

積極政治參與的社會互動效應： 社群媒體及意見網絡¹

Social Interaction Effects on Active Political Participation: Social Media and Opinion Networks

華樹華²

國立中山大學政治學研究所博士生、國立政治大學傳播學院碩士

Grace, Shu-Hua Hua

PhD student, Institute of Political Science, National Sun Yat Sen University, Taiwan

Master, College of Communication, National Chengchi University, Taiwan

¹ 本文原稿發表於「社群媒體時代的政治學：新資訊社會中的台灣民主」國際術研討會（2019年12月7日），感謝劉嘉薇教授惠賜寶貴意見，並承本刊編輯委員會及兩位審查人提供進一步修正意見，謹此致謝。

² 電子郵件信箱：grace.hsh@gmail.com; 104252505@mail2.nccu.tw

積極政治參與的社會互動效應： 社群媒體及意見網絡

華樹華

國立中山大學政治學研究所博士生、國立政治大學傳播學院碩士

中文摘要

臺灣民眾為什麼積極參與政治？意見分歧的社會互動情境有利於公民積極參與政治嗎？尤其社群媒體普及化在公民社會中又扮演了什麼角色？都是了解民主社會的重要議題，政治學既有研究環繞選民相關的政治活動，並指出民眾常規式政治參與態度反映消極的現象，同時另一方面公民自主或積極地參與公共或政治事務的形式卻不衰且多樣性。本文透過2014年臺灣社會變遷基本調查計畫之公民權組（一）及公民權組（二）資料，分析社群媒體對於公民社會的關係，並進一步檢驗民眾在日常接觸中的意見網絡如何連結政治生活。主要發現：臺灣約有半數以上的民眾感覺處於異質意見網絡，而無論同質或異質網絡，逾四分之一的民眾傾向於願意改變自我的想法；社群媒體使用者在同質或異質網絡中都存有促進積極政治參與的機會，相對而言，未使用者則在異質網絡的效應比較明顯；積極政治參與的社會互動效應反映於異質意見網絡或愈弱的日常聯繫中，即離自我中心網絡愈遠、多樣性的社會圈可能有較大的機會；無論透過交叉分析或模型分析都能檢驗新媒體的效應，換言之，是否使用社群媒體對於積極政治參與顯著關聯。相較於以往政治學研究多以人口特徵較顯靜態的社會結構變項，本研究從社會網絡或社會互動的觀點補充，探討日常接觸中意見網絡的微觀民意樣態，冀望能銜接更接近人們日常中的政治生活樣貌。

關鍵詞：社會互動、積極政治參與、意見網絡、社群媒體、公民傳播

壹、前言

目前已民主鞏固的臺灣，有關藍與綠之間卻未必不是一種分歧的政治社會現象，而這又與民衆參與公共或政治事務關聯。研究發現常規形式政治參與有下降趨勢，而非常規形式則愈發多樣性（Dalton, 2008; 2009），針對臺灣民衆的實證研究也有類似結果，義務性或集體式的公民規範意識及參與顯然未增加（俞振華、翁定暉，2017；傅仰止，2014），有學者認為分歧的意見使民衆參與政治的態度更消極（譬如Mutz, 2002a; 2006），然而公民有效地參與政治是政體治理合法性的條件（Dahl, 1998），也是民意連結政治體系的重要過程（Dalton, Powell Jr, & Ström, 2014），所以，當民衆傾向避免衝突而比較不願意相互交流或參與公共政治事務，可能不利於民主社會（Putnam, 1993; 2000），千禧年後網路及新媒體的快速普及化，尤其 2011 年開始，世界各地的公民參與政治活動有增加現象，臺灣也不例外，本文檢視其中政治與社會現象的連結意涵，從日常接觸觀點延伸意見網絡及社群媒體因素微觀社會互動的情境，冀盼作為探討公民積極參與政治的途徑。

從公民權檢視公民社會時，涉及民衆對於「好公民」的了解與實踐過程，並在政治生活中互為影響，諸如公民的道德或價值觀與對於國家社群的認同及關懷的關係如何？換句話說，就是公民身分的權利義務認知（Van Gunsteren, 1998; 徐火炎，2006），臺灣共同參與國際社會調查合作計畫（ISSP, International Social Survey Program）目的即為從政治文化途徑，檢視公民規範意識、政治認同及政治參與之間的關係，其概念意涵了公民與國家的關係，ISSP 的指標從自我角色的位置，縱向連結了政治體系，橫向則連結了其他公民來測量人們如何評估公民規範或道德，即所謂「個人在政治上的想法乃由其所處之社會所決定」（Lazarsfeld, Berelson, & Gaudet, 1944 : 27），因此，自我社會網絡或社會結構位置至為重要，上述包括社會結構、心理及文化等三大取徑成為解釋政治參與的主要構念（Norris, 2002），然而有學者指出既有的政治學研究經常從人口特徵、社經背景做為社會結構途徑來了解態度與行為的關聯，忽略了社會聯繫（Huckfeldt, 1983; Knoke, 1994），特別是更深入細微地日常接觸層次能夠孕育臺灣民衆的公民意識（傅仰止，2014），民衆在彼此談論公

共事務時，可能因為政黨不同或敏感性而不主動談論政治，因此，如何能有效衡量並解釋社會互動對於公民參與政治時的行為結果？

怎麼樣才算是「好公民」？公民的道德或價值觀是重要因素。然而道德心理學研究發現，道德判斷根源自然大腦基模，因此直覺先行容易使不知覺的刻板印象人以群分 (Haidt, 2012)，以美國為例，不同的政黨認同者，甚至能夠透過某些生物指標來預測 (McCrae & Costa, 2003)，同時既有的政治行為研究大多指出政黨認同是不可或缺的變數 (譬如 Lipset, Lazarsfeld, Barton, & Linz, 1954 或 Verba, Nie, & Row, 1972 等人以來對於政治參與及投票行為研究的影響)，換言之，從文化或心理途徑研究政治參與時似乎存有人形塑或限縮性，那麼社會聯繫與互動交流是否也能連結公民規範意識？進而連結了政治參與的機會？尤其社群媒體使人物以類聚 (Kossinets & Watts, 2009)，共同情感連結呼應了天然的自我選擇現象，同時另一方面卻也發現新科技媒體使社會結構產生改變，出現鬆散及多樣形式的連結，人們有愈多機會短暫且片刻或間接的互動 (Pescosolido & Rubin, 2000)，而不強的、離自我中心網絡愈邊陲的聯繫，更容易有結構洞跨越社會圈 (Burt, 1992; 2004)，這種跨領域的機會，尤其在弱聯繫時特別具有優勢 (Granovetter, 1973)。換言之，新科技媒體是否可能帶來了其他機會改變人的文化或心理的限制性？公民身分的內涵與民主政治密切相關，其本質也將無可避免地隨多樣且變動的社會結構適應調整 (Van Gunsteren, 1998)，好公民應該要有積極參與政治的價值觀或認知 (Almond and Verba, 1963)，既有的政治經驗研究對於選舉及其相關的議題投入不勝枚舉，只是代議制度可能形塑選民身分的消極性 (Theiss-Morse, 1993)，同時另一方面非正式的或非制度形式的積極公民規範意識及參與並不多探討，尤其臺灣在全球網路化的連帶之下，如何衡量如此貼近民衆日常政治生活的互動參與？是亟待探索的議題。

臺灣民衆為什麼積極參與政治？本文從上述問題出發，探討「社群媒體」及「意見網絡」兩種日常的社會互動形式或場域，前者主要是資訊傳播科技的議題，尤其新媒體與大眾媒體具有截然不同的特徵與形式，不過既有研究大多從訊息內容、產製或傳播效應檢視，更乏探究公民規範意識 (蘇蘅等, 2016)，後者則是政治或政治傳播研究領域的論述，而有關分歧的異見對於

政治參與的研究卻有不同的結果，有些人覺得異質的意見會讓人更積極參與政治，有些人則持否定的看法（譬如 Robert Huckfeldt, 1983; Mutz, 2002），兩者均鮮少從社會連結的接觸導向概念探討公民參與政治及公共事務或侷限於選舉相關活動，且目前尚未有針對臺灣民眾為對象的研究，社會結構形貌改變，意味著人的身分角色也處於適應變動狀態，異質意見網絡透過人對於處遇的情境感知，當自我與他人意見或看法發生交互作用時所產生的政治傳播情境，能否連結到態度或行為？也就是說，即使相同身分地位或政治傾向的人，也可能個人生活經驗差異而未必抱持相同看法，當自我感知到彼此差異時，能否共同分享、包容或參與類似的政治活動？對於民主政治或公民社會都是所強調的特質，尤其科技是社會持續性的產物（Latour, 1991），換句話說，科技發展與社會實踐彼此互為影響，特別是普及化及日常化的社群媒體可被視為社會網絡精進物連結社會價值（Van Dijck & Poell, 2013），譬如自由、民主，社會網絡是衡量節點（node）之間的聯繫（ties）及其所反映的結構，也是新媒體的網絡隱喻，大眾自我傳播理論認為傳播結構改變而出現了新的互動機會，甚至是阿拉伯之春等民主運動的關鍵媒介（Castells, 2012），但是社群媒體畢竟是模擬社會連結的技術人造物，並不同於社會結構或網絡（Fuchs, 2017），同時即便透過技術物間接互動卻仍受人的社會網絡生物性所限制（Dunbar, Arnaboldi, Conti, & Passarella, 2015）。不同領域的諸多辯證使得本文的研究取徑更應努力思量如何連結與衡量，尤其臺灣民眾參與公共或政治事務的形式有所變遷，但既有研究特別關注常規性的、選舉或相關議題政治活動，對自主或積極的公民政治參與尚未更細微地深入探討政治生活中社會互動現象。

因此，本文利用 2014 年臺灣社會變遷調查的資料分析，旨在探討公民為什麼積極參與政治？是否使用社群媒體的民眾之積極政治參與是否有所差異？特別是社群媒體對於日常接觸中意見網絡的交流傳播情境與互動形式在其中扮演了什麼角色？本文接續各節的安排，首先回顧上述議題的研究背景發展，主要連結了政治、傳播與社會網絡的取徑，探討積極政治參與的社會互動與連結效應；接續說明研究的假設與實證資料分析，包括交叉分析、雙變數交叉網絡分析及統計模型分析闡述本文所探討的研究意涵；最後為討論及結論。

貳、文獻回顧

一、由公民權觀點探討政治參與

政治學領域對於政治參與的研究可與公民社會連結社會資本的關聯，譬如應關注政治或社會參與式微現象（Putnam, 1993; 2000）。公民參與政治活動是反映民主的重要變項（Lijphart, 2012; Verba, 1996），透過經驗政治發展「公民權」的意涵與實證研究，可將社會結構、認知態度及文化價值等取徑做為解釋政治參與的主要構念（Norris, 2002），包括臺灣等民主國家從「公民權」的觀點論述與實證經驗，常規性的政治參與傾向連結到消極或服從性的公民意識，非常規性的政治參與則比較連結到積極或自主性的公民意識（Bolzendahl & Coffé, 2013; 俞振華、翁定暉, 2017），意涵人更積極或更消極參與政治連結公民意識所感知的自我社會結構位置，ISSP調查中針對受訪者提問「怎麼樣才算是一位好公民？」並建構指標衡量各民主國家民衆對於公民身分的評估。

