

中華傳播學會 2001 年年會暨學術研討會論文

候選人負面新聞與新聞框架 對政治憤世嫉俗與政治責任歸屬 的影響*

陳憶寧**

Yi-Ning Katherine Chen

* 本研究為國科會補助之專題計劃，編號：NSC 89-2412-H-128-015。

** 陳憶寧(Yi-Ning Katherine Chen, Ph.D., The University of Texas at Austin, 1999)為世新大學公共傳播系助理教授。聯絡地址：台北市文山區木柵路一段 17 巷 1 號。Tel: 886-2-22368225 ext.466。Fax: 886-2-2236-2034。Email: kynchen@cc.shu.edu.tw

世新大學公共傳播系助理教授

台北市文山區木柵路一段 17 巷 1 號

Tel: 886-2-22368225 ext.466

Fax: 886-2-2236-2034

kynchen@cc.shu.edu.tw

July 3-5, 2001

候選人負面新聞與新聞框架 對政治憤世嫉俗與政治責任歸屬 的影響

《摘要》

本研究以實驗法探討新聞框架與負面新聞閱讀量對於閱聽人的政治憤世嫉俗以及政治歸因的影響。180 位受試者對於各種情境所引發的政治憤世嫉俗在二因子變異數分析中，新聞框架的主要效果未達顯著，在閱讀負面新聞則數的差異則達到顯著，且兩者有顯著的交互作用。閱讀負面新聞則數與政治憤世嫉俗的程度有正向的線性關係。

在引發的對政客歸因變異數分析中，新聞框架的主要效果未達顯著，但是閱讀負面新聞則數則達到顯著，而兩個自變項並無顯著的交互作用。而進一步觀察期平均數，則發現形象框架新聞所導致的政客歸因程度高於議題框架，且閱讀負面新聞則數與政客歸因有正向線性關係。在引發閱聽人評估國家問題的制度歸因的變異數分析中，本研究發現新聞框架的主要效果達顯著，即議題框架所引發的制度歸因高於形象框架，但是閱讀負面新聞則數則未達到顯著，而兩個自變項並無顯著的交互作用。就閱讀量而言，閱讀負面新聞則數與制度歸因的有線性關係。在議題新聞框架上，則是愈讀愈多負面新聞，則制度歸因得分愈高，但是在形象新聞上，其線性關係並不存在。

關鍵詞：形象框架、政治憤世嫉俗、負面新聞、責任歸屬、
實驗法、議題框架

The Effects of Negative Candidate News and News Frames on Political Cynicism and Attribution of Responsibility

ABSTRACT

This research examined the influence of negative political news frames on the feelings people generate in response to campaign news. Preparing and conducting this investigation involved the use of a multiple-method strategy. Content analysis identified two news frames (i.e., issue frame and image frame) and one experiment induced political cynicism and attribution of responsibility. One hundred eighty students participated in the experimental study, in which they read and responded to the amount of negative news and frames of news. Results demonstrated that participants were more likely to generate more cynical reaction and hold politicians responsibility for Taiwan's problems when being exposed to more negative news. Participants being exposed to issue frame were more likely to hold institutions for being responsible for country's illness than those exposed to image frames.

Keywords: attribution of responsibility, experiment, image frame, issue frame, negative news, political cynicism

候選人負面新聞與框架 對政治憤世嫉俗與政治責任歸屬 的影響

壹、研究背景

台灣各種大小選舉可以說為選舉語言的展現提供了舞台。由於負面競選盛行，民眾在媒體上聽到、看到的是這種毫無保留的暴露人性醜陋的戲碼，而一般選民對候選人最應提出的政見，由媒體得到的印象可能覺得不是支離空洞，爾虞我詐，就是反覆矛盾，昨是今非。由於口水戰幾乎掩蓋了一切，選戰看到的是候選人之間的抹黑毀謗，於是，選民擔心任何一個人當選都是災難。民國八十九年三月的總統大選前，選民擔心連戰當選則保守退步；宋楚瑜當選則大內不安；陳水扁當選則鴨霸衝動。在每年都舉行中央或是地方選舉的台灣，選民總是擔心著選出來的政治人物多可怕。

新聞媒體的報導如何影響選民投票意向已經是半世紀以來政治傳播學者研究的主題 (McCombs, 1994)。此研究傳統主要是評估新聞角色與民意形塑之間的關係 (McLeod, Kosicki, & McLeod, 1994)。近年來，關注美國選舉的傳播學者發現，民眾在選舉過程中其實並沒有獲得足夠的資訊、或是知識來形成所謂的政治態度。過去的研究也指出一般民眾對於該選區所選出的地方民意代表所知有限，平常對於時事也只是浮面的瞭解，而且因擁有的政治知識有限，所以也無法有效地組織政治資訊 (Kinder & Sears, 1985)。但是有趣的是，雖然民眾可能對於政治知識或是資訊掌握有限，但是卻能經由選舉相關新聞相當程度地得知候選人對於某一重大議題的立場 (Ansolabehere & Iyengar, 1995)。這裡出現了一個問題，即，選舉新聞是否能有效地幫助選民做出理性的選擇？我們特別關心的是佔據報紙版面與電子媒體時間顯然較多的負面新聞。

近十年來，新聞媒體研究者認為人們對於政治真實的闡釋是被「框架」所影響。有關框架的定義繁多，在此不一一贅述。國內傳播學者鍾蔚文與臧國仁 (1993)則以「形式」及「內容」來分析新聞文本框架，而美國學者也有此看法，

他們將框架做出類似的進一步概念化，如「風格」框架 (stylistic frame) 和「主題」框架(thematic frame)。不論如何，有關框架的種種論點在於說明文本(text)，不是照單全收所有事實，而是強調某一條故事線 (story line)，對於外在真實的再現(representation) 是有所選擇的。研究框架的學者認為，框架的重要性在於其對於閱聽人的效果，不同的框架可能產生對閱聽人對於事件真實的詮釋與評估上的不同效果 (Gamson, 1992; Iyengar, 1991)。Gamson (1992) 發現如果媒體呈現反歧視法(affirmative action)為「一種特別的利益」(a special interest)，而非「一種為了社會公正所做的制度性的努力」(an institutional effort for social justice)，這樣的框架會導引閱聽人認為反歧視法是個人道德問題，而非整體社會問題。如此推論，我們可以預期，在競選新聞中對於候選人以不同的框架處理，可能會對於閱聽大眾造成不同的新聞文本框架效果。

本研究探討的問題在於負面的新聞框架對於閱聽人的影響。新聞會讓選民對政治有更多的負面感覺，真的與政治憤世嫉俗有關嗎？在台灣，過去一向認為台灣選民太過熱衷政治的政論家卜大中(2001)，在大選過後投書中國時報的一篇文章中指出，媒體的惡性競爭助長政治冷漠。他認為台灣選民其實也因閱讀太多的政治新聞與收看太多的叩應節目而彈性疲乏，進而開始政治冷漠了。他認為政客「人格特質」是選民的冷漠首要因素，加上媒體之間惡性競爭，所以必須與需要不斷曝光的政客「狼狽為奸」。他認為，政客們因絕大多數無政績成就可供吹噓，所以只好在媒體上誇大他們對於競選對手與競選議題的反對來當作自己的特點。本研究認為姑且不論卜氏論點是否須經進一步檢驗，但作為一個政治觀察家，他指出了負面新聞報導在在政治、政客與選民態度之間的關係。

Patterson (1993) 表示愈來愈多的負面新聞與美國民眾的政治憤世嫉俗有關，在一項研究 1978-1992 美國選舉研究(American National Election Studies)的資料中就顯示，愈是對政府熱衷，關心政治的人(表示對政治新聞的注意也較多)，愈是對國會不滿，選戰中過多的負面新聞對於民眾已產生不良效果，最主要是民眾對於政治產生負面的看法以及產生政治冷漠等等。Cappella and Jamieson (1996) 在對一九九二年總統大選的研究中也指出，現今美國社會流行的政治負面的新聞框架對於瀰漫在社會中政治憤世嫉俗(political cynicism)是相當重要的因素。本研究認為，選民對政治人物的負面看法似乎已是個普遍的現象，台灣的媒體對於政治與選舉的普遍性的負面報導也是存在的，那麼，我們可以試著探討負面新聞與政治憤世嫉俗的關聯性，以及更進一步地研究不同的負面新聞框架究竟造成民眾對於政治人物那些不同的看法。

