

大學生微網誌使用行為對政治參與影響研究

洪敏莉¹

陳申祐²

¹南台科技大學資訊傳播系 mindyhung513@mail.stut.edu.tw

²南台科技大學資訊傳播系 e19880701@gmail.com

摘要

臺灣的選舉次數之多舉世聞名，政治人物為了提高自己的知名度，使得候選人在媒體上無不使盡全力，以獲得選民支持。隨者Web 2.0時代來臨，政治人物開始架設個人網站及部落格，以吸引新生代選民的支持。

以這兩年快速成長的Plurk及Facebook來看，政治人物接二連三成立自己的專屬網站，一方面拉近跟選民的距離，另一方面也可做為24小時的虛擬服務處，利用最低成本達到最高的宣傳效果。

為了更進一步瞭解候選人在微網誌的運用上，會如何影響大學生的政治參與，本研究將針對大學生使用微網誌對政治參與影響關聯性進行研究。本研究針對台灣南部科技大學學生發出150份問卷，成功回收144份(96%)。結果顯示，整體而言，身處於資訊網路媒體發達時代，社群傳播媒介對大學生的政治參與度有影響。

政治參與所涉及的層面非常廣泛，除了實體參與之外，網路參與近幾年發展迅速，儼然成為生活的一部份，本研究以大學生在微網誌使用情況做為研究範圍，以微網誌來探討出大學生使用微網誌是否會提升其政治參與之意願。結果顯示，微網誌使用行為中，動機構面及內容構面對實體政治參與有影響；而且，微網誌使用行為中，行為構面、動機構面及內容構面對網路政治參與有影響。

關鍵詞：微網誌使用行為、政治參與

壹、前言

台灣自從戒嚴解除後，國人開始享有言論自由的權利，舉凡平面報紙、電台廣播、電視新聞等媒體資訊傳播媒介，如雨後春筍般一一浮上檯面，許多線上Call in節目、名嘴開講政論性節目，也在幾年之內迅速竄起。根據Connell在1997年指出，網路是近幾年來，候選人接觸選民和影響輿論的新興工具，並且逐漸在選舉中扮演重要的角色。

隨著Web2.0時代的來臨，微網誌的使用熱潮在國內相當流行，尤其噗浪與Facebook更以倍數成長，Facebook至2009年11月3日截止統計，台灣地區的使用人數已達到506萬人，佔全國總人數約22.09%(CheckFacebook, 2009)。根據Google Trends分析噗浪指出至2009年11月截止，使用量最高的前三名國家分別為「台灣」、「菲律賓」、「印尼」，全球使用量最高城市則以台北居冠，其次才分別為桃園及高雄，在前十名城市當中，台灣地區就包辦前六個名額，可見台灣地區使用社群媒介之普遍。

近年來資訊科技一日千里，政治人物無不透過個人的專屬媒介通路與個性化媒介，表達複雜的政治訊息、介紹政治人物的特色及走向。相較於傳統的大眾傳播媒介，網路社群更能隨心所欲的設計和使用，適當的運用多媒體展現方式，對於政治人物朝明星化包裝也有助益(莊伯仲、鄭自隆，1996)。

本研究是以大學生平日使用微網誌的情況下，探討大學生的媒介使用、政治興趣、政治參與、實際行動之關係。在媒介使用上主要採取Web2.0之網路使用行為及實際參與做為研究基礎，然後以行為、動機、內容三大構面，作為探討變項，研究出大學生在微網誌使用行為上，是否對政治實際參與有正向影響。

貳、文獻探討

2.1 微網誌 (Micro-blogging, Microlog)

根據維基百科所言，所謂微網誌 (Micro-blogging, Microlog) 是一種可提供使用者及時的更新簡短文字 (通常少於200字) 並且可以快速發布在部落格上的一種訊息呈現方式。它通常允許來自四面八方的任何人，閱讀訊息或者由使用者自己選擇感興趣的資訊來閱讀。隨著網際網路發展，網路資訊已可以由許多方式來傳送，包括簡訊發布、即時線上溝通軟體、電子郵件信箱、MP3或網頁等，皆可快速傳遞訊息(維基百科，2009)。

