

## 研究論文

# 社群媒體與政治公民參與： 網路政治討論頻率與政治討論異質性的 中介角色

林淑芳

### 摘要

隨著社群媒體在政治訊息溝通與公民運動中的角色日益重要，社群媒體使用是否對於政治公民參與具正面影響力也成為學者關切的議題。本研究同時討論社群媒體使用與人際溝通等相關變項（意見領導力、政治討論異質性、網路政治與公共議題討論頻率）對於政治公民參與的影響。研究調查資料為科技部2015年台灣傳播調查資料庫，以各鄉鎮市區分層抽樣，針對18歲以上國人進行家戶調查。2015年台灣傳播調查資料庫包含媒體使用、人際傳播、社會網絡、政治態度、政治公民參與等題組。結果顯示，與政治公民相關之社群媒體使用及意見領導力透過網路政治討論及討論異質性影響政治公民參與。本研究結果顯示社群媒體使用與人際溝通均間接或直接影響政治公民參與。研究結果可以幫助了解社群媒體使用及不同人際溝通模式在促進政治公民參與議題上所扮演的角色。

**關鍵詞：**社群媒體、網路政治討論、政治公民參與、政治討論異質性

林淑芳，國立中正大學傳播系暨電訊傳播研究所副教授。研究興趣：大眾媒介之心理效果、娛樂媒介。電郵：telsfl@ccu.edu.tw

論文投稿日期：2016年6月2日。論文接受日期：2017年2月9日。

---

Research Article

## **Social Media and Political Civic Participation: The Mediating Role of Online Political Discussion and Discussion Heterogeneity**

Shu-Fang LIN

---

### **Abstract**

Social media have played an increasingly significant role in disseminating news about political and civic activities and facilitating related political discussions in modern society. This study attempts to understand how social media may facilitate online and offline political and civic participation. The study also considers the effects of interpersonal discussions on political and civic participation, such as opinion leadership, discussion heterogeneity, and online political debate. Data were collected from the 2015 Taiwan Communication National Survey Database of the National Science Council. The 2015 TCS survey contains items on media use, interpersonal communication, social networks, political attitudes, and political and civic participation. The survey used a cluster sample design method (PPS) and was conducted in door-to-door interviews with household members in Taiwan who were 18 years and older. The results showed that political- and civic-related social media use and interpersonal discussion variables either directly or indirectly influenced political and civic participation. This study demonstrates the vital role of social media use and political discussion in several types of participation in today's society.

---

Shu-Fang LIN (Associate Professor). Department of Communication, National Chung Cheng University. Research interests: psychological effects in media, entertainment media.

*Social Media and Political Civic Participation*

**Keywords:** social media, online political discussion, political and civic participation, discussion heterogeneity

**Citation of this article:** Lin, S.-F. (2018). Social media and political civic participation: The mediating role of online political discussion and discussion heterogeneity. *Communication & Society*, 44, 25–48.

《傳播與社會學刊》，（總）第44期（2018）

## 前言

近年來，網路與社群媒體已成為政治社會議題傳遞及討論的重要平台之一。根據2012年Pew Research的研究報告指出，有超過三成的社群媒體使用者曾在社群媒體上發表自己對政治及社會議題的想法，或曾使用社群媒體鼓勵其他人對於重要政治公共事件採取行動。而Pew Research在2014年的研究更指出，有超過兩成選民在社群媒體上追蹤政治人物，而這些選民比起未在社群媒體上追蹤政治人物者更積極參與政治公共事務，例如：捐錢或擔任義工（Pew Research, 2012; 2014）。

政治與公民參與為民主社會中的重要機制，人民得以藉此表達自身意見並與他人溝通，並由此發揮重大影響力。透過政治與公民參與，民主政治的基本精神也得以滿足（Parry, Moyser, & Day, 1992）。因此，對於如何有效促進民眾參與政治與公共事務，一直為民主社會的重要課題。當新舊傳播科技更迭取替之時，便需檢視是否新傳播科技能夠肩負傳遞政治與公共事務訊息的重責，並了解是否經由新傳播科技的使用，有助增進民眾對於政治公民參與的興趣與動機。

不同於傳統媒介，如報紙、電視、廣播等，社群媒體可提供使用者即時接收訊息及達到雙向溝通的功能。今日的使用者可以在社群媒體平台上（如：臉書）閱讀政治相關新聞、分享時事及發表個人想法、在機關團體或他人頁面中反應意見、並且與線上網友即時討論各類議題。從這些現象觀察，比起傳統媒體，似乎社群媒體更能多元及迅速的傳遞政治公共事務相關資訊；因此，社群媒體的普及應能增進民眾對於政治及公共事務的接收理解、促進與他人的對話機會、及對相關議題產生更深入的思考。在此情境下，社群媒體使用可激起民眾對於政治及公共議題的興趣，進而增進政治公民參與。因此，面對社群媒體可能成為現代社會中影響政治及公共議題的重要工具，了解社群媒體使用與政治公民參與關係，便成為了解民主政治及其溝通傳播機制的重要關鍵（Kann, Berry, Gant, & Zager, 2007; Skoric & Poor, 2013）。本研究主旨為釐清社群媒體使用在政治傳播過程中的角色，更清楚來說，探討社群媒體的使用是否對於政治公民參與有所幫助。

除了社群媒體使用的影響，本研究也主張相關研究應同時考慮人

際溝通面向的影響力。Katz與Lazarsfeld (1955) 提出先驅的兩級傳播模型，奠定人際傳播對於影響民眾態度意見的重要性。他們認為大眾媒介通常不會直接影響民眾，而是透過意見領袖的人際傳播途徑，將媒介訊息傳遞到其他民眾處。Katz與Lazarsfeld 指出，人際傳播的影響力甚至比大眾媒介更大。在其後的研究中，人際政治討論與各類討論特質也在各個政治傳播環節中扮演重要角色 (Heatherly, Lu & Lee, 2016; Hyun & Kim, 2015; Valenzuela, Kim, & de Zúñiga, 2012)。

Choi (2014) 認為網路政治討論研究在社群媒體盛行的環境中益顯重要，因為社群媒體促進了社會互動與政治溝通的機會，並有機會成為 Habermas 所描述之「公共領域」：一種用於溝通訊息與觀點的網絡，或是網絡式公共領域的概念。在公共領域中，影響力決定於政治討論是否得到大眾注意及支持；因此對網路政治討論研究，Choi 認為資訊流動性 (flow) 的探討相當重要，即分析受到注意的資訊由何人流傳至大眾。兩級傳播理論便是對於資訊流動性的探討，主張資訊從媒體傳遞至大眾，並由意見領袖中介兩者關係。以往研究中顯示，意見領袖較其他人能影響他人想法，且因動機、能力、特質與他人不同，因此使用媒介程度較高、與他人溝通的程度較高、也具較高公民參與度 (Keller & Berry, 2003; Park, 2013)。

