

民眾選擇性暴露、敵意媒體效果與 政黨認同：以客家電視臺為例*

劉嘉薇**

- 一、研究動機與目的
- 二、民眾選擇性暴露、敵意媒體效果與政黨認同
- 三、研究設計
- 四、資料分析
- 五、結論與討論

本研究從民眾信任型／接近型選擇性暴露，和敵意媒體效果兩個方向，討論客家電視臺所塑造的政黨認同。以選擇性暴露理論觀之，政黨認同如何因為選擇性暴露而形成，本研究不

* 感謝中央研究院人文社會科學研究中心政治思想研究專題中心，和國立政治大學選舉研究中心於「公民意識與社會正義」研究案，提供作者加掛本研究問卷題目機會，使本研究得以完成。本論文曾發表於2011年06月17-18日，中央研究院人文社會科學研究中心政治思想研究專題中心主辦之「公民意識與社會正義」學術研討會，作者感謝評論人施琮仁教授的意見，以及兩位期刊匿名審查人的建議。在論文寫作過程中也謝謝國立臺北大學學術躍升計畫補助，以及陳憶寧教授的意見。此外，本論文也受到林定香教授、徐美教授、張文俊教授、陳欽賢教授、彭祐宜教授以及劉彩卿教授的協助。當然，本論文若有疏漏，文責由作者自負。

** 國立臺北大學公共行政暨政策學系副教授。E-mail: jwliu@mail.ntpu.edu.tw

投稿日期：2014年10月23日；接受刊登日期：2015年6月25日。

東吳政治學報/2015/第三十三卷第二期/頁187-250

否認政黨認同做為自變數，影響了媒體暴露，然民眾政黨認同受到什麼更前端預存傾向的影響，是本研究切入的角度。首先，本研究發現民眾信任型／接近型選擇性暴露使其政黨認同偏向泛藍，敵意媒體效果使其政黨認同偏向泛綠，其中前者影響更鉅，亦即當民眾信任客家電視臺政治新聞，或認為其政治觀點與客家電視臺政治新聞接近時，信任型／接近型選擇性暴露對於政黨認同（偏向泛藍）的效果較大；相對地，當民眾不支持政府出錢經營客家電視臺，或認為成立客家電視臺是為了「討好」客家族群時，此敵意媒體傾向對於政黨認同（偏向泛綠）的效果較小；當民眾同時具有信任型／接近型選擇性暴露和敵意媒體傾向時，選擇性暴露對其政黨認同影響較大。

民眾對客家電視臺的信任型／接近型選擇性暴露和敵意媒體效果，的確造成了政治效果。兩者雖在本研究得到驗證，但對此以少數族群名稱命名電視臺的發展卻令人憂心，因為信任型／接近型選擇性暴露和敵意媒體效果，對民眾政黨認同影響方向迥異，且存在於不同族群之間。主政者對族群媒體的想像，關係著未來客家電視臺的定位與發展，多元文化如何可能，也考驗著主政者與民眾的智慧。

關鍵詞：客家電視臺、客家、族群、媒體、選擇性暴露、敵意媒體效果

一、研究動機與目的

在具有多元文化的社會中，基於族群的差異，產生許多難解的爭議。在民主政治中，以「多數」價值進行政治決策是民主的重要表徵，然「多元」價值仍然有其一席之地。少數文化如何被保留，形成多元價值的並存，是民主政治重要的課題。申言之，少數族群文化可任其發展，但也可被政府重視，若政府重視少數族群文化，並施予（較其他族群）更多資源，使其文化具有更多傳承機會，若此作法欲得到一般民眾的支持，民眾需具備更多對於少數族群文化的包容。其中由政府成立的少數族群電視臺，便是政府「照顧」少數族群的一種方式。本研究將討論不同背景的民眾，對於成立以少數族群為名的電視臺有何看法，以及這些看法是否進一步影響其政治態度。

2000年總統大選陳水扁在其〈客家政策白皮書〉，提出設置「客語頻道」的思考，¹之後客家電視臺於2003年民進黨執政期間正式成立，被認為是民進黨政府的「秘密武器」（童清峰，2003；曾崇君，2009），《客家》雜誌甚至將2004年陳水扁客家票源大幅成長，歸功於民進黨執政期間客家事務的推動，其中即包括客家電視臺的設置（李志中，2004；劉雙章，2004），加上泛藍陣營在立

1. 「有線電視、廣播電台的設置營運，初期需要大量資源和專業人力，此正客家困弱所在，故而需由政府提供高比例乃至全額的補助，俟頻道成立，逐漸發揮聚集、整合功能，分散的客家資源和力量匯聚之後，政府再逐漸降低補助額度，到最終由客家自力營運。頻道項目和範圍的保障是必要的，用以保護弱勢族群基本的傳播管道，特別是無線電視的頻道資源極為稀少，更需適度保障其需求，避免弱勢族群成為資訊時代的缺席者，在無人問關中默默消失」（陳水扁，2000）。

法院刪減客家委員會預算，客家票源因此可能移向民進黨（楊舒媚，2004）。丘昌泰（2004）分析，民進黨從 2000 年到 2004 年，於桃竹苗地區得票率大幅成長，從 31% 成長到 42%，他指出，透過客家電視臺，讓客家人更能感受執政者的政績，可以擺脫選舉期間口水戰的泥沼，這是民進黨票源提升的重要關鍵。

但亦有論者認為，成立客家電視臺違背政府退出電視經營的政策，以及明顯帶有（族群）政治賄賂性質（魏鈞，2009）。然而，國民黨 2008 年再度執政以來，對於客家電視臺的資源挹注亦不亞於民進黨。馬英九於 2008 年總統選舉期間，亦提出客家電視的經營理念，² 2008 年國民黨再次執政之後，2010 年 3 月 27 日公布施行《客家基本法》，其中第 12 條規定：政府應保障客家族群傳播及媒體近用權，依法扶助規劃設立全國性之客家廣播及電視專屬頻道；對製播客家語言文化節目之廣播電視相關事業，得予獎勵或補助。整體而言，不論民進黨或國民黨，兩黨對於客家電視臺的經營都提出其經營理念。

隨著民主化浪潮，客家族群在選舉中與公共政策制訂中的角色愈加重要，政治菁英在選舉與制定政策時，皆需納入客家族群的意見。究竟民進黨率先成立，國民黨繼續加碼的客家電視頻道，在民眾政黨認同的塑造上扮演什麼角色，值得玩味與研究。客家電視臺

2. 「公共廣播電視集團運用中國廣播公司準備交回的音樂網和寶島網，將其中一個頻道設為大功率的客家廣播電台。同時，為豐富客家電視節目內容，落實政府客家政策，同時扶持客家文化創意與特色產業發展，政府應設立輔導基金，以專案補助或獎勵方式，鼓勵產製優質電視節目，提供客語及非客語電視台播出。另一方面，促使客家廣播電視以客語為主體，併用國語、閩南語，以吸引不熟悉客語的客家年輕族群及其他語系族群也樂意接觸，從而促使客語的傳承與族群之間的交流。」以上內容為《客家》雜誌（客家雜誌編輯部，2008）摘自馬英九競選官方網站。目前該網頁已不存在，因此轉引客家雜誌的內容。

成立很重要的原因，在於文化和語言保存，然對客家族群和其他族群是否產生不同意義；文化保存的動機由「政府」主導，預算由「立法院」審議，節目內容亦多少具有政績宣傳，這會產生如何的政治效果，不同民眾對客家電視臺的信任程度、觀點，與自身接近的程度或排斥的感覺可能不同。本研究的目的即在於探討，這些感受上的差異是否影響了閱聽程度，而因為信任、觀點與自身接近產生的閱聽程度差異，在本文界定為客家電視臺信任型／接近型選擇性暴露（selective exposure），因為排斥感覺產生的閱聽程度差異，在本文界定為敵意媒體效果（hostile media effect）；再者，客家電視臺的成立與政治無法脫離關係，信任型／接近型選擇性暴露、敵意媒體效果，是否影響民眾最重要的政治態度—政黨認同。本研究依循相關理論進行研究設計，接著進行資料分析，最後並提出結論。特別值得一提的是，本研究探討的選擇性暴露，並非指因政黨認同產生的媒介暴露，而是因為信任客家電視臺政治新聞，或認為客家電視臺政治新聞立場與自身接近而形成的媒介暴露，本研究稱之為「信任型選擇性暴露」和「接近型選擇性暴露」。

二、 民眾選擇性暴露、敵意媒體效果與政黨認同

客家電視臺以族群名稱命名，以維護、保存、傳播特定族群的文化為目的，因而可能引發不同民眾對其觀感不同，可能是信任它，但也可能排斥它。當然民眾亦會評估客家電視臺的觀點與自身觀點是否相當，甚至民眾本身亦可能支持或反對由「政府」經營此電視臺，此外，民眾對於客家電視臺的經營目標，在政治上是否發生「討

好」客家族群的現象，還是僅為保障客家族群權益的看法亦有差異。

民眾對一電視臺有其看法，這些對電視臺的看法和收視多寡的差異，在民眾身上又帶來何種政黨認同的差異，選擇性暴露可用以解釋民眾，是否因為信任與觀點接近而使用客家電視臺，本研究稱之為信任型／接近型選擇性暴露。再者，敵意媒體效果可用以解釋，民眾是否因對客家電視臺具有敵意媒體傾向，而影響其政黨認同。不論是信任型／接近型選擇性暴露或敵意媒體效果，其對民眾政治上的看法是否具有影響，值得深思。政黨認同此一政治態度幾乎是最重要的政治態度，基於此，當我們觀察信任型／接近型選擇性暴露和敵意媒體效果，是否影響民眾的政治態度時，政黨認同是最需要檢視的面向。以下分為四部分說明：一、選擇性暴露；二、客家電視臺選擇性暴露為何影響民眾政黨認同？；三、敵意媒體效果；四、客家電視臺敵意媒體效果為何影響民眾政黨認同？

(一) 選擇性暴露

首先，本研究將說明選擇性暴露的意義，並於第二點說明選擇性暴露為何影響民眾政黨認同。乍看之下，選擇性暴露影響民眾政黨認同並不太尋常，因為多數研究將選擇性暴露的「因」界定為政黨認同，而將媒體暴露界定為「果」，亦即政黨認同通常是自變數，不是依變數。而本研究看待此一問題的角度是，政黨認同多數作為自變數，然若以選擇性暴露的理論觀之，政黨認同又如何因為選擇性暴露而形成，本研究不否認政黨認同作為自變數影響了媒體暴露，然民眾政黨認同受到什麼更前端預存傾向的影響，是本研究切入的角度。因此，政黨認同在本研究為依變數，自變數則分別在以下「(二)客家電視臺選擇性暴露為何影響民眾政黨認同？」、「(四)

客家電視臺敵意媒體效果為何影響民眾政黨認同？」中論述。

1. 選擇性暴露概念的來源

選擇性暴露的概念來自 Festinger (1957) 的「認知失諧理論」(cognitive dissonance theory)，以下首先介紹認知失諧理論，並從此理論導引出選擇性暴露的概念。Festinger (1957) 指出，一個人的認知互相矛盾時，會產生不和諧的感覺，形成心理衝突，在此情況下，個人便需要改變認知或行為，以降低其認知失諧。Festinger 並暗示個體在認知失諧時，會尋求在他們認知上的一致性，一致性是一種感覺的形成，人們將會從他們的信念、環境和行動中，促使經歷之間是合理的、明智的與有意義的；反之，不一致會讓個體感到不舒服與緊張感，並且促使個體改變認知，以恢復認知和諧的狀態。簡言之，「認知失諧理論」主要在解釋當個體知覺有兩個認知（或觀念、態度、行為等），彼此不能調和一致時，會感覺心理衝突，促使個體放棄或改變認知之一，遷就另一認知，以恢復調和一致的狀態。

具體來說，認知失諧理論假設，人們在面臨認知失諧時，會進行「選擇性暴露」，避免認知的不和諧。所謂「選擇性暴露」是指，個體會經意或不經意地忽視，與其當前認知之間非調和的認知，而只注意到調和的認知 (Festinger, 1957)。根據過去的研究發現，民眾在接觸媒體所提供的訊息時，會有意無意地選擇符合自己思維方式、信念與態度的訊息，相反地，會盡量避開與自己意見相左、立場相反的相關媒體訊息 (Cotton, 1985)，這也就是所謂的「選擇性暴露」。人們傾向於將自己暴露於那些，與他們既有態度和信仰一致的訊息中，當閱聽人在接收訊息時，只會選擇自己想知道的部份記憶，並轉化成自己的語言。

2. 選擇性暴露概念的延伸

無獨有偶地，學者用類似的觀點延伸了認知失諧理論和選擇性暴露。Zaller (1992) 提出「receive-accept-sample」(RAS) 模型，作為瞭解「個人如何在調查研究中使回答有效 (effectively)」的方法。Zaller 指出，個人在特定議題上會接觸到衝突觀點，而在任何時間之下，「獲勝的觀點」(the winning view) 是取決於個人腦海中最上層 (top of the head) 的考量。RAS 模型對民眾的意見形成與表達過程提供了解釋力，認為受訪者對問題並無固定的看法，但存在一組組不同的考量組合 (sets of considerations)。當受訪者被訪問時，會在這些考量中抽樣，並據以回答問卷，因此受訪者在訪問時的態度反覆，是一個可被預期的正常現象。影響哪些考量 (consideration) 會被抽中，受到受訪者預存傾向 (predisposition) 的影響，因為預存傾向會過濾不同的訊息和意見，亦即民眾的確會對媒體進行選擇性暴露，選擇和自己立場一致的媒體，以獲取和自己認知一致的資訊，降低資訊困擾，並在詮釋時傾向從符合自己立場的方式解讀 (Zaller, 1992)。

