

政策研究院调查：新媒体在大选中没起决定性作用

游润恬

联合早报，2011年10月5日

今年大选发生了两件事，一是互联网空前沸腾，二是长年执政的人民行动党得票率跌至新低。前者是促成后者的原因吗？政策研究院调查后发现，非主流新媒体并没有在5月全国大选中发挥决定性的影响力。

政策研究院在大选后的两个月展开了有史以来最大规模的调查。调查结果显示，仅三成受访者透过面簿或博客等非主流媒体网站获取有关大选的信息，而他们当中，超过95%同时也从主流媒体接触到选举相关信息。

主流媒体比新媒体更重要且值得信赖

整体而言，受访者认为主流媒体比非主流的新媒体更加重要且值得信赖。他们花在主流媒体上的时间也比较久。比方说，受访者平均每天花6.35分钟从面簿获取选举信息，却足足花上24.70分钟，或三倍以上时间，从报纸获取选举信息。

除此之外，只有13%的受访者曾收到跟选举有关的手机简讯；透过电邮、面簿或推特转发选举相关内容的人也只占总人数的一成。这意味着手机简讯和电邮并没在五月大选中发挥一传十传百的传播效应。

受政策研究院调查的对象是2000名满21岁公民，分布反映我国人口结构。调查的目的是了解他们在大选期间使用媒体的习惯和政治倾向。

这是不是一场“互联网选举”？

五个学术机构的13名学者分别从不同角度解读调查结果。他们昨天在豪晶酒店报告研究心得。

对政策研究院高级研究员陈赞浩而言，他最关注的问题是：这是不是一场“互联网选举”？

他指出，从菲律宾选举、“阿拉伯之春”到美国总统奥巴马的网络筹款活动，手机简讯、社交媒体或非主媒网站都扮演了举足轻重的角色。

“互联网在这次大选肯定有一定影响，但并非决定性的影响。”

上网浏览博客者有什么特征？

按调查结果分析，他们较有可能是男性、年纪较轻、教育程度较高，并来自高收入的家庭。他们不是消极的一群，但同不上非主流媒体网站的人相比，他们更不信任政治人物的动机。他们比较自信本身可以理解并参与政治。他们也比较愿意跟别人讨论政治及提出相反的意见。

其他学者则针对各政党从提名日前夕到投票日这段期间的新媒体使用方式进行了分析。

新跃大学科技管理硕士课程主任吴宏智发现，主流媒体和非主流媒体对彼此跟进竞选课题的讨论有着互相的影响。即主流媒体对某个竞选课题的讨论，往往会延伸到非主流媒体，而非主流媒体讨论的课题，在七天内也会被主流媒体所报道。

南洋理工大学黄金辉传播与信息学院的汪炳华教授指出，这跟 20 年前的情况大不相同。

“本地学者在 1990 年代初作类似调查时发现，主流媒体所报道的课题成为人们在咖啡店里聊天的谈资，但人们在咖啡店里谈的话题并没有成为主流媒体报道的课题。”

同是南大传播学院的吴蓓菁助理教授和徐小鸽助理教授发现，各政党没有充分利用政党网站和推特的新媒体功能，以带动或引导支持者针对竞选课题进行深入讨论，而只是透过网站、面簿或推特发布消息，如候选人的介绍或群众大会的地点。

吴蓓菁也发现浏览非主流媒体网站的人，对反对党人物的了解比较高。

南大传播学院助理教授彭丽珊分析了约 800 则博文的内容后，发现不是所有博客都一面倒反政府。“博客世界不如一般人想象的那样恶毒。”

她指出，讨论各政党的博文多数是中立的。谈到国家治理的课题时，虽然批评行动党的博文最多，但也有称赞行动党的。至于候选人的素质，虽然博文更多是给予反对党候选人正面的评价，但批评他们的也有 12 则。