此外，Choi (2014) 認為了解網路溝通多元性 (diversity) 為另一重要觀察重點，因與不同意見他人的理性辯證討論，共識便容易產生。本研究加入探討政治討論多元性，使用「網路討論異質性」概念，了解人們在網路討論過程中是否多集中於與自身相似的意見或多為異質性的對話。最後，根據認知中介模型 (cognitive mediation model)，人們能夠透過單純的與他人討論而能更深入的處理政治資訊，強化政治參與動機，因此網路政治討論頻率與政治公民參與關係密切 (Eveland, 2004; McClurg, 2006; Pan, Shen, Paek, Sun, 2006)。因此，本研究加入政治討論中有關討論頻率的變項，了解網路政治討論頻率與政治公民參與程度關係。

本研究旨在建立一完整模型，同時探討兩大影響政治公民參與因素：社群媒體使用及人際溝通對於政治公民參與的影響力。此模型將有助於全面了解各面向之間相互關係，及對於政治公民參與的影響層面。

《傳播與社會學刊》，（總）第44期（2018）

## 文獻探討

### 社群媒體與政治公民參與

社群媒體為以網路為平台的應用程式，可由使用者自行產生內容 (user-generated content)，並可在平台上與他人分享訊息與想法 (Kaplan & Haenlein, 2010; Obar & Wildman, 2015)。有別於報紙、電視、廣播等傳統媒介，社群媒體提供一個即時溝通的平台，使政治公民組織與民眾間的雙向溝通更為順暢。社群媒體使用者可以在臉書上進行各層面的政治公民活動，例如：藉由關注不同政黨公民組織、政治公眾人物、或是自身親友的近況，獲得最新的社會訊息；可以轉貼、發表、訂閱新聞，或對於某項時事與公共議題按讚，進而影響社群網絡中的其他人；使用者也可以在社群媒體上簽署請願書或動員他人參與政治或公民運動。在各個層面的政治公民活動中，社群媒體使用者似乎均能夠藉由此新傳播平台所提供的服務而達到政治公民參與的目的。

相較大眾的普遍認知，即社群媒體為現今政治公民參與的重要工具，學界對於社群媒體與政治公民參與的關係，則有分歧的看法。有學者認為，相較於臉書，對傳統媒介新聞的注意程度才是預測政治參與的重要變項 (Skoric & Poor, 2013)。Skoric 與 Poor 認為社群媒介的影響力建立於既存的社會連結上，例如臉書好友，因此影響力並不大，而傳統媒介仍可扮演大範圍議題設定的影響力。與上述看法不同的是，有學者認為臉書的使用與政治公民參與有相關性 (Valenzuela, Park, & Kee, 2009)。Valenzuela、Park 與 Kee (2009) 發現年輕人的臉書使用與公民參與有所關聯，雖然兩者關聯性並不大，顯示臉書並不是促進公民參與的有效工具。Kim 與 Khang (2014) 認為社群網路使用時間、社群網路大小均為影響網路及線下政治參與的重要變項。亦即，網路使用時間越多以及社群網絡越大者，政治公民參與程度越高。另外，Wicks、Wicks、Morimot、Maxwell 與 Schulte (2014) 發現青少年在社群媒體上分享總統選舉相關照片、發表與選舉相關看法、或成為政治人物粉絲，他們會具有較高的政治與公民參與程度。Fisher (2012) 更認為社群媒體在選舉過程中為非常重要的工具，因為透過社群媒體可以動

員彼此互不認識的民眾，這是在傳統媒體中無法有效率達成的。

除了以上的歧見外，也有學者主張，雖然他們不否認社群媒體對於促進政治公民參與的貢獻，但是這些貢獻端視社群媒體的不同使用方式而定。若人們使用社群媒體以利接收政治與公眾議題新聞、動員政治活動、或與朋友討論政治議題，他們的社群媒體使用對於政治參與的影響力便會較大，比起以社群媒體為娛樂或排遣時間為目的的使用者而言。de Zúñiga、Jung、Valenzuela (2012) 便發現，單純的社群媒體的使用頻率並不能預測公民參與或社會資本，但是如果單獨檢驗社群媒體的新聞使用，便可以發現社群媒體的新聞使用與公民參與和社會資本成正向關係。

因以往文獻中對於社群媒體使用與政治與公民參與的關聯性結果分歧，本研究對於社群媒體使用與政治公民參與關係，提出研究問題。本研究呼應de Zúñiga等 (2012) 的看法，認為若能討論在政治及公共事務相關的社群媒體使用上，而非探討廣泛的社群媒體使用頻率，應能使研究更為聚焦，因此以下提出研究問題：

**Q1：與政治及公共事務相關的社群媒體使用和政治公民參與的關係為何？**

## 人際溝通的角色

自Katz與Lazarsfeld (1955) 發表 *Personal Influence* 一書，學界開始檢討大眾傳播媒介的影響力，並瞭解除了傳播媒介外，人際溝通在傳播過程中也扮演了重要角色。以往研究發現，人際溝通扮演著大眾媒介及其效果行為層面之間的中介與調節角色 (Hardy & Scheufele, 2005; Scheufele, 2002)。Scheufele (2002) 提出「差異獲得模型」(differential gains model)，認為人際政治討論為影響大眾媒介使用與政治參與關係的重要變項。Scheufele呼應de Tocqueville (1835/1984) 的看法，認為政治討論為民主政治的重要精神，而民眾透過溝通，解讀並處理所接收到的訊息，使能將其轉化成政治參與行為，因此經常與他人溝通政治與公共事務的新聞使用者，也較容易將媒介訊息轉化為實際的政治參



《傳播與社會學刊》，(總)第44期(2018)

與行為。在其後，差異獲得模型也同時在網路新聞使用、日本媒介使用與參與行為、以及台灣的社群媒介使用研究中得到證實(Hardy & Scheufele, 2005; Lin, 2016; Yamamoto, 2010)。在這些研究中均顯示，人際溝通為瞭解各類型傳播效果的重要影響變項，且為了解媒介使用與政治公民參與間關係的重要影響因素。

