

第一章 緒論

第一節 研究動機與目的

壹、研究動機

民主國家中，投票乃是政治實踐的一種行為，被視為人民對於現任者表現是否滿意的指標，選民可以利用手中的選票來表示對於執政的滿意與否。隨著科技日新月異，一般民眾對於資訊接受也越來越倚重電子媒體，電子媒體所提供的訊息容易接收是主要的原因之一，另一方面可以說民眾對於公眾事務的關心程度也日益減少，於是越容易取得的資訊越容易變成主要的消息來源。

政治傳播很早就存在，當人與人之間有政治行為產生的時候，就可以說明政治傳播已經存在，特別是現代社會經由大眾媒體來散布消息，讓政治傳播的效果更加強烈。英國傳播學者麥奈爾(Brian McNair)將政治傳播定義為：「關於政治有目的之傳播，包括政治人物與政治行為者達到特定目的所採取的各種形式的傳播，選民和專欄作家等非政治人物對政治人物所作的傳播，媒體有關政治人物及活動、評論等的傳播。」¹

隨著科技的發展，媒體的發展速度也越來越快，有部分媒體的出資者是特定團體或者是政黨，想要藉由報導來影響一項重大的決定——選舉。幾乎沒有人認為媒體有意圖地控制選舉，但是他們的影響力與權力幾乎普遍地由一般人民與政治方面的專家所承認。²於是，無論是一般市民或者是政治專家，都會受到媒體的影響，而對他們的行為產生影響，不管是加強原有的想法或是改變原先的念頭，因此，媒體在選舉中所扮演的角色也日益增加。

¹ Brian McNair, 2003, *An Introduction to Political Communication*. London: Routledge Press, p. 4.

² Everette E. Dennis, and John C. Merrill. 2002, *Media Debates: Great Issues for the Digital Age*. London: Wadsworth/Thomson Learning Press, p. 76.

在現今的學科中，政治傳播還是一門很新的學科，換個說法政治傳播就是大眾傳播，但是政治傳播的目的與大眾傳播的不一樣，只侷限於有關政治性的部分。許多學者對於政治傳播所下的定義不大相同，使得對於政治傳播的看法都有著些許出入。本篇文章試著在眾多的傳播理論中，找尋跟投票行為有關的理論，並且試著以這些理論來解釋選民的投票行為。

舉例來說，在 2008 年美國總統大選中，參與競選的有民主黨的總統候選人歐巴馬與副總統候選人希拉蕊(Hillary Diane Rodham Clinton)以及共和黨總統候選人麥坎與副總統候選人裴琳(Sarah Palin)。性別、種族與年齡上的差異，透過媒體的報導會把這些差異給放大，再加上一些看不見、無法測量的變數存在，使得最後的結果更是難以預測。

貳、研究目的

林肯總統在 1863 年的解放宣言中，已經讓他們獲得了自由。南北戰爭結束後，聯邦軍隊佔領南方時期（1865 年—1877 年），黑人曾獲得解放宣言所賦予的平等權利。1896 年美國聯邦最高法院作出「布雷西控弗格森」(Plessy v. Ferguson)一案中的判決，確立對黑人實行「隔離但平等」的措施，³無異對南方黑人人權造成嚴重的打擊，最高法院判決中有關「隔離」的部份被執行得十分徹底，但有關「平等」的部份則不然，導致南方出現更多種族隔離制度法令，甚至連在工廠、醫院及軍隊都採取種族隔離制度。⁴

³ 劉文彬著，2005，《西洋人權史—從英國大憲章到聯合國科索沃決議案》。台北，五南，頁 175。

⁴ 請參見註 3。當時法院認為：各種設施實行種族隔離，只要對黑人和白人提供的服務是平等的，即不違憲；「如果一個民族在社會上低於另一個民族的話，則美國聯邦憲法就不能把他們強迫放在平等的地位上。」。

1954 年美國聯邦最高法院判定教育委員會種族隔離的學校違法，1955 年阿拉巴馬州蒙哥馬利市，黑人公民以全面罷乘來反對公車上的黑白隔離措施，1963 年華盛頓的林肯紀念館廣場聚集二十五萬名群眾反種族隔離，美國民權運動領袖馬丁·路德·金恩博士發表著名的演說《I Have A Dream》為民權運動的高峰。⁵

黑人人權經過長時間的努力之後，已經有了很大的突破與進步，但是在美國白人優越的法律與風俗之下，「一滴尼格羅血，就足以使人成為尼格羅」。⁶因此，不可否認的是，美國還是存在著種族歧視，即使詢問強勢的白種人都會否認歧視的存在，但是它還是像幽靈一般，存在於美國人的心中。

2008 年美國總統大選民主黨候選人歐巴馬(Barack Obama)與共和黨候選人麥坎(John McCain)共同角逐總統的位置，並且是美國總統大選的歷史上首位有色人種的候選人出現，美國民眾會選擇歷史上首位的黑人總統，還是布萊德利效應(Bradley Effect)會再次發生，使得麥坎在民調落後的情況下能夠反敗為勝，贏得總統席位。⁷

2000 年美國總統大選，選前民調布希支持率為 47%，高爾為 46%，實際得票率布希為 47.87%，高爾為 48.32%；2004 年美國總統大選，選前民調布希為 48%，凱瑞為 47%，實際得票率布希為 51%，凱瑞為 48%；2008 年美國總統大選，選前民調歐巴馬為 49.5%，麥坎為 43.8%，實際得票率為歐巴馬 53%，麥坎為 46%。⁸美國總統大選的民調準確性向來相當地高，但是在 2008

⁵ 王若璧譯，Francois de Fontette 著，1990，《種族歧視》。台北，遠流，頁 99-109。

⁶ 鄧伯宸譯，Harold R. Isaacs 著，2004，《族群》。台北，立緒，頁 97。

⁷ 1982 年美國洛杉磯市長選舉時，黑人候選人布萊德利(Tom Bradley)在民調中遙遙領先對手，不料最後的投票結果卻是敗給了白人對手勞倫斯·道格拉斯(Lawrence Douglas Wilder)。許多政治學者、分析家認為，主要是選民在面對民調訪問時，不願意表達出他們對黑人的反感，以致於民調失真。

⁸ 資料來源：Gallup Inc., 2009.04.15, "Election Polls -- Vote by Groups, 2000-2004", <http://www.gallup.com/poll/9469/Election-Polls-Vote-Groups-20002004.aspx>.

年的總統選舉中，麥坎奪取了比民調中還要多的選票，這是否表示民調的可信度下降，還是有什麼無法測量的因素影響了選民投票的結果。

本論文欲探討在不同方面會影響到選舉的因素，透過政治傳播的情況之下，是否會對選民產生什麼樣的影響，並以媒體系統依賴理論與沉默螺旋理論的架構來分析，民眾的支持度是否會受到什麼樣的情況發生，而產生變化。

第二節 論文章節安排

本論文第一章為緒論，第一節的部分說明研究動機和研究目的，是什麼原因會引起筆者想要研究 2008 年的美國總統大選。第二節則是本篇文章的章節安排。第三節是文章所使用的研究方法，再接下來第四節是研究架構。第五節則是相關文獻探討，比較不同文獻之間相同與相異之處。

第二章在介紹沉默螺旋理論，首先第一節先將沉默螺旋理論的定義先確立，接著在第二節說明「公共的(public)」意義，而後在第三節說明理論是如何造成「社會控制」並且說明「公眾意見」的定義。第四節的小結是說明沉默螺旋對於一般民眾的影響。

第三章則是說明媒介系統依賴理論、宣傳理論與布萊德利效應。第一節介紹媒介系統依賴理論的起源，以及遭受到的批評。第二節是介紹宣傳理論，在日常生活之中，很難不受到宣傳的影響。第三節則是說明布萊德利效應發生的事件與經過。第四節的小結是將媒介系統依賴理論、宣傳理論與布萊德利效應做個短暫的收尾。

第四章說明沉默螺旋理論、媒介系統依賴理論與潛在心理因素相互影響的部分，偏向理論的探討。第一節是媒介系統依賴理論對於沉默螺旋理論的影響，來判斷沉默螺旋理論是否有產生效果。第二節說明媒介系統依賴理論對於潛在心理因素的影響，來看布萊德利效應在什麼樣的情況下會發生。第三節則是沉默螺旋理論跟潛在心理因素的交互作用。第四節的小結說明理論本身所具有的效果，以及帶來的影響。

第五章是理論對於選民的影響，此章藉由選舉中取得的數據來觀察理論對於選民是否有發揮作用。第一節是媒介系統依賴理論對於選民的影響，藉由歐巴馬的行銷手法來表示發揮的效果有多大。第二節則是沉默螺旋理論對於選民影響的效果，由歐巴馬的長期累積的民調就能了解。第三節是布萊德利效應對於選民的影響，由不同區塊的選民投票來觀察這個現象是否有發生。第四節的小結則是歸納這些效果。

第六章為結論，第一節研究發現為歸納先前研究所得到的結論，第二節的未來研究方向則是利用已歸納的結果做持續的觀察，以延續本研究的觀點與討論。

第三節 研究方法

根據前述研究動機，本論文利用政治傳播的理論，以及媒體系統依賴理論(The Media System Dependency Theory)、沉默螺旋理論(The Spiral of Silence Theory)與潛在心理因素之間交互作用，來試著找出對於選民的影響。⁹本論文以文獻分析法與個案研究法來研究 2008 年美國總統大選中，媒體影響選民投票行為的過程。本論文採取的研究方法有以下幾種：

⁹ 「媒體系統依賴理論」亦可譯為「媒介系統依賴理論」，請參閱 Stanley J. Baran, and Dennis K. Davis, 2003, *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future*. London: Wadsworth/Thomson Learning Press, pp. 315~319.

壹、 文獻分析

文獻本身作為一種準觀察工具，常用於試探或追蹤性的研究，以補充其他的研究方法。倘若觀察法或訪問法應用不足時，在質化研究上就具有重要適用價值的方法。本方法以蒐集有關他人所做之研究，分析其研究成果與建議，指明所須驗證的假設，並解析此建議性假設是否有可資實行的意義，而作為自身的研究基礎或圭臬。¹⁰

本論文藉由文獻分析法來對相關文獻作出分析，藉由資料的回顧、審視、歸納和整理，來檢證媒體對於選民對於投票行為的影響，並且試著解釋可能的因素，與理論預設的可能性相互對照。

貳、 個案研究

個案研究(case study)乃是針對選定的某一案例，充分掌握研究議題的現象和彈性，作質化或量化的深入檢測，以及延伸修正已有的理論。從技術的觀點來看，個案研究法允許研究者從不同的理論角度及使用不同性質或來源的資料，來描述、探索或解釋一個複雜現象。¹¹

美國實行總統制有兩百餘年的歷史，近年來總統選舉已經變成民主黨與共和黨之間的競爭，幾乎沒有獨立候選人參與競選的空間，但是美國第44屆總統選舉與第43屆總統選舉相較之下，登記投票的人數多了約兩成，藉由這次選舉來觀察選民的增加，屬於那一種階層的選民，藉此觀察對於選舉的結果是否會造成影響。

¹⁰ 楊國樞等編，1998，《社會及行為科學研究法（上）》。台北，台灣東華，頁51。

¹¹ 張孝評，2003，《轉型、鞏固與深化-台灣民主化的分析》。碩士論文，國立政治大學中山人文社會科學研究所，頁15。

第四節 研究架構

本圖在說明媒體系統依賴理論、沉默螺旋理論與潛在心理因素彼此之間的交互作用以及對於選民的影響。在第四章會有完整的討論。

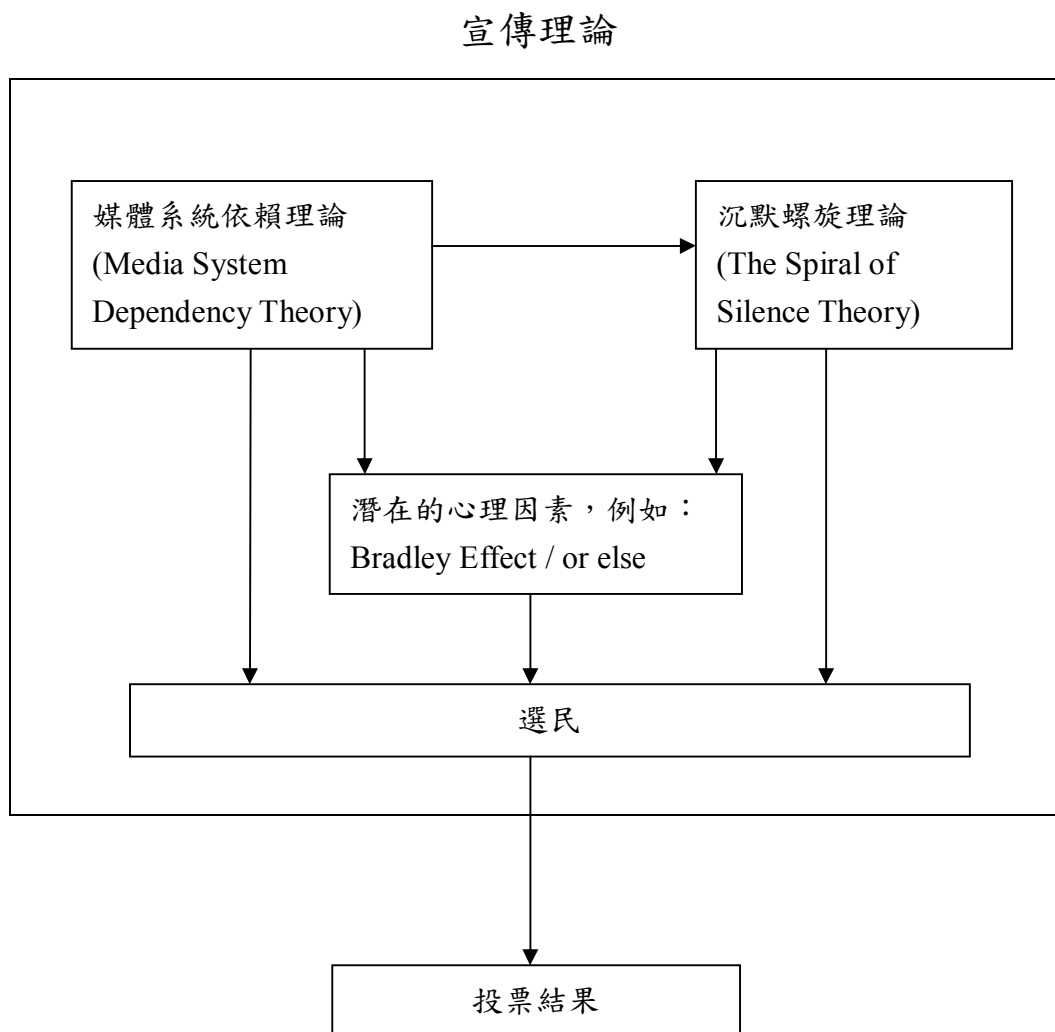


圖1-1：本文研究架構

資料來源：筆者自製。

第五節 相關文獻探討

《An Introduction to Political Communication》由麥奈爾(Brian McNair)所撰寫的這本書，¹²雖然是一本導論性質的書籍，但是在政治傳播學(political communication)這門學科中，可以讓初次接觸者可以很快地了解政治傳播學的發展。其中發展可以分成三個階段，分別是第一階段為理論建構期，社會科學家開始對政治傳播產生興趣。第二階段為實證研究期，這段期間與選舉行為有密切的關係，有學者稱為選民說服典範(the voter persuasion paradigm)，就是研究大眾媒體如果影響選民的投票行為。第三階段為多元發展期，之前的研究都是以實證論為主流典範，從八〇年代開始這個領域已經開始呈現多元化的景象，其中最為明顯地就是加入批判理論(critical theory)，新馬克思文化研究(neo-Marxist cultural studies)及政治經濟分析(political economy analysis)，結構主義(structuralism)、符號學(semiotic)與意識型態批判論(ideological criticism)等。

由依薩爾(Frank Esser)和普耶基(Barbara Pfetsch)所編輯的《Comparing Political Communication: Theories, Cases, and Challenges》是本評估現狀的比較政治傳播研究，¹³並認為可能要採用那種方式可以和應該要怎麼去做。雖然跨國性質的研究長期被忽視，二十二位來自歐洲和美國的專家提供了獨特的和全面的討論。理論，案例，和挑戰的比較研究中的政治溝通。第一部分討論的基本主題，基本概念和方法來分析影響現代化和全球化的政治溝通。第二部分提供了一個廣泛的個案研究，說明的巨大潛力，跨國性質的政治溝通在許多相關領域的方法。第三部分是提

¹² 英國斯特拉斯克大學社會學博士。任教於斯特拉斯克新聞與傳播學院，也是創立系主任。研究領域為：新聞、政治傳播與性別與媒體。

¹³ 依薩爾為美國因茨大學博士，任教於美國因茨、密蘇里大學與哥倫比亞三所大學。研究領域為：跨國際新聞與政治傳播的研究。普耶基為德國柏林自由大學傳播博士，任教於德國霍恩海姆大學。研究領域為：政治傳播、媒體與公共領域。

出了往後研究中比較政治溝通會面對到最有前景的概念和即將面臨的挑戰。

《Mass Communication Theory : Foundations, Ferment, and Future》這本書是伯恩 (Stanley J. Baran)與戴維斯(Dennis K. Davis)負責編撰，¹⁴內容分成四大部分，第一部分從大眾傳播理論的介紹，讓讀者了解到傳播理論發展的時空背景。第二部分是傳播理論在發展的過程中，社會與文化之間的互動，讓傳播理論的發展更加快速。第三部分是有限效果論(Limited Effects Theory)的興起與失敗。第四部分是當代的大眾傳播理論。

丹尼斯(Everette E. Dennis)與梅里爾(John C. Merrill)所合著的《Media Debate : Great Issues for the Digital Age》在媒介研究、媒介機構研究、媒介工業研究等領域廣為人知，¹⁵本書即是這兩位學者辯論下的產物。他們兩人各持不同的觀點，通過辯論的方式，給學生提供截然不同的論點。本書立論直接，論辯有力，資料詳實，內容分為十九個章節：新聞和出版自由、媒體與政府的關係、媒體所有權的集中、媒體與公眾信任，知的權利，媒體偏見和政治傾向，媒體與選舉，媒體與民意測驗，寬頻革命，網際網路與新媒體，決定什麼是新聞，新聞的客觀性，公民／公眾新聞學，新聞道德，種族和種族特點，廣告，公共關係，新聞工作是一門職業等章節。

