

行政院國家科學委員會專題研究計畫 成果報告

媒體屬性議題設定與政治信任感之因果關聯探討

計畫類別：個別型計畫

計畫編號：NSC94-2412-H-343-007-

執行期間：94年08月01日至95年07月31日

執行單位：南華大學傳播管理學系

計畫主持人：左宗宏

報告類型：精簡報告

處理方式：本計畫可公開查詢

中 華 民 國 95 年 10 月 30 日

前言

自 60 年代以降，「政治信任」在美國一直是研究民眾政治社會化與投票行為的一個參考指標 (Miller, 1974)，唯有讓選民產生高度政治信任感之政黨或候選人，才有較大的機會贏得選舉 (Levi & Stoker, 2000)。為了達到上述目的，藉由大眾媒體正面有利的報導，以使民眾對自身產生好感並建立信心乃是政黨或是政治人物所期盼的。相對而言，當媒體的報導內容不利於自己政黨或是候選人時，民眾在吸收了該資訊後，很可能會降低其政治信任感，造成對政治事務的冷漠或是不信任。因此，大眾媒體實為當今民主社會中影響民眾政治信任感的主要來源。

根據過去的研究文獻，已有許多研究媒體負面報導或是民眾政治信任感的文章，但，針對兩者之間的關係做探討者，其研究方法多是透過既有的民意調查數據，或是電話訪談以瞭解兩者之間的關係 (Moy & Scheufele, 2000; Pinkleton, Austin, & Fortman, 1998)，即便是以實驗法的方式探究分析兩者的關係，仍定焦於「選民對候選人認知改變」的因果關連。至於國內的研究則以不同媒體之接觸頻率與媒體依賴兩個變項來探討媒體對於政治知識、政治信任感的影響力 (張卿卿, 2002; 彭芸, 2002; 劉嘉薇, 2004)。

研究目的

本研究之主要目的乃藉由社會科學的實驗設計法，在非選舉期間沒有選舉投票考量的前提下，以議題設定理論中的第二層次面向為理論架構，探究當媒體報導以負面框架呈現時，其對於閱聽人的政治信任感影響，且由於是以非選舉期間的負面新聞報導為主要實驗刺激處理，政治人物即分別區分為政治官員與民意代表的負面新聞。此外，由於不同的媒體型態，如電視 vs. 報紙，也會造成閱聽眾產生不同程度的政治信任感 (Leshner & McKean, 1997)，本研究實驗的處理新聞 (treatments) 亦將比較不同媒體的報導影響。綜合上述研究目的，本研究欲瞭解之主要問題如下：

1. 媒體負面新聞報導中的政治官員或民意代表，是否對於閱聽人的政治信任感產生不同程度的影響？如果有的話，是否也會影響其未來投票意願，與改變其對於所屬政黨的認知？
2. 報紙與電視新聞報導，何種媒體對於閱聽人的政治信任感影響較大？
3. 如果有其他中介變項影響實驗發現的因果關係，該些變項可能是哪些？

文獻探討

議題設定理論簡介

議題設定理論起源於李普曼 (Lippman) 所提出的心像理論 (Image Theory)，他於 1922 年時提出媒介訊息會影響人們腦海中的圖像，人們需透過大眾媒介來

了解複雜的外在世界。到了 70 年代，McCombs & Shaw(1972)正式提出「議題設定」理論，強調媒介對議題報導的多寡和版面的位置，與公眾對議題之重要優先順序認知，有著顯著的相關性。

議題設定理論的第二層次

「議題設定」理論的研究在第二層次上主要著重在「新聞媒體如何框架(framing) 議題並呈現該議題的不同屬性，進而衝擊民眾對該議題的理解(McCombs, 1997)。由於每一項議題都可以有不同的角度去看待與觀察，因此所謂的「框架」即是媒體透過議題的一些屬性或者有目的的選擇並呈現該些屬性，讓受眾自然地接收媒體所想要傳達的意念或是想法。一旦受眾接受了媒體所傳遞的議題屬性，對於該新聞議題的態度就會連帶受到影響，甚至隨著媒體提供的思考角度轉變(Tversky & Kahneman, 1982)。

McCombs 等人(1998)以西班牙選舉為例，進行候選人形象在選民心中的顯著度研究。他們發現選民對候選人的形象：1.情感取向〈選民對候選人形象的評價〉2.實質取向〈意識形態、議題立場、候選人資格、經驗、人格、特質〉的確會受到媒體報導的影響，當媒體加強候選人某種形象的報導，選民也會傾向認同媒體所報導的候選人形象。

