

媒介使用與政治資本¹

陳憶寧、羅文輝*

投稿日期：2005年7月4日；通過日期：2006年5月19日。

* 作者陳憶寧為政大廣告學系副教授，e-mail: kynchen@nccu.edu.tw。作者羅文輝為政大新聞學系教授，e-mail: loven@nccu.edu.tw。

《摘要》

本研究主要目的在於建立「政治資本」概念的可能測量指標，並探討媒介使用與其間的關係。研究結果顯示，「政治資本」概念約可分為政治網絡、政治興趣、政治知識、政治信任與政治參與等五個面向。本研究也發現，電視、報紙與網路之使用時間對「政治資本」的預測力有限，媒介使用內容則對政治資本有較高預測力。閱讀報紙新聞可以顯著預測政治網絡、意見表達、選舉參與、政治知識與政治興趣，但無法預測政治信任。觀看電視政治新聞可以顯著預測選舉參與、政治知識與政治興趣，但無法預測政治網絡、意見表達與政治信任。使用網路政治新聞能預測意見表達、政治知識與政治興趣，但對政治資本的其他三個面向則無顯著預測力。整體而言，「媒介使用內容」變項對政治資本的預測力遠超過「媒介使用時間」。另就累積政治資本而言，傳統媒介的功用超過網路。

關鍵詞：政治資本、媒介使用內容、媒介使用時間。

壹、研究動機與目的

台灣自 1987 年解除戒嚴後，歷經廢除黨禁、總統直選及政權轉移等重要民主歷程。從 1990 年代的國會全面改選、直轄市長、省長及總統直接民選，到西元 2000 年陳水扁當選總統及在野的民進黨成為執政黨，這一系列民主化歷程不但常為政治學者關心，也一直是傳播學者研究的重要課題。其中尤受傳播學者重視的議題，則是在選舉與媒介競爭激烈的環境中，民眾對政治認知與態度是否受到媒介影響？他們的政治網絡、興趣、知識、參與、信任是否與媒介使用行為有顯著關聯？

民眾之政治參與及政治信任過去一直廣受國內、外學者關切。不少研究發現，支持國民黨的民眾在 2000 年總統大選後對政府的信任程度下滑，但支持民進黨的民眾對政府的信任程度則顯著上升，顯示信任政府與政黨認同有關（陳陸輝，2003）。美國學者則發現近四十年來美國民眾的政治參與顯著下降，投票率愈來愈低，有興趣參與政治與競選工作的人逐漸減少，對政治人物與政府機構的信任程度也每下愈況（Putnam, 1995, 2000; Verba, Scholzman, & Brady, 1995）。

Delli Carpini（2004: 396）認為，政治、社會信任與政治參與是重要的民主規範與價值。相關研究顯示，有關社會信任與市民參與的關聯曾是「社會資本」（social capital）研究的重要課題，社會信任與市民參與是社會資本的基礎。當人們相信對社區活動的投資可以有所回報時，對所屬社區較易產生歸屬感，也較可能投入社區政治活動。因此，民眾的社會、政治參與和社會資本有密切關係 – 社會資本較高的人可能從事較多社區相關活動，其社會、政治參與程度較高（Putnam, 2000）。

學術界對「社會資本」的研究業已累積豐碩成果（Baron, Field, & Schuller, 2003; Lin, 2001），但對台灣地區而言，「政治資本」（political capital）可能更值得探討。由於近年來台灣政治變遷迅速且選舉頻繁，媒介報導也多以政治問題為焦點，不少民眾對政治活動極為熱衷，因此「政治資本」可能比「社會資本」更值得學者們深入研究。

然而到目前為止，有關「政治資本」的研究為數尚少，相關指標尚未建立，本研究主要目的即在分析「政治資本」之意涵，嘗試建構其測量指標。依據過去文獻，本文將「資本」界定為「對資源的投資，以期在日後獲得回報」（Lin, 2001: 3-18）。就此角度而言，「政治資本」或可視為是「人們對政治資源的投資」。

社會資本相關文獻顯示，如何使用媒介會影響社會資本的高低（Shah, Kwak, & Holbert, 2001），本研究因而也將嘗試探討媒介使用對政治資本的影響。作者認為，媒介使用內容會影響政治資本，尤以接觸媒介政治資訊的「頻率」與「數量」對政治資本的影響遠超過單純的「媒介使用時間」。此乃因有些人即使收看媒介時間不多，所看內容卻可能全是政治資訊；也有些人使用媒介時間很長，但完全不看任何政治相關訊息。因此，媒介使用的「內容」理應較使用「時間」更能預測政治資本。

此外，由於網路早已成為傳播領域重要研究課題，本研究也將探討網路使用對政治資本的影響。美國《新聞與大眾傳播季刊》（*Journalism & Mass Communication Quarterly*）1998年春季號即曾以網路未來可能發展與影響為當期主題；而在政治傳播領域中，近五年來有關網路使用與市民參與的研究也陸續出現，焦點多在比較網路與傳統媒介對公眾事務與社區參與的影響（Kraut, Patterson, Lundmark, Kiesler, Mukopadhyay, & Scherlis, 1998; Nie & Erbring, 2000; Stroll, 1995; Turkle,

1996)，本研究因此也嘗試比較網路與傳統媒介對政治資本的影響。

在以下討論中，本研究將先分析資本的意涵與分類，接著討論政治資本的意涵及指標建構，說明媒介使用與政治資本的關係，隨後描述研究方法並進行資料分析，最後提出討論與建議。

貳、理論架構與文獻探討

一、資本的意涵與分類

資本是對資源的投資，以期在市場上獲得回報。換言之，資本是一種資源，人們投資或動員資本藉以獲取利潤（Lin, 2001）。

馬克斯將資本視為資本家的投資，其目的在從市場上獲得回報。資本不僅是資源被生產的過程，也是投資的過程，剩餘價值則在此過程中被生產與掌控。資本不僅與商品生產與交換有密切關係，也是資本家的投資過程；換言之，資本為剩餘價值的一部份，由控制生產手段的資本家所獲取（Lin, 2001）。

馬克斯的「資本論」可說是資本的古典理論，經過數世紀的擴展與修正後已經發展出許多新論點（Light, 2004; Lin, 2001），意涵也與馬克斯當初想法頗大差異。

在近代學者眼中，資本具有多種類型，廣義意涵包括人們所擁有、可儲存的各種形式且可運用之資源。Light（2004）將個人資本分為下列五大類：財務資本、實體資本（physical capital）、文化資本（cultural capital）、人力資本（human capital）、社會資本，並認為其彼此間可以互相轉換（mutual metamorphosis）。例如，認識名校教師或校友是種社會資本，而當申請者受校友推薦進入名校，就將社會資本轉

換為人力資本與文化資本。一旦申請者自名校畢業後從事廣受社會重視的職（專）業，建立起上層社會網絡，則其人力資本與文化資本就可再度轉換為社會資本。

同理，財務資本也可轉換成其他型式資本，如某位億萬富翁可將子女送到聲譽卓著的名校，因而將財務資本轉換為人力與文化資本。而擁有豪宅的人可以在邀集政商名流舉行私人聚會時將財務資本轉換為社會網絡，因而提高社會資本。

資本要進行轉換乃是基於轉換後有利可圖，否則就無須轉換。如前例某人投資可觀財務與人力資本進入名校，乃是為了日後獲得更好工作與更多社會網絡以便取得更多財務與社會資本，其資本轉換的主要動機是對獲利的預期。

但就轉換角度而言，一個人一定要先有些資本才能轉換，且轉換並不容易，隨時可能遇到阻礙；所幸人們不太可能完全沒有社會資本。如在中國傳統社會過農曆春節時，富者或有上百位訪客登門拜年，窮者可能只有幾位訪客。事實上，即使是最窮的人或住在最貧窮村莊者仍然可能擁有緊密結合的社群網絡，這就是社會資本，而這樣的社會資本可能使窮人即使長期失業仍能累積起碼的財務資本，得以在未來進行資本轉換。

本研究則認為，政治資本是另一種個人資本。正如上述之社會資本，個人可以在沒有太多財務、文化與人力資本狀況下仍然擁有政治資本。【表一】是本研究對政治資本的定義及政治資本和其他個人資本特性之比較，顯示兩者特質接近。

表一：各種資本形式的定義與特質

| 資本形式 | 定 義 | 特 性 | | | |
|------|--|-----|------|------|------|
| | | 易得性 | 課稅與否 | 可儲存性 | 可轉換性 |
| 財務資本 | 可以用以投資的金錢 | - | + | + | + |
| 實體資本 | 房地產與設備，基礎建設 | - | + | + | + |
| 人力資本 | 對於工作有益的訓練 | - | - | + | + |
| 文化資本 | 可以用於提高社會地位的文化知識 | - | - | + | + |
| 社會資本 | 社會網絡中的信任關係 | + | - | + | + |
| 政治資本 | 可用於改變或是維持政治現狀的資源擁有（possession）以及近用（access） | + | - | + | + |

資料來源：Light（2004）及本研究之整理（+代表高，-代表低）

由【表一】可知，「財務資本」一般指金錢，個人可以用來投資以獲取利潤，「實體資本」指房地產、設備、基礎建設等可用於投資的資產。這兩種資本之易得性不高，都會被課稅，具有儲存及轉換等特性。

「人力資本」指教育、技能與訓練等可提高工作績效的資本，「文化資本」指可提高社會地位的文化知識；此類對教育、技能及文化的投資常可幫助個人在未來順利進入職場，獲得更高待遇與社會地位。人力與文化資本之易得性不高，不必課稅，也具備可儲存及轉換的特性。

