在2008年台灣總統大選投票新聞的感知效果中檢驗知覺差距和行為意圖

## Abstract

這項研究從第三人稱視角研究了新聞民調對2008年台灣總統大選的影響。 使用1097名受訪者的隨機樣本進行的調查結果表明，他們認為關於選舉的新聞民調對他人的影響要比對自己的影響更大，無論這些影響是負面的還是正面的。 此外，研究結果表明，對選舉投票新聞的關注增強了人們對自己和他人的積極影響。 研究結果還指出，民調的可信度與對自己和他人的感知影響之間存在聯繫。 人們對選舉民調的可信度越低，自我與其他人之間的感知差距就越大。最後，人們發現對選舉投票新聞對他人的負面影響的關注促使受訪者考慮採取保護性行為。 但是，研究結果表明，此類新聞對自我的積極影響導致了人們參與競選活動的意圖。 討論了研究結果對推進第三人稱效果研究的理論意義。

## Purposes of the Study

投票在美國選舉中已扮演了重要角色，已有200多年的歷史（Lavrakas＆Traugott，2000）。 現代選舉的特點是普遍存在民意調查。當新聞媒體廣泛報導選舉投票時，它們可能具有很大的影響力。對於新聞機構來說，民意測驗有助於選舉的範圍，因為它們在預測比賽獲勝者方面力求比競爭對手更準確。 梅森（Mason），弗蘭科維奇（Frankovic）和傑米森（Jamieson）（2001）將民意測驗驅動的選舉報導描述為“原型新聞規範”，使民意測驗報告成為一種獨特的媒體信息（潘，阿比薩伊德，佩克，孫和侯登，2005）。

但是，過去的研究表明，民意測驗產生的故事往往是基於錯誤的方法論，並且在他們的預測中是錯誤的（Paterson，2005； Rhee，1996）。公眾傾向於懷疑地評估民意調查（Traugott，2003）。 Price and Stroud（2005）報告說，選民認為民意測驗者和新聞媒體存在偏見，因為人們認為民意測驗者試圖影響選舉結果。 當選民反對的候選人似乎在民意調查中處於領先地位時，這種負面看法尤其明顯。 黨派選民越多或與候選人的團體認同越強，對偏見的感知就越強。 Vallone，Ross和Lepper（1985）將這種現象理論化為敵對的媒體效應。 Rosenstiel（2005）認為，觀眾的懷疑導致了對投票方法和投票完整性的不信任。 值得注意的是，由於投票機構的財務限制和總統初選的快速步伐，總統選舉的民意調查更容易出現錯誤（Hagstrom，1992）。 台灣就是這種情況。 在2004年總統大選中，執政的民進黨候選人陳水扁在選舉前的最後一周在民意測驗中落後於國民黨挑戰者連戰兩位數。 島上三大發行量最大的報紙中的兩家，《聯合日報》和《中國時報》預測，現任將輸掉。 但是，他以微弱優勢贏得了選舉。 學者認為，民意測驗預測與實際選舉結果之間的差距損害了新聞機構的公信力（Chen，2008）。

這項研究著眼於台灣2008年總統大選的民意調查新聞，將從第三人稱視角研究有關此類新聞的公眾輿論。具體來說，它將研究與自我相對於他人的選舉有關的新聞方面的知覺差距。 這樣，將探索選舉民意測驗新聞的負面影響和正面影響。 在檢查新聞對選舉民意的負面和正面影響的影響時，將評估媒體使用和民意調查在緩解第三人稱影響方面的作用。 最後，本研究將探討更大的感知負面影響是否會導致更強烈的意願，以支持對有關選舉民意測驗的限制。 它還將檢查這種報告所感知的積極影響是否會導致進行公民討論的可能性。 應用第三人稱視角的框架來檢查台灣總統選舉中的媒體影響是基於以下三個方面的考慮：（1）台灣是美國啟發的民主制，具有兩黨制的兩黨制； （2）在過去20年中，台灣是一個新聞自由的國家，在每次大選中都進行了民意調查； （3）在過去的研究中，發現台灣的第三人稱效果很強。

信息特徵或底層媒體信息的社會可取性，是第三人稱效果理論的核心（Eveland＆McLeod，1999）。 過去的第三人稱效果研究非常關注負面信息，例如暴力和色情。 已經發現第三人稱感知具有持久性（Paul，Salwen和Dupagne，2000； Perloff，1993，1999）。 過去的研究還報告說，在消極信息中發現的第三人稱感知在親社會的積極信息中是相反的，例如在公共服務廣告中（Gunther＆Thorson，1992），儘管反向第三人稱感知的健全性較低（David，Liu ，＆Myser，2004）。 但是，很少有研究調查並非完全負面或正面的媒體消息的假定影響，例如有關選舉民意調查的新聞報導。 民意測驗在選舉過程中起著重要作用，但公眾對此表示懷疑，民意測驗所產生的新聞報導也是如此（Lavrakas，Holley和Miller，1991）。 在這種情況下，個人可能會在民調新聞的正面和負面影響之間進行區分。 因此，本研究試圖通過應用該理論來研究一種媒體信息，以擴大對第三人稱效果的研究範圍，從而為選民提供有用的信息，同時也可能損害他們的利益。 由於此類消息將它們與明顯的正面或負面消息區分開，因此研究結果將闡明發生自我與其他感知差異的新情況。