2.2 社群網站(Social Network Sites, SNS)

社群網站(Social Network Sites, SNS)它是指一種公開或半公開的社群互動系統。在此作業系統中，使用者可以連結其他相關的網路使用者，編制成為一個廣大聯絡清單，並且可以觀看聯絡名單內的使用者，進行訊息的接收及傳遞(Boyd & Ellison, 2008)。

「社群網站」，源自於電腦的媒介傳播所架構而成的一個虛擬互動空間，是一種社會集合體(social aggregation)，當虛擬空間達到一定數量的使

用群眾後，在透過網路平台進行一番討論，且用心投入情感，就可以發展出人際關係的網絡(Rheingold, 1993)。社群網站的成員經由網路的媒介建立社群，達到資訊的分享、人際關係穩定成長、忠誠與信守承諾相互溝通，最終形成的一種新的社會現象(Romm & Plisjin, 1997)。

「Facebook」是屬於一種社交網路服務網站，是哈佛大學的學生Mark Zuckerberg，於2004年2月4日創立。最初，Facebook網站註冊僅限於哈佛學院的學生，在成立短短兩個月內，註冊範圍擴展到波士頓地區的其他學校等名校。第二年，許多學校也透過網路相傳，被邀請加入進來。最終發展到，凡在全球範圍內有一個大學的電子郵件信箱的人(如.edu, .ac等)都可以註冊，之後Facebook開始建立起其他公司的社會化網路。從2006年9月11日起，全世界各角落，只要有網路連線，任何用戶輸入有效的電子郵件信箱即可免費加入Facebook社群網站，與世界各國結交朋友傳遞訊息(維基百科, 2009)。

本研究將微網誌定義為網際網路使用者，於網路上瀏覽各大互動社群網站，例如Facebook、Plurk等知名社群網站之瀏覽情形、瀏覽次數、使用時間，作為本研究之微網誌範圍界定。

2.3 政治參與

Kasse & Marsh (1979) 指出，政治參與泛指為「一般民眾影響或試圖影響政治運作與結果的行為」。Brady(1999)也指出，政治參與雖然有許多種定義，但通常可由「市民」、「行為」、「影響」與「政治結果」分類，本研究即由影響這一個觀點來看政治參與。

Bimber (1998) 認為，透過網際網路可以方便網友進行更直接的另類政治參與。在以往一般社會大眾參與政治活動時需要倚賴政黨組織或民意代表才能達到有效的動員，而想獲取各種政治資訊也需倚賴新聞組織的運作發送，才能吸收到最新資訊。網際網路近年普及後，雖然迅速減少了組織所扮演的重要功能，相對的也增加了民眾無須透過組織媒體中介，即可直接參與的可能性。根據Bimber (1998) 的說法，當人民有更多機會直接與政府溝通時，參與政治活動的可能性就非常高；另一方面，在大眾個人對於政治的影響力也會因此明顯提升。政治人物進行傳播通常分為人際傳播、組織傳播與大眾媒體等三種管道(Nimmo, 1976)。

2.4 微網誌使用行為與政治參與的關聯性

國內學者李德治&趙恒成(2010)曾以微網誌發布形式、互動方式、內容特色等三項，作為探討依據。

本研究將由行為、動機與內容等三個構面，來探討微網誌的使用行為，藉由實體政治參與與網路政治參與二構面來探討政治參與。

根據Fishbein & Ajzen (1975) 所下的定義為「個人想從事某一特定行為的主觀機率 (Subjective probability)」。邢逸玲 (2002) 則認為計畫行為理論認為個人對該行為抱持愈喜愛的態度、主觀規範愈支持個人從事該行為、對該行為的認知行為控制能力愈強，則從事該行為的意圖會愈強。

