



社交媒体对马来西亚青年首投族的影响： 从信息获取到投票意愿的探索性分析

王源

WANG YUAN

拉曼大学创意产业学院

DEPARTMENT OF MASS COMMUNICATION

FACULTY OF CREATIVE INDUSTRIES

UNIVERSITI TUNKU ABDUL RAHMAN

JUNE 2024

拉曼大学

创意产业学院中文媒体新闻系

社交媒体对马来西亚青年首投族的影响： 从信息获取到投票意愿的探索性分析

科目编号: UJSZ3006

学生姓名: 王源 WANG YUAN

指导老师: 陈珏君 DR TAN JUE JUN

学位名称: 中文媒体新闻学学士(荣誉)学位

呈交日期: 2024 年 9 月 25 日

本论文为获取文学士荣誉学位 (中文媒体新闻) 的部分条件

宣誓

谨此宣誓：此论文由本人独立完成，凡论文中引用资料或参考他人著作，无论是否是书面文字、电子资讯或口述材料，皆已于注释中具体注明出处，并详细列出有关参考书目。



姓名：王源 WANG YUAN

学号：21UJB07126

日期：2024年9月1日

Abstract

In December 2021, Malaysia lowered the voting age from 21 to 18. The newly eligible young voters, born in the digital era, have been identified as the most active and frequent users of social media. They are also touted as a crucial demographic in elections, prompting political parties and candidates to actively seek their support. On this ground, the study applied Media System Dependency Theory (MSDT) as its analytical framework and used the 2022 15th General Election (GE15) and the 2023 state elections as case studies. The study explored which social media platforms and types of political information are preferred by these young voters, who predominantly rely on social media for political insights, as well as examined how social media influences their voting intentions. Via online survey questionnaire, the study surveyed 224 Malaysian young first-time voters aged between 18 and 24 from various ethnic backgrounds from April 21 to May 20, 2024. The results reveal that Facebook is the most favoured social media platform for accessing political information among these young voters. They are particularly interested in political content presented in the form of short videos, and favoured posts, tweets, and videos disseminated from social media pages managed by news media. Furthermore, these young first-time voters demonstrated strong participation in voting and exhibit a high level of voting intention in elections. The study also highlights the role of social media in helping young voters obtain and understand both domestic and international political issues, as well as in shaping their decisions on which party or candidate to support.

Keywords: Social Media, Youth First-Time Voters, Voting Intention, GE15, 2023

States Elections, Media System Dependency Theory

摘要

马来西亚在 2021 年 12 月起将选民的投票年龄从 21 岁下调至 18 岁，这群新增的青年首投族出生于网络时代，是社交媒体上最活跃、使用频率最高的用户群之一。他们也被视为选举中的关键群体，令各政党和候选人纷纷争取他们的支持。因此，本项研究以 2022 年的第 15 届全国大选和 2023 年 6 州选举为案例，运用媒介系统依赖理论作为分析框架，探讨这些依赖社交媒体为主要政治信息汲取平台的青年首投族偏爱的社交媒体平台和最感兴趣的政治信息类型，以及社交媒体如何影响他们的投票意愿。本项研究于 2024 年 4 月 21 日至 5 月 20 日通过在线问卷调查访问了 224 名 18 岁至 24 岁的各族青年首投族。研究结果显示，脸书是本研究青年首投族热衷于获取政治信息的社交媒体平台。他们对短视频呈现的政治信息以及新闻媒体专页的帖子、推文和视频最感兴趣。除此之外，这群青年首投族在过去的两次选举中都积极参与投票，有着强烈的投票意愿。本研究也揭示了社交媒体在帮助青年首投族获取及了解国内或国际政治事务，以及选择把票投给哪个政党或候选人方面发挥作用。

关键词：社交媒体、青年首投族、投票意愿、第 15 届全国大选、2023 年 6 州选举、媒介系统依赖理论

致谢

三年时光如白驹过隙，即将按下暂停键。行文至此，却思绪良多，感慨万千，目光之所及，皆是回忆。

依然记得 2021 年 12 月，与家人含泪告别的场景。那天的乌云释放一场情绪雨，我独自踏上飞往吉隆坡的班机，纵使心中万般不舍，也仍未选择回头。就这样跌跌撞撞走到了本科生涯的尾声。是结束，亦是新的开始，翻过这一页，奔向诗和远方。回顾三年的求学之路，些许遗憾，些许不舍，些许憧憬，更多的却是感恩，感恩在求学生涯中出现的你们，才拼凑出我对这段旅程的不舍。

桃李不言，下自成蹊。感谢我的论文导师陈珏君博士，从选题、制作问卷再到最终成文，感谢您陪我字斟句酌，竭尽所能的指导。选择研究马来西亚的政治课题对我来说已是挑战，但导师的段段文字、条条语音和数次咨询，都承载着您在学术研究中对我的辛勤栽培和言传身教。或许我不是一匹千里马，但导师一定是我求学之路的伯乐。其次，感谢我的学术顾问苏德洲博士，无论是在传道授业、生活琐事还是学术规划，您都及时伸手相助，分享见解。相识一场，感谢您一路以来的关爱与包容，以及在我追梦途中不断给予的鼓励和支持。

愿岁并谢，与长友兮。感谢陪伴我三年的“作业搭子”冯净雯。我们一起跨越山和大海，收获过高分的喜悦和低分的失落，也感谢你时常帮我克服紧张和焦虑，与我一同走到毕业。包括我的同门爱嘉、大飞、Louis、菁菁和泳棋，还有我的挚友小田、老米、书宁、思朦和金睿，感谢你们在我求学之路中每次面对困难时的雪中送炭，每个雨天帮我撑伞的瞬间。有朋自远方来，又赴远方。有幸见证彼此间的成长，也祝福你们在各自领域的道路上熠熠生辉。

芸芸众生，承蒙关照。感谢我在马来西亚的家人。我的老板——德凯环球有限公司董事长邱国平博士、老板娘——赖秀琼女士，还有我的姐姐尹奕。从一个懵懂青年，逐渐褪去稚嫩，再到不畏枷锁，漫漫长路感谢你们陪我走过。遥遥路途中，感谢你们赠予的鲜花与理想；感谢你们在三年里给予的美好与精彩；也感谢你们一直以来用炙热、真诚、鼓舞、温暖与爱照亮我前行的路。你们始终如同一盏明灯，引领着我在成长道路上勇敢迈进，迎接无限可能。

春晖寸草，难以回报。最值得感谢的是世界上最爱我的人——我的父母、外公外婆。从小到大，感恩你们默默支持我的每一个选择；感恩你们仍对我抱有期许，对我的牵肠挂肚，努力让我站在你们的肩膀上看世界。我的家人没有散文诗，双手已布满岁月的痕迹。平凡无奇的他们不是超人，却为我变成了万能，把世间一切美好都留给了我。在这三年里，你们的爱跨过马六甲海峡，越过阑珊，穿越围墙，直击我心。这一次，我真的很想对你们说，我做到了。

品过三载光阴，终于明白，使唐僧成为唐僧的从不是那本经书，而是取经的那条路。21岁我才选择放下，让陌生的环境重塑。如今越过平芜，得见重山，温润如玉，卑以自牧，感谢自己一路以来的坚定，虽然辛苦，但我依旧会选择滚烫的人生。追风赶月莫停留，望远山而行之，愿无论走的多远，归来仍是少年。

不思量，自难忘，望珍重。

2024年9月

吉隆坡旧巴生路

目录

题目	i
宣誓	ii
Abstract	iii
摘要	v
致谢	vi
第一章 绪论	1
1.1 研究背景	1
1.2 研究动机与目的	2
1.3 研究问题	4
1.4 研究意义和贡献	4
1.5 研究创新点	5
1.6 定义关键词与词组	7
1.6.1 社交媒体	7
1.6.2 青年首投族	8
1.6.3 投票意愿	8
1.6.4 第 15 届全国大选	9
1.6.5 2023 年 6 州选举	9
第二章 文献探讨	10
2.1 社交媒体	10
2.1.1 社交媒体的定义	10

2.1.2 社交媒体的特征	11
2.1.3 社交媒体的类型	13
2.1.4 定义社交媒体	16
2.2 马来西亚社交媒体使用概况	17
2.3 社交媒体与马来西亚全国大选	19
2.4 社交媒体与马来西亚青年的政治参与	22
2.5 媒介系统依赖理论	24
2.5.1 理解依赖	27
2.5.2 定向依赖	28
2.5.3 娱乐依赖	28
第三章 研究方法	30
3.1 收集数据的方法	30
3.2 研究架构	32
3.3 研究样本	33
3.4 问卷设计	34
3.5 预调查	44
3.6 统计方法	46
3.7 伦理考量	47
第四章 研究结果	49
4.1 受访者基本信息	49
4.2 受访者政治信息获取概况	56
4.3 使用社交媒体获取政治信息的目的	65

4.4 投票意愿	68
第五章 讨论与分析	79
5.1 马来西亚青年首投族在第 15 届全国大选和 2023 年 6 州选举中热衷于获取政治信息的社交媒体平台	79
5.2 马来西亚青年首投族在第 15 届全国大选和 2023 年 6 州选举中最感兴趣的政治信息类型	84
5.3 马来西亚青年首投族的投票意愿	88
5.4 社交媒体与青年首投族的投票意愿	95
5.5 媒介系统依赖理论与青年首投族使用社交媒体获取政治信息的动机 ...	97
第六章 研究结论、限制与建议	101
6.1 研究结论	101
6.2 研究限制与建议	102
6.3 总结	104
参考文献	xiv
中文参考文献	xiv
英文参考文献	xvi
马来文参考文献	xliv
附录	xlv
附录 A: 预调查问卷	xlv
附录 B: 正式调查问卷	lxiii

图表

图 2.5.1: 媒介系统依赖理论宏观层面中, 社会、媒介与受众三者之间的关系	25
图 3.2.1: 研究架构	32
图 4.1.1: 受访者出生年份	50
图 4.1.2: 受访者性别	51
图 4.1.3: 受访者种族	52
图 4.1.4: 受访者的学术背景	53
图 4.1.5: 受访者来自的州属	54
图 4.1.6: 受访者获取政治信息的其他管道	55
图 4.2.1: 受访者在第 15 届全国大选期间热衷于获取政治信息的社交媒体平台	56
图 4.2.2: 受访者在 2023 年 6 州选举期间热衷于获取政治信息的社交媒体平台	58
图 4.2.3: 受访者最感兴趣的政治信息类型	60
图 4.2.4: 受访者最感兴趣的政治信息内容	62
图 4.4.2: 受访者在第 15 届全国大选中的投票意愿	69
图 4.4.3: 受访者在第 15 届全国大选中投票的原因	70
图 4.4.4: 受访者在第 15 届全国大选中不投票的原因	71
图 4.4.5: 受访者在 2023 年 6 州选举中的投票意愿	72
图 4.4.6: 受访者在 2023 年 6 州选举中投票的原因	73
图 4.4.7: 受访者在 2023 年 6 州选举中不投票的原因	74
图 4.4.8: 受访者在未来大选、州选或补选的投票意愿	75
图 4.4.9: 受访者会在未来大选、州选或补选投票的原因	76

图 4.4.10: 受访者不会在未来大选、州选或补选投票的原因	77
图 4.4.11: 受访者不确定在未来大选、州选或补选投票的原因	78
表 2.1.2: 现有文献中对社交媒体特征的总结	13
表 2.1.3: 现有文献中对社交媒体类型的总结	14
表 2.2.1: 马来西亚数字化研究报告中 16 至 64 岁互联网用户最常使用的社交媒体平台(以百分比计算).....	18
表 2.2.2: 马来西亚社交媒体用户每月在安卓手机使用各社交媒体平台所花费的平均时数	19
表 2.5.1: 媒介系统依赖理论微观层面中个人与人际的依赖关系	26
表 3.6.1: 青年首投族使用社交媒体获取政治信息的依赖范畴	46
表 3.6.2: 青年首投族对投票重要性的感知程度	47
表 4.2.1: 受访者在第 15 届全国大选期间热衷于获取政治信息的社交媒体平台 (以种族划分).....	57
表 4.2.2: 受访者在 2023 年 6 州选举期间热衷于获取政治信息的社交媒体平台 (以种族划分).....	59
表 4.2.3: 受访者最感兴趣的政治信息类型(以种族划分).....	61
表 4.2.4: 受访者最感兴趣的政治信息内容(以种族划分).....	63
表 4.3.1: 受访者使用社交媒体获取政治信息的目的及依赖程度(以目的划分) ..	65
表 4.4.1: 受访者对投票重要性的感知程度	68
表 5.1.1: 青年首投族在第 15 届全国大选和 2023 年 6 州选举中热衷于获取政治 信息的社交媒体平台(以种族划分).....	83
表 5.2.1: 青年首投族最感兴趣的政治信息类型(以性别划分).....	85

表 5.2.2: 青年首投族最感兴趣的三大政治信息内容(以种族划分)	88
表 5.3.1: 青年首投族在第 15 届全国大选和 2023 年 6 州选举的投票意愿	90
表 5.3.2: 青年首投族的学术背景与投票意愿	91
表 5.3.3: 青年首投族的投票意愿(以性别划分)	92
表 5.3.4: 青年首投族在第 15 届全国大选、2023 年 6 州选举以及未来选举中投票 的三大原因	92
表 5.3.5: 青年首投族在第 15 届全国大选、2023 年 6 州选举以及未来选举中不投 票的三大原因	94
表 5.4.1: 青年首投族通过社交媒体获取政治信息的依赖事项平均值	97
表 5.5.1: 青年首投族通过社交媒体获取政治信息的三大动机平均值	99
表 5.5.2: 青年首投族通过社交媒体获取政治信息的三大动机平均值(以性别划分)	100

第一章 绪论

1.1 研究背景

马来西亚于 2019 年 7 月 16 日通过联邦宪法第 119(1)条文(修正)案，将投票年龄从 21 岁下调至 18 岁，包括落实自动登记选民制(Kasmani, 2023)。这项 18 岁投票(Undi18)的选举改革修正法案，是由青年及体育部提呈国会，也是历史上首次获得国会上下议院全票通过的宪法修正案(Kasmani, 2023)。该法令于 2021 年 12 月 1 日正式宪报颁布，并从 2021 年 12 月 15 日起生效(Kasmani, 2023)。法令颁布后，约有 623 万名马来西亚公民成为首投族，其中包括 140 万名“Undi18”(18 至 20 岁)青年选民(Ng et al., 2023)。

在 2022 年 11 月 19 日举行的马来西亚第 15 届全国大选(简称 GE15)中，首投族既包括“Undi18”，也包括 21 岁至 24 岁的青年选民(Ng et al., 2023)。《新海峡时报》记者 Solhi 和 Nizam(2022)曾在一则新闻中指出，随着法定投票年龄的降低，新龄首投族将成为影响选举结果的关键因素，从而改变马来西亚的政治格局。另一方面，希望联盟(简称希盟，Pakatan Harapan)政府也认为，“Undi18”的落实有望强化青年在决定国家进程中的作用(Allam et al., 2022)。而降低投票年龄的宪法修正案是基于马来西亚青年长期接触社交媒体，从而产生政治兴趣这一评估而起草的(Allam et al., 2022)。

根据 Kemp(2024)发表的马来西亚数字化(Digital 2024: Malaysia)研究报告显示，截至 2024 年 1 月，马来西亚共有 2868 万名社交媒体用户，占总人口(3449 万)的 83.1%，每天平均花约 2 小时 48 分使用社交媒体。在社交媒体时代下，人们更倾向于利用网络资源而不是传统的新闻来源(Kirschner & De Bruyckere,

2017)。传统的政治信息来源如新闻、广播和电视正在逐渐失去主导地位(Tan & Firdaus, 2023)。基于青年时常接触数字媒体，他们也被归类为在日常生活中使用互联网及社交媒体的高频群体，在获取政治信息时也均使用社交媒体(Chinnasamy & Azmi, 2018; Ng et al., 2023)。

现如今，随着青年更偏向使用社交媒体获取政治资讯，众多研究人员将焦点放在社交媒体如何激励青年参与政治活动。这是因为研究人员认为，人们通常在青年时期形成政治态度、政治意识、政治行为以及确立政治身份，并延续至生命后期(Niemi & Hanmer, 2010; Tan, 2022b)。而 Tufail 等人(2015)则表明，社交媒体在政治效能的调整、发展以及青年的投票意愿方面具有影响力。Allam 等人(2022)也认为，社交媒体在影响马来西亚政治和青年选民的投票决策方面发挥至关重要的作用，特别是塑造青年选民的政治观和投票行为(Munir, 2018)。

1.2 研究动机与目的

早在 2008 年马来西亚第 12 届全国大选(简称 GE12)期间，各个政党，尤其是在野党的政治宣传机制便开始利用社交媒体向马来西亚公民提供政治信息，推动选民在线上探讨和审议政治议题，成为促进民主进程发展的重要工具(Tan, 2022b)。而政治信息也被视为是政治参与进程中“宝贵的商品”，因为它是促进民主体制健康发展的重要组成元素(Tan & Firdaus, 2023)。来到 2013 年的第 13 届全国大选(简称 GE13)，社交媒体的政治宣传角色越发显著，有人甚至直接将第 13 届全国大选鼓吹为马来西亚首届“社交媒体选举”(Social Media Election)，这主要是由于继第 12 届全国大选之后，执政党和在野党相继承认互联网和社交媒体在重塑马来西亚政治格局方面的重要性(Tan, 2022b)。在第 14 届全国大选

(简称 GE14) 期间，社交媒体也被广泛用作于候选人、政党竞选机关以及选民之间的沟通工具，最明显的目标群体是首投族(Tan, 2022b)。

自 2021 年 12 月起马来西亚选民的投票年龄从 21 岁下调至 18 岁后，在 2022 年举行的第 15 届全国大选中，18 岁至 21 岁的青年首投族共计 140 万人，而全国登记的选民人数则从 1580 万人增加至 2110 万人(Kasmani, 2023)。根据马来西亚选举委员会(2023)公布的数据显示，在 2023 年 6 州选举中，仅仅雪兰莪就有 27 万 4194 名是 18 岁至 20 岁的青年选民，而 6 州(雪兰莪、吉兰丹、登嘉楼、森美兰、吉打及槟城)18 至 20 岁的青年选民人数则达 66 万 1905 人。Jason 和 Rosihin(2022)的研究指出，随着最低投票年龄的降低，青年首投族将成为马来西亚未来选举中的“造王者”。此外，基于青年首投族作为社交媒体最活跃的用户，使用社交媒体已成为他们日常生活的一部分(Tan & Firdaus, 2023)。尽管网络平台广泛传播虚假讯息，但各政党领袖依然将社交媒体视作为宣传政治活动及资讯的首选管道(Sara, 2018)。既然青年首投族被指积极活跃于社交媒体平台，也被视为未来选举中的“造王者”，那他们究竟热衷于通过什么社交媒体平台获取政治信息呢？还有，他们又热衷于接触什么类型的政治信息呢？这是本项研究想要找出的答案。

社交媒体作为渗透性和使用率极高的媒介，在影响国家民主进程和青年首投族投票意愿发挥作用(Tan & Firdaus, 2023)。然而，Kasmani (2023)的研究却表明，马来西亚青年首投族的投票率正在逐渐下降。就以第 13 届全国大选与第 14 届全国大选相比，首投族的投票率从 83% 下降至 79% (Welsh, 2018)。到了第 15 届全国大选，尽管首投族的人数增加，但 18 岁至 30 岁的选民投票率却只有 75.6% (Nina, 2023)。而新一代的青年首投族明出生为网络世代，各政党领袖也积极使

用社交媒体进行政治宣传，且其人数也在增加，但投票率为何却持续下降？问题来了：社交媒体是否影响青年首投族的投票意愿呢？这是值得探究的问题，也是本项研究的第二个研究动机。

1.3 研究问题

综上所述，本项研究以马来西亚第 15 届全国大选及 2023 年 6 州选举作为案例研究，首先探讨以上两次选举期间，马来西亚的青年首投族热衷于获取政治信息的社交媒体平台以及政治信息的类型。此外，本研究也探讨社交媒体是否影响首投族的投票意愿。具体研究问题如下：

- (一) 马来西亚青年首投族在第 15 届全国大选和 2023 年 6 州选举期间热衷于通过什么社交媒体平台获取政治信息？
- (二) 马来西亚青年首投族在第 15 届全国大选和 2023 年 6 州选举期间对什么类型的政治信息最感兴趣？
- (三) 社交媒体如何影响马来西亚青年首投族的投票意愿？

1.4 研究意义和贡献

近五年来，多数研究人员只专注于探讨社交媒体在马来西亚青年政治参与的作用，以及青年如何利用社交媒体理解政治信息。相关文献包括 Salman 等人(2018)发表的《社交媒体上的政治参与是马来西亚选民政治支持的先决条件》、Abdullah 等人(2021)发表的《马来西亚社交媒体、青年与政治参与：文献综述》，以及 Halim 等人(2021)发表的《马来西亚青年的线上政治参与与社交媒体使用、信息质量感知、政治兴趣和政治知识的关联：结构方程模式分析》。然而，站在青年首投族

的立场针对他们热衷于使用的社交媒体平台，以及感兴趣的政治信息类型进行的研究却不多。为此，本项研究通过对青年首投族热衷于获取政治信息的社交媒体平台进行探讨，可以提供马来西亚这群新选民的社交媒体使用概况。

另一方面，由于青年在媒体丰富的环境中长大，比起文本性质的资讯，他们更偏向于视觉性和动觉性(Oblinger & Oblinger, 2005)。因此，探讨青年首投族热衷于获取政治信息的社交媒体平台，以及对什么类型的政治信息最感兴趣，可以帮助信息专业人士、政治战略家及智囊团、各政府机关、政党及相关政治宣传部门更针对性地传递政治信息，并在传播政治资讯时，选择青年首投族最感兴趣的信息类型进行发布。特别是在近年马来西亚政治动荡的大环境下，无论在未来的全国大选或州选举或补选中，执政党或在野党若想获得青年群体的选票，均可投其所好通过他们最热衷于使用的社交媒体平台传递相关政治信息，以期影响他们的投票意愿。

