

探討大學生網路平台運用程度對政治知識的影響 —以台北大學生為例

謝伶伶*

摘要

現今網路平台的發達，資訊傳播越來越方便，從網路資訊中心調查中顯示 12 至 24 歲上網率高達 100%，此現象也可從 2020 總統大選中看到，選戰從實體轉為線上，透過網路來傳遞資訊。因此本研究將透過台北大學生媒介使用行為探討其與政治知識間的關聯，然後從性別、公私立學校這兩個方向去觀察是否會影響這其中的關係。

本文透過「媒介暴露」理論來判斷是否民眾與媒介接觸的時間越長，所接收的資訊就越多，其社會化程度也就越高，對於現行行政體制運作及公共政策制定的資訊也就越了解。其中並帶入「網路紅人」的變數，探討網路紅人是否會去影響大學生的平台使用行為。最後提出研究結果並給予未來研究的走向建議。

關鍵字：媒介暴露、網路紅人、網路平台運用、政治知識

* 國立政治大學公共行政學系碩士一年級

A Study on the Impact of the Use of the Internet by University Students on Their Political Knowledge: A Case Study on Taipei University Students

Yi-Ling Hsieh *

Abstract

With the advancement of the Internet today, information dissemination has gotten increasingly convenient. A survey conducted by the Network Information Center showed that Internet access rate is as high as 100% among those who are 12 to 24 years old. This phenomenon can also be seen from the 2020 presidential election where the election war shifted from the physical world to the online world and information was communicated via the Internet. Therefore, through the media usage behavior of students at Taipei University, this study examines the connection between the use of media and political knowledge. Then, the aspects of gender, and public or private school will be analyzed as to whether or not they will affect this relationship.

This study uses the theory of “media exposure” to determine whether people will receive more information the longer they have contact with the media, which will result in a higher level of socialization and greater understanding of the operations of the current administration’s system and the formulation of public policy. It also brings in the variable – “influencers” – to explore whether influencers will affect the Internet usage behavior of university students. Finally, the results of the study are presented, and suggestions are given for the direction of future research.

Keywords: media exposure, influencers, Internet use, political knowledge

* Year 1, Department of Public Administration, National Chengchi University

壹、緒論

一、研究動機與研究背景

由於現今網路媒體的發達，資訊傳播越來越方便及普及，也造就了新一世代的「網路紅人」，從美妝、電競、美食、政治等類別都有，隨著不斷的經營，這些網路紅人也漸漸培養自身的粉絲，有著一定的影響力。根據台灣網路資訊中心2020年台灣網路報告的調查顯示12至24歲的上網率高達100%，使用率最高的五項網路服務項目分別為社群論壇、即時通訊、影音/直播、網路新聞、電郵/搜尋。而年輕人在傳統媒體上的使用率則是逐年下降。

2020台灣總統大選，就可以明顯看出戰場不僅僅是在現實場域中，網路平台、社群媒體上更是激烈，尤其是對於18至35歲這段區間的選民格外重視，因此候選人紛紛找「網路紅人」合作，像是館長、波特王、阿滴英文、博恩夜夜秀、鍾明軒等等，除此之外像是臉書圖文作家等也都加入資訊傳遞的行列。

根據Lazarsfeld、Berelson與Gaudet（1948）在研究選舉行為時，發現競選訊息通常會先被對選情投入且具知識的「意見領袖」接收，而他們再將訊息傳遞給他們的追隨者，而這個過程就稱為二級傳播。然而在二級傳播的研究中也顯示，透過人際傳播模式所造成的影響程度遠大於以往的傳播媒介。從這次的選舉可以看見，不管是單純的網路紅人透過影片傳達自己的觀點又或者是候選人與網路紅人一起面對面對話，在留言區或是網路聲量確實都激起閱聽者討論。

然而從政治社會化的角度來看，學者大多數是肯定大眾傳播媒體傳遞政治資訊的功能，並且透過「媒介暴露」理論來研究媒介使用行為與政治知識兩者間的關聯。當民眾與媒介接觸的時間越長，所接收的資訊就越多，其社會化程度也就越高，對於現行行政體制運作及公共政策制定的資訊也就越了解。

因此想透過本研究了解關於臺北地區的大學生「網路平台運用」和「網路平台討論」是否會去影響自身的「政治知識」，以及「網路紅人的意見領導力」是否會去影響臺北大學生的「網路平台討論」，然後從性別、公私立學校這兩個面向去觀察是否會影響這其中的關係，並深入去探討影響的原因，進而提出研究建議。

