

第四章 結論

本研究主要在探討影響政治功效意識的因素，首先在文獻上去探討會影響到政治功效意識的因素，分別從選民的社會網絡，以及選民的大眾傳播媒介使用等兩層面著手，其次則進行資料的分析，除了納入前述的變項之外，還將選民的社會背景變項和政治背景變項放入模型中加以討論。

資料的分析主要分為兩個部分，首先透過次數分配表來瞭解選民的政治功效意識分布情形，以及其社會網絡的政治討論和公眾傳播媒介使用概況，而後則將政治功效意識分為高、低兩類別，以二元勝算對數模型的方式將在理論上預期會影響到政治功效意識的變數納入分析，在此分為三個模型進行討論，模型一為將所有理論上會影響的變數納入分析，模型二與模型三則是精簡模型，期能夠用較少的變數來詮釋依變數。本章即是總結前文之研究成果，並且對以後在政治功效意識的相關研究上，提出建議與說明。

第一節 研究發現

本節將分為幾個部分進行討論，首先將說明選民的政治功效意識、社會網絡以及大眾傳播媒介使用等情形，其次則是說明，當這些變數納入模型分析時，分別對內在以及外在政治功效意識的模型產生何種效果，並且與前文之研究假設相互對照，嘗試說明研究假設未能被印證之原因。

一、政治功效意識、社會網絡及大眾傳播媒介等分布情形

本研究將政治功效意識分為「功效高」與「功效低」兩個類別加以檢視，從其次數分配可發現選民的內在政治功效意識較其外在政治功效意識來得低，亦即大多數選民仍認為政治是複雜的事務而無法理解。另外，以外在政治功效意識來看，「影響力」與「在乎」層面相加比較而言，顯示民眾認為對政府較能發揮影響力，但是政府對選民需求的回應情形卻不佳，其功效高的比例並不多。

而就社會網絡來說，在此筆者將其區分為兩個變數，一個是「政治討論程度」，另外一個則是「與他人的政黨支持同質程度」。首先，政治討論程度是與家人、朋友、同事、鄰居等對象討論政治的情形所建構出的指標，在這四個政治討

論對象當中，以家人和朋友的政治討論情形來得較為頻繁，次之則為同事，最少討論政治的對象則是鄰居。這種情形其實是與他人的熟稔程度有關的，由於和他人討論政治的行為是較為敏感的，因此多會與就為熟識的人才會去討論政治的相關議題，故家人和朋友的比比例就會較高，而同事與鄰居的比比例則較低。另外，與他人討論政治時支持政黨相同的情形，同樣地，家人間支持相同政黨的比比例是最高的，若將其形構為「政黨支持同質程度」指標的話，可以發現到受訪者與政治討論者間的政黨支持同質程度並不高。

而大眾傳播媒介的使用則將其區分為媒介的「暴露程度」、「注意程度」以及「媒介政治立場」等。以媒介暴露程度來看，選民對電視與報紙的接觸是較高的，其次則是廣播與網路，新聞雜誌的接觸則是最低，而媒介的注意程度亦以電視為最高，其次則是報紙與廣播。以上的情形與各種媒介的特性有關，電視可以說存在於每個家庭當中，對於電視的使用也最為容易，並且又是因其所傳遞的訊息是動態的，因此使得無論是就選民的接觸或者是注意媒介程度來看，都以電視的比比例為最高。雖然筆者希望能夠將問卷中關於媒介的暴露程度與注意程度都各型成為一個指標，將其納入模型中進行分析，不過在經過信度檢定後，發現無論是暴露程度或者是注意程度，其各題項間的信度檢定值都未能超過 0.7，亦即並不適合合併為一個指標來討論，因此，筆者將選擇大多數選民會使用的「電視」與「報紙」此兩個大眾傳播媒介來進行分析。

