年 7 月

南 華 大 學

傳播所

碩 士 學 位 論 文

政治網絡媒介對中間選民的投票意向之研究——以馬英九施政滿意度
為例

研究生： 丘應讚 丘應讚

經考試合格特此證明

口試委員： _____

劉華宗

陳恆毅

張裕光

指導教授： 陳恆毅

系主任(所長)： 張裕光

口試日期：中華民國 99 年 6 月 24 日

誌 謝

當初抱著即將退休，想圓個年輕未實現的碩士夢想，投考南華大學傳播所碩士班，如今已完成碩士論文謹將所有內心的快樂與摯愛的家人分享。人生之所以有價值，是因為自己曾全心全力的努力過，從十餘名在職考生中錄取一人，到碩士論文寫作完成，其學習過程中，所費的時間與心力是一般生數十倍；撰寫論文，受到許多老師協助與指導，方使這篇論文的誕生。研究所這四年，是我一生中真正努力求學全出於自願，所以學習過程艱辛，卻滿懷快樂，分享也感謝賢妻錦治默默的在背後支持與付出，濟匡、濟維及濟政，也感謝你們給父親支持與協助，使家庭方面無慮，能如期完成學位。

恩師指導教授 陳恆毅先生學有專精、才思敏捷，在行銷管理與民意調查及統計、研究等方法，有深入研究與見解，提攜之情與知遇之恩，難以言喻，不是短短一篇謝誌所能表達的。亦是筆者從事教育工作者生涯中，傳道、授業、解惑方面的良師益友。

寫作期間，從研究方向的決定、觀念架構的形成、研究方法、撰寫格式、問卷的設計、論文陳述與表達，均巨細靡遺的指導與建議，啟發學生思考之能力，實感受益匪淺。老師對論文寫作進度的要求，百忙之中仍每週撥冗的面談指導與毫無保留的知識分享，我們在撰寫論文的過程中，仍獲得不同的思考模式來解決瓶頸的問題，並學習到更多的事物理則。本文倘若仍有不完善與不及之處，則是學生的能力不足，有待未來之精進與充實。

老師嚴謹的治學態度與謙和的為人處世，在潛移默化與耳濡目染中，感受到師長鴻儒的學者風範，幸能在其門下做學問，經紮實的磨練，亦屬幸福的享受。

論文口試期間，承蒙口試委員張裕亮所長、劉華宗教授之細心審閱與指正，提出許多具體的修改建議，確保品質超越水準並趨臻完善，謹致由衷謝忱。

課程中，感恩任教筆者之師長，賀德芬、張裕亮、高玉泉、唐士哲、程紹淳、左宗宏、陳婷玉、劉平君老師們以及社科所陳建州、公行所劉華宗、教社所楊靜利教授，您們細心的教導，讓我在學識、生活與處世觀念上，更奠定完成論文的基礎學識。

丘應讚 謹誌於南華大學

2010. 7. 7

摘要

新聞媒介使用與人際傳播網絡的政治媒介效益，其認知可以從兩方面來說明。第一是指選民是否可以從媒介獲取其需要的政治訊息。第二是指媒介的內容是否成為選民聊天引用的議題或訊息。民眾的政治知識、政治評價與投票意向是否透過媒介網絡與人際傳播網絡的傳播而有正向的影響。本研究目的在探討選民在媒介網絡上的使用，對選民的政治知識程度高低及政治評價的滿意度是否具正向關係影響，最後以選民的投票意向評估 2012 年總統選舉馬英九的連任之路。

問卷方式以便利抽樣問卷並採用時間隔離法，第一階段回收 585 份問卷，有效問卷 300 份，並於第二階段問卷回收 191 有效問卷。

研究方法採線性結構關係模式來分析，分別以選民的媒介網絡與人際傳播網絡對政治知識、政治評價的影響，以及對選民投票意向的直效與間接效果等二大題項，探討媒介網絡對投票意向之影響。研究結果顯示，整體理論模式配適度符合適合度之檢定水準，本研究理論模型獲得支持。媒介網絡與人際傳播網絡對民眾之政治知識、政治評價與投票意向分別具正向影響。

最後，本研究根據研究發現，分別提出後續研究及實務上之建議，供兩黨在總統選舉時參考之用。

關鍵字：中間選民、媒介網絡、人際傳播、政治知識、政治評價、投票意向、**線性結構關係模式**

Abstract

Media use and interpersonal communication network of political media effectiveness, two aspects of cognition can be illustrated. The first is that voters can get their needs from the media, the political message. The second is whether the contents of the media voters cited the subject or message chat. People's political knowledge, political evaluation and vote whether it is through media networks and interpersonal communication network, communication and a positive impact. This study investigated the voters in the media network, the use of political knowledge, voters and political evaluation of the degree of satisfaction is a positive relationship between the impact of the final vote by the voters in 2012 presidential election, Ma Ying-jeou predicted re-election of the road.

Sample survey questionnaire to facilitate using the time isolation, the first phase of recovery of 585 questionnaires, 300 questionnaires and 191 questionnaires were collected in the second phase questionnaires.

Study method is the linear structural relationship model to analyze each voter the media networks and interpersonal communication network on the political Knowledge, Political Evaluation of impacts, and on the voters directly and indirectly, Xiao Guo Deng Xiao two large Ti Xiang to discuss media network the impact of the vote. The results show that global model fit is consistent with the test fit the standard theoretical model of this study support. Media networks and interpersonal communication network to the public of political knowledge, political evaluation and were a positive influence on voting intentions.

Finally, this researcher brings forward practical election strategy and further study for KMT and DPP based on this results.

Keyword: Among voters, media networks, interpersonal communication, political knowledge, political evaluation, voting intentions, LISREL

目 錄

| | |
|---------------------------|-----|
| 誌謝..... | I |
| 中英文摘要..... | II |
| 目 錄 | IV |
| 圖目錄 | VI |
| 表目錄..... | VII |
| 第壹章 緒 論..... | 1 |
| 第一節 研究背景、動機、目的..... | 1 |
| 第二節 章節結構..... | 4 |
| 第三節 研究範圍..... | 4 |
| 第四節 研究流程..... | 4 |
| 第貳章 文獻探討..... | 6 |
| 第一節 中間選民的意涵..... | 6 |
| 第二節 媒介網絡..... | 8 |
| (一) 新聞媒介使用..... | 9 |
| (二) 人際傳播網絡..... | 10 |
| 第三節 媒介功效..... | 12 |
| (一) 政治知識..... | 13 |
| (二) 政治評價..... | 14 |
| (三) 投票意向..... | 16 |
| 第參章 研究方法..... | 18 |
| 第一節 研究架構..... | 18 |
| 第二節 研究假設..... | 20 |
| (一) 新聞媒介使用與政治知識之間的關係..... | 20 |
| (二) 新聞媒介使用與政治評價之間的關係..... | 21 |
| (三) 人際傳播網絡與政治知識之間的關係..... | 22 |
| (四) 人際傳播網絡與政治評價之間的關係..... | 23 |
| (五) 政治知識與政治評價之間的關係..... | 24 |
| (六) 政治知識與投票意向之間的關係..... | 24 |
| (七) 政治評價與投票意向之間的關係..... | 25 |

| | |
|--------------------------------|----|
| (八)新聞媒介使用、政治知識與投票意向之間的關係..... | 26 |
| (九)新聞媒介使用、政治評價與投票意向之間的關係..... | 26 |
| (十)人際傳播網絡、政治知識與投票意向之間的關係..... | 27 |
| (十一)人際傳播網絡、政治評價與投票意向之間的關係..... | 27 |
| 第三節 研究變數之操作性定義與衡量..... | 28 |
| 第四節 研究設計..... | 29 |
| (一)研究時間與研究對象..... | 29 |
| (二)抽樣..... | 30 |
| (三)問卷..... | 30 |
| (四)資料分析..... | 34 |
| 第肆章 統計分析結果(實證分析)..... | 36 |
| 第一節 描述性統計分析..... | 36 |
| 第二節 驗證性因素分析..... | 36 |
| 第三節 共線性問題診斷..... | 38 |
| 第四節 信度、效度分析..... | 39 |
| (一)內容效度..... | 39 |
| (二)收斂效度..... | 39 |
| (三)區別效度..... | 40 |
| 第五節 研究假設與檢定..... | 42 |
| (一)直接效果方面(H1~H7)..... | 43 |
| (二)間接效果方面(H8~H11)..... | 46 |
| 第伍章 結論與建議..... | 49 |
| 第一節 結論..... | 49 |
| (一)理論意涵及討論..... | 49 |
| (二)研究限制..... | 51 |
| 第二節 建議..... | 52 |
| (一)實務上管理建議..... | 52 |
| (二)後續研究建議..... | 53 |
| 參考文獻..... | 55 |
| 附錄一：問卷..... | 66 |

圖目錄

| | |
|----------------------------------|----|
| 圖 1-1 研究流程 | 5 |
| 圖 2-1 A_B 區間為中間選民..... | 7 |
| 圖 3-1 本研究觀念性架構圖 | 18 |
| 圖 4-1 本研究 LISREL 模式路徑圖檢驗結果 | 42 |

表目錄

| | |
|---------------------------|----|
| 表 3-1 媒介網絡之操作性定義與衡量 | 28 |
| 表 3-2 媒介功效之操作性定義與衡量 | 29 |
| 表 3-3 本研究問卷 | 32 |
| 表 3-4 媒介網絡行為之衡量問項 | 33 |
| 表 3-5 媒介功效之衡量問項 | 33 |
| 表 4-1 所有觀察變項之描述統計、偏態與峰度 | 36 |
| 表 4-2 問卷各構面衡量問項測量模式檢核值彙整表 | 37 |
| 表 4-3 變數間之 Pearson 相關係數 | 38 |
| 表 4-4 各變項配適度之考驗指標 | 39 |
| 表 4-5 網絡媒介區別效度 | 40 |
| 表 4-6 媒介功效區別效度 | 41 |
| 表 4-7 假設路徑之關係與檢定結果 | 43 |

第壹章 緒論

第一節 研究背景、動機、目的

(一) 研究背景

總統大選是國家元首的選舉，此結果將決定國家在外交、內政、國防等發展方向。在 1996 年李登輝先生當選第一任民選總統以來，更是將台灣總統選舉帶向民主化發展地步，終結過去官僚體制的制度(1996 前為國民大會代表人民行使投票權選出總統)，此顯示台灣前途必需由民眾當家作主，自己決定台灣未來走去，成為一股新興民主潮流發展趨勢。

自 1996 年以來至今，台灣經歷過四次民選總統選舉(李登輝先生為第一屆、陳水扁先生為第二屆與第三屆總統、馬英九先生為第四屆總統)。綜觀此四屆民選總統選舉運作策略，「中間靠攏」選舉策略分別被藍綠候選人使用，各政黨候選人不敢百分百肯定台獨或統一路線，只要在省籍情結被對手批評賣台或台獨將引發兩岸戰爭時，對手均提出了我是新台灣人或是新中間路線等主張來撼衛自己。此立場搖擺、沒有特定立場的技倆，顯示出各政黨想透過向競選議題的中間路線靠攏來吸引多數的中間選民(Swing Voter)。

中間選民為何每到選舉就成為各兵家相爭的對象呢?由於他(她)們是屬於不具特殊政黨傾向的獨立選民，這些人投票立場無法預測、立場搖擺，唯有在選舉操弄上，獲得這些選民認同，勝選機率就高(國際日報，2009)。這些論述可分別從二大層面發現端倪。(1)學術上而言，根據中位選民理論觀點(Median Voter Theorem)指出：中位選民定理認為政黨為爭取多數選民的認同與選票，提出多數選民認同的政見，在諸多條件配合的有利情境下，政黨的競選策略會產生所謂聚集 (converge) 趨中的現象，也就是會向競選議題的中間路線靠攏 (Downs, 1957; 王鼎銘，2005)；(2)就實際選舉觀察而言，深藍與深綠其穩定選票分佔四成及三成五(中選會，2008)，盛治仁(2001)台灣兩千年總統選舉投票行為研究，引用大眾民調公司的民意調查資料顯示，選前未表態的中間選民百分比分別是 23.4%及 24.5%；政治大學選舉研究中心的選前調查資料，兩次都有約三成的未表態的中間選民，此說明了一個現象：兩大政黨誰能掌握額外二成五游離選票，就能篤定當選。

既然中間選民在選舉角色扮演上如此重要，候選人會在議題操弄上或是舉辦各項政見發表會等方式以爭取選民認同，其中最重要的莫過於透過媒體、人云亦云等網絡連結方式所帶來對選民投票意向的影響力(Dalton, 1996; Pinkleton and Austin, 2002; Marcus and Oscar, 2005) 媒介是種溝通作用，會引導、反應、傳達以建構出其主要意義，不斷地讓選民評論，而勾勒出雙方社會關係導向的認同感(Buckingham, 2003; 林培淵, 2005)。在 2008 年馬蕭與謝蘇配兩大政黨對決，當時之時空背景因執政者陳水扁總統面臨國務機要費、國內經濟景氣消條等因素讓選民質疑，故馬蕭配也打出了「清廉」、「六三三經濟起飛」等口號，無形中也吸收了許多中間游離票，當選中華民國第 12 任總統。但至今馬英九已上任兩年，也遭遇到一些問題，例如：六三三是選舉口號而非即定施政方針及八大水災危機處理能力，間接使得劉揆下台，由於執政者施政表現是衡量選民的滿意度，民眾會根據其施政效能而影響其投票抉擇之重要指標(Chen and Chen, 2003; 陳陸輝, 2002; 吳重禮等, 2004)。那麼當馬英九在 2012 尋求連任時，若遇到綠營競爭對手蘇蔡配時(蔡英文似乎已為她的政治槓桿找到了支撐點; 蘇貞昌參選是帶領民進黨“捲土重來”的火車頭，取自 2009 年聯合報)是否可贏得勝選，此議題是得觀察的研究。

(二) 研究動機

網絡媒介研究在近幾年來形成一陣主流(Main Stream)，並進一步拓展到民眾參與公共事務為主軸(Chen and Chen, 2003; Haynes, 2002; 范惟翔等, 2008)。雖然這些研究均指出網絡媒介可強化候選人與選民之間的連結，每到選舉時刻，新聞、媒體、各報章雜誌均報導拒絕買票的標語，但坊間所盛傳的「買票」等因素對選民投票行為決定仍具有相當程度的影響(徐火炎, 1994; 何金銘, 1994)。若媒體渲染效果有效，為何買票仍具有舉足輕重的影響力呢? 這些混淆的結果，是社會與人際關係取向的因素下所使然，由於在台灣文化強調關係導向背景下，這種裙帶關係也產生了正面擴張作用(Jacobs, 1979)。那麼新聞媒介使用與人際傳播網絡所扮演角色各又是如何呢? 因此從網絡觀點取向來探討選民在 2012 對馬英九總統的投票行為意向就必須分別從新聞媒介使用與人際傳播網絡的比較才能建立一個更周延的理論架構，此為本議題的研究動機之一。

其次，執政者施政評價是貫穿選民整體投票行為重要參考依據(Hetherington, 1998/1999, 張佑宗, 2006)。就理性中間選民而言，她們常會透過媒體使用方式，依照所觀察到的個體認知，以「公平客觀、不偏不倚」，的角度投下神聖一票。但新聞媒介使用就真的能幫助選民強化其自身政治知識能力及更了解執政者施政方針而作出心目中理想候選人嗎？依照政治犬儒主義觀點，媒體被歸罪為這項論點主要元兇，依賴媒體眩染，會使選民對政治造成疏離及信任度不足(Robinson, 1976; Perloff and Kinsey, 1992; Southwell, 2008); 但學者 Lesner and Mckean(1997)、Peng(2003)、王嵩音(2006)則發現媒體新聞觀看能強化民眾政治知識，提升其對政治公共事務上的參與。這也說明著媒體對民眾參與政治行為有可能是正向，亦有可能是負向的，這些學術上的爭議，激發出研究者欲對此問題釐清的興趣，此為本研究的動機之二。

再者，依網絡觀點來探討選民投票行為的研究時，從某些研究中可以發現這兩者變數間的關係可能不是直接的，Becker and Whitney(1980)、Pinkleton and Austin(2002)、Hetherington and Globetti(2002)、Gershtenson, 2006)等學者之研究指出媒介所傳達訊息在於選民是否信任它，有利於強化民眾政治知識，而對當前執政者作出有智慧判斷，才能與個人參與政治之投票行為意向作個完善結合。所以網絡媒介與中間選民投票行為意向關係之連結不是一種靜止狀態，而必需經由民眾長時間不斷對執政者的政績檢視，憑藉媒介功效意識(政治知識與政治評價)的轉化作用(Converse, 1972; Bandura, 1977)，才能產生恰適的邏輯因果關係因此藉由中介變項的研究以建立完整的理論模式將是必要的工作，此為本研究動機之三。

(三) 研究目的

根據上述所闡述之動機，本研究的目的如下：

- 1、以文獻探討方式，以網絡媒介觀點探討中間選民對執政者在 2012 年投票行為意向之觀念性架構為何？
- 2、比較了解中間選民對執政者分別在新聞媒介使用與人際傳播網絡之影響下，是如何透過中介效果(政治知識、政治評價)，進而影響他未來的投票行為？
- 3、根據本研究之發現，提供相關學術意涵及實務建議供學界及未來兩大政黨選舉實務運作上之參考之用。

第二節 章節結構

本研究重點概述如下，

第一章為緒論，主要在說明本研究之動機與目的，在於理論架構之建立與中間選民投票意向之探討。

第二章為相關文獻探討；首先第一節中間選民的定義及範圍，釐清調查對象。第二節對網絡媒介之新聞媒介使用、人際傳播網絡的理論做探討與說明。第三節對媒介功效說明政治知識、政治評價、投票意向之間的關係探討。

第三章為研究方法，第一節研究架構，第二節研究與假設，第三節研究變項之操作型定義，第四節研究設計、問卷發放、資料分析方法。

第四章為統計分析、包括描述性統計、信(效)度分析、研究假設檢定、利用結構方程式(structural equation modeling, SEM)，驗證本研究之各項假設。第五章為結論與建議。

第三節 研究範圍

中間選民是研究調查範圍及對象，並針對中間選民的網絡媒介(新聞媒介使用、人際傳播網絡)，對媒介功效(政治知識、政治評價與投票意向)直接與間接的影響，並探討政治知識與政治評價對中間選民投票意向直接影響的研究，在規畫架構前須針對本研究相關名詞與調查對象加以定義與說明。

(一)本研究對象的母體為中間選民，並以中間選民在新聞媒介使用、人際傳播網絡的政治討論對政治知識與政治評價的影響與其投票意向。所以本研究範疇排除深藍與深綠以及中間偏藍或偏綠的選民，單純以淺藍、淺綠以及獨立選民等中間選民為調查對象，並以問卷方式來過濾。

(二)由於本研究為了選擇具代表性母體，除了是以中間選民為主要範疇外，還必須平常有觀看電視、報章雜誌、收聽廣播、網路新聞的搜尋以及與人有政治討論、評論國家大事的民眾，才符合本研究的準則。

第四節 研究流程

本研究確立研究方向，依研究背景、研究動機、母體範圍，參考相

關理論文獻，建構研究目的、架構與模式，研究假設建立後，進行問卷、抽樣方法的設計，隨即發出問卷。最後根據回收有效樣本的資料進行整理、分析、實證解釋並針對研究結果提出建議。如圖 1-2 流程圖。