有關消極或義務性公民意識概念主要指被動服從的公民身分，通常涉及權威、連結制度的公民道德或價值層次，譬如選舉投票、不逃稅、守法、注意政府施為等連結體制範疇；而積極公民意識概念傾向自主性的公民身分感知或認知，連結他人之間共享的價值或倫理規範，譬如積極參與社會或政治團體、了解不同意見的人、為了政治、倫理道德或環保消費、幫助生活較差的人等態度指標來衡量個人公民規範意識，也就是人在政治生活中如何評估什麼是「好公民」及對於自我公民身分的角色認知或感知（Dalton, 2008; Van Gunsteren, 1998; 徐火炎, 2006），透過各種形式與他人互動交流所鑲嵌的資訊、情感或利益等社會資本，若沒有互動傳播過程，人將無法感知或理解彼此是否存有差異性（Lake & Huckfeldt, 1998; Robert Huckfeldt, Pietryka, & Reilly, 2014），「幾乎所有的政治分析者都是不知情的結構主義者」（Knoke, 1994），既有政治學實證研究常以關係導向從人口特徵、社經背景或宗教地緣等固定變項衡量社會結構，卻未必能反映連結不同群體，尤其特定的政治事務若受到敏感或情境壓力，並不能排除某些網絡存有綁定的效應（Marsden, 2000），那麼將如何衡量才能涵蓋日常生活中非常規、自主或偶發地積極政治參與？

airiti

實證研究發現政治的參與形式有所改變（Dalton, 2008），科技使人有更多自主選擇如何與他人聯繫的機會，也會有不經意或偶然的互動，尤其社群媒體的使用出現了新的社會網絡或結構（Pescosolido & Rubin, 2000），譬如以Facebook為例，臺灣是全球滲透率最高的地區，同時從網路獲取資訊的比例成為首要的媒體形式（張卿卿、陶振超，2015），透過社群媒體積極參與政治是民主過程中重要的媒介（Castells, 2007; 2012），普及化的社群媒體雖然是日常與人接觸的一種形式或場域，仍有不少人完全未使用，無論是否使用社群媒體，人們互動連結彼此相互交融，所以人口特徵或社經背景可不可以充分代表社會結構的意涵與衡量？從社會網絡觀點認為這樣的測量容易忽略到人與人之間連結的互動交流（Robert Huckfeldt & Sprague, 1983, 1995; Knoke, 1994; Lake & Huckfeldt, 1998），尤其社群媒體是模擬社會網絡的人造技術物（Fuchs, 2017; Van Dijck & Poell, 2013）。從政治參與既有的研究架構借鏡，或可嘗試結合更細微的互動形式觀點連結社會結構、政治態度和政治文化與應用，探知公民傳播過程的看法與態度，如何將新媒體與網絡的研究取徑概念應用探索日常與政治生活的交融，是公民社會亟待探討的重要議題。

二、意見網絡與異質性

人不僅在社會中即使在社群媒體的場域也可能具有多樣性的身分，既有的政治或社會研究從人口特徵、社經背景測量社會結構位置反映身分或角色，若無法有效捕捉人的行動面或能動性，是否足以涵蓋情感或工具的資源連結？接觸導向的研究觀點具有意義，此途徑從臺灣開始發展建構社會參與形式及行為態度相關論述，不僅適用於臺灣政經背景與社會環境，並經由國際同儕信效度及精簡度的檢證獲得認可，接觸導向測量涵蓋各種形式或場域互動（Fu, 2005a; 2005b; 傅仰止，2014），經由社會變遷調查指出臺灣民衆目前接觸對象有異質化的現象，顯示可能跨出平常互動領域和不相熟的人接觸，這種異質成分對於民主社會有重要意涵（傅仰止，2014），但是人們究竟如何在互動傳播情境中感知並決策？則需視個人的經驗才能探求。

參與公共或政治事務時，不僅與社會角色相關，個人的心智、態度甚或公民道德價值觀也會直觀自我選擇（Haidt, 2012），若是自我能夠選擇時，大

多數人會希望與相似的他人連結（Kossinets & Watts, 2009），脈絡效應使個人關係趨於同質性（Blau & Schwartz, 1984; Feld, 1981:940; Mallerhorst, Volker, & Feld, 1981; Mollenhorst, Völker, & Flap, 2008），換言之，在什麼地方遇到了什麼人，可能並非絕對的巧合，人不希望自我是孤立的，同時與外在連結時卻可能存在了不同面向且不知覺的形式制約。人究竟如何辨識出他人是否同好呢？通常須先接觸後互動再透過感知的交流傳播過程來評估。日常接觸有些是自主選擇的，有些則是脈絡（context）因素比較不能隨心所欲的，個人網絡受到周圍環境特定配置所限制（Huckfeldt, 1983; Huckfeldt and Sprague, 1995; Lake and Huckfeldt, 1998），於是，有些人會選擇與某些人交往並避開某些人談論政治，然而，人有時無法完全控制資訊來源與接觸對象（Huckfeldt & Sprague, 1987; 1995），個人網絡日常接觸的政治討論資訊成本通常以機會形式實現（McPhee et al., 1963），互動時的政治內容容易不經意地在日常溝通中偶然出現（Huckfeldt, Beck, Dalton, & Levine, 1995; Huckfeldt, Pietryka, & Reilly, 2014），目前研究爭點主要在於衝突或分歧的異見對於參與政治的影響有不同看法，有些人認為當人發現彼此意見不同時會希望進一步了解對方的想法，於是傾向於積極的政治參與（Habermas, 1989; Robert Huckfeldt & Sprague, 1995），有些人則認為意見不同使人預期不協調的衝突產生反動員效應（Großer & Schram, 2006; Leighley, 1995; McClurg & Lazer, 2014; Mutz, 2002a, 2006; Ulbig & Funk, 1999），還有人主張異質意見因個人經驗有不同的政治參與結果（Beck, Dalton, Greene, & Huckfeldt, 2002）。

面臨各種日常接觸或互動處遇時如何評估或決策是細微的傳播過程，如果沒有與資訊交互作用則原初的判斷不起作用（Huckfeldt & Sprague, 1987, 1995; Huckfeldt et al., 2014; Knoke, 1994），民主或公民社會中不同的政治觀點鼓勵更多的反思（Habermas, 1989; Stouffer, 1955），包容相異的他人對民主社會有重要意義，人在政治傳播的互動過程也可能期待自我發揮影響他人的能力，政治網絡處境中鑲嵌了權威、權力、影響力或壓力（Knoke, 1994），社會網絡研究著重於檢視社會結構，蘊含了微觀連結巨觀的中介性，社會結構的階級身分在同質或熟悉的關係有穩定感，同時也存在交叉壓力，隨著網絡愈大離核心社會圈愈邊陲時，異質化的程度愈高或弱聯繫的機會更多（Granovet-

ter 1973; Marsden, 2000; Kadushin, 2012; Mutz, 2002a)，也就是說，和愈多不同人群相處在短暫、即時或間接互動中，多樣性身分未必能被充分反映特定關係中的權威或權力效應（Knoke, 1994; Lake and Huckfeldt, 1998; Huckfeldt et al., 2014），透過互動一方面形塑後續的互動（Goffman, 1959），另一方面可能傳播夾帶了政治線索，影響個人參與決策（Huckfeldt, 1979; Kenny, 1992; Weatherford, 1982），同時政治生活的異質網絡也可能使人意識到對立的情境（Mutz, 2002b; Mutz, 2006），所以在形形色色的接觸互動中，人可能感知到程度不同的異質情境。

日常生活中與他人互動可能不經意地連結到政治態度感知（Lazarsfeld, Berelson, & Gaudet, 1944），偶然的意見交流時反而比較有機會形成討論空間，互動的情境有利感知或評估彼此的想法或意見（Robert Huckfeldt & Sprague, 1995; Zaller, 1992），同一個人在不同身分角色經驗使能動性可能有不同結果（Bott, 1943; Burt, 1987）。也就是說，在各種互動場域情境中，是否與人討論哪些事物或深入程度，是透過自我結構或網絡身分或角色評估和決策，那麼如何測量這種接觸交流或互動情境中所反映的行動面？人際意見網絡互動情境的概念透過具有時序的問題加以測量，以 XY 軸的比喻來說明操作，X 軸是首先向受訪者提問「請問談論社會上發生的事情的時候，常不常會有人意見和您不同？」Y 軸是緊接著再問「請問您跟人談論社會上發生的事情以後，常不常改變過您原來的想法？」的兩個緊密順序問項。

依個人各有其所在的橫軸與縱軸四個象限位置感知與交互評估，呈現自我與外在世界連結及互動結果，人未必能完全自主選擇網絡接觸對象，也就未必保證意見網絡絕對同質性，人際意見網絡情境不僅是一種機會，且同質意見網絡不代表不遇到意見不同的人，可能是自我感知所得到的評估，動態情境中有些人經常感覺傾向於同質性，或有人經常感到自我處於意見不同的異質情境，均面臨調適自我與他人關係的評估或決策，本文透過測量個人意見網絡互動情境經驗感知的指標探討積極政治參與的內涵。

政治學的社會結構理論或途徑認為人的結構位置存有資源分歧，形塑投票或政黨等政治參與，同時另一方面又指出日常互動中，不經意地觸及公共事務討論時，具有重要影響力（Lazarsfeld, Berelson, & Gaudet, 1944），也就

是說不僅固著的社會結構能連結自我身分，即使動態、片刻或即時間接的傳播、互動也能反映公民的認同、態度或行爲。公民參與政治及社會網絡的古典論述即已闡述日常生活人際互動情境的感知具有重要經驗意涵，涵蓋了接觸的形式、場域或傳播，特別是行動面或能動性值得進一步探究，跨國研究發現「好公民」意識不盡相同，部分因社會內生分歧（Marquart-Pyatt and Paxton 2007），然而接觸可能存有改變刻板印象的機會（Allport & Morris, 1954），臺灣民衆藍綠效應在接近投票日時的感受可能愈明顯，不過非選舉的政治生活畢竟佔了多數，且藍綠政治認同也許並未消失，人在不經意偶然地互動過程中或許未必全然難以互動、理解或信任，而不同政治傾向的民衆是否也可能有類似的政治參與？

三、社群媒體與積極政治參與

人有著與社會連結的欲望或需求，同時也期望能更自主的選擇（Simmel 1908a; 1922: 163），從政治參與連結到社會參與，目的在於社會學與政治學的古典論述及連結兩者的傳播互動邏輯，即自我與外在世界連結的假定。人們日常接觸時不僅僅是互動，還可能摻雜了政治內容（Huckfeldt & Sprague, 1995; McClurg, 2003），生產或傳播工具對於社會具有結構轉型的影響力（Durkheim, 1893; Pescosolido & Rubin, 2000; Latour, 1991），媒介研究指出技術形塑人的所有面向（McLuhan, 1964），2011 年阿拉伯之春的政治活動展現社群媒體的社會或政治動員，2013 年臺灣民衆從網路獲取資訊的比例已成爲首要形式，中介的社群媒體普及化伴隨社會聯繫成爲互動形式之一，網路或新媒介普及化的社會仍有不少人未曾使用，新媒介或技術工具能否反映不同群體的行爲或強化了某些社會互動的邏輯或特徵？其中細微的過程對於政治參與具有重要的經驗意義。

藍、綠、婉君或鄉民……臺灣民衆對於這些字眼也許不知覺地浮現一些刻板印象或觸發了一些情緒。人的決策具有快速自動與意識邏輯雙重系統（Kahneman, 2011），心腦演化使人先直觀後合理化的模式運作（Greene, 2017），有研究指出政治判斷與性格特質開放或保守的偏好相關（McCrae & Costa, 2003），或認爲政治傾向連結道德判斷時主要仰賴直覺和情緒（Haidt,

2012），容易選擇同好而逐漸人以群分缺乏了多樣性。譬如，選舉敗選的一方的自我解釋，可能認為對方陣營支持者被蒙蔽了，當下一次政黨輪替時，原本的贏家成為輸家也或許抱持類似的看法。結合社會網絡與社群媒體研究發現人仍受生物本質的情感認知與時間因素所制約（Marcus, 1999; Dunbar, Arnaboldi, Conti, & Passarella, 2015），不過，即使受到心腦的制約或引導，日常生活中人仍必須透過各種形式的接觸互動來連結彼此。

