

YouTube 的興起：沉默的螺旋理論是否會 沉沒？

張德娟

Te-Chuan Chang

文藻外語大學傳播藝術系暨創意藝術產業研究所助理教授
Assistant Professor Department of Communication Arts Graduate Institute
of Creative Arts Industries

摘要

「沉默的螺旋」理論曾經被認為是傳播媒介下社會輿論形成的定律，而 YouTube 則是深受大眾喜愛的新媒體之一，現今兩者之間形成或者適用的前提和關鍵的構成要素已經發生變化，閱聽人對“社會孤立的恐懼”明顯削弱。同時，特殊的利益訴求又增強了個體的意見表達意識。因此，本研究以質性研究之次級資料分析法及深度訪談法，訪問經常使用 YouTube 的大學生及國內外傳播學者，進行分析探討。

研究結果發現，「沉默的螺旋理論」並沒有消失，一直都會出現，但因害怕被社會孤立而產生恐懼感的心理基礎被削弱，且會以不同的螺旋出現，如上下螺旋、雙螺旋等，它是社會心理現象，不同的議題出現的狀況會不同，形成的原因及結果與現象很複雜，相關變數也很多。

關鍵詞：YouTube、沉默的螺旋理論、新媒體、社交媒體

壹、緒論

一、研究背景

現在網路以其空前強大的力量滲入大部份人們的生活，整個世界幾乎都被網路一網打盡，網路顯現出的與以往傳播媒介不同的特質，也造就了經典傳播效果理論在網路傳播背景下出現變革的局面。故網路傳播時代舊的傳播理論及其假設已經不適用，傳播理論的研究框架也需要再次審視並予構建，以往的傳播效果理論是否適用或者說它們的功效是否還和以前一樣，就成了現在關心的問題。在傳統媒體中，受眾只能從媒體安排的訊息中被動地選擇，而在網路時代，受眾可以自由選擇、發布訊息，提供被選訊息的源頭，傳播者也不再局限於大眾媒介，任何人都可以成為訊息的發布者，受眾此時也成了新的傳播者，他們通過發佈、自建群體的方式來表達自己的意願。網路上，傳者與受者的地位是平等的，它改變了原先“以傳播者為中心”的傳播者和受眾處於平等的地位，雙方互為訊息傳播的主體。

且大眾傳播領域自二十世紀五零年代發跡迄今已逾半個世紀，疲態漸生，急需引進不同研究視角(臧國仁、蔡琰，2013)，現在幾乎人人手上有支智慧型手機，而智慧型手機就是一個非常強大的電腦，電腦在每個人的手上，又因為網路無所不在，我們隨時隨地可以搜尋全世界的資訊也因為智慧型手機、平板電腦普及，行動載具使用者年齡層往上、往下延伸。不少孩子從小緊盯螢幕，遊戲程式幾乎取代保母功能；中老年「智慧型爸媽」則偏愛透過手機與親朋好友分享笑話、小故事；還有人用來查看股票、打麻將、念佛經(李昭安，2013)，與以往的傳統媒介只能在一個定點如在家中收看電視或戲院觀看電影大逕相庭。一項針對閱聽人的調查報告以國內兩千零三名十六至六十歲網路使用者問卷調查，其中一千七百多名是 YouTube 用戶，已超過報紙、廣播、雜誌等傳統媒體(蔡惠如，2013)，且在 2013 年時 YouTube 年成長已達 6 成，晚間黃金時段已經贏過電視，而在重度使用者比例部分，則是增加將近 7 成，同時也有多達 7 成比例是在多螢幕平臺橫跨使用，有將近 6 成使用者會透過社群網路分享 YouTube 影片，同時也會藉由 YouTube 影片分享個人意見，或是搜尋相關內容等，進而影響既有媒體使用習慣(楊又肇，2013)。因為目前有越來越多年輕族群偏向使用 YouTube 作為主要資訊來源，高達 49% 比例的 16 歲至 20 歲族群選擇每天觀看 YouTube 影片，更有 7 成 5 比例使用者表示在 YouTube 中更

容易找到個人感興趣的內容，顯示傳統電視逐漸流失年輕族群(蔡惠如，2013)，而隨著行動裝置的普及，台灣民眾出門在外使用行動裝置瀏覽 YouTube 的比例，兩年內成長四倍，超過七成民眾會透過不同的裝置觀看 YouTube(黃國蓉，2013)，YouTube 社交溝通網路以及瞬間巨量的資訊交換，讓我們處在一個廣度、力度、速度都不斷擴張的新媒體環境(張寶芳，2013)，由此可見，時下閱聽人景觀發生變遷，以致閱聽人理論與經驗現象出現諸多落差而必需尋找新的理論典範。

二、問題意識與研究目的

由於傳播科技日新月異、全球化版圖日益擴張，使得閱聽人景觀一再地變遷。如 Bird (2003, p.2) 所說：「閱聽人是無處不在而且不在任何地方」，閱聽人接收脈絡日新月異，因網路及使用 App 等，即使走在路上或捷運站也有大型螢幕強力放送影音，真是「媒介無處不在……，人們已是渾然不覺地浸泡(immersed)於媒介中」(Abercrombie & Longhurst, 1998, p. 105)；Appadurai (1996, p. 4) 也指出，電子媒介加上大眾遷移「使得閱聽人與影像同時流動，製造出特殊的不規則性，致使二者不再能輕易套入地方、國家或地區的空間」因此，閱聽人研究是否也應從分析經驗主體在定點取用訊息或文本的取徑破繭而出？

時下閱聽人不但有豐富的跨地域視覺經驗，能將情節與各類文本舉一反三，成為獨具一格的在地文化實踐，例如 YouTube 中歌手周傑倫的一首歌「公公偏頭痛」被網路搞笑團體「這群人」改編成全民偏頭痛搭配其中的演員(Parody)feat 蔡阿嘎&睿兒&洋蔥&喬喬(阿喜/葉式特工/鯨魚哥)成為搞笑 YouTube 的影片，即為其中一個例子(YouTube, 2013)。

這些閱聽人接收後而來的創意之舉，既與傳播效果無關，也非關詮釋能力，閱聽人研究要如何重新調整研究焦點及詮釋理論？因此，本研究目的即在值此新媒體衝擊與媒體融合之際，希冀能為閱聽人研究找到新典範，以新的研究取徑來解決時下理論與經驗間的諸多落差，其中選擇最為大眾喜愛的「YouTube」，因國際社交媒體 YouTube 其豐富的內容和巨大的影響力在視頻網站中佔據著不可撼動的地位，主導著視頻網站在資訊傳播過程中的話語權（王曉露，2015），而以傳

播理論中「沉默的螺旋理論」來深入探討與分析，選「沉默的螺旋理論」是因為網路的匿名性及與現實生活完全不同的特性，想瞭解此理論是否依舊適用或需調整、補充與創新，故本研究乃針對 YouTube，以「沉默的螺旋理論」探究之。

三、研究的重要性

面對近來如 YouTube 媒介帶來之衝擊（媒介與資訊管道多元且多樣），若仍持續以二十世紀四、五零年代資訊尚不充分的時代發展之「真實」、「正確」、「中立」等傳統客觀信念並引其為二十一世紀大眾傳播（含新媒體 YouTube 等）領域主要理論內涵，恐將陷入「難以為繼」的窘境，因研究者要有能力看到先前理論視野所無法解釋的部分，唯有如此，才能對理論做出貢獻(翁秀琪、李嘉維、施伯燁，2011)。