所以，本研究推論假設1&2如下所示：

H1：微網誌使用行為會正向影響實體政治參與

H2：微網誌使用行為會正向影響網路政治參與

根據Davis於1999年的研究發現，有些美國人學習新事物時會優先使用網際網路，也有些人利用網際網路社群平台與他人建立虛擬社群（virtual community），網路也藉此擴充個人人際關係及增加個人的資訊廣度與知識深度。

在媒介使用與滿足的相關研究中，發現人們使用傳統媒介的動機大致上可分為尋找資訊、個人認同、整合與社會之互動、娛樂四大類(Quail, 1985, 1987; Zillmann, 1985)。

一些政治學者近年來也關注到網路對於選民在政治資訊的蒐集以及參與政治的影響頗高。雖然部份研究結果顯示網路並不會影響選民的投票意願及行為（Bimber, 2001），也有研究發現選民若時常收看網路選舉新聞，對於其他形式的政治參與及投票意願的確會顯著提高(Tolbert & McNeal, 2003)。

所以，本研究推論假設3&4如下所示：

H3：微網誌使用動機會正向影響實體政治參與

H4：微網誌使用動機會正向影響網路政治參與

目前政治人物發送訊息的管道，不再侷限於大眾新聞媒介，微網誌也成為政治人物個人的專屬媒介通路，透過微網誌的使用時間、次數，使得大學生藉由網際網路平台廣泛吸收政治資訊。

一些研究早已發現網際網路平台是年輕人獲得政治資訊的重要管道之一。根據一項美國研究計畫結果顯示（Project Vote Smart, 1999），有70%的年輕人認為網路是提供政治相關議題知識的有效管道，其重要性更勝於電視新聞、報紙、廣告、雜誌、人際溝通與直郵。

大學生使用微網誌的重要動機在於資料搜尋與獲取的方便性與即時性。根據2004年台灣網路資訊中心所公布的資料顯示，上網族群中有19.21%的上網動機是為了即時傳送訊息及呼叫對方，收發電子郵件更佔了50.63%。在台灣，網路人際互動顯然已成為另一項重要的使用動機。

除了獲取資訊與人際互動外，大學生上網使用微網誌之另一主要動機，在於追求遊戲娛樂帶來的刺激與短暫的逃避現實（Shah, Kwak, & Holbert, 2001），包括使用線上遊戲或造訪影音娛樂網站等。

隨著網路發達，網站介面不再像以往那麼單調呆板，一個具有設計感的社群介面，具備成功吸引大學生使用的特質。另一方面則是使用的簡易程度，介面簡單明瞭且人性化的設計，讓使用者在使用的時間上增加許多，一個微網誌社群網站是否深受大眾所喜愛，介面設計是否人性化佔了非常重要的關鍵因素。

所以，本研究推論假設5&6如下所示：

H5：微網誌內容會正向影響實體政治參與

H6：微網誌內容會正向影響網路政治參與

參、研究方法

本研究以大學生微網誌的使用，來探討對政治參與的影響，其中包含研究架構、變數定義、研究設計。

一、研究架構

本研究之研究架構，如圖 3-1 所示。

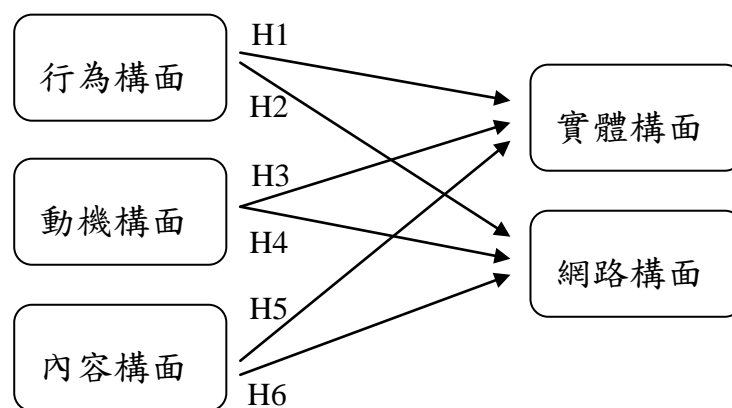


圖 3-1：本研究架構

二、資料蒐集與研究對象

本研究以南部科技大學學生為研究對象，探討微網誌使用行為對政治參與的影響。採用便利抽樣法，共發出 150 份問卷，實得有效樣本為 144 份，有效回收率為 96%。