科技是社會持續性的產物，與社會情境交互作用無法分割（Latour, 1991），網路媒體普及化成為許多人日常溝通的重要場域，從傳播觀點強調媒介技術中介性，在不知覺地形式化生活各個面向（McLuhan, 1964; Van Loon, 2007），尤其新媒體擁有互動性與網絡化的機制或特徵（Lister & Dovey, 2008），其中社群媒體是社會聯繫的形式或場域之一，具有點與點（node）之間聯繫（ties）所形成網絡組織原型的特徵（Castells, 2007, 2012），同時扣連社會網絡、社會關係所鑲嵌的資源，並能夠與政治參與連結（Holt, Shehata, Strömbäck, Ljungberg, & Nord, 2012）。且社群媒體模擬社會網絡連結了社會價值（Van Dijck & Poell, 2013），也就是說社群媒體雖是人造技術物非等同於社會網絡，但需伴隨社會網絡才能生成連結，可能強化直觀的情感認知或價值觀，反映了人自然生物的某些本質。

從大數據研究途徑指出人在社群媒體的場域有物以類聚現象（Kossinets and Watts, 2009）、臺灣民衆在社群媒體連結政治議題的網路聲量主要因情緒而觸發（蘇蘅等，2016），近年來許多國家發生的社群媒體政治或社會動員效應受到重視，是否反映工具技術介入社會連結效應？形式再中介提供的是部分的社會關係與經驗，但並非取代原有的社會互動（Bolter and Grusin, 1999），換言之，新的媒介形式持續不斷再組合，較舊的媒介成為再中介的內容，此外，社群媒體去中心化傳播形式的另一項特徵，強調社會網絡快速擴散的互動，擴大接觸範圍的機會（Miller and Krosnick, 2004），臺灣民衆與人互動範圍有增大的現象，社群媒體的接觸是各種互動形式或場域之一，被含括於社會網絡形式內，同時這種互動場域是透過人機互動的媒介技術來達成，或也能探究這種接觸或互動條件與積極政治參與的關聯。

直覺快速形成後再合理理解自我的自然天性，使人直覺先於理性不易察

覺自我看法是否為真，也不利與立場相異者溝通理解，類似的論述預設了一種當自我感知他人相異時容易難以互動的推論，未必能完全捕捉日常互動的行動面或隱含的異質成分與機會，人互動的對象、場域或形式有親疏遠近可能有不同的情境感知，譬如與不熟的人接觸或交談時，大多數人未必關心對方政治傾向，同時臺灣民衆的非集體性社會資本或公民意識有增加現象，反映陌生不熟或多樣性的接觸對象存有孕育行動力的機會，換言之，即使身分地位相同的人對於公共事務未必抱有相同看法，社群媒體傳播結構中的身分與社會結構或身分未必完全相同，這種與社會結構或網絡交疊但非等同的技術是否中介或強化某些網絡互動，本研究假設社群媒體的使用在日常或政治生活存有相關，並進一步反映在社會結構、政治心理態度及文化途徑亦存有差異，且日常接觸人數愈多、意見網絡蘊含愈多異質成分，愈有利於連結積極參與政治。

人雖然有著先天的限制或引導，不過，長時間來看也有其理性的過程，多樣性的日常接觸反映了社會互動機會，伴隨普及化、行動化社群媒體提供更多自主選擇機會，像是資訊來源及如何與他人互動（McMillian, 2006），當人遇有這種機會時如何將異質成分與行為決策連結？尤其社群媒體既是日常生活社交的形式，亦是場域，亦是媒介，與日常生活交融，換句話說，新媒介或社群媒體不僅是訊息的裝置，這種人與媒介、人與人的活動中介性，同時在連結中也鑲嵌了各種情感或工具的資源孕育能動性，亟待進一步從社會互動概念，來探討日常接觸與意見網絡對於積極政治參與的關係。

參、變項和測量

本文分析的資料包括三部分，利用2014年臺灣社會變遷調查公民權組（一）及公民權組（二）的面訪調查資料³，第一部分分析是結合二組資料透

³ 本論文資料採用臺灣社會變遷基本調查第六期第五次計畫公民權組（一）為國際社會調查計畫（ISSP, International Social Survey Program）的共通題組（並含ISSP 2014「公民權」核心題組），公民權組（二）為臺灣特定題組，由中央研究院社會學研究所執行，共計成功完訪 1875 份。本次抽樣與加權工作所使用之母體資料是內政部 102 年度 12 月份人口統計資料，公民權組成功樣本於「教育程度」和「年齡」偏離母體結構，本文資料採用資料釋出時的樣本「不等機率加權權值」以及「多變項反覆加權法的權值」。

過交叉分析社群媒體這項指標的媒介使用與日常生活或政治生活的關聯性，包括日常接觸的網絡大小、政治資訊取得、政治心理態度、意見交流、人口特徵及社經背景等與公民社會或積極政治參與論述相關的重要變項；第二，意見網絡的資料處理利用雙變數交叉網絡組成互動傳播情境變數；第三，利用模型比較既有論述與上列社會互動指標如何反映臺灣民衆積極政治參與的重要傾向，相關變項的摘要列於附表1。主要考量該問卷公民權組（一）資料是國際共通題組，從政治文化途徑檢視公民身分的認知、態度與行爲，公民權組（二）資料是臺灣加掛的政治傳播特定題組，調查設計符合本研究欲探討民衆日常生活中檢視公民身分、政治生活與傳播互動情境的關係。

一、主要的社會互動變項

首先，針對主要社會互動形式「社群媒體使用」的問項：

請問您有沒有使用社群網站？（臉書 Facebook、部落格 Blog、Youtube 等）

(1) 有 (2) 沒有

表1 社群媒體之使用人次數分配

社群媒體	次數	百分比
使用人	1021	54.45 %
非使用人	854	45.55 %
總計	1875	100 %

資料來源：臺灣社會變遷基本調查（傅仰止，2014）。

社群媒體使用次數分配結果如表 1，其中使用人 1,021，非使用人 854，總樣本數共 1,875，使用與否並非指群體彼此不會有接觸的機會，主要檢視使用社群媒體的接觸或互動形式、場域，又或使用此新媒介的介入是否有所差異，爲了呈現社群媒體使用人在日常或政治生活的相關性，首先以交叉分析初步比較媒介形式使用人與非使用人的調查結果；另一個社會互動或網絡變項是「日常接觸」，從社會網絡或結構的內涵來區分，實際的問項：

請問您平常一天裡面，從早到晚總共大概跟多少人接觸？（包括點頭、打招呼、講話、打電話、寫信、透過電腦網路，對方是認識或不認識的都算。）

- (1) 0-4人 (2) 5-9人 (3) 10-19人
(4) 20-49人 (5) 50-99人 (6) 100人以上

由於各項答案呈現有序特徵，進一步實際模型分析時依據日常接觸人數的範圍程度將六個選項合併為高中低三項：(1) 接觸度高，(2) 接觸度中，(3) 接觸度低（將原 1、2 項合併為低度 10 人以下；3、4 項合併為中度 11-49 人，5、6 項合併為高度 50 人以上，並按高低排序編碼，即數字愈大接觸人數愈多）；另一重要的互動變項，針對常不常跟認識或不認識的人談論政治、經濟、社會等公共事務，測量接觸對象的意見網絡資料處理分為二階段，首先「異質感知」的問項⁴：

請問談論社會上發生的事情的時候，常不常會有人意見和您不同？

- (01) 常常 (02) 有時候 (03) 很少 (04) 幾乎沒有

接續「態度評估」的問項：

請問您跟人談論社會上發生的事情以後，常不常改變過您原來的想法？

- (01) 常常 (02) 有時候 (03) 很少 (04) 幾乎沒有

首先將上列兩變項初步檢視對於社群媒體使用的關係，其次，將雙變項交叉組合為「意見網絡」變項，反映接觸與互動過程的傳播情境，作為積極政治參與的影響變數，合併感知與評估重組後的意見網絡歸為四類，同質感知並不常改變想法歸為「類型一」，異質感知且不常改變想法歸為「類型二」，同質感知並願改變想法歸為「類型三」，異質感知且願改變想法歸為「類型四」。社會網絡中親疏遠近的接觸形式涵蓋了由背景脈絡、主動地選擇或偶然不經意地交會等各種機會，人在自然的互動情境中容易進入持續地「前台」與「內在心理歷程」作用（Goffman, 1967），即與他人互動時感知彼此是否有差異，形塑或評估自我後續的態度或行動，這樣的交互作用將以持續或動態的方式進行。

⁴ 本問項為承續問項：請問您過去一年來常不常跟人（認識或不認識的人都算）談論社會上發生的事情（包括政治、經濟、社會各方面）？(01) 常常 (02) 有時候 (03) 很少 (04) 幾乎沒有

二、依變項

公民在政治生活中的身分認知即為公民權（citizenship）的內涵（Van Gunsteren, 1998），公民權的經驗研究從政治文化觀點主要檢證好公民（good citizen）認為應該如何作為（徐火炎，2006）？也就是分析民衆在政治體系中的認知、態度或規範意識如何在公民社會中實踐，本文定義「積極政治參與」包括下列八種參與政治、社會等公共事務的類型計次累加作為依變項，強調公民傾向自主性或主動積極性的政治參與行為，問項如下：

下面是一般人可以採取的一些政治或社會行動。請問您過去有沒有做過或將來會不會做這些事？

- a. 請願（簽名）連署；
- b. 因為政治的、倫理（道德）的或是環保的理由拒絕購買或是特別去購買某些產品；
- c. 加示威遊；
- d. 加政治集會或造勢活動；
- e. 找政治人物或公職人員表達您的看法；
- f. 捐錢給某個社會或政治活動，或者幫他們募款；
- g. 透過媒體去表達您的看法；
- h. 透過網路表達您的政治想法。

針對每種政治或公共事務的自主性或積極性參與經驗有四個選項，本文操作定義以「過去一 中有參與」上列特定行為做為編碼，依個人參與次數愈高代表愈主動或積極參與政治或公共事務。

- (1) 過去一年中您有做過這件事；
- (2) 在更早以前您有做過這件事；
- (3) 就算過去沒有做過，將來您有可能做這件事；
- (4) 過去沒有做過，而將來無論在什麼情形下您也不會做這件事。

進一步檢驗時為符合依變項積極政治參與的正整數計次形式採用泊松迴歸模型（Poisson Regression Model）分析，特別說明的是受限依變數模型的數值結果無法逕為係數解讀（Long, 2007; Long and Freese, 2014），為使資訊有效理解本文再經由邊際總效應（AME）分析，並以此結果做為報告。

表2 (依變數) 積極政治參與次數分配表

參與次數	合計	百分比	累計百分比 / CDF
0	674	38.17	38.17
1	440	24.92	63.08
2	275	15.57	78.65
3	164	9.29	87.94
4	102	5.78	93.71
5	57	3.23	96.94
6	37	2.1	99.04
7	10	0.57	99.6
8	7	0.4	100
樣本	1,766	100	

資料來源：臺灣社會變遷基本調查（傅仰止，2014）

三、自變項及控制變項

根據既有論述及實證研究，從政治文化途徑或觀點，「公民意識」或規範認知是連結本文依變項的重要自變項之一，也是 ISSP 調查的核心題組，即民眾認為好公民應然的道德價值觀是什麼？透過因素分析斜交轉軸後歸為積極及義務兩類規範意識或認知，將在下文闡述詳細的分析，調查問項為：

怎麼樣才算是一位好公民，不同的人有不同的意見。如果 1 表示「一點都不重要」，7 表示「非常重要」；那麼，請問您個人認為下列各種說法，對作為一位好公民的重要程度是怎樣？以積極規範意識為例，分數愈高表示愈認同公民之間關懷、尊重的態度，諸如幫助生活比較差的人、考量環保地消費或積極參與政治、社會公共領域，對於好公民的角色愈重要（選項及分析請參附表 1）。