「社會資本」則是人際網絡中的信任關係，透過人際互動之參與，個人得以接近並使用人際網絡之資源以獲取利益。依 Putnam（1993）之原始定義²，社會資本基本概念包括社會網絡之密度及社會信任，兩

者可以促成社會成員彼此合作以達成集體目標。換言之，社會成員的彼此信任、規範與網絡加強了集體合作，因而增進社會效率（Putnam, 1993: 167）。

如在傳統農村中，「信任」常被視為是不顯自明的社會規範，農夫間常因彼此信任而自發、廣泛地交換農具，不必每人自備所有農具，農具使用因而達到最高效益，使得整體農村達成之最後成就高於社會資本較為缺乏的農村。

Putnam (2000) 並指出，電視節目腐蝕社會資本，因為看電視使人們降低參與戶外活動與從事社會、政治參與的意願。Shah 等人 (2001) 延續 Putnam 的社會資本研究，將其分為「市民參與」(civic engagement)、「人際信任」(interpersonal trust) 與「生活滿意度」(life satisfaction) 三個面向；前兩者屬社會資本重要概念，共同構築了民眾集體解決社會或是社區問題的決心與意願。而「生活滿意度」則較情感取向，屬一般、長期的內在感覺基本狀態，影響人們如何詮釋生活事件與他人行為。當生活滿意度高時，對他人信任度較高 (Brehm & Rahn, 1997)，對政府執政的合法地位與民主政治運作較為有利 (Almond & Verba, 1963; Inglehart, 1997)。

政治資本與社會資本類似，但指的是個人擁有的政治資源，是種可用於改變或維持政治現狀的資源擁有 (possession) 與近用 (access) (Briggs, 2004)。個人對社會與政治資本的投資可使其獲得更多資源與機會，兩者易得性均高，不必課稅，兼具可儲存與可轉換等特性。

二、政治資本的意涵以及指標建構

有關政治資本之探討或可追溯到 Bourdieu (1998) 所著之 *Political*

Reason 一書。他認為，社會成員享有之物資及服務不全然對應於其所擁有之教育資本及文化資本，也可因其政治資本多寡而能不同程度地享有社會系統中的物資與服務。依 Bourdieu 之見，政治資本可以經由社會資本（家庭親友關係）獲取，其多寡與個人之政黨位置及政黨資歷有關；而政治資本對權力的獲取較其他形式的資本更為有用（p. 16）。

不過此處可以看出 Bourdieu 的政治資本概念是在描繪政治菁英而非一般民眾，其描述對象則是較為密閉的社會系統（如共產國家），而非開放社會系統（如民主社會；見該書頁 17）。本研究的主旨不在探討政治菁英，而是民主社會的一般民眾，並認為一般民眾在民主社會擁有的政治資源並不相等，而此分配不均正是民主社會理應深入關切的問題。

總之，本研究認為「政治資本」與「社會資本」性質類似（詳見【表一】），但兩者本質仍有顯著差異。舉例來說，社會資本如前述係以社會網絡、市民參與、信任三者為核心概念（Putnam, 1993），主要價值在於解決個人與社會問題或促進社區改革（Briggs, 2003; Putnam, 2000）。延續此一思考，政治資本之核心概念也包括「政治網絡」、「政治參與」、「政治信任」，但其主要價值並不在於「政治權力之獲取」（Bourdieu, 1998），而在協助解決政治問題，促使民眾關切政治、選舉及政府政策。由於解決政治問題的資源與政治知識與政治興趣皆有關，本研究認為政治資本之面向除了上述政治網絡、政治參與及政治信任外，尚應包含政治知識與政治興趣。

如前所述，學者在建構社會資本概念時常將其視為是解決個人問題及社區問題的資源（Briggs, 2003），強調人際信任可以促成社會成員彼此合作，共同達成集體目標，因而增進社會績效（Putnam, 1993: 167）。依此脈絡，本文將政治資本定義為「民主社會中解決政治問題

的資源」，有加強集體合作使民主社會順利運作的功效。以下是我們對政治資本五個核心概念的說明：

（一）政治網絡

在論及社會資本時，Putnam（1993）曾將信任、社團聯繫、市民參與等做為社會資本之主要指標，可協助社會與政府運作順暢。就政治資本而言，社團聯繫及市民參與同樣是重要指標，即當個人政治網絡較為綿密且常參與政治性社團活動，一旦面臨問題則可動員的資源就較多。因此，政治網絡可視為是政治資本的指標之一，政治網絡愈豐富，政治資本愈多。

（二）政治知識

從知識即權力的角度來看，知識貧乏代表權力匱乏（Rueschemeyer, 2004），知識常是社會不平等的來源，缺乏政治知識不僅代表政治資源匱乏，也意味著缺乏政治權力。有了基本政治知識，民眾不僅知道如何投票及投票給誰，也可運用政治知識影響政治過程。依政治學者 Delli Carpini 與 Keeter（1996）的說法，政治知識不僅影響政治過程，也影響政治參與，因此對個人及民主政治均極重要。本研究認為，政治知識也是測量政治資本的指標之一。

（三）政治興趣

除「政治網絡」、「政治知識」外，個人之政治興趣也是政治資本面向之一。正如前述，一個人對金錢的興趣可能促使其努力追求、累積更多財務資本，對社會名望的興趣則可能促使其追求相關人力資本（如與工作有關的訓練）與文化資本（提高地位之文化知識）。同樣地，政

治興趣可能促使個人接觸政治資訊（Atkin, Galloway, & Nayman, 1976; Johnson & Kaye, 1998），進而幫助個人累積、擴展政治資源，也促成政治資本的累積。

（四）政治參與

Verba 等人（1995: 38）將政治參與定義為「意圖直接或間接影響政府採取行動的活動」，顯然政治參與並非僅是關心政治或政治興趣，而是一種行動，包括投票、競選工作的參與、與官員或民代的接觸、捐款、示威、參與非正式性的社團、地方社團的服務、參與政治組織等。Verba 等人（1995）並認為心理因素影響政治參與，包括政治興趣、政治效能、價值觀、群體感及對特定議題的承諾。

除了心理因素外，政治參與也受人口背景影響，如教育程度較高、收入較多、職業階層較高的人，政治參與程度較高（Milbrath & Goel, 1982; Rosenstone & Hansen, 1993）。Verba 等人（1995）的研究發現，政治參與不僅與個人的動機與機會有關，且與市民技巧（civic skills）及資源（如足夠時間與金錢）有關。市民技巧包括個人的傳播與組織能力，而教育正可讓人具有較佳傳播與語言能力。另有研究指出，收入及教育程度較高、意識型態較為堅定者，其政治參與度也較高（Campbell, Converse, Miller, & Stokes, 1964; Converse, 1964; Nie, Verba, & Petrocik, 1976）。

（五）政治信任

民眾對政府的支持與信任是任何政權合法性的重要基礎，也是政治體制順利運作的重要保障。本研究所討論的「政治信任」指民眾對政府的信心（faith）：若民眾認為政府效率不彰或對政府所作所為缺乏信

心，就易產生政治不信任感（Citrin & Muste, 1999），賦予政府的執政自由就會縮小，且會處處設法限制政府以確保自身利益不受侵犯。反之，當民眾對政府有相當程度的信任時，則傾向相信政府為人民謀福利並遵守法律，也可能使民眾支持國政支出（Chanley, 2002），並誠實納稅（Scholz & Lubell, 1998）。政治信任低落導致民眾對國家政策不滿，影響民主政體的生存，而當人民不信任政府時，社會整體內耗增加，政治資本大幅度縮減。因此，政治信任似可作為衡量政治資本的指標之一。

三、媒介使用與政治資本

如前所述，相關文獻曾以 Putnam（1993）之社會資本概念探討其與傳播媒介之關係。本研究延續此一思考脈絡，將媒介使用當作預測政治資本的變項。

媒介使用與政治資本的關係，可借用民主社會的規範性理論（normative theories）解釋。規範性理論認為，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爲、如何與其溝通。簡言之，規範性理論認為豐富的資訊環境可讓民眾更有動機、能力與機會進行政治參與（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傳播對市民參與的影響，並發現媒介使用與政治興趣、政治知識以及政治參與均呈正相關（Johnson & Kaye, 1998; Robinson & Levy, 1986; Scheufele & Nisbet, 2002）。

但另有研究顯示，媒介使用可能造成政治之憤世嫉俗感、政治冷漠與不參與政治（Cappella & Jamieson, 1997; Hart, 1996; Moy & Scheufele,

2000; Moy, Scheufele, & Holbert, 1999)。早在一九八〇年代早期，已有研究指出新聞媒體應為社會上的政治不信任擔起部份責任。如 Lipset 與 Schneider (1983) 即認為，社會大眾多半經由新聞報導才知道政府所作所為，且這些相關新聞總以壞消息居多，因此媒介實應對民調機構如 the Harris Poll 每年所作的「對機構的信心」(confidence in institutions) 不斷下滑負責。

此外，政治語意學者 Cappella 與 Jamieson (1997) 認為，愈來愈多的賽馬式新聞應與政治不信任漸增有關。Putnam (1995) 則認為電視收視影響戶外活動的參與(包括政治參與)，因而腐蝕社會資本，證據包括美國的社會團體與志工團體數量減少、集體政治參與下滑。他推論這些現象與電視有密切關係，因為收看電視可能減少戶外活動，也可能降低參與社會與政治活動的頻率。