¹⁴ 伯恩任教於美國克利夫蘭州立大學、南伊利諾依大學。研究領域為：大眾傳播、大眾媒體。戴維斯任教於賓夕法尼亞州立大學，研究領域為：傳播理論、大眾與媒體的關係與廣告學。

¹⁵ 丹尼斯任教於美國福特漢姆大學，研究領域為：媒體與傳播、高等教育、媒體中的制度建立與數位時代的議題。梅里爾是美國密蘇里大學新聞學院的榮譽教授，研究領域為：新聞學、傳播理論與新聞倫理。

《The Spiral of Silence: Public Opinion – Our Social Skin》¹⁶，這本書是諾爾紐曼(Elisabeth Noelle-Neumann)所寫，¹⁶沉默螺旋理論的起源是諾爾紐曼觀察到選舉時所公布的民調與最後的選舉結果有落差，引起了她的興趣。於是她就開始追源溯本，先提出假說，而後定義什麼是公共的與意見這兩個名詞，再從歷年來許多政治學者有提到公眾意見類型或相近的概念，從中抽絲剝繭，找到最適合沉默螺旋理論的概念。文中除了政治思想的部分，還有在 20 世紀中期陸續出現的傳播理論，諾爾紐曼將新的傳播理論與沉默螺旋理論相互印證，來使沉默螺旋理論越來越茁壯。在 1982 年，這本書再版之際，諾爾紐曼除了回應對於沉默螺旋理論的批評，還紀錄了這段期間以來她所觀察到的新事物。

在這五本英文書籍中，可以分成由傳播學者和政治學者所寫。傳播學者所寫的書籍分別是《Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future》與《Media Debate: Great Issues for the Digital Age》。書籍相同處在於探討媒體在現代社會中所造成的影響及對於文化造成改變；相異處在《Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future》描寫傳播理論發展的過程，《Media Debate: Great Issues for the Digital Age》較偏向理論性質的討論，以正反兩方不同的論述來試著找出媒體在社會中的現況。政治學者所寫的書籍分別為《An Introduction to Political Communication》與《Comparing Political Communication: Theories, Cases, and Challenges》。相同處在於對於媒體的運作上，都以政治的觀點進行觀察；相異處在於《An Introduction to Political Communication》為作者提出所觀察到的現象，是單一現象的發展；而《Comparing Political Communication: Theories, Cases, and

¹⁶ 美國密蘇里大學博士，1978 年到 1991 年在美國芝加哥大學擔任客座教授。提出著名的沉默螺旋理論。

Challenges》是採用鉅觀層級的方式來討論媒體的發展與演進。

《The Spiral of Silence: Public Opinion – Our Social Skin》與上述四本不同的地方是在於，這本書是完整地述說一個理論形成的過程，因此不管在政治思想的強度或是學術性的部分都比起其他四本書要來得完整，並且可以藉由此書來了解沉默螺旋真實的面貌。

《民意理論與實務》由王石番教授所撰寫，¹⁷共計有十二章，分為理論篇與實務篇兩個部分。前七章為理論篇，首先介紹民意研究的歷史與途徑；再說明意見形成的順序，先是人際傳播的建立，接著為大眾媒體的出現，再分別討論政治社會化產生的影響；而後由大眾傳播效果的模式來探討大眾傳播與民意之間的關係，並且在這一章節介紹傳播理論發展的歷史，從意見領袖的出現、議題設定的功能、知溝理論與大眾媒體之間的關係、社會現實建構的方式到沉默螺旋的效果，從最基本的人際之間的互動到大眾傳播媒體的出現，再到大眾傳播媒體對於民眾產生的影響，從點到面，說明傳播理論的發展；理論篇的最後一個章節在討論民意測驗的功用與造成的影響，藉由大眾媒體使用民意測驗的過程，來介紹民意測驗的功用與對於民眾或是團體造成的影響，最後再探討民意測驗時應該要注意的倫理道德問題。後五篇為實務篇，前三章在說明民意測驗的過程與方法，擬定問卷的方式與抽樣的方法，進行訪問與分析後得到的資料，然後再討論利用電話進行的訪問；接著是介紹民意測驗的組織與機構，作者先介紹世界各地與台灣本地重要的民意測驗組織與機構，再分別說明帶有不同功能的民意測驗，分別有學術性、政治性、企業性與綜合性的功能。最後是利用台北市的公務人員對於公務人員財產

¹⁷ 美國明尼蘇達大學新聞傳播學院博士，現任教於佛光大學傳播學系，目前擔任系主任一職。研究領域為：傳播理論、研究方法、民意與市場調查、計量分析、傳播與廣告史與新聞英文。

申報法的意見分析作為民意測驗的實例。

翁秀琪教授所著的《大眾傳播理論與實證》是傳播相關課程的指定用書，¹⁸第一部份為理論部份，第二部份為實證與專論部份。第一部份作者先說明美國與歐陸在傳播研究上不同的特色，界定理論的定義與結構，接著探討影響層面非常大的理論—宣傳理論，介紹宣傳使用的技術，與宣傳的效果；再介紹兩級傳播理論的起源與發展，¹⁹以及創新傳播的方式與模型；接著是傳播者研究與閱聽人研究，了解在傳播的過程中傳播者與閱聽人各自扮演的角色與互動；議題設定理論與議題建構理論說明媒體如何操縱議題來影響民眾；最早將民意與大眾傳播研究結合的理論就是沉默螺旋理論，作者先介紹理論的起源與內容，說明沉默螺旋理論的實證研究與遭受的批評，最後提出國內的相關研究；理論部份最後提出批判理論與文化研究對於傳播研究的貢獻。實證與專論部份是第二部份，作者分別以閱聽人研究、電視與兒童研究、傳播者研究、知溝理論研究與大眾傳播與社會變遷研究的例子進行研究、分析以此得到結論。

《傳播符號學理論》，作者為 John Fiske，²⁰張錦華譯。作者在一開始就先定義傳播的概念，他表示傳播研究領域中主要分成兩種派別，一派將傳播視為訊息的傳遞，另一派則是視為意義的生產與交換，而符號學則是採用後者的說法。²¹第一章討論傳播理論的起源，提出書中採用傳播模式的模型以及管道、媒介、符碼與回饋的概念；第二章介紹歷年來不同的傳播學者所提出的

¹⁸ 德國曼茵茲大學傳播博士，現任教於政治大學傳播學院新聞學系。研究領域為：媒介議題建構與民意研究、媒介如何建構社會運動與台灣的選舉研究。

¹⁹ 兩級傳播理論說明早期是由媒體直接影響民眾，而現在是媒體先影響意見領袖，再透過意見領袖影響一般民眾。資料來源：翁秀琪著，2004，《大眾傳播理論與實證》。台北，三民，頁 67。

²⁰ 英國劍橋大學畢業，任教於美國威斯康辛大學麥迪遜分校，研究領域為：流行文化、大眾文化與電視研究。

²¹ John Fiske 著，張錦華譯，1995，《傳播符號學理論》。台北，遠流，頁 14。

傳播模式；傳播、意義與符號的說明在第三章說明；第四章與第五章討論符碼與意義的各種形式；第六章提出符號學的方法論與實際的應用；結構主義與經驗主義的應用分別在第七章與第八章提出切合理論的實際案例；第九章探討意識型態對於符號的影響；並且最後提出結論，作者表示符號的使用並無對錯之分，希望符號可以幫助人們更加了解當前的世界。

李金銓教授的著作《大眾傳播理論》一書，²²共分為十四章探討傳播理論的現況。第一章為緒論，首先定義傳播的概念，提出它的特色，再簡述傳播研究的發展歷史；二、三、四章在介紹傳播媒介，說明「守門人」(gatekeeper)的概念，以及團體組織在傳播中的功用；傳播科技的發展在第五章說明，傳播媒介的發展速度越快，對人們影響越大，社會控制的效果也就越好；第六章討論媒體與閱聽人之間的關係與媒體對閱聽人產生的效果，傳播理論的魔彈理論與皮下注射理論皆在此章進行討論；傳播媒介的勸服效果分別在第七章到第九章探討，在這邊說明宣傳的重要性，不同的模式會產生不同的效果；第十章與第十一章在說明傳播研究的社會效果，其中議題設定(agenda setting)的概念對於本篇文章有重要的影響；第十二章到第十四章在討論傳播在一個國家中扮演的角色與發揮的效果。

上述書籍中，《傳播符號學理論》是專門談論符號的專書，與本篇文章第三章所提到的宣傳理論當中講述到符號的應用與產生的效果有相關；另外三本《民意理論與實務》、《大眾傳播理論與實證》與《大眾傳播理論》皆為綜合性概念介紹的書籍。《民意理論與實務》在民意調查的技術層面著墨甚多，並且利用

²² 美國密西根大學大眾傳播學博士，現任教於美國明尼蘇達大學新聞及大眾傳播學院。研究領域於國際傳播、媒介政治經濟學與傳播的社會理論。

實際例子來印證民意調查的概念；《大眾傳播理論與實證》在沉默螺旋理論的說明相當詳細，對於沉默螺旋的定義有著相當大的助益；《大眾傳播理論》說明勸服(persuasion)的定義加強第三章中宣傳理論的內容。《民意理論與實務》、《大眾傳播理論與實證》與《大眾傳播理論》這三本書都提到媒體對大眾的影響、社會控制的形成與議題設定的重要性；雖然書中提到的傳播理論不是最新的，但是這些效果卻依舊存在並且持續發揮作用，不會因為隨著傳播科技的進步而失去作用。

從重要文獻跟參考資料中可以得知，政治傳播雖然是一門很年輕的學科，但是發展的速度隨著科技的腳步也越來越快，每隔一段時間就會有不同的政治現象出現。本文採用傳播理論中媒體系統依賴理論與沉默螺旋理論作為基礎，希望能藉由理論來驗證美國 2008 年總統大選的結果是否合乎理論的預期。

第二章 沉默螺旋理論

本章討論沉默螺旋理論，文中的第一部分講述沉默螺旋理論的定義，第二部分討論「公共的」(public)三個定義，第三部分說明公眾意見與社會控制的意義，最後則是對沉默螺旋理論做個簡單的結論。

第一節 沉默螺旋理論之定義

每當接近選舉的時間，電視內容中充斥著五花八門的民意調查，不管民調內容為何，都會聽到「沉默螺旋」這個字眼的出現。沉默螺旋到底是什麼？諾爾紐曼(Elisabeth Noelle-Neumann)對沉默螺旋做出定義：「在一個有爭議的問題上，人們對於來自公眾意見的分配形成印象；他們試圖決定確定他們是否佔有多數，然後試著確定公眾意見是否改變同意他們。假如他們感覺佔有多數，會傾向對於議題發表意見。假如他們認為公眾意見正在遠離他們時，他們對於議題往往會保持沉默。」²³

諾爾紐曼觀察 1965 年德國選舉，發現電視轉播選舉新聞時，政黨的支持率與實際開票的結果有所出入。在 1965 年 9 月的選舉，諾爾紐曼針對調查的結果指出：在投票意向方面，顯示兩黨（基民黨/基社黨聯盟、社民黨）所獲得的支持始終維持五五波；預期勝選方面，在 1964 年 12 月的預測結果卻是旗鼓相當，並且社民黨稍佔上風。然而接下來民意調查的預測結果出現逆轉的局面，調查結果顯示基民黨/基社黨聯盟支持率持續增加，而社民黨的支持率卻持續減少，在 1965 年 6 月基民黨/基社黨聯盟

²³ Elisabeth Noelle-Neumann, 1974. "The Spiral of Silence: A Theory of Public Opinion" *Journal of Communication*, Vol. 24(Spring), pp. 43-51.

已經取得明顯優勢，到 8 月時已經有半數的受訪者預期基民黨/基社黨聯盟將贏取選舉。²⁴

1970 年初期，沉默螺旋理論的發展有了一個突破性的發現，當選民對於支持政黨的獲勝期望沒有持續增加時，投票的意向不會有所改變。基於這個觀點，諾爾紐曼認為或許可以觀察到關於如何控制民意的一部分。然而，如同翁肯(Hermann Oncken) 所描述：「民意有著數不清的變化...永遠都會經由我們的手指而忽略」。²⁵而沉默螺旋只是公眾意見所表現出來的一種形式；沉默螺旋對於公眾意見來說，是一種全新且充滿活力的建立方式或是藉由轉化舊有意見的意義來散布的過程。假如沉默螺旋如上述所言，為了避免聲稱「沉默螺旋是難以說明的某種事物散布的過程」，有必要去試圖確立公眾意見的定義。

為了要探討德國所稱「意見」(meinung)的意義，必須追溯到柏拉圖。正如柏拉圖所了解，意見本身不是完全沒有價值，但是意見要取得一個中間性的立場。然而，許多其他的看法認為意見的形成是來自個人的知識、信任與信念。康德(Immanuel Kant) 認為「意見」的特徵是「不充分的判斷，不但主觀而且也客觀」。²⁶相反地，英國人與法國人認為「意見」的概念更加複雜。考慮到眾人意見會合而為一或是每個人對於意見都具有一些個人性的獨特部分，並沒有決定意見是具有價值或是毫無價值可言。「公眾的意見」(Common opinion)是英國社會思想家大衛休姆(David

²⁴ Elisabeth Noelle-Neumann, 1993. *The Spiral of Silence: Public Opinion – Our Social Skin*. Chicago and London: The University of Chicago Press, second edition, p. 7.

²⁵ 翁肯為德國歷史學家與政治作家。Hermann Oncken, 1914. "Politik, Geschichtsschreibung und öffentliche Meinung", In *Historisch-politische Aufsätze und Reden* 1:203-43. Munich and Berlin: R. Oldenbourg.

²⁶ 康德是啟蒙運動中對於現代歐洲的經典理論知識最後一位有影響力的哲學家。Immanuel Kant, 1793. *Critique of Pure Reason* Trans. J. M. D. Meiklejohn. London: Geogre Bell & Sons.

Hume) 在他的著作中所使用的說法。²⁷一般認為這樣的說法不如英文與法文的「意見」(opinion)容易被接受。²⁸

在沉默螺旋的討論著作中，有關意見先前存在的價值與缺失上，法文與英文比起德文的詮釋賦與更多的意義。個人一邊觀察所處環境的輿論，並且一邊對照自身的行為。具有共識的意見不一定會變成議題；公開的傳播媒體賦與意見某種新的解釋或是讓意見維持原有的意義，然而議題可以讓帶有目的的行為變得引人注目或是刻意被眾人忽略。沉默螺旋的過程中，不管是經由意見的影響或是實際的行為將一個人孤立起來。這些動機讓我們了解，在尋找定義的過程中，意見當作可以被他人接受的形式來進行了解，這也暗示可以在英文或法文中找到有關公眾意見的成份。²⁹

諾爾紐曼表示沉默螺旋是強調個人對於公眾意見的知覺(perception)，對於使用知覺方面的意義來解釋，來自公眾意見的壓力這一點是重要的。沉默螺旋理論的核心概念有「準統計感」(quasistatistical sense)與「意見氣候」(climate of opinion)兩種，並且將分別說明。³⁰

「準統計感」是諾爾紐曼所提出的說法，她認為人類本身有「準統計器官」(quasistatistical sense organ)、「意見器官」(opinion organ)與「統計直覺」(statistical intuition)這三種功能。個人能夠利用這三種功能來觀察社會環境，來判斷支持與反對意見的分布，特別是可以用來評估某些建議跟觀點的起伏。

²⁷ 休姆為蘇格蘭哲學家與歷史學家。David Hume, 1896. *A Treatise of Human Nature*. Reprinted from the original edition in three volume. Ed. L. A. Selby-Bigge. Oxford: The Clarendon Press.

²⁸ Elisabeth Noelle-Neumann, op. cit., p. 59.

²⁹ Elisabeth Noelle-Neumann, op. cit., p. 60.

³⁰ Ibid, pp. 167-169.

「意見氣候」是針對議題包含各種意見的次數與相對深度所形成的現象。這些變化就像是氣候一樣捉摸不定，在各種不確定的因素衝擊下，令人難以捉摸。意見所形成的氛圍就像是氣候籠罩著個人，對個人的內心來施加壓力。這些無形之中逼迫個人的壓力是無所不在的。

「意見氣候」的形成原因是取決選擇表達意見或是沉默不語。³¹諾爾紐曼表示如果要測量目前社會中的意見氣候必須要探討下列層面的問題：一、了解他人意見分布的知覺；二、各種立場支持度的消長情況；三、評估不同發表意見者的力量與承諾；解決問題的緊急性；五、在爭議問題上各方占上風的機會。這五點是描述意見氣候的具體層面，也是測量它的途徑，用意就是在於觀察社會環境中的變化。³²

第二節 「公共的」三個意義

「公共」(public)的解釋表示近來對於「意見」(opinion)的批評，許多學者都在討論「公共」的概念，哈伯馬斯(Jurgen Habermas)認為，「公眾的功用」(the use of public)與「在公眾之中」(of the public)背叛了多元化競爭的意義。³³

首先，「公眾的」的第一個意義是在法律上，強調具有對外開放的面向：有別於私領域的部分，它給所有人一個公開的場

³¹ Ibid., p. 4.

³² Elisabeth Noelle-Neumann, 1973/1974, "Return to the Concept of Powerful Mass Media, in Everette E. Dennis et al.(eds.) *Enduring Issue in Mass Communication*. St. Paul, Mn: West Publishing Company.

³³ 哈伯馬斯為德國社會學家與哲學家。Jurgen Habermas, 1962. *Strukturwandel der Öffentlichkeit: Untersuchungen zu einer Kategorie der Bürgerlichen Gesellschaft*. Neuwied: Hermann Luchterhand.

