

青年學生的媒體使用與政黨思維 結構體¹

金溥聰 沈慧聲 岳蕙蘭

政治大學新聞系新聞系副教授
文化大學新聞系新聞系副教授
政治大學新聞所研究生

¹ 本論文所分析的資料主要是利用國立政治大學新聞系金溥聰副教授與私立文化大學新聞研究所沈慧聲副教授共同主持的國科會研究計畫「大學生的傳播行為與政黨形象認知研究--從媒體刺激決定論與個人認知論二角度出發」(計畫編號NSC86-2412-H-004-011)。

青年學生的媒體使用與政黨思維 結構體

一、研究動機與緣起

中華民國憲法第一三零條規定：『中華民國國民年滿二十歲者，有依法選舉之權』。民國八十五年七月，國民大會在陽明山召開修憲大會時，部份民意代表主張，為適應民主潮流，擴大民眾參與政治的層面，我國應仿效美國在一九七一年通過憲法修正案，將合法投票年齡降低至十八歲；此一提議立即引發熱烈討論。雖然針對降低合法投票年齡是否合宜，贊成者與反對者見仁見智各抒己見，但是雙方對於現實社會中，此年齡層青年之政治認知程度為何，是否具備區分各個政黨彼此差異之能力，均缺乏實證資料佐證。然而，這些青年是否發展出完整的政黨認知能力，對於他們不論是目前或是未來的政治取向與投票行為，都具有決定性之影響。所以在探討是否應降低投票年齡時，需要先釐清此主要關鍵問題。

有鑑於此，本研究特別針對國內目前尚未具投票權之大一學生進行實證調查²，企圖檢驗他們是否具有豐富與完整的政黨思維結構體³(party schema) 是否能區分各個政黨間不同的政黨形象⁴，尤其是媒體使用與其政黨思維結構體的豐富與完整程度的關聯性。

² 為針對研究主題，本研究當時所調查之對象是限定出生年次是民國 66 年次(含)以下之大一學生。此外，有關屬於此年齡層之青年學生與非學生青年在政黨認知上的差異是個重要問題，但不屬於本論文研究討論範圍。

³ 依據徐火炎(1995)，思維結構體就是心理學所指之schema，通常翻譯成基模，所以政黨思維結構體指的就是partisan schema。在本論文中，思維結構體與基模相等並相互通用。

⁴ 本論文主要的討論範圍將集中於青年學生政黨思維體的完整性與豐富性，將不涉及青年學生對於國內三個政黨形象認知的內容細節。有關各個政黨形象內容與彼此差異之詳細研究結果，將會在另一篇論文中討論。

二、文獻探討

(一) 政治思維結構體

有關政治認知(political cognition)的研究指出，當人們接觸到各種政治資訊時，他/她是採用一套資訊處理(information processing)的過程來消化這些訊息，在這過程中，人們會依賴一個概約的知識結構去掃瞄篩選出現在周遭環境中的各項訊息，他們會特別關注某些訊息並儲存在腦海中，同時也會忽略那些與知識結構較無關的資訊(Miller, 1986)。這裡所謂的知識結構，就是心理學所指的認知基模，也就是本文所指的認知思維結構體(cognitive schema)。

換句話說，現代政治學者認為，人們在處理政治資訊時是透過各種政治思維結構體去組織腦海中的政治圖象。政治思維結構體所發揮的功能，就像是個快捷設計(shorthand device)，它依據過去的經驗，幫助人們處理新的政治資訊，引導其政治行為(Hamill & Lodge, 1986)。思維結構體是一種具層次結構的知識組織，它有專屬的範疇，包含各種有關此領域的特徵資訊與常態資訊，它是用來解讀並詮釋新的資訊，同時也用來檢索記憶中的舊資訊。思維結構體的內涵不只包括概念的種種特徵，同時也涵蓋各種特徵間的相互關係。它所強調的認知活動不外是一種由上而下，以概念為基礎，以理論為導向的認知過程(徐火炎，1995)。

簡言之，思維結構體最主要的二項功能就是，一、指引人們處理並儲存所面對的新資訊，二、指引人們回憶並推論記憶中的舊資訊(Lau & Sears, 1986)。所以，當人們接觸(不論是主動或是被動)各類政治資訊時，他們基本上是試圖將這些資訊去配合現存的政治思維結構體，如果這些政治資訊是與其現存的政治思維結構體相關且一致時，這些資訊就極可能會被儲存在記憶中，但是，如果所接觸的資訊是相關卻不一致時，這些資訊是否會被儲存，則端視個人政治思維結構體的複雜程度而定，所以，從這個角度觀察，人們對於政治人物與政治事件的認知，基本上就是他/她所接觸的政治資訊與其個人政治思維結構體互動的結果(Lau, 1986)。這樣的互動觀點所強調的也就是，要瞭解民眾對於政黨或是候選人形象的認知過程，必須從刺激決定論(stimulu-determined thesis)與認知者決定論(perceiver-determined thesis)二方面同時進行研究，方能落實。(Sigel, 1964; Nimmo & Savage, 1976; 金溥聰, 1997)。

Lau (1986) 在他的研究中，將政治思維結構體依主題區分為議題、群體、政黨與候選人四種。Hamill 與 Lodge(1986)則提出政黨、意識型態、階級與種族四種政治思維結構體。過去的研究結果證明，人們可能同時具備一種以上的政治思

維結構體，但是較佔優勢的政治思維結構體會主導人們對於政治資訊的評估，譬如，如果一個人具備強烈的政黨結構思維體，卻缺乏政見議題思維結構體，那麼在只要有關於候選人的政黨資訊存在時，它就會快速地啟動人們對於各政黨的形象與政見立場等知識，直接影主導他/她對候選人的評估，此時，其它有關該候選人政見議題的資訊，就發揮不了任何作用。

每個人的政治思維結構體不是與生俱來，它是隨著與政治世界打交道所累積的經驗逐漸發展強化，Lau (1986) 進行研究驗證性別、種族、年齡、教育程度、家庭收入、父母的政治興趣、政治知識、選舉參與程度、平面媒體使用、電子媒體使用等變項與政黨、候選人、議題、群體四種思維結構體間之關係，他發現與女性相比較，男性似乎發展出較強的議題思維結構體，非白人(nonwhites)具備較強的政黨思維結構體與候選人思維結構體，Lau 認為造成如此現象的原因，可能是少數民族本身的政治人物參考團體鮮明，以及民主黨一向比較照顧少數民族。

Lau 同時發現，年輕人擁有較強的議題思維結構體，老年人具備較強的候選人思維結構體。但是，教育程度及家庭收入則與議題思維結構體的發展無關。另外選民的政治知識，選舉參與程度則與選民的候選人思維結構體，議題思維結構體，與群體思維結構體的完整性呈顯著正相關。平面媒體的使用，電子媒體的使用，與父母的政治興趣則與這四個政治思維結構體的發展無顯著相關。