此外，通過關注支持限制和參與競選活動話語作為自我-其他知覺的兩個不同行為方面的意圖，本研究將探索一個動態過程，即對媒體消息影響的消極和積極知覺如何導致不同的行為 傾向。 這些發現將有助於研究第三人稱假設的行為成分。

## Theoretical Framework and Hypotheses

### The Third-Person Perceptual Gap

在評估媒體消息對自己相對於他人的影響時，存在著一種持久而迷人的現象。 正如Davison（1983）所說，“人們將傾向於高估大眾傳播對他人的態度和行為的影響”（第3頁）。從理論上說，該現像是第三人稱效果，其中包括自我-其他感知成分和感知驅動的行為成分。

在過去的25年中，第三人稱效應假說已經獲得了大量的經驗研究，這在很大程度上支持了這一觀點（Paul等，2000； Perloff，1993，1999）。 先前的研究表明，在負面，不良或說服力的媒體信息中，如色情（Lee＆Tamborini，2005； Lo＆Wei，2002），暴力（Henriksen＆Flora，1999； Hoffner＆Buchanan，2002； McLeod），第三人稱感知效果更強。 ，伊夫蘭（Eveland）和內森（Nathanson），1997；薩爾文（Salwen）和多普涅（Dupagne），2001），有爭議的新聞報導（薩爾文（Salwen）和德里斯科（Driscoll），1997），有爭議的廣告（亨里克森（Henriksen）和弗洛拉（Flora），1999；休，德洛姆（Hoh，DeLorme）和里德（Reid），2004；普萊斯（Tewksbury）和黃（Huang） （1998年； Youn，Faber和Shah，2000年），以及政治運動中的負面廣告（Cohen和Davis，1991年； Paek，Pan，Sun，Abisaid和Houden，2005年； Wei＆Lo，2007年）。 這種概括是，媒體內容越負面，自我與他人之間的感知差距就越大。 正如Gunther和Mundy（1993）所述，當一條消息被認為不是有益的並且涉及巨大風險時，第三人稱感知鴻溝將是明確的。 但是，當消息在社會上很受歡迎時，例如公共服務廣告，就會發現反向的第三人稱效果（也稱為第一人稱效果）（Gunther＆Thorson，1992）。

在最近的民意調查的第三人稱效果研究中，儘管民意測驗是科學產生的數據，但在媒體對民意測驗的報導的感知效果中發現了自我-其他感知的差距（Pan等，2005）。 因此，在有關民意測驗的新聞報導比一般民意測驗更具政治爭議的背景下，公眾對此類報導對他人的影響的看法將有所不同。

**假設1：受訪者會認為有關2008年台灣總統大選的民意調查新聞對他人的影響大於對自己的影響。**

### Differentiating Perceived Media-Message Effects Into Negative and Positive

近年來的第三人稱效果研究見證了越來越多的人將第三人稱假設應用於檢查混合媒體消息的感知影響。就是說，含糊不清的媒體消息既包含信息利益，也包含風險，例如有關禽流感的新聞，既有益又令人沮喪。Wei，Lo和Lu（2008）發現，閱讀或觀看禽流感新聞的受訪者越多，他們對自己和他人的新聞影響就越大，從而減少了自我與其他人之間的感知鴻溝。 發現反社會的第三人稱感知的大小大於親社會的歌詞（Eveland＆McLeod，1999）。

對直接面向消費者（DTC）的藥品廣告的研究（DeLorme，Huh和Reid，2006年，2007年； Huh等人，2004年，2005年）顯示，此類廣告被認為是有益的。 消費者感受到DTC廣告的正面和負面影響。 與DTC廣告中的負面影響相比，老年消費者對他們更加積極，並意識到更多的信息實用性。 但是，他們傾向於認為DTC廣告會對他人（而不是自己）施加更大的影響，並認為其他人更容易受到DTC藥品廣告的負面影響（Huh等人，2004）。 一致地，在積極感知的效果中，自我-其他知覺差距要比消極感知的效果小。

過去有關民意測驗媒體報導的研究表明，公眾有矛盾的看法。人們發現，民意測驗產生的故事是有用和有益的，但被認為對選舉有害（de Vreese＆Semetko，2002； Lavrakas等，1991）。 由於公眾對選舉民意測驗在政治中的作用和影響的矛盾態度，一些學者認為，選舉民意測驗通過過度簡化問題和誤導公眾而不是幫助選民（Bradburn＆Sudman，1988）。 Broh（1980）將總統選舉中的民意調查報告描述為賽馬新聞。 更重要的是，Price和Stroud（2005）發現選民認為民意測驗者和新聞媒體存在偏見，因為人們認為民意測驗者試圖影響選舉結果。 台灣就是這種情況，那裡有強大的黨派媒體體系，新聞機構可以在其中支持執政的民進黨或反對黨國民黨（Lo，Hou，Teng，and Lee，2004; Lo，Neilan，＆King，1998 ）。 選民擔心擔心黨派新聞媒體報導的民意測驗和選舉預測可能會誤導選民並向自己反對的候選人提供支持，他們可能會認為總統選舉中的民意調查新聞會對自己和其他選民產生有害影響。 因此，期望人們將可能區分民意測驗新聞的負面影響和正面影響，並以不同的方式感知對自己和他人的影響。