由於過去研究結果並不一致，本研究認為應重新檢視媒介使用與政治資本間的關係，對媒介使用的概念尤應進行更細緻的分析。例如，收看電視是否影響政治資本雖然不得而知，但傳播使用與滿足理論之相關文獻卻已顯示，使用媒介之動機與目的不同就可能產生不同效果。過去文獻也發現，不同媒介使用動機對政治知識與行為可能產生不同影響 (Eveland, Jr., 2002; McLeod & McDonald, 1985)。

綜合相關研究所述，本文認為電視對政治資本的影響須視電視收視動機而定：經常收看媒介政治資訊者可能較經常接收影視、娛樂資訊的人更易透過媒介使用來累積政治資本，本研究因而將媒介使用分成「媒介使用時間」及「媒介使用內容」兩個次概念，分別對政治資本進行預測。以下就此二次概念與政治資本五個指標的關係提出說明：

(一) 媒介使用與政治網絡

政治網絡的建立需要時間。若從「時間取代假設」(time displacement hypothesis) 角度來看, 花在媒介的時間愈多, 可以用來建立政治網絡的時間愈少, 所以媒介使用時間可能與政治網絡呈負相關。然而由於收視媒介政治新聞可能導致對政治現實不滿 (Cappella & Jamieson, 1997), 進一步對政治人物與政治機構不信任並從而促成人際討論, 傾向依賴以自己的力量形成政治網絡解決攸關自己權利與義務的問題, 因此媒介政治資訊有助於民眾積極拓展政治網絡。

有鑑於此, 本研究認為媒介使用時間可能與政治網絡呈負相關, 但是媒介使用內容應與政治網絡呈正相關。本研究第一個假設如下:

研究假設 1: 媒介使用內容 (即政治新聞的使用頻率) 較媒介使用時間對政治網絡有較高預測力。

(二) 媒介使用與政治知識

過去研究顯示, 新聞媒介使用與政治知識呈正相關, 即使用頻率愈高, 政治知識愈高 (Lo, 1994; Robinson & Levy, 1986; 羅文輝、鍾蔚文, 1991)。大多數研究顯示, 報紙使用對政治知識的影響力最大, 如 Robinson 與 Levy (1986) 曾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 與 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」(p. 232)。

較新研究則指出, 電視新聞對政治知識確有重要貢獻。Zhao 與

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。Chaffee, Zhao 與 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。

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 (Lo, 1994; 羅文輝、鍾蔚文, 1991)，因此本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。本研究第二個假設如下：

研究假設 2：媒介使用內容（即政治新聞的使用頻率）較媒介使用時間對政治知識有較高預測力。

（三）媒介使用與政治興趣

探討政治興趣與媒介使用的相關論文有限 (Delli Carpini, 2004: 404)，而在這些數量尚少的研究中，政治興趣常被視為是尋找與瞭解媒體公共事務的驅動力量。Davis 與 Owen (1998: 181) 研究新媒體與美國政治時發現，廣播政論性節目聽眾與電視新聞雜誌觀眾的政治興趣高於其他類型媒體內容使用者。Johnson 與 Kaye (1998) 亦發現，愈依賴網路為政治資訊來源者之政治興趣愈高，但愈依賴電視為政治資訊來源者政治興趣愈低。

另有研究顯示，對政治愈感興趣的人愈可能花較多時間收視政治新聞。例如，Atkin, Galloway 與 Nayman (1976) 發現，政治興趣是預測媒介使用的重要變項；政治興趣愈高的人，愈常接觸報紙、電視與廣播，因而累積較多政治知識。Kaye 與 Johnson (2003) 則發現政治興趣是預測上網蒐尋政治資訊時間的最有力變項；政治興趣較高者之投票可

能性較高，也較認為自己有能力促成政治變革。在台灣地區進行的研究也發現，政治興趣不僅與報紙使用、電視使用、報紙注意、電視注意等變項呈顯著正相關，也是預測政治知識的最有力變項（羅文輝、鍾蔚文，1991）。

本文採另一角度將政治興趣當作依變項，嘗試了解媒介使用對政治興趣的影響。研究者認為，媒介使用時間可能無法有效預測政治興趣，但媒介使用內容卻可顯著預測政治興趣，此乃因媒介內容多元，一個人可能花很多時間閱讀報紙與收看電視上的體育、娛樂新聞而完全不接觸任何政治新聞，因此媒介使用時間可能不是預測政治興趣的最佳變項。反之，經常收看政治新聞的人較有可能對政治事件、政治議題與政治人物產生錯綜複雜的認知，因而引發進一步瞭解事件、議題與人物的動機與興趣。

本研究第三個假設如下：

研究假設 3：電視、報紙與網路的使用內容（即政治新聞的使用頻率）較電視、報紙與網路的使用時間對政治興趣有較高預測力。

（四）媒介使用與政治信任

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。在 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 (盛治仁, 2003)。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, 1992), 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, 所以本研究此次不提出研究假設, 只提出以下研究問題:

研究問題 1: 媒介使用內容 (即政治新聞的使用頻率) 與媒介使用時間對政治信任是否具有顯著預測力?

（五）媒介使用與政治參與

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, & Garamone, 1981; Chaffee & Kanihan, 1997; McLeod & McDonald, 1985; McLeod et al., 1996; Scheufele & Nisbet, 2002; Viswanath, Finnegan, Jr., Rooney, & Potter, 1990）。

因此，本研究預測媒介使用內容較使用時間對政治參與有更高預測力，愈常收視媒介政治新聞的人，政治參與程度愈高。本研究的第四個假設如下：

研究假設 4：媒介使用內容（即政治新聞的使用頻率）較媒介使用時間對政治參與有較高預測力。

四、網路使用與政治資本

Davis（1999）發現，有些美國人使用網路來學習新事物，也有些人利用網路與他人建立虛擬社群（virtual community），網路因此可以擴充個人的資訊廣度與知識深度、建立與他人的聯繫，並在想像社群中產生解決問題或議題之集體意識，因而促進社區參與（Bimber, 1998; Kern, 1997; Norris & Jones, 1998）。但另一方面，在線上環境與他人建立的關係也可能取代面對面的親身傳播，導致傳統社會關係潰散（

Kraut et al., 1998)。亦即網路之娛樂性使用（如上網玩遊戲、進聊天室）可能腐蝕個人層次的政治資本，因為這些網路活動多以匿名為之，也與社會網絡沒有關連，但卻較易形成社會互動感覺。

媒介使用與滿足的相關研究發現，人們使用傳統媒介的動機大致分為尋找資訊、個人認同、整合與社會之互動、娛樂四種（McQuail, 1985, 1987; Zillmann, 1985）。由於網路有互動特性，上述傳統媒介的使用動機類型難以適用於網路媒介（Eighmey & McCord, 1998）。Norris 與 Jones（1998）的初探性研究也支持這種看法，他們發現下列四種類型的網路使用者：（一）研究者——這些人多以網路來收發電子郵件；（二）消費者——這些人以網路為購物及個人財產管理與旅遊計劃之工具；（三）表達者——這些人常在電子佈告欄、聊天室、新聞討論區討論並表達意見；（四）「宴會動物」（party animals）——這些人多以網路為遊戲與娛樂工具。

Norris 與 Jones（1998）發現，上述四類網路使用者以研究者的政治知識較高，顯示其對政治涉入程度較高，因而獲得較多政治資訊，但以消費、娛樂及匿名之表達動機為主的網路使用者可能較乏實際政治與社會經驗。另外，網路聊天室及討論區可能讓使用者產生面對面社會互動的假想，反而造成在真實社會中與家人、朋友的互動減少。

相較之下，為獲得資訊而上網的網路使用者（即上述 Norris 與 Jones（1998）所界定之研究者）可能有較高能力從事政治參與和溝通，如透過網路得知上次總統大選投票的記錄、立法院議事記錄、總統新聞稿、地方政府施政記錄、社會運動團體的動員資料、弱勢團體的訴求與活動記錄等；這些資訊均有助於累積較高政治資本，使其有能力從事政治溝通與改革。Davis（1999: 22）認為，一旦擁有這些資訊就得以理性、睿智方式與政府官員及民意代表互動。所以有學者認為，網路可

能是過去五十年來政治解放以及進行草根性運動最有力的工具（Corrado & Firestone, 1996; Gore, 1991; Pavlik, 1996）。

