

第四章 iVoter會員素描

劉正山、洪永泰

臺灣和世界其他民主國家都有一個共同點：年輕人較傾向於不參與投票。然而，學界除了知道這個經驗上的事實外，對這群將愈來愈多的時間花在網路和社群網站上的年輕選民其實認識不多。雖然近年來有愈來愈多的研究開始關注這些年輕人在網路上的行為，但學者們的好奇多從「網路如何影響年輕人的生活」此一議題切入（Han, 2008; Hirzalla, van Zoonen, & de Ridder, 2011; Jung, Kim, & de Zuniga, 2011; Lariscy, Tinkham, & Sweetser, 2011; Lin, Cheong, Kim, & Jung, 2010; Trammell, 2007; Vitak et al., 2011; Ward & de Vreese, 2011）。本章將從這個切入點著手，進一步地聚焦於這些「網路原住民」的政治行為面，希望描繪出這群iVoters「智慧型網民」（intelligent voters）在網路世界中的政治生活，為揭露實況踏出一小步。

儘管這份以臺灣年輕網民為主體的網路問卷調查報告和一般透過分層隨機抽樣所得到的樣本不同（代表性的侷限性），只能稱作方便抽樣（convenient sample），然而這筆資料與現存理論之間仍有其對話空間。1970和1980年代美國密西根大學所發展出來的投票行為理論與模型，引領了數個世代的學者們相信：心理因素和政黨認同對投票行為有相當的解釋力。而藉由本章所揭露的年輕網民之行為樣貌，讀者將得以進一步地思考此一理論與模型是否適用於這群選民，進而得與近年針對「密西根學派」假設的討論（Johnston, 2006; Schmitt-Beck, Weick, & Christoph, 2006）產生呼應。¹

¹ 相對於密西根學派對個人自身政黨傾向這個解釋變數的強調，興起於1940年並以強調社群對選民投票抉擇的影響為主之「哥倫比亞學派」（Agnew, 1994; Carmines & Huckfeldt, 1996; Lazarsfeld, Berelson, & Gaudet, 1968），近年亦有捲土重來之趨勢而頗受學界注意。此兩個學派之間的較勁值得讀者持續關注。



一、資料簡介

iVoter是由蔣經國學術交流基金會（CCK foundation）支持，歐洲大學研究院（EUI）指導（<http://www.euprofiler.eu/>），於2010年10月成立的網站（<http://ivoter.ecrc.nsysu.edu.tw>）。iVoter可視為臺灣首創的投票資訊應用平台（vote advice applications, VAAs），也是臺灣將ICT（information and communication technology）概念應用於政治現象研究之創作。iVoter團隊則以此網路議題立場測量平台作為收集資料的窗口。iVoter網站的主要目標之一即在於分析該平台的使用者如何透過科技取得選舉資訊，並作出判斷。所得資料除採用於本章的描述之外，亦有助於瞭解立法和網路政治參與（ICT）之間的關係。

這個計畫包含針對平台使用者的兩波各30題的線上問卷調查：第一波問卷調查從2011年11月15日開始，並在隔年的1月14日大選日當天結束，總計有990位合格選民完成全部問卷；第二波的問卷調查開始於總統大選日之後，為期兩個禮拜（結束於2012年2月10日），總計取得715份完整填寫的回覆。此前後兩次的調查，計有647位受訪者完整完成兩波的問卷調查，這些完整完成兩波問卷調查的受訪者即本文所稱的iVoters，他們在概念上代表了善於使用網路和社群媒體、且有較高政治興趣的公民。以下的描述就是這647位民眾的樣貌。

二、iVoters的基本樣貌

完整完成兩次問卷調查的樣本大多數是年輕選民，並且以男性學生為主。在年齡上，有84.5%的回應者介於20~30歲；67.4%的回應者介於19~25歲；17.1%介於26~30歲。在教育程度上，93.6%為大專院校程度，包含62.8%的大專生和30.8%的研究生。在職業類別上，69.7%是學生，4.6%無業，2.9%在私人企業工作，其他工作類別則為2%。在性別上，大部分是男性，占68.6%，女性為31.4%，3%為無法辨認。在地理分佈上，大部分的受訪者居住在大都市區域。台北市、新北市、台中市和高雄市，分別占19.9%、19.2%、15.0%和14.8%。