**假設2：如果人們將有關選舉民意調查的消息視為對自己和其他台灣選民有好處，那麼他們在2008年台灣總統大選中的第三人稱知覺差距將會大大縮小。 另一方面，如果他們認為這樣的消息對自己和其他選民有害，那麼在感知上的差距就會更大。**

### Third-Person Perception and Media Use

為什麼第三人稱感知差距以及如何發生？ 尚無全面而全面的解釋，但是建立了一些理論機制來解釋自我-其他感知差異，例如自我服務偏差（Brosius＆Engel，1996； Perloff，1999），社會距離（McLeod等， 1997年），自我分類（Reid，Byrne，Brundidge，Shoham和Marlow，2007年）和不確定性降低（Pan等人，2005年）。 過去的研究已將媒體的使用確定為局部變量，它可以增強第三人稱感知（Cohen＆Davis，1991； Tiedge，Silverblatt，Havice和Rosenfeld，1991）。 Salwen（1998，p。264）認為，媒體使用可能會“放大”第三人稱感知偏差，因為人們會從媒體使用中學習。 學習效果意味著人們對內容的了解越多，他們在評估此類內容對自己和他人的影響時就越確定。 如果媒體內容有害，則會出現更大的自我-其他感知鴻溝； 如果媒體信息是積極的，那麼對自己和他人的積極影響就會更大。

從分析上講，過去的研究表明，應分別檢查感知到的媒體對自己和他人的影響，而不是對自我與其他感知差異的影響。 例如，Rucinski和Salmon（1990）報導媒體使用是感知媒體對自己和他人影響的重要預測指標。 人們發現，電視觀看與政治信息對自己的感知效果成正相關，而報紙曝光率的提高與對他人的感知效果成正相關。 在針對跨境媒體影響的受眾信念的跨文化研究中（Willnat，He，Takeshita和Lopez-Escobar，2002年），人們認為媒介性的美國暴力行為會對自己和其他受訪者產生負面影響。 Gunther and Storey（2003）主張將對他人的感知影響作為一種更廣泛的方法來檢驗假定的媒體效應。 他們的研究發現，廣播劇的曝光與假定對他人的影響呈正相關。 帕克（Park）（2005）還發現，由於瘦弱的理想對他人的影響，閱讀美容和時尚雜誌增加了人們變瘦的慾望。

因此，有可能在2008年台灣總統大選中分別測試​​民意測驗新聞的曝光與這些新聞對自我和他人的影響之間的聯繫。 此外，考慮到民意調查新聞既有好處也有壞處，因此，假設更大的曝光率會帶來更大的學習效果，從而可以對此類新聞對自我和高風險選舉中的他人的正面評價：

**假設3：民意測驗新聞曝光度將與這種新聞對自身和他人的感知影響顯著相關。 具體而言，曝光度將與對自己和他人的感知損害負相關，但與對自身和他人的感知利益正相關。**

此外，以前的研究（Chaffee＆Schleuder，1986； Weaver＆Drew，1995； Wei＆Lo，2008）始終表明，注意力作為信息處理的一種更為詳盡的方法，其學習效果要比暴露更為重要。 Chaffee，Zhao和Leshner（1994）報導說，對電視新聞的關注是對1992年美國總統大選候選人知識的重要預測。 Sotirovic和McLeod（2004）發現，報紙和國家電視台對競選新聞的關注顯著預測了2000年總統大選的知識。 德魯和韋弗（Drew and Weaver，2006年）研究了各種新聞媒體的曝光率與關注度之間的關係，發現對電視新聞和互聯網新聞的關注預示了選民對候選人在問題上的立場的了解。 在估計有關民意測驗的新聞對2008年台灣總統大選的影響時，可以預期，受訪者對此類新聞的關注程度越高，他們對自己和他人的看法所產生的積極影響就越大。

**假設4：關注有關選舉民意調查的消息將與此類消息對自身和他人的感知影響顯著相關。 具體而言，注意力將與感知到的對自身和他人的傷害負相關，而與感知到的對自身和他人的收益正相關。**

### Third-Person Perception and Media Credibility

過去的研究也將媒體公信力確定為局部變量，這可以緩解自我與他人之間的感知鴻溝。 信譽的構造是信息的特徵，是信息的來源還是媒介，是指是否認為來源，信息或媒介是可信的和真實的（Gaziano＆McGrath，1986）。 已從三個方面對它進行了審查：（1）源信譽（例如，可信度，專業知識，準確性，公平性和可信度）； （2）媒介或渠道的信譽（例如，給定媒介的真實性和可信度）； （3）內容可信度（例如，信息的真實性和可信度； Kiousis，2001； Soh，Reid和King，2007）。

