

第一章 緒論

本章共分三節，第一節為研究背景，介紹台灣人權運動先驅的台灣人權促進會，及本研究的研究對象—台灣人權電子報，並揭示其宗旨；第二節為研究動機，從回顧網際網路與社會運動的相關研究，說明本研究欲填補的社會運動研究區塊；第三節為研究問題，由兩大問題意識出發，帶出本文的研究問題。

第一節 研究背景

社會運動基本上是對既有的政治、經濟、社會制度的結構有某種程度的不滿，社會群體利用各種方法，要求將現有的不合理結構以及不合乎社會正義的資源分配方式，透過集體力量加以改變，朝向它們認定較為合理的方向去推動（蕭新煌，1989）。以往的社會運動多以政治、經濟訴求為主，此類社會運動常以抵抗的型態，即所謂街頭抗爭的方式呈現，至於涉及爭取人權、社會自主性的社會運動形式，如環保、性別、人權運動則較少為社會所注意。當社會環境逐漸民主化，主要的壓迫和矛盾逐漸降低的同時，抵抗型的社會運動型態也隨之改變，取而代之的是與一般人的日常生活緊密結合的社會運動類型。此時的社會運動本質不僅只對政治、經濟、社會進行批判，也積極改造參與者本身的生活習慣與價值觀。近年來的社會運動形式多以環保、勞工、性別運動為多，相較於以往強調階級的政治性社會運動，這種從「面向政治」到「面向社會」的轉向，正是社會人權主義抬頭、社會結構改變的表徵之一，「人權運動」也就在這樣的社會氛圍中逐步發展並獲得社會大眾響應。

回首 80 年代，台灣仍處於威權獨裁的風聲鶴唳之中，1979 年的美麗島事件、1980 年的林家血案及 1981 年的陳文成血案在在體現了統治者對異議者的恫嚇。然而暴力與鮮血並未阻絕人民追求人權、法治、民主的信念，反而進一步地將人權運動推向組織化，1984 年 12 月 10 日國際人權日，「台灣人權促進會」於焉成立。台灣人權促進會（以下簡稱台權會）是一個獨立的民間人權組織，以社會運動與政治反對運動的方式，爭取人民的政治權利與公民權利，尤其著重政治犯的救援、黑名單的解除、人身、言論、集會遊行和結社等自由的保障。在 1987 年政府宣佈解嚴後，台權會局部完成了第一階段工作，但仍有許多公民權利受縛於不合理的法令，如廣電法、國安法、集會遊行法、人民團體法之限制，因此，台權會除了持續爭取應有的政治權與公民權之外，也隨著社會文化的多元化，拓展人權工作的範疇。台權會對自我的要求是：(1)獨立於政府、政黨、財團及國內外利益或意識型態集團；(2)以倡導、散播和提升人權標準，建立、維繫和加強人權保護機制為唯一目標；(3)以所有人權受到威脅、侵害的個人、團體與社群為關懷對象，不論階級、地位、種族、性別、信仰、國籍或其他之區別；(4)以

國內人權為主要的關懷焦點，但也努力和其他區域與國際人權組織針對全球人權問題分工合作（台權會，2003）。

台權會刻正積極且持續進行的工作如下（台權會，2003）：

1. 調查侵犯人權案件，提供協助，並代為要求救濟。例如：攸關司法人權的「蘇建和案」是台權會多年來持續救援的死刑案件。此案堪稱台灣人權遭受司法迫害的典型，蘇建和、劉秉郎、莊林勳三名年輕人在一九九一年遭遇非法羈押、非法搜索、刑求逼供，乃至在違反證據法則下被判處死刑，在民間團體的積極救援下，終於2003年獲得無罪開釋。
2. 監測國家及強勢勢力可能侵犯人權的作為，並於必要時採取行動。
3. 依據國際人權標準，評析國內憲法及法律，以推動修法、立法。例如：在未能達成廢止死刑之前，推促法務部制訂比較合理的死刑執行程序；協助推動「赦免法修正案」。
4. 推廣人權理念及教育，培訓人權工作者。如發行「台灣人權促進會電子報」（以下簡稱台灣人權電子報）與「人權雜誌季刊」，追蹤國內外人權狀況，提供人權觀點與論述；每年提出年度台灣人權報告；舉辦「人權培訓營」，傳播人權理念並培養人權工作者；編撰人權教材與譯著相關書籍，彌補國內人權論述與系統化教材的缺乏。
5. 推動三個人權法案，與國際人權體系接軌。如：推動成立「國家人權委員會」；推動把「經濟、社會、文化權利國際公約」和「公民及政治權利國際公約」這兩個堪稱「世界人權法典」的最基本的人權公約國內法化；推動加入「消除所有形式對婦女歧視公約」、「兒童權利公約」和「禁止酷刑和其他殘忍、不人道或有辱人格待遇及處罰公約」。
6. 與國外其他民間組織進行經驗交流、資源合作及彼此支援。

人權運動的理念要推廣，傳播管道的應用與拓展是很重要的。對台權會來說，除了間接依賴大眾媒介的報導外，其自身建立的管道計有：台灣人權電子報、台權會網站與討論區、人權雜誌季刊、年度台灣人權報告及人權教材、譯著等。其中尤以網路媒介的使用，由於成本低廉、傳播迅速的特點，對於人權運動訊息的傳布更是具有加乘的效果。本研究即以台權會在網際網路上的機關報——台灣人權電子報為探討對象，並旁及台權會的討論區（見附錄一）。台權會討論區成立於2000年3月29日，不久後台灣人權電子報亦自2000年7月26日發刊，原則以隔週寄發一份電子報的方式，向逾5000名訂戶發行，內容大致分為「近期活動預告」、「國內人權新聞摘要」、「國際人權新聞摘要」、「人權文選」、「人權視聽室」等項目，有助於台權會訊息的散佈、資源的招募以及爭取使用者的認同，拓展了人權運動的管道（見附錄二～四）。在台灣人權電子報的發行上，智邦生活館有著一定的重要性。因為發行一份電子報除了撰稿、編輯外，還必須處理使用者訂閱、取消訂閱、建立名單、維護機器等龐大的事務性工作，由於台灣人權電

子報向來由智邦生活館代為發行，對於台權會而言，既解決了頻寬、伺服器費用的問題，也可以台權會的名義經營自己的社群，而且透過智邦生活館商業上的優勢，台灣人權電子報可能因此得到比其他電子報更多的訂戶、更大的使用人口，形成一個良性的循環。

當然這種透過商業網站代發的方式也有一些侷限：(1)智邦生活館會在電子報裡頭放進廣告；(2)由於免費使用智邦生活館的平台，因此就沒辦法掌握訂戶資料，因為這些資料是有市場價值的。在智邦生活館中，台灣人權電子報位於「社會發聲」一類中，在此類別尚有關於社運團體的：「藍色東港溪保育協會網路通訊」、「美濃愛鄉協進會網路通訊」、「家扶基金會電子報」、「崔媽媽網路通訊」、「勞動者電子報」、「生命力公益新聞網」；訴求媒體改革的：「傳播學生鬥陣電子報」、「媒體觀察電子報」；以及著重性別議題的：「同位素」、「我們·WOMAN」電子報等。

第二節 研究動機

回顧台灣歷史，資本與國家的合謀，透過「統合主義」的打壓與「恃從主義」的收編（王振寰，1993），統治階級在台灣複製了一個「超穩定結構」的社會。在威權主義與資本主義的社會裡，往往不乏有志之士起身反抗，但總易於陷入人力與物力困乏的窘境，對於社會運動訊息的傳播更受限於媒體的壟斷與高昂的成本，以致事倍功半。

但隨著錄影機、V8、網路、電子報的一一問世，新興媒介為社會帶來媒介的解放性使用，使媒介論域的多元化展現了它的可能性。在眾多的新興媒介中，網際網路由於其互動性、不受時空限制、及產製成本低廉的特性，使得「網路」在九十年代中期之後，成為社會運動重要的傳播管道，與「開店」、「社區經營」同成為與傳統 80 年代的街頭抗議不同的社會運動劇碼（范雲，2001），備受關切弱勢發聲的人們注目。

Enzensberger(1982)認為近二十年來，新型態的媒體如衛星、彩色電視、錄影帶、雷射等電子設備的出現，構成了一個全面性的網絡系統。電子媒體的顛覆性，可以有效的達到媒體的解放（emancipatory）使用，發揮：(1)去中心化的傳播方式；(2)使受播者也有播送能力；(3)能夠動員大眾；(4)媒體使用者可彼此互動和回饋；(5)具政治學習過程；(6)集體製作，由自屬團體來發動社會控制等功能。其概念如下表：

表 1-1：Enzensberger 媒介的解放性使用概念表

解放性使用 (emancipatory use)	壓制性使用 (expressive use)
替代性媒介	主流媒介
分化而多元的訊息	高度中心化的訊息
多對多的傳播 (每個人都是傳播者)	一對多的傳播
可以動員的民眾	孤立的個人
互動的參與行為	被動的消費行為
廣泛而自由的政治學習	去政治化，使人鈍化
集體生產訊息	專人生產訊息
自我組織，自動自發的社會控制	官僚或資本家控制

從媒介使用的性質來看，我們可以了解網際網路擁有解放現有傳播機制的特質（陳瑤恬，1996；黃學碩，1997），分述如下：

1. 分化的訊息：網際網路中的資訊生產是完全自由化的，它的資訊來源與性質，因為多媒體的本質加上網際網路的參與者本身也擁有生產權力，而不

可能限於一元化架構。

2. 傳播方式是多對多的：在網際網路的世界中，每一個網路使用者都是訊息接收者，也可以是訊息的生產者。在全球資訊網中，任何一個網路使用者都可以接受來自全世界各角落的任何意見。
3. 動員每一個人：電子郵件使得大量訊息得以快速且容易地傳送給大量的人，網路的連結性容易使集結、動員群眾中最困難的時間、空間障礙幾近消失。
4. 互動的參與式消費：網路的互動本質，為消費者喚回了珍貴的自發性。
5. 廣泛而自由的政治學習過程：規避掉了國家機器的壓制，就政治觀點的學習或政治議題的討論而言，網路都是一個透明化的空間。
6. 集體生產訊息：網際網路本來就是由所有網路參與者共同經營出來的互動環境，而且所有的參與者也被賦予參與生產的義務可以依照自己的自由意志來生產出符合自己價值觀的訊息。

在傳播取向的社會運動研究中，大多著重在大眾媒體對社會運動的報導上，只關注大眾媒體在社會運動中的角色功能，於是有消息來源、媒體報導與事實再現等研究觀點（趙雅麗，2001），但結合網際網路與社會運動的相關研究，卻寥寥可數。回顧國內研究，多以質性的深度訪談法，訪談線上的社運參與者及組織者（黃慧櫻，1997；李禮君，1998；李承翰，2000；林鶴玲、鄭陸霖，2001a；陳錦華，2001；黃啟龍，2001；袁心玫，2002；秦美華，2002；莊國辰，2002），同時輔以參與觀察（黃成對，1995；黃慧櫻，1997；李禮君，1998；莊國辰，2002）、內容分析（李承翰，2000；陳錦華，2001）及文獻整理（黃慧櫻，1997；林鶴玲、鄭陸霖，2001a；黃啟龍，2001）等方法，只有一篇以電子郵件問卷的方式進行調查（秦美華，2002）。分析的媒介對象包括 BBS 站（黃成對，1995；黃慧櫻，1997；李禮君，1998）、新聞群組（黃成對，1995）、聊天室（陳錦華，2001）、討論區（李承翰，2000；袁心玫，2002）及網站（李禮君，1998；李承翰，2000；林鶴玲、鄭陸霖，2001a；陳錦華，2001；黃啟龍，2001；秦美華，2002；莊國辰，2002）等多種網路形式。議題上以性別運動為多（黃慧櫻，1997；李禮君，1998；李承翰，2000；林鶴玲、鄭陸霖，2001a；陳錦華，2001；黃啟龍，2001；袁心玫，2002），其次為原住民（林鶴玲、鄭陸霖，2001a；黃啟龍，2001；秦美華，2002）、勞工（林鶴玲、鄭陸霖，2001a；黃啟龍，2001）、學生運動（黃成對，1995）等，以中產階級為特徵的環保（林鶴玲、鄭陸霖，2001a）及人權運動（李承翰，2000）則呈現極少。

效益方面，認為網路作為聯繫的功能為最佳，並兼有認知群我、建立情感的功能。網路對於社會運動的幫助，或說社會運動對網際網路的使用，依社會運動類型的不同而有顯著差異，一般發現，網路對於同志運動，由於其匿名的特質，帶來最多的幫助；其次為女性運動，網路成為認知性別不平等，並建立姊妹情感

的私密空間；再其次為人權及環保運動；最幫不上忙的是受限於媒介近用及工作場域問題的原住民及勞工運動（黃成對，1995；黃慧櫻，1997；李禮君，1998；李承翰，2000；林鶴玲、鄭陸霖，2001a；陳錦華，2001；黃啟龍，2001；袁心玫，2002；秦美華，2002；莊國辰，2002）。

幾乎所有的研究均揭示網路帶來的光明遠景，或作為弱勢充權，或作為社運組織宣傳的利器，甚至作為運動能量集結與動員的載具，因此主張網路不僅是一個衝突、鬥爭的場域，網路本身更是一場真實的社會運動。卻往往發現網路的虛擬空間仍舊有著與實體世界一樣問題與衝突，可能受限於資本主義的邏輯，或因原先強勢性壓迫力量的複製，因此為網路上的社會運動或網路社運本身帶來反挫。而要使網路能夠成為集結與動員的場域，有賴線上與線下的結合，透過線下的社運組織或社群活動，直接將運動對象串連起來。

本研究以鮮少出現的人權運動為範疇，鎖定極具指標意義的台灣人權促進會為研究對象，站在社運組織者的立場，探討最多社運組織運用的網路資源—電子報的功效。雖然和台灣人權電子報相似的網站或電子報不下數十個，但卻不是個個能夠吸引閱聽人的目光，這牽涉到了閱聽人究竟是如何看待與使用台灣人權電子報這個新興媒介，以及台灣人權電子報所提供的內容又是否能滿足閱聽人所需。由於一個媒介的成功與否需要社會大眾的普遍支持，所以電子報閱聽人的動機與使用情形，將會主宰著電子報的命運，和電子報的發展息息相關，因此有必要對電子報使用者的動機、行為等面向加以深入瞭解。本研究以「台灣人權電子報」為個案，希冀透過量化的網路問卷調查方式，描繪出社會運動電子報的使用族群，探究其特性、動機、行為及背後可能蘊藏的動員能量之間的關係，俾作為社運組織者及其他人文關懷網站參考及後續無論質性或量化更深入研究的基礎。

第三節 研究問題

新科技可以用兩個面向來觀察：一個是新科技的使用情形；另一個是新科技對社會所帶來的影響。進到社會運動與網際網路之間的研究取徑，林鶴玲及鄭陸霖（2001b）則歸納出兩種研究立場：一種是從鉅觀面向來看資訊科技透過改變社會脈絡後，對身處其中的社會運動產生的影響；另一種則是較工具論的觀點，探討資訊科技作為一種全新的社會手段對社會運動產生的影響。本研究兼顧對新科技觀察的兩個面向，並採取社運與網路研究取徑中的後者，持較工具性的觀點，探討電子報的使用情形與其可能對社運帶來的影響。研究以社會運動理論中的「資源動員理論」(Resource Mobilization Theory) 及「新社會運動理論」(New Social Movement Theory) 為主要理論架構，輔以相關「閱聽人研究」及「全球資訊網調查法」，探討「台灣人權電子報」使用者在同時接觸傳統的電視、廣播、雜誌、報紙這些不同特性的媒介時，其媒介使用動機是類似或有別於傳統大眾媒體？使用動機和其使用行為之間是否相關？而動機與行為又會對社會運動的參與及其他大眾媒介的使用行為有何影響？

本研究的兩大問題意識：(1)社會運動組織利用網際網路可能為社會運動帶來什麼樣的幫助？(2)是哪些人基於怎樣的念頭在使用社會運動組織的電子報，而這樣的訊息接收與互動，透露些什麼，可能蘊含了怎樣的能量？

由此，本研究欲回答下列問題：

1. 哪些人使用台灣人權電子報？
2. 使用台灣人權電子報的動機為何？
3. 台灣人權電子報使用者的媒介使用行為有何特徵？
4. 使用者的社會運動參與情形為何？
5. 使用者閱讀台灣人權電子報後使用人權運動資訊的媒介為何？
6. 使用者的哪些動機會影響到其使用行為？
7. 使用者的哪些動機會影響到其對社會運動的參與？
8. 使用者的哪些動機會影響到其閱讀台灣人權電子報後使用人權運動資訊的媒介？
9. 使用者對台灣人權電子報的使用行為是否影響其對社會運動的參與？
10. 使用者對台灣人權電子報的使用行為是否影響其閱讀台灣人權電子報後使用人權運動訊息的媒介？
11. 社會運動參與行為之間如何相互影響？

第二章 文獻探討

承第一章，本研究以社會運動理論中的「資源動員理論」及「新社會運動理論」為主要理論架構，本章即進行相關理論的探討。共分三節，第一節從社會運動理論著手；第二節說明媒介與社會運動的關係；第三節為閱聽人研究，說明影響閱聽人媒介使用的因素。

第一節 社會運動理論

社會運動理論因其不同的發展淵源，而有不同的學說重點。資源動員理論發源於美國，是為了解釋西方 60 年代社會運動如何興起，因此重視「資源」與「社會運動組織」(social movement organization)的重要性，視人民的不滿為常數，認為需要「資源」的投入才足以產生社會運動；新社會運動理論則濫觴於歐陸，解釋社會運動為何發生，從較鉅觀的觀點看意識型態的社會建構過程，強調標示團體利益這樣的「集體認同」(collective identity)的社會建構，意識到潛在的人際網絡對社會運動的作用，因此以「社會運動社群」(social movement community)的概念來替換「社會運動組織」，與資源動員理論相比，也較重視媒體的運用。

本節共分四個部分，首先整理學者們對社會運動的定義，然後依集體行動理論、資源動員理論、新社會運動理論逐一陳述。

壹、社會運動定義

社會運動常與集體行為(collective behavior)發生混淆。集體行為指的是一群個人對於一個共同刺激或影響，所產生的一些類似的或相關的反應和行為類型，但是這些並不一定是具有組織的或有結構的，集體行為包含的範圍非常廣，除了社會運動和抗議行為是集體行為外，還包括驚慌(panic)、暴動(riots)等(Smelser, 1962)。社會運動指的是一種集體行動(collective action)的過程，透過共同利益或集體認同來集結、動員，一方面有目的地挑戰主流社會，包括制度性的安排與意識型態在內，另外一方面也試圖創造新的，或者重建過去受到壓迫的社會意義(李筱峰，1987)。

凡是一群人為達到一個可見的目的，特別是以改變某一制度為目的所從事的集體策劃行動，都可視為社會運動(Herberle, 1951)。社會運動的目的在於促進或抗拒社會變遷，因此常會提出一套核心意識型態來作為行動的指導方針，對目前社會中存在的三公義現象加以詮釋及診斷，提出一套方法來改善現狀，並進

一步說服人們參與該集體行動。若從權力的角度觀之，社會運動通常是由被排除在社會例行權力結構之外的群體所發起，也就是說，社會運動的形式是體制外的集體抗爭活動（王甫昌，1999）。

同時，社會運動必須具有相當數量的行動者，且彼此之間具有團體認同感，透過由階級行動者所發起的有組織的集體行動，與敵對階級在相同的歷史情境中爭取史實性的控制權(Touraine, 1981)。社會運動不一定源自於危機或對立，也可以被視為對現有社會結構的再定義、再詮釋與再評價，而且可能是在社會變遷過程中，不同的群體對既存的結構有不同的認知、詮釋及批判（高承恕，1990），如原住民的正名運動。

社會運動研究始於十八世紀末期，學者們將社會運動理論劃分為不同的典範。Tuner 認為社會運動理論可分為集體行動理論和資源動員理論兩大類。Cohen 則主張，將社會運動理論分為資源動員典範和認同導向典範。一般而言，有關社會運動的分析可歸納為三種取向，第一類是以社會心理學為基礎的傳統集體行動理論；第二類是運用理性策略以增加運動資源的資源動員理論；第三類是以抗拒支配意義，重新界定現實為基礎的認同導向典範（陳雪雲，1991），即本研究所稱的新社會運動理論。

傳統的集體行動理論取向是以大眾社會理論、相對剝削論和集體行為理論為基礎，將社會運動視為一種集體行動，行動的目的在發抒因社會解組所引發的抱怨和不滿。集體行動理論取向較重視運動的生命過程，至於運動組織的內部運作，或運動與外在社會政治、文化結構的關係則不在探討的範圍內。資源動員理論則較強調社會運動的形成與維持過程，因此研究重點包括運動組織的分工與科層體制，以及組織用以招募人力的策略等。資源動員理論的研究分析結果主要用於發展社會運動事業，由於本質上是以實用為目的，所以較少探討運動發生的原因和歷史背景。對認同導向典範者而言，社會運動必須是反體制的，行動者具集體認同，而且訴求主題必須超越地方色彩和單一議題，有系統地批評支配的權力結構。認同導向理論較重視社會運動發生原因的探討，同時強調團體認同是社會運動發生的泉源（陳雪雲，1991）。

檢視 1987 年以來台灣的社會運動理論脈絡，約可分為三大類。第一類可稱為「民間社會論」；第二類可稱為「資源動員理論」；第三種則可稱為「新社會運動理論」。「民間社會論」有幾個主要觀點，至今仍然支配運動人士的思考與行動法則，一個是認為台灣社會運動的興起，主要是因為「黨國資本主義」強控制的解體，人民自主性相對上升的結果；一個是認為人民有自我組織、自我管理的能力，不需一個凡事都以國家官僚進行的父權式的干預；另一個是認為造成社會改變的媒介要透過人民的實踐、自我教育，以及屬於人民這個部門，和人民形成有

機關係的知識份子。「資源動員理論」的基本假設是「理性選擇」(rational choice)，強調政治機會，重視組織過程，傾向將社會運動當成另一種政治行動的過程。資源動員理論屬於經驗性的研究，試圖提出關於對於社會集體行動、社會組織的法則。「新社會運動理論」有兩點影響台灣的社會運動：(1)進入後工業社會，資訊管理、文化被科僚化，成為主要的社會支配形式，在這個過程中所顯現出來的抗議形式，和工業社會裡的階級抗爭、社會運動不同，它們主張新文化意義，強調群絡自主、地方自治、生態與環境保育、和平反戰，沒有簡化後的單一領域，也不以階級利益為行動主體；(2)新社會運動具有一個更高的抽象意義，表現在反國家官僚、大資本家、大文化機構的程式化的資訊控制(張茂桂，1994：33-66)。

貳、集體行動理論

集體行動理論主要是反駁傳統社會學中，認為集體行動的產生是因為團體中的個人基於共同利益的追求而參與集體行動，以增進團體的共同利益，同時也增進了自身的利益。相反地，它強調一個理性的個人，透過成本與利潤的計算，應會決定不參與集體行動，因為行動的成果只要是團體成員均可分享，並不論其是否參與集體行動，所以一般人傾向讓別人去分擔成本，而自己不行動，因為仍可享有抗爭後的成果。這樣的不勞而獲，形成了「搭便車」(free-riding)的問題。這個問題不解決，集體行動便難以發生(Olson, 1965)。

要解決搭便車的難題，有幾個方法(Olson, 1965)：(1)外在的強制力，強制每一個團體的成員都要參與集體行動，以避免搭便車的可能性；(2)適當的團體規模，愈小的團體愈容易產生適當的抗爭成果；相反地，愈大的團體由於個體成員的貢獻渺小，就容易產生搭便車的情形；(3)提供選擇性的誘因，要有對團體成員具吸引力的成果，而這些成果是參與行動的成員可以享有，不參與行動的成員則無法享有的，藉此區分出參與者與不參與者，鼓勵成員參與集體行動。

參、資源動員理論

由於傳統的社會運動研究取向已經無法解釋發生於60至70年代的西方社會運動，如美國民權運動，因此起源於美國的資源動員理論在70年代受到重視。在傳統的社會運動研究取向中，運動參與者多被認為是非理性的(irrational)，且多著墨於個人參與的社會心理層面的描繪，並將其歸因於社會變遷下結構性限制所衍生的相對剝奪感(relative deprivation)或心理上之不滿(grievances)。傳統社會運動理論甚至假設社會運動是鮮少發生、短暫且非理性的(Turner & Killan, 1957; Smelser, 1962)。相反的，資源動員理論的觀點則強調社會運動與制度化行動之間的連續性、運動參與者的理性、運動所面臨的策略問題以及社會

運動作為社會變遷的媒介角色(Jenkins, 1983:528)。

在解釋社會運動興起的原因上，資源動員理論主張受害、不滿與被剝削的痛苦感覺，只不過是促成社會運動的因素之一，甚至不是最主要的因素，它最多只是社會運動發生的必要而非充分條件(Klandermans, 1984)。資源動員理論強調資源的重要性，認為弱勢族群的心理不滿是長久以來一直存在的，之所以未能形成集體行動，是由於資源的不足以及宰制者鎮壓的結果，弱勢族群要能夠動員起來，有賴外在資源的投入(Jenkins & Perrow, 1977:251)。所以資源動員理論可以說是對早期社會運動中社會心理學的一種反動思潮，認為假使要改變現有的價值規範或社會體制，人們必須動員資源才能達成目的(Klandermans, 1984)。

資源動員理論認為在社會運動的過程中，資源的可得性是最重要的，尤其是志同道合的人力資源和設備。所謂社會運動的資源，可分為兩種：一種是有形的資產，如金錢和設備；另一種是人員資產，也稱抽象資產，如傳播管道、組織型態、法律技術、領袖人才和人力招募等。基本的策略是招募更多的支持者，使贊助者成為參與者，使無明顯立場的變成同情的(Freeman, 1979)。

資源動員理論強調資源的重要性，且受到了Olson的影響，將參與者加入了工具理性的色彩，卻造成對主體能動性的忽略，在此以「政治過程論」(political process model)補充。政治過程論強調弱勢族群要真正集結起來參與社會運動，必須在個體主觀上達到：「認知解放狀態」(cognitive liberation)，認為社會現狀是不公平的，並且是應該被改變且可以被改變的，才有可能。政治過程論並認為弱勢者要挑戰當權者，有賴草根組織作為動員的基礎，提供必須的人際網絡及參與誘因(McAdam, 1983:36-59)。

資源動員理論作為社會運動理論的另一個新典範，成功地解釋了西方70年代以來一些新興的社會運動型態。其關於抗爭的常態性、社會運動興起因素的解釋、強調動員資源才能改變現有價值及社會體制，都與傳統的社會運動研究取向明顯不同。本研究援引資源動員理論明確指出的社會運動資源，尤其是抽象的人員資產的部分，將社會運動組織對電子報的運用及其產生的傳播效益視為傳播管道的拓展；而透過對電子報的使用所產生的集結與動員就是人員的招募。

肆、新社會運動理論

新社會運動理論認為近代社會運動是對西方高度工業化之後，社會結構變遷的一種反抗，反對現代化、反對經濟成長。由於社會結構的改變，人類衍生出新的渴望，除了要求在物質需求的滿足之外，也強調非物質的需求，例如政治參與、自我實現等。新社會運動從鉅觀的社會結構出發，認為高度工業化帶來了新社會

問題，也產生了參與社會運動的潛在支持者(Klandermans, 1991)。

新社會運動理論的理論脈絡，源自於歐洲的社會理論傳統，由於討論的對象是高度工業化的西方，因此其特色在於將後工業社會、資訊社會這些特定的歷史性社會形構，理論化為現今集體行動型式的結構背景(Buechler, 1995:442-43)。在這個陣營中，存有許多分歧的觀點，所以並不具有嚴格一致的意識型態立場，也沒有清楚的階級對立。但大體說來，其共同點有：(1)強調「後唯物主義」(postmaterialist)的角色，如政治參與、自我實現，而非物質資源的衝突；(2)挑戰資本主義邏輯，重視文化與生活品質，強調提升自主性或自覺，而非強化權力及影響力；(3)將建構集體認同與界定團體利益的過程視為問題，而非直接視其具結構性的決定；(4)強調「不滿」與「意識型態」的社會建構，而非直接由團體在結構中的位置推論出來；(5)意識到支持集體行動的，是許多不同的、潛在的、暫時的人際網絡，而非中心化的組織形式；(6)將符號行動或文化領域視為集體行動的主要場域，善於運用媒體作為動員大眾的方式，認為日常生活就是運動場域，運動也可以發生在個人行動，不一定要集體行動。

以後工業社會、資訊社會等特定社會形構作為理論背景的新社會運動理論陣營，可以說以 Melucci、Habermas、Touraine、Castells 等人為主。其中 Melucci 的理論強調當今社會運動所帶來的符碼的挑戰(symbolic challenge)，並以社會建構論(constructivism)的觀點來討論集體認同最具特色。就新傳播科技而言，Melucci 對於「潛在網絡」(submerged networks)作為行動基礎的強調，理論的重點十分適合套用在網際網路與社會運動的研究(李禮君, 1998)。

新社會運動衝突發生的場域大略可以分為三類：(1)抗拒後工業社會、資訊社會中心類型的社會控制，抗拒其對於個人認同表達在文化符碼上的壓抑，如 Melucci；(2)抗拒國家及市場力量入侵一般人的日常生活世界之中，抗拒日常生活殖民化與文化同質性的壓力，如 Habermas、Touraine；(3)在都市的社會情境中，組成都市的草根運動，起來挑戰國家或其他政治力量，要求維護社區的自主力量及保護地方的文化認同，藉以重組都市生活，如 Castells(王甫昌, 1999)。

社會運動是對社會主流意義的挑戰，社會運動者透過語言、符碼來挑戰僵化的霸權意識，分別與社會各層級進行抗爭、折衝與協調，從解構舊思維當中再重構當代社會的訊息，從運動中喚起個人的自主性，使之成為負擔己身生活意義的創造者，這裡頭指涉的是更深的意義建構意涵，是一種試圖與舊思維抗爭，另建新思維的可能(Melucci, 1996)。

由於新社會運動認為社會運動的抗爭是爭取生活方式的改變，因此日常生活成為重要的改變對象。Habermas 提出「新政治」以取代傳統政治成為意識型態

鬥爭的場域，認為生活品質、平等問題、個人自我實現已經取代經濟、社會等傳統政治問題，成為新社會運動訴求的主題。而參與行動的新中產階級採取集體行動或公開抗議時，常使用非暴力手段進行擾亂或抗拒的活動(Habermas, 1981)。

由於資源動員理論無法有效解釋 70 年代後的許多新興社會運動，而這些新興社會運動現象也正是許多新社會運動理論學者所致力的。因此，他們發現非正式組織或人際網絡在動員上的重要性，或所謂社會運動社群在動員歷程中所扮演的角色，便是資源動員理論所不曾注意到的(Buechler, 1993:223)。而且在某些社會運動中，社會運動社群所扮演的角色可能比社會運動組織更為重要。

Melucci 提出另一個與社會運動社群相似的「運動網絡」(movement network) 概念，來修正「社會運動」概念的不適切性，並取代定義嚴謹的社會運動組織。運動網絡指的是有著共同的衝突文化和集體認同的個人或團體的網絡，不僅包括正式的組織，也包括非正式關係的網絡，將核心的個人或團體，與該運動所產生的更廣泛的參與者、服務的使用者及文化產品連結在一起(Melucci, 1985: 798-9)。Melucci 觀察新社會運動，認為現代人參與社會運動，就像是逐運動而居的現代游牧民族，會在不同的社會議題、個人需要中遊走，在短暫的時空中出現與移動，採取去中心化的游擊戰略。因此他提出「運動網絡」的概念，認為社會運動是由隱藏在日常生活中不可見的小團體網絡所構成的，這些潛在性的網絡強調個人需要、集體認同和臨時性的成員(part-time membership)，參與者對於運動的投入都是短暫而且可以改變的，在這樣的空間裡，沒有單一的威權領導者，組織結構是暫時的，也允許參與成員的重疊。人群因特定議題而集結在可見的公共領域的抗議僅是暫時性的，因為人們已實踐在日常生活之中(Melucci, 1989:8)。

由於新社會運動所對抗的不公義，並不像傳統社會運動那樣具有明顯的、可輕易辨認出壓迫者與被壓迫者的敵對關係，因此要讓人們認識社會運動所鼓吹的集體利益，是一個極大的挑戰。社會運動崛起的關鍵，恐怕在於倡導者可否在文化上提出一套不同於主流價值的「替代性價值」，並進而吸引人們的支持(王甫昌, 1999)。在這方面 Melucci 關注一個共享的社會特質如何在成員的身份上產生意義的問題，也就是從客觀利益如何轉化到主觀利益的過程，他認為主觀利益需要被認知、被詮釋才能成為有效的效忠對象，一個運動群體要能夠成為「主體」，這涉及了一個集體認同的社會建構過程(Melucci, 1985)。

認同作用(indentification)指的是一個人將另一個人或一群人的的行為特徵或內隱的人生觀、價值觀等，予以內化(internalize)成為其個人屬性的一種過程。就形式而言，在個人部分是自我認同(self identity)；在群體部分有階級認同、政治認同、文化認同等，其中文化認同即不以特定的經濟階層或政治理念為基礎(許木柱, 1990)。運動中的認同之所以重要，在於它是所有社會運動的

起始點，並能為往後的運作提供能量。由於集體行動是在充滿機會與限制的環境下，所形成的目標取向的產物，行動者在互動的過程中，不斷重新定義與理解他們所處的環境、應採取的手段和欲追求的目標，我群意識便在其中慢慢成形 (Melucci, 1989:25-6)。認同的過程，其實就是不同群體重新建構其信仰、符號、價值與意義的過程，涉及了該群體成員針對自我意象(image)、日常生活形式、人際關係、自然環境等面向的重新定義。「我是誰？」這個牽涉到文化與象徵的議題，在後工業社會中顯得較物質重新分配更為重要。當然，這並非指實際利益已不再是運動者爭取的目標，而是認為資源分配問題往往和主體的認同有著盤根錯節的關係 (林芳玫, 1997)。

有別於早期群眾心理取向的集體行動理論，或後來的資源動員理論，皆把社會運動看成是既存、可被獨立處理的「事件」，Melucci 將社會運動視作社會建構的「過程」。所以，他認為集體認同的建立是社會運動最重要的工作。建立了集體認同才能將自身界定於某個群體，享有共同的觀點、目標、觀念，並且瞭解集體行動的可能性與限制。集體認同的形成不只是社會運動成功的要件，它本身就是一個目標。社會運動若能成功地建立新的集體認同，參與者便會將此新的認同整合到日常生活，嘗試新的生活形態，並進一步地挑戰主流文化(Klandermans, 1991)。

集體認同的社會建構，一向被視為具有文化符號的特質，並且可以和行動者的成本/利潤計算連結起來看，行動者不再被認為具有共同的階級屬性，而是具有暫時性與多階級性。集體認同是集體行動的機會與限制的場域透過持續不斷地與行動者連結的社會關係所建構、協商出來定義與認知。當今的社會衝突不只是政治的，也影響了系統的文化生產。衝突中的行動者不再是被特定的社會條件與文化所定義的穩定團體，如社會階級，而是具暫時性、異質性的，它們向社會宣布某一個特定領域中存在著的根本問題(Melucci, 1985)。Melucci 為「集體認同」做了明確的定義：集體認同是建構一個行動體系的過程。它是一群與其行動傾向、機會場域及行動發生的限制有關的一群個體，或更複雜層次的團體所產生出來具互動與分享定義的個人或團體。在這一個以論述互動、符號交換與意義再現的場域裡，行動者彼此不斷地進行對既有規範的協商與調整(Melucci, 1996:70)。

集體認同可分為三個面向：(1)「認知的定義」(cognitive definitions)，即形成一個對於行動的目的(ends)、手段(means)及環境(environment)的認知架構。它們被結合在一組特定的儀式或文化製品中，容許某種程度的手段與目的、投資與報酬的計算來判斷成功的機率有多大；(2)具「積極關係」(active relationship)的網絡，即啟動行動者之間的關係，以進行互相互動、溝通、彼此影響、協商及決策；(3)「情感投注」(emotional investment)，讓個人對群體產生情感，感覺到個人是一個共同團體的一部份(Melucci, 1996:70-1)，集體

認同基本上是社會建構與協商的過程，不是既定不變的。

用 Melucci 的集體認同概念來理解台灣人權電子報與討論區的互動過程，可以將電子報與討論區視作一個意義的符碼交換與再現的場域。台權會的網站經營者以文字來宣說這個環境的價值規範，而使用者則在這個場域裡進行各種形式的社會互動，包括閱讀、討論、回應等。這個場域的規範並不是全然固定不變的，而是在互動中不斷地被建構、協商的，在持續的互動中，許多原本被視為理所當然的規範都會被重新檢視與調整。因此可以將電子報與討論區視為一個建構集體認同的場域，依理論的三個面向作以下討論：

1. 認知的定義：在 Melucci 的集體認同理論裡，行動者對於行動的目的、手段與環境具有主動的建構能力，而不是被動地被其社會條件所定義。透過虛擬社群裡的人際集結與互動，可以打造動員的集體認同。藉由台灣人權電子報與討論區網路社群的討論，運動幹部和參與者可以充分瞭解集結目的、強化對議題的認識、可能的行動與投入。行動者透過與其他行動者及網站經營者互動與協商的過程，逐漸鋪排出屬於該場域的認知架構。透過這個認知架構，行動者可以將既有的事件與現象，放在這個認知架構中予以理解，並在持續的行動與互動中不斷地調整。在這個場域中，這個認知架構是以社會運動與政治反對運動，或說主張政治權利與公民權利為思考方式。包括以「調查侵犯人權案件」、「監測國家及強勢勢力可能侵犯人權的作為」、「依據國際人權標準，評析國內憲法及法律，以推動修法、立法」、「推廣人權理念及教育」、「推動三個人權法案」等工作來標示該會的核心價值，以要求平權、反對政治威權的互動規範來表達人人平等的企圖，這都可以算是這個場域一開始存在時，便予以設立的基础認知，依此，使用者爾後參與的互動協商、實踐與行動呼應，持續、動態地建構出這個場域的意義疆界。這樣的認知架構，環繞在集體認同「目的」、「手段」和「環境」這三個概念而建立起來，以認知到行動對於行動者的意義所在、行動所面臨的機會與限制、以及行動所發生的場域。透過這個過程，活化了實體動員的可能性。
2. 具「積極關係」的網絡：即人際關係的積極網絡，透過電子報與討論區的互動，使用者可能在線上與他人交換意見，發展「線上」與「線下」的關係。而這樣的人際網絡型態，可以說是傳統面對面網絡和電腦網路的交錯所形成的。它擁有了面對面網絡所支撐起的信任感，又有電腦網絡所帶來的跨越時空限制與高效率的特性。這樣的人際網絡，彼此傳遞訊息，並且蘊含了動員的能量。討論區的空間，具有某種諮商、分享、支持的功能，透過對意見、心情的分享與互動，建立對彼此的信任，可供遇到相似狀況的彼此，或有志一同的網友，透過彼此支持、解決問題，甚至進而謀求環

境與制度的改造。換言之，人們在網路的虛擬社群裡，相互溝通、協商、討論、凝聚共識、交流情感，甚至建構群體性的想像，然後藉由這個虛擬社群打造進一步的集體行動。以網絡動員的角度來看，每個人就是一個結點，當需要動員時，徵募網絡(recruitment network)即可依賴每一個結點來對團體內、外的人們散佈消息。雖然這樣的集結受到相當大的結構性限制，但仍提供了一種跨越時空的、將人際聯繫活化的可能。雖然不一定能形成抗爭時的動員行動，卻可以在日常生活中提供彼此後援。相關研究並發現，虛擬社群中的人際互動與對團體認同感的增加呈現正相關。也就是說社群中人際互動愈頻繁者，愈容易強化自己對團體的認同(郭欣怡，1998)。

3. 情感的投注：情感的交流、發生使得個體感覺到歸屬於群體，而非只是偶發的聯繫。就集體認同而言，情感維繫是群體成員認同的重要基礎。有別於媒介的缺乏群體性，討論區較高度的互動形式，強化了群體的意識。情感的投入甚至可以成為集體行動的驅力。

Melucci 的「集體認同」幫助我們瞭解行動者對自身行動意義的賦予、對群體的認同、參與過程與情感投注等影響。不同於資源動員理論，以資源的聚合、組織的運作來分析集體行動的策略取向與成敗，將各種型式的集體行動視為一個個既存的分析單位，而忽略了它本身在整個社會脈絡中的建構過程、動態性、可協商性、與行動者的能動性。

在新社會運動中，傳統以階級屬性及階級意識為基礎的特色已不復存在，取而代之的是以一些跨越階級屬性為認同的基礎，如種族、性別、年齡等。不過，新社會運動的運作邏輯仍不能被視為全然與經濟條件無關。在發達資本主義社會中，階級和集體行動的關係雖然已被分離，但文化的角色卻日形重要，因為行動者是被社會建構起來的，而非結構性地被決定(Eder, 1993)。Bourdieu 的「生存心態」(habitus)可以用來理解行動者與集體行動的社會建構過程。生存心態是一套稟性(disposition)，促使行動主體以某種方式行動或反應，也就是說，在特定的社會歷史條件下，個人會無意識地內化至社會結構當中。生存心態連結起了個人與社會生活(高宣揚，1998：927-9)。

構成生存心態最重要的因素在於個人最原初的生存經驗(高宣揚，1998：933-4)。個人兒童的生活經驗、初級團體的生活經驗、第一次的經驗等構成了個人的生存心態，此生存心態具有穩定性和保障自身防衛心的功能，且面對後來生活中的各種因素會產生自我歸併與自我同化的傾向(高宣揚，1991)。生存心態會變成行動者發展自我與克服任何困難的強大資本力量(高宣揚，1998：941)。因此，新社會運動並非傳統的階級運動，而是一種新型態的階級關係，在其中，

一群人的認同與意識常與新社會運動的動員有密切相關，也呈現出階級與理念的多元性。新社會運動基本上可被視為社會運動理論從過去的物質資源與狹義的政治權力的爭取，向文化政治、認同政治轉向（陳俊榮，2000）。

資源動員理論與新社會運動理論的研究架構，可以下圖表示：

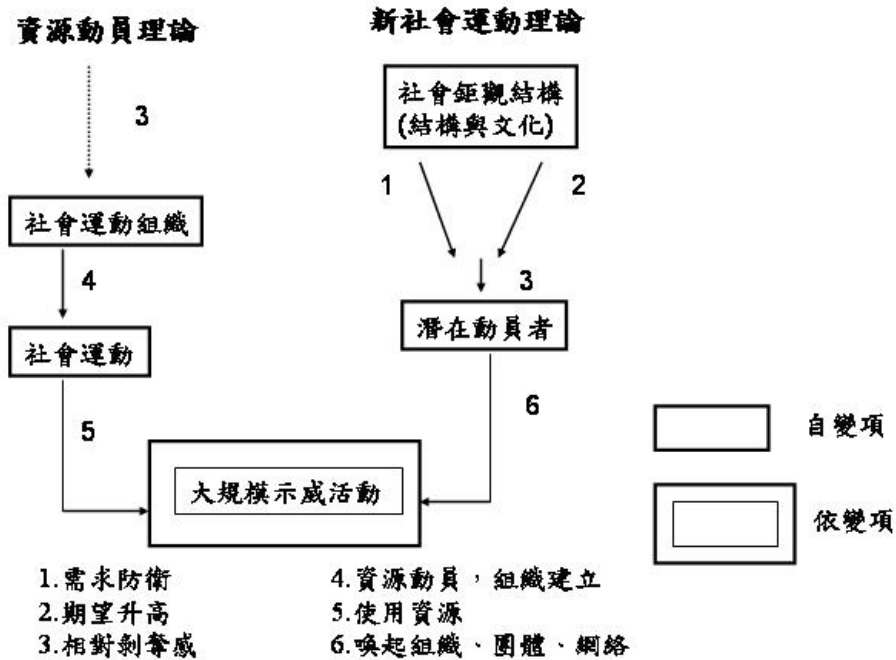


圖 2-1：資源動員理論與新社會運動理論架構圖(Neidhardt & Rucht, 1991, p. 438)

資源動員理論說明，社會問題產生了相對剝奪感，這樣的剝奪感透過社會運動組織的號召，動員資源的使用及建立組織網絡，產生了社會運動的大規模示威活動。而新社會運動理論則說明，社會鉅觀結構的變化，使個人的需求防衛與期望升高，因此形成相對的剝奪感，這種透過運動網絡的潛在動員，將可喚起組織、團體與網絡的動員，形成大規模的示威活動。從這個研究架構可知，資源動員理論取向重視資源與社會運動組織的重要性，能夠解釋社會運動如何興起；而新社會運動理論取向則強調社會結構的因素，能夠解釋社會運動為何發生(Neidhardt & Rucht, 1991:438)。

本研究並歸結資源動員理論與新社會運動理論的差異，依八個面向說明如下表(Jenkins, 1983:528; Klandermans, 1984; Melucci, 1985:798-9; Melucci, 1989:8; Klandermans, 1991)：

表 2-1：資源動員理論與新社會運動理論比較表

	資源動員理論	新社會運動理論
背景/淵源	60 至 70 年代的美國	70 年代的歐陸
欲解釋的對象	60 年代的美國，如黑人民權運動	70 年代以來的西方新興社會運動，如環保運動
欲回答的問題	從個人、組織的層次，解釋社會運動如何(How)興起，著重策略面的問題	從社會鉅觀結構的層次，解釋社會運動為何(Why)發生，並說明動機、場域
參與社會運動的動機	理性地對抗強權與壓迫，要求資源的重分配	政治參與、自我實現，而非物質的需求
對組織、領導者的看待	重視組織、領導者的重要性並有專職、外聘的工作人員與領袖	認為非正式、暫時性的網絡比組織來得重要，以「社會運動社群」概念取代「社會運動組織」；沒有單一的威權領導者
對動員過程的解釋	社會運動組織的號召	透過「運動網絡」，包括正式的社會運動組織、非正式的組織網絡、人際網絡來動員
認為運動能量的來源/社會運動要成功的關鍵	動員資源，包括有形的金錢、設備及抽象的人員招募、傳播管道等資源的投入。以解決資源不足的情況及反抗宰制者的鎮壓	透過對目的、手段、環境的認知而在日常生活實踐中形成的集體認同，產生的集體行動或個人行動
對媒介的態度	雖然認為傳播管道是抽象的資源，但相較而言，仍較少注意到大眾媒介的重要性	特別重視媒體在運動中扮演的角色，並且善於運用媒體作為宣傳、動員、影響民意走向的工具

第二節 媒介與社會運動

本節論述不同媒介與社會運動的關係，依大眾媒介、小眾/另類媒介、網際網路的順序，從大眾媒介開始，指出其對於社會運動的重要性，及受限於商業邏輯下，造成對社會運動呈現的不利。其次說明小眾/另類媒介的可資利用，還有網際網路及其應用，包括電子報、討論區、虛擬社群特性等，然後進入網際網路與社會運動，從理論的應然面，帶到實然面，看實體世界的實踐及其與理論世界的落差。