控制變項以學理及既有實證研究三個主要途徑的變項為依據，政治態度包括政黨傾向（泛藍、泛綠及中立三項，以中立無政黨傾向為參照樣本）、外在政治效能感、內在政治效能感及政治興趣；社會結構途徑之人口特徵或社經背景包括性別（以女性為參照樣本）、年齡（以數位住民的觀點分為三組，18-

37 歲、38-53 歲及 54 歲以上，以 18-37 歲為參照樣本）、教育程度（分為五類，以國小為參照樣本），職業（依行業別分為五類，以農林漁牧業為參照樣本）。

肆、社群媒體與日常或政治生活的關聯分析

社群媒體的媒介技術使用在近年各種問卷調查中，通常會列出相關的問卷題目⁵，但是在操作分析及選取調查資料庫時容易碰到的問題，首先是什麼樣的調查研究比較能反映公民身分或公民意識？由於問卷調查題組應有其理論架構支持的問卷脈絡或情境，所以不容易找到完全與研究者議題相符合的調查資料；其次可能隱含的問題是各種新媒體技術持續地出現或交疊，種類眾多無法逐一列出，而各種調查研究列舉的類別不太一致，什麼樣的新媒體算是「社群媒體」？第三是社群媒體的使用就目前的科技能力而言，尚無法未連線即能連結網路，且伴隨科技進步時有創新，並不容易客觀地跨年比較技術形式彼此之間的交互關係，所以最簡單或有效的標準應該是以具有與公民身分或公民社會意旨相符的調查研究來進行衡量。

本文採用的操作定義界定「社群媒體使用」必須上網連線且不論使用何種社群媒體都算，也就是以個人社交層面或社會網絡作為操作定義，且以「有使用」來進行分析，並將使用社群媒體區分為有使用及未使用此社會互動的形式或場域，同時意涵了透過中介的媒介來達成這類社會網絡的連結。首先分別檢視在日常生活及政治生活中的關聯性，如表 3 所列，臺灣民衆是否使用社群媒體初步反映了相關性，接近本文上列所預期，不過其中在情緒層面顯示並非直接或顯著相關，與既有文獻認為社群媒體的媒介具有情感或情緒的共鳴連結似乎尚待更多的實證研究。在取得政治資訊的媒介列舉報紙、電視、廣播及網路等類別，反映使用社群媒體與否可能存有相關；政治心理態度或行為諸如政黨認同傾向、政治效能感及投票行為也和是否使用社群媒體潛在相關，不過，社群媒體使用者在政黨傾向項目綠大於藍，而未使用者則藍大於綠，雖然兩群

⁵ 傳播學、商業管理或社會學領域對於類似的社群媒體，通常又有其他像是社交媒體、社交網站、社群網站或平台等稱呼，本文以社群媒體統稱比較貼近研究意旨。

的外在政治效能感差異不顯著，但是內在政治效能感反映社群媒體使用者相對比較關注政治或公共領域；對於公共或政治意見表達中感知與他人不同的異質成分、是否願意調整或維持自我看法的民眾在社群媒體的使用上也有所差異；人口特徵中的數位世代可能有所差異，而性別則相關性不顯著；個人社會網絡或日常接觸人數反映使用社群媒體形式存有相關；情緒層面像是未來生活悲觀或樂觀、最近快樂或不快樂，與社群媒體使用的連結並未呈現直接相關性，換言之，媒介化論述認為技術形式化了社會各層面的假設尚待未來進一步探討，將暫不納入模型檢驗。

表3 社群媒體與日常、政治生活之交叉分析

		社群媒體			
		有使用	未使用	加總	
(1) 政治媒介：獲得政治資訊的媒介					
a. 報紙	否	297 (39.29%)	459 (60.71%)	756 (100%)	$\chi^2 = 123.8734^{***}$ P < 0.001
	是	720 (65.45%)	380 (34.55%)	1100 (100%)	
	加總	1017 (54.8%)	839 (45.2%)	1856 (100%)	
b. 電視	否	51 (34.23%)	98 (65.77%)	149 (100%)	$\chi^2 = 27.3824^{***}$ P < 0.001
	是	968 (56.48%)	746 (43.52%)	1714 (100%)	
	加總	1019 (54.7%)	844 (45.3%)	1863 (100%)	
c. 廣播	否	625 (49.02%)	650 (50.98%)	1275 (100%)	$\chi^2 = 53.1995^{***}$ P < 0.001
	是	391 (67.18%)	191 (32.82%)	582 (100%)	
	加總	1016 (54.71%)	841 (45.29%)	1857 (100%)	
d. 網路	否	167 (18.76%)	723 (81.24%)	890 (100%)	$\chi^2 = 884.8164^{***}$ P < 0.001
	是	853 (87.4%)	123 (12.6%)	976 (100%)	
	加總	1020 (54.66%)	846 (45.34%)	1866 (100%)	
(2) 政治心理與行為					
a. 政黨傾向	泛藍	149 (42.09%)	205 (57.91%)	354 (100%)	$\chi^2 = 27.0045^{***}$ P < 0.001
	泛綠	162 (56.45%)	125 (43.55%)	287 (100%)	
	無	710 (57.54%)	524 (42.46%)	1234 (100%)	
	加總	1021 (54.45%)	854 (45.55%)	1875 (100%)	
b. 外在政治效能感	低	453 (54.78%)	374 (45.22%)	827 (100%)	$\chi^2 = 7.2810$ P = 0.026
	中	294 (62.16%)	179 (37.84%)	473 (100%)	
	高	266 (55.42%)	214 (44.58%)	480 (100%)	
	加總	1013 (56.91%)	767 (43.09%)	1780 (100%)	

c. 內在政治效能感	低	170 (42.61%)	229 (57.39%)	399 (100%)	$\chi^2 = 51.5383^{***}$ P < 0.001
	中	526 (58.38%)	375 (41.62%)	901 (100%)	
	高	308 (66.52%)	155 (33.48%)	463 (100%)	
	加總	1004 (56.95%)	759 (43.05%)	1763 (100%)	
d. 是否有投票	否	346 (74.25%)	120 (25.75%)	466 (100%)	$\chi^2 = 97.9788^{***}$ P < 0.001
	是	675 (47.91%)	734 (52.09%)	1409 (100%)	
	加總	1021 (54.45%)	854 (45.55%)	1875 (100%)	
(3) 政治意見、想法與討論					
a. 異質感知：意見是否常不同	不常	379 (57.51%)	280 (42.49%)	659 (100%)	$\chi^2 = 12.2658^{***}$ P < 0.001
	常	545 (66.38%)	276 (33.62%)	821 (100%)	
	加總	924 (62.43%)	556 (37.57%)	1480 (100%)	
b. 態度評估：想法是否常改變	不常	629 (59.51%)	428 (40.49%)	1057 (100%)	$\chi^2 = 13.2704^{***}$ P < 0.001
	常	294 (69.67%)	128 (30.33%)	422 (100%)	
	加總	923 (62.41%)	556 (37.59%)	1479 (100%)	
c. 常不常政治討論	不常	625 (66.07%)	321 (33.93%)	946 (100%)	$\chi^2 = 03.3925^{***}$ P < 0.001
	常	396 (42.67%)	532 (57.33%)	928 (100%)	
	加總	1021 (54.48%)	853 (45.52%)	1874 (100%)	
(4) 人口特徵					
a. 年齡	18-37	619 (94.22%)	38 (5.78%)	657 (100%)	$\chi^2 = 928.5418^{***}$ P < 0.001
	38-53	326 (59.82%)	219 (40.18%)	545 (100%)	
	54以上	76 (11.33%)	595 (88.67%)	671 (100%)	
	加總	1021 (54.51%)	852 (45.49%)	1873 (100%)	
b. 性別	女	491 (52.18%)	450 (47.82%)	941 (100%)	$\chi^2 = 3.9414$ P = 0.047
	男	530 (56.75%)	404 (43.25%)	934 (100%)	
	加總	1021 (54.45%)	854 (45.55%)	1875 (100%)	
(5) 生活、情緒與日常接觸					
a. 未來兩三年的生活感	悲觀	301 (53.37%)	263 (46.63%)	564 (100%)	$\chi^2 = 2.8413$ P = 0.092
	樂觀	715 (57.61%)	526 (42.39%)	1241 (100%)	
	加總	1016 (56.29%)	789 (43.71%)	1805 (100%)	
b. 最近的日子感	不快樂	134 (47.02%)	151 (52.98%)	285 (100%)	$\chi^2 = 8.3132$ P = 0.004
	快樂	886 (56.25%)	689 (43.75%)	1575 (100%)	
	加總	1020 (54.84%)	840 (45.16%)	1860 (100%)	
(6) 日常接觸					
	0-4人	21 (21.43%)	77 (78.57%)	98 (100%)	$\chi^2 (5)$ =155.5093 ^{***} P < 0.001
	5-9人	109 (36.70%)	188 (63.30%)	297 (100%)	
	10-19人	232 (48.84%)	243 (51.16%)	475 (100%)	
	20-49人	374 (62.75%)	222 (37.25%)	596 (100%)	
	50-99人	173 (67.05%)	85 (32.95%)	258 (100%)	
	100人或以上	112 (79.43%)	29 (20.57%)	141 (100%)	
	加總	1021 (54.75%)	844 (45.25%)	1865 (100%)	

資料來源：臺灣社會變遷基本調查（傅仰止，2014）

進一步針對核心自變數與依變數透過皮爾森相關係數分析矩陣，排除遺漏值後，如表 4 所示，社群媒體使用轉換為比例數值後，再與公民規範意識、日常接觸人數及積極政治參與等變項彼此兩兩相關，比較特別的是社群媒體使用與義務性公民規範意識呈負相關。上列的交叉分析初步衡量潛在關聯性，但能否真的反映了多元且相互包容的民主核心價值？這個問題背後涉及了公民自我身分感知與細微的心理評估或決策，本文在檢驗社會互動效應時，依據調查的原始題目，另外嘗試藉由政治傳播過程的評估，由意見交叉網絡組成四類來檢驗。

表4 公民意識、社會互動及參與行為相關性分析

	義務公民意識	積極公民意識	社群媒體	積極參與	日常接觸
義務公民意識	-	-	-	-	-
積極公民意識	0.375***	-	-	-	-
社群媒體	-0.206***	0.025	-	-	-
積極參與	0.048	0.160***	0.187***	-	-
日常接觸	-0.038	0.092***	0.252***	0.175***	-

說明：相關分析矩陣已自動刪除有遺漏值的觀察值（放入分析的資料所有欄位都有數值。）Computed correlation used pearson-method with listwise-deletion.