而臧國仁和蔡琰在《大眾傳播研究之敘事取向—另一後設理論思路之提議》中發現：初期探究「大眾傳播」之旨多在解決實務問題（如宣傳效果之有無或強弱）而非如其他學門之鑽研知識並與日常生活無關 (Peters, 1986: 546)，長久下來整個領域已漸失學術活力(臧國仁、蔡琰，2013)。

Chaffee 亦曾強調無論從社會發展、實務內涵或是學術領域觀之，「大眾傳播」均屬「二十世紀獨有現象」(Chaffee & Metzger, 2001: 365)。然而隨著新媒體崛起，此一「獨有」特性正已面臨挑戰，影響所及，傳統依附大眾傳播現象而廣受重視之諸多「理論」都面臨重整／建，否則亦將產生「大眾傳播理論之窮途末路」(Chaffee & Metzger, 2001: 374)。

有感於二十一世紀大眾傳播領域受到新興媒介影響甚深，其核心理論與典範業已難以解釋持續變動中之社會情境，故本研究試圖從近年來廣受大眾喜愛的 YouTube 入手，重新定義沉默的螺旋理論，藉此尋找新的定位與內涵以期建立與先前不同之理論原則。

而李天鐸也認為：時至今日，過去理論雖堪稱嚴謹、主事者立場力主客觀、研究態度追求理性，長期下來卻因過於拘謹而致學門已創意貧瘠、疲態漸生且與日常生活更與新媒體（如 YouTube）脫節（李天

鐸，2010：167）。發展多年以來領域個性已與「人」及「生活世界」脫離(臧國仁、蔡琰，2013)，此部份與王宜燕(2012)及筆者所見相同。且「沉默的螺旋理論」自提出以來，受到不少的批評，如參考團體的重要性：參考團體在個人「害怕孤立」及觀察環境的過程中所可能扮演的角色，在理論中被忽略了。同時，在害怕孤立之餘，除了「沉默」這種反應外，還有其他反應的可能，例如：有人在害怕孤立時不僅不沉默，反而發出具攻擊性的語言或行為(翁秀琪，2006)，此為原理論之不足之處。

另外，個人的人格差異必須加以考慮。換句話說，害怕孤立時對具有不同人格的人會有不同程度的影響，且筆者的學生中有少數個性極度內向，從不發言，也完全不想讓人知道他內心的想法，在「沉默的螺旋理論」中未曾考慮到。因此，於此刻開始研擬不同理論取向以豐富學術領域之多元、多樣內涵，進而帶領研究與教學內容改頭換面，當有迫切需求。

貳、相關研究與重要文獻之評述

首先介紹關鍵字：

「新媒體」：所謂「新媒體」，是在傳統的報刊、廣播、電視等媒體之後，因技術推動而發展出的新的媒體形態（石本秀、蔡郎與，2012）。

廣義的新媒體是指依靠技術手段改變了資訊傳遞過程的資訊傳播通路，狹義的新媒體是指改變了傳播形式的資訊通路，就此定義而言，網路可被稱之為新媒體（王希富，2013）。

而本研究以 YouTube 新媒體為主。

YouTube：

YouTube 是設立在美國的一個影片分享網站，讓使用者上傳、觀看及分享影片或短片。公司於 2005 年 2 月 15 日註冊，由來自臺灣的華裔美國人陳士駿等人創立，網站的口號為「Broadcast Yourself」（表現你自己）（維基百科，2016）。

2005年YouTube的開站後，提供了簡單的方法讓普通電腦用戶上傳影片。而科技發達、寬頻和攝影器材的普及，使得短片資訊大行其道。憑藉其簡單的介面，使得YouTube可讓任何已上傳至網路的視頻在幾分鐘之內讓全世界觀眾觀看，這令網民由傳統的接收資訊者，變成資訊發佈者，網民更可成立自己的私人影院、影片發佈站、新聞站，而取代傳統的傳播媒體。每人都可創立自己的新聞頻道，或上傳家庭生活短片。在此同時，愈來愈多人欣賞網路上的短片，令電視的收視逐漸轉移至電腦或手機螢幕。

沉默的螺旋理論

一、理論回顧：「沉默的螺旋」的提出

二十世紀七零年代，德國傳播學家伊麗莎白·諾埃爾·諾爾紐曼(E·Noelle·Neumann) 在對歷史進行研究的基礎上，經過多年的民意調查和實証研究，提出了一種描述輿論形成的理論假設「沉默的螺旋理論」。其基本內容是：當人們想要表達自己觀點

的時候，如果自己所贊同的觀點受到廣泛支持和討論，就會積極地參與進來，形成強大勢力並影響其他人。相反，如果自己所贊同的觀點不被重視和支持，甚至會受到相反意見的攻擊，人們會保持沉默。意見一方的沉默造成另一方意見的增勢，如此循環往復，便形成一方的聲音越來越強大，而另一方的聲音則越來越沉默下去的螺旋式發展過程（常昌富、李依倩，2000）。概括起來，這一理論由以下三個命題構成：

第一，個人意見的表明是一個社會心理過程。諾爾紐曼提出了關於沉默螺旋的五個基本假設：其一，社會運用孤立恐懼來對付偏離的個體；其二，個體感受到持久的孤立恐懼；其三，由於孤立恐懼，個體不斷嘗試評估意見氣候；其四，評估的結果首先在公開場合影響個體的行為，尤其是透過彰顯或隱藏自己意見的方式，例如：發言或沉默；第五個假設即連結以上四個假設並解釋民意形成、辯護及改變的狀況。

第二，意見的表明和“沉默”的擴散是一個螺旋式的社會傳播過程。也就是說，一方的“沉默”會造成另一方意見的增勢，使“優勢”意見顯得更加強大，這種強大反過來又迫使更多的持不同意見者轉向“沉默”。如此循環，便形成了一個“一方越來越大聲疾呼，而另一方越來越沉默下去的螺旋式過程”。

第三，大眾傳播通過營造“意見氣候”（*opinion climate*）來影響和制約輿論。輿論的形成不是社會公眾“理性討論”的結果，而是“意見氣候”的壓力作用於人們懼怕孤立的心理，強制人們對“優勢意見”採取趨同行動這一非合理過程的產物（常昌富、李依倩，2000）。

二、「沉默的螺旋理論」面臨的挑戰

「沉默的螺旋理論」自創立以來，得到了中外學者的廣泛關注，甚至被中外絕大多數傳播學者奉為無可懷疑的定律。但與此

同時，質疑沉默的螺旋理論的聲音也不絕於耳。他們的質疑主要從以下兩個方面展開。其一，由模型的基本假設所引發的質疑。麥奎爾和溫德爾認為諾爾紐曼的五大假設或許還不夠，「沉默的螺旋理論」要想奏效，尚需滿足：一是個人不能相互交流私人意見時，這個理論才能成立；二是媒介意見和受眾觀點具有特定的一致並產生過預期的意識積累，持不同意見的人才能出現「沉默的螺旋」（祝建華、武偉譯，1987）。格萊恩(Glynn,C)、奧茨曼(Ostman,R)和麥克道奈德(McDonald,D)也旗幟鮮明地發表了他們的觀點：其一，諾爾紐曼過分強調了人們對孤立的恐懼這個動因，其實意見表達後面利益的期待這一動機，超過了對孤立的懼怕。其二，對問題的瞭解程度也是人們決定是否公開表態的重要因素；其三，諾爾紐曼論證中忽略了公眾所在社團、群體在調解更大社會影響中的角色(Theodore · Lewis · Glasser, Charles · T · Salmon, 1995)。而謝新洲(2003)嘗試通過實証研究的方法，驗證「沉默的螺旋」假說在網路環境下是否依然適用。他的研究結果顯示，「沉默的螺旋」並沒有在網絡空間裡消失；同時鑒於網絡傳播的特質和現階段網絡媒體受眾的歷史階段性特點，其表現方式也出現了相應的變化(謝新洲，2003)。