壹、大眾媒介對社會運動的重要性及其不利

社會運動抗爭由於具有動態變化與極高的衝突性、爭議性，因此往往成為媒體追逐的焦點。在快速變化的現代社會中，大眾媒介對於影響閱聽人的認知、態度，甚至在激發行為的層面上，均扮演舉足輕重的角色，大眾媒介影響了人們對於真實的建構以及對外在世界形象的認知。媒介是不同社會團體、機構以及意識型態爭奪社會真實之建構與定義的場域(Gurevitch & Levy, 1985:19)。媒介的新聞框架，會經過選擇、強調、與排除來向閱聽人呈現事件的認知與詮釋(Gitlin, 1980)。對組織、團體而言，透過新聞媒體可以達成：(1)取得合法性；(2)建立形象；(3)傳遞組織重要訊息；(4)弱化競爭對手等目的(Goldenberg, 1975)。因此社會運動者多半會透過大眾媒介來爭取他們對於制度或價值觀的定義權，使得大眾傳播媒介多成為社運組織優先考量爭取的資源之一。

雖然社會運動組織的能力與掌握的資源均不如一般的利益團體與官方機構，但社運組織也希望藉由大眾傳播媒介來傳布社會問題造成的痛苦與運動目標(Kielbowicz & Scherer, 1986)。大眾媒介對社會運動的報導，有助於提高動員能力、為社運組織招募新成員、增加社會各界對社會運動的捐款、提高社運組織的政治、經濟、社會地位以及與其他勢力結盟等功能(Klandermans, 1988)。由於中國式的人際關係網絡的惰性，深具反社會運動的性質(高承恕, 1990)，因此若能妥善運用大眾媒介建構真實的功能，使運動受到媒體注意，必能將社運團體對事件的解釋透過媒體的報導傳達給社會大眾，進而影響社運的潛在支持者，以致民意的形成，動員的可能，有助於提高社會運動的成功機會。所以即使現代社會中存在者許多不同的媒介，如專業期刊、口語傳播、另類媒體等，但在公共議題的討論與民意形成的過程中，大眾傳播媒介仍然扮演著重要的角色(Ryan, 1991)。

在資訊社會中，媒介著實形塑著閱聽人的認知、態度、行為，甚至是激發行動的可能性，媒介所呈現的社會運動，在在影響著閱聽人的觀感。因此，對社運組織而言，新聞媒體的重要性不僅在於可以透過新聞報導的方式將社運宗旨廣泛

傳達，更在於其報導內容常可影響到意識型態相近的民眾，敦促其產生加入社運的態度與行動，或甚至捐款成為贊助者（臧國仁，1998）。所以對社運團體而言，媒體可說是社運團體所亟欲藉助以動員第三者（the third party audience）加入己方陣營的資源（Wolfsek, 1991:9）。

對資源較少的社會運動團體而言，每一次的曝光，都是在為下一次的成長與茁壯奠定基礎，用以爭取第三者，也就是閱聽人的認同（Goldenberg, 1975）。為了動員更多的群眾，大眾傳播媒體成了一個重要的工具（孫清山，1990）。因此，推動社會運動及自力救濟者，均深知大眾傳播的重要性（楊國樞，1990）。Ryan(1991)甚至指出，集體行動在今天能否造成影響，端視新聞媒體是否可以加以處理以及如何處理社會運動。大眾媒介作為影響民意的重要論域，並能喚醒社會運動的潛在動員者，因此，大眾媒介本身就是社會運動組織可利用的資源，值得強調資源的獲得與利用的資源動員取向重視，但資源動員取向卻較少注意到大眾媒介的重要性（Wolfsek, 1991），倒是新社會運動特別重視媒體在運動中扮演的角色，並且善於運用媒體作為宣傳、動員、影響民意走向的工具。

Klandermans，指出，社會運動若要成功，社會運動組織者就必須將社運團體的想法傳達到社會的各個角落，這樣的過程稱為「共識動員」（consensus mobilization）。由於意義的建構攸關社會運動的興起與共識動員，所以社運團體在發起社運的過程中，均將大眾媒介視為相當重要的傳播管道。由社會運動組織者努力形成的共識，稱為共識動員；反之，若共識是非計畫性的達成，則只能稱為共識形成。共識動員在社會運動的每個階段都很重要，共可分為四個階段（Klandermans & Ogema, 1987）：

1. 潛在動員者的形成，社會運動組織必須取得潛在動員者在態度、意識型態上的支持。
2. 徵募網絡的形成與喚醒，社會運動組織必須擴大潛在動員者的範圍，增加其對社會運動組織的歸屬感。
3. 喚醒參與社會運動的動機，社會運動組織必須促使潛在動員者支持社會運動的行動。
4. 掃除參與障礙，社會運動組織必須鼓舞參與者，增加他們參與社運的可能。

共識動員可分為「潛在動員」與「行動動員」兩種形式。前者指的是社會運動組織長期的運動目標，目的在於尋求社會運動的合法性地位與擴大閱聽人對社會運動的認同；後者則是追求社會運動策略的合法性，勸服閱聽人實際參與社會運動。前述的第一個階段屬於潛在動員的形成，後三個階段則同時在追求潛在動員與行動動員的形成（Klandermans & Ogema, 1987）。媒介扮演著共識動員過程中重要的角色。

媒體報導是一個社會建構的過程，在整體政經體制與媒介環境下，社會運動組織者常常手無有力的傳播工具，且身為邊緣化的消息來源，即便部分成員有意近用媒介，亦囿於近用知識不足、近用策略欠缺而導致成效不彰。在不容易成為被引述的消息來源，爭取再現的主導權與選擇權又有限的情況下，因此必須主動出擊，掌握商業媒體的運作邏輯，方有可能在媒介上建立自身的身份與形象，並傳播有利的訊息，指明運動的目標。社會運動團體身陷報導不足、偏誤及媒體對其認知基模偏差的困境，在擠身媒介的過程中，往往必須冒著被扭曲、醜化的危險，並且以誇張、激烈的方式來吸引媒體的注意。如美國 60 年代的學生運動，學生組織 SDS(Students for Democratic Society)在與媒體的互動中，就常在對媒體的依賴與陷入媒體操作的邏輯下，失去了運動的自主性，導致被媒體抹黑或模糊焦點的下場（吳宜蓁、單美雲，1995）。Gitlin(1980:26)甚至指出，激進學生的校園革命之所以注定失敗，就是與傳播媒體之間相互利用的結果。

就霸權論的觀點來看，社會運動議題的報導層次上，統治階層是事件的原始界定者，而大眾傳播媒介只是事件的次級界定者，媒介內容總是符合統治階級的利益、複製著當權者的意識型態，而抗爭者的聲音不是不曾出現在媒體上，就是被邊緣化或扭曲（胡晉翔，1994）。Gitlin(1980)長期觀察美國 60 至 80 年代的學生運動發現，媒體慣常使用瑣碎化(trivialization)、兩極化(polarization)邊緣化(marginalization)、貶抑(disparagement)與強調暴力等框架，對學生運動作負面的報導，間接呈現了社會真實。

胡愛玲（1989）針對報紙報導街頭運動新聞的研究也發現，臺灣報紙在街頭運動新聞的報導處理方面，明顯偏向支持既有權威和維持現狀，呈現了保守的心態，顯見大眾傳播媒介受限於政治權威下的本質，也符合理論中的媒介霸權形態，這些在在顯示媒體對社會運動的報導呈現衝突化、邊緣化、與瑣碎化的傾向。

馬克思主義典範諸如政治經濟學理論、英國文化研究及法蘭克福學派的批判理論等基本觀點均認為，資本主義社會是階級宰制的社會，媒介被認為是意識型態領域中的一環，不同的階級觀點在媒介中互爭長短，然而最後的控制權仍逐漸集中在壟斷性的資本家手中，或許有媒體專業工作者以為享有自主權，但其實主流文化與意識型態早已在不知不覺中內化了（陳雪雲，1991；翁秀琪，1996）。

貳、小眾/另類媒介的可資利用

社會運動團體與媒體的關係，除了擠身主流媒介的報導之外，小眾/另類媒介(alternative media)提供了另一種可能的發聲管道。就形式而言，台灣的小眾/另類媒介有平面媒體的大字報、傳單、雜誌，以及電子形式的地下電台、錄影帶、第四台等，這些媒介都是當時技術門檻較低、且經營成本不高的傳播工具

(黃慧櫻, 1997)。就內容來看, 凡是以政治經濟權力平等為其基本運動觀; 以去中心化(decentralize)、民主化(democratize)為媒體運作目的; 以對抗政經結構之霸權意識, 再現人民的觀點為論述立場, 企圖對政經權力結構的再現系統及論述形構, 進行意識型態抗爭, 為展現人民/弱勢者的聲音, 提供另一種社會真實的媒體, 均得擠身另類媒介之流(廖素霞, 1993: 17)。

小眾/另類媒體在 80 年代的社運風潮中, 的確發揮了動員運動的效果。但一日成為另類媒體, 未必終身是另類媒體, 因為小眾/另類是一個相對的位置, 是在不同的歷史階段脈絡下, 於對抗的文化中生成的, 具有抗爭的性格, 因此必須時常改變戰鬥位置, 避免成為體制的一部份, (賀照緹, 1993)。

社會運動主事者為了能持續將其理念落實於社會當中, 除了發展出更細緻的大眾媒介策略之外, 同時也會就本身刊物的推行, 去調整或拓展傳播的管道(孫秀蕙, 1996)。身為反對運動者自創的傳播工具, 小眾/另類媒介所要達成的使命在於運用邊緣傳播的革命性, 顛覆現存大眾傳播體制的信息網絡(江冠明, 1992)。但小眾/另類媒介卻往往陷入經費與人力的窘境, 以致無法在內容上精緻地深入, 甚至繼續經營(張碧華, 1992)。據此, 網際網路快速、跨地域性的解放性使用特質, 便成為社會運動者界亟欲援用的資源。

參、網際網路及其應用

新興的網路科技發展出諸如電子報、全球資訊網與討論區等應用類型, 也產生了虛擬社群的社會性存在, 分述如下。

一、網際網路

網際網路即時與互動的特性, 沒有使用者的人數限制, 也沒有地域、種族、國家的分別, 易於突破時間及空間的限制, 使其成為現今訊息交換最為先進的媒介, 數位化的傳輸速率也只有電視與廣播等大眾電子媒體可與之比擬。在網路的空間裡, 人人平等, 在共享互惠精神的強調下, 每個網上的用戶可以不停地輸入或接收到各種訊息, 自由地擷取或交換訊息, 而弱勢團體也可以在網路上發出自己的聲音。使得網路不只是一種技術, 更是新時代的整合與變遷的推動力(黃正文, 1996; 魏軼群, 1998)。

網際網路較傳統的大眾媒體, 問世和成長的速度快得多, 這是因為: (1)價格在可被接受的範圍內, 媒介近用門檻較低; (2)擁有許多高科技的優點, 即時、互動、無遠弗屆的特性是許多媒介望其項背的; (3)符合使用者的興趣和需求, 可作為資訊尋求、社交或娛樂的工具; (4)容易調整使用者已有的習慣和動機, 網路保留並增加許多媒介沒有的長處, 替代了媒介的部分功能(劉濟民, 1993)。

新傳播科技大抵具有：互動性、小眾化與異步性的特色(莊克仁譯,1988)。而網際網路具有以下優勢：(1)互惠性(reciprocity)：網際網路所指的互惠性強調資訊的提供可確實反映資訊需求；(2)個人性(personalization)：網際網路訊息傳遞強調個人性與隱私性；(3)分眾性(de-massification)：網路傳播的分眾性在經濟效益上有較好的效果；(4)平等性(equality)：網路議題可由使用者自行設定，依民主參與的原則對內容加以充分發揮；(5)擴散性(dissemination)：網路訊息的發收及對象不受時空限制，加上成本較低廉，對社會團體內成員及團體間的訊息交換有一定的誘因；(6)鏈接性(jointness)：透過互動檢索，可降低資訊的不確定性和模糊性(余紹逖、張宏源,1997)。

傳播科技的發展是促成社會改變的決定力量，不僅可以改變人們的認知與態度，也能夠在不知不覺中改變人們理解與思維的方式，因此人類每一個時代的特質可說都是傳播媒介所造成的(McLuhan, 1964)。媒介對閱聽人的影響，以及閱聽人對媒介的使用，都和媒介的特性有關。從媒體本身的特性來看，網際網路與傳統媒介的差異為：(1)傳播範圍最廣，傳統平面媒體由於需要實體承載，因此範圍最小，而廣播與電視，則受限於無限廣播範圍有限，雖可透過衛星對全球廣播，但成本太高；(2)時效性：傳統平面媒體需經人工轉送，無法及時傳播，電視、廣播、網路則可傳送最新資訊；(3)選擇多樣性，傳統媒體創設成本高，且內容多由專業人員製作，受眾選擇性普遍少，網路則由於架站門檻日低，網站已多不勝數；(4)涵蓋資訊形式多，和電視一樣包括文字、圖片、聲音、影像；(5)言論自由度，傳統媒體多有相關法令做為監督，網路則因快速發展，規範不易，目前多隨其自由發展；(6)硬體普及度低，傳統媒介的接收器普及度較高，而網路則仍須靠普及度較低的電腦才能使用(陳年興、林挺生,1997)。

任何一項新媒體的出現與使用，一定會在某個程度上瓜分其他媒體的使用時間，尤其是當新媒體有優於舊媒體的長處又同時兼具舊媒體的特性時。以下茲就媒體本身、訊息特性、與閱聽人使用行為三方面，說明網際網路與四大傳統媒體的不同：(1)就網路媒體本身而言，具有傳播範圍最廣、媒體守門人極少、與互動性高等長處，且在傳播速度上為最快，只有電視與廣播可與之比擬；(2)就訊息而言，網路訊息的可選擇性是最高的，而刊播時間與篇幅的限制性卻又最低。在多媒體的呈現上，只有電視與之相等，在複雜性上，僅有雜誌、報紙乘載著同樣複雜的訊息；(3)就閱聽人的使用來說，網路的個人化使用，使用時的主控性、涉入度與互動性均高於媒介，見表 2-2、2-3、2-4(蕭湘文,2000)。

(一) 媒體本身

表 2-2：網際網路與四大媒體特性比較表--媒體本身方面

媒體類別	電視	廣播	雜誌	報紙	網路
硬體普及度	極高	極高	高	高	低
傳播範圍	區域性	區域性	區域性	區域性	全球性
閱讀便利性	低	高	高	高	低
訊息傳達速度	快	快	最慢	較慢	快
媒體守門人	有	有	有	有	極少
媒體互動性	較低	較低	極低	低	高
選擇多樣性	低	低	低	低	高
言論自由度	較低	較低	較低	較低	高

(二) 訊息

表 2-3：網際網路與四大媒體特性比較表--訊息方面

媒體類別	電視	廣播	雜誌	報紙	網路
資訊的形式	文字、圖片 聲音、影像	聲音	文字、 圖片	文字、 圖片	文字、圖片 聲音、影像
時效性	高	高	低	較低	高
可保存性	低	低	高	低	高
可選擇性	較多	較多	少	少	最多
複雜性	低	低	高	高	高
刊播時間限制性	高	高	高	高	低
篇幅的限制性	多	多	多	多	少

(三) 閱聽人

表 2-4：網際網路與四大媒體特性比較表—閱聽人方面

媒體類別	電視	廣播	雜誌	報紙	網路
閱聽人	大眾	分眾	分眾	大眾	個人化
使用時的涉入度	低	低	高	高	最高
使用時的互動性	低	低	低	低	高

網際網路包含多種形式，不同的介面有著不同的表現特色與社會影響，其互動邏輯也各異。以下分就電子報、全球資訊網與討論區、虛擬社群陳述。

二、電子報

在網際網路的時代裡，出現了一種嶄新的媒體—電子報(electronic or online newspaper)，讀者在家中只要藉著電子報或電腦終端機，即可取得自己需要或有興趣的新聞（羅世宏譯，1992）。在電子報發展的初期，多半只有文字的報導，後來則有越來越多報紙開始運用網際網路上的全球資訊網(WWW, World Wide Web)的多媒體功能，提供生動的圖表及照片來吸引使用者。此外，電子報還具備了提供資料庫或連結其他資料庫的資源功能，出版者可將歷年來所報導的新聞與圖片作數位的儲存，使用者若要瞭解一件事的來龍去脈，也可以透過資料庫的查詢來取得資訊（張家琪，1995）。

隨著傳播科技的發展，電子報的型態不斷改變，至今沒有一個明確的定義。有關電子報的探討最早是Lorrie在1992年曾經為電子出版(electronic publishing)下的定義，他認為電子出版是泛指利用電腦來從事著作、編輯、排版、印刷、發行等過程，根據Lorrie的看法，電子報屬於電子出版品的一種。另外，狹義的電子出版，則是指最後呈現在使用者面前的出版品，是以電子型態出現（黃羨文，1995）。

由於電子報是一項新的傳播媒體，它所呈現的文本型態不斷地在改變及演進，以往曾經為電子報的概念提出的看法有：(1)早期台灣對電子報的概念僅限於「印刷媒體的電子化」，透過電腦連線傳送給訂戶（張家琪，1995），電子報是以數位方式透過電腦網路傳送報紙資訊的新傳播產品（楊忠川，1996）；(2)洪懿妍(1997)考量國內電子報的發展情形，將電子報定義為經由特定單位蒐集、編輯，利用電腦網路的文字或圖形介面為基礎，提供新聞資訊服務的電子刊物，新聞內容原則上一至七天更新一次，其所指的特定單位限定以產製新聞為主的報社及通訊社；(3)陳彥豪(1995)則採用了美國密克斯研究中心(Misc. Research Center)的定義：電子報是在電腦資訊網路上刊登，會在一至七天內更新資料的新聞性資訊服務。

本研究對電子報定義採廣義解釋：凡是透過網際網路傳遞新聞訊息的刊物，皆可稱為電子報。台灣人權電子報透過智邦生活館的平台，運用電子郵件名單伺服器(list-server)的功能，將電子報內容以「群組」的方式傳遞。因此，只要閱聽人透過訂閱(subscribe)電子郵件名單的方式，即可收到台權會透過伺服器所發出的訊息，這種群組式的電子報提供了一個跨地域、不受時間限制的傳播管道。

電子報有以下四點特性：(1)全球化，網路無遠弗屆，電子報全球化的特性，使地域的區隔影響不大。由於地域間的發展有同質性愈來愈高的現象，加上每年流動性人口激增，所以地域性的概念對於瞭解閱聽人的意義不大(Potter, 1998)

；(2)分眾化，閱聽人為大眾的臉譜在網路空間中已逐漸消逝(Potter, 1998)，閱聽人在媒體暴露方面，重視資訊的內容更甚於媒體本身。因此 Mitchell(1983)指出，媒體要做的工作不再是吸引所有的人，而是吸引有興趣的特定一群人；(3)異步性，電子報可以即時傳送最新的訊息給閱聽人，但是又不必受限於時段，可以突破時間和空間的限制（彭芸，1995）。只要使用者有需求，隨時可以瀏覽電子報的新訊息或是檢索舊新聞；(4)互動性：電子報可以提供使用者進行對話討論的空間，網路媒體之所以不同於一般的大眾媒體，即在於其「人際互動」及「網際互動」的特性，因為唯有互動的傳播行為，才能更正確、更有效的滿足傳播過程中的參與者，使參與者不但能掌握意見反應的及時性，甚至能共同參與新聞產製的過程，打破傳播者與受播者間的絕對分際（吳筱玫，1999）。

自 1970 年代開始，電子報的型態、呈現方式不斷地在變化，全球電子報的家數亦呈倍數般地成長。1995 年時，全球約有 750 家電子報，到了 1997 年時，全球卻已有超過 1500 家的電子報。而根據 2000 年 1 月的統計，全球電子報有 4322 家，其中以北美最多，有 3055 家；其次是歐洲，有 614 家；亞洲居第三，有 214 家(E&P, 2000)，可見電子報正如火如荼地蓬勃發展中。

三、全球資訊網與討論區

全球資訊網結合了超文件(Hypertext)與多媒體(Multi-Media)的技術介面，呈現圖文並茂的多媒體資料，而且操作介面十分容易，只要用滑鼠點選，便可以在網站與網站之間作無止盡的連結(link)。全球資訊網因其簡易的介面及繽紛的網頁與連結性，成為最廣泛的網路使用途徑。靜態地說，全球資訊網的網站可以放置組織自身的介紹、宣傳文件或資料庫的查詢功能；動態地看，其互動連結的功能，可使得組織與個人、個人與個人在網路上的連結更為頻繁與容易。

全球資訊網與資料庫作結合的功能，可供使用者查詢，亦可建立互動式的討論區，讓所有的人都可以在網路上發表意見，有助於意見的交流與討論，達到雙向對話的目的，也可以彌補傳統媒體單向傳播的缺失，進行互動傳播，並提供閱聽人自由討論與發言的空間。透過網路所進行的討論，不但可以促進訊息以及建議的交流，還能建立所謂的「論壇」(forum)，發揮公共討論的功能(Thomson, 1996)，形成類似於公共領域指的「市民可以自由表達與溝通意見，以形成民意或共識的社會生活領域」(Habermas, 1989)，因此討論區具有近似公共領域的概念，提供一個公開、平等、裡性的對話空間，開放給弱勢者表達不同的意見，讓公共政策得以自由辯論與批評。

討論區的傳播特性有：(1)異步性：即時傳遞訊息，不受時間、空間的限制；(2)互動性：供使用者進行對話、討論；(3)非線性傳播：每個人既是傳播者，也是接收者，可以自行控制傳播的過程；(4)無版面限制：文章沒有篇幅的限制；

(5)超文本：可提供相關背景資料的連結；(6)進入門檻低：討論區中通常沒有設限，或只要填寫會員資料即可；(8)匿名性：使用者在匿名的情境下進行對話，匿名性可供使用者呈現誠實與坦白，也可能產生非抑制的行為（葉慶元，1997；黃學碩，1997）。實務面上，也可能由於技術上的支援困難、缺乏專人管理等執行上的障礙，使得討論區實際上所發揮的互動功能有限（楊志弘，2000）。

經由網路媒體上新型態對話方式所創造和維持的社會關係，對個人、組織及社會生活方式都有一定程度的影響，透過交換電子對話，除了可以加以聯絡關係外，也可以針對某議題發表意見，並與他人進行辯論。因此，在討論區中，來自四面八方的同好得以集結成群，或是進行討論、激辯，或是交換訊息、抒發情感，甚至進而建立起面對面互動的人際關係。就社群的認同意識而言，討論區是形成認同意識的主要場域（謝豫立，2000），在這種「身體缺席式」的群體集結基礎上，集體認同或行動便有了可能。

四、虛擬社群

英文 Community 一詞，如果是指人類的居住情境，則中文大多譯為「社區」或「社群」；也有人從日本的譯法，稱之為「共同體」。若就其辭源拉丁字 communis 來看，其意原指「同胞」或「共同的關係和感覺」。此外社區或社群可以從三個不同的概念來解釋與分析：(1)側重地理或結構的概念，是一群居民共同生活的地區；(2)側重心理或互動的概念，是居民生活中相互關連與依賴的共同體；(3)側重功能或行動的概念，是居民相互保衛、共謀福利的集體行動（林瑞欽，1994）。

網路已跳脫地理與行動的限制，將身處不同地區的人們連結在一起，因此，「社群」一詞不再單指人們實際共同生活的一個範圍，而是變成一種概念，只要一群人們在情感上有交流，在行動上有互動，即可稱之為「社群」（郭恬如，1995）。「虛擬社群」（virtual community）亦稱為網路社群，在 1980 年代中期，即有虛擬社群的出現，是一群興趣相投的人在網路上交流情感，互通信息，隨著網路的普及與使用者習慣的建立，各式各樣的虛擬社群遂應運而生。

Wellman(1999)認為虛擬社群是一種存在於人際之間的網絡式連帶，提供社會化、支持、資訊、歸屬感以及社會認同等功能，而網路科技僅僅是技術性的改變了社會關係與社會結構的呈現罷了。但亦有學者認為虛擬社群缺乏真人的駐留、默契、互動以及與他人生活在一起的特性，所以與現實社群在本質上有所不同（翟本瑞，1999）。

根據 Armstrong & Hegal(1996)的研究，虛擬社群的成立主要可分為四種目的與種類：(1)商業交易，虛擬社群居民在此交換情報，廣義而言，也是為了滿足交易的需求。這種社群的訪客多半是要買些什麼東西的人，而在買之前，他希

望能聽聽社群成員的意見；(2)提供幻想空間，將虛擬社群當作是另一個家，創造一個新的身分，編造一個新的故事，讓成員運用想像力，一同參與規劃此一社群的未來；(3)興趣交流，大多數的人都有特別熱中的事物，例如運動、音樂、旅遊、花草等。很多早期的虛擬社群都是建立在共同興趣上，這些社群聚集了很多分散各地、但對某一主題有共同興趣或專長的人；(4)建立關係、尋求支持，這種社群是在現實生活中具有相同遭遇的人，互相傾訴安慰的地方。虛擬社群作為這些同病相憐的人提供交換人生經驗的場所、製造相遇相知的機會，使他們能夠跨越時空的限制，建立有意義的人際關係。

關於虛擬社群成員間的網絡綿密與否，可由兩方面來看：(1)在虛擬世界當中，成員由於可以部份地強化、隱藏或是重建一個新的人格，這樣一種人格的局部性與斷裂性使得成員有能力去重新建構自己在網路世界中所呈現的身分與面貌。但也由於使用者進入虛擬社區時的自我認知與社會連帶的改變以及在虛擬社區中互動符號與社會連帶的侷限性，匿名性會造成互動品質和深度的難以提升。因此，大部份的虛擬社群成員只能維持一個較淺的關係，網路和實體世界相比，由於其互動的門檻降低，因此較容易建立關係，卻不容易深化彼此之間的關係。(2)一旦虛擬社群的雙方能夠建立起穩定的互動關係，在網路上的確也有可能進行如同實體世界一樣的互動。事實上，在虛擬社區中，由於去地域性和去時間性的特質，在互動的深度和強度上反而可能比真實社區更容易建立起完整的社會網絡關係。據郭欣怡(1998)研究發現，高時數的使用者，對於虛擬社群的歸屬感、熟悉感、情感上的依賴、參與討論的熱烈程度以及對社群規範的重視程度均較高。

本研究指涉的電子報與討論區便是延伸虛擬社群「功能」與「行動」的概念，就台灣人權電子報及其討論區而言，其同時兼具興趣交流與建立關係、尋求支持兩種虛擬社群的作用。依此，將虛擬社群概念與集體認同的三個面向及共識動員的四個階段作交叉論述。就功能來說，虛擬社群提供社會運動的潛在動員一個認知目的、手段與環境的場域，使得社會運動組織得以在這個場域中建立一個認知架構，宣說集體行動的各項判準，供作成本/利益、投資/報酬的計算，用以判斷社會運動成功的機率，決定是否參與社會運動，並爭取潛在動員者在態度與意識型態上的支持。在虛擬社群中，潛在動員者彼此溝通、彼此影響，彼此協商與決策，這樣的互動，有助於徵募網絡的喚醒與形成，深化了虛擬社群成員涉入動員網絡的程度，且經過線上、線下的互動，無形中也增加了虛擬社群成員的人數。互動過程中，虛擬社群成員漸次會有情感的投入，對群體發生情感，產生對群體的歸屬感，並認為自己是群體的一部份，這種身為一份子的感覺，增加了虛擬社群在成員心中的份量，也增加了成員對虛擬社群的使用，及其參與社會運動的動機。由於虛擬社群擴大了潛在動員者對社會運動的認同，喚起了網絡、情感與動機，因此增加了潛在動員與行動動員的可能。

就虛擬社群的行動面來說，虛擬社群成員透過虛擬社群與社會運動組織及社群中其他成員溝通、互動，瞭解到社會運動的操作策略及脈絡，使得社會運動在其主體上產生了正當性與合法性，加上利益的清楚、情感、對群體認同等因素，喚醒了其參與社會運動的動機。這時社會運動組織及社群成員更可透過虛擬社群積極勸服並鼓舞潛在動員者，掃除其參與社會運動的心理或實質障礙，因此增加虛擬社群成員參與社會運動及形成社會運動行動動員的可能。

不過，網路雖然擴大了個人參與不同社群的機會，但卻不能保證民主化溝通的發生，因為在成員的溝通與意見交換上，虛擬社群作為一個公共討論的空間，仍有其弊病存在。就網路上發起的社會行動在溝通互動的層次而言，容易傾向於形成某一種特殊的意見氣氛，而限制了對話空間的開放性，讓未能熟悉此社群氣氛者被排除在外(Gurak, 1999)。也因此，網路上的虛擬社群，常常是由具有共同興趣與類似立場的參與討論者所組成，而立場不同的意見要發生交換的頻率並不高(Wilhelm, 1999)。

由於網路個人化(individualization)以及客製化(customization)的特性，以及個人興趣、知識與信念的篩選，在網路上，我們可以只選擇我們所要看的資訊，只接收合乎自己觀點、或者強化這些觀點的資訊。因此網路雖然有多元的發聲平台，但是那只是想像中的多元，被窄化過濾後的多元。當我們長期生活在這個透過窄化的新聞、資訊和意見管道的個人世界時，溝通交往的對象便極容易限於和自己觀點意見相似的人，也因此會發現「多元的聲音似乎在網路上變成只是讓這些多元的聲音各自找到歸屬」（李孟壕，2003）。

肆、閱聽人研究

社會運動透過網路媒介所欲動員的對象，在本研究中，指的是電子報及其討論區的使用者，就傳播研究的角度，稱之為「閱聽人」(audience)。本研究欲以量化的全球資訊網調查法探知網際網路對於社會運動的集結與動員可能的幫助，在此援引傳播相關研究，包括使用與滿足理論(Uses and Gratification Theory)，藉助閱聽人的概念，揭示網路欲動員對象的面貌，及其電子報使用動機與使用行為間的關係。

一、使用與滿足理論

使用與滿足理論可說是閱聽人研究的主流，早期雖然多運用在媒介效果的研究，但是後來的研究發展在這方面的成果卻相當有限，其最大的貢獻反而是被應用在對閱聽人的研究上，而對閱聽人有更完整的描繪(McQuail & Windahl, 1993)。

使用與滿足理論主張不同社會背景和不同個人特徵的閱聽人，具有不同的需求、取向和詮釋行動。這個理論關心閱聽人對媒介做了甚麼，並主張閱聽人是主動的，他們使用媒介時有一定的目的(Jensen & Rosengren, 1990)。

使用與滿足理論的主要假設有：(1)閱聽人使用媒介來滿足需求，而非媒介駕馭閱聽人，也就是說閱聽人會主動基於他們自身的心理或社會需求來使用媒介；(2)大眾媒介是滿足人類需求的方法之一，它必須和其他來源，如人際傳播競爭；(3)研究方法上採取閱聽人的自我報告(Katz、Blumler & Gurevitch, 1974)。從基本假設來看，可以看出該理論一方面具有功能論色彩，認為人們尋求訊息是為了滿足某種需求，以維持心理結構平衡；一方面也表現出理性及個人主義，就是每個人都明白自己的需求，知道使用何種媒介來予以滿足(林芳玫，1996)。

Palmgreen、Wenner 及 Rosengren(1985)對「使用與滿足」提出了以下的假設：(1)觀眾是主動的；(2)媒介使用是直接的目標；(3)媒介消費能得到廣泛的滿足；(4)滿足起源於媒介內容、暴露及社會接觸。Williams、Phillips 與 Lum(1985)並檢測新媒介的使用與滿足，發現新的傳播技術通常提供閱聽人：(1)更多與更複雜的選擇，去看見或聽到媒介內容；(2)新的機會以選擇訊息或者回應；(3)可有能力去縮短時間或者重新分配時間的媒介經驗；(4)與其他閱聽人互動的機會。由此可知，網際網路帶來了閱聽主權的轉移，在資訊化社會裡，由於資訊的數位化，提供資訊方式的多元化，聽閱主權由傳播媒體轉移到使用者身上(莊淇銘、王英宏，1997)。

Palmgreen 等人(1985)後來又修正了原有的「使用與滿足」研究架構如下圖，加以應用到新傳播科技上，指出：(1)滿足是回饋性的；(2)個人的需求具有社會、心理的動機起源，它會導致不同的滿足效果；(3)滿足的獲得是在「社會文化結構」以及「個人特質」的交互作用下產生；(4)媒介結構與科技、媒介內容也應納入整個「使用與滿足」的分析中。

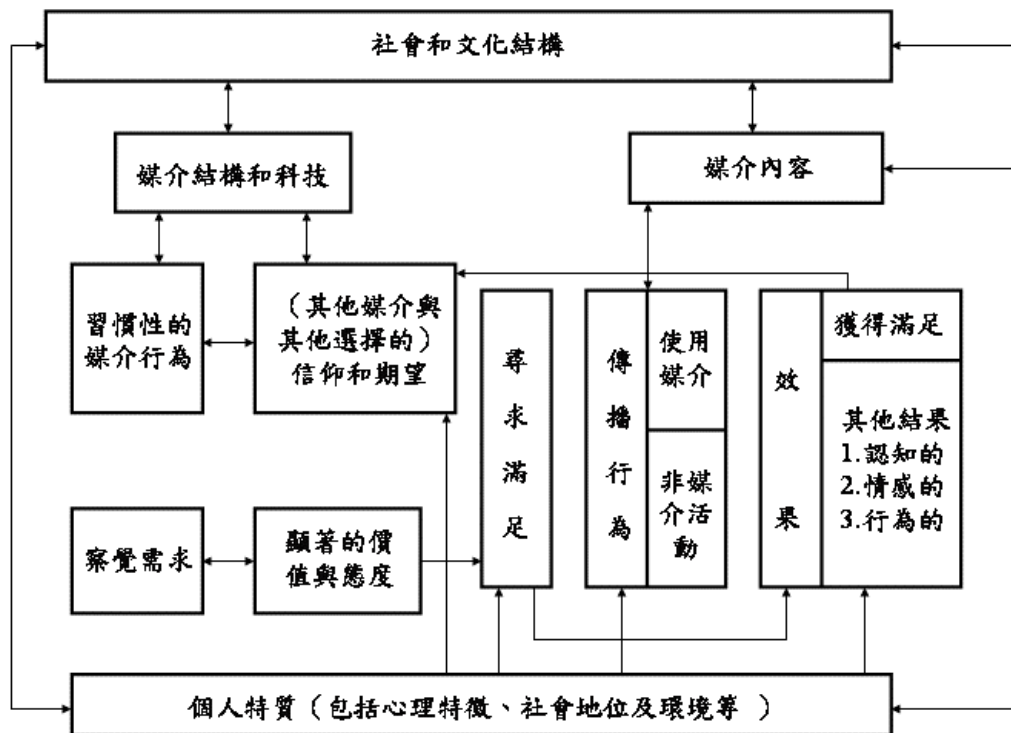


圖 2-2：使用與滿足整合模式(Palmgreen, P., Wenner, L. A. & Rosengren, K. E., 1985, p. 17.)

Renckstorf 對使用與滿足取徑做出修正，以符號互動論與現象學的觀點，提出媒介使用的社會行動模式(social action model)如下圖，將閱聽眾放在大眾傳播過程中最中央、最主要的位置。認為人們會根據自己的目標、議題與興趣加入各種活動，並與其他人發生互動，且能夠思考他們自己的行為與互動。雖然人們的行為往往並不十分堅定，但他們可以思考與他人共享的生活世界。由於個人必須要試圖解釋他所處的環境，並且依據他的認識而行動，但在正常狀況之下，日常生活是毫無問題的，因為每天發生的問題都已經有解決的辦法，媒介也不會被認為是可以激起閱聽眾反應的刺激來源，但媒介卻構成了人們的意義產製、符號環境當中的部分，使個人擁有一種自我印象，並且能夠與自己發生互動（楊志弘、莫季雍譯，1996：182-185）。

在最起先(1)的地方，我們可以看出個人自己擁有，或是從別人處參採了對於情境的定義，其中日常生活與互動的經驗，受到個人的認知而被主題化及闡釋。個人特質、社會地位與經驗與(3)也進入定義與解釋的過程，接下來的途徑則可能被認為是「有問題的」(4)，或「沒有問題的」(5)。如屬前者，則可預期閱聽人將對問題發生某種行動，動機(6)因此產生，並且做成採取行動的決定(7)，行動可能包括選擇使用媒介，成為外在行為的一種型態(8)；另一方面，若是沒有問題，則也可能以日常慣例的形式(9)導引至類似的行動，這也包括了媒介

的使用。模式表達了媒介使用行為可能是因動機而生，也可能是不具動機背景的。但無論動機與否，媒介的使用是因個人的評估(10)而定，並且會產生連串的新定義與解釋（楊志弘等譯，1996：182-185）。

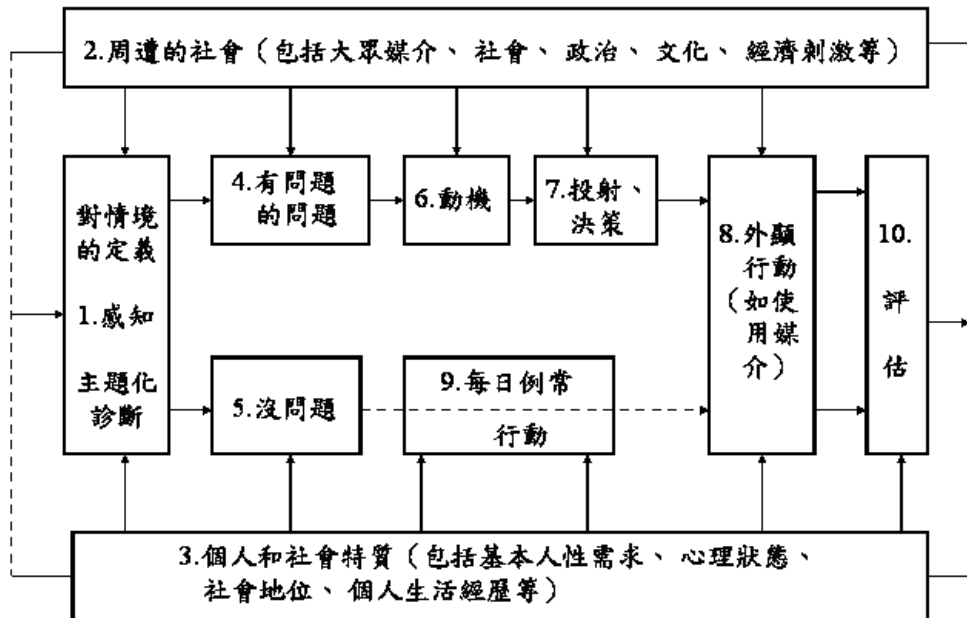


圖 2-3：媒介使用的社會行動模式（楊志弘等譯，1996，183 頁）

使用與滿足理論過去雖然是應用在大眾傳播媒體研究，但已經可以運用在新科技的研究。許多研究也顯示使用與滿足理論應用在研究錄影帶、有線電視與網際網路等新的通訊技術是合適的(Williams, 1985)。網路興起之後，使用與滿足的概念也被應用在研究全球資訊網等網路媒介上(Levy & Windahl, 1985:11-37)。

二、動機相關研究

在使用與滿足研究中關於網路媒介的使用動機部分，Garramone、Harris 及 Anderson(1986：325-339)研究政治性電子布告欄，發現閱聽人主要動機因素為「監督環境」、「瞭解他人意見」、「好奇」及較不明顯的「娛樂」。蔡珮(1995)比較閱聽人在使用新舊媒介時，亦發現均具有「監督環境」、「自我肯定」及「社交」等動機。

陶振超(1996)歸納 WWW 的使用動機為「資訊需求」、「媒體吸引力」及「WWW 網路技術」三項，並指出網路的互動性提供了使用者社交的需求，而匿名的特性也增加了使用者使用媒介的動機。池熙璿(1997)在對於原住民網路新聞討論群

的研究進一步指出，成員有四個動機面向：「社交」、「主動傳布」、「獲得深入資訊」、「獲得與提供一般性資訊」，其中又以「社交」的動機最強。

羅美玲(1998)研究使用者對於電子報的動機有四項，分別為「網路特性」、「打發時間／逃避」、「社會互動」，以及「尋求資訊／省錢」。其中「網路特性」為使用者最主要的動機，顯示出電子報有別於其他媒介的特性，是吸引使用者的最主要因素。秦美華(2002)研究國內原住民網站的使用者發現，在使用動機上，主要為「資訊尋求」，其次則為「文化聯繫」。陳錫鈞(2003)以銘傳大學學生為抽樣對象，研究使用者對新聞網站的需求，發現「溝通」、「資訊尋求」、「社群參與」、「娛樂」、「學習」等五項新聞網站使用需求。而資訊尋求是新聞網站的最高使用者需求。

閱聽人對於網路、電子報、討論區的使用動機，「監督環境」、「學習」、「獲得深入資訊」可視同「資訊尋求」；「溝通」、「社會互動」、「社群參與」包含於「社交」中；「打發時間/逃避」則等同「娛樂」。以上歸納為「資訊尋求」、「社交」及「娛樂」等動機因素。

綜觀媒介所能提供的使用與滿足包括：(1)資訊的提供；(2)形成個人認同；(3)整合和社會的互動；(4)提供娛樂。其中每一項又可再細分為更多的項目，以個人認同而言，包括了：發現對個人價值的增強、發現行為模式、對媒介中其他價值的認同以及獲得自我的啟發 (McQuail, 1983；林芳玫, 1996)。

三、影響閱聽人心理的動機因素

根據傳播理論與模式，會影響到閱聽人的因素，從外在的社會大結構、傳播科技改變，到個人內在的心理、社會特質，不一而足。由於影響閱聽人的因素是形成使用媒體動機或行為的原因，以下僅就該因素與其他變項間相關性的角度，說明與本研究網路及社會運動特性較相關的三項因素：認同、信任與涉入度。

(一) 認同

認同是虛擬社群研究中非常受關注的一個議題，指涉的是作為團體成員的屬同感(Kaplan, 1976)。認同的概念可由三個構面觀察：(1)認知成分(cognitive component)，即觀念、信念、意見、思想與知識的一致性；(2)情感成分(affective component)，指由信念引起對客體事物的評價、喜惡或情緒反應是否雷同；(3)行為成分(behavioral component)，由信念引導的對客體人、事、物的外顯行為傾向的同一性(Shashkin & Morris, 1984)。

對於組織的認同由三個現象形成：(1)相似成分(similarity component)，個體感覺到自己和其他成員擁有共同的特性，能彼此分享利益和目標；(2)成員成分(membership component)，個體感覺和組織合為一體，對組織有歸屬感；(3)

忠誠成分(loyalty component)，個體能夠支持組織的目標與政策，並為組織目標與政策奮鬥(Pachen, 1970)。

「認同」是與組織的一體感，認為自己與其他成員志同道合、休戚與共，因而而來的忠誠度，會使個體願意繼續當組織的成員，並投入組織的活動。認同可使個人對其認同的對象產生強固的情感聯繫，這種感情可導致支持與效忠(許寶源, 1996)，也就是電子報的繼續閱讀及社會運動參與。

(二) 信任

信任(trust)的概念放在傳播過程中有兩個面向，就發送端者而言是媒體或訊息的可信度；就接收端而言則是其對媒體的信任感。可信度指的是一種社會大眾對資訊來源(message source)的態度，這種受眾對媒體內容的反應，表現在受眾的心裡認知層面，便是對此訊息的信任與不信任(Gunther, 1992:147-167)。

牛津英文字典對信任的解釋是：對於人、事、物的品質屬性，或事實的陳述覺得可靠或值得信賴。也就是說信任是一個人持有的一種概念上的期望，認為別人的話是可信的(Rotter, 1980)。信任反映了個人在看法及生活經驗上對結果的期待，以及個人對某些事件、過程的依賴或信賴(Golembiewski & McConkie, 1975)。

以商業而言，倘若使用者對市場上的服務提供者愈具信任，則使用者感受到兩者之間的互動品質愈高，使用者對此段關係的承諾也就愈高，愈會使用服務提供者的服務，也就是說，信任會影響到使用者互動品質的形成，進而影響到使用者的行為(Kent & Tim, 1999)。進到傳播領域，不論媒介使用偏好(preference)、使用頻率(frequency)與使用行為(behavior)都和閱聽人對媒介的信任有關(Rimmer & Weaver, 1987:28-36)。

(三) 涉入度

涉入度(involvement)指的是對訊息或事物關注的程度。通常以「關心、興趣、重視、在乎、瞭解、注意」等字眼來描述涉入的程度，或是以實際參與活動的行動表示對該事物的涉入程度。涉入度的概念是由 Krugman 研究廣告學時所提出的，他認為消費者的涉入程度是一種個人差異的變數，它代表一種行為動機，並影響著消費者的購買行為與溝通行為。隨著個人涉入度的不同，會影響其資訊搜尋的過程及範圍以及決策的結果，因為在不同的涉入程度下，受眾會主動或被動地接收訊息、限制或拓展溝通的過程(張雅惠, 1998)。

在傳播研究中，有關涉入度的研究，多是探討個人對議題或團體的涉入度深淺與其對媒體訊息評估之間的關係，如在資訊處理過程中，會有不同的社會判斷

或描述，便可能因為閱聽人不同的涉入度的影響，進而有接受、拒絕或不表示立場等態度的表現。研究發現，在高涉入度的情況下，個人的社會判斷會比較傾向於拒絕對訊息的認同，而涉入低時，則多傾向接受或不表示立場(Gunther, 1992: 147-167)。也有研究發現，涉入度高的人，不會輕易地去摒棄與自己立場相左的訊息，反而會對訊息作更仔細的推敲，願意花時間去尋找正確的資訊或意見(Cacioppo & Petty, 1986:1032-1043)。

閱聽人接觸到訊息時，可能會因先前存在的知識、經驗或對該訊息內容的預存立場，導致個人以先入為主的心態提出判斷或批評。當然也可能會因自身所屬的參考團體的共同認知，或是純粹個人興趣使然，而使得對訊息內容充滿高涉入度的人，認為自己先前所持有的態度是正確的，因而更加堅定自己先前的認知。閱聽人對訊息的涉入度會與對訊息的信任感有關。也就是說對訊息涉入度愈深的人，對訊息愈會抱持懷疑和猜測的想法和態度(Gunther, 1992:147-167)。依此，探討電子報使用者先前的社會運動參與經驗與其對電子報信任感間的相關性。

伍、網際網路與社會運動（應然面）

Althusser 認為國家機器分為壓制性的國家機器(suppressive apparatus)和意識型態的國家機器(ideological apparatus)，其中，媒體就屬於後者。當社會改革之士意欲衝破言論的牢籠時，意識型態的鬥爭就顯得極其重要。在可供利用資源有限的情況下，新科技媒介—網際網路的解放性格便格外引人注目。

回顧相關研究，網際網路最主要的特質可歸納為：低成本、互動性、分眾性、多元性、平等性、公共性、匿名性、快速傳播、去中心化、去時間性、跨地域性、與深入報導等相對於傳統媒介的互補性與長處（黃啟龍，2001）。

由於網際網路傳播快速、互動性強與相對成本的低廉，令其他傳播工具難以望其項背，從溝通模式來看，網路網路不但消除了當代大眾媒介中心化、單面向的溝通危機，呈現多元異質的立場，更重要的是，不同的主體能夠重新掌握溝通主體的權力，透過發言來爭取自身的社會權力（周桂田，1998）。去除大眾媒介中心化的傳播形式，使人人皆可成為訊息發佈者與接收者，讓各種關於集體行動的動員訊息、各種相關議題的行動者集結、關於抗爭議題的不滿情緒的散佈、各個運動組織之間的訊息傳遞等，都可以在極短的時間內形成。