### I. 網路政治討論頻率、政治討論異質性、政治公民參與

政治及公共議題的討論可視為社會共識的基礎(Scheufele, 2000)。直至今日，已有許多證據顯示政治討論能夠提升政治知識、容忍度、與政治參與(Eveland, 2004; McClurg, 2006; Scheufele, 2000; 2002)。Eveland (2004)對此提出解釋，認為政治討論之所以能夠對人們的政治態度、知識與行為產生影響，是因為政治討論能夠影響人們的訊息處理過程。當人們預期會和他人進行政治討論時，便會產生較高的動機，以較具深度的方式處理政治相關訊息。在進行對話時，人們也會因為與他人進行討論，得以使用較完整及複雜的方式處理訊息；因此政治討論可以影響人們對於政治議題的投入度、理解度、以及參與程度。相關研究也指出，人們透過與朋友的交談得以了解政治參與的意義，並且透過與朋友交換政治資訊，增加對政治事務的思考(McClurg, 2006)。同時，在Pan、Shen、Paek與Sun (2006)的研究中也發現，人們在總統選舉期間的政治討論，可以提升人們參與公眾事務的動機，而閱讀新聞則可以增進人們政治討論的頻率。根據以上的研究顯示，本研究提出研究假設，認為在網路上進行政治討論與政治公民參與行為有正向關係。

#### H1：網路政治討論越頻繁者，政治公民參與程度越高。

除了網路政治討論頻率外，另一個可能影響媒介使用與政治參與的人際溝通變項為討論異質性(discussion heterogeneity)。Nir (2011)認為討論異質性可被定義為多元化的意見討論或是和自己本身意見不同的討論。當人們與他人溝通政治議題時，所討論內容與自身意見不同的頻率越高，其政治討論異質性越高(Scheufele, Nisbet, Brossard, & Nisbet, 2004)。討論異質性之所以成為重要的研究議題，主要建立在認



為人們在不同政治意見及思維模式間可以互相包容、進行對話及交流，為審議民主 (deliberative democracy) 的基礎 (Gutmann & Thompson, 1996; Habermas, 1989; Mutz, 2006)，因此民主社會應該樂見較多異質性的政治討論與對話。

當社群媒體成為民眾接收及表達政治公共事務意見的重要場域時，學界便積極了解社群媒體是否能幫助不同政治意見間的相互對話，或是反而隔絕了不同政治意見團體。在過去文獻中，對於社群媒體使用與政治討論異質性的關係，有著分歧的看法。有學者認為，網路與社群媒體使得人們可以不受地理環境的影響，接觸到不同的民眾及更多元的訊息 (boyd & Ellison, 2007)，因此線上及社群媒體的人際網絡應該比面對面的人際網絡更加多元，方便促進不同意見間的彼此對話。

但也有學者根據選擇性暴露理論 (selective exposure theory) 認為，因為網路的特性，使得人們可以自由選擇接收與自己喜好相同的訊息。也因為這類的選擇性暴露行為，使得在網路和社群媒體環境中，人們可以自由選擇加入與自己意見相符的公民團體社團，或是取消關注和自己政治理念相反的公眾人物的臉書訊息，使得線上團體成員的意識型態趨於一致，而使網路討論同質性變高 (Sunstein, 2001)。舉例來說，Fernandes 等 (2010) 在分析學生臉書社團時便發現，年輕選民通常會以臉書與自己政治立場類似的人連結，彼此分享選舉或候選人訊息。

另外，Brundidge (2010) 則提出第三個可能性。他認為人們在網路上雖然會如同選擇性暴露理論所述，傾向選擇與自己意見一致的訊息閱讀，但是因為人們選擇同質性訊息的技巧不足、或是在網路不可避免的會閱讀到與自己看法不同的意見、或是在網路上的社會界線較不明確 (不管是地理位置或政治立場上)，以至於人們還是會在非刻意的情況之下，或多或少接收到與自己立場不同的訊息。他同時指出，在網路上遇到政治異質性的頻率，會有個人差異。對於政黨認同強烈、政治知識較低、較少閱讀新聞、或甚少與人談論政治的人，在網路上遭遇不同政治立場言論的機會會較低。因此，在 Brundidge 的研究中發

《傳播與社會學刊》，（總）第44期（2018）

現，網路討論頻率為網路新聞閱讀與網路異質性的中介變項。這個看法，在Heatherly、Lu與Lee (2016)的研究中也得到證實。Heatherly等人探討政治討論、媒介使用與討論異質性間的關係。他們發現，在網路與社群媒體中常與他人討論政治議題者，可能在社群媒體中遭遇到較多元的政治意見表達，雖然有些社群媒體中的朋友或網友與自己可能持相同意見，不過也很可能遇到持相反意見的網友；因此，他們的研究結果與Brundige一致，發現政治討論為社群媒體使用與異質性討論的中介變項。

本研究呼應Heatherly等(2016)與Brundidge (2010)的研究結果，認為網路政治討論頻率為政治及公共事務相關的社群媒體使用和政治討論異質性的中介變項。換言之，使用臉書接收政治或公共事務相關訊息者，若能同時在網路上與他人溝通討論，則此人的政治討論便會比較多元，即政治討論異質性會較高。

## H2：網路政治討論頻率為政治及公共事務相關的社群媒體使用和政治討論異質性的中介變項。

儘管討論異質性為民主社會中不可避免且重要的程序，但以往研究卻發現討論異質性有可能減低政治公民參與的動機 (McClurg, 2006; Mutz, 2006)。Mutz (2006)認為，當人們與自己立場不同的他人進行討論時，會造成態度的分歧，而使得人們對此議題的認知與感受變得較不極端，他們因此能夠了解不同立場的想法。而這種分歧的態度，通常會減低態度與參與的強度。同時，Lee (2011)也對此現象提出解釋。他認為暴露在不同立場的人們，如果發現自己為意見少數的話，也可能會因為沈默螺旋的機制，而減少政治參與，以避免可能衝突的產生。不過Lee指出，以往文獻的結論，發現討論異質性與政治公民參與成負向關係者，通常以研究投票相關行為為主。而其他研究針對不同形式的政治公民參與，則發現與討論異質性成正向關係。因此，Lee比較不同政治公民參與活動與討論異質性的關係。最後發現，討論異質性有可能在不同政治參與情況之下，產生不同的效果。當檢驗參加抗議遊行活動等需要確定立場的政治參與活動時，Lee發現異質性討論會有削弱參與的效果；但是如果像是打電話 call-in 到電台發表意見等較無

立場針對性的政治參與，則異質性討論會有增強的效果。

另外，Scheufele、Nisbet、Brossard與Nisbet (2004) 使用結構方程模式，同時檢驗政治討論網絡、討論異質性、政治知識、新聞使用對於政治參與的關係，發現若能同時討論各類變項的影響力，討論異質性將直接或間接影響政治參與。