(二) 政黨思維結構體

Miller (1986) 嘗試著從政黨思維結構體的角度去解釋為何，美國近年來政黨勢力式微，選民的政黨認同減弱，候選人取向投票行為逐漸興起，他使用開放式問題調直接詢問選民對於民主黨和共和黨欣賞與反感之處，他發現對此一問題沒有答案的民眾數目逐年增加，他認為這是政黨認同衰微的重要指標之一。這樣現象主要的原因是選民周遭環境中有關政黨的資訊貧乏，選民心目中候選人與政黨間的連結不足，政黨與政黨間的形象相近，議題政策主張差異不夠明顯，一方面政黨資訊的匱乏，使得許多選民對於政黨在認知層次上認識不足 政黨思維結構體的成長受阻，功能無法彰顯。另一方面二個政黨在處理重大議題上的同等無能與缺乏連貫性，使得許多選民在情感層次上也同時排斥政黨，削弱政黨思維結構體的發展。Miller 的研究論點間接地支持先前的互動觀念，就是人們對於政治的認知，基本上就是他/她所接觸的政治資訊與其個人政治思維結構體互動的結果。

徐火炎(1995)採用同樣的開放式問題測量選民是否對國民黨與民進黨有特別欣賞或是反感的看法，來推斷選民應用政黨思維結構體的程度。他認為從政黨思維體的應用情形，會有效地反映出選民的政黨思維結構體發展完整或豐富的程

度，他在研究中發現，教育程度與性別是影響選民政黨思維結構體的重要預測變項。也就是，教育程度高的選民與男性的選民比較會注意到政黨平時的作為與表現，並以政黨作為政治滿意或是不滿意的歸咎對象，他同時發現政黨思維結構體的應用程度是預測選民黨派投票傾向的有效變項。

徐火炎(1995)認為選民對於政黨的印象，往往是透過政黨結構思維體的應用來吸收、處理及推理，他發現黨派思維結構體應用程度較高的選民對於政黨正反面印象的陳述比較不會運用模稜兩可的字眼。此外，政黨思維結構體應用程度對於選民政黨認同、政黨印象、與政治練達水平(political sophistication)、政治價值取向均存有顯著的淨影響效果。

(三) 政治認知專家與生手

Hamill 與 Lodge, (1986) 並指出每個人的政治思維結構的豐富性與完整性是不相同的，有專家(expert or schematics)與生手(novice or aschematics)之分，政治認知專家與生手最大的差別，在於政治思維結構體的發展完整程度與應用程度(徐火炎，1995)。

整體上，政治認知專家與政治認知生手在處理政治資訊上有下列不同處：(Fiske & Kinder, 1981; Fiske, Kinder & Larter, 1983; Lau & Erber, 1985; 徐火炎，1995)

1. 再處理與思維結構體有關的資訊上，專家的處理速度要比生手來得快，換句話說，專家的思維結構體較易啟動
2. 在分析新資訊與現存政治思維結構體間所存在的矛盾上，專家的警覺性與感應度要比生手高
3. 與生手相比較，專家的政治思維結構體包含較豐富也較完整的內容成分與參考架構
4. 專家比生手較能夠處理具衝突性的各種新資訊，也較能吸收抽象性的訊息
5. 專家較生手更能注意到負面與不符期望的政治訊息
6. 在認知行為上，專家對不符合期望的政治訊息，較可能激起強烈的情感與行為反應。

(四) 政黨形象與政黨認同

所謂「政黨形象」，依照 Matthews 與 Prothro(1966)的定義，是指「選民對於政黨的心理圖像(mental pictures)」，也就是當選民提到不同政黨的時候，其心中所聯想到事物。政黨形象與政黨認同有所差異，政黨認同較傾向是一種情感上的反應，而政黨形象屬於認知的成分較多，雖帶有些評價色彩，但主要是將某些具體的議題、事件、人物或觀念等，和某個政黨聯結起來，因此它是選民心目中有關政黨的圖像。與政黨認同比較，選民的政黨形象顯得較不穩定，但是，它又比選民對選舉議題和候選人的態度來得穩定，所以，政黨形象扮演著一個中程的角色。

事實上，Campbell, Converse, Miller 與 Stokes(1960)曾經強調，由於政黨相對於其他政治事物，如候選人議題等，比較具有持續性，因此政黨的形象在選民的黨派態度中佔有關鍵性的角色。一方面它會影響選民對新的候選人或政治議題的定位；另一方面當這些政治人物或議題逐漸退出政治舞台之後，它們的影響力仍然可能藉著其與政黨的關聯而存續在選民的記憶之中。

徐火炎(1991)則認為，政黨形象就是人民對於政黨的刻板印象，也就是過分強調與刻畫某些團體的特徵。換句話說，政黨形象是一般選民以政黨作為一個對象團體而加以認知瞭解、評估與產生情感的一個思維結構體。所以，對於政黨形象認知內容的研究，就是探討選民政黨思維結構體所包含的實質內容。

Trilling (1976) 指出研究政黨形象有助我們了解政黨體系的變遷、政治議題的顯著程度、以及選民重組等重要問題。政黨形象可表現出政黨在選民心中的意義和重要性。政黨形象內容愈豐富、愈清晰，顯示選民愈看重政黨在政治過程中扮演的角色。透過政黨形象的內容分析，可間接測量政治議題的顯著性與這些議題融合到政黨形象中的程度、同時可以幫助瞭解對各政黨在該議題上立場的差異、以及選民對該議題的意見。

簡言之，政黨形象在個人改變政黨認同的過程中扮演重要角色，它可視為是影響投票行為的一項中程力量(*medium term force*)，換句話說，政黨形象的改變是選民改變原先的政黨認同與產生新的政黨認同之間的過渡過程，它直接影響到政黨解體(*party decomposition*) 與選民重組 (*electoral realignment*) 的過程 而選民重組即是選民大規模地改變政黨認同的結果，因此研究政黨形象亦有助於我們了解及預測政黨重組的過程。

Trilling (1976) 測量政黨形象也同樣是採用開放式的問題詢問受訪者對於美

國二大政黨欣賞與反感之處，他再依據受訪者的回答將政黨形象的內容分類為人物、施政表現、哲學(一般政治理念)、國內政策、外交政策、社會群體代表性、及政黨本身等 7 類；他同時根據受訪者所提及的具體政策，依議題將政黨形象分為經濟與社會福利、種族、政風、越戰、法律與秩序、和其他社會議題等類別。如此經由每一個類別就可以建立起個別的政黨形象指標。藉著這些指標，可以分析選民所關切的議題、這些議題長期的變遷趨勢、及各種不同層面的政黨形象與投票行為之間的關係。

(五) 政黨思維結構體與媒介使用

Lau 與 Sears (1986)強調要突破政治認知理論研究的瓶頸，擴大研究應用的範圍，就必須更充分地結合政治情感層次的研究，同時政治認知研究不應該侷限於針對選民孤立的個人心態，應該要將個人置於社會的情境中研究，因為個人的政治資訊不但絕大部份來自於第二手的消息來源，(電視、報紙、雜誌、廣播、人際討論)，同時經常是在社會情境下被傳遞。由此可見，個人的媒體使用及個人與朋友家人間的人際播都會直接或間接影響政治資訊處理的過程。

