

北、高網路選民大不同？

—媒介使用、媒介重要性評估與 政治犬儒主義、投票行為之關連性研究

洪雅慧*

- 一、前言
- 二、文獻探討與研究問題
- 三、控制變項
- 四、研究方法
- 五、研究結果

本研究嘗試去檢測「媒介使用」與「媒介重要性評估」對於「政治犬儒主義」與「投票行為」之影響力，對於台北與高雄之網路選民是否有不同？

「電子郵件調查法」乃是本研究所採行之研究方法，於2006年北、高兩市市長選舉投票日後一週執行。研究結果發現，無論是台北市或高雄市的網路選民，對於政治都充滿了高度的憤世嫉俗。以台北市而言，年紀越大、政治興趣越低的網路選民傾向有較高的犬儒主義；使用候選人網站、部落格的頻率越高、越是覺得這類媒介對於個人政治資訊的提供是重要的，傾向有較低的犬儒主義；越是覺得電視政治 call-in 節目之於政治資訊的提供是重要的、較常點閱政治相關電子郵件者，政治犬儒主義則越高。

* 輔仁大學廣告傳播學系副教授。E-mail: hhtaiwan@ms17.hinet.net

在高雄市方面，男性比女性之網路選民傾向有較高的犬儒主義；越是覺得候選人網站、部落格對於個人政治資訊的提供是重要的，傾向有較低的犬儒主義；越是認為點閱入口網站之政治新聞在政治資訊的提供上是重要的，傾向有較高的犬儒主義。

而在「投票行為」之預測上，無論是台北市或高雄市，政治興趣皆可以顯著預測投票行為，而政治犬儒主義則沒有顯著預測力；越常收看電視政治 call-in 節目的台北市網路選民，傾向在此次台北市長選舉中去投票，但越常去點閱入口網站政治新聞之高雄市網路選民，卻傾向在此次高雄市長選舉中缺席了。

關鍵詞：媒介使用、媒介重要性評估、政治犬儒主義、投票行為、
電子郵件調查

一、前言

近幾年來，不斷有研究報告指出，選民對於政治人物的信任度越來越低，對於政治充滿了憤世嫉俗。有人怪罪媒體使用的頻率，牽動著犬儒主義的興衰，甚至影響了投票行為。Bromley and Curtice (2004: 328-337) 在英國比較了 1997 與 2001 的調查報告時，發現較常閱讀報紙的人確實會比不閱讀報紙的人，有較高的犬儒主義。Pinkleton and Austin (2002: 141-163) 也發現，在美國選舉期間，其形象導向的競選宣傳方式，很容易讓選民遠離政治，造成政治疏離與冷漠。

人民對於政治的不信任或憤世嫉俗，不僅充斥於現今之歐美國家，更早就瀰漫於亞洲。在日本，政治犬儒主義與政治效能之低落正急速在群眾中漫延，在研究日本電視新聞與政治犬儒主義之因果關係時，Saito (2008: 101-113) 發現當觀眾強度依賴電視來獲得政治資訊時，傾向會有較高的犬儒主義。而根據蓋洛普最近所發表的一項調查結果，有高達八十%的台灣人認為政治領袖不誠實，其不信任度排名全球第九 (自由時報，2008)。Peng (2003) 在探討台灣選民的政治犬儒主義、對於負面媒體的認知，以及投票行為的關係時，就曾發現有線電視新聞的暴露與注意可以顯著預測政治犬儒主義。而在研究負面新聞與政治憤世嫉俗之關係時，陳憶寧 (2001) 也發現負面新聞的閱讀量對於政治憤世嫉俗有正面影響。

植基於不斷有研究報告將政治之不信任與投票率之低落歸罪於媒體的使用，本研究將為台灣選民之媒介使用與政治犬儒主義、投票行為之關連尋找答案。

而鑑於台灣之選舉一直有南、北政治文化之不同，而且有研究報告指出北台灣與南台灣之居民之政治知識媒介來源，其實存在著差異，媒介之於南、北選民政治資本之影響力是有所不同的（Chen and Lo, 2005）。植基於此，本研究在 2006 年北、高兩市市長選舉之際，嘗試去探究南、北選民之政治犬儒主義與投票行為是否因媒介使用的不同而有不同。

而有鑑於今日選民政治資訊的來源逐漸增加且呈現多元化，而過去文獻卻多數著墨於「傳統媒介」之使用與政治憤世嫉俗、投票行為之關係，例如有學者批判：電視與人們遠離政治過程是相關的（Robinson, 1976: 409-432）。Marcus and Oscar（2005）也發現在比利時、芬蘭、挪威等國，電視新聞暴露與政治信任呈現負相關。卻少有研究關心新媒介之效應，即使有零星研究將新媒介-網路納入探討，卻忽略了網路世界中的媒介（例如網站、部落格與電子郵件等），是包羅萬象的，僅以「網路」二字概括所有網路使用（e.g., Lin and Lim, 2002: 25-39），是不夠的。有鑑於此，本研究嘗試去比較傳統媒介之諸多使用，例如：報紙政治新聞之閱讀、電視政治新聞、電視政治 call-in 節目之收看，與新媒介之各項採用，例如：候選人網站、部落格、BBS 政治討論區之使用，入口網站之政治新聞、政治相關之電子郵件之點閱，對於政治犬儒主義、投票行為之影響力為何。

除此之外，有研究指出媒介之於個人政治資訊提供之重要性評估，應與政治犬儒主義更為相關，Pinkleton and Austin（2002: 141-163）在研究公民的政治疏離與政治效能時，就不僅檢視了「媒體使用」的影響力，更將「媒體重要性之評估」列為重要自變項，所以本研究也將列入檢驗，並同時檢視其與投票行為之關係。另外，

有不少人質疑近幾年來的低投票率，都是由政治犬儒主義所造成的（Bromley and Curtice, 2004: 328-337），也有學者認為，選民對政治憤世嫉俗的態度，促使他們使用選票來表達個人的政治疏離（Klingemann, 1999）。因此，本研究也將進一步檢驗政治犬儒主義是否能夠顯著預測投票行為。

二、文獻探討與研究問題

（一）政治犬儒主義

信任政府乃是一個社會長久得以存在的重要元素（Wenzel, 2006: 1075），過去一百年來，觀察美國政治的學者不斷關心美國人對於政府的信任已逐日遞減（Miller, 1974: 951-972; Citrin and Green, 1986: 431-453; Hetherington, 1998: 791-808）。在歐洲亦若是，對於政府的信任，近年來已逐漸降低（Chanley et al., 2000: 239-256）

對於政治不信任的現象，有人稱之為「政治犬儒主義」（political cynicism），由於人民對於政治系統（包含公共事務與機構）缺乏信賴，於是感覺厭惡（Perloff and Kinsey, 1992: 53-60）。Hamlin and Procter（2000: 53-74）則認為「政治犬儒主義」代表了對政治、政府制度或政治家缺乏信任與信心。

與政治犬儒主義相同的詞語尚包括：政治疏離、不信任、缺乏信心、無力感、無意義、脫序等（Cappella and Jamieson, 1997）。Southwell（2008: 131-145）在研究美國 1964 年到 2000 年的選舉時，就曾表示，政治犬儒主義包含了對政治持有無力感、覺得無意義，所謂的「無力感」是指個人認為自己無法影響政治事件與結果，而

「無意義」是指個人認為選舉無法提供有效率的方法讓公民去影響政治系統。統而言之，政治犬儒主義是指人們對於政治系統，包括政治人物與機構缺乏信心與不信任（Dennis and Webster, 1975: 386-405; Perloff and Kinsey, 1992: 53-60）。

Cappella and Jamieson（1997）指出，政治犬儒主義的核心重點即為「信任的缺席」（the absence of trust）。所謂的政治信任是指政治人物會採取行動來維護民眾的利益，而當該政治人物的行為目的在圖謀個人自我利益，而非全體民眾之利益時，人民自然會對政府產生不信任的感覺（Dennis and Webster, 1975: 386-405）。

對於政府的信任度不僅會影響選民是否去投票（Hetherington, 1999: 311-326），還會影響公民的政策偏好與是否支持政府在特定議題方面的活動（Hetherington and Globetti, 2002: 253-275），甚至影響了他們對於政治人物與政治組織的評價（Chanley et al., 2000: 239-256），總結來說，「信任度」會影響政治人物是否能夠有效率的統治政治（Gershtenson et al., 2006: 882-902）。

有人說，政治犬儒主義之產生，媒體之報導難辭其咎（Saito, 2008: 101-113），由於媒體不斷批評政治人物的百態，讓選民們對政治越來越疏離，甚至拒絕投票（Bromley and Curtice, 2004: 328-337）。接下來的文獻整理，就將探討媒體使用與政治犬儒主義、投票行為之間的關連。