1.5 研究创新点

本项研究有四个创新点。首先，有别于过往的研究，本项研究锁定的研究对象为 18 岁至 24 岁的青年首投族。这是因为马来西亚国会下议院在 2019 年通过宪法(修正)案，将法定投票年龄从 21 岁下调至 18 岁，后于 2021 年 12 月落实。在相关法令落实之前，近三年的学术论文都是聚焦 21 岁的首投族或是 21 岁至 24 岁的青年作为研究对象。例如，Tan (2022b)发表的《马来西亚青年的社交媒体政治信息使用和投票行为》，以及 Mohd Hed 和 Grasso(2019)发表的《马来西亚不同年龄层的政治参与之间的差异》等，都是以 21 岁或以上的选民为研究对象。由于新法令在近 3 年才落实，聚焦在 18 岁首投族的学术论文相对较少。有鉴于

此，本项研究将以新法令落实后的 18 岁至 24 岁的青年首投族作为研究对象。

其次，根据研究问题，本项研究也旨在探讨马来西亚的青年首投族在第 15 届全国大选和 2023 年 6 州选举中，热衷于通过什么社交媒体平台获取政治信息，以及对什么类型的政治信息最感兴趣。由于不同类型的社交媒体平台因性质不同，所发布的政治信息类型也不同，比如 TikTok 是以短视频形式为传播方式，而 Instagram 是以图片为传播方式(Alexandra, 2022)。而有关于探讨青年首投族热衷于使用的社交媒体平台，以及他们热衷于观看什么类型的政治信息的学术论文数量较少。大部分的学者也是专注于单一平台，例如 Razali 和 Abdul Hani(2022)发表的《“若宣战，我们随时迎战”：Undi18、TikTok 选举和暴力正规化》，以及 Ling(2023)发表的《探讨马来首投族的政治参与及 TikTok 在马来西亚的作用》等，均是专注在单一的 TikTok 平台。而本项研究则是依据近期发布的两份研究报告，即聚焦 16 至 64 岁互联网用户最常使用的社交媒体平台的 2024 马来西亚数字化研究报告，以及社交媒体用户每月在安卓手机使用社交媒体所花费的平均小时报告，对多元平台进行探究。锁定的平台包括 WhatsApp、脸书(Facebook)、Instagram、TikTok、Telegram、Messenger、X(推特为前身)以及优管(YouTube)。

再来，本项研究以 2022 年第 15 届全国大选和 2023 年 6 州选举作为研究案例。在已发表的学术论文中，研究人员并未向首投族询问是否在第 15 届全国大选及 2023 年 6 州选举中投票。而本项研究的问卷调查设计中，会向青年首投族进行询问，是否有在第 15 届大选和 2023 年 6 州选举中投票。倘若未投票，那么他们是否会在未来的第 16 届全国大选(简称 GE16)、未来的州选举或补选中进行投票。

最后，过往研究多数以单一族群的首投族作为研究对象，如华裔或巫裔的首

投族，相关文献包括 Chang 和 Tham(2016)发表的《华裔选民的媒体使用模式：为马来西亚第 14 届全国大选(GE14)做准备》，以及 Kasmani(2023)发表的《Ung 18：通过社交媒体了解马来首投族选民的政治参与》等，均是专注在单一族群。而本项研究将聚焦马来西亚三大族群，即巫裔、华裔和印裔的青年首投族进行探讨，以作为本项研究的第四个研究创新点。

1.6 定义关键词与词组

本项研究的关键词包括社交媒体、青年首投族、投票意愿、第 15 届全国大选以及 2023 年 6 州选举。具体定义如下：

1.6.1 社交媒体

社交媒体(Social Media)是由 Web 2.0 技术而产生，并具有参与性、开放性、对话性的特征，从而能够使用户之间及时沟通的各类互动型应用程序的整合(Kaplan & Haenlein, 2010)。这些应用程序是建立、扩大和巩固人际关系的网络社会组织，以方便各用户之间产生联系。用户通过网络在社交媒体提供个人电子通讯信息，如照片和视频的平台，即社群网站和通讯或语音用途的应用程序。如脸书、优管、Instagram、X，而通讯或语音用途的应用程序则包括 WhatsApp、Messenger、Telegram 等。这些应用程序允许互联网用户(包括个人及组织)在应用程序的平台中进行互动，并在平台自主创建、交换及传播所生成的内容，使用户彼此分享意见、表达观点、提供见解。

本项研究所指的社交媒体不仅具备上述特质，且还是依据 2024 年 2 月出版的马来西亚数字化研究报告，以及社交媒体用户每月在安卓手机使用社交媒体所

花费的平均小时数报告里，马来西亚人最常用于获取资讯、互动及发表个人言论以及使用频率高的社交媒体平台。这些平台包括 WhatsApp、脸书、Instagram、TikTok、Messenger、Telegram、X(推特为前身)以及优管。

1.6.2 青年首投族

首投族(First-Time Voter)是指首次获得一个国家或地区领导人选举权的选民，以行使人生初次投票的权利(廖信中, 2015)。由于马来西亚国会在 2019 年 7 月 16 日通过 2019 宪法(修正)案，新增条文规定将投票年龄从 21 岁下调至 18 岁，该政策也包括落实自动登记选民制，法令于 2021 年 12 月 1 日正式宪报颁布，并从 2021 年 12 月 15 日起生效(Kasmani, 2023)。因此，本研究的青年首投族指的是在第 15 届全国大选及 6 州选举中刚满 18 岁，拥有首次投票资格的马来西亚公民。另外，马来西亚联邦宪法规定最少每 5 年必须举行全国大选，以改选国会。有鉴于此，除了 18 岁选民，本项研究的青年首投族年龄上限为 24 岁(1998 年后出生)，因为 24 岁及以下年龄的选民在过去的第 14 届大选中并未达到投票的 21 岁法定年龄。

1.6.3 投票意愿

投票意愿(Voting Intention)是指个人或群体在一个国家或地区的选举中，经过深思熟虑后，按照自己的偏好进行投票，以最大限度实现心中的最佳选择(Lee et al., 2016)。因此，本项研究的投票意愿指的是在第 15 届全国大选和 2023 年 6 州选举中，青年首投族是否有进行投票；以及在未来的第 16 届全国大选或其他州选举或补选中是否会进行投票。

1.6.4 第 15 届全国大选

马来西亚于 2022 年 11 月 19 日举行了第 15 届全国大选。现任首相安华之前的第 9 任首相依斯迈沙比里，于 2022 年 10 月 10 日宣布，经时任国家元首阿都拉的御准解散国会，并进行第 15 届全国大选。在第 15 届全国大选中，国会下议院共计 222 个竞选席位。

1.6.5 2023 年 6 州选举

与第 13 届全国大选和第 14 届全国大选不同，在第 15 届全国大选中，并非所有的州议会都跟随国会同步解散。例如，因受政治危机的影响，沙巴、马六甲和柔佛已在第 15 届大选前举行过州议会选举，而跟随国会解散的州议会包括霹雳、玻璃市以及彭亨。没有同步解散的州议会包括雪兰莪、吉兰丹、登嘉楼、森美兰、吉打与槟城 6 州。

由于雪兰莪、吉兰丹、登嘉楼、森美兰、吉打与槟城 6 州并未在第 15 届全国大选时随国会一同解散，进行州选举，但根据联邦宪法(Federal Constitution)第 71 条文规定，由各州统治者或州元首通过选举产生的州议员，以及所组成的州立法议会，最长任期为 5 年。有鉴于此，以上 6 州政府相继在 2023 年 6 月 26 日至 8 月 2 日解散第 14 届州议会，并在 2023 年 8 月 12 日同步进行州议会选举。

第二章 文献探讨

本章节共分为五个小节，以对现有文献进行探讨，其中包括(一)对社交媒体的定义、特征及类型；(二)马来西亚社交媒体使用概况；(三)社交媒体与马来西亚全国大选；(四)社交媒体与马来西亚青年政治参与；以及(五)媒介系统依赖理论。

2.1 社交媒体

为了更详细地解释何谓社交媒体，故将此部分内容分为社交媒体的定义、社交媒体的特征以及社交媒体的类型三部分进行阐述。具体讨论如下：

2.1.1 社交媒体的定义

学者们对社交媒体(Social Media)定义广泛, Boyd 和 Elison (2007)将社交媒体定义为一种网络服务，其服务的特征包括允许个人(一)在有限的系统上建立公开或半公开的个人主页；(二)列出与他们共享连接的其他用户列表；以及(三)查访其连接列表和系统中的其他用户建立的连接。而 Kaplan 和 Haenlein(2010)则将社交媒体定义为互联网上所有应用程序的整合，而这些应用程序均是建立在 Web 2.0 的技术和意识形态之上，并允许互联网用户自动创建和交换所生成的内容。

另一方面，也有学者认为，社交媒体是以互动为核心的新型媒体，从而展现出个人对多人的沟通模式，提高了及时反馈信息的可能性，并允许个人或组织自主创作和传播内容，是建立、扩大和巩固关系的网络社会组织形态 (Manning, 2014; 田丽&胡璇, 2014)。而张圣亮和李海洋(2014)则指出，社交媒体是用于分享

意见、表达观点、提供见解的新兴媒体平台，并以社会关系即自我存在、自我表达以及自我展示的层面上与他人进行互动，以满足人们的心理需求。相较于过往而言，现在新科技的低成本与访问性为人们提供更多的媒体消费选择，人们可通过多元渠道获取资讯，以及在平台发布内容与他人进行对话(Manning, 2014)。

2.1.2 社交媒体的特征

作为社会化媒体发展平台，Web2.0 赋予了用户在创造、交换及传播内容等方面极大的参与空间(陈扬森&陈军, 2017)。社交媒体的特征极具多元化，根据现有文献的研究表明，这些特征包括：参与性、开放性、交流与对话性、社区化、连接性、平民性、匿名性、涌现性、沟通、协同、编辑与结合(MayField, 2008; 王晓光&郭淑娟, 2008; Vuori, 2011)。

首先，社交媒体具有参与性的特征。这是因为社交媒体允许用户对感兴趣的话题进行互动，从而模糊了媒体与受众之间的界限，并鼓励用户在平台上提供反馈，积极参与(MayField, 2008)。

其次，社交媒体具有开放性。社交媒体对用户和互动者持开放态度，使用户获取信息和发表评论几乎没有障碍(MayField, 2008)。友好的网络理念和用户友好内容的共享机制也持续增强了这种特征(MayField, 2008)。

除此之外，社交媒体具备交流与对话性的特征。众所周知，社交媒体与传统媒体存在差异。传统媒体作为一对多的舆论宣传型媒体，倾向于单向沟通，而社交媒体是双向、多对多的交流和对话型媒体(MayField, 2008)。这种对话模式不仅包含媒体与大众的纵向联系，也包括大众内部的横向结构，固然增强了交流与对话性这一特征(MayField, 2008; 王晓光&郭淑娟, 2008)。

社交媒体也具备社区化特征。随着社交媒体内部的网络虚拟社区多样化，用户加入网络虚拟社区后的目的不仅仅是创作和发表，也是为了拓展网络中的人际关系(王晓光&郭淑娟, 2008)。这一特征能够促使个人或组织与志同道合者在平台上进行交流，并根据共同的兴趣及目标快速形成社群(王晓光&郭淑娟, 2008; MayField, 2008)。

基于社交媒体允许用户匿名注册，使得网络用户往往拥有多个注册 ID。在不同的平台中，用户也能使用不同 ID 发表匿名信息、编辑或传播内容，由此产生匿名性这一特征(王晓光&郭淑娟, 2008)。

除此之外，社交媒体通过提供其他网站、资源和人员的链接，为用户之间提供联系，并通过平台互动帮助用户维持人际关系，为用户提供连接性(MayField, 2008)。

而学者王晓光和郭淑娟(2008)在《社会性媒体初论》一文中指出，社交媒体也包括平民性。他们认为，用户在信息传播过程中可以自由地在平台中进行内容创作、编辑和传播，也可以评论其他用户的创作内容，甚至在平台中消费(王晓光&郭淑娟, 2008)。

可由于社交媒体内的控制机制较少，信息流动自由产生的用户越多，内容规模越大，系统就越杂乱无序，而媒体整体上处于有序和无序之间的状态，各种时事热点的产生与发展是一种系统的涌现性，很难进行事前预测和事后控制(王晓光&郭淑娟, 2008)。

根据社交媒体的功能，学者 Vuori(2011)将其特征分成沟通、协同、编辑以及结合。其中，发布和分享内容为沟通一环，而协同为集体内容创作；社交媒体把用户相互连接后，用户在平台中可以自行添加、筛选和描述内容，并在不同情

况中，将社交媒体工具进行混合与匹配 (Vuori, 2011)。

表 2.1.2

现有文献中对社交媒体特征的总结

学者	社交媒体的特征
MayField(2008)	参与性 开放性 交流与对话性 社区化 连接性
王晓光&郭淑娟(2008)	平民性 对话性 匿名性 社交性 涌现性
Vuori(2011)	沟通 协同 编辑 结合

2.1.3 社交媒体的类型

学者们针对社交媒体的类型各持己见，根据现有文献，社交媒体的类型可以按照其功能和目的进行划分，即创作发表型、资源共享型、热点聚合型、协同编辑型、社交服务型以及网络游戏型六大类(王晓光&郭淑娟, 2008)。

此外，根据研究表明，人们使用社交媒体的目的是为了获取娱乐、个人联系或工作联系(Manning, 2014)。当社交媒体向受众传递信息时，受众也能够通过与社交媒体与其他受众互动时，促进其他各类型的社交媒体平台的形成(Manning, 2014; 江義平等人 2018)。因此，按照社交媒体平台进行类型划分，即可分为：社交网站、部落格、微博、论坛、内容社区、网络社区、协同计划、虚拟游戏世

界(游戏和娱乐)、虚拟社交世界、内容生产与分享网站、视频或照片分享、用户评估网站、电子邮件、短讯、留言板、维基、广播、网志及影音网站等(Kaplan&Haelein, 2010; Dowerah Baruah, 2012; Manning, 2014; Mayfield, 2018; 江義平等, 2018; Laor, 2022)。

另一方面，随着应用程序的不断涌现和创新，目前世界上存在数千种社交媒体应用程序。对此，学者 Chisenga 和 Chande-Mallya (2012)，以及 Laor(2022)则通过应用程序的类型，对社交媒体进行划分，其中包括音频共享应用程序、图片或图像共享应用程序、远程协作应用程序、社交书签或标签应用程序、视频共享应用程序以及 IP 语音或即时消息应用程序。

表 2.1.3

现有文献中对社交媒体类型的总结

学者	社交媒体的类型
王晓光&郭淑娟(2008)	创作发表型 资源共享型 热点聚合型 协同编辑型 社交服务型 网络游戏型
Kaplan&Haelein(2010)	部落格 协同计划 内容社区 社交网络 虚拟游戏世界 虚拟社交世界
Dowerah Baruah(2012)	部落格 社交网站 内容生产与分享网站 用户评估网站
Chisenga&Chande-Mallya(2012)	部落格应用程序 音频共享应用程序 图片或图像共享应用程序

	远程协作应用程序 社交书签或标签应用程序 视频共享应用程序 IP 语音或即时消息应用程序
Manning(2014)	部落格 社交网站 电子邮件 短讯 留言板 游戏和娱乐
Mayfield(2018)	部落格 社交网站 维基 广播 论坛 内容社区 微博
Laor(2022)	论坛 部落格 社交网站 视频或照片分享 消息应用程序 社交网站

综上所述，本项研究对社交媒体类型的划分，将锁定学者王晓光和郭淑娟(2008)的研究结果，即创作发表型、资源共享型、热点聚合型、协同编辑型、社交服务型以及网络游戏型，具体解释如下：

- 创作发表型是指允许用户创作和发布内容，且与其他用户进行互动和分享的平台，例如 X；
- 资源共享型是指用户通过上传数字内容(视频、图片、链接等)实现资源共享的传播，并利用标签(Tag)对各类数字资源标引和分类，从而方便其他组织或个人发现，优管就是该类型的典型代表；
- 热点聚合型是指将用户在网络上分享的各种热门话题、新闻和讨论聚集在一起，提供一个集中获取和讨论热点信息的平台，例如脸书、X 等；

- 协同编辑型是指允许多个用户共同编辑和完善内容的平台，例如维基百科(Wikipedia)、百度百科(Baidu Encyclopedia)等，用户可以共同编写、编辑和更新百科全书条目；
- 社交服务型主要是用来维护和拓展个人网络，保持与亲朋好友的日常联络，例如脸书、WhatsApp、Messenger 等应用程序；
- 网络游戏型是指通过在线游戏提供社交互动的平台，如 Second life 和各种网络游戏，玩家可以在游戏中与其他玩家交流、合作或竞争。

2.1.4 定义社交媒体

针对上述文献对社交媒体定义的探讨，并结合研究所需，本项研究所指的社交媒体定义为：

由 Web 2.0 技术而产生的具有参与性、开放性、对话性的特征，从而能够使用户之间及时沟通的各类互动型应用程序的整合。这些应用程序是建立、扩大和巩固人际关系的网络社会组织，以方便各用户之间产生联系。

用户通过网络在社交媒体提供个人电子通讯信息，如照片和视频的平台，即社群网站和通讯或语音用途的应用程序。如脸书、优管、Instagram、X，而通讯或语音用途的应用程序则包括 WhatsApp、Messenger、Telegram 等。

而这些应用程序得到推崇后被广泛使用，且允许互联网用户(包括个人及组织)在应用程序的平台中进行互动，并在平台自主创建、交换及传播所生成的内容，以达到分享意见、表达观点、提供见解的目的；同时也促进社会关系即自我存在、自我表达及自我展示，以满足人们的沟通和心理需求。

2.2 马来西亚社交媒体使用概况

马来西亚与其他国家一样，互联网及社交媒体的普及率和使用频率正在飞速成长(Kemp, 2024)。根据 2024 年马来西亚数字化研究报告显示，截至 2024 年 1 月，马来西亚总人口为 3449 万，而互联网用户共计约 3359 万，普及率高达 97.4%(Kemp, 2024)。这项数据也表明，马来西亚仍有 89.73 万人(2.6%)并未使用互联网，处于离线状态。

在 2023 年 1 月(互联网用户为 3303 万人)至 2024 年 1 月，马来西亚的互联网用户增加了 35.7 万人(+1.1%)(Kemp, 2024)。用户平均每天在所有设备使用互联网的时间约 8 小时 17 分钟；其中，通过手机访问互联网的时间约 4 小时 37 分钟，而使用电脑及平板电脑访问互联网的时间约为 3 小时 40 分钟。除此之外，这项报告也调查了 16 岁至 64 岁的互联网用户使用互联网的主要原因，其中包括查找信息、及时了解新闻事件、与亲朋好友保持联络、研究事情的解决办法、观看视频、电视节目或电影、寻找新的想法或灵感、弥补空余时间和普通浏览等。

除此之外，马来西亚的社交媒体用户在 2024 年持续增长，截至 2024 年 1 月，马来西亚 18 岁及以上的社交媒体用户从 2023 年的 2680 万增长至 2868 万，占全国人口总数(3449 万)的 83.1%，而 85.4% 的互联网用户(无年龄限制)至少使用一个社交媒体平台(Kemp, 2024)。报告也显示，2023 年初至 2024 年初，马来西亚的社交媒体用户增加 480 万人(+20.0%)，用户每天平均花约 2 小时 48 分使用社交媒体。而在社交媒体用户中，男性用户占 55.7%，女性用户则占 44.3%；其中，18 至 24 岁的青年用户占 24.52%，青年女性用户为 12.9%，青年男性则占 11.6% (Kemp, 2024)。根据调查，16 至 64 岁用户使用社交媒体的主要原因包括与亲朋好友保持联络、填补业余时间、阅读新闻报道、浏览网络热点话题、查找

内容(例如文章或视频)、寻找即将开展的事和购物灵感、寻找要购买的产品、观看直播等(Kemp, 2024)。

另一方面，2024年1月出版的马来西亚数字化研究报告，也显示了马来西亚16至64岁互联网用户最常使用的社交媒体平台(以百分比计算)(见表2.2.1)。其中WhatsApp(90.7%)名列前茅，其次为脸书(84.9%)、Instagram(77.0%)、TikTok(68.8%)、Telegram(64.9%)、Messenger(56.5%)和X(45.2%)(Kemp, 2024)。

除此之外，这项研究也引用了数据AI报告(Data AI Intelligence)在2023年7月1日至9月30日为期三个月的一项调查。这项调查主要是针对社交媒体用户每月在安卓手机使用社交媒体所花费的平均时数(见表2.2.2)。调查结果显示使用TikTok的时间最长，约38小时49分；其次为优管，约35小时34分；而使用脸书的时长则约为17小时20分；WhatsApp则长达约16小时04分；Instagram约8小时46分；使用X约3小时09分(Kemp, 2024)。

表2.2.1

马来西亚数字化研究报告中16至64岁互联网用户最常使用的社交媒体平台(以百分比计算)

社交媒体平台	百分比
WhatsApp	90.7%
脸书	84.9%
Instagram	77.0%
TikTok	68.8%
Telegram	64.9%
Messenger	56.5%
X(推特)	45.2%
Pinterest	31.6%
领英	30.5%
微信	27.7%

表 2.2.2

马来西亚社交媒体用户每月在安卓手机使用各社交媒体平台所花费的平均时数

社交媒体平台	平均每月使用时间
TikTok	38 小时 49 分
优管	35 小时 34 分
脸书	17 小时 20 分
WhatsApp	16 小时 04 分
Instagram	8 小时 46 分
X(易名之前称推特)	3 小时 09 分
Telegram	2 小时 33 分
Pinterest	2 小时 06 分
Line	1 小时 34 分
Snapchat	1 小时 19 分
Messenger	1 小时 14 分
领英	25 分