現代環境中，由於傳播科技的發達，尤其是電子媒體的普及，使得人們愈來愈依靠媒體作為生活中政治資訊來源的主要管道。換句話說，個人所處的資訊環境對於其政治認知的影響力愈來愈強，雖然媒體上所傳遞的政治資訊經常是曖昧模糊、不確定，甚至有時是互相矛盾，充滿不同詮釋的資訊，固有時無法提示或啟動人們的政治思維結構體(Conover and Feldman, 1986)，但是，儘管如此，在現代社會忙碌的生活中，人們直接參與第一線政治活動的機會愈來愈少，新聞媒體成為人們別無它種選擇，接觸最頻繁的政治消息管道，有學者指出，即使是在人際傳播中擔任樞紐角色的意見領袖，他/她們的消息來源也是主要來自大眾傳播媒體 (Lang & Lang, 1959)。Trilling (1976) 則認為，美國的大眾傳播媒體，尤其是電視，其主要功能與活動就是創造並且散佈形象(image)，由於電視的強調形象間接導致美國政黨制度力量逐漸衰退與候選人取向的投票行為興起。

Lau (1986) 在他的研究中曾假設選民的電子媒體使用量與其候選人思維結構體的強度成正相關，平面媒體的使用量則與其議題思維結構強度成正相關，但是他的研究假設均未能獲得支持。但是，徐火炎(1995)研究結果則顯示，經過因素分析結果顯示，媒體訊息使用頻率是政治達練的主要成分之一。而政治達練水平較高的選民，其政黨思維結構體較豐富與完整，此外選民媒體訊息使用頻率與其政黨思維體應用程度是呈顯著正相關。

許多有關青少年政治社會化的研究都發現，大眾傳播媒體是青年主要的政治

消息來源，報紙和電視是政治學習的主要媒體，父母對於子女政治屬性的影響有限。簡言之，大眾傳播媒體對於青少年政治社會化的過程影響深遠 (Dawson & Prewitt, 1969; Jennings & Niemi, 1968; Chaffee, Jackson-Beeck, Durall & Wilson, 1977; Hollander, 1971; Dominick, 1972; Kraus & Davis, 1976)。當然，政治社會化的過程是長期與複雜的，其間影響的因素眾多，除了大眾傳播媒體外，家庭、學校、同儕團體均有影響力，家庭是孩童成長的場所，是最早也最直接界受社會化的經驗，家庭在發展個人基本人格特質與社會態度上扮演主要角色。許多研究結果都顯示，家庭影響力是政治社會化的基本來源(Herbert, 1959; Wasby, 1966; Bell, 1969; Connell, 1971)，家庭中父母與子女溝通的型態對社會化的過程存有直接的影響 (Searing, Schwartz & Lind, 1973)。

三、研究問題與假設

本研究主要的目的是去瞭解國內青年學生對於國民黨、民進黨、與新黨政黨思維結構體(party schema)的豐富性與完整性，與其和媒體使用頻率間的關聯性。

本論文依據前述文獻探討中之觀點，認為個人的資訊環境與社會因素是影響民眾政治認知的重要關鍵，因此本論文的主要的研究假設是大一學生的新聞媒體使用是有關政黨訊息的主要消息來源，對於它們的政黨認知具有顯著影響力，亦是造成它們政黨思維結構體完整性與豐富性差異的重要因素之一。

本研究假設中對於大一學生新聞使用之定義是分別包括它們的晚間電視新聞的收看量、報紙政治新聞的閱讀量、廣播新聞的收聽量、政論雜誌的閱讀量、上網看政治訊息等五項。對於一個政黨思維結構體的豐富與完整性之定義則是受訪者針對開放式問卷所提出對於該政黨欣賞或是反感答案的總數⁵。

茲詳列主要研究假設如下：

H1: 收看電視新聞愈多的大一學生，對於國民黨、民進黨與新黨所具備的政黨思維結構愈豐富與完整。

H2: 閱讀報紙政治新聞愈多的大一學生，對於國民黨、民進黨與新黨所具備的政黨思維結構愈豐富與完整。

H3: 閱讀政論雜誌愈多的大一學生，對於國民黨、民進黨與新黨所具備的政

⁵ 有關政黨思維結構體豐富與完整性之研究，可參考徐火炎(1995),與Miller (1986)之研究。

黨思維結構愈豐富與完整。

H4: 收聽廣播新聞愈多的大一學生，對於國民黨、民進黨與新黨所具備的政黨思維結構愈豐富與完整。

H5: 上網看政治訊息愈多的大一學生，對於國民黨、民進黨與新黨所具備的政黨思維結構愈豐富與完整。

四、研究方法

本研究採取問卷調查法蒐集研究資料，問卷的設計是採開放式與閉鎖式問題併用，一方面測量青年學生對政黨形象認知的內容與其政黨思維結構體的完整性與豐富性，另一方面則測量各項可能影響政黨形象評估與政黨結構思維體發展的各项社會背景變項。調查的對象是八十五學年度就讀於台灣地區大專院校日間部，出生年次在民國六十六年(含)以下之大一學生。

(一) 抽樣方式

本研究採取多階段分層抽樣方式，首先依據行政院主計處標準，將國內五十四所大專院校，分北中南東四個行政區。再依據教育部所公佈之各校八十五年度招生錄取名額，計算各區各校大一學生人數與所佔總數之比例，決定各區需要抽出之學生人數。其次，以五十人為一單位。計算各區各校學大一學生母體後，以電腦隨機抽樣方式，抽出各區要訪問之學校與受訪學生之數額⁶。

最後由研究助理於民國八十六年三月十八日起至四月十七日止，分赴各個被抽中之學校，利用共同科目課堂時間，由修課學生自填問卷，共計發出 2400 份問卷，回收 1825 份問卷，扣除其中出生年次超過六十六年次者，共計有效問卷 1391 份。

⁶ 以北區為例，北區大一新生總數為 39,604 人，佔全國新生總數之 64.3%，其中台北市都會區學校依比例應抽 689 人，非都會區學校應抽 597 人，應抽樣本總數為 1,286 人，以 50 人為單位計算北區應隨機抽出 14 個單位，另一方面，北區各校新生人數亦轉化為以五十人為母體計算單位，由電腦隨機抽取，例如，政治大學被抽中二個單位佔 2/14 訪問學生人數為 100 人，文化大學被抽中三個單位 3/14，訪問學生總數為 150 人。

（二）問卷設計

本研究問卷所測量的變項主要包括五大類目，一、政黨思維結構體，二、媒體使用，三、家庭政治溝通型態，四、政治興趣與態度，五、基本人口資料，整個問卷題目設計曾依據一次前測結果做適度修訂⁷。

（三）政黨思維結構體

針對如何測量政黨思維結構體這個主題，本研究採取與許多這類研究類似的傳統開放式問題(Matthews & Prothro, 1966; Miller 1986; Sanders, 1988; 徐火炎, 1995; 王興中, 1995)也就是透過「自由回憶的線索」來測量受訪者政黨思維結構體的完整性。問卷的問法如下：

請問國民黨(民進黨、新黨)有沒有什麼特別讓您欣賞的地方?(至多回 5 項)

請問國民黨(民進黨、新黨)有沒有什麼特別讓您反感的的地方?(至多回 5 項)

所以，對於每個政黨整體思維結構體豐富與完整性的測量是將受訪者對於各政黨欣賞與反感答案的數目相加，如果對這二個開放式問題沒有提供任何回答得零分，每提供一個答案得一分，因此每個受訪者的整體思維結構總分可從 0 分到 10 分。同時，本研究將得 0 分的受訪者視為沒有啟動任何政黨思維結構體的一群，將得分自 1 分至 10 分者視為是有啟動政黨思維結構體的一群。