網際網路在資料處理及傳送成本上遠較傳統大眾傳播形式來得低廉，這種及時送達、大量傳遞、互動性強的媒介特性，提供了社運團體在對內聯繫動員、蒐集資料、確認議題、形成共識、發展行動計畫以及對外爭取同情支持等層面上，都發揮了傳統媒體所沒有的功能和效率。由於網路使用無論在時間和金錢上，都

較使用傳統媒體為低，這對於資源普遍匱乏的弱勢團體、社運組織而言是一大的吸引力。當社會運動必須即時動員，接觸大量潛在支持者時，相較於傳統的媒體，無論就聯繫速度與所需經費而言，網路都是既方便又成本低廉的工具（林鶴玲等，2001b：40）。

網際網路改寫了時間、空間的意義，已非傳統所認知的「地理空間」(space of place)的物理概念可以解釋，其所呈現的是一種新的「流動空間」(space of flow)形式，這種空間具有組織時間的能力，在一種共同分享同一時間的共時性模式下，經由各種流動的進行，包括資本流動、資訊流動、技術流動、組織互動的流動、以及影像、聲音、與符號流動，透過「物質組織」的影響來進行的「社會實踐」(social practice)。網路空間的流動性特徵，是因其承載了空前的集結能力，使得跨越地理疆界的聯盟和行動成為可能。同時，網路的某些功能，如 e-mail、BBS，具有即時又不共時的特性，使其成為極彈性的溝通、協調工具，幫助運動者克服時間安排的問題，增加了支持者參與的機會（Castells；轉引自林鶴玲等，2001a）。以網路作為運動訊息傳播的管道，也能夠使局外人、旁觀者產生同理心，進而維持運動的正當性、提升社會對運動議題的意識與支持（Myer，1994）。

在網路諸多特性中，匿名的特性，供虛擬社群成員一方面易於在某種程度上隱匿自己的某些身份，提供一個隱密地表達意見的方式，降低行動者的參與成本；一方面又可以在消除原本社會身份資訊的同時，去建立起另外一種身份認同，以尋求團體中的支持與認同。匿名性使得透過電腦互動的人們，可以在與社會線索隔離的情況下，擁有免於被監督、被批判的安全感。這種隱私的感覺使他們覺得和他人在一起可以較不受壓抑，也使得表達不同意、批評、對抗的意見變得較為容易（Sproull & Kiesler, 1991:48-9）。

就資源動員理論的角度來看，傳播管道的掌握與資源的開發相當重要。電子報與討論區的功能，正可以達成這些運動需求，透過宣傳、討論、互動，有利於爭取第三者的同情，促其形成新的認同、開發潛在的運動參與者。而網路匿名的特性，正減少了參與者加入的風險，有利於邊緣認同的浮現（Myer, 1994）。對社會運動來說，網路的特性可以容許支持者在不實際接觸其他成員的情況下，維持對組織及活動的參與。這種型態的參與由於對成員來說相當方便，因此有助於提供社會運動與成員對此議題認同的集結（McAdam & Paulsen, 1997）。

網路匿名的效應，具有文化與符號上的意義，使得每一個在網路上塑造出來的身份，都是透過符號流動與詮釋，才得以維持或改變。這樣的符號互動過程，正是一種文化形塑的過程，使得每一個身份、每一個討論區都有屬於自己的文化特色，而這種文化的建構，便是構成網路上集體認同的重要基礎。

就新社會運動理論的角度來看，集體認同的建立，是行動者透過互動與協商，定義出屬於本身行動的目的、手段與環境，辨認出自身與環境的關係，包括環境對行動所提供的機會或限制為何的一個建構行動體系的過程。行動者透過人際網絡的互動，藉由對彼此發散的訊息的互相詮釋，建構出某種文化氛圍與集體認同，並將自身視為團體的一員，參與集體行動，這是一種社會建構的過程 (Melucci, 1988:331-2)。而網路的存在提供了「徵募網絡」這個集體行動的重要動員基礎。使得涉入的過程更加如意，也使個人所投資於集體行動的成本不致太高 (Melucci, 1988:339)。

由於網路本身具有解放的性格，其超越時空的集結能力，使得個人使用媒介溝通不再受限於時間與空間。一群人即使沒有同時同地集結，也可以透過電子郵件、討論區等功能達到類似面對面的效果。當一個人閱讀電子郵件，透過討論區與他人互動時，他能夠感染並影響彼此的情緒，並感受到自己也是群體的一員，與群體分享著相同的價值觀。網路開展了一個更多元、更具流動性的互動空間，形成了一種新的集結形式，這個新的集結形式，蘊藏了動員的可能。

網路溝通形式的彈性，對於發展出一個替代性的電子虛擬社群和人際網絡有重要幫助，電腦中介的溝通傳播形式，讓不同生活形態、不同獻身意願程度、不同工作及家庭負擔的人們都有參與的機會，並藉此凝聚成一個具有行動力的社區。在行動過程中，網路在招募資源、吸引外力支援的功能上，都扮演關鍵角色，對內可促成社群意識的凝聚，對外可連結與相關團體的合作 (Mele, 1999)。

網路科技具有及時互動、大量傳送、互動性強的媒介特質，提供了社運團體在形成共識、確認議題、發展行動計畫、對內聯繫、對外宣傳動員都比傳統媒體有更高的效率。而不受地理限制的虛擬空間特性，亦使得跨地域的運動聯盟與動員更為容易。但儘管如此，就社會運動而言，網路扮演的仍然只是配角，透過網路社運團體可以發聲、造勢、宣傳，但單靠網路並不足以成事，線下的抗爭活動才是社會運動的主角與重頭戲 (林鶴玲等, 2001a)。

就社會運動組織而言，網路的出現是資源的增加或僅是作資源的重分配，還視運動組織者的電腦技術而定，但網路開闢了另一條傳播訊息的管道，多少有利於其信念的傳送，殆無庸置疑。而就社會運動的參與者或旁觀者而言，網路由於其跨越時空、匿名等特性，便於個體的投入，這就積極意義而言，是節省了許多互動上的成本。但反過來說，網路的去社會線索，雖然可以讓個體因為感覺較不受監視，而能在享有安全感的情況下，表達意見，也能夠供個體以不用實際接觸其他成員的方式，大量降低其涉入過程的成本。但當個體透過網路，與其他社會運動訊息、成員接觸、互動時，他的隱身性卻是很高的，試想，如果一個人能夠讓作為一個隱形人的話，那麼他在互動過程中的真誠性、專注度與投入度，便不

禁讓人打了個問號。況且，個體參與虛擬社群的投資相對而言是較低的，因為在虛擬社群中，個體居無定所，沒有固定的資產、也不一定有對某地的歸屬感，所以選擇離開所需付出的代價也少。也就是說，一旦個體選擇抽身，由於先前僅是透過網路，甚至該說只是透過螢幕而來的參與，這種弱連結的「身體缺席式」的替代式參與，教人對如何確保個體成為 Althusser 口中反抗意識的意識型態載具感到憂心。

「微政治」(micro politics)說得好聽是網路改變了運動的場域，使其從外在的實體世界，進入到了居家的書房、客廳，但其中的團體規範如何形成，甚至凝聚成行動力，就只能被很唯心地決定。Homans 即指出，個體所隸屬的團體的規範，限制、約束了個體順服於眾多個體的行為，但問題並不是約束、限制的存在與否，而是個體對於其解釋的問題。也就是說規範從來不曾自動地能對個體產生束縛，而是個體的順從。當個體如此行為，乃是因為他知道順從將得到較大的利益(Homans, 1967:60)。搭便車的問題又再度地浮現。

陸、網際網路與社會運動（實然面）

社會運動動員的過程與組織的制度化網絡之間具有高度的關係，要資源與組織對動員產生作用，核心的動員組織便很重要；而潛在、暫時、異質的人際動員網絡，也很重要(Jenkins, 1983:527-53)。新社會運動提及的運動網絡可以應用在網路動員，網路的潛在、暫時、異質的人際網絡特質，潛藏的人際網絡與人力資源，可以透過社會運動組織加以動員，也可透過非正式的組織或網絡予以徵募。

以下將先回顧透過網路動員的案例，來討論網際網路與社會運動的實然面，道出其真實性與可能性，然後檢視不同類型的社會運動，依其運動特性發展出與網路應用的關係。最後將觀察聚焦在現階段的台灣，以媒介近用的觀點描繪網路族群的面貌，並進一步說明社會運動類型與網路動員的關係。

一、網路動員案例

透過電子郵件來進行集結與動員的例子如：1992 年底，美國一家以生產芭比娃娃而著名的美泰兒(Mattel)公司，推出一項新產品「Teen Talk Barbie」，也就是會說話的少女芭比娃娃，而這種娃娃所說的其中一句話是「數學很難」。這件事後來在一個女性科學工作者組成的虛擬社群「Syster」裡頭引起討論，她們認為這項產品不僅強化了女性不懂科學的刻板印象，也容易讓女學生對數學怯步。所以她們運用電子報散播這項訊息、討論行動的方式，更發起了抗議的活動，遊說許多專業組織及女性團體向該公司提出抗議，最後使得該公司承諾不再讓該款芭比娃娃說出那句話(Myers, 1994:250-60)。

利用討論區來進行集結與動員的例子如：美國北卡羅萊納州的黑人社區運動。在該州的 Jervay 社區，居民有百分之九十五都是黑人女性，而這個社區的建立和發展的過程的決定權一直掌握在當地白人政府當局手中。到了 90 年代，當局決定在該區進行重建，但該計畫內容卻引起居民爭議，使得住戶開始與官方展開長期的協商，然而由於雙方實力的懸殊，官方始終以上對下的態度，不願讓住民自決，不願將發展計畫加入職業訓練、托育、老人安養等措施。於是，自 95 年起，居民開始利用網路作為集體行動的工具，他們在線上蒐集各種關於住屋的資料，在相關討論區中介紹該社區組織，並要求技術協助，建立了全美第一個自己經營的社區網站。結果在多位專業人士與組織的建議與協助下，當地社區工作小組在網路上發展出自己的社區計畫，而居民在網上的努力，也受到官方的注意(Mele, 1999)。

國內的各種社會運動抗爭行動中，網路也被普遍用來動員群眾進行網下抗爭：如反美濃水庫的一系列活動中，美濃愛鄉協進會利用電子報散發消息，號召鄉民與支持者多次參加前往立法院的抗爭，以及後續到立法院監督審查的活動；以婦女新知基金會為首的婦女團體，透過崔媽媽電子報，號召支持者為在軍史館遭到軍人姦殺的高中生張富貞至國防部抗議（林鶴玲等，2001a）。相關研究整理發現，網路對於弱勢社群或社會運動組織的幫助，大致可分為五點：(1)提供資訊與多元觀點；(2)作為發聲管道，擴大參與討論；(3)透過網路尋求支持；(4)組織集結與成員聯繫；(5)實際幫助動員與推展運動（黃啟龍，2001）。當然，社會運動不能只靠網路作為唯一的抗爭場域，還必須有線下抗爭活動予以配合（林鶴玲等，2001a）。

二、網路與不同的社會運動類型

就社會運動上網而言，社會運動團體目前在網路版圖上的拓展仍相當有限，且網路作為社會運動媒介的效果會依運動的類型而異。這是由於不同的運動有不同的特質、訴求、資源與限制。進入個別運動來看，網路的匿名性提供出櫃壓力極大、缺乏社會正當性保護的同志社群，一個尋找自己人的工具和活動的社區（成忠一，1998：145）。像同志社群這樣容易為主流大眾媒體歧視扭曲的團體與訴求，就極需要網路匿名的特性來遮蔽、抵擋外界的砲火。所以網路使用對於同志運動而言，異於其他社運網路經驗的地方在於網路幫助建立了同志社區。由於同志運動參與者的高同質性，加上外界的龐大壓力，更強化了同志網路社區的內聚力，使得同志們在網路上的社區感比其他社會運動類型的參與者來得更強，且同志社群對社運網站的歸屬感也是最高的（林鶴玲等，2001a）。就現有研究發現，因認同或身份特質在實體社會中偏離主流標準而居於弱勢的運動類型，如同志運動、婦女運動等，相對而言在網路中有較被看好的發展潛力（李承翰，2000）。

婦女運動在網路使用上呈現了世代的差異，傳統的婦運由於早已建立起諸如雜誌社、基金會、民間團體這樣的關係網絡和訊息管道，所以通常以建制網站來作為宣傳、介紹組織的工具，較缺乏與外界的互動；而網路婦運者則是環繞著 BBS 站而形成的運動團體與社區，這些主要以公共論壇形式而起的成員，年紀輕且網路經驗豐富，但卻與傳統婦運無太大重疊，與傳統的婦運人士是完全不同的兩群人，使得兩者在網路的接觸、理論潮流、信仰的運動目標與策略到對一般生活態度、對事物的看法都有相當差異，如何結合兩者的力量以集結動員是一個難題（林鶴玲等，2001a）。由此也引起了一個問題，運動所要動員的對象，與網路的使用人口是不是同一群人？

原住民與工人運動在網路的使用上較不樂觀，雖然原住民急需藉由網路的使用以獲取更多的知識與教育機會，但無奈經濟條件的門檻、物質資源的極度匱乏，使得多數的原住民無法跨越接近使用網路的限制，成為被隔離於資訊之外的邊緣社區。原住民運動在網路上活動狀況的不活躍，是因為無法跨越技術門檻和經濟資源的極度匱乏，因而發生原住民網頁通常由漢人朋友編寫、維護，連會去上網閱讀的也多為漢人。至於工人運動，一方面因為經濟能力有限，一方面因為工作場域中人際互動已相當密集、生活閒暇不多，使得網路距離藍領工人的生活相當遙遠。根據既有的研究顯示，藍領勞工對於自己的認同性很強，通常會自行組成工會，要動員、吸收每一個會員，通常都是透過面對面的接觸，也唯有直接到工廠裡向工人解釋，才有可能將人拉進來，而白領階級由於缺乏勞工意識，更是難以組織動員。因此網路對於工運來說，主要是形成對外發言的管道，而非對內動員。就目前台灣社運上網的經驗，社會運動在網路上最常用運用的似乎還是網路的聯繫功能，至於以虛擬空間作為社運的後勤支援、運動徵募則顯得有些不足（林鶴玲等，2001a）。

網路對於社會運動的幫助，可能促使社運團體資源的拓展，也可能僅是資源的重配置，像「原報」一上網，平面版的「原報」就停刊。從這一點來看，社運上網有時候並不是在傳統的社運形式之下另闢新途，也不一定能開拓社運的版圖。在資源極度困窘的條件之下，社運上網還意味著一種此長彼消的社運資源分配，以及運動策略的改變。即使有時候雖然透過網路宣傳，能夠解決社運團體本身的資源不足，節省運動者的推廣成本，但接收端的運動對象卻必須負擔閱讀的成本，這使得運動對象的基本經濟條件不能太差（林鶴玲等，2001a）。

總之，社運團體若能在網路上的結盟，不僅可以壯大聲勢，避免社運資源的分散及浪費，降低共同的營運成本，也可以放大單一社會運動的宣傳與動員力量。網路社運橫向連結的現象，不僅出現在運動與運動之間，也出現在運動的組織與組織之間。這也使得不同類型社運團體在網路上所形成的運動社區，有時候關係還比同類社運團體之間的關係更為親近（林鶴玲等，2001a）。

三、人權運動 vs 中產階級 vs 網路族群

80年代以來，與人權相關的運動有原住民人權運動，教師人權運動，政治受難者人權運動（蕭新煌，1990a）、司法改革運動，以及「蘇建和案」，其中尤以後三者為人權運動的重心。除了社會運動本身的受害者之外，中產階級由於其理性化與人道主義的性格，亦常現身其中。這是由於社會經濟生活的富裕化與多元化，使得中產階級有餘力從事社會運動，並且因為其身為新生階級的極大不安全感，為鞏固其現有地位，乃百般設法維持既有利益，透過力爭發言權，而廣泛結社以致涉入社會運動成了必然而有效的途徑。台灣中產階級具有：政治的現實感、經濟的高度消費與社會的結社性格等特色，因此，一方面支持維護有現有的現況，一方面卻又有強烈尋求改革的傾向（張曉春，1990）。

中產階級的面貌可分為：以技能、學歷、文憑、專業知識為取向的事業及管理人才的新中產階級和以資本、商業活動為主，身份為自營小店東、自雇作業者的舊中產階級（蕭新煌，1990b）。但一般而言，中產階級擁有中等以上的收入及相當程度的教育程度，並從事非勞力性的工作（瞿海源，1985）。

要探知社會運動透過網路所能造成的影響，得先回顧是誰在網際網路這個空間裡頭，具有怎樣的特質與使用習慣。根據蕃薯藤 2002 年所做的「2002 台灣網路使用調查」顯示，網路的使用人口中，依職業別，以學生為最多，佔 29%，是最主要的網路人口群。以學歷來說，大學程度為最多，佔 43.1%，專科程度佔 26.2%，研究所以上者佔 9.7%，也就是說大學學歷以上者共佔了 52.8%。至於年齡層以 20~24 歲及 25~29 歲為最多（分別佔 29.2% 及 26.2%），其次是 30~34 歲佔 16.8%，也就是說 20~30 歲是最主要的年齡層，共佔了 55.4%。就使用者的居住地而言，大台北地區即佔了 41.3%，為主要的集中地（蕃薯藤，2002）。

根據同一項調查，多數人將網際網路作為資料搜尋的媒介，或是將網路視為娛樂消遣的工具，少有人注意到社會運動的相關網站或消息。網路使用者最常進行的活動前五項依序為：使用搜尋引擎(28%)、通信(17%)、瀏覽新聞(13%)、下載軟體(7%)和聊天交友(5%)；在訂閱電子報的人口(77%)中，圖書資訊最多(60.1%)，其次為理財(28.9%)，第三為新聞(25.8%)，社會運動類在所有的 16 個類別中排行第 14，只有 4.5% 的電子報人口訂閱社會運動類的電子報（蕃薯藤，2002）。

這些數據反映了虛擬世界的網民輪廓：都會區、年輕、中高教育程度，可見台灣現階段的網路使用仍存在教育程度、年齡、區域等隔閡。學生和擁有知識的管理或專業人員，是上網的主要族群，這是因為一方面學生與專業者的結構位置，在時間與經濟資源上較有餘裕；再者是兩者對於網路的接觸頻繁，再加上擁

有一定程度的電腦技能做為網路傳播的基礎。如果要藉由網路作為社會運動的媒介，可能只有部分能接近網路的人能成為社運訊息傳遞與互動的對象，而這種網路人口組成的特性，必然會影響到網路運動社區的形成與網路經營社會運動的潛在能量，而這樣的網路族群面貌，卻又與人權運動所欲動員的對象——中產階級有所神似。

不可諱言的，目前資訊科技使用仍面臨一定的經濟、年齡與資訊能力等門檻，在網路社會中，掌握了資訊就等於掌握了權力，因此以中產階級或知識份子為主的教育改革、環保議題、人權議題，參與者有能力極快地接收到最新的資訊科技知識，而且也屬於社會中的資訊菁英階級，所以在虛擬空間中受到矚目的程度也相對較高（李承翰，2000）。

四、小結

綜上所述，相關理論與研究揭示了台灣人權電子報蘊含了閱聽人對社會運動認同、集結與動員的能量，亦說明了許多變項與變項間的相關性。就閱聽人的輪廓方面，可能如新社會運動理論所強調的，呈現了階級的多異性；也可能如台灣社運實務面所觀察到的，呈現了中等以上收入、相當教育程度、從事非勞力工作的中產階級面貌。

閱聽人會使用台灣人權電子報與參與社會運動的原因，可能是認知解放所提及的不公平感，或有過什麼不公平的遭遇。他們對於電子報的信任感，影響著對電子報的使用行為及其在虛擬社群裡頭的互動行為。而對電子報的信任與否，又受到自身先前對社會運動的涉入所影響。

在使用台灣人權電子報方面，使用者如果是高時數的使用行為，就愈有可能參與虛擬社群的討論與互動。而在虛擬社群，也就是在討論區上的與人互動程度，又和形成其認同、歸屬感有著高度相關。無論是認知解放、生存心態、信任感、涉入度或是虛擬社群裡的人際互動，都深深牽動著對電子報繼續閱讀的意願、線下與人就社會運動議題互動的程度、對虛擬社群的歸屬感以及參與社會運動的可能。

第三章 研究方法

本研究以「資源動員理論」、「新社會運動理論」，輔以相關閱聽人研究為理論基礎，探討閱聽人閱讀電子報的動機、行為及其社會運動參與的相關性。本章共分四節，第一節提出研究架構與問題，第二節敘述本研究所採用的操作型定義、第三節陳述研究設計、第四節說明統計分析方法的運用。

第一節、研究架構與研究問題

依據本研究的研究問題，以及相關文獻探討，描繪出本研究的研究架構如下：

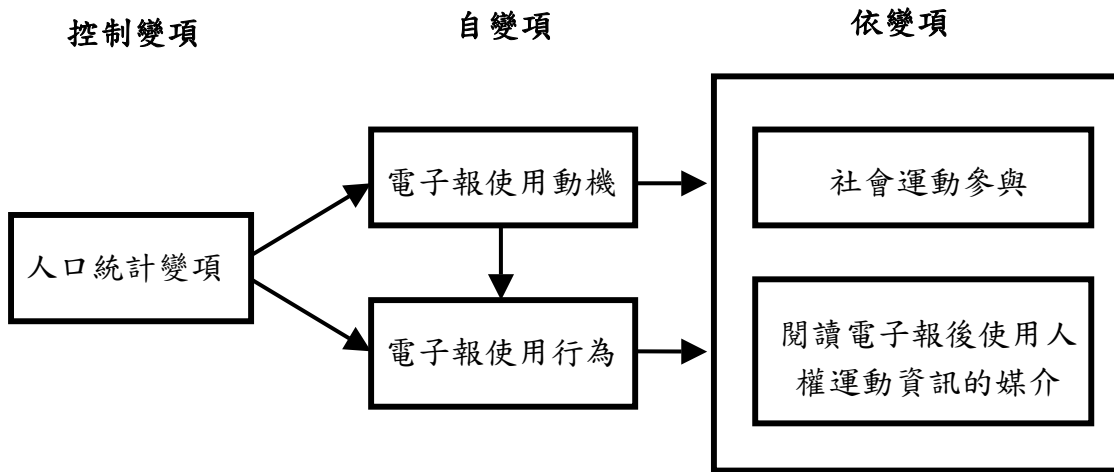


圖 3-1：本研究的研究架構

在前一章，分別說明了社會運動理論、網際網路與社會運動間的關連，以及影響電子報使用的因素。以下茲就本研究的研究動機、文獻探討發現，以及研究架構，擬出本研究的研究問題如下：

1. 使用者的哪些動機會影響到其使用行為？
2. 使用者的哪些動機會影響到其對社會運動的參與？
3. 使用者的哪些動機會影響到其閱讀台灣人權電子報後使用人權運動資訊的媒介？
4. 使用者對台灣人權電子報的使用行為是否影響其對社會運動的參與？
5. 使用者對台灣人權電子報的使用行為是否影響其閱讀台灣人權電子報後使用人權運動訊息的媒介？
6. 社會運動參與行為之間如何相互影響？

第二節 操作型定義

本研究參酌電子報及媒介的相關文獻，大量採用李克特量表(five-point Likert Scale)進行問卷的編製。問卷分為五個部分，分別為(1)電子報的使用動機；(2)電子報的使用行為；(3)社會運動參與；(4)閱讀電子報後對使用人權運動資訊媒介的影響；(5)電子報使用者的人口統計變項特徵。以下說明本研究所用名詞的操作型定義。

壹、電子報的使用動機

使用動機的部分共有 13 題，均採用李克特量表，以「非常同意」、「同意」、「普通」、「不同意」、「非常不同意」等五個等級來測量使用者對問題的同意度。為方便使用者填答，第 10、11 題選項字眼改為「總是參加」、「經常參加」、「有時參加」、「很少參加」及「未曾參加」。使用者依提示，在每題的選項中勾選出一個最適當的答案，非常同意為 5 分、同意為 4 分、普通為 3 分、不同意為 2 分、非常不同意為 1 分。

其中 1 至 7 題為一般動機面向；第 8、9 題為信任感面向；第 10、11 題為社會運動涉入度的面向；第 12、13 題為參與社會運動及認知解放的動機面向。題目如下：

1. 台灣人權電子報讓我方便找尋有關社會運動的訊息？
2. 台灣人權電子報讓我即時得知社會運動的最新訊息？
3. 台灣人權電子報讓我想更深入接觸社會運動訊息？
4. 台灣人權電子報讓我可以接觸到全球的社會運動資訊？
5. 台灣人權電子報的內容，很符合我的需求？
6. 閱讀台灣人權電子報可增加我和同事、朋友間的談話資料？
7. 閱讀台灣人權電子報幫助我瞭解社會運動事件？
8. 我很信任台灣人權電子報上的資訊？
9. 當台灣人權電子報裡的人權運動訊息與大眾傳播媒體報導抵觸時，我會相信台灣人權電子報？
10. 我曾經參加過關於社會運動的讀書、討論會？
11. 我曾經參加社會運動的示威遊行？
12. 我認為社會上是不公平的？
13. 我曾經遭遇到不公平的待遇？

貳、電子報的使用行為

使用行為的部分共有 10 題，除第 14、25 題採名目標尺外，部分題目採用李克特量表，分為「非常同意」、「同意」、「普通」、「不同意」、「非常不同意」等五個度數測量使用者的同意度，非常同意為 5 分、同意為 4 分、普通為 3 分、不同意為 2 分、非常不同意為 1 分。其餘部分題目依題意，設計成等距以上標尺的選項。

第 15 題選項為「六個月以內」、「六個月至一年」、「一年至一年半」、「一年半至二年」、「二年以上」；第 17 題選項為「五分鐘以內」、「五至十分鐘」、「十至十五分鐘」、「十五至二十分鐘」、「二十分鐘以上」；第 19 題選項為「從未」、「1 次」、「2 次」、「3 次以上」；第 20 至 24 題選項為「三十分鐘以下」、「三十分鐘至一小時」、「一小時至一小時半」、「一小時半至二小時」、「二小時以上」。

其中第 14 至 17 題為台灣人權電子報的使用行為面向；18、19 題為使用者參與討論區，也就是虛擬社群互動的面向；20 至 24 題為媒介偏好的面向；25 題則為社會運動傳播管道的面向。題目如下：

14. 閱讀台灣人權電子報的同時，我也閱讀下列網站或電子報？（複選）
- (1) 藍色東港溪保育協會網路通訊、
 - (2) 美濃愛鄉協進會網路通訊、
 - (3) 伊甸南望電子報、
 - (4) 家扶基金會電子報、
 - (5) 崔媽媽網路通訊
 - (6) 人本教育基金會、
 - (7) 上班族電子報、
 - (8) 勞動者電子報、
 - (9) 南方電子報、
 - (10) 破周報、
 - (11) 台灣立報、
 - (12) 生命力公益新聞網、
 - (13) 傳播學生鬥陣電子報、
 - (14) 媒體觀察電子報（以上為電子報同由智邦生活館發行）、
 - (15) 中國人權協會、
 - (16) 民間司法改革基金會網路通訊、
 - (17) 女性權益促進會、
 - (18) 國際特赦組織中華民國總會、
 - (19) 終止童妓協會、
 - (20) 台灣環境保護聯盟、
 - (21) 環境資訊電子報
 - (22) 法爾街線上法律書店（以上與台權會網站有連結）、
 - (23) 苦勞網、
 - (24) 中時電子報、
 - (25) 聯合電子報、
 - (26) 自由電子新聞網、
 - (27) 東森新聞報、
 - (28) 新新聞電子報、（以上為國內著名電子報）、
 - (29) 其他_____
15. 我已訂閱多久的台灣人權電子報？
16. 我都很專心地閱讀台灣人權電子報？
17. 我每週花費多久時間閱讀台灣人權電子報及台灣人權促進會網站？
18. 除了閱讀台灣人權電子報外，我也經常閱讀台灣人權促進會網站的討論區？
19. 我曾經在台灣人權促進會網站的討論區發表或回應文章？
20. 請問您平均每天花費多少時間收看電視？

21. 請問您平均每天花費多少時間收聽廣播？
22. 請問您平均每天花費多少時間閱讀雜誌？
23. 請問您平均每天花費多少時間閱讀報紙？
24. 請問您平均每天花費多少時間上網？
25. 請問您最常從下列何種媒介得知人權運動資訊？
 - (1)人際傳播、(2)電視、(3)廣播、(4)雜誌、(5)報紙、(6)電子報及網站
 - (7)傳單/郵寄品、(8)其它_____

參、社會運動參與

依變項共有兩個部分，此為第一個部分。共有 10 題，除第 32、40 題選項為「從未」、「1 次」、「2 次」、「3 次以上」外，其餘題目採用李克特量表，分為「非常同意」、「同意」、「普通」、「不同意」、「非常不同意」等五個度數測量使用者的同意度，非常同意為 5 分、同意為 4 分、普通為 3 分、不同意為 2 分、非常不同意為 1 分。

其中第 31 至 33 題為先前對社會運動參與的面向；34、35 題為集體認同「認知」的面向；36 題為集體認同「積極關係」的面向；37 題為集體認同「情感投注」的面向；38、39 題為社會運動理論「動員」及共識動員中「行動動員」的面向；40 題為社群的持續參與面向。題目如下：

- 31 請問您參加過幾次的示威遊行？
32. 我曾經購買台灣人權促進會的出版品？
33. 我曾經捐款給台灣人權促進會？
34. 開始閱讀台灣人權電子報以後，我更廣泛地接觸社會運動訊息？
35. 我認為台灣人權電子報有助於社會運動抗爭理念的傳播？
36. 開始閱讀台灣人權電子報以後，我認識了更多有志於社會運動的朋友？
37. 我有身為台灣人權電子報一份子的認同感？
38. 開始閱讀台灣人權電子報以後，我實際參與了更多的社會運動事件？
39. 我可能會因為台灣人權電子報的動員而參與社會運動？
40. 總體來說台灣人權電子報讓我想繼續閱讀？

肆、閱讀台灣人權電子報後對使用人權運動資訊媒介的影響

此部分共有 5 題，均採李克特量表，分為「增加很多」、「有增加」、「一樣」、「有減少」、「減少很多」等五個度數測量使用者媒介偏好的增減程度，增加很多為 5 分、有增加為 4 分、一樣為 3 分、有減少為 2 分、減少很多為 1 分。如下：

26. 請問您開始閱讀台灣人權電子報以後，自電視接觸人權運動資訊的情形如何？
27. 請問您開始閱讀台灣人權電子報以後，自廣播接觸人權運動資訊的情形如何？
28. 請問您開始閱讀台灣人權電子報以後，自雜誌接觸人權運動資訊的情形如何？
29. 請問您開始閱讀台灣人權電子報以後，自報紙接觸人權運動資訊的情形如何？
30. 請問您開始閱讀台灣人權電子報以後，自其他電子報及網站接觸人權運動資訊的情形如何？

伍、電子報使用者的人口特徵

本研究採用的人口統計變項包括：性別、年齡、最高學歷、職業別、職位、月收入、居住區域、政黨傾向、婚姻狀況、是否願意接受進一步的訪問或調查、電子郵件信箱等共 11 個變項。其中前 9 項為人口統計變項，採用名目標尺測量，後兩項則作為可能的進一步研究的參考及確認受訪者身份使用。分述如下：

41. 性別：分為男與女兩個選項。
42. 年齡：採 5 歲為一區隔，共分為 15~20 歲、21~25 歲、26~30 歲、31~35、36~40 歲、41~45 歲及 45 歲以上等 7 個選項。
43. 最高學歷：受訪者目前所受過的最高學歷，正式就學者，雖未畢業，仍以該學歷記之，如大學生即填答「大學」。共分為小學以下、國中、高中/職、大專/學、研究所以上等五個選項。
44. 職業別：分為農林漁牧礦、工業（含製造業、營造業）、商業（含金融、保險業）、軍公教、服務業、媒體工作者、學生、家庭主婦、退休或待業中及其他等 10 個選項。
45. 職位：分為老闆（自營商）、管理階層、受雇者、無等四個選項。
46. 月收入：分為無收入、10000 元以下、10001~20000 元、20001 元~ 30000 元、30001 元~ 40000 元、40001 元~ 50000 元、50001 元以上等 7 個選項。
47. 居住區域：指使用者目前居住的地區，為因應網路世界可能存在的數位落差，本研究將台北市、台中市、高雄市三個都會區獨立出來，因此共分為台北市、台北縣、北部（含基隆、桃園、新竹、苗栗）、台中市、中部（含台中縣、彰化、雲林、嘉義、南投）高雄市、南部（含台南、高雄縣、屏東）、東部（含宜蘭、花蓮、台東）、金馬地區及離島（含澎湖、綠島）等 9 個選項。
48. 政黨傾向：根據目前政黨政治發展，並突顯較可能關心人權發展的政黨，

如綠黨，分為民進黨、國民黨、親民黨、新黨、綠黨、建國黨、台灣團結聯盟、無政黨傾向、其他等 9 個選項。

49. 婚姻狀況：分為已婚及未婚兩個選項。

50. 是否願意接受進一步的訪問或調查：為提供可能的進一步研究的參考，增列本題，分為非常願意、願意、看情況、不願意等 4 個選項。

51. 電子郵件信箱：為便利可能的進一步研究及確認受訪者身份，增列此一填充題，需要使用者自行填入電子郵件帳號。

第三節 研究設計

本節共分三個部分，先說明網頁架設的過程，其次為資料收集的過程，然後列舉本研究所採用的全球資訊網調查法的優缺點。

壹、網頁架設

問卷於 2002 年 3 月 22 日定稿後，即展開網頁編輯的作業。在硬體的架設上，借用世新大學公共關係暨廣告學系的網站，將網路問卷的檔案放置在 <http://192.192.152.197> 的網路節點上，由於該網站伺服器具有防斷電系統，加上利用台灣學術網路 24 小時不斷線的優點，可以讓受訪者隨時回答問卷。

軟體架設方面，問卷的位址在 http://pc.shu.edu.tw/qanda_a/index.asp。問卷網頁的撰寫採用 ASP(Active Server Pages)系統，這是一套由微軟所開發出來，能夠產生動態、互動性與高效能的網站應用程式。使用 ASP 不用擔心客戶端的瀏覽器是否支援，因為 ASP 所送出的網頁是標準的 HTML 格式，一般電腦均能夠開啟 (<http://aspnet.ptjhs.chc.edu.tw/jacky/asp/aboutasp.asp>)。然後搭配套裝軟體 Access 的資料庫功能，將受訪者所填答的資料，直接依照事前的編碼方式完成編碼，並儲存於問卷所架設伺服器的資料檔中。

貳、資料收集

本研究的資料收集從 2002 年的 3 月 26 日到 4 月 9 日共計 15 天。截至 3 月 26 日第一次寄發問卷為止，台灣人權電子報的訂戶共有 5352 位，這些使用者即為本研究的研究對象。為求有效地接觸到台灣人權電子報的訂戶，本研究在台灣人權促進會工作人員的協助下，由台權會以電子郵件的方式，直接在其智邦生活館的發報平台寄發本問卷的相關說明及超連結，訂閱戶可由電子報的超連結處點選，連結至本問卷的網頁。

在 15 天的收集期間內，台權會共向其所有的電子報訂戶發出 5 封邀請填寫問卷的電子郵件。其中 4 封是專門為邀請電子報使用者填寫本問卷而設計；另一封為台權會每兩週一次的例行發報，問卷的相關資訊夾於該期電子報中。本研究在資料收集期間均保持網路系統全天開機的狀態供受訪者填寫問卷，共計回收了 281 份問卷。

問卷資料需要經過篩選與整理，第一步將資料依電子郵件帳號排列，以目視的方式過濾，剔除了 5 份相同電子郵件帳號的重複問卷，剩下 276 份問卷。然後就未填寫電子郵件帳號的 38 份問卷中，比對其寄送日期及填寫內容，尤其檢查

問卷中有 5 題可填寫「其它」選項的地方，是否有重複填寫的內容。但此處並無發現，有效問卷仍為 276 份，有效樣本比率為 98.2%。

一般產生無效問卷的原因為：(1)空白問卷；(2)重複問卷；(3)不完整問卷；(4)問卷中出現不可辨讀的字（張一帆，1997）。在本研究問卷中的選項裡頭，除了第 14、44、48 三題詢問是否也閱讀其他網站或電子報、職業別、政黨傾向外，均對作答的選項作了預選，因此方便重複問卷的檢查，也有效降低了不完整問卷的份數。

參、全球資訊網調查法的優缺點

全球資訊網調查法和傳統的問卷調查最大的不同，在於問卷是以軟體程式撰寫成網頁形式後，放在網站的伺服器內，來蒐集受訪者的回應。受訪者必須直接連結上該網頁所放置的網站，利用瀏覽器來讀取問卷，在線上回答自己的個人基本資料、使用行為等資料以完成問卷的填寫（周倩、林華，1997；施喬靜，1997）。全球資訊網的圖形化介面，只要利用滑鼠即可作答。回收後的問卷可以完全由電腦進行編碼、過濾的工作，相較電子郵寄問卷、傳統電話調查、面對面訪談、或郵寄問卷所需的人力和時間，都較為經濟。

全球資訊網調查法與傳統調查法相較，具有問卷回收速度快、低成本、高回應率、無調查時間限制、收集大量樣本等優點，但在抽樣及信度上則是其弱點（許峻彬、陳世敏，1998）。若與電子郵件調查法相較，研究發現問卷的進行方式不僅對整體回收績效有顯著的影響，對回收率、回收速度、問卷填答的完整率以及開放式問題的填答率也都顯著影響，結果顯示全球資訊網調查法亦較電子郵件調查法為更有效（施喬靜，1997）。

周倩、林華（1997）亦指出網路問卷調查的優點在於回收速度快，可以節省印刷、郵資成本與紙張的耗費，而調查也不受時間限制，尤其在跨國際的調查研究上。其次，受訪者回答問卷的時間較具彈性，網路問卷還可以作互動的設計。但也有樣本涵蓋性的限制、技術問題、人為因素、對電腦網路知識與技巧的要求等，都可能影響問卷的回收率與有效性。

施依萍（1997）指出，宣傳管道的政策及宣傳方式對問卷調查回收的數量會產生影響。此外，連結節點的選擇以及連結的位置也都可能影響調查研究的結果。陶振超（1996）研究發現，以全球資訊網為調查工具，在回答問卷的難易度、資料蒐集或回收資料的處理上，都遠叫其他調查方法為優，但因為無法進行隨機抽樣，所以問卷的代表性受到限制。

要解決樣本代表性的問題，只能透過鼓勵使用者回答問卷，以增加樣本數及增大樣本的歧異度來處理受訪者自我選擇的問題，以減少因母體建立不完全所造成的偏誤，提高調查結果的可信度（喻正翔，1998）。但即使是透過增加問卷的數量，來減少非隨機抽樣的誤差，也只能減少涵蓋性的偏差，並無法解決特質上的偏差，因為志願填寫問卷的回答者，具有非常高的同質性（蘇蘅，吳淑俊，1997）。這是由於目前所有進行網路調查的受訪者，原則上都不是隨機樣本，所以在統計分析與對母體的推論上，可能會有系統性的偏誤，因此在解讀分析結果時，應更為謹慎，不宜對統計分析結果過度解釋（吳齊殷，1998）。

綜上所述，全球資訊網調查法優點為：(1)降低人力、時間及成本：在資料收集與問卷回收的處理上，都是以電腦進行，大大提高了效率，也節省了人力、時間及經費。而且運用大學校園的學術網路進行調查，可以利用其 24 小時不斷電的優點，使受訪者填寫問卷不受到時間的限制；(2)提高編碼及作答的正確性：在回收資料的整理與過濾上，資料轉換工作不易出錯，避免了人工編碼所可能發生的錯誤，可以就問卷內容進行核對，以提高結果的正確性。且全球資訊網調查可透過程式的設計提供具結構性的答題格式，設定預選選項或跳答的機制，減少無效問卷及答錯的機會；(3)即時掌控進度：以電腦資料庫接收資料，可在研究過程中隨時監控回收的進度，用以彈性延長或縮短資料收集的時間，或多作幾次問卷的催收；(4)提高受訪者的回答意願：受訪者以滑鼠點選作達、操作容易，且網路調查可透過多媒體的優勢，呈現豐富的文字與圖形、聲音等訊息，讓問卷的填寫方便。

缺點則有：(1)研究題目與調查對象的受限：由於問卷的回答必須使用網路，但目前網路的普及率仍不若媒介來得高，因此調查研究的主題與對象受限於網路使用的特定族群；(2)樣本不具代表性：由於受訪者的自我選擇，因此不能進行抽樣，只能被動地等待使用者填寫問卷。加上受測者的自我選擇程度偏高，樣本在某些特質上會有非常高的同質性，容易造成研究結果的偏誤，使得收集到的資料僅能用以描述樣本的情況，無法推論到母體，而減低了研究的價值；(3)問卷的有效性：重複填答是難以避免的，雖然可以用身份證字號或電子郵件帳號來控制，但仍無法防止有心人士的冒用。

第四節 統計分析方法

本研究採用統計軟體 SPSS for Windows 8.0 版本進行資料分析，共使用到以下五種統計方法：

1. 次數分配(frequency distribution)：利用次數分配，計算每個變項內的數值與百分比，描述各變項的分佈情況，主要用以說明人口統計變項、使用行為及社會運動參與情形。
2. 因素分析(factor analysis)：從眾多變項中，抽取若干相同的因素，目的在於簡化複雜的情況。本研究針對使用動機變項進行因素分析，以抽離出不同種類的使用動機因素，採用主要成份分析法(principal component analysis)，將所有變項的數值轉化回標準值，採用最大變異量(varimax)，以特徵根值大於 1 者為萃取共同因素的標準。
3. 變異數分析 (ANOVA, analysis of variance)：主要目的在控制一個或多個自變項，以瞭解這個或這些變項對於單一變項的效果。用以探討人口統計變項的不同是否會造成與其他變項之間的差異。並以多重事後比較的雪菲法(Scheffe)考驗人口統計變項中每一個變項的組間及組內平均數，用以發現是否有任何兩組的平均數達到顯著差異。在變異數分析及雪菲法中，顯著水準的值在.05 以下表示有顯著差異。
4. 皮爾森積差相關(Pearson' s product-moment correlation)：探討兩變項間關係的強度，本研究用於探討台灣人權電子報使用動機與行為間的關係，以及使用動機、使用行為分別與依變項的關係。在相關分析中，顯著水準的值在.05 以下，相關係數即可採信。
5. 淨相關(partial correlation)：在探討兩個連續變項之間的關係時，利用控制的方法，將可能影響這兩個變項的第三個變項效果排除，所得到的純淨相關，表示兩個變項間的關連強度。本研究用以探討在皮爾森積差相關中顯示有相關的兩變項，排除人口統計變項影響之後的淨相關係數是否仍具顯著程度。

第四章 資料分析

本章主要呈現資料分析的結果，共分為四小節。第一節為樣本結構，也就是電子報使用者的人口統計變項、使用行為、社會運動參與及閱讀台灣人權電子報後使用人權運動資訊媒介的描述；第二節使用因素分析的方法，將 13 個使用動機題項抽取共同因素，以瞭解電子報使用者的使用動機；第三節是人口統計變項與使用動機、使用行為及社會運動參與的變異數分析；第四節為使用動機與使用行為間及使用動機與使用行為分別與社會運動參與及閱讀台灣人權電子報後使用人權運動資訊媒介的相關性分析。

第一節 樣本結構

這一節根據描述性統計中的次數分配 (frequency)，對台灣人權電子報使用者的面貌、使用行為、閱讀台灣人權電子報後對社會運動的參與及使用人權運動資訊媒介的影響進行描述。

壹、人口統計變項

哪些人使用台灣人權電子報？

本研究的人口統計變項部分共計 11 題，茲就前 9 題（詳細數據見附錄五），分別與台權會本身透過智邦生活館所掌握的訂戶資料及蕃薯藤 2002 年調查做比較。最後兩題則作為可能的進一步研究的參考及確認受訪者身份使用。

台權會掌握的訂戶資料中，僅有性別、年齡、教育程度、居住區域四項，數據先扣除訂戶填寫資料時不願填答的人數，再直接以有填答的人數為分母，依百分比呈現之。

一、性別

在 276 份有效樣本中，女性比男性為多，而且兩者比例接近。女性為 156 人，佔 56.5%；男性則為 120 人，佔 43.5%。台權會掌握的訂戶資料為男性佔 57.9%，女性佔 42.1%，顯示女性填答問卷意願較高。在蕃薯藤 2002 年的調查中，男性佔 49.6%；女性佔 50.4%（蕃薯藤，2002），此部分與網路使用人口變化的趨勢相吻合。

二、年齡

受訪者以年輕人為最大宗，21-30 歲的受訪者總和即佔了 7 成。其中以 21-25

歲最多，有 103 人，佔 37.3%；其次為 26-30 歲，有 90 人，佔 32.6%；31-35 歲有 40 人，佔 14.5%；36-40 歲及 41-45 歲均為 14 人，各佔 5.1%；15-20 歲及 45 歲以上的使用者則都不到 5%。就台權會資料來看，也以 21-25 歲為最多，佔 36.4%；其次為 26-30 歲的 26.0%；31-35 歲者佔 12.9%，兩者間有極高的一致性。與蕃薯藤 2002 年調查的數據，20-24 歲佔 29.2%；25-29 歲佔 26.2% 及 30-34 歲佔 16.2%（蕃薯藤，2002），亦相當吻合。

三、最高學歷

受訪者的教育程度分佈，呈現了高學歷的傾向。以大專或大學程度為最多，有 170 人，佔 61.6%；其次為研究所以上程度，有 80 人，佔 29.0%；再者為高中或高職程度，有 19 人，佔 6.9%；國中程度最少，僅 7 人，佔 2.5%。台權會數據以大專或大學為最多，佔 55.5%，其次為研究所以上，佔 24.7%；高中/職佔 12.8%；國小以下程度者為 3.6%。蕃薯藤 2002 年的調查，大專或大學佔最多，有 69.3%；其次是高中/職的 18.2%；研究所以上程度的 9.7%；以及國中程度的 2.1%；國小以下程度的 0.7%（蕃薯藤，2002）。三者相較，本研究受訪者的學歷與台權會的數據非常相近，卻明顯較蕃薯藤的調查來得高些，尤其是研究所以上程度的高水平知識份子，多出了近兩成，顯示受訪者符合中產階級具有一定教育程度的特徵（瞿海源，1985）。

四、職業

受訪者職業以學生為最多，這也是當前網路使用調查普遍的特徵，其次為軍公教及服務業，三者的總和超過了 7 成。其中學生佔 37.3% 為最大宗；其次為軍公教，佔 17.0%；服務業佔 16.3%；工業佔 10.5%；其餘職業所佔比例則偏低，媒體工作者及退休或待業中均佔 5.8%；商業（含金融、保險業）佔 5.1%；家庭主婦佔 1.4%；其他職業佔 0.7%；農林漁牧礦者為 0%。蕃薯藤 2002 年調查為，學生最多，佔 29.0%；服務業佔 21.0%；軍公教佔 11.0%；工業（含製造業、營造業）佔 16.0%；其他佔 8.0%；商業（含金融、保險業）佔 7.0%；退休或待業中佔 4.0%；媒體工作者佔 2.0%；家庭主婦佔 2.0%；及農林漁牧礦佔 0%（蕃薯藤，2002）。本研究與上述調查大致相同，不過，學生的比例多了 8.3%，而工業人口少了 5.5%，顯示受訪者從事勞動性的工作比例極低，僅約 1 成，符合中產階級多從事非勞力性工作的特徵（瞿海源，1985）。