另外，針對大眾傳播媒介的政治立場，選民主觀認知到電視的政治立場是以傾向泛綠為多，而認知到報紙的政治立場則是以傾向泛藍為多。而如同前述，在此筆者亦將電視與報紙的政治立場納入模型來討論對政治功效意識的影響為何。最後，選民的政黨認同與主觀認知到媒介政治立場的配對也納入模型中分析，去探究當其配對一致或不一致的時候，是否會影響到選民的外在政治功效意識。

二、影響民眾內在政治功效意識的模型分析

就內在政治功效意識模型的部分，我們發現三個模型皆顯示大學以上教育程度相較於國小及以下教育程度者來說，對政治功效意識有顯著的正向影響，而政黨認同為泛綠或者是認同其他政黨，相較於認同泛藍者來說，對內在政治功效意識亦有顯著的正面影響，此正向影響在男性相較於女性時也會出現。不過年齡、

政黨支持強度、政黨支持同質程度、電視與報紙的暴露程度等，皆對內在政治功效意識沒有顯著的影響力，而在模型精簡過後，政治討論程度、電視與報紙的注意程度，都會對內在政治功效意識產生影響。

教育程度、政黨認同以及性別對內在政治功效意識的影響力是與理論預期相符的，由於教育程度較高者，他們比較能掌握政治現實的發展，對其瞭解程度也較高，故相對於國小及以下的教育程度者來說，他們比較不會認為政治是複雜而無法理解的。另外，政黨認同傾向為泛綠相較於傾向為泛藍者而言，當中央執政者為泛綠政黨，由於同屬相同的政黨，泛綠選民也較能夠瞭解政府的作為，也因此認為政治並未如想像中複雜。而男性也由於對政治較有興趣之故，其政治功效意識亦較女性來得高。

而就大眾媒介的使用來看，在模型一中顯示無論是就電視或者是報紙的暴露程度與注意程度都對內在政治功效意識沒有影響，不過在精簡模型過後，筆者發現電視與報紙的注意程度對內在政治功效意識的影響即顯現出來。學者們對內在政治功效意識的研究皆認為其是一個較為穩定的政治態度，並不太會因為外在的情勢而有所變遷（王靖興、王德育 2007, 96；黃信豪 2006），而電視與報紙在選舉時的新聞報導也都是著重在其競選活動層面上，這些都是屬於較為短期的政治訊息，因此如果只是單純地暴露在其訊息之下，就可能較難對選民較為穩固的內在政治功效意識產生影響，然而，若是選民有詳加注意媒介所傳遞出的政治訊息，此時其內在政治功效意識就會有所轉變。

三、影響民眾外在政治功效意識的模型分析

就外在政治功效意識的模型來看，筆者在此處另外納入媒介的政治立場認知，以及其政治立場認知和選民政黨認同是否相同的配對加以分析。首先，在「影響力」的外在政治功效意識方面，國高中教育程度與大學及以上教育程度者，相較於國小及以下教育程度者對外在政治功效意識都有顯著的正向影響，政黨認同為泛綠相較於認同為泛藍者，對外在政治功效意識的「影響力」層面亦有所影響，而大眾傳播媒介部分，只有電視的暴露程度產生影響力而已。至於年齡、政治討論程度、報紙的暴露程度、電視與報紙的注意程度及其政治立場，與選民政黨認同和媒介政治立場的配對等，都對外在政治功效意識的「影響力」面向無影響力。

另外，以外在政治功效意識的「在乎」層面來看，大學及以上教育程度者相較於國小及以下教育程度者，政黨認同為泛綠相較於認同為泛藍者，年齡愈大者，都對其有正向的影響。而電視的注意程度愈高亦對外在政治功效意識的「在乎」面向有正向的影響，同時，選民的政黨認同與認知電視政治立場同為藍藍配對者，對政治功效意識也有正向的影響力。不過性別、政黨支持強度、政治討論程度、電視與報紙的暴露程度、報紙的注意程度、電視與報紙的政治立場，以及政黨認同和報紙政治立場的配對，皆對外在政治功效意識的「在乎」面向沒有影響力。