（四）媒體使用

本研究有關媒體使用的測量變項包括電視、報紙、廣播、雜誌、網路等五項，測量內容主要包括每週使用頻率⁸、最常使用之媒體與 對其政治報導之信任程

⁷ 本研究於民國 85 年 12 月 20 日及 86 年 1 月 6 日，分別於私立文化大學與國立政治大學進行前測。

⁸ 有關媒體使用頻率的測量，主要是採取Likert Scale式的問題。有關電視晚間新聞、廣播新聞、

度。網路使用習慣另包括看政治訊息頻率、管道、與討論(talk)政治等。

(五) 家庭溝通型態

有關家庭溝通型態問題主要包括：父母的政治興趣、父母政治談論頻率、父母的政治參與、與父母談論政治的頻率、與父母政治溝通的型態(政治討論時父母接受子女看法與子女接受父母看法的情形)、與父母對自己政黨認同影響等。

(六) 政治興趣與態度

針對此類目問卷中所測量題目包括 政治興趣、對政治之基本態度⁹、政治效能¹⁰、政治資訊管道、政治議題人際討論、政黨支持、族群認同¹¹、國家認同¹²、對降低投票年齡的看法、投票意願¹³等

(七) 個人基本資料

所測量人口特質基本資料包括：性別、出生年次、父母省籍、居住地、父母教育程度、父母職業、收入、自認家庭所屬階層等。

報紙新聞、政論雜誌之答案選項包括：從來不看(收聽)、每週一到三天、每週四到六天、每天看、不知道與拒答。有關上網路看政治訊息的選項包括：從不、很少、經常、每天、不知道與拒答。

⁹ 本研究參考陳文俊(1994)的測量，具體問法為：「您對政治的基本態度如何？」選項包括，(1)絕對不要過問(2)儘量少過問(3)可以關心(4)應該要關心(5)無意見

¹⁰ 本研究測量政治效能感變項的題目有 5 題，包括：(1)政府會關心像我這樣的人所想的事；(2)投票是我能用來影響政府的唯一方法；(3)像我這樣的人，一點也無法改變政府所做的事；(4)政治或有關政府的事情太複雜了，不是像我這樣的人所能瞭解的；(5)我的一票對選舉結果有重要影響。

¹¹ 本研究參考張茂桂、蕭新煌(1987)¹¹；陳義彥(1991)；王甫昌(1991)；陳文俊(1994)等研究，將族群認同區分為(1)中國人(2)臺灣人(3)都是(4)是中國人或臺灣人無所謂(5)都不是(9)不知道

¹² 本研究對國家認同變項的具體問法：「去年立委選舉，有人主張台灣獨立，有人主張中國統一，也有人主張維持現狀，請問您的意見是什麼？」選項區分為(1)非常支持台灣獨立(2)普通支持台灣獨立(3)非常支持中國統一(4)普通支持中國統一(5)維持現狀(6)其他(9)無意見。

¹³ 本題針對未來最近一次的選舉詢問大一學生的投票意願，具體測量問題為：「如果下次縣市長選舉您有投票權，請問您會不會去投票？」

五、研究結果與討論

(一) 基本人口變項資料

1. 性別與省籍

在本研究回收的 1391 份有效問卷中，男生 731 人，佔 52.6%；女生 624，佔 44.9%。在省籍¹⁴方面，統計結果顯示，73.7%的受訪大一學生為本省閩南人；外省人的比例為 13.9%；本省客家人亦有 10.7%；至於原住民則佔.4%。陳文俊(1994)研究台灣大學生的省籍意識與國家認同，在他的樣本中，本省籍(本省閩南人與本省客家人)的比例 82.41%(N=717)；外省籍的比例 17.59%(N=153)。相較之下，本研究本省籍偏多，外省籍少些；但與實際人口中的省籍族群比例十分接近，實際人口中，閩南人約佔 75%，外省人約佔 14%，客家人約佔 10%(張茂桂等，1993，頁 104)。

2. 政黨思維結構體

(1) 正面政黨形象

針對「國民黨有沒有什麼特別讓您欣賞的地方？是什麼？」，研究資料顯示，受訪大一學生未能提出任何答案者，也就是針對國民黨正面形象未能啟動任何政黨思維體者佔 66.4%，提供一個答案者佔 25.0%；在針對民進黨正面形象方面，未能提出任何答案者佔多數達 39.2%，提供一個答案者佔 34.5%；二個答案者佔 16.3%，三個以上答案者佔 10%。在新黨方面，未能提出任何答案者佔 66.1%，提供一個答案者佔 22.1%；二個答案者佔 8.9%，三個以上答案者佔 2.9%。

(2) 負面政黨形象

針對「請問國民黨有沒有什麼特別讓您反感的的地方？是什麼？」，研究資料顯示，受訪大一學提供一個答案者比例最高，佔 29.5%；沒有提出任何答案者佔 22.7%；提供二個答案者佔 20.3%；三個以上答案者佔 27.5%。

民進黨方面，我們可以看到受訪大一學生在民進黨反感思維結構體，提供一個答案者也是比例最高佔 45.1%；其次是 0 分(勾選「沒有」或沒有答案)，沒有

¹⁴ 本研究問卷中並無直接詢問受訪者省籍的題目，這裏以父親省籍為準。

提出任何答案者佔 30.3%；提供二個答案者佔 17.0%；三個以上答案者佔 7.6%。

新黨方面，沒有提出任何答案者比例最多佔 46.6%；其次是提供一個答案者佔 35.3%；再其次是提供二個答案者佔 11.7%；三個以上答案者佔 6.4%。

3. 整體思維結構的描述統計

爲了整體思維結構體的應用程度，我們可以把受訪大一學生對三個政黨特別欣賞與特別反感的量分別加總起來，每個政黨的政黨思維結構體得分從 0 分到 10 分。

統計結果顯示，受訪者的國民黨整體思維結構體，比例最多的是 2 分，佔 23.6%；其次是 0 分，佔 20.3%；再其次是 1 分，佔 18.8%。三分以上者佔 37.2%。

同樣地，受訪大一學生的民進黨整體思維結構體，比例最多的也是 2 分，佔 29.5%；其次也是 0 分，佔 20.5%；再其次也是 1 分，佔 17.3%；三分以上者佔 32.7%。

再看看新黨，受訪者的新黨整體思維結構體，比例最多的是 0 分，佔 36.7%；其次是 1 分，佔 25.7%；再其次是 2 分，佔 20.4%；3 分以上者各項比例均已不到 10%。

4. 媒體使用

(1) 電視晚間新聞

針對本研究受訪大一學生收看晚間電視新聞的情形，結果發現，比例最高的是「每週看一到三天」佔 55.8%，其次爲「每週看四到六天」佔 16.5%，「每天看」的也有 15.1%，而這三項合計爲 87.4%，已高達八成七，由此可見其普及情形。

(2) 報紙新聞

本研究資料顯示，受訪大一學生閱報情形以「每週看一到三天」比例最高，佔 41.5%；其次爲「每天看」佔 28.4%；有 21.6%的受訪者「每週看四到六天」；而「從來不看」的比例是 3.4%。與電視晚間新聞收看情形相比，每週看一到三天的大一學生仍佔多數。

