

研究論文

以 O-S-R-O-R 模式探索台灣不同世代的政治溝通模式

李貞怡^a、李秀珠^b

^a 中國文化大學新聞暨傳播學院大眾傳播學系，台北市，台灣

^b 台灣陽明交通大學人文與社會科學研究中心，新竹市，台灣

摘要

本研究以 O-S-R-O-R 模式為理論基礎，在 2018 年九合一選舉前夕，以分層隨機抽樣的方法，委託專業民調公司進行網絡問卷調查，共收集 5,568 份有效樣本，比較台灣新生代、青壯族和資深公民的政治溝通模式，這是首次在台灣採用 O-S-R-O-R 模式進行大規模研究，並發現新生代與資深公民在社群媒體影響下的政治行為模式存在顯著差異，為未來的選舉策略提供實證基礎。研究結果顯示，新生代選民的政治態度較易受社群媒體影響，透過政治討論影響投票意圖；而有經驗的選民則主要受到傳統媒體影響。這項研究不僅提供選舉策略的實務意涵，亦為未來

李貞怡，中國文化大學新聞暨傳播學院大眾傳播學系助理教授。研究興趣：政治溝通、媒體經營管理、新媒體研究。電郵：Lzy32@ulive.pccu.edu.tw

李秀珠，台灣陽明交通大學人文與社會科學研究中心教授兼研究員。研究興趣：新媒體、健康與環境溝通、行銷傳播。電郵：shuchuli@nycu.edu.tw

論文投稿日期：2025 年 2 月 28 日。論文接受日期：2025 年 11 月 11 日。

台灣不同世代的政治溝通模式研究奠定基礎。整體來說，政治資訊受到人際討論中介，影響政治參與意圖，研究結果與O-S-R-O-R模式相符，亦即媒體使用須整合人際溝通，可以增進政治參與。

關鍵詞：O-S-R-O-R 模式、新生代選民、政治參與、臉書

Research Article

Exploring the Political Communication Patterns of Taiwan's Younger Generation and Experienced Voters Using the O-S-R-O-R Model

Chen-Yi LEE ^a, Shu-Chu Sarrina LI ^b

^a Department of Mass Communication, College of Journalism and Communication, Chinese Culture University, Taipei, Taiwan

^b Research Center for Humanities and Social Sciences, National Yang Ming Chiao Tung University, Hsinchu, Taiwan

Abstract

This study is based on the O-S-R-O-R model, a theoretical framework that posits the influence of media on political behavior. After accounting for individuals' initial orientations (O_1), the model suggests that media exposure (S) promotes political discussions (R_1), which in turn shape political attitudes (O_2) and ultimately influence political participation intentions (R_2). A professional polling company was contracted to conduct an online survey using stratified random sampling two weeks before Taiwan's 2018 nine-in-one elections. A

Chen-Yi LEE (Assistant Professor). Department of Mass Communication, College of Journalism and Communication, Chinese Culture University. Research interests: political communication, media management, new media. Email: Lzy32@ulive.pccu.edu.tw

Shu-Chu Sarrina LI (Professor, Researcher). Research Center for Humanities and Social Sciences, National Yang Ming Chiao Tung University. Research interests: new media, health and environmental communication, communication and marketing. Email: shuchuli@nycu.edu.tw

Article History: Received on 28 February 2025. Accepted on 11 November 2025.

total of 5,568 valid responses were collected to examine the political communication patterns of Taiwan's younger generation, middle-aged adults, and senior citizens. This study marks the first large-scale application of the O-S-R-O-R model in Taiwan. It reveals significant differences in the political behavior patterns of the younger generation and senior citizens under the influence of social media, providing empirical evidence for future electoral strategies. The findings indicate that the political attitudes of younger voters are more susceptible to social media influence, shaping voting intentions through social media political discussions, whereas traditional media primarily influence more experienced voters. This study not only offers practical implications for election strategies but also lays a solid foundation for future research on political communication across different generations in Taiwan. Overall, political information was mediated by interpersonal discussions, which influenced political participation intentions, aligning with the O-S-R-O-R model. This alignment suggests that media usage should be integrated with interpersonal communication to enhance political engagement.

Keywords: O-S-R-O-R model, younger generation, political participation, Facebook

前言

台灣在 1987 年解除戒嚴後，經歷政治開放與媒體多元化轉型，經歷三次和平的政黨輪替 (Lin & Chiang, 2017; Wang et al., 2019)，競爭非常強烈的選舉已經成為台灣的選舉模式，此外，台灣的選舉投票率平均都在 75% 以上 (Lin, 2016; Wang et al., 2019)，也顯示台灣民眾有高度的政治興趣，然而，20 至 24 歲的年輕選民投票率約在 18% 至 54%，遠低於一般民眾。

之前的研究顯示，台灣的中年人之所以比起年輕人有較高的政治興趣，是因為他/她們使用更多的政治新聞、有更多的政治討論，以及參與更多的政治活動 (Lin, 2016; Su & Yeh, 2018)。然而，隨著數位科技的迅速發展，社群媒體 Line 和臉書 (以下簡稱 FB) 逐漸成為年輕選民主要的政治資訊來源 (Newman et al., 2022)。隨著社群媒體越來越受到台灣年輕人的歡迎，也同時讓他/她們有機會曝光在政治新聞中，打破年輕人對政治冷感的現況，也象徵在沒有黨國機器的監控下，培養出新的政治參與形式與傳播路徑，因此，引發本研究對於台灣世代間政治參與與媒介互動歷程的關注。

除了媒體使用外，有許多政治參與的研究指出，新聞媒體使用沒有辦法直接增進個人的政治參與，需整合人際討論才可以刺激個人的政治參與 (Chen & Guo, 2026; Gil de Zúñiga et al., 2014; Kim et al., 2019; Lin & Chiang, 2017; Nah et al., 2024; Park & Kaye, 2019)，在這樣的基礎上，產生了 O-S-R-O-R 模式 (為了區別各變項，以下以 O_1 -S- R_1 - O_2 - R_2 模式表示)，該模式假設，政治新聞使用透過政治討論激發慎思 (elaboration) 觸發個人政治參與的動機 (Lin & Chiang, 2017; Kim et al., 2020; Park & Kaye, 2019)。 O_1 -S- R_1 - O_2 - R_2 模式以系統化、全面化的方式檢視人口變項、媒體使用，以及刺激之後的反應，是近代研究政治溝通的重要理論之一，因此，本研究選擇以 O_1 -S- R_1 - O_2 - R_2 模式作為理論基礎。

此外，台灣行使公民權須年滿 20 歲，20 至 24 歲的數位原住民，除了很年輕外，早期的投票經驗會深深影響日後他/她們的政治行為 (Ohme, 2019)，這一群人成長過程中深受科技和數位媒體影響，也是首批數位原住民 (Moeller et al., 2014)，值得關注。其次，過去的研究以年齡劃分世代時，有諸多不同的劃分方式，有的研究以 40 歲 (李冠成、

楊婉瑩，2016）、有的研究以24歲作為分水嶺（Rekker, 2022）、有的研究則指出不能單純以年紀劃分世代，而應該依照不同年代受到特定社會、經濟、文化影響劃分政治世代（劉義周，1993；林珮婷等，2020）。Kotler等人（2021）的世代分類，過去多半運用於行銷領域，劃分的依據來自不同年齡群體出生背景、行為模式、媒體和科技接觸偏好，更能反映當代不同世代的特色和生活風格，因此，包含皮尤研究中心（Pew Research Center）亦以X、Y、Z的世代分類進行調查分析（Dimock, 2019），其中，X世代（1960年代中期–1980年代初期）經歷政治轉型且投票經驗豐富；Y世代（1980年代–1990年代中期）伴隨網路發展成長；Z世代（1990年代末期–2010年代初期）則是從小接觸數位的原生代。因此，本研究以年紀為基礎劃分不同世代，企圖比較20至24歲新生代、25至44歲青壯族、45至65歲資深公民等世代特色為基礎，檢視影響不同世代政治參與的因素。

此外，本研究選擇以2018年九合一縣市長選舉作為主要觀察時間點，主要原因有三，首先，該選舉是2016年政黨輪替後的首場全國性地方選舉。其次，該次選舉見證了柯文哲所代表的第三勢力崛起，挑戰長期「藍綠對立」的政治格局，引發廣泛關注。第三，在2018年九合一選舉後，台灣政治與媒體環境相對穩定，社群平台仍是年輕族群獲取政治資訊的主場域，因此，這是一個關鍵的時間點。

本研究預期以下幾點貢獻。首先，過去幾十年中，台灣經歷了多次民主選舉，新興選民與有經驗投票者的政治參與行為逐漸成為不同世代的重要研究議題，尤其在2018年的九合一選舉，雖然該選舉距今已有一段時間，但回顧過去這幾年，台灣整體政治生態、外在環境並沒有太大變化，社群和網絡仍是年輕人汲取政治知識的重要場域，之前的選戰資訊對台灣當代政治還是有重要的啟發。

其次，過去 O_1 - S - R_1 - O_2 - R_2 模式的相關實證研究多半集中在歐美（Cho et al., 2009; Jung et al., 2011; Waeterloos et al., 2024）和香港（Chan, 2016; Chan et al., 2017; Xia & Shen, 2018），這是台灣第一次大規模實證測試 O_1 - S - R_1 - O_2 - R_2 模式，台灣社會深受儒家思想影響，傾向集體主義，與西方個人主義導向的政治溝通行為存在差異，在集體主義文化中，人際關係重視和諧、避免衝突等特色，影響媒介使用與人際溝