從以上我們可以發現，在政治功效意識的外在層面上，教育程度與政黨認同都有發揮其影響力，而這是與理論預期相符的。教育程度較高者，他們通常對於政治事務的理解能力會較高，同時也能夠處理較為複雜的政治訊息，會認為選民對政府是有影響力的，並且也認為政府在政策的做成上會在乎選民的需求。

至於政黨認同的影響力，相當程度回應 Bobo 與 Gilliam (1990) 提出的賦權理論觀點，亦即，在中央執政為泛綠政黨的情形之下，他們對於泛綠選民的回應性以及關注都會較多，因此，就外在政治功效意識來看，泛綠選民會認為他們是可以影響政治的，並且政府有在乎選民的需求，這也就是泛綠選民相較於泛藍選民來說，其政治功效意識較高的原因。

而就政黨支持強度來看，對外在政治功效意識的「影響力」與「在乎」層面都未發生影響力，此是由於外在政治功效意識指涉的是政府對選民需求的回應性，此相當程度與選民的政黨認同有關，因此，有可能政黨認同為泛綠且其支持程度較強的民眾，認為政府對選民的回應性是足夠的，但是亦有可能當認同為泛藍且支持強度較強的民眾，其認為政府對選民的回應性並不足，在這種相互抵銷的情形之下，在模型中即無法看出政黨支持強度對外在政治功效意識的影響，或許政黨認同才是影響的最主要因素。

與政治討論對象間政治的討論程度則對內在政治功效意識有顯著的影響，對於外在政治功效意識則無。Huckfeldt 等人 (1995) 即提出人際網絡的重要性，當網絡成員在提供資訊的同時，他們亦會對其他人的政治態度產生影響，將此應證到政黨支持同質的團體上時，有可能團體中成員在討論政治愈多的時候，自然而然會對政治事務感到熟悉，因此會顯著正向地影響內在政治功效意識，但對於外在政治功效意識而言，由於指涉的為政府對選民的回應性，因此有可能會因為

選民政黨認同的不同，導致選民即便在團體中討論政治的程度很高，但是也造成政黨認同相異的選民，在外在政治功效意識層面上的差異。同時，當政治討論程度愈為頻繁時，其所接收的資訊也愈為多元與龐雜，因此在對於政治事務的理解程度並不見得會提昇，同時對政府是否有回應選民的需求也不見得會較為瞭解，因此使得模型並未呈現如理論預期般的效果出現。

另外，就大眾傳播媒介的使用來看，電視的暴露程度以及注意程度分別對外在政治功效意識的「影響力」及「在乎」面向產生影響力，而報紙的影響則未出現。前已述及，電視相較於報紙來說，是較為人所接觸與注意的，因此其影響力較報紙來得顯著是很容易理解的。同樣電視的影響力出現在選民政黨認同與其政治立場相同時的配對，當同為藍藍配對時，相較於不一致的配對而言，對外在政治功效意識的「在乎」面向會有顯著的影響力，至於報紙的政治立場與選民政黨認同的配對，則皆未產生影響力。

最後，年齡的影響只有於外在政治功效意識的「在乎」面向顯現出來，至於「影響力」面向以及內在政治功效意識，則都未有顯著的關聯性。此現象的解釋顯示在現今社會中，資訊取得的方便性並不會因為年齡的差距有所不同，年齡較輕者亦可輕易會得政治訊息，對政治的理解能力並不會有所下降，至於「在乎」面向年齡呈現顯著的影響力，此有可能是政府在做成政策的時候，年齡較高者比較會有自己需求被滿足的感受，相較於年齡較輕者，其政治上的需求較少，當然對於政府是否在乎其感受程度上較不強烈。