(3) 廣播新聞

依照比例大小排列，「每週聽一到三天」的受訪者比例最高，佔 39.6%，「從來不聽」廣播新聞的比例高達 35.7%；「每天聽」者有 6.8%；「每週聽四到六天」為 6.8%。

(4)政論雜誌

依照比例大小排列，「從來不看」的比例高達 74.8%；「每週看一到三天」的受訪者有 12.8%；勾選「不知道」者佔 9.1%；未作答的比例為 1.9%；而「每週看四到六天」以及「每天看」的比例分別為.9%與.6%，均不到 1%。

(5)上網看政治訊息

依照比例大小排列，「從不」上網路看政治的比例還是很高，佔 44.9%；「很少」也有 28.7%；可能因跳題關係而未作答者佔 22.7%；其餘比例均不到 5%，分別為「經常」佔 2.3%；「不知道」佔 1.2%；「每天」佔.2%。

5.政黨支持

整體而言，「都不支持」的受訪者比例最高，佔 28.8%。其他有政黨支持的受訪大一學生中，三黨支持比例依序是，「支持民進黨」者佔 30.6%，比例最高；次為 12.1%的受訪大一學生勾選「支持新黨」；「支持國民黨」的比例為 12.1%。

6.政治態度

受訪學生認為政治「可以關心」的比例將近一半，佔 48.5%；其次是「儘量少過問」佔 36.7%，兩者合計近八成；其餘的比例分別是「無意見」佔 6.4%；「絕對不要過問」佔 4.3%；「應該要關心」佔 3.6%；「未答」佔.5%。

7.政治興趣

對於政治表示「沒興趣」的比例最高，佔 59.8%；「有興趣」居次，佔 31.0%；回答「非常沒興趣」的受訪者也有 5.4%；其餘的比例分別是「非常有興趣」佔 1.8%；「不知道」佔 1.6%；「未答」佔.4%。

8.與父母的政治討論

與父母談論政治問題的頻率，「經常」的比例高達 72.8%；「每天」的也有

15.1%，回答「很少」的比例為 7.2%，其餘選項的比例分別是「不知道」占 3.7%；「從不」占.9%；「未答」占.4%。

9.與父母政治溝通型態一

在討論政治的時候，受訪大一學生認為父母接受自己的看法的情形，以「大部份接受」的比例為多，占 37.8%；「少部份接受」的比例其次，占 33.0%；而「全部不接受」與「全部接受」的比例不到 5%，分別是 1.3%與 1.1%；其餘「不知道」占 7.3%；「未答」占 19.5%。

10.與父母政治溝通型態二

反過來，受訪大一學生接受自己的父母對政治問題的看法以「少部份接受」的比例最高，占 31.1%；「大部份接受」的比例居次，占 24.4%；「不知道」比例相當接近，占 21.9%；「未答」占 19.6%；而「全部不接受」佔 2.1%，「全部接受」則佔了 1.0%。

(二) 政黨思維結構體的豐富與完整性

本論文的主要研究假設就是大一學生的媒體使用與它們對各個政黨的思維結構體的完整與豐富性有顯著的影響，表一顯示，從整體上比較大一學生對於三個政黨政黨思維結構體的發展。他們表現出對於國民黨與民進黨政黨形象認知的豐富與完整性十分類似，均有二成左右的學生對這二個政黨沒有啟動任何政黨思維結構體，六成多的學生有初步發展的政黨思維結構體，有三成多的學生具備較豐富與完整的政黨思維結構體。相較之下，大一學生對於新黨沒有啟動任何政黨思維結構體的比例佔約三成七。對新黨具備較豐富與完整的政黨思維結構體的學生僅佔一成七。

表一 大一學生對三黨政黨思維結構體之豐富與完整性

政黨思維結構體	黨別		
	國民黨	民進黨	新黨
0	20.3%	20.5%	36.7%
1	18.8	17.3	25.7
2	23.6	29.5	20.4
3-10	37.2	32.7	17.2
			N=1391

表二 Pearson's partial correlation 的統計檢定結果顯示，當我們控制了受訪者的媒體使用以外的其他社會變項，包括：人口變項（性別，省籍）、政黨支持、政治興趣、政治態度、政治人際討論、與和父母討論政治的頻率後，大一學生的晚間電視新聞收視量分別與它們對國民黨($r = .09, p < .05$)，民進黨($r = .13, p < .01$)與新黨($r = .16, p < .001$)的政黨思維結構體之完整與豐富性呈顯著的正相關，換言之，大一學生收看晚間新聞的頻率愈高，它們對國民黨，民進黨及新黨的政黨思維結構體就愈豐富與完整，因此，本論文的 H1 獲得支持。依據本研究調查，電視新聞是高一學生獲得政治訊息最重要的管道，所以這樣的研究發現支持過去文獻中所提出，資訊環境是影響政黨思維結構體應用與發展重要因素的理論。

表二 媒體使用與政黨思維結構體的淨相關分析(Pearson's partial correlation)*

媒體使用	政黨思維結構體		
	國民黨	民進黨	新黨
電視	.09*	.13**	.16***
報紙	.06	.04	.06
廣播	.05	.01	.00
雜誌	.07*	.03	.08*
網路	.08*	.13**	.07

* $p < .05$ ** $p < .01$ *** $p < .001$

*控制變項：性別、省籍、政黨支持、政治興趣、政治態度、政治人際討論、與和父母討論政治的頻率

其次，分析結果顯示，在控制各項社會背景變項後，大一學生的報紙新聞閱讀量與各個黨的政黨思維結構體之完整與豐富性，在統計上無顯著的相關。也就是，大一學生報紙閱讀量的高低，與它們對各個政黨的政黨思維結構體之豐富與完整性的發展無關，所以本論文的H2 未能獲得支持。理論上，平面媒體與政黨形象的認知應有重要的相關性，因為報紙上的政治新聞報導內容較為深入與詳盡。所以本研究的假設未能獲得支持可能與測量報紙新聞閱讀頻率的效度有關。本研究僅詢問每週閱報的頻率，未能針對學生閱讀政治新聞的頻率加以測量，這也許是造成假設未能獲得支持的主因¹⁵。

再者，大一學生的政論雜誌閱讀量與它們對國民黨($r = .07, p < .05$)，與新黨($r = .08, p < .05$)的政黨思維結構體之完整與豐富性，在統計上呈顯著的正相關，與民進黨則否。同樣地，這表示政論雜誌閱讀量愈高的大一學生，對於三個政黨

¹⁵ 依據本研究調查結果，受訪大一學生閱讀新聞比例最高的是娛樂新聞，其次才是政治新聞。

的正反看法就愈豐富與完整，因此，本論文的 H3 也獲得部份支持。理論上，政論雜誌中的政治資訊通常是最深入也最完整；所以，響政論雜誌影響力應該較易顯現，但是本研究結果顯示，對於政黨思維結構體的發展，其他社會因素是影響力顯然大於政論雜誌閱讀頻率的影響力。其原因有待驗證。

表二結果顯示，廣播新聞的收聽頻率與對三個政黨的政黨思維結構體豐富性無顯著相關，所以，H4 未能獲得支持。廣播新聞的收聽頻率的高低，顯示與大一學生政黨思維結構體的發展無政要關連。