通，這與西方 O_1 -S- R_1 - O_2 - R_2 研究的溝通模式有所不同，因此，本研究具有理論延伸價值。此外，台灣的公民社會參與度與公共討論自由度較高，為 O_1 -S- R_1 - O_2 - R_2 模式的應用提供更完整的實證環境，亦有助於驗證該模式在開放的亞洲民主體制中的適用性。

再者，之前的研究多半只聚焦在年輕選民的政治參與行為上 (Moeller et al., 2014; Vissers & Stolle, 2014)，本研究定義的 20 至 24 歲選民不等於傳統定義的「首投族」，而是指年齡介於 20 至 24 歲之間的年輕選民，部分人雖然可能已在 2014 年投票，但仍屬於政治參與經驗相對有限的群體，因此，這個研究比較 20 至 24 歲新生代、25 至 44 歲青壯族、45 至 65 歲資深公民等三個世代的政治溝通行為，補足過去研究僅聚焦單一族群的限制，研究結果對於未來選舉具有重要的理論和實務意涵。

文獻檢閱

O-S-R-O-R 模式

O_1 -S- R_1 - O_2 - R_2 模式源自於 O-S-O-R 模式 (Chan et al., 2017; McLeod et al., 1999)，再現原始取向 (orientation)、刺激 (stimuli)、理性 (reasoning)、再取向 (orientation) 和反應 (responses) 之間的關係，這個模式企圖解釋政治說服和政治參與的邏輯。

第一個 O_1 代表的是個人的基本取向，包括動機和認知，這將會影響後續的行為，實證研究已經採用人口變項、心理或動機變項、政黨取向 (Chen & Guo, 2026) 等變項，了解這些取向對於政治參與的影響。

S 代表的是刺激，通常指的是新聞媒體使用，像是傳統和社群媒體使用，提供個人理性思考所需的資源 (Johnson et al., 2022)，過去的研究主要集中在傳統媒體使用 (McLeod et al., 1999)，近期研究揭示社群媒體新聞消費對於人們態度和行為的影響和改變 (Bi et al., 2021; Nah et al., 2024)。第一個 R_1 代表的是理性，個人透過人際討論，才有機會得以仔細地思考政治資訊，產生政治學習的效果 (Waeterloos et al., 2024)，

學者指出，人際討論除了線下面對面外，隨著社群媒體上的即時互動機制興起，也創造人們線上討論的機會，像是FB突破時間、空間的限制，民眾可以進行即時性的資訊交換 (Li & Chan, 2017)。

當人們接收媒體訊息透過人際討論仔細思考之後，會形成較為堅定的政治態度 (O_2) 以及政治參與 (R_2)，譬如投票。整體來說，這個模式假設新聞媒體使用沒有直接效果，透過人際討論會對政治參與產生影響 (Chen & Guo, 2026; Kim et al., 2020; McLeod et al., 1999; Park & Kaye, 2019)。

過去， O_1 -S- R_1 - O_2 - R_2 模式的實證研究聚焦在西方情境。Cho 等人 (2009) 於 2009 年在原先的 O-S-O-R 模式中，加入理性 (R) 提出 O_1 -S- R_1 - O_2 - R_2 模式，試圖了解新聞消費如何影響政治涉入，繼 Cho 等人之後，首次在亞洲測試 O_1 -S- R_1 - O_2 - R_2 模式的是 Chan (2016)，該研究團隊在 2016 年的香港探索 FB 在政治選舉中所扮演的角色，繼 Chan 之後，學者又試圖比較中國、香港和台灣的政治溝通模式 (Chan et al., 2017) 並且發現傳統媒體在政治參與的確扮演重要角色 (Xia & Shen, 2018)，近期 O_1 -S- R_1 - O_2 - R_2 模式實證研究則將注意力放在新媒體或平台如何影響政治參與 (Ardèvol-Abreu et al., 2019; Chen, 2021; Johnson et al., 2022; Nah et al., 2024; Waeterloos et al., 2024)。整體來說，媒體使用會增進政治溝通，並刺激個人政治參與的意圖。

從上述文獻可知， O_1 -S- R_1 - O_2 - R_2 模式研究主體集中在西方國家，雖然之前已經陸續有研究以香港為主要觀察情境，台灣和香港同樣位處亞洲且深受儒家思想影響，但是，香港是半民主體制 (Li & Chan, 2017)，台灣社會則屬於比較完整的民主社會，因此，香港的研究未必能夠適用在台灣。

其次， O_1 -S- R_1 - O_2 - R_2 模式近年來成為解釋政治參與行為的重要理論 (Chan et al., 2017; Cho et al., 2009)，該模式的優點在於兼顧媒體使用和人際討論對政治行為的影響，強調人不只是被動的接收者，而是需要經過討論與思考後才做出回應，更細緻地解釋政治傳播的影響機制，同時，可將基本人口變項納入，區分不同世代的政治溝通模式。因此，在台灣背景下，此模式不僅幫助我們理解年輕選民如何受到社群媒體影響，更得以比較不同世代在政治參與中的異同。然而，台灣

目前針對此模式的研究尚少，本研究將填補此文獻空白，為後續研究奠定基礎，因此，在台灣以 O_1 -S- R_1 - O_2 - R_2 模式測試民眾的政治溝通模式具有研究價值。接下來，本文檢視 O_1 -S- R_1 - O_2 - R_2 模式中，各變項之間的關係。

I. 新生代、青壯族和資深公民的媒體使用、政治討論

根據 O_1 -S- R_1 - O_2 - R_2 模式，首先，檢視不同年齡層 (O_1) 的媒體使用 (S) 包含社群、傳統媒體，與政治討論 (R_1) 包含線上和線下人際溝通之間的關係。

近期研究探索年輕人和其他世代的差異，研究結果發現，社群媒體向年輕人提供政治立場相似的交友圈，在社群中得以討論公共議題、交換政治意見，在這過程中，年輕選民得以強化自我觀點，提高政治參與的動機 (蔡旻潔、楊惟任，2022)。

此外，學者指出，年輕人和其他有經驗投票者最大的不同有幾點：首先，年輕人其實對政治較不熱衷，他/她們也比起其他有經驗的投票者需要更多的政治知識。此外，年輕人也需要累積更多投票經驗，因此，剛開始投票時，比起有經驗投票者有較高的不確定性 (Lin, 2016; Ohme et al., 2018)，且高度仰賴媒體 (Aalberg & Jenssen, 2007; Gerber et al., 2003; Ha et al., 2013)，現在的 Z 世代是數位原住民，這群人比起其他族群更加地仰賴社群媒體 (Ohme, 2019)。換句話說，新聞媒體使用，特別是社群媒體，形塑著年輕人的政治社會化，影響投票決策 (Shearer & Matsa, 2018)。

此外，年輕族群比起其他族群通常認為社群媒體較可信，因此，比較可能仰賴社群媒體獲得政治新聞 (Ohme, 2019)，整體來說，年輕投票者較依賴社群媒體以了解政治，降低投票時的不確定性 (Ohme et al., 2018)，而對於有經驗的投票者，社群媒體無法降低他/她們的投票不確定性。

從台灣的情境來看，經歷管制解禁、傳播科技的快速發展，除了傳統媒體外，新媒體也逐漸在民眾生活中扮演重要角色，近期調查顯示，FB 是台灣民眾最常使用的社群媒體，平均每人每週中有超過五天會使用 FB，所有世代中，年齡越高，使用 FB 的時間也越少 (台灣傳播

調查資料庫，2024），過去的研究也發現，社群媒體使用率越高、關注社群上選戰資訊的選民，就會越參加線上的政治討論（王泰俐，2013），本研究合理地認為，在新生代、青壯族和資深公民三個世代中，新生代是數位原住民；青壯族因為工作、社交等需求，社群黏著度也較高於資深公民，有較多機會在選舉期間運用社群互動功能進行政治討論，因此，提出以下研究假設：

H1-1a：對新生代選民而言，社群媒體使用頻率越高，越傾向於FB政治討論。

H1-1b：對青壯族選民而言，社群媒體使用頻率越高，越傾向於FB政治討論。

H1-1c：對資深公民而言，社群媒體使用與FB政治討論之間的關聯較低。

此外，學者指出，線上的表達與線下討論是互補的，線上的討論可以增進線下討論（Li & Chan, 2017; Shah et al., 2005），新生代選民過去缺乏政治討論、表達機會，降低政治效能和參與，然而，近期學者認為，傳播科技帶來政治改變的潛能，強調社群媒體在增進政治討論和參與的正面角色（Boulianne, 2015）。因此，本研究合理地認為，在新生代、青壯族和資深公民三個世代中，社群媒體使用也會正向影響面對面的政治討論，提出以下研究假設：

H1-2a：對新生代選民而言，社群媒體使用頻率越高，越傾向於面對面政治討論。

H1-2b：對青壯族選民而言，社群媒體使用頻率越高，越傾向於面對面政治討論。

H1-2c：對資深公民而言，社群媒體使用與面對面政治討論之間的關聯較低。

其次，近期調查顯示，年輕人與中年人都傾向以「網絡」獲得最新消息，而老年人則以「電視」作為獲得最新消息的主要管道（台灣傳播調查資料庫，2020），50歲以上的年長者則是收看電視的主力觀眾（張純純，2019），大眾媒體的資訊使用，不論是閱讀報紙、觀看新聞節目，會藉由提供資訊、促進政治對話（Shah et al., 2005）。

