

國防大學政戰學院新聞學系碩士班

碩士論文

臉書使用者之同溫層研究：以年金改革為例

Facebook Users and Stratosphere Impact: A Case Study  
of Pension Reform

研究生：劉建志

指導教授：傅文成 博士

中 華 民 國 一 〇 九 年 六 月

國防大學政治作戰學院新聞學系新聞碩士班學位論文

口試委員會審定書

臉書使用者之同溫層研究：以年金改革為例

本論文係劉建志(學號 1090720310)在國防大學政治作戰學院新聞碩士班完成之碩士學位論文，於民國 109 年 05 月 15 日承下列考試委員審查通過及口試及格，特此證明

委員兼召集人	徐振興
指導教授	傅文成
委員	傅文成
委員	孫復威
委員	徐振興
學系主任	傅文成

中華民國 109 年 05 月 15 日

## 謝 誌

回首這一年十個月的碩士時光，原先以為這段時間應該是漫長且艱辛的旅程，想不到現在到了即將畢業的時刻，卻覺得這求學過程，短暫的有如夜空中一閃而過的流星，並且本以為愚笨如我，離畢業應該是遙遙無期的事，如今卻能夠撰寫著這篇謝誌，也代表著自己將要結束這段碩士的學生生涯。

而能夠完成這段學業，最感謝的人便是擔任我指導教授的傅文成老師，感謝老師能對於我的論文，給予專業的指導，並在有系統、有步驟的方式之下，完成論文每一章節的撰寫，這才使得屬於後段班人員的我，能夠如期的完成論文，並且老師不只在學術領域上令人尊崇，在待人處事方面，傅老師也是我學習的典範，相信未來在老師的引領之下，政戰學院新聞系能夠培育出更多對學術界及國軍有所助益的優秀學子。

同時也要感謝擔任口試委員的徐振興老師及孫復威老師，兩位老師在第一次口試時，便在論文方法上給予精闢的指導及明確的方向，以利於我後續在撰寫第四、五章，及數據分析時，少了走更多冤枉路的機會，在這三位老師細心的幫助之下，使論文能夠順利產出。

當然除了這三位老師之外，也得感謝擔任班導師的謝奇任老師，以及教導過我的方鵬程老師、邊明道老師、陳竹梅老師、潘玲娟老師、林頌堅老師、劉大華老師、孫懋嘉老師、陳靜君老師，謝謝老師們在這段時間裡，不僅教授給我重要的知識，所學到的更多是對生涯發展有益的人生經驗。在此也要

謝謝系上最 Carry 的孟秋助教，總是在我們陷入資源匱乏的時刻，給予神一般的協助，也不厭其煩的幫我們處理很多學務上的雜事，使我們新聞系碩 109 年班，能夠更加專心於追求學業。

另外也謝謝碩 109 的各位學長姐及同學，人生何其有幸，竟然能與各位共度這段學生時光，創造了無數美好回憶，不管是共同完成的研討會、新聞營等任務，或是到澎湖與宜蘭的班級旅遊，既使中間有發生過些許的摩擦與爭執，也仍舊無法撼動全班共同建立起的革命情誼。

只是人生聚散終有時，如今正是到了別離的時刻，再次感謝老師與同學們的包容、提攜，才能讓我在學術上能有更進一步的突破，能夠再以新聞系學生的身分，迎接六月鳳凰花開的畢業時節，是件令人感到光榮的事，或許會感慨著離別，但相信大家從學校帶走的知識與對未來的憧憬將會比此多更多！

國防大學  
National Defense University

劉建志 謹誌於北投復興崗

中華民國一零九年 六月

## 中文摘要

網路與社群媒體雖然能提供民眾多元化的資訊，以及提供與他人討論的空間，但個人原有的既定立場，以及社群媒體的使用方式，卻侷限住了個人的眼見，容易形成現今為人所知的同溫層環境，而同溫層將加深與穩固民眾原有的立場形成意見極化，本研究透過對 529 名受測者實施線上問卷調查，結果發現個人立場將對同溫層現象產生直接影響 ( $\beta=0.111^{**}$ )，另外也發現到個人在臉書上對公共政策的參與程度，也將對同溫層現象的發生，產生直接的影響 ( $\beta=0.199^{***}$ )，經由同溫層居中的催化之下，使得受測者在立場上變的更加分化，產生意見極化的現象，使用者對於臉書的依賴程度，也將促使同溫層對意見極化的發生 ( $\beta=0.161^{***}$ )，極化將使個人對相反立場的意見不能接受，進而引發不同觀點間的爭執。

關鍵字：同溫層、軍公教年金改革、意見極化、媒體依賴、臉書

National Defense University

## Abstract

Although the Internet and social media can provide people with diverse information and provide space for discussion with others, the original established position of the individual and the use of social media, but limited to a personal vision, it is easy to form today The stratosphere environment is known. The stratosphere will deepen and stabilize the original position of the people to build a polarized opinion. This study conducted an online questionnaire survey on 529 subjects and found that personal situations will Strata phenomenon has a direct impact ( $\beta = 0.128^{**}$ ). It is also found that the degree of individual participation in public policy on Facebook will also have a direct impact on the occurrence of stratosphere phenomena ( $\beta = 0.199^{***}$ ), Under the catalysis of the stratosphere, the subject has become more differentiated in position, resulting in a polarization of opinions, and the user's dependence on Facebook will also promote the polarization of the views in the stratosphere. The occurrence of ( $\beta = 0.161^{***}$ ), polarization will make personal ideas contrary to positions that can not accept, triggering a dispute between different points of view.

Keywords: stratosphere, military and pension reform, opinion polarization, media dependence, Facebook

## 目次

中文摘要	i
英文摘要	ii
目次	iii
表目次	iiiv
圖目次	v
第一章 緒論	1
第一節、研究背景與動機	1
壹、過度依賴網路的社會隱憂	1
貳、同溫層助長意見兩極化的發生	1
第二節、研究目的	10
第二章 文獻探討	18
第一節、同溫層效應之影響	19
第二節、同溫層極化現象的影響	23
第三節、臉書依賴所產生的後遺	29
第三章 研究方法	34
第一節、資料收集與抽樣	34
第二節、問卷執行	34
第三節、問卷設計	35

壹、個人立場一	35
貳、政治參與程度	36
參、同溫層現象	37
肆、個人立場二	40
伍、臉書依賴程度	40
第四節、問卷前測檢覆	41
第五節、問卷信度檢核與樣本結構	43
壹、Cronbach' s $\alpha$ 信度檢核	43
貳、樣本描述性統計	44
第四章 資料分析與解釋	50
第一節、年金改革立場對同溫層現象產生之關係	50
第二節、使用臉書進行議題參與程度對同溫層現象產生 之關係	53
第三節、同溫層現象對立場極化的中介作用	54
第四節、臉書依賴程度對立場極化的調節作用	57
第五節、研究問題之驗證	59
第五章 結論與研究建議	61
第一節、個人立場與社群媒體使用促使網路同溫層之產	

生 . . . . .	61
第二節、網路同溫層對意見極化的中介效果 . . . . .	65
第三節、個人臉書依賴對於意見極化的調節作用 . . . . .	67
第四節、研究限制與建議 . . . . .	70
參考文獻 . . . . .	72
附錄 . . . . .	93



國防大學

National Defense University

## 表目次

表 1.1 網路同溫層相關研究	11
表 3.1 個人立場一量表	35
表 3.2 政治參與程度量表	37
表 3.3 同溫層現象檢驗量表	39
表 3.4 個人立場二量表	39
表 3.5 臉書依賴程度量表	42
表 3.6 前測問卷信度分析	44
表 3.7 正式問卷信度分析	45
表 3.8 人口描述性統計	46
表 4.1 個人立場一與同溫層現象線性迴歸	50
表 4.2 臉書參與程度與同溫層現象的線性迴歸	52
表 4.3 同溫層現象對個人立場二中介作用	53
表 4.4 臉書依賴程度對個人立場二的調節作用	57
表 4.5 研究問題驗證	59

## 圖目次

圖 1.1 全球前五大社交平台	30
圖 1.2 全球平均社群媒體使用時間	30
圖 2.1 研究架構圖	33
圖 4.1 臉書依賴程度調節效果圖	58



# 第一章 緒論

## 第一節、研究背景與動機

### 壹、過度依賴網路的社會隱憂

隨著科技發展，也使得資訊傳遞的管道更趨多元，除了以往是利用報紙、廣播、電視等傳統媒體獲取訊息外，現今更常使用的是網路及社群媒體，並且 2019 年與 2018 年的數據相比，社群媒體的使用人數已從 31.9 億增長到 34.8 億（Global Digital Report, 2019）。

根據最新的網路使用數據報告指出，截至目前為止，全球有 45% 的人口，將近 35 億人擁有社群媒體帳戶，並且平均每天花費兩小時的時間在使用社群媒體，其中臉書用戶更高達 21 億，位居所有社群媒體之冠（Global Digital Report, 2019）。

而社群媒體也不僅只侷限做為與他人聯繫的手段，根據 Nielsen、Newman、Flercher & Kalogeropoulos（2019）的研究發現，有 57% 的人利用社群媒體讀取新聞訊息，與 2018 年的 53% 比較之下，有著顯著的增長。但人們在社群媒體上所接收的資訊，往往與自己及朋友的喜好相同，長久以往下來，就容易看不見不同於自己立場以外的觀點，形成近幾年來為人所熱議的同溫層現象（張詠晴，2018.12.09）。

社群媒體的發展，改變了人們的生活方式，像是為了逃避現實生活帶來

的壓力，群眾會藉由使用社群媒體來改變情緒，獲得心靈上的解脫 (Hou et al., 2017)。又或者為了尋求在現實生活裡得不到的關注與支持，而投身於社群媒體當中 (Indian & Grieve, 2014)。

另一方面，社群媒體也被用來做為政府政策的宣傳手段，或是促使年輕人參與公共事務的功能 (Greenwood, Perrin & Duggan, 2016)。另外還有撰寫、分享、轉貼等諸多功用，但習慣以網路社群媒體平台作為資訊來源的使用者高達 57%，並且年紀越輕的人其依賴程度更高 (Nielsen et al., 2019)，而我國群眾平均每四人當中就有三人會使用社群媒體的習慣，使用率更在亞洲國家中排名第三，僅次於泰國及越南，在對網路如此高度使用及依賴的情況下，群眾對於網路上所釋放出的訊息更容易引起關注及信任 (Johnson & Kaye, 1998；Wanta & Hu, 1994)。

而且臉書推出的即時通信功能與應用程式，增添了臉書功能的多元性 (Facebook Newsroom, 2019.04.30)，使得臉書除了用在跟家人朋友聯繫感情之外，也有越來越多人在工作上進行應用，而在國內，只要是擁有社群媒體帳戶的使用者，則有將近百分之百的機率有在使用臉書 (創市際市場研究, 2018)，國內民眾已跟臉書建立起高黏著度。

但是過度沉迷於社群網路，將有可能產生想要永遠滯留在社群網路的環境裡，導致自己無法面對離開網路世界時所遭受到的不安 (Andreassen & Pallesen, 2014；Błachnio, Przepiorka & Pantic, 2016)，並且網路社群媒體具

備的好友分享、訊息過濾及分享功能，更是促進網路同溫層的增長(賴禹安，2019.05.07)。

現任美國總統 Trump 能夠在 2016 年的大選中獲勝，社群媒體的影響不可忽視，Trump 本人也在接受電視台專訪時，表示臉書及推特等社群媒體，遠比他自己的宣傳還要有影響力，能讓 Trump 贏過 Hillary (Stahl, 2016.11.13)。並且在競選期間裡，社群網站上的確存在著不同政黨意識的級端化支持團體，而這兩個極化團體互相容不下彼此的意見 (Hayat & Samuel-Azran, 2017; Beam, Hutchens & Hmielowski, 2017)。而在這極端化團體建立出封閉的同溫層環境，所有身處在這封閉環境中的人只願聽取有利自己所偏好的候選人消息，對於不利的訊息則是選擇忽略或是抨擊其真實性 (Allcott & Gentzkow, 2017)，也因此成為有心人士進行訊息操弄，改變社會輿論的場所。

例如 Paul Horner 就曾撰寫多篇有關抗議 Trump 的民眾，都是敵對候選人 Hillary 花錢請來，故意抹黑 Trump，以及 Hillary 利用電子郵件與俄羅斯私下進行來往等 (關鍵評論，2017.09.28)。而 Paul 也早在接受華盛頓郵報訪問時就表示，這些內容就是自己刻意撰寫的假新聞，但意料之外的是抨擊 Hillary 的不實新聞卻讓 Trump 支持者們深信不疑，並且 Eric Frederick Trump 還將 Paul 所寫的假新聞分享於網路 (Dewey, 2016.11.17; Masnick, 2016.10.14)。

而 Garimella、Gionis、 Morales & Mathioudakis (2018) 等人的研究也指出，具有特定黨派意識的人，在使用社群媒體方面，的確存在著僅會接受與自己相同立場的訊息，對於不同黨派的所提出的相反意見會選擇忽視，呈現出對黨派支持有單邊傾斜的狀況，持有不同立場的兩方，無法聽到對方的論點，即是對民主政治的傷害。

利用社群媒體營造同溫層環境，做為政治手段的方式並不僅止於美國，Wael Ghonim 在 2011 年時，利用臉書凝聚印度國內民眾意識，迫使獨裁政府還政於民，但原本同屬追求民主的埃及民眾，卻在革命成功之後，卻又再次分裂成了軍政派及伊斯蘭教義派，並且各自又形成了屬於自己的同溫層，站在極端對立的兩方，無法聽取彼此不同的聲音，追求相同共識，使得埃及追求民主政治失敗，連 Ghonim 本人也認為自己太忽視網路同溫層的影響效果，同樣的情況也沒有侷限於埃及，當時發起民主革命的阿拉伯世界周邊國家，除了突尼西亞真正步入民主政治的軌道外，其他國家的境遇則與埃及相差不遠（李奕佐，2016.03.29；郭奕玲，2016.10.19）。Shelley (2011) 也認為，基於政治興趣所進行的政治參與，將會影響對媒體的使用方式。並且與其他議題，喜歡參與政治議題相關的網路帳號，更容易造成同溫層的出現（Garimella et al., 2018）。

而根據戚宇賢 (2015) 對國內太陽花學運期間所做的研究發現，民眾藉由臉書進行政治參與的行為，除了提升對議題意識外，並且為了避免聽取到

不同意見的訊息，確實會主動取消追蹤或刪除在社群媒體上不同於自己立場的好友，拒絕接受相反意見，形成意見上的極化。

極化立場的形成，也將對國家政策的推動產生影響，在美國學者 Poole & Rosenthal (2001) 的研究中，透過對國會記名式表決的紀錄發現到，美國內部政治出現兩極化的趨勢。而 McCarty, et al. (2006:163-188) 則更進一步指出，這樣的政治立場兩極化現象，使得保守派的共和黨杯葛民主黨政策，並使得美國人民貧富差距更加擴大。而造就今日美國發生政治極化現象的原因，則被認為是由於司法、立法與行政三權分立有關(Fukuyama, 2013)。

從美國的研究顯示，三權分立制度、兩黨制和政治菁英彼此間的結盟，都是造成政治立場兩極化的要因，而從全球來看，與美國具有相同條件的國家並不多，而台灣正是為數不多的國家之一，代表著在政策推動上，極有可能受到政治菁英極化的立場而影響(林繼文，2015)。並且意見極化的出現，不僅只局限於少數政治菁英上，在一般民眾當中也有可能會出現，且將隨著對政黨的情感偏好而，對立情況越趨明顯，尤其個人黨性越強者，其政治極化的狀況越顯著(蕭怡靖，2014)。

而社群媒體將使極化現象，成為現今不可忽視的問題，韓國學者 Hong & Kim (2016) 的研究發現，社群媒體是透過個人選擇性曝光某些特定訊息和同溫層現象而加劇政治的兩極化，並從 2012 年至 2016 年期間對國內民眾的社群網路使用習慣調查中了解到，社群媒體促進了民眾的政參與度，間

接影響了用戶的政治觀點，並且證明出了，利用社交媒體在網路上分享政治新聞，所引起的政治參與行為，是導致兩極分化的一種機制。

實際上，同溫層現象所造成的極化反應，也並非只發生於社群網路。在電視新聞的選擇上，人們就會刻意收視符合本身政治立場的新聞節目，避免接受來自相反立場的訊息 (Iyengar & Hahn, 2009)。群眾對於定本身所要閱讀和觀看的新聞內容，其實都是出自於本身的政治立場，並且傾向於選擇意見或政治立場相近的新聞內容 (Mutz & Martin, 2001)。

而這些基於政治偏好的選擇，也不僅只反映在新聞選擇上，像觀看美國紀錄片《華氏 911》的人，絕大部份都是與 George Walker Bush 或共和黨政治理念不同 (Stroud, 2008)。

然而報紙與電視等傳統大眾媒體，大多屬於單向性的傳播，而網路訊息的傳遞方式則更廣泛且多元，例如我們在臉書裡，除了可以看到主流媒體的報導之外，同時也可以看到好友、社團的留言，後者的訊息是屬於少數人能夠看到的。因為如此，有些人才會認為現在的「新聞」已經不是過往主流媒體提供的範圍，往往是臉書好友們轉貼或自身留下的訊息，構成了現代人「新聞」的意涵 (胡全威，2018.11)。

Dutton & Blank (2012) 則認為當今的社群媒體是比傳統媒體更容易與群眾接觸，而傳統媒體甚至還得透過社群網站做為新聞的連結，才能獲得更多閱聽眾。Emily Bell (2016.03.07) 也認為社群媒體不僅對新聞業產生衝

擊，更為了社群媒體也對政治、經濟系統以及真實生活的改變感到擔憂。

此外，社群媒體的訊息過濾功能，將會減少使用者吸收多元資訊的機會。Jacob Frantz (2015.07.09) 宣稱，臉書程式能夠依據使用者瀏覽紀錄的排名，或是傾向於與之互動的人，以及喜歡和評論的內容，為其量身打造符合自己興趣的臉書專頁。

而過濾後的訊息則會變得單一且片面，形成一個資訊封閉的同溫層環境。並使得人們僅只關注與相信自己所處的世界中，忽略了世界之外所存有的不同視角，將離智慧越來越遠，最終將使得自己的身心都出現狀況(陳育晟，2019.03.05)。

同溫層效應同時阻礙著民主的發展，當同溫層傳遞的資訊夾雜著虛假與真實時，陰謀論的觀點便會油然而生，身處其中的人便喪失了對外的信任，使得環境變得更加封閉 (Mocanu et al., 2015)。同樣一件事情，在不一樣同溫層環境裡，大家所認知到的媒體真實都可以不一樣，當所有人對相同事情的看法不存有平衡點，以致於使得極化現象更易於發生，不同立場彼此間便也容易造成紛爭 (Passe, Drake & Mayger, 2018)。