貳、相關研究

一、政治憤世嫉俗與負面新聞

政治憤世嫉俗是對於政治、政府機構以及政治人物的缺乏信賴 (Agger, Goldstein, & Pearl, 1961)。憤世嫉俗的最極致可以讓人與人之間極度地彼此不信任，任何高貴不自私的行為都可以被解釋其後有精巧的自利動機，而其種種行為都被詮釋成有政治意圖，所以政治憤世嫉俗的社會中，民眾認為沒有所謂有心治理國家與利他主義的政治家，只有計較輸贏與自利的政客。就一個憤世嫉俗的心靈而言，沒有一件高貴的行爲是像表面上所顯示的那麼單純。

Cappella & Jamieson (1996) 在其著作 *Spiral of Cynicism: The Press and the Public Good* 一書中強調政治的憤世嫉俗此概念的核心觀念為政治的不信任，而選民對政治人物的感覺是決定於對其動機的信任與否。Easton (1965) 認為民主政治系統有賴於選民對政府的信賴，但是他仍認為少許的憤世嫉俗應該還是健康的。例如在作政治辯論時不可避免地要有些憤世嫉俗才能讓政治系統有所改變，但是選民過多的憤世嫉俗似乎看來就有害民主政治了。在一九九四年時，美國的一些政論家回應 Easton 的理論，Andrew Kohut 在所主持的 Time/Mirror Center for the People and the Press，有這樣的一段說明：「冷漠、憤世嫉俗與反政府的情緒正在影響著我們如何看待政治」，且「美國選民是憤怒的、熱衷於自我利益的，而且對於目前的政治系統除了失望，並沒有其它太多的想法」。政治評論家已經提出警告，他們認為美國的政治系統已經因為大眾的憤世嫉俗而陷入危機 (Mann & Ornstein, 1994)。Rozell (1996) 研究戰後美國國會山莊的媒體報導指出，認為九〇年代的美國是處於所謂的憤世嫉俗的年代，美國人雖然比以前更健康、更長壽、更富有，但是卻覺得最美好的日子已經過去了，民眾對於機構與領導人的信心程度低到了前所未有的程度。在 1994 年出版 Mann & Ornstein (1994) 所合編的 *Congress, the Press, and the Public* 一書中開宗明義第一章就道出美國民眾對於國家機構等等所本來持有的健康的懷疑主義(skepticism)，已經成為具有腐蝕性的憤世嫉俗。在過去的三十年中，重大的國家事件加上對於工作、經濟、與未來的不確定，使得民眾對於政府的信任程度愈趨滑落。Mann & Ornstein, (1994) 研究關於美國國會的媒體報導指出，雖然美國國會的問題不能全歸諸於媒體如何呈現國會，但是如果忽略媒體，則也同屬不智。他們更進一步指出，美國民眾對於國會的了解多是由媒體報導中的本質(nature)、量(volume)、基調(tone)、與內容所影響。

事實上，在一九八〇年代早期已有許多研究指出新聞媒體應為社會上的

政治憤世嫉俗負上部份責任。Lipset 和 Schneider (1983)就說道因為社會大眾多半是經由新聞才知道政府的所作所為，而所報導的政府相關新聞是壞消息居多，他認為美國著名的民調機構 Harris 每年所作的「對機構的信心程度」(Confidence in Institutions) 不斷下滑，媒體有其責任。著名的政治傳播學者 Thomas Patterson

(1993) 在其著作 *Out of Order* 中一再重申其觀點，即媒體報導候選人的基調是愈來愈不友善，而民眾對於候選人的評價也愈來愈負面。至目前為止，並沒有實證研究直接將負面新聞與政治憤世嫉俗聯結的關聯性研究，最接近的一個研究是政治語意學者 Cappella and Jamieson (1996)直接將賽馬式新聞多寡與政治憤世嫉俗的程度連結在一起，他們認為愈多的賽馬式新聞與愈高程度的政治憤世嫉俗有關。雖然所謂賽馬式新聞不等同於負面新聞，但依據 Jamieson (1992)的發現，在競選期間的賽馬式新聞語言中充斥著輸、贏、戰爭、比賽等字眼與隱喻，可以這麼說，這類型報導政治競選的新聞絕不能說是正面描述了。這些研究結果可能暗指負面新聞與政治憤世嫉俗之間的可能關係。

二、框架與負面新聞

框架聯結了新聞訊息與閱聽人的認知元素 (即想法、目標、動機、感覺)

(Iyengar, 1987, Price et. al., 1996; Zaller, 1992)。媒體用「特定的字辭、片語、刻

板印象、資訊來源與句子，選擇與強調特殊的經驗與觀點，形成一個以有事實

與評斷的媒體框架」(Entman, 1993, p. 52)。至於框架效果(framing effects)則是

發生在當框架與認知元素互動時，啟動了認知元素中的某一些特殊元素 (Iyengar,

1991; Pan & Kosicki, 1993)。這些被媒體報導所啟動的認知元素會影響到閱聽人

對事件的詮釋、評價與判斷 (Gamson, 1992; Iyengar, 1991; Iyengar & Simon, 1994)。

最近的研究指出，一旦這些在記憶中的認知元素被啟動，通常就會影響到

閱聽人的態度與決策 (Kronick & Schuman, 1988; Tversky & Kahneman, 1982; Zaller, 1992)。人們在處理資訊的時候顯然地並不會往大腦深處竭盡所能地找出

所有相關的資訊，相反的，人們只是找出在記憶中最常被啟動的部份 (Wyer & Srull, 1984)。對於最容易提取，亦即最顯著的記憶部份通常也就是最容易形成態度以及決策的部份 (Roskos-Ewoldsen & Fasio, 1997)。所以我們可以這麼說，框架效果決定於其所最能啟動的記憶中最顯著的認知元素，這些元素就決定了我們如何詮釋、評價以及判斷。

所以本研究認為，框架研究的想法可以解釋負面新聞如何影響選民對於候選人以及選戰中議題的詮釋。本研究更針對將新聞框架分為關於候選人形象框架及議題框架。議題框架所指的是對於選舉中的各項議題與政策的負面描述，候選人在選舉中出現的議題可能有不同的意見，這些新聞報導描述可能來自競選對手的攻擊，記者主動描寫關於候選人彼此在與議題相關的過去行為與意見的比較，以及出自於記者本身的評論，例如對於兩岸直航的政見比較。

形象框架主要是對於候選人人格、私德、操守、意識形態、能力等等的負面描述，往往隱含了善惡之分，如欺騙、賣台、被財團操控等等，這些指控通常是來自候選人過去的行爲。

這兩種框架都意圖告訴閱聽人什麼才是符合選民利益的，什麼才是對選民最重要的，但是不同的在於，負面議題框架意味著如果這個候選人競選成功，則他對某一議題的立場將會為社會帶來不利影響，而負面形象框架意味著候選人因為人格操守意識形態等等而不適任。

雖然這兩種負面框架都會引起選民對候選人的不信任，但是本研究卻要強調其機制及後果卻有不同。形象框架牽涉到的是候選人的人格與忠誠，研究政治廣告的學者 Gronbeck (1992)就指出，當政治廣告將政治化約到只是人格與道德時，社會中的政治無力感與政治冷漠就會增加，本研究認為同樣是政治訊息的政治新聞亦可同理推論。

如果選舉新聞是議題框架，則閱聽人的認知元素中被啟動的是環繞在議題周圍的想法 (例如兩案三通是必要的)，所以選民的態度與投票行為是取決於他選候選人對此議題的立場。如果此候選人贏得選戰，則選民可以預期他會依政見行事，如果支持的候選人輸了，選民或者可以期待另一位打贏選戰的候選人會在其它議題上有選民較支持的立場。

但是如果選舉中充斥著形象框架，候選人人格成為選戰的話題，則可以預想得到的是這些資訊能啟動閱聽大眾的的認知元素是誰可被信任而誰不能，所以選民的態度與投票行為取決於不選某人是因為他如果競選成功，可能會有不當行為。如果這個被負面形象攻擊的候選人贏了，則選民擔心的不是什麼議題立場問題，而是居然選出了個人格有問題的人，往後在服公職時可能會有負面的行為，所以可以想見的是，選民的無力感會增加，如果新聞中充斥著各種形象攻擊框