三、研究工具

本研究所編製的量表，共分為五個構面，其中微網誌使用行為共有：行為、動機、內容等三構面；而政治參與則有實體及網路等二構面。為了確保工具之內容效度、適用度及一致性，皆使用繁體中文為問卷主要內容呈現。除了個人基本資料之外，所有量表均採用 Likert 五點尺度量表，從 1 非常不同意到 5 非常同意做區分。各工具內容介紹如下：

(一)個人基本資料

共包括性別、就讀學校、學校所在地區、就讀之系所及每日上網時數等。

(二)微網誌使用行為量表

量表基本上採用自張卿卿(2006)的量表，並依研究目的加以修正，茲分述如下所示：

1. 行為構面

本研究所指行為構面，是指網路使用者，每日花費於瀏覽各微網誌、社群平台的時間，上網點閱的次數，以及所停留的時間長久。本研究所設計的量表，衡量內容共計3個問項，例題為「只要有空我就上政治人物(政黨)微網誌」等。

2. 動機構面

網際網路具備有何種特性，讓使用者產生上網搜尋的動力，以及各種媒介對於訊息的傳遞，所能達到的效果以及便利性，來做一翻探討。本研究所設計的量表，衡量內容共計6個問項，例題為「我使用政治人物(政黨)微網誌是為了增加人際關係」等。

3. 內容構面

本研究內容構面主要針對微網誌、各大社群平台的介面設計，是否對於網路使用者在使用上有所吸引，也藉此探討一個社群平台，是介面簡單明瞭、具人性化設計即可，或是一定要有特殊的強烈設計感，才能成功吸引網路使用者。本研究所設計的量表，衡量內容共計3個問項，例題為「我現在最常使用的政治人物(政黨)微網誌，其介面設計是簡單明瞭的」等。

(三)政治參與量表

量表基本上採用自李德治&趙恒成(2010)的量表，並依研究目的加以修正，茲分述如下所示：

1. 實體構面

各種實體傳播媒介，例如報紙、雜誌、廣播、電視新聞等，局限於特定時間、地點之媒介，以及各種活動、遊行之訊息傳遞實體媒介。本研究所設計的量表，衡量內容共計3個問項，例題為「我會投書報紙或雜誌表達我對政治議題的看法」等。

2. 網路構面

受惠於網際網路發展迅速，使用者在任何時間、地點，皆可透過網際網路虛擬社群平台，及時瀏覽吸收最新資訊，聊天或是PO文等，不必受到許多限制。本研究所設計的量表，衡量內容共計3個問項，例題為「我喜歡經由網路隨時隨地收發新訊息」等。

(四)控制變項

相關研究指出年齡、教育程度、性別會對大學生微網誌使用行為，在政治參與產生影響，並將之列為控制變項。但是因為在問卷訪問時，已取相同

範圍之年齡及教育程度之大學生，所以本研究將性別做為控制變項。

四、信、效度分析

在信度方面，本研究以 Cronbach's 係數衡量構念之內在一致性。表 3-1 顯示各量表之信度介於 .78~.91 之間，遠大於學者 Fornell 與 Larcker(1981) 所建議之 .60 與 Nunnally(1978)建議之 .70 的標準，並且符合以往研究之信度水準。本研究量表皆引用國內外文獻，符合一般內容效度與專家效度原則。

