

研究論文

臉書使用者的社會資本及政治參與

陳憶寧

摘要

本研究意圖以社會資本角度檢視臉書使用者的網路政治參與，探討社交網站使用者的政治參與之潛在可能。旺中案爭議發生過程中，本研究透過網路問卷調查臺灣地區的613位臉書使用者。結果顯示，臉書使用程度的高低與生活滿意度、政治參與有正相關；政治興趣、政治知識與臉書友誼與政治參與也有正向關係。根據以上結果推論，臉書使用有助於較年輕的民眾的政治參與，可進一步促進臺灣公民社會的形成。

關鍵詞：生活滿意度、社會信任、旺中案、政治參與、臉書使用

陳憶寧，臺灣政治大學傳播學院教授。研究興趣：政治傳播、健康傳播與行動傳播等。電郵：kynchen@nccu.edu.tw

論文投稿日期：2014年7月28日。論文接受日期：2015年6月3日。

Research Article

A Study of Facebook Users' Social Capital and Political Participation

Yi-Ning Katherine CHEN

Abstract

This study aimed to investigate the relationships among the online political participation of Facebook users from the perspective of social capital. We use the example of the controversial issue of the merger and acquisition of the Want Want China Times Group to determine whether social media use could have a positive function in enhancing the political participation of individuals. The results of an online survey conducted across Taiwan (N = 613) showed significantly positive relationships among Facebook use, life satisfaction, and political participation. Moreover, political interest, political knowledge, and friendship over Facebook all positively predicted political participation, suggesting that online social networks may be a solution for the disengagement of youth from civic duty and democracy.

Keywords: Facebook users, life satisfaction, online political participation, social capital, social trust

Citation of this article: Chen, Y.-N. K. (2016). A study of Facebook users' social capital and political participation. *Communication & Society*, 35, 141–183.

Yi-Ning Katherine CHEN (Professor). College of Communication, National Chengchi University. Research interests: political communication, health communication, and mobile communication.

前言

每當有新的傳播科技出現時，總不免令人憂心該新科技對社會整體或是個人心理上的負面影響(Chalaby, 2000; Winston, 1986)。例如當電視剛剛出現時，學者擔心導致觀眾逃避現實(Klapper, 1960; Pearlin, 1959)；1990年代網路出現後，社會評論家指陳網路造成個人與社會日漸疏離(Kraut et al., 1998; Turkle, 1996; White, 1997)、個資洩漏、網路霸凌、網路沉溺。如今，社群網站的盛行，如Facebook(以下通稱為臉書)、MySpace、Twitter等以社交為特色的媒體，其影響也備受關注(Hodgkinson, 2008; Koloff, 2008; Stone, 2007)。

本研究意圖指出社群網站的正面功能，檢視有關臉書提供政治參與的平台，對於民眾長期以來的政治冷漠有所幫助。過去已有為數不少的社群網站致力於促進公民參與政治，並針對年輕族群，在社群媒體發動集體行為。美國過去最知名的案例之一，即2006年移民改革組織在MySpace發起全國性的抗爭(Boyd, 2008)。此外，TakingITGlobal.org和YouthNoise.org提供了社群網站的服務，讓舉辦活動的網路使用者的社群可以線上集體處理迫切的議題，包括貧窮、全球暖化、AIDS和人權(Raynes-Goldie & Walker, 2008)。又例如國際特赦組織(Amnesty International)也利用臉書在全球主要城市提出有關人權議題的訴求與抗議(Stirland, 2007)。另外，社群網站並不需要動員使用者的線下行為來展現它的強大功能，在加拿大曾有兩萬名臉書使用者在線上成立社團，旨在抗議政府的著作權改革法案延宕至2008年，此即被認為是一次社群網站力量的展現。

本研究以旺中案做為臉書使用研究的個案，乃因旺中議題不僅是臺灣社會重大爭議，且在臉書上也成為討論發燒話題，顯示了臉書的集體力量。旺中成為公共議題始於2008年11月，當時旺旺集團收購中國時報集團，成為旺旺中時媒體集團，因而獲得政府、媒體、社會大眾相當大的關注與討論。2009年旺旺中時購買中天與中視，國家通訊傳播委員會(NCC)以有條件通過董、監事變更案之後，2010年10月該集團又併購全臺第二大有線電視系統中嘉，2011年4月30日公平會有條件通過「旺中寬頻」併購中嘉。此時學者與民間團體擔心併購案通過

後導致言論集中化，於是在臉書上發起「反媒體巨獸」¹聯署活動。旺中併購中嘉案至2012年7月31日NCC表示「此案已經審結」，但由於旺中不願意接受切割中天、變更中視營運計畫等附停止條件，衍生出新的議題以及抗議，如學生發起「我是學生，我反旺中」²，以及走路工事件。從旺中事件可看出，無論是「反媒體巨獸」聯署活動，又或是「我是學生，我反旺中」的遊行，均由臉書發酵³。以旺中案發生時間2012年臺灣創市際所公佈「2012年網路社群白皮書」(創市際調查顧問，2012)調查報告指出，臺灣最大的社群網站為臉書，其到達率為Google+的10倍之多，而問卷調查顯示，即便同時擁有多個社群網站的帳號，96%的網友最最常使用的仍是臉書。臉書顯然是臺灣最重要的社交網站。在2013年時臉書大中華區總經理指出臺灣每月活躍用戶1,500萬、滲透率65%，高居全球第一，可以推論臉書在臺灣社會的重要性。而發起反旺中的主要群體幾乎都建立了專屬的網站來提供訊息以及發起動員，例如「拒絕中時運動網站」、「反媒體巨獸行動資料庫」、「我是學生我反旺中」等，且網站在臉書平台上也擁有自己的社團、活動或粉絲團，網站提供連結至臉書，臉書上也提供網站的連結讓關心這件事的人能夠有進一步查詢的管道，甚至從臉書上發起的遊行運動也吸引了近萬人到場，以上足見臉書在反旺中運動的重要性³。且從旺中議題發展過程中，臉書使用者對該議題的熱衷程度，可以看到臉書的社會影響力。

Putnam (2000) 曾表示，社群媒體的使用可能促進民主社會中最重要之公民意識，也讓政府機構和領導階層具備更高的敏感度，以轉變成更有效率之民主國家 (Putnam, 2000)。當人們參與媒體中之公共事務時，也掌握了發聲機會以及某種公民權力 (Verba, Schlozman, & Brady, 1995)。如今，民眾之政治參與度逐漸下降，因此，有必要研究社群媒體與政治參與之關係。

社會資本 (social capital) 或可解釋社群網站使用何以與政治參與之間產生關連。Lin (2001) 指出，社會資本核心之概念為透過社會互動以及互惠而累積出之資本，就像是個人在日常生活中與朋友、同事和陌生人互動過程中逐漸累積而成 (Resnick, 2002)。過去許多研究者也曾指出社會資本之概念，是由社會網絡、信任、公民參與、生活滿意度以及許

多其他的概念所組成(Bourdieu, 1983; Brehm & Rahn, 1997; Coleman, 1988; Dekker & Uslaner, 2001; Lin, 2001; Newton, 2006; Putnam, 2000)。根據Putnam與Goss(2002)，社會資本是促進健全有效率的民主政體之重要特質。

以上論述顯示，透過社群媒體的使用，個人得以維護和增加他們的社群網絡(Ellison, Steinfield, & Lampe, 2007; Joinson, 2008)。經過社群網站使用所累積的社會資本，對民主社會的發展有正面功能。

但實際上，社會資本的內涵並非單一面向。Scheufele和Shah(2000)指出社會資本包含三個面向：內在的(intrapersonal)、人際的(interpersonal)，以及行為的(behavioral)。內在面向即所謂個人的生活滿意度，人際面向是指對其他人的信任，行為面向則為個人在政治活動的參與。臉書使用對於此三個截然不同的面向是否有一致的正面功能，需要進一步檢驗，此乃本研究重點。亦即，我們將探討臉書使用者的使用狀況與其社會資本的關係，以瞭解臉書使用在個人內在、人際之間與政治層面上的可能效果。

文獻探討

本研究的重點在於探討臉書使用所形成的社會資本以及政治參與。以下文獻將簡介旺中案並討論其作為個案的意義，而後以網路使用的社會資本討論為始；接著論述社會資本的各個面向，包括內在、人際、與行為；最後再加入影響社會資本中的政治參與的各個政治變項的討論。

旺中案作為本研究個案的意義

旺中議題不僅是臺灣社會重大爭議，且爭議最烈時，該議題於臉書上成為熱門話題，且形成網路串連活動。追蹤旺中議題的發展，從2008年11月旺旺集團收購中國時報集團開始，成為旺旺中時媒體集團，擁有了中國時報、工商時報、中國電視公司、中天電視等多家媒體；同時也成立旺報，報導兩岸相關新聞。由為旺旺集團跨足媒體市

場，獲得政府、媒體、社會大眾相當大的關注與討論。

在政府方面，國家通訊傳播委員會(NCC)於2009年5月有條件通過併購案並開出七項條款防止旺旺壟斷言論市場⁴。在媒體方面，許多媒觀社團呼籲旺旺集團所屬媒體立刻停止公器私用，回歸媒體公器本質，否則將發起拒買、拒看三中媒體，同時拒絕消費旺旺相關餐廳、產品；對於媒體的反彈，旺旺集團則以存證信函回應，致使新聞界、傳播學術界、公民團體等，紛紛聯署譴責中時殘害言論自由。聯合報更以「史上最大規模的傳播學者抗議」來形容此次抗議事件⁵。

2009年旺旺中時購買中天、中視，當時NCC以有條件通過董、監事變更案之後，2010年10月旺旺中時集團再度出手，併購全臺第二大的有線電視系統中嘉，隔年2011年4月30公平會決議，以附加條件方式，有條件通過「旺中寬頻」併購中嘉有線電視系統案。此時學者、民間團體擔心併購案通過後，旺旺中時將成為臺灣的「媒體酷斯拉」、「跨媒體巨獸」會使得言論集中化，並在臉書上發起「反媒體巨獸」聯署活動。相對於學界與民間團體一面倒的反彈聲浪，政府的反應與外界有所落差。在旺中併中嘉的NCC公聽會中，國家通訊傳播委員會七位委員中只有一位出席，消費者代表缺席，業者發言以二、三小時計，而學者為十分鐘、媒體監督與改革社團為三分鐘，讓外界質疑政府聽取各方意見與蒐集資訊的努力⁶。

在媒體報導方面，臺灣除了中國時報之外的其他報社，聯合報、自由時報多以「NCC應秉良心駁回」、「臺版鴉鵂檔案 誰殺了NCC?」、「數位匯流? 言論匯流!」等反對立場來報導旺中併購中嘉案。旺中併購中嘉案因為政府審查程序議題延燒至2012年，各大媒體持續關注，媒體紛紛都以旺中為批判目標⁷，但也有部分媒體則以看戲的心態報導旺中的相關爭議事件⁸。

在2012年7月25日NCC有條件通過旺中併購案，對於這項決議多位學者表示痛心與失望，有學者認為附帶條件形同虛設⁹。雖然7月31日NCC以舉行記者會表示「此案已經審結」，但事件並沒有完全結束，旺中不願意接受切割中天電視、變更中視營運計畫等附停止條件，更衍生出新的抗議以及新一波議題炒作，例如「我是學生，我反旺中」，由學生發起反對旺中行動，以及走路工事件。從旺中事件就可看出無

論是「反媒體巨獸」聯署活動，又或是「我是學生，我反旺中」之遊行活動，均由臉書出發。未來由社群媒體所發起的活動將會是另一個監督旺中集團的重要管道之一，而臉書使用者在這項議題上的熱衷程度可以看到臉書的社會影響力。