iVoters多數非常熟悉網路科技及熱衷社群網站。當問及參加了那些社群網站並成為其會員（複選題）時，95.7%表示自己是臉書的會員，76.4%註冊了批批踢（臺灣最大的BBS網站），44%是Google的會員，24%是伊莉（eyny）的會員，20.7%是Mobole01的會員；32.6%人使用噗浪（plurk），14.5%使用推特（twitter）。當問到他們是如何得知iVoter網站（複選題）時，42.2%表示直接使用網址；25.8%透過社群網路得知；16.4%透過線上新聞得知；17.8%透過電子郵件、師長或非營利組織轉知；13.6%則是由臉書和其他廣告得知。值得注意的是，總計高達77.9%是透過社群網站（29.7%經由臉書和47.8%透過批批踢）得知，其他13.3%由家人或朋友介紹，10.4%是透過印刷報紙或線上新聞得知。由此可見，對iVoters來說，網路社群扮演的資訊傳遞角色，其速度與重要性已經超過了實體的人際傳遞。

三、媒體使用的行為模式

我們接下來使用新聞媒體使用習慣的題組（電視新聞、報紙新聞）來看iVoters的政治傾向。我們發現，17.8%較少看電視新聞，但24.7%關注超過兩個以上的新聞頻道。在眾多新聞頻道中，收看TVBS / TVBS-N的比例最高，達15.6%。報紙或平面新聞這方面，20.2%表示很少或從不閱讀平面新聞，9.6%閱讀兩種以上的平面新聞。至於閱讀的媒體，29.7%偏好蘋果日報，15.8%自由時報，12.1%聯合報以及7.3%閱讀中國時報。跟平面媒體比較起來，80.2%的iVoters閱讀線上新聞，此顯示出平面新聞較不吸引iVoters。

對大多數人來說，這一點應該不令人意外：網路是iVoters主要的資訊來源，這也意味著他們投入許多時間在網路上吸收資訊。iVoters大部分的閒暇時間都花費在上網，其中大部分的受訪者至少花兩個小時在網路上：22.4%一天花8個小時以上，18.2%花6~8個小時，23.8%為2~4個小時。他們花費大量的時間在社群網站上，包括個人網站、個人的即時通訊以及個人部落格。我們以最多勾選三項的複選題詢問iVoters上網時的主要活動：

73.4%受訪者表示上網主要是使用網路社群，並將它當作資訊平台（臉書及BBS等），73.3%把時間用於收信或寫信，58%下載或收集資料，49.1%瀏覽新聞，32.2%觀看影片（Youtube及Hi Channel等），28%使用個人即時通訊（MSN及Skype等），15.3%閱讀或編輯個人部落格，18.4%使用網路拍賣或交易，以及10.8%玩線上遊戲。

除了上述日常的線上活動外，iVoters在選前曾花費一些時間關注選舉，但與他們用於其他線上活動的時間不成比例：56.7%花不到三十分鐘（或是偶而）關注選舉相關新聞，25.7%願意花30~60分鐘看選舉新聞。至於點選政黨網站的iVoters，有29.2%把注意力放在政黨新聞，25.3%放在在候選人資訊，14.4%查閱政黨政策及歷史。

在選舉前，超過一半的iVoters（54.7%）表示從未在選前參觀過政黨網站。而在選舉當天，也仍有51.9%對政黨網站不感興趣。其中，參觀國民黨網站的受訪者比例，從原本的31.1%上升至49.1%；民進黨則從原本的30.9%上升至36.0%；綠黨從14%上升至19%；台聯黨由2%至3%；親民黨8.7%至11.1%。值得注意的是，除了政黨網站外，也有如iVoter一樣的第三方網站提供政黨新資訊來源。例如首投族國政觀察團（First Voter Group）成立於2011年9月，有19.2%的iVoters表示經由該網站得到政黨資訊。

四、投票決定的時間與偏好

iVoters對總統與立委這兩項選舉的關心程度不一。在第一波（選前）的調查中，有66%關注於總統選舉，這個比例在第二波調查時上升至87.5%（同一群人），而不關心的比例由6.7%下降至2.2%。然而，立法委員選舉受關注的程度相對較低：在第二波調查中，只有63.8%的受訪者關注立委選舉。至於投票參與和投票選擇方面，iVoters會積極投票，並且偏好民進黨參選人蔡英文。在第一波的調查中，66.8%清楚表示將會去投票，7.9%則表示將不會去投票。其中，40.5%支持蔡英文，29.4%支持馬英九，11.6%支持宋楚瑜，其餘則是尚未決定。在第二波調查中，表示有去投票的比例為79.4%，20.6%表示沒去投票。不投票的理由包括