分析結果亦顯示，上網看訊息愈多的學生對於國民黨($r = .08, p < .05$)與民進黨($r = .13, p < .01$)的思維結構體就愈豐富與完整，但是對於新黨則否。因此，H5 也獲得只部份支持。但是值得注意的是，本研究受訪學生中，會上網看政治訊息的學生比例不高，很少上網者只佔所有樣本的 28.68% ($N = 399$)，經常上網的比例更低，僅佔 2.3% ($N = 451$)。所以上網看政治訊息頻率的影響力有待更深入的研究調查。

(三) 媒體使用與政黨形象認知

本研究爲了更深入瞭解大一學生的不同媒體使用對各政黨正面與反面的形象認知所造成的影響，本研究將受訪學生區分爲：一) 完全沒有啓動政黨思維結構體，二) 政黨思維結構體發展較不豐富與完整的學生，三) 政黨思維結構體發展較豐富與完整三組¹⁶，進而以 ONE-WAY ANOVA 檢定對各政黨正面與反面的形象認知之豐富與完整性不同的三組學生對不同媒體的使用頻率是否亦存有顯著的差異。

表三的分析結果顯示，就國民黨正面的形象認知而言，這三組學生的廣播收聽頻率存有顯著的差異($F = 3.176, df = 2, p < .05$)¹⁷，也就是，對於國民黨正面形象具備較豐富思維結構體的學生，他們的廣播新聞收聽頻率 (Mean = 2.28) 要顯著地高於那些對於國民黨完全沒有正面形象認知的學生 (Mean = 2.04)。依據本研究的調查顯示，受訪大一學生最常收聽新聞的電台是中國廣播公司遙遙領先第二名，這是否與此結果有關，亦有待進一步驗證。

¹⁶ 本研究將受訪學生中，對各政黨欣賞或反感開放式問題沒有提供任何答案者歸類爲完全沒有啓動政黨思維結構體的一群，提供 1 個答案者歸類爲具備簡單政黨思維結構體的一群，回答 2-5 個答案者，歸類爲具備較複雜政黨思維結構體的一群。

¹⁷ 因爲以scheffe test進一步檢定，無法檢驗出三組間之顯著差異，故改以平均數差異值大小來判定組間差異。

表三 國民黨正面形象與媒體使用的單因子變異數分析(ONE-WAY ANOVA)

媒體使用						
電視	變異來源	平方和	自由度	均方	F	顯著程度
	組間	8.952	2	4.476	2.970	.052
	組內	2081.588	1381	1.507		
	總計	2090.540	1383			
報紙	變異來源	平方和	自由度	均方	F	顯著程度
	組間	1.966	2	.983	.542	.582
	組內	2510.458	1384	1.814		
	總計	2512.424	1386			
廣播	變異來源	平方和	自由度	均方	F	顯著程度
	組間	8.531	2	4.265	3.176	.042*
	組內	1858.907	1384	1.343		
	總計	1867.438	1386			
雜誌	變異來源	平方和	自由度	均方	F	顯著程度
	組間	.738	2	.369	.683	.505
	組內	735.441	1361	.540		
	總計	736.179	1363			
網路	變異來源	平方和	自由度	均方	F	顯著程度
	組間	3.960	2	1.980	4.029	.018*
	組內	526.779	1072			
	總計	530.739	1074			

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

此外，表三分析結果顯示，這三組學生上網看政治訊息的頻率亦存有顯著的差異(F = 4.029, df = 2, p<.05)¹⁸。也就是，對於國民黨正面形象認知較複雜學生，他們上網路看政治訊息的頻率(Mean = 1.61)要顯著地高於那些對於國民黨完全沒有正面形象認知的學生(Mean = 1.46)。但是，就國民黨正面的形象認知而言，這三組學生在電視晚間新聞、報紙閱讀、與政論雜誌閱讀的頻率上並未顯示顯著的差異。

針對國民黨負面形象認知方面，表四顯示，三組學生間收看電視晚間新聞的頻率(F = 5.311, df = 2, p<.01)，與閱讀報紙的頻率(F = 3.18, df = 2, p<.05)存有顯著差異。經過進一步 Scheffe-test 檢定，發現組間差異僅存在第一組與第三組的學

¹⁸ 同上

生之間，簡言之，對國民黨反感形象認知較完整與豐富的學生，他們收看電視晚間新聞的頻率(Mean =2.89)，與閱讀報紙的頻率(Mean =3.39)，要顯著的高於對於國民黨負面形象認知沒有啟動任何政黨思維結構體的學生(電視 Mean =2.62；Mean =3.16)，也就是對國民黨形象沒有提出任何負面答案的學生。此一結果可能是由於平日電視與報紙新聞報導中對於社會種種亂象與政治敗壞之報導，極易使學生將責任歸屬的箭頭指向執政黨，進而產生反感。

表四 國民黨負面形象與媒體使用的單因子變異數分析(ONE-WAY ANOVA)

媒體使用						
電視	變異來源	平方和	自由度	均方	F	顯著程度
	組間	15.957	2	7.978	5.311	.005**
	組內	2074.584	1381	1.502		
	總計	2090.540	1383			
報紙	變異來源	平方和	自由度	均方	F	顯著程度
	組間	11.491	2	5.746	3.180	.042*
	組內	2500.933	1384	1.807		
	總計	2512.424	1386			
廣播	變異來源	平方和	自由度	均方	F	顯著程度
	組間	7.945	2	3.972	2.957	.052
	組內	1859.493	1384	1.344		
	總計	1867.438	1386			
雜誌	變異來源	平方和	自由度	均方	F	顯著程度
	組間	5.300	2	2.650	4.935	.007**
	組內	730.879	1361	.537		
	總計	736.179	1363			
網路	變異來源	平方和	自由度	均方	F	顯著程度
	組間	2.314	2	1.157	2.347	.098
	組內	528.425	1072	.493		
	總計	530.739	1074			

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

表四也顯示，三組學生間彼此閱讀政論雜誌的頻率亦存有顯著差異(F = 4.935, df = 2, p<.05)，經過進一步 Scheffe-test 檢定發現，組間差異只存在第三組與第一組和第二組學生之間（第一組與第二組間無差異），就是對於國民黨反感的形象認知的豐富與完整性較高的學生，他們的政論雜誌閱讀頻率(Mean =1.43)，要比沒有任何反感形象認知的學生(Mean =1.30)，和反感程度較不豐富

與完整的學生(Mean =1.31)，來得較高。這樣的發現支持一般的看法，就是政論雜誌的內容素來對於國民黨的貪污腐敗多所批評。

表五顯示，對於民進黨正面形象的認知，三組學生彼此間收看電視晚間新聞的頻率(F = 19.117, df = 2, p<.001)、閱讀報紙的頻率(F = 6.793, df = 2, p<.01)、政論雜誌閱讀的頻率(F = 15.739, df = 2, p<.001)、與上網看政治訊息的頻率(F = 11.184, df = 2, p<.001)均存有顯著差異。經過 Scheffe-test 檢定發現，學生的收看電視晚間新聞頻率、閱讀報紙的頻率、與上網看政治訊息的頻率，其組間差異存在第三組分別與第一組(電視 Mean =2.61；報紙 Mean =3.18；網路 Mean =1.42)和第二組(電視 Mean =2.76；報紙 Mean =3.28；網路 Mean =1.47)學生之間，就是對於國民黨反感的形象認知的豐富與完整性較高的學生，要比沒有任何反感形象認知的學生，和反感程度較不豐富與完整的學生，在這三項媒體使用上頻率較高。此外，Scheffe-test 檢定發現 這三組學生的政論雜誌閱讀的頻率，彼此間均存有顯著差異，就是對於國民黨反感的形象認知較豐富與完整，則政論雜誌的閱讀頻率的平均數就較高。這樣的發現可能與民進黨以在野黨的身份，在媒體日常新聞中，有較多揭發政治黑暗，主持社會公義的表現機會有關。