網路使用與社會資本

現有關於社群媒體和幸福、信任以及參與之間的研究成果相當有限，但可藉由過去的典範傳統來嘗試理解網路使用和社會資本可能的關係。先以Putnam (2000) 的時間取代假設 (time displacement hypothesis) 為架構，可說明因為網路使用證據人們時間，因此使得人與人面對面的互動時間減少，這種說法似乎相當合理，但Nie (2001) 的研究則是持相反看法，他發現許多網路使用者會透過視訊產生面對面的人際互動 (Kraut et al., 1998)，所以實際上網路使用可能增加人際互動。另外，根據Williams (2006) 的觀點，時間取代假設的問題在於忽略了傳統大眾媒體和新的互動媒體之間的差別，當人們在看電視時，是難以同時與他人溝通的，而在網路上，我們使用e-mail、聊天室和社群媒體時，卻可進行人際傳播。以時間取代假設看待網路與社會資本關係的缺失在於，研究者將網路使用視為利用科技打發時間，忽略了閱聽眾的多元使用、使用動機和體驗，許多實證性的研究已發現網路的使用多元性，包括資訊性使用、娛樂性使用，以及人際溝通等，並發現網路使用的動機與社會資本之間有正向關聯 (Beaudoin, 2008; Raacke & Bonds-Raacke, 2008; Shah, Kwak, & Holbert, 2001)。後來幾個研究也發現，線上傳播對個人的社會信任和社群生活的參與有正面的影響 (Best & Dautrich, 2003; Kavanaugh, Reese, Carroll, & Rosson, 2005; Kobayashi, Ikeda, & Miyata, 2006; Räsänen & Kouvo, 2007)。根據以上網路悲觀論者與網路樂觀論者之間的論戰中，焦點之一乃網路對社會資本的正面與負面影響，而到底是正面還是負面，端賴於學者選擇如何看待媒介，以及他們認為人們是如何使用網路的 (Ji-Young, 2006; Kwak, Shah, & Holbert, 2004; Shah, Kwak, & Holbert, 2001)。

另一種解釋角度是使用動機。過去研究發現，若使用網路是為了資訊獲得和形成社群，會增加使用者的社會資本；相反地，若使用模式為娛樂和消遣(如線上遊戲與電影)，則會降低社會資本(Norris & Jones, 1998; Shah, Schmierbach, Hawkins, Espino, & Donovan, 2002; Wellman, Haase, Witte, & Hampton, 2001)。以上發現說明了，影響個人社會資本的，並不是科技本身，而是個人如何使用科技。正如Resnick(2002)指出，當我們在網路上以打發時間為目的時，可能會瓜分與他人進行實際面對面接觸的時間與機會，社會資本自然減少，但如果以人際交流作為網路使用目的，網絡所形成的社會資本影響就會是正面的。

第三種角度是網絡連結的強弱。Williams(2006)指出，不同的社會網絡狀況能預測不同類型的社會資本，藉由Putnam(2000)所指出的，從不同社會群體中搭建式資本(bridging capital)發展出的弱連結，以及從類似屬性使用者之間的黏接式資本(bonding capital)形成的強連結，Williams(2006)指出，弱連結因為是與其他不同背景的人連結而產生向外的社會資本，這些網絡加寬了使用者的資訊流動與使用者的各種機會，但是個人在強連結中卻獲得情感支持，此類支持來自於互相依賴的緊密網絡。Williams(2006)以臉書為例，指出臉書所形成的不論是強連結或是弱連結，都可能提高使用者的生活滿意度、信任以及公眾參與。Donath和Boyd(2004)則發現，線上社群網絡可能不會增加成員間的強連結，但可能因為網路科技之便利，而增加了個人的弱連結。Ellison、Steinfeld和Lampe(2007)也發現，臉書的使用與線下關係的維護與鞏固間有強烈關聯，使用愈多，則線下關係愈強，且特別的是，此存在於臉書使用與弱連結的社會資本之間。該項研究也發現，社群媒體使用與學生內心的幸福感之間呈正向關係，特別是臉書能為較低自尊者和較低生活滿意度的使用者帶來更大的助益。

臉書實現了使用者資訊的需求，亦即強化之前所提到的弱連結，而弱連結是促進集體活動的關鍵要素(Kenski & Stroud, 2006; Shah et al., 2001)。為了讓使用者能持續更新社交圈，臉書有兩個特徵，其一是動態消息(news feed)，會出現在每個使用者的首頁。使用者可以透過動態消息的更新，得知朋友的每日活動(例如：朋友A加入經濟學人的粉絲頁，或是朋友B將他的感情狀態由「單身」改為「穩定交往中」)。

所以使用者可藉由使用臉書，來獲知朋友的最新動態消息，以加強目前社群網絡的連結 (Hargittai, 2007)。其二則是，臉書允許使用者加入感興趣的社團，且社團會展示成員資訊，及自己已有哪些朋友加入，此更進一步強化了臉書使用與社會資本間正向關係的可能性 (Kobayashi et al., 2006)。

如同 McQuail (2005) 所主張，網路使用者加入社群媒體，是為了與社會整合和滿足互動的需求，這些需求包括認同、獲得歸屬、與社會互動、與家人朋友和社會的聯繫，以及了解其他人的想法等等，以上種種構成了人們使用社群媒體的理由。而臉書能讓使用者感受到與社群間的連結，增加使用者與其他成員間的認識，進而能夠培養互惠與信任的社會規範，因而提升促發集體行動的機會。

社會資本的內在與人際面向：生活滿意度和社會信任

在社會資本的相關討論中，除公民政治參與此重要面向外，另有個人生活滿意度以及社會信任兩大面向。生活滿意度反映了個人對其所處情境的評估 (Scheufele & Shah, 2000)。研究者通常會將生活滿意度等同於主觀幸福或滿意程度 (Diener, Emmons, Larsen, & Griffin, 1985)。有研究強調，個人的生活滿意度某部分是透過社會連結而產生 (Kahneman & Krueger, 2006)，包括朋友的質量 (Leary & Kowalski, 1990)、社交的外向程度 (Francis, 1999)、人際傳播的頻繁度 (Diener, Sandvik & Payot, 1991) 等，皆有助提升個人生活滿意度。而在社群媒體相關研究部分，研究指出個人在臉書上的情緒表達，可以幫助體驗朋友之間的連結和感受到幸福 (Valkenburg, Peter, & Schouten, 2006)，其中，低生活滿意度的大學生更藉由參與社群網絡，增加自身的幸福感 (Ellison et al., 2007)。有研究者指出，臉書似乎可獲得類似人際傳播管道的回饋與同儕間的接納，因而自然幫助個人產生連結與認同 (Ruggiero, 2000; Valenzuela, Park & Kee, 2009)。舉例來說，臉書有兩種訊息服務類型，一種是私領域訊息，類似於 e-mail 服務；另一則是公領域中的「塗鴉牆」(wall)，朋友間可留訊息在這個塗鴉牆上，且能被其他使用者所看見。通常塗鴉牆保留了簡短的回應訊息、朋友間的互動、或提供外部網站

的連結，加上臉書能設定是否接受或拒絕加入朋友，因人際傳播的回饋與同儕間的接納可預測出生活滿意度(Harter, 1999)，所以推論使用臉書，應該可以影響使用者的生活滿意度。

另一個社會資本的面向是信任。信任是一種信念，建立在雙方不完全瞭解的基礎上，個人會認為其他人不會有意傷害我們(Berger, 1986)。線上社會網絡能讓使用者更容易得知朋友的資訊，包含個人的背景、興趣、音樂品味及出現地點(如：打卡)，而這些資訊能增加彼此的了解，減少不確定感。透過臉書，使用者們可以確實了解到朋友的特性，而當我們對他人的認識越多，將可能產生越高的信任感(Newton, 1999)。由於臉書使用者將不信任的朋友放入朋友清單裡的情況並不常發生，故臉書的使用與線上網絡信任兩者間應是相關聯的；且相信他人不會傷害我們的這種信念，將會促使更多的臉書使用，因此可以推論，社會信任和臉書的使用可能有正向關係。從現有社群網站和社會資本的文獻中，本研究檢視臉書使用與生活滿意度、社會信任之間的關係。具體研究假設如下：

研究假設一：臉書使用程度與生活滿意度有正向關係。

研究假設二：臉書使用程度與社會信任有正向關係。

社會資本中的行為面向：政治參與

Elin (2003) 指出，網際網路本身提供了一個空間，讓個人可以投入於政治，產生政治行動。有研究發現，發生在線下 (offline) 社會的政治活動，也會有許多相關的線上政治討論 (Wellman et al., 2001)，這些線上的政治討論有利於民眾的政治涉入 (Hardy & Scheufele, 2005; Raynes-Goldie & Walker, 2008)。Williams 與 Gulati (2008) 指出，早在 2006 年社群網站風行之前，社群網站就被視為有助於促進參與式的民主政體，並重新為草根性政治組織注入活力的線上工具。Hand 和 Ching (2011) 認為，參與的文化形式是社群媒體成功關鍵，由於社群媒體動態的、多對多的傳播模式，也讓政府更加投入公眾溝通的範疇，改變了居民與政府之間的關係。自從 2008 年美國總統大選，歐巴馬使用社

群媒體進行競選宣傳活動之後，有關臉書上的政治參與行為開始備受關注，而臉書之所以會產生政治參與，主要可從臉書本身的特質加以探討。Skoric 和 Kwan (2011) 指出，像臉書這類社交網路媒體，具有花費低、快速、有明確訊息接收者等特質，這些特徵能促使政治資訊的快速傳播並有效地動員公民。另外，像是臉書的認證條款及評價的資訊，都能減少公眾在投入線上互動時的不確定感，以形成信任規範 (Berger & Calabrese, 1975)。如同 Putnam (2004) 指出，信任是促進公民投入與參與集體活動的必要條件，因此臉書的相關特質適於促進公民與政治的參與，例如社團 (groups) 和活動 (event) 都能促進政治討論與動員 (Valenzuela, Park, & Kee, 2009)。Papacharissi 與 de Fatima Oliveira (2012) 以另一社群媒體 Twitter 的研究則解釋了媒體在動員時的必要性，並強調新聞串流的影響力，Twitter 上的新聞串流混和對事件期待的相關選擇、原因與情緒表達，這些不見得會通過主流媒體的認可，該研究更指出結合網絡與擁有總是在線上的特性的社群媒體，訊息的情感層面會培養與支持參與、連結與凝聚力。

個體使用社群媒體獲取資訊，也會比較傾向參與政治，其中的影響為直接效果，Gil de Zúñiga、Molyneux 與 Zheng (2014) 認為兩者間實際上應是一個良性循環，也就是說，人透過社群網站獲得資訊會傾向參與較多政治，而參與也會回過頭來產生資訊收集的行為，儘管如此，該研究的結果仍顯示因果關係從社群媒體的新聞使用至政治參與的影響，較其他關係來的強，這也指出了媒體使用與政治參與間不對稱但互為因果的關係 (Rojas, 2006; Shah et al., 2002)。

社群媒體的新聞使用與政治參與的關係也會被社群媒體上的政治表達所中介，Gil de Zúñiga、Molyneux 與 Zheng (2014) 指出表達的動作會比較傾向對表達的人產生影響，但或許更有趣的地方是，儘管社群媒體的社交使用對政治參與可能沒有直接的影響，仍可能會透過政治表達而產生效果，也就是一個完全中介的關係，這樣推論的理由是因為現今的社群媒體允許多重連結至不同的社交領域，每個社會群組中的個人都代表著自我展示的觀眾 (Abercrombie & Longhurst, 1998)，包含只對特定觀眾所存在或展現的自我等 (Papacharissi, 2012)，引進這些自我的概念可以將線上政治表達視為在網路上表達政治自我，也是一

種數位人格和數位認同的觀點，這些影響應在表達過程的機制中，表達的期待及訊息的組成和轉換可能會使得認知 (Pingree, 2007) 和參與有所改變 (Rojas & Puig-i-Abril, 2009)。

