

0992460052（委託研究報告）

**電子治理與 Web2.0 社群網站
使用行為之實驗研究**

**行政院研究發展考核委員會編印
中華民國 99 年 12 月**

0992460052（委託研究報告）

電子治理與 Web2.0 社群網站 使用行為之實驗研究

受委託單位：電子治理研究中心
研究主持人：潘競恒
協同主持人：陳敦源
研究助理：王千文、鄒佳宏

**行政院研究發展考核委員會編印
中華民國 99 年 12 月**

目次

表次	III
圖次	VII
提要	IX
第一章 緒論	1
第一節 研究緣起與目的	1
第二節 文獻檢閱與問題發展	7
第三節 研究設計	12
第四節 研究流程	18
第五節 小結	21
第二章 相關理論探討	23
第一節 我國電子化政府發展與公民角色之轉變	23
第二節 Web2.0 與民主治理	29
第三節 網路公民論壇與虛擬社群	42
第四節 影響 Web2.0 虛擬社群使用行為的模式建構	45
第五節 影響 Web2.0 虛擬社群使用行為的公私實務檢視	51
第六節 Web2.0 虛擬社群使用行為的評估架構	73
第三章 準實驗設計	89
第一節 準實驗設計架構	89
第二節 準實驗場域與議題選擇	92
第三節 準實驗變數操控與實驗組合	98
第四節 實驗樣本來源與操控效果的測量方法	104
第五節 實驗設計操作的修正--焦點座談分析	108
第六節 實驗對象招募暨前測隨機分派	128

第四章	準實驗結果分析	139
第一節	刺激反應分析(一)：議題經營模式.....	139
第二節	刺激反應分析(二)：討論內容處理模式.....	164
第三節	刺激反應分析(三)：社會網絡模式.....	171
第五章	討論與建議	177
第一節	研究發現與討論	177
第二節	政策建議	181
參考文獻		183
附錄一	焦點座談會參考資料	193
附錄二	第一階段問卷	248
附錄三	第一階段問卷編碼表	255
附錄四	期中報告審查意見與回覆	273
附錄五	期末報告審查意見與回覆	279

表次

表 1-1 全球網站流量前 12 名 (2010 年 07 月)	3
表 1-2 前 20 大社群網站 (2009 年 1 月)	4
表 1-3 社群網站使用流量統計 (2010 年 2 月)	4
表 2-1 Arnstein 的公民參與之梯、公民與政府連結、電子化參與	27
表 2-2 Web2.0 的三層面	35
表 2-3 政府服務的典範轉移	38
表 2-4 公共行政議題與 Web2.0 之關係	41
表 2-5 理想的公共論壇版面運作方式	43
表 2-6 TAM 統計顯著路徑關係	47
表 2-7 訪談分析歸納綜整	70
表 2-8 社群網站使用行為與認知構念	78
表 2-9 群體智慧	82
表 2-10 社會網絡效應	84
表 3-1 三項實驗操控設計組合	99
表 3-2 第一部分實驗各對象及其要求	101
表 3-3 第二實驗階段各對象及其要求	102
表 3-4 第三實驗階段各對象及其要求	104
表 3-5 專家座談對象	109
表 3-6 三階段實驗設計組合	119
表 3-7 社群網站使用行為與認知構念(焦點座談後)	123

表 3-8 群體智慧(焦點座談後)	126
表 3-9 社會網絡效應(焦點座談後)	127
表 3-10 個組別統計量表	130
表 3-11 個組別平均係數相等檢定表	131
表 3-12 Box 共變異數矩陣相等檢定表	131
表 3-13 Box's M 各組內共變數相等性檢定結果表	132
表 3-14 典型鑑別函數	132
表 3-15 Wilks' Lambda 值表	133
表 3-16 第二個區別函數表	134
表 3-17 分類系數函數表	134
表 3-18 分類結果表	135
表 3-19 變異細數分析表	136
表 4-1 新聞議題綜整	140
表 4-2 不同議題公佈模式下三組社團的發言則數	145
表 4-3 三組社團與留言與議題相關與否交叉分析	146
表 4-4 三組社團與發言時間交叉表	147
表 4-5 社團與發言字數間的比較	148
表 4-6 社團與回應次數間的比較	149
表 4-7 三組社團與使用意圖構面分析	150
表 4-8 三組社團與知覺易用性構面分析	152
表 4-9 三組社團與知覺有用性構面分析	154
表 4-10 三組社團與工作相關性構面分析	155
表 4-11 三組社團與產出品質構面分析	157

表 4-12	三組社團與產出品質構面分析	158
表 4-13	三組社團與信任信念構面分析	159
表 4-14	三組社團與知識分享態度構面分析	161
表 4-15	三組社團與知識分享的知覺控制行為構面分析	163
表 4-16	三組社團與討論內容處理模式構面分析	169
表 4-17	三組社團與討論議題構面分析	170
表 4-18	三組社團與討論議題構面分析	172
表 4-19	三組社團與他人討論議題頻率構面分析	173
表 4-20	三組社團與平時討論政策議題者交叉分析	174
表 4-21	三組社團與曾使用過政策議題反應管道交叉分析	175

圖次

圖 1-1 Web2.0 概念示意圖	2
圖 1-2 Facebook 單日造訪流量走勢圖 (與 Google、Yahoo、MSN 比較) 日期：2009/11/23	3
圖 1-3 今年增加瀏覽的網站類型(相較去年而言)	5
圖 2-1 社會行動者間的協作(collaboration).....	26
圖 2-2 實質的公民參與	28
圖 2-3 O'Reilly 的 Web2.0 主題地圖.....	31
圖 2-4 視覺化 Web2.0	32
圖 2-5 計畫行為理論模式	49
圖 2-6 Web2.0 虛擬社群使用行為與認知模式	76
圖 2-7 Web2.0 群體智慧行為理論模式	77
圖 3-1 準實驗設計架構	91
圖 3-2 受試者隨機及配對分派分階段設計圖	106
圖 3-3 實驗設計量化問卷施測示意圖	108
圖 3-4 Web2.0 虛擬社群使用行為與認知模式	122

提要

關鍵字：電子治理、Web2.0、電子化政府、社群網站、虛擬社群、網路使用行為

【研究動機與目的】相關研究指出，Web2.0 的概念在電子化政府的發展中，由政府所主導建構的網路公民論壇，並未顯見民眾政治參與意願的提升。由網路公民論壇所形成的虛擬社群，其使用者行為究竟是受甚麼樣的因素的影響，使得原本立意良善的 Web2.0 成效卻無法在政府網站中獲得彰顯。本研究主要目的，就是從多元理論架構來瞭解 Web2.0 的使用者行為以及虛擬社群的相關檢視途徑，並針對目前所存在的國內個案，從 Web2.0 使用行為模型作系統分析，找出影響參與者參與虛擬社群的動機以及顯著的可能影響因素，最後，本研究擬發展將網絡社群意識與實體世界行動間連結的可能，主要在探究中間轉化過程的重要影響因素

【研究設計】為達前述目的，本研究所採之資料蒐集方法如下：1. 文獻回顧—探究影響Web2.0虛擬社群使用行為的相關因素以及評估模式的建構；2. 深度訪談--瞭解現階段政府在執行Web 2.0虛擬社群網站的檢視與反思，進一步將實務經驗反饋至前此文獻所建構的評估架構；3. 專家座談--藉此修正本文建構的評估架構；4. 準實驗設計—實際將評估架構中的變數進行操控，對所招募的受試員施以變數刺激，藉以觀察變數影響下的實際行為，發覺實際影響政府網站中虛擬社群討論行為的相關因素。

【結論與建議】根據本文研究結果，研究團隊認為未來政府如要透過Web2.0 虛擬社群網站進行政策議題的討論時，應著重於議題經營的立場模式，政府管理者可保有對政策議題的明確立場，但不應過於強烈。同時，除了議題經營採取較為溫和的方式外，對於資訊提供應採多方觀點，且為了增進民眾對於資訊的容易理解，政府部門對於資訊的公佈應考量民眾是否能夠有效理解為前提。

電子治理與 Web 2.0 社群網站使用行為之實驗研究

第一章 緒論

第一節 研究緣起與目的

人們對於傳統官僚政府的刻板印象是層級節制的組織結構，其運作流程是相對封閉、不透明、無效率的，以及官僚們為了降低不確定性所創造的繁文縟節。為了改善民主政府的缺失，提高人民的滿意度，革新與再造成了近數十年來各國政府努力的目標。而其中提高民眾參與成為眾多革新議題中改善政府回應性、代表性與課責性的重要途徑。資訊科技的快速發展，使人民與政府對彼此的互動關係與型態產生新的期待，亦即政府借助網路科技提供隨時服務，而傳統上政府運作機制也不再由政府單方主控。Web2.0概念下的網際網路應用介面如部落格(blog)、維基(Wiki)與社群網站(Social Networking)如Facebook, Twitter, Plurk等，其應用特質包括「使用者兼具開發者」、「群體智慧」、「更豐富的使用經驗」、「持續測試」等(O'Reilly, 2005; Osimo, 2008)。使用者之間透過水平互動、分享與協力，發展出特定的社群身分認同，進而提昇持續參與意識，創造出更多的群體價值，而此等價值正是政府與人民應思考提升公共治理品質的契機所在。綜合來說，Web2.0網站功能的設計主要是以使用者為中心導向的設計模式，透過大眾協作(Mass Collaboration)、同儕製作(Peer Production)、社會運算(Social Computing)，以強化(Empower)使用者的自主選擇權與參與能力(Tapscott & Williams, 2006; Li & Charron, 2005，轉引自周宣光、曾德宜，2008)。圖1-1為參與式架構之示意。

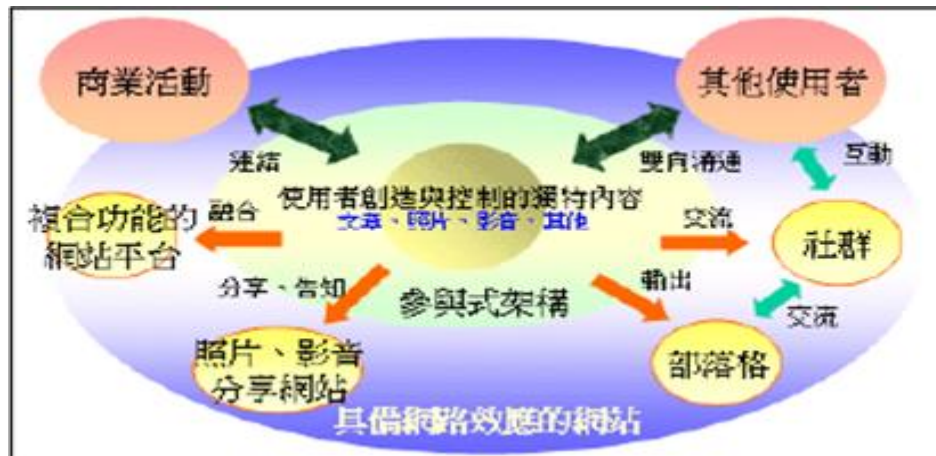


圖 1-1 Web2.0 概念示意圖

資料來源：資策會 MIC 經濟部 ITIS 計畫(2007)

Web2.0應用網站在近幾年成長驚人，以目前全球最大流量前十二名網站來看，其中兩個(Facebook與MySpace)是典型社群網站，若加上廣受歡迎的影音網站YouTube、部落格網站Blogger以及維基百科Wikipedia，則屬Web2.0特質的網站就佔了將近一半網站(表1-1)。而近來Google、Yahoo!等入口網站有鑑於社群網站的快速增長，也積極將Web2.0應用介面納入，由此觀之則幾乎全球流量最大的網站中無不包含Web2.0應用。若以發展時間來說，相對於較早發展的Google、Yahoo!或MSN等入口網站的成長率，前述新興Web2.0應用網站成長率更為顯著(見圖1-2)。單就社群網站來統計，2009年1月，排名第一的Facebook單月造訪人次已將近十二億，第二名MySpace亦達八億一千萬之多(表1-2)。表1-3更指出，至2010年2月，單月中造訪社群網站的平均次數，仍以Facebook最多，每月每人平均造訪19次，且每月每人平均瀏覽時數將近6小時。此數據遠超越排名第二的Myspace(平均每月每人6次，每月每人平均停留快1個小時)。

表 1-1 全球網站流量前 12 名 (2010 年 07 月)

網站名稱	網址	具 Web2.0 典型
1. Google	google.com	
2. Facebook	Facebook.com	★
3. YouTube	youtube.com	★
4. Yahoo!	yahoo.com	
5. Windows Live	live.com	
6. Baidu.com	baidu.com	
7. Wikipedia	wikipedia.org	★
8. Blogger.com	blogger.com	★
9. Microsoft Network (MSN)	msn.com	
10. QQ.COM	qq.com	
11. Twitter	twitter.com	★
12. Yahoo!カテゴリ	yahoo.co.jp	

資料來源：<http://www.alexa.com/topsites>

註：★表網站符合 Web2.0 的界定。

資料來源：Alexa.com

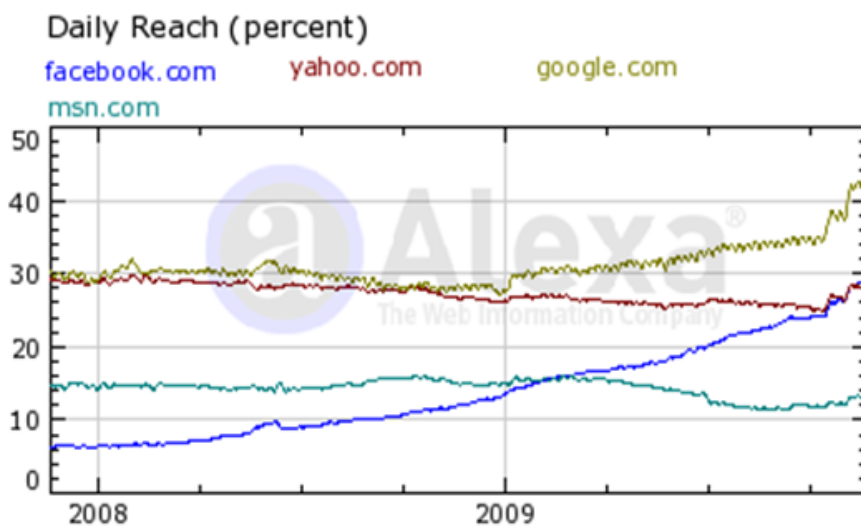


圖 1-2 Facebook 單日造訪流量走勢圖 (與 Google、Yahoo、MSN 比較)

日期：2009/11/23

資料來源：http://news.cnet.com/8301-17939_109-10160850-2.html

表 1-2 前 20 大社群網站 (2009 年 1 月)

Rank	Site	UV	Monthly Visits	Previous Rank
1	facebook.com	68,557,534	1,191,373,339	2
2	myspace.com	58,555,800	810,153,536	1
3	twitter.com	5,979,052	54,218,731	22
4	fixster.com	7,645,423	53,389,974	16
5	linkedin.com	11,274,160	42,744,438	9
6	tagged.com	4,448,915	39,630,927	10
7	classmates.com	17,296,524	35,219,210	3
8	myyearbook.com	3,312,898	33,121,821	4
9	livejournal.com	4,720,720	25,221,354	6
10	imeem.com	9,047,491	22,993,608	13
11	reunion.com	13,704,990	20,278,100	11
12	ning.com	5,673,549	19,511,682	23
13	blackplanet.com	1,530,329	10,173,342	7
14	bebo.com	2,997,929	9,849,137	5
15	hi5.com	2,398,323	9,416,265	8
16	yuku.com	1,317,551	9,358,966	21
17	cafemom.com	1,647,336	8,586,261	19
18	friendster.com	1,568,439	7,279,050	14
19	xanga.com	1,831,376	7,009,577	20
20	360.yahoo.com	1,499,057	5,199,702	12

資料來源：http://news.cnet.com/8301-17939_109-10160850-2.html

表 1-3 社群網站使用流量統計 (2010 年 2 月)

Web Site	Reach of Active Social Users	Sessions per Person	Time Per Person(hh:mm:ss)
Facebook	52%	19.16	5:52:00
Myspace.com	15%	6.66	0:59:33
Twitter.com	10%	5.81	0:36:43
LinkedIn	6%	3.15	0:12:47
Classmates Online	5%	3.29	0:13:55

資料來源：<http://mashable.com/2010/03/19/global-social-media-usage/>

我國國內使用者在網站競爭版圖現況亦呈相似情形，流量前十二大網站中Web2.0類別即佔四席，分別為無名小站(第二名)、Facebook(第三名)、YouTube(第五名)、yam天空(第九名)、Pixnet痞客邦(第十一名)。¹再者，創市際市場研究顧問的調查指出，全台灣10歲到79歲的網路使用者中(受訪樣本數在4,970)，問及「相較去年，今年增加瀏覽的網站類型或服務」時，以增加瀏覽「社群網站」(18.2%) 的比例最高，其次為「入口網站」(17.5%)，「網路拍賣」(14.8%) 則排名第三。增加「社群網站」瀏覽的受訪者當中，以25-29歲比例最高(創市際市場研究顧問，2010)。也因為這樣的年齡的分佈特性，未來本研究在隨機分派樣本至實驗組別時，考量人數分組不均，而又要兼顧各組樣本特性均等下，在年齡上將以30歲作為一個基本的分野。進一步說明可參見本研究報告「實驗樣本來源與操控效果的測量方法」一節。由於這波網路發展趨勢實難以忽略，各國電子化政府發展也紛紛投入Web2.0應用的浪潮。各國政府紛紛運用社群網站做為與人民接觸的管道，如美國白宮網站乃最為人知之實例，我國個別政治人物也不乏運用社群網站的例子。

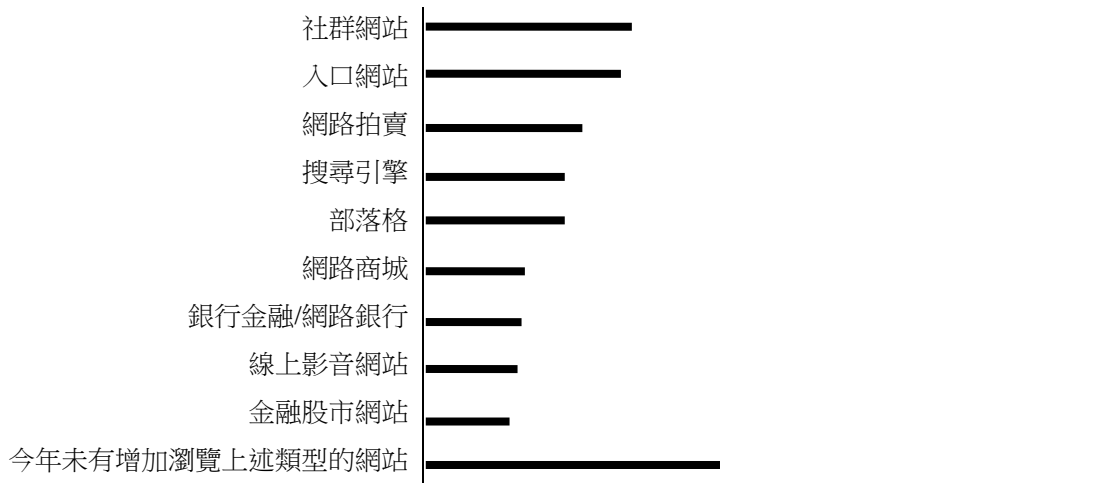


圖 1-3 今年增加瀏覽的網站類型(相較去年而言)

資料來源：http://www.insightexplorer.com/specialtopic/2010_03_19.htm

¹ 資料來源：<http://cn.alexa.com/topsites/countries/TW>，檢所日期為 2010.06.19。

應用人民參與公共事務之內容產出(User Generated Content, UGC)的設計也紛紛出現，如英國的 TheyWorkForYou 與 FixMyStreet，美國的 EveryBlock。更新的嘗試是群體智慧(Collective Intelligence)的運用，挪威的 WikiNorge 是為一例。網路已成為政治參與之載具之一，「網根組織」(Netroots)描繪了政治行動主義者透過網路集結，形成虛擬世界的草根行動，美國總統歐巴馬運用 Web2.0 的網路競選策略，被認為是網根政治傳播成功案例之一。但網路社群運動必須適當地與實體世界結合，方能展現其影響力，諸如投票、示威、學運，與八八水災期間網路鄉民的救援行動等。因此，欲了解 Web2.0 與政治參與之關係，其虛擬與實體之轉換行為或機制，至關參與者之網路社群身分認同與承諾(Commitment)，以及社會資本是否能實質累積。

以公私部門相較，不意外的，企業運用 Web2.0 與顧客互動的步調比公部門更快。以顧客關係管理(Customer Relationship Management, CRM)為例，不同於傳統以企業為主體的客戶關係，Web2.0 的特質創造出以客戶為主體、客戶共同經營的社群網路平台，顧客在平台上透過搜尋、評價、推薦與經驗分享，與企業及其他顧客們維持關係。企業可藉由顧客在此社群網路平台的個人帳戶進行留言、送訊息等一對一的私下互動，也可以選擇與社群網路所有人同時公開互動。Facecontector 即是利用 Facebook 混搭(“Mashup”)所創造的 Web2.0 顧客關係管理介面。如果平台上對企業的正面評價愈多，訊息透過社群不斷擴大連結，將可為企業帶來更多商機。另外，透過 Web2.0 網站的分眾應用，了解每個客戶不同的特色與喜好，以更有效率地找到目標消費群，透過網路平台，精確地將訊息遞送給符合需求的目標顧客，亦是企業利用擴大商機的利器。例如著名的顧客關係管理廠商 Salesforce.com 與 RightNow.com 均是因提供客製化隨選即用(On-demand)的互動式平台管理而業績大幅成長的例子。

我國電子化政府從過去至今之發展與其他先進民主國家可謂並駕齊驅，在國際評比上均位居領先之列，但目前我國公部門在 Web2.0 網站的應用上似乎較趨審慎態度。自從 1990 年代政府再造運動之風潮興起，以顧客關係之隱喻尋求改善政府人民關係之努力不斷。然而今日政府如何看待 Web2.0 技術帶來的機會？公部門如何從企業的 Web2.0 經驗找到可應用的策

略？一般使用者對公私部門網站的Web2.0特質評價又有何差異？值得政府進一步了解。

衡諸各國社會民情與政府組織文化系絡或有差異，故本研究將嘗試了解我國Web2.0網站使用者的行為，尤其對於政府與人民之互動關係包括社群意識及政治參與的可能影響。期望藉由準實驗做為先導研究，其發現能對政府未來應用Web2.0網站改善與民眾互動的策略擬定上有所助益。爰此，本研究要達成的目標有下面三點：

- (一) 透過國內外文獻的整理，從多元理論架構了解Web2.0的使用者行為以及虛擬社群的相關檢視途徑。
- (二) 針對目前所存在的國內個案，從Web2.0使用行為模型作系統分析，找出影響參與者參與虛擬社群的動機以及深度的可能影響因素。
- (三) 發展以網絡社群意識與實體世界行動的連結。主要在探究中間轉化過程的重要影響因素。從前面各項研究所萃取出來的關鍵因素，應用準實驗設計的方法，藉由公開招募實驗對象，進行實驗。

第二節 文獻檢閱與問題發展

我國自民國86年起著手規劃各階段的電子化政府重點實施項目(行政院研究發展考核委員會，2004)，而民國90年起的「電子化政府推動方案」(90-93年度)，除延續前一階段的基礎之外，也企圖加入行政院推動已久的政府業務電腦化、辦公室自動化及國土資訊系統，構成一個結合內部網路與國際網路並可分享資料的整合性電子化政府服務體系。自民國91年5月行政院科技顧問組將「數位台灣計畫」納為「挑戰2008：國家發展重點計畫」的第六項子計畫，除延續前兩階段的法規標準環境與基礎建設之外，並以「構建優質網路化社會」(e化生活)、「提升產業競爭力」(e化商務)、「建立高效能政府」(e化政府)、及「創造智慧運輸環境」(e化交通)為四大主軸，而其中e化政府下又包含線上政府服務(即前兩階段已經推動的稅務、監理、戶政等網路政府服務)，並逐步整合為網路政府單一窗口，政府機關之間或內部仍持續推動電子公文與視訊會議，最後則強調逐步於網路開放政府資訊。由以

上三個階段的計畫演變可以看出，我國電子化政府的確已逐步由資訊通訊基礎建設及網路政府基礎建設(法規、資料互通)，邁向單一機關的線上政府服務，甚至高附加價值的跨機關線上服務，一切似乎都在持續推動中。

從前述的論述中，我們可以發現以往電子化政府的推動，不論是行政院研考會的電子化政府方案、或是數位台灣計畫中e化政府的願景，均將「民眾」定位在「政府服務消費者(Consumers)」的角色上，亦即，民眾是政府施政的顧客角色，政府e化的目的即在於更快地「輸送」(Deliver)政府的服務，並以「服務滿意度」作為回饋評估機制。然陳敦源等 (2004)指出，聯合國2000年從人類發展(Human Development)的角度，提出以「造福全體的發展」(Development for All)為主軸的「千禧年宣言(The Millennium Declaration)」，作為二十一世紀聯合國推動世界發展策略的核心，這個願景在2003-2005的「世界資訊社會高峰會議」中被更清楚地表達出來，其中對政府在發展資訊社會的過程中，扮演重要追求平衡與平等的角色多有期待，政府推動電子化的目的不再是服務提供而已，而應具備人類發展的終極意義。在這個願景之下，聯合國的經濟與社會部(UN Department of Economic and Social Affairs; UNDESA)與一個名為「公民資源集團」(Civic Resource Group)的顧問公司合作，對世界一百七十三個國家作了一次屬於聯合國對電子化政府的評估報告(UN Global E-government Survey 2003)，報告當中雖然並沒有台灣的排名，但是，報告中的測量指標，除了傳統電子化政府評比指標內都會有的「電子化政府的整備度(e-Readiness)」之外，特別加入了一組「電子化參與(e-Participation)」的指標，其中特別注重「電子化資訊提供(e-Information)」、「電子化公民諮詢(e-Consultation)」以及「電子化決策(e-Decision-making)」等三個方面，代表評量政府應用ICTs來引進公民參與政府決策的「意願」(Willingness)程度。

由此看出，聯合國將民眾的角色從管理主義所強調的顧客轉變為新公共服務所重視的「公民」(Citizens)角色，從公民參與的角度將ICTs視為一種政府藉之深化民主治理的工具(Caldow, 2004; Chadwick, 2003; Lenihan, 2002; Macintosh, 2004)，這個未來趨勢已經促使西方民主先進國家政府，開始進行不同程度的電子化參與實驗，在可見的未來，這樣的趨勢還會因為聯合國的積極提倡而加速。面對這個潮流，我國行政院研究發展考核委員會已就電子

化民主、電子參與及電子投票等相關議題進行研究。也因為這樣的認知，台灣電子化政府也開始著手建構以Web2.0為基礎的網站。譬如行政院研考會自95年開始營運「國家政策網路智庫」，96年的「願景2020」等，在在顯示政府已由資訊提供的角色，轉而更加重視與人民間的互動關係。²

而在學術領域的研究上，我們發現以Web2.0與政府網站為主題的相關文獻卻相對缺乏。其中較為相關的乃是蕭乃沂等(2007)以「數位治理的實踐--『國家政策網路智庫』初評與前瞻」為題，對於政府應用Web2.0於架構網站上的初探性研究、王季家(2007)以「Web2.0創新應用於政府線上服務之研究」為題的研究論文，以及陳敦源等(2009)接受行政院研考會委託以「Web2.0與電子治理的實踐：以「國家政策網路智庫」為例之評估與實驗研究」。蕭乃沂等(2007)，以內、外部顧客的觀點進行網路智庫的初評，雖然以顧客觀點為之，但實質內涵著重於公民參與的精神，用內、外部顧客主要是為了強調網路智庫不應僅著重於外部民眾的實質參與，更應同時著重於政府內部成員的參與意願與行為。但該文雖以評估為題，卻缺乏更為嚴謹的實證基礎，僅針對網路智庫的發言內容進行初步的描述統計，並未有針對內、外顧客更進一步推論統計的結果。王季家的論文主要係依據政府網站服務類型及Web2.0的成熟應用，發展四大構面及十七項指標作為線上觀察及問卷調查台灣縣市政府網站服務的評量指標。但該研究所建構的評估指標較著重於網站功能性的評估，由其評估構面即可窺知，如部落格(Blog)、即時通訊(Instant Messaging, IM)、播客(Podcast)，以及簡易聯合供稿系統(Really Simple Syndication)等，以上構面雖可以探知電子化政府在落實Web2.0的程度，但卻無法深探到Web2.0落實公民參與的程度，而此也是Web2.0當初運用至電子化政府的初衷。陳敦源等(2009)的研究報告，主要係在探究政府架設以Web2.0為基礎的網站運作成效，以及該網站對於提升電子化參與的實際狀況。此篇研究報告可說是現階段國內學術領域上，首次針對政府運用Web2.0進行執行成效的評估文獻。其中雖有針對網站使用者滿意度的相關

² 文中所列者均屬於中央所建構的網站。在縣市部分，有由行政院研考會協助，嘉義市主辦的「Web2.0 我的嘉」網站。再者，台北縣政府的「新聞書籤」亦是Web2.0的實際案例。上述網站的相關說明請參閱陳敦源等(2009)的「Web 2.0 與電子治理的實踐：以「國家政策網路智庫」為例之評估與實驗研究」委託研究報告。

評估，但我們無法確認影響民眾滿意度的因子，是否會實際影響民眾參與虛擬社群的談論，甚至轉變為實體談論的可能。然，此對話實務卻是民主治理之所冀，也是Web2.0當初被熱切引領期盼所欲達到個功效。

相對於政府部門的研究，以私部門為主題的學術研究上，多集中在經營管理模式以及虛擬社群議題的探究上。如盧希鵬(2009)在『電子商務』一書中提及，第一波電子商務重視 B to C 的交易，第二波電子商務強調 B to B 與e-Business 效率，第三波電子商務重視Web2.0中的「你」的分享，因為如果沒有「你」，亦即沒有客戶，一個設計再好的電子商務程式，也無法獲利。在期刊論文上，多將Web2.0與其他主題或應用層面的探究為主，譬如探究Web2.0與知識管理間關係者(陳啟亮，2008；葉乃靜，2008)；將其應用於傳播媒體與行銷之研究者(黃重興，2009；黃振家，2009；謝易修、謝寶泰，2008)，以及運用Web2.0於相關實務應用者(張乃文，2009；顧敏，2009；黃元巨，2008；鄭鈺霖等，2008；陳勇延，2007)。其中僅有一篇名為「哪一種類型青少年最喜歡Web2.0的應用服務--以臺北縣某私立高中為例」之期刊論文，主要在探究Web2.0下的使用者行為議題。在該文中，主要在探究不同性別、不同個性屬性，以及是否缺乏人際互動者，對於影響青少年專注於虛擬人際互動的網絡關係(陳淑鷹，2008)。而在相關博碩士論文中，我們可以發現，多數論文對於Web2.0的探討大多集中在「虛擬社群」的議題上(劉繼鴻，2009；林俊成，2008；高世峻，2009；黃惠渝，2009)。以上論著主要均在試圖提出影響虛擬社群連結強度的影響因素，綜合整理約可歸納為以下因素：社群網站的服務品質、網站的互動性、社會臨場感、心流、共創價值等。

根據相關文獻指出，就2007年而言，美國平均每一天約有120,000個部落格被製造出來，平均每一天會有1500,000篇文章在社群網站中產出(Wu He et al, 2009：718)。由這樣的數據我們可以觀察到，Web2.0概念的網站正在快速地成長，且迅速地解決原本阻礙民眾分享與製造資訊的困難。本文初步以ProQuest等資料庫網站，以Web2.0為關鍵字進行搜尋與本文主旨及公部門相關之文獻，多集中在探討政府面對此波新一代典範的資訊變革，所面臨的機會與威脅(Balutis, 2009；DiGiammarino, 2008)。以及Web2.0在促進民主治

理上的角色(NIA, 2010；Misra, 2008)。相對，與私部門相關的研究文獻上，主要探究主題實與國內研究多有所重疊。

從前述文獻的初步檢視，我們可以發現在私部門領域上的Web2.0研究較著重虛擬社群的議題，相對於政府部門則較為缺乏。就Web2.0的互動性、開放性及強調群體智慧的特質而論，應可運用至政府網站以發展網路公民論壇，藉以溝通政府部門與私部門。然在陳敦源等(2009：225-227)首次針對以此概念所建立的「國家政策網路智庫」及「願景2020」網站進行Web2.0成效以及公民參與成效的評估時，卻發現類似這樣的網路公民論壇參與者，在參與頻率以及深度上均不是很高。無論是願景2020或者國家政策網路智庫的受測者，在上網頻率上均以每月一到兩次者居多。在發表文章篇數上，大多僅0~1篇。雖然該文曾提出改善Web2.0執行成效的相關做法，但我們卻無法實際觀察到這樣的影響因素，是否真的會實際影響民眾的使用行為。再者，本文認為資通訊科技的進步，的確可以透過數位治理的方式盡可能改善直接民主的落實；然從政策執行的角度觀之，民意有時並不是非常理性，常是模稜兩可(賴世培，2004：4)。而民眾有時也會因為政策情緒的影響，而以一般性的傾向來看日常的政策議題(Stimson, 1998: 20；轉引自陳義彥，2007：380)。³因此，本研究團隊認為，政治參與除了在虛擬社群的互動，更必須落實於真實世界的社群活動、政治機制以及政策產出，包括實體論壇的配套、實體政治參與行動等，方能達到所謂虛實整合的功效。然從虛擬社群互動轉化為實體世界的政治活動，其轉變與銜接過程是如何？有甚麼樣的因素會影響這過程中的使用者行為？企業運用Web2.0影響消費者實際行為以轉化為企業實際利潤，對公部門有何啟發？公私部門之間運用Web2.0的本質差異為何？亦或者沒有差異？

為達到本研究前此所列之研究目的，並承接上述相關文獻的初探，本研究主要研究問題如下：

³ Stimson認為，全體民眾的政策情緒也會因為大環境的不同而改變。Stimson特別強調政策情緒的穩定性，他認為，累積性的改變其實代表整個時代精神或是總體民意偏好的轉變，這對於國家具體政策方向的影響，更為重要。而且，政策情緒也會與政治、經濟與社會的大環境密切相關。例如，當民眾預期國家總體經濟情況將好轉時，政治情緒會轉向自由派而支持政府開支，若相反時，當民眾預期經濟情況將變糟，政策情緒會傾向限制政府開支(陳陸輝，2007：380-381)。

- (一) 民眾在公私 Web2.0 網站上的行為差異為何？
- (二) 政府與企業藉 Web2.0 與民眾互動的本質差異及成敗要素為何？
- (三) 促發使用者透過網路提供、分享、優化公部門資訊之重要因素為何？
- (四) 網路社群與實體社群的結合與轉換機制為何？

第三節 研究設計

本研究主軸乃是透過準實驗設計探究Web2.0的社群網站，對於電子化政府促進電子參與的理想與實務。研究團隊首先檢閱國內外與Web2.0暨虛擬社群的相關文獻，同時以深度訪談相關學者專家，進一步整理歸納學界與實務界認為影響Web2.0社群網站中網路行為與認知的相關因素，以及公、私部門在社群網站經營上的實質差異。透過前此文獻與深度訪談的發掘，以及本研究上一年的研究結果，型塑本年度準實驗設計中的操控變數，藉以觀察此些操控變數對於政府未來應用類似網站的實質效益，以及該如何應用。

同時，考量到本研究準實驗設計的可行性與適切性問題，在實驗開始前，將透過焦點座談的方式，邀請相關的產官學界一同檢視本研究的實驗設計，藉由學科領域以及公私不同的對話互動中，獲取不同領域間腦力激盪下所產生之綜效，改善本研究準實驗設計的缺漏，包括評估架構與測量指標的檢視。最後，本研究會以網路問卷調查的方式，實際驗證不同的操控變數對於虛擬社群使用者的網路使用行為與認知的前後差異。

以下說明將分成兩部分，第一部分說明研究設計，以及本研究資料蒐集方法；第二部分說明本研究資料的分析的方式。

一、資料蒐集方法

本研究資料蒐集方法主要有五種，包括：文獻回顧、深度訪談、專家座談、實驗設計暨(網路)問卷調查。以下就資料蒐集方法分述於下。

(一) 文獻回顧

在研究前期的背景資料及文獻蒐集階段，本研究資料來源主要來自於中英文學術期刊、專書、研討會論文等，研究團隊透過國內外大型學術論

文、期刊資料庫網站進行檢索，檢索名詞包含電子化政府、電子化民主、電子化參與、E化治理、Web2.0 in Government、Web2.0 in E-commerce、Government 2.0，以及虛擬社群等字詞，進一步瞭解國內外文獻對於運用Web2.0概念推動電子化政府的經驗與趨勢以及Web2.0對電子化參與可能的潛在效益與影響，並從中型塑本研究實驗設計的操控變數。

（二）深度訪談

深度訪談的部分主要與文獻檢閱的結果結合，作為未來實驗設計操控變數篩選的前置作業；同時，另一方面也再透過訪談瞭解公私部門在運用Web2.0上的本質差異。從上述的文獻檢閱中，我們可以瞭解到Web2.0與虛擬社群行為間的學理關係，並透過文獻檢閱型塑出未來實驗設計於Web2.0社群網站的操控變數。然考量操控變數對於實際整體運作，以及從實務上可行的政策建議出發，我們仍需要借重過去或現在對於Web2.0與虛擬社群行為有相關運作經驗的學者專家。因此，在深度訪談部分，研究團隊為廣泛蒐集各方對於Web2.0與電子化政府的觀察與經驗，將針對產業界、政府相關單位，及學術界等進行深度訪談。三類訪談大綱概可歸納聚焦於下列三點：

- 1、就您個人認為植基於 Web2.0 所建構的網路論壇網站，是甚麼樣的因素在影響虛擬社群參與者使用該網路論壇(watch, read, or view)？甚麼樣的元素影響虛擬社群成員與該論壇網站的其他成員產生互動(例如：e-mail, instant message, chat room, message board, and other internet venues)？更進一步，是甚麼樣的元素影響網路論壇成員提供相關資訊內容(例如：video, pictures, blogs, and personal home pages)？
- 2、您認為我國在實施電子化政府上，是否有實際落實以 Web2.0 所建構的網路論壇？若有，則您認為直至目前為止，運作成效如何？若無，又是為什麼？可否列舉一些您認為符合 Web2.0 的網路論壇的個案網站以為對照。倘若以 Web2.0 的技術與應用去建構網路論壇，則政府相關機構必須如何蒐集網站內容？網路論壇的虛擬社群經營應該具備哪些態度與能力？
- 3、政府未來若要將以 Web2.0 所建構的網路論壇運作得更好，以促進參與論壇的虛擬社群成員更能相互討論政策議題於虛擬社群上為目標的話，則您認為在政府機關方面，可以透過哪些方法促進會員討論？

哪些方法可以令會員之間建立更深入的互動關係？而就民眾層面，您認為什麼樣的民眾較會使用這樣的論壇？您是否認為使用者應具備一定的條件，才能發揮以 Web2.0 為精神所設計的網路論壇之原意？是哪些條件？

目前為止本研究相關受訪者羅列如表1-4所示。相關逐字稿請參閱本研究所附之逐字稿報告書所示。

表 1-4 受訪者列表

領域	受訪單位/代號	日期	受訪者代號	受訪者身分	受訪地點	訪問者
公 部 門 (A)	行政院新聞局(A1)	2010/05/28	A1-1	某主管	新聞局	王千文
	行政院研考會(A2)	2010/09/10	A2-1	某主管	研考會	陳敦源 王千文 徐翠玉
學 術 界 (B)	中山大學資訊管理學系(B1)	2010/06/03	B1-1	某教授	中山大學	潘競恆 王千文
	政治大學資訊科學系(B2)	2010/06/09	B2-1	某教授	政治大學	陳敦源 王千文
產 業 界 (C)	樂多(C1)*	2010/08/12	C1-1	某經理	樂多	王千文 徐翠玉
	樂多(C1)	2010/09/15	C1-1	某經理	樂多	王千文 徐翠玉
	中華電信 數據通信分公司(C2)	2010/09/08	C2-1	某工程師	中華電信	王千文 鄒佳宏

資料來源：本研究。

註：本研究藉由此次訪談內容，汲取業界在議題發佈時段、格式、內容等方面經驗，進行三組社團另一波的議題公佈模式，藉以比較前後議題公佈模式的差異，對於網路使用行為的影響。因此，三組社團在 8 月 13 號之後將採取該位受訪者由本身經營部落格經驗所建議的議題發佈模式。由於是針對議題發佈模式進行訪談討論，並非針對本研究所研擬之訪談大綱所進行的訪談，因此，該次訪談並未有訪談逐字稿，僅將訪談內容整理論述在第四章第一節。

（三）專家焦點座談

在專家座談部份，研究團隊擬邀請國內具Web2.0與虛擬社群研究背景之學術與實務領域專家，透過對本研究準實驗設計的建構與操控架構的互動討論，探求更多研究團隊於文獻檢閱和深度訪談中未能周全、詳盡的觀點和看法，並進一步釐清本研究準實驗的可行性與適切性。

本研究的焦點座談對象，將立基於文獻檢閱以及深度訪談後的瞭解來選取參與座談的專家人選，原則上仍不脫離過去或現在曾參與或研究過Web2.0與電子治理的學術與實務專家。專家座談共計舉辦一場，時間預計於七月初舉行，地點在電子治理研究中心會議室。有關座談會的相關資料，請參閱附錄二示，座談會所蒐集的資料將成為修正前此透過文獻所確立的操控變數，並修正本研究於每階段實驗後所欲施測的網路問卷題目，同時，會中討論內容將可補足前此文獻及深度訪談不足的部分。

（四）實驗設計暨網路問卷調查

前已述及本研究主軸在於實驗設計，而每次實驗刺激結束後，為了發掘所操控變數對於網路使用的行為與認知是否產生變化，將以網路問卷調查的方式進行驗證。這個部份，本研究將僅簡要說明網路問卷施測的做法，詳細的實驗設計說明，將於第三章實驗設計專章論述。

1. 問卷施測對象及結構設計

本研究實驗共分成三部分，每部分實驗為了能探究實驗效果，將會針對所有受試者進行網路問卷調查。各部分施測問卷的題目主要是基於文獻分析、深度訪談研擬與專家座談中確認而成，主要施測題目聚焦於網路使用行為與認知，以及Web2.0的群體智慧的知識分享行為。

網路問卷的設計架構主要根據科技接受模式的各個構面而來，另外加入文獻中另外提及的電子化信任構面，以及Web2.0群體智慧的重要價值層面。主要透過上述各構面問題的施測，瞭解受試者在不同操控變數下，對於其使用行為與認知以及知識分享行為的影響。評估架構及問卷變數請參閱本研究第二章相關理論探討。

2. 問卷執行

(1) 問卷執行前的籌備階段

A、問卷系統

由於受試者均是社群網站成員，成員資料僅具電子郵件與使用者帳號，故本研究將採網路問卷方式，調查受試者在操控變數下的行為與認知變化，比較不同組別間在不同經營模式下的差異，而問卷發放是藉由國立政治大學計算機中心之網路問卷系統執行。

B、問卷前測與精簡問卷

本研究之問卷架構主要由文獻檢閱而來，為確保衡量指標之客觀，我們以專家座談的方式為評估架構提出建議，做為修改問卷之方向。

(2) 問卷執行、回收階段

研究團隊自不同組別於實驗結束後，即在該社群網站上提供網路問卷連結，請受試者於規定時間內透過該連結進入網路問卷首頁，進行線上問卷調查。本研究網路問卷發放自99年9月19日第一次發出，並於9月23日回收完畢，總計共發出94份，回收90份。

(3) 填答資料彙整、分析階段

研究團隊透過網路問卷系統將填答資料(HTML格式檔)由網路中擷取而出，但由於(HTML格式檔)與統計系統會產生相容性錯誤之問題，研究團隊再將(HTML格式檔)轉為(EXCEL格式檔)以利統計軟體SPSS 17.0進行分析。

二、資料分析

(一) 深度訪談暨專家座談資料分析

在質性研究上，電腦輔助變的相當重要。為了分析本研究大量的文本資料，將運用質化分析軟體進行。在質化分析軟體中，研究者可以將不同主題、種類、類屬的速記筆記分類到概念分類夾中，加以編碼與連結，從事理論建構的工作。在這些軟體中本研究選擇使用NVivo N8，此軟體是用來協助使用者處理非數字以及非結構性的資料，資料是來自於訪談、現場札記、

文件蒐集、焦點團體訪談之逐字稿或者相關事件或問題的筆記。選擇這個軟體的主要原因在於它可以提供協助解釋或編碼或製作索引、進行文字搜尋、編碼以及理論化的工作，它也可以輸入統計套裝軟體的資料，並提供使用者一個視覺化的方式來呈現編碼，可用階層式的數狀結構來組織節點，且具有強大操控符碼與突顯潛藏理論模式和資料間關係的能力(劉世閔，2006：19；朱柔若譯，2000：962)，本研究採用NVivo N8軟體協助從龐雜的資料中整理出意義，進而為實質內容建構出理論架構。

在資料分析過程中，學者Corbin & Strauss(1990)認為質化資料分析主要可以分為三個分析程序(徐宗國譯，1997)，開放性編碼、主軸編碼、選擇性編碼，本研究將深度訪談獲取的質化資料，在參考本文研究目的並佐以NVivo N8質化分析軟體特性後，將上述三分析程序，歸納為兩個步驟，分別係開放性編碼(自由節點)及主軸編碼(樹狀節點)進行資料處理與分析。

1、 開放性編碼(NUD*IST N6 之自由節點)

將蒐集到的資料作分解、檢視、比較、概念化和範疇的過程。亦即嘗試找出主題並且指派最初的節點，把大量的資料縮減成數個類別。在這個階段，首先將受訪者的原始錄音內容轉換成逐字稿(Word檔)，並將訪談資料轉存為純文字檔(.txt)，以方便研究者將資料匯入NVivo N8系統。其次將整理過的訪談資料依照訪談大綱所提的問題類目，進行訪談內容的分類、比較與歸納，並依據受訪者的談話內容，將具有相同意義的詞句集合在一起而與以命名，此便完成第一步登錄的動作。

2、 主軸性編碼(NUD*IST N6 之樹狀節點)

研究者探詢有關因果、條件、脈絡、互動策略與過程的問題，並且搜尋具有族群聚落特性上的類別或概念，將各範疇聯繫起來，將資料重新組合在一起。這個階段主要是將上個階段所形成的未經組織的開放性編碼尋找因果脈絡，發展出各範疇之間的關係，並將資料作初步的組合，整理建構為有意義的架構(Tree)。

根據本研究透過上述兩步驟的編碼過程，希冀於期初部分透過深度訪談的體悟，析探出可供後續實驗設計中做為操控的重要變數。

(二) 問卷資料處理暨統計分析方法

本研究在網路問卷回收後將運用統計分析軟體，使用 SPSS 17.0 (Statistical Products Services Solution) 英文版為本研究問卷資料分析工具，回收後的問卷資料，本研究將進行描述統計。有關描述統計，本研究將區分成下列兩部分：

(1) 虛擬社群網路使用行為與認知各題描述統計

本研究將透過描述統計來敘述三組受試者在實驗結束後，以問卷調查方式，施測各受試者在操控變數影響下，對於網路易用性、網路有用性、使用態度、網路論壇使用行為意圖、網路論壇使用行為與信任等，各變數資料的次數分配與百分比情況。

(2) 虛擬社群成員對於知識分享行為的描述統計

本研究將透過描述統計來敘述三組受試者在實驗結束後，以問卷調查方式，施測各受試者在操控變數影響下，對於知識分享態度、知識分享主觀規範、知識分享行為控制、知識分享行為意圖與知識分享行為等，各變數資料的次數分配與百分比情況。

透過上述兩類描述統計分析後，我們可以瞭解到各個受試者在各變數的表現情形，再者，我們可以透過組與組間的比較，更進一步瞭解操控變數對於受試者實際行為與認知的影響。

第四節 研究流程

綜上所述，本研究之進行流程如下圖1-3所示。本研究之進行可概分三個階段，第一階段為背景資料及文獻的蒐集與探討，並建立實驗設計架構，梳理有關Web2.0與民主治理、電子化參與等的相關文獻，進一步建構具可操作性的實驗研究設計與導引。除了理論與過去背景的瞭解外，在第一階段中，本研究也將透過深度訪談的方式，進一步瞭解影響虛擬社群成員行為與認知的重要變數，透過相關文獻與訪談得歸納與整理，初步提出實驗設計中有意義的操控變數。

建立起實驗設計架構後，本研究將以其為基礎，開始進行第二階段的工作。第二階段主要係專家座談與問卷設計檢視，透過產官學界專家，進一步檢視本文所架構的實驗設計，是否完整及周延。

第三階段為本研究實驗設計施行階段。實驗結束後將透過問卷方式蒐集實驗後的驗證資料，問卷資料在經過coding後，以SPSS統計分析軟體進行進一步的分析，並撰寫報告，最後提出本研究結論與建議。

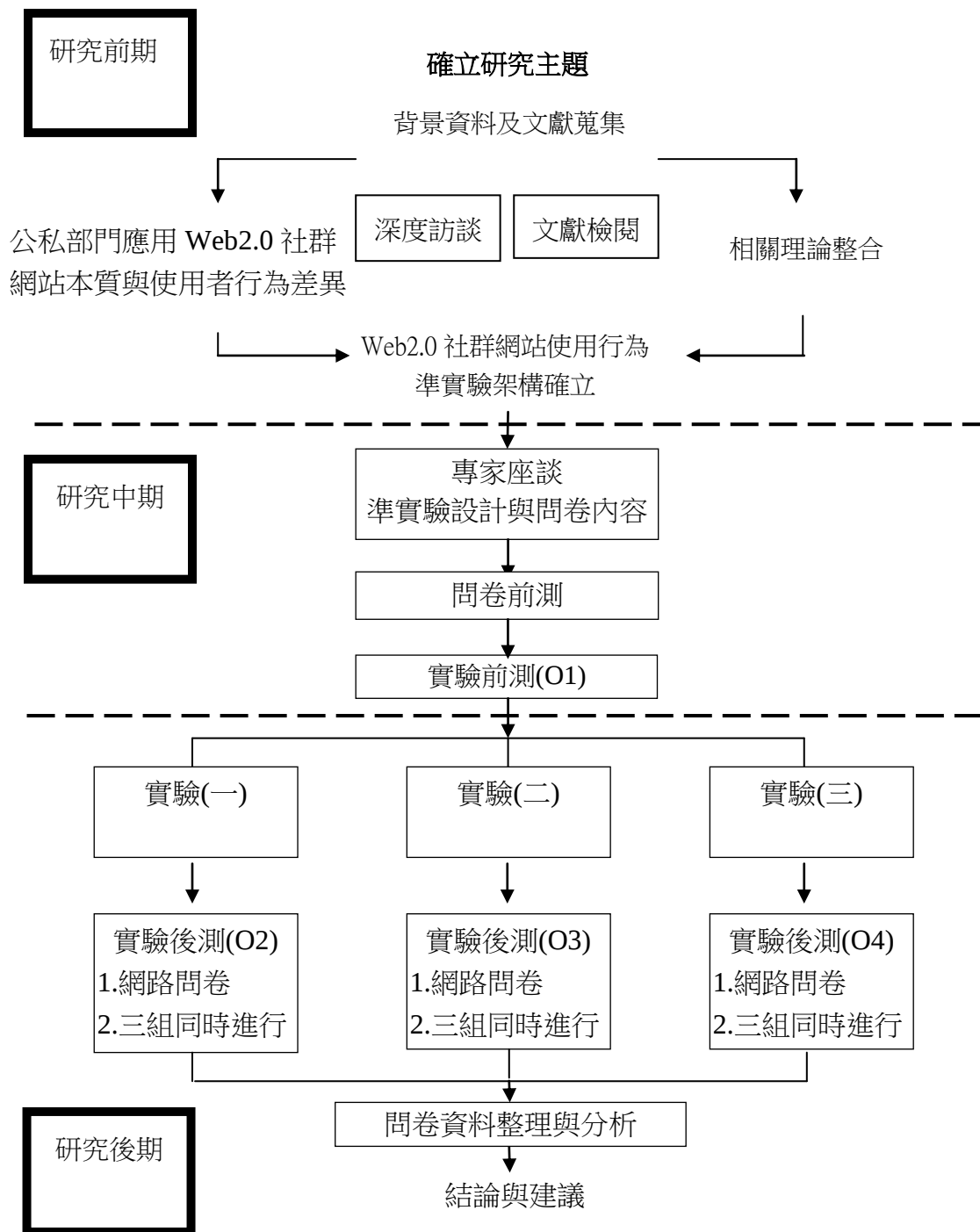


圖 1-4 研究流程圖

資料來源：本研究

第五節 小結

綜上所述，整個研究所使用的每一種資料蒐集方法與分析方法，將會在本研究的不同階段不斷被使用，本研究歸納相關研究問題與研究設計，並將相關的資料蒐集方法與資料來源說明如下：

表 1-5 研究設計摘要

研究問題	細目研究問題	資料蒐集方法	資料來源/受訪對象
(A)民眾在公私Web2.0網站上的行為差異為何？	(A1) 公部門運用Web2.0社群網站的使用者行為	(a-1) 文獻分析	(1)中英文學術期刊論文(紙本、電子) (2)中英文研討會論文及專書(紙本、電子)
	(A2) 私部門運用Web2.0社群網站的使用者行為 (A3)兩者間的異同	(a-2) 深度訪談	(1)實務界(公部門電子參與業務同仁、企業界相關從業人員) (2)學術界(相關領域之學者專家)
(B)政府與企業藉Web2.0與民眾互動的本質差異及成敗要素為何？	(B1)政府與企業透過Web2.0與民眾(顧客)互動上的本質差異	(b-1) 文獻分析	(1)中英文學術期刊論文(紙本、電子) (2)中英文研討會論文及專書(紙本、電子)
	(B2)在上述互動關係上，影響成敗的關鍵因素為何	(b-2) 深度訪談	(1)實務界(公部門電子參與業務同仁、企業界相關從業人員) (2)學術界(相關領域之學者專家)

研究問題	細目研究問題	資料蒐集方法	資料來源/受訪對象
(C) 促使使用者透過網路提供、分享、優化公部門資訊之重要因素為何？	(C1)奠基前此文獻檢閱與深度訪談析探出影響使用者透過網路提供、分享資訊的重要因素 (C2)以實驗設計實際探討不同因素的操控，是否對使用者的網路行為與認知產生變化	(c-1) 焦點座談	(1)公部門電子參與業務同仁 (2)企業界相關從業人員 (3)學術界(相關領域之學者專家
		(c-2) 實驗設計	(1)透過招募邀請實驗受試者 (2)隨機分派至三組實驗社團
		(c-3) 網路問卷	(1)實驗受試者 (2)三組同時進行
(D) 網路社群與實體社群的結合與轉換機制為何？	(D1)社會實體網絡對於虛擬社群行為的影響	(d-1) 實驗設計	(1)透過招募邀請實驗受試者 (2)隨機分派至三組實驗社團
		(d-2) 網路問卷	(1)實驗受試者 (2)三組同時進行

資料來源：本研究。

註：表中編號乃依序編列，無特定意義。

第二章 相關理論探討

基於上述研究目的，本文首先回顧我國電子化政府方案的價值演變，提出現階段政府與私部門間的關係，已由以往單向互動轉變為雙向互動；第二，因為公私部門雙向互動的要求，同時正值Web2.0世代的來臨，恰巧使其成為促進公民參與之新契機，於此，本研究將介紹說明Web2.0以及其與民主治理間的關聯，以及以其落實於民主治理下所衍生的公民論壇問題；第三，聚焦於ICTs是如何有效提升公民的實際參與行為，以及使用ICTs促進公民參與時應注意的標準為何；最後，本文聚焦於探究Web2.0與電子化政府之間的關係。同時，本研究除上述文獻檢閱的方式探討Web2.0與民主治理間的關係外，也將透過深度訪談檢視相關實務經驗。最後，綜整相關文獻論述以及深度訪談內容，提出本研究後續可供實際驗證的準實驗設計架構。

第一節 我國電子化政府發展與公民角色之轉變

我國政府e化的努力，最早可回溯到1960年代，主軸是強化某些政府機關（主計單位、經濟部、國防部等）及使用資訊技術處理行政業務。至90年代初期，政府推出了「國家建設六年計畫」，為因應國家發展的新需要，政府因而加速政府業務電腦化工作的推動。換言之，當時政府業務電腦化的推動，是國家經建計畫的一環。⁴ 90年代中期以後，不論是資訊通訊科技或是台灣民主政治的發展都展現新的氣象，相較於先前政府的e化速度更是驚人，政府於1997年的「電子化、網路化政府中程推動計畫」，2001年提出的「電子化政府推動方案」、2003年提出的「e化政府計畫」，直至2007年提出