（二）媒介使用、政治犬儒主義與投票行為

近幾年來，隨著科技的推陳出新，閱聽眾獲得政治資訊的媒介來源呈現多元化，除了傳統媒體的使用之外，例如：報紙政治新聞之閱讀、電視政治新聞之收看；還有網路新媒體的加入，例如：入

口網站之政治新聞、政治相關之電子郵件之點閱等，讓選民們不僅可以透過更多管道來認識候選人，而且提升了政治興趣與政治討論（Dalton, 1996）。

彭芸（2001）發現，選民對於電視 call-in 節目的觀看，可以預測他們對於選舉的參與。王嵩音（2006: 71-102）在研究網路使用與選舉參與時，也發現愈常閱讀網路選舉新聞的人，愈傾向參加造勢活動、競選活動，或是捐錢給候選人。Leshner and Mckean（1997: 69-83）則發現電視政治新聞的觀看，可以增加選民對於候選人的知識。不斷有研究指出媒體的報導在幫助公民獲得資訊與知識上確實扮演了重要的角色，大部份的公民都必須從大眾媒體中（特別是電視）獲得公共事務的資訊（Pinkleton and Austin, 2002: 141-163）。但也有不少的文獻對於媒體提出控訴：媒體（特別是電視）提供選民太少的資訊了，而且在公共事務的分析上不夠有深度（Pinkleton and Austin, 2002: 141-163）。

過去有許多學者指出，依賴媒體的競選資訊，會導致選民的厭惡以及政治參與的低落（Cappella and Jamieson, 1997）。Robinson（1976: 409-432）更進一步批判，電視對於政治、政府的批評報導提升了人們對於政治人物與政治機構的不信任，而且提升了人們對於政治無力的感覺。尤其在選舉期間，媒體充斥著候選人的負面形象報導，造成了選民的政治疏離（Pinkleton and Austin, 2002: 141-163）。於是漸漸地，媒體就被歸罪為政治犬儒主義的元兇。

除此之外，在 2004 年的歐洲選舉中，Marcus and Oscar（2005）發現北歐投票率高（例如比利時達九成），但東歐的國家投票率極低（例如波蘭僅兩成），所以想進一步了解歐洲的 21 個國家中媒體暴露與政治興趣、政治信任的關係，研究結果發現沒有任何國家的

電視新聞暴露與政治信任是正相關的，倒是有一些國家呈現負相關，例如比利時、芬蘭、挪威等。而劉嘉薇（2006: 161-196）也針對台灣的大學生做研究，發現政治媒介注意程度對大學生之政治信任感有負向影響。而在一份針對 2000 年台灣總統大選所做的研究報告中，張卿卿（2002: 1-39）也曾指出報紙新聞的暴露與電視新聞的注意力與選民之內在效能呈現顯著的負相關。

當有不少的研究對於媒介所帶來的負面效果提出撻伐時，卻仍有不少文獻提出反證。

Lin and Lim（2002: 25-39）研究了 297 位南韓學生對於傳統媒體與網路媒體的使用是否造成政治犬儒主義以及政治效能。結果顯示，藉由廣播以及網路來獲得政治資訊會降低犬儒主義。Newhagen（1994: 386-394）研究媒體使用與政治效能的關係時，他發現增加報紙、電視新聞節目的閱聽，可以增進個人的政治內在效能，而增加報紙的閱讀，可以預測外在效能的降低，所謂的「內在效能」是指個人相信自己具有能力來參與政治，而「外在效能」是指個人相信政府會考慮民眾的需要。

綜上所述，我們可以知道，過去有關媒介之影響力研究，結果呈現兩極化，有研究控訴媒體使用會降低政治涉入度、知識，而且會造成政治憤世嫉俗，但也有研究讚揚媒體的正面效果，那就是媒體使用對於政治涉入、學習、信任、效能、動員等有其正面效應（Aarts and Semetko, 2003: 759-784）。

其實，依筆者所見，媒介對於選民所產生的效應有可能是因媒介的種類與其提供的內容而有異，「正面」或「負面」效果的產生絕非絕對。過去研究發現，有些媒介的使用會造成政治犬儒主義，但也有些媒介卻為使用者帶來正面影響，例如提升內在政治效能。

Peng (2003) 於台灣 2001 年的立委選舉時，探討選民的政治犬儒主義、對於負面媒體的認知、以及投票行為的關係，結果發現傳統媒體（例如無線電視新聞與報紙）的使用無法顯著預測政治犬儒主義，但有線電視新聞的暴露與注意卻可以顯著預測政治犬儒主義。Lee (2006: 415-422) 檢驗網路使用的內容（資訊、娛樂、互動三大類）與政治效能的關係。研究結果顯示，「資訊 (information) 使用」與「互動接觸」可以顯著預測大學生內在政治效能。該研究也進一步發現，網站新聞的使用也可以顯著預測內在政治效能，但政府所提供的公共網站對於學生們的外在政治效能卻有負面的影響力。

由上述文獻可以了解，媒介對於選民的影響確實會因媒介的種類與其所提供的內容不同而有異，Marcus and Oscar (2005) 就曾指出，一些暴露於煽情內容的閱聽眾，通常會呈現較顯著的政治疏離與政治憤世嫉俗。當選民所暴露的媒介（或內容）不同，其所產生的回應就會有所不同。而有鑑於現今選民的政治資訊來源極為多元化，本研究將其區分為傳統媒介（例如：報紙政治新聞之閱讀、電視政治新聞、電視政治 call-in 節目之收看）與新媒介（例如：候選人網站、部落格、BBS 政治討論區之使用，入口網站之政治新聞、政治相關之電子郵件之點閱），嘗試去探究兩大類媒介之使用對於選民之政治犬儒主義是否有其影響力？

在另一方面，政治犬儒主義常被抱怨降低了選舉涉入、與選民之投票率 (Cappella and Jamieson, 1997)。有研究指出，美國民眾的選舉參與逐年降低，有可能是因人們對於政府回應力的失望所造成的 (Abramson and Aldrich, 1982: 502-521)。在英國，也有不少人提出質疑：近幾年來的低投票率，都是由政治犬儒主義所造成，而該犬儒主義的逐日增強就是因媒體報導政治的方式太過批判

(Bromley and Curtice, 2004: 328-337)。

Kurpias 等人 (2005) 則認為媒體同時做了兩件事，一方面吸引了人民對於政府與政治的注意力與參與，但同時也降低了人們對於政治系統的信任感，於是也降低了人們參與政治過程的可能性。

當然，也有學者提出反駁，Ulbig (2002:789-809) 認為僅有極微薄的證據可證明降低政治信任對於政治行為有其影響力。Southwell (2008:131-145) 也表示，即使在過去三十年，美國人對於選出的政治人物與政治組織充滿了憤世嫉俗，並對自己是否有能力去影響政治系統不太有信心，但他的研究卻發現：針對那些對政治高度憤世嫉俗的人，若伴隨著輕度的政治無力感、或覺得選舉沒有太大意義，此時的政治犬儒主義反而可以刺激選民去投票。Southwell and Pirch (2003:906-917) 也發現在美國的 1996 與 2000 年的總統大選時，對於政治的憤世嫉俗反而促使黑人選民去投票。

綜上所述，本研究也想去探究政治犬儒主義對於投票行為是否具備顯著之影響力。

(三) 南台灣與北台灣之差異

在一份研究 1994-2000 年台灣政黨支持之地域差別的報告中，徐永明 (2000: 167-196) 發現台灣選民的政治支持存在有區域的差異，南部地區的選民傾向支持民進黨，而且相對於北部的選民，其政治忠誠度較高，對於政壇的支持度也較穩定，儼然形成偏綠的「南方政治」。而在研究政治媒介是否藉由政治效能、政治信任對投票行為產生影響時，黃慕也、張世賢 (2008: 45-85) 也曾發現藍色族群對媒體選舉新聞或評論之注意多寡，並不會影響其投票行為，但對於綠色的族群，政治媒介卻可以透過中介變項正向影響其投票行

為。

除此之外，在研究 2005 年縣市長選舉選民投票決定之影響因素時，劉嘉薇（2008: 1-43）也曾指出台北縣選民之投票行為介於理性選擇（以理性、成本以及效益為考量）與社會心理學取向（著重於政黨認同、候選人因素）之間，而高雄縣選民則偏向候選人因素之心理取向。而蕭怡靖與游清鑫（2008: 1-25）在研究 2006 年北高市長選舉之候選人施政表現與投票抉擇的「南北差異」時，也曾發現台北市選民對於候選人評價在投票抉擇的影響上重於高雄市選民，在北高兩市不同的選舉環境下，選民投票抉擇的考量確實有所差異。