表 3-1：各量表分析結果

統計變項	平均數	標準差	A1	A2	A3	A4	A5
A1 行為構面	2.19	.844	.783	.805***	.436***	.544***	.558***
A2 動機構面	1.79	.826	.805***	.913	.506***	.644***	.585***
A3 內容構面	2.69	.891	.436***	.506***	.908	.429***	.517***
A4 實體構面	2.14	.731	.544***	.644***	.429***	.783	.672***
A5 網路構面	2.60	.794	.558***	.585***	.517***	.672***	.857

註 1：預測變項的影響以電腦中各個分析最後步驟的標準化迴歸係數 (β) 呈現

註 2：*** $p < .001$, ** $p < .01$, * $p < .05$, + $p < .1$

肆、研究結果

本章節將就各項統計分析之結果加以說明及討論。

4.1 各構面之間的相關分析

各變項之敘述性統計與相關係數如表 3-2，由表中可看出，各構面間均具有顯著之正相關。

4.2 實體及網路二構面對大學生微網誌使用的影響

本研究以複迴歸分析探討實體與網路二大構面，對大學生微網誌使用行為的影響。表 3-2 模式二顯示在控制了性別因素之後，行為構面、動機構面、

內容構面，對實體政治參與的 β 值分別為.62、.526、.137，但動機及內容二構面對實體政治參與有顯著影響。

而行為構面、動機構面及內容構面，表 3-2 模式四顯示對網路政治參與的 β 值分別為.266、.255、.287，且均呈現顯著影響。

表 3-2：微網誌使用行為對政治參與的複迴歸分析

統計變項	實體構面		網路構面	
	模式一	模式二	模式三	模式四
性別	-.168*	.011	-.070	.117*
行為構面		.062		.266*
動機構面		.526***		.255*
內容構面		.137*		.287***
R2	.028	.430	.028	.430
$\Delta R2$.021*	.414***	.021*	.414***

註 1：預測變項的影響以電腦中各個分析最後步驟的標準化迴歸係數（ β ）呈現

註 2：*** $p < .001$ ，** $p < .01$ ，* $p < .05$ ，+ $p < .1$

伍、結論與建議

本研究主要在探討為網誌使用行為(行為構面、動機構面及內容構面)，對政治參與(實體政治參與與網路政治參與)的影響。其結果如下所述：

1. 微網誌使用行為中，動機構面及內容構面對實體政治參與有影響。
2. 微網誌使用行為中，行為構面、動機構面及內容構面對網路政治參與有影響。

由此可見，在實體及網路政治參與中，大學生在參與動機及內容上，均產生正向相關影響，唯獨在行為參與上有所不同，在網路使用上因為垂手可得，所以瀏覽情形熱絡；反之在實際參與活動上，明顯降低且行動意願低落，這顯示即使在網路政治參與頻繁度高，卻不代表大學生實際外出參與政治活動就熱絡。

5.1 實務建議

政治人物為了迎合時下年輕世代，開始架設個人宣傳部落格，其反應也相當熱烈，從本研究結果可見，大學生在使用政治人物微網誌行為上，或許是因為便與吸收及瀏覽資訊，所以在虛擬網路平台參與接受度非常高，一旦離開了網路，願意投入時間實際參與政治活動的大學生則明顯偏低，表示政

治人物必須採取多元化策略，例如打廣告或是其他宣導方案，以吸引大學生參與活動。

5.2 研究建議

本研究因為在研究初期即鎖定訪問對象為國內之大學生，由表 3-1 之結果即可顯示出大學生普遍參與意願偏低，一方面此年齡對於政治難以產生興趣，另一方面有部分學生還不能進行投票之行為，所以產生此結果。建議對此議題有興趣之研究者，可在訪問年齡層上多做思考，在研究過程所獲得的資訊也會更完整。