資料來源：臺灣社會變遷基本調查（傅仰止，2014）

伍、社會互動的異質成分與影響力

公民社會或民主政治強調參與公共或政治事務至關重要，從社會網絡觀點認為傳播或互動過程中勢必連帶鑲嵌了工具或情感性各種資源，反映公民身分既連結縱向政治或公共體系亦橫向與其他公民聯繫，在形形色色、持續不間斷的社會互動場域、形式或傳播中，異質性有益於公民學習彼此包容，臺灣民眾日常接觸對象陌生人比例有增加趨勢，從人數推論社會互動異質成分的多寡，主要延伸社會網絡邊陲度或弱聯繫的既有論述，但仍不直接衡量異質性（傅仰止，2014），日常生活中異質成分的機會能否反映政治意義？社群媒體是社會互動的形式或場域之一，在其中又扮演了什麼角色？

政治是一種權力或影響力的過程及結果（Knoke, 1994），人在政治傳播的互動或連結中，不僅具有親疏遠近的各種資源鑲嵌，同時附隨了可能相應的權威、權力或影響力等政治線索，透過語言、表情或肢體等各種顯性或隱性的前台效應，形塑人內在心理評估歷程，本文透過日常接觸的意見網絡檢視公民不經意、偶發的政治傳播或意見交流中，從感知異質成分與自我態度或行動評估的組合，進一步檢驗意見網絡隱含的異質性與影響力如何連結公民積極政治參與，因此，上列表3部分顯示在「異質感知」及「態度評估」分別對於社群媒體使用有顯著差異，整體而言，臺灣民衆社群媒體使用者中約佔六成，異質感知比未使用者的五成略高一成；在意見互動情境下自我評估願改變想法的人，使用社群媒體的群體中約 32%，未使用者中約 23%，民衆在日常接觸中的異質感知與自我態度評估，對於社群媒體使用具顯著關聯；儘管如此，但人的判斷必定與資訊交互作用下才有意義（Huckfeldt & Sprague, 1987, 1995; Huckfeldt, 2014），因此，人評估或決策的關鍵在於感知「異質」時，人雖表明願意包容多元不同的人，但當面臨實際衝突或分歧時卻可能有不同的決策，換言之，透過社會互動細微的意見網絡分析具有重要意義，一是公民橫向彼此連結交換的途徑，二是由於異質感知與態度評估具有顯著差異，使個人縱向政治參與創造了可能潛在的機會，也就是說，認為他人意見不同時，抱持願意改變自我想法可能顯示包容的態度、或維持自我想法的人可能期待能夠影響他人，然而在互動情境感知異質成分是一種隱形且動態的閾值，可能因個人經驗有所不同，因此，本文接續以雙變數交叉組合「意見網絡」概念，分析分歧或異質意見網絡中可能被改變意願的機會，社群媒體是形形色色公民社會互動的場域之一，但同時另外包含了新媒體的技術性，譬如超連結或即時、間接的連結，這是否也可能連結了公民身分？

表5 人際意見網絡影響之次數分配

		態度評估：請問您跟人談論社會上發生的事情以後，常不常改變過您原來的想法？	
		不常	常
異質感知：請問談論社會上發生的事情的時候，常不常會有人意見和您不同？	不常	537 (36.36%) 類型一	119 (8.06%) 類型三
	常	518 (35.07%) 類型二	303 (20.51%) 類型四

$N = 1477; \chi^2(1) = 62.9223^{***}$ ，資料來源：臺灣社會變遷基本調查（傅仰止，2014）

政治傳播中，意見可能透過二階式傳播形成影響力（Katz and Lazarsfeld, 1955），傳播網絡對於社會具有連結群體的動員力（Grannovetter, 1978），從政治網絡觀點認為支配力或影響力是主要的政治因素，在支配力或壓力不存在的前提下，若影響力也不明顯時，人比較能平等互動，但若影響力顯現時，通常藉由說服力形成影響力（Knoke, 1994）。特別是異見（disagreement）至關重要（Huckfeldt et al 2013; Mutz, 2006），異質網絡或間接、較弱的聯繫可能存有影響力或動員機會。但是，意見網絡如何反映人的態度？本文透過意見網絡概念嘗試直接檢視異質成分的影響力與態度評估的關係，並將進一步檢驗對於社群媒體使用群體是否連結。意見網絡以異質感知與態度評估雙變數組合四類，如表 5 所列，「類型一」的民衆比較不常覺得他人意見和自己不同，態度評估通常也傾向不認為需要改變自我想法；「類型二」的民衆比較常感知他人意見與自我不同，態度評估比較不傾向改變自我想法；「類型三」的民衆比較不常感知異質或分歧的意見，態度評估傾向願意改變自我想法；「類型四」的民衆比較常感知異質或分歧的意見，態度評估傾向願意改變自我想法；四類民衆群體具有顯著差異，類型一與類型三是屬於意見不常不同的同質網絡，但前者傾向不改變想法，後者則傾向改變；類型二與類型四屬於意見常不同的異質網絡，前者傾向不改變想法，後者傾向改變。臺灣民衆半數以上常感覺他人意見與自己不同，異質意見網絡中較多人傾向不改變，傾向改變的民衆約佔 39%，即含有異質成分的網絡中，個人評估的結果，是否代表自我影響力

期望值可能大於包容或容忍力，值得未來進一步研究，樣本觀察值 1875 份中之 1477 人納入意見網絡分析，即約 80% 民衆於日常接觸中具有異質感知與態度評估的社會互動，但是也可能願意受訪者本身社會連結或接觸的傾向就比較高，這是本研究中所受到限制，亦值得後續再研究。

表6 意見網絡與社群媒體交叉分析

		社群媒體		
		使用者	非使用者	加總
意見網絡	類型一	294 (31.85%) [54.75%] (19.91%)	243 (43.86%) [45.25%] (16.45%)	537 (36.36%)
	類型二	335 (36.30%) [64.67%] (22.68%)	183 (33.03%) [35.33%] (12.39%)	518 (35.07%)
	類型三	84 (9.10%) [70.59%] (5.69%)	35 (6.32%) [29.41%] (2.37%)	119 (8.06%)
	類型四	210 (22.75%) [69.3%] (14.21%)	93 (16.79%) [30.69%] (6.30%)	303 (20.51%)
	加總	923 (62.49%)	554 (37.51%)	1477 (100%)

說明：N=1477； $\chi^2(3) = 24.1184^{***}$ ；細格內為觀察值；觀察值旁（）內為縱欄佔比；[]內為橫列佔比；[]旁之（）為總佔比。

表 6 所示為意見網絡四類型的民衆對於社群媒體使用的關係，針對社群媒體使用的群體，類型一與類型三的同質意見網絡約 41%，類型二與類型四的異質網絡約 59% 大於未使用者（約 49.82%），總體而言，比較使用與未使用社群媒體的意見網絡具顯著差異，意見網絡中自我態度或行為評估決策的情境，「異質」成分是關鍵因素，也就是說，類型一與類型二的民衆在政治傳播或交流過程中評估自我想法比較不常改變，類型二則是在互動過程中感知異質成分後的態度，社群媒體使用的民衆類型二高於類型一，不過在未使用者部分則是類型一高於類型二；類型三與類型四是意見互動後自我想法可改變的態度評估，使用社群媒體的民衆在遇有異質成分時，類型三與類型四的差值約 13.65% 略高於未使用者（10.47%），換言之，比較社群媒體使用的異質網絡

高於未使用者。意見交流網絡無論組合前的雙變數及組合後的異質網絡四種類型，對於社群媒體使用均顯著相關，這是否亦能反映異質網絡有比較強的動員力或積極政治參與？接續將以組合後的異質網絡四類型進一步模型分析。

陸、積極政治參與模型分析

民主社會中的公民身分如何展現？社群媒體在資訊社會中蘊含了什麼意涵？本文根據相關理論架構結合補充延伸的社會互動概念及上列分析結果，研究民眾為什麼積極參與政治？分析的目的主要檢驗社會互動或網絡及比較社群媒體形式介入所反映的公民身分意涵。相關的社群媒體平台研究發現同質化傾向，但同時又建立隨機橋樑跨越群體的機會（Kossinets and Watts, 2009），大多數民眾對於政治或公共領域未必熱衷，可能透過日常互動不經意或偶然的交流連結政治結果（Huckfeldt and Sprague, 1995），譬如社群媒體上類似這種不經意或偶然的政治交流便有利政治效能感的形塑（Kobayashi, 2018），探討網絡化社群媒體，其中一項概念即試圖掌握此特質，假設連結網絡的社群媒體提供社會連結互動及自主選擇的機會。

依變項「積極政治參與」取自臺灣社會變遷調查 2014 年公民權組（一）計算參與次數（如表 2），次數愈多表示受訪者對於自主或主動參與公共政治事務的積極度愈高，由於依變項為正整數累加，所以採用泊松回歸模型分析並以邊際總效應（AME）做為報告，與社會互動或社會網絡有關的自變項之一為「社群媒體使用」，以是否介入使用分為兩群並分別建立模型，再各自以延伸補充的「日常接觸」原有序的 6 問項合併為高中低三項，以低度為參照樣本，及「意見網絡」分四種不同類別的社會互動情境，類型一與類型三為同質意見網絡，類型二與類型四為異質意見網絡；控制變項為政治參與既有理論三種取徑，包括社會結構途徑之人口特徵及社經背景、政治心理態度途徑及政治文化途徑，模型資訊列出模型配適度檢定（LRchi²）及觀察值。表 7（模型一至三）是針對社群媒體未使用者，表 8（模型四至六）是社群媒體使用者，分群檢驗延伸補充的核心自變數（模型一、四）、原既有理論架構（模型二、五）及二者結合時的變化（模型三、六）。

公民積極主動地參與政治、社會事務對於民主政治或公民社會至關重要，選舉相關活動涉及制度性或義務責任的政治參與，相對而言比較消極被動，在日常或政治生活中的實踐過程，反映公民政治參與的既有理論主要有三種研究途徑，本文延伸補充的「社會互動」觀點是否基礎更寬廣有助於解釋公民自主參與？普及化的社群媒體是社會互動形式之一，是否因使用有所不同？2014 年的臺灣社會變遷調查公民權組（一）納入 ISSP 調查的核心題組，對於受訪者施測積極政治參與的現況，此類型的政治參與或社會行動，強調民眾自主或主動地參與，在政治文化觀點通常被視為非常規或體制外的作為，像是連署、示威遊行、表達政治想法或是拒買某些商品等，ISSP 國際調查顯示積極政治參與通常連結積極性的公民規範意識或認知，譬如積極參與社會或政治團體、儘量了解不同意見的人及幫助生活比較差的人等規範意識或認知。積極政治參與行為透過計次累加，約有三成八的民眾不曾參與，全部都參與的約有 0.4%，所以是比較稀少且具有正整數層級的政治參與特徵，因此選用泊松迴歸建置模型分析對於社群媒體使用或介入的關係，並排除在表 3 中未達顯著的情緒因素使變數比較有意義。

表7 社群媒體未使用者積極政治參與泊松模型
邊際總效應 Poisson (AME)

未使用者	模型一		模型二		模型三	
	AME	S.E	AME	S.E	AME	S.E
日常接觸[低]	-	-	-	-	-	-
中	0.337***	(0.089)	-	-	0.344***	(0.097)
高	0.626***	(0.137)	-	-	0.652***	(0.152)
意見網絡	-	-	-	-	-	-
類型一	0.505***	(0.132)	-	-	0.159	(0.148)
類型二	0.974***	(0.131)	-	-	0.512***	(0.152)
類型三	0.599**	(0.216)	-	-	0.107	(0.247)
類型四	0.796***	(0.152)	-	-	0.323+	(0.173)
義務公民意識	-0.003	(0.012)	-0.024+	(0.014)	-0.021	(0.014)
積極公民意識	0.036***	(0.009)	0.031**	(0.010)	0.027**	(0.010)
政黨傾向[無]	-	-	-	-	-	-
泛藍	-	-	0.060	(0.101)	0.082	(0.103)

泛綠	-	-	0.530***	(0.137)	0.473***	(0.136)
外在政治效能感	-	-	-0.036+	(0.021)	-0.040+	(0.021)
內在政治效能感	-	-	0.109***	(0.032)	0.081**	(0.031)
政治興趣	-	-	0.350***	(0.059)	0.316***	(0.061)
性別[女]	-	-	-	-	-	-
男	-	-	0.010	(0.093)	0.017	(0.094)
年齡[18-37]	-	-	-	-	-	-
38-53	-	-	0.234	(0.179)	0.122	(0.192)
54以上	-	-	0.225	(0.175)	0.158	(0.191)
教育程度[國小]	-	-	-	-	-	-
國中	-	-	0.182	(0.126)	0.076	(0.132)
高中職	-	-	0.379**	(0.123)	0.255*	(0.130)
專科	-	-	0.385*	(0.175)	0.226	(0.177)
大學及以上	-	-	0.304	(0.187)	0.105	(0.183)
職業[農林漁牧]	-	-	0.000	(.)	0.000	(.)
藍領	-	-	0.170	(0.174)	0.056	(0.187)
中低階白領	-	-	-0.201	(0.257)	-0.169	(0.284)
中高階白領	-	-	0.247	(0.211)	0.307	(0.230)
其他	-	-	0.136	(0.207)	0.066	(0.217)
模型資訊	LR chi ² (8) = 137.372***		LR chi ² (18) = 177.318***		LR chi ² (24) = 214.485***	
	N = 667		N = 608		N = 605	