有鑑於台灣之選舉一直有南、北政治文化之不同，南北選民對於政治事務的認知、情感及評價上皆有所不同（廖益興，1994: 2-30）。而做為台灣南北政治地緣的兩個重要中心，台北市與高雄市的民意趨勢顯然具有指標性意義（吳重禮，2008: 27-58），所以本研究趁著台灣南北兩大直轄市市長選舉之際，來檢視媒介使用與政治犬儒主義的關係。

長期以來，台北市是政經中心，享有比高雄市更多資源，也反映出政治文化與政府效能等南北差距現象（陳建寧，2007）。在研究政治效能感與選民投票抉擇的影響時，陳陸輝與耿曙（2008: 87-118）就曾詢問台北市與高雄市的市民：「市府官員是否會重視市民想法？」，結果發現，台北市民認為會重視的比例達 52.4%，相對而言，高雄市民僅有四成上下有同樣想法，由此可見，南、北居民之政治效能感是有差異的。而基於政治效能與犬儒主義之相關性（Lee, 2006: 415-422），該研究報告是否也暗示了政治犬儒主義之於南台灣與北台灣也應會有所不同？

除此之外，有文獻發現，媒體的影響力之於南、北選民之政治

資本也各有不同，Chen and Lo (2005) 就曾指出，對於「北台灣」的居民而言，電視與網路的使用頻率，會影響其政治興趣與政治知識，但對於「南台灣」的居民而言，電視與報紙的使用卻有更顯著之預測力。

綜上所述，本研究將進一步去檢測媒介使用對於政治犬儒主義之影響力，是否會有北台灣與南台灣之不同？另外，根據過去文獻的探討，我們可以知道媒體使用對於政治態度之影響，有正面也有負面，結果並不一致，所以 Lee (2006: 415-422) 在研究媒介效果對於政治疏離之影響時，就曾建議在執行相關研究時，應提出「研究問題」而非「研究假設」，所以本文也在此提出本研究之第一個研究問題：

問題一：傳統媒介的使用與新媒介的使用，對於政治犬儒主義之影響力是否會有台北與高雄之不同？

Becker and Whitney (1980: 95-120) 在測量「媒體依賴」對於政府信任之影響時，測量指標不僅包括了「媒體使用」，更包含了「對於媒體的注意力」，而且發現兩個指標對於依變項的影響力並不相同。植基於此，Pinkleton and Austin (2002: 141-163) 認為在執行相關之研究時，閱聽眾之媒體暴露以及對媒體的認知都應有系統的被檢驗，於是在他們研究公民的政治疏離與政治效能時，不僅檢視「媒介使用」的影響力，更將「媒介重要性之評估」列為重要自變項，他們認為過去的研究（例如 McLeod and McDonald, 1985: 3-34）在探討媒體使用與政治態度的關係時，僅詢問媒體暴露可能是不夠的，「媒介重要性之評估」也許更具有影響力。為了印證 Pinkleton and Austin 的想法，除了在問題一中比較南北居民之媒介使用對於政治犬儒主義之影響力，也在此提出研究問題二：

問題二：傳統媒介的重要性評估與新媒介的重要性評估，對於政治犬儒主義之影響力是否會有台北與高雄之不同？

另外，Aarts and Semetko (2003: 759-784) 藉由 1998 年荷蘭的國會選舉，針對選民執行了面對面的訪談，來檢測媒介使用與政治知識、政治態度、政治涉入度的關係，結果發現電視使用確實可以正面預測政治知識，而且可以預測內在效能以及是否去投票。

Starobin (1996: 1145-1149) 則發現 internet 之使用可以促進公民參與政治活動，以及促進民主。Pinkleton et al. (1998: 1-34) 也發現是否主動使用媒體與是否去投票有正面關係。由此可見，媒介使用與投票行為應具有其相關性的，於是本文作者再提出以下諸多研究問題：

問題三：傳統媒介的使用與新媒介的使用，對於投票行為之影響力是否會有台北與高雄之不同？

問題四：傳統媒介的重要性評估與新媒介的重要性評估，對於投票行為之影響力是否會有台北與高雄之不同？

在研究台灣 2004 年的立委選舉時，陳陸輝 (2006: 39-62) 發現政治信任的高低會影響民眾投票支持泛綠陣營或是泛藍陣營的候選人。Hetherington (1999: 311-326) 也發現了公民對於政府的信任會影響他們將投票給哪一位候選人。由過去文獻可以看出，政治犬儒主義與投票行為可能具備某種程度的因果關係，於是本文作者再提出第五個研究問題：

問題五：政治犬儒主義對於投票行為之影響力是否會有台北與高雄之不同？

三、控制變項

Marcus and Oscar (2005) 在探究歐洲 21 個國家之媒體暴露與政治信任的關係時，發現教育程度越高者，其政治信任度越高。而 Pinkleton and Austin (2002: 141-163) 在研究美國選民的政治疏離與政治效能時，也發現教育程度越低者，有越高的政治犬儒主義；而相反的，Peng (2003) 在探討民眾政治犬儒主義與媒介使用的關係時，卻發現教育程度越高者，其政治犬儒主義越高。

雖然上述文獻的研究結果有所不同，但至少我們可以得知，在研究政治犬儒主義與媒介使用的關係時，「教育程度」乃是必須考量之中介變項，所以本研究將其列為重要之控制變項。

而除了教育程度之外，Leshner and McKean (1997: 69-83) 針對 1994 年參議員選舉進行調查，分析傳播管道（包含報紙、雜誌、廣播與電視廣告的暴露）與選民犬儒主義的關係時發現，年齡越長者，其政治犬儒主義越高；Kleinnijenhuis et al. (2006) 在研究荷蘭的負面新聞是否阻礙了人們對政治領袖的信任時，也控制了年齡與性別變項，所以本研究也將控制這些人口基本變項。

除此之外，洪雅慧 (2006: 137-159) 曾提出「人際傳播」此變項很可能會影響選民對於政治訊息之評估，甚至影響到後續之政治行為。Esser and Vreese (2007: 1195-1213) 在比較美國與歐洲之政治參與時，也發現在歐洲，與親友討論越多之年輕選民，較傾向去投票，所以本文在研究媒介使用與投票行為之關係時，也將控制「人際傳播」此變項。

另外，Marcus and Oscar (2005) 在探究歐洲 21 個國家之媒體

暴露與政治興趣的關係時，發現「政治興趣」可以顯著預測政治信任。Norris（2000）則提出更深一層的思考，他認為對於媒體的注意並不會導致政治犬儒主義，而是那些較信賴政府、參與較多的人，通常較常暴露於媒體的公共議題報導。而暴露於同樣報導更多的人，通常對於政治系統有更高的忠誠度，以上情形似乎呈現一種循環（circle）。不管政治信任、媒介使用之發生順序為何，本研究認為「政治興趣」在其中扮演了重要角色，所以也將其納入成為控制變項。

四、研究方法

（一）電子郵件調查法

電子問卷調查法（e-survey），大致上可分為兩類，一為電子郵件調查法（e-mail survey），另一為網頁問卷調查法（web survey），而本研究所採行的是電子郵件調查法，¹也就是由研究者設計電子問卷，再以電子郵件的方式發送（石計生等，2006）。

本研究乃是委託創市際市場研究顧問公司寄發eDM給北、高兩市選民，²其樣本來源乃來自於該公司所建立的Cyber Panel 資料

-
1. 在受訪樣本之取決方面，有鑑於台灣網際網路普及率僅為 44%（資策會創新應用服務研究所，2007），也就是說有超過 56%的人乃非網路使用者，顧及「網路新媒體的使用」乃是本文之重要研究變項，本研究決定並不針對一般人進行調查，而是針對平常會使用傳統媒體，也會使用新媒體的網路使用者執行網路問卷調查。
 2. 之前有不少研究根據該公司的調查報告完成論文，例如江亦瑄等（2004）在 2004 年台灣總統大選時，對於網路競選文宣與網民選舉參與的研究。

庫，該資料庫共擁有十萬多筆詳細網路使用者資料（江亦瑄等，2004；Hong, 2008），是台灣目前最具規模的樣本族群。創市際Panel 召募於每年度偕同資策會電子商務應用推廣中心，與台灣主要ISP及 5 大入口網站進行合作招募，使用網路問卷方式進行調查並尋找合適樣本，其樣本來自各行各業、各個年齡層皆涵蓋。所以本研究抽樣方法又近似「雙重抽樣」（double sampling）（張紘炬，2007），即在母體清冊不易取得的狀況下，先從大量的調查母體中，抽取一定數量符合某些特徵的樣本（此處即為創市際顧問公司的Cyber Panel資料庫約十萬多筆），研究者再從這些樣本中進行隨機抽樣，並寄發問卷（此處即為eDM）給受訪樣本。