三、場域理論重新檢視下的「沉默的螺旋」

接著運用布爾迪厄的場域理論對「沉默的螺旋」重新進行檢視，主要涉及三個方面：同一個場域內「沉默的螺旋」可能發生的變異；不同場域中「沉默的螺旋」的表現；不同場域的相互作用對「沉默的螺旋」的影響。

(一) 同一個場域內「沉默的螺旋」可能發生的變異

根據博弈論的觀點，個人在進行策略選擇的時候，必然會考慮到自身的成本和收益。大多數行為的背後都暗藏著損失最小化或者收益最大化的考慮。當他們的意見表達明顯關涉到他們的利益時候，事情可能就不像諾爾紐曼想像的那麼簡單了。只有在個人因表達觀點被孤立給他們帶來的損失大於他們表達自己觀點所

帶來的收益大，或者個人因表達觀點被孤立給他們帶來的損失比他們選擇沉默所造成的損失大時，他們才會選擇沉默。也只有在這種情況下，沉默的螺旋理論才比較有可能奏效。

（二）不同場域中「沉默的螺旋」的不同表現

Andrew F. Hayes (2007)對意見環境的實驗控制証實了這一點：敵對性意見環境比友善性意見環境造成了更多的意見表達規避策略(Andrew F. Hayes, 2007)。

（三）不同場域的相互作用對「沉默的螺旋」的影響

場域雖然具有相對獨立性，但這並不能排除場域與場域之間的相互作用。姑且假定在某一個場域中已經形成了諾爾紐曼所謂的「沉默的螺旋」。少數意見者雖然害怕被孤立，但是他們的策略選擇並不只有沉默一種，他們或許還可以選擇尋求來自於其他場域的支持，只要其他場域是存在的，而且搜尋成本是他們可以接受的。一個很典型的例子就是達賴喇嘛。相信達賴喇嘛也很清楚，在大陸，他的意見是弱勢的更是不受歡迎的，可以說，他暫時處於沉默的螺旋的低端。但是，他並沒有選擇沉默。而是採取了另外一種策略：到台灣(筆者是記者時，曾在高雄小港機場出席達賴喇嘛記者會，他談世界和平)、美國等與大陸持不同政見的地區去傳播他的言論，並獲得了廣泛的支持，我們暫且不論這種支持背後的動機是什麼。但是，其他場域確實對原來他所處的場域產生了作用：原來場域的空間範圍隨著他的言論擴散擴大了。此時，原本「沉默的螺旋」也被啟動了。當然，它並沒有表現為反轉的沉默的螺旋，而是處於一種博弈均衡，兩種意見都有一定的市場份量。由此可見，不同場域之間的相互作用將對沉默的螺旋產生深刻的影響（陳宏波，2012）

除了諾爾紐曼揭示的「沉默的螺旋理論」之外，隨著傳播媒介和傳播模式的改變，輿論的形成會以更加多樣化的形式出現。原源 (2011)的研究發現還有下列的形式：

（一）「向上循環的螺旋」：諾爾紐曼提出的「沉默的螺旋」實際上是向下循環的螺旋，與之對應，應該有一種「向上循環的螺旋」。這種循環式上升的螺旋，不僅在網路時代經常出現，即使

在傳統媒介形勢下也時有發生。所謂「向上循環的螺旋」是指一種意見一開始屬於少數人的意見（一種微弱的聲音），沒有被社會所關注，但是由於網路傳播的快捷性，一旦這種聲音出現便很快引起社會的廣泛關注(原源， 2011)。

（二）「上下反覆循環的螺旋」：所謂「上下反覆循環的螺旋」是指一種意見或一個人物或一個事件，由於社會對此有分歧意見，支持者的人數忽多忽少，意見氣候一會兒偏向支持者，一會兒偏向反對者，從而造成「上下反覆循環的螺旋」的現象(原源， 2011)。

此部分與鍾芳娜的研究結果相呼應，新媒體語境下社會輿論生成的「沉默的螺旋」必須擺脫傳統媒體時代單一意見螺旋的形式，既要重視自上而下進行資訊傳播的媒介議程螺旋，又要把握好自下而上進行資訊擴散的由特定個體或群體形成的公眾議程螺旋（鍾芳娜，2014）。

（三）「發散式螺旋」。所謂「發散式螺旋」是指一種意見出現之後，很快在周邊擴散，一層一層向外蔓延，即由一個中心點出發，向八方傳播，最終形成意見氣候。在網路時代，只要不符合網民的意願，他們就會一擁而上，大聲疾呼，形成「發散式螺旋」攻勢，直到有關方面予以澄清或糾正為止(原源， 2011)。

（四）「聚焦式螺旋」。所謂「聚焦式螺旋」是指大眾對某一事件從一開始就有好多分歧意見，經過一段時間的反覆討論，最後大家逐漸取得一致，最終達到共識。如果說發散式螺旋是由裡向外擴散的話，那麼，聚焦式螺旋則是由外向裡的收斂(原源， 2011)。

總之，網路時代是傳統媒體與新興媒體相互依存的時代，社會輿論的形成既有傳統媒體作用，又有新興媒體的特徵。傳播渠道的多樣性決定了意見氣候形成的複雜性。「沉默的螺旋」僅僅是其中的一種形式，而不可能是它的全部。

而近年來隨著 YouTube 等社會化媒體的出現和興盛，網路環境已不再完全虛擬，網路匿名和網路實名兩種情況同時存在。因此，現實生活、網路匿名和網路實名環境的共存讓新媒體環境變得更加複雜。所以在當下的新媒體環境中研究沉默螺旋理論時，除研究其在現實中的情況，也研究其在網路匿名環境下的情況，

或者對比現實和網路匿名兩種環境，由此探究這些情況或表現背後的原因。

黃京華、常寧（2014）做了一項研究，詢問了90後大學生在現實生活、網路匿名和網路實名三種環境下的意見表達情況，意在比較90後大學生在三種環境下「意見表達」之間的差異。態度值1—5，1和5分別代表「非常不同意」和「非常同意」。題目如下：
Q1、在現實生活中，如果針對某個熱點話題我與大多數同學的觀點不一致，我會堅持表達自己的觀點。
Q2、在某些匿名的網站上參與話題討論，如果我與其他人的觀點不一致，我會保持沉默。
Q3、在諸如微博或微信等有身份認證的社交平臺上，我不會考慮其他人的觀點，而是堅持說出自己的想法。