先前的研究表明，媒體信譽會影響第三人稱感知差距。 這種模式是，自我與他人之間的認知差距會隨著信譽的降低而增加。 幾項研究從經驗上證明了可信度與自我-其他感知差距之間的關係。 Gunther（1991）在評估國家詢問者的危害時發現了更大的自我-其他知覺差異，這與《紐約時報》相比是不可置信的。 人們傾向於認為他人比他們自己受到小報的負面影響更大。 Johansson（2005）還使用瑞典收集的數據探索了這種關係。他發現可信度較低的大眾媒體的第三人稱感知差異有所增加。 在評估博客和傳統媒體的感知影響時，Banning和Sweetser（2007）報告說，受訪者認為自己和他人受到博客和傳統媒體影響的程度與他們對博客和傳統媒體的信任程度有關。 他們比較了四種媒體來源（個人博客，媒體博客，在線新聞和印刷報紙）在自我和其他方面的感知差距。 在整個媒體上都發現了第三人稱感知偏差。 此外，他們發現在線新聞比印刷報紙具有更大的感知差距，因為人們認為在線新聞的可信度較低。

總而言之，媒體可信度減輕了第三人稱視角。 當人們認為某條消息或媒介信譽低下時，他們會相信別人比他們自己更容易受到該消息或媒介的影響。 另一方面，當可信度很高時，自我與他人在感知上的差距就會縮小。 上面的評論引出了下一個假設，該假設考察了2008年台灣總統大選中民意測驗的可信度將如何影響第三人稱感知差距。

假設5：選舉民意測驗的可信度將與有關選舉民意測驗的新聞對自身和他人的感知影響顯著相關。 具體而言，信譽越低，對自己和他人的負面影響就越大。另一方面，信譽越高，對自我和他人的積極影響就越大。

### Third-Person Perceptual Gap and Behavioral Implications

自我與他人之間的感知鴻溝會對行為產生影響：即使人們的看法有偏見，人們也會對他們的看法採取行動。 正如Gunther和Storey（2003）所論證的那樣，假設媒體消息對聽眾有影響的人們將適應他們的行為以適應這些假設。 過去對第三人稱行為的行為成分進行研究的研究一致表明，如果人們相信他人比自己更容易受到有害影響，則人們更有可能採取行動。 在負面和有爭議的媒體內容被認為有害的情況下，第三人稱感知鴻溝作為一個先例，可以預測支持審查或限制此類內容以保護弱勢群體（Gunther，1995； Hoffner＆Buchanan，2002； Hoffner 等人，1999; Lo＆Paddon，2001; McLeod，Detenber，＆Eveland，2001; McLeod等，1997; Rojas，Shah，＆Faber，1996; Wei＆Lo，2007; Youn等，2000）。

Sun，Shen和Pan（2008）認為，由於自我與其他知覺差異導致的針對特定受眾的糾正行為將旨在限制負面影響的信息，糾正歧義影響的信息以及擴大正面影響的信息。 關於民意測驗的新聞報導的感知影響的研究表明，公眾贊成對媒體進行此類民意測驗的限制（Lavrakas等，1991）。 此外，de Vreese和Semetko（2002）發現，在丹麥2000年的歐元全民公決中，選民對民意測驗對公眾影響的關注越多，對限制民意測驗出版的支持就越強。 Price and Stroud（2005）發現，民意測驗的負面印象與支持禁止選舉之夜預測有顯著正相關。 在人們會認為媒體對2008年台灣總統大選的民意調查具有負面影響和正面影響的基礎上（假設2），以及以往研究的發現（Huh等人，2004）表明，DTC的負面影響 -藥品廣告是支持DTC-ad監管的重要預測指標，在理論上重要的是探索更大的感知負面影響是否會導致更強烈的意圖支持對民意測驗的新聞報導的限制，以及更大的感知正面影響是否會導致 支持此類限制的可能性較小。

**研究問題1：與民意測驗對自我和他人的正面影響相比，民意調查新聞對自身和他人的負面影響將更好地預示支持限制此類新聞的意圖。**

最後，最近的研究將第三人稱感知鴻溝的行為結果從審查制度擴大到了發生飲食失調的可能性（David＆Johnson，1998），目的是在人們認為其他人受媒體報導影響更大的情況下搬遷。 （Tsfati＆Cohen，2003），與衛生工作者的互動（Gunther＆Storey，2003），對苗條的渴望增加（Park，2005），以及尋求健康信息和免疫疫苗的意願（Tsfati＆Cohen，2003）。 Wei等，2008）。

在政治和公民參與領域，Neuwirth，Frederick和Mayo（2002）發現，第一人稱和第三人稱感知的共同影響與受訪者在公民參與中的行為意圖（如有關選舉和投票的討論）成正相關。 Banning（2007）還探討了第三人稱感知對投票的影響。 他假設，具有較高第三人稱感知能力的人會更有動力去投票。 調查數據的結果表明，第三人稱感知是2004年美國總統大選過去投票行為的重要預測指標。 在一項實驗中，研究對像對政治廣告的行為反應，戈蘭，班寧和隆迪（2008）還發現，第三人稱感知預測了投票的可能性。 他們認為，高估政治廣告對他人的影響會促使個人去投票站。