貳、文獻回顧

一、網路平台選定

當傳播科技不斷的進行更新、取代，我們便需要去省思新的傳播科技是否能有效的去傳遞公共事務訊息，並且有效的去增進民眾對公共事務的參與或者

是興趣。以往的傳統媒介，像是報紙、廣播、電視等等，都是屬於單向式的傳播溝通，而現今的社群媒體則是雙向式溝通，因此使用者可以透過及時的訊息回覆和資訊傳遞者進行對話。除了對話外，使用者還能透過社群平台閱讀政治相關的議題，藉由平台分享文章、影片去發表個人意見，來與線上網友進行各類議題的討論。

根據2020年台灣網路報告中顯示，台灣民眾目前在社群網站的使用率有80%，其中有94.2%使用Facebook、39.2%使用Instagram，然而在影音、直播平台使用率則為77%。今年4月痞客邦發佈以台灣16歲以上社群平台使用者為調查對象的「社群藍皮書PIXNET Social Survey」，調查中發現多數人使用網路平台的目的以打發時間及放鬆為主，資訊類別需求最高的是生活時事，佔了61.6%，而搜尋資料的平台工具第一為搜尋引擎，第二為影音平台搜尋，佔40.5%。

因此，本研究選定網路平台使用率佔比前兩大的Facebook及Instagram，直播／影片平台則以YouTube作為代表，因為YouTube是目前世界上最大的影音平台，幾乎所有直播平台的影音資料都會流向YouTube來收藏，是網絡影音直播平台最好的傳播管道之一。透過Fuery（2009）提出網路平台具備的即時性、交互性、資訊製作、傳播及使用過程的廣泛參與性等特質，去了解本次研究的受訪對象平台使用狀況為何。

二、 政治知識定義

根據Jennings（1996）的定義指出，政治知識的概念不同於政治練達（political sophistication）或意識（awareness）等概念所指涉的內容，應該要更聚焦於政府與政治事實層面的測量，因此Jennings提出了三種不同類型的政治知識，有教科書知識（textbook knowledge）、觀察知識（surveillance knowledge）與歷史事實（historical facts），其中教科書知識主要詢問關於政府與政治運作過程的相關機制，觀察知識則是測量對時事的了解，除此觀察知識是也會因為時間變化而有所不同，且大部分是由大眾傳播媒體作為傳遞媒介。

然而在本研究中所著重的政治知識是關於「觀察知識」的測量，且Berelson、Lazarsfeld與McPhee（1954）強調做為一個民主的公民（democratic citizen）應具備充足的政治相關知識，尤其是關於政府作為的認知，像是政治議題、政黨的態度及預測未來政策走向。

從測量的角度來區分，游清鑫（2012）認為政治知識可以區分為事實性知識（factual knowledge）及概念性知識（conceptual knowledge），事實性知識是詢問民眾對於既有的、直接可以認知到的政治事實問題，像是對政治制度、政治人物的認知程度；概念性知識則是針對政治制度或是團體的政治屬性調查。後續本研究就會以這兩個角度進行問卷設計，用以測量民眾對於政治

知識的相關問題。

三、 政治類網路紅人的意見領導力

因為網路平台的出現及普及，早在1999年出現無名小站而開始有了經營自身的社交平台，後續隨著平台的更完善、習慣的改變、市場經濟因素等等，人們從過去的傳統數位媒體轉移至網路。由於大多數的人選擇在網路上瀏覽資訊，代表任何有特色的人都可能藉由社群力量傳遞出去，而形成暴紅的現象，若是經營的有聲有色，則會為自己創造出「粉絲」、「追隨者」，演變成為有影響力的「網紅」。

「網紅」用語來自於中國大陸，指的是在現實或是網路生活中因為某個事件或是某個行為，又或者是因為樣貌、才藝等特殊事蹟而受到網民關注的進而走紅的人。他們來自各領域的達人、風格鮮明的意見領袖，擅長透過社群平台，像是Facebook、Instagram、YouTube去呈現自己，並且粉絲人數達到50,000人以上就稱為「網路紅人」。

以「館長」陳之漢為例，2014年就開始進行網路直播，當時是以宣揚正確的健身觀點為主，偶爾發表對時事的意見，由於在言談中會夾雜幾句帶有他個人風格的招牌三字經，且評判標準一致，不分政黨通通都批判，因此逐漸累積粉絲，在2020年YouTube已達到103萬訂閱。由於館長過去的生活經驗貼近我們生活中會接觸到的人，針貶時事能夠反映到閱聽者心聲，而且獲得的媒體關注更超越許多知名政治人物，進而影響到更多的層面，甚至是閱聽人。

四、 網路平台運用

根據政治社會化的理論觀察，學者對於透過大眾傳播媒體傳遞政治資訊是給予肯定的，研究中採用「媒介暴露」理論去研究媒介使用行為與政治知識的觀點。學者認為當民眾接觸媒介時間越長時，對於政治事實知識的獲取有正面幫助，且對於政治事務的認知也越正確（Delli Carpini & Keeter, 1996; Tewksbury, 2003；黃秀端，1996；林瓊珠，2005；林聰吉、王淑華，2007，彭芸，2007）。