五、職位

受訪者以沒有職位，也就是不屬於老闆、管理階層或受雇者的比例最高，而自己擔任老闆或自營商的比例最低。其中，沒有職位的受訪者佔 46.7%；受雇者佔 35.9%；管理階層佔 12.7%；老闆或自營商佔 4.7%，顯示身份為自營小店東、自雇作業者的舊中產階級比例極低。蕃薯藤 2002 年的調查為無職位者佔 43.0%；受雇者佔 43.0%；管理階層佔 11.5%；老闆或自營商佔 3%（蕃薯藤，

2002)，兩者有很高的一致性。

六、月收入

由於受訪者中，學生的比例相當高，因此在收入的分佈上，反映出年齡與職業所呈現的特性，絕大部分的受訪者收入在 20000 元以下。其中，無收入者為最多，佔 29.7%，加上 10000 元以下的 14.1% 及 10000~20000 元的 8.0%，合計收入在 20000 元以下者佔了 41.8%，這是受訪者多為學生的緣故。其次，收入不高的 20001~30000 元，佔 17.0% 也和年齡也關係。蕃薯藤 2002 年調查顯示，月收入在 15000 元以下者佔 29.4%；15001~25000 元者佔 10.1%；25001~35000 元者佔 15.2%；35000~45000 元者佔 12.3%；45001 元以上者佔 17.5%；不方便回答者佔 16.5%（蕃薯藤，2002），兩者數據相當吻合。

七、居住區域

受訪者的居住區域以北台灣為主，共佔了 74.6%，呈現高度的集中。其中台北市佔 39.5% 為最多；其次為台北縣佔 23.9%；包含了基隆、桃園、新竹、苗栗的北部，佔 11.2%；中南部及東部、離島的受訪者合計只有 1/4。台權會數據僅分北、中、南、東區四區，依序為北部佔 61.2%；中部佔 18.4%；南部佔 17.9%；東部佔 2.5%。蕃薯藤 2002 年的調查為，台北市佔 19.9%；台北縣佔 21.4%；北部地區佔 15.7%，合計北台灣佔 57%（蕃薯藤，2002），與之相較，本研究的受訪者呈現更明顯的都會色彩。

八、政黨傾向

受訪者的政黨傾向呈現了高度的去國民黨化與去親民黨化，僅 10.5% 為泛藍傾向。受訪者中，以無政黨傾向者為最多，佔 50.4%；其次為民進黨的 30.1%，泛綠的受訪者約為泛藍受訪者的三倍。另外，為突顯較可能關心人權發展的政黨，問卷結果顯示許多小黨也有支持者，綠黨有 8 人，佔 2.9%；建國黨有 7 人，佔 2.5%；台灣團結聯盟有 8 人，佔 2.9%，具一定的可見度。

九、婚姻狀況

受訪者以未婚佔大多數，為 78.6%；已婚者為 21.4%。對照蕃薯藤 2002 年調查，未婚佔 73%，已婚佔 27%（蕃薯藤，2002）而言，兩者數字極為相似。

十、接受進一步訪問或調查意願

受訪者中願意及非常願意接受進一步訪問或調查者佔了 42.7%，看情況者佔 41.7%，不願意者佔 15.6%。而受訪者填寫電子郵件帳號者有 238 人，佔 86.2%；未填者 38 人，佔 13.8%（見表 4-1）。對照受訪者接受進一步訪問或調查的意願，呈現微幅遞減的趨勢。

表 4-1：接受進一步訪問或調查意願表

	人數	百分比	填寫電子郵件帳號百分比
非常願意	5	1.8	100
願意	113	40.9	91.2
看情況	115	41.7	83.5
不願意	43	15.6	79.1

十一、小結

本研究受訪者以女性為多，年齡多集中在 21-30 歲，學歷以大專/學為主，職業上以學生為最多，因此多為無職位的無收入者，居住區域則多集中在台北縣市，政黨傾向方面無政黨傾向者佔了半數，婚姻狀況方面，未婚者遠超過已婚者。綜觀本研究受訪者的人口特徵可歸納為「年輕、未婚、高學歷、居住於北台灣，從事非勞力工作的受雇者，其中又以大學生居多」。這是一個高素質的產業預備軍、剛踏入社會的單身男女以及具技能、文憑、專業知識的新中產階級三者混和的面貌，呼應了新社會運動理論中社運參與者的階級多元性、異質性及不以階級利益為行動主體的論點。

回應運動所要動員的對象，與網路的使用人口是不是同一群人的問題，由於人權運動較諸校園運動、性別運動、勞工運動、原住民運動、甚至是環保運動等，在動員的對象上都要更不明顯，使得人權運動不易發展組織及社群網絡，以這個角度來看，網路使用者具備相當教育程度、從事非勞力工作及被許諾未來有中等以上收入的特徵，無疑是放眼社會裡較有餘裕關心、投身人權運動的一群。

貳、電子報的使用行為

台灣人權電子報使用者的媒介使用行為有何特徵？

一、同時閱讀哪些網站或電子報

本研究共羅列 28 個台灣人權電子報使用者也可能閱讀的網站或電子報，分為三類，第一類為與台灣人權電子報一同由智邦生活館發行的電子報，共 14 份；第二類為台權會網站上有建立連結的網站或電子報，共 8 份；第三類為不屬於上述二者，但與台權會較相關或著名的網站、電子報，共 6 份（詳細數據見附錄六的表 1）。

在同屬智邦生活館發行的電子報一類中，閱讀率最高的是南方電子報，佔 52.9%；其次為人本教育基金會的網站或電子報，佔 38.3%；然後是破周報，佔 21.4%；總共 14 份電子報中，有 12 份的閱讀率超過 10%。智邦生活館的電子報訂閱戶有一定的重疊率，彼此具有拉抬的作用，會閱讀台灣人權電子報的讀

者，也很可能會閱讀其他同樣由智邦生活館發行的電子報。足見社運團體若能在網路上的結盟，不僅可以壯大聲勢，避免社運資源的分散及浪費，降低共同的營運成本，也可以放大單一社會運動的宣傳與動員力量（林鶴玲等，2001a）。

在台權會網站有連結的網站或電子報一類中，閱讀率最高的是與台權會有著最相近性質的民間司法改革基金會網路通訊，佔 28.3%；其次為女性改革訴求的女性權益促進會網站，有 13.8%；其餘網站或電子報的閱讀率則都不及 10%。由此可見，閱讀台灣人權電子報的同時，也會閱讀其連結網站的讀者並不多，連結與否對增進閱讀的影響並不大。

在也閱讀其他與台權會較相關或著名的網站、電子報部分，中時電子報的閱讀率最高，佔 29.3%；聯合電子報居次，佔 21.4%；再其次為苦勞網的 16.7%；新新聞電子報的 14.9%；自由及東森電子報均為 9.4%。值得注意的是苦勞網的閱讀率高過自由及東森電子報，可見讀者在吸收資訊的選擇上，除了原有的兩大報之外，也會向社會運動訊息豐富的地方尋求，作為消息來源的互補。

總體而言，南方電子報為所有電子報中閱讀率榜首，佔過半的 52.9% 不愧為號稱社會運動資訊的最大平台、訂閱戶超過十萬人的台灣電子報先驅（智邦生活館，2002c）；人本教育基金會網站及電子報閱讀率居次，佔 38.3%，亦符合其實際有約 39000 名訂閱戶、擁有台灣最多工作人員的社會改革團體龍頭角色（智邦生活館，2002a）；中時及聯合電子報分居 3、5 名，與實體世界實力吻合；居間的是僅有約 6000 訂戶，但同為人權團體的民間司法改革基金會網路通訊，有 28.3%（智邦生活館，2002b）；然後前 10 名依序為，破周報、媒體觀察電子報、崔媽媽網路通訊、傳播學生鬥陣電子報及苦勞網。

歸納台灣人權電子報讀者訂閱習慣，呈現明顯的意向性，「同質性」與「互補性」的選擇是最大特色，前者使得南方、人本與民間司改會的閱讀率居於前 5 名；後者使實際僅有 17000 名訂戶的破周報、29000 名訂戶媒體觀察電子報、6300 名訂戶傳播學生鬥陣電子報及自行發刊的苦勞網得以超越傳統大報，成為與大眾媒介相競爭的消息來源（智邦生活館，2002f；2002d；2002e）。

二、訂閱多久

受訪者訂閱台灣人權電子報的時間，以六個月以內為最多，但訂閱超過一年的讀者，總和過半。六個月以內的讀者佔 26.1%；其次為一年至一年半及一年半至二年，同為 24.3%（見附錄六表 2）。訂閱時間的分佈頗為平均，新舊訂戶均有。

三、閱讀專心度

在受訪者回答是否很專心閱讀台灣人權電子報的部分，回答非常同意的有 12.3%；同意者有 34.3%；回答不同意及非常不同意者總和僅 7.9%（見附錄六表 2）。要說明的是，由於台灣人權電子報的編排方式，採取的是標題及引言排列的方式，而非著重該期主題的全文。也就是說在電子報的版面中，有許多密密麻麻的訊息供連結，作為標題式的瀏覽很方便，但要看文章則需再加以點選。受訪者回答同意及非常同意的總和多達 46.7%，這種會耐心閱讀標題、引言，甚至連結進入閱讀的使用行為並不容易，也呈現了受訪者近半數為專心閱讀的特性。

四、每週閱讀時數

在每週閱讀台灣人權電子報時間的分佈上，呈現遞減的趨勢。五分鐘以內有 31.9%；五至十分鐘有 31.5%，合計十分鐘以內者佔 63.4%，約 2/3。十至十五分鐘者佔 25.4%；五至二十分鐘者佔 8.0%；二十分鐘以上者佔 3.3%，見（附錄六表 2）。每週閱讀十分鐘以上的受訪者共佔了 36.6%，屬於高時數的閱讀者，由於台灣人權電子報約兩週才發刊一次，因此二十分鐘以上的重度使用者者，可能為與台權會直接相關的人員。

五、閱讀討論區頻率

討論區作為一個論述互動、符號交換與意義再現的場域，行動者透過討論區彼此不斷地進行對既有規範的協商與調整。受訪者回答是否也經常閱讀台權會網站的討論區時，不同意及非常不同意的總和佔了過半，即一半的受訪者沒去過該討論區。逐項來看，回答普通，也就是曾經去過的比例為最多，有 42.8%；其次為不同意的 37.7%及非常不同意的 12.7%；回答同意，也就是常常上該討論區的有 5.4%；回答非常同意，也就是經常上該討論區的有 1.4%，兩者總計僅 19 人，佔 6.8%（見附錄六表 2）。可見，討論區的訪客中，偶爾去的人居多，常客的比例偏低。

六、發表或回應文章次數

受訪者幾乎都未曾在台權會網站的討論區發表或回應文章，回答從未發表或回應文章者佔了 89.9%；其次為 2 次以上，佔 6.5%；1 次佔 2.9%；3 次以上佔 0.7%見（附錄六表 2）。換句話說，曾經發表或回應文章者僅佔 10.1%，這和受訪者中為討論區常客的比例相仿，兩者均在 1 成左右。理論上，討論區匿名特性，提供了虛擬社群成員一個隱密地表達意見的方式，使人們擁有免於被監督、被批判的安全感(Sproull & Kiesler, 1991:48-9)。但綜合此題與上一題來看，台權會網站討論區作為社會運動虛擬社群的功能面向，要打破傳播者與受播者間的絕對分際，效果相當有限。

七、媒介使用時數

受訪者每天使用媒介的時間，以網路為最多，依序為電視、報紙、廣播，雜誌最少。若將每天使用一小時以上視為高時數的重度使用者，網路使用即佔了 81.5% 的受訪者，而且單是二小時以上的比例就佔了 4 成，呼應了年輕族群網路高時數使用的趨勢；其次為電視佔 61.6%；報紙佔 40.5%；廣播與雜誌均較少，分別佔 32% 及 30.5%。低時數組的部分，受訪者有 44.9% 及 32.6% 的比例每天接觸不到三十分鐘的廣播或雜誌（見附錄六表 3），使得廣播與雜誌容易在部分受訪者的日常生活中缺席。

八、人權運動傳播管道

受訪者在回答最常從何種媒介得知人權運動資訊時，以電子報及網站為最多，佔 66.3%，其次為報紙的 12.3%；人際傳播的 8.0%；電視的 7.2%；廣播的 2.5%；雜誌的 2.2%；以及傳單/宣傳品的 1.4%（見附錄六表 2）。這反映了社會運動網站具有提供其他媒介所缺乏的資訊，以及作為聯繫交流管道的優勢（秦美華，2002），而以網路作為運動訊息傳播的管道，也能夠使局外人、旁觀者產生同理心，提升社會對運動議題的意識與支持（Myer，1994）。其中，造成電子報與網站比例最高的可能原因為：(1) 電子報與網站本身即時、快速與匿名的方便性；(2) 由於人權運動消息的不普及，使得資訊社會裡原子化的個人更加依賴透過相關網站或電子報來獲得資訊；(3) 受訪者透過網頁填寫問卷，可能產生類似霍桑效應(Hawthorne effect)的刺激，而回答此選項。受訪者多透過電子報及網站的管道來獲得人權運動資訊的行為，呼應了新社會運動理論所強調的運動網絡，也就是不同的、暫時的、潛在性網絡的重要，電子報與網站成為「集體認同」中，認知意義、發展積極關係、對社運事件或組織投注情感的場域。

九、小結

本研究受訪者在閱讀台灣人權電子報的同時，多會閱讀同屬智邦生活館中其他的社會運動類電子報，受訪者訂閱電子報的時間多為一年至兩年且頗專心地閱讀，每週閱讀時間多在十分鐘以內，有一半的受訪者曾經瀏覽台權會網站的討論區，但只有 1 成的人在討論區發表過文章。對媒介的使用上，偏好網路媒體，使得受訪者使用人權運動資訊的媒介也多為電子報及網站。

參、社會運動參與情形

使用者的社會運動參與情形為何？

一、參加示威遊行次數

受訪者當中，有 87.0% 曾經參加過社會運動的示威遊行，這是本研究樣本最大的特色，其中參與示威遊行的次數在三次以上的比例甚至超過一半；而從來

沒有參加的，只有 13.3%（社會運動參與情形數據均見附錄七）。對照李禮君（1998）研究「女權上路」電子報的訂閱者發現，只有 15.8%的訂閱者曾參與婦運或婦運組織；而大多數的 84.2%訂閱者，並未曾參與過婦運或組織，兩者相距甚大。此處亦呈現了前章提及全球資訊網調查法的缺點，也就是樣本可能有的偏誤，使得受訪者具有高度的同質性。

二、購買出版品次數

受訪者中有 75%沒買過台權會的出版品，曾經買過的受訪者合計只有 25%，而且依次遞減；其中，買過一次者，為 13.0%；買過兩次者，有 7.6%；買過三次以上者只有 12 位，僅佔 4.3%。可見受訪者購買台權會實體出版品的比率並不高，多是以電子報與網頁的形式與之接觸。

三、捐款次數

網路提供另一種形式的後勤支援—運動資源的募集。舉辦活動時，社運團體透過電子報在網路上募款，尋求募款支持，平時也不時透過電子報等形式爭募義工和募款（林鶴玲等，2001a）。受訪者曾經捐款給台權會的只有 42 人，佔 15.2%。交叉比對發現，42 人中的 32 人曾經購買台權會出版品，只有 10 人是存純粹捐款，沒有購買出版品，顯示會購買出版品與會捐款的人重疊性很高，這可能與一般社運團體常以販售期刊、書籍或 cd 等方式來募款有關。

四、更廣泛接觸社會運動訊息

受訪者在開始閱讀台灣人權電子報後，同意與非常同意接觸了更廣泛的社會運動訊息比例有 60.5%。回答不同意與非常不同意的比例僅 1.5%。顯示受訪者多同意台灣人權電子報或網站傳遞資訊的功能，並且因為這個管道或其他新增的管道，接觸了更多社會運動訊息；但也有 39.5%的受訪者感受不出台灣人權電子報有相較於大眾媒介或其他消息管道在訊息上的互補功能。

五、電子報有助於社運傳播

有高達 71.4%的受訪者，同意或非常同意台灣人權電子報有助於社會運動訊息的傳播；但認為普通到非常不同意者亦有 28.6%。顯示大多數受訪者同意電子報有助於社運訊息傳播的功能，但也有部分受訪者認為僅靠單薄的台灣人權電子報，難以有效地幫助社會運動消息散佈。綜合此題與上一題討論，台灣人權電子報對於集體認同中，認知架構的建立，受訪者大致是贊同的，也因此為社會運動的共識動員奠下了初步的基礎。

六、交更多朋友

受訪者認為自己開始閱讀台灣人權電子報後，非常同意及同意在線上或線下交了更多有志一同朋友的比例，僅佔 15.9%；甚至有 30.5%的受訪者表示不同

意及非常不同意。顯示台灣人權電子報作為社會運動集體認同積極關係的網絡功能並不彰顯，多數受訪者仍維持其原有的交誼圈。

七、認同感

受訪者開始閱讀台灣人權電子報後，認為自己也是其中一份子的比例，也就是回答同意及非常同意的部分，有 45.3%，算是頗高的比例；反之只有 6.5% 的受訪者表示不同意；沒有受訪者表示非常不同意。顯示近半數的台灣人權電子報受訪者對於電子報有一定的歸屬感，也就是說這些受訪者在集體認同的情感投注方面，融入了群體，有助於擴大閱聽人對社會運動的認同及徵募網絡的喚醒 (Klandermans & Ogema, 1987)。運動中的認同之所以重要，在於它是所有社會運動的起始點，並能為往後的運作提供能量 (Melucci, 1989:25-6)。

八、參與社會運動

受訪者開始閱讀台灣人權電子報後，實際參與更多社會運動事件的比例非常低，同意及非常同意的總和僅 14.5%；反之，明白表示不同意及非常不同意者有 32.6%。理論上，網路作為極彈性的溝通、協調工具，使得涉入的過程更加如意，也使個人所投資於集體行動的成本不致太高 (Melucci, 1988:339)，能夠幫助運動者克服時間安排的問題，增加了支持者參與的機會 (Castells；轉引自林鶴玲等，2001a)，有助於勸服閱聽人實際參與社會運動。但從電子報閱讀與否和實際參與更多社會運動事件關連性不高的事實看來，受訪者除了透過電子報接觸社會運動的資訊之外，並不會多增加其參與社會運動的次數，甚至會因為替代性參與的心理，反而疏遠了實際的運動場域。

九、動員

當社會運動必須即時動員，接觸大量的潛在支持者時，相較於傳統的媒體，無論就聯繫速度與所需經費而言，網路都是既方便又成本低廉的工具 (林鶴玲等，2001b:40)，可用以喚醒參與社會運動的動機，促使潛在動員者支持社會運動的行動，本研究據此試圖探詢電子報對於使用者的動員能量。在回答是否可能會因為台灣人權電子報的動員而參與社會運動時，不置可否的受訪者佔最多，有 39.9%；認為自己可能接受電子報動員者有 41.3%；但不認為自己會因此動員的亦佔了 18.8%。乍看之下會接受動員者超過四成，是值得期待的潛能，但這個比例卻低於曾經參加過社會運動的受訪者比例，顯示這些泰半曾參與社運的受訪者，雖然原則上認為自己會因為電子報的動員而再參與社會運動，但總的來說，對這些人而言，台灣人權電子報對於他們動員的潛能並沒有加乘的作用。這可能是由於群體的同質性不高，缺乏明顯的動員對象所致 (黃成對，1995)；也可能是因為社會運動中的一般人均傾向讓別人去分擔成本，而自己不行動的「搭便車」心態 (Olson, 1965)。

連同此題與第 4、5、8 題討論，台灣人權電子報作為社運組織發聲的管道的功用受到肯定，但作為社會運動動員的管道，效果並不彰顯。這呼應了林鶴玲等(2001a)的論點，網路固然提供了原本沒有聲音的團體不同形式的發聲、尋找同路人、形成議題的管道，但透過網路抗爭的效果卻遠不及傳統社運的現場效果，雖然能將運動事件的知名度提高，但動員的效果卻十分有限，使得社會運動團體在網路上最常運用的還是網路的聯繫功能。

十、繼續閱讀

73.2%的大多數受訪者表示會繼續訂閱台權會電子報，其中 23.6%的受訪者甚至表示非常願意繼續訂閱，而表示不願意及非常不願意繼續訂閱者合計只有 1.4%。顯示受訪者願意持續參與社群比例的頗高，這對於電子報本身的存續及當下運作而言具有正面意義。

十一、小結

本研究受訪者 8 成以上曾參與過社會運動示威遊行，但卻很少購買台權會出版品或對其捐款。在閱讀台灣人權電子報之後，多半會更廣泛地接觸社會運動資訊，也多同意台灣人權電子報有助於社會運動消息的傳布，並且有身為其中一份子的認同感，願意繼續閱讀。但在實際的線下世界，受訪者並沒有因此交了更多有志於社會運動議題的朋友，也不會增加參與社會運動的次數，反而有 1/4 的人會更少參與社會運動事件，且僅有 4 成受訪者表示可能因為電子報的動員而參與社會運動。

資源動員理論強調社會運動的產生需要「資源」的投入，這些資源包括有形的金錢、設備，及無形的傳播管道、人力招募等(Freeman, 1979)。對照本研究，金錢方面如「購買出版品」、「捐款」，傳播管道如「有助社運消息傳布」、「繼續閱讀」，人力招募如「參與社會運動」、「因電子報動員而參與社運」。台灣人權電子報除了作為社會運動組織傳播管道的效果令人滿意外，作為金錢與人力徵募的工具則顯得力道薄弱。

以新社會運動理論來看集體認同的社會建構過程，電子報對於受訪者在認知定義層面的「更廣泛接觸社運訊息」及情感投注層面的「有身為一份子的認同感」有良好的效果，但卻沒有因此發展積極關係的網絡而「交更多朋友」。由於集體認同是一個共享的社會特質要在成員的身上產生意義，使一個運動群體能夠成為「主體」的過程，建立了集體認同才能將自身界定於某個群體，享有共同的觀點、目標、觀念，並且瞭解集體行動的可能性與限制。集體認同的建立是社會運動最重要的工作，它不只是社會運動成功的要件，其本身就是一個目標(Melucci, 1985)。就此而言，台灣人權電子報及其討論區發揮了認知人權運動與激發運動情感的功能，但若要促進集體認同的互動上以及增加社會運動動員的效果，則需

要更妥善的經營以及線下活動的配合。

肆、閱讀台灣人權電子報後使用人權運動資訊的媒介

使用者閱讀台灣人權電子報後，使用人權運動資訊的媒介為何？

網際網路的出現會對傳統的媒介的使用產生衝擊，Kaye(1998：21-40)研究發現，使用網路媒介之後，會減少對傳統媒介的使用（見表 4-2）。

表 4-2：WWW 使用對傳統媒介的影響

媒介	增加很多(%)	增加(%)	一樣(%)	減少(%)	減少很多(%)
電視	1.0	1.5	68.5	18.0	11.0
廣播	1.0	8.0	77.1	11.9	2.0
雜誌	0.5	10.0	58.7	24.2	5.8
報紙	1.5	8.0	62.7	21.4	6.5

羅美玲(1998)研究亦發現，電子報半數以上的使用者，並不認為他們接觸傳統媒介的時間，因為接觸了電子報而有改變，但有近 1/3 的讀者認為使用電子報後，看報紙的時間減少，也有 1/4 強的讀者，認為閱讀雜誌的時間有減少（見表 4-3）。

表 4-3：電子報對傳統媒介使用的影響

媒介	增加很多(%)	增加(%)	一樣(%)	減少(%)	減少很多(%)
電視	2.0	6.7	71.8	16.4	3.1
廣播	2.2	6.0	59.6	18.0	14.2
雜誌	1.6	9.5	60.0	26.0	6.9
報紙	1.6	8.2	54.2	29.1	6.9

本研究所得數據與上述研究發現大異其趣，受訪者開始閱讀台灣人權電子報後，從所有媒介接觸人權運動資訊的時間，大體說來以增加的為多，其中上網最為明顯，其次為報紙、雜誌、電視，廣播則大致不變，僅呈現極微幅的減少。上網的部分，有 15.9% 的受訪者表示增加很多，32.6% 者有增加，兩者合計 48.5%，再次顯現了年輕族群對網路使用的偏好，以及網路作為即時、快速傳播管道的優勢；報紙和電視向為最重要的兩個大眾媒介，增加使用的比例分別為 25.8% 及 34.8%；雜誌則有 41.0%（見表 4-4）。對照本研究，閱讀電子報後，從媒介接觸人權運動資訊的時間有增無減，較符合柯舜智(1993)的研究發現：時間是項有限的資源，一項新行為的加入，必然會減少其他活動的使用時間；而新增加

的媒介使用行為，所減少的時間，並非完全是媒介的使用時間，而是睡眠及其他活動的時間。

表 4-4：閱讀台灣人權電子報後對使用人權運動資訊媒介的影響

媒介	增加很多(%)	增加(%)	一樣(%)	減少(%)	減少很多(%)
電視	3.3	22.5	63.4	8.7	2.2
廣播	1.4	7.6	80.1	6.2	4.7
雜誌	4.0	17.0	72.1	5.4	1.4
報紙	3.6	31.2	60.1	4.0	1.1
上網	15.9	32.6	48.9	2.2	0.4

第二節 使用動機的因素分析

使用台灣人權電子報的動機為何？

壹、因素分析

本研究的使用電子報動機題項共有 13 題，為減少資料量，簡化複雜情形，採用主成分分析法(Principal Component Analysis)進行動機選項的共同因素萃取，以最大變異數法(Varimax)，因素特徵根值大於 1 者作為抽取共同因素的標準。在 13 題的動機選項中，共萃取出 4 個共同因素，能解釋總動機變異量的 60.9%，並採用 Cronbach's α 係數來衡量量表，信度在 0.70 以上即具有可靠性，介於 0.70 至 0.98 屬高信度值，而若低於 0.35 則必須拒絕(林震岩，1991)。所萃取出的 4 個共同因素之原始動機題項內容，以及因素負荷量、信度檢測如下：

共同因素一，由問卷中的第 1 至 6 題共 6 個變項所組成，描述的是使用者對於電子報功能的看法， α 值為 0.80，屬於高信度值(見表 4-5)，本研究命名為「資訊尋求」。

表 4-5：電子報使用動機因素一

	因素負荷量	α
1. 讓我方便找尋人權運動訊息	.783	.80
2. 報讓我即時得知人權運動的最新訊息	.771	
3. 讓我想更深入接觸人權運動訊息	.653	
4. 讓我可接觸到全球的人權運動資訊	.681	
5. 電子報內容很符合我的需求	.642	
6. 可增加我和同事、朋友間談話資料	.488	
7. 幫助我瞭解人權運動事件	.546	

共同因素二，由問卷中的第 8、第 9 題兩個變項組成，描述的是使用者對於電子報信任的程度，以及當電子報訊息與大眾媒介報導相抵觸時，使用者仍然願意相信電子報的程度， α 值為 0.74，屬於高信度值(見表 4-6)，本研究命名為「信任感」。

表 4-6：電子報使用者動機因素二

	因素負荷量	α
8. 我很信任電子報上的資訊	.849	.74
9. 訊息與大眾媒介報導抵觸時，我仍相信	.835	

共同因素三，由問卷中的第 10、第 11 題兩個變項組成，描述的是使用者的社會運動參與經驗，包括「曾經參加過關於社會運動的讀書會或討論會」的頻率、及「曾經參與過社會運動示威遊行」的頻率， α 值為 0.73，屬於高信度值（見表 4-7），本研究命名為「社運參與經驗」。

表 4-7：電子報使用者動機因素三

	因素負荷量	α
10. 曾經參加關於社會運動的讀書、討論會	.869	.73
11. 曾經參與社會運動示威遊行	.882	

共同因素四，由問卷中的第 12、第 13 題兩個變項組成，描述的是使用者在認知上感受並且「認為社會是不公平的」程度，以及實際上「曾經遭遇到不公平的待遇」頻率， α 值為 0.50，信度可被接受（見表 4-8），本研究命名為「認知解放」。

表 4-8：電子報使用者動機因素四

	因素負荷量	α
12. 我認為社會上是不公平的	.788	.50
13. 我曾經遭遇到不公平的待遇	.829	

下表 4-9 說明本研究各因素構面的因素名稱、特徵根值、解釋變異量及累積可解釋的百分比。

表 4-9：電子報使用者的動機因素分析表

共同因素名稱	特徵根值 (Eigenvalue)	總變異量 (Pct of Var)	總變異量累積 (Cum Pct)
1. 資訊尋求	3.116	23.968	23.968
2. 信任感	1.830	14.078	38.046
3. 社運參與經驗	1.609	12.377	50.423
4. 認知解放	1.368	10.521	60.944

本研究的四個因素共 13 個題項所累積的總變異量達到 60.9%，有 6 成以上。其中以「資訊尋求」的動機最顯著，佔總變異量的 24.0%，這個動機因素亦普遍見於相關文獻中（Garramone et al., 1986；蔡珮，1995；陶振超，1996；秦美華，2002；陳錫鈞，2003；池熙璿，1997；羅美玲，1998）。可見受訪者對於台灣人權電子報的方便性、即時性、人權議題的深度、全球性、符合需求、幫

助瞭解以及增加談話資料的程度深表肯定。這個由網路媒體本身及其訊息特質所激發出來的閱聽人動機，有助於社運團體對內聯繫動員及對外爭取同情、支持。

佔總變異量 14.0% 的「社運參與經驗」因素，就字面上看來，與相關研究的「社群參與」因素最相近，亦可放在「社交」的概念理解，但在指涉的對象與強調的重點上卻有所不同。就對象而言，本研究專指電子報使用者對於「社會運動社群」的參與；就重點而言，「社運參與經驗」的這個動機因素，是由電子報使用者先前對社會運動社群參與的「經驗」而來，強調的是一個植基於「過去經驗」而來的動機。（蔡珮，1995；陶振超，1996；陳錫鈞，2003；池熙璿，1997；羅美玲，1998）。

有別於一般研究，基於社會運動的特質，本研究提出「信任感」及「認知解放」兩項因素，分別具有 14.1% 及 10.5% 的解釋力。這是由於信任關係在社會運動社群的互動，及社會運動參與的過程中，均扮演了重要的角色；而認知解放則牽涉到個體開始接觸社運資訊、參與社會運動的原始動機。

貳、使用動機的相關矩陣

動機因素二信任感與動機因素一資訊尋求($r=.42, P<.001$)、因素三社運參與經驗($r=.21, P<.001$)及因素四認知解放($r=.20, P\leq.05$)均有顯著相關（見表 4-10）。顯示受訪者愈信任電子報，其對電子報尋求資訊的動機便愈強；而先前社運參與經驗愈豐富、認知解放程度愈強的受訪者，對於電子報的內容也愈相信。依此回應對訊息涉入度愈深，對訊息愈會抱持懷疑和猜測的想法和態度(Gunther, 1992:147-167)的假設並不成立，這是由於該文獻是對大眾媒介所做的觀察，而本研究的研究對象台灣人權電子報，作為社會運動的傳播管道則深受使用者的信任，使得先前社運參與經驗愈豐富者，就愈是相信電子報的內容。至於另一個假設：涉入度高的人，反而會對訊息作更仔細的推敲，願意花時間去尋找正確的資訊或意見(Cacioppo & Petty, 1986:1032-1043)，由於因素三社運參與經驗和因素一資訊尋求沒有相關，亦不成立。

表 4-10：動機因素的相關係數矩陣

	因素一 資訊尋求	因素二 信任感	因素三 社運參與經驗
因素一			
因素二	.42***		
因素三	.09	.21***	
因素四	.04	.144*	.11

*** $P\leq.001$ ** $P\leq.01$ * $P\leq.05$

第三節 人口統計變項與使用動機、使用行為、社會運動參與、閱讀後使用人權運動資訊媒介的變異數分析

本節以變異數分析(ANOVA)的方式，探討控制變項即人口統計變項與自變項電子報使用者的使用動機、使用行為、依變項社會運動參與行為及閱讀台灣人權電子報後使用人權運動資訊的媒介是否有所關連。在變異數分析中，F值指的是組間變異與誤差變異的比值，當F值越大時，表示組平均數的分散情形較誤差變異來得越大，若F值的檢定達到顯著水準，表示自變項與依變項之間，至少有一對平均數之間存有顯著的差異（邱皓政，2000）。至於是那兩組之間的差異，本研究進一步以多重事後比較的雪菲法(Scheffe)來檢驗，分析平均數的差異，以找出是那幾組有顯著差異。

雪菲法在考驗平均數之間的差異時，也會對每一個平均數的線性組合提供水準保護，使得雪菲法顯得較為保守。但也正因為雪菲法較為保守的緣故，所以有時候變異數分析的F值雖然已經達到顯著，但做事後比較，卻沒有發現任何兩組的平均數達到顯著差異（吳明隆，2000）。為因應這樣的情形，佐以變異數分析時的各組平均數加以說明。

壹、人口統計變項與使用動機的變異數分析

不同特性的使用者其使用動機是否不同？

本研究的動機題項均採李克特量表，分為「增加很多」、「有增加」、「一樣」、「有減少」、「減少很多」或依題意改為「總是參加」、「經常參加」、「有時參加」、「很少參加」、「從未參加」等五個度數來測量使用者的動機。為便於進行變異數分析，將選項轉換為增加很多為5分、有增加為4分、一樣為3分、有減少為2分、減少很多為1分，並累加共同因素中所含的題目後，除以題數。以因素一資訊尋求為例，分數累加自第1至7題，再除以7，如得分愈高，表示傾向愈強烈。以下為動機因素加總後，與人口統計變項進行的變異數分析，探求各組平均數間是否有存在，所得結果見附錄八。

一、人口統計變項與資訊尋求因素的變異數分析

人口統計變項中僅有「最高學歷」一項和動機因素一資訊尋求在平均數上有顯著的差異，由於進一步以雪菲法做事後比較，沒有任何兩組的平均數達到顯著差異，因此直接就平均數比較，發現高中/職學歷者在信任感方面的動機最高，然後依序為研究所以上、大專/學、及國中程度者。

二、人口統計變項與信任感因素的變異數分析

和上一題相同，只有「最高學歷」和動機因素二信任感在平均數上有顯著的差異，就平均數比較，發現高中/職學歷者在資訊尋求方面的動機最高，然後依序為研究所以以上、大專/學、及國中程度者。

三、人口統計變項與社運參與經驗因素的變異數分析

人口統計變項中的「最高學歷」、「月收入」、「政黨傾向」、「婚姻狀況」和動機因素三社運參與經驗在平均數上有顯著的差異。進一步以雪菲法做事後比較，發現「最高學歷」中，研究所以以上學歷者的社運參與經驗動機高於大專/學程度者（見表 4-11），至於其他項則沒有任何兩組的平均數達到顯著差異。就平均數比較，得知「最高學歷」部分，國中學歷者在社運參與經驗方面的動機最高，然後依序為研究所以以上、大專/學、及高中/職程度者；「月收入」部分，50001 元以上收入者的社運參與經驗動機最高，然後是 10000 元以下、無收入和 10001~20000 元者相同、40001~50000 元、30001~40000 元、20001~30000 元收入者；「政黨傾向」方面，綠黨受訪者的社運參與經驗動機最強，依次為民進黨、台灣團結聯盟、國民黨、無政黨傾向、建國黨、親民黨、其他政黨傾向者；「婚姻狀況」方面，已婚受訪者的社運參與經驗動機明顯高於未婚者。

表 4-11：最高學歷與社運參與經驗的雪菲事後比較

依變項	(I)	(J)	平均數差異	Sig.
社運參與經驗	大專/學	研究所以以上	-.4026	.026*

*** P ≤ .001 ** P ≤ .01 * P ≤ .05

四、人口統計變項與認知解放因素的變異數分析

認知解放部分，只有「最高學歷」和動機因素四認知解放在平均數上有顯著的差異，就平均數比較，發現高中/職學歷者在認知解放方面的動機最高，然後依序為大專/學、研究所以以上、及國中程度者。

五、小結

「最高學歷」與使用動機因素的關連性最為重要，動機的四個因素均和「最高學歷」具有顯著差異，也就是說受訪者使用電子報的所有動機都會因為教育程度的不同而有差異；另外，因素三「社運參與經驗」還與「月收入」、「政黨傾向」、「婚姻狀況」具有顯著差異，即受訪者因先前的社運參與經驗而閱讀台灣人權電子報的動機，會因「最高學歷」、「月收入」、「政黨傾向」及「婚姻狀況」的不同而有差異（見表 4-12）。值得注意的是，高中/職學歷者對於資訊尋求、信任感、以及認知解放的動機均為最強；而國中程度、月收入在 50001 元以上、綠黨、已婚的受訪者在社運參與經驗動機的平均分數均高於其他組的受訪者。受訪者人口

統計變項中「性別」、「年齡」、「職業」、「職位」、「居住區域」的差異，並不會造成使用動機的不同。

表 4-12：人口統計變項與使用動機的變異數分析顯著情形

	因素一 資訊尋求	因素二 信任感	因素三 社運參與經驗	因素四 認知解放
性別				
年齡				
最高學歷	*	*	*	*
職業				
職位				
月收入			*	
居住區域				
政黨傾向			**	
婚姻狀況			**	

*** $P \leq .001$ ** $P \leq .01$ * $P \leq .05$

貳、人口統計變項與使用行為的變異數分析

不同特性的使用者其使用行為是否不同？

一、人口統計變項與訂閱時間的變異數分析

人口統計變項中的「最高學歷」、「政黨傾向」和訂閱電子報的時間在平均數上有顯著的差異，其中「最高學歷」的差異極為顯著。以雪菲法做事後比較，發現「最高學歷」中，研究所以以上學歷者的訂閱電子報的時間明顯較大專/學及國中程度者要來得久（見表 4-13）。就平均數比較，可得研究所以以上學歷者訂閱台灣人權電子報的時間最久，然後依序為大專/學、高中/職及國中程度者；「政黨傾向」方面，以綠黨受訪者的訂閱時間最久，依次為台灣團結聯盟、其他政黨傾向、民進黨、建國黨、無政黨傾向、國民黨及親民黨的受訪者。

表 4-13：最高學歷與訂閱時間的雪菲事後比較

依變項	(I)	(J)	平均數差異	Sig.
訂閱時間	國中	研究所以以上	-.1.84	.003*
	大專/學	研究所以以上	-.57	.011*

*** $P \leq .001$ ** $P \leq .01$ * $P \leq .05$

二、人口統計變項與閱讀專心度的變異數分析

受訪者的人口統計變項中，只有「最高學歷」一項與閱讀電子報的專心度在

平均數上有顯著的差異。以雪菲法做事後比較，發現高中/職學歷者閱讀台灣人權電子報時的專心度明顯高於大專/學及國中程度者（見表 4-14）。就平均數比較，高中/職學歷者閱讀台灣人權電子報最專心，然後依序為研究所以上、大專/學及國中程度者。

表 4-14：最高學歷與閱讀專心度的雪菲事後比較

依變項	(I)	(J)	平均數差異	Sig.
專心程度	高中/職	大專/學	.63	.019*
*** P ≤ .001 ** P ≤ .01 * P ≤ .05				

三、人口統計變項與每週閱讀時數的變異數分析

受訪者的人口統計變項和每週閱讀電子報的時數沒有顯著差異，也就是說受訪者每週閱讀台灣人權電子報的時數，不因性別、年齡等任何人口統計變項的不同而有差異。

四、人口統計變項與閱讀討論區頻率的變異數分析

人口統計變項中的「年齡」、「最高學歷」與「婚姻狀況」和閱讀討論區頻率在平均數上有顯著的差異。以雪菲法做進一步的事後比較，發現「最高學歷」中，研究所以上學歷者閱讀討論區的頻率高於大專/學程度者（見表 4-15），至於其他項則沒有任何兩組的平均數達到顯著差異。就平均數比較，得知「最高學歷」部分，國中學歷者最常閱讀台權會網站討論區，然後依序為研究所以上、大專/學、及國中程度者；「年齡」部分，45 歲以上受訪者造訪討論區頻率最高，依序為 41-45 歲、31-35 歲、36-40 歲、21-25 歲、26-30 歲及 15-20 歲；「婚姻狀況」方面，已婚受訪者閱讀討論區的頻率高於未婚者。

表 4-15：最高學歷與閱讀討論區頻率的雪菲事後比較

依變項	(I)	(J)	平均數差異	Sig.
閱讀討論區頻率	大專/學	研究所以上	-.35	.025*
*** P ≤ .001 ** P ≤ .01 * P ≤ .05				

五、人口統計變項與討論區發表文章次數的變異數分析

人口統計變項中的「年齡」、「最高學歷」、「職位」、「婚姻狀況」和討論區發表文章次數在平均數上有顯著的差異，其中「最高學歷」與「職位」具極高度的顯著。以雪菲法做進一步的事後比較，發現「最高學歷」中，國中學歷者在台權會網站討論區發表文章的次數高於研究所以上、高中/職及大專/學程度者；「職位」中老闆/自營商發表文章的次數高於管理階層、無職位及職位為受雇者的受

訪者（見表 4-16）。就平均數比較，「年齡」部分，45 歲以上受訪者發表文章的次數最多，然後是 31-35 歲、26-30 歲，其餘年紀相差不大；「最高學歷」部分，國中學歷受訪者發表文章的次數明顯多於其他所有學歷者，其次為研究所以以上、高中/職及大專/學程度者；「職位」部分，受訪者中為老闆/自營商者在討論區發表文章的次數明顯最高，然後是管理階層、無職位者及受雇者；「婚姻狀況」方面，已婚受訪者發表文章的次數明顯多於未婚者。

表 4-16：最高學歷、職位與討論區發表文章次數的雪菲事後比較

依變項	(I)	(J)	平均數差異	Sig.
討論區發表文章次數	國中	高中/職	1.32	.000*
	國中	大專/學	1.33	.000*
	國中	研究所以以上	1.15	.000*
	老闆/自營商	管理階層	.65	.005**
	老闆/自營商	受雇者	.72	.000***
	老闆/自營商	無	.69	.000***

*** $P \leq .001$ ** $P \leq .01$ * $P \leq .05$

六、小結

受訪者的人口統計變項與電子報使用行為之間，「訂閱時間」與「最高學歷」及「政黨傾向」有顯著差異，也就是說受訪者訂閱電子報的時間會因為最高學歷與政黨傾向的不同而有差異；「專心程度」與「最高學歷」有顯著差異；「閱讀討論區頻率」與「年齡」、「最高學歷」、「婚姻狀況」有顯著差異；「討論區發表文章次數」與「年齡」、「最高學歷」、「職位」、「婚姻狀況」有顯著差異；而「每週閱讀時間」則沒有和任何人口統計變項呈現顯著差異（見 4-17）。受訪者中學歷為研究所以以上、政黨傾向為綠黨者，訂閱台灣人權電子報的時間最長；學歷為高中/職者，在閱讀時最為專心；年紀在 45 歲以上、國中學歷、已婚者，在閱讀討論區頻率的平均數上，高於其他組的受訪者；而 45 歲以上、國中教育程度、職位為老闆/自營商、已婚的受訪者，在討論區發表或回應文章的次數亦高於其他組別的受訪者。橫的來看，「最高學歷」的不同與使用行為形成最多的顯著差異，其次為「年齡」及「婚姻狀況」，至於受訪者「性別」、「職業」、「月收入」、「居住區域」的不同，則不會造成使用行為的差異。

表 4-17：人口統計變項與使用行為的變異數分析顯著情形

	訂閱時間	專心程度	每週 閱讀時間	閱讀討論區 頻率	討論區發表 文章次數
性別					
年齡				*	**
最高學歷	***	*		*	***
職業					
職位					***
月收入					
居住區域					
政黨傾向	*				
婚姻狀況				*	**

*** $P \leq .001$ ** $P \leq .01$ * $P \leq .05$

參、人口統計變項與社會運動參與情形的變異數分析

不同特性的使用者其社會運動參與情形是否不同？

一、人口統計變項與購買出版品的變異數分析

受訪者的「年齡」、「最高學歷」及「婚姻狀況」和購買出版品在平均數上有顯著的差異，其中「最高學歷」呈現高度顯著差異。以雪菲法做進一步的事後比較，發現「最高學歷」中，研究所以以上學歷者在購買台灣出版品的次數上高於大專/學程度者；國中程度者亦高於大專/學及高中/職者（見表 4-18）。再就平均數比較，可知「最高學歷」部分，國中學歷者購買出版品的次數最多，然後依序為研究所以以上、大專/學、及高中/職程度者；「年齡」部分，以 45 歲以上者購買的次數最多，其次為 41-45 歲者亦明顯高於其他年齡者；「婚姻狀況」方面，已婚受訪者的次數高於未婚者。

表 4-18：最高學歷與使用行為的雪菲事後比較

依變項	(I)	(J)	平均數差異	Sig.
購買出版品的次數	國中	高中/職	1.27	.004
	國中	大專/學	1.13	.003
	大專/學	研究所以以上	-.34	.016

*** $P \leq .001$ ** $P \leq .01$ * $P \leq .05$

二、人口統計變項與捐款金額的變異數分析

受訪者人口統計變項中的「年齡」、「最高學歷」及「婚姻狀況」和捐款金額的多寡在平均數上有顯著的差異，且三者均呈現高度顯著差異。進一步以雪菲法

做事後比較，發現「年齡」中，36-40 歲受訪者捐款的金額高於 31-35 歲及 21-25 歲者；「最高學歷」中，國中學歷受訪者捐款的金額高於高中/職及大專/學程度者，研究所以上學歷者亦高於大專/學程度者（見表 4-19）。就平均數比較，「年齡」部分，以 41-45 歲受訪者的捐款金額最高，其次為 36-40 歲者亦明顯高於其他年紀者；「最高學歷」部分，以國中學歷者捐款金額為最高，然後依序為研究所以上、高中/職及大專/學程度者；「婚姻狀況」方面，已婚受訪者的金額高過未婚者。

表 4-19：年齡與社會運動參與情形的雪菲事後比較

依變項	(I)	(J)	平均數差異	Sig.
捐款金額	21~25 歲	31~35 歲	-.55	.024
	21~25 歲	36~40 歲	-.81	.037
	國中	高中/職	1.11	.013
	國中	大專/學	1.29	.000
	大專/學	研究所以上	-1.29	.000

*** $P \leq .001$ ** $P \leq .01$ * $P \leq .05$

三、人口統計變項與更廣泛接觸社會運動資訊的變異數分析

受訪者「最高學歷」的不同，會造成與閱讀台灣人權電子報後更廣泛接觸社會運動資訊的程度，在平均數上呈現顯著的差異。就平均數比較，可得高中/職學歷者在更廣泛接觸社會運動資訊的程度為最高，然後依序為研究所以上、大專/學、及國中程度者。

四、人口統計變項與認為電子報有助社運傳播的變異數分析

經變異數分析後，發現受訪者人口統計變項的不同，並不會造成認為電子報是否有助於社會運動傳播的差異，也就是說受訪者「性別」、「年齡」等變項的不同，並不影響其認為台灣人權電子報是否有助於社會運動傳播的程度。

五、人口統計變項與交更多朋友的變異數分析

人口統計變項中的「年齡」、「婚姻狀況」和閱讀台灣人權電子報後是否交了更多志同道合朋友的程度，在平均數上呈現顯著的差異，「婚姻狀況」並且為高度顯著。就平均數比較，得知「年齡」部分，45 歲以上的受訪者在交更多朋友的程度上以極大的幅度高過其他年齡者，然後依序為 36-40 歲、31-35 歲、26-30 歲、15-20 歲、41-45 歲及 21-25 歲者；「婚姻狀況」方面，已婚的受訪者交了更多朋友的程度亦明顯高於未婚者。