架，閱聽大眾認知元素中的憤世嫉俗成份就比議題攻擊框架要來得多了。

我們可以更進一步地假設，框架的影響力也應取決於「量」。也就是說當閱聽人接觸到比較多的形象框架時(也就是比較多的形象攻擊資訊進入他的工作記憶時)，他比較容易以人格道德而非議題立場來衡量政治人物。所以我們可以推論，當有愈多的形象框架報導時，閱聽人比較會受到形象框架的影響。依據以上討論，本研究發展出以下的研究問題：

研究問題一：不同類型的負面新聞(即形象框架新聞與議題框架新聞)在影響對閱聽人的政治憤世嫉俗時，是否會與負面新聞的量產生互動？

另外，根據歸因理論，人們會用各種環境線索來找出他們所認為的事件的原因(Hewstone, 1989)。有關歸因的研究發現，事實上，人們很少使用系統性的、完整的搜尋方式來找出事件的原因 (Kelley, 1973; Nisbett & Ross, 1980)。政治傳播學者 Iyengar (1991)曾做了一連串的實驗，發現不同的框架會引發電視觀眾對事件不同的歸因。他的研究結果顯示，如果以插曲框架(episodic frame)來呈現社會問題(例如以一個流浪漢呈現出失業問題)，則觀眾會將問題歸因於個人，如果以主題框架呈現社會問題(例如以統計數自來告訴觀眾失業率提升)，則觀眾會將問題的原因歸因於社會整體。

另一個由 Iyengar 所發展出的預示效果(priming)觀點，在探討媒體對於民眾政治判斷的標準選用的影響的一系列研究的結果顯示，電視新聞會讓觀眾注意某些事件或是議題，而忽略其它事件或是議題，於是也就影響了民眾如何判斷政府、總統、政策與候選人。他們的研究也證據顯示預示效果的確存在於對於總統責任的認定、國會選舉以及總統選舉 (Iyengar and Kinder, 1987)。

沿用歸因理論與預示效果，本研究認為以政治人物負面形象為焦點的形象框架，會較議題框架讓社會大眾將問題的責任歸於政治人物個人，因為形象框架之建構是在政治人物的操守與不良動機所導致其不適任，而且雖然是將此問題歸因於政治人物個人(為某一候選人)，但是社會大眾會將所有的政治人物歸於一類，當愈來愈多候選人在媒體上時是以形象框架出現時，即社會大眾對於許多候選人的認識是基於形象框架時，可以想見的是閱聽人會認為所有的政治人物都應為國家問題負責，當閱聽人所接觸到的訊息絕大多數是關於政治人物的負面形象，而非政策上的正面表現後，如果要閱聽人對國家問題做出原因診斷，他們應會將責任歸因於政治人物，並進而責備政治人物的所作所為。相對於政治人物的責任歸因的另一面，則是責任歸因在制度，對於以議題為框架的負面新聞，閱聽

人的詮釋是認為被抨擊的候選人在沒有解決某一問題或是對某一個議題立場不同，而非否認此候選人的能力與道德，如果這位候選人還是選上了，是議題立場或是議題重要性的問題(例如被抨擊的議題根本不是選民心中覺得重要的問題)，而非政治人物的問題，所以是選舉制度(更特別地說是選舉制度的多數決)造成，也就是說制度容許被抨擊的議題繼續存在，當選舉新聞都是由議題所組成時，可以想見，如果選民認為國家的政治或是政策有問題，診斷的結論應是認為可能為制度造成，由此推論，本研究發展出以下的研究問題：

研究問題二：不同類型的負面新聞(即形象框架新聞與議題框架新聞)在影響閱

聽人評估國家問題的政治人物歸因時，是否會與負面新聞的量互動?

研究問題三：不同類型的負面新聞(即形象框架新聞與議題框架新聞)在影響閱

聽人評估國家問題的制度歸因時，是否會與負面新聞的量互動?

參、研究方法

本研究發展出的假設與研究問題在於分析負面新聞與新聞框架對政治憤世嫉俗與對政治責任歸屬的影響。本研究先採用內容分析來區分出負面新聞以及新聞議題框架與形象框架。而後再以實驗得到負面新聞以及新聞框架對政治憤世嫉俗以及政治責任歸屬的效果。

一、內容分析

本研究利用中時電子報資料庫，選取以民國八十七年北高兩市市長選舉時的與市長選舉相關的新聞為實驗刺激的資料庫。本研究獲取數十則適合的新聞加以改寫，作為後來實驗所須的刺激。

當我們想要進一步區分出何者為議題框架與形象框架時，可以發現，新聞中並沒有純粹的議題框架或是形象框架，所以研究者必須在樣本新聞過錄時，須有以下的調整。即如果通篇主旨是談論候選人對某一議題的立場，則歸為議題框架，如果主要是談候選人在人格與個性上的問題，雖然觸及到一些議題，但仍將此新聞歸為形象框架(研究者在此不將新聞重寫成純粹議題框架或是純粹形象框架，乃是因如這樣的刺激恐有缺乏外在效度的問題，因為新聞讀來並不真實)。

進行實驗時最大的關切就是無法控制的干擾變項，例如對新聞背景與人物的先前知識。在實驗刺激材料的第一頁，研究聲明本研究在選舉時確有其事，但地名與人名按實驗需要均為虛構。本研究以台中市市長競選為背景，選擇台中是因為相較於台北與高雄，台中市市長選舉在一般人的印象中，其顯著性不如兩個直轄市，民眾記憶較不深刻，所以沒有太多的先前知識足以干擾，改寫新聞內容與候選人姓名，比較不易造成受試者覺得實驗刺激太過於不真實。另外，研究者考慮如果新聞背景選在較「地方化」的縣市(如中壢、花蓮、雲林等等)，雖然受試者可能也沒有太多關於這些地區的先前知識，但因考慮本研究的依變項之一為國家問題歸因，是國家層級的問題，所以地方縣市的政治問題可能並不適用。

另外，新聞中候選人名字重新命名，也是避免參與實驗者受到對候選人先前知識與態度的影響。研究者將新聞中的人名改寫成政壇中從未出現過的名字，或是不太可能造成聯想的名字。但是如果改名後仍可從新聞中的其它線索判斷候選人的身分，則研究者捨棄此則新聞。

過錄指示與過錄表由研究者發展。過錄框架部份區分為議題框架、形象框架與混合框架。內容分析的過錄由兩位未曾參與研究討論的大學部學生過錄員進行，先行將幾個樣本新聞練習過錄後，且編碼者同意度到達 90 % 後，再將所有新聞交付過錄。

最後用來做為實驗刺激的文本為兩個過錄者一致認為是議題框架或形象框架的新聞。兩者未達一致的新聞，以及被過錄成混合框架的新聞都被捨棄。應研究設計需求，有 45 則非議題框架即形象框架的新聞，這些新聞再加上 10 則作為填塞的新聞(fillers)，則構成了本研究的實驗刺激資料庫。

研究者將先前所得到的合格新聞再進一步以電腦打字重新編排過，這是防止有其他的干擾因素，如版面位置、字體、標題大小、圖表及照片等等。而後再請兩位新的過錄者再一次進行過錄，以確實與原來分類一致。

二、研究設計

採二因子變異數分析作為統計分析工具。有兩個自變項，一是負面新聞的框架(議題框架與形象框架)，另一則是閱讀負面新聞篇數(2 篇、4 篇與 6 篇)，總共有六個處理水準(treatment)，每一個處理水準中有 30 個實驗參與者(見表一)。

表一：實驗設計

		閱讀負面新聞篇數		
		2 則	4 則	6 則
框架	形象框架	Treatment 1	Treatment 2	Treatment 3
	議題框架	Treatment 4	Treatment 5	Treatment 6

三、受試者

實驗有 180 位實驗受試者，這些自願受試者為文山區某大學正在修社會統計與資料處理課程的學生。參與本研究的受試者年齡由 19 歲到 26 歲，平均值為 20.88 歲(Mdn=21, SD=1.47)。百分之三十五的受試者為男性，65% 為女性。政黨認同上，認同民進黨者佔 3.9%，親民黨為 17.8%，新黨為 11.1%，無政黨認同者最多，佔 67.2%，無國民黨的認同者。

