

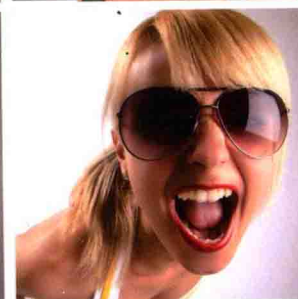
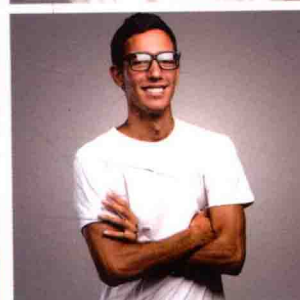
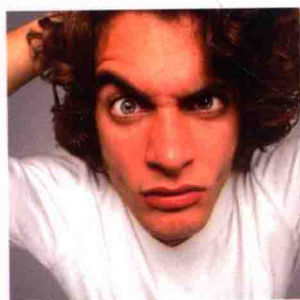
五南出版

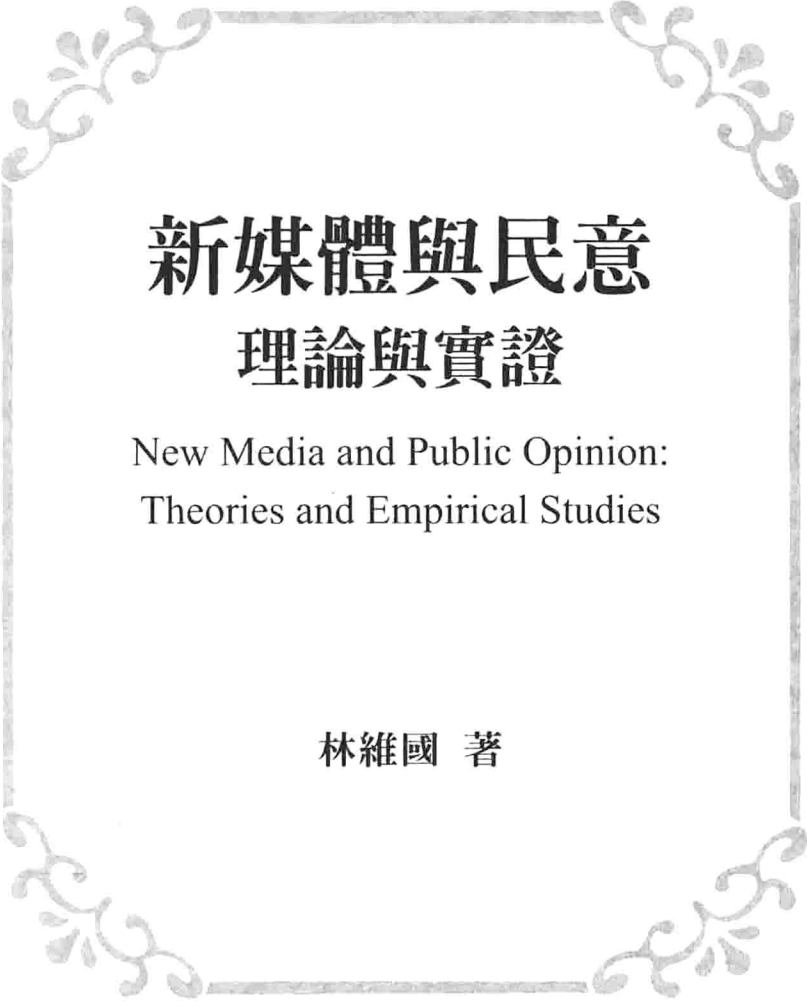
新媒體與民意

理論與實證

New Media and Public Opinion : Theories and Empirical Studies

林維國 著





新媒體與民意 理論與實證

New Media and Public Opinion:
Theories and Empirical Studies

林維國 著

五南圖書出版公司 印行

國家圖書館出版品預行編目資料

新媒體與民意：理論與實證／林維國著． —
二版． — 臺北市：五南，2013.09

面： 公分．
ISBN 978-957-11-7181-4（平裝）

1. 民意 2. 網路媒體

541.771

102011939



1ZEG

新媒體與民意：理論與實證

作 者 — 林維國(127.4)