本研究於 2006 年北、高兩市市長選舉投票日後一週正式執行電子郵件調查，所得樣本所得乃是依據該市調公司 database 之年齡層比例進行隨機抽樣的，且事先過濾受訪者，確定對方乃是具有投票權的北、高市民才能填寫 eDM，受訪者在收到 eDM 之後，只要以滑鼠點下「開始作答」，即可鏈結到全球資訊網上的網頁問卷界面，受訪者並被要求輸入帳號密碼，以防止重複填答。

而在正式執行電子郵件調查前，本研究曾執行了兩次前測。第一次前測的目的，乃是因為筆者認為在檢驗媒體使用與政治犬儒主義的關係之前，必須先瞭解選民們平時使用那些媒介來獲得政治資訊。於是本研究以具投票權的大學部與研究所的學生以及其他不同年齡層次的便利樣本為受訪對象，共發放 50 份開放式問卷；研究結果獲悉，選民較常使用的傳統媒介包括了報紙政治新聞、電視政治新聞、電視政治call-in節目，新媒體的採用則有入口網站之政治新聞、候選人網站與部落格、BBS政治討論區之使用、政治相關之電

子郵件之點閱；³爾後，本研究再根據過去的文獻資料以及第一次前測的結果擬定正式問卷進行第二次前測，該次調查則是以寄eDM的方式進行的，目的在於衡量網路問卷的長度是否適當以及語意是否清楚，此次前測共寄發了約 150 份eDM，對象除了具投票權的大學部與研究所的學生外，尚包括了其他年齡層次的受訪者。⁴

（二）本研究主要變項之測量

1. 政治犬儒主義

為了測量出選民之政治犬儒主義，本研究參考 Pinkleton and Austin (2002: 150-151)、Peng (2003) 以及 Lee (2006: 418) 的測量方式，分別詢問北、高兩市之選民是否同意以下的說法：「大部分的政治人物是不值得信任的」、「候選人會刻意地說一些選民想聽的話」、「政治人物只在乎自己的利益，根本不在乎像我這樣的人在想什麼」、「我們的政府似乎是被一小群僅在乎自己利益的團體所營運著」、「政治人物在真實生活中根本很難接觸到」。以 1~5 Likert 量表測量，1 代表非常不同意，5 代表非常同意，最後政治犬儒主義的得分乃是用上面 5 題之加總，再除以 5(合併後之 Cronbach's alpha 值為 .78)。答 1 者得一分，答 5 者得五分，得高分者代表受訪者有較高的政治犬儒主義，得低分者代表有較低的政治犬儒主義。

3. 「政治相關電子郵件」是指在競選宣傳期間，受訪者所接收到的政治郵件，只要郵件內容與選舉有關(例如候選人、政黨之自我宣傳、其他名人拜票、攻擊文宣或與候選人相關之影音傳輸等)皆屬之。

4. 其樣本資料來自於研究者在研究 2000 年總統大選與 2002 年台北市長選舉時所建立的 database。

2. 媒介使用

在傳統媒介的使用上，本研究參考 Lee (2006: 418) 以及 Peng (2003) 的測量方式，分別詢問北、高兩市之選民以下之問題：「請問過去這兩週以來，您閱讀報紙政治新聞的頻率為何？」、「過去這兩週以來，您收看電視政治新聞的頻率為何？」以及「請問過去這兩週以來，您收看電視政治相關之 call-in 節目的頻率為何？」。以 1~5 Likert 量表測量，1 代表從不，2 代表非常少，3 為偶爾，4 為經常，5 為總是。答 1 者得一分，答 5 者得五分，得高分者代表受訪者在傳統媒介的使用上有較高的使用頻率，得低分者代表有較低的媒介使用頻率。

在新媒介的使用上，本研究分別詢問北、高兩市之選民以下之問題：請問「過去這兩週以來」，您使用候選人網站、部落格的情形為何？」、「請問過去這兩週以來，您使用 BBS 政治討論區的情形為何？」、「請問過去這兩週以來，您點閱入口網站之政治新聞的情形為何？」、「請問過去這兩週以來，您點閱政治相關之電子郵件的情形為何？」。有 5 個回答選項，分別為：「從來沒有」，「1 次」、「2-3 次」、「4-6 次」、「7 次以上」。從來沒有使用過的人得 1 分（最小值），使用過 7 次以上者得 5 分（最大值）；得高分者代表受訪者有較高的新媒介使用頻率，得低分者代表有較低的新媒介使用頻率。

上述之測量方式乃是參考 Lee (2006: 419) 以及 Ko (2005: 60) 等學者在測量網際網路之使用時所用的量表以及蘇郁涵 (2007) 在測量候選人部落格之使用情形時所用的量表而擬定的。

3. 媒介的重要性評估

為了測量此變項，本研究參考 Pinkleton and Austin (2002: 151-152) 的測量方式，分別詢問北、高兩市之選民以下之問題：請問您是否認為以下媒介對於您的政治資訊之提供是重要的：報紙政治新聞、電視政治新聞、電視政治相關 call-in 節目、候選人網站、部落格、BBS 政治討論區、入口網站之政治新聞、政治相關之電子郵件。同樣的，以 1~5 Likert 量表測量，1 代表非常不重要，5 代表非常重要。答 1 者得一分，答 5 者得五分，得高分者代表受訪者認為該媒介對於個人的政治資訊之提供是較重要的，得低分者代表受訪者認為該媒介對於個人的政治資訊之提供是較不重要的。

4. 投票行為

本研究以下面的問題測量「投票行為」：請問這次選舉，你是否去投票了？1 代表去投票了，2 代表未去投票。

(三) 其他相關變項之測量

1. 政治興趣

政治興趣是指個人對政治的興趣與關心的程度，為了測量此變項，本研究分別詢問台北市與高雄市選民以下問題：「請問您對於此次的選舉有沒有興趣？」、「請問您平時對於政治方面的消息（非此次選舉）有沒有興趣？」，兩題皆以 1~5 立克特量表測之，1 代表完全沒興趣，5 代表非常有興趣，兩題得分加總後視為一個參考指標（合併後之 Cronbach's alpha 值，兩市皆為 .74）。答 1 者得一分，答 5 者得五分，得高分者代表受訪者對於政治有極高的興趣，

得低分者代表受訪者對於政治有極低的興趣。

以上量表乃是參考了 Garramone (1985: 40) 的問卷題目而擬定的，以作為進行主要自變項對於依變項之迴歸分析時的控制變項。

2. 人際傳播

為了測量此變項，本研究參考了洪雅慧 (2006: 146) 的測量方式，分別詢問北、高兩市之選民與親友討論的頻率為何：「請問您過去兩週以來，您是否與親友討論過此次台北市市長選舉的消息？」、「請問您過去兩週以來，您是否與親友討論過此次高雄市市長選舉的消息？」。以 1~5 Likert 量表測量，1 代表從不，2 代表非常少，3 為偶爾，4 為經常，5 為總是。答 1 者得一分，答 5 者得五分，得低分者代表討論頻次較低，得高分者代表受訪者與親友討論該次選舉的頻次較高。

3. 人口基本變項

此類變項主要是詢問受訪者的性別、年齡以及教育程度。年齡分為 20—24 歲、25—29 歲、30—39 歲、40—49 歲以及 50 歲以上。教育程度分為高中職（含）以下、專科、大學、研究所以上。

五、研究結果

（一）回收問卷統計

本研究調查時間為期一週，從 2006 年 12 月 14 日至 12 月 20 日。首日寄發 eDM 2786 封，邀請創市際市場研究顧問公司所建立的 Cyber Panel 資料庫之會員填答，第一輪共有 459 人填寫問卷，其中

有效樣本 425 份，無效問卷 34 份。後來追加問卷至 3794 封，總共回收了 718 份問卷，有效問卷為 608 份。⁵

（二）基本資料分析

由於研究者事前要求調查單位，在有效樣本中，北、高兩市的網路選民需各佔 50%，而且依該資料庫目前的年齡分佈，以分層比例抽樣方式抽出有效樣本，所以最後所得樣本之北高兩市的選民各有 304 份，男女生各約佔五成，受訪者年齡以 20—24 歲最多，佔 25%，其次為 25—29 歲，佔 23.7%，而 30—34 歲，佔 15.8%，35—39 歲，佔 14.8%，40—49 歲佔 14.0%，50 歲以上佔 6.7%。⁶

在政治犬儒主義方面，台北市的選民平均數為 4.15，高雄市的選民平均數為 4.10，可見兩市的選民皆有很高的犬儒主義，無太大差異。⁷

在傳統媒介使用方面，台北市的選民「從不」以及「很少」閱讀報紙新聞的有 18.8%（高雄市選民為 23.7%），經常以及總是閱讀報紙新聞的 45.8%（高雄市民為 46.7%）；從不、很少收看電視新聞的有 15.1%（高雄市選民為 19.4%），經常、總是收看電視新聞的有 57.9%（高雄市選民為 56.9%）；從不、很少收看電視新聞 call-in 節