所，公開的途徑，公開的試驗。第二個意義可以在公眾權利與公眾權力的概念中找到，「公眾的」表示一些與國家的相關的部份。根據第二個意義，「公眾的」必須處理公眾利益，舉例來說，像是新聞從業人員的公眾責任。這表示我們處理自身與社會福利的議題或問題之間的關係。一致認為國家奠基於在原則上可以正當地使用武力。國家完全控制武力的使用，並且違反社會規範時個人有遭受到國家機關使用武力對待的可能性。最後，在「公眾意見」中，「公眾的」一詞必須與公共事務有關聯，但是意義上完全不同。法律學者馮霍爾岑多夫(Franz von Holtzendorff) 擔憂個人行使規章的時候沒有尋求援助，他更加驚訝地發現公眾意見存在於沒有立法者，政府或是法庭的情況。³⁴「公眾意見」與「管理意見」藉由許多定義蔓延開來並且均衡散佈。這表達一些事實或是公眾意見在建立改變個人行為的關連甚至是他們意志的情況。³⁵

「公共的」第三個意義被認為有社會心理學的特徵。一個人沒有辦法獨自生活在只有本身思考與感受的精神空間中；當與眾人接觸之後他的生活也會轉變成不光是與人們互動，看起來是過著與許多人互動的群體生活。在某些情況之下，沒有受到任何遮蔽的個人可以藉由人際之間的熟悉與信任的產生而受到保護，例如一個分享性的宗教。然而，在大型的文明世界中，個人會處於曝露的情況甚至比在社會中所界定的情況下還要開放。個人周圍的「曝露」(expose)是什麼？個人需要不斷地注意環繞在自身周圍屬於社會的部分，害怕孤立，害怕不被尊重或是不受歡迎；這是一個為了滿足大眾需求的壓力。這迫使一個人去注意他的環境，因此導致了「公眾之眼」(public eye)的察覺。人們都知道在

³⁴ 馮霍爾岑多夫為德國法學家。Franz von Holtzendorff, 1880. *Wesen und Werth der öffentlichen Mwinung*. Munich: M. Rieger'sche Universitäts-Buchhandlung(Gustav Himmer).

³⁵ Elisabeth Noelle-Neumann, op. cit., p. 61.

大眾的看法之下要選擇出現或是隱藏，並且他們照著這樣的方式自行處理。的確，人們的意見對於他們受到影響的方式似乎並不相同。個人將焦慮的產生指向匿名的場所，在匿名的場所可以發現自己是討人喜歡或是不受歡迎，受到尊敬或是遭受嘲諷。

典型依靠自己、獨立的個人被視為是孤立的人，學者注意到這些被孤立的個人害怕會被大眾的意見吸引而失去自主性。並且學者探索許多與有關公眾意見相關的意義與概念，他們認為公眾意見的內容應該是有關公眾事務的議題，被認為是充滿眾人賦與意義的組合。人們認為他們的意見構成了公眾意見：人們對於有關自身與公眾問題表示意見負起責任，因此這使得政府官員與政府感到擔憂。他們也認為不同的公眾意見類型是公開，表達大多數人都可以接受的意見，特別是在大眾媒體上讓意見公開化。只有社會心理學中「公共的」觀點實際上似乎忽略廿世紀中出現的大量定義。總有一天，人們會藉由他們敏感的社會皮膚(social skin)與社會本質來感受到這個意義。³⁶

總之，公眾意見的形成不是刻意塑造出來，而是為了改變或是鞏固大眾一致認為的立場來辯護。沉默螺旋是一種互動，在每一個人都能夠看到的情況下，對贊同與反對的意見之間來扭轉群體意見。而對於意見所抱持的問題被認為應該是不受限制的。在這個觀點之中，公眾意見感覺不只是作為一種職業或是評論家的事務，而是像是哈伯馬斯所說「具有政治功能的大眾」，並且每個人都有參與其中。

³⁶ Ibid., p. 62.

第三節 公眾意見的定義

從 1950 年代起，公眾意見有了以下的新定義：以歷史觀點的目的來說，藉由公眾意見了解到，意見能影響的部份對於一般民眾而言是一種自由且公開的表達，對於不在政府內部的人們，他們所聲稱意見就是他們的權利，並且會影響政府的行動、人事或是結構。³⁷

當代表國家的時候，要如何表示「公眾意見」與一般民眾的不同？當意見公開地表達時會影響政府，這是史佩耶(Hans Spiers)部分的定義；³⁸有關公眾意見的部分產生新的解釋：當意見關於國家層面的重要議題時，眾人的意見要贏得多數人尊重，才有意義。對於意見來說，這構成一個眾人都能接受的基本概念並且在同一時間也產生了性質上的改變。人們不再有一知半解或是茫然無知的情況存在，而是有著自覺的力量決定是否接受政府經由公眾建立起的意見，或是對高等判決的權利提出解釋的要求。

由於公眾意見透過媒體的傳播之後失去了原始的意義，這樣的變化需要被解釋。諾爾紐曼注意到這一點，卻找不到任何原因來解釋 60 年代的那次選舉，但是她發現值得注意的差異處是在投票傾向的兩條曲線間的變化，並且藉由這個差異來解釋誰贏得了選舉。而後，諾爾紐曼就注意到公眾意見與媒體透過傳播造成的社會控制這兩個問題，並且她將這兩個問題連結起來。³⁹

³⁷ Ibid., p. 93.

³⁸ 史佩耶為德裔美國社會學家。Hans Speier, 1950. "Historical Development of Public Opinion" *American Journal of Sociology* 55, no. 4: pp. 376-88.

³⁹ Ibid., p. 94.

休姆提出「政府在意見中被找到」(government is founded on opinion)的論點，而盧梭(Jean-Jacques Rousseau) 同意公眾意見處於這個狀態。⁴⁰在美國有著壓倒性人數相信公眾意見，這一點吸引學者提出公眾意見的典範。但是公眾意見似乎沒有產生一個強勢的概念，就像 19 世紀中期各式各樣討論公眾意見的著作。然而，以這個觀點來觀察大量的著作開始系統化地探討這個主題，並且爭論那種類型的公眾意見可以取得最大利益。影響哲學家、學者、作家與新聞從業人員探索他們主張作為公眾意見代表的適當位置。在邊沁(Jeremy Bentham)的論述或是在布萊斯(James Bryce) 的作品中，可以找到許多強調社會心理學的觀點；⁴¹但是這些是混合規範性需求來作為公眾意見應該要扮演的特色與規則，也被認為具有代表性。實際上公眾意見長期處於混亂的狀況，是根據來自史佩耶、亨尼斯(Wilhelm Hennis)、⁴²或是哈伯馬斯的概念化的定義。

有一個轉化的觀點是發生在 19 世紀的最後十年。介於 1896 年與 1898 年之間，羅斯(Edward A. Ross)發表了一系列的文章。那時起公眾意見似乎擺脫了舊時代的壓迫，並且只有一些法律判例上小型的意義繼續存在來批評與控制政府。⁴³然而，還是有一些早期的意義留存下來。舉例來說，當社會心理學家阿爾波特(Floyd H. Allport)寫出”Toward a Science of Public Opinion”的概念，像是在著名的〈Public Opinion Quarterly〉中主題的前言，他使用了鏟除人行道上積雪的行為來說明公眾意見的效果。他用文

⁴⁰ 盧梭為哲學家與作家。Jean-Jacques Rousseau, [1762] 1953. "The Social Contract" In *Political Writings*, ed. and trans Frederick Watkins. London: Nelson.

⁴¹ 邊沁是英國法學家、哲學家與法律學家。Jeremy Bentham, [1838-43] 1962. "The Constitutional Code" In *The Works of Jeremy Bentham*. New York: Russell & Russell.

⁴² 亨尼斯為德國政治學家。Wilhelm Hennis, 1957, *Meinungsforschung und representative Demokratie: Zur Kritik politischer Umfragen* Tübingen: J. C. B. Mohr(Paul Siebeck)

⁴³ 羅斯為美國社會學家。Edward Alsworth Ross, [1901, 1929] 1969. *Social Control: A Survey of the Foundations of Order* With an Introduction by Julius Weinberg, Gisela J. Hinkle, and Roscoe C. Hinkle. Cleveland and London: The Press of Case Western Reserve University.

字描繪出公眾意見的特性，掃除掉人行道上積雪的行為，實際上是個人有計劃地順從公眾意見的例子。而這些例子會隨著大眾有著共同體認的情況下頻繁地進行，其他人會在同樣的情況中以類似的方式做出同樣的行為。⁴⁴

公眾意見在同樣的議題之中沒有多或少的差別。相較於信任的部分，盧曼(Niklas Luhmann)對於李普曼(Walter Lippmann)的部份說法感到困惑。⁴⁵描寫社會輿論形式方式的時候，溝通與行動使得複雜性的降低成為可能。盧曼與李普曼的內容有高度的類似，兩者之間的差異僅僅只在他們使用的文字不同：盧曼談到發現文字規則的必要性，以獲得公眾意見過程用來取代「刻板印象」(stereotype)。正如李普曼所了解到的，人們或是議題必須在公共的察覺之下建立他們自身的意見來反對強烈的競爭。媒體創造出「假冒的危機」與「虛假的新奇事物」為了去打敗競爭關係。這些刺激必須要及時，並且在重要時刻要有強烈的關聯性。這個風氣的關聯在許多方面被指出；一個議題被創造出來是近來採取的方式。並且在所有事都被視為理所當然之後，就變成老套；當議題被淘汰，就表示採取的方式也隨之被淘汰。那表示他們並非不再「流行」，而是字彙上虛偽的風氣沒有辦法充分陳述實際上在從事什麼。⁴⁶

李普曼指出，我們生活中的日常經驗從基礎開始就深深受到媒體的觀點所影響，他認為：「目擊者對事件本身的認知、談論，與實際的事件相比，其實很多情況都只是該事件的變形。我們意識中的某個事實(reality)，幾乎不等於原始的事實本身。人的意

⁴⁴ Ibid., p. 94.

⁴⁵ 盧曼為德國社會學家。Niklas Luhmann, 1971. *Öffentliche Meinung* In Politische Planung: Aufsätze zur Soziologie von Politik und Verwaltung, pp. 9-34. Opladen: Westdeutscher Verlag.

⁴⁶ 李普曼為美國知識份子、作家、記者與政治評論員。Walter Lippmann, [1922, 1954] 1965. *Public Opinion*. New York: Macmillan-Paperback edition 1965, New York: Free press.

識之中的所有事實，幾乎都是被修飾過的。因此每一份呈現出來的報告，都是『想讓人知道的事情與被人知道的事情的混合』。在我們的日常生活中被認定是「事實」的形成，就是由「說者」與「聽者」的意識相互作用而構成。這些「事實」是在什麼樣的情況下被構成的呢？李普曼提出刻板印象的概念。這邊特別要注意，刻板印象不是偏見，而是我們生活經驗中「大部分的情況，都不是先看見才定義，而是先有定義才看見。」也就是說，雖然我們生活經驗是收集資訊片段，同時也對「事實」有所認識，但是在認識事實之前「我們的文化早已經為我們提供了定義」，而我們根據這些定義（刻板印象）來認識事物。所以，刻板印象絕非是在我們認識事物後才出現，應該這麼理解，我們得以認識事物，是因為刻板印象先前就存在。因此「當某個刻板印象的體系已經相當穩固，我們就更會去注意、並以支持刻板印象的方式去認識事物，而遠離矛盾的可能性。」所以，「我們會發現好人都有做好事的理由，並發現壞人都有做壞事的理由，但這恐怕都是因為我們已經先看到了理由，所以要看待事情的時候，已經有了先入為主的觀點。」⁴⁷

有關李普曼的說法，在有關公眾意見概念部分的了解表示感激之意，但是接下來沒有採用他在社會系統中大眾媒體功能的觀念。李普曼強調注意結構本身以及選擇議題的重要性，像是公眾意見過去關注的方面，他沒有留下關於大眾媒體重要性的疑問，而是媒體會引導大眾去選擇議題。⁴⁸美國傳播研究者經由一個完全不同的方式，獨自達成一個結果相當接近李普曼的結果，他們的目標是研究大眾媒體的效果。大眾媒體所報導的重點事件與實際社會的發展反映在統計上，跟一般大眾關於政治方面事件的觀

⁴⁷ Elisabeth Noelle-Neumann, op. cit., p. 145.

⁴⁸ Elisabeth Noelle-Neumann, op. cit., p. 155.

點相較之後，他們發現大眾媒體通常走在一般大眾的看法前面。這是媒體提出議題並且公開談論。為了描寫這個過程，美國研究者發明這個詞彙：「議題設定的功能」。⁴⁹

從霍達(Marie Jahoda)的討論當中，要怎麼瞭解如何讓人去從事讓自己獨立這件事？⁵⁰一個在社會中被排斥、孤立的人，能夠讓我們更加了解公眾意見，更加了解人類的社會本質。人們因為害怕在社會中被排斥，就不再堅持原有的意見，而選擇忍耐所有的壓力，接受社會大眾帶來的影響。要如何讓每一位市民成為獨立的人？假如人們處於一個對於其他人的意見絲毫不關心的情況下，要怎麼做對於這個社會才是最好的？霍達提出疑問，是否我們可以認為當一個在社會中的人處處表示出不順從一般大眾所認為的習慣就可以說是完全獨立的？我們應該假定這樣的人在心理上不健康嗎？她指出只有表現出有能力遵守自我約束的人才能獨立，不順從的行為會被認為是公民的美德。但是也不應該只是譴責社會是沒有容忍性或是不自由，因為用恐嚇的方式，來威脅堅持自身意見的人在社會中會被孤立是他們用來保護彼此信念價值的方法。

「公眾意見—我們社會的表象」具有兩個面向。一部分認為起源於我們的社會，公眾意見保護像是一層皮膚，將一切都包含在一起。另一部分認為是屬於個人，因為他們受到來自社會表層的敏感度的公眾意見。⁵¹

⁴⁹ Elisabeth Noelle-Neumann, op. cit., pp. 151-154.

⁵⁰ 霍達為英國社會心理學家。Marie Jahoda, 1959."Conformity and Independence: A Psychological Analysis" *Human Relations* 12, pp. 99-120.

⁵¹ Elisabeth Noelle-Neumann, op. cit., p.182.

第四節 小結

在《大眾傳播理論與實證》一書中，提出沉默螺旋理論的三個主要因素：累積、諧和與公眾效果。⁵²「累積」(cumulation)是指，媒體效果是一種長期的效果；而「諧和」(consonance)則是當媒體內容長期地呈現同質性很高的內容時，那麼很容易產生誤導現象；至於最後一個的「公眾效果」是表示個人對於大環境中數種意見中，那一種是強勢意見的判定，除了親身體驗之外，大多是來自大眾傳播媒體的內容。因此，傳播媒體中的主流意見(medientenor)足以造成「公眾效果」，⁵³這就是媒體效果的主要來源。這三種因素交互作用下，民意就是在由個人所察覺到強大的「公眾效果壓力」下所產生的（因為每個人都害怕被孤立），那麼當人們發現自己的意見與環境中的強勢意見符合時，公開表達自己的意見的意願高，反之，表達意願則低。當社會中強勢意見越來越強，甚至比實際情形還強，弱勢意見越來越弱，甚至比實際情況還弱。在面對各式各樣的選民之中，最能夠看出沉默螺旋理論效果的選民群，是沒有固定政黨立場的選民，我們甚至可以說，沉默螺旋理論最主要影響的選民幾乎都是中間選民。

《大眾傳播理論：基礎, 發展與未來》(Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future)一書所提及之沉默螺旋理論，是人們會害怕自己的意見與主流媒體不同，而使得他們害怕去表達自身的意見。諾爾紐曼以一個實際發生的事情來說明，公眾所產生的壓力對於個人會產生多大的效果：有一天她在學校中遇見了一位學生兩次。早上時學生戴著弱勢政黨的選舉徽章，到下午時，學生把徽章取下不再佩帶，並且承認受不了同學異樣

⁵² 翁秀琪著，2004，《大眾傳播理論與實證》。台北：三民，頁197。

⁵³ 主流意見(medientenor)為新創單字，並非筆誤。

的眼光。⁵⁴表示出個人的意見與公眾意見不同時，會選擇不表現自身的意見。

諾爾紐曼提出沉默螺旋理論的概念與定義，但是她的學生董斯巴哈(Wolfgang Donsbach)將沉默螺旋系統化地整理之後並指出沉默螺旋理論有三大支柱，分別為心理學、大眾傳播學與社會學。⁵⁵詳述如下：

一、從心理學的範疇來看，包括以下四點：

(一)、引發人類社會行為的最強烈動力之一就是「不被孤立」。(二)、人有觀察環境中意見分配狀況的能力，稱為「準統計官能」(quasi-statistische Wahrnehmungsorgan)。這種能力不僅適用於對參考團體的觀察，更可以廣及不熟識的、匿名的公眾。(三)、因為害怕孤立，當人們發現自己的意見與觀察得來環境中的強勢意見符合時，則公開表達自己的意願甚高；反之，則低。(四)、因此，當社會中的強勢意見越來越強時，甚至比實際情形還強，弱勢意見越來越弱，甚至比實際情形還弱，這種動力運作的過程變成一種螺旋狀。

二、以大眾傳播的觀點來看，包括以下四點：

(一)、上述人觀察環境中意見分布的主要來源是大眾傳播媒體；人們通常以為大眾傳播媒體上呈現的意見就代表了多數人的想法。(二)、媒體有所謂的關節作用(Artikulations function)：⁵⁶它能使得某些議題受到重視，被公眾討論；同時，媒體本身在報

⁵⁴ 同上註。頁 203。

⁵⁵ 轉引自翁秀琪，《大眾傳播理論與實證》，2004，三民。頁 207-209。

⁵⁶ 這邊提到的關節作用就是前面章節所說的議題設定(agenda-setting)。

導這個議題的時候，對不同的論點會做不同的強調，使得自覺在媒體中能發現自己論點的人較易在社會中找到自己的位置，也因而較樂意在公開場合發表自己的論點。(三)、大眾傳播媒體在上述過程中能產生的力量非常大，如果媒體發送的内容同質性高的時候，會造成強大的宣傳效果，使得「選擇性的認知功能」遭受極大的阻力。(四)、因此，傳播者在公眾意見形成的過程中扮演了舉足輕重的角色。