## 貳、同溫層助長意見兩極化的發生

同溫層一詞最早出現在 2016 年，期指群眾長期依賴社群媒體來獲取資訊，既使每天都能得到大量的資訊，但這些資訊卻無法讓使用者能夠理解事

實或見識到不同於自己的觀點，並且身處同溫層裡的人，缺乏與在其之外的人能夠進行共同對話，永遠只會有相似立場的訊息在這封閉環境中的特性（Vicario et al., 2016）。

另外隨著技術的進步，社群媒體會依使用者本身對特定網頁的互動程度，或是使用者較常關注的貼文類別（文字、連結、圖片或影片）及主題等，做為程式將訊息過濾的依據（新媒體世代，2015.04.23）。這樣只為了投使用者所好的做法，卻創造了一個隔離不同意見的網路環境（Parise, 2011）。

也因為過濾後剩下的訊息，主要是以偏好、參與程度、互動成度及討好使用者喜好為主的訊息，相對強調公民意識與社會責任觀點的嚴肅新聞，則可能被排拒在外。最終使得使用者受困於自己的意識形態之中（Pariser, 2011／宋瑛堂譯，2013；Morozov, 2011）。Seargeant & Tagg（2019）所做的研究也發現，身處不同立場環境裡的人，彼此之間缺少意見交流，並且容易導致不同立場間意見極化的情況。

而被認為造成兩極化現象的，是由於人們本身對於某樣東西或理念的認同感，比方說民眾即使加入某個特定政黨，並時時刻刻的表達自己的所屬政黨，但政黨本身並不會造成兩極化，會讓政黨趨於兩極化的，是源自這些黨員們共同擁有的認同感，而這種認同則會進一步造成黨同伐異的心態。而否定其他相左意見的情緒必定充滿激情，並且讓人更加冷靜不下來，所以造成強烈混亂的結果也就不意外，而這些負面情緒又將帶來一大堆後果（Marc

& Jonathan, 2018／陳重亨譯，2019)。

同溫層效應造成的立場極化現象，造就前述所提的美國 2016 年總統大選所發生的狀況，候選人 Trump 與 Hillary 雙方的支持者就處於自身立場的同溫層當中，人們根據本身的政治立場決定對訊息內容的好惡。並且 Grovera、Arpan、Dwived & Janssen (2018) 對於在選舉期間推特上的 28 萬個帳戶，共計 78 萬條的推文進行分析，在競選期間裡，推特上確實存在著政治立場兩極化的現象。同溫層的環境確實促使了極化群體的產生 (Vicario et al., 2016)。

從 106 年甫推出開始，便因為支持者與反對者的立場不同，衝突不斷的軍公教年金改革議題，起先是基於政府對舊制的軍公教年金制度負擔過重，持續按照該制度給付退員，將會使三者的退休基金分別在 2020 及 2030、2031 年破產，為了迴避破產危機，才會進行年金制度改革 (國家年金改革委員會，2017)，但此改革政策引起諸多軍公教人員的不滿，並且利用臉書社群媒體建立粉絲專業與社團，用來凝聚反對年金改革的人。

以退休軍公教為主的反年改團體「監督年金改革行動聯盟」，其臉書社團人數擁有 16 萬人，社團裡時常分享同質性的訊息，進而形成了共同意識形態的同溫層 (林儀，2019)。另外社群媒體所產生的集體暗示效果，容易形塑出共同的意識形態，更加促成同溫層的產生 (Lazer, et al., 2017)。而且人們搜尋新的資訊時，只是為了證實自己原有想法的正確性，並且僅會侷限

與自己理念相同的人互動，避免接收會抵觸既有想法的訊息，而增加媒體類型的多樣性，並不會降低資訊扭曲的風險，反而會導致閱聽大眾的立場與想法更進一步產生極化（沈榮欽，2017.02.01）。

而如今被認為脫離同溫層的封閉環境，不受其影響的最好辦法，就是擴大自己在現實生活裡的交友圈，並且減少對於社群媒體的依賴與使用，才能避免讓自己身陷在同溫層所造就的舒適圈當中（Samuel, 2019.01.15）。

## 第一節、研究目的

「同溫層」概念近年來才在國內盛行，實質的研究數量仍在少數，並且多以論述同溫層對於造成民眾立場極化、加深意見偏執的現象為主。但在國外的研究裡，更多元的去探討網路極化現象對於其他層面的影響，諸如對於政府政策的支持，或是教育方式的改革，並且做為醞釀、散佈不實資訊的平台（見表1）。

表 1.1 網路同溫層相關研究

項次	作者 (年份)	研究題目	研究方法	研究特點
1.	王劭文 (2018)	網路「同溫層」現象 初探：以婚姻平權 臉書社群為例	文本 分析	以「成員同質性」、「意見一致性」、「社群互動性」與「資訊邊界性」等

			特質，分析與「婚姻平權」相關臉書粉絲專頁所存在的同溫層現象。
2.	鍾佩庭 (2018)	認知失諧理論如何影響臉書的同溫層-以婚姻平權議題為例	問卷調查 以「參與程度」、「心理衝突」、「結構多元性」、「個人資料」做為問卷構面，並以線性回歸方式檢驗同溫層現象。
3.	Mocanu et al.(2015)	Collective attention in the age of (mis)information.	次級資料分析 陰謀論的言論，將會使得處於封閉環境中的人陷入集體迷思當中，無法正確辨別真實。
4.	Williams et al. (2015)	Network analysis reveals open forums and echo chambers in social media discussions of climate change.	次級資料分析 對推特留言進行分析，分類出持有相同立場間的用户將會有積極正向的討論，反之則為消極負面。
5.	Quattrocchi et al. (2016)	Echo Chambers on Facebook?	次級資料分析 藉由對臉書用户的留言及文章進行數據分析的方式，發現社群用户裡存在著對訊息的選擇性曝光以及意見兩極化的現象。

6.	Bessi (2016)	Personality traits and echo chambers on facebook.	次級 資料 分析	藉由對美國特定官方臉書的評論進行數據分析，發現社群用戶會依個人人格特質的不同，來參與同溫層中的議題討論。
7.	Hayat & Samuel- Azran (2017)	“You too, Second Screeners?” Second Screeners’ Echo Chambers During the 2016 U.S.	次級 資料 分析	對美國 2016 總統大選期間，推特用戶間的留言內容與好友聯繫，發現同溫層存有同質性的意識形態。
8.	Beam et al.(2017)	Facebook news and (de)polarization: reinforcing spirals in the 2016 US election.	次級 資料 分析	發現臉書雖然會篩選出喜好的訊息內容，但也會隨用戶的使用時間，稍微釋出相反立場的資訊。
9.	Allcott & Gentzkow (2017)	Social Media and Fake News in the 2016 Election.	次級 資料 分析	如果社群媒體用戶在思想上隔離了與自己立場相反的意見，則會相信有利自己喜好候選者的訊息。
10.	Vicario et al. (2017)	National Defense Mapping social dynamics on Facebook: The Brexit debate.	次級 資料 分析	臉書用戶在英國脫歐的議題上產生立場極化現象，不同立場的雙方透過社群媒體新聞消費，加深己見。

11.	Passe et al. (2018)	Homophily, echo chambers, & selective exposure in social networks: What should civic educators do?	焦點 團體 訪談	針對 11 位在社會研究及科技業的專家學者，經由彼此匿名共同討論的方式，探討出同溫層現象會極化個人意見與立場，影響與他人間的人際關係，以及教育者的教學方針。
12.	Garimella et al. (2018)	Political Discourse on Social Media: Echo Chambers, Gatekeepers, and the Price of Bipartisanship.	次級 資料 分析	推特用戶間會依據不同的政治立場形成自己的同溫層，社群媒體的過濾功能將會加劇此一現象。
13.	Grovera et al. (2018)	Polarization and aculturation in US Election 2016 outcomes – Can twitter analytics predict changes in voting preferences.	次級 資料 分析	推特上的極化現象，表明各個不同同溫層內意識形態的融合，並預測美國總統大選投票結果。
14.	Seargeant & Tagg (2019)	Social media and the future of open debate: A user-oriented approach to Facebook's filter bubble conundrum.	次級 資料 分析	要想改變因訊息過濾而產生的同溫層環境，需要透過於網路上其他立場不同的意見進行交流。

資料來源：研究者自行整理

雖然上述研究的對象與成果不盡相同，但對於同溫層所造成的極化現象都是持擔憂態度，像是 Allcott & Gentzkow (2017) 認為社群媒體用戶在網路上隔離了與自己立場相反的意見，偏向於相信有利自己喜好候選者的資訊，這情況並不一定有益於健全的民主發展。而 Mocanu et al. (2015) 則發現處於封閉同溫層環境中的人，容易陷入集體迷思當中，無法辨別訊息的真實性。

而在 Passe et al. (2018) 的研究裡，藉由 11 位專家學者的討論結果當中，發現到社群媒體的使用行為與使用者個人想法將會促成同溫層的產生，但這樣的研究結果卻不能夠真正代表現況，如果透過問卷收集的研究方式，收集到更多人的想法，或許才能合理推論出促成同溫層發生的真正原因。

另從 Quattrociocchi, Scala & Sunstein (2016) 等學者從社群媒體用戶的留言分析可發現，社群媒體裡存在著因同溫層的影響而形成意見極化的群體，兩個相反立場的團體彼此之間也沒有訊息交流的情況，相似的研究結果在 Hayat & Samuel-Azran (2017) 與 Garimella et al. (2018) 也曾發現到，並且對特定的政治議題將更容易形成這樣的情況，那麼此次本研究所要探討的年金改革政策，或許會有著相同的結果，由於同溫層的現象雖然被認為造就了「八百壯士」與「挺管」學生的抗爭活動（范世平，2018.06.23）。

但是這些說法與推測，卻不像國外學者對美國總統大選或英國脫歐這些議題般，進行過科學的實證研究(Vicario et al., 2017; Grovera et al., 2018)。因此在本研究裡除了想驗證個人的立場與使用社群媒體對特定議題的參與，是否能造就網路同溫層的產生，以及同溫層如何影響立場極化的形成，加深意見的偏執(王劭文，2018；鍾佩庭，2018)。

研究者上述所整理之研究，多數為利用社群媒體留言進行數據分析後，所發現網路上存有的同溫層現象，由這些研究結果可支持本研究對國內社群媒體同溫層現象進行探討的可行性與論點，並且相較於利用次級資料分析的分析方式，本研究所採用的網路問卷調查方式，主要是針對受測者在當下對議題所抱持的立場是否有產生同溫層現象。

而本研究與其他研究者最大的不同之處，則在於本研究更加深入探討同溫層現象對於受測者立場極化的影響性，因為從 Duell & Valasek (2019) 的研究則證明，當民眾對政策存有兩極分化的立場時，將可能影響個人行為，除了不能接受不同立場的意見之外，更容易產生極端的政治言論或行動，尤其是當群體裡共同對特定議題陷入集體迷思的情況下，則會忽略於相反意見的聲音，更遑論如果這議題還是被有心人所捏造出來，藉以引領整個群體受到不實資訊誤導對事件的見解(Janis, 1971; Mocanu et al.)。

像在臉書曾流傳過以「蔡英文的 18%與軍公教的 18%有什麼不一樣嗎?」  
「政務官 2004 年以後又有 18%了」為主題的不實文章，而這些文章在反年

改立場的「監督年金改革行動聯盟」臉書社團裡被廣為分享、討論，引起諸多關注，甚至認為政務官人員享有政府特權，進而激起了仇恨心態。但是根據國家年金改革委員會的相關澄清稿，說明民國 93 年後擔任政務官一職的人，只能一次性的領取退職金，能夠辦理 18%優惠存款的僅有於民國 85 年以前擔任。並且在進行年金改革後，原本享有 18%優惠存款的政務官也將隨著退休軍公教人員逐年調降，但是對於已經抱持反年金改革堅定立場的人來講，這些澄清稿已經無法達到說服他們的效果（林儀，2019；國家年金改革委員會，2018.06.25）。

本研究則選定全球規模最大，在國內也擁有最多使用者的「臉書」社群媒體作為探討對象，由於臉書在眾多用戶心中屬於一個私人社交的平台，雖然隨著功能的演進，群眾對於社群媒體的使用已經不僅僅用於「社交」行為，還包括獲取新知、觀看時事新聞與政治參與等（Nielsen et al., 2019；Facebook Newsroom, 2019.04.30）。

除此之外，對於從社群網路所獲得的訊息，甚至會比從親友或雜誌處更加重視並且依賴社群網路的資訊（Riffe, Lacy & Varouhakis, 2008）。而過度依賴於社群媒體來獲取片面資訊，將使得立場極化現象越明顯。

我國此次年金改革的目標主要對象為軍公教群體，所佔人數別及職業別並不在多數，但其本身具備的特殊性，以及與一般職業相比受到較多限制

與規範，並且基於早期薪資較低，才得以獲得來自國家較多像 18%優惠存款的保障（考試院，2011.01.08）。但基於持續按舊制的年金給付，將使得國家財政將在未來幾年內陷入困難，並造成年輕世代負擔，勢必得犧牲軍公教人員的利益（楊卓翰，2015.01.08；劉昌平，2018.08.01）。但改革過程卻由於政府及軍公教間未達成集體共識，因而在推動改革時，引起軍公教對政府的反彈（林儀，2019）。並發生由退休軍公教人員所組織的「419 反年改大遊行」與「世大運鬧場」等社會運動，造成國家內部動亂。

年金改革期間使得我國陷入社會局勢不安的情況，民眾對於社群媒體的依賴，是否也會如同上述學者的研究般，造就了對於政府政策抱持反對立場的極化群體？由於在推動改革的時間裡，接續發生了由反年金改革人員所發起的「419 反年金改革抗議」、「世大運開幕抗議」等事件，抗議者與執法警力爆發的肢體衝突，造成社會局勢的動盪不安（宋磊，2018.05.10）。最終則是希望能從本研究成果中，能推論出同溫層現象，是如何影響極化的群體在網路形成，並作為未來進一步討論社群媒體同溫層與極化現象對政策推動影響的參考，以免未來再次發生與年金改革相似的抗爭事件，使國家陷入動盪不安的困境。

## 第二章 文獻探討

同溫層效應的產生，無非是由於現今民眾對於社群媒體過度使用與依賴所導致，而社群媒體其強大的過濾功能，幫助使用者過篩選出最常，以及最符合其喜好的資訊內容，致使民眾失去了接收相反論點的機會，嚴重加深立場偏頗的情況，甚至淪為有心人士進行資訊操弄的手段（Quattrociocchi, 2017／鍾樹人譯，2017）。

而同溫層的影響層面也很廣泛。諸如Vicario、Zollo、Caldarelli、Scala & Quattrociocchi（2017）針對英國臉書在「脫歐」為主題的文章發現到，大部分用戶透過臉書來獲取資訊，並藉此形成自己個人意見。但是，其群體內的資訊卻無法與其他意見相左的團體進行交流。並且會有選擇性的去篩選資訊，形成極端化且封閉的同溫層。最終在同溫層裡受到的認知影響，也反映在現實生活中對脫歐所抱持的態度上。

在社群媒體上的同溫層，對於推動中東國家發起追求自由民主的「阿拉伯之春」也起到至關重要的影響，尤其是在鼓吹民眾進行政治動員的部分，更是成為一種利器，並且在推翻了既有的獨裁政權後，繼續淪為政治掌權者們相互攻訐，煽動民眾的工具（Khondker, 2015；Ghonim, 2015）。

除了影響對政治議題的態度之外，Pass et al.（2018）也發現在公職教育者當中，如果受到網路同溫層的影響，也會反映在現實的教學當中，造成學

生的學習品質下降之外，連帶著思考也會受到改變，連帶在現實裡形成出新的同溫層，使得無法培育出對文化的多元觀點。既然時至今日對於社群媒體的使用與依賴程度是無法避免的情況之下（Global Digital Report, 2019），那麼更應該懂得辨別其中好壞之處，下列將針對國內外學者所做的相關研究進行探討，並從中推測出影響同溫層的可能因素。

## 第一節、同溫層對社會民意的影響機制

「同溫層」(Stratosphere) 效應的發生，將使身處其中的人接觸到越來越多單一同質性的訊息（胡泳，2015）。隨著接觸的片面訊息越多，則容易形成「意識形態極化」的民意分布，當此一極化現象，是發生在政治意見或有關政治的意識形態上，就會成為「政治極化」(political polarization)，而政治極化則導致不同群體對政策議題上的立場大不相同，並且彼此間難以妥協，甚至立場差異日益擴大（Niemi、Weisberg & Kimball, 2011）。

而同溫層效應其實有著許多不同的稱呼，有基於使用者長期利用特定他人或網路專頁來獲取訊息而形成的迴聲室效應（Sunstein, 2011），以及社群媒體平台透過使用者平時的瀏覽習慣，過濾出符合使用者觀點或喜好的資訊，屏除相對立場訊息的過濾氣泡（filter bubble）（Pariser, 2011），但為使論述能更為明確集中，在本研究中則統稱為同溫層效應。

在Sunstein（2001）的觀點裡，他認為民眾多數利用網路獲取資訊，但

網路也成為了只跟自己立場相近的他人或網頁進行互動的場所，長期只跟相同想法的人進行交流的情況下，將會形成一個封閉的立場極化環境。在這極化的同溫層環境裡，能被大家共同接受的概念將會被持續擴大，加深內部人員的立場與偏見。

除了造成立場極化之外，身處同溫層當中的人，將越容易受到不實訊息的影響（Quattrociocchi, Scala & Sunstein, 2016）。在2016年的美國總統大選裡，Trump的支持者們就透過臉書與推特所形成的封閉環境，持續聽取著對Trump有利的訊息內容，並且藉由自己的交友圈持續擴散，但是對於內容的真偽卻沒有詳加查核驗證（Allcott & Gentzkow, 2017）。這也是同溫層被認為助長謠言與不實訊息蔓延的主因（Sunstein, 2009）。

而國內反對年金改革的「監督年金改革行動聯盟」臉書社團，就曾因為其巨大的同溫層結構，使得當假新聞流通到社團時，影響了其他真實訊息的呈現，並且其中的成員使錯誤資訊一在於社團中不斷傳遞，並讓這些訊息更加成長茁壯（林儀，2019）。

而Pariser（2011）則認為同溫層形成的主因，是由於社群媒體能透過使用者以往的瀏覽紀錄與使用行為，篩選出其本身「可能想看」或「喜歡看」的訊息。由於社群媒體能夠藉由程式將使用者的瀏覽資訊做排名，並透過排名與其他相似的網頁或訊息做連結，為使用者提供最符合個人的資訊（Jacob, 2015. 07. 09）。