5. 因為創市際市場研究顧問公司乃是作者付費委託之公司，而該公司通常要求資料庫之會員一定要填答問卷中所有題目，才算有效問卷，所以只要有一題沒答，在本研究中即屬無效問卷。

6. 創市際市調公司 Cyber Panel 的樣本結構，性別比例，男性占 50.65%，女性占 49.35%，20-29 歲約佔五成，30-39 歲約佔三成，40 歲已上者則近 2 成。所以本研究之樣本與該 database 的母體相關特徵呈現相似。

7. 研究者以獨立樣本 T 檢定檢視北、高兩市選民在政治犬儒主義上是否有差異，統計結果並未呈現顯著差異。

目的有 40.7%（高雄市選民為 42.7%），經常、總是收看電視新聞 call-in 節目的有 25.7%（高雄市選民為 26.7%）。

在新媒介的使用方面，台北市的選民從來沒有使用過候選人網站、部落格的人有 62.2%（高雄市民為 64.1%），使用 4 次以上的有 8.9%（高雄市選民為 9.2%）。從來沒有使用過 BBS 的人有 71.4%（高雄市民為 73.4%），使用 4 次以上的有 7.2%（高雄市選民為 10.2%）；從來沒有使用過入口網站之政治新聞的人有 18.4%（高雄市選民為 24.7%），使用 4 次以上的有 46%（高雄市選民為 38.4%）；從來沒有點閱過政治相關之電子郵件的人有 57.2%（高雄市選民為 59.97%），使用 4 次以上的有 14.1%（高雄市選民為 14.1%）。

在媒介重要性之評估方面，台北市、高雄市選民的答覆非常相近，之於台北市的選民，電視新聞被認為是最重要的媒介，平均數為 3.75（高雄市選民為 3.71）；報紙新聞次之，平均數為 3.58（高雄市選民為 3.56）；排第三順位為使用入口網站之政治新聞，平均數為 3.46（高雄市選民為 3.37）；平均數低於 3 的依次為 BBS 的討論區，平均數為 2.61（高雄市選民為 2.67），候選人網站與部落格之使用，平均數為 2.60（高雄市選民為 2.61），政治相關電子郵件之點閱，平均數為 2.42（高雄市選民為 2.57）。

（三）研究問題一至二之研究結果

研究問題一與二乃是要去探討傳統媒介與新媒介對於政治犬儒主義之影響力，是否會有台北與高雄之不同？本研究以標準迴歸法

來分析，其研究結果呈現於表一與表二。⁸

從表一，我們可以看到在台北市選民的人口基本變項中，僅有年齡可以顯著預測政治犬儒主義，而且是年紀越大者傾向有較高的犬儒主義（Beta = .140, $p < .05$ ）。政治興趣也可以顯著預測政治犬儒主義，政治興趣越低者，對於政治更為憤世嫉俗（Beta = -.364, $p < .001$ ）；人際傳播則無法顯著預測政治犬儒主義。

傳統媒介之使用皆無法預測政治犬儒主義。而新媒介的採用中，僅有候選人網站、部落格以及政治相關之電子郵件可以顯著預測台北市民的犬儒主義：使用候選人網站、部落格頻次越低（Beta = -.218, $p < .001$ ）、越常點閱政治相關之電子郵件越容易對政治產生憤世嫉俗（Beta = .162, $p < .05$ ）。

在高雄市方面，性別可以顯著預測政治犬儒主義，相較於女性，男生傾向有較高的犬儒主義（Beta = -.167, $p < .01$ ）。而無論是政治興趣、人際傳播或傳統媒介、新媒介的採用皆無法顯得預測犬儒主義。

表二的結果顯示，對於台北市選民而言，同樣的，年齡（Beta = .194, $p < .01$ ）與政治興趣（Beta = -.352, $p < .001$ ）可以顯著預測台北市選民的政治犬儒主義，年齡越長、政治興趣越低者，對於政治更為憤世嫉俗。而性別可以預測高雄市民的政治犬儒主義（Beta = .146, $p < .05$ ），相較於女性，男性有更高的犬儒主義。

而在媒介之重要性評估方面，之於台北市（Beta = -.209, $p < .01$ ）或高雄市（Beta = -.261, $p < .01$ ）的選民，皆有同樣的反應：越是覺

8. 由於本文作者發現在相關分析中，「媒介使用」與「媒介重要性評估」兩大類變項呈現高度相關；而且其共線性診斷結果，CI 值大於 30，VIF 值也大於 10，明顯有共線性疑慮，所以分別將此兩大類變項置於不同的迴歸模式中。

得候選人網站、部落格對於個人政治資訊的提供非常重要，那麼傾向會有較低的政治犬儒主義。除此之外，電視政治 call-in 節目可以預測台北市民的犬儒主義：越是覺得電視政治 call-in 節目對於個人政治資訊的提供是重要的，傾向有較高的犬儒主義（Beta = .181, $p < .05$ ）。而對於高雄市的選民而言，越是認為點閱入口網站之政治新聞在政治資訊的提供上是重要的，傾向有較高的犬儒主義（Beta = .151, $p < .05$ ）。

綜上所述，我們可以知道研究問題一&二之研究結果為：傳統媒介、新媒介的使用與重要性評估，對於政治犬儒主義之影響力對於台北與高雄之網路選民確實有許多不同。在政治犬儒主義的預測上，兩市的網路選民僅在一個自變項的預測力上達成一致顯著，那就是「候選人網站、部落格」：越是覺得候選人網站、部落格對於個人政治資訊的提供非常重要，那麼傾向會有較低的政治犬儒主義。其他，則皆不相同。之於台北市的網路選民，其他可以顯著預測依變項的有「年齡」、「政治興趣」、「政治相關電子郵件之點閱」、「認為電視政治 call-in 節目對於個人政治資訊的提供是重要的」等變項；而對於高雄市的網路選民，其他可以顯著預測依變項的僅有「認為點閱入口網站之政治新聞在政治資訊的提供上是重要的」。

表一 台北市與高雄市之人口變項、政治興趣、人際傳播、傳統
／新媒介使用、對於政治犬儒主義的標準迴歸分析

	政治犬儒主義	
	台北市	高雄市
	Beta	Beta
性別（參照類：女性）		
男性	.059	.167**
年齡		
教育	.140*	-.046
政治興趣	-.058	-.016
人際傳播	-.364***	-.074
<媒介使用>	.002	-.050
報紙政治新聞		
電視政治新聞	-.008	-.037
電視 call-in 節目	.041	.136
候選人網站、部落格	.151	-.062
BBS		
入口網站	-.218**	-.033
電子郵件	-.032	-.006
	.057	.072
	.162*	-.046
R ²	.152	.051
Adjusted R ²	.117	.012
R ² change	.152	.051
Sig.of Change	.000	.218

說明：1.表內Beta值乃是標準化迴歸係數之Beta值。2.性別為類別變項，所以以虛擬變項(dummy variable)處理之。3. *p<.05, **p<.01, ***p<.001。4.經過共線性測試，所有自變項容忍值(tolerance)均大於0.5，而變異數膨脹因子(VIF)均小於2.1，而且條件指數(CI)的值也小於30，因此該迴歸模式無須顧慮共線性的問題。

表二 台北市與高雄市之人口變項、政治興趣、人際傳播、傳統
／新媒介重要性評估、對於政治犬儒主義的標準迴歸分析

	政治犬儒主義	
	台北市	高雄市
	Beta	Beta
性別（參照類：女性）		
男性	.061	.146*
年齡	.194**	-.047
教育	-.029	-.053
政治興趣	-.352***	-.026
人際傳播	.048	-.063
<媒介重要性評估>		
報紙政治新聞	.063	-.041
電視政治新聞	-.003	.136
電視 call-in 節目	.181*	-.067
候選人網站、部落格		
BBS	-.209**	-.261**
入口網站	.067	-.011
電子郵件	.049	.151*
	-.115	-.013
R ²	.152	.051
Adjusted R ²	.117	.012
R ² change	.152	.051
Sig.of Change	.000	.218

說明：1.表內 Beta 值乃是標準化迴歸係數之 Beta 值。2.性別為類別變項，所以以虛擬變項（Dummy Variable）處理之。3. *p<.05，**p<.01，***p<.001。4 經過共線性測試，所有自變項容忍值（tolerance）均大於 0.5，而變異數膨脹因子（VIF）均小於 2.1，而且條件指數（CI）的值也小於 30，因此此迴歸模式無須顧慮共線性的問題。

（四）研究問題三至五之研究結果

由於研究問題三至五乃在探討有那些自變項可以預測「投票行為」，而投票行為此變項是屬二元（dichotomous）變項，所以利用統計之二元邏輯迴歸方法（binary logistic regression）進行分析。研究結果顯示於表三與表四。

