

第三章 資料分析與詮釋

本章首先說明台灣選民整體政治功效意識之情形，並且瞭解其社會網絡的政治討論情形、政治討論環境中與他人政黨支持的同質程度和使用大眾傳播媒介的次數分布，其次，則利用卡方檢定與 τ_b 檢定的方式，來討論選民的政黨認同與其使用的大眾傳播媒介之政治立場的相關性，以印證理論上的概念。

第一節 社會網絡、媒介使用與政治功效意識之次數分布

本節將闡述自變數——社會網絡、大眾傳播媒介使用，以及依變數——政治功效意識的次數分布情形，藉由這些初步的描述性分析以此瞭解台灣選民在這些層面上的整體概況。

一、政治功效意識

政治功效意識反應了民眾的政治態度，而政治功效意識可區分為「內在」與「外在」兩個層面，前者為民眾對自我政治能力的認知，後者則是民眾對政府回應選民需求的感知程度。而在 TEDS 2004L 面訪資料中 A 卷中，受訪者關於政治功效意識的回答包含有「非常同意、同意、不同意、非常不同意」四者，由於問卷中的題項為反向敘述，因此實際的政治功效意識表現應由前者轉向為「最低、次低、次高、最高」等四類，在此，筆者將此四類答案重新合併為「功效高」與「功效低」兩個類別來加以分析，表 3-1 即是重新合併過後的次數分配表。

表中可看出民眾內在政治功效以及外在政治功效的「在乎」題項次數分配，都是以低政治功效意識的比例較多，而外在政治功效的「影響力」題項比例則是高政治功效意識為多。另外，我們亦可由內在與外在這兩個政治功效意識層面發現，民眾的內在政治功效意識是較外在政治功效意識來得較低的。

表 3-1 政治功效意識次數分配表

	內在政治功效意識		外在政治功效意識			
	(政治太複雜)		(影響力)	(在乎)		
功效高	23.5	(254)	67.8	(689)	41.2	(381)
功效低	76.5	(824)	32.2	(328)	58.8	(543)
總和	100.0	(1077)	100.0	(1017)	100.0	(924)

資料來源：TEDS 2004L，劉義周主持。見劉義周（2005）。

說明：表中數值為直欄百分比，括弧內為樣本數。

內在政治功效意識與民眾的政治自我能力認知有關，而內在政治功效意識的低落，代表選民認知到自我政治能力上的不足，而此不足的比例即高達全部受訪者的八成左右，顯示了受訪民眾心中依舊存在政治是由少數人掌握，並且政治事務過於複雜，一般民眾無法瞭解政治運作情形的想法。而外在政治功效意識則體現選民感知到政府對民眾政治需求上的回應程度為何，以上表來看，與內在政治功效意識相較而言，可以說政府的回應性是較佳的，而就其中的一個問項——一般民眾是否具有能力影響政府的作為來說，此項政治功效意識為高的比例則較多（67.8%），顯示雖然民眾多不能夠瞭解到政治事務的運行方式，但仍認為自身有辦法影響到政府的作為，例如可透過投票、立法委員的協助，或者是藉由媒體的力量來影響政府等等。但是在政府是否會在乎民眾想法的題項上，高政治功效意識的比例只佔了約四成，其代表了即便選民認為可以影響政府，但是政府表現在外的作為並不符選民所期待，亦即選民的需求與政府的回應性二者間存在著相當的落差。

二、社會網絡

在此，社會網絡將以選民與他人的政治討論程度，以及和他人政黨支持間的同質程度來進行測量，表 3-2 與表 3-3 即是這兩個變數的次數分配表。

表 3-2 政治討論程度次數分配表

	討論對象			
	家人	朋友	同事	鄰居
從來不討論	32.2 (402)	36.2 (453)	57.3 (717)	74.5 (933)
很少討論	30.8 (386)	30.2 (378)	20.1 (252)	16.2 (202)
有時討論	30.0 (375)	29.5 (369)	19.0 (237)	8.4 (106)
時常討論	7.0 (88)	4.1 (52)	3.6 (45)	0.9 (11)
總和	100.0 (1251)	100.0 (1252)	100.0 (1251)	100.0 (1252)

資料來源：TEDS 2004L，劉義周主持。見劉義周（2005）。

說明：1.表中數值為直欄百分比，括弧內為樣本數。

2.若四項合併為政治討論指標，其 Cronbach's α 值為 0.75。

表 3-2 分別是受訪者與各個不同的對象討論政治程度的次數分配表，表中顯示與家人以及朋友是較常討論政治的，「有時討論」和「時常討論」政治的比例相加分別為 37.0% 與 33.6%，其次為與同事討論政治的 22.6%，最低的是與鄰居討論的 9.3%。而不討論政治的比例家人與朋友分別為 63.0% 與 66.4%，而同事與鄰居則是 77.4% 及 90.7%。由於討論政治是較為敏感的，因此與討論政治此項行為通常都會在與他人較為熟稔時才會進行，這也是為什麼家人和朋友討論政治的比例會佔較高的原因，而同事與鄰居由於情感上的聯繫並不若家人與朋友來得緊密，其政治討論程度因而下降許多，甚至在同事間不討論政治的比例高達九成左右。

另外，在問卷中詢問受訪者與他人政治討論的情形是以四個題項進行訪問，經信度檢定後，此四個題項的 Cronbach's α 值為 0.75，因此適合合併為一個政治討論的指標，而於其後的模型分析，即以此政治討論指標來進行。

表 3-3 與討論對象支持政黨相同情形

	討論對象			
	家人	朋友	鄰居	同事
大家都一樣	65.4 (522)	27.4 (193)	27.3 (130)	34.4 (92)
大家都不一樣	27.4 (219)	66.4 (467)	66.4 (316)	58.1 (156)
我跟大家不一樣	7.2 (58)	6.2 (44)	6.3 (30)	7.5 (20)
總和	100.0 (799)	100.0 (704)	100.0 (476)	100.0 (268)