Arpan and Peterson (2008) 亦發現，個人暴露於媒體之前的既存傾向，對媒體的效果扮演了決定性角色，而這種傾向受到本身意識形態所影響，由此選擇性暴露的概念也可以得出。選擇性暴露的影響在於，媒體雖然是影響民眾意見形成的原因之一，但最主要的關鍵因素仍在於閱聽人本身的認知，亦即閱聽人因自我認知而對媒體進行的選擇性暴露。

其他多項研究亦皆證實選擇性暴露的效果。在 Cotton (1985) 有關選擇性暴露的研究中，他嚴格地控制其他變數，仍然發現選擇性暴露的影響。Tsfati and Cappella (2003) 認為，人們會將自己暴

露在自己「信任」的媒體中，閱聽人不需要也不可能收看所有媒體，雖然收看愈多種類的媒體能蒐集到愈多的資料，但這些多餘的（不被信任的）資訊，無法幫助人們作決定，因此選擇性暴露是必要的，人們會選擇暴露在「信任」的媒體中，以確保所得資訊是有用、有益的。

(二) 客家電視臺選擇性暴露為何影響民眾政黨認同？

基於以上選擇性暴露的理論，人們會因為相信某一媒介而傾向暴露在該媒介中。因此，本研究認為，民眾對客家電視臺政治新聞愈信任，愈認為客家電視臺政治觀點與自身愈接近者，其可能較常選擇收看客家電視臺，收看時注意的程度亦較高，本研究稱之為信任型／接近型選擇性暴露。民眾因為信任、因為媒體觀點與自身觀點接近，而選擇暴露在客家電視臺中，將可能影響其政黨認同，因為媒體內容對民眾政黨認同而言，是一種認知上的動員，特別影響了那些信任它，或認為自身政治觀點與媒體觀點接近民眾的政黨認同。選擇性暴露研究的重要核心是，找出民眾的預存傾向，政黨認同雖是民眾在其他政治態度或行為的預存傾向，但我們可以進一步深掘，影響民眾政黨認同的預存傾向為何。媒體對政黨認同的影響不容忽視，當民眾因為信任客家電視臺，或認為客家電視臺政治觀點與其接近而暴露時，本研究認為民眾會因為信任型／接近型選擇性暴露，而影響其政黨認同，信任型／接近型選擇性暴露便是民眾政黨認同的預存傾向。

信任型選擇性暴露植基於民眾對於媒介內容的信任。本研究認為，客家人對於客家電視臺的信任應該較高，因為客家電視臺所使

用的客家話，為客家人熟悉的語言，詳述如下。成立客家電視臺的背景，與過去客家語言和文化在臺灣的發展有關：1988年12月28日，一萬多名客家人在臺北街頭舉行示威，抗議國民政府規定，官方公共場合不得使用客家話（江運貴，1996：319），甚至有論者反諷指出，大家都說國語，放棄方言，這樣溝通才方便、符合潮流，那麼不如大家乾脆放棄中國話，改用世界流行的英語（曾逸昌，2010：283）。³ 亦有論者認為，在理想上，民眾必須能夠自由收視以自己族群語言播出的電視節目，因為族群最重要、最基本的文化層面就是語言。然客家文化的傳播受到限制，國民政府僅將三家電視臺作為主要傳播管道（江運貴，1996：317-318）。

由於上述歷史因素，客家人在過去母語未能自由表達的環境下，對客家電視臺的需求較高。客家電視臺節目為客語發音，客家人也可能因為語言接近，而提高對電視臺的信任感，因而對其政治相關報導將可能比較信任。此外，客家人也較可能認為，客家電視臺的政治觀點與自身較接近而收視，因而客家人是較可能產生信任型／接近型選擇性暴露的團體，而此信任型／接近型選擇性暴露，因為較可能發生在客家人身上，而客家人的信任型／接近型選擇性暴露，是因為對客家電視臺的信任或認為觀點接近而暴露，在信任此一電視臺的氛圍下，客家人對此一電視臺的信任，也可能延伸至（本研究調查訪問期間）經營客家電視臺的執政黨（國民黨）政治價值的信任和認同，亦即信任型／接近型選擇性暴露，使民眾傾向泛藍。整體而言，雖然北部客家人（簡稱北客）相對南部客家人（簡

3. 客家話流失的其他原因還包括通婚，南投縣國姓鄉是以客家族群為主的社會結構，亦因為客家族群長期與閩南族群通婚，造成客家語言及認同急速消失（吳中杰、范鳴珠，2007）。

稱南客）人數較多，政黨認同偏藍，南部客家人人數少（劉嘉薇，2012），政黨認同相對偏綠，兩者的政黨認同或有差異，當考量整體客家族群的政黨認同時，北客的政黨認同色彩，會因為人數較多覆蓋南客的政黨認同，因此本文才会有「客家人泛藍」的假設，此處所稱客家人，是指「整體客家人」。

申言之，本研究調查訪問期間的客家電視臺，為何偏向泛藍？媒體受到政治經濟的影響是「媒體政治經濟學」傳統一貫的論述（Picard, 1989; Mosco, 1996），國內少數族群也曾經發出，媒體是政府影響民眾意識形態工具的怒吼（尤稀·達袞，1992）。進一步而言，媒體經費來源最能顯示媒體的意識形態是否可能偏頗，客家電視臺預算從行政部會編定預算到行政院同意，再經過立法院審查通過，每一關卡都充滿政治性（陳彥龍、劉幼琍，2006；陳清河，2007）。客家電視臺經費由政府以業務費項目，逐年編列於年度預算中，這樣的模式形同將客家電視臺，視為政府部門的媒體，有違「黨政軍退出媒體」的原則，也使得客家電視臺喪失自主空間（李儒林，2009）。

李信漢（2007）甚至認為，不論是國民黨或民進黨政權，對於族群電視的想像與操作，都不免流於短線操作，目的在於選舉考量。臺灣實際上並沒有一套完整規劃的多元文化發展政策，而族群媒體的設置，也僅著眼於眼前政治利益。客家電視臺新聞部經理（2009）表示，我們本來預期，它從 2007 年加入公廣集團之後，可以有一番作為，有一番不一樣，但是現在又換黨執政，國民黨有國民黨的想法，國民黨客委會有國民黨客委會的想法（轉引自宋菁玲，2009）。

一位客家電視臺的從業人員表示：「因為我一直覺得客家電視臺是公權力下的產物，特定的政治，為政治服務的一個產物，那我

們做傳播，很怕這個，說實話就是說，你進來你是要做什麼的，難道就是要聽政府官員的嗎？」，另一位受訪者亦表示：「那如果說我們能完完全全的脫離政治這一塊，那其實這也是我個人比較期望的。」（轉引自劉慧雯，2008）。公廣集團頻道（客家電視臺 2007 年加入）的超然、自主、獨立、非商業，乃至於專業，再到「脫離政黨控制」，是客家電視臺工作者非常強調的性質（劉慧雯，2008）。然而，新聞報導本身所可能帶有的政黨意識型態，非常有可能使得公共電視頻道顯得「不夠公共」，報導偏頗特定群體（劉慧雯，2011）。

基於上述政府與所屬媒體的關係，以及二手訪談經驗事實，說明了客家電視臺受到「國民黨客委會」或「民進黨客委會」的政治影響。亦有受訪者表示，客家電視臺有「為政治服務」的情況，我們不難想像在本研究調查訪問期間，客家電視臺在國民黨預算管控的情況下，受到政治立場明顯或隱晦地影響，此時，信任型／接近型選擇性暴露的民眾，可能因為暴露在偏向泛藍的訊息中而傾向泛藍；再者，經由上述（尤稀·達袞，1992；陳彥龍、劉幼琍，2006；陳清河，2007；李儒林，2009；李信漢，2007；客家電視臺新聞部經理，2009【轉引自宋菁玲，2009】；劉慧雯，2008；劉慧雯，2011）討論，國民黨執政階段，客家電視臺偏藍。但是不能忽略這段時間「國民黨客委會」與「民進黨所設立的客家電視臺」之間的衝突、緊張關係，即使當時是所謂的「國民黨客委會」，但因為客委會是民進黨政府時期成立，所以雖然政黨輪替，客委會仍有民進黨過去執政著力的痕跡，只是根據二手訪談結果，客家電視臺的確有「轉藍」的趨勢。

(三) 敵意媒體效果

除了選擇性暴露，本研究再從敵意媒體效果，觀察民眾對客家電視臺的態度，如何影響其政黨認同，以下除了介紹敵意媒體為何，第四點亦說明敵意媒體效果為何與民眾政黨認同有關。

1. 敵意媒體概念的來源

敵意媒體是指，持對立意見的兩方都認為新聞報導不同意己方觀點，對己方較具有敵意，或者至少較不認同己方觀點，欲測量敵意媒體傾向是否存在，需要中立的新聞報導作為刺激物，亦即雙方對此刺激物是否有不同的反應(Gunther, 2001)。Gunther and Schmitt (2004) 研究敵意媒體的現象發現，當人們對某一議題持有特定看法時，在立場兩端者都會認為新聞報導有所偏頗，不管是那一方都會認為，此偏頗現象會比較不贊成自己的觀點。

2. 敵意媒體概念的應用

Gunther (2001) 以保護動物權利為例，將受訪者對「以靈長類動物做研究」的態度分成(強烈、有點、稍微)贊成與反對各三分類以及中立態度。除此之外，該研究亦測量，受訪者認為媒體對於靈長類實驗的立場，研究發現反對以靈長類進行實驗者認為媒體較偏向贊成，且認為中立媒體較贊成以靈長類進行實驗。

此外，Gunther and Schmitt (2004) 以食品基因改造為例，研究贊成與反對者閱讀媒體文章以及學術論文的反應，並檢視來源(source)與受眾(audience)，此兩個敵意媒體假設的重要因素，其中來源意指媒體，受眾意指對同一議題不同立場的受眾。研究發現，支持食品基因改造者認為，研究者給予的文章不贊成食品基因改造，反對者則認為文章支持食品的基因改造；另一方面，高教育

程度、高收入、年長、男性較具有敵意媒體現象。

3. 影響敵意媒體效果的因素

此外，當參與者考慮到傳遞訊息者的動機時，他們會預期傳遞訊息者是否受到知識偏見(knowledge bias)⁴或報導偏見(reporting bias)⁵的影響。Arpan and Raney (2003)以足球運動新聞為實驗主題，讓受試者閱讀家鄉報紙、對手鎮的報紙、中立鎮的報紙。研究發現，參與者認為三種報紙都較反對自己家鄉隊伍勝於反對對手隊伍，且當新聞故事刊於家鄉報紙時，參與者評估家鄉報紙新聞比對手鎮報紙以及中立鎮報紙，對自己隊伍有較少偏見。

人們之所以具有敵意媒體觀感，在於其在掃描媒體景觀(media landscape)時，對媒體報導偏好形成深刻印象，當其具有投射偏見(project bias)時，亦即偏向某一立場時，人們時常會回想那些與自己觀點較一致的意見，並以此為基礎，將它視為一般的意見。在此情況下，人們比較會注意那些較符合自己態度的事實或論點，而認為其他觀點較具有「敵意」(Gunther, 2001)。然敵意媒體效果的強度會受到相關議題的涉入感、對於所屬團體的認同程度的影響，進一步說明如下。

以議題涉入感而言，Petty and Cacioppo (1986)發現，對議題高度涉入者對議題相關訊息能夠有更多細部描述，代表他們對於訊息思考更多，因為他們對議題更關心，所以更容易去尋找相關資訊與意見，比較不容易接收到偏頗的訊息。但這也表示，對議題高度

-
4. 知識偏見的訊息傳遞者受到本身所獲資訊的限制，而無能力去傳達事實。訊息傳遞者傳達有限的、偏頗的、非代表性的資訊，因而限制了他們傳達事實的能力。
 5. 當訊息傳遞者傳達的資訊與閱聽人立場不符時，閱聽人就會認為他們是偏頗的，閱聽人認為訊息傳遞者有意願傳達正確的資訊，只是由於所獲資訊的偏差，因而傳達的訊息也不公正。

涉入者對於議題的立場較堅定，高度涉入者為了維持自信，即使面對不同的資訊與意見，也會傾向認為自己現存的態度是對的，因此有動機與能力去從事「偏見的途徑」（Petty and Cacioppo, 1986）。簡言之，高度涉入者比較會採取偏見的途徑去描述訊息，因此更會抵抗報導內容並懷疑消息來源，並較容易認為訊息具有「敵意」。Arpan and Raney（2003）認為，個人意見較強烈以及高度涉入議題者，在接觸到相反意見時比較不容易改變想法。參與者可能以「啟發判斷」（*heuristic judgment*）認為平衡的描述是敵意的，因為這些報導給予另一方（敵對一方）「同等重量」。