表五 民進黨正面形象與媒體使用的單因子變異數分析(ONE-WAY ANOVA)

媒體使用						
電視	變異來源	平方和	自由度	均方	F	顯著程度
	組間	56.318	2	28.159	19.117	.000***
	組內	2034.222	1381	1.473		
	總計	2090.540	1383			
報紙	變異來源	平方和	自由度	均方	F	顯著程度
	組間	24.423	2	12.212	6.793	.001***
	組內	2488.001	1384	1.798		
	總計	2512.424	1386			
廣播	變異來源	平方和	自由度	均方	F	顯著程度
	組間	2.997	2	1.499	1.112	.329
	組內	1864.441	1384	1.347		
	總計	1867.738	1386			
雜誌	變異來源	平方和	自由度	均方	F	顯著程度
	組間	16.642	2	8.321	15.739	.000***
	組內	719.537	1361	.529		
	總計	736.179	1363			
網路	變異來源	平方和	自由度	均方	F	顯著程度

	組間	10.848	2	5.424	11.184	.000***
	組內	519.890	1072	.485		
	總計	530.739	1074			

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

值得注意的是、對於民進黨負面形象的認知 ONE-WAY ANOVA 的統計檢定結果顯示，三組學生在各項媒體使用的頻率上無顯著差異，這顯示，大一學生對於民進黨負面形象的認知發展與傳播媒體的使用無關而可能與其他社會因素相關。

表六顯示，針對新黨正面形象的認知，三組學生只有在上網看政治訊息的頻率上有顯著差別(F = 4.655, df = 2, p<.05)¹⁹ 對新黨正面形象認知較豐富與完整的第三組學生 他們上網看政治訊息的頻率(Mean =1.69)要顯著高於第一組對新黨沒有任何正面形象認知的學生(Mean =1.48)。

表六 新黨正面形象與媒體使用的單因子變異數分析(ONE-WAY ANOVA)

媒體使用	變異來源	平方和	自由度	均方	F	顯著程度
電視	組間	3.889	2	1.944	1.287	.276
	組內	2086.652	1381	1.511		
	總計	2090.540	1383			
報紙	變異來源	平方和	自由度	均方	F	顯著程度
	組間	10.071	2	5.035	2.785	.062
	組內	2502.353	1384	1.808		
總計	2512.424	1386				
廣播	變異來源	平方和	自由度	均方	F	顯著程度
	組間	5.345	2	2.672	1.986	.138
	組內	1862.093	1384	1.345		
總計	1867.438	1386				
雜誌	變異來源	平方和	自由度	均方	F	顯著程度
	組間	1.246	2	.623	1.154	.316
	組內	734.933	1361	.540		
總計	736.179	1363				
網路	變異來源	平方和	自由度	均方	F	顯著程度

¹⁹ 同上

	組間	4.569	2	2.285	4.655	.010*
	組內	526.169	1072	.491		
	總計	530.739	1074			

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

表七顯示，針對新黨負面形象的認知，三組學生在收看電視晚間新聞的頻率 (F = 20.994, df = 2, p<.001)、閱讀報紙的頻率 (F = 4.902, df = 2, p<.01)、廣播新聞收聽頻率(F = 3.845, df = 2, p<.05)、與政論雜誌閱讀的頻率(F = 6.912, df = 2, p<.01)上均有統計上顯著的差異，經過 Scheffe-test 檢定發現，也就是對新黨負面形象認知較豐富與完整的第三組學生，他們收看電視晚間新聞的頻率、閱讀報紙的頻率、廣播新聞收聽頻率、與政論雜誌閱讀的頻率均要顯著地高於第一組對新黨沒有任何負面形象認知的學生(電視 Mean =2.59；報紙 Mean =3.19；網路 Mean =1.45)，此外，對於新黨負面政治形象程度較不豐富與完整的第二組學生，他們收看電視晚間新聞的頻率(Mean =2.89)要顯著地高於第一組對新黨沒有任何負面形象認知的學生(Mean =2.59)。但是，這三組學生上網看政治訊息的頻率，彼此間並無顯著的差異。新黨是國內新興的第三大政黨，為何大一學生對於新黨的正面形象認知與媒體使用無太大相關，但負面形象的認知與其多項媒體的使用頻率有顯著相關，這可能是與新黨形象的內容直接相關，是值得深入驗證的問題。

表七 新黨負面形象與媒體使用的單因子變異數分析(ONE-WAY ANOVA)

媒體使用	變異來源	平方和	自由度	均方	F	顯著程度
電視	組間	61.686	2	30.843	20.994	.000***
	組內	2028.854	1381	1.469		
	總計	2090.540	1383			
	變異來源	平方和	自由度	均方	F	顯著程度
報紙	組間	17.674	2	8.837	4.902	.008**
	組內	2494.750	1384	1.803		
	總計	2512.424	1386			
	變異來源	平方和	自由度	均方	F	顯著程度
廣播	組間	10.318	2	5.159	3.845	.022*
	組內	1857.120	1384	1.342		
	總計	1867.438	1386			
	變異來源	平方和	自由度	均方	F	顯著程度
雜誌	組間	7.402	2	3.701	6.912	.001**
	組內	728.777	1361	.535		
	變異來源	平方和	自由度	均方	F	顯著程度

	總計	736.179	1363			
網路	變異來源	平方和	自由度	均方	F	顯著程度
	組間	2.861	2	1.430	2.905	.055
	組內	527.878	1072	.492		
	總計	530.739	1074			

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

六、結論

過去的研究結果顯示，年齡是影響政黨認同、政黨形象認知、候選人形象認知、政治議題取向、投票決定的一個重要因素(陳義彥，1992；King，1994；金溥聰，1997)。換句話說，年輕人與年長的人在政治態度與行為上皆有所差異。因此，各界在討論是否應將投票合法年齡由二十歲降低至十八歲之際，應先多方累積實証研究資料，增進對於此年齡層年輕人的政治認知的瞭解 尤其是他們政黨思維結構體的豐富性與完整性，以集思廣益，做為決策參考。