Quattrociocchi (2016) 同樣也認為身處不同群體的臉書帳號，彼此之間不具備相互交流的關係，並且各自以本身的主流觀點形成同溫層的環境，而在這環境裡大多屬於資訊封閉的狀況，並且在群體裡越發活躍的帳號，多數具有陰謀論的觀點，並且僅與相似信念的他人進行交流。訊息的傳播往往局限於志同道合的人群。並且身處同一環境的帳戶，會在群體裡表現出積極尋求和接收資訊的傾向，而所接收到的訊息往往加強了他們對原有觀點的態度，並且拒絕接受其他會與原有資訊立場相左的意見，而此研究則凸顯了個人與社群媒體的認知偏見，將又造就了另外一種新的認知。

Williams et al. (2015) 則是從研究中發現，網路社群媒體已經成為一個越來越重要的公共辯論論壇，並且透過對推特用戶的留言內容進行分析，存在於推特的帳戶特點，都對特定主題具有強烈的個人態度與立場，並形成同質性高且封閉隔離的同溫層環境。並且受到同溫層的影響，將會導致個人的態度和行為產生改變，但是網路同溫層有時能作為探測社會氛圍的工具，對於特定政治議題的民眾看法與支持程度，將會藉由社群媒體來加以呈現，更甚者引發了社會運動的產生，同時也警惕了在網路上所形成的同溫層群體，其影響力可能會擴展到現實生活當中。

此次我國被進行改革的軍公教人員，長期是屬於國民黨的核心支持者，與主張改革的執政黨正好處於相反的政治立場（顏維婷，2017.05.22）。因而年金改革雖然是種政策類的議題，卻也被視為與政治有所關聯（呂美琪，

2016.08.31)，從上述觀點來看，同溫層的出現，將可能受到個人的立場與利用社群媒體進行政治參與程度的不同所產生：

RQ1：年金改革立場對同溫層現象產生何種影響？

RQ2：使用臉書對年金改革議題參與程度對同溫層現象產生何種影響？

## 第二節、同溫層極化現象的影響

同溫層的產生，將使民眾陷入心理學所說的群體迷思（groupthink），由於社群媒體的過濾功能，讓使用者可以主動或被動的屏蔽不想接受到的資訊，使他們能夠待在完全封閉的訊息環境裡，使得單一資訊內容能在這封閉環境裡持續傳遞、增長（李佳佳，2017.02.08）。

群體迷思的概念是由 Janis Irving Lester（1971）所提出，他認為團體當中，如果內聚的單一主流意識過於強烈，便會忽略現實存在的相反意見，並且成員們為了避免跟團體產生矛盾或排斥的狀況，會選擇壓抑本身想法，停止多方思考，雖然能便於對團體的經營管理，卻也造成無法進一步突破與自我成長。

團體中同質性越多的情況下，則越容易產生群體迷思，由於團體內所有人都具備相似的背景知識、世界觀、價值觀及意識形態等，因而缺少文化多樣性產生的壓力與多元化的視角，因而產生群體迷思現象（李俠，2011）。

網路高同質性的同溫層，則促成群體迷思在社群媒體中的產生（林建江，2016.11.15）。

群體迷思的產生，將使團體裡支持主流意識的成員，會更容易取得主導權，進而發生「近親繁殖」的現象，並且團體的發展策略將會變得更加極端，意即採取強勢的會更加強勢，選擇沉默的則是會一直沉默，成為意見「群體極化」的情況（盧希鵬，2008.10.21）。

Lamm & Myers（1978）早期認為態度和立場的兩極分化，是由群體內主流趨勢的增強所導致，而不是指群體內分裂和多樣性的增加。Sunstein（2001）將群體極化定調為團隊成員對既有觀點進行商議，商討出群體中的主流趨勢，而成員們則朝偏向的方向繼續移動，最後形成極端的觀點。與此同時，也注意到在網路的新興傳播技術領域，具有相同理念的團體共容易進行溝通討論，並在此討論的過程中，強化趨同的觀點，到最後所有人原有的立場與想法變得更加穩固。

Lee（2009）則認為網路的出現，提供一個封閉的聊天室或討論群組，在這封閉的討論環境裡，個人會容易形成立場兩極化，並且群體內所接受到的資訊內容，很有可能會在和群體之外的訊息形成明顯的反差。並且群體內個人主體意識不高的話，將會更容易朝群體規範的方向極端化。而社群媒體提供的客製化系統，則使得喜好與觀念相同的人，能跨越時間與空間的限制聚集在一起（盧希鵬，2008.10.21），並且社群媒體營造出的同溫層環境，

只能讓身處其中重複接觸同質性的訊息，加深立場極化，而符合其觀點的爭議訊息也將更容易被接觸與接受（徐子軒，2018.10.08）。

Vicario et al. (2016) 透過對臉書用戶的評論內容進行分析，發現到了個人會傾向選擇符合其同溫層中主流意識的訊息內容，進而形成極化的群體。主流趨勢在群體中掌握主導權，並可能影響有關社會相關問題的公開討論。在相同同溫層中立場堅定的帳戶，極化現象的形成會比中立立場帳戶來的更快。Grover et al. (2018) 的研究則證明在推特上，會受到不同討論區中用戶的討論結果，產生極化現象，由於在美國總統大選期間，候選人越來越多地使用社群媒體平台吸引選民，因此具有不同意識形態和政治立場的民眾更容易形成極化。

而 Hong & Kim (2016) 的研究發現到了社群媒體的同溫層，與造成個人政治立場極化的關聯與影響，從美國眾議院議員的推特帳號進行分析，證實政治意識形態明顯，個人立場堅定的政治人物帳號，將更容易吸引追隨者，形成贊同其政治立場的大型同溫層，並且社群媒體所提供的資訊內容個人化，可能會導致極端主義水平的提高，從而進一步加劇了網路上政治立場兩極化的形成，雖然認為政府當局可將社群媒體視為收集公眾意見的平台，協助政府解決具有挑戰性的問題，但也要注意透過社群媒體收集的聲音不一定代表公民的全體意見。

Liu & Guan (2019) 則認為黨派關係是成為政治兩極分化的主要意識形態誘因，選舉民主制中的政黨制度促進了在政治立場上的兩極分化，但提倡共產主義的極權國家，同樣也存在有因為社群媒體同溫層影響，所造成的意見極化現象，兩位學者透過收集和分析 2011 年 1 月至 2016 年 12 月間中國新浪微博發布的有關國際恐怖主義及對國內維吾爾抗爭的網路留言內容，證明中國網路社群媒體裡，對恐怖主義的觀點存在兩極化，但中國大陸為了防止「恐懼文化」的氾濫，以及支持國內抗爭運動的論點逐漸膨脹，政府當局頒布了法律法規，禁止在社群媒體（例如微博，微信和百度貼吧）上發布與恐怖主義有關的內容，並將此類散布訊息的網路帳號定為罪犯，透過這種方式，中國大陸加強了對公共場所中恐懼產生的控制，企圖以「淡化」方式消彌網路上的意見極化。

Gersbach, Muller & Tejada (2019) 則透過實驗證明，民眾對於政府政策的兩極分化，將可能對民主的運作及其政策結果產生負面的中長期影響，持有相反意見的團體，會對政策提出質疑與反對，而同溫層環境則加深了支持者的原有立場，並且可能從原先的網路討論，漸漸影響到線下的抗議行為，但是透過適度變更政策內容的方式，將可降低極化現象，使民眾意見不在處於偏頗的兩端，而是趨於平緩的中立立場。

另外 Duell & Valasek (2019) 的研究則證明，當選民的政策偏好存在較大的潛在兩極分化時，極化現象對投票行為的影響最大，並且其政策偏好截

然不同，而極化程度較低的人，則有可能支持相反立場的意見，相反地，當政策和社會兩極分化都很高時，就會發生極端的政治言論或行為，以美國為例，當極化現象作用於一個明確的政黨意識情況下，會出現強化自我立場的循環，並且極化將導致兩黨政策平台之間的分歧日益加劇，甚至反過來導致黨派認同感增強，加大極化的程度以及政治行為的激進化，而這些立場或態度上的改變，最終將對選民的投票行為產生影響。

並根據李健維和劉念夏(2015)的研究結果發現，當民眾愈是依賴社群媒體，來接觸公共事務的相關資訊，其所抱持的政治態度與意見，會愈偏向與執政黨相反的政治立場。而使用者在網路上所處環境的異質性，將造成政治立場上的分化，同溫層效應則是促成意見極化產生的原因之一，甚至發現身處不一樣立場的同溫層裡，意見極化的效果也不盡相同。

而同溫層中的極化現象，使成員只能接收符合團體主流意識的資訊內容，在社群媒體當中所呈現出來的狀況，則是接收越多相似的訊息，甚至連存在社群媒體上的朋友，也會優先看到相似的訊息，但是這些具備主流的資訊，其內容的真假與否，相對的就不在顯得那麼重要（王劭文，2017；Quattrociocchi, 2017／鍾樹人譯，2017）。

在我國推動年改過程中，主要由退休軍公教組成的「監督年金改革聯盟」臉書社團，就曾於其中流傳退休教師需要到 65 歲才能領取退休金的錯誤資

訊，並且更加堅定社團成員反對年金改革的立場，造就社團中群體意見產生極化現象（林上祚，2017.01.12）。

從上述觀點來看，網路的社群媒體帳戶，因為根據自己的喜好，使用不同的信息，形成封閉的同溫層，而同溫層則加深原有立場與意見，形成極化現象（Vicario et al., 2016），而極化現象的發生，將對使用者在原有立場上產生改變：

RQ3：年改同溫層將對用戶在原有立場的極化上產生何種影響？

### 第三節、臉書依賴所產生的影響

臉書於2004年在美国正式上線使用，初期僅開放美国特定學校學生加入，於2006年時全面開放給一般民眾使用，當年年底時臉書用戶數高達1億2千萬，日後使用人數逐年遞增（Sheldon, 2008；Mark, Qingwen & Kenneth, 2009），在2008年設立中文版本的臉書後，更在我國掀起一陣使用風潮，也取代了網路部落格的存在，成為全世界最具人氣的社群網站第一名。（蔡士源，2011）

並且王泰俐（2013）的研究曾發現到，臉書使用者的使用率越高、越關注在臉書上的政治訊息，則越有可能在網路上與他人互動，以及產製出影音內容等行為，除了改變在網路上的參與程度外，甚至可能影響到線下的政治參與行為。如果常透過臉書接收與政治或相關公共事務訊息的民眾，也常利

用臉書來傳播政治公共議題或參與線上討論等等的公民活動，長此以往使得討論民眾能增加對議題的投入程度，因而對參與政治及公共事務的動機也會增加（林淑芳，2018），從這些學者的研究可知，臉書已改變民眾參與政治議題的方式。

而臉書推出至今，用戶已達到 2 億 2 千萬，比第二名 Youtube 的 1 億 9 千萬人還多出 3 千萬個使用者（見圖 1.1），成為所有社群媒體之冠，而且人們使用的時間也是逐年成長，到了 2019 年，全球民眾每天平均花費 2 個小時以上的時間在使用社群媒體，相較於 2014 年的使用時間，成長幅度高達了 40%，可見臉書在日常生活中的重要性（見圖 1.2）（Global Digital Report, 2019）。

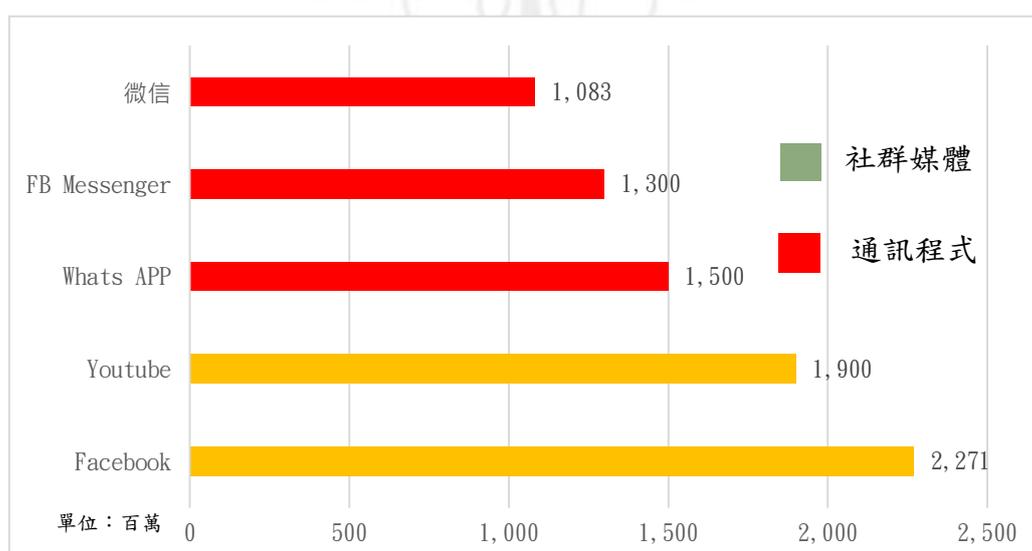


圖 1.1 全球前五大社交平台

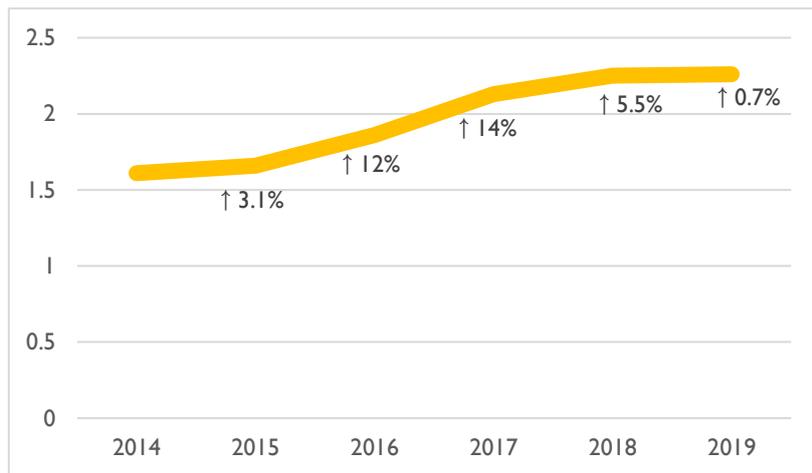


圖 1.2 全球平均社群媒體使用時間

並且臉書也藉由開發 FB Messenger 與收購 Whats APP 等通訊軟體，讓臉書的運用可以拓展到工作或其他場合上（Facebook Newsroom, 2019. 04. 30）。甚至還能利用臉書做為商品交易的買賣平台（侯辰霖, 2011）。多樣且豐富的功能使得臉書能連續多年蟬聯社群媒體第一大平台（Global Digital Report, 2019）。

但過於依賴臉書的便利功能，卻也會對於現實生活裡的人際關係產生影響。Seydi & Uysal（2015）研究發現，當民眾對於臉書的依賴狀況已趨近於「成癮」時，會降低個人的幸福感、生活滿意度等。更有可能會造成憂鬱症的發生（Sunkyung, Mary, Jessica & Michael, 2019）。

而過度依賴臉書除了會對心理狀態產生影響之外，還會降低民眾對於訊息的可信度感知。Lee & Choi（2018）針對 2015 年韓國爆發 MERS 期間

所做的調查發現，當民眾是傾向於依賴社群媒體來獲取相關防疫資訊，如果在沒有具備正確知識的情況下，容易被虛假的資訊給欺騙。

另外在劉昌浩(2016)所做的研究中，便驗證民眾對社群媒體的依賴程度，將會對自我揭露呈現正向的調節效果，並且不僅僅只有想法上的改變，而是付諸於行動上的執行，隨著對社群媒體的依賴越高，那自我揭露的行為也就越明顯。而早期的網路部落格，也具備著相同效果，在陳啟英、徐聖鈞(2010)的研究中發現，民眾對於部落格的依賴程度，將影響對特定候選人或政黨的支持與信任，甚至比起個人的使用動機更具預測力。

除了上述所提的影響之外，對於特定媒體的依賴，還會造就民眾在政治態度上的形成，林正士和周軒逸(2014)的研究中發現，對政治具有高度興趣以及在媒體依賴程度、電視使用習慣度皆高的民眾，在觀看辯論節目時所受到的政治傳播效果更明顯，對於特定議題的選舉知識有所提升，並進而影響到政治立場的傾向。

Patwardhan & Yang (2003) 的研究則指出，對網路的依賴性越高的使用者，則愈常利用網路尋求資訊，並藉著網路瞭解世界上的訊息。陳啟英、張少梁(2014)的研究則指出，社群網站是個可以傳遞訊息，兼具聚眾之功能的平台，可做為政治人物凝聚贊同其理念支持者的工具，並且民眾對候選人社群網站的依賴程度將更勝官方網站。雖然從政治學的觀點來看，具有相同

立場的人所聚集而成的「社群」，才是被視為最能影響民眾政治立場與行為的原因（Michael & Courtney, 1987；Christine, John & Kathleen, 2000）。

但根據 Ball-Rokeach & DeFleur (1976) 提出的「媒介依賴理論」(media dependency theory) 觀點來看，上述情況的發生，皆是因為長期依賴特定社群媒體，對其產生依存心態所導致，而其所依賴的媒介內容也將進一步影響閱聽眾在行為與特定立場的形成，並在此論點之下，提出本研究之研究問題及繪製出本研究之架構圖，如圖 2.1 所示：