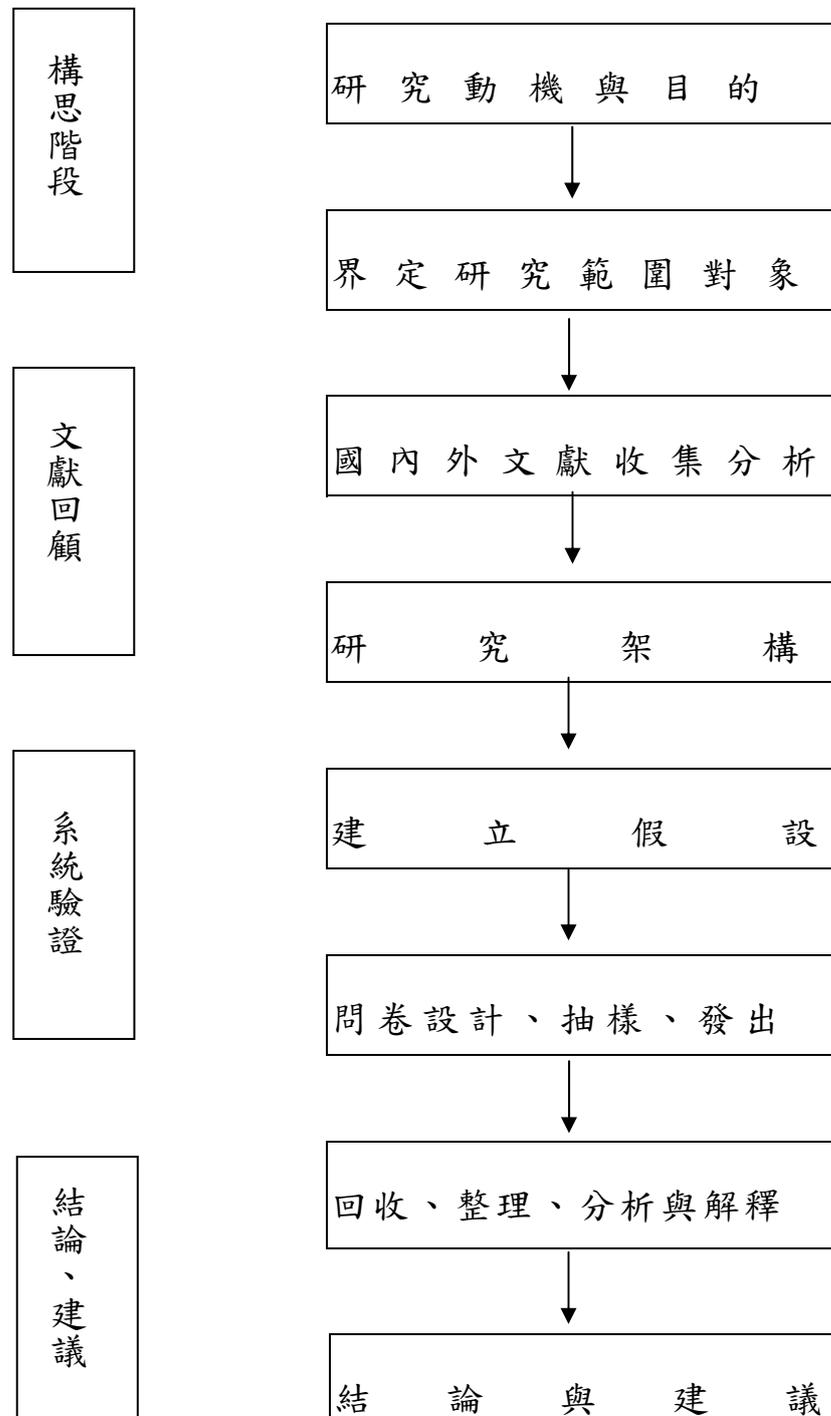


圖 1-2 流程圖

第貳章 文獻探討

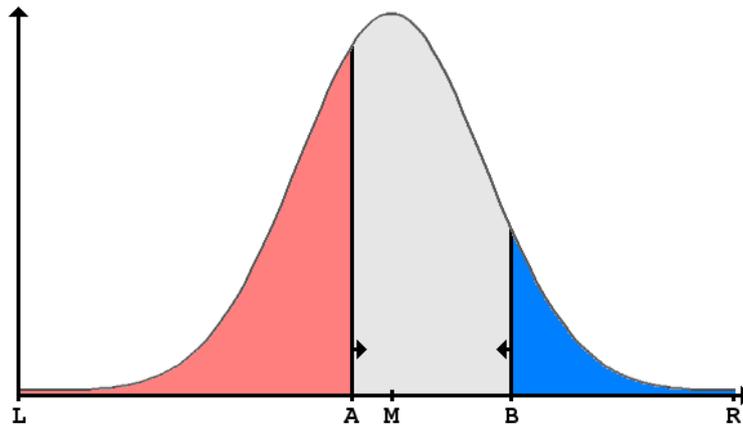
本章主要目的在於整理，中間選民、網絡媒介(新聞媒介使用、人際傳播網絡)媒介功效(政治知識、政治評價、投票意向)等相關文獻和理論。針對研究主題提供明確定義與說明，作為本研究的架構分析與理論的基礎。共分為三個部份，第一節介紹中間選民的意涵，第二節介紹網絡媒介(新聞媒介使用、人際傳播網絡)理論，第三節對媒介功效說明(政治知識、政治評價以及中間選民的投票意向)之間關係做說明。

第一節 中間選民的意涵

台灣所謂的中間選民，在選舉時只看台灣的「時事」、「經濟」、「政策」、「國際現實」為主軸，來決定其投票意向；本身不具備任何黨派色彩。而在2000年陳水扁第一次競選總統大選，選民投票率高達82.69%，這個數據可以告訴選民說當時民進黨選舉主軸為「斷決黑金」、「清廉的政府」確實吸引不少中間選民出來投票支持民進黨。政黨輪替，在2000年的高投票率(82.69%)來看不管是「深藍」、「深綠」、「中間」選民都認同民進黨所說的選舉主軸，這就說明了當時中間選民也認同民進黨的說法。但「民進黨執政八年下空轉使得民風、道德、經濟、政策、國際觀淪喪」，而在2008年的總統大選中馬蕭配打著「清廉」、「六三三經濟起飛」的選戰主軸，從馬蕭配58.45%的得票率(中央選舉委員會)，顯示獲得中間選民的肯定與支持，進而當選中華民國第四任民選總統，從二次政黨輪替的選舉結果體認到少數關鍵的中間選民對台灣的選舉具有舉足輕重的影響。

本文在研究中間選民的投票意向與新聞媒介使用及人際傳播網絡的關係，在政治學或選舉研究上，有median voter的說法來描述中間選民。Median Voter Theory以(第七頁之圖)為例：A政黨和B政黨的所在位置，表示他們的政見立場偏左(A政黨)和偏右(B政黨)。如果他們想要獲得中間選民的選票，他們應該向中間路線靠攏。而圖2-1的左邊(LA)和右邊(BR)區域，分別表示兩政黨已經獲得的選票支持比例。

依美國選民分類而言，美國是典型的兩黨政治，在政黨認同的分類方面包括「強烈民主黨員」(strong Democrats)、「強烈共和黨員」(strong Republicans)、「弱民主黨員」(weak Democrats)，以及「弱共和黨員」(weak Republicans)等四類。而獨立選民又分為「純粹獨立選民」(pure independents)與「偏向特定政黨的獨立選民」(independent leaners)兩類選民。「偏向特定政黨的獨立選民」(independent leaners)在一些實證研究顯示，「偏向特定政黨的獨立選民」自稱是獨立選民，但在



資料來源：圖 2-1 A_B 區間為中間選民

http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/5/50/Median_voter_model.png

選舉時依舊選擇偏向各自特定的政黨，甚至比「弱民主黨員或共和黨員」更具強烈的政黨歸屬感，此類獨立選民投票行為甚至比「弱民主黨員」和「弱共和黨員」更加穩定更加偏向政黨取向(Dennis, 1988a, 1988b, Keith et al., 1992, Weisberg, 1980)。換言之，所謂真正的獨立選民是要排除「具強烈或弱政黨傾向的黨員」以及「偏向特定政黨的獨立選民」，上述之外其餘的選民被歸類為中間選民。

所謂的「獨立選民」其政黨立場較為中立，無政黨色彩的中間選民，或者是自成一格的選民(Dennis, 1988a, 1988b, Valentine and Van Wingen, 1980; Weisberg, 1980)，具有以下四種特性

- (一)不投票：可說是對政治非常冷漠，認為政治不值得去參與，更不願去投票。
- (二)不確定投票意向：選民的投票意向，在每次選舉時並未確定支持對象，中間選民的理想候選人是不分黨派，候選人的政治理念、政治魅力確是主導中間選民投票抉擇的判斷基礎，通常候選人所要爭取的中間選民就屬於這一類。
- (三)邊際選民和游離選民：這兩類選民同屬於中間選民偏向某一陣營，對候選人純屬於欣賞但沒有比較支持，比淺藍淺綠更接近中間，在投票意向的最邊際，而且容易受到大環境或候選人形象而游離到其他候選人身上時，就是邊際選民或游離選民。
- (四)自由選民和獨立選民：完全不屬於政黨認同的一群選民，具有獨立思考與自主精神，依自己的政治喜好與對候選人的政治認知來決定投票意向。

上述四種中間選民的態度，是本文研究對象約佔全體選民的 25%。以台灣選舉而言，民進黨成立以來，兩黨的競爭形態逐漸形成，2000 年的總統選舉，陳水扁在國民黨分裂的情形下取得勝選當選總統，2004 年陳水扁競選總統連任之路，面對國親整合成功競爭對手，陳水扁的競選策略就是以中間路線來吸引中間選民，選舉結果以 2 萬多票逆轉勝，民進黨得票率為 50.11%，國民黨的得票率為 49.89%（資料來中央選舉委員會），雖然不乏因「319」槍擊案激發選民的同情投給陳水扁的同情票；但成功的吸引中間選民的認同爭取選票也是不爭的事實。以台灣的政治版圖而言，在歷屆的總統選舉、立委選舉以及縣市長選舉研究調查中顯示選民的結構如下：全台選民約 1 千 3.4 百萬人口，依地域而言，濁水溪以南的以支持民進黨居多，濁水溪以北的選民支持國民黨較多。總括而言選舉中泛藍不分裂的得票率，藍色版圖約佔(40%)，泛綠版圖約佔(35%)、扣除不投票的中間選民，其餘的淺藍、淺綠、邊際選民和游離選民、以及自由選民和獨立選民等所謂中間選民約佔 25%，雖然是 25% 的中間選民確是影響選舉的關鍵少數，本研究在探討中間選民的投票意向。必須對中間選民的定義及認知有所界定，在問卷的時候才得以政黨認同及政治立場的取向為依據來判斷誰是中間選民，也就是本文研究的對象。

第二節 網絡媒介

從網絡媒介的觀點可以區分為大眾傳播媒介與小眾傳播，大眾傳播媒介的特性是具備透過媒體傳播訊息，小眾傳播是指人與人之間透過交談、聊天、辯論等方式的訊息溝通。Viswanath (1994) 指出傳播是影響閱聽人對健康知識的了解程度。在健康傳播的研究中也顯示，有效的媒體宣導效果，除了大眾傳播媒介提供的訊息外，還需閱聽人的參與，閱聽人接觸媒介愈頻繁，愈對該項訊息產生正面的態度，也就是說，同時接觸大眾傳播與人際傳播是可以影響行為的改變效果。

透過新聞媒介使用與人際傳播網絡的政治媒介效益，其認知可以從兩方面來說明。第一是指選民是否可以從媒介獲取其需要的訊息。第二是指媒介的內容是否成為選民聊天引用的議題或訊息。(Bucy & Gregson, 2001) 政治媒介的參與形式包括報紙讀者投書、廣播或電視政論性叩應節目等參與形式，讓受眾就不同議題表達其觀點。選民的觀點所形成的政治知識來自網絡媒介，經長期的媒介使用所獲得的政治認知。

另從大眾傳播的媒介效果論探究，以子彈理論 (Bullet Theory)、有限效果 (Limited Effects Model)、中度效果 (Moderate Effects Theory) 至 Noelle-Neumann 所提的回歸大效果論 (All Powerful Media

Theory, DeFleur & Ball-Rokeach, 1976年)提出媒介依賴理論，主要焦點在討論大眾傳播媒介系統和社會制度之間的關係。由媒介系統、社會系統與受眾系統三者間的互動依存關係，用於觀察微觀和宏觀系統之間的關係。(Ball-Rokeach, 1990)對媒介系統依賴關係(media system dependency relationship)對其定義認為是個人、團體、組織為達到對事物的認知，需要依賴媒介系統傳達的訊息資源的程度(Ball-Rokeach., etc., 1990; Loges, 1993; 蔡國棟, 1995)。媒介系統依賴理論是論述個人與社會因素的互動，認為媒介是社會資訊的知識來源，媒介連結了個人與社會結構。

每一種理論，都有不同的詮釋與心得。在傳播的研究中，大眾媒介是「告知」(inform)的角色，而人際傳播是「說服」(persuade)的效果。媒介扮演者不同的功能，包括提供政治資訊俾使民主制度(例如選舉)得以運作；專司監督政府，扮演政府「第四部門」(the fourth branch)的角色，以下是本文探討新聞媒介使用與人際傳播網絡的理論與文獻。

(一) 新聞媒介使用

新聞媒介的傳播效果，改變了以政黨資源為主的競選模式，轉而以候選人為主軸的競選模式。新聞媒介因而成為候選人爭取選民最重要的傳播工具。不管任何一種選舉的候選人，面對選民的投票抉擇，候選人必須呈現個人政治魅力，來吸引選票，候選人運用「候選人形象」及「政治新聞媒介的議題策略運用」之選戰模式，新聞媒介便成為選民獲取更多相關「候選人形象」資訊，作為投票抉擇的基礎。

新聞媒介成為選戰主要工具後，媒介傳播方式與傳播效果也引來批評浪聲。尤以電視媒體，以「賽馬式」(horse-racing)支持度為輸贏結果的政治新聞報導，報導內容不以候選人的能力與政見立場為主要內容，最為詬病。候選人透過新聞媒介慣用的負面政治廣告攻擊其他競爭對手，更是被認為是增加選民對選舉的冷漠與厭惡。(Ansolabehere and Ivengar, 1995; Schenck-Hamlin, Procter, and Runsey, 2000; 陳秀瑄, 2003)，選民因而厭惡惡劣政治環境不去投票(McChesney, 1999; Fallows, 1996)上述論點稱之為「犬儒主義」。

一些對政治選舉有興趣的選民，無法從新聞媒介管道獲得正確或真實政治新聞訊息，無從判斷候選人的真正執政能力。因此新聞媒介所傳播的內容，既不真實也不詳盡，更無法引起選民參與政治選舉的興趣，(Entman, 1989)。Robinson(1976)的研究也發現電視媒體以膚淺、負面、衝突的方式處理政治新聞。使得主要依賴電視為政治新聞消息來源的選民，對政府作為及政治人物因而產生不信任感，形成所謂的「政治厭惡」

(political malaise)。政治厭惡的現象是選民對政府總體施政缺信任感，也缺乏政治效能感，甚至不滿意候選人形象的表徵。其他的學者研究也發現使用電視媒體和平面報紙可以增加選民的政治知識、政治效能感以及投票行為。(Tolbert & McNeal, 2003)提出兩方學者不一致的研究結果，歸因將選民視為被動的訊息接收者，而非主動的資訊蒐集者。

一般而言，選民是主動的接收他們想要的政治訊息作為投票抉擇的依據，以理性的態度來決定投票支持對象。即便新聞媒體提供政治訊息較為膚淺沒有深度，選民仍然獲得己身想要的政治訊息作為投票依據。另外在議題設定理論(agenda-setting effect)的相關文獻也顯示，選民透過大眾傳播媒介得知選舉重要議題，藉此認知候選人形象、執政能力以及政策(Weaver et al., 1981; Chaffee and Kanihan, 1997; Weaver and Drew, 1993; Chaffee, Zhao, and Leshner, 1994)。國外文獻顯示透過新聞媒介使用獲得公共事物資訊和選舉參與行為之間的正向關係(McLeod et al., 1996; Chaffee and Kanihan, 1997; Nisbet and Scheufele, 2004)。選民收看電視媒體或閱讀平面報紙的公共事務報導數量頻率愈高，其政治參與程度愈高。以平面報紙的影響又比電視大，閱讀報紙政治新聞與政治參與具有最強的關連性，且高於電視新聞的使用。國內的文獻也發現，媒介使用不但會影響政治效能和政治參與(張卿卿, 2002)，更易影響選民的選舉參與和投票行為(翁秀琪、孫秀蕙, 1994; 孫秀蕙, 1995; 彭芸, 2002)。陸擘、郭中實(2007)的研究發現公眾的媒介參與功效意識對媒介參與意向產生直接正向的顯著影響。

另也發現媒體使用會強化選民的政治效能感以及政治知識，促使選民有意願參與選舉相關活動。(Robinson & Levy, 1986)的研究發現新聞媒介使用的頻率愈高，政治知識愈高，而且報紙新聞對政治知識的影響也比電視新聞大。綜合上述本文研究探討中間選民使用政治新聞媒介(包括暴露程度、注意程度)對政治知識、政治評價是否具有正向關係的影響。

(二) 人際傳播網絡

人際傳播網絡在政治傳播的研究中，主要是研究態度改變和說服理論，1970年代則朝人際傳播理論整合的方向發展。如機械論(Mechanistic Perspective)、心理論(Psychological Perspective)以及系統論(Systems Perspective)三個觀點。

(Littlejohn, 1996)提出要研究人際傳播理論，應從親身傳播過程(personal processes)、論述過程(discourse processes)、傳播者之間的相互關係，三個層面來探討。

傳播者間的互動關係即是探討人際互動的理論。探討人際互動理論

時首先是探討平衡理論，Heider(1970，轉引自羅世宏，1992)平衡理論是建立在聯結、情趣、均衡狀態三個觀念上，主要用於解釋態度改變的問題，進而達到尋求認同。其次是社會滲透論 Miller(1975, 轉引自 Littlejohn, 1996)，由滲透的觀點切入探討人際傳播的互動過程，社會滲透是指關係的親密程度不斷增加的過程，也就是獲取對方資訊。最後是社會交換論 Homans(1961, 轉引自 Auld, 1997)同時認為人與人之間的互動基本上是一種交換行為，是為了進行報酬或懲罰的交換，在交換過程中獲得最大利益。

人際傳播的說服效果研究可分二大主軸，一是針對訊息來源可信度研究、二是研究人際之間同質的影響。(翁秀琪, 1993；林東泰, 1997)針對傳播者可信度研究的實驗結果，也發現人際傳播的效果。

美國「威斯康辛學派」將人際傳播網絡置入民主社會以及公民素養的框架下研究。認為人際傳播網絡可以使個人接收到各種不同的論點，與他人談論公共事務時有不同的看法，會讓個人檢視自己與他人在社會問題上有何不同的觀點，並即時調整自己的論點及說法，達到雙方之間的交流，更能促進社會民主意識和提升公民素養的培育(McKuen, 1990; McLeod, Scheufele, & Moy, 1999)。

(Norris, 2002)在人際傳播網絡的研究，人與人之間的交流以信任為主，若彼此間無信任的基礎，人際傳播網絡就會出現態度與認知的保留態度，進而影響人際傳播網絡的效果。探討人際溝通概念包括內部、外部結構，以「威斯康辛學派」學者對人際溝通外部結構的概念，也就是其理論位置和作用(Huckfeldt & Sprague, 1995; Leighley, 1990; McLeod, Scheufele, Moy, Horowitz, Holbert, Zhang, Zubric & Zubric, 1999)。「威斯康辛學派」學者研究發現，當人際溝通模式以聊天形式表現時，有助信任提升、知識增加，進而增進公民素養。早期的研究結論人際傳播對媒介信息傳遞是正向傳遞訊息的影響(Chaffee, 1982)。Huckfeldt 與Sprague(1995)的研究指出人際溝通行為反映出個人在團體或與個人的人際交流中，有助於彼此思維互動與知識相互獲取。人際溝通具有早期社會化的特質，對行為產生直接或間接的影響(Scheufele, Nisbet, Brossard & Nisbet, 2004)。

(Huckfeldt and Sprague, 1987)認為人際傳播網絡應從「個人決定討論對象及內容」和「社會建構提供的朋友及交談內容」兩個面向觀察，研究選民如何詮釋政治資訊，以及社會脈絡如何影響資訊的交換。政治訊息經由社會互動的過程所傳遞，個人的政治偏好會決定所接收的政治資訊；其次社會資訊也會決定個人的政治偏好。政治偏好端賴社會所提供的資訊，具有動態性和回應性。選民所處的地方將使選民曝露於特定的社會脈絡，並造成選民接觸政治資訊的偏差。社會脈絡提供社會互動的機會，因此個人選擇討論對象和討論內容，都將受到社會脈絡所

提供的機會或限制所影響。

政治傳播在人際傳播網絡的研究發現，選民在各種組織或團體的人際關係愈為綿密其朋友圈子大、思辨程度高的人際溝通模式有助於社區政治參與。在多元化的社會圈子(network heterogeneity)及思辨式人際溝通(reflective integration)對於參與傳統社區、團體活動具有較強烈的意願(Leighley, 1990; Scheufele, Hardy, Brossard, Waismel-Manor & Nisbet, 2006)。人際傳播網絡中思辨式溝通模式，是促進個人投入民主參與活動的最佳方式之一(McKuen 1990)，思辨模式的人際溝通網絡，在政治知識的增進或對候選人的政治評價方面，更激發選民積極使用新聞媒介的意願，以便獲取更多的政治知識，建立自己更大的「觀點庫」(argumentative repertoire)，藉由對政治知識的提升，增加自身對政治評價的判斷能力，期能更有效說服對方或說服自己的途徑(Scheufele et al., 2006)。

近期研究探討媒介使用、人際傳播溝通、行為意向的因果排序問題時，當概念化定義將人際傳播溝通視為個體性格的產物時，它就應該在理論模式中擺在媒介使用之前，但當它被定義為受媒介使用後刺激而產生的後果時，就自然應該置於媒介使用之後。藉由社會網絡與人際信任，對各種公共事務的討論，使訊息的流通更具深度。人際傳播網絡藉由口耳相傳，在表達與傾聽可使資訊交流更為深廣。因此，人際傳播網絡的多寡，理論上可能會對政治知識的增進與否造成影響。

而在「社會資本」論中傾向以「網絡」、「信任」與「規範」作為「社會資本」的核心要素，社會資本的構成要素有二：

- 一、促成個人聚集的社會網絡(social networks)。
- 二、凝聚社團力量的人際信任(interpersonal trust)。

首先，就社會網絡而言，社團組織的參與普遍影響公民生活，其所產生的人際傳播網絡交互作用將使得資訊的傳遞更加容易，並進而促進參與者的集體利益(Ken' ich Ikeda et al., 2003; 林聰吉, 2007)。