資料來源：TEDS 2004L，劉義周主持。見劉義周（2005）。

說明：表中數值為直欄百分比，括弧內為有效樣本人數。

表 3-3 則為受訪者在各個不同的政治討論對象中，其與他人討論政治時，和討論對象的支持政黨是否相同的次數分配表，首先，我們可以發現到就各個不同的討論對象來說，與家人支持政黨「大家都一樣」的情形為最高（65.4%），而朋友、鄰居、同事等支持政黨的情形則是「大家都不一樣」的比例最高（分別為 66.4%、66.4%與 58.1%）。這種情形有可能是長期政治社會化的結果所導致，由於家庭是政治社會化時期最久的地方，家庭是每個人從小就身處的一個環境，耳濡目染之下的結果是，其政治傾向會與家人較為相同，所以使得表中呈現受訪者與家人政黨同質的情形比例最高；而外於家庭的人際關係，由於團體成員的來源並不相同，對於政治的看法其歧異性就會較家庭成員來得高，因此反映在政黨支持的同質情形上來說，受訪者和朋友、鄰居與同事等團體成員間支持政黨不相同的比例就較家庭成員來得高。接著，我們進一步將受訪者在這些不同的政治討論環境下，與他人政黨支持的同質程度作為一個指標，其次數分配表如表 3-4。

表 3-4 政黨支持同質程度次數分配表

	百分比	(樣本數)
0	49.9	(624)
1	5.6	(70)
2	12.1	(151)
3	11.7	(147)
4	5.1	(63)
5	1.8	(23)
6	13.9	(174)
總和	100.0	(1252)

資料來源：TEDS 2004L，劉義周主持。見劉義周（2005）。

說明：左欄數值愈高代表與政治討論對象支持相同政黨的程度愈高。

與政治討論者間政黨支持是否同質的程度如表 3-4 所示，問卷中的問項分別詢問受訪者和家人、朋友、鄰居、同事等人的支持政黨是否相同，筆者在此處將受訪者回答「大家都一樣」者視為同質，而回答「我跟大家不一樣」、「大家都不一樣」者視為政黨支持並不同質，不過考慮到受訪者當與四個對象都有討論政治，且支持程度都相同，以及受訪者與四個當中的其中三個對象討論政治，而政黨支持都相同的情況並不能夠放在同一個基準點上比較，因此筆者進一步將受訪

者是否有與問卷詢問的對象討論政治，以及是否有與此政治討論者支持政黨相同一併納入分析。舉例而言，若有與四個政治討論對象都支持相同政黨，其政黨支持的同質程度，則較受訪者有與四個對象討論政治，但只有和其中三個政治討論對象支持相同政黨，來得較高，同樣地，亦與受訪者都有和四個對象進行政治討論，但只有與其中兩個討論對象支持相同政黨者的同質程度來得高。在考慮各種配對之後，會出現七個情形，表中的數值 6 即代表受訪者無論和誰討論政治，都與其政治討論對象的政黨支持相同，而數值 0 則代表和政治討論對象的支持政黨完全不同質。

表 3-4 中可看出受訪者在政治討論對象中，和政治討論對象間政黨支持程度完全不同質者佔了 49.9%，而完全同質者只佔 13.9%，顯示受訪者與政治討論者間的政黨支持同質程度並不高，而與表 3-3 相較來看，雖然完全同質者的比例低，但仍有多數的受訪者並不會因為自身與他人政黨支持相異就不與和這些人討論政治。由於在之前的研究假設希望探究與政治討論者支持政黨的同質程度是否會影響到選民的政治功效意識，因此，筆者將以表 3-4 的政黨支持同質程度來作為測量的指標，將其納入模型進行討論。

三、大眾傳播媒介使用

接著要說明的是選民在使用大眾傳播媒介的時候，對媒介的暴露程度、注意程度以及主觀認知到媒介政治立場的次數分配情形。大眾傳播媒介的暴露程度次數分配表可見表 3-5。

表 3-5 大眾傳播媒介的選舉新聞暴露程度次數分配表

	大眾傳播媒介				
	電視	報紙	廣播	網路	新聞雜誌
都不接觸	16.4 (203)	49.2 (612)	74.9 (931)	78.2 (975)	80.3 (998)
很少接觸	19.0 (235)	14.7 (183)	8.4 (104)	9.1 (114)	9.6 (119)
一周 1-2 天	10.6 (131)	9.3 (115)	4.0 (50)	4.5 (56)	5.4 (67)
一周 3-4 天	13.4 (166)	7.2 (89)	4.0 (50)	3.5 (44)	2.7 (34)
每天	40.6 (502)	19.6 (244)	8.7 (108)	4.7 (59)	2.0 (25)
總和	100.0 (1237)	100.0 (1243)	100.0 (1243)	100.0 (1248)	100.0 (1243)

資料來源：TEDS 2004L，劉義周主持。見劉義周（2005）。

說明：1.表中數值為直欄百分比，括弧內為樣本數。

2.若合併為選舉新聞暴露程度指標，其 Cronbach's α 值為 0.51。

由表 3-5 可看出受訪者對於各種媒介的接觸程度情形都不盡相同，就五種不同的媒介來看，以電視的接觸程度為最高，每天都接觸者高達四成，其次為報紙的近二成，而廣播、網路、新聞雜誌等媒介的接觸程度都相當地低，皆未超過一成，同樣地，後三者都不接觸的情形也是最高的，幾乎都有七成五以上的受訪者未曾在選舉期間內接觸過這些傳播媒介。筆者認為前述的情形與各種媒介的性質有很大的關係，由於每一個家庭幾乎都有電視，因此民眾接觸電視是比較容易的，而報紙由於報導當天的相關新聞，對新聞事件有所關注的人就會去看報紙傳遞的訊息，因此其接觸的比例亦高，不過就廣播、網路與新聞雜誌等媒介來看，廣播相較於電視與報紙的新聞而言，其使用的群眾本來就較電視與報紙來得少，而網路是一個較為新興的媒體，雖然會在網路上觀看新聞的民眾有逐漸增加的趨勢，但是網路的普及性仍未較電視來得高，最後，會去觀看新聞雜誌的選民必須是對政治較有較大興趣的，除了接觸到電視與報紙的政治新聞之外，還會有另外的興趣想要進一步瞭解政治的新聞，才會去接觸新聞雜誌，因此，反應在接觸媒介的頻率上來看，會以電視和報紙為最高，其他的媒介則頻率較低的情形。

在此，若將表 3-5 所列的各個大眾傳播媒介暴露程度合併為一個指標，其 Cronbach's α 值為 0.51，並未超過 0.7，因此並不適合成為指標，又因為各種媒介暴露程度的分布並不太相同，為了避免統計模型上的偏誤，因此筆者只將大多數民眾都有接觸的電視、報紙等兩個大眾傳播媒介納入模型分析。

