

女性候選人在選舉中的優劣勢—— 以八十六年台北縣縣長候選人周荃為例

張卿卿*

《 本文摘要 》

本研究以八十六年台北縣縣長選舉為例並應用基模理論 (Schema Theory) 來探討四個主要研究問題：第一、女性候選人在選舉中可能面對的刻板評估；第二、政治知識高的選民是否較不會對女性候選人產生刻板評估；第三、女性候選人如何應用廣告策略來改變此刻板評估；第四、運用負面攻擊廣告可能對女性候選人產生的影響。研究結果顯示，選民對男女候選人既存差異認知可能影響到選民對周荃與謝深山之評估。選民認為周荃較有能力處理女性議題，但較無能力處理男性議題。另一方面，選民則認為謝深山一樣有能力處理女性議題與男性議題。選民政治知識的高低並沒有完全產生預期的影響。然而本研究也發現，周荃可以藉由競選廣告來減低選民對她的刻板評估。此外，運用負面廣告攻擊他位候選人對周荃產生顯著的負面影響，但是對謝深山與蘇貞昌則沒有產生任何評估的差異。

關鍵詞：選舉、政治競選廣告、基模理論、女性候選人

* 本文作者為政大廣告系副教授

壹、前言

隨著女性參選人數的增加，不禁令人思考：一般選民對男女候選人認知的差異是否會影響他們評估女性候選人，並進而影響到女性候選人當選的可能性（viability）。過去美國相關研究指出一般人對男女候選人存在著既定的認知差異（Sapiro, 1981 - 2; Rosenwasser, Roger, Fling, Silvers-Pickens, & Butemeyer, 1987）。這些認知差異影響到選民對男女候選人人格特性（personality traits）與處理議題能力（issue competency）的評估（Chang, 1996）。譬如說 Huddy 與 Terkildsen（1993）發現男性候選人通常被評估為較激進（aggressive）與較有統禦能力（of high leadership），而女性候選人則被評估為較誠實與有感情（compassionate）。另一方面男性候選人被認為較有能力處理國防與農業相關議題；而女性候選人則被認為較有能力處理教育與社會福利（Sapiro, 1981 - 2; Rosenwasser, et al., 1987; Leeper, 1991）。因此本研究將以臺北縣縣長選舉為例來探討一般臺北縣選民對周荃與其他男性候選人（謝深山）的評估是否有受到其既存男女候選人認知差異的影響。基於政治知識的高低也會影響到選民是否仰賴過去既存認知來作候選人的評估，本研究預測政治知識較高者較不容易受到過去認知的影響。而政治知識較低者，因為較無能力依據具體的事實來評估候選人，對候選人較無明確印象與態度，因此較易憑藉過去對男女候選人既定的認知來評估候選人。

面對這些選民既存的認知差異，女性候選人是否就束手無策？一位女性候選人是否可以藉由競選廣告來改變一般人對其的認知？Chang（1996）發現既有認知的影響只有在選民缺乏相關訊息時才會產生。在其研究中，選民在閱讀一位女性候選人強調其處理男性議題能力的競選廣告之後，他們評估此候選人處理男性議題能力與評估此候選人處理女性議題能力沒有顯著的差異。反之，當選民在閱讀一位女性候選人強調其處理非男性議題（包括女性與中性議題）能力的競選廣告之後，他們評估此候選人處理男性議題能力則相對減低。此現象反應出既存認知在缺乏相關訊息時才可能產生影響。然而 Chang（1996）研究中用的是假想的候選人。因此作者企圖在此研究中以八十六年台北縣縣長選舉為例來測試同樣的研究問題。

至於女性候選人攻擊男性候選人與男性候選人攻擊女性候選人相較，是否會產生什麼負面影響也在本研究探討之列。依據認知理論，女性候選人一般被認為較為溫和，因此其攻擊行為可能會產生較負面的反應。故本研究預測：當周荃在廣告中攻擊他位候選人時，與當周荃在廣告中稱頌自己時相比較，可能令選民對其產生較負面的評價。反

之，當謝深山或蘇貞昌在廣告中攻擊他位候選人時，與當謝深山或蘇貞昌在廣告中稱頌自己時相比較，選民對其評估不會產生顯著差異。

貳、文獻探討與假設

一、候選人性別差異研究

過去美國許多研究探討選民對男女候選人認知上的差異，這些研究也都發現相當一致的結果。一般而言，學者發現女性候選人被認為較有能力處理女性議題，而男性候選人則被認為較有能力處理男性議題（例如：Sapiro, 1981-2）。而所謂女性較有能力處理之女性議題包括教育（Sapiro, 1981-2；Rosenwasser, et al., 1987；Leeper, 1991），弱勢族群問題（Rosenwasser, et al., 1987），殘障權益問題（Rosenwasser, et al., 1987），健保議題（Sapiro, 1981-2；Leeper, 1991），貧窮問題（Leeper, 1991），老年人問題（Rosenwasser, et al., 1987）。另一方面，所謂男性較有能力處理的男性議題則包括軍事與國防問題（Sapiro, 1981-2；Rosenwasser, et al., 1987），農業問題（Sapiro, 1981-2），恐怖份子問題（Rosenwasser, et al., 1987）。

除了在不同議題處理能力上有差異之外，一般美國選民也認為男女候選人有不同之人格特質。Huddy 與 Terkildsen（1993）指出一般選民認為女性候選人較有感情（compassionate）較溫和，而男性候選人則較激進（aggressive）與強悍（tough）。Chang（1996）在其研究中則發現一般民衆較容易認為一位女性候選人較仁慈（kind），窩心溫暖（warm），值得信任（trustworthy），關懷別人（concerned），誠懇（sincere），有感情（compassionate），誠實，與有道德。而男性候選人則被評為較有經驗（experienced），較堅強（forceful），較強悍（tough），較果斷（assertive），較有領導能力（a strong leader）。

除了選民對男女候選人有不同之期待與評估外，記者對女性候選人相關新聞的報導也是有偏頗的。Kahn 與 Goldenberg（1991）與 Kahn（1994）分析美國1984、1986年參議員選舉期間的新聞報導發現：第一，當選戰中有女性候選人時，新聞報導的內容較偏重於哪位候選人較有勝算（viability）。第二，女性候選人被描繪成較無競爭性。第三，女性候選人在記者筆下描繪成較可能的輸家。第四，當男性候選人被討論時，討論重點多集中於其議題政策方向。第五，當新聞媒體報導女性候選人的議題政策時較著墨於女性議題，儘管女性候選人在選舉活動中同時強調其女性與男性議題政策能力。第

六，當女性候選人在新聞報導中被討論時，討論的重點多偏重於其人格特質而非議題政策方向。

綜合以上研究發現，我們可以說不僅一般選民對男女候選人的認知有偏頗，新聞記者在報導女性候選人相關新聞時似乎也流露出其認知的偏差。除此之外，一般選民對候選人較無直接接觸的機會，大部分有關候選人的訊息除了部分來自候選人自行播放與發散的政治廣告之外，其餘就必須直接或間接地透過大眾媒體來獲得。因此新聞記者報導之偏頗，似會加深一般民衆對女性候選人的錯誤偏頗印象。

過去不論是選民認知偏差的研究或新聞記者報導偏差之相關研究，皆著重於現象的探討，也就是說學者皆將研究重點放在一般人或新聞記者對男女候選人是否有偏差的認知，而較忽略探討導致此現象的背後原因。Chang 與 Hitchon (1997) 則試圖以認知心裡學中之性別基模理論 (Gender Schema Theory) 來解釋造成這些偏差的原因。性別基模如何可以應用來解釋這些差異將在下一章節中討論。

二、基模 (Schema) 與性別基模 (Gender Schema) 研究

在探討性別基模如何運作並影響我們對男女候選人之認知偏差之前，作者將先闡述基模的基本概念。基模 (Schema) 基本上是一個我們腦海中組織世界知識的一個認知結構 (Lau, 1984; Bem, 1983)。這些我們對周遭知識或概念的知識結構通常包括這個概念的名稱，一些與此基本概念相關的特性描述，一些有代表性的例子，與一些其他相關的概念 (Lau & Sears, 1986: 349)。基本上基模的存在是有其功能性。處在資訊刺激無所不在的時代下之人民，我們每天要面對的訊息無以數計，若要一一處理我們的大腦將會疲於奔命，而這些對世界知識的既存認知結構可以簡化資訊處理的工作。當某一認知基模被啟動 (activated) 時，它可以引導我們注意到相關訊息，幫助我們詮釋與記憶資訊，以及作相關判斷 (Markus & Zajonc, 1986)。譬如說 Cantor 與 Mischel (1977) 發現當受試者被告知某一人士個性內向害羞或外向活潑，並閱讀有關此一人士之描述時，被告知此人個性內向害羞的受試者偏向記憶較多與內向害羞一致之訊息，而另一組被告知此人士個性外向活潑的受試者對此人士描述的记忆則偏向於與外向活潑一致的訊息。此現象顯示當受試者某一基模被啟動 (在此指的是『外向活潑』或『內向害羞』)，則受試者較會去注意和處理與此啟動基模相關之訊息。因此，他們對此人的描述記憶也反映出基模運作的影響。也就是說被告知此人為內向害羞，對之後暴露有關此人描述的记忆則偏向其內向害羞之行徑。另一方面，當受試者被告知此人為外向活潑，則對此人描述之记忆偏向於其外向活潑之行徑。