因此本研究對中間選民透過人際傳播網絡的政治討論過程中對政治知識的增進、與政治評價之間的關係加以探討。

第三節 媒介功效

政治媒介對投票行為影響的探討。在選民投票的諸多政治態度中，政治信任感(political trust)與政治效能感(political efficacy)是探討政治態度的研究中最常探討的兩個概念(Craig, Niemi, and Silver, 1990)。(Campbell, Gurin and Miller, 1954)首先提出，政治效能是人們認為「個人的政治行動對於政治過程是有影響，或是具有影響能力」。孫秀蕙(1995)研究政治行為指出選民的新聞媒介使用與

政治知識具有正向的關係，黃秀端(1996)研究發現接觸新聞媒介會影響政治知識的獲得，傅恆德(2001)的研究同時指出選民政治知識的多寡會影響政治評價，張卿卿(2002)在一項針對大學生的政治媒介認知、政治媒介行為與其政治效能與政治參與之間的關係研究中，發現大學生政治媒介使用程度愈高其政治效能意識愈高。劉嘉薇(2006)也針對大學生做研究，發現政治媒介注意程度對大學生政治信任感有負向影響。所以本研究認為新聞媒介使用與人際傳播網絡對政治知識、政治評價及選民投票意向產生媒介效益，以下是本文探討媒介功效包含政治知識、政治評價以及投票意向等意涵。

(一) 政治知識

政治知識的問題在美國政治傳播研究中是熱門的研究，早期 Lazarsfeld、Berelson and Gaudet(1944)對小社區選民的研究到近期 Scheufele、Nisbet、Brossard and Nisbet(2004)的全國樣本調查，探討選民個人的時事知識源自於媒介內容，同時作用於投票行為。既然選民在時事知識上的差別可以造成政治行為的斷層(gaps)，也就是說選民的媒介使用對公眾政治參與的直接作用經過政治知識的過濾而有了顯著的變化(Eveland & Scheufele, 2000)。

依照 Delli Carpini & Keeter 的定義認為政治知識是選民關於政治活動範圍內的事實訊息(factual information)。因此政治知識具有三種特性：

- 1、政治知識屬於長期儲存的記憶，由認知過程，轉為個人記憶的一部份。
- 2、政治活動範圍具有較廣泛的定義，與政治事務有關的訊息都應被視為政治知識。
- 3、事實訊息具客觀性。

Luskin, (1990)的研究認為政治知識的重要性在於其與政治練達(political sophistication)有高度相關，而後者正是現代公民是否能在民主社會適切扮演其角色的關鍵。認為政治練達可用選民所接觸政治資訊的多寡、所能理解並組織政治資訊能力的高低，以及政治參與動機的強弱等三方面來解釋。相對於政治知識係指長久記憶與醞釀的政治資訊，政治練達則是依據政治知識而產生的具體思想與行動能力。由此可見，政治知識的高低具體影響個人對政治事務的判斷，形塑政治態度，並充分左右個人對政治體系的瞭解。簡言之，政治知識是人民在政治體系內能從事有意義參與行為的重要前提(Lambert et al., 1988; Rosenstone and Hansen, 1993)。

有關政治知識的來源，文獻皆指出，政治知識的產生與個人社經地

位和政治社會化的過程有密切關係，目前多以社會學途徑與社會心理學途徑來解釋影響政治知識的原因。政治社會化是政治態度產生、發展和成熟的過程，在不同年齡有程度不同的政治能力與政治知識的累積。研究指出，年齡與政治態度與行為有顯著的相關性。年齡愈輕的民眾對政治體系的認知較薄弱，其對體系的情感歸屬不深；相對地，年齡愈長者會隨著對政治事務的熟悉而強化其對體系的認同(Abramson, 1983; 胡佛, 1998)。另外教育是培養個人認知能力，教育對政治態度與政治行為影響甚鉅。而教育程度和政治知識的正向關係亦已經許多文獻所證實(Bennett, 1995; Delli Carpini and Keeter, 1996; Jennings, 1996; Lambert et al., 1988; Robinson and Davis, 1990; 林瓊珠, 2005; 張卿卿, 2002; 黃秀端, 1996; 傅恆德, 2001)。例如, Lambert 等人(1988)即透過研究證實，教育確實對政治知識的提昇有所助益。

(二) 政治評價

(Page and Jones, 1979)從1972至1976年美國大選中研究發現，候選人評價對選民的投票意向有正向影響，因此候選人的執政經驗、施政能力、個人操守、政治智慧、形象魅力等就成為候選人評價的衡量內容。(Miller et al, 1986 ; Kinder, 1986 ; Rahn, Aldrich, Bogrida and Sulliran, 1990)政治評價是促使選民接觸政治媒介所傳播的有關政治人物及候選人資訊(Atkin, Galloway, & Nayman, 1976; Johnson & Kaye, 1998)，在選舉投票時以個人所獲知的政治知識，政治事務的認知，對候選人有所評價，進而在政治抉擇上對候選人評判的依據。所以政治評價同樣是投票意向的重要指標之一，Richardson(1988)研究日本選舉時發現候選人形象對投票抉擇最具影響力，Asher(1988)研究美國選舉也指出以往以政黨為中心(Party-centered)的選舉，因新聞政治媒介的崛起，選舉時逐漸以候選人為中心(Candidate-centered)的競選模式取而代之。

Kiewiet(1983)研究指出選民對於現任者的施政表現，選民依個人對現任者的評價決定是否繼續支持現任者。Hetherington(1998)指出選民對總統施政的評價，在選民投票抉擇有顯著的影響，總統施政評價是政策認同與政局穩定的重要指標(Crespi, 1980; Mueller, 1970; Stimson, 1976)，施政評價代表對國家前途與總統能力的看法，形成一種「政治氣候」(political climate)，是領導人使國家陷入低迷或樂觀的氣氛端賴選民對領導人的政治評價。

政治評價在政治學者的研究定義指向選民對執政者的國家施政方針、候選人的政治操守、政黨的態度為出發點。也是選民對政府團隊執政或候選人的總體考核。1980年Kinder & Abelson(1981)分析美國總統

的選舉，研究發現選民對候選人的形象及政治評價是當年選舉最為重要的影響因素。「政治評價」是選民對候選人投票抉擇的重要指標，選民針對候選人以往的政治表現及施政績效作為投票支持與否的抉擇。謝復生、牛銘實(1996)；傅恆德(2005)，選民投票抉擇考量的因素，根據以往對候選人的回顧選擇是否支持；可以說是一種「回溯性投票(Retrospective Voting)」，尤其現任執政者爭取連任時，選民的「回溯性投票(Retrospective Voting)」影響效果更為明顯。徐火炎(1996)發現在1994年省長選舉中，候選人評價是決定投票的重要因素。傅明穎(1996)同樣也發現候選人評價在1994年台北市長選舉中，對選民投票決定具有顯著的影響。黃秀端(1996)檢視候選人形象和能力在1996年總統選舉中所扮演的影響力一文中也指出，候選人形象是影響選民投票決定的最重要因素。盛治仁、白瑋華(2008)探討陳水扁總統首任施政評價影響因素發現：

- 1、隨著執政時間的流逝，總統施政評價有衰退的趨勢。
- 2、在經濟環境好轉時，總統施政評價會上升。
- 3、對總統有正面評價事件發生時，總統施政評價會上升，負面事件則造成施政評價的下滑。
- 4、當選民的政黨認同與總統同屬政黨或總統的政黨聯盟，則該選民會給予較高的施政評價。
- 5、本省族群(閩南與客家族群)對本省籍總統較易有好的評價、外省族群對總統施政評價較低，所以省籍亦是施政評價的重要影響因素。

選民對政府施政評價的高低，通常決定選民在投票意向是否繼續支持政府的抉擇重要參考因素，選民對政府內政、外交等總體施政滿意度的評斷。Key(1966)提出「選民絕非傻瓜」的理論，指出選民在投票意向會參考候選人或政府團隊的施政表現。Fiorina(1981)基本上，總統施政評價是政策認同與政局穩定的重要指標(Crespi, 1980; Mueller, 1970; Stimson, 1976)，施政評價代表對國家前途與總統能力的看法，形成一種「政治氣候」(political climate)，使整個國家陷入低迷或樂觀的氣氛(Crespi, 1980)。依據 Kernell(1986)的研究，沒有得到過半人民滿意的美國總統很難獲得連任。Crespi (1980)也表示選民對總統的執政能力評價不佳，對國家的未來前景充滿疑問，為了宣洩不滿的情緒，就會以選票做為工具，更替政治領導者來改善當前政治環境。因此總統施政評價具有兩種功能：

- 1、蔡佳泓(2000)認為影響總統的政治權力，具較高施政評價的總統擁有較強的政治合法性(political legitimacy) Skorownek, (1998)讓其他的政治菁英不敢正面挑戰(Neustadt, 1990)，總統對政策的推動會比較順利，不會遭受強烈的批評(Kernell, 1986)。

2、影響選民的投票抉擇，一般來說施政評價低的總統是很難獲得連任的，總統的施政評價高低代表著選民對現任者執政能力的信任與否，施政成績不佳可以傳遞不信任的警訊，讓執政者思索如何重建民意支持；獲得肯定的施政評價則能增強選民對執政者的政治委託，讓公共政策的制訂與執行更加順利。因此，施政評價是政治系統中反饋途徑的重要媒介(張四明, 2000)。

綜合上述文獻指出，本研究藉由探討中間選民對馬英九就職至今的施政評價在未來 2012 年的總統選舉，可以吸引多少中間選民的青睞，馬英九在 2012 年就會面臨總統連任的壓力，在政治版圖藍綠不相上下的時刻，中間選民所佔比例雖少，確是影響選舉的關鍵少數。所以從中間選民對馬英九的政治評價高低，將可預測 2012 年的總統選舉，中間選民對馬英九的支持度的高低，會影響馬英九在 2012 年是否能競選連任。

(三) 投票意向

投票意向最主要在研究選民投票行為，國內在研究「投票行為」的途徑，引用美國社會學、社會心理學與理性抉擇模式等三個途徑來詮釋選民投票行為及其意向。社會學途徑的研究主要藉由個人所處於社會的「相對位置」來解釋民眾投票行為(Lazarsfeld et al., 1944)；社會心理學派則認為選民的投票抉擇，是依據於個人的心理依附來決定投票支持的對象，研究發現候選人的評價，是影響選民投票行為的因素之一(Campbell et al., 1960)，另外，理性抉擇學派的研究認為選民都是基於理性自利的抉擇，以「期望利益」的大小來決定本身是否投票與投票支持對象(Downs, 1957)，理性抉擇的解釋途徑不但提供嚴謹的理論架構，更能提升預測候選人是否獲得支持而當選的可能性(Niemi and Weisberg, 2001)。

Newman(1999)的研究結果也發現，「候選人特質、政治議題、社會印象、知識的評價、突發事件」等因素，是影響選民投票抉擇的重要行為。Rosema(2004)則發現「政黨評價，政黨偏好、投票意向」是影響選民投票行為的真實架構。Rosema(2005)在對歐洲選舉研究時，也以「政黨評價、政府評價、候選人評價」為外生變數，並透過預期評價的概念，更深入探討影響選民投票行為的驅動因子。

在國內針對選民投票行為相關研究上有，陳義彥(1994)的研究，認為候選人形象評價、對政府信任感、統獨及族群意識、政黨取向、民主價值觀念及政治知識，都是影響選民投票抉擇的因素。徐火炎(2001)在研究 1998 年北市市長選舉時，提出影響選民投票取向的因素是人際與

社會關係取向、政黨取向、候選人取向及政見取向，並據此建立投票行為衡量表。選民從候選人身上所看到的屬性，構成了選民對候選人的形象及其評價(陳世敏, 1992; 傅民, 1998)，所以候選人條件是投票意向的重要指標。

Converse (1996)的研究結果也指出候選人的人格特質對選民投票抉擇有高度的關聯性。Page and Jones(1979)在研究1972-1976年美國大選中，發現候選人評價是相當重要的因素，且候選人評價對選民的投票抉擇有相當程度的影響力，有鑑於候選人條件之重要性。

投票行為的研究在早期是探討選民的投票率、選民投票原因及人口統計分析(Campbell et al., 1954)；在選民投票行為模型方面，Downs(1957)首次提出理性投票行為模型的概念，假設選民為理性的及其投票的目的是為了建立政府，並以成本及效益的核心概念討論選民投票行為，Campbell(1960)更以美國選民的投票行為提出因果關係的「漏斗模型」(funnel of causality)，其中以個人社會背景為最基本的影響因素，政黨認同為長期因素，議題及候選人評價則為短期因素，因此「漏斗模型」為選民投票行為建立了雛型架構。

Converse(1966)強調在個人社會背景條件不變下，對候選人條件評估、選舉期間所發生的議題及偶發事件是影響選民投票行為的關鍵因素，其中政黨認同更是貫穿整體投票行為模型的重要指標。有鑑於此，O' Cass(1996)認為候選人藉由組織動員使選民能了解候選人所傳達的訊息，進而影響選民之投票行為。

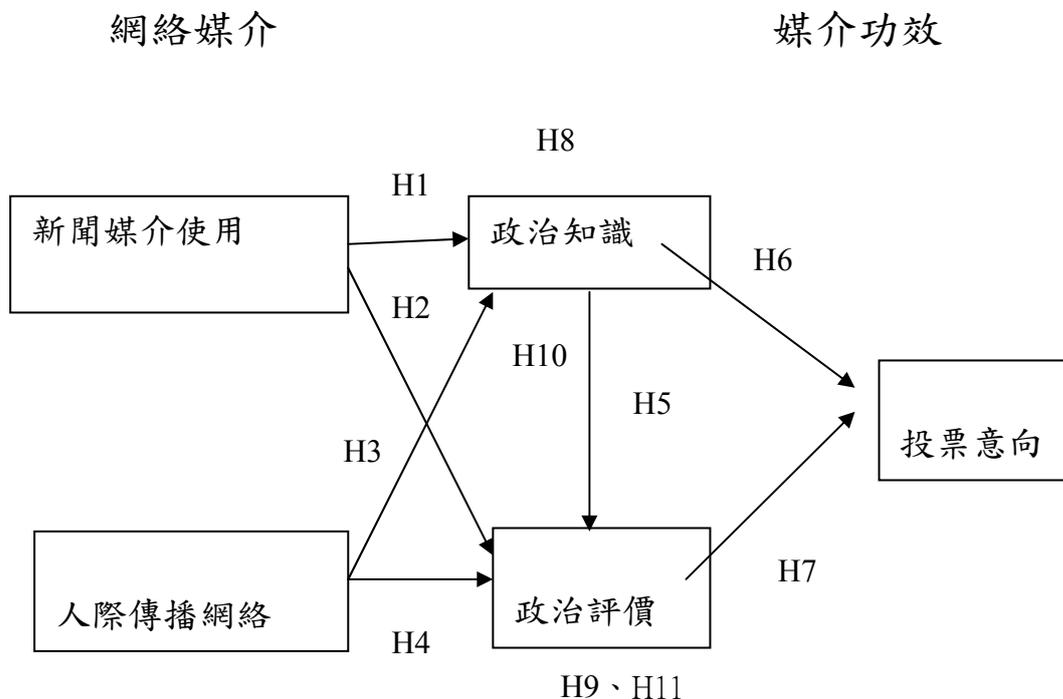
Newman(1999)以行銷觀點探討選民投票行為與消費者的購買行為有異曲同工之處，Jennifer(2001)也以產品概念探討候選人因素的觀點，進而分析選民投票行為的因素。綜合上述文獻探討，本研究再下一章節提出七個直接效果與四個間接效果假設，並在第四章以統計方法驗證其假設。

第三章 研究方法

因此本章依據以上研究目的及第二章文獻探討所得之各項變數，據此提出研究假設，本章共分為五節；其內容包括：第一節研究架構，第二節研究假設，第三節研究對象與抽樣方法，第四節研究工具與問卷設計，第五節資料處理與分析。

第一節 研究架構

本研究以中間選民新聞媒介使用程度與人際傳播網絡「政治討論」活動對政治知識與政治評價之關係為何？進而對中間選民之投票意向的影響如何？是本研究途徑。探討新聞媒介使用對政治知識與政治評價的正相關系的直接效果為何？進而研究人際傳播網絡「政治討論」活動對政治知識與政治評價的正相關系的直接效果為何？以及政治知識與政治評價對中間選民的投票意向是否具的正相關系的直接效果，最後探討新聞媒介使用與人際傳播網絡「政治討論」透過政治知識與政治評價的中介作用產生間接效果。根據上述概念最後形成觀念性架構圖，如圖 3-1 研究架構圖。



研究架構圖 3-1

H8:新聞媒介使用-政治知識-投票意向

H9:新聞媒介使用-政治評價-投票意向

H10:人際傳播網絡-政治知識-投票意向

H11:人際傳播網絡-政治評價-投票意向

(直接效果)

H1:選民對新聞媒介使用接收程度會對己身政治知識認知，具有正向影響關係。

H2:選民對新聞媒介使用接收程度會對執政者政治評價認知，具有正向影響關係。

H3:選民會因人際傳播網絡互動作用對己身政治知識認知，具有正向影響關係。

H4:選民會因人際傳播網絡互動作用對執政者政治評價認知，具有正向影響關係。

H5:選民會因己身政治知識的認知，對執政者政治評價判斷，有正向影響關係。

H6:選民會因己身政治知識的認知，對執政者投票行為意向，有正向影響關係。

H7:選民會因己身對執政者的政治評價判斷，對其投票行為意向，有正向影響關係。

(間接效果)

H8:選民會因新聞媒介使用的接收程度，而透過己身政治知識認知的中介作用，正向影響其對執政者實質的投票行為意向。

H9:選民會因新聞媒介使用的接收程度，透過己身對執政者政治評價判斷的中介作用，正向影響其對馬英九實質的投票行為意向。

H10:選民會因人際傳播網絡的互動效果，透過己身對執政者政治知識認知的中介作用，正向影響其對馬英九實質的投票行為意向。

H11:選民會因人際傳播網絡的互動效果，透過己身對執政者政治評價判斷的中介作用，正向影響其對馬英九實質的投票行為意向。

第二節 研究與假設

本研究依據文獻探討與研究目的，針對網絡媒介(新聞媒介使用程度與人際傳播網絡「政治討論」活動)對媒介功效(政治知識、政治評價與投票意向)之間的直接效果為何？最後探討新聞媒介使用與人際傳播網絡「政治討論」透過政治知識與政治評價的中介作用產生間接效果提出以下假設。

(一) 新聞媒介使用與政治知識之間的關係

探討個人「政治知識」的來源，有三個途徑。首先是接受教育從教師授課獲得政治知識的認知、其次是從政治新聞媒介的接觸、接收、回應獲得、第三則是從人際傳播網絡與他人「政治討論」獲取政治知識。政治傳播研究有關新聞媒介的角色將政治訊息透過媒體的管道告知所有選民，選民對新聞媒介的接觸、政治訊息的接受以及接觸的內容，經由長期的新聞媒介使用與政治事務的觀察累積個人的政治知識。就過去研究顯示，政治媒介使用與政治知識呈正相關，即媒介使用頻率愈高，政治知識愈高(Lo, 1994; Robinson & Levy, 1986; 羅文輝、鍾蔚文, 1991)。

林嘉誠(1989)研究指出選民擁有政治知識，對候選人有所評價，才會做出理性的判斷與抉擇，然而新聞媒介使用與政治知識之間是否祇有因果關係或互為影響是值得探討。陸曄、郭中實(2007)的研究發現公眾的媒介參與功效意識對媒介參與意向產生直接正向的顯著影響。

Robinson & Levy(1986)分析十五個不同研究，發現報紙使用均與政治知識呈顯著正相關。電視新聞對政治知識的影響力則較無定論，然而上述Robinson & Levy(1986)的研究顯示，電視新聞對政治知識的影響力微乎其微。他們甚至認為：「電視新聞不應被視為是民眾的重要消息來源」，但也有人認為因政治知識較為豐富較易理解新聞媒介的內容，甚至研究指出政治知識的來源不限於新聞媒介使用。

Neuman(1986), William, Andrew, Dhavan & Nojin(2005)的研究指出新聞媒介使用與人際傳播網絡頻率次數的多寡會影響選民的政治知識。

Chaffee, Zhao & Leshner(1994)則發現，電視新聞在1992年的美國選舉中是預測選民對候選人議題立場知識的最佳變項。

Zhao & Chaffee(1995)分析1984年至1992年在美國舉行的六次選舉，發現電視新聞的確幫助選民了解候選人的議題立場。

台灣地區進行的研究也發現電視新聞對民眾的政治知識具有顯著預測力：張妮秀(1982)研究認為無論媒介使用時間和媒介使用內容均對政

治知識有顯著預測力，但媒介使用內容對政治知識的預測力較高。羅文輝、鍾蔚文(1991)的研究也認為選民的新聞媒介使用愈多，政治知識愈高。孫秀蕙(1995)電視新聞媒介使用可以增強選民對候選人的記憶；平面報紙的媒介使用也能增進選民對候選人的政見了解。孫式文(1997)政治知識會因個人使用報紙、電視、廣播媒介的頻率、時間、內容而有所不同。本研究H1 假設如下：

H1: 選民對政治新聞媒介接收程度會對己身政治知識認知，具有正向影響關係。

(二) 新聞媒介使用與政治評價之間的關係

過去研究顯示，最近三十年來美國民眾對政府的信任度逐漸下降；政治信任不僅是政治領域的問題，也與社會、文化、經濟有關(Nye, Zelikow, & King, 1997)；教育程度較高者，政治信任度較低，社會與經濟地位較低者，政治信任度也較低(Aberbach & Walker, 1970; Converse, 1972)。