Standard errors in parentheses ⁺ $p < 0.10$, * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

資料來源：臺灣社會變遷基本調查（傅仰止，2014）

以社群媒體未使用者為例，一般而言，其他條件不變下，若僅從社會互動或網絡觀點明顯看出：日常接觸人數愈多、意見互動網絡無論異質或同質都明顯地比較積極參與政治或社會行動，且積極公民意識或規範認知與行為存有正相關（表 7，模型一）；若不考量社會互動或意見網絡時，從人口特徵和社經背景中僅有教育程度可以看出高中職和專科的受訪者明顯地比較積極參與政治，且義務性公民意識或規範認知愈強比較可能不會積極地參與非常規的公共或政治事務（模型二），在控制了人口特徵或社經背景下，加入兩種主要的社會互動形式可以作為區辨，日常接觸人數愈多或異質意見互動網絡愈多，都愈願意投入時間或精力參與政治或社會等公共活動、表達自己的政治想法或幫助他人等，換言之，控制變數在同時考量日常接觸人數及意見互動網絡時，社會

互動變數依然具有分辨比較願意積極參與政治的效應，雖然同質意見互動網絡效應不顯著，但是類型二及四異質意見互動網絡卻是主要因素，譬如類型二每增加一個單位時，積極政治參與增加 0.512 次 ($p < 0.001$)，類型四每增加一個單位時，參與行動增加 0.323 次 ($p < 0.01$)，一旦考量這兩種互動形式後，義務公民意識效應變得不顯著，也就是說，未使用社群媒體場域互動者，其他條件不變下，日常接觸高度者（50 人以上）相對於低度者（10 人以下）每增加一個單位，積極政治參與便增加 0.652 次 ($p < 0.001$)，當意見網絡感知到異質成分後，無論評估是否改變自我想法的互動都具有效應，即日常接觸程度及異質意見網絡可作為檢驗公民積極參與政治的重要因素（模型三）。

進一步從技術或形式介入的觀點，「社群媒體使用」從兩種社會互動或網絡解釋，依然能夠看出日常接觸及意見網絡的效應顯著，且無論積極與義務公民意識愈強，都能愈自主積極地參與政治、社會行動（表 8，模型四）；當從既有理論三種途徑則並不容易從人口特徵或社經背景來辨識，只有年齡有顯著效應，譬如相對於 18-37 歲數位住民，38-57 歲群體每增加一個單位，積極政治參與就增加 0.548 次 ($P < 0.001$)（模型五）；控制既有理論三種途徑變項的前提下，社會互動仍然是區辨積極政治參與的重要因素，譬如每天接觸人數高度者（50 人以上）相對於低度者（10 人以下）每增加一個單位，積極政治參與增加 0.532 次 ($P < 0.001$)，意見網絡中無論異質或同質的互動都明顯與積極政治參與正向相關，其中類型四的效應最大，感知異質成分並願意改變自我想法的互動每增加一個單位，積極參與行動就增加 0.816 次 ($P < 0.001$ ，模型六)，社群媒體平台或場域使民衆有更多機會表達自我的看法或意見，諸如意見領袖、網紅或公眾人物的訊息也相對容易再製或分享，對於社會的影響力具體而微，比較表 7 與表 8 的報告發現，加入社會互動的變項分析後，原有單純以既有三種途徑作為衡量的變項並沒有明顯改變（模型二和模型五），譬如未使用社群媒體者的政治傾向、政治效能感、教育程度與使用社群媒體者原有的政治心理態度、年齡與政治文化效應大都維持原來的顯著水準（模型三和模型六），與本文意旨更為契合的發現則是日常接觸與異質的意見互動網絡也幾乎效應顯著。

表8 社群媒體使用者積極政治參與泊松模型
邊際總效應 Poisson (AME)

使用者	模型四		模型五		模型六	
	AME	S.E	AME	S.E	AME	S.E
日常接觸[低]	-	-	-	-	-	-
中	0.403**	(0.123)	-	-	0.392**	(0.125)
高	0.479***	(0.137)	-	-	0.532***	(0.141)
意見網絡	-	-	-	-	-	-
類型一	0.773***	(0.208)	-	-	0.524*	(0.214)
類型二	1.102***	(0.205)	-	-	0.619**	(0.211)
類型三	0.901***	(0.242)	-	-	0.680**	(0.248)
類型四	1.208***	(0.211)	-	-	0.816***	(0.218)
義務公民意識	0.031*	(0.013)	0.000	(0.013)	0.003	(0.014)
積極公民意識	0.042***	(0.010)	0.027**	(0.010)	0.022*	(0.010)
政黨傾向[無]	-	-	-	-	-	-
泛藍	-	-	0.225 ⁺	(0.126)	0.220 ⁺	(0.126)
泛綠	-	-	0.409***	(0.123)	0.400**	(0.124)
外在政治效能感	-	-	0.051*	(0.020)	0.047*	(0.020)
內在政治效能感	-	-	0.156***	(0.032)	0.161***	(0.032)
政治興趣	-	-	0.459***	(0.058)	0.435***	(0.058)
性別[女]	-	-	-	-	-	-
男	-	-	-0.139	(0.091)	-0.147	(0.091)
年齡[18-37]	-	-	-	-	-	-
38-53	-	-	0.548***	(0.111)	0.538***	(0.111)
54以上	-	-	0.314 ⁺	(0.180)	0.469*	(0.195)
教育程度[國小]	-	-	-	-	-	-
國中	-	-	-0.231	(0.512)	-0.194	(0.503)
高中職	-	-	-0.381	(0.467)	-0.307	(0.457)
專科	-	-	-0.110	(0.472)	-0.067	(0.463)
大學及以上	-	-	0.311	(0.468)	0.337	(0.458)
職業[農林漁牧]	-	-	-	-	-	-
藍領	-	-	-1.407	(1.036)	-1.361	(1.028)
中低階白領	-	-	-1.320	(1.045)	-1.310	(1.037)
中高階白領	-	-	-1.151	(1.041)	-1.156	(1.033)
其他	-	-	-1.219	(1.042)	-1.166	(1.035)
模型資訊	LR chi ² (8) = 115.746*** N = 974		LR chi ² (18) = 360.003*** N = 950		LR chi ² (24) = 391.262*** N = 950	

Standard errors in parentheses ⁺ $p < 0.10$, * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

資料來源：臺灣社會變遷基本調查（傅仰止，2014）

從社群媒體介入觀點來衡量日常接觸和意見網絡的主要概念後，雖然對於公民積極參與的行動略有不同的區辨力，仍然沒有改變從社會互動來辨識行動的有效性，換言之，社會互動變項有助於衡量日常生活中偶發的、自主的積極政治參與，且在同時控制既有理論變項時同樣有效，重要的是原有人口與社經背景指標並不容易辨識，納入社會互動形式指標分析時仍能保持高度顯著。同時另一個重要發現，從社群媒體介入的互動形式或場域，異質情境或環境有益於公民學習容忍力，或也可展現個人影響力的期望，民主政治、社會中強調或鼓勵這種公民身分特質，另一方面，社群媒體群落中卻也不難找到志同道合的網絡成員，或許反映出一種同質網絡凝聚或共識力量，也能有助於自主地積極政治參與。

整體而言，從依變項積極政治參與之泊松迴歸模型邊際總效應估計結果解釋民衆為什麼比較願意積極或自主地參與政治、社會等公共事務，既有三種途徑理論的變項：泛綠政治傾向、內在政治效能感、負向外在政治效能感、政治興趣、高中職教育程度、積極公民意識、負向義務公民意識都和積極政治參與存有顯著相關（模型二），但是一旦加入社會互動變項後，變動的僅有負向義務公民意識、專科教育的效應不再顯著（模型三），原有分析再加入社群媒體互動的形式後，人口特徵、社經背景甚至變成負向，同時教育的效應不再顯著，反而是原本不顯著的年齡效應變得顯著，且負向的外在政治效能感明顯轉為正相關，泛藍政治傾向者也明顯變得更主動積極參與行動（模型五），即一旦考慮社群媒體的因素後，原有政治參與理論架構，無論是社會結構、政治心理態度和政治文化三種途徑幾乎都發生了變化，甚至轉向為負向（模型二和模型五），從日常接觸與意見網絡兩種社會互動效應比較，社群媒體形式的介入也有明顯差別，異質意見網絡（類型二和類型四）效應仍然明顯，可是同質網絡（類型一和類型三）也相當重要（模型三和模型六），以類型三為例，在其他條件不變下，平均而言，即使異質感知不強但也願意改變自我想法或態度的互動每增加一個單位，積極政治參與行動就增加 0.68 次（ $P < 0.01$ ），因此，對於日常生活中社群媒體形式介入積極政治參與的社會互動具有重要意涵，不僅可以透過接觸人數愈多的邊陲網絡或異質的意見網絡來分析積極政治參與，同質的網絡互動也同樣能探索這種自主或積極的參與行動，本研究發現異質網

絡效應相對同質網絡有比較強的傾向或動員力，反映中介或強化公民身分意涵，譬如政黨傾向泛藍效應也與泛綠同時顯現，即使政黨傾向不同政治立場分歧時也未必全然對立，可能基於相近的公民道德或價值觀，比較關懷週遭或積極參與政治、公共領域，換言之，社群媒體的使用與否連結了社會互動的日常接觸及意見網絡，同時政黨傾向效應也發現顯著的差異。

換言之，雖然意見網絡和接觸只透過最基本的技術使用測量來反映不同社會互動效應，卻對社群媒體使用者網絡傳播的政治性有明顯重要意涵，民主的公民角色特別強調學習異質包容的特質，異質網絡社會互動愈多，愈有可能促進公民關懷社會或投入參與公共領域，即接觸人數或範圍愈大並與互動對象的異質交流，反映日常生活異質成分連結政治機會的意義；核心網絡或同質群絡感是重要的社會穩定基礎，也有利於成員彼此文化認同或價值觀共享，類似更為廣泛的志願結社效應。因此，網絡化媒體技術可能有利於直覺先行地選擇同好或志同道合的社會互動，不過這種疑似弱聯繫不被綁定或強制的異質成分對於公民參與效應相對比較強，是否代表了網絡化媒介和信任、賦權與公民社會的重要特質有何關聯，值得未來進一步研究。

柒、結論與討論

分歧的意見或看法如何反映自主地積極政治參與？社群媒體的場域互動是否具有關聯？本文以臺灣社會變遷調查資料首先檢視社群媒體形式，發現雖然在情緒方面未顯著差異，但是與日常或政治生活存有初步關聯，揭示日常接觸形式與意見分歧的社會或政治互動對於社群媒使用者，也應該有比較大的機會連結到公民身分或行動。

以意見網絡為例分析，初步發現臺灣民衆超過半數以上有異質網絡互動情境感知，也能夠分辨出細微情境中如何評估，公民意見網絡傳播情境互動的結果與社群媒體有關，反映公民身分連結公共或政治事務的態度與行為。民主社會自主或非服從的積極政治參與機會，除了既有文獻慣用的三種途徑探討之外，也應考量涵蓋在日常生活中偶發、不經意的「社群媒體」、「日常接觸」及「意見網絡」互動交流或傳播形式。本文分析社會互動形式，理論依據政治