三、從社會學的範疇來看，包括下面兩點：

(一)、透過上述過程的控制，逾矩的行為會受到懲罰，恰如其分的行為則會受到獎賞，這樣才能使得社會達到整合的目的。從這個角度來看，公眾意見是一層「社會的皮膚」，它讓社會可以完整地凝聚在一起。(二)、即使是政府也要屈服於公眾意見之下。馬基維利跟洛克都表示即使是最專制的政府，也無法長期違反公眾意見來施行統治。

在董斯巴哈將沉默螺旋理論系統化地整理之後，諾爾紐曼對公眾意見下了一個定義：「含有價值的，特別是具有道德意味的意見與行為方式，當它以一種全民共識的方式出現時——像是以風俗習慣、教條方式出現時——則個人必須公開說出或是做出自身的意見，才不會受到孤立；而當它以一種較不嚴密的方式出現時(也就是 Tönnies，所謂的以「液態」方式出現時)，則個人可以公開說出或做出，就不致遭到孤立。」

諾爾紐曼在 2004 年將理論重述，並且加入對於沉默螺旋理論的補充描述，以描繪出沉默螺旋完整的樣貌：⁵⁷一、人們經歷過

⁵⁷ Elisabeth Noelle-Neumann, Tomas Petersen, 2004. "The Spiral of Silence and the Nature of Man" in 28

「孤立的恐懼」(fear of isolation)，害怕被周遭的事物拒絕；二、由於害怕孤立，人們會持續地去觀察周遭人的行為；三、人們不只觀察周遭的環境，人們也會藉由一些肢體的動作或語言表達出他們的恐懼，並且也透過接收這些訊息來理解他人的認同或反對。四、由於人們害怕孤立，因此，當他們發現自己的立場可能會引起別人的嘲笑或激怒他人時，會意圖避免公開表明自己的立場。五、相反的，當人們感覺到自己的立場是被認同時，他們傾向將意見表達出來；六、當表明 A 立場將增強敵對意見者對於孤立的恐懼，增強他們想與 A 立場站在同一陣線的感覺，進而使他們隱藏自己原先的立場。沉默螺旋的過程由此開始，優勢陣營變得更加大聲，更有自信，敵對陣營則更加陷入沉默。七、沉默螺旋發生的過程只存在於具有強烈道德爭議的議題上；八、只有在爭論的議題上才會引發沉默螺旋。九、人們可能會錯估意見形勢，因此真正多數的意見者可能會感受到敵對陣營的壓力。十、大眾傳播媒體在沉默螺旋發生的過程有極為重大的影響。假如在一個道德爭論的議題中，大多數的媒體都採取某個特定的一致立場，他們將會對沉默螺旋進行的方向產生決定性的影響。毫無例外，沉默螺旋進行的方向幾乎與媒體的立場一致。十一、人們並非是有意識地感覺到「害怕孤立」。十二、沉默螺旋受限於公眾意見的時間與空間的影響和限制。十三、公眾意見是一種社會控制的機制，間接地確保整個社會的凝聚力。

沉默螺旋理論從提出到現在已經過了卅餘年，理論創始者諾爾紐曼期間也不斷地回應批評，並且把原有理論加以修正，使得沉默螺旋理論能夠更加完備。沉默螺旋會發生的情況，都是在有爭論性的議題出現時，而大眾媒體採取的立場所引導出來的方向通常都是跟沉默螺旋發生的方向是一致的。這股力量就像滾雪球

一般，影響的力量也隨著時間而增加，甚至有可能會影響事件本身最後的結果。人們害怕孤立的心理也是讓沉默螺旋影響的效果變強的原因之一，正因為害怕自己的意見與周遭的人不同，當自己原有的意見與周遭的人意見不相同時，便有可能會隱藏自己原先的意見，轉而表示與周遭的人相同的意見；當原有的意見與周遭的人的意見相同時，則會將自己的意見以更為強烈的方式來表達。

筆者於本章中說明沉默螺旋理論的起源，理論內容之中一些重要名詞，以及諾爾紐曼回應了理論所面對到批評，並且重述沉默螺旋理論的重點。在第三章將會繼續討論媒體系統依賴理論、宣傳理論，以及布萊德利效應這些理論。

第三章 媒體系統依賴理論、宣傳理論與 布萊德利效應

本章分別討論媒體系統依賴理論、宣傳理論，以及布萊德利效應(Bradley Effect)。第一節討論媒體系統依賴理論的起源與批評。第二節則是說明宣傳理論的由來與當代宣傳理論。第三節是闡述布萊德利這個政治現象。最後將各個理論做個簡單的結論。

第一節 媒體系統依賴理論

本節分成兩個部分，首先討論媒體系統依賴理論的起源與理論本身的架構，再分析媒體系統依賴理論中三個不同方面的影響。

壹、媒體系統依賴理論的起源

媒體系統依賴理論(The Media System Dependency Theory)最早是由德弗勒 (Melvin DeFleur) 和波爾羅基奇 (Sandra Ball-Rokeach)所提出，並且他們對於這個理論下了一個定義：「一種關係可以讓個人去獲取以媒體系統為目標的資訊來源。」⁵⁸拜恩(Stanley Baran) 與戴維斯(Dennis Davis)則是認為：「媒體系統依賴理論，是讓一個人取決於使用媒體來滿足他或她的需求，更重要的將是媒體在人們的生活扮演的角色，因此對人來說，媒體會更加有影響力。」⁵⁹

⁵⁸ S. J. Ball-Rokeach, and M. L. DeFleur, (1976). "A Dependency Model or Mass-Media Effects" *Communication Research*, (January 1976) vol. 3 no.1 p. 3.

⁵⁹ Stanley J. Baran, and Dennis K. Davis, op. cit., pp. 273.

媒體系統依賴理論的發生是因為理論發明者看到整合許多媒體的需要。德弗勒和波爾羅基奇認為在大眾傳播的效果之中缺乏一個「一般性的理論」，並且將這個抽象概念移往一個更高的層級，是為了要了解對於現象的研究與分析，並且這些研究與分析會帶領著我們。這個需要的發生是因為「大量的科學證據」聚集在一起，透過實驗室和調查的研究推測顯示媒體對於閱聽人有「些微的影響」。然而，許多著名的學者與為數眾多的大眾都知道「新興的媒體出現會對於社會產生巨大的影響」。⁶⁰

德弗勒與波爾羅基奇聲稱影響種類的出現是可以測量的而且不容易在實驗室內進行檢測。這些影響是擴大人際間信任系統的種類，可以改變人們的態度，促進細微的轉變在個人或者集體情感和其他類別的社會範圍之內。德弗勒與波爾羅基奇提出建議，不是僅僅地注意媒體對於個人的影響，而是應該要考慮到需要媒體的作用才能完成社會框架。媒體系統依賴理論集中於媒體系統和社會之間這種更大的相關作用。德弗勒與波爾羅基奇認為「媒體在人際的孤立狀態中是不存在的」，並且媒體影響最根本的基礎位於在三向關係在社會制度之間的本質，媒體在系統中所扮演的角色與閱聽人對於媒體的關係。

此理論之後有一個屬於哲學且重要的部分，是來自於社會學領域的理論，分別為涂爾幹 (Emile Durkheim)，通尼斯(Ferdinand Tönnies)和馬克思(Carl Marx)的著作。雖然這些理論在媒體本身發展之前已經架構好，且提供框架讓媒體系統依賴理論可以延伸。這個框架建立來自人們之間非正式的關係，為非工業社會所獨有的特徵，而是由於經濟發展和都市化工業社會運動的結果。因為人們之間的關係衰退，人際傳播的效果變弱，資訊流通無法

⁶⁰ Ibid, pp. 320-322.

發生。因此，媒體出現並且填滿了這個差距。然後，個人就變得依賴媒體所提供給社會方面與娛樂方面的訊息。這樣的情況導致依賴媒體的系統出現。

這種基本的概念提供了先前存在於非正式的聯繫消散在複雜結構的社會之中，並且可以提供許多人所需要的資訊。德弗勒與波爾羅基奇提出媒體在工業化社會之中，可提供的三種滿足需求：一、理解某人的社會需求；二、在這個世界之中有意義的與實際上的需求；三、逃離日常生活中問題和壓力的需求。

當然，社會變得更為複雜並且科技進步，需要空間讓媒體成長。閱聽人的依賴程度日漸增加的結果，使得媒體越被認為可以讓集中提供更大量且特殊的訊息。以此類推，社會中出現的改變或者衝突的數量增加，對媒體的依賴也相對增加。而且，媒體系統依賴理論推論出大眾媒體訊息去達到認知的、情感上的與行為上的效果的範圍的可能性將會增加，當媒體系統提供許多獨特與集中的資訊傳遞的功能。那種可能性將被更進一步增加，當社會中有一個較高層級的結構不穩定導致衝突與改變。「另外，重要的是對於包括事實...閱聽人在認知方面，感情方面和行為的情況可以依次回饋給社會和媒體」。⁶¹因為當我們討論媒體系統依賴理論時，有那麼多的變項，我們能理解為什麼理論創始者將媒體系統依賴理論認為是一個正在進行中與綜合性的理論。

波爾羅基奇在她的文章中解釋被動與主動的閱聽人環繞在這個多義的概念。定義多樣性要素是主動的閱聽人創造出來的。從這個概念中推論出兩個結論：「現實是被建立出來的並且為了

⁶¹ Lindsay Ems, 2008, 〈A Brief Critique of the Media System Dependency Theory〉, <http://www.gigaart.net/LindsayEmsDependencyTheoryCritique.pdf>

人們的行動賦與意義，現實必須要被建立」。人們使用他們能取得的資訊系統來理解環境。因為，在現在工業社會之中，媒體容易取得，人們使用媒體來建立現實。⁶²

另外，社會學也支援波爾羅基奇所發展出來的媒體系統依賴理論。布爾維克(Frenkel-Brunswik) 的著作證明特別有影響力。⁶³ 在布爾維克的著作中，預言在社會中處於不穩定情勢的人們，變得越來越依賴媒體。人們變得更加依賴媒體是為了要解開模稜兩可的特別目的。她尋找人們怎樣不同地解決多義性。這帶領著她去鑑定兩種不同的媒體依賴。

很多媒體研究影響了 60 年代和 70 年代初期的學者，他們藉由心理研究試圖了解暴力與種族主義的實驗，而這些實驗的結果產生了有價值的發現。波爾羅基奇進行一個不同的方法，她在 1969 到 1970 年的暴力委員會的報告中，認為心理學的理论有關媒體影響的部分能處理那些問題，不是需要回答的那些問題。她滿足鉅級過程（並非微級過程）對於人們轉移暴力去達到社會控制和（或）改變。

在從事媒體研究一些時間之後，波爾羅基奇回過頭來研究她的媒體系統依賴理論。她特別受到艾默生(Richard M. Emerson) 的權力-依賴理論(Power-Dependency Theory)的鼓舞，此理論聲稱「對立的權力是依賴，還有某種意圖的權力沒辦法僅藉由觀察資源的相對分配來決定權力...只有當政黨去尋求其他資源時資源才會獲得權力」。⁶⁴ 這衝擊了媒體系統依賴理論，促進波爾羅基

⁶² Ibid., p. 20.

⁶³ 布爾維克為波蘭出生的女性精神分析學家和心理學家，主要貢獻在特殊領域的心理。Frenkel-Brunswik, 1952. "Interaction of Psychological and Sociological Factors in Political Behavior" *American Political Science Review*, vol. 46, no.1, pp. 44-65.

⁶⁴ 隨著權力和依賴性的特徵的社會關係，潛在不平衡是不斷存在。失衡的關係時發生一方或

奇去建立一個對於媒體同時會影響和不會影響理論的解釋。理論也有鉅觀和微觀的兩種應用，並且在最後媒體系統依賴理論的概念接收媒體權力的部分理論。在這觀點之下，波爾羅基奇的媒體系統依賴理論，很大部分逐漸成形。其他學者檢查這個成形的理論，包括後來已經修改的基本架構。

或許因為媒體系統依賴理論是如此巨大而且普涵，因此只能找到對於這理論的些許批評。雖然對於這個理論大量的批評是一個潛在的錯誤，沒有辦法成功地找出研究者所持有的意見。最令人吃驚的是，其中一位最嚴厲的批評家也是它的創造者波爾羅基奇。在 1998 年的文章中，波爾羅基奇討論理論的限制，包括強調關於其他訊息系統的媒體。然而，她堅持主張這些其他網路是由人際關係所組成，經常會聯結到媒體。她也提及人們有「脫離」的選項。這表明人們作為目標僅能透過減少個人的重要性抑制媒體的權力。最後的限制發生在個人的層級上，並且主張媒體依賴可以被透過媒體處理資訊的過程來減少。波爾羅基奇建議這種媒體過程的類型的處理需要時間和效果，對於大多數人的生活中是稀有資源。在社會層級方面，她指出媒體依賴也有削減的可能性。

貳、媒體系統依賴理論的分析

波爾羅基奇試圖解釋為什麼媒體對於不同的人有不同的認知，以及在情感和行為的影響，隨著時間的推移，媒體系統依賴理論演變成一個更加複雜的理論。涉及的部分可以分為微觀與鉅觀兩個層面；媒體和個人之間的關係在微觀層面，媒體和社會機構之間的關係在鉅觀的層面。在微觀層面部分，媒體系統依賴理

論假定個人的目標為選擇的目標，積極地選擇和使用媒體內容。這表明被依賴的區域，在每個領域之中又可以再區分為兩個部分，其中不同的個體對於媒體的依賴各處在不同的層級。一、社會中的被孤立與在社會中參與；二、自我認識與對於社會的理解；三、個人行動的方向與互動的方向。特別是行動和互動的方向依賴，假設人們的行為是有目的地決定它們將如何獲得預設目標的行為。

波爾羅基奇對於媒體系統依賴理論中，媒體對於人產生三種不同影響：⁶⁵

一、 認知方面的影響

當社會環境有所改變或是發生事件都會導致個人創造與解決模糊不清的情況。當事件發生時，個人可能缺乏足夠的訊息來解釋事件；他們是處於充滿不確定或是模稜兩可的經驗。因此，他們接受媒體資訊以解決模不清的情況。其中一個例子是 2001 年 9 月 21 日的恐怖襲擊事件。這個潛在威脅的恐怖襲擊事件增加了對於媒體的使用。對於個人來說威脅的層級是不確定的，並且會更加依賴媒體來減輕不確定性。為了解決環繞在周圍環境模糊不清的攻擊，個人會依賴媒體資訊。這種依賴的情況影響了他們對媒體與社會中重要人物的積極態度。

第二種可能的類型是態度形成的認知效果。隨著新的事件、公眾人物或是公眾安全議題的出現，媒體提供資訊幫助個人形成

⁶⁵ Wendy Ann Maxian, 2009, Media Systems Dependency Theory as a Theory of Power: Emotional Responses to the Ability and Inability to Access Information, doctoral dissertation of Texas Tech University, <https://dspace.lib.ttu.edu/etd/bitstream/handle/2346/ETD-TTU-2009-12-138/MAXIAN-DISSERTATION.pdf?sequence=5>

他們對於議題的態度。態度改變的程度可以藉由媒體特定範圍的層級來預測。個人對特定媒體類型的依賴會影響他們的態度。

議題設定是德弗勒和波爾羅基奇所描述的第三種類型。他們認為議題設定的影響對於個人與媒體之間或是媒體、社會與閱聽人之間的關係。激勵個人去獲得媒體有關社會議題的資訊來關注他們的社會環境。當聚合在一起時，個人在類似的社會位置中應該有類似的新聞議題。基於地理上的位置、社會地位與訊息的動機，個人新聞議題將涉及新聞媒體提供的訊息。藉由考慮媒體與政治制度對個人的影響，媒體系統依賴建議議題設定比媒體提出什麼樣的故事還要重要。媒體提供有關環境變化的資訊。因此，在同一時間議題設定的影響會導致個人依賴媒體。

第四種類型的認知效果是擴大個人信念的系統。藉由提供有關無數話題的資訊，媒體可能拓展個人有關某個議題或藉由介紹新的議題來擴大他們的信念。如果個人的動機接受特定議題的資訊，或許會改變他們自身的信念或是允許他們去結合新的信念。

最後一種認知效果是媒體對於個人價值觀的潛在影響。德弗勒和波爾羅基奇定義價值觀像是「令人想要情況的存在」或是「行為的首選」的基礎信念。雖然只有媒體不太可能改變價值觀，媒體幫助個人澄清他們的價值觀。當出現一個情況挑戰人的價值觀，收集媒體資訊可以幫助個人更加精煉並且闡述價值觀。

二、 情感效應的影響

與認知效果類似，媒體系統依賴的虛擬情感效應被解釋為是修改的影響。德弗勒和波爾羅基奇認為媒體內容可以觸發情緒反

應的情況。經過媒體長時間播送有關暴力的內容，個人會處於憤怒或是焦慮的狀態之中，這些狀態可能隨後就會引發情緒上強烈的反應。假如媒體有所屬的團體或是派別，那麼不管內容是正面還是負面，個人都會受到影響。舉例來說，假如媒體內容不斷地播放貶低有關個人的種族的內容，個人會開始覺得疏離。

對於不同類型情緒化的描述是有些不明確。影響有一個獨特的概念與可測量的反應。影響大致上可以被視為一種情感(emotion)或情緒(mood)。情感可以被看作是在短時間內對於目標的回應，而情緒是長時間所處於的一種狀態。這兩種類型都是德弗勒和波爾羅基奇所描述的情緒的例子。

三、 行為方面的影響

德弗勒和波爾羅基奇將行為效應二分為主動的行動或被動的行為。媒體系統依賴中的行為效應是與認知效應和情感效應緊密結合在一起的影響。行為的活動可以在個人接收媒體資訊的過程中觀察到。也有人發現一個重要的關係在情緒或行為之間發生影響，行動也被認為是情感的處理方式。也就是說，情緒最後導致了行為的發生，例如像是用暴力攻擊陌生人。這種情緒的觀點是作為研究行為的情緒與動機的來源。由於媒體系統依賴假設媒體使用本身存有動機，充分了解動機與相關的流程，能更加了解媒體系統依賴理論。

在《大眾傳播理論—基礎、發展與未來》(Mass Communication Theory-Foundations, Ferment, and Future)一書中史丹利·拜恩(Stanley Baran)與戴維斯(Dennis Davis)提供對於媒體系統依賴理論的批評在沒有提出任何具體的使用以作為一個科學理論。他