透過上述的討論可以看到許多研究都認為臉書確實有促進公民與政治參與的特質。Vitak 等學者(2011)指出，像 YouTube、臉書、MySpace 等社群媒體最受到年輕的選民喜愛。美國民意研究機構 Pew Internet Research 指出，有 65% 社群媒體使用者的年齡是 18-29 歲，這些年輕人在社群網站上，每五個政治活動，至少會參與其中一項，例如加入政治性的社團，並獲得關於候選人的資訊 (Smith, 2009)。Vitak、Zube、Smock、Carr、Ellison 與 Lampe (2011) 及 Xenos、Vromen 與 Loader (2014) 的研究亦發現臉書社群活動能夠幫助年輕人投入政治活動。政治和公民的參與是不同的概念。本研究的情境為旺中，所以在參與的概念上，將以政治參與作為核心。一般的政治參與行為，在 Verba 等人 (1995) 的定義中，是一種藉由影響公共政策來影響政府活動的行為，包含了傳統活動，例如投票、為政治團體工作、捐錢給候選人、印製 / 張貼具政治色彩的貼紙 (bumper stickers)，以及集會行為，例如抗議、杯葛抵制¹⁰。

社群媒體的發展非常可能促進使用者投入政治活動，特別是年輕人，因為他們透過社群媒體作為集體運動的發聲工具。本研究先前提過的 TakingITGlobal.org 就是一個為鼓吹公民參與而創立的社群媒體 (Raynes-Goldie & Walker, 2008)。此外，2006 年，美國學生們曾利用 MySpace 組成抗議移民改革議題的社團 (Boyd, 2008)；有 20,000 名加拿大臉書使用者參加臉書社群，抗議政府將信貸的改革議案的拖延到 2008 年，這些都是社群媒體帶動政治參與的著名案例。

臉書也成為政治候選人競選舞台之一，如著名的政治參與案例：歐巴馬在競選美國總統時的口號「Yes We Can」，使用者透過臉書快速傳播競選口號 (Elmer, McKelvey, & Devereaux, 2009)；除此之外，2011 年奈及利亞總統候選人 Goodluck Jonathan 利用臉書宣布要競選總統，經過八個月左右，他的臉書粉絲已經達 50 萬人 (Chatora, 2012)。Park、Kee 與 Valenzuela (2009) 指出，臉書社團是最普遍使用的功能，社團的成立是基於興趣和活動所形成的。Conroy、Feezell 和 Guerrero (2012)

表示，臉書社團提供機會讓成員能夠討論政治，在這種公民性質的討論的過程中，能促進成員間的觀點表達以及互相學習。Park、Kee與Valenzuela (2009) 發現，年輕學生會因為想要取得關於線上和線下的校園活動資訊、朋友互動、追求自我認同以及找尋娛樂等理由而加入臉書社團；他們更進一步指出，若臉書使用者以尋求資訊為主，這些使用者更有可能參與公民活動。Vitak等學者(2011)指出，在社群媒體中，同儕之間的互動是參與政治行動的誘因，這些文獻說明了，使用者臉書朋友的政治參與程度，以及使用者與其臉書朋友之間的互動，皆能提高政治參與。

從現有的社群網站和社會資本的文獻中，本研究檢視臉書使用與政治參與之間的關係。具體研究假設如下：

研究假設三：臉書使用的程度與臉書上的政治參與有正向關係。

政治知識、政治興趣、政治效能感與政治參與的關係

Delli Carpini與Keeter (1996) 曾指出，政治知識是一種對於政治真實資訊長時間儲存的記憶，是一種公民之間流通的貨幣 (the currency of citizenship)，也是參與政治活動和投入公民事務的重要資源，而政治知識能透過正式教育、人際傳播對於政治的討論，以及傳統新聞媒體 (如：報紙) 而獲得。Niemi與Junn (1998, p. 9) 更認為，政治知識不僅是政治參與成功的先決條件，也可用來找尋和定義個人在政治上的興趣。Galston (2001, pp. 223-224) 則提出七點關於公民知識的重要發現：(1) 公民知識能幫助個人了解自己的興趣；(2) 公民知識能提升看待議題的一致性態度；(3) 公民知識能幫助人們處理政治資訊；(4) 公民知識能改變人們看待議題的觀點；(5) 更多的公民知識能參與更多的公共事務；(6) 公民知識能促進民主價值觀；(7) 公民知識能促使政治參與。從這七點可以發現，知識對於促進政治參與的重要性。不僅如此，Milner (2002) 比較市民的閱讀能力與政治知識之間的關係時，曾指出公民閱讀能力程度與政治參與程度之間有正面關係，並認為這是影響投票率和其他政治活動參與度的可能原因；Kaid、McKinney、Tedesco (2007) 亦發現，大學生因為缺少了對於候選人的認識與議題的

認知，進而缺乏政治參與，也不會去投票。這些研究成果都可證明，政治知識和政治參與之間有密切關係。

在政治興趣和政治參與的關係方面，有研究顯示，政治興趣會促使政治參與，如果其興趣不僅只是關注政治，還具有政治渴望時，則更是如此(Shani, 2007)。Prior (2008)在探討政治興趣重要性時，指出了其對於政治態度與行為的影響。當以政治興趣為重要自變項，可看出對政治有興趣的人會有更多的政治知識，有可能去投票，更有可能參與政治活動，而他們也可能動員他人進行政治參與。從Prior (2008)的研究結果發現，政治興趣能顯著地預測許多重要的政治行為，包含投票以及其他形式的政治參與，研究結果也說明政治興趣有非常高的穩定性，尤其是人們年紀到達30歲之後，其政治興趣會更加穩定。

也有研究探討不同年齡的政治興趣與政治參與的差異。Dostie-Goulet (2009)指出，現今許多選民並不熱衷政治參與，尤以年輕選民最為嚴重。Blais、Gidengil、Nadeau與Nevitte等人(2002, 2004)發現，年輕人對於政治興趣低落，是造成年輕世代選舉投票率逐漸下降的原因。Flanagan與Sherrod (1998, p. 448)認為，興趣是促進政治態度和認同的來源，投票率低落主要是因為民眾對於政治沒有興趣，因此參與較少。Holt等人(2012)的研究發現，不論是社群媒體或傳統媒體的使用都會增加人們的政治興趣，同時，社群媒體具有槓桿(leveler)的功能，較能促發年輕人進行政治參與的動機。他們的另一項發現是，年輕人與老年人的政治參與差別在於媒介的使用，在社群媒體方面，年輕人有較多的政治參與，而在傳統媒體方面，年長者有較多的政治參與。

在政治效能感上，如果依照Campbell、Gurin與Miller等人(1954, p. 187)所下的定義：「政治效能是個體在參與政治過程時，對於政治行動的感覺，例如民眾會認為參與公民責任是值得的。」很容易發現效能感與行動之間的關係。Michelson (2000)指出政治效能是一種態度，能夠預測出人們的投票率。他指出，當人們察覺到政治能發揮作用，就會更遵守政治規範，並且重視選舉活動以及進行政治討論，也可能促進人們投票和信任他人，所以政治效能感高，則政治參與也會隨之提高。過去研究發現，政治效能與許多政治參與是有關的，其中，基於

自我條件評估所產生的內在政治效能感，更能預測政治參與 (Jung, Kim, & Zúñiga, 2011)。

基於以上討論，若臉書使用與政治參與間存在著任何關係，此將有可能伴隨著個人政治興趣、政治效能感、政治知識，以及對自己與他人態度 (如：生活滿意度、社會信任) 的影響。因此，本研究探討以下研究問題：

研究問題一：臉書使用與政治參與之間的關係，是否與政治興趣、政治效能感、政治知識有相關？

研究方法

調查對象、抽樣與樣本描述

本次調查委託國立政治大學選舉研究中心進行網路問卷調查，以臺灣地區 (不含金門、馬祖) 年滿20歲以上的臉書使用者為本次調查的訪問對象。而方法上分為封閉式與開放式問卷兩種，前者在抽樣方法上¹¹的樣本來源主要有兩種，一部分是以「中華電信住宅部100-101年版電話號碼簿」為母體清冊，依據各縣市電話簿所刊電話數佔臺灣地區所刊電話總數比例，決定各縣市抽出之電話數比例，以等距抽樣法抽出各縣市電話樣本後，為求涵蓋的完整性，再以隨機亂數修正電話號碼的最後二碼或四碼，以求接觸到未登錄電話的住宅戶。另一部分的電話樣本則是來自政治大學選舉研究中心所累積的電訪資料庫，以隨機亂數修正電話號碼的最後四碼來製作電話樣本。在開始訪問之前，訪員按照洪氏戶中抽樣的原則，抽出應受訪的對象再進行訪問，訪問結束前詢問受訪者電子郵件信箱，並以歷次訪問累積的受訪者信箱，做為寄發封閉式問卷之依據。此封閉式問卷共寄出7,765封邀請信函，共有728位填答，填答率約9.4%。過濾掉中途結束問卷及非臉書使用者，共完成613份有效問卷，完成率共7.9%。開放式問卷¹²樣本來源也有二：一是透過將開放式問卷連結伴隨封閉式問卷寄發至上開7,765位電訪產生的受訪者電子郵件信箱，由受訪者將連結分享給非封閉式

問卷受訪者，進行填答；二是透過將開放式問卷連結放至 PollcracyLab 臉書專頁，讓臉書使用者分享以及填答。本次調查共 268 位填答，過濾掉中途結束問卷及臉書使用者，共完成 233 份有效問卷，其中含 7 位 20 歲以下受訪者，因此在下列分析中，有效樣本為 226 份。

開放式問卷及封閉式問卷為同時進行，訪問期間自 2012 年 8 月 6 日(星期日)晚間 9 時 30 分，至 8 月 10 日(星期五)早上 10 時 00 分，由政治大學選舉研究中心 PollcracyLab 線上調查實驗室執行，本次訪問預定完成 800 個樣本，經實際訪問後，回收封閉式問卷 613 份有效樣本，開放式問卷 233 份有效樣本，共完成 846 個有效樣本，去除掉 20 歲以下民眾 7 位，有效樣本共 839 份。以 95% 之信心水準估計，最大可能抽樣誤差為： $\pm 3.46\%$ 。

在性別、年齡、教育程度及居住地區的樣本結構，經檢定發現與母體並不一致。為了使樣本與母體結構更符合，本研究使用多變數反覆加權法 (raking) 對樣本的分布特性進行加權。而性別、年齡及教育程度之母體參數，是依據內政部出版《中華民國臺閩地區人口統計(民國 100 年)》公佈之數值為基準。經加權之後，性別、年齡、教育程度及居住地區的樣本結構與母題無顯著差異。

樣本結構中關於性別、年齡、學歷、婚姻狀態、地理區域、職業、政黨認同，以及家庭收入等之樣本分佈情形如表一。

主要變項測量

I. 臉書使用

臉書使用與過去媒介使用的作法不同。過去的媒介使用多區分為暴露、注意與依賴程度，但臉書作為社交媒介，顯然並不適用上述三層面的探討。因此本研究參照 Ellison、Steinfeld 與 Lampe (2007) 對於臉書強度使用的探討，將臉書使用區分為以下三面向：使用時間、朋友數量以及臉書態度。