沒有時間（6.8%）、尚未具有資格（6.5%）、有其他事情而無法去投票（3.1%）、不喜歡投票（2.9%）、不喜歡候選人（1.9%）及太難決定（1.1%），其餘的原因則是離投票所太遠以及準備考試。那些有去投票的受訪者中，只有5人沒有投立委票。

一般人對年輕選民的印象是游移不決，可能在選舉前一刻才決定把票投給誰。但是我們發現，這些iVoters年輕選民可以說是其世代中對政治比較積極的一群。四分之三的受訪者至少在選前七天就已決定要投給誰；只有5.2%的受訪者在選舉日才確定要投給誰，也只有4.3%的受訪者到了投票的那一刻才決定。有16.5%在選前的1至2個禮拜就已決定；22.9%在一個月前就已決定。有趣的是，有35.1%是在總統候選人成立辦公室時（蔡英文在2010年3月11日、馬英九在6月19日、宋楚瑜2011年9月1日）就已作下決定。這些指標也指出，就總統選舉而言，iVoters是一群政治立場已經較穩定的年輕人。

臺灣2012年的選舉以「一人三票」為其特色：一票投總統候選人，另外兩票是投立法委員；在立法委員選票中，一張是投給不分區立法委員候選人（政黨票），另一張則是投給區域立法委員候選人。政黨票中，高達五分之四的iVoters在七天之前（或更早）就已決定其政黨票，包括19.7%早在選戰開始時便決定要投哪一個政黨，15.5%在選前一個月就已確定，22.2%在選前的1至2個禮拜決定，34.5%在投票前七天內決定。在選前的最後一天仍未決定要投給那一政黨者則占19.1%。

對於區域立委候選人，這些受訪者決定要投給誰的時間與上述情況相差不遠：22.9%直至最後一天才決定，39.5%則是在選前最後一個禮拜決定，16.6%在選前的1~2個禮拜決定，14.0%早在選前一個月即已決定，更有19.1%是在候選人宣布參選時即決定要投給誰。

至於在投票偏好方面，27.0%的iVoters明確表態支持國民黨，23.8%支持民進黨，9.9%支持綠黨，其餘則是模稜兩可。當問及「哪一個政黨是你絕對不會投的？」之時，25.3%表示持開放態度，17%絕不支持國民黨，9.4%絕不支持台聯黨，民進黨則占9%，新黨占8%。

就其他政治面向來看，如民族認同（national identity），65.7%自稱是

台灣人，0.3%自稱中國人，29.7%表示兩者都是。至於他們對國家狀態的偏好，39.1%偏好維持中華民國（ROC）現狀，之後再宣布獨立；28.4%偏好維持現狀，並看情形決定獨立或統一；11.7%偏好永遠維持現狀；7.6%偏好立刻宣布獨立，0.6%偏好立即與對岸統一。

五、iVoters的投票行為類型

根據上述對於iVoters的描述以及兩波調查的結果，我們重新將iVoters的投票行為分為五種類型：(1)一貫支持同一政黨及候選人；(2)大選前支持某一政黨／候選人，但是在投票時卻改變心意；(3)內心有一些想法，但是卻冷漠以對；(4)一開始（第一波調查時）處於矛盾，然後變得明顯支持某候選人或政黨；(5)整個競選期間保持冷漠。

如表4-1所示，在總統票與立委票中，選民投票行為的方式都略有不同。受訪者在選擇立法委員時的偏好波動較大（類型一與類型二），一貫支持同一總統候選人的受訪者中有超過一半最後改變了他們的投票偏好。有趣的是，隨著投票日愈來愈近，越來越多的受訪者在賽馬式（horse race）的競逐下，對總統選舉冷感（不去投票或不支持任何人）的比例竟然比對立法委員選舉候選人冷感的比例要多（類型三）。可能的解釋是，

表4-1 第二波調查中投票行為的五種類型

投票行為類型	總統		立法委員（政黨票）	
	個數	%	個數	%
1. 一貫支持同一政黨與候選人	384	59.4	345	53.3
2. 改變投票選擇	44	6.8	105	16.2
3. 決定不去投票或不支持任何人	99	15.3	61	9.4
4. 矛盾支持某候選人	78	12.1	88	13.6
5. 保持冷漠態度	42	6.5	48	7.4
總數	647	100.0	647	100.0