另外，表 3-6 為受訪者在電視、報紙與廣播等媒介對選舉新聞注意程度的次數分配表，如同表 3-5 所顯示的，大多數的民眾對電視和報紙的注意程度都來得較高，而對廣播的注意程度則較低。而將表 3-5 與表 3-6 相對照可發現，在電視與報紙此兩媒介上，對於電視的接觸與注意比例相對來說也是較高的，這是由於電視較報紙容易取得，又其透露的訊息是動態的、較為活潑的，也因此選民對電視所釋放的訊息較易接受，其注意程度亦會較高。

最後，若將此三者併為一個指標，其 Cronbach's α 值只有 0.57，因此亦不適合成為一個指標來加以測量，如同前述的媒介暴露程度一樣，在此筆者只取電視與報紙此兩個大眾傳播媒介，來觀察它們對政治功效意識的影響。

表 3-6 大眾傳播媒介的選舉新聞注意程度次數分配表

	大眾傳播媒介		
	電視	報紙	廣播
都不接觸	16.4 (203)	49.2 (612)	74.7 (931)
一點都不注意	5.3 (65)	2.7 (34)	1.8 (23)
不太注意	23.8 (294)	17.0 (212)	9.9 (124)
有點注意	42.6 (527)	23.9 (297)	10.5 (131)
非常注意	11.9 (147)	7.2 (90)	3.1 (38)
總和	100.0 (1236)	100.0 (1245)	100.00 (1247)

資料來源：TEDS 2004L，劉義周主持。見劉義周（2005）。

說明：1.表中數值為直欄百分比，括弧內為樣本數。

2.若合併為選舉新聞注意程度指標，其 Cronbach's α 值為 0.57。

表 3-7 主觀認知大眾傳播媒介的政治立場次數分配表

	大眾傳播媒介		
	電視	報紙	廣播
泛綠	11.8 (147)	7.6 (94)	1.9 (23)
泛藍	7.9 (99)	8.2 (103)	4.7 (59)
其他與無反應	80.3 (1005)	84.2 (1055)	93.4 (1169)
總和	100.0 (1252)	100.0 (1252)	100.00 (1252)

資料來源：TEDS 2004L，劉義周主持。見劉義周（2005）。

說明：1.其他與無反應包括回答除了泛綠與泛藍以外的政黨，以及跳題者。

2.表中數值為直欄百分比，括弧內為樣本數。

表 3-7 為民眾對主要收看、收聽的大眾傳播媒介，其主觀認知此媒介偏好政治立場的次數分配表，在表中可發現到絕大多數的受訪者並沒有辦法認知到主要接觸媒介的政治立場偏好為何，都有高達八成以上的受訪者並未回答出媒介的特定政治立場，這有可能是由於媒介在報導相關的政治訊息時，並沒有很明顯的政黨立場顯現出來，再加上選民在觀看電視與報紙的時候，其主要的目的是在於接收訊息，因此對於媒介的政治立場感知程度並沒有那麼地強，也造成無反應的比例有過高的情形。而就已回答的受訪者來看，報紙的政治立場，其泛藍和泛綠並未相差太大，都在八成左右；而廣播與電視的政黨立場則是一個為泛藍較多一個則是泛綠的比例較高。

在此，筆者沿襲前述的大眾傳播媒介的暴露程度與注意程度的測量，將電視與廣播此兩媒介的政治立場主觀認知納入模型進行分析，以觀察選民對不同媒介

的政治立場認知對其政治功效意識是否有所影響。

第二節 政黨認同與媒介政治立場之相關分析

前一節以次數分配表的方式來瞭解各變數的分布概況，而在此節將對前述理論上認為政黨認同與媒介政治立場相關之推論進行探討，將討論受訪者政黨認同與主觀認知到所使用媒介間政治立場的關係為何，由於探討的變數皆是三分的類別變數，因此將以交叉表以及卡方檢定、 τ_b 檢定等方式呈現。

一、政黨認同與主觀認知媒介政治立場之理論意涵

媒介報導常被期許是需要立場中立地將新聞訊息傳遞給大眾，然而，媒介卻也會因為其政治立場的不同，使得報導出來的新聞有所偏頗，它們會利用在報導相關政治事件的同時，將其政治立場傳遞給選民，希望透過這種方式能夠加強甚至改變選民對政黨的偏好，或是在選舉的時候能夠投給特定的政黨候選人。也因此，筆者認為媒介的政治立場會與選民的政黨認同產生相當大的關係，此源於每個人都有會尋求與他人意見一致的傾向，當選民有特定的政黨傾向時，就會比較容易接收自己認同政黨的相關資訊，而對其他政黨的訊息產生反感，此種情形尤其出現在當一個政黨認同很強烈的民眾身上，亦即，政黨認同愈強烈的民眾，他們對其敵對政黨訊息的反感度也更強。故，當選民認知到主要使用媒介有其特定政治立場時，其與此媒介的政治立場相同的情形就會非常高，這是因為若此選民與此媒介的政治立場不相同的話，則他就不會再使用這個個媒介，而去轉向使用與其政治立場相同的媒介，以避免產生在政治立場上認知不和諧的情形產生。

由於外在政治功效意識為選民體認到政府對其需求的回應程度，此是與政黨有相當關係的。由於不同政黨的支持者其需求可能有所不同，導致不同政黨在執政時其對選民的回應性也會有所改變，認同執政黨的選民就會認為當時政府的回應性較高，反之，在野黨的選民可能就會認為回應性較低。將此現象推衍至選民的政黨認同與所主要使用媒介政治立場一致的情況之下時，對外政治功效意識就可能會有明顯地影響：當中央執政為泛綠時，政黨認同與媒介立場都為泛藍，其外在政治功效意識就會較低，反之，若政黨認同都為泛綠，則其外在政治功效意識就有可能較高。

二、政黨認同與主觀認知之媒介政治立場交叉分析

爲了驗證以上的理論假設，筆者將受訪者的政黨認同以及對其主要使用媒介的政治立場認知以交叉表的方式分述如下，並且由於此二者皆是三分的類別變數，因此以卡方以及 τ_b 檢定的方式來進行分析。

表 3-8 政黨認同與主觀認知電視政治立場之交叉表

政黨認同	電視政治立場			樣本數
	泛藍	其他無反應	泛綠	
泛藍	13.7 / 5.2	78.3 / -1.2	8.0 / -2.9	(401)
其他無反應	4.2 / -4.0	87.4 / 5.2	8.4 / -3.1	(501)
泛綠	6.6 / -1.1	72.4 / -4.4	21.1 / 6.3	(351)
總計%	7.9	80.3	11.8	(1252)