表三的結果顯示，無論是台北市或高雄市，人口基本變項與人際傳播變項皆無法顯著預測投票行為；但政治興趣可以顯著預測兩市選民之投票行為，政治興趣越高者，越是在此次選舉中去投了票（ $P < .001$ ）。

在媒介使用方面，越經常收看電視政治 call-in 節目的台北市選民，越是在此次台北市長選舉中去投了票（ $P < .05$ ）。然而在高雄市的選民中，越常去點閱入口網站之政治新聞，越是在此次高雄市長選舉中缺席了（ $P < .05$ ）。

另外，在媒介之重要性評估方面，表四的結果呈現，之於台北市選民，越認為候選人網站與部落格對個人政治資訊之提供是重要的，越是在此次台北市長選舉中去投了票（ $P < .05$ ）。而無任何一個媒介之重要性評估對高雄選民之投票行為有其影響力。除此之外，兩市選民的政治犬儒主義對於投票行為皆沒有顯著影響力。

綜上所述，我們可以知道研究問題三&四之研究結果為：傳統媒介、新媒介的使用與重要性評估，對於投票行為之影響力確實有台北與高雄之諸多不同。在投票行為的預測上，預測力達成一致顯著的僅有一變項，那就是「政治興趣」：政治興趣越高者，越是在此次選舉中去投了票。其他研究結果則大不相同。之於台北市的網路選民，其他可以顯著預測投票行為的有「電視政治 call-in 節目的觀看」、「認為候選人網站與部落格對於個人政治資訊的提供是重要的」等變項；而對於高雄市的選民，其他可以顯著預測依變項的僅

有「入口網站政治新聞之點閱」。

另外，研究問題五所討論的是：政治犬儒主義對於投票行為之影響力是否會有台北與高雄之不同？研究結果顯示，在投票行為的預測上，兩市網路選民的政治犬儒主義皆無法顯著預測投票行為。

表三 人口變項、政治興趣、人際傳播與「媒介使用」
對於投票行為之二元邏輯迴歸分析

		台北市選民		高雄選民	
		B	EXP (B)	B	EXP (B)
性別 (參照類：女性)					
男性		.473	1.605	.208	1.231
年齡		-.129	.879	.065	1.067
教育		-.071	.932	-.313	.731
政治興趣		1.089***	2.973	1.049***	2.855
人際傳播		.219	1.245	.083	1.086
媒介使用	報紙政治新聞	.028	1.029	-.207	.813
	電視政治新聞	-.287	.750	.089	1.094
	電視 Call-in	.488*	1.629	1.050	1.051
	網站、部落格	.392	1.489	.027	1.028
	BBS	-.308	.735	.510	1.666
	入口網站	-.077	.926	-.294*	.745
	電子郵件	-.230	.795	.159	1.172
政治犬儒主義		-.342	.710	.245	1.278
常數		-1.481	.227	-2.711	.066
樣本數		304		304	
Chi-square		80.388		63.968	
-2LL		265.836		238.045	
df		13		13	
Nagelkerke R square		.342		.301	

說明：1. 性別為類別變項，所以以虛擬變項 (dummy variable) 處理之。2. 政治興趣之值域範圍為1-5，得高分者代表受訪者對於政治有極高的興趣；各媒介使用之值域範圍為1-5，得高分者代表受訪者在媒介的使用上有較高的使用頻率；政治犬儒主義之值域範圍也是1-5，得高分者代表受訪者有較高的政治犬儒主義。3. *p<.05，**p<.01，***p<.001。

表四 人口變項、政治興趣、人際傳播與「媒介重要性評估」對於投票行為之二元邏輯迴歸分析

		台北市選民		高雄選民	
		B	EXP (B)	B	EXP (B)
性別（參照類：女性）					
男性		.473	1.605	.120	1.128
年齡		-.126	.882	.062	1.064
教育		.015	1.015	-.342	.710
政治興趣		1.026***	2.790	1.093***	2.985
人際傳播		.068	1.071	.136	1.145
媒介重要性評估	報紙政治新聞	.111	1.117	.207	1.230
	電視政治新聞	.405	1.500	-.397	.672
	電視 Call-in	.138	1.148	.143	1.153
	網站、部落格	.571*	1.770	.114	1.121
	BBS	-.203	.816	-.003	.997
	入口網站	-.311	.732	-.175	.839
	電子郵件	-.224	.799	.085	1.089
政治犬儒主義		-.325	.722	.316	1.372
常數		-2.855	.058	-2.764	.063
樣本數		304		304	
Chi-square		88.313		57.413	
-2LL		257.992		244.601	
df		13		13	
Nagelkerke R square		.371		.273	

說明：1.性別為類別變項，所以以虛擬變項（dummy variable）處理之。2.政治興趣之值域範圍為1-5，得高分者代表受訪者對於政治有極高的興趣；各媒介使用之值域範圍為1-5，得高分者代表受訪者在媒介的使用上有較高的使用頻率；政治犬儒主義之值域範圍也是1-5，得高分者代表受訪者有較高的政治犬儒主義。3. *p<.05，**p<.01，***p<.001。

六、討論與結論

本研究結果初步顯示，台北市與高雄市的網路選民皆有頗高的政治犬儒主義，換句話說，皆對政治人物充滿著不信任，對於政治感到憤世嫉俗！

不過兩市的網路選民在媒介的「使用」上，包含傳統媒介與新媒介，皆未呈現太大之差異。即使在「媒介重要性評估」方面，兩市選民在選擇之排序上也出現一致，電視政治新聞皆被認為是最重要的媒介，報紙政治新聞次之，而在新媒介中的「入口網站的政治新聞」則排在第三順位。

而媒介的使用與重要性評估對於政治犬儒主義、投票行為的影響是否存在有南北的顯著差異？本研究根據研究結果，將南北相同與相異處整理於表五：

表五 南北相同與相異處：媒介使用與媒介重要性評估
對於政治犬儒主義、投票行為之預測

	對於犬儒主義之預測		對於投票行為之預測
南、北相同	1.兩市網路選民「對於候選人網站、部落格之於個人政治資訊提供之重要性評估」皆可以顯著預測政治犬儒主義。		兩市網路選民之政治興趣皆可以顯著預測投票行為。兩市網路選民之政治犬儒主義皆無法顯著預測投票行為。
南、北相異	台北	「政治相關電子郵件之點閱」、「認為電視政治 call-in 節目對於個人政治資訊的提供是重要的」可以顯著預測政治犬儒主義。	「電視政治 call-in 節目的觀看」與「認為候選人網站與部落格對於個人政治資訊的提供是重要的」可以顯著預測投票行為
	高雄	「認為點閱入口網站之政治新聞在政治資訊的提供上是重要的」可以顯著預測犬儒主義。	「入口網站政治新聞之點閱」可以顯著預測投票行為

首先，本文將先討論南、北相同之處，然後再嘗試為相異之處提出釋義。

在政治犬儒主義的預測上，兩市的網路選民皆呈現如果覺得候選人網站、部落格對於個人政治資訊的提供是重要的，就會有較低的犬儒主義。過去有研究報告指出，由於候選人的網站，部落格沒有版面或時間的限制，所以可以提供選民更有深度、廣度的資訊（例如 McKeown and Plowman, 1998: 321-347），是否因為所提供的資訊豐富了，選民對於候選人的了解也不再侷限於一般媒體的負面報導，所以對於政治不再那麼憤世嫉俗？又或是因為候選人網站、部落格的使用者本就是該候選人的支持者，其本就對政治充滿了高度興趣（Dorsey and Green, 1997; Hong and Chang, 2002），所以對於

政治不那麼厭惡？真相到底為何，值得未來研究給予關心！

另外，兩市網路選民之政治興趣對於投票行為也有很顯著之預測力，此結果印證了之前文獻的發現，當選民對於競選宣傳更感興趣，則更傾向會去投票（Drew and Weaver, 2006: 25-42）。除此之外，兩市網路選民的政治犬儒主義對於投票行為不具備影響力的結果，也應證了之前學者的看法：政治信任的降低不見得對於政治行為有其影響力（Ulbig, 2002: 789-809）。

接下來將呈現南北相異的研究結果，其整理如下：

對於台北市的網路選民而言，年齡越大，有更高的犬儒主義，與之前文獻發現相符（例如 Leshner and Mckean, 1997: 69-83）；除此之外，研究發現愈常點閱政治相關電子郵件的台北市選民，傾向有較高的政治犬儒主義。這個發現倒是可以給予最近幾次在選舉中大發 eDM 的候選人一個警惕，由於許多候選人喜歡以電子郵件散發對手未經證實的負面消息（洪雅慧，2006: 137-159），選民是否如同過去學者所發現的，因為接收太多負面攻擊的訊息，所以衍生了政治犬儒主義呢（陳憶寧，2001）？這個現象值得後續研究再給予觀察！