RQ4：對臉書的依賴程度，將會對民眾在同溫層的立場極化產生何種影響？

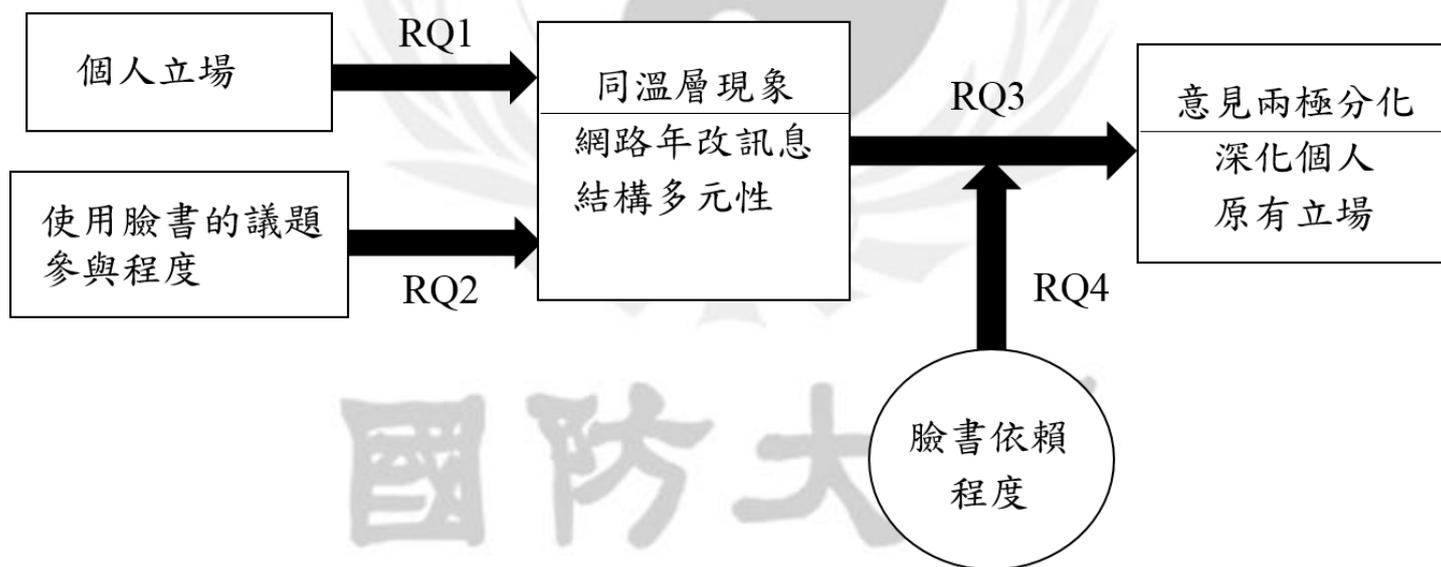


圖 2.1 研究架構圖

## 第三章 研究方法

### 第一節、資料收集與抽樣

基於本研究主旨為探討個人的政策立場及臉書使用行為，對於在網路上促成同溫層現象的發生具有何種影響，以及同溫層現象及臉書依賴程度對於訊息真偽的判別具有何種影響，所以本研究將藉由問卷調查法並採便利抽樣的方式（Convenience Sampling）進行資料收集。

另基於本研究是希望了解到臉書使用者面對年金議題時的立場及使用行為所產生的後續影響，因此受測者必須具備臉書帳號，故在施測方面，本研究將藉由 Google 表單建立電子問卷，並將問卷連結網址張貼於研究者個人臉書、論文問卷互助臉書社團，由於本研究主體是著重在民眾如何使用臉書的行為，以及與同溫層現象的關係上，所以利用網路問卷調查，並以臉書平台作為便利取樣與發放問卷的管道，對於協助本研究取得成果是有所助益。

### 第二節、問卷執行

本研究問卷在正式發放之前，將先對 50 人進行前測，並以 SPSS 22.0 對問卷題項進行 Cronbach  $\alpha$  的信度檢驗，待檢驗達到標準後在正式施測，而在問卷構面的設計部分，則根據研究架構圖所示，總共區分成：個人立場

一、臉書使用行為、同溫層現象、個人立場二、訊息判別能力、臉書依賴程度等六項問卷構面，其中個人立場二是在本研究中做為意見兩極分化的指標，而為讓本研究的問卷設計更顯清楚，以下將針對各構面做分項說明。

由於本研究問卷著重於了解受測者對年改議題的態度，在同溫層的產生有何種影響，而鑒於此議題自 2018 立法院三讀通過後，其討論度大幅減少，並無再次發生類似「反年金改革大遊行」或攻佔立法院等過激的抗議行動，對於議題的記憶薄弱，可能影響本研究問卷施測的效果，而為了幫助受測者能夠回憶起事件經過，因此在正式回答問卷題項之前，研究者提供一篇關於年金改革議題的報導文章，協助受測者在此議題上進行回憶，完整問卷可參考附錄 1。

### 第三節、問卷設計

#### 壹、個人立場一

本研究的「個人立場一」主要檢驗受測者在年金改革的議題上，是屬於支持或反對，由於年金改革是屬於國家政策的變動，在本研究則參考李淑霞 (2007) 對推廣政府禁菸政策的支持度問卷題目為基礎，採六點李克特量表從 1-6 分進行測量，當分數越低則表示對於年金改革是屬於反對立場（1 非常不支持、2 不支持、3 稍微不支持、4 稍微支持、5 支持、6 非常支持），並以總數相加平均為對年金改革的立場，量表設計如表 3.1 所示。

表 3.1 個人立場一量表

構面	概念	題項
個人立場	對年金改革的支 持程度	1. 我對於國內軍公教年金改革政 策感到
		2. 我對於年金改革政策調降 18%優 惠存款感到
		3. 我對於年金改革政策取消年金 補償金感到
		4. 我對於年金改革政策延後支付 年齡(公務人員須屆滿 65 歲)感到
		5. 我對於年金改革政策調降月退 俸金額感到

## 貳、政治參與程度

本構面主要著重於檢驗受測者，對於運用臉書來進行年金改革議題的線上參與程度，並參考林彥伶(2016)利用臉書實施政治參與的問卷題項更改而來，並將選項設為 1 從不，2 很少，3 偶爾，4 經常，5 總是，並將其轉

換成虛擬變項，以利後續分析，最後則用總和平均的方式進行計算，當分數越高則代表使用臉書進行年金改革的參與程度越高，量表設計如表 3.2 所示。

表 3.2 政治參與程度量表

構面	概念	題項
政治參與程度	利用臉書進行年金改革的議題的線上參與度	1. 在臉書上新增或刪除關於年金改革議題相關的訊息
		2. 在臉書上訂閱（按讚）支持或反對年金改革團體的粉絲專頁？例：監督年金改革行動聯盟
		3. 透過臉書公開留言、討論年金改革議題？
		4. 使用臉書的即時通訊功能與他人討論年金改革議題？
		6. 在臉書近況更新中有提到年金改革議題？
		5. 在臉書張貼與年金改革活動相關人物的照片？例：吳思懷
		7. 利用臉書發布關於年金改革議題相關訊息？
		8. 張貼與年金改革議題有關的網址連結

參、同溫層現象

於本研究中對同溫層現象的檢驗，將參考鍾佩庭(2018)以個人於網路訊息的「結構多元性」問卷設計為基礎進行修改，主要著重檢驗受測者感知在臉書上暴露不同立場觀點的程度，以及在臉書上對年改議題討論的異質性程度，而為利於判讀，於本研究中修改後重新定義為「同溫層現象檢驗量表」，並採六點李克特量表從 1-6 分進行測量( 1 非常不同意、 2 不同意、 3 稍微不同意、 4 稍微同意、 5 同意、 6 非常同意)，並以相加總合平均的方式進行計算，當分數越高則代表臉書環境具有的同質性越高，其組成結構也不多元，量表設計如表 3.3 所示。



表 3.3 同溫層現象檢驗量表

構面	概念	題項
同溫層現象	感知暴露不同觀點的程度	1. 您認為您的臉書好友與自己對年金改革的立場相同
		2. 您在臉書動態時報上看到「來自朋友」發表、轉貼或是分享有關年金改革的文章，和自己立場相同
		3. 您在臉書動態時報上看到「來自社團成員」發表、轉貼或是分享有關年金改革的文章，和自己立場相同
		4. 您會於臉書上跟好友一起討論年金改革相關議題

#### 肆、個人立場二

於本研究中對於意見極化的測量方式，是參考 Geoffrey et al. (2002) 對政治立場極化現象的檢測方式，透過讓受測者閱讀摘錄自討論年金改革議題的大型臉書社團「監督年金改革行動聯盟」，一篇反對年金改革立場的臉書文章後，在重新檢驗一次對年金改革的立場，藉由觀測受測者在立場

前後的變化狀況，是否有產生與既存態度方向上的一致，或是態度上強度的增加，量表設計如表 3.4 所示。

表 3.4 個人立場二量表

構面	概念	題項
意見極化	經由刺激物影響後對年金改革的支持程度是否有所改變	1. 我對於國內軍公教年金改革政策感到
		2. 我對於年金改革政策調降 18%優惠存款感到
		3. 我對於年金改革政策取消年金補償金感到
		4. 我對於年金改革政策延後支付年齡（公務人員須屆滿 65 歲）感到
		5. 我對於年金改革政策調降月退休金額感到

#### 伍、臉書依賴程度

而「臉書依賴程度」將根據周書羽(2016)的「臉書使用依賴程度量表」為基礎做更改，並從使用頻率與時間以及個人感受做為測量重點，釐清受試者在情感上的依賴程度，第 1 題將劃分成 1. 沒在使用，2. 1-2 次，3. 3-4 次，

4.5-6 次，5.6 次以上等五區間，第 2 題則分成 1.1 小時內，2.1-2 小時，3.2-3 小時，3.3-4 小時，4.4-5 小時，5.5 小時以上等五區間，並將上述兩題做虛擬變項轉換，以利後續計算，與餘 5 題使用六點李克特量表（1 非常不同意、2 不同意、3 稍微不同意、4 稍微同意、5 同意、6 非常同意）的題項做總數相加後的平均，作為受測者對臉書的依賴程度測量，量表設計如表 3.5 所示。



表 3.5 臉書依賴程度量表設計

構面	概念	題項
臉書依賴程度	使用時間、頻率及個人感受	1. 請問您每天使用臉書的平均頻率為 _____
		2. 請問您每天使用臉書的平均時間為 _____
		3. 如果無法使用臉書會讓您覺得不適應。
		4. 瀏覽臉書上的動態時報已經成為您的習慣。
		5. 您覺得在使用臉書時，能展現出自己的存在感。
		6. 瀏覽臉書好友張貼/分享的訊息已經成為習慣。
		7. 瀏覽臉書社團張貼/分享的訊息已經成為習慣。

National Defense University

#### 第四節、問卷前測檢覆

本研究主要針對臉書使用者的臉書使用習慣與依賴程度，以及個人原有立場對於同溫層形成及意見分化之影響。研究中以網路問卷普測的方式搜集資料，而在正式問卷發放之前，為了避免受測者因不了解本研究所設

計之題項題意，進而在受測時產生誤答的情況，影響本研究問卷之效度，故先對問卷實施前測進行檢疑。

由於在檢驗各構面間的實質關聯性之前，須確認每一構面所使用的測量項目(Items)與尺度(Scale)間，具有一定程度的信度，增加本研究所運用數據之可靠性，因此本研究除了參照國內相關學者及翻譯國外學者信度良好問卷進行修改外，更經由前測確認所設計之構面信度得宜後，才開始進行正式問卷之發放。

前測受試樣本來自對某大學學生所實施的普測調查，以便利抽樣方式決定前測受試者，前測問卷回收共計有 50 份。而問卷構面「立場一」、「政治參與程度」、「同溫層現象」、「立場二」、「臉書依賴程度」，經由 SPSS 22.0 分析後，各構面 Cronbach's  $\alpha$  信度如表 3-6 所示，除「同溫層現象」及「臉書依賴程度」之外，餘構面信度均達 0.8 以上。

表 3.6 前測問卷信度分析

構面	Cronbach's $\alpha$	備註
個人立場	0.832	
政治參與程度	0.868	
同溫層現象	0.799	
意見極化	0.926	
臉書依賴程度	0.746	刪除題項 2 後信度

## 第五節、問卷信度檢核與樣本結構

### 壹、Cronbach's $\alpha$ 信度檢核

本研究所採取的網路問卷調查法，是透過 Google 表單製作問卷，以網路收集樣本，正式樣本蒐集時間是 2019 年 12 月 23 日到 2020 年 2 月 7 日，合計 47 天，其中於 1 月 11 日為國內總統大選，軍公教年金改革議題也曾經於政見發表會上被提出來討論，三位候選人皆有公開表達自己對年改的立場，因此可認定在大選前後的兩至三周內，對年改議題存有一定的討論度，故選定此時間段做為本研究的問卷實施，此次總共回收 529 份有效問卷。

量表構面為「立場一」、「政治參與程度」、「同溫層現象」、「立場二」、「臉書依賴程度」等五項構面，並經由 SPSS 22.0 對本問卷之題項進行信度檢核後，各構面 Cronbach's  $\alpha$  信度均達 0.80 以上，其數據如下表 4.1 所示。

表 3.7 正式問卷信度分析

構面	Cronbach's $\alpha$	各構面題數
個人立場	0.866	5
政治參與程度	0.879	8
同溫層現象	0.826	4
意見極化	0.906	5
臉書依賴程度	0.820	7

由於 Cronbach's  $\alpha$  是用做衡量構面中各題項一致性(Consistency)的檢定係數，當其數值愈大，則可認為構面內題項間的一致性越大，亦可認定其為良好指標之證明。而當  $\alpha$  值數值大於 0.70，則表示其信度高，介於 0.35~0.70 之間表示其信度尚可，若數值小於 0.35，表示其信度低，構面題項無法做為測量標準，需重新設計，而本研究所有構面的 Cronbach's  $\alpha$

值皆達 0.70 以上，顯示本問卷之各構面信度均達可接受之範圍，因此無需重新設計任何題項。

## 貳、樣本描述性統計

下列將針對本研究所收集的 529 份問卷，各構面進行平均分數之計算，藉此初步了解受測樣本間的分布情形，並且除此之外將分別依據性別、年齡、教育程度等進行人口變項的分析，另外由於軍公教人員及其眷屬多數採反對改革之立場，非軍公教群體則抱贊成立場，固將職業及身分納為本研究控制變項，其次數分配表則如表 4.2 所示。

### (一) 性別

本研究受測者的性別分佈情形，為 529 份樣本當中，男性為 355 人，佔了總樣本數 67.1%，女性則為 174 人，佔總樣本數 32.9%，可看出在本研究中以男性受測者居多。

### (二) 年齡

在本研究當中，受測者的年齡分佈情形為 20 歲以下為 17.8%，21~30 歲為 64.5%，31~40 歲為 16.4%，41~50 歲為 0.6%，50 歲以上為 0.8%，以平均年齡 21~30 歲佔多數。

### (三) 教育程度

受測者教育程度之分佈情況，為高中職學歷 67 位，佔整體百分比 12.6%，大學/專科學歷有 354 位，佔整體百分比 66.9%，碩士學歷有 101 位，佔整體百分比 19.2%，研究所以上學歷為 7 位，佔整體百分比 1.3%。

### (四) 受測者是否為軍公教身分

在此研究當中，受測者本身為軍公教職業人員為 201 人，佔整體百分比 38%，非軍公教人員則為 328 人，佔整體百分比 62%。

### (五) 受測者是否有軍公教的親友

在此研究當中，受測者周遭有軍公教職業的親友人數為 253 人，佔整體百分比 47.8%，沒有軍公教親友人數則為 276 人，佔整體百分比 52.2%。

表 3.8 人口描述性統計

性別		男		女	
		355		174	
年齡	20 歲以下	21-30 歲	31-40 歲	41-50 歲	50 歲以上
	94	341	87	3	4
教育程度	高中職	大學/專科	碩士	博士	
	67	354	101	7	
職業是 否為軍 公教		是		否	
		201		328	
是否有 軍公教 親友		是		否	
		253		276	

(六) 個人立場

在本研究當中，由「對於國內軍公教年金改革政策感到」、「您對於年金改革政策調降 18% 優惠存款感到」等五個題項，做為對年金改革立場的測量，其總平均分數為 3.97，可看出本研究受測樣本對於年金改革立場是屬於稍

微支持，最高為 6 分（非常支持），最低分數為 1 分（非常不支持），標準差為 1.27，但個人立場對於網路同溫層與立場二的轉變，其實際影響性則須待後續運用線性回歸進行檢驗。

### （七）政治參與程度

在此構面中，由「在臉書上新增或刪除關於年金改革議題相關的訊息」、「在臉書上訂閱（按讚）支持或反對年金改革團體的粉絲專頁？例：監督年金改革行動聯盟」等八種行為，做為使用臉書對年金改革議題進行參與的測量，其總平均分數為 1.5，標準差為 0.57，從此處可看出多數人其實鮮少利用臉書進行年金改革議題的討論，但對於網路同溫層與立場二極化現象的影響性，則仍須待後續運用線性回歸進行檢驗。

### （八）同溫層現象

於此構面，由「您認為您的臉書好友與自己對年金改革的立場相同」、「您在臉書動態時報上看到「來自朋友」發表、轉貼或是分享有關年金改革的文章，和自己立場相同」等四個題項，做為使用臉書對年金改革議題進行參與的測量，其總平均分數為 3.1，標準差為 1.01，從此處可看出多數人其實鮮少利用臉書進行年金改革議題的討論，但對於網路同溫層現象與立場二轉變，是否有實際影響性則仍須待後續運用線性回歸進行檢驗。

## （九）個人立場二

於此構面，首先讓受測者閱讀完反對年金改革的文章後，再藉由重新測驗一次立場是否有所改變，來做為意見是否有產生極化的現象，其總平均分數為 3.64，比原先 3.97 立場更偏向稍微不同意，標準差為 1.33，但意見極化的實際改變性則仍須待後續運用線性回歸進行檢驗。

## （十）臉書依賴程度

在本研究當中，由「無法使用臉書會覺得不適應」、「瀏覽臉書上的動態時報已經習慣」、「瀏覽臉書好友張貼/分享的訊息已經成為習慣」及「瀏覽臉書社團張貼/分享的訊息已經成為習慣」等七個題項，做為臉書依賴程度構面的測量，依賴程度總平均分數為3.2，可看出受測者稍微不同意自己對臉書具有依賴傾向，最高為6分(非常同意)，最低分數為1分(非常不同意)，標準差為0.99，但依賴程度意見極化的調解影響則須待後續運用線性回歸進行檢驗。

## 第四章 資料分析與解釋

### 第一節、年金改革立場對同溫層現象產生之關係

由於本研究在於探討同溫層現象可能產生之原因，並將立場及使用行為作為影響同溫層產生的因素，而變項之間均以平均分數的方式來顯現其高低，因此以多元線性迴歸的檢驗方式最為合適，由於多元線性迴歸最主要是計算出自變項與應變項之間是否存在最佳回歸線，並且自變項是否可以做為預測應變項改變的因子，看兩者是否會因為其中一個數值的增加，進而影響另一個數值的增減狀況。

除此之外，線性迴歸的檢驗方式，除了能夠證明最佳迴歸線是否存在之外，同時也可以利用線性迴歸計算自變相與應變項之間皮爾森（Pearson）相關係數的大小，而當相關係數的絕對值愈大者，即表示這兩者間的關聯性愈強，相反當絕對值愈小者，則表示這兩個變項間的關聯性愈弱，其數值則位於-1及1之間，當數值為正時，自變項與應變項之間為正相關，反之則為負相關（俞民寧，2000），當絕對值落於0~0.3之間為最低度相關，0.4~0.7之間為中度相關，0.7以上則為高度相關，由於在本研究當中，主要是證明自變項對應變項的影響性，因此使用皮爾森相關係數是適用於本研究結果的。

在驗證本研究的RQ1方面，是以個人立場做為影響同溫層現象的自變項，

其與另一自變項政治參與程度的VIF值為1.02，表示個人立場與參與程度變項間的題項是互不相關，所以可獨立看待，另外除了原先定義的兩樣自變項之外，研究者另外將性別、年齡、教育程度與職業別同時做為分析的控制變項進行探討。