此外，當相關訊息欠缺或模糊時，基模可以提供填空之功能與推論之依據 (eg.,

Marcus & Zajonc, 1986; Taylor & Crocker, 1981; Tesser, 1978)。當面對之訊息刺激是我們所熟悉時，我們不需要去處理所有有關此刺激之細部訊息，我們可以自腦中既存有關此刺激物之認知，直接轉用在瞭解此刺激。譬如說：我們對於上館子這件事有基本之認知，所以當某人告知他昨天上館子，我們大致可以轉用腦中對上館子這件事之認知來推論理解到他可能在上館子之過程中做了什麼事（例如點菜、吃飯、付帳等）。我們可以說『上館子』之基模不僅提供了我們欠缺之訊息，且幫助我們作與基模一致之推論。

然而學者指出以基模為基礎之推論常常是與真實有偏差的（Nisbett & Ross, 1980）。推論錯誤（inferential errors）之肇因可能有許多（Taylor & Crocker, 1981）。其中包括將訊息或刺激作錯誤分類，因此在推論時受到被錯誤啟動基模的牽制或影響（Taylor & Crocker, 1981）。其次，有時雖然被啟動之基模是正確的，但人們在推論時作太概化之轉移（Taylor & Crocker, 1986）。這兩種形式之推論錯誤（inferential errors）似乎可以解釋選民與新聞記者對男女候選人偏差之認知。我們可以說選民在面對女性候選人時，可能會啟動性別基模而不是更精確的候選人基模來作刺激訊息之處理輔助。而在作推論時，過度倚賴女性基模內部的訊息來作概化的轉移。

性別基模指的是一般人腦中所儲存有關男性與女性之相關知識，包括人格特性、偏好活動、行為舉止等各種相關面向（Martin & Halverson, 1981）。由於性別是區分人的一個很明顯特性，一般人在社會化過程中，或在跟周遭世界之互動中很輕易地累積許多有關男性與女性差異之相關知識。這種有關性別差異的認知架構與其他基模一樣會影響到我們之訊息處理，包括訊息之接收、詮釋、推論、記憶等。譬如說 Martin 與 Halverson（1993）發現給兒童看過一系列圖片，圖片中描繪四種情境（女性從事傳統女性活動，女性從事傳統男性活動，男性從事傳統女性活動，男性從事傳統男性活動），結果發現受試者會產生記憶之偏差，他們多認為女性是從事傳統女性活動，而男生則從事傳統男性活動。這些記憶之偏差便是性別基模運作產生之結果。

在選戰中一般人對候選人皆無十分明確之瞭解，尤其當選戰中有女性候選人參與時，候選人之性別成爲一個明顯之歸類線索（a salient cue for categorization）。當選民之性別基模在運作時，很自然地會對男女候選人產生不同之評估。因此可能認為男性候選人有某些男性特質，同時較善於處理陽剛性議題；而另一方面認為女性候選人有某些女性特質，且對所謂女性議題較關心。

由於86年各縣縣長選舉中，許多女性加入戰場，因此作者想探討，一般選民是否因其對男女候選人之認知偏差而對不同候選人產生評估之差異。因地緣關係鎖定台北縣縣長作爲此次研究之背景。主要希望探討台北縣選民對周荃之評估是否有受到性別基模之

影響。過去美國研究顯示民衆對於民主黨與共和黨所關懷倡導的議題有明確的認知，一般認為民主黨較關懷弱勢族群與社會福利，共和黨則重商與國防。我們可以注意到民主黨所關懷倡導的議題與一般選民所認知的女性議題似有雷同。在台灣部份可能有類似現象。民進黨所關懷倡導的議題與一般選民所認知的女性議題有相似之處。因此為免民進黨基模運作對選民評估候選人產生干擾，而無法檢驗性別基模產生影響，針對性別基模如何影響到選民評估男女候選人的假設，將只對周荃與謝深山作比較。

假設一之一：選民對周之女性人格特性評估會高於對其男性人格特性評估。反之，選民對謝之男性人格特性評估會高於對其女性人格特性評估。

假設一之二：選民對周之女性議題處理能力評估會高於對其男性議題處理能力評估。反之，選民對謝之男性議題處理能力評估會高於對其女性議題處理能力評估。

三、生手/專家與基模理論

然而性別基模之運作與影響並非人人皆同，其他個人因素有可能影響（*moderate*）其效果。譬如說生手與專家在訊息之組織與處理訊息之方式皆有差異。在政治領域中，學者常將選民區分為高政治知識者與低政治知識者，其差異與一般文獻中討論之生手與專家差異有雷同之處。首先，專家與生手之知識結構有顯著差異。專家對其專精知識領域之結構較生手來得有組織（*Fiske, Kinder & Larter, 1983*）。其組織中包含較多概念（*concept*）（*Markus, 1977; Tesser, 1978*），與其他相關概念之聯結更緊密（*stronger linkage*）。相反地，生手對其陌生知識領域之認知組織中可能只包括一些基本概念，也欠缺與其他相關概念之聯結。*Lusk* 與 *Judd*（1988）發現政治知識高者，其候選人基模之組織涵蓋較多概念，而且當其處理訊息時，通常可以同時聯結啓動許多不同之相關基模。就因為其政治相關知識組織有如一綿密網路，因此才能產生較大之擴散效果（*spreading effects*）。

專家與生手之間除了知識結構有差異外，他們知識結構之差異也導致其資訊處理方式之不同。*Fiske* 與 *Taylor*（1984）的研究發現當政治知識低者閱讀一篇描述一個不知名國家之文章時，若文中指稱此未知名國家為共產國家，則低政治知識者記得較多文中與『共產國家』較一致之訊息。反之，若文中指此未知名國家為民主國家，則在其他內容一樣之文中，政治知識較低之受試者記得較多與『民主國家』基模一致的訊息。另一方面，另外兩組政治知識高者同樣閱讀標名為民主國家之描述或標名為共產國家之描述，但是這兩組政治知識高者對其文中訊息之記憶則無顯著差異，他們同時記得與標籤一致或不一致的訊息。換句話說，政治知識高者因為其政治知識架構組織十分綿密，所

以當其處理訊息時同時有許多基模被啟動，在其接收訊息時則不限於與某一基模相關之訊息。Fiske, Kinder 與 Larter (1983) 在有關政治生手與政治專家之研究中也發現類似結果。政治專家之記憶中已整合與基模一致與不一致之訊息，而政治生手之記憶則顯現出只有一致訊息被接收。除了在接收訊息時產生差異導致不同訊息被記憶之外，高低政治知識者在推論上也有不同。生手較輕易做出與基模一致之推論。而政治專家則不然。

鑑於這些政治專家與政治生手在政治知識組織結構之不同與訊息處理方式之不同，我們推論政治生手因對政治所知有限所以在評估男女候選人較輕易倚賴性別作為分類線索，同時啟動性別基模來幫助他們作評論與推論。因此，政治知識低者與政治知識高者相比較可能認為周荃會較具有某些女性人格特質，且較有能力處理某些女性相關議題。同時也會認為周荃較無某些男性人格特質，且較無能力處理某些男性議題。

假設二之一：政治知識高的選民對周荃或謝深山之人格特性評估不會因所評估的人格特性為男性或女性取向而產生差異。反之，政治知識低的選民對周荃或謝深山之人格特性評估會因所評估的人格特性為男性或女性取向而產生差異。

假設二之二：政治知識高的選民對周荃或謝深山之議題處理能力評估不會因所評估的議題為男性或女性取向而產生差異。反之，政治知識低的選民對周荃或謝深山之議題處理能力評估會因所評估的議題為男性或女性取向而產生差異。

四、女性候選人與其政治競選廣告

近年來競選活動對候選人是否能夠當選扮演著重要的角色。美國許多學者紛紛探討候選人之競選活動如何影響到選民對此候選人之評估。其中有少數研究探討女性候選人之競選活動是否影響到選民對其之評估。這些研究多半集中於檢測競選活動中政治廣告之效果。研究的主題則環繞於兩個主要問題：(一)女性候選人應在廣告中強調女性特質抑或男性特質，女性候選人應在廣告中探討其處理女性議題之能力抑或男性議題之能力。(二)女性候選人是否應該攻擊他位候選人。

由於有關女性候選人與政治廣告之實證研究並不多見，作者先就這些研究一一討論。最早就女性候選人使用政治廣告情形作研究的為 Benz 與 Declercq (1985)。兩位作者蒐集了23位參選參議員與眾議員之男性候選人與23位同樣條件之女性候選人的廣告進行分析。結果發現女性候選人與男性候選人在廣告中討論議題之情形是很類似的，但是他們形象塑造之策略則有較大差異。女性候選人在形象塑造策略上較容易強調其熱情關懷等女性特質，而男性候選人則較易在廣告中強調其強悍之男性特質。

Johnston 與 White (1994) 研究分析女性參議員候選人在廣告中所用之策略。分

析結果顯示，女性候選人對某些廣告訴求較有偏好。在所有廣告中，有議題討論之廣告佔67%，然而女性候選人廣告中最主要之廣告內容不是在討論議題，而是在討論候選人之人格特性。而最常被女性候選人在廣告中強調的人格特質為活力（activeness），強悍（toughness），韌度（strength），進取積極（aggressiveness），表現（performance），成功（success），能力（competency），窩心（warmth），有感情（compassionate）與符合條件（qualifications）。此外，只有20%之廣告為攻擊廣告。他們也發現當女性候選人攻擊時，廣告內容則著重於突顯對手處理議題之表現與能力不佳，而非其人格特質低劣。值得注意的是 Benz 與 Declercq（1985）之研究發現女性候選人多強調女性特質。Johnston 與 White（1994）研究則發現女性候選人強調之特質中兼具柔性與剛性。這些女性候選人策略應用之差異反應出參選職位之不同所造成的影響。Benz 與 Declercq（1985）分析參選各職位之女性候選人廣告策略，其中包括一些較屬於地方性之職位，對這些地方性之選舉而言，女性柔性之特質可能較能討好選民。另一方面，Johnston 與 White（1994）之分析只集中於女性參議員選候選人之政治競選廣告。我們知道一般選民可能對參議員有較不同之期待，也就是需剛柔皆具。這些差異顯示，候選人參選之職位可能也是影響廣告內容的一個重要因素。