傳播和社會網絡的傳承與連結，人口特徵或社經背景被視為社會結構位置的個人身分變項在政治科學沿用迄今，社會網絡或互動的測量層次則更細微，意見網絡或社群媒體基於二階政治傳播與社會網絡連結的觀點，在概念化及測量顧及理論基礎，尤其強調公民在民主社會的自主與選擇機會，日常生活形形色色的場域接觸互動中，偶然地橫向連結公民身分與人交流、縱向與公共體制連結積極參與政治或社會行動。如此考量，不僅是既有理論中社會結構、政治傾向的概念不盡符合資訊社會短暫、片刻或間接的互動形式，也衡量民衆在自主選擇機會增多時未必受限於固有結構特徵才能連結公民身分的感知或認知，即使臺灣在社群媒體普及化仍有不少民衆都不接觸使用下，仍能透過社會互動來辨識群體的內部差異。同樣地，對於使用社群媒體的民衆，社會互動也包含了日常生活中的各種接觸交流。

意見網絡實際操作原則為「社交互動成員」和「資訊交流情境」兩項傳播過程與結果的測量，以四類情境來衡量人與人接觸的動態傳播，呼應並延伸社會結構或網絡的測量，進而連結日常生活的公民身分內涵，既連結社會他人亦連結公領域或體系，直接應用於捕捉政治傳播與行動之間的分析，社會互動觀點比人口特徵或社經背景的固著性更能展現人在各種選擇中的能動性。換言之，本文所分析的社會互動並非互斥，而是補充資訊社會特色，個人既有的身分角色仍然保有，同時也可以透過互動存有機會，譬如在工作中與他人交換意見夾雜政治資訊，自然也可能連結公民身分的認知或感知，接觸的社會圈愈小或愈核心，則實質的互動意涵未必不受限身分結構位置而不容易有效反映日常生活傳播行動力，相對而言，社會互動捕捉測量實際發生的政治生活接觸與交流，社群媒體問項比較晚近，種類隨科技發展持續創新或再組合，施測結果難免受問卷脈絡有所限制，譬如有些問項將接觸對象區分線上或線下分別測量人數，忽略個人社交網絡的融合性，使行動的測量有所不一，有些公民積極政治參與行動比較傾向透過同好互動，又或有些行動也希望理解不同的他人後自主評估，若畫為線上或線下，甚至不同種類的新媒體，將難以辨認個人接觸互動的社交網絡成員，反而增加受訪者判斷的混淆與難度，不利於比較分析。

從網絡化技術媒介觀點而言，社會互動的形式伴隨資訊技術變遷可能使異質成分不同，尤其政治傳播多樣性的互動中，異質成分具有序列關鍵性，使交

流的資訊產生意義，2014 年的社會變遷調查問卷在公民權組增列政治傳播的題組，但上一次（2004 年）調查時社群媒體新興且未普及化，十年間的變化與影響很大，這種多樣性、快速性的技術發展，一方面反映社會結構的變動，也反映社會網絡化與技術形式層疊交錯關聯如何區辦？又如何關聯？同時也考驗社會科學的人文邏輯與研究。社群媒體的互動場域與個人的社交關係、網絡密切，具有多樣的動員力，連結公民身分時的互動效應與未使用者明顯不同，並連結到政治與社會行動的機會，本文限於探討特定的理論途徑與積極政治參與的關係，固然部分有效區辨公民身分與行動，仍有許多因素尚待探索，譬如情緒層面在初步檢驗對於社群媒體的關聯不顯著直接，但是研究發現個人核心的社會圈或網絡有縮小的趨勢，同時又引發討論異質或孤立是主觀感知或是客觀存在的議題，又或者在技術形式的背景存有某些機制，與哪些行動連結？都是值得後續探討的重要課題。

人有著與社會他人連結的需求，但有可能受到比較不感知的脈絡或網絡效應所限縮，譬如工作、學校或其他場域背景，所以也可能期待能夠更自主地選擇接觸對象或如何互動。意見網絡這項新創的概念只略估日常接觸中公民政治傳播情境評估，社會圈延伸既可能接觸與自我相異的人，可能也會發現理念或價值觀投合的人，譬如異質接觸可能有改變刻板印象的機會或是同質接觸可能透過權力、影響力強化凝聚性，接觸的範圍擴大，一般而言，民主社會中相互尊重、理解的價值規範基礎下，社群媒體網絡化技術對於直觀先行地選擇同質互動雖然可能有自然潛在的誘因，而異質情境應該也可能更有利於學習包容，這些民主社會的特質在社群媒體使用者有比較明顯的機會或能動性，這種政治傳播的情境評估，難以從背景或靜態變項的測量窺知，卻與日常接觸互動密切相關，其中規範意識、價值觀與技術之間的連結是重要因素之一，但本文必須強調這並不代表因果關係的結果。意見網絡互動概念以日常生活中人與人的互動情境透過個人評估來探討積極政治參與的程度，異質成分多未必產生包容性，人或許也期待展現自我影響力，又或尋求合理化自我行動選擇偏好，異質成分或許也反映了個人認知或經驗的主觀性，換言之，公民社會的異質成分固然有益於民主發展，同質的選擇則是人的自然性，同樣也可能有利於相互支持的行動，譬如數位行為人可能經常或偏好透過新媒體場域來理解自己想要的各

種資訊，或譬如透過線上人氣排名協助決策，或去看其他同好、意見領袖如何評論熱門的相關議題，又或者進一步分享、轉貼、再評論等，具體而微透露自主參與性格的社群影響力傾向或特質，而這些資訊中偶然或不經意夾雜了各種政治、社會的線索。畢竟這種社會互動交流不容易從固定的人口特徵、社經背景或政治傾向一窺究竟。

本文從社會網絡延伸公民積極參與政治的研究觀點，同時藉由公民身分與行動的關係，探討政治傳播在日常接觸社會互動中的影響力，以了解民主政治與社會的關係。傳播或技術形式高度發展的背景，人與人的交流是否將可能難以辨識？機器學習時代使人文科學議題可能有更多未知的挑戰。本文以社會互動的形式與內涵，透過社群媒體、日常接觸與意見網絡為例，說明如何補充積極政治參與原有的研究途徑，主要是資訊社會中有愈多的民衆透過多樣性接觸或交流場域，呈現短暫、片刻或間接的或未綁定的關係，呼應人自主選擇、展現自我的機會增多，應該也能透過傳播過程連結到政治生活。

附錄

模型相關變項敘述統計

	觀察值	平均值	標準差
外在政治效能感：像您這樣的人，對政府的作為沒有任何影響；您認為政府在乎像您這樣的人的想法是什麼？1.非常同意 2.同意 3.既不同意也不反對 4.不同意 5.非常不同意，編碼：兩題分數加總，分數愈高代表效能感愈高。			
外在政治效能感	1,780	5.440	2.194
內在政治效能感：對臺灣所面的一些重大政治問題，您覺得自己還頗為了解；您認為臺灣大部分的人，都比您知道與政府的事 1.非常同意 2.同意 3.既不同意也不反對 4.不同意 5.非常不同意，第二題反向編碼，兩題分數加總，分數愈高代表效能感愈高。			
內在政治效能感	1,763	6.073	1.682
政治興趣：請問您個人對政治有沒有興趣？1.很有興趣；2.還算有興趣；3.不太有興趣；4.一點也沒興趣，分數加總，分數愈高代表興趣愈高。			
政治興趣	1,857	1.759	0.819
題目：請問您是什麼時候出生的（以 103 年度為計算依據）			
年齡	1,875	46.426	17.415

媒體使用：			
請問您常 常閱 報紙上的政治新聞？	1,856	0.593	0.491
請問您常 常看電視上的政治新聞？	1,863	0.920	0.271
請問您常 常聽廣播上的政治新聞？	1,857	0.313	0.464

政治傾向：國內的政黨都有他們的支持者，請問您是哪一個政黨的支持者？分為三類：1.偏藍：國民黨、新黨、親民黨；2.偏綠：民進黨、臺聯；3.中立。

	次數	百分比	累積百分比
偏藍	354	18.88	18.88
偏綠	287	15.31	34.19
中立	1,234	65.81	100
觀察值	1,875	100	

職業：請問您現在（以前 / 退休前）的工作主要的職位和工作內容是？

1.農林漁牧	102	5.44	5.44
2.藍領	1,103	58.83	64.27
3.中低階白領	107	5.71	69.97
4.中高階白領	290	15.47	85.44
5.其他	273	14.56	100
合計	1,875	100	

性別：	人數	百分比	累積百分比
女	941	50.19	50.19
男	934	49.81	100
合計	1,875	100	

公民規範意識偏好平均值敘述統計

公民規範意識：怎麼樣才算是一位好公民，不同的人有不同的意見。如果 1 表示「一點都不重要」，7 表示「非常重要」；那麼，請問您個人認為下列各種說法，對作為一位好公民的重要程度是怎樣？

變數	觀察值	平均值	標準差
遵守法律與規定	1,845	6.470	1.009
從不逃稅	1,841	6.245	1.256
幫助國內（臺灣）在生活上比您差的人	1,850	5.766	1.217
隨時注意政府的施政作為	1,812	5.416	1.543
選舉都去投票	1,843	5.362	1.707

儘量去了解不同意見的人的想法	1,819	5.262	1.649
幫助世界各地生活比您差的人	1,836	4.745	1.673
有些東西就是貴一點，也會爲了政治的或倫理（道德）的或環保的考慮去買	1,800	4.648	1.720
積極參與社會或政治團體	1,799	3.777	1.717

公民規範意識因素分析

相關性	積極規範意識 因素分數	義務規範意識 因素分數	積極規範意識 加總分數	義務規範意識 加總分數
積極規範意識 因素分數	1.000			
義務規範意識 因素分數	0.000	1.000		
積極規範意識 加總分數	0.957***	0.232	1.000	
義務規範意識 加總分數	0.186	0.966***	0.380	1.000

積極政治參與敘述統計

題目：下面是一般人可以採取的一些政治或社會行動。請問您過去有沒有做過或將來會不會做這些事？

是否參與之態度	觀察值	平均值	標準差
捐錢給某個社會或政治活動，或者幫他們募款	1,855	0.341	0.474
因爲政治的、倫理（道德）的、或是環保的理由拒絕購買或是特別去購買某些產品	1,841	0.282	0.452
請願（簽名） 署	1,844	0.239	0.426
參加政治集會或造勢活動	1,857	0.184	0.388
參加示威遊	1,847	0.113	0.317
找政治人物或公職人員表達您的看法	1,846	0.106	0.308
透過網路表達您的政治想法	1,859	0.102	0.303
透過媒體去表達您的看法	1,858	0.055	0.229

資料來源：臺灣社會變遷基本調查（傅仰止，2014）

參考文獻

中文文獻

- 俞振華、翁定暉，2017，「影響臺灣民眾政治參與的因素：從公民規範認知的觀點出發」，**調查研究—方法與應用**，第 38 期，頁 9-56。
- 徐火炎，2006，「臺灣的公民權：經驗內涵的初探」，發表於公民權：臺灣社會基本調查第八次研討會（台北：中央研究院歐美研究所主辦，5 月 19 日）。
- 傅仰止，2014，「公民意識的社會參與效應：志願結社及日常接觸」，**臺灣社會學刊**，第 55 期，頁 179-226。
- 傅仰止，2015，「臺灣社會變遷基本調查計畫 2014 第六期第五次：公民權組（C00310_1）」，原始數據「取自中央研究院人文社會科學研究中心調查研究專題中心學術調查研究資料庫。doi:10.6141/TW-SRDA-C00310_1-1
- 張卿卿、陶振超，2017，「臺灣傳播調查資料庫第一期第五次調查計畫執行報告」，台北：國立政治大學傳播學院。
- 蘇蘅、郭台達、潘金谷、曹熾恆、陳棟易，2016，「2016 總統大選的社群媒體、政治討論與情緒傳播：以周子瑜事件的大數據分析為例。」發表於中華傳播學會 2016 年年會（台北：中華傳播學會主辦，6 月 19 日）。