如先前所提，由於身為被改革者的軍公教人員，以及身為軍公教人員的家屬，在此政策改革當中是直接衝擊者，對於議題的關注程度應該相對於其他職業，故而納入討論，而在林瓊珠、徐永明、黃秀瑞（2017）等人的研究裡，發現在特定議題的關注上，男性的關注程度相對大於女性，故將性別納入，而在教育程度上，當學歷及年齡越高的民眾，對於政府政策的關注與參與程度都相對較高（俞振華、翁定暉，2017），故將此三項因素納入本研究做為考量。

而經過多元線性迴歸的結果發現，在本研究中除了年齡對於同溫層現象有顯著影響之外（ $P=0.009$ ），其餘的控制變項皆不能做為構成同溫層現象的因素，但年齡的影響僅有低度的正向關聯性（Pearson係數=0.069），在崔曉倩、吳重禮（2011）的研究曾發現，年齡大的民眾，對於政府政策的關注及參與，相對年輕人更加主動，而這樣的主動性，或許正是使年齡會成為影響同溫層產生的原因。

並且在多數的反年金改革的抗議行動中，大部分參與者為已退休領有終生俸的軍公教人員，包括組織反年改大遊行的主要發起人之一的吳斯懷，

其年齡已高於六十歲，因此年紀與同溫層的形成會有正向關聯性的影響是合乎正常的情況。

而分析結果表示，在個人立場方面，對於同溫層現象的產生，存有低度的正向關聯性 (Pearson 係數=0.111)，之間也存在著最佳迴歸線 ( $F=6.53^*$ ， $p=0.011$ ， $R^2=0.01$ )，從此迴歸結果可得出個人立場將影響同溫層的產生，並且在立場上抱持著越反對的態度，將更容易在臉書上造成訊息結構的單一現象，意即同溫層現象更容易產生，其顯著性則有如表 4.3 所示。

表 4.1 個人立場一與同溫層現象線性迴歸

		同溫層現象				
個人 立場一		<i>B</i>	<i>F</i>	<i>T</i>	$R^2$	$\beta$
			0.088	6.53	2.557	0.01

註:\*\*\*表示  $p < .001$ ，\*\*表示  $.001 < p < .01$ ，\*表示  $.01 < p < .05$

而這樣的結果與美國 Garimella et al. (2018) 等人，利用推特留言內容進行數據分析所應證的結果相類似，其研究發現網路上的社群媒體環境，在言論內容相近的用戶之間，僅會存有片面立場的同溫層結構，但從本研究結果中則可看出同溫層的產生，則是由於個人抱持的立場所導致，彼此間的因

果關聯性，將比以往利用資料分析所做的研究，能更加清楚的表達，對於解釋國內網路同溫層現象的出現，則有了更進一步的發現。

回顧在本研究之前章節所探討的 Sunstein (2001) 觀點，同溫層現象將致使網路成為只有立場相近的人，才會彼此交流的場所，並且最擔憂的情況，便是出現立場極化的現象，影響到對議題所抱持的偏見程度，過於偏執的意見最終，將使得議題在不同立場之間的團體引起爭論與糾紛。

## 第二節、使用臉書進行議題參與程度對同溫層現象產生之關係

RQ2由於是要驗證臉書的使用行為對同溫層現象產生的影響性，而使用行為的呈現方式，則是透過「使用臉書進行議題參與程度」此一問卷構面的平均分數來表示，所以在此可與驗證RQ1一樣，透過線性迴歸的分析方式，計算彼此間Pearson係數的絕對值大小，以及變項之間是否有存在著最佳迴歸線，最終可以預測自變項對應變項的影響性。

最終透過數據分析的結果發現，使用臉書進行年改議題的參與程度對同溫層現象的產生，同樣存在著低度的正向關聯性 (Pearson係數=0.199)，並且存在著最佳迴歸線 ( $F=21.61$ ， $p=0.000004$ ， $R^2=0.039$ )，由此分析可知，除了RQ1個人對議題抱持的立場會影響同溫層的產生之外，利用社群媒體對於議題的參與程度，同樣會對同溫層現象的產生有所影響，當使用臉書對於議題的參與程度越高時，將更容易造成同溫層現象在於使用行為上對於

同溫層的產生。

而這樣的結果其實與Pariser (2011) 所提出的觀點相似，他認為當社群媒體用戶利用網路來參與特定議題的行為，會使得社群媒體能因此以其偏好與互動程度來對訊息進行過濾，因而形成同溫層的環境。

雖然在本研究當中，受測者普遍並不同意自己習慣使用臉書來參與年改議題(平均分數為1.5)，但即使整體分數並不高，個體間還是存有顯著差異性，而這樣差異性的產生，則是透過社群媒體訊息過濾功能所導致，代表著當越加使用社群媒體來參與特定議題的討論，將促使同溫層現象的發生，其顯著性則有如表4.4所示。

表 4.2 臉書參與程度與同溫層現象的線性迴歸

同溫層現象					
臉書參與	<i>B</i>	<i>F</i>	<i>T</i>	<i>R</i> <sup>2</sup>	<i>β</i>
	0.348	21.61	4.650	0.039	0.199 <sup>***</sup>

註:\*\*\*表示  $p < .001$ ，\*\*表示  $.001 < p < .01$ ，\*表示  $.01 < p < .05$

### 第三節、同溫層現象對立場極化的中介作用

而RQ3是檢驗同溫層現象對於受測者在立場變化上的差異，因此在本研

究當中是運用中介作用的分析方式進行檢驗，由於立場變化的量測，是使用與立場一的相同量表，故同樣是以多元線性迴歸的方式進行分析，惟在分析前，須先以簡單線性迴歸分析兩樣自變項對於應變項的關聯性及主要影響，待直接影響顯著時，才可進一步探討同溫層的中介效果。

首先是檢驗原先立場對閱讀完文章後的立場，彼此之間的線性關係，經檢驗後兩者之間有著最佳回歸線的存在 ( $F=2119, \beta=0.895, R^2=0.801$ )，由此可知在本研究中對年金改革的原先立場，在受到具特定觀點文章的影響之下，有產生穩固及加深的作用，並可進一步檢驗同溫層的中介作用，但在使用臉書的參與程度上，對於立場二的變化上卻不存在著影響性 ( $F=0.019, \beta=0.006, R^2=-0.002, P>0.05$ )，因而可以確定臉書參與程度對立場二之間不存在著中介作用。

接續才針對立場一與同溫層及立場二進行多元線性迴歸，經檢驗後，其  $\beta$  值為 0.894，在標準化係數中小於原有立場對意見極化後的標準係數，因此顯示同溫層在兩者立場變換之間，存在著部分中介效果 ( $F=1058, \beta=0.894, R^2=0.801$ )，故在 RQ3 方面，驗證了同溫層現象，將會促使意見極化的情況產生，在 Hong & Kim (2016) 對美國推特帳號的留言分析中，便已發現同溫層對於政治立場的改變以及意見極化的影響，並且造成的極化現象，將加劇兩個不同意見的團體在立場上的分化，而在本研究當中，則與這兩位學

者所發現到的觀點相符，即是對於影響立場產生極化的現象，與同溫層有著不置可否的關聯，其顯著性則如表 4.5 所示。

但是值得更加注意的地方，在於同溫層的中介效果，是存在於原先立場對後來立場的轉變，意即在本研究中，當受測者閱讀完特定觀點文章後，抱持贊成或反對意見的人，將會更加堅定自己的立場。只是使用行為雖然會造成同溫層的發生，卻無法對於意見極化產生改變，由此可見就算利用網路獲取資訊或參與討論，但行為仍無法對於心境上產生改變。

表 4.3 同溫層對個人立場二的中介作用

	意見極化是否顯著			中介作用		
	<i>T</i>	<i>R</i> <sup>2</sup>	<i>β</i>	<i>T</i>	<i>R</i> <sup>2</sup>	<i>β</i>
個人立場	46.04	0.801	0.895 <sup>***</sup>	45.66	0.801	0.894 <sup>***</sup>
臉書參與	0.136	-0.002	0.006			

註:\*\*\*表示  $p < .001$ ，\*\*表示  $.001 < p < .01$ ，\*表示  $.01 < p < .05$

並且有別於國內研究者，多數著重於特定議題是否有同溫層現象的產生，本研究更深入的探討同溫層所可能帶來的連帶影響，而在立場的轉變上，從本研究的結果可看出，同溫層將會對意見的兩極分化，產生一定程度的正向影響，受同溫層的影響越嚴重，對於立場極化將會更明顯。

#### 第四節、臉書依賴程度對立場極化的調節作用

最後在檢驗 RQ4 的臉書依賴程度對於調節後來立場產生極化的影響效果，由於是要探究在加入對於臉書依賴程度之後，同溫層現象對於立場二的影響，其中含有階層性的概念，同溫層現象為第一層，臉書依賴則是額外加入的第二層，因而在此所運用的是階層線性迴歸的分析方式，並且經檢驗後發現臉書的依賴程度，將有效正向調節立場的改變 ( $F=6.597$ ,  $\beta=0.161$ ,  $R^2=0.032$ )，也就是說在依賴程度方面，當民眾對臉書的依賴度越高，將會促使受測者在立場上產生極化的改變。

早先林正士和周軒逸(2014)兩位學者便發現對特定媒體的過度依賴，將進而影響到政治立場的傾向，社群媒體雖為近年來才盛行的新興媒體，但是使用人數卻已增長到不容小覷的地步，使用時間也有逐年增加的趨勢 (Global Digital Report, 2019)，可見現今對社群媒體的依賴，而本研究的結果證實了媒體依賴對於立場二的改變，從本研究的數據發現到，對於臉書依賴程度高的使用者，於同溫層當中形成意見極化的情況，將會比依賴程度低的使用者更加的明顯，意即身處在相同同溫層環境下的臉書使用者，對於臉書依賴程度高的使用者，意見極化的情況將會比依賴度低的使用者更顯著，其調節效果則如下表 4.6 及圖 4.1 所示。

表 4.4 臉書依賴程度對個人立場二的調節作用

立場二				
	<i>B</i>	<i>SE B</i>	<i>T</i>	$\beta$
同溫層現象	0.15	0.059	2.558	0.112*
臉書依賴	-0.036	0.060	-0.592	-0.27
同溫層現象 X 臉書依賴	0.203	0.055	3.675	0.161***

註:\*\*\*表示  $p < .001$  , \*\*表示  $.001 < p < .01$  , \*表示  $.01 < p < .05$

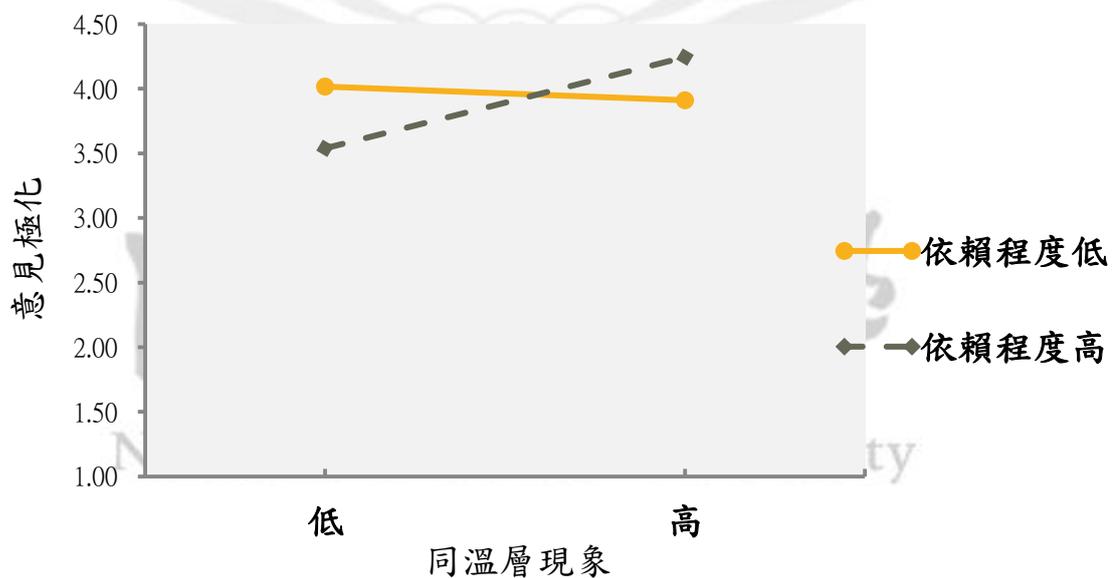


圖4.1 臉書依賴程度調節效果

由於手機及網路的普及，近年來許多研究者埋首於發掘民眾對社群媒體依賴所產生的影響，其中包括張燕、梁勤、楊曹芬和王玲（2017）所發現到中學生對媒體依賴程度將會影響彼此間的人際關係，而周書羽（2016）則探討社群媒體的依賴對於校園活動參與程度的影響，在本研究中則有別於過往將社群媒體依賴做為自變項或中介變項的運用，而是將其做為對意見極化的調節變項，從最後的數據結果中則可得知，當依賴程度越高，將會使同溫層現象更容易產生，並且促使民眾對年改立場更趨於贊成。

## 第五節、研究問題之驗證

本研究係以線性迴歸、多元線性迴歸及階層線性迴歸等方式進行驗證。經分析結果得知，本研究之 4 項研究問題，皆有呈現顯著的低度關聯及影響性。在 RQ1「年金改革立場對同溫層現象產生何種影響？」及 RQ2「年金改革立場對同溫層現象產生何種影響？」方面，發現到受測者原先持有的立場，以及使用臉書參與年改議題的程度，將會促使同溫層的產生。

而在 RQ3「年改同溫層將對用戶在原有立場的極化上產生何種影響？」，則發現到同溫層對意見極化的部份中介效果，僅發生於受測者在原先立場的改變上，同溫層結構將會助長意見極化的產生。RQ4「對臉書的依賴程度，將會對民眾在同溫層的立場極化產生何種影響？」的驗證結果表明，對臉書

高依賴程度的受測者，會比低依賴程度的人更容易形成同溫層以及意見極化的現象，進一步的研究結果，將於下一章進行說明(研究結果見表格 4.3)

表 4.5 研究問題驗證

題項	驗證結果
RQ1	個人立場對同溫層現象的形成有低度正相關
RQ2	使用臉書的參與程度對同溫層現象的形成有低度正相關
RQ3	同溫層現象僅對個人立場存在著部份中介效果
RQ4	臉書依賴程度對意見極化的產生具有調節效果

## 第五章 結論與研究建議

研究者本身即是一名職業軍人，回顧過往在爭論年金改革期間所連帶發生其他重大事件，如年改大遊行、世大運陳情活動等，這些作為無非對於國軍與民眾間的關係造成重大傷害，尤其是網路上不同立場的個人或團體，彼此散佈引發對立的惡意言論，此次年金改革的爭議事件可能僅做為一個個案參考，但在這資訊發達，且對於網路訊息如此依賴的環境裡，難保這樣對立的場景不會一再上演，為了避免國內族群分裂的情事發生，對於這類爭議訊息的產生與推波助瀾的原因必得事先了解，做為政府未來應處的參考。

### 第一節、個人立場與社群媒體使用促使網路同溫層之產生

從本研究收集到的529位受測者數據來看，對於年金改革其實是偏向贊成的態度 ( $M=3.97$ )，由於本研究受測者當中僅有201位是直接受到改革影響的軍公教人員，並且此次的政策改革，主要是節省國庫對退休軍公教的財政支出，所以在其他職業別當中基本是獲得支持，所以本研究所收集到的數據，與國內的輿論走向也是頗為相符。

雖然本研究所取得的數據可用以解釋社會走向，但值得令人討論的事情是，受測者本身的職業別卻對於社群媒體同溫層的發生，並沒有產生顯著的影響 ( $P=0.231$ )，既使臉書上有著以退休軍公教為主，所組織而成的「監

督年金改革行動聯盟」以及退休軍人組成的「八百壯士」等反年改團體，而這些團體更被視為一大型同溫層結構，以及引起「419反年改大遊行」、「台北世大運抗議事件」的主因（林儀，2019），但實際上能夠凝聚起這些力量與反對人士的，並非因為受到職業的影響，而是個人本身所抱持的立場。

因而像網路上的新聞報導，曾經有過林萬億認為軍公教人員不支持年金改革政策，而稱其為米蟲的偏激言論，其實就可以認為是種貶低或刻意污名化軍公教的說詞（林上祚，2017.01.12），而透過本研究結果發現，封閉的同溫層環境，所形成的主要原因，是由於本身立場所使然，因此這些報導中所認為反年改同溫層的成員，應該是對於年改政策都處於反對的立場，經過共同交流後聚集而成，而不是只要身為軍公教人員，就都反對年金改革，又或著是處在不能接受其他意見以及相反言論的同溫層結構當中，多數軍公教人員對於自身權益被削減一事，也並不同於這些專欄評論般，無法接受其他不同立場的觀點。

前副總統陳建仁也曾於2017年中科院的年終記者會上，公開表示推動年金改革期間，讓不少人蒙受損失及遭受污名化，由於年金改革的主要目的，是要促進社會團結，而不是針對特定個人或族群進行改革，製造不同職業之間的對立（顏振凱，2017.12.29）。就這些層面來看，這些偏頗的言論即是種對軍公教人員的不實指控，而刻意營造出軍公教人員不服政府政策的言論，或許已經傷害到了軍公教人員本身的社會形象。

另外在本研究所收集到的數據裡，親友並非軍公教人員的有276位，與親友間是軍公教人員的253位受測者，在人數比例上其實相差不遠，但整體分數卻傾向於贊成改革，代表著就算家人或朋友之間有擔任軍公教人員，但本身職業別的不同，其立場仍舊會抱持著贊成的態度，像是在臉書上擁有1.4萬粉絲的莊姓牙醫師，便在自己經營的粉絲專頁上，透露父母都是公職退休，也因為年金改革的影響，而被砍掉18%，但仍願意支持政府所推動的年金改革政策（顏妤安，2020.01.08），雖然在本研究當中，親友是否為軍公教，對於同溫層的產生並沒有顯著的影響（ $P=0.143$ ），但是就總平均分數來看，其實也是符合時下社會氛圍，既使有親友是身為被改革的軍公教人員，但仍舊不影響其贊成改革的態度，就如同上述所提到莊姓醫師的家庭狀況一樣。

而在本研究結果所發現到同溫層現象產生原因，主要是源於個人對於議題所抱持的立場，當立場處於對立的情況下，則有可能促成了同溫層的發生，當此現象產生的時候，最主要是得開始擔憂身處兩種不同立場同溫層的人，其信念將會變得越來越極端，最終結果是他們的觀點將得到加強和分化（Quattrocio et al., 2016）。

