

## 2004年台灣總統大選傳統媒體、公眾與網路討論議題 之關聯分析

左宗宏\*

### 《摘要》

本研究以議題設定理論中之第一面向為研究架構，探究並釐清傳統媒體、網路媒體與公眾議題三者之間的交互關係與不同議題之顯著性差異，除了分析比較傳統媒體使用者與網路電子佈告欄使用者對於選舉議題的關心程度之差異外，研究者亦欲豐富「議題設定」理論在媒體互動影響(inter-media agenda-setting)的解釋內涵。研究結果顯示一般公眾關心的議題前五名分別是治安、經濟發展或失業、兩岸關係、政治安定、司法改革；報紙議題報導量最多的前五名則為公投、特權關說舞弊、行政貪污、兩岸關係、外交或國際地位；至於在網路上討論最多的前五項議題則是公投、金權政治、特權關說、台灣前途、政治安定。由此觀之，傳統平面媒體與互動網路媒體之間的議題設定功能，較之過去議題設定理論所強調之「報紙議題報導會影響選民對於議題重要性之認知」，更為明顯。

**關鍵詞：**民意、電子佈告欄、總統選舉、議題設定

---

\* 作者左宗宏為南華大學傳播管理學系專任助理教授。E-mail: dustindzwo@gmail.com

投稿日期：2007年10月15日；通過日期：2008年1月。

## 壹、前言

有關媒體對於選民認知態度的影響，一九七二年 McCombs 的「議題設定」理論已證實了地方報紙在選舉期間針對部分議題的大量報導，足以讓讀者認定該議題的重要性。亦即，新聞媒體對某一公共議題報導越多，民眾也越傾向認為，該議題為值得關心的重要議題(Dearing & Rogers, 1988; McCombs & Shaw, 1972; Sohn, 1978)。之後的三十年間，許多傳播與政治學者更針對不同的變項進行探討，以進一步瞭解大眾媒體的議題設定效果。有鑑於大眾媒體具有強大的議題設定功能，足以在選舉期間強化甚或改變選民對於候選人與各類社會議題的認知(McCombs & Shaw, 1972)，因此每逢選舉期間，候選人即爭相在媒體上針對與選舉有關議題表達立場，甚至建構對自己有利的選舉議題。

隨著傳播科技的日新月異，傳統大眾傳播媒體受到了很大的威脅，其中尤以網際網路(the Internet)的威脅為最。網路科技的發達和運用已廣泛地影響各個社會層面，而傳統大眾媒介對公眾議題的設定效果也連帶受到了影響(Dzwo, Roberts, & Wanta, 2002)。事實上，在政治傳播的領域裡，因為網際網路的普及，每逢選舉期間，此一即時且互動性強大的媒體即提供了網路使用者一個充分發表意見的論壇空間。

台灣自 1987 年解嚴以來，隨著政黨與媒體的開放設立以及選舉活動趨於頻繁，民眾接觸政治議題與參與政治活動的空間也隨之擴大，但媒體的開放與自由言論空間也意味著大眾媒體在議題設定的操控上，具有更廣泛與決定性的影響力(King, 1997)。雖然媒體的「議題設定」在民主開放的社會中具有主導民意走向的功能，但是回顧過去三十年來的「議題設定」理論文獻以及實證研究報告，大多數的研究較偏向以傳統媒體如電視、報紙、雜誌等為主，關於網路媒體所發展出來的互動式民意論壇（如電子佈告欄），以及跨不同型態媒體間（傳統媒體 vs. 網路媒體）的交互影響等相關研究則較為少見。因此，面對千變

萬化而又日新月異的網路傳播型態，更需要深層地釐清傳統媒體、網路媒體與公眾議題三者之間的交互相關程度。

本研究的目的即藉由 2004 年的台灣總統大選，透過內容分析法與電話訪談法檢視傳統媒體、網路媒體議題與公眾認定之重要議題，三者間的交互關係與顯著性差異。為了瞭解上述三者議題的變化，在網路議題的分析上，有鑑於網路提供了許多不同的功能，讓使用者表達自己對於各類議題事件的看法，本研究選擇電子佈告欄(Electronic Bulletin Boards: EBBs)作為瞭解網路議題討論的平台。在傳統媒體方面，則內容分析了中國時報、聯合報與自由時報等國內三大報有關總統選舉議題的新聞報導。本研究欲探討之主要問題如下：

問題一：傳統媒體之選舉新聞議題報導數量，與民眾對於議題重要性的認知是否呈現相關？

問題二：民眾對於議題重要性的認知與網路使用者在電子佈告欄上討論議題的數量是否呈現相關？

問題三：傳統媒體之選舉新聞議題報導數量，與網路使用者在電子佈告欄上討論議題的數量是否呈現相關？

除了議題重要性的認知外，本研究也欲瞭解：

問題四：選民投票時的考量，是否與傳統媒體的選舉新聞議題報導內容與數量呈現相關？

## 貳、文獻探討

### 一、議題設定理論

議題設定理論實證發現肇始於 McCombs 與 Shaw(1972)分別針對 1968 及 1972 年的選舉，研究媒體報導如何影響選民對選舉議題的認識。他們發現媒介對議題報導的多寡和版面的位置，與公眾對議題之重要優先順序認知，有顯著

的相關性。因此，三十多年來，媒體一直被視為民眾學習理解生活中不同事務的主要來源，許多以議題設定為理論架構的研究，也已跳脫政治選舉的範疇，透過不同研究主題，驗證了媒體對於民眾的影響力(McCombs, 1997)。綜觀議題設定理論三十幾年來的研究，涉及議題設定的三種類型議題為媒體議題、公眾議題、和政策議題。其階層效果由上而下分別是媒體議題影響公眾對議題的認知，當公眾議題被凸顯成重要議題後，政策的制訂考量亦隨之改變(Dearing & Rogers, 1996)。事實上，後來的研究發現三者之間的關係，時常會隨著議題的差異而在主導設定權上，有所不同。

McCombs 和 Shaw 在 1972 年所發表的議題設定理論，假設議題在媒體報導的數量多寡與公眾對議題重要性的認知是成正比的。他們發現，大眾媒介針對新聞議題報導的多寡的確會影響閱聽眾心中對該議題重要性的認同，一項新聞議題會因為媒體大幅度與長時間報導而被突顯出來，進而在民眾的心裡產生深刻的印象。

在此研究層次中，研究者主要將媒介議題與公眾議題做為研究媒體效果的主要變項，並探討兩者之間的關連性。針對媒介議題的測量，通常以內容分析的方法檢視媒體如何報導不同的新聞事件或議題，新聞報導的量化分析乃成為測量媒介議題是否突顯的重要指標(Funkhouser, 1973)。在公眾議題方面，則是以一般的民意調查為測量方式，然後將意見調查的結果資料與媒體報導的數量做兩者議題數量以及重要性排序的比較，以驗證媒體報導是否會對民眾產生議題設定的影響。

回顧議題設定理論的演進過程，從基本概念的驗證至九零年代中期探討議題屬性報導對於選民認知態度的影響，再到媒介新聞議題的來源，約略可以區分為四個階段(McCombs & Shaw, 1993)：第一個階段為單純比較媒介報導數量與公眾議題的顯著性認知之實證研究。第二個階段強調議題設定效果的成因必須考慮許多其他的外在因素，例如新聞軟硬屬性 (Brosius & Kepplinger, 1990)、民

眾對於新聞的涉入感與興趣多寡(Hu & Wanta, 1993)、人際傳播 (Wanta & Wu, 1992)、個人經驗或引導需求(Dearing & Rogers, 1988)以及媒介可信度(Hu & Wanta, 1994)；第三個階段仍以選舉為研究領域，探究候選人形象以及選民政治興趣的影響。即議題設定的第二面向研究(Ghanem, 1997；King, 1997)，分析選民在接收候選人形象報導後，態度是否產生變化。如陳憶寧（2004）針對 2002 年台北市長選舉的研究發現不論是在競選前期或後期，公眾議題都會跟隨著報紙議題產生趨同現象，且候選人形象設定部分也得到相同的結論。第四個階段則回頭探討媒介新聞議題的來源，藉以瞭解「誰設定了媒介議題（Who sets the press agenda）？」