除了廣告內容分析外，也有多位學者以實驗方式探討不同廣告內容與訴求會對女性候選人造成何種影響。其中 Ansolabehere 與 Iyengar（1991）探討了女性候選人攻擊男性候選人之效果。他們利用1990年美國德州州長選舉，進行一項實驗研究，在此選舉中主要是民主黨之女性候選人 Dianne Feinstein 與共和黨推派出之男性候選人 Pete Wilson 相抗爭。實驗發現當 Wilson 在廣告中攻擊 Feinstein 之能力與誠信（trustworthiness）時，比他強調自己之能力與誠信更能贏得選民之支持。相反地，當 Feinstein 攻擊 Wilson 時卻沒有任何優勢。Ansolabehere 與 Iyengar 認為候選人之性別決定候選人之攻擊是否有效。一方面，選民希望看到男性候選人強悍之特質，因此當男性候選人攻擊他人時，選民對其評價較佳。另一方面，選民不期待看到女性候選人太強悍，因此女性候選人攻擊他位候選人時，並不會贏得更多之好感。他們的結論指出性別對攻擊廣告是否有效有著不可忽略之影響力。這個問題又有 Hitchon 與 Chang（1996）相繼探討。

Hitchon 與 Chang（1995）應用性別基模理論來解釋為何閱聽人對男女候選人政治廣告之記憶內容會產生差異。在她們的實驗研究中，受試者暴露於不同男女候選人的州長競選廣告，暴露之後，研究者要求受試者回顧廣告內容並表達他們之情感反應與想法。統計分析結果顯示受試者對與性別基模一致之訊息之回憶多過於對基模不一致訊息之回憶。譬如說，受試者記得較多有關女性候選人家人與外表等的廣告內容，對於男性

候選人之廣告內容，受試者之記憶則多偏向於其演講競選等內容。此外，受試者較記得男性候選人攻擊女性候選人之內容，然而男性候選人的攻擊與女性候選人的攻擊相比較，則會引發較負面之情感反應。他們的研究果似與 Ansolabehere 與 Iyengar (1991) 相異。

Chang (1996) 同樣應用性別基模理論來解釋，為何同樣內容的競選廣告對男性候選人與女性候選人會產生不同之影響。作者利用實驗方式，讓受試者暴露於未知男女候選人的競選廣告，廣告內容除了候選人姓名與照片外內容皆是一致的，分別探討候選人對男性或女性議題的處理能力。研究結果顯示，雖然受試者暴露之廣告內容一致，但是後來受試者對男女候選人的議題能力與人格特質評估卻有顯著的不同。一般來說，女性候選人被評為較有女性特質，同時也較有能力處理女性議題。反之，男性候選人被評為較有男性特質，同時也較有能力處理男性議題。作者認為這些評估結果之差異顯示，受試者評估候選人時受其既存性別認知差異之影響，也就是受其中性別基模的影響。另一方面，當男性候選人與女性候選人頌揚自己，選民對其喜好沒有顯著差異，而當男女性候選人互相攻擊時，選民則對男性候選人產生較負面之評析。

如前所述，有關女性候選人競選廣告研究之主題不外乎二。第一、女性候選人在廣告中強調什麼內容；第二、女性候選人是否應該攻擊。就第一個主題來說，相關內容分析研究之結果顯示，對不同層級職位之選戰，女性候選人在廣告策略與訴求上有作適當調整，以符合選民對此職位之期望。同時 Chang (1996) 研究結果也指出，女性候選人在廣告中強調處理男性議題的能力，可以減少選民腦中性別基模的運作所產生的推論謬誤。換句話說，在選民訊息不足的情況下，候選人之性別較容易啟動選民既有的性別認知，進而左右了選民如何評估此候選人。然而 Chang (1996) 研究中用的是假想候選人與假想選戰，據前所論，因此有必要再就同樣假設於一真實選舉活動中測試，這也是本研究的主要目的之一。此外，就真實選舉，我們可先以前測得知選民對此職位人士之理想特質期待（理想台北縣縣長最應具備之人格特質），與對此職位應具備之議題處理能力期待（目前台北縣面臨最待處理之問題）。再將這些訊息用於實驗操弄中，較不會有失真之虞，所得結果也較有外推能力。由於前測中發現選民對治安、交通與環境品質三項議題最為關切，其中治安、交通兩項議題屬於男性議題。因此本研究將預測：當周荃在廣告中探討治安（男性議題）時，選民對其治安議題處理能力與對謝深山的治安議題處理能力的評估將無顯著差異。同樣地，當周荃在廣告中探討交通（男性議題）時，選民對其交通議題處理能力與對謝深山的交通議題處理能力的評估將無顯著差異。假設三之一：當周在廣告中強調自己處理治安的能力，選民對其治安議題處理能力與對謝深山的治安議題處理能力的評估將無顯著差異。

假設三之二：當周在廣告中強調自己處理交通的能力，選民對其交通議題處理能力與對謝深山的交通議題處理能力的評估將無顯著差異。

就第二個主題而言，研究結果似乎尚無法提供明確之解答。Chang (1996) 研究結果與 Hitchon 與 Chang (1995) 一致，卻和 Ansolabehere 與 Iyengar (1991) 相反。所以更多之重複研究似乎有其必要性。此外，此三項研究皆是在探討美國選民對男女候選人之攻擊，是否會影響到選民對候選人之態度。然而，由於文化之差異，不同文化中攻擊他人或女性攻擊他人之接受情形可能也有差異。譬如在美國總統大選中攻擊廣告所佔之比例就比台灣總統大選來得高。這些不同可能可以反映出不同文化中的選民對攻擊廣告可能產生不同之接受程度。在東方國家中，含蓄與直接衝突相比較，含蓄較為人認可。尤其東方人更期待女性溫婉含蓄，因此攻擊、甚至肢體衝突雖在政治領域中屢見不鮮，一般人仍期待看到女性候選人溫和寬容之一面。另一方面，對男性候選人，攻擊似乎能多少展現其男子氣概。因此使用負面攻擊廣告對女性候選人可能有反彈作用，對男性候選人則可能無此影響。

假設四之一：當周在廣告中攻擊他位候選人時，與當周在廣告中稱頌自己時相比較，較可能令選民對其人格特性評估產生負面影響。反之，當謝或蘇在廣告中攻擊他位候選人時，與當謝或蘇在廣告中稱頌自己時相比較，選民對其人格特性評估不會產生差異。

假設四之二：當周在廣告中攻擊他位候選人時，與當周在廣告中稱頌自己時相比較，較可能令選民對其議題處理能力評估產生負面影響。反之，當謝或蘇在廣告中攻擊他位候選人時，與當謝或蘇在廣告中稱頌自己時相比較，選民對其議題處理能力評估不會產生差異。

假設四之三：當周在廣告中攻擊他位候選人時，與當周在廣告中稱頌自己時相比較，較可能令選民對其態度評估產生負面影響。反之，當謝或蘇在廣告中攻擊他位候選人時，與當謝或蘇在廣告中稱頌自己時相比較，選民對其態度評估不會產生差異。

假設四之四：當周在廣告中攻擊他位候選人時，與當周在廣告中稱頌自己時相比較，較可能令選民對其投票意願評估產生負面影響。反之，當謝或蘇在廣告中攻擊他位候選人時，與當謝或蘇在廣告中稱頌自己時相比較，選民對其投票意願評估不會產生差異。

叁、研究方法

一、實驗設計

為增加控制以釐清候選人性別產生的影響，本研究採實驗法進行。實驗中有兩個主要受試者外變數（between-subject factors）。分別為廣告正負面（分為兩個層次：正面與負面）與候選人/議題的組合（分為三個層次：謝深山（治安）/蘇貞昌（交通）/周荃（環保）；謝深山（環保）/蘇貞昌（治安）/周荃（交通）；謝深山（交通）/蘇貞昌（環保）/周荃（治安））。共計有六個實驗小組（cells），每個小組（cell）有受試者35人或36人。

二、變項的定義與測量

（一）自變項

1. 廣告正負面

本研究藉由不同的訊息設計來操控廣告的正負面內容。正面廣告稱頌候選人議題處理能力並強調其對未來施政的承諾與期許；負面廣告則攻擊另兩位候選人對議題處理能力與施政方向的欠缺，並指稱對手當選後可能會令選民失望或競選承諾可能會跳票等。

2. 候選人/議題的組合

此次台北縣縣長選舉中參選的候選人共有謝深山、蘇貞昌、楊泰順、周荃、廖學廣、林志嘉六人，但為免實驗的複雜性且顧及實驗的可行性，本研究選擇二位民意支持度較高的候選人為男性代表，而以唯一的女性候選人周荃為女性候選人代表。

未免實驗的失真，實驗中操控的議題以北縣縣民實際關切的議題為主。本實驗選擇了治安、交通、環保三項議題，議題的選擇則是依據一份選前針對台北縣縣民隨機抽樣的電話訪問結果來決定。此份電訪樣本數為八十，採開放式問題詢問選民當今台北縣面臨最大的問題為何，受訪者的回答由訪員登錄後，再由兩位編碼者（coders）依照事先發展出的編碼表（coding scheme）編碼，編碼者間信度（Intercoder reliability）為.97。編碼後的資料經分析後發現治安、交通、環保為選民認為最重要的三項議題，因此在實驗中操控此三項議題。