雖然對於社群媒體的同溫層現象，學界上有著正反兩極的結果，但至少在本研究當中，臉書使用者是產生出封閉的，並且不同立場間不相互交流的同溫層，當臉書使用者在同溫層裡彼此交流、討論問題，也將更容易促使此

現象的發生，同時這也代表著在相同同溫層的社群網路用戶，會傾向於選擇符合他們立場與理念的訊息，除此之外，他們所獲得的資訊內容也將會變得更加片面與單一，如果在此加入不實或或錯誤訊息，將可能導致社群媒體，成為大量且持續傳遞這些資訊的最佳平台（林儀，2019；Bessi, 2016）。

在本研究除了證實個人立場將對同溫層現象產生直接影響（ $\beta=0.111^{**}$ ），另外也發現到社群媒體的使用行為，也將對同溫層現象的發生，產生直接的影響（ $\beta=0.199^{***}$ ），當使用者利用臉書來參與議題的程度越大，將會促使同溫層現象的發生，在此可認為使用者透過社群媒體對特定議題積極的瀏覽或搜尋，將會使得社群媒體把與議題相關訊息率先過濾，爾後僅會呈現給使用者「想要看」或「喜歡看」的資訊，漸而形成封閉的同溫層環境（Pariser, 2011）。

除此之外，社群媒體將會導致個人極端立場的提升，從而進一步加劇網路上形成立場極化的現象，而立場極化則可能造成政府推動政策施行的問題（Hong & Kim, 2016），其實從在年金改革期間，以至於到改革後的一連串抗議活動就可看出其對社會安定的影響，透過同溫層對意見極化的催化之下，使得年改政策雖然最終於107年開始施行，但是已經在政府與反對者、支持者與反對者之間埋下不信任的種子，而同溫層對意見極化的影響，將於下節進行討論。

## 第二節、網路同溫層對意見極化的中介效果

本研究旨在探討同溫層現象，將對於社會產生何種負面效應，從早先 Hong & Kim (2016) 所做的研究中，調查了關於推特帳號上所存在的同溫層現象，對於美國眾議院議員在黨派意識中的極化作用，透過對這些帳號的留言內容分析後所得出的結果，除了證明同一黨派的議員會形成一同溫層外，其政黨立場也會因為同溫層的影響而變得更加堅定，除此之外還分析了政治人物的意識形態立場，對其帳號追隨者的影響，當政治人物本身的意見極化現象越明顯，將助長追隨者在立場上與輿論更大的兩極化。

國內學者李健維、劉念夏 (2015) 所做的研究理，也有相似的發現，國內兩大政黨團體，各自吸引了來自不同階層社會人士的支持，這些社會人士對於同溫層產生的傾向有所影響，並且在最終影響了意見極化的改變。而這一想法也與 Garrett (2009) 的研究結果相呼應，政治派別的不同，將對於民眾在選擇性暴露的測量及同溫層有影響，並且不同立場同溫層的群體，各自具有不同的內部交流模式，其中一些同溫層間的群體聯繫也比其他同溫層更加密集，這代表著當同溫層裡的交流越頻繁，將造成越明顯的意見極化現象。

而在本研究的整體數據顯示，受測者認為自身在年金改革此一議題裡，於社群媒體上形成的同溫層現象雖然並不明顯 ( $M=3.01$ )，但是經由同溫層居中的催化之下，使得受測者在立場上變的更加兩極分化 ( $\beta=0.894^{***}$ )，而

此結果更與上述列舉學者的發現相符，即是同溫層的意識形態，將產生「極端主義」的意見極化現象，雖然其中同樣涉及團體成員之間的潛在差異，而不僅僅是意識形態的距離，但在意識形態尺度更極端的個人，將會表現出比中間立場更明顯的極化現象。

並且不論是支持或贊成的兩方皆會受到同溫層中介作用的影響，或許在年改議題當中，多數民眾對於法規內容是不了解的情況下，更容易受到同溫層來決定自身立場的走向，或是加深己身固有的想法，進而彰顯出同溫層的中介效果，但這也凸顯出當民眾對於資訊內容不清楚的狀況下，很容易受到輿論走向的影響，淪為有心人士操弄的對象。

雖然因反對而起的年金改革相關抗議活動，多被新聞報導成是受身處同溫層的反年改團體鼓動所引起，但在本研究結果中，發現到這些經由同溫層所造成的意見極化現象，其實才是真正造成這些現象的原因之一，而這一論點在此之前並無人所提出，所以此發現是本研究有別於其他學者的特殊之處。

而當同溫層的结构越加堅固，除了會使其成為傳遞虛假訊息的平台之外，更會使意見的極化現象趨於明顯，而趨於兩極分化立場的人，對於不同意見將更難以接受，如果對於社群媒體上所存在的同溫層現象，無法加以約束的話，將會促使意見極化的狀況一再發生，而相似的抗議事件也將會持續不斷。

另外同溫層在意見極化上的中介作用，僅發生於先後立場的變化，受到同溫層的影響，促使群眾在立場上變的更加極端，這樣的結果與上述列舉的學者發現相符，而在使用行為的部份，雖然會促使同溫層現象的發生，卻無法對意見極化現象產生影響 ( $P=0.892$ )，而這樣的原因，或許也是由於本研究是在探討個人的行為，但不具個人動機的行為，便無法成為預測意見極化的原因。

由於在Katz, Blumler & Gurevitch於 1974所提出的「使用與滿足」理論當中，便提到「主動閱聽人」的概念，在此論點中主要強調民眾不是被動的媒介使用者，而是基於個人的需求而產生使用動機，並且在使用媒體的過程中可以獲得心理上的滿足，而近年來民眾對社群媒體的使用已有了高度需求，甚至到了重度心理依賴的程度（凌益祥，2013），因此在未來的研究當中，將個人的使用動機，也納入研究的考量當中，或許能更進一步的了解到促使意見極化的發生原因。

### 第三節、個人臉書依賴對於意見極化的調節作用

近幾年來臉書對於民眾生活，已經成為不可或缺的存在，除了用於跟親友之間培養感情外，也有越來越多人將其應用於工作上（Facebook Newsroom, 2019.04.30），從中可看出民眾對於臉書已經有了高度的依賴性，並且在此之前，便有眾多學者對臉書過度的依賴現況做出研究。

像是在劉昌浩(2016)所做的研究中，透過將臉書依賴做為調節自我揭露現象的變項，而當使用者對於臉書的依賴程度越高，將會讓使用者自我揭露的行為就越趨明顯，另外在陳啟英和張少樑(2014)的研究結果中，也曾發現民眾對於社群媒體的依賴程度，將會影響對網路訊息可信度認知上的改變，在趙敏雅(2019)的研究裡，也發現到臉書依賴程度的影響，不僅是造成一般民眾的認知，連新聞記者在使用新聞素材時，也會因為過度依賴臉書，而將臉書資訊視為可信的訊息來源。

從上述研究當中，都可看出對社群媒體的依賴，將會影響民眾的認知，而在本研究當中，則發現到了使用者對於臉書的依賴程度，也將促使同溫層對意見極化現象的發生( $\beta=0.161^{***}$ )，現今對社群媒體的使用，在於世界各國來講，是件極為普遍的事，群眾的生活已經擺脫不了對社群媒體的使用(Global Digital Report, 2019)，如果對社群媒體的使用已是無法避免之事，那應該尋求減緩對社群媒體的依賴以及打破同溫層環境的方法，或許對於降低意見極化的發生更為適切，對此研究者提出幾點建議做為參考：

1. 個人需懂得尊重不同於自身觀點的說法，根據林彥伶(2016)所提出的看法，如果善加利用網路能夠輕易獲取訊息的特性，聽取多方的意見，將不會形成封閉的同溫層環境。
2. 對於社群媒體的使用需節制，縱然利用社群媒體能夠迅速獲得第一手資訊，但過於依賴將使得群眾對訊息的判斷力降低(陳啟英、

徐聖鈞，2010），在此情況下也將容易採信錯誤的虛假資訊，因而減少對於社群媒體的使用，同時也可降低自身對其之依賴。

3. 尋求網路具有公信力的資訊，如政府公告等，避免因為隨意採信來源不明的訊息，因而受到錯誤資訊的誤導，甚至成為協助散佈不實訊息的幫兇。

雖然研究者上列了幾項建議，但這些建議並沒有法律上的實質約束力，因而倚靠的是使用者本身具備的網路素養，現今國內僅對於會引起社會恐慌的不實訊息才會進行法律制裁，但其界定範疇過於主觀，並且須待政府主動介入查證屬實後才會公布，因此要想防範同溫層的產生與錯誤資訊的散佈，還是要仰仗著民眾個人的自制力。

對於時常出現的「同溫層」一詞，國內多數民眾僅停留在是立場相同的人，利用網路與社群媒體進行取暖或討拍場所的既定印象，但是對同溫層可能造成認知或行為上的改變，卻沒有更深入的理解，不過藉由本研究所獲得的數據分析結果，將可使對於網路發生同溫層現象的因果關聯性有更進一步的了解，並且對於近年幾起從網路社群媒體進行討論的社會議題，進而延伸到在現實生活中發起抗爭行為的太陽花學運與 419 反年金改革大遊行(戚宇賢，2015；林儀，2019) 等活動，其發生的可能原因之一，便是受到網路同溫層造成的意見極化所影響，現今對於網路的使用與依賴已然不可避免，那麼理解其所帶來的負面效應，才能制定出應對的辦法，而能夠協助大眾或決策者更為了解網路同溫層的負面效應，便是本研究最大的價值。

## 第四節、研究限制與建議

雖然本研究結果，支持參與程度對同溫層現象的影響，但僅探討受測者們是如何使用臉書對年金改革議題進行參與，使用的數據只有臉書帳號持有者，雖然臉書是現今進行討論與收集資訊的主要平台（Global Digital Report, 2019），因此也是研究同溫層現象的絕佳環境，但從獲得的數據分析來看，尚無法得知個人的行為，是否與人格特質或態度傾向有所關聯。

所以從目前的分析來看，尚不清楚這些受測者們本身是緣於何種動機去使用臉書參與年改議題，如果在動機強烈影響之下，驅使受測者們更加頻繁的使用臉書，或是收集有關年改議題的特定資訊，進而促使同溫層的發生，這部份是在本研究中所面臨到的限制。

並且當本研究僅專注於臉書所發生的同溫層現象時，無法有力的推斷出相同的觀察結果，能夠套用於其他社群媒體的狀況，或著可以有利的證明同溫層對於一般民眾來說是種顯而易見的狀況，而研究者將年改議題拉入政治操作的範疇，這種做法則將數據結果，侷限於分析與政治相關的議題，而這議題也只針對國內現況，不能概括於其他國家政體，這種分析方式與過程不能成為一種固定的檢驗方法，而僅僅是由於研究者所收集到的數據，所產生出的可能性，也是本研究難以克服的限制。

未來其他研究者，如果加入Flanagin & Metzger（2001）或Ko, Cho & Roberts（2005）等學者的研究觀點，更加深入的去理解社群媒體使用者，對

於網路社群動態抱持的認知，以及心理決定因素，或許將可以解決研究者所面臨到的這些限制，並且可能有助於設計出更加有效的溝通策略，做為防制錯誤訊息或假新聞透過社群媒體進行擴散的有利參考。

本研究在資料收集的層面，只定義了從 2019 年的 12 月至 2020 年的 2 月之間 41 天的時間，從單一時間截點所得到的數據，缺少了那段時間軸裡受測者們對於議題抱持的態度與想法，因此在研究方法上可以利用焦點團體訪談的方式，來彌補本研究問卷調查法所沒有涵蓋到的社群媒體使用者想法，以及前一段所提及的使用者本身動機，與使用者會持續參與網路上相同立場同溫層討論的可能因素有哪些，如此的作法將會使得研究論點更加完備與全面。

但從較為廣大的角度來看，本研究結果仍舊可以為國內的同溫層現象，以及此現象所引起的爭議事件進行解釋，尤其是當錯誤的資訊經由網路在第一時間即時散佈，就算事後被查證為捏造，但已對當事人或社會造成傷害，如果繼續讓錯誤訊息在社群媒體上流竄，在資訊傳遞迅速的現今，將使社群媒體成為醞釀虛假爭議訊息的絕佳溫床（何吉森，2018）。

## 參考文獻

### 英文文獻

- Allcott Hunt & Gentzkow Matthew (2017) . Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, 31 (2) , 211-36.
- Andreassen Schou Cecilie & Pallesen Stale (2014) . Social Network Site Addiction - An Overview. *Current Pharmaceutical Design*, 20 (25) , 4053-4061.
- Alex Hern (2017.06.18) . Facebook and Twitter are being used to manipulate public opinion – report. *The Guardian*. Retrieved October 1, 2019, from [https://www.theguardian.com/technology/2017/jun/19/social-media-proganda-manipulating-public-opinion-bots-accounts-facebook-twitter?fbclid=IwAR1SwW\\_G\\_eMD1PQfPBvFp9qV0Q7QBO4jrOga3AH5SzP5Mgwyk\\_WfLcrjhhM](https://www.theguardian.com/technology/2017/jun/19/social-media-proganda-manipulating-public-opinion-bots-accounts-facebook-twitter?fbclid=IwAR1SwW_G_eMD1PQfPBvFp9qV0Q7QBO4jrOga3AH5SzP5Mgwyk_WfLcrjhhM)
- Błachnio Agata, Przepiorka Aneta & Pantic Igor (2016) . Association between Facebook addiction, self-esteem and life satisfaction: A cross-sectional study. *Computers in Human Behavior*, 55, 701-705.
- Ball-Rokeach, S.J. & DeFleur, M. (1976) A dependency model of mass media effects. *Communication Research*, 3, 3-21
- Bessi Alessandro (2016) . Personality traits and echo chambers on facebook. *Computers in Human Behavior*, 65, 319-324.
- Bright Jonathan (2016) . Explaining the Emergence of Echo Chambers on

Social Media: The Role of Ideology and Extremism. SSRN Electronic Journal , September.

Beam Michael A., Hutchens Myiah J. & Hmielowski Jay D. (2017) . Facebook news and (de)polarization: reinforcing spirals in the 2016 US election. *Information, Communication & Society*, 21 (7) , 940-958.

Bozdag Engin, Gao Qi, Houben Geert-Jan & Warnier Martijn (2014) . Does offline political segregation affect the filter bubble? An empirical analysis of information diversity for Dutch and Turkish Twitter users. *Computers in Human Behavior*, 41, 405–415.

Christine H. Roch, John T. Scholz & Kathleen McGraw. Social Networks and Citizen Response to Legal Change. *American Journal of Political Science*, 44 (4) , 777.

Dewey Caitlin (2016.11.17) . Facebook fake-news writer: ‘I think Donald Trump is in the White House because of me’. Retrieved September 16, 2019, from The Washington Post on the World Wild Web : <https://www.cbsnews.com/news/60-minutes-donald-trump-family-melania-ivanka-lesley-stahl/>

Dutton Newman, N., , W. & Blank, G. (2012). Social media in the changing ecology of news: The fourth and fifth estates in Britain. *International Journal of Internet Science*, 7(1), 6-22.

Duell Dominik & Valasek Justin (2019) . Political polarization and selection in representative democracies. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 168, 132-165.

- Emily Bell (2016.03.07) . Facebook is eating the world. *Columbia Journalism Review*. Retrieved August 19, 2019, from [http://www.cjr.org/analysis/facebook\\_and\\_media.php](http://www.cjr.org/analysis/facebook_and_media.php)
- Facebook Newsroom (2019.04.30) . Day 1 of F8 2019: Building New Products and Features for a Privacy-Focused Social Platform. *Facebook Newsroom*. Retrieved August 19, 2019, from <https://newsroom.fb.com/news/2019/04/f8-2019-day-1/>
- Fukuyama Francis (2013) . What Is Governance?. *Governance*, 20 (3) , 347-368.
- Flanagin AJ & Metzger MJ (2001) . Internet use in the contemporary media environment, *Human Communication Research*, 27 (1) , 153-181
- Global Digital Report 2019* (2019) . We are social and Hootsuite joint research project.
- Garimella Kiran, Gionis Aristides, Morales Gianmarco De Francisci & Mathioudakis Michael (2018.04) . *Political Discourse on Social Media: Echo Chambers, Gatekeepers, and the Price of Bipartisanship*. Paper presented at the annual meeting of the The Web Conf 2018, France.
- Garrett, R. K. (2009a). “Echo chambers online?: Politically motivated selective exposure among Internet news users”. In: *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14 (2) , 265–285.
- Geoffrey D. Munro, Peter H. Ditto, Lisa K. Lockhart, Angela Fagerlin, Mitchell Gready & Elizabeth Peterson (2002) . Biased Assimilation of Soc

- ipopolitical Arguments: Evaluating the 1996 U.S. Presidential Debate. *Basic and Applied Social Psychology* , 24 ( 1 ) , 15-26.
- Gersbach Hans, Muller Philippe & Tejada Oriol (2019) . Costs of change and political polarization. *European Journal of Political Economy*, in press.
- Gordon Pennycook, David G. Rand (2019) . Lazy, not biased: Susceptibility to partisan fake news is better explained by lack of reasoning than by motivated reasoning. *Cognition*, 188, 39-50.
- Ghonim Wael(2015) . Let us design social media that really drive reform.
- Hou Xiang-Ling, Wang Hai-Zhen, Guo Cheng, Gaskin James, Detlef H. Rost & Jin-Liang Wang (2017) . Psychological resilience can help combat the effect of stress on problematic social networking site usage. *Personality and Individual Differences*, 109, 61-66.
- Greenwood Shannon , Perrin an Andrew & Duggan Maeve (2016) . *Social media update 2016*. Washington, DC : Pew Research Center.
- Grovera Purva, Arpan Kumar Kar, Dwivedi Yogesh K. & Janssen Marijn. Polarization and acculturation in US Election 2016 outcomes – Can twitter analytics predict changes in voting preferences. *Technological Forecasting and Social Change*, 145, 438-460.
- Hayat Tsahi & Tal Samuel-Azran (2017) . “You too, Second Screeners?” Second Screeners’ Echo Chambers During the 2016 U.S. *Elections Primaries*, 61 (2) , 291-308.