上述三個問題可分別概括為：「現實生活中的意見表達」、「網路匿名環境中的沉默」和「網路實名環境中的意見表達」。

研究結果發現：

- 1.現實生活中堅持「意見表達」的程度最高
- 2.網路匿名下有更多的「沉默」
- 3.網路匿名性並非促進「意見表達」的主要因素

網路匿名性並沒有促進意見表達，甚至還有減弱意見表達的趨勢(黃京華、常寧，2014)。

Yun和Park在2011年的實驗研究中，將匿名和實名兩種環境考慮在內，結果顯示，匿名與否對人們發表意見的意願並沒有什麼影響。這樣的結果恰與許多反「沉默螺旋理論」研究的結論相反。反「沉默螺旋理論」研究認為，匿名性是促進意見表達的主要因素，是給「沉默螺旋理論」造成衝擊的主要原因。理由是，在現實生活中人們受制於面對面的壓力而不敢表達自己的觀點，而網路虛擬環境會讓人們釋放，從而更加願意表達自己的意見或表達更多的意見（黃京華、常寧，2014）。

鍾芳娜（2014）研究發現，新媒體不斷消解、融合了使個體產

生孤立恐懼的條件，使這樣的恐懼隨之轉移，「沉默的螺旋」因此弱化（鍾芳娜，2014）。但也有研究表示網路時代下的「沉默的螺旋」不會沉默，在網路傳播中，各個成員雖然是匿名的，但是代表他們身分的ID卻仍然是身分的象徵，網路空間的群體意識和群體規範同樣會對其成員產生與現實類似的壓力和社會恐懼感(王曉惠，2010)。

網路傳播主體的多元化，在網路裡，你可以匿名。”因為網路隱藏了傳播者的身分、種族、性別等特徵，造成了一種網路上人人平等的幻想。雖然看似人人都可以在網路上(如YouTube上的公眾議題)發表自己的意見，但是，很多事情很多時候，這種意見對現實社會卻影響甚微(王曉惠，2010)。

劉新業（2014）在「新媒體環境下沉默的螺旋理論的傳播特徵嬗變」中研究發現：

一、 多元化傳播是「沉默的螺旋理論」的典型特徵

新媒體環境下，人們除了通過網路媒體和手機媒體等獲得資訊外，還通過網路社區的形式表達自己對事件的觀點和看法。那些意見領袖明確、歸屬感很強的論壇社區，本身就是由有共性的個體所組成，在這樣的群體組織下，人們為了維護已經形成的社區關係和自身利益，很容易表現出趨同心理。即使在虛擬的網路環境下完全陌生的人們，也會表現出對意見的一致性，甚至會延伸到現實世界，採取一致的行為舉動（劉新業，2014）。

二、 螺旋的形成過程表現得更快更明顯

人們在通過新媒體的傳播平臺表達自己想法和觀點的時候，如果看到自己贊同的觀點和新媒體上的意見領袖一致，並且受到廣泛歡迎，就會非常積極地參與進來，發表自己的支持聲音，這類觀點就會被越發大膽地發表和擴散。相反，如果發覺自己的觀點和新媒體上的主流意見相左時，則大多數公眾會選擇沉默（劉新業，2014）。

三、 新媒體環境削弱了有導向性“意見氣候”的形成

新媒體傳播中的這種現象，並不是因為環境改變了個人對社會孤立感恐懼的本能，而是因為他們相信在虛擬的新媒體環境下，即使自己直抒胸臆，也不會產生被孤立的情況，這也造成了「沉默的螺旋理論」中，因害怕社會孤立而產生恐懼感的心理基礎被削弱（劉新業，2014）。沉默的螺旋理論形成或者適用的前提和關鍵的構成要素已經發生變化，其理論成果在網路傳播時代對資訊傳播的指導意義和作用已經明顯削弱。

四、新媒體輿論形成強大的社會影響力

在新媒體環境中，公眾的自我表達可以迅速而集中地反映出他們的意見和言論，使民間輿論或民意得以展現（彭蘭，2012）。尤其是一些重要事件或公眾關注度較高的事件發生時，容易形成回饋意見群，以集體的力量向傳播者或社會乃至世界發佈強大的群體意見，形成強大的社會輿論，影響事件或局勢的發展（劉新業，2014）。

而 Hampton, K.N. 等人研究社群媒體與沉默的理論之間的關係發現，即使自己的意見跟他人的意見不同，大部分的人也不會表達自己的意見 (Hampton, K.N., 2014) 。

YouTube的相關研究：

對於 YouTube 的研究，至今最感興趣的國際傳播期刊就屬 *Journal of Computer-Mediated Communication*，若以 YouTube 為關鍵字查詢，截至2016年3月22日，總共有82篇文章，為已發表的英文學術研究；而國內 TSSCI 頂級傳播期刊至目前為止有一篇蕭宏祺教授所寫的書評：《YouTube 的崛起：一個新的公民參與平臺？》蕭宏祺將其研究方法歸納成三類，第一類為針對某類型影片的內容分析，這類研究背後的企圖是想了解哪種題材與敘事形式的創新適合這新的平臺，當然內容分析之外，更多文章企圖分析這背後的論述形式與語藝策略；第二類是針對閱聽人與 YouTube 虛擬社群的崛起與消長，分析內容外更分析主要的使用者，如 Tian (2010) 分析了 YouTube 上有關器官捐贈的影片，也分析了閱聽人針對器官移植的討論如何被框架；又如 Hess (2009) 反反毒論述如何在反毒廣告上傳後陸續展開，這些諧擬與反諷如何互相回映，形成一種前所未有的論戰。第三種方式是研究者亦為運動或倡議者，長期參與觀察，透過民俗學誌的研究方法，脈

絡化此空間發展，並耙梳其空間的權力運作過程，Lange（2007a, 2007b）或Antony 與Thomas（2010）與隨後多篇發表在Journal of Computer -Mediated Communication 的研究算是此類的經典之作（蕭宏祺，2012）。

參、研究方法

一、本論文採用之研究方法與原因：

採用之研究方法與原因如下：首先，考慮閱聽人是否長期浸泡於YouTube中或僅僅是偶爾接觸YouTube，其次，閱聽人的人格特質在沉默的螺旋旋轉過程中是無視孤立的威脅，願意為自己的公開言論付出代價或是極度內向完全不想讓別人窺探自己，第三，YouTube的內容與個人喜好或相關性是否密切，第四，「沉默的螺旋理論」除了個人害怕孤獨，是否還有其它的原因？如YouTube傳播者與接收者當時的心情、週遭環境、人際關係等因素之影響？第五，雖然使用YouTube者可匿名，但匿名的背後依然有看不見的因素，如性別、宗教、年齡……等，且使用YouTube者年齡差距越大差異就越大，如年長者之前長期接觸的是傳統媒體且於戒嚴時期受教育、成長時期或家教十分嚴格，即使如今可匿名於YouTube中，無形的枷鎖與框架可能仍會深深的影響著他，故本研究在YouTube使用者是否會受「沉默的螺旋理論」影響，以及是否會發表個人意見等，考慮以上所提到的相關背景經驗，選擇背景相似的大學生為對象。

本研究採質化研究之「次級資料分析法」與「深度訪談」法。

二、質化研究

質化研究強調研究的重點應透過研究者的親身參與理解行動者主觀的意義與建構，即以個人主觀與經驗為主體，透過人與人日常生活的互動、共同經驗與價值的分享，以建構出多元的真相（郭良文、林素甘，2001）。且在質化研究過程中，理論與資料蒐集取向，兩者之間是相互影響，可以靈活調整的（詹文男，1996）。