表一 人口變項分佈

| 人口變項 | | 人數 | 百分比 (%) |
|-------|--------|-------|---------|
| 性別 | 男性 | 416 | 49.55 |
| | 女性 | 422 | 50.33 |
| | 遺漏值 | 1 | 0.12 |
| 年齡 | 20-29歲 | 151 | 17.95 |
| | 30-39歲 | 172 | 20.45 |
| | 40-49歲 | 166 | 19.82 |
| | 50-59歲 | 149 | 17.79 |
| | 60以上 | 194 | 23.09 |
| | 遺漏值 | 7 | 0.89 |
| | 學歷 | 小學及以下 | 145 |
| 國、初中 | | 114 | 13.57 |
| 高中、職 | | 242 | 28.89 |
| 專科 | | 107 | 12.77 |
| 大學及以上 | | 223 | 26.63 |
| 遺漏值 | | 7 | 0.89 |
| 婚姻狀態 | 未婚 | 372 | 44.38 |
| | 已婚 | 410 | 48.85 |
| | 分居 | 3 | 0.33 |
| | 離婚 | 45 | 5.31 |
| | 鰥寡 | 5 | 0.60 |
| | 其他 | 4 | 0.53 |
| | 遺漏值 | 0 | 0.00 |
| 地理區域 | 大臺北都會區 | 178 | 21.27 |
| | 新北市基隆 | 71 | 8.44 |
| | 桃竹苗 | 120 | 14.30 |
| | 中彰投 | 156 | 18.61 |
| | 雲嘉南 | 122 | 14.55 |
| | 高屏澎 | 134 | 16.00 |
| | 宜花東 | 36 | 4.34 |
| | 遺漏值 | 21 | 2.49 |

| 人口變項 | | 人數 | 百分比(%) |
|-------|------------------|-----|--------|
| 職業 | 軍公教人員 | 73 | 8.65 |
| | 私部門管理階層及專業人員 | 228 | 27.14 |
| | 私部門職員 | 86 | 10.26 |
| | 私部門勞工 | 118 | 14.08 |
| | 農林漁牧 | 26 | 3.11 |
| | 學生 | 86 | 10.28 |
| | 家管 | 91 | 10.86 |
| | 其他 | 110 | 13.13 |
| | 遺漏值 | 21 | 2.49 |
| 政黨認同 | 國民黨 | 312 | 37.17 |
| | 民進黨 | 173 | 20.66 |
| | 新黨 | 63 | 7.48 |
| | 親民黨 | 62 | 7.43 |
| | 臺灣團結聯盟 | 5 | 0.57 |
| | 中立及看情形 | 187 | 22.23 |
| | 無反應及其他政黨 | 37 | 4.46 |
| | 遺漏值 | 0 | 0.00 |
| 家庭月收入 | 36,000元以下 | 177 | 21.10 |
| | 36,001-47,000元 | 154 | 18.37 |
| | 47,001-58,000元 | 106 | 12.67 |
| | 58,001-65,000元 | 92 | 10.96 |
| | 65,001-78,000元 | 65 | 7.76 |
| | 78,001-88,000元 | 64 | 7.59 |
| | 88,001-108,000元 | 84 | 10.05 |
| | 108,001-138,000元 | 41 | 4.83 |
| | 138,001-158,000元 | 13 | 1.60 |
| | 158,000元以上 | 43 | 5.07 |
| | 遺漏值 | 0 | 0.00 |
| 總人數 | 839 | | |

1. 臉書使用時間

在測量臉書使用時間上，問卷中詢問受訪者「您一天大概花多少時間在臉書上？」，受訪者圈選1 = 少於10分鐘、2 = 10–30分鐘、3 = 31–60分鐘、4 = 61–90分鐘、5 = 91–120分鐘、6 = 121–150分鐘、7 = 151–180分鐘、8 = 181–210分鐘、9 = 211–240分鐘、10 = 4小時以上。

2. 臉書態度

在測量臉書態度上，問卷中詢問受訪者以下題項的同意程度，包括「臉書是我日常生活的一部分」、「我會很驕傲的告訴人家我正在使用臉書」、「使用臉書已經是我每日固定活動」、「一天沒用臉書，我就感覺與人失去聯繫」、「我覺得我是臉書社群的一份子」、「一旦臉書關了，我會覺得難過」。受訪者依據同意程度圈選「1 = 非常同意」、「2 = 同意」、「3 = 普通」、「4 = 不同意」、「5 = 非常不同意」。分析時，反轉以上「1 = 非常不同意」、「2 = 不同意」、「3 = 普通」、「4 = 同意」、「5 = 非常同意」。經主成份因素分析後，這六個題項呈現一個因素，共可解釋63.86%的變異量(eigenvalue = 3.83)，其信度Cronbach's α 為.88。這些題項和重要性有關，因此命名為「臉書重要性」。臉書重要性的測量為上述六題相加除以六，整體受訪者平均數為3.18，標準差為.80，分數愈高，愈覺得臉書重要。

3. 臉書朋友數量

問卷中詢問受訪者的臉書朋友數量。選項包括從9個以下到700個以上。(1 = 9個及以下、2 = 10–49個、3 = 50–99個、4 = 100–149個、5 = 150–199個、6 = 200–249個、7 = 250–299個、8 = 300–349個、9 = 350–399個、10 = 400–449個、11 = 450–499個、12 = 500–549個、13 = 550–599個、14 = 600–649個、15 = 650–699個，以及16 = 700個或以上。)

4. 臉書友誼

問卷中詢問受訪者臉書友誼的題目包含「臉書的朋友對我而言很重要」以及「臉書的朋友對我有情緒支持的功能」兩題。受訪者依據同意程度圈選「1 = 非常同意」、「2 = 同意」、「3 = 普通」、「4 = 不同意」、「5

= 非常不同意」。分析時，反轉以上「1 = 非常不同意」、「2 = 不同意」、「3 = 普通」、「4 = 同意」、「5 = 非常同意」，經Pearson相關分析顯示，兩個題項呈現顯著相關($r = .67, p < .001$)，因此可以成為一個變項。臉書友誼的測量為該二題相加除以二。整體受訪者平均數為3.05，標準差為.88，分數愈高，臉書友誼程度越高。

II. 社會資本

1. 生活滿意度

本研究採用Diener、Emmons、Larson與Griffin(1985)等學者的生活滿意度量表(Satisfaction with Life scale)，評估受測者的個人幸福感知程度。這五個題項能用來測量人們心理狀態，以比較全球的生活滿意度，探測人們內在的和諧度與短時間的信賴度(Pavot, Diener, Colvin, & Sandvik, 1991)。問卷中詢問受訪者包括「很多方面我覺得我的生活滿理想的」、「我的生活非常好」、「我對我的生活很滿意」、「目前為止我已經得到生命中最重要東西」、「如果讓我重新活過，我不想有任何改變」等五題，受訪者依據同意程度圈選「1 = 非常不同意」、「2 = 不同意」、「3 = 普通」、「4 = 同意」、「5 = 非常同意」。分析時，反轉以上「1 = 非常不同意」、「2 = 不同意」、「3 = 普通」、「4 = 同意」、「5 = 非常同意」。經主成份因素分析後，這五個題項呈現一個因素，共可解釋65.46%的變異量(eigenvalue = 3.27)，其信度Cronbach's α 為.86。這些題項命名為「生活滿意度」。生活滿意度的測量為上述五題相加除以五，整體受訪者平均數為2.97，標準差為.78，分數愈高，愈覺得生活滿意度高。

2. 社會信任

參考Rosenberg(1956)所提出的信任量表(Faith in People scale)以及Burns與Kinder(2000)對該量表的修正，本研究問卷中詢問受訪者包括「大致上，你同意人們是可以信任的」、「如果別人有機會，就會想佔你便宜」、「人們是想要做到公平的」、「與別人打交道，無論如何都必須非常小心」、「人們都想嘗試幫助別人」、「人們都只顧著自己」等六題，受訪者依據同意程度圈選「1 = 非常同意」、「2 = 同意」、「3 = 普通」、「4 = 不同意」、「5 = 非常不同意」。分析時，「大致上，你同意人

們是可以信任的」、「人們是想要做到公平的」以及「人們都想嘗試幫助別人」反轉為「1 = 非常不同意」、「2 = 不同意」、「3 = 普通」、「4 = 同意」、「5 = 非常同意」。經過主成份因素分析後，「人們是想要做到公平的」以及「與別人打交道，無論如何都必須非常小心」呈現雙重負載 (double loading)，因此去除之後再度跑因素分析，剩下的四題呈現一個因素，共可解釋 49.79% 的變異量 (eigenvalue = 1.75)，其信度 Cronbach's α 為 .58，命名為「社會信任」。社會信任的測量為上述四題相加除以四，整體受訪者平均數為 3.10，標準差為 .55，分數愈高，社會信任程度愈高。

3. 臉書上的政治參與

近年來研究臉書政治參與的研究逐漸增加，臉書提供的許多功能 (如社團、按讚、分享文章等等) 也被視為人際互動的新模式，更有研究指出這些功能作為線上政治參與的潛力 (Vesnic-Alujevic, 2012; Vissers & Stolle, 2014)。此外根據研究者觀察，在臺灣也可以看到類似的參與的動作，包括發表意見 (如：po 文)、從新聞網站轉貼新聞、從朋友臉書上轉貼新聞、對相關貼文按讚、回應相關貼文等。因此問卷中詢問受訪者包括「您曾經在臉書上發表關於旺中案個人看法嗎?」、「您曾經從新聞網站轉貼旺中案的相關新聞嗎?」、「您曾經主動從朋友處轉貼 (分享) 旺中案的相關新聞嗎?」、「您曾經回應朋友關於旺中案的相關貼文 (包括朋友書寫、新聞、圖片轉貼) 嗎?」、「您曾經在朋友的旺中案的貼文或是轉貼新聞按讚嗎?」等五題，受訪者依據其對參與行為的認知程度圈選「1 = 從來沒有」、「2 = 偶爾」、「3 = 有時候」、「4 = 常常」。經主成份因素分析顯示這五個題項呈現一個因素，共可解釋 66.50% 的變異量 (eigenvalue = 3.33)，其信度 Cronbach's α 為 .85，命名為「臉書的政治參與」。臉書的政治參與的測量為上述五題相加除以五，整體受訪者平均數為 1.45，標準差為 .60，分數愈高，臉書的政治參與程度愈高。

III. 政治變項

本研究另外詢問受訪者三種政治變項，包括政治知識、政治興趣與政治效能感。

1. 政治知識

政治知識測量方面，過去已有文獻是以詢問政治事件中的相關的人名作為測量，或是整組題項中以人名為主，如Jung, Kim, & de Zúñiga (2011)、Stephens, Yoo, Mourao, Vu, Baresch, & Johnson(2014)與Corrigall-Brown & Wilkes (2014)等。而本研究問卷中詢問四題有關政治的知識則包括「您知道中國共產黨的總書記是誰？」、「您知道現任民進黨的主席是誰？」、「中國時報的老闆是誰？」以及「國家通訊傳播委員會(NCC)於今年八月一日後上任的主委是誰？」。答對一題得一分，最高4分，最低0分。所有受訪者的政治知識平均值為2.98分，標準差為.85。有1人為0分，31人得1分，214人得2分，333人得3分，260人得4分。

2. 政治興趣

問卷中詢問受訪者「你對於了解政治時事的興趣多大？」，以及「你對於了解旺中案的興趣多大？」，受訪者依據他的評估圈選「1 = 完全沒有興趣」、「2 = 不大有興趣」、「3 = 還算有興趣」、「4 = 很有興趣」。經Pearson相關分析顯示，兩個題項呈現顯著相關($r = .51, p < .001$)，因此可以成為一個變項，政治興趣的計算方式為兩題項相加除以二。

3. 政治效能感

本研究用來測量政治效能感的題目僅一題，過去研究有使用多題來測量內外政治效能感(Ha et al., 2013; Pingree, 2011; Pingree, Hill, & McLeod, 2013)，也有使用單一題來測量政治效能的文獻(Jung, Kim, & de Zúñiga, 2011; Kim, Hsu, & de Zúñiga, 2013)，而本研究受限於題項總量，選擇後者的作法，用一個題目來測量受試者的政治效能感，為「你是否同意政治與政府太複雜，所以你難以理解？」受訪者依據同意程度圈選「1 = 非常同意」、「2 = 同意」、「3 = 普通」、「4 = 不同意」、「5 = 非常不同意」。127人(15.2%)表示非常同意，401人(47.8%)表示同意，146人(17.4%)表示普通，138人(16.4%)表示不同意，27人(3.2%)表示非常不同意。平均值為2.45，標準差為1.04。