這些發現進一步擴大了自我與其他知覺差距的行為影響範圍。 但是，他們未能區分媒體信息的積極影響和對政治參與的消極影響。 為了填補這一空白，本研究探討了媒體消息對行為意圖的正向和負面影響。 具體而言，在回應有關2008年台灣總統大選的民意測驗報告的正面和負面影響時，預計民意測驗新聞的感知正面影響很可能與從事公民活動的意願正相關。 也就是說，有關選舉民意調查的新聞被認為對自己和他人有積極影響，被調查者越有可能尋求有關民意調查的更多信息並與他人討論。 另一方面，有關選舉民意調查的報告被認為對自己和他人有負面影響，越多，受訪者就民意調查尋求更多信息並與他人討論的可能性就越小。

**假設6：與民意測驗有關的新聞對自我和他人的負面影響相比，選舉民意新聞對自我和他人的正面影響將更好地預測競選活動-演講-參與意圖。**

## Method

用於假設檢驗的數據是從大規模調查中收集的，該調查使用了台灣大學生的概率樣本，該樣本於2008年3月20日舉行了總統大選。使用多階段集群抽樣計劃，從10名受訪者中隨機抽取受訪者 從台灣的147所大學中選出了一些大學。 從10所學院中的每所中隨機選擇三個班級。 在教師的事先允許下，自選問卷於2008年3月總統選舉前的兩週內分發給了選定的班級。 參與是自願的； 受訪者獲得了保密和匿名的保證。 在樣本中選擇的1126名學生中，有1097名（95.8％）完成了調查。

在樣本中，男性佔52.1％，女性佔47.9％。 他們的平均年齡為20.3歲（SD = 1.47）。 大學學習時間的分佈大致均勻。 新生中有超過五分之一（21.3％）是大一新生，三分之一是大二（33.7％），三分之一是大三（32.2％），其餘是大四（12.7％）。 樣本與台灣大學生總人口的性別比例非常接近。 高校中男女生的比例為50.5％，而男性為49.5％。 卡方檢驗表明，樣本與總體之間沒有差異，x2（df = 1，N = 1,097）= 1.17，p> .05。關於年齡，沒有關於大學生平均年齡的官方統計數據。鑑於樣本量大且學習年數分佈均勻，該樣本代表了台灣的大學人口。

## Measurement of Key Variables

### Exposure to news about election polls

首先，受訪者被問及他們在報紙，電視或互聯網上閱讀或觀看基於選舉民意測驗的故事的頻率。使用4點刻度來指示頻率，範圍從1（從不）到4（通常）。 探索性因素分析的結果顯示了單因素解決方案，表明這3個項目測量的是相同的基本概念（特徵值= 2.30％，佔方差的76.58％）。 通過將這三個項目的平均值（M = 1.79，SD = .77，a = .85），建立了有關選舉民意調查新聞報導的綜合量表。

### Attention to news about election polls

然後，受訪者被問到他們在報紙，電視或互聯網上閱讀或觀看基於選舉民意測驗的報導時所付出的關注程度。 在這裡使用了5分制的量表，回答範圍從1（無注意力）到5（大量注意力）。 探索性因素分析的結果顯示了單因素解決方案，表明這3個項目測量的是相同的基本概念（特徵值= 2.53％，解釋了84.21％的方差）。 通過將這三個項目的平均值（M = 2.25，SD = .94，a = .91）來建立對選舉民意新聞報導的綜合關注量表。

### Credibility of election polls

為了衡量媒體民意調查的可信度，要求受訪者對報紙，電視和互聯網上報導的總統選舉民意調查的真實性進行評分。 響應類別從1（非常不真實）到5（非常真實）不等。 探索性因素分析的結果顯示，這3個項目歸為一個因素（特徵值= 2.56，佔方差的85.25％）。 將這3個項目相加並除以3，以創建“選舉民意測驗的可信度”的綜合衡量指標（M = 2.32，SD = .86，a = .91）。

### Perceived effects on self

為了衡量關於民意測驗的新聞對自我的負面影響和正面影響，使用從1（完全沒有影響力）到5（很大的影響力）的5分制來測量6項。 這些項目基於預先測試。具體來說，受訪者針對以下問題評估了此新聞報導對他們的影響：“您認為查看2008年總統大選的新聞報導有多少（1）誤導了您對競選的理解？（2）您的投票意願降低了嗎？（3）讓您不喜歡競選活動嗎？（4）幫助您了解候選人實際適合擔任總統職位嗎？（5）幫助您了解候選人在各種問題上的立場嗎？（6）幫助您了解這次總統大選的關鍵問題嗎？”

主成分因子分析得出了一個兩因子解，佔總方差的76.17％。 第一個因素佔方差的41.48％（特徵值= 2.49），包含項目4、5和6。將這3個項目相加並除以3，以形成對自我的積極影響的綜合度量（M = 2.37） ，SD = 1.07，a = 0.89）。 第二個因素包括項目1、2和3（特徵值= 2.08；佔方差的34.69％）。 將這3個項目相加並除以3，以建立對自我的負面影響的量度（M = 2.35，SD = 1.06，a = .77）。