此外，大眾媒介的報導也是政治信任下滑的原因之一。Patterson(1993)就發現，1960年代至1992年間之新聞性雜誌對官員的負面描繪有漸增趨勢。其實，不僅政府官員常被報紙(Hart, Smith-Howell, & Llewellyn, 1990)、電視新聞雜誌(Hallin, 1992)、全國電視新聞網與政治談話節目批評(Viles, 1993)，連美國國會也常成為報紙社評(Tidmarch & Pitney Jr., 1985)及全國電視新聞網的攻擊目標(Robinson & Appel, 1979)。

另據涵化理論指出，長期觀看電視可能產生對社會、大眾的不信任，而常收看媒介負面政治新聞報導也可能產生對政治人物、政府的不信任感；收看負面新聞報導頻率愈高，對政府及政治人物的信任度愈低，也愈可能對政治產生不信任感。

然而，台灣地區的幾項研究卻發現，政治信任受到政黨認同影響。盛治仁(2003)研究2000年總統大選後，支持民進黨的民眾較信任政府，支持國民黨的民眾則對政府的信任度較低。彭芸(2004)的研究發現，媒介使用與是否信任陳水扁總統無關，卻可預測是否信任立法院；看電視時間和對立法院的信任度呈負相關，但收視媒介政治性內容卻與對立法院的信任度呈正相關。

由於台灣地區的媒介政治立場分明，媒介報導的政治新聞有明顯政治偏差(羅文輝、黃葳威, 2000；羅文輝、鍾蔚文, 1991)，民眾對政治的信任度又受政黨認同影響，因此媒介使用時間和媒介使用內容是否影響

政治信任尚待觀察。由於過去有關媒介使用與政治信任的實證結果並不一致。

Rahn, Aldrich & Borgida(1994)三人研究選民如何對候選人進行評價，他們認為近年來投票抉擇的研究，逐漸將焦點放在選民抉擇時資訊所扮演的角色，以及選民的資訊處理方式。如果選民評價候選人，是從獲取資訊的那一刻開始，這個判斷就是屬於「線上模式」(on-line model)。當選民接收新資訊時就會不斷更新此判斷。而「記憶模式」(memory-based model)並沒有建構一個不停紀錄的計時器，選民只是從記憶中抓取片段資訊，但尚未得到一個整體的評價。因此，特定的資訊和候選人評價之間存有一定關係，選民的動機和認知能力，也會影響選民在判斷時要使用那一種模式，個人必須要有適當的能力，也就是政治練達度高的人才能使用線上模式。而選民所處的資訊脈絡也會影響選民在處理資訊時所選擇的模式。

政治媒介有守望與整合資訊的功能，收視媒介報導的政治新聞不但可以幫助閱聽大眾了解重要社會事務，也使大眾較關心社會事件，因而較可能投入、參與社會事務。相關研究發現，收看媒介的公共事務報導和政治參與呈正相關，即收看電視與報紙的公共事務報導數量愈多、收視頻率愈頻繁，則政治參與程度愈高。其中又以報紙與政治參與的關聯性最強，即讀報愈多，政治參與愈多(Bybee, McLeod, Leuscher, & Garramone, 1981; Chaffee & Kanihan, 1997; McLeod & McDonald, 1985; McLeod et al., 1996; Scheufele & Nisbet, 2002; Viswanath, Finnegan, Jr., Rooney, & Potter, 1990)。

因此，本研究預測政治媒介使用內容與使用時間對政治評價有正向影響關係，愈常收視政治媒介政治新聞的人，對政治人物或候選人有正向影響。本研究 H2 假設如下：

H2: 選民對政治新聞媒介接收程度會對執政者政治評價認知，具有正向影響關係。

(三) 人際傳播網絡與政治知識之間的關係

人們透過新聞媒介使用所獲得政治訊息，在人際傳播網絡上的運用需要時間也需要訊息。使用在媒介的時間愈多，取得政治知識愈多，相對的可以用來建立政治網絡的內容愈多，所以政治媒介使用時間愈多與獲得政治資訊內容愈多，對政治網絡活動頻率，有正向影響關係，相對的人際傳播網絡頻率愈高，對政治知識的高低是有互補的作用，透過與人際傳播網絡的政治討論，對政治知識的提升有一定的幫助，甚至於會更加收集來自於政治新聞媒介的政治資訊來源作為與他人政治討論的

論述觀點。

選民的政治知識除了來自政治新聞媒介之外，在與人言談之間涉及到政治話題時，也會接觸到政治訊息的來源，即所謂人際傳播網絡。人際傳播網絡是指透過傳播者與接收者的直接接觸，傳達訊息的媒介。(彭懷恩 2004)，人際傳播網絡就政治而言即是政治討論，在選舉期間或平時對執政者的評價，藉由政治討論分享彼此從政治新聞媒介中所獲得政治訊息。Koch(1994)美國大學生閱讀紐約時報的政治訊息與行為效果發現，持續固定閱讀紐約時報有關政治訊息的大學生，與他人政治討論表達自己的政治論點有正向的影響關係。盛治仁(2005)在研究政治媒介的使用分析談話性節目的影響時發現收視次數或頻率愈高，其政治知識愈高，與他人討論政治觀點的次數與頻率愈高。陸曄，郭中實(2007)的研究發現儘管不同的人際溝通形式在獲取媒介知識方面顯現出完全不同的作用，但是總體上人際溝通與媒介參與功效意識和媒介參與意向均顯著正向相關。

綜合上述文獻探討，人際傳播網絡在「政治討論」對政治知識影響具有一定的影響力甚至對政治知識的增進與否造成影響。據此本研究提出H3假設如下：

H3: 選民會因人際傳播網絡互動作用對己身政治知識認知，具有正向影響關係。

(四) 人際傳播網絡與政治評價之間的關係

傅恆德(2001)研究分析媒體使用與政治知識的關係時，發現媒體使用對政治知識的解釋力以政治討論的影響最大，高過於閱讀平面報紙與收視電視新聞，政治討論的次數或頻率較高者對政黨的評價愈高。

Mendelsohn(1996)從加拿大 1998 年的選舉研究發現，選民媒介使用頻率次數愈高，在投票意向以候選人評價作為投票抉擇的基礎愈高。另外也發現人際傳播網絡的效果，選民透過與他人討論的次數愈多，在投票意向以候選人議題作為投票抉擇的考量愈高。翁秀琪(1993)、林東泰(1997)針對傳播者可信度研究的實驗結果，也發現人際傳播的效果。

綜合上述文獻探討，研究中選民政治新聞媒介使用對候選人政治評價時；同時也要注意到人際傳播網絡在選民相互討論政治話題時所產生的交互影響力。針對中間選民對馬英九在 2012 年的連任之路有關政治評價的認知為何？據此提出本研究 H4 假設：

H4: 選民會因人際傳播網絡互動作用對執政者政治評價認知，具有正向影響關係。

(五) 政治知識與政治評價之間的關係

謝復生、牛銘實(1996)研究總統選舉指出政黨的評價決定了選民的投票意向，傅恆德(2001)研究結果發現政治知識可以充分地解釋政治評價，而政治評價則又進一步影響投票行為。政治知識不論是對經濟的表現、主要政黨的評價以及政府與官員的評價，皆具有重要的影響。認為政治知識是作為政治評價主要的解釋變項，且不受社會人口統計變項的影響而對政治評價有所改變。傅恆德的研究中指出政治知識愈高的選民對政策及政府與官員的滿意度低，只有對政黨評價高。

Barker & Knight(2000)研究指出美國廣播公司節目主持人以負面觀點詮釋新聞或議題時，將使選民對候選人持負面的看法及評價，以正面觀點敘述議題較無明顯的影響。以民主社會的規範性理論(normative theories)而言，認為資訊環境影響民眾如何學習重要議題、瞭解民意代表及政府官員之作為、如何與其溝通。也認為豐富的資訊環境可讓民眾更有動機、能力與機會獲取政治知識，並進行政治參與(Abramson, Arterton, & Orren, 1988; Barber, 1984; Dahl, 1989; Fishkin, 1991; Patterson 1993; Putnam, 2000; Rosen, 1999)。事實上，相關研究也曾證實了政治傳播對市民參與的影響，並發現媒介使用與政治知識及政治評價均呈正相關(Johnson & Kaye, 1998; Robinson & Levy, 1986; Scheufele & Nisbet, 2002)。傅恆德(2005)在政治知識、政治評價與投票選擇研究一文中指出 2001 年的立法委員選舉，陳水扁執政的總體經濟表現不佳，立委的席次卻從 70 席增加到 87 席成為立法院第一大黨。研究顯示立委的選舉時以經濟議題或政府的施政評價的來衡量勝選，可能不如總統選舉般的獲得選民的重視。依據 Kernell(1986)的研究，施政評價沒有得到過半人民滿意的美國總統很難獲得連任。

綜合上述的觀點，政治知識是可以解釋政治評價的因素，選民透過網絡媒介所獲取得政治知識對候選人的政治評價具有影響力。可以了解選民對現任執政者的支持度以及未來選民投票意向。政治知識、政治評價及投票意向之媒介功效研究其三者之間的關係，據此本研究提出 H5 假設如下：

H5: 選民會因己身政治知識的認知，對執政者政治評價判斷，有正向影響關係。

(六) 政治知識與投票意向之間的關係

政治知識既然是政治參與的基本要件，那麼瞭解台灣民眾是否具備

足夠的政治知識，就成為觀察我國民主發展的重要指標之一相對於政治知識係指長久記憶與醞釀的政治資訊，政治練達則是依據政治知識而產生的具體思想與行動能力。由此可見，政治知識的高低具體影響個人對政治事務的判斷，形塑政治態度，並充分左右個人對政治體系的瞭解。簡言之，政治知識是人民在政治體系內能從事有意義參與行為的重要前提(Lambert et al., 1988; Rosenstone and Hansen, 1993)。傅恆德(2001)研究發現政治知識可以解釋政治評價，而政治評價又影響投票行為，Scheufele, Nisbet & Brossard(2004)的全國樣本調查，研究指出選民政治知識源自於媒介內容，同時作用於投票行為。綜合上述文獻，本研究針對政治知識與投票意向之間的關係提出 H6 假設：

H6: 選民會因己身政治知識的認知，對執政者投票行為意向，有正向影響關係。

(七) 政治評價與投票意向之間的關係

政治評價是選民對政府或者候選人的總體評價，選民會以候選人及政黨的過去執政表現，來評估現任者的績效是否再值得信任，值得繼續投票支持(Lodge & Saeenbergen, 1995; 傅恆德, 2005; 謝富生、牛銘實, 1996)。

政治評價是選民投票意向重要參考依據，選民會依據政黨施政滿意度、總體經濟表現、候選人政策訴求、候選人形象等所作理性的判斷，可以說是一種「回溯性投票(Retrospective Voting)」。尤其中間選民對政治參與的意願不高的情形之下，對候選人的政治評價好壞，更是趨使中間選民前往投票支持心中理想的候選人。Lanoue(1994)的研究發現現任的候選人在爭取連任時，回溯性的投票會比前瞻性的投票效果更為明顯。以我國2004年陳水扁競選連任也如同上述情形一樣，盛治仁與白瑋華研究陳水扁總統首任施政評價影響因素探討中發現，總統的施政評價即是總統個人的政治聲望，總統施政評價是政策認同與政局穩定的重要指標，並依據Kernell(1986)的見解，沒有得到過半人民滿意的美國總統很難獲得連任。

蔡佳泓(2000), Skorownek (1998)依總統施政評價的功能：獲得較高施政評價的總統即擁有較強的政治合法性(political legitimacy)及施政評價低的總統是很難獲得連任的。馬英九在2012年競選連任，要獲得中間選民的青睞，其政治評價不高將難以獲得連任。據此本研究提出 H7 假設如下：

H7: 選民會因己身對執政者的政治評價判斷，對其投票行為意向，有正

向影響關係。

(八) 新聞媒介使用、政治知識與投票意向之間的關係

Scheufele et al, (2006)研究認為選民積極使用新聞媒介的意願，獲取更多的政治知識，作為投票抉擇的依據基礎。Brossard & Nisbet(2004)對全國樣本調查，探討選民的政治知識原自於媒介內容，同時作用於投票行為。Atkin, Galloway & Nayman, (1976); Johnson & Kaye(1998)的研究指出在選舉時選民投票時以個人在網絡媒介所獲的政治知識，在政治抉擇時對候選人評判的依據。王嵩音(2006)研究發現新聞媒介使用，可以強化選民政治知識，提升選民對政治的公共事務的投入，也就是政治知識作為選民的投票意向的依據。綜合上述文獻本研究探討新聞媒介使用、政治知識與投票意向三者之間的關係，研究中選民是否透過新聞媒介使用所獲得政治知識，對候選人的認知，據此作為投票意向的抉擇基礎。

由此推論政治知識成為中間選民使用新聞媒介對投票意向的中介變數，所以據此提出 H8 假設：

H8: 選民會因新聞媒介的接收程度，而透過己身政治知識認知的中介作用，正向影響其對執政者實質的投票行為意向。

(九) 新聞媒介使用、政治評價與投票意向之間的關係

Atkin, Galloway & Nayman(1976); Johnson & Kaye(1998)的研究指出在選舉時選民投票時以個人在網絡媒介所獲的政治知識，對候選人有所政治評價，並在政治抉擇時對候選人評判的依據，認為政治評價也是投票意向的重要指標，Scheufele et al, (2006)研究認為選民積極使用新聞媒介的意願，增進更多的政治知識，並增進對候選人政治評價的判斷力，並作為投票抉擇的依據基礎。張卿卿(2002)翁秀琪、孫秀蕙(1994)彭芸(2002)的研究指出新聞媒介使用不但會影響選民政治效能和政治參與，更易影響選民的投票行為，其政治效能和政治參與係指選民對候選人相關的政治知識與政治評價。綜合上述文獻本研究探討新聞媒介使用、政治評價與投票意向三者之間的關係，研究中選民是否透過新聞媒介使用所獲得對候選人政治評價的正負面議題的認知，據此作為投票意向的抉擇基礎。

由此推論政治評價成為中間選民使用新聞媒介對投票意向的中介變數，所以據此提出 H9 假設：

H9: 選民會因新聞媒介的接收程度，透過己身對執政者政治評價判斷的中介作用，正向影響其對馬英九實質的投票行為意向。

(十) 人際傳播網絡、政治知識與投票意向之間的關係

Scheufele et al. (2006)的研究指出人際溝通網絡，在政治知識的增進，更激發選民積極使用新聞媒介的意願，以便獲取更多的政治知識，作為投票抉擇的判斷依據。Huckfeldt & Sprague, (1995); Leighley, (1990); McLeod, Scheufele, Moy, Horowitz, Holbert, Zhang, Zubric & Zubric, (1999)。「威斯康辛學派」學者研究發現，當人際溝通模式以聊天形式表現時，有助政治信任的提升、政治知識的增加，進而增進選民政治參與的素養。

從文獻探討選民在己身之人際傳播網絡「政治討論」活動頻率愈高，其政治知識相對提高，研究發現人際傳播網絡「政治討論」活動頻率愈高對政治知識具有正向的影響。而回顧文獻可以發現政治知識愈高對投票意向也具有正向影響，由此推論政治知識成為中間選民的人際傳播網絡「政治討論」活動對投票意向的中介變數，所以據此提出第十個假設：

H10: 選民會因人際傳播網絡的互動效果，透過己身對執政者政治知識認知的中介作用，正向影響其對馬英九實質的投票行為意向。

(十一) 人際傳播網絡、政治評價與投票意向之間的關係

Scheufele et al. (2006)的研究指出人際溝通網絡，藉由政治知識的提升，增加己身對候選人的政治評價的判斷能力。Atkin, Galloway & Nayman (1976); Johnson & Kaye(1998)研究發現在選舉投票時以個人所獲知的政治知識，及政治事務的認知，對候選人有所評價，進而在政治抉擇上對候選人評判的依據，所以政治評價同樣是投票意向的重要指標之一。(Kiewiet, 1983)研究指出選民對於現任者的施政表現，選民依個人對現任者的評價決定是否繼續支持現任者。

中間選民在己身之人際傳播網絡「政治討論」活動頻率愈高，對政治評價相對提高，研究發現人際傳播網絡「政治討論」活動頻率愈高對政治評價具有正向的影響。而回顧文獻可以發現政治評價愈高對投票意向也具有正向影響，由此推論政治知識成為中間選民人際傳播網絡「政治討論」活動對投票意向的中介變數，所以據此提出第十一個假設：

H11:選民會因人際傳播網絡的互動效果，透過己身對執政者政治評價判斷的中介作用，正向影響其對馬英九實質的投票行為意向。

第三節 研究變數之操作型定義

本研究網絡媒介的行為的衡量構面，分為新聞媒介使用與人際傳播網絡兩個類型；媒介效益的功用的衡量構面分為政治知識、政治評價以及投票意向三個類型。茲將各構面操作型定義分述如下：

表 3-1 網絡媒介之操作性定義與衡量

| 衡量構面 | 研究變數 | 操作性定義 | 量表參照來源 |
|------------------|--------|---|---|
| 新聞媒介使用 | 新聞媒介使用 | 新聞媒介使用的概念係測量包括了「媒介暴露程度」(media exposure)與「媒介注意程度」(media attention)兩個概念。而測量「媒介暴露程度」是以民眾每日接觸在新聞媒介的時數多寡，時數愈長表示新聞媒介使用程度愈高。「媒介注意程度」是以民眾每週使用新聞媒介的天數，天數愈多表示「媒介注意程度」愈高，對新聞媒介的使用是具有持續性。 | 1. 潘忠黨、柯斯基與詹森 Johnson, et. al, 2000) 2. 王嵩音(2006) 3. 黃慕也、張世賢(2007) 4. 陸曄、郭中實(2007) |
| 網絡媒介 (外生潛在變數) | 人際傳播網絡 | 人際傳播網絡是以民眾與親友、同事、家人的聊天或討論政治議題內容以及公共事務建議案與參加地方性政治活動聚會程度的多寡，來測量人際傳播網絡頻率。而其人際傳播網絡具體的操作化定義，是以經常、偶爾、普通、很少、從來沒有等頻率探討民眾的政治知識程度的高低與人際傳播網絡的頻率是否具正向關係的測量指標。 | 1. 王嵩音(2006) 2. McKuen, 1990; McLeod, Scheufele, & Moy, 3. 陸曄、郭中實(2007) |

表 3-2 媒介功效之操作性定義與衡量

| 衡量構面 | 研究變數 | 操作性定義 | 量表參照來源 |
|--------------|------|---|---|
| | 政治知識 | 政治知識係指可以測出選民對政治選舉方式、政府組成方式、政府政策的相關內容的了解程度為何?據以判斷選民的政治知識的程度。其測量方式受訪者辨識國內外政治人物的測驗題所構成或對政治操作相關的知識作為題項。 | 1. Delli Carpini and Keeter(1991) 2. 王嵩音(2006) 3. 張佑宗(2008) |
| 媒介功效(內生潛在變數) | 政治評價 | 政治評價係指選民對各項選舉的候選人取向的看法,尤其對競選連任的執政者的施政表現或候選人以往的施政表現地滿意度。可以從探討時間、經濟環境、正面事件、政黨認同與省籍對總統施政評價。選民對候選人的政治評價是屬於回溯性投票的概念。 | 1. Crespi, (1980) 2. 盛治仁與白瑋華(2008) 3. 鄭夙芬、陳陸輝、劉嘉薇(2008) 4. 林瓊珠(2009) |
| | 投票意向 | 投票意向係指選民對候選人的支持的預期心理。可以從選民對候選人的感情溫度、心目中理想的候選人條件以及對政黨的偏好取向等詢問受者。 | 1. 黃慕也、張世賢(2007) 2. 張佑宗(2008) 3. 林瓊珠(2009) |

第四節 研究設計

本研究設計首先以描述性統計研究(Descriptive Research)了解各項偏態、峰度是否符合常態分配,確認研究對象界定為中間選民的定義範圍,並依據文獻整理出研究變數作為定義,並完成命題假設,問卷與抽樣以及資料分析如下:

(一) 研究時間與研究對象

為了探討中間選民在 2012 年總統的投票意向,在馬英九總統執政滿兩年後,針對台灣地區「中間選民」實訪問卷針對「網絡媒介使用」及「媒介功效」對「投票意向」的影響進行研究。並預測 2012 年馬英九總統連任之路是否受到中間選民的支持當選連任。研究對象是具備投票權的選民,而這些選民必需平常有收看电视、閱讀平面媒體及新聞雜誌或收聽廣播以及與其他人討論國家政治議題的民眾,具上述條件的選民皆為本研究的母體。具投票權的母體是指選民政治立場中立,不具任

何政黨傾向，論述政治議題具客觀性不偏頗的中間選民。

(二) 抽樣

本研究以便利抽樣方式，針對台灣地區以便利抽樣方式選出四個縣市區域（桃園縣、台中縣市、台南縣市、高雄縣市）徵求中間選民的意願進行調查，便利抽樣(Convenience Sampling)又稱為偶遇抽樣。即是以選樣的便利性為基礎的一種抽樣方法。如研究者在路上或其他地方如速食店或便利商店等，攔下行人進行訪問即是一種便利抽樣。這種抽樣方式常被使用，但並不是一種很好的抽樣方法，因此使用此法抽出的樣本並不知道其是否具有代表母體的特性。但在某些情況下，例如礙於人力及財力的限制下，使用此種方法還是可被接受的，要注意的是，使用此種抽樣方法所蒐集得來的資料用來推論母體特性是有危險的。如果抽樣的母體同質性很高，結果還尚可接受，但是如果母體間差異性很大時，便利抽樣就行不通了，如果是問卷的研測使用此種抽樣方法是可接受的。