資料來源：TEDS 2004L，劉義周主持。見劉義周（2005）。

說明：1.表中細格數值爲「橫列百分比／調整後餘值」，括號中數值爲樣本數。

2.檢定結果： $\chi^2=68.32$ $d.f.=4$ $p<0.001$ ； $\tau_b=0.166$ $p<0.001$ 。

表 3-9 政黨認同與主觀認知報紙政治立場之交叉表

政黨認同	報紙政治立場			樣本數
	泛藍	其他無反應	泛綠	
泛藍	12.2 / 3.5	83.8 / -0.3	4.0 / -3.3	(401)
其他無反應	5.6 / -2.8	88.8 / 3.6	5.6 / -2.2	(500)
泛綠	7.4 / -0.7	78.1 / -3.7	14.5 / 5.8	(351)
總計%	8.2	84.2	7.6	(1252)

資料來源：TEDS 2004L，劉義周主持。見劉義周（2005）。

說明：1.表中細格數值爲「橫列百分比／調整後餘值」，括號中數值爲樣本數。

2.檢定結果： $\chi^2=46.82$ $d.f.=4$ $p<0.001$ ； $\tau_b=0.140$ $p<0.001$ 。

表 3-8 與表 3-9 爲受訪者的政黨認同與主觀認知電視和報紙政治立場的交叉表及相關的檢定結果，由表中細格的調整後餘值來看，可以得知當政黨認同爲泛藍或者是泛綠的民眾，相對於全體民眾認知到媒介的政治立場來說，都是顯著較高的，也就是說泛藍的選民會較常使用政治立場爲泛藍的媒介，同樣地，泛綠的選民會較常使用政治立場爲泛綠的媒介，此顯示了民眾會有傾向觀看與自己相同政治立場媒介所傳遞出來資訊的情形，亦說明選民有爲了尋求訊息的一致性與和諧性，而會選擇與自身政治立場相同的媒介。

至於統計檢定則是檢視選民的政黨認同以及媒介的政治立場兩者，在統計上是否會有相關性，在此處我們以卡方檢定與 τ_b 檢定來進行分析，檢定結果顯示：政黨認同與電視政治立場的 χ^2 值為 68.32， $p < 0.001$ ，且其 τ_b 值為 0.166， $p < 0.001$ ；而政黨認同與報紙政治立場的 χ^2 值為 46.82， $p < 0.001$ ，且其 τ_b 值為 0.140， $p < 0.001$ 。此結果顯示無論是就卡方檢定以及 τ_b 檢定而言，皆顯示受訪者的政黨認同與其主觀認知到電視及報紙此兩媒介的政治立場具有統計上的相關性。

因此在其後的模型檢定，我們亦將受訪者的政黨認同與電視、報紙的政治立場一同納入分析，在此，將分成四類，分別為政黨認同與媒介政治立場相同者，共有藍藍、綠綠、獨獨等三類，而認知到本身的政黨認同與媒介的政治立場不一致者為一類，由於此變項為類別變數，因此在分析上必須要以虛擬變數進行，在此處筆者將不一致者視為對照組，以檢視當自我政黨認同與媒介政治立場間一致相對於不一致的情形時，對外在政治功效意識的影響為何。⁴

第三節 影響政治功效意識的二元勝算對數模型分析

經由前兩節對各變數初步的描述性分析以及檢視政黨認同與大眾傳播媒介政治立場間的關聯性之後，本節將對在理論上會影響到政治功效意識的相關變數納入模型一同討論，即討論在控制其他變數不變的情況之下，其中的自變數對依變數——政治功效意識的影響為何。在此筆者將政治功效意識分為「功效高」與「功效低」兩個類別加以討論，採用二元勝算對數模型（binary logit model）的方式來進行統計分析，其中將「功效高」設為 1，「功效低」設為 0，因此，舉例而言，若模型中的「政治討論程度」對依變數「政治功效意識」有顯著且正向的影響時，其解釋方式即是：在控制其他變數不變的情況之下，政治討論程度愈高，選民的政治功效意識會愈高。

本節共分為幾個部分，首先對內在政治功效意識的模型進行探討，其次則對外在政治功效意識的「影響力」與「在乎」兩個面向進行討論，去觀察會影響到內在與外政治功效意識的相關變數，以觀察對政治功效意識的影響，並且總結本章結論。詳細的模型資訊與詮釋如後。

⁴ 在變數處理上，政黨認同共有三類，分別為「泛藍」、「泛綠」及「其他及無反應」等（「其他及無反應」在此視為獨立選民），而媒介的政治立場亦同政黨認同的分類方式。因此，二者交叉後共有九個類別，而政黨認同與媒介立場皆為相同者共有「藍藍」、「綠綠」與「獨獨」三者，其他則屬於不一致的配對。模型分析則將「不一致」與前述「一致」的配對納入分析，以檢視對外政治功效意識的影響。

一、影響內在政治功效意識的二元勝算對數模型分析

表 3-10 為影響民眾內在政治功效意識的二元勝算對數模型分析表，表中納入前述所討論過會影響到內在政治功效意識的相關變項，包括了個人的社會背景變項、社會網絡以及大眾傳播媒介使用等變數，在此共分為三個模型來進行討論，模型一包含了上述的所有變數，而模型二與模型三則是將模型一的變數精簡過後所呈現出的結果。

表 3-10 影響民眾內在政治功效意識的二元勝算對數模型分析

	模型一	模型二	模型三
	係數 (標準誤)	係數 (標準誤)	係數 (標準誤)
性別 (對照組：女性)			
男性	0.29 (0.16)*	0.29 (0.15) ^{\$}	0.29 (0.15) ^{\$}
教育程度 (對照組：國小及以下)			
大學及以上	0.56 (0.29) ^{\$}	0.61 (0.22)**	0.59 (0.23)**
國高中	-0.20 (0.26)	-0.15 (0.22)	-0.17 (0.22)
年齡	0.00 (0.01)	-- --	-- --
個人政黨認同 (對照組：泛藍)			
泛綠	0.53 (0.18)**	0.55 (0.18)**	0.56 (0.18)**
其他	0.28 (0.29)	-0.12 (0.19)	-0.11 (0.19)
個人政黨支持強度	0.15 (0.09)	-- --	-- --
網絡政治討論程度	0.05 (0.03)	0.07 (0.03)*	0.07 (0.03)*
網絡政黨支持同質程度	0.02 (0.04)	-- --	-- --
電視			
暴露程度	-0.05 (0.07)	-0.08 (0.07)	-- --
注意程度	0.11 (0.10)	0.18 (0.10) ^{\$}	-- --
報紙			
暴露程度	-0.08 (0.09)	-- --	-0.10 (0.09)
注意程度	0.15 (0.10)	-- --	0.17 (0.10) ^{\$}
常數	-2.30 (0.50)***	-2.11 (0.28)***	-1.99 (0.25)***
模型相關資訊			
分析個數	1044	1044	1044
正確預測率	76.0%	76.4%	76.3%
自由度	13	8	8
p 值	0.000	0.000	0.000
G ² (LR χ^2)	67.75	62.22	62.49
Pseudo-R ²	0.063	0.058	0.058