對於前述的涉入研究，過去是採用議題涉入程度，但 Gunther and Chia（1992）採取的是團體成員身分（*group membership*）。研究發現，民眾愈涉入團體，愈覺得報導對所屬團體持否定意見，不但共和黨人會覺得報導對共和黨不夠支持，民主黨人也覺得報導對民主黨人不够支持，意即兩者同等偏頗，只是朝不同方向。⁶ 以對所屬團體認同程度而言，Stalder（2009）認為，敵意媒體即是媒體對自己的觀點有偏見（不支持），他提出團體中心主義是造成團體成員認為媒體有偏見的原因，例如團體忠誠、團體規範的繼承、團體的傳統，或團體內偏袒（*in-group favoritism*）等原則，這些使團體成員形成團體中心主義。團體偏見（*group-serving bias*）則為出於自我保護的動機，團體成員較易無意識地對我群成員給予特殊待遇，並極少質疑他們的信念。依此脈絡，研究發現偏好共和黨者比偏好民主黨者更易具有敵意媒體傾向，認為媒體在政治上比較不支持己方，原因在於偏好民主黨者本身較具有自由多元的價值觀，因而對敵對意見較能包容，偏好共和黨者則反之，此亦團體中心主義

6. 此外，年輕人相對於年長者，較認為媒體有偏差。

的反應。

除此之外，Tsftati (2007) 用以色列阿拉伯裔民眾作為研究樣本，檢視少數團體被邊緣化與敵意媒體之間的關聯。結果發現阿拉伯裔民眾暴露於阿拉伯媒體之下並無敵意媒體效果，但暴露於以色列媒體之下則產生敵意媒體效果。Richardson, Huddy and Morgan (2008) 研究 2004 年美國總統電視辯論，發現雙方陣營的支持者觀看同一場電視辯論會後，都因為對候選人偏好而產生敵意媒體效果，雙方陣營的支持者都認為，主持人太順從（較支持）敵對陣營候選人，此亦為團體中心主義的展現。

(四) 客家電視臺敵意媒體效果為何影響民眾政黨認同？

就敵意媒體效果而言，人們常會認為新聞報導存有偏頗，但那些對於議題存有強烈意見者，其實對於新聞報導的評價常帶有個人主觀的偏見，因而本文假設對客家電視臺具有敵意傾向者，這種敵意傾向可能延伸至（本研究調查訪問期間）經營客家電視臺的執政黨（國民黨）的看法，進一步在政治上產生效果，亦即民眾的敵意媒體傾向，可能影響其在政治上的政黨認同。

民眾對客家電視臺的敵意媒體傾向，究竟為何會形塑民眾的政黨認同？首先，客家電視臺是否成立、成立目的和使用語言選擇，可能是敵意傾向的來源，在是否成立方面，基於敵意媒體相關理論，「非客家人」愈可能認為不需要成立客家電視臺；在成立目的方面，「保護」弱勢是成立客家電視臺的初衷，然「保護」弱勢的另一面很可能就是「討好」弱勢族群，「討好」意謂著成立客家電視臺是欲獲取更多目的或報酬，包括政治目的，更實際來說便是選票，事

實上在客家電視臺成立前，對於客家電視臺的定位曾有一場論辯：究竟它應該定位為客家族群為主的電視臺，或是全民為主的電視臺，政治菁英與客家菁英間得到了共識，客家電視臺以全客語播出，目標對象為客家族群。

進一步來說，彭文正（2008）和陳清河（2007）曾提出，客家電視臺的成立將使客家文化和語言不失傳的觀點，但彭文正（2005）也認為，民眾的客家意識、客語能力和文化期望都直接影響收視行為。彭文正（2009）指出，對於一個以逐漸流失的方言為語言、以瀕臨失傳的文化為主體內容的電視臺，觀眾對於客家元素的認同和追尋，應該是收視的最重要驅力。黃永達（1998：24）亦認為，「客家節目」及「客家人的節目」應以客語發音，其他族群欣賞客語節目，也正如客家族群欣賞閩南、華語及英語節目一樣。

以上對於客家電視臺語言定位的討論，說明了對客家電視臺敵意傾向的團體，可能來自於某些特質的民眾，包括認為政府不需要成立客家電視臺，即使成立，亦可能只是為了「討好」客家族群，此團體可能是本省閩南人、大陸各省市人或原住民。且基於敵意媒體的定義，民眾愈涉入團體，愈覺得報導（媒介）對所屬團體持否定意見，團體中心主義是造成團體偏見的原因。因此，基於團體偏見的論述，客家人對於客家電視臺應屬較低的敵意媒體傾向；本省閩南人、大陸各省市人對於客家電視臺，相較於客家人，應具有較高的敵意媒體傾向，因而敵意媒體傾向形塑的政黨認同，將可能偏向本省閩南人、大陸各省市人或原住民原有的政黨認同。在本省閩南人、大陸各省市人和原住民三族群中，尤以本省閩南人為主要團體，根據過往的研究（陳陸輝，2000；吳重禮、許文賓，2003；鄭夙芬，2007），本省閩南人政黨認同傾向泛綠，亦即敵

意媒體傾向使民眾（非客家人當中以本省閩南人為主要族群）傾向泛綠。以上都在在說明團體中心主義或團體偏見，在敵意媒體傾向中發生的效應。

基於以上理論，本研究具體的研究假設為：假設一：對於客家電視臺具有信任型／接近型選擇性暴露的民眾，政黨認同愈可能偏向泛藍；假設二：對於客家電視臺具有敵意媒體傾向的民眾，政黨認同愈可能偏向泛綠。以下將進行研究設計與變數測量說明。

三、研究設計

根據以上理論，本研究的研究架構圖如圖一，採用張福建與陳陸輝（2010）為資料來源，此筆資料涵蓋了本研究所需信任型／接近型選擇性暴露、敵意媒體與政黨認同變數。民眾在接觸媒體所提供的訊息時，會選擇符合自己思維方式、信念與態度的訊息，相反的，民眾會盡量避開與自己意見相左、立場相反的媒體訊息（Cotton, 1985），這也就是所謂的信任型／接近型選擇性暴露。本文基於「信任型／接近型選擇性暴露」角度，民眾對客家電視臺政治新聞愈信任、認為其政治立場與本身愈接近者，較可能選擇收看和注意客家電視臺的政治新聞。

若民眾因信任或認為立場接近而經常收看客家電視臺，將可能對當時的執政黨具有較高的評價，亦即傾向當前執政者的政治傾向。本研究認為，容易對客家電視臺產生信任型／接近型選擇性暴露，可能是對客家文化情感較深的一群，其對客家電視臺的政治新聞較信任，亦認為其政治觀點與其自身較近，這群人具有信任型／接近型選擇性暴露，應屬客家人居多，因而信任型／接近型選擇性

暴露將強化客家人主要的政黨認同一泛藍。在國內多數政黨認同的研究中，「省籍」幾乎皆是解釋政黨認同的變數之一，而獨立將本省客家人視為一類研究者，在 2000 年後較普及，多數研究發現，客家人偏向泛藍（閩南人偏向泛綠）（陳陸輝，2000；吳重禮、許文賓，2003；鄭夙芬，2007）。⁷ 整體而言，本研究以民眾對客家電視臺信任型／接近型選擇性暴露此種「預存傾向」解釋民眾政黨認同，將民眾信任和觀點接近電視臺政治新聞，視為政黨認同的預存傾向，相關概念問卷設計（概念操作化）與變數重新編碼方式（題項合併方式）請見附錄一。

再者，就敵意媒體效果而言，人們常會認為新聞報導存有偏頗，但那些對於議題存有強烈意見者，其實對於新聞報導的評價常帶有個人主觀的偏見，這種偏見稱為敵意媒體效果。在敵意媒體效果中，支持某一立場者看待新聞報導時，往往會帶有偏差的眼光，認定報導偏向另一方，沒有指出他們認為真實的面向（Gunther and Liebhart 2006），亦即一部份民眾偏向認為，客家電視臺是為了「保障」客家族群的權益而成立，另一部份民眾則認為，客家電視臺是為了「討好」客家族群而成立，後者可能產生敵意媒體傾向，其中「保障」具有正面的意味，「討好」卻具有負面的意味。因而本文假設，認為媒體具有敵意效果者，可能是不屬於「客家」此一團體的其他團體，這些團體以本省閩南人為多數（當然亦有少數大陸各省市人和原住民），民眾的敵意媒體傾向將可能對其政黨認同有所影響，且因為在「非客家人」的群體中以閩南人較多，因此「非客家人」具

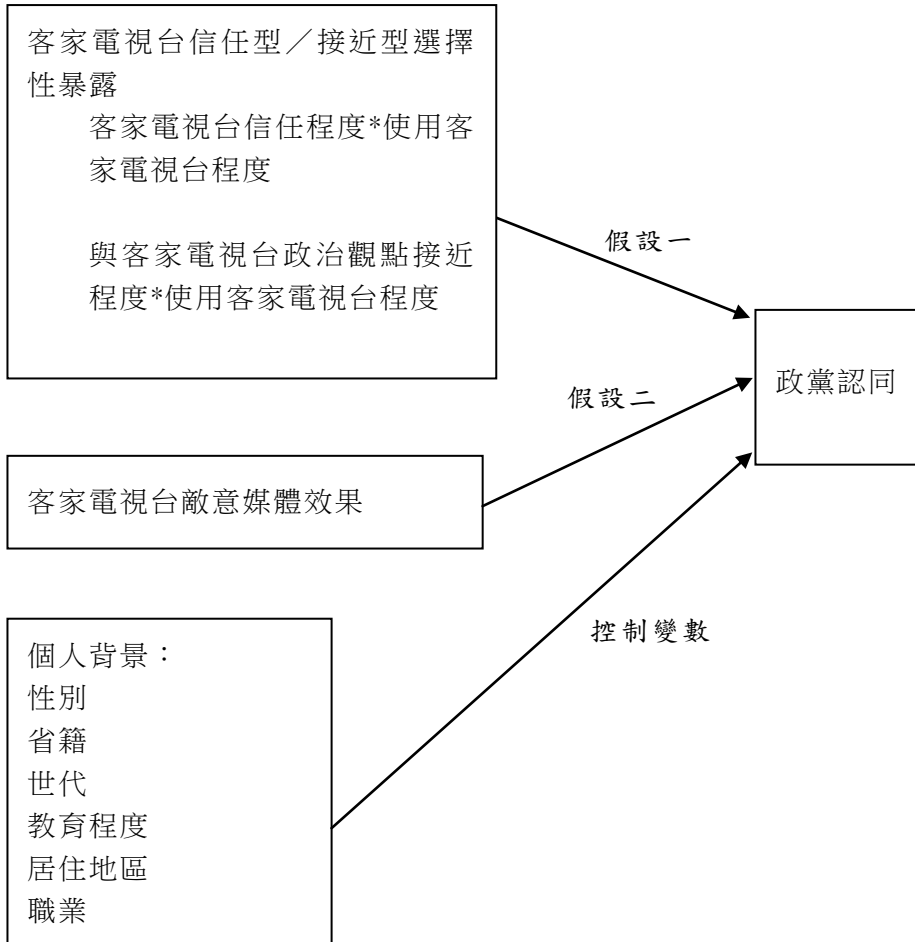
7. 在 1990 年代政治行為的研究中，未將本省客家人獨立研究，僅分為本省與非本省（吳乃德，1999、徐火炎，1996、王甫昌，1994、徐火炎，1991、徐火炎，1992、徐火炎，1993）或台灣籍與非台灣籍（吳乃德，1992）。

有敵意媒體傾向者，可能偏向支持民進黨。循著敵意媒體理論的脈絡，本研究認為對於客家電視臺「敵意」或「偏頗」看法，很可能來自民眾的省籍意識，例如非客家人（閩南人、大陸各省市人和原住民）不支持政府出資經營客家電視臺，甚至認為客家電視臺是為了在政治上「討好」客家族群。敵意媒體效果相關問卷設計與變數重新編碼方式，請見附錄一。⁸

從以上學者的論述，以及對客家電視臺內部人員訪談資料的引用，我們瞭解到，政府的立場經常影響著媒體的內容。民眾若對設立客家電視臺此一公共政策持負面態度，也較易對其立場持負面態度。本研究分析的政黨認同，除了當時執政的國民黨，還包括了民進黨，亦即因為敵意媒體「不看」客家電視臺的民眾也可能支持民進黨，這些都是客家電視臺的政治效果，其政治效果不見得發生在「看」，也可能發生在「不看」。

在解析民眾信任型／接近型選擇性暴露和敵意媒體傾向對其政黨認同影響時，因為本研究將兩者關聯以省籍進行串連和解釋，因此本研究亦將綜觀個人背景，與民眾信任型／接近型選擇性暴露和敵意媒體傾向的交叉分析。