故本研究依主題及研究目的，選擇次級資料分析與深度訪談兩種方法進行研究，分別說明如下：

（一）、次級資料分析

所謂「次級資料」又稱為「二手資料」，意指研究者所取得的、經過他人處理過的資料（Klaus B.Jensen,Nicholas W.Jankowski；唐維敏譯，1996）。質性研究不一定要使用第一手資料，第二手歷史資料也可做到

詮釋的目的（蕭瑞麟，2006）。因此將所蒐集到的相關資料，藉由系統分析來找尋與研究問題相關資料的主題，以捕捉文本背後的深層意義（高淑清，2001）。

本研究之次級資料來源，包括國內外學術專刊、期刊、網路、媒體等報導及出版品與研究報告等，藉由此類資料的整理分析，以利後續深度訪談。

（二）、深度訪談法

深度訪談法的內涵

在定義上，深度訪談法是指研究者在其關注的研究領域中，用與個案樣本對話的方法，以收集特定主題的訪談資料，聚焦在回答研究者關心的特定研究問題上（Miller & Crabtree,1999），換言之，深度訪談法是由研究者針對研究目的與受訪者進行互動，再針對由受訪者所提出的特殊主題加以追問，在發問、聆聽答案的過程中，詮釋其對本研究的意義，然後更深入的挖掘之前的答案而架構另一個問題（李美華等譯，2004），如能經由適當的控制與安排，訪談者便可探詢受訪者的想法，得到所想要的答案（萬文隆，2004）。

以此研究法能蒐集到較深入且豐富的資料，研究者使用半結構式的訪談大綱，題目深入可蒐集到本研究想要的答案。

而主題分析（thematic analysis）為訪談文本的分析方式，是一種「整理一部分—整體」（whole-part-whole）的詮釋循環過程。可讓資料分析之先前理解與後來理解，緊扣著詮釋循環的精神（高淑清，2001），本研究採用此分析方法，希望能深度開放受訪者主觀經驗，並深入理解、貼切詮釋現象背後的真實意義。

深度訪談的最大優點正是可以藉由訪談獲得豐富而且詳細的資訊，與傳統的調查法相比，深度訪談在敏感議題上可以獲得更深入且精確

的答案，甚至突破禁忌，在某些主題上更容易獲得資訊（Wimmer & Dominick,2006）。

故本研究的受訪者，在大學生的訪談部分為 YouTube 的使用者，選擇在大學傳播系就讀且經常接觸 YouTube 的六十位大學生，請其回答(附件一)之問題：

而在傳播學者部分，訪談國內外研究傳播理論的資深教授，國外學者訪談的是(訪問學者)德國籍女性傳播教授 Professor Dr. Barbara，而國內學者為國立中正大學兩位傳播系所的資深教授，訪談題目為(附件二)。

肆、研究結果與討論

研究發現，新媒體 YouTube 之於「沉默的螺旋理論」，社會孤立的恐懼已明顯削弱，而特殊的利益訴求又增強了個體的意見表達意識。

在深度訪談部分：

一、首先，本研究針對經常使用 YouTube 的大學生訪談結果如下：

(一)、你曾經因為看了 YouTube 影音等內容，而有所回應嗎?為甚麼?

大部分的受訪者不會回應，因為他們覺得不需要這麼認真的看待。

「我覺得不需要這麼認真的看 YouTube 裡的內容，看看就好。」(受訪者 No.21)也有人認為隨便回應一句話就會有很多反對意見的人拿來作文章：「像隨便回應一句話就會有很多反對意見的人會拿來作文章，讓你覺得非常不舒服，所以不想回應。」(受訪者 No.3)也有人覺得沒必要在上面留言，甚至懶得留言：「我覺得沒必要在上面留言、懶得留言啦。」(受訪者 No.5)此部分與黃京華、常寧所做的研究相呼應，他們在網路匿名環境下的沉默主要是因為，他們認為在這種環境中的發言者通常缺乏理性，或者是因為網路匿名環境中討論的問題無聊而懶得理會(黃京華、常寧，2014)。

但有一位受訪者說，「我不會回應，但我會透過說的方式跟認識的人抒發感想，分享心情。」(受訪者 No.28)

至於會回應的受訪者，理由是只會給認識的人回應：「我會幫朋友加油打氣留言鼓勵他們。」(受訪者 No.51)也有受訪者說：「如果看到不喜歡的內容會批評，當然如果看到喜歡的內容會幫他們加油打氣。」(受訪者 No.56)

大部分受訪的大學生認為接觸 YouTube 是因為娛樂性及資訊的取得，因此只是瀏覽，不會想要回應或是發表自己的想法，面對如此大量的資訊，人們似乎更多的只是匆匆流覽，很少會加入留言討論，尤其是對那些一向「不喜歡發表言論」的人。據統計「所有新聞群組的

讀者只有不到 10%的人投稿參加討論」，中國網際網路的用戶 95%的人上網只是查閱和流覽（智庫百科，2016），就如同 Hampton, K.N. 等人研究社群媒體與「沉默的螺旋理論」之間的關係發現，即使自己的意見跟他人的意見不同，大部分的人也不會表達自己的意見（Hampton, K.N., 2014）。但少數的受訪者看到好的內容會留言給對方鼓勵或加油；雖然有的受訪者不會在網路上回應但會私底下以口頭的方式分享，僅有少數的受訪者會在看完 YouTube 訊息後發表自己的意見。

（二）、你會不會擔心你的想法跟大家不一樣或是擔心別人知道你是誰，你跟別人不同?因而不敢發表意見?

大部分的受訪者都覺得不會擔心，甚至覺得與眾不同，會有成就感。「不會啊!我相信每個人都有不同的想法，是不太會怕，畢竟帳號都可以自己輸入，很多人不會透露自己的身份，只要不犯法，就不會怕被找到了吧!」(受訪者 No.17)；「自己的想法不需要因為別人而改變，很多事情本來就是一體兩面的，有不同的意見是很正常的，總是有人想法跟你不一樣，而且這是一個多元的社會，大家的意見本來就不同」(受訪者 No.36)；

「我覺得看人吧!畢竟不是所有人都會想要發表意見，像我就只會看其他人的回應，覺得何必這麼認真的爭論，反而覺得他們很好笑」(受訪者 No.43)。

「我覺得看法如果與眾不同，反而會有成就感，代表我看到的是他們看不到的一面」(受訪者 No.9)。

至於會擔心的受訪者，他們的看法是：「會擔心別人知道我是誰，但其實不會擔心想法跟大家不一樣」(受訪者 No.42)；也有受訪者會擔心被網路霸凌、怕別人會用異樣的眼光看自己，怕被肉搜且不想跟別人引起爭執等。

「我會擔心被網路霸凌！」(受訪者 No.15)；「怕別人會用異樣的眼光看我」(受訪者 No.19)；「我很怕被肉搜啦！」(受訪者 No.58)；「不想跟別人引起爭執」(受訪者 No.33)。

大部分受訪者不擔心自己的想法跟別人不同，因為他們覺得每個人的想法本來就不同，要彼此尊重不同的想法；甚至有受訪者覺得跟別

人不同是自己與眾不同，很有成就感。

(三)、你覺得，新媒體像社群媒體當中的 YouTube，如果你看到一些訊息，讓你引起共鳴或激怒你甚至你想發表意見的時候，會不會毫無顧忌的回應?或是你會擔心你的意見會跟別人不同，而不表示意見?為甚麼?