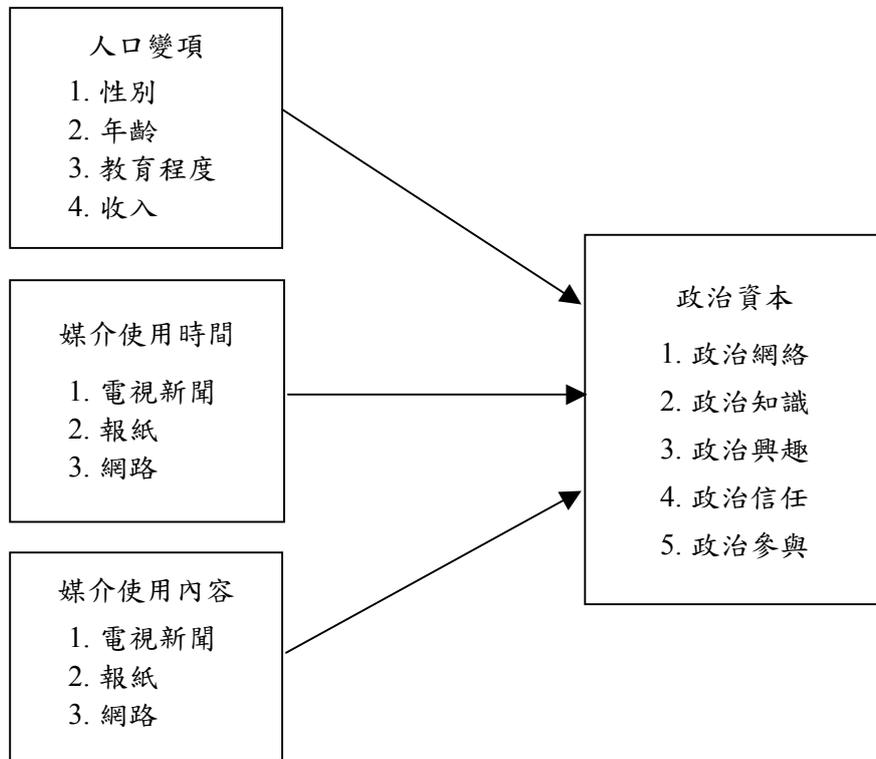
政治學者近來也注意到網路對選民蒐集政治資訊及參與政治的影響。雖然部份研究結果顯示網路不會影響選民投票行為（Bimber, 2001），但也有研究發現選民收視網路選舉新聞的確顯著增加投票意願及其他形式的政治參與（Tolbert & McNeal, 2003）。

從上述這些研究發現可知，網路使用相當多元，包括娛樂、交易、資訊獲得、虛擬社群互動等俱屬之，但真正可能對政治資本產生影響者應是網路政治內容的使用而非網路使用時間。網路使用目的若是獲取政治資訊，則較有利於政治資本的生產與累積，因此網路使用內容應是預測政治資本的較佳變項。但網路是否比電視與報紙等傳統媒介對政治資本有更高預測力，由於過去並沒有比較三種媒介的相關討論及實證研究，本研究只提出研究問題如下：

研究問題 2：電視、報紙與網路的使用內容（即政治新聞的使用頻率）與使用時間對政治資本的預測力是否有所不同？

五、研究架構

【圖一】為本研究的架構圖，依變項「政治資本」分為五個面向：政治網絡、政治知識、政治興趣、政治信任、政治參與。預測變項分為人口變項、媒介使用時間、媒介使用內容等三類，其中人口變項包括：性別、年齡、教育程度與收入；媒介使用時間包括：電視新聞使用時間、報紙使用時間、網路使用時間；媒介使用內容包括：電視新聞使用內容、報紙使用內容與網路使用內容。各變項的測量方法將在下節詳細說明。



圖一：本研究理論架構圖

參、研究方法

本研究資料來自中央研究院社會變遷研究大眾傳播組於 2003 年 9 月 28 日至 10 月 24 日進行的全國調查，問卷及所有變項均由本文作者及該研究之其他協同主持人共同設計。這項調查採面訪方式，以台灣地區年滿十八歲及以上之中華民國國民（73 年 12 月 31 日以前出生者）為研究母體，並以台灣地區戶籍資料檔為抽樣名冊，利用分層等機率三階段抽樣法（probability proportional to size, PPS）抽出受訪對象，³共抽

出 3,906 人，成功訪問 2,161 人，訪問完成率約為 54%。⁴

受訪者中，男性有 1,106 人（佔 51.2%），女性有 1,055 人（佔 48.8%）；教育程度在國小或以下者有 559 人（25.9%），國中程度有 227 人（10.5%），高中程度有 612 人（28.3%），專科程度有 365 人（16.9%），大學程度有 323 人（14.9%），研究所程度有 75 人（3.5%）。年齡在 20 歲以下者有 187 人（8.7%），20 至 39 歲者有 946 人（43.8%），40 至 60 歲者有 678 人（31.4%），60 歲以上者有 350 人（16.2%）。家庭平均每月收入在兩萬元以下者共有 1,121 人（佔 52.6%），二萬至五萬元者有 776 人（36.4%），收入在五萬元以上者只有 235 人（11%）。

一、變項說明

（一）政治資本

依前述相關文獻，本研究將政治資本分為五個面向，分別為：政治網絡、政治參與、政治知識、政治興趣與政治信任。測量方法如下：

1. 政治網絡

測量方法是請受訪者指出平常參與下列三種活動的頻率：

- (1) 參與地方改造工作（如向鄰里長反映社區問題、美化社區環境、抗議焚化爐興建等）；
- (2) 參加地方性質的集會或活動（如公寓大樓委員會、鄰里集會、鄉、鎮、市、村里民大會、農漁民集會、社區婦女、家長集會）；
- (3) 參加地方政治性社團活動（如地方政黨集會、地方政治人物服

務處、後援會等，但不包括政黨內部的選舉投票）。

受訪者回答的方式分爲：從來沒有、很少、有時、經常等四種。

2. 政治信任

測量政治信任的方法是請受訪者指出是否同意下列六個陳述句：

- (1) 政府會爲全民謀求最大的福利；
- (2) 有人說：政府所做的事大多數是正確的，您是不是同意這種說法？
- (3) 有人說：政府官員時常浪費老百姓所繳納的稅金，您是不是同意這種說法？
- (4) 當政府官員想要做什麼時，並不會在意老百姓怎麼想；
- (5) 有人說：大部分的官員都是清廉、不會貪污的，您是不是同意這種說法？有人說：政府常常都是想到哪裡，做到哪裡，沒有長遠的計畫，您是不是同意這種說法？

受訪者回答的方式分爲：非常不同意、不同意、普通、同意、非常同意。

3. 政治參與

本研究測量政治參與的方法是請受訪者指出是否同意下列陳述句：

- (1) 我會叩應（call in）廣播或電視政論性節目來表達我對政治議題的看法；
- (2) 我會參與電視媒介的電話投票來表達我對政治議題的看法；
- (3) 我會投書報紙或雜誌表達我對政治議題的看法；
- (4) 我會向民意代表或政治人物反映我對議題的意見；
- (5) 我會幫我支持的候選人拉票；

- (6) 我會說服朋友支持我喜歡的候選人；
- (7) 我會參加競選造勢活動；
- (8) 過去的公職選舉，我經常會去投票。

受訪者回答的方式分爲：非常不同意、不同意、普通、同意、非常同意。

4. 政治知識

政治知識的測量方法是用十個問題詢問受訪者，分別測量其對政治人物、政黨立場、政府組織與國際政治的知識（測量題項請參見【附錄一】），每答對一題得 1 分，最高爲 10 分，最低爲 0 分。

5. 政治興趣

本研究測量政治興趣的方法，是請受訪者指出是否同意下列陳述句：

- (1) 我會和朋友討論政治話題；
- (2) 一般而言，我對政治感到興趣；
- (3) 一般而言，我很關心政治事務；

受訪者回答的方式分爲：非常不同意、不同意、普通、同意、非常同意。

（二）媒介使用

有關媒介使用的變項包括：電視新聞、報紙及網路使用時間以及使用內容。

1. 測量媒介使用時間的題項如下：

- (1) 報紙使用時間：(a) 過去一年內，您每週平均有幾天看報紙？

- (b) 您平均每天看報紙多久？
- (2) 電視新聞使用時間：(a) 過去一年內，您每週平均有幾天看電視新聞？(b) 您平均每天看電視新聞多久？
- (3) 網路使用時間：(a) 去年一年內，您每週平均有幾天上網？(b) 您平均每天上網多久？

上述媒介使用時間的計算方法，是將受訪者平均每週使用的天數乘以平均每天的使用時間。

2. 測量媒介使用內容的題項如下：

- (1) 報紙使用內容：您觀看電視上的政治新聞嗎？
- (2) 電視新聞使用內容：您閱讀報紙所報導的政治新聞嗎？
- (3) 網路使用內容：您閱讀電子報、BBS 或網路上的政治新聞嗎？

受訪者回答的方式分為：從來不看、很少看、有時看、經常看。

(三) 人口變項

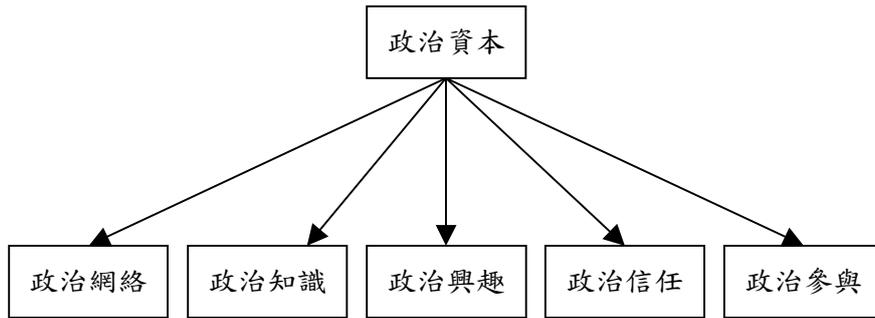
本研究人口變項包括：性別、年齡、教育程度、收入、政黨認同（分為支持泛綠與支持泛藍兩個變項）。由於這些變項和民眾的政治態度、行為有關，因此列為控制變項。

肆、研究結果

一、政治資本指標的建構

如前節所示，政治資本在本研究分為五個面向（請參考【圖二】）。指標建構與檢定方式採主成份因素分析及 Cronbach's α ，茲分

別說明如下：



圖二：本研究測試之政治資本五項指標

1. 政治網絡

如前所述，本研究測量政治網絡的題項共有三題，經主成份因素分析發現呈現一個面向，共可解釋 56.80% 的變異量（愛根植=1.70）。因素分析及 Cronbach's α 檢定的結果如下（見【表二】）：