8. 本文所採用的敵意媒體的測量是「請問您支不支持（台：咁有支持）政府出錢經營客家電視台？」和「您認為政府成立客家電視台，是為了在政治上討好客家族群，還是為了保障客家族群的權益？」，這雖沒有直接觸及報導內容和立場，然從本文引用的訪談資料（尤稀·達袞，1992；陳彥龍、劉幼琍，2006；陳清河，2007；李儒林，2009；李信漢，2007；客家電視台新聞部經理，2009，轉引自宋菁玲，2009；劉慧雯，2008；劉慧雯，2011），便可得知政府（尤其是執政政黨的政府）對於客家電視台的內容多有影響。



圖一 研究架構圖

資料來源：作者自繪

四、資料分析

根據研究架構，在分析步驟上，本研究首先將進行民眾信任型／接近型選擇性暴露對政黨認同影響的分析，這是要回答「假設一：對於客家電視臺具有信任型／接近型選擇性暴露的民眾，政黨認同愈可能偏向泛藍。」；第二、分析民眾敵意媒體傾向對其政黨認同的影響，這是要回答「假設二：對於客家電視臺具有敵意媒體傾向的民眾，政黨認同愈可能偏向泛綠。」；第三、控制個人背景，解析信任型／接近型選擇性暴露、敵意媒體效果與民眾政黨認同模型；最後，信任型／接近型選擇性暴露、敵意媒體效果是否同時對民眾政黨認同發生作用，本研究也將使用兩者的交互作用進行分析。以上第三項則可同時檢視假設一和假設二。

(一) 信任型／接近型選擇性暴露與政黨認同

本研究根據民眾對客家電視臺信任型／接近型選擇性暴露概念，將此概念操作化，問卷題目設計和選項如附錄一，以「聯集」挑出選擇性暴露四類人，包括「信任且常看」或「信任且注意」（以上兩類屬信任型選擇性暴露）或「接近且常看」或「接近且注意」（以上兩類屬接近型選擇性暴露），以上這些民眾屬於「有選擇性暴露」，亦即將信任型／接近型選擇性暴露合併為選擇性暴露，其他未被歸類者屬「無選擇性暴露」，詳細編碼方式請見附錄一。根據以上編碼方式，對於客家電視臺具有選擇性暴露者並不多，因為常使用客家電視臺人口算是少，佔樣本不到一成（ $78/1073 = 7.3\%$ ），但這些因為信任客家電視臺政治新聞，或認為客家電視臺政治新聞

觀點與其接近，而收看或注意客家電視臺的民眾，其政黨認同相對於沒有信任型／接近型選擇性暴露的民眾有何差異，值得一看。

本文進一步以民眾對客家電視臺「有無選擇性暴露」與依變數政黨認同進行交叉分析，並回答假設一：對於客家電視臺具有信任型／接近型選擇性暴露的民眾，政黨認同愈可能偏向泛藍。根據表一，在無選擇性暴露者的政黨認同中，認同泛綠者佔 25.4%，略高於全體的 25.3%；同時在無信任型／接近型選擇性暴露者的政黨認同中，中立無反應者佔 44.8%，略高於全體的 44.7%。反之，在有信任型／接近型選擇性暴露者的政黨認同中，認同泛藍者佔 33.8%，略高於全體的 30.0%，以上數據未達顯著水準，僅以略高或略低表示（非用顯著偏高或偏低），但作為信任型／接近型選擇性暴露對政黨認同影響方向性的解釋，已提供一些想法。另一方面，「有」選擇性暴露的受訪者，傾向泛藍的比例相對於傾向泛綠的比例為 $33.8/23.4=1.44$ ；「沒有」選擇性暴露的受訪者，傾向泛藍的比例，相對於傾向泛綠的比例為 $29.7/25.4=1.17$ 。所以，「有」選擇性暴露的受訪者，傾向泛藍的機率比（odds ratio）是「沒有」選擇性暴露者的 1.23 倍（ $1.44/1.17=1.23$ ），亦即有選擇性暴露者比無選擇性暴露者，有較高的比例傾向「泛藍」政黨認同，此一結果符合假設一。整體而言，選擇性暴露的效果在於，具有信任型／接近型選擇性暴露者，較支持泛藍（在交叉分析階段，驗證假設一），無選擇性暴露者，較支持泛綠，亦即民眾的信任型／接近型選擇性暴露與其政黨認同有關。值得注意的是，此一結果僅是在沒有控制受訪者人口變數情況下，所得的雙變數分析結果，進一步的多變項分析結果有待本文之後討論。

然而，若將依變數更換為受訪者認為，「請問您認為客家電視

臺的成立，會增加民眾對民進黨或對國民黨的支持，還是沒有影響？」，以上這一題將可以測試有／無選擇性暴露民眾認為客家電視臺成立會增加民眾（他人，而非自己）對那一黨的支持。根據表二，雖在無選擇性暴露的態度中，認為沒有影響者佔 90.6%，略高於全體的 90.1%；反之，在有選擇性暴露者的態度中，認為會增加民眾對民進黨的支持者佔 8.3%，顯著高於全體的 3.3%。以上說明，具有選擇性暴露傾向者，其自身較偏向泛藍，但卻認為客家電視臺設立會增加民眾對民進黨的支持，這可說是一種第三人效果，亦即具有選擇性暴露傾向者「事實上」傾向泛藍，但不認為自身受到客家電視臺影響其政黨認同，反而認為客家電視臺的設立，會增加民眾對民進黨的支持。

本研究進一步檢視具有信任型／接近型選擇性暴露民眾的社會背景，以理解社會上對客家電視臺存有選擇性暴露者的圖像為何。根據本研究分析，具有信任型／接近型選擇性暴露明顯傾向者多屬於本省客家人（客家人 16.9% v.s.全體 7.2%），數據請詳見附錄二「個人背景與信任型／接近型選擇性暴露、敵意媒體交叉表」中的附錄表一「省籍與選擇性暴露交叉表」。⁹

9. 性別、世代、教育程度、居住地區及職業，與民眾對客家電視台選擇性暴露則無顯著關聯。

表一 選擇性暴露與政黨認同交叉表

	泛藍	泛綠	中立和 無反應	總和	$\chi^2=0.565$ df=2 $p > .05$
無選擇性暴露	29.7%	25.4%	44.8%	995	
有選擇性暴露	33.8%	23.4%	42.9%	77	
總和	30.0%	25.3%	44.7%	1072	

說明一：表中百分比為橫列百分比。

資料來源：張福建與陳陸輝 (2010)

表二 選擇性暴露與增加政黨支持交叉表

	民進黨	國民黨	沒有影響	總和	$\chi^2=6.246$ df=2 $p < .05$
無選擇性暴露	2.8%	6.6%	90.6%	773	
有選擇性暴露	8.3%***	6.9%	84.7%	73	
總和	3.3%	6.6%	90.1%	845	

說明一：表中百分比為橫列百分比。

說明二：***代表調整後殘差 >1.96 ，亦即細格 (cell) 與全體平均具有顯著差異。

資料來源：張福建與陳陸輝 (2010)。

(二) 敵意媒體傾向與政黨認同

本研究再根據前述民眾對客家電視臺敵意媒體傾向概念，將此概念操作化，問卷題目設計和選項如附錄一，以聯集挑選出「不支持政府出錢」經營客家電視臺，或「認為政府成立客家電視臺是為了在政治上討好客家族群」，其他非屬「有敵意媒體」，皆屬「無

敵意媒體」，詳細編碼方式請見附錄一。根據以上編碼，在客家電視臺成立之後的八年，仍有將近三成五（ $366/1073=34.1\%$ ）的民眾對客家電視臺具有敵意媒體傾向，這些敵意又對民眾政黨認同形成什麼影響，亦可說明政府基於保存客家文化、語言所成立的客家電視臺，最後產生了如何的政治效果。本文進一步以民眾對客家電視臺「有無敵意媒體」，與依變數民眾政黨認同進行交叉分析，並回答假設二：對於客家電視臺具有敵意媒體傾向的民眾，政黨認同愈可能偏向泛綠。以下將進行檢證。

根據表三，在無敵意媒體傾向者的政黨認同中，政黨認同中立無反應者佔 49.6%，顯著高於全體的 44.7%；反之，在有敵意媒體傾向者的政黨認同中，認同泛綠者佔 32.2%，顯著高於全體的 25.3%；同時在有敵意媒體傾向者的政黨認同中，中立無反應者佔 35.2%，顯著低於全體的 44.7%。整體而言，敵意媒體的效果在於，具有敵意媒體傾向者較支持泛綠，無敵意媒體傾向者偏向中立無反應。

進一步而言，「有」敵意媒體傾向的受訪者，傾向泛綠的比例相對於傾向泛藍的比例為 $32.2/32.5=0.99$ ；「無」敵意媒體傾向的受訪者，傾向泛綠的比例相對於傾向泛藍的比例為 $21.6/28.7=0.75$ 。因此，「有」敵意媒體的受訪者傾向泛綠的機率比，是「無」敵意媒體傾向受訪者的 1.32 倍（ $0.99/0.75=1.32$ ），即有敵意媒體傾向者比無敵意媒體傾向者，有較高的比例傾向「泛綠」政黨認同，此一結果符合假設二。值得注意的是，此一結果亦僅是在沒有控制受訪者人口變數情況下所得的雙變數分析結果，進一步的多變項分析結果有待之後討論。

然而，若將依變數更換為受訪者認為，「請問您認為客家電視

臺的設立，會增加民眾對民進黨或對國民黨的支持，還是沒有影響？」，根據表四，在無敵意媒體傾向者的態度中，認為會增加民眾對民進黨的支持者佔 2.8%，略低於全體的 3.3%；反之，在有敵意媒體傾向者的態度中，認為會增加民眾對國民黨的支持者佔 9.8%，顯著高於全體的 6.7%。

整體而言，以上兩交叉表說明了，對客家電視臺具有敵意媒體傾向者的民眾，其較支持泛綠（在交叉分析階段，驗證假設二），但卻因為敵意媒體的心態（客家電視臺對己方不利，對他方有利），使其認為客家電視臺的設立會增加民眾對國民黨的支持，這是典型的敵意媒體效果。本研究進一步檢視具有敵意媒體這些民眾的社會背景，以理解社會上對客家電視臺存有敵意媒體傾向者的圖像為何。根據本研究分析，具有敵意媒體明顯傾向者多屬於男性（38.6% v.s.全體 34.1%）、本省閩南人（35.9% v.s.全體 34.5%）、政治世代第三代（36.3% v.s.全體 34.3%）、高教育程度（40.4% v.s.全體 30.7%）、高中級白領（38.1% v.s.全體 34.1%），數據請詳見附錄二中的附錄表二。¹⁰ 其中值得注意的是，在敵意媒體效果的定義中，客家人因屬客家此一團體，原即較不可能對客家電視臺具有敵意，反之，本省閩南人和大陸各省市人在定義和假設上，才可能是具有敵意的團體。亦即本省閩南族群較具敵意媒體傾向，亦較認同泛綠，但卻因敵意媒體傾向，使其認為客家電視臺的設立，較可能增加敵對陣營國民黨的支持。

10. 不同世代和居住地區的民眾在敵意媒體傾向上無顯著差異。

表三 敵意媒體傾向與政黨認同交叉表

	泛藍	泛綠	中立和 無反應	總和	$\chi^2=23.068$ df=2 <p><i>p</i> < .001 </p>
無敵意媒體傾向	28.7%	21.6%***	49.6%***	707	
有敵意媒體傾向	32.5%	32.2%***	35.2%***	366	
總和	30.0%	25.3%	44.7%	1073	

說明一：表中百分比為橫列百分比。

說明二：***代表調整後殘差絕對值>1.96，亦即細格 (cell) 與全體平均具有顯著差異。

資料來源：張福建與陳陸輝 (2010)。

表四 敵意媒體傾向與增加政黨支持交叉表

	民進黨	國民黨	沒有影響	總和	$\chi^2=8.694$ df=2 <p><i>p</i> < .05 </p>
無敵意媒體傾向	2.8%	4.9%***	92.2%***	528	
有敵意媒體傾向	4.1%	9.8%***	86.1%***	317	
總和	3.3%	6.7%	89.9%	845	

說明一：表中百分比為橫列百分比。

說明二：***代表調整後殘差絕對值>1.96，亦即細格 (cell) 與全體平均具有顯著差異。

資料來源：張福建與陳陸輝 (2010)。

(三) 信任型／接近型選擇性暴露、敵意媒體與民眾政黨認同

在進入模型分析前，我們已可從前述的分析得知，信任型／接近型選擇性暴露與敵意媒體效果，對民眾政黨認同的影響方向相反，亦即具有信任型／接近型選擇性暴露者較支持泛藍，具有敵意媒體傾向者較支持泛綠。我們可以從表五選擇性暴露與敵意媒體的交叉分析，將此現象看得更清楚，無敵意媒體傾向者，其中 7.9% 具有選擇性暴露，顯著高於全體的 7.2%；另一方面，具有敵意媒體傾向者，其中 94.3% 無選擇性暴露，顯著高於全體的 92.8%。以上說明選擇性暴露與敵意媒體在意涵上幾乎背道而馳，至於兩者對政黨認同影響的方向是否呈現反方向，我們以表六模型進一步分析。

表五 敵意媒體傾向與選擇性暴露交叉表

	無選擇性暴露	有選擇性暴露	總和	$\chi^2=1.725$ df=1 $p < .05$
無敵意媒體傾向	92.1%	7.9%***	707	
有敵意媒體傾向	94.3%***	5.7%	366	
總和	92.8%	7.2%	1073	