### Perceived effects on others

選舉民意新聞對他人的知覺效果的衡量方法包括將相同的6項用“他人”替換為“您”來改寫為提及他人。其範圍是相同的。 主成分因子分析表明，這6個項目也分為2個因子。 2因子解佔總方差的83.07％。 第一個因素佔方差的43.92％（特徵值= 2.64），由項目4、5和6組成。將這3個項目相加並除以3，以形成對他人的感知積極影響的綜合度量（M = 2.74，SD = 1.10，a = .93）。 第二個因素包括項目1、2和3（特徵值= 2.35，佔方差的39.15％）。 將這3個項目相加並除以3，以建立對他人的負面影響的衡量指標（M = 2.92，SD = 1.11，a = .86）。

### Intention to support for restrictions on news about election poll

該措施包括4個項目。 受訪者被問及，如果選舉民意調查引起了公眾的嚴重關注，他們將採取以下行動的可能性：（1）簽署請願書，要求公平的媒體報導選舉民意調查的結果；（2）抵制報導帶有偏見的新聞機構的新聞機構， （3）支持採取立法行動對不公正地報導選舉民意調查的新聞機構進行處罰，以及（4）支持採取立法行動禁止有關選舉民意調查的不公正報導。 響應範圍從1（極不可能）到5（極可能）。 對這些項目進行主成分因子分析。 出現了單因素解決方案（特徵值= 3.03，佔方差的75.71％）。 這些項目組合為旨在支持限制有關選舉民意測驗的新聞的綜合衡量指標（M = 3.20，SD = 1.11，a = .89）。

### Intention to engage in campaign discourse

要求受訪者使用5分制的答案表示從1（完全不同意）到5（完全同意）來衡量（1）與他人討論總統選舉的結果，（2）討論 總統候選人在其他人中的受歡迎程度；以及（3）尋求有關民意調查的更多信息。 對這三個項目進行探索性因素分析的結果證實，他們測量了一個基本概念。 單因素解決方案佔方差的77.65％（特徵值= 2.33）。 通過平均3個項目（M = 2.54，SD = .98，a = .86）來構建參與競選活動話語意圖的綜合量度。

收集了受訪者的人口統計學特徵（例如性別和年齡），並將其用作回歸分析中的控制變量，因為先前的研究表明它們與第三人稱效應有關（Brosius和Engel，1996； Lee和Tamborini，2005； Lo和 Wei，2002; Rucinski＆Salmon，1990）和對媒體內容審查的支持（Gunther，1995; Lo＆Wei，2002; Rojas et al。，1996）。 此外，在回歸分析中還測量並控制了受訪者的一般媒體曝光度，包括報紙使用，電視使用和互聯網使用，因為過去的研究表明它們與第三人稱影響有關（Price，Huang和Tewksbury， 1997； Rojas等，1996； Rucinski＆Salmon，1990）。

## Results

假設1預測，受訪者會認為新聞媒體報導的2008年台灣大選民意調查對他人的影響大於對自己的影響。表1所示的配對t檢驗結果支持了這一點。 正如預期的那樣，受訪者認為其他人比他們自己更容易受到投票新聞的影響：t（1.095）= 28.02，p <.001。 假設2預測，如果受訪者認為有關選舉民意調查的消息對選民有利，那麼第三人稱感知鴻溝將變小。 另一方面，如果他們認為這樣的消息對選民有害，那麼在感知上的差距就會更大。 配對t檢驗的結果表明，民意測驗新聞的負面影響的自我－其他感知差距（M = .57，SD = 1.05）顯著大於此類新聞的感知正面影響的差距，M = .37， SD = 1.03，t（1,087）= 5.64，p <.001； 因此，假說2得到了支持。

假設3預測，有關選舉民意測驗的新聞曝光將與此類新聞對自身和他人的感知影響顯著相關。 為了對其進行測試，進行了四個單獨的層次回歸分析，以考慮人口統計學和媒體使用的影響，並分別將對自身和他人的負面影響和正面影響作為因變量。 如表2所示，在控制人口統計和媒體使用的影響的情況下，暴露於有關選舉民意調查的報告並不能有效預測此類報告對自身或他人的負面影響或正面影響。 因此，假設3被拒絕了。

假設4預測，對選舉調查報告的關注將與此類報告對自我和他人的感知影響顯著相關。 進行了四個單獨的層次回歸分析以對其進行測試。 如表2所示，在人口統計學，一般媒體使用以及對選舉民意測驗新聞的影響受到控制的情況下，關注有關選舉民意測驗的報告是這些報告對自我的積極影響的重要且積極的預測因素（B = .22 ，p <.001）和其他（B = .16，p <.001）。 但是，關注有關選舉民意測驗的新聞與感知到的對自己和他人的負面影響並沒有顯著相關。 因此，假設4得到了部分支持。