⁴ 為達成政府業務電腦化目標，當時政府運用六項推動策略，分別是：（1）選定並推動國家資訊建設優先推動計畫，加速政府及各部門電腦化；（2）訂定政府機關資訊處理的共通規範，促進資訊整合及資訊共享；（3）精進資訊設備採購程序及法規，建立更合理的採購作業環境；（4）結合各界的人力及技術資源，協助政府加速推動業務電腦化；（5）統籌建立行政資訊網路及國家資料庫，擴大資訊交流管道，提供更便捷的資訊服務；（6）加強人力培訓，提升各級行政人員的資訊應用能力，從這些策略當中，我們可以明顯看出傳統以服務提供者為主的電腦化思維。

的「優質網路政府計畫」，一步一步的導向於「以使用者為中心」，主動提供各種符合民眾需求的優質環境。⁵

從時序來看，我國政府e化的努力方向，已從早期的「公共事務管理電腦化」逐漸推展至所謂的「應用資通科技創造公共價值」這三個階段可視為我國電子化政府的演化過程，透過政府e化工具，除了改進政府運作效率之外，近年更試圖改變傳統政府與政府之間的關係，進而最終能夠改變政府與人民之間的互動關係，其演化背後的價值，也從行政效率擴大到對於民主政治多元價值(如效率、回應、透明等)的體現。而自1980年迄今，台灣的民主已經從轉型期進入深根化(Habituatation；Rustow, 2000)的階段，公民不應只被視為「選民」(Voters)或「消費者」(Consumers)而已，更應被視為「政策的形塑者及參與者」(American Speaks, 2002)。政策的設計不該只是狹隘地強調效率或效能，政策的目標亦包括其能否促成更普遍、更有意義的公民參與(Smith and Ingram, 1993)。從政府的角度而言，應思考如何在政策的過程中，透過種種公民參與機制，納入民眾的意見，使得政策更具「合法性」及

⁵ 第一階段電子化政府之計畫(1997)包括：(1)政府網際網路骨幹網路；(2)骨幹網路基礎服務；(3)「村村有電腦、里里上網路」；(4)「課股有信箱、訊息瞬間通」；(5)網際網路行政應用服務(如電子公文、電子採購、電子法規、電子人事等)；(6)網際網路便民應用服務(如電子稅務、電子就業、電子公路監理、電子工商等)；(7)網際網路電子認證機制；(8)網際網路資訊安全稽核；(9)網網相連(如戶役政、地政、警政治安等)電子閘門；(10)識別證卡合一；第二階段電子化政府(2001)之重要措施如下：(1)健全電子化政府基礎環境建設；(2)加強電腦化推廣，提昇政府資訊應用層次；(3)加強政府資訊流通共享與整合應用(G to G)；(4)推動政府上網服務應用發展，普及資訊服務(G to B, C)。第三階段電子化政府之精進計畫(2003)如下：(1)優質網路政府基礎服務計畫；(2)國家資通安全技術服務與防護管理精進計畫；(3)便捷資訊交換整合服務計畫；(4)充實基層機關資訊設施及應用計畫；(5)企業e幫手計畫；(6)民眾e管家計畫；(7)安適e家園計畫；(8)弱勢e關懷計畫；(9)政府e公務計畫；(10)公民e參與計畫；第四階段的優質網路社會計劃(2007)，希望創造一個「以使用者為中心」，主動提供各種符合民眾需求的優質環境，涵蓋完備網路化社會環境(Infrastructure)、建設下世代數位匯流網路(Next Generation Network)、創造公平數位機會(e-Opportunity)、創新科技化服務產業(Value-added ITes)、創新 U 化生活應用(Life Enhancing Applications)、強化資通安全與信賴(Trust Taiwan)、創新 U 化政府服務(Electronic Governance)等，其中創新 U 化政府服務，在服務導向的資訊架構下，應用新興的無線寬頻、行動通訊設備、或 Web 2.0 等資訊通訊科技，逐年完成包括下面十個旗艦計畫：(1)優質網路政府基礎服務；(2)國家資通安全技術服務與網路管理精進計畫；(3)便捷資訊交換整合服務計畫；(4)充實基層機關資訊設施及應用計畫；(5)企業e幫手；(6)民眾e管家；(7)安室e管家；(8)弱勢e關懷；(9)政府e服務；(10)民眾e參與等。

「回應性」，以建立「強健的民主」(Strong Democracy；Barber, 1984)。政府除了透過資訊與通信科技強化政府服務的效率，提高民眾的滿意度外，其終極目標之一應在於實踐公民參與。而這樣的趨勢近來也在學界與實務界出現，主要是來自於學界試圖解除「管理主義」(Managerialism)對世界各國政府電子化發展的牢籠效果，並從公民參與的角度將ICTs視為一種政府藉之深化民主治理的工具(Caldow, 2004; Chadwick, 2003; Lenihan, 2002; Macintosh, 2004)。這個工作的核心，是讓政策規劃者能從視民眾為「顧客」的窠臼當中脫出，進入視民眾為「公民」的意識，成為最主要的關鍵(陳敦源等, 2004：40)。而未來政府、私部門與公民之間的關係，以往的單向關係將轉變為雙向互動關係，可以圖2-1表示(Vigoda, 2002: 534)。在Web2.0的世界裡就好像是Dan Gillmor所指稱的，是一種“人人即傳媒”的世界。其中，閱聽者已不再被動的被決定什麼是重要的。

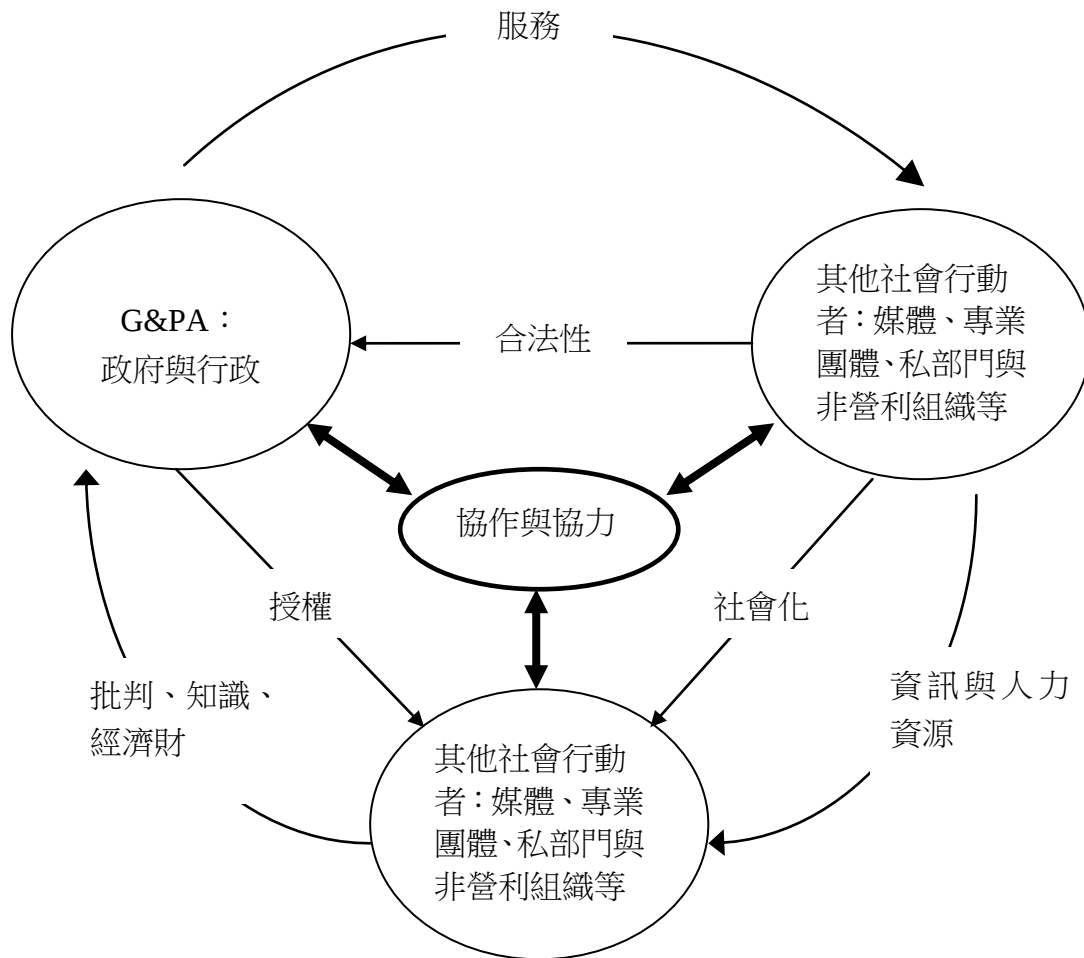


圖 2-1 社會行動者間的協作(collaboration)

資料來源：Vigoda (2002: 534)。

另一方面，資訊科技的進步，正為「委託-代理」關係下的民主窘境提出了解套辦法。在代議制度下，公民所選出來的行政或立法受託者，是否真能站在公民的角度為之把關，實受到各界的懷疑與挑戰。爰此，自1990年代起，當科技因素在民主過程中逐漸扮演起舉足輕重的角色，ICTs 和CMC的發展開始成為政治學者所注目焦點之一，當中以網絡的成熟與應用，更被視為邁向民主烏托邦的新契機。鑑於ICTs 擁有提供大量資訊的能力，將可以賦予民眾接近資訊的機會及管道，改善公民缺乏相關資訊的問題，讓公民

具備相當程度的能力參與民主過程；而另一方面，透過資訊科技之應用，將有助於降低公民參與政治過程的各項成本（如時間、體力、金錢等），進而提高公民參與政治的意願。何全德(2004：520-521)也認為，電子化直接民主是讓人們可以針對過去由公職人員為人民所做的決定，取得更高的控制權。現代資訊科技可以讓被治者為自己做出更多的選擇，被治者不但是公民，也是「公民-治理者」，被治者可以在支配公共資源的分配、國家權力的行使，以及權利的保護等方面，扮演舉足輕重之角色。而在電子化民主的未來發展主要有二，一為電子投票 (e-Voting)，另一為電子參與(e-Participation)。

聯合國2003 電子化政府的評估報告中，對於電子化參與的描述，將定義焦點放在「公民到政府」(C2G; Citizen to Government)以及「政府到公民」(G2C; Government to Citizen)兩個互動面向上，採取階段的方式來進行；該報告使用「電子化資訊公開」、「電子化政策諮商」、以及「電子化決策參與」的三個面向，作為衡量全球國家電子參與的程度，這個分類也與OECD提出強化政府與公民接觸(citizen engagement)的三個面向相互契合，包括「資訊」、「諮商」與「積極參與」(OECD, 2001)。這些指標如果從公民參與的角度來看，也恰符合 Sherry Arnstein 所提出「公民參與之梯」(a ladder of citizen participation; Arnstein, 1969)當中所隱含民眾參與「深淺」的層次，Arnstein 將民眾參與從缺乏實質參與到公民控制，從低到高分成八種參與形式。(陳敦源，2009：8)

表 2-1 Arnstein 的公民參與之梯、公民與政府連結、電子化參與

Sherry Arnstein 公民參與之梯	OECD 民眾與政府連結	UN 電子化參與的層次
精英操控	資訊 政府製造與傳遞資訊給公民，包括主動提供與公民要求，是一種單向的關係。	電子化資訊公開
觀念矯正		
資訊告知		
公告諮商	諮商 公民對政府施政有提供意見以及回饋意見的管道，這是一種雙向的關係。	電子化政策諮商
安撫勸慰		
夥伴關係		

Sherry Arnstein 公民參與之梯	OECD 民眾與政府連結	UN 電子化參與的層次
權力授予	積極參與 公民積極參與政策議程設定與政策對話，但是最終決定的責任仍在政府，這是一種雙向的夥伴關係。	電子化決策參與
公民控制		

資料來源：陳敦源等(2004)。

這個參與之梯包括精英操控、觀念矯正、資訊告知、公共諮詢、安撫勸慰、夥伴關係、權力授予、公民控制等八階，前三階的公民參與，起於操控終於告知，民眾不能實質參與決策，但是卻有資訊公開與公關的效果，民眾從得知資訊當中，參與政府的運作，民眾不但被賦予參與選擇政府服務提供內容的機會，也逐漸涉入公共政策決策的核心，一般相信，公民參與應該從決策形成的開端就開放民眾加入意見表達，將傳統治理形式中的公民，從議題最外圍的決定角色，拉近到與公共議題最開端的位置（請參下圖），也就是一種「實質參與形式」(陳敦源，2009:9)。

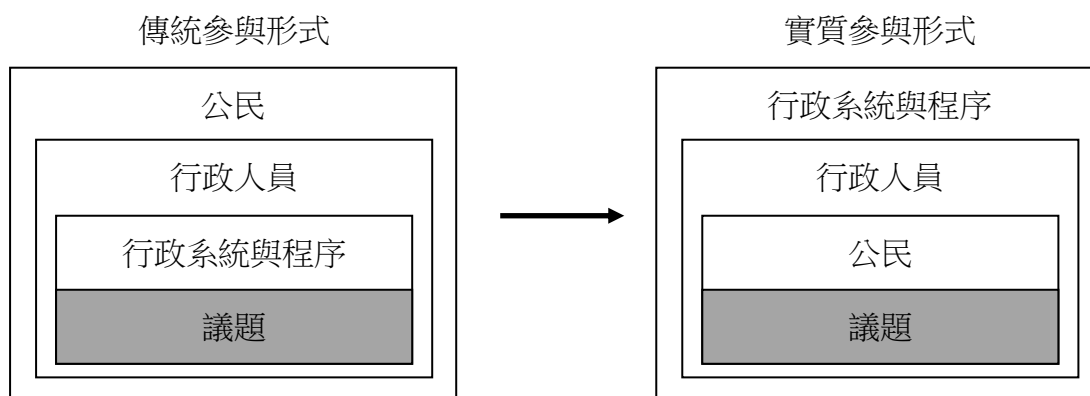


圖 2-2 實質的公民參與

資料來源：King, Feltey and Susel(1998).

在這樣的認知基礎上，我們注意到Web2.0的發展似可協助電子化直接民主的落實。隨著Web2.0概念的廣泛推廣，公部門也逐漸將Web2.0的概念

應用在電子化政府的發展中。我國於95年國家建設計劃中規劃建置「國家政策網路智庫」，提供民眾電子化服務，提升政府效能。研考會於95年9月正式啟用「國家政策網路智庫」，其宗旨為提供民眾、議題焦點團體、學者專家與政府官員就公共政策進行多元溝通、理性互動之e化參與公共平台，以落實民眾理性討論、主動參與公共政策制定，並深化政策制定品質之e化民主(e-Democracy)理念(研考會資訊管理處，2006)。因此，以下本研究將試著說明何謂Web2.0？以及其與民主治理間的可能關係？

第二節 Web2.0與民主治理

Web2.0概念係源自於O'Reilly Media與MediaLive International於國際研討會時的腦力激盪中，由Dale Dougherty所提出。但在該場研討會中並未作出明確的界定。⁶自2001年網路經濟泡沫化(Dot-com Bubble)以來，Web2.0所掀起的狂潮持續引領整個網際網路(Internet)的蓬勃發展。根據O'Reilly (2005)的闡述，Web2.0精要在於視網路為一種平台(Network as Platform) (參見圖2-2)。⁷而在此互動平台上，發揮Web2.0概念的核心價值，如「使用者兼具開發者」(User as Producer)、「群體智慧」(Collective Intelligence)、「豐富使用者的經驗」(Rich User Experiences)、「持續測試」(Perpetual Beta)，以及透過使用者與使用者之間、使用者與網站之間的雙向互動、協力和分享，進

⁶ 當時提出後並未針對 Web2.0 給予明確的定義，而是透過比較不同網站型態而形塑出的概念。譬如 DoubleClick 若屬於 Web1.0 的應用，則 Google AdSense 的模式則為 Web2.0；若 Ofoto 是 Web1.0，則 Flickr 即為 Web2.0；若將個人網站視作 Web1.0 的應用，那麼部落格(Blog)即屬於 Web2.0 的範疇(黃文彥，2008：9)。

⁷ O'Reilly (2005)根據圖 4 提出「Web 2.0」的七項重要原則以及七項核心競爭能力。就 Web 2.0 的原則而言，包括以網路作為平台、善用群體智慧、資料是下一個功能核心(Intel Inside)、終結週期式的軟體升級或改版、輕量化的程式設計模式、超越單一裝置的軟體應用，及豐富使用者的經驗。就 Web 2.0 的核心競爭力而言，其具備能以低成本擴大效能規模的服務，而不是套裝軟體；當使用者越多時會產生越豐富並難以重製的資料來源，Web 2.0 對此類資料具有獨特的控制力；信任用戶，並將其視為共同開發者；善用集體智慧；透過顧客自我服務以營造長尾(Long Tail)效應；超越單一裝置的軟體應用；輕量化的用戶介面、發展模式和商業模式。

而提昇使用者的參與意識，激盪出更多的群體價值(O'Reilly, T. E., 2005; Osimo, D., 2008)。

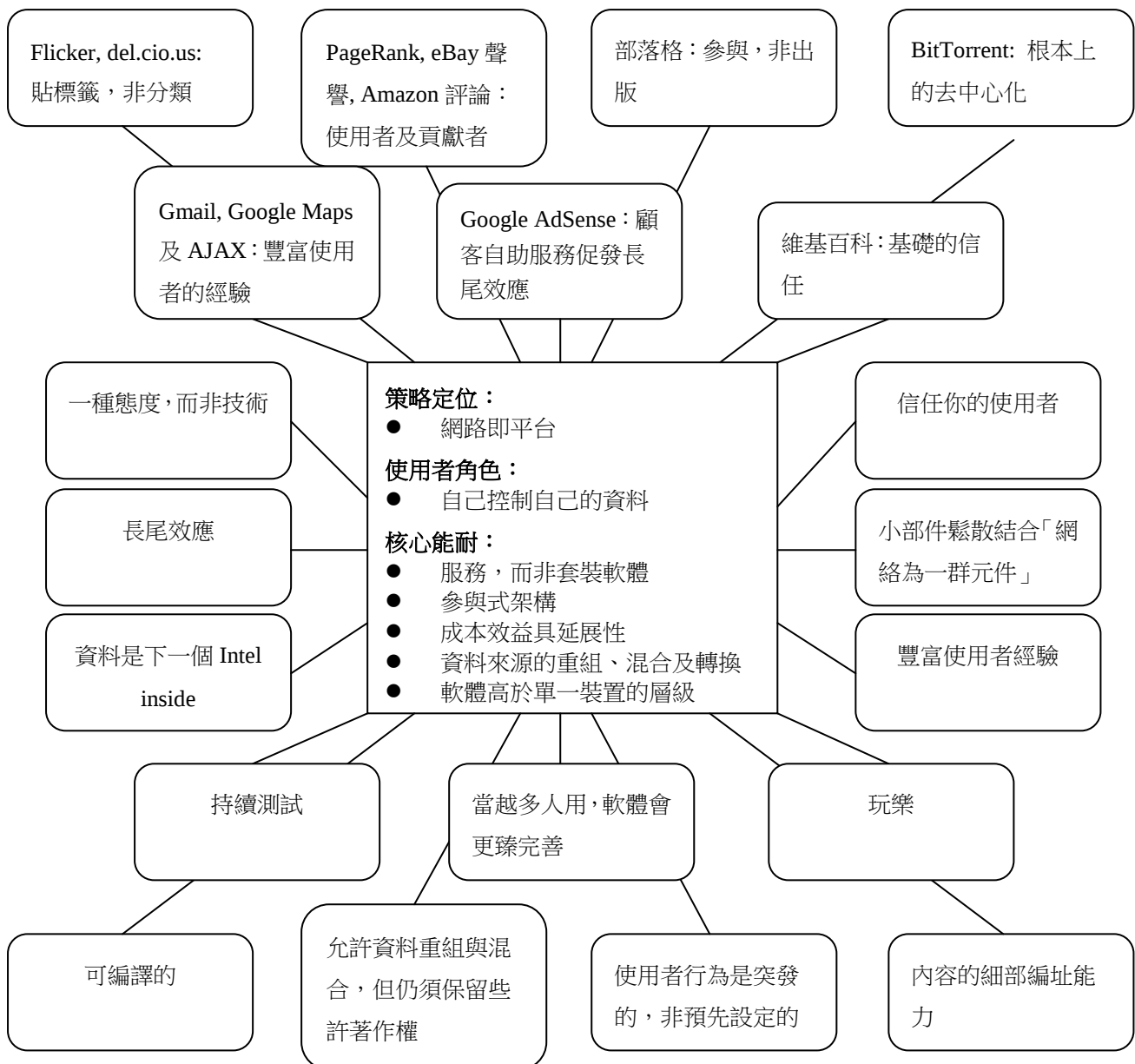


圖 2-3 O'Reilly 的 Web2.0 主題地圖

資料來源：O'Reilly, T. E. (2005)。

由於「Web2.0」概念應用層面很廣，故「Web2.0」的定義和概念範圍目前仍莫衷一是。著名的網路趨勢觀察家Hinchcliffe(2006)認為，Web2.0的概念應包括以下四點：1.API，將網路視為一種極大的應用程式介面，用以創造許多創新的服務；2.信任，此元素是Web2.0平台中最為關鍵的服務；3.混合，藉由高品質的來源混和資料，產生新的可能性與價值；4.去中心化，唯一來源的資料將會導致失敗，且難令使用者接受。並以視覺化效果加以呈現，如圖2-4所示。該圖包括二大部分，分別是外觀暨內容與服務，其中內容與服務又可再區分為技術層面與參與層面。外觀層面包括AJAX、HTML/DHTML、RSS以及Podcast，內容與服務中的技術層面，包括網路服務、資訊提供、連接器為主，而參與層面中有信任來源、使用者豐富性以及內容形式。亦即，透過技術層面的應用，展現出具有上述的外觀形式，達到參與層面中的內容與價值產出。

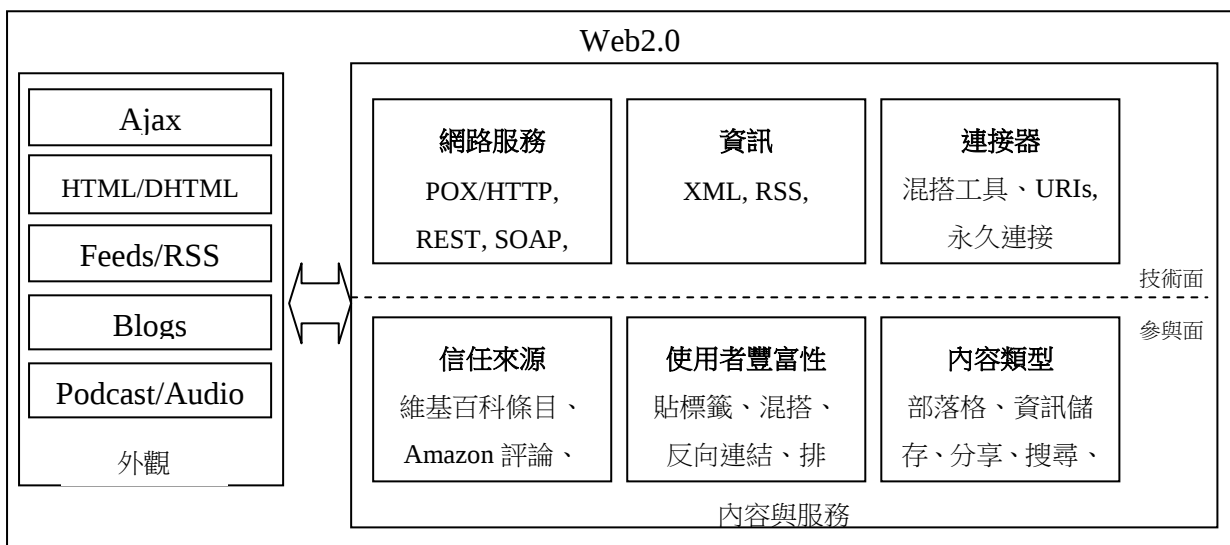


圖 2-4 視覺化 Web2.0

資料來源：轉引自楊孝先 (2008：11)。

再者，曾於2008年被商業週刊選為網路上最具影響力之一的Graham，曾對Web2.0的概念做出界定，其認為Web2.0具有以下幾重要的元素，分別係AJAX、民主。AJAX做為互動式網頁應用的網頁開發技術，完全符合重組排列的程式碼的描述。民主機制則代表一種可以包含任何人，一種完全開放的參與機制 (Graham, 2005)。Alexander (2006)表示Web2.0的主要概念為開放性 (Openness)與微內容 (Microcontent)。認為網路將從其頁面的比喻中解法出來，並非遵循著將網頁集結成書的概念，而是意味著微內容，像部落格是關於文章而非網頁，而維基(wiki)則是系列地交談、校訂、修正，及刪減，所有微內容都可以被所有的使用者儲存、概述、定址、複製，及引用，並建入新專案。傳統源資料通常是層級式的、結構化的，由內容權威預先決定，而群眾分類(folksonomy)的元資料則是使用者產生及添加成為內容。藉由開放性，則所有的微內容都可以流動於網域、伺服器，及仰賴雙向存取的機器，因此，使用者本身即扮演資訊架構本身。

國內研究方面，曹承礎(2007)認為Web2.0並不是以技術作為分野，而是一種觀念上的轉變，理念的革新。所強調的是互動分享的特質，以網路為平台，以及雙向互動非單向傳播為基礎，用戶分享而非壟斷的方式，進行群體智慧創造的價值而非單一智慧。龔仁文等(2007)在《Web2.0》一書中，以USER作為解釋Web2.0的核心。U代表無拘束(Unconstraint)，意指使用者從原本被限制、缺乏控制權、只是被動接受訊息的角色中被解放出來，而成為最重要也是最核心的角色；S代表服務(Service)，網路是一個重視使用者體驗與感受，並且以服務使用者為導向的平台；E代表(Extrnality)，指的是一個相容的系統，經由眾人的參與，增加使用者的方便性，然後隨著越來越多人的加入，方便性就會越來越高，進而吸引更多人的加入；而R則為(Reward)，表為長尾理論的應用。

本研究在透過相關文獻檢閱後，整理國內外學者Downes (2004)、O'Reilly (2005)、Anderson (2007)及Osimo (2008)對Web2.0的相關特質之後，進一步參照學者Anderson (2007)和Osimo (2008)的觀點，而認為Web2.0應包含價值 (Value)、應用(Application)和技術(Technologies)三個層面，如表2-1所示。以下本研究將針對價值層面進一步的加以論述，而應用與技術層面屬於網站建置前期所嵌入的相關功能與技術，且本研究準實驗目的主要著眼於

電子治理與 Web 2.0 社群網站使用行為之實驗研究

政府如何應用現有的Web2.0社群網站，達到電子化參與的最終目的。因此，有關網站建置的技術，及技術的應用部分，本研究並未將其納入探討範圍。

表 2-2 Web2.0 的三層面

價值 (Value)	使用者兼具生產者 (User as Producer)	Downes (2004)；O'Reilly (2005)；Osimo (2008)、Alexander (2006)、Graham (2005)、曹承礎 (2007)、龔仁文等(2007)
	群體智慧 (Collective Intelligence)	O'Reilly (2005)；Osimo (2008)、Alexander (2006)、Graham (2005)、曹承礎 (2007)、龔仁文等 (2007)
	持續測試 (Perpetual Beta)	O'Reilly (2005)；Osimo (2008)
	使用極為便利 (Extreme Ease of Use)	Osimo (2008)、Alexander (2006)
應用 (Application)	部落格(Blog)、維基(Wiki)、播客(Podcast)、簡易資訊聚合(RSS feeds)、標籤(Tagging)	O'Reilly(2005)；Anderson(2007)；Osimo(2008)
	搜尋引擎(Search Engine)	Osimo(2008)
技術 (Technologies)	Ajax 互動式網頁應用程式	O'Reilly (2005)；Anderson (2007)；Osimo (2008)；Graham (2005)
	開放式應用程序介面 (Open API)、微格式 (Microformats)	Anderson (2007)；Osimo (2008)
	可擴展標記語言 (XML)、多媒體動畫 (Flash/Flex)	Osimo (2008)

資料來源：本研究。

Web2.0與以往媒體最大的區別在於，它讓使用者成為資訊分享的中心，使用者亦即是資訊的提供者。以往的媒體掌握有資源供給的權威地位，掌控消費者知的方向，而Web2.0趨勢的興起，轉變了這樣的角色關係，它促成了社會權力的轉移，提供了一個人人均可發言的平台，使得沉寂的個人找到可以也敢於發聲的空間(梁惠明，2007)。在行為的轉變上，從下載轉為上傳。在Web1.0的世界中，使用者的網路行為乃是隨波逐流(serfing)，重點在於網頁的「取得」與「看」，共通的搜尋力量創造出搜尋引擎(searching

engine)；Web2.0的主要行為卻是「上傳」與「分享」，不僅是瀏覽別人的網站，自己本身也就是網站。網主在角色上，已由Web owner 轉換為Web user，從提供最好的內容轉變為提供一個讓大家自由創作與工作的平台(蘇健華，2007)。也因為這樣的轉變，林希展與盧諭緯(2006)綜整O'Reilly的觀點後，認為Web2.0具有下列三大特色，實際上就是說明使用者即為生產者而言：

1. 網路行為轉變為以使用者為中心。
2. 強調網路的外部延展性，也可稱之為網路效應，達到網網相連，去中心化的虛擬世界。
3. 鼓勵使用者開放討論，創造分享文化，不斷豐富使用者的經驗與網站資源。

也因為網站使用者本身對於內容的主動分享、提供，持續的豐富網站使用者的經驗與網站資源，同時，透過網路的外部延展，創造出Web2.0中所謂「群體智慧」的重要價值。透過使用者與使用者之間、使用者與網站之間的雙向互動、協力和分享，提升使用者的參與意識，激盪出更多的群體價值(O'Reilly, T. E., 2005; Osimo, D., 2008)。在這樣的認知基礎下，Don Tapscott 和 Anthony D. Williams(2006)認為，集體智慧就是一種大規模的協力。而群體智慧的產生，必需存在四項原則，亦即開放、對等、共享以及全球行動。

1. 開放：早期媒體因受限於功能上的限制，網路使用者僅為資訊的擷取者，在文化上形成一種授與，接收的形式。但在Web2.0技術的引領下，人人均可扮演資訊的供給角色，也漸漸的形成一種分享、開放的氛圍，透過彼此互動的資源分享，以達到所謂的綜效。
2. 對等：使用者即為資訊的生產者。個人可自由的修正、發展網站的內容，不僅可以供他人使用，也可滿足自我存在需求的一種宣告(黃彥達，2007)。然不論網站使用者參與內容提出與分享的動機為何，其最終的結果均促成了產品與服務的改善。

3. 共享：共享原則主要指私部門中，進行某種程度的知識共享，將有利於本身組織的未來發展。然相同的概念運用至社群網站而言，網路內容的提供，由於網網相連的延展效應，增加了他人對於本身網站內容的接觸，進而達到資訊的分享與共享的虛擬環境。
4. 全球行動：網路通訊設備的進步造就了無國界的網路世界。也間接的擴大了資訊分享的範圍，也因此，培植了達成群體智慧的生成場域。

綜上，本研究認為Web2.0在政府部門的應用上，應可作如下的界定：「藉由允許使用者兼具資訊生產者的網路平台設計，讓參與者生產有系統、具備使用價值的資訊，以達成公共目的，其關鍵在於政府電子治理推動者，應用有效的Web2.0網路經營技術，降低民主治理過程中公共事務決策資訊的生產、加值化、以及分配的成本，進而解決公共生活中最重要的阻礙因素—「專業不對稱」(Professional Asymmetries)。」然在代議民主的發展過程中，政府治理面臨了一個相當重要的難題，即部份公民對民主程序抱持著冷漠的態度，而如何降低公民的政治疏離感，是各國在民主政治發展過程中都必須思索應對的課題 (Fraunholz & Unnithan, 2008)，且專業不對稱又是另一個在代議民主制下所衍生的委託代理人困境。然本研究認為Web2.0的正因為其能擔負起政府與民眾 (G2C)間的溝通管道，提供民眾與政府間對政策議題的雙向討論，有效落實民主政治的核心理念，進而降低民眾對政治的疏離以及專業上的不對稱問題。以下我們進一步的闡述Web2.0的落實，如何克服制度落實後所衍生的實際問題。

從Kohut (2008)的研究中可看出Web2.0對民眾政治參與的影響力已經逐漸成熟且顯而易見。韓國「國家資訊社會機構」(National Information Society Agency, NIA)⁸在2008年曾撰文「政府2.0與3.0的概念與未來」。於該文提出

⁸ 根據 NIA 主席 (Kim, Seang-Tae)所言，該機構是以國家的 ICT 發展為中心，並致力於透過該機構，建立起一個以知識為基礎的國家公共設施，以及改善國家競爭力及生活品質的條件。再者，NIA 是國家形成所有政策的基礎，它扮演了一個決策的核心角色，在未來，它只會繼續發展其重要性。NIA 藉由擴展本身的角色及其能力當一個以智庫為導向的機構，更加強建立該機構的領導及管理國家 IT 發展的精神。未來 NIA 更將致力於 1、建立以及完成 ICT 發展執行系統 2、藉由發展新專案及任務以改變 IT 發展政策 3、準備好將韓國改變成先進國家的方法 4、藉由解決國家問題以改善人民的生活品質 5、加強全球合作的功能，以及建立起能預測未來及發展決策的能力 6、以公共機構的角色執行社會義

Web2.0與電子化政府兩者間的關係，透過典範轉移的概念提出Web運用在e化政府的過去、現在趨勢，與未來展望等，請參見表2-3所示。

表 2-3 政府服務的典範轉移

1995~2000 全球資訊網 (Web1.0) Government1.0 (e-government)	2005~2010 Web2.0 Government 2.0	2015~2020 即時網際網路 (Web3.0) Government 3.0 (u-Government)
政府導向 單一服務入口	公民導向 一站購足 (整合性服務)	政府服務的個人入口網站
單向服務	雙向互動	客製化智能服務
服務受限於時間與地點	流動、多元的服務 (mobile service)	不受時間地點的無間隙整合服務 (seamless service)
由政府單方面提供人民所需要的服務	政府服務的提供來自於公私雙方的協力	智能服務 (intelligent service)

資料來源：National Information Society Agency, NIA, Korea.

由該表可以知道在過去的十多年間電子化政府所致力於的方向，在於由政府單向的提供服務，前此我們也已論述在此十年間，主要依循管理主義的角度，將民眾視為顧客，重點在如何透過網際網路提供民眾服務。時序推移至現在，表中指出2005年到2010年是所謂Web2.0的運作時期，該時期政府不再以服務的單一提供者而自居，如同Misra (2008)所言，政府1.0是單向的由政府向人民溝通，而Web2.0則包括了瞭解公民服務角色的重新認定，有感於電子公民(e-Citizen)、電子公民精神(e-Citizenship)，以及電子化民主(e-Democracy)概念的認知，透過民眾的電子公眾接觸(e-Engagement)與電子參與 (e-Participation)，令電子化公民實際涉入於政策規劃過程中。如能善用Web2.0此一參與性的設計和協作模式，將有助於創新與重構政府的治理模式，使民眾不再是治理的被動接收對象，而能成為公共議題的設計者與共同創新者 (Co-Innovators) (Tapscott, D. & Williams, 2006)。無獨有偶，國內周宣光等 (2008)更進一步提出，Web2.0的落實可有效解決代議政治的「代理問

務，以做為韓國在 21 世紀引領國家的基礎。(http://www.nia.or.kr/special_content/eng/, 2009.06.15)

題」(Agency Problem)，形成Andrew L. Shapiro所稱的「政治去中間化」現象 (Accenture, 2005)，有助於強化公民參與，促進民主政治與民主行政的發展 (周宣光等，2008：22-23)。至此，我們可以瞭解到，透過電子化政府的實現，將可有效達到資訊透明化。而公眾藉此更能獲取廣大以往所無法獲知的資訊，資訊的提供不僅滿足了民眾知的權力，也縮短了政府與民眾在政策議題上的認知差距。同時，民眾在Web2.0的網路發展下，不僅是單方的接收政府所提供的資訊，更可以雙向的與政府產生互動，就政策議題彼此分享意見與資源。如此，不僅有效減少委託代理下的專業不對稱，也可在互動過程中培養出互信。

而因應電子治理與電子民主的呼籲，近年來學術界對於實踐公民參與的審議式民主 (Deliberative Democracy) 有越來越多的引介與討論。審議式民主與當今主導民主國家政治運作的「自由民主 (Liberal Democracy)」或「代議民主 Representative Democracy」比較起來，最大的不同在於審議式民主假定人民的偏好是可以轉變的，可以透過審議的過程，依據「共善」(Common Good) 來作決定，進行所謂的自我轉型 (Self-transformation；Warren, 1992)，人民不只是選民，更重要的是公民的角色扮演。審議民主機制的運作強調對話，並透過對話過程中的理性辯證及反思，達到自我成長 (黃東益，2004：4)。這種強調對話的特性在審議過程中通常涉及資訊蒐集、論證及說服，以及結果呈現等重要元素，在某些情況下，必須輔以投票 (Bessette, 1994；Elster, 1998)。

整體而言，ICTs對於審議式民主實踐的作用是有其契機的。首先，就ICTs所帶來的機會而言，超越時空的特性，可以促進廣泛而平等的參與；其次，ICTs所提供的多媒體，強化審議過程中資訊的豐富性及可取得性；其三，ICTs的匿名性促進自由而平等的參與，匿名性的特質亦可以免除公民心理的障礙 (Witschge, 2002)，降低由於社會經濟地位的不平等而影響到公平的審議式民主的可能性 (Gastil, 2000:5；Stromer-Galley, 2002:35)；其四，同步性提供即時互動理解，非同步性則促進深思熟慮。而在實踐的層次上，運用ICTs進行民主審議該依循何種準則？提倡審議式民主的學者Harbermas (1987) 提出理想的言談情境 (Ideal speech situation)，做為設計審議式民主制度的藍圖。為達此目的，參與者應該要能接觸到資訊及其解釋 (Welber,

1995:65-66；Webler and Tuler, 2000:568）。相對於Harbermas規範性原則流於空泛而難在實踐上有所助益，黃東益等（2004）從參與者、參與過程及參與結果等三個面向提出的民主審議的參與模式，作為評估審議式民主機制的準則。參與審議者應廣泛而具代表性，且參與者的意見應受到平等的對待。在審議過程中應展現充分多元的資訊，參與者能獨立的思考與行動，透過結構式的論壇，進行面對面的討論，並且允許參與民眾有充分的時間，在公開且政治及行政上可行的討論中，能夠對議題思考，並提出精鍊的意見。參與結果應具有可靠性（Credible），且在實際治理過程中產生影響（Does it count?）。

回到本研究所探究的Web2.0核心議題上。Web2.0透過wikis與blogs的形式，呈現出一種使用者與使用者之間，以及使用者與網站之間的互動模式。藉由彼此間的雙向互動造就了表2-3所提出的四種價值，也正因為上述Web2.0特質的發展，使得資訊的分享達到幾乎無成本的效率狀態，提升了落實電子化民主的希望(Economist, 2008: 17)。再者，透過各種Web2.0形式的溝通與使用者即為生產者特性(blogging, social software, etc)，促進了一種自發性公民導向的審議式民主(spontaneous citizen-driven deliberation, Avdic, Hedström, and Grönlund, 2007)在網路上擴散蔓延(Rose, Jeremy & Øystein Sæbø, 2010: 228)。無獨有偶，同樣是建構在Web2.0技術的落實上，Glenn Hui 與 Mark Richard Hayllar(2010: 121)提出植基於Web2.0下的概念下，提出政府、民間企業與公民的三方協力架構 (Public-Private-Citizen Collaboration，PC2)。此種協力架構乃倡議透過Web2.0的網路科技，政府可藉此網路環境提升公眾接觸，縮短政府與公民間的距離，同時，將公眾引進決策制定的規劃、執行與評估過程。Tapscott在世界經濟論壇中也指出，Web2.0塑造出一種全球公民社會(global civil society)，人與人之間打破國界的藩籬，跨越出傳統制度的限制，透過互動式的網路設計達到組織集體行動(Tapscott, 2008)。總而言之，Web2.0以其架構起的互動與協力平台，促進了網路使用者參與內容創造與分享的過程，藉此，協助政府重新界定與促進公共價值(public value)，並且更明確的聚焦在公眾的真正需求上(Hui, Glenn & M. R. Hayllar, 2010; Macmillan, Medd & Huges, 2008)

然現階段對於落實Web2.0的策略，總的來說，我們可以從表2-4看出公共行政中主要有資訊公開、顧客導向、知識型政府以及民主回應等議題，在相對應的資訊應用議題下可透過Web2.0如何加以落實(周宣光等，2008：24)。

表 2-4 公共行政議題與 Web2.0 之關係

公共行政議題	資訊應用議題	Web2.0 應用主要議題
資訊公開與 民眾知悉權	主動式電子化服務 無障礙網路空間	Affiliation, Participation, Design, RSS
顧客導向政府	單一入口網站 發展顧客導向之 e 化服務	Remixability, Joy of Use, Focus on Simplicity, AJAX
知識型政府	知識管理系統 數位內容與電子公文典藏	Convergences, Usability, CSS Design, Blog, Economy
民主/回應性行政、 公民參與	公民關係管理平台/系統 消彌數位落差 電子民意論壇	Social Software, Web Stansards, Recommendation, Usability

資料來源：周宣光等 (2008：24)

前此曾提及電子化直接民主是讓人們可以針對過去由公職人員為人民所做的決定，取得更高的控制權。而我們也不難發現，實踐民主行政的電子化民主已漸蔚為風潮。其中，在諸多以電腦為中介的傳播形式中，全球資訊網 (www)中的線上公共論壇 (On-line Public Discussion Forum)或討論型版面是最值得重視的一種 (項靖，2003：166)。而線上公民論壇的本質實為Web2.0核心價值的實體展現。行政院研考會在95年及96年所營運的國家政策網路智庫以及願景2020就是在這樣的認知基礎上所建立的。但在陳敦源等(2009)的委託研究上，卻發現以政府為出發點所架設的網路平台，在參與率上並不是很高，且參與其中的民眾多數僅是觀望他人所發表的文章，於是甚麼因素造成這樣的問題？在這樣的公民論壇上，該如何提高公民的參與？以

及這樣的虛擬論壇社群該如何維繫？以下，本研究將試著從虛擬社群的相關探討上，整理歸納以政府所架構的網路公民論壇，該如何在虛擬社群網站上經營。

第三節 網路公民論壇與虛擬社群

全球資訊網上之公共論壇版面不像傳統BBS般需註冊後方能於版面上發表言論，任何人只要懂得如何操作簡易的全球資訊網介面，即有能力在公共論壇版面上讀取、散布訊息。因此，全球資訊網上之公共論壇版面實已大幅降低了公眾參與溝通與對談之技術性和制度性門檻。因此，網路上的論壇帶動了一種新的、較為平等而互動、非單向的意見表達風氣，虛擬社群也如雨後春筍般興起；一些論者對於此種網路論壇都賦予其參與民主 (Participatory Democracy) 的意義(項靖，2003：167)。

項靖 (2003)在整理Kurland and Egan (1996)、Dutton (1996)的文獻後指出，網路上公共討論空間的設計與特徵之不同，會影響其能實現民主式參與的程度。欲增加網路上的民主式參與，必須先增加其可取用性、促使任何人在其中的發言能為他人所聽見，以及引發可促進內省的對話。理想中，一個公共論壇版面可以增加公眾在行政與決策過程中的參與、互動、對話和溝通，並可實現行政機關的回應性與課責性。在參採相關學者的論述後，提出影響一個成功運作的公共論壇運作所需的運作要素。請參見表2-5。

表 2-5 理想的公共論壇版面運作方式

論壇運作方式	符合民主行政原則和價值之理想做法	可幫助實現之民主行政原則和價值
發言者資格限制	無任何資格、身分限制	參與
發言者規則的設定	適當規範網路禮儀與發言限制，以避免民眾不願意進入版面	參與
指名特定單位對象發言	可指明	溝通、互動、課責性
刊登發言前之事先審核	盡量避免人為的事前審核；發言之登出應該是即時的	參與、公開性
政府公開回應民眾的發言	政府應公開回應民眾的言論	公開性、回應性、互動、溝通、課責性
其他民眾公開回應、參與討論	其他民眾應得以與同一版面上公開回應、參與討論他人之言論與話題	互動、溝通
設定討論主題	版面應適時由政府機關或民眾發起討論主題，以聚焦話題、更有效率的充分討論議題並獲得共識	溝通
發言與回應並列	原始發言與對其之回應(政府的回應或其他民眾後續知相關發言)言論應並列，以使任一造訪版面者得以掌握一話題之相關發言，而得以適當的參與討論、形成自己的意見	參與、互動、溝通
發言與回應之日期的顯示	版面應顯示每一則言論的發言者及發言時間，以使版面使用者知所回應，並可顯現政府回應的速度	參與、互動、課責性、公開性
政府內部處理民眾發言的作法	視每一則民眾的發言為正式文件、政府內部相關單位應予以列管並充分回應	參與、互動、課責性

資料來源：項靖 (2003：168)。

對於網路公民論壇的討論，就不得不探討所謂虛擬社群的議題。Rheingold (1993)最早提出虛擬社群這個名詞，他將虛擬社群定義為藉由網路，由足夠的人數持續參與、交流、溝通及經營，所產生在網路空間中聯繫群體關係網絡的社群聚集體。Romm et al (1997)從廣義的角度詮釋虛擬社群，指出虛擬社群就是一群透過電子媒介彼此溝通的人。Williams & Contrel (2000)認為社群是一群基於共同興趣而從事線上多對多互動的人。Armstrong & Hagel (1996)則指出虛擬社群是早在網絡的環境中，經由社群成員針對某一共同主題的持續經營，以使得社群逐漸擴大，網路虛擬社群通常都是由線上群組成員分享某行為或某主題，並試圖從中找到一個能使群體更為親近，而這些群體則在這當中，去分享共同的經驗，享有共同的空間，以及進行彼此之間的社交活動，社交聯繫等。

就所蒐集的學術文獻中，我們可以觀察到對於虛擬社群議題的探究上，多著重於兩個相關概念，分別是「共創價值」以及「群眾外包」。所謂共創價值是植基於網際網路所賜，市場已變成一個公開論壇以及消費者對價值創造的影響力，使企業必須徹底改變對價值創造的觀點，揚棄以公司為中心的傳統思考，進一步接受以消費者為中心的新觀點 (Prahalad & Ramawamy, 2002)。群眾外包一詞最早出現在2002年6月美國《連線》(Wired)雜誌上出現，該文作者Jeff Howe將其定義為，一個公司或機構把過去由員工執行的工作任務，以自由自願的形式外包給非特定的大眾網路的做法。為了能達到上述的共創價值與群眾外包的效益，分別被提出的有DART模型以及FLIRT模型。DART模型著重於虛擬社群的網站平台，應建構在溝通、取用、風險評估與透明化四種基石上。⁹而FLIRT模型認為要發揮群眾外包的成效，必須注意五項構面，焦點、語言、誘因、規則，以及工具等。¹⁰另

⁹ 溝通著重於同理心的理解，建立在能夠體驗民眾的感受，能夠認知經驗的情感、社會及文化脈絡。取用係指民眾可透過網路平台來取用資訊並進而獲得體驗。風險評估係指網站營運者應提供相關資訊令民眾(使用者)瞭解相關的個人與社會風險，以便民眾在已知的好處與風險之間做取捨。最後，透明意指資訊的透明化問題 (高世峻，2009：30-31)。

¹⁰ 聚焦是將社群協同合作得成果與組織的策略層次連結在一起。語言是指組織必須使用正確的角度與顧客溝通。誘因可區分為內在與外在誘因，如何誘發民眾提出個人貢獻。管理群眾外包的各種規則可區分為加入、創作、交易與互動等。工具是唯一帶有技術成分的要素。包含讓社群成員聚集的平台、讓成員們彼此對話與創作的工具 (黃文彥，2008：24-25)。

外，信任也是虛擬社群的參與者願意參與討論以及深耕的影響因素之一(Dayal et al., 1999； Jones et al, 2000； Jarvenpaa et al, 2000)。以上相關文獻多集中在私部門領域的探究上，然以政府為主軸所提出的理論途徑卻是相對缺乏的。本研究認為可以先行以企業領域研究所獲結果為基礎，藉以發展訪談大綱以及焦點座談等綱要架構，在透過本研究團隊相關深度訪談以及焦點座談後，加以修正成符合政府本質的影響虛擬社群成員行為的構面因素。

以上所說明的是影響虛擬社群成員參與論壇行為的影響因素，但卻無法令我們形塑出一個具有因果關聯途徑的概念模型。然，科技接受模式正可以作為解釋公民參與虛擬社群論壇行為的解釋模型。

第四節 影響Web2.0虛擬社群使用行為的模式建構

Chuene(2005)指出自2003年以後是Web2.0的世界。Web2.0的網站內容是由個人所主導，如Wikipedia、Flickr、YouTube、Del.icio.us、eBay、Blogs及Myspace等都是Web2.0的產品。在Web2.0的網站裡，每個人都是資訊內容的使用者也同時扮演著生產者的角色，透過網站人機互動達到虛擬社群上人與人的互動交流，藉以產生Web2.0所謂的群體智慧。網站裡的成員與成員間的網絡越密集，往來越密切，網站內容就會越豐富。然網站內容的豐富度來自於社群成員本身的知識分享，知識分享的擴散比起科技本身更來的重要。因此，瞭解使用者的科技接受情形，以及知識分享行為及影響知識分享行為的因素等，將有助於瞭解社群網站的接受度，以及達到Web2.0所謂群體智慧的關鍵所在。也因為如此，各國電子化政府無不積極探究Web2.0對於提升電子化參與的可行性，以及如何運用。

為了瞭解網路使用者對於以Web2.0所建構的網站的接受度，本研究採用Davis的科技接受模式為理論基礎，並操控若干外部變數，藉以探究網路使用者對於植基Web2.0網站的易用性與有用性的看法，對於Web2.0社群網站的使用行為是否產生顯著差異。再者，為了瞭解在虛擬社群中使用者對於知識分享的看法與行為，本研究預計採用Ajzen的計畫行為理論基礎，同樣

藉由本研究實驗設計所操控的變數作為外部變數，探究此些外部變數對於虛擬社群使用者對於知識分享的態度、知識分享的主觀規範及知識分享的知覺行為控制等因素得探討，來瞭解知識分享行為是否產生顯著差異。最後，本研究也注意到人際互動本就是人類生活中一個重要的關鍵面向，虛擬社群的發展，使人們的社會網絡似乎開始由線下(off-line)轉向線上(on-line)，但實際社會網絡與虛擬社群網絡間的關係為何，則成為一個饒富趣味且值得深究得主題。因此，本研究也將嘗試從自我中心觀點，透過社會網絡理論探討一個人所處的社會網絡對於參與虛擬社群涉入程度的影響。

以下即分別討論科技接受模式(Technology Acceptance Model, TAM) (Davis, 1989)、計畫行為理論(Theory of Planned Behavior, TPB)暨網絡關係等，分別與本研究議題的結合。

一、影響 Web2.0 社群網站使用行為因素模式

科技接受模式(Technology Acceptance Model, TAM)提出之理論基礎起源於Fishbein and Ajzen於1975年所提出的理性行動理論(Theory of Reasoned Action, TRA)，TRA是一個社會心理學理論，以態度、主觀規範、與行為意願解釋、預測人們在特定情況下的行為(朱斌好等，2008：177)，總的來說該理論認為態度與主觀規範會影響使用者的使用意願。David依據TRA的基礎於1989年提出科技接受模式，除了外部變項對於內部態度信念及意願的影響外，並將TRA的相關變項做修正，導入兩個影響使用者使用資訊系統的重要變數，認知有用(Perceived usefulness, PU)與認知易用(Perceived ease of use, PEOU)兩項變數。其中，PU為個人相信使用特定系統強化其工作績效的程度。PEOU為使用個人特定系統不需費力的程度。以本研究觀察個案Facebook舉例言之，當使用者對於Facebook認為其有易於操作使用，並且容易學習，利用Facebook與他人交流，則Facebook就具有認知易用的特性，而人們在Facebook上交流的同時，如透過此一工具針對特定議題進行討論，可以增加討論內容的效率與充實度時，則表示Facebook具有認知有用的特性，在Facebook具有這兩項特性的前題下，根據TAM可以推論，使用者有意願接受此一新的網路工具，增加其使用意圖。David(1989)在〈Perceived

Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technologies〉一文以IBM員工為對像，對於編輯軟體及電子郵件少用調查TAM的接受模式，發展出TAM的基礎模行，認為有用性與易用性會影響實際使用情況。TAM理論提出至今，許多研究以此為基礎合併其他相關變數進行探討。

多數研究指出，知覺易用程度越高，則使用者對該網站的知覺有用程度也相對提高；同時，知覺有用與知覺易用程度越高，則使用者對該網站的使用意圖便會提升(Shen & Eder, 2009; Carter, 2008; 邱郁文、方國定，2003；Swaid and Wigand, 2009)。再者，也有相關研究指出，網路使用者本身的社會網絡也會影響該使用者對於社群網站的知覺易用與知覺有用產生影響(Lee, 2006)。茲將相關研究整理列舉如表2-6所示。

表 2-6 TAM 統計顯著路徑關係

研究者	TAM 統計顯著的路徑關係	外部變數
David(1989)	1. 易用性-使用意願 2. 有用性-使用意願	
蔡碧昭(2005)	3. 有用性-工作績效 4. 有用性-易用性-使用意願 5. 使用意願-知識分享	1. 群體智慧
Shen & Eder	6. 有用性-參與態度 7. 易用性-有用性 8. 參與意願-成員間互動	2. 群體智慧
Guo&Shim & Otondo	9. 熟悉/信任-有用性與易用性 -SNS 的使用意願	3. 熟悉 4. 信任 5. 網絡效應
Carter(2008)	10. 易用性-使用意願 11. 有用性/易用性-態度 12. 態度-政府與人民互動	6. 網絡效應
邱郁文、方國定(2003)	13. 易用性/有用性/-態度 14. 態度-成員間互動程度	7. 網絡效應

研究者	TAM 統計顯著的路徑關係	外部變數
Lee(2006)	15. 網站內容-有用性 16. 回應性-易用性-有用性 17. 有用性-成員間互動	8. 回應性 9. 網絡效應
Swaid& Wigand(2009)	18. 回應性-易用性	10. 回應性

資料來源：本研究。

綜上所述，經由相關TAM文獻的蒐集檢閱，可以歸納得知，David於1989所提出的相關假設，不論在預測或解釋能力均可以穩定的被證實與支持。由表中我們也可觀察到，影響科技接受模式的外部變數還包括網絡效應、群體智慧、信任等相關變數。本研究有關外部變數的設定將與後續實驗設計的操控變數有關，因此，除了透過文獻檢閱蒐集重要意義的外部變數外，本研究也將透過深度訪談析探出可供後續實驗研究的操控變數。

二、影響虛擬社群成員知識分享行為的因素與模式

對於知識的界定，許多研究者從不同的角度有其不同的表達與定義。Liebowitz & Beckman(1998)知識是一種情境、事實、例子、事件、規則、假設或模型，能夠對某一領域或是學門增進理解力或績效。Nonaka(1994)定義知識為真實的信念。Davenport & Pursak(1998)認為知識包括結構化的經驗、價值、以及經過文字化的資訊。基於上述對於知識定義的檢視，我們可以觀察到，知識本身並不侷限於某一領域的專業智識，知識的範圍更可以包含對某一事件的經驗、觀感與認知等。

為了增加TRA的預測能力，Ajzen(1985, 1989)以TRA為架構提出修正模式，稱為計畫行為理論(TPB)。除了原有影響行為意圖的行為態度與主觀規範兩個構面外，另外加入認知行為控制(Perceived Behavioral Control)一項，乃是考量在現實生活中的限制，可能會阻礙意圖的形成以及行為的執行，如圖2-4所示。TPB以三個階段來分析行為模式的形成過程：1、行為決定於各人的行為意圖；2、行為意圖決定於該行為的態度、行為主觀規範或認知行為控制等三者或其中部分的影響；3、傾向行為的態度、主觀規範及認知行

為控制決定於人口變數、人格特質、對事物的信念、對事物的態度、工作特性與情境等外生因素。

計畫行為理論指出，行為意圖係指個人從事某種行為的主觀機率，反應個人對從事某項行為的意願。行為意圖與行為之間存在高度的相關性 (Ajzen, 1991)。行為意圖受到「對行為的態度」、「主觀規範」、「感知的行為控制」等三項相關因素的全部或部分的影響。其中，「對行為的態度」是源自於個人本身，係指對於採行某項特定行為所抱持的態度，也就是一個人對人、事、物或行為所抱持的正面或負面看法。「主觀規範」是源自於外在，係指個人執行某一行為時，認為他的重要關係人，例如同僚、主管，是否同意或支持他的看法，也就是指個人從事某一行為所預期的壓力。至於「感知的行為控制」，則反應個人過去的經驗與預期的阻礙。當個人認為自己所擁有執行行為相關的資源或機會愈多時，對執行該項行為所感知到的行為控制就愈強。

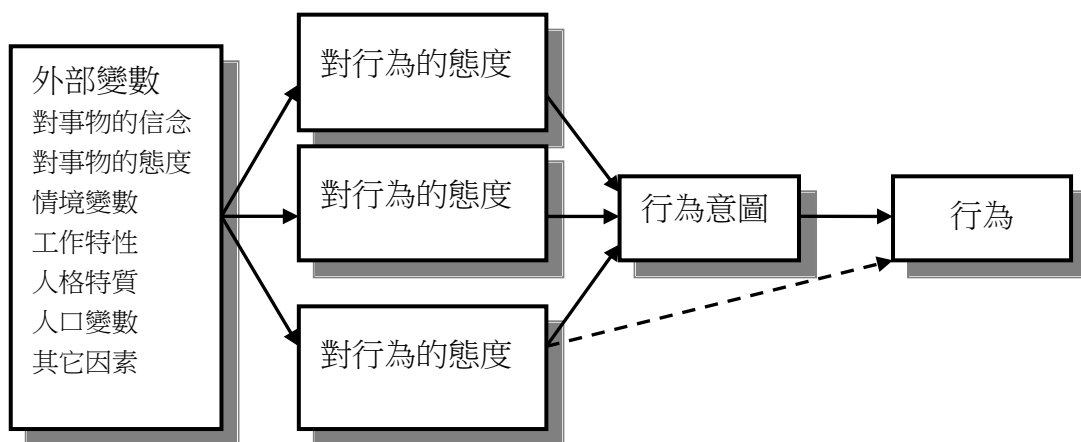


圖 2-5 計畫行為理論模式

資料來源：Ajzen (1989:252).