本研究採用台灣調查資料庫，針對政治公民參與的題項包括參與地方改造活動、擔任義工、參加公民團體集會、參加地方政治社團活動等較廣泛政治公民參與項目。根據Lee (2011) 與Scheufele等人 (2004) 的建議與結論，提出以下假設：

**H3：討論異質性與政治公民參與有正向關係。**

## II. 意見領袖與媒介使用

意見領袖的研究起始於Lazarsfeld、Berelson與Gaudet (1948) 的調查研究。Lazarsfeld等人在研究選舉行為時發現，競選訊息通常會先被對選情投入且具知識的「意見領袖」接收，然後他們再將訊息傳遞給意見追隨者。這個過程被Lazarsfeld等人稱為兩級傳播。在他們研究中，意見領袖被定義為對於選情有興趣、常使用媒介、且被視為有影響力之人 (Lazarsfeld et al., 1948)。而在兩級傳播研究發現，比起傳播媒介，人們透過人際傳播過程被影響的程度更大。

在隨後的研究中，意見領袖通常被定義為在所處環境中影響他人看法的個人，意見領袖和那些被影響的人處在類似社會地位上，對所討論話題具知識及能力，且經常與他人進行對話 (Hellevik & Bjørklund, 1991; Katz & Lazarsfeld, 1955)；因此，相關研究經常採用問卷方法，詢問受訪者自身對處在類似社會地位的他人的影響力，例如：詢問受訪者近期是否說服朋友投票給某位候選人等 (Katz & Lazarsfeld, 1955; Lazarsfeld et al., 1948)。

Noelle-Neumann (1999) 認為，這些具有較高影響他人想法以及領導力較高的民眾，政治公民參與程度會較高。意見領袖與公民參與的關係，也同樣顯示在Scheufele與Shah (2000) 的研究中。他們發現意見領袖通常比其他人對接收媒介新聞較有興趣，這些人也比大眾較有能

《傳播與社會學刊》，(總)第44期(2018)

力與效率來處理訊息，因此通常為影響大眾意見、態度、或行為的重要來源。Shah與Scheufele (2006)主張，意見領袖通常較為自信、創新，而且對於政治有興趣者，他們會主動在各類媒體，例如：電視、報紙、網路等搜尋資訊，以滿足他們維持監督環境與保持影響力的目的。意見領袖傾向認為自己有能力判斷各類資訊，並會將此資訊分享給他人(Chan & Misra, 1990)。他們也傾向於具有緊密的人際網絡，並可透過人際網絡將自己的意見傳達出去(Rogers, 1983)。

早在Katz與Lazarsfeld (1955)的研究中便指出，意見領袖與媒介使用有所關連。意見領袖傾向於使用媒體來接收資訊，因之比起其他人，意見領袖的媒介使用程度比較高。而社群媒體的興起，提供了意見領袖豐富的管道接收、傳遞、並與人討論訊息，因此意見領袖應有較強的動機使用社群媒體接收政治與公共相關議題。Park (2013)發現，自我感知的意見領導力與推特使用有所關連，並且發現意見領導力與政治討論及政治參與也有正向關係。意見領袖與政治參與的關係，也在其他研究中證實(Kavanaugh, Zin, & Carroll, 2006; Keller & Berry, 2003)。根據以上研究結果，本研究針對意見領導力、社群媒體使用、網路政治與公共事務討論頻率、與政治公民參與關係，提出假設：

**H4：意見領導力分別與社群媒體使用、網路政治與公共事務討論頻率、與政治公民參與有正向關係。**

過去研究對於意見領袖與討論異質性的關係，則存在不一致的看法。有研究認為意見領袖傾向和自己意見不同的人討論(Guerin, Petry, & Crete, 2004; Ikeda & Huckfeldt, 2010)，有些研究則持相反意見(Shah & Scheufele, 2006)。更有其他研究發現，意見領袖和相同或不同意見的人的政治討論都成正向關係(Ponder & Haridakis, 2014)，意味意見領袖的討論兼具多元意見及單一意見立場。因過去研究中對於意見領袖與其討論異質性的關係有所歧異，因此提出研究問題：

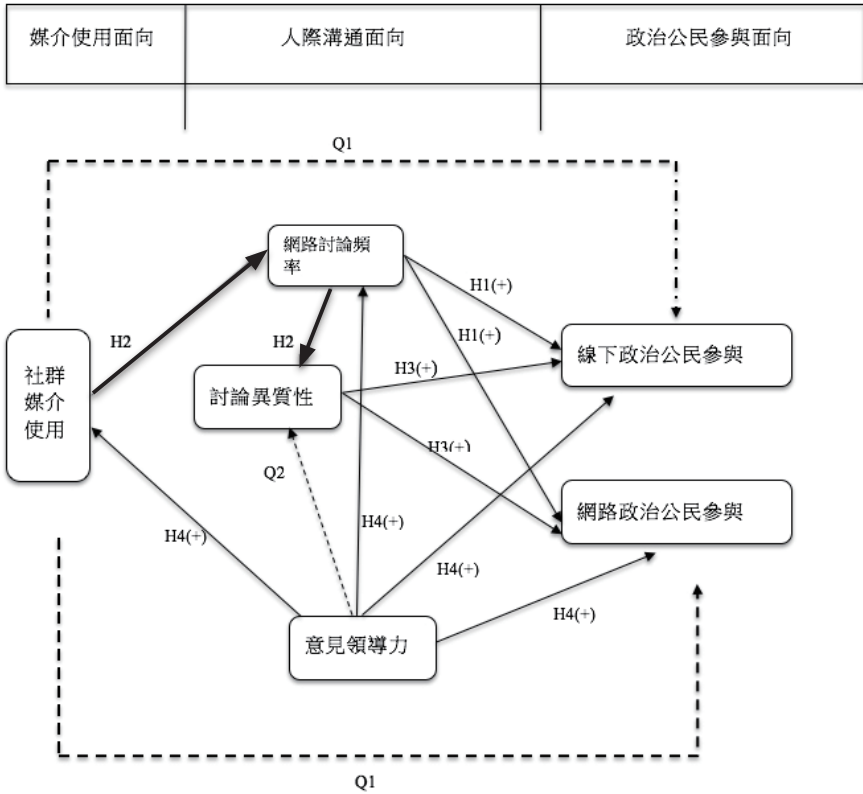
**Q2：意見領導力與討論異質性的關係為何？**

社群媒體、人際溝通與政治公民參與模型

根據上述之研究假設和問題，本研究提出研究模型（圖一），以整體瞭解變項間的關係。模型中變項分為三大區塊，分別為媒介使用、人際溝通相關變項、與政治公民參與變項。媒介使用部分主要檢驗和政治與公共事務相關的社群媒體使用。人際溝通變項包括：意見領導力、政治討論異質性、與網路政治與公共事務討論頻率。另外，政治與公民參與將分別探討網路與線下的政治公民參與程度，以利了解各變項對於現今網路政治動員以及實際線下政治公民參與的關係。