媒體議題與公眾議題的時間間隔選擇是驗證議題設定假設時的重要考量因素(Eaton, 1989; McCombs & Stone, 1981; Sohn, 1978)。通常，研究者以時間延遲 (time lag) 的方式來測試不同的媒體議題設定效果，因為如此方可判定媒體議題在影響公眾議題的因果關係上的變化順序。Salwen(1988)即認為任何時間點的選擇差異都可能對於公眾議題受到媒體影響產生不同的研究結果。Eyal 和 Winter(1981)建議「四至六個星期」是最適當的時間間距以探究媒體議題的可能影響程度；而 McCombs 和 Stone(1981)認為「二到六個月」的時程可以徹底瞭解媒介議題的變化，進而分析其如何影響公眾議題的走向。Leggett, Shoe-maker, & Wanta(1989)以兩個月的時間分析毒品藥物的報導與輿論之間的關係，發現媒體對於毒品的報導的確會使得一般民眾對於濫用毒品產生負面看法。Chang(2007)以九天為間隔的時間延遲分析方式，發現 1996 與 2004 年台灣總統大選期間，候選人較能設定報紙報導議題的能力遠比記者的設定能力來的強，但政治廣告則未能產生設定報紙議題的效果。

總之，當媒介不斷報導某一特定議題時，只要經過一段時間，媒體所報導的議題必會提升民眾對於媒體報導之特定內容的關心。就媒介議題和公眾議題之間的關係而論，不同學者的研究皆發現，兩者之間的因果關係是單向發展的，且媒體報導某一議題的多寡與民眾對該議題的看法與認知是呈正相關的。

## 二、跨媒體議題設定研究

議題設定理論除了研究媒體議題是否設定公眾議題外，跨媒體之間的設定議題效果，一直都是許多學者關心的焦點。跨媒體議題設定亦可視做「跨媒體影響」(intermedia influence)，早期研究以平面報紙如何從電報取得新聞為主(張耀仁，2006)，而後則探究電視、報紙與通訊社之間的議題互動影響。例如 Stempel(1964) 在分析全美國的 20 家晚報後，發現這些文章大量引用了美聯社的新聞報導。Becker 和 Whitney(1982) 指出，全國性的通訊社新聞編輯常常影響了地方媒體對於部分新聞的報導角度與選擇。Todd(1983)則發現許多日報的頭版編輯相當仰賴通訊社提供的新聞資訊。

就電視與報紙兩個不同媒體來論，電視的議題設定功能較為立即且短暫的，報紙的議題設定效果則是長期而緩慢的(McCombs & Shaw, 1977)。McCombs 與 Roberts (1994)研究 1990 年德州州長選舉發現電視的報導議題許多是來自平面報紙的新聞內容，Cronkite (1998)研究總統大選議題報導，亦發現類似的情形，報紙主導電視報導議題的效果相當顯著。Danielian 和 Reese (1989)分析紐約時報有關毒品報導，發現該報確實有設定電視媒體議題的功能。此外，政治廣告對於電視與報紙新聞議題也會產生議題設定的效果，Boyle(2001)研究 1996 年美國總統大選，發現候選人的電視政治廣告會影響報紙、電視的相關議題報導。

## 三、網路跨媒體議題設定

自九〇年代以降，傳播科技迅速發展，不僅衝擊了傳統的大眾媒體，也讓閱聽眾的媒體使用習慣產生巨大的改變，其中尤以網際網路對全世界的影響最鉅。例如，電腦網路匿名的特質讓使用者在網路上可以展現多重身分，暢所欲言，使得網際網路成為另一個產生輿論與各類議題討論的傳播平台(Hamm, Shaw, & Stevenson, 2001; Rafaeli, 1988)。

網際網路提供了許多功能，如電子佈告欄、個人新聞台、個人部落格、與影音部落格等早已深入網路使用者的日常生活中，甚至取代了過去傳統媒體設定議題的角色。Morris & Ogan(1996)即建議，網際網路必須被視為一個重新檢驗大眾傳播架構與理論的新興領域。因此，過去關於型塑公眾議題來源的研究，是否已逐漸從傳統主流媒體走向上述強調個人化的網路媒體呢(Hamm & Shaw, 1997)? 傳統媒體是否依舊影響著公眾議題? 而網路是否也成為另一個迥異於傳統測量發掘公眾議題的民意平台 (Takeshita, 2005)?

Owen (1997)認為電子佈告欄 (EBBs) 可以在短時間內交換網路使用者意見的資訊平台，大幅降低了過去傳統媒體的守門人功用，且能夠吸引特定議題的網路使用者發表意見或是沈潛觀看議題的討論。在台灣，電子佈告欄 (EBBs) 是網路使用者經常用來交換意見、討論不同事件看法、甚至成為網路交友的地方。韓智先(2001)的論文研究即發現台灣電子佈告欄的討論議題對不同性別、教育程度以及省籍的使用者，均具有顯著設定效果。Kim(2003)對照韓國雅虎網站上討論 *Citizen's Defeat Campaign* 的訊息數量與國內四份主要報紙報導內容，發現平面媒體的報導量與網路媒體的討論則數呈現高度相關的。比較不同媒體使用者接觸硬性與軟性新聞的偏好差異時，Althaus & Tewksbury(2002)發現網路使用者喜好接收軟性的新聞資訊，而且相較於平面媒體讀者，無法正確記得國際、美國國內以及政治新聞的主題。也就是說，網路使用者在網路上想要擷取的資訊，較為貼近日常生活卻又不至於過度嚴肅。Dzwo, Roberts, 與 Wanta(2002)內容分析紐約時報、路透社、美聯社、CNN、以及時代雜誌中的四項新聞議題報導，並與「美國線上」(America On-Line)電子佈告欄中的討論訊息進行跨媒體間議題設定研究，發現傳統新聞媒體中，以紐約時報對於上述四項議題的報導最能影響網路族群的訊息發表數量，其次則為美聯社與路透社，時代雜誌或許是由於一週出刊一次的關係，對於網路族群的議題討論影響力最小。由此可知，日報相較於週刊、雜誌，設定電子佈告欄的討論訊息數量與內容的效果是非常顯著的。

探討新聞網站做為新聞資訊來源的重要性，日本一項全國民調結果，說明超過一半的日本網路使用者是從新聞入口網站汲取資訊，由此可見電子化的新聞網站已趕上傳統媒體，成為現代人接收日常事務資訊的來源(Takeshita, 2005)。Lim(2006)延續過去探討跨媒體議題設定的研究架構，探討網路通訊社與兩家韓國線上新聞媒體之間的議題設定因果關連。藉由時間序列分析，他發現兩家線上報紙(on-line newspapers)的新聞議題數量主導了線上通訊社之新聞內容，此點與過去通訊社提供平面報紙新聞資訊大不相同。然而，規模較大的線上報紙議題則如一般平面報紙之間的因果關聯般，影響了規模較小的線上報紙的議題報導走向。Kaid, Ku 與 Pfau(2003)探討 2000 年美國總統候選人個人網站對於電視、報紙議題與公眾議題的影響效果。他們以三次時間點為分析階段，發現網站議題在兩個階段都能影響民意，且能影響電視議題，至於報紙則比電視對民眾議題有較大之影響力，此點與過去的研究結論相仿。

針對社會運動議題設定的研究，Schiffer(2006)發現網路日誌(online diary)不僅扮演寫作者與讀者溝通的橋樑，且還能藉由民意論壇版面設定報紙的議題走向。Song (2007)則藉由韓國境內反美抗爭議題，發現主編與該報社的屬性在網路報紙與平面報紙的議題報導面向上，都產生議題設定的效果。

從上述文獻可知，議題設定研究的焦點近幾年來已開始轉向網路媒體，許多研究者意圖瞭解並釐清網際網路上不同的呈現形式如網路報紙、部落格、個人網站中的各種資訊議題是否受到其他傳統媒體的影響，亦或是反向影響了其他媒體報導新聞議題的走向與內涵。雖然傳統媒體仍是主導民眾認知生活中重要議題的來源，但近十年的研究發現也說明了網際網路的議題設定效應持續擴散中，不僅單向地讓民眾獲取更多生活資訊，民眾也能透過網路互動的特性，表達自己的意見；而網路部落格或電子佈告欄也提升了媒體組織與民意之間對話的可能性。因此本研究意圖藉由 2004 年單一的選舉活動，同時探討傳統媒體、網路論壇與公眾三項議題之間的關聯程度。