發行人 — 楊榮川

編 輯 — 王翠華

主 編 — 陳念祖

責任編輯 — 李敏華

封面設計 — 國晶設計有限公司

出 版 者 — 五南圖書出版股份有限公司

地 址：106台北市大安區和平東路二段339號4樓

電 話：(02)2705-5066 傳 真：(02)2706-6100

網 址：<http://www.wunan.com.tw>

電子郵件：wunan@wunan.com.tw

劃撥帳號：01068953

戶 名：五南圖書出版股份有限公司

台中市駐區辦公室/台中市中區中山路6號

電 話：(04)2223-0891 傳 真：(04)2223-3549

高雄市駐區辦公室/高雄市新興區中山一路290號

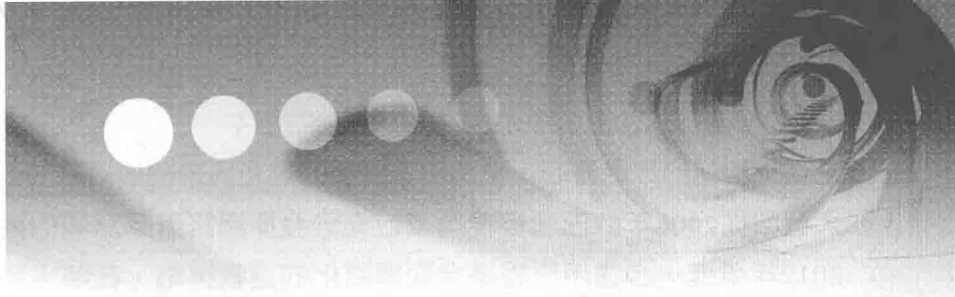
電 話：(07)2358-702 傳 真：(07)2350-236

法律顧問 林勝安律師事務所 林勝安律師

出版日期 2012年12月初版一刷

2013年9月二版一刷

定 價 新臺幣290元



自序

十年前開始了網路與民意和民主相關的教學與研究，憶及當時，相關的課程和研究為數不多，學生總是向我抱怨有種披荊斬棘的感覺，我只好安慰他們說：「學海無涯，志趣為舵」；其實那時，我也在相互取暖而已。數年已降，隨著網路持續令人震撼的成長與深化，世界諸多重大事件與網路亦有令人震撼的互動發展，如今國內外相關研究與文獻倍數成長，早已不可同日而語，這也證明了網路與民意和民主之間，只會愈來愈複雜糾葛的趨勢。

這本書算是我這些年來，在這個主題上的一點心得報告。自從我1994年在美國俄亥俄大學就讀碩士時，就已接觸了當時身為網路母國的美國，最早期的網路視訊，和千里之外國家研究生的溝通互動，到1996年在威斯康辛大學麥迪遜校區就讀博士時，美國政府推行國家資訊基礎建設，網路開始在美國全面性的發展，更加深了我對網路新媒體與民主政治和民意開始互動的觀察。回國之後，雖然也對不同的主題做了一些研究，但是對於民主的「基石」，民意，與快速發展的網路，在各層面上逐漸交織散透，一直都保持著高度的關切。

臺灣做為民主後進的國家之一，網路在商業與行銷上的發展頗為迅速；但是在與民主高度相關的民意之間的結合，甚至是最應充分利用創新與多元策略的選戰，在網路的相關運用上，卻是大幅落後於歐美民主先進國家。近年來世界重要事件的發生，許多都與網路和社交媒體密不可分，如有「臉書起義」之稱的「阿拉伯之春」推翻了多少年的專制政權，撼動了

二十一世紀的政治體制，也為民主發展的動力與策略重新定義；美國總統大選自從2008年歐巴馬被視為首位充分發揮網路選舉潛能的候選人，到2012年更進一步運用已經是全面網路化的選戰策略，在競爭激烈的選戰中成功獲得連任，如果說1960年甘迺迪和尼克森的人類歷史上第一次電視實況轉播的總統辯論，標誌著美國進入「電視政治」，那麼2012年，我們或許可以說，美國選舉和政治傳播即將進入「網路政治」的時代。

然而，在這個由網路重新串起與定義的地球村中，臺灣很難置身其外，不但因為臺灣主要產業與網路資訊科技並駕齊驅，並且因為臺灣的民主發展也與歐美民主先進國家息息相關，甚至常有師法。因此，瞭解世界先進國家網路與民意和民主的快速結合與未來發展，應該也是臺灣不可忽略，亦為思索未來自身發展方向的重要課題。