本次問卷研究對象為符合本研究母體要求，為了避免共同方法產生變異的問題(common method variance)，本研究採用時間隔離法的研究設計(彭台光, 2006)，於第一階段共發出 1500 份問卷(98 年 9 月 1 日至 98 年 9 月 30 日)，同時告知參與者配合本研究要求需要填寫(回郵信封發放第二次問卷)，因此第一階段回收 585 份。其中剔除無效問卷 285 份，故有效問卷為 300 份，為了因時間差問題而產生偏差，故在第二階段於 98 年 10 月 16 日至 11 月 20 日再度發放同樣問卷給這 300 位受測者填答，在 11 月 30 日回收到有效樣本為 191 位，而這兩階段 191 位樣本與第一階段原先回答的答案非常接近，因此克服了共同方法變異問題。

(三) 問卷

1、前測

為衡量中間選民之網絡媒介的活動對媒介功效的關係，依據前述第三節的操作型定義提出本研究之問卷，各題項皆依據相關學者之研究以及相關問卷題項所建構。在發放問卷之前請教傳播系所教授三位、社會所兩位、行銷所兩位共七位學者，針對所設計題項完成審視(前測)，是否有語意或問題界定不明之情形，以利修稿，以符合專家效度，始完成正式問卷，如附錄一。

2、問卷設計

本研究之測量工具，所採用的工具有：中間選民「個人基本資料表」個人基本資料：個人基本資料包含性別、年齡、政黨偏好。(1)性別以男女為選項、(2)年齡以具備 2012 年擁有投票權之選民請問你是民國 78 年 3 月 20 日前或者之後出生、(3)選民之政黨偏好問您是比較偏向哪一個政黨？

「新聞媒介使用量表」，衡量內容以 8 個題項來衡量，針對中間選民新聞媒介使用頻率的多寡。比較中間選民對新聞媒介使用的頻率高低，平均分數愈高表示中間選民新聞媒介使用頻率高；平均分數愈低表示表示中間選民新聞媒介使用頻率低。問卷量表各題目衡量方式，皆採 Likert 五點順序尺度量表來計分與量化，依程度分為「非常高」、「高」、「普通」、「少」、「從不使用」，總計問卷共 8 題問項。

「人際傳播網絡量表」衡量內容以 5 個題項來衡量，針對中間選民的人際傳播網絡活動的頻率高低作衡量，且問項依據本研究需要修改過。本問項則採 Likert 五點量表方式衡量，依程度分為「經常」、「偶而」、「普通」、「很少」、「從來沒有」，分別給予 5 分、4 分、3 分、2 分、1 分。

「政治知識量表」衡量內容以 3 題來衡量，且問項依據本研究需要修改過。比較中間選民對政治知識的認知高低，平均分數愈高表示中間選民的政治知識愈高；平均分數愈低表示表示中間選民的政治知識愈低。本問項則採 Likert 五點量表方式衡量，依程度分為「非常了解」、「了解」、「普通」、「了解不多」、「不了解」，分別給予 5 分、4 分、3 分、2 分、1 分。

「政治評價量表」衡量內容以 4 題來衡量，衡量中間選民對馬英九總統的施政評價的高低。平均分數愈高表示對馬英九的政治評價愈高，平均分數愈低表示對馬英九的政治評價愈高愈低。各問項則採 Likert 五點量表方式衡量，依程度分為「非常滿意」、「滿意」、「普通」、「不滿意」、「非常不滿意」，分別給予 5 分、4 分、3 分、2 分、1 分。

「投票意向量表」以 2 道題來衡量，就中間選民在 2012 年的總統選舉的投票意向以及 2012 年未來投票支持的對象。各問項則採 Likert 五點量表方式衡量，依程度分為「非常可能投馬英九」、「可能投馬英九」、「都可能投」、「可能投蘇貞昌」、「非常可能投蘇貞昌」，分別給予 5 分、4 分、3 分、2 分、1 分，受試者在全量表的得分愈高，表示中間選民對馬英九在 2012 年的總統選舉支持度愈高，得分愈低則表示中間選民對蘇貞昌在 2012 年的總統選舉支持度愈高。分數愈高馬英九的連任機會愈高，分數愈低則連任機會愈低，總計問卷 22 題問項詳

如表 3-3。網絡媒介與媒介功效量表各構面之題項與內容，如表 3-4、3-5 所示。

表 3-3 本研究問卷

| 構 念 | 衡量構面 | 題 號 | 問項依據來源 |
|------|--------|--------------|---|
| 網絡媒介 | 新聞媒介使用 | 1~8 | 1. 潘忠黨、柯斯基與詹森 Johnson, et. al, 2000) |
| | | | 2. 王嵩音(2006) |
| | 人際傳播網絡 | 9~13 | 3. 黃慕也、張世賢(2007) |
| | | | 4. 陸曄、郭中實(2007) |
| 媒介功效 | 政治知識 | 14~16 | 1. Crespi, (1980) |
| | | | 2. 盛治仁與白瑋華(2008) |
| | 政治評價 | 17~20 | 3. 鄭夙芬、陳陸輝、劉嘉薇 (2008)4. 林瓊 珠(2009) |
| | | | 1. Delli Carpini and Keeter(1991) |
| 投票意向 | 21~22 | 2. 王嵩音(2006) | |
| | | 3. 張佑宗(2008) | |
| | | | 1. Crespi, (1980) |
| | | | 2. 盛治仁與白瑋華(2008) |
| | | | 3. 鄭夙芬、陳陸輝、劉嘉薇 (2008) |
| | | | 4. 林瓊珠(2009) |
| | | | 1. 黃慕也、張世賢(2007) |
| | | | 2. 張佑宗(2008) |
| | | | 3. 林瓊珠(2009) |

資料來源：本研究整理

表 3-4 網絡媒介行為之衡量問項

| 參考來源 | 構面 | 衡量問項 |
|--|----------------|-----------------------------|
| 1. 潘忠黨、柯斯基與詹森 Johnson, et. al, 2000 | 新聞 媒介 使用 | 1. 您每天收看電視新聞台與政論性談話節目的情形? |
| 2. 王嵩音(2006) | | 2. 您每天閱讀平面報紙與政論性雜誌的情形? |
| 3. 黃慕也、張世賢(2007) | | 3. 您每天收看網路新聞的情形? |
| 4. 陸擘、郭中實(2007) | | 4. 您每天收聽政論廣播的情形? |
| 5. 您每週收看電視新聞台與政論性談話節目的情形? | | 5. 您每週收看電視新聞台與政論性談話節目的情形? |
| 6. 您每週閱讀平面報紙與政論性雜誌的情形? | | 6. 您每週閱讀平面報紙與政論性雜誌的情形? |
| 7. 您每週收看網路新聞的情形? | | 7. 您每週收看網路新聞的情形? |
| 8. 您每週收聽政論廣播的情形? | | 8. 您每週收聽政論廣播的情形? |
| 9. 您和親友會討論馬英九施政議題與執政成效的情形? | 人際 傳播 網絡 | 9. 您和親友會討論馬英九施政議題與執政成效的情形? |
| 10. 您與同事會討論馬英九施政議題與執政成效的情形? | | 10. 您與同事會討論馬英九施政議題與執政成效的情形? |
| 11. 您與家人會討論馬英九施政議題與執政成效的情形? | | 11. 您與家人會討論馬英九施政議題與執政成效的情形? |
| 12. 您與鄰人會討論馬英九施政議題與執政成效的情形? | | 12. 您與鄰人會討論馬英九施政議題與執政成效的情形? |
| 13. 他人會與您討論目前國家施政議題的情形? | | 13. 他人會與您討論目前國家施政議題的情形? |

表 3-5 媒介功效之衡量問項

| 參考來源 | 構面 | 衡量問項 |
|--------------------------------------|----------|--|
| 1. Delli Carpini and Keeter(1991) | 政治 知識 | 14. 你對政黨提名總統候選人的過程有多少了解? |
| 2. 王嵩音(2006) | | 15. 你對行政院長、監察委員、考試委員的提名方式有多少了解? |
| 3. 張佑宗(2008) | | 16. 你對公投、總統選舉的投票方式以及立法委員單一選區兩票制的內容有多少了解? |
| 1. Crespi, (1980) | 政治 評價 | 17. 您對馬英九總統在內政上包含經貿發展、金融風暴、88水災、交通建設、教育政策、勞工政策的總體施政評價為何? |
| 2. 盛治仁與白瑋華(2008) | | 18. 您對馬英九總統在外交國防上包含「兩岸關係發展」、「國防建設」、「整體外交」的總體施政評價如何? |
| 3. 鄭夙芬、陳陸輝、劉嘉薇(2008) | | 19. 你認為馬劉、馬吳政府行政團隊在內政上包含經貿發展金融風暴、88水災、交通建設、教育政策、勞工政策的總體施政評價為何? |
| 4. 林瓊珠(2009) | | 20. 你認為馬劉、馬吳政府行政團隊的「整體執政能力」評價滿意嗎? |
| 1. 黃慕也、張世賢(2007) | 投票 | 21. 以目前馬英九施政政績而言，2012年總統選舉你最有可能投票給哪一組候選人? |
| 2. 張佑宗(2008) | 意向 | |

資料來源：本研究整理

(四) 資料分析

本研究根據研究目的、架構及假設，對於問卷之統計處理將採用 amos6.0 軟體統計套裝軟體來進行資料分析。現茲說明本研究所使用之統計分析方法如下：

1、描述性統計：

以人口統計變數(性別)之基本樣本比例結構，求變項之偏態、峰度，以對樣本特徵狀況、各變項、結構進行初步檢定用。

2、皮爾遜相關分析：

相關係數是用來探討依變項與自變項的相關性，若分析結果，各構面間均顯著相關。再者，若其相關係數均小於 0.8，則各構面間無共線性(Collinearity)問題存在(陳恆鈞等，2006)。

3、本研究應用統計軟體 AMOS 6.0 進行兩階段的分析：

(1) 驗證性因素分析 (confirmatory factor analysis, CFA)：運用標準化因素負荷量與修正指標 (modification indices, M. I.) 來修正問卷量表的內容，以獲得良好的整體模式配適。進一步分析衡量問項信度、構念信度(複合信度與萃取變異量)，以及構念效度(收斂效度與區別效度)。

a. 複合信度：為測量變項信度的組成，表示構念指標的內部一致性，信度越高顯示這些指標的一至性越高，Fornell and Larcker (1981) 建議值為 0.6 以上。

b. 採用 Cronbach (1951) 所提出之 α 信賴係數來檢定量表之信，當 Cronbach's α 值愈大，表示信度愈高，代表量表愈穩定，各因素衡量題項間內部一致性愈大。Guilford (1965) 指出 Cronbach's α 若介於 0.7-0.98 間，可稱為具高信度，若低於 0.35，則須拒絕之，一般多以 α 值係數大於 0.6 為檢定標準。

c. 本研究採用的為內容效度，請教學術界與實務界專家對正確的衡量研究中所欲衡量的題項語意、適切性進行審查，經修改與補強後完成正式問卷，故本研究問卷具有一定的內容效度。

(2) 結構方程模式 (structural equation modeling, SEM) 分析：評鑑結構方程模式整體配適結果，繼而檢驗前述 11 項假設是否獲得研究結果的支持。

(3) 線性結構關係模式 (Linear Structural Relation Model, LISREL) 在分析模型中包括兩個模式：衡量模式 (measurement model) 與結構方程模式 (structural equation model) 兩部分，前者是用來界定顯性(可觀測的)變數與潛在(不可觀測的)變數之間的因果關係，後者則是用以表示潛在變數間的關係。本研究以 AMOS 6.0 來進行分析，使用 SEM 對路徑係數 (path

coefficients)求得最大概似估計來檢定中間選民的網絡媒介與媒介功效之二者關係，並以常用指標以判別模式之整體適配度。以下列出 SEM 模式適合度評估標準：

- a. 卡方值 (χ^2)：用來判定結構方程式是否合適之標準，卡方值越小，表示模式的合適情形越好，通常 χ^2 值愈大，表示觀測值與模式間有顯著差異，所以 χ^2 值應愈小愈好。若以卡方自由度比 (χ^2/df)(CMIN/DF)來判定，Marsh and Hocevar(1985)認為此值小於 2 為標準，卡方自由度比值越小，表示模型契合度越高。
- b. 配適度指標 (goodness of fit index; GFI)：其值在 0 與 1 之間，此值越大表示適合度越佳，即模式之解釋能力愈高，通常採 $GFI > 0.9$ (Bentler, 1982)。
- c. 殘差均方根誤差 (root mean square residual; RMR)：RMR 是推估後所剩下的殘差，其值越小代表模型越能契合觀察值，一般應低於 0.1，而低於 0.05 則代表完美的配適 (Joreskog and Sorbom, 1989)。
- d. 平均概似平方誤根係數 (root mean square error of approximation; RMSEA)：為 RMR 的估計量，是用來比較理論模式與完美契合的飽和模式的差距程度，其指數越小，表示模型契合度越佳，Hu and Bentler (1999)建議指數低於 0.06 可以視為一個好的模型。
- e. 模式比較配適尺度 (comparative-fit index; CFI)：CFI 指標反應了假設模型與獨立模型之非中央性差異，其值越接近 1 越理想，一般以 0.95 為通用的門檻 (McDonald and Marsh, 1990; Bentler, 1995)。

第肆章 統計分析結果(實證分析)

第一節 描述性統計分析

本研究採線性結構模式之方法來驗證前述假設，在資料處理上是依據樣本常態性分配型態。因此，先進行各變數之基本統計分析，如平均數、偏態及峰度，而黃芳銘(2004)指出最大概以估計法(maximum likelihood)來估計模式的參數，須對觀察變項的偏態與峰度加以檢驗。依據

若偏態係數介於正負 2 之間；峰度之絕對值小於 10，符合常態分配 5 之準則(Kline ,1998)。從表 4-1 中，可看出偏態值介於-0.834 至-1.51 之間，峰度值則是介於 0.46 至 3.09 之間，顯示本研究無嚴重偏差情形，皆符合常態分配，可進行模式之配適檢定。因此，本研究採用最大概似法，作為估計模式的估計法。

表4-1 所有觀察變項之描述統計、偏態與峰度

| 變 數 | 平均數 | 偏 態 | 峰 度 |
|--------|------|-------|------|
| 新聞媒介使用 | 4.20 | 1.51 | 3.09 |
| 人際傳播網絡 | 4.12 | -1.06 | 1.46 |
| 政治知識 | 4.23 | -1.13 | 1.56 |
| 政治評價 | 4.30 | -1.30 | 2.79 |
| 投票意向 | 4.27 | -.834 | .46 |

n=191；資料來源：本研究整理

第二節 驗證性因素分析

本研究採取之驗證性因素分析為一階驗證性因素分析，為了進一步確認各變項的合理性，以驗證性因素分析來判斷模式品質。潛在變數的組合信度為模式內在品質的判斷標準之一，其可做為衡量或檢定潛在變數的信度指標，若潛在變數的組合信度 > 0.60 (Fornell, 1982；榮泰生,2007)，則表示模式的內在品質良好，完全標準化係數值估計值可用來計算潛在變數的組合信度(榮泰生,2007)，問卷各構面衡量問項測量模式檢核值彙整表，如表 4-2 所示。

表4-2 問卷各構面衡量問項測量模式檢核值彙整表

| 衡量 題項 | 網絡媒介各層面之因素題項 | 負 荷 量 | 平均 抽取 變異量 | 組合 信度 |
|-----------------|--|-------------|-----------------|----------|
| 新聞媒介使用(1-8) | | | | |
| 1. | 您每天收看电视新聞台與政論性談話節目的情形? | 0.87 | | |
| 2. | 您每天閱讀平面報紙與政論性雜誌的情形? | 0.82 | | |
| 3. | 您每天收看網路新聞的情形? | 0.87 | | |
| 4. | 您每天收聽政論廣播的情形? | 0.85 | 0.71 | 0.95 |
| 5. | 您每週收看电视新聞台與政論性談話節目的情形? | 0.85 | | |
| 6. | 您每週閱讀平面報紙與政論性雜誌的情形? | 0.81 | | |
| 7. | 您每週收看網路新聞的情形? | 0.87 | | |
| 8. | 您每週收聽政論廣播的情形? | 0.81 | | |
| 人際傳播網絡(9-13) | | | | |
| 9. | 您和親友會討論馬英九施政議題與執政成效的情形? | 0.87 | | |
| 10. | 您與同事會討論馬英九施政議題與執政成效嗎? | 0.84 | 0.68 | 0.91 |
| 11. | 您與家人會討論馬英九施政議題與執政成效嗎? | 0.89 | | |
| 12. | 您對地方公共事務會向鄰里長提出建議案嗎? | 0.83 | | |
| 13. | 您參加各項地方性集會活動會提出您的建議嗎? | 0.68 | | |
| 衡量 題項 | 媒介功效之各層面因素題項 | 負荷量 | 平均 抽取 變異量 | 組合 信度 |
| 構面一：政治知識(14-16) | | | | |
| 14. | 你對政黨提名總統候選人的過程的了解程度。 | 0.73 | | |
| 15. | 你對行政院長、監察委員、考試委員的提名方式的 了解程度。 | 0.87 | 0.73 | 0.89 |
| 16. | 你對公投、總統選舉的投票方式以及立法委員單一 選區兩票制的內容的了解程度。 | 0.94 | | |

構面二：政治評價(17-20)

| | | | |
|--|------|------|------|
| 17. 您對馬英九總統在內政上包含經貿發展、金融風暴、88 水災、交通建設、教育政策、勞工政策的總體施政評價的程度。 | 0.81 | | |
| 18. 您對馬英九總統在外交國防上包含「兩岸關係發展」、「國防建設」、「整體外交」的總體施政評價的程度。 | 0.86 | | |
| 19. 你認為馬劉、馬吳政府行政團隊在內政上包含經貿發展、金融風暴、88 水災、交通建設、教育政策、勞工政策的總體施政評價為何? | 0.87 | | |
| 20. 你認為馬劉、馬吳政府行政團隊的「整體執政能力」會讓您接受的程度。 | 0.86 | | |
| 構面三：投票意向(21-22) | | | |
| 21. 以目前馬英九施政政績而言，2012 年總統選舉你最有可能投票給哪一組候選人? | 0.90 | 0.82 | 0.90 |
| 22. 以目前最大的可能性，您在 2012 年總統選舉您會支持? | 0.92 | | |

第三節 共線性問題診斷

此外，利用 Pearson 相關係數探討所有自變數與依變數的相關性，分析結果各個構面均呈現顯著相關。再者，自變項各構面(包括網絡媒介：新聞媒介使用、人際傳播網絡)間與依變項各構面(包括媒介效益：政治知識、政治評價、投票意向)間之相關係數，均小於 0.7，顯示各構面之間無「共線性」(collinearity)存在(陳恒毅等,2009)，各個構面間之相關係數整理如表 4-3 所示。

表 4-3 變數間之 Pearson 相關係數

| | | 新聞媒介使用 | 人際傳播網絡 | 政治知識 | 政治評價 | 投票意向 |
|--------|----|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|-------|
| 新聞媒介使用 | 係數 | 1.000 | | | | |
| 人際傳播網絡 | 係數 | 0.654 ^{***} | 1.000 | | | |
| 政治知識 | 係數 | 0.491 ^{***} | 0.543 ^{***} | 1.000 | | |
| 政治評價 | 係數 | 0.623 ^{***} | 0.590 ^{***} | 0.637 ^{***} | 1.000 | |
| 投票意向 | 係數 | 0.514 ^{***} | 0.547 ^{***} | 0.526 ^{***} | 0.670 ^{***} | 1.000 |

註：***表示在顯著水準為0.001時(雙尾)相關顯著。

第四節 信度、效度分析

(一) 內容效度

本研究在進行前測之前與之後，均將部份問項並請請教傳播系所教授三位、社會所兩位、行銷所兩位等七位專家學者給予建議及修正，故問卷應具有一定的內容效度。

(二) 收斂效度

透過驗證性因素分析來檢驗衡量，也就是考驗可觀測變數與潛在變數之間的關係，檢視構面之間的配適情況，以符合問卷的收斂效度。在模式配適度評估方面，若模型配適度越高，則代表模型可用性越高，參數的估計具有其涵義(榮泰生,2007)。其指標如表 4-4所示。

由表4-4可以得知，網絡媒介模式的配適度指標的評鑑結果卡方值(χ^2/df)=2.14， $p=0.00<0.05$ ，P值檢定達顯著水準，係因為 χ^2 會隨樣本數波動所導致(陳正昌等，1998)。

因此尚需考量df、GFI、CFI、RMR、RMSEA等值。分析結果顯示GFI=0.91、CFI=0.97、RMR=0.05、RMSEA=0.07。且各題項因素負荷量方面均達0.5以上。表示網絡媒介的變項之收斂效度是可被接受的。其中，新聞媒介使用、人際媒介之各層面的組合信度分別為0.95、0.91，均達0.7以上，顯示研究模式內部一致性良好。