候選人/議題的組合共分為三個層次：謝深山（治安）/蘇貞昌（交通）/周荃（環保）；謝深山（環保）/蘇貞昌（治安）/周荃（交通）；謝深山（交通）/蘇貞昌（環保）/周荃（治安）。雖然候選人與議題的不同組合，應該是3（3產生九種情形。然因本研究目的不在測試候選人之間不同議題組合產生的效果，且限於人力、時間（正式競選期間只有三個星期），難以招募到太多選民參與實驗。故只挑選三種候選人/議題的

組合狀況，挑選標準為每位候選人在三種不同狀況中分別強調上述三項議題中的一項。

3. 選民性別

請選民直接圈選，為直接測量的自變項。

4. 政治知識高低

政治知識為多面向的概念，因此本研究採用 Fiske, Lau 與 Smith (1990)，從四個面向來測政治知識，這四個面向包括：政治興趣、新聞媒體閱聽情形、過去投票行為、政治事實知識。本研究中測量「政治興趣」的量表為單項七點量表。「新聞媒體閱聽情形」詢問選民閱讀報紙政治新聞版面與收視電視新聞的頻次。「過去投票行為」詢問選民在去年總統選舉中是否曾經投票。「政治事實知識」的測量為四個難易程度不同的問答題，依受試者答對程度度量其政治事實知識的高低。

(二) 依變項

1. 候選人態度

以三項語意差異七點量表測量選民對候選人的態度。三個項目分別為好/不好，喜歡/不喜歡，令人愉快/令人不愉快。

2. 候選人人格特性的評估

以七項語意差異七點量表測量選民對候選人人格特性的評估。七個項目分別為有魄力的/沒有魄力的，公正公平的/不公正公平的，有理念的/沒有理念的，有能力的/沒有能力的，務實負責的/不務實負責的，清廉的/不清廉的，關心百姓的/不關心百姓的。此七個項目的選擇是決定於前述一項在接近選舉前針對台北縣選民所做的一份電話訪問。在此電訪中選民被問及以下問題：「你認為一個理想的台北縣縣長應該具備哪些人格特質？」為一開放式問題。同樣地受訪者的回答由兩位編碼者 (coders) 依照事先發展出的編碼表 (coding scheme) 登錄。再從受訪者的回答中選出七項最常被提及的理想縣長候選人之人格特質作為測量候選人人格特性的項目。

根據過去文獻，此七項人格特質中，有二項 (清廉的、關心百姓的) 是屬於所謂的女性人格特質，其餘則屬於所謂的一般理想候選人之人格特質。因此針對某些假設此二個項目將被相加平均以作為「女性人格特質」。同時，其他五個項目將被相加平均以作為「男性人格特質」。

3. 候選人議題處理能力的評估

以七項語意差異七點量表測量選民對候選人議題處理能力的評估。七項議題分別為治安、交通、環境品質、地方建設、教育、社會福利、經濟。此七項議題的選擇同樣是決定於前述電話訪問的結果。在此電訪中選民被問及以下問題：「你認為目前台北縣面

臨最大的問題是什麼？」此問題同樣為一開放式問題。作者再從登錄過後受訪者的回答中選出七項最常被提及的議題作為評估候選人議題處理能力的項目。它們分別為治安、交通、環境品質、地方建設、教育、社會福利、經濟。

根據過去美國文獻指出治安、交通、環境品質、地方建設、教育、社會福利、經濟等七項議題中，有三項（環境品質、教育、社會福利）是屬於所謂的女性議題，經濟是屬於中性議題，其餘則屬於所謂的男性議題（包括：治安、交通、地方建設）。但是因為文化的差異，我們無法確定台灣的選民或台北縣的選民對所謂的男性議題與女性議題能有所分辨。因此有必要另外先進行一項前測來探知。

在另一份針對二十歲以上台北縣縣民隨機抽樣的一百零一份電話訪問中，我們發現較多的台北縣縣民認為男性政治候選人較有能力處理治安、交通與地方建設議題（ $X^2(1, N = 101) = 24.93, p < .01$ ； $X^2(1, N = 101) = 43.65, p < .01$ ； $X^2(1, N = 101) = 13.44, p < .01$ ）而較多的台北縣縣民認為女性候選人較有能力處理環境品質、教育與社會福利問題（ $X^2(1, N = 101) = 3.79, p < .05$ ； $X^2(1, N = 101) = 3.79, p < .05$ ； $X^2(1, N = 101) = 29.49, p < .01$ ）。而台北縣縣民認為女性候選人與男性候選人一樣有能力處理經濟問題。此發現與美國方面的研究完全一致，因此針對某些假設，環境品質、教育與社會福利三個項目將被相加平均以作為「女性議題」。同時，治安、交通與地方建設三個項目將被相加平均以作為「男性議題」。

4. 對各候選人之投票意願

以二項語意差異七點量表測量選民對各候選人的投票意願。此二個項目分別為非常願意/非常不願意，非常可能/非常不可能。

三、廣告刺激

廣告刺激以平面廣告為代表，為求廣告刺激的品質，特別僱請曾獲得多次金犢獎的廣告系學生製作符合實驗狀況需求的廣告共36則《2（正負面）×3（三項議題）×2（二種不同內容）×3（候選人）》。其中探討某一議題的某一內容的正面或負面廣告的文案與構圖皆是一致，只不過當不同候選人出現時，會替換不同的候選人照片、logo與主色。此舉主要目的是減低廣告內容差異所可能產生的影響。若文案與構圖不變，只是候選人有差異，若有任何研究發現時，我們較能有信心地下推論。此外，每則廣告的文案字數均控制在150~160之間，此舉是為了控制字數長短所可能造成的干擾影響。至於同一控制狀況的廣告皆以兩種不同版本內容來代替，以避免單一內容的特異性（idiosyncrasy）可能造成的偏頗。

四、受試者

大致依照北縣各鄉鎮市的人口比例，動員可能人員至各主要有代表性的鄉鎮市招募受試者。受試者來自各行各業，各個年齡層，皆為有投票資格的北縣居民。共計兩百一十二名受試者參加此次研究。

五、實驗過程

受試者被兩位研究助理帶入實驗的地點後，即開始實驗的過程。首先受試者被告知有兩位不同學校的研究生，同時在撰寫碩士論文，論文題目皆是有關此次台北縣縣長選舉，所以聯合起來收集資料。只不過第一位研究生的研究目的在預測此次選舉哪位候選人能夠獲勝，而第二位研究生的研究目的主要在探討廣告圖像與廣告文字搭配程度可能產生的影響。告知受試者此編撰的實驗目的，主要的考量在於避免受試者因猜測到實驗目的而給予有偏頗的答案。第一位研究生先發給每位受試者一份問卷，並請受試者回答。此問卷主要目的在測量受試者的人口背景資料、候選人偏好、政黨取向、政治知識。受試者完成回答後，第一位研究生將問卷收回。此時，第二位研究生再隨機發給每位受試者一個檔案夾，每個檔案夾內有六張平面廣告。受試者可能拿到下列任何一種情形的檔案夾（見表 1）：

表 1 六種實驗刺激組合

| | 廣告一 | 廣告二 | 廣告三 | 廣告四 | 廣告五 | 廣告六 |
|-----|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| 組合一 | 謝/治安 (正面) | 謝/治安 (正面) | 蘇/交通 (正面) | 蘇/交通 (正面) | 周/環保 (正面) | 周/環保 (正面) |
| 組合二 | 謝/環保 (正面) | 謝/環保 (正面) | 蘇/治安 (正面) | 蘇/治安 (正面) | 周/交通 (正面) | 周/交通 (正面) |
| 組合三 | 謝/交通 (正面) | 謝/交通 (正面) | 蘇/環保 (正面) | 蘇/環保 (正面) | 周/治安 (正面) | 周/治安 (正面) |
| 組合四 | 謝/治安 (負面) | 謝/治安 (負面) | 蘇/交通 (負面) | 蘇/交通 (負面) | 周/環保 (負面) | 周/環保 (負面) |
| 組合五 | 謝/環保 (負面) | 謝/環保 (負面) | 蘇/治安 (負面) | 蘇/治安 (負面) | 周/交通 (負面) | 周/交通 (負面) |
| 組合六 | 謝/交通 (負面) | 謝/交通 (負面) | 蘇/環保 (負面) | 蘇/環保 (負面) | 周/治安 (負面) | 周/治安 (負面) |

為避免廣告暴露順序產生任何影響，檔案夾中的候選人廣告出現順序有加以調整調換。換句話說符合每個情形的檔案夾中各候選人的廣告出現順序可能是第一、第二或第三。當受試者閱讀完每個平面競選廣告後，首先回答測量廣告態度與情感反應的量表。等受試者閱讀完所有平面廣告後，則回答一系列問題來測量其對各候選人的態度、對各候選人人格特性的評估、對各候選人議題處理能力的評估、以及對各候選人之投票意願。

肆、研究分析

一、前測

本研究主要以前測方式來檢測實驗操控是否成功。

(一)廣告正負面

製作出來的實驗廣告先請大學部學生20名做前測，來確定學生是否真的能夠從廣告中分辨出廣告為攻擊性廣告或正面宣揚性廣告。所有學生對六支正面廣告攻擊性強弱的評估的平均值分別為：1.70, 2.05, 1.75, 2.25, 2.65, 2.35。對六支負面廣告攻擊性強弱之評估平均值分別為：6.40, 6.65, 6.60, 6.25, 6.20, 6.55。t-tests 也顯示每支與正面相對應的負面廣告與此正面廣告的攻擊性強弱評估差異皆呈現顯著 ($P < .05$)，因此我們可以說廣告中正面或負面訴求內容是可以被分辨的。