資料來源：TEDS 2004L，劉義周主持。見劉義周（2005）。

說明：***：p<.001；**：p<.01；*：p<.05；^{\$}：p<.1。

內在政治功效意識為民眾對政治能力的自我認知程度，在問卷題項上的措詞為：有人說：「政治有時候太複雜了，所以我們一般老百姓實在搞不懂（台：不清楚）」，也就是說，如果民眾具有高的內在政治功效意識，則代表他們不認為政治是過於複雜而無法理解的，反之他們可以瞭解到政治的運作過程，進而參與政治。因此，表中的係數值若為正值且具有統計上的顯著性，則可以解釋，在控制其他變數不變的情況之下，此變數會有助於選民內在政治功效意識的提昇。

首先，就性別與教育程度來說，可發現到在模型一中，男性相較於女性、大學及以上的教育程度相對於國小及以下的教育程度者，都具有較高的內在政治功效意識。顯示男性較女性對政治事務有興趣，使得其內在政治功效意識較高，同時教育程度較高者，其認知處理政治事務的能力也相對會較高，他們可以理解較複雜的政治資訊，並且加以判斷。大學及以上教育程度者具有較高的社會經濟地位，參與政治活動的機會也相對較多，因此，相較於國小及以下教育程度者來說，他們對政治體系會有一定的瞭解程度。

以政黨認同來看，模型一中，泛綠的支持者，相對於泛藍的支持者來說其內在政治功效意識較高，這有可能是因為中央執政為泛綠政黨，因此泛綠選民在認同現今執政的政黨之下，認為較能夠瞭解泛綠政黨的作為，也較理解政治的運作過程，而不認為政治是複雜的。而相較於政黨認同為泛藍的選民來說，由於泛藍陣營未能取得執政權，在泛綠執政下則較無法理解、同意泛綠政府的政治作為，也因此回答政治是否過於複雜以至於無法理解的問題時，傾向較低的內在政治功效意識。

以上的性別、教育程度、政黨認同等變數在模型一所呈現出來的結果都與理論預期相符，但是理論上所預期年齡、政黨支持強度、政治討論程度、與政治討論對象間的政黨支持同質程度、大眾傳播媒介的暴露程度與注意程度等，雖然其係數值大部分都為正值，但在統計模型上卻未呈現顯著的影響，也就是說，年齡、政黨支持強度、政黨支持的同質程度，以及電視與報紙的暴露程度、注意程度等，都與內在政治功效意識沒有顯著的關聯性，故未能達到理論所預期的結果。

爲了要檢視模型的穩定性，並且期望能夠以較少的變數詮釋依變數，以求得最穩定、適合的模型，因此筆者在此處新增模型二以及模型三，使用與模型一相同的樣本數進行分析，並且以利用模型二與模型三的 χ^2 值和模型一進行比較，若比較之後發現並不具有統計上的顯著差異，則可以解釋以模型二或者是模型三的變數來進行分析亦能夠恰當地詮釋依變數。

由於模型一中「年齡」這個變數並未與依變數有統計上的關聯性，因此在模型二與模型三中，筆者將其遺漏未納入分析。另外，亦將「政黨支持強度」、「政黨支持同質程度」等變數遺漏，同時模型二主要探討「電視」對依變數的影響，而模型三則探討「報紙」對依變數的影響。至於模型二與模型三，和模型一之間是否在統計上有顯著的差異，經統計檢定後，筆者發現並未有顯著差異存在，亦即，模型二以及模型三，都能夠如同模型一一樣，可以恰當地詮釋依變數。⁵而關於模型所呈現出的資訊，詳細詮釋如後。

以性別、教育程度、政黨認同來看，其結果與模型一相同，亦即男性相較於女性，以及教育程度為大學及以上者，相較於教育程度為國小及以下來說，其內在政治功效意識都會較高，而政黨認同為泛綠者，相較於認同為泛藍者，其內在政治功效意識也較高。而在精簡模型後，政治討論程度此項變數的影響力則顯現出來，表示當選民的政治討論程度愈高時，其內在政治功效意識會愈高，此是可以理解的，這是由於當對政治的討論程度愈多，應當能夠對政治的運作情況更為瞭解，對於政治是太複雜的這個想法，也會因由政治討論程度的增加而降低，體現在內在政治功效意識上即會愈高。

而大眾傳播媒介媒介的影響則在模型二及模型三皆呈現出來，模型二的結果顯示對電視的注意程度會有助於選民內在政治功效意識的提昇，而暴露程度則無；模型三則和模型二相同，對報紙的注意程度會有助選民內在政治功效意識的提昇，而暴露程度則無。大眾傳播媒介對內在政治功效意識有影響是符合理論預期的，當選民愈為注意媒介所傳遞的政治訊息時，對於政治體系應當會較為瞭解，能夠明白政治事務的運行方式，以及選民本身有什麼樣的管道可以影響到政府官員的作為，至於媒介的暴露程度未能達到統計上的相關性，有可能在於選民對於媒介的「注意程度」比「暴露程度」而言，會更為關注媒介所傳遞的內容，這是由於當一個選民即便長時期暴露在媒介的訊息之下，若對其訊息沒有相當程度的注意，則對內在政治功效意識亦無法產生影響力。

以上討論了影響內在政治功效意識的相關模型，接下來將要檢視以上的變數對外在政治功效意識的影響為何，而除了上述變數之外，外在政治功效意識的模

⁵ 模型一的 χ^2 值為 67.75，模型二與模型三分別為 62.22 和 62.49，而自由度則都是相差 5 (13-8=5)。因此，模型二與模型一的比較為：67.75-62.22=5.53，由於為雙尾檢定，因此查表在自由度為 5 時， $\chi^2_{.025(5)}=12.8$ ，又由於觀察 $\chi^2=5.53$ ，使得觀察 $\chi^2 < 查表\chi^2$ ，所以得出模型二與模型一並無統計上的顯著差異。同樣地，模型三與模型一亦無統計上的顯著差異（其 χ^2 值差為 67.75-62.49=5.26）。