在今天的數位世界中，人們不只是閱讀和收看政治新聞，同時，在網絡社群的賦能下，可將傳統媒體上看到的內容，線上張貼新聞，和親朋好友分享、對話、討論已經是常態 (Holt et al., 2013)，再加上，很多傳統媒體將新聞張貼在社群媒體上，作為接觸讀者的管道。因此，本研究合理地認為，資深公民偏好傳統媒體使用，也會正向影響在FB政治討論，提出以下研究假設：

H2-1a：對新生代選民而言，傳統媒體使用與FB政治討論之間的關聯較低。

H2-1b：對青壯族選民而言，傳統媒體使用與FB政治討論之間的關聯較低。

H2-1c：對資深公民而言，傳統媒體使用頻率越高，越傾向於FB政治討論。

此外，過去的研究顯示，傳統新聞使用正向地影響面對面政治對話 (Cho et al., 2009)，傳統新聞提供的資訊和觀點，公民會有較多政治知識和效能進行政治討論，資深公民是傳統媒體主要使用者，傳統媒體使用得到的選戰資訊會正向影響面對面的政治討論。因此，提出以下研究假設：

H2-2a：對新生代選民而言，傳統媒體使用與面對面政治討論之間的關聯較低。

H2-2b：對青壯族選民而言，傳統媒體使用與面對面政治討論之間的關聯較低。

H2-2c：對資深公民而言，傳統媒體使用頻率越高，越傾向於面對面政治討論。

II. 政治討論和政治態度、行為

其次，本研究檢視 O_1 -S- R_1 - O_2 - R_2 模式中，人際討論 (R_1) 與政治態度 (O_2)，以及政治態度 (O_2) 與政治行為 (R_2) 之間的關係。

討論涉及論辯和交換意見，可增強公共理性和興趣 (Rawls, 2001) 以及強化對公共議題的慎思 (Shah et al., 2007)，那些涉入在政治討論的人會有比較多的機會去了解與日常生活相關的政治議題，以及反思

政治和自己的關係。同時，在這個過程中，公民也將是被充分告知的，以及積極投入在政治之中 (McLeod et al., 1999)。

線上的政治討論指的是透過線上論壇和社群媒體互動，其優點在於沒有時間和空間的限制，以及透過意外的曝光，讓一些原本對政治不感興趣的人，也暴露在政治資訊中，因此，線上政治討論可以接觸更多的公民 (Lin, 2016)。FB 允許人們在彈指之間透過按讚、留言、分享的方式與他人互動，學習更多的政治知識；線下政治討論則是透過面對面溝通與強、弱連結互動，直接且正面地影響政治知識和參與 (Kwak et al., 2005)。整體來說，線上和線下的政治討論會刺激反思性的思考、釐清模糊不清的觀念、評估優缺點，形成政治態度。因此，提出以下研究假設：

H3-1：面對面政治討論與政治態度呈現正相關。

H3-2：FB 上政治討論與政治態度呈現正相關。

在 $O_1-S-R_1-O_2-R_2$ 模式中，最後是指再取向 (orientation) 和反應 (responses) 的關係。政治態度是行為的前提，來自媒體使用和人際討論 (Smith et al., 2008)，過去的實證研究發現，選民的政治態度和行為之間密切相關 (Campbell et al., 1960; Muller, 1977; Stone & Schaffner, 1988)，近期學者也指出，政治態度的傾向會影響民眾採取何種政治參與行為 (王嵩音, 2017)。在選舉情境中，投票意圖是實際投票行為的前提，反映個人採取投票行動的可能性。因此，本研究合理地推論，兩者之間具有正相關性，提出以下研究假設：

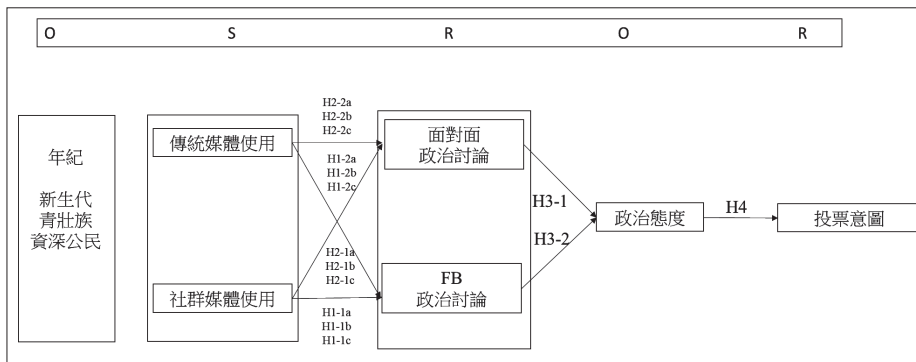
H4：政治態度與投票意圖呈現正相關。

研究方法

研究架構

本研究基於 $O_1-S-R_1-O_2-R_2$ 模式，預測人口變項中的年紀，包含 20 至 24 歲新生代、25 至 44 歲青壯族、45 至 65 歲資深公民 (O_1) 影響傳統和社群媒體使用 (S)，以及線上和線下政治討論 (R_1)，政治討論影響政治態度 (O_2)，政治態度再影響投票意圖 (R_2)，研究架構如圖一：

圖一 研究架構圖



操作化定義

本研究架構中的各變項為「媒體使用」、「政治討論」、「政治態度」、「投票意圖」，參考文獻後，操作定義如下：

I. 媒體使用

本研究主要參考Jung 等人 (2011)、Shah 等人 (2005)、Weeks 等人 (2017)、Xia 與Shen (2018)、Yoo 與Gil de Zúñiga (2014) 的研究，媒體使用合計六題，其中三題測量傳統媒體使用，詢問受試者他/她們從電視、報紙、新聞網站獲得選舉和政治資訊的頻率。另外，有三題詢問受試者從FB、Line 和Instagram 等社群媒體獲得選舉和政治資訊的頻率。

II. 政治討論

本研究主要參考Chang 等人 (2018)、Jung 等人 (2011)、Li 與Chan (2017) 以及Shah 等人 (2005) 的研究，面對面政治討論、FB 上政治討論各以兩題測試與親朋好友、同事討論政治的頻率。

III. 政治態度

態度是指對對象的綜合評價，像是好或壞、喜歡與否，包含認知、情感和行為等三個面向 (Ajzen, 2001)，考量選舉攸關未來發展，

因此，本研究聚焦於態度的「認知」層面上，特別是選民對候選人政治理念的認同程度，亦即個體對政治理念的評價，作為其政治態度的具體表現，並參考Chang等人（2018）、Chan等人（2017）、Lin（2016）、Li與Chan（2017）的研究，測量政治態度合計三題，詢問受訪者投票的主要考量是否出自認同候選人的政治理念、是否適合台灣的需要，以及是否符合時代潮流。

IV. 投票意圖

本研究主要參考Chan（2016）、Chan等人（2017）、Choi等人（2017）、Jung等人（2011）、Lin（2016）、Li與Chan（2017）、Weeks等人（2017）、Yoo與Gil de Zúñiga（2014）的研究。有關投票意圖合計有三題，主要詢問受訪者不畏路途遙遠、颶風下雨仍會去投票的可能性。

上述所有的變項均以李克特七分量表加以測量，分數越低代表越不同意，分數越高就代表越同意，因此，1代表非常不同意，7代表非常同意。

數據收集

本研究以2018年九合一選舉作為觀察新生代選民和其他不同世代的政治溝通模式，委託東森民調雲進行網絡問卷調查，東森民調雲目前擁有約兩百萬名註冊的受測者，依照台灣中選會公佈之合格選民結構（性別、年齡、戶籍地）設定抽樣配額後，再於資料庫內隨機抽樣以符合各層比例。此外，本研究的核心目標在於探索投票意圖，而非實際投票行為，因此，調查須於2018年九合一選舉舉辦日（11月24日）前完成，問卷於2018年11月9日至11月23日透過簡訊發送，共發送20,000則簡訊，最終回收5,568份有效問卷，回應率為28%。

本研究進一步檢視最後回收的成功樣本在性別、年齡、地區與台灣合格選民的差異。其中，性別與母體接近（男性少1.1百分點；女性多1.1百分點）、選民戶籍地差距在正負2百分點之內，年齡則呈現樣本較合格選民年輕的結構（20–39歲偏高，50–59歲、60歲以上偏低），主要原因在於台灣直到1968年才開始實施九年國民義務教育，因此，60

歲以上族群的教育程度較低，進而導致其資訊化程度和上網率低於其他世代(財團法人台灣網路資訊中心，2023)。然而，本研究樣本仍與台灣當前成年網路人口相符，也就是集中在年輕、具有大學以上學歷的年輕世代為主，仍適合用於檢驗與社群媒體相關的 O_1 - S - R_1 - O_2 - R_2 關係機制。

此外，台灣每四年舉辦縣市長選舉，公民投票權需年滿20歲，20至24歲的年紀，通常是首投族或僅有一次投票經驗的公民，這群人的共同特色就是很年輕、投票經驗相對有限，雖然與其他世代相比，20至24歲只有4歲的區隔，但因為這群人是每逢選舉各候選人爭取的關鍵族群，本研究特別將20至24歲命名為新生代，藉此了解這個族群的政治溝通模式。相對於新生代，25至44歲，是行銷學者Philip Kotler定義的Y世代，這群人在看待選戰時，重視經濟發展和就業議題，而45至65歲，屬於X世代和戰後嬰兒潮，政黨認同影響資深公民投票(林珮婷等，2020)。