說明一：表中百分比為橫列百分比。

說明二：***代表調整後殘差絕對值>1.96，亦即細格 (cell) 與全體平均具有顯著差異。

資料來源：張福建與陳陸輝 (2010)。

為了進行模型比較，本研究將「信任型／接近型選擇性暴露」和「敵意媒體傾向」分別置入不同模型，瞭解信任型／接近型選擇性暴露和敵意媒體個別對政黨認同的影響，以下模型設定分為三個模型，以下第一個模型自變數為信任型／接近型選擇性暴露加上個人背景，第二個模型自變數為敵意媒體傾向加上個人背景，第三個模型自變數則為信任型／接近型選擇性暴露加上敵意媒體傾向，再加上前兩者的交互作用和個人背景，模型三亦為最終模型。

在民眾對客家電視臺信任型／接近型選擇性暴露、敵意媒體與其政黨認同模型中，本研究根據研究架構圖，亦控制了其他個人背景變數，包括性別、省籍、政治世代、教育程度、居住地區、職業，此外，本研究進一步思考到，選擇性暴露和敵意媒體傾向，除了單獨發生，在現實世界亦可能同時發生，因此新增了選擇性暴露與敵意媒體傾向交互作用此一自變數。

在控制受訪者人口背景變數的情況下，不論模型一或模型三的信任型／接近型選擇性暴露都並不顯著，民眾選擇性暴露對其政黨認同無顯著影響，亦即假設一未獲驗證。假設一未獲驗證的原因可能與有選擇性暴露的人數太少有關，這是作者對於選擇性暴露此一變數在模型中未能顯著的推測。

此外，模型二的敵意媒體傾向亦如同模型三，顯著影響民眾政黨認同，且影響方向相同，係數皆為負向，亦即民眾的敵意媒體會使其較認同泛綠（相對於泛藍和中立無反應），其中具有敵意媒體傾向者（相對於無敵意媒體傾向者）認同泛藍的機率愈低，只有認同泛綠的 0.648 倍（ $\exp(-.434) = 0.648$ ）。另一方面，具有敵意媒體傾向者（相對於無敵意媒體傾向者）政黨認同中立無反應的機率只有認同泛綠的 0.477 倍（ $\exp(-.741) = 0.477$ ）。

在模型三中，民眾的敵意媒體傾向同樣會使其較認同泛綠（相對於泛藍和中立無反應），其中具有敵意媒體傾向者（相對於無敵意媒體傾向者），認同泛藍的機率愈低，只有認同泛綠的 0.609 倍（ $\exp(-.496) = 0.609$ ），驗證了假設二：對於客家電視臺具有敵意媒體傾向的民眾，政黨認同愈可能偏向泛綠。另一方面，具有敵意媒體傾向者（相對於無敵意媒體傾向者），政黨認同中立無反應的機率，只有認同泛綠的 0.449 倍（ $\exp(-.801) = 0.449$ ）。

然而，當民眾同時具備信任型／接近型選擇性暴露和敵意媒體傾向時（兩變數交互作用），其較支持泛藍（相較於泛綠），支持泛藍的機率是泛綠的 2.743 倍（ $\exp(1.009) = 2.743$ ）。亦即當民眾具有敵意媒體傾向時，其較支持泛綠，但當其同時具有選擇性暴露和敵意媒體傾向時，卻較支持泛藍，可見兩種傳播效果交互作用時，選擇性暴露使具有敵意媒體的民眾支持泛藍，的確是有趣的發現，將於結論申言之。

作者以此資料進行分析，獲致選擇性暴露不顯著的結果，因此能將選擇性暴露的結果與敵意媒體傾向的結果作一比較。前者對政黨認同的影響不顯著，後者顯著，形成有趣的對比，以下將說明敵意媒體傾向的研究結果。

在其他個人背景控制變數方面，本省客家人、大陸各省市人（相對於本省閩南人）、政治世代第二代（相對於第一代）、中、高教育程度者（相對於低教育程度者）、居住在北部（相對於南部）的民眾較支持泛藍（相對於泛綠），性別和職業無顯著影響。另一方面，本省客家人（相對於本省閩南人）、政治世代第二代（相對於第一代）、中、高教育程度者（相對於低教育程度者）的民眾偏向中立無反應（相對於泛綠），性別、居住地區、職業對民眾偏向中

立無反應（相對於泛綠）無顯著影響。¹¹

綜合而言，本研究所提出的媒體使用對政黨認同的影響，是與民眾認為媒體的觀點與自身接近，或透過（因為）民眾對媒體的信任融合而成，非僅單純媒體使用對政黨認同的影響，而是「信任型／接近型選擇性暴露」對政黨認同的影響。因此，在架構圖的「客家電視臺信任型／接近型選擇性暴露」中，作者非單以媒體使用為自變數，而是以「客家電視臺信任程度*使用客家電視臺程度」和「客家電視臺政治觀點接近程度*使用客家電視臺程度」為自變數。以上的自變數設定含括了「信任型／接近型選擇性暴露」的概念，亦即

11. 有關政黨認同是否反過來影響信任型／接近型選擇性暴露和敵意媒體傾向的問題，本文作了三種努力。首先將自變數與依變數反過來進行模型分析（如附錄三），研究發現，政黨認同對信任型／接近型選擇性暴露沒有顯著影響，泛綠認同者具有敵意媒體傾向的機率，是中立無反應者的 2.105 倍。相對來說，具有敵意媒體傾向者認同泛綠的機率是，沒有敵意媒體傾向者的 2.23 倍（根據模型三的係數， $1/0.449=2.23$ ）。值此，敵意媒體傾向對於政黨認同雖有其影響，但政黨認同對於敵意媒體傾向亦有影響，兩者互為影響，很難確立何者為因，何者為果。但因為以上兩種模型並不相同，分別是 multi-nominal logit 和 binary logit，因此本研究也未將兩者貿然比較。再者，本研究嘗試運用 Hausman test，但 Hausman test 用於依變數為線性的 2SLS (2 Stage Least Square)，本研究依變數性質為 nominal scale，不太適宜進行 Hausman test。此外，工具變數 (IV) 是在 X 與 U 相關時，允許得到一致估計式的方法，亦即將 X 變動中與 U 無關的部份分離出來，進一步建立一致性的參數，工具變數影響了 X，也透過 X 影響 Y，但必須與 Y 無關 (Baiochi, Cheng and Small, 2010)，在本研究所使用的資料來源無此性質變數，且亦無 Panel Data，無法使用 Granger test。最後，本研究嘗試運用「傾向配對分數」(propensity score matching, PSM)，PSM 用於個案並非完全隨機分派到各組的情況，容易造成選擇偏誤 (selection bias)，計算傾向分數 (propensity score) 此一方法便可以調整選擇偏誤 (可能某種樣本過多) 所造成的影響，所謂的傾向分數 (propensity score)，即為進行迴歸模型的預測機率 (predicted probability) (Rosenbaum and Rubin, 1983)，本研究進行了 PSM 的分析，將樣本隨機分成兩組，然因交互作用此一重要變數 1 與 0 的分布過於懸殊 (1051 v.s 22)，因此無法進行隨機分組。

選擇性暴露的來源非傳統的政黨認同，而是因為媒體的觀點與自身接近，或民眾對媒體的信任，在本文統稱「信任型／接近型選擇性暴露」。整體而言，作者在論述媒體使用對政黨認同的影響時，提出了信任型／接近型兩種，非單純媒體使用對政黨認同的影響，而是將媒體使用處理成選擇性暴露。根據附錄三，已可確知選擇性暴露是政黨認同的因，但不是政黨認同的果。亦即本文從理論層面和分析層面，皆可說明選擇性暴露對政黨認同的影響。與敵意媒體傾向對政黨認同影響不同之處在於，選擇性暴露影響了政黨認同，但敵意媒體傾向與政黨認同可能是互為因果。

中教育程度	.940***	.266	2.559	.530*	.231	1.699	.951***	.267	2.588	.548*	.233	1.730	.959***	.267	2.608	.554*	.233	1.741
高教育程度	1.118***	.264	3.059	.466*	.233	1.593	1.151***	.265	3.160	.525*	.235	1.691	1.155***	.265	3.175	.524*	.235	1.688
居住地區(對照: 南部)																		
北部	.461*	.221	1.586	-.049	.194	.952	.490*	.221	1.633	-.012	.196	.988	.490*	.221	1.632	-.010	.196	.990
中部	.148	.261	1.159	-.060	.221	.942	.170	.262	1.186	-.024	.224	.976	.171	.262	1.186	-.024	.224	.976
東部	-.385	.376	.680	-.399	.310	.671	-.391	.377	.676	-.426	.313	.653	-.390	.377	.677	-.414	.314	.661
職業(對照:藍領)																		
高、中級白領	.340	.225	1.406	-.258	.195	.773	.356	.225	1.428	-.227	.197	.797	.358	.226	1.430	-.226	.197	.798
中低、低級白領	.487	.267	1.628	-.057	.234	.944	.486	.267	1.626	-.046	.236	.955	.496	.268	1.642	-.040	.237	.961
農林漁牧	.789*	.394	2.202	.213	.334	1.238	.774	.396	2.169	.199	.339	1.220	.754	.397	2.126	.165	.340	1.180
無業及其他	1.115	.665	3.050	.666	.566	1.945	1.149	.666	3.156	.751	.567	2.120	1.148	.667	3.151	.733	.567	2.081
截距	-1.586	.353		-.281	.295		-1.447	.357		-.099	.301		-1.422***	.360		-.058	.303	
LR χ^2	136.517					155.581					158.712							
df	30					30					34							
p 值	<.000					<.000					<.000							
cox & snell R ²	.124					.140					.142							
N	1035					1035					1035							

說明一：模型一自變數為信任型／接近型選擇性暴露加上個人背景，模型二自變數為敵意媒體傾向加上個人背景，模型三自變數則為信任型／接近型選擇性暴露加上敵意媒體傾向，再加上前兩者的交互作用和個人背景，模型三亦為最終模型。

說明二：***: $p < .001$, **: $p < .01$, *: $p < .05$ (雙尾檢定)。

資料來源：張福建與陳陸輝 (2010)。

關於上述資料分析的結果，在現實政治中有何意義？本研究從客家事務的發展歷程談起，更能理解客家電視臺政治效果發生的脈絡。在威權時代，客家族群不能使用母語（客語），客家文化亦不受到重視，客家族群的政治影響力亦大多侷限於地方層級，但自民主轉型以後，客家族群的政治力明顯擴散至全國層面，提升到中央層級。

然而，將客家事務以公共議題視之，以陳水扁在 1994 年臺北市市長選舉中，首次提出客家政策白皮書為肇始，馬英九亦於 1998 年競選臺北市市長選舉提出其客家政策白皮書。直到 2000 年總統選舉時，各組候選人不約而同地提出其客家政策白皮書，客家議題正式成為全國性的公共議題（范振乾，2002：12-17），客家政策櫥窗亦正式開啟（丘昌泰，2007），成立客家電視臺的呼聲亦愈來愈高。曾逸昌（2010：1266）亦認為，客語流失的情況需仰賴公共資源的挹注，協助客家扭轉循環方向、改善處境。

客家族群雖是臺灣的第二大族群，但是其傳播權益一直遭到忽視。早期先是受到廣電法語言比例的限制，使客家廣電節目很少有機會播出，又因在商業體制下，媒體以經濟利益為考量，使得客家廣電節目在不能帶來足夠廣告效益的情況下，很少有媒體願意製作播出（劉幼琍，1998：14）。江明修（2010：68）則認為，設立全國性客家廣播及電視專屬頻道，即無推廣客語及客家文化的時空限制，有利於形塑客語環境，促使客語返回公共領域，增進其他族群對客家文化之理解。

因此，客家電視臺的設立使客家人有了專屬傳播媒體和發聲管道，並在陳水扁與馬英九政見中得到重視。兩位總統在政見中揭示保護客家文化和語言的理念，但此以族群為名稱命名的電視臺，在

政治上也產生了效果，特別是對影響投票行為甚大的政黨認同。在影響的過程中，民眾的省籍、對客家電視臺的信任、對客家電視臺政治觀點的評估、對政府經營客家電視臺的方式，以及對政府經營客家電視臺目的的看法，在在影響了民眾的政黨認同。

五、結論與討論

本研究分析客家電視臺信任型／接近型選擇性暴露和敵意媒體傾向，對民眾政黨認同的影響。所謂選擇性暴露意指民眾因既有的觀點或認知，選擇使用客家電視臺，在本研究中，既有的觀點或認知以民眾對客家電視臺信任程度，和自身與客家電視臺政治觀點接近程度來測量，而非過往經常使用的政黨認同；反之，本研究將民眾對客家電視臺的信任程度，視為其政黨認同的預存傾向，亦即探討政黨認同的來由，是否與民眾對媒體信任和觀點接近有關。至於敵意媒體效果則為，民眾因為對媒體有偏見而產生敵意，其中團體中心主義或團體偏見所帶來的敵意媒體效果值得關注，當民眾不支持政府出錢經營客家電視臺，或認為客家電視臺的成立，是為了在政治上討好客家族群，這群民眾對客家電視臺具有敵意媒體傾向。