#### 四、媒體議題與投票決定

議題投票一直是選舉研究中的重要課題（盛治仁，2002），議題投票意謂著選民在投票時，考慮投給與自己立場相似的候選人，而將政黨認同或是候選人人格特質等因素排除(Carmines & Stimson, 1980)。事實上，選民專注於大眾媒體報導的議題，確實是選民瞭解候選人立場的主要來源，唯有經由媒體報導，眾多議題的重要性才能被凸顯，進而成為投票的參考依據(Gelman & King, 1993；Kim, Scheufele, & Shanahan, 2005)。

Berkowitz 和 Pritchard(1989)發現選民仰賴報紙訊息的程度與其瞭解選舉議題的多寡是呈正相關的。Johnson, Martin 與Stamm (1997)亦認為閱讀報紙與收聽廣播是選民理解政治議題的預測因素之一。Blais, Fournier, Gidengil, Nadeau, & Nevitte(2003)研究1997年加拿大選舉，議題的重要性與否的確影響了選民的投票偏好，特別是與執政者候選人相關的議題最為明顯。國內盛治仁(2002)建議投射作用反而是探討議題投票時，影響選民認知政策立場的重要考慮因素。游清鑫(2000)針對2000年總統大選探討「興票案」議題與選民投票行為的關係。他發現教育程度較高、本省籍以及認同民進黨的選民會因為此議題而改變投票對象。因此，媒體對於議題的關注程度，會影響選民對於候選人支持度，甚至投票考量。張佑宗(2006)探討2004年總統大選負面選舉事件與選民投票抉擇關連性，則發現對於陳水扁不利的負面新聞與是否支持其連任有關係，而對連戰不利的負面新聞同樣影響了泛藍選民的投票決定。

過去三十多年來，議題設定理論應用的範疇涵蓋了政治傳播、社會運動(Hamm & Shaw, 1997)與健康傳播(Fan & Hertog, 1995)等領域，且媒體議題來源也從傳統媒體轉移到新興的網路媒體。綜覽上述與議題設定理論相關之文獻，傳統媒體對於公眾的議題重要性與屬性認知已具有單向主導設定的功能，網路媒體則因其互動、不受時空因素影響的特性，使其在議題設定上更具有彈性，不僅傳統媒體會隨部分網路議題的擴散而報導，網路使用者更易藉其普及可近

用性，抒發自己的意見。網路雙向設定議題的功能遠較傳統媒體來的強大。然而，不論是探討傳統媒體與公眾議題、新興媒體與公眾議題或是跨媒體之間的因果關係，皆未見將三者的關連程度一併置於分析架構中。本研究嘗試藉由2004年的台灣總統大選，蒐集並比較三種不同類型議題：傳統報紙媒體、一般公眾與電子佈告欄，釐清三者之間的關聯程度，且探究民眾對於不同議題重要性的認知程度是否亦會影響其投票抉擇。

### 參、研究假設

根據 Dzwo 等人(2002)與 Kim(2003)的研究，電子佈告欄的訊息發表數量會隨著報紙或通訊社報導的數量而有所變化，而自 McCombs 與 Shaw(1972)的實證研究以來，許多研究已證明傳統媒體會影響公眾對於不同議題的重要性認知。Kaid, Ku 與 Pfau(2003)的二手資料分析則發現網站議題會在不同的時間點影響民眾議題，此外 Kim 等人(2005)發現選舉期間，選民越關注媒體報導，媒體議題越容易影響選民的投票決定。基於上述相關文獻，本研究假設建立如下：

假設一：傳統媒體對於不同議題報導的數量越多，網路電子佈告欄中討論該些議題的數量則越多。

假設二：傳統媒體對於不同議題報導的數量越多，公眾對於該些議題的重要認知程度也越高。

假設三：網路電子佈告欄中討論不同議題的數量與公眾對於該些議題的重要認知程度成正相關。

假設四：傳統媒體報導某些議題的數量越多，該議題對於選民投票考量的影響程度越大。

### 肆、研究方法

本研究主要在探討傳統媒體、一般公眾以及網路電子佈告欄議題內容、數量，三者之間的關聯程度，議題的定義為一則新聞報導或是討論訊息中的中心

主題<sup>1</sup>，公眾議題則透過電話調查法，直接詢問民眾認為最需要解決的問題，蒐集與分析議題資料的研究方法為內容分析法以及全國電話訪談，分別介紹如下：

## 一、內容分析法

就報紙媒體的新聞報導分析來說，雖然 Shoemaker 等人(1989)主張 2 個月的時間為分析媒體報導內容的適當時程，然而，由於本研究以全國性的總統大選議題為研究主軸，因此，本研究以近四個月的時間做為分析報紙新聞內容的時程，以探究報紙的議題報導是否會影響到民眾對各種議題的看法。選取的報紙為國內三大報—中國時報、聯合報、與自由時報，新聞報導的選取時間從 2003 年 12 月 1 日至 2004 年 3 月 1 日，共計 92 天。新聞的選取版面範圍以國內版之第 1 至第 6 版為主，選舉期間的造勢活動、宣傳廣告、政治漫畫、照片圖像、報章社論等均不納入分析範疇。鑑於新聞樣本的分析數量相當龐大，故以「一則（篇）」新聞報導為分析單位。編碼的類目參考了黃秀端在 2000 年所做的總統大選研究以及陳憶寧(2004)的台北市長選舉研究，並參酌總統大選期間重要的新聞事件（如公民投票），共計有 47 項類目<sup>2</sup>。編碼過程中，由於是以「則」為分

---

<sup>1</sup> 詳細參照附錄一。

<sup>2</sup> 47 項類目包括：金權政治、賄選、特權關說舞弊、行政貪污腐化、軍隊國家化司法不公或司法改革、政治安定、憲政改革、黑道介入政治、兩岸關係、統獨或國家認同、台灣前途、外交或國際地位、重返聯合國、中共武力犯台、國防安全、交通、住宅或房價、治安、社會福利、醫療保險、社會道德風、原住民、族群和諧或省籍問題、青少年犯罪、經濟發展、產業空洞化、物價浮動、失業、股市穩定、農地規劃、貧富差距、教育改革、休閒娛樂、社會風氣敗壞、環境保護、垃圾處理、空氣水與噪音污染、核能污染、其他（需註明）。

上述許多類目在全部編碼完成後，又可互相合併或刪減成更大範圍的類目選項，以方便與電子佈告欄與媒體議題比較分析，故受訪者回答的內容可能與媒體議題項目的文字內容不完全吻合。

析單位，因此，編碼員是以新聞報導中佔有較多文字數量、篇幅的主題為編碼標的，如編碼員之間有不同意見者，以研究者為最後的決定者。

在網路電子佈告欄的討論訊息部分，研究者利用目前在台灣相當知名，且搜尋的數量與速度皆受到良好評價的 Google 搜尋引擎，做為蒐集網路使用者在電子佈告欄張貼訊息的來源。分析的單位以單一訊息標題為主，不受文字長度的侷限，此訊息標題可能涵蓋超過兩則以上往返互動的訊息，但仍以一則為分析單位。訊息以表面的意義來分析，並歸類至不同的議題類目。此外，訊息的內容如為謾罵、攻訐或是單純的轉貼新聞文章，則不納入分析樣本。討論訊息的分析原則，如上述報紙媒體的編碼方式。

雖然傳統媒體的議題設定效果至少需要 2 至 4 個星期，但有鑑於網路的及時性與方便性，網路使用者在電子佈告欄中張貼訊息，一定是在接收了媒體報導後的數天，甚至數小時，即上網表達意見(Dzwo et al., 2002)。因此，分析網路訊息的日期間隔與傳統媒體新聞相同，從 2003 年 12 月 1 日至 2004 年 3 月 1 日。搜尋時所用的關鍵字，包括但不限於以下的字詞：「連戰」、「宋楚瑜」、「陳水扁」、「呂秀蓮」、「總統選舉」、「台灣選舉」、「總統大選」、「扁呂」、「連宋」等。