六、人口統計變項與認同感的變異數分析

受訪者的人口統計變項中僅「性別」一項，和認同感在平均數上達到顯著差

異。以雪菲法做事後比較，沒有任何兩組的平均數達到顯著差異。就平均數比較來看，男性受訪者有身為台灣人權電子報一份子的認同感程度高於女性。

七、人口統計變項與閱讀電子報後參與更多社會運動事件的變異數分析

人口統計變項中的「年齡」與「婚姻狀況」和受訪者閱讀電子報後參與更多社會運動事件的程度，在平均數上有顯著的差異。就平均數比較，可得「年齡」方面，45歲以上的受訪者在閱讀台灣人權電子報之後，參與了最多的社會運動事件，然後依序為31-35歲、36-40歲、26-30歲、21-25歲、41-45歲及15-20歲者；「婚姻狀況」方面，已婚受訪者參與更多社會運動事件的程度高於未婚者。

八、人口統計變項與接受電子報動員而參與社會運動的變異數分析

受訪者的人口統計變項中，僅「最高學歷」和願意接受電子報的動員而參與社會運動的程度，在平均數上有顯著的差異，且為高度顯著。進一步以雪菲法做事後比較，發現研究所以以上學歷受訪者，在閱讀台灣人權電子報之後，願意接受動員的程度最高，然後依序為大專/學、高中/職、國中者（見表4-20）。顯示學歷愈高者，接受台灣人權電子報動員而參與社會運動的可能性愈高。

表 4-20：最高學歷與接受電子報動員而參與社會運動的雪菲事後比較

依變項	(I)	(J)	平均數差異	Sig.
因動員而參與社會運動	國中	高中/職	-1.21	.021
	國中	大專/學	-1.29	.003
	國中	研究所以以上	-1.39	.001

*** $P \leq .001$ ** $P \leq .01$ * $P \leq .05$

九、人口統計變項與繼續閱讀台灣人權電子報的變異數分析

人口統計變項中僅「職位」與繼續閱讀，在平均數上有顯著的差異。就平均數比較，可得受雇者會繼續閱讀台灣人權電子報的意願最高，其次為無職位者，而老闆/自營商及管理階層的受訪者則相差不大。

十、小結

受訪者的人口統計變項與其社會運動參與情形之間，「購買出版品」與「年齡」、「最高學歷」、「婚姻狀況」有顯著差異，也就是說受訪者購買出版品會因為年齡、最高學歷與婚姻狀況的不同而有差異，以下類推；「捐款金額」與「年齡」、「最高學歷」、「婚姻狀況」有顯著差異；「更廣泛接觸社會運動訊息」與「最高學歷」有顯著差異；「結交更多有志於社會運動的朋友」與「年齡」、「婚姻狀況」有顯著差異，「身為一份子的認同感」與「性別」有顯著差異；「實際參與更多社會運動事件」與「年齡」、「婚姻狀況」有顯著差異；「因動員而參與社會運動」與「最高學歷」有顯著差異；「繼續閱讀」電子報與「職位」有顯著差異；而「認

為電子報有助於社會運動傳播」則沒有和任何人口統計變項呈現顯著差異（見表 4-21）。

由於網路溝通形式的彈性，可以讓不同生活形態、不同獻身意願程度、不同工作及家庭負擔的人們都有參與的機會，並藉此凝聚成一個具有行動力的社區 (Mele, 1999)。本研究發現受訪者年齡在 45 歲以上、學歷為國中程度的已婚者在購買台權會出版品的次數及捐款給台權會的金額，在平均數上高於其他組為多；高中/職學歷者在閱讀台灣人權電子報之後，會去接觸最多的社會運動資訊；45 歲以上的已婚受訪者，在閱讀台灣人權電子報之後在結交志同道合朋友，及參與更多的社會運動事件的平均數上，均高於其他組的受訪者；男性受訪者有身為台灣人權電子報一份子的認同感程度高於女性；學歷為研究所以以上程度者，接受台灣人權電子報動員而參與社會運動的可能最高；職位為受雇者的受訪者，最願意繼續閱讀台灣人權電子報。新社會運動並非傳統的階級運動，而是一種新型態的階級關係，由此可看出，認同、動員等社會運動參與呈現出了階級與理念的多元性。

由於社會運動的形式是體制外的集體抗爭活動，因此受訪者的內在性格與社會條件勢必影響其參與社會運動的深度。總的來看，在集體認同的社會建構過程中，「年齡」、「最高學歷」及「婚姻狀況」影響受訪者參與社會運動的情形最為明顯，尤以「年齡」及「婚姻狀況」，影響著實際面的「交更多朋友」及「參與更多社會運動」更是值得注意。

表 4-21：人口統計變項與社會運動參與的變異數分析顯著情形

	購買	捐款 金額	更廣泛 接觸	有助 傳播	更多 朋友	認同 感	參與 更多	動員	繼續 閱讀
性別						*			
年齡	*	***			*		*		
最高學歷	***	***	*					***	
職業									
職位									*
月收入									
居住區域									
政黨傾向									
婚姻狀況	**	***			***		**		

*** $P \leq .001$ ** $P \leq .01$ * $P \leq .05$

肆、人口統計變項與閱讀台灣人權電子報後使用人權運動資訊媒介的

變異數分析

一、人口統計變項與從電視、廣播、雜誌接觸人權運動資訊的變異數分析

受訪者的人口統計變項，和閱讀台灣人權電子報後從電視、廣播、雜誌三種媒介接觸人權運動資訊的變異數分析，在平均數上均沒有顯著的差異。也就是說受訪者「性別」、「年齡」等的差異，並不會影響其媒介偏好，造成從電視、廣播、雜誌等媒介來接觸人權運動資訊上的不同。

二、人口統計變項與從報紙接觸人權運動資訊的變異數分析

人口統計變項中的「年齡」、「月收入」和閱讀台灣人權電子報後從報紙接觸人權運動資訊，在平均數上有顯著的差異。就平均數比較，得知「年齡」部分，15-20歲的受訪者選擇從報紙來接觸人權運動資訊的比例最高，然後依序為21-25歲、31-35歲、26-30歲、41-45歲、36-40歲及45歲以上者相同，顯示年紀愈輕的受訪者較偏好從報紙來接觸人權運動資訊；「月收入」部分，無收入者選擇報紙的比例最高，其次為30001~40000元、10000元以下、20001~30000元和40001~50000元者相同、10001~20000元、50001元以上收入者，大致顯示收入愈低者較會選擇以報紙作為使用人權運動資訊的媒介。

三、人口統計變項與從電子報及網站接觸人權運動資訊的變異數分析

人口統計變項中的「年齡」、「職業」、「婚姻狀況」，和閱讀台灣人權電子報後從電子報及網站接觸人權運動資訊，在平均數上有顯著的差異。就平均數比較發現，「年齡」部分，15-20歲的受訪者選擇從電子報及網站來接觸人權運動資訊的比例最高，其次為21-25歲、及26-30歲者均較其他年齡者的比例來得高，顯示年紀愈輕者愈偏好從電子報及網站來接觸人權運動訊息；「職業」部分，以媒體工作者的比例最高，其次為學生，均高於其他職業者有一段差距；「婚姻狀況」方面，未婚受訪者的比例明顯高於已婚者。年紀輕、未婚的學生是選擇電子報及網站的最大族群。

四、小結

受訪者的人口統計變項與其閱讀台灣人權電子報後使用人權運動資訊的媒介之間，「報紙」與「年齡」、「月收入」有顯著差異；「電子報及網站」與「年齡」、「職業」、「婚姻狀況」有顯著差異；而「電視」、「廣播」、「雜誌」則沒有和任何的人口統計變項呈現顯著差異（見表4-22）。受訪者中15-20歲、無收入者選擇報紙作為人權運動傳播管道比例最高；15-20歲、未婚、媒體工作者的受訪者在選擇電子報及網站的平均數上，高於其他組的受訪者。總的來說，「年齡」是影

響受訪者選擇媒介接觸管道最大的因素。

表 4-22：人口統計變項與閱讀台灣人權電子報後使用人權運動資訊媒介的變異數分析顯著情形

	電視	廣播	雜誌	報紙	電子報/網站
性別					
年齡				*	*
最高學歷					
職業					*
職位					
月收入				*	
居住區域					
政黨傾向					
婚姻狀況					*

*** $P \leq .001$ ** $P \leq .01$ * $P \leq .05$

第四節 使用動機與使用行為及其分別與社會運動參與及

閱讀後使用人權運動資訊媒介的相關性分析

本節共分六個單元，前五個單元分別探討電子報的使用動機與使用行為、使用動機與社會運動參與、使用動機與閱讀台灣人權電子報後使用人權運動資訊的媒介、使用行為與社會運動參與、使用行為與閱讀台灣人權電子報後使用人權運動資訊媒介之間的皮爾森積差相關、及其控制人口統計變項之後的淨相關分析；第六個單元進行社會運動參與變項之間的相關性分析。

壹、使用動機與使用行為的相關性分析

研究問題 1：使用者的哪些動機會影響到其使用行為？

使用動機題項萃取出的四個因素，分別與使用行為作皮爾森積差相關及控制人口統計變項後的淨相關分析，探討其間的相關性。

一、資訊尋求與使用行為

動機因素一資訊尋求與使用行為的淨相關情形高低依次為：與「專心程度」($r=.39, P<.001$)；與「每週閱讀時間」($r=.33, P<.001$)；與「閱讀討論區頻率」($r=.26, P<.001$)與「訂閱時間」($r=.19, P<.01$)，四者均具顯著正相關，和「討論區發表文章次數」則沒有顯著相關（見表 4-23）。也就是說使用者認為電子報內容有用、符合需求的資訊尋求動機愈強，其閱讀時就愈專心；每週閱讀時間愈長；愈常瀏覽討論區；電子報的訂閱時間也愈長。淨相關與積差相關的分析結果大致相同，顯示人口統計變項在此不具影響力。

表 4-23：動機因素一資訊尋求與使用行為的相關性分析

	相關係數	Sig.	淨相關係數	Sig.
訂閱時間	.18	.003**	.19	.002**
專心程度	.40	.000***	.39	.000***
每週閱讀時間	.32	.000***	.33	.000***
閱讀討論區頻率	.26	.000***	.26	.000***
討論區發表文章次數	.038	.533	-	-

*** $P \leq .001$ ** $P \leq .01$ * $P \leq .05$

二、信任感與使用行為

相關文獻指出傳播媒介的使用頻率與使用行為都和閱聽人對媒介的信任有關(Rimmer & Weaver, 1987:28-36)。本研究發現動機因素二信任感與使用行為的

「訂閱時間」($r=.32, P<.001$)及「專心程度」($r=.22, P<.001$)具有正向的淨相關，和「每週閱讀時間」、「閱讀討論區頻率」、「討論區發表文章次數」則沒有顯著相關(見表 4-24)。也就是說使用者對於電子報愈信任，其電子報訂閱時間就愈長；閱讀時也愈專心。淨相關與積差相關的分析結果大致相同，顯示人口統計變項在此不具影響力。

表 4-24：動機因素二信任感與使用行為的相關性分析

	相關係數	Sig.	淨相關係數	Sig.
訂閱時間	.35	.000***	.32	.000***
專心程度	.21	.001***	.22	.000***
每週閱讀時間	.06	.333	-	-
閱讀討論區頻率	-.06	.287	-	-
討論區發表文章次數	-.04	.510	-	-

*** $P \leq .001$ ** $P \leq .01$ * $P \leq .05$

三、社運參與經驗與使用行為

動機因素三社運參與經驗與使用行為的淨相關情形高低依次為：與「閱讀討論區頻率」($r=.30, P<.001$)；與「討論區發表文章次數」($r=.30, P<.001$)；與「訂閱時間」($r=.20, P \leq .001$)，三者均具顯著正相關，和「專心程度」、「每週閱讀時間」則沒有顯著相關(見表 4-25)。也就是說，使用者先前參與愈多的示威遊行或關於社會運動的讀書、討論會，其造訪討論區的頻率就愈頻繁；在討論區發表或回應文章的次數愈多；電子報的訂閱時間也愈長。淨相關與積差相關的分析結果大致相同，顯示人口統計變項在此不具影響力。

表 4-25：動機因素三社運參與經驗與使用行為的相關性分析

	相關係數	Sig.	淨相關係數	Sig.
訂閱時間	.24	.000***	.20	.001***
專心程度	.04	.52	-	-
每週閱讀時間	.01	.92	-	-
閱讀討論區頻率	.32	.000***	.30	.000***
討論區發表文章次數	.33	.000***	.30	.000***

*** $P \leq .001$ ** $P \leq .01$ * $P \leq .05$

四、認知解放與使用行為

動機因素四認知解放與任何的使用行為均不具顯著相關(見表 4-26)。顯示使用者認為社會公平與否的心態及是否曾經遭遇過不公平待遇的經驗，都和電子報的使用行為沒有關係。這部分可能是因為認知解放的因素負荷量偏低，僅 0.50，使得在探討與使用行為之間的關係時沒有顯著。

表 4-26：動機因素四認知解放與使用行為的相關性分析

	相關係數	Sig.	淨相關係數	Sig.
訂閱時間	.10	.114	-	-
專心程度	.02	.758	-	-
每週閱讀時間	.10	.091	-	-
閱讀討論區頻率	-.02	.783	-	-
討論區發表文章次數	-.02	.697	-	-

*** $P \leq .001$ ** $P \leq .01$ * $P \leq .05$

五、小結

回應研究問題 1：使用者的哪些動機會影響到其使用行為？發現使用者的使用動機皆會影響到其使用行為（見表 4-27）。其中，使用行為「訂閱時間」的長短和使用者「資訊尋求」、「信任感」、「社運參與經驗」等動機有相關性；閱讀電子報的「專心程度」會受到「資訊尋求」與「信任感」動機高低影響；「每週閱讀時間」和「資訊尋求」動機的強弱有關；「閱讀討論區頻率」和「資訊尋求」及「社運參與經驗」動機有關係；「討論區發表文章次數」和使用者的「社運參與經驗」動機有關。使用動機中「資訊尋求」和最多的使用行為具有顯著相關。

表 4-27：使用動機與使用行為的淨相關分析顯著情形

	訂閱時間	專心程度	每週閱讀時間	閱讀討論區頻率	討論區發表文章次數
資訊尋求	**	***	***	***	
信任感	***	***			
社運參與經驗	***			***	***
認知解放					

*** $P \leq .001$ ** $P \leq .01$ * $P \leq .05$

貳、使用動機與社會運動參與情形的相關性分析

研究問題 2：使用者的哪些動機會影響到其對社會運動的參與？

此部分將使用動機的四個因素，分別與社會運動參與作皮爾森積差相關及控制人口統計變項後的淨相關分析，探討其間的相關性。

一、資訊尋求與社會運動參與

動機因素一資訊尋求與社會運動參與的淨相關情形高低依次為：與「繼續閱讀」($r=.51, P<.001$)；與「更廣泛接觸社會運動訊息」($r=.40, P<.001$)；與「身為一份子的認同感」($r=.40, P<.001$)；與「結交更多有志於社運的朋友」($r=.31,$

P<.001)；與「認為電子報有助於社運傳播」(r=.26, P<.001)；與「因動員而參與社會運動」(r=.23, P<.001)；與「實際參與更多社會運動事件」(r=.22, P<.001)，七項均呈現顯著正相關，和「購買出版品的次數」及「捐款金額」則沒有顯著相關。也就是說使用者的資訊尋求動機愈強，其繼續閱讀電子報的可能性就愈高；閱讀電子報後愈會廣泛地接觸人權運動資訊；愈有身為台灣人權電子報一份子的認同感；結交更多也是有志於社會運動的朋友；愈認為電子報有助於人權運動訊息的傳播；愈有可能因為台灣人權電子報的動員訊息而參與實際的社會運動；也會在閱讀電子報後參與更多的社會運動事件（見表 4-28）。淨相關與積差相關的分析結果大致相同，顯示人口統計變項在此不具影響力。

表 4-28：動機因素一資訊尋求與社會運動參與的相關性分析

	相關係數	Sig.	淨相關係數	Sig.
購買出版品的次數	.07	.22	-	-
捐款金額	.10	.10	-	-
更廣泛接觸社會運動訊息	.36	.000***	.40	.000***
認為電子報有助於社運傳播	.25	.000***	.26	.000***
結交更多有志於社運的朋友	.31	.000***	.31	.000***
身為一份子的認同感	.40	.000***	.40	.000***
實際參與更多社會運動事件	.21	.001***	.22	.000***
因動員而參與社會運動	.21	.001***	.23	.000***
繼續閱讀	.51	.000***	.51	.000***

*** P ≤ .001 ** P ≤ .01 * P ≤ .05

二、信任感與社會運動參與

動機因素二信任感與社會運動參與的淨相關情形高低依次為：與「繼續閱讀」(r=.40, P<.001)；與「身為一份子的認同感」(r=.33, P<.001)；與「認為電子報有助於社運傳播」(r=.32, P<.001)；與「更廣泛接觸社會運動訊息」(r=.25, P<.001)；與「因動員而參與社會運動」(r=.23, P<.001)；與「捐款金額」(r=.16, P<.05)；與「實際參與更多社會運動事件」(r=.12, P<.05)，七項均呈現顯著正相關，但和「購買出版品的次數」及「結交更多有志於社運的朋友」則沒有顯著差異（見表 4-29）。也就是說使用者愈信任台灣人權電子報的內容，其繼續閱讀電子報的可能性就愈高；愈有身為台灣人權電子報一份子的認同感；愈認為電子報有助於人權運動訊息的傳播；閱讀電子報後愈會廣泛地接觸人權運動資訊；愈有可能因為台灣人權電子報的動員訊息而參與實際的社會運動；會捐更多錢給台權會；也會在閱讀電子報後參與更多的社會運動事件。淨相關與積差相關的分析結果大致相同，顯示人口統計變項在此不具影響力。

表 4-29：動機因素二信任感與社會運動參與的相關性分析

	相關係數	Sig.	淨相關係數	Sig.
購買出版品的次數	.10	.098	-	-
捐款金額	.16	.008**	.16	.007*
更廣泛接觸社會運動訊息	.26	.000***	.25	.000***
認為電子報有助於社運傳播	.32	.000***	.32	.000***
結交更多有志於社運的朋友	.34	.576	-	-
身為一份子的認同感	.32	.000***	.33	.000***
實際參與更多社會運動事件	.12	.049*	.12	.049*
因動員而參與社會運動	.25	.000***	.23	.000***
繼續閱讀	.41	.000***	.40	.000***

*** $P \leq .001$ ** $P \leq .01$ * $P \leq .05$

三、社運參與經驗與社會運動參與

動機因素三社運參與經驗與社會運動參與的淨相關情形高低依次為：與「實際參與更多社會運動事件」($r=.44, P<.001$)；與「購買出版品的次數」($r=.41, P<.001$)；與「捐款金額」($r=.31, P<.001$)；與「因動員而參與社會運動」($r=.31, P<.001$)；與「結交更多有志於社運的朋友」($r=.28, P<.001$)；與「身為一份子的認同感」($r=.22, P<.001$)；與「認為電子報有助於社運傳播」($r=.12, P<.05$)，七項均呈現顯著正相關，但和「更廣泛接觸社會運動訊息」及「繼續閱讀」則沒有顯著差異（見表 4-30）。也就是說使用者先前參加過愈多的示威遊行或關於社會運動的讀書、討論會，就愈會在閱讀電子報後參與更多的社會運動事件；愈會花錢買的台權會出版品；捐更多錢給台權會；愈有可能因為台灣人權電子報的動員訊息而參與實際的社會運動；愈會結交更多也是有志於社會運動的朋友；愈有身為台灣人權電子報一份子的認同感；愈認為電子報有助於人權運動訊息的傳播。淨相關與積差相關的分析結果大致相同，顯示人口統計變項在此不具影響力。

表 4-30：動機因素三社運參與經驗與社會運動參與的相關性分析

	相關係數	Sig.	淨相關係數	Sig.
購買出版品的次數	.46	.000***	.41	.000***
捐款金額	.35	.000***	.31	.000***
更廣泛接觸社會運動訊息	.05	.411	-	-
認為電子報有助於社運傳播	.13	.026*	.12	.049*
結交更多有志於社運的朋友	.31	.000***	.28	.000***
身為一份子的認同感	.21	.000***	.22	.000***
實際參與更多社會運動事件	.47	.000***	.44	.000***
因動員而參與社會運動	.32	.000***	.31	.000***
繼續閱讀	.09	.129	-	-

*** $P \leq .001$ ** $P \leq .01$ * $P \leq .05$

四、認知解放與社會運動參與

動機因素四認知解放與社會運動參與的淨相關情形高低依次為：與「認為電子報有助於社運傳播」($r=.18, P<.01$)；與「因動員而參與社會運動」($r=.17, P<.01$)；與「捐款金額」($r=.14, P<.05$)，其中前兩項呈現顯著正相關，第三項則為顯著負相關。和其他社會運動參與則沒有顯著差異（見表 4-92）。也就是說使用者愈認為這個社會是不公平的，或曾經遭遇過愈多的不公平待遇，就愈認為電子報有助於人權運動訊息的傳播；愈有可能因為台灣人權電子報的動員訊息而參與實際的社會運動；卻可能因為強烈的被剝奪感，十分珍惜手上僅有的資源，反而愈不會捐錢出來。淨相關與積差相關的分析結果相較，少了「繼續閱讀」項目的相關顯著，顯示人口統計變項對於「繼續閱讀」具有影響力，這是因為職位的不同所帶來的差異會影響使用者繼續閱讀台灣人權電子報的意願。

對照 Bourdieu 所提及的「生存心態」(高宣揚, 1998)，以及行動者是被社會建構起來，而非結構性地被決定的觀點(Eder, 1993)，本研究發現受訪者認為社會公平與否及是否曾遭遇不公平對待的認知解放動機，和社會運動參與行為具有顯著正相關的部分僅「認為電子報有助於社運傳播」及「因動員而參與社會運動」兩項，少於社運參與經驗動機與社會運動參與的相關。可見，受訪者的生存心態中，先前參與社會運動的經驗較諸認知解放意識更能解釋與社會運動參與之間的關係。

表 4-31：動機因素四認知解放與社會運動參與的相關性分析

	相關係數	Sig.	淨相關係數	Sig.
購買出版品的次數	-.07	.234	-	-
捐款金額	-.15	.013*	-.14	.021*
更廣泛接觸社會運動訊息	.11	.076	-	-
認為電子報有助於社運傳播	.19	.001***	.18	.002**
結交更多有志於社運的朋友	.02	.801	-	-
身為一份子的認同感	.10	.088	-	-
實際參與更多社會運動事件	.04	.495	-	-
因動員而參與社會運動	.19	.001***	.17	.005**
繼續閱讀	.12	.044*	-	-

*** $P \leq .001$ ** $P \leq .01$ * $P \leq .05$

五、小結

回應研究問題 2：使用者對台灣人權電子報的使用行為使否影響其對社會運動的參與？研究發現受訪者的使用動機皆會影響到其對社會運動的參與（見表 4-32）。其中，「購買出版品」的金額和使用者的「社運參與經驗」動機有關；對台權會的「捐款金額」的多寡和「資訊尋求」、「信任感」與「社運參與經驗」動

機有關；閱讀電子報後是否會「更廣泛接觸」人權運動資訊和「資訊尋求」及「信任感」的動機有關；認為電子報「有助傳播」社會運動資訊和「資訊尋求」、「信任感」、「社運參與經驗」、「認知解放」四項動機均有關；閱讀電子報後交「更多朋友」和「資訊尋求」及「社運參與經驗」的動機有關；身為台灣人權電子報一份子的「認同感」強弱與「資訊尋求」、「信任感」、「社運參與經驗」等動機有相關性；閱讀電子報後是否會「參與更多」的社會運動會受到「資訊尋求」、「信任感」、「社運參與經驗」動機的影響；願意接受台灣人權電子報的「動員」而參與示威遊行和四項動機皆有關係；「繼續閱讀」與否和「資訊尋求」及「信任感」兩項動機有關係。橫向來看，受訪者的「資訊尋求」、「信任感」與「社運參與經驗」動機和社會運動參與情形之間，有著最多的顯著相關性，「認知解放」動機則為最少。

表 4-32：使用動機與社會運動參與的淨相關分析顯著情形

	購買 出版 品	捐款 金額	更廣 泛接 觸	有助 傳播	更多 朋友	認同 感	參與 更多	動員	繼續 閱讀
資訊尋求			***	***	***	***	***	***	***
信任感		*	***	***		***	*	***	***
社運參與經驗	***	***		*	***	***	***	***	
認知解放		*		**				**	

*** $P \leq .001$ ** $P \leq .01$ * $P \leq .05$

參、使用動機與閱讀台灣人權電子報後接觸人權運動資訊媒介的相關性分析

研究問題 3：使用者的哪些動機會影響到其閱讀台灣人權電子報後使用人權運動資訊的媒介？

此部分將動機的四個因素，分別與閱讀台灣人權電子報後接觸人權運動資訊的媒介作皮爾森積差相關及控制人口統計變項後的淨相關分析，探討其間的相關性。因素一資訊尋求方面，與媒介使用行為的淨相關情形高低依次為：「電視」($r=.14, P<.05$)；「報紙」($r=.21, P<.001$)；及「電子報及網站」($r=.25, P<.001$)；因素二信任感及因素三社運參與經驗和媒介使用行為之間沒有顯著相關；因素四認知解放則與「電子報及網站」($r=.12, P<.05$)有顯著相關（見表 4-40）。也就是說電子報使用者資訊尋求的動機愈強，就愈會選擇從電視、報紙、電子報及網站等媒介來接觸人權運動資訊；認知解放的動機愈強，也愈會從電子報及網站來接觸人權運動資訊。淨相關與積差相關的分析結果大致相同，僅些許影響了動機

因素四認知解放與電子報及網站使用的顯著度，顯示人口統計變項在此不具影響力。

此部分回應研究問題3：使用者的哪些動機會影響到其使用人權運動資訊的媒介？研究發現受訪者的部分動機確實會影響到其使用人權運動資訊的媒介。也就是說，使用者閱讀台灣人權電子報後從電視、報紙、電子報及網站接觸人權運動資訊的行為會因為電子報使用動機的不同而有差異，但從廣播、雜誌接觸人權運動資訊的行為則不受影響。

表 4-33：使用動機與閱讀台灣人權電子報後使用人權運動資訊媒介相關性分析

		電視	廣播	雜誌	報紙	電子報及網站
資訊尋求	相關係數	.12*	-	-	.19***	.23***
	淨相關係數	.14*			.21***	.25***
信任感	相關係數	-	-	-	-	-
	淨相關係數					
社運參與經驗	相關係數	-	-	-	-	-
	淨相關係數					
認知解放	相關係數	-	-	-	-	.13**
	淨相關係數					.12*

*** $P \leq .001$ ** $P \leq .01$ * $P \leq .05$

肆、使用行為與社會運動參與情形的相關性分析

研究問題4：使用者對台灣人權電子報的使用行為是否會影響到其對社會運動的參與？

此部分將五個使用行為的題項，分別與社會運動參與作皮爾森積差相關及控制人口統計變項後的淨相關分析，探討其間的相關性。

一、訂閱時間與社會運動參與

訂閱時間與社會運動參與的淨相關情形高低依次為：與「繼續閱讀」($r=.34, P<.001$)；與「身為一份子的認同感」($r=.25, P<.001$)；與「因動員而參與社會運動」($r=.22, P<.001$)；與「捐款金額」($r=.21, P<.001$)；與「購買出版品的次數」($r=.20, P<.001$)；與「認為電子報有助於社運傳播」($r=.19, P<.01$)；與「實際參與更多社會運動事件」($r=.17, P<.01$)，與「更廣泛接觸社會運動訊息」($r=.14, P<.05$)；及與「結交更多有志於社運的朋友」($r=.14, P<.05$)，九項均呈現顯著正相關。也就是說使用者訂閱電子報的時間愈久，就愈有可能再繼續閱讀電子報；愈有身為台灣人權電子報一份子的認同感；愈有可能因為台灣人權電子報的

動員訊息而參與實際的社會運動；捐款給台權會的金額愈多；愈會購買台權會的出版品；愈認為電子報有助於人權運動訊息的傳播；在閱讀電子報後愈會參與更多的社會運動事件；愈會廣泛地接觸人權運動資訊；並結交更多也是有志於社會運動的朋友（見表 4-34）。淨相關與積差相關的分析結果大致相同，顯示人口統計變項在此不具影響力。

表 4-34：訂閱電子報時間與社會運動參與的相關性分析

	相關係數	Sig.	淨相關係數	Sig.
購買出版品的次數	.22	.000***	.20	.001***
捐款金額	.23	.000***	.21	.000***
更廣泛接觸社會運動訊息	.15	.014*	.14	.023*
認為電子報有助於社運傳播	.22	.000***	.19	.002**
結交更多有志於社運的朋友	.15	.014*	.14	.025*
身為一份子的認同感	.25	.000***	.25	.000***
實際參與更多社會運動事件	.18	.002**	.17	.005**
因動員而參與社會運動	.27	.000***	.22	.000***
繼續閱讀	.36	.000***	.34	.000***

*** $P \leq .001$ ** $P \leq .01$ * $P \leq .05$

二、閱讀專心程度與社會運動參與

閱讀電子報的專心程度與社會運動參與的淨相關情形高低依次為：與「繼續閱讀」($r=.43, P<.001$)；與「身為一份子的認同感」($r=.34, P<.001$)；與「更廣泛接觸社會運動訊息」($r=.23, P<.001$)；與「實際參與更多社會運動事件」($r=.21, P<.001$)；與「結交更多有志於社運的朋友」($r=.19, P<.01$)；與「捐款金額」($r=.17, P<.01$)；與「因動員而參與社會運動」($r=.14, P<.05$)，七項均呈現顯著正相關，和「購買出版品的次數」及「認為電子報有助於社運傳播」則沒有顯著相關。也就是說使用者愈專心閱讀電子報，就愈有可能再繼續閱讀電子報；愈有身為台灣人權電子報一份子的認同感；閱讀後愈會廣泛地接觸人權運動資訊；愈會參與更多的社會運動事件；結交更多也是有志於社會運動的朋友；捐款給台權會的金額愈多；也愈有可能因為台灣人權電子報的動員訊息而參與實際的社會運動（見表 4-35）。淨相關與積差相關的分析結果大致相同，顯示人口統計變項在此不具影響力。

表 4-35：專心閱讀電子報的程度與社會運動參與的相關性分析

	相關係數	Sig.	淨相關係數	Sig.
購買出版品的次數	.12	.053	-	-
捐款金額	.17	.004**	.17	.006**
更廣泛接觸社會運動訊息	.21	.001***	.23	.000***
認為電子報有助於社運傳播	.11	.060	-	-
結交更多有志於社運的朋友	.19	.002**	.19	.002**
身為一份子的認同感	.35	.000***	.34	.000***
實際參與更多社會運動事件	.19	.001***	.21	.001***
因動員而參與社會運動	.12	.048*	.14	.019*
繼續閱讀	.42	.000***	.43	.000***

*** $P \leq .001$ ** $P \leq .01$ * $P \leq .05$

三、每週閱讀時數與社會運動參與

每週閱讀電子報時間的長短與社會運動參與的淨相關情形高低依次為：與「繼續閱讀」($r=.33, P<.001$)；與「更廣泛接觸社會運動訊息」($r=.29, P<.001$)；與「認為電子報有助於社運傳播」($r=.20, P<.001$)；與「身為一份子的認同感」($r=.19, P<.01$)，四項均呈現顯著正相關，和「購買出版品的次數」、「捐款金額」、「結交更多有志於社運的朋友」、「實際參與更多社會運動事件」及「因動員而參與社會運動」則沒有顯著相關。也就是說使用者每週閱讀電子報的時間愈長，就愈有可能再繼續閱讀電子報；閱讀後愈會廣泛地接觸人權運動資訊；愈認為電子報有助於人權運動的傳播；愈有身為台灣人權電子報一份子的認同感（見表 4-36）。淨相關與積差相關的分析結果大致相同，顯示人口統計變項在此不具影響力。由於每週閱讀電子報時間愈長者，對於身為台灣人權電子報一份子的認同感會愈強，本研究印證了高時數的使用者，對於虛擬社群會有較高歸屬感的論點（郭欣怡，1998）。

表 4-36：每週閱讀電子報時間與社會運動參與的相關性分析

	相關係數	Sig.	淨相關係數	Sig.
購買出版品的次數	.10	.095	-	-
捐款金額	.01	.808	-	-
更廣泛接觸社會運動訊息	.28	.000***	.29	.000***
認為電子報有助於社運傳播	.20	.001***	.20	.001***
結交更多有志於社運的朋友	.15	.01	-	-
身為一份子的認同感	.21	.001***	.19	.002**
實際參與更多社會運動事件	.08	.195	-	-
因動員而參與社會運動	.08	.163	-	-
繼續閱讀	.34	.000***	.33	.000***

*** $P \leq .001$ ** $P \leq .01$ * $P \leq .05$

四、瀏覽討論區頻率與社會運動參與

瀏覽台權會網站討論區頻率與社會運動參與的淨相關情形高低依次為：與「結交更多有志於社運的朋友」($r=.39, P<.001$)；與「實際參與更多社會運動事件」($r=.31, P<.001$)；與「身為一份子的認同感」($r=.27, P<.001$)；與「購買出版品的次數」($r=.25, P<.001$)；與「捐款金額」($r=.21, P<.001$)；與「繼續閱讀」($r=.20, P<.01$)；與「因動員而參與社會運動」($r=.14, P<.05$)，七項均呈現顯著正相關，和「更廣泛接觸社會運動訊息」及「認為電子報有助於社運傳播」則沒有顯著相關。也就是說使用者造訪台權會網站討論區的頻率愈高，就愈會結交更多也是有志於社會運動的朋友；愈會參與更多的社會運動事件；愈有身為台灣人權電子報一份子的認同感；愈會購買台權會的出版品；捐款給台權會的金額愈多；並且愈有可能再繼續閱讀電子報（見表 4-37）。淨相關與積差相關的分析結果大致相同，顯示人口統計變項在此不具影響力。

當一個人透過討論區與他人互動時，他能夠感染並影響彼此的情緒，感受到自己也是群體的一員，與群體分享著相同的價值觀，因此就社群的認同意識而言，討論區是形成認同意識的主要場域（謝豫立，2000）。Wellman(1999)也指出，虛擬社群是一種存在於人際之間的網絡式連帶，提供了社會化、支持、資訊、歸屬感以及社會認同等功能。本研究發現，受訪者造訪討論區的頻率與大多數的社會運動參與項目具顯著相關。

表 4-37：瀏覽討論區頻率與社會運動參與的相關性分析

	相關係數	Sig.	淨相關係數	Sig.
購買出版品的次數	.28	.000***	.25	.000***
捐款金額	.24	.000***	.21	.001***
更廣泛接觸社會運動訊息	.09	.134	-	-
認為電子報有助於社運傳播	.04	.466	-	-
結交更多有志於社運的朋友	.40	.000***	.39	.000***
身為一份子的認同感	.28	.000***	.27	.000***
實際參與更多社會運動事件	.32	.000***	.31	.000***
因動員而參與社會運動	.15	.015*	.14	.027*
繼續閱讀	.21	.000***	.20	.001**

*** $P \leq .001$ ** $P \leq .01$ * $P \leq .05$

五、在討論區發表文章頻率與社會運動參與

瀏覽台權會網站討論區頻率與社會運動參與的淨相關情形高低依次為：與「捐款金額」($r=.57, P<.001$)；與「購買出版品的次數」($r=.46, P<.001$)；與「結交更多有志於社運的朋友」($r=.27, P<.001$)；與「實際參與更多社會運動事件」($r=.25, P<.01$)，四項均呈現顯著正相關，和「更廣泛接觸社會運動訊息」及「認

為電子報有助於社運傳播」、「身為一份子的認同感」、「因動員而參與社會運動」、「繼續閱讀」則沒有顯著相關。也就是說使用者在台權會網站討論區發表文章的頻率愈高，捐款給台權會的金額就會愈多；愈會購買台權會的出版品；愈會結交更多也是有志於社會運動的朋友；愈會參與更多的社會運動事件（見表 4-38）。淨相關與積差相關的分析結果大致相同，顯示人口統計變項在此不具影響力。

綜合此題與上題討論，討論區作為社會運動共識動員的非正式組織及社會運動社群活動的場域，受訪者在討論區中瀏覽與發表文章的頻率，和集體認同中積極關係網絡層面的「交更多朋友」以及社會運動動員「實際參與更多社會運動事件」有著明顯的相關，顯示受訪者在討論區中與人互動的程度，會影響其交更多朋友，並且參與更多的社會運動事件。總的來說，受訪者瀏覽討論區的頻率較在討論區發表文章的頻率和社會運動的參與有更顯著的關連。相關研究並發現，虛擬社群中人際互動愈頻繁者，對團體的認同感愈高（郭欣怡，1998），但本研究僅瀏覽討論區的頻率與認同感達到顯著相關。

表 4-38：在討論區發表文章頻率與社會運動參與的相關性分析

	相關係數	Sig.	淨相關係數	Sig.
購買出版品的次數	.49	.000***	.46	.000***
捐款金額	.58	.000***	.57	.000***
更廣泛接觸社會運動訊息	-.02	.787	-	-
認為電子報有助於社運傳播	-.04	.548	-	-
結交更多有志於社運的朋友	.29	.000***	.27	.000***
身為一份子的認同感	.11	.067	-	-
實際參與更多社會運動事件	.20	.001***	.16	.007**
因動員而參與社會運動	.05	.404	-	-
繼續閱讀	-.00	.969	-	-

*** $P \leq .001$ ** $P \leq .01$ * $P \leq .05$

六、小結

回應研究問題 4：使用者對台灣人權電子報的使用行為是否影響到其對社會運動的參與？研究證實受訪者對台灣人權電子報的使用行為均會影響到其對社會運動的參與（見表 4-39）。其中，「購買出版品」的金額和使用者的「訂閱時間」及「每週閱讀時間」的長短、「瀏覽討論區」及在討論區「發表文章頻率」有關；對台權會的「捐款金額」的多寡和「訂閱時間」長短、「專心閱讀」與否及「瀏覽討論區」、在討論區「發表文章頻率」有關；閱讀電子報後是否會「更廣泛接觸」人權運動資訊和「訂閱時間」、「專心閱讀」程度、「每週閱讀時間」長短有關；認為電子報「有助傳播」社會運動資訊和「訂閱時間」及「每週閱讀時間」長短有關；閱讀電子報後交「更多朋友」的程度和「訂閱時間」長短、「專

心閱讀」程度、「瀏覽討論區」及在討論區「發表文章頻率」有關；身為台灣人權電子報一份子的「認同感」強弱與「訂閱時間」長短、「專心閱讀」程度、「每週閱讀時間」長短及在討論區「發表文章頻率」有相關；閱讀電子報後是否會「參與更多」的社會運動會受到「訂閱時間」長短、「專心閱讀」程度、「瀏覽討論區」及在討論區「發表文章頻率」影響；願意接受台灣人權電子報的「動員」而投身示威遊行和「訂閱時間」長短、「專心閱讀」程度、「瀏覽討論區」頻率有關連；「繼續閱讀」與否和「訂閱時間」、「專心閱讀」、「每週閱讀時間」、「瀏覽討論區」有顯著關係。總的來看，「訂閱時間」和受訪者的社會運動參與有最多顯著相關；其次為「專心閱讀」程度和「瀏覽討論區」頻率；在其次則為「每週閱讀時間」及「發表文章頻率」。

中研院社會所「資訊科技與社會轉型」主題計畫於1999年所做的「資訊科技與社會轉型網路問卷」的調查發現，上過社會運動網站者參與社會抗議活動的比例較不上社會運動網站者為高，其參與街頭遊行活動方面的比例為22.6%，高於不上社會運動網站者的11.1%（林鶴玲等，2001a）。本研究呼應上述調查，並發現，台灣人權電子報及其討論區作為社會運動社群及運動網絡的意義，就認知的定義而言，受訪者可認知到行動對於自身的意義所在；就積極關係的網絡來看，討論區較高度的互動形式，強化了群體的意識，提供了一種跨越時空的、將人際聯繫活化的可能；對於台灣人權電子報及其討論區情感的投入，奠定了集體認同重要的基礎。從受訪者使用程度的深淺，與自身參與社會運動的情形具高度相關性看來，愈重度使用的受訪者，愈可能為社會運動所動員。因此，就資源動員理論的角度來看，台權會的電子報與討論區，拓展了人權運動傳播的管道，有利開發潛在的運動參與者。

表 4-39：使用行為與社會運動參與的淨相關分析顯著情形

	購買 出版 品	捐款 金額	更廣 泛接 觸	有助 傳播	更多 朋友	認同 感	參與 更多	動員	繼續 閱讀
訂閱時間	***	***	*	**	*	***	**	***	***
專心閱讀		**	***		**	***	***	*	***
每週閱讀時間			***	***		**			***
瀏覽討論區	***	***			***	***	***	*	**
發表文章頻率	***	***			***		**		

*** $P \leq .001$ ** $P \leq .01$ * $P \leq .05$

伍、使用行為與閱讀台灣人權電子報後使用人權運動資訊媒介的相關

性分析

研究問題 5：使用者對台灣人權電子報的使用行為是否影響其閱讀台灣人權電子報後使用人權運動資訊的媒介？

此部分將五個使用行為的題項，分別與閱讀台灣人權電子報後使用人權運動資訊媒介作皮爾森積差相關及控制人口統計變項後的淨相關分析，探討其間的相關性。「每週閱讀時間」與「電視」($r=.13, P<.05$)及「瀏覽討論區頻率」分別與「雜誌」($r=.15, P<.05$)、「電子報及網站」($r=.13, P<.05$)有顯著正相關；而「訂閱時間」、「閱讀專心度」、「討論區發表文章頻率」都和媒介使用行為沒有顯著相關，見表 4-102。也就是說使用者每週閱讀電子報的時間愈長，就愈會選擇從電視接觸人權運動資訊；愈常瀏覽台權會網站討論區者，也愈會從雜誌、電子報及網站來接觸人權運動資訊（見表 4-40）。淨相關與積差相關的分析結果大致相同，僅些許影響了每週閱讀時間與電視使用的顯著度，顯示人口統計變項在此不具影響力。

此部分回應研究問題 5：使用者對台灣人權電子報的使用行為是否影響其使用人權運動資訊的媒介？研究發現受訪者對於台灣人權電子報的部分使用行為會影響到其使用人權運動資訊的媒介。也就是說，使用者閱讀電子報後從電視、雜誌、電子報及網站接觸人權運動資訊的行為會因為電子報使用行為的不同而有差異，從廣播、報紙接觸人權運動資訊的行為則不受影響。

表 4-40：使用行為與閱讀台灣人權電子報後使用人權運動資訊媒介相關性分析

		電視	廣播	雜誌	報紙	電子報及網站
訂閱時間	相關係數	.13*	-	-	-	-
	淨相關係數	.13*				
閱讀專心度	相關係數	-	-	-	-	-
	淨相關係數					
每週閱讀時數	相關係數	-	-	-	-	-
	淨相關係數					
瀏覽討論區頻率	相關係數	-	-	.16**	-	.12*
	淨相關係數			.15*		.13*
討論區發表頻率	相關係數	-	-	-	-	-
	淨相關係數					

*** $P \leq .001$ ** $P \leq .01$ * $P \leq .05$

陸、社會運動參與的相關性分析

研究問題 6：社會運動參與行為之間如何相互影響？

受訪者閱讀電子報後，對於社會運動的參與，及受到哪些原因而影響其社會運動參與的表現，在前面第一、三節已就其受到使用動機、使用行為的部分說明，此處進一步探究社會運動參與行為間的相互關係，以瞭解動員能量與集體認同裡認知、積極關係網絡、情感投注之間的關連。

購買出版品方面，由於和「捐款金額」高度相關($r=.617, P<.001$)，因此將兩者一併與集體認同及動員潛能討論。「購買出版品」與「捐款金額」均與集體認同認知面向的交「更多朋友」具顯著相關($r=.260, P<.001$)($r=.305, P<.001$)；兩者亦和情感投注面向的「認同感」有顯著相關($r=.206, P<.001$)($r=.197, P<.001$)；和實質動員能量的「參與更多」社會運動事件有顯著相關($r=.307, P<.001$)($r=.329, P<.001$)；和「動員」潛能也具顯著相關($r=.167, P<.001$)($r=.188, P<.001$)；和「繼續閱讀」也有顯著相關($r=.142, P<.001$)($r=.129, P<.001$)；兩者中則僅有「購買出版品」與「有助傳播」具顯著相關 ($r=.129, P<.001$)。

「更廣泛接觸」和「有助傳播」同為集體認同認知面向的指標，且具有高度相關($r=.465, P<.001$)，因此亦一併討論。兩者和集體認同積極關係面向的交「更多朋友」均具顯著相關($r=.165, P<.001$)($r=.178, P<.001$)；和集體認同情感投注面向的「認同感」都有顯著相關($r=.401, P<.001$)($r=.463, P<.001$)；和實際動員能量的「參與更多」也有顯著相關($r=.187, P<.001$)($r=.207, P<.001$)；和「動員」潛能相關($r=.308, P<.001$)($r=.457, P<.001$)；而和「繼續閱讀」電子報也都有顯著相關($r=.396, P<.001$)($r=.440, P<.001$)。

屬於集體認同積極關係面向的交「更多朋友」和情感投注面向的「認同感」($r=.356, P<.001$)、實質動員能量的「參與更多」($r=.659, P<.001$)、「動員」潛能($r=.323, P<.001$)及「繼續閱讀」($r=.457, P<.001$)均具顯著相關。集體認同情感投注面向的「認同感」則和實際動員能量的「參與更多」($r=.377, P<.001$)、「動員」潛能($r=.454, P<.001$)、及「繼續閱讀」($r=.457, P<.001$)都有顯著的相關。實際動員能量的「參與更多」社會運動事件和「動員」潛能兩者間具高度相關($r=.387, P<.001$)，亦分別和「繼續閱讀」電子報呈現顯著相關($r=.240, P<.001$)($r=.369, P<.001$)。

回應研究問題 6：社會運動參與行為之間是否相互影響，研究證實社會運動參與行為之間具有極高度的相關性（見表 4-41）。

表 4-41：社會運動參與的相關係數矩陣

	購 買 出 版 品	捐 款 金 額	更 廣 泛 接 觸	有 助 傳 播	更 多 朋 友	認 同 感	參 與 更 多	動 員
捐款金額	.617***							
更廣泛接觸	.008	.034						
有助傳播	.129*	.079	.465***					
更多朋友	.260***	.305***	.165**	.178**				
認同感	.206***	.197***	.401***	.463***	.356***			
參與更多	.307***	.329***	.187***	.207***	.659***	.377***		
動員	.167**	.188**	.308***	.457***	.323***	.454***	.387***	
繼續閱讀	.142*	.129*	.396***	.440***	.183**	.457***	.240***	.369***

*** P ≤ .001 ** P ≤ .01 * P ≤ .05

第五章 結論

本章分為三節，第一節總結本研究的發現，包括受訪者的樣本結構、使用動機、使用行為、社會運動參與及媒介使用行為的分佈情形；人口統計變項與使用動機、使用行為、社會運動參與及人權運動消息管道的變異數分析；以及使用動機、使用行為分別與社會運動參與、人權運動資訊媒介的淨相關分析。第二節以社會運動理論為本，綜合討論第一節中的研究發現。第三節檢討本研究的限制，並提出對未來研究的建議。