结合两份报告所得, 本项研究将锁定上述提及的社交媒体平台, 即 WhatsApp、脸书、Instagram、TikTok、Telegram、Messenger、X、优管。换言之, 本研究所指的社交媒体不仅具备社群网站和通讯或语音用途的应用程序的特质, 而且还是马来西亚公民最常使用于获取资讯、互动及发表个人言论的社交媒体平台。

2.3 社交媒体与马来西亚全国大选

社交媒体的出现不仅改变了人们参与政治的方式, 也为马来西亚公民提供审议政治议题的平台(Tan, 2018)。同时, 当在野党与执政党持不同政见时, 也赋予了在野党在社交媒体中发表意见的权利, 从某种程度来说, 社交媒体也会影响选举结果(Tan, 2018; Azizuddin & Sani, 2014)。

在 2008 年的第 12 届全国大选中, 社交媒体便成为向选民发布政治信息的管道之一(Willnat et al., 2013)。其中, 部落格在传播政治信息方面发挥作用; 社交网站则被用作选民与亲朋好友讨论政治议题的互动和个性化平台; 同时, 以优管

为主导的视频网站也被充分利用，积极宣传在野党的政治活动，并通过呈现执政联盟成员被指控不当行为的视频剪辑，充当宣传工具抨击政府(Willnat et al., 2013; Sani & Zengeni, 2010)。由于国民阵线(简称国阵，Barisan Nasional)在当时低估了社交媒体的力量，并未采纳网络媒体作为与民众沟通的替代手段，尽管在第12届全国大选中仍能保住执政地位，但选票结果却差强人意(Sani & Zengeni, 2010)。根据选举结果显示，国阵未能夺回吉兰丹，同时也失去雪兰莪、槟城、吉打和霹雳5州的治理权，并在222个国席中失去82个席位，仅获得50.6%的选民支持，而在野联盟则获得49.4% (Sani & Zengeni, 2010)。

2013年举行的第13届全国大选被称之为马来西亚首届“社交媒体选举”(Asohan, 2013)。几乎所有政党的候选人都使用网站、部落格及社交媒体(如脸书、优管或推特)加入“网络战场”(Jaharudin, 2014)。不仅如此，国阵联盟组建大量“网络战士”，企图领导公共网络平台，针对竞争对手做出政治攻击，也对“亲在野党”的信息进行反击(Jaharudin, 2014; Tapsell, 2013; Willnat et al., 2013)。而在野党则通过优管进行直播、举行大规模的宣传集会和竞选活动，并利用网民在优管上公开展示国阵成员党候选人的各种失态行为，作为打击对手的竞选工具之一(Willnat et al., 2013; Jaharudin, 2014)。即使国阵在2013年5月5日赢得大选继续掌权，但在选举中以微弱的多数选票输给在野联盟(49%比51%) (Asohan, 2013)。

2018年的第14届全国大选，马来西亚政治格局首次面临权力转移(Tan, 2022b)。在222个国会议席中，希盟以113席赢得大选，而国阵因仅获得79个议席被迫下台，结束了长达60年的执政生涯。根据Sara(2018)的研究表明，在第14届全国大选中，各政党领袖依然将社交媒体作为宣传竞选活动及政治资讯的首选管道，尤其是脸书和X(Lee, 2017)。脸书在社交媒体的政治宣传活动中发

挥着主导作用，促进各类信息的传播，包括在线主流新闻网站、门户网站、个人博客文章、网民互动的帖子、个人视频等(Sara, 2018)。不仅如此，WhatsApp 在激发选民情绪和民族主义情感方面发挥着动员作用，民族主义情感是影响选民投票行为的因素之一(Welsh, 2018)。由于社交媒体对选民有极大的影响力，政治家和数据分析师将第 14 届全国大选称为“WhatsApp 选举”，与 X 和脸书相比，WhatsApp 被用作更具时效性的通讯工具，可以利用简单的点击和操作分享资讯、竞选视频，并转发给其他用户(Nizah & Bakar, 2019)。

2022 年 11 月 19 日，第 15 届全国大选如期举行。根据选举结果显示，在国会下议院 222 个席位中，希望赢得 82 席，国盟赢得 74 席，国阵赢得 30 席。但由于各政党联盟席位均未过半(最少 112 席)，导致本次选举出现悬峙议会的局面(Sopi & Ambak, 2023)。值得注意的是，本届大选被贴上了“TikTok 选举”的标签(Krishnamoorthy, 2022)。由于 TikTok 在马来西亚青年中备受欢迎，全国共有 1459 万用户，多数为 30 岁以下，且 41% 的用户年龄在 16 至 24 岁之间(Kemp, 2022)。因此，在选举期间，各政党便利用 TikTok 进行竞选造势，接触青年选民，积极在社交媒体上亮相以追赶潮流，从而影响选民的决定(Cheong, 2022)。就以国民联盟(简称国盟，Perikatan Nasional)为例，该联盟充分利用 TikTok 作为他们宣传竞选造势活动的工具，并在该平台占据主导地位(Rodzi, 2022)。其中，国盟旗下的伊斯兰党(简称伊党，Parti Islam Se Malaysia-PAS)通过在 TikTok 上传播其创意的竞选视频，脱颖而出，相继获得马来选民的认可，从而吸引马来选民进行投票(Ling, 2023)。此外，国盟也通过 TikTok 与青年网红进行合作，提高其宣传大选活动的参与度，对首投族市场有着极高的渗透性。

2.4 社交媒体与马来西亚青年的政治参与

政治参与(Political Participation)是民主运动的重要组成部分，一个国家的民主程度取决于公民是否对该国的政治进程积极参与(Kasmani, 2023)。政治参与被视为普通公民与政府代表之间的互动，其目的是为了影响政治结果(Knoll et al., 2020)。然而，政治参与的方式不仅仅只限于投票，这一概念也包括其他政治活动如收集和分享政治信息、与政治人物互动、参与选举活动(投票或竞选工作)、自主行动(抗议、抵制或请愿)、公民活动(慈善和社区服务)等(Muhamad et al., 2021)。

而政治参与的形式涵盖线下政治参与(Offline Political Participation) 和线上政治参与(Online Political Participation)两种类别(Theocharis et al., 2019)。线下政治参与主要涉及现实世界中所发生的政治活动，例如组织筹款支持政党候选人的竞选，或为候选人投票等。线上政治活动则主要在互联网或社交媒体平台中进行，包括通过互联网签署请愿书、在 X 或脸书向政治候选人或政府官员发送信息，以及在候选人网站发表评论等(Halim et al., 2021)。

值得注意的是，随着互联网、社交媒体等数字平台的普及，为“民主协商”增添了一种新的沟通方式，用户通过各大社交媒体讨论政治的同时，也为公民提供了不受限制且平等获取政治信息的途径(Muhamad et al., 2021)。自此，线上政治参与和线下政治参与已紧密结合在一起，公众和政治精英也开始在各大平台上进行互动，逐渐形成一个可持续的“虚拟社群”(Muhamad et al., 2021)。一些线下活动也逐渐地转移至互联网、社交媒体等平台上进行(Theocharis et al., 2019)。而社交媒体的广泛使用，不仅提升了政治机构传播政治信息的透明度，也提升了政治信息传播的频率，久而久之，社交媒体成为了线上政治参与的主要工具。

(Muhamad et al., 2021)。

根据 Muhamad 等人(2021)的研究表明，社交媒体是一种可以将青年和政治进程联系起来的工具。由于青年作为社交媒体的高度使用者，他们比老一辈人更依赖社交媒体获取信息，这一行为从而提升了青年们的政治参与度，因为在社交媒体上分享个人信息已成为常态，人们可以轻松地在平台中讨论政治(Muhamad et al., 2021; Kasmani, 2023)。除此之外，青年们通常有着独特的思维方式、行为标准和价值观，他们也被视为社会发展的推动力。因此，青年们的政治参与是推动一个国家健康和持久民主的基本特征，也是实现理想民主的必要条件(Bakker & Vreese, 2011)。

社交媒体的广泛使用，已开始重新激发青年政治参与的热情，吸引青年们主动参与政治活动(Halim et al., 2021)。于是他们开始主动在各平台中了解政治、表达政治观点及参加各类型的政治活动，以达成政治目的(Li & Chan, 2016; Abdullah et., al, 2021)。例如，优管作为视频共享的媒介，被其用作与下载和上传政治讲座，以及其他政治运动视频的渠道(Bowyer et al., 2015); 而脸书、X，以及 WhatsApp 等即时通讯应用程序，为文字信息传播和政治参与的鼓舞发挥至关重要的作用(Abdullah et., al, 2021)。种种迹象表明，政治活动已经从实体形式转变为数字形式，线上政治活动也逐渐取代线下活动，这主要因为青年们使用互联网可以便于接触全国各地的网民，也可以随时与朋友进行相互交谈，与他们分享有关政治问题的各类信息(Yaakub et al., 2023; Abdullah et., al, 2021)。

与此同时，社交媒体也转变了青年政治参与的互动方式。这些互动从开始的被动参与(如转发或点赞政治信息)逐渐转变为主动参与(如签署请愿书或参与抵制及示威活动等)(Crepaz et al., 2016)。他们开始在网络中组成不同的政治团体，

并通过部落格撰写和发布当下存在的政治议题，并在社交网络中传播政治视频(Muhamad et al., 2021)。Lee 与 Xenos (2002)则认为，青年利用社交媒体表达自己的政治观点并与他人互动，有助于增强青年的政治知识和政治效能感。在日常生活中，通过社交媒体与他人进行政治交流，也可以说服更多的青年在未来的选举中投票(Kasmani, 2023)。

2.5 媒介系统依赖理论

媒介系统依赖理论(Media System Dependency Theory, 简称为 MSDT)或称为媒体依赖理论，是由 Ball-Rokeach 和 DeFleur 于 1976 年在《大众媒体效应的依赖模型》(A Dependency Model of Mass Media Effects) 一文中提出。不同于其他关于媒体影响的理论，媒介系统依赖理论被认为是一个有关媒体力量的理论(Ball-Rokeach, 1998)。

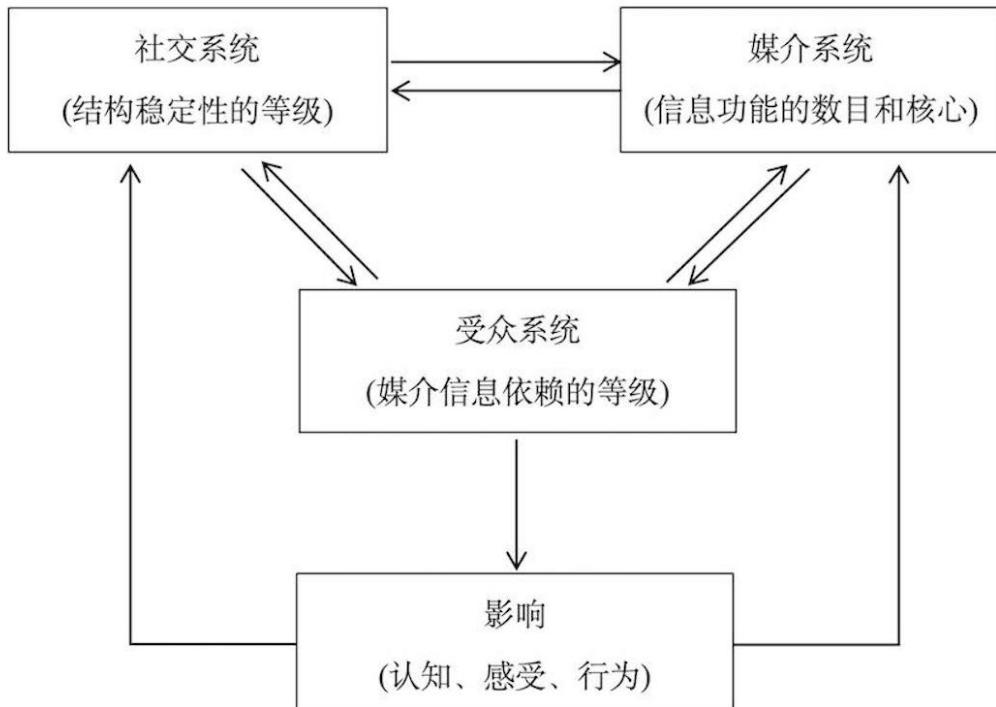
该理论分为宏观(Macro)和微观(Micro)两个层面(陈柏林, 2017)。在宏观层面中，MSDT 将整个社会视为有机的生态系统，该系统的组成部分之间关系错综复杂，而依赖关系是其中之一(刘海龙, 2008)。

其次，Ball-Rokeach 与 DeFleur (1976)也在宏观层面提出“受众-媒介-社会”三者的关系(见图 2.5.1)，随着时间的推移，MSDT 成为一个了解(一)社会与媒介之间的关系；(二)媒介与受众之间的关系；以及(三)社会与受众之间的关系(Rubin & Windahl, 1986)。

社会不同于子系统之间的依赖关系取决于两个要素，分别是目标(Goals)和资源(Resources)(刘海龙, 2008)。换言之，倘若越多人依赖媒介，那么媒介的整体影响力将增强，以至于媒介在社会中的角色愈发重要(龚新琼, 2011)。

图 2.5.1

媒介系统依赖理论宏观层面中，社会、媒介与受众三者之间的关系



而本项研究范畴，将通过 MSDT 中的微观层面进行讨论，以探究在第 15 届全国大选和 2023 年 6 州选举期间，社交媒体如何影响马来西亚青年首投族的投票意愿，具体内容如下：

微观层面的媒介系统依赖侧重于受众对媒介的依赖(龚新琼，2011)。受众若实现自己的目标，多数时候皆需要依赖媒介(刘海龙，2008)。Ball-Rokeach 和 DeFleur (1976)谈及受众的媒介系统依赖时，是个人为了达成自身的目标或目的，依靠媒介作为资讯来源时所产生的依赖关系。

因此，Ball-Rokeach(1985)与 Loges(1994)认为，理解(Understanding)、定向

(Orientation)、娱乐(Play)是个人使用媒体的三个主要动机。根据 DeFleur 与 Ball-Rokeach(1989)及 Morton 和 Duck(2000)的研究表明，有关于意义与知识的议题皆属于理解依赖关系(Understanding Dependency)，例如人们想了解周遭的世界；定向理解关系(Orientation Dependency)则侧重于行为的问题，如个人在社交互动或个人行为中合宜或适当的行为；而娱乐依赖关系(Play Dependency)则是在于逃避现实与取得享受的目的。简言之，理解代表信息搜集的动机；定向代表人际关系的动机；而娱乐代表娱乐消遣的动机(陈柏林，2017)。

这些目的在进一步通过社会(人际)层面产生出以下六种类型的媒介系统依赖关系，其中，理解依赖关系包括社会理解(Social Understanding)、个人理解(Self Understanding)；定向依赖关系包括行动定向(Action Orientation)、互动定向(Interaction Orientation)；娱乐依赖关系包括自我娱乐(Solitary Play)、社会娱乐(Social Play)(陈柏林，2017)。

表 2.5.1

媒介系统依赖理论微观层面中个人与人际的依赖关系

动机	个人	人际
理解依赖	<u>个人 Self</u> 这种关系维持或促进个人对想法、行为、自我理解或个性的发展 (例如：了解自身或个人成长)	<u>社会 Social</u> 了解其他个体的本质、文化和世界的事件(过去、现在与未来)，包括每个个体在社会中的知觉 (例如：了解世界和社群)
定向依赖	<u>行动 Action</u> 由不同的中介媒体创造行为的决定 (例如：决定买什么、如何维持身材、如何穿着等)	<u>互动 Interaction</u> 了解个人在社交互动或个人行为中合宜或适当的行为 (例如：获得面对困难或突发状况时的建议及启示)

娱乐依赖	<u>自我 Solitary</u>	<u>社会 Social</u>
个人得到娱乐、刺激或放松的内 容	通过中介媒体提供人与人之间 的互动或社交关系	
(例如: 独处时的休闲娱乐)	(例如: 与家人或朋友看电影)	

表 2.5.1 总结了不同环境中的媒介使用动机，这些动机都能够被归类为以上研究中的几种个人媒介系统依赖关系(陈柏林, 2017)。媒介系统依赖关系的概念与媒介使用动机相似，换言之，个人的媒介系统依赖关系即可被视为媒体的使用动机(陈柏林, 2017)。

总的来说，个人越是依赖媒介满足自己的需求，媒介则在个人生活中扮演重要的角色，对个人也有极大的影响力(刘海龙, 2008)。而微观层面所要表达的是：受众通过依赖媒介来满足自身在理解、定向和娱乐方面的需求(刘海龙, 2008)。受众在信息方面所持有的资源，将其对媒介依赖的双方关系(刘海龙, 2008)。

2.5.1 理解依赖

理解依赖概括为社会理解与个人理解，当个人通过媒体信息的资源去理解、解释个人、文化、事件的过去、现在与未来，社会理解依赖关系显而易见(DeFleur & Rokeach, 1989)。人们希望通过媒介系统的教育资源了解更多社会结构的变化(Ball-Rokeach et al., 1984)。Ball-Rokeach 等人(1984)也认为，当今社会的结构变化相较于过往传统的社会日益复杂，人们了解社会经验时，会更倾向于从复杂的信息资源中获取，而不是基础的信息资源。总之，媒介系统被认为是现在不断扩大的社会环境中主要提供信息的频道。

自我理解依赖关系是一个了解自我信念、行为、意识或个性的发展历程

(DeFleur & Ball-Rokeach, 1989)。Ball-Rokeach 等人(1984)曾提出，当社会被视为一个整体时，大众媒介是其中一个提供信息且能够满足个人理解目标的系统。人们可以从媒介信息系统获取多样性及个性化的话题，从中学习关于自我、自信的知识，掌握克服问题和度过难关的技能，以及获取关于工作、兴趣爱好和人际关系方面的学习经验。

2.5.2 定向依赖

定向依赖分为“如何与他人交流”及概括如何有效地应对及互动(Ball-Rokeach et al., 1984)。行动定向依赖的发展是来引导个人特定的行为(DeFleur & Ball-Rokeach, 1989)。DeFleur 与 Ball-Rokeach(1989)也认为，人们不仅仅依赖媒介获取日常生活的信息(例如：如何吃的健康、约会时如何打扮合宜等)，也会了解更重要的社会事件(例如：选举投票、政府政策、应对自然灾害等)。

而互动依赖关系则是应对“我要说什么？”、“他们喜欢什么？”、“我要如何表现？”等问题(Ball-Rokeach et al., 1984)。这些问题是为了获得处理人际关系、有效对话以及社会与人际交往的能力(Loges, 1994; DeFleur & Ball-Rokeach, 1989)。值得注意的是，互动依赖关系至少需要一个以上或更多行动对象(陈柏林, 2017)。

2.5.3 娱乐依赖

根据 DeFleur 与 Ball-Rokeach(1989)的研究表明，娱乐依赖也通过个人及社会区分出“自我娱乐依赖”与“社会娱乐依赖”两种关系。自我娱乐依赖主要目的是为了获取快感、美感的体验、刺激感、轻松的媒体内容(DeFleur &

Ball-Rokeach, 1989)。在自我娱乐部分，主要关注媒体信息的内容本身，不关注是否有其余参与者一同进行媒体活动(例如：自己一个人看电影或自己听一场音乐会)(Ball -Rokeach et al., 1984)。

而社会娱乐依赖是为了促进人们之间的社会相互沟通，即通过与他人或其他群体中的人共同实现逃避或享受的目标(Loges, 1994)。相对于自我娱乐依赖，媒体内容本身的重要性已经降低，与朋友和家人一同参与媒体活动，在互动过程中共同产生愉快体验的经验变得更为重要(Ball-Rokeach et al., 1984; DeFleur & Ball-Rokeach, 1989)。

第三章 研究方法

3.1 收集数据的方法

本项研究是采取问卷调查(Survey Questionnaire)的方式收集数据,以探讨马来西亚第 15 届全国大选和 2023 年 6 州选举期间, 18 至 24 岁(1998 年至 2004 年出生)的马来西亚青年首投族热衷于通过什么社交媒体平台获取政治信息; 以及这群首投族热衷于接触什么类型的政治信息。与此同时, 本项研究也探讨社交媒体的使用如何影响这群首投族的投票意愿。

之所以选择通过问卷调查作为收集数据的方式, 是由于问卷可以向个人询问一系列与本研究有关的问题, 是从大量的人(通常称为受访者)收集广泛信息的一种有价值的方法(Roopa & Rani, 2012)。简言之, 使用问卷调查的目的是为了通过让个人回答问题的方式, 收集与本项研究相关的样本信息(Ponto, 2015)。此外, 问卷调查通常适合样本数量多且分布广泛的研究类型, 相较于深度访问的方式而言, 问卷调查所涉及的开销较少, 而且能够帮助研究员以标准的方式, 快速地收集定量数据(Quantitative Data), 使数据一致化, 以方便研究员后期进行统计与分析(Mathers et al., 2009; Roopa & Rani, 2012)。

由于本项研究的预算和时间均受限, 需要百余人的研究样本, 且受访者分布广泛; 因此, 使用问卷调查能够帮助研究员节约时间、人力资源和财务, 并能广泛地进行数据收集。除此之外, 问卷调查所采取匿名的作答方式, 无需让受访者提供详细的个人资料, 这一性质也促使绝大多数的受访者或会比较积极配合调查, 且诚实作答(Andrews et al., 2003)。

截至 2024 年 1 月, 马来西亚的互联网用户共计约 3359 万, 普及率高达

97.4%(Kemp, 2024)。鉴于马来西亚网络的普及化、便捷性，以及研究样本多数活跃于网络和社交媒体，本项研究采用了谷歌问卷(Google Forms)进行线上数据收集。这不仅能够方便受访者随时随地填写问卷，也能让研究员自行设计问卷结构，随时随地创建及修改问卷以及有规划地整理问卷，并更有系统地分析数据。