IV. 人口學變項

本研究的人口變項包括：性別、年齡、教育程度、婚姻狀態、地理位置(分成北部和其他)、職業與政黨認同。其中政黨認同測量分成國民黨、民進黨、新黨、親民黨、臺灣團結聯盟、中立及看情形與無反應，以及其他政黨共七個選項。其中選擇民進黨或臺灣團結聯盟的受訪者被歸類為泛綠，選擇國民黨、新黨及親民黨者被歸類為泛藍。由於這些變項和民眾的態度、行為有關，因此本研究把他們列為控制變項。

結果

迴歸分析

為了回答研究假設1到3，本研究進行三次階層迴歸分析。表二呈現迴歸分析的結果，其中第一階層為人口變項，包括性別、年齡、教育程度、婚姻狀態、地理位置、職業；第二階層為政黨陣營認同變項，包括泛藍及泛綠；第三階層為臉書使用變項，包含臉書使用時間、朋友數量、臉書友誼、臉書的重要性。表二呈現了社會信任、生活滿意度、臉書政治參與和四個階層變項之間的關係。以下分別就人口學變項、政黨陣營、政治變項與臉書使用分別探討。

I. 人口學變項對社會信任、生活滿意度與臉書政治參與的預測力

從表二的階層一顯示，在社會信任方面，人口變項調整後的R平方(Adjusted R Square, ΔR^2)為.06，表示當投入人口變項後，對社會信任的解釋變異量為5.7%，其中性別($\beta = .20, p < .001$)、教育程度($\beta = .09, p < .05$)、婚姻狀態($\beta = .11, p < .01$)均有達到顯著性，也說明了這三個變項均可有效預測人們的社會信任。由於性別、教育程度、婚姻狀態的 β 值為正，表示性別、教育程度、婚姻狀態對人們的社會信任之影響為正，即教育程度越高者，其個人的社會信任程度也越高；相反地，教育程度低者，個人的社會信任程度較低。而社會信任確實會受到性別與婚姻狀態的差異而有不同程度的影響。

表二 社會信任、生活滿意度與臉書政治參與的階層迴歸分析

| 預測變項 | 社會信任 | 生活滿意度 | 臉書政治參與 |
|-------------------------|--------|--------|---------|
| 第一階層 | | | |
| 人口變項 | | | |
| 性別(男 = 0, 女 = 1) | .20*** | .37*** | -.08* |
| 年齡 | .03 | .13** | -.02 |
| 教育程度 | .09* | .14** | .03 |
| 婚姻狀態 | .11** | .09** | -.06 |
| 地理位置(北 = 1, 其他 = 0) | -.06 | -.07* | .10** |
| 職業(白領 = 1, 其他 = 0) | -.03 | -.02 | .09** |
| Adjusted R ² | .06 | .16 | .06 |
| 第二階層 | | | |
| 藍綠政黨陣營認同 | | | |
| 泛藍 | .22*** | .16*** | -.19*** |
| 泛綠 | .13** | .03 | .13** |
| 調整 R ² 增加 | .03 | .02 | .09 |
| 第三階層 | | | |
| 臉書使用 | | | |
| 臉書時間 | -.00 | .12** | .16*** |
| 臉書朋友數 | -.02 | .03 | .11** |
| 臉書友誼 | .02 | .03 | .12** |
| 臉書重要性 | -.02 | -.01 | -.01 |
| 調整 R ² 增加 | .00 | .02 | .06 |
| 全部可解釋變異量 | .09 | .19 | .21 |

註：表格中之系數為最後迴歸方程式之標準化迴歸系數。

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

在生活滿意度方面，人口變項調整後的R平方為 .16，表示當投入人口變項後，對生活滿意度的解釋變異量為15.8%，其中性別 ($\beta = .37, p < .001$)、年齡 ($\beta = .13, p < .001$)、教育程度 ($\beta = .14, p = .001$)、婚姻狀態 ($\beta = .09, p < .001$)、地理位置 ($\beta = -.07, p < .05$) 有達到統計顯著性，代表這五個變項均可有效預測人們的生活滿意度。而性別、年齡、教育程度、婚姻狀態對於生活滿意度的影響為正向，亦即年齡越年長者，其個人的生活滿意度也越高；此外，教育程度越高者，其個人的生活滿意度也越高；反之教育程度越低者，個人的生活滿意度較低。然而，生活滿意度確實會受到性別、婚姻狀態、地理位置的差異而有不同程度的影響。

臉書的政治參與部份，在人口變項調整後的R平方為 .06，表示當投入人口變項後，對臉書政治參與的解釋變異量為5.9%，其中性別 ($\beta = -.08, p < .05$)、職業 ($\beta = .09, p < .001$) 與地理位置 ($\beta = .10, p < .001$) 有達到顯著性，表示這三個變項均可有效地預測人們在臉書上的政治參與。在有顯著性的變項中，性別對臉書政治參與為負向影響，職業與地理位置則於臉書政治參與有正向影響。無論正、負向影響，都顯示出性別、職業及地理位置對臉書政治參與有不同程度與方向的影響。

II. 政黨傾向對社會信任、生活滿意度與臉書政治參與的預測力

從表二的階層二顯示，在社會信任方面，將政黨認同變項調整後的R平方為 .09，表示當投入政黨認同變項後，對社會信任的解釋變異量為8.7%，解釋量增加3.2% ($\Delta R^2 = .03$)，兩個政黨均有達到統計顯著性，分別為泛藍 ($\beta = -.22, p < .001$) 與泛綠 ($\beta = .13, p < .01$)。從 β 數值中表示，政黨認同對於人們的社會信任有正向影響，亦即人們的社會信任確實會受到政黨差異而有不同程度的社會信任。

在生活滿意度方面，政黨認同變項調整後的R平方為 .18，表示當投入政黨認同變項後，對生活滿意度的解釋變異量17.6%，解釋量增加2.0% ($\Delta R^2 = .02$)。其中只有泛藍政黨對於生活滿意度的預測力有達到顯著性 ($\beta = .16, p < .001$)，代表泛藍政黨是唯一可以預測生活滿意度的政黨變項。

在臉書政治參與上，政黨認同變項調整後的R平方為 .15，表示當投入政黨認同變項後，對臉書政治參與的解釋變異量為14.5%，解釋量增加8.7% ($\Delta R^2 = .09$)。泛藍 ($\beta = -.19, p < .001$) 與泛綠 ($\beta = .13, p = .001$) 政黨均能顯著地預測人們在臉書上的政治參與。其中泛藍對於臉書政治參與的影響為負；泛綠對於臉書政治參與的影響為正向，這也說明了政黨認同的差異確實會影響人們臉書上政治參與的不同程度。

III. 臉書使用程度對社會信任、生活滿意度與臉書政治參與的預測力

從表二的階層三顯示，在社會信任方面，將臉書使用變項調整後的R平方為 .09，表示當投入臉書使用變項後，對社會信任的解釋變異量為8.5%，解釋量增加0.2% ($\Delta R^2 = .00$)。其中的四個變項(臉書使用時間、臉書朋友數量、臉書友誼、臉書重要性)，均未達到統計顯著性，表示臉書使用的四個變項無法有效地預測人們的社會信任。

在生活滿意度部份，將臉書使用變項調整後的R平方為 .20，表示當投入臉書使用變項後，對生活滿意度的解釋變異量為20.0%，解釋量增加1.5% ($\Delta R^2 = .02$)。其中臉書使用時間 ($\beta = .12, p < .01$) 是唯一有達到統計顯著性的變項，而臉書使用時間對於人們的生活滿意度也具有正向影響，代表臉書使用時間越多者，其個人的生活滿意度也越高；反之，臉書使用時間越少者，個人的生活滿意度就越低。

在臉書政治參與上，將臉書使用變項調整後的R平方為 .20，表示當投入臉書使用變項後，對生活滿意度的解釋變異量20.3%，解釋量增加6.1% ($\Delta R^2 = .06$)。在臉書使用變項中以臉書使用時間 ($\beta = .16, p < .001$)、臉書朋友數量 ($\beta = .11, p < .01$) 與臉書友誼 ($\beta = .12, p < .01$) 有達到顯著性，表示臉書使用時間、臉書朋友數量與臉書友誼對於臉書的政治參與有顯著的正向影響。從 β 值可觀察出，當人們臉書使用時間越多，其臉書的政治參與也越高；反之，臉書使用時間較少者，其臉書的政治參與也較低。另外，臉書的友誼程度也會影響臉書政治參與的不同程度。

假設驗證與研究問題

表二呈現了社會信任、生活滿意度、臉書政治參與和四個階層變項之間的關係。首先，研究假設一：「臉書使用的程度與生活滿意度有正向關係」。從表二中可看出，在生活滿意度下臉書使用階層變項中，臉書使用時間、臉書朋友數、臉書友誼都與生活滿意度呈現正相關，但其中僅「臉書使用時間」($\beta = .12, p < .01$)有達到顯著性，因此，假設一獲得支持。

其次，研究假設二：「臉書使用的程度與社會信任有正向關係」，在社會信任下臉書使用階層變項中，臉書使用時間、臉書朋友數、臉書重要性與社會信任都未達顯著性。因此，假設二無法獲得支持。

再者，研究假設三：「臉書使用的程度與政治參與有正向關係」，在臉書政治參與下臉書使用階層變項中，臉書使用時間、臉書朋友數、臉書友誼都與生活滿意度呈現正相關，且臉書使用時間($\beta = .16, p < .001$)、臉書朋友數量($\beta = .11, p < .01$)與臉書友誼($\beta = .12, p < .01$)有達到顯著性，顯示臉書使用時間的多寡與政治參與之間的正相關已達到統計上顯著的程度。因此，假設三獲得支持。

針對研究問題一「臉書使用與政治參與之間的關係，是否與政治興趣、政治效能感、政治知識有關？」進行的階層迴歸分析，其中第一階層為人口變項，包括性別、年齡、教育程度、婚姻狀態、地理位置、職業；第二階層為政黨陣營認同變項，包括泛藍及泛綠；第三階層為政治變項，包括政治知識、政治興趣、政治效能；第四階層為臉書使用變項，包含臉書使用時間、朋友數量、臉書友誼、臉書的重要性。

表三呈現研究問題一的資料分析結果，顯示政治興趣($\beta = .37, p < .001$)與政治知識($\beta = .15, p < .001$)與臉書政治參與的關係為正相關且已達統計顯著性；在臉書使用上則顯示臉書使用時間($\beta = .15, p < .001$)與臉書友誼($\beta = .21, p < .001$)和臉書政治參與為正相關且達統計顯著。因此，關於研究問題一，會正向影響臉書政治參與的變項為：政治興趣、政治知識、臉書使用時間，以及臉書友誼。

表三 臉書政治參與的階層迴歸分析

| 預測變項 | 臉書政治參與 |
|-------------------------|---------|
| 第一階層 | |
| 人口變項 | |
| 性別 (男 = 0, 女 = 1) | -.04 |
| 年齡 | -.18*** |
| 教育程度 | -.10** |
| 婚姻狀態 | -.06 |
| 地理位置 (北 = 1, 其他 = 0) | .07* |
| 職業 (白領 = 1, 其他 = 0) | .09** |
| Adjusted R ² | .06 |
| 第二階層 | |
| 藍綠政黨陣營認同 | |
| 泛藍 | -.12** |
| 泛綠 | .07* |
| 調整 R ² 增加 | .09 |
| 第三階層 | |
| 政治變項 | |
| 政治知識 | .15*** |
| 政治興趣 | .37*** |
| 政治效能感 | .02 |
| 調整 R ² 增加 | .18 |
| 第四階層 | |
| 臉書使用 | |
| 臉書時間 | .15*** |
| 臉書朋友數 | .08 |
| 臉書友誼 | .21*** |
| 臉書重要性 | -.07 |
| 調整 R ² 增加 | .06 |
| 全部可解釋變異量 | .37 |