表二：政治網絡題項的主成份因素分析（最大變異法）

| 題 項 | 因素負荷量 |
|---------------------|--------|
| 1. 參加地方集會 | .80 |
| 2. 參加地方政治性社團活動 | .75 |
| 3. 參加地方改選活動 | .71 |
| 愛根值 (Eigenvalue) | 1.70 |
| 可解釋變異量 | 56.80% |
| Cronbach's α | .61 |

建構測量政治網絡指標的方式，是將這三個題項加起來除以三；受訪者得分愈高，所擁有的政治網絡愈多（平均數 = 1.28，標準差 = .52）。

2. 政治信任

本研究測量政治信任的題項共有六題，經主成份因素分析後發現呈現一個面向，共可解釋 44.73% 的變異量（愛根值 = 2.68）。這個因素的六個題項主要測量受訪者對政府的信任程度，因此命名為「政府信任」。

進行因素分析時（見【表三】），以反轉編碼（recode）方式將題項 1、3、5 的計分方式改為 1 = 非常同意、2 = 同意、3 = 普通、4 = 不同意、5 = 非常不同意。建構測量政治信任指標的方法，是將受訪者在這六個題項上的得分加起來除以六；受訪者得分愈高，其政治信任愈強（平均數 = 2.57，標準差 = .57）。

表三：政治信任相關題項之主成分因素分析（最大變異法）

| 題 項 | 因素負荷量 |
|----------------------|-------|
| 1. 政府官員時常浪費老百姓所繳納的稅金 | .71 |
| 2. 政府會為全民謀求最大的福利 | .71 |
| 3. 當政府官員並不會在意老百姓怎麼想 | .68 |
| 4. 政府所做的事大多數是正確的 | .68 |
| 5. 政府常常沒有長遠的計畫 | .66 |
| 6. 大部分的官員都是清廉、不會貪污的 | .57 |
| 愛根值 (Eigenvalue) | 2.68 |
| 解釋變異量 | 44.73 |
| Cronbach's α | .75 |

3. 政治參與

本研究測量政治參與的題項有八題，經主成份因素分析後，發現這八個題項呈現兩個因素（面向），共可解釋 61.08% 的變異量（見【表四】）。

第一個因素由題項 1, 2, 3, 4 題組成，可解釋 44.94% 的變異量（愛根植=3.60）。這個因素（面向）的四個題項均與意見表達有關，因此命名為「意見表達」。建構測量意見表達指標的方式，是將這四個題項加起來除以四；受訪者得分愈高，意見表達愈頻繁（平均數=1.99，標準差=.59）。

第二個因素（面向）由題項 5, 6, 7, 8 組成，可解釋 16.14% 的變異量（愛根植=1.30）。這個面向的四個題項均與競選參與有關，因此命名為「選舉參與」。建構測量選舉參與指標的方式，也是將這四個題項加起來除以四；受訪者得分愈高，選舉參與愈頻繁（平均數=2.77，標準差=.70）。

表四：政治參與題項之主成分因素分析（最大變異法）

| 題 項 | 因素一 | 因素二 |
|------------------------------|-------|-------|
| 1. 我會叩應（call in）廣播或電視上的政論性節目 | .85 | .13 |
| 2. 我會參與電視媒介的電話投票 | .82 | .19 |
| 3. 我會投書報紙或雜誌 | .78 | .18 |
| 4. 我會向民意代表或政治人物反映我的意見 | .67 | .21 |
| 5. 我會幫我支持的候選人拉票 | .35 | .81 |
| 6. 我會說服朋友支持我喜歡的候選人 | .33 | .78 |
| 7. 我會參加競選造勢活動 | .54 | .57 |
| 8. 過去的公職選舉，我經常會去投票 | -.17 | .44 |
| 愛根值（Eigenvalue） | 3.60 | 1.30 |
| 解釋變異量 | 44.94 | 16.14 |
| Cronbach's α | .80 | .61 |

4. 政治知識

如前所述，政治知識的測量題項共有十題，答對一題得 1 分，最高為 10 分，最低為 0 分。所有受訪者的政治知識平均值為 5.84 分，標準差為 2.61。有 54 人為 0 分，77 人為 10 分，答對八題者最多，共 355 人。

5. 政治興趣

本研究測量政治興趣的題項有三題（見【表五】）。經主成份因素分析後，發現這三個題項呈現一個因素，共可解釋 71.21% 的變異量（愛根植 = 2.14）。建構測量政治興趣指標的方式，是把這三個題項加起來除以三，受訪者得分愈高，政治興趣愈高（平均數 = 2.70，標準差 = .80）。

表五：政治興趣題項之主成分因素分析（最大變異法）

| 題 項 | 因素負荷量 |
|---------------------|-------|
| 我對政治感到興趣 | .89 |
| 我很關心政治事務 | .89 |
| 我會和朋友討論政治話題 | .74 |
| 愛根值 (Eigenvalue) | 2.14 |
| 解釋變異量 | 71.21 |
| Cronbach's α | .79 |

二、假設驗證與研究問題探析

為了驗證研究假設及回答研究問題，我們進行了六項階層迴歸分

析。【表六】呈現這些迴歸分析的結果：第一階層輸入人口變項，包括性別、年齡、教育程度、收入、支持泛藍、支持泛綠等；第二階層輸入媒介使用時間變項，包括電視新聞使用時間、報紙使用時間及網路使用時間等。第三階層輸入媒介使用內容變項，包括電視政治新聞使用、報紙政治新聞使用、網路政治新聞使用等。

階層迴歸分析是 OLS 迴歸分析的一種，【表六】呈現的是所有變項全部輸入迴歸方程式的最後 Beta 值，因此和執行標準複迴歸（standard multiple regression）的結果（Beta 值）完全相同。但採用階層複迴歸可以了解各階層變項對依變項的解釋力，並在控制人口變項、媒介使用時間兩階層的變項後，了解本研究的主要研究變項「媒介使用內容」對依變項的解釋力。

（一）人口變項對政治資本的預測力

資料分析結果顯示，年齡是唯一可以預測政治網絡的人口變項；年齡愈長，政治網絡愈多。

在意見表達上，年齡、教育程度與政黨屬性可以預測意見表達，即年齡愈長，意見表達愈頻繁；教育程度愈高，愈少表達意見，且支持泛綠者較常表達意見。

在選舉參與上，年齡、教育程度與政黨屬性具有顯著預測力。年齡愈長，選舉參與愈是頻繁；教育程度較高者，選舉參與度較低；愈支持泛綠者，選舉參與愈積極，但支持泛藍與選舉參與無顯著關聯性。

在政治信任上，男性較女性有較高政治信任，年齡愈大政治信任感愈強。愈支持泛藍者，政治信任感愈低，但愈支持泛綠者，政治信任感愈高，顯示政治信任與政黨屬性有關。

表六：政治網絡、政治參與、政治信任、政治知識與
政治興趣的階層迴歸分析

| | 政治網絡 | 意見表達 | 選舉參與 | 政治信任 | 政治知識 | 政治興趣 |
|----------------------------|---------|--------|--------|---------|---------|--------|
| 預測變項 | | | | | | |
| First block | | | | | | |
| 人口變項 | | | | | | |
| 性別 (男=1, 女=0) | -.01 | .06 | -.01 | .07* | .10 *** | .08** |
| 年齡 | .21 *** | .10** | .09 * | .16 *** | .27*** | .16*** |
| 教育程度 | -.04 | -.07* | -.08 * | .03 | .13 *** | .00 |
| 收入 | .03 | .00 | .03 | -.04 | .10 *** | .03 |
| 泛藍政黨 | .01 | .06 | .04 | -.09 ** | -.02 | .04 |
| 泛綠政黨 | .03 | .07* | .07* | .42 *** | -.06 * | .07** |
| Adjusted R ² | .08 | .05 | .05 | .22 | .25 | .16 |
| Second block | | | | | | |
| 媒介使用時間 | | | | | | |
| 看電視時間 | .00 | .03 | .01 | -.04 | .06** | .05* |
| 看報紙時間 | .00 | .03 | .05 | -.02 | -.05 | .06* |
| 上網時間 | .00 | -.03 | -.03 | -.02 | -.03 | -.04 |
| Adjusted R ² 增加 | .00 | .01 | .00 | .00 | .02 | .02 |
| Third block | | | | | | |
| 媒介使用內容 | | | | | | |
| 看電視的政治新聞 | .03 | .07 | .10*** | .01 | .15*** | .25*** |
| 看報紙的政治新聞 | .15*** | .13*** | .14*** | .03 | .14*** | .32*** |
| 看網路的政治新聞 | .01 | .06* | .02 | .02 | .06* | .07* |
| Adjusted R ² 增加 | .02 | .04 | .04 | .00 | .06 | .21 |
| 全部可解釋變異量 | .11 | .09 | .09 | .22 | .33 | .40 |

註：表格中之係數為最後迴歸方程式之標準化迴歸係數

* p < .05, ** p < .01, *** p < .001

在政治知識上，男性比女性政治知識高，年齡愈長、教育程度愈高、收入愈高者，政治知識愈高，但愈是支持泛綠者，政治知識愈低。

在政治興趣方面，在所有人口變項中，教育程度、收入和支持泛藍和政治興趣無關，男性、年齡較大、較支持泛綠者，政治興趣較高。

(二) 假設驗證

本研究四個假設預測，媒介使用內容比媒介使用時間對政治資本有較高預測力。【表六】顯示，三種類型的媒介使用時間均無法預測政治網絡、意見表達、選舉參與以及政治信任，只有在政治知識與政治興趣有顯著預測力。在政治知識上，看電視新聞時間愈多則政治知識愈高。在政治興趣上，看電視新聞時間愈多、看報紙愈多，政治興趣愈高。總的來說，媒介使用時間對政治資本的預測力相當有限。