原本計畫這篇心得報告會早一點繳交作業，沒想到因為行政工作的繁重，竟然醞釀了好一些時日，直到行政工作減輕之後，終於可以把作業完成，在此要感謝學校的寬宏體諒。本書實證研究的第二部分，為接受行政院國家科學委員會補助的專題研究計畫，並且得以於國際研討會發表，該研究計畫完整的分析與成果，本人特別留待本書第一部分完成後一併出版，也藉此機會感謝國科會的協助。

在本書的撰寫過程當中，本人首先要感謝家人持續不斷地支持。也要感謝許多國內外學者研究成果的激盪，使我得以在學術巨人的肩膀上，有機會看到一些風景秀麗的視野。前置作業的文獻蒐集過程頗為繁瑣，也感謝研究助理郁珩、庭逸、偉文的協助。更重要的是，還要特別感恩許多師長對於本書的完成，提供了諸多寶貴的建議，我永銘於心。

陳之藩有云：「要感謝的人太多了，那就感謝天吧！」我也感謝天！只是我感謝天，得以讓我們擁有民主，發明了網路，也有許許多多努力為自己信仰的價值而奮起的人。

林維國

「第一部分：新媒體與民意形成之理論與分析」

第 1 章 緒論：網路與民意互動已成不可逆轉之趨勢	3
第 2 章 民意理論發展典範的啟示	9
一、「網路新媒體」與「傳統大眾媒體」存在「本質與特性 的差異」	12
二、啓蒙時代古典民意概念與研究	15
三、二十世紀初期社會學及實用主義影響民意理論的趨勢	20
四、二十世紀中期，民意理論和調查方法深受「社會心理 學」以及「心理認知學派」的影響	22
五、網路新媒體與「後現代主義」和「資訊社會研究」對 民意之影響	26
第 3 章 新媒體時代民意研究新觀點與新趨勢	31
一、當今民意研究與新媒體之關聯	31
二、一般人如何形成與回答其態度與意見：一個RAS模式 的角度	34
三、新媒體與新民意研究的新模式：運用RAS模式分析新 民意的形塑	39
四、網路政治與民主研究的趨勢	45
五、新媒體與新民意「研究議題」與「效益評估」之建議	52
第 4 章 民意形成與新媒體之互動發展	59
一、臺灣網路與民意實驗的場域：BBS鄉民的民意	62
二、網路新媒體與「阿拉伯之春」運動	65
三、阿拉伯世界民衆網路使用的實證研究	69

四、美國總統選舉網路化的趨勢與影響	71
-------------------------	----

第二部分：實證研究與討論

第 5 章 網路議題設定效果：傳統與新媒體效果的 擴張與溢散	83
---	----

一、前言	83
二、網路政治與議題設定相關文獻探討	87

第 6 章 網路議題設定之探索性研究	107
--------------------------	-----

一、本研究指涉之概念及專有名詞的定義	107
二、本計劃案之「研究問題」和「網路議題設定的假設」	109
三、本研究案之研究架構	120
四、本計劃案已進行之Pilot Study	129
五、研究方法之執行	129

第 7 章 網路議題設定實證研究結果與討論	145
-----------------------------	-----

一、基本資料描述性分析	145
-------------------	-----

參考文獻	165
------------	-----

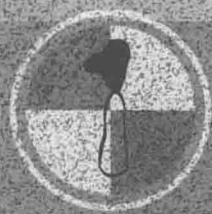
附錄一 調查問卷	177
----------------	-----

附錄二 深度訪談題綱及結果摘要	181
-----------------------	-----

圖目錄

圖4-1	「阿拉伯之春」運動埃及政府封鎖全國網路流量圖 (2011年1月27日)	66
圖4-2	埃及政府被迫恢復全國網路流量圖 (2011年2月2日)	67
圖4-3	阿拉伯世界「部落格論壇」的分布狀況	61
圖6-1	本研究之研究架構	121
圖6-2	本研究的進行步驟	142

第一部分



形成之理論與分析 新媒體與民意



緒論

網路與民意互動已成不可逆轉之趨勢

媒體只重視「擴散」已經過去，成功「滲透」才是未來。新媒體將有能力扮演「擴滲透」（“Expanetration:” Expand-Penetration）的角色。那麼，未來「民意」又如何與這種「擴滲透」進行互動？