- Hong Sounman & Kim Sun Hyoung (2016) . Political polarization on twitter: Implications for the use of social media in digital governments. *Government Information Quarterly*, 33 ( 4 ) , 777-782.
- Indian Michaelle & Grieve Rachel ( 2014 ) . When Facebook is easier than face-to-face: Social support derived from Facebook in socially anxious individuals. *Personality and Individual Differences* 59.
- Iyengar Shanto & Hahn Kyu S (2009) . Red Media, Blue Media: Evidence of Ideological Selectivity in Media Use. *Journal of Communication*, 59 ( 1 ) , 19-39.
- Jon Henley ( 2016.06.10 ) . 〈 Why Vote Leave's £ 350m weekly EU cost claim is wrong 〉 . *The Guardian*. Retrieved October 1, 2019, from <https://www.theguardian.com/politics/reality-check/2016/may/23/does-the-eu-really-cost-the-uk-350m-a-week>
- Jennifer Bonds-Raacke & John Raacke ( 2010 ) . MySpace and Facebook: Identifying Dimensions of Uses and Gratifications for Friend Networking Sites. *Individual Differences Research*, 8 ( 1 ) , 27-33.
- Jacob Frantz ( 2015.07.09 ) . Updated controls for news feed. *Facebook Newsroom*. Retrieved from <http://newsroom.fb.com/news/2015/07/updated-controls-for-news-feed>
- Janis Irving Lester ( 1971 ) . Groupthink. *Psychology today*, 5 ( 6 ) , 43-46.
- Johnson Thomas J. & Kaye Barbara K. ( 1998 ) . Cruising is Believing?: Comparing Internet and Traditional Sources on Media Credibility Me

- asures. *Journalism & Mass Communication Quarterly* , 75 ( 2 ) .
- Kang-Xing Jin (2017.06.22). Updated controls for news feed. Facebook Newsroom. Retrieved October 1, 2019, from <https://newsroom.fb.com/news/2017/06/our-first-communities-summit-and-new-tools-for-group-admins/>
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). Utilization of mass communication by the individual. In J. G. Blumler & E. Katz (Eds.), *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research* (pp. 19-32). Beverly Hills, CA: Sage.
- Khondker Habibul H (2015) . New Media, Political Mobilization, and the Arab Spring. *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, 2, 798-804.
- Ko Hanjun, Cho Chang-Hoan & Roberts Marilyn S. (2005) . INTERNET USES AND GRATIFICATIONS: A Structural Equation Model of Interactive Advertising. *Journal of Advertising*, 34 ( 2 ) , 57-70.
- Lee Jiyoung & Choi Yunjung ( 2018 ) . Informed public against false rumor in the social media era: Focusing on social media dependency. *Telecommunications and Informatics*, 35 ( 5 ) , 1071-1081.
- Lamm Helmut & Myers David (1978) . Group-Induced Polarization of Attitudes and Behavior1. *Advances in Experimental Social Psychology*, 11, 145-195.
- Liu Tianyang & Guan Tianru (2019) . Globalized fears, localized securities

- s: 'Terrorism' in political polarization in a one-party state. *Communist and Post-Communist Studies*, inpress.
- Lion Gu, Vladimir Kropotov & Fyodor Yarochkin (2017) . *The Fake News Machine: How Propagandists Abuse the Internet and Manipulate the Public*. Trend Micro.
- Lazer David, Baum Matthew, Grinberg Nir, Friedland Lisa, Joseph Kenneth, Hobbs Will & Mattsson Carolina. (2017) . Combating fake news: An agenda for research and action. *Harvard Kennedy School, Shorenstein Center on Media, Politics and Public Policy*, 2.
- Lazer David, Baum Matthew, Benkler Yochai, Berinsky Adam J., Greenhill Kelly M., Menczer Filippo, Metzger Miriam J., Pennycook Brendan Nyhan, Gordon, Rothschild David, Schudson Michael, Sloman Steven A., Sunstein Cass R., Emily A. Thorson, Duncan J. Watts, Jonathan L. Zittrain ( 2019.03.09 ) . The science of fake news. *Science*, 359 ( 6380 ) , 1094-1096.
- Lee M. C. (2010) . Explaining and predicting users' continuance intentions toward e-learning: An extension of the expectation–confirmation model. *Computers & Education*, 54(2): 506-516.
- Mutz Diana C., & Martin, P. S. (2001) . Facilitating communication across lines of political difference: the role of mass media. *American Political Science Review* , 95(1), 97–114.
- Matthew Loveless (2008) . Media Dependency: Mass Media as Sources

- of Information in the Democratizing Countries of Central and Eastern Europe. *Democratization*, 15 ( 1 ) , 162-183.
- Marcel Broersma & Todd Graham ( 2012 ). SOCIAL MEDIA AS BEAT. *Journalism Practice*, 6 ( 3 ) , 403-419.
- Mark A. Urista , Qingwen Dong & Kenneth D. Day ( 2009 ) . Explaining why young adults use MySpace and Facebook through uses and gratifications theory. *Human Communication*, 15 ( 2 ) , 215-229.
- Michael MacKuen & Courtney Brown ( 1987 ) . *American Political Science Review*, *American Political Science Review*, 81 ( 2 ) , 471-490.
- Michaëlle Indi & Rachel Grieve ( 2014 ) . When Facebook is easier than face-to-face: Social support derived from Facebook in socially anxious individuals. *Personality and Individual Differences*, 59, 102-106.
- Masnick Mike ( 2016.10.14 ) . Donald Trump's Son & Campaign Manager Both Tweet Obviously Fake Story. Retrieved September 16, 2019, from Techdirt on the World Wild Web : <https://www.techdirt.com/articles/20161013/23470435795/donald-trumps-son-campaign-manager-both-tweet-obviously-fake-story.shtml>
- Morozov, E.(2011.06.10). Sunday book review: Your own facts. The New York Times. Retrieved from [http://www.nytimes.com/2011/06/12/books/review/book-review-thefilter-bubble-by-eli-pariser.html?\\_r=0](http://www.nytimes.com/2011/06/12/books/review/book-review-thefilter-bubble-by-eli-pariser.html?_r=0)
- Mocanu, D., Rossi, L., Zhang, Q., Karsai, M., & Quattrociocchi, W. (2015). Collective attention in the age of (mis) information. *Computers in*

*Human Behavior*, 51, 1198-1204.

McCarty, Nolan, Keith T. Poole & Howard Rosenthal (2006) . Polarized America: The Dance of Ideology and Unequal Riches. Cambridge: MIT Press.

*New Political Patterns*. Retrieved September 16, 2019, from <http://www.orgnet.com/divided.html>

Nielsen Rasmus Kleis, Newman Nic, Fletcher Richard & Kalogeropoulos Antonis. *Reuters Institute Digital News Report 2019*. London, United Kingdom : Reuters Institute for the Study of Journalism.

Niemi Richard G. , Weisberg Herbert F. & Kimball David C. (2011) . *Controversies in Voting Behavior*, Cram101.

Pariser Eli (2011.03) .Beware online “filter bubbles”. Retrieved March, 2019, from TED.com on the World Wild Web : [http://www.ted.com/talks/eli\\_pariser\\_beware\\_online\\_filter\\_bubbles?language=en](http://www.ted.com/talks/eli_pariser_beware_online_filter_bubbles?language=en).

Petter Bae Brandtzaeg, Marika Lüders, Jochen Spangenberg, Linda Rath-Wiggins & Asbjørn Følstad (2016) . Emerging Journalistic Verification Practices Concerning Social Media. *Journalism Practice*, 10 ( 3 ) , 323-342.

Passe Jeff, Drake Corey & Mayger Linda (2018) .Homophily, echo chambers, & selective exposure in social networks: What should civic educators do?. *The Journal of Social Studies Research*, 42 ( 3 ) , 261-271.

Patwardhan Padmini & Yang Jin (2003) . Internet Dependency Relations a

nd Online Consumer Behavior. *Journal of Interactive Advertising*, 3 ( 2 ) , 57-69.

Poole KT, Rosenthal H (2001) . D - nominate after 10 years: A comparative update to congress: A political-economic history of roll-call voting. *Legislative Studies Quarterly*, 26 ( 1 ) , 5-29.

Quattrociocchi Walter, Scala1 Antonio & Sunstein Cass R. ( 2016 ) . Echo Chambers on Facebook. *SSRN*. Retrieved August 18, 2019, from SSRN database on the World Wild Web: [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2795110](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2795110)

Riffe Daniel, Lacy Stephen & Varouhakis Miron (2008) . Media System Dependency Theory and Using the Internet for In-depth, Specialized Information. *Web Journal of Mass ( 11 )* , 1-14.

Retrieved September, 2019, from TED.com on the World Wild Web : [http://www.ted.com/talks/wael\\_ghonim\\_let\\_s\\_design\\_social\\_media\\_that\\_drives\\_real\\_change/transcript?language=zh-tw](http://www.ted.com/talks/wael_ghonim_let_s_design_social_media_that_drives_real_change/transcript?language=zh-tw)

Stroud Natalie Jomini (2007) . Media Effects, Selective Exposure, and Fahrenheit 9/11. *Political Communication*, 24 ( 4 ) , 415-432.

Samuel Alexandra (2019.01.15) . To Fight Fake News, Broaden Your Social Circle. Retrieved September 16, 2019, from JSTOR DAILY on the World Wild Web : <https://daily.jstor.org/to-fight-fake-news-broaden-your-social-circle/>

Seargeant Philip & Tagg Caroline (2019) . Social media and the future o

- f open debate: A user-oriented approach to Facebook's filter bubble conundrum. *Discourse, Context & Media*, 27, 41-48
- Simon Kemp (2019.01.31) . Digital report 2019 ◦ Retrieved August 1 20, 2019, from <https://datareportal.com/reports/digital-2019-global-digital-overview>
- Sheldon, P. (2008). The relationship between unwillingness to communicate and students' facebook use. *Journal of Media Psychology*, 20, 67-75.
- Sunstein, Cass R. (2001). Republic.com. Princeton: Princeton University Press.
- Seydi Ahmet Satici & Recep Uysal. Well-being and problematic Facebook use. *Computers in Human Behavior*, 49, 185-190.
- Sunkyung Yoon, Mary Kleinman, Jessica Mertz & Michael Brannick (2019) . Is social network site usage related to depression? A meta-analysis of Facebook–depression relations. *Journal of Affective Disorders*, 248 ( 1 ) , 65-72.
- Soroush Vosoughi, Deb Roy & Sinan Aral (2018.03.09) . The spread of true and false news online. *Science*, 359 ( 6380 ) , 1146-1151.
- Sunstein Cass R. (2009). *On Rumors: How Falsehoods Spread, Why We Believe Them, What Can Be Done*. Princeton: Princeton University Press.
- Stahl Lesley (2016.11.13) . President-elect Trump speaks to a divided cou

ntry. Retrieved September 16, 2019, from CBS on the World Wild Web : <https://www.cbsnews.com/news/60-minutes-donald-trump-family-melania-ivanka-lesley-stahl/>

Shelley Boulianne (2011) . Stimulating or Reinforcing Political Interest: Using Panel Data to Examine Reciprocal Effects Between News Media and Political Interest. *Political Communication*, 28 April 2011, 28(2): 147-162.

US 'fake news' kingpin Paul Horner found dead at 38. Retrieved September 16, 2019, from British Broadcasting Corporation on the World Wild Web : <https://www.bbc.com/news/world-us-canada-41422827>

Vicario Michela Del, Zollo Fabiana, Caldarelli Guido, Scala Antonio & Quattrociocchi Walter (2017) . Mapping social dynamics on Facebook: The Brexit debate. *Social Networks*, 50, 6-16.

Vicario Michela Del, Bessi Alessandro, Zollo Fabiana, Petroni Fabio, Scala Antonio, Caldarelli Guido, Stanley H.Eugene & Quattrociocchi Walter (2016) . The spreading of misinformation online. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 113 (3), 554-559.

Williams Hywel T.P., McMurray James R. & Lambert Tim Kurz, F. Hugo (2015) . Network analysis reveals open forums and echo chambers in social media discussions of climate change. *Global Environmental Change*, 32, 126–138.

Wanta Wayne, Hu Yu-Wei (1994) . The Effects of Credibility, Reliance, and Exposure on Media Agenda-Setting: A Path Analysis Model. *Journalism & Mass Communication Quarterly* , 75, (2) .

Wilson Lowrey (2004) . Media Dependency During a Large-Scale Social Disruption: The Case of September 11. *Mass Communication and Society*, 7 (3) , 339-357.

#### 中文文獻

王劭文 (2017) 。〈網路「同溫層」現象初探：以婚姻平權臉書社群為例〉。  
政治大學傳播學院碩士論文。

王貞懿 (2017. 09. 24) 。〈隱形的牢籠 同溫層現象〉，《喀報》，268。上網日期：2019年6月17日，取自：<https://castnet.nctu.edu.tw/castnet/article/11065?issueID=662>

王泰俐 (2013) 。〈「臉書選舉」？2012年台灣總統大選社群媒體對政治參與行為的影響〉，《東吳政治學報》，31：1-52。

內政部 (2016. 12. 06) 。〈防制假訊息危害 內政部修正「社會秩序維護法」〉。  
上網日期：2019年8月20日，取自：[https://www.moi.gov.tw/chi/chi\\_news/news\\_detail.aspx?src=news&sn=15210&type\\_code=02821ab058ef0d](https://www.moi.gov.tw/chi/chi_news/news_detail.aspx?src=news&sn=15210&type_code=02821ab058ef0d)

考試院 (2011. 01. 08) 。〈關中院長就「公務人員不是一般人民」之講話遭到誤導的澄清〉。上網日期：2019年9月24日，取自：[https://www.exam.gov.tw/News\\_Content.aspx?n=1&s=19477](https://www.exam.gov.tw/News_Content.aspx?n=1&s=19477)

- 行政院 (106.04.12)。〈網路爭議訊息之治理〉。上網日期：2019 年 10 月 1 日，取自：<https://www.ey.gov.tw/Page/5A8A0CB5B41DA11E/709e122f-1e4e-4d69-a2cc-821ab058ef0d>
- 李俠(2011)。〈破解群體迷思困境下的政策質量粗糙化趨勢〉，《科學時報》，2011-3-24A3。上網日期：2019 年 6 月 16 日，取自：<http://shc2000.sjtu.edu.cn/110911/quntimisi.htm>
- 李淑霞(2007)。〈台灣地區義務役官兵對國軍菸害防制政策的支持及參與程度對其吸菸行為/戒菸意向之影響〉。臺北醫學大學護理學系碩士論文。
- 李佳佳(2017.02.08)。〈「同溫層」使你更自戀〉。《天下雜誌》，1510。上網日期：2019 年 6 月 16 日，取自：<https://www.cw.com.tw/article/article.action?id=5080814>
- 李奕佐(2016.03.29)。〈網路創造完美同溫層！卻也造就社會分裂和仇恨〉。《遠見雜誌》。上網日期：2019 年 9 月 15 日，取自：<https://www.gvm.com.tw/article.html?id=31989>
- 宋瑛堂譯(2013)。《搜尋引擎沒告訴你的事》。台北市：左岸文化。(原書：Pariser Eli〔2011〕. *The Filter Bubble. What the Internet Is Hiding From You*. New York: The Penguin Press.)
- 周書羽(2016)。〈軍校生的 Facebook 依賴程度與社會資本關聯性研究〉。國防大學政治作戰學院新聞學系碩士論文。
- 吳欣純(2012)。〈社群網站使用者在行為感知、資訊驗證行為及資訊信賴度之分析—以 Facebook 使用者為例〉。《教學科技與媒體》，101：23-39。
- 呂美琪(2016.08.31)。〈談年金改革 蔡英文：非針對特定職業〉，《大紀元》。

上網日期：2019 年 10 月 4 日，取自：<http://www.epochtimes.com/b5/16/8/31/n8254882.htm>

沈榮欽 (2017. 02. 01)。〈同溫層的真正問題〉，《奇摩新聞網》。上網日期：2019 年 10 月 5 日，取自：<https://tw.news.yahoo.com/%E6%B2%88%E6%A6%AE%E6%AC%BD%E5%B0%88%E6%AC%84-%E5%90%8C%E6%BA%AB%E5%B1%A4%E7%9A%84%E7%9C%9F%E6%AD%A3%E5%95%8F%E9%A1%8C-230000571.html>

何吉森 (2018)。〈假新聞之監理與治理探討〉，《傳播研究與實踐》，8 (2)：1-4。

林正士、周軒逸 (2014)。〈總統大選電視辯論對於首投族之政治傳播效果：以 2012 年台灣總統選舉為例〉，《選舉研究》，21：(1)，47-87。

林彥伶 (2016)。〈社群媒體使用與異質性討論對政治參與的影響〉。政治大學新聞系碩士論文

林上祚 (2017. 01. 12)。〈林萬億專訪：教師同溫層「洗腦」 散佈 65 歲才能領年金的錯誤認知〉，《風傳媒》。上網日期：2019 年 10 月 5 日，取自：<https://tw.news.yahoo.com/%E6%9E%97%E8%90%AC%E5%84%84%E5%B0%88%E8%A8%AA-%E6%95%99%E5%B8%AB%E5%90%8C%E6%BA%AB%E5%B1%A4-%E6%B4%97%E8%85%A6-%E6%95%A3%E4%BD%8865%E6%AD%B2%E6%89%8D%E8%83%BD%E9%A0%98%E5%B9%B4%E9%87%91%E7%9A%84%E9%8C%AF%E8%AA%A4%E8%AA%8D%E7%9F%A5-000000535.html>

林麒璋 (2018. 12. 06)。〈防制假訊息危害 內政部修正《社會秩序維護法》〉，《聯合新聞網》。上網日期：2019 年 10 月 4 日，取自：<https://www.>

ey.gov.tw/Page/5A8A0CB5B41DA11E/709e122f-1e4e-4d69-a2cc-821a  
b058ef0d

林儀 (2019)。〈年金改革假新聞之研究〉，《學校行政雙月刊》，121：204-219。

林淑芳 (2018)。〈社群媒體與政治公民參與：網路政治討論頻率與政治討論異質性的〉，《傳播與社會學刊》，44：25 - 48。

林繼文 (2015)。〈論述如何框限選擇〉，《政治科學論叢》，63：55-90。

林建江 (2016. 11. 15)。〈川普當選後，同溫層又紅了起來〉，《數位時代》。  
上網日期：2019年8月20日，取自：<https://www.bnext.com.tw/article/41850/after-us-president-election-social-media-stratosphere-is-popular-again>

林瓊珠、徐永明和黃秀瑞 (2017)。〈政治知識的性別差異：測量內容之探討〉，《選舉研究》，24：39-63。

宋磊 (2018. 05. 10)。〈觀點投書：〈年改已造成社會動盪不安〉〉，《風傳媒》。  
上網日期：2019年8月20日，取自：<https://www.storm.mg/article/434953>

范世平 (2018. 06. 23)。〈「八百壯士」與「挺管」都是同溫層效應下的結果〉，《民報》。上網日期：2019年8月20日，取自：<https://www.feja.org.tw/45982>

李健維、劉念夏 (2015)。「社群媒體使用」、「社會網絡異質化」與「意見極化」關聯性之研究：以科技部傳播調查資料庫為例。「中華傳播協會年會」論文。台灣，台北。

- 郭奕玲 (2016. 10. 19)。〈如果人人都活在同溫層〉。《商業週刊》，1510。上網日期：2019年9月15日，取自：[https://www.businessweekly.com.tw/magazine/Article\\_mag\\_page.aspx?id=62898](https://www.businessweekly.com.tw/magazine/Article_mag_page.aspx?id=62898)
- 胡泳 (2015)。〈新詞探討：回聲室效應〉。《新聞與傳播研究》，6：109-115。上網日期：2019年10月5日，取自：<https://read01.com/mEMx28j.html#.XZ01kVUzbIU>。
- 胡全威 (2018. 06. 27)。〈聆聽對方：同溫層效應的解藥〉，《立報》。上網日期：2019年10月5日，取自：<https://www.limedia.tw/edu/688/>
- 胡全威 (2018. 11)。〈假新聞與民主亂象：從智術師 Protagoras 觀點分析〉，「台灣政治學年會」論文。台灣，台北。
- 侯辰霖 (2011)。〈探討微網誌 Facebook 之社群信任對購買意願的影響-以網路口碑、訊息信任為中介變數〉。臺北科技大學商業自動化與管理研究所碩士論文。
- 洪國鈞 (2019. 07. 31)。〈為何人們喜歡傳假新聞？假新聞的傳播與心理學〉，《沃草公民學院》。上網日期：2019年10月4日，取自：<https://uc.watchout.tw/read/aZPEQD30JygTduKrb96S>
- 陳啟英、徐聖鈞 (2010)。〈媒介依賴、使用動機與競選部落格可信度之關聯〉，《資訊傳播研究》，1：1-25。
- 陳啟英、張少樑 (2014)。〈從網誌到微網誌：社群媒體應用於政治傳播的長期觀察〉，《資訊傳播研究》，5：1-24
- 陳育晟 (2019. 03. 05)。〈赫芬頓：網路同溫層 讓人遠離知識與智慧〉，《遠見雜誌》。上網日期：2019年9月15日，取自：<https://www.gvm.com>

m.tw/article.html?id=56252

陳重亨譯(2019)。《極端政治的誕生：政客如何透過選舉操縱左右派世界觀的嚴重對立》。台北市：有方文化。(原書：Marc Hetherington & Jonathan Weiler〔2018〕. Prius or Pickup?: How the Answers to Four Simple Questions Explain America's Great Divide. Houghton Mifflin Harcourt.)