註：表格中之系數為最後迴歸方程式之標準化迴歸系數。

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

討論與結論

研究結果與討論

本研究藉由在臺灣社會爭議多時的旺中案時期的臉書使用者調查，企圖了解臉書使用與社會資本的關係。本研究假設一與假設三的成立，證明了臉書使用程度高低與生活滿意度、政治參與有正相關，顯示臉書使用程度越高者，其個人的生活滿意度與政治參與也越高；相對地，臉書使用程度越低者，其生活滿意度與政治參與較低。這兩項結果會產生並不意外，因為過去研究 (Ellison et al., 2007; Valkenburg, Peter, & Schouten, 2006) 曾指出，人們會參與社群網絡以增加其生活滿意度；同時，許多研究者也紛紛指出，網路環境 (Elin, 2003) 以及臉書特質 (Skoric & Kwan, 2011; Valenzuela, Park, & Kee, 2009) 確實會促進人們的政治參與。研究假設一證實了人們生活滿意度與臉書使用程度有正向關係，有些研究 (Ellison et al., 2007; Valkenburg, Peter, & Schouten, 2006) 也主張個人是基於主動使用臉書，而建立互相聯繫的關係與幸福感，而個人生活滿意程度與社群網路之間的關係又彼此互惠。現實生活中，臉書不僅增加人們生活滿意度，也可幫助民眾的政治參與，本研究假設三證實了臉書使用與線上的政治參與，對於民主政治來說，臉書或許是挽回政治參與的工具。過去研究 (Delli Carpini, 2000; Kimberlee, 2002; Mesch & Coleman, 2007) 發現，年輕人的政治信任低、政治興趣不高，且公民責任感低、政治知識缺乏、較少閱讀新聞報紙、選舉投票率低，以及參與政治活動的投入較少。但如今由於臉書使用的各種功能 (包含按讚、po 文、分享圖文、評論他人訊息等)，大大增加臉書上多數年輕使用者能方便的進行與較大社會產生連結的政治參與，而不僅只是個人層次上與他人建立情感連結、促進自身的幸福感而已。

本研究僅假設二未獲得支持。假設二為臉書使用的程度與社會信任呈現正相關，但結果卻顯示臉書使用程度對社會信任之影響為負向，代表臉書使用程度越高者，其個人的社會信任較低；反之，臉書使用程度越低者，其個人的社會信任越高。對於這樣的發現，研究者認為第一原因是臉書使用動機是關鍵因素。Shah等人(2001)指出，以資訊導向為目的的網路使用與公民參與、社會信任和生活滿意度有正向關聯；Park、Kee與Valenzuela(2009)也曾指出臉書使用目的的不同的差異，他們發現，年輕學生使用臉書若以尋求資訊為主，則更可能會參與公民活動，而參與公民活動需要人際信任，假若使用臉書是以娛樂或其他目的，那麼就可能無法觀察出臉書使用與社會信任之間的關係。但本研究並未能確認受訪者的臉書使用動機，而臉書因為使用功能多元，資訊使用與娛樂、情感連結功能對於社會信任的作用正負相互抵消，因此本研究難以獲得臉書使用程度與社會信任的正向關係。另外，研究者認為，臉書資訊的質與量也是造成使用者信任感下滑的因素。臉書上的各種資訊內容品質水準參差不齊、發文中顯露的主觀價值較一般媒體更高，負面論述與未查證的資訊在社交媒體上傳散速度快，加上較多個人抒發與諷刺吹噓等等，可能造成使用者使用臉書程度愈高，對社會的不信任感愈強。整體而言，假設二的未獲支持，推論可能是因臉書使用動機差異以及臉書內容品質所造成。

與過去研究的測量方式相較，本研究將臉書使用的幾個向度分開探討，而非以一個總指標，如Ellison, Steinfield, & Lampe(2007)的臉書使用時間來測量臉書的使用程度。本研究分別探討臉書使用時間、朋友數量、臉書友誼與臉書的重要性中，何者可能為影響生活滿意度、社會信任和政治參與最多的因素。但從結果則發現，臉書使用時間仍是最能影響生活滿意度和政治參與的因素，是臉書影響社會資本最大的原因。

雖然時間是重要因素，但根據過去Shah等人(2001)研究一般網路使用的社會資本，發現在網路上做甚麼比在網路上花多少時間要更重要。有研究者指出社群網站帶來的政治參與，可從臉書本身的多樣功能加以探討，例如Georgieva(2008)即曾指出，社群媒體(如：MySpace、臉書)已經成為招募自願者與促進投票的競選活動工具，也

影響了投票率。近年來，網路上的政治活動已變得更多元化，除了蒐集政治相關的資訊之外，按讚、發佈即時動態訊息、評論與回應他人訊息、成立 / 加入社團、策劃活動等由臉書提供的功能，亦可作為政治參與之用，也就是說，臉書功能與人們的使用行為，實揭示了臉書作為政治參與平台的潛能。

理論貢獻：社會資本概念的轉變以及臉書使用者到底信任誰

依Putnam (1993) 在擔憂電視觀看對於社區參與以及人際信任的影響時，所提出的原始定義，社會資本基本概念包括社會網絡之密度及社會信任，兩者可以促成社會成員彼此合作以達成集體目標。換言之，社會成員的彼此信任、規範與網絡加強集體合作，因而增進社會效率(Putnam, 1993: 167)。在網路興盛之後，Shah、Kwak 以及Holbert (2001) 等對於社會資本重新概念化成為三個面向，包括人際信任、生活滿意度以及社區參與，假設網路的使用動機不同，因此對於人際信任、生活滿意度以及社區參與有不同的效果。社交媒體的年代，由於臉書的互動與動員功能，學者關心的問題轉向臉書使用對於參與的影響。在政治傳播的領域中，最關切的是政治參與，因而社會資本的概念再進一步演變為人際網絡中的信任關係、生活滿意度以及政治參與。其中不變的是面向為生活滿意度，產生部分改變的是信任與參與。前者由人際信任擴大為社會信任，後者從社區參與轉為政治參與。本研究的發現證實臉書使用對於社會資本的影響除了社會信任感上產生負面影響，其他的影響面均為正向，顯示臉書使用不同於以往的媒體，包括電視以及一般網路使用，大體而言，臉書使用比較傾向社會資本的生產，而非消耗。就政治參與與生活滿意度來看，臉書有其正面貢獻。至於信任的負面效益，則如同以往媒體使用的發現。看來，理論上我們期待臉書因為有異於傳統媒體的社交互動功能，應該對於信任有所幫助，但實際上並非如此。在本研究中探討的社會信任上，是減分的。

但若以臺灣社會有所謂的親信信任格局(張荳雲, 1997)，亦即對於熟識的人的信任感一向較高，而現代社會中，人際關係的迅速次級

化、距化、和片斷化，與陌生人的互動成為生活中的主要活動，所以當我們在探討人際信任或是社會信任時，已經跳脫熟識的人的範圍，而是在一個假設與一般陌生人互動的感受為想像基礎。可以想見，以臉書使用者而言，當提到人際信任時，想像的並非臉書朋友之間的信任，而是對於一般人，包括了陌生人與熟識者，以及在兩者間有不同熟識程度的各種人的信任。而當臉書中混雜批判時事、情緒抒發、吃喝玩樂與資訊交換的各種訊息，可能無助於臉書使用者的整體人際信任感。因此，若能重新檢視臉書使用對於社會資本的貢獻，對於人際信任不妨有更細膩的探討，也就是說在信任這個概念上，須要有更多層次的定義與討論。起碼，對於親近的臉友與一般人的信任，就要有更清楚的區分，例如前者是附著於特殊且多少有些熟悉的個人，後者是一種集體的想像。或許我們可以這麼假設，臉書使用能累積的人際信任多存在於我們所熟知的臉書朋友圈中，但超越此範圍的人際或是社會信任，臉書使用說的則可能是完全不同的故事。

對於政治參與實務之啟發

臉書帶來的線上政治參與是很值得關注與進一步研究的，Vesnic-Alujevic (2012) 認為，儘管一般線下政治參與的活動、事件已被研究與探討，但線上與線下政治參與仍有不同之處，有些政治活動的線上與線下參與是有明顯差異的。Vesnic-Alujevic (2012) 的研究顯示閱讀、參加政治討論和張貼、分享與搜尋政治資訊等線上政治參與行為是同樣頻繁的。Vissers & Stolle (2014) 認為臉書提供了新型態政治參與的可能性，像是臉書的社團功能讓一群相同志趣的人聚集在一起，並互相支持共同的政治目標，臉書也讓人會非刻意地暴露在朋友或其他有效來源張貼的政治內容，對不會主動搜尋相關內容的人來說，政治相關資訊變得更加容易取得。此外，Vissers & Stolle (2014) 還指出臉書也讓人更容易從事一些門檻不高的政治活動，像是給予政治性社團按讚或加入、分享某人的意見到自己或朋友的塗鴉牆等等。旺中案當中，臉書使用者的各種線上參與形成的網路社會氛圍，與數次的實體遊行之間的關聯性到底是強是弱，各界有分歧的觀察，臉書參與與現場參

與的關係有待往後的類似運動出現時，再加以仔細檢視。

未來研究建議

我們如今可以確認臉書作為政治參與平台的可能性，但臉書對於傳統線下 (offline) 政治參與的影響又是如何？Putnam (1995) 曾指出，電視的出現是造成美國公民特質 (如：公民參與和活動參與) 下降的原因，他發現看電視時間長短，與個人公民參與、政治涉入與人際信任呈現負向關係。從Putnam的觀點來看，我們必須進一步討論，臉書的出現對於線下傳統政治參與的影響到底是正面或負面。雖然前述曾提過社群媒體會影響選舉出席率，很多年輕人也會因為臉書而開始蒐集政治相關的資訊，但是臉書上的政治參與，是否也代表了實質行為上的政治參與，則不無疑問。假如人們只參與臉書上的政治活動，而沒有實際參與社會上的政治活動，在虛擬空間中參與政治的效果持續性與影響範圍會有多大？而虛擬空間的政治參與，和實質行為上的政治活動參與，哪一個政治參與形式的效用會比較大？值得未來研究繼續探討。

研究限制

本研究發現，在旺中案中，政治興趣、政治知識與臉書友誼會正向影響臉書使用與政治參與之間的關係，代表政治興趣、政治知識與臉書友誼越高者，其個人臉書使用與政治參與之間的關係也越高；反之，政治興趣、政治知識與臉書友誼越低者，其個人臉書使用與政治參與之間的關係較低。除了現象觀察，本研究的調查結果也顯示出臉書在旺中案中扮演重要的角色，對此案的關心與重視化成了網路上的政治參與行動，甚至進一步促成了近萬人走上街頭的遊行運動 (林嘉琪、劉力仁，2012)，然本研究的問卷調查並未進一步觀察填答者是否參與該遊行，因此無法檢視臉書上的政治相關變項是否也會與線下政治參與 (即參與遊行) 有所關聯。

另外，由於社會運動的時間點往往難以事前掌握，在旺中議題在

臉書上發酵之後，研究者雖然儘速設計問卷以及連絡適合的調查執行單位支援執行，但仍受限於資料蒐集之資源未能即時到位，蒐集問卷資料的執行時機點已經是事件最高峰的七月底後的十天，因此可能影響到受訪者的回覆意願以及事件參與的回憶正確程度。

最後，從研究結果來看，本研究證實了臉書使用程度愈高，線上政治參與程度愈高，但此研究結果並不能推論使用者在臉書上的政治參與，是否會延伸至實際社會中的政治參與行為，是為本研究的限制，未來研究需進一步探討，以確認臉書對於政治參與以及公民社會形成的貢獻。