大部分的受訪者都覺得不會擔心跟別人意見不同，但不會毫無顧忌地回應。

「這是一個多元的社會，大家的意見本來就不同」(受訪者 No.16);「我覺得看法如果與眾不同，是因為我的見解跟別人不一樣，有獨到的一面，代表我看到的是他們看不到的一面，這樣反而會有優越感」(受訪者 No.26)，此部分與先前(受訪者 No.9)的看法很相近。

至於會擔心的受訪者，他們的看法是：「不想跟別人引起爭執」(受訪者 No.11)。「我不想要別人來批評或攻擊我」(受訪者 No.3)；「會顧忌到自己的發言，因為我覺得網路算公開場合，若太偏激做出人身攻擊是違法的」(受訪者 No.27)；「不會毫無顧忌地回應，因為有些網民真的很不理性，就算和他爭到底也不會有結果，只會讓自己更難過而已」(受訪者 No.56)；

「會先看一下別人的留言，如果大家都很客氣，就不會顧忌；如果大家都很激昂，自己也會比較激動。因為怕被別人罵甚至被肉搜」(受訪者 No.1)

至於看到一些會讓人激怒的訊息，大部分受訪者會有所顧忌，不會輕易地回應，因為會擔心被肉搜或被網路霸凌，甚至有受訪者覺得有些網民真的很不理性，就算和他爭到底也不會有結果，只會讓自己更難過而已。

二、本研究針對國內外傳播學者的訪談結果如下：

至於本研究所訪問的國內外傳播學者對 YouTube 與「沉默的螺旋理論」之看法：訪問德國女傳播學者 Professor Dr. Barbara von der Lühe

(一)、有關新媒體興起，其中最為大眾喜愛的 YouTube 網站，深受

全世界閱聽人的喜愛，而就一位傳播學者，您也研究傳播理論，與您同樣為德國女性傳播學者的諾爾紐曼，曾經發現的「沉默的螺旋理論」，您對於現今「沉默的螺旋理論」如果要應用於 YouTube 閱聽人中，是否需要補充或創新呢？

Professor Dr. Barbara 答覆說：「現今，智慧型手機非常的普遍，幾乎人手一支，只要有時間可能就會上網如進入 YouTube 看影片，或者看一些訊息，但因為都是匿名的，且不用顧慮自己身分曝光，尤其在看到一些讓閱聽人情緒激揚，不得不發表意見的時候，會很衝動的發表一些意見，如此一來，沉默的螺旋理論將不適用於社群媒體如 YouTube。」（訪談 Dr. Barbara，2015.12.15）

（二）、您覺得「沉默的螺旋理論」已不是很適用於現今新媒體如 YouTube 當中，那您覺得要如何調整或補充？或是有一些建議呢？

Professor Dr. Barbara 回答說：「這可能需要許多傳播學者繼續努力找尋答案。我雖然研究傳播理論，但目前尚未研究沉默的螺旋理論如何因應 YouTube 等新媒體。」（訪談 Dr. Barbara，2015.12.15）

而國內的傳播學者 國立中正大學傳播學系的羅教授認為：「傳播理論，在過去數十年的發展中，侷限於當時的生態、行為、閱聽人；而如今新媒體興盛，在新的理論方面，舊理論有解釋力的可保留。而新理論的發展，新舊交替，及小眾媒體與大眾媒體以不同的各種類型、不同的情況、不同的脈絡，新的傳播現象，過去沒有，需要提出更適合的。」

羅教授認為各時期研究新媒體，如廣播、電影，像暴力內容的影響，十多年前還沒有社群媒體，但現在，社群媒體非常盛行，加上數位媒體匯流，新舊大眾小眾，及另類媒體並存，並非舊媒體時代理論無用，如「沉默的螺旋理論」，在特定狀況下，人們不願發表自己的意見，保持沉默，因為怕意見不同會失去朋友，例如對某些議題的看法或候選人的看法等。他說：「新媒體的重要性越來越大，從不同的管道可以知道很多訊息，例如網軍，理論本非萬能，它是概念化，幫助我們理解，它是系統化，當然也會有例外，需要修正、補充、解釋，過去只分析幾家媒體、報社、電視台，現在，媒體的數量很多很大，要蒐集資料加以分析將會是很大的挑戰，若研究者非智慧型手機使用者或社群媒體的愛用者，將無法更精準的研究。」（訪談羅教授，2016.1.15）。

故研究因應新媒體的傳播理論學者，對於新媒體要先了解與使用，如此新傳播理論將更理想與實用。

此外，國立中正大學傳播學系任教專長其中之一為「傳播理論」的王教授也表示：「沉默的螺旋理論」，「其中沉默的螺旋並沒有消失，一直都會出現，它是針對公共意見的表達及場域等，它是社會現象，甚至是社會心理現象，不同的議題出現的狀況有所不同，形成的原因及結果與現象很複雜，後來延伸其他理論，討論表達意見、人際溝通，相關變數都應納進來。」（訪談王教授，2016.3.28）

如同本研究所分析的文獻，沉默的螺旋並沒有消失，一直都會出現，只是削弱，它是針對公共意見的表達，它是社會心理現象，不同的議題出現的狀況有所不同，形成的原因、結果與現象很複雜，相關變數也很多。

伍、結論

現今，智慧型手機非常的普遍，幾乎人手一支，只要有時間可能就會上網觀看 YouTube 影片，或者看一些訊息，但因為都是匿名的，且不用顧慮自己身分曝光，尤其在看到一些讓閱聽人情緒激揚，不得不發表意見的時候，會很衝動的發表一些意見，德籍女教授 Dr. Barbara 認為「沉默的螺旋理論」將不適用於社群媒體如 YouTube，但國內傳播學者羅教授認為新媒體的重要性越來越大，從不同的管道可以知道很多訊息，故「沉默的螺旋理論」需要修正、補充與解釋，他認為研究新媒體的傳播理論學者，對於新媒體要先了解。至於教授多年傳播理論的中正大學王教授則認為「沉默的螺旋理論」，其中的沉默螺旋並沒有消失，一直都會出現，它是社會現象，甚至是社會心理現象，不同的議題出現的狀況有所不同，形成的原因、結果與現象很複雜，相關變數都應要考慮到，理論才算完整。

而現今在新媒體的傳播環境中，可以看到「沉默的螺旋理論」隨著媒介環境和社會環境的改變，有些時候已不敷解釋現代新媒體（如 YouTube）的傳播現象，本研究針對大學生的訪談發現大部分受訪的大學生認為接觸 YouTube 是因為娛樂性及資訊的取得，不會想要回應或是發表自己的想法，但少數的受訪者看到好的內容會留言給對方鼓勵或加油，更少數的受訪者發表意見，會視情況而定。