而在媒介使用內容上，觀看電視政治新聞可以顯著預測選舉參與、政治知識、政治興趣，但無法預測政治信任。閱讀報紙政治新聞可以顯著預測政治網絡、意見表達、選舉參與、政治知識、政治興趣，但無法預測政治信任。看網路的政治新聞可以預測意見表達、政治知識與政治興趣。

換言之，愈常收看電視新聞者，選舉參與程度愈高、政治知識愈豐富、政治興趣也愈高。較常看報紙政治新聞者，政治網絡較多、較常表達意見、選舉參與程度較高、政治知識愈豐富、政治興趣也愈高。較常看網路政治新聞的人，較常表達意見、政治知識較豐富、政治興趣較高。

整體而言，媒介使用內容變項對政治資本的預測力遠超過媒介使用時間，因此本研究四個假設均獲得支持。

(三) 研究問題探析

本研究第一個研究問題是：媒介使用內容與媒介使用時間對政治信任是否具有顯著預測力。【表六】顯示，無論電視、報紙、網路的使用內容與使用時間均對政治信任沒有顯著預測力。

本研究第二個研究問題比較網路、電視、報紙對政治資本的預測力。資料分析結果顯示，除政治信任外，報紙使用內容可以預測政治資本的其他五個指標；電視使用內容可以預測選舉參與、政治興趣與政治知識；網路使用內容可以預測意見表達、政治興趣與政治知識。

此外，報紙內容使用之預測力較電視內容使用在政治網絡、意見表達為高；報紙內容使用之預測力較網路內容使用在政治網絡與選舉參與為高。就累積政治資本而言，報紙內容的使用優於電視與網路。

在使用時間上，使用網路時間無法預測任何政治資本指標。電視與報紙使用時間對政治網絡、政治參與、政治信任均無顯著預測力。只有在政治知識上，電視使用時間之預測力較報紙使用時間為高；電視與報紙使用時間與政治興趣呈正相關。

伍、討論與建議

本研究的主要目的在建立「政治資本」概念的測量指標，並探討媒介使用與政治資本間的關係。本研究認為，就政治資本之累積而言，媒介使用內容比使用時間更具影響力。本文以 2003 年中研院社會變遷調查為資料來源，分析顯示「政治資本」確是多面向概念，且「媒介使用內容」對政治資本的預測力遠超過「媒介使用時間」。以下針對研究結果及研究限制分別探討：

一、測量政治資本的指標

在建立「政治資本」概念的測量指標方面，研究結果發現，政治資本應可分為政治網絡、政治興趣、政治知識、政治信任與政治參與五個面向，而政治參與又可分為意見表達與競選參與兩個次面向。然而依因素分析及信度檢驗結果可知，政治網路與競選參與的信度偏低，而政治信任所能解釋的變異量也不高，顯示本研究建立的「政治資本」測量指標無論在概念周延性及量表信度上均猶有修正空間；我們將在研究限制及對未來研究建議中討論。

二、媒介使用與政治資本

在媒介使用與政治資本的關係方面，本研究嘗試證明媒介使用內容較媒介使用時間對政治資本有更高預測力。研究結果支持本研究的這項假設，即電視、報紙、網路使用時間對政治資本的預測力有限，而這三種媒介的使用內容則對政治資本有較高預測力。我們認為，此一結果乃因媒介提供之內容種類繁多，大多數內容雖與政治無關，但經常收看政治資訊者對政治事務的了解及政治資本的累積應遠超過不常收看政治資訊的媒介使用者。

【表六】顯示，三種類型的媒介使用時間均無法預測政治資本中的政治網絡、意見表達、選舉參與、政治信任，只有電視與報紙使用時間對政治知識與政治興趣有微弱預測力；網路使用時間則對任何政治資本面向均無顯著預測力。這樣的結果有兩種可能重要意涵：

第一，花費較多時間使用傳統媒介（如電視與報紙）之民眾其政治

興趣普遍較高，顯示過去政治傳播學者主張大眾媒介有利於與民主發展的想法至今仍然適用。

第二，相較於傳統媒介，網路提供更多選擇，使用者也可主動選擇接觸自己較感興趣的內容，因而較易進行選擇性暴露與注意。由於網路多元且使用者主動性較高，因此使用內容對政治表達、政治興趣與政治知識具有顯著預測力，而使用時間則對政治資本的任何面向均無顯著預測力。

比較各種媒介使用對政治資本的預測力亦可發現，報紙與網路的使用內容較使用時間更能預測政治資本（報紙使用時間可預測一個政治資本指標，使用內容可預測五個政治資本指標；網路使用時間無法預測任何政治資本指標，使用內容可預測四個政治資本指標）；至於電視使用時間與內容兩者的預測力差異較小（使用時間可預測兩個政治資本指標，使用內容可預測三個政治資本指標）。可能原因在於報紙與網路使用者之內容選擇主動性較高，因而使用內容較使用時間更能預測較多政治資本指標。相對而言，電視使用者雖可使用多元頻道，但在收看電視節目時幾乎只能被動接收且選擇性較小，無法像看報紙或使用網路一樣隨時選看或重複收看某些資訊。

本研究另一重要發現是，無論電視、報紙、網路的使用內容與使用時間均對政治信任無顯著預測力，但政治信任與其他人口變項卻有顯著關係，即年齡愈大、政治信任感愈高、愈支持泛藍者，則政治信任感愈低。相對而言，愈支持泛綠者之政治信任感愈高，顯示政治信任是與政黨屬性及年齡關聯性較高之概念。

三、三種媒介對政治資本預測力的比較

在比較網路、電視、報紙對政治資本的預測力方面，資料分析結果顯示，三種媒介的使用時間對政治網絡、政治參與、政治信任均無顯著預測力。雖然電視使用時間對政治知識與政治興趣有些微預測力，且報紙使用時間也對政治興趣有些微預測力，但預測力均遠較媒介使用內容為低。顯示媒介使用內容對政治資本的預測力遠比媒介使用時間高。

進一步而言，報紙使用內容是預測政治資本的最重要變項。電視使用內容在選舉參與、政治知識、政治興趣上有顯著預測力，網路使用內容在意見表達、政治知識、政治興趣上有顯著預測力。但整體而言，報紙使用內容對政治資本的預測力最高，電視使用內容對政治資本的預測力又較網路使用內容高。

如【表六】所示，最能區隔媒介使用內容與時間預測力的三個政治資本指標為政治網絡、意見表達與選舉參與。在這三個指標上，使用時間均不能預測，三種媒介的使用內容也不全具有預測力，但至少有一種媒介的使用內容可以顯著預測。這三個指標均屬政治資本的行為層次，其他兩個指標（政治知識和政治興趣）則為認知層次。

本文認為，就累積政治資本而言，媒介政治內容對行為層面的效果較認知層面為強。有趣的是，傳統政治傳播研究發現大眾傳播媒介的認知效果較大，對態度與行為的效果較不顯著（Klapper, 1960）。這樣的發現和過去研究發現呈現強烈對比，因此媒介使用與政治資本的關係似乎值得繼續探討。

四、研究限制與對未來研究的建議

本研究無論在測量「政治資本」概念的指標及研究方法上均有若干限制，以下針對測量政治資本的指標及研究方法的限制提出討論與建議：

（一）測量政治資本的指標

1. 政治網絡：

整體而言，本研究測量政治網絡的題項多與市民涉入概念有關，與社會資本關係較大。但就政治資本之測量而言，受訪者參與社團或政治組織、與組織人員的互動、與里鄰的關係與互動、與政治人物的認識或接觸頻率等或更適當，未來研究應考慮增加這方面的題項。

2. 政治知識：

本研究測量政治知識的題項雖然包括本國與國際政治事務與制度，但多為一般性政治知識，與大眾日常生活所面臨或涉及的政治問題有所不同。未來研究可考慮納入與一般市民日常生活較為相關的政治知識題目。

3. 政治參與：

本研究採用的政治參與八個題項經因素分析後發展出兩個面向，分別是意見表達與競選參與。針對這個概念，研究者對未來研究有兩點建議：

第一，未來研究在界定政治參與可進一步釐清其內涵。舉例來說，Kim 與 Han（2005）曾將政治參與分為三種形式，分別為政治討論、選

舉參與、政治聚集，但本研究並未納入政治討論。另有研究者認為，政治參與有積極性與消極性之分，如會投票的民眾與會拉票民眾在選舉參與程度上即有相當大區別（Conway, 1991），未來研究似應考慮民眾參與之積極程度。

第二，未來設計測量政治參與的題項時應包括更多元的政治活動，如是否捐錢給政黨、是否為候選人助選、是否擔任政黨相關活動的志工等題項，藉此區辨較積極參與政治者所熱衷的政治活動。

4. 政治信任：

政治信任不見得是對社會整體最有益的政治資本，過高或過低都可能危害民主社會。有學者甚至認為（Citrin, 1974），適度之政治憤世嫉俗感（political cynicism）對民主制度並無影響：低落的政治信任感可能只是民眾對現任民選官員的不信任或對現行制度的失望，而適度的政治信任感正可敦促民選官員推動改革的功效。因此，本研究發現政治信任和政治網絡、政治參與及政治興趣相關程度不高，卻與政治知識呈現顯著負相關，未來研究似不宜將政治信任納入作為政治資本的指標。