第一節 研究發現

本節分為兩部分，首先說明研究結果，然後歸納出所有與社會運動參與具有顯著差異、相關的變項。

壹、研究結果

本研究係採全球資訊網調查法，在台權會工作人員的協助下，由台權會以電子郵件的方式，直接在其智邦生活館的發報平台寄發本問卷的相關說明及超連結，邀請當時共 5352 位訂戶填答，並透過網路伺服器搭配資料庫的方式收集問卷資料。問卷共分為使用動機、使用行為、社會運動參與、閱讀台灣人權電子報後人權運動使用媒介的變化及人口統計變項五個部分。研究進行期間從 2002 年 3 月 26 日到 4 月 9 日，共計 15 天，回收問卷 281 份，有效問卷 276 份。並以次數分配、因素分析、變異數分析、皮爾森積差相關、淨相關等統計方法，進行資料分析。

一、樣本結構

本研究受訪者以女性為多，年齡多集中在 21-30 歲，學歷以大專/學為主，職業上以學生為最多，因此多為無職位的無收入者，居住區域則多集中在台北縣市，政黨傾向方面，無政黨傾向者佔了半數，婚姻狀況方面，未婚者遠超過已婚者。綜觀本研究受訪者的人口特徵可歸納為「年輕、未婚、高學歷、居住於北台灣，從事非勞力工作的受雇者，其中又以大學生居多」。

二、使用動機

在 13 個動機選項中，經因素分析與信度檢驗，萃取出 4 個共同因素，分別命名為：資訊尋求、信任感、社運參與經驗及認知解放。動機因素累積的總變異量達到 60.9%，其中以「資訊尋求」的動機最為顯著。

三、使用行為

本研究受訪者訂閱電子報的時間多為一年至兩年，每週閱讀時間多在十分鐘以內，閱讀時頗為專心。有一半的受訪者曾經瀏覽台權會網站的討論區，但只有 1 成的人在討論區發表過文章。在媒介的使用上，偏好網路媒體，使得受訪者在閱讀台灣人權電子報後，也多選擇電子報及網站作為使用人權運動資訊的媒介。受訪者在閱讀台灣人權電子報的同時，也多會閱讀同屬智邦生活館中的其他社會運動類電子報

四、社會運動參與

本研究受訪者有 8 成以上曾參與過社會運動示威遊行，卻很少購買台權會出版物或對其捐款。在閱讀台灣人權電子報之後，多半會更廣泛地接觸社會運動資訊，也多同意台灣人權電子報有助於社會運動消息的傳布，並且有身為其中一份子的認同感，願意繼續閱讀。但在實際的線下世界，受訪者並沒有因此交了更多有志於社會運動議題的朋友，也不會增加參與其實際參與社會運動的次數，反而有 1/4 的人會更少參與社會運動事件，且僅有 4 成受訪者表示可能因為電子報的動員而參與社會運動。

五、閱讀台灣人權電子報後使用人權運動資訊的媒介

受訪者閱讀台灣人權電子報後，透過上網接觸人權運動資訊的時間增加最為明顯，其次為報紙、雜誌、電視，廣播則大致不變，僅呈現極微幅的減少。

六、人口統計變項與使用動機的變異數分析

資訊尋求因素和最高學歷在平均數上有顯著差異；信任感因素亦和最高學歷存在顯著差異；社運參與經驗與最高學歷、月收入、政黨傾向、婚姻狀況在平均數上有顯著差異；認知解放因素也和最高學歷在平均數上有顯著差異，可見教育程度的不同會造成所有使用動機上的差異；而受訪者性別、年齡、職業、職位、居住區域的不同，不會和使用動機形成顯著差異。

七、人口統計變項與使用行為的變異數分析

受訪者訂閱電子報的時間與最高學歷及政黨傾向在平均數上有顯著差異；閱讀電子報的專心程度與最高學歷在平均數上有顯著差異；閱讀討論區的頻率與年齡、最高學歷、婚姻狀況在平均數上有顯著差異；討論區發表文章次數與年齡、最高學歷、職位、婚姻狀況在平均數上有顯著差異。以人口統計變項而言，最高學歷的不同會形成與使用行為間最多的顯著差異；而每週閱讀時間則沒有和任何人口統計變項呈現顯著差異。

八、人口統計變項與社會運動參與的變異數分析

受訪者購買出版品的次數與年齡、最高學歷、婚姻狀況在平均數上有顯著差異；捐款金額與年齡、最高學歷、婚姻狀況在平均數上有顯著差異；更廣泛接觸社會運動訊息與最高學歷在平均數上有顯著差異；結交更多有志於社會運動的朋友與年齡、婚姻狀況在平均數上有顯著差異，身為一份子的認同感與性別在平均數上有顯著差異；實際參與更多社會運動事件與年齡、婚姻狀況在平均數上有顯著差異；因動員而參與社會運動與最高學歷在平均數上有顯著差異；繼續閱讀電子報與職位在平均數上有顯著差異；而認為電子報有助於社會運動傳播則沒有和任何人口統計變項呈現顯著差異。

九、人口統計變項與閱讀台灣人權電子報後接觸人權資訊管道的變異數分析

受訪者閱讀台灣人權電子報後從報紙接觸人權運動資訊的媒介與年齡、月收入在平均數上有顯著差異；從電子報及網站接觸人權運動資訊的媒介與年齡、職業、婚姻狀況有顯著差異；而電視、廣播、雜誌等媒介則沒有和任何的人口統計變項呈現顯著差異

十、使用動機與使用行為的相關性分析

受訪者使用電子報的行為會因其使用動機的不同而有差異。電子報訂閱時間的長短和使用者資訊尋求、信任感、社運參與經驗三項動機有相關性；閱讀電子報的專心程度會受到資訊尋求與信任感動機高低的影響；每週閱讀時間和資訊尋求動機的強弱有關；閱讀討論區頻率和資訊尋求及社運參與經驗動機有關係；討論區發表文章次數和使用者的社運參與經驗動機有關。其中，資訊尋求動機和最多的使用行為具有顯著相關。

十一、使用動機與社會運動參與的相關性分析

受訪者購買出版品的金額和社運參與經驗的動機有關；對台權會捐款金額的多寡和資訊尋求、信任感與社運參與經驗動機有關；閱讀電子報後是否會更廣泛接觸人權運動資訊和資訊尋求及信任感的動機有關；認為電子報有助傳播社會運動資訊和資訊尋求、信任感、社運參與經驗、認知解放四項動機均有關係；閱讀電子報後交更多朋友和資訊尋求及社運參與經驗的動機有關；身為台灣人權電子報一份子的認同感強弱與資訊尋求、信任感、社運參與經驗等動機有相關性；閱讀電子報後是否會參與更多的社會運動會受到資訊尋求、信任感、社運參與經驗動機的影響；願意接受台灣人權電子報的動員而參與示威遊行和四項動機皆有關係；繼續閱讀台灣人權電子報與否和資訊尋求及信任感兩項動機有關係。其中，信任感與社運參與經驗兩項動機和社會運動參與情形之間，有著最多的顯著相關性。

十二、使用動機與閱讀台灣人權電子報後使用人權運動資訊媒介的相關性分析

受訪者資訊尋求動機和閱讀電子報後從電視、報紙、電子報及網站接觸人權運動資訊有顯著正相關；認知解放動機亦和閱讀電子報後從電子報及網站接觸人權運動資訊有顯著正相關；而信任感動機和社運參與經驗動機則沒有與任何媒介管道呈現顯著相關。也就是說受訪者閱讀電子報後從電視、報紙、電子報及網站接觸人權運動資訊的行為會因為電子報使用動機的不同而有差異，但從廣播、雜誌接觸人權運動資訊的行為則不受影響。

十三、使用行為與社會運動參與的相關性分析

受訪者購買出版品的金額和訂閱電子報及每週閱讀時間的長短、瀏覽討論區頻率及在討論區發表文章次數有關；對台權會的捐款金額的多寡和訂閱時間長短、專心閱讀與否及瀏覽討論區頻率、在討論區發表文章次數有關；閱讀電子報後是否會更廣泛接觸人權運動資訊和訂閱時間、專心閱讀程度、每週閱讀時間長短有關；認為電子報有助於傳播社會運動資訊和訂閱電子報及每週閱讀時間長短有關；閱讀電子報後交更多朋友的程度和訂閱時間長短、專心閱讀程度、瀏覽討論區頻率及在討論區發表文章次數有關；身為台灣人權電子報一份子的認同感強弱與訂閱時間長短、專心閱讀程度、每週閱讀時間長短及在討論區發表文章次數有相關；閱讀電子報後是否會參與更多的社會運動會受到訂閱時間長短、專心閱讀程度、瀏覽討論區頻率及在討論區發表文章次數影響；願意接受台灣人權電子報的動員而投身示威遊行和訂閱時間長短、專心閱讀程度、瀏覽討論區頻率有關連；繼續閱讀台灣人權電子報與否和訂閱時間、專心閱讀、每週閱讀時間、瀏覽討論區頻率有顯著關係。其中，訂閱時間和受訪者的社會運動參與有最多顯著相關。

十四、使用行為與閱讀台灣人權電子報後使用人權運動資訊媒介的相關性分析

受訪者每週閱讀台灣人權電子報的時間與閱讀電子報後從電視接觸人權運動資訊有顯著正相關；瀏覽台權會網站討論區的頻率和閱讀電子報後從雜誌、電子報及網站接觸人權運動資訊有顯著正相關；而訂閱時間長短、閱讀專心程度及在討論區發表文章次數都和媒介管道沒有顯著相關。也就是說，使用者閱讀電子報後從電視、雜誌、電子報及網站接觸人權運動資訊的行為會因為電子報使用行為的不同而有差異，從廣播、報紙接觸人權運動資訊的行為則不受影響。

十五、社會運動參與的相關矩陣

社會運動參與的題項共計 9 題，包括購買出版品、捐款、閱讀電子報後更廣泛地接觸人權運動資訊、認為台灣人權電子報有助於社會運動傳播、交更多朋友、有身為台灣人權電子報一份子認同感、實際參與更多社會運動事件、願意接受台灣人權電子報的動員而參與社會運動及繼續閱讀台灣人權電子報。以皮爾森積差相關分析發現，9 個題項間所形成的 36 個相關係數中，有 33 個相關係數具

有顯著正相關，只有購買出版品與閱讀電子報後更廣泛地接觸人權運動資訊、捐款與閱讀電子報後更廣泛地接觸人權運動資訊、捐款與認為台灣人權電子報有助於社會運動傳播三者間沒有顯著相關。顯示集體認同的認知定義、積極關係的網絡及情感投入三個面向和實質動員能量、動員潛能、社群持續參與意願間均具顯著相關。

貳、小結

茲整理本研究社會運動參與及閱讀台灣人權電子報後的人權運動資訊管道與人口統計變項的變異數分析中具顯著差異的部分，以及社會運動參與及閱讀台灣人權電子報後的人權運動資訊管道與使用動機及使用行為在淨相關分析中具顯著的部分，以說明社會運動參與及閱讀台灣人權電子報後的人權運動資訊管道，分別受到哪些人口統計變項、動機因素、使用行為的影響（見表 4-42、表 4-43）。

由表 4-42 可知，受訪者的社會運動參與，在人口統計變項方面，主要受到年齡、最高學歷及婚姻狀況的不同而有差異；使用動機因素方面，主要會因為資訊尋求、信任感、社運參與經驗的動機愈強，而有愈多的社會運動參與；使用行為方面，主要受到訂閱時間的不同而有差異，然後才是因專心閱讀程度及瀏覽討論區頻率的平均數不同而有差異，而每週閱讀時間、發表文章次數的顯著差異最少。

表 4-42：社會運動參與和人口統計變項、使用動機、行為關係一覽表

	人口統計變項	使用動機因素	使用行為
購買出版品	年齡* 最高學歷*** 婚姻狀況**	社運參與經驗***	訂閱時間*** 瀏覽討論區頻率*** 討論區發表文章***
捐款金額	年齡*** 最高學歷*** 婚姻狀況***	信任感* 社運參與經驗*** 認知解放*	訂閱時間*** 專心閱讀** 瀏覽討論區頻率** 討論區發表文章***
更廣泛接觸	最高學歷*	資訊尋求*** 信任感***	訂閱時間* 專心閱讀*** 每週閱讀時間***
有助傳播		資訊尋求*** 信任感*** 社運參與經驗* 認知解放**	專心閱讀** 每週閱讀時間***
交更多朋友	年齡* 婚姻狀況***	資訊尋求*** 社運參與經驗***	訂閱時間* 專心閱讀** 瀏覽討論區頻率*** 討論區發表文章***
認同感	性別*	資訊尋求*** 信任感*** 社運參與經驗***	訂閱時間*** 專心閱讀*** 每週閱讀時間** 瀏覽討論區頻率***
參與更多社會運動	年齡* 婚姻狀況**	資訊尋求*** 信任感* 社運參與經驗***	訂閱時間** 專心閱讀*** 瀏覽討論區頻率*** 討論區發表文章**
動員	最高學歷***	資訊尋求*** 信任感*** 社運參與經驗*** 認知解放**	訂閱時間*** 專心閱讀* 瀏覽討論區頻率*
繼續閱讀	職位*	資訊尋求*** 信任感***	訂閱時間*** 專心閱讀*** 每週閱讀時間*** 瀏覽討論區頻率**

*** $P \leq .001$ ** $P \leq .01$ * $P \leq .05$

由表 4-43 可知，受訪者在閱讀台灣人權電子報後，人權運動資訊管道的選擇上，在人口統計變項方面，年齡及月收入愈低者，愈會選擇報紙作為人權運動的資訊管道；使用動機因素方面，主要受到資訊尋求因素的影響，閱讀台灣人權電子報的資訊尋求動機愈強者，愈會選擇電視、報紙、電子報及網站作為人權運動的資訊管道，而認知解放動機愈強者，也愈會透過電子報及網站來接觸人權運動訊息；使用行為方面，受訪者愈常瀏覽台權會的討論區，就愈會選擇以雜誌、電子報及網站作為人權運動資訊的接觸管道，而訂閱台灣人權電子報時間愈長者，也愈會選擇電視作為接觸管道。

表 4-43：人權運動資訊管道和人口統計變項、使用動機、行為關係一覽表

	人口統計變項	使用動機因素	使用行為
電視		資訊尋求*	訂閱時間*
廣播			
雜誌			瀏覽討論區頻率*
報紙	年齡* 月收入*	資訊尋求***	
電子報/ 網站	年齡* 職業* 婚姻狀況*	資訊尋求*** 認知解放*	瀏覽討論區頻率*

*** $P \leq .001$ ** $P \leq .01$ * $P \leq .05$

第二節 綜合討論

本節以資源動員理論、新社會運動理論及閱聽人研究三者，凌空地來看第一節中的研究發現。首先，資源動員理論重視資源的重要性，認為「資源」的投入才足以產生社會運動(Jenkins & Perrow, 1977:251; Klandermans, 1984)。而所謂的資源可分為有形的資產，如金錢和設備；以及抽象資產，如傳播管道、人力招募等，用以招募更多的支持者加入(Freeman, 1979)。

就有形資源的投入來看，受訪者中曾經購買過台灣人權會出版品者，僅 25%；曾捐款的比例更低，只有 15.2%，兩者並有極高的重疊性，顯見閱讀台灣人權電子報對於金錢募集的效益還有很大的開發空間。其中，會購買出版品及捐款的人，主要是年紀較大、已婚、國中學歷的受訪者，而他們的社會運動參與經驗愈豐富、訂閱電子報的時間愈長、瀏覽討論區的頻率愈高、在討論區發表文章的次數愈多者，購買和捐款的金額就愈大。

就抽象的人力資源來看，受訪者在閱讀台灣人權電子報後會增加其實際參與社會運動事件的比例非常低，只有 14.5%，顯示台灣人權電子報的招募功能不彰。這可能是由於網路提供了替代性參與的管道，使受訪者反而因此疏離了實際的運動場域；也可能是受訪者不認同電子報是能夠促使其參與社會運動的驅力。在問到是否會因為台灣人權電子報的動員而參與社會運動時，有 41.3%的受訪者表示同意，這個比例看似頗高，但與受訪者中 87.0%的人曾參與社會運動的數字來看，卻反映了台灣人權電子報動員能力的薄弱，看不出刺激動員潛能的傳播效益。這可能是由於人權運動本身缺乏明顯的動員對象，也可能是受訪者搭便車的心態所致。其中，實際參與更多的社會運動與會因為電子報的動員而投入社會運動，都和資訊尋求、信任感、社運參與經驗的動機有關，動機愈強烈，就愈會參與社會運動，而訂閱台灣人權電子報時間愈長、閱讀愈專心、瀏覽討論區頻率愈高者，也愈會實際參與或因為動員而投入社會運動。已婚、年紀愈大者愈會實際參與社會運動；學歷愈高者，也愈會因為台灣人權電子報的動員而參與社會運動。

新社會運動將建構集體認同與界定團體利益的過程視為問題，而非直接視其為具結構性的決定(Buechler, 1995:442-3)。依此來看集體認同及動員和人口統計變項的關係，發現「職業」、「職位」和「月收入」的不同均不會產生集體認同及社會運動動員效果的差異，可見傳統以階級屬性來看待社會運動參與的觀點並不適用。人口統計變項中只有「性別」、「年齡」、「最高學歷」和「婚姻狀況」會與集體認同及社會運動動員產生零星的顯著差異。

新社會運動強調「集體認同」的社會建構以及潛在的人際網絡對於社會運動

的作用，認為集體認同是社會運動發生的泉源(Buechler, 1995:442-3; Melucci, 1985)。集體認同的建立是社會運動最重要的工作，它不只是社會運動成功的要件，其本身就是一個目標(Klandermans, 1991)。集體認同可以分為「認知的定義」、「積極關係」的網絡與「情感投注」三個面向(Melucci, 1996)。其中，情感投注層面的屬同感，可強固個體願意繼續當組織成員，並投入組織活動的意願(許寶源，1996)。

依此探討台灣人權電子報對受訪者的集體認同效果、集體認同受到哪些因素影響、以及集體認同之間的關連性。在集體認同效果的認知定義方面，受訪者在開始閱讀台灣人權電子報後，有 60.5% 的比例會更廣泛地接觸其他的社會運動訊息；並有 71.4% 的受訪者認為台灣人權電子報有助於社會運動訊息的傳播，顯示台灣人權電子報對於集體認同中社會運動認知架構建立的功能，為受訪者所贊同。其中，資訊尋求動機愈高、愈信任電子報者，認知效果愈佳。閱讀台灣人權電子報愈專心、每週閱讀時間愈長者，也愈會更廣泛地接觸其他社會運動訊息，並認為電子報內容有助社運傳播。但也由於受訪者中曾經閱讀台權會網站討論區者有 42.8%，而曾經發表或回應文章者卻只有 10.1%，使得討論區作為社會運動虛擬社群的功能受限。

在積極關係的網絡方面，受訪者中僅 15.9% 在閱讀台灣人權電子報後，會交更多有志一同的朋友，顯示台灣人權電子報在促進積極關係網絡方面的效果不強。其中，受訪者資訊尋求動機愈強、社運參與經驗愈豐富、訂閱電子報時間愈長、愈專心閱讀、瀏覽討論區頻率愈高、愈常在討論區發表文章者，會因此而交了較多的朋友。這裡突顯了討論區使用與積極關係網絡的高度相關性。

在情感投注方面，受訪者有身為台灣人權電子報一份子認同感的比例為 45.3%，雖然不是很高，但由於回答不同意者僅 6.5%，因此可說受訪者對台灣人權電子報多少有情感的投注在裡面。其中以男性受訪者認同度較高，而資訊尋求動機愈強、信任感愈高、社運參與經驗愈豐富、以及訂閱電子報時間愈長、愈專心閱讀、且閱讀時間愈長、愈常瀏覽台權會網站討論區者，愈有身為一份子的歸屬感。在此，認同感和電子報的繼續閱讀意願之間，呈現了高度相關。

社會運動參與的 9 個題項，融入了集體認同的 4 個題項、捐款的兩個題項、動員的兩個題項以及對社群的繼續參與題項。在因此形成 36 個相關係數中，僅購買出版品和更廣泛接觸、捐款和更廣泛接觸、捐款和有助傳播三者間沒有顯著相關。這是因為購買和捐款者多為年長、已婚者，而會更廣泛接觸卻為年紀輕的未婚受訪者，認為有助傳播也多為未婚者的緣故，顯示集體認同認知層度的愈高者，並不見得會轉化成捐款的行為。其餘 33 個相關係數的顯著，顯示了集體認同的三個面向和實際的動員能量、潛能以及社群持續參與意願間，有高度的相關。

閱聽人研究主張閱聽人是主動的(Jensen & Rosengren, 1990)，會主動基於他們自身的心理或社會需求來使用媒介(Katz、Blumler & Gurevitch, 1974)，並且有能力去縮短時間或者重新分配時間的媒介經驗(Williams、Phillips & Lum, 1985)。由此來看受訪者閱讀台灣人權電子報之後，從媒介接觸人權運動資訊的時間說來以增加的為多，由於受訪者多為年輕的學生族群，因此最偏好從網路來接觸人權運動資訊，使用時間增加的幅度最大，其次依序為報紙、電視和雜誌，廣播的使用時間則大致不變。顯示受訪者在增加使用人權運動資訊媒介時間的同時，傾向縮減其他活動的時間，而非其他種類媒介的時間。

其中，資訊尋求動機愈強、訂閱台灣人權電子報時間愈長的受訪者，從報紙接觸人權運動資訊的時間就愈長；瀏覽討論區頻率愈高，從雜誌接觸的時間就愈長；年紀愈輕、月收入愈少，資訊尋求動機愈強者，從報紙接觸的時間就愈長；年紀愈輕、未婚、職業為媒體工作者或學生，愈常瀏覽討論區者，從電子報及網站接觸的時間也就愈長。這裡可以看出資訊尋求的動機與電視、報紙、電子報及網站等即時、內容較豐富的媒介有關；瀏覽討論區頻率和雜誌、電子報及網站兩個可以承載豐富訊息的媒介有關。

在相關閱聽人對於網路、電子報、討論區的研究中，可歸納為「資訊尋求」、「社交」、「娛樂」等動機(Garramone、Harris & Anderson, 1986:325-339；蔡珮，1995；陶振超，1996；池熙睿，1997；羅美玲，1998；秦美華，2000；陳錫鈞，2003)。本研究亦發現受訪者閱讀台灣人權電子報的「資訊尋求」動機最顯著。並且，資訊尋求的動機和社會運動參與題項中，扣除捐款兩題後的7個題項均具高度相關，也是影響受訪者使用人權運動資訊媒介最重要的動機因素。

信任對媒介的信任會影響到使用者互動的品質，並且和媒介使用偏好、使用頻率、使用行為有關(Rimmer & Weaver, 1987:28-36)。本研究在信任感與媒介互動間，發現信任程度愈高，訂閱台灣人權電子報的時間會愈長，閱讀時也會愈專心。但在信任感和討論區使用及媒介偏好方面，則沒有發現顯著相關，顯示信任電子報與否並不影響其對討論區的使用，也不影響其使用人權運動資訊媒介的選擇。信任感在本研究中，主要與社會運動參與有關，在9個題項中，和扣除購買出版品及交更多朋友之外的7個題項均具高度相關。

閱聽人對訊息涉入度愈深，對訊息愈會抱持懷疑的態度(Gunther, 1992: 147-167)。依此觀察受訪者先前的社會運動參與經驗，與其對電子報信任感間的相關性，發現兩者間具有高度正相關。這和理論揭示的相關方向相反，顯示台灣人權電子報給受訪者的觀感，有別於一般的大眾媒介，才使得對社會運動參與愈深的受訪者會愈相信電子報的內容。

政治過程論強調「認知解放狀態」的重要性，認為人必須要先覺得社會現狀是不公平的，並且是應該被改變且可以被改變的，才會集結起來參與社會運動 (McAdam, 1983:36-59)。依此來看受訪者認知解放的程度與社會運動參與情形，發現認知解放僅與捐款金額、有助傳播、及動員潛能有顯著相關，並且和捐款金額為負相關。加上認知解放因素的負荷量最低，都顯示了認知解放這個動機因素在本研究中，與社會參與情形的關連性是所有動機因素中最低的。

此外，本研究要說明，儘管台灣人權電子報及其討論區在集結社群的功能上不彰顯，在動員的效果上也有限，算不上是一個功能強大的運動網絡，但箇中原因有很多，若從組成社群最主要的因素——人來出發，這或許是因為網路提供了替代性的參與管道，讓搭便車者可以「冷漠」地參與；也或許是在實體的社會中，對受訪者及所有閱讀台灣人權電子報的讀者而言，有太多讓他們淡出網路、淡出運動的因素，舉凡生命階段的轉變、人事糾紛、感情問題等都足以讓人無暇他顧。

或許有人認為，網路行動不過是知識份子的鴉片煙，是自溺於科技解放的幻想，甚至當網路行動是未來革命的練習，認為真正的戰場其實在線下。本研究要強調，運動的能量其實已經在一次次的網路互動中累積，在論述中凝聚對於處境、目標和手段的共識，進而使參與者加深對社群、運動情感的投注、促成認同的建構。運動不是只有在運用到實體社會才算數，也不是要到打敗敵人、撼動體制，才算有效果，才算運動，事實上運動已經開始。網路標示了諸多可能性，雖然這個可能還面臨許多的限制，但若將網路視為一個新的組織場域，那麼藉由不斷的訊息交換與積極關係的互動，彼此支持、奧援，那麼在必要時，更可觀的動員潛能或許就要被發揮。「意識的啟蒙」、「人權運動的動員利器」或許就是看得見的成果。

第三節 研究限制與建議

在本節中，主要探討本研究的研究限制，並向日後研究者提出些許研究建議，以利未來更進一步研究的進行。

壹、研究限制

本研究為初探式的社會運動量化研究，嘗試運用量化的研究方法，探知社會運動電子報對於使用者來說，在集體認同形成及動員能量的開發上有哪些幫助，之間的相關性又如何。放諸國內外社會運動的相關研究，由於幾乎都以質性的方式進行，使得本研究缺乏類似的文獻或研究發現進行比較，限制了資料內涵的呈現，有待更多研究的累積。另外，本研究將社會運動理論的概念運用在閱聽人研究上，但礙於時間、人力上的限制，在社會運動參與的題項中，集體認同的三個面向搭配動員面向的題目僅有 9 題，希冀後續研究建立更豐富的指標。

貳、研究建議

本研究最主要的研究發現為：(1) 集體認同與動員潛能、社群持續參與意願具有高度正相關；(2) 受訪者的社會特質，尤其是關於社會地位的題項，對於其使用電子報的動機、行為以及作為動機、行為分別與社會運動參與的淨相關控制變項時，差異所帶來的影響均不大；(3) 台灣人權電子報作為社會運動資源募集的管道，成效很有限。以下結合研究發現與社會運動理論，就量化的研究方式提出研究建議：

1. 進行解讀型態的研究：針對集體認同與動員、社群參與呈現相關的部分，可以在受訪者集體認同的認知定義面向中，引進文化研究或收訊分析對於解讀型態的研究，進一步探討受訪者如何解讀電子報及討論區的內容，以及解讀型態與其他集體認同面向、動員及社群參與的關係。
2. 採用人格特質量表：新社會運動理論揭示跨越階級的屬性已取代傳統的階級定義為認同基礎，本研究亦予以證實。因此在對於受訪者的分析上，建議採用相關的人格特質量表，結合原先的人口統計變項，將受訪者做集群分類，以探知受訪者的人格特質與社會特質和電子報的使用動機、行為、集體認同形成與動員潛能的關係。
3. 擴大研究主題：雖然本研究發現台灣人權電子報對於運動資源募集的功效有限，但所謂網路媒體對於社會運動的幫助，要比較不同的運動類型才更能突顯其間差異。

4. 退訂者的研究：受訪者會依其本身需求來選擇媒介。本研究是就當下仍有訂閱台灣人權電子報的使用者進行調查，但在台權會的訂戶分析中，每日約有 5 人左右的新增與減少，這些退訂戶人數的累積非常可觀。因此換個方向探討，究竟是什麼原因讓這些原先訂閱的人，決定不再續訂，有助於瞭解搭便車心態以及生命歷程對社會運動社群持續參與的影響。
5. 長期追蹤調查：大多數受訪者均願意接受進一步的調查或訪問，因此可進行較長期的歷時性研究，比較社會運動發生前後以及當下，電子報對於社會運動傳播、匯集能量的作用。
6. 以滾雪球方式擴大樣本：由於社會運動的網路問卷樣本取得不易，建議以滾雪球的方式，請已經填答問卷的受訪者，推薦符合研究條件的下一階段受訪者，以擴大樣本數。
7. 搭配質性研究：要探知網路這個集結與動員的場域，除量化方式外，仍有賴運用深度訪談、參與觀察等質性方法，並結合線上與線下的觀察加以探討。並針對集體認同裡扮演凝聚共識、增進情感、形塑認同以促成行動的討論區，進行網路上論述建構的分析。

參考書目

壹、中文部分

- 王甫昌(1999),「社會運動」,王振寰、瞿海源編,《社會學與台灣社會》,台北:巨流出版社。
- 王美鴻(1995),「Internet的學術研究資源」,《教育部學術研究資訊服務網路應用暨套裝軟體研討會》,台北:教育部電子計算機中心,頁135。
- 王振寰(1993),「台灣新政商關係的形成與政治轉型」,《資本、勞工、與國家機器-台灣的政治與社會轉型》,台北:唐山出版社。
- 台權會(2003),「台灣人權促進會簡介」,《台灣人權促進會》, <http://www.tahr.org.tw/abouttahr/abouttahr.html>, 04/11/2003。
- 成忠一(1998),「網際網路在同志平權運動中的角色之研究—以台北市常德街事件為例」,《性別與空間》,第5期,頁145-155。
- 江冠明(1992),「展望媒體自省的文化—1992年對台灣小眾媒體的第一次反省」,《邊地發聲—反主流影像媒體與社運記錄》,台北:唐山出版社。
- 池熙璿(1997),《原住民網路新聞討論群之研究——以tw.bbs.soc.tayal為例》,淡江大學大眾傳播研究所碩士論文。
- 余紹逖、張宏源(1997),「網際網路於電子民主與分析」,《世新大學學報》,第7期,頁97-114。
- 吳宜蓁、單美雲(1995),「大眾媒介在社會運動中扮演的角色」,《輔仁學誌(文學院部)》,第24期,頁177-190。
- 吳明隆(2000),《SPSS統計應用實務》,台北:松崗電腦圖書資料公司。
- 吳筱玫(1999),「電子報對傳統新聞媒體的衝擊(下)」,《網路通訊》,2月號,頁122-128。
- 吳筱玫(1999),「電子報對傳統新聞媒體的衝擊(上)」,《網路通訊》,1月號,頁96-101。
- 吳齊殷(1998),「98年蕃薯藤網路使用調查結果評論」,蕃薯藤數位科技公司, <http://survey.yam.com.tw/98/huang.htm>, 08/10/1999。
- 李孟壕(2003),「網路民主與公民參與」,《Digital-Observer 數位觀察者》,第152期。
- 李承翰(2000),《網際網路與社會運動團體與個人增權(empowerment)關係之研究》,元智大學資訊傳播研究所碩士論文。
- 李筱峰(1987),《台灣民主運動四十年》,台北:自立出版社。
- 李禮君(1998),《網路上的女性集結與動員:以女性上路新聞網與女性主義BBS站為例》,國立台灣大學社會學研究所碩士論文。

- 周倩、林華(1997),「電腦網路與傳播問卷調查」, *中華傳播學會論文資料庫*,
http://ccs.nccu.edu.tw/db/ccs_97/019.htm, 03/21/2002。
- 周桂田(1998),「網際網路上的公共領域—在風險社會下的建構意義」, *第二屆資訊科技與社會轉型研討會*, 台北: 中央研究院社會研究所籌備處。
- 林芳玫(1996),「閱聽人研究-質化與量化研究方法之比較」, *國立政治大學研究通訊*, 第6期, 頁1-25。
- 林芳玫(1997),「由新社會運動觀點看媒體與台灣婦運」, *中外文學*, 第26卷第2期, 頁75-97。
- 林瑞欽(1994),「社區意識的概念、測量與提振策略」, *社會發展研究學刊*, 第1期, 頁1-21。
- 林福岳(2002), *族群認同下的社區傳播——以美濃反水庫運動論述為研究脈絡*, 國立政治大學新聞學研究所博士論文。
- 林震岩(1991), *終端使用者應用管理策略之研究*, 國立政治大學企業管理研究所博士論文。
- 林鶴玲、鄭陸霖(2001a),「台灣社會運動網路經驗: 一個探索性的分析」, *台灣社會學刊*, 第25期, 頁111-156。
- 林鶴玲、鄭陸霖(2001b),「社運在網際網路上的展現: 台灣社會運動網站的聯網分析」, *第四屆資訊科技與社會轉型研討會*, 台北: 中央研究院社會研究所籌備處。
- 邱皓政(2000), *量化研究與統計分析*, 台北: 五南出版社。
- 施依萍(1997), *台灣網路使用行為之研究: 網路素養資訊觀層面之分析*, 國立中正大學電訊傳播研究所碩士論文。
- 施喬靜(1997), *以全球資訊網與電子郵件問卷調查方式回收績效之比較研究*, 國立中正大學資訊管理研究所碩士論文。
- 柯舜智(1993), *電子佈告欄使用者之媒介行為與時間分配的關聯性研究*, 國立政治大學新聞研究所碩士論文。
- 洪懿妍(1997), *網路使用者對電子報的認知圖像—以交大資料BBS站為例*, 國立政治大學新聞研究所碩士論文。
- 胡愛玲(1989), *報紙報導街頭運動新聞之分析*, 國立政治大學新聞研究所碩士論文。
- 范雲(2001),「尋找社會運動的新空間-網路、小眾消費市場、社區」, *文化批評論壇第十場*, 台北: 中華民國文化研究學會。
- 孫清山(1990),「從資源動員論觀點論社會運動」, *社會福利*, 九月號, 頁9-16。
- 秦美華(2002), *國內原住民網站暨使用者之研究*, 淡江大學大眾傳播學研究所。
- 翁秀琪(1993), *大眾傳播理論與實證*, 台北: 三民書局。
- 袁心玫(2002), *解放或壓抑—女性使用色情聊天室之現象研究*, 南華大學傳播管理系碩士班碩士論文。

- 高承恕(1990),「台灣新興社會運動結構因素之探討」, *台灣新興社會運動*, 台北: 巨流出版社。
- 高承恕(1990),「對當前台灣『中產階級』的幾點觀察」, *變遷中台灣社會的中產階級*, 台北: 巨流出版社。
- 高宣揚(1991),「論布爾迪厄『生存心態』概念」, *思與言*, 第 29 卷第 3 期, 頁 21-76。
- 高宣揚(1998), *當代社會理論(下)*, 台北: 五南出版社。
- 張一帆(1997), *全球資訊網與傳播調查研究—調適性電子問卷系統之設計與發展*, 國立交通大學傳播研究所碩士論文。
- 張茂桂(1994),「民間社會、資源動員與新社會運動—台灣社會運動研究的理論志向」, *香港社會科學學報*, 第 4 期, 頁 33-66。
- 張家琪(1995),「電子報的發展與問題」, *新聞鏡週刊*, 第 346 期, 頁 30。
- 張碧華(1992),「台灣 80 年代的街頭史詩—王智章談反叛媒體」, *邊地發聲—反主流影像媒體與社運記錄*, 台北: 唐山出版社。
- 張曉春(1990),「中產階級與社會運動」, *變遷中台灣社會的中產階級*, 台北: 巨流出版社。
- 莊克仁(1988), *傳播科技原理*, 台北: 正中書局。
- 莊國辰(2002),「網運 228」明日報個人新聞台自救活動分析, 國立台灣大學新聞研究所碩士論文。
- 莊淇銘、王英宏(1997),「網際網路對社會變遷的影響」, *電腦與通訊*, 第 65 期, 頁 76-80。
- 許木柱(1990),「台灣原住民的族群認同運動: 心裡文化研究途徑的初步探討」, *台灣新興社會運動*, 台北: 巨流出版社。
- 許峻彬、陳世敏(1998),「網路媒體閱讀率調查方法初探」, *中華傳播學會論文資料庫*, http://ccs.nccu.edu.tw/db/ccs_98/98_中華.html/c_34.ht, 03/21/2002。
- 許寶源(1996), *國民小學教師角色衝突與學校認同關係之研究*, 國立台灣師範大學教育研究所碩士論文。
- 郭欣怡(1998), *網路世界的我與我們—網路使用者之心理特性與網路人際關係特質初探*, 國立台灣大學心理學研究所碩士論文。
- 陳俊榮(2000), *後現代的認同政治*, 國立台灣大學三民主義研究所博士論文。
- 陳彥豪(1995), *將你的心情接在我的線路上—電腦資訊網路上的「電子報」業初探*, 國立台灣大學新聞研究所碩士論文。
- 陳雪雲(1991), *我國新聞媒體建構社會現實之研究—以社會運動報導為例*, 國立政治大學新聞學研究所博士論文。
- 陳瑤恬(1996), *後工業社會的新媒體—網際網路的文化研究*, 國立政治大學社會學研究所碩士論文。
- 陳錫鈞(2003), *使用者對新聞網站內容及科技特性評估研究—以銘傳大學學生為*

- 例，銘傳大學傳播管理研究所碩士論文。
- 陳錦華(2001)，*網路社會運動：以本土同志運動在網上的集結與動員為例*，國立政治大學新聞學研究所碩士論文。
- 陶振超(1996)，*台灣地區全球資訊網 WWW 使用者調查*，國立交通大學傳播研究所碩士論文。
- 喻正翔(1998)，*國內網路購物消費者行為之調查研究*，淡江大學資訊管理研究所碩士論文。
- 智邦生活館(2002a)，「人本教育基金會」，智邦生活館，
<http://enews.url.com.tw/education.shtml>，04/15/2003。
- 智邦生活館(2002b)，「民間司法改革基金會」，智邦生活館，
<http://enews.url.com.tw/jrf.shtml>，04/15/2003。
- 智邦生活館(2002c)，「南方電子報」，智邦生活館，
<http://enews.url.com.tw/south.shtml>，04/15/2003。
- 智邦生活館(2002d)，「媒體觀察電子報」，智邦生活館，
<http://enews.url.com.tw/media.shtml>，04/15/2003。
- 智邦生活館(2002e)，「傳播學生鬥陣電子報」，智邦生活館，
<http://enews.url.com.tw/scs.shtml>，04/15/2003。
- 智邦生活館(2002f)：「電子破報 e-pots」，智邦生活館，
<http://enews.url.com.tw/epots.shtml>，04/15/2003。
- 彭芸(1995)，「傳統報紙 VS 電子報紙—報紙上得了資訊高速公路嗎？」，*新聞鏡週刊*，第 367 期，頁 38-40。
- 賀照緹(1992)，*小眾媒體·運動文化·權力——綠色小組的運動形式及生產條件分析*，輔仁大學傳播研究所碩士論文。
- 黃正文(1996)，「推行環境教育新媒介—網際網路」，*環境教育*，第二十九期，頁 50-61。
- 黃啟龍(2001)，*網路上的公共領域實踐—以弱勢社群網站為例*，世新大學傳播研究所碩士論文。
- 黃慧櫻(1997)，「從 TANetBBS 發展脈絡，探討跨出虛擬空間的『異議 BBS』」，*第二屆資訊科技與社會轉型研討會*，台北：中央研究院社會研究所籌備處。
- 黃學碩(1996)，*網際網路公共傳播內容的分析—以交大 BBS 站為例*，國立交通大學傳播研究所碩士論文。
- 新聞學研究編輯室(2000)，「網路媒體與社會運動座談會」，*新聞學研究*，第 62 期，頁 187-197。
- 楊志弘(2000)，*網路新聞的互動選擇：台灣地區報紙、廣播電台與電視台設置的網路媒體之內容分析*，國科會專題研究計畫(NSC-89-2412-H-130-004)。
- 楊志宏、莫季雍(譯)(1996)，Windahl S. & McQuail D. (著)，*傳播模式(第二版)*，台北：正中出版社。

- 楊忠川(1996),「如何成功推出電子報」, *新聞鏡週刊*, 第 407 期: 36-42。
- 楊國樞(1990),「『台灣新興社會運動研討會』總結報告」, 徐正光、宋文理編, *台灣新興社會運動*, 台北: 巨流出版社。
- 楊羨文(1995), *紙本書與電子書的比較*, 國立台灣大學圖書館研究所碩士論文。
- 葉慶元(1997), *網際網路上之表意自由—以色情資訊之管制為中心*, 國立中興大學法律研究所碩士論文。
- 廖素霞(1993), *台灣社會運動與另類影帶之研究: 1986-1992*, 國立政治大學新聞研究所碩士論文。
- 翟本端(1999),「虛擬社區的社會學基礎」, *社會科學理論與本土化研討會論文*, 嘉義: 南華大學管理學院應用社會系。
- 臧國仁(1989),「消息來源與媒介真實之建構—組織文化與組織框架的觀點」, *第六屆中華民國廣告暨公共關係學術與實務研討會*, 台北: 國立政治大學廣告學系。
- 劉濟民(1993),「新傳播媒體發展與影響的研究」, *復興崗論文集*, 第 15 期, 頁 75-95。
- 蔡珮(1995), *電子佈告欄使用行為與社會臨場感研究: 以台大計中 BBS 站為例*, 國立交通大學傳播研究所碩士論文。
- 蕃薯藤(2002),「台灣網路使用調查」, 蕃薯藤數位科技公司
<http://survey.yam.com/survey2002/result.html>, 04/15/2003。
- 蕭湘文(2000),『廣告創意』, 台北: 五南出版社。
- 蕭新煌(1989),「台灣新興社會運動的剖析: 自主性與資源分配」, 蕭新煌等著, *壟斷與剝削: 民權主義的政治經濟分析*, 台北: 台灣研究基金會。
- 蕭新煌(1990a)「台灣新興運動的分析架構」, *台灣新興社會運動*, 台北: 巨流出版社。
- 蕭新煌(1990b),「台灣中產階級何來何去」, *變遷中台灣社會的中產階級*, 台北: 巨流出版社。
- 謝文雄(1995),「Internet 源起、架構、現況、發展及資源」, *教育部學術研究資訊服務網路應用暨套裝軟體研討會*, 台北: 教育部電子計算機中心。
- 謝豫立(2000),「WWW 網站內虛擬社群之社群意識形成研究—以奇摩家族為例」, *網路與社會研討會論文*, 新竹: 國立清華大學。
- 瞿海源(1985),「中產階級興起及其意義的認定」, *中國時報*, 10 月 25 日。
- 魏軼群(1998),「網絡化世界的大眾傳播」, *1998 傳播管理研討會論文集*, 台北: 銘傳大學。
- 羅文輝(1991), *精確新聞報導*, 台北: 正中出版社。
- 羅世宏(譯)(1992), Werner J., Severin James W. & Tankard Jr. (著), *傳播理論, 起源、方法與應用*, 台北: 時英出版社。
- 羅美玲(1998), *電子報讀者之動機分析*, 元智大學資訊研究所碩士論文。
- 蘇蘅、吳淑俊(1997),「電腦網路問卷調查可行性及回覆者特質的研究」, *新聞學*

貳、英文部分

- Buechler, S. M. (1993). "Beyond Resource Mobilization? Emerging Trends in Social Movement Theory", *The Sociological Quarterly*, 34(2), pp. 217-35.
- (1995). "New Social Movement Theories", *The Sociological Quarterly*, 36(3), pp. 441-64.
- Cacioppo, J. T., Petty, R. E., Kao, C. & Rodriguez, R. (1986), "Central and Peripheral Routes to Persuasion: An Individual Difference Perspective", *Journal of Personality and Social Psychology*, (51), pp. 1032-1043.
- Chen Jacky (2001). "What Is ASP(Active Server Pages)?" , <http://aspnet.ptjhs.chc.edu.tw/jacky/asp/aboutasp.asp>. 02/08/2002.
- E&P(2000). "Current Database Statistics", Editor and Publisher. <http://emedia.mediainfo.com/imedia/statistics.htm>. 03/05/2001.
- Eder, K. (1993). *The New Politics of Class: Social Movements and Cultural Dynamics in Advanced Societies*. London: Sage.
- Enzensberger, H. M. (1982). "Constituents of a Theory of Media", *Critical Essay*. New York: Continuum.
- Freeman, J. (1979). "Resource Mobilization and Strategy: A Model for Analyzing Social Movements Organization Action", In M. N. Zald & J. D. McCarthy(eds.), *The Dynamics of Social Movement*. Cambridge, Massachusetts: Winthrop, pp. 167-189.
- Garramone, G. M., Harris, A. C. & Anderson, R., (1986). "Uses of Political Communication Bulletin Boards", *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 30(3), pp. 325-339.
- Gitlin, Todd. (1980). *The Whole World Is Watching: Mass Media in the Making & Unmaking of the New Left*. Berkeley: University of California Press.
- Goldenberg, Edie N. (1975). *Making the Papers*. Lexington, MA: D. C. Heath and Company.
- Golembiewski, R. T. & McConkie, M. (1975). "The Centrality of Interpersonal Trust in Group Processes. In C. L. Cooper(eds.), *Theories of Group Processes*. New York, NY: Wiley.

- Gunther, A. C. (1992). "Biased Press or Biased Public? Attitude toward Media Coverage of Social Groups" . *Public Opinion Quarterly*, (56), pp. 147-167.
- Gurak J. Laura (1999). "The Promise and the Peril of Social Action in Cyberspace" . In Marc A. Smith & Peter Kollock (eds.), *Communities in Cyberspace*. London: Routledge.
- Gurevitch, M. & Levy, M. R. (1985). "Introduction" . In Gurevitch, M. & Levy, Mark. (eds.), *Mass Communication Review Yearbook*, (5). Beverly Hills, California: Sage, pp. 11-22.
- Habermas, Jurgen (1981). "New Social Movement" . (trans), *Telos*, (49), pp. 33-37.
- (1989). *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. (trans), Burger Thomas. Cambridge Massachusetts: M. I. T. Press.
- Herberle R. (1951). *Social Movements: An Introduction to Political Sociology*. New York: Apnleton-Century-Crafts.
- Homans, George C. (1967). *The Nature of Social Science*. New York: Harcourt, Brace and World.
- Jenkins, J. C. (1983). "Resource Mobilization Theory and the Study of Social Movement" . *Annual Review of Sociology*, (9), pp. 527-53.
- Jenkins, Joseph Craig & Charles Perrow (1977). "Insurgency of the Powerless: Farm Worker Movement (1946-1972)" . *American Sociological Review*, 42(2), pp. 249-268.
- Jensen, K. B. & Rosengren, K. E., (1990). "Five Traditions in Search of the Audience" . *European Journal of Communications*, (5), pp. 207-238.
- Kaplan, M. A. (1976). *Alienation and Identification*. New York: Free Press.
- Katz, E., Blumler, J. G. & Gurevitch, M. (1974). "Utilization of Mass Communication by the Individual" . In Blumler J. G. & Katz E. (eds.), *The Uses of Mass Communication*. Beverly Hills, CA.
- Kaye, B. K., (1998). "Uses and Gratification of the World Wide Web: From Couch Potato to Web Potato" . *The New Jersey Journal of Communication*, 6(1), pp. 21-40.
- Kielbowicz, R. B. & Scherer, C. (1986). "The Role of the Press in the Dynamics of Social Movement" . *Research in Social Movement, Conflicts and Change*, (9), pp. 76-96.
- Klandermans, B. (1984). "Mobilization and Participation: Social-Psychological Expansion of Resource Mobilization Theory" . *American Sociological Review*, (49), pp. 583-600.