每一個處理水準的受試者閱讀屬於該組的新聞框架與該有的篇數。每一組所閱讀的新聞是從該類隨機選出的，所以同一組的受試者會閱讀相同框架的新聞，但可能是不同的新聞，這個作法可以測出讀者對該類新聞的反應，而非對該則新聞的反應。⁽¹⁾

每組閱讀的新聞總數上相同，每一組都閱讀 6 則新聞，舉例來說，處理水準一組閱讀 2 則議題新聞，需另外再閱讀 4 則與選舉無關的新聞。這種作法可以控制不同小組之間一致的閱讀量。

關於負面議題新聞的主題包括提昇台中市競爭力、交通、治安、婦幼政策教育政策、道路服務品質等等。以提昇台中市競爭力為例，新聞是這樣寫的：

趙國平：提升競爭力 成世界級首都

【本報記者綜合報導】 國民黨台中市長參選人趙國平昨天在一場台中公園的自辦政見發表會上指出，台中市擺在整個國際社會，充其量只是個二流城市。

他說民進黨市長候選人許世彬強調在他任內台中市變了，但是趙國平說他質疑台中市真的變了嗎？變得令市民滿意嗎？變得夠快嗎？他說去年亞洲周刊對亞洲城市的調查，一九九九年的台中市與前一年比，從第二十一名進步為第二十名，前進了一名。可是，一九九八年同樣在十名外的有台中、高雄和漢城，漢城進步了六名，高雄進步了四名，都比台中快，所以

台中市真的變得夠快嗎？如果只進步一名，相信台中市民不會滿意的。漢城可以，我們為什麼不可以？

那項調查也談到交通和治安。台中市的治安是第四十一名，倒數第十；交通是第四十七名，倒數第四。趙國平說看不出這樣的成績，台中市有什麼光榮。

至於形象攻擊，主題包括攻擊對方人格、濫用行政資源、指控對方私生活、指控對與黑道有染、指控對方的競選手段等等。以指責對方與黑道有染為例，新聞是這樣寫的：

趙國平：許世彬扶植黑道勢力

【記者張明結台中報導】台中市長候選人趙國平昨天在一場自辦政見發表會上抨擊許世彬扶植黑道勢力，並質問許世彬是不是黑道？

趙國平在政見發表會中，以許世彬與前縣議會議長鄭太吉合照的照片作文章，抨擊許世彬「黑白合流」與鄭太吉過從甚密，而且在立法院支持天道盟精神領袖羅福助擔任司法委員會召集委員。

趙國平進一步抨擊許世彬是被掃黑的縣議員彭亮慶表弟，可以說許世彬是「黑道表弟」。

至於其他與選舉不相關的新聞，作為填塞新聞的主題包括玩具安全、科技發展、非洲國外交窘境、體育競賽結果報導、寵物新聞、舊金山機場安全等等。

四、應變項

根據政治語意學者 Cappella & Jamieson (1996)，與政治憤世嫉俗的同義詞有政治冷漠(political alienation)、不信任、確乏信心(lack of confidence)、無力感(powerlessness)、無意義(meaningless)、脫序(normless)等等。Chen(1992)蒐集美國1960至1988年的總統大選的美國選舉研究(National Election Study, NES)的政治冷漠資料，他認為關於政治冷漠有四個面向：

- 1) 不信任：所指的是民眾對於政府官員與政府不利評價。
- 2) 政治無力感(political inefficiency)：是指民眾對於自身對政治的了解與參與政治的能力的不利評估(內在政治能力)，以及對於政府的效能的負面評價(外在政治能力)。
- 3) 無意義(meaninglessness)：是指對於政治事務或是政客或是政黨無法區分。

4) 冷淡(apathy)：是指對於政治事務興趣不濃，涉入度不高。

Cappella and Jamieson (1996) 認為基本上 Chen (1992) 所提出的政治冷漠就是政治憤世嫉俗。所以本研究探討的政治憤世嫉俗就藉 Chen (1992)所指出的政治冷漠來進一步概念化與操作化。然而此處必須要注意的是本研究的主題在於候選人競選新聞效果，是一個對進行中的競選活動的反應，不信任與無力感在本研究中要比無意義與冷淡這兩面向要適用，加上本研究是一個實驗的情境，無意義與冷淡是選民的比較靜態的心智狀態，對於本研究並不適合，所以去除這兩個概念。不信任與無力感的題項分別參考 Cappella and Jamieson (1996)以及 Niemi, Craig, and Mattei (1991)所建立的題項。測量是採五點量表(five-point scale)，由極同意、同意、無意見、不同意、到極不同意。

至於責任歸屬的概念化，則是依照 Iyengar (1987) 所區分的，責任歸屬區分為問題引起的原因以及問題處理兩個面向。責任歸屬的操作化，則是探究受試者對於台灣問題的原因該是政治人物還是制度來負責，與問題解決的方式是靠政治人物還是制度，測量的量表也是五點量表。

參與者讀完六則新聞後，有十五分鐘時間完成問卷。問卷中共有 22 題。這些題項包括三個應變項 1)政治憤世嫉俗，2)政客歸因，以及 3)制度歸因，相同概念的題目打散排列。在這 22 個問題中，在政治憤世嫉俗的概念中，本研究納入兩個次概念：政治無力感(political inefficacy)共有 7 題；政治不信任共有 11 題。在政客歸因上，則包括引起問題的原因以及對於問題的解決之判斷。制度歸因上，也是包括引起問題的原因以及問題的解決之判斷。

(1) 政治憤世嫉俗：包括兩個次概念，一為政治無力感，另一為政治不信任。

i 政治無力感

實驗問卷中共使用七個測驗題項，

- 1) 我認為我自己很有資格參與政治。
- 2) 我感覺自己對於我們國家重要的政治議題，有充分的了解。
- 3) 我感覺自己像其他人依樣能夠從事公職。
- 4) 我認為我比其他人更了解何謂政治與政府的所作所為。
- 5) 像我這樣的人是很難理解政治或是政客之間的複雜。
- 6) 像我這樣的人對於政府的所作所為，是沒有什麼發言權的。
- 7) 我認為政治人物並不在乎像我這樣的人在想些什麼。

以上題項皆使用五點量表測量，選項從 1=『非常不同意』，2=『不同意』，3=『普通』，4=『同意』，5=『非常同意』，0=『無意見』，9=『不知道』。受試者在第一到第四題得分愈高表示無力感愈少，而第五到第六題得分愈高表

示無力感愈強。(第一題到第四題得分反向逆轉(即由 5=1, 4=2, 3=3), 經信度檢驗後, 七個測驗題項之 Cronbach's $\alpha = .63$.)。

ii. 政治不信任

本研究參考 Cappella and Jamieson (1996) 的政治憤世嫉俗量表, 採用其

中較適合本研究目的的題項共十一題。分別為:

- 1) 我認爲競選活動是關係著候選人的民調支持度, 而與選民需求無關。
- 2) 我認爲候選人關心的是是否選上, 而與國家問題是否可以解決無關。
- 3) 候選人根據選民性質不同, 而有不同的一套說法。
- 4) 候選人在操縱選民。
- 5) 沒有候選人會談論議題(例如增稅), 因爲這樣會失去選票。
- 6) 有錢可以請最好的選舉顧問, 而選舉顧問會幫助贏得選舉。
- 7) 候選人會認真的討論國家的問題, 並找出解決之道。
- 8) 政黨僅顧到政黨利益, 而非人民意見。
- 9) 誰當選沒有差別, 因爲候選人的立場是決定於那些當初提供他競選經費的金主。
- 10) 政治競選給予選民一個機會, 去對不同立場的候選人作一個真正的選擇。
- 11) 誰當選沒有什麼差別的。

以上題項皆使用五點量表測量, 選項從 1=『非常不同意』, 2=『不同意』, 3=『普通』, 4=『同意』, 5=『非常同意』, 0=『無意見』, 9=『不知道』。

受試者在第一題到第六題以及第八、九、十一題得分愈高表示信任感愈低, 而第七題與第十題得分愈高表示信任感愈強(第七題到第十題得分反向逆轉(即由 5=1, 4=2, 3=3), 經信度檢驗後, 十一題測驗題項之 Cronbach's $\alpha = .76$.)。