（二）研究方法的檢討

本研究採中研院社會變遷大眾傳播組的調查資料，該調查並非為測量政治資本而設計，因此題項選擇與資料分析均受到相當限制，如本研究之政治信任題項解釋力及 α 值較低，乃因題項措辭的正面及負面問法各佔一半。依本文作者研究經驗，台灣地區問卷調查凡以正反方式提問的題項，其 Cronbach α 值都不高。⁵另外，研究者認為政治容忍可能是政治資本的重要面向，後續研究應考慮在政治資本的測量指標中增添「政治容忍」面向，指對不同政治想法與利益之容忍程度。在民主社會中，政治容忍是備受肯定的價值觀念，其具體表現是對各種政治衝突意

見以公平態度對待，並認同所有公民具有平等之權力（Sullivan, Piereson, & Marcus, 1982）。在民主政體中，民眾對不同意見者的容忍及尊重，乃是民主政治得以順利運作的重要屏障。容忍各種不同意見、尊重表意自由，透過選票或其他和平方式決定國家政策走向，可能是民主政體和集權政體的最大差異所在。所以，政治容忍應是對社會整體相當有益的政治資本，未來研究應考慮將其列為測量政治資本的面向。

長久以來，電視與報紙一直是民主政治資訊的重要來源，但網路的影響力已與日俱增。根據交通部統計處於民國 94 年 3 月所進行的「台灣地區民眾使用網際網路狀況調查」指出，1998 年上網人口為 256 萬人，而 2005 年躍增為 1,237 萬人，普及率高達 54.7%，平均每 1.8 位民眾就有 1 人曾經上網。其中 15 歲到未滿 20 歲者上網比例最高，達 96.1%。由此可見，網路人口快速增加，未來研究似有必要繼續檢視網路對市民政治資本的影響（交通部統計處，2005: 1）。

最後，作者必須指出，本研究的資料來自橫斷面的調查，無法明確界定媒介使用與政治資本的因果關係。但過去四十多年的政治傳播文獻顯示，媒介對個人價值、信仰、態度、意見、行為的影響可能從童年開始，影響的時間可能經歷整個生命週期。換言之，個人的政治資本在人生各個階段均可能受到媒介使用的影響。未來研究應考慮採用可推論因果關係的實驗法或連續樣本調查設計（panel design），以瞭解同一批受訪者於連續調查期間之政治資本的變化是否受媒介使用影響。

註釋

- 1 本論文初稿曾在淡江大學舉辦的「知識、創新、傳播」學術研討會（台北：淡水，2004年12月10日）宣讀。本研究為中央研究院社會學研究所社會變遷第四期第四次（NSC 92-2420-H-001-002-B1）傳播組計劃之一，作者感謝計劃主持人章英華教授及計劃助理徐瑞蓮與柳子駿之協助。
- 2 九〇年代的新興研究問題曾討論「電視是否有害市民參與」，其間哈佛大學學者 Putnam（1995）直指電視腐蝕了美國的「社會資本」，為電視與市民參與相關論述之濫觴。
- 3 實際抽樣執行程序如下：根據羅啓宏（1992）所撰著之〈台灣省鄉鎮發展類型之研究〉，依人口特性、商業發展、公共設施、財政狀況、地理環境等相關指標將台灣各鄉鎮分為七層，再加上台北市、高雄市、省轄市各為一層，共計十層。抽樣時，先計算各分層所有鄉鎮之人口數，依其人口數比例分配各分層欲抽出之人數，並在各分層中依人口數多寡抽取一定數目鄉鎮市區。其後在每一鄉鎮市區中再依人口數之多寡依照等距抽樣法（systematic sampling）有系統地抽取一定數目村里，最後在前述中選村里中再同樣依等距抽樣法抽取一定數目受訪個案。
- 4 正式施測時，以台灣地區為研究範圍，研究對象為十八歲以上中華民國國民，預計完成樣本案數為 2000 案，另加抽「戶中網際網路使用者」達至少 400 案。依照前述分層三段等機率抽樣原則抽取合格樣本，為了避免拒訪或其他干擾因素起見而無法達成預計完成數，本研究抽樣乃採膨脹方式估算每一村里所需抽取之人數。進行

抽樣時所參照之膨脹比例，則是依據「台灣地區社會變遷基本調查第四期第三次」調查計畫每一分層之完成率來估算膨脹比例，約介於 1.6 倍至 2.1 倍之間，共計抽出 3,724 案。本計畫於第一階段抽取 3,724 案，除需訪問主之樣本外，尚包含加抽戶之網際網路使用訪問樣本，但仍未達預定之完成 2,000 案，所以又加抽 650 案，共達 4,374 案。又因有戶中加抽網際網路者樣本 278 案，總樣本數實為 4,652 案。共計完成 2,161 案，包括主樣本之 1,946 案，加訪樣本之 215 案，完訪率為 44%。確定受訪者不住在戶籍地者及身心障礙無法溝通者有 746 人，扣除後之完訪率為 54%。

- 5 依據本文作者羅文輝的研究經驗，採用正面與負面題項建構指標（index）之 α 值常較只採用正面題項建構之指標低。然此一經驗是否正確，尚待未來研究驗證。

參考書目

- 交通部統計處（2005 年 6 月）。〈台灣地區民眾使用網際網路狀況調查報告〉。上網日期：2006 年 5 月 11 日，取自：http://www.motc.gov.tw/survey/20050719153902_94www.WDL
- 盛治仁（2003）。〈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》，10(1): 7-40。
- 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。
- 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。
- 羅文輝、黃葳威（2000）。〈2000 年總統選舉公民營報紙新聞之比較

研究》，《選舉研究》，7(1): 1-20。

羅文輝、鍾蔚文（1992）。《報紙與電視如何報導民國八十年的第二屆國代選舉》。亞洲協會專題研究報告。

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。

羅啓宏（1992）。〈台灣省鄉鎮發展類型之研究〉，《台灣經濟月刊》，190: 41-68。

Aberbach, J. D., & Walker, J. L. (1970). Political trust and social ideology. *American Political Science Review* 64, 1199-1219.

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.

Almond, G., & Verba, S. (1963). *The civic culture: Political attitudes and democracy in five nations*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

Atkin, C. K., Galloway, J., & Nayman, O. B. (1976). News media exposure, political knowledge and campaign Interest. *Journalism Quarterly* 53, 231-37.

Baron, S., Field, J., & Schuller, T. (Eds.). (2003). *Social capital: Critical perspectives*. New York: Oxford University Press.

Barber, B. R. (1984). *Strong democracy*. Berkeley: University of California Press.

Bimber, B. (2001). Information and political engagement in America: The search for effects of information technology at the individual level. *Political Research Quarterly*, 54(1), 53-67.

Bimber, B. (1998). The Internet and political transformation: Populism, community, and accelerated pluralism. *Policy*, 31, 133-160.

Bourdieu, P. (1998). *Practical reason: On the theory of action*. Cambridge,

U.K.: Polity Press.

- Brehm, J., & Rahn, W. (1997). Individual-level evidence for the causes and consequences of social capital. *American Journal of Political Science*, 41, 999-1023.
- Briggs, Xavier de Souza (2004). Social Capital: Easy beauty or meaningful resource? *Journal of the American Planning Association*, 70(2), 151-158.
- Briggs, Xavier de Souza (2003). Social capital, types of. In K. Christensen & D. Levinson (Eds.). *The encyclopedia of community: From the village to the virtual world*, Vol. 3 (pp. 1277-1283). Thousand Oaks, CA: Sage.
- 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., Converse, P. E., Miller, W., & Stokes, D. (1964). *The American voter: An abridgement*. New York: John Wiley & Sons.
- Cappella, J. N., & Jamieson, K. H. (1997). *Spiral of cynicism: The press and the public good*. New York: Oxford University Press
- Chaffee, S. H. & Kanihan, S. F. (1997). Learning about politics from the mass media. *Political Communication*, 14, 421-430.
- Chaffee, S. H., Zhao, X., & Leshner, G. (1994). Political knowledge and the campaign media of 1992. *Communication Research*, 21(3), 305-324.
- Chanley, V. (2002). Trust in government in the aftermath of 9/11: Determinants and consequences. *Political Psychology*, 23(3), 469-83.
- Citrin, J. (1974). Comment: The political relevance of trust in government. *American Political Science Review* 68, 673-688.
- Citrin, J., & Muste, C. (1999). Trust in government. In J. P. Robinson, P. R.