(二)議題種類

同樣地，製作出來的廣告請大學部學生二十名做前測，以開放式問題方式來詢問學生是否能夠從廣告中辨別探討的議題主題。結果顯示，大部份的學生能夠正確分辨出廣告中主要探討的議題（見表2）。

表2 廣告中操縱議題的可辨識度

| | 治 安 | | 交 通 | | 環 保 | |
|--------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| N = 20 | 廣告一 | 廣告二 | 廣告一 | 廣告二 | 廣告一 | 廣告二 |
| 正面 | 70% | 85% | 70% | 85% | 85% | 70% |
| 負面 | 90% | 80% | 95% | 95% | 90% | 85% |

二、量表效度

測量候選人態度的量表以三項問題組成，因此有需要測量此一量表的效度。分析顯示，此量表的 Cronback's alpha 值為 .87，已達可接受之值。又測量對候選人投票意願以二項問題組成。因此有需要測量此一量表的效度。分析顯示此量表的 Cronback's alpha 值為 .96，已達可接受之值。

三、研究假設檢驗

假設一之一預測選民對周荃之女性人格特性評估會高於選民對周荃之男性人格特性評估。反之，選民對謝深山之男性人格特性評估會高於選民對謝深山之女性人格特性評估。由於負面訊息通常會引起負面情感反應，過去就情感反應對說服訊息處理所可能產生的影響雖有學者探討與研究（例如：Bohner & Schwarz, 1993），然而負面情感對基模式處理的影響（schematic processing）卻未有相關研究。基於本研究的假設皆由相關理論或過去研究結果推衍而出，而過去研究大都以正面訊息為研究對象，因此就假設一有關受試者的性別基模式處理情形（gender schematic processing）的檢定皆選擇正面訊息接收者為主要的分析對象，所以本假設的檢驗只針對暴露於正面頌揚廣告的一百零六位受試者。分析結果顯示：選民對周荃之女性人格特性的評估顯著地高於選民對周荃之男性人格特性的評估（ $F(1, 105) = 14.16, p < .01$ ，女性人格特性評估的平均值 = 3.69，男性人格特性評估的平均值 = 3.41）。另一方面，選民對謝深山之女性人格特性的評估與選民對謝深山之男性人格特性的評估之間則沒有顯著差異（ $F(1, 105) = 2.08, p < .15$ ，女性人格特性評估的平均值 = 3.28，男性人格特性評估的平均值 = 3.17）（見表 3）。

假設一之二預測選民對周荃之女性議題處理能力評估會高於選民對周荃之男性議題處理能力評估。反之，選民對謝深山之男性議題處理能力評估會高於選民對謝深山之女性議題處理能力評估。分析結果顯示：選民對周荃之女性議題處理能力的評估顯著地高於選民對其男性議題處理能力的評估（ $F(1, 105) = 38.69, p < .01$ ，女性議題處理能力評估的平均值 = 3.49，男性議題處理能力評估的平均值 = 3.06）。另一方面，選民對謝深山之女性議題處理能力的評估與選民對其男性議題處理能力的評估之間，則沒有顯著差異（ $F(1, 105) = .29, p < .59$ ，女性議題處理能力評估的平均值 = 3.50，男性議題處理能力評估的平均值 = 3.54）。

假設一之一與假設一之二的分析結果顯示：選民對謝深山的人格特性評估並未因此人格特性為男性或女性而產生顯著差異。同樣地，選民對謝深山的議題處理能力評估並

女性候選人在選舉中的優弱勢——以八十六年台北縣縣長候選人周荃為例

未因此議題為男性或女性而產生顯著差異。相反地，選民對周荃的人格特性評估明顯地因為此人格特性為男性取向或女性取向而產生顯著差異。選民對周荃的議題處理能力評估也明顯地因為此議題為男性取向或女性取向而產生顯著差異。

表 3 選民對謝深山與周荃在人格特性與議題處理能力的評估

| | 謝 深 山 | | | | 周 荃 | | | |
|--------|-------|------|---------|---------|------|------|---------|---------|
| | 平均值 | | | | 平均值 | | | |
| | 女性 | 男性 | F-value | P-value | 女性 | 男性 | F-value | P-value |
| 人格特性 | 3.28 | 3.17 | 2.08 | .15 | 3.69 | 3.41 | 14.16 | .01 |
| 議題處理能力 | 3.50 | 3.54 | .29 | .59 | 3.49 | 3.06 | 38.69 | .01 |

p.s. N = 106

假設二之一預測政治知識高的選民對周荃或謝深山之人格特性評估不會因為所評估的人格特性為男性或女性取向而產生差異。反之，政治知識低的選民對周荃或謝深山之男性或女性人格特性評估會因所評估的人格特性為男性或女性取向而產生差異。結果與預期一致：高政治知識者對謝深山的男性與女性人格特性評估沒有產生顯著差異（ $F(1, 56) = .01, p < .91$ ，女性人格特性評估的平均值 = 3.22，男性人格特性評估的平均值 = 3.19）。同樣地，正如預期般高政治知識者對周荃的男性與女性人格特性評估沒有任何顯著差異（ $F(1, 56) = 3.11, p < .08$ ，女性人格特性評估的平均值 = 3.71，男性人格特性評估的平均值 = 3.54，見表 4）。相反地，低政治知識者對謝深山的男性與女性人格特性評估產生顯著差異（ $F(1, 46) = 4.01, p = .05$ ，女性人格特性評估的平均值 = 3.44，男性人格特性評估的平均值 = 3.12）。但是與預期相反的是：低政治知識者認為謝深山較具女性人格特性。另一方面，低政治知識者對周荃的男性與女性人格特性評估也產生顯著差異（ $F(1, 46) = 14.07, p < .01$ ，女性人格特性評估的平均值 = 3.67，男性人格特性評估的平均值 = 3.25）。此差異正與預期一致，也就是低政治知識者認為周荃較具女性特質。所以說假設二之一只有部份得到支持。

假設二之二預測政治知識高的選民對周荃或謝深山之議題處理能力評估不會因所評估的議題為男性或女性取向而產生差異。反之，政治知識低的選民對周荃或謝深山之議題處理能力評估會因所評估的議題為男性或女性取向而產生差異。結果顯示高政治知識者對謝深山的男性與女性議題處理能力評估沒有產生顯著差異（ $F(1, 56) = 1.83, p < .18$ ，女性議題處理能力評估的平均值 = 3.48，男性議題處理能力評估的平均值 = 3.46）。低政治知識者對謝深山的男性與女性議題處理能力評估也沒有產生顯著差異。

($F(1, 46) = .08, p < .78$ ，女性議題處理能力評估的平均值 = 3.53，男性議題處理能力評估的平均值 = 3.60)。相反地，高政治知識者對周荃的男性與女性議題處理能力評估產生顯著差異 ($F(1, 56) = 37.17, p < .01$ ，女性議題處理能力評估的平均值 = 3.60，男性議題處理能力評估的平均值 = 3.01)。低政治知識者對周荃的男性與女性議題處理能力評估產生顯著差異 ($F(1, 46) = 6.09, p = .02$ ，女性議題處理能力評估的平均值 = 3.35，男性議題處理能力評估的平均值 = 3.12)。綜合看來以上結果顯示出不論選民為高政治知識者抑或低政治知識者皆一致認為周荃較有能力處理女性議題而較無能力處理男性議題。對謝深山而言，高政治知識者與低政治知識者皆認為其處理女性議題能力與處理男性議題能力無顯著差異。由於政治知識高者與政治知識低者對周荃與謝深山的反應類似，因此假設二之二未得到支持。

假設三之一預測當周荃在廣告中強調自己處理治安的能力，選民對其治安議題處理能力與對謝深山的治安議題處理能力的評估將無顯著差異。也就是說性別基模產生的影響會消失。結果顯示當周荃在廣告中強調自己處理治安的能力，選民對其治安議題處理能力與對謝深山的治安議題處理能力的評估無顯著差異 ($F(1, 35) = .40, p < .53$ ，周荃處理治安能力 = 3.56，謝深山處理治安能力 = 3.41，見表 5)。相對地，當周荃未在廣告中強調自己處理治安的能力時，選民對其治安議題處理能力的評估則明顯地低於選民對謝深山治安議題處理能力的評估 ($F(1, 69) = .6.07, p < .02$ ，周荃處理治安能力 = 3.01，謝深山處理治安能力 = 3.49)。因此假設三之一完全得到支持。

假設三之二預測當周在廣告中強調自己處理交通的能力，選民對其交通議題處理能力與對謝深山的交通議題處理能力的評估將無顯著差異。結果顯示當周荃在廣告中強調自己處理交通的能力，選民對其交通議題處理能力與對謝深山的交通議題處理能力的評估無顯著差異 ($F(1, 34) = .2.56, p < .12$ ，周荃處理交通能力 = 3.25，謝深山處理