在資訊/知識分享相關研究中，主要可區分為兩種研究方向，一是技術面，另一為管理面。前者主要聚焦於探討如何設計新的技術來促進組織成員

間的資訊分享；後者主要探討是甚麼因素在控制成員的資訊分享行為(吳盛等，2007：83)。本研究即是針對後者管理面進行探究的實驗研究，亦即探討哪些外生因素會影響個人在知識分享的決策行為。至於如何辨識出具有重要意義的外生變數，除前此科技接受模式所得到的關鍵變數外，本研究也將回溯去年研究所得到的重要發現，以及本研究期初的訪談結果而來。

三、實體社會網絡對虛擬社群的影響

本研究認為，社會網絡的交往互動情形，亦即社會實體中人與人的互動關係對於虛擬社群應有其影響性。從社會學出發的社會網絡分析又是一門研究社會關係的學問，因此，社會網絡對於研究華人的社會關係應該具有重要的價值。不論從經濟社會學的角度亦或是政治社會學的角度觀之，兩個研究社群中對於社會關係與個人行為的研究議題都有相當成熟的發展。前者如社會學者Granovetter(1973)提出了在找工作過程中，一個人的弱連帶(weak tie)的發展能在求職的過程中得到更多非重複性的有用資訊，並繼之在1985年更提出了社會鑲嵌性(social embeddedness)的觀點，進一步的在理論上連結了社會關係網絡與經濟行為間的因果關係，認為當下的人際關係網絡(ongoing interpersonal relationship)中的某些因素，例如：規則性的期望、相互認同的渴求、互惠性的原則等等都會對行動者的經濟行為與行動產生重要的影響。而政治社會學領域的學者，主要著重在思考社會網絡關係，對於權力分佈與應用的影響。如Weatherford(1982)指出，要考察政治行為或政治態度，一個關鍵的因素是要考量政治決策的社會背景與社會關係網絡。而Zuckerman(1994)等人，則把選舉行為看做是選民在特定社會網絡中地位的反映，並從英、美的調查資料中，驗證了個人的親屬、配偶、家庭、朋友、鄰居與同事越具有相同的選舉偏好，則受訪者的選舉傾向就越與他們相同。

無論在經濟行為或政治行為的研究，相關的研究成果均支持了社會關係會影響經濟與政治行為。回歸到本研究的思考主軸，我們也可假設虛擬社群的個人社會網絡會影響其對參與虛擬社群的行為與認知，以及對於知識的分享等。但過往無論在經濟組織的分析或政治的網絡的研究，社會網絡分析的研究主題大多偏向於整體網絡(Whole Network)的研究設計，也就是有一

個明確的網絡範圍的研究主題，以個體網絡(Ego-central Network)為核心所發展的網絡分析方法相對較少。針對上述限制，郭敏華等(2010：3-5)針對開心農場的個案研究也注意到相同的困境。以往對於社會網絡的研究偏向於封閉性的網絡關係得探討，主要原因多係受限於研究工具的限制，因此，使得很多網絡理論或實證工具欲應用於開放式社會網絡卻顯得格格不入。基此，該研究乃整合不同學者衡量封閉式網絡的諸多構面，同時根據開放性網絡的重要構面，型塑適合衡量開放性網絡的指標構面。經整併融合後，共提出四項指標構面，分別是廣度影響性、密度互動性、管道方向性、同質凝聚性等。本研究主要研究對象也是虛擬社群上個體成員的開放性網絡關係，因此，對於參與成員的社會網絡衡量也將參採郭敏華等所提出的衡量構面。相關構面指標請參照表2-8所示。

第五節 影響Web2.0虛擬社群使用行為的公私實務檢視

本研究透過前此文獻檢閱已大致對於相關領域有一定程度的瞭解，再者，我們也將透過深度訪談，針對產業界、政府相關單位與學術界為對象，特別是對Web2.0及虛擬社群行為嫻熟的實務界人士及學術界學者，進一步從實務層面進行觀察，與前一節文獻檢閱而言，民眾在公私部門Web2.0網站上的行為差異。再者，進一步比較公私部門運用Web2.0時的運作本質有何不同？最後，從實務取向來論，立基於Web2.0應用的網站討論平台，該怎麼進行才會運作的有所成效？同時，藉由本節實務討論與前一節文獻檢閱過程，我們研擬出本研究所欲驗證的影響虛擬社群使用行為的評估架構、相關評估指標，以及實驗操作的刺激變項。

以下將分成：一、事實陳述，包括；二、態度與價值等兩部分加以說明。

一、事實陳述

事實陳述部份主要在透過深度訪談實務專家，由他們本身的經驗與觀察，析探出民眾在公私部門Web2.0網站上的使用行為異同。以下將區分為民眾在政府部門網站的使用行為檢視，主要概分為政府端與民眾端行為進行

說明；最後，總整檢視民眾在公私部門Web2.0網站上的使用行為異同之處。藉由異同之處的探究，我們可以瞭解到適用於私部門的技術與應用，若沿用至公部門將會產生甚麼樣的不同刺激與反應效果。也可從中歸納出重要的差異變數，作為日後實驗研究的刺激變項。

（一）民眾在政府網站的使用行為：政府端

政府部門自網路智庫營運開始到願景2020的運行，其實一直在強調與民眾間能築起一良好的雙向溝通管道。前此，研究團隊於陳敦源教授所主持的「Web2.0與電子治理的實踐：以『國家政策網路智庫』為例」之研究即透過量化驗證指出，在網路智庫的註冊會員中有高達五分之一的會員是想看政府機關如何回應民眾的意見。但在去年的研究中我們指出，由於在民眾高度期待卻得不到政府對等的回應時，不免失去一開始對於網路智庫建立初衷的熱情，而漸漸流失。在今年的訪談中，我們仍然可以從訪談者中，歸納整理出產官學界對於政府在Web2.0的價值層面上由其重要的互動溝通一項，仍然有其缺失，我們可以如此認為，政府回應性問題應不僅只於網路智庫，而是一種存在於政府結構體制中，類似基因性質的原罪。多數受訪者指出，由於官僚體制的結構，導致回應民眾意見時，須要有一套“流程”，藉以確保出去的回應是正確適當的，但一來一往的流程，卻也抹煞了民眾的期待。

官員想要回應網友的問題可能要經過簽核等各種程序才能發表，因此回應也不是，不回應也不是，更糟的是回應了，網友還會覺得這是官方的立場（A1-1：5）

那到最後我覺得一般老百姓最希望知道的是假使我進入這個平台，我一些事實的反應是否能夠得到回應，那這個回應就牽扯到同步式、非同步式的問題（B2-1：77）

然後你必須還要，必須要針對他們的一個所謂的提出來的一個問題有積極的回應性，像這回應性還不是說是以官樣的一個的一個答覆，而是說

必須要有實質性的內容（A2-1：31）

再者，也有受訪者提及，政府內部其實缺乏鼓勵官僚人員回應民眾的機制。

所以這就有這問題，這個問題的話所以很多這種類型會變成公事公辦，就是說你問我甚麼我就醫定回答你甚麼，我不會在更進一步的提供你一個資訊。這個部分除了是一個所謂的心態問題，更進一步來講在這個層級體制之下事實上我們沒有制度性誘因去鼓勵大家朝這方面做一些更有意義的事情（A2-1：37）

而在我們訪談的過程中我們也注意到一個現象，政府單位的同仁對於民眾在網站上針對政策所發表的意見，其實多持有質疑的立場。可能原因來自於，其認為民眾無法全觀性的觀察到政策議題的全貌。而本研究團隊對此現象則提出另一個觀點，亦即專業不對稱的問題。政府本身對於政策的專業資訊本就比一般民眾的瞭解來的深入，也因此，透過電子化參與的方式，大量提供專業資訊的給予廣大閱聽人，藉以消彌彼此間的資訊落差。但卻在這樣發展的過程中，官僚人員在心理上的接受還未來得及趕上行為上的執行，亦即在行為上已開始開放各種公民參與的管道，但在心理層面上是否有真正接受這樣的公民意識觀念，將是值得再深思的問題。

而且歸納出來的民眾建議太雜亂，可能也是造成難以回應的原因，大家針對政府的政策像瞎子摸象一樣，這個只批評鼻子，那個批評耳朵，那個批評大腿，對整體來講就很難歸納出具體的東西，所以我覺得論壇上的意見有時只能歸納出民眾情緒上的反應（A1-1：7）

民眾的討論往往會鑽牛角尖，其實對我們政策的形成幫助不大（A1-1：）

這可能就會回歸到一個循環就是說即使我把我的意見給院長，但是院長還是分給環保署來用，環保署還是依照他機關的一個立場來看待這問題，而不是用行政院的角度來看，如果那問題是真的很有水準的話（A2-1：36）

除了透過資訊的提供消除彼此間的數位落差之外，有受訪者提及，政府在提供資料方面可能未顧及到民眾是否能完全清楚明瞭資訊所要表達的內容。

而且我覺得還有一個地方可以思考，這些人他可以用民眾聽得懂的文字或者是語言去論述這個政策內容，你看像我們放很多這種東西上網絡，這個事實上是我們的文件（A2-1：23）

有可能覺得說他覺得這個所謂內容跟他所謂的資訊落差幅度太大，...那我想政府網站它、它它要維持的一個基本要務就是要維持所謂資訊上面的正確，那資訊上面的正確，它就有可能把一些所謂的非核心的資訊把它排除掉，像這些非核心把它排除掉，有時候就會導致就是說，它呈現資訊上面內容是屬於經過所謂的我們講，我不知道這個修飾好不好，就是所謂的就是文字修飾過的一個內容的話，這反而是讓民眾很不容易親近的一個、一個東西（A2-1：21）

如果你們議題是很專業的議題，那他們專業度不夠他們也很難去發表有深度的意見，所以其實我覺得這都是阻絕他發表意見的結果（C1-1：103）

同時在政府端這邊還有一個因素會影響民眾對於網站的使用，亦即註冊資料的嚴謹度問題。站在政策討論的立場來看，越嚴謹的個人背景資料對於政策討論而言將是較佳的，政府對於以真正公民角色的民意較會有回應的意願，相較於虛擬的社群人物，而且在民眾留下真實資料的社群環境下，討論的內容也將會被認為較具可信度，而不是流於一般情緒性的謾罵；但另一方面，這樣嚴謹的註冊性質，也在不知不覺中就隔絕了一些本來就對政府網站較沒動機的多數民眾，原本就對政府網站沒有過多的參與動機，倘若註冊程序又如此嚴謹的話，則會明顯影響群眾的參與意願。

而且須要留正式資料，大家也都非常清楚，你去論壇不是跟你講說不要留正式資料嗎，何況是留在政府的大家也都會怕，光這一點他就有一個麻煩（C2-1：123）

事實上，政府內部也有相對的例子可供佐證，在沒有嚴謹的發言註冊程序下，則參與討論的人數將會較多。

我們只是想讓民眾的意見能夠放在更適當的版面，使網友能夠很快找到關心的想了解的問題，又能讓議題聚焦，這樣下來對民眾的刺激我是覺得還不錯啦。因為很開放，又不審查，頂多只是移動位置而已，又不刪除（A1-1：6）

(二) 民眾在政府網站的使用行為：民眾端

民眾在政府網站上的留言易流於情緒上的發洩，而非有心於與政府討論相關政策議題。

例如民眾喜歡假借機會指桑罵槐，內容可能只有一句話跟議題有關，其他九句話都在批評政府其它事情 (A1-1：6)

受訪者也提及，政府網站其實也會給人一種不敢發表真正言論的觀感。

還有一個就是人民敢講真話嗎，在你一個官方的網站上面，我是不清楚說現在應該沒有什麼白色恐怖吧，但是過於官方的網站會讓使用者比較不敢發言是真的 (C2-1：128)

前此已曾述及，民眾有時對於政策議題較無一全觀角度檢視時，難免無法提出較為完整的政策觀點，而較易顯的片面與零散。

大家針對裡面的東西像瞎子摸象一樣，這個只批評鼻子，那個批評耳朵，那個批評大腿，整個東西對整體來講就很難有一個歸納出具體的東西 (A1-1：7)

(三) 民眾在公私部門網站上的行為異同：相同處

1、民眾的互動，不論公私部門網站均屬少數。

不論是公私部門，民眾在網路上與其他成員互動或參與討論的情形，均非屬活絡。亦即，在網路上與他人互動的情況，不論公私部門均屬少數。只是，與私部門相比，政府網站明顯來的偏低。

如果一百個人裡面有一個人，從比較會去提供資訊的人來講，一百個人裡面可能只有一個人他會提供正面或反面的資訊，一個資訊，不管怎麼樣都是這樣子的，因為願意講話的人說實話真的很少，真的很少，這樣其實反應在服務業上也是這個樣子（C1-1：107）

2、實體宣傳活動對於網站的拉抬效果，公私亦同。

我們發現一辦活動，流量都會提升，沒有辦的時候就降下來（A1-1：14）

可能在這個社會上具有領導性的這個人，經由他出來互動譬如說我們找那個阿宅宅神朱學恆，如果今天有個議題他不是太過於爭議性的，那我們可以找他合作辦一個譬如說什麼的一個活動，那它可能對他景仰的人它可能就會出來那我們只是背後支持的單位，然後我們在這過程中其實就可以藉由很多這樣的人，我覺得可以引起一個風潮（B1-1：54）

接下來是說你要用活動達到宣傳的效果，網路行銷的東西你要真對你的社群來做行銷（C1-1：101）

當然這跟宣傳有關，我幾乎很少去上電子化政府的東西（C2-1：119）

但倘若政府因經費限制，無法挹注經費從事網站宣傳活動，則可考慮透過政策議題本身的趣味性(如搭配社會脈動)誘使民眾參與。

你是必要用些手段你純粹運用網路行銷手法的話就比需議題的名稱要有趣，沒有趣的東西很難引起共鳴，其實如果他要去經營這些東西，以公部門來講他其實不需要時間，他其實政府各個單位有很多案子可以去運用的活動，他只要去各個單位協調一下就可以了（C1-1：101）

然受訪者也進一步指出，以議題方式做為宣傳手法的效果，較不顯著。

所以就經營上來講宣傳無法避免，你還是要去做這件事情，不能只是靠議題的掌握，因為宣傳的速度跟效果太慢了，一般來講可能經營了一個月兩個月沒有人就是沒有了（C1-1：102）

（四）民眾在公私部門網站上的行為異同：相異處

- 1、對於政策議題資訊公布的正確性與嚴謹性的要求，不免令政府網站顯得較為嚴肅，與私部門操作手法迥異。同時，由於政策議題在本質上對於正確性的要求，難免就會與快速的且即時無誤的回應有所衝突。

（1）公部門經驗：

公部門講究的是負責任、資訊要正確、要有公信力，有時在流程上會耽誤時效也在所不惜，希望一板一眼的民眾挑不到毛病，所以就會比較小心翼翼，民間的彈性比較大，我感覺最大的差別在這裡（A1-1：13）

(2) 業界經驗：

所以其實暗樁是有必要的，那言論的部分不需要太，一開始的部分不需要太理性，對，你根本也不需要太理性。那你太理性的東西，你講要理性沒有錯，但是你當大家覺得你都對的時候，那就沒有任何意見了阿，對阿 (C1-1：108)

2、就主管階級運用 Web2.0 網站而言，同樣身為公私部門的主管層級，但在運用 Web2.0 網站進行行銷活動上，卻有不一樣的觀點。

(1) 持中立立場者

持中立立場者認為，政務首長本身運用 Web2.0 與民眾間進行互動的做法，其成效端看政府首長本身的心態而定。當首長內心真正接受這是一個與民眾溝通的管道時，則這樣的網站較會得到成效，相對的，若政務首長本身的心態就不如此認為，則這樣的網站僅是徒增事務人員一項業務而以。

另外還要看政務官的立場，有些政務官比較開放，認為網路上正反兩面的討論是正常的，反而可以讓民眾得到一些疏導，意見得到回應，藉論壇來看民眾怎麼想。有些政務官就覺得好可怕，所有的政策好像被拿出來攤在太陽下，讓大家七嘴八舌任人攻擊，會覺得負荷不了 (A1-1：9)

(2) 持贊成立場者

然後回到老師你剛剛講院長這部分，我覺得是非常可行的，甚至是降到各部會的首長這都是很可行的，但是就是要說服他們，而不是用院長的

命令，就是說因為如果是用院長的命令可能某種程度有一部分的機關會公辦公事的一個問題（A2-1：34）

（3）持反對立場者

那政府有很多單位阿，很多政令阿，我覺得那個平台就不太適合這樣去做，那當然我今天我這樣用，你如果所有手掌去建立自己的Facebook然後各自去發言，這樣也不太好阿，我是希望是統一的（B1-1：51）

一、態度與價值

上述討論者主要聚焦於民眾在使用公私部門Web2.0網站時，三方之間所可能會有的行為互動狀況。對於民眾在使用公私部門產生這樣的行為差異，我們認為可能原因來自於一種公私的本質互異下，所產生的行為變異。因此，本研究將進一步討論，公私部門在運用Web2.0時的本質差異究竟為何？再者，未來政府部門若要有效執行Web2.0的政府網站時需要注意哪些成功要素？

（一）政府運用 Web2.0 的本質反思

1、由於媒體對於政府的監督角色，因此政府網站也往往會受到各方媒體的關注。

所以我們被迫再將議題做分類，所以曾暫停一天，那時候馬上就有記者來問是不是有什麼考量，或是有什麼問題，其實都不是（A1-1：6）

2、公私部門間的協力關係（委託外包）。

（1）受託者難以有效詮釋政策意涵

所以我覺得網路論壇要委外其實不太容易，原因在於很難控制的品質，還有委外做出來的東西（A1-1：11）

即使只是說現在有一些機關他會運用行銷或者是請外面廠商來，來做一個轉換的動作，可是我覺得這種的一個方式，好像也會產生一個問題，就是外面的廠商它懂得那個技巧以後，但是他沒有辦法把那個內容很有效的詮釋成民眾可以去理解的內容（A2-1：29）

（2）網站硬體設備與網站內容的經營相互牽制

網站這種東西常常會有一種情況，就是網站日積月累，功能增加、資料增加，已經形成龐大又複雜的網站平台，而這時年度經費都只有固定的維護或功能增修費用，用這樣的經費想要吸引其他廠商來經營一個既有的網站很難，因為無法掌握前一個開發廠商所設計的後台的管理程式，後果可能就是要重新規劃設計，系統要移轉，不但廠商累，發包單位也累，操作的同仁還要重新接受教育訓練（A1-1：12）

但也有受訪者認為，由於政府成立的網站過於具備官方色彩，導致一開始就無法引起民眾的興趣，基此，倘若政府要以Web2.0來達到與民眾間的溝通效果，也可以“完全委外”，將自身排除於管理者的身分，唯有放棄政府色彩，這樣的困境才會有所轉變。

這個腳色本身就不是合扮演管理者個角色，官方味道太重了，有很多東西，其實你那邊會有顧慮，沒有辦法暢所欲言，大家只要看到官方的東西都會覺得，不太會想去做一個比較明確的回應，很少會這樣做，有的話也可能在罵而已，所以這個東西我覺得是先天上的問題，如果真的要做的建議是盡量委外，身份隱藏起來（C1-1：104）

進一步闡釋受訪者在這裡所謂的委外，不見得是政府業務中的行政或事務委外，其意指一種透過他人的方式，代為經營政府網站，而政府則可處於一種旁觀者的角色，觀察網站使用者如何檢視自己所提的政策議題，同時民眾所迫切亟待政府立即回應的問題，也可透過此方式有所轉換。

如果他參予其中的時候，它就變成另外一種負擔，他要背負民意對他的期望，你要，我覺得你要跟這個切割開來，因為你不切割開來的話你就要背負沉重的壓力，那你一切開來的時候你就沒有那個壓力，你是旁觀者，那既然在大家都不曉得的情況下，你可以很輕鬆的去看這些事情，因為你不需要幫他解決任何回應（C1-1：112）

3、公私部門對於「轉載」本質的認識互異。

網路的東西，就像我們裡面有一個會員他其實是在某網站轉貼這個活動，他裡面就很緊張，這個訊息會渲染出去然後影響它整個計畫，他還希望她們把那個東西刪掉，這是很誇張的一件事情，因為我們來講我們覺得有點不可思議，因為有人幫你轉這是很好的事情才對，怎麼會把它拿掉，但他們顧慮的是另一層，就是圖利廠商如果太徹底，範圍太大然後所有人都知道的時候，難免就會有人去質疑這個問題（C1-1：105）

(二) 政府運用 Web2.0 的無奈之處

1、「政府」角色本身所帶來的刻板印象。

(1) 民眾感到政府的回應會帶有官方立場。

網站只要以政府或官方出面，很容易在效果上打折扣... (A1-1：5)

問：你相不相信政府的很多東西，到底是因為它本質就不吸引人，還是因為我們不敢把它包裝的很吸引人，你懂我意思嗎？

答：我懂，我會比較傾向於前一個說法 (A2-1：21)

可是這些東西不見得可以直接應用在政府，因為政府他有一些問題跟一般民間的不太一樣，他可能牽扯到政府代表公家單位，有些事情的一些回應之類的，他可能有代表官方的這個色彩 (B2-1：75)

政府單位他不是不能有任何，在這裡面是不能去顯露他本身官方的一個角色，對，因為你只要顯露你是官方的角色，其實大家會有刻板印象啦，我為什麼要跟你講 (C1-1：111)

(2) 政府網站常會令民眾感到是一個不自由、不開放的網路平台。

可是當如果你用 web 2.0 的東西，你把權力下放出去，把要討論的議題丟出去，把言論的部分，你不去限制他們的一個言論的時候，其實他是，他的東西，他的互動會在於，自由開放的一個機制下，產生他的一個效果出來。對阿，所以其實我覺得這個是政府自己本身的一個問題，他不能，他不能 (C1-1：108)

還有一個就是人民敢講真話嗎，在你一個官方的網站上面，我是不清楚說現在應該沒有什麼白色恐怖吧，但是過於官方的網站會讓使用者比較不敢發言是真的（C2-1：128）

2、官僚體系的層級節制阻礙了運用 Web2.0 所意欲產生的價值。如需透過雙方互動所衍生的群體智慧、網站使用者有意願與政府分享對於政策議題的看法等。

（1）跨部門間的整合問題，包括了：

官僚體系內部，部門與部門之間的整合，

譬如說你它需要很多部門跨部門的整合，那問題是說大家建自己的系統，那怎麼整合，很麻煩你知道，那資料的傳遞，很多時後就變成最後還是用紙本公文（B1-1：58）

以及，業務單位與執行單位之間的意見衝突。

我們經營政府網站的都希望內容能夠豐富，所以也想把民間的一些資訊都納進來，做一些參考或延伸服務之類的，但是有些人就會反對，尤其業務單位就會反對，他們會覺得那些內容模糊了政府的政策方向，要不然就說民間的資源太雜太亂，有些觀念也不見得正確，所以他們不希望有太多訊息在裡面（A1-1：12）

（2）官僚體制結構與內在官僚人員的內心衝突

答：對，這是一個很大，因為它等於說政府的一個所謂官僚層級體系，它限制了政府的資訊再被去引用或者是創新的一個可能性。

問：尤其是裡面的人。

答：對，這個是它很，我會覺得是說是個很嚴重的問題，因為事實上一個所謂的成功，或者是可成熟的一個論壇網站，必需要一個很有心的經營者去經營這個東西，但是這個所謂的有心或者是熱情並不是跟所謂的目前的一個所謂在階級層級裡面的一個工作是成對比性的（A2-1：26）

（3）政府的心態問題

他會先從所謂的不犯錯的角度的前提下去看這個東西，然後再去思考說這個東西會不會帶來效果（A2-1：27）

回過頭來台灣政府有這樣大的勇氣或決心來仿效美國、英國政府，每天交出一個成績單讓老百姓去紀錄嗎？（B2-1：80）

應該講不是還沒有準備好而是他們的態度就不是WEB得態度，因為政府機關在做事上來講，所有的決策比叫算是自我決策，就是自己關起門來決策這種形式，那Web2.0一個基本的原則是我把權力放出去，應該是這樣子，但實際上政府他不做到這一點，他可能在主導某些議題的部分（C1-1：105）

（三）成功促進 Web2.0 虛擬社群網站討論行為的因素

1、政策議題跟著人走的網站經營方式。

(1) 以格主方式經營較會引起民眾興趣

會，有一個格主盯著，會對於不符討論主題的作處理，或謾罵的情緒上的攻擊那類的先排除掉，第二個是格主可以適度的讓發言，能夠集中在特定的主題上，而不會把議題倒向旁枝末節，而把網民的注意力分散掉 (A1-1：8)

那我會覺得說像如果是說政策或者政治的角度去看所謂民眾對一些所謂論壇比較感興趣的地方，我觀察到一個現象好像是說民眾會針對一個東西比較感興趣，對於人經營，以人為主軸的網站 (A2-1：23)

我覺得反而是透過那個KEY MAN，再讓她很多的議題不要嚴肅，那這就是我們在談的公私WEB2.0可能最大的差異，那我們所謂私人的WEB2.0真的是好輕鬆，互相關懷互相關心，我覺得差異性最大的是在這個地方 (E3-1：143)

(2) 透過格主對於政策議題的詮釋，可轉化為民眾較為接受的說法

譬如有一些假設找到某一個知名的作家他對這個議題他也有研究他也滿有興趣，可是他這個比較溫和的議題不會有太大的爭議的，那也許可能從這些人慢慢慢慢，經由這些offline的活動，然後我們可以在現場作促銷阿 (B2-1：54)

對，沒有中間人，或許是說沒有一個所謂的政策再詮釋者 (A2-1：24)

而格主(政策再詮釋者)的選擇必須具備下列兩項特質：

特質就是要熱心，而且對議題有深入研究，至少要了解，但也必須能夠EQ很高，民眾的反應要很平順很溫和的去答覆（A1-1：8）

2、政策議題設定問題。

（1）政策議題要能與民眾切身

但是我覺得你要讓這2.0的平台或政府這個平台能夠讓人有意願進去的話，是牽扯到我個人自身的利益（B2-1：78）

政策我會去看，其他的我可能就不會看，跟農民有關的，ECFA可能吵很久，坦白說我沒有特別關注，因為那個離我有點遠，而且電信業離那個有遠這樣子，所以我就不太在乎，我想很多人會是這樣子的（C2-1：131）

（2）政策議題要能跟的上社會脈動

就剛好那個時段點是社會關注焦點，他就可能會有所謂有去看的熱性，但是一般網站內容非常少有那種所謂時機點的問題（A2-1：40）

你是必要拿目前在線上人家真正的再討論這件事情，因為妳在討論的東西雖然是目的性，但沒人關心我想很難去達到這種效果（C1-1：103）

(3) 政府不干涉政策議題的篩選

對，不要去，他不能去篩選那個議題，不應該去篩選議題。因為他一篩選議題，他一定會選擇他想，因為這個東西就是，我覺得這是政府他長久以來的問題，當他做篩選的時候他一定會去考慮一件事情，哪個題目對我來講比較安全，或是哪個題目對我來講是我想要的東西，這個樣子的話就失掉整個可觀性了（C1-1：110）

(4) 未來以 Web2.0 網站促進與民間對於政策議題的參與討論時，網站成立的目的切誤將網站使用者置於“一般大眾”，而是應將焦點置於與政策相關的利害關係人為主。

而是說你應該去經營跟你這個政府方面，這個政府政策相關的這個政策利害關係者這群人，他們共同來經營這樣的一個東西，我覺得那樣會有一個差距就是說一般民眾他可能是看資訊的人，可是如果是這些政策利害關係人或是團體它是持續的去、去去keep這個議題（A2-1：31）

3、其它影響成功促進 Web2.0 虛擬社群網站討論行為的因素。

(1) 「數位落差」會影響虛擬社群成員參與討論的動機

也許他譬如說他5、60歲的人可以打電話進去罵什麼的，可是你叫他用網路進去互動 可能他的興趣不是那麼高（B1-1：45）

(2) 「政治參與」會影響虛擬社群成員參與討論的動機。此觀點也呼應了前此本研究於文獻檢閱中所提的實體網絡活動，將會影響虛擬社群的

參與行為。

你說像我們，因為我們網路用的很多，可是我對政治議題比較不會積極參與，所以變成很多層面，這個人他願不願意使用這個，他對於政治的參與越熱度是不是很高，它本身有沒有熱誠去參與這樣的活動，也會影響到使用者平台（B1-1：45）

所以這就牽扯到人民的認知，他認為他不會有太大影響力的話可能就不會...（B2-1：81）

（3）「網站娛樂性」會影響虛擬社群成員參與討論的動機

我會認為說時是上民間的網路論壇或者是政府的網路論壇，從如果是從使用者的角度來看，最在乎的是那個網站裡面政府是提供什麼樣的內容是怎樣感興趣的地方，無論是文字、圖片、聲音、影像等等（A2-1：20）

（4）「效用價值」會影響虛擬社群成員參與討論的動機。亦即參與這個虛擬社群的討論對於使用者本身的有用性程度而言。

那效用的加值，他在裡面今天這個，去幫助別人在社群裡面建立他的知名度之後，可能對他生涯會有幫助（B1-1：47）

（5）「社會互動性」會影響虛擬社群成員參與討論的動機

那另外我們從social capital 社會資本的角度去看，那社會資本他可能有social interaction跟別人的互動，跟別人互動的緊密程度，那其實像現在社會有些人平常跟周遭人互動不多上網跟人互動很多，因為我們平常進去看，晚上十點十一點，都有大概七八百人在線上，因為它會顯示線上人數，參加的人還蠻活躍的，所以social interaction，還有跟別人互動建立關聯的緊密度（B1-1：48）

（6）「信任」會影響虛擬社群成員參與討論的動機

對啊，越sensitive的東西，你如果在建構一個平台給他們做這個保證其實就很重要，那尤其在技術上可行也不行，你要讓他真的可以trust你，資料蒐集進去到最後反而他不願意上來發表個人意見，所以這也是一個問題（B2-1：93）

針對上述對於Web2.0應用於電子治理中虛擬社群使用行為的相關深度訪談分析，我們可以綜整如下表所示。

表 2-7 訪談分析歸納綜整

事實陳述部分		
議題	項目	次項目
民眾在公私部門 Web2.0 網站上的行為差異	民眾在政府網站的使用行為：政府端 (1). 政府回應性較延遲，且內部欠缺鼓勵回應機制 (2). 政府對於民眾意見有時會有所質疑 (3). 政府網站的註冊資料過於嚴謹，在一開始就抹煞	民眾在政府網站的使用行為：民眾端 (1). 民眾的意見易流於情緒性發洩 (2). 民眾可能在對政策議題並未完整瞭解的情況下，將導致所發表的政策意見較不全觀

	了民眾的參與動機 (4). 政策議題所提供的資訊似太過專業，形成一種專業不對稱的窘境，也間接造成民眾發言的困難	(3). 政府官方網站的形象，會阻礙民眾發言的慾望
	民眾在公私部門網站上的行為異同：相同處 (1). 不論公私部門，民眾發言討論的情形均屬少數。 (2). 公私部門網站均需實體的宣傳活動	民眾在公私部門網站上的行為異同：相異處 (1). 政策議題的資訊公佈，必須顧及確實與公正，難免與私部門議題性操作方式有所差別，也因此，難以激發民眾發言的動力 (2). 私部門回應性較高 (3). 在以行銷為前題的情況下，私部門的主管可透過 Web2.0 網站進行理念或產品的推廣；但反觀政府部門，政府相關首長似乎不適合以相同方式為之。但針對這樣的說法也有受訪者持相反意見。
態度與價值部分		
議題	議題	議題
公私部門運用 Web2.0 的本質差異：以私部門為對照組。	政府與 Web2.0：反思 (1). 政府網站也會受到各方媒體關注 (2). 委託廠商與政府間的關係 A、難以有效詮釋政策原意 B、硬體設備與網站經營相互牽制	政府與 Web2.0：無奈 (1). 政府角色所帶來的刻板印象 A、政府回應令民眾感到官方立場 B、常會令民眾感到不是一個自由開放的場域

	(3). 公私部門對於轉載的看法相互歧異	(2). 官僚體系所帶來的阻礙 A、跨部門整合問題 B、層級結構與內部人員心理衝突 C、政府的心態問題
有效促進 Web2.0 虛擬 社群網站的 使用行為	(1). 建議跟著人走的網站經營方式 A. 以格主方式經營較會引起民眾興趣 B. 透過格主對於政策議題進行詮釋，可轉化為民眾較為接受的說法 (2). 議題的設定問題 A. 議題要能與民眾切身 B. 議題要能跟上社會脈動 C. 政府必須不干涉議題的篩選 D. 議題的討論切勿將焦點著重於一般大眾，而應該以與議題相關的利害關係人為主 (3). 其它影響虛擬社群成員參與討論動機的因素 A. 數位落差 B. 政治參與 C. 網站娛樂性 D. 效用價值 E. 社會互動性 F. 信任	

資料來源：本研究。

第六節 Web2.0虛擬社群使用行為的評估架構

以上本研究透過文獻檢閱的方式，對於科技接受模式、計畫行為理論以及社會網絡等概念與模式進行文獻上的檢視，同時，本研究也透過深度訪談，進一步瞭解產官學界在實務上，對於民眾在公私部門Web2.0網站上的使用行為差異，另一方面也運用深度訪談探究公私部門之間在運用Web2.0時的本質異同，透過本質異同的比較，我們更能瞭解為什麼產生上述使用者在公私領域間會有不同的行為變異。最後，我們也透過深度訪談的方式，借重產官學界的實務經驗，提出未來若要成功促進Web2.0虛擬社群網站討論行為的相關因素。

至此，本研究透過上述文獻檢閱以及實務經驗的深度訪談，同時參採2009年由行政院研究發展考核委員會委託陳敦源教授所主持的「Web2.0與電子治理的實踐：以『國家政策網路智庫』為例之評估研究」，該研究透過深度訪談指出：1、政府對於網站內容的回應處理，會影響虛擬社群成員對於該網站的使用意願；2、對於虛擬社群在網站上所討論得意見，應透過整理歸納的方式，協助民眾在網站上所討論意見的聚焦，並進而尋求出網站成員對於該議題的共識所在。在該研究中也透過量化實證的方式，驗證Web2.0價值層面的指標變數對於提升電子化參與的影響，實證結果顯示倘若社群網站會依據使用者的網路使用需求進行網站內容的改善，以及網站必須令使用者感到極為便利這兩項變數對於電子化參與具有實質的顯著影響。¹¹自此，本研究整合本章對於文獻檢閱暨深度訪談的發現、以及去年的研究成果，概可歸納整理出三項影響網路使用行為的操控變數，分別是網站經營者的立場、網站內容的處理方式，以及使用者本身的社會網絡等三項因素等。

¹¹使用者極為便利中主要包括資訊內容是否充足、豐富，網站所提供的資訊是否是網站使用者所需要的；網站介面的設計是否協調等；網站功能的設計上是否容易操控，設計是否簡單明瞭；網頁得載入速度以及穩定度；網站所賦予使用者的安全程度，個人隱私是否會受到妥善的管理，在網站上的發言是否受到足夠的資料保全；最後，網站的管理能切實、即行的解決我所遇到的問題等等。

(一) 網站經營者立場模式

網站經營者的立場一直以來是政府運用Web2.0時的一大困擾，畢竟政府人員在網站上所參與討論意見對於人民來說都是一種立場的表態，且是政府的態度立場。也因此，我們可以看到前此由行政研究發展考核委員會所建立得國家政策網路智庫，在多數註冊會員中以每月上來一兩次者居多，佔所有受測者的三分之一；再者，問及瀏覽時間時，有高達84%的受測者選填半小時以內(陳敦源等，2009：225-226)。對於這樣的發現，本研究團隊欲透過實驗調查的方式，實際觀察對於政策議題有明顯立場與否，是否會對虛擬社群使用者產生網路使用行為與認知上的差異。

1、 網站內容經營模式

網站內容的處理模式又可區分成兩類，一為討論議題類型，二為網站討論內容的處理等。受訪者指出虛擬社群網站上的討論議題，需要與虛擬社群使用者較為切身相關的議題為主，如此可增加網站使用者參與討論得意願。再者， 虛擬社群上的討論互動，若相互得不到彼此對討論意見的回應，則會降低網站成員繼續涉入該網站議題的討論意願，更有可能會使得虛擬社群成員不再瀏覽該社群網站。因此，本研究將以討論內容的處理模式做為操控變數之一，藉此觀察不同的網站經營者對於網站討論意見的處理模式，對於網路虛擬社群成員得網路使用行為與認知所產生的差異。

2、 社會網絡

前此已提及華人社會實是一種社會關係網絡，而經濟社會與政治社會領域對於網絡關係的研究也獲得相當的證實。因此，本研究也將社會網絡概念帶入影響虛擬社群成員網路使用行為與認知的重要操控變數之一。

最後，在科技接受模式(TAM)中許多實證研究表示，除了易用與有用性會影響使用易圖之外，信任亦是一個影響的因素，例如Guo & Shim & Otondo在 *Social Network Services in China An Integrat Hsu ed Model of Centrality, Trust, and Technology Acceptance*一文中指出，熟悉性與信任兩項因素會實際影響到一個虛擬社群的易用性與有用性。此外亦有許多針對信任與使用行為所做的實證探討，吳亞馨針對(網路購物信任與科技接受模式之實證研究)得出購物網站的「信任」正面影響「知覺有用」和「使用意願」，

即消費者對該購物網站的信任程度提高，便會認為網站的使用介面是有用的，也會增強對其使用意願，其表明「信任」正面影響了「使用意願」與「知覺有用」，因此，在網路交易上，信任亦非常重要，而增強信任的途徑，除了可以提高「熟悉基礎」信任與「制度基礎」信任(吳亞馨等，2008：141)。Cynthia提出網站上個人的信任將會正向的影響個人網站的使用行為，個人的信任將會與易用性與有用性有正向關連(Cynthia.et，2009：12)。

論述至此，本研究依據研究目的，共可建構出兩個主要的研究模型，一者以科技接受模式為基礎，另一為計畫行為理論為主。前者乃是觀察在本實驗設計的操控變數下，對於網路使用者的行為與認知的影響；後者是觀察相同的操控變數，對於虛擬社群成員的知識分享行為的影響。而兩個研究模型的外部變數相同，均是本研究透過深度訪談、文獻檢閱所確定的三個外部變數，分別是網站經營者立場、網站內容處理模式以及社會網絡等。圖2-6及圖2-7乃係本研究的兩個基礎模型。

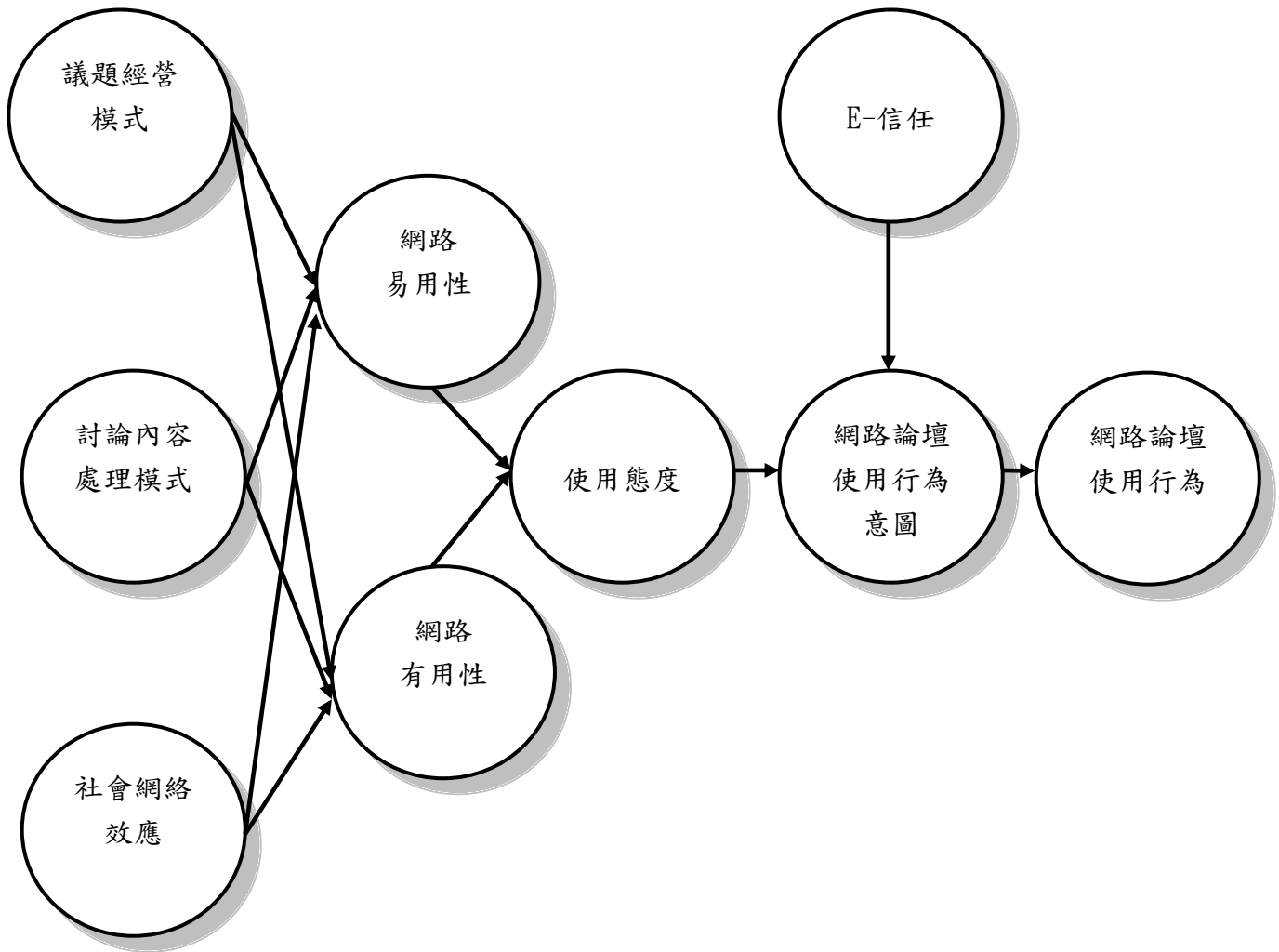


圖 2-6 Web2.0 虛擬社群使用行為與認知模式

資料來源：本研究。

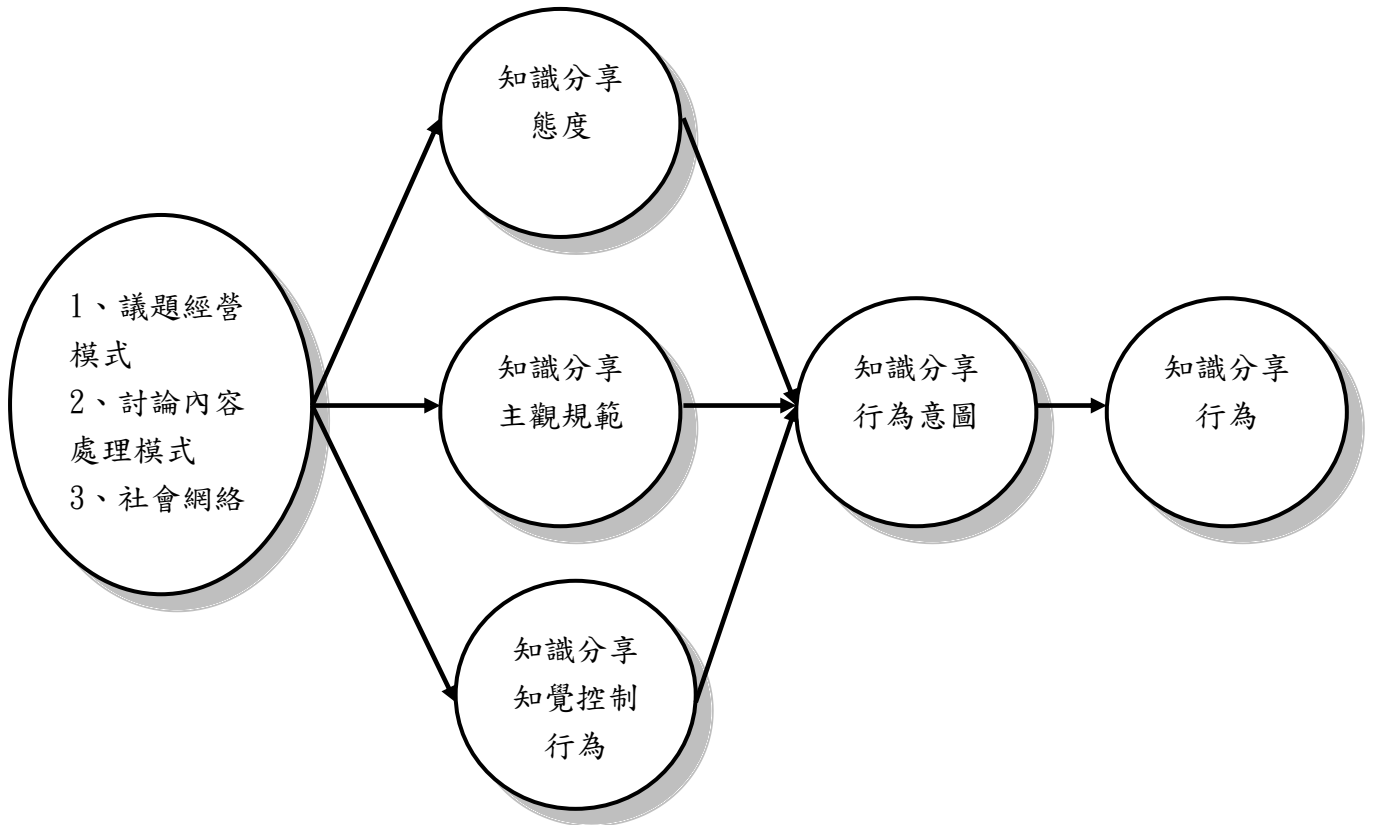


圖 2-7 Web2.0 群體智慧行為理論模式

資料來源：本研究。

上述兩模型中所指涉的概念操作化請參閱表2-8、2-9、2-10所示。

表 2-8 社群網站使用行為與認知構念

構念	概念	定義	測量指標	來源	原題組信度
社群網站使用行為	使用行為	上網參與社群網站的行為、次數	1. 過去一個禮拜內，我參與虛擬社群的討論有幾次(由網路觀察計算次數)	Chu, P.-Y., & Chiu, J. F. (2003).	--
社群網站使用意圖	使用意圖	參與社群網站的意願程度	1. 我願意使用該社群網站的服務功能 2. 未來我願意使用該社群網站獲取政府提供的相關資訊 3. 未來我願意使用該社群網站作為與政府溝通或進行互動的管道 4. 相較於其他管道，未來我更願意以該社群網站的方式與政府接觸 5. 我願意推薦該社群網站給我的朋友或親人	Venkatesh, 2003.	--
社群網站使用態度	使用態度	個人對於參與社群網站的正反面感覺程度	1. 整體而言，我認為使用該社群網站的討論功能讓我很滿意 2. 我使用該社群網站的經驗是開心愉快的 3. 我覺得使用該社群網站對我是有益的	Venkatesh, 2003.	--

構念	概念	定義	測量指標	來源	原題組信度
社群網站使用者認知信念 (易用性)	易用性	個人相信參與社群網站不需費力的程度	1. 學習使用該社群網站的功能對我來說是容易的。	Davis, 1989; Venketesh et al, 2003.	0.94
			2. 對我來說，熟悉該社群網站的使用是容易的。		
			3. 我很容易運用該社群網站去做我想要做的事。		
			4. 該社群網站提供的互動方式是具有彈性的。		
			5. 該社群網站提供的互動方式，清楚且容易瞭解。		
			6. 總的來說，該社群網站是容易使用的。		
社群網站使用者認知信念 (有用性)	有用性	個人相信使用社群網站可強化其工作績效的程度	1. 該社群網站能夠讓我快速的對政策議題有完整的瞭解	Davis, 1989; Venketesh et al, 2003.	0.98
			2. 使用該社群網站能夠縮短我取得政策資訊的時間		
			3. 使用該社群網站能夠增進我與他人談論政策議題時的內容		
			4. 該社群網站的使用讓我對政策議題的本質有清楚的認識		
			5. 使用該社群網站讓我更容易瞭解政策議題		
			6. 整體而言，使用該社群網站的政策討論對我來說是有用的		

構念	概念	定義	測量指標	來源	原題組信度
信任	人際信任	表個體內在驅使其信任他人的趨力。如同再與他人建立關係之前即對人有著一股信賴感。	1. 一般而言，我對人是相信的	Gefen, 2000. Chen, Y.-H. 2008.	0.722
			2. 我相信人們是可以信賴的		
			3. 我普遍相信他人，除非有其他原因促使我不這麼作		
			4. 我普遍相信人性		
	隱私保護制度	網站管理者有必要去制度化的解釋將如何取得、蒐集與使用網站註冊會員的個人資訊。	1. 我擔心該社群網站會在未經許可的情況下透露我的個人訊息	Liu et al., 2004. Chen, Y.-H. 2008.	0.826
			2. 我關心該社群網站如何運用我的個人資訊		
			3. 我擔心該社群網站會將我的個人資訊轉售給第三方		
			4. 我關心該社群網站要蒐集我個人哪些資訊		
	社會臨場	個體對於與他	1. 當我參與該社群網站時，我可以感覺人的溫暖	Gefen and	0.6423
			2. 當我參與該社群網站時，我可以感覺人的敏感性		

構念	概念	定義	測量指標	來源	原題組信度
	感	人互動環境中的人際互動感知。感知程度決定於個體對於熟悉以及縮短心理距離的特性而定。	3. 當我參與該社群網站時，我感覺到是一種人性化的接觸	Straub, 2004. Chen, Y.-H. 2008.	
			4. 當我參與該社群網站時，我可以感覺到一種社交性		
	信任信念	意指使用者認為他們在網站上所提供的個人資訊受到保護與安全的主觀機率。	1. 一般而言，該社群網站是可信的	Moorman et al., 1993 ; Garbarino and Johnson, 1999; Mcknight et al, 2002. Chen, Y.-H. 2008.	0.7933
			2. 我感覺該社群網站的其他成員是可值得信賴的		
			3. 由該社群網站所提供的資訊是可信賴的		
			4. 該社群網站提供專業的資訊		

資料來源：本研究。

表 2-9 群體智慧

構念	概念	定義	測量指標	來源	原題組信度
知識分享	知識分享態度	參與者願意在社群網站上將相關資訊與其他人分享的態度誠度	1. 我認為在該社群網站上與其他成員分享政策資訊是一個很好的方法	Ajzen, 2002. 蔡碧昭, 2007。	0.95
			2. 我認為在該社群網站上與其他成員分享政策資訊, 可以解決我的問題		
			3. 我認為提供政策資訊在該社群網站上與其他人分享是很值得推廣的		
			4. 我願意在該社群網站上與其他人分享政策資訊		
			5. 我喜歡在該社群網站上與其他人分享政策資訊		
	知識分享主觀規範	參與者之朋友對其進行資訊分享行為的影響程度	1. 因為其它社群網站的成員都使用該社群網站分享資訊, 所以我也使用	Ajzen, 2002. 蔡碧昭, 2007。	0.836
			2. 因為我其它虛擬社群的朋友希望我使用該社群網站分享資訊, 所以我才使用		
			3. 虛擬社群的其他成員認為我應該使用該社群網站分享政策資訊的想法對我有很大的		

構念	概念	定義	測量指標	來源	原題組信度
			影響		
	知識分享的知覺控制行為	參與者知覺有能力使用、操作社群網站，或在社群網站上進行資訊分享行為的程度	1. 我可以自己掌控政策資訊的分享行為	Ajzen, 2002. 蔡碧昭，2007。	0.919
			2. 我知道如何使用這個社群網站與其他人分享資訊		
			3. 我可以自己決定是否要在該社群網站與其他人分享資訊		
			4. 我可以依照自己的意願去執行資訊分享行為		
	知識分享行為	參與者在社群網站上所從事的實際行為	1. 過去一個禮拜內，我在該社群網站主動提供意見次數有幾次(由網路觀察計算次數)	Chu, P.-Y., & Chiu, J. F. (2003).	--

資料來源：本研究。

表 2-10 社會網絡效應

構念	概念	定義	測量指標	來源	原題組信度
社會網絡	廣度影響性	指以某一個體為中心的開放性網絡，其涵蓋個體數目的多寡。	請問在一般情況下，一天您平均跟多少人接觸(包括點頭、打招呼、講話、打電話、寫信、透過電腦網路，無論認識或不認識的，都算在一起)？	郭敏華等，2010；Freeman, 1979; 蔡勇美等，1987。	--
	密度互動性	結合連帶與接近中心性的概念。連帶意指各體互相連結的基本單位，一般以互動頻率、親密程度、關係持續時間與互惠性等來衡量。	在一天中所接觸的親朋好友中，接觸頻繁者(包括講話、打電話、寫信、透過電腦網路溝通等)平均有幾人？	郭敏華等，2010；Freeman, 1979; 蔡勇美等，1987。	--
	管道方向	係將諮詢網絡、情報網絡與情		郭敏華等，	--

構念	概念	定義	測量指標					來源	原題組信度
	性 ¹²	感網絡結合中介中心性的概念所形成。中介者常常是訊息最靈通的人，因其佔在資訊傳遞的交通樞紐上，因中介他人的訊息掌握了豐富的訊息，佔據「橋」位置的行動者，能享有訊息利益與控制利益。		最符合	第二符合	第三符合	第四符合	2010； Freeman, 1979; Krackhardt, 1992.	
			1. 我向他人提供意見或建議						
			2. 我向他人傾訴心事						
			3. 我向他人分享資訊與情報						
			4. 他人向 提供意見或建議						
			5. 他人向我傾心事						

¹² 此題資料回收後，所有的答項(01) (02) (03) 皆轉換成名義變數 1，表為內向度；(04) (05) (06) 皆轉換成名義變數 2，表為外向度。之後在透過 Excel 內建函數 COUNTIF 計算每一樣本填答者所勾選的之內向度與外向度出現的頻次後相減(內向度減外向度)，倘若相減後數字大於 0 者表示，該位受訪者屬於內向度，相減若小於 0 則為外向度，若相減後為 0 表示無法分辨該位受訪者的管道方向性，不知其為內向度或外向度(郭敏華等，2010)。

構念	概念	定義	測量指標				來源	原題組信度
	同質凝聚性 ¹³	指個體背景的同質性。社會網絡中的個體，若背景越相同其同質性越高，若組合的背景同質性越低，表示該網絡具有較高的多元性。	6. 他人向我分享資訊與情報					
				最常聯繫者	次常聯繫者	第三順位聯繫者	郭敏華等，2010； 蔡勇美等，1987。	--
			1. 10 歲以下					
			2. 11 歲 ~ 15 歲					
			3. 16 歲 ~ 20 歲					
			4. 21 歲 ~ 25 歲					
			5. 26 歲 ~ 30 歲					

¹³ 此題回收後，將個別親朋好友 3 人的年齡算出，由於選項以區間表示，為便於資料分析所用，乃取每一答項中位數，即答(01)者取 5 歲、答(02)者取 13 歲，以此類推至答(10)者取 53 歲。之後，再將受訪者自身年齡減去親朋好友 3 人的個別年齡，個別取絕對值表示網絡年齡的差距，最後將此差距值相加，此值表示受訪者與其親朋好友 3 人年齡的總差距數，數值越大表示越聚異質性，越小表示同質性越高(郭敏華等，2010)。