假設5預測選舉民意測驗的可信度將與第三人稱感知顯著相關。 為了對其進行測試，進行了四個單獨的層次回歸分析，以考慮人口統計學和媒體使用的影響，並分別將對自身和他人的負面影響和正面影響作為因變量。 如表3所示（第一和第二列），在控制了人口統計學，媒體使用以及民意測驗的曝光和關注的影響下，民意測驗的可信度是感知到的對自身負面影響的最強預測因子（B = –.13，p <.001）和其他（B = –.17，p <.001）。 這些結果表明，人們對選舉民意調查的可信度越低，他們對自己和他人的負面影響就越大。

另一方面，選舉民意測驗的可信度是感知到的自我影響的重要和積極的預測指標（B = .07，p <.05）。 該結果表明，人們對選舉民意調查的可信度越高，對自我的積極影響就越大。 但是，感知到的可信度與感知到的對他人的積極影響並不顯著相關（B = .07，p> .05）。 假設5得到部分支持。 這些結果表明，可信度越低，有關民意測驗的新聞對人們自身和他人的危害就越大。 因此，有關選舉民意測驗的新聞類似於有爭議的媒體消息，例如DTC廣告（Huh等，2004）和O. J. Simpson的新聞報導（Salwen＆Driscoll，1997）。

研究問題1探索到，關於選舉民意測驗的報告對自我和他人的負面影響被認為是預測支持限制選舉民意測驗的新聞的更好的預測指標，而不是被視為對自我和他人的正面影響的預測指標。 為了測試它，進行了層次回歸分析，將意圖支持對選舉民意調查的媒體報導的限製作為因變量。 等式的第一部分輸入了人口統計信息作為控制變量。 第二部分包括一般媒體使用變量，其次是有關選舉民意調查的新聞以及對此類新聞的關注。 最後一步是關於選舉民意調查對自己和他人的負面和正面影響。

如表4（第1欄）所示，感知到的對他人的負面影響（B = .19，p <.001）是支持支持限制有關民意測驗報告的意圖的最重要的重要預測因素，而感知到的對自我的正面影響（ B = .05，p> .05）和其他（B = .06，p> .05）不是重要的預測指標。 這些結果表明，被認為對他人不利的新聞越多，受訪者採取行動限制他們的動力就越強。 但是，如果受訪者認為有關選舉民意調查的報告對選民產生了積極影響，他們將無意支持任何限制。

假設6預測，與民意測驗對自我和他人的負面影響相比，選舉民意測驗報告對自我及他人的正面影響將更好地預測參與競選活動的意圖。 為了測試它，執行了另一個層次回歸分析。 等式的第一個塊輸入了人口統計控制變量。第二部分包括一般媒體使用變量，其次是曝光和關注有關選舉民意調查的新聞報導。 最後一塊進入有關選舉民意測驗對自我和他人的負面和正面影響。 如表4（第2列）所示，選舉民意新聞對自我和他人的負面影響並不是競選言論參與的重要預測因素，但對自我的正面影響卻是重要的預測因素（B = .15，p < .001）。 也就是說，越多的受訪者相信有關選舉民意測驗的報告將使他們受益，他們越有意尋求更多有關民意測驗的信息並與他人進行討論。 關於選舉民意測驗的新聞對其他人的積極影響，並未顯示出有意參與競選活動。 因此，假設6得到部分支持。

## Discussion

第三人稱效果理論的主要原則在於信息的特徵或基本信息的社會可取性（Eveland＆McLeod，1999）。 發現負面媒體信息的感知影響力比正面信息的感知影響力更強（David等，2004）。 但是，關於具有模糊質量的媒體消息的感知效果，第三人稱效果理論尚不清楚。 因此，本研究的目標是通過重點關注新聞作為一種可以被視為是有益，有害或兩者都不是的媒體消息來測試含糊消息中的第三人稱效果。 以2008年台灣總統大選的媒體報導為背景，評估了這種報導所帶來的負面和正面影響。 結果表明，儘管有關選舉民意調查的新聞被認為對選民有利，但受訪者認為其他人比他們自己受新聞影響更大。 無論認為基於選舉民意測驗的新聞是正面影響還是負面影響，都存在自我偏向的感知鴻溝。

這項發現與Pan等人（2005）的研究相一致，該研究發現“公眾對民意測驗中新聞報導可能是“科學”數據的報導的理解並未轉化為公眾對媒體民意測驗報告的影響的公正看法。 ”（第347頁）。看來人們傾向於看民意測驗新聞，這是一種既有正面影響又有負面影響的模棱兩可的消息，或者與負面或有說服力的消息相似。 因此，當被要求評估此類信息對自己相對於他人的影響時，無論其正面或負面影響，受訪者都認為，相比於他們自己，其他人受民意調查新聞的影響更大，儘管結果表明，當影響影響時，感知差異較小 被認為是積極的，而不是消極的。 這一特殊發現的含義是，受訪者認為承認受到有關選舉民意調查的新聞報導的影響在社會上是不受歡迎的。 然後，我們的發現將第三人稱效果研究從消息特徵的水平（或Eveland＆McLeod，1999，稱為“消息的社會可取性”）擴展到消息屬性。 它通過顯示消息特徵（例如，民意測驗新聞等模棱兩可的消息）觸發自我與其他人的感知差異，而不論這些消息的效果是正面還是負面，都為文獻做出了貢獻。 換句話說，消息特徵（親社會的，消極的或模棱兩可的）超過了消息的屬性（感知到的積極，消極或中立的影響）。