(2) 政客歸因

此概念分成兩個不同的次概念, 分別為:

i. 問題之原因, 題項為:

台灣的問題大都由政治人物所引起的。

ii. 問題之解決

台灣的問題要靠政治人物來解決。

以上題項皆使用五點量表測量，選項從 1=『非常不同意』，2=『不同意』，3=『普通』，4=『同意』，5=『非常同意』，0=『無意見』，9=『不知道』。

經信度檢驗後，政客之責任歸屬之兩題項之 Cronbach's $\alpha = .68$ ；

(3) 制度歸因

此概念分成兩個不同的次概念，分別為：

i. 問題之原因，題項為：

台灣的問題大都由制度所引起的

ii. 問題之解決

台灣的問題要由制度來解決

以上題項皆使用五點量表測量，選項從 1=『非常不同意』，2=『不同意』，3=『普通』，4=『同意』，5=『非常同意』，0=『無意見』，9=『不知道』。

經信度檢驗後，制度之責任歸屬題測驗題項之 Cronbach's $\alpha = .89$ 。

五、實驗流程

本研究的實驗情境為社會統計與資料處理課堂的最後三十分鐘，實驗進行時間為 2000 年 12 月。本研究在招募受試者時，強調這是一個政治傳播的研究，想要了解大學生看完問卷中的新聞後的想法與感覺。參與實驗的受試者被隨機分派到六組，直到每組分派到有三十人後結束，每位實驗參與者拿到事先裝訂好的六則新聞與一份問卷。在確定每位都拿到新聞與問卷後，研究主持人請受試者以平常的閱讀新聞的方式來看新聞，在看完新聞後，回答問卷上的所有題項，最後寫下個人基本資料，包括性別、年齡與政黨認同。整個實驗流程約二十分鐘結束。

肆、資料分析

一、操弄檢驗

(一) 議題/形象新聞

製作出來的新聞請大學部學生 20 名作前測，來確定學生是否真能有效地從新聞中分辨出新聞為關於候選人形象還是候選人議題。作法為讓大學生指出所讀的 45 則新聞當中的每一則新聞是形象框架新聞或是議題框架新聞，結果顯示，20 名學生辨識 45 則新聞的辨識度範圍在 75% 到 100%，整體辨識度為 88.4%。⁽²⁾

(二) 新聞正/負面

製作出來的 45 則新聞請大學部學生 20 名作前測，來確定學生是否能察覺新聞為負面描述。作法為讓大學生指出所讀的 45 則新聞的對候選人為正面還是負面描繪，結果顯示，20 名學生辨識 45 則新聞的整體辨識度為 100%，顯示均可以分辨這 45 則新聞為負面新聞。

(三) 辨識選舉新聞與無關選舉之新聞

製作出來的新聞請大學部學生 20 名作前測，來確定學生是否能察覺新聞為選舉新聞與作為填塞新聞的無關選舉的新聞。作法為讓大學生指出所讀的 55 則新聞當中的每一則新聞是選舉新聞或是與選舉無關之新聞，結果顯示，20 名學生辨識 55 則新聞的整體辨識度為 100%，顯示學生均可以分辨這 45 則選舉新聞與填塞新聞。

二、正式施測結果

本研究採 2x3 二因子設計。自變項為新聞類型(議題/形象)以及負面新聞則數(2 則/4 則/6 則)。受試者看完六則新聞後，產生對政治的想法，包括政治無力感、政治不信任、政客歸因與制度歸因(即對於台灣問題之起因與解決為政客/制度)。本研究採用多變量分析(Multi-Analysis of Variance)來回答研究問題。

研究問題一：不同類型的新聞框架(形象框架與議題框架)在影響對閱聽人的政治憤世嫉俗時，是否會與負面新聞的量產生互動?

本研究採用二因子變異數分析來回答此研究問題。看完新聞後的受試者對於各種情境所引發的政治憤世嫉俗在二因子變異數分析中，新聞類型的主要效果未達顯著($p = .674$)，但是閱讀負面新聞則數則達到顯著【 $F(2,134) = 15.037$,

$p < .001$ 】，而兩個自變項有顯著的交互作用($p < .05$ ，見表二)。進一步以 Scheffe 法來探測組間之差異，發現閱讀兩則與四則以及兩則與六則之間有顯著差異(見表三)，也就是說讀兩則負面新聞的政治憤世嫉俗顯著低於讀六則以及讀四則負面新聞的受試者。

表二：政治憤世嫉俗變異數分析結果

政治憤世嫉俗				
變異來源	自由度	均方	F值	P值
主要效果				
新聞類型(議題/形象)	1	.558	.178	.674
負面新聞則數	2	2.160	15.037	.000***
交互作用				
新聞類型(議題/形象) x 負面新聞則數	2	.497	3.678	.028*

***表示 p 值 $\leq .001$ ；*表示 p 值 $\leq .05$

表三：閱讀負面新聞則數對政治憤世嫉俗的平均數差異的 Post Hoc 檢定
(Scheffe 法)

		平均差異數(I-J)	標準誤	p 值
(I) 負面新聞則數 (J) 負面新聞則數				
2	4	-.243	.084	*.018
	6	-.451	.083	***.000
4	2	.243	.084	*.018
	6	-.208	.082	#.045
6	2	.451	.083	***.000
	4	.208	.082	#.045

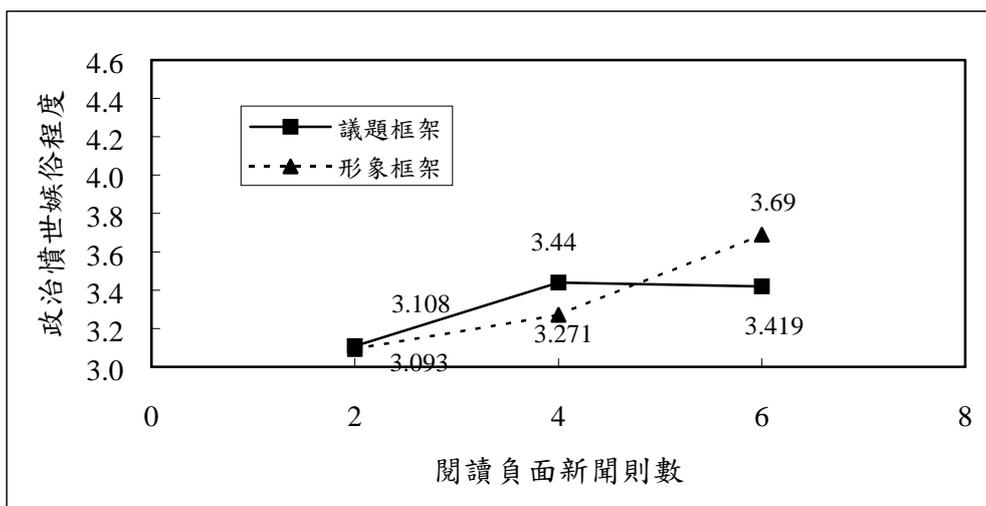
***表示p值≤ .001； *表示p值≤ .05；#表示p值≤ .10

而進一步觀察六個處理水準的平均數(平均數愈高則表示有愈多的憤世嫉俗)則發現形象框架新聞所導致的憤世嫉俗高於議題框架。而閱讀負面新聞則數所引發的政治憤世嫉俗則是以閱讀六則新聞最高，次為四則，再次為兩則，顯示出負面新聞閱讀量與政治憤世嫉俗程度的線性關係(見表四)。

表四：受試者於各種情境所產生的政治憤世嫉俗平均分數

	閱讀負面新聞則數		
	2【M=3.100】	4【M=3.356】	6【M=3.555】
負面議題新聞 【M=3.322】	3.108	3.440	3.419
負面形象新聞 【M=3.351】	3.093	3.271	3.690

【】內數字表示分派到各情境中受試者的「政治憤世嫉俗」平均分數
政治憤世嫉俗總平均=3.337, SD=.034



圖一：閱讀負面新聞則數與新聞框架在政治憤世嫉俗的效果

在圖一可以看出，負面新聞量(X 軸)與新聞框架的交互作用。在議題框架新聞上，閱讀新聞則數與政治憤世嫉俗程度基本上是呈正比的，但是到了閱讀六則時則可以看出反而比四則略為下降。而在形象框架中，可以發現閱讀新聞則數與政治憤世嫉俗程度是呈正比的，讀愈多的負面新聞，則憤世嫉俗程度愈高，閱讀兩則與四則負面新聞的處理水準中，議題框架的憤世嫉俗程度高於形象框架，但是閱讀六則負面新聞的兩個處理水準則是形象高於議題框架。依據這樣的結果，我們可以推論，只有當閱聽人閱讀的是大量的負面形象框架新聞，則造成的憤世嫉俗程度會較議題框架為高。在少量的負面新聞情境下，則議題框架所引發的憤世嫉俗程度高於形象框架。

總體而言，如果我們考慮新聞框架因素，負面新聞與憤世嫉俗程度之間的關係會較複雜。形象框架所造成的憤世嫉俗並不一定比議題框架來的高，還要進一步考慮負面新聞的量。

研究問題二：不同類型的負面新聞(即形象框架新聞與議題框架新聞)在影響閱

聽人評估國家問題之政客歸因時，是否會與負面新聞的量互動?