構念	概念	定義	測量指標				來源	原題組 信度
			6. 31 歲 ~ 35 歲					
			7. 36 歲 ~ 40 歲					
			8. 41 歲 ~ 45 歲					
			9. 46 歲 ~ 50 歲					
			10. 51 歲以上					

資料來源：本研究。

第三章 準實驗設計

本研究主要研究方法包括：(一)文獻回顧、(二)深度訪談、(三)專家座談、(四)內容分析、(五)準實驗設計 (Quasi-experiment)。其中準實驗為本研究之主軸，並將之定位在先導研究(pilot study)性質，以非隨機抽樣選取在學學生以及社會人士等做為實驗對象。期望藉此先導研究發掘我國公部門在應用Web2.0之重要變項以及未來學術研究之基礎。本研究將選擇Facebook做為實驗場域，共立意抽樣90人，受試者將隨機分為三組，包括兩個實驗組(A、B)與一個對照組(C)，準實驗設計架構圖如圖3-1所示。以下針對準實驗設計將分成四部分做介紹，首先敘明本研究準實驗設計的概念架構，再者，說明本研究實驗場域的選擇標準以及未來政策議題如何篩選；其次，說明本研究實驗設計的三個部分，每一個部分的實驗，各代表一個前此經深度訪談與文獻檢閱所歸納匯整的操控變數；最後，本研究交代在每一部分實驗後，該如何透過量化問卷調查的方式驗證實驗的效果。

本研究在準實驗設計建構後，隨即透過焦點座談的方式，檢視本研究的評估架構、測量指標以及實驗設計內容。因此，在上述內容說明後，本研究將進一步交代焦點座談的說明，同時提出焦點座談後，所修正的評估架構、評估指標暨實驗設計部分。茲分別說明如下：

第一節 準實驗設計架構

一、研究架構

下圖為本研究實驗設計架構，左邊橢圓形所代表的是本研究預計施行於每一階段實驗時的操控變數，包括議題經營模式、網站內容處理模式，以及社會網絡等。右邊兩個上下方框各代表在上述操控模式下所欲觀察的兩類行為變化，一為對於以Web2.0所架設的網站使用行為與認知變化，另一為在上述虛擬社群上的知識分享行為差異。上述行為模式的內涵與變數間的假設關係已於前此論述，於此不再贅述。值得說明得是，前此有相關研究指出，行為意向的探就比起實際行為更適合做為相依變數(Agarwal & Prasad,

1999)。之所以提出這樣的觀點，主要原因在於無法獲得縱斷面的研究資料，然本研究後續將以實驗設計進行，因此，在資料的取得上不僅是橫斷面的，更是縱斷面的，因而將實際行為納入測度範圍。

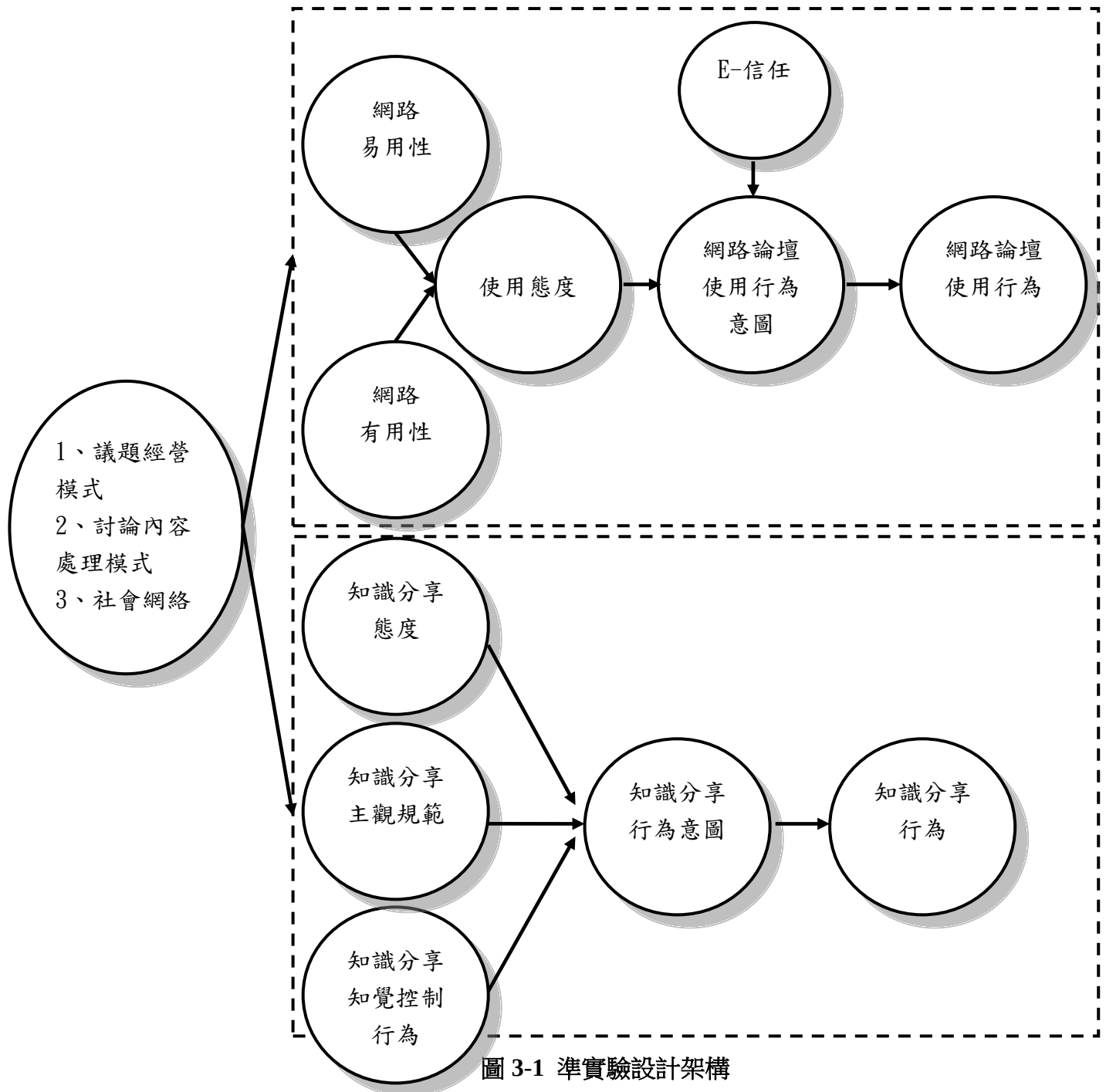


圖 3-1 準實驗設計架構

資料來源：本研究。

第二節 準實驗場域與議題選擇

一、實驗場域

本研究主要透過觀察屬於Web2.0的社群網站，對於虛擬社群行為以及政府可透過這樣的網站如何達到政策討論而進行的實驗研究，因此，在實驗場域上我們希望能找到最符合Web2.0的社群網站，且又是台灣現階段流量最多人使用者。基於前此資料指出，台灣排名前十二大的網站(以流量排名)中，類屬Web2.0的網站就佔有四席，其中無名小站及Facebook分居二、三名。以下本研究將分述兩社群網站的網站結構，並以Web2.0的指標進行評估，藉以選取最適於Web2.0界定的社群網站以為本實驗研究場域。

(一) 臉書(Facebook.com)概述

Facebook是由哈佛大學的學生Mark Zuckerberg創辦，原本只限於哈佛大學的學生使用，但在短短的期間內由哈佛大學開始向外擴散，自2006年9月開始任何人皆可以利用電子郵件帳號申請Facebook，自此成為現今世界最大規模的網路社群。目前Facebook網站是免費使用，其主要收益來自於廣告贊助。

目前Facebook的網站基本功能可以分為下述幾種，包括塗鴉牆(The Wall)：其功用在於使用者本人與朋友間的訊息交流場所，只要使用者或其朋友在Facebook上的任何動態，例如在首頁發布訊息、在Facebook進行遊戲、使用者對於其他相關群組的評價等等，資訊系統皆會自動發布到塗鴉牆上，讓使用者及其朋友能自動觀看到彼此的訊息；資料：使用者可以依其喜好選擇填寫相關的公開資料，例如本身的學經歷、生日、居住地、e-mail等，並可以設定全部公開或只限定好友閱讀；相片：使用者可以利用此一功能上傳相片，而Facebook相片的功能在於可以加註相片人物的標籤，被加註的標籤系統會自動連結到該被加註標籤的使用者首頁，讓相片得以快速分享；個人首頁：使用者可以利用此一功能進行本身的訊息留言並與本身好友交流，使用者本身的相關動態(在某個好友的頁面上留言、與某位好友成為朋友)亦會顯示在個人首頁上；個人的相關通知：個人的相關通知包含三個部份，有朋友邀請(尚未答應的朋友邀請)、訊息(其它Facebook使用者發佈的私人個人訊息，類似於email的功能，以及分私人或社團專業的成員訊息通

知)、通知(主動發送訊息包括使用者在其發言過的討論串或提出“讚”的討論串以及任何朋友推薦的小遊戲,本項功能是Facebook的一大特點,串連起各使用者間的訊息交流,並主動通知);粉絲頁或社團:使用者可以針對特定議題設定主題,組成一個粉絲或社團,在裡面進行更深入的特定議題交流,並可以設定參加人員的限制或完全開放任何人參加。此外,本項功能任何使用者皆可以使用。

其餘有更多的應用程式,例如心理測驗、開心農場、旅遊地圖等等的小程式,使用者如果有興趣便可以自行選取與他人進行交流。

(二) 無名小站(wretch.cc)概述

無名小站一開始以BBS起家,進而開始經營網路相簿,創始於1999年。現今無名小站與Yahoo形成和合作關係,並與Yahoo合併帳號,只要使用者登入Yahoo即可與無名連結。

目前無名小站的基本功能可以分為下述幾種,包括相簿:主要提供使用者相片的上傳服務,並可以依相簿內容設定相簿主題,此外,相簿有流量的統計,這是與Facebook相簿不同的地方;網誌:無名小站網誌亦可以針對所發表主題進行分類,比較特別的地方在於「誰來我家」的功能,使用者可以瞭解哪些人在一段期間內曾經瀏覽過他的網誌。此外網誌可以播放經過授權的音樂,增加網誌內容的豐富性。上述兩項功能使用者皆有限定閱讀的功能,可以設定密碼、限定好友閱讀、或完全隱藏;留言板:使用者的朋友可以利用留言板進行交流,並可以設定「悄悄話」的功能,限定只有使用者可以觀看;我的滴咕:此一功能是在Plurk開始流行後,無名小站做的因應對策,使用者可以及時的發布任何的心情留言、簡短的心得。

(三) 臉書、無名小站與 Web2.0

以下將根據Web2.0價值構面評估指標,檢視臉書與無名小站在各指標變數的比較意義。

1. 群眾分類

群眾分類係指民眾在網站上發布訊息的時候可以依據其所欲言的主題進行分類的動作，網站使用者能否自訂標籤(Tagging)，方便他人檢索、共享。在觀察Facebook網頁後發現，在Facebook上民眾的發言是較為隨興的，類似於心情的留言，只要有任何想法或欲抒發任何事情，皆可以利用Facebook發佈，但不具主題分類功能。在無名小站上不論是相簿功能或是網誌功能，在發表內容時系統會強制使用者作全站式的主題分類，例如相簿分為旅遊、地區等，網誌分類有心情、食記等選項。

2. 社交網絡

此一指標，主要在於探究網站協助建立人際連結的強度。在Facebook上，只要個人對於任何事情發表看法，不僅會在自己的頁面上顯示出來，更會透過塗鴉牆的功能讓所有朋友知道，而朋友在回覆訊息時也會發送訊息到使用者的信箱，讓使用者知道有人回覆；此外，Facebook一項強大的社交網絡功能在於能利用註冊的e-mail帳號自動搜尋好友並推薦其加入好友名單。無名小站方面，使用者在留言版或網誌上進行留言，系統將會對被留言者發出留言通知。另一個社群特點在於網誌中的誰來我家功能，使用者如果登入帳號瀏覽別人的網誌就會被記錄。Facebook與無明最大的差別在於，前者是以一種網絡關係向外擴散，而後者卻是以單一個體中心往外延伸。且前者的社群網絡是建立在社會實體關係上所形成的，本身已具有某種程度的信任基礎，由此所擴散出去的虛擬社交網絡，將較為穩固與深厚。相較之下，由於無名小站較缺乏社會實體的網絡基礎，因而難以在虛擬社群上形成情感較為穩固的網絡關係。

3. 網站系統持續更新

持續測試是指網站系統或功能經由依據使用者習慣和經驗回饋，不斷的修正改善，持續的推出新的功能和使用系統，進而提升使用者的體驗。Facebook非常重視顧客的服務，有任何問題會持續的更新，並設有建議的選項，歡迎使用者反應問題。而無名小站方面，由於隸屬雅虎奇摩網站之下，特別重視顧客的服務，且反應的管道完善，有任何問題會持續的更新，也歡迎使用者反應問題。

4. 資訊內容

係指網站所提供資訊是否完備、適切以及有效。**Facebook**與無名小站兩者雖然資訊提供的程度相當大，但由於是個人發言，所以對於其適切度及效度仍有待觀察，且有時流於主觀認知，適切與否取決於接受者對於該項資訊的認知廣度與深度而決定。同時，網站所提供的資訊在未經群體檢證的情況下，有時也非完全無誤。

5. 介面設計/方便使用

介面設計代表一個網站介面是否呈現一致，設計是否協調，內容生動與否。而方便使用代表一個網站學習操作網站的服務是否容易。**Facebook**在方便使用上設有「新手上路」及「使用者入門」兩項功能，並圖解使用方式，對於網路新手來說可以快速上手，在頁面設計上亦相當協調。無名小站在方便使用方面，設有服務說明選項，在裡面使用者可以根據問題的關鍵字作查詢的動作。而在介面設計方面，首頁部分過於商業化，證諸於主要閱讀區域較充斥著廣告連結。

6. 效率

效率主要檢視三個部份，網站資料檢索與網頁載入速度是否快速以及系統穩定度等。由於**Facebook**的特性，在檢索資料方面，使用者較難針對某一特定主題進行檢索，然**Facebook**有一項社群功能，任何人皆可利用社群功能進行單一特定議題的討論，對單一特定議題可以進行有系統的資料蒐集。在網頁載入速度方面，無名小站較**Facebook**快速。另外，無名小站可以針對文章、相簿、影音和網頁進行資料的關鍵字搜尋，經過測試，只要原作者沒有設定其資料為隱藏或是限定好友閱讀，皆可以被搜尋到，且其搜尋內容可以時間或相關性排列，具有蒐尋資料上的效率。

7. 安全/隱私

主要探討網站是否提供安全政策及隱私權保護政策，**Facebook**及無名小站在網站頁面最下方有隱私權保護政策的連結，主要在說明瞭解並掌控訊息的分享方式。

8. Web2.0 的最佳實踐：臉書？無名小站？

透過以上的論述，研究團隊試著整理兩社群網站在各價值層面評估指標得比較，同時，研究團隊也一併將Web2.0中技術與應用層面的指標也納入比較範圍。由於技術與應用層面的指標僅涉及有無的客觀呈現，因此，未加以敘述，僅以表格方式呈現之，上述比較資料整理如表3-1所示，可更一目了然在Web2.0指標檢視下，兩者在各指標上所呈現的狀況。

由表3-1我們可以看出，在評估Web2.0價值構面的比較來看，臉書與無名小站之間，似難以區分何者較為趨近於Web2.0的概念。之所以稱之為趨近於的主要原因在於，本研究認為所謂Web2.0不是二分的概念，亦即不是有無或者對錯的二分法，它是一個連續體的概念，亦即我們由過往Web1.0過渡到現在的Web2.0，此兩者分屬於該連續體的兩端，我們只能說某網站比起另一網站更符合或更趨近於Web2.0。然本研究前此曾提及，全球目前最大流量的網站中，Facebook即排名第二，就國內而言，Facebook的網路會員人數也持續增加，從2009年初到八月底也才只有190萬人左右，但是，2009年九月間卻成長了130萬人，直至2010年5月時，則已上升到6,585,860人(<http://www.checkfacebook.com/>, 2010)。而根據創市際於2009年的調查指出，2009年3月Facebook到達率還不到一成，在百大網站排名中居於第85名，但到了8月Facebook在創市際ARO百大網站中卻以排名第三，¹⁴擠下YouTube、Google、PChome online等網站。9月終於擠下無名小站位居第二。雖然Facebook到達率57.60%低於無名小站的75%，但其網站連線到達率近26%、網友單次停留時間382秒都比無名小站（網站連線到達率近24%、單次停留時間253秒）高，讓Facebook的ARO值超越無名小站。就Facebook使用行為來看，網站使用者每月平均使用時間達439.5分鐘，平均每天約花14.65分鐘在Facebook上，遠高於無名小站平均使用時間的200.6分鐘，此顯

¹⁴ ARO 意指 Access Rating Online 的簡稱，簡單的說，ARO 是「網路收視率調查」的研究工具測量研究的研究方法有點類似於傳統收視率調查，透過與國內大型網站合作，招募到能充分涵蓋網路用戶母體的固定建置樣本(ARO Panel)，在得其許可的情況下由調查樣本自行安裝能忠實記錄樣本點選流向資料的軟體 NetRover™，以精準地紀錄網友的收視資料。

示網站使用者對Facebook的黏著度比無名小站高(創市際市場研究顧問公司，2009)。

再者，有相關研究指出，在多數的社群網站中，如MySpace、Flicker、Twitter與Facebook等，其中以Facebook最受到政治議題研究的關注，主要原因在於Facebook比起其他社群網站而言，網站使用者具有地域網絡的特性，而使用者的身分界定主要來自於真名並非捏造的假名，同時關鍵的是，網站包含有具政治觀點意義的明確個人資料(Wills, David & Stuart Reeves, 2009: 265-266)。

在上述實證資料與學理觀點下，本研究後續的實驗場域將以Facebook該社群網站為主，分別在臉書社群網站上成立三種不同的社團，藉以觀察不同操控變數下對於影響網路使用行為與認知的準實驗研究。

二、議題選擇

本研究實驗設計將操控三項變數，而每一項操控的變數，均需透過觀察虛擬社群網站的討論狀況來加以蒐集資料。因此，為了使得網站能有討論的互動行為，則必須有相關政策議題做為互動工具之用。再者，從前此受訪資料指出，政策議題的選擇必須要與虛擬社群成員較為切身相關者，才會促發成員參與，因此，政策議題的選擇就變得更為重要，政策議題本身的屬性將會決定民眾對該議題的熱衷討論與否。

議題的區分根據余致力(2003：84-93)的研究概可分為三大議題類別，分別是政治體制運作(公投與選舉、中央政府體制、地方政府體制)、兩岸與外交(兩岸、外交)，以及內政與民生(經建、土地、環保、勞工、財政、博奕、治安、司法、警政、教育、健保、醫療、國防)。該研究從1996年到2000年的報章雜誌中的政策議題加以歸類而來，透過民意調查的結果與政府政策進行一致性進行比較，其中民意與政府決策在政治體制運作議題上一致的百分比僅有28%，兩岸與外交一致性佔50%，其中一致性比例最高的是內政與民生政策議題，一致性達60%。其中治安、司法、警政與國防一項更有達73%的高一致性。

根據上述政策議題分類，以及當時的實證結果，本研究未來在實驗設計中，不論是議題經營模式的操控，亦或是議題內容處理模式的操控上，所

選用的政策議題將會是與民眾較為貼近的內政與民生議題，一來是這些政策議題因為與民眾較為切身，因此應有較高的關切程度，相對也會較有誘因參與討論；二來，內政與民生問題對於一般民眾而言有較多的資訊接收管道，也因此較為瞭解該類型的政策議題，因此較有能力分享自身看法。因而，實驗開始後的議題選擇將視當下社會輿論較為關注的政策議題，並同時與民眾生活較為息息相關的內政與民生議題為主。

第三節 準實驗變數操控與實驗組合

一、研究變數

根據研究架構、深度訪談的重點整理得出，本研究的自變數有三，第一為政策議題的經營模式，研究者以明確且強烈立場、明確但不強烈立場，以及不明確也不強烈，做為此變數的操弄。第二為對政策議題討論內容的處理方式，第一為具歸納匯整，且最後題公投票、僅具歸納匯整討論意見，純粹蒐集網路論壇討論意見，但卻不加以整理與歸納，做為此變數的操弄。第三為網絡效應的操弄，純粹觀察網絡節點本身特質對於議題討論情形的影響，進而區分出高參與社群、中參與社群與低參與社群等。

依變數乃研究架構中泛指網路使用行為與認知的相關變數，包括網路易用性認知、網路有用性認知、使用態度、網路論壇使用行為意圖，以及知識分享行為的相關變數等。

因此，本研究主要在操控上述三個自變數，並觀察在自變數的操控下，對於上述網路使用行為與認知會造成甚麼樣的影響。

二、實驗組合

本研究採實驗設計的方式，配合自變項的操弄，來探討網路論壇的議題經營模式、群體智慧與網絡效應等對於網路論壇實際使用行為的影響。本研究操控的三個實驗刺激請參閱表3-2所示。

表 3-1 三項實驗操控設計組合

C G	T1	T2	T3
G1 (e-partnership)	對政策議題： 1、有明確立場 2、立場較強烈。	對政策議題： 1、積極蒐集歸納討論意見並公告。 2、舉辦投票。	1、由受試者邀集十位社群成員參與。 2、給予政策議題。 3、觀察各個節點(90 位受試者)及其所推建的成員的討論情形。
G2 (e-power)	對政策議題： 1、有明確立場 2、立場較不強烈。	對政策議題： 1、積極蒐集歸納討論意見並公告。	
G3 (e-voice)	對政策議題： 1、未有明確立場 2、僅提供政策資訊	對政策議題： 1、單純蒐集意見。	
觀察重點	1. <u>網路使用行為與認知</u> 2. <u>群體智慧</u>	1. <u>網路使用行為與認知</u> 2. <u>群體智慧</u>	1. <u>網路使用行為與認知</u> 2. <u>網絡效應</u> (1)、誰最易引發討論？ (2)、具備甚麼特質？
測量方法	1. 問卷調查(O2) 對象：實驗受試者	2. 問卷調查(O3) 對象：實驗受試者 3. 訪談(I1) 對象：與政策議題相關政務暨公務人員	4. 內容分析(CO1) 對象：網站發言紀錄 5. 訪談(I2) 對象：高活絡社群與低活絡社群節點 6. 問卷調查(O4) 對象：實驗受試者

資料來源：本研究

註：表中 T 代表實驗階段，T1 為第一項刺激操控、T2 為第二項刺激操控、T3 為第三項刺激操控。G 代表組別，G1 為第一組、G2 為第二組、G3 為第三組。C 代表各組的操控說明。

（一）實驗一：回應性對於網路論壇使用行為與認知的影響

第一部分實驗主要聚焦於議題經營模式是否會影響虛擬社群成員使用網路論壇。本階段共分為三組，每組實驗人數各約30位，所操控的變數乃是網站經營者本身對於議題的經營模式，共分三種模式，分別為：1、有明確立場且強烈者(Strong Voice, SV)；2、有明確立場但不強烈者(Weak Voice, WV)；3、無明確立場僅提供資訊者(Information Only, IO)。這三種經營模式均在所屬社團針對政策議題提供相關資訊，不同的是針對相同的政策議題有著不同的立場態度，SV組對於政策議題有明顯的立場，且對於網站上的討論，當有虛擬社群成員在網站上提出相反意見時，該組經營者會採取強烈態度加以回應，並積極影響、說服相反意見的成員支持本身的看法。WV組與SV組相同，唯一不同點在於，網路論壇上的經營管理者本身對於政策議題雖有本身的立場，但並不太會積極影響或者說服虛擬社群成員所提出的相反意見，僅止於表達本身立場如此。IO組是三組當中唯一一組對於政策議題不採取任何立場的網路議題經營管理者。該組經營者僅提供政策本身相關的資訊，對於網路論壇中任何有關於該議題的多元意見，經營者並不作任何回應。

同時，研究團隊會要求網站經營管理者必須每日回報網站討論情形，包括：發言者、何時發言、發言字數、立場為何、回應該則發言的人數等。對於參與實驗的受試者，研究團隊為確保其能受到實驗操控變數的刺激，因此，要求最少必須要能暴露在實驗場域之中(受試者可不參與討論，但起碼要能確保受試者有暴露在這樣的實驗環境)，所以，研究團隊會要求受試者必須在每4日，在所屬虛擬社團上加以註記瀏覽過該網站的記號。

表 3-2 第一部分實驗各對象及其要求

實驗一：網路議題經營模式			
對象	研究團隊	網站經營管理者	實驗受試者
要求	1. 定期與網管人員開會討論 2. 確保網管人員所扮演的經營模式 3. 持續追蹤實驗受試者的行為變化	1. 每日回報網站討論狀況(網路論壇觀察日誌) 2. 定期與研究團隊開會討論 3. 自主管理確保所應扮演的角色(由研究團隊進行考核)	1. 自主管理確保於一定時間內上網瀏覽(至少每四日一次)

(二) 實驗二：群體智慧對於網路論壇使用行為與認知的影響

第二部分實驗主要聚焦於討論內容的處理模式對於虛擬社群成員使用網路論壇的影響。該部分刺激與實驗一相同共分為三組，每組實驗人數各33位，所操控的變數乃是網站經營者本身對於虛擬社群成員討論政策議題的討論內容處理方式，共分三種處理模式，分別為：1、蒐集歸納討論意見，並辦理公投(Active Moderator and Vote, AMV)；2、蒐集歸納討論意見(Active Moderator, AM)；3、僅蒐集意見(Inactive Moderator, IM)。這三種操控模式均在所屬社團針對政策議題提供相關資訊，不同的是每位經營管理者對於討論內容的處理方式各有不同，AMV組對於政策議題不僅提供資訊，更在特定時間內會對虛擬社群所討論意見進行整理匯整，反饋給所有社群成員，並在最後針對所彙整意見進行公民投票。AM組與AMV組相同，唯一不同點在於，網路論壇上的經營管理者並未針對所彙整意見進行虛擬社群的公民投票，僅止於歸納匯整網路論壇所提出的政策建議即止。IM組是三組當中唯一一組對於政策議題不採取任何處理的網路議題經營管理者。該組經營者所扮演的角色僅止於蒐集相關政策意見，對於網路論壇中任何有關於該議題的多元意見，並不作任何整理與歸納。

該部分實驗，研究團隊會要求AMV組及AM組網站經營管理者必須將社團成員參與討論的內容加以歸納彙整，並將匯整結果發表在網路論壇供虛擬社群成員檢閱。而AMV該組除了公布歸納匯整的意見外，要另外舉行公民投票，就所整理的政策意見，供虛擬社群成員投票。然IM該組雖不用上傳歸納匯整意見，但必須提供給研究團隊。同時，網站經營者必須每日回報網站討論情形，包括：發言者、何時發言、發言字數、立場為何、回應該則發言的人數等。對於參與實驗的受試者，研究團隊為確保其能受到實驗操控變數的刺激，因此，要求最少必須要能暴露在實驗場域之中(受試者可不參與討論，但起碼要能確保受試者有暴露在這樣的實驗環境)，所以，研究團隊會要求受試者必須在每4日，在所屬虛擬社團上加以註記瀏覽過該網站的記號。

表 3-3 第二實驗階段各對象及其要求

實驗二：網路討論內容處理模式			
對象	研究團隊	網站經營管理者	實驗受試者
要求	1. 定期與網管人員開會討論 2. 確保網管人員所扮演的經營模式 3. 持續追蹤實驗受試者的行為變化	1. 每日回報網站討論狀況(網路論壇觀察日誌) 2. 定期與研究團隊開會討論 3. 自主管理確保所應扮演的角色(由研究團隊進行考核) (1) AMV 組及 AM 組必須於 9/22 及 10/15 於網站上公告討論內容的歸納匯整。 (2) AMV 組亦必須在 10/22 公佈歸納結果，但不需進行投票。 (3) IM 組不公告網站內容歸納結果，但必須回報予研究團隊。	1. 自主管理確保於一定時間內上網瀏覽(至少每四日一次)

(三) 實驗三：網絡效應對於網路論壇使用行為與認知的影響

第三部分的實驗主要聚焦於探討網絡節點本身，在實體網絡中的活動對於虛擬社群上政策網路論壇的影響。本階段仍分三組進行，但並不針對各組給予不同的刺激，因此受試者共計90位，該90位成員即為網絡節點。本階段主要觀察的重點在於網絡節點本身對於虛擬社群成員的討論是否會有所影響，究竟高參與度的虛擬社群成員的討論，其邀集人本身是否具備某些特質，相對的，低參與度的虛擬社群，其邀集人又是擁有甚麼樣的個人背景特徵。本研究團隊透過這樣的發掘，進一步的提出這些個人特徵對於刺激政策討論有何助益。

在實驗階段三中，研究團隊要求90為網絡節點各自找尋10位網路成員參與政策議題的討論，而政策議題的選定，將由研究團隊視當時政策環境後設定，並同時告知各網絡節點。同時，各網絡節點必須告知研究團隊所召集的10位社群成員的網路帳號，以利研究團隊進行追蹤之用。本研究也會請各節點告知所召集的10位朋友，有關我的E政府網站。藉由討論的相關議題的關聯性，行銷該網站上有更多且豐富的資訊可供社群成員參考。而行銷的效果將與我的E政府後端管理人員聯繫，調查是否在本研究實驗階段期間，有本實驗受試人員加入成為會員，藉以作為行銷效果的展現。並觀察不同社會特質的受試員對於政府網站行銷效果的影響。同時，網站經營管理者必須每日回報網站討論情形，包括：發言者、發言者所屬網絡節點、何時發言、發言字數、立場為何、回應該則發言的人數等。

表 3-4 第三實驗階段各對象及其要求

實驗三：網路討論內容處理模式			
對象	研究團隊	網站經營管理者	實驗受試者
要求	1. 定期與網管人員開會討論 2. 持續追蹤實驗受試者的行為變化	1. 每日回報網站討論狀況(網路論壇觀察日誌) 2. 定期與研究團隊開會討論	1. 要求每位受試者必須邀請十位網路成員參與討論

第四節 實驗樣本來源與操控效果的測量方法

一、樣本來源

本研究為隨機分派受試者至實驗組與對照組，而採取兩階段設計。首先，第一階段先於各社群網站進行公開招募資訊。對於招募對象並未加以設限，主要目的是欲盡可能囊括實際的網路虛擬社群的組成特質。招募時間為期一個月，預計於六月中舉行並於七月中結束，預計至少招募90位受試者。倘若招募期限終止前，仍未招收至90位，則改由研究團隊以非公開方式徵人，直至90位額滿止。隨即進入第二階段，平均分派90位受試者至三個實驗組別。本研究實際招募受試員的期限，自六月底開始至七月底結束，共計招募了94位。

本研究實驗設計為兼採隨機與配對原則，第二階段將採取三步驟進行。步驟一，先針對所招募的受試者，依據網路使用行為的兩個變項，「上網頻率」與「瀏覽時間」，將受試者區分為四層，依序是「高上網頻率長瀏覽時間」、「高上網頻率短瀏覽時間」、「低上網頻率長瀏覽時間」，及「低上網頻率短瀏覽時間」等。步驟二在上述四組中，每一組再以「年齡」做為區分標準，之所以僅以年齡做為區分標準是考量到本研究團隊在招募人數上

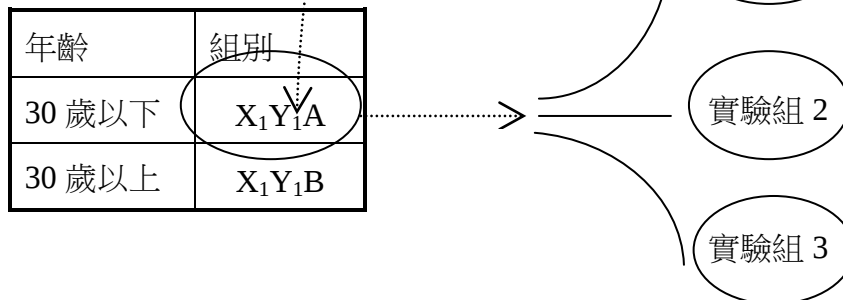
預計招收90位受試者，步驟一中就以兩項網路行為標準將所有受試者區分為四組，倘若以平均數來看，每一組最多是22位。此22位若再以兩個要件下去區分，則再區分的每一組將僅有5位(平均數)，然，本研究團隊擔心在步驟一的區分下，某些組的人數就已達不到平均數的標準了，更遑論步驟二再以兩個要件進行區分，於是本研究團隊在步驟二僅以年齡做為區分標準。步驟三在步驟二所區分的年齡分組中，分別將30歲以下以及30歲以上者各隨機分派至實驗組1、實驗組2、及實驗組3(對照組)。前此曾提及，在創市際市場研究顧問公司於2010年所做的調查發現，相較去年而言，增加「社交網站」瀏覽的受訪者當中，以25-29歲比例最高。因此，本研究在年齡的分組上，考量此年齡的分佈特性，在人數分組不均的疑慮，但又要必須兼顧各組樣本特性均等的考量下，將以30歲作為一個基本的分野，區分為30歲以下，及30歲以上，而不採取多等份的劃分法。同時，以30歲為基本分野的另一個原因，是以現在的教育年數作為區分標準，由於目前研究所教育的普及化，因此，一個正常大專畢業生若繼續升學碩士，則實際畢業年齡約為26~27歲。也就是說27歲畢業之後始進入社會就職，與前面因素兩相考量下，才擇以30歲取整數作為區分標準，以粗略區分成社會人士與在學學生兩類別。

第一階段：依據關鍵變數進行分層

瀏覽時間(Y) ²	上網頻率(X) ¹	
	高(X ₁)	低(X ₂)
長(Y ₁)	X ₁ Y ₁	X ₂ Y ₁
短(Y ₂)	X ₁ Y ₂	X ₂ Y ₂

註：1. 上網頻率(X)的界定，透過詢問受試者：「去年一年內，你大約多久上網一次？」，共有 1 每天一次(或一次以上) 2 每週兩、三次 3 每週一次 4 每月一、二次 5 兩、三個月一次 6 半年一次 7 一年一次 8 以前曾上網，但去年一次都沒 9 從來沒有。1、2、3 屬於高上網頻率者，4、5、6、7、8、9 屬於低上網頻率者。2. 瀏覽時間(Y)的界定，透過詢問受試者：「您平均每次上網時數？」，共有 1 1-10 小時 2 11-20 小時 3 21-30 小時 4 31(含)小時以上。1、2 屬於短瀏覽時間者，3、4 屬於長瀏覽時間者。

第二階段：進一步以年齡進行分組



第三階段：以隨機方式指派受試者至實驗組別

圖 3-2 受試者隨機及配對分派分階段設計圖

資料來源：本研究。

二、測量方法

本研究可界定為準實驗設計(Quasi-experiment)的等組前後測(Equivalent Control-group Design)設計。本研究實驗設計與測量間關係如下圖3-3所示。問卷施測分別由三組受試者進行受測，主要在探究網路經營者模式、對討論

內容的處理模式、對於社會網絡實體活動的參與等，是否會影響網路論壇使用行為，以及知識分享行為，因此，問卷將除了原本的網路使用行為與認知的測量題目外，還包括知識分享行為的題組。同時，本研究也將以內容分析的方式記錄並分析各個社團成員在虛擬社群上的實際網路使用行為。

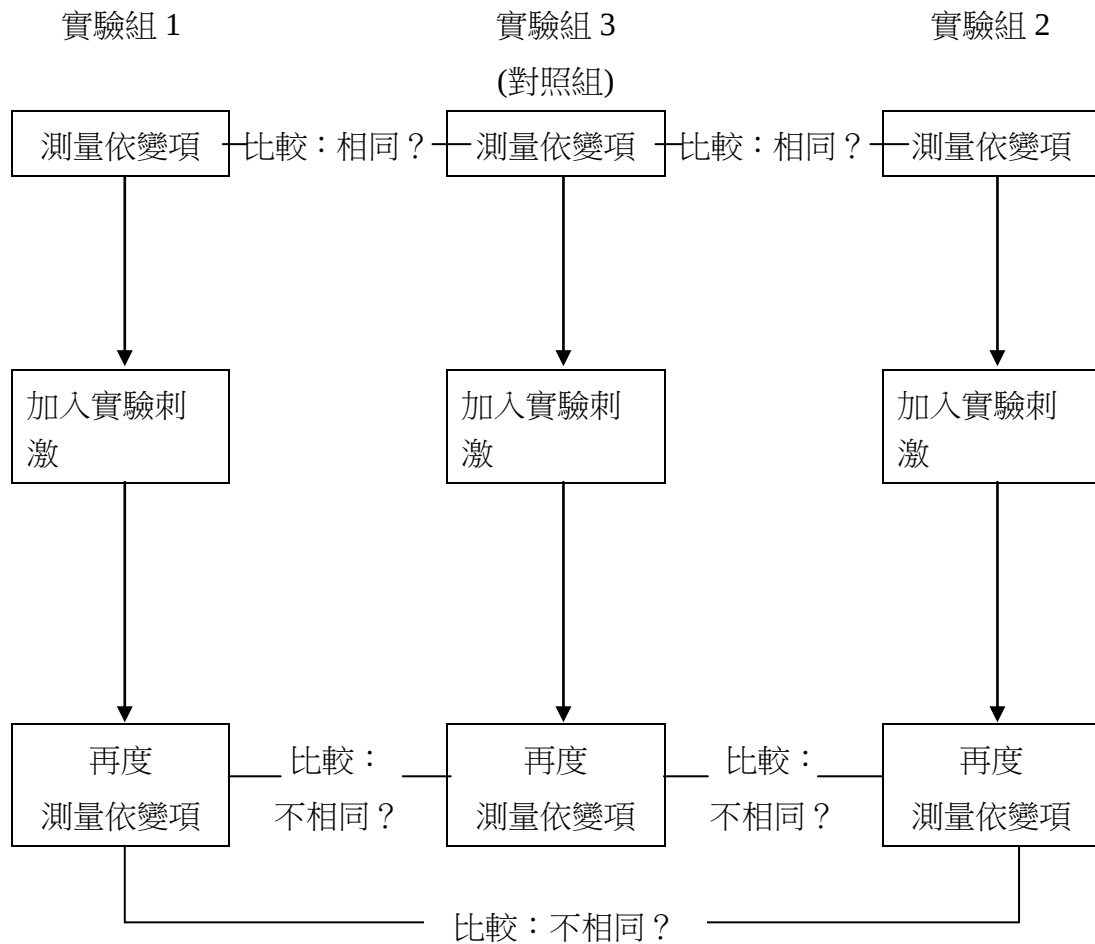


圖 3-3 實驗設計量化問卷施測示意圖

資料來源：本研究。

第五節 實驗設計操作的修正--焦點座談分析

本節選擇包含實務界與學術界的專業人士，運用焦點團體座談的方法，針對前此本研究團隊基於文獻檢閱暨深度訪談所建構之評估架構及指

標，試為檢視，評估該架構的完整性，及評估指標未來操作化為衡量變數的可行性，前述這些評估內容及建議，將綜合分析於後。

為評估前揭評估模式的範疇與指標建構的可行性，本研究團隊於2009年8月14日假電子治理研究中心，邀請相關專家學者進行焦點座談，由本研究團隊主持人親身主持討論，參與者部分詳如下表3-5所示。

表 3-5 專家座談對象

單位	職稱	代號	領域
龍華科技大學資訊管理學系(所)	某副教授	E1	學術界
國立台北科技大學資訊與運籌管理所	某助理教授	E2	學術界
中華大學資訊管理學系(所)	某助理教授	E3	學術界
台灣數位文化協會	某主管	E4	實務界
國立高雄第一科技大學資訊管理系(所)	某助理教授	E5	學術界
百商數位協會	某主管	E6	實務界

資料來源：本研究。

註：表中所列參與者之機關單位及職稱為參與當時的單位及職稱。

為遵守研究倫理，並保障座談參與者的權益，參與者座談之發言，均由本研究以匿名方式呈現。座談逐字稿詳如附副本所示。以下分別就焦點團體座談受訪者在評估架構及指標方面所提建議，進行分析。

一、在實驗操作方面

(一) 實驗對象

實驗對象招募後的隨機分派，本研究預計以前測問卷作為隨機分派的標準。此前測問卷的主要的問題聚焦於招募對象原本使用社群網站的使用行為，包括較常使用的社群網站、使用該社群網站的時間、在該社群網站發表

文章的頻率、每天使用該社群網站的時間等，以及網路使用行為，包括上網頻率、每日上網時間。但專家學者認為，為了確保未來所招募對象對於網路使用沒有不平等關係存在，因此，建議我們納入「網路自我效能」做為檢測的題組。在參採相關文獻後，我們增列七題網路效能的檢測問題，選項由非常沒有信心到非常有信心。題組包括1、在網際網路上找到資訊 2、點選超連結以進入另一個網站 3、為自己感興趣的網站建立書籤 4、從其他電腦下載資源 5、掃描圖片並在儲存在電腦中 6、找回不小心刪除的檔案、 7、編輯掃描的圖片(如大小、色彩)等。

因為我也是比較對實驗這邊有疑問的，我現在看到這邊有分三群，我知道會去做前測，但不知道這三群有沒有去做他們參與者的 IT 知識背景，因為我本身就是很恐懼電腦的人，或是我對電腦操作本來就不是那麼在行，我可能想要發表，可是我可能覺得那個滑鼠的操作對我來說是困難的，可能就是讓整個實驗就是有偏差的，所以或許這些人要均勻的分配在這三群裡面（E2：139）

做實驗馬，資管系學生電腦自我效能沒有不好的阿，每個人都超好的，那我們要丟到社會上整個去做實驗的時候，那可能這個東西應該把這個變數考慮進來，可能會比較恰當一點點（E3：139）

另外，也有專家學者認為，未來我們是以Facebook作為實驗場域，則我們也必須確保每一組的社團成員(共成立三組)，在臉書的使用時間上是相同的。亦及，我們必須確認每一組社團的成員，在使用臉書這個社群網站的時間分布是相等的。本研究也將此建議納入前測測量題項之一，選項包括 1、0.5個月內 2、0.5個月~1個月 3、1個月~3個月 4、3個月~6個月 5、6個月~12個月 6、1年~1.5年 7、1.5年~2年 8、2年~2.5年 9、2年半~3年 10、3年以上 11、未曾使用 等。

我也建議是要分成兩個族群，一個是新加入FACEBOOK者，一個是使用超過半年以上的FACEBOOK者，其實這兩個族群他的反應是有差異的，因為新加入的成員可能新鮮度的，他可能參與的行為會比較多，因為它可能還有新鮮度在，但是重度使用者，可能是用半年以上，他得使用行為是有差的，他可能被這些資訊已經感染到一定的程度的，所以它可能挑一些他比較有興趣的，或者是他被制約的（E6：150）

（二）議題選定

多數專家學者認為議題的選定將會明顯影響到社團成員的參與行為。對此，本研究接受專家學者的建議，研擬出一套選定議題的原則。分別是「民眾關注度」，以及「民眾互動程度」。前者乃是針對各家電子媒體中統計的民眾瀏覽人次為選擇標準，在者，從瀏覽人次中最多的前幾項議題中，再根據民眾參與討論的互動程度，做為進一步的篩選，選擇其中關注度最高，以及討論程度最高的議題。

你怎麼樣讓議題看起來比較不會那麼嚴肅，不會這樣的泛政治化這樣子（E1：138）

然後她是做個案，我稍微描述一下它的結果好了，他去做個案分析，他也是去找新聞，他蠻特別的，他找了四種個案，他把個案分成四個向度，一個是高度關注，一個是關注性，一個是互動性，然後就會有高低高低馬，所以就會有四種排列組合（E2：155）

有專家學者指出，Facebook上的使用者，對於高負面性的議題會有較多的參與及討論。針對此點限制，研究團隊在深度訪談時，即已知悉。但為了兼顧研究本身的宗旨，倘若未來政府要以Facebook作為與民眾間溝通的橋梁為考量下，議題的屬性就不能一味的以負面性議題為主，因此，後續本實

驗社團所發布的議題，仍是以上述選取議題的標準為準則，包括「民眾關注度」以及「民眾互動程度」。

那其實我們可以觀察到其時FACEBOOK這一族群的人對負面的議題是很感興趣的，他其實會主動去關心或發表意見都是針對比較負面的議題，會針對政策或其他類會主動去討論其實都是負面議題比較多（E6：150）

（三）實驗場域

前此曾提及，目前全球最大流量前十二名網站中，Facebook與MySpace是典型社群網站，其中屬Web2.0特質的網站就約佔了一半。而單就社群網站統計，2009年1月，排名第一的Facebook單月造訪人次已將近十二億。至2010年2月，單月中造訪社群網站的平均次數，仍以Facebook最多，每月每人平均造訪19次，且每月每人平均瀏覽時數將近6小時。我國國內使用者在網站競爭版圖現況亦呈相似情形，流量前十二大網站中Web2.0類別即佔四席，Facebook居第三。不論國內外，我們均可觀察到Facebook使用量激增的情況，以架構起政府與民間溝通的管道為出發點而言，如此高流量的社群網站，應可增加政府與民眾間接觸的點線面，基此，本研究乃決定以Facebook作為未來實驗場域，瞭解在這樣性質的社群網站上進行政策討論，會有甚麼樣的效果及影響討論的因素為何。對於這樣的立論觀點，專家學者們持正反兩方的看法。

1、贊成者立場

贊成者的立論觀點基本上與研究團隊所持者相同。以使用流量做為審視標準，而認為Facebook是一個值得做為實驗場域的社群網站。

其實這個FACEBOOK已經號稱除了GOOGLE之外，現在是整個流量第二名（E6：141）

就是FACEBOOK是一個重點，我覺得這樣是對的，因為我們沒辦法涵蓋所有的（E5：152）

2、反對者立場

持反對立場者認為，由於臉書本身的特性，會使得本研究未來在政策議題的發布上，會產生資訊干擾的現象。亦即，我們社團所發布的訊息，會被社團成員本身的其他成員資訊給“擠壓”掉。針對此點，本研究將採取資訊發布的方式，同時會採取“送信給所有成員”的方式，以確保成員能接收到我們每日所發出的政策議題資訊。

那其實我在看FACEBOOK這個模式是不適合，因為有在用FACEBOOK就知道，其時會被很多資訊干擾，那所以議題跟討論內容模式是不適合在這一個平台上做討論，其實我覺得如果是在議題跟討論，我反而覺得是適合在小一點的平台，因為他有一個FOCUS性，他不會被太多的資訊去干擾（E6：150）

另一方面，也有實務專家指出，倘若以臉書作為實驗場域，則可參考目前已有的類似性質的社團，如此將不必再由研究團隊自行設立三個社團以為之。

那E政府就有一個FACEBOOK大概一萬粉絲喔，所以其實妳不用架一個虛擬的一個測試場，已經存在E政府的粉絲團，而且他們的指標一年差不多十萬人那我覺得沒有那麼難，那第二個他其實有一個部份可以直接觀察他們的使用行為，另外一個政策討論的東西其實早就有人在用，那事實上現在有一個重要級政治人物現在也在導入，就是蘇貞昌，他做的非常成功（E4：145）

針對此點建議，有其他學者指出，雖然那是已存在的社團可以多加應用，但對於實驗場域中所必須操控的刺激要素，將會有無法操控的困境。同時，本研究認為，目前已存在的社團屬性與本研究預備檢測的性質有所衝突，畢竟本研究要檢測議題經營模式、討論內容處理模式以及社會網絡對於使用者參與行為的影響。因此，倘若以目前已有的社團作為實驗場域，將會顯得捉襟見肘。

然後X理事長提供的蘇貞昌的網頁阿，他裡面是有很多個USER三萬個會員喔，不過其實這個比較適合做網頁內容的分析，因為對於三萬人的background你沒辦法去control，他們背景是什麼，裡面內容這麼多，那個型態跟這個研究可能就有點不太一樣（E2：154）

二、在評估架構方面

總的來說，對於本文評估架構的討論，多集中在科技接受模式(TAM)的探討。有學者專家指出，就其研究結果顯示，原先在TAM中影響使用行為意圖的「知覺易用性」與「知覺有用性」已失去原有的顯著影響力。反而是，TAM2.0模式中的「社會影響過程」(主觀規範、自願與形象)以及「認知工具性過程」(工作相關性、產出品質、結果展示性)扮演著舉足輕重的角色。

就是我不知道為什麼要用TAM喔，因為TAM2.0已經出現了，那他裡面也有針對有也有發現說，因為最近的一些媒體阿，一些科技他都慢慢趨向比較人性化一點，所以他的TAM2.0他有加入一些比如說好玩性，娛樂性構面都有進去，那是不是可能要去交代一下為什麼是用TAM不是用TAM2.0，或是還來的及去加這方面的衡量因素，因為我覺得其實蠻適合的（E2：140）

這個東西我們研究的結果TAM完全不見了，跑出那個MODEL就發現糟糕了，原來TAM的作者會把我們殺掉嗎，我們用了這個理論然後他的東西全部消失了，然後我們最後看到的東西是另一個MODEL，另一個東西，那那個東西如果單純用TAM，剛才才提到，TAM2的東西要進來(E3：141)

相對的，也有與會學者認為，TAM模式在私部門領域應用的較為廣泛，因此，在私領域已受到較多的實證檢視，因而有TAM2.0模式的提出。但反觀電子化政府而言，TAM模式可以說是一種初步的嘗試，藉由更多的實證研究，修正適合於電子化政府的科技接受模式將是可行的。如此，也可建構出屬於公部門領域的TAM模式。

但以TAM MODEL跟所謂的修正TAM MODEL，來比較最大的一個不同在哪裡，在於行為面的意象，他有測試行為面的意象，那我個人是覺得說以我們訂一個題目來講，我覺得倒不用太CARE是用1或2，我們可以去參考這幾個MODEL讓人家去知道我們有調查2.0，那到底是2.0比較適合還是TAM比較適合我是覺得在你們的那個領域裡面做到這樣就足夠了(E5：149)

研究團隊在考量正反兩方觀點後，初步探究TAM2.0模式的社會影響過程以及認知工具性過程所指涉的概念，並連結與本研究的適用性為何。社會性影響過程包括主觀規範、自願與形象。上述概念比較著重於...。由於本研究的實驗乃是透過招募對向而來，並且為了確保能持續追蹤三個社團成員，而決議將臉書社團界定為封閉性社團。因此，對於主觀規範而言，並不會發生有成員本身的個別親朋好友、主管希望他能夠參與討論的情況。再者，對於使用者強制使用與自願使用一項，由於三個社團成員均是招募而來，也因此未有強制性或自願性的情況產生。最後，使用該參與社團會不會影響成員本身在他群體中的社會地位程度一項，由於我們是屬於封閉性社團，因此，原則上成員本身的網絡是不知曉有我們三個社團存在的。在這樣的情況下，

遑論成員參與我們的社團會提高成員本身在其網絡內的社會地位。考量上述的情形，本研究認為TAM2.0中的社會性影響過程並不是用於本研究的虛擬社群行為架構，而將其排除。

另一方面，TAM2.0中的認知工具性過程，包括工作相關性、產出品質、結果展示性等。這三項變數分別表示系統適合本身工作的知覺程度、系統將工作執行多好的知覺程度、可將工作績效歸咎於系統的知覺程度。而上述三項變數會直接影響到知覺有用性。考量本研究的知覺有用性乃界定為，社團成員參與社團後，可增加其對政策瞭解及資訊提供的知覺程度。因此，前述三項認知工具性因素，適合於本研究對於知覺有用性的界定連結，因此，將此三項認知因素納入架構中。修正後的模式請參照本節圖3-4所示。

三、在評估指標方面

有關群體智慧的測量題組，有學者建議應納入互動性因素，唯有透過成員間的互動討論，產生網絡效應的群體綜效，至此群體智慧將應運而生。我們可以如此認為，互動性原則實可說是群體智慧的催化劑。有關互動性的測量題組，本研究實已涵蓋在原先「知識分享態度」的測量題目中了，主要詢問受測成員在社團中，與他人互動的資訊分享行為。

那我在問卷裡面我們發現在我們的題目，跟問卷我覺得似乎少了一塊我覺得蠻重要的，就是說要連結智慧這件事情上，因為我發現我們這邊問卷這邊可以大概分成六大類，那第五類講的是信任，第六類講的是群體智慧，可是我沒有看到有使用者互動，interaction的那部份（E5：148）

有關本研究社會網絡測量指標而言，多位焦點座談學者專家認為，多數評估指標會有令受測者不知該如何回答的疑慮。

第36頁阿那個社會網絡效應阿，我覺得這些問題他也是對應到24頁的概念，我不曉得，48頁在問的是網路影響性，那這邊好像是說你一天跟多少人接觸，那他的社會網絡效應好像不只是網路上的，是連生活上的都涵蓋進去考慮就是了（E2：156）

其實我覺得第49題阿，裡面有一個就是說接觸頻繁者，對答題者來說接觸幾次叫做頻繁，可能在回答的時候就不曉得，然後第50題在講同質性，為什麼會選年齡來去考量同質性，沒有其他的一些，就是同質性的話它可以從其他的基本資料歸納出同值性，還是說這個我也是有一些小小的疑問，那第51題他是講他那個中介中心性，這是一個我們網絡的一個角色，諮詢網絡情感網絡的一個角色，那這邊裡面提到的就是，有所謂的符合，這符合的概念我不曉得答題者怎樣叫做是符合，她怎樣去切喔，可能讓答題的不知道怎麼去答比較適合（E1：157）

4849到底問的是實體的還是虛擬的，變成是反應在我真實的人際關係，然後在網路上互動，跟他的互動，用篇數來計算（E3：157）

對於焦點座談專家針對社會網絡測量指標所提出的疑問，本研究為免受測者填答時的疑惑，而間接影響到問卷效度，乃決議修正前此所提出的相關測量指標。本研究對於社會網絡的測量原意，主要在觀察受測者本身的實體網絡活動對於參與虛擬社群的討論行為等影響，同時，本研究在前此深度訪談中也發掘到，影響虛擬社群參與討論的動機的影響因素中，除了數位落差、效用價值、娛樂性和效用價值等之外，還包括政治參與及政治效能感，就其原意，所謂政治參與感意指政治制度內，以任何方式參與政策形成的過程，經由政策議題利害關係人或具有興趣者，以各種方式，如參加公聽會、說明會等，參與政策運作過程的結果；而上述政治參與的行為實與政治效能相關，所謂政治效能意指一個人相信自身對於政治的行動或意見，可以影響政府做為與決策的能力之程度。上述意涵時與社會網絡概念等息息相關，因此，本研究為了能修正前此對於社會網絡所提出的測量指標問題，同時也希

望能夠以量化方式，驗證前此訪談內容所提出，與社會網絡相關的影響虛擬社群成員參與討論的因素，本研究乃將社會網絡的測量指標轉換為政治參與及政治效能感。而相關測量題組則參採行之有年的台灣民主化調查問卷中的相對應題組。

針對前此焦點座談所提建議，本研究條列整理如表3-6所示，並針對每點建議給予研究團隊相對回覆說明。

表 3-6 三階段實驗設計組合

構面	細目	焦點座談建議	研究團隊
實驗操作	實驗對象	1. 前測問卷可加入 IT 接受度測量題目。藉以使得分組能夠更貼近實務狀況。	本研究以參採焦點座談專家意見，將網路自我效能題組納入前測問卷。
		2. 建議將招募對象在臉書的使用時間做為隨機分派的指標變數之一。	已納入前測問卷中。
	議題選定	1. 議題的選擇會影響後續網路使用行為。須有一套明確選擇議題的標準。如媒體關注與民眾互動程度。	本研究將根據焦點座談專家所提建議，以媒體關注度以及民眾回應程度作為未來社團經營時，政策議題的選擇標準。
		2. 建議議題的選擇可針對較為負面的議題屬性，可促發社團成員參與討論。	由於考量到政府未來若以臉書作為政策討論的場域，似乎在政府的角色下，較無法常以負面議題進行政策討論的操作。
	實驗場域	1. 對於使用 Facebook 作為實驗場域的正反兩方立場。	雖有正反兩方立場，但多數焦點座談專家認為臉書有其實驗的可行性與可看性。

構面	細目	焦點座談建議	研究團隊
		2. 現有 Facebook 社團可參考作為實驗場域，而不需要由研究團隊再成立三個社團為之。	由於現有社團的註冊成員數過多，且無法針對場域進行變數的操控，因此較無法已現有的臉書社團做為未來實驗平台。
		3. Facebook 的網站特性，可能會干擾實驗操作。	雖然臉書此微網誌在 Web2.0 風潮下，有其研究的實用價值與理論意涵，但值得說明的是，由於微網誌特性，個別成員將會有屬於他的個人訊息會干擾本研究所發佈的政策議題資訊。
評估架構	整體建議	1. 可參考 TAM2.0 模式，將社會情感面納入，補足 TAM。	本研究已參採 TAM2.0 模式將認知工具性過程的三項影響知覺有用性的變數納入。 本研究已結合
		2. 電子化政府對於虛擬社群行為的實驗研究實屬初探，TAM 模式有其重要性。	
評估指標	群體智慧	1. 群體智慧模式中應納入「互動性」變數。	本研究在群體智慧的測量題組中，實已涵蓋了所謂互動性的題組。