此外，为提高调查问卷的代表性，本项研究分别设计中、英文双语版本的问卷调查。众所周知，马来西亚作为多语言的国家，英文普及率相对较高，设计英文版的问卷调查能覆盖多数巫裔、华裔及印裔受访者。然而，考虑到华裔社群中，部分受访者可能对英文理解存在困难，因此，为避免语言障碍，并确保数据的准确性以及问卷的回收率，研究员便制作中文版本的问卷调查，确保华裔受访者能更准确的理解调查问卷中的内容。

本项研究的问卷调查于2024年4月21日正式发放，并以非概率抽样方式(Non-probability Sampling Approach)，即其中的任意抽样法(Convenience Sampling)收集数据。在任何类型的研究中，能够使用完整的人口数据分析是最佳选择，但在多数情况下，研究员能够收集和分析庞大数据的能力有限，因此，任意抽样可以方便大多数研究员取样(Etikan, 2016)。简言之，这种方式能够轻易地接触人群，并从有意愿参与访问的目标样本中获取资料，样本的选择也完全是由研究员决定(Etikan, 2016; 吕一林, 2000)。研究员通过建立初始联系，利用前期受访者的社交网络进行取样，这不仅有效提高样本的相关性，也有助于吸引更多受访者参与研究调查，从而增加研究的覆盖面及深度(Parker et al., 2019)。研究员选择使用任意抽样方法进行数据收集，主要是由于本项研究在时间和预算方面均受限，而这种抽样方法的优势在于便捷和经济，能在短时间和低成本的情况下，寻找符合资格的受访者，以完成数据收集。

3.2 研究架构

本项研究有两个目的：(一)探讨马来西亚青年首投族热衷于通过什么社交媒体平台获取政治信息，以及他们热衷于接触什么类型的政治信息；(二)探讨这些使用社交媒体获取政治信息的青年首投族的投票意愿。因此，基于研究目的所形成的研究框架图如下所示：

图 3.2.1

研究架构



本项研究所采用的理论是媒介系统依赖理论。在媒介系统依赖理论的微观层面上，当受众通过依赖媒介作为信息来源来实现个人目标时，就会形成一种依赖关系(Ball-Rokeach&DeFleur, 1976; 刘海龙, 2008)。媒介系统依赖理论也提及，受众依赖媒体的三大主要动机为理解依赖、定向依赖和娱乐依赖。

在马来西亚第 15 届全国大选和 2023 年 6 州选举期间，青年首投族通过社交媒体获取政治信息，而这些政治信息是如何影响青年首投族的投票意愿是本项研究想要找到的答案。本项研究的受访者皆是以社交媒体为获取政治信息的主要平

台，且是在 1998 年至 2004 年(18 至 24 岁)出生的马来西亚公民。在探讨社交媒体如何影响马来西亚青年首投族投票意愿的过程中，本项研究分别询问受访者最热衷于获取政治信息的社交媒体平台、最热衷于观看的政治信息类型，以及获取政治信息的目的。

另一方面，在探讨这些主要使用社交媒体来获取政治信息的青年首投族投票意愿方面，研究员会询问受访者个人对投票重要性的感知程度，以及受访者是否有在 2022 年第 15 届全国大选和 2023 年 6 州选举中投票，以及是否打算在未来的全国大选、州选或补选中投票或不投票的原因。

3.3 研究样本

本项研究以第 15 届全国大选和 2023 年 6 州选举期间 18 至 24 岁(1998 至 2004 年出生)的马来西亚青年首投族作为研究对象，具体理由如下：

(一) 马来西亚选举中青年首投族的数量显著增加

根据 2019 年 7 月 16 日修订的联邦宪法第 119(1)条文，投票年龄从 21 岁下调至 18 岁。这一政策的落实意味着青年首投族在马来西亚未来的选举中扮演重要的角色，这一群体被视为未来选举中的“造王者”，进而可能改变马来西亚的政治格局(Jason&Rosihin, 2022)。此外，在 2018 年举行的第 14 届全国大选中，出生于 1998 至 2003 年的选民并未达到最低投票年龄，导致无法进行投票，而在 1998 年至 2004 年出生的马来西亚青年则在第 15 届全国大选中被赋予首次投票的权利，因此，本项研究锁定为 18 至 24 岁的新龄首投族。

(二) 首投族投票率持续下降

尽管马来西亚青年首投族的数量显著增加，不过其投票率却不增反降，且出

现逐年下降的趋势。Kasmani (2023)的研究表明，第 13 届全国大选与第 14 届全国大选相比，首投族的投票率从 83% 下降至 79%。而到了第 15 届全国大选，尽管首投族的人数增加，但 18 岁至 30 岁的选民投票率却只有 75.6% (Nina, 2023)。新一代的青年首投族明明出生在网络时代，各政党领袖也积极使用社交媒体进行政治宣传，且其人数也在增加，但投票率却出现下降趋势。

(三)18 至 24 岁的青年是社交媒体高频使用者

由于 18 至 24 岁的青年时常接触数字媒体，他们被归类为在日常生活中使用互联网及社交媒体的高频群体，在获取政治信息时也均使用社交媒体 (Chinnasamy & Azmi, 2018; Ng et al., 2023)。而降低投票年龄的宪法修正案是基于马来西亚青年长期接触社交媒体，从而产生政治兴趣这一评估而起草的(Allam et al., 2022)。因此，社交媒体在影响马来西亚政治和青年选民的投票决策方面发挥至关重要的作用，特别是塑造青年选民的政治观和投票行为(Munir, 2018)。

3.4 问卷设计

本项研究的问卷调查共分为五个部分，分别为：(一)过滤题；(二)受访者的基本信息；(三)受访者通过社交媒体获取政治信息的概况；(四)受访者使用社交媒体获取政治信息的目的；以及(五)受访者的投票意愿。

问卷中的问题设置采取封闭式题型(Closed-ended Question)，包括是非题和单项选择题。这些问题为受访者提供两个或两个以上的选项。封闭式题型除了有助于让受访者快速完成作答以外，也能够帮助研究员针对广泛性的主题提出更多问题，以完成后续的分析(Hyman & Sierra, 2016)。封闭式题型所提供的选项也有助于受访者轻松作答(Hyman & Sierra, 2016)。基于本项研究面临人力资源和时间限

制，采取封闭式题型也能够帮助研究员在短期内快速收集所需数据。尽管如此，本项研究也在一些问题的选项中设置了开放式题型(Open-ended Question)让受访者自由作答。开放式题型能够补充封闭式题型的不足，提供更丰富的信息，也可以帮助研究员深入地了解受访者真实的想法和观点，以提升数据的多样性和深度。

第一部分 过滤题

问卷会先确认受访者是否同意将个人信息用于本次研究用途，再确认受访者是否为 1998 年至 2004 年出生的马来西亚公民，以及社交媒体是否为他们获取政治信息的主要平台。倘若受访者不符合本项研究的研究目的、身份、年龄及社交媒体使用的界定范围，均被过滤，提早结束问卷调查。

问题	问题类型	目的	选项
你是否同意将个人信息用于本次研究目的？	两项选择题	确保受访者允许将个人信息用于本次研究	· 是 · 否
你是马来西亚公民吗？		确保受访者是马来西亚公民	
你是否在 1998 年至 2004 年之间出生？		确保受访者是本项研究锁定的年龄对象	
社交媒体是否是你获取政治信息的主要平台？		确保受访者获取政治信息的主要管道为社交媒体	

第二部分 受访者基本信息

此部分旨在获取受访者的个人信息，以供后续分析用途。受访者的基本信息包括出生年份、性别、种族、目前的学术背景、来自的州属及获取政治信息的其他管道。

问题	问题类型	目的	选项
你的出生年份是:	多项选择题 (只选一项)	作为受访者的背景 资料, 以及确保受访 者为 1998 至 2004 年 出生	<ul style="list-style-type: none"> · 1998 · 1999 · 2000 · 2001 · 2002 · 2003 · 2004
你的性别是:	三项选择题 (只选一项)	作为受访者的背景 资料	<ul style="list-style-type: none"> · 男 · 女 · 其他
你的种族是:	多项选择题 (只选一项)	作为受访者的背景 资料	<ul style="list-style-type: none"> · 巫裔 · 华裔 · 印裔 · 其他
你目前的学术背景是:	多项选择题 (只选一项)	作为受访者的背景 资料	<ul style="list-style-type: none"> · 小学 · 中学 · 大专/大学 · 研究院 · 其他(请列出)
你来自哪个州属?	多项选择题 (只选一项)	作为受访者的背景 资料	<ul style="list-style-type: none"> · 柔佛 · 吉打 · 吉兰丹 · 马六甲 · 森美兰 · 彭亨 · 槟城 · 霹雳 · 玻璃市 · 沙巴 · 砂拉越 · 雪兰莪 · 登嘉楼 · 吉隆坡 · 纳闽 · 布城

除了社交媒体，你还使用什么管道获取政治信息？	多项选择题 (只选一项)	作为受访者的背景资料	· 报纸/电子报 · 电视 · 广播 · 政治海报 · 新闻网站 · 其他(请列出)
------------------------	-----------------	------------	---

第三部分 政治信息获取概况

此部分旨在收集受访者通过社交媒体获取政治信息的情况。具体来说，此部分用于询问受访者在马来西亚第 15 届全国大选和 2023 年 6 州选举期间热衷于通过什么社交媒体平台获取政治信息，以及受访者对什么类型的政治信息最感兴趣。测试项目结合三份研究文献，其中包括《马来西亚数字化研究报告》中 16 至 64 岁互联网用户最常使用的社交媒体平台、《数据 AI 报告》中社交媒体用户每月在安卓手机使用社交媒体所花费的平均时数，以及 Ohme 等人(2016)发表的《移动化曝光度研究：融媒体环境中基于智能手机的政治信息媒体曝光度测量》(Exposure Research Going Mobile: A Smartphone-Based Measurement of Media Exposure to Political Information in a Convergent Media Environment)一文中，社交媒体中政治信息内容的类型。

问题	问题类型	目的	选项
在 2022 年 11 月 19 日举行的第 15 届全国大选期间，你最常使用什么社交媒体获取政治信息？	多项选择题 (只选一项)	探测受访者在马来西亚第 15 届全国大选期间常用于获取政治信息的社交媒体平台	· WhatsApp · 脸书 · Instagram · TikTok · Telegram · Messenger · X(推特) · 优管 · 其他(请列出)

在 2023 年 8 月 12 日举行的 6 州 (雪兰莪、登嘉楼、槟城、吉打、吉兰丹、森美兰) 选举期间，你最常使用什么社交媒体获取政治信息？	多项选择题 (只选一项)	探测受访者在马来西亚 2023 年 8 月 12 日举行的 6 州选举期间常用于获取政治信息的社交媒体平台	<ul style="list-style-type: none"> · WhatsApp · 脸书 · Instagram · TikTok · Telegram · Messenger · X(推特) · 优管 · 其他(请列出)
你对什么形式的政治信息最感兴趣？	多项选择题 (只选一项)	探测受访者对什么形式的政治信息最感兴趣	<ul style="list-style-type: none"> · 文字 · 图片 · 短视频 · 漫画 · 影片 · 其他(请列出)
你最喜欢社交媒体上什么类型的政治内容？	多项选择题 (只选一项)	探测受访者在社交媒体平台最喜欢的政治信息内容	<ul style="list-style-type: none"> · 新闻媒体专页的帖子或推文 · 新闻媒体专页分享的视频 · 朋友或追随者的帖子、评论或推文 · 朋友或追随者分享的视频 · 政治人物或政治机构发出的帖子或推文 · 政治人物或政治机构发布的视频 · 政治人物或政治机构发出的付费广告 · 政治视频广告(如针对某政治议题的建议、广告等) · 其他专页或部落格的帖子或推文 · 其他专页或个人专页(如博客)发布的视频

第四部分 使用社交媒体获取政治信息的目的

此部分主要是探讨受访者通过社交媒体获取政治信息的目的以及马来西亚青年首投族使用社交媒体获取政治信息的依赖程度。测试项目主要采用了 Tan 和 Firdaus (2023)发表的《社交媒体政治信息依赖(SMPID): 在分享和发布时代理论化新闻搜索》(Social media political information dependency (SMPID): Theorising news seeking in an age of sharing and posting), 并获得原作者同意。

Tan 和 Firdaus (2023)根据媒介系统依赖理论(MSDT)的微观层面设置 15 个测试项目，探究受访者通过社交媒体获取政治信息的目的。在问卷中，受访者通过李克特五点尺度量表(Likert Scale)来表达他们对每个项目的认同程度(Tan & Firdaus, 2023)。李克特五点尺度量表是美国社会心理学家 Rensis Likert 于 1932 年提出的心理反应量表，主要测试受访者表达自身对相关课题的认可程度，有助于研究员从大量的受访者中快速收集数据(Nemoto & Beglar, 2014)。李克特五点尺度量表的选项包括“非常不同意”、“不同意”、“不同意也不反对/不确定”、“同意”、“非常同意”五个选项。

问题/事项	问题类型	目的	选项
针对以下事项，选择最符合你同意或不同意的程度： · 认清自己的政治认同意识或对政治的理念 · 评估自己的政治行为 · 观察与自己面临相同处境或问题的其他人如何解决问题	李克特五点尺度量表	探测受访者通过社交媒体获取政治信息的目的，以及受访者通过社交媒体获取政治信息的依赖程度	· 非常不同意 · 不同意 · 不同意也不反对/不确定 · 同意 · 非常同意

· 获取最新的国内以及/
或国际政治资讯

· 了解各个国内以及/
或国际政治事务

· 选择想要支持的政党
或候选人，或政治运动

· 选择把选票投给哪个
政党或候选人

· 让自己接触更多不同
政治理念的人的想法和
行为

· 以他人经验为借鉴，
学习如何跟持不同政治
理念以及/或行为的人
相处

· 我非常喜欢阅读在社
交媒体里发布的政治资
讯

· 方便让我消磨时间

· 当我自己一个人的时
候

· 找课题与朋友沟通

· 寻找一些可以与朋友
一起参与的活动或做
的事情

· 在未能亲身出席一些
政治活动时，让自己依
然能有身历其境的感觉

第五部分 投票意愿

此部分主要探讨受访者的投票意愿以及投票的原因。问题设计以两份文献为主要参考，即是(一)Lijzenga(2023)发表的《欧洲选举议会：青年为何不投票？》(European Parliament Elections: Why do the youth not vote)一文中，投票的重要程度及促使青年投票的原因；以及(二)马来西亚拉曼大学敦陈祯禄社会与政策研究中心(UTAR Tun Tan Cheng Lock Center for Social and Policy Studies)(TCLC)在2022年针对青年降低投票年龄看法的研究报告(Poll: A study of Malaysian youths perceptions towards lowering of the voting age)中，青年不投票的原因。问卷也询问了受访者是否会在未来的全国大选、州选或补选中投票，以及受访者投票、不投票或不确定投票的原因。

问题/事项	问题类型	目的	选项
针对以下事项，选择最符合你同意或不同意的程度。 · 我认为投票是重要的	李克特五点尺度量表	探测受访者对投票重要性的感知程度	· 非常不同意 · 不同意 · 不同意也不反对/不确定 · 同意 · 非常同意
你是否在 2022 年 11 月 19 日举行的第 15 届全国大选(GE15)中投票？	多项选择题 (只选一项)	探测受访者是否在马来西亚第 15 届全国大选中投票	· 是 · 否 · 未满 18 岁投票法定年龄
(如果选择“是”) 你在第 15 届全国大选投票的主要原因是？	多项选择题 (只选一项)	探测受访者在马来西亚第 15 届全国大选中投票的主要原因	· 我作为公民的权利和义务 · 我可以支持感到亲近的政党 · 我可以通过投票改变政治现状 · 我可以表达对当

前政治的不满

- 我对马来西亚政治非常感兴趣
- 我在竞选期间收到的政治信息促使我出来投票
- 政治参与在我的日常生活中扮演非常重要的角色

(如果选择“否”) 你在第 15 届全国大选不投票的主要原因是?	多项选择题 (只选一项)	探测受访者在马来西亚第 15 届全国大选中不投票的主要原因	<ul style="list-style-type: none">· 我对投票不感兴趣· 我认为投票对我没有任何帮助· 我不相信马来西亚的政治体系· 我不确定要把票投给哪个政党· 其他(请列出)
你是否在 2023 年 8 月 12 日举行的 6 州 (雪兰莪、登嘉楼、槟城、吉打、吉兰丹、森美兰) 选举中投票?	多项选择题 (只选一项)	探测受访者是否在 2023 年 6 州选举中投票	<ul style="list-style-type: none">· 是· 否· 未满 18 岁投票法定年龄· 我不是以上 6 州的选民
(如果选择“是”) 你在 2023 年 8 月 12 日举行的 6 州选举投票的主要原因是?	多项选择题 (只选一项)	探测受访者在 2023 年 6 州选举投票的主要原因	<ul style="list-style-type: none">· 我作为公民的权利和义务· 我可以支持感到亲近的政党· 我可以通过投票改变政治现状· 我可以表达对当前政治的不满· 我对马来西亚政治非常感兴趣· 我在竞选期间收到的政治信息促使我出来投票· 政治参与在我的日常生活中扮演非常重要的角色

(如果选择“否”) 你在 2023 年 8 月 12 日举行 的 6 州选举不投票的主要原因是?	多项选择题 (只选一项)	探测受访者在 2023 年 6 州选举 不投票的主要原因	<ul style="list-style-type: none"> · 我对投票不感兴趣 · 我认为投票对我没有任何帮助 · 我不相信马来西 亚的政治体系 · 我不确定要把票投给哪个政党 · 其他(请列出)
你是否会在未来的第 16 届全国大选以及接下来的州选或补选中投票?	多项选择题 (只选一项)	探测受访者是否会在未来的第 16 届全国大选以及接下来的州选或补选中投票	<ul style="list-style-type: none"> · 会 · 不会 · 不确定
(如果选择“是”) 你有意在未来的第 16 届全国大选、州选或补选中投票的主要原因是?	多项选择题 (只选一项)	探测受访者有意在未来的第 16 届全国大选、州选或补选中投票的主要原因	<ul style="list-style-type: none"> · 我作为公民的权利和义务 · 我可以支持感到亲近的政党 · 我可以通过投票改变政治现状 · 我可以表达对当前政治的不满 · 我对马来西亚政治非常感兴趣 · 我在竞选期间收到的政治信息促使我出来投票 · 政治参与在我的日常生活中扮演非常重要的角色
(如果选择“否”) 你不想在未来的第 16 届全国大选、州选或补选中投票的主要原因是?	多项选择题 (只选一项)	探测受访者不想在未来的第 16 届全国大选、州选或补选中投票的主要原因	<ul style="list-style-type: none"> · 我对投票不感兴趣 · 我认为投票对我没有任何帮助 · 我不相信马来西 亚的政治体系 · 我不确定要把票投给哪个政党 · 其他(请列出)

(如果选择“不确定”)你在未来的第 16 届全国大选、州选或补选中不确定是否会投票的主要原因是?	多项选择题 (只选一项)	探测受访者在未来的第 16 届全国大选、州选或补选中不确定是否投票的主要原因	<ul style="list-style-type: none"> · 我对投票不感兴趣 · 我认为投票对我没有任何帮助 · 我不相信马来西亚的政治体系 · 我不确定要把票投给哪个政党 · 其他(请列出)
--	-----------------	--	--

3.5 预调查

为了确保调查问卷问题的完整性、针对性以及易理解性，研究员在发放正式问卷前，于 2024 年 4 月 12 日发出了 11 份问卷进行预调查(Pilot Test) (具体内容参考附录 A)。参与预调查的受访者必须是本项研究所设定的研究对象，即是 18 至 24 岁(1998 至 2004 年出生)，且将社交媒体作为获取政治信息主要管道的马来西亚公民。经过预调查后，研究员发现以下问题，并作出调整与更正：

(一)句构表达不清晰

参与预调查的受访者向研究人员反馈，指中文问卷中的部分表述不够清晰，难以理解。例如，在预调查问卷的第四部分，使用李克特五点量表来测量受访者通过社交媒体获取政治信息的动机，受访者对“当我独自一人时”的表述感到困惑。为了使受访者更容易理解各选项的含义，研究人员将其修改为意思相同但更易理解的表述：“当我自己一个人的时候”。

原问题	修改后的问题
针对以下事项，选择最符合你同意或不同意的程度： · 当我独自一人时	针对以下事项，选择最符合你同意或不同意的程度： · 当我自己一个人的时候

(二)选项定义模糊

此外，参与预调查的受访者向研究员反馈时也指出，部分题目所设置的选项定义很模糊。例如，在预调查问卷中的第五部分投票意愿中的第 16 题，向受访者询问“你认为投票重要吗？(How important is voting to you?)”，原本答案给出 5 个选项即：非常重要(Very important)、重要(Important)、某种程度上重要(Somewhat important)、有点重要(A bit important)、完全不重要(Not important at all)、没有想法(No idea)。受访者认为，“某种程度上重要”和“有点重要”的定义模糊，不容易分辨，而研究员与导师讨论后，也认为这两项选项不利于后期的研究分析。因此，研究员最终改用李克特五点量表来测量受访者对投票的重要程度，正式问卷调查中，将设问更改为“我认为投票是重要的(I believe voting is important)”，受访者可通过非常不同意(Strongly disagree)、不同意(Disagree)、不同意也不反对/不确定(Neither disagree nor agree/Not sure)、同意(Agree)以及非常同意(Strongly agree)，选择符合个人同意或不同意的程度。

原问题	修改后的问题
你认为投票重要吗? · 非常重要 · 重要 · 某程度上重要 · 有点重要 · 完全不重要	我认为投票是重要的 · 非常不同意 · 不同意 · 不同意也不反对/不确定 · 同意 · 非常同意