當代，我們面對的，是一個什麼樣的世界？

網路爆炸性的發展似乎已是不可逆轉的趨勢，人類身處其中，民意的竄流與形成，亦日漸與網路密不可分。過去在傳統大眾媒體的「中心化」（Centralized）傳播的邏輯下，如何達到最大量的訊息「擴散」是核心問題之一，然而當代網路「去中心化」（Decentralized）的傳播邏輯，「擴散」可以更低成本與快速的方式進行，未來面對的核心問題應該是：如何發揮網路最大的潛能，進行更為細緻，甚至一對一的「滲透」，進而達到「擴滲透」（既擴張又滲透）的目標。

許多學術研究關心網路和人類諸多面向的快速連結與應用，如經濟商務、廣告行銷、社群溝通以及社會文化等，而對於網路與政治發展和選舉策略相關的研究亦不在少數；筆者認為，其中，民意與網路新的互動發展，應該是追本溯源的必要研究之一。

民意研究相關議題至少包含兩個重要層面：一是「民意的形塑」（人民意見的形成與受到的影響），二是「民意的力量」（人民意見具體展現的方式與力道）。而這兩個民意研究重要的層面，在今日人類有史以來首見的全球網路快速發展的整體環境中，「是否」透過網路逐漸進行量變與質變，如果是，其變化又「如何」進行開展與演進，其「結果」對於政治菁英與新聞媒體、乃至於廣大的人民又有何種解讀與啟發？應該是新的民意研究需要重視的議題。

再進一步瞭解網路與新的民意可能的發展之前，我們仍然需回歸民意最基本的定義，那就是：什麼是「民意」（Public Opinion）？

「民意」，相信在不少人心已是從小學教科書以來，便想當然耳的名詞，政治人物也常琅琅上口，所謂「民之所欲常在我心」云云，但如果冷靜下來深入思考，一般民眾真的瞭解什麼是民意嗎？政治人物琅琅上口所謂的民意，又是符合人民期待並且是真正的民意嗎？

反之，從一個對立面來看，如果所謂的「民意」，並未使得應該是組成民意的「民意主體」一般民眾所深刻瞭解，也並不是民意所要傳達對象「民意客體」的政治人物心中，真正尊重和順從的理想上的名詞，那麼，我們其實可以合理的質疑，一般社會大眾所謂的「民意」，真的存在嗎？

進一步就「民意」的定義而論，「民意」如果是定義為理想的「所有人民的意見」，這樣的民意，甚至連一般認為在古希臘城邦時代的廣場（Agora）上短暫的存在過的說法都遭到質疑，因為當時「所有人民」亦有與今日不同的定義，因為不包含女性與奴隸等，更何況之後的歷史發展，民意是所有人民意見的理想，可能從未出現過，也包含今日。今日大部分的民主國家，其人口數和實際運作狀況均很難達到所有人民意見均可即時表達的結果，大眾媒體的存在，不但無法達到此一理想的目標，甚至為人批評有扭曲此目標的可能性，相關議題在本書後續章節均有進一步的討論。

因此，既然「民意是所有人民的意見」已經顯而易見的，是過於理

想而無法實際操作的定義，那麼，所有人想當然耳並且琅琅上口的「民意」，實際上的定義和被操作的情況又是如何呢？還是，我們要很悲觀的說，「民意」是不存在的？如果所謂的民意並非真實存在，「民意是民主的基石」這樣的民主制度的金科玉律，不就是代表：這樣的民主其實是建築在一片並非真實存在的海市蜃樓之上嗎？

這個問題，民意研究歷經了諸多典範的轉移，有愈來愈清楚地分析與解答，簡而言之，當今較為廣泛接納的「社會認知學派」民意研究認為，「民意還是存在的，而且存在人們的腦中」。當今民主國家與社會對於民意的定義和其運作方式和純然的理想不同，在民意形成的過程當中，愈來愈多的外在力量，如政治菁英和傳播媒體等，不斷介入與影響，民意早已不是單純的人民個體意見量化上的總合，正因為民意不再是客觀的每一個人民意見的總合，其形成過程中，民意被視為是政治運作與選舉的「主戰場」，是可以被影響與操作的，再透過人們腦中的認知作用，漸次形成某些特定政策和公共議題，乃至於選舉投票的所謂的當今「民意」。進一步相關的討論也會在後續章節呈現。