資料來源：本研究整理

在媒體重複性的資訊轟炸下，這15%的iVoter受訪者愈來愈覺得總統選舉令人厭倦且無趣。

六、以模型解釋iVoters的投票行為

我們從交叉分析中發現，與投票行為類型較有關聯的變數有五：年齡、性別、最常看的電視頻道（總類如民視／三立、中天／TVBS、其他及兩台以上、不看）、政治知識（是否能回答出行政首長）、對主要的政治人物的評價，以及政黨傾向等。至於職業、教育程度以及報紙的選擇，與投票行為類型之間則沒有明顯的關係。

在控制四個主要的人口統計變數（年齡、性別、職業與教育程度）後，我們以對數線性模式檢視「政黨傾向」與使用iVoter網站是否對特定投票行為類型具影響力。結果如表4-2所示，我們發現「深綠」（強烈偏好民進黨的選民）的受訪者相對於沒有政黨傾向的受訪者來說較具定性，亦即他們比較不會改變他們的投票行為模式。其次，宣稱「中間」的受訪者則很可能就是對選舉冷感的一群人（第五類型），或不固定支持同一候選人或政黨的一群人（第二類型）。有趣也令人玩味的是，他們卻也可能是第一類型的人，亦即他們有可能是一群其實不會改變投票選擇但口頭上卻宣稱「中間」的偽中間選民。至於iVoter網站本身的使用則未與特定投票類型產生統計上顯著的關聯性。表面上的意涵是使用這種VAA網站對於投票行為沒有顯著影響，然而，這兩者之間的關聯性卻可能是存在的：存在於使用ivoter網站的前後。可惜的是，團隊在當初系統設計時，未能設想去捕捉到這個可能存在的關係。



表4-2 對數線性模式分析總統票的結果

		投票行為類型				
		1.保持支持相同候選人與政黨	2.改變投票選擇	3.決定不投票或不支持任何人	4.從原本的矛盾轉而支持某人	5.保持冷漠態度
你認為iVoter網站對你在選舉時的決定有沒有幫助？	1. 有	0.1162	-0.1813	0.0934	-0.0489	0.0206
	2. 無	-0.1162	0.1813	-0.0934	0.0489	0.0206
有閱讀網路新聞的習慣	1. 有	0.0835	0.0898	-0.0646	-0.1515	0.0428
	2. 無	-0.0835	-0.0898	0.0646	0.1515	-0.0428
政黨光譜與強度	1. 深藍	0.1208	0.3016	-0.1697	0.1127	-0.3654
	2. 淺藍	-0.0567	-0.0857	-0.1059	0.1786	0.0697
	3. 中間	-0.5581**	-0.5608*	-0.1676	0.3471	0.9375**
	4. 淺綠	-0.0271	-0.0443	-0.1843	-0.2289	0.1161
	5. 深綠	0.5212*	0.3893	0.2589	-0.4095	-0.7599

資料來源：本研究整理

註：*表示統計上的顯著性達0.05水準；**表示統計上的顯著性達0.01水準。

以政黨票的投票行為來看，表4-3所呈現的樣貌與上述分析有同有異。相同的是，宣稱「中間」的受訪者並不固定支持那一個政黨。不同的是，網路新聞的使用與對政黨的認識有統計上顯著的影響力。值得注意的是，網路新聞的使用加強了受訪者的偏好穩定度；閱讀網路新聞的iVoters比較傾向支持一個固定的政黨（類型一）。而沒有閱讀網路新聞習慣的受訪者反而在支持對象上比較彈性。此一發現可視為傳播學中「使用與滿足」理論（uses & gratifications theory）的一項支持證據（Lariscy et al., 2011; Rubin, 2002）：媒體的使用者選擇性接觸媒體；即使並未選擇性地接觸媒體，仍會在接觸媒體的過程中將吸收的資訊合理化或重新詮釋，進而強化既有的觀點。此一iVoter政黨票投票偏好模型意味著，有閱讀網路

新聞習慣的iVoters，利用新聞資訊反覆強化對既有政黨的印象。這也可用於解釋iVoter網站表面上看不出影響的現象：作為單一刺激的iVoter網站也許短時間對使用者有影響，但對這些在擷取政治資訊時採取主動的iVoters而言，其影響無法超過他們在日常生活中取得的資訊及「使用與滿足」效應對其偏好所產生的影響。表4-3的資訊也提供了未來研究者對「使用與滿足」效應的探索空間：「使用與滿足」效應似乎只對類型一的iVoters有影響，媒體使用對其他類型的選民便沒有相等統計上的顯著影響。