在開始進入實際研究分析傳統媒體新聞報導以及網路討論訊息前，研究者邀請兩位研究生進行兩階段的編碼員信度測試。經過詳細說明研究目的與編碼規則後，研究者給予每位編碼員各 10 則的新聞報導文章與網路訊息。在第一階段，藉由研究者與兩位編碼員不斷地修正討論編碼類目後，每位編碼員於第二階段再次分配了 50 則的新聞文章與 50 則的網路討論訊息，最後根據「編碼員相互同意」公式計算而得交互信度約為 86.6%。

## 二、問卷調查法

爲了測知一般公眾對於不同議題的認知看法<sup>3</sup>，本研究從 2004 年 3 月 1 日至 3 月 7 日，由北部某私立大學的民調中心，以連續七天電話訪談的方式，透過 5539 通電話嘗試，最後成功訪談了全國 1178 位合格選民，瞭解他們對於選舉議題、事件的意見看法，訪談成功率爲 21%。在 1178 位受訪者中，567 位是男性，女性受訪者有 611 位，65%以上的受訪者教育程度在高中以上，年齡 20 到 60 歲以上者則佔全部受訪民眾的 86.8%。爲了驗證假設三，避免兩項議題的發表選民樣本有重複可能，在資料分析時，本研究已剔除掉 28 位在訪談時回答曾經在電子佈告欄表達意見的選民。問卷中除了詢問受訪者心中認爲當前台灣最重要的問題爲何外，還包括了受訪者的媒體使用習慣、投票意向、政黨認同以及相關的人口結構變項。

## 伍、研究發現與假設驗證

### 一、描述性統計

從 2003 年 12 月 1 日至 2004 年 3 月 1 日，本研究在蒐集了 92 天的三大報新聞報導文章以及下載電子佈告欄討論訊息後，共分析了 3,306 則新聞和 11,870 則的討論訊息，其中中國時報有 1114 則，聯合報 1439 則，自由時報則僅有 753 則新聞。雖然三大報對於本次選舉的報導議題各有不同，但分析則數卻以自由時報爲最少，其可能原因在於本研究在歸納分析一則新聞時，以整篇文章爲分析對象，未刻意區分新聞文章中的細微議題差異，而自由時報對於選舉議題之特別報導也較另外兩大報來的少的緣故。表一列舉出三種不同類別議題被報導、討論數量以及受到重視的前十名排列順序。

---

<sup>3</sup> 詳細參照附錄二。

表一 傳統媒體議題、電子佈告欄訊息以及公眾議題  
分析數量或重要性排列前十名順序

	報紙	電子佈告欄	公眾
公投	1065 (1)	1929 (1)	5
金權政治	45	1573 (2)	18
特權關說舞弊	432 (2)	1380 (3)	5
行政貪污腐化	3866 (3)	973 (6)	19 (10)
兩岸關係	309 (4)	773 (8)	182(3)
外交或國際地位	145 (5)	87	52 (6)
司法不公或司法改革	106 (6)	211	78 (5)
國防安全	106 (6)	809 (7)	8
憲政改革	94 (8)	114	10
中共武力犯台	92 (9)	423	10
經濟發展或失業	79 (10)	610 (9)	170 (2)
台灣前途	29	1173 (4)	26 (8)
政治安定	11	995 (5)	133 (4)
族群和諧或省籍問題	52	540 (10)	18
治安	12	2	265 (1)
統獨或國家認同	40	233	51 (7)
教育改革	30	45	25 (9)
未表達意見			23
總計	3306 (則)	11870 (主題)	1178 (人次)

\* 括號內的數字代表該議題被報導、討論的次數或是在民眾心中的重要性程度排序

## 二、假設驗證

表二 傳統媒體、電子佈告欄與公眾議題之相關程度比較<sup>4</sup>

	媒體議題	電子佈告欄議題	公眾議題
媒體議題		0.761**	0.681**
電子佈告欄議題			0.647**
公眾議題			

\*\* p<0.001

<sup>4</sup> Spearman's rho 計算公式為：
$$r_s = 1 - \frac{6 \sum D^2}{N(N^2 - 1)}$$

$\sum D^2$  為兩變項等級差距之平方和。

假設一：傳統媒體對於不同議題報導的數量越多，網路電子佈告欄中討論該些議題的數量則越多。

從表一中之數字可以發現，「公投」議題是 2004 年總統大選最常被報導與討論的議題。除了公投議題外，由於選前三個月曾發生「陳由豪政治獻金」疑雲事件，因此，「特權關說舞弊」亦為此兩個媒體報導討論次多的議題。而導因於公投內容的影響，「國防安全」議題佔傳統媒體報導數量第六位，網路使用者的討論訊息數量也高居第七位。另外，如表二所示，傳統媒體的媒體報導數量與網路電子佈告欄之討論訊息則數之關聯在統計上是顯著的(Spearman's  $\rho = 0.761, p < 0.000$ )，此假設獲得驗證。

假設二：傳統媒體對於不同議題報導的數量越多，公眾對於該些議題的重要認知程度也越高。

本研究假設是過去三十多年來，「議題設定」理論在第一層次面向方面，經常被探討驗證的。針對此一假設，表二的數據顯示，選民對於不同議題的重要認知程度排序的確與傳統媒體的報導數量成正相關(Spearman's  $\rho = 0.681, p < 0.000$ )，故此假設獲得驗證。雖然在 1178 位受訪者的回答中，「治安」問題是大多數民眾認為最需要解決的議題，甚至，只有五位選民認為「公投」是很重要的議題，但進一步比較媒體與公眾的議題數據可以發現，「行政貪污腐化」、「兩岸關係」、「外交或國際地位」以及「經濟發展或失業」等都是佔據前十名報導數量或重要性認知的四項議題。可見得媒體在議題設定或建構上，仍有其一定的影響力。

假設三：網路電子佈告欄中討論不同議題的數量與選民對於該些議題的重要認知程度排序成正相關。

根據表二，一般民眾對於總統大選期間各類議題的重要性看法，與網路電子佈告欄的訊息討論者是呈現一致相關的(Spearman's  $\rho = 0.647, p < 0.000$ )，此

假設獲得驗證。從表一之數據觀之，在排名前十大討論議題以及民眾心目中前十項重要議題當中，「行政貪污腐化」、「兩岸關係」、「台灣前途」和「經濟發展或失業」為網路民眾與一般選民共同關心的議題。亦即，網路使用者與一般公眾關心相似的議題，也會將其意見表達於網路討論區裡。

假設四：傳統媒體報導某些議題的數量越多，該議題對於選民投票考量的影響程度越大。

驗證完上述的三個假設並得知三種議題之間的相關程度後，本研究的另一個問題則是當受訪者選前做投票抉擇，且投票對象僅有兩組主要政黨候選人可供考量時，不同議題重要性的認知程度是否也會在投票考量過程中產生影響力，並進一步探究傳統媒體的選舉議題設定效果。

研究者選取了 11 項在民調訪談日之前最受到媒體關注的議題或事件<sup>5</sup>，詢問該 11 項議題或事件對受訪者投票決定的影響程度，答案以五點利克量表測量。在 1178 位成功的訪談對象裡，有 543 位表示了他們的投票意向，研究者以此 543 位受訪者的作答結果，採用二元式邏輯斯迴歸分析（Logistic regression analysis）檢驗<sup>6</sup>。

---

<sup>5</sup> 十一項議題或事件為「公投」、「治國能力」、「廉潔操守」、「家黨產」、「統獨立場」、「族群意識」、「外交關係」、「治安」、「兩岸關係」、「司法改革」與「教育改革」。為了驗證假設四，該假設中所選取的 11 項最受媒體關注的議題，是在 2004 年 3 月 1 日以前，電訪問卷構思設計時就已經分析並納入考量，為了盡快進行電話訪談題項的通順適宜與否之前測，該 11 項的撰寫時間點約在二月初至中旬之間。因此傳統媒體報導數量之前 11 類議題名稱，在電訪前後期有不一致情形。