根據研究結果，以上兩方面的傳播模式都在客家電視臺中引起政治效果。其中，民眾對客家電視臺信任，或認為客家電視臺政治觀點與其接近是選擇性暴露的來源，因而使對客家電視臺信任，或認為客家電視臺政治觀點與其接近的民眾，偏向調查研究執行期間的泛藍執政黨；而閩南人的團體中心主義是敵意媒體傾向的來源，因為閩南人具有敵意媒體傾向者較明顯，因而具有敵意媒體傾向者較傾向泛綠，其中非常值得注意的是，省籍藉由敵意媒體傾向帶來

的影響力，可見媒體效果論的痕跡。

進一步而言，不同省籍民眾藉由信任型／接近型選擇性暴露和敵意媒體傾向，對政黨認同發生影響的方式也不盡相同。整體而言，本省客家人信任型／接近型選擇性暴露情況較多，政黨認同偏向泛藍，對客家電視臺的信任或政治觀點與客家電視臺接近而使用它，進而加深了對（本研究調查訪問期間）執政黨（泛藍）的好感。再者，本省閩南人的敵意媒體傾向也與其政黨認同有關，本省閩南人相較於客家人，更容易認為客家電視臺是為了討好選民而設立，也較不支持政府出錢經營客家電視臺，因而較容易對客家電視臺產生敵意媒體傾向，因而不支持（本研究調查訪問期間）執政黨對客家電視臺的政策，反而傾向支持泛綠。

劉幼俐（1998）認為，過去政府的方言限制，使得客家文化及語言大量流失，政府自然有責任加以彌補。然而客家族群也應明瞭客家文化要能復興，除了靠官方的力量外，最重要的是客家族群本身的自省自覺。本研究認為，客家人對客家電視臺的信任型／接近型選擇性暴露，可說是客家人對客家電視臺的肯定，這肯定較無關乎其政黨認同，反而可能因為對於客家電視臺較信任，或認為電視臺的政治觀點與其較接近，進而使用客家電視臺。當本研究僅考慮民眾信任型／接近型選擇性暴露，對政黨認同的影響時（不考慮其與敵意媒體傾向的交互作用），此信任型／接近型選擇性暴露對國民黨或民進黨的支持都沒有顯著提升，亦即當客家人以客家電視臺作為提高自覺的同時，仍能獨立選擇偏好政黨，不至於對單一政黨產生偏好。不過值得擔憂的是，客家電視的收視族群多為客家人，對客家電視臺產生選擇性暴露的亦多為客家人，對於保存客家文化固然有利，但對不常收看客家電視臺的客家人，以及其他族群而言，

事實上無法更加瞭解客家文化。

此外，本研究亦分析民眾選擇性暴露與敵意媒體傾向交互作用對其政黨認同的影響，兩者交互作用的係數為顯著的正值，選擇性暴露使具有敵意媒體的民眾支持泛藍，亦即民眾敵意媒體傾向此單一變數使其政黨認同偏向泛綠，兩個交互作用的影響反而為正值（偏向泛藍），其所帶來的意義為，當「有」選擇暴露且「有」敵意媒體傾向，兩者同時存在時，對於泛藍認同的增加是有助益的。

再者，值得注意的是，本研究原有的關懷在於，民眾的客家電視臺的信任型／接近型選擇性暴露、敵意媒體傾向對其政黨認同的影響，亦即本研究聚焦在，媒體因素對政黨認同的影響，至於政黨認同對媒體因素的影響，原不在本文討論之列。若欲討論因果關係，在理論層次上，的確有既有文獻能夠建構信任型／接近型選擇性暴露對政黨認同的影響，以及敵意媒體傾向對其政黨認同的影響，在實證分析的層次上，信任型／接近型選擇性暴露的確影響了政黨認同，而政黨認同未影響信任型／接近型選擇性暴露。再者，關於敵意媒體傾向與政黨認同的因果關係，本研究已透過三種方式嘗試分析（註腳 11），仍有難分之處。

至於民眾「有無」選擇性暴露和「有無」敵意媒體傾向在政黨認同的「差異比較」。這雖與主流論述討論「政黨認同影響媒介使用」的立場不同（因為認同泛綠，所以視客家電視臺為敵意媒體；因為認同泛藍，所以選擇觀看客家電視臺），但對於理論的積累和辯證提供了另一條思路，值得作為後續的研究主題。媒體具有認知動員的功能，民眾信任媒體或認為媒體政治觀點與其接近時，這也是另一種的選擇性暴露，亦即民眾信任媒體或認為媒體政治觀點與其接近，是政黨認同的預存傾向，因為民眾信任媒體或認為媒體政

治觀點與其接近而使用媒體，進一步影響其政黨認同。於本文中，作者首先處理單向（民眾媒體使用對政黨認同的影響）的變數關聯，但不忽視也不否認另一方向（民眾政黨認同對媒體使用的影響）的變數關聯，此將為作者未來探索的方向。此外，未來若有客家人大樣本的調查資料，將可依照地域（南、北）以及客語流利程度，區分客家人的屬性，研究客家人在政治態度上的北藍南綠，是否也與其不同的客家電視臺收視習慣有關，以及客家人是否因為客語流利程度不同，而對客家電視臺有不同看法。

本研究所使用之資料為 2010 年進行之電話調查，距離民進黨成立客家電視臺已有七年，經過七年，客家電視臺對民眾政黨認同的影響如何？對民進黨而言，因為民眾敵意媒體傾向可能使偏向泛綠認同；對國民黨而言，因為民眾信任型／接近型選擇性暴露，可能使其偏向泛藍認同。值得注意的是，信任型／接近型選擇性暴露效果大於敵意媒體，我們可以從民進黨於 2004 年總統大選，於客家選區票源大幅成長但未過半的情況相互佐證，民眾對客家電視臺的信任型／接近型選擇性暴露，穩住了泛藍的票源。此現象與當時為國民黨執政或許有關，民眾不見得記得客家電視臺的成立者是國民黨或民進黨，但現階段客家電視臺的資源，由國民黨政府挹注或分配。未來若有政黨輪替，作為一以少數族群名稱命名的電視臺，其政治效果如何，包括政黨認同和投票行為都值得觀察。此外，政黨認同對於民眾在成立客家電視臺此一公共政策的看法有何影響。在個案選取上，本研究以客家電視臺為個案，因為其電視臺名稱和內涵與我國特定族群有關，未來可以此架構研究原住民電視臺，甚或選擇政治立場較明顯的電視臺為研究對象，由於這些電視臺較為偏好特定族群或特定政治立場，因此適合作信任型／接近型選擇性暴露或

敵意媒體效果的研究。

最後，信任型／接近型選擇性暴露和敵意媒體效果雖在本研究得到驗證，但對少數族群電視臺（或僅能稱以少數族群命名的電視臺）發展的影響卻令人憂心，不同族群背景對此電視臺態度不同，其產生的效果可能造成政黨更加分化。這也回到客家電視臺成立的一場論戰，究竟客家電視臺是專屬客家族群的電視臺，或是全民的電視，其中最為人討論者便是，客家電視臺所使用的語言應是「官方」語言，抑或是曾經經歷「方言」和「還我母語運動」的客語，語言的使用決定了收視群，也或多或少產生了政治效果。主政者對族群媒體的想像關係著未來客家電視臺的定位與發展，多元文化如何可能，也考驗著主政者與民眾的智慧。

參考書目

- Arpan, Laura M. and Arthur A. Raney. 2003. "An Experimental Investigation of News Source and the Hostile Media Effect." *Journalism and Mass Communication Quarterly* 80, 2: 265-281.
- Arpan, Laura M. and Erik M. Peterson. 2008. "Influence of Source Liking and Personality Traits on Perceptions of Bias and Future News Source Selection." *Media Psychology* 11, 2: 310-329.
- Baiocchi, Michael, Jing Cheng and Dylan S. Small. 2010. "Tutorial in Biostatistics: Instrumental Variable Methods for Causal Inference." *Statistics in Medicine*. http://www-stat.wharton.upenn.edu/~dsmall/iv_tutorial_paper_corrected.pdf. Lastest update 28 February 2015.
- Cotton, J. L. 1985. "Cognitive Dissonance in Selective Exposure." in D. Zillmann and J. Bryant. eds. *Selective Exposure to Communication*: 11-33. Hillsdale, N.J.: Lawrence Erlbaum.
- Festinger, L. 1957. *A Theory of Cognitive Dissonance*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Gunther, Albert C. and Stella Chih-Yun Chia. 1992. "Biased Press or Biased Public? Attitudes toward Media Coverage of Social Groups." *Public Opinion Quarterly* 56, 2: 147-167.
- Gunther, Albert C. 2001. "Predicting Pluralistic Ignorance: the Hostile Media Perception and Its Consequences." *Journalism & Mass Communication Quarterly* 78, 4: 688-701.

- Gunther, Albert C. and Janice L. Liebhart. 2006. "Broad Reach or Biased Source? Decomposing the Hostile Media Effect." *Journal of Communication* 56, 3: 449-466.
- Gunther, Albert C. and Kathleen Schmitt. 2004. "Mapping Boundaries of the Hostile Media Effect." *Journal of Communication* 54, 1: 55-70.
- Mosco, Vincent. 1996. *The Political Economy of Communication: Rethinking and Renewal*. California: SAGE Publications.
- Petty, Richard E. and John T. Cacioppo. 1986. *Communication and Persuasion: Central and Peripheral Routes to Attitude Change*. New York: Springer-Verlag.
- Picard, Robert G. 1989. *Media Economics: Concepts and Issues*. Newbury Park, Calif.: Sage.
- Richardson, John D., William P. Huddy and Shawn M. Morgan. 2008. "The Hostile Media Effect, Biased Assimilation, and Perceptions of a Presidential Debate." *Journal of Applied Social Psychology* 38, 5: 1255-1270.
- Rosenbaum, Paul R. and Donald B. Rubin. 1983. "The Central Role of the Propensity Score in Observational Studies for Causal Effects." *Biometrika* 70, 1: 41-55.
- Stalder, Daniel R. 2009. "Political Orientation, Hostile Media Perceptions, and Group-Centrism." *North American Journal of Psychology* 11, 2: 383-399.
- Tsfati, Yariv and J. N. Cappella. 2003. "Do People Watch What They Do Not Trust? Exploring the Association Between News Media

- Skepticism and Exposure.” *Communication Research* 30, 5: 504-529.
- Tsfati, Yariv. 2007. “Hostile Media Perceptions, Presumed Media Influence, and Minority Alienation: The Case of Arabs in Israel.” *Journal of Communication* 57, 4: 632-651.
- Zaller, John R. 1992. *The Nature and Origins of Mass Opinion*. New York: Cambridge University Press. 尤稀·達袞。1992。〈重視少數民族的傳播權益—應合理分配傳播資源〉。《島嶼邊緣》5: 30-32。(Yu-Xi, Da-Gun. 1992. “Stressing the Communication Right of Ethnic Minority: Reasonable Allocation of Resource.” *Isle Margin* 5: 30-32.)
- 王甫昌。1994。〈族群同化與動員：臺灣民眾政黨支持之分析〉。《中央研究院民族學研究所集刊》77: 1-34。(Wang, Fu-Chang. 1994. “Ethnic Assimilation and Mobilization: An Analysis of Party Support in Taiwan.” *Bulletin of the Institute of Ethnology Academia Sinica* 77: 1-34.)
- 丘昌泰。2004。〈2004 與 2000 年總統大選桃竹苗客家地區政治版圖變化之分析〉。《客家》167: 21-28。(Chiou, Chang-Tay. 2004. “Analysis of Political Landscape Changes in Hakka Area (Taoyuan, Hsinchu, and Miaoli) in the 2004 and 2000 Presidential Election.” *Hakka Monthly* 167: 21-28.)
- 丘昌泰。2007。〈政策篇〉。徐正光編《臺灣客家研究概論》: 534-562。臺北：行政院客家委員會。(Chiou, Chang-Tay. 2007. “Policy.” in Cheng-kuang Hsu. ed. *The Introduction of Taiwanese Hakka Studies*: 534-562. Taipei: Council of Hakka Affairs, Executive

Yuan.)

江明修。2010。《客家政治與經濟》。臺北：智勝。(Chiang, Min-Hsiu. 2010. *Political and Economic Analysis of Hakka*. Taipei: Best-wise Publishing Co.)

江運貴。1996。《客家與臺灣》。徐漢彬譯。臺北：常民文化。(Jiang, Yun-Guei. 1996. *Hakka and Taiwan*. Syu, Han-bin .trans. Taipei: Formosa Folkways.)

吳乃德。1992。〈國家認同和政黨支持：臺灣政黨競爭的社會基礎〉。《中央研究院民族學研究所集刊》74：33-61。(Wu, Nai-Teh. 1992. “Party Support and National Identities: Social Cleavages and Party Competition in Taiwan.” *Bulletin of the Institute of Ethnology Academia Sinica* 74: 33-61.)