- Klandermans, B. & Ogema, D. (1987). "Potential, Networks, Motivations and Barrier: Steps toward Participation in Social Movements" . *American Sociological Review*, (52), pp.519-31.
- Klandermans, B. (1988). "The Formation and Mobilization of Consensus. In Klandermans, B. Kriesi, H. & Tarrow, S. (eds.), *International Social Movement Research 1. Greenwich*. Conn: JAI Press, pp.173-96.
- Klandermans, B. (1991). "New Social Movements and Resource Mobilization: The European and the American Approach Revisited" . In Rucht, D. (eds.), *Research on Social Movement: The State of the Art in Western Europe and the USA*. Boulder, Colorado: Westview Press, pp.11-44.
- Levy, M.R. & Windahl, S., (1985). "The Concept of Audience Activity" , Rosengren, K.E., Wenner, L.A., & Palmgreen, P. (eds.), *Media Gratification Research*, Beverly Hills, California: Sage.
- Lorrie, A. (1992). "The Electronic Newspaper of the Future: Rationale, Design, and Implications" , <http://cec.wustl.edu/~cs142/articles/MISC/PUBLISHING/electronic-newspapers-cranor>. 10/13/2001.
- McAdam, Doug (1983), *Political Process and the Development of Black Insurgency*. Chicago: The University of Chicago Press.
- McAdam, Doug & Ronnelle Paulsen (1997). "Specifying the Relationship between Social Ties and Activism" . In Doug McAdam and David A. Snow (eds.), *Social Movement: Reading on Their Emergence, Mobilization and Dynamics*. Los Angeles: Roxbury Publishing Company.
- McLeod, J. M & Becker, L. B. (1981). "The Uses and Gratification Approach" . In Nimmo, D.D. & Sanders, K.R. (eds.), *Handbook of Political Communication*. Beverly Hills, California: Sage.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding Media*. London: Routledge.
- McQuail, D. (1983). *Mass Communication Theory*. Beverly Hills, California: Sage.
- McQuail & Windahl, S. (1993). *Communication Models: for the Study of Mass Communication*. New York: Longman Publishing.
- Mele, C (1999). "Cyberspace Disadvantages Communities: the Internet as a Tool for Collective action" . In Marc A. Smith & Peter Kollock (eds.), *Communities in Cyberspace*. London: Routledge.
- Melucci, A. (1985). "The symbolic challenge of contemporary movement." *Social Research*, 52(4), pp.789-816.
- (1988). "Getting Involved: Identity and Mobilization in Social Movements" . *International Social Movement Research*, (1),

- pp. 329-48.
- (1989). "Collective Action: A Constructionist View" . In Melucci A. (eds.), *Nomads of the Present: Social Movement and Individual Needs in Contemporary Society*. Philadelphia: Temple University Press.
- (1996). *Challenging Codes: Collective Action in the Information Age*. New York: Cambridge University Press.
- Myers, D. J. (1994). "Communication Technology and Social Movements: Contributions of Computer Networks to Activism" . *Social Science Computer Review*, 12(2), pp. 250-60.
- Neidhardt, F. & Rucht, D. (1991). "The Analysis of Social Movements: The State of the Art and Some Perspectives for Further Research" . In Rucht, D. (eds.), *Research on Social Movements: The State of the Art in Western Europe and USA*. Campus Verlag.
- Olson, M. (1965). *The Logic of Collective Action*. New York: Schocken.
- Palmgreen, Wenner, L. A. & Rosengren, K. E. (1985). "Uses and Gratification Research: The Past Ten Years" . Rosengren, K. E., Wenner, L. A. & Palmgreen, P. (eds.), *Media Gratification Research: Current Perspectives*. Beverly Hill California: Sage.
- Patchen, M. (1970). *Participation, Achievement and Involvement on the Job*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall.
- Potter, W. (1998). *What Is An Audience? Media Literacy*. California: Sage.
- Rimmer, T. & Weaver, D. (1987). "Different Question, Different Answers? Media Use and Media Credibility" . *Journalism Quarterly*, 64(1), pp. 28-36.
- Rotter, J. B. (1980). "Interpersonal Trust, Trustworthiness, and Gullibility" . *American Psychologist*, (35), pp. 1-7.
- Ryan, C. (1991). *Prime Time Activism: Media Strategies for Grassroots Organizing*. Boston, Massachusetts: South End Press.
- Shashkin, M., & Morris, W. (1984). *Organizational Behavior, Concept, and Experiences*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall.
- Smelser, N. (1962). *Theory of Collective Behavior*. New York: Free Press.
- Sproull, L. & Kiesler, S. (1991). *Connections: New Ways of Working in the Networked Organization*. MIT Press.
- Thomson, S. R. (1996). "@Work in Cyberspace: Exploring Practitioner Use of the PRForum" . *Public Relation Review*, 22(2), pp. 115-131.
- Touraine, A. (1981). *The Voice & the Eye : An Analysis of Social Movements*. London: Cambridge University Press.

- Turner, R. H. & Killan, L. M. (1957). *Collective Behavior*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.
- Wellman, B. & Potter, S. (1999). "The Elements of Personal Communities" . In Wellman B. (eds.), *Networks in the Global Village*. Boulder, Cornell: Westview.
- Wilhelm, A. G. (1999). "Virtual Sounding Boards: How Deliberative Is Online Political Discussion? " . In Hague B. N. & Loader B. D. (eds.), *Digital Democracy: Discourse and Decision Making in the Information Age*. London: Routledge.
- Williams, F., Phillips, A. F. & Lum, P. (1985). "Gratification Associated with New Communication Technologies" . Rosengren K. E., Wenner L. A. & Palmgreen, P. (eds.), *Media Gratification Research: Current Perspectives*. Beverly Hills, California: Sage.
- Wolfsfeld, G. (1991). "Media Protest and Political Violence: A Transactional Analysis. *Journalism Monographs*, 127.

附錄一 問卷

您好：

這份不記名的問卷是調查台灣人權電子報讀者媒介使用行為的現況，希望藉此能夠瞭解台灣人權電子報讀者的媒介使用態度及使用情形。感謝您協助完成此份問卷。

請依照您平常使用網路的實際經驗據實作答，所得到的數據資料僅作為學術研究之用，絕對不會對外公開，請安心作答，謝謝！

中國文化大學新聞學研究所

指導教授：湯允一

研究生：范光描

媒介使用動機

請依照您實際情形，在每題選項，勾選一個最適當的答案

1. 台灣人權電子報讓我方便找尋有關人權運動的訊息？
1. 非常同意 2. 同意 3. 普通 4. 不同意 5. 非常不同意
2. 台灣人權電子報讓我即時得知人權運動的最新訊息？
1. 非常同意 2. 同意 3. 普通 4. 不同意 5. 非常不同意
3. 台灣人權電子報讓我想更深入接觸人權運動訊息？
1. 非常同意 2. 同意 3. 普通 4. 不同意 5. 非常不同意
4. 台灣人權電子報讓我可以接觸到全球的人權運動資訊？
1. 非常同意 2. 同意 3. 普通 4. 不同意 5. 非常不同意
5. 台灣人權電子報的內容，很符合我的需求？
1. 非常同意 2. 同意 3. 普通 4. 不同意 5. 非常不同意
6. 閱讀台灣人權電子報可增加我和同事、朋友間的談話資料？
1. 非常同意 2. 同意 3. 普通 4. 不同意 5. 非常不同意
7. 閱讀台灣人權電子報幫助我瞭解人權運動事件？
1. 非常同意 2. 同意 3. 普通 4. 不同意 5. 非常不同意
8. 我很信任台灣人權電子報上的資訊？
1. 非常同意 2. 同意 3. 普通 4. 不同意 5. 非常不同意
9. 當台灣人權電子報裡的人權運動訊息與大眾傳播媒體報導抵觸時，我會相信台灣人權電子報？
1. 非常同意 2. 同意 3. 普通 4. 不同意 5. 非常不同意
10. 我曾經參加過關於社會運動的讀書、討論會？
1. 總是參加 2. 經常參加 3. 有時參加 4. 很少參加 5. 從未參加
11. 我曾經參加社會運動的示威遊行？

1. 總是參加 2. 經常參加 3. 有時參加 4. 很少參加 5. 從未參加
12. 我認為社會上是不公平的？
1. 非常同意 2. 同意 3. 普通 4. 不同意 5. 非常不同意
13. 我曾經遭遇到不公平的待遇？
1. 非常同意 2. 同意 3. 普通 4. 不同意 5. 非常不同意

媒介使用情形

請依照您實際情形，在每題選項，勾選一個最適當的答案

14. 閱讀台灣人權電子報的同時，我也閱讀下列網站或電子報？（複選）
1. 藍色東港溪保育協會網路通訊 2. 美濃愛鄉協進會網路通訊
3. 伊甸南望電子報 4. 家扶基金會電子報 5. 崔媽媽網路通訊
6. 人本教育基金會 7. 上班族電子報 8. 勞動者電子報
9. 南方電子報 10. 破周報 11. 台灣立報 12. 生命力公益新聞網
13. 傳播學生鬥陣電子報 14. 媒體觀察電子報 15. 中國人權協會
16. 民間司法改革基金會網路通訊 17. 女性權益促進會
18. 國際特赦組織中華民國總會 19. 終止童妓協會
20. 台灣環境保護聯盟 21. 環境資訊電子報
22. 法爾街線上法律書店 23. 苦勞網 24. 中時電子報
25. 聯合電子報 26. 自由電子新聞網 27. 東森新聞報
28. 新新聞電子報 29. 其他_____
15. 我已訂閱多久的台灣人權電子報？
1. 六個月以內 2. 六個月至一年 3. 一年至一年半
4. 一年半至二年 5. 二年以上
16. 我都很專心地閱讀台灣人權電子報？
1. 非常同意 2. 同意 3. 普通 4. 不同意 5. 非常不同意
17. 我每週花費多久時間閱讀台灣人權電子報及台灣人權促進會網站？
1. 五分鐘以內 2. 五至十分鐘 3. 十至十五分鐘
4. 十五至二十分鐘 5. 二十分鐘以上
18. 除了閱讀台灣人權電子報外，我也經常閱讀台灣人權促進會網站的討論區？
1. 非常同意 2. 同意 3. 普通 4. 不同意 5. 非常不同意
19. 我曾經在台灣人權促進會網站的討論區發表或回應文章？
1. 從未 2. 1次 3. 2次 4. 3次以上
20. 請問您平均每天花費多少時間收看電視？
1. 三十分鐘以下 2. 三十分鐘至一小時 3. 一小時至一小時半
4. 一小時半至二小時 5. 二小時以上
21. 請問您平均每天花費多少時間收聽廣播？
1. 三十分鐘以下 2. 三十分鐘至一小時 3. 一小時至一小時半

4. 一小時半至二小時 5. 二小時以上
22. 請問您平均每天花費多少時間閱讀雜誌？
1. 三十分鐘以下 2. 三十分鐘至一小時 3. 一小時至一小時半
4. 一小時半至二小時 5. 二小時以上
23. 請問您平均每天花費多少時間閱讀報紙？
1. 三十分鐘以下 2. 三十分鐘至一小時 3. 一小時至一小時半
4. 一小時半至二小時 5. 二小時以上
24. 請問您平均每天花費多少時間上網？
1. 三十分鐘以下 2. 三十分鐘至一小時 3. 一小時至一小時半
4. 一小時半至二小時 5. 二小時以上
25. 請問您最常從下列何種媒介得知人權運動資訊？
1. 人際傳播 2. 電視 3. 廣播 4. 雜誌 5. 報紙
6. 電子報及網站 7. 傳單/郵寄品 8. 其它_____

傳統媒介使用情形

請依照您實際情形，在每題選項，勾選一個最適當的答案

26. 請問您開始閱讀台灣人權電子報以後，自電視接觸人權運動資訊的情形如何？
1. 增加很多 2. 有增加 3. 一樣 4. 有減少 5. 減少很多
27. 請問您開始閱讀台灣人權電子報以後，自廣播接觸人權運動資訊的情形如何？
1. 增加很多 2. 有增加 3. 一樣 4. 有減少 5. 減少很多
28. 請問您開始閱讀台灣人權電子報以後，自雜誌接觸人權運動資訊的情形如何？
1. 增加很多 2. 有增加 3. 一樣 4. 有減少 5. 減少很多
29. 請問您開始閱讀台灣人權電子報以後，自報紙接觸人權運動資訊的情形如何？
1. 增加很多 2. 有增加 3. 一樣 4. 有減少 5. 減少很多
30. 請問您開始閱讀台灣人權電子報以後，自其他電子報及網站接觸人權運動資訊的情形如何？
1. 增加很多 2. 有增加 3. 一樣 4. 有減少 5. 減少很多

社會運動參與

請依照您實際情形，在每題選項，勾選一個最適當的答案

31. 請問您參加過幾次的示威遊行？
1. 未曾參加 2. 1次 3. 2次 4. 3次以上

32. 我曾經購買台灣人權促進會的出版品？
1. 從未 2. 1 次 3. 2 次 4. 3 次以上
33. 我曾經捐款給台灣人權促進會？
1. 從未 2. 500 元以內 3. 501~1000 元 4. 1000 元以上
34. 開始閱讀台灣人權電子報以後，我更廣泛地接觸社會運動訊息？
1. 非常同意 2. 同意 3. 普通 4. 不同意 5. 非常不同意
35. 我認為台灣人權電子報有助於社會運動抗爭理念的傳播？
1. 非常同意 2. 同意 3. 普通 4. 不同意 5. 非常不同意
36. 開始閱讀台灣人權電子報以後，我認識了更多有志於社會運動的朋友？
1. 非常同意 2. 同意 3. 普通 4. 不同意 5. 非常不同意
37. 我有身為台灣人權電子報一份子的認同感？
1. 非常同意 2. 同意 3. 普通 4. 不同意 5. 非常不同意
38. 開始閱讀台灣人權電子報以後，我實際參與了更多的社會運動事件？
1. 非常同意 2. 同意 3. 普通 4. 不同意 5. 非常不同意
39. 我可能會因為台灣人權電子報的動員而參與社會運動？
1. 非常同意 2. 同意 3. 普通 4. 不同意 5. 非常不同意
40. 總體來說台灣人權電子報讓我想繼續閱讀？
1. 非常同意 2. 同意 3. 普通 4. 不同意 5. 非常不同意

個人基本資料

請依照您實際情形，在每題選項，勾選一個最適當的答案

41. 請問您的性別？
1. 男 2. 女
42. 請問您的年齡？
1. 15~20 歲 2. 21~25 歲 3. 26~30 歲 4. 31~35 歲
5. 36~40 歲 6. 41~45 歲 7. 45 歲以上
43. 請問您的最高學歷？
1. 小學以下 2. 國中 3. 高中/職 4. 大專/學 5. 研究所以上
44. 請問您所從事的職業？
1. 農林漁牧礦 2. 工業（含製造業、營造業）
3. 商業（含金融、保險業） 4. 軍公教 5. 服務業
6. 媒體工作者 7. 學生 8. 家庭主婦 9. 退休或待業中
10. 其他_____
45. 請問您的職位？
1. 老闆（自營商） 2. 管理階層 3. 受雇者 4. 無
46. 請問您個人的月收入情形？
1. 無收入 2. 10000 元以下 3. 10001~20000 元

4. 20001 元～ 30000 元 5. 30001 元～ 40000 元

6. 40001 元～ 50000 元 7. 50001 元以上

47. 請問您現在的居住區域？

1. 台北市 2. 台北縣 3. 北部（基隆、桃園、新竹、苗栗）

4. 台中市 5. 中部（台中縣、彰化、雲林、嘉義、南投） 6. 高雄市

7. 南部（台南、高雄縣、屏東） 8. 東部（宜蘭、花蓮、台東）

9. 金馬地區及離島（澎湖、綠島）

48. 請問您的政黨傾向？

1. 民進黨 2. 國民黨 3. 親民黨 4. 新黨 5. 綠黨 6. 建國黨

7. 台灣團結聯盟 8. 無政黨傾向 9. 其他_____

49. 請問您的婚姻狀況？

1. 已婚 2. 未婚

50. 請問您是否願意接受進一步的訪問或調查？

1. 非常願意 2. 願意 3. 看情況 4. 不願意

51. 請問您的電子郵件信箱地址？

問卷到此結束，謝謝您的協助！

附錄二 台灣人權促進會網站首頁



訂購台權會出版品



台權會需要您加入義工、會員

關於台權會

蘇建和、劉秉郎、莊林勳三人案情

關於個案

國家人權委員會

人權資料

人權論壇

關於死刑

活動、新聞稿

討論區、留言板

TEL:02-23639787
FAX:02-23636102

全民個人資料保護聯盟相關資料

反戰 靜走 為和平
定點定時長期靜走

美伊戰爭中，應保有反戰的自由
台權會聲明(2003.4.9)

台灣現今人權議題相關論文撰寫補助計畫(2002)

集權控制還是人權立國？

檔案不會自動重現真相，為我們凝聚歷史教訓：
重新思考美麗島檔案之高雄展出方式

台灣人權促進會針對檔案管理局美麗島檔案展之聲明

人權志工培訓計畫第三梯次
招生時間：即日起至4月1日止

台北律師公會 2003 年法律文學創作獎徵文

台灣人權促進會公告
2003/03/17 台權會秘書處

指紋建檔，全民公敵！
民間團體反對內政部「換發身分證並建立全民指紋檔」

台灣人權促進會反對出兵伊拉克聲明
2003.2.14

緊急搶救徐自強

勿讓草率的司法誤殺人命！

美麗之島·人之島
台灣人權發聲第一章
CD 專輯熱賣中 / 試聽

「人權視聽室」長期徵稿

電子報訂閱

請輸入完整
E-Mail :

訂閱

過期電子報

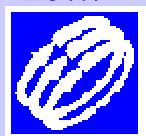
人權視聽室

國際人權公約
國內法化

國內外相關
人權網站、電話

法律諮詢
服務單位

本網站由行政院青年輔導
會協助建置及下列廠商公
益贊助：



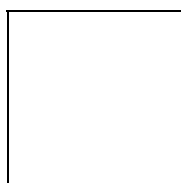
行政院青年輔導委員會

D-Link
友訊科技公司

seednet

數位聯合電信公司

附錄三 台灣人權促進會網站討論區



[\[發表主題\]](#) [\[搜尋\]](#) [\[登入\]](#) [\[台權會首頁\]](#) [\[舊留言版\]](#)

「本會有任何聲明或徵求活動均會在本會網頁公告，不會在討論區發表。」

[台灣人權促進會 Forum Index >> 台灣人權促進會](#)

討論主題	回應	張貼者	閱讀次數	日期
強暴犯或強暴累犯需要人權嗎?	5	ALAX	173	2003-04-20 23:06 by 說的好
陳姓運 X 股股長	0	劉 XX	4	2003-04-20 20:34 by 劉 XX
這樣的母親和哥哥我該如何是好?	0	我真的是不孝子嗎?	10	2003-04-20 13:51 by 我真的是不孝子嗎?
如此這般的公務員造成老百姓痛苦又一樁	1	llll	7	2003-04-20 13:27 by Anonymous
給那些來自公家機關的 Anonymous	6	抬棺材	148	2003-04-20 13:19 by 黃重義
被騙子公司 ALE 騙了還要和政府說謝謝(□前往頁數 1, 2, 3)	33	雅介	1678	2003-04-18 20:59 by Anonymous
王八警察(只會躲起來開罰單)	7	對警察很失望的民眾	26	2003-04-18 16:53 by fuck y o u
逕行逮捕警察權	0	討厭警察	8	2003-04-18 16:41 by 討厭警察
李敖新作「紅色 11」 鎖定白色恐怖	0	丁桓蘊	10	2003-04-18 16:28 by 丁桓蘊
台灣教育失敗	0	阿翰	76	2003-04-18 12:51 by 阿翰
岡山軍中內幕大公開	3	岡山接*中心接*三課	32	2003-04-17 20:05 by 接 X 股陳伯言
老百姓逕行逮捕警察權	0	Anonymous	19	2003-04-17 17:10 by Anonymous
騙錢的補習班	1	Anonymous	232	2003-04-17 13:05 by carol
骯髒的司法醜事又一樁	0	Anonymous	13	2003-04-17 11:10 by Anonymous
有關偵查案件被公開之疑問,想請人幫忙解答	0	Chanson Hung	9	2003-04-17 11:09 by Chanson Hung
O! MY GOD!	0	Anonymous	9	2003-04-17 10:47 by Anonymous

附錄四 台灣人權電子報的動員與宣傳

電子報的動員指的是示威、遊行。宣傳則包含各式活動，如影展/畫展/研討會/演講/營隊/記者會/讀書會/募款餐會/物資募集等。

期別	日期	電子報主題	動員	宣傳
01	07/26/2000	台灣人權電子報 07/26/2000		
02	08/09/2000	【人權】鐵窗與圍牆 (陳周珍)	【走向黎明守夜活動】	
03	08/23/2000	【人權】風颳中的靜走 (陳素如)		【台北同玩節】 (同志團體主辦)
04	09/06/2000	【人權】蘇案平反連署文	【走向黎明週日活動】	【「蘇案」救援的書香活動】 、 【Mihu (彌互) 部落急需救援物資】
05	09/20/2000	台灣人權電子報 9/20/2000		《走向黎明》新書發表會、「蘇案」救援的書香活動
06	09/26/2000	【人權】「走向黎明」新書發表		「走向黎明」新書發表會
07	10/4/2000	【人權】世界娼妓權益憲章		《人權發光夜》望你牽成--台權會募款餐會、 【「蘇案」救援的書香活動】
08	10/18/2000	【人權】由蘇建和案反省死刑與國家法律暴力		為蘇爸爸祈福晚會《鄒族的春神·撫慰疲憊的心靈》、《人權發光夜》望你牽成--台權會募款餐會、 【「蘇案」救援的書香活動】
09	11/1/2000	【人權】《訪蘇爸爸》 萬蓓琳		【《人權發光夜》望你牽成】 (台權會募款餐會)、 【「蘇案」救援的書香活動】
10	11/09/2000	【人權】「非核家園·安居台灣」1112反核大遊行	反核家園·安居台灣」1112反核大遊行	
11	11/09/2000	【人權】「非核家園·安居台灣」1112反核大遊行	「反核家園·安居台灣」1112反核大遊行	
12	11/16/2000	【人權】《工人之淚》 向陽		【蘇案再審第一次開庭】 、 【蘇爸公祭】
13	11/16/2000	【人權】期待一次正義的審判--1115蘇案再審開始聯合聲明		
14	11/30/2000	【人權】世界人權宣言		【你我都是法庭觀察員】 (12/2)、 【人權影展及座談系列】 -- 【邊地發聲 - 自黑暗中發光的族群】 (12/2-12/23)、 【美麗島、人權日 - 自由時代的追尋演講會】 (12/9)

期別	日期	電子報主題	動員	宣傳
15	11/30 /2000	【人權】<u>世界人權宣言</u>		【你我都是法庭觀察員】(12/2)、【人權影展及座談系列】--邊地發聲 - 自黑暗中發光的族群(12/2-12/23)、【美麗島、人權日-自由時代的追尋演講會】(12/9)
16	12/06 /2000	【人權】<u>《在錯殺與錯放之間》</u> 蔡崇隆		【人權影展及座談系列】--邊地發聲 - 自黑暗中發光的族群〈場次二〉12/7(四)6:30~9:00pm 島國殺人紀事(導演:蔡崇隆)、【美麗島、人權日-自由時代的追尋演講會】(12/9)、【你我都是法庭觀察員】(12/16)
17	12/13 /2000	【人權】<u>《國家人權行動計畫應速擬定》</u> 廖福特		【人權影展及座談系列】--邊地發聲 - 自黑暗中發光的族群〈場次三〉12/14(四)6:30~9:00pm 日日春:麗君的故事(導演:李易霖)、【你我都是法庭觀察員】(12/16 禮拜六 9.30AM)
18	12/20 /2000	【人權】<u>《兩小時的意義-勞工堅持兩週 84 工時的意義》</u> 陳素香		【人權影展及座談系列】--邊地發聲 - 自黑暗中發光的族群〈場次四〉12/23(四)2:00~5:00pm 〈勞資趣味競賽:你濃我濃〉(導演:羅興階)、【你我都是法庭觀察員】(12/28 禮拜四 2.30PM)
19	12/27 /2000	【人權】<u>《死刑應不應該廢除?》</u> 應語		【落花入土更護花堅定支持人權保障】弔念台灣人權促進會創會會長江鵬堅、【第十七屆會員大會通知】
20	01/04 /2001	【人權】<u>千里人權一線牽悼念人權民主的拓荒者江鵬堅、黃文雄</u>		【第十七屆會員大會通知】(2/17)、【你我都是法庭觀察員】(1/11 禮拜四 9:30AM)、【整理「台灣人權發展史」相關論文撰寫補助計畫簡章】
21	01/17 /2001	【人權】<u>從薩爾瓦多震災想起重建/瓦歷斯·諾幹</u>		【張乾琦「鍊」攝影展,展現人道關懷】(1/13-3/18)(台北美術館主辦)、【第十七屆會員大會通知】(2/17)【你我都是法庭觀察員】(1/20 禮拜六 9.30AM)、【整理「台灣人權發展史」相關論文撰寫補助計畫簡章】
22	01/31 /2001	【人權】<u>《遺忘與記憶的角力》</u> 顧玉珍		【張乾琦「鍊」攝影展,展現人道關懷】(1/13-3/18)(台北美術館主辦)、【第十七屆會員大會通知】(2/17)【你我都是法庭觀察員】(2/15 禮拜四 2.00PM)、【整理「台灣人權發展史」相關論文撰寫補助計畫簡章】
23	01/04 /2001	【人權】<u>飯島愛 VS. 公娼/小招</u>		【第十七屆會員大會通知】(2/17)、【張乾琦「鍊」攝影展,展現人道關懷(1/13-3/18)(台北美術館主辦)、【整理「台灣人權發展史」相關論文撰寫補助計畫簡章】
24	02/28 /2001	【人權】<u>《新政府如何看待舊時代的遺孽?》</u> 陳俊宏		【徵求二手或中古家電、家具】、【你我都是法庭觀察員】(3/8 禮拜四下午 2.00)、【張乾琦「鍊」攝影展,展現人道關懷】(1/13-3/18)(台北美術館主辦)、【整理「台灣人權發展史」相關論文撰寫補助計畫簡章】

期別	日期	電子報主題	動員	宣傳
25	14/03/2001	【人權】《我國人權意識 為何如此低落?》黃文雄		【徵求二手或中古家電、家具】、【你我都是法庭觀察員】(03/22 禮拜四 2.30PM)、【張乾琦「鍊」攝影展,展現人道關懷】(台北美術館主辦)
26	03/28/2001	【人權】《為什麼要偵查不公開》顧玉珍		「落實要求偵查不公開記者會」、【你我都是法庭觀察員】(03/29 禮拜四 2.30PM)、【國際倡伎文化節系列活動】(日日春關懷互助協會主辦)、【台灣人權促進會讀書會春季班開鑼了】
27	04/13/2001	【人權】《為什麼要偵查不公開》顧玉珍		「落實要求偵查不公開記者會」、【你我都是法庭觀察員】(04/26 禮拜四 2.30PM)、【台灣人權促進會讀書會 春季班開鑼了】
28	04/17/2001	【人權】更正啟事		
29	04/17/2001	【人權】更正啟事		
30	04/27/2001	【人權】《加入人權地球村,應「慢慢地趕快」》黃文雄		【「如何落實偵查不公開」座談會 歡迎您參與討論】(04/27 禮拜 2.00PM)落實要求偵查不公開記者會、【你我都是法庭觀察員】(04/26 禮拜四 2.30PM)、【台灣人權促進會讀書會 春季班開鑼了】(05/04)
31	05/09/2001	【人權】《事先張揚的染色體》莊裕安		落實要求偵查不公開記者會、【你我都是法庭觀察員】(05/10 禮拜四 2.30PM)、【台灣人權促進會讀書會 春季班開鑼了】(05/18)
32	05/09/2001	【人權】《司法儀式的背後》林雍昇		【輔仁大學廢除死刑國際學術研討會】、(輔仁大學法律系主辦)落實要求偵查不公開記者會、【你我都是法庭觀察員】(05/24 禮拜四 2.30PM)、【台灣人權促進會讀書會 春季班開鑼了】(06/01)
33	01/04/2001	【人權】千里人權一線牽悼念人權民主的拓荒者江鵬堅/黃文雄		【第十七屆會員大會通知】(2/17)、【你我都是法庭觀察員】(1/11 禮拜四 9.30AM)、【整理「台灣人權發展史」相關論文撰寫補助計畫簡章】
34	05/30/2001	【人權】人權研習營招生中!		人權研習營 招生說明(台灣人權促進會、東吳大學張佛泉人權研究中心主辦)
35	06/06/2001	【人權】《蘇建和案與老少配》楊松翰		【人權研習營招生中!】、【輔仁大學廢除死刑國際學術研討會】(輔仁大學法律系主辦)落實要求偵查不公開記者會、【你我都是法庭觀察員】(06/07 禮拜四 2.30PM)、 台灣人權促進會讀書會 春季班開鑼了】(06/22)
36	06/06/2001	【人權】補登《蘇建和案與老少配》楊松翰		

期別	日期	電子報主題	動員	宣傳
37	06/20 /2001	【人權】《十大死因 只能怪罪不良生活習慣？》 陳美霞		【人權研習營招生中！(7/2-7/3)】、【輔仁大學廢除死刑國際學術研討會】(6/24-6/26)輔仁大學法律系所、「落實要求偵查不公開記者會」、【你我都是法庭觀察員】(06/21 禮拜四 2.30PM 台灣人權促進會讀書會 春季班開鑼了)(06/22))
38	07/04 /2001	【人權】《「劫車申冤」案凸顯「法治再造」困境》 石世豪		「台灣人權促進會讀書會」、「落實要求偵查不公開」記者會、【你我都是法庭觀察員】
39	07/18 /2001	【人權】《從李昌鈺想到蘇炳坤》 YC		一年一度的「募款餐會」又將來到！、「【讀書會】請大家放暑假，開學別忘了按時上課！】
40	08/01 /2001	【人權】《指紋全民建檔擾民傷財》 莊庭瑞、黃文雄		一年一度的「募款餐會」又將來到！【「讀書會」請大家放暑假，開學別忘了按時上課！】(9/28 PM6.30)
41	08/15 /2001	【人權】《身份證拿來，捺指紋免談！》 林俊言		【「台權會募款餐會」邀請您參加】(9/8)、【台北同志社區巡迴講座之「同志人權與世界同步」】(8/20PM7.00)(台灣性別人權協會、台灣同志諮詢熱線協會主辦)、【第二屆國際同玩節即將開幕 台權會與同志諮詢熱線邀請大家一起同玩】(台權會、同志諮詢熱線協會主辦)、「落實要求偵查不公開」記者會
42	08/29 /2001	【人權】《乳房有幾種？》 林東璟		【「台權會募款餐會」邀請您參加】(9/8)「落實要求偵查不公開」記者會、【「讀書會」請大家放暑假，開學別忘了按時上課！】
43	09/12 /2001	【人權】《緬甸的命運女神？翁山蘇姬》 伍維婷		「落實要求偵查不公開」記者會
44	09/26 /2001	【人權】《選邊像黑暗與光明的分野？》 平路		【9-11 和平祈願書 歡迎加入連署】、「【人權讀書會】改期囉！ 改至 10 月 4 日】
45	10/10 /2001	【人權】《抗議美英開戰 集結力量阻止災難》 苦勞網評論		【「人權讀書會」10月19日與你談談性騷擾】
46	10/24 /2001	【人權】《福利未必阻礙國家競爭力》 劉毓秀		「落實要求偵查不公開」記者會、【「人權讀書會」11月2日與你談談性騷擾】
47	11/07 /2001	【人權】《秋鬥打擊「失業恐怖」行動即將展開，1111 街頭見！》		★【一年一度「秋鬥」11月9日舉辦記者會】(工人立法行動委員會主辦)、【「自我心主張—夢想園遊會」提前慶祝國際兒童人權日】(兒童人權協會主辦)

期別	日期	電子報主題	動員	宣傳
48	11/21/2001	【人權】全球化會把世界化成什麼？◎顧忠華		★【景氣冷颼颼 人權熱烘烘「人權影展」開始了！】
49	12/06/2001	【人權】給陳菊的一封信 ◎袁蕙帆		「2001年十大人權新聞發表記者會」、「美麗人生」人權影展座談、「美麗之島·人之島」音樂專輯發表記者會掃黃、援交、「釣魚」—警權 vs. 人權座談會、「台灣之光」--第一屆傑出 NGO 貢獻演說會（教育部、國家展望基金會、Taiwan News、台灣日報主辦）、「美麗島·平安夜」演唱會
50	12/19/2001	【人權】《不用再怕臨檢了！》◎林俊言		緊急通知「美麗島·平安夜」演唱會取消通知、「美麗人生」人權影展座談
51	01/02/2002	【人權】《污名化的防治政策大開人權倒車》◎王蘋		【「美麗島 平安年」演唱會活動】(1/13 禮拜日 14.00)
52	01/09/2002	【人權】「美麗島·平安年」演唱會		「美麗島 平安夜」演唱會
53	01/16/2002	【人權】《從廢土問題看寂靜的台灣》◎李秀容		「2002年教學創新博覽會」(人本教育基金會)
54	01/30/2002	【人權】《改寫壞女人文化腳本》《為什麼璩美鳳的戲碼令媒體不安》何春蕤		
55	02/05/2002	【人權】新春人權休閒企畫		
56	02/27/2002	【人權】記取歷史教訓而非激起仇恨對立 ◎配子		【公開討論死刑問題 英國死刑問題專家 Peter Hodgkinson 座談會】(台權會、台北律師公會、司改會及英國貿易文化辦事處共同主辦)
57	03/13/2002	【人權】台灣女人的三個批判與三個期望◎婦女新知基金會、女學會		★【「台灣與國際人權」座談會，歡迎參加】(台北律師公會與台灣人權促進會共同主辦)
58	03/26/2002	【人權】讀者問卷調查，請協助填答		

期別	日期	電子報主題	動員	宣傳
59	03/27 /2002	【人權】從國際人權標準看劉冠軍案所引發的諸多爭議 ◎林峰正		【少年也十八啦---】 音樂會（新境界文教基金會）
60	03/29 /2002	【人權】請協助填寫讀者問卷		
61	03/29 /2002	【人權】請填寫讀者問卷		
62	04/10 /2002	【人權】欣聞國際刑事法院正式成立 ◎台灣人權促進會 聲明		
63	04/24 /2002	【人權】誰是真兇？ ◎王時思		戰事影像「時代的見證」攝影展】(4/20-6/30)（台北市立美術館主辦）、 【工傷者的另一扇生命之窗---木棉花開了】 （4/21-5/19）（工作傷害受害人協會主辦）、 【「勇者的身影」亞洲愛滋婦孺影像展】 （4/23-5/27）陽明大學愛滋病防治中心主任陳宜民策劃）、 【勞工影展高雄登場】 （4/26-4/28）（高雄市政府勞工局主辦）
64	05/08 /2002	【人權】維護基本人權，審慎評估健保 IC 卡 ◎愛滋感染者權益促進會		【戰事影像「時代的見證」攝影展】 （4/20-6/30）（台北市立美術館主辦）、 【工傷者的另一扇生命之窗---木棉花開了】 （4/21-5/19）（工作傷害受害人協會主辦）、 【「勇者的身影」亞洲愛滋婦孺影像展】 （4/23-5/27）（陽明大學愛滋病防治中心主任陳宜民策劃）
65	05/22 /2002	【人權】台灣應關注楊建利案 ◎王興中		戰事影像「時代的見證」攝影展】(4/20-6/30)（台北市立美術館主辦）、 【「勇者的身影」亞洲愛滋婦孺影像展】 （4/23-5/27）（陽明大學愛滋病防治中心主任陳宜民策劃）
66	05/28 /2002	楊建利案救援特刊之一		
67	05/29 /2002	楊建利案救援特刊之二		
68	05/30 /2002	【人權】楊建利案救援特刊之三		
69	05/31 /2002	楊建利案救援特刊之四		★《記者會採訪通知：林毅夫要回家，楊建利也要回家》——六四前夕，救援返鄉被捕的中國民運人士
70	05/31 /2002	【人權】林毅夫與敵我之判 ◎黃文雄		《記者會採訪通知：林毅夫要回家，楊建利也要回家》——六四前夕，救援返鄉被捕的中國民運人士

期別	日期	電子報主題	動員	宣傳
71	06/05 /2002	【人權】拯救經濟的新產品：透氣服貼手套、輕薄防彈衣 ◎發大財公司		【戰事影像「時代的見證」攝影展】(4/20-6/30) (台北市立美術館主辦)、【第三屆大專生人權研習營 名額有限快來報名！！】(6/29-6/30)
72	06/19 /2002	【人權】抗議壹周刊偷窺、偷拍犧牲同志人權--揭露的是社會道貌岸然的偽善 ◎性別人權協會、同志諮詢熱線		【戰事影像「時代的見證」攝影展】(4/20-6/30) (台北市立美術館主辦)、【第三屆大專生人權研習營 網路報名開放至6月20日】(6/29-6/30)、【指紋檔萬能？人權保障能不能？-- 澄社之後，來自人權團體的呼應 --】(6/20)
73	07/03 /2002	【人權】社運日記(2002-07-04) 被消費掉的「平衡報導」-記蘇案再審開庭 ◎李家騏		
74	07/17 /2002	【人權】抗議健保 IC 奢侈卡，多剝人民一層皮 ◎全民個人資料保護聯盟		【蘇案開庭】7/18(四)下午2:30、【教育廣播電台「人權一週看」】
75	07/31 /2002	【人權】也談全民指紋建檔 ◎黃文雄		【蘇案開庭】8/15(四)下午2:30、【教育廣播電台「人權一週看」】
76	08/14 /2002	【人權】國民指紋檔 強制、志願大不同 ◎黃文雄	【台灣能以什麼吸引國際認同？--由國會連署關切中國人權發展結果談起】8/17	【蘇案開庭】8/29(四)下午2:30、【教育廣播電台「人權一週看」】
77	08/29 /2002	【人權】評「2001年台灣人權報告」 ◎顏厥安	十八歲的成年禮~台灣人權促進會年度募款晚會】9/14	【世界族群和平影展 免費入場】(促進和平基金會)、【教育廣播電台「人權一週看」】
78	09/11 /2002	【人權】拿回塑造議程的民主權利-核能議題的人權面向 ◎黃文雄	【十八歲的成年禮~台灣人權促進會年度募款晚會】9/14(六)	【第二梯次人權志工培訓計畫】、【世界族群和平影展 免費入場】(促進和平基金會)、【教育廣播電台「人權一週看」，九月主題「外國人在台灣」】

期別	日期	電子報主題	動員	宣傳
79	09/25/2002	【人權】拿回塑造議程的民主權利-核能議題的人權面向 ◎黃文雄		【第二梯次人權志工培訓計畫】 、教育廣播電台「人權一週看」，九月主題『外國人在台灣』
80	10/09/2002	【人權】我們不再容忍！---「無盟」對陳總統與行政院延宕媒體改造承諾的聲明 ◎無線電視民主化聯盟		【蘇案開庭】(10/11) 教育廣播電台「人權一週看」，九月主題『外國人在台灣』
81	10/23/2002	【人權】來去亞歷山卓 ◎顧玉玲		【蘇案開庭】(10/24) 、 【台灣現今人權議題相關論文撰寫補助計畫】 (報名截止日期 2002. 12. 31)
82	11/06/2002	【人權】來去亞歷山卓(下) ◎顧玉玲	2002 秋鬥 反貧窮要活路反失業 要生存! (工人立法行動委員會主辦) 慾望城市 2002 國際娼妓文化節 (日日春關懷互助協會)	【蘇案開庭】(11/07 PM2. 30) 真實姓名紀錄片影展~請問蕃名】(11/09—11/30) (台北市立圖書館總館主辦)、 【自由之路公民論壇~人權國家的願景】(11/23) (鄭南榕基金會主辦)、 【九十一年人權故事徵文比賽及出版作品集】(12/20 截止) (國立高雄師範大學成人教育研究中心主辦)
83	11/20/2002	【人權】In the Name of the Father ◎鄭揚宜		【蘇案開庭】(11/21 PM2. 30) 真實姓名紀錄片影展~請問蕃名】(11/09--11/30) (台北市立圖書館總館主辦)、自由之路公民論壇~人權國家的願景】(11/23)(鄭南榕基金會主辦)、 【九十一年人權故事徵文比賽及出版作品集】(12/20 截止) (國立高雄師範大學成人教育研究中心主辦)、 【台灣現今人權議題相關論文撰寫補助計畫】 (報名截止日期 2002. 12. 31)
84	12/04/2002	【人權】法庭觀察筆記--SOS! 十分鐘的法庭! ◎卡暹		【蘇案開庭】(12/05 PM2. 30~12/06) 愛不止一種形式 人權影展暨座談會】(12/06PM19.0012/12PM10.00) 、 九十一年人權故事徵文比賽及出版作品集】(12/20 截止) (國立高雄師範大學成人教育研究中心主辦)、 【台灣現今人權議題相關論文撰寫補助計畫】 (報名截止日期 2002. 12. 31)
85	12/18/2002	【人權】We Shall Overcome! 一記「第六屆年度亞洲人權訓練暨研習課程」 ◎吳佳臻		【愛不止一種形式 人權影展暨座談會】(12/20 PM22:00 公視頻道, 12/27 PM19:00 台北律師公會) 、 【九十一年人權故事徵文比賽及出版作品集】(12/20 截止) (國立高雄師範大學成人教育研究中心主辦) 【台灣現今人權議題相關論文撰寫補助計畫】

期別	日期	電子報主題	動員	宣傳
86	01/01/2003	【人權】We Shall Overcome! --記「第六屆年度亞洲人權訓練暨研習課程」(下)◎吳佳臻		【蘇案宣判】(1/13 AM11.00) 兩岸關係與人權展望】(1/19(日)PM 2:30)
87	01/15/2003	【人權】希冀不再有第二個蘇案重現◎台權會聲明		【兩岸關係與人權展望論壇】(1/19(日)PM 2:30)
88	01/29/2003	【人權】人權答客問【指紋建檔換身分證】◎全民個人資料保護聯盟		
89	02/12/2003	【人權】Make Love! Not Make War—情人節的反戰公開信 ◎康河鴨	反對英美侵略伊拉克連署及0215行動】(2(勞動人權協會總聯絡)	
90	02/26/2003	【人權】兩頭刺—電影〈刑法39條〉◎顧玉珍		
91	03/12/2003	【人權】指紋建檔，全民公敵!民間團體反對內政部「換發身分證並建立全民指紋檔」新聞稿		
92	03/26/2003	【人權】集權控制還是人權立國?◎劉靜怡		【人權志工培訓計畫第三梯次】
93	04/09/2003	【人權】等待扶助的「法律扶助法」◎葉至上	【反戰要和平靜走活動】4/13(日)15.30 (台灣人權促進會、性別人權協會、人本教育基金會、婦女新知基金會、台灣促進和平基金會共同主辦)	

附錄五 人口統計變項資料

表 1：人口統計變項

項目	人數(N=276)	百分比	名次	台權會資料百分比
性別				
女	156	56.5	1	42.1
男	120	43.5	2	57.9
年齡				
15-20 歲	11	4.0		12.6
21-25 歲	103	37.3	1	36.4
26-30 歲	90	32.6	2	26.0
31-35 歲	40	14.5	3	12.9
36-40 歲	14	5.1		5.6
41-45 歲	14	5.1		2.0
45 歲以上	4	1.4		4.5
最高學歷				
國小	0	0		3.6
國中	7	2.5		3.4
高中/職	19	6.9	3	12.8
大專/學	170	61.6	1	55.5
研究所以上	80	29.0	2	24.7
職業				
農林漁牧礦	0	0		
工業(含製造業、營造業)	29	10.5		
商業(含金融、保險業)	14	5.1		
軍公教	47	17.0	2	
服務業	45	16.3	3	
媒體工作者	16	5.8		
學生	103	37.3	1	
家庭主婦	4	1.4		
退休或待業中	16	5.8		
其他	2	0.7		
職位				
老闆(自營商)	13	4.7		
管理階層	35	12.7	3	
受雇者	99	35.9	2	
無	129	46.7	1	

續表 1

項目	人數(N=276)	百分比	名次	台權會資料百分比
月收入				
0 無收入	82	29.7	1	
10000 元以下	39	14.1	3	
10000~20000 元	22	8.0		
20001~30000 元	47	17.0	2	
30001~40000 元	33	12.0		
40001~50000 元	22	8.0		
50001 元以上	31	11.2		
居住區域				
台北市	109	39.5	1	
台北縣	66	23.9	2	
北部	31	11.2	3	
台中市	8	2.9		
中部	15	5.4		
高雄市	13	4.7		
南部	20	7.2		
東部	12	4.3		
金馬地區及台灣離島	2	0.7		
政黨傾向				
民進黨	83	30.1	2	
國民黨	25	9.1	3	
親民黨	4	1.4		
綠黨	8	2.9		
建國黨	7	2.5		
台灣團結聯盟	8	2.9		
無政黨傾向	139	50.4	1	
其他	2	0.7		
婚姻狀況				
已婚	59	21.4	2	
未婚	217	78.6	1	

附錄六 電子報使用行為

表 1：同時閱讀哪些網站或電子報

	人數	百分比	分類排名	總排名
同時閱讀同屬智邦生活館的網站或電子報				
藍色東港溪保育協會網路通訊	28	10.1		
美濃愛鄉協進會網路通訊	40	14.5		
伊甸南望電子報	11	4.0		
家扶基金會電子報	18	6.5		
崔媽媽網路通訊	51	18.5		8
人本教育基金會	107	38.8	2	2
上班族電子報	43	15.6		
勞動者電子報	45	16.3		
南方電子報	146	52.9	1	1
破週報	59	21.4	3	5
台灣立報	32	11.6		
生命力公益新聞網	28	10.1		
傳播學生鬥陣電子報	50	18.1		9
媒體觀察電子報	54	19.6		7
同時閱讀台權會網站連結的網站或電子報				
中國人權協會	11	4.0		
民間司法改革基金會網路通訊	78	28.3	1	4
女性權益促進會	38	13.8	2	
國際特赦組織中華民國總會	5	1.8		
終止童妓協會	2	0.7		
台灣環境保護聯盟	15	5.4		
環境資訊電子報	26	9.4	3	
法爾街線上法律書店	3	1.1		
同時閱讀其他網站或電子報				
苦勞網	46	16.7	3	10
中時電子報	81	29.3	1	3
聯合電子報	59	21.4	2	5
自由電子新聞網	26	9.4		
東森新聞報	26	9.4		
新新聞電子報	41	14.9		