<sup>6</sup> 二元式邏輯斯迴歸分析的應變選項為：1. 陳水扁、2. 連戰，在 543 位已經決定投票對象的選民中，有 249 位選民決定要投票給陳水扁，294 位受訪者的投票對象則為連戰，自變項以逐步迴歸順向選擇方式進行檢驗。



表三 媒體議題對於選民投票決定之影響程度 (N = 543)

	$\beta$	S. E.	Wald	Sig.	Exp ( $\beta$ )
公投	-1.006	.100	100.35	.000**	.366
治國能力	.308	.122	6.386	.011*	1.361
廉潔操守	-.253	.123	4.228	.040*	.776
家黨產	-.302	.100	9.198	.002**	.739
族群意識	.285	.093	9.333	.002**	1.329
教育改革	.307	.127	5.823	.016*	1.359

\*\* p < 0.005 ; \* p < 0.05

表三呈現了六項在統計預測上具有顯著重要性的議題。值得注意的是，上述議題除了「公投」外，皆非媒體報導數量最多之前十名議題。從上述影響選民投票抉擇的議題或事件中可以發現，雖然選前的半年期間，公民投票一直是執政黨強力宣導的議題，甚至也讓海峽兩岸以及中美關係產生變化，不過對於受訪選民來說，此一議題對於投票決定，不僅不是正面的，甚且是負面的影響( $\beta = -1.006$ )，此發現也呼應了民調結果中，僅有 5 位民眾將「公投」當成選舉期間最重要議題。而，「廉潔操守」與「家黨產」兩項議題的分析數據也與「公投」議題類似，543 位受訪者在做投票決定時，並不特別在意該兩項議題是否被媒體報導凸顯。至於「治國能力」以及「教育改革」在表三中則顯示其在受訪者心中是投票考量的正向重要因素，「族群意識」雖然也呈顯著的正相關聯，卻並不若上述兩項議題影響力那麼大。本研究假設並未獲得支持。

上述分析結果說明了當選民在決定心目中理想候選人時，一位具有較強治國能力的候選人遠比個人道德操守高尚與否易受到青睞，或許這跟過去四年來執政黨在政績的表現方面未能盡如人意有相當的關聯。

## 陸、結論與建議

### 一、研究發現與討論

本研究企圖在傳統「議題設定」理論的架構下，除了探究傳統媒體與公眾議題之間的相互關係外，並檢驗了互動性與匿名性非常高的網路電子佈告欄在議題設定的功能上與傳統媒體、公眾議題之間的相關性。除了比較議題顯著性的認知程度與報導或討論數量之間的關係外，本研究也一併探討了哪些議題在選前兩個星期會成為選民投票行為的考量。

針對研究的前三項假設驗證可以發現，傳統媒體在設定網路使用者的議題討論上，較之設定一般公眾議題，其影響程度前者(Spearman's rho = 0.761)要比後者(Spearman's rho = 0.681)來的大。雖然三項議題之間彼此的關聯度都達到統計上的顯著性，但是，傳統媒體的議題報導最能在互動性且匿名性高的網路媒體發酵，反而無法絕對地影響一般民眾對於議題重要性認知的優先順序。此點可以從「公投」相關議題高居報紙報導總數量與電子佈告欄全部討論訊息之第一位，卻完全不被大多數受訪民眾視為選舉期間國家面臨之最重要議題觀察出來。

此外，與陳憶寧(2004)的台北市長選舉研究部分發現雷同之處，民眾在這次調查中，相當關心「治安」問題（十大公眾關心議題之首），這項非常貼切民眾生活的議題，在全國性總統大選期間依舊未獲得媒體特別關注，與公投議題相比較後，媒體確實比較強調高度政治性且爭議性的話題。當然，此一現象或許也要歸責於候選人與其政黨設定議題的能力及技巧。至於為何電子佈告欄的討論議題的訊息內容與媒體之報導數量相關程度較大，其原因主要應在於網際網路的即時性與匿名性，由於這樣的特性，當網路使用者對於某些媒體報導的新聞有不同的意見或看法時，這些使用者可以瞬間透過電腦傳遞自己的意見給全國其他的網友。過去的研究亦顯示(Dzwo et al., 2002)，網路上的訊息討論者，可以在一天的時間內，就將傳統媒體的新聞事件，反映在電子佈告欄裡。

「行政貪污腐化」、「兩岸關係」、與「經濟發展或失業」是本研究中媒體、電子佈告欄與公眾共同關注的四項排名在前十名內的議題。如果將「行政

貪污腐化」與「金權政治」、「特權關說舞弊」三項議題合併分析，可以發現受訪民眾與電子佈告欄使用者應是受到諸如「陳由豪政治獻金弊案」、「第一家庭特權（羅太太、陳致中）」、和「候選人家產黨產」等事件影響，以致於將此種並非高度近身性的議題，視為台灣社會亟待解決的問題。至於「兩岸關係」成為共同關注的議題，除了導因於中國與台灣特殊的敵對關係外，此次總統大選附帶舉行之公投內容跟兩岸議題息息相關，更是讓「兩岸關係」成為全國民眾高度關切的主要因素。「經濟發展或失業」議題成為另一個全國關心的話題，除了意謂著台灣最近幾年來經濟景氣不佳外，在野黨在此次總統大選期間不斷利用電視廣告凸顯此主題(Dzwo, 2005)，相信也是形成此一發現的原因。

本研究的另一分析顯示，雖然「公投」議題確實對於選民的投票考量具有顯著影響力，然而，影響力卻是負向的( $\beta = -1.006$ )。當媒體報導類似這般低度「近身性」，無關個人生活福祉的新聞議題時，民眾反而會益發感到厭煩，甚至讓媒體的議題設定功能產生「反彈」(boomerang effect)效果。從「治國能力」對於受訪者投票考量的高度影響程度來看，或許說明了總統候選人在日後的全國性大選中，必須凸顯自己能力的優越性，並認真看待選民內心真正關心的事務，而非習慣性地操弄媒體，「創造」一些與民眾生活疏離的新聞話題。

## 二、研究限制與建議

在傳播科技日新月異且台灣網路使用者逐年增加的情形下，本研究探討了網路電子佈告欄訊息討論內容與一般公眾議題之相關性，雖然兩者之間的關連性呈現顯著，不過與傳統媒體的議題設定效果相比較，仍有些許的差異。有鑑於當前的年輕族群依賴網路媒體的資訊日深，且較無閱讀傳統紙張報紙的習慣，可以預期未來網際網路的議題設定速度與議題深度，會日益增加。怎樣善加利用網路新興媒體以吸引更多年輕選民，當是政治候選人利用大眾媒體時需要思考的課題。針對網路民意與一般公眾民意之間的關聯性，是否為單向因果關聯在本研究中並未做深層的探討。日後如再從事類似相關研究時，不僅需要

更完整的理論架構加以釐清，時間數列的統計分析方法應可更清楚的勾勒出兩者的互動關係。

議題設定理論已經發展了近四十年，本研究以該理論之第一層次概念檢驗傳統媒體、電子佈告欄與公眾議題之間的互動關聯性，並從假設的驗證當中，再一次證明了議題設定理論的學理；傳統媒體報導顯著議題的內容及數量仍會影響網路電子佈告欄的議題討論，且與公眾議題認知之間具有顯著的相關。但是，就選民投票考量而言，媒體大量報導「公投」議題，卻並未成爲其決定過程的重要參考因素之一。

針對內容分析媒體與電子佈告欄訊息的類目編碼選擇，本研究參考的是黃秀端 2000 年總統大選與陳憶寧(2004)的台北市長選舉研究，雖然類目經過重新修訂，但 47 個類目在編碼上仍嫌偏多，日後應可再濃縮分類項目的數量，以提高編碼員之交互信度。同樣地，考量選舉期間媒體新聞報導的數量龐大，本研究的分析單位以「一則」新聞報導爲主，有時候可能面臨篇幅較大且長，編碼員彼此不容易很快達成共識，如果能將編碼類目濃縮，也能降低編碼過程的難度。在類目的解讀部分，電話訪談發現「公投」並非民眾認爲當前台灣最重要的問題之一，不過，研究者以爲，受訪者很可能將「公投」解讀爲是一種選舉的花樣或技巧，不值得關心。但是，當問及影響台灣安全的「兩岸關係」時，此選項卻又是民眾心目中第三重要的問題(N = 182)，而在選舉期間，「兩岸關係」的緊張卻又可能肇因於「公投」事件，如何精確地釐清議題類目之間的相似意涵，將爲日後從事相似議題研究需要留意之處。