們說論文在最初的聲明之後沒有太多的變化，並且媒體確實能有更有力量的效果。實際上，他們建議我們可能沒有經歷過倚賴媒體。如果這情況，拜恩與戴維斯建議依賴被透過檢查行為的而不是態度的變項。他們聲稱媒體系統依賴理論擅長解釋短期的行為而不是長期的社會現象。最後，拜恩與戴維斯譴責媒體系統依賴理論，因為它沒辦法鑑定媒體依賴的理想水準。「美國人太依賴媒體還是太獨立於媒體？趨勢是增加還是減少依賴？」拜恩與戴維斯對於這個理論差別的理解比創造理論出來的德弗勒與波爾羅基奇還要多。

他們僅僅發展一種由互相依存的關係組成系統的概念顯示那關係的存在。對於依賴的討論時，權力的理念是非常重要的。然而，根據德弗勒與波爾羅基奇媒體權力的總數取決於這些關係的動態。我不確定拜恩與戴維斯建議作關於描述「太依賴」的決定。拜恩與戴維斯的問題建議美國人要有清楚的界定或是受到有著強大權力的媒體機構的支配。對我來說，這兩個理念似乎像疾病一樣。他們只看到單一的權力而沒有注意到德弗勒與波爾羅基奇所描述到的其他系統所扮演的角色。

德弗勒與波爾羅基奇已經發展出很多學者使用拿來檢驗與媒體有關社會現象的一個理論，但理論本身並不完美。她聲稱理論並非用來拿來證明是對還是錯，她認為一個好的理論是隨著時間形成和改變，基於那些使用理論的人的投入。雖然在媒體系統依賴理論的案例中，改變其實沒被製造出理論的基本架構，它的運用是多方面的。如同卡林格(Fred N. Kerlinger)對於理論的定義：「媒體系統依賴理論是一套相互聯繫建造，指定現象的系統意見在藉由具體說明目的去解釋和預言現象的關係。」⁶⁶

⁶⁶ Fred N. Kerlinger, 1965. Foundations of Behavioral Research: Educational and Psychological

媒體系統依賴理論的發展的根基在社會學方面，但是延伸之後與社會結構之中的事件產生連結媒體對於個人認知的效果。最後，媒體系統依賴的結果是資訊的通路與在提供資訊和尋求資訊之間的權力關係。當德弗勒與波爾羅基奇主要聚焦在對於政府的考驗，政府對媒體有著模稜兩可的依賴，它也能被在其他地方發現，以定義來說，扮演人與人之間的連接。當然研究使用媒體系統依賴理論也有它的挑戰，因為理論如此寬廣。不過，這樣研究的結果使用媒體影響的整合性理論對於結構複雜長期社會現象也提供獨立且重要的解釋，那是研究室與調查研究都難以達成的。波爾羅基奇對於媒體系統依賴理論也提出了模型，如下圖 3-1 所示：

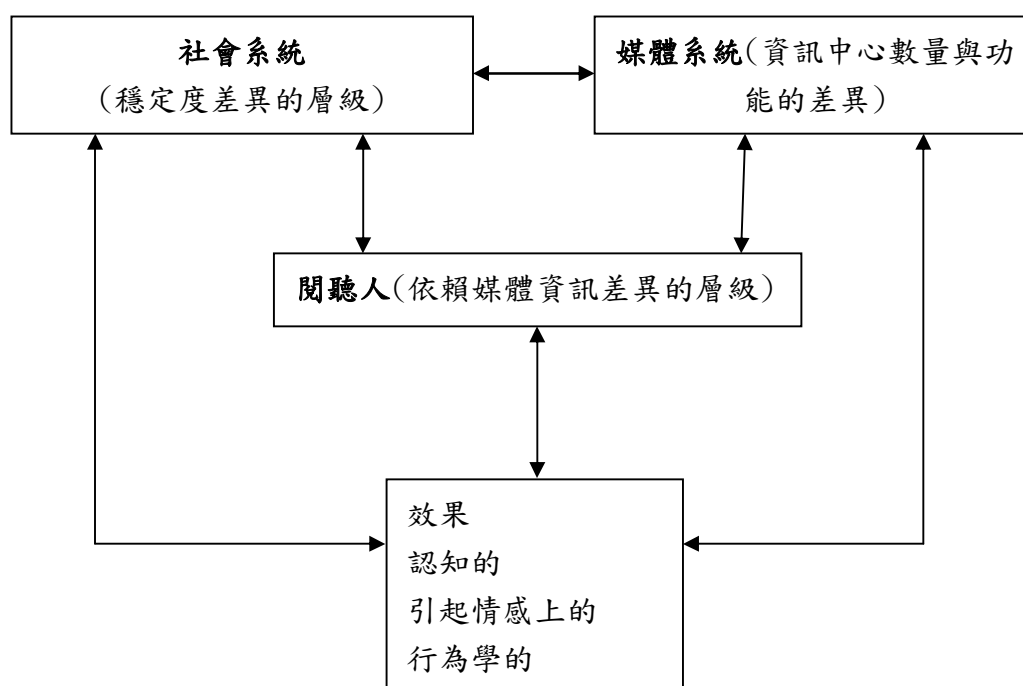


圖 3-1：媒體系統依賴理論模型

資料來源：S. J. Ball-Rokeach, M. L. DeFleur, 1976, "A Dependency Model of Mass-Media Effects" *Communication Research*, No.3, p. 3.

Inquiry 一書的作者，在書中內容定義「理論」一詞為：「一組相互關聯的構造（概念），定義，和主張，在目前的系統的觀點中指定現象之間關係的變量，與目的解釋和預測現象。」相關資料請參閱 <http://home.ubalt.edu/tmitch/kerlinger.htm>.

媒體系統依賴理論整合了幾個方面：首先，結合從心理學的角度與從社會學的理论。其次，集合了系統化的觀點與更注意因果關係。再者，它結合不同方面的元素使用與滿足研究傳統媒體的影響，但主要重點是在於比起受到媒體影響的部分，對本身的影響通常是有限的。最後，關注媒體的訊息內容及受到媒體影響的閱聽人。

在《大眾傳播理論—基礎、發展與未來》(Mass Communication Theory-Foundations, Ferment, and Future)之中，有關媒體系統依賴理論的部分認為，首先，媒體的影響力是存在於社會系統之中，媒體所扮演的角色與閱聽人對於媒體之間的關係。其次，閱聽人對於媒體的依賴程度成為關鍵的變項，媒體所傳播的訊息會改變閱聽人的信念、感受與行為。再者，在工業化的社會之中，增加對於媒體的依賴，可以讓我們了解所處的世界、使我們的所做所為更有意義與效率以及讓我們可以完成幻想與逃避。最後，並不是每一個人都能平均地接收媒體所傳播的訊息，接受越多媒體所傳播的訊息，越會加強對於媒體的依賴程度，那麼也就越容易被媒體影響。

不管是媒體是對政治組織還是公民，都是互相影響對方，並且政治組織跟公民最主要的訊息來源也就是大眾媒介，並且在《大眾傳播理論—基礎、發展與未來》一書中也有提到，當事件的嚴重性增加的時候，花費在媒體上的時間也隨之增加。⁶⁷

⁶⁷ Stanley J. Baran, and Dennis K. Davis, op. cit., pp. 315-319.

第二節 宣傳理論

這一節分成兩個部分來討論宣傳理論。第一個部分是說明宣傳理論的起源與宣傳時會使用到的技術，第二個部分則是介紹當代宣傳理論與不同宣傳的類型。

壹、宣傳理論之起源

正如我們所知，美國民主黨跟共和黨在政治光譜上是位置相近的政黨，沒有明顯的左右之分，甚至還有些許重疊的部分。所以美國的中間選民對於總統候選人的選擇，通常是以政黨候選人（或者是獨立候選人）所提出的政見來判斷，在投票日當天做出他們的決定。中間選民對於候選人的政見與相關表現，最主要、最快、影響最大的來源就是電子媒體。

廣播是最早出現的全國性電子傳媒，美國在 1938 年萬聖節晚上，哥倫比亞廣播網播出廣播劇《火星人入侵記》(War of the Worlds)，在節目播出前與廣告時及節目結束後都有告訴聽眾這只是虛構的故事，在大約六百萬名的聽眾中，至少還有一百萬人感到不安。⁶⁸

宣傳(propaganda)的重要性從世界第一次大戰開始時就被注意到，當時的政治暨傳播學者拉斯威爾(H. Lasswell)的博士論文《世界大戰中的宣傳技術》(Propaganda Technique in the World War)在 1927 年以書的形式出版，杜勒斯(F. R. Dulles)認為應該將這本書銷毀。這個反應可以代表當時的人對於宣傳的心態，因為

⁶⁸ 同前註，頁 53。

當時普遍認為宣傳的威力是不可抵擋。⁶⁹拉斯威爾在他的博士論文中所提到的宣傳技術，現在依舊是隨處可見，主要可以分為四個部分：

首先，第一種技術是情感訴求。這種宣傳的典型方式的功用通常是影響心理層面，而不是頭腦。情感上的訴求是宣傳中一個很常使用的技術，因為藉由熟練的操作可以讓情緒消耗掉行動力，舉例來說詳細地描述一個痛苦的小女孩與她的小貓，可以激發對特定對象的仇恨，反之，也會增加對特定對象的同情心。

其次，第二種技術是妖魔化。藉由醜化敵對的特定對象，來達到讓其他人的看法也轉為與己方相同。在大戰期間，美國利用宣傳來妖魔化德國的暴行，將他們形容為墮落、殘暴的侵略者，來激起對於德國的仇恨。舉例來說，在伊利諾伊州，一群熱心的愛國者聲稱德國煤礦工人羅伯特普拉格囤積炸藥。雖然普拉格不斷表示對於美國的中忠誠，但是到了最後一刻，還是被一群憤怒的暴民以私刑處決。在經過調查之後也沒有發現任何爆炸物。

再者，第三種技術是以戰爭結束所有的戰爭。情感訴求與簡單的漫畫發揮了很大的影響力，然而有某些複雜的團體需要更多的宣傳。為了說服知識份子與和平主義者，聲稱軍事干預會帶來國家的民主與戰事永遠的消弭。並且解釋接下來要發起的戰爭是「用來摧毀德國工業競爭（企業集團）的威脅，以保護美國的生活水準（勞動力），消除某些德國我們的教育（教師）中有害的影響，摧毀德國音樂- 本身就是一個微妙的宣傳（音樂家），維護文明，『我們』和『文明』是同義的（民族），使世界安全民主，粉碎軍國主義，建立小國的權利等。（宗教和唯心主義的群體）。」

⁶⁹ 同前註，頁 47。

⁷⁰這些陳述引起的反應是最有效的，而這就是宣傳的優勢。

最後一種技術是不誠實。許多的宣傳者都會採用這樣的技術，特別是為了要達到某一個目的，宣傳者都很願意說謊。專業的宣傳者都知道，當一個謊言曝露時，會使得整體都受到損傷。不誠實是不被允許的，但是在策略的部分來說，是沒有道德與理由的。

宣傳是一種藉由使用大量符號的方式來管理集體「看法」，而「看法」這一個詞彙被用來指涉一種趨勢去行動根據某些形態的評估。⁷¹這個看法的存在不是經驗上的數據，但是來自有遵從習俗的重要符號的推論。我們說某些選民對於激怒有色人種的候選人，並且去從事我們簡潔地概括趨勢是在特定背景下加入特定團體進行特定的目標。評估形態來推論來發現或許是筆與聲音的原始的姿勢。這些主題對於團體來說有標準的意義被稱為是有意義的符號，如高聳的眉毛、緊咬的嘴唇、尖銳的聲音、強烈的用語，這些形容的建立，亦證明都是來自獨特的文化。這些有意義的符號都是可以隨時拿來表達我們的看法，並且也可以再次肯定或再次定義意見。⁷²

拉斯威爾對於宣傳下了一個定義，他認為：「使用重要的符號來控制意見，換言之，就是使用故事、謠言、報導、圖片與其他形式的社會傳播來控制意見。」過了一段時間之後，拉斯威爾對於宣傳又下了另一個略為不同的定義：「廣義地說，宣傳就是透過對象徵符號的操控以達影響人類行動的目的。而這些象徵的

⁷⁰ Harold D. Lasswell. "The Theory of Political Propaganda" *The American Political Science Review*, Vol. 21, No. 3. (Aug, 1927), p. 628.

⁷¹ *Ibid.*, p. 631.

⁷² *Ibid.*, p. 627.

符號可以言語的、書寫的、圖畫的或音樂的形式出現。」根據拉斯威爾上述的兩個定義，似乎「廣告」與任何形式的「勸服」(persuasion)都可以包括在宣傳的範圍中。事實上，拉斯威爾自己曾經說過：「廣告和宣傳(publicity)都可以算是 propaganda 的一種。」⁷³

學者麥奈爾在《An Introduction to Political Communication》一書中，以下圖來表示出大眾媒體在現代社會的重要性：

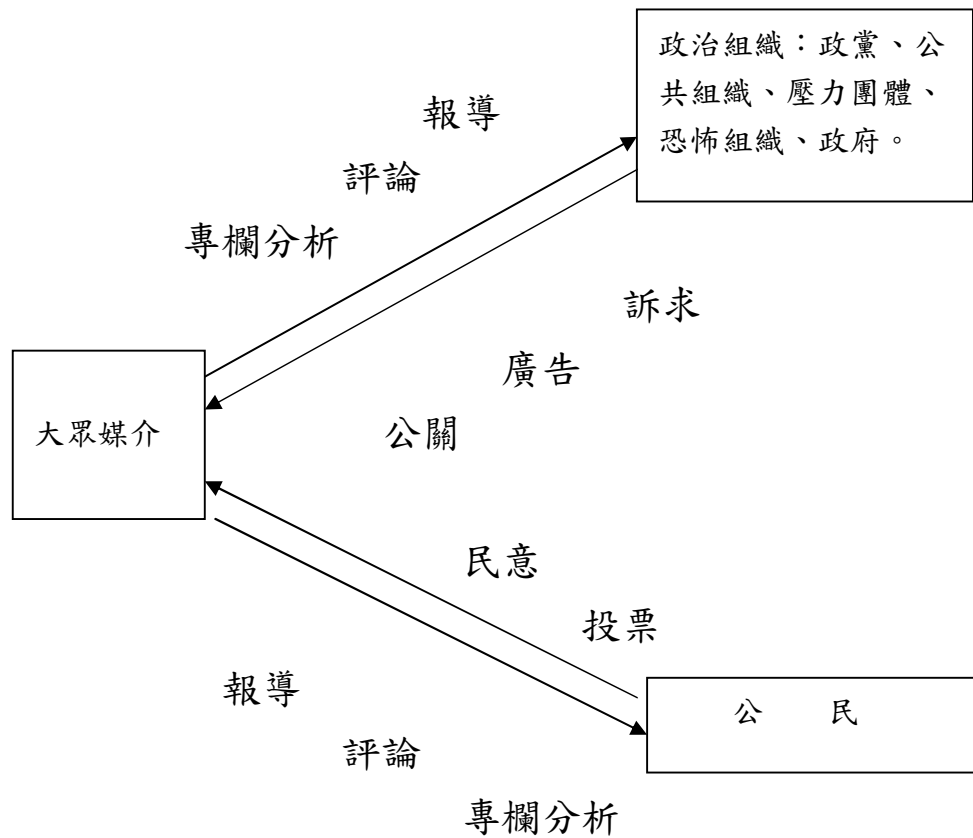


圖3-2：大眾媒體在現代社會的重要性

資料來源：林文益譯，2001，《政治傳播學》。台北：風雲論壇，頁 206。

⁷³ Stanley J. Baran, and Dennis K. Davis, op. cit., p. 49.

由圖 3-2 可以得知，不管是一般民眾還是政治組織，對於媒介的依賴程度是相當地多，但卻不是單方面只取得資訊，不管是一般民眾透過民調表達自身意見或是利用選票的方式來支持符合他們心中要求的候選人；或是政治組織利用公關活動、廣告的方式來傳達理念，不然就是透過媒體來向一般民眾或是其他組織來宣揚自身的訴求，以達到他們的目的。而媒體也是使用報導、對於事件的評論或是以專欄的方式來分析。除了一般民眾跟政治組織對大眾媒介有需求之外，反過來說，大眾媒介也需要閱聽人來接受他們的訊息，或是與政治組織互動，來滿足雙方面的需求。

貳、當代宣傳理論之介紹

對於當代宣傳理論，納粹德國電影宣傳部門的首腦希普勒(Fritz Hippler)說過，有效宣傳的秘密就是將複雜的問題簡單化，並且一遍又一遍重複已經簡化的東西。傳播學者斯普勞爾(J. Michael Sproule)指出有效的宣傳是偷偷摸摸暗中行事—「勸服人們，看上去卻好像沒有這麼做」；特點是「對傳播活動大規模組織、控制」；並且強調「用精心設計的狡猾言語阻止深刻的思考」。⁷⁴而宣傳家確信目的是手段的正當理由，因此用半真半假的陳述和徹底的謊言說服人們放棄「錯誤」的想法並接受宣傳家所喜愛的觀點，這不僅正確而且必要。

行為主義學者賴帝隆(Richard Laitinen)與拉克斯(Richard Rakos)提供另一個對於當代宣傳的批評觀點，他們認為現代宣傳，藉由他們的定義「行為控制被媒體操作」被三個因素所促成—「被捲入在匆忙的生活之中，比較少被完整告知並且比較沒有參與政治...高度發展的民意調查，結果是藉由宣傳去減少影響...

⁷⁴ Stanley J. Baran, Dennis K. Davis, op. cit., p. 72.