在修改相关问题后，研究员派发了中文及英文版本的正式问卷调查，共收纳 224 份问卷调查；其中，有效问卷调查为 212 份(正式问卷，参考附录 B)。

3.6 统计方法

此次问卷调查的第二部分是为了获取受访者的基本资料，如受访者的出生年份、性别、种族、目前的学术背景、来自的州属以及获取政治信息的其他管道。而第三部分则是探测受访者在第 15 届全国大选和 2023 年 6 州选举中热衷于获取政治信息的社交媒体平台、受访者最感兴趣的政治信息类型以及政治信息的内容。为了统计受访者在第二部分和第三部分的回答，研究员会统计每道问题中各个选项的变数分布(Frequencies)来计算百分比(Percentage)和平均值(Mean)，计算所得出的数据用于后期的分析与讨论用途。

而在问卷调查的第四部分采用李克特五点尺度量表来探测受访者使用社交媒体获取政治信息的目的以及依赖程度。研究员为各项同意程度标记出不同的数值，即 1 分代表“非常不同意”、2 分代表“不同意”、3 分代表“不同意也不反对/不确定”、4 分代表“同意”、5 分则代表“非常同意”。此部分主要参考 Moses 等人(2010)的统计方法，研究员将 1 分至 5 分对马来西亚青年首投族使用社交媒体获取政治信息的依赖程度划分为三个等级，分别是(一)低度依赖；(二)中度依赖；(三)高度依赖。研究员会以 5 分(马来西亚青年首投族使用社交媒体获取政治信息的依赖程度)除以 3，以计算出每个等级的分数范畴(详情见表 3.6.1)。

表 3.6.1

青年首投族使用社交媒体获取政治信息的依赖范畴

青年首投族依赖社交媒体获取政治信息的依赖范畴	青年首投族依赖社交媒体获取政治信息的依赖程度
0 至 1.67	低度依赖
1.68 至 3.34	中度依赖
3.35 至 5	高度依赖

在问卷中的第五部分首先探测受访者对投票重要性的感知程度，并采用李克特五点尺度量表测量之。此部分共一个事项，研究员为各项同意程度标记出不同的数值，即 1 分代表“非常不同意”、2 分代表“不同意”、3 分代表“不同意也不反对/不确定”、4 分代表“同意”、5 分则代表“非常同意”。此部分也参考 Moses 等人(2010)的统计方法，研究员将 1 分至 5 分对投票的重要程度划分为三个等级，分别是(一)低度重要；(二)中度重要；(三)高度重要。研究员会以 5 分(马来西亚青年首投族对投票重要性的感知程度)除以 3，以计算出每个等级的分数范畴(详情见表 3.6.2)。

表 3.6.2

青年首投族对投票重要性的感知程度

青年首投族对投票重要程度的范畴	青年首投族对投票重要性的感知程度
0 至 1.67	低度重要
1.68 至 3.34	中度重要
3.35 至 5	高度重要

另一方面，此部分也探测受访者的投票意愿，以及促使受访者投票或不投票的原因。为统计受访者在此部分的回答，研究员会统计每道问题中各个选项的变数分布(Frequencies)来计算百分比(Percentage)和平均值(Mean)，计算所得出的数据用于后期的分析与讨论用途。

3.7 伦理考量

伦理考量(Ethical Consideration)是学术研究中至关重要的一环。为提高本项研究的可信度，并确保本项研究符合道德及伦理标准，研究员在收集数据前，调

查问卷已获得拉曼大学伦理审查委员会(UTAR Scientific and Ethical Review Committee, 简称 SERC)的审核, 批准编码为 U/SERC/78-355/2024。

本项研究通过问卷调查所收集的受访者信息仅用于学术目的。根据 Bhandari(2021)的说法, 受访者自愿参加是伦理考量的重要尺度。自愿参与就意味着所有受访者都有自由选择是否同意填写调查问卷的权利。因此, 在参与问卷调查的过程中, 研究员不得强迫受访者参与、亦不得通过任何形式的说服或欺骗行为获得受访者信任。

此外, 在数据收集阶段, 知情权和同意权也是主要的伦理考虑之一(Becker et al., 2012)。受访者在填写问卷前, 需阅读问卷中的同意书, 并明确表示愿意将个人信息用于本项研究用途。另一方面, 为确保受访者的个人隐私不被泄漏, 研究员必须保证调查问卷的匿名性, 以及对受访者提供的信息进行严格保密。

第四章 研究结果

研究员在 2024 年 4 月 21 日正式发放问卷，并在 5 月 20 日结束问卷调查，为期 29 天。在派发的中、英文双语版本的调查问卷中共收集 224 份，其中有效问卷为 212 份，无效问卷为 12 份。这 212 名受访者皆是 1998 至 2004 年出生的马来西亚公民，并使用社交媒体平台为其获取政治信息的主要管道。以下为研究员针对 212 份有效问卷的数据所统计出的结果。

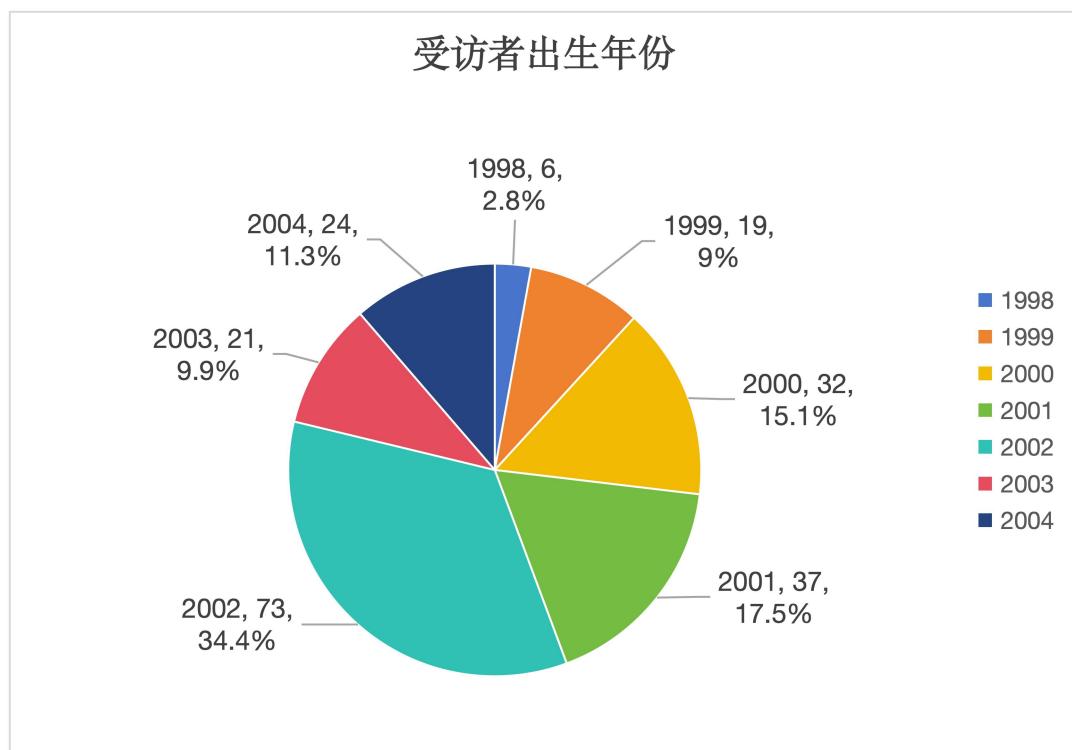
4.1 受访者基本信息

受访者的个人信息包括出生年份、性别、种族、学术背景、所属州属，以及除社交媒体以外获取政治信息的其他管道。

受访者出生年份

图 4.1.1

受访者出生年份

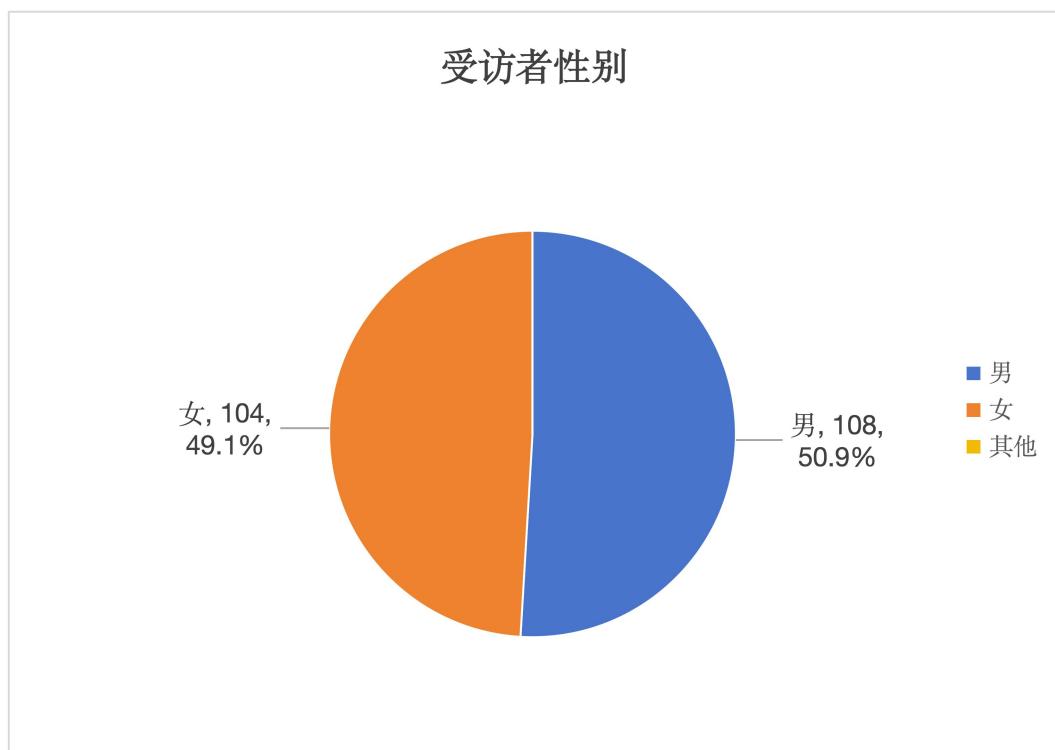


参与本项问卷调查的 212 名受访者中，年龄占比最大的是 2002 年出生(22 岁)的受访者，共有 73 人(34.4%)。其次是 2001 年出生(23 岁)的受访者，共有 37 人(17.5%)。接着是 2000 年出生(24 岁)的受访者，共有 32 人(15.1%); 而 2004 年出生(18 岁)的受访者，共有 24 人(11.3%); 2003 年出生(19 岁)的受访者，共有 21 人(9.9%); 1999 年出生(23 岁)的受访者和 1998 年出生(24 岁)的受访者分别有 19 人(9%)和 6 人(2.8%)。受访者的平均年龄为 22 岁。

受访者性别

图 4.1.2

受访者性别

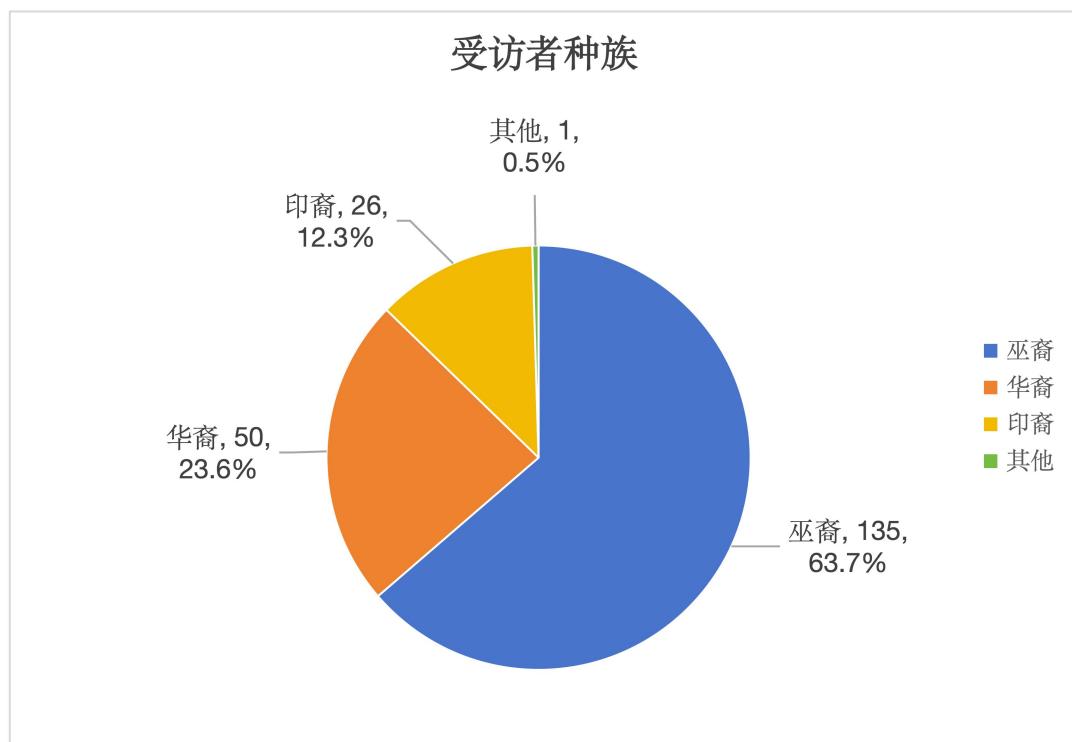


参与本项研究问卷调查的 212 名受访者中，男女性比例相当接近，分别为男性 108 人(50.9%)，女性 104 人(49.1%)。

受访者种族

图 4.1.3

受访者种族

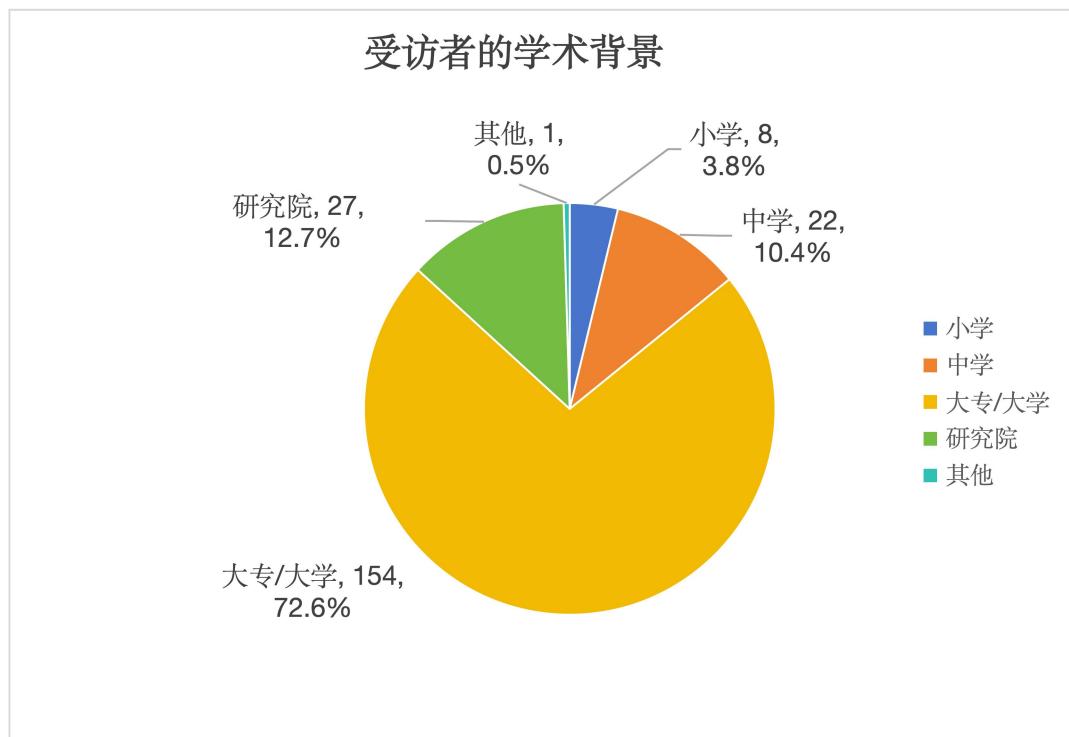


参与本项研究问卷调查的 212 名受访者中，种族比例占多数的是巫裔受访者，共 135 人(63.7%)。其次是华裔受访者，共 50 人(23.6%); 而印裔受访者共 26 人(12.3%)，其他族群的受访者 1 人(0.5%)。

受访者的学术背景

图 4.1.4

受访者的学术背景

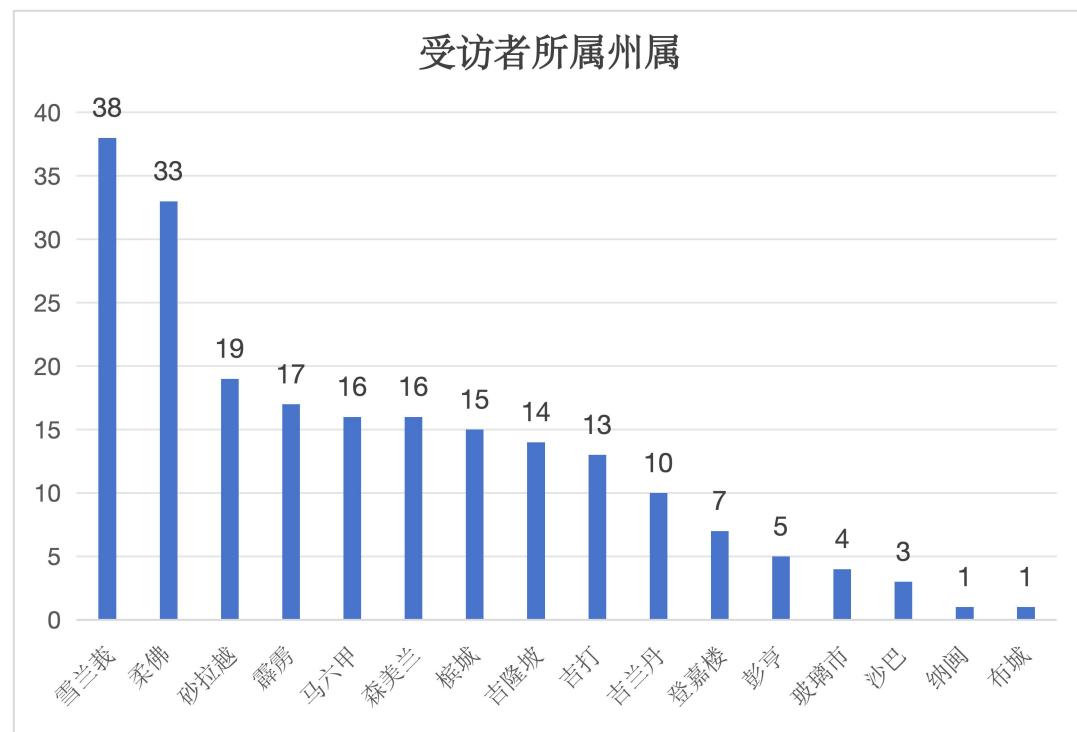


参与本项研究问卷调查的 212 名受访者中，大多数受访者的最高学术资格为大专或大学生，共 154 人(72.6%)。其次是在研究院的学生，共 27 人(12.7%)；而中学和小学分别为 22 人(10.4%)和 8 人(3.8%)；其他学术资格者 1 人(0.5%)。

受访者所属州属

图 4.1.5

受访者来自的州属

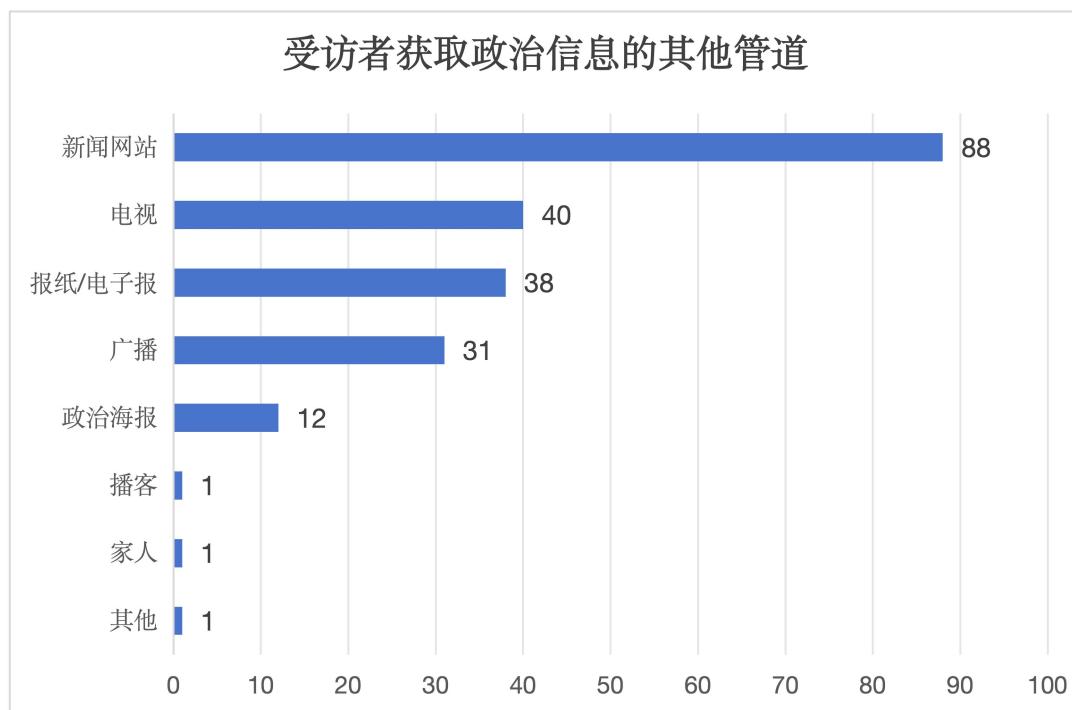


参与本项研究问卷调查的 212 名受访者中，来自雪兰莪的受访者占多数，共 38 人(17.9%)。其次是来自柔佛的受访者，共 33 人(15.6%)。接着是来自砂拉越的受访者，共 19 人(9%); 来自霹雳的受访者，共 17 人(8%); 而马六甲和森美兰的受访者均为 16 人(各占 7.5%); 来自槟城的受访者，共 15 人(7.1%); 来自吉隆坡的受访者，共 14 人(6.6%); 来自吉打的受访者，共 13 人(6.1%); 来自吉兰丹的受访者，共 10 人(4.7%)。此外，来自登嘉楼、彭亨、玻璃市及沙巴的受访者，分别有 7 人(3.3%)、5 人(2.4%)、4 人(1.9%)及 3 人(1.4%)。来自纳闽和布城的受访者，均为 1 人(各占 0.5%)。