且當受眾的「媒介注意」程度越高，也會去影響知識的獲取，也就是當受眾對於某一事件的注意力越高，其投入的認知心力也就越多，因此就越可能去強化對這個事件的理解程度（Chaffee & Schleuder, 1986；Moy, McCluskey, McCoy&Spratt, 2004）。Bucy與Gergson(2001)也認為網路平台可以激起公民對政治參與的熱情，同時能增加公民參與政治的意願，然而透過公民參與的過程，增加公民的知識，更進一步的是讓民眾先自行去提升自己的知識再去參與公共活動（黃東益，2003；林瓊珠，2005）。

五、 性別與政治知識

在過去傳統的研究中指出，男性公民參與政治的機會和動機均高於女性，因此男性的政治知識普遍高於女性（Delli Carpini & Keeter, 1993; Frazer & Macdonald, 2003; Mondak & Anderson, 2004; Prior, 2014；林瓊珠，2005；黃秀端，1996）。但也有學者認為是因為男女關注的議題不同，也和政治知識的測量內容有關，像是過往的政治知識測量大多著重在政治職務或是機關制度，比較少涉及到日常生活的政策測量，因此才會出現男性分數高於女性的情形出現（林瓊珠、徐永明、黃秀端，2014）。

六、 學校屬性與政治知識

過去研究中，陳光輝（2019）藉由電視、報紙、網路與廣播等媒介來接收政治資訊的頻率來評估受訪者對政治事務關注的情況，分析後發現相對於私立大學，公立大學的學生有較高程度的政治知識。在大學教育過程中，就讀不同屬性學校的學生之間政治知識的顯著差異不僅持續維持，還有擴大的傾向。

參、 研究方法與程序

一、 研究假設與架構

根據文獻探討的結果，本研究參考「媒介暴露」理論去研究網路平台使用行為與政治知識的影響，且加入網路紅人的意見領導能力去探討其與網路平台討論的影響，最後將個人背景變項納入，看它們與政治知識之間的影響。故本研究之假設如下：

H1：臺北大學生的網路平台運用，對其政治知識有顯著影響。

H2：臺北大學生的網路平台討論，對其政治知識有顯著影響。

H3：網路紅人的意見領導力對臺北大學生網路平台討論有顯著影響。

H4：性別對其政治知識有顯著影響。

H4-1：就讀學校對其政治知識有顯著影響。

過去研究顯示網路平台的使用情況會對政治知識產生影響，因此設計以上假設，而此研究也想探討網路紅人意見領導力與網路平台討論的關係，因而有以下圖 1 的研究架構圖：

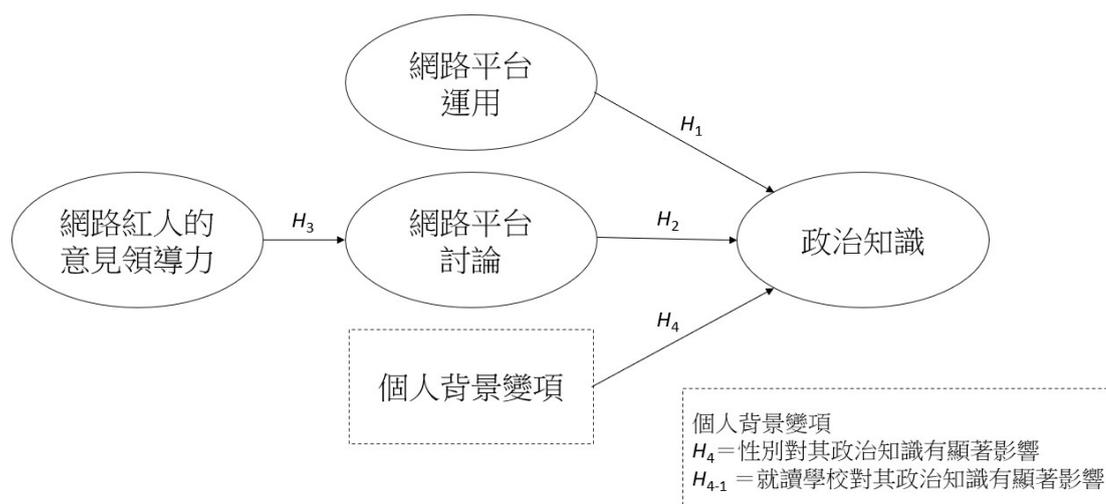


圖 1 本研究架構圖

二、變項及測量工具

本研究採用結構式問卷方式針對臺北市大學生進行調查，問卷是參照過往研究者給予定義以及發展良好的測量工具所編制為基礎。以線上問卷的方式發放，以增加問卷回收率。然而問卷採取無記名的填答方式，降低受訪者的防備心。問卷內容分為五大構面，測量網路平台運用為三題、網路平台討論六題、網路紅人的意見領導力八題、台灣事務(環境)訊息九題，並於問卷後詢問受訪者基本人口資料。