本研究採用二因子變異數分析來回答此研究問題。看完新聞後的受試者對於各種情境所引發的政客歸因在二因子變異數分析中，新聞框架的主要效果未達顯著($p = .403$)，但是閱讀負面新聞則數則達到顯著【 $F(2,172) = 3.257, p < .05$ 】，而兩個自變項並無顯著的交互作用(見表五)。

表五：政客歸因(國家問題歸因於政客)之變異數分析結果

政客歸因				
變異來源	自由度	均方	F值	P值
主要效果				
新聞框架(議題/形象)	1	.648	.702	.403
負面新聞則數	2	2.092	3.257	.041*
交互作用				
新聞類型(議題/形象) x 負面新聞則數	2	1.014	0.623	.538

*表示p值 ≤ .05

進一步以 Scheffe 法來探測組間之差異，發現閱讀兩則與六則之間有顯著差異(見表六)，讀六則負面新聞的政客歸因顯著高於讀兩則負面新聞的受試者的政客歸因程度。

表六：閱讀負面新聞則數對政客歸因的平均數差異的 Post Hoc 檢定 (Scheffe 法)

(I) 負面新聞則數	(J) 負面新聞則數	平均差異數(I-J)	標準誤	p 值
2	4	-.120	.146	.714
	6	*-.375	.149	*.044
4	2	.120	.146	.714
	6	-.255	.146	.222
6	2	*.375	.149	*.044
	4	.255	.146	.222

*表示p值 ≤ .05

而進一步觀察期平均數(見表七，平均數愈高則表示有愈高的政客歸因程度)則發現形象框架新聞所導致的政客歸因程度高於議題框架。而閱讀負面新聞則數所引發的政客歸因則是以閱讀六則新聞最高，次為四則，再次為兩則，顯示出閱讀負面新聞則數與政客歸因的線性關係。

表七：受試者於各種情境所產生的政客歸因的平均分數

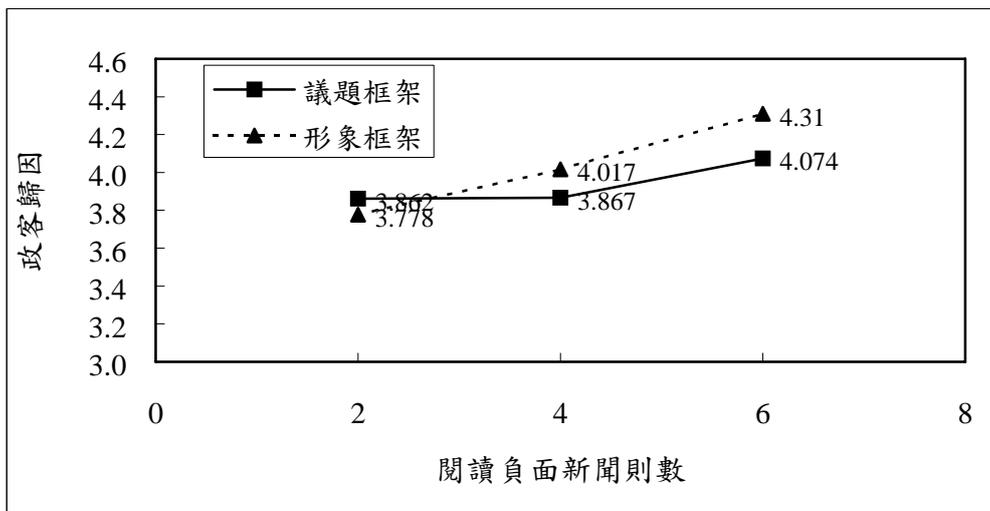
	閱讀負面新聞則數		
	2 【M=3.820】	4 【M=3.942】	6 【M=4.192】
負面議題新聞 【M=3.934】	3.862	3.867	4.074
負面形象新聞 【M=4.035】	3.778	4.017	4.310

【】內數字表示分派到各情境中受試者的「政客歸因」的平均分數

政客歸因之總平均=3.985, SD=.060

在圖二可以看出，雖然統計結果顯示負面新聞的量與新聞框架無顯著的交互作用，但是負面新聞量(X 軸)與新聞框架在只有兩則負面新聞量的情境下，其關係不同於四則與六則的情境，即議題框架所引發的政客歸因高於形象框架，但是在四則與六則的情境下，形象框架所引起的政客歸因高於議題框架。不論是在議題框架新聞或是形象框架新聞上，閱讀新聞則數與政客歸因是呈正比的。

圖二：閱讀負面新聞則數與新聞框架在政客歸因上的效果



研究問題三：不同類型的負面新聞(即形象框架新聞與議題框架新聞)在影響閱

聽人評估國家問題的制度歸因時，是否會與負面新聞的量互動？

本研究採用二因子變異數分析來回答此研究問題。看完新聞後的受試者對於各種情境所引發的制度歸因在二因子變異數分析中，新聞框架的主要效果達顯著【 $F(1,166)=3.967, p < .05$ 】，但是閱讀負面新聞則數則未達到顯著($p = .232$)，而兩個自變項並無顯著的交互作用($p = .081$)(見表八)。

表八：制度歸因(國家問題歸因於制度)之變異數分析結果

		制度歸因			
變異來源	自由度	均方	F值	P值	
主要效果					
新聞框架(議題/形象)	1	3.238	3.967	.048*	
負面新聞則數	2	1.202	1.473	.232	
交互作用					
新聞類型(議題/形象) x 負面新聞則數	2	2.089	2.559	.081#	

*表示 p 值 $\leq .05$ ；#表示 p 值 $\leq .10$

進一步以平均數探測議題框架與形象框架之制度歸因得分之差異，並未發現有統計上的顯著差異，但閱讀議題框架受試者的制度歸因高於形象框架受試者的平均分數($F(1, 165)=3.524, p = .062$ ，見表九)。

表九：閱讀負面新聞框架對制度歸因的平均數差異

	平均數	標準差
議題框架	3.695	.8984
形象框架	3.429	.9295

而進一步觀察每一個處理水準的制度歸因平均得分(見表十，平均數愈高則表示有愈高的制度歸因程度)，則發現就新聞框架而言，議題框架新聞所導致的制度歸因平均數高於形象框架。就閱讀量而言，閱讀負面新聞則數所引發的制度

歸因則是以閱讀六則新聞最高，次為四則，再次為兩則，顯示出閱讀負面新聞則數與制度歸因的線性關係。在議題新聞框架上，則是愈讀愈多負面新聞，則制度歸因得分愈高，但是在形象新聞上，閱讀四則者其制度歸因最強，次為兩則者，再次為六則者，所以線性關係不存在。