媒體公司的財團法人轉變成超大型」。這些因素結合未公開的權力在未經民眾同意的商業與政府菁英的手上，導致資訊流通的功能中欠缺控制不表示資訊是「自由的」。相反地，因為結構的影響，經由直接經濟上與間接政治上偶然發生的情況，呈現出對於行為上差異的威脅遠勝過歷史上任何一種暴政形式。在今天，資訊是更加系統化、連貫、前後一致、不引人注目並且是終極地影響的能力。⁷⁵

現在社會中，宣傳的方式可以分為三種，分別是黑色宣傳、白色宣傳與灰色宣傳。黑色宣傳包含著謹慎且策略性的傳播，透過媒體將不利對方的訊息傳達給閱聽人，而將這技術運用的最好的就是納粹。白色宣傳是為了對抗「壞」宣傳的宣傳技術與促進菁英認為是好的目標的策略。二次大戰結束之後，白色宣傳就被廣泛地運用在廣告與公共關係上。灰色宣傳是包含資訊或是意見的傳播，但是它的可信度值得懷疑。宣傳者僅僅是使用灰色宣傳來讓正當性無效或是實際上避免去實行。

宣傳的最終目標就是要改變人們的行為，並且讓他們相信那些行動與行動背後的觀念都是出自於自願。為了要完成這個目標，宣傳家們首要之事就是藉由各種不同的宣傳技巧來改變人們的價值觀、意識形態與所身處的世界。媒體靠著在世界中的重要性，擁有生產工具與大規模播放訊息的工具，並且掌握壟斷事實的權力，來影響接受到訊息的人們。⁷⁶

⁷⁵ Ibid., p. 85.

⁷⁶ 蔡筱穎譯，Pierre Bourdieu 著，2000，《布赫迪厄論電視》。台北：麥田，頁 100。

第三節 布萊德利效應

奧巴馬當選總統的卅五年前，種族問題與縮小種族和民族障礙的可能性付諸一個考驗，一種被忽視和數不清的故事在美國政治：1973 年的選舉中，湯馬斯布拉德利(Thomas Bradley)，第一個非洲裔美國人在一個充滿壓倒性白人人數的大城市擔任市長。

在 60 年代，美國的社會處於兩極化的種族和政治動盪之中。1965 年，洛杉磯中南部引發了一波大規模的動盪，成為暗示在全國各地需要改變的警訊。1968 年，博士牧師馬丁路德金(Martin Luther King Jr.)與總統候選人羅伯特甘迺迪被(Robert Francis Kennedy)暗殺的一個月之內，越戰示威活動升級，以及超過 20,000 名學生在洛杉磯五所學校走了出來，抗議種族不平等。正是在這種氛圍下，兩任市議員湯姆布拉德利決定挑戰 1969 年的洛杉磯市市長的位置。

在當時非裔美國人的比例在美國不到總人口數的 17%，布拉德利知道如果他有機會獲勝，他需要能夠跨越種族和種族的界限，並建立一個強大的非裔美國人，猶太人，自由白人，墨西哥裔美國人和亞裔美國人的聯盟。布拉德利的對手為山姆約蒂(Sam Yorty)，約蒂利用一個積極的團體指出，為種族主義，剝削的恐懼和充滿不確定性。指責布拉德利為「反警察」，並聲稱如果布拉德利當選多數的警察部隊將辭職。他還牽連布拉德利在辦學活動採用「黑武裝，白色種族主義和共產黨。」布拉德利的消息使他輸了選舉。不過湯姆布拉德利是有機會，再次擊敗山姆約蒂。1973 年，美國不再焦急地平息暴力起義和抗議。約蒂使用同樣的主題的比賽，僅此一次，沒有任何效果。選民們放下他們的恐懼，遞給布拉德利了堅實的勝利。湯姆布拉德利成為了歷史的第

一個非洲裔市長。⁷⁷

布萊德利效應的被命名的起源是他失去了 1982 年加州州長的職位，⁷⁸在 1982 年選舉前的民調中，布拉德利明顯領先他的競爭者，並且有眾多媒體大膽預測他將贏得選舉。然後，在大選之夜，他輸給了共和黨候選人韋德(Lawrence Douglas Wilde)，大大地困惑了民主黨黨員和許多加州市民。同樣的事情發生在 1989 年在維吉尼亞州的州長選舉上，和許多其他實例，布萊德利效應已記錄了各點在美國歷史上。一個主要的解釋布萊德利效應該是種族歧視。民調顯示，選民可能不想承認反對黑色肌膚的候選人，因為他們害怕被視為種族主義，特別是當民意測驗是有關這樣的問題要求受試者答覆時。

具有同樣情況的案例出現在 1989 年紐約市市長選舉，代表民主黨的黑人候選人丁金斯(David Dinkins)在選舉前一週的民意調查支持度領先對手共和黨的白人候選人吉利安尼(Rudy Giuliani)高達 18%，在選舉前四天民調公布的支持度差距縮減為 14%，但最後投票出來的結果卻是白人候選人吉魯里安反而領先 2%。另外一場選舉也是在 1989 年舉行的州長選舉，在這場黑白對決的維吉尼亞州(Virginia)選舉中，還是由黑人候選人韋德(L. Douglas Wilder)代表民主黨出馬，對手則是白人候選人柯爾曼(Marshall Coleman)。韋德在最後公布的民調中，以 9%的幅度領先，投票結束之後卻以些微的 0.5%票數落敗。以上兩次黑人候選人在民調上先勝後敗的案例，分別稱為「丁金斯效應」(Dinkins Effect)與「韋德效應」(Wilder Effect)。

⁷⁷ 請參閱 <http://mayortombradley.com/biography>

⁷⁸ Alex Altman, 2008.10.17, "The Bradley Effect", <http://www.time.com/time/nation/article/0,8599,1851287,00.html/>.

這樣的情況在社會心理學的實驗中，可以得到證明。兩名男人做著同一件工作，其中一名男人「修理」了另一名男人之後影片停止。訪問受訪者時，對於白人揍黑人的部分，覺得是「好玩」或是「戲劇化」；但是對於黑人揍白人的部分，則會變成了「暴力」或是「具有侵略性」。⁷⁹

第四節 小結

媒體系統依賴理論所接觸到的部分可以分為微觀與鉅觀兩種層面；媒體和個人之間的關係在微觀層面，媒體和社會機構之間的關係在鉅觀的層面。當個人需要媒體來提供資訊以幫助他們建立起他們認知的「現實」，因此媒體所提供的資源來源相形之下就變得重要了。個人在資訊的選擇上是較為被動的一方，但也不是只能消極地接收媒體所發布的資訊，個人也有選擇拒絕接收的選項，當個人選擇不接受的時候，對於媒體的依賴程度也隨之減少。

拉斯威爾對於宣傳下了定義：「廣義地說，宣傳就是透過對象徵符號的操控以達影響人類行動的目的。而這些象徵的符號可以言語的、書寫的、圖畫的或音樂的形式出現。」在現代社會中，到處都可以看到各式各樣的符號，而宣傳者利用符號來說服大眾以達到預設的目標。在特定的場合會出現帶有特殊效果的符號，這些符號會被放大或是特別強調，就要端看宣傳者在使用這些符號的時間與場合。

布萊德利效應在美國政治發展兩百年的時間中已經出現了好幾次，都是黑人候選人在競選地方首長時發生。1982年布萊

⁷⁹ 游恆山編譯，Philip G. Zimbardo 著，1990，《心理學》。台北：五南，頁1125。

德利競選連任加州州長，1989 年的丁金斯競選紐約市市長與韋德競選維吉尼亞州州長時都發生了一樣的情況。都是選舉前所公布的民意調查領先競爭對手，但是在投票結束之後黑人候選人都失去了地方首長的位置，反而是原先民調落後的白人候選人得到了職位。在美國政治的歷史中出現好幾次的情況則是稱為布萊德利效應。

在本章當中，筆者分別闡述了媒體系統依賴理論、宣傳理論，以及布萊德利效應等理論的內容，而此三種理論對於選民的投票取向有重要之影響。在第四章中，筆者將針對媒體系統依賴理論、布萊德利效應與沉默螺旋理論之交互作用做研究，以深入瞭解並探究各種理論對於選民投票取向之影響與分析。

第四章 理論之間的交互作用與對選民的影響

媒體系統依賴理論、沉默螺旋理論與潛在心理之間的影响，其實是在同一時間之內發生。在下面的內容中，將理論與現象之間的影响各自獨立出來，並且嘗試分析，找出各種可能會發生的個別與交互作用。

第一節 傳播相關理論影响選民的因素

從 80 年代開始，民意調查機構開始設立中央電話系統，使用電話來進行民調，在最短的時間之後獲取資料，到了現在還可以透過網路來進行調查。民意調查在選舉之中一直擔任很重要的角色，對於選舉陣營來說不管是當成選情的風向球，還是作為選舉策略改變的參考數據，都有一定程度的可信度。

換言之，對於選民來說，民意調查可以讓他們了解到候選人或是對於議題的支持程度，但是民意調查的結果也很有可能變成候選人希望可以獲取更多選票，用來欺瞞選民的一種工具。但是在面對中間選民的時候，加上又沒有表達他們自身的意見，不管是在民調上實際領先者或是利用不實民調的結果為了要取得更多支持的選票，這些情況都是選民沒有辦法預測的。

除了利用不實的民調結果來增加選票之外，另一種會誤導民眾，並非抽樣調查的民調被稱為假民調，傳播學者布萊德本(Norman Bradburn)將這種民調稱為自我選擇的閱聽人取向民調(Self-selected Listener-Oriented Public Opinion Surveys)，⁸⁰容易出

⁸⁰ 胡幼偉譯，Sheldon R. Gawiser and G. Evans Witt 著，2000，《解讀民調》。台北：五南，頁 151。

現在叩應(call-in)節目當中，作為加強節目效果的工具。

假民調被用在選舉的宣傳上，會造成一定的效果，也就是前文中提及的黑色宣傳，民意調查的結果反而讓候選人流失選票、降低得票率，甚至可能從勝利的位置上被拉下來。用一句話來簡略說明沉默螺旋理論，就是「西瓜偎大邊」，讓已經領先的候選人變得更強，再次增加當選的可能性。但是在對於已經有政黨傾向的選民（不管有沒有公開表態支持候選人或政黨）而言，一般性的黑色宣傳不會破壞選民原有的選擇，除非出現與他們價值觀相異的事件，才有可能轉而支持對手候選人或是放棄投票。

在電子媒體的報導下，對於候選人是白色宣傳與黑色宣傳的訊息都會被選民所接收，但是那一種區塊的選民才會是主要被這些訊息影響的呢？在所有的選民中，扣掉有著政黨傾向的選民，只剩下心中已經有定奪但是沒有表態的選民，以及還在觀望情勢的選民，或是沒有意見的選民。而這些觀望情勢的選民與沒有意見的選民就是中間選民(median voter)，越接近投票的日期，中間選民會開始選擇屬意的候選人，而候選人越能爭取到越多中間選民的支持，越能夠在最後贏得選舉。⁸¹

對於政黨來說，有政黨傾向的選民是票源保證，加上獲取多數中間選民的支持，只要選民不要出現分裂投票(ticket splitting)的行為，⁸²那麼在正確的民意調查中有著較高支持率的候選人，幾乎都可以贏得選舉。

⁸¹ Roger D. Congleton, 2002, "The Median Voter Model", *Center for Study of Public Choice*, p.3.

⁸² 選民將選票投給與本身政黨傾向不同的候選人，達到政治勢力上相互制衡的現象。

壹、媒體系統依賴理論對於選民的影響

從選舉正式開始之前，所有的候選人就已經開始他們的行動，不管是參與活動或是演講甚至刻意製造新聞，都是要想辦法吸引媒體的目光，透過媒體的傳播使得更多民眾看到他們，讓他們的形象存在於民眾的心中，以提升他們的知名度。

隨著傳播媒體技術的進步，像是家庭與地區社群這樣的傳統社會結構逐漸被削弱，而大眾媒體的重要性與日俱增，⁸³讓民眾對於媒體的需求變得越來越大，慢慢地，媒體變成最主要的消息來源，漸漸取代了最基本的人際傳播。

由於美國的選舉制度是採用登記投票制，⁸⁴所以公民要先經過登記之後才能獲得投票的資格，在這次的總統選舉之前，電子媒體對於美國民眾做了民調來探討美國民眾會決定參與這次的總統選舉，經濟問題是最主要的原因，如表 4-1 中所列。

表 4-1：決定參與 2008 美國總統選舉投票之原因

原因	經濟	伊拉克 戰爭	健保	恐怖主 義	非法移 民	其他
比例	57%	13%	13%	10%	5%	2%

資料來源：<http://edition.cnn.com/ELECTION/2008/map/polling/>

⁸³ Richard E. Dawson and Kenneth Prewitt, 1969, *Political Socialization*, Boston: Little, Brown and Company, p.194.

⁸⁴ 因為美國沒有全國性的合格選民名冊，所以，公民必須經過登記才能獲得投票資格。公民在自己的居住地登記投票；如果搬遷到新的地方，則需要重新登記，而登記的目的是為了防止投票作弊的行為。

經濟環境不樂觀，使得美國民眾想要選擇一位可以改善這個問題的候選人。2000年、2004年與2008年的總統大選互相比較，可以發現參加2008年總統選舉人數增加許多，參見表4-2。除了選舉的競爭度高，可以發現美國民眾急欲解決經濟這個問題，所以更多民眾決定參與投票，希望解決這個問題。2008年參加總統選舉的人數比2004年參加總統選舉的人數多了四百一十二萬餘人，表示美國選民積極投入選舉，想要改變現狀，也是成長因素之一。

表 4-2：2000 年、2004 年、2008 年參與投票人數之比較

年份	2000	2004	2008
人數	104338854	121056394	125181481

資料來源：<http://www.infoplease.com/ipa/A0781450.html>

從次級房貸開始，到連動債出現問題，這些令人擔心的消息不斷透過媒體的報導讓民眾接收到，伸手可及之處都在討論這些問題。不管是電視、廣播或是網路，民眾持續收到這些訊息，面對無法獨力改變的現狀，希望政府可以為他們解決這些問題。在現任政府無計可施的情況下，將希望寄託在下一任的總統候選人身上，於是藉由投票行為來讓屬意的候選人贏取選舉，希望當選的候選人可以改善現在的情況。

並且在這次選舉當中，歐巴馬陣營充分利用媒體網路來行銷，藉由獲得更多民眾的支持，以下就舉出幾個效果顯著的例子：⁸⁵

⁸⁵ <http://www.cgo.tw/index.php?in=5-1&id=41>.

一、歐巴馬的競選官方網站

以 WEB2.0 的模式為主，⁸⁶內容豐富，而且將 blog、視頻、投票等互動環節充分利用，包括他的 blog 更新速度在競選當天幾乎是十分鐘就更新一篇。整個網站的基調都是以「開放」為主，更多部分是利用信息的共用與互動來達到爭取輿論支援的目標。歐巴馬的官網首頁舉辦討論爭取注意，首頁只有兩個，其中一個是 blog，另一個是競選經費的籌集。

二、歐巴馬的電視廣告宣傳

歐巴馬在電視廣告砸出重金，從 NBC 環球價值買了 500 萬美元的廣告時段，被認為是政治人物在歐運期間購買廣告時段的最大手筆之一。電視廣告在選舉期間，常常可以發揮一些效果。

三、歐巴馬的網路廣告策略

歐巴馬在競選中投入在網路政治廣告上的支出占了美國今年所有網際網路政治廣告的 50%，遠超其他候選人的總和。他在搜尋引擎與社群網站等平台也投入了近 800 萬美元的廣告，還有一些遊戲類及新聞網站也投入了廣告經費。

四、歐巴馬的 3G 廣告宣傳

在美國大選中，諸如手機等最新工具的使用使得候選人能夠

⁸⁶ Web2.0 是 2004 年才出現的概念，它的特色就在於將網路視為一種平台，而不單是作為一個工具來使用，並且具有引領群體智慧的能力，能夠吸引更多網路使用者提供他們的意見與想法，而不光是早期只是作為資料庫的功能。像是 Facebook, Twitter 等社群平台。資料來源為：
http://www.itmag.org.tw/magazine/article_single_138.htm

跨越傳統媒體直接和選民聯繫。當歐巴馬宣佈競選搭檔時，其支持者們早已透過手機短信和電子郵件在媒體公布消息之前提前知道。

五、歐巴馬的搜索引擎行銷

歐巴馬購買搜索引擎的「關鍵字廣告」。如果一個美國選民輸入歐巴馬的英文名字，搜索結果頁面的右側就會出現歐巴馬的視頻宣傳廣告以及對競爭對手麥坎政策立場的批評等。購買的關鍵字還包括一些熱門新聞。這些問題的觀點評論，有助於人們更容易瞭解這位候選人。

六、歐巴馬的網路 blog 行銷

blog 一開始是民眾共用個人思想的一種方式，但是，現在 blog 已經成為一種媒體，美國聯邦選舉委員會甚至正式裁定政治性質的 blog 屬於媒體，按照這裁定，blog 已經被列入媒體的範疇。歐巴馬通過自己在網路的 blog 為自己鮮明地樹立起清新、年輕、進取的候選人形象。拉近了選民與自己的距離，更具親和力、更有競爭力。

在這次的選舉中，美國在 18 歲到 29 歲年齡層中約兩千四百萬人參加這次投票，這些人數占 18 歲到 29 歲年齡層中總人數的 74%，⁸⁷為美國有史以來年輕人參與投票比例最高的一次。參與投票的年輕人中，有 66% 將他們的選票投給了歐巴馬，有些許原因增加了年輕人對於選舉的參與，有可能是歐巴馬的年輕形象影響他們，也有可能是這個年齡層的人使用網路的比例相對來說比

⁸⁷ 資料來源為：<http://www.thetartan.org/2008/11/10/news/elections>.