(一) 網路平台使用行為的操作化

過去研究認為「媒介暴露」是測量網路平台使用行為最為客觀的數值，也是許多研究採用的變項（翁秀琪、孫秀蕙，1994；劉嘉薇，2006）。然而Bucy與Gregson（2001）提出「媒介參與」的觀點，認為現今的網路平台並不像過去只有單方面的提供資訊，而是具有雙向交流、溝通的功能，像是留言區、討論區等等，因此透過網路平台傳達政治相關的看法或意見都是屬於「媒介參與」的範圍內。因此網路平台使用行為的測量應該包括「媒介暴露」及「媒介參與」兩個構面。

其中「媒介暴露」是在詢問受訪者使用網路平台時與政治相關資訊接觸的頻率以及網路平台使用的情況；「媒介參與」則是測量受訪者透過網路平台去表達自身對於政治議題看法的程度。

「媒介暴露」題目選項以四等刻度的量表（從不使用、很少使用、有時會使用、經常使用）去測試。從來不使用給0分、很少使用給1分、有時會使用給2分、經常使用給3分，將得分加總後再除以題數，分數越高，代表媒介暴露程度越高。

「媒介參與」題目選項以四等刻度的量表（從不參與、很少參與、有時會參與、經常參與）去測試。從來不參與給0分、很少參與給1分、有時參與給2分、經常參與給3分，將題數得分加總後再除以題數，分數越高，代表網路平台媒介參與程度越高。

（二）政治類網路紅人意見領導力的操作化

運用Ohanian（1990）整理提出的來源可信度框架，代言人理論中的三個向度專業性、可靠性、吸引力，做為政治類網紅意見領袖對受眾發揮影響力的測量構面，並依研究需求改編為政治類網紅意見領袖影響在談論公民參與議題時，對臺北大學生是否會引起其關注，進而提升政治知識。

題目選項以四等刻度的量表（非常不同意、不同意、同意、非常同意）去測試。非常不同意給0分、不同意給1分、同意給2分、非常同意給3分，將得分加總後再除以題數，分數越高，代表專業性、可靠性、吸引力程度越高。

（三）政治知識的操作化

這裡的政治知識定義本研究採取的是Jennings於1996年提出的三種不同類型的政治知識中的觀察知識（surveillance knowledge），是在測量對時事的了解。我會以「政治人物的認知」、「制度過程」、「台灣事務（環境）的訊息」三個構面去進行測量。

「政治知識」會以受訪者去回答現有的時事問題，像是目前台灣行政院長是誰的題目，去檢測受訪者，每個題目皆有3個選項，受訪者回答正確就獲得1分，錯誤或沒有回答則不給分，將所有題數分數加總後，分數越高，代表政治知識越高。

三、 研究方法

（一）研究對象

根據台灣網路資訊中心2020年台灣網路報告的調查顯示，12至24歲的上網率高達100%，這區間涉及國中生、高中生及大學生，那由於國中跟高中階段，礙於升學關係，有些學生並未隨時擁有電子產品。因此，本次研究對象訂為大學生。全台灣大學共133間，其中臺北市占了25間，扣掉科技大學，剩下14間公私立大學，仍是全台最多，因此將調查範圍鎖定在臺北市。礙於時間因素，最終便利選擇政治大學及鄰近的世新大學做為研究學校，且恰巧兩間學校都有公共行政領域的科系。

因此研究對象以政治大學公共行政學系及世新大學行政管理學系，兩者學校大一至大四的學生做為調查對象。

(二) 調查方式

由於已有母體名單，且政治大學及世新大學均有公布開課名單，因此藉由至各年級必修課、選修課教室的方式，邀請受訪者填答。發放時間為2020年12月16到12月22日，總計完成230份成功樣本。

肆、研究分析與討論

一、 樣本特性與信度分析

根據政治大學教學註冊組109學年度第一學期註冊人數統計表顯示註冊總人數為185位，男性占34.6%，女性占65.4%；世新大學教學註冊組109學年度第一學期註冊人數統計顯示註冊總人數為407位，男性占27.3%，女性占72.7%。兩校總體人數，男性占29.6%，女性占70.4%。

本研究總共蒐集了230份樣本，將收回後的樣本與母體資料進行卡方分析，發現母體性別比與樣本無顯現著差異（ $\chi^2=0.774$ ， $p>.05$ ），表示此問卷回答者與母體男女比一致。