表4-4 各變項配適度之考驗指標

| 配 適 指 標 | 判 斷 準 則 |
|-----------------------|-------------------------------------|
| P值>0.05 | 理想標準 |
| χ^2/df (卡方值/自由度) | 小於3為理想標準；小於5為可接受標準 |
| GFI(配適度指標) | 愈接近 1 表示模型適合度愈佳，通常採 GFI > 0.9 |
| CFI(比較配適度指標) | 愈接近 1 表示模型適合度愈佳，通常採 CFI > 0.9 |
| RMR(殘差均方根) | 愈接近於 0 表示模型適合度愈佳，通常採 RMR < 0.05 |
| RMSEA | 愈接近於 0 表示模型適合度愈佳，<0.05 為良好適配 |
| (漸近誤差均方根) | 介於 0.05~0.08 之間為合理適配，0.8~0.1 為普通適配。 |

資料來源：Joreskog and Sorbom, 1993；Browne and Cudeck, 1993；吳明隆，2007

此外，在媒介功效、投票意向之變項中，P值為0.04(P<0.05)顯著性檢定達到顯著，可能係X²值會隨樣本數波動所導致(陳正昌，1998)。尚需考慮 $\chi^2/df=1.54$ 、CFI=0.99、GFI=0.96、RMR=0.02、RMSEA=0.05。且各題項因素負荷量方面均達0.5以上。因此，媒介功效變項之收斂效度是可被接受的。其中，政治知識、政治評價、投票意向之各層面的組合信度分別為0.89、0.91、0.90，均達0.7以上，亦顯示研究模式內部一致性良好。

(三) 區別效度

在區別效度的概念上，本研究進行卡方差檢定(Chi-square difference test)。當受限模式(相關係數=1)的卡方值與未受限模式(相對係數≠1)的卡方值相差 $\Delta\chi^2$ 超過 $\Delta\chi^2_{1,0.05}=3.84$ ，就表示虛無假設是錯誤的，即因素間不是完全相關，也就是兩個因素是有區別的(陳順宇，2007)。

將表4-5所列之層面因素項目，採兩構面的相關係數值限定為1，使受限模式與未受限模式之原衡量模式進行卡方差異性檢定所得卡方差值，如表4-5所示，其中新聞媒介使用與人際傳播網絡之層面因素為29.814，此卡方差值均大於3.84，顯示網絡媒介變數之兩構面間是具區別效度。

表4-5 網絡媒介之區別效度

| 成對因素 | 未受限模式 | | 受限模式 | | 卡方值 $\Delta\chi^2$ |
|------------|--------|-----|--------|-----|-----------------------|
| | 卡方值 | 自由度 | 卡方值 | 自由度 | |
| 新聞媒介 使用 | 137.34 | 64 | 167.15 | 65 | 29.81 |
| 人際傳播 網絡 | | | | | |

將表4-6所列之層面因素項目，採兩構面的相關係數值限定為1，使受限模式與未受限模式之原衡量模式進行卡方差異性檢定所得卡方差值，如表4-6所示，其中政治知識與政治評價之層面因素為66.11、

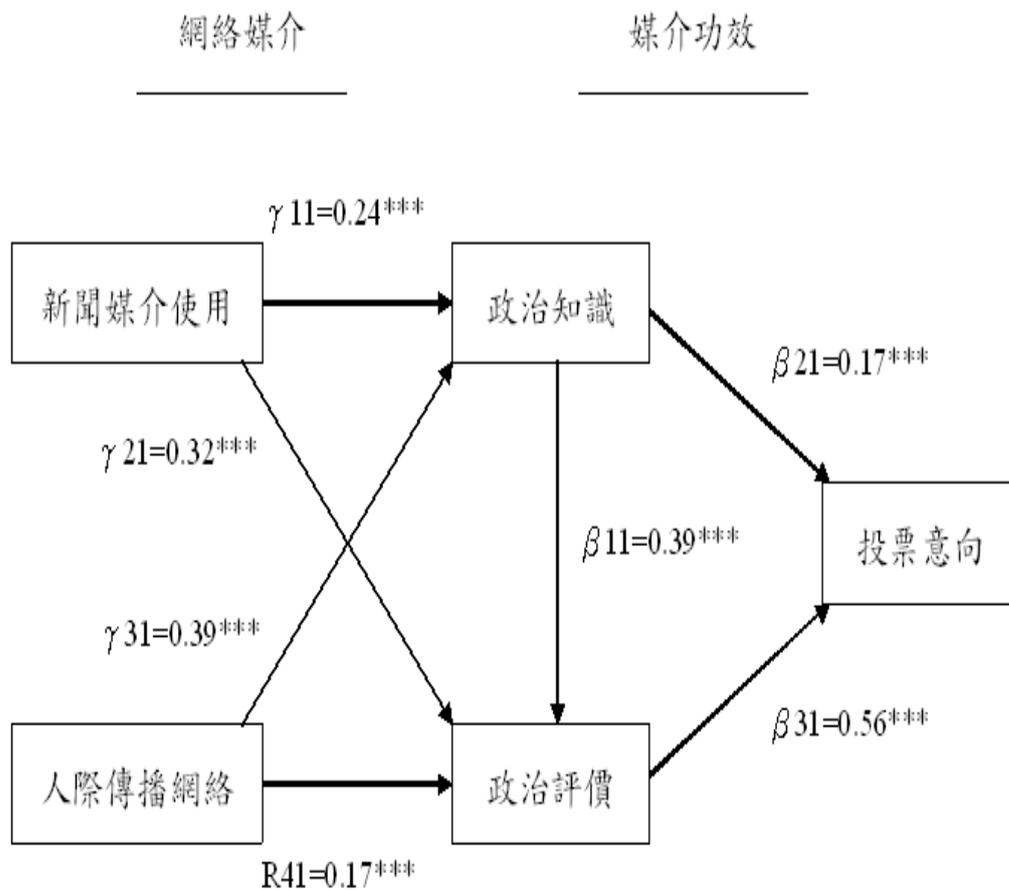
政治知識與投票意向之層面因素為79.59、政治評價與投票意向之層面因素為47.89，這些卡方差值均大於3.84，此顯示媒介功效變數間之兩兩構面是具區別效度。

表4-6 媒介功效區別效度

| 成對因素 | 未受限模式 | | 受限模式 | | 卡方值 |
|---------|-------|-----|-------|-----|----------------|
| | 卡方值 | 自由度 | 卡方值 | 自由度 | $\Delta\chi^2$ |
| 政治 政治評價 | 23.63 | 13 | 89.74 | 14 | 66.11 |
| 知識 投票意向 | 8.78 | 4 | 88.37 | 5 | 79.59 |
| 政治 投票意向 | 12.55 | 8 | 60.44 | 9 | 47.89 |

第五節 研究假設與檢定

本研究所建構網絡媒、媒介功效之關係模式，以 LISREL 進行因果關係分析，整體模式路徑圖如圖 4-1 所示。在各變數影響效果上，區分直、間接影響效果，在直接影響效果上，驗證假設 H1 至 H7；在間接影響效果上，驗證假設 H8 至 H11。



說明：理論模式 $\chi^2/df=9.1/2=4.05$ 、RMR=0.05、GFI=0.98、CFI=0.98、RMSEA=0.04

圖 4-1 本研究 LISREL 模式路徑圖檢驗結果

表4-7 假設路徑之關係與檢定結果

| 假 設 路 徑 | 直接 效果 | 間接 效果 | C R | 對應 假設 | 檢定 結果 |
|-------------------------------|----------|----------|---------|----------|----------|
| 新聞媒介使用→政治知識(r11) | 0.24 | | 3.03*** | 假設 1 | 成立 |
| 新聞媒介使用→政治評價(r21) | 0.32 | | 4.89*** | 假設 2 | 成立 |
| 人際傳播網絡→政治知識(r31) | 0.39 | | 4.92*** | 假設 3 | 成立 |
| 人際傳播網絡→政治評價(r41) | 0.17 | | 2.47* | 假設 4 | 成立 |
| 政治知識→政治評價(β11) | 0.39 | | 6.50*** | 假設 5 | 成立 |
| 政治知識→投票意向(β21) | 0.17 | | 2.43* | 假設 6 | 成立 |
| 政治評價→投票意向(β31) | 0.56 | | 8.19*** | 假設 7 | 成立 |
| 新聞媒介使用→政治知識→投票意向 (r11xβ21) | | 0.04 | | 假設 8 | 成立 |
| 新聞媒介使用→政治評價→投票意向 (r21xβ31) | | 0.18 | | 假設 9 | 成立 |
| 人際傳播網絡→政治知識→投票意向 (r31xβ21) | | 0.07 | | 假設 10 | 成立 |
| 人際傳播網絡→政治評價→投票意向 (r41xβ31) | | 0.10 | | 假設 11 | 成立 |

註：*** P < 0.001(C.R ≥ 3.29); * P < 0.05(C.R ≥ 1.96)

(一) 直接效果方面(H1至H7)

一、選民因網絡媒介之接收程度，對媒介功效之影響關係

H1：選民對新聞媒介使用接收程度會對己身政治知識認知，具有正向影響關係。研究假設 H1，由圖 4-1 及表 4-7 可知，中間選民的新聞媒介使用接收程度對己身的政治知識，有顯著正向影響關係。

(r11=0.24, p<0.001)，故假設 1 獲得支持成立。

H2：選民對新聞媒介使用接收程度會對執政者政治評價認知，具有正向影響關係。研究假設 H2，由圖 4-1 及表 4-7 可知，選民的新聞媒介使用接收程度對執政者政治評價的認知，有顯著正向影響關係。

(r21=0.32, p<0.001)，故假設 2 獲得支持成立。

本研究 H1 與 H2 結果顯示，當選民對新聞媒介使用接受程度愈高對己身之政治知識(係數為 0.24)與政治評價(係數為 0.32)具有正向關係。這個研究結果可從媒介依賴理論觀點予以解釋，當選民對新聞媒介使用頻率愈高，其依賴媒介所提供的政治訊息愈多。對

其政治知識的提升愈有助益。對候選人的施政認知，具正面訊息的了解，對現任執政者的政治評價愈具正面評價，愈能清楚地判斷，對現任執政者競選連任愈有利；若是具負面訊息的了解則呈現負面的政治評價，則對執政者連任不利。

本研究與國內的研究學者，(張卿卿, 2002)媒介使用不但會影響政治效能和政治參與，(翁秀琪、孫秀蕙, 1994；孫秀蕙, 1995；彭芸, 2002)。更易影響選民的選舉參與和投票行為另也發現媒體使用會強化選民的政治效能感以及政治知識，促使選民有意願參與選舉相關活動。也與Robinson 與Levy(1986)的研究發現新聞媒介使用的頻率愈高，政治知識愈高，而且報紙新聞對政治知識的影響也比電視新聞大，有相同之處。與陸曄、郭中實(2007)的研究結果媒介使用與媒介知識的關係在新聞關注度上有直接正向的體現的發現是符合的

H3：選民會因人際傳播網絡互動作用對己身政治知識認知，具有正向影響關係。

研究假設 H3，由圖 4-1 及表 4-7 可知，選民的人際傳播網絡互動作用對己身政治知識認知，具有正向影響關係。(r31=0.39， $p<0.001$)，故假設 3 獲得支持成立。

H4：選民會因人際傳播網絡互動作用對執政者政治評價認知，具有正向影響關係。

研究假設 H4，由圖 4-1 及表 4-7 可知，選民的人際傳播網絡互動作用對執政者政治評價認知，具有正向影響關係。(r41=0.17， $p<0.05$)，故假設 4 獲得支持成立。

H3 與 H4 研究結果顯示，選民的人際傳播網絡頻率愈高，對己身之政治知識(係數為 0.39)與政治評價(係數為 0.17)具有正向關係。這個研究結果與 Littlejohn(1996) 針對傳播者間的互動關係，探討有關人際互動的理論以平衡理論(balance theory)、社會滲透論(social penetration theory)、社會交換論(social exchange theory)三個理論以及 Hovland(1953)等人所著的『傳播與勸服』(Communication and Persuasion)，人際傳播理論的說服效果所呈現的觀點是符合的。印證中間選在人際傳播網絡活動對政治知識具正向的影響。本研究也證實中間選民在人際傳播網絡的政治討論頻率愈高，其政治知識愈高；更透過人際傳播網絡的政治討論對執政者的了解愈多。對執政者的政治評價，愈有理性自我觀點。也與張佑宗、趙珮如(2006)社會脈絡、個人網絡與臺灣 2004 年立法委員選舉選民的投票抉擇所研究的結果是符合。也符合陸曄，郭

中實(2007)在媒介素養的「賦權」作用：從人際溝通到媒介參與意向的研究發是具相同的觀點。

二、媒介功效對選民之政治知識、政治評價及投票意象之影響關係。

H5：選民會因己身政治知識認知程度對執政者政治評價認知，具有正向影響關係。

研究假設 H5，由圖 4-1 及表 4-7 可知，選民的政治知識對執政者政治評價認知，有顯著正向影響關係($r_{51}=0.39$, $p<0.001$)，故假設 5 獲得支持成立。

就政治知識與執政者的政治評價之間關係而言，本研究發現選民的政治知識對執政者的政治評價是正向關係；也就是當中選民的政治知識愈高，會對執政者有較高的政治評價。在民主選舉的過程中充滿著「買票」文化、欺騙選民、使用負面攻擊議題時，對理性的中間選民而言，當其政治知識愈高的人，對上述「買票」文化、欺騙選民、使用負面攻擊議題之行為會感覺非常的厭惡。所以當執政者出現愈多負面的政治訊息時，愈難獲得正面的評價，本次針對馬英九的施政政治評價，中間選民對馬英九的政治評價仍給予較多的正面政治評價。選民透過網絡媒介主動蒐集他們想要的政治資訊，以理性的判斷做出投票的決定。事實上，相關研究也曾證實了政治傳播對市民參與的影響，並發現媒介使用與政治知識及政治評價均呈正相關(Johnson & Kaye, 1998; Robinson & Levy, 1986; Scheufele & Nisbet, 2002)。

H6：選民會因己身政治知識的認知，對執政者投票行為意向，有正向影響關係。

研究假設 H6，由圖 4-1 及表 4-7 可知，選民己身政治知識的認知，對執政者投票意向，有顯著正向影響關係。($\beta_{11}=0.17$, $p<0.05$)。故假設 6 獲得支持成立。

就選民的政治知識而言，其政治知識愈高對候選人的各項事務的認知較具客觀性，不受政黨的偏好的影響而喪失理性的分析與判斷。所以本研究結果也符合傅恆德(2001)研究結果發現政治知識可以充分地解釋政治評價，而政治評價則又進一步影響投票行為的研究結果。

H7：選民會因己身對執政者的政治評價判斷，對其投票行為意向，有正向影響關係。

研究假設 H7，由圖 4-1 及表 4-7 可知，選民對執政者的政治評價判斷，對其投票行為意向，有顯著正向影響關係($\beta_{211}=0.56$ ， $p<0.001$)，故假設 7 獲得支持成立。

就政治知識與政治評價對選民投票意向的關係而言，選民的投票意向，來自於選民的理性抉擇，選民對馬英九政治評價呈現正向關係，其在投票行為的認知就會顯露出選民的投票意向。本研究發現選民政治知識愈豐富對馬英九成現正面評價時，其投票意向也呈現支持馬英九。所以政治知識與政治評價對選民投票意向的影響，呈現正向關係，表示選民的政治知識愈高給予馬英九政治評價屬於正面評價，對執政者競選連任時較能獲得選民的支持而當選連任，如果政治評價呈現負面，則投票意向將轉向競選陣營。

本研究符合與吳重禮、李世宏(2004)研究2002年台北及高雄市長選舉，發現總統施政評價、市長施政評價等變數對選民投票行為有相當程度的影響的研究結果。由此可知，政府施政表現對選民投票行為具有相當程度的影響力，亦可透過選舉行銷策略的運用及負面競選議題的操弄強化對選民投票行為的影響。

(二) 間接效果方面(H8 至 H11)

H8：選民會因新聞媒介使用的接收程度，而透過己身政治知識認知的中介作用，正向影響其對執政者實質的投票行為意向。

研究假設 H8，由圖 4-1 及表 4-7 可知，選民新聞媒介使用的接收程度，經由己身政治知識認知的中介作用，對執政者實質的投票意向，具正向影響關係($r_{11} \times \beta_{11}=0.04$ ， $p<0.001$)，故假設 8 獲得支持成立。

本研究發現與Scheufele、Nisbet、Brossard and Nisbet(2004)對全國樣本調查，探討選民個人的時事知識源自於媒介內容，同時作用於投票行為的觀點；另國外文獻顯示選民透過新聞媒介使用獲得公共事物資訊和選舉參與行為之間的正向關係(McLeod et al., 1996; Chaffee and Kanihan, 1997; Nisbet and Scheufele, 2004)以及國內的學者翁秀琪和孫秀蕙(1994)觀察選民媒介使用的行為及其政治知識、政黨偏好與投票行為研究的關係，結果顯示選民的政治知識會影響其閱報與收看電視，等觀點是符合的。

H9：選民會因新聞媒介使用的接收程度，透過己身對執政者政治評價判斷的中介作用，正向影響其對馬英九實質的投票行為意向。

研究假設 H9，由圖 4-1 及表 4-7 可知，選民新聞媒介使用的接收程度，藉由己身對執政者政治評價判斷的中介作用，對馬英九

實質的投票行為意向，正向影響關係。 $(r_{41} \times \beta_{21} = 0.18, p < 0.001)$ ，故假設 9 獲得支持成立。

本研究有關選民新聞媒介使用的接收程度，藉由己身對執政者政治評價判斷的中介作用，對馬英九實質的投票行為意向，正向影響關係符合 Atkin, Galloway, & Nayman, (1976); Johnson & Kaye (1998) 選民在網絡媒介所獲的政治知識，對候選人施政有所政治評價，並成為選民對候選人評判的依據。Scheufele et al, (2006) 也認為選民積極使用新聞媒介，可以增進己身更多的政治知識，並增進對候選人政治評價的判斷力，並作為投票抉擇的依據基礎。張卿卿 (2002), 翁秀琪、孫秀蕙 (1994), 彭芸 (2002) 的研究指出新聞媒介使用不但會影響選民政治效能和政治參與，也會影響選民的投票行為，其政治效能和政治參與係指選民對候選人相關的政治知識與政治評價。

H10：選民會因人際傳播網絡的互動效果，透過己身對執政者政治知識認知的中介作用，正向影響其對馬英九實質的投票行為意向。研究假設 H10，由圖 4-1 及表 4-7 可知中間選民的投票意向，會透過政治知識認知的中介作用，正向影響對馬英九實質的投票行為意向。 $(r_{31} \times \beta_{11} = 0.07, p < 0.001)$ ，故假設 10 獲得支持成立。

H11：選民會因人際傳播網絡的互動效果，透過己身對執政者政治評價判斷的中介作用，正向影響其對馬英九實質的投票行為意向。研究假設 H11，由圖 4-1 及表 4-7 可知，中間選民的人際傳播網絡互動效果，藉由己身對執政者政治評價判斷的中介作用，對馬英九實質的投票行為意向，具正向影響投票意向。 $(r_{51} \times \beta_{11} = 0.10, p < 0.001)$ ，故假設 11 獲得支持成立。

H10 至 H11 路徑係數結果方面，中間選民在網絡媒介的活動頻率的高低(新聞媒介使用與人際傳播網絡)對媒介功效(政治知識的高低、執政者的政治評價好壞以及投票意向)具有正向的影響關係。中間選民經媒介功效的中介變數的影響，對執政者的投票意向具有一定程度的影響。所以執政者要競選連任必定會加強新聞媒介的傳播效果，尤其是正面訊息的傳播以及正向的施政成果，才能強化中間選民的政治知識的認知以及正面的政治評價，進而得到中間選民的支持。

雖然有些學者研究結果呈現政治知識愈高的選民對執政者的總統政治評價較低，對政府缺乏信任感、低政治效能感、以及對執政者施政的不滿意。Tolbert & McNeal(2003)認為不一致的研究結果，歸因選民被視為被動的訊息接收者，而不是主動的資訊蒐集者。

本研究結果與Kernell(1986: 187)的觀點符合，執政者的政治評價沒有得到過半人民滿意的美國總統很難獲得連任。蔡佳泓(2000)(Skorownek, 1998)依總統施政評價的功能：獲得較高施政評價的總統即擁有較強的政治合法性(political legitimacy)及施政評價低的總統是很難獲得連任的。

在假說的檢定部份，圖 4-1 顯示本研究所提出的假說均獲得支持成立，各構面間的關係均是相當顯著。說明中間選民的投票意向藉由網絡媒介(新聞媒介使用與人際傳播網絡)的過程獲得執政者的政治資訊經由媒介功效(政治知識的高低、執政者的政治評價好壞以及投票意向)是否呈現正向的影響關係，執政者要競選連任、其正面的政治評價應藉由網絡媒介傳播給選民增加選民對執政者正確的政治知識與正面的政治評價。

第五章 結論與建議

本研究經由LISREL 分析各個變項之關聯，假說H1 至H11(直接、間接效果)驗證皆成立。這顯示中間選民會分別透過不同網絡管道(新聞媒介使用、人際傳播網絡)對媒介功效所帶來不同之影響效果。茲以下將依本研究發現進行討論，最後分別提出建議，供兩大政黨選舉實際策略應用上參考之用。