換句話說，雖然年齡分組區間不一致，但本研究採用「世代特性」作為分組依據，而非以「一定年齡」間隔劃分不同世代，企圖藉由三個分組釐清三代人不同的政治溝通模式，因此，依據受試者出生年份進行分類，新生代(20-24歲)835份(15.0%)、青壯族(25-44歲)3,637份(65.3%)、資深公民(45-65歲)1,096份(19.7%)。

研究結果

探索性因素分析

本研究藉由文獻，收集 O_1 - S - R_1 - O_2 - R_2 模式中各變項的相關題組，發展研究問卷，因此，須先進行探索性因素分析(exploratory factor analysis, EFA)，並以此階段所萃取的因素作為後續驗證性因素分析(confirmatory factor analysis, CFA)的模式，了解潛在的因素結構。在探索性因素分析中，主要採用SPSS統計軟體中的主成分因素分析法(principal component analysis)估算因素負荷量，經過因素分析後，分

別命名為「傳統媒體使用」、「社群媒體使用」、「FB政治討論」、「面對面政治討論」、「政治態度」以及「投票意圖」等六個面向，此外，針對問卷中的每一個面向進行信度分析，結果見表一。

其中，本研究傳統媒體使用構面由三題組成，整體Cronbach's α 為 .57，略低於理想標準，主要原因是，首先，進一步分析發現，「從報紙中獲得資訊」的負荷量偏低，可能與該媒介在當代的使用頻率日趨下滑有關，導致與其他題項關聯性不足，但是，又考慮傳統上報紙仍是民眾獲得政治資訊的主力來源，再加上本研究屬於大樣本，因素負荷量大於 .30 即在可接受的範圍 (Hair et al., 2010)，因此，仍保留該題項，以維持構面的完整性，整體來說，信度均在可接受的範圍。

此外，本研究「FB政治討論」與「面對面政治討論」兩個構面各僅包含兩題，因此，分析這兩題的相關係數，其中，「FB政治討論」兩題之間相關係數為 $r = .84$ 、 $p < .001$ 、「面對面政治討論」兩題之間相關係數為 $r = .63$ 、 $p < .001$ ，顯示兩構面皆具有良好的一致性，支持其作為潛在變項納入模式分析。

接下來進行CFA，本研究主要使用Mplus軟體，根據統計學者的建議，採用以下的標準評估模式的適配性 (model fit)：RMSEA ($< .10$)、CFI ($> .90$)、TLI ($> .90$) 以及SRMR ($< .05$) (Hair et al., 2006)，結果顯示，RMSEA為 .069、CFI為 .967、TLI為 .951、SRMR為 .045，顯示有不錯的配適度。

聚合和區別效度

本研究使用組合信度 (composite reliability, CR)、平均變異抽取量 (average variance extracted, AVE) 來證明聚合效度。學者指出，CR值和AVE值通常分別需要高於 .70 和 .50。然而，就實務上，CR值高於 .50 (Hair et al., 1998)、AVE值高於 .36 在實證研究中也是可接受的 (Fornell & Larcker, 1981)。此外，有關區別效度部分，根據學者建議不同構念之間的相關係數應小於每個構念的AVE平方根 (Fornell & Larcker, 1981)，表明良好的區別效度，符合學者建議的指標 (見表二)。

表一 因素分析表

主構面	題項內容	因素 負荷量	轉軸後平方負荷量		Cronbach's α
			特徵值	解釋變異量 (%)	
傳統媒體使用	我經常從電視中獲得選舉和政治資訊	.83	2.68	19.14	.57
	我經常從報紙中獲得選舉和政治資訊	.48			
	我經常從新聞網站中獲得選舉和政治資訊	.79			
社群媒體使用	我經常從FB中獲得選舉和政治資訊	.50	2.57	18.32	.65
	我經常從Line中獲得選舉和政治資訊	.81			
	我經常從IG中獲得選舉和政治資訊	.85			
FB 政治討論	我經常在FB上與自己的親朋好友討論選舉和政治資訊	.92	2.20	15.70	.92
	我經常在FB上與同事討論選舉和政治資訊	.93			
面對面政治討論	我經常與自己的親朋好友面對面討論選舉和政治資訊	.92	1.59	11.33	.77
	我經常與同事面對面討論選舉和政治資訊	.80			
政治態度	2018年九合一選舉，認同縣市長候選人的政治理念是我的投票考量	.91	1.40	10.00	.91
	2018年九合一選舉，我的投票考量是縣市長候選人政治理念是否適合台灣的需要	.94			
	2018年九合一選舉，我的投票考量是縣市長候選人政治理念是否符合時代潮流	.91			
投票意圖	2018年九合一選舉，我會去投票	.93	1.29	9.24	.94
	2018年九合一選舉，即使颶風下雨，我也會去投票	.97			
	2018年九合一選舉，即使距離遙遠，我也會去投票	.95			
總解釋變異量				83.73%	
整體信度				.85	

資料來源：本研究整理。

表二 聚合和區別效度分析表

	CR	AVE	MMU	SMU	FBD	FTF	AC	VI
MMU	.57	.40	.64					
SMU	.65	.48	.23*	.70				
FBD	.91	.84	.17*	.68*	.92			
FTF	.78	.64	.35*	.49*	.65*	.80		
AC	.90	.76	.41*	.09*	.15*	.32*	.87	
VI	.94	.85	.33*	.07*	.13*	.27*	.63*	.92

* $p < .05$

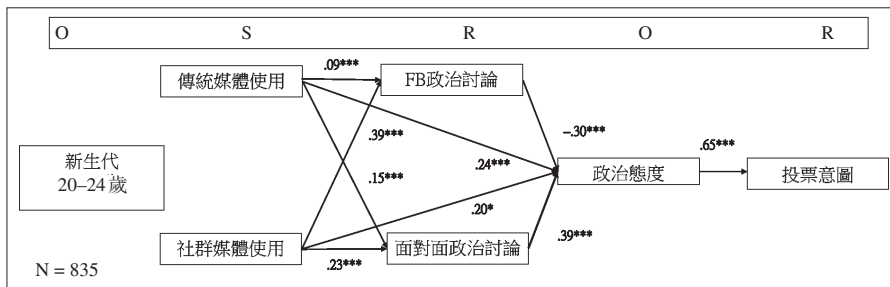
註：MMU 代表傳統媒體使用、SMU 代表社群媒體使用、FBD 代表FB 政治討論、FTF 代表面對面討論、AC 代表政治態度、VI 代表投票意圖。

假設檢驗以及模式

為驗證模式中的各項假設，本研究再透過 Mplus 軟體進行結構方程模式分析 (structural equation modeling, SEM)，了解模式中各變項之間的關係，本研究依照受試者填寫的基本人口資料，進行三個族群的 SEM 分析，同時，參考相關文獻，包含：Cho 等人 (2009)、Chan 等人 (2017)、Kim 等人 (2020) 在 O_1 - S - R_1 - O_2 - R_2 相關實證研究中均納入基本人口變項，包括：年齡、性別、教育、收入等，又考量本研究已經以「年齡」進行多群組估計，考量年齡已作為多群組分析的分組依據，故不再將其納入控制變項，其他主要基本人口變項 (性別、教育、收入) 則作為控制變項納入三個世代 SEM 模式中。

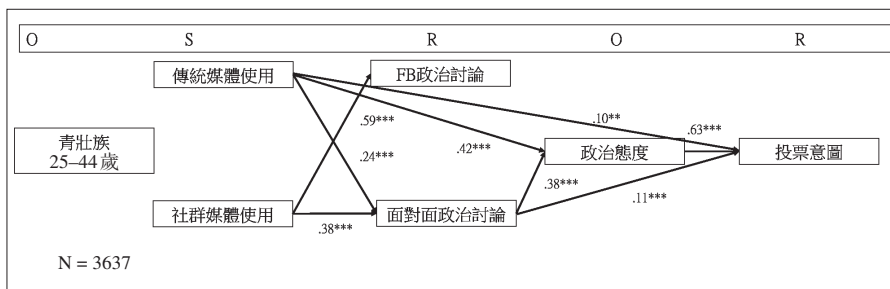
20 至 24 歲新生代的模式中， $\chi^2 = 18.542$ 、 $df = 3$ 、 $p = .0003$ 、RMSEA = .079、CFI = .984、TLI = .821、SRMR = .014，其中，TLI 指數未達到學者建議門檻，為提升模式精簡性與解釋力，刪除不顯著路徑，重新估計模式，結果顯示， $\chi^2 = 31.145$ 、 $df = 10$ 、 $p = .0006$ 、RMSEA = .050、CFI = .977、TLI = .941、SRMR = .026，所有適配度指標均符合學界建議標準 (Hair et al., 2006) (見圖二)。

圖二 台灣新生代政治溝通模式



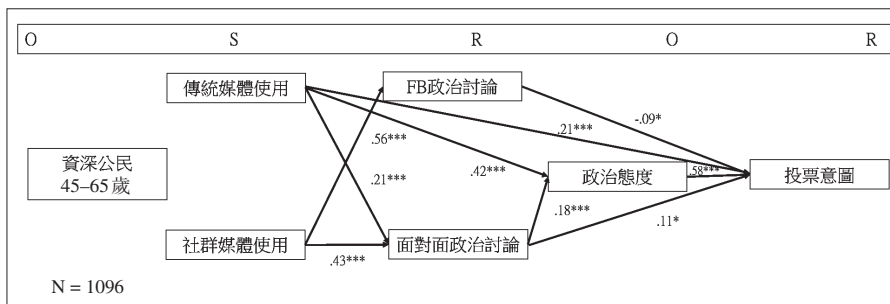
25 至 44 歲的青壯族，經刪除不顯著路徑之後， $\chi^2 = 9.681$ 、 $df = 4$ 、 $p = .0462$ 、 $RMSEA = .020$ 、 $CFI = .999$ 、 $TLI = .991$ 、 $SRMR = .008$ ，所有適配度指標均符合學界建議標準 (Hair et al., 2006) (見圖三)。