圖中虛線部分為本研究提出之研究問題，粗線顯示假設二中介關係的相關變項，實線部分代表研究假設。實線旁正負符號表示研究假設中變項間關係方向。

圖一 社群媒體使用、人際溝通變項、與政治公民參與模型



《傳播與社會學刊》，(總)第44期(2018)

## 研究方法

### 資料來源與抽樣

本研究資料使用科技部2015年台灣傳播調查資料庫第一期第四次全國調查。此全國調查之調查對象為十八歲以上之具有戶籍之國民，調查採用分層階段叢集抽樣法，依照鄉鎮市區、村里、門牌號碼、及家戶成員進行抽樣。總樣本數共2002案。資料依性別、年齡的母體比例交叉加權，以符合母體分配。受訪者988位為男性(49.4%)，1014為女性(50.6%)，平均年齡為46.10 ( $SD = 16.92$ )。受訪者中3.5%為無接受教育或自修，11%為小學畢業，11%為國(初)中和初職，26.3%為高中、高職和士官學校，12.3%為專科及軍警專修(科)班、空中行專，29.3%為軍警官校和大學，6.6%為研究所以上。每日平均網路使用時間為208.65分鐘 ( $SD = 215.82$ )。

### 測量變項

與政治與公共事務相關之社群媒體使用：由一個題項組成，受訪者從四點量表回答下列問題：「請問你透過臉書接收政治和公共事務的頻率是？」(1 = 從來沒有、2 = 很少、3 = 有時、4 = 經常； $M = 2.53$ ； $SD = .98$ )。

意見領導力：意見領導力的測量方式相當多元，如自我認定、自我認定、受訪者感知、他人認定、觀察法等，各有優缺點 (Valente & Pumpuang, 2007)。本研究使用在問卷調查法中普遍使用的測量，受訪者自我感知意見領導力，來進行測量。題項由Nisbet與Kotcher (2009)改編，由兩項題項組成，測量受訪者說服他人及提供意見的頻率。題項如下：「在談論政治或公共事務時，你有多常說服朋友聽你的意見？」及「你和朋友或鄰居談論政治或公共事務時，你多常提供意見？」(1 = 從來沒有、2 = 很少、3 = 有時、4 = 經常，Cronbach's  $\alpha = .83$ )。兩項題項最後加總平均形成意見領導力數值 ( $M = .62$ ； $SD = 1.06$ )。



網路政治與公共事務討論頻率：由兩個題項組成，分別為「你多常在網路平台上（例如：BBS、部落格、臉書、YouTube等）表達你對政治或公共事務議題的看法」，及「你多常在網路平台上（例如：BBS、部落格、臉書、YouTube等）和朋友討論政治或公共事務話題」。兩項題項最後加總平均作為分析使用（1 = 從來沒有、2 = 很少、3 = 有時、4 = 經常；Cronbach's  $\alpha = .73$ ； $M = 1.12$ ； $SD = .39$ ）。

政治討論異質性：政治討論異質性測量與自身意見不一致的政治或公共事務討論之頻率。由下列題項測量：「你有多常和與你意見不同的人討論政治或公共事務？」回答選項為四點量表：1 = 從來沒有、2 = 很少、3 = 有時、4 = 經常（ $M = 1.30$ ； $SD = .65$ ）。

線下政治公民參與：以四項題項組成。受試者回答他們從事下列四項活動的頻率：參與社區或地方改造活動、擔任義工、參加社區或公民團體集會與活動、參加地方政治社團活動（Cronbach's  $\alpha = .72$ ； $M = 1.36$ ； $SD = .53$ ）。回答選項為1 = 從來沒有、2 = 很少、3 = 有時、4 = 經常。

網路政治公民參與：題項參考Warren、Sulaiman與Jaafar (2014) 和Skoric、Marko與Poor (2013) 題組。受試者回答他們「使用社群媒體來傳播公民運動」、「使用社群媒體動員親友參與公民運動」、「在網路上分享、轉帖、或轉寄選舉新聞、訊息、影片」、以及「在網路上發文、製作、或評論選舉新聞、訊息、影片」的頻率（Cronbach's  $\alpha = .80$ ； $M = 1.30$ ； $SD = .53$ ）。回答選項為1 = 從來沒有、2 = 很少、3 = 有時、4 = 經常。

## 研究結果與分析

調查數據根據研究問題與假設，針對所提出模型，進行路徑分析。本研究假設與研究問題牽涉多個變項，且欲探討變項間直接與間接關係，因此使用路徑分析，可以同時檢驗多個變項間關係（Preacher & Hayes, 2008）。分析過程中，已將不顯著的路徑予以刪除，圖二為顯示具有最佳適配度的模型。結果顯示， $\chi^2(4) = .90$  ( $p > .05$ )， $RMSEA$

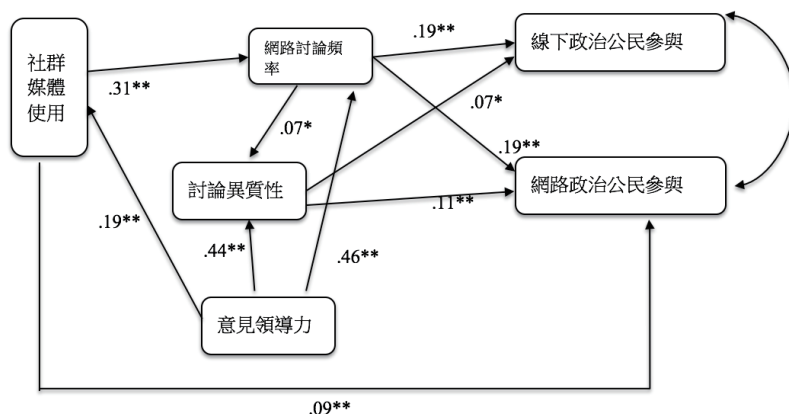
《傳播與社會學刊》，(總)第44期(2018)

$= .00$ ， $CFI = 1.00$ ， $TLI = 1.01$ 。根據Kline (2005)，RMSEA小於.05，CFI與TLI大於.90，代表模式與資料有很好的適配性。