表4-3 對數線性模式分析政黨票的結果

		投票行為類型				
		1.保持支持相同候選人與政黨	2.改變投票選擇	3.決定不投票或不支持任何人	4.從原本的矛盾轉而支持某人	5.保持冷漠態度
你認為iVoter網站對你在選舉時的決定有沒有幫助？	1. 有	0.0335	0.0252	0.1630	-0.0432	-0.1784
	2. 無	-0.0335	-0.0252	-0.1630	0.0432	0.1784
有閱讀網路新聞的習慣	1. 有	0.1805*	0.0320	-0.0790	-0.0243	-0.1092
	2. 無	-0.1805*	-0.032	0.0790	0.0243	0.1092
政黨光譜與強度	1. 深藍	0.0539	-0.1424	-0.2244	-0.2470	0.5599
	2. 淺藍	0.1311	0.2756	0.1997	0.0174	-0.6238
	3. 中間	-0.3828**	-0.1698	-0.2560	0.2903	0.5183
	4. 淺綠	-0.0238	-0.1974	0.0487	0.3369	-0.1644
	5. 深綠	0.2217	0.2340	0.2320	-0.3976	-0.2900

資料來源：本研究整理

註：*表示統計上的顯著性達0.05水準；**表示統計上的顯著性達0.01水準。

比較表4-2與表4-3之後，我們看到：我們可以用閱讀網路新聞的行為來解釋類型一的投票行為者。有閱讀網路新聞習慣者傾向於維持對同一立法委員候選人的支持，但是不閱讀網路新聞者的偏好傾向卻是浮動的。我們猜想類型一的選民是透過網路上的政黨及候選人資訊進而鞏固自身的偏好，尤其是參與iVoters網站的選民們。

七、結論與討論

本章一方面提供了網路世代在政治參與面向上的圖像，二方面呼應了學界最近對研究年輕公民與他們使用網路媒體關係的倡議（Dahlgren, 2011）。iVoter團隊透過VAA的途徑，結合網路調查的特點，得以用追蹤樣本的方式取得數百名iVoters在2012年總統選舉前後的偏好資料。在這個針對同一對象進行兩次調查的研究中，我們發現傳統理論得到部分的支持，但也有不少值得未來進一步檢視之處。首先，我們在iVoters的總統選舉投票行為中所觀察到的「政黨傾向微弱的iVoters之投票穩定性低」這一發現，符合了密西根學派的理論預期。然而，密西根學派理論中所強調的「政黨傾向」角色，並未對全部五種類型的投票行為產生明顯的作用，這點值得未來進一步檢視。

其次，我們在立委選舉中對於iVoters投政黨票的一致性之觀察所得到的「閱讀網路其實是增強對既有黨派的印象與好惡」這一發現，大致符合「使用與滿足」理論的預期，也擴充了這個理論的內涵。然而這個「使用與滿足」的效應並未在總統選舉的投票行為中被發現，而且它除了會影響一個人的投票支持度之穩定外，並未被發現對其他行為（如投票抉擇的轉變、決定是否投票、偏好的明確化，以及對選舉的興趣）有明顯影響。

以上的發現值得讀者進一步思考：未來臺灣的政治參與是不是將由一群意見固定、政黨傾向明顯的民眾所主導？而對政治沒有興趣或「中間」選民的偏好是不是會被排擠？選舉是否因此造成社會在政黨的帶動下過度動員？而其結果是吸收許多政治資訊的民眾其實更加難以妥協與改變？這些問題也連結了民主鞏固的議題。網民在日常生活中上網所吸收到的政治

資訊，是否讓他們更加多元與包容？如果這現象在對於政治與選舉有高度興趣的iVoters身上看不到（甚至相反），那麼臺灣民主與政黨政治是否將日趨極化？一般不那麼熱衷政治民眾，最後是否就是我們民主社會中在偏好上還保有彈性的一群人？弔詭的是，這群人也許在偏好上有彈性，但他們也可能根本不參與選舉。如果民主的理想是讓一個社會建立在一群保留偏好改變可能的公民身上的話，那麼我們民主深化的道路上，就應致力於培養這群在偏好上還可能改變的選民保有參與選舉的熱忱，並且幫助他們在政治社會化的過程中，不去過度合理化媒體及社群所「餵食」的資訊。

最後，我們在此次的計畫中，看到有20.2%的受訪者之家人或朋友參與了競選活動，這一比例相當接近於這個樣本中積極參與政治活動的受訪者之比例。除了前文所述及理論上值得突破之處外，我們也希望利用此項研究的資料，進一步瞭解家庭成員參與選舉，與受訪者本身政治興趣發展之間的關係。這些研究將幫助我們有系統地瞭解臺灣新一代選民政治社會化的過程。