構面	細目	焦點座談建議	研究團隊
	社會網絡	1. 社會網絡的實體與虛擬社群難以清楚界定。	針對焦點座談專家對於本研究社會網絡測量指標所提出的疑問，本研究重新研擬提出新的社會網絡測量指標，包括政治參與以及政治效能感等。

資料來源：本研究。

至此，本研究根據焦點座談的結果，據以修改前此所建構的科技接受模式，請參見圖3-4所示。

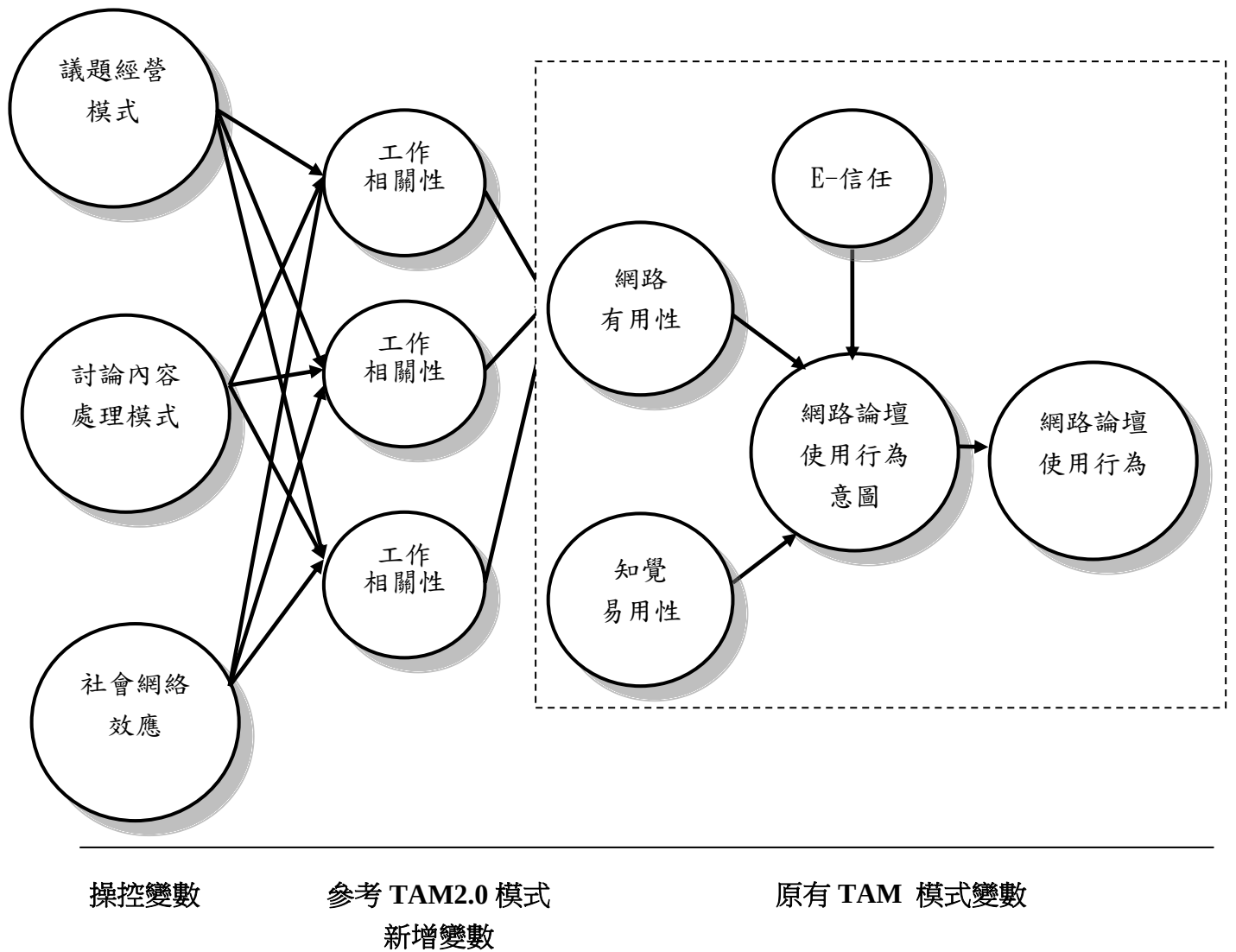


圖 3-4 Web2.0 虛擬社群使用行為與認知模式

資料來源：本研究。

再者，根據焦點座談的結果，我們據以修改前此所建構的評估指標，修正後的評估指標請參見表3-7所示。

表 3-7 社群網站使用行為與認知構念(焦點座談後)

概念	評估指標	定義	測量指標	來源
網路論壇使用行為	使用行為	上網參與網路論壇的行為、次數	2. 過去一個月內，我參與社團的討論有幾次(由網路觀察計算次數)	Chu, P.-Y., & Chiu, J. F. (2003).
網路論壇使用意圖	使用意圖	參與網路論壇的意願程度	3. 未來我願意使用這個社團取得政府的相關資訊。 4. 未來我願意使用這個社團作為與政府間溝通或互動的管道。 5. 相較於其他管道，未來我更願意以這個社團的互動方式與政府接觸。 6. 我願意推薦這個社團給我的朋友或親人	Venkatesh, 2003.
知覺易用性	易用性	個人相信參與網路論壇不需費力的程度	7. 學習使用 Facebook 的功能對我來說是容易的。 8. 對我來說，熟悉 Facebook 的使用是容易的。 9. 我很容易運用 Facebook 去做我想要做的事。 10. Facebook 提供的互動方式，清楚且容易瞭解。 11. 總的來說，Facebook 是容易使用的。	Davis, 1989; Venketesh et al, 2003. Venketesh & Davis, 2000
知覺有用性	有用性	個人相信使用網路論壇可強化其工作績效的程度	12. 這個社團能夠讓我快速的對政策議題有完整的瞭解。 13. 這個社團能夠縮短我取得政策資訊的時間。 14. 這個社團能夠增進我與他人談論	Davis, 1989; Venketesh et al, 2003. Vebketesh &

概念	評估指標	定義	測量指標	來源
		度	政策議題時的內容。	Davis, 2000.
			15. 這個社團的互動討論讓我對政策議題的本質有清楚的認識	
			16. 這個社團讓我更容易瞭解政策議題	
			17. 整體而言，使用這個社團的政策討論對我來說是有用的	
認知工具性過程	工作相關性	個體覺得目標系統適合其工作的知覺程度	18. 這個社團對於政策議題的討論對我瞭解政策議題是重要的。 19. 我覺得這個社團對於議題的互動討論是我所需要的。 20. 我覺得這個社團對於議題的互動討論對我瞭解政策議題幫助很大。	Vebketesh & Davis, 2000.
	產出品質	系統將工作執行多好的知覺程度	21. 我認為這個社團在議題的討論上是有品質的。 22. 我覺得這個社團的互動討論品質是符合我的要求的。 23. 我認為這個社團對議題的互動討論很適合我。	
	結果展示性	使用系統的結果是明顯且可與他人溝通的	24. 我可以很清楚的將使用這個社團的優點與他人分享。 25. 我可以很容易的告訴他人使用這個社團的好處。 26. 我覺得使用這個社團的益處是顯而易見的。	Vebketesh & Davis, 2000.
信任	人際信任	表個體內在驅使其信任他人的趨力。	27. 一般而言，我對人是相信的。	Gefen, 2000. Chen, Y.-H. 2008.
			28. 我相信人們是可以信賴的。	
			29. 我普遍相信他人，除非有其他原因促使我不這麼作。	
	隱私	網站管理者	30. 我擔心 Facebook 會在未經許可的情況下透露我的個人訊息	Liu et al.,

概念	評估指標	定義	測量指標	來源
	保護制度	有必要去制度化的去解釋網站將如何取得、蒐集與使用網站註冊會員的個人資訊。	31. 我關心 Facebook 如何運用我的個人資訊	2004. Chen, Y.-H. 2008.
			32. 我擔心 Facebook 會將我的個人資訊轉售給第三方	
			33. 我關心 Facebook 要蒐集我個人哪些資訊	
	社會臨場感	個體對於與他人互動環境中的人際互動感知。感知程度決定於個體對於熟悉以及縮短心理距離的特性而定。	34. 當我參與這個社團的互動討論時，我可以感覺到人與人之間的溫暖。	Gefen and Straub, 2004. Chen, Y.-H. 2008.
			35. 當我參與這個社團的討論時，我可以感受到人與人互動時的敏感性。	
			36. 當我參與這個社團討論時，我可以感受到人性化的接觸。	
			37. 當我參與這個社團的討論時，我可以感覺到有一種社交性。	
	信任信念	意指使用者認為他們在網站上所提供的個人資訊受到保護與安全的主觀機率	38. 一般而言，這個社團是可信的。	Moorman et al., 1993 ; Garbarino and Johnson, 1999; Mcknight et al, 2002. Chen, Y.-H. 2008.
			39. 我認為這個社團的其他成員是值得信賴的。	
			40. 由該社團的其他成員所提供的資訊是可信賴的。	
			41. 這個社團提供專業的資訊。	

資料來源：本研究。

表 3-8 群體智慧(焦點座談後)

概念	評估指標	定義	測量指標	來源
群體智慧	知識分享態度	參與者願意在網路論壇上將相關資訊與其他人分享的態度誠度	42. 我認為在這個社團與其他成員對政策議題分享政策資訊(包括看法)是一個很好的方法。	Ajzen, 2002. 蔡碧昭, 2007。
			43. 我認為在這個社團上與其他成員分享政策資訊(包括看法),有助於解決我對政策議題的疑慮。	
			44. 我認為提供政策資訊(包括看法)在這個社團上與其他人分享是很值得推廣的。	
			45. 我願意在這個社團上與其他人分享政策資訊(包括看法)。	
			46. 我喜歡在這個社團上與其他人分享政策資訊(包括看法)。	
	知識分享的知覺控制行為	參與者知覺有能力使用、操作網路論壇,或在網路論壇上進行資訊分享行為的程度	47. 我可以自己掌控政策資訊的分享行為。	Ajzen, 2002. 蔡碧昭, 2007。
			48. 我知道如何使用這個社團與其他人分享政策資訊。	
			49. 我可以自己決定是否要在這個社團與其他人分享政策資訊。	
			50. 我可以依照自己的意願去執行政策資訊分享行為。	

資料來源：本研究。

表 3-9 社會網絡效應(焦點座談後)

概念	評估指標	定義	測量指標	來源
社會網絡	政治參與	政治制度內以任何方式參加政策形成的過程。經由政策議題厲害關係人或具有興趣者，以各種方式，如參加公聽會等，參與政策運作過程的結果。	51. 請問您平時會不會與人討論有關政策方面的議題？是時常討論、有時討論、很少討論、還是從來不討論？	TEDS, (2006)
			52. 請問平時與您討論有關政策議題的人是你的什麼人？家人（台語：厝內的人）、親戚、朋友、鄰居（台語：厝邊）或同事？或是其他人？(可複選)	
			53. 過去三年裡，您有沒有採許下列方法表達政策意見或提出要求？	
	政治效能	一個人相信自身對於政治的行動或意見，可以影響政府作為與決策的能力之程度	54. 我們一般老百姓對政府的作為，沒有任何影響力。	TEDS, (2006)
			55. 政府官員不會在乎我們一般老百姓的想法。	
			56. 政治有時太複雜了，我們一般老百姓實在搞不懂。	

資料來源：本研究。

本研究在正式施測前為了進一步確保問卷題目的信效度，欲進行問卷前測，但考量到本研究題組所問的問題，並非一般使用臉書者可以回答，因為問卷題目多數涉及參與社團的使用經驗。同時，我們三組社團的人數多在30人左右，也無法再透過從各社團中抽取一些成員代為填答。幾經考量下，轉而以專家檢視問卷為替代途徑。檢視結果多集中於修正問卷措辭，問卷結構已具備完整性。正式施測問卷請參閱附錄三所示。

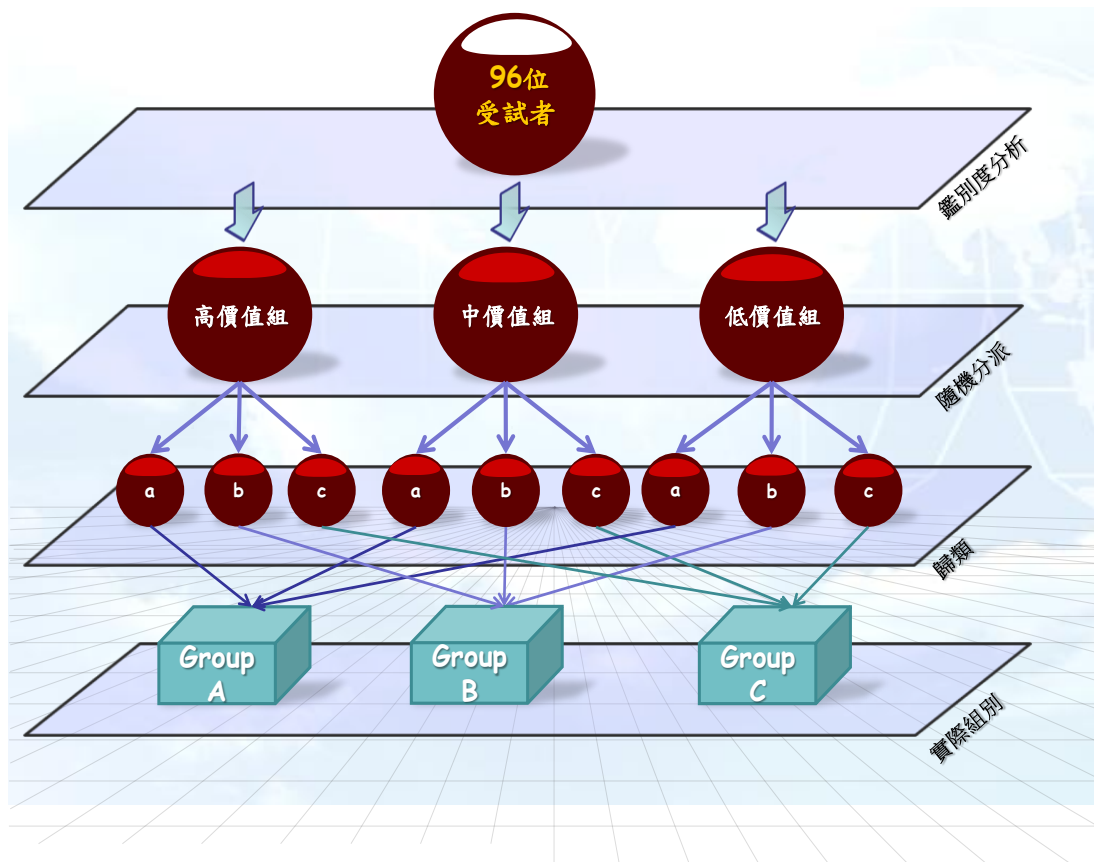
第六節 實驗對象招募暨前測隨機分派

本研究為了能讓三組社團成員在網路使用行為，以及臉書的使用時間上，達到沒有差異性，藉以確保為來操控刺激後，我們可以排除其它因素對於實驗的影響，讓刺激與反應之間的關係更為「純淨」。因此，本研究透過前測問卷的施測，探究各成員本身原有的網路使用行為，藉此，觀察所招募成員的網路使用特性，並依據不同的使用特性，分別隨機的分派至不同的實驗社團。上述隨機分派的分析將透過鑑別度分析為之。

首先本研究透過鑑別度分析的方式，選出問卷中具有高度鑑別力的變數。鑑別度分析將以受測者使用Facebook的時間長短做為依變數，為符合鑑別度分析的要求，本研究將該變數依據受測者的填答區分為三類組，分別是長期使用組，中期使用者，以及新進使用者三組，其餘問卷變數作為自變數用。當萃取出具鑑別力的變數後，本研究將以該變數作為區分三組的標準，將受測對象區分為三類，此三組特性乃是組內差異最小，組間差異最大，之後，我們再透過隨機分派的方式，將這三組每一組內的樣本隨機分派至a、b、c三組(此時總共有三個a組、三個b組、三個c組)，之後再將分派到a組的聚集起來成為A組，其餘兩組也以相同作法聚集，成為B組與C組。此時，各組組內差異最大，但組間差異最小。

一、初步研究發現

以最具鑑別度的變數為分組標準，進行三分組。



資料來源：本研究。

二、鑑別度分析

（一）分析目的

本研究欲透過鑑別度分析來檢證本研究施測問卷上所測量的概念題組哪一個變數最具有鑑別能力。

（二）依變數

本研究後續主要以Facebook作為本研究實驗場域，希望未來此些招募對象，被分派到各組後，每一組在使用Facebook上的時間分布是相似的，不希望某些組別的受試員明顯使用Facebook的時間較長或較久。因此，在鑑別度分析上將以使用Facebook已有多久的時間作為依變數。以量化數據驗證出

我們所問的這些概念題組，對於Facebook使用多久而言是否具有鑑別力。同時，對於依變數而言，為了能進行鑑別度分析，依變數必須是分類變數，而不能是連續變數。因此，在計算好各個樣本在Facebook上的使用時間後(取各組組中點換算為連續尺度)，我們將依據使用期間長短分成長期使用者(18個月到36個月)，中期使用者(3個月到18個月)，以及新進使用者(0.5個月到3個月)三組。

(三) 自變數

平均每天使用社群網站的時間(Q5)、是否常從社群網站獲得有價值得資訊(Q8)、網路自我效能(Q12_S)。

(四) 分析方法：正典鑑別法

(五) 分析結果

1. 各組別統計量

長期使用者，中期使用者，以及新進使用者三組在各概念積分的次數分配表。

表 3-10 個組別統計量表

C3_q3	Mean	Std. Deviation	Valid N (listwise)	
			Unweighted	Weighted
1.00 Q5	.9750	.89326	10	10.000
Q8	3.1000	1.10050	10	10.000
Q12_S	24.8000	4.82586	10	10.000
2.00 Q5	1.6761	1.19702	71	71.000
Q8	2.3099	.88788	71	71.000
Q12_S	27.1831	5.64247	71	71.000
3.00 Q5	1.5417	1.11209	12	12.000
Q8	2.0000	1.04447	12	12.000
Q12_S	23.5000	8.16311	12	12.000
Total Q5	1.5833	1.16757	93	93.000
Q8	2.3548	.96284	93	93.000
Q12_S	26.4516	6.02624	93	93.000

資料來源：本研究。

2. 各組別平均數的相等性檢定

從下表中數據可以知道，各個自變數中僅有Q8在三組(Facebook長期使用者、Facebook中期使用者、Facebook新進使用者)的平均數上有顯著差異，顯著性均小於0.05，達到顯著水準。其餘各自變數表示所分的三組在各自變數上的平均數是沒有明顯差異的。

表 3-11 個組別平均係數相等檢定表

	Wilks' Lambda	F	df1	df2	Sig.
Q5	.965	1.610	2	90	.206
Q8	.915	4.154	2	90	.019
Q12_S	.949	2.410	2	90	.096

資料來源：本研究。

3. Box 共變異數矩陣相等性檢定

下表中，如果變數之間具有高度多元共線性問題，則對數行列式值會趨近於0，而且等級(rank)會不等於自變數的數目。下表數據顯示，長期使用Facebook、中期使用Facebook，以及新進使用Facebook的行列式值分別為2.789、3.444、3.910，與0有段距離，且等級(rank = 3)與自變數的數目(3)相同，所以我們可以知道自變數之間並沒有高度多元共線性問題存在。

表 3-12 Box 共變異數矩陣相等檢定表

C3_q3	Rank	Log Determinant
1.00	3	2.789
2.00	3	3.444
3.00	3	3.910
Pooled within-groups	3	3.602

資料來源：本研究。

下表為Box's M各組內共變數相等性檢定結果。主要在驗證各個分組在共變數矩陣上是否相同。下表顯著性為0.353，未達顯著水準，表示各組在組內的共變異數矩陣是相等的，符合鑑別分析的假定。

表 3-13 Box's M 各組內共變數相等性檢定結果表

Box's M		14.959
F	Approx.	1.103
	df1	12
	df2	2863.801
	Sig.	.353

資料來源：本研究。

4. 典型鑑別函數

(1) 特徵值

本研究鑑別分析共產生兩個鑑別函數。

第一個鑑別函數的特徵值為0.098，可以解釋依變數62.8%的變異量。

第二個鑑別函數的特徵值為0.058，可以解釋依變數37.2%的變異量。

第一個鑑別函數比起第二個較具鑑別力。

表 3-14 典型鑑別函數

Function	Eigenvalue	% of Variance	Cumulative %	Canonical Correlation
1	.098 ^a	62.8	62.8	.299
2	.058 ^a	37.2	100.0	.235

資料來源：本研究

(2) Wilk's Lambda 值

下表為檢定區別函數的顯著性，函數檢定的「1到2」是先檢定第一個鑑別函數及第二個鑑別函數，Wilks' Lambda值為0.860，顯著性為0.037小於0.05，達顯著水準，表示第一個鑑別函數達到顯著水準，也就是說第一個鑑別函數對於依變數有顯著的解釋能力或預測力。第二個區別函數乃是在剔除第一個鑑別函數的影響後，第二個鑑別函數的Wilks' Lambda值為0.945，顯

著性為0.080大於0.05，未達到顯著水準，表示第二個鑑別函數對於依變數沒有顯著的解釋力。

表 3-15 Wilks' Lambda 值表

Test of Function(s)	Wilks' Lambda	Chi-square	df	Sig.
1 through 2	.860	13.395	6	.037
2	.945	5.042	2	.080

資料來源：本研究

(3) 標準化的典型鑑別的函數係數

由下表我們可以知道各自變數在鑑別函數上的相對重要性，係數值越大表示該自變數在鑑別函數上的相對重要性越大。標準化的典型鑑別函數如下：

A. 第一個典型區別函數：

$$D_2 = -0.276(Q5) + 0.866(Q8) - 0.123(Q12_S)$$

從第一個鑑別函數可以發現，「是否常從社群網站獲得有價值得資訊(Q8)」的相對重要性較高。

B. 第二個典型區別函數：

$$D_2 = 0.286(Q5) + 0.334(Q8) + 0.898(Q12_S)$$

從第二個區別函數可以發現，「網路自我效能(Q12_S)」的相對重要性較高。但第二鑑別函數未達顯著水準。

表 3-16 第二個區別函數表

	Function	
	1	2
Q5	-.276	.286
Q8	.866	.334
Q12_S	-.123	.898

資料來源：本研究。

5. 分類統計

(1) 分類係數函數

每一個群組都會有一組係數，可依據此係數預測新進樣本將分配到哪一個Facebook使用時間長短的組別。此三組係數為：

$$\text{長期使用 Facebook 組} = -16.578 + 1.247(Q5) + 4.128(Q8) + 0.683(Q12_S)$$

$$\text{中期使用 Facebook 組} = -16.303 + 1.536(Q5) + 3.333(Q8) + 0.741(Q12_S)$$

$$\text{新進使用 Facebook 組} = -12.598 + 1.406(Q5) + 2.914(Q8) + 0.638(Q12_S)$$

表 3-17 分類係數函數表

	C3_q3		
	1.00	2.00	3.00
Q5	1.247	1.536	1.406
Q8	4.128	3.333	2.914
Q12_S	.683	.741	.638
(Constant)	-16.578	-16.303	-12.598

資料來源：本研究。

(2) 分類結果

在下表中的觀察值中，有10名屬於新進使用組，有71位屬於中期使用組，有12位屬於長期使用組。經過分類之後，新進使用組有5名，中期使用組有34名，長期使用組有5名。新進使用組有5名被分到其他組，中期使用組有37名被分到其他組，長期使用組有7名被分到其他組別。正確的分類比率是將進50%。

表 3-18 分類結果表

			Predicted Group Membership			Total
			1.00	2.00	3.00	
Original	Count	C3_q3 1.00	5	2	3	10
		2.00	19	34	18	71
		3.00	3	4	5	12
	%	1.00	50.0	20.0	30.0	100.0
		2.00	26.8	47.9	25.4	100.0
		3.00	25.0	33.3	41.7	100.0

資料來源：本研究。

經過上述分析後，本研究以自變數中相對重要性較高的「是否常從社群網站獲得有價值得資訊(Q8)」作為本研究分組標準，將所有94位受試者區分為低度價值組、中度價值組，以及高度價值組。此時，三群組的組內差異小，但組間差異大。進一步本研究隨機指派每一組內的樣本到a、b、c組，因此，三組分類下來總共有三個a組、三個b組、三個c組。接著，再將同編號的小組聚集成為最後分類的實驗組別，分別為A、B、C三組。

三、變異數分析

在分組結束後，為保證組間差異小，組內差異大，進一步以變異數分析的方式作為檢測的標準。以所分類的三個實驗組作為自變數，選擇連續尺度的變數為依變數進行變異數分析。選擇的變數包括：使用Facebook的時間

(Q3)、平均每週po文幾則(Q4)、平均每天使用社群網站的時間(Q5)、過去一年多久上網一次(Q9)、平均每天上網多久(Q10)、網路自我效能(Q12_S)。由下表變異數分析可知，所歸類的三個實驗組在上述變項的平均數上是不具有顯著差異的，顯著性均高於0.05，未達顯著水準，代表組間並未有差異性存在。

表 3-19 變異細數分析表

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Q3	Between Groups	26.172	2	13.086	.253	.777
	Within Groups	4714.348	91	51.806		
	Total	4740.519	93			
Q4	Between Groups	56.855	2	28.427	.791	.456
	Within Groups	3234.048	90	35.934		
	Total	3290.903	92			
Q5	Between Groups	.226	2	.113	.081	.922
	Within Groups	125.191	90	1.391		
	Total	125.417	92			
Q12_S	Between Groups	106.492	2	53.246	1.498	.229
	Within Groups	3234.742	91	35.547		
	Total	3341.234	93			
Q9	Between Groups	.019	2	.010	.231	.794
	Within Groups	3.810	91	.042		
	Total	3.830	93			
Q10	Between Groups	1.869	2	.934	1.028	.362
	Within Groups	82.738	91	.909		
	Total	84.606	93			

資料來源：本研究

四、個人背景變項的比例

各個實驗個在個人背景變項上的比例大致相同，以性別與職業程度來看：

(一) 性別

94位受試者的男女比例分別是37.2%與62.8%。歸類後之A組男女比例為40.6%與59.4%、B組男女比例為34.4%與65.6%、C組男女比例為36.7%與63.3%。

(二) 職業

94位受試者的職業比例分別是社會人士34%、大學在學生44.7%、研究所學生21.3%。歸類後之A組社會人士25%、大學在學生53.1%、研究所學生21.9%。B組社會人士46.9%、大學在學生34.4%、研究所學生18.8%。C組社會人士30%、大學在學生46.7%、研究所學生23.3%。

第四章 準實驗結果分析

前此本研究透過文獻檢閱以及深度訪談，透過理論與實務的雙重檢視，推導出在公部門中可能影響虛擬社群成員參與討論的三項變數，分別是議題經營模式、討論內容處理模式，以及實體社會網絡等。本章即是針對上述變數實驗後的結果進行描述說明，茲分別說明如下。

第一節 刺激反應分析(一)：議題經營模式

這個部分的實驗刺激主要是操控議題經營模式，觀察不同經營模式對於如何影響社群成員在虛擬社群上的使用行為，此行為包括參與討論及知識分享等。以下說明將分成三個面向加以描述，首先，說明該階段政策議題的選擇方式、議題發布模式，以及三組社團在經營模式上的操控刺激說明；再者，以內容分析的方式檢視三組社團的發言情形，包括發言字數、發言型式、回應次數等，觀察三組社團的不同經營模式對於實際使用行為的影響；最後，本研究藉由問卷調查的方式，探究三組成員在參與討論行為以及知識分享行為上的兩兩比較。

一、政策議題經營模式說明

政策議題經營模式的操作說明，主要區分為政策議題的選取以及三組社團的經營模式作介紹。

(一) 政策議題的選取與發佈模式

本實驗在議題篩選的資料來源，主要是從台灣四大報—蘋果日報、自由時報、中國時報與聯合報，所提出重要、涉及公共行政之相關議題。然而本實驗於公共議題選定，可分三階段，分述如下：首先，第一階段為實驗初期七月底至八月中，議題選篩標準是以新聞議題「瀏覽人次、回覆篇數」作為初步篩選；接著，以「媒體探討該議題相關新聞篇數」作重要議題篩選標準，故提出四大報中，回應最高、閱覽人數最多以及媒體刊登天數最多之五大議題，分別是司法體制腐敗、ECFA法、全民健保、人民與政府稅制與桃

園機場所引發官僚體制腐敗等議題，議題發佈模式則以本實驗之社團管理者統一發佈，但隨機發佈議題資訊為主。上述新聞議題整理，請參見表4-1所示。

表 4-1 新聞議題綜整

議題	報紙	新聞篇名	民眾瀏覽數	民眾回應篇數	媒體新聞發表量
一、司法體制：4 高等法官收賄與私生活不檢點，台灣司法公信力受質疑	蘋果日報	7/14 大醜聞 4 司法官聲押	47	10	5 篇
		7/15 司法官上銬羈押 何智輝靠 3 個女人布網賄賂	33	9	
		7/16 肅貪還有未爆彈 9 法官操守糜爛	29	7	
		7/19 民進黨對不起台灣人（孫慶餘）	60	13	
		7/19 馬總統的「司改空白」（瞿海源、黃國昌）	40	8	
	自由時報	7/15 司法大掃除-1	無	116	2 篇
		7/19 涉貪瀆 4 司法官聲押 涉行賄 何智輝失聯	無	286	
	中國時報	7/14 涉貪高院已婚法官 「午妻」荒淫無尺度	203629	無	4 篇
		7/14 「可放鞭炮了」 兩個女人聯繫洩底	177054	無	
		7/15 蔡自豪搞女人 黃賴：有上床沒送錢	216388	無	
		7/20 這樣的司法還有救嗎	161989	無	

	聯合 日報	7/13 特偵搜索 台灣高院法官	無	313	3 篇
		7/15 光是震怒 不足以息眾怒	無	323	
		7/16 從司法黑暗 看到正義星火	無	370	
		7/17 擦亮廉能招牌 府院玩真的	無	316	
二、ECFA 法： 國內對於 ECFA 法所簽訂的效益 探討	蘋果 日報	6/30 短期競爭力 台超越日韓	25	8	2 篇
		6/30 司馬觀點：維他命不能當飯吃（江春男）	24	6	
	自由 時報	6/26 ECFA 要公投 今天上街頭	無	96	8 篇
		6/27 15 萬人怒吼 反 ECFA 護台灣	無	657	
		6/27《反 E C F A 大遊行》李：馬無資格做台灣總統	無	249	
		6/28 達賴：馬政府方向在哪	無	79	
		6/30 林中斌警告：北京新戰略「買台灣比打台灣便宜」	無	88	
		7/3 馬政府好凱 補助中國研究生每月 3 萬	無	155	
		7/4 後 ECFA 中國滅獨促統全面登台	無	85	

		7/9 馬空說理性監督 ECFA 逕付二讀	無	98	
	中國時報	6/27 「棄馬保台」吳敦義：壞總統批評好總統	無	332	5 篇
		7/1 凱撒的面具－李登輝果然是操作統獨的老手	無	511	
		7/2 王金平：沒在野黨支持 就兜著走	199140	622	
		7/12 蔡英文：憂慮國共不透明	無	433	
		7/13 蔡英文：大陸讓利的代價是什麼	無	403	
	聯合日報	6/27 綠遊行／李登輝喊五都全贏 棄馬保台	無	489	2 篇
		7/4 「狗有意見」府批蔡比喻不當 綠回擊	無	285	
三、全民健保之醫院體系的敗壞：醫院超收醫師健保費，A 健保費，逃稅	自由時報	7/2 國稅局追溯 5 年／長庚月入 30 萬醫師 補稅近百萬	無	151	1 篇
	中國時報	7/14 楊志良：最重處分長庚關院	170740	無	1 篇
四、人民與政府之間稅務事件爭訟：政府對於公司或私人所進行的課稅，台灣稅務正確性與否問	中國時報	6/17 太極門立院陳情 籲終結萬年稅單	無	6456	3 篇
		6/20 中區課稅錯誤率 最扯	無	374	

題		6/20 10 件錯 1 件 民眾能容忍嗎？	無	296	
五、官僚體制腐敗：桃園中控事件，企圖掩蓋事實，說明官僚體制官官相護之弊病	中國時報	7/8 熱門話題－官僚體系 簡直神經麻痺	無	282	2 篇
		7/8 民航局隻手遮天 政院火大開鋤	無	276	
	聯合日報	7/8 國家門面不容顛頂官僚如此糟蹋	無	287	4 篇
		7/11 「官官相護」腐蝕公務體系的靈魂	無	300	
		7/13 王偉忠和羅淑蕾	無	292	
		7/13 這是改變的時刻	無	285	

資料來源：本研究。

註：表中議題為本研究根據網路新聞彙整而成，每項新聞議題後的民眾瀏覽數以及民眾回應篇數為網路新聞本身所統計之數據。紀錄為「無」者表示該新聞議題並未有統計民眾瀏覽次數。因此，可能會出現未有統計民眾瀏覽次數的數據，但該新聞議題卻有統計回應的篇數數據。

其次，由於本團隊於八月十二日訪談樂多網站之臉書經營者，受訪者依照自身經營臉書經驗與試驗，建議本團隊在議題篩選上，應該要把握時效性，選取最熱門、最新資訊作為討論議題。因此，第二階段八月中至八月底期間，本實驗在議題選定上主要以該實驗期間最熱門之議題，例如有苗栗大埔農地事件、雲林六輕大火與中科之經濟與環保議題等；另一方面，議題發佈模式上，樂多受訪者提出一般民眾通常上臉書時間，大多集中於三個時段：八點、十二點以及十點左右，故建議本團隊可採固定時段發議題資訊，而本實驗社團將議題發佈時間改成每天「八點半、十二點、十點到十點半」三個時段，統一發佈議題資訊。

（二）政策議題經營者立場模式

此實驗主要聚焦於議題經營模式是否會影響虛擬社群成員使用網路論壇。本階段共分為三組，每組實驗人數各約30位(e-partnership有32位、e-power有31位、e-voice有31位)，所操控的變數乃是網站經營者本身對於議題的經營模式，共分三種模式，分別為：1、有明確立場且強烈者(Strong Voice, SV)；2、有明確立場但不強烈者(Weak Voice, WV)；3、無明確立場僅提供資訊者(Information Only, IO)。這三種經營模式均在所屬社團針對政策議題提供相關資訊，不同的是針對相同的政策議題有著不同的立場態度，SV組對於政策議題有明顯的立場，且對於網站上的討論，當有虛擬社群成員在網站上提出相反意見時，該組經營者會採取強烈態度加以回應，並積極影響、說服相反意見的成員支持本身的看法。WV組與SV組相同，唯一不同點在於，網路論壇上的經營管理者本身對於政策議題雖有本身的立場，但並不太會積極影響或者說服虛擬社群成員所提出的相反意見，僅止於表達本身立場如此。IO組是三組當中唯一一組對於政策議題不採取任何立場的網路議題經營管理者。該組經營者僅提供政策本身相關的資訊，對於網路論壇中任何有關於該議題的多元意見，經營者並不作任何回應。

二、社團日誌內容分析

以下我們將運用內容分析法，針對三組社團上的成員使用行為進行解構，藉以瞭解實際上社團成員的參與情況。主要聚焦於觀察成員多數上網的留言時間，藉此我們可以知道就政府性質的網站而言，多數民眾瀏覽的時間；除上網時間外，我們也觀察其成員的發言字數以及回應次數，藉此觀察成員在網站上的實際討論行為，同時也可以比較三組社團成員在社團中的互動程度。

值得說明的是，前此曾提及本研究在議題經營模式上的刺激，除了管理者本身的立場外，我們也操控了另一項實驗刺激，亦即議題發佈的不同模式，因此上述變數的比較，我們也將區分成無固定時間組以及有固定時間組。

首先，我們觀察各組成員的發言則數，自7月25開始進行實驗以來，並以政策議題公佈有無固定時間(以8月13日為區別)作為分野，其中以「有明確

立場但態度不強烈組」組的發言有隨著時間的遞延，成員的發言數也跟著成正比的成長。而有明確立場暨態度強烈」組以及「未有明確立場組」組成員的發言數，則與時間的增加成反比。

表 4-2 不同議題公佈模式下三組社團的發言則數

組別	議題公佈模式	發言則數
有明確立場暨態度強烈組	無固定時間(8/13 之前)	28
	有固定時間(8/13 之後)	20
總計		48
有明確立場但態度不強烈組	無固定時間(8/13 之前)	16
	有固定時間(8/13 之後)	47
總計		63
未有明確立場組	無固定時間(8/13 之前)	41
	有固定時間(8/13 之後)	13
總計		54

資料來源：本研究。

而這樣的結果，其實與所訪談的業界人士經驗不謀而合。當你越想說服社團成員的立場時，反而會造成社團成員越不受控制。

因為你堅持某些論調的情況之下，因為你要引發的是討論，你要的不是，你要操作的東西應該不是去讓他們認同你，如果你要這樣做的話一定會有問題，因為在網路上的東西是這樣，我剛才講的，大家都有大家不同的意見，你覺得你要在裡面用什麼方法得到所有人的認同，其實是非常困難的事情（C1-1：114）

再者，沒有任何立場或者導引大家發言的管理方式，也會令社團成員不知該往哪裡討論起，沒有一個可以開始的討論點。

因為就是說，放任的時候，沒有人去主導議題的時候，大家不曉得要往哪討論，所以你一干預的時候，大家知道有個點可以討論的時候他就會去，大家就會去集中去討論，當你一又再點另一個議題的時候，他又繼續討論下去。所以那個是，適度的干預是延續討論熱度的一個方法，對阿對阿（C1-1：115）

從上表中數據我們可以觀察到各組的發言數量，瞭解到「有明確立場但態度不強烈」組的留言數量與日俱增，但我們無法確切知道所發言的內容是否就是與議題有關。針對這樣的疑問，本研究進一步去判斷各則留言是否與政策議題相關，所謂相關的界定不嚴格定義為回應社團管理者所發佈的政策議題留言，只要成員所發表的言論是與政策議題相關者即計算在內。此變數概可分為兩大類別，一為與政策議題相關，另一為與政策議題不相關。由表 4-3 可以知道，三組社團中以「立場強烈組」的成員所發表的言論與政策議題較為相關，其與議題相關者佔 85%，而其中以「無立場組」所發表言論較不與議題有關，其與議題無關者佔 83%。這樣的數據可說是與前者形成強烈的對比。而「立場溫和組」的比例，則是相關與無關者各約佔 50% 左右。

表 4-3 三組社團與留言與議題相關與否交叉分析

發言時段 \ 組別	立場強烈組 個數（%）	立場溫和組 個數（%）	無立場組 個數（%）
與議題相關	39（85）	38（57）	9（17）
與議題無關	7（15）	29（43）	45（83）
總計	46（100）	67（100）	54（100）

資料來源：本研究。

以下，本文為使讀者能清楚觀察到上述三組社團在各項變數比較上的分佈狀況，將根據各變數與三組社團進行交叉分析說明，分別是發言時間、發言字數、回應次數等。

(一) 三組社團與發言時間交叉分析

首先，本研究觀察三組社團成員在留言時間上是否具有明顯差異。留言時間的分類採全日24小時制，觀察三組社團在各個時段中的發言紀錄，爾後，我們將三組社團中留言最多的前三個時段萃取出來，並進行三組社團留言記錄最多的前三個時段兩兩比較，我們可以發現到在11點到12點這個時段，均是這三組社團中留言數最多的前三個時段之一，而涵蓋其中兩組社團留言量最多的前三個時段的，包括14點到15點、21點到22點、22點到23點、23點到24點等四個時段。顯見目前網路使用的瀏覽習慣，多集中於中午時段以及晚間者居多(17點之後)。

而在不區分三組的情況下，仍是以中午時段為最多留言量，居次者為23點到24點之間，第三為16點到17點以及22點到23點這兩個時段。

表 4-4 三組社團與發言時間交叉表

組別 發言時段	立場強烈組 個數 (%)	立場溫和組 個數 (%)	無立場組 個數 (%)	總計
24:00 ~ 1:00	3 (6.3)	3 (4.5)	4 (7.4)	10 (5.9)
1:00 ~ 2:00	3 (6.3)	0 (.0)	0 (.0)	3 (1.8)
2:00 ~ 3:00	3 (6.3)	0 (.0)	4 (7.4)	7 (4.1)
3:00 ~ 4:00	0 (.0)	0 (.0)	0 (.0)	0 (.0)
4:00 ~ 5:00	0 (.0)	0 (.0)	0 (.0)	0 (.0)
5:00 ~ 6:00	0 (.0)	0 (.0)	0 (.0)	0 (.0)
6:00 ~ 7:00	2 (4.2)	0 (.0)	0 (.0)	2 (1.2)
7:00 ~ 8:00	1 (2.1)	2 (3.0)	4 (7.4)	7 (4.1)
8:00 ~ 9:00	1 (2.1)	0 (.0)	3 (5.6)	4 (2.4)
9:00 ~ 10:00	1 (2.1)	2 (3.0)	1 (1.9)	4 (2.4)
10:00 ~ 11:00	1 (2.1)	1 (1.5)	1 (1.9)	3 (1.8)
11:00 ~ 12:00	5 (10.4)	9 (13.4)	5 (9.3)	19 (11.2)
12:00 ~ 13:00	0 (.0)	4 (6.0)	7 (13.0)	11 (6.5)
13:00 ~ 14:00	5 (10.4)	2 (3.0)	1 (1.9)	8 (4.7)
14:00 ~ 15:00	3 (6.3)	6 (9.0)	2 (3.7)	11 (6.5)
15:00 ~ 16:00	0 (.0)	3 (4.5)	2 (3.7)	5 (3.0)
16:00 ~ 17:00	1 (2.1)	11 (16.4)	2 (3.7)	14 (8.3)
17:00 ~ 18:00	2 (4.2)	3 (4.5)	0 (.0)	5 (3.0)

組別 發言時段	立場強烈組 個數 (%)	立場溫和組 個數 (%)	無立場組 個數 (%)	總計
18:00 ~ 19:00	0 (.0)	3 (4.5)	1 (1.9)	4 (2.4)
19:00 ~ 20:00	4 (8.3)	1 (1.5)	3 (5.6)	8 (4.7)
20:00 ~ 21:00	1 (2.1)	1 (1.5)	1 (1.9)	3 (1.8)
21:00 ~ 22:00	3 (6.3)	6 (9.0)	2 (3.7)	11 (6.5)
22:00 ~ 23:00	4 (8.3)	5 (7.5)	5 (9.3)	14 (8.3)
23:00 ~ 24:00	5 (10.4)	5 (7.5)	6 (11.1)	16 (9.5)
總計	48 (100)	67 (100)	54 (100)	169 (100)

資料來源：本研究。

(二) 三組社團與發言字數交叉分析

再者，本研究進一步針對成員所發表留言的字數進行比較。由表4-5可以發現，三組社團中以「有明確立場但態度不強烈組」的成員在字數的平均數上是三組最高的，平均字數為57.26，而三組中以「未有明確立場組」的成員在字數發表量上的平均數最低，僅有15.41。倘若以通俗字眼稱此種現象，概可以「話不投機半句多」做為最佳寫照。試問，當您在該社團缺乏參與興趣時，您是否還會積極的參與討論，直覺答案應該是否定的。因此，透過這樣的數據顯示，我們可以推知三組社團中，以「有明確立場但態度不強烈組」的討論較為活絡，而本研究後續也將進一步透過問卷調查的方式，實際驗證三組成員在相關網站行為上的實際認知，檢視成員認知與實際行為間的差異。

表 4-5 社團與發言字數間的比較

組別 發言字數	個數	平均數	標準差
有明確立場且態度強烈	48	38.35	40.664
有明確立場但態度不強烈組	66*	57.26	65.990
未有明確立場組	54	15.41	18.855
總計	168	38.40	50.839

資料來源：本研究。

註：*此數值與留言數不相等的原因在於，其中有位受訪者的留言乃是一串網址，雖有留言記錄，但卻沒有任何撰寫文字。

（三）三組社團與回應次數交叉分析

最後，本研究也觀察社團成員在回應他人留言，以及回應社團管理者所發佈政策議題的回應情況。由表4-6所示，其中以「有明確立場但態度不強烈組」的回應次數是三組中最佳的，平均數為1.74。而三組中以「未有明確立場組」的回應次數是最低的，平均數為1.426。

表 4-6 社團與回應次數間的比較

組別 \ 發言字數	回應個數	單筆最多回應	平均數	標準差
有明確立場且態度強烈	119	14	1.471	1.550
有明確立場但態度不強烈組	101	8	1.74	1.426
未有明確立場組	14	3	1.426	0.646

資料來源：本研究。

三、問卷調查資料分析

以下資料分析主要分成兩大構面做說明，一為網路使用行為與認知構面，另一為群體智慧構面。每個構面的分析主要區分成e-partnership組、e-power組以及e-voice組的受測者。而網路使用行為與認知構面主要分為使用行為意圖、知覺易用性、知覺有用性、認知工具性過程(工作相關性、產出品質、結果展示性)、信任等；而群體智慧構面主要分為知識分享態度以及知識分享的知覺控制行為等。茲分述如下。

（一）網路使用行為與認知構面

就網路使用行為而言，本研究主要觀察三組社團成員在接受本研究操控變數的刺激後，對於成員本身在知覺虛擬社群的易用性、有用性以及相關的認知性工具過程所造成的影響，另外，本研究也進一步觀察在不同的議題經營模式下，對於受測者在信任知覺上的塑造。

1. 虛擬社群使用意圖

下表4-7為三組社團與虛擬社群使用意圖的數據交叉表。首先，在「未來我願意使用這個社團取得政府的相關資訊」方面，以e-partnership所佔的比例最高(68.9%)，顯示該社團成員較願意以該社團作為取得政府資訊的管道，但整體而言，此三個社團成員未來皆願意以各該社團做為取得政府相關資料的管道，比例大約皆有七成左右。

第二，當問及在「未來我願意使用這個社團作為與政府間的溝通管道」部分，仍以e-partnership最為同意，同意者的比例達58.6%，而在不同意與不同意的比例上，各個社團皆以同意者居多，大約佔五到六成左右，值得注意的是e-voice社團，由於採不加干預的形式，所以相較於其他兩個社團，成員的意見在不同意、無意見和同意之間，呈現相似的比率，皆各佔三成左右。

第三，在相較於其他管道，「未來我更願意以這個社團的互動方式與政府接觸」方面，以e-power最為同意，佔了60%，在各組分佈的部分，各組皆以同意居多，佔四成到五成左右。最後，在「我願意推薦這個社團給我的親朋好友」部分，以e-power同意者居多，有60%，在個別社團方面，大部分集中在同意和無意見，其中，e-partnership無意見的比例略高於同意選項，但值得注意的是，e-voice是唯一有成員不願意推薦該社團資訊給親朋好友的一組，顯示由於採取不干預手段，所以成員願意推薦該社團給他人的意願是較低的。

表 4-7 三組社團與使用意圖構面分析

評估指標	問卷題目	選項	e-partnership		e-power		e-voice	
			n	%	n	%	n	%
使用意圖	未來我願意使用這個社團取得政府的相關資訊。	非常不同意	0	.0	0	.0	2	6.5
		不同意	1	3.4	2	6.7	2	6.5
		無意見	8	27.6	8	26.7	6	19.4
		同意	17	58.6	16	53.3	17	54.8
		非常同意	3	10.3	4	13.3	4	12.9
	未來我願意使用這個社團作為與政府間的溝通管道。	非常不同意	0	.0	1	3.3	1	3.2
		不同意	7	24.1	5	16.7	8	25.8
		無意見	5	17.2	7	23.3	9	29.0
		同意	13	44.8	13	43.3	10	32.3
		非常同意	4	13.8	4	13.3	3	9.7

評估指標	問卷題目	選項	e-partnership		e-power		e-voice	
			n	%	n	%	n	%
	相較於其他管道，未來我更願意以這個社團的互動方式與政府接觸。	非常不同意	0	.0	0	.0	2	6.5
		不同意	8	27.6	4	13.3	6	19.4
		無意見	6	20.7	8	26.7	10	32.3
		同意	12	41.4	15	50.0	12	38.7
		非常同意	3	10.3	3	10.0	1	3.2
	我願意推薦這個社團給我的親朋好友。	非常不同意	0	.0	0	.0	2	6.5
		不同意	2	6.9	2	6.7	3	9.7
		無意見	12	41.4	10	33.3	9	29.0
		同意	11	37.9	16	53.3	15	48.4
		非常同意	4	13.8	2	6.7	2	6.5

資料來源：本研究。

2. 知覺易用性

在知覺易用性部分，主要是在探求成員認為Facebook是否是個容易使用的管道。首先，在「學習使用Facebook的功能對我來說是容易的」部分，以e-partnership組選擇同意的比例最高，佔62.1%。整體而言，三組社團成員的意見皆集中在同意和非常同意，所佔比例均達九成。其次，在「對我來說，熟悉Facebook的使用是容易的」部分，以e-partnership同意的程度最高，選擇同意與非常同意者，合計高達93.1%，就三組社團總體來看，成員意見仍多集中在同意和非常同意，比例也都在80%~95%之間。第三，在「我很容易運用Facebook去做我想要做的事」的部分，以e-voice的同意比例最高，佔有51.6%，而就個別社團部分，意見雖仍集中在同意，但是在無意見、同意和非常同意間呈現呈現鐘型分布，顯示成員認為可以用Facebook去做其想做的事的部分意見較有分歧。第四，在「Facebook提供的互動方式，清楚且容易瞭解」的部分，以e-partnership的同意比例最高，達到69.0%，而三組社團中，e-voice的受測者有佔23.3%比例的成員，表示不同意Facebook所提供的互動方式，是清楚且容易瞭解的。此數據顯示，對於Facebook的介面在互動使用上，應有其需要加強的空間。最後，知覺有用性測驗題組最後一道問項，係詢問受測者在「我認為Facebook是容易使用」的部分，以e-voice同意

的比例最高，相較於其他兩組而言，高達61.3%，而就個別三組社團部分，三組社團成員均同意(同意與非常同意)Facebook是容易使用的，分別是86.2%、73.3%、87.1%。

表 4-8 三組社團與知覺易用性構面分析

評估指標	問卷題目	選項	e-partnership		e-power		e-voice	
			n	%	n	%	n	%
知覺易用	學習使用 Facebook 的功能對我來說是容易的。	非常不同意	0	.0	0	.0	0	.0
		不同意	1	3.4	1	3.3	0	.0
		無意見	0	.0	2	6.7	1	3.2
		同意	18	62.1	17	56.7	18	58.1
		非常同意	10	34.5	10	33.3	12	38.7
	對我來說，熟悉 Facebook 的使用是容易的。	非常不同意	0	.0	0	.0	0	.0
		不同意	1	3.4	1	3.3	1	3.2
		無意見	1	3.4	2	6.7	4	12.9
		同意	19	65.5	15	50.0	15	48.4
		非常同意	8	27.6	12	40.0	11	35.5
	我很容易運用 Facebook 去做我想要做的事。	非常不同意	0	.0	1	3.3	0	.0
		不同意	2	6.9	3	10.0	3	9.7
		無意見	7	24.1	7	23.3	5	16.1
		同意	13	44.8	10	33.3	16	51.6
		非常同意	7	24.1	9	30.0	7	22.6
	Facebook 提供的互動方式，清楚且容易瞭解。	非常不同意	0	.0	0	.0	0	.0
		不同意	1	3.4	7	23.3	2	6.5
		無意見	1	3.4	5	16.7	3	9.7
		同意	20	69.0	9	30.0	20	64.5
		非常同意	7	24.1	9	30.0	6	19.4
	我認為 Facebook 是容易使用的	非常不同意	0	.0	0	.0	0	.0
		不同意	1	3.4	3	10.0	1	3.2
		無意見	3	10.3	5	16.7	3	9.7
		同意	15	51.7	13	43.3	19	61.3
		非常同意	10	34.5	9	30.0	8	25.8

資料來源：本研究。

3. 知覺有用性

知覺有用性的測量題組，主要是探究個別成員對於所屬社團，有關政策議題資訊的公佈以及成員間的討論內容，是否令妳感到可強化自身對於政策議題的認知情況。首先，在「這個社團能夠讓我快速的對政策議題有完整的瞭解」的問項上，其中以e-partnership的持贊成的比例最高，相較於其他兩組而言，達到65.5%，而且若以不同意的比例(非常不同意與不同意)觀之，仍是以e-partnership成員持不贊成者的比例最少，僅有2人(6.9%)。第二，在「這個社團能夠縮短我取得政策資訊的時間」部分，以e-partnership持贊成者(同意與非常同意)的比例最高，有82.8%。三組社團的成員意見多集中在同意和無意見兩個選項，但仍以同意者居多(依表格順序是75.9%、60%、48.4%)，其中以e-voice同意者最低。總的來說，此顯示大部分成員是認為該社團將可以有效縮短取得政策資訊的時間。第三，在「這個社團能夠增進我與他人談論政策議題時的內容」的部分，以e-partnership同意的比例最高，為55.2%，在個別社團的部分，e-voice組由於採取不干預的方法，社團管理者未積極促進成員間的討論，所以，相較於其他兩組，不同意者較多，佔該組成員的19.4%(6位)。第四，在「這個社團的互動討論讓我對政策議題的本質有更清楚的認識」問項，以e-partnership組無意見的比例最高(55.2%)，而此問題3組成員皆有共同趨勢，即以無意見為中心向同意及不同意呈現鐘型分布，尤以e-voice組最為明顯，不同意者為6人(19.4%)。對此數據本研究認為，可能該組社團成員間缺少互動性的相互激盪，因此，對於政策議題的認識將僅侷限於社團管理者所發佈的新聞議題資訊。第五，在「這個社團讓我更容易瞭解政策議題」的部分，以e-partnership同意的比率最高(佔有69%，同意及非常同意者的加總)，而以e-voice社團成員較不同意參與社團將更容易聊解政策議題。最後，在「整體而言，使用這個社團的政策討論對我來說是有用」的部分，以e-partnership組同意的比例最高，有58.6%。對三組成員而言，意見主要集中在同意和無意見，約有七八成，但值得注意的事，e-voice組成員的不同意者相較於另外兩組較多，顯示對照組中由於討論較缺乏刺激，所以有用性較低。

總結而言，在知覺有用性的部分，以e-partnership組最為同意，另一方面，比較起來，以e-voice的同意性最低，本研究認為，由於缺乏議題管理者

在成員互動方面的刺激，所以相對的，成員的議題的了解程度較少，認為實用性較低。

表 4-9 三組社團與知覺有用性構面分析

評估指標	問卷題目	選項	e-partnership		e-power		e-voice	
			n	%	n	%	n	%
知覺有用	這個社團能夠讓我快速的對政策議題有完整的瞭解	非常不同意	0	.0	0	.0	0	.0
		不同意	2	6.9	5	16.7	5	16.1
		無意見	8	27.6	7	23.3	9	29.0
		同意	17	58.6	16	53.3	16	51.6
		非常同意	2	6.9	2	6.7	1	3.2
	這個社團能夠縮短我取得政策資訊的時間。	非常不同意	0	.0	1	3.3	0	.0
		不同意	2	6.9	1	3.3	4	12.9
		無意見	3	10.3	8	26.7	9	29.0
		同意	22	75.9	18	60.0	15	48.4
		非常同意	2	6.9	2	6.7	3	9.7
	這個社團能夠增進我與他人談論政策議題時的內容。	非常不同意	0	.0	1	3.3	2	6.5
		不同意	3	10.3	3	10.0	4	12.9
		無意見	9	31.0	12	40.0	10	32.3
		同意	16	55.2	12	40.0	13	41.9
		非常同意	1	3.4	2	6.7	2	6.5
	這個社團的互動討論讓我對政策議題的本質有更清楚的認識。	非常不同意	0	.0	1	3.3	0	.0
		不同意	1	3.4	4	13.3	6	19.4
		無意見	16	55.2	14	46.7	14	45.2
		同意	11	37.9	7	23.3	10	32.3
		非常同意	1	3.4	4	13.3	1	3.2
	這個社團讓我更容易瞭解政策議題。	非常不同意	0	.0	0	.0	0	.0
		不同意	1	3.4	2	6.7	4	12.9
		無意見	8	27.6	8	26.7	8	25.8
		同意	18	62.1	16	53.3	18	58.1
		非常同意	2	6.9	4	13.3	1	3.2
	整體而言，使	非常不同意	0	.0	0	.0	1	3.2