Golan & Wanta(2001)研究新漢普夏初選時三份地方報紙對於兩位共和黨總統候選人的形象報導，發現在情感的屬性上，媒體並沒有顯著地影響選民在蓋洛普的民調表現。不過，在認知的屬性方面，選民的認同感則與報紙的報導內容呈現正相關。Goidel & Langley(1995)亦利用研究經濟議題新聞對於民眾評估社會經濟情形的影響力，實證第二層次的議題設定理論。他們分析 1981 到 1992 年紐約時報的頭版新聞，並與實際的生活經濟指標相比較，發現負面的經濟新聞報導的確影響了民意的走向，即便將經濟指標當成控制變項，情況亦然。Hester & Gibson(2003)的研究也發現，當前一個月裡，媒體的經濟新聞越偏向負面報導時，當月的消費者對於未來的經濟狀況評估越悲觀。

在台灣的研究裡，王大同(2000)以內容分析法分析台灣 1996 年總統大選選舉期間的中國時報、聯合報與自由時報等國內三大報有關總統選舉的新聞，試圖從媒體、候選人與選民所構成的「選舉金三角」角力機制中，檢測媒體的形象設定效果。經過選舉前、後期兩波段的電話抽樣調查，發現閱報率高的讀者，受到報紙影響機會越大，且報紙對教育程度低者、政黨傾向獨立、已做成投票決定者較具有形象議題設定效果。金溥聰(1997)在其研究 1994 年台北市長選舉的形象議題設定中，也發現報紙對於三位市長候選人的報導，同樣會影響選民對候選人的形象認知與投票考量時的決定。

透過新聞框架的概念，陳憶寧(2002)以實驗法探究負面新聞量對政治憤世嫉俗感及政治歸因的影響。她發現閱讀報紙的負面新聞則數越多，受測者的憤世嫉俗程度越高，尤其是當新聞內容以形象框架為主題時。雖然陳的研究並非採用議題設定的第二層次觀點，但其發現仍凸顯了當媒體框架負面新聞時，對於閱聽

眾會產生相當程度的影響。

就電視與報紙兩個不同媒體來論，電視的議題設定功能較為立即且短暫的，報紙的議題設定效果則是長期而緩慢的（Shaw & McCombs, 1977）。

政治信任

「政治信任」概念是研究政治態度或投票行為時重要的變項之一，所代表的是民眾對政府官員（民意代表）與公共政策的信任程度，當民眾對於政治權威具有相當程度的信任時，民眾相信政府當局會遵守法律並且為人民謀福利。簡言之，「政治信任感」是個人對政府官員、政府決策、政治人物以及政治典章、系統和結構的信任態度。人民對執政官員與公共政策的信任與否，決定了人民對當前執政政府的支持程度（Citrin, 1974; Levi & Stoker, 2000）。

由於民眾的政治信任感直接影響其對執政政府的觀感與支持度，因此研究選民投票行為的學者們相信此一心理感受是會影響到選民最後投票的抉擇的

（Ulbig, 2002; 陳陸輝, 2002）。林嘉誠（1985）分析影響選民投票的各項因素，發現選民對官員和政策信任感越高，投票對象越傾向支持執政黨。他同時指出，對官員的信任感是影響投票的最大因素、其次則是政策信任感。

陳陸輝（2002）研究 1992、1995、1998 及 2001 四次的選後民意調查，發現政黨輪替以前，認同國民黨的選民，政治信任感會較高，相對地，認同民進黨的選民，政治信任感較低。不過在政黨輪替後的 2001 年，認同民進黨者的政治信任感顯著提升，但是認同國民黨的選民對於政府的信任感卻沒有明顯的下降。另一方面，當民眾的政治信任感越低，越傾向支持主要的在野黨，甚至對第三個主要政黨的支持程度也會達到顯著程度。民眾的政治信任感高低，的確對其投票行為造成顯著的影響。

由上述的研究文獻可知，對政治人物或是機關的政治信任感會受到政黨認同的影響。然而，由於媒體是大多數民眾瞭解政治人物言行或是機關運作的主要資訊來源，亦有不少研究針對媒體使用、報導內容與政治信任感之間的交互關係作分析。