表1：受測者人口變項的分佈與代表性檢定

人口變項	樣本	母體	檢定結果
性別			
男	30.9%	29.6%	p=.774 > .05 樣本與母體一致
女	69.1%	70.4%	
合計	100.0%	100.0%	

資料來源：本研究自行整理

在樣本敘述統計資料分析上，本研究將人口變項，性別、年級、學校及自變項網路平台使用情況、網路平台討論、收看的網路紅人、政治知識回答情況進行敘述統計分析，如表2。在性別部分，男性占30.9%，女性占69.1%；年級分佈則是以一年級收到的樣本數最多，占38.3%，次要才是四年級占29.6%；而學校部分以世新大學收回份數最多，占63.9%，但政治大學份數也收回近總體人數的45.4%。

表2：研究對象基礎特質

人口變項	選項	人數	百分比
性別	男性	71	30.9%
	女性	159	69.1%

人口變項	選項	人數	百分比
年級	一年級	89	38.7%
	二年級	29	12.6%
	三年級	46	20.0%
	四年級	66	28.7%
學校	政治大學	84	36.5%
	世新大學	146	63.5%

資料來源：本研究自行整理

在問卷信度分析上，以Cronbach's Alpha值為判斷依據，檢驗變項內部一致性與可靠性。整份問卷Cronbach's Alpha值為0.835，通常信度大於0.7是可以接受的標準，因此這份問卷具有高度的可信度及一致性。

表 3：問卷信度

可靠性統計量	
Cronbach's Alpha	項目數
.835	24

二、敘述統計分析

(一) 網路平台運用、網路平台討論

自變項部分，臺北大學生透過YouTube觀看「一般政治相關的影片或直播」的使用率最高，占 11.7%，而Instagram則是最少，只有 2.6%；在網路平台討論的題目中，藉由YouTube、Facebook、Instagram與其他人互動的回答則集中於「從不參與」、「有時參與」，三題回答都占50%以上。

表4：自變項-網路平台運用、網路平台討論

自變項	選項	人數	百分比
使用YouTube觀看「一般政治相關的影片或直播」	從不使用	38	16.5%
	很少使用	111	48.3%
	有時使用	54	23.5%
	時常使用	27	11.7%
使用Facebook觀看「一般政治相關的影片或直播」	從不使用	80	34.8%
	很少使用	105	45.7%
	有時使用	35	15.2%
	時常使用	10	4.3%

自變項	選項	人數	百分比
使用Instagram觀看「一般政治相關的影片或直播」	從不使用	124	53.9%
	很少使用	78	33.9%
	有時使用	22	9.6%
	時常使用	6	2.6%
透過網路平台(如：Instagram、Facebook、YouTube等平台)將您覺得重要的公共問題分享、轉發、貼連結傳給他人	從不參與	62	27.0%
	很少參與	88	38.3%
	有時參與	66	28.7%
	時常參與	14	6.1%
透過網路平台(如：Instagram、Facebook、YouTube等平台)提出自己對當前熱門政治議題看法	從不參與	98	42.6%
	很少參與	96	41.7%
	有時參與	26	11.3%
	時常參與	10	4.3%
透過網路平台(如：Instagram、Facebook、YouTube等平台)和他人討論政治話題	從不參與	73	31.7%
	很少參與	113	49.1%
	有時參與	32	13.9%
	時常參與	12	5.2%
透過YouTube「影片和直播」參與「政治和公共事務」	從不參與	65	28.3%
	很少參與	115	50.0%
	有時參與	40	17.4%
	時常參與	10	4.3%
透過Facebook「影片和直播」參與「政治和公共事務」	從不參與	96	41.7%
	很少參與	102	44.3%
	有時參與	25	10.9%
	時常參與	7	3%
透過Instagram「影片和直播」參與「政治和公共事務」	從不參與	137	59.6%
	很少參與	79	34.3%
	有時參與	9	3.9%
	時常參與	5	2.2%

資料來源：本研究自行整理

(二) 政治類網路紅人意見領導力

在自變項，政治類網路紅人意見領導力中，臺北地區大學生「最常收看」的政治網路紅人回填頻率最高的是眼球中央電視台（25%），次要則是志祺七七（21%）及館長（14%）。然而一週平均觀看政治網路紅頻道的時間未滿一小時的人占41%，第二為一至二小時，占35%。