較高，所以容易受到網路上宣傳的影響，而選擇投給歐巴馬。

歐巴馬陣營利用各種不同的媒體與方式，來讓民眾更容易取得有關他的資訊，增加民眾對於他的了解。再加上不斷地放送對於自己有利的訊息，讓民眾不斷接收到對他有利的消息。民眾越了解他的話，就越有可能獲取越多選票的支持。

貳、沉默螺旋理論對於選民的影響

選民在面對要如何選擇屬意的候選人這個部分，有政黨傾向的選民首先考慮的就是支持所屬政黨的候選人，但是沒有政黨傾向的選民就要依靠他所能取得的訊息，再來判斷那一位候選人的行動與政見與自己比較符合。然後，有政黨傾向的選民，會同時接收到對於支持的候選人正面與負面的消息，但是這幾乎不會影響到他們對於先前選擇的改變，而會因為這些訊息而有所改變的選民群就是中間選民。

先不論對於特定候選人支持率的高低，從七月份到十月份這段時間之中，可以看到選民對於選擇支持候選人的態度越來越明確，在有政黨傾向的人數不會增加的情況之下，在越接近投票的日期時，選擇表態的選民與選擇屬意候選人的選民也隨之增加，參見表 4-3。另一方面來說，歐巴馬與麥坎在民意調查支持度上互有領先，不過歐巴馬領先的時間比較多，在透過媒體的報導之下，這些訊息都確實地傳送給選民，讓他們開始判斷誰才是與價值觀相契合的候選人，再去支持所選擇的候選人。

表 4-3：候選人支持率的變化

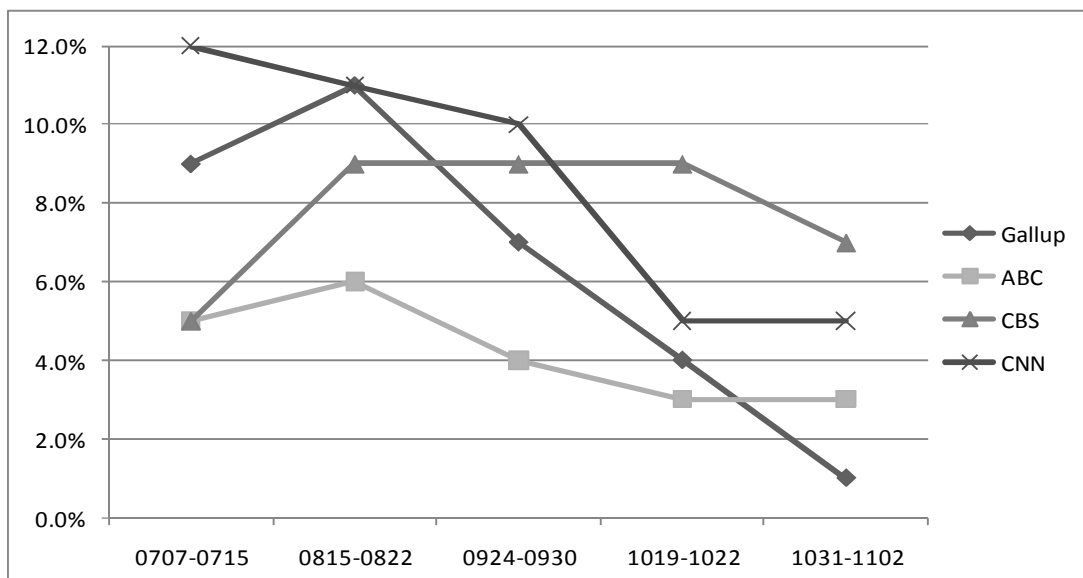
日期	1031	1019	0924	0815	0707
媒體	1102	1022	0930	0822	0715
Gallup	55/44	50/46	49/44	46/43	47/44
ABC	53/44	54/43	50/46	49/45	49/46
CBS	51/42	52/39	50/41	45/42	49/46
CNN	51/44	51/44	47/43	45/44	47/41

資料來源：

http://www.realclearpolitics.com/epolls/2008/president/us/general_election_mccain_vs_obama-225.html (前者數字為 Obama 支持率，後者數字為 McCain 支持率)

選民對於候選人的支持率隨著越接近投票日期而增加表態的意願，表示選民受到沉默螺旋效果的影響，原本已經有政黨傾向的選民是不會受到影響，反而是中間選民感受到主流意見的存在而決定要支持的候選人，未表態的比例有逐漸下降的趨勢。請參考圖 4-1。

圖 4-1：選民表態程度的變化



筆者自製

資料來源：

http://www.realclearpolitics.com/epolls/2008/president/us/general_election_mccain_vs_obama-225.html

沉默螺旋理論對於選民而言真的有發生效果嗎？首先，沉默螺旋都是發生存在著複雜議題的情況，過於簡單的議題不會引發沉默螺旋，在這次總統選舉中，除了經濟議題之外，還挾雜了種族之間的問題。其次，不管是歐巴馬陣營或是麥坎陣營，他們都沒有辦法決定具有主導地位的議題，舉例來說，美國前總統柯林頓(William Jefferson Clinton)在 1992 年的選舉時，他當時的主要議題就是主打經濟，最後也因此獲勝。最後，大眾媒體會直接影響沉默螺旋本身。這三者說明了引發沉默螺旋的可能。

參、布萊德利效應對於選民的影響

這次選舉是美國總統選舉的歷史中，首位有色人種的總統候選人參選，除了歐巴馬與麥坎所提出的政見受到許多注目，布萊德利效應是否會發生也一直是眾人關注的焦點。美國建國已經兩百多年，但是黑人地位提升也是在林肯就任總統之後才有所改善。雖然與建國之初相較之下已經有了明顯的進步，還是有股陰影一直籠罩美國民眾的心中，尤其當布萊德利的事件發生之後，更是讓許多人心中擔心的事情實現了，那就是政治界中，白人還是充滿優勢。

美國的選舉人口中，白人占了 74%，其他人種占了 26%，⁸⁸所以布萊德利效應要是發生，那麼歐巴馬在投票前的民調支持率比麥坎高也是沒有意義，畢竟一切都以投票結束之後的結果為

⁸⁸ 資料來源：<http://edition.cnn.com/ELECTION/2008/results/polls/#USP00p1>.

準，獲勝的人就能獲得美國總統的位置。

從表 4-4 中可以看到，歐巴馬在白人的區塊獲得了 43% 的選票，在非裔美國人的部分囊括了 95% 的選票，在拉丁裔、亞裔與其他種族這些區塊都獲得了 60% 以上的支持。在總票數中歐巴馬比麥坎多了將近九百五十萬張票，⁸⁹

表 4-4：選票的種族分布

人種 對象	白人	非裔 美國人	拉丁裔	亞裔	其他
歐巴馬	43%	95%	67%	62%	66%
麥坎	55%	4%	31%	35%	31%
其他/ 未作答	2%	1%	2%	3%	3%

資料來源：<http://edition.cnn.com/ELECTION/2008/results/polls/#USP00p1>

1958 年民意測驗發現，蓋洛普確定，42% 的白人選票會投給一位黑人總統候選人，到了 1989 年，81% 的白人表示同樣的意見，2007 年 12 月的時候，95% 的受訪者表示，白人將會投票給一位黑人總統候選人。⁹⁰照數據來看，白人選民願意投票給有色人種的候選人的比例越來越高，或許這可以表示布萊德利效應正在慢慢減退中。不過，一些主要是非非洲裔美國人學者說，國家不應該這麼快駁回了這一理論。道森(Michael Dawson)表示，布萊德利效應還是繼續存在著，它的效果可能已經減弱，但並沒有消

⁸⁹ 資料來源：<http://www.washington.com/wp-dyn/content/article/2008/10/11/AR2008101102136.html>

⁹⁰ 資料來源：

<http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2008/10/11/AR2008101102136.html>

失。⁹¹

肆、小結

當媒體所傳送的訊息都被選民確切接收，不管這些訊息讓選民決定選擇要投票或是對於每一位選民所屬意的候選人是白色宣傳或黑色宣傳，甚至是讓還沒有決定要支持那一位候選人的選民當作參考、判斷的依據。而當選舉中的民意調查不斷公布的時候，沉默螺旋理論就在這個時候被觸發了，媒體本身會直接地影響到沉默螺旋本身，但是選民卻沒有辦法感受到，於是選民就在不自覺的情況下，做出了符合沉默螺旋的行為，並且持與主流意見相反的民眾，會不敢表示自己的意見，甚至可能在民調時說謊。布萊德利效應在這次選舉中並沒有發生，這有可能是美國長期從事族群融合的成果，也有可能是某些議題的吸引力遠超過種族這個議題，所以導致這個結果。

第二節 理論之間的相互影響

壹、媒體系統依賴理論與沉默螺旋理論

媒體系統依賴理論對於沉默螺旋理論的影響方式，以沉默螺旋理論是否產生效果作為判斷。媒體系統依賴理論對於閱聽人產生強化的效果，它可以加強閱聽人對於接收事物的印象，而影響到沉默螺旋理論是否會生效的可能性。

沉默螺旋在下列情況產生效果：接收到的報導屬於白色宣

⁹¹ 道森為芝加哥大學教授。研究興趣在發展美國黑人政治行為的模型，個人身份、公眾輿論與政治的影響，以及美國黑人政治思想。

傳，或者是敵對選舉陣營所使用黑色或灰色宣傳的效果不彰甚至沒有產生效果，反對性質的影響起不了作用。在相同或類似的資訊透過電子媒體不斷地播送下，對於已經心有所屬的情況，會更加確定原有的選項。在尚未決定的情形之下，會去選擇透過媒體有著大量白色宣傳報導之中，有著相近價值觀的選項。

沉默螺旋沒有產生效果的情況：透過媒體所傳達出來的白色宣傳報導效果遠不及有著負面效果的黑色或是灰色宣傳的報導。對於已經做出決定的情況，影響性可能不大，除非是嚴重違背原有價值觀的報導，徹底破壞其信任感，而造成負面的影響。在尚未決定的情形下，會對於信任度降低之外，甚至會去選擇另一個選項。

貳、媒體系統依賴理論與潛在心理因素

媒體系統依賴理論對於潛在心理因素的影響，發生在有候選人是有色人種時，對於一部分白人選民會出現只是為了反對有色人種候選人而去選擇白人候選人，但是也有可能選擇支持有色人種的候選人。

反對有色人種候選人的情況：接收到經由電子媒體播放有色人種候選人的訊息，對於其中內容不滿意甚至產生反感，認為其作為跟本身價值觀相差甚多，故不支持該名候選人；或是接收到有色人種候選人行為的訊息之後，心中產生優越感，認為這不是有色人種候選人應該做的事情，故不支持有色人種候選人。

支持有色人種候選人的情況：選民在接收到經由電子媒體所發送的訊息之後，認為有色人種候選人的作為符合自己的價值觀

與社會大眾所認同的正義，即使是有色人種，也是一樣會選擇支持。

參、沉默螺旋理論與潛在心理因素

沉默螺旋理論的效果對於潛在心理因素的影響程度，會與黑色宣傳、白色宣傳與灰色宣傳有關連，閱聽人在接收到的部分越多，越容易影響他們的判斷與選擇。

當沉默螺旋發生效果，潛在心理因素也發生效果的情況：當沉默螺旋理論發生效果，就表示電子傳媒所帶來的訊息是不利於有色人種候選人，也就是說黑色宣傳與灰色宣傳達到了應有的效果，讓白人選民會去選擇白人候選人，而不是選擇有色人種的候選人。

沉默螺旋產生效果時，潛在心理因素沒有發生效果的情況：這種情況表示白色宣傳所達到的效果超過黑色宣傳與灰色宣傳，讓白人選民了解即使是有色人種候選人的表現，也不會比白人候選人遜色，甚至表現更好。

沉默螺旋沒有發生效果，但是潛在心理因素卻有發生效果的情況：當沉默螺旋理論沒有發生效果時，表示沒有特別強勢的主流意見存在，選民可以依照本身的意願來選擇把選票投給屬意的候選人。但是有部分的選民會忽略掉對於有色人種候選人有利的訊息，而只會注意到對於有色人種候選人有負面影響的訊息，而把選票投給白人候選人。

沉默螺旋沒有發生效果，潛在心理因素也沒有發生效果的情況：當媒體所傳遞出來的訊息是白色宣傳與黑色宣傳的效果變成五五波時，對於閱聽人的影響便會降低，那麼這個情況下，選民就會依照自己原有的選擇來進行投票；中間選民的部分，由媒體所傳遞的訊息中，與他們本身的價值觀是否符合來決定候選人的喜好。

肆、小結

媒體系統依賴理論在交互影響之中，它所提供的是強化的功能，讓透過媒體的訊息可以被閱聽人所接收，並且它還有放大的功能，讓一些關鍵性的資訊可以讓需要的人收到，不過若是利用媒體散佈一些負面的消息，這些消息的影響也會跟著被強化。沉默螺旋理論則是具有轉化的功能，但是這個功能不一定會生效，當有強勢的主流意見時，沉默螺旋理論才會有其效果。潛在心理因素相對於上述兩個理論，相當難以觀察，因為它不但難以測量，在一般的選舉場合也不容易出現，要在候選人其中一人為有色人種，並且為簡單多數決的情況之下才有可能會出現，雖然不是所有的白人對於有色人種都有不公平對待的情況，但是布雷德利現象是一個活生生的例子，值得去思考在號稱「文化大熔爐」的美國，都可能會有這樣的情況發生，是不是有些地方是可以做得更好。

第三節 媒體系統依賴理論、沉默螺旋理論、潛在心理因素與選民的投票行為

前面兩節分別討論到了個別理論與理論之間的單向關係可能對選民的影響。而這一節則是要討論理論之間的交互作用同時

對選民產生的影響。

媒體系統依賴理論對於選民具有強化的效果，可以將媒體播送內容中的符號放大，增加選民對於播送內容的印象，而同質性高的資訊不斷地出現時，選民接受特定符號的頻率也隨之增加，就像之前拉斯威爾所提及到的宣傳理論一樣，相較於一般的選民，大量接收到內容的選民會更容易被「說服」。

沉默螺旋理論對於選民所具有的效果可以分成兩種情況；第一種情況是當選民發現媒體所播送的內容，與自己本身的意見相同或相近時，選民會將媒體播送的內容視為主流意見，增加他們在公開場合發表自身意見的意願。第二種情況是當選民發現媒體播送的內容與自身意見不同時，則選民可能會出現兩種行為，選民可能會變得沉默，不願發表任何有關他們自身的意見，或者是他們會放棄發表任何有關本身原有的意見，而對外宣稱自己的意見與媒體播送內容的意見相符合。

潛在心理作用對於選民的效果透過民意調查探測不到，就像是布萊德利效應一樣，隱藏在人們的心中而不會表達出來，而是選擇透過投票行為來表達自身的意見。但是也不能斷言說潛在心理因素一定會發生，人的心理相當複雜，可能很快就會改變原先的決定，只能說潛在心理因素是一種隱而不顯的狀態，不一定會發生，只能表示有存在的可能性。

壹、媒體系統依賴理論與沉默螺旋理論對選民的影響：

在討論媒體系統依賴理論與沉默螺旋理論對於選民的影響時，可以先將選民分為兩種類型，一種類型是本身意見與主流意

見相同的選民，另一種則是本身意見與主流意見不同的選民。

本身意見與主流意見相同的選民敢在公開場合表達自己的意見，加上媒體不斷地播送，更加助長他們的信心。也讓他們相信自己所支持的對象可以獲得勝利。而對於本身意見與主流意見不同的選民來說，媒體會塑造出一種「假象」，讓選民覺得身處在只有一種聲音的環境之中，而不敢表達自身的意見。

然而沉默螺旋還是有其缺點存在，因為媒體意見並不能等同於公眾意見，媒體會不斷播送帶有相同符號的訊息給予閱聽人，但在實際上，媒體意見並不是多數的意見或是大眾意見，而是少數持有媒體的人們決定要傳達那些訊息出去。但不能否認的是，或許會有某段時間的公眾意見與媒體所播送的意見相契合，但是不能說明媒體播送的內容就可以代表大眾意見。經由媒體播送出來的意見是「被選擇」的意見（議題設定的功能），這些帶有目的性的意見是為了要達成或滿足某種預設的結果。

先前提到持有那些持有媒體的少數人，他們不斷地嘗試將自己的意見透過媒體轉化成主流意見，這些主流意見對於抱持著不同意見的人產生強大的社會壓力，可能會迫使他們改變觀點，也有可能導致他們變得沉默。而透過媒體所塑造出來的環境，當中充斥主流意見，而受到最多影響的是中間選民，對於本身已經持有意見的選民並不容易改變原先的決定。

貳、媒體系統依賴理論與潛在心理因素對選民的影響：

媒體系統依賴理論對於選民的影響是一視同仁，沒有任何區分，唯一會出現的差異可能就在對於媒體依賴程度的不同。潛在

心理因素對於選民的影響就有所差別，在 2004 年的美國總人口約有兩億八千五百多萬人，白人占總人口的 67.3%，純種黑人占總人口的 12.2%，其餘為混血人種或是外來移民。⁹²而受到潛在心理因素像是布萊德利效應影響的就是占總人口 67.3%的白人。

在候選人為有色人種的情況下，受到潛在心理因素影響的選民應該是屬於白人選民的部分。但不是所有的白人選民都不能接受有色人種的候選人奪取到政治上的位置，所以白人選民可以分為兩種，一種是可以接受有色人種候選人，另一種是不能接受有色人種候選人。

可以接受有色人種候選人的白人選民，若是不會受到潛在心理因素的影響，此時就要看接受到媒體依賴程度的影響。若白人選民已經有屬意的支持對象，則不管媒體播送的內容，都會支持心中屬意的對象；若是尚未決定要支持的對象，則會受到媒體播送內容的影響，對於有關特定對象的訊息接收到的越多，越會加深對特別對象的印象，而增加支持特定對象的可能性。

不能接受有色人種候選人的白人選民，若受到潛在心理因素的影響，在不考慮其他因素的情況下，都會支持不是有色人種的候選人。然而，在這樣的情況下還是一樣會接收到媒體所播送的訊息，當接收到的訊息對有色人種候選人不利，會增加對於非有色人種候選人的支持；若是接收到的訊息內容對有色人種候選人有利，並不會改變或影響選民支持非有色人種候選人的意願，甚至有可能會加強對於有色人種候選人的負面態度。

⁹² 資料來源：<http://www.census.gov/prod/2007pubs/acs-04.pdf>

參、沉默螺旋理論與潛在心理因素對選民的影響：

沉默螺旋理論與潛在心理效應對於選民的影響，分析對於有色人種候選人抱持著不同意見的白人選民，分別處於主流意見與自身抱持的意見相同或相異的情況下，可能會發生的情形。

對於可以接受有色人種候選人的白人選民來說，當主流意見對有色人種候選人有利時，白人選民原先就是抱持著支持有色人種候選人的立場，此時他們願意公開表達支持有色人種候選人的立場；但是當主流意見對於有色候選人不利時，白人選民則不願意在公開場合表現出任何支持有色人種候選人的行為，在這個情況下白人選民最後選擇支持非有色人種候選人時，是否與潛在心理因素有關，這是難以判斷的。