政治信任與媒體影響

Pinkleton et al.（1998）以電話訪談的方式，探究媒體使用與政治效能、政治參與以及政治信任之間的關連。他們發現負面的媒體訊息接收越多，民眾的政治信賴感越低，進而產生更低的政治效能感。不過，政治參與的程度則不受接收負面媒體訊息與否的影響。Pinkleton 與 Austin（2001）指出，「政治涉入感」是民眾在做政治決定時一個關鍵的變項，足以影響選民的政治效能感與政治信任。此外，涉入感的高低也是與回答報紙及政治談話性節目重要與否有關聯。Pinkleton 與 Austin（2002）另一份研究則發現民眾對於媒體表現的滿意度，確實會影響其政治信任以及對媒體的負面評價。不過，「媒體使用頻率」與「是否重視媒體資訊」則無法顯著地預測選民的政治信任感。

Vreese 與 Semetko（2002）探討 2000 年丹麥全民公投期間，新聞報導是否會影響人民政治犬儒感受(cynicism)及選民對公投運動的評估。他們發現接觸公

投新聞的頻率越高，民眾就更不滿公投運動且會產生負面的政治犬儒感受。至於媒體的接觸與否則未減低民眾積極的政治參與，此點呼應了 Pinkleton 等人(1998)的發現。Leshner 與 McKean (1997)在選舉日的前後期間做了兩次電話民意訪談，探討電視與報紙的選舉新聞報導是否會對選民認識候選人以及選民的政治犬儒態度產生影響。結果顯示不論是哪一次的訪談分析，電視新聞都無法影響選民的政治犬儒主義態度，但是報紙與電視廣告在選前的民調中，卻成為犬儒主義態度的預測變項，並且呈現負相關。選後的第二次民調分析則只剩下電視廣告仍然與犬儒主義態度有負相關，報紙則與其沒有關聯。此研究發現似乎與一般人認為電視會負面影響民眾對於政治信任感受的想法有所差異(Pinkleton et al., 1998)。Moy 與 Scheufele(2000)發現報紙與電視娛樂節目內容會提升民眾的「社會信任」，而電視新聞會降低社會信任，但是，上述三者與政治談話性節目對於「政治信任」都沒有任何影響力。

國內雖然有許多學者研究選民政治信任、政黨傾向與投票行為之關聯性，不過，特別以「媒體接觸」或是「媒體涉入感」為主要預測變項，以探討民眾政治信任感之文章則不多。除了前述陳憶寧(2002)測試負面新聞與民眾憤世嫉俗之間的研究文獻外，彭芸(2002)的研究指出民眾的媒體使用與對於媒體的評價，都與信任總統、信任立法院與司法院沒有重要的關聯，反而是年齡、教育程度和外在效能感，較能顯著地預測民眾的政治信任。不過，彭芸(2004)針對大學生的媒介使用與政治信任對象關聯性所做的研究，則發現「收看電視時間」和「觀看政治性的媒體節目」與信任立法院、司法體系有正相關，但對於信任總統仍無解釋力。從這個研究發現可知，大學生的政治信任感是會受到接觸媒體的時間長短所影響，特別是電視媒體相較於其他平面媒體，一直是大學生最常依賴的政治訊息來源。劉嘉薇(2004)利用「2003年台灣選舉與民主化調查」之二手資料，發現該調查的受訪者之媒體接觸率越高，其對媒體、官僚體制以及民意機構的信任感越低，此點與 Pinkleton 等人在 2002 年所發表的研究結果並不一致。

研究方法

依變項 vs. 自變項—

本研究採取 2 x 2 雙因子實驗設計，依變項為政治信任感。有兩個自變項，一個是媒體的形式，報紙 vs. 電視，另一個則為負面新聞內容的政治人物身份差別。之所以獨立測試負面新聞內容，而不與一般性新聞做比較，主要原因在於過去的文獻都已證明負面新聞對於民眾負面認知的影響力，但，卻未特別針對政治人物的身份瞭解民眾信任感轉移是否有差異。由於國外的研究指出，電視與報紙的負面報導對於民眾的影響力是有所差異的(Leshner & McKean, 1997)，而國內的相關研究則偏向以報紙新聞內容(陳憶寧 2002)或是媒體接觸率(彭芸, 2002 & 2004)為預測政治信任感的自變項，缺乏電視新聞的影響探討，故本研究在經過審慎的內容分析後，將電視與報紙新聞內容納入自變項。