研究問題一探討與政治和公共事務相關的社群媒體使用與政治公民參與關係。從模型結果得知，使用社群媒體接收政治與公共事務訊息越高者，網路政治公民參與程度越高 ( $\beta = .09$ ， $p < .01$ )，但社群媒體使用並不能預測線下政治公民參與。

假設一認為網路政治討論越頻繁者，政治公民參與越高。研究結果顯示，網路政治討論頻率顯著預測網路政治公民參與 ( $\beta = .19$ ， $p < .01$ ) 與線下政治公民參與 ( $\beta = .19$ ， $p < .01$ )，且成正向關係。假設一成立。

圖二 社群媒體使用、人際溝通變項、與政治公民參與模型整體適配度



註：\*： $p < .05$ ；\*\*： $p < .01$ 。

假設二提出網路政治討論頻率為社群媒體使用與政治討論異質性的中介變項。從模型的結果檢視，當同時考慮網路政治討論頻率變項的影響時，社群媒體使用與討論異質性關係不顯著，而社群媒體使用透過網路政治討論頻率影響政治討論異質性，代表網路政治討論完全中介社群媒體使用與政治討論異質性關係。假設二成立。

假設三認為提出討論異質性與政治公民參與有正向關係。從結果發現，討論異質性顯著預測網路政治公民參與 ( $\beta = .11$ ， $p < .01$ ) 與線

下政治公民參與 ( $\beta = .07, p < .05$ )。假設三成立。

在探討意見領導力與社群媒體使用、網路政治討論頻率、與政治公民參與的假設中(假設四)，本研究認為意見領袖與其他三變項成正向關係。結果顯示，意見領袖顯著預測與政治及公共議題相關的社群媒體使用 ( $\beta = .19, p < .01$ )，與網路政治討論頻率 ( $\beta = .46, p < .01$ )。換言之，自我感知意見領導力越高者，越常使用社群媒體接收政治與公共議題訊息，且他們在網路上與他人進行政治討論的頻率越高。但意見領導力和政治公民參與，不管是網路或線下形式，都沒有直接關係。儘管如此，從圖二的結果得知，意見領導力可透過網路政治討論頻率，間接影響線下與網路政治參與。因此，意見領導力越高者，如能在網路上與他人討論政治或公共議題，便能增進政治公民參與。

在最後的研究問題中，探討意見領導力與政治討論異質性的關係。研究結果顯示，意見領導力越高者，討論異質性越高 ( $\beta = .44, p < .01$ )。從圖二可得知，除了透過網路政治討論頻率，意見領導力也可以透過與不同立場的政治討論，影響線下與網路政治公民參與程度。

## 結論與討論

### 研究結論


政治與公民參與對於民主社會的健全運作極其重要；然而，在研究投票行為的早期調查中，學者便發現許多民眾的參與政治動機非常低，對於政治事務了解不深，且缺發實質的政治討論 (Berelson, Lazarsfeld, & McPhee, 1954)。因此對於如何促進人民的政治公民參與動機與行為，便成為重要的課題。

社群媒體在今日社會中已成為傳遞政治與公共事務消息的重要管道。近年來的公民運動消息、政治事務新聞、與重要災難訊息，經常透過社群媒體達到傳遞訊息、反應意見與動員的功效。但這些現象都只局限於在網路環境中。社群媒體除了提供人民在網路上接受訊息、發聲、以及進行網路動員的管道，是否能更進一步促進實質的政治公民參與，成為一個重要議題。本研究即針對社群媒體的使用，探討其

《傳播與社會學刊》，（總）第44期（2018）

對於政治公民參與的關係。此外，本研究也同時探討不同的人際溝通討論特質的影響力，例如：在網路上的政治討論頻率、與不同意見進行溝通討論、或嘗試說服他人等意見領導力等的影響。

本研究結果顯示，經常透過臉書接收政治與公共事務訊息者，也較常透過社群媒體傳播政治公共議題消息或動員親友參與網路上的公民運動，但對實質線下政治公民參與並沒有顯著增加。值得注意的是，雖然社群媒體使用不能直接預測線下政治公民參與，但是透過增加網路政治討論，還是可以間接影響線下政治公民參與程度。此處可以 Eveland (2004) 所提出的看法解釋此一現象：使用臉書接收政治與公共事務相關訊息者，若能同時在線上與他人討論，便能經由討論的過程得以增加對議題的投入度與理解程度，也因此參與政治與公共事務的動機及行為也會隨之增加。此結論也支持「公民傳播傳播中介理論」看法 (citizen communication mediation model) (Shah, Cho, Eveland, & Kwak, 2005)，認為人口變項或制度性變項均是透過政治討論影響政治參與。這些研究發現媒介使用對於政治參與影響力雖大，但其影響力多為間接，大都透過政治討論影響政治參與。本研究呼應並補充上述相關研究，認為在使用社群媒介作為政治公共議題傳播平台的環境中，人際溝通討論仍為促進實質政治公民參與的重要因素，而如同以往對於傳統媒介使用的研究，社群媒介使用仍是透過政治討論間接影響實質政治公民參與 (Katz & Lazarsfeld, 1955; Scheufele, 2002; de Tocqueville, 1835/1984)。

本研究結果也指出，若單純使用社群媒體接收政治與公共事務相關訊息，並無法增加政治討論的多元性；但是若能增加在網路上與他人討論的機會，便能提高政治討論異質性。此處結果應可呼應 Brundidge (2010) 的看法，在本研究中發現使用社群媒體接收政治公共事務訊息並無法直接增加政治討論的多元性。原因可能如同選擇性暴露理論所述，人們容易選擇性的接收與訂閱與自身意見相近的訊息，因此對於增加多元性討論並無幫助。但若能增加與他人討論頻率，則因線上可供溝通的人際網絡，比起現實生活中的人絡更為多元，且如同 Brundidge 解釋，多元的網路網絡將使人們無法避免的接收到多元意見，因此得以獲得較多機會與不同立場者討論。本研究數據無法對於

上述可能解釋提供證據支持，未來研究可持續對相關議題加以探討。另外，本研究結果發現，政治討論異質性可以增進政治公民參與，支持 Scheufele et al. (2004) 與 Lee (2011) 的看法。綜合上述發現得知，社群媒體使用，因透過在網路上與他人討論，以及隨之與不同意見他人討論的機會增加，將可增進民眾政治公民參與，對於民主政治的運作確實有所幫助。當然，在本研究中，並無法得知在與不同意見者的討論過程中，人們是否仍持有原有意見以參與政治公民運動，或者在討論過程中被說服進而參與政治公民活動。未來研究應可對於這個面向加以探討，並討論可能存在的個人差異在政治討論過程中的態度改變，及其隨之的政治公民參與行為。