圖三 台灣青壯族政治溝通模式



45 至 65 歲的資深公民，經刪除不顯著路徑之後， $\chi^2 = 7.475$ 、 $df = 4$ 、 $p = .1128$ 、 $RMSEA = .028$ 、 $CFI = .998$ 、 $TLI = .981$ 、 $SRMR = .010$ ，所有適配度指標均符合學界建議標準 (Hair et al., 2006) (見圖四)。

圖四 台灣資深公民政治溝通模式



研究假設1主要是了解新生代和其他兩世代在社群媒體使用和FB政治討論之間的差別，研究結果顯示，新生代社群媒體使用和FB政治討論 ($\beta = .39, p < .001$) 呈現正相關，青壯族社群媒體使用和FB政治討論 ($\beta = .59, p < .001$) 呈現正相關，H1-1a和H1-1b均獲得支持。不過，和原本預期相反的是，資深公民社群媒體使用與FB政治討論 ($\beta = .56, p < .001$) 也呈現正相關，因此，H1-1c沒有獲得支持。

此外，在社群媒體使用與面對面政治討論之間的關係，研究結果顯示，新生代社群媒體使用和面對面政治討論 ($\beta = .23, p < .001$)、青壯族社群媒體使用和面對面政治討論 ($\beta = .38, p < .001$) 均呈現正相關，H1-2a和H1-2b獲得支持。不過，和原本預期相反的是，資深公民社群媒體使用與面對面政治討論 ($\beta = .43, p < .001$) 也呈現正相關，因此，H1-2c沒有獲得支持。

研究假設2主要是檢視新生代和其他兩世代在傳統媒體使用和政治討論之間的差別，研究結果顯示，新生代傳統媒體使用和FB政治討論 ($\beta = .09, p < .001$) 呈現正相關，青壯族的傳統媒體使用和FB政治討論 ($\beta = .01, p = .428$)、資深公民的傳統媒體使用和FB政治討論 ($\beta = .04, p = .271$)，顯示沒有相關，因此，H2-1b獲得支持，但是，H2-1a和H2-1c都沒有獲得支持。

在傳統媒體使用與面對面政治討論之間的關係，研究結果顯示，新生代傳統媒體使用和面對面政治討論 ($\beta = .15, p < .001$)、青壯族傳統媒體使用和面對面政治討論 ($\beta = .24, p < .001$)、資深公民傳統媒體使用和面對面政治討論 ($\beta = .21, p < .001$) 均呈現正相關，因此，H2-2c獲得支持，但是，H2-2a和H2-2b都沒有獲得支持。

研究假設3，主要了解面對面政治討論與政治態度之間的關係，研究結果發現，新生代的政治溝通模式中，面對面政治討論與政治態度 ($\beta = .39, p < .001$)、青壯族的面對面政治討論與政治態度 ($\beta = .38, p < .001$)、資深公民的面對面政治討論與政治態度 ($\beta = .18, p < .001$) 均呈現正相關，因此，H3-1獲得支持。

有關FB政治討論與政治態度之間的關係，研究結果發現，新生代的政治溝通模式中，FB上政治討論與政治態度 ($\beta = -.30, p < .001$) 呈

現負相關；青壯族FB上政治討論與政治態度 ($\beta = .00, p = .827$)、資深公民FB上政治討論與政治態度 ($\beta = -.05, p = .249$) 顯示沒有相關，H3-2 沒有獲得支持。

研究假設4，主要了解政治態度與政治行為之間的關係。新生代的政治溝通模式中，政治態度與投票意圖 ($\beta = .65, p < .001$)、青壯族的政治態度與投票意圖 ($\beta = .63, p < .001$)、資深公民的政治態度與投票意圖 ($\beta = .58, p < .001$) 均呈現顯著正相關，因此，H4 獲得支持，研究結果整理於表三。

表三 研究結果一覽表

研究假設	研究結果
H1-1a：對新生代選民而言，社群媒體使用頻率越高，越傾向於FB政治討論。	支持
H1-1b：對青壯族選民而言，社群媒體使用頻率越高，越傾向於FB政治討論。	支持
H1-1c：對資深公民而言，社群媒體使用與FB政治討論之間的關聯較低。	不支持
H1-2a：對新生代選民而言，社群媒體使用頻率越高，越傾向於面對面政治討論。	支持
H1-2b：對青壯族選民而言，社群媒體使用頻率越高，越傾向於面對面政治討論。	支持
H1-2c：對資深公民而言，社群媒體使用與面對面政治討論之間的關聯較低。	不支持
H2-1a：對新生代選民而言，傳統媒體使用與FB政治討論之間的關聯較低。	不支持
H2-1b：對青壯族選民而言，傳統媒體使用與FB政治討論之間的關聯較低。	支持
H2-1c：對資深公民而言，傳統媒體使用頻率越高，越傾向於FB政治討論。	不支持
H2-2a：對新生代選民而言，傳統媒體使用與面對面政治討論之間的關聯較低。	不支持
H2-2b：對青壯族選民而言，傳統媒體使用與面對面政治討論之間的關聯較低。	不支持
H2-2c：對資深公民而言，傳統媒體使用頻率越高，越傾向於面對面政治討論。	支持
H3-1：面對面政治討論與政治態度呈現正相關。	支持
H3-2：FB上政治討論與政治態度呈現正相關。	不支持
H4：政治態度與投票意圖呈現正相關。	支持

資料來源：本研究整理。

本研究以 Mplus 軟體分析三代政治溝通模式的間接效果，結果顯示，新生代主要受社群媒體使用影響，透過政治態度轉化為投票意圖。青壯族則同時受傳統媒體與面對面討論影響，社群媒體的效果多經由人際互動發揮作用。資深公民則以傳統媒體影響最為顯著，面對面討論仍是其連結政治資訊與投票行為的重要管道（見表四）。

表四 間接效果一覽表

路徑	新生代	青壯族	資深公民
MMU → AC → VI	.16 ($p < .001$)	.26 ($p < .001$)	.25 ($p < .001$)
MMU → FTF → VI	n.s.	.03 ($p < .001$)	.02 ($p = .011$)
MMU → FTF → AC → VI	.04 ($p < .001$)	.06 ($p < .001$)	.02 ($p < .001$)
SMU → AC → VI	.13 ($p = .003$)	n.s.	n.s.
SMU → FTF → VI	n.s.	.04 ($p < .001$)	.05 ($p = .006$)
SMU → FTF → AC → VI	.06 ($p < .001$)	.09 ($p < .001$)	.05 ($p < .001$)
SMU → FBD → AC → VI	-.08 ($p < .001$)	n.s.	n.s.

註 1：MMU 代表傳統媒體使用、SMU 代表社群媒體使用、FBD 代表 FB 政治討論、FTF 代表面對面討論、AC 代表政治態度、VI 代表投票意圖。

註 2：n.s. 代表間接效果不顯著 ($p > .05$)。

研究發現與討論

主要發現與討論

本研究採用 $O_1-S-R_1-O_2-R_2$ 作為理論架構，比較 20 至 24 歲新生代、25 至 44 歲的青壯族、45 至 65 歲的資深公民的政治溝通模式。

本研究假設 1 探索新生代和其他世代在社群媒體使用與線上、線下政治討論的關係，研究結果顯示，不論哪一個世代，社群媒體使用與面對面和 FB 政治討論都呈現正相關。過去研究指出，年輕人比起其他有經驗投票者更加仰賴社群媒體 (Ohme, 2019)，學者指出，因為這群人沒有過去經驗可供參考的情況下，需要仰賴媒體才能決定如何投票 (Aalberg & Jenssen, 2007; Ha et al., 2013)。社群媒體提供意外曝光機會，讓原本對政治沒有興趣的年輕人，也有獲得政治資訊的機會 (Ohme et al., 2018)。此外，因為社群媒體的可供性 (affordance)，像是按讚、留言，提供年輕人分享意見的機會，導致社群媒體對新生代選民具有影響力。這或許說明了在年輕人的政治溝通模式中，社群媒體與傳統媒體——尤其是社群媒體——顯著影響著後續的政治討論與態度。

和原本假設預期不同的是，即使是資深公民的社群媒體使用也和線上、線下政治討論呈現正相關，可能的原因在於，雖然資深公民對社群依賴不似年輕人那麼深，但近期的調查發現，36至65歲族群FB使用率高達75%（吳美觀，2024），也就是說，FB在台灣具有很高的使用率，即使是中年人、資深公民都會使用。此外，選戰期間是政治議題發酵的重要時間點，社群媒體使用帶動線上、線下政治討論。

研究假設2探索新生代和其他世代在傳統媒體使用與線上、線下政治討論的關係，研究結果顯示，新生代的政治溝通模式中，傳統媒體使用與FB、面對面政治討論均呈現正相關，可能的原因是年輕人沒有較多的政治經驗，選舉期間，多方吸收選舉和政治資訊。其中，傳統媒體作為守門人，傳遞多元資訊和意見，對民主社會做出貢獻。大部分的傳統媒體使用者在閱讀和觀看後獲得知識（Chaffee & Kanihan, 1997），又會鼓勵更多的政治討論，也就是說，當公民有更多知識促進更多的互動和討論，形成政治態度。