新聞刺激處理(stimuli treatments)——

本研究給予受測者的新聞文章或影片，擷取自實際的報紙與電視新聞，兩者媒體中之新聞內容針對的政治人物與事件是相同的，報紙與電視台的來源不一定為單一媒體機構。研究者事先選取約五部事先錄製好的新聞影片，然後邀請兩位研究生編碼員，在經過詳細解說負面新聞的意涵後，為每一部影片的負面程度評分，最後擇取兩部兩位編碼員都同意的負面性新聞報導，且內容主角分別為政府官員與民意代表當成實驗處理的新聞影片（報紙新聞文章）。此外，研究者也另外隨意選取七則新聞當成填塞新聞(fillers)，並隨機編排於新聞測試影片中，以避免受測者猜測出來實驗目的。至於報紙文章，則僅以負面新聞報導為實驗處理新聞，但，實驗者閱讀的報紙則包含了中國時報、聯合報、自由時報與蘋果日報，隨機發放與受測者。

受試者與問卷設計——

由於本研究是 2 x 2 的雙因子實驗設計，因此分為四組進行實驗。總體受試者共計有 149 位的一、二年級大學生，每組的人數分別為報紙政府官員 35 位、報紙民意代表 39 位、電視政府官員 36 與電視民意代表 39 位。選擇大一、二學生的主要理由，乃該階段的學生在政黨傾向的表現較不明顯，且實驗法的目的是檢視變項間的因果關係，不若其他研究法受到受測者的背景因素影響。

四組參與實驗的學生，在看完文章或影片後，有約 20 分鐘的時間完成問卷。問卷中的主要題組，區分為：1.政治信任感 2.為觀看（閱讀）前對於新聞內容的熟悉度 3.媒體使用習慣 4.政治知識 5.人口結構變項，如性別、年齡、政黨傾向、家庭背景等。加入上述的第二項題組，目的是瞭解受測者是否早已熟悉受測的新聞內容。

結果與討論

本研究之主要目的乃藉由實驗法，在非選舉期間沒有選舉投票考量的前提下，以議題設定理論中的第二層次面向為理論架構，探究當媒體報導以負面框架呈現時，其對於閱聽人的政治信任感影響；以下研究發現即以受測者對於新聞中的主角信任感變化為主要分析結果。

就受測者對於兩則負面新聞的熟悉度來說，149 位受測者的熟悉度介於 1.97 與 2.78 之間，由此可見，這些大學生關心政治新聞的程度並不高，但這反而可以強化該負面新聞對於觀賞閱讀者的負面影響力。此外，針對該兩項新聞事件發生的可能性詢問受測者，結果顯示他們都認為該事件發生的可能性是很高的（ $M=3.83$ ）。

針對政府官員以及民意代表兩個新聞事件，受測者不論是觀看電視（ $M=2.62$ ）或是閱讀報紙（ $M=1.75$ ），都會對於新聞主角產生較低的政治信任，且不受到政黨認同因素影響。此外，由於實驗刺激的處理新聞是有關執政黨的負面消息，本研究也詢問了受測者未來投票給執政黨的意願，發現四組的受測者的平均意願分數僅有 2.17，由此可見，負面新聞不僅僅對於新聞當事人產生信任感

降低的影響，也會減低受測者未來的投票意願，這點反而是政治人物需要省思與注意的。

參考文獻

英文部分一

- Atwater, T., Salwen, M. B., & Anderson, R. B. (1985). Interpersonal discussion as a potential barrier to agenda-setting. *Newspaper Research Journal*, 6, 37-43.
- Bennett, W. L. (1988). *News: The politics of illusion*. New York: Longman.
- Beyle, T., Ostdiek D., & Lynch G. P. (1996). Is the state press corp biased? The view from political and media elites. *Spectrum*, 69(4), 6-15.
- Boyle, T. P. (2001). Intermedia agenda setting in the 1996 presidential election. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 78(1), 26-44.
- Citrin, J. (1974). Comment: The political relevance of trust in government. *American Political Science Review*, 68, 973-988.
- Entman, R. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58.
- Ghanem, S. (1997). Filling in the tapestry: The second level of agenda setting. In M. McCombs, D. L. Shaw & D. Weaver (Eds.), *Communication and democracy: Exploring the intellectual frontiers in agenda-setting theory* (pp. 3-14). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Goidel, R. K., & Langley, R. E. (1995). Media coverage of the economy and aggregate economic evaluations: Uncovering evidence of indirect media effects. *Political Research Quarterly*, 48(3), 313-328.
- Golan, G., & Wanta, W. (2001). Second-level agenda setting in the new hampshire primary: A comparison of coverage in three newspapers and public perceptions of candidates. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 78(2), 247-259.
- Hester, J. B., & Gibson, R. (2003). The economy and second-level agenda setting: A time-series analysis of economic news and public opinion about the economy. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 80(1), 73-90.
- King, P.-t. (1997). The press, candidate images, and voter perceptions. In M. McCombs, D. L. Shaw & D. Weaver (Eds.), *Communication and democracy: Exploring the intellectual frontiers in agenda-setting theory* (pp. 29-40). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Leshner, G., & McKean, M. L. (1997). Using TV news for political information during an off-year election effects on political knowledge and cynicism. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 74(1), 69-83.