最後，本研究發現，具意見領導力者，傾向於使用社群媒體接收政治與公共事務相關訊息，顯示社群媒體在現今社會中，可提供豐富政治與公共事務相關資訊，滿足意見領袖監督環境的需求。而具意見領導力者，傾向於在網路上與人討論政治議題，也較常與意見不同者討論政治與公共議題，顯示他們政治討論的多元化。這些發現顯示，在使用社群媒體的環境中，具意見領導力者仍和早期研究發現的意見領袖特質類似，即他們較會使用媒介搜尋資訊，且較願意與他人討論相關議題 (Hellevik & Bjørklund, 1991; Katz & Lazarsfeld, 1955)。未來研究可延續探討意見領袖與意見不同者討論政治議題時，如何影響他人的政治態度，及在何種情況下本身的政治與公共事務態度會受到改變。

在本研究中，意見領導力並沒有直接影響政治公民參與，與 Park (2013) 的結論不同。檢視 Park 的研究，並沒有同時討論意見領導力與其他政治討論變項對於政治公民參與的影響力，或許可以解釋與本研究結論的不同。在本研究中，意見領導力仍然經由網路政治討論及討論異質性預測政治公民參與，因此顯示政治討論與討論異質性為意見領導力影響政治公民參與的重要機制

## 研究限制

本研究使用傳播調查資料庫資料，受限於題項數目限制，因此對



《傳播與社會學刊》，（總）第44期（2018）

於社群媒體使用及討論異質性各只有包含一個題項。另外其他概念的測量題項數目也受侷限，因此對於研究結果的解釋及適用範圍應謹慎處理。例如：還有許多其他形式的線下政治公民參與，如投票行為，可能與本研究中的其他變項有不同的關係。網路政治公民參與題項也有限制，本研究在四題題項中測量了傳遞公民運動與選舉訊息的相關面向，但尚有其他網路政治公民參與行為，例如：寄電子信給政府或政黨、填寫請願書等行為尚未包含於題項中，而這些不同的網路政治公民參與行為是否與本研究中的其他變項有不同關係，也值得進一步探討；因此在解釋本研究的網路及線下政治公民參與行為時，需要特別注意此局限性。建議未來研究可針對不同面向的網路與線下政治公民參與行為做調查與分類，並了解不同參與行為類型可能對於不同變項間的影響關係。最後，本研究的意見領導力題項只詢問受訪者對於「朋友」或「鄰居」的影響力。雖類似題項在以往研究中經常使用（Lazarsfeld et al., 1948; Nisbet & Kotcher, 2009），但對於現今使用新傳播科技以及人際網絡更為複雜的環境中，意見領袖的影響力與定義是否需重新界定，是否操作化過程中更適合以廣義的說服「他人」為測量題項，此問題可在未來研究持續探討。

本研究冀提出人際溝通面向的重要性，以意見領袖力、討論頻率與討論異質性為例，說明政治公民參與的研究，除考量媒介使用的傳統面向外，也須重視人際溝通面向的影響力。但人際溝通面向的觀察並不只侷限於此三項變項。例如：政治討論內容的性質，也有可能造成影響。例如：在一項分析社群媒體政治討論群組的研究中，Choi (2014) 發現網路討論內容中，理性分析討論比情緒性討論更有影響力，而提供強而有力的論證比分析性的論證更能吸引網民的回應。未來研究應更深入探討不同人際溝通面向對於影響政治公民參與的可能性。

儘管有上述限制，本研究仍提供了解社群媒體使用、人際討論溝通變項、政治公民參與關係的方向。政治討論在於現今社群媒介廣泛使用的情境下，仍然為促進政治公民參與的重要機制。也因為透過社群媒體上豐富且具多元化的政治與公共議題討論與溝通，得以增進網路及現實線下的政治公民參與。



## 參考文獻

- Berelson, B. R., Lazarsfeld, P. F., & McPhee, W. N. (1954). *Voting: A study of opinion formation in a presidential campaign*. Chicago: University of Chicago Press.
- boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230.
- 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.
- Chan, K. K., & Misra, S. (1990). Characteristics of the opinion leader: A new dimension. *Journal of Advertising*, 19(3), 53–60.
- Choi, S. (2014). Flow, diversity, form and influence of political talk in social-media-based public forums. *Human Communication Research*, 40(2), 209–237.
- de Tocqueville, A. (1984). *Democracy in America*. New York: Penguin Books. (Original work published 1835.)
- de Zúñiga, H., Jung, N., & Valenzuela, S. (2012). Social media use for news and individuals’ social capital, civic engagement and political participation. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17(3), 319–336.
- Eveland, W. P. (2004). The effect of political discussion in producing informed citizens: The roles of information, motivation, and elaboration. *Political Communication*, 21(2), 177–193.
- Fernandes, J., Giurcanu, M., Bowers, K. W., & Neely, J. C. (2010). The writing on the wall: a content analysis of college students’ Facebook groups for the 2008 presidential election. *Mass Communication and Society*, 13(5), 653–675.
- Fisher, D. R. (2012). Youth political participation: Bridging activism and electoral politics. *Annual Review of Sociology*, 38, 119–137.
- Guérin, D., Petry, F., & Crête, J. (2004). Tolerance, protest and democratic transition: Survey evidence from 13 post-communist countries. *European Journal of Political Research*, 43, 371–395.
- Gutmann, A., & Thompson, D. (1996). *Democracy and disagreement*. Cambridge, MA: Belknap Press.
- Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Hardy, B. W., & Scheufele, D. A. (2005). Examining differential gains from internet use: Comparing the moderating role of talk and online interactions. *Journal of Communication*, 55(1), 71–84.
- Heatherly, K. A., Lu, Y., & Lee, J. K. (2016). Filtering out the other side? Cross-cutting and like-minded discussions on social networking sites. *New Media & Society*, 4, 1–19.
- Hellevik, O., & Bjørklund, T. (1991). Opinion leadership and political extremism.