本研究針對此年齡層大一學生所做研究結果顯示：國內大一學生的政黨思維結構體，整體上的發展並不十分豐富與完整；當他們被要求回答有關國內三個主要政黨的正面與反面形象看法時，有相當比例的大一學生完全沒有應用任何政黨思維結構體。對於那些有啟動政黨思維體的學生，我們在控制其他社會變項，包括性別、省籍、政治興趣、政治態度、人際政治討論、與父母討論政治的頻率後，統計分析結果顯示，新聞媒體的使用頻率是影響他們政黨認知的重要因素。在各種媒體使用中，電視晚間新聞的收視頻率對於青年學生對各政黨思維結構體的豐富與完整性具有獨立的影響力。同時，受訪者的政論雜誌閱讀的頻率、上網看政治訊息的頻率對於不同政黨的形象認知也有不同程度的顯著的影響。此外，不同的媒體使用頻率對於學生對各個政黨正面與負面的形象認知亦造成顯著差異，簡言之，論文的研究發現是支持過去文獻的主要基本假設，即個人的政治認知受到資訊環境的重要影響；青年學生政黨思維結構體的發展與新聞媒體的使用頻率顯著相關。換句話說，新聞媒體使用的頻率對於學生政黨思維結構體豐富與完整性的發展與對各政黨的形象認知，具有獨立的影響力。

因此，依據本研究結果，如要幫助國內青年學生發展政黨思維結構體，加強政黨認知能力，設法透過新聞媒體提供給青年更豐富、更充實與更正確的政黨資訊環境，似乎是協助強化其政治認知能力，提昇社會的民主素質最有效的方式。

當然，學生的政治認知領域不只限於政黨思維結構體，還包括議題思維結構

體(issue schema)、政治意識思維結構體(ideology schema)、與政治人物思維結構體(candidate schema)等重要主題。要真正瞭解青年學生的政治認知程度，這些都是必須進行深入調查的項目。本論文限於篇幅與研究限制，並未能進一步驗證影響他們政黨思維結構體發展的各項相關社會背景因素；詳細討論大一學生心目中對於各個政黨形象認知內容與各類媒體使用之間的關連性；並實際分析新聞媒體報導中所呈現的各種政黨資訊內容，未來有關這些主題的研究投入，將可充實此一領域的研究文獻。

參考文獻

中文部分

王興中(1995)：《政黨形象與選舉行為》。私立東吳大學政治研究所碩士論文。

金溥聰(1997)：〈報紙的形象設定效果研究：以民國八十三年台北市市長選舉為例〉。《新聞學研究》，第五十五集，頁 203-223。

徐火炎(1991)：〈選民對政黨的評估態度與黨派投票抉擇〉。《政治科學論叢》，第三期，頁 185-207。

徐火炎(1991)：〈政黨認同與投票抉擇：台灣地區選民的政黨印象、偏好與黨派投票行為之分析〉。《人文及社會科學集刊》，第四卷第一期，頁 1-57。

徐火炎(1995)：〈選民的政治認知與投票行為〉。《人文及社會科學集刊》，第七卷第一期，頁 247-288。

陳文俊(1994)：〈大學生的省籍意識與國家認同〉。《中山社會科學學報》，第 8 卷，第 2 期(夏季號)，頁 41-91。

陳義彥(1992)：〈台灣地區選民投票行為之研究：從二屆國大代表選舉探討〉。台北：國立政治大學選舉研究中心。

張茂桂等(1993)：《族群關係與國家認同》。台北：業強出版社。

英文部分

Bell, R. (1969). The Determinants of Psychological Involvement in Politics: A Casual Analysis. Midwest Journal of Political Science, 13(2), 237-253.

Campbell, A., Converse, P. E., Miller, W. E. & Stokes, D. E. (1960). The American Voter. Chicago: The University of Chicago Press.

Chaffee, S. H., Jackson-Beeck, M., Durall, J. & Wilson, D. (1977). Mass Communication in Political Socialization. In Renshon, S. A. (Ed). Handbook of Political Socialization. The Free Press, pp.224-225.

Connell, R. W. (1971). The Child Construction of Politics. Victoria, Australia:

Melbourne University Press.

Conover, P. J. & Feldman, S. (1986). The Role of Inference in the Perception of Political Candidate. In Lau, R. R. & Sear, D. O. (Eds.) Political Cognition. NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc. pp.127-158.

Dawson, R. E. & Prewitt, K. (1969). Political Socialization. Little Brown & Co.

Dominick, J. R. (1972). TV and Political Socialization. Education Broadcasting Review, 6, 48.56.

Fiske, S. T. & Kinder, D. R. (1981). Involvement, Expertise and Schema Use: Evidence from Political Cognition. In Cantor, N. & Kihlstorm, J. F. (Eds.) Personality, Cognition and Social Interaction. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.

Fiske, S. T., Kinder, D. R. & Larter, W. M. (1983). The Novice and the Expert: Knowledge-Based Strategies in Political Cognition. Journal of Social Psychology, 19, 381-400.

Hamill, R. & Lodge M. (1986). Cognitive Consequences of Political Sophistication. In Lau, R.R. & Sear, D. O. (Eds.) Political Cognition. NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc. pp.69-93.

Herbert, H. (1959). Political Socialization. Free Press of Glencoe.

Hollander, N. (1971). Adolescents and the War: The Source of Socialization. Journalism Quarterly, 48, 479.

Jennings, M. K. & Niemi, R. G. (1968). The Transmission of Political Values from Parent to Child. The American Political Science Review, 62, 169-184.

King, Pu-tsnug. (1994). Issue Agenda in the 1992 Taiwan Legislative Election. Unpublished Doctoral Dissertation, University of Texas at Austin, Texas.

Kraus, S. & Davis, D. (1976). The Effects of Mass Communication on Political Behavior. The Penn. State University.

Lang, K. & Lang, G. E. (1959). The Mass Media and Voting. In Burdic, E. & Brodbeck, A. J. (Eds.). American Voting Behavior. Macmillian Publishing Co. pp.327-341 .

- Lau, R. R. & Erber, R. (1985). Political Sophistication: An Information-Processing Perspective. In Krauss, S. & Perloff, R. M. (Eds.) Mass Media and Political Thought: An Information-Processing Approach. Beverly Hills, CA: Sage.
- Lau, R.R. (1986). Political Schemata, Candidate Evaluations, and Voting Behavior. In Lau, R. R. & Sear, D. O. (Eds.) Political Cognition. NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc. pp.95-126.
- Matthews, D. R. & Prothro, J. W. (1966). The Concept of Party Image and Its Importance for the Southern Electorate. In Jennings, M. K. & Zeigler, L. H. (Eds.), The Electoral Process. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Miller, A.H. (1986). Partisan Cognitions in Transition. In Lau, R. R. & Sear, D.O. (Eds.) Political Cognition. NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc. pp.203-231.
- Nimmo, D., & Savage, R.L. (1976). Candidates and Their Images: Concepts, Methods and Findings. Santa Monica, California: Goodyear Publishing Company, Inc.
- Sanders, A. (1988). The Meaning of Party Images. Western Political Quarterly, 41, Iss.3, 583-599.
- Searing, D. R., Schwartz, J. J. & Lind, A. E. (1973). The Structuring Principle: Political Socialization and Belief Systems. American Political Science Review, 67(1), 415-432.
- Sigel, R.S. (1964). Effect of Partisanship on the Perception of Political Candidates. Public Opinion Quarterly, 28, 483-496.
- Trilling, R. J. (1976). Party Image and Electoral Behavior. New York: Wiley.
- Wasby, S. L. (1966). The Impact of the Family on Politics: An Essay and Review of the Literature. Family Life Coordination, 15(Jan.), 3-23.