俞振華、翁定暉(2017)。〈影響台灣民眾政治參語的因素：從公民規範認知的觀點出發〉，《社會變遷研究特刊》，38。

余民寧(2000)。《教育大辭書》。台北：國立編譯館。

徐子軒(2018.10.08)。〈逃離社群暴民時代？世界如何對抗「假新聞」仇恨軍團〉，《轉角國際》。上網日期：2019年10月4日，取自：[https://global.udn.com/global\\_vision/story/8663/3404442821ab058ef0d](https://global.udn.com/global_vision/story/8663/3404442821ab058ef0d)

崔曉倩、吳重禮(2011)。〈年齡與選舉參與：2008年總統選舉的實證分析〉，《調查研究—方法與應用》，26。

趙敏雅(2019)。電視記者查證災難新聞之社群媒體依賴研究。政治大學傳播學院傳播碩士學位學程學位論文。台北市

凌益祥(2013)。社群網站使用之研究—軍校學生以Facebook自我揭露情緒。國防大學資訊管理學系碩士論文。台北市

國家年金改革委員會(2015.08)。〈年金制度，為什麼現在要改！非改不可〉。上網日期：2019年9月24日，取自：<https://pension.president.gov.tw/cp.aspx?n=4B4ECF469B4D0122&s=54CA3ADDDCE03F52#>

國家年金改革委員會(2018.06.25)。〈【澄清稿】網傳有關軍公教及政務人

員 18%錯誤資訊之澄清列印圖示〉。上網日期：2019 年 9 月 24 日，取自：[https://pension.president.gov.tw/Content\\_List.aspx?n=14624B66DAE97712](https://pension.president.gov.tw/Content_List.aspx?n=14624B66DAE97712)

戚宇賢（2015）。《你刪除了多少好友？探討太陽花學運期間的臉書使用行為》。政治大學新聞學系碩士論文。

新媒體世代（2015.04.23）。〈臉書更改運算機制？掌握 5 個核心法則加上 15 個 Dos and Don'ts〉。上網日期：2019 年 10 月 15 日，取自：<http://whatsnextfornewmedia.com/2015/04/23/%E8%87%89%E6%9B%B8%E6%9B%B4%E6%94%B9%E9%81%8B%E7%AE%97%E6%A9%9F%E5%88%B6%EF%BC%9F%E6%8E%8C%E6%8F%A1-5-%E5%80%8B%E6%A0%B8%E5%BF%83%E6%B3%95%E5%89%87%E5%8A%A0%E4%B8%8A-15-%E5%80%8B-dos-and-donts/>

楊卓翰（2015.01.08）。〈不要為了領這些錢，犧牲下一代〉，《今周刊》。上網日期：2019 年 9 月 25 日，取自：<https://www.businesstoday.com.tw/article/category/80392/post/201501080045/%E4%B8%8D%E8%A6%81%E7%82%BA%E4%BA%86%E9%A0%98%E9%80%99%E4%BA%9B%E9%8C%A2%EF%BC%8C%E7%8A%A7%E7%89%B2%E4%B8%8B%E4%B8%80%E4%BB%A3>

劉昌浩（2016）。〈探討社群媒體之媒介依賴與自我揭露對使用動機的影響—以使用 Instagram 為例〉。淡江大學大眾傳播碩士論文。

劉昌坪（2018.08.01）。〈劉昌坪專欄：年金改革與財產權的特別犧牲〉，《風傳媒》。上網日期：2019 年 9 月 24 日，取自：<https://www.storm.mg/article/470487>

張詠晴（2018.12.09）。〈【專訪】社群當道、閱後即焚、同溫層效應……在真

假難分的時代，閱聽人該如何自處？〉。《換日線 crossing》。上網日期：2019年10月11日，取自：<https://crossing.cw.com.tw/article/11081>

張燕、梁勤、楊曹芬和王玲（2018）。〈學校聯結、自我調節能力與中學生新媒介依賴行為的關係〉，《中小學心理健康教育》，18：13-18。

顏振凱（2017.12.29）。〈「年金改革讓不少人蒙受損失及遭污名化」 陳建仁向國人致歉〉，《風傳媒》，上網日期：2020年1月14日，取自：<https://www.storm.mg/article/378903>

顏好安（2020.01.08）。〈牙醫曝爸媽被砍 18%！仍挺蔡英文：減稅有感〉，《東森財經新聞》。上網日期：2020年3月15日，取自：<https://fnc.ebc.net.tw/FncNews/politics/111717>

顏維婷（2017.05.22）。〈軍公教優渥退休福利的政治成因〉，《鳴人堂》。上網日期：2019年10月4日，取自：<https://opinion.udn.com/opinion/story/8949/2477821>

賴禹安（2019.05.07）。〈對抗假新聞？別隨意刪友、打破同溫層！〉，《財團法人卓越新聞獎基金會》。上網日期：2019年8月20日，取自 <https://www.feja.org.tw/45982>

蕭怡靖（2014）。〈從政黨情感溫度計解析台灣民眾的政治極化〉，《選舉研究》，21(2)：1-42。

詹益鑑（2017.02.09）。〈鍛鍊自己，你將穿越同溫層〉。《今週刊》，1051。上網日期：2019年9月15日，取自：<https://www.businesstoday.com.tw/article/category/154685/post/201702090026/%E9%8D%9B%E9>

%8D%8A%E8%87AA%E5%B7%B1%EF%BC%8C%E4%BD%A0%E5%B0%87%E7%A9%BF  
%E8%B6%8A%E5%90%8C%E6%BA%AB%E5%B1%A4

詹祖璋 (2018. 12. 13)。〈國際應對爭議訊息法制及政策簡介〉。上網日期：  
2019 年 7 月 15 日，取自「台灣新社會智庫」：[http://www.taiwansig.  
tw/index.php/政策報告/憲政法制/8482-國際應對爭議訊息法制及政  
策簡介](http://www.taiwansig.tw/index.php/政策報告/憲政法制/8482-國際應對爭議訊息法制及政策簡介)

創市際市場研究顧問 (2018)。《台灣網路報告 2018》。作者：台灣網路資訊  
中心。

蔡士源 (2011)。一起瘋 Facebook、嘆浪。臺北：松崗。

關鍵評論 (2017. 09. 28)。〈曾稱「特朗普因我當選」 假新聞寫手疑藥物過  
量致死〉。上網日期：2019 年 10 月 15 日，取自：<https://www.thenewslens.com/article/79905>

盧希鵬 (2008. 10. 21)。〈老闆為什麼要開會？談群體迷思與極化〉。《經理人  
雜誌》。上網日期：2019 年 6 月 10 日，取自：[https://www.managert  
oday.com.tw/columns/view/1488](https://www.managertoday.com.tw/columns/view/1488)

鍾佩庭 (2018)。〈認知失諧理論如何影響臉書的同溫層-以婚姻平權議題為  
例〉。淡江大學大眾傳播碩士論文。

鍾樹人譯 (2017)。〈同溫層效應蔓延中〉。台北市：遠流。(原文：Walter  
Quattrociocchi [2017]. Echo chambers effect spread.)

## 年金改革議題與臉書同溫層調查問卷

親愛的受測者，您好：

親愛的受測者，您好：

感謝您於百忙之中抽空填答，這是一份學術問卷，本研究不會披露您的個人資料，敬請您放心填答，懇請您依照個人的感受耐心且詳實做答。再次感謝您的參與。祝福您平安、快樂！

國防大學政治作戰學院新聞系研究所

研究生：劉建志

### 個人基本資料

1. 性別 男 女
2. 年齡 20 歲以下 21~30 歲 31~40 歲 41~50 歲 50 歲以上
3. 教育程度 國中以下 國中 高中職 大學/專科 碩士 博士
4. 職業別是否為軍公教？ 是 否
5. 是否有親友為軍公教人員？ 是 否
6. 請問您註冊使用臉書時間是否超過一年的時間？ 是 否
7. 請問您目前臉書參加的社團數量為？ 沒在參加 1-3 個 4-6 個 7-9 個 10 個以上
8. 請問是否參加年金改革議題相關的臉書社團？(例：監督年金改革行動聯盟、八百壯士捍衛權益臉書社團等) 是 否

讀完下列來自「年金改革的簡介」後再進行回答：

National Defense University

# 關於年金改革的兩三事

我國年金制度分為7種退休制度（軍人、公務人員、教育人員、私校教職員、勞工、政務官、法官與檢察官），各制度涉及不同權責機關，不同職業別的老年經濟安全保障差距大；另我國正面臨人口結構快速老化及少子女化趨勢，各職業年金制度正面臨龐大財務壓力，為確保國民老年生活不虞匱乏，維持年金制度之永續，便從105年5月30日總統府公布「總統府國家年金改革委員會設置要點」，組成改革委員會開始，著手推動年金改革，於106年8月9日率先通過公務人員《公務人員退休資遣撫卹法》，將公務人員退休年齡延後至65歲，並取消18%優惠存款等條例，而在107年6月21日公布軍人年金改革修正法案後，軍公教年金改革政策才宣告正式完成。而在改革期間，曾分別在106年發生由退休軍公教人員發起的「419反年金改革大遊行」與「世大運陳抗事件」，以及107年退伍軍人主導的「八百壯士圍攻立法院」等重大衝突，反對者藉由這些衝突表達對政策改革的不滿，但最終仍未影響改革的推進。

**倡議**  
#倡議家講堂  
2017.11.28 (週一) - 12.01 (週三)  
@華山文化創意產業區 中4B  
#倡議經濟 #弱勢就業 #文化平權 #不墮行動  
馬上報名!!

桂行親子調查  
更多詳情

旅遊情報  
Wente 全民旅行  
璀璨冬旅行  
親子最優美風景  
全民旅行  
買一送一  
第3次0元

訂閱電子報  
請輸入您的e-mail  
udn午後快報  
一周大事電子報  
部落格名稱  
名人堂電子報  
Mr.Play, 不累 影視看  
馬上訂閱



友善列印

0則留言

排序依據 最善

新增回應.....

Facebook 留言外掛程式

### 相關新聞

- 軍友保險公司慰問療養官兵 表達關懷 .. (2019/11/18)
- 政戰學院引進新式高壓洗棉機 增進膳 .. (2019/11/18)
- 立委考察高榮 肯定長照整合服務、A .. (2019/11/18)
- 軍人之友社前進部隊 強化官兵輔導晚 .. (2019/11/18)
- 北市後備部藝文展覽 陶冶心靈 (2019/11/18)

### 熱門新聞

- 【家在柳營】陸軍雙連坡新營舍落成 .. (2019/11/15)
- 打破刻板印象 美陸軍的船載陸戰隊重 .. (2019/11/14)
- 挪威多用塗艦 號稱造價省一半 (2019/11/13)
- 星隕KC-135R除役 A330 .. (2019/11/13)
- 【社論】永不放棄 堅持信念跨越逆境 (2019/11/13)

## 個人立場一

9. 我對於國內軍公教年金改革政策感到 非常不支持 不支持 稍微不支持 稍微支持 支持 非常支持
10. 我對於年金改革政策調降 18%優惠存款感到 非常不支持 不支持 稍微不支持 稍微支持 支持 非常支持
11. 我對於年金改革政策取消年金補償金感到 非常不支持 不支持 稍微不支持 稍微支持 支持 非常支持
12. 我對於年金改革政策延後支付年齡（公務人員須屆滿 65 歲）感到 非常不支持 不支持 稍微不支持 稍微支持 支持 非常支持
13. 我對於年金改革政策調降月退俸金額感到 非常不支持 不支持 稍微不支持 稍微支持 支持 非常支持

## 政治參與程度

請問從 105 年成立年金改革委員會推動年金改革起，歷經 107 年正式立法通過，以及 108 年大法官釋憲這段時間裡，您對於下列舉措的頻率為何？

14. 在臉書上新增或刪除關於年金改革議題相關的訊息 從不 很少 偶爾 經常 總是
15. 在臉書上訂閱（按讚）支持或反對年金改革團體的粉絲專頁？例：監督年金改革行動聯盟 從不 很少 偶爾 經常 總是
16. 透過臉書公開留言、討論年金改革議題？從不 很少 偶爾 經常 總是
17. 使用臉書的即時通訊功能與他人討論年金改革議題？從不 很少 偶爾 經常 總是
18. 在臉書近況更新中有提到年金改革議題？從不 很少 偶爾 經常 總是
19. 在臉書張貼與年金改革活動相關人物的照片？例：吳思懷 從不 很少 偶爾 經常 總是
20. 利用臉書發布關於年金改革議題相關訊息？ 從不 很少 偶爾 經常 總是
21. 張貼與年金改革議題有關的網址連結 從不 很少 偶爾 經常 總是

## 同溫層現象

22. 您的臉書好友與自己對年金改革的立場相同 非常不同意 不同意 稍微不同意 稍微同意 同意 非常同意
23. 您在臉書動態時報上看到「來自朋友」發表、轉貼或是分享有關年金改革的文章，和自己立場相同 非常不同意 不同意 稍微不同意 稍微同意 同意 非常同意
24. 您在臉書動態時報上看到「來自社團成員」發表、轉貼或是分享有關年金改革的文章，和自己立場相同 非常不同意 不同意 稍微不同意 稍微同意 同意 非常同意
25. 您會於臉書上跟好友一起討論年金改革相關議題 非常不同意 不同意 稍微不同意 稍微同意 同意 非常同意

## 個人立場二

請先閱讀完下列來自「監督年金改革行動聯盟」臉書粉絲團的文章後在進行回答



劉文略分享了 1 條連結。

8月24日

砍太快？笑死人！不是砍太快的問題，是根本沒必要年改！現在要做的是提高退撫基金投資報酬率，你看去年以來退撫基金績效多少？1%多？慘慘慘啊！你以為年改能延後破產？鬼扯！不提升投資績效，只會提前破產，蔡英文的年改根本是無效的年改，不信你等著看！

蔡英文無能又無恥到了極點，完全不改革基金操作績效，看看私校退撫儲金曾在2006年一度瀕臨破產，不過2010年改制、2013年導入自主投資平台之後，績效連年報佳音，今年以來，積極型投資方案報酬率甚至衝破15%，為何蔡英文不學習私校基金改革模式？10年後再來決定要不要砍退休軍公教！連努力都不願努力，就先砍人再說，這樣也能合意？大法官們？難怪世界經濟論壇WEF 2017至2018年「司法獨立」調查報告：台灣司法獨立在世界排名僅第48名，還輸給大陸第46名，真是騙死人不償命，馬英九根本就是兩個治國蠹蛋！

台灣政府的錢可以多到亂花一通，2018年政府施行稅改，9000多名富人已減稅342億元，平均每人減稅364萬元，軍公教年改影響超過40萬人，寧願讓富人減稅，也要大砍軍公教！如果砍退休軍公教的理由是為了公共利益，那給富人減稅是符合甚麼公共利益啊？喔！遇到退休軍公教就要講公共利益，遇到有錢人就沒有公共利益問題，莫名其妙！

26. 我對於國內軍公教年金改革政策感到 非常不支持 不支持 稍微不支持 稍微支持 支持 非常支持
27. 我對於年金改革政策調降 18%優惠存款感到 非常不支持 不支持 稍微不支持 稍微支持 支持 非常支持
28. 我對於年金改革政策取消年金補償金感到 非常不支持 不支持 稍微不支持 稍微支持 支持 非常支持
29. 我對於年金改革政策延後支付年齡（公務人員須屆滿 65 歲）感到 非常不支持 不支持 稍微不支持 稍微支持 支持 非常支持
30. 我對於年金改革政策調降月退俸金額感到 非常不支持 不支持 稍微不支持 稍微支持 支持 非常支持

## 臉書依賴程度

31. 請問您每天使用臉書的平均頻率為  沒在使用  1-2 次  3-4 次  5-6 次  
 6 次以上
32. 請問您每天使用臉書的平均時間為  1 小時內  1-2 小時  2-3 小時  3-4 小時  4-5 小時  5 小時以上
33. 如果無法使用臉書會讓您覺得不適應  非常不同意  不同意  稍微不同意  
 稍微同意  同意  非常同意
34. 瀏覽臉書上的動態時報已經成為您的習慣  非常不同意  不同意  稍微不同意  
 稍微同意  同意  非常同意
35. 您覺得在使用臉書時，能展現出自己的存在感  非常不同意  不同意  稍微不同意  
 稍微同意  同意  非常同意
36. 瀏覽臉書好友張貼/分享的訊息已經成為習慣  非常不同意  不同意  稍微不同意  
 稍微同意  同意  非常同意
37. 瀏覽臉書社團張貼/分享的訊息已經成為習慣  非常不同意  不同意  稍微不同意  
 稍微同意  同意  非常同意

國防大學

National Defense University