- Levi, M., & Stoker, L. (2000). Political trust and trustworthiness. *Annual Review of Political Science*, 3(1), 475-507.
- McCombs, M. (1997). *New frontiers in agenda setting: Agendas of attributes and frames*. Paper presented at the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Chicago, IL.
- McCombs, M., Llamas, J. P., Lopez-Escobar, E., & Rey, F. (1998). Candidate images in spanish elections: Second-level agenda-setting effects. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 74(4), 703-717.
- McCombs, M., & Shaw, D. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36, 176-187.
- Miller, A. (1974). Political issues and trust in government: 1964 - 1970. *American Political Science Review*, 68(4), 951-972.
- Moy, P., & Scheufele, D. A. (2000). Media effects on political and social trust. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 77(4), 744-759.
- Pinkleton, B., & Austin, E. (2001). Individual motivations, perceived media importance, and political disaffection. *Political Communication*, 18(3), 321-334.
- Pinkleton, B. E., & Austin, E. W. (2002). Exploring relationships among media use frequency, perceived media importance, and media satisfaction in political disaffection and efficacy. *Mass Communication & Society*, 5(2), 141-163.
- Pinkleton, B. E., Austin, E. W., & Fortman, K. J. (1998). Relationships of media use and political disaffection to political efficacy and voting behavior. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 42(1), 34-49.
- Shaw, D. L., & McCombs, M. E. (1977). *The emergence of american political issues: The agenda-setting function of the press*. St. Paul, MN: West Publishing.
- Ulbig, S. G. (2002). Policies, procedures, and people: Sources of support for government. *Social Science Quarterly*, 83(3), 789-809.

中文部分一

- 王大同. (2000). 報紙報導候選人新聞之形象設定效果--以1996年總統大選為例. 國立政治大學, 台北市.
- 金溥聰. (民 86). 報紙的形象設定效果研究：以民國八十三年臺北市市長選舉為例. *新聞學研究*, 55, 203-223.
- 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*, 9(1), 1-39.
- 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.
- 陳憶寧. (2002). 候選人負面新聞框架對政治憤世嫉俗感與責任歸因的影響. *中*

華傳播學刊, 215-247.

彭芸. (2004). 我國大學生的媒介使用、社會資本與政治信任對象之關連性研究. *新聞學研究*, 79, 91-133.

劉嘉薇. (2004, September 25). 信任還是不信任？媒體對民眾政治信任感影響的解析. Paper presented at the 「台灣選舉與民主化調查」國際學術研討會, 台北市中研院.

計畫成果自評

本研究以實驗法檢驗自變項（媒體類型、負面新聞主角）與依變項（政治信任感、未來投票意願等）之間的因果關連，研究發現不僅再次釐清媒體與政治信任感之間的關係，同時在理論建構上，也一併印證議題設定理論第二面向的解釋力，當新聞議題屬性偏向負面，且牽涉到政治人物時，受測者對於新聞中的主角的信任感也會跟著降低。此外，本研究嘗試在非選舉期間，利用與選舉議題無關之新聞報導，偵測受測者的政治信任感，應能摒除選舉期間，泛政治化或淪為口水戰之新聞事件干擾受訪者之態度感受。

過去大部分的文獻報告顯示，媒體日積月累的報導的確會影響民眾之政治信任感，但，常僅透過幾個與媒體接觸、使用相關的問卷題目，探討兩者的關聯性。本研究藉由實驗方式，確切說明了何種媒體報導了負面新聞，較能影響選民的政治信任感。就研究信度而言，本研究在區分實驗組的同時，亦增加了一個對照組，更明確地解釋了實驗組中受測者的政治信任感變化，是導因於刺激新聞文章或影片，使得本研究的結果更具參考價值。