在政治類網路紅人意見領導力問題中，每題都有60%以上的人同意自己觀

看的政治類網路紅人具有專業性、可靠性及吸引力。

表5：自變項-政治類網路紅人意見領導力

自變項	選項	人數	百分比
最常收看的政治類網路紅人	館長	33	14%
	博恩	25	11%
	眼球中央電視台(視網膜)	58	25%
	志祺七七	49	21%
	老天鵝娛樂	29	13%
	范琪斐	19	8%
	百靈果 News	7	3%
	非本研究定義之網紅	10	4%
	一週平均花費的時間觀看政治網路紅人頻道(以小時回答)	未滿一小時	95
一至二小時		80	35%
二至三小時		19	8%
三至四小時		17	7%
四小時以上		19	8%
他(她)具備足夠公民相關議題專業知識	非常不同意	14	6%
	不同意	41	17.8%
	同意	142	61.7%
	非常同意	33	14.3%
他(她)在自身專業領域具備優秀表現?	非常不同意	9	3.9%
	不同意	22	9.5%
	同意	153	66.5%
	非常同意	46	20%
他(她)具備值得信賴的形象?	非常不同意	10	4.3%
	不同意	27	11.7%
	同意	152	66%
	非常同意	41	17.8%
他(她)具備坦白、直言的形象?	非常不同意	7	3%
	不同意	18	7.8%
	同意	128	55.6%
	非常同意	77	33.4%
他(她)具有家喻戶曉的形象?	非常不同意	6	2.6%
	不同意	33	14.3%
	同意	144	62.6%

自變項	選項	人數	百分比
他(她)會影響您對於公民相關議題的看法？	非常同意	47	20.4%
	非常不同意	12	5.2%
	不同意	36	15.6%
	同意	152	66%
	非常同意	30	13%

資料來源：本研究自行整理

(三) 政治知識

最後為政治知識測量的部分，在「政治人物的認知」構面中，高達93.9%的受訪者知道目前的行政院長是誰；「制度過程」構面中，只有60%受訪者答對關於台灣行政院長任命程序，仍有40%的受訪者回答錯誤；在「台灣事務（環境）的訊息」中，受訪者回答正確率平均都有60%以上，只有關於新冠肺炎疫苗招募、萊克多巴胺原先用途、紙本三倍卷領取地點的正確率最低，平均不到26%。

表6：依變項-政治知識

自變項	選項	人數	百分比
台灣有無大規模招募COVID-19 疫苗臨床受測者	有	43	18.6%
	無	89	38.6%
	不知道	98	42.6%
台灣現在的行政院長是誰	陳菊	1	0.4%
	賴清德	13	5.6%
	蘇貞昌	216	93.9%
台灣目前關於行政院長任命程序為何	總統直接任命	138	60%
	立法院提名並票選任命	1	0.4%
	總統提名，立法院同意	91	39.5%
紙本三倍卷在下列實體場所中無法獲得	銀行	52	22.6%
	郵局	25	10.8%
	超市、藥妝店	153	66.5%
何者不屬於中央流行疫情指揮中心指定的八大類強制戴口罩場所	大眾運輸教育場所	3	1.3%
	場所	5	2.1%
	戶外場所	222	96.5%
萊克多巴胺原先用於治療人類哪種疾病	癲癇	81	35.2%
	氣喘	90	39.1%
	甲狀腺	59	25.6%

自變項	選項	人數	百分比
2021 年台灣進口美國豬肉的政策 幾月上路	1 月	154	66.9%
	5 月	51	22.1%
	9 月	25	10.8%
2021 年起基本時薪調整至多少金 額	158	37	16%
	160	168	73%
	162	25	10.8%
台灣哪個縣市目前沒有捷運	台南	218	94.7%
	台中	10	4.3%
	桃園	2	0.8%

資料來源：本研究自行整理

此次政治知識調查答對題數都落於5至7題，占78.3%，呈現常態分配。而男性平均得分為5.8分，女性為5分。

表 7：知識題分數加總

答對題數	次數分配表	百分比
2	1	0.4%
3	8	3.5%
4	30	13%
5	58	25.2%
6	80	34.8%
7	42	18.3%
8	8	3.5%
9	3	1.3%
總計	230	100%

表 8：男女知識題答題次數與平均

答對題數	男生次數	女性次數	得分平均
2	1	0	男性 5.8 分 女性 5 分
3	1	7	
4	9	21	
5	15	43	
6	25	55	
7	15	27	
8	4	4	
9	1	2	

答對題數	男生次數	女性次數	得分平均
總計	71	159	

伍、主要研究分析

依據本研究架構與假設對應之統計分析方式，本研究將H1、H2及H3使用Pearson相關分析。H1為檢驗臺北大學生網路平台運用對政治知識之間的關係，H2為檢驗臺北大學生網路平台討論對政治知識之間的關係，H3則是檢驗網路紅人的意見領導力對臺北大學生網路平台討論之間的關係。