評估指標	問卷題目	選項	e-partnership		e-power		e-voice	
			n	%	n	%	n	%
	用這個社團的政策討論對我來說是有用的。	不同意	2	6.9	2	6.7	5	16.1
		無意見	8	27.6	13	43.3	9	29.0
		同意	17	58.6	14	46.7	13	41.9
		非常同意	2	6.9	1	3.3	3	9.7

資料來源：本研究。

4. 認知工具性過程

(1) 工作相關性

所謂工作相關性意為個體覺得目標系統適合其工作的知覺程度，亦即成員的互動和討論，是否有助於達成我們期望之目標。在「這個社團對於政策議題的討論對我瞭解政策議題是重要」的部分，以e-power組佔有的同意比例最高(46.7%)。就不同意的比例來看，以e-partnership及e-voice的比例較高，分別是13.8%及12.2%(非常不同意暨不同意)。而就個別受測者部分，約有八成集中於選填無意見和同意。第二，在「我覺得這個社團對於議題的互動討論是我所需要的」部分，以e-partnership的無意見55.2%為最高。而三組社團在同意與非常同意兩選項所佔比例來看，e-power組相較於其他組別，有較高的比例，佔了46.7%。最後，在「我覺得這個社團對於議題的互動討論對我瞭解政策議題幫助很大」的部分，單就選擇同意選項者而言，以e-voice所佔的比例最高，佔48.4%。在e-partnership和e-power組的部分，呈現意見集中在無意見與同意兩種選項，但e-voice組卻呈現不同的分布狀態，以同意為最多，不同意者次之，而選填無意見者再次之。上述數據顯示，三組社團成員基本上均同意，所屬社團對於政策議題的互動討論，對於自身瞭解政策議題上是有幫助的。

表 4-10 三組社團與工作相關性構面分析

評估指標	問卷題目	選項	e-partnership		e-power		e-voice	
			n	%	n	%	n	%
工作相關性	這個社團對於政策議題的討論對我瞭解政	非常不同意	0	.0	0	.0	1	1.1
		不同意	4	13.8	2	6.7	4	11.1
		無意見	12	41.4	11	36.7	11	37.8

評估指標	問卷題目	選項	e-partnership		e-power		e-voice	
			n	%	n	%	n	%
	策議題是重要的。	同意	13	44.8	14	46.7	13	44.4
		非常同意	0	.0	3	10.0	2	5.6
	我覺得這個社團對於議題的互動討論是我所需要的。	非常不同意	0	.0	0	.0	1	3.2
		不同意	4	13.8	6	20.0	6	19.4
		無意見	16	55.2	10	33.3	17	54.8
		同意	9	31.0	12	40.0	7	22.6
		非常同意	0	.0	2	6.7	0	.0
	我覺得這個社團對於議題的互動討論對我瞭解政策議題幫助很大。	非常不同意	0	.0	0	.0	1	3.2
		不同意	5	17.2	5	16.7	7	22.6
		無意見	12	41.4	10	33.3	6	19.4
		同意	12	41.4	13	43.3	15	48.4
		非常同意	0	.0	2	6.7	2	6.5

資料來源：本研究

(2) 產出品質

產出品質意指系統成員對工作執行多好的知覺程度。首先，在「我認為這個社團所進行的議題討論是有品質的」部分，以e-partnership的滿意度最高，高達68.9%(同意與非常同意合計)。然而，在e-power和e-voice組雖然滿意度也有達到四到六成，但若觀察不同意(不同意與非常不同意)的比例，則分別有16.7%及19.4%的比例不認為社團所進行的議題討論是具有品質的，其中以e-voice認同的比例最低。此數據顯示，該組成員在經營管理者刻意不作任何立場與回應社團成員的情況下，社團成員其實會對於討論的品質較缺乏信心。

其次，在我覺得這個社團的互動討論品質符合我的要求的部分，在e-partnership組以及e-power組中，均以選填無意見者的比例最高，分別佔有58.6%及56.7%。而e-voice組中，選填同意者最多，佔38.7%。大致而言，e-power在持贊成立場者(同意與非常同意)的比例是最低的，佔23.3%。最後，在「我認為這個社團對議題的互動討論很適合我」的部分，所有組別皆集中於無意見，所佔比例大約為48.4%到66.7%。

表 4-11 三組社團與產出品質構面分析

評估指標	問卷題目	選項	e-partnership		e-power		e-voice	
			n	%	n	%	n	%
產出品質	我認為這個社團所進行的議題討論是有品質的。	非常不同意	0	.0	2	6.7	2	6.5
		不同意	3	10.3	3	10.0	4	12.9
		無意見	6	20.7	7	23.3	12	38.7
		同意	17	58.6	15	50.0	10	32.3
		非常同意	3	10.3	3	10.0	3	9.7
	我覺得這個社團的互動討論品質符合我的要求。	非常不同意	0	.0	1	3.3	1	3.2
		不同意	2	6.9	5	16.7	6	19.4
		無意見	17	58.6	17	56.7	11	35.5
		同意	9	31.0	7	23.3	12	38.7
		非常同意	1	3.4	0	.0	1	3.2
	我認為這個社團對議題的互動討論很適合我。	非常不同意	0	.0	1	3.3	1	3.2
		不同意	4	13.8	4	13.3	5	16.1
		無意見	19	65.5	20	66.7	15	48.4
		同意	5	17.2	5	16.7	10	32.3
		非常同意	1	3.4	0	.0	0	.0

資料來源：本研究

(3) 結果展示性

首先，在「我可以很清楚的將使用這個社團的優點與他人分享」的部分，以e-partnership持同意立場(同意、非常同意)的比例最高，佔有55.2%。三組社團在個別選項的百分比而言，成員大多集中在選填同意與無意見者居多。其次，在「我可以很容易的告訴他人使用這個社團的好處」方面，大部分的成員都選填無意見居多，而其中以e-voice的比例最高，佔有45.2%。而就該題個別選項分布狀況而言，以選填無意見和同意的比例最高，就同意(同意、非常同意)的比例而言，分別佔有58.6%、43.3%及32.2%。此顯示大部分的成員同意這個社團的好處是容易分享的。最後，在「我覺得使用這個社團的益處是顯而易見的」方面，持贊同意見的比例中，以e-partnership的

48.3%為最高。其中，e-power組以及e-voice組在不同意的比例上，是佔該組其他選項的第二高比例，分別佔有30.2%與25.8%。

表 4-12 三組社團與產出品質構面分析

評估指標	問卷題目	選項	e-partnership		e-power		e-voice	
			n	%	n	%	n	%
結果展示性	我可以很清楚的將使用這個社團的優點與他人分享。	非常不同意	0	.0	1	3.3	2	6.5
		不同意	4	13.8	6	20.0	3	9.7
		無意見	9	31.0	11	36.7	12	38.7
		同意	14	48.3	9	30.0	13	41.9
		非常同意	2	6.9	3	10.0	1	3.2
	我可以很容易的告訴他人使用這個社團的好處。	非常不同意	0	.0	0	.0	1	3.2
		不同意	3	10.3	6	20.0	6	19.4
		無意見	9	31.0	11	36.7	14	45.2
		同意	15	51.7	13	43.3	9	29.0
		非常同意	2	6.9	0	.0	1	3.2
	我覺得使用這個社團的益處是顯而易見的。	非常不同意	0	.0	0	.0	1	3.2
		不同意	3	10.3	9	30.0	8	25.8
		無意見	10	34.5	9	30.0	7	22.6
		同意	14	48.3	11	36.7	13	41.9
		非常同意	2	6.9	1	3.3	2	6.5

資料來源：本研究

5. 信任認知

在前述文獻檢閱暨深度訪談中，歸納出信任是影響科技接受模式的因素之一，對一個社群的信任程度會影響本身在社團內的參與。本項測量構面的題組，主要在測量三組社團成員對於信任信念上的認知狀態。在「我認為這個社團的其他成員是可值得信賴的」問項中，在e-partnership有58.6%認為該社團本身是值得信賴的，在三個社團中比例最高。但弔詭的是，該組成員在不同意的比例上，也是三組中最高的，佔有13.7%(不同意、非常不同意)。再者，在「由該社團的其他成員所提供的資訊是可信賴的」問項中，三

組社團均有過半的成員認為其提供的相關議題資訊是值得信賴的，讚成(同意與非常同意)的比例分別是51.7%、60.0%、64.6%。最後，在「這個社團提供專業的資訊」問項中，e-partnership有65.5%的成員同意(同意與非常同意)該問項，相較高於e-power的53.4%，以及e-voice的54.9%。至此，本研究認為之所以產生上述高專業資訊認知，確有低度信任社團成員及成員所提供資訊的現象，可能原因來自於專業資訊的落差所影響。也就是說，高度的專業資訊雖然令成員感知道該社團的資訊提供有其專業程度，但也因為專業程度的資訊難以令成員清楚理解內容，造成管理者與成員間的資訊落差，此落差的產生也拉高了彼此間的人際距離。

表 4-13 三組社團與信任信念構面分析

評估指標	問卷題目	選項	e-partnership		e-power		e-voice	
			n	%	n	%	n	%
信任信念	我認為這個社團的其他成員是可值得信賴的。	非常不同意	1	3.4	0	.0	0	.0
		不同意	3	10.3	2	6.7	1	3.2
		無意見	7	24.1	12	40.0	13	41.9
		同意	17	58.6	13	43.3	15	48.4
		非常同意	1	3.4	3	10.0	2	6.5
	由該社團的其他成員所提供的資訊是可信賴的。	非常不同意	0	.0	0	.0	0	.0
		不同意	1	3.4	2	6.7	1	3.2
		無意見	13	44.8	10	33.3	10	32.3
		同意	15	51.7	15	50.0	18	58.1
		非常同意	0	.0	3	10.0	2	6.5
	這個社團提供專業的資訊。	非常不同意	0	.0	1	3.3	0	.0
		不同意	1	3.4	1	3.3	2	6.5
		無意見	9	31.0	12	40.0	12	38.7
		同意	18	62.1	14	46.7	15	48.4
		非常同意	1	3.4	2	6.7	2	6.5

資料來源：本研究

（二）群體智慧構面

群體智慧構面主要觀察受測成員，在三組不同經營模式的操控刺激變數下，是否會影響個別成員對於本身知識的分享行為。以下描述將分成知識分享態度與知識分享的知覺控制行為。

1. 知識分享態度

在此一構面，如表4-13所示，主要在觀察社團成員對於知識分享的相觀看法，從量化數據資料來看，在「我認為參加這個社團，是我與其他成員間分享政策資訊(包括看法)的好方法。」的問項中，以e-partnership組的社團成員相較於其他兩組有較高的同意比例，佔68.9%。而觀察不同意的比例時，我們可以發現，其中以e-power組的社團成員沒有人持不同意的意見。因此，倘若以負面意見做為觀察哪個社團較願意使用臉書，作為與他人分享政策資訊的管道時，則e-power反而是三組社團中最有意願的。

其次，在「我認為在這個社團上與其他成員分享政策資訊(包括看法)，有助於解決我對政策議題的疑慮。」的問題中，仍是以e-partnership成員的同意度較高，佔75.9%。而不同意的比例中以e-power組成員最低，e-voice組成員的比例最高。從這樣的數據觀察，我們可以認為在經營者僅單純提供政策資訊，而不參與討論與成員有所互動的情況下，則成員勢必將如深度訪談各實務界人士所指出的一樣，他們參與討論的動機將會漸漸失去。

第三，在「我認為在這個社團提供政策資訊(包括看法)與其他人分享是很值得推廣的」題目中，e-power組的社團成員在此題的同意比例相較於其他兩組是較高的，佔73.4%，居次者為e-partnership組，佔68.9%。而從不同意的比例也可以看到，e-power組的成員其實是較願意與他人分享的組別，證諸其不同意比例為0。

進一步我們問及成員本身對於與他人分享政策資訊的意願時，e-power組的社團成員相較於其他兩組有較高的意願與他人分享政策資訊，佔有70%的比例，而不同意的比例也是三組中最低的，僅佔有6.7%。因此，我們可以這樣解釋，網站經營者本身其實對於政策議題是可以有其明確的立場，但基於廣納各方觀點的宗旨，實不應嘗試說服民眾接受你本身的政策觀點，即變經營者提供更多專業資訊。而在這樣的情況下，反而會如前面數據所顯

示，月提供專業資訊，可能民眾會更感到資訊品質的提升，但相對的專業資訊需要被民眾所能理解，倘若無法理解，則資訊就僅是專業資訊本身，無法受用於民眾，同時也間接拉大彼此間的距離，反而令民眾更不願意發言，或甚至可以說是不敢發言。

最後，受測題組問及個別成員對於喜歡分享的程度，在「我喜歡在這個社團上與其他人分享政策資訊(包括看法)」上，仍然是以e-power組別的成員同意比例明顯高於其他組別，達46.6%，其他兩組社團成員意見多集中在無意見選項。

因此，根據上述描述統計分析結果，我們可以知道在知識分享構面上，參與的社團成員皆同意利用社群網站進行知識分享，解決政策問題是一項好方法，並且值得被推廣，而在實際行動，願意分享程度上面e-power明顯高於其他兩組，顯示具有明確立場但較為溫和的網站經營管理方式，明顯較能促進社團成員有那樣的意願與他人分享政策資訊。

表 4-14 三組社團與知識分享態度構面分析

評估指標	問卷題目	選項	e-partnership		e-power		e-voice	
			n	%	n	%	n	%
知識分享態度	我認為參加這個社團，是我與其他成員間分享政策資訊(包括看法)的好方法。	非常不同意	0	.0	0	.0	1	3.2
		不同意	3	10.3	0	.0	1	3.2
		無意見	6	20.7	11	36.7	10	32.3
		同意	19	65.5	17	56.7	16	51.6
		非常同意	1	3.4	2	6.7	3	9.7
	我認為在這個社團上與其他成員分享政策資訊(包括看法)，有助於解決我對政策議題的疑慮。	非常不同意	0	.0	1	3.3	0	.0
		不同意	1	3.4	0	.0	4	12.9
		無意見	6	20.7	17	56.7	7	22.6
		同意	22	75.9	10	33.3	18	58.1
		非常同意	0	.0	2	6.7	2	6.5

評估指標	問卷題目	選項	e-partnership		e-power		e-voice	
			n	%	n	%	n	%
	我認為在這個社團提供政策資訊(包括看法)與其他人分享是很值得推廣的。	非常不同意	0	.0	0	.0	1	3.2
		不同意	1	3.4	0	.0	0	.0
		無意見	8	27.6	8	26.7	11	35.5
		同意	19	65.5	20	66.7	14	45.2
		非常同意	1	3.4	2	6.7	5	16.1
	我願意在這個社團上與其他人分享政策資訊(包括看法)。	非常不同意	1	3.4	0	.0	0	.0
		不同意	3	10.3	2	6.7	3	9.7
		無意見	9	31.0	7	23.3	8	25.8
		同意	14	48.3	19	63.3	19	61.3
		非常同意	2	6.9	2	6.7	1	3.2
	我喜歡在這個社團上與其他人分享政策資訊(包括看法)。	非常不同意	1	3.4	0	.0	1	3.2
		不同意	3	10.3	3	10.0	4	12.9
		無意見	17	58.6	13	43.3	14	45.2
		同意	8	27.6	13	43.3	12	38.7
		非常同意	0	.0	1	3.3	0	.0

資料來源：本研究。

2. 知識分享的知覺控制行為

在此一構面，主要觀察社團成員是否可以進行自主性的資訊分享行為，依據表4-14所示，在「我可以在這個社團中自己掌控政策資訊的分享行為」問項中，三個社團成員皆有過半數的比例同意自己的主控權。在「我知道如何使用這個社團與其他人分享政策資訊」當中，三個社團更有超過七成的比例同意，同意他了解這個社團的使用方式。在「我可以自己決定是否要在這個社團與其他人分享政策資訊」問項中，三組社團成員有將進九成的比例同意該選項。最後，問及「我可以依照自己的意願去執行政策資訊分享行為」時，在e-voice有77.4%的成員同意該敘述，相較於比其他兩組成員，至少高出六個百分點。從這樣的數據顯示出，當網站管理者在經營模式上，採取無任何立場且不與成員進行討論者，雖然成員無法感受到較有品質的政策資訊討論，同時，問及是否願意與他人分享政策資訊時，雖也處於較無意願

的情況下，但在探究其知識分享自我控制行為上時，卻是三組中較無拘束的一組，也就是在這樣的經營模式下卻營造出一個較為自由且沒有任何包袱的討論環境，相較於其他兩組有立場且強烈以及溫和者。

表 4-15 三組社團與知識分享的知覺控制行為構面分析

評估指標	問卷題目	選項	e-partnership		e-power		e-voice	
			n	%	n	%	n	%
知識分享的知覺控制行為	我可以在這個社團中自己掌控政策資訊的分享行為。	非常不同意	0	.0	0	.0	1	3.2
		不同意	1	3.4	2	6.7	1	3.2
		無意見	8	27.6	8	26.7	6	19.4
		同意	19	65.5	16	53.3	19	61.3
		非常同意	1	3.4	4	13.3	4	12.9
	我知道如何使用這個社團與其他人分享政策資訊。	非常不同意	0	.0	0	.0	0	.0
		不同意	1	3.4	0	.0	0	.0
		無意見	6	20.7	6	20.0	4	12.9
		同意	21	72.4	22	73.3	24	77.4
		非常同意	1	3.4	2	6.7	3	9.7
	我可以自己決定是否要在這個社團與其他人分享政策資訊。	非常不同意	0	.0	0	.0	0	.0
		不同意	1	3.4	1	3.3	0	.0
		無意見	3	10.3	2	6.7	1	3.2
		同意	19	65.5	21	70.0	23	74.2
		非常同意	6	20.7	6	20.0	7	22.6
	我可以依照自己的意願去執行政策資訊分享行為。	非常不同意	0	.0	0	.0	0	.0
		不同意	1	3.4	1	3.3	0	.0
		無意見	2	6.9	4	13.3	1	3.2
		同意	18	62.1	20	66.7	24	77.4
		非常同意	8	27.6	5	16.7	6	19.4

資料來源：本研究。

第二節 刺激反應分析(二)：討論內容處理模式

本節主要內容在觀察網站內容處理模式，對於虛擬社群成員參與討論行為的影響。以下說明將分成二個面向加以描述，首先，本研究將說明該階段政策議題的選擇，為何以死刑議題作為議題討論的主軸；再者，整理該議題討論下社團成員的內容彙整；最後，本研究藉由問卷調查的方式，探究三組成員對於議題討論內容的處理模式，對於參與討論行為以及知識分享行為上影響的兩兩比較。

一、以死刑為政策議題主軸說明

今年三月十日前法務部長王清峰明確表態，任內絕不會執行死刑，還以官位擔保，哽咽說：「我寧可離開」、「替他們（死刑犯）下地獄都甘心。」這段公開言論也讓死刑議題再次躍上台灣各大報新聞頭版，死刑存廢與否也再次成為熱門話題。台灣死刑存廢，在前法務部長陳定南在位時，法務部已經著手推動死刑逐步廢止，並與民間團體廢死聯盟與民間司改會共同合作，因此自2005年開始台灣雖有人死刑判例但仍未執行。但前法務部長王清峰公開支持廢死言論，引發社會上激烈的支持與反對的聲浪，而這波廢死風波，並未隨著王清峰的辭職而終止。四月三十日新任法務部長曾勇夫上台第一件事，簽下台灣這四年四個月中第一張死刑執行單，也中止台灣四年死刑零執行的記錄。

台灣執行死刑高調舉動，引發國際特赦組織高度關注並且公開譴責台灣，然而這波死刑廢止存廢議題效應不單是在台灣，也吹到中國、日本等亞洲各國。在歐洲國家死刑存廢問題，除白俄羅斯之外，其他歐洲與中亞國家皆已廢除死刑，而全世界2010年已有88個國家廢死，仍有國家99個國家未廢除死刑，這股廢死爭議在人權、生命權、刑罰的立場中拔河，據旺旺中時民調於2010年3月19日調查，台灣成年人約有八成四人認為不贊成廢除死刑，而有82%的相信治亂世用重典，死刑的存在可以嚇阻重大犯罪，認為兩者沒有必然關聯，不能畫等號者，占11%，這把死刑存廢與否的火仍繼續延燒與討論，也為本研究選以「死刑存廢與否」作為本實驗議題。

二、社團成員針對死刑議題討論內容彙整

本研究將實驗社團分成三組，依照議題經營者回應與立場的強烈程度，可分成E-Partnership：對於議題有明確立場且強烈者(Strong Voice, SV)、E-Power：對於議題有明確立場但不強烈者(Weak Voice, WV)、E-Voice：無明確立場僅提供資訊者(Information Only, IO)。針對死刑存廢與否之議題，三組社團都是公開相同的議題資訊，差別在於議題經營者回應與立場的強烈程度，而本研究將死刑存廢議題資訊主要可分成四個軸心：廢死聯盟存在的意義、死刑存廢的討論、被害人家屬的心聲與外國經驗參考，而議題公佈模式，將議題探討天數延長為「一星期」，每天三個時段固定公布議題訊息。然而，E-Voice社團因無社團成員對於死刑相關議題資訊發言，故於該段不予以整理與討論，而E-Partnership與E-Power社團成員發言內容，彙整如下示之：

(一) 死刑存在價值與意義

E-Partnership社團成員發言主要分成兩個部分作一探討：分別是人權保障、司法誤判。首先，在人權部分：死刑犯的人權是否應受到保障，為目前死刑存廢最大爭議。反對廢死者，大多站在被害家屬與被害人立場，普遍認為「殺人償命」，以死刑作為對犯罪人的懲罰，廢除死刑雖為世界趨勢，但台灣並不需要追逐潮流；其次，台灣司法上最大的問題—「司法誤判」，台灣司法誤判問題層出不窮，即便三審定讞，仍有致使冤死與冤獄。建議台灣可全力推動成立csi之類的檢驗單位，以降低其誤判的可能性。

E-Power社團成員發言主要可分成兩部分探討死刑存廢價值與意義：首先，多著墨於「廢死刑聯盟」存在意義，將廢死等同於廢死聯盟。第一，「否定」廢死聯盟存在的意義：大多認為廢死聯盟僅為一種理想，因為死刑犯竟然可以任意剝奪別人生命，那為何我們還要去保護他/她呢？此外，也有成員認為廢死聯盟的人應站在受害者及受害者家屬的立場，不應再高談闊論扯什麼人性本善，要尊重生命之類的話。第二，「肯定廢死刑聯盟存在」的意義提供我們另一個思考方向，廢死聯盟存在的價值是讓我們重新思考“死刑”背後所隱含的意義，無論是死刑犯、被害人家屬及大眾，究竟什麼才是對被害人家屬最好的，是將被害人就地正法或是給予實質的經濟、司法救濟等保護措施？死刑存在意義為何。接下來，第一，贊成廢除死刑成員認為殺人

是一種終極的非人化手段，同樣的判人死刑也一樣，都是不人道，非人化的；不要以牙還牙，對被害者而言正視被害者多元的想法和需求，才是現在應該做的。第二，反對廢除死刑認為，將其分為三個面向，加以闡述：

1. 實證面

公開執行死刑，犯罪率確實降低。

2. 理智面

一個人要被判死刑要經過眾多程序，在台灣，誤判機會幾乎微乎其微。

- (1) 目前規畫代替廢除死刑的終身監禁政策，在台是個「虛擬終身監禁」，仍有可能大赦。
- (2) 台灣大多數的社會價值觀仍認為死刑應存在，如果現階段硬要民眾接受廢除死刑的觀念，是另一種變相的政策工具濫用。

3. 情感面

- (1) 對台灣高再犯率以及監獄生態抱持高度不信任。
- (2) 一命抵一命甚或多命是合情理的有可能假釋出獄，人民生活心驚膽戰，需要有制度保護善良百姓安全。

(二) 相關利害關係人的立場

E-Partnership 社團希望可藉由不同利害關係人角度去辯證死刑存廢與其效果。因此從法務部人權口號、廢死聯盟理想、高檢所死刑檢察官正義直言、被害人家屬傷心欲絕的哭喊聲中、律師與警察執行人員第一線接觸罪犯經驗中，從中尋求死刑存廢之辯證。而該部分探討可分成三個觀點為主軸：廢死聯盟、被害人家屬與律師之觀點提出其見解。首先，以廢死聯盟之理想，台灣人民對於「人權」教育不足，人民也還沒有準備好，應先教育民眾，再來推動廢死。其次，從警察校長侯友宜以往經驗所引發出的死刑存廢之討論，廢除死刑應該考量到死刑犯想要逃避死刑的心態與被害家屬的心情，說明即便死刑犯悔改，但應受到懲罰也不能免其一死。長久以來，死刑被視為極刑，被害者家屬很容易理所當然地認為自己的遭遇理應獲得最大程度的補償，而死刑是他們認知中最嚴厲的補償方式，難以去改變。最後，律師許文

彬所提及死刑應該備而不用，但讓人質疑，死刑無法降低犯罪率，一但他備而不用，那死刑存廢價值為何。

E-Power社團成員回應，亦分為兩個部分探討，首先，情感面，看到被害人的泣訴，感到很心疼。認為如果連法律都不幫他們了，那誰還可以幫他們？其次，理智面，成員們出現了分歧的意見，一方面，多數成員認為死刑不應廢除，死刑為達成死刑犯與社會隔絕的一種手段，雖然這種手段會損害人權，但目前台灣著實沒有更好的手段來代替死刑。而且廢除死刑後的連帶問題不僅浪費社會資源又有很高的再犯率，對社會造成很大的影響。但在另一方面，也有成員認為不應以牙還牙，司法可以決定傷害他人人生者要受處罰，但沒有權利決定他要死掉。對受害者而言正視受害者多元的想法和需求，才是現在應該做的。

（三）以美、日等國經驗作一借鏡

該議題資訊部分，E-Voice與E-Power社團皆無成員作一回應，故於此不作一討論。E-Partnership社團成員討論主要是以被害人家屬保護角度進行探討，而大家探討的主軸延續前面所探討的對於國內多數被害人家屬來說死刑被視為一種補償，然而到底什麼對它們來說會是最好的補償。社團成員提出其疑問，何謂成熟的廢除死刑相關配套措施，相關社會福利與社會安全制度健全為何呢？多數的決策都是居高位者所擬定，常常忽略到底什麼才是人民需要的。而公民參與可以解決該問題，但因該問題涉及專業度極高。另外目前國外已施行的「復歸式社區正義」，利害關係人為加害者、受害者以及社區三者共同商議司法審查與處罰過程。其重點不在處罰，而是加害人如何修補被他破壞後的那道裂痕。

（四）量化調查結果分析

以上乃是本研究針對死刑議題進行為期一週的討論內容彙整。接著，本研究將透過量化方式實際驗證，對於內容處理模式的不同，是否會影響受測者參與討論的意願。受測題組主要包括「是否能針對討論意見進行彙整」以及「社團管理者是否有舉辦投票」兩項刺激進行統計分析。

根據表4-15所示，在「若社團能針對議題的討論意見進行歸納彙整，將有助於我之後的意見表達」問項中，e-voice社團有71%的比例認同這樣的做

法，三組織中同意程度最低的是e-partnership，只有58.6%。而就不同意的百分比而言，也是以e-partnership組的成員最不同意，不同意比例佔6.9%。e-partnership這組是三組社團當中有進行成員意見歸納彙整的組別之一(另一組為e-power)，本研究一開始的假定乃是，透過經營管理者對於成員討論意見的歸納彙整，應該會提高社團成員參與政策議題的討論。但實驗結果顯示，當網站經營管理者本身，對於政策立場採取有立場且強烈時，則相對的即便有將成員意見進行歸納彙整，但成員難免不會感受到，即使彙整了成員的討論意見，但對於經營管理者的政策立場，實無法有太大的影響力。

如果進一步探究，當問及在「若社團能針對議題舉辦投票，讓成員表示贊成與否，將會影響我是否繼續參與討論」問項中，e-power與e-voice兩組成員表示同意的各佔53.3%與58.1%。但值得注意的是，在有真正針對死刑議題進行投票活動刺激的e-partnership組，同意的比例卻只有24.1%。這樣的數據顯示，投票活動其實對於刺激社團成員進行討論的實質效益不大。

進一步我們在不區分三組成員的情況下，全體受測者約有4.4%的成員表示，不認為將議題所討論意見進行歸納彙整將有助於本身的意見發表，但有高達75.5%成員認為將議題所討論意見進行歸納彙整，可以有助於成員未來參與政策議題的討論。因此，即使在議題經營強度不同立場中，討論意見進行歸納彙整，確實是可以促使社團成員發表意見的做法。

另一個問項，「若社團能針對議題舉辦投票，讓成員表示贊成與否，將會影響我是否繼續參與討論」，在不同議題經營立場下，由三組社團成員共同所得結果可知，約有11.1%成員表示不同意，意指即便針對將議討論舉辦投票活動，也無法影響成員未來是否參與討論。但有57.8%的成員表示，若針對政策議題舉辦投票活動，將會影響自身未來是否選擇參與政策議題的討論。

但由數據看來，舉辦投票活動對於影響成員參與政策議題討論的效果，並不顯著。尤其是具有強烈議題經營立場的e-partnership組最為明顯。歸納上述可知，將議題所討論意見進行歸納彙整比起舉行議題投票，更可以促進社團成員參與討論與表達自己的意見。本研究認為之所以有這樣的差異，可能原因來自於e-partnership組的操作乃是管理者本身對於政策議題具有明顯立場，且會積極說服與之相反意見者，在這樣的情況下，成員若感受

到管理者具備這樣的經營管理態度時，應該會感知道即便辦理投票活動，則投票結束後的政策抉擇，對於彼此在政策議題的立場上，應該不具有太大的實質影響力。

表 4-16 三組社團與討論內容處理模式構面分析

評估指標	問卷題目	選項	e-partnership		e-power		e-voice		Total	
			n	%	n	%	n	%	n	%
討論內容處理模式	若社團能針對議題的討論意見進行歸納彙整，將有助於我之後的意見表達。	非常不同意	0	.0	0	.0	0	.0	0	.0
		不同意	2	6.9	1	3.3	1	3.2	4	4.4
		無意見	5	17.2	9	30.0	4	12.9	18	20.0
		同意	17	58.6	18	60.0	22	71.0	57	63.3
		非常同意	5	17.2	2	6.7	4	12.9	11	12.2
	若社團能針對議題舉辦投票，讓成員表示贊成與否，將會影響我是否繼續參與討論。	非常不同意	0	.0	0	.0	0	.0	0	.0
		不同意	5	17.2	4	13.3	1	3.2	10	11.1
		無意見	14	48.3	7	23.3	7	22.6	28	31.1
		同意	7	24.1	16	53.3	18	58.1	41	45.6
		非常同意	3	10.3	3	10.0	5	16.1	11	12.2

資料來源：本研究。

另一方面，本研究也進一步觀察三組社團在政策議題發言上的容易程度。由表4-16所示，在本研究所篩選出的八個議題，由三組實驗社團成員對於這八個議題作一評分，評分標準為對於該議題是否易於表達意見的程度。**e-partnership**組對於議題的平均分數落在五分左右，其中以死刑存廢與否的政策議題叫認為容易表示意見，平均有8.07，其次，高等教育—大學6.55位居第二，第三是陸生來台6.45分。**e-power**組議題平均分數比起其他組別來說，相對較低，大多在到4-5分區間，而最高分均僅集中在6左右，其中以死刑存廢與否的平均分數最高，有6.97，其次是高等教育—大學6.9分位居第二，第三則為陸生來台6.59分；**e-voice**組在分數上的分布，與**e-partnership**組

較為接近，但前三名分布有所不同，e-voice組最高分者為陸生來台議題，平均分數為6.45；其次是高等教育—大學的6.81，以及第三的死刑存廢與否議題有6.68分。綜合來看，三組對於本研究所篩選出的政策議題中，最容易回應的議題分別是死刑存廢與否、高等教育—大學與陸生來台。

雖然社團成員對於議題評分平均皆大約在5分左右，但是仍有些議題平均分數落於5分以下，顯示這些議題對於受測者而言，並不是容易發表政策意見的政策議題。進一步探究不易發表意見的原因後發現，主要影響因素概可分為兩項主因：首先，社團成員本身對於該項議題並不熟悉，認為該議題過度專業與艱深；其次，社團成員認為該議題與自身生活並非息息相關且關聯性不足，故從未關注或者不感興趣。而這樣的結果時與本研究前此透過深度訪談時所得到的結論相互驗證，政策資訊得提供對於一般大眾而言，有其閱讀上的困難，本研究以新聞議題作為資訊供給的來源，即已造成社團成員在資訊解讀上的難度，更遑論前此受訪者所提及的，有時政府對於政策資訊的提供往往是內部單位相關公文或議題計劃的資訊，其中所涉專業詞語與內部慣用辭彙，將會更造成一般民眾在議題認知上的難以解讀。

表 4-17 三組社團與討論議題構面分析

組別 政策議題	e-partnership 組 mean (Std. D)	e-power 組 mean (Std. D)	e-voice 組 mean (Std. D)	總計 mean (Std. D)
司法腐敗與廉政	5.76(1.766)	5.00(2.464)	5.55(2.528)	5.43(2.284)
ECFA	5.00(2.360)	4.80(2.565)	5.32(2.315)	5.04(2.398)
苗栗大埔農地爭	5.52(2.246)	4.00(2.626)	5.32(2.072)	4.94(2.396)
二代健保	5.31(1.873)	4.80(2.413)	5.90(1.850)	5.34(2.089)
雲林六輕與中科	5.93(1.731)	5.37(2.671)	5.58(2.013)	5.62(2.165)
高等教育—大學	6.55(2.197)	6.90(1.689)	6.81(2.056)	6.76(1.973)
死刑存廢與否	8.07(1.791)	6.97(2.251)	6.68(1.956)	7.22(2.076)
陸生來台	6.45(2.181)	6.59(1.783)	7.16(2.115)	6.74(2.037)

資料來源：本研究。

第三節 刺激反應分析(三)：社會網絡模式

本研究第三個操控變數係社團成員本身的實體社會網絡對於參與虛擬社群討論的影響。主要透過衡量受訪者在政治參與以及政治效能兩項，作為評估受訪者的實體社會網絡指標。該部分的討論，除瞭解受測者在社會網絡實體活動的情況外，也將與三組社團在知識分享態度上的題組作一連結，亦即，觀察各受訪者在實體網絡的活動，對於他們在虛擬社群上的知識分享態度上的差異。

下表4-17所示者，乃是三組成員在政治效能上的交叉分析。在「我們一般老百姓對政府的作為，沒有任何影響力」問項中，三組成員多數並不同意這樣的說法，其中e-power更有53.3%的成員表示並不如此認同。而在同意這樣說法的比例上，也以e-power組成員的比例最低，僅有23.3%。

在問及「政府官員不會在乎我們一般老百姓的想法」測量問項時，三組社團成員對於這樣敘述並不表示認同的百分比也多在35%到50%之間，三組中同意這樣陳述的比例，也以e-power組相較於其他兩組來的低，佔36.7%。

最後一道施測題目乃是問及「政治有時太複雜了，我們一般老百姓實在搞不懂」，這樣的陳述句的同意程度，各組在選項上的分布狀況與前兩題相同，仍然以e-power組的成員最不表示贊同，不同意比例為33.3%，而其他兩組不同意比例分別是e-partnership的27.5%，以及e-voice的25.8%。就同意比例觀之，也是以e-power組的同意度最低，佔53.3%。

由政治效能觀之，e-power組的政治效能感比起其他兩組是來的較高的。如同前此述及，e-power在知識分享態度上是較為願意與其他社團成員進行政策資訊分享的社團。對於這樣的發現，本研究似可說明一種現象，亦即，當虛擬社群中個別成員本身在政治效能感有較高的感受程度時，某種程度會影響他在相關政策議題討論社群上參與政策討論的網路使用行為。因為，民眾在政策參與及意見表達上應有一定程度的期待，認為本身的意見是會受到政府所重視的。

表 4-18 三組社團與討論議題構面分析

評估指標	問卷題目	選項	e-partnership		e-power		e-voice		Total	
			n	%	n	%	N	%	n	%
討論內容處理模式	我們一般老百姓對政府的作為，沒有任何影響力。	非常不同意	1	3.4	2	6.7	5	16.1	8	8.9
		不同意	12	41.4	16	53.3	12	38.7	40	44.4
		無意見	6	20.7	5	16.7	2	6.5	13	14.4
		同意	6	20.7	4	13.3	9	29.0	19	21.1
		非常同意	4	13.8	3	10.0	3	9.7	10	11.1
	政府官員不會在乎我們一般老百姓的想法。	非常不同意	1	3.4	1	3.3	1	3.2	3	3.3
		不同意	13	44.8	13	43.3	10	32.3	36	40.0
		無意見	4	13.8	5	16.7	5	16.1	14	15.6
		同意	8	27.6	6	20.0	10	32.3	24	26.7
		非常同意	3	10.3	5	16.7	5	16.1	13	14.4
	政治有時太複雜了，我們一般老百姓實在搞不懂。	非常不同意	3	10.3	3	10.0	1	3.2	7	7.8
		不同意	5	17.2	7	23.3	7	22.6	19	21.1
		無意見	4	13.8	4	13.3	6	19.4	14	15.6
		同意	11	37.9	9	30.0	9	29.0	29	32.2
		非常同意	6	20.7	7	23.3	8	25.8	21	23.3

資料來源：本研究。

除了前述對於政治效能的觀察外，本研究進一步觀察個別成員對於政治參與的程度，並比較政治參與程度與知識分享態度間的相關性。政治參與的測量題組包括詢問受測者平時會不會與人討論政策議題(頻率)、與哪些人討論政策議題，最後，是否有曾經採取哪些管道提出政策訴求等。

在「請問您平時會不會與人討論有關政策方面的議題」方面，在 e-partnership 組，有 56.8% 的成員有時會討論政策相關議題，在 e-power 方面有 40% 的成員分別是有時討論與很少討論政策議題，在 e-voice 組方面與 e-power 組類似，多集中在很少討論。相較於其他兩組而言，e-partnership 該組成員實較具有積極討論政策議題的情況，而整體來看，三組社團成員在有時討論的比例是最高的，佔 43.3%。請參見表 4-18 所示。

由下表我們可以發現，在e-power組的社團成員中，很少討論者的比例高於其他兩組社團成員，然我們可回想到前此曾提及的知識分享態度量表施測結果，該量表指出，在經營模式上當經營管理者有明確立場但採取溫和部強烈時，該組成員將較有意願與社團其他成員分享政策資訊或看法。由這樣的數據顯示，其實，即便在實體網絡中很少與他人談論政策議題者，卻可以透過虛擬社群的方是在虛擬網絡中與他人真對政策議題上進行討論。但這樣的前提必須在，經營網站管理者本身並部會積極強烈的說服社團成員必須接受某些觀點之際下，始能達到這樣的效益。

表 4-19 三組社團與他人討論議題頻率構面分析

評估指標	問卷題目	選項	e-partnership		e-power		e-voice		Total	
			n	%	n	%	N	%	n	%
政治參與	請問您平時會不會與人討論有關政策方面的議題	時常討論	2	6.9	2	6.7	4	12.9	8	8.9
		有時討論	17	58.6	12	40.0	10	32.3	39	43.3
		普通	5	17.2	4	13.3	6	19.4	15	16.7
		很少討論	4	13.8	12	40.0	11	35.5	27	30.0
		從不討論	1	3.4	0	.0	0	.0	1	1.1

資料來源：本研究。

同時，我們也詢問受測者，在「請問平時與您討論有關政策議題的人是您的什麼人」問項中，e-partnership與朋友討論的比例最高，同學的比例次之，而這兩個選項是該組選項的大宗，在e-power組仍是以朋友最多，工作同事、社團組織、同學三個選項的比例不相上下，在e-voice組仍是以朋友最多，第二為家人，再來是同學。整體來看，在此一問項中，朋友是三組社團成員中比例最高的選項。

表 4-20 三組社團與平時討論政策議題者交叉分析

選項	e-partnership 個數(%)	e-power 個數(%)	e-voice 個數(%)	總和 個數(%)
家人	18 (62.1)	16 (53.3)	20(64.5)	54 (60.0)
親戚	0 (.0)	6 (20.0)	2 (6.5)	8 (8.9)
朋友	21 (72.4)	20 (66.7)	24(77.4)	65 (72.2)
鄰居	0 (.0)	2 (6.7)	0 (.0)	2 (2.2)
工作同事	5 (17.2)	10 (33.3)	8 (25.8)	23 (25.6)
社團組織	1 (3.4)	11 (36.7)	3 (9.7)	15 (16.7)
同學	15 (51.7)	15 (50.0)	16(51.6)	46 (51.1)
其它	1 (3.4)	1 (3.3)	0 (.0)	2 (2.2)
總和	29 (32.2)	30 (33.3)	31(34.4)	90 (100)

資料來源：本研究。

接著問及實際運用過的政治參與管道，在「向政府官員、民意代表或政黨反映意見提出要求」問項中，多數社團成員，有88.9%的比例沒有過經驗，更細的來看，e-power組別的比例稍微多一點，有13.3%。在「向大眾傳播媒體投訴或透過網際網路反應意見」方面，仍然有過半56.7%的民眾沒有過經驗，在三個組別方面—e-power最高，有46.7%，接著，在「遊行、示威、靜坐或其他自力救濟方式」問項中，三組社團成員有87.8%沒有過相關經驗，以 e-voice組的參與程度稍為較高，有19.4%。最後在「參加村里民大會、說明會」方面，三組成員仍是有高達91.1%的民眾沒有過相關經驗，綜合此題描述統計分析，社團成員在運用政治參與管道上明顯偏低，只有「向大眾傳播媒體投訴或透過網際網路反應意見」較為顯著。綜觀歸納社會網絡及政策參與三題問項中，可以得出，社團成員有時會進行政策議題的討論，其對像是以朋友最高，但在真正參與政治方面則明顯偏低。

表 4-21 三組社團與曾使用過政策議題反應管道交叉分析

選項	e-partnership	e-power	e-voice	總和
	有(N, %)	有(N, %)	有(N, %)	有(N, %)
	無(N, %)	無(N, %)	無(N, %)	無(N, %)
向政府官員、民意代表或政黨反映意見提出要求	1 (3.4)	4 (13.3)	4 (12.9)	9 (10.0)
	27 (93.1)	26 (86.7)	27(87.1)	80 (88.9)
向大眾傳播媒體投訴或透過網際網路反映意見	12 (41.4)	14 (46.7)	13(41.9)	39 (43.3)
	17 (58.6)	16 (53.3)	18(58.1)	51 (56.7)
遊行、示威、靜坐或其它自力救濟方式	2 (6.9)	3 (10.0)	6 (19.4)	11 (12.2)
	27 (93.1)	27 (90.0)	25(80.6)	79 (87.8)
參加村里民大會、說明會	1 (3.4)	2 (6.7)	5 (16.1)	8 (8.9)
	28 (96.6)	28 (93.3)	26(83.9)	82 (91.1)

資料來源：本研究。

第五章 討論與建議

本研究主要研究乃是透過實驗研究的執行，探究出影響虛擬社群成員參與政策討論的關鍵因素。在這個研究目的下，本委託研究主要在解答以下五項研究問題：（一）民眾在公私部門Web 2.0網站上的使用行為、（二）公私部門在運用Web2.0網站時的本質差異為何、（三）有效促進虛擬社群成員參與討論的關鍵變數、（四）透過上述問題的文獻檢越與實務訪談，萃取出影響虛擬社群成員參與討論的最關鍵變數，並以此些關鍵變數進行準實驗分析，實際觀察各操控變數對於實際行為的影響，與相關網路使用行為的認知影響。本研究綜合文獻分析、深度訪談、實驗虛擬社團討論內容分析、網路問卷調查等資料貫穿全文，主要是藉由上述這些資料，解答委託單位的研究問題。在本章中，本研究以綜合性的論述，回顧本研究的發現與結果，並嘗試提出政策建議。希望給予現在正在執行或未來計畫執行Web 2.0運用於虛擬社群進行政策討論時的經驗反省與啟發。

第一節 研究發現與討論

如前所述，民眾在公私web2.0網站的使用差異，行為的不同是本研究主要探討的問題之一。同時，對於Web2.0的運用本質在公私部門網站上所存在的差異，也是本研究探討重點之一，本研究認為由於兩者間的本質差異，才會進一步導致民眾在使用相同技術與應用平台時，卻有著明顯的行為差異。在這兩年web2.0網站盛行以來，許多公私部門皆利用其與公民或顧客進行互動，運用使用者即為資訊生產者的特性，達到雙方交流的目的。但從表面觀察下來，不難發現公部門網站上的討論交流程度，遠不及私部門來的活絡，而在學理上亦有實證研究梳理出相關的研究發現，說明影響民眾在公私部門web2.0網站使用差異的原因。以下我們將綜整前述討論內容，令讀者能更進一步清楚且明瞭的檢視本研究透過相關研究方法的運用，所獲得的初步發現。

根據文獻檢閱發現，公部門網站在Web2.0的表現上，仍有其不足之處。其雖具有所謂的公權力特性，但在與民眾互動上仍然相當缺乏。而會造訪公部門網站的使用者行為，其使用者多半僅來訪一次，使用者進入入口網站後，所停留的時間很少超過一分鐘，這代表入口網站無法吸引使用者駐足停留，多半是其內容與使用者的需求有所落差（陳祥、林明童，2002）。此外，Amit（2009）指出，影響民眾在公部門網站的相關因素中，網站的服務品質可以被視為提高效率的措施，市民的期望水平的提高效率，交付和監測國家機構提供的服務。在外部因素方面，公部門要達成為民眾設立的宗旨，仍有很大的努力空間，可能是受限在外部環境的因素，如使用習慣、使用能力、網站知名度等。由此觀之，由於公部門網站的特性，造成民眾對於公部門網站的依附程度不高。因此，對於公部門網站僅留於資料的查詢，民眾對於公部門網站普遍認為其缺乏互動的基礎。

就私部門網站特性而言，一般私部門網站通常都會努力去鼓勵、吸引使用者重複造訪（陳祥、林明童，2002）。在經營手法方面，體驗導向與目標導向等不同之網路活動的確會對網站的到訪率產生顯著的差異，營造良好的網站體驗環境的確可有效增加其停留時間與瀏覽頻率，並增加購買產品或服務之機會（林娟娟，陳文彥，2009）。而對於電子政務提供商，尋找超越簡單地獲取在線服務門戶網站的設計和功能的問題。不同於公部門的網站，私部門網站比公部門網站多了資訊的分享與傳播（Forrest&Sunil，2009）。民眾在私部門網站的使行為亦有別於公部門，其中林娟娟，陳文彥（2009）針對手機相關之各討論區，包括各手機知名網站以及BBS站內相關版面網站使用者行為研究的文獻中，歸納出網站資訊品質與互動性功能（雙向溝通、反應性與主動控制）是民眾所重視的。此外私部門網站的使用者也極為重視搜尋的效率與品質（林娟娟，陳文彥，2009），而這些民眾所重視的因素正好私部門網站比公部門網站具有相對優勢，這也是到目前私部門網站熱絡的原因。

上述透過文獻檢閱的發現，也在這次本研究深度訪談中獲得進一步的證實。有關民眾在公私Web2.0網站上的使用行為差異方面，政府部門在運用Web2.0作為與民眾溝通互動的機制時，卻往往出現與私部門運用相同機制卻不會出現的運用問題，本研究將綜整該部份研究結論條列如下：

- (一) 受限於官僚體制結構，政府網站普遍回應性不高。民眾回應意見在政府內部經過長途公文旅行後，等到政府真正回應民眾意見時，往往也過了民眾當初應切期盼政府回應的熱烈期。
- (二) 政府雖運用 Web2.0 網站與民眾進行雙向互動的溝通，但有時民眾意見會在無法全觀瞭解政策議題時，而對民眾所表示的政策意見有所質疑。
- (三) 政府網站本身對於註冊會員個人資料的嚴格要求，也常迫使某些民眾的參與討論的動機降低，但此點卻與政府在政策議題上討論必須較為嚴謹的要求有所衝突。

反觀民眾端，我們發現民眾在使用政府Web2.0網站時，約可歸納出下列幾點行為樣態：

- (一) 民眾往往藉由政府網站抒發對於政府的不滿，而留言內容則留於一種情緒性的發洩。
- (二) 再者，政府網站的本質特性，使得民眾不敢在這樣的平台表達自身真正的觀點。

但要說明的是，雖然民眾在政府網站上的參與度比起私部門較為低落，但由受訪實務界人士指出，其實民眾在網路上彼此間討論的情況，不論公私部門均是偏低的。只是相較於政府部門，私部門則顯得較為活絡與彈性化，不受拘束。

再者，本研究也進一步觀察公私部門網站在運用Web2.0時的本質差異，同樣的，針對此點發現，我們也透過條列方式示之，將較為清楚：

- (一) 政府部門網站由於「政府」的色彩，往往給民眾一種刻板印象。亦即，該網站是僵化的、較不具彈性的、網站回應是具有官方立場的、該平台是一種不自由且不開放的討論場域。
- (二) 政府官僚體系內部在回應民眾意見時，常涉及跨部門間的協調。而當中又涉及業務單位與執行單位間對於該平台本身屬性界定的不同看法。
- (三) 再者，政府本身的心態就不被認為是一種 Web2.0 的心態。最主要的論點在於，Web2.0 平台的權力是開放的，是開放給所有使用者所享

有。但在政府官方網站中，對於政策議題的討論往往是在與委託外包商篩選後決定，這樣一個篩選的過程，其實就某種程度而言已在控制 Web2.0 網站。如同受訪者所言：「越是控制網站，網站將越不受控制。」

而在未來為有效促進公部門網站上，民眾參與虛擬社群討論行為的影響因素上，透過文獻檢閱以及深度訪談，概可歸納出下列三點：1、網站經營者立場模式；2、網站內容經營模式；3、社會網絡等。

針對上述三項關鍵因素，本研究透過實驗設計的方式加以實際驗證。實證結果指出，網站經營者的立場模式的確會影響虛擬社群成員對於網站的使用意圖，以及與他人進行政策資訊分享的態度。當經營者屬於具有明顯立場且強烈時，其社團成員往往會認為在該社群網站上的討論是具有品質的，可能原因來自於本實驗研究管理者為了說服他人接受管理者觀點，而進行大量資料的補充所致。但另一方面，這樣性質的社團成員往往不太願意與他人進行互動，且對於成員討論內容的歸納彙整以及舉辦投票等，也都無法激起他們參與議題討論的動機。本研究認為可能原因與成員感受到管理者本身對於議題立場的控制性所導致。但反觀具有立場但不強烈的社團管理者而言，雖然社團成員對於網站討論品質的知覺並未比具有立場且強烈組的成員來的高，但在知識分享的態度上卻是其他兩組所無法比擬的。屬於該社團的成員具有高度意願，願意與他人分享本身對政策的觀點。

同時，針對成員個別社會網絡的政治效能與政治參與度的觀察上，本研究也發現到即便社團成員在平時很少與他人討論政策議題，但在具有立場但不強烈組的社團結果呈現出，其中社團成員多數選擇很少與他人討論政策議題，但在問及是否願意在虛擬社群上與他人分享互動時，卻是三組中最高的。而三組中，以具有立場且強烈組的成員多數選擇有時與他人討論政策議題者，卻在是否願意與虛擬社群成員分享資訊上，顯得稍微薄弱。其中兩者時研場域的操控變數主要來自於經營議題的模式，顯見該變數對於虛擬社群的討論行為具備有相當顯著的影響力。

第二節 政策建議

Web2.0應包含三個層面，分別是價值、應用與技術層面等。在價值層面上主要聚焦於網站使用者的主觀感受，亦即一個好的Web2.0網站應該做到在使用者即為生產者、群體智慧、持續測試，以及使用者極為便利等指標上，令使用者滿意。而上述價值的取得主要來自於相關技術的應用。透過這三層指標的指引與評估，逐漸落實直接民主的可能，以彌補代議制不足之處，提供民主公民參與政治過程的管道。而專家實務學者等，在本研究訪談與焦點座談中指出，在上述價值層面中，尤以使用者即為生產者與群體智慧為重要的核心概念，政府未來在設計類似網站時，也可以據以作為發展的焦點。

而政府網站如要透過Web2.0虛擬社群網站進行政策議題的討論時，應著重於議題經營的立場，亦即政府管理者本身對於政策議題可以有明顯的立場，但卻不應該太過強烈且甚至要說服民眾支持本身觀點。在這樣的討論環境下，虛擬社群成員才會較有意願與社群上的成員分享本身個人對政策議題的觀點。但本研究也發現，由於管理者本身採取有明顯立場但不強烈時，往往對於民眾的回應處於較為溫和的情況，不若有立場且強烈組的管理者，往往為了說服成員接受本身觀點，而補充大量資料佐證，因此，在該組成員會認為他們的討論是有品質的，但問及是否會分享政策資訊時卻採取保守態度。基此，本研究認為除了議題經營採取較溫和方式為之外，對於資訊應提供多方觀點，且為了增進民眾對於資訊的容易理解，政府部門對於資訊的公佈應考量民眾是否能夠有效理解為前題。以上乃是在網站經營時的操作模式，但將焦點置於政府內部，我們也透過深度訪談與文獻檢閱獲得以下政策建議方向。

對於Web2.0的推廣運用，我們往往將焦點至於外部顧客的推廣，卻忽略掉政府內部本身也需要相同的推廣機制，畢竟Web2.0的推行，在代議民主底下轉型到直接民主治理的過程中，這對內、外部顧客而言都是一項陌生的治理機制。因此，政府內部顧客也需要積極加以推廣，從政府本身同仁的心態上徹底改變對於Web 2.0的接納程度。再者，公部門中法令規章的限制抹煞了Web2.0中的關鍵因素，亦即互動性的要求。本研究在深度訪談後發現，網路智庫之所以欠缺政府回應性的主要原因，來自於法令規章的限制，

不論是政府內部成員或一般業界人士都認同這樣的說法。由於法令規章的限制，對於民眾的討論往往無法給予立即性的回應。也因為法令規章的限制，抹煞了Web 2.0運作中的一個關鍵因素。亦即互動性的要求，藉由實質的互動往來，形成集體智慧，衍生訊息本身的效益。因此，未來政府若要透過網站蒐集民意的話，政府本身參與該網站的運作就成為一個不可或缺的重要因素。最後，由於現今組織內部水平分部化常依照功能結構進行分類，雖可達到事權專一、職責明確的功效外，但卻也淪為本位主義孳生的溫床，各部門為達成本身目標而忽略掉組織整體目標（彭文賢，2001：34-35）。在與公部門相關單位的訪談中，我們觀察到未來類似的政府網站若要能運行得當，除主管機關須加以重視、營運外，仍需其他相關部會的協助，才有可能成就一Web2.0的網站。例如，各部會是否有提供相關政策供各界討論；跨部門單位間的協調整合，主管機關是否有予以重視。

本研究為首次針對政府部門運用Web2.0網站，建構民眾參與行為模式的準實驗研究，模型中主要奠基於科技接受模式以及計畫行為理論，前者乃是透過實驗操控變數觀察網路使用者的行為與認知，而後者乃是觀察在相同操控刺激變數下，對於虛擬社群成員的知識分享行為。由於本研究考量在上述兩模式下的準實驗研究中，所要操控的變數已頗為繁雜，因此，未將Web2.0價值層面的相關因素納入實驗的操控變數。但本研究認為，在該模式不斷被驗證趨於穩定後，應可將屬於Web2.0價值層面的因素納入，令該模式能夠更貼切的解釋屬於Web2.0下的網路使用者參與行為。

參考文獻

- 方國定、邱郁文 (2005)。整合知覺玩興構面擴充資訊科技接受模式以入口網站為例，**資訊管理展望**，第 7 卷,第 1 期。
- 王季家 (2007)。**Web2.0 創新應用於政府線上服務之研究**，國立中山大學資訊管理學系研究所碩士班碩士論文。
- 朱柔若譯 (2000)。**社會研究方法－質化與量化取向**。台北：揚智文化。
- 朱斌妤、黃仟文、翁少白(2008)。以科技接受模式探討即時交通資訊系統之使用意願，**電子商務學報**，第 10 卷，第 1 期，頁 173-200。
- 行政院研究發展考核委員會 (2004)。**電子化／網路化政府中程 (87 至 89 年度) 推動計畫**。
- 何全德 (2004)。**展望－銳變中的電子化政府運動**，**電子化政府**，頁 501-529。台北：行政院研究發展考核委員會。
- 吳盛、林東清 (2007)。**計畫行為理論探討資訊人員的知識分享行為**，**資訊管理學報**，第 14 卷，第 2 期，頁 75-110。
- 周宣光、曾德宜 (2008)。**Web2.0 與政府部門資訊應用創新**，**研考雙月刊** 32 卷第 1 期，2008 年 2 月。
- 周宣光、曾德宜 (2008)。**Web2.0 與政府部門資訊應用創新**，**研考雙月刊**，第 32 卷，第 1 期，頁 19-27。
- 林希展、盧諭緯 (2006)。**15 分鐘搞懂 Web2.0 特刊**，**數位時代**，巨思文化。
- 林俊成 (2008)。**Web2.0 社群網站服務品質之研究 -以 Kano 二維品質模式觀點**，國立政治大學資訊管理學系研究所碩士班碩士論文。
- 林娟娟、陳文彥 (2009)。**從資訊搜尋觀點探討影響網站使用行為之因素--以體驗導向與目標導向網路活動為比較之研究**，**資訊管理學報**，第 16 期，頁 21-48。
- 徐宗國譯 (1997)。**質性研究概論**(原著 Strauss &Corbin)。台北：巨流圖書公司。
- 高世峻 (2009)。**WEB2.0 旅遊網站的社群經營與價值共創研究 -以沿著菊島旅行網站為例**，國立政治大學管理碩士學程碩士論文。
- 張乃文 (2009)。**Web2.0 網站平臺管理之法制議題研析--以網路實名制與揭露使用者身份資料為中心**，**科技法律透析**，第 21 卷第 6 期，頁 42-60。

- 陳勇延 (2007)。新工具、新想像：善用 Web2.0 服務打造人我互惠的教學網絡，**文華學報**，第 15 卷，頁 16-22。
- 陳啟亮 (2008)。知識管理與 Web2.0 專題報導(1)--由知識管理，到識知管理：談知識工作者的個人知識管理，**全國新書資訊月刊**，第 114 卷，頁 14-19。
- 郭敏華、林欣蓓 (2010)。社會網絡對虛擬社群網站涉入程度的影響：以開新農場為例，發表於「網路調查研究成果發表會」，世新大學財金系主辦，台北。
- 陳淑鷹 (2008)。那一種類型青少年最喜歡 Web2.0 的應用服務--以臺北縣某私立高中為例，**東南學報**，第 32 卷，頁 203-215。
- 陳敦源、黃東益、蕭乃沂 (2004)。「電子化參與：公共政策過程中的網路公民參與」，**研考雙月刊**，第 28 卷，第 4 期，頁 36-51。
- 陳敦源、潘競恒 (2009)。**Web2.0 與電子治理的實踐：以「國家政策網路智庫」為例之評估研究**。行政院研考會委託研究計畫（編號：IE4K270972461343），未出版。
- 陳義彥等 (2007)。**政治學**，台北：五南。
- 陳祥、林明童 (2002)。我國「電子化政府整合型入口網站」使用者行為分析，**圖書館學與資訊科學學報**，第 28 期，頁 1-10。
- 黃元巨 (2008)。以協同合作為基礎的休閒產業創新應用服務，**聯大學報**，第 5 卷第 2 期，頁 241-260。
- 黃文彥 (2008)。**運用群眾外包模式的 Web2.0 網站如何跨越鴻溝？**，國立政治大學科技管理研究所碩士論文。
- 黃東益、陳敦源 (2004)。「電子化政府與商議式民主之實踐」，《**台灣民主季刊**》，第 1 卷、第 4 期，頁 1~36。
- 黃重興 (2009)。傳統影音新聞媒體的挑戰--新媒體時代來臨：從 PeoPo 平臺談起，**書畫藝術學刊**，第 6 卷，頁 119-125。
- 黃振家 (2009)。**廣告 2.0：跨媒體整合(Cross Media)**，**傳播研究簡訊**，第 56 卷，頁 24-27。
- 黃惠渝 (2008)。**探討 Web2.0 網站之互動性、社會臨場感以及心流之關係——以線上唱歌網站之為例**，國立政治大學企業管理學系碩士論文。
- 項靖 (2003)。**數位公共論壇**。載於賴世培等(編)，**數位化政府**，頁 161-186。台北：空大。

- 葉乃靜 (2008)。探索 Web2.0 環境下圖書館的異質知識服務，**圖書與資訊學刊**，第 64 卷，頁 61-67。
- 資策會產業情報研究所 MIC (2007)。**Web2.0 發展現況與趨勢**，經濟部 ITIS 計畫。
- 劉世閔主編 (2006)。**質性研究資料分析與文獻格式之運用**。台北：心理。
- 劉繼鴻 (2009)。**影音 Web2.0 平台網站上行銷傳播之社會網絡與資料探勘分析研究—以 YouTube-Mac 網絡為例**，國立政治大學資訊管理學系研究所碩士班碩士論文。
- 詹士樑、趙熙 (2003)。**網際網路環境中民眾參與之研究，網際網路環境中民眾參與之研究**，發表於「2003 第一屆土地學術研討會論文集」，台北大學地政系，台北。
- 蔡勇美、郭文雄 (1987)。**都市社會學**，台北：巨流。
- 蔡碧昭 (2007)。**知識分享平台接受度及知識分享行為之探討**。國立台灣師範大學資訊教育學研究所碩士論文。
- 鄭鈺霖、黃天麟、黃悅民 (2008)。**支援數位學習與測驗標準之 Web2.0 學習管理系統**，**網際網路技術學刊**，第 9 卷第 5 期，頁 307-312。
- 盧希鵬 (2009)。**電子商務**，台北：雙葉。
- 蕭乃沂 (2007)。**數位治理的實踐—“國家政策網路智庫”初評與前瞻**，**研考雙月刊**，第 31 卷，第 3 期，頁 71-80。
- 賴世培等 (2004)。**民意調查**，台北：空大。
- 謝易修、謝寶泰 (2008)。**從廣告行銷角度探討部落格之口碑傳播策略**，**商業設計學報**，第 12 卷，頁 53-62。
- 蘇健華 (2007)。**WEB2.0 發展介紹**，**資訊社會研究**，第 13 卷，頁 1-124。
- 龔仁文等 (2007)。**Web2.0 網路上有錢 創意在裡面**，台北：資策會。
- Ajzen, I. (1989). Attitude Structure and Behavior,” in A. R. Pratkanis, S. J. Breckler and A. G. Greenwald(Eds.). Attitude Structure and Function, Lawrence Erlbaum Associates, Hillsdale, NJ,241-274.
- Ajzen, I.(1985). From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior, In J. Kuhl & J. Beckman(Eds.), Action Control: From Cognition to Behavior. Heidelberg: Springer.