自我增強和個人的自我中心推理（Eveland＆McLeod，1999； Pan等，2005）可能解釋了人們不願承認自己受到新聞媒體選舉的影響。 由於選舉民意調查可能會影響選舉結果，因此人們不願接受民意測驗的影響大於其他人，特別是為了避免被視為參加主要候選人的潮流（潮流效應）以及與其他選民的共識（ 錯誤的共識效應）。 另一方面，他們認為選舉民意新聞比別人更容易說服別人，因為別人代表了多元的愚昧或天真。 這兩個獨立的推理過程值得進一步研究，這些測試可以檢驗這些合理的解釋，以更好地了解民意測驗中第三人稱感知偏見的產生原因和方式。

認為他人比自己更有可能被選舉民意新聞說服，這會導致不同的行為意圖，這是本研究的另一個主要發現。對其他人受到選舉投票報告負面影響的擔憂引發了保護性的行為傾向。 人們認為受投票新聞影響的其他人越多（無論該新聞的影響是正面的還是負面的），對限制選舉民意報導的支持就越大。 這一發現與文獻一致，即當人們將他人定義為受不良媒體內容影響更大的問題時，他們傾向於支持審查制度來解決問題，這是一種糾正行為（Sun等，2008）。

但是，2008年台灣總統大選有關民意測驗的新聞對自己的積極影響導致了政治言論參與。 輪詢新聞對自己的影響越積極，被調查者就越有可能參與信息的蒐集和討論。 當受訪者認為有關選舉民意調查的報告對他們有利時，他們似乎不需要捍衛自我。 相反，他們將尋求有關民意調查的更多信息，並與其他人進行討論。 看到的積極影響促使公民參與總統選舉。作為第三人稱感知的結果，這兩種不同的行為趨勢有望進一步研究。

效果動機是指個人有效應對或控制環境的內在需求（Jones，1979年），它為民意測驗的新聞產生積極影響而採取政治干預行動提供了解釋。 正如Pinkleton，Austin和Fortman（1998）所指出的那樣，在競爭激烈的政治運動中，選民需要更多信息來增強其政治效力，從而增加了投票意圖。 根據O'Cass和Pecotich（2005年）的觀點，選民將尋求信息以增加他們對選舉的了解，從而增強他們的信心並減少在復雜的選舉過程中做出決策的風險。 輪詢新聞具有信息優勢。 儘管本研究並未將效果動機作為解釋行為意圖的機制進行測試，但這是進一步研究可以探索的方向。

最後，為了比較感知到的負面影響和感知到的正面影響對他人的感知能力在預測行為意圖方面的預測能力，本研究未使用自我與他人的感知差異來預測對民意調查新聞和參與競選活動話語的限制。 這種方法與最近的研究（例如，Gunther＆Storey，2003）是一致的，該研究試圖克服關於是對自己，他人的感知影響，還是第三人稱感知解釋了感知與感知之間關係的不一致結論。 支持審查制度（Schmierbach，Boyle，＆McLeod，2008）。 在這項研究的基礎上，未來的研究可能會嘗試各種分析方法來探索感知到的對自己與他人的負面影響，感知到的對自己與他人的正面影響，第三人稱感知以及行為意圖之間的關係。 如Schmierbach等。 建議，學者應該評估多種模型，因為“僅使用一種分析模型並不能說明完整的故事”（第493頁）。

限制

這項研究還有其他一些局限性。 由於使用了相當有限且相對同質的大學生群體，其發現的概括性可能受到限制。 這樣的樣本不代表一般投票人口。 因此，未來的研究應使用代表性更廣泛的一般人群的樣本來重複該研究。 而且，由測試模型解釋的第三人稱感知的差異很小。 缺少其他預測變量或隨機變化可能會導致R2值較低。 因此，在未來的研究中需要一個完整的模型，其中包括諸如對選舉的興趣和媒體定位等變量。

該研究的另一個局限性在於，行為測度是行為意圖，而不是實際行為。 此外，限制選舉投票報告的支持指數使用了具有特定負面影響的問題。 這些問題可能會增強或減少在感知到的對他人的負面影響與對限制的支持之間發現的關係，這是研究問題1的關注。因此，在解釋發現時，必須考慮這一關鍵警告。 最後但並非最不重要的是，由於使用了一次性調查數據，因此報告的重要關係本質上是相關的，而不是因果關係。 例如，關於對他人的感知影響與競選-話語參與之間的聯繫，話語參與導致對民意測驗產生的新聞的積極看法是合理的。 儘管在類似的研究中這是一個問題，但是非常需要確定民意測驗的積極影響是否引發了關於民意測驗的討論，或者民意測驗的討論是否會在未來的研究中使用縱向或實驗數據來塑造民意測驗的積極感知。