受访者获取政治信息的其他管道

图 4.1.6

受访者获取政治信息的其他管道



参与本项研究问卷调查的 212 名受访者，除了使用社交媒体平台为获取政治信息的主要管道，也通过其他管道获取政治信息。其中，通过新闻网站获取政治信息的受访者最多，共 88 人(41.5%)。其次是通过电视的受访者，共 40 人(18.9%)。接着是通过报纸或电子报的受访者，共 38 人(17.9%)；而通过广播的受访者，共 31 人(14.6%)；通过政治海报的受访者，共 12 人(5.7%)；通过播客、家人及其他管道的受访者均为 1 人(各占 0.5%)。

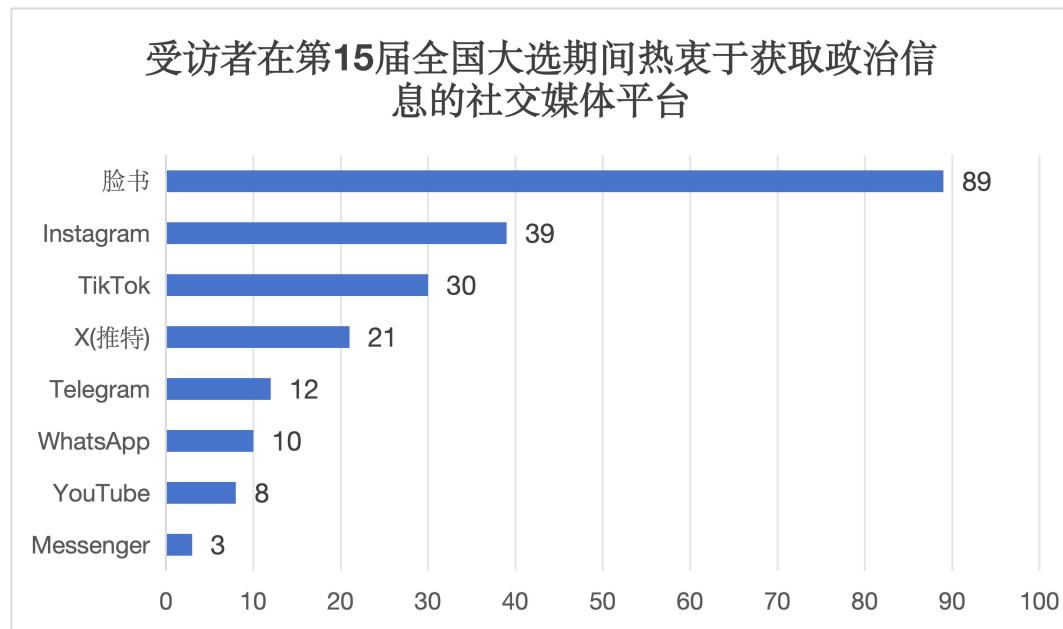
4.2 受访者政治信息获取概况

此部分的问卷调查结果包括受访者在第 15 届全国大选和 2023 年 6 州选举中，热衷于获取政治信息的社交媒体管道、最感兴趣的政治信息类型及政治信息内容的形式。

受访者在第 15 届全国大选期间热衷于获取政治信息的社交媒体平台

图 4.2.1

受访者在第 15 届全国大选期间热衷于获取政治信息的社交媒体平台



参与本项研究问卷调查的 212 名受访者中，最多人，即 89 人(42%)在第 15 届全国大选期间通过脸书获取政治信息。接着分别是 Instagram 39 人(18.4%)、TikTok 30 人(14.2%)、X 21 人(9.9%)、Telegram 12 人(5.7%)、WhatsApp 10 人(4.7%)、优管 8 人(3.8%)，以及 Messenger 3 人(1.4%)。

表 4.2.1

受访者在第 15 届全国大选期间热衷于获取政治信息的社交媒体平台(以种族划分)

社交媒体平台	巫裔	华裔	印裔	其他
脸书	50 (37%)	33 (66%)	6 (23.1%)	0 (0.0%)
Instagram	21 (15.6%)	12 (24%)	5 (19.2%)	1 (100%)
TikTok	18 (13.3%)	1 (2%)	11 (42.3%)	0 (0.0%)
X	19 (14.1%)	2 (4%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
Telegram	9 (6.7%)	0 (0.0%)	3 (11.5%)	0 (0.0%)
WhatsApp	9 (6.7%)	1 (2%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
YouTube	6 (4.4%)	1 (2%)	1 (3.8%)	0 (0.0%)
Messenger	3 (2.2%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)

按照种族进行划分，在 135 名巫裔受访者中，最多人，即 50 人(37%)在第 15 届全国大选中通过脸书获取政治信息。接着分别是 Instagram 21 人(15.6%)、X 19 人(14.1%)、TikTok 18 人(13.3%)、Telegram 和 WhatsApp 各 9 人(各占 6.7%)、优管 6 人(4.4%)，以及 Messenger 3 人(2.2%)。

在 50 名华裔受访者中，最多人，即 33 人(66%)通过脸书获取政治信息。接着分别是 Instagram 12 人(24%)、X 2 人(4%)、TikTok、WhatsApp 和优管各 1 人(各占 2%)。

另一方面，在 26 名印裔受访者中，有 11 人(42.3%)通过 TikTok 获取政治信息。接着是脸书 6 人(23.1%)、Instagram 5 人(19.2%)、Telegram 3 人(11.5%)、优

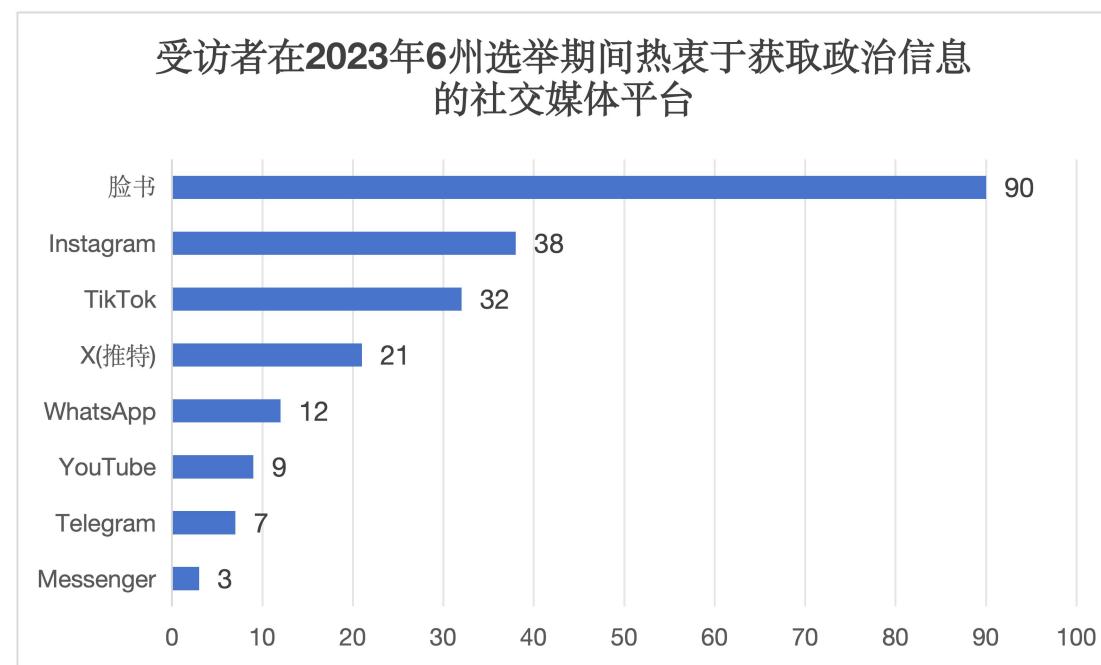
管 1 人(3.8%)。

另外，唯一的 1 名其他种族受访者则是通过 Instagram 获取政治信息。

受访者在 2023 年 6 州选举期间热衷于获取政治信息的社交媒体平台

图 4.2.2

受访者在 2023 年 6 州选举期间热衷于获取政治信息的社交媒体平台



参与本项研究问卷调查的 212 名受访者中，最多人，即 90 人(42.5%)在 2023 年 6 州选举期间通过脸书获取政治信息。其次分别是 Instagram 38 人(17.9%)、TikTok 32 人(20%)、X 21 人(9.9%)、WhatsApp 12 人(6.6%)、优管 9 人(4.2%)、Telegram 7 人(3.3%)、以及 Messenger 3 人(1.4%)。

表 4.2.2

受访者在 2023 年 6 州选举期间热衷于获取政治信息的社交媒体平台(以种族划分)

社交媒体平台	巫裔	华裔	印裔	其他
脸书	55 (40.7%)	29 (58%)	6 (23.1%)	0 (0.0%)
Instagram	19 (14.1%)	13 (26%)	5 (19.2%)	1 (100%)
TikTok	23 (17%)	1 (2%)	8 (30.8%)	0 (0.0%)
X	18 (13.3%)	2 (4%)	1 (3.8%)	0 (0.0%)
Telegram	5 (3.7%)	0 (0.0%)	2 (7.7%)	0 (0.0%)
WhatsApp	8 (5.9%)	3 (6%)	1 (3.8%)	0 (0.0%)
YouTube	5 (3.7%)	2 (4%)	2 (7.7%)	0 (0.0%)
Messenger	2 (1.5%)	0 (0.0%)	1 (3.8%)	0 (0.0%)

按照种族进行划分，在 135 名巫裔受访者中，有 55 人(40.7%)在 2023 年 6 州选举中是通过脸书获取政治信息。接着分别是 TikTok 23 人(17%)、Instagram 19 人(14.1%)、X 18 人(13.3%)、WhatsApp 8 人(5.9%)、Telegram 和优管各 5 人(各占 3.7%)，以及 Messenger 2 人(1.5%)。

而在 50 名华裔受访者中，最多人，即 29 人(58%)是通过脸书获取政治信息。接着分别是 Instagram 13 人(26%)、WhatsApp 3 人(6%)、X 和优管各 2 人(各占 4%)，以及 TikTok 1 人(2%)。

在 26 名印裔受访者中，有 8 人(30.8%)是通过 TikTok 获取政治信息。接着分别是脸书 6 人(23.1%)、Instagram 5 人(19.2%)、Telegram 和优管各 2 人(各占

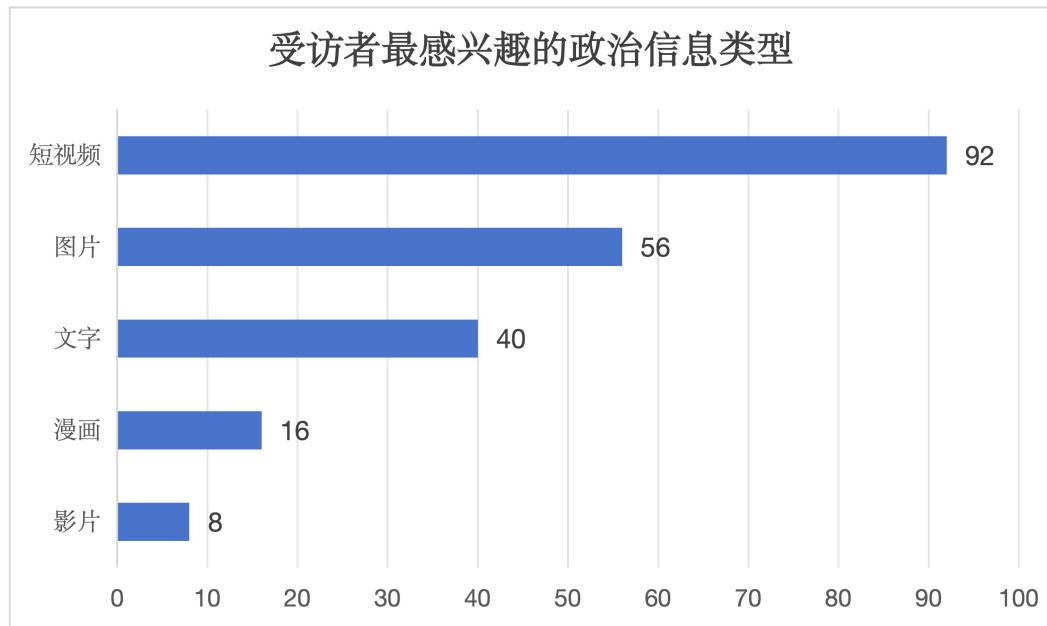
7.7%)而使用 X、WhatsApp 和 Messenger 的受访者各 1 人(各占 3.8%)。

另外，唯一的 1 名其他种族受访者则是通过 Instagram 获取政治信息。

受访者最感兴趣的政治信息类型

图 4.2.3

受访者最感兴趣的政治信息类型



参与本项研究问卷调查的 212 名受访者中，最多人，即 92 人(43.4%)对短视频类型的政治信息最感兴趣。接着分别是图片 56 人(26.4%)、文字 40 人(18.9%)、漫画 16 人(7.5%)，以及影片 8 人(3.8%)。

表 4.2.3

受访者最感兴趣的政治信息类型(以种族划分)

类型	巫裔	华裔	印裔	其他
短视频	62 (45.9%)	16 (32%)	14 (53.8%)	0 (0.0%)
图片	31 (23%)	17 (34%)	8 (30.8%)	0 (0.0%)
文字	26 (19.3%)	11 (22%)	2 (7.7%)	1 (100%)
漫画	11 (8.1%)	4 (8%)	1 (3.8%)	0 (0.0%)
影片	5 (3.7%)	2 (4%)	1 (3.8%)	0 (0.0%)

按照种族进行划分，在 135 名巫裔受访者中，最多人，即 62 人(45.9%)对短视频类型的政治信息最感兴趣。接着分别是图片 31 人(23%)、文字 26 人(19.3%)、漫画 11 人(8.1%)，以及影片 5 人(3.7%)。

在 50 名华裔受访者中，17 人(34%)对图片类型的政治信息最感兴趣。接着是短视频 16 人(32%)、文字 11 人(22%)、漫画 4 人(8%)，以及影片 2 人(4%)。

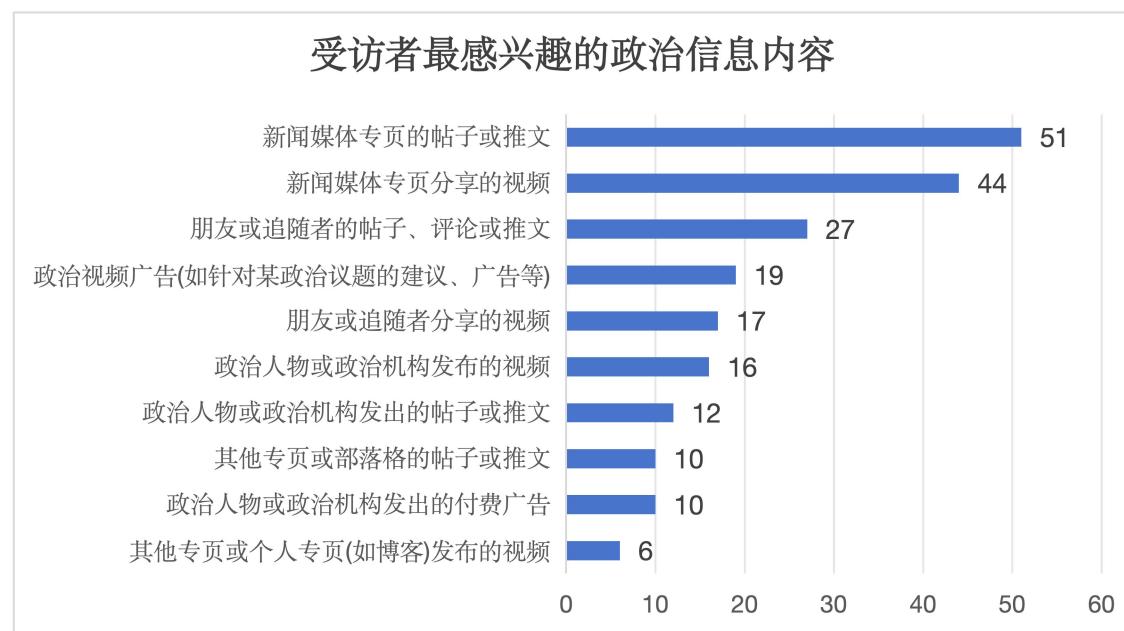
在 26 名印裔受访者中，最多人，即 14 人(53.8%)对短视频类型的政治信息最感兴趣。接着分别是图片 8 人(30.8%)、文字 2 人(7.7%)、以及漫画和影片各 1 人(3.8%)。

另外，唯一的 1 名其他种族受访者对文字类型的政治信息最感兴趣。

受访者最感兴趣的政治信息内容

图 4.2.4

受访者最感兴趣的政治信息内容



参与本项研究问卷调查的 212 名受访者中，有 51 人(24.1%)对新闻媒体专页的帖子或推文内容最感兴趣。接着分别是新闻媒体专页分享的视频内容 44 人(20.8%); 朋友或追随者的帖子、评论或推文内容 27 人(12.7%); 政治视频广告内容 19 人(9%); 此外，朋友或追随者分享的视频内容 17 人(8%); 政治人物或政治机构发布的视频内容 16 人(7.5%); 以及政治人物或政治机构发出的帖子或推文内容 12 人(5.7%)。接着有 10 人(4.7%)对其他专页或部落格的帖子或推文内容感兴趣; 10 人(4.7%)对政治人物或政治机构发出的付费广告内容感兴趣; 6 人(2.8%)对其他专页或个人专页发布的视频内容感兴趣。

表 4.2.4

受访者最感兴趣的政治信息内容(以种族划分)

内容	巫裔	华裔	印裔	其他
新闻媒体专页的帖子或推文	26 (19.3%)	21 (42%)	3 (11.5%)	1 (100%)
新闻媒体专页分享的视频	27 (20%)	8 (16%)	9 (34.6%)	0 (0.0%)
朋友或追随者的帖子、评论或推文	15 (11.1%)	9 (18%)	3 (11.5%)	0 (0.0%)
政治视频广告(如针对某政治议题的建议、广告等)	10 (7.4%)	4 (8%)	5 (19.2%)	0 (0.0%)
朋友或追随者分享的视频	13 (9.6%)	3 (6%)	1 (3.8%)	0 (0.0%)
政治人物或政治机构发布的视频	16 (11.9%)	0 (0.0%)	2 (7.7%)	0 (0.0%)
政治人物或政治机构发出的帖子或推文	10 (7.4%)	1 (2%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
其他专页或部落格的帖子或推文	8 (5.9%)	2 (4%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
政治人物或政治机构发出的付费广告	9 (6.7%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
其他专页或个人专页发布的视频	1 (0.7%)	2 (4%)	3 (11.5%)	0 (0.0%)

按照种族进行划分，在 135 名巫裔受访者中，最多人 27 人(20%)对新闻媒体

专页分享的视频内容最感兴趣。接着是 26 人(19.3%)对新闻媒体专页的帖子或推文内容最感兴趣; 16 人(11.9%)对政治人物或政治机构发布的视频内容最感兴趣; 15 人(11.1%)对朋友或追随者的帖子、评论或推文内容最感兴趣; 13 人(9.6%)对朋友或追随者分享的视频最感兴趣。此外, 各 10 人(7.4%)分别对政治视频广告和政治人物或政治机构发出的帖子或推文内容最感兴趣; 9 人(6.7%)对政治人物或政治机构发出的付费广告内容最感兴趣; 8 人(5.9%)对其他专页或部落格的帖子或推文内容最感兴趣; 1 人(0.7%)对其他专页或个人专页发布的视频内容最感兴趣。

在 50 名华裔受访者中, 最多人(21 人或 42%)对新闻媒体专页的帖子或推文内容最感兴趣; 9 人(18%)对朋友或追随者的帖子、评论或推文内容最感兴趣; 8 人(16%)对新闻媒体专页分享的视频内容最感兴趣; 4 人(8%)对政治视频广告内容最感兴趣; 3 人(6%)对朋友或追随者分享的视频内容最感兴趣; 各 2 人(4%)分别对其他专页或部落格的帖子或推文、其他专页或个人专页发布的视频内容最感兴趣; 1 人(2%)对政治人物或政治机构发出的帖子或推文内容最感兴趣。

在 26 名印裔受访者中, 9 人(34.6%)对新闻媒体专页分享的视频内容最感兴趣; 5 人(19.2%)对政治视频广告内容最感兴趣。此外, 对新闻媒体专页的帖子或推文、朋友或追随者的帖子、评论或推文以及其他专页或个人专页发布的视频内容最感兴趣的各 3 人(各占 11.5%); 2 人(7.7%)对政治人物或政治机构发布的视频内容最感兴趣; 1 人(3.8%)对朋友或追随者分享的视频内容最感兴趣。