Dzwo 等人(2002)曾經特別針對四項全美國選民在 1996 年總統大選期間關注的議題進行分析，以瞭解傳統媒體需要多少時間才能將該些議題的重要性傳遞給網路電子佈告欄使用者。以後的研究亦可選擇特定的議題加以分析，並於分析時增加議題設定理論中的第二層級框架概念，進而豐富議題設定理論在新舊媒體交互影響之間的解釋深度。

爲了測試媒體的議題設定效果，許多研究者都以二階段民調的方式，瞭解民眾如何受到媒體報導的影響。本研究僅在選前的兩個星期施行了一次全國性民調，雖然無法絕對釐清選舉前後期，媒體與民眾議題之間的因果關聯，但由於此次研究亦納入了網路媒體的討論訊息作爲分析樣本，相信對於同時瞭解一般公眾以及網路使用者在選舉期間的議題認知與意見表達仍有相當的助益。

## 參考文獻

- 張佑宗（2006）。〈選舉事件與選民的投票抉擇：以台灣2004年總統選舉為分析對象〉，《東吳政治學報》，22，121-159。
- 張耀仁（2006）。〈跨媒體議題設定之探析：整合次領域研究的觀點〉，《傳播與管理研究》，5(2)，73-130。
- 盛治仁（2002）。〈議題投票與投射作用的探討—以台灣兩千年總統選舉為例〉，《理論與政策》，16(3)，1-18。
- 陳憶寧（2004）。〈媒體議題與公眾議題演化過程之探討：以2002年臺北市長選舉為例〉，《新聞學研究》，81，125-162。
- 游清鑫（2000）。〈候選人與選民的互動：競選策略效果的探討—以2000年總統選舉之「興票案」為例〉，「政治分析的層次問題國際學術研討會」。嘉義：中正大學。
- 黃秀端（2001）。2000年總統大選台灣選民行為（行政院國家科學委員會專案研究計畫，NSC89-2414-H-031-009-SSS）。台北市，東吳大學。
- 韓智先（2001）。《網路討論區的議題設定效果研究:以中華民國八十九年總統大選為例》。世新大學傳播研究所碩士論文。
- Althaus, S. L., & Tewksbury, D. (2002). Agenda setting and the 'new' news: Patterns of issue importance among readers of the paper and online version of the New York Times. *Communication Research*, 29(2), 180-207.
- Becker, L. B., & Whitney, D. C. (1982). 'Keeping the Gates' for gatekeepers: The effects of wire news. *Journalism Quarterly*, 59, 60-65.
- Berkowitz, D., & Pritchard, D. (1989). Political knowledge and communication

- resources. *Journalism Quarterly*, 66(3), 697-701.
- Blais, A., Fournier, P., Gidengil, E., Nadeau, R., & Nevitte, N. (2003). Issue importance and performance voting. *Political Behavior*, 25(1), 51-67.
- Boyle, T. P. (2001). Intermedia agenda setting in the 1996 presidential election. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 78(1), 26-44.
- Brosius, H.-B., & Kepplinger, H. M. (1990). The agenda-setting function of television news: Static and dynamic views. *Communication Research*, 17(2), 183-211.
- Carmines, E. G., & Stimson, J. A. (1980). The two faces of issue voting. *American Political Science Review*, 74, 78-91.
- Chang, C. (2007). The interplay of candidate-initiated and journalist-initiated agendas in the 1996 and 2004 Taiwan presidential elections. *Asian Journal of Communication*, 17(1), 1-23.
- Cronkite, W. (1998). Reporting presidential campaigns: A journalist's view. In D. Graber, D. McQuail & P. Norris (Eds.), *The Politics of News: The News of Politics* (pp. 57-69). Washington, DC.: CQ Press.
- Danielian, L. H., & Reese, S. D. (1989). Intermedia influence and the drug issue: Converging on cocaine. In P. J. Shoemaker (Ed.), *Communication Campaigns about Drugs: Government, Media, and the Public* (pp. 29-45). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Dearing, J. W., & Rogers, E. M. (1988). Agenda-setting research: Where has it been? Where is it going? In J. A. Anderson (Ed.), *Communication Yearbook 11* (pp. 555-594). Newbury Park: Sage.

- Dearing, J. W., & Rogers, E. M. (1996). *Agenda-Setting*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Dzwo, T.-h., Roberts, M., & Wanta, W. (2002). Agenda Setting and Issue Salience Online. *Communication Research*, 29(4), 452-465.
- Dzwo, T.-h. D. (2005). *Strategic analysis of Taiwan's political advertising of presidential elections in 2000 and 2004*. Paper presented at the American Academy of Advertising's Third Asia-Pacific Conference, Hong Kong.
- Eaton, H. (1989). Agenda-setting with bi-weekly data on content of three national media. *Journalism Quarterly*, 66, 942-948, 959.
- Eyal, C. H. , & Winter, J. P. (1981). Agenda setting for the civil rights issue. *Public Opinion Quarterly*, 45(3), 376-383.
- Fan, D. P., & Hertog, J. K. (1995). The impact of press coverage on social beliefs: The case of HIV transmission. *Communication Research*, 22(5), 545-574
- Funkhouser, G. R. (1973). The issues of the sixties: An exploratory study in the dynamics of public opinion. *Public Opinion Quarterly*, 37, 62-75.
- Gelman, A., & King, G. (1993). Why are American presidential election campaign polls so variable when votes are so predictable? *British Journal of Political Science*, 23(4), 409-451.
- Ghanem, S. (1997). Filling in the tapestry: The second level of agenda setting. In M. McCombs, D. L. Shaw & D. Weaver (Eds.), *Communication and Democracy: Exploring the Intellectual Frontiers in Agenda-Setting Theory* (pp. 3-14). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.



- Hamm, B. J., & Shaw, D. L. (1997). Agenda for a public union or for private communities? How individuals are using media to reshape American society. In M. McCombs, D. L. Shaw & D. Weaver (Eds.), *Communication and Democracy: Exploring the Intellectual Frontiers in Agenda-Setting Theory* (pp. 29-40). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Hamm, B. J., Shaw, D. L., & Stevenson, R. L. (2001). *Agenda setting theory and public opinion studies in a post-mass media age*. Paper presented at the World Association for Public Opinion Research, Rome.
- Hu, Y.-W., & Wanta, W. (1993). The agenda-setting effects of international news coverage: An examination of differing news frames. *International Journal of Public Opinion Research*, 5(3), 250-263.
- Hu, Y.-W., & Wanta, W. (1994). Time-lag differences in the agenda-setting process: An examination of five news media. *International Journal of Public Opinion Research*, 6(3), 225-240.
- Johnson, M., Martin, B., & Stamm, K. (1997). Differences among newspapers, television, and radio in their contribution to knowledge of the Contract with America. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 74(4), 687-702.
- Kaid, L. L., Ku, G., & Pfau, M. (2003). The impact of web site campaigning on traditional news media and public information processing. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 80(3), 528-547.
- Kim, S.-H., Scheufele, D. A., & Shanahan, J. (2005). Who cares about the issues? Issue voting and the role of news media during the 2000 U.S. presidential election. *Journal of Communication*, 55(1), 103-121.