型亦加入「大眾傳播媒介政治立場主觀認知」以及「政黨認同與媒介政治立場一致與不一致的配對」等變數加以討論。

二、影響外在政治功效意識的二元勝算對數模型分析

表 3-11 與表 3-12 為影響外在政治功效意識的二元勝算對數模型分析，分別為外在政治功效意識的「影響力」與「在乎」兩個面向，與表 3-10 同樣都區分為三個模型來進行分析，不過和表 3-10 的差異在於，外在政治功效意識的模型多加入了選民「主觀認知所使用大眾傳播媒介的政治立場傾向」以及「選民政黨認同立場與媒介的政治立場是否相同」來進行探討，在此指的政治立場傾向為受訪者自行認知其所主要使用的媒介主要偏向的政治立場為何，之所以將此變數納入討論，原因是在於筆者認為媒介政治立場的不同，會使得報導出來的訊息有所差異，支持泛藍政黨的媒介對泛藍的報導就會較為正面，反之，支持泛綠政黨的媒介亦然，因此我們將媒介的政治立場納入外在政治功效意識的模型，來討論當選民主觀認知到其所使用的媒介有特定政治立場時，對他們自身的外在政治功效意識是否有所影響。

另外，在第二節討論到選民的政黨認同與媒介的政治立場相同時，若同為泛藍與泛藍的情形，其外在政治功效意識應該會愈低，而若為泛綠與泛綠的情形，其外在政治功效意識應該會愈高，因此我們亦將此一變數納入模型討論。

外在政治功效意識指涉選民感受到政府對選民需求回應性的高低情形，若政府對選民的回應性高，反應在外在政治功效意識上就會提昇選民的外在政治功效意識，反之，則選民的外在政治功效意識會下降。而在問卷中關於外在政治功效意識的問項有二：1.有人說：「我們一般老百姓對政府的作為，沒有任何影響力」；2.有人說：「政府官員不會在乎（台：不會管）我們一般老百姓的想法」。前者為選民認為是否有能力去影響政府所做成的決策，一旦選民能夠影響政府的決策，代表在政府的政策形成的過程中，政府是會考量選民需求的，而後者則是受訪者認為政府是否對選民需求有加以關注。

表 3-11 影響民眾外在政治功效意識的二元勝算對數模型分析（影響力）

	模型一	模型二	模型三
	係數 (標準誤)	係數 (標準誤)	係數 (標準誤)
性別 (對照組：女性)			
男性	-0.30 (0.15)*	-0.36 (0.14)*	-0.35 (0.14)*
教育程度 (對照組：國小及以下)			
大學及以上	0.50 (0.26) ^{\$}	0.77 (0.20)***	0.70 (0.21)***
國高中	0.60 (0.23)**	0.80 (0.19)***	0.79 (0.19)***
年齡	-0.01 (0.01)	-- --	-- --
個人政黨認同 (對照組：泛藍)			
泛綠	0.78 (0.22)***	0.83 (0.21)***	0.80 (0.20)***
其他	0.37 (0.69)	0.92 (0.45)*	0.05 (0.53)
個人政黨支持強度	-0.09 (0.09)	-- --	-- --
網絡政治討論程度	-0.01 (0.03)	-0.02 (0.03)	0.01 (0.03)
網絡政黨支持同質程度	0.03 (0.04)	-- --	-- --
電視			
暴露程度	0.13 (0.07) ^{\$}	0.13 (0.07) ^{\$}	-- --
注意程度	0.01 (0.09)	0.00 (0.09)	-- --
報紙			
暴露程度	-0.01 (0.09)	-- --	-0.01 (0.08)
注意程度	-0.05 (0.10)	-- --	-0.05 (0.10)
電視政治立場認知 (對照組：泛藍)			
泛綠	0.30 (0.48)	0.30 (0.47)	-- --
其他	0.46 (0.45)	0.43 (0.44)	-- --
報紙政治立場認知 (對照組：泛藍)			
泛綠	-0.47 (0.50)	-- --	-0.52 (0.50)
其他	-0.70 (0.51)	-- --	-0.68 (0.51)
政黨認同 vs. 電視政治立場 (對照組：不一致)			
藍藍	0.45 (0.55)	0.50 (0.54)	-- --
綠綠	0.14 (0.50)	0.12 (0.50)	-- --
獨獨	-0.63 (0.48)	-0.61 (0.48)	-- --
政黨認同 vs. 報紙政治立場 (對照組：不一致)			
藍藍	-0.13 (0.61)	-- --	-0.13 (0.60)
綠綠	0.11 (0.63)	-- --	0.15 (0.62)
獨獨	0.42 (0.55)	-- --	0.31 (0.54)
常數	0.64 (0.82)	-0.73 (0.51)	0.63 (0.55)
模型相關資訊			
分析個數	980	980	980
正確預測率	69.1%	68.6%	67.8%
自由度	23	13	13
p 值	0.000	0.000	0.000
G ² (LR χ^2)	61.16	52.06	47.25
Pseudo-R ²	0.060	0.052	0.047

資料來源：TEDS 2004L，劉義周主持。見劉義周（2005）。

說明：***：p<.001；**：p<.01；*：p<.05；^{\$}：p<.1。

表 3-11 即是影響外在政治功效意識「影響力」面向的二元勝算對數模型分析，在表中的模型一顯示男性相較於女性的外在政治功效意識是較低的，不過此發現與理論預期並不相符。而以教育程度來看，相較於國小及以下教育程度的選民來說，國高中教育程度和大學及以上教育程度的政治功效意識會較高，有顯著的正向影響力，此現象是與理論預期相符的，亦即教育程度較高者，其認為選民對政府是較有影響力的，外在政治功效意識會較高。另外，政黨認同為泛綠的選民，其外在政治功效意識相較於認同泛藍的選民來說，也是較高的。

而就大眾傳播媒介使用的部分來看，電視的暴露程度在模型一對外在政治功效意識有顯著的影響，但其注意程度以及報紙的暴露與注意程度皆未達到統計上的顯著水準。至於選民對媒介的政黨立場主觀認知來說，模型一顯示未對外在政治功效意識有所影響，並且，政黨認同與媒介政治立場的一致配對，無論是就「藍藍」、「綠綠」或者「獨獨」，皆對外在政治功效意識的「影響力」面向沒有顯著的影響。