表十：受試者於各種情境所產生的制度歸因的平均分數

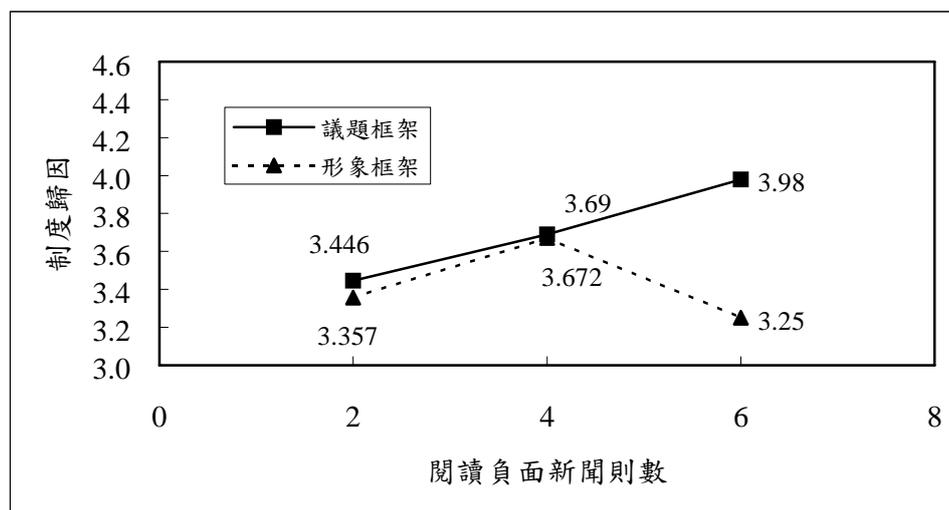
	閱讀負面新聞則數		
	2【M=3.402】	4【M=3.594】	6【M=3.681】
負面議題新聞 【M=3.695】	3.446	3.690	3.980
負面形象新聞 【M=3.429】	3.357	3.672	3.250

【】內數字表示分派到各情境中受試者的「制度歸因」的平均分數

制度歸因之總平均=3.560, SD=.921

在圖三可以看出，統計結果顯示負面新聞的量與新聞框架無顯著的交互作用，在各種閱讀新聞量處理水準中(即不論是兩則、四則或是六則)，議題框架所引發的制度歸因平均數均高於形象框架所引發之制度歸因。有趣的是，議題框架與制度歸因成線性關係，即閱讀愈多的議題新聞，則愈是做制度歸因。但就形象框架新聞閱讀量來看，當閱讀教大量的形象框架新聞時，則制度歸因的平均得分下降，甚至低於僅閱讀兩則新聞者之制度歸因得分。

圖三：閱讀負面新聞則數與新聞框架在制度歸因上的效果



伍、研究發現之摘要、限制與建議

一、主要發現節要

本研究在探討新聞框架與負面新聞閱讀量對於閱聽人的政治憤世嫉俗以及責任歸屬的影響。研究問題一在於探討不同類型的新聞框架(形象框架與議題框架)在影響對閱聽人的政治憤世嫉俗時，是否會與負面新聞的量產生互動？本研究採用二因子變異數分析來回答此研究問題。看完新聞後的受試者對於各種情境所引發的政治憤世嫉俗在二因子變異數分析中，新聞類型的主要效果未達顯著，閱讀形象框架與閱讀議題框架的受試者在政治憤世嫉俗上無差異，雖就政治憤世嫉俗的平均數而言，則發現形象框架新聞所導致的憤世嫉俗高於議題框架。閱讀負面新聞則數的主要效果則達到顯著，即閱讀愈多的負面新聞則愈是憤世嫉俗。兩個自變項有顯著的交互作用，即負面新聞量高時，形象框架所引起的憤世嫉俗程度才會高於議題框架。而閱讀負面新聞則數所引發的政治憤世嫉俗則是以閱讀六則新聞最高，次為四則，再次為兩則，顯示出閱讀負面新聞則數與政治憤世嫉俗的線性關係。

研究問題二探討不同類型的負面新聞(即形象框架新聞與議題框架新聞)在影響閱聽人對政治人物對國家問題做出歸因時，是否會與負面新聞的量互動？本研究採用二因子分析來回答此研究問題。看完新聞後的受試者對於各種情境所引發的對政治人物的歸因中，新聞框架的主要效果未達顯著，但是閱讀負面新聞則數則達到顯著，而兩個自變項並無顯著的交互作用。而進一步觀察期平均數(平均數愈高則表示有愈強的政客歸因)則發現形象框架新聞所導致的政客歸因高於議題框架，且閱讀負面新聞則數與人物歸因有正向線性關係。

研究問題三探討不同類型的負面新聞(即形象框架新聞與議題框架新聞)在影響閱聽人評估國家問題的制度歸因時，是否會與負面新聞的量互動？本研究發現新聞框架的主要效果達顯著，但是閱讀負面新聞則數則未達到顯著，而兩個自變項並無顯著的交互作用。以平均數探測議題框架與形象框架之制度歸因得分之差異，並未發現有統計上的顯著差異，但閱讀議題框架受試者的制度歸因高於形象框架受試者的平均分數。就閱讀量而言，閱讀負面新聞則數所引發的制度歸因則是以閱讀六則新聞最高，次為四則，再次為兩則，顯示出閱讀負面新聞則數與制度歸因的描述性的線性關係(未達統計上的顯著水準)。在議題新聞框架上，則是愈讀愈多負面新聞，則制度歸因得分愈高，但是在形象新聞上，閱讀四則者其

制度歸因最強，次為兩則者，再次為六則者，所以描述性的線性關係不存在。

二、代結論：研究限制與建議

本研究的結果在推論上須要謹慎，因為參與實驗的受試者均為大學生，不僅如此，他們具備與傳播相關的背景知識，比起一般民眾要熟悉於政治競選文宣，對於選戰中的各種訊息(包括新聞)的態度、判斷的專精(sophistication)恐怕高於一般的民眾，所以本研究不僅因採用實驗法而較缺乏外在效度，更可能在受試者的挑選上也產生了偏差。這些大學生會不會比較免疫於新聞框架的影響，而使新聞框架的影響不顯著，本研究不得而知。而對於負面新聞的反應，會不會也因為熟悉此類內容(例如負面競選文宣的操作)，所以測量不出真正的反應。

受試者由於在新聞內容中會發現其實所閱讀的幾則新聞並不是真正的選舉新聞(與現任台中市長與其挑戰者多人的名字均不符)，所以第一個反應是真實性不夠。研究者認為，受試者在政治憤世嫉俗以及責任歸屬上的反應強度可能因此而削弱。其次，本研究未於正式施測時，剔除台中地區選民的受試學生，受試者可能因猜出政治人物為杜撰而產生其他干擾的心理反應。

本研究的主要發現在於負面新聞的閱讀量對政治憤世嫉俗確有影響，讀得愈多，則愈是憤世嫉俗，新聞界本就奉行壞消息才是好新聞，在這種情況下，社會大眾的憤世嫉俗程度，應是讀愈多新聞者，愈是憤世嫉俗，未來可以再往前推一步，測量媒介接觸的頻率與其政治憤世嫉俗的關聯性。

另外，值得注意的是，到底是否是負面新聞本身引起讀者憤世嫉俗，還是另有前置變項才是真正的原因，而負面新聞只是負責“啟動”而已，對於許多人而言，也許真正讓他們覺得憤世嫉俗的是長久以來對政治制度與政治人物的期待落空，或者是發現自己對於政治環境的影響力不足，同時又發現對於掌握政治資源者沒有信心，而這種種負面的情緒潛藏在心裡，直到看了負面新聞，有了機會讓負面的感覺湧現於紙上。果真如此，那麼研究者就不應只從事負面政治新聞的研究，而是朝集體政治心理學發展。

本研究由研究問題二與研究問題三的結果可以看出新聞框架的主要效果在於受試者的制度歸因，而非政客歸因，依據這樣的分析結果，我們似乎可以這樣推論，框架效果之所以並非全盤適用，乃因當政客應為國家問題之起因以及問題之解決負責成為台灣的全民共識時，實驗情境中的新聞框架的操弄對於民眾的這一點認知是難以改變的，而相對的，一般民眾可能並不常對台灣的國家問題作所謂的制度歸因，所以比較可能由新聞框架的操弄而形成，這一點可以由議題新聞則數愈多而愈作制度歸因，但形象框架新聞則否看出。

本研究也發現，拋開推論統計而由敘述統計的角度來看，形象框架比較能導引受試者對台灣問題作人物歸因，而議題框架則較能導引受試者作制度歸因，即預示效果是存在於新聞框架與歸因兩者間，也就是說，閱讀不同新聞框架會改變閱聽人的判斷標準，所以當閱聽人閱讀議題框架新聞時，應該用環繞議題的標準來判斷國家問題，基本上是以制度來論政治，而非人物來為台灣的問題作歸因。