表 4 高低政治知識的選民對謝深山與周荃在人格特性與議題處理能力的評估

| | | 謝 深 山 | | | | 周 荃 | | | |
|--------|-------|-------|------|---------|---------|------|------|---------|---------|
| | | 平均值 | | | | 平均值 | | | |
| | | 女性 | 男性 | F-value | P-value | 女性 | 男性 | F-value | P-value |
| 人格特性 | 高政治知識 | 3.22 | 3.19 | .01 | .91 | 3.71 | 3.54 | 3.11 | .08 |
| | 低政治知識 | 3.44 | 3.12 | 4.01 | .05 | 3.67 | 3.25 | 14.07 | .01 |
| 議題處理能力 | 高政治知識 | 3.48 | 3.46 | 1.83 | .18 | 3.60 | 3.02 | 37.17 | .01 |
| | 低政治知識 | 3.53 | 3.60 | .08 | .78 | 3.35 | 3.12 | 6.09 | .02 |

p.s. 高政治知識 N = 57，低政治知識 N = 47，2 missing values

交通能力 = 3.64)。相對地，當周荃未在廣告中強調自己處理交通的能力時，選民對其交通議題處理能力的評估則明顯地低於選民對謝深山交通議題處理能力的評估 ($F(1, 70) = .4.14, p = .05$ ，周荃處理交通能力 = 2.91，謝深山處理交通能力 = 3.31)。因此假設三之二完全得到支持。假設四之一預測當周荃在廣告中攻擊他位候選人時，與當周在廣告中稱頌自己時相比較，較可能令選民對其人格特性評估產生負面影響。反之，當謝或蘇在廣告中攻擊他位候選人時，與當謝或蘇在廣告中稱頌自己時相比較，選民對其人格特性評估不會產生差異。結果顯示：就周荃而言，攻擊他人明顯地減低選民對其所有人格特質之評價。除了在『關心百姓』、『有能力』、『負責任』三項議題趨於顯著卻未達顯著外 (P 值分別為 .07、.08、.06，見表 6)，攻擊使得選民對周荃其餘之人格特性評估皆產生顯著負面影響。對謝深山而言，無論其攻擊與否，選民對其人格特性之評估沒有產生任何顯著變化。對蘇貞昌而言，攻擊與否只有在選民評估其是否『關心百姓』一特質評估上產生顯著的負面影響。因此，我們大致可以說攻擊對周荃產生較多之負面影響。

假設四之二預測當周在廣告中攻擊他位候選人時，與當周在廣告中稱頌自己時相比較，較可能令選民對其議題處理能力評估產生負面影響。反之，當謝或蘇在廣告中攻擊他位候選人時，與當謝或蘇在廣告中稱頌自己時相比較，選民對其議題處理能力評估不會產生差異。就周荃而言，當她攻擊其他兩位男性候選人時，選民對其『地方建設』、『治安』、『經濟』、『教育』、『環境品質』、『交通』等議題的處理能力評估皆有明顯減低 (見表 7)。對周荃而言，唯一沒有因攻擊產生顯著負面影響的問題為『社會福利』。就謝深山而言，選民對其各項議題能力的評估，完全沒有因為其是否攻擊他人而產生影響。就蘇貞昌而言，除了在教育、社會福利等議題上，攻擊對他有產生負面影響外，在其他議題上，攻擊並沒有產生任何顯著影響。總而言之，攻擊對周荃在議題處理能力的評估上產生最負面之影響。

表 5 周荃在廣告中強調或未強調處理交通或治安議題時
選民對其交通或治安問題處理能力的高低評估

| | 周荃在廣告中強調該項議題 N = 36 | | | | 周荃未在廣告中強調該項議題 N = 70 | | | |
|------|------------------------|------|---------|---------|-------------------------|------|---------|---------|
| | 平均值 | | | | 平均值 | | | |
| | 周荃 | 謝深山 | F-value | P-value | 周荃 | 謝深山 | F-value | P-value |
| 治安能力 | 3.56 | 3.41 | .40 | .53 | 3.01 | 3.49 | 6.07 | .02 |
| 交通能力 | 3.25 | 3.64 | 2.56 | .12 | 2.91 | 3.31 | 4.14 | .05 |

表 6 閱讀正面廣告與閱讀負面廣告的選民對三位候選人人格特性評估的差異

| | 謝 深 山 | | | | 蘇 貞 昌 | | | | 周 荃 | | | |
|-------|---------------|---------------|-----|-----|---------------|---------------|------|-----|---------------|---------------|------|-----|
| | 正面 N = 106 | 負面 N = 106 | F | p | 正面 N = 106 | 負面 N = 106 | F | p | 正面 N = 106 | 負面 N = 106 | F | p |
| 有魅力的 | 2.99 | 2.97 | .01 | .94 | 3.67 | 3.41 | 1.34 | .25 | 3.52 | 3.07 | 4.37 | .04 |
| 關心百性的 | 3.24 | 3.25 | .01 | .96 | 3.66 | 3.66 | 5.03 | .03 | 3.52 | 3.16 | 4.37 | .07 |
| 有能力的 | 2.85 | 2.95 | .18 | .67 | 2.73 | 2.78 | .05 | .83 | 2.69 | 3.08 | 3.01 | .08 |
| 公正公平的 | 3.30 | 3.16 | .40 | .53 | 3.61 | 3.26 | 3.30 | .07 | 3.51 | 2.99 | 7.11 | .01 |
| 清廉的 | 3.33 | 3.42 | .17 | .68 | 3.71 | 3.32 | 3.36 | .07 | 3.85 | 3.29 | 8.34 | .01 |
| 有理念的 | 3.21 | 3.16 | .04 | .85 | 3.81 | 3.52 | 1.88 | .17 | 3.80 | 3.32 | 5.41 | .02 |
| 負責的 | 3.48 | 3.47 | .01 | .95 | 3.61 | 3.34 | 1.83 | .17 | 3.55 | 3.16 | 3.59 | .06 |

表 7 閱讀正面廣告與閱讀負面廣告的選民對三位候選人議題能力評估的差異

| | 謝 深 山 | | | | 蘇 貞 昌 | | | | 周 荃 | | | |
|------|---------------|---------------|------|-----|---------------|---------------|------|-----|---------------|---------------|------|-----|
| | 正面 N = 106 | 負面 N = 106 | F | p | 正面 N = 106 | 負面 N = 106 | F | p | 正面 N = 106 | 負面 N = 106 | F | p |
| 地方建設 | 3.77 | 3.54 | 1.21 | .27 | 3.61 | 3.36 | 1.48 | .23 | 3.10 | 2.72 | 3.94 | .05 |
| 治安 | 3.46 | 3.27 | .80 | .37 | 3.21 | 3.15 | .08 | .78 | 3.17 | 2.72 | 5.86 | .02 |
| 經濟 | 3.48 | 3.29 | .91 | .34 | 3.10 | 2.84 | 2.00 | .16 | 2.93 | 2.53 | 5.12 | .03 |
| 教育 | 3.45 | 3.25 | 1.00 | .32 | 3.40 | 2.99 | 4.53 | .03 | 3.68 | 3.19 | 6.28 | .01 |
| 環境品質 | 3.30 | 3.20 | .02 | .65 | 3.51 | 3.12 | 3.01 | .08 | 3.39 | 2.95 | 5.15 | .02 |
| 交通 | 3.42 | 3.30 | .33 | .57 | 3.68 | 3.10 | 1.10 | .30 | 3.06 | 2.60 | 5.38 | .02 |
| 社會服利 | 3.76 | 3.45 | 2.17 | .14 | 3.36 | 3.23 | 4.01 | .05 | 3.44 | 3.18 | 1.84 | .17 |

假設四之三預測當周在廣告中攻擊他位候選人時，與當周在廣告中稱頌自己時相比較，較可能令選民對其態度評估產生負面影響。反之，當謝或蘇在廣告中攻擊他位候選人時，與當謝或蘇在廣告中稱頌自己時相比較，選民對其態度評估評估不會產生差異。結果顯示攻擊與否沒有顯著地影響選民對任何候選人之整體喜好（見表 8）。

假設四之四預測當周在廣告中攻擊他位候選人時，與當周在廣告中稱頌自己時相比較，較可能令選民對其投票意願評估產生負面影響。反之，當謝或蘇在廣告中攻擊他位候選人時，與當謝或蘇在廣告中稱頌自己時相比較，選民對其投票意願評估不會產生差異。結果顯示攻擊與否沒有顯著地影響選民對任何候選人之投票意願。

表 8 閱讀正面廣告與閱讀負面廣告的選民對三位候選人態度與投票意願的差異

| | 謝 深 山 | | | | 蘇 貞 昌 | | | | 周 荃 | | | |
|------|---------------|---------------|-----|-----|---------------|---------------|------|-----|---------------|---------------|------|-----|
| | 正面 N = 106 | 負面 N = 106 | F | p | 正面 N = 106 | 負面 N = 106 | F | p | 正面 N = 106 | 負面 N = 106 | F | p |
| 態度 | 3.18 | 3.21 | .04 | .83 | 3.04 | 2.92 | .56 | .46 | 2.91 | 2.70 | 2.31 | .13 |
| 投票意願 | 3.21 | 3.20 | .01 | .95 | 3.02 | 2.62 | 2.13 | .15 | 2.19 | 2.07 | .22 | .64 |

伍、結論與討論

本研究發現選民對周荃在男性議題能力的評價顯著地低於選民對周荃在女性議題能力的評價。同時，選民對周荃在男性人格的評價顯著地低於選民對周荃在女性人格的評價。我們可以說選民在評估周荃時，可能對周荃在不同議題處理能力或人格特性上沒有明確的認知。所以在評估時可能倚賴過去對男女不同的認知來作判斷或推論。若待評估的議題屬女性議題則選民自然地推論周荃較有能力處理；同樣地，若待評估的人格特性屬女性人格特性則選民自然地推論其較有可能具備。反之，若待評估的議題屬男性議題則選民則自然地推論周荃較無能力處理。同樣地，若待評估的人格特性屬男性人格特性則選民自然地推論其較沒有可能具備。