中東的「阿拉伯之春」，在全球許多人對於阿拉伯世界還在霧裡看花甚至全然無知的時候，瞬間爆發了，力道之大，影響之深，使得曾經是民族英雄掌握權力二十餘年的穆巴拉克狼狽的被擊下臺，讓人再一次見識人民力量的偉大。和許多全世界的重大事件一樣，中東的茉莉花革命，對於全球其他人民而言，其實是一場在媒體上被報導，或者被「展演」的重大新聞事件，只是這一次，和歷史上其他事件不同的是，「新媒體」如Facebook、Twitter 加入了民意與獨裁者的戰局。

反觀臺灣，最大的網路虛擬社群BBS的「鄉民文化」以及目前暫居主流地位的電視的新聞媒體，早已長期搜尋BBS每日的重要言論，甚至鄉民的集體議論和對於時事的冷嘲熱諷（部分「酸民」的表現），都會成為當天晚間新聞的重點之一。

如果以會員數換算為國家的人數，截至今年已經擁有十億「人口」

(www.checkfacebook.com, 2012)，是全世界第三大國家的「臉書」(Facebook)，不但加入了上述中東的阿拉伯之春革命，它也加入了人類社會難以想像的諸多層面：如創造「虛實合一」，虛擬結合真實的人際關係與發展，也創造無數重新被定義的人類社群，誘發了數不盡快速發展的社群網站行銷策略，同時快速改寫網路產業弱肉強食的強權排名，在資本主義的計算價值的公式中，其公司市值瞬間膨脹，Facebook的創辦人佐克伯(Zuckerberg)甚至使得當今全球在政治與軍事上最有權力的美國總統歐巴馬，都特地透過媒體在眾所矚目下與他會面，某種程度而言，也象徵了Facebook在網路虛擬和真實世界當中，看得見同時又看不見的權力。

因此，進入網路時代後，這到底是一個什麼樣的世界？

生活在其中的每一個人，或許也都會在某些時候，這樣地問自己。生活在一個更加多變，且更加難以預測的世界，每個人的感受和意見，或許也不可避免地，和過去的時代有著絕大的不同。在這樣的世界中，伴隨著在這樣快速發展的新媒體，許多閱聽眾蒐集資訊以及形成意見的認知過程，應該也正在一點一滴深刻地改變當中：「新媒體」以及「民意」的探索和分析，也應該被認真的檢視。

網路對於人類社會的全面影響，我們現在難以精準掌握，但是截至目前為止，網路的影響力，和www進入我們的生活、網路開始爆炸性的成長的1990年代相比，影響更是讓人不可小覷，許多在當初小看網路的人們，數年之後可能都必須改變看法，而且這樣的影響力，不是只有在網路產業本身，影響更深遠的，是散布在政治、經濟、社會、文化，甚至是當代許多人「認識」(認知)這個世界的重要來源之一，也是許多人蒐集相關資訊，甚至取代傳統媒體，閱讀相關新聞的來源，因此，對於特定的公共議題，網路形塑人民的態度與意見，已經不能只由新媒體影響民意的角度單純視之，比較正確的說法是，當代人是生活在網路影響的政治、經濟、文化的大環境中，有網路而發展的新媒體，也是在這樣的環境中與使用者互動。

伴隨著這個世界高速發展的同時，媒體也愈來愈複雜，且愈來愈快速變化，尤其是人類社會進入了網路時代，如同大江東去一去不復返，人類社會必定愈來愈與網路相依相存，「新媒體」也在這樣的網路環境中，不僅僅是「新媒體」的「定義」，其「內容」、「策略」以及「影響力」也會不斷的被突破與創新，或者我們可以換句話說，不斷的被「挑戰」於「取代」。更重要的是，這樣的媒體突破與被取代的生命週期，比過去歷史上都會來得更為快速。

用一個或許過度簡化的問題來思考：「網路會不會是人類有史以來最偉大的發明？」這個問題，或許每個人的答案都不盡相同，但是，相信大部分的人都會同意，網路已經進入人類現代歷史中的各個領域，包含政治、經濟、社會、文化等，網路是不是人類有史以來最偉大發明的答案，或許等到五十年之後再來回答，將會更明確。