- Kim, S. J. (2003). The influence of the interaction between the Internet and the mass media on the formation of the public sphere. *Japanese Sociological Review*, 54, 175-191.
- King, P.-t. (1997). The press, candidate images, and voter perceptions. In M. McCombs, D. L. Shaw & D. Weaver (Eds.), *Communication and Democracy: Exploring the Intellectual Frontiers in Agenda-Setting Theory* (pp. 29-40). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Leggett, D., Wanta, W., & Shoemaker, P. J. (1989). Drug coverage and public opinion. In P. J. Shoemaker (Ed.), *Communication Campaigns about Drugs: Government, Media, and the Public* (pp. 67-80). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Lim, J. (2006). A cross-lagged analysis of agenda setting among online news media *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 83(2), 298-312.
- McCombs, M. (1997). *New frontiers in agenda setting: Agendas of attributes and frames*. Paper presented at the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Chicago, IL.
- McCombs, M., & Shaw, D. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36, 176-187.
- McCombs, M. E., & Roberts, M. (1994). Agenda setting and political advertising: Origins of the news agenda. *Political Communication*, 11(3), 249-262.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1977). *The Emergence of American Political Issues: The Agenda-Setting Function of the Press*. St. Paul, MN: West Publishing.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1993). The evolution of agenda-setting research: Twenty-five years in the marketplace of ideas *Journal of Communication*, 43(2),

58-67.

McCombs, M. E., & Stone, G. C. (1981). Tracing the time lag in agenda-setting.

*Journalism Quarterly*, 58, 51-55.

Morris, M., & Ogan, C. (1996). The Internet as mass medium. *Journal of*

*Communication*, 46(1), 39-50.

Owen, E. J. (1997). *Reactions to the 1996 presidential debates: An analysis of*

*electronic bulletin board conversations*. University of Florida, Gainesville, FL.

Rafaeli, S. (1988). Interactivity: From new media to communication. In R. Hawkins, J.

Wiemann & S. Pingree (Eds.), *Advancing Communication Science: Merging*

*Mass and Interpersonal Processes* (pp. 110-134). Newbury Park, CA: Sage.

Salwen, M. B. (1988). Effects of accumulation of coverage on issue salience in

agenda-setting. *Journalism Quarterly*, 65, 100-106.

Schiffer, A. J. (2006). Blogswarms and press norms: News coverage of the Downing

street memo controversy. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 83(3),

494-510.

Sohn, A. B. (1978). A longitudinal analysis of local non-political agenda-setting

effects. *Journalism Quarterly*, 55, 325-333.

Song, Y. (2007). Internet news media and issue development: A case study on the

roles of independent online news services as agenda-builders for anti-US protests

in South Korea. *New Media & Society*, 9(1), 71-92.

Stempel III, G. H. (1964). How newspapers use the Associated Press afternoon A-

Wire. *Journalism Quarterly*, 41, 380-384.

Takeshita, T. (2005). Current critical problems in agenda-setting research.

*International Journal of Public Opinion Research*, 18(3), 275-296.

Todd, R. (1983). New York Times advisories and national/international news selection.

*Journalism & Mass Communication Quarterly*, 60, 705-708.

Wanta, W., & Wu, Y.-C. (1992). Interpersonal communication and the agenda-setting

process. *Journalism Quarterly*, 69(4), 847-849.

## 附錄一

### 報紙新聞議題編碼範例（以公投議題為例）

#### 辯論公投

阿扁點頭：10日內辦 綠營要加「飛彈威脅」 國親提經濟民生議題 雙方明天與公視協商

記者劉寶傑、蔡惠萍／台北報導 陳呂競選總部昨天下午正式發函給連宋競選總部及公共電視，表達陳水扁總統同意參加公投辯論的意願，並同意公共電視組成媒體團隊出面主辦，但總部希望公共電視協商時，連宋競選總部提正式同意文件，並於十日內舉行公投辯論。

連宋陣營發言人游梓翔回應說，他相信民進黨是感受到社會巨大壓力，所以終於對遲疑多時的辯論有了具體回應。針對民進黨所提的時間表，國親不堅持日期等枝節問題，但希望辯論的過程要有品質，讓候選人有充分時間準備的時間，藍營一切以促成辯論為目標。

首次協商會議訂在明天上午於台北福華飯店舉行，由藍綠陣營各派三位代表，公視派出一人，就辯論日期、辯論場次、辯論主題、辯論規劃等進行討論。有意主辦公投辯論的公視已邀集聯合報、澄社、中國時報、自由時報、台灣日報共同主辦。

對於民進黨要求在公投議題外，還要再多加「飛彈威脅」題目，游梓翔強調，國親絕對願意就公投進行辯論，但如果公投成為唯一的重點，是不符合社會期待，因為不論是媒體或國親內部所進行的民調都顯示，民眾最關心的就屬經濟民生議題，因此國親希望首場能鎖定以民眾最關心的經濟議題為核心。

萬一屆時又發生像上次憲政辯論雙方僵持不下最後導致破局的結果，游梓翔表示，如果民進黨願意冒著談不成的危險依舊堅持要談「怪怪的」飛彈題目讓辯論辦不成，他相信民意會站在國親這邊，「民眾自有公斷，民進黨恐怕承受不起這個結果。」

陳呂競選總部發言人吳乃仁表示，民進黨同意台北市長馬英九所提把「三二〇公投是深化民主或是違法公投」列為辯論題目，但民進黨相對要求把「中國部署瞄準台灣飛彈究竟是否對台灣主權造成威脅」也一併列為辯論題目。

身兼總部發言人的立委陳其邁指出，目前的公投辯論萬事俱備，只欠連戰點頭這個東風，希望國親不要再拗下去。吳乃仁說，王金平指稱公投辯論障礙在民進黨，這真是天大的謊言，國會議長公然說謊，是台灣民主政治極壞的榜樣。

吳乃仁說，去年十二月初，連戰提議新憲辯論，國民黨秘書長林豐正甚至直闖民進黨中央，陳總統欣然允諾，國民黨後來卻用一堆理由拖延，這次在與國民黨聯繫時又碰到類似情況，民進黨不希望繼續吵下去，要辯就趕快來辯。

民進黨要求連宋競選總部在公共電視邀約時，提出公投辯論同意書，並請連戰公開宣布同意參與，吳乃仁表示，連戰每次都不表態，任由旁邊的人放話，最後什麼都不承認。

【2004-01-31/聯合報/A4 版/要聞】

### 報紙新聞議題編碼範例（以家黨產議題為例）

#### 葉宜津：連宋 A 國地變黨產 有公文為證

〔記者王貝林、田世昊／台北報導〕民進黨立委葉宜津昨出示交通部七十四年底、七十五年初兩份公文，指控時任交通部長的國民黨主席連戰爲了將國有土地 A 成國民黨黨產，竟行文教導當時主管該筆土地的電信總局如何做假帳，然後順利將位於北縣板橋台北縣政府附近，由北區電信管理局管理的五千八百多坪、現值五十八億餘元的土地，變更為中廣所有。

對於立委葉宜津的指控，國民黨發言人郭素春斥爲選舉抹黑，她表示，民進黨爲選舉，對國民黨黨產、連戰家產進行有計畫的清算，選舉選到此地步，實在令人悲哀。

葉宜津日前揭露北縣板橋北區電信管理局國有土地，遭國民黨中廣公司盜占爲黨產，當時中廣指是因無法做商業廣告、又幫政府做宣導，所以政府同意將原已設置板橋機室的該土地給中廣做爲交換。

葉宜津昨進一步提出當年交通部給電信總局的公文，指當初是中廣要求補辦登記爲「管理機關」，未料後來竟進一步登記爲土地所有權人，國土變黨產證據明確，中廣所言不實。

陪同出席記者會的台聯立委陳建銘表示，連戰二千年大選時說要還黨產、不再經營營利事業，到現在什麼也沒做到，呼籲民眾勿再受騙，否則國民黨若取得政權，黑金必將再起。

葉宜津表示，北區電信管理局直到七十二年才發現該土地被中廣盜轉變更管理權，中廣推說是國民黨中常會成立的「國防最高委員會」同意，北區電信管理局因此請示上級機關電信總局，電信總局再轉請交通部釋疑，不料時任交通部長的連戰竟要求行政院同意追認，並行文電信總局教導如何做假帳因應，再由時任國民黨文工會主任兼華夏投資董事長的親民黨主席宋楚瑜掌控的中廣

發函，要求行政院同意作價轉讓；但即便如此，當初行政院回函是同意准予中廣辦理「管理機關變更登記」，並非「所有權移轉登記」。

她說，交通部七十四年十二月及七十五年一月兩份公文中顯示，電信總局對於將中廣已設有板橋機室的土地交予中廣管理的帳面損失，原欲以「其他營業外支出，什項支出|捐款與補助」科目沖銷，但相關預算僅有一百四十萬元，與土地價值差額過大，因此打算報請「超支」，但連戰公文中對此竟指全數由電信總局超支「顯不合理」，故「擬」由電信總局以「帳面調整」方式處理，將歷年土地增值部分先沖回，再將時值逾一億元的土地，以民國三十九年原價三萬餘元「捐」給中廣，不花一毛錢順利將國有土地A成國民黨黨產。

### 電子佈告欄討論訊息編碼範例（以公投討論為主題）

寄件者：b

主旨：陳水扁大概以為他是美國的總統吧!真好笑....