使用獨立樣本t檢定去分析H4與H4-1。H4為檢驗兩性在政治知識上的關係，H4-1為檢驗就讀公私立學校在政治知識上的關係。

首先是「臺北大學生網路平台運用」與「政治知識」之間的關係，以Pearson相關分析結果如表9。依據數據顯示，發現p值=0.064，因為p值大於0.05，所以代表網路平台運用與政治知識得分上並無顯著相關，並不符合H1的預測。

第二，在「臺北大學生網路平台討論」與「政治知識」之間的關係，以Pearson相關分析結果如表9。依據數據顯示，發現p值=0.010，因為p值小於0.05，所以代表網路平台討論與政治知識得分上有顯著相關，符合H2的預測。

第三，在「網路紅人的意見領導力」與「臺北大學生網路平台討論」之間的關係，以Pearson相關分析結果如表9。依據數據顯示，發現p值=0，因為p值小於0.05，所以代表網路紅人的意見領導力與臺北大學生網路平台討論上有顯著相關，符合H3的預測。

第四，在「性別」與「政治知識」之間的關係，以獨立樣本t檢定分析結果如表9。根據數據顯示，發現p值=0.224，因為p值大於0.05，所以代表不同性別在政治知識得分上並無顯著差異，不符合H4的預測。

第五，在「就讀學校」與「政治知識」之間的關係，以獨立樣本t檢定分析結果如表9。根據數據顯示，發現p值=0.003，因為p值小於0.05，所以代表不同就讀學校在政治知識得分上有顯著差異，符合H4-1的預測。

表 9：整體變數 p 值

變項關係	p 值
臺北大學生網路平台運用→政治知識	0.064
臺北大學生網路平台討論→政治知識	0.010
網路紅人的意見領導力→臺北大學生網路平台討論	0
性別→政治知識	0.224

變項關係	p 值
就讀學校→政治知識	0.003

陸、研究結果

根據上述研究分析之結果，針對變項述統計及Pearson分析、獨立樣本t檢定分析驗證各假設的結果，進行討論。

一、 描述性統計結論

本研究主要針對大學生網路平台運用、網路平台討論、網路紅人意見領導力、個人背景變項與政治知識之間進行分析。在網路平台運用、討論中，發現臺北大學生使用YouTube觀看政治相關影片或直播的使用率是最高的，但是以整體平台的參與度來說大學生普遍都是不高的，這裡顯示大學生大多將社群平台做為打發時間、娛樂性質為主，並不會將它做為獲取政治相關訊息的媒介。

在網路紅人意見領導力中，臺北地區大學生一週收看政治類網路紅人頻道都低於一小時，可見臺北大學生將網路紅人的頻道視為休閒、娛樂，並不會在額外時間去收看與政治相關的頻道影片。但是對於他們所觀看政治類網紅的意見領導力中，有 60% 以上都認為自己觀看的網路紅人是具有專業性、可靠性及吸引力。

最後關於政治知識調查答對題數都落於 5 至 7 題，顯示普遍大學生對於政治時事都有一定的知悉，但對於新冠肺炎、萊克多巴胺、三倍卷的專業政策議題並未深入去了解。

二、 研究假設驗證

(一) 「網路平台運用」、「網路平台討論」與「政治知識」

本研究H1與H2分別驗證「網路平台運用」、「網路平台討論」與「政治知識」之間的關係是否成立。在H1假設中，透過Pearson相關分析結果發現「網路平台運用」與「政治知識」並無顯著關係 ($p=0.064$, $p>0.5$)。

在H2假設中，透過Pearson相關分析結果發現「網路平台討論」與「政治知識」有顯著關係 ($p=0.010$, $p<0.5$)。

回顧前述本研究文獻檢閱結果，學者認為民眾接觸媒介時間越長，對於政治事實知識的獲取有正面幫助，且對於政治事務的認知也越正確 (Delli Carpini & Keeter, 1996; Tewksbury, 2003; 黃秀端, 1996; 林瓊珠, 2005; 林聰吉、王淑華, 2007, 彭芸, 2007)，但對於此次調查臺北大學生網路社群平台使用情形，發現大學生都將網路平台做為娛樂性質為主，並且收看政治類

網路紅人頻道的時間不長，這也符合過去學者所提出的概念，因為大學生收看時間短，所以此次的「網路平台運用」與「政治知識」無顯著關係。

Bucy與Gergson (2001) 認為網路平台可以激起公民對政治參與的熱情，同時增加公民參與政治的意願，然而透過公民參與的過程，增加公民的知識。此次研究結果符合這項觀點，因為受到網路意見紅人提及的政治相關議題，引起大學生於平台的討論，加深他們得知相關時事，增加公民參與度，進而增加政治知識。

(二) 「網路紅人意見領導力」與「網路平台討論」

本研究H3將驗證「網路紅人意見領導力」與「網路平台討論」之間的顯著關係是否成立。於H3假設，透過Pearson相關分析結果發現「網路紅人意見領導力」與「網路平台討論」有顯著關係 ($p=0, p<0.5$)。

