

社交媒体虽普及主流媒体仍是选民获取选举信息主要平台

黄伟曼, 黄顺杰

联合早报, 2015 年 11 月 5 日

政策研究员孙婉婷表示, 调查显示社交媒体不是存在密封的空间里, 它是更大的媒体环境里的其中一个平台, 而主流媒体也证明本身可以是很强且具有高度公信力的对手。

本届大选不是“社交媒体大选”, 各网络平台在大选中的影响力也有限, 选民更多透过电视与报章等主流媒体平台获取选举相关信息, 并且最相信主流媒体。

李光耀公共政策学院政策研究所在大选期间完成的两项调查都显示, 互联网对年轻选民来说是越来越普及的平台, 但网络与社交媒体并没有削弱主流媒体扮演的角色。其中, 关注新媒体发展的新加坡政策研究员孙婉婷博士昨午在政策研究所举办的“选后论坛”上说, 一项访问了 2000 名选民的网络调查显示, 电视 (88.8%) 与报章 (80.2%) 仍是选民获取选举有关信息的主要平台。

排在第三的媒介是主流媒体经营的新闻网站 (76.1%), 之后是社交媒体平台 (69.6%) 和即时通讯平台 (62.7%)。被问及他们最相信哪些平台提供的选举信息, 选民则依序选择电视、报章和电台。

2000 名受访选民中, 有 79% 在选举期间会用社交媒体, 但这些人当中也有高达 98.5% 仍同时透过主流媒体获取选举信息。近半受访者提名日前已决定要投给谁

孙婉婷指出, 新加坡选民在选举期间的网上参与率也不高, 也不会使用网络平台来影响或左右别人的政治观点, 主要是被动地浏览和阅读。她说: “社交媒体平台的普及以及网民声音被放大, 难免让人们以为这个平台在大选期间会引起很大的效应, 但我们的研究显示并且也证实, 社交媒体不是存在密封的空间里, 它是更大的媒体环境里的其中一个平台。”

“主流媒体也证明它们可以是很强且具有高度公信力的对手。”

调查也发现, 47.3% 受访者在选举提名日之前就已决定投选的政党, 九天竞选期不影响他们的选择; 这等于每两名选民中有一人早已做好决定。

2000 人当中, 也有 60% 透露他们投票给哪个政党, 调查结果接近选举成绩, 而影响选票的原因依序是政党与候选人的素质 (78.5%)、国家的脆弱性 (74.2%)、政策改变 (67.7%)、希望国会能有更多不同政党代表 (65.4%), 以及市镇会管理课题 (55.3%)。

在政策研究所另一项电话调查中, 受访者则将政府的治理效率视为影响大选的最重要议题, 其次是政府给予弱势群体的援助以及政策的公平性。在政党的公信力方面, 与 2011 年大选相比, 同意或强烈同意新加坡民主党和行动党是可信的政党的选民的增幅最大, 也有多 15% 的选民认为工人党是可信的政党。

政策研究所这次也针对到了竞选后期才做决定的选民做深入调查。这项调查访问的近 1800 人中，46%到了提名日或之后才选择要投票给哪个政党，其中 73.5%选择行动党，26.5%选择反对党。2011 年，这类选民中，有 66%投行动党，34%投反对党。

新加坡国立大学李光耀公共政策学院高级研究员陈赞浩在大选后也分析人民行动党、工人党、国民团结党、新加坡民主党和革新党这五个政党，如何在大选前和大选期间使用他们的网络平台。分析显示，与其他政党相比，行动党在 2013 年榜鹅东补选后就加大社交媒体宣传力度，其面簿网页追随者 2011 年至今也增加四倍至 16 万 4000 人，远远超越反对党。