另外，本研究也發現，越是「認為電視政治節目對於個人政治資訊的提供是重要的」台北市網路選民，傾向有較高的犬儒主義，這個研究結果與過去研究的發現很相近，在一個電視談話性節目的研究中，盛治仁（2005: 163-203）就發現對於談話性節目有高度興趣的受訪者對於領袖的施政滿意度容易有微詞。除此之外，本研究也獲悉：愈常收看電視 call-in 節目的台北市網路選民，愈傾向在此次選舉中，去投了票，此研究結果與彭芸（2001）在台灣 2000 年的總統大選時，研究選民媒介使用與政治參與的結果相近，電視 call-in

節目的收看與選舉參與呈現正向關係，就如同 Pan and Kosicki (1997: 371-388) 所說的：call-in 節目的收看所具備的社會與政治作用，乃是在公共領域中扮演一個讓選民可以有意見發表與活動參與的舞台，其也就是一種政治動員的型式。而「投票」正可以說是一種政治動員的結果。

除此之外，越是認為入口網站之政治新聞在個人政治資訊的提供上是重要的高雄市網路選民，傾向有較高的犬儒主義，且越常去點閱入口網站之政治新聞，越是在此次高雄市長選舉中缺席了。事實上，根據本文之基本資料顯示，台北市網路選民點閱入口網站政治新聞的比率還高過高雄市網路選民，但為何入口網站之政治新聞僅影響了高雄市網路選民卻對台北市網路選民沒有顯著影響呢？，作者初步揣測，有可能是因為當時的第一家庭陷入貪污風暴加上當時國內經濟的不景氣（蕭怡靖、游清鑫，2008: 1-25），入口網站之政治新聞隨時報導了民進黨的窘態，可能讓經常使用該媒介來獲得政治資訊的高雄市網路選民，對民進黨感到失望，於是對政治產生了憤世嫉俗，甚至不想去投票了。

最後，作者在此提出本文之限制，首先，在控制變項的選擇上，本研究僅控制了人口基本變項、人際傳播、政治興趣等變數，卻忽略了選民的省籍背景與政黨認同等政治相關變數，其也可能是影響台灣選民的政治參與或政治效能之重要變數（例如，林嘉誠，1989；陳陸輝，2000: 109-142），此乃是本文之一大研究限制。

除此之外，雖然本研究所執行的電子郵件問卷調查，已克服過去網路調查所面臨的多項問題，例如「重覆填答」、「親友滾雪球」、「回覆率偏低」等，但本研究仍有樣本代表性不足之疑慮。由於網路訪問的母數清冊難尋（吳統雄，2000；Schillewaert et al., 1998:

307-322)，沒有辦法做到完全的隨機抽樣，雖然本研究所委託的調查單位，具有台灣目前規模最大的網路 Panel，作者也要求對方以其全部的樣本為母體做隨機抽樣，但畢竟其 Database 的母體並非來自北高網路選民之隨機取得，而且本研究之樣本數也過小，所得的研究結果無法外推到全台北、高雄市全部的網路選民。所以建議未來研究在台灣網路使用更普及後，以其他研究方法（例如電訪或面訪）針對母體進行隨機抽樣。而在網路尚未完全普及前，可盡量擴大研究樣本數，且將研究對象鎖定在網路使用者，如同 Kaye and Johnson（1999）所言，目前網路使用尚未普及，最適宜的方式是將網路調查的研究母體限制於網路人口，避免過度推論至全國大眾。

另外，過去文獻指出媒體對於選民的影響確實會因媒體的種類（Peng, 2003）與其所提供的內容不同（Marcus and Oscar, 2005）而有異，但本研究僅區分傳統媒介與新媒介的不同，而未對媒介「內容」深入探就，未來研究可以進一步探討。除此之外，過去有不少研究指出，媒介的「負面」報導，造就了選民的犬儒主義（e.g. Pinkleton, 1997），而本文未將注意力放在媒介訊息的「正、負」調性上，未來研究或許也可以朝此方向再做進一步延伸。

作者也在此為未來研究提出建議，網路新媒介不斷推陳出新，未來網路政治傳播之研究可將焦點放在更新的媒介上，例如 YouTube、MySpace 以及 Face Book，特別是美國總統歐巴馬在 2008 年的選戰中大為利用 YouTube 來宣傳自我（Heffernan, 2009），未來台灣的選戰是否也會取經於美國經驗，值得追蹤觀察！

參考書目

- Aarts, Kees and Holli A. Semetko. 2003. "The Divided Electorate: Media Use and Political Involvement." *Journal of Politics* 65, 3: 759-784.
- Abramson, Pall R. and John H. Aldrich. 1982. "The Decline of Electoral Participation in America." *American Political Science Review* 76, 3: 502-21.
- Becker, Lee B. and Charles D. Whitney. 1980. "Effects of Media Dependences: Audience Assessment of Government." *Communication Research* 7: 95-120.
- Bromley, Catherine and John Curtice. 2004. "Are Non-voters Cynics Anyway?" *Journal of Public Affairs* 4, 4: 328-337
- Cappella, Joseph N. and Kathleen H. Jamieson. 1997. *Spiral of Cynicism: The Press and the Public Good*. New York: Oxford University Press.
- Chanley, Virginia A. et al. 2000. "The Origins and Consequences of Public Trust in Government: A time Series Analysis." *Public Opinion Quarterly* 64, 3: 239-256.
- Chen, Katherine, Y. N. and Ven-Hwei Lo. 2005. "Testing the Media Effects on Political Capital." 論文發表於《兩岸青年學者論壇 - 大眾傳媒與社會變遷》研討會。2005年10月14日。台北：中華發展基金會管理委員會。
- Citrin, Jack and Donald P. Green. 1986. "Presidential Leadership and

- the Resurgence of Trust in Government.” *British Journal of Political Science* 16: 431–53.
- Dalton, Russell J. 1996. *Citizen Politics in Western Democracies*. Chatham, NJ: Chatham House.
- Dennis, Jack and Carol Webster. 1975. “Children's Images of the President and of Government in 1962 and 1974.” *American Politics Quarterly* 3: 386-405.
- Dorsey, Matt and Ben Green. 1997. “Spinning the Web—How Campaigns Will Use the World Wide Web in 1998 and Beyond.” *Campaigns and Elections* 18, 8: 62.
- Drew, Dan and David Weaver. 2006. “Voter Learning in the 2004 Presidential Election: Did the Media Matter?” *Journalism & Mass Communication Quarterly* 83: 25-42.
- Esser, Frank and Claes H. De Vreese. 2007. “Comparing Young Voters’ Political Engagement in the United States and Europe.” *American Behavior Scientist* 50: 1195-1213.
- Garramone, Gina M. 1985. “Motivation and Selective Attention to Political Information Formats.” *Journalism Quarterly* 62: 37-44.
- Gershtenson, Joseph et al. 2006. “Parties, Institutional Control, and Trust in Government.” *Social Science Quarterly* 87, 4: 882-902.
- Heffernan, Virginia. 2009. “The YouTube Presidency.” *The New York Times* 10 April 2009. in <http://themedium.blogs.nytimes.com/2009/04/10/the-youtube-presidency/?scp=2&sq=You%20Tube%20Presidency&st=cse.Latest> update 19 April 2009.

- Hetherington, Marc J. 1998. "The Political Relevance of Political Trust." *American Political Science Review* 92, 4: 791-808.
- Hetherington, Marc J. 1999. "The Effect of Political Trust on the Presidential vote: 1968-1996." *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.
- Hong, Yah-Huei and Roland Chang. 2002. "Who're on and Why they're There: A Study of Candidates' Web Sites Users in Taiwan." *Asian Journal of Communication* 12, 2: 30-49.
- Hong, Yah-Huei. 2008. "A Study of the Innovation Resistance of Candidates' Web Sites and Blogs." *Proceeding of a Conference on Media & Global Divides*. 20-25 July 2008. Stockholm, Sweden: IAMCR World Congress
- 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.
- Kleinnijenhuis, Jan et al. 2006. "Negative News and the Sleeper Effect of Distrust." *Harvard International Journal of Press/Politics* 11, 2: 86-104.
- Klingemann, Hans-Dieter. 1999. "Mapping Political Support in the 1990s: A Global Analysis." in Pippa Norris ed. *Critical Citizens: Global Support for Democratic Governance*: 31-56. Oxford: Oxford University Press.