根據Ohanian (1990) 整理提出的來源可信度框架，代言人理論中有三個向度，分別是專業性、可靠性、吸引力，透過這三項去測試網路紅人對受眾發揮的影響力。在此驗證中，假設是成立的，代表網路紅人的領導力確實能帶給閱聽人影響，增加大學生的對於相關政治議題進行討論。

(三) 「性別」與「政治知識」

本研究H4將驗證「性別」與「政治知識」之間的顯著關係是否成立。於H4假設，以獨立樣本t檢定分析結果發現「性別」與「政治知識」並無顯著差異 ($p=0.224, p>0.5$)。

回顧上述本研究之文獻檢閱結果，過去男性公民參與政治的機會及動機均高於女性，因此政治知識普遍高於女性，但因為現在網路的普及，人人都能夠上網搜尋資訊，因此能減緩兩性之間對於資料上的差異，也讓H4假設不成立。

(四) 「就讀學校」與「政治知識」

本研究H4-1將驗證「就讀學校」與「政治知識」之間的顯著關係是否成立。於H4-1假設，以獨立樣本t檢定分析結果發現「就讀學校」與「政治知識」有顯著差異 ($p=0.003, p<0.5$)。

回顧上述本研究之文獻檢閱結果，陳光輝 (2019) 過往研究指出相對於私立大學，公立大學的學生有較高程度的政治知識，在此次研究中也是顯示此結果，原因可能是受學生過往的教育因素，以及上大學後學習動機因素的不同而有所不同，這讓H4-1假設成立。

柒、結論與建議

由於通訊資訊的進步，現今的大學生能夠透過社群平台去獲取相關政治議題的訊息，有效的去影響公民的政治知識，尤其在2020總統大選中，我們能看見許多年輕一代的族群在網路上發聲，許多議題的討論區也能看見不同的聲音發表，政治類相關的網路紅人也透過自身的影響力去帶動議題熱度，藉由社群平台即時通訊的功能，與閱聽人當下做意見討論，我認為這些表現都是很好的，對於社會進步是有效的，也能帶動自身的判斷能力，知道事情的對錯又或者是透過不同角度去看同一件議題。

但是我們也要仔細審視每一件事情，否則就很容易受到多數人意見影響，在現今社會中獨立思考是每個人都應該擁有的能力。

在此次的研究限制為礙於時間的關係，調查的學校就只有政治大學及世新大學做為公立和私立學校代表，這可能讓研究結果無法代表所有的學校，也因此希望未來能有機會增加學校的研究樣本數。次要則是因為在此次平台調查中有納入Instagram，經由調查後發現大學生多將此平台做為娛樂性質，幾乎沒有使用關於政治相關議題上的用途，因此未來的研究可以採用別的平台，或許會有與此研究產生不同的研究結果。

參考文獻

- 莊文忠、林美榕（2014）。指數或量表？以TEDS的政治知識測量為例。選舉研究，21(2)，113-145。
- 林瓊珠、徐永明、黃秀端（2017）。政治知識的性別差異：測量內容之探討。選舉研究，24(2)，39-63。
- 游清鑫（2012）。初體驗與粗體驗：台灣民眾對立委新選制的認知、參與及評價。選舉研究，19(1)，1-32。
- 羅文輝、蘇蘅（2011）。媒介暴露與資訊處理策略對新流感相關知識的影響。新聞學研究，(107)，173-206。
- 陳憶寧、羅文輝（2006）。媒介使用與政治資本。新聞學研究，(88)，83-134。
- 李宗亞、羅文輝、盧鴻毅、魏然（2019）。資訊處理策略與政治討論對賽局性知識與實質性知識的影響。中華傳播學刊，(36)，117-155。
- 周得媛、康學真、呂佳妍、謝泓晉（2019）。網路紅人可信度影響消費者態度之研究－以YouTube表演類網紅為例。圖文傳播藝術學報，87-101。
- 劉雨涵（2018）。你follow她了嗎？Instagram網紅的人類學觀察。中央研究院民族學研究所資料彙編，(26)，1-34。
- 楊運秀、郭芳仔（2017）。網紅業配文的說服效果：懷疑人格、熟悉度及專業性的影響。行銷評論，14(2)，163-189。
- 賴明弘、張峻維（2016）。網路影音直播平台的使用者行為探討：從知曉到持續使用。中科大学報，3(1)，31-47。
- PIXNET（2020）。PIXNET社群藍皮書，2020年12月25日，取自：<https://reurl.cc/3N5L7l>。
- 台灣網路資訊中心（2020）。台灣網路報告，2020年12月25日，取自：<https://reurl.cc/9Z5X7d>。