註釋

- 1 反媒體巨獸聯盟，上網時間：2012年8月20，取自：<https://www.facebook.com/events/180206802060961/>
- 2 [我是學生，我反旺中]反媒體巨獸青年聯盟，上網時間：2012年8月20日，取自：<https://www.facebook.com/idontwantwant>
- 3 參考資料：
拒絕中時運動臉書社群
<https://www.facebook.com/pages/%E6%8B%92%E7%B5%95%E4%B8%AD%E6%99%82%E9%81%8B%E5%8B%95/180368648732365>
拒絕中時運動網站
<http://rjcts2012.blogspot.tw/>
反媒體巨獸行動資料庫(該網站提供的臉書連結已失效)
<https://sites.google.com/site/occupyncc/>
[我是學生，我反旺中]7/31(二)全國學生反旺中行動
<https://www.facebook.com/events/372427069489158/>
手機串連臉書 新媒體發威(自由時報新聞)
<http://news.ltn.com.tw/news/focus/paper/611938>
Facebook 2012年財報
<http://investor.fb.com/releasedetail.cfm?ReleaseID=736911>
臉書滲透率(2013年)
<http://money.chinatimes.com/news/news-content.aspx?id=20140228000059&cid=1206>

- 4 國家通訊傳播委員會 (NCC) 有條件通過中天、中視董監事變更案，但開出七項超高標準限期條款當「防火牆」，徹底防堵雙中 (中天、中視)「實質二合一」壟斷言論與市場、確保節目多元化 (聯合報，2009年5月28日)。
- 5 旺旺中時集團寄發多位記者、學者存證信函，引發傳播學術界、公民團體反彈，三天內已有 150 位傳播學者連署撻伐，呼籲中時勿殘害言論自由，號稱史上最大規模的傳播學者抗議 (聯合報，2009年6月17日)。
- 6 馮建三 (2011年9月8日)，〈亞洲最大傳媒併購 NCC 一人夠嗎〉，《聯合報》，A23 版。
例如：二月自由時報大幅批判旺旺中時總裁蔡衍明，在華盛頓郵報採訪時對六四事件的「傾中」言論，更有記者「錢衷時」(諧音前中時) 投稿自由時報，批評中國時報向中國靠攏，在蘋果報導蔡衍明和中國關係良好後，旺旺中時集團四月出發出通告，懸賞百萬元抓出「錢衷時」，作家馮光遠還差點假裝「錢衷時」去領懸賞。……十八日 NCC 審議旺中案，蘋果日報在頭版大作「臺灣不能只有一種聲音，旺旺」，以狗叫聲暗喻旺中集團；而中時除了痛批壹傳媒羶色腥的新聞報導本性，導致寶來集團前總裁白文正等人因不堪侮辱而自殺身亡外，中時、工商兩報總編輯在自家報紙刊文支持旺中集團總裁蔡衍明，被網友批「拍馬屁」(聯合報，2012年4月21日)。
- 8 例如：旺旺中時集團及蘋果日報近日引爆媒體大戰，雙方利用報紙互相攻擊對方，昨天立委批評這一齣「米果跟蘋果的大戰」戲碼，讓人看不下去；NCC 主委蘇蘅表示，媒體公器私用，是媒體的墮落 (自由時報，2012年4月24日)。
- 9 中研院法律所副研究員黃國昌表示，NCC 對旺中案的附帶條件沒有任何實際意義，由旺中集團購買中天、中視的二中案已有前例可循，當初透過附帶條件要求二中不得聯合操作，但「中天、中視肯定有聯合新聞操作，倫理委員會形同虛設。」(聯合報，2012年7月26日)。
- 10 公民參與被定義為個人或集體行為的目的是為了解決社區的問題 (Zukin, Keeter, Andolina, Jenkins, & Delli-Carpini, 2006)，例如自願者幫助貧窮、為非政府組織募款、參與社區服務、或是主動成為環境組織裡的成員都屬於公民參與。有些人會有政治參與卻很少有公民參與，又有些人可能是公民參與卻很少政治參與，也有些人是兩個都參與的。政治和公民活動之間的界線是模糊的，例如環境運動有時不免會有政治色彩。
- 11 非屬選研中心歷次電訪之受訪者有留下電子郵件信箱者，無法填答。
- 12 受訪者點選連結即可填答，但不包含電訪產生之受訪者。

參考文獻

中文部份 (Chinese Section)

- 林嘉琪、劉力仁 (2012年9月2日)。手機串連臉書 新媒體發威。自由時報。
2012年9月2日，取自：<http://news.ltn.com.tw/news/focus/paper/611938>
- Lin Jiaqi, Liu Liren (September 2, 2012). Shouji chuanlian lianshu xinmeiti fawei. *Ziyoushibao*. Retrieved from <http://news.ltn.com.tw/news/focus/paper/611938>
- 創市際市場研究顧問 (2012)。2012年網路社群白皮書。取自：<http://zh.scribd.com/doc/117223697/2012%E5%B9%B4%E7%B6%B2%E8%B7%AF%E7%A4%BE%E7%BE%A4%E7%99%BD%E7%9A%AE%E6%9B%B8>
- Chuangshiji shichang yanjiu guwen (2012). *2012 nian wangluo shequn baipishu*. Retrieved from <http://zh.scribd.com/doc/117223697/2012%E5%B9%B4%E7%B6%B2%E8%B7%AF%E7%A4%BE%E7%BE%A4%E7%99%BD%E7%9A%AE%E6%9B%B8>
- 張荳雲 (1997)。〈當代臺灣社會的信任與不信任〉。張荳雲、玉瑕、王甫昌 (編)，《九年代的臺灣社會》(頁295-332)。臺北：中央研究院社會學研究所籌備處。
- Zhang Liyun (1997). Dangdai Taiwan shehui de xinren yu buxinren. Zhang Liyun, Lv Yuxia, Wang Puchang (Eds.). *Jiushi niandai de Taiwan shehui*, 295-332. Taipei: Zhongyang yanjiuyuan shehuixue yanjiusuo choubeichu.

英文部份 (English Section)

- Abercrombie, N., & Longhurst, B. (1998). *Audiences: A sociological theory of performance and imagination*. London: Sage.
- Beaudoin, C. E. (2008). Explaining the relationship between Internet use and interpersonal trust: Taking into account motivation and information overload. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 550-568.
- Berger, C. R. (1986). Uncertain outcome values in predicted relationships: Uncertainty reduction theory then and now. *Human Communication Research*, 13, 34-38.
- Berger, C. R., & Calabrese, R. J. (1975). Some explorations in initial interaction and beyond: Toward developmental theory of interpersonal communication. *Human Communication Research*, 1(2), 99-112.
- Best, S., & Dautrich, K. (2003). *Reinvigorating democracy: Generating social capital and political participation on the Internet*. Paper presented at the annual meeting of the American Association for Public Opinion Research, Nashville, TN.

- Blais, A., Gidengil, E., Nadeau, R., & Nevitte, N. (2002). *Anatomy of a Liberal victory: making sense of the vote in the 2000 Canadian election*. Peterborough: Broadview Press.
- Blais, A., Gidengil, E., Nevitte, N., & Nadeau, R. (2004). Where does turnout decline come from? *European Journal of Political Research*, 43, 221–236.
- Bourdieu, P. (1983). Forms of capital. In J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241–258). New York: Greenwood Press.
- Boyd, D. (2008). Why youth social network sites: The role of networked publics in teenage social life. In D. Buckingham (Ed.), *Youth, identity, and digital media* (pp. 119–142). Cambridge, MA: MIT Press.
- Brehm, J., & Rahn, W. (1997). Individual-level evidence for the causes and consequences of social capital. *American Journal of Political Science*, 41, 999–1023.
- Burns, N., & Kinder, D. R. (2000). *Social trust and democratic politics*. Report to the National Election Studies Board based on the 2000 NES Special Topic Pilot Study Retrieved August 17, 2012, from <ftp://ftp.electionstudies.org/ftp/nesc/bibliography/documents/nesc010112.pdf>
- Campbell, A., Gurin, G., & Miller, W. E. (1954). *The voter decides*. Evanston, IL: Row, Peterson.
- Chalaby, J. K. (2000). New media, new freedoms, new threats. *Gazette: International Journal for Communication Studies*, 62(1), 19–29.
- Chatora, A. (2012). Encouraging political participation in Africa: The potential of social media platforms. *Institute for Security Studies Situation Report*.
- Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*, 94, 95–120.
- Conroy, M., Feezell, J. T., & Guerrero, M. (2012). Facebook and political engagement: A study of online political group membership and offline political engagement. *Computers in Human Behavior*, 28.
- Corrigan-Brown, C., & Wilkes, R. (2014). Media exposure and the engaged citizen: How the media shape political participation. *The Social Science Journal*, 51(3), 408–421.
- Dekker, P., & Uslaner, E. M. (Eds.). (2001). *Social capital and participation in everyday life*. London: Routledge.
- Delli Carpini, M. X., & Keeter, S. (1996). *What Americans know about politics and why it matters*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Diener, E., Emmons, R. A., Larsen, R. J., & Griffin, S. (1985). The satisfaction with life scale. *Journal of Personality Assessment*, 49(1), 71–75.
- Diener, E., Sandvik, E., & Pavot, W. (1991). Happiness is the frequency, not the intensity, of positive versus negative affect. In F. Strack, M. Argyle, & N. Schwarz (Eds.), *Subjective well-being: An interdisciplinary perspective* (pp. 119–139). Oxford: Pergamon Press.

- Donath, J., & Boyd, D. (2004). Public displays of connection. *BT Technology Journal*, 22(4), 71–82.
- Dostie-Goulet, E. (2009). Social networks and the development of political interest. *Journal of Youth Studies*, 12(4), 405–421.
- Elin L. (2003) The radicalization of Zeke Spier: How the Internet contributes to civic engagement and new forms of social capital. In McCarthy M., & Ayers M. D. (Eds.) *Cyberactivism: Online activism in theory and practice* (pp. 97–114). New York: Routledge.
- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook “friends”: Social capital and college students use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12, 1143–1168.
- Elmer, G., McKelvey, F., & Devereaux Z. (2009). Networked publics: The double articulation of code and politics on Facebook. *Canadian Journal of Communication*, 34, 415–434.
- Flanagan, C. A., & Sherrod, L.R. (1998). Youth political development: An introduction. *Journal of social issues*, 54(3), 447–456.
- Francis, L. J. (1999). Happiness is a thing called stable extraversion: A further examination of the relationship between the Oxford Happiness Inventory and Eysenck's dimensional model of personality and gender. *Personality and Individual Differences*, 26, 5–11.
- Galston, W. A. (2001). Political knowledge, political engagement, and civic education. *Annual Reviews of Political Science*, 4, 217–234.
- Gil de Zúñiga, H., Molyneux, L., & Zheng, P. (2014). Social media, political expression, and political participation: Panel analysis of lagged and concurrent relationships. *Journal of Communication*, 64(4), 612–634.
- Georguieva, V. (2008). Voters, MySpace, and YouTube: The impact of alternative communication channels on the 2006 election cycle and beyond. *Social Science Computer Review*, 26(3), 288–300.
- Ha, L. S., Wang, F., Fang, L., Yang, C., Hu, X., Yang, L., & Morin, D. (2013). Political efficacy and the use of local and national news media among undecided voters in a swing state: A study of general population voters and first-time college student voters. *Electronic News*, 7(4), 204–222.
- Hand, L., & Ching, B. D. (2011). “You have one friend request”: An exploration of power and citizen engagement in local governments’ use of social media. *Administrative Theory and Praxis*, 33(3), 362–382.
- 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, 71–84.
- Hargittai, E. (2007). Whose space? Differences among users and non-users of social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 276–297.
- Harter, S. (1999). *The construction of the self: A developmental perspective*. New