- Alexander, B. (2006). "Web2.0: A New Wave of Innovation for Teaching and Learning?" **EDUCAUSE Review**, 41(2): 32-44.
- America Speaks, (2002). **Taking Democracy to Scale.** <http://www.americaspeaks.org/welcome.html>, accessed at 2009/04/05.
- Anderson, P. (2007). What is Web2.0? Ideas, technologies and implications for education. **JISC Technology and Standards Watch.** <http://www.jisc.ac.uk/media/documents/techwatch/tsw0701b.pdf>, accessed at 2009/04/13.
- Armstrong, A. and Hagel, J. III, (1996). The Real Value of Online Communities. **Harvard Business Reviews**, Boston, 74(3): 134-141.
- Avdic, A., K. Hedström, J. Rose, and A. Grönlund. (2007). Understanding eParticipation: Contemporary PhD eParticipation research in Europe. Orebro, Sweden: Department of Business, Economics, Statistics and Informatics, Orebro University.
- Amit Mitra, (2009) Convergence in ICT use expectations between the public and private sectors An imperative or an indicator of efficiency? **Journal of Management Development**, 28(6) : 550-554
- Balutis, A. (2009). Addressing the Technology Challenge. **Public Manager**, 38(1): 81-86.
- Barber, B. R. (1984). **Strong Democracy: Participatory Politics for a New Age.** Berkley: University of California Press.
- Bessette, J. M., (1994). "The Mild Voice of Reason: Deliberative Democracy and American National Government." Chicago and London: Chicago University Press.
- Brandtzæg, P. B. and Lüders, M. (2008). eCitizen 2.0: The Ordinary Citizen As a Supplier of Public-Sector Information. A SINTEF Report written for **Ministry of Government Administration and Reform, Norway.**
- Caldow, J. (2004). **E-Democracy: Putting Down Global Roots.** Report from Institute for Electronic Government, IBM. <http://www-1.ibm.com/industries/government/ieg/pdf/e-democracy%20putting%20down%20roots.pdf>, accessed at 2009/03/29.

- Carter, Lemuria, "E-government Diffusion: A Comparison of Adoption Constructs" (2007). **AMCIS 2007 Proceedings**, 2(3) : 147-161
- Chadwick, A. (2003). Bringing E-Democracy Back In: Why It Matters for Future Research on E-Government. **Social Science Computer Review**, 21(4): 443-455.
- Chengqi Guo; J P Shim; Robert Otondo (2010) Social Network Services in China: An Integrated Model of Centrality, Trust, and Technology Acceptance, **Journal of Global Information Technology Management**, 13(2) : 76-99
- Corbin J. & Strauss AL., (1990) "Basics of Qualitative Research Techniques and Procedures" Thousand Oakes, CA, US: Sage Publication, inc.
- Davenport, T.H. & Prusak, L. (1998). Working Knowledge: How Organizations Manage What They Know. Boston: Harvard Business School Press.
- Davis, F. D. (1989), "Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technologies. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-339.
- DiGiammarino, F. and Trudeau, L. (2008). Virtual Networks: An Opportunity for Government. **Public manager**, 37(1): 5-12.
- Downes, S., (2004). Educational blogging. **Education Review**, 9 (5): 14-26.
- Dutton, William H. (1996). Network rules of order: Regulating speech in public electronic fora. **Media, Culture & Society**, 18: 269-290.
- Elster, J., (1998). "Introduction" In Deliberative Democracy, Elster, Jon.ed. New York: Cambridge University Press. pp 1-18.
- Fraunholz, B. and Unnithan, C. (2008). **E-Governance: Enabling the French Web2.0 Revolution? ICEG book chapter**, http://www.iceg.net/2007/books/1/36_363.pdf, accessed at 2009/1/18.
- Freeman, L. C. (1979). Centrality in the Social Networks: Conceptual Clarification. **Social Network**, 215-239.
- Forrest ,v morgeson , (2009) Does E-Government Measure Up to E-Business Comparing End User Perceptions of U.S. Federal Government and E-Business Web Sites. **Public Administration Review**, 69 (4) : 740-752

- Gastil, J., (2000) "Is Face-to-Face Citizen Deliberation a Luxury or a Necessity for Democracy?" Paper prepared for University of Washington: Workshop on Communication and Civic Engagement, May 19-20. Georgia, September pp. 2-5.
- Graham, P. (2005). **Web2.0**. Retrieved July 12, 2009, from <http://www.paulgraham.com/Web2.0.html>.
- Granovetter, M. (1973). The Strength of Weak Tie. *American Journal of Sociology*, 78, 1360-1380.
- Granovetter, M. (1985). Economic Action and Social Structure: the Problem of Embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91, 481-510.
- Habermas, J., (1984, 1987). "Theory of Communicative Action", vols.1 and 2. Boston: Beacon Press.
- Hinchcliffe, D. (2005). **The Web2.0 is Here**. Retrieved July 12, 2009, from <http://web2.wsj2.com/web2ishere.htm>.
- Hsu & Wang: **A Study of E-trust in Online Auctions**, (2008), *Journal of Electronic Commerce Research*, (9), 4 : 310-321
- Hui, Glenn & Mark Richard Hayllar. (2010). Creating Public Value in E-Government: A Public-Private-Citizen Collaboration Framework in Web2.0, **Australian Journal of Public Administration**, 69(S1): S120-S131.
- Kohut., (2008). **Social Networking and Online Videos Take Off: Internet's Broader Role In Campaign 2008**. The PEW Research Center.
- Krackhardt, D. (1992). The Strength of Strong Tie: The Implication of Philos in Organizations, in Nitin Nohria and Robert G. Eccles(eds.) Boston: Harvard.
- Kurland, Nancy B. and Terri D. Egan (1996). Engendering democratic participation via the Net: access, voice, and dialogue. **The Information Society**, 12(4): 387-406.
- King, C. S., K. M. Feltey, and B. O. Susel. (1998) "The Question of Participation: Toward Authentic Public Participation in Public Administration." **Public Administration Review** 58(1): 317-326.

- Kolsaker and Liz Lee-Kelley , (2008) Citizens' attitudes towards e-government and e-governance:a UK study Ailsa International. **Journal of Public Sector Management**,21(7) : 723-738
- Lenihan, D. G., (2002). **E-government, Federalism and Democracy: The New Governance**. Ottawa, Canada: Center for Collaborative Government. http://www-it.fmi.uni-sofia.bg/eg/res/ktapublication_vol9e.pdf, accessed at 2009/05/29.
- Liebowitz, J. & Beckman, T. (1998). Knowledge Organizations: What Every Manger Should Know, Boca Ration, FL: St. Lucie Press.
- Macintosh, A. (2004). Characterizing E-Participation in Policy-Making. Proceedings of **the 37th Hawaii International Conference on System Sciences**.
<http://csdl.computer.org/comp/proceedings/hicss/2004/2056/05/205650117a.pdf>, accessed at 2009/05/29.
- Misra D. C. (2008). **Ten Guiding Principles for E-civil Service**.
<http://egov-india.blogspot.com/2008/12/ten-guiding-principles-for-e-civil.html>, accessed at 2009/06/14.
- NIA, (2008). **Concepts and Features of Government 2.0 and 3.0**, National Information Society Agency, Korea.
http://www.nia.or.kr/special_content/eng/, accessed at 2009/06/15.
- Nonaka, I. (1994). A Dynamic Theory of Organizational Knowledge Creation, *Organization Science* (5:1):14-37.
- O'Reilly, T. E., (2005). **What Is Web2.0**, from:
<http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-2.0.html?page=1>, accessed at 2009/2/18.
- Osimo, D., (2008). **Web2.0in Government: Why and How?**, from:
http://documentostics.com/component/option,com_docman/task,doc_download/gid,1417/Itemid,4, access at 2009/2/18.
- Prahaland, C. K. and Ramaswamy, V. (2000). Co-opting Customer Competence, **Harvard Business Review**, 68(3): 79-91.

- Rheingold, H. (1993). **Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier**. Singapore, Addison-Wesley.
- Romm, C., Pliskin, N. & Clarke, R. (1997). Virtual Communities and Society: Toward an Integrative Three Phase Model, **International Journal of Information Management**, 17(4): 261-270.
- Rose, Jeremy & Øystein Sæbø.(2010). Designing Deliberation Systems, **The Information Society**, 26: 228-240.
- Rustow, D., (2000). **Involving Civil Society in the Work of Parliaments**. Scotland: Scottish Office.
- Sander, T. (2008). **Government 2.0: Building Communities with Web2.0 and Social Networking**. Available at: http://www.govtech.com/dc/more.php?code=DC_TOOLKIT_WHITE_PAPER&format=tag_assets_rc_summary
- Smith, S. R. & H. Ingram, (1993). Public policy and Democracy. In Helen Ingram and Steven Smith (eds), **Public Policy and Democracy**, pp. 1-14. Washington D.C.: Brookings.
- Stromer-Galley, J., (2002). "New Voices in the Political Sphere: A Comparative Analysis of Interpersonal and Online Political Talk." *Javnost/The Public*, Vol. 9:23-42.
- Tapscott, D. and Williams, A. D., (2006). **Wikinomics: How mass collaboration change everything**. Portfolio: New York.
- UN Department of Economic and Social Affairs (UNDESA) and Civic Resource Group, (CRG), (2003). Global E-government Survey 2003. United Nations. <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/un/unpan016066.pdf>, access at 2009/04/13.
- Warren, M., (1992). "Democratic Theory and Self-Transformation." *American Political Science Review*, Vol. 86, No. 1:8-23.
- Weatherford, M. S. (1982). Interpersonal Networks and Political Behaviour *American Journal of Political Science*, 26, 117-118.
- Welber, T., (1995). "Right' Discourse in Citizen Participation: An Evaluative Yardstick." In Ortwin Renn, Thomas Welber and Peter Wiedemann (eds).

參考文獻

- Fairness and Competence in Citizen Participation: Technology, Risk and Society, pp. 35-86. Boston: Kluwer.
- Welber, Thomas and Seth Tuler (2000). "Fairness and Competence in Citizen Participation." *Administration & Society*, Vol. 32, No. 5:566-95.
- Williams, R.L. and Cothrel, J. (2000). Four Smart Ways to Run Online Communities, *Sloan Management Review*, 41(4): 81-91.
- Witschge, T., (2002). "On-Line Deliberation: Possibilities of the Internet for Deliberative Democracy." Paper Submitted to Euricom Colloquium. pp. 2-22.
- Zuckerman, A. S., A., V. N., & Zuckeman, E. W. (1994). A Structural Theory of Vote Choice: Social and Political Networks and Electoral Flows in Britain and the United States. *The Journal of Politics*, 56(4), 1008-1033.

電子治理與 Web 2.0 社群網站使用行為之實驗研究

附錄一 焦點座談會參考資料

電子治理與 Web 2.0
社群網站使用行為之實驗研究
An Experimental Research on User Behaviors on Web2.0
Social Networking Sites and E-governance

焦點座談會
參考資料

計畫委託機關：電子治理研究中心

計畫執行機構：國立政治大學公共行政學系

計畫主持人：潘競恆 助理教授

協同主持人：陳敦源 教授

研 究 助 理：王千文、鄒佳宏、徐翠玉

執行期間：99 年 02 月至 99 年 11 月

壹、座談會的緣起與目的

Web2.0 在電子化政府中的運用向來是政府所關切的課題，為瞭解近年來我國電子化政府在運用 Web2.0 後的進一步適應與發展情形，行政院研究發展考核委員會與電子治理研究中心合作，委託中興大學國家政策與公共事務研究所 潘競恆 教授進行「電子治理與 Web 2.0 社群網站使用行為之實驗研究」，此次運用焦點座談的方式，是想透過您對 Web2.0 的應用與觀察，協助我們瞭解植基於 Web2.0 所建構的社群網站，有哪些因素影響其中虛擬社群的網路使用行為與認知，及其與電子化政府間的關係與未來發展，以提供政府日後推動以 Web2.0 為基礎的電子化政府相關政策參考。

再者，本研究另一主要目即在於透過實驗設計驗證上述影響虛擬社群行為的關鍵變數，藉以實際掌握控制虛擬社群

行為的實際變數為何。為使本研究所研擬之實驗架構，更具周延及完整，特以焦點座談方式，邀請相關領域之專家代表參與座談。希望能藉由座談會中各代表之相互溝通與意見彙整，提高本研究團隊所操控變數的意義與可適用性，提高本研究觀察 Web2.0 中虛擬社群行為的實驗的可行性，並確保該實驗結果於未來能實際應用於電子化政府的發展。同時，建請相關與會專家針對各階段實驗設計後的效果檢測問卷，評估其指標的正確與周延與否。

貳、有關 Web2.0 的相關界定

Web2.0 概念係源自於 O'Reilly Media 與 MediaLive

International 於國際研討會時的腦力激盪。根據 O'Reilly (2005)

的闡述，Web2.0 可解釋為：

「即『以網路作為平台』(network as platform)，並銜接所有相連的裝置，而 Web 2.0 的應用軟體及服務，所指的是那些最能夠善用這個平台本質上各種優勢的應用：它們以持續更新服務的方式推出軟體，當越多人使用、越多人消費、越多人從包括個別使用者在內的多重資料來源重新組合資料、越多人按照允許他人運用的格式提供自己的資料與服務、越多人藉由參與的架構(architecture of participation)創造網路效應、並且更為提昇、超越 Web 1.0 的傳統頁面譬喻，傳遞給使用者豐富的體驗。」

O'Reilly (2005)雖提出了七大原則和核心競爭力，但仍舊

令人對 Web 2.0 概念感覺過於龐雜。而 Osimo 對於 Web 2.0

的界定則精要的區分成三個層面，分別是價值層面、應用層

面和技術層面如下表：

價值(Value)	1. 使用者兼具生產者(User as producer) 2. 集體智慧(Collective intelligence) 3. 不斷創新改良(Perpetual beta) 4. 使用極為便利(Extreme ease of use)
-----------	---

應用(Application)	1. 部落格(Blog) 2. 維基(Wiki) 3. 播客(Podcast) 4. 簡易資訊聚合(RSS feeds) 5. 標籤(Tagging) 6. 社交網絡(Social networks) 7. 搜尋引擎(Search engine) 8. 大型多人網路遊戲(Multiple player online games)
技術(Technologies)	1. Ajax 互動式網頁應用程式 2. 可擴展標記語言(XML) 3. 開放式應用程序介面(Open API) 4. 微格式(Microformats) 5. (Flash/Flex)

參、Web2.0 與民主治理

自 2001 年網路經濟泡沫化(dot-com bubble)以來，Web 2.0 所掀起的狂潮持續引領整個網際網路(Internet)的蓬勃發展，Web 2.0 概念的核心價值在於倡導「以網路作為平台」(The Web As Platform)、「使用者兼具開發者」(User as producer)、「群體智慧」(Collective intelligence)、「豐富使用者的經驗」(Rich User Experiences)、「持續測試」(Perpetual beta)，以及透過使用者與使用者之間、使用者與網站之間的雙向互動、協力和分享，進而提昇使用者的參與意識，激盪出更多的群體價值 (O'Reilly, T. E., 2005; Osimo, D., 2008)。因此，本研究給 Web. 2.0 在政府單位的使用，下一個簡單定義：「藉由允許使用者兼具資訊生產者的網路平台設計，讓參與者生產有系統、具備使用價值的資訊，以達成公共目的」，其關鍵在於政府電子治理推動者，應用有效的 Web 2.0 網路經營技術，降低民主治理過程中公共事務決策資訊的生產、加值化、以及分配的成本，進而解決公共生活中最重要的阻礙因素——「專業不對稱」(professional asymmetries)。

隨著 Web2.0 概念的廣泛推廣，公部門也逐漸將 Web 2.0 的概念應用在電子化政府的發展中。我國於 95 年國家建設計

劃中規劃建置「國家政策網路智庫」，提供民眾電子化服務，提升政府效能。我國行政院研究發展考核委員會(以下簡稱研考會)於 95 年 9 月正式啟用「國家政策網路智庫」，其宗旨為提供民眾、議題焦點團體、學者專家與政府官員就公共政策進行多元溝通、理性互動之 e 化參與公共平台，以落實民眾理性討論、主動參與公共政策制定，並深化政策制定品質之 e 化民主(e-democracy)理念 (行政院研考會資訊管理處，2006)。

肆、Web2.0 與虛擬社群

Web 2.0 概念下的網際網路應用介面如部落格(blog)、維基(Wiki)與社群網站 (social networking，如 facebook, twitter, plurk)等，其應用特質在透過使用者間的水平互動、分享與協力，發展出特定的社群身分認同，進而提昇持續參與意識，創造出更多的群體價值，而此等價值正是政府與人民應思考提升公共治理品質的契機所在。綜合來說，Web 2.0 網站功能的設計主要是以使用者為中心導向的設計模式，透過大眾協作(Mass collaboration)、同儕製作(Peer production)、社會運算(Social computing)，以強化(Empower)使用者的自主選擇權與參與能力。

以公私部門相較，不意外的，企業運用 Web 2.0 與顧客互動的步調比公部門更為快速。以顧客關係管理(Customer Relationship Management, CRM)為例，Web 2.0 的特質創造出以客戶為主體、客戶共同經營的社群網絡平台，顧客在平台上透過搜尋、評價、推薦與經驗分享，與企業及其他顧客們維持關係。如果平台上對企業的正面評價愈多，訊息透過社群不斷擴大連結，將可為企業帶來更多商機。

我國電子化政府從過去至今之發展與其他先進民主國家

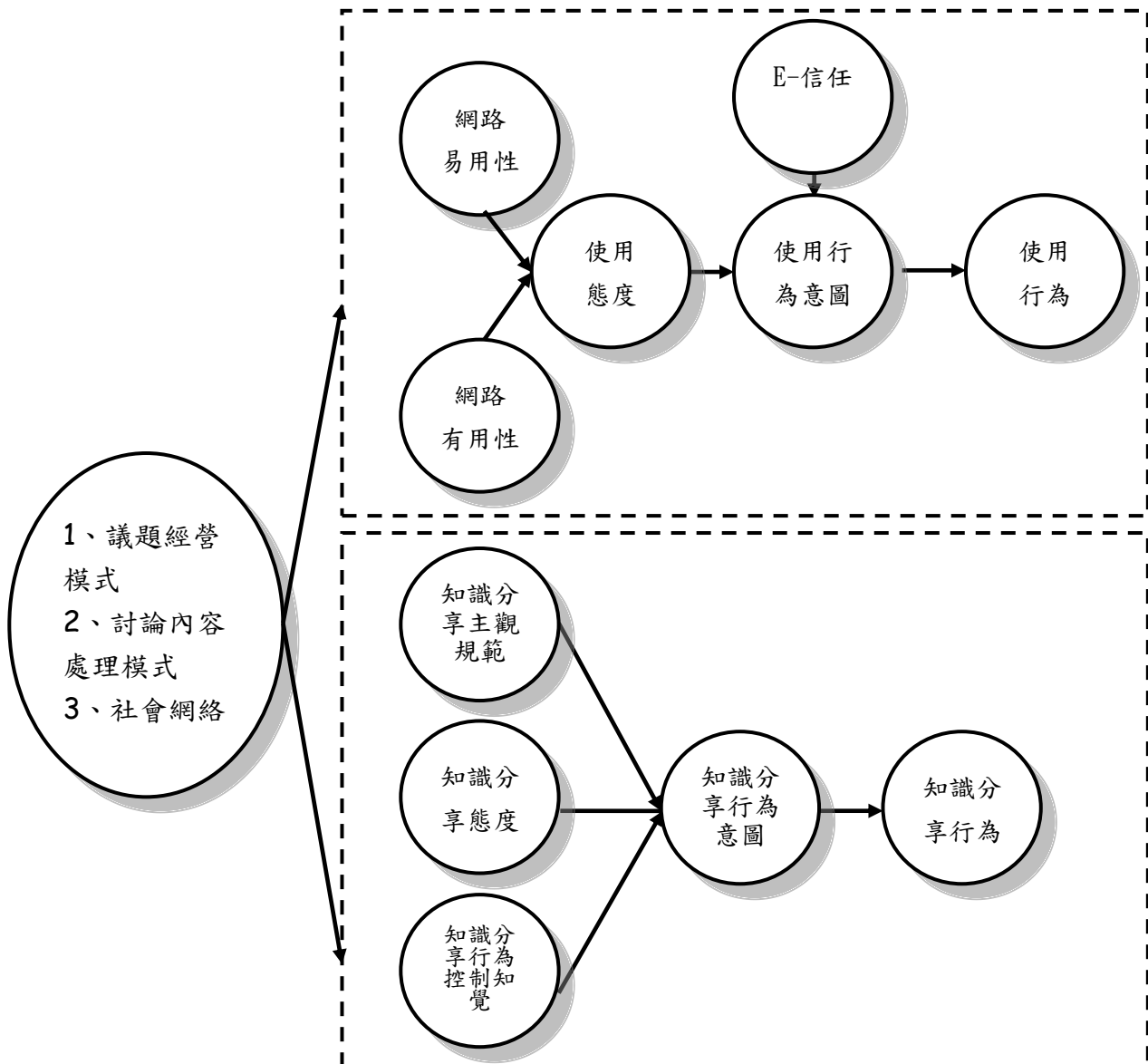
可謂並駕齊驅，在國際評比上均名列領先群，但目前我國公部門在 Web 2.0 網站的應用上似乎較趨審慎態度。自從 1990 年代政府再造運動之風潮興起，以顧客關係之隱喻尋求改善政府人民關係之努力不斷，今日政府如何看待 Web 2.0 技術帶來的機會？公部門如何從企業的 Web 2.0 經驗找到可應用的策略？一般使用者對公私部門網站的 Web 2.0 特質評價又有何差異？值得政府進一步了解。

伍、本研究實驗設計暨各階段施測問卷

考量研究主題、構面之間的路徑關係以及網路論壇所形成的虛擬社群，不僅是一種新型的民主治理參與管道，亦是一種 Web2.0 價值與技術的落實，本研究整合 TAM 與 Web2.0 價值層面，提出準實驗設計架構。

一、準實驗架構

本研究的操控變項主要是基於研究架構中的外衍潛在變項而來。



準實驗設計架構

資料來源：本研究

二、實驗場域與議題選擇

(一)、實驗場域： 本研究實驗的場域主要以 FACEBOOK 為

主。之所以將實驗平台設定為 FACEBOOK 的主要原因包括：

1、符合 Web2.0 的界定；2、網路使用量最高。

(二)、議題選擇：議題約可區分為政治體制運作(公投與選舉、中央政府體制、地方政府體制)、兩岸與外交(兩岸、外交)，以及內政與民生(經建、土地、環保、勞工、財政、博奕、治安、司法、警政、教育、健保、醫療、國防)。實驗開始後的議題選擇將視當下社會輿論較關注的政策議題為主，主要是與民眾生活較為息息相關的內政與民生議題。

三、變數操控與實驗組合

(一)、研究變數

根據研究架構、深度訪談的重點整理得出，本研究的操控變數有三，第一為政策議題的經營模式。分別係網站管理者有明確且採取強烈立場；明確但不採取強烈立場；以及立場不明確也不採取強烈立場等三種。第二為對政策議題討論內容的處理方式。分別係網站管理者會歸納匯整討論意見，並且舉行網路投票；僅具歸納匯整討論意見，但不進行投票；純粹蒐集網路論壇討論意見，但卻不加以整理與歸納。第三為網絡效應的操弄，純粹觀察網絡節點本身特質對於議題討論情形的影響，進而區分出高度參與社群、中度參與社群與

低度參與社群等。

依變數係研究架構中泛指網路使用行為與認知的相關變數，包括網路易用性認知、網路有用性認知、使用態度、社群網路使用行為意圖，真正使用社群網路的行為，以及知識分享的行為等。

因此，本研究主要在操控上述三個自變數(操控變數)，並觀察在每個自變數的操控下，對於上述網路使用行為與認知所造成的影響。

(二)、實驗組合

本研究採實驗設計的方式，配合自變項的操弄，來探討社群網站的議題經營模式、議題討論內容的處理模式與網絡效應等，對於社群網站實際使用行為的影響。然而，若要在同一實驗中同時操弄所有變項，恐將過於複雜而難以釐清個別的效果，故本研究將以三個實驗分別探討。

表二 實驗刺激與觀察重點整理表

C G	T	T1	T2	T3
G1		對政策議題： 1、有明確立場 2、立場較強烈。	對政策議題： 1、積極蒐集歸納討論意見並公告。 2、舉辦投票。	1、由受試者邀集十位社群成員參與。 2、給予政策議題。 3、觀察各個節點(90位受試者)及其所推建的成員的討論情形。
G2		對政策議題： 1、有明確立場 2、立場較不強烈。	對政策議題： 1、積極蒐集歸納討論意見並公告。	
G3		對政策議題： 1、未有明確立場 2、僅提供政策資訊	對政策議題： 1、單純蒐集意見。	
觀察重點		3. <u>網路使用行為與認知</u> 4. <u>群體智慧</u>	3. <u>網路使用行為與認知</u> 4. <u>群體智慧</u>	3. <u>網路使用行為與認知</u> 4. <u>網絡效應</u> (1)、誰最易引發討論？ (2)、具備甚麼特質？
測量方法		7. 問卷調查(O2) 對象：實驗受試者	8. 問卷調查(O3) 對象：實驗受試者 9. 訪談(I1) 對象：與政策議題相關政務暨公務人員	10. 內容分析(CO1) 對象：網站發言紀錄 11. 訪談(I2) 對象：高活絡社群與低活絡社群節點 12. 問卷調查(O4) 對象：實驗受試者

1、實驗一：議題經營模式對於社群網站使用行為與認知的影響

第一階段的實驗主要聚焦於議題經營模式是否會影響虛擬社群成員使用社群網站的行為與認知。本階段共分為三組，每組實驗人數各約 30 位，所操控的變數乃是網站經營者本身對於議題的經營模式，共分三種模式，分別為：1、有明確立場且強烈者(strong voice, SV)；2、有明確立場但不強烈者(weak voice, WV)；3、無明確立場僅提供資訊者(information only, IO)。這三種經營模式均在所屬社團針對相同的政策議題提供相同的資訊，不同的是針對相同的政策議題有著不同強度的立場態度，SV 組對於政策議題有明顯的立場，且對於網站上的討論出現相左意見時，該組經營者會採取強烈態度加以回應，並積極影響、說服相反意見的成員支持本身的看法。WV 組與 SV 組相同，唯一不同點在於，網路論壇上的經營管理者本身對於政策議題雖有本身的立場，但並不太會積極影響或者說服虛擬社群成員所提出的相反意見，僅止於表達本身立場。IO 組是三組當中唯一對於政策議題不採取任何立場的網路議題經營管理者。該組經營者僅提供政策本身相關的資訊，對於網路論壇中任何有關於該議題的多元意見，經營

者並不作任何回應。

同時，研究團隊會要求網站經營管理者必須每日回報網站討論情形，包括：發言者、何時發言、發言字數、立場為何、回應該則發言的人數等。對於參與實驗的受試者，研究團隊為確保其能受到實驗操控變數的刺激，因此，要求最少必須要能暴露在實驗場域之中(受試者可不參與討論，但起碼要能確保受試者有暴露在這樣的實驗環境)，所以，研究團隊會要求受試者必須在每 3 日，在所屬虛擬社團上加以註記瀏覽過該網站。

本階段歷時時間共一個月，預計於七月中開始實驗，於八月中結束，於結束當天我們將會要求受試者參與本研究團隊所設計的網路問卷，調查受試者在議題經營模式不同的變數下，對於參與社群網站的使用行為變化。相關受測問卷將於後續闡明。

表三 第一實驗階段各對象及其要求

實驗一：網路議題經營模式			
對象	研究團隊	網站經營管理者	實驗受試者
要求	1. 定期與網管人員開會討論 2. 確保網管人員所扮演的經營模式 3. 持續追蹤實驗受試者的行為變化	1. 每日回報網站討論狀況(網路論壇觀察日誌) 2. 定期與研究團隊開會討論 3. 自主管理確保所應扮演的角色(由研究團隊進行考核)	1. 自主管理確保於一定時間內上網瀏覽(至少每三日一次)

2、實驗二：討論內容處理模式對於社群網站使用行為與認知的影響

第二階段的實驗主要聚焦於討論內容的處理模式對於虛擬社群成員使用社群網站的行為與認知的影響。本階段與實驗一相同共分為三組，每組實驗人數各約 30 位，所操控的變數乃是網站經營者本身對於虛擬社群成員討論政策議題的討論內容處理方式，共分三種處理模式，分別為：1、蒐集歸納討論意見，並舉行投票(active moderator and vote, AMV)；2、蒐集歸納討論意見，不舉行投票(active moderator, AM)；3、僅蒐集意見(inactive moderator, IM)。這三種操控模式均在所屬社團針對政策議題提供相關資訊，不同的是每位經營管理

者對於討論內容的處理方式各有不同，AMV 組對於政策議題不僅提供資訊，更在特定時間內會對虛擬社群所討論意見進行匯整，並將匯整後的資訊反饋給所有虛擬社群成員，並在最後針對第二次所彙整意見進行投票表決。AM 組與 AMV 組相同，唯一不同點在於，社群網站上的經營管理者並未針對所彙整意見進行虛擬社群的投票，僅止於歸納匯整虛擬社群成員所提出的政策建議。IM 組是三組當中唯一對於政策議題不採取任何處理程序的網路議題經營管理者。該組經營者所扮演的角色僅止於蒐集相關政策意見，對於網路論壇中任何有關於該議題的多元意見，並不作任何整理與歸納。

本階段，研究團隊會要求 AMV 組及 AM 組網站經營管理者必須在 8 月 15 日至 9 月 15 日歷時一個月中，每兩個禮拜進行一次社群網站內容的歸納匯整，共計兩次，並將匯整結果發表在社群網站供虛擬社群成員檢閱。時間分別是 8 月 29 日及 9 月 14 日。而 AMV 該組除了在 9 月 14 日當天公布歸納匯整的意見外，要另外舉行投票表決，就所整理的政策意見，供虛擬社群成員投票。然 IM 該組雖不用上傳歸納匯整意見，但必須提供給研究團隊。同時，網站經營者必須每日回報網站討論情形，包括：發言者、何時發言、發言字數、

立場為何、回應該則發言的人數等。對於參與實驗的受試者，研究團隊為確保其能受到實驗操控變數的刺激，因此，要求最少必須要能暴露在實驗場域之中(受試者可不參與討論，但起碼要能確保受試者有暴露在這樣的實驗環境)，所以，研究團隊會要求受試者必須每 3 日，在所屬虛擬社團上加以註記瀏覽過該網站。

本階段歷時時間共一個月，預計於八月中開始實驗，於九月中結束，於結束當天我們將會要求受試者參與本研究團隊所設計的網路問卷，調查受試者在社群網站處理政策議題討論意見的不同模式下，對於參與社群網站的使用行為變化。相關受測問卷將於後續闡明。

表四 第二實驗階段各對象及其要求

實驗二：網路討論內容處理模式			
對象	研究團隊	網站經營管理者	實驗受試者
要求	1. 定期與網管人員開會討論 2. 確保網管人員所扮演的經營模式 3. 持續追蹤實驗受試者的行為變化	1. 每日回報網站討論狀況(網路論壇觀察日誌) 2. 定期與研究團隊開會討論 3. 自主管理確保所應扮演的角色(由研究團隊進行考核) (1) AMV 組及 AM 組必須於 8/29 及 9/14 於網站上公告討論內容的歸納匯整。 (2) AMV 組除必須在 9/14 公佈歸納結果外，要再另外進行投票。 (3) IM 組不公告網站內容歸納結果，但必須回報予研究團隊。	1. 自主管理確保於一定時間內上網瀏覽(至少每三日一次)

3、實驗三：社會網絡效應對社群網站使用行為與認知的影響

第三階段的實驗主要聚焦於探討網絡節點本身對於政策網路論壇的影響。本階段仍分三組進行，但並不針對各組給予不同的刺激，因此受試者共計 約 90 位，該 90 位成員即為

「網絡節點」。本階段主要觀察的重點在於網絡節點本身對於虛擬社群成員的討論是否會有所影響，究竟高參與度的虛擬社群成員的討論，其邀集人本身是否具備某些特質，相對的，低參與度的虛擬社群，其邀集人又是擁有甚麼樣的個人背景特徵。本研究團隊透過這樣的發掘，進一步的提出這些個人特徵對於刺激政策討論有何助益。

在實驗階段三中，研究團隊要求 90 為網絡節點各自找尋 10 位網路成員參與政策議題的討論，而政策議題的選定，將由研究團隊視當時政策環境後設定，並告知各網絡節點。同時，各網絡節點必須告知研究團隊所召集的 10 位社群成員的網路帳號，以利研究團隊進行追蹤之用。同時，網站經營管理者必須每日回報網站討論情形，包括：發言者、發言者所屬網絡節點、何時發言、發言字數、立場為何、回應該則發言的人數等。

本階段歷時時間共一個月，預計於九月中開始實驗，於十月中結束，於結束當天我們將會要求受試者參與本研究團隊所設計的網路問卷，調查受試者(網絡節點)本身的社會網絡對於社群網站使用行為與認知的影響。相關受測問卷將於後續闡明。

表五 第三實驗階段各對象及其要求

實驗三：網路討論內容處理模式			
對象	研究團隊	網站經營管理者	實驗受試者
要求	1. 定期與網管人員開會討論 2. 持續追蹤實驗受試者的行為變化	1. 每日回報網站討論狀況(網路論壇觀察日誌) 2. 定期與研究團隊開會討論	1. 要求每位受試者必須邀請十位網路成員參與討論

四、實驗樣本來源與操控效果的測量方法

(一)、樣本來源

本研究為隨機分派受試者至實驗組與對照組，而採取二階段設計。首先，第一階段先於各社群網站進行公開招募資訊。對於招募對象並未加以設限，主要目的是盡可能囊括實際的網路虛擬社群的組成特質。招募時間為期一個月，預計於六月底舉行並於七月中結束，預計至少招募 90 位受試者。倘若招募期限終止前，仍未招收至 90 位，則改由研究團隊以非公開方式徵人，直至 90 位額滿止。隨即進入第二階段，平均分派 90 位受試者至三個實驗組別。

本研究實驗設計為兼採隨機與配對原則，第二階段而採取三步驟進行。步驟一，先針對所招募的受試者，依據社群

網站使用行為的兩個重要變項，「上網頻率」與「瀏覽時間」，將受試者區分為四層，依序是「高上網頻率長瀏覽時間」、「高上網頻率短瀏覽時間」、「低上網頻率長瀏覽時間」，及「低上網頻率短瀏覽時間」等。步驟二在上述四層中，每一層再以「年齡」做為區分標準，之所以僅以年齡做為區分標準是考量到本研究團隊在招募人數上預計招收 90 位受試者，步驟一中就以兩項網路行為標準將所有受試者區分為四層，倘若以平均數來看，每一組最多是 22 位。此 22 為若再以兩個要件下去區分，則再區分的每一組將僅有 5 位(平均數)，然，本研究團隊擔心在步驟一的區分下，某些組的人數就已達不到平均數的標準了，更遑論步驟二再以兩個要件進行區分，於是本研究團隊在步驟二僅以年齡做為區分標準。步驟三在步驟二所區分的年齡分組中，分別將 30 歲以下以及 30 歲以上者各隨機分派至實驗組 1、實驗組 2、及實驗組 3(對照組)。

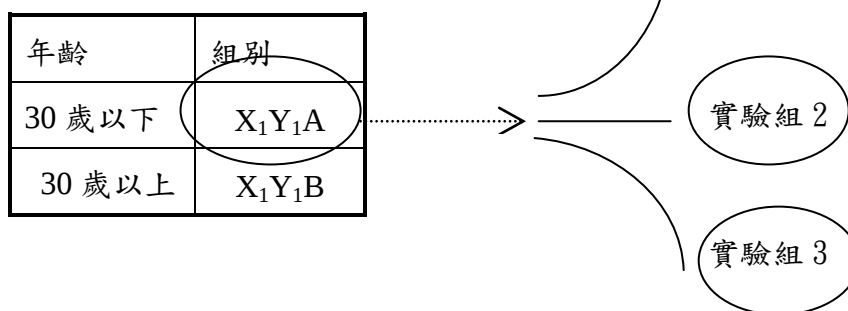
第一階段：依據關鍵變數進行分層

瀏覽時間(Y) ²	上網頻率(X) ¹	
	高(X ₁)	低(X ₂)
長(Y ₁)	X ₁ Y ₁	X ₂ Y ₁
短(Y ₂)	X ₁ Y ₂	X ₂ Y ₂



- 註：1. 上網頻率(X)的界定，透過詢問受試者：「去年一年內，你大約多久上網一次？」，共有 1 每天一次(或一次以上) 2 每週兩、三次 3 每週一次 4 每月一、二次 5 兩、三個月一次 6 半年一次 7 一年一次 8 以前曾上網、但去年一次都沒 9 從來沒有。1、2、3 屬於高上網頻率者，4、5、6、7、8、9 屬於低上網頻率者。
2. 瀏覽時間(Y)的界定，透過詢問受試者：「您平均每次上網時數？」，共有：1 半小時之內 2 半小時-1 小時 3 1-2 小時 4 2-3 小時 5 3 小時以上。1、2 屬於短瀏覽時間者，3、4 屬於長瀏覽時間者。

第二階段：進一步以年齡進行分組



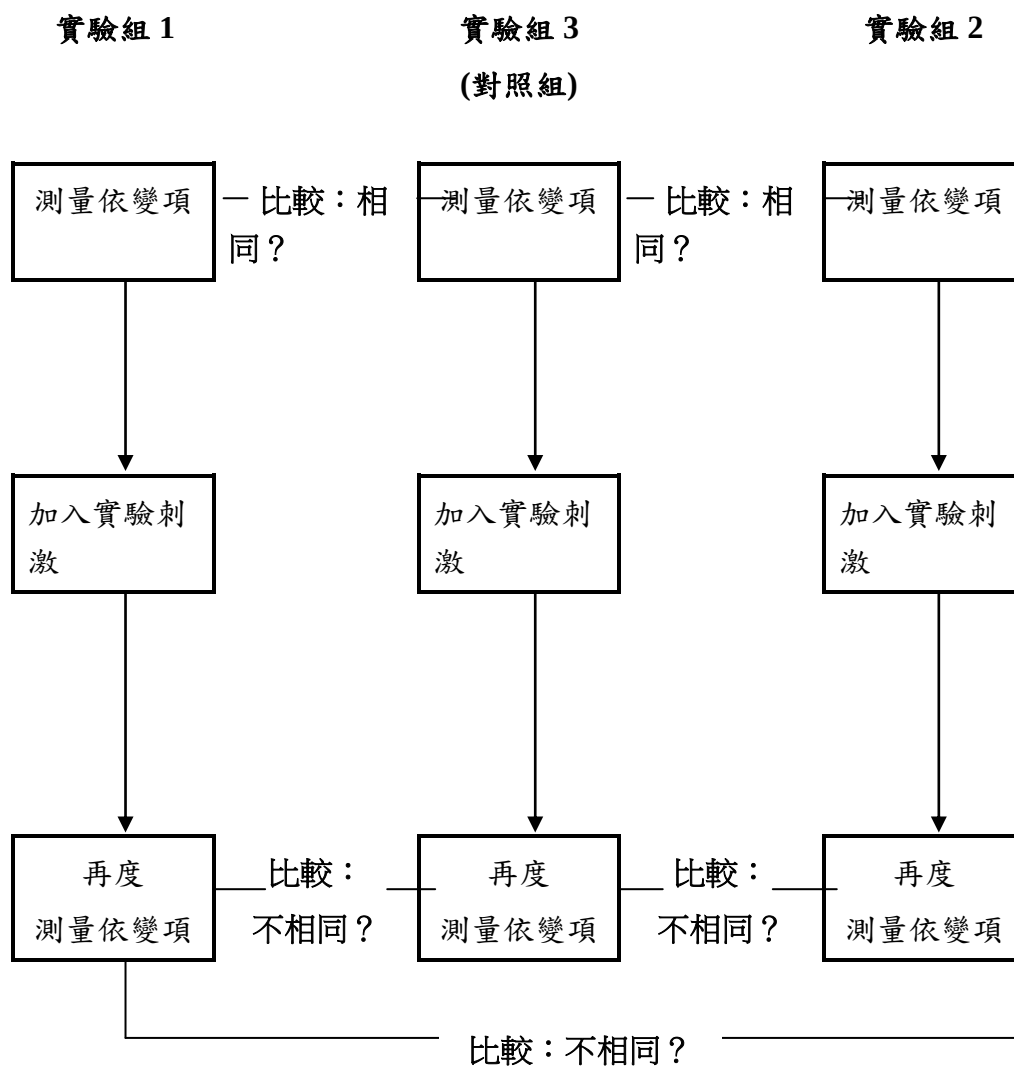
第三階段：以隨機方式指派受試者至實驗組別

圖二 受試者隨機及配對分派分階段設計圖

(二)、測量方法

本研究可界定為準實驗設計(quasi-experiment)的等組前後測(equivalent control-group design)設計。本研究實驗設計與測量間關係如下圖三所示。本研究施測問卷共計四分，分別於不同實驗階段施測。然四份問卷均以研究架構中有關社群網站使用行為與認知的變數為基礎所建構而成(各變數操作化整理及相關題組原始資料來源，請參閱附錄一所示)。前測問卷(O1，請參閱附錄二)部分僅就社群網站使用行為與認知變數為範圍建構而成。問卷二(O2，請參閱附錄三)於第一階段實驗結束後，分別由三組受試者進行受測，該階段主要在探究網路經營者對討論內容的回應方式不同，是否會影響社群網站的使用行為與認知，以及群體智慧的知識分享行為。因此，該份問卷仍以社群網站使用行為與認知的測量題目為主，並新增群體智慧的相關測量題目。問卷三(O3，請參閱附錄三)施測於第二階段實驗結束後，該問卷的主要目的是探究群體智慧及相關社群網站的使用行為與認知狀況，是否會受到網路經營者對於社群網站討論內容的處理方式之不同而有所變化，因此，問卷部分除網路使用行為與認知問題外，也包括群體智慧的相關測量題目。第三階段的實驗主要是測驗

社會網絡效應，主要在探究具備何種社會網絡特質的節點最易引發活絡的討論。這部分本研究主要透過內容分析暨問卷調查、深度訪談來加以進行。實驗結束後，本研究會針對 90 位網路節點進行問卷四(O4，請參閱附錄四)的施測，主要探究社會網絡效應對於社群網站使用行為與認知的影響；同時，以內容分析的方式記錄並分析各個節點及其所邀約的十位網友的互動情形，並據以分成三類，依序是高度參與討論組、中度參與討論組，以及低度參與討論組。最後，再針對高度參與討論組以及低度參與討論組各挑選一到兩位節點進行深度訪談，以質化方式較深層的探究節點的個人與社會網絡特質。



圖三 實驗操控與問卷施測結構圖

陸、「電子治理與 Web 2.0 社群網站使用行為之實驗研究」焦點座談會

討論題綱

- 一、民眾在公私 Web2.0 網路上的使用行為與差異？
- 二、政府與企業藉由 Web2.0 與民眾互動的本質差異為何？成敗要素為何？為促使政府更有效的運用 Web2.0 提供相關服務，我們應注意哪些面向。
- 三、針對本研究觀察操控變數對於網路使用行為與認知影響的實驗設計，建請提供指正與建議。

附錄一：

壹、社群網站使用行為與認知構念

構念	概念	定義	測量指標	來源	原題組信度
社群網站使用行為	使用行為	上網參與社群網站的行為、次數	57. 過去一個禮拜內，我參與虛擬社群的討論有幾次 (由網路觀察計算次數)	Chu, P.-Y., & Chiu, J. F. (2003).	--
社群網站使用意圖	使用意圖	參與社群網站的意願程度	6. 我願意使用該社群網站的服務功能 7. 未來我願意使用該社群網站獲取政府提供的相關資訊 8. 未來我願意使用該社群網站作為與政府溝通或進行互動的管道 9. 相較於其他管道，未來我更願意以該社群網站的方式與政府接觸 10. 我願意推薦該社群網站給我的朋友或親人	Venkatesh, 2003.	--

構念	概念	定義	測量指標	來源	原題組信度
社群網站使用態度	使用態度	個人對於參與社群網站的正反面感覺程度	4. 整體而言，我認為使用該社群網站的討論功能讓我 很滿意	Venkatesh, 2003.	--
			5. 我使用該社群網站的經驗是開心愉快的		
			6. 我覺得使用該社群網站對我是有益的		
社群網站使用者認知信念 (易用性)	易用性	個人相信參與社群網站不需費力的程度	7. 學習使用該社群網站的功能對我來說是容易的。	Davis, 1989; Venketesh et al, 2003.	0.94
			8. 對我來說，熟悉該社群網站的使用是容易的。		
			9. 我很容易運用該社群網站去做我想要做的事。		
			10. 該社群網站提供的互動方式是具有彈性的。		
			11. 該社群網站提供的互動方式，清楚且容易瞭解。		
			12. 總的來說，該社群網站是容易使用的。		
社群網站使用者認知信念 (有用性)	有用性	個人相信使用社群網站可強化其工作績效的程度	7. 該社群網站能夠讓我快速的對政策議題有完整的瞭解	Davis, 1989; Venketesh et al, 2003.	0.98
			8. 使用該社群網站能夠縮短我取得政策資訊的時間		
			9. 使用該社群網站能夠增進我與他人談論政策議題		

構念	概念	定義	測量指標	來源	原題組信度
信任	人際信任	表個體內在驅使其信任他人的趨力。如同再與他人建立關係之前即對人有著一股信賴感。	時的內容		
			10. 該社群網站的使用讓我對政策議題的本質有清楚的認識		
			11. 使用該社群網站讓我更容易瞭解政策議題		
			12. 整體而言，使用該社群網站的政策討論對我來說是有用的		
	隱私保護	網站管理者有	5. 我擔心該社群網站會在未經許可的情況下透露我	Liu et al., 2004.	0.826

構念	概念	定義	測量指標	來源	原題組信度
	制度	必要去制度化的解釋將如何取得、蒐集與使用網站註冊會員的個人資訊。	的個人訊息	Chen, Y.-H. 2008.	
			6. 我關心該社群網站如何運用我的個人資訊		
			7. 我擔心該社群網站會將我的個人資訊轉售給第三方		
			8. 我關心該社群網站要蒐集我個人哪些資訊		
	社會臨場感	個體對於與他人互動環境中的人際互動感知。感知程度決定於個體對於熟悉以及縮短心理距離的特性而定。	5. 當我參與該社群網站時，我可以感覺人的溫暖	Gefen and Straub, 2004. Chen, Y.-H. 2008.	0.6423
			6. 當我參與該社群網站時，我可以感覺人的敏感性		
			7. 當我參與該社群網站時，我感覺到是一種人性化的接觸		
			8. 當我參與該社群網站時，我可以感覺到一種社交性		
	信任信念	意指使用者認	5. 一般而言，該社群網站是可信的	Moorman et al.,	0.7933

構念	概念	定義	測量指標	來源	原題組信度
		為他們在網站上所提供的個人資訊受到保護與安全的主觀機率。	6. 我感覺該社群網站的其他成員是可值得信賴的 7. 由該社群網站所提供的資訊是可信賴的 8. 該社群網站提供專業的資訊	1993 ; Garbarino and Johnson, 1999; Mcknight et al,2002. Chen, Y.-H. 2008.	

