



請輸入E-Mail



2020年年會論文

| [返回論文列表](#) |

篇名 社交媒體機器人在政治宣傳及科技選戰之運用：以臺灣選舉為例
Using social bots in political campaigns and technological elections in Taiwan

作者 林翠絹 王若瑜
lin WANG, JO-YU

中文摘要

台灣政治人物常透過臉書、LINE等社交媒體與民眾溝通 (Christ, 2008)。聊天機器 (chatbots) 於2016年在台灣政壇現身。2018台灣地方選戰期間，創新性強的候選人運用社交媒體機器人 (socialbot) 科技，試圖加強選民互動，以達到溝通、固票或吸引新支持者之效果(Lin & Wang, 2020)。電腦為社會行動者 (CASA; Computer as social actors) 學派指出，聊天機器人有潛力成為具人類特徵的社交代理人 (Holtgraves et al., 2007)，Gunkel (2012) 強調人工智慧機器人不僅是「人類傳播中介媒體」，隨著科技演進，它們的重要性將趨近人類被當成「另一互動者 (another interactant)」。社交機器人成為近年新興選戰科技相關文獻甚少，本研究為填補學術缺口，將社交機器人定義為「在社交媒體上以程式運作之自動化人格」(Woolley, 2018; Woolley & Howard, 2016)，研究目的聚焦於探究社交機器人在政治宣傳及競選活動之運用策略、功能及效應。本研究採用專家深度訪談及參與式觀察之混合研究方法，針對2018年九合一選舉和2020年總統大選時，台灣政治人物如何運用社交機器人進行政治宣傳和選舉活動為主題，首先透過滾雪球抽樣、進行14位專家半結構式深度訪談，目的是透過關鍵利益相關者 (stakeholders) 多元觀點，試圖建構發展中的台灣科技選戰傳播模式；再者，本研究針對2020年總統大選候選人與台北市長Line聊天機器人進行數周參與式觀察，分析這些社交機器人所傳達的訊息內容、設計及互動方式，是否增進使用者體驗。研究結果發現：政治行銷及科技專家均認為社交機器人是即

時、便宜的新興選戰工具，除了能增強選民溝通互動、政見宣導外，數據對於科技選戰意義重大，透過社交機器人的人機互動，對粉絲進行後台貼標，搜集大量使用者數據，以精準投放客製化訊息，以達到有效「圈粉」、「固粉」，更是背後關鍵目的。其次，社交機器人在設計及運用的彈性與平台開放性有關，平台業者 API 政策影響人機互動方式，相較於臉書控制嚴謹，Line 認證政治人物身分後，就能讓第三方科技開發 Line 聊天機器人。在九合一選戰中少數成功運用 Line bots 案例，因早期採用者創新傳佈的政治紅利，皆創下選戰佳績。參與觀察結果發現：2020 總統大選候選人 Line bots 主要用於傳達政見、活動宣傳，囿於人工智慧自然語言科技進展侷限，社交機器人尚無法應付複雜的語境，反而運用輔助性智慧 (Assistant Intelligence) 更能規避演算法出錯所造成政治風險，普遍做法是透過預設情境腳本進行半自動機器人溝通。最後，政治行銷專家強調：雖然社交機器人能讓競選活動即時觸及選民、加強個人化連結，但政治人物品牌是否具備可宣傳造勢的「網紅」特質，才是讓社群平台訊息有效擴散、發酵與迴響的重要基礎。

英文摘要

Socialbots have become a crucial data-driven technological election mean. This mixed-method research which used expert interviews and participant observation to investigate how Taiwanese recent elections utilized socialbots for political campaigning. We have interviewed 14 experts (technologists, platform operators, political marketers, and government officers). The findings analyze socialbots' communication model, operational strategies, and effects. Additionally, this study conducted participant observations of Line chatbots created by 2020 presidential candidates and Taipei major, in order to examine their content design and interactional processes with users. This research can advance the understanding of socialbots' applications in Taiwanese political arena.

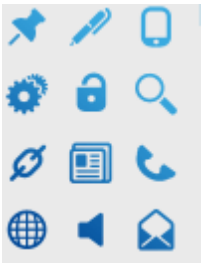
中文關鍵詞 社交媒體機器人、聊天機器人、台灣選舉、政治宣傳、科技選戰、數據導向宣

英文關鍵詞 Socialbot, chatbot, Taiwan election, political campaign, technological election, data-driven campaign

發表日期 2020/06/19

授權狀況 未授權





Copyright © 2019 Chinese Communication Society All Rights Reserved.

中華傳播學會版權所有、轉載必究

地址：116台北市文山區指南路二段64號 政治大學傳播學院研究暨發展中心

e-mail：ccs.official@gmail.com