網路在人類各領域中的革命性變化，如果從媒體的角度而言，和過去報紙、廣播、電視等不同時期的媒體革命，其影響所造成的廣度與深度均不可同日而語。網路在媒體引起的革命，就現在而言，已開啓「媒體匯流」（Media Convergence）的必然趨勢，而且不只是媒體技術的革命，也絕對是媒體內容，甚至是產業經營模式，在「邏輯」上徹底的改變。

進而言之，現在網路的革命和過去傳播史中任何階段都不相同，傳播歷史中電視取代廣播，廣播取代報紙成為一時的主流媒體的態勢，當代網路革命並非如此。閱聽眾多元媒體使用的行為，當然會因為網路的產生而更為多元，但是網路所帶來的革命，顯示網路不僅是繼電視之後的「新媒體」，更是未來所有媒體的「新平臺」（New Platform），深入觀察，網路在Web 3.0的時代來臨後，更將成為人類的「新生活」（New Life by the Internet），因為屆時網路將是隨時行動上網、無所不在、串連各種人類生活中事物的生活網路，這樣的量變與質變，絕非傳播史上任何一種「當時所謂的新媒體」所能比擬。有關議題，於本書第四章中有進一步的討論。

就學術研究的角度而言，網路的革命一樣帶來極大的新挑戰。民意理論或是傳播理論的發展，因為網路的革命，而今面臨研究情境（Context）以及研究的閱聽眾媒體使用行為和意見表達方式等巨大的改變。例如影響民意和傳播研究頗為深遠的議題設定理論，在其創始者 McCombs和Shaw於1970年代提出該理論的以報紙和電視為主的媒體時空背景，應用於二十一世紀網路盛行的環境，就顯得格格不入，有許多重要變數和概念，如議題設定的方向早已從中心化轉化為互動式，議題的優先和知曉模式也已從少數主流媒體即可設定的情境，轉化為多元媒體甚至網民力量競合關係的現況，有關議題設定理論和網路的發展，於本書第二部分實證研究中有較為詳細的討論。

有關本書撰寫的脈絡與各章分配如下：

網路時代的全面來臨影響了人類多層面的發展，其中，對於民意與民主的影響日漸深遠。本書嘗試以理論分析與實證研究，搭配國內外重大事件實例剖析，提供網路「新媒體」與「民意」在當代與未來可能的重要發展方向與建議。本書自「何謂民意？」的基本定義開始探討，並討論自啟蒙時代以來至今不同時期的民意研究典範，連結當今後現代主義與網路時代的民意發展趨勢，並在第二章詳細分析。

第三章則有鑑於網路新媒體與民意互動關係較少理論與實證的分析，切入數個傳播學與政治學領域重要的理論如RAS Model與議題設定理論等為分析基礎。除了相關理論與概念性分析外，本書並於第五至第七章，進行了橫跨新媒體與傳統媒體的「網路議題設定」實證研究，嘗試描繪目前新媒體與傳統媒體共同形塑民意的可能圖像。

最後，除理論與實證研究外，本書第四章亦探討國內與世界重要事件分析，如臺灣PTT批踢踢論壇、阿拉伯之春、美國總統大選網路化等實例，提供相關實證研究資料，以期更完整地論證網路新媒體與民意互動發展不可逆轉之趨勢。

民意理論發展典範的啓示

相信大家都會同意，民意是民主的基石，許多政治人物也把「民之所欲常在我心」在選舉的時候掛在嘴邊，但是每一位擁有投票權，或是可以參與公共事務的人民，或許可以自己思考一下：什麼是民意？民意真的存在嗎？如果真的存在，民意有存在哪裡？

這樣的問題，或許是因為所謂民意的定義其實是非常多元甚至混淆。如果一般人所想的最簡單的民意的定義是「每一個人民意見的總和」，以現代國家的人口數而言，例如美國與中華民國臺灣，每一個人民針對特定的公共議題，都要發表意見的話，所需要的時間和空間根本是難以計算的，如果用這樣的民意定義來決策公共政策，這樣的決策過程也會變得極端缺乏效率。由此可見，這樣的民意的定義，是過度理想而不切實際的，也或許除了希臘城邦時代以外，歷史上沒有一個現代國家曾依照這樣的民意定義執行過公共政策。

如果民意的定義又是「社會上多數人的意見」，那麼可能又會面臨什麼叫做多數人？如何測量多數人？少數人的意見就不叫作民意了嗎？

或許有些人會直接把民意調查等同於民意，本書作者雖