且大部分受訪者不擔心自己的想法跟別人不同，因為他們覺得每個人的想法本來就有所不同，要彼此尊重不同的想法；甚至有受訪者覺得跟別人不同是自己與眾不同，很有成就感，此部分與諾爾紐曼的「沉默的螺旋理論」因害怕意見與他人不同而被孤立完全不同，且「沉默的螺旋理論」尚需考慮到閱聽人的個性、喜好（如喜歡發表意見等）此部分與黃京華與常寧所做的研究相呼應，因為性格內向，或有的人因為沒自信甚至自卑，還有的人主要是怕影響和周圍人的關係，或訊息內容是否與閱聽人有利益衝突及相關性等，都會影響是否發表意見，如本研究文獻中發現閱聽人的利益高過於害怕被人孤立時，依舊會表達自己的想法。

至於看到一些會讓人衝動或使人激怒的訊息，大部分受訪者會有所顧忌，不會輕易地回應，因為擔心會被肉搜或被網路霸凌，此部分與傳統的「沉默的螺旋理論」相接近，但要補充閱聽人沉默並非只是擔

心意見不同被他人孤立，而是害怕對自己不利。

陸、參考書目

中文文獻

- 王宜燕 (2012)。〈閱聽人研究實踐轉向理論初探〉。《新聞學研究》113：9-75。
- 王曉露 (2015)。〈YouTube的傳播機制《科技傳播》新聞及傳播研究〉7
- 王曉慧 (2010)。〈論網路時代下的「沉默的螺旋」〉，《今傳媒，傳媒論苑》11：139-141。
- 孔令智等人 (2015)。〈網路傳播語境下沉默的螺旋理論的適用現狀研究〉《東南傳播》2(126)。
- 石本秀、蔡郎與 (2012)。〈新媒體經營管理〉，北京：中國傳媒大學。
- 李天鐸 (2010)。〈視野狹隘的傳播學門，無法繪策多變的媒介生態——兼論《台灣傳播再解構》〉。《台大新聞論壇》9：167-171。
- 李昭安 (2013)。〈我要APP、不要LKK 銀髮族加入低頭族〉，《聯合報》，A5話題版。
- 李美華等譯 (1998)。《社會科學研究方法》，臺北：時英。
- 邵培仁 林群(2010)。〈近十年西方傳播理論發展的切面圖——以《傳播理論》雜誌為分析樣本〉，《浙江傳媒學院學報》，17(4)：1-10。
- 祝建華，武偉譯。(1987)〈[英]鄧尼斯·麥奎爾.[瑞典]斯文·溫德爾著.大眾傳播模式論.〉上海：上海譯文出版社，93-94。
- 施進忠 (2010)。〈開創創業研究視野——先行者 Christ Steyaert 介紹〉。《創業管理研究》，5 (2)：111-128。
- 徐翔(2014)。〈中國文化國際社交媒體傳播研究——基於 YouTube 熱門視頻的分析〉，《重慶郵電大學學報(社會科學版)》26(3)。
- 唐維敏譯 (1996)，《大眾傳播研究方法——質化取向》，Klaus B.Jensen、Nicholas W.Jankowski 著，五南出版。
- 高淑清 (2001)。〈在美華人留學生太太的生活世界：詮釋與反思。《本土心理學研究》〉，225-285。
- 原源 (2011)。〈變換的螺旋：社會輿論形成的複雜性與多樣性〉。《山西施大學報(社會科學版)》38(2)。

- 常昌富，李依倩(2000)。〈德伊麗莎白·諾埃爾·諾爾紐曼.大眾觀念理論：沉默螺旋的概念..大眾傳播學：影響研究範式〉。北京：中國社會科學出版社 2000：140。
- 陳宏波（2012）。〈打破沉默：「沉默的螺旋理論」再思考〉。人民網傳媒手機頻道看新聞 2012年11月12日
- 陳雪雲（2004）。〈媒介與我：閱聽人研究回顧與展望〉，翁秀琪（編），《台灣傳播學的想像（上）》，頁305-345。台北：巨流。
- 郭良文、林素甘（2001）。〈質化與量化研究方法之比較分析〉。《資訊傳播與圖書館學》，7(4)。
- 翁秀琪（2006）。〈大眾傳播與實證〉，台北：三民書局。
- 翁秀琪 李嘉維 施伯燁（2011）。〈合作式意義建構：從一個個案分析發現理論〉，《新聞學研究》，106：1-48。
- 翁秀琪 李嘉維 施伯燁、孫式文、方念萱（2009）。〈從使用者出發的網路資源準社會互動研究：理論建構與使用者經驗研究〉，《新聞學研究》，101：1-44。
- 黃京華、常寧（2014）。〈新媒體環境下沉默螺旋理論的複雜表現〉。《現代傳播》6(215)。
- 黃國蓉（2013）。〈YouTube高成長 打開「多螢幕」時代〉。《經濟日報》，臺北報導，2013/12/04。
- 張修哲（2013）。〈新興媒體的挑戰與回應〉。《傳播研究與實踐》3(1)：63-90。
- 張寶芳(2013)。〈新媒介景觀〉。《傳播研究與實踐》3(1)：63-90。
- 張錦梅(2009)。〈影響使用者利用 YouTube 分享影片因素之研究〉。交通大學資訊管理研究所碩士論文。
- 童莉（2010）。〈新媒介環境下的草根媒介對大眾傳播經典理論的衝擊〉，《廣西師範學院學報(哲學社會科學版)》。31(1)：114-117。
- 彭蘭（2012）。〈網路傳播概論〉。北京：中國人民大學出版社。
- 詹文男（1996）。〈產業研究方法導論〉。臺北：財團法人資訊工業策進會。
- 賈楠（2010）。〈網路環境下傳播理論的變化〉，《傳媒觀察，新聞愛好者》。
- 楊又肇（2013）。〈YouTube年成長6成 晚間黃金時段贏過電視〉。《聯合新聞網》，2013/12/03。
- 臧國仁 蔡琰（2013）。〈大眾傳播研究之敘事取向—另一後設理論思路之提議〉。《中華傳播學刊》，23：159-193。
- 劉新業(2014)。〈新媒體環境下“沉默的螺旋”理論的傳播特徵嬗變〉。《瀋陽大學學報(社會科學版)》16(4)。

- 蔡惠如(2013)。〈首度 YouTube收視打敗8點檔〉。2013/12/04。
- 鐘芳娜(2014)。〈多媒體技術在傳播學的發展困境與理論創新--以「沉默的螺旋」在新媒體語境下的發展為例〉。14。
- 謝新洲(2003)。〈「沉默的螺旋」假說在網路環境下的實証研究〉《現代傳播》，6：17-22。
- 蕭宏祺(2012)。〈YouTube 的崛起：一個新的公民參與平臺？〉。《新聞學研究》113：239-252。
- 蕭瑞麟(2006)。《不用數字的研究—鍛鍊深度思考力的質性研究》。出版社：培生出版社。

網路資料：

- 王希富(2013)。〈淺議新媒體力量能否在今年立法會選舉中異軍突起〉。華澳日報，百家臺。2013年12月15日引自：<http://www.waou.com.mo/detail.asp?id=69503>
- 維基百科(2016)。〈YouTube關鍵字搜尋〉。2016/3/29。
- YouTube(2013)。〈公公偏頭痛〉。網路搞笑團體「這群人」改編成全民偏頭痛搭配其中的演員(Parody)feat蔡阿嘎&睿兒&洋葱&喬喬(阿喜/葉式特工/鯨魚哥)成為搞笑YouTube的影片，2013/12/30，點閱率：676,632。
- 維基百科(2016)。〈沉默的螺旋理論關鍵字搜尋〉。2016/3/29。
- 智庫百科(2016)。 <http://wiki.mbalib.com/wiki/%E6%B2%89%E9%BB%98%E7%9A%84%E8%9E%BA%E6%97%8B%E7%90%86%E8%AE%BA>

英文文獻

- Abercrombie, N., & Longhurst, B. (1998). *Audiences : A sociological theory of performance and imagination*. Thousand Oaks, CA : Sage.
- Alasuutari, P. (Ed.). (1999). *Rethinking the media audience*. London, UK : Sage.
- Antony, M. G., & Thomas, R. (2010). *This is citizen journalism at its finest' : YouTube and the public sphere in the Oscar grant shooting incident*. *New Media & Society*,12(8), 1280-1296.