- Ko, Hanjun et al. 2005. "Internet Uses and Gratifications: A Structural Equation Model of Interactive Advertising." *Journal of Advertising* 34, 2: 57-70.
- Kurpias, David et al. 2005. "Cynicism, Participation, and the Media." *Proceeding of a Conference on the Annual Meeting of the International Communication Association*. 26-30 May 2005. New York: ICA.
- Lee, Kwan M. 2006. "Effects of Internet Use on College Students' Political Efficacy." *CyberPsychology and Behavior* 9, 4: 415-422.
- Leshner, Glenn and Michael L. McKean. 1997. "Using TV News for Political Information During an Off-Year Election: Effects on Political Knowledge and Cynicism." *Journalism and Mass Communication Quarterly* 74, 1: 69-83.
- Lin, Yang and Sunhee Lim. 2002. "Relationships of Media Use to Political Cynicism and Efficacy: A Preliminary Study of Young South Korean Voters." *Asian Journal of Communication* 12, 1: 25-39.
- Marcus, Maurer and Garcia L. Oscar. 2005. "A Virtuous Circle for All? Media Exposure and Political Trust in 21 Countries." *Proceeding of a Conference on 2005 Annual Meeting of International Communication Association*. 26-30 May 2005. New York: ICA.
- McKeown, Carol A. and Keneth D. Plowman. 1998. "Reaching Publics on the Web during the 1996 Presidential Campaign." *Journal of Public Relations Research* 11, 4: 321-347.
- 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.
- Miller, Authur H. 1974. “Political Issues and Trust in Government: 1964–1970.” *American Political Science Review* 68, 4: 951–972.
- Newhagen, John E. 1994. “Media Use and Political Efficacy: The Suburbanization of Race and Class.” *Journal of the American Society for Information Science* 45: 386-394.
- Norris, Pippa. 2000. *A Virtuous Circle: Political Communications in Post-Industrial Societies*. New York: Cambridge University Press.
- Pan, Zhongdang and Gerald M. Kosicki. 1997. “Talk Show Exposures as an Opinion Activity.” *Political Communication* 14, 3: 371-388.
- Peng, Wein. 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 May 2003. San Diego, CA: ICA.
- Perloff, Richard M. and Dennis Kinsey. 1992. “Political Advertising as Seen by Consultants and Journalists.” *Journal of Advertising Research* 32, 3: 53-60.
- Pinkleton, Bruce E. 1997. “The Effects of Negative Comparative Political Advertising on Candidate Evaluations and Advertising Evaluations: An Exploration.” *Journal of Advertising* 26,1: 19–29.
- Pinkleton, Bruce et al. 1998. “Relationship of Media Use and Political Disaffection to Political Efficacy and Voting Behavior.” *Journal of Broadcastion and Electronic Media* 42: 1-34.

- Pinkleton, Bruce E. and Erica W. Austin. 2002. "Exploring Relationships among Media Use Frequency, Perceived Media Importance, and Media Satisfaction in Political Disaffection and Efficacy." *Mass Communication and Society* 5, 2: 141-163.
- Robinson, Michael 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.
- Saito, Shinichi. 2008. "Television and Political Alienation: Does Television News Induce Political Cynicism and Inefficacy in Japan?" *International Journal of Japanese Sociology* 17, 1: 101-113.
- Schenk-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.
- Schillewaert, Niels et al. 1998. "Non-probability Sampling for WWW Surveys: A Comparison of Methods." *Journal of the Market Research Society* 40: 307-322.
- Southwell, Priscilla L. and Kevin D. Pirch. 2003. "Political Cynicism and the Mobilization of Black Voters." *Social Science Quarterly* 84, 4: 906-917.
- Southwell, Priscilla L. 2008. "The Effect of Political Alienation on Voter Trust." *Journal of Political and Military Sociology* 36: 131-145.
- Starobin, Paul. 1996. "On the Square." *National Journal* 28:

1145-1149.

Ulbig, Stacy G. 2002. "Policies, Procedures, and People: Sources of Support for Government?" *Social Science Quarterly* 83, 3: 789-809.

Wenzel, James P. 2006. "Acculturation Effects on Trust in National and Local Government among Mexican Americans." *Supplement* 87: 1073-1087.

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。

石計生等。2006。《社會科學研究與 SPSS 資料分析—台灣資料庫的應用》。台北：雙葉書廊有限公司。

自由時報。2008。〈八成台灣人：政治領袖不誠實〉。

<http://www.libertytimes.com.tw/2008/new/jan/19/today-p7.htm>。
2008/11/05。

江亦瑄等。2004。〈網路競選文宣與網民選舉參與—以 2004 年台灣總統大選為例〉。論文發表於《2004 年總統選舉傳播、策略、方法》學術研討會。2004 年 5 月 15-16 日。台北：世新大學。

林嘉誠。1989。《政治心理形成與政治參與行為》。台北：商務。

洪雅慧。2006。〈網路政治謠言之可信度以及轉寄行為研究—以「319 槍擊疑雲電子郵件散播為例」〉。《傳播管理學刊》7, 1: 137-159。

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。

吳統雄。2000。〈調查知識管理：研究方法與資訊系統〉。論文發表於《第三屆調查研究方法與應用學術研討會》。2000 年 10 月 19-20 日。台北：中央研究院。

- 徐永明。2000。〈南方政治的形成？台灣政黨支持的地域差別〉。
《國立中山大學社會科學季刊》2, 4 : 167-196。
- 陳陸輝。2000。〈台灣選民政黨認同的持續與變遷〉。《選舉研究》
7, 2 : 109-142。
- 陳陸輝。2006。〈政治信任的政治後果—以 2004 年立法委員選舉為
例〉。《台灣民主季刊》3, 2 : 39-62。
- 陳陸輝、耿曙。2008。〈政治效能感與政黨認同對選民投票抉擇的
影響—以 2002 年北高市長選舉為例〉。《台灣民主季刊》5, 1 :
87-118。
- 陳憶寧。2001。〈候選人負面新聞與新聞框架對政治憤世嫉俗與政
治責任歸屬的影響〉。論文發表於《中華傳播學會 2001 年年會
暨華人社會的傳播研究國際學術研討會》。2001 年 7 月 3-5 日。
香港：中華傳播學會與香港浸會大學。
- 陳建寧。2007。〈台灣公民文化之研究：以北、高兩市公民的價值
觀、道德認知與社會資本為例〉。中山大學公共事務管理研
究所碩士論文。
- 盛治仁。2005。〈電視談話性節目研究—來賓、議題結構及閱聽人
特質分析〉。《新聞學研究》84 : 163-203。
- 張紘炬。2007。《抽樣方法與調查分析：理念、設計、分析、實例》。
台北：華泰文化。
- 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。
- 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。

- 彭芸。2001。《新媒介與政治—理論與實證》。台北：五南圖書出版公司。
- 資策會創新應用服務研究所。2007。〈2007年九月底台灣上網人口〉。
<http://www.find.org.tw/find/home.aspx?page=many&id=185>。
2007/12/04。
- 廖益興。1994。〈南北差距：政治文化面〉。《國家政策雙周刊》
88：2-3。
- 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。
- 劉嘉薇。2008。〈2005年縣市長選舉選民投票決定之影響因素—台北縣、台中市、雲林縣以及高雄縣的分析〉。《台灣民主季刊》
5，1：1-43。
- 蘇郁涵。2007。〈候選人部落格的使用與滿足研究—「以2006年台北市市長選舉為例」〉。輔仁大學大眾傳播學研究所碩士論文。
- 蕭怡靖、游清鑫。2008。〈施政表現與投票抉擇的南北差異—2006年北高市長選舉的探討〉。《台灣民主季刊》5，2：1-25。

Big Difference between Taipei and Kaohsiung? A Study of Media Use Frequency and Perceived Media Importance in Relation to Political Cynicism and Voting Behavior

Yah-Huei Hong *

This study tries to explore if there is any discrepancy between Taipei and Kaohsiung while examining the effects of “media use” and “perceived media importance” in relation to political cynicism and voting behavior.

The research method adopted by this study was an E-mail survey conducted one week after the 2006 Taipei and Kaohsiung mayoral elections.

The results showed that both of the voters in Taipei and Kaohsiung had high political cynicism. In Taipei, the elder and low political interest voters tended to have higher political cynicism. Individuals who used candidate web sites and blogs more frequently and perceived the media’s importance to be high in providing political information for their personal needs tended to have lower political cynicism. People

* Associate Professor, Department of Advertising and Public Relations, Fu Jen Catholic University.

who read more the political-related e-mails and perceived the importance of TV call-in programs were found to have a significant positive association with political cynicism. In Kaohsiung, male respondents were more likely to have higher cynicism. People who perceived candidate web sites and blogs were more important tended to have lower political cynicism. And if people who perceived the importance in browsing political news on web portals, they inclined to have higher political cynicism.

In predicting the voting behavior, political interest had a significant impact on voting. However, political cynicism was unable to predict the voting behavior either in Taipei or Kaohsiung. The more frequently Taipei voters watched TV call-in programs and perceived the importance of the candidate web sites and blogs, the more they tended to vote. But the voting rate was relatively low among Kaohsiung voters who browsed political news on web portals more frequently.

Key words: media use, perceived media importance, political cynicism, voting behavior, e-mail survey