同時我們發現選民對謝深山之女性人格特性的評估與選民對謝深山之男性人格特性的評估之間沒有顯著差異。選民對謝深山之女性議題處理能力的評估與選民對其男性議題處理能力的評估之間，也沒有顯著差異。很可能選民在評估男性候選人時並未因其性別而啟動「性別基模」。因為在政治領域絕大多數的政治候選人皆為男性，所以在重複的接觸後，選民已發展出一個有關政治候選人的基模結構。所以很可能選民在評估男性候選人時自然啟動「政治候選人基模」。此結構中可能包含許多認知中理想候選人之特性，其中包括女性取向的特性（如：關心百姓的）與一般取向的特性（如：有理念的）。因為不論是一般取向或是女性取向皆是屬於理想候選人之特質。所以當選民被要求去評估謝深山的各項人格特質時，若此選民對謝深山無明確的認知，可能會應用過去對政治候選人的一般了解，也就是「政治候選人基模」，來作評估。同理可以推論至選民對謝深山議題處理能力的評估。

整體而言，女性因目前參政比例過低，所以當選民在面對女性候選人時，將無可避免地注意到其性別的不同。在此同時，選民在評估女性候選人時，也較容易引用性別基模來輔佐其推論。性別基模導引的推論有時會對女性候選人產生負面影響，但在其他時

候則有可能產生助益。譬如說，若選民期待環境品質問題能有改善，或希望此候選人真心關懷百姓。則此時女性候選人的女性特質將有助益。在這樣的情況下，女性候選人則不需要刻意強調其男性特質。因此，女性候選人在設計廣告宣傳訊息時的第一要務即是了解民衆對其參選職位的候選人有無任何明確期望。善用選民既有認知將有利於選民對女性候選人之評估。

政治知識高與政治知識低者對周荃與謝深山的評估並未反應出預期的不同。唯一與假設一致的發現是：政治知識高者對周荃的人格特性評估並未因所欲評估的人格特性為女性取向而有差異；而政治知識低者對周荃的人格特性評估則因所欲評估的人格特性為女性取向而有差異。不過其他與選民政治知識高低相關的假設皆未得到支持，結果也未呈現一致的脈絡。因此未來研究仍有必要繼續探討政治知識高與政治知識低者在對目標對象或物件作推論時，其既存基模結構的差異是否會產生任何不同的影響。

雖然選民對周荃的評估會受到性別基模認知的影響，但本研究也發現當周荃利用廣告來強調其男性議題處理能力時，選民則有充分訊息來了解周荃處理男性議題的決心與能力。此時選民較不可能單純倚賴性別基模來作判斷。此結果與 Chang (1996) 應用假想候選人所發現的結果一致。這些結果顯示，惟有在訊息不足時，選民才容易依賴性別基模來判斷女性候選人議題能力或所具人格特性。所以對女性候選人而言，如果選民期望此候選人在當選後能解決某些男性取向的議題，則此女性候選人則需在廣告中作適當強調，以避免選民在訊息不足的情況下作出對此女性候選人不利的錯誤評估與推論。

最後，本研究發現攻擊他位候選人對周荃的殺傷力最強，對其他兩位男性候選人則無則顯著的負面影響。也就是說，候選人性別是影響負面攻擊廣告效果的一個不能忽略的因素。此結果也反應出在台灣的政治環境下，一般選民似乎尚不能接受女性違反傳統攻擊他人。所以對女性候選人而言，強調選民期待的能力與特質的重要性將遠勝於攻擊他位候選人。值得注意的是雖然研究中發現攻擊性的競選廣告使選民對周荃多項的議題處理能力與人格特性評估產生顯著的負面影響，攻擊性的競選廣告卻未使選民對周荃的整體態度或投票意願產生顯著的負面影響。這樣的結果可能顯示選民在廣告暴露前對周荃可能已有明確的態度或心中已決定將票投給某位候選人，因此廣告的暴露，無論其為攻擊性或頌揚性內容，所能產生的影響仍屬有限。未來探討廣告效果的研究若能區分選民的既存差異（如：死忠者與游離者），或有可能幫助我們瞭解競選廣告對不同選民所能產生的不同效果。

陸、研究限制與未來研究建議

本研究利用真實的選舉，於八十六年台北縣縣長選舉期間以實驗方式來探討選民對真實男女候選人的差異認知，研究發現選民對於北縣兩位男性候選人與一位女性候選人有刻板性別差異認知。然而此次實驗雖試圖對一些可能產生干擾的變數加以控制，對於一些其他可能產生干擾的既存差異變數實難加以掌控（例如：候選人原有的政黨背景或色彩等）。而且由於本研究的212人中認同於新黨者只佔了15名，而在各控制組別中則只有少數2或3名，由於人數過少，似乎不適宜作進一步分析或比較。另外，對周荃有既存偏好者只有七名，同樣由於人數過少，並不適宜作進一步的分析或比較。其次，由於經費限制，此次研究只針對台北縣縣長選舉加以探討，而忽略了其他有女性候選人參選的縣市長選舉。所以選民是否對於男性候選人與女性候選人有刻板性別差異認知，實有待未來更多的研究加以驗證。最後，對於不同層次的選舉以及對於知名度高低不同的候選人，選民的刻板性別差異認知對於候選人態度及投票意願可能會有不同影響。一般而言，選民對縣市長選舉的涉入感較高而且縣市長候選人知名度也較高，所以有可能對各候選人已有明確的態度喜好，因此性別基模單獨對選民評估候選人所能產生的影響就相對減少。然而對於某些層次較低選舉中的候選人（如市議員候選人）或對於知名度較低的候選人，選民可能本無明確態度或認識，此時選民較可能倚賴既存的性別基模來推論這些候選人可能具備某些刻板的女性特質，甚至依賴此種推論作為投票的依據，因此這也是未來值得探討與研究的方向。

參考書目

Ansolabehere, S., & Iyengar, S.

- 1991 Why candidates attack: Effects of television advertising in the 1990 California Gubernatorial Campaign. Paper presented at the annual meeting of the Western Political Science Association.

Bem, S. L.

- 1983 "Gender schema theory and its implications for child development: Raising gender-aschematic children in a gender-schematic society," *Signs*, 8(4): 598 - 616.

Benze, J. G., & Declercq, E. R.

1985a "The importance of gender in congressional and statewide elections," *Social Science Quarterly*, 66 : 954 – 963.

Bohner, G., & Schwarz, N.

1993 "Mood states influence the production of persuasive arguments," *Communication Research*, 20(5) : 696 – 722.

Cantor, N., & Mischel, W.

1977 "Traits as prototypes : Effects on recognition memory," *Journal of Personality and Social Psychology*, 35 : 38 – 44.

Chang, C.

1996 Viewers' response to female candidates' political advertising. AEJMC Annual Conference at Anaheim, CA.

Chang, C., & Hitchon, J.

1997 "Mass media impact on voter response to women candidates : Theoretical development," *Communication Theory*, 7(1) : 29 – 52.

Fiske, S. T., & Kinder, D. R.

1981 "Involvement, expertise, and schema use : Evidence from political cognition," In N. Cantor & J. Kihlstrom, eds. *Personality, cognition, and social interaction*. Hillsdale, N.J. : Erlbaum.

Fiske, S. T., Kinder, D. R., & Larter, W. M.

1983 "The novice and the expert : Knowledge-based strategies in political cognition," *Journal of Experimental Social Psychology*, 19 : 381 – 400.

Fiske, S. T., Lau, R. R., & Smith, R. A.

1990 "On the varieties and utilities of political expertise," *Social Cognition*, 8 : 31 – 48.

Fiske, S. T., & Taylor, S. E.

1984 *Social Cognition*. New York : Random House.

Hitchon, J. C., & Chang, C.

1995 "Effects of gender schematic processing on the reception of political commercials for men and women candidates," *Communication Research*, 22 (4) : 430 – 458.

Huddy, L., & Terkildsen, N.

1993 “Gender stereotypes and the perception of male and female candidates,” *American Journal of Political Science*, 37 : 119 – 147.

Johnston, A., & White, A. B.

“Communication styles and female candidates : A study of the political advertising during 1986 senate elections,” *Journalism Quarterly*, 71(2) : 321 – 329.

Kahn, K. F.

1994 “The distorted mirror : Press coverage of women candidates for statewide office,” *The Journal of Politics*, 56(1) : 154 – 173.

Kahn, K. F., & Goldenberg, E. N.

1991 “Women candidates in the news : An examination of gender differences in U.S. senate campaign coverage,” *Public Opinion Quarterly*, 55 : 180 – 199.

Lau, R. R.

1984 “Dynamics of attribution process,” *Journal of Personality and Social Psychology*, 46(5) : 1017 – 28.

Lau, R. R., & D. Sears

1986 “Political schemata, candidate evaluations, and voting behavior,” In R. R. Lau and D. Sears eds. *Political Cognition*. Hillsdale, N. J. : Erlbaum.

Leeper, M.

1991 “The impact of prejudice on female candidates : an experimental look at voter inference,” *American Politics Quarterly*, 19 : 248 – 261.

Lusk, C. M., & C. M. Judd

1988 “Political expertise and the structural mediators of candidate evaluations,” *Journal of Experimental Social Psychology*, 24 : 105 – 126.

Marcus, H.

1977 “Self-schemata and processing information about the self,” *Journal of Personality and Social Psychology*, 35 : 63 – 78.

Markus, H., & Zajonc, R. B.

1985 “The cognitive perspective in social psychology,” In G. Lindzey & E. Aronson eds. *Handbook of Social Psychology*. New York : Random

House.

Martin, C. L., & Halverson, C. F. Jr.

1981 "A schematic processing model of sex typing and stereotyping in children," *Child Development*, 52 : 1119 – 1134.

Nisbett, R. E., & Ross. L.

1980 *Human Inference : Strategies and Shortcomings in Social Judgment*. Englewood Cliffs, N. J. : Prentice Hall.

Rosenwasser, S. M., Rogers, R. R., Fling, S., Silvers-Pickens, K., & Butemeyer, J.

1987 "Attitudes toward women and men in politics : Perceived male and female candidate competencies and participant personality characteristics," *Political Psychology*, 8(2) : 191 – 200.