- Shaver & L. S. Wrightsman (Eds.), *Measures of political attitudes* (pp. 465-532). San Diego, CA: Academic Press.
- Converse, P. E. (1972). Change in the American Electorate. In A. Campbell & P. E. Converse (Eds.), *The human meaning of social change* (pp. 263-337). New York: Russell Sage Foundation.
- Converse, P. E. (1964). The nature of belief systems in mass publics. In D. Apter (Ed.), *Ideology and discontent* (pp. 206-261). New York: Free Press.
- Conway, M. (1991). *Political Participation in the United States*. Washington, DC: CQ Press.
- Corrado, A., & Firestone, C. M. (1996). *Elections in cyberspace: Toward a new era in American politics*. Washington, D.C.: Aspen Institute.
- Dahl, R. (1989). *Democracy and its critics*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Davis, R. (1999). *The web of politics: The Internet's impact on the American political system*. New York: Oxford University Press.
- Davis, R., & Owen, D. (1998). *New media and American politics*. New York: Oxford University Press.
- Delli Carpini, M. X. (2004). Mediating democratic engagement: The impact of communications on citizens' involvement in political and civic life. In L. L. Kaid (Ed.), *Handbook of political communication research* (pp. 395-434). Mahwah, NJ: LEA.
- Delli Carpini, M. X., & Keeter, S. (1996). Stability and change in the U.S. public's knowledge of politics. *Public Opinion Quarterly*, 55, 583-612.
- Eighmey, J., & McCord, L. (1998). Adding value in the information age: Uses and gratifications of sites on the World Wide Web. *Journal of*

- Business Research*, 41, 187-194.
- Eveland, W. P., Jr. (2002). News information processing as mediator of the relationship between motivations and political knowledge. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 79(1), 26-40.
- Fishkin, J. (1991). *Democracy and deliberation: New direction for democratic reform*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Gore, A., Jr. (1991). Information superhighways: The next information revolution. *Futurist*, 25(1), 21-23.
- Hallin, D. (1992). Sound bite news: Television coverage of election, 1968-1988. *Journal of Communication* 42, 5-24.
- Hart, R. P. (1996). Easy citizenship: Television curious legacy. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 546, 109-119.
- Hart, R. P., Smith-Howell, D., & Llewellyn, J. (1990). Evolution of presidential news coverage. *Political Communication and Persuasion* 7, 213-230.
- Inglehart, R. (1997). *Modernization and postmodernization: Cultural, economic, and political change in 43 countries*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Johnson, T. J., & Kaye, B. K. (1998). A vehicle for engagement or a haven for the disaffected? Internet use, political alienation and voter participation. In T. J. Johnson, C. E. Hays & S. P. Hays (Eds.), *Engaging the public: How government and media can reinvigorate American democracy* (pp. 123-135). Lanham, MD.: Rowman & Littlefield.
- Kaye, B., & Johnson, T. (2003). From here to obscurity?: Media substitution theory and traditional media in an on-line world. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 54(3), 260-273.

- Kern, M. (1997). Social capital and citizen interpretation of political ads, news, and Web site information in the 1996 presidential election. *American Behavioral Scientist*, 40, 1238-1249.
- Kim, S. H., & Han, M. (2005). Media use and participatory democracy in South Korea. *Mass Communication and Society* 8(2), 133-153.
- Klapper, J. T. (1960). *The effects of mass communication*. New York: The Free Press.
- Kraut, R., Patterson, M., Lundmark, V., Kiesler, S., Mukopadhyay, T. & Scherlis, W. (1998). Internet paradox: A social technology that reduces social involvement and psychological well-being? *American Psychologist*, 53, 1017-1031.
- Light, I. (2004). Social capital's unique accessibility. *Journal of the American Planning Association*, 70(2), 145-151.
- Lin, N. (2001). *Social capital*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Lipset, S. M., & Schneider, W. (1983). The decline of confidence in American institutions. *Political Science Quarterly*, 98, 379-400.
- Lo, Ven-hwei. (1994). Media use, involvement and knowledge of the Gulf War. *Journalism Quarterly*. 71(1), 45-56.
- McLeod, J. M., & McDonald, D. G. (1985). Beyond simple exposure: Media orientations and their impact on political processes. *Communication Research*, 12, 3-33.
- 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.
- McQuail, D. (1987). The functions of communication: A non-functionalist overview. In C. R. Berger & S. H. Chaffee (Eds.), *Handbook of communication science* (pp. 327-346). Beverly Hills, CA: Sage.

- McQuail, D. (1985). Gratifications research and media theory: Four models or one. In K. E. Rosengren, L. Wenner & P. Palmgreen (Eds.), *Media gratifications research: Current perspectives* (pp. 149-167). Beverly Hills, CA: Sage.
- Milbrath, L. W., & Goel, M. L. (1982). *Political participation: How and why do people get involved?* (2nd ed.). Washington, DC: University Press of America.
- Moy, P. & Scheufele, D. A. (2000). Media effects on political trust and social trust. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 77, 744-759.
- Moy, P., Scheufele, D. A., & Holbert, R. L. (1999). Television use and social capital: Testing Putnam's time displacement hypothesis. *Mass Communication Society*, 2, 27-45.
- Nie, N., Verba, S., & Petrocik, J. (1976). *The changing American voter*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Nie, N., & Erbring, L. (2000). *Internet and society: A preliminary report*. Retrieved from http://www.stanford.edu/group/siqss/Press_Release/internetStudy.html
- Norris, P., & Jones, P. (1998). Virtual democracy. *Harvard International Journal of Press/Politics*, 3(2), 1-4.
- Nye, J. S., Zelikow, P. D., & King, D. (1997). *Why people don't trust government*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Patterson, T. (1993). *Out of order*. New York: Alfred A. Knopf.
- Pavlik, J. V. (1996). *New media technology: Cultural and commercial perspectives*. Boston: Allyn & Bacon.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. New York: Simon & Schuster.
- Putnam, R. D. (1995). Tuning in, tuning out: The strange disappearance of

social capital in America. *PS: Political Science and Politics*, 284, 664-683.

Putnam, R. D. (1993). *Making democracy work: Civic traditions in modern Italy*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

Robinson, M. J., & Appel, K. R. (1979). Network news coverage of congress. *Political Science Quarterly* 94, 407-48.

Robinson, M. J., & Levy, M. R. (1986). *The main source: Learning from television news*. Beverly Hills, CA: Sage.

Rosen, J. (1999). *What journalists are for*. New Haven, CT: Yale University Press.

Rosenstone, S. J. & Hansen, J. M. (1993). *Mobilization, participation, and democracy in America*. New York: Macmillan.

Rueschemeyer, D. (2004). Addressing inequality. *Journal of Democracy*, 15(4), 76-90.

Scheufele, D. A., & Nisbet, M. C. (2002). Democracy online: New opportunities and dead ends. *Harvard International Journal of Press/Politics*, 7(3), 53-73.

Scholz, J. T., & Lubell, M. (1998). Trust and taxpaying: Testing the heuristic approach to collective action. *American Journal of Political Science*, 42(2), 398-417.

Shah, D. V., Kwak, N., & Holbert R. L. (2001). "Connecting" and "disconnecting" with civic life: Patterns of Internet use and the production of social capital. *Political Communication*, 18, 141-162.

Stroll, C. (1995). *Silicon snake oil*. New York: Doubleday.

Sullivan, J. L., Piereson, J., Marcus, G. E. (1982). *Political tolerance and American democracy*. Chicago: The University of Chicago Press.

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

463-483.

- Tolbert, C. J., & McNeal, R. S. (2003). Unraveling the effects of the Internet on political participation? *Political Research Quarterly*, 56(2), 175-185.
- Turkle, S. (1996). Virtuality and its discontents: Searching for community in cyberspace. *The American Prospect*, 24, 50-57.
- Verba, S., Schlosman, K. L., & Brady, H. E. (1995). *Voice and equality: Civic volunteerism in American politics*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Viles, P. (1993). Hosts, callers trash Clinton on talk radio. *Broadcasting and Cable*, 12, 43.
- 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.
- Zhao, X. & Chaffee, S. (1995). Campaign advertisements versus television news as source of political issue information. *Public Opinion Quarterly*, 59, 41-65.
- Zillmann, D. (1985). The experimental exploration of gratifications from media entertainment. In K. E. Rosengren, L. A. Wenner & P. Palmgreen (Eds.), *Selective exposure to communication*. (pp. 225-239). Hillsdale, NJ: Erlbaum.

附錄一

政治知識題項如下：

1. 您知不知道我國現任的副總統是誰？
2. 您知不知道目前我國憲法規定的總統任期是幾年？
3. 您知不知道目前立法院中哪一個政黨的立法委員最多？
4. 您知不知道現在的教育部長是誰？
5. 您知不知道新黨比較支持台灣獨立還是兩岸統一？
6. 您知不知道現在的民進黨黨主席是誰？
7. 您知不知道我國憲法的修正由哪一個民意機關負責？
8. 您知不知道陳文茜是哪一個政黨的立法委員？
9. 您知不知道下列三個國家中，哪一個國家和台灣有正式邦交？
10. 您知不知道在香港回歸中國後，香港現任的行政首長是誰？

Media Use and Political Capital

Yi-Ning Katherine Chen & Ven-hwei Lo*

ABSTRACT

This study explores the concept of political capital and its relationship with various forms of media use. The results show that political capital is a complex concept that includes five basic dimensions: political networking, political interests, political knowledge, political trust, and political participation.

The results of the study also show that time spent on watching TV, reading the newspaper, and surfing the Internet are quite limited in predicting political capital, while the extent of exposure to newspaper political news is a significant predictor for political networking, opinion expression, campaign participation, political knowledge, and political interest. The preceding does not include cultivating political trust. The extent of exposure to TV political news significantly predicts campaign participation, political knowledge, and political interest. Exposure to political news on the Internet can predict opinion expression, political knowledge, and political interests.

Overall, this study shows that political content exposure is a better predictor for political capital than overall time spent on viewing media. In

* Yi-Ning Katherine Chen is Associate Professor at the Department of Advertising, National Chengchi University, Taipei, Taiwan. Ven-hwei Lo is Professor at the Department of Journalism, National Chengchi University, Taipei, Taiwan.

• 新聞學研究 • 第八十八期 民 95 年 7 月

addition, the results indicate that tradition media work better than new media in accumulating political capital.

Keywords: political capital, media content use, time spent on media