- York: Guilford Press.
- Hodgkinson, T. (2008, February 27). With friends like these. . . . *The Guardian*. Retrieved from <http://www.guardian.co.uk/technology/2008/jan/14/facebook>.
- Holt, K., Shehata, A., Strömbäck, J., Ljungberg, E., & Nord, L. (2012, July). *Political motivation and participation: Social media as leveler?* Paper presented at International Communication Association.
- Ji-Young, K. (2006). The impact of Internet use patterns on political engagement: A focus on online deliberation and virtual social capital. *Information Polity: The International Journal of Government & Democracy in the Information Age*, 11(1), 35–49.
- Joinson, A. N. (2008, April). *Looking at, looking up or keeping up with people?: Motives and use of Facebook*. Paper presented at the 26th annual SIGCHI conference on Human Factors in Computing Systems, Florence, Italy.
- Jung, N., Kim, Y., & Zúñiga, H. G. (2011). The mediating role of knowledge and efficacy in the effects of communication on political participation. *Mass Communication and Society*, 14, 407–430.
- Kahneman, D., & Krueger, A. B. (2006). Developments in the measurement of subjective well-being. *Journal of Economic Perspectives*, 20(1), 3–24.
- Kaid, L. L., McKinney, M. S., & Tedesco, J. C. (2007). Introduction: Political information efficacy and young voters. *American Behavioral Scientist*, 50(9), 1093–1111.
- Kavanaugh, A., Reese, D., Carroll, J., & Rosson, M. (2005). Weak ties in networked communities. *Information Society*, 21, 119–131.
- Kenski, K., & Stroud, N. J. (2006). Connections between Internet use and political efficacy, knowledge, and participation. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 50(2), 173–192.
- Kim, Y., Hsu, S. H., & de Zúñiga, H. G. (2013). Influence of social media use on discussion network heterogeneity and civic engagement: The moderating role of personality traits. *Journal of Communication*, 63(3), 498–516.
- Klapper, J. H. (1960). *The effects of mass communication*. New York: The Free Press.
- Kobayashi, T., Ikeda, K. I., & Miyata, K. (2006). Social capital online: Collective use of the Internet and reciprocity as lubricants of democracy. *Information, Communication & Society*, 9, 582–611.
- Koloff, A. (2008, February 7). States push for cyberbully controls; but efforts to go beyond schools raise concerns over freedom of speech, privacy. *USA Today*, p. 3A.
- Kraut, R. E., Patterson, M., Lundmark, V., Kiesler, S., Mukopadhyay, T., & Scherlis, W. (1998). Internet paradox: A social technology that reduces social involvement and psychological well-being? *American Psychologist*, 53, 1017–1031.
- Kwak, N., Shah, D. V., & Holbert, R. L. (2004). Connecting, trusting, and

- participating: The direct and interactive effects of social associations. *Political Research Quarterly*, 57, 643–652.
- Leary, M. R., & Kowalski, R. M. (1990). Impression management: A literature review and two-component model. *Psychological Bulletin*, 107, 34–47.
- Li, X. (2011). Factors influencing the willingness to contribute information to online communities. *New Media and Society*, 13(2), 279–296.
- Lin, N. (2001). *Social capital: A theory of social structure and action*. New York: Cambridge University Press.
- McAdam, D. (1986). Recruitment to high risk activism: the case of freedom summer. *American Journal of Sociology*, 92(1), 64–90.
- McQuail, D. (2005). *McQuail's mass communication theory* (5th ed.). London: Sage.
- Michelson, M. R. (2000). Political efficacy and electoral participation of Chicago Latinos. *Social Science Quarterly*, 81(1), 136–150.
- Milner, H. (2002). *Civic literacy: How informed citizens make democracy work*. Hanover: University Press of New England.
- Newton, K. (1999). Social and political trust in established democracies. In P. Norris (Ed.), *Critical citizens: Global support for democratic governance* (pp. 169–187). Oxford, UK: Oxford University Press.
- Newton, K. (2006). Political support: Social capital, civil society and political and economic performance. *Political Studies*, 54, 846–864.
- Nie, N. H. (2001). Sociability, interpersonal relations, and the Internet: Reconciling conflicting findings. *American Behavioral Scientist*, 45, 420–435.
- Niemi, R., & Junn, J. (1998). *Civic education: What makes students learn*. New Haven: Yale University Press.
- Norris, P., & Jones, D. (1998). Editorial: Virtual democracy. *Harvard International Journal of Press/Politics*, 3(2), 1–4.
- Papacharissi, Z. (2012). Without you, I'm nothing: Performances of the self on Twitter. *International Journal of Communication*, 6, 1989–2006. Retrieved from [g/ojs/index.php/ijoc/article/view/1484](http://ojs/index.php/ijoc/article/view/1484).
- Papacharissi, Z., & de Fatima Oliveira, M. (2012). Affective news and networked publics: The rhythms of news storytelling on #Egypt. *Journal of Communication*, 62(2), 266–282.
- Park, N., Kee, K. F., & Valenzuela, S. (2009). Being immersed in social networking environment: Facebook groups, uses and gratifications, and social outcomes. *Cyberpsychology and Behavior*, 12(6), 729–733.
- Pavot, W. G., Diener, E., Colvin, C. R., & Sandvik, E. (1991). Further validation of the satisfaction with life scale: Evidence for the cross-method convergence of well-being measures. *Journal of Personality Assessment*, 57, 149–161.
- Pearlin, L. (1959). Social and personal stress and escape television viewing. *Public Opinion Quarterly*, 23, 255–259.
- Pingree, R. J. (2007). How messages affect their senders: A more general model of

- message effects and implications for deliberation. *Communication Theory*, 17(4), 439–461.
- Pingree, R. J. (2011). Effects of unresolved factual disputes in the news on epistemic political efficacy. *Journal of Communication*, 61(1), 22–47.
- Pingree, R. J., Hill, M., & McLeod, D. M. (2013). Distinguishing effects of game framing and journalistic adjudication on cynicism and epistemic political efficacy. *Communication Research*, 40(2), 193–214.
- Prior, M. (2008, April). *The stability of political interest over the life cycle*. Paper presented at the 65th Annual Meeting of the Midwest Political Science Association, Chicago, Illinois.
- Putnam, R. D. (1993). *Making democracy work: Civic traditions in modern Italy*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Putnam, R. D. (1995). Bowling alone: America's declining social capital. *Journal of Democracy*, 6(1), 65–78.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. New York: Simon and Schuster.
- Putnam, R. D. (2004, March). *Bowling together*. OECD Observer. Retrieved from http://www.oecdobserver.org/news/fullstory.php/aid/1215/Bowling_together.htm.
- Putnam, R. D., & Goss, K. A. (2002). Introduction. In R. D. Putnam (Ed.), *Democracies in flux: The evolution of social capital in contemporary society* (pp. 3–19). New York: Oxford University Press.
- Raacke, J., & Bonds-Raacke, J. (2008). MySpace and Facebook: Applying the uses and gratifications theory to exploring friend-networking sites. *CyberPsychology & Behavior*, 11, 169–174.
- Räsänen, P., & Kouvo, A. (2007). Linked or divided by the web?: Internet use and sociability in four European countries. *Information, Communication & Society*, 10, 219–241.
- Raynes-Goldie, K., & Walker, L. (2008). Our space: Online civic engagement tools for youth. In W. L. Bennett (Ed.), *Civic life online: Learning how digital media can engage youth* (pp. 161–188). Cambridge, MA: MIT Press.
- Resnick, P. (2002). Beyond bowling together: Sociotechnical capital. In J. M. Carroll (Ed.), *Human-computer interaction in the new millennium* (pp. 247–272). Reading, MA: Addison-Wesley.
- Rojas, H. (2006, June). *Orientations towards political conversation: Testing an asymmetrical reciprocal causation model of political engagement*. Paper presented at the 56th Annual Conference of the International Communication Association, Dresden, Germany.
- Rojas, H., & Puig-i-Abril, E. (2009). Mobilizers mobilized: Information, expression, mobilization and participation in the digital age. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(4), 902–927.
- Rosenberg, M. (1956). Misanthropy and political ideology. *American Sociological Review*, 21, 690–695.

- Ruggiero, T. E. (2000). Uses and gratifications theory in the 21st century. *Mass communication & society*, 3(1), 3–37.
- Scheufele, 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, 107–131.
- Shah, D. V. (2005). Information and expression in a digital age: Modeling internet effects on civic participation. *Communication Research*, 32(5), 531–565.
- 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.
- Shah, D. V., Schmierbach, M., Hawkins, J., Espino, R., & Donovan, J. (2002). Nonrecursive models of Internet use and community engagement: Questioning whether time spent online erodes social capital. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 79, 964–987.
- Shani, D. (2007, April). *Developing interest in politics: The effect of early life socialization*. Paper prepared for the Annual Meeting of the Midwest Political Science Association, Chicago, IL.
- Skoric, M. M., & Kwan, G. (2011). Do Facebook and video games promote political participation among youth? *eJournal of eDemocracy and Open Government*, 3(1), 70–79. Retrieved from <http://www.jedem.org/>.
- Smith A. (2009, Apr 15). *The Internet's role in campaign 2008*. Pew Internet & American Life Project. Retrieved from <http://pewinternet.org/Reports/2009/6--The-Internets-Role-in-Campaign-2008.aspx>.
- Stephens, M., Yoo, J., Mourao, R. R., Vu, H. T., Baresch, B., & Johnson, T. J. (2014). How app are people to use smartphones, search engines, and social media for news?: Examining information acquisition tools and their influence on political knowledge and voting. *Journal of Information Technology & Politics*, 11(4), 383–396.
- Stirland, S. L. (2007). “Open-source politics” taps Facebook for Myanmar protests. *Wired*. Retrieved April 26, 2008, from <http://www.wired.com/politics/onlinerights/news/2007/10/myanmarfacebook>.
- Stone, B. (2007, July 30). New scrutiny for Facebook over predators. *The New York Times*. Retrieved November 2, 2008, from <http://www.nytimes.com/2007/07/30/business/media/30facebook.html>.
- Turkle, S. (1996). Virtuality and its discontents: Searching for community in cyberspace. *The American Prospect*, 24, 50–57.
- Uslaner, E. M. (2002). *The moral foundations of trust*. New York: Cambridge University Press.
- 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, 875–901.
- Valkenburg, P. M., Peter, J., & Schouten, A. P. (2006). Friend networking sites

- and their relationship to adolescents' well-being and social self-esteem. *CyberPsychology & Behavior*, 9, 584–590.
- Verba, S., Schlozman, K. L., & Brady, H. E. (1995). *Voice and equality: Civic voluntarism in American politics*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Vesnic-Alujevic, L. (2012). Political participation and web 2.0 in Europe: A case study of Facebook. *Public Relations Review*, 38(3), 466–470.
- Vissers, S., & Stolle, D. (2014). Spill-over effects between Facebook and on/offline political participation? Evidence from a two-wave panel study. *Journal of Information Technology & Politics*, 11(3), 259–275.
- Vitak, J., Zube, P., Smock, A., Carr, C. T., Ellison, N., & Lampe, C. (2011). It's complicated: Facebook users' political participation in the 2008 election. *Cyberpsychology Behavior and Social Networking*, 14(3), 107–114.
- Wellman, B., Haase, A. Q., Witte, J., & Hampton, K. (2001). Does the Internet increase, decrease, or supplement social capital? Social networks, participation, and community commitment. *American Behavioral Scientist*, 45, 436–455.
- White, C. S. (1997). Citizen participation and the Internet: Prospects for civic deliberation in the information age. *Social Studies*, 88(1), 23–28.
- Williams, C. B., & Gulati, G. J. (2008). *What is a social network worth? Facebook and vote share in the 2008 presidential primaries*. Paper presented at the Annual Meeting of the American Political Science Association, Boston.
- Williams, D. (2006). On and off the 'net: Scales for social capital in an online era. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11, 593–628.
- Winston, B. (1986). *Misunderstanding media*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Xenos, M., Vromen, A., & Loader, B. D. (2014). The great equalizer? Patterns of social media use and youth political engagement in three advanced democracies. *Information, Communication & Society*, 17(2), 151–167.
- Zukin, C., Keeter, S., Andolina, M., Jenkins, K., & Delli-Carpini, M. X. (2006). *A new engagement? Political participation, civic life, and the changing*. Oxford University Press, USA.

本文引用格式

陳憶寧 (2016)。〈臉書使用者的社會資本及政治參與〉。《傳播與社會學刊》，第 35 期，頁 141–183。