對於不能接受有色人種候選人的白人選民而言，當主流意見對有色人種候選人不利時，白人選民一定會支持非有色人種候選人，並且會在公開場合表達支持的態度；反之，當主流意見對有色人種候選人有利時，白人選民雖然還是支持非有色人種候選人，但是在公開場合則會選擇沉默，不願意表達自己的立場。

綜合以上說法，媒體系統依賴理論、沉默螺旋理論與潛在心理因素，在現實社會中這三種作用是同時間一起發揮作用，讓實際情況變得更加複雜。政治傳播學者拉斯威爾說過，人的心理非常複雜，有可能在一瞬之間就改變念頭。選民不斷地接收到來自不同媒體傳送的訊息，各式各樣不同的符號影響著他們，這些不同的符號各自帶有不同的目的，選民在面對這些符號時，可能會強化或削弱原有的意見，甚至有可能改變他們原來的意見，讓他們轉而支持另一個對象。

在面對主流意見與自身意見相同時，選民則會選擇在公開場合表達意見；反之，在主流意見與自身意見不同時，因為擔心表達意見之後會被孤立，所以選擇保持沉默。在美國政治的歷史中，對於布萊德利效應這類潛在心理因素這種難以透過民調來得知的影響，只能在投票結束之後才有得知的可能。

由於選民每天都會接觸到各種不同的媒體，而每個媒體所傳遞的訊息都帶有特定的目的，這些目的會影響選民的判斷，再進而影響投票行為。透過分析媒體系統依賴理論、沉默螺旋理論與布萊德利效應這三種不同的理論之間的交互影響，表示選民面對選舉時處於複雜的情況之中。在實際社會，還有更多的因素要考慮，只會讓情況變得更加複雜。

媒體系統依賴理論具有加強、放大符號的功能；沉默螺旋理論是自身意見與主流意見不同時，會選擇在公開場合發表意見或是選擇保持沉默；布萊德利效應最不可捉摸，因為它沒有辦法事先觀察到，也很難透過調查方式來得知是否存在。

對於 2008 年美國總統選舉，最後是由民主黨的候選人歐巴馬贏取了總統的位置。對於布萊德利效應是否還存在的討論也開始出現；美國專欄作家霍爾(Wynton Hall)就表示不管歐巴馬失去總統的位置或是民調數字不及主流媒體預測領先達到雙位數，這不是布萊德利效應的影響，而是沉默螺旋的效果。⁹³

當注意力都集中在布萊德利效應是否會發生時，可能就會忽略掉其他議題。經濟的不景氣，失業率持續攀升，在伊拉克與阿

⁹³ 資料來源：http://townhall.com/columnists/WyntonHall/2008/10/31/obamas_spiral_of_silence

富汗的國際事件未告終結，這些議題都有可能影響選民對於投票行為的判斷。種族問題是令人關注的焦點，但是它沒有辦法奪取所有的注意，歐巴馬的勝利也直接地打破了對於布萊德利效應的疑慮，也間接地宣誓美國在種族的問題方面有了很大的進步。

第五章 結論

綜合以上各章的討論，筆者將在本章中歸納本篇論文相關的研究發現。對選民投票意向產生影響的有媒體系統依賴理論、沉默螺旋理論與潛在心理因素；媒體系統依賴理論加強影響選民的符號，沉默螺旋理論觀察選民選擇在公開場合表達自身的意見或是選擇沉默不表達任何意見，潛在心理因素沒有辦法透過事先的調查或外在的觀察來得知它是否會產生效果，只能藉由投票結果來判斷。

第一節 研究發現

美國建國已兩百餘年，但是種族之間的衝突持續存在，在許多層面都可以看到歧視存在，影響的效果是長遠而廣大的。2008年美國總統大選，民主黨推出的總統候選人歐巴馬是黑人，這是首次有非白人的總統候選人出現，而在美國白人占總人口比例約七成的情況下，歐巴馬則是要面對這次的挑戰。本文利用文獻資料，藉由媒體系統依賴理論、沉默螺旋理論與潛在心理因素的分析，來探討歐巴馬當選的可能原因。

壹、理論間的一致性

媒體系統依賴理論提供的是強化的功能，讓透過媒體的訊息可以被閱聽人所接收，並且它還有放大的功能，讓一些關鍵性的資訊可以讓需要的人收到，不過若是利用媒體散佈一些負面的消息，這些消息的影響也會跟著被強化。沉默螺旋理論則是具有轉化的功能，但是這個功能不一定會有效果，當有強勢的主流意見存在時，沉默螺旋理論才會有效果產生，若沒有特別強勢的意見存在時，沉默螺旋的效果就沒有那麼顯著。

布萊德利效應相對於上述兩個理論，相當難以觀察，因為它不但沒有辦法測量，在一般的選舉場合也不容易出現，要在候選人之中出現有色人種，並且為簡單多數決的投票情況之下才有可能會出現，雖然不是所有的白人對於有色人種都有不公平對待的情況，但是布雷德利效應這樣的現象是一個活生生的例子，並且在美國不止發生一次。值得去思考在號稱「文化大熔爐」的美國，都可能會有這樣的情況發生，是不是有些地方是可以做得更好。

貳、理論間交互作用部份

當媒體所傳送的訊息都被選民確切接收，不管這些訊息讓選民決定選擇要投票或是對於每一位選民所屬意的候選人是白色宣傳或黑色宣傳，甚至是讓還沒有決定要支持那一位候選人的選民當作參考、判斷的依據。而當選舉中的民意調查不斷公布的時候，沉默螺旋理論就在這個時候被觸發了，媒體本身會直接地影響到沉默螺旋本身，但是選民卻沒有辦法感受到，於是選民就在不自覺的情況下，做出了符合沉默螺旋的行為，並且持與主流意見相反的民眾，會不敢表示自己的意見，甚至可能在民調時說謊。布萊德利效應在這次選舉中並沒有發生，這有可能是美國長期從事族群融合的成果，也有可能是某些議題的吸引力遠超過種族這個議題，所以導致這個結果。

參、影響選民的因素

2008年美國總統選舉最後民主黨候選人的歐巴馬擊敗共和黨候選人麥坎，成為美國第44屆總統。筆者嘗試列出影響選民投票的因素：

一、 美國選民教育程度的提升

美國選民教育程度提升，對於各種不同資訊的吸收與判斷也大為進步。選民對於事物的看法會隨著教育程度的不同而隨之改變，當教育程度提高時，對於事物會採取多重角度來審視，因而有較為深入的了解；相對於較低的教育程度，使用單一的角度來面對事物，了解程度相對較少。因此，教育程度較高的人受到黑色宣傳的影響就相對較低。

二、 民主進步，包容性增加

學者伊薩克(Harold R. Isaacs)在《族群》(Idols of the Tribe)一書中講到，美國在 1970 年代有 108 個城市由黑人當選市長，其中包括黑人在人數上不佔優勢的城市，如：洛杉磯、底特律、亞特蘭大、辛辛那提與印地安那州的蓋瑞市(Gary)。隨著時間的演進，美國人民對於不同種族與文化能抱持著寬容的心態來接受，也更能接受黑人候選人角逐政治上不同的位置。

三、 黑人的政經地位提升

黑人在美國社會中不同的領域中各有優越的表現，不管是在其專業方面的演出或者對於社會福利的支持，都能夠獲得一般大眾普遍的支持。藉由這些具有黑人血統傑出人士的表現，讓大眾對於黑人的看法也隨之提升，不會再以膚色來判斷一個人的優劣。

四、 黑人的意識團結

美國黑人占美國總人口的擴大趨勢意味著廣大的黑人群眾已經改弦更張，顯示他們正循著其他民族的方式，用選票把族群

團結起來，提升族群的政治動能，達到族群整合一體的目的。當黑人的社會與政治地位提升時，才能夠得到更多的政治資源，來得到其他族群的尊重。

五、 布萊德利效應的發揮

2008 年美國總統大選，選前民調歐巴馬為 49.5%，麥坎為 43.8%，實際得票率為歐巴馬 53%，麥坎為 46%。⁹⁴歐巴馬在投票結束之後，領先麥坎七個百分點。布萊德利效應的效果沒有發揮嗎？筆者認為布萊德利效應依舊有產生效果，但是在其他因素的影響之下，把歐巴馬與麥坎之間的差距拉開更多，使得布萊德利效應相較之下就沒那麼顯著。

第二節 未來研究方向

隨著科技的進步，媒體發展的速度越來越快，已經超乎我們的想像，大眾傳播電子媒體從最早的廣播、電影，再進步成電視，到現在的網路、手機，甚至還有複合材料的工具。這些硬體上的進步表示我們獲取資訊的方式越來越容易，換個說法就是受到媒體影響的程度也越來越大。

我們所接受的訊息，其中背後所包含的意義一時之間可能難以判斷，當類似的訊息一再傳遞與接收的時候，被說服的可能性就會慢慢增加，從這個地方就可以看出宣傳的威力。媒體依賴理論不斷地加強選民所接收到訊息的效果，這些訊息可能與選民原先支持的對象持有相同意見或相反，這個時候原本的意願就會因此增強，也有可能會削弱。

⁹⁴資料來源：Gallup Inc., 2009.04.15, “Election Polls -- Vote by Groups, 2000-2004”, <http://www.gallup.com/poll/9469/Election-Polls-Vote-Groups-20002004.aspx>.

候選人的聲勢在造勢活動與媒體推波助瀾的雙重效果下，將會加快對於中間選民選擇支持者的判斷，對於本身已經有選擇的選民影響程度反而沒有那麼強。或許可以這麼說，沉默螺旋理論所影響最大的一群就是中間選民，他們對於候選人的喜好可以說是幾乎完全依靠媒體的報導來選擇，所以在可以看見的變數中，中間選民占了很大的部分。

然而，在不可視也無法觀察到的變數中，就是人內心的想法。1982年的布萊德利事件就是一個很好的例子，即使民調領先許多，但是在投票結束之後還是落選，推論起來最有可能的主要原因就是布萊德利是有色人種。社會心理學中提到人們對於未知或是厭惡的事物總是懷有恐懼，於是為了保護自己與下一代的安全，開始醜化這些事物，隨著時間過去，醜化的說法依舊存在並沒有因此而消失，並且融入了文化之中，也用著一樣的說法來教育後代子孫，而這個說法就一直埋藏在人們的心中。

由於本篇論文論述性質的比例相當地高，未來可以採用實證研究的路線，藉由問卷調查的方式檢測選民受到媒體使用程度的影響，是否接觸媒體的時間越長，受到的影響會越強。觀察不同時期選民社會心理的態度與投票意向的改變，是否是維持不變或是會因為重大事件的發生而有所變化。

美國實施民主政治有很長的歷史，而台灣實行民主的時間相對較短，因此美國在民主方面的經驗可以作為我們的借鏡。美國在選舉時會面臨到的問題，除去制度上所造成的差異，台灣在往後民主的發展中，也會遭遇到相同的問題。所以在選舉時對於媒體的利用，以及傳播理論的應用，所產生的變化與影響，都是值得參考的部分，並且對於尚未發生的事情，理論也可以提供一定程度的意見與準確性，這一點對於選舉局勢的預測可以發揮相當程度的功效。

參考書目

壹、中文部分

一、書籍

- 王石番著，1995，《民意理論與實務》。台北，黎明文化。
- 王若璧譯，Francois de Fontette 著，1990，《種族歧視》。台北：遠流。
- 李金銓著，1994，《大眾傳播理論》。台北：三民。
- 何國華譯，2005，《媒體與政治（上）》。台北：秀威資訊科技。
- 林文益譯，Brian McNair 著，2001，《政治傳播學》。台北：風雲論壇。
- 胡幼偉譯，Sheldon R. Gawiser and G. Evans Witt 著，2000，《解讀民調》。台北：五南。
- 翁秀琪著，2004，《大眾傳播理論與實證》。台北：三民。
- 馬曉宏譯，Arthur M. Schlesinger Jr. 著，1994，《美國的分裂：種族衝突的危機》。台北：正中。
- 張錦華譯，John Fiske 著，1995，《傳播符號學理論》。台北，遠流。
- 彭芸著，1992，《新聞媒介與政治》。台北：黎明文化。
- 游恆山編譯，Philip G. Zimbardo 著，1990，《心理學》。台北：五南。
- 楊國樞主編，1998，《社會及行為科學研究法（上）》。台北：東華。
- 劉文彬著，2005，《西洋人權史—從英國大憲章到聯合國科索沃決議案》。台北：五南。

蔡筱穎譯，Pierre Bourdieu 著，2000，《布赫迪厄論電視》。台北：麥田。

鄧伯宸譯，Harold R. Isaacs 著，2004，《族群》。台北：立緒。

二、論文

王婷玉，1988，〈諾爾紐曼的沉默螺旋論初探〉，碩士論文，國立政治大學新聞研究所。

林淑敏，1991，〈沉默的螺旋理論實證研究〉，碩士論文，私立輔仁大學大眾傳播研究所。

張孝評，2003，〈轉型、鞏固與深化—台灣民主化的分析〉，碩士論文，國立政治大學中山人文社會科學研究所。

鄭雅文，2008，〈沉默螺旋理論在推論與應用上的落差〉，碩士論文，國立中山大學政治學研究所。

三、期刊

馬學清，2005，〈「沉默的螺旋」在傳統大眾傳播環境和網路傳播環境中表現方式的差異〉，《重慶郵電學院學報》。四川：重慶學院。

陳力丹，1998，〈媒介對輿論的社會控制機制—沉默的螺旋〉，《國際新聞界》。北京：中國人民大學。

張琳，2008，〈論沉默螺旋的解旋途徑〉，《湖北第二師範學院學報》。湖北：湖北第二師範學院。

四、網路資料

歐巴馬網路行銷策略。

<http://www.cgo.tw/index.php?in=5-1&id=41>.

馮國豪，黃健庭，2002，〈「沉默螺旋」的檢驗-以民國九十年縣市長選舉為例〉。

<http://old.npf.org.tw/PUBLICATION/IA/091/IA-R-091-049.htm>.

什麼是 Web 2.0(1)。

http://www.itmag.org.tw/magazine/article_single_138.htm.

貳、西文部分

一、書籍

Baran, Stanley J. and Dennis K. Davis, 2003, *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future*. London: Wadsworth/Thomson Learning Press.

Dennis, Evertte E. and John C. Merrill, 2002, *Media Debates: Great Issues for the Digital Age*. London: Wadsworth/Thomas Learning Press.

Esse, Frank and Barbara, Pfetsch, 2004, *Comparing Political Communication: Theories, Cases, and Challenges*. Cambridge. UK: Cambridge Press.

McNair, Brian, 2003, *An Introduction to Political Communication*. London: Routledge Press.

Noelle-Neumann, Elisabeth, 1983, *The Spiral of Silence: Public Opinion – Our Social Skin*. Chicago and London: The University of Chicago Press.

二、 論文

Maxian, Wendy Ann, 2009, *Media Systems Dependency Theory as a Theory of Power: Emotional Responses to the Ability and Inability to Access Information*, doctoral dissertation of Texas Tech University.

三、 期刊

Lasswell, Harold D, "The Theory of Political Propaganda" *The American Political Science Review*, Vol. 21, No. 3. (Aug., 1927), pp. 627-631.

Noelle-Neumann, Elisabeth, 1973/1974, "Return to the Concept of Powerful Mass Media, in Everette E. Dennis et al.(eds.) *Enduring Issue in Mass Communication*. St. Paul, Mn: West Publishing Company, pp. 144-168.

Noelle-Neumann, Elisabeth, 1974, "The Spiral of Silence: A Theory of Public Opinion" *Journal of Communication*, Vol.24 (Spring), pp. 43-51.

Noelle-Neumann, Elisabeth, and Petersen, Tomas. 2004. "The Spiral of Silence and the Nature of Man," *Handbook of Political Communication Research*, in Kaid, Lynda Lee. (ed.), pp. 339-355.

四、 網路資料

Alex Altmen, 2008.10.17, “The Bradley Effect“

<http://www.time.com/time/nation/article/0,8599,1851287,00.html#ixzz0quEMepxz>.

Altman Alex, 2008.10.17, “The Bradley Effect”

<http://www.time.com/time/nation/article/0,8599,1851287,00.html/>.

CNN Election Tracker: Candidate Polling

<http://edition.cnn.com/ELECTION/2008/map/polling/>.

Gallup Inc., 2009.04.15, “Election Polls -Vote by Groups, 2000-2004”

<http://www.gallup.com/poll/9469/Election-Polls-Vote-Groups-20002004.aspx>.

Hall Wynton, 2008.10.31, “Obama's Spiral of Silence“

http://townhall.com/columnists/WyntonHall/2008/10/31/obamas_spiral_of_silence.

Jasom Carroll, 2008.10.14, “Will Obama suffer from the 'Bradley effect'? “

<http://edition.cnn.com/2008/POLITICS/10/13/obama.bradley.effect/>.

Local Exit Polls-Election Center 2008-Election&Polittcs from
CNN.com

<http://edition.cnn.com/ELECTION/2008/results/polls/#USP00p1Real>
ClearPolitics-General Election: McCain vs. Obama
http://www.realclearpolitics.com/epolls/2008/president/us/general_election_mccain_vs_obama-225.html.

President-Election Center 2008-Election&Polittcs from CNN.com

<http://edition.cnn.com/ELECTION/2008/results/president/>.

Presidential Elections, 1789–2008

<http://www.infoplease.com/ipa/A0781450.html>.

Stevev A. Holmes, 2008.10.12, “Pollsters Debate 'Bradley Effect’”

<http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2008/10/11/AR2008101102136.html>.

The American Community – Blacks:2004

<http://www.census.gov/prod/2007pubs/acs-04.pdf>

Thomas Schaller, 2008.12.30, “Racism, the Bradley effect and Obama”

http://www.salon.com/news/politics/war_room/2008/09/30/bradley_effects.

World of Sociology on Richard Marc Emerson

<http://www.bookrags.com/biography/richard-marc-emerson-soc/>.