另一方面, 唯一的 1 名其他种族受访者对新闻媒体专页的帖子或推文内容最感兴趣。

4.3 使用社交媒体获取政治信息的目的

此部分采用李克特五点尺度量表来探测受访者使用社交媒体获取政治信息的目的及依赖程度。此部分共 15 个测试项目，为了统计受访者使用社交媒体获取政治信息的目的，研究员把 212 名受访者给出的评分(范围为 1 分=非常不同意至 5 分=非常同意)进行总和，再计算出其平均值。研究员根据第三章统计的分数范畴划分出三个等级的依赖程度，即 1.67 分及以下的分数属于低度依赖；1.68 分至 3.34 分属于中度依赖；3.35 分及以上的分数属于高度依赖。

受访者使用社交媒体获取政治信息的目的及依赖程度

表 4.3.1

受访者使用社交媒体获取政治信息的目的及依赖程度(以目的划分)

目的/事项	1 (非常不 同意)	2	3	4	5 (非常同 意)	依赖程度
<u>理解依赖</u>						<u>3.69</u>
认清自己的政 治认同意识或 对政治的理念	13 (6.1%)	14 (6.6%)	49 (23.1%)	116 (54.7%)	20 (9.4%)	3.54
评估自己的政 治行为	7 (3.3%)	24 (11.3%)	52 (24.5%)	103 (48.6%)	26 (12.3%)	3.50
观察与自己面 临相同处境或 问题的其他人 如何解决问题	8 (3.8%)	10 (4.7%)	53 (25%)	106 (50%)	35 (16.5)	3.70
获取最新的国 内以及/或国 际政治资讯	3 (1.4%)	14 (6.6%)	46 (21.7%)	98 (46.2%)	51 (24.1%)	3.84

了解各个国内 以及/或国际 政治事务	6 (2.8%)	14 (6.6%)	28 (13.2%)	113 (53.3%)	51 (24.1%)	3.89
--------------------------	-------------	--------------	---------------	----------------	---------------	------

定向依赖 3.74

选择想要支持 的政党或候选人， 或政治运动	10 (4.7%)	8 (3.8%)	55 (25.9%)	101 (47.6%)	38 (17.9%)	3.70
选择把选票投 给哪个政党或 候选人	7 (3.3%)	12 (5.7%)	42 (19.8%)	105 (49.5%)	46 (21.7%)	3.80
让自己接触更 多不同政治理 念的人的想法 和行为	7 (3.3%)	11 (5.2%)	52 (24.5%)	98 (46.2%)	44 (20.8%)	3.75
以他人经验为 借鉴，学习如 何跟持不同政 治理念以及/ 或行为的人相 处	6 (2.8%)	17 (8%)	52 (24.5%)	98 (46.2%)	39 (18.4%)	3.69

娱乐依赖 3.25

我非常喜欢阅 读在社交媒体 里发布的政治 资讯	13 (6.1%)	27 (12.7%)	66 (31.1%)	78 (36.8%)	28 (13.2%)	3.38
方便让我消磨 时间	15 (7.1%)	32 (15.1%)	60 (28.3%)	79 (37.3%)	26 (12.3%)	3.32
当我自己一个 人的时候	18 (8.5%)	35 (16.5%)	66 (31.1%)	66 (31.1%)	27 (12.7%)	2.91
找课题与朋友 沟通	21 (9.9%)	40 (18.9%)	53 (25%)	71 (33.5%)	27 (12.7%)	3.20

寻找一些可以与朋友一起参与的活动或做的事情	17 (8%)	39 (18.4%)	55 (25.9%)	77 (36.3%)	24 (11.3%)	3.24
在未能亲身出席一些政治活动时，让自己依然能有身历其境的感觉	16 (7.5%)	26 (12.3%)	54 (25.5%)	88 (41.5%)	29 (13.2%)	3.42

根据研究结果显示，受访者使用社交媒体获取政治信息依赖程度的整体平均值为 3.56，属于高度依赖。而在 15 个测试项目中，有 11 项属于高度依赖，其中受访者对“了解各个国内以及/或国际政治事务”的依赖程度最高，为 3.89 分。接着是“获取最新的国内以及/或国际政治资讯”(3.84 分)、“选择把选票投给哪个政党或候选人”(3.8 分)、“让自己接触更多不同政治理念的人的想法和行为”(3.75 分)，以及“观察与自己面临相同处境或问题的其他人如何解决问题”与“选择想要支持的政党或候选人，或政治运动”同为 3.7 分。再来就是“以他人经验为借鉴，学习如何跟持不同政治理念以及/或行为的人相处”(3.69 分)、“认清自己的政治认同意识或对政治的理念”(3.54 分)、“评估自己的政治行为”(3.5 分)、“在未能亲身出席一些政治活动时，让自己依然能有身历其境的感觉”(3.42 分)，以及“我非常喜欢阅读在社交媒体里发布的政治资讯”(3.38 分)。

此外，也有 4 项属于中度依赖，其中包括“方便让我消磨时间”(3.32 分)、“寻找一些可以与朋友一起参与的活动或做的事情”(3.24 分)、“找课题与朋友沟通”(3.2 分)，以及“当我自己一个人的时候”(2.91 分)。

根据媒介系统依赖理论，理解、定向和娱乐是个人使用媒体的三大动机。按照三大动机进行分类，受访者对定向的依赖程度最高，为 3.74 分，属于高度依

赖；而受访者对理解的依赖程度为 3.69，也属于高度依赖。至于娱乐依赖则为 3.25 分，属于中度依赖。

4.4 投票意愿

此部分的问卷调查结果涵盖了受访者对投票重要性的感知程度，以及受访者在第 15 届全国大选和 2023 年 6 州选举的投票意愿。

受访者对投票重要性的感知程度

此题采取李克特五点尺度量表来测量受访者对投票重要性的感知程度。为了统计出受访者对投票重要性的感知程度，研究员对 212 名受访者给出的评分(范围为 1 分=非常不同意至 5 分=非常同意)进行总和，再计算出平均值。研究员根据第三章统计的分数范畴划出三个等级的重要性感知程度，即 1.67 分及以下的分数属于低度重要；1.68 分至 3.34 分属于中度重要；3.35 分及以上的分数属于高度重要。

表 4.4.1

受访者对投票重要性的感知程度

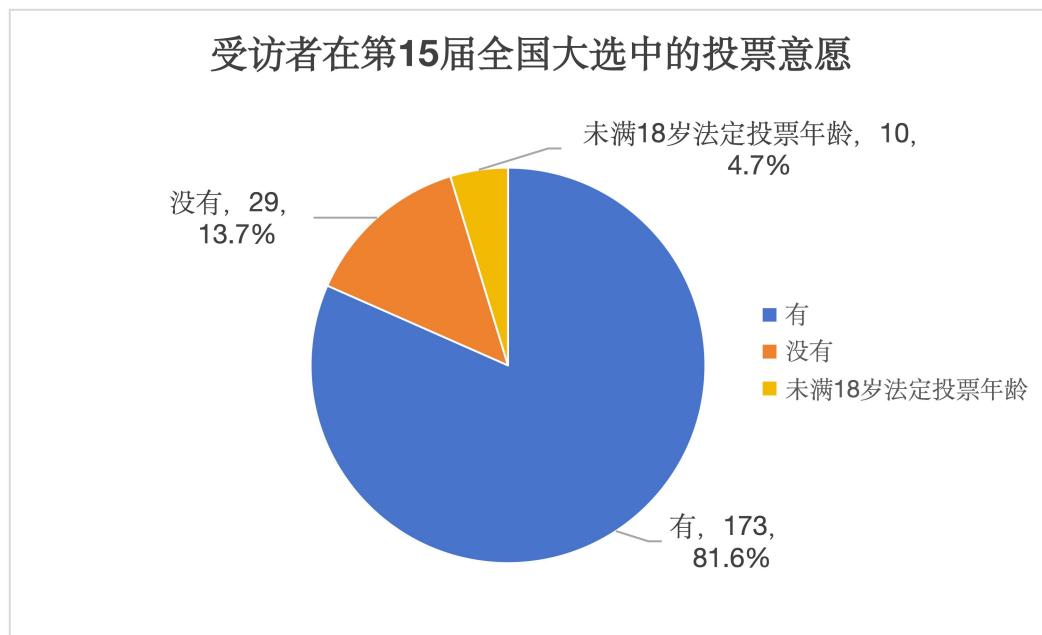
事项	1 (非常不同意)	2	3	4	5 (非常同意)	感知程度
我认为投票是重要的	7 (3.3%)	10 (4.7%)	20 (9.4%)	84 (39.6%)	91 (42.9%)	4.14

研究结果显示，受访者的投票重要性感知程度处于高度水平，平均值为 4.14 分。

受访者在第 15 届全国大选中的投票意愿

图 4.4.2

受访者在第 15 届全国大选中的投票意愿

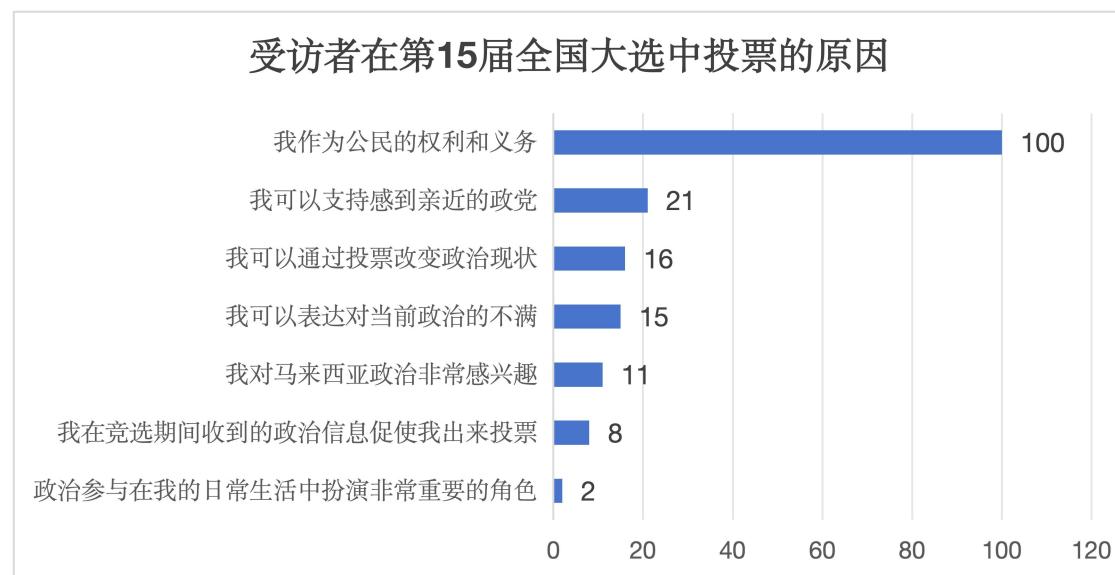


参与本项研究问卷调查的 212 名受访者中，绝大部分(173 人或 81.6%)都在第 15 届全国大选中投票；29 人(13.7%)没有投票。另外，有 10 人(4.7%)在第 15 届全国大选中还未满 18 岁法定投票年龄。

受访者在第 15 届全国大选中投票的原因

图 4.4.3

受访者在第 15 届全国大选中投票的原因

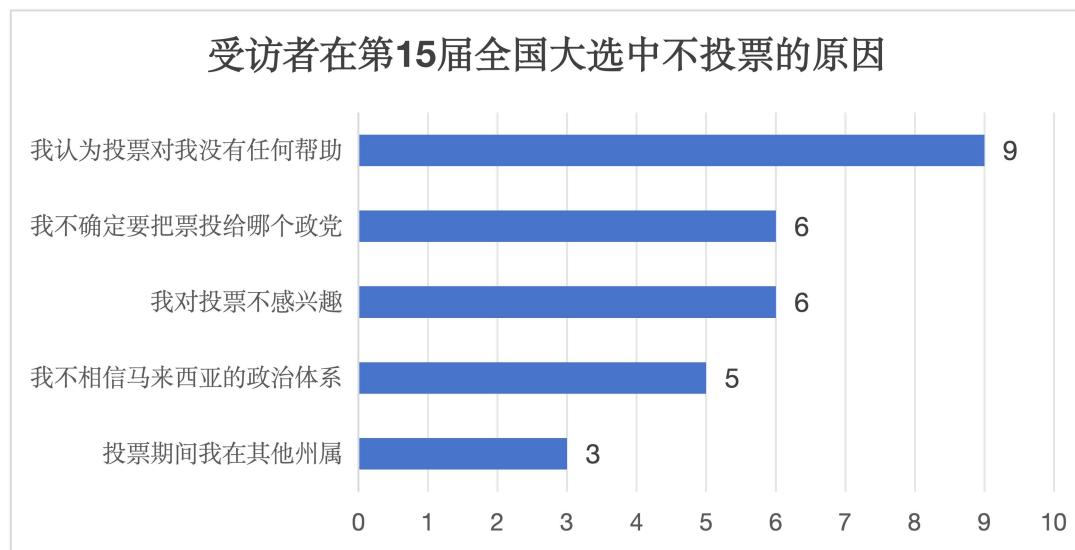


在第 15 届全国大选投票的 173 名受访者中，最多人，即 100 人(57.8%)是因为认为投票是作为公民的权利和义务而投票。接着是 21 人(12.1%)因为可以支持感到亲近的政党而投票; 16 人(9.2%)希望可以通过投票改变政治现状; 15 人(8.7%)认为通过投票可以表达对当前政治的不满; 11 人(6.4%)对马来西亚的政治非常感兴趣; 8 人(4.6%)是在竞选期间收到的政治信息促使其出来投票; 2 人(1.2%)是因为认为政治参与在其日常生活中扮演非常重要的角色而投票。

受访者在第 15 届全国大选中不投票的原因

图 4.4.4

受访者在第 15 届全国大选中不投票的原因

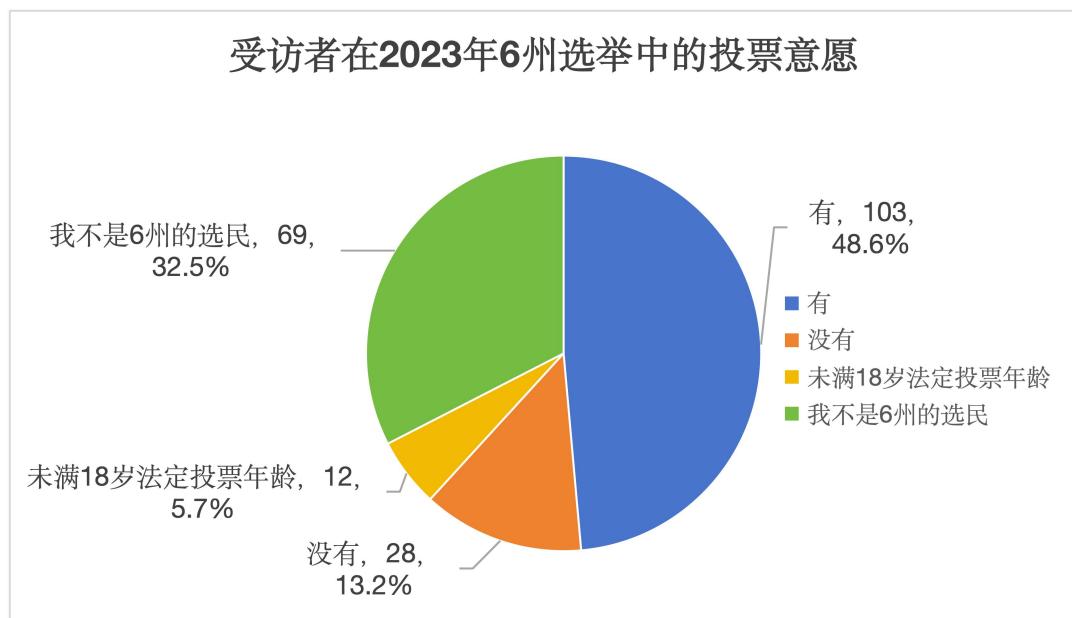


在第 15 届全国大选没有投票的 29 名受访者中，有 9 人(31%)是因为认为投票对其没有任何帮助；个别有 6 人(20.7%)是因为不确定要把票投给哪个政党，以及对投票不感兴趣；5 人(17.2%)不相信马来西亚的政治体系；3 人(10.3%)是因为投票期间在其他州属，固然无法投票。

受访者在 2023 年 6 州选举中的投票意愿

图 4.4.5

受访者在 2023 年 6 州选举中的投票意愿

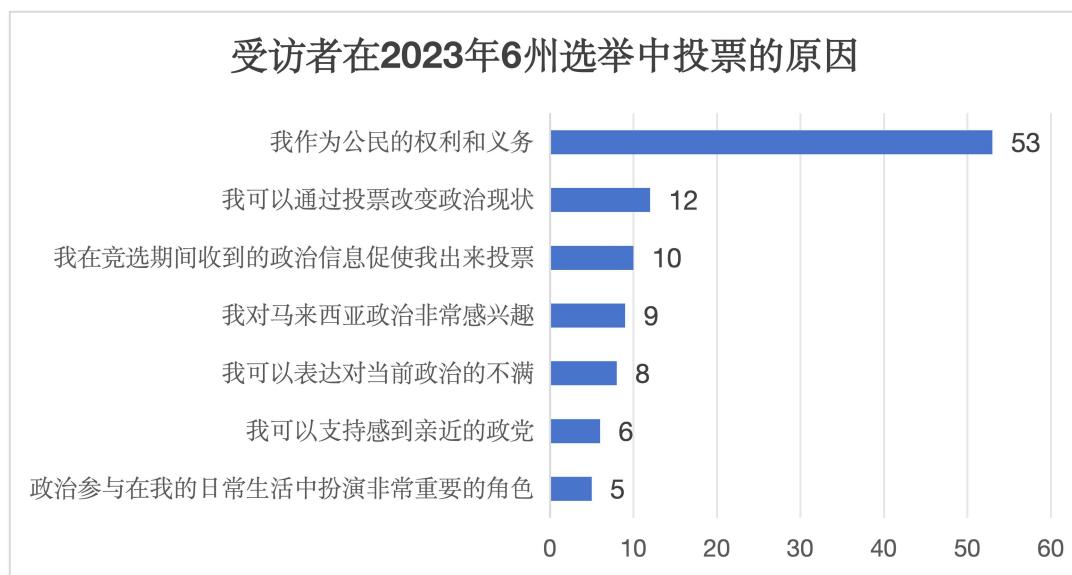


参与本项研究问卷调查的 212 名受访者中，有 103 人(48.6%)在 2023 年 6 州选举中投票； 28 人(13.2%)没有投票； 12 人(5.7%)未满足法定投票年龄； 69 人(32.5%)不是有关 6 州的选民。

受访者在 2023 年 6 州选举中投票的原因

图 4.4.6

受访者在 2023 年 6 州选举中投票的原因

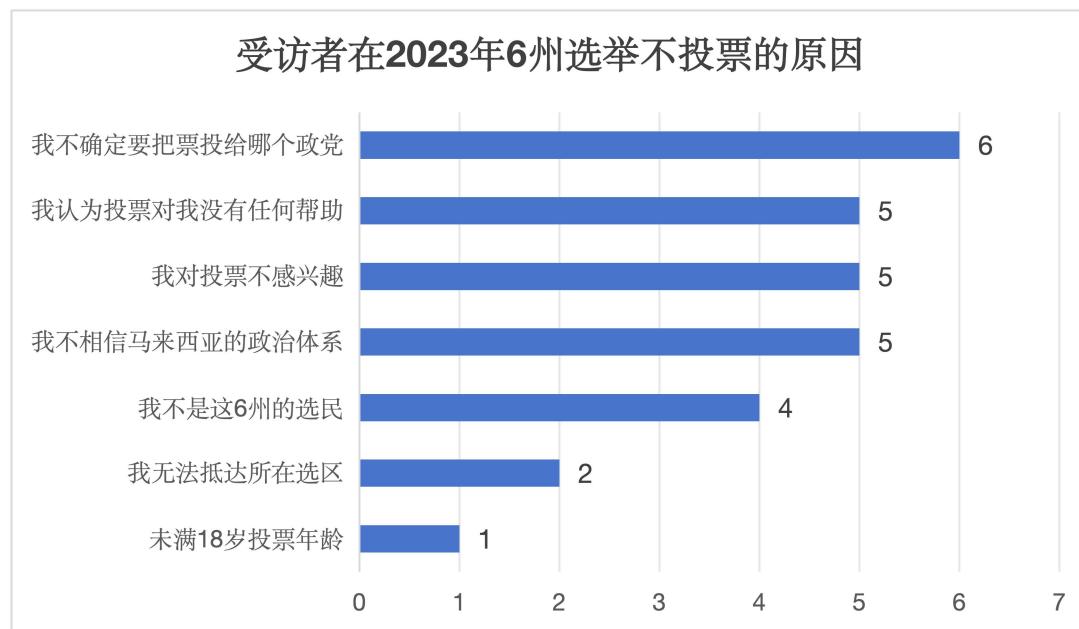


在 2023 年 6 州选举投票的 103 名受访者中，最多人(53 人或 51.5%)投票是因为认为这是其作为公民的权利和义务；12 人(11.7%)投票是认为通过投票可以改变政治现状；10 人(9.7%)投票是因为在竞选期间收到的政治信息促使其出来投票；9 人(8.7%)投票的原因是对马来西亚政治非常感兴趣；8 人(7.8%)投票是因为可以表达对当前政治的不满；6 人(5.8%)是因为可以支持感到亲近的政党而投票；5 人(4.9%)是因为认为政治参与在其日常生活中扮演非常重要的角色而投票。