英文文獻

- Allport, G. and Morris, R. 1954. "The Nature of Prejudice," *The American Catholic Sociological Review*, vol. 15, no. 2, pp. 201.
- Almond, G. and Verba, S. 1963. "The Civic Culture: political attitudes and democracy," in five nations Princeton Univ. Press, Princeton.
- Altheide, D. L. 2013. "Media logic, social control, and fear," *Communication Theory*, vol. 23, no. 3, pp. 223~238.
- Bakshy, E., Messing, S. and Adamic, L. A. 2015. "Exposure to ideologically di-

- verse news and opinion on Facebook,” *Science Science*, vol. 348, no. 6239, pp. 1130~1132.
- Beck, P., Dalton, R., Greene, S. and Huckfeldt, R. 2002. “The Social Calculus of Voting: Interpersonal, Media, and Organizational Influences on Presidential Choices,” *American Political Science Review*, vol. 96, no.1, pp. 57~73.
- Berger, J. 2016. *Contagious: Why Things Catch on*: Simon and Schuster.
- Blau, P. M. and Schwartz, J. E. 1984. *Crosscutting Social Circles*. (Orlando, FL: Academic Press).
- Bolzendahl, C. and Coffé, H. 2013. “Are ‘good’ citizens ‘good’ participants? Testing citizenship norms and political participation across 25 nations.” *Political Studies*, vol. 61, no. 1, pp. 45~65.
- Burt, R. 1992. *Structural Holes: The Social Construction of Competition*. (Cambridge, MA).
- Burt, R. 2004. “Structural holes and good ideas,” *American Journal of Sociology*, vol. 110, no. 2, pp. 349~399.
- Castells, M. 2007. “Communication, power and counter-power in the network society,” *International Journal of Communication*, vol. 1, no.1, pp. 29.
- Castells, M. 2012. *Space of Flows, Space of Places: Materials for a Theory of Urbanism In the information Age*. (Comparative planning cultures.)
- Dahl, R. A. J. G. S. 1998. *On Democracy*. (New Haven and London.)
- Dalton, R. J. 2008. “Citizenship norms and the expansion of political participation,” *Political Studies*, vol. 56, no. 1, pp. 76~98.
- Dalton, R. J. 2009. “Economics, environmentalism and party alignments: A note on partisan change in advanced industrial democracies,” *European Journal of Political Research*, vol. 48, no. 2, pp. 161~175.
- Dalton, R. J. 2013. *Citizen Politics: Public Opinion and Political Parties in Advanced Industrial Democracies*. (Cq Press.)
- Dalton, R. J., Powell Jr, G. B. and Strøm, K. 2014. *Comparative Politics Today: A World View*. (Pearson Education Limited.)

- Dunbar, R. I. M., Arnaboldi, V., Conti, M. and Passarella, A. 2015. "The structure of online social networks mirrors those in the offline world," *Social Networks*, vol. 43, pp. 39~47.
- Durkheim, E. 1933. *The Division of Labor in Society*. Translated by Simpson G. (Macmillan: New York.)
- Feld, S. L. 1981. "The focused organization of social ties," *American Journal of Sociology* vol. 86, no. 5, pp. 1015~1035.
- Freeman, L. 2004. *The Development of Social Network Analysis: A Study in the Sociology of Science*.
- Fu, Y. C., Wang, D. W., Chuang, J. H. and Holme, P. 2012. "Representative Contact Diaries for Modeling the Spread of Infectious Diseases in Taiwan," *PLoS ONE*, vol. 7, no. 10, e45113.
- Fuchs, C. 2017. *Social Media: A Critical Introduction*.
- Granovetter, M. 1973. "The Strength of Weak Ties," *American Journal of Sociology*, vol. 78, no. 6, pp. 1360~1380.
- Granovetter, M. 1974. *Getting a Job : A Study of Contacts and Careers*.
- Greene, J. 2017. "The rat-a-gorical imperative: Moral intuition and the limits of affective learning," *Cognition (The Hague)*, vol. 167, pp. 66~77.
- Großer, J. and Schram, A. 2006. "Neighborhood Information Exchange and Voter Participation: An Experimental Study," *American Political Science Review*, vol. 100, no. 2, pp. 235~248.
- Habermas, J. 1989. *On Society and Politics: A Reader*. (Beacon Press.)
- Haidt, J. 2012. *The righteous mind: Why good people are divided by politics and religion*. (Vintage.)
- Heider, F. 1958. *The Psychology of Interpersonal Psychology*. (In: New York: Wiley.)
- Holt, K., Shehata, A., Strömbäck, J., Ljungberg, E. and Nord, L. 2012. *Political Motivation and Participation: Social Media as Leveler?* (Paper presented at the International Communication Association.)

- Huckfeldt, R. 1983. "The social context of political change: Durability, volatility, and social influence," *American Political Science Review*, vol. 77, no. 4, pp. 929~944.
- Huckfeldt, R., Beck, P. A., Dalton, R. J. and Levine, J. 1995. "Political environments, cohesive social groups, and the communication of public opinion," *American Journal of Political Science*, pp. 1025~1054.
- Huckfeldt, R., Pietryka, M. T. and Reilly, J. J. 2014. "Noise, bias, and expertise in political communication networks," vol. 36, pp. 110~121.
- Huckfeldt, R. and Sprague, J. 1995. *Citizens, Politics and Social Communication: Information and Influence in an Election Campaign*. (Cambridge University Press).
- Kadushin, C. 2005. "Who benefits from network analysis: ethics of social network research," *Social Networks*, vol. 27, no. 2, pp. 139~153.
- Kahneman, D. 2011. *Thinking, Fast and Slow*. (New York : Farrar, Straus and Giroux).
- Knoke, D. 1994. *Political Networks: The Structural Perspective*. (Cambridge University Press).
- Kobayashi, T. 2018. "Is the power of online campaigning in Japanese electoral politics a myth? A causal inference analysis of the 2013 Upper House Election," *In Internet Election Campaigns in the United States, Japan, South Korea, and Taiwan* (Palgrave Macmillan, Cham), pp.115~136
- Kossinets, G. and Watts, D. J. 2009. "Origins of homophily in an evolving social network," *American Journal of Sociology*, vol. 115, no. 2, pp. 405~450.
- Kurzweil, R. 2005. "Human 2.0: the new version is coming sooner than you think, says inventor and futurist Ray Kurzweil.(Cover Story)," *New Scientist - UK Edition*, vol. 187, no. 2518, pp.32.
- Lazarsfeld, P. F., Berelson, B. and Gaudet, H. 1944. *The People's Choice*.
- Leighley, J. 1995. "Attitudes, opportunities and incentives: A field essay on political participation," *Political Research Quarterly*, vol. 48, no. 1, pp.181~209.

- Levitan, L. 2018. "Social Constraint and Self-Doubt: Mechanisms of Social Network influence on Resistance to Persuasion," *Political Psychology*, vol. 6239, pp. 957~975.
- Lijphart, A. 2012. *Patterns of Democracy: Government Forms and Performance in Thirty-Six Countries*. (Yale University Press).
- Lipset, S. M., Lazarsfeld, P. F., Barton, A. H. and Linz, J. 1954. "The psychology of voting: An analysis of political behavior," vol. 2, pp. 1124~1175.
- Lister, M. and Dovey, J. 2008. *New Media: A Critical Introduction*. (London: Routledge).
- Marcus, G. 1999. "Corrigendum." *Trends in Cognitive Sciences (Regular ed.)*, vol. 3, no. 9, pp. 322.
- Mark, G. 1973. "The Strength of Weak Ties," *American Journal of Sociology*, vol. 78, no. 6, pp. 1360~1380.
- Mark, G. 1995. *Getting a job: A study of Contacts and Careers*. (Chicago: University of Chicago Press).
- Marsden, P. V. 2000. "Social networks," *Encyclopedia of Sociology*, vol. 4, pp. 2727~2735.
- McClurg, S. and Lazer, D. 2014. "Political networks," *Social Networks*, vol.36, no. 1, pp. 1~4.
- McCrae, R. R. and Costa, P. T. 2003. *Personality in Adulthood: A Five-Factor Theory Perspective*. (Guilford Press).
- McLuhan, M. 1964. *The Medium is the Message*. (Cambridge, MASS: MIT press).
- Mollenhorst, G., Völker, B. and Flap, H. 2008. "Social contexts and core discussion networks: Using a choice approach to study similarity in intimate relationships," *Social Forces*, vol. 86, no. 3, pp. 937~965.
- Mutz, D. 2002. "The consequences of cross-cutting networks for political participation," *American Journal of Political Science*, pp. 838~855.
- Mutz, D. 2006. "A Review of: âSisters in Resistance, directed by Maia Wechsler," *Political Communication*, vol. 23, no.4 , pp.480~481.

- Niemi, R. G., Weisberg, H. F. and Kimball, D. C. 2001. *Controversies in Voting Behavior* (CQ Press Washington, DC).
- Norris, P. 2002. *Democratic Phoenix: Reinventing Political Activism* (Cambridge University Press).
- Pescosolido, B. A. and Rubin, B. A. 2000. "The web of group affiliations revisited: Social life, postmodernism, and sociology," *American Sociological Review*, pp. 52~76.
- Putnam, R. 1993. *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*. (Princeton University Press).
- Putnam, R. 2000. "Bowling alone: America's declining social capital," *Culture and Politics*, pp. 223~234.
- Simmel, G. 1922. *The Sociology of Georg Simmel* (Vol. 92892 Simon and Schuster).
- Ulbig, S. and Funk, C. 1999. "Conflict Avoidance and Political Participation," *Political Behavior*, vol. 21, no. 3, pp. 265~282.
- Van Dijck, J. and Poell, T. J. 2013. "Understanding social media logic," *Media and Communication*, vol. 1, no. 1, pp. 2~14.
- Van Gunsteren, H. R. 1998. *A Theory of Citizenship: Organizing Plurality in Contemporary Democracies* (Routledge).
- Van Loon, J. 2007. *Media Technology: Critical Perspectives* (UK, McGraw-Hill Education).
- Verba, S. 1996. "The citizen as respondent: sample surveys and American democracy presidential address, American Political Science Association, 1995," *American Political Science Review*, vol. 90, no. 1, pp. 1~7.
- Verba, S., Nie, N. H. and Row. 1972. *Participation in America: Social Equality and Political Democracy*.
- Zaller, J. R. 1992. *The Nature and Origins of Mass Opinion* (Cambridge university press).

Social Interaction Effects on Active Political Participation: Social Media and Opinion Networks

Grace, Shu-Hua Hua

PhD student, Institute of Political Science, National Sun Yat Sen University, Taiwan
Master, College of Communication, National Chengchi University, Taiwan

Abstract

Why are the people in Taiwan politics engagement? Do disagreeing social interaction scenarios good for promoting citizens' engagement in politics participation? In particular, what role does social media popularization play in civil society? Political science not only studies the political activities surrounding voters, but also points out that people's conventional political participation attitudes reflect negative phenomena. On the other hand, the types of citizens actively participating in public political affairs have not declined but have become more diverse. This article analyzes the relationship between social media and civil society through the basic in 2014 Taiwan Social Change Survey, which includes citizenship (1) and (2) data, and further examines how the opinion networks in daily contact is linked to political life. We found that: (1) More than half of the people in Taiwan feel that they are in a heterogeneous opinion network in their daily lives. Whether it is a homogeneous or heterogeneous network, more than a quarter of the people tend to change their minds. (2) People who use social media have greater chance of political engagement in homogenous or heterogeneous networks; on the contrary, those who do not use social media have more obvious effects in heterogeneous networks; social inter-

actions with political engagement effect is reflected in the heterogeneous opinion network, or the weaker daily contact, that is, the farther away from the ego social network, the more diverse the social circle may have a greater chance; (3) Whether through cross-analysis or model regression analysis, the effects of social media can be examined. In other words, social media are significantly associated with political engagement. Compared with the existing variables in the political science research, this study explores the micro-public opinion of networks in daily contact from the perspective of social networks or social interactions, and expects to be closer to the political life embedded in daily life.

Keywords: social interaction, political engagement, opinion networks, social media, civil communication