以上關於內在與外在政治功效意識的模型可發現，政黨認同對選民的政治態度仍有很大的影響，政黨認同傾向泛綠的選民，相較於傾向泛藍的選民來說，無論是內在或者是外在政治功效意識都會較高，至於社會網絡與大眾傳播媒介使用的對政治功效意識的影響上，電視的影響力可說是極為明顯的，無論是其暴露程度或者是注意程度，都對內在與外在政治功效意識產生正向且顯著的影響力，至於報紙的影響力只有在內在政治功效意識才出現。因此，筆者認為，當我們要去解釋大眾傳播媒介對政治功效意識的影響時，「電視」的影響可說是極為重要的，此有可能是根於此媒介的可得性以及資訊內容的傳遞方式，因此其影響力會較為顯著，至於社會網絡在模型中所呈現的結果則並非皆與理論預期相符合。而下一節則將討論本文在進行政治功效意識的分析時所面臨的限制，以及提供日後進行

此類研究時的相關建議。

第二節 檢討與建議

本文主旨在探討人際社會網絡以及大眾傳播媒介對選民政治功效意識的影響，藉由統計分析的方式來加以討論，不過，在資料處理及分析的過程中，仍有許多研究上的限制，在此節筆者將研究過程中的限制提出，並且嘗試討論其解決方式，以期對日後學者在此領域之相關研究會有所助益。

首先，在社會網絡的部分，Finifter (1974) 認為在社會上持少數意見的人，他們爲了要尋求與自己意見相一致的人，此種少數意見會較社會上的多數意見者來得更爲凝聚，同時 Huckfeldt 與 Sprague (1987) 的研究也顯示受訪者的政治討論者之政治傾向，會有與受訪者相當高的相似性。因此，對於選民受是否因爲自己爲其網絡中的少數意見，而受到外在壓力改變與其他人的互動行爲，就是一個可以去觀察的現象，當選民的討論行爲有所轉變的時候，他們的政治態度是否會產生影響，不過，此種現象在本問卷中並沒有辦法被測量到，是殊爲可惜的一點。

另外，社會網絡的部分並不只限於本研究所指的政治討論程度，以及與他人政治討論時的政黨支持同質程度而已，家人、朋友、鄰居、同事等對象的影響，亦會出現在其他層面，例如遊說或者是進行政治參與的活動，都是選民在社會網絡中，與他人政治互動，此種政治互動，亦會影響到其對政治的態度，當然也有可能使得政治功效意識有所轉變。

另外，在大眾傳播媒介的使用上，雖然有許多的新興媒體出現，但是選民仍舊較慣常使用電視與報紙來接收政治訊息，而就問卷中所詢問的廣播、新聞雜誌及網路等媒介，以此接收政治訊息的比例非常地低，這也使得要去建構出一個大眾傳播媒介的暴露程度指標，以及注意程度指標顯得非常困難，因爲這些指標皆未達到信度 0.7 的標準，如果貿然將其納入統計模型分析，將會有詮釋上的偏誤出現，因此，筆者在此使用電視與報紙這兩個較常爲民眾所使用的媒介來討論，不過這也排除了其他媒介對政治功效意識的影響，因此，若要全面性地檢視各大眾傳播媒介對政治功效意識的影響，媒介的使用率就是一個需要加以考量的因素。

而選民對於大眾傳播媒介的政治立場認知，其樣本數亦有過低的情形，可能

因素是大多數民眾在接觸媒介訊息的時候，其主要的目的是在獲取他們想要得知的資訊，對於媒介的政治立場並不會特別注意，這也是在其媒介政治立場主觀認知的次數分配表上，無反應比例過低的原因，此種情形納入統計分析時，就較無法對依變數產生影響。

政治功效意識的研究一直是國內學者所關注的部分，這因為政治功效意識作為一個重要的政治態度，它可以去解釋選民對民主的評價，以及對其投票行為進行分析，因此對於何種因素會使得政治功效意識有所變化，便是一個相當值得研究的課題。本文透過模型分析，同時納入社會網絡以及大眾傳播媒介使用等變項，去探討對政治功效意識的影響，當然，在研究設計當中亦有其限制與待克服的問題，但日後若能夠對這些變項在問卷施測時有更為細緻的區分，相信對於政治功效意識的研究定能有所助益。