Sapiro, V.

1981 – 82 "If U.S. senator Baker were a woman : An experimental study of candidate images," *Political Psychology*, 2 : 61 – 83.

Taylor, S. E., & Crocker, J.

1981 "Schematic bases of social information processing," In E. T. Higgins, C. A. Harman, & M. P. Zanna eds. *Social Cognition : The Ontario Symposium on Personality and Social Psychology*. Hillsdale, N.J. : Erlbaum.

Tesser, A.

1978 "Self-generated attitude change," *Advances in Experimental Social Psychology*, 11 : 289 – 338.

The Advantages and Disadvantages of Being a Female Candidate in Elections-An Exploration of the 1997 Taipei County Magistrate Election

Ching-ching Chang

Abstract

This study applies schema theory to examine four research questions:(1)do voters evaluate candidates of different genders in gender schema consistent manner? (2)do voters' political knowledge moderate this process? (3)can female candidates employ political advertising to reduce voters' biased evaluation? and(4)will female candidates' attack on the opponents generate more negative evaluations? Results indicate that voters believe that Ms. Chou is more capable of dealing with female issues than male issues; whereas Mr. Hsieh is as capable of dealing female issues as he is of male issues. In addition, after voters being exposed to ads where Ms. Chou emphasizes her ability in handling male issues, voters' biased evaluations disappear. Finally, attacking ads hurt Ms. Chou more than other male candidates(Mr. Hsieh and Mr. Su). Suggestions for practitioners as well as implications are discussed.

Keywords: Elections, Political advertising, Schema theory, female candidates

審查意見答覆

審委意見(一)

1. 實驗法的難處在於如何設計一個自然的情境，以避免受測者產生被實驗的感覺而影響實驗結果。本文研究在選舉期間執行，選舉期間文宣本來就多，而本研究再重新製作實驗用文宣，是否會讓受測者產生被實驗的感覺？
2. 本研究有進行前測，以瞭解受測者是否可以清楚辨識文宣的正負面以及議題種類，但前測對象為政大學生，而真正受測者確是一般民衆，一般民衆的閱讀能力與對文字的理解，顯然與大學生有別，因此二者是否有差距以致影響研究結果，這也是必須釐清的。
3. 選民的預存立場常會決定他如何看候選人文宣，愛之者，文宣越看越愛，惡之者，再好的文宣也被視為「垃圾」。本研究似乎忽略了選民預存立場這個重要的變數，雖然本研究有將對候選人態度列為依變項，但這只是測量閱讀實驗廣告後所產生的影響，更何況只有一次的文宣暴露，就期待產生影響，這是不切實際的。

審委意見(二)

1. 假設一之一與一之二，為什麼只分析正面廣告的部份呢？如果顧及負面廣告會有不同作用，那麼只分析正面廣告是否會產生另一種不同作用呢？既然資料都有了，或許可以考慮兩部份都分析，甚至可以更進一步比較。
2. 根據本文分析結果，其實有蠻多部份未得到證實的，只有假設三之一與假設三之二完全得到支持，假設四之三和四之四完全未得到支持，其他則是部份得到證實，但對於為何會得到這樣之結果，作者顯然著墨不多。
3. 選民對候選人之評估除了性別基模外，也有候選人及政黨基模，因此如何適當控制這些因素非常重要，作者在一開始便給受試者前測，前測內容已包括候選人偏好，政黨取向等因素，這些皆可做更進一步比較之基礎。

論文評審意見的答覆

(一)

1. 本研究中實驗用文宣廣告之所以重新製作有三個主要原因。第一、既存的廣告文宣

並無符合本實驗欲操控的內容。第二、透過文宣的重新製作，不同受試組別所閱讀的廣告除了候選人人名，照片有差異外，其他內容皆可操控到相同的程度。因此，若有效果的差異，我們較能推論是候選人所產生而不是文宣內容本身既存差異所造成。第三、若用既存的廣告文宣可能產生受試者先前暴露的效果會影響到此次的實驗反應。雖然重新製作文宣可能讓受測者產生被實驗的感覺，但是衡量重新製作文宣所能提供的控制（control），仍決定重新製作文宣。

2. 由於本研究在競選期間內進行先電話訪問再執行實驗，基於時間的考量以及方便性才採用政大學生做為廣告內容前測的受試者。雖然因應本實驗操控變項所製作的廣告文宣在用字用詞上刻意模仿一般候選人文宣中的寫法，但以政大學生為前測的對象實為一個可以改進的缺失。未來在做類似的研究時應加以避免。
3. 選民的預存立場的確會改變選民對文宣內容的接收。然而透過實驗的隨機分配，研究者假設接受不同實驗 condition 訊息的受試者在預存立場的分配情形應相當類似。所以我們可以較有信心的說若組別間有差異主要是實驗所操控的變項影響。此外，由於周荃的之既有支持者人數過少（七人），因此似乎不便再作進一步的分析，已將此點加註於本文中的「研究侷限」章節。最後，為了增加暴露次數，每位受試者皆連續閱讀兩則議題內容類似但文案有異的平面文宣廣告。不過，兩次的暴露雖較一次為佳，但與實際選民暴露於競選廣告的頻次相較，次數可能仍然偏低。

(二)

1. 作者在原文中雖有簡單交代為何在檢驗假設一時只使用暴露於正面頌揚廣告的一百零六人受試者的資料（見原文第14頁：「由於負面攻擊廣告可能會產生一些不同作用，所以本假設的檢驗只針對暴露於正面頌揚廣告的一百零六人受試者。」）但說明似乎不足，因此另在文中加註下列說明：

「由於負面訊息通常會引起負面情感反應，過去就情感反應對說服訊息處理所可能產生的影響雖有學者探討與研究（例如：Bohner & Schwarz, 1993），然而負面情感對基模式處理（schematic processing）的影響卻未有相關研究。基於本研究的假設皆由相關理論或過去研究結果推衍而出，而過去研究大都以正面訊息為研究對象，因此就假設一有關受試者的性別基模式處理情形（gender schematic processing）的檢定皆選擇正面訊息為主要的分析對象。」

2. 對於所有未能得到驗證或部分得到驗證的假設，作者於「結論與討論」章節中試圖解釋與說明造成假設未被驗證的原因。

假設一之一與假設一之二只得到部分的支持。作者在「結論與討論」中作了以下

說明：「同時我們發現選民對謝深山之女性人格特性的評估與選民對謝深山之男性人格特性的評估之間沒有顯著差異。選民對謝深山之女性議題處理能力的評估與選民對其男性議題處理能力的評估之間，也沒有顯著差異。很可能選民在評估男性候選人時並未因其性別而啟動「性別基模」。因為在政治領域絕大多數的政治候選人皆為男性，所以在重複的接觸後，選民已發展出一個有關政治候選人的基模結構。所以很可能選民在評估男性候選人時自然啟動「政治候選人基模」。此結構中可能包含許多認知中理想候選人之特性，其中包括女性取向的特性（如：關心百姓的）與一般取向的特性（如：有理念的）。因為不論是一般取向或是女性取向皆是屬於理想候選人之特質。所以當選民被要求去評估謝深山的各項人格特質時，若此選民對謝深山無明確的認知，可能會應用過去對政治候選人的一般了解，也就是「政治候選人基模」，來作評估。同理可以推論至選民對謝深山議題處理能力的評估。」（參見第十九頁）假設二之一與假設二之二並未得到任何支持。然而研究結果無一致的反應所以仍然難下結論。作者在「結論與討論」中作了以下說明：

「政治知識高與政治知識低者對周荃與謝深山的評估並未反應出預期的不同。唯一與假設一致的發現是：政治知識高者對周荃的人格特性評估並未因所欲評估的人格特性為女性取向而有差異；而政治知識低者對周荃的人格特性評估則因所欲評估的人格特性為女性取向而有差異。不過其他與選民政治知識高低相關的假設皆未得到支持，結果也未呈現一致的脈絡。因此未來研究仍有必要繼續探討政治知識高與政治知識低者在對目標對象或物件作推論時，其既存基模結構的差異是否會產生任何不同的影響。」（參見第十九頁）

假設四之三與假設四之四並未得到任何支持。作者在「結論與討論」中作了以下說明：

「值得注意的是雖然研究中發現攻擊性的競選廣告使選民對周荃多項的議題處理能力與人格特性評估產生顯著的負面影響，攻擊性的競選廣告卻未使選民對周荃的整體態度或投票意願產生顯著的負面影響。這樣的結果可能顯示選民在廣告暴露前對周荃可能已有明確的態度或心中已決定將票投給某位候選人，因此廣告的暴露，無論其為攻擊性或頌揚性內容，所能產生的影響仍屬有限。未來探討廣告效果的研究若能區分選民的既存差異（如：死忠者與游離者），或有可能幫助我們瞭解競選廣告對不同選民所能產生的不同效果。」（參見第二十頁）

3. 正如審查委員所述，選民對候選人的評估除了性別基模外，可能也受到候選人以及政黨基模的影響。本次研究因採用實地實驗的方式，所以在執行上很難像一般的實驗室

研究，可以控制候選人之間除了性別外，在其他變項上（例如：黨派、既存喜好等）皆無差異。因此將此一侷限在「研究限制」章節中作了說明（參見第二十頁）。至於為何未就選民的政黨傾向作進一步的分析與比較的主要原因是，認同於新黨者在本研究的212人中只佔了15名，而分配在各控制組別中則只有少數2或3名，由於人數過少，因此似乎不適宜作進一步分析與比較。另外，對周荃有既存偏好者只有7名，同樣由於人數過少，並不適宜作進一步的分析或比較。已將此點另外加註于本文中的「研究侷限」章節中以補充說明。