吳乃德。1999。〈家庭社會化和意識形態：臺灣選民政黨認同的世代差異〉。《臺灣社會學研究》3：53-85。(Wu, Nai-Teh. 1999. “Family Socialization and Ideologies: Generation Difference in Party Identification among Taiwan’s Voters.” *Taiwanese Sociological Review* 3: 53-85)

吳中杰、范鳴珠。2007。〈國姓鄉的語言接觸現象試析〉。丘昌泰、蕭新煌編《客家族群與在地社會：臺灣與全球的經驗》：265-287。臺北：智勝。(Wu, Zhong-Jie and Ming-Jhu Fan. 2007. “Language Contact among Dialects in Guosing, Nantou County.” in Chang-Tay Chiou and Hsin-Muang Michael Hsiao. eds. *Hakka Ethnic and Local Society: the Experiences of Taiwan and Global* : 265-287. Taipei: Best-wise Publishing Co.)

吳重禮、許文賓。2003。〈誰是政黨認同者與獨立選民？以 2001

- 年臺灣地區選民政黨認同的決定因素為例〉。《政治科學論叢》18：101-140。(Wu, Chung-Li and Wen-Pin Hsu. 2003. “Who Are Partisans and Independents? Determinants of Party Identifications of Taiwan’s Voters in 2001.” *Political Science Review* 18: 101-140.)
- 宋菁玲。2009。〈客家電視新聞處理型態與影響之研究〉。國立中央大學客家研究碩士在職專班碩士論文。(Sung, Ching-Ling. 2009. “A Study of the Hakka TV News Processing Philosophy and Influence.” Master’s Thesis of Executive Master Program of Hakka Studies, National Central University.)
- 李志中。2004。〈四成客家票加持陳水扁連任總統〉。《客家》166：13-19。(Lee, Chih-Chung. 2004. “40% Hakka Votes for Re-election of President Shuei-Bian Chen.” *Hakka Monthly* 166: 13-19.)
- 李信漢。2007。〈客家電視臺族群政治分析〉。國立政治大學新聞研究所碩士論文。(Lee, Hsin-Han. 2007. “An Analysis of Ethnic Politics Involving Hakka TV.” Master’s Thesis of Department of Journalism, National Chengchi University.)
- 李儒林。2009。〈多元文化概念下族群頻道定位初探：以客家電視暗夜新聞多元文化訊息呈現為例〉。國立政治大學新聞傳播學院在職專班碩士論文。(Li, Ru-Lin. 2009. “Orientation of Ethnic TV under Multi-Culture: Evening News in the Hakka TV.” Master’s Thesis of Department of Journalism, National Chengchi University.)
- 客家雜誌編輯部。2008。〈2008馬英九客家政策白皮書〉。《客家》214：10-12。(Hakka Monthly Editorial Department. 2008. “2008

White Paper on Hakka Polity by Ying-Jeou Ma.” *Hakka Monthly* 214: 10-12.)

范振乾。2002。〈客家事務行政體系之建構〉。行政院客家委員會編《客家公共政策研討會論文集》：172-197。臺北：行政院客家委員會。(Fan, Jhen-Cian. 2002. “Construction of the Administrative System of the Hakka Affairs.” Council of Hakka Affairs, Executive Yuan. ed. *Proceedings of Hakka and Public Policies*: 172-197)

徐火炎。1991。〈政黨認同與投票抉擇：臺灣地區選民對政黨印象、偏好與黨派投票行為之分析〉。《人文及社會科學集刊》4，1：1-57。(Shyu, Huo-Yan. 1991. “Party Identification and the Vote Choice: An Analysis of Electorate’s Party Images, Partisan Preferences and Voting Behavior in Taiwan.” *Journal of Social Sciences and Philosophy* 4, 1: 1-57.)

徐火炎。1992。〈民主轉型過程中政黨的重組：臺灣地區選民的民主價值取向、政黨偏好與黨派投票改變之研究〉。《人文及社會科學集刊》5，1：213-263。(Shyu, Huo-Yan. 1992. “Party Realignment in a Democratic Transition: A Study of Changes in Democratic Values, Party Preferences and Vote-Choices among Taiwanese Voters.” *Journal of Social Sciences and Philosophy* 5, 1: 213-263.)

徐火炎。1993。〈選舉競爭與政治分歧結構的變遷：國民黨與民進黨勢力的消長〉。《人文及社會科學集刊》6，1：37-74。(Shyu, Huo-Yan. 1993. “Electoral Competitions and the Change in Cleavage Structures: The Persistence of Electoral Bases of the

KMT and the DPP.” *Journal of Social Sciences and Philosophy* 6, 1: 37-74.)

徐火炎。1996。〈臺灣選民的國家認同與黨派投票行為：一九九一至一九九三年間的實證研究結果〉。《臺灣政治學刊》1：85-127。
(Shyu, Huo-Yan. 1996. “National Identity and Partisan Vote-choices in Taiwan: Evidence from Survey Data between 1991 and 1993.” *Taiwan Political Science Review* 1: 85-127.)

張福建與陳陸輝。2010。〈「公民意識與社會正義」研究案〉。中央研究院人文社會科學研究中心政治思想研究專題中心、政治大學選舉研究中心共同研究計畫。(Chang, Fu-Kien and Lu-Huei Chen. 2010-2011. “Citizenship in Taiwan: Citizenship and Social Justice Research.” Research Center for Humanities and Social Sciences, Sinica & Election Study Center, National Chengchi University.)

陳水扁。2000。〈陳水扁客家政策白皮書〉。《客家》117：23-25。
(Chen, Shuei-Bian. 2000. “White Paper on Hakka Policy by Shuei-Bien Chen.” *Hakka Monthly* 117: 23-25.)

陳彥龍、劉幼琍。2006。〈邁向公廣集團：數位時代我國特定族群專屬電視頻道之法制研議〉。《中華傳播學刊》10：109-153。
(Chen, Yann-Long and Yu-Li Liu. 2006. “Toward a Public Broadcasting Group: Legislative Suggestions for Hakka and Indigenous TV in the Digital Age.” *Chinese Journal of Communication Research* 10: 109-153.)

陳清河。2007。〈廣播電視篇〉。徐正光主編，《客家研究概論》：480- 502。臺北：行政院客家委員會、臺灣客家研究學會。(Chen,

- Ching-Ho. 2007. "Broadcasting and TV." in Cheng-Kuang Hsu. ed. *Introduction of Taiwanese Hakka Studies*: 480-502. Taipei: Council of Hakka Affairs, Executive Yuan.)
- 陳陸輝。2000。〈臺灣選民政黨認同的持續與變遷〉。《選舉研究》7, 2: 109-141。(Chen, Lu-Huei. 2000. "Change and Continuity of Party Identification among the Electorate in Taiwan." *Journal of Electoral Studies* 7, 2: 109-141.)
- 彭文正。2005。〈客家元素與收視行為結構模式探究〉。《廣播與電視》24: 63-91。(Peng, Dennis Weng-Jeng. 2005. "Exploring the Structural Model of Hakka Elements and TV Viewing Behaviors." *Journal of Radio & Television Studies* 24: 63-91.)
- 彭文正。2008。〈客家電視在多言文化中的傳播功能與挑戰〉。《廣播與電視》28: 1-28。(Peng, Dennis Weng-Jeng. 2008. "The Propagating Functions of Hakka TV in a Multi-Dialectical Culture." *Journal of Radio & Television Studies* 28: 1-28.)
- 彭文正。2009。《客家傳播理論與實證》。臺北：五南。(Peng, Dennis Weng-Jeng. 2009. *Hakka Communication Theories and Empirical Studies*. Taipei: Wu-Nan Book Inc.)
- 曾棠君。2009。〈民進黨客家政策的政治果效〉。國立政治大學政治學系研究所碩士論文。(Zeng, Tang-Jun. 2009. "Political Effects of the Hakka Policies under the DPP Government." Master's Thesis of Department of Political Science, National Chengchi University.)
- 曾逸昌。2010。《客家總論：蛻變中的客家人》。臺北：國立圖書館。(Zeng, Yi-Chang. 2010. *Hakka Subjects: Transformation of*

the Hakka. Taipei: National Central Library.)

童清峰。2003。〈客家電視臺 扁秘密武器〉。《亞洲週刊》17，28：12-13。(Tong, Cing-Fong .2003. “Hakka TV, the Secret Weapon of Shuei-Bian Chen.” *Asia Week* 17, 28: 12-13.)

黃永達。1998。〈廣播電視媒體的一客語節目、客家節目與客家人的節目〉。《客家》94：21-24。(Huang, Yong-Da .1998. “The Broadcasting Media-Hakka Language Program, Hakka Program, and the Program of the Hakkas.” *Hakka Monthly* 94: 21-24.)

楊舒媚。2004。〈客家票大變化 北客南客臉都綠了〉。《新新聞》884：47-49。(Yang, Shu-Mei.2004. “The Big Changes on Hakka Votes: North and South Hakkas.” *The Journalist* 884: 47-49.)

劉幼琍。1998。〈客家族群對廣電媒體之使用與滿足調查與評估〉。《客家》94：14-20。(Liu, Yu-Li. 1998. “The Survey and Assessment of the Use and Satisfaction to Broadcasting Media in Hakka.” *Hakka Monthly* 94: 14-20.)

劉嘉薇。2012。〈北藍南綠：客家族群政黨偏好之研究〉，「國立臺北大學客家文化」學術研討會。2012/11/07。新北市：臺北大學。(Liu, Jia-Wei. 2012. “Blue North and Green South: Hakka Party Identification.” *Proceeding of a Conference on Hakka Culture in National Taipei University*. 7 November 2012. New Taipei City: National Taipei University.)

劉慧雯。2008。〈跨越族群與文化的邊界：客家電視臺工作者族群身分與專業生涯的融合〉。《97年度行政院客家委員會獎助客家學術研究計畫》。臺北：行政院客家委員會。(Liu, Hui-Wen. 2008. “Crossing the Border between Ethnic and Culture:

Combining the Ethnic Identity and Career on the Hakka TV.”

Taipei: *Council of Hakka Affairs, Executive Yuan.*)

劉慧雯。2011。〈族群傳播與公共性的拔河——客家電視臺新聞報導的屬性分析〉。《100 年度行政院客家委員會獎助客家學術研究計畫》。臺北：行政院客家委員會。(Liu, Hui-Wen. 2011. “Tug of War between Ethnic Communication and Public: Analysis of News Coverage on the Hakka TV.” Taipei: *Council of Hakka Affairs, Executive Yuan.*)

劉雙章。2004。〈客家選情翻盤了〉。《客家》165：70-72。(Liou, Shuang-Jhang. 2004. “Hakka Election Situation Overturned.” *Hakka Monthly* 165: 70-72.)

鄭夙芬。2007。〈深綠選民之探索〉。《問題與研究》46，1：33-61。(Cheng, Su-feng. 2007. “A Preliminary Study on Deep-Green Voters” *Issues & Studies* 46, 1: 33-61.)

魏均。2009。〈公民社會、知識份子與國家：關於臺灣媒體改革運動的幾點反思〉。《臺灣社會研究季刊》74：317-330。(Wei, Ti. 2009. “Civil Society, Intellectuals and the State-A Reflection on the Media Reform Movements in Taiwan.” *Taiwan: A Radical Quarterly in Social Studies* 74: 317-330.)

附錄一：變數編碼表

變數名稱	問卷題目	變數重新編碼方式
依變數		
政黨認同	<p>在國民黨、民進黨、新黨、親民黨跟臺聯黨這五個政黨中，請問您認為您比較支持哪一個政黨？【回答「選人不選黨」者，請追問「非選舉時期」整體而言較支持哪一個政黨】</p> <p>沒有回答出明確政黨者，追問：您比較偏向國民黨、偏向民進黨，偏向新黨，偏向親民黨，還是偏向臺聯黨，或是都不偏？</p> <p>重新將政黨認同重新編碼為泛藍、泛綠和中立無反應三類（上述第一題回答中立無反應者，以第二題答案替代）</p>	<p>(0) 泛藍（包含國民黨、新黨與親民黨）</p> <p>(1) 泛綠（包含民進黨與台聯黨）（模型分析時為對照組）</p> <p>(2) 中立和無反應（包含拒答、看情況、無意見、不知道與其他）</p>
增加政黨支持	<p>請問您認為客家電視臺的成立，會增加民眾對民進黨或對國民黨的支持，還是沒有影響？</p>	<p>(1) 民進黨</p> <p>(2) 國民黨</p> <p>(3) 沒有影響</p> <p>遺漏值：拒答、看情形、無意見、不知道</p>