第一節 結論

(一) 理論意涵及討論

(1) 直接效果之比較

a. 網絡媒介(新聞媒介使用、人際傳播網絡)分別對政治知識的理論意涵(直接效果比較)。

在「新聞媒介使用—政治知識」及「人際傳播網絡—政治知識」之二條路徑之直接效果影響係數分別為 0.24、0.39，「人際傳播網絡—政治知識」路徑影響係數最大、「新聞媒介使用—政治知識」最小。這個結果說明著民眾長期依賴網絡媒介(電視新聞或人際溝通)中所傳達訊息之人事物會對某特定議題之中心人物展現社會互動，而它起源的發展奠基於相互影響關係之強度(Grant, Guthrie and Rokeach, 1991; Skumaich and Kintsfather, 1998)。雖然媒體報導可以強化個人頭腦複雜度與相關知識的豐富內涵(Leshner and Mckean, 1997)，但人與人之間的接觸是能以最具體聊天型式表達，是增加知識判斷的重要條件透過直接互動接觸更能產生彼此思辨空間，是增加自身對知識本身的辨析能力之一項最佳的途徑(Scheufele et al., 2004)。無疑，這也代表著以地緣、血緣、宗族或相關社會關係為基礎型態的動員方式最能爭取到其它民眾對某候選人政治理念的契合。

b. 網絡媒介(新聞媒介使用、人際傳播網絡)分別對政治評價的理論意涵(直接效果比較)。

在「新聞媒介使用—政治評價」及「人際傳播網絡—政治評價」之二條路徑之直接效果影響係數分別為 0.32、0.17，「新聞媒介使用—政治評價」路徑影響係數最大、「人際傳播網絡—政治評價」最小。這個發現似乎在說明著人際間聊天、交流會對候選人施政評價產生催化作用；但人際媒介卻也會限制選民參與政治的作用，因為取向不同多元意見的

交談易使得民眾留下許多政治議題的模糊，這會減弱他們對候選人施政評斷之效果 (Mutz, 2002; 陸曄等, 2007)。在這種情況下，他們可能會採用某種行為方式，例如：藉由閱讀報紙新聞等方式誘發此種媒介效果，探索其傳達內容的意義，才能評斷候選人之施政評價。以回溯性投票觀點而言(尤其針對現任執政者爭取連任機會的情境)，當現任總統有正面新聞報導產生時，則民眾對施政評價有上升趨勢，反之亦然(傅恆德, 2005; 盛治仁與白瑋, 2008)。

c、政治知識與政治評價分別對選民投票意向之理論意涵。(直接效果比較)在「政治知識—投票意向」及「政治評價—投票意向」之二條路徑之直接效果影響係數分別為0.17、0.56，「政治評價—投票意向」路徑之影響係數明顯大於「政治知識—投票意向」。這個研究發現說明了政治知識是激發人民參與有意義政治行為的基本要件(Lambert et al., 1988; Rosenstone and Hansen, 1993);政治評價是選民會依據政府官員的辦事能力、執政效率及決策正確性，這代表著選民會對某候選人過往及目前施政能力給予評價，同時會對其未來投票承諾更加重視(Key, 1966; Stokes, 1962; Kiewiet, 1983; Hetherington, 1998/1999)。因此，整體而言，候選人欲獲得選民支持，除了妥善加強己身形象塑造外，亦必需藉由適當的施政行銷策略具體讓民眾知道過去及現在作了什麼重大建設或改革，達到影響選民投票行為之目的(Haynes, 2002; 張佑宗, 2006)。

d. 政治知識對政治評價之理論意涵

在「政治知識—政治評價」路徑之直接效果影響係數為0.39、而「政治知識—投票意向」影響路徑為0.17，這說明著政治知識能直接分別影響選民政治評價判斷與投票意向。但它對政治評價的影響效果大於投票意向，這說明著政治知識是選民心理認知的一種反應，個人政治知識一旦增加，此對投票行為會有直接的關聯，但影響程度卻有限，唯有仰賴社會心理學途徑才能發揮。其中，Potter(2004)提出知識結構的觀點：政治知識通曉者民眾通常是屬於積極且理性之參與者，他們會以認知判斷的過程予以思考，以其通過生產這些問題的答案，故選民政治知識的強弱是分別用來解釋政治評價與投票意向的解釋變項(傅恆德, 2005)。

(2)間接效果的比較

在「新聞媒介—政治知識—投票意向」及「新聞媒介—政治評價—投票意向」之二條路徑上，政治知識與政治評價分別所扮演的中介作用為0.04、0.18。這說明一個現象：政治評價不僅對投票意向之直接效果最高($\beta=0.56$)且與政治知識相較之下間接效果亦是最強的。這個發現意謂著驅使民眾實質投票行為必需仰賴著個體認知-思索-評辯過程才能產生，媒體依賴觀點正也說明著新聞媒介是一種溝通作用，它會引

導、反應、傳達想給給民眾，透過訊息解讀互動，化為行動之具體實踐 (Castells, 2004)，故犬儒主義觀點並不適用於有接觸新聞媒體習慣的中間選民，因為依據本研究發現媒體對民眾參與政治行為是正向的影響效果。

其次，「新聞媒介—政治知識—投票意向」、「人際網絡—政治知識—投票意向」兩條路徑的比較，當前因變項為人際網絡時，政治知識所扮演的中介效果 ($\beta=0.07$) 會比前因變數是新聞媒體還要來得稍高 ($\beta=0.04$)。從理論意涵來看，透過個人政治知識認知是媒介使用的結果，對媒介知識的理解可從媒介內容接獲而來，進而影響己身投票行為 (陸曄等, 2007)，也就是說選民投票會經過「個人與社會計算」(Personal and social calculus) 之結果，其中，人際網絡關係的發揮作用凌駕於新聞媒體之影響 (Beck et al., 2002)。因為群體特性足以影響個人行為，這項機制需仰賴人際溝通展現才能表現出來 (吳重禮等, 2006)。

再者，就「人際傳播網絡—政治知識—投票意向」、「人際傳播網絡—政治評價—投票意向」之二條路徑，政治評價的中介作用 ($\beta=0.10$) 大於政治知識的間接效果 ($\beta=0.07$)。這應說明著多元化的社交圈子雖對民眾參與政治行為有所貢獻 (Waismel-Manor & Nisbet, 2006)，而政治知識能提供民眾對政治體系的基本了解，政治知識較高的選民越能形塑個人對政治事務的價值與判斷，將個人利益與立場相結合予以從事政治活動 (李世宏等, 2003; 吳重禮等, 2006)。故良好媒介素養的培養必需讓民眾認識、使用媒介，並引導他們進行各種批判性議題之反向思考、讓他們理解而來參與政治行為。

最後，「新聞媒介使用—政治評價—投票意向」、「人際傳播網絡—政治評價—投票意向」兩條路徑的比較，當前因變項為新聞媒介使用時，政治評價所扮演的中介效果 ($\beta=0.18$) 會比前因變數是人際傳播網絡來得較高 ($\beta=0.10$)。個人推論本研究從母體中抽取出來樣本之中間選民較為理性，且他們在個人認知的趨向上是經由個體態度經由內化過程之主觀規範所形成，雖然人際間的交流互動可讓民眾接觸到多元意見，但過度多元化人際溝通無形間亦對選民產生制約政治參與的作用，因為取向不同意見易給談話者留下許多模糊地帶 (Mutz, 2002); 但藉由新聞媒體的傳播可讓選民「不經意」地接收訊息，強化他們在頭腦上已有的參與意識，這相較於人際媒介所帶來的可信會可能會較高。

(二)、研究限制

本文之研究目的已經達成，雖然在研究過程中力求嚴謹，但能可能會遭遇到一些限制，必須加以說明。

(1) 研究方法

本研究在變項與題項設計上，僅侷限於網絡媒介觀點並結合不同學者觀點，為本研究之立論依據。而這種使用方式或許會跟選民實際投票行為，有所偏頗，結論上可能因此產生偏誤。

(2) 中間選民類型

本研究中間選民之母體，僅侷限過往在投票意向上沒有任何特定政黨的傾向，且個人平常也有看新聞媒體與友人談及相關政治的議題，並且需避免共同方法變異問題，故本研究有效樣本才191位，然而這個研究結果是否運用於2012年總統大選之實際情境中，有待商榷。

(3) 未來情境狀況無法預知

本研究乃針對馬英九總統執政以來至今來衡量中間選民對其連任之投票意向。由於未來至2012年投票期間仍充滿許多政治議題的突發事件，這種不確定因素容易導致選舉產生重大變化，例如，2000年參選總統聲望及民調均是第一名的宋楚瑜先生，因興票案而落選；2004年陳水扁先生的319槍擊事件而使得連宋配落選。故時間未來變化應會造成選舉結果會不一樣，這種現象亦是本研究之一大限制。

(4) 受測者之認知或作答態度

填答本問卷的受測民眾，可能會基於自我保護或人身安全等考量下，產生錯誤回答情況、故意忽略之情況或不太願意配合本研究調查，此現象亦會造成研究偏頗情形。

第二節 建議

(一) 實務上建議

以馬英九執政至今已有兩年時間，以網絡觀點衡量中間選民對馬英九總統連任之投票意向，而得出其理論模式，此部份將由實證研究的發現及配合相關文獻論述，並根據相關理論意涵的討論，提出候選人未來選戰應用上相關的管理策略，供兩大政黨參考之用。

(1) 若要以人際網絡媒介，拉攏民眾的選票，在實務運作上必需注意社會關係群聚所帶來的影響。過去在地方選舉上，地方派系已具雛形，這些人通常均顯示其是重要角頭，在此象徵性利益主導下，候選人必需以宗族、姻緣、地緣與派系結盟方式，構成核心地盤，地盤數愈多，盤內得票率會越多，當選機率會較大，因此「社會關係」的聚合各候選人均需被重視的議題。

(2) 若要以新聞媒介，拉攏民眾的選票，在實務運作上必需針對對手與自我政見，提出「利」與「弊」客觀見解，引導民眾思辯。由於這個過程乃是激發選民有個正確評斷動作，在其背後相關政治知識認知，必需積極使用新聞媒介，在電視上，應避免過度造勢，而是將為選民所端

出牛肉在哪、對手牛肉為何不好?讓這些優缺點具體呈現給選民知悉，而非口水戰。

(3)若要以新聞媒介，拉攏民眾的選票，政治評價所產生作用是最重要的，這必需仰賴行銷手法來強化或喚起選民對某位候選人過往深刻印象。由於泛藍與泛綠選民應對候選人施政表現分別有不同考量，由於他們有固定想法，因此候選人藉由新聞媒體的行銷手法來影響其投票行為是不太可能。但對無任何政黨傾向中間選民而言，總統候選人過往的執政評價是個極重要的參考指標，只要透過一些具體、深動、並能打入民心的廣告，就可能喚起選民對某候選人的投票承諾。

(二) 後續研究建議

從實證研究結果，整個研究的構思、研究架構、研究設計、結果分析、假設檢定與研究限制中，回顧整個流程，提出未來可以再深入研究探討的建議：

- (1)本問卷採封閉式填答，缺點為可能有重要觀念意見被忽略，回答者無法進一步表達，若能設計開放與封閉式並用，應可理解到選民對某議題作更深度的描述，因此除問卷調查法外，未來研究者可輔以觀察法、訪談法以及個案研究法來進行更深入的探討及研究。
- (2)本研究是以網絡媒介對媒介功效影響間關係的研究，但若僅此以網絡媒介觀點來衡量選民對馬英九總統的連任，尚無法涵蓋台灣選舉文化下之整個面向，例如：政黨認同、投票前候選人選舉行銷策略運用等，後續研究者可以繼續結合不同面向，將其區分為中介變項與調節變數來探討民眾對馬英九總統 2012 年連任的意向。
- (3)由於本研究乃以理論模式觀點，進行直接、間接效果比較，並未以更嚴謹之統計方法來驗證中介效果所扮演作用為何，因此未來研究者可以藉此提出三個以上之競爭模式加以比較與驗證，探討中介作用是為部分中介或完全中介。
- (4)由於線性結構方程式統計方法之運用無法解決跨層次的問題，根據本研究發現與學術意涵討論中得知，選舉可能會因選民在象徵性利益主導下形成地方派系，此時候選人需仰賴宗族、姻緣、地緣與派系結盟方式，構成核心地盤，地盤數愈多，盤內得票率會越多。依此觀點也替未來研究者興起了一個研究主題：「在地方

群聚效果氛圍下(高階變數)，在各自地盤下選民在網絡媒介互動下(低階變數)是如何影響其對馬英九總統投票行為(低階變數)」，這個研究主題旨在探討高、低階變數間的影響關係及其交互作用為何?這需藉由階層線性模式使用予以克服。

參考文獻

- 國際日報 (2009)。中間選民可左右大選結果，取 <http://www.chinesetoday.com/news/>，2008 年 2 月 27 日。
- 聯合報 (2009)。台灣 2012 年大選提前開打，取自 <http://tw.people.com.cn/BIG5/14811/14872/9073347.h>
- 王嵩音 (2006)。〈網路使用與選舉參與之研究—以 2004 年立法委員選舉為例〉。《台灣民主季刊》3，4：71—102。
- 林培淵 (2005)。以 Castells 觀點探討媒介科技革命下的真實/虛擬文化與認同，《網路社會學通訊期刊》，51，1-11。
- 林聰吉 (2007)。〈社會網絡、政治討論與投票參與〉，《選舉研究》，14(2): 1-25。
- 林瓊珠 (2005)。〈台灣民眾的政治知識：1992~2000 年的變動〉。《選舉研究》12，1：147-171。
- 林嘉誠 (1989)。《政治心理形成與政治參與行爲》。台北：商務。
- 李世宏、吳重禮 (2003)。〈總統施政表現評價影響因素之分析與比較：以整體施政、經濟發展與兩岸關係為例。〉《公共行政學報》，8，35-71，
- 吳重禮、湯京平、黃紀 (1999)。〈我國「政治功效意識」測量之初探〉，《選舉研究》，6 (2)：23-44。
- 吳重禮、李世宏 (2004)。〈政府施政表現與選民投票行爲：以 2002 年北高市長選舉為例〉，《理論與政策》，17(4)，1-24。
- 吳重禮、鄭文智、崔曉倩 (2006)。〈交叉網絡與政治參與：2001 年縣市長與立法委員選舉的實證研究。〉《人文及社會科學集刊》，18(4)，599-638。
- 吳重禮 (2008)。〈政黨偏好、制衡認知與分裂投票—2006 年北高市長暨議員選舉的實證分析〉。《台灣民主季刊》5，2：27-58。
- 胡佛 (1998)。《政治學的科學研究 (三)：政治參與與選舉行爲》。台北：三民書局。
- 洪雅慧(2006)〈網路政治謠言之可信度以及轉寄行爲研究—以「319 槍擊疑雲電子郵件散播為例」〉，《傳播管理學刊》7，1：137-159。
- 徐火炎 (1994)。〈認知動員選舉動員類型與選民的投票行爲〉，《社會科學論叢》，42，101-147。
- 徐火炎 (1996)。〈「李登輝情結」與省市長選舉的選民投票行爲：一項政治心理學的分析〉，《選舉研究》，第 2 卷，第 2 期，頁 1-36。
- 徐火炎 (2001)。〈1998 年二屆臺北市長選舉選民投票行爲之分析：選民的黨派抉擇與分裂投票〉，《東吳政治學報》，第 13 期，頁 77-127。

- 何金銘 (1994) 。〈 勝選因素：北高兩市二屆立委選舉比較研究〉，《選舉研究》，1(2)，163-198。
- 盛治仁 (2000)。「台灣民眾民主價值及政治信任感研究－政黨輪替前後的比較」，《選舉研究》頁 115~169。
- 盛杏媛 (2002)〈統獨議題與台灣選民的投票行為：一九九〇年代的分析〉，《選舉研究》9，1：41-80。
- 翁秀琪、孫秀蕙 (1994) 。〈選民媒介使用行為及其政治知識、政黨偏好與投票行為之間的關連－兼論台灣媒體壟斷對政治認知與行為的影響〉。《選舉研究》2，：1-25。
- 翁秀琪，大眾傳播理論與實證，（台北：三民書局，1992）。
- 孫秀蕙 (1995) 。〈比較台灣省選民傳統媒體與新媒體的使用對政治行為的影響—以民國 83 年台灣省長選舉為例〉。《選舉研究》2，1：99-118。
- 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。
- 彭台光、高月慈及林鈺琴 (2006) 。〈管理研究中心的共同方法變異：問題本質、影響、測試與補救〉，《管理學報》，23(1)，77-98。
- 范惟翔、蔡明純與羅聖宗 (2008) 。選舉行銷策略之前因與對選民投票行為影響之研究，《行銷評論》，5(3)，409-440。
- 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 2 卷，第 1 期，頁 51-76。
- 黃秀端 (1996) 。〈政治知識之認知與性別差異〉。《東吳政治學報》5：27-50。
- 黃秀端 (1996) 。〈決定勝負的關鍵：候選人特質與能力在總統選舉中的重要性〉，《選舉研究》，第 3 卷，第 1 期，頁 103-35。
- 黃信豪 (2005) 。〈台灣民眾政治功效意識的持續與變遷：政黨輪替前後的分析〉，《選舉研究》，12 (2)：111-147。
- 黃慕也、張世賢 (2008) 。〈政治媒介藉由政治效能、政治信任對投票行為影響分析—以 2005 年選舉為例〉。《台灣民主季刊》5，1：45-85。
- 傅恆德 (2001) 。〈政治知識與政治評價：第四屆立委選舉研究〉。《東海社會科學學報》21：103-120。
- 傅恆德 (2005) 。政治知識、政治評價與投票選擇。《行銷評論》，12(1)，39-68。
- 傅明穎 (1996) 。《北市選民的候選人評價與投票決定—以民國 83 年臺北市長選舉為例》。台北：國立臺灣大學三民主義研究所碩士論文
- 劉嘉薇 (2006) 。〈大眾傳播媒介與大學生政治信任感關聯性之研究〉。《東亞研究》37，1：161-196。

- 張卿卿 (2002)。「大學生的政治媒介認知、政治媒介行為與其政治效能感與政治參與之間的關係」，《行銷評論》，第 9 卷第 2 期，頁 37~63。
- 張卿卿 (2002)〈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》81：1-39。
- 張佑宗 (2006)。(選舉事件與選民的投票抉擇:以台灣 2004 年總統選舉為分析對象)。《東吳政治學報》，13，121-159。
- 蔡佳泓 (2000)。<〈美國政治事件及國內經濟之選舉效應：1920-1996 美國總統選舉研究〉。《歐美研究》30，3：143-191。
- 陳義彥 (1993)。<《選舉行為與臺灣地區的政治民主化：從第二屆立法委員選舉探討》，NSC 82-0301-H004-034。臺北：行政院國家科學委員會。
- 陳義彥 (1996)。<《選舉行為與臺灣地區的政治民主化 (IV)：從 84 年立法委員選舉探討》，NSC 84-2414-H-004-053B2。臺北：行政院國家科學委員會。
- 陳義彥、陳陸輝 (2002)。<〈政治功效意識、政治信任感以及台灣選民的民主價值〉，「2001 年台灣選舉與民主化調查」學術研討會，台北：國立政治大學選舉研究中心。
- 陳陸輝 (2002)。<〈政治信任感與台灣地區選民投票行為〉，《選舉研究》，9(2)，65-84。
- 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。
- 陳陸輝 (2000)「台灣選民政黨認同的持續與變遷」，《選舉研究》，第 7 卷第 2 期，頁 39~52。
- 陳正昌、程炳林(1998)·〈SPSS、SAS、BMDP 統計軟體在多變量統計上的運用〉，台北市：五南出版公司。
- 陳世敏(1992)，〈候選人形象與選民投票行為〉《新聞學研究》，46：149-168。
- 陳順宇 (2007)·《結構方程模式》，台北市：心理出版社。
- 陳恒毅等(2009)〈關係利益架構分析之研究:以網路購物為例.〉2009 全球商業經營管理學術研討會,正修科技大學。
- 張四明 (2000)。<〈民意調查的科學基礎、政治功能與限制：以我國政府首長施政滿意度調查為例〉，《行政暨政策學報》2：1-40。
- 羅文輝、鍾蔚文 (1991)。<〈電視新聞對青少年政治知識的影響〉，《新聞學研究》，45: 81-99。
- 榮泰生(2007)·《消費者行為》，臺北市：五南圖書出版公司。
- 陸曄、郭中實 (2007)。<〈媒介素養的「賦權」作用:從人際溝通到媒介參與意向〉，《新聞學研究》，92，1-36。

莊天憐 (2001)。〈我國獨立選民的發展與變遷 1989--1999〉，《選舉研究》8，1：71-115。

張妮秀(1982)。(高中生傳播行爲與政治社會化)政治大學新聞研究所碩士論文

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》，54：189-209。

謝復生、牛銘實 (1996)。(總統選舉中選民投票的抉擇)，國立政治大學學術研討會論文。

謝復生、牛銘實、林慧萍 (1995)。「民國八十三年省市長選舉中之議題投票：理性抉擇理論之分析」，《選舉研究》，2 (1)，77-92。

英文部分

- Abramson, J. B., Arterton, C. F., & Orren, G. R. (1988). *The electronic common wealth: The impact of new media technologies on democratic politics*. New York: Basic.
- Ansolabehere, Stephen D. and Shanto Iyengar. (1995). *Going Negative: How Political Advertisements Shrink and Polarize the Electorate*. New York: The Free Press.
- Bandura, A.(1977). Self-efficacy: *Toward a unifying theory of behavioral change*. *Psychological Review*, 37(2), 122-147
- Barber, B. R. (1984). *Strong democracy*. Berkeley: University of California Press.
- Beck, P. A., Dalton, R. J., Greene, S. & Huckfeldt, R.(2002). *The social calculus of voting: Interpersonal, media and organizational influence on presidential choices*. *American Political Science Review*,96(1), 57-73.
- Bentler, P. M. and Bonett, D. G. (1980). *Significance tests and goodness of fit in the analysis of covariance structures*, *Psychological Bulletin*, 88, 588-606.
- Bentler, P. M. (1982). *Confirmatory Factor Analysis via Noniterative Estimation : A Fast, Inexpensive Method*, *Journal of Marketing Research*, 19(4), 417-424.
- Berelson, Bernard, Paul F. Lazarsfeld, and William N. Mcphee (1954). *Voting*. Chicago: University of Chicago Press.
- Bentler, P. M. (1995). *EQS Structural Equations Program Manual*. Encino, CA: Multivariate Software Inc.
- Becker, L. B. and Whitney, C. D.(1980). *Effects of media dependences: Audience assessment of government*. *Communication Research*, 7, 95-120.
- Buckingham, D.(2003). *Media education: Literacy, learning and contemporary culture*. London : Routledge.
- Brody, Richard A., and Benjamin J. Page (1973). “*Indifference, Alienation and Rational Decisions: The Effects of Candidate Evaluations on Turnout and the Vote.*” *Public Choice*, Vol. 15, No. 1:1-17.
- Bruce I. Newman, A Predictive Model of Voter Behavior, (1999), *The Handbook of Political Marketing*, Sage, Lond on, pp. 259-282.
- Bybee, C. R., McLeod, J. M., Leuscher, W. D., & Garramone, G. (1981). *Mass communication and voter volatility*. *Public Opinion Quarterly*, 45, 69-90.
- Campbell, A., G. Gurin, and W. E. Miller (1954). *The Voter Decides*. Westport, Connecticut: Greenwood Press.