表 2：電子報使用行為一覽表

		人數	百分比	排名
訂閱電子報的時間	六個月以內	72	26.1	1
	六個月至一年	50	18.1	
	一年至一年半	67	24.3	2
	一年半至二年	67	24.3	2
	二年以上	20	7.2	
閱讀專心度	非常同意	34	12.3	3
	同意	95	34.4	2
	普通	125	45.3	1
	不同意	20	7.2	
	非常不同意	2	0.7	
每週閱讀時數	五分鐘以內	88	31.9	1
	五至十分鐘	87	31.5	2
	十至十五分鐘	70	25.4	3
	十五至二十分鐘	22	8.0	
	二十分鐘以上	9	3.3	
閱讀討論區頻率	非常同意	4	1.4	
	同意	15	5.4	
	普通	118	42.8	1
	不同意	10	37.7	2
	非常不同意	35	12.7	3
發表或回應文章次數	0 從未	248	89.9	1
	1 次	8	2.9	3
	2 次	18	6.5	2
	3 次以上	2	0.7	
人權運動傳播管道	人際傳播	22	8.0	3
	電視	20	7.2	
	廣播	7	2.5	
	雜誌	6	2.2	
	報紙	34	12.3	2
	電子報及網站	183	66.3	1
	傳單/郵寄品	4	1.4	

表 3：媒介使用時數表

媒介	三十分鐘 以下(%)	三十分鐘至 一小時(%)	一小時至一 小時半(%)	一小時半至 二小時(%)	二小時 以上(%)
電視	15.9	22.5	22.5	23.2	15.9
廣播	44.9	23.2	14.9	9.1	8.0
雜誌	32.6	37.0	20.3	4.0	6.2
報紙	15.2	44.2	29.3	8.7	2.5
上網	0.7	17.8	13.4	27.5	40.6

附錄七 社會運動參與情形

表 1：社會運動參與

	人數	百分比	排名
購買出版品次數			
0 從未	207	75.0	1
1 次	36	13.0	2
2 次	21	7.6	3
3 次以上	12	4.3	
捐款次數			
0 從未	234	84.8	1
500 元以內	13	4.7	
501~1000 元	14	5.1	3
1000 元以上	15	5.4	2
更廣泛接觸社會運動訊息			
非常同意	24	8.7	3
同意	143	51.8	1
普通	105	38.0	2
不同意	3	1.1	
非常不同意	1	0.4	
有助於社運傳播			
非常同意	53	19.2	3
同意	144	52.2	1
普通	75	27.2	2
不同意	2	0.7	
非常不同意	2	0.7	
交更多朋友			
非常同意	10	3.6	
同意	34	12.3	3
普通	148	53.6	1
不同意	65	23.6	2
非常不同意	19	6.9	
認同感			
非常同意	33	12.0	3
同意	92	33.3	2
普通	133	48.2	1
不同意	18	6.5	
非常不同意	0	0	

續表 1

	人數	百分比	排名
參與更多社會運動事件			
非常同意	6	2.2	
同意	34	12.3	3
普通	146	52.9	1
不同意	69	25.0	2
非常不同意	21	7.6	
會因會電子報的動員而參與社會運動			
非常同意	20	7.2	
同意	94	34.1	2
普通	110	39.9	1
不同意	47	17.0	3
非常不同意	5	1.8	
繼續閱讀			
非常同意	65	23.6	3
同意	137	49.6	1
普通	70	25.4	2
不同意	2	0.7	
非常不同意	2	0.7	

附錄八 人口統計變項與使用動機的變異數分析

表 1：人口統計變項與動機因素—資訊尋求的變異數分析

		平均數	F 值
性別	男	3.58	.02
	女	3.59	
年齡	15-20 歲	3.76	1.728
	21-25 歲	3.50	
	26-30 歲	3.61	
	31-35 歲	3.68	
	36-40 歲	3.46	
	41-45 歲	3.62	
	45 歲以上	4.11	
最高學歷	國中	3.27	3.606*
	高中/職	3.89	
	大專/學	3.55	
	研究所以上	3.62	
職業	工業（含製造業、營造業）	3.59	.281
	商業（含金融、保險業）	3.71	
	軍公教	3.64	
	服務業	3.58	
	媒體工作者	3.58	
	學生	3.54	
	家庭主婦	3.61	
	退休或待業中	3.58	
	其他	3.58	
職位	老闆（自營商）	3.51	1.187
	管理階層	3.51	
	受雇者	3.66	
	無	3.55	

*** $P \leq .001$ ** $P \leq .01$ * $P \leq .05$

續表 1

		平均數	F 值
月收入	0 無收入	3.53	.837
	10000 元以下	3.60	
	10000~20000 元	3.46	
	20001~30000 元	3.64	
	30001~40000 元	3.65	
	40001~50000 元	3.52	
	50001 元以上	3.70	
	<hr/>		
居住區域	台北市	3.52	1.780
	台北縣	3.53	
	北部	3.77	
	台中市	3.64	
	中部	3.84	
	高雄市	3.42	
	南部	3.58	
	東部	3.77	
	金馬地區及台灣離島	3.50	
	<hr/>		
政黨傾向	民進黨	3.57	.358
	國民黨	3.59	
	親民黨	3.79	
	綠黨	3.75	
	建國黨	3.55	
	台灣團結聯盟	3.39	
	無政黨傾向	3.59	
	其他	3.51	
<hr/>			
婚姻狀況	已婚	3.68	2.41
	未婚	3.56	

*** $P \leq .001$ ** $P \leq .01$ * $P \leq .05$

表 2：人口統計變項與動機因素二信任感的變異數分析

		平均數	F 值
性別	男	3.73	.021
	女	3.72	
年齡	15-20 歲	3.91	1.286
	21-25 歲	3.63	
	26-30 歲	3.72	
	31-35 歲	3.95	
	36-40 歲	3.71	
	41-45 歲	3.64	
	45 歲以上	4.00	
最高學歷	國中	3.14	3.766*
	高中/職	3.95	
	大專/學	3.66	
	研究所以上	3.86	
職業	工業（含製造業、營造業）	3.74	.317
	商業（含金融、保險業）	3.75	
	軍公教	3.70	
	服務業	3.64	
	媒體工作者	3.72	
	學生	3.73	
	家庭主婦	3.75	
	退休或待業中	3.88	
	其他	3.25	
職位	老闆（自營商）	3.50	.819
	管理階層	3.63	
	受雇者	3.76	
	無	3.75	

*** $P \leq .001$ ** $P \leq .01$ * $P \leq .05$

續表 2

		平均數	F 值
月收入	0 無收入	3.77	.468
	10000 元以下	3.64	
	10000~20000 元	3.75	
	20001~30000 元	3.66	
	30001~40000 元	3.65	
	40001~50000 元	3.86	
	50001 元以上	3.79	
	<hr/>		
居住區域	台北市	3.71	.924
	台北縣	3.66	
	北部	3.98	
	台中市	3.75	
	中部	3.87	
	高雄市	3.58	
	南部	3.58	
	東部	3.75	
	金馬地區及台灣離島	3.50	
	<hr/>		
政黨傾向	民進黨	3.77	1.722
	國民黨	3.52	
	親民黨	4.13	
	綠黨	4.25	
	建國黨	3.50	
	台灣團結聯盟	4.06	
	無政黨傾向	3.68	
	其他	3.50	
<hr/>			
婚姻狀況	已婚	3.86	2.972
	未婚	3.69	

*** $P \leq .001$ ** $P \leq .01$ * $P \leq .05$

表 3：人口統計變項與動機因素三社運參與經驗的變異數分析

		平均數	F 值
性別	男	2.13	.029
	女	2.11	
年齡	15-20 歲	2.05	1.578
	21-25 歲	1.96	
	26-30 歲	2.12	
	31-35 歲	2.39	
	36-40 歲	2.11	
	41-45 歲	2.29	
	45 歲以上	3.00	
最高學歷	國中	2.43	3.515*
	高中/職	1.97	
	大專/學	1.99	
	研究所以上	2.39	
職業	工業（含製造業、營造業）	1.84	1.526
	商業（含金融、保險業）	1.61	
	軍公教	2.32	
	服務業	2.01	
	媒體工作者	2.53	
	學生	2.14	
	家庭主婦	2.38	
	退休或待業中	2.09	
	其他	2.30	
職位	老闆（自營商）	2.54	1.124
	管理階層	2.16	
	受雇者	2.03	
	無	2.14	

*** $P \leq .001$ ** $P \leq .01$ * $P \leq .05$

續表 3

		平均數	F 值
月收入	0 無收入	2.11	2.479*
	10000 元以下	2.45	
	10000~20000 元	2.11	
	20001~30000 元	1.81	
	30001~40000 元	1.95	
	40001~50000 元	1.97	
	50001 元以上	2.47	
	<hr/>		
居住區域	台北市	2.31	1.947
	台北縣	2.16	
	北部	2.02	
	台中市	1.44	
	中部	2.23	
	高雄市	1.92	
	南部	1.73	
	東部	1.71	
	金馬地區及台灣離島	1.50	
	<hr/>		
政黨傾向	民進黨	2.35	2.966**
	國民黨	1.98	
	親民黨	1.75	
	綠黨	3.19	
	建國黨	1.93	
	台灣團結聯盟	2.31	
	無政黨傾向	1.96	
	其他	1.75	
<hr/>			
婚姻狀況	已婚	2.46	9.269**
	未婚	2.02	
<hr/>			
*** $P \leq .001$ ** $P \leq .01$ * $P \leq .05$			

表 4：人口統計變項與動機因素四認知解放的變異數分析

		平均數	F 值
性別	男	3.98	2.826
	女	3.83	
年齡	15-20 歲	4.18	1.160
	21-25 歲	3.96	
	26-30 歲	3.78	
	31-35 歲	3.91	
	36-40 歲	3.82	
	41-45 歲	3.82	
	45 歲以上	4.38	
最高學歷	國中	3.36	2.825*
	高中/職	4.13	
	大專/學	3.94	
	研究所以上	3.79	
職業	工業（含製造業、營造業）	3.69	1.197
	商業（含金融、保險業）	4.00	
	軍公教	3.77	
	服務業	3.79	
	媒體工作者	4.06	
	學生	4.01	
	家庭主婦	3.75	
	退休或待業中	3.97	
	其他	4.00	
職位	老闆（自營商）	3.73	.776
	管理階層	3.87	
	受雇者	3.84	
	無	3.96	

*** $P \leq .001$ ** $P \leq .01$ * $P \leq .05$

續表 4

		平均數	F 值
月收入	0 無收入	3.97	.578
	10000 元以下	3.79	
	10000~20000 元	3.75	
	20001~30000 元	3.95	
	30001~40000 元	3.85	
	40001~50000 元	3.81	
	50001 元以上	3.97	
	<hr/>		
居住區域	台北市	3.94	.770
	台北縣	3.81	
	北部	4.02	
	台中市	3.88	
	中部	4.00	
	高雄市	3.96	
	南部	3.73	
	東部	3.67	
	金馬地區及台灣離島	4.00	
	<hr/>		
政黨傾向	民進黨	3.91	.350
	國民黨	3.98	
	親民黨	4.25	
	綠黨	3.94	
	建國黨	3.64	
	台灣團結聯盟	3.81	
	無政黨傾向	3.88	
	其他	4.00	
<hr/>			
婚姻狀況	已婚	3.95	.400
	未婚	3.88	

*** $P \leq .001$ ** $P \leq .01$ * $P \leq .05$

附錄九 人口統計變項與使用行為的變異數分析

表 1：人口統計變項與電子報訂閱時間的變異數分析

		平均數	F 值
性別	男	2.79	1.460
	女	2.60	
年齡	15-20 歲	2.18	1.922
	21-25 歲	2.61	
	26-30 歲	2.54	
	31-35 歲	3.31	
	36-40 歲	3.00	
	41-45 歲	2.64	
	45 歲以上	3.75	
最高學歷	國中	1.29	6.964***
	高中/職	2.53	
	大專/學	2.55	
	研究所以上	3.13	
職業	工業（含製造業、營造業）	2.41	1.469
	商業（含金融、保險業）	2.71	
	軍公教	2.55	
	服務業	2.58	
	媒體工作者	3.31	
	學生	2.74	
	家庭主婦	1.50	
	退休或待業中	3.06	
	其他	3.50	
職位	老闆（自營商）	2.08	2.043
	管理階層	2.37	
	受雇者	2.73	
	無	2.80	

*** $P \leq .001$ ** $P \leq .01$ * $P \leq .05$

續表 1

		平均數	F 值
月收入	0 無收入	2.87	1.401
	10000 元以下	2.49	
	10000~20000 元	2.41	
	20001~30000 元	2.40	
	30001~40000 元	2.61	
	40001~50000 元	2.95	
	50001 元以上	2.68	
	<hr/>		
居住區域	台北市	2.86	.770
	台北縣	2.58	
	北部	2.48	
	台中市	2.63	
	中部	2.80	
	高雄市	2.54	
	南部	2.30	
	東部	2.75	
	金馬地區及台灣離島	3.50	
	<hr/>		
政黨傾向	民進黨	2.90	2.679*
	國民黨	2.44	
	親民黨	2.25	
	綠黨	3.88	
	建國黨	2.71	
	台灣團結聯盟	3.50	
	無政黨傾向	2.48	
	其他	3.50	
<hr/>			
婚姻狀況	已婚	2.88	1.747
	未婚	2.63	

*** $P \leq .001$ ** $P \leq .01$ * $P \leq .05$

表 2：人口統計變項與閱讀專心度的變異數分析

		平均數	F 值
性別	男	3.59	2.407
	女	3.44	
年齡	15-20 歲	3.55	1.359
	21-25 歲	3.45	
	26-30 歲	3.44	
	31-35 歲	3.65	
	36-40 歲	3.50	
	41-45 歲	3.57	
	45 歲以上	4.50	
最高學歷	國中	3.29	3.709*
	高中/職	4.05	
	大專/學	3.42	
	研究所以上	3.56	
職業	工業（含製造業、營造業）	3.59	.787
	商業（含金融、保險業）	3.93	
	軍公教	3.51	
	服務業	3.53	
	媒體工作者	3.44	
	學生	3.42	
	家庭主婦	3.25	
	退休或待業中	3.50	
	其他	4.00	
職位	老闆（自營商）	3.69	1.114
	管理階層	3.37	
	受雇者	3.60	
	無	3.45	

*** $P \leq .001$ ** $P \leq .01$ * $P \leq .05$

續表 2

		平均數	F 值
月收入	0 無收入	3.48	.571
	10000 元以下	3.46	
	10000~20000 元	3.27	
	20001~30000 元	3.53	
	30001~40000 元	3.55	
	40001~50000 元	3.55	
	50001 元以上	3.68	
	<hr/>		
居住區域	台北市	3.44	1.079
	台北縣	3.44	
	北部	3.55	
	台中市	3.25	
	中部	3.60	
	高雄市	3.46	
	南部	3.80	
	東部	3.75	
	金馬地區及台灣離島	4.50	
	<hr/>		
政黨傾向	民進黨	3.35	.740
	國民黨	3.64	
	親民黨	3.75	
	綠黨	3.38	
	建國黨	3.71	
	台灣團結聯盟	3.50	
	無政黨傾向	3.56	
	其他	3.50	
<hr/>			
婚姻狀況	已婚	3.63	1.669
	未婚	3.47	

*** $P \leq .001$ ** $P \leq .01$ * $P \leq .05$

表 3：人口統計變項與每週閱讀時間的變異數分析

		平均數	F 值
性別	男	2.31	2.506
	女	2.10	
年齡	15-20 歲	2.18	.865
	21-25 歲	2.13	
	26-30 歲	2.16	
	31-35 歲	2.23	
	36-40 歲	2.29	
	41-45 歲	2.43	
	45 歲以上	3.25	
最高學歷	國中	1.43	2.149
	高中/職	2.37	
	大專/學	2.13	
	研究所以上	2.35	
職業	工業（含製造業、營造業）	2.21	1.765
	商業（含金融、保險業）	2.71	
	軍公教	1.79	
	服務業	2.24	
	媒體工作者	2.38	
	學生	2.22	
	家庭主婦	3.00	
	退休或待業中	2.25	
其他	1.50		
職位	老闆（自營商）	2.15	.626
	管理階層	2.31	
	受雇者	2.08	
	無	2.25	

*** $P \leq .001$ ** $P \leq .01$ * $P \leq .05$

續表 3

		平均數	F 值
月收入	0 無收入	2.32	1.157
	10000 元以下	1.92	
	10000~20000 元	2.05	
	20001~30000 元	2.04	
	30001~40000 元	2.18	
	40001~50000 元	2.45	
	50001 元以上	2.35	
	居住區域	台北市	
台北縣		2.05	
北部		2.39	
台中市		1.88	
中部		2.40	
高雄市		2.38	
南部		2.10	
東部		2.25	
金馬地區及台灣離島		3.00	
政黨傾向		民進黨	2.00
	國民黨	2.08	
	親民黨	2.25	
	綠黨	2.63	
	建國黨	2.29	
	台灣團結聯盟	2.00	
	無政黨傾向	2.29	
	其他	3.00	
婚姻狀況	已婚	2.34	1.409
	未婚	2.15	

*** $P \leq .001$ ** $P \leq .01$ * $P \leq .05$

表 4：人口統計變項與閱讀討論區頻率的變異數分析

		平均數	F 值
性別	男	2.53	1.970
	女	2.39	
年齡	15-20 歲	2.27	2.160*
	21-25 歲	2.39	
	26-30 歲	2.38	
	31-35 歲	2.60	
	36-40 歲	2.43	
	41-45 歲	2.86	
	45 歲以上	3.50	
最高學歷	國中	2.71	3.484*
	高中/職	2.53	
	大專/學	2.33	
	研究所以上	2.68	
職業	工業（含製造業、營造業）	2.31	.293
	商業（含金融、保險業）	2.57	
	軍公教	2.47	
	服務業	2.47	
	媒體工作者	2.56	
	學生	2.46	
	家庭主婦	2.75	
	退休或待業中	2.31	
	其他	2.50	
職位	老闆（自營商）	2.77	1.071
	管理階層	2.37	
	受雇者	2.38	
	無	2.50	

*** $P \leq .001$ ** $P \leq .01$ * $P \leq .05$

續表 4

		平均數	F 值
月收入	0 無收入	2.45	1.418
	10000 元以下	2.51	
	10000~20000 元	2.23	
	20001~30000 元	2.34	
	30001~40000 元	2.52	
	40001~50000 元	2.27	
	50001 元以上	2.77	
	<hr/>		
居住區域	台北市	2.46	.960
	台北縣	2.56	
	北部	2.39	
	台中市	2.38	
	中部	2.80	
	高雄市	2.15	
	南部	2.20	
	東部	2.33	
	金馬地區及台灣離島	2.50	
	<hr/>		
政黨傾向	民進黨	2.31	1.887
	國民黨	2.84	
	親民黨	2.75	
	綠黨	2.38	
	建國黨	2.71	
	台灣團結聯盟	2.13	
	無政黨傾向	2.48	
	其他	1.50	
<hr/>			
婚姻狀況	已婚	2.64	3.962*
	未婚	2.40	
<hr/>			
*** $P \leq .001$ ** $P \leq .01$ * $P \leq .05$			

表 5：人口統計變項與討論區發表文章次數的變異數分析

		平均數	F 值
性別	男	1.18	.025
	女	1.19	
年齡	15-20 歲	1.00	3.164**
	21-25 歲	1.06	
	26-30 歲	1.27	
	31-35 歲	1.30	
	36-40 歲	1.14	
	41-45 歲	1.14	
	45 歲以上	2.00	
最高學歷	國中	2.43	15.512***
	高中/職	1.11	
	大專/學	1.09	
	研究所以上	1.27	
職業	工業（含製造業、營造業）	1.17	1.037
	商業（含金融、保險業）	1.00	
	軍公教	1.34	
	服務業	1.22	
	媒體工作者	1.00	
	學生	1.17	
	家庭主婦	1.00	
	退休或待業中	1.06	
	其他	1.00	
職位	老闆（自營商）	1.85	6.800***
	管理階層	1.20	
	受雇者	1.12	
	無	1.16	

*** $P \leq .001$ ** $P \leq .01$ * $P \leq .05$

續表 5

		平均數	F 值
月收入	0 無收入	1.15	1.506
	10000 元以下	1.33	
	10000~20000 元	1.23	
	20001~30000 元	1.02	
	30001~40000 元	1.27	
	40001~50000 元	1.09	
	50001 元以上	1.26	
	<hr/>		
居住區域	台北市	1.17	1.431
	台北縣	1.32	
	北部	1.03	
	台中市	1.25	
	中部	1.00	
	高雄市	1.08	
	南部	1.35	
	東部	1.00	
	金馬地區及台灣離島	1.00	
	<hr/>		
政黨傾向	民進黨	1.16	.287
	國民黨	1.24	
	親民黨	1.00	
	綠黨	1.25	
	建國黨	1.00	
	台灣團結聯盟	1.25	
	無政黨傾向	1.19	
	其他	1.00	
<hr/>			
婚姻狀況	已婚	1.36	7.248**
	未婚	1.13	
<hr/>			
*** P ≤ .001 ** P ≤ .01 * P ≤ .05			

附錄十 人口統計變項與社會運動參與情形的變異數分析

表 1：人口統計變項與購買出版品的變異數分析

		平均數	F 值
性別	男	1.41	.007
	女	1.42	
年齡	15-20 歲	1.18	2.720*
	21-25 歲	1.22	
	26-30 歲	1.46	
	31-35 歲	1.60	
	36-40 歲	1.57	
	41-45 歲	1.86	
	45 歲以上	2.00	
最高學歷	國中	2.43	8.132***
	高中/職	1.16	
	大專/學	1.29	
	研究所以上	1.64	
職業	工業（含製造業、營造業）	1.45	.662
	商業（含金融、保險業）	1.14	
	軍公教	1.51	
	服務業	1.56	
	媒體工作者	1.44	
	學生	1.33	
	家庭主婦	1.50	
	退休或待業中	1.44	
	其他	1.00	
職位	老闆（自營商）	1.92	2.555
	管理階層	1.54	
	受雇者	1.41	
	無	1.33	

*** $P \leq .001$ ** $P \leq .01$ * $P \leq .05$

續表 1

		平均數	F 值
月收入	0 無收入	1.34	1.773
	10000 元以下	1.59	
	10000~20000 元	1.27	
	20001~30000 元	1.19	
	30001~40000 元	1.48	
	40001~50000 元	1.50	
	50001 元以上	1.68	
	居住區域	台北市	
台北縣		1.48	
北部		1.26	
台中市		1.50	
中部		1.27	
高雄市		1.31	
南部		1.25	
東部		1.17	
金馬地區及台灣離島		1.41	
政黨傾向		民進黨	1.46
	國民黨	1.36	
	親民黨	1.00	
	綠黨	2.00	
	建國黨	1.29	
	台灣團結聯盟	1.38	
	無政黨傾向	1.39	
	其他	1.00	
婚姻狀況	已婚	1.69	9.338**
	未婚	1.37	

*** $P \leq .001$ ** $P \leq .01$ * $P \leq .05$

表 2：人口統計變項與捐款金額的變異數分析

		平均數	F 值
性別	男	1.31	.003
	女	1.31	
年齡	15-20 歲	1.00	5.222***
	21-25 歲	1.05	
	26-30 歲	1.41	
	31-35 歲	1.60	
	36-40 歲	1.86	
	41-45 歲	1.29	
	45 歲以上	2.00	
最高學歷	國中	2.43	11.605***
	高中/職	1.32	
	大專/學	1.14	
	研究所以上	1.59	
職業	工業（含製造業、營造業）	1.28	.854
	商業（含金融、保險業）	1.21	
	軍公教	1.53	
	服務業	1.36	
	媒體工作者	1.38	
	學生	1.19	
	家庭主婦	1.50	
	退休或待業中	1.38	
	其他	1.00	
職位	老闆（自營商）	1.77	1.816
	管理階層	1.31	
	受雇者	1.34	
	無	1.24	

*** $P \leq .001$ ** $P \leq .01$ * $P \leq .05$

續表 2

		平均數	F 值
月收入	0 無收入	1.26	1.694
	10000 元以下	1.33	
	10000~20000 元	1.32	
	20001~30000 元	1.06	
	30001~40000 元	1.48	
	40001~50000 元	1.36	
	50001 元以上	1.58	
	<hr/>		
居住區域	台北市	1.40	.978
	台北縣	1.33	
	北部	1.06	
	台中市	1.38	
	中部	1.00	
	高雄市	1.23	
	南部	1.45	
	東部	1.25	
	金馬地區及台灣離島	1.00	
	<hr/>		
政黨傾向	民進黨	1.39	.572
	國民黨	1.16	
	親民黨	1.00	
	綠黨	1.25	
	建國黨	1.00	
	台灣團結聯盟	1.50	
	無政黨傾向	1.32	
	其他	1.00	
<hr/>			
婚姻狀況	已婚	1.63	12.060***
	未婚	1.23	
<hr/>			
*** P ≤ .001 ** P ≤ .01 * P ≤ .05			

表 3：人口統計變項與更廣泛接觸社會運動資訊的變異數分析

		平均數	F 值
性別	男	3.76	3.480
	女	3.61	
年齡	15-20 歲	4.09	1.607
	21-25 歲	3.72	
	26-30 歲	3.68	
	31-35 歲	3.55	
	36-40 歲	3.64	
	41-45 歲	3.36	
	45 歲以上	3.75	
最高學歷	國中	3.14	3.489*
	高中/職	3.89	
	大專/學	3.62	
	研究所以上	3.79	
職業	工業（含製造業、營造業）	3.55	1.074
	商業（含金融、保險業）	3.57	
	軍公教	3.64	
	服務業	3.53	
	媒體工作者	3.88	
	學生	3.79	
	家庭主婦	3.75	
	退休或待業中	3.56	
其他	3.50		
職位	老闆（自營商）	3.54	1.622
	管理階層	3.49	
	受雇者	3.67	
	無	3.74	

*** $P \leq .001$ ** $P \leq .01$ * $P \leq .05$

續表 3

		平均數	F 值
月收入	0 無收入	3.76	1.151
	10000 元以下	3.72	
	10000~20000 元	3.82	
	20001~30000 元	3.55	
	30001~40000 元	3.73	
	40001~50000 元	3.50	
	50001 元以上	3.55	
	居住區域	台北市	
台北縣		3.55	
北部		3.77	
台中市		3.25	
中部		3.93	
高雄市		3.54	
南部		3.75	
東部		3.83	
金馬地區及台灣離島		3.50	
政黨傾向		民進黨	3.72
	國民黨	3.60	
	親民黨	4.00	
	綠黨	3.88	
	建國黨	3.57	
	台灣團結聯盟	3.63	
	無政黨傾向	3.65	
	其他	3.00	
婚姻狀況	已婚	3.53	3.810
	未婚	3.71	

*** $P \leq .001$ ** $P \leq .01$ * $P \leq .05$

表 4：人口統計變項與認為電子報有助社運傳播的變異數分析

		平均數	F 值
性別	男	3.91	.228
	女	3.87	
年齡	15-20 歲	3.73	.187
	21-25 歲	3.90	
	26-30 歲	3.87	
	31-35 歲	3.88	
	36-40 歲	4.00	
	41-45 歲	3.93	
	45 歲以上	3.75	
最高學歷	國中	3.29	1.860
	高中/職	4.00	
	大專/學	3.87	
	研究所以上	3.94	
職業	工業（含製造業、營造業）	3.79	.400
	商業（含金融、保險業）	3.79	
	軍公教	3.77	
	服務業	3.89	
	媒體工作者	4.00	
	學生	3.93	
	家庭主婦	4.00	
	退休或待業中	4.00	
其他	4.00		
職位	老闆（自營商）	3.69	.875
	管理階層	3.77	
	受雇者	3.87	
	無	3.95	

*** $P \leq .001$ ** $P \leq .01$ * $P \leq .05$

續表 4

		平均數	F 值
月收入	0 無收入	3.95	.981
	10000 元以下	3.95	
	10000~20000 元	4.00	
	20001~30000 元	3.66	
	30001~40000 元	3.88	
	40001~50000 元	3.86	
	50001 元以上	3.90	
	<hr/>		
居住區域	台北市	3.92	.868
	台北縣	3.82	
	北部	3.90	
	台中市	3.88	
	中部	4.00	
	高雄市	3.69	
	南部	4.10	
	東部	3.75	
	金馬地區及台灣離島	3.00	
	<hr/>		
政黨傾向	民進黨	3.93	.363
	國民黨	3.84	
	親民黨	4.25	
	綠黨	3.88	
	建國黨	4.00	
	台灣團結聯盟	4.00	
	無政黨傾向	3.85	
	其他	3.50	
<hr/>			
婚姻狀況	已婚	3.86	.053
	未婚	3.89	

*** $P \leq .001$ ** $P \leq .01$ * $P \leq .05$

表 5：人口統計變項與交更多朋友的變異數分析

		平均數	F 值
性別	男	2.77	.881
	女	2.87	
年齡	15-20 歲	2.91	2.452*
	21-25 歲	2.61	
	26-30 歲	2.94	
	31-35 歲	2.95	
	36-40 歲	3.00	
	41-45 歲	2.71	
	45 歲以上	3.75	
最高學歷	國中	2.86	1.864
	高中/職	3.26	
	大專/學	2.77	
	研究所以上	2.83	
職業	工業（含製造業、營造業）	2.76	.837
	商業（含金融、保險業）	2.57	
	軍公教	2.70	
	服務業	3.00	
	媒體工作者	2.88	
	學生	2.82	
	家庭主婦	3.50	
	退休或待業中	2.81	
	其他	3.00	
職位	老闆（自營商）	3.00	.289
	管理階層	2.86	
	受雇者	2.78	
	無	2.83	

*** $P \leq .001$ ** $P \leq .01$ * $P \leq .05$

續表 5

		平均數	F 值
月收入	0 無收入	2.85	.762
	10000 元以下	2.62	
	10000~20000 元	2.82	
	20001~30000 元	2.79	
	30001~40000 元	3.00	
	40001~50000 元	2.73	
	50001 元以上	2.94	
	居住區域	台北市	
台北縣		2.76	
北部		2.84	
台中市		2.88	
中部		2.80	
高雄市		2.62	
南部		2.60	
東部		3.25	
金馬地區及台灣離島		3.00	
政黨傾向		民進黨	2.84
	國民黨	2.96	
	親民黨	2.75	
	綠黨	2.63	
	建國黨	2.43	
	台灣團結聯盟	3.00	
	無政黨傾向	2.80	
	其他	3.50	
婚姻狀況	已婚	3.17	12.553***
	未婚	2.73	

*** $P \leq .001$ ** $P \leq .01$ * $P \leq .05$

表 6：人口統計變項與認同感的變異數分析

		平均數	F 值
性別	男	3.63	5.518*
	女	3.41	
年齡	15-20 歲	3.91	1.288
	21-25 歲	3.41	
	26-30 歲	3.48	
	31-35 歲	3.55	
	36-40 歲	3.71	
	41-45 歲	3.64	
	45 歲以上	4.00	
最高學歷	國中	3.14	2.605
	高中/職	3.95	
	大專/學	3.48	
	研究所以上	3.50	
職業	工業（含製造業、營造業）	3.41	.714
	商業（含金融、保險業）	3.57	
	軍公教	3.40	
	服務業	3.51	
	媒體工作者	3.75	
	學生	3.48	
	家庭主婦	3.75	
	退休或待業中	3.81	
	其他	3.50	
職位	老闆（自營商）	3.62	.402
	管理階層	3.46	
	受雇者	3.45	
	無	3.55	

*** $P \leq .001$ ** $P \leq .01$ * $P \leq .05$

續表 6

		平均數	F 值
月收入	0 無收入	3.61	1.326
	10000 元以下	3.46	
	10000~20000 元	3.59	
	20001~30000 元	3.30	
	30001~40000 元	3.39	
	40001~50000 元	3.45	
	50001 元以上	3.71	
	<hr/>		
居住區域	台北市	3.50	1.046
	台北縣	3.39	
	北部	3.68	
	台中市	3.13	
	中部	3.80	
	高雄市	3.31	
	南部	3.60	
	東部	3.67	
	金馬地區及台灣離島	3.50	
	<hr/>		
政黨傾向	民進黨	3.48	.415
	國民黨	3.56	
	親民黨	3.75	
	綠黨	3.50	
	建國黨	3.86	
	台灣團結聯盟	3.75	
	無政黨傾向	3.47	
	其他	3.50	
<hr/>			
婚姻狀況	已婚	3.63	1.739
	未婚	3.47	
<hr/>			
*** P ≤ .001 ** P ≤ .01 * P ≤ .05			

表 7：人口統計變項與閱讀電子報後參與更多社會運動事件的變異數分析

		平均數	F 值
性別	男	2.75	.062
	女	2.78	
年齡	15-20 歲	2.55	2.588*
	21-25 歲	2.60	
	26-30 歲	2.83	
	31-35 歲	3.00	
	36-40 歲	2.93	
	41-45 歲	2.57	
	45 歲以上	3.75	
最高學歷	國中	2.71	.969
	高中/職	3.05	
	大專/學	2.72	
	研究所以上	2.80	
職業	工業（含製造業、營造業）	2.90	1.293
	商業（含金融、保險業）	2.57	
	軍公教	2.72	
	服務業	2.82	
	媒體工作者	3.25	
	學生	2.66	
	家庭主婦	3.25	
	退休或待業中	2.69	
其他	3.00		
職位	老闆（自營商）	2.92	.575
	管理階層	2.80	
	受雇者	2.82	
	無	2.70	

*** $P \leq .001$ ** $P \leq .01$ * $P \leq .05$

續表 7

		平均數	F 值
月收入	0 無收入	2.72	.532
	10000 元以下	2.59	
	10000~20000 元	2.77	
	20001~30000 元	2.81	
	30001~40000 元	2.88	
	40001~50000 元	2.82	
	50001 元以上	2.87	
	<hr/>		
居住區域	台北市	2.93	1.722
	台北縣	2.70	
	北部	2.61	
	台中市	2.63	
	中部	2.73	
	高雄市	2.62	
	南部	2.50	
	東部	3.00	
	金馬地區及台灣離島	1.50	
	<hr/>		
政黨傾向	民進黨	2.78	.785
	國民黨	2.88	
	親民黨	3.00	
	綠黨	3.25	
	建國黨	2.57	
	台灣團結聯盟	3.00	
	無政黨傾向	2.70	
	其他	2.50	
<hr/>			
婚姻狀況	已婚	3.02	6.864**
	未婚	2.70	
<hr/>			
*** $P \leq .001$ ** $P \leq .01$ * $P \leq .05$			

表 8：人口統計變項與會接受電子報動員而參與社會運動的變異數分析

		平均數	F 值
性別	男	3.36	1.679
	女	3.22	
年齡	15-20 歲	3.00	.495
	21-25 歲	3.33	
	26-30 歲	3.27	
	31-35 歲	3.35	
	36-40 歲	3.14	
	41-45 歲	3.07	
	45 歲以上	3.50	
最高學歷	國中	2.00	5.473***
	高中/職	3.21	
	大專/學	3.29	
	研究所以上	3.39	
職業	工業（含製造業、營造業）	3.14	1.309
	商業（含金融、保險業）	3.14	
	軍公教	3.15	
	服務業	3.11	
	媒體工作者	3.63	
	學生	3.35	
	家庭主婦	4.00	
	退休或待業中	3.50	
	其他	3.50	
職位	老闆（自營商）	2.69	2.195
	管理階層	3.20	
	受雇者	3.31	
	無	3.33	

*** $P \leq .001$ ** $P \leq .01$ * $P \leq .05$

續表 8

		平均數	F 值
月收入	0 無收入	3.39	.546
	10000 元以下	3.23	
	10000~20000 元	3.32	
	20001~30000 元	3.11	
	30001~40000 元	3.24	
	40001~50000 元	3.27	
	50001 元以上	3.32	
	居住區域	台北市	
台北縣		3.20	
北部		3.42	
台中市		3.00	
中部		3.27	
高雄市		3.31	
南部		3.35	
東部		3.00	
金馬地區及台灣離島		3.50	
政黨傾向		民進黨	3.45
	國民黨	3.16	
	親民黨	3.25	
	綠黨	3.63	
	建國黨	2.86	
	台灣團結聯盟	3.38	
	無政黨傾向	3.19	
	其他	3.50	
婚姻狀況	已婚	3.36	.556
	未婚	3.26	

*** $P \leq .001$ ** $P \leq .01$ * $P \leq .05$

表 9：人口統計變項與繼續閱讀電子報的變異數分析

		平均數	F 值
性別	男	3.79	.160
	女	3.93	
年齡	15-20 歲	4.09	.294
	21-25 歲	3.90	
	26-30 歲	3.96	
	31-35 歲	3.93	
	36-40 歲	3.93	
	41-45 歲	4.07	
	45 歲以上	4.25	
最高學歷	國中	3.29	2.037
	高中/職	4.05	
	大專/學	3.94	
	研究所以上	4.00	
職業	工業（含製造業、營造業）	3.79	.933
	商業（含金融、保險業）	4.21	
	軍公教	3.83	
	服務業	3.89	
	媒體工作者	4.19	
	學生	3.95	
	家庭主婦	4.00	
	退休或待業中	4.19	
	其他	4.00	
職位	老闆（自營商）	3.69	2.712*
	管理階層	3.66	
	受雇者	4.03	
	無	3.98	

*** $P \leq .001$ ** $P \leq .01$ * $P \leq .05$

續表 9

		平均數	F 值
月收入	0 無收入	4.01	.520
	10000 元以下	3.90	
	10000~20000 元	3.73	
	20001~30000 元	4.00	
	30001~40000 元	3.97	
	40001~50000 元	3.95	
	50001 元以上	3.87	
	居住區域	台北市	
台北縣		3.97	
北部		4.00	
台中市		4.00	
中部		4.27	
高雄市		4.00	
南部		3.85	
東部		4.00	
金馬地區及台灣離島		4.00	
政黨傾向		民進黨	3.95
	國民黨	3.72	
	親民黨	4.50	
	綠黨	4.50	
	建國黨	4.14	
	台灣團結聯盟	3.75	
	無政黨傾向	3.94	
	其他	4.00	
婚姻狀況	已婚	3.98	.180
	未婚	3.94	

*** $P \leq .001$ ** $P \leq .01$ * $P \leq .05$

附錄十一 人口統計變項與接觸人權運動資訊管道的變異數分析

表 1：人口統計變項與從電視接觸人權運動資訊的變異數分析

		平均數	F 值
性別	男	3.18	.240
	女	3.14	
年齡	15-20 歲	3.18	1.459
	21-25 歲	3.29	
	26-30 歲	3.09	
	31-35 歲	3.18	
	36-40 歲	2.86	
	41-45 歲	2.93	
	45 歲以上	3.00	
最高學歷	國中	3.00	.135
	高中/職	3.16	
	大專/學	3.17	
	研究所以上	3.15	
職業	工業（含製造業、營造業）	2.97	1.460
	商業（含金融、保險業）	3.14	
	軍公教	3.19	
	服務業	3.04	
	媒體工作者	3.56	
	學生	3.17	
	家庭主婦	2.75	
	退休或待業中	3.38	
其他	3.00		
職位	老闆（自營商）	2.92	.764
	管理階層	3.26	
	受雇者	3.18	
	無	3.14	

*** $P \leq .001$ ** $P \leq .01$ * $P \leq .05$

續表 1

		平均數	F 值
月收入	0 無收入	3.10	1.133
	10000 元以下	3.26	
	10000~20000 元	3.05	
	20001~30000 元	3.26	
	30001~40000 元	3.09	
	40001~50000 元	3.41	
	50001 元以上	3.03	
	<hr/>		
居住區域	台北市	3.21	.479
	台北縣	3.14	
	北部	3.13	
	台中市	2.88	
	中部	3.20	
	高雄市	2.92	
	南部	3.25	
	東部	3.17	
	金馬地區及台灣離島	3.00	
	<hr/>		
政黨傾向	民進黨	3.17	.194
	國民黨	3.08	
	親民黨	3.00	
	綠黨	3.13	
	建國黨	3.29	
	台灣團結聯盟	3.00	
	無政黨傾向	3.18	
	其他	3.00	
<hr/>			
婚姻狀況	已婚	3.08	.827
	未婚	3.18	

*** $P \leq .001$ ** $P \leq .01$ * $P \leq .05$

表 2：人口統計變項與從廣播接觸人權運動資訊的變異數分析

		平均數	F 值
性別	男	2.97	.167
	女	2.94	
年齡	15-20 歲	3.00	.766
	21-25 歲	2.99	
	26-30 歲	2.91	
	31-35 歲	2.90	
	36-40 歲	2.93	
	41-45 歲	2.86	
	45 歲以上	3.50	
最高學歷	國中	2.71	.348
	高中/職	2.95	
	大專/學	2.96	
	研究所以上	2.95	
職業	工業（含製造業、營造業）	2.97	.611
	商業（含金融、保險業）	2.71	
	軍公教	3.02	
	服務業	2.89	
	媒體工作者	3.00	
	學生	2.94	
	家庭主婦	2.75	
	退休或待業中	3.13	
	其他	3.00	
職位	老闆（自營商）	2.85	.754
	管理階層	3.06	
	受雇者	2.98	
	無	2.91	

*** $P \leq .001$ ** $P \leq .01$ * $P \leq .05$

續表 2

		平均數	F 值
月收入	0 無收入	2.95	.447
	10000 元以下	3.00	
	10000~20000 元	2.82	
	20001~30000 元	2.91	
	30001~40000 元	2.91	
	40001~50000 元	3.09	
	50001 元以上	2.97	
	<hr/>		
居住區域	台北市	3.04	1.865
	台北縣	2.88	
	北部	2.77	
	台中市	2.38	
	中部	3.00	
	高雄市	2.92	
	南部	3.05	
	東部	3.17	
	金馬地區及台灣離島	3.00	
	<hr/>		
政黨傾向	民進黨	2.93	.085
	國民黨	3.00	
	親民黨	3.00	
	綠黨	2.88	
	建國黨	3.00	
	台灣團結聯盟	2.88	
	無政黨傾向	2.96	
	其他	3.00	
<hr/>			
婚姻狀況	已婚	2.95	.000
	未婚	2.95	

*** $P \leq .001$ ** $P \leq .01$ * $P \leq .05$



表 3：人口統計變項與從雜誌接觸人權運動資訊的變異數分析

		平均數	F 值
性別	男	3.14	.318
	女	3.19	
年齡	15-20 歲	3.18	1.323
	21-25 歲	3.25	
	26-30 歲	3.03	
	31-35 歲	3.28	
	36-40 歲	3.00	
	41-45 歲	3.21	
	45 歲以上	3.25	
最高學歷	國中	2.71	1.725
	高中/職	3.21	
	大專/學	3.14	
	研究所以上	3.25	
職業	工業（含製造業、營造業）	2.86	1.603
	商業（含金融、保險業）	3.07	
	軍公教	3.21	
	服務業	3.16	
	媒體工作者	3.50	
	學生	3.18	
	家庭主婦	2.50	
	退休或待業中	3.19	
其他	3.00		
職位	老闆（自營商）	2.92	.649
	管理階層	3.17	
	受雇者	3.18	
	無	3.18	

*** $P \leq .001$ ** $P \leq .01$ * $P \leq .05$

續表 3

		平均數	F 值
月收入	0 無收入	3.21	.837
	10000 元以下	3.13	
	10000~20000 元	2.95	
	20001~30000 元	3.11	
	30001~40000 元	3.30	
	40001~50000 元	3.14	
	50001 元以上	3.23	
	<hr/>		
居住區域	台北市	3.25	.896
	台北縣	3.18	
	北部	2.94	
	台中市	3.00	
	中部	3.27	
	高雄市	3.15	
	南部	3.10	
	東部	3.08	
	金馬地區及台灣離島	3.00	
	<hr/>		
政黨傾向	民進黨	3.14	.518
	國民黨	3.16	
	親民黨	3.00	
	綠黨	3.00	
	建國黨	3.14	
	台灣團結聯盟	3.13	
	無政黨傾向	3.21	
	其他	2.50	
<hr/>			
婚姻狀況	已婚	3.19	.070
	未婚	3.16	

*** $P \leq .001$ ** $P \leq .01$ * $P \leq .05$

表 4：人口統計變項與從報紙接觸人權運動資訊的變異數分析

		平均數	F 值
性別	男	3.24	3.194
	女	3.38	
年齡	15-20 歲	3.64	2.358*
	21-25 歲	3.44	
	26-30 歲	3.23	
	31-35 歲	3.38	
	36-40 歲	3.00	
	41-45 歲	3.07	
	45 歲以上	3.00	
最高學歷	國中	3.14	2.205
	高中/職	3.68	
	大專/學	3.31	
	研究所以上	3.29	
職業	工業（含製造業、營造業）	3.21	1.506
	商業（含金融、保險業）	3.64	
	軍公教	3.49	
	服務業	3.69	
	媒體工作者	4.06	
	學生	3.71	
	家庭主婦	3.25	
	退休或待業中	3.56	
其他	3.50		
職位	老闆（自營商）	3.08	2.129
	管理階層	3.14	
	受雇者	3.31	
	無	3.40	

*** $P \leq .001$ ** $P \leq .01$ * $P \leq .05$

續表 4

		平均數	F 值
月收入	0 無收入	3.44	2.146*
	10000 元以下	3.36	
	10000~20000 元	3.14	
	20001~30000 元	3.32	
	30001~40000 元	3.42	
	40001~50000 元	3.32	
	50001 元以上	3.00	
	<hr/>		
居住區域	台北市	3.30	1.236
	台北縣	3.41	
	北部	3.06	
	台中市	3.25	
	中部	3.53	
	高雄市	3.31	
	南部	3.25	
	東部	3.58	
	金馬地區及台灣離島	3.50	
	<hr/>		
政黨傾向	民進黨	3.29	.797
	國民黨	3.36	
	親民黨	3.00	
	綠黨	3.25	
	建國黨	3.14	
	台灣團結聯盟	3.13	
	無政黨傾向	3.37	
	其他	3.00	
<hr/>			
婚姻狀況	已婚	3.25	.798
	未婚	3.34	

*** $P \leq .001$ ** $P \leq .01$ * $P \leq .05$

表 5：人口統計變項與從電子報及網站接觸人權運動資訊的變異數分析

		平均數	F 值
性別	男	3.62	.000
	女	3.62	
年齡	15-20 歲	3.82	2.494*
	21-25 歲	3.77	
	26-30 歲	3.57	
	31-35 歲	3.53	
	36-40 歲	3.07	
	41-45 歲	3.36	
	45 歲以上	3.50	
最高學歷	國中	3.00	1.694
	高中/職	3.53	
	大專/學	3.66	
	研究所以上	3.60	
職業	工業（含製造業、營造業）	3.21	2.188*
	商業（含金融、保險業）	3.64	
	軍公教	3.49	
	服務業	3.69	
	媒體工作者	4.06	
	學生	3.71	
	家庭主婦	3.25	
	退休或待業中	3.56	
	其他	3.50	
職位	老闆（自營商）	3.46	.522
	管理階層	3.57	
	受雇者	3.58	
	無	3.67	

*** $P \leq .001$ ** $P \leq .01$ * $P \leq .05$

續表 5

		平均數	F 值
月收入	0 無收入	3.67	.566
	10000 元以下	3.67	
	10000~20000 元	3.55	
	20001~30000 元	3.60	
	30001~40000 元	3.73	
	40001~50000 元	3.41	
	50001 元以上	3.52	
	<hr/>		
居住區域	台北市	3.64	.559
	台北縣	3.56	
	北部	3.55	
	台中市	3.88	
	中部	3.67	
	高雄市	3.38	
	南部	3.80	
	東部	3.50	
	金馬地區及台灣離島	4.00	
	<hr/>		
政黨傾向	民進黨	3.58	1.300
	國民黨	3.64	
	親民黨	3.00	
	綠黨	3.63	
	建國黨	3.86	
	台灣團結聯盟	3.00	
	無政黨傾向	3.68	
	其他	3.50	
<hr/>			
婚姻狀況	已婚	3.42	4.508*
	未婚	3.67	

*** $P \leq .001$ ** $P \leq .01$ * $P \leq .05$