貳、群體智慧

構念	概念	定義	測量指標	來源	原題組信度
群體智慧	知識分享態度	參與者願意在社群網站上將相關資訊與其他人分享的態度誠度	6. 我認為在該社群網站上與其他成員分享政策資訊是一個很好的方法	Ajzen, 2002. 蔡碧昭, 2007。	0.95
			7. 我認為在該社群網站上與其他成員分享政策資訊, 可以解決我的問題		
			8. 我認為提供政策資訊在該社群網站上與其他人分享是很值得推廣的		
			9. 我願意在該社群網站上與其他人分享政策資訊		
			10. 我喜歡在該社群網站上與其他人分享政策資訊		
	知識分享主觀規範	參與者之朋友對其進行資訊分享行為的影響程度	4. 因為其它社群網站的成員都使用該社群網站分享資訊, 所以我也使用	Ajzen, 2002. 蔡碧昭, 2007。	0.836
			5. 因為我其它虛擬社群的朋友希望我使用該社群網站分享資訊, 所以我才使用		
			6. 虛擬社群的其他成員認為我應該使用該社群網		

構念	概念	定義	測量指標	來源	原題組信度
			站分享政策資訊的想法對我有很大的影響		
	知識分享的知覺控制行為	參與者知覺有能力使用、操作社群網站，或在社群網站上進行資訊分享行為的程度	5. 我可以自己掌控政策資訊的分享行為	Ajzen, 2002. 蔡碧昭，2007。	0.919
			6. 我知道如何使用這個社群網站與其他人分享資訊		
			7. 我可以自己決定是否要在該社群網站與其他人分享資訊		
			8. 我可以依照自己的意願去執行資訊分享行為		
	知識分享行為	參與者在社群網站上所從事的實際行為	2. 過去一個禮拜內，我在該社群網站主動提供意見次數有幾次(由網路觀察計算次數)	Chu, P.-Y., & Chiu, J. F. (2003).	--

參、社會網絡效應（第三階段實驗施測）

構念	概念	定義	測量指標	來源	原題組信度
社會網絡	廣度影響性	指以某一個體為中心的開放性網絡，其涵蓋個體數目的多寡。	請問在一般情況下，一天您平均跟多少人接觸(包括點頭、打招呼、講話、打電話、寫信、透過電腦網路，無論認識或不認識的，都算在一起)？	郭敏華等，2010；Freeman, 1979; 蔡勇美等，1987。	--
	密度互動性	結合連帶與接近中心性的概念。連帶意指個體互相連結的基本單位，一般以互動頻率、親密程度、關係持續時間與互惠性等來衡量。	在一天中所接觸的親朋好友中，接觸頻繁者(包括講話、打電話、寫信、透過電腦網路溝通等)平均有幾人？	郭敏華等，2010；Freeman, 1979; 蔡勇美等，1987。	--
	管道方向	係將諮詢網絡、情報網絡與情		郭敏華等，	--

構念	概念	定義	測量指標					來源	原題組 信度
	性 ¹⁵	感網絡結合中介中心性的概念所形成。中介者常常是訊息最靈通的人，因其站在資訊傳遞的交通樞紐上，因中介他人的訊息掌握了豐富的訊息，佔據「橋」位置的行動者，能享有訊息利益與控制利益。		最符合	第二符合	第三符合	第四符合	2010； Freeman, 1979; Krackhardt, 1992.	
			7. 我向他人提供意見或建議						
			8. 我向他人傾訴心事						

¹⁵ 此題資料回收後，所有的答項(01) (02) (03) 皆轉換成名義變數 1，表為內向度；(04) (05) (06) 皆轉換成名義變數 2，表為外向度。之後在透過 Excel 內建函數 COUNTIF 計算每一樣本填答者所勾選的之內向度與外向度出現的頻次後相減(內向度減外向度)，倘若相減後數字大於 0 者表示，該位受訪者屬於內向度，相減若小於 0 則為外向度，若相減後為 0 表示無法分辨該位受訪者的管道方向性，不知其為內向度或外向度(郭敏華等，2010)。

構念	概念	定義	測量指標				來源	原題組 信度
			9. 我向他人分 享資訊與情 報					
			10. 他人向我提 供意見或建 議					
			11. 他人向我傾 訴心事					
			12. 他人向我分 享資訊與情 報					

構念	概念	定義	測量指標				來源	原題組信度
	同質凝聚性 ¹⁶	指個體背景的同質性。社會網絡中的個體，若背景越相同其同質性越高，若組合的背景同質性越低，表示該網絡具有較高的多元性。		最常 聯繫 者	次常 聯繫 者	第三順 位聯繫 者	郭敏華等， 2010； 蔡勇 美等， 1987。	--
			11. 10 歲以下					
			12. 11 歲 ~ 15 歲					
			13. 16 歲 ~ 20 歲					
			14. 21 歲 ~ 25 歲					
			15. 26 歲 ~ 30 歲					
			16. 31 歲 ~ 35 歲					

¹⁶ 此題回收後，將個別親朋好友 3 人的年齡算出，由於選項以區間表示，為便於資料分析所用，乃取每一答項中位數，即答(01)者取 5 歲、答(02)者取 13 歲，以此類推至答(10)者取 53 歲。之後，再將受訪者自身年齡減去親朋好友 3 人的個別年齡，個別取絕對值表示網絡年齡的差距，最後將此差距值相加，此值表示受訪者與其親朋好友 3 人年齡的總差距數，數值越大表示越聚異質性，越小表示同質性越高(郭敏華等，2010)。

電子治理與 Web 2.0 社群網站使用行為之實驗研究

構念	概念	定義	測量指標				來源	原題組 信度
			17. 36 歲 ~ 40 歲					
			18. 41 歲 ~ 45 歲					
			19. 46 歲 ~ 50 歲					
			20. 51 歲以上					

附錄二：實驗設計--前測問卷(O1)

壹、以下為關於您個人網路使用行為的幾個問題：

1. 請問您最常使用的社群網站(Social Software)為：

☐ (01) 無名小站	☐ (02) Xuite	☐ (03) Facebook	☐ (04) Twitter
☐ (05) Plurk	☐ (06) Blogger	☐ (07) 新浪部落	☐ (08) 天空部落
☐ (09) 樂多日誌	☐ (10) Window Live™ Space	☐ (11) Yahoo！奇摩部落格	☐ (12) PChome 部落格
☐ (13) I' m Vlog 影音日誌	☐ (14) Myplay 我的影音 Blog	☐ (15) 自行架設	☐ (16) 其它

2. 請問您使用社群網站已有多久的時間(以您最主要使用的為主)：

- ☐ (01) 0.5 個月內 ☐ (02) 0.5 個月~1 個月 ☐ (03) 1 個月~3 個月
☐ (04) 3 個月~6 個月 ☐ (05) 6 個月 ~ 12 個月 ☐ (06) 1 年~1.5 年
☐ (07) 1.5 年~2 年 ☐ (08) 2 年~2.5 年 ☐ (09) 2 年半 ~ 3 年
☐ (10) 3 年以上

3. 同上題，這個您最主要使用的社群網站，目前是否還繼續使用？

- ☐ (01) 已經沒有在使用 ☐ (02) 打算不使用了 ☐ (03) 偶而在在使用
☐ (04) 經常性在使用 ☐ (05) 熱愛使用

4. 請問您「平均每週」在社群網站上發表文章的篇數？

- ☐ (01) 0~1 篇 ☐ (02) 2~4 篇 ☐ (03) 5~10 篇
☐ (04) 10~15 篇 ☐ (05) 15 篇以上

_____年_____月。

5. 請問您「平均每天」使用社群網站的時間？

- ☐ (01) 半小時之內 ☐ (02) 半小時~1 小時 ☐ (03) 1 小時~2 小時之內
☐ (04) 2 小時~3 小時 ☐ (05) 3 小時以上

6. 請問您使用社群網站的主要目的？

- | | | |
|------------------------------------|------------------------------------|---------------------------------------|
| ☐ (01) 記錄生活 | ☐ (02) 資料需求 | ☐ (03) 抒發情感 |
| ☐ (04) 公開評論 | ☐ (05) 社交互動 | ☐ (06) 娛樂休閒 |
| ☐ (07) 匿名身分 | ☐ (05) 工作需要 | ☐ (05) 其它_____ |

7. 請問您時常在社群網絡上分享各式各樣的資訊嗎？

- | | | |
|------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------|
| ☐ (01) 時常分享 | ☐ (02) 偶而分享 | ☐ (03) 普通 |
| ☐ (04) 很少分享 | ☐ (05) 不曾分享 | |

8. 您時常從社群網站上的內容獲得有價值的資訊嗎？

- | | | | |
|----------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| ☐ (01) 時常 | ☐ (02) 偶而 | ☐ (03) 普通 | ☐ (04) 很少 |
| ☐ (05) 不曾 | | | |

9. 去年一年內，你大約多久上網一次？

- | | | |
|---|---|------------------------------------|
| ☐ (01) 每天一次(或一次以上) | ☐ (02) 每週兩、三次 | ☐ (03) 每週一次 |
| ☐ (04) 每月一、二次 | ☐ (05) 兩、三個月一次 | ☐ (02) 半年一次 |
| ☐ (02) 一年一次 | ☐ (02) 以前曾上網但去年一次都沒有 | |

10. 您平均每天上網多久？

- | | | |
|---|--|---|
| ☐ (01) 半小時之內 | ☐ (02) 半小時~1 小時 | ☐ (03) 1 小時~2 小時之內 |
| ☐ (04) 2 小時~3 小時 | ☐ (05) 3 小時以上 | |

11. 請問您的性別是？ ☐ (1) 男性 ☐ (2) 女性。

12. 請問您的出生年？ 19_____年（請填入西元年份後兩碼）。

13. 請問您最高的教育程度為？

- | | | |
|-------------------------------------|-------------------------------------|--|
| ☐ (01) 國小及以下 | ☐ (02) 國(初)中 | ☐ (03) 高中(職) |
| ☐ (04) 專科學校 | ☐ (05) 大學 | ☐ (06) 研究所(含)以上 |

附錄三：實驗設計第一、第二階段施測問卷(O2、O3)

(問卷中該社群網站即為實驗中受試者所參與的社群網站)

壹、使用意圖：

	非常同意	同意	有點同意	有點不同意	不同意	非常不同意
1. 我願意使用該社群網站的服務功能	1	2	3	4	5	6
2. 未來我願意使用該社群網站獲取政府提供的相關資訊	1	2	3	4	5	6
3. 未來我願意使用該社群網站作為與政府溝通或進行互動的管道	1	2	3	4	5	6
4. 相較於其他管道，未來我更願意以該社群網站的方式與政府接觸	1	2	3	4	5	6
5. 我願意推薦該社群網站給我的朋友或親人	1	2	3	4	5	6

貳、使用態度：

	非常同意	同意	有點同意	有點不同意	不同意	非常不同意
6. 整體而言，我認為使用該社群網站的討論功能讓我很滿意	1	2	3	4	5	6
7. 我使用該社群網站的經驗是開心愉快的	1	2	3	4	5	6
8. 我覺得使用該社群網站對我是有益的	1	2	3	4	5	6

參、網站易用性：

	非常同意	同意	有點同意	有點不同意	不同意	非常不同意
	非常同意	同意	有點同意	有點不同意	不同意	非常不同意

9. 學習使用該社群網站的功能對我來說是容易的。	1	2	3	4	5	6
10. 對我來說，熟悉該社群網站的使用是容易的。	1	2	3	4	5	6
11. 我很容易運用該社群網站去做我想要做的事。	1	2	3	4	5	6
12. 該社群網站提供的互動方式是具有彈性的。	1	2	3	4	5	6
13. 該社群網站提供的互動方式，清楚且容易瞭解。	1	2	3	4	5	6
14. 總的來說，該社群網站是容易使用的。	1	2	3	4	5	6

肆、網站有用性：

非常
同意

有
點
同意

有
點
不
同意

不
同意

非
常
不
同意

15. 該社群網站能夠讓我快速的對政策議題有完整的瞭解	1	2	3	4	5	6
16. 使用該社群網站能夠縮短我取得政策資訊的時間	1	2	3	4	5	6
17. 使用該社群網站能夠增進我與他人談論政策議題時的內容	1	2	3	4	5	6
18. 該社群網站的使用讓我對政策議題的本質有清楚的認識	1	2	3	4	5	6
19. 使用該社群網站讓我更容易瞭解政策議題	1	2	3	4	5	6
20. 整體而言，使用該社群網站的政策討論對我來說是有用的	1	2	3	4	5	6

伍、信任：

非常
同意

有
點
同意

有
點
不
同意

不
同意

非
常
不
同意

21. 一般而言，我對人是相信的	1	2	3	4	5	6
22. 我相信人們是可以信賴的	1	2	3	4	5	6

附錄

23. 我普遍相信他人，除非有其他原因促使我不這麼作	1	2	3	4	5	6
24. 我普遍相信人性	1	2	3	4	5	6
25. 我擔心該社群網站會在未經許可的情況下透露我的個人訊息	1	2	3	4	5	6
26. 我關心該社群網站如何運用我的個人資料	1	2	3	4	5	6
27. 我擔心該社群網站會將我的個人資料轉售給第三方	1	2	3	4	5	6
28. 我關心該社群網站要蒐集我個人哪些資訊	1	2	3	4	5	6
29. 當我參與該社群網站時，我可以感覺人的溫暖	1	2	3	4	5	6
30. 當我參與該社群網站時，我可以感覺人的敏感性	1	2	3	4	5	6
31. 當我參與該社群網站時，我感覺到是一種人性化的接觸	1	2	3	4	5	6
32. 當我參與該社群網站時，我可以感覺到一種社交性	1	2	3	4	5	6
33. 一般而言，該社群網站是可信的	1	2	3	4	5	6
34. 我感覺該社群網站的其他成員是可值得信賴的	1	2	3	4	5	6
35. 由該社群網站所提供的資訊是可信賴的	1	2	3	4	5	6
36. 該社群網站提供專業的資訊	1	2	3	4	5	6

陸、群體智慧：

非常同意 同意 有點同意 有點不同意 不同意 非常不同意

37. 我認為在該社群網站上與其他成員分享政策資訊是一個很好的方法	1	2	3	4	5	6
38. 我認為在該社群網站上與其他成員分享政策資訊，可以解決我的問題	1	2	3	4	5	6

39. 我認為提供政策資訊在該社群網站上與其他人分享是很值得推廣的	1	2	3	4	5	6
40. 我願意在該社群網站上與其他人分享政策資訊	1	2	3	4	5	6
41. 因為其它社群網站的成員都使用該社群網站分享資訊，所以我也使用	1	2	3	4	5	6
42. 因為我其它虛擬社群的朋友希望我使用該社群網站分享資訊，所以我才使用	1	2	3	4	5	6
43. 虛擬社群的其他成員認為我應該使用該社群網站分享政策資訊的想法對我有很大的影響	1	2	3	4	5	6
44. 我可以自己掌控政策資訊的分享行為	1	2	3	4	5	6
45. 我知道如何使用這個社群網站與其他人分享資訊	1	2	3	4	5	6
46. 我可以自己決定是否要在該社群網站與其他人分享資訊	1	2	3	4	5	6
47. 我可以依照自己的意願去執行資訊分享行為	1	2	3	4	5	6

柒、以下為關於您個人網路使用行為的幾個問題：

48. 請問您「平均每週」在該社群網站上發表文章的篇數？

- ☐ (01) 0~1 篇 ☐ (02) 2~4 篇 ☐ (03) 5~10 篇
☐ (04) 10~15 篇 ☐ (05) 15 篇以上

_____年_____月。

49. 請問您「平均每天」使用該社群網站的時間？

- ☐ (01) 半小時之內 ☐ (02) 半小時~1 小時 ☐ (03) 1 小時~2 小時之內
☐ (04) 2 小時~3 小時 ☐ (05) 3 小時以上

50. 請問您使用該社群網站的主要目的？

- ☐ (01) 記錄生活 ☐ (02) 資料需求 ☐ (03) 抒發情感

- ☐ (04) 公開評論 ☐ (05) 社交互動 ☐ (06) 娛樂休閒
☐ (07) 匿名身分 ☐ (05) 工作需要 ☐ (05) 其它_____

51. 請問您時常在該社群網絡上分享各式各樣的資訊嗎？

- ☐ (01) 時常分享 ☐ (02) 偶而分享 ☐ (03) 普通
☐ (04) 很少分享 ☐ (05) 不曾分享

52. 您時常從該社群網站上的內容獲得有價值的資訊嗎？

- ☐ (01) 時常 ☐ (02) 偶而 ☐ (03) 普通 ☐ (04) 很少
☐ (05) 不曾

53. 您平均每天上網多久？

- ☐ (01) 半小時之內 ☐ (02) 半小時~1 小時 ☐ (03) 1 小時~2 小時之內
☐ (04) 2 小時~3 小時 ☐ (05) 3 小時以上

附錄四：實驗設計第三階段施測問卷(O4)

(問卷中該社群網站即為實驗中受試者所參與的社群網站)

壹、使用意圖：

	非常同意	同意	有點同意	有點不同意	不同意	非常不同意
1. 我願意使用該社群網站的服務功能	1	2	3	4	5	6
2. 未來我願意使用該社群網站獲取政府提供的相關資訊	1	2	3	4	5	6
3. 未來我願意使用該社群網站作為與政府溝通或進行互動的管道	1	2	3	4	5	6
4. 相較於其他管道，未來我更願意以該社群網站的方式與政府接觸	1	2	3	4	5	6
5. 我願意推薦該社群網站給我的朋友或親人	1	2	3	4	5	6

貳、使用態度：

	非常同意	同意	有點同意	有點不同意	不同意	非常不同意
6. 整體而言，我認為使用該社群網站的討論功能讓我很滿意	1	2	3	4	5	6
7. 我使用該社群網站的經驗是開心愉快的	1	2	3	4	5	6
8. 我覺得使用該社群網站對我是有益的	1	2	3	4	5	6

參、網站易用性：

	非常同意	同意	有點同意	有點不同意	不同意	非常不同意
	非常同意	同意	有點同意	有點不同意	不同意	非常不同意

9. 學習使用該社群網站的功能對我來說是容易的。	1	2	3	4	5	6
10. 對我來說，熟悉該社群網站的使用是容易的。	1	2	3	4	5	6
11. 我很容易運用該社群網站去做我想要做的事。	1	2	3	4	5	6
12. 該社群網站提供的互動方式是具有彈性的。	1	2	3	4	5	6
13. 該社群網站提供的互動方式，清楚且容易瞭解。	1	2	3	4	5	6
14. 總的來說，該社群網站是容易使用的。	1	2	3	4	5	6

肆、網站有用性：

非常
同意

有
點
同意

有
點
不
同意

不
同意

非
常
不
同意

15. 該社群網站能夠讓我快速的對政策議題有完整的瞭解	1	2	3	4	5	6
16. 使用該社群網站能夠縮短我取得政策資訊的時間	1	2	3	4	5	6
17. 使用該社群網站能夠增進我與他人談論政策議題時的內容	1	2	3	4	5	6
18. 該社群網站的使用讓我對政策議題的本質有清楚的認識	1	2	3	4	5	6
19. 使用該社群網站讓我更容易瞭解政策議題	1	2	3	4	5	6
20. 整體而言，使用該社群網站的政策討論對我來說是有用的	1	2	3	4	5	6

伍、信任：

非常
同意

有
點
同意

有
點
不
同意

不
同意

非
常
不
同意

21. 一般而言，我對人是相信的	1	2	3	4	5	6
22. 我相信人們是可以信賴的	1	2	3	4	5	6

附錄

23. 我普遍相信他人，除非有其他原因促使我不這麼作	1	2	3	4	5	6
24. 我普遍相信人性	1	2	3	4	5	6
25. 我擔心該社群網站會在未經許可的情況下透露我的個人訊息	1	2	3	4	5	6
26. 我關心該社群網站如何運用我的個人資料	1	2	3	4	5	6
27. 我擔心該社群網站會將我的個人資料轉售給第三方	1	2	3	4	5	6
28. 我關心該社群網站要蒐集我個人哪些資訊	1	2	3	4	5	6
29. 當我參與該社群網站時，我可以感覺人的溫暖	1	2	3	4	5	6
30. 當我參與該社群網站時，我可以感覺人的敏感性	1	2	3	4	5	6
31. 當我參與該社群網站時，我感覺到是一種人性化的接觸	1	2	3	4	5	6
32. 當我參與該社群網站時，我可以感覺到一種社交性	1	2	3	4	5	6
33. 一般而言，該社群網站是可信的	1	2	3	4	5	6
34. 我感覺該社群網站的其他成員是可值得信賴的	1	2	3	4	5	6
35. 由該社群網站所提供的資訊是可信賴的	1	2	3	4	5	6
36. 該社群網站提供專業的資訊	1	2	3	4	5	6
陸、群體智慧：						
	非常同意	同意	有點同意	有點不同意	不同意	非常不同意
37. 我認為在該社群網站上與其他成員分享政策資訊是一個很好的方法	1	2	3	4	5	6
38. 我認為在該社群網站上與其他成員分享政策資訊，可以解決我的問題	1	2	3	4	5	6

39. 我認為提供政策資訊在該社群網站上與其他人分享是很值得推廣的	1	2	3	4	5	6
40. 我願意在該社群網站上與其他人分享政策資訊	1	2	3	4	5	6
41. 因為其它社群網站的成員都使用該社群網站分享資訊，所以我也使用	1	2	3	4	5	6
42. 因為我其它虛擬社群的朋友希望我使用該社群網站分享資訊，所以我才使用	1	2	3	4	5	6
43. 虛擬社群的其他成員認為我應該使用該社群網站分享政策資訊的想法對我有很大的影響	1	2	3	4	5	6
44. 我可以自己掌控政策資訊的分享行為	1	2	3	4	5	6
45. 我知道如何使用這個社群網站與其他人分享資訊	1	2	3	4	5	6
46. 我可以自己決定是否要在該社群網站與其他人分享資訊	1	2	3	4	5	6
47. 我可以依照自己的意願去執行資訊分享行為	1	2	3	4	5	6

柒、社會網絡效應

48. 請問在一般情況下，一天您平均跟多少人接觸(包括點頭、打招呼、講話、打電話、寫信、透過電腦網路，無論認識或不認識的，都算在一起)？

- ☐ (01) 0~1 篇 ☐ (02) 2~4 篇 ☐ (03) 5~10 篇
☐ (04) 10~15 篇 ☐ (05) 15 篇以上

49. 在一天中所接觸的親朋好友中，接觸頻繁者(包括講話、打電話、寫信、透過電腦網路溝通等)平均有幾人？

- ☐ (01) 0~1 篇 ☐ (02) 2~4 篇 ☐ (03) 5~10 篇
☐ (04) 10~15 篇 ☐ (05) 15 篇以上

50. 承上題，與您經常聯繫的親朋好友前三個，請根據下表勾選最符合他們年齡的選項：

	最常聯繫者	次常聯繫者	第三順位聯繫者
21. 10 歲以下			

22. 11 歲 ~ 15 歲			
23. 16 歲 ~ 20 歲			
24. 21 歲 ~ 25 歲			
25. 26 歲 ~ 30 歲			
26. 31 歲 ~ 35 歲			
27. 36 歲 ~ 40 歲			
28. 41 歲 ~ 45 歲			
29. 46 歲 ~ 50 歲			
30. 51 歲以上			

51. 根據您的實際情形，從下述六種情況中勾選四種最符合的選項：

	最符合	第二符合	第三符合	第四符合
13. 我向他人提供意見或建議				
14. 我向他人傾訴心事				
15. 我向他人分享資訊與情報				
16. 他人向我提供意見或建議				
17. 他人向我傾訴心事				
18. 他人向我分享資訊與情報				

捌、以下為關於您個人網路使用行為的幾個問題：

52. 請問您「平均每週」在該社群網站上發表文章的篇數？

- ☐ (01) 0~1 篇 ☐ (02) 2~4 篇 ☐ (03) 5~10 篇
☐ (04) 10~15 篇 ☐ (05) 15 篇以上

_____年_____月。

53. 請問您「平均每天」使用該社群網站的時間？

- ☐ (01) 半小時之內 ☐ (02) 半小時~1 小時 ☐ (03) 1 小時~2 小時之內
☐ (04) 2 小時~3 小時 ☐ (05) 3 小時以上

54. 請問您使用該社群網站的主要目的？

- ☐ (01) 記錄生活 ☐ (02) 資料需求 ☐ (03) 抒發情感
☐ (04) 公開評論 ☐ (05) 社交互動 ☐ (06) 娛樂休閒
☐ (07) 匿名身分 ☐ (05) 工作需要 ☐ (05) 其它_____

55. 請問您時常在該社群網絡上分享各式各樣的資訊嗎？

- ☐ (01) 時常分享 ☐ (02) 偶而分享 ☐ (03) 普通
☐ (04) 很少分享 ☐ (05) 不曾分享

56. 您時常從該社群網站上的內容獲得有價值的資訊嗎？

- ☐ (01) 時常 ☐ (02) 偶而 ☐ (03) 普通 ☐ (04) 很少
☐ (05) 不曾

57. 您平均每天上網多久？

- ☐ (01) 半小時之內 ☐ (02) 半小時~1 小時 ☐ (03) 1 小時~2 小時之內
☐ (04) 2 小時~3 小時 ☐ (05) 3 小時以上

附錄

附錄二 第一階段問卷

電子治理與 Web 2.0 社群網站使用行為之實驗研究

--第一階段實驗成效評估問卷--

委託單位：行政院研究發展考核委員會

執行單位：電子治理研究中心

親愛的社團成員，您好！

為瞭解近年來我國政府運用 Web2.0 後的相關議題，行政院研究發展考核委員會委託電子治理研究中心，進行「電子治理與 Web 2.0 社群網站使用行為之實驗研究」，您寶貴的意見對於政府未來的政策將有重大的貢獻。您在本問卷所提供的答覆僅供本研究的參考，絕對不會外流或另作他用，請放心填答。

謝謝您！

中興大學國家政策與公共事務研究所 潘競恆 教授
政治大學公共行政系 陳敦源 教授

敬上

計畫主持人： 潘競恆 教授

協同主持人： 陳敦源 教授

首先，我們想要請教您一些使用 Facebook 的相關經驗。

	非常 不同 同意	不 同 意	無 意 見	同 意	非常 同 意
58. 學習使用 Facebook 的功能對我來說是容易的。	☐	☐	☐	☐	☐
59. 對我來說，熟悉 Facebook 的使用是容易的。	☐	☐	☐	☐	☐
60. 我很容易運用 Facebook 去做我想要做的事。	☐	☐	☐	☐	☐
61. Facebook 提供的互動方式，清楚且容易瞭解。	☐	☐	☐	☐	☐
62. 我認為 Facebook 是容易使用的。	☐	☐	☐	☐	☐
63. 我擔心 Facebook 會在未經許可的情況下透露我的個人訊息。	☐	☐	☐	☐	☐
64. 我關心 Facebook 如何運用我的個人資訊。	☐	☐	☐	☐	☐
65. 我擔心 Facebook 會將我的個人資訊轉售給第三方。	☐	☐	☐	☐	☐
66. 我關心 Facebook 蒐集我個人哪些資訊。	☐	☐	☐	☐	☐

以下我們想要請教您最近一個月參與社團討論的相關經驗

	非常 不同 同意	不 同 意	無 意 見	同 意	非常 同 意
67. 這個社團能夠讓我快速的對政策議題有完整的瞭解。	☐	☐	☐	☐	☐
68. 這個社團能夠縮短我取得政策資訊的時間。	☐	☐	☐	☐	☐
69. 這個社團能夠增進我與他人談論政策議題時的內容。	☐	☐	☐	☐	☐

70. 這個社團的互動討論讓我對政策議題的本質有更清楚的認識。	☐	☐	☐	☐	☐
71. 這個社團讓我更容易瞭解政策議題。	☐	☐	☐	☐	☐
72. 整體而言，使用這個社團的政策討論對我來說是有用的。	☐	☐	☐	☐	☐
73. 這個社團對於政策議題的討論對我瞭解政策議題是重要的。	☐	☐	☐	☐	☐
74. 我覺得這個社團對於議題的互動討論是我所需要的。	☐	☐	☐	☐	☐
75. 我覺得這個社團對於議題的互動討論對我瞭解政策議題幫助很大。	☐	☐	☐	☐	☐
76. 我認為這個社團所進行的議題討論是有品質的。	☐	☐	☐	☐	☐
77. 若社團能針對議題的討論意見進行歸納彙整，將有助於我之後的意見表達。。					
78. 若社團能針對議題舉辦投票，讓成員表示贊成與否，將會影響我是否繼續參與討論。					
79. 我覺得這個社團的互動討論品質符合我的要求。	☐	☐	☐	☐	☐
80. 我認為這個社團對議題的互動討論很適合我。	☐	☐	☐	☐	☐
81. 我可以很清楚的將使用這個社團的優點與他人分享。	☐	☐	☐	☐	☐
82. 我可以很容易的告訴他人使用這個社團的好處。	☐	☐	☐	☐	☐
83. 我覺得使用這個社團的益處是顯而易見的。	☐	☐	☐	☐	☐
84. 未來我願意使用這個社團取得政府的相關資訊。	☐	☐	☐	☐	☐
85. 未來我願意使用這個社團作為與政府間的溝通管道。	☐	☐	☐	☐	☐
86. 相較於其他管道，未來我更願意以這個社團的互動方式與政府接觸。	☐	☐	☐	☐	☐
87. 我願意推薦這個社團給我的親朋好友。	☐	☐	☐	☐	☐

以下我們想要請教您在社團上與人互動時的一些感受。

	非常不同意	不同意	無意見	同意	非常同意
88. 當我參與這個社團的互動討論時，我可以感受到人與人之間的溫暖。	☐	☐	☐	☐	☐
89. 當我參與這個社團的討論時，我可以感受到人與人之間的微妙互動。	☐	☐	☐	☐	☐
90. 當我參與這個社團討論時，我可以感受到人性化的接觸，而不是與電腦互動。	☐	☐	☐	☐	☐
91. 當我參與這個社團的討論時，我有從事社交活動的感覺。	☐	☐	☐	☐	☐
92. 整體而言，這個社團是可信的。	☐	☐	☐	☐	☐
93. 我認為這個社團的其他成員是可值得信賴的。	☐	☐	☐	☐	☐
94. 由該社團的其他成員所提供的資訊是可信賴的。	☐	☐	☐	☐	☐
95. 這個社團提供專業的資訊。	☐	☐	☐	☐	☐

以下我們想要請教您在社團上參與討論的分享經驗。

	非常不同意	不同意	無意見	同意	非常同意

96. 我認為參加這個社團，是我與其他成員間分享政策資訊(包括看法)的好方法。	☐	☐	☐	☐	☐
97. 我認為在這個社團上與其他成員分享政策資訊(包括看法)，有助於解決我對政策議題的疑慮。	☐	☐	☐	☐	☐
98. 我認為在這個社團提供政策資訊(包括看法)與其他人分享是很值得推廣的。	☐	☐	☐	☐	☐
99. 我願意在這個社團上與其他人分享政策資訊(包括看法)。	☐	☐	☐	☐	☐
100. 我喜歡在這個社團上與其他人分享政策資訊(包括看法)。	☐	☐	☐	☐	☐
101. 我可以在這個社團中自己掌控政策資訊的分享行為。	☐	☐	☐	☐	☐
102. 我知道如何使用這個社團與其他人分享政策資訊。	☐	☐	☐	☐	☐
103. 我可以自己決定是否要在這個社團與其他人分享政策資訊。	☐	☐	☐	☐	☐
104. 我可以依照自己的意願去執行政策資訊分享行為。	☐	☐	☐	☐	☐

接下來有幾段陳述，請您判斷是否同意。

	非常不同意	不同意	無意見	同意	非常同意
105. 一般而言，我對人是相信的。	☐	☐	☐	☐	☐
106. 我相信人們是可以信賴的。	☐	☐	☐	☐	☐
107. 我們一般老百姓對政府的作為，沒有任何影響力。	☐	☐	☐	☐	☐
108. 政府官員不會在乎我們一般老百姓的想法。	☐	☐	☐	☐	☐
109. 政治有時太複雜了，我們一般老百姓實在搞不懂。	☐	☐	☐	☐	☐

最後，我們想要請教您一些個人的問題

個人變數

1. 性別？
☐ (01)男性
☐ (02)女性
2. 請問您是民國哪一年出生的？
_____年
3. 請問您的最高學歷是什麼？

☐ (01)小學	☐ (04)專科
☐ (02)國、初中	☐ (05)大學
☐ (03)高中、職	☐ (06)研究所以上

網路使用行為

4. 請問您「平均每週」在該社團上發表意見的篇數？

☐ (01) 0~1 篇	☐ (02) 2~4 篇	☐ (03) 5~10 篇
☐ (04) 10~15 篇	☐ (05) 15 篇以上	
5. 請問您「平均每天」使用該社團的時間？

☐ (01) 半小時之內	☐ (02) 半小時以上~1 小時之內
☐ (03) 1 小時以上~2 小時之內	☐ (04) 2 小時以上~3 小時之內
☐ (05) 3 小時以上	
6. 就目前為止，您認為這樣的社團應該要達到什麼功能(可複選)？

☐ (01) 記錄生活	☐ (02) 資料需求	☐ (03) 抒發情感
☐ (04) 公開評論	☐ (05) 社交互動	☐ (06) 娛樂休閒
☐ (07) 匿名身分	☐ (08) 工作需要	

□ (05) 其它_____

7. 請問您時常在這個社團上分享各式各樣的資訊嗎？

- (01) 時常分享 □ (02) 偶而分享 □ (03) 普通
□ (04) 很少分享 □ (05) 不曾分享

8. 以下為第一階段所出現過的政策議題，請您自己評估對於哪項議題比較容易表達意見(0 表示您「非常不容易」表達意見，10 表示您「非常容易」表達意見，5 表示「普通」)？

政策議題	非常不容易											非常容易
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1. 司法腐敗與廉政公署設立	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	
2. FCFA	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	
3. 苗栗大埔農地爭議	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	
4. 二代健保	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	
5. 雲林六輕與中科之環境經濟衝突	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	
6. 高等教育—大學廣設問題	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	
7. 死刑存廢與否	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	
8. 陸生來台	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	

8-1 上題若有選填 5 分以下者請續填本題，若均在 5 分以上者請跳答第 9 題。

請問您認為不容易表達意見的原因是？

社會網絡及政策參與

9. 請問您平時會不會與人討論有關政策方面的議題？

- ☐ (01) 時常討論 ☐ (02) 有時討論 ☐ (03) 普通
☐ (04) 很少討論 ☐ (05) 從不討論

10. 請問平時與您討論有關政策議題的人是您的什麼人？（可複選）

- ☐ (01) 家人 ☐ (02) 親戚 ☐ (03) 朋友
☐ (04) 鄰居 ☐ (05) 工作同事 ☐ (06) 社團組織
☐ (07) 同學 ☐ (08) 其它_____

11. 過去三年裡，您有沒有採許下列方法表達政策意見或提出要求？

- | | (01)有 | (02)沒有 |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1. 向政府官員、民意代表或政黨反映意見提出要求 | ☐ | ☐ |
| 2. 向大眾傳播媒體投訴或透過網際網路反應意見 | ☐ | ☐ |
| 3. 遊行、示威、靜坐或其他自力救濟方式 | ☐ | ☐ |
| 4. 參加村里民大會、說明會 | ☐ | ☐ |

****我們的訪問就到此結束，非常感謝您接受我們的訪問 ***

附錄三 第一階段問卷編碼表

題 號	變項名稱	欄位	變項說明	選項數值說明
1	Q1	B	學習使用 Facebook 的功能對我來說是容易的。	1非常不同意 2不同意 3無意見 4同意 5 非常同意 98 拒答
2	Q2	C	對我來說，熟悉 Facebook 的使用是容易的。	1非常不同意 2不同意 3無意見 4同意 5 非常同意 98 拒答
3	Q3	D	我很容易運用 Facebook 去做我想要做的事。	1非常不同意 2不同意 3無意見 4同意 5 非常同意 98 拒答
4	Q4	E	Facebook 提供的互動方式，清楚且容易瞭解。	1非常不同意 2不同意 3無意見 4同意

題 號	變項名稱	欄位	變項說明	選項數值說明
				5 非常同意 98 拒答
5	Q5	F	我認為 Facebook 是容易使用的。	1非常不同意 2不同意 3無意見 4同意 5 非常同意 98 拒答
6	Q6	G	我擔心 Facebook 會在未經許可的情況下透露我的個人訊息。	1非常不同意 2不同意 3無意見 4同意 5 非常同意 98 拒答
7	Q.7	H	我關心 Facebook 如何運用我的個人資訊。	1非常不同意 2不同意 3無意見 4同意 5 非常同意 98 拒答
8	Q.8	I	我擔心 Facebook 會將我的個人資訊轉售給第三方。	1非常不同意 2不同意 3無意見 4同意 5 非常同意

題 號	變項名稱	欄位	變項說明	選項數值說明
				98 拒答
9	Q.9	J	我關心 Facebook 蒐集我個人哪些資訊。	1非常不同意 2不同意 3無意見 4同意 5 非常同意 98 拒答
10	Q10	K	這個社團能夠讓我快速的對政策議題有完整的瞭解。	1非常不同意 2不同意 3無意見 4同意 5 非常同意 98 拒答
11	Q.11	L	這個社團能夠縮短我取得政策資訊的時間。	1非常不同意 2不同意 3無意見 4同意 5 非常同意 98 拒答
12	Q.12	M	這個社團能夠增進我與他人談論政策議題時的內容。	1非常不同意 2不同意 3無意見

題 號	變項名稱	欄位	變項說明	選項數值說明
				4同意 5 非常同意 98 拒答
13	Q.13	N	這個社團的互動討論讓我對政策議題的本質有更清楚的認識。	1非常不同意 2不同意 3無意見 4同意 5 非常同意 98 拒答
14	Q.14	O	這個社團讓我更容易瞭解政策議題。	1非常不同意 2不同意 3無意見 4同意 5 非常同意 98 拒答
15	Q.15	P	整體而言，使用這個社團的政策討論對我來說是有用的。	1非常不同意 2不同意 3無意見 4同意 5 非常同意 98 拒答
16	Q16	Q	這個社團對於政策議題的討論對我瞭解政策議題是重要的。	1非常不同意 2不同意 3無意見 4同意

題 號	變項名稱	欄位	變項說明	選項數值說明
				5 非常同意 98 拒答
17	Q17	R	我覺得這個社團對於議題的互動討論是我所需要的。	1非常不同意 2不同意 3無意見 4同意 5 非常同意 98 拒答
18	Q18	S	我覺得這個社團對於議題的互動討論對我瞭解政策議題幫助很大。	1非常不同意 2不同意 3無意見 4同意 5 非常同意 98 拒答
19	Q19	T	我認為這個社團所進行的議題討論是有品質的。	1非常不同意 2不同意 3無意見 4同意 5 非常同意 98 拒答

題 號	變項名稱	欄位	變項說明	選項數值說明
20	Q20	U	若社團能針對議題的討論意見進行歸納彙整，將有助於我之後的意見表達。	1非常不同意 2不同意 3無意見 4同意 5 非常同意 98 拒答
21	Q21	V	若社團能針對議題舉辦投票，讓成員表示贊成與否，將會影響我是否繼續參與討論。	1非常不同意 2不同意 3無意見 4同意 5 非常同意 98 拒答
22	Q22	W	我覺得這個社團的互動討論品質符合我的要求。	1非常不同意 2不同意 3無意見 4同意 5 非常同意 98 拒答
23	Q23	X	我認為這個社團對議題的互動討論很適合我。	1非常不同意 2不同意 3無意見 4同意 5 非常同意 98 拒答

題 號	變項名稱	欄位	變項說明	選項數值說明
24	Q24	Y	我可以很清楚的將使用這個社團的優點與他人分享。	1非常不同意 2不同意 3無意見 4同意 5 非常同意 98 拒答
25	Q25	Z	我可以很容易的告訴他人使用這個社團的好處。	1非常不同意 2不同意 3無意見 4同意 5 非常同意 98 拒答
26	Q26	AA	我覺得使用這個社團的益處是顯而易見的。	1非常不同意 2不同意 3無意見 4同意 5 非常同意 98 拒答
27	Q27	AB	未來我願意使用這個社團取得政府的相關資訊。	1非常不同意 2不同意 3無意見 4同意 5 非常同意 98 拒答

題 號	變項名稱	欄位	變項說明	選項數值說明
28	Q28	AC	未來我願意使用這個社團作為與政府間的溝通管道。	1非常不同意 2不同意 3無意見 4同意 5 非常同意 98 拒答
29	Q29	AD	相較於其他管道，未來我更願意以這個社團的互動方式與政府接觸。	1非常不同意 2不同意 3無意見 4同意 5 非常同意 98 拒答
30	Q30	AE	我願意推薦這個社團給我的親朋好友。	1非常不同意 2不同意 3無意見 4同意 5 非常同意 98 拒答
31	Q31	AF	當我參與這個社團的互動討論時，我可以感受到人與人之間的溫暖。	1非常不同意 2不同意 3無意見 4同意 5 非常同意 98 拒答

題 號	變項名稱	欄位	變項說明	選項數值說明
32	Q32	AG	當我參與這個社團的討論時，我可以感受到人與人之間的微妙互動。	1非常不同意 2不同意 3無意見 4同意 5 非常同意 98 拒答
33	Q33	Ah	當我參與這個社團討論時，我可以感受到人性化的接觸，而不是與電腦互動。	1非常不同意 2不同意 3無意見 4同意 5 非常同意 98 拒答
34	Q34	AI	當我參與這個社團的討論時，我有從事社交活動的感覺。	1非常不同意 2不同意 3無意見 4同意 5 非常同意 98 拒答
35	Q35	AJ	整體而言，這個社團是可信的。	1非常不同意 2不同意 3無意見 4同意 5 非常同意 98 拒答

題 號	變項名稱	欄位	變項說明	選項數值說明
36	Q36	AK	我認為這個社團的其他成員是可值得信賴的。	1非常不同意 2不同意 3無意見 4同意 5 非常同意 98 拒答
37	Q37	AL	由該社團的其他成員所提供的資訊是可信賴的。	1非常不同意 2不同意 3無意見 4同意 5 非常同意 98 拒答
38	Q38	AM	這個社團提供專業的資訊。	1非常不同意 2不同意 3無意見 4同意 5 非常同意 98 拒答
39	Q39	AN	我認為參加這個社團，是我與其他成員間分享政策資訊(包括看法)的好方法。	1非常不同意 2不同意 3無意見 4同意 5 非常同意 98 拒答

題 號	變項名稱	欄位	變項說明	選項數值說明
40	Q40	AO	我認為在這個社團上與其他成員分享政策資訊(包括看法),有助於解決我對政策議題的疑慮。	1非常不同意 2不同意 3無意見 4同意 5 非常同意 98 拒答
41	Q41	AP	我認為在這個社團提供政策資訊(包括看法)與其他人分享是很值得推廣的。	1非常不同意 2不同意 3無意見 4同意 5 非常同意 98 拒答
42	Q42	AQ	我願意在這個社團上與其他人分享政策資訊(包括看法)。	1非常不同意 2不同意 3無意見 4同意 5 非常同意 98 拒答
43	Q43	AR	我喜歡在這個社團上與其他人分享政策資訊(包括看法)。	1非常不同意 2不同意 3無意見 4同意 5 非常同意 98 拒答

題 號	變項名稱	欄位	變項說明	選項數值說明
44	44	AS	我可以在這個社團中自己掌控政策資訊的分享行為。	1非常不同意 2不同意 3無意見 4同意 5 非常同意 98 拒答
45	Q45	AT	我知道如何使用這個社團與其他人分享政策資訊。	1非常不同意 2不同意 3無意見 4同意 5 非常同意 98 拒答
46	Q46	AU	我可以自己決定是否要在這個社團與其他人分享政策資訊。	1非常不同意 2不同意 3無意見 4同意 5 非常同意 98 拒答
47	Q47	AV	我可以依照自己的意願去執行政策資訊分享行為。	1非常不同意 2不同意 3無意見 4同意 5 非常同意 98 拒答

題 號	變項名稱	欄位	變項說明	選項數值說明
48	Q48	AW	一般而言，我對人是相信的。	1非常不同意 2不同意 3無意見 4同意 5 非常同意 98 拒答
49	Q49	AX	我相信人們是可以信賴的。	1非常不同意 2不同意 3無意見 4同意 5 非常同意 98 拒答
50	Q50	AY	我們一般老百姓對政府的作為，沒有任何影響力。	1非常不同意 2不同意 3無意見 4同意 5 非常同意 98 拒答
51	Q51	AZ	政府官員不會在乎我們一般老百姓的想法。	1非常不同意 2不同意 3無意見 4同意 5 非常同意 98 拒答

題 號	變項名稱	欄位	變項說明	選項數值說明
52	BA	ba	政治有時太複雜了，我們一般老百姓實在搞不懂。	1非常不同意 2不同意 3無意見 4同意 5 非常同意 98 拒答
1	P1	BB	性別？	(01)男性 (02)女性
2	P2	BC	請問您是民國哪一年出生的？	
3	P3	BD	請問您的 <u>最高學歷是什麼？</u>	(01)小學 (02)國、初中 (03)高中、職 (04)專科 (05)大學 (06)研究所以上
4	P4	BE	請問您「平均每週」在該社團上發表意見的篇數？	(01) 0~1 篇 (02) 2~4 篇 (03) 5~10 篇 (04) 10~15 篇 (05) 15 篇以上

附錄

題 號	變項名稱	欄位	變項說明	選項數值說明
5	P5	BF	請問您「平均每天」使用該社團的時間？	(01) 半小時之內 (02) 半小時以上~1 小時之內 (03) 1 小時以上~2 小時之內 (04) 2 小時以上~3 小時之內 (05) 3 小時以上
6	P6.1	BG	就目前為止，您認為這樣的社團應該要達到什麼功能(可複選)？ (01) 記錄生活 (02) 資料需求 (03) 抒發情感 (04) 公開評論 (05) 社交互動 (06) 娛樂休閒 (07) 匿名身分 (08) 工作需要 (09) 其它	0 無圈選 1 有圈選 98 拒答
	P6.2	BH		
	P6.3	BI		
	P6.4	BJ		
	P6.5	BK		
	p.6.6	BL		
	P6.7	BM		
	P6.8	BN		
	P6.9	BO		
	P6-1	BP		
7	P7	BQ	請問您時常在這個社團上分享各式各樣的資訊嗎？	(01) 時常分享 (02) 偶而分享 (03) 普通 (04) 很少分享 (05) 不曾分享

題 號	變項名稱	欄位	變項說明	選項數值說明
8	P8.1	BR	以下為第一階段所出現過的政策議題，請您自己評估對於哪項議題比較容易表達意見(0 表示您「非常不容易」表達意見，10 表示您「非常容易」表達意見，5 表示「普通」)? 1. 司法腐敗與廉政公署設立 2. FCFA 3. 苗栗大埔農地爭議 4. 二代健保 5. 雲林六輕與中科之環境經濟衝突 6. 高等教育—大學廣設問題 7. 死刑存廢與否 8. 陸生來台	非常不同意 0 非常同意 10
	P8.2	BS		
	P8.3	BT		
	P8.4	BU		
	P8.5	BV		
	P8.6	BW		
	P8.7	BX		
	P8.8	BY		
	P8-1	BZ		
9	p.9	CA	請問您平時會不會與人討論有關政策方面的議題？	(01) 時常討論 (02) 有時討論 (03) 普通 (04) 很少討論 (05) 從不討論
10	P10.1	CB	請問平時與您討論有關政策議題的人，你的什麼人？(可複選) (01) 家人 (02) 親戚 (03) 朋友 (04) 鄰居 (05) 工作同事 (06) 社團組織 (07) 同學	0 無圈選 1 有圈選 98 拒答
	P10.2	CC		
	P10.3	CD		
	P10.4	CE		
	P10.5	CF		
	P10.6	CG		
	P10.7	CH		
	P10.8	CI		
	P10-1	CJ		

題 號	變項名稱	欄位	變項說明	選項數值說明
			(08) 其它	
11	p11.1	CK	過去三年裡，您有沒有採許下列方法 表達政策意見或提出要求？ 1.向政府官員、民意代表或政黨反映意見 提出要求 2.向大眾傳播媒體投訴或透過網際網路反應意見 3.遊行、示威、靜坐或其他自力救濟方式 4.參加村里民大會、說明會	0 無圈選 1 有圈選 98 拒答
	P11.2	CL		
	P11.3	CM		
	P11.4	CN		

附錄四 期中報告審查意見與回覆

審查意見	回應說明
一、表 1-1、1-2 的資料請予以更新？	已接受審查意見進行修正。請參見期中報告「研究緣起與目的」一節。
二、表 2-1 為本研究最重要釐清 Web2.0 概念的內容，頁 72-76 並做為評估 Facebook 與無名小站的基礎。但未進一步闡釋 Web2.0 三層面的內容，建議深入討論。	感謝提供建議，已針對審查意見進行修正。唯本研究準實驗目的主要著眼於政府如何應用現有的 Web2.0 社群網站，達到電子化參與的最終目的。因此，有關網站建置的技術，及技術的應用部分，本研究並未將其納入探討範圍。
三、本研究在探討電子治理與 Web2.0 社群網站使用行為間的關係，但第二節 Web2.0 與民主治理的文獻探討較為簡略，尤其是民主治理的部分僅有兩頁。建議加強網路民主、審議民主、電子化政府與 Web2.0 連結的文獻。	感謝提供建議，已針對審查意見進行修正，請參見期中報告「Web2.0 與民主治理」一節。
四、頁 18 的主要研究問題在探討民眾在公私 Web2.0 網站使用行為的差異，但準實驗設計只針對 Facebook，未見公部門 Web2.0 網站使用的探討。建議期末報告納入政府部門 Web2.0 與 Facebook 使用行為的比較。	1. 感謝提供建議。有關民眾在公私部門 Web2.0 網站上的使用行為差異，將提出於期末報告。 2. 另本研究準實驗設計即是以政府的角度出發，探討該如何利用 Facebook 此社群網站的

審查意見	回應說明
	特質，來達到政策參與的目的。而眾多社群網站之所以選擇 Facebook 可參見期中報告「研究緣起與目的」暨「準實驗場域與議題選擇」兩節處的說明。 3. 再者，本研究於訪談也發現政府部門已有相關運用 Facebook 的實際案例，此相關運作現況與經驗將會於期末報告提出。
五、頁 14，在達成目標(三)中描述：「...藉由特定學校團體的合作，進行實驗。」，但在後續規劃的實驗其樣本來源招募對象係採公開招募的不特定對象(頁 84)，是否會有所衝突？	已接受審查意見進行修正。
六、頁 50 圖 2-4 計畫行為理論模式建議研究調整如下：(略)	已接受審查意見進行修正。
七、頁 28-29，研究的目標有 3 項(頁 14)，表 1-4 則有 4 項研究問題、2 項實驗設計與網路問卷，但後續實驗規劃則有 3 項實驗設計與網路問卷。而在表 1-4 研究問題(D)的細目研究問題編號則是(A)，資料蒐集方法編號又是(c)，相關差異為何？	1. 本研究透過這四項研究問題的回答，來回應所提出的三項研究目的。 2. 表 1-5 主要呈現本研究四項研究問題及其相對應的研究方法，也就是說預計透過哪些方法可以且適當的來回答所對應的研究問題。因此，表中所提到的實驗設計與網路問卷，實際上就是指本研究後續

審查意見	回應說明
	所欲執行的三階段實驗。 3. 編號誤植已更正，無相關差異。並已於表 1-5 註明編號乃依序編列，無特定意義。
八、頁 39，文中提到「...Web2.0 在政府部門的應用上，應可作如下的界定...解決公共生活中最重要的阻礙因素－「專業不對稱」...」，如何得出這樣的結論，內容宜清楚說明。	感謝提供建議，已針對審查意見進行修正。請參見本研究報告「Web2.0 與民主治理」一節。
九、頁 55 頁第(四)項 Web2.0,行銷策略的運用，於圖 2-5、圖 2-6 的模式中似無關聯性，後續的實驗設計中亦非關鍵因素，此項描述的目的何在？	感謝提供建議，已針對行銷策略說明納入實驗刺激操控部分。請參見期中報告「準實驗變數操控與實驗組合」一節。
十、頁 57-67，圖 2-5 及 2-6 與表 2-6、2-7、2-8 是否有其對應關係？表中的各項構念項目的順序與圖中的流程發展是否有直接關係？表格列印方向請考慮閱讀者翻頁的方向(全文中的表格列印方向亦請一併處理，頁 186-194)。	表 2-6、2-7 為圖 2-5、2-6 架構圖中所指涉行為變數概念的操作性定義(施測題目)。亦即，透過這些問卷題目的測量，來觀察圖 2-5、2-6 中的行為變數。
十一、頁 72-75，有關 Facebook 與無名小站的比較，依照內容描述與表格呈現，何以得出 Facebook 為最佳的測試環境，且在(2)社交網絡(P.73)描述中驟然得出無名小站遠遠不及 Facebook 的理由並不明確。	感謝提供建議，已針對審查意見進行修正，請參見期中報告「準實驗場域與議題選擇」一節。

審查意見	回應說明
十二、頁 85，對於受試者的分組於第二階段「...以年齡做為區分標準...分別將 30 歲以下及 30 歲以上...」，惟目前受試者仍在招募，且對象並未限制，以 30 歲為區分條件(為什麼?)，屆時是否會產生分組人數不均的問題?	感謝提供建議，已針對年齡區分標準於期中報告「實驗樣本來源與操控效果的測量方法」一節說明。關於分組人數不均問題，本研究團隊將會視實際招募狀況而有所調整，調整的作法也將於期末報告一併說明。
十三、其它文字修正或建議： 1. P.26，「...本研究預計於 7 月至 10 月進行三次實驗...」、P.88，「...本研究將進行三次實驗，實驗期間為七月至九月間舉行...」期間不一致。	已接受審查意見進行修正。
2. P.59-68 排版不流暢。	本研究曾嘗試以直向排列表格，但因欄數過多、且內容較長，以直向排列稍嫌不足且壅擠，因而改以橫向呈現表格。
3. P.79、173，表 3-2 及表二中各項代號(T,C,G,O,I,CO)所代表的意義為何，建議增加備註說明。	已接受審查意見進行修正。
4. P.183、197、201，附錄三：實驗設計第二階段施測問卷(O2)、附錄四：實驗設計第一階段施測問卷(O3)，表單編號順序是否正確?	已接受審查意見進行修正。
5. P.20，「...instantmessage,chartroom,messageboard...」。	已接受審查意見進行修正。
6. P.43、47，「...實現行政機關的回應性與課責性...」、「...認為有用性與易用性...」。	已接受審查意見進行修正。

審查意見	回應說明
7. P.48，表 2-5「9....有用西性與易用性...」。	已接受審查意見進行修正。
8. P.49、56、全文，「稱為計劃行為理論(TPB)...」、「另一為計畫行為理論為主...」。	已接受審查意見進行修正。
9. 在訪談逐字稿中有相當多的錯別字，如 P.112，「...具體的通西能夠把他歸納出來...」。P.113，「...我覺得公不出來意義不是很大...」、「...會到這個會有到抹一個程度...」、「...如果沒有的話事件意這兩項...」建議調整。	已接受審查意見進行修正。
10. P.84、181，「...最多是 22 位。此 22 為若再以...」。	已接受審查意見進行修正。

附錄五 期末報告審查意見與回應

外審意見	
審查意見	回應說明
一、 本研究報告中錯字或錯別字頗多，並沒有作完整之校對，建議應完整檢視，予以修正。	已接受審查意見進行修正。
二、 數次的深度訪談與擴大的焦點座談對於找出影響本研究的重要因素有很大的助益，惟在訪談逐字稿中有不少的錯字或錯別字。另外，雖然逐字稿中為了忠於原文，將談話內容完整呈現，但是過多的語助詞”阿”或“馬”，似乎與一般談話內容不甚相似。	已接受審查意見進行修正。
三、 頁 30 圖 2-3 之視覺化 Web2.0，只有圖的呈現，並沒有詳細說明，建議應予補充。	已接受審查意見進行修正，請參照報告書第 32 頁。
四、 第二章相關理論探討的部份，建議加強第一節我國電子化政府發展與公民角色之轉變之探討。	已接受審查意見進行修正，請參照報告書第 27-28 頁。
五、 頁 145 中，問卷調查資料分析說明，每個構面的分析主要區分成 e-partnership 組、e-power 組以及 e-voice 組等三組的受測者，但並未說明這三組社團的主要區隔以及分成三組社團的原因，直	本研究在第二章透過文獻檢閱及實務訪談，建構準實驗設計的操控變數。於第三章部分說明本研究準實驗設計的準實驗設計架構、準實驗場域與議題選擇、準實驗變數操控與實驗組合、實驗

外審意見	
審查意見	回應說明
至 161 頁才見說明，建議作修正。	樣本來源與操控效果測量方法，並透過焦點座談的方式修正前此準實驗設計，最後透過鑑別度分析隨機分派招募人員是三組實驗場域。請參照第 88-136 頁。
六、本研究在探討電子治理與 Web2.0 社群網站使用行為間的關係，其中一個主要問題為探討民眾在公私部門 Web2.0 網站使用行為的差異。不過，在研究報告中並未對政府部門 Web2.0 與 Facebook 的使用行為差異作較詳細之比較，在準實驗設計中，對於公部門 Web2.0 網站使用的探討亦較缺乏。	本研究乃透過準實驗的方式，驗證植基於 Web2.0 形式的微網誌—Facebook，對於未來作為政策討論平台時，有哪些因素會影響民眾的討論行為。而有關公部門中 Web2.0 網站的使用探討請參照報告書第 51-72 頁。
七、整體而言，本研究報告從多元理論架構探討 Web2.0 網站使用者行為以及虛擬社群的相關檢視途徑，並針對目前所存在的國內個案，從 Web2.0 使用行為模型作系統分析，找出影響參與者參與虛擬社群的動機以及顯著的可能影響因素。本研究從文獻探討與深度訪談中找出關鍵因素，應用準實驗設計的方法，藉由所招募的社群網站使用者進行實驗研究，本研究不論在文獻	感謝審查人之肯定。

外審意見	
審查意見	回應說明
探討或準實驗設計中都作了詳盡的探究，亦得到不錯的實驗結果，所得到的分析結果與發現，對政府單位未來欲使用 Web2.0 理念與機制來推動電子治理時，可以提供有用的建議與參考。	
八、摘要的部分宜列舉資料收集對象以及主要的研究發現。	已接受審查意見進行修正。
九、文獻與訪談資料豐富。	感謝審查人之肯定。
十、研究提出兩項研究模式，分別以技術接受模式 and 計畫行為理論為基礎，不過 Web 2.0 與一般任務型技術不同，屬於自發使用模式，除了 usefulness and ease 之外，應該包括熱情及 Enjoyment 等變數，可以在未來研究中討論。	已接受審查意見進行修正。
十一、研究方法還算詳盡。	感謝審查人之肯定。
十二、整體而言，算是中規中矩的研究，也有發現。但是使用模式上，可以進一步討論 Web 2.0 的特質，發展創新模式。	已接受審查意見進行修正。

會內意見	
審查意見	回應說明
一、封面發行日期(九月)與內頁(六月)不同，且應以阿拉伯數字呈現。	已接受審查意見進行修正。
二、表 3-10(P.126、132-133)框線不完整。	已接受審查意見進行修正。
三、表 4-1(P.136-139)，統計結果民眾瀏覽數-無數字，但民眾回應篇數-有數字，是否合理。	已接受審查意見進行修正，請參照表 4-1 註解。
四、P.139，...本階段共分為三組，每組實驗人數各約 30 位...，此為實驗結果分析描述，應可提供正確的實驗人數，請確認。	已接受審查意見進行修正，請參照報告書第 144 頁。
五、在問卷調查資料分析中(P.145)，...每個構面的分析主要居區分成 e-partnership 組、e-power 組以及 e-voice 組的受測者。...惟並未說明三者差異、實驗人數，且與實驗招募對象的關係不明。	本研究在第二章透過文獻檢閱及實務訪談，建構準實驗設計的操控變數。於第三章部分說明本研究準實驗設計的準實驗設計架構、準實驗場域與議題選擇、準實驗變數操控與實驗組合、實驗樣本來源與操控效果測量方法，並透過焦點座談的方式修正前此準實驗設計，最後透過鑑別度分析隨機分派招募人員是三組實驗場域。請參照第 89-137 頁。
六、表 4-17 政策議題：FCFA 是否為誤植請確認。	已接受審查意見進行修正。
七、圖三(P.214)線條及字體偏移，最下方中間是否有缺漏，請確認。	已接受審查意見進行修正。