此外，原本預期資深公民的傳統媒體使用與線上、線下政治討論均呈現正相關，研究結果卻發現，資深公民和青壯族的傳統媒體使用與FB政治討論沒有相關，可能的原因是年輕人是社群媒體主力使用者，比起其他族群會認為社群媒體比較可信（Ohme, 2019），甚至可能因為社群上意外的新聞曝光，讓本來對政治沒興趣、冷漠的年輕人也涉入其中，導致社群媒體使用與政治態度呈現正相關，相反地，對有經驗投票者來說，社群媒體本質上還是娛樂導向，演算法產生的同溫層，無法獲得多元意見，限制理性論辯，不會將傳統媒體上看到的政治和選戰內容在FB上討論。此外，通常資深公民和青壯族經過政治社會化後，持有特定的政黨認同，在社會網絡中找到相同政治理念的人一起面對面討論會感覺比較舒服，也是當代政治溝通的常態（Huckfeldt et al., 2004）。因此，傳統媒體與面對面政治討論呈現正相關，相反地，線上的資訊環境並不必然降低人們暴露在政治差異和不同意見下，網絡社群造成意外接觸到政治分歧的內容（Brundidge, 2010），可能因此降低資深公民和青壯族在FB討論的意願。

研究假設3探索面對面和FB討論與政治態度之間的關係。面對面討論意味著可以和具有強連結的對象，像是親朋好友溝通對話。過程中，可以促進資訊流動、詮釋新聞和建構日常新聞的意義 (Kim & Kim, 2008)，研究假設3-1面對面政治討論與政治態度呈現正相關獲得支持，不論哪一族群，面對面溝通都可以形成政治態度，這也和2016年總統及立法委員選舉的研究結果相符，和重要他者面對面溝通影響政治態度和投票意圖 (Lee et al., 2017)。

然而，研究假設3-2原先預期FB上政治討論與政治態度呈現正相關。不同的是，在新生代的政治溝通模式中，FB政治討論與政治態度呈現負相關，而在青壯族及資深公民的政治溝通模式中，FB政治討論與政治態度沒有相關，從西方的實證研究發現，社群媒體的溝通過程可以接觸到多元意見，因此，是更加建設性的，可以藉此發展出對議題的共識 (Kim et al., 2020)，但本研究結果和西方研究並不呼應，可能的原因在於，FB上的討論屬於電腦中介溝通，缺乏非語言線索，容易造成誤解 (Lowenthal & Snelson, 2017)，以貼圖為例，因為方便和造型可愛，在數位環境下，深受台灣民眾喜愛，然而，人際溝通頗為複雜，貼圖背後的意涵還需要進一步釐清和解釋。其次，選舉期間，也是政治熱度最高的時間點，容易出現極端和攻擊對手的言論，由於新生代選民尚在發展政治態度而易受外界影響，在FB上接觸太多政治訊息，可能因此導致政治冷感或倦怠，或許說明，FB政治討論與政治態度呈現負相關。

而對青壯族及資深公民來說，比起年輕選民，他們的政治立場通常較穩定，多數人長期支持同一政黨或擁護特定的政治理念 (林珮婷等，2020；Ho et al., 2017)，或根據政黨、政治人物表現來投票，因此，FB政治討論較難影響青壯族及資深公民。此外，也有學者指出，雖然網絡可增加資訊接近程度，促進政治討論和參與，數位媒體環境仍然不能視為是公共領域，因為科技並沒有鼓勵理性審議 (Papacharissi, 2002)；大部分的線上互動是非政治的、或趨向於娛樂的，限制住審議的潛能 (Dahlgren, 2000)，也比較難以說服青壯族及資深公民，因此，FB政治討論與政治態度沒有相關。

研究假設4與原先預期相符，亦即政治態度與投票意圖呈現正相關，本研究在新生代、青壯族和資深公民的三個政治溝通模式中均發現，政治態度與投票意圖呈現正相關，通常態度是行為的前提，代表政治態度會影響後續的行為。

整體來說，本研究結果大抵符合 $O_1-S-R_1-O_2-R_2$ 模式，也就是媒體使用間接影響政治參與行為。值得注意的是，青壯族和資深公民的溝通模式中，傳統媒體、面對面討論直接影響最後的投票意圖，可能的原因是傳統媒體對於青壯族和資深公民還是重要的資訊來源，吸引相同政治信念和意識形態的人收看，並影響投票意圖。此外，面對面討論是當代民主的核心，當人們能面對面溝通，這有助於釐清複雜的概念，增加政治知識 (Eveland et al., 2005)、政治效能 (Min, 2007) 和政治參與 (McLeod et al., 1999)，因此，面對面討論與投票意圖呈現直接正相關。

理論和實務意涵

本研究在台灣背景下，展示出不同世代的媒體使用和政治參與模式。就理論貢獻來說，相關的實證研究在台灣較為缺乏，這是首度以 $O_1-S-R_1-O_2-R_2$ 模式的大規模研究。此外，過去的研究都集中在了解首投族的政治參與 (Moeller et al., 2014; Vissers & Stolle, 2014)，很少比較不同族群的政治行為。相反地，本研究進一步比較新生代、青壯族和資深公民的政治溝通模式。換言之，可藉此了解20至65歲台灣公民的政治溝通行為、態度和行為。

新生代(20–24歲)成長於資訊爆炸的數位環境之中，研究結果顯示，無論是社群媒體或傳統媒體，皆對其政治態度產生顯著影響，顯示在缺乏實際選舉經驗的情況下，媒體對年輕選民的政治社會化扮演關鍵角色。相較之下，青壯族(25–44歲)與資深公民(45–65歲)的政治態度與行為，則更顯著地受到傳統媒體的影響。這兩世代在政治資訊的獲取上，較為仰賴報紙、電視等傳統媒介。考量到台灣媒體長期存在明顯的政治意識形態分野，傳統媒體的使用亦反映出受訪者在政黨認同上的差異，進而影響其投票行為。

整體而言，三個世代在資訊獲取習慣、媒介參與偏好與政治溝通歷程上皆展現出明顯差異，證實本研究以世代作為比較基礎的分析策略具備實質意義，並為政治傳播研究提供更細緻的年齡群體觀察視角。

此外，媒體使用對政治態度和行為的影響並非直接，而是需要透過人際討論中介，特別在年輕選民中，社群媒體引發的線上討論尤為重要，這一結果支持人際討論在政治態度形成的重要角色，也凸顯了媒體使用和人際討論的交互作用在政治參與的中介效果。整體來說，本研究結果顯示，政治資訊主要還是受到人際討論的中介，影響政治參與，與 $O_1-S-R_1-O_2-R_2$ 相符，亦即媒體使用須整合人際溝通，可以增進政治參與。

就實務意涵來說，本研究發現，不同世代的選民因媒體使用習慣、資訊接受方式及政治參與模式的差異，應採取差異化的媒體傳播策略，以提升溝通效果與政治動員力，對於年輕選民來說，偏好社群媒體，對於短、快、視覺化的內容較具接受度，也有較多的機會透過社群接觸到網紅。因此，未來可以透過短影音、直播、網紅、迷因等年輕人經常使用且信任的媒體形式加強互動對話，增強年輕選民的認同感和投票意圖；反之，有經驗的投票者，不論是青壯族還是資深公民，傳統媒體對於政治態度和投票行為仍具有影響力，電視、報紙上的廣告和討論依舊重要，透過電視廣告、新聞節目專訪、報紙專欄、互動式廣播節目仍是溝通的重要媒體形式，對於選舉策略規劃來說，社群媒體和傳統媒體仍不可偏廢，應針對不同族群加強溝通。

研究限制和未來研究方向

本研究有幾個研究限制：首先，本研究以2018年九合一選舉作為觀察時間點，並非最新選舉調查，考量過去這幾年來，台灣的政治環境並沒有太大的變動，2018年選舉反應當時的社會議題和民意，這些反應構成當前台灣政治生態的一部分，相關研究結果具有研究重要性且仍適用於今天，但受限於2018年的選舉還是屬於地方選舉，限制研究結果的外在效度。

其次，本研究透過網絡收集數據，也可能導致樣本上的偏見，年齡層聚集在年輕人和青壯族，資深公民的樣本比例較低。再者，在測量和分組上，隨著閱聽習慣的轉變，「傳統」和「新」媒體的界線日趨模糊，本研究在區分「傳統」媒體中，納入電視、報紙、新聞網站，其中，報紙使用日趨下滑，影響測量信度。同時，「新聞網站」是否應視為傳統媒體亦具爭議，未來可進一步區分數位與紙本新聞來源，以提升測量的一致性。

此外，本研究運用 O_1 -S- R_1 - O_2 - R_2 模式時，選擇以討論場域（線上和線下）作為政治討論的操作性指標，未進一步區分討論內容是否涉及異質或同質意見、討論頻率高低等，可能對結果的外部效度產生限制，未來研究可進一步區分討論平台與內容特徵，以拓展對政治態度形成與改變的理解。

同時，本研究三組年齡劃分中，新生代（20-24歲）相對較窄，可能導致該組樣本的代表性偏低，或無法呈現年輕族群內部的異質性，未來可考慮以更細緻的年齡劃分方式，以檢驗年齡變項在政治參與中是否存在非線性影響，即年齡對參與行為的影響可能並非呈現單一方向，而是隨年齡有不同趨勢。

