

《摘要》

本研究主要以2005年縣市長與縣市議員選舉為研究對象，增補過去網站評估指標之不足，以重新建構之親切性、互動性、資訊性、工具性、連結性、動員性、與涉入性七大指標，先以「內容分析法」針對候選人競選網站之呈現與候選人角色進行比較分析，探究選舉類型、候選人特質、政黨等因素在網站表現上是否呈現差異；其次，針對台北縣長候選人競選網站與部落格，「深度訪談」其建置者，比照北縣長候選人網站與部落格實際表現情形。

研究發現，「選舉類型」與「政黨類別」是影響網站表現的二個因素，縣市長候選人網站在親切性、資訊性表現均較縣市議員精彩；此外，候選人網站與部落格的表現出之差異與特色如下：一、政治性的網站，去政治化的部落格；二、部落格文章多以感性、正面為主；三、部落格較具候選人個人化色彩；四、候選人網站與部落格均以直接形象呈現為主；五、候選人部落格超連結運用情形仍未普遍；六、線上捐款尚未盛行。

本研究並發現，候選人部落格（Candidate Blog）普遍具有混雜（hybrid）的特質，因此不適用於過去部落格之「非個人即議題」或「非議題即個人」全然武斷的劃分，建議後續在探討部落格時，應視「候選人部落格」為一獨立子題予以討論。