網上論壇：[tw.bbs.soc.politics](http://tw.bbs.soc.politics)

日期：2003-12-07 02:08:03 PST

扁：中共撤飛彈不對台動武可停辦防衛性公投

陳水扁大概以為他是美國的總統吧!

那你乾脆說大陸投降我們我們就停辦公投算了

我記的沒錯陳水扁是台大畢業的吧!

怎麼這種連屁股都想的出來是不可能的話他都說的出來....

天阿...被國際的人聽到不是快笑死人了嗎???真丟臉...

一個弱智的總統.....

今天還說選他就是為了幫馬英九卡位.....唉....

白吃....

--

※ Origin: 楓橋驛站 <[bbs.cs.nthu.edu.tw](http://bbs.cs.nthu.edu.tw)> ◆ From: 218-167-187-227.HINET-IP.hinet.net

## 附錄二 公眾議題調查問卷之重要變項

### (一) 媒體使用習慣與注意程度

1. 請問您平時最常看哪些報紙？（最多選兩項）

<input type="checkbox"/> 01.中國時報	<input type="checkbox"/> 02.聯合報	<input type="checkbox"/> 03.自由時報
<input type="checkbox"/> 04.蘋果日報	<input type="checkbox"/> 05.民眾日報	<input type="checkbox"/> 06.民生報
<input type="checkbox"/> 07.經濟日報	<input type="checkbox"/> 08.青年日報	<input type="checkbox"/> 09.台灣時報
<input type="checkbox"/> 10.中央日報	<input type="checkbox"/> 11.聯合晚報	<input type="checkbox"/> 12.中時晚報
<input type="checkbox"/> 13.自立晚報	<input type="checkbox"/> 14.工商時報	<input type="checkbox"/> 15.中華日報
<input type="checkbox"/> 16.台灣日報	<input type="checkbox"/> 17.大成報	<input type="checkbox"/> 18.其他_____
<input type="checkbox"/> 19.從來不	<input type="checkbox"/> 98.不知道	<input type="checkbox"/> 99.不回答
2. 請問您平時最常看哪家電視台的報導？（最多選兩台）

<input type="checkbox"/> 01.台視	<input type="checkbox"/> 02.中視	<input type="checkbox"/> 03.華視
<input type="checkbox"/> 04.民視	<input type="checkbox"/> 05.TVBS 無線電視台	<input type="checkbox"/> 06.三立 (SET)
<input type="checkbox"/> 07.東森	<input type="checkbox"/> 08.中天	<input type="checkbox"/> 09.超視
<input type="checkbox"/> 10.環球	<input type="checkbox"/> 11.公視	<input type="checkbox"/> 13.其他_____
<input type="checkbox"/> 14.從來不看	<input type="checkbox"/> 98.不知道	<input type="checkbox"/> 99.不回答
3. 請問您在這次選舉期間，是否經常觀看電視上有關選舉的報導？

<input type="checkbox"/> 1.經常看	<input type="checkbox"/> 2.偶爾看	<input type="checkbox"/> 3.很少看	<input type="checkbox"/> 4.從來不看
<input type="checkbox"/> 98.不知道	<input type="checkbox"/> 99.不回答		
4. 當您在收看電視的選舉新聞報導時，是非常注意、有點注意、不太注意、還是完全不注意？

<input type="checkbox"/> 1.完全不注意	<input type="checkbox"/> 2.不太注意	<input type="checkbox"/> 3.看情形	<input type="checkbox"/> 4.有點注意
<input type="checkbox"/> 5.非常注意	<input type="checkbox"/> 98.不知道	<input type="checkbox"/> 99.不回答	
5. 在這次選舉期間，請問您是不是經常看報紙、雜誌上有關選舉方面的報導？

<input type="checkbox"/> 1.經常看	<input type="checkbox"/> 2.偶爾看	<input type="checkbox"/> 3.很少看	<input type="checkbox"/> 4.從來不看
<input type="checkbox"/> 98.不知道	<input type="checkbox"/> 99.不回答		
6. 當您在看報紙上的選舉新聞報導時，是非常注意、有點注意、不太注意、還是完全不注意？

<input type="checkbox"/> 1.完全不注意	<input type="checkbox"/> 2.不太注意	<input type="checkbox"/> 3.看情形	<input type="checkbox"/> 4.有點注意
<input type="checkbox"/> 5.非常注意	<input type="checkbox"/> 98.不知道	<input type="checkbox"/> 99.不回答	
7. 在這次選舉期間，請問您是否上網閱讀有關選舉的新聞或文章？

<input type="checkbox"/> 1.經常讀	<input type="checkbox"/> 2.偶爾讀	<input type="checkbox"/> 3.很少上網
--------------------------------	--------------------------------	---------------------------------



- 4.從來不上網                      98.不知道                      99.不回答
8. 在這次選舉期間，請問您是否經常收聽廣播電台有關選舉方面的報導或評論？
- 1.經常聽                      2.偶爾聽                      3.很少聽
- 4.從來不聽                      98.不知道                      99.不回答
9. 當您在收聽廣播新聞的選舉新聞報導時，是非常注意、有點注意、不太注意、還是完全不注意？
- 1.完全不注意                      2.不太注意                      3.看情形                      4.有點注意
- 5.非常注意                      98.不知道                      99.不回答

### (二) 議題對受訪者投票決定的影響程度

請問下列的議題或事項，對您的投票決定所造成的影響程度，請以 1 (非常重要)~ 5 (不重要) 表示 (提示選項)？

- |                                   |                                    |
|-----------------------------------|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 全民公投     | <input type="checkbox"/> 候選人的治國能力  |
| <input type="checkbox"/> 候選人的廉潔操守 | <input type="checkbox"/> 候選人的家產與黨產 |
| <input type="checkbox"/> 候選人統獨立場  | <input type="checkbox"/> 族群意識或族群對立 |
| <input type="checkbox"/> 台灣外交關係   | <input type="checkbox"/> 治安犯罪問題    |
| <input type="checkbox"/> 兩岸關係     | <input type="checkbox"/> 司法改革      |
| <input type="checkbox"/> 教育改革     |                                    |

### (三) 受訪者認為台灣當前最需要解決的問題

您覺得台灣當前最重要、也最迫切需要解決的三個問題是什麼？

### (四) 受訪者投票意向

如果您已打算參與總統選舉的話，請問您將投給哪位候選人？

1. 陳水扁                      2. 連戰                      3. 投廢票
98. 尚未決定                      99. 不回答

# **CORRELATIONAL ANALYSIS OF AGENDA-SETTING PROCESSES AMONG TRADITIONAL, INTERNET AND PUBLIC AGENDAS IN TAIWAN'S 2004 PRESIDENTIAL ELECTION**

Tzong Horng, Dzwo (Dustin)

## **《Abstract》**

Based on agenda-setting theory, purpose of this study is to explore the three-way relationships among traditional media, the Internet, and the public agenda. A national telephone survey was conducted two weeks prior to the election day to understand if voters' perceptions of importance of various issues were positively correlated with amount of media stories and the discussion messages. The findings indicated that amount of on-line discussion messages were significantly correlated with that of newspapers coverage. Salience of discussion messages on the electronic bulletin boards corresponded with that of public agenda as well. Besides, a positive correlation was found between amount of issues covered by three newspapers and that of the Internet discussion messages.

**Keywords** : agenda-setting, Internet, presidential election, public opinion