此外，在理論層面上，未來研究可深化 O_1 -S- R_1 - O_2 - R_2 模式的應用與擴展，例如，納入更多心理因素，如媒體信任等變項，以更全面地掌握個人取向對政治行為的影響。政治討論亦可區分為討論內容同質、異質等，藉以探索討論品質對政治態度與行為的中介效果。

再者，隨著數位傳播科技與新興媒體平台的快速演變，本研究雖聚焦於FB等主流平台，但未來研究應持續關注新媒體與新平台的影響。例如，短影音平台（如TikTok）、演算法推薦與AI政治內容的自動化生產等，探討其對 O_1 -S- R_1 - O_2 - R_2 各階段的潛在干擾與中介效果。

整體來說，本研究對理論的啟示在於，首先，高度言論自由的社會中，文化因素對政治行為具有舉足輕重的影響力，預測著人們的政治行為，台灣屬於高度集體主義，雖然在台灣民主社會中，人們有很大的自由可以進行線上、線下討論。然而，大部分的人會從社群中獲得政治資訊而不參與討論，與集體主義中強調人與人之間的緊密連

結、重視人際面對面溝通，以及在社群同溫層中避免討論政治議題以免引起衝突等集體主義特色相關，這對於 $O_1-S-R_1-O_2-R_2$ 模式過去局限於西方實證研究，增添文化面向與理論意涵。

其次，從研究結果可知，社群媒體對年輕世代影響較大，因此，年輕人比起青壯、資深公民更容易透過社群媒體上的人際歷程轉化為態度與參與。也就是說，本研究在台灣脈絡下提供集體主義式的 $O_1-S-R_1-O_2-R_2$ 模式，強調「人際中介優勢」以及「世代差異」，這對於 $O_1-S-R_1-O_2-R_2$ 模式過往主要應用於西方或半民主國家，提供了全新具體案例，驗證 $O_1-S-R_1-O_2-R_2$ 模式在開放型亞洲民主社會中的適用性，並顯示 $O_1-S-R_1-O_2-R_2$ 模式在不同文化背景下可能產生差異，未來研究可進行跨文化比較，檢驗文化價值觀如何調節媒體使用、人際互動與政治參與的機制，拓展 $O_1-S-R_1-O_2-R_2$ 模式。

披露聲明

本文作者未報告潛在的利益衝突。

Disclosure Statement

No potential conflict of interest was reported by the authors.

研究經費資助

本文未獲研究項目經費資助。

Funding

This article was not funded by any project grant.

ORCID

李貞怡 (Chen-Yi LEE) <https://orcid.org/0009-0007-0666-9468>

李秀珠 (Shu-Chu Sarrina LI) <https://orcid.org/0000-0003-1715-5765>

參考文獻

中文部分 (Chinese Section)

- 王泰俐 (2013)。〈「臉書選舉」？2012 年台灣總統大選社群媒體對政治參與行為的影響〉。《東吳政治學報》，第 31 卷，第 1 期，頁 1-52。
- Wang, T.-L. (2013). "Facebook election"? The impact of social media on political participation in the 2012 Taiwan presidential election. *Soochow Journal of Political Science*, 31(1), 1-52.
- 王嵩音 (2017)。〈是「異議」？還是「疏離」？網路使用者的政治態度與政治參與〉。《傳播文化》，第 16 期，頁 104-131。
- Wang, S.-Y. (2017). Dissent or disengagement? Political attitudes and political participation among internet users. *Communication and Culture*, 16, 104-131.
- 吳美觀 (2024 年 11 月 17 日)。〈老人才用臉書？台灣網友最愛 5 社群平台曝 35 歲是分界點〉。取自中時新聞網，<https://www.ctee.com.tw/news/20241117700353-430502>。
- Wu, M.-G. (2024, November 17). *Is Facebook only for the elderly? Taiwan's five most popular social media platforms revealed—age 35 as the dividing line.* <https://www.ctee.com.tw/news/20241117700353-430502>.
- 李冠成、楊婉瑩 (2016)。〈老台灣人 vs 新台灣人：台灣人認同世代差異之初探〉。《台灣政治學刊》，第 20 卷，第 2 期，頁 125-186。
- Lee, K.-C., & Yang, W.-Y. (2016). Old Taiwanese vs. new Taiwanese: A preliminary study on generational differences in Taiwanese identity. *Taiwan Political Science Review*, 20(2), 125-186.
- 林珮婷、鄭夙芬、王德育 (2020)。〈台灣認同的世代差異與投票抉擇——以 2016 年總統選舉為例〉。《選舉研究》，第 27 卷，第 1 期，頁 85-124。
- Lin, P.-T., Cheng, S.-F., & Wang, T.-Y. (2020). Generational differences in Taiwanese identity and voting choices: A case study of the 2016 presidential election. *Election Studies*, 27(1), 85-124.
- 財團法人台灣網路資訊中心 (2023 年 8 月 29 日)。〈2023 年台灣網路報告〉。上網日期：2025 年 8 月 20 日，取自 <https://report.twnic.tw/2023/>。
- Taiwan Network Information Center. (2023, August 29). *2023 Taiwan Internet Report.* <https://report.twnic.tw/2023/>.
- 張純純 (2019 年 1 月 1 日)。〈2018 年電視回顧〉。取自台北市商業同業公會官網，https://www.taaa.org.tw/uploads/editors/news_list/297554690.pdf。

Chang, C.-C. (2019). *A review of television in 2018*. Taipei Chamber of Commerce. https://www.taaa.org.tw/uploads/editors/news_list/297554690.pdf.

台灣傳播調查資料庫 (2020年6月24日)。〈台灣民眾對五大媒體之評價〉。上網日期：2025年2月24日，取自 https://crctaiwan.dcat.nycu.edu.tw/ResultsShow_detail.asp?RS_ID=112。

Taiwan Communication Survey Database. (2020, June 24). *Taiwanese citizens' evaluation of the five major media outlets*. https://crctaiwan.dcat.nycu.edu.tw/ResultsShow_detail.asp?RS_ID=112.

台灣傳播調查資料庫 (2024年7月5日)。〈「臉書是中年族群才會使用的平台嗎？」——探討台灣民眾的新媒體使用〉。上網日期：2025年2月24日，取自 <https://crctaiwan.dcat.nycu.edu.tw/epaper/%E7%AC%AC323%E6%9C%9F20240705.htm>。

Taiwan Communication Survey Database. (2024, July 5). *Is Facebook only for middle-aged users? Exploring new media usage among Taiwanese citizens*. <https://crctaiwan.dcat.nycu.edu.tw/epaper/%E7%AC%AC323%E6%9C%9F20240705.htm>.

劉義周 (1993)。〈台灣的政治世代〉。《政治學報》，第21期，頁99–120。

Liu, Y.-C. (1993). The political generations in Taiwan. *Chinese Political Science Review*, 21, 99–120.

蔡旻潔、楊惟任 (2022)。〈社群媒體對首投族政治參與影響之研究：以2020年總統選舉為例〉。《通識教育與多元文化學報》，第10期，頁103–142。

Tsai, M.-J., & Yang, W.-J. (2022). The impact of social media on first-time voters' political participation: A study of the 2020 presidential election. *Journal of General Education and Multicultural Studies*, 10, 103–142.

英文部分 (English Section)

Aalberg, T., & Jenssen, A. T. (2007). Do television debates in multiparty systems affect viewers? A quasi-experimental study with first-time voters. *Scandinavian Political Studies*, 30(1), 115–135.

Ajzen, I. (2001). Nature and operation of attitudes. *Annual Review of Psychology*, 52, 27–58.

Ardèvol-Abreu, A., Diehl, T., & Gil de Zúñiga, H. (2019). Antecedents of internal political efficacy incidental news exposure online and the mediating role of political discussion. *Politics*, 39(1), 82–100.

Bi, N. C., Lu, Y., Ha, L., & Chen, P. (2021). Attitude change toward the Chinese during the US-China trade conflict: Examining the roles of social media news

- sharing and perceived news feed performance. *Online Information Review*, 45(3), 599–613.
- Boulianne, S. (2015). Social media use and participation: A meta-analysis of current research. *Information, Communication & Society*, 18(5), 524–538.
- Brundidge, J. (2010). Encountering “difference” in the contemporary public sphere: The contribution of the internet to the heterogeneity of political discussion networks. *Journal of Communication*, 60(4), 680–700.
- Campbell, A., Converse, P. E., Miller, W. E., & Stokes, D. E. (1960). *The American voter*. Wiley.
- Chan, M. (2016). Social network sites and political engagement: Exploring the impact of Facebook connections and uses on political protest and participation. *Mass Communication and Society*, 19(4), 430–451.
- Chan, M., Chen, H.-T., & Lee, F. L. F. (2017). Examining the roles of mobile and social media in political participation: A cross-national analysis of three Asian societies using a communication mediation approach. *New Media & Society*, 19(12), 2003–2021.
- Chaffee, S. H., & Kanihan, S. F. (1997). Learning about politics from the mass media. *Political Communication*, 14(4), 421–430.
- Chang, J.-H., Zhu, Y.-Q., Wang, S.-H., & Li, Y.-J. (2018). Would you change your mind? An empirical study of social impact theory on Facebook. *Telematics and Informatics*, 35(1), 282–292.
- Chen, H.-T. (2021). Second screening and the engaged public: The role of second screening for news and political expression in an O-S-R-O-R Model. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 98(2), 526–546.
- Chen, H.-T., & Guo, J. (2026). Not bowling alone: Revisiting partisan types and participatory behaviors using the communication mediated model. *Communication Research*, 53(1), 120–148.
- Cho, J., Shah, D. V., McLeod, J. M., McLeod, D. M., Scholl, R. M., & Gotlieb, M. R. (2009). Campaigns, reflection, and deliberation: Advancing an O-S-R-O-R model of communication effects. *Communication Theory*, 19(1), 66–88.
- Choi, J., Lee, J.-K., & Metzgar, E. T. (2017). Investigating effects of social media news sharing on the relationship between network heterogeneity and political participation. *Computers in Human Behavior*, 75, 25–31.
- Dahlgren, P. (2000). The internet and the democratization of civic culture. *Political Communication*, 17(4), 335–340.
- Dimock, M. (2019). *Defining generations: Where Millennials end, and Generation Z begins*. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/short-reads/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>.
- Eveland, W. P., Jr., Hayes, A. F., Shah, D. V., & Kwak, N. (2005). Observations on estimation of communication effects on political knowledge and a test of intra-communication mediation. *Political Communication*, 22(4), 505–509.

- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39–50.
- Gerber, A. S., Green, D. P., & Shachar, R. (2003). Voting may be habit-forming: Evidence from a randomized field experiment. *American Journal of Political Science*, 47(3), 540–550.
- Gil de Zúñiga, H., Molyneux, L., & Zheng, P. (2014). Social media, political expression, and political participation: Panel analysis of lagged and concurrent relationships. *Journal of Communication*, 64(4), 612–634.
- Ha, L. S., Wang, F., Fang, L., Yang, C., Hu, X., Yang, L., Yang, F., Xu, Y., & Morin, D. (2013). Political efficacy and the use of local and national news media among undecided voters in a swing state: A study of general population voters and first-time college student voters. *Electronic News*, 7(4), 204–222.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1998). *Multivariate data analysis*. Prentice Hall.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2006). *Multivariate data analysis* (6th ed.). Prentice Hall.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Prentice Hall.
- Ho, K., Clark, C., & Tan, A. C. (2017). Politicized to mobilize? A longitudinal study of first-time voters' voting intentions in Taiwan, 2004–2016. *Journal of Electoral Studies*, 24(2), 97–115.
- Holt, K., Shehata, A., Strömbäck, J., & Ljungberg, E. (2013). Age and the effects of news media attention and social media use on political interest and participation: Do social media function as leveller? *European Journal of Communication*, 28(1), 19–34.
- Huckfeldt, R., Johnson, P. E., & Sprague, J. (2004). *Political disagreement: The survival of diverse opinions within communication networks*. Cambridge University Press.
- Johnson, T. J., Saldaña, M., & Kaye, B. K. (2022). A galaxy of apps: Mobile app reliance and the indirect influence on political participation through political discussion and trust. *Mobile Media & Communication*, 10(1), 21–37.
- Jung, N., Kim, Y., & Gil de Zúñiga, H. (2011). The mediating role of knowledge and efficacy in the effects of communication on political participation. *Mass Communication and Society*, 14(4), 407–430.
- Kim, B., Barnidge, M., & Kim, Y. (2019). The communicative processes of attempted political persuasion in social environments: The mediating roles of cognitive elaboration and political orientations. *Information Technology & People*, 33(2), 813–828.
- Kim, H., Kim, Y., & Lee, D. (2020). Understanding the role of social media in political participation: Integrating political knowledge and bridging

- social capital from the social cognitive approach. *International Journal of Communication*, 14, 4803–4824.
- Kim, J., & Kim, E. J. (2008). Theorizing dialogic deliberation: Everyday political talk as communicative action and dialogue. *Communication Theory*, 18(1), 51–70.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. John Wiley & Sons.
- Kwak, N., Williams, A. E., Wang, X., & Lee, H. (2005). Talking politics and engaging politics: An examination of the interactive relationships between structural features of political talk and discussion engagement. *Communication Research*, 32(1), 87–111.
- Lee, I.-C., Chen, E. E., Yen, N.-S., Tsai, C.-H., & Cheng, H.-P. (2017). Are we rational or not? The exploration of voter choices during the 2016 presidential and legislative elections in Taiwan. *Frontiers in Psychology*, 8, 1762.
- Li, X., & Chan, M. (2017). Comparing social media use, discussion, political trust and political engagement among university students in China and Hong Kong: An application of the O-S-R-O-R model. *Asian Journal of Communication*, 27(1), 65–81.
- Lin, J. H. (2016). Differential gains in SNSs: Effects of active vs. passive Facebook political participation on offline political participation and voting behavior among first-time and experienced voters. *Asian Journal of Communication*, 26(3), 278–297.
- Lin, T. T. C., & Chiang, Y. H. (2017). Dual screening: Examining social predictors and impact on online and offline political participation among Taiwanese internet users. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 61(2), 240–263.
- Lowenthal, P. R., & Snelson, C. (2017). In search of a better understanding of social presence: An investigation into how researchers define social presence. *Distance Education*, 38(2), 141–159.
- McLeod, J. M., Scheufele, D. A., & Moy, P. (1999). Community, communication, and participation: The role of mass media and interpersonal discussion in local political participation. *Political Communication*, 16(3), 315–336.
- Min, S.-J. (2007). Online vs. face-to-face deliberation: Effects on civic engagement. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1369–1387.
- Moeller, J., De Vreese, C., Esser, F., & Kunz, R. (2014). Pathway to political participation: The influence of online and offline news media on internal efficacy and turnout of first-time voters. *American Behavioral Scientist*, 58(5), 689–700.
- Muller, E. N. (1977). Behavioral correlates of political support. *American Political Science Review*, 71(2), 454–467.
- Nah, S., Liu, F., Shao, C., Romanova, E., & Nam, G. (2024). When trust in AI mediates: AI news use, public discussion, and civic participation. *International Journal of Public Opinion Research*, 36(2), edae019.

- Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C. T., Eddy, K., & Nielsen, R. K. (2022). *Reuters Institute digital news report 2022*. Reuters Institute. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022>.
- Ohme, J. (2019). When digital natives enter the electorate: Political social media use among first-time voters and its effects on campaign participation. *Journal of Information Technology & Politics*, 16(2), 119–136.
- Ohme, J., de Vreese, C. H., & Albæk, E. (2018). The uncertain first-time voter: Effects of political media exposure on young citizens' formation of vote choice in a digital media environment. *New Media & Society*, 20(9), 3243–3265.
- Papacharissi, Z. (2002). The virtual sphere: The internet as a public sphere. *New Media & Society*, 4(1), 9–27.
- Park, C. S., & Kaye, B. K. (2019). Mediating roles of news curation and news elaboration in the relationship between social media use for news and political knowledge. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 63(3), 455–473.
- Rawls, J. (2001). *The law of peoples: With the idea of public reason revisited*. Harvard University Press.
- Rekker, R. (2022). Young trendsetters: How young voters fuel electoral volatility. *Electoral Studies*, 75, 102425.
- Shah, D. V., Cho, J., Eveland, W. P., Jr., & Kwak, N. (2005). Information and expression in a digital age: Modeling Internet effects on civic participation. *Communication Research*, 32(5), 531–565.
- Shah, D. V., Cho, J., Nah, S., Gotlieb, M. R., Hwang, H., Lee, N., Scholl, R., & McLeod, D. M. (2007). Campaign ads, online messaging, and participation: Extending the communication mediation model. *Journal of Communication*, 57(4), 676–703.
- Shearer, E., & Matsa, K. E. (2018). *News use across social media platforms 2018*. Pew Research Center. <https://www.journalism.org/2018/09/10/news-use-across-social-media-platforms-2018/>.
- Smith, J., Terry, D., Manstead, A., Louis, W., Kotterman, D., & Wolfs, J. (2008). The attitude–behavior relationship in consumer conduct: The role of norms, past behavior, and self-identity. *The Journal of Social Psychology*, 148(3), 311–334.
- Su, H., & Yeh, K.-C. (2018). Asian perception of the EU after Brexit: The case of Taiwan. *Asia Europe Journal*, 16(4), 395–421.
- Stone, W. F., & Schaffner, P. E. (1988). *The psychology of politics*. Springer-Verlag.
- Visser, S., & Stolle, D. (2014). Spill-over effects between Facebook and on/offline political participation? Evidence from a two-wave panel study. *Journal of Information Technology & Politics*, 11(3), 259–275.
- Waeterloos, C., Walrave, M., & Ponnet, K. (2024). The role of multi-platform news consumption in explaining civic participation during the COVID-19 pandemic: A communication mediation approach. *New Media & Society*, 26(1), 271–291.

- Wang, C. H., Weng, D. L. C., & Tsai, C. H. (2019). Personality traits and political participation in Taiwan: A mediation approach. *Political Science*, 71(3), 175–192.
- Weeks, B. E., Ardèvol-Abreu, A., & Gil de Zúñiga, H. (2017). Online influence? Social media use, opinion leadership, and political persuasion. *International Journal of Public Opinion Research*, 29(2), 214–239.
- Xia, C., & Shen, F. (2018). Political participation in Hong Kong: The roles of news media and online alternative media. *International Journal of Communication*, 12, 1569–1590.
- Yoo, S. W., & Gil de Zúñiga, H. (2014). Connecting blog, Twitter and Facebook use with gaps in knowledge and participation. *Communication & Society*, 27(4), 33–48.