- Andrew F. Hayes. (2007) *Exploring the Forms of Self-Censorship : On the Spiral of Silence and the Use of Opinion Expression Avoidance Strategies[J]*. Journal of Communication,2007,57(4) : 785–802.
- Angela Washech, (2014), Pew : *Social Media Fosters a ‘Spiral of Silence’ on Controversial Issues*
- Bird, S. E. (2003). *The audience in everyday life*. London, UK : Routledge.
- Chaffee, S. H., & Metzger, M. J. (2001). *The end of mass communication?* Mass Communication & Society, 4, 365-379.
- Clifford, N., & Sundar, S. S. (1994). *Is human-computer interaction social or parasocial*.
- Hampton, K.N., Rainie, L., Lu, W., Dwyer, M., Shin, I., & Purcell, K. (2014). *“Social Media and the ‘Spiral of Silence.”* Pew Research Center, Washington, DC. Available at [http : //www.pewinternet.org/2014/08/26/social-media-and-the-spiral-of-silence](http://www.pewinternet.org/2014/08/26/social-media-and-the-spiral-of-silence)
- Hess, A. (2009). *Resistance up in smoke : Analyzing the limitations of deliberation on YouTube*. Critical Studies in Media Communication, 26(5), 411-434.
- Lange, P. G. (2007a, March 31). *Commenting on comments : Investigating responses to antagonism on YouTube*. Paper presented at the Society for Applied Anthropology Conference, Tampa, FL. Article retrieved from [http : //web3.cas.usf.edu/main/depts/ANT/cma/Lange-SfAA-Paper-2007.pdf](http://web3.cas.usf.edu/main/depts/ANT/cma/Lange-SfAA-Paper-2007.pdf)
- Lange, P. G. (2007b). *Publicly private and privately public : Social networking on YouTube*. Journal of Computer-Mediated Communication, 13(1), 361-380. Retrieved April 30, 2012, from [http : //jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/lange.html](http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/lange.html)
- Miller, W., & Crabtree, B. (1999) .*Depth interviewing*. In W. Miller & B. Crabtree (Eds.) *Doing qualitative research*. Newbury Park, CA : Sage Publications.
- Neuman, W. R. (1991). *The future of the mass audience*. Cambridge, UK : Cambridge University.

- Park S—Y · (2011) *Selective posting : Willingne Xlto post n message online* · Journal of Computer—Mediated Communication 2011(16) · PP · 201—227 ·
- Peters, J. D. (1986). *Institutional sources of intellectual poverty in communication research*. Communication Research, 13, 527-559.
- Schultz, A., & Luckmann, T. (1980). *The structures of the life-world (vol.II)*. Evanston, IL : Northwestern University Press.
- Steve Tobak
ValleyBeat (2014) *Social Media, Groupthink and the Spiral of Silence*
By Published August 28,
Spiral of silence. (2013). In Wikipedia, The Free Encyclopedia. Retrieved 03 : 00, June 17, 2006, from [http : //en.wikipedia.org/w/index.php?title=Spiral_of_silence&oldid=55332492](http://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Spiral_of_silence&oldid=55332492)
- Susan E. Morgan, (2009), *The Intersection of Conversation, Cognitions, and Campaigns : The Social Representation of Organ Donation*, Communication Theory, 19 (1) : 29-48.
- Sufyan Mohammed-Baksh, (2014), *How Internet Communications are affecting (and being affected by) the Spiral of Silence : Possible Implications for Grassroots Campaigns – A Pilot Study*, Public Relations Journal Vol. 8, No. 1, © 2014 Public Relations Society of America
- Theodore ·Lewis ·Glasser ·Charles ·T ·Salmon. (1995)*Public opinion and communication of consent*. NY : The Guilford Press,1995 : 265-266.
- Tian, Y. (2010). *Organ donation on Web 2.0 : Content and audience analysis of organdonation videos on YouTube*. *Health Communication*, 25, 238-246.
- William J. White, (2001) *A Communication Model of Conceptual Innovation in Science*, Communication Theory, 11 (3) : 290-314.
- Wimmer, R. D., & Dominick, J.R. (2006) *Mass Media Research : An Introduction (8th ed.)* . Australia, Thomson : Wadsworth Publishing Company.
- Xudong Liu1 and Shahira Fahmy,(2011), *Journal of Media and Communication Studies Vol. 3(2)*, pp. 45-57, February 2011
Available online [http : //www.academicjournals.org/jmcs](http://www.academicjournals.org/jmcs)

深度訪談題目：

附件一：深度訪談 YouTube 大學生使用者題目

(一)、你曾經因為看了 YouTube 影音等內容，而有所回應嗎?為甚麼?

(二)、你會不會擔心你的想法跟大家不一樣或是擔心別人知道你是誰，你跟別人不同?因而不敢發表意見?

(三)、你覺得新媒體像社群媒體當中的 YouTube，如果你看到一些訊息，讓你引起共鳴或激怒你甚至你想發表意見的時候，會不會毫無顧忌的回應?或是你會擔心你的意見會跟別人不同，而不表示意見?為甚麼?

附件二：深度訪談國內外傳播學者題目

(一)、有關新媒體興起，其中最為大眾喜愛的 YouTube 網站，深受全世界閱聽人的喜愛，而就一位傳播學者，您也研究及教授傳播理論，您對於現今「沉默的螺旋理論」如果要應用於 YouTube 閱聽人中，是否需要補充或創新呢?

(二)、您覺得「沉默的螺旋理論」已不是很適用於現今新媒體如 YouTube 當中，那您覺得要如何調整或補充?或是有一些建議呢?

The Rise of YouTube and the Applicability of the Spiral of Silence Theory

Abstract

The Spiral of Silence Theory was once regarded as the principle by which public opinion is shaped by mass media. YouTube is a new media platform that is widely popular. Presently, the premises of their foundation or applicability and fundamental components have changed, because the “fear of isolation” on the audience’s part has been remarkably weakened. At the same time, particular demands of interest have strengthened the individual’s consciousness regarding the expression of opinions. Accordingly, this study interviewed college/university students and mass communication scholars from Taiwan and abroad who are frequent users of YouTube, and employs secondary analysis of qualitative data and in-depth interviews for further investigation.

This study finds that the Spiral of Silence Theory has not disappeared, but rather is always present. However, since the fear of being isolated from society has been weakened, various forms of spirals have developed, such as upward spiral, downward spiral and double spiral. It is a phenomenon of social psychology that different issues produce different spirals, with complicated reasons, results, and phenomena, as well as multiple variables.

Keywords : YouTube, The Spiral of Silence Theory, New Media, Social Media