與內在政治功效意識相同的是，年齡、政黨支持強度以及政黨支持同質程度都對外在政治功效意識無顯著的影響力，而教育程度的影響依舊存在，這顯示了教育程度較高的選民，他們理解、處理政治訊息的能力較低教育程度的選民來說為佳，對政治體系也會較為瞭解，因此在外在政治功效意識的「影響力」面向來說，他們就會認為其實有很多面向可以影響政府的決策作為，教育程度較低的選民可能認為影響政府決策的管道就只有在投票時才會顯現，因此，在「影響力」此問項上，顯示國高中教育程度者以及大學及以上的教育程度者，其相較於小學及以下的教育程度者，對外在政治功效意識都有顯著的正向影響。

另外，賦權理論說明了當所屬團體成員具有政治權力時，其成員在政治上的影響力會隨之增加，因此，在泛綠政黨執政的同時，由於同屬泛綠的成員，認同泛綠政黨的選民就會認為他們對政府的決策具有一定的影響力，這也是在模型中呈現泛綠選民相較於泛藍選民，其外在政治功效意識較高的原因。

模型一中電視的暴露程度對外在政治功效意識的「影響力」面向也有顯著的正面影響，但是其注意程度以及報紙的暴露與注意程度則未達到統計上的顯著性。而爲了要簡化模型以求較少的變數能夠解釋依變數，因此筆者將模型一並未呈現在統計上呈現相關性的變數加以剔除，而模型二與模型三即是以較少變數呈現的結果，模型二主要是討論「電視」此媒介對外在政治功效意識產生的影響，模型

三則是討論「報紙」此媒介的影響。⁶

首先，模型二與模型三的性別、教育程度以及政黨認同，皆如同模型一產生相同的影響，同樣地，電視暴露程度對選民外在政治功效意識「影響力」層面的影響依舊存在，但其政治立場，以及其政治立場與選民政黨認同的配對，則未對外政治功效意識產生影響。另外，以模型三的報紙影響力來看，無論是暴露程度或者是注意程度，以及其政治立場、政治立場與政黨認同的配對等，都對外在政治功效意識的「影響力」層面沒有影響，這或許是與大眾傳播媒介的特性有關，由於一般民眾在媒介上的選擇會以電視最為優先，電視普遍存於每個家庭，而報紙還需要民眾另行購買，並且電視的畫面與聲音都是動態的，較報紙來說能夠為民眾所接受，因此電視的影響力就會較報紙來得明顯。

最後，民眾對大眾傳播媒介的政治立場認知則未呈現顯著的影響力，這或許是民眾對媒介的政治立場並無法仔細的進行區分，又或者是媒介並無明顯表現出其政治立場，導致在能夠明確說明使用媒介的樣本數上過少，而使得在模型中無法與外在政治功效意識呈現出關聯性。同時，在模型中亦顯示，主觀認知的媒介政治立場以及其政黨認同配對一致相較於不一致而言，與外在政治功效意識並無關聯性存在。

另外，表 3-12 則是影響外在政治功效意識「在乎」面向的二元勝算對數模型分析，從模型一可以發現，與「影響力」面向相同的是，大學及以上教育程度相較於國小及以下教育程度、政黨認同為泛綠相較於泛藍政黨都會影響到「在乎」題項的外在政治功效意識。而與表 3-11 模型一相同的是政黨支持強度、政治討論程度、政黨支持同質程度，對於外在政治功效意識的「在乎」面向都未能發揮顯著的影響力，與表 3-11 模型一不同的是，性別以及媒介暴露程度的影響力並未顯現，另外，年齡的影響力則在表 3-12 的模型一呈現出來。

⁶ 模型二與模型一的 χ^2 值的差為 61.16-52.06=9.1，自由度差為 23-13=10，查表 $\chi^2_{.025(10)}=20.5$ ，因此二者並無統計上的顯著差異。而模型三與模型一的 χ^2 值的差為 61.16-47.25=13.91，亦小於查表的 $\chi^2_{.025(10)}$ 值，因此模型三與模型一無統計上的顯著差異。以上的統計檢定可以得出，模型二與模型三皆能如同模型一一般，可以用較少的變數詮釋依變數。

表 3-12 影響民眾外在政治功效意識的二元勝算對數模型分析（在乎）

	模型一	模型二	模型三
	係數 (標準誤)	係數 (標準誤)	係數 (標準誤)
性別 (對照組：女性)			
男性	0.09 (0.15)	-- --	-- --
教育程度 (對照組：國小及以下)			
大學及以上	0.58 (0.27)*	0.69 (0.26)**	0.62 (0.27)*
國高中	0.30 (0.23)	0.38 (0.23) [§]	0.34 (0.23)
年齡	0.01 (0.01)*	0.02 (0.01)*	0.01 (0.01)*
個人政黨認同 (對照組：泛藍)			
泛綠	1.06 (0.22)***	1.06 (0.20)***	1.21 (0.20)***
其他	-0.06 (0.70)	-0.13 (0.49)	0.43 (0.52)
個人政黨支持強度	-0.05 (0.09)	-- --	-- --
網絡政治討論程度	-0.01 (0.03)	0.00 (0.03)	0.01 (0.03)
網絡政黨支持同質程度	0.01 (0.04)	-- --	-- --
電視			
暴露程度	-0.04 (0.07)	-0.04 (0.07)	-- --
注意程度	0.25 (0.10)**	0.25 (0.09)**	-- --
報紙			
暴露程度	-0.02 (0.09)	-- --	-0.02 (0.09)
注意程度	0.00 (0.10)	-- --	0.06 (0.10)
電視政治立場認知 (對照組：泛藍)			
泛綠	-0.31 (0.51)	-0.34 (0.50)	-- --
其他	-0.17 (0.50)	-0.29 (0.49)	-- --
報紙政治立場認知 (對照組：泛藍)			
泛綠	0.56 (0.51)	-- --	0.49 (0.50)
其他	-0.22 (0.48)	-- --	-0.19 (0.48)
政黨認同 vs. 電視政治立場 (對照組：不一致)			
藍藍	-1.07 (0.63) [§]	-1.11 (0.61) [§]	-- --
綠綠	0.23 (0.53)	0.21 (0.51)	-- --
獨獨	0.35 (0.52)	0.40 (0.51)	-- --
政黨認同 vs. 報紙政治立場 (對照：不一致)			
藍藍	0.32 (0.58)	-- --	0.15 (0.57)
綠綠	-0.09 (0.63)	-- --	0.01 (0.61)
獨獨	-0.14 (0.55)	-- --	-0.16 (0.54)
常數	-1.80 (0.83)*	-2.03 (0.66)**	-1.82 (0.66)**
模型相關資訊			
分析個數	892	892	892
正確預測率	67.4%	65.8%	64.9%
自由度	23	13	13
p 值	0.000	0.000	0.000
G ² (LR χ^2)	92.82	81.95	76.80
Pseudo-R ²	0.099	0.088	0.083