參考文獻

1. 李德治、趙恒成(2010)。微網誌對親和力、知名度與信賴度影響之研究—以政治人物為例。第十一屆電子化企業經營管理理論暨實務研討會，170~177頁。
2. 張卿卿(2006)。網路的功與過：網路使用與政治參與及社會資產關係的探討。新聞學研究，第八十六期：45-90頁。
3. 莊伯仲、鄭自隆(1996)，競選文宣新媒介—台灣政治性資訊網路現況研究。廣告學研究，第七期：85~119頁。
4. 鍾育明、吳百盛(2010)，從行為理論探討網路使用者對社群網站之認知行為模式。第11屆電子化企業經營管理理論暨實務研討會，111-122頁。
5. 維基百科(2009)，自由的百科全書。
6. Boyd, D. M. & Ellison, N. B. (2008). Social network sites: Definition, history, and scholarship, *Computer-Mediated Communication*, 13, 210-230.
7. Brady, H. E. (1999). Political participation. In Robinson, J. P., Shaver, P. R., & Wrightsman, L. S. *Measures of Political Attitudes*. San Diego, CA: Academic Press.
8. Bimber, B. (2000). The study of information technology and civic engagement. *Political Communication*, 17, 329-334.
9. Bimber, B. (2001). Information and political engagement in America: The search for effects of information technology at the individual level. *Political Research Quarterly*, 54 (1), 53-67.
10. Connell, M. (1997). New ways to reach voters and influence public opinion on the Internet, *Campaigns and Elections*, 18 (9), 64-68.
11. Davis, R. (1999). *The web of politics: The Internet's impact on the American political system*. New York: Oxford University Press.
12. Kasse, M., & Marsh, A. (1979). Political action: A theoretical perspective. In S. H. Barnes, NM. Kaase, et al., *Political action: Mass participation in five Western democracies*, 27-56. Beverly Hills, CA: Sage.

13. McQuail, D. (1985). Gratifications research and media theory: Four models or one. In K. E. Rosengren, L. Wenner & P. Palmgreen (Eds.), *Media gratifications research: Current perspectives*, 149-167. Beverly Hills, CA: Sage.
14. McQuail, D. (1987). The functions of communication: A non-functionalist overview. In C. R. Berger & S. H. Chaffee (Eds.), *Handbook of communication science*, 327-346. Beverly Hills, CA: Sage.
15. Nimmo, D. (1976). *Political Communication Theory and Research: an Overview*.
16. Project Vote Smart. (1999). *General population and youth survey on civic engagement*. Phillipsburg, MT. Survey by the Program for Governmental Research and Public Service, Washington State University.
17. Rheingold, H. (1993). *Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*, Mass :Addison-Wesley.
18. Romm, C. & Plisjin, N. R. (1997) , *Virtual communities and society: Toward and integrative three phase model*, *International Journal of Information Management*, 17 (4), 261-270.
19. Shah, D. V., Kwak, N., & Holbert, R. L. (2001). Connecting and disconnecting with civic life: Patterns of internet use and the production of social capital. *Political Communication*, 18, 141-162.
20. Shah, D. V., McLeod, J. M., & Yoon, S. (2001). Communication, context, and community: An exploration of print, broadcast, and internet influences. *Communication Research*, 28 (4), 464-506.
21. Tolbert, C. J., & McNeal, R. S. (2003). Unraveling the effects of the Internet on political participation. *Political Research Quarterly*, 56(2), 175-185.

The Effects of Using Behavior of Micro-blog Toward Political Participation

Min-Li Hung¹

Shen-Yu Chen²

¹ Assistant professor, Department of Information and Communication, South Taiwan University of Technology mindyhung513@mail.stut.edu.tw

² Department of information and Communication, Southern Taiwan University of Technology e19880701@gmail.com

Abstract

The main purpose of this study is to understand the effects of using behavior of micro-blog toward political participation. Questionnaire survey is used in this study and university students are samples. We use linear regression analysis to test the research hypothesis. The results show that the using behavior of micro-blog is highly correlated with political participation for the University students. Moreover, use motivation and content preference of micro-blog will have different effects on political participation including physical participation and virtual participation.

The research findings are very significant to candidates. To young generation, the candidates must develop specific campaign strategies to enhance political participation of young voters. The micro-blog is the key one to affect the willingness to vote.

Keywords: Micro-blog; Political Participation