客家電視臺使用情況		
客家電視臺暴露程度二分類	<p>請問您<u>有沒有收看過</u>（臺：咁有看過）「客家電視臺」？</p> <p>將本題原四選項重新編碼為兩分類</p>	<p>(0) 不常看（包含從來不看與很少看）</p> <p>(1) 常看（包含很常看與有時看）</p> <p>遺漏值：沒有聽說過、拒答、看情形、無意見、不知道。</p>
客家電視臺注意程度二分類	<p>請問您對客家電視臺的節目內容<u>注不注意</u>（臺：咁有注意）？</p> <p>將本題原四選項重新編碼為兩分類</p>	<p>(0) 不注意（包含非常不注意與不注意）</p> <p>(1) 注意（包含非常注意與注意）</p> <p>遺漏值：沒有聽說過、拒答、看情形、無意見、不知道。</p>
民眾對客家電視臺信任型／接近型選擇性暴露與敵意媒體傾向		
信任型／接近型選擇性暴露	<p>1. 請問您信不信任（臺：咁有相信）客家電視臺所報導的政治新聞？</p> <p>2. 請問您認為客家電視臺政治新聞的觀點與您接不接近（臺：咁有接近）？</p> <p>3. 請問您有沒有收看過（臺：咁有看過）「客家電視臺」？</p> <p>4. 請問您對客家電視臺的節目內容注不注意（臺：咁有注意）？</p>	<p>(1) 有選擇性暴露（以聯集挑選出「信任且常看」或「接近且常看」或「信任且注意」或「接近且注意」等四類人）。以上所稱「信任」之測量，為左列第 1 題，「接近」之測量，為左列第 2 題，「常看」之測量，為左列第 3 題，「注意」之測量，為左列第 4 題。</p> <p>(0) 無選擇性暴露（除歸類為有選擇性暴露的四類，其他皆歸為無選擇性暴露）（模型分析時為對照組）</p> <p>說明： 「不常看」包含「從來不看」與「很少看」</p>

		<p>「常看」包含「很常看」與「有時看」</p> <p>「不注意」包含「非常不注意」與「不注意」</p> <p>「注意」包含「非常注意」與「注意」</p> <p>「不信任」包含「非常不信任」與「不信任」</p> <p>「信任」包含「非常信任」與「信任」</p> <p>「不接近」包含「非常不接近」與「不接近」</p> <p>「接近」包含「非常接近」與「接近」</p>
敵意媒體傾向	<p>請問您支不支持（臺：咁有支持）政府出錢經營客家電視臺？</p> <p>您認為政府成立客家電視臺，是為了在政治上討好客家族群，還是為了保障客家族群的權益？</p>	<p>(1) 有敵意媒體（以聯集挑選出「不支持政府出錢」經營客家電視臺或「認為政府成立客家電視臺是為了在政治上討好客家族群」）</p> <p>(0) 無敵意媒體（除歸類為敵意媒體的民眾，其他皆歸類為無敵意媒體）（模型分析時為對照組）</p> <p>說明： 「不支持」包含「非常不支持」與「不支持」 「支持」包含「非常支持」與「支持」</p>
信任型／接近型選擇性暴露與敵意媒體傾向交互作用	<p>依照上述兩項變數： 有／無信任型／接近型選擇性暴露 有／無敵意媒體傾向</p>	<p>(1) 有信任型／接近型選擇性暴露且有敵意媒體傾向</p> <p>(0) 其他：有信任型／接近型選擇性暴露且無敵意媒體傾向、無信任型／接近型選擇性暴露且有敵意媒體傾向、無信任型／接近型選擇性暴露且無敵意媒體傾向</p>

控制變數：個人背景		
性別	訪員自行勾選	(1) 女性 (2) 男性（模型分析時為對照組）
省籍	請問您的父親是本省客家人、本省閩南（河洛）人、大陸各省市人，還是原住民？	(1) 本省客家人 (2) 本省閩南人（模型分析時為對照組） (3) 大陸各省市人 遺漏值：原住民、拒答、不知道
政治世代	請問您是民國哪一年出生的？【說不出的改問：您今年幾歲？由訪員換算成出生年：即 99－歲數＝出生年次】	(1) 第一世代：1942 以前（模型分析時為對照組） (2) 第二世代：1943-1960 (3) 第三世代：1961 之後 （分類請參考陳陸輝，2000） 遺漏值：拒答
教育程度	請問您的最高學歷是什麼（您讀到什麼學校）？	高教育程度：專科、大學、研究所及以上 中教育程度：高中、職 低教育程度：不識字及未入學、小學、國、初中（模型分析時為對照組） 遺漏值：拒答
居住地區	請問您現在居住在哪一個縣市？	(1) 北：北北基（臺北市、新北市、基隆市）、桃竹苗（桃園縣、新竹縣、新竹市、苗栗縣） (2) 中：中彰投（臺中縣、臺中市、彰化縣、南投縣） (3) 南：雲嘉南（雲林縣、嘉義縣、嘉義市、臺南市、臺南縣）、高高屏澎（高雄縣、高雄市、屏東縣、澎湖縣）（模型分析時為對照組）

		(4) 東：宜花東（宜蘭縣、花蓮縣、臺東縣） 遺漏值：拒答、不知道
職業	<p>請問你的職業是？</p> <p>請問您先生（或太太）的職業是什麼？（若已失業、退休者，請追問失業、退休前之職業）？</p> <p>請問您以前（或退休前）的職業是什麼？</p> <p>將上述三題的答案重新編碼為五分類（自身失業者，以失業前職業替代，職業為家管者，以其配偶職業替代）</p>	<p>(1) 高、中級白領（包含公司部門主管人員與專業人員、軍警調查人員及學生）</p> <p>(2) 中低、低階白領（包含佐理人員與業務員）</p> <p>(3) 農林漁牧</p> <p>(4) 藍領（公私部門勞工）（模型分析時為對照組）</p> <p>(5) 其他（包含無業與拒答）</p>

資料來源：張福建與陳陸輝（2010）。

附錄二：個人背景與信任型／接近型選擇性暴露、敵意媒體交叉表

附錄表一 個人背景與信任型／接近型選擇性暴露交叉表

性別與選擇性暴露交叉表

	無選擇性暴露	有選擇性暴露	總和	
男	92.9%	7.1	533	$\chi^2=0.005$ df=1
女	92.8	7.2	539	
總和	92.8	7.2	1072	$p > .05$

省籍與選擇性暴露交叉表

	無選擇性暴露	有選擇性暴露	總和	
本省客家人	83.1%***	16.9%***	118	$\chi^2=18.872$ df=2
本省閩南人	94.2%***	5.8%	804	
大陸各省市人	92.9%	7.1%	113	$p < .001$
總和	92.8%	7.2%	1035	

政治世代與選擇性暴露交叉表

	無選擇性暴露	有選擇性暴露	總和	
政治世代第一代	93.5%	6.5%	108	$\chi^2=0.150$ df=2
政治世代第二代	92.4%	7.6%	289	
政治世代第三代	92.6%	7.4%	663	$p > .05$
總和	92.6%	7.4%	1060	

教育程度與選擇性暴露交叉表

	無選擇性暴露	有選擇性暴露	總和	
低教育程度	93.2%	6.8%	353	$\chi^2=0.629$ df=2 $p > .05$
中教育程度	91.7%	8.3%	315	
高教育程度	93.1%	6.9%	403	
總和	92.7%	7.3%	1071	

居住地區與選擇性暴露交叉表

	無選擇性暴露	有選擇性暴露	總和	
北部	91.6%***	8.4%***	477	$\chi^2=4.034$ df=3 $p > .05$
中部	94.5%	5.5%	218	
南部	94.6%	5.4%	296	
東部	90.4%	9.6%	73	
總和	93.0%	7.0%	1064	

職業五分類與選擇性暴露交叉表

	無選擇性暴露	有選擇性暴露	總和	
高、中級白領	92.3%	7.7%	414	$\chi^2=3.584$ df=2 $p > .05$
中低、低級白領	93.3%	6.7%	224	
農林漁牧	95.9%	4.1%	73	
藍領	92.0%	8.0%	337	
其他	100.0%	0.0%	25	
總和	92.8%	7.2%	1073	

說明一：表中百分比為橫列百分比。

說明二：***代表調整後殘差 >1.96 ，亦即細格與全體平均具有顯著差異。

資料來源：張福建與陳陸輝 (2010)。

附錄表二 個人背景與敵意媒體傾向交叉表

性別與敵意媒體交叉表				
	無敵意媒體傾向	有敵意媒體傾向	總和	
男	61.4%***	38.6%***	534	$\chi^2=9.437$ df=1 $p < .01$
女	70.3%***	29.7%***	539	
總和	65.9%	34.1%	1073	
省籍與敵意媒體交叉表				
	無敵意媒體傾向	有敵意媒體傾向	總和	
本省客家人	76.3%***	23.7%***	118	$\chi^2=6.842$ df=2 $p < .05$
本省閩南人	64.1%	35.9%	804	
大陸各省市人	64.6%	35.4%	113	
總和	65.5%	34.5%	1035	
政治世代與敵意媒體交叉表				
	無敵意媒體傾向	有敵意媒體傾向	總和	
政治世代第一代	72.7%	27.8%	108	$\chi^2=3.849$ df=2 $p > .05$
政治世代第二代	67.8%	32.2%	289	
政治世代第三代	63.7%	36.3%	663	
總和	65.7%	34.3%	1060	
教育程度與敵意媒體交叉表				
	無敵意媒體傾向	有敵意媒體傾向	總和	
低	72.2%***	27.8%***	353	$\chi^2=13.599$ df=2 $p < .01$
中	66.7%	33.3%	315	
高	59.6%***	40.4%***	403	
總和	69.3%	30.7%	1071	

居住地區與敵意媒體交叉表

	無敵意媒體傾向	有敵意媒體傾向	總和	
北部	63.7%	36.3%	477	$\chi^2=1.437$ df=3 $p > .05$
中部	64.7%	35.3%	218	
南部	68.0%	32.0%	297	
東部	74.0%	26.0%	73	
總和	65.8%	34.2%	1065	

職業與敵意媒體交叉表

	無敵意媒體傾向	有敵意媒體傾向	總和	
高、中級白領	61.9%***	38.1%***	415	$\chi^2=11.385$ df=4 $p < .05$
中低、低級白領	63.4%	36.6%	224	
農林漁牧	77.8%***	22.2%***	72	
藍領	70.3%***	29.7%***	337	
其他	60.0%	40.0%	25	
總和	65.9	34.1	1073	

說明一：表中百分比為橫列百分比。

說明二：***代表調整後殘差 >1.96 ，亦即細格 (cell) 與全體平均具有顯著差異。

資料來源：張福建與陳陸輝 (2010)。

附錄三：信任型／接近型選擇性暴露模型與敵意媒體傾向媒體模型

	信任型／接近型選擇性暴露模型			敵意媒體傾向媒體		
	B	S. E.	exp(B)	B	S. E.	exp(B)
政黨認同（對照： 中立無反應）						
泛藍	.220	.292	1.246	.310	.167	1.364
泛綠	.089	.313	1.093	.744***	.167	2.105
女性（對照：男性）	.020	.248	1.020	-.440**	.138	.644
省籍（對照：本省 閩南人）						
本省客家人	1.185***	.299	3.270	-.629**	.238	.533
大陸各省市人	.143	.408	1.153	-.001	.226	.999
政治世代（對照： 第一代）						
第二代	-.048	.469	.953	.454	.263	1.575
第三代	.093	.463	1.098	.472	.258	1.604
教育程度（對照： 低教育程度）						
中教育程度	.092	.352	1.096	.144	.204	1.155
高教育程度	-.179	.364	.836	.376	.202	1.456
居住地區（對照： 南部）						
北部	.167	.318	1.182	.155	.169	1.167
中部	-.045	.396	.956	.165	.198	1.179
東部	.626	.476	1.870	-.233	.304	.792

職業(對照:藍領)						
高、中級白領	-.028	.295	.972	.176	.171	1.192
中低、低級白領	-.189	.358	.828	.149	.201	1.161
農林漁牧	-.860	.686	.423	-.201	.325	.818
無業及其他	-18.582	8483.990	.000	.459	.484	1.583
截距	-2.881***	.529	.056	-1.459***	.298	.232
樣本數	1043			1043		
自由度	16			16		
<i>p</i> 值	<.000			<.000		
R ²	.023			.055		
-2LLR	517.419			1275.498		

說明：***: $p < .001$, **: $p < .01$, *: $p < .05$ (雙尾檢定)。

資料來源：張福建與陳陸輝 (2010)。

People's Selective Exposure, Hostile Media Effect, and Party Identification: Hakka TV

Jia-Wei Liu *

This study discusses and probes the political effect of Hakka TV from people's selective exposure and the hostile media effect. Firstly, it discovers that the main audiences of Hakka TV are Hakka people, the second (1943-1960) or third(after 1961) political generation, and people living in northern Taiwan. In addition, this study finds that selective exposure to Hakka TV makes people's political identification tend to prefer [the] pan-blue parties, and the hostile media effect makes people prefer [the] pan-green; the former apparently has much more impact on people. In other words, when people trust political news reported by Hakka TV or assume their political positions are similar to those on Hakka TV, the influence of the selective exposure in favor of the pan-blue party identification is even bigger. Relatively, when people do not support the government to increase the subsidy for Hakka TV or assume the goal of Hakka TV is to gain favor with the Hakka ethnicity, the influence of the hostile media effect in favor of the pan-green party identification is much

* Associate Professor, Department of Public Administration and Policy, National Taipei University.

weaker.

People's selective exposure and the hostile media effect towards Hakka TV [indeed] results in political effects. Although the study verifies the above correlation, the development of Hakka TV named by ethnic minorities is particularly concerned. In addition, the multiplicity of language usages in Hakka TV is worthy of further research.

Keywords: Hakka TV, Hakka, ethnicity, media, selective exposure, hostile media effect