資料來源：TEDS 2004L，劉義周主持。見劉義周（2005）。

說明：***：p<.001；**：p<.01；*：p<.05；[§]：p<.1。

外在政治功效意識的「在乎」面向詢問的是受訪者是否認為政府會關注一般選民的需求，而加以回應。在此，大學及以上教育程度者，對照國小及以下教育程度者來說，其政治功效意識會較高，不過國高中教育程度者則未有顯著的影響力，顯示出當政府對選民需求有所回應時，教育程度較高者感受政府的作為是較為明顯的，亦即知道自已的需求有被政府官員所關切。另外，政黨認同為泛綠相較於認同為泛藍的支持者來說，其對政府回應其需求的感受亦來得較高，如同前面的賦權理論所述，當泛綠政黨執政時，就會較為關注於同屬這個團體中成員的訴求，而當政府有政策上的作為出現時，直接的受惠者就是泛綠選民，因此其政治功效意識會來得較泛藍選民為高。

至於以表中的「年齡」來看，其呈現出對外在政治功效意識的「在乎」面向具有顯著的正向影響力，也就是說年齡愈大者，其感受到政府在乎選民的需求程度會愈高。這有可能是當年齡愈大的選民，他們對於政治事務會較為熟悉，同時相較於年齡較輕的選民，他們對於政治的想法以及對於政府的需求也會因此而愈多，也較為成熟，在這個情況之下，他們相對會更希望政府能夠回應其想法，因此，當政府政策作為有所回應時，年齡較大的選民其感受應該會較為深刻。至於年紀較輕的選民，他們對政治上提出的訴求可能不夠完善或成熟，使得政府在制定相關政策時並無法有效地對其作出回應，也使得其外在政治功效意識並未若年齡較大者來得高。

最後，表 3-12 中模型一的「大眾傳播媒介使用」變數顯示，電視的注意程度會對外在政治功效意識有顯著的正向影響，即電視的注意程度愈高，其外在政治功效意識會愈高。不過其暴露程度，以及報紙的暴露程度與注意程度的影響力都未達到統計上的顯著性。

而就媒介政治立場而言，在模型一中無論是電視或者是報紙的政治立場，皆對外在政治功效意識無顯著的影響力。不過，以選民的政黨認同與電視政治立場來看，若同為泛藍政黨的配對時，其對外在政治功效意識的「在乎」面向有顯著的影響，不過由於其係數值為負值，因此，這種影響性是負向的。這代表著當自己是認同泛藍政黨且認知到所使用的媒介政治立場為泛藍時，其認為政府並不會在乎民眾的需求，造成外在政治功效意識的低落。會有此現象是可理解的，就如同賦權理論的解釋一樣，執政的政黨會嘉惠同樣屬於其團體的成員，故在泛綠政

黨執政的情況之下，泛藍選民的外在政治功效意識會下降，而在與電視的政治立場互相配對之下，亦出現此種現象，不過其餘的配對以及政黨認同和報紙政治立場的配對，則在模型上並無出現顯著的影响力。

另外，爲了要簡化模型，筆者亦如同表 3-10 與表 3-11 一樣，呈現出模型二與模型三，以求以較少的變數詮釋依變數，由於在模型一「年齡」對依變數有影響力，而「性別」則無，因此與前述不同的是，在此筆者將「性別」此變數剔除，而保留「年齡」這個變數。而在統計檢定上，也發現模型二與模型一，以及模型三與模型一並未有顯著的差異存在，也就是說可以以較精簡的模型來解釋依變數。⁷

表 3-12 的模型二和模型一相同的是，大學及以上教育程度、年齡以及泛綠的政黨認同，都對外在政治功效意識的「在乎」面向有顯著的正面影響，同時，模型二中也呈現國高中教育程度相較於國小及以下教育程度者，會對外在政治功效意識產生正面的影響力。另外，媒介影響力的部分，電視的注意程度以及選民政黨認同與電視政治立場泛藍的相同配對，其影響力依舊存在，不過對照模型三來說，報紙的影響力則並未在精簡模型後呈現出來。因此，我們可以認爲就「在乎」面向的政治功效意識而言，電視的影響力較報紙的影響來得高。

第四節 本章小結

本章透過二元勝算對數模型對內在政治功效意識，以及外在政治功效意識的「影響力」、「在乎」面向進行分析。所探討對三個依變數呈現的結果皆顯示教育程度、政黨認同以及電視的暴露程度或者是注意程度，都有產生顯著的影响力，而在內在政治功效的部分，政治討論程度亦有影響，另外，年齡則單獨對外在政治功效的「在乎」面向產生影響力。

至於政黨支持強度、大眾傳播媒介中報紙的暴露程度，及其政治立場都對內在與外在政治功效意識都未產生顯著的影响力，此都與理論上的預期並不相符，筆者認爲資訊的傳遞內容、民眾對資訊取得的方便性等等，都是造成與理論預期

⁷ 模型二與模型一的 χ^2 值的差爲 92.82-81.95=10.87，自由度差爲 23-13=10，查表 $\chi^2_{.025(10)}=20.5$ ，因此二者並無統計上的顯著差異。而模型三與模型一的 χ^2 值的差爲 92.82-76.80=16.02，亦小於查表的 $\chi^2_{.025(10)}$ 值，因此模型三與模型一無統計上的顯著差異。以上的統計檢定可以得出，模型二與模型三皆能如同模型一一般，可以用較少的變數詮釋依變數。

並不一致的原因。

在下一章將進一步總結本研究的發現，檢視一開始本文所設立的假設是否成立，並與過往文獻進行對話，嘗試找出研究假設未能成立的原因，最後則說明本研究之限制與未來展望，期能對政治功效意識的研究有一個更為清晰的面向。