- Campbell, Angus; Converse, Philip E.; Miller, Warren E. & Stokes, Donald E. (1960). *The American Voter*. New York: John Wiley.
- Castells, M.(2004). *Informationalism, Networks, and the Network Society: a Theoretical Blueprinting, The network society: a Cross-Cultural Perspective*. Northampton, MA: Edward Elgar.
- Chaffee, S. H. & Kanihan, S. F. (1997). *Learning about politics from the mass media. Political Communication, 14*, 421-430.
- Chen, C. F. and Chen, J. M.(2003). *The construction of electoral marketing models in Taiwan*. *International Journal of Management*, 20(2), 143-155.
- Converse, P. E. (1972). "Change in the American Electorate." *In The Human Meaning of Social Change*, eds. A. Campbel and P. E. Converse. New York: Russell Sage Foundation.
- Converse, P. E. (1972). *Change in the American electorate*. New York: Sage.
- Converse, Philp F. (1966)., *The Concept of a Normal Vote in Angus Campbell, Election and the Political Order*, New York: John Willey and Sons, Inc.
- Craig, Stephen, Richard Niemi, and Glenn Silver. (1990). "Political Efficacy and Trust: A Report on the NES Pilot Study Items" *Political Behavior* 12 (3): 289-314.
- Crespi, Irving.(1980). "The Case of Presidential Popularity." in Albert H. Cantril. ed. *Polling on the Issues: 28-45*. W ashington D.C.: Seven Locks Press.
- Dahl, R. (1989). *Democracy and its critics*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Dalton, R. J.(1996). *Citizen politics in western democracies*. Chatham, NJ: Chatham House.
- David Newman (eds.), (2004).*How Asia Votes* (pp. 32-49). New York: Chatham House Publishers, Seven Bridges Press. "National Identity and Taiwan's Mainland China Policy." *Journal of Contemporary China*, Vol. 13, No. 40:479-90.
- Delli Carpini, Michael X. and Scott Keeter. (1991). "Stability and Change in the U.S. Public's Knowledge of Politics." *The Public Opinion Quarterly* 55, 4: 583-612.
- Downs, A.(1957). *An Economic Theory of Democracy*. New York: Harper and Row.
- Drew, Dan and David Weaver. (2006). "Voter Learning in the 2004 Presidential Election: Did the Media Matter?" *Journalism & Mass Communication Quarterly* 83: 25-42.
- E. P. Bucy and K. S. Gregson, "Media Participation: A Legitimizing Mechanism of

- Mass Democracy,” *New Media and Society*, Vol. 3, No. 3 (2001), pp. 357~380.
- Fiorina, Morris P. (1981). *Retrospective Voting in American National Elections*. New Haven, Conn.: Yale University Press.
- Fishkin, J. (1991). *Democracy and deliberation: New direction for democratic reform*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Fornell, C. (1992). A national customer satisfaction barometer: the Swedish experience. *Journal of Marketing*, 55 (1), 1-21.
- Grant, A. E., Guthrie ,K.K. & Ball-Rokeach, S.J.(1991). Television shopping — Media system dependency perspective. *Communication Research*, 18 (6) ,773-798.
- Gershtenson, J.(2006). Parties, institutional control and trust in government. *Social Science Quarterly*, 87(4), 882-902.
- Hallin, D. (1992). Sound bite news: Television coverage of election, 1968-1988. *Journal of Communication* 42, 5-24.
- Hart, R. P., Smith-Howell, D., & Llewellyn, J. (1990). Evolution of presidential news coverage. *Political Communication and Persuasion* 7, 213-230.
- Haynes, A. A.(2002). Getting the message out : Candidate communication strategy during the invisible primary. *Political Research Quarterly*, 55(3), 633-652.
- Hetherington, M. J.(1998). The political relevance of political trust. *American Political Science Review*, 92, 791-808.
- Hetherington, M. J.(1999). The effect of political trust on the presidential vote. *American Political Science Review*, 93(2), 311-326.
- Hetherington, Marc J. and Suzanne Globetti.(2002). “Political Trust and Racial Policy Preferences.” *American Journal of Political Science* 46, 2: 253-275.
- Huckfeldt, Robert, Eric Plutzer, and John Sprague (1993). “Alternative Contexts of Political Behavior: Churches, Neighborhoods, and Individuals.”
- Huckfeldt, Robert, and John Sprague (1987). “Network in Context: The Social Flow of Political Information.” *American Political Science Review*, Vol. 81, No. 4:1197-1216.
- Hu, L. and Bentler, P. M. (1999). Cutoff Criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conceptual criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling*, 6(1), 1-55 .
- Jennifer Lees-Marshment, The Product, Sales and Market-Oriented Party How Labour Learnt to Market the Product, Not Just the Presentation, *European*

- Journal of Marketing*, Vol. 35, No. 9/10, (2001), pp. 1074-1084.
- Jennings, M. Kent, and Richard G. Niemi.(1974). *The Political Character of Adolescence: The Influence of Families and Schools*. Princeton University Press.
- Joreskog, K. G. and Sorbom, D. (1989). LISREL 7: A guide to the program and applications, *Chiocago: SPSS*.
- Kernell, Samuel. (1986). *Going Public: New Strategies of Presidential Leadership*. Washington, D.C.: CQ Press.
- Kaye, Barbara K. and Thomas J. Johnson. (1999). “ Search Methodology: Taming the Cyber Frontier-Techniques for Improving Online Survey. ” *Social Science Computer Review* 17, 3: 323.
- Ken'ich Ikeda, Yauso YAMADA and Masaru KOHNO.(2003). “Influence of Social Capital on Political Participation in Asian Cultural Context.” *Democracy, Governance and Development Working Paper Series*10:1-30. Taipei: Asian Barometer Project Office National Taiwan University and Academia Sinica.
- Keith, Bruce E., David B. Magleby, Candice J. Nelson, Elizabeth Orr, Mark C. Westlye, and Raymond E. Wolfinger.(1992). *The Myth of the Independent Voter*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Kernell, Samuel. (1986). *Going Public: New Strategies of Presidential Leadership*. Washington, D.C.: CQ Press.
- Key, V. O.(1966). *The responsible electorate: Rationality in presidential voting*. New York: Vintage.
- Kiewiet, D. R.(1983). *Macroeconomics and micropolitics: The electoral effects of economic issue*. Chicago: University of Chicago Press.
- Kiewiet, D. R.(1983). *Macroeconomics and micropolitics: The electoral effects of economic issue*. Cicago: University of Chicago Press.
- Klingemann, Hans-Dieter.(1999). “Mapping Political Support in the 1990s: A Global Analysis.” in Pippa Norris ed. *Critical Citizens: Global Support for Democratic Goverance*: Oxford: Oxford University Press31-56.
- Ko, Hanjun et al. (2005). “Internet Uses and Gratifications: A Structural Equation Model of Interactive Advertising.” *Journal of Advertising* 34, 2: 57-70.
- Lo, Ven-hwei. (1994). Media use, involvement and knowledge of the Gulf War. *Journalism Quarterly*. 71(1), 45-56.
- Luskin, Robert C.(1990). “Explaining Political Sophistication.” *Political Behavior* 12, 4: 331-361.

- Marsh, H. W. and Hocevar, D. (1985). A new more powerful method of multitrait-multimethod analysis, *Journal of Applied Psychology*, 73, 107-117.
- Marcus, M. and Oscar, G. L.(2005). A virtuous circle for all ? New York: ICA.
- McDonald, R. P. and Marsh, H. M. (1990). Choosing a multivariate model: Noncentrality and goodness-of-fit, *Psychological Bulletin*, 107, 247-255.
- McLeod, Jack M. and Daniel G. McDonald. (1985). "Beyond Simple Exposure: Media Orientations and their Impact on Political Processes." *Communication Research* 12, 1: 3-34.
- McLeod, J. M., Daily, K., Guo, Z., Eveland, W. P., Jr., Bayer, J., Yang, S., & Wang, H. (1996). Community integration, local media use and democratic processes. *Communication Research*, 23, 179-209.
- Miller, Arthur H. (1974). "Political Issues and Trust in Government: 1964-1970." *American Political Science Review* 68: 951-972.
- Mueller, John E. (1970). "Presidential Popularity from Truman to Johnson." *American Political Science Review* 68: 18-34.
- Mutz, D. C.(2002). The consequences of cross-cutting networks for political participation. *American Journal of Political Science*, 46, 838-855.
- Neustadt, Richard E. (1990). *Presidential Power and the Modern Presidents: The Politics of Leadership from Roosevelt to Regan*. New York: Free Press.
- Neustadt, Richard E. (1990). *Presidential Power and the Modern Presidents: The Politics of Leadership from Roosevelt to Regan*. New York: Free Press.
- Norris, Pippa. (2000). *A Virtuous Circle: Political Communications in Post-Industrial Societies*. New York: *Cambridge University Press*.
- Norris, Pippa. (2002). *Democratic Phoenix: Reinventing Political Activism*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Nye, J. S., Zelikow, P. D., & King, D. (1997). *Why people don't trust government*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Page, Benjamin I., & Jones, Calvin C. (1979). "Reciprocal Effects of Policy Reference Party Loyalties and The Vote." *American Political Science Review* 73 : 1071-90. In
- Patterson, T. (1993). *Out of order*. New York: Alfred A. Knopf.
- Perloff, Richard M. and Dennis Kinsey.(1992). "Political Advertising as Seen by

- Consultants and Journalists. “ *Journal of Advertising Research*, 32, 3: 53-60.
- Peng, W.(2003). Voter cynicism perception of media negativism and voting behavior in Taiwan 2001 election. Proceeding of a conference on 2003 annual meeting of international communication association, 23-27. San Diego, CA:ICA.
- Pinkleton, B. E. Austin, E. W.(2002). Exploring relationships among media use frequency, perceived media importance, and media satisfaction in political dissatisfaction and efficacy. *Mass Communication and Society*, 5(2), 141-163.
- Potter, J.(2004). *Theory of media literacy: A cognitive approach*. CA: Sage.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. New York: Simon & Schuster.
- Rahn, Wendy M., John H. Aldrich, and Eugene Borgida (1994). “Individual and Contextual Variation in Political Candidate Appraisal. ” *American Political Science Review*, Vol. 88, No. 1:193-99.
- Robinson, M. J., & Appel, K. R. (1979). Network news coverage of congress. *Political Science Quarterly* 94, 407-48.
- Robinson, M. J.(1976). Public affairs TV and the growth of political Malaises: The case of the selling of the Pentagon. *American Political Science Review*, 70(2), 409-432.
- Robinson, M. J., & Levy, M. R. (1986). *The main source: Learning from television news*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Schenck-Hamlin, William J. and David E. Procter.(2000). “The Influence of Negative Advertising Frames on Political Cynicism and Political Accountability.” *Human Communication Research* 26, 1: 53-74.
- Scheufele, D. A., & Nisbet, M. C. (2002). Democracy online: New opportunities and dead ends. *Harvard International Journal of Press/Politics*, 7(3), 53-73.
- Scheufele, D., Nisbet, M., Brossard, D. & Nisbet, E.(2004). Social structure and citizenship: Examining the impacts of social setting, network heterogeneity and informational variables on political participation. *Political Communication*, 21, 315-338.
- Southwell, Priscilla L.(2008). “The Effect of Political Alienation on Voter Trust.” *Journal of Political and Military Sociology* 36: 131-145.
- Stimson, James A.(1976). “Public Support for American Presidents: A Cycle Model.” *Public Opinion Quarterly* 40: 1-21.

Stokes, D. E.(1962). Popular evaluations of government: An empirical assessment.
New York: Harper and Brothers.

Tidmarch, C. M., & Pitney, Jr., J. J. (1985). Covering congress. *Polity*, 17, 463-483.

Viswanath, K., Finnegan, J. R., Jr., Rooney, B., & Potter, J. (1990). Community ties in a rural Midwest community and use of newspapers and cable TV. *Journalism Quarterly*, 67, 899-911.

Viles, P. (1993). Hosts, callers trash Clinton on talk radio. *Broadcasting and Cable*, 12, 43.

Zhao, X. & Chaffee, S. (1995). Campaign advertisements versus television news as source of political issue information. *Public Opinion Quarterly*, 59, 41-65.

附錄：問卷

媒介網絡對中間選民投票意向之研究— 以馬英九就職後施政滿意度為例

The study of the relationship between the use of political media and median voter's behavioral intention: The satisfactory level toward the governance capability of Ma Ying-jiue Chief Executiver.

敬愛的同學，您好：

感謝您撥冗填寫本問卷，此份問卷旨在研究中間選民政治媒介使用後對政治知識高低，是否影響對馬英九政就職後施政滿意度的高低調查，請您就個人的意見回答即可。本問卷所得資料僅供學術研究，絕不作其他用途；每份問卷對於本研究的結果都非常重要，懇請您務必填完整份問卷。衷心感謝您的協助，叨擾之處，敬請海涵。

敬祝 順心如意

南華大學 (傳播研究所)

指導教授：陳恆毅

碩士生 丘應讚 敬上

中華民國九十八年九月一日

第一部分 基本資料

1. 請問您的性別是：

(1) 男

(2) 女

2. 請問你是 (1) 民國78年3月20日前出生 (2) 民國78年3月20日後出生

3. 台灣的選舉有人自認為是「民進黨」或「國民黨」兩大陣營的支持者，而選民有時候會認為自己屬於「民進黨」；有時候會認為自己屬於「國民黨」陣營請問您是比較偏向哪一個政黨？

(1) 強烈偏向「民進黨」

(2) 中間偏向「民進黨」

(3) 強烈偏向「國民黨」

(4) 中間偏向「國民黨」

(5) 中立不偏向任何政黨

(6) 淺藍

(7) 淺綠

(8) 從來不投票

第二部份 新聞媒介使用

◎填寫說明：以下將瞭解你在政治媒介使用時間的程度情形，依據時間從「非常高5」到「從不使用1」共分五格，請就您的經驗，將最適當的項目□中打V！謝謝！

| 請問您在媒介使用時間的程度勾選。 | 非 常 高 5 | 高 4 | 普 通 3 | 少 2 | 從 不 使 用 1 |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1.您每天收看電視新聞台與政論性的談話節目的情形是多少時間? (1)30分鐘(含)以內 (2)1小時以內(含)(3)2小時以內(含) (4)3小時以內(含) (5)4小時以上 | <input type="checkbox"/> |
| 2.您每天閱讀平面報紙與政論性雜誌的情形是(1)30分鐘(含)以內 (2)1小時以內(含)(3)2小時以內(含)(4)3小時以內(含)(5)4小時以上 | <input type="checkbox"/> |
| 3.您每天收看網路新聞的情形是(1)30分鐘(含)以內(2)1小時以內(含) (3)2小時以內(含)(4)3小時以內(含)(5)4小時以上 | <input type="checkbox"/> |
| 4.您每天收聽政論廣播的情形是(1)30分鐘(含)以內(2)1小時以內(含) (3)2小時以內(含)(4)3小時以內(含)(5)4小時以上 | <input type="checkbox"/> |
| 5.您每週看電視新聞台與政論性的談話節目的情形是：(1)幾乎都不看 (2)每週看1~2天(3)每週看3-4天(4)每週看5-6天(5)每天都看 | <input type="checkbox"/> |
| 6.您每週閱讀平面報紙與政論性雜誌的情形是(1)幾乎都不看 (2)每週看1~2天(3)每週看3-4天(4)每週看5-6天(5)每天都看 | <input type="checkbox"/> |
| 7.您每週收看網路新聞的情形是(1)幾乎都不看(2)每週看1~2天 (3)每週看3-4天(4)每週看5-6天(5)每天都看 | <input type="checkbox"/> |
| 8.您每週收聽政論廣播的情形是(1)幾乎都不看(2)每週看1~2天 (3)每週看3-4天(4)每週看5-6天(5)每天都看 | <input type="checkbox"/> |

第三部分 人際網絡

◎填寫說明：在人際網絡的活動中您認為自己活動的頻率情形，依據程度從「經常5」到「從來沒有參與1」共分五格，請就您的經驗，請您將滿意的項目□中打V，謝謝！

| 請問您對下列人際網絡的參與頻率情形為何？ | 經 常 5 | 偶 而 4 | 普 通 3 | 很 少 2 | 從 來 沒 有 1 |
|-------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1.您和親友會討論馬英九施政議題與執政成效嗎？ | <input type="checkbox"/> |
| 2.您與同事會討論馬英九施政議題與執政成效嗎？ | <input type="checkbox"/> |
| 3.您與家人會討論馬英九施政議題與執政成效嗎？ | <input type="checkbox"/> |

| | |
|------------------------|--|
| 4.您對地方公共事物會向鄰里長提出建議案嗎？ | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |
| 5.您會參加地方性集會活動嗎？ | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |

第四部分 政治知識：

◎填寫說明：以下四題是想了解你的政治知識了解的程度，從「非常了解5」到「不了解1」請就您所知將最適當的答案□中打V

請問您對下列政治知識的認知情形。

非常了解 5
 了解 4
 普通 3
 了解不多 2
 不了解 1

- 1.你對政黨提名總統候選人的過程有多少了解？
- 2.你對行政院長、監察委員、考試委員的提名方式有多少了解？
- 3.你對公投、總統選舉的投票方式以及立法委員單一選區兩票的內容有多少了解？

第五部份 政治評價

◎填寫說明：以下對於總統馬英九總統的人施政能力與政府團隊的政治評價，以下的評價，請問您不同意下列這些看法？依據程度從「非常同意5」到「非常不同意1」共分五格，請您將滿意的項目□中打V，謝謝！

- 1.(1至 2)題你對馬英九總統從2008年5月就職至今個人施政能力的評價滿意嗎？
- 2.(3至4)題你對馬英九政府團隊從2008年5月就職至今整體執政能力的評價滿意嗎？
1. 您對馬英九總統在內政上包含經貿發展、金融風暴、88水災、交通建設、教育政策、勞工政策的總體施政評價為何？
2. 您對馬英九總統在外交國防上包含「兩岸關係發展」、「國防建設」、「整體外交」的總體施政評價
- 3.你認為馬劉、馬吳政府行政團隊在內政上包含經貿發展、金融風暴、

88水災、交通建設、教育政策、勞工政策的總體施政評價為何？

4.你認為馬劉、馬吳政府行政團隊的「整體執政能力」評價滿意嗎？

◎填寫說明：以下是想了解您 2012 年對總統選舉的投票意向，假設蘇貞昌搭配蔡英文代表民進黨與馬英九搭配蕭萬長代表國民黨競選 2012 年總統候選人請問您最有可能投票給哪一組？請依據個人意願程度從「非常可能投馬英九 5」、「可能投馬英九 4」、「兩組都可能 3」、「可能投蘇貞昌 2」、「非常可能投蘇貞昌 1」能 5 共分五格，請您最有可能投票給哪一組項目 中打 V，謝謝！

最有可能投馬英九 5
可能投馬英九 4
兩組都可能 3
可能投蘇貞昌 2
最有可能投蘇貞昌 1

1.以目前馬英九施政政績而言，2012年總統選舉你最有可能投票給哪一組候選人？

2.以目前最大的可能性，您在2012年總統選舉您會支持？

第六部分 中間選民對2012年總統選舉投票意向

—填答至此結束，請您再檢查一下，是否每題都填答完整了？

再次感謝您的配合！—