《傳播與社會學刊》·(總)第44期(2018)

- International Journal of Public Opinion Research*, 3(2), 157–181.
- Hyun, K. D., & Kim, J. (2015). Differential and interactive influences on political participation by different types of news activities and political conversation through social media. *Computers in Human Behavior*, 45, 328–334.
- Ikeda, K. I., & Huckfeldt, R. R. (2010). The consequences of discussion and deliberation within networks: An introduction. In M. R. Wolf, L. Morales, & K. Ikeda (Eds.), *Political Discussion in Modern Democracies: A Comparative Perspective*. Oxon: Routledge.
- Kann, M. E., Berry, J., Grant, C., & Zager, P. (2007). The Internet and youth political participation. *First Monday*, 12(8).
- Kaplan A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 61.
- Katz, E., & Lazarsfeld, P. (1955). *Personal influence: The part played by people in the flow of mass communications*. Glencoe, IL: Free Press.
- Kavanaugh, A., Zin, T. T., & Carroll, J. M. (2006). *When opinion leaders blog: New forms of citizen interaction*. In Proceedings of the 2006 international conference on Digital Government Research (pp. 79–88). San Diego, CA, USA.
- Keller, E. D., & Berry, J. (2003). *The influentials: One American in ten tells the other nine how to vote, where to eat, and what to buy*. New York: Free Press.
- Kim, Y., & Khang, H. (2014). Revisiting civic voluntarism predictors of college students' political participation in the context of social media. *Computers in Human Behavior*, 36, 114–121.
- Kline, R. B. (2005). *Principles and practice of structural equation modeling* (2nd ed.). New York: Guilford Press.
- Lazarsfeld, L., Berelson, B., & Gaudet, H. (1948). *The people's choice: How the voter makes up his mind in a presidential campaign*. New York: Columbia University Press.
- Lee, F. L. F. (2011). Does discussion with disagreement discourage all types of political participation? Survey evidence from Hong Kong. *Communication Research*, 39(4), 543–562.
- 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.
- McClurg, S. D. (2006). Political disagreement in context: The conditional effect of neighborhood context, disagreement and political talk on electoral participation. *Political Behavior*, 28(4), 349–366.
- Mutz, D. C. (2006). *Hearing the other side*. New York, NY: Cambridge University Press.
- Nir, L. (2011). Disagreement and opposition in social networks: Does disagreement

- discourage turnout. *Political Studies*, 59(3), 674–692.
- Nisbet, M. C., & Kotcher, J. E. (2009). A Two-step flow of influence? Opinion-leader campaigns on climate change. *Science Communication*, 30(3), 328–354.
- Noelle-Neumann, E. (1999). Ein Museum der Irrtümer: Die Ergebnisse der empirischen Sozialforschung finden keinen Eingang in die Gesellschaft [A museum for errors: Results of empirical research do not make their way into public discourse]. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 5.
- Obar, J. A., & Wildman, S. (2015). Social media definition and the governance challenge: An introduction of the special issue. *Telecommunications Policy*, 39(9), 745–750.
- Pan, Z., Shen, L., Paek, H.-J., & Sun, Y. (2006). Mobilizing political talk in a presidential campaign—An examination of campaign effects in a deliberative framework. *Communication Research*, 33(5), 315–345.
- Park, C. S. (2013). Does Twitter motivate involvement in politics? Tweeting, opinion leadership, and political engagement. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1641–1648.
- Parry, G., Moyser, G., & Day, N. (1992). *Political participation and democracy in Britain*. Cambridge, England: Cambridge University Press.
- Pew Research Center: Internet, Science & Tech. (2012). Social Media and Political Engagement. Retrieved from <http://www.pewinternet.org/2012/10/19/social-media-and-political-engagement/>.
- Pew Research Center: Internet, Science & Tech. (2014). Cell Phones, Social Media and Campaign 2014. Retrieved from <http://www.pewinternet.org/2014/11/03/cell-phones-social-media-and-campaign-2014/>.
- Ponder, J. D., & Haridakis, P. (2014). Selectively social politics: the differing roles of media use on political discussion. *Mass Communication and Society*, 18(3), 281–302.
- Preacher, K. J., & Hayes, A. F. (2008). Asymptotic and resampling strategies for assessing and comparing indirect effects in multiple mediator models. *Behavior Research Methods*, 40(3), 879–891.
- Rogers, E. M. (1983). *Diffusion of innovations*. New York: Free Press.
- Scheufele, D. A. (2000). Talk or conversation? Dimensions of interpersonal discussion and their implications for participatory democracy. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 77(4), 727–743.
- Scheufele, D. A. (2002). Examining differential gains from mass media and their implications for participatory behavior. *Communication Research*, 29(1), 46–65.
- Scheufele, D. A., Nisbet, M. C., Brossard, D., & Nisbet, E. C. (2004). Social structure and citizenship: examining the impacts of social setting, network heterogeneity, and informational variables on political participation. *Political Communication*, 21(3), 315–338.

《傳播與社會學刊》，(總)第44期(2018)

- 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, 531–565.
- Shah, D. V., & Scheufele, D. A. (2006). Explicating opinion leadership: Nonpolitical dispositions, information consumption, and civic participation. *Political Communication*, 23(1), 1–22.
- Shuefele, D. A., & Shah, D. V. (2000). Personality strength and social capital: The role of dispositional and informational variables in the production of civic participation. *Communication Research*, 27(2), 107–131.
- Skoric, M. M., & Poor, N. (2013). Youth engagement in singapore: the interplay of social and traditional media. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 57(2), 187–204.
- Sunstein, C. (2001) *Republic.com*. Princeton, NJ: Princeton University.
- Valente, T. W., & Pumpuang, P. (2007). Identifying opinion leaders to promote behavior change. *Health Education & Behavior*, 34(6), 881–896.
- Valenzuela, S., Kim, Y., & de Zúñiga, H. G. (2012). Social networks that matter: Exploring the role of political discussion for online political participation. *International Journal of Public Opinion Research*, 24(2), 163–184.
- Valenzuela, S., Park, N., & Kee, K. F. (2009). Is there social capital in a social network site?: Facebook use and college students' life satisfaction, trust, and participation. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(4), 875–901.
- Warren, A. M., Sulaiman, A., & Jaafar, N. I. (2014). Facebook: The enabler of online civic engagement for activists. *Computers in Human Behavior*, 32, 284–289.
- Wicks, R. H., Wicks, J. L., Morimoto, S. A., Maxwell, A., & Schulte, S. R. (2014). Correlates of political and civic engagement among youth during the 2012 presidential campaign. *American Behavioral Scientist*, 58(5), 622–644.
- Yamanoto, M. (2010). Examining differential gains from mass media in Japan. *Keio Communication Review*, 32, 85–104.

## 本文引用格式

林淑芳 (2018)。〈社群媒體與政治公民參與：網路政治討論頻率與政治討論異質性的中介角色〉。《傳播與社會學刊》，第44期，頁25–48。