當我們證實負面的新聞導致較多的政治憤世嫉俗，接下去的問題是負面新聞會不會更進一步使選民對政治不熱衷了呢？雖然台灣的選民在 2000 年總統大選時，負面新聞充斥（陳憶寧, 2000），但選民還是充滿熱情，投票率高達 82.69%（投票數 / 選舉人口數；資料來源：內政部中央選舉委會 <http://esc.nccu.edu.tw/cec/vote2.asp>），但台灣政治新聞的負面化不過是報禁解除後十多年的歷史，遠較美國自七〇年代至今的演變為短，所以試想如果負面報導在台灣長此以往，數十年後，當民眾都認為他們「識破了」政客與政治競選，造成選民對於每次選舉都搬出一套套公式化的攻擊演說已再熟悉不過，對於投票還會有熱情嗎？

本研究檢視負面新聞與新聞框架對於政治態度的影響，企圖將負面政治訊息與其可能的政治態度聯結。攻擊性的政治新聞在台灣如同在美國，已經是主流，而憤世嫉俗與政治責任歸因已經是傳播研究中的重要效果變項，本研究提供了一個機會以實證的方式證實它們之間的關係。

註釋

- (1) 本研究在設計上考慮了重複測量(repeated measure)之設計，也就是說為了防止新聞次序(story sequence)造成的干擾效應，同一處理水準的每位受試者所閱讀的六則新聞在次序上是隨機安排的，例如閱讀四則負面議題新聞的小組中，30 位受試者閱讀的是四則議題新聞與兩則 fillers，所閱讀的新聞在次序不同。然而研究者認為，另一個不可忽略的混淆變項是受試者對某一則新聞的反應，所以為了要防止某一則新聞的所造成的特殊效應，所以四則議題新聞可能內容上是不同的，也就是說，每個小組內相同之處只在於閱讀負面議題新聞的則數以及框架類型，但是閱讀的新聞內容與順序可能完全不同。這種做法不僅顧慮到新聞次序效果，但是更進一步地防止受試者的反應主要是針對某一則新聞，而非對某一類新聞。
- (2) 一則新聞辨識度的計算方法為分母為大學生人數 20，分子為

這 20 位大學生達到同意的則數。例如第一則新聞的辨識度為 90%，則表示這 20 位大學生有 18 位的新聞框架過錄是相同的，餘依此類推。平均 45 則新聞的辨識度在 88.4%。辨識度高是因為在此之前已經過研究者招募兩名過錄者篩選並另加改寫過，造成框架辨識度高。作為填塞新聞之辨識度計算方式亦同上。

參考書目

- 卜大中 (2001 年 2 月 25 日) : <政治冷感的背後> , 《中國時報》。論壇。
- 陳憶寧 (2000) : 總統候選人攻擊性新聞報導與其支持度的關聯: 以公元兩千年總統大選為例。2000 年中華傳播學會論文研討會。台北, 深坑。
- Agger, R. E., Goldstein, M. N., & Pearl, S. A. (1961). Political Cynicism: Measurement and Meaning. *Journal of Politics*, 47, 1062-1084.
- Ansolabehere, S., & Iyengar, S. (1995). *Going Negative: How Attack Ads Shrink and Polarize the Electorate*. New York: Free Press.
- Cappella, J. N., & Jamieson, K. H. (1996). News Frames, Political Cynicism, and Media Cynicism. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 546, 71-84.
- Cappella, J. N., & Jamieson, K. H. (1997). *Spiral of Cynicism: The Press and the Public Good*. Oxford: Oxford University Press.
- Chen, Kevin. (1992). *Political Alienation and Voting Turnout in the United States, 1960-1988*. San Francisco: Mellen Research University Press.
- Chung, W. W., & Tsang, K. J. (鍾蔚文\臧國仁) (1993). News Frames Reconsidered: What Does Frame Do to Reality. Paper presented at AEJMC annual convention, Kansas City, MO.
- Easton, D. (1965). *A Systems Analysis of Political Life*. New York: John Wiley.
- Entman, . R. M. (1993, Autumn). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58.
- Gamson, W. A. (1992). *Talking Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Garramone, G. M. (1984). Voter Responses to Negative Political Ads. *Journalism Quarterly*, 61, 250-259.

- Gronbeck, B. E. (1992). Negative Narratives in 1988 Presidential Campaign Ads. *Quarterly Journal of Speech*, 78, 333-346.
- Hewstone, M. (1989) *Causal Attribution: From Cognitive Processes to Collective Beliefs*. Oxford: Basil Blackwell.
- Iyengar, S. (1987). Television News and Citizens' Explanations of National Affairs. *American Political Science Review*, 81, 815-831.
- Iyengar, S. (1991). *Is Anyone Responsible?: How Television Frames Political Issues*. Chicago: University of Chicago Press.
- Iyengar, S., & Simon, A. (1994). News Coverage of the Golf Crisis and Public Opinion: A Study of Agenda-Setting, Priming, and Framing. In W.L. Bennett & D. Paletz (Eds.), *Taken by Storm* (pp. 167-185). Chicago: University of Chicago Press.
- Jamieson, K. H. (1992). *Dirty Politics*. New York: Oxford University Press.
- Kelley, H. H. (1972). Attribution in Social Interaction. In E. E. Jones, D. E. Kanouse, H. H. Kelley, R. E. Nisbett, S. Valins, & B. Weiner (Eds), *Attribution: Perceiving the Causes of Behavior* (pp. 1-26). Morristown, NJ: General Learning Press.
- Kelley, H. H. (1973). The Processes of Causal Attribution. *American Psychologist*, 28, 107-128.
- Kinder, D. R., & Sears, D. O. (1985). Public Opinion and Political Action. In G. Lindzey & E. Aronson (Eds.), *Handbook of Social Psychology* (Vol. 2, 3rd ed., pp. 659-741). Reading, MA: Addison-Wesley.
- Kronsnick, J. A., & Schuman, H. (1988). Attitude Intensity, Importance and Certainty,

and Susceptibility to Response Effects. *Journal of Experimental Social Psychology*, 24, 240-255.

McCombs, M. E. (1994). News Influence on Our Pictures of the World. In Bryant & D. Zillman (Eds), *Media Effects: Advances in Theory and Research* (pp. 1-6). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.

McLeod, J. M., Kosicki, G. M., & McLeod, D. M. (1994). The Expanding Boundaries of Political Communication Effects. In Bryant & D. Zillman (Eds), *Media Effects: Advances in Theory and Research* (pp. 123-162). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.

Niemi, R. G., Craig, S. C., & Mattei, F. (1991) Measuring Internal Political Efficacy in the 1988 National Election Study. *American Political Science Review*, 85, 1407-1413.

Pan, Z., & Kosicki, G. (1993). Framing Analysis: An Approach to News discourse. *Political Communication*, 10, 55-76.

Patterson, T. E. (1993). *Out of Order*. New York: Knopf.

Price, V., & Tewksbury, D. (1997). News Values and Public Opinion: A Theoretical Account of Media Priming and Framing. In G. Barnett & F. J. Boister (Eds.), *Progress in Communication Sciences* (pp. 173-212). Greenwich, CT: Albex.

Procter, D. E., & Schenck-Hamlin, W. J. (1996). From and Variations in Negative Advertising. *Communication Research Reports*, 13, 1-10.

Roskos-Ewoldsen, D. R., & Fasio, R. H. (1997). The Role of Belief Accessibility in Attitude Formation. *Southern Communication Journal*, 62, 107-116.

Tversky, A., & Kahneman, D. (1982). Judgement Under Uncertainty: Heuristics and Biases. In D. Kahneman, P. Slovic, & A. Tversky (Eds.), *Judgment Under Uncertainty: Heuristics and Biases* (pp. 3-20). Cambridge: Cambridge University

Press.

Wyer, R. S., & Srull, T. K. (1984). Category Accessibility: Some Theoretical and Empirical Issues Concerning the Processing of Social Stimulus Information. In

E. T. Higgins, N. A. Kuiper, & M. P. Zanna (Eds.), *Social Cognition: The*

Ontario Symposium (Vol. 1 pp. 161-197). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.

Zaller, J. (1992). *The Nature and Origins of Mass Opinion*. Cambridge: Cambridge

University Press.