受访者在 2023 年 6 州选举中不投票的原因

图 4.4.7

受访者在 2023 年 6 州选举中不投票的原因

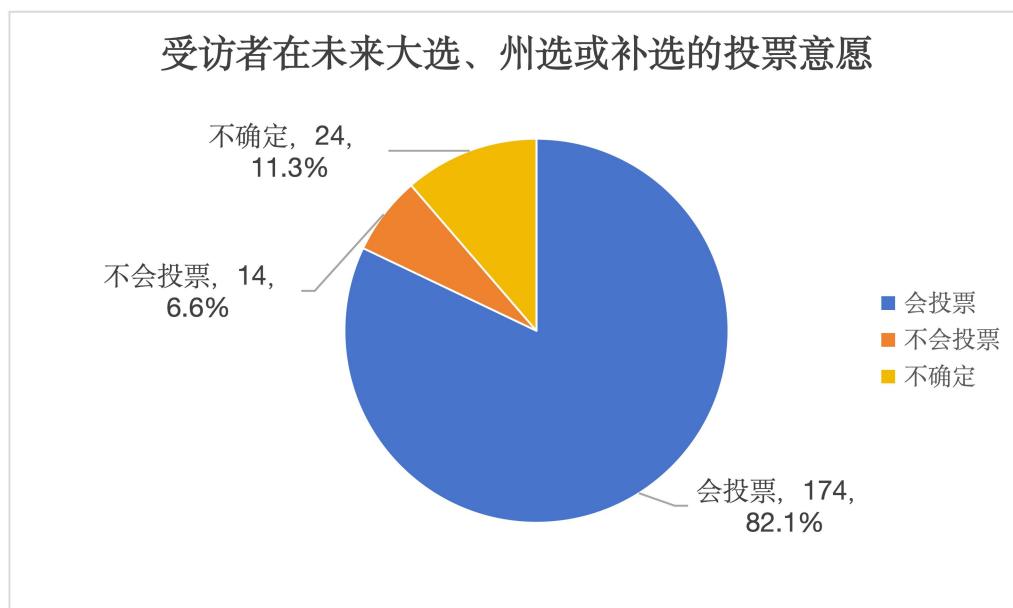


在 2023 年 6 州选举没有投票的 28 名受访者中，有 6 人(21.4%)是因为不确定把票投给哪个政党；5 人(17.9%)则认为投票对其没有任何帮助。另外，对投票不感兴趣及不相信马来西亚的政治体系各有 5 人(各占 17.9%)。也有 4 人(14.3%)不是这 6 州的选民；2 人(7.1%)无法在投票日抵达所在选区；1 人(3.6%)未满足 18 岁法定投票年龄。

受访者在未来大选、州选或补选的投票意愿

图 4.4.8

受访者在未来大选、州选或补选的投票意愿

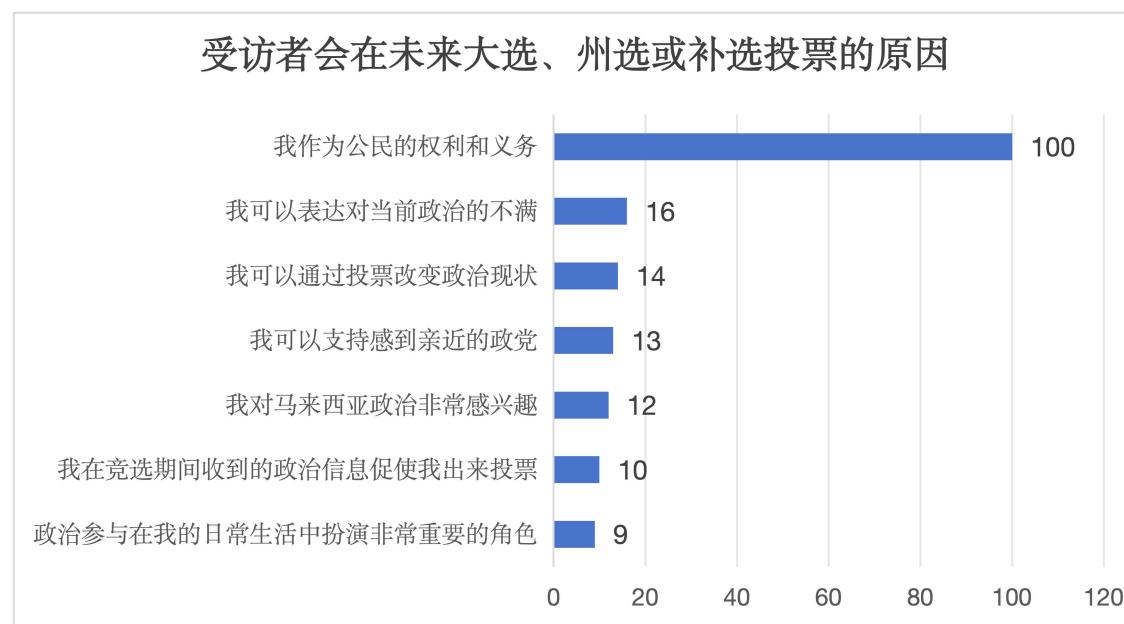


参与本项研究问卷调查的 212 名受访者中，有 174 人(82.1%)表示会在未来的第 16 届全国大选、州选或补选中投票；14 人(6.6%)则表达了不投票的意愿。此外，也有 24 人(11.3%)不确定自己是否会投票。

受访者会在未来大选、州选或补选投票的原因

图 4.4.9

受访者会在未来大选、州选或补选投票的原因

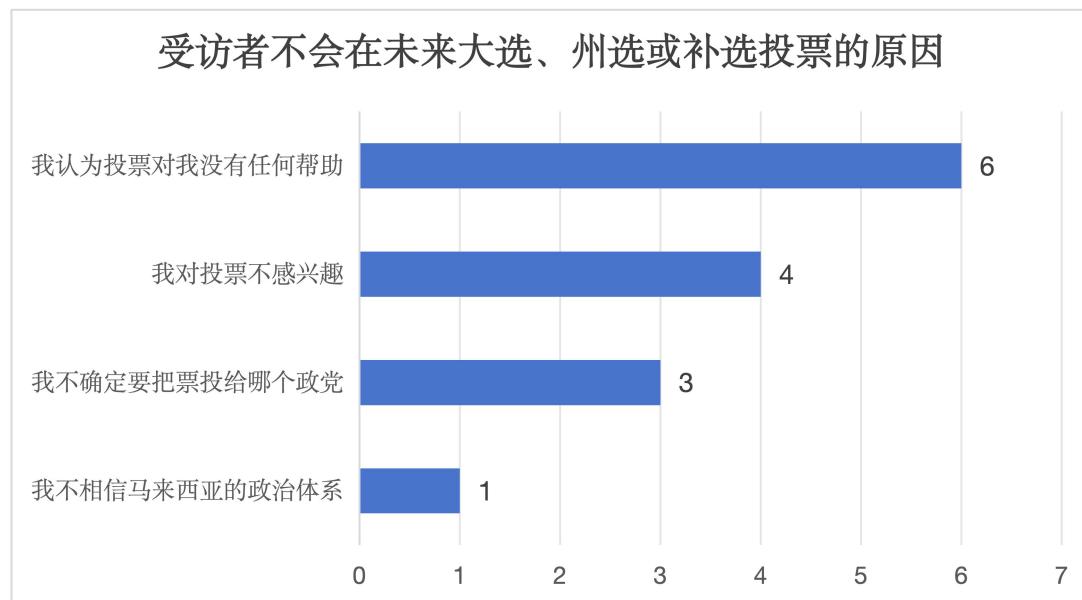


有意在未来大选、州选或补选投票的 174 名受访者中，最多人(100 人或 57.5%)认为投票是其作为公民的权利和义务；16 人(9.2%)希望可以表达对当前政治的不满；14 人(8%)希望通过投票改变政治现状；13 人(7.5%)会再投票的原因是因为可以支持感到亲近的政党；12 人(6.9%)是对马来西亚政治非常感兴趣；有 10 人(5.7%)是认为在竞选期间收到的政治信息会促使他们投票；也有 9 人(5.2%)是因为政治参与在其日常生活中扮演非常重要的角色而愿意再投票。

受访者不会在未来大选、州选或补选投票的原因

图 4.4.10

受访者不会在未来大选、州选或补选投票的原因

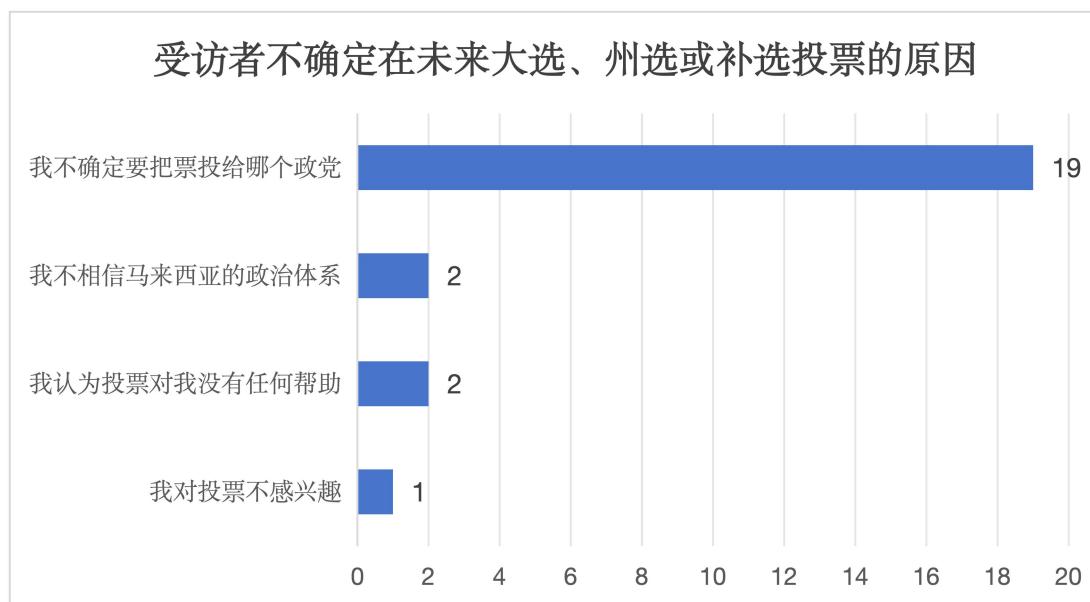


不会在未来大选、州选或补选投票的 14 名受访者中，有 6 人(42.9%)是认为投票对其没有任何帮助；4 人(31.4%)对投票不感兴趣；3 人(28.6%)不确定要把票投给哪个政党；1 人(7.1%)不相信马来西亚的政治体系。

受访者不确定在未来大选、州选或补选投票的原因

图 4.4.11

受访者不确定在未来大选、州选或补选投票的原因



不确定是否在未来大选、州选或补选投票的 24 名受访者中，有 19 人(79.2%)不确定把票投给哪个政党；2 人(8.3%)是因为不相信马来西亚的政治体系；其他 2 人(8.3%)是认为投票对其没有任何帮助；1 人(4.2%)是对投票不感兴趣。

第五章 讨论与分析

为了更详尽地解答本项研究中的三个研究问题，故将本章节分为五个小节，对研究结果进行讨论与分析。这些小节包括(一)马来西亚青年首投族在第 15 届全国大选和 2023 年 6 州选举中热衷于获取政治信息的社交媒体平台；(二)马来西亚青年首投族在第 15 届全国大选和 2023 年 6 州选举中最感兴趣的政治信息类型；(三)马来西亚青年首投族的投票意愿；(四)社交媒体与青年首投族的投票意愿；以及(五)媒介系统依赖理论与青年首投族使用社交媒体获取政治信息的动机。

5.1 马来西亚青年首投族在第 15 届全国大选和 2023 年 6 州选举中热衷于获取政治信息的社交媒体平台

根据研究结果显示(见表 5.1.1)，在参与问卷调查的 212 名受访者中，最多人在第 15 届全国大选中是热衷于通过脸书获取政治信息。同样的，在 2023 年 6 州选举中，脸书也是最多人依赖获取政治信息的平台。由此可见，无论是在第 15 届全国大选还是 2023 年 6 州选举，脸书已然成为受访者最常使用来获取政治信息的社交媒体平台。

此前有研究指出，脸书早已失去在社交媒体中的主导地位(Allcott et al., 2019; Ayaburi & Treku, 2020; Seargent & Tagg, 2019; Welbers & Opgenhaffen, 2018)。美联社(AP News)记者 Ortutay(2023)曾在一项关于脸书用户的调查报导中指出，脸书中青年用户正逐渐减少，因为青年用户认为脸书是“老年人”的专属应用程序。于是，他们便选择通过新兴的 Instagram 和 TikTok 等社交媒体管道进行娱乐及社交互动(Haenlein et al., 2020; Montag et al., 2021; Kasmani, 2023)。这些年轻人认为，

Instagram 适合网络社交和消磨时间，因其平台注重视觉传达的效果，从而发布不同类型的帖文，满足年轻人在社交中的网络心理需求(Huang & Su, 2018)。而年轻用户转向 TikTok 的原因，是由于 TikTok 传播的短视频主题多种多样，包括日常纪录片、烹饪、宠物、专业知识、社会实践、唱歌及舞蹈等，并且 TikTok 使用演算法推荐功能，为用户推送他们感兴趣的视频，从而提升了年轻用户的使用幸福感(Tang et al., 2022)。

对比本研究结果，尽管脸书已不再是年轻用户寻乐的香饽饽，但在政治领域的角色仍然不容忽视。换言之，尽管脸书在吸引青年用户前来娱乐这块大势已去，不过在选举期间的政治宣传活动中发挥着主导作用(Sara, 2018)。Kasmani(2023) 和 Tapsell(2020)的研究表明，脸书是传播政治信息和政治思想的最佳平台，也是塑造政治话语和赢得选民支持的关键平台，这主要基于脸书中的社群“朋友圈”是由众多成年人构成，这些政治信息和辩论的传播更具可信度。不仅如此，脸书也被年轻人视为提供优质信息并促使青年线上政治沟通的平台之一，因此，通过脸书获取政治信息有助于提高青年对政治问题的认识(Halim et al., 2021)。在马来西亚，政党及政治人物皆积极透过脸书传播各种形式的政治资讯(Abdullah et al., 2021)。一些政治人物甚至成为脸书上的网红，如前首相纳吉在其名为 Najib Razak 和阿 Jib 哥的脸书专页就分别拥有约 460 万和 19 万名追随者。再来，担任过两任首相的马哈迪在其名为 Dr. Mahathir bin Mohamad 的脸书专页，也拥有约 380 万名追随者。现任首相安华在其名为 Anwar Ibrahim 的脸书专页也拥有约 260 万名追随者。

尽管脸书在传播政治信息上仍占据主导地位，本项研究结果也揭露了 Instagram 和 TikTok 有潜质成为青年首投族依赖获取政治资讯的新兴平台。在第

15 届全国大选和 2023 年 6 州选举中，这两个平台在青年首投族获取政治信息的社交媒体分别位列第二和第三，是值得关注的现象。Instagram 中的一些功能可能对政治具有极大的影响力，比如帖文形式更侧重于视觉元素，包括照片和短视频，用户能通过不同的滤镜效果进行调色，传达不同的视觉效果(Parmelee & Roman, 2020)。Instagram 之所以受青年青睐，其特征涵盖了视觉性和互动性，从而为传播丰富多样的新闻资讯创造了条件(Hase et al., 2022)。尤其是其“Stories”(限时动态)功能，允许记者使用其功能在新闻报道中添加问题贴纸、民意调查及投票等互动元素，激励青年用户对新闻话题做出回应，增强 Instagram 在青年政治学习过程中的优势(Vermeer & Linda, 2023)。至于 TikTok，学者 Literat 和 Kligler-Vilenchik(2021)以及 Zeng 与 Abidin(2021)在他们的研究中指出，TikTok 通过年轻人喜爱的方式(如用户生成内容)分享政治观点，与同龄人建立联系，并深深植根于他们的兴趣和文化，因此受到年轻用户的偏爱。这也促使 TikTok 在年轻群体中培养了一种亲和力(Kennedy, 2020; Zeng & Abidin, 2021)。有鉴于此，为了与年轻选民建立联系，马来西亚的政党和候选人也开始进军 Instagram 和 TikTok，并通过这些新兴平台传播政治信息(Jalli, 2024)。

此外，本项研究也发现，极少受访者通过 WhatsApp 和 Messenger 获取政治信息。此项结果与现有文献中的部分研究结论存在差异。比如，Vermeer 等人(2020)的研究结果显示，越来越多的人，尤其是青年使用 WhatsApp 等私密形式的在线平台来获取新闻，以了解时事和政治议题。WhatsApp 和 Messenger 是即时通讯应用程序，用户可以自由控制谁可以看到他们分享的内容(Vermeer et al., 2020)。更重要的是，即时通讯为讨论新闻内容(尤其是创造政治观点)提供了一个值得信赖的共享环境(Vermeer et al., 2020)。基于 WhatsApp 的即时通讯功能，它已成为

政治讨论的主要工具，超越了其他形式的社交媒体管道(Nizah & Bakar, 2021)。有别于上述论述，本研究的青年首投族并不依赖 WhatsApp 和 Messenger 获取政治信息，这是否与近年来即时平台上假新闻或网络诈骗的传播有关？沿着这个思路分析，Mahamad (2021)认为，即时通讯平台能使虚假信息的创作和传播变得更容易。WhatsApp 被视为是传播仇恨言论、虚假新闻、错误信息的沃土，尤其是在大选期间(Mahamad, 2021)。而 Messenger 时常被诈骗者用作冒充用户的亲朋好友，创建虚假账户进行网络钓鱼诈骗，不仅造成用户的金钱损失，也面临身份失窃的风险(Jory, 2023)。由于这两个平台近年来时常被诈骗者和传播假新闻者用作犯案工具，很大程度会影响用户对信息的可信度，从而减少了用户在传播和获取资讯的使用频率(Kischinhevsky et al., 2020; Sunardi et al., 2022)。

除了 WhatsApp 和 Messenger，优管在第 15 届全国大选和 2023 年 6 州选举中也不是本研究的青年首投族依赖用于获取政治信息的主要社交媒体平台。这究竟又是为何？众所周知，优管是一个自行上传、观看和分享的视频平台，用户通过视频获取信息(Abdullah et al., 2021)。不过，优管并不是唯一一个专注用户生成内容的视频共享平台(Shutsko, 2020)，因为在上述讨论的平台中，如脸书、Instagram 以及 TikTok，都涵盖了视频功能。根据本项研究结果显示(见图 4.2.3)，当代青年首投族更热衷于观看短视频，而非影片。这也说明，短视频(Short-form Video)应用因其强大的吸引力，在大学生群体中越来越受欢迎(Liu et al., 2021)。除此之外，排在短视频之后的还有图片和文字。无论是脸书、Instagram 还是 TikTok，不仅具备年轻用户更为喜爱的短视频功能，也涵盖了图片及文字功能(Wang et al., 2021)，而优管在这方面望尘莫及。

从种族层面进一步分析，大部分的巫裔受访者和华裔受访者热衷于通过脸书

获取政治信息，而印裔受访者却更热衷于使用 TikTok。学者 Hassim 等人(2019)曾经研究一项有关巫裔族群使用脸书的因素，其结果表明，任何与当前问题相关的内容均可以通过脸书查看，包括直播(Live)、分享(Share)、喜欢(Like)、新闻、阅读等，无须浏览其他网站，令巫裔用户感到舒适。而学者 Chang 和 Tham (2016)也曾在他们的研究中表明，华裔受访者热衷于使用脸书的原因，是因为脸书是他们重要的沟通和交流工具，这使得脸书中聚焦了众多华人社群，成为了解华人社会的关键信息源。至于印裔青年首投族为何偏爱使用 TikTok，目前这方面的研究文献有限，也非本研究探讨的主要范畴，不过值得研究员在日后加以探讨。

表 5.1.1

青年首投族在第 15 届全国大选和 2023 年 6 州选举中热衷于获取政治信息的社交媒体平台(以种族划分)

社交媒体平台	第 15 届全国大选			2023 年 6 州选举		
	巫裔	华裔	印裔	巫裔	华裔	印裔
脸书	50 (37%)	33 (66%)	6 (23.1%)	55 (40.7%)	29 (58%)	6 (23.1%)
Instagram	21 (15.6%)	12 (24%)	5 (19.2%)	19 (14.1%)	13 (26%)	5 (19.2%)
TikTok	18 (13.3%)	1 (2%)	11 (42.3%)	23 (17%)	1 (2%)	8 (30.8%)
X	19 (14.1%)	2 (4%)	0 (0.0%)	18 (13.3%)	2 (4%)	1 (3.8%)
Telegram	9 (6.7%)	0 (0.0%)	3 (11.5%)	5 (3.7%)	0 (0.0%)	2 (7.7%)
WhatsApp	9 (6.7%)	1 (2%)	0 (0.0%)	8 (5.9%)	3 (6%)	1 (3.8%)
YouTube	6 (4.4%)	1 (2%)	1 (3.8%)	5 (3.7%)	2 (4%)	2 (7.7%)
Messenger	3 (2.2%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	2 (1.5%)	0 (0.0%)	1 (3.8%)

5.2 马来西亚青年首投族在第 15 届全国大选和 2023 年 6 州选举中最感兴趣的政 治信息类型

在政治信息呈现形式方面，根据研究结果显示(见图 4.2.3)，在 212 名受访者中，最多人对以短视频呈现的政治信息最感兴趣。排名第二和第三的分别是图片以及文字。早期关于网络世代的研究中，学者 Oblinger 与 Oblinger(2005)就发现，由于青年在媒体丰富的环境中长大，他们更倾向于视觉性和动觉性的信息内容，而非文本性质的信息。社交媒体中的照片和视频功能经过滤镜和数字技术的编辑，提供了多种音乐滤镜和视觉效果(如照片模板、慢动作、比特率声音、口型同步等)，以及特殊的合拍视频(Cooperative Videos)，这些内容比文字更具视觉性和趣味性(Shutsko, 2020)。

从另一个角度来分析，也可以解释出为何青年更偏爱观看短视频。现有研究表明，人们的平均注意力已从 2000 年的 12 秒下降至 8.25 秒，这就意味着快速消费的内容更符合当代观众的需求(Kohler, 2023)。而短视频正好契合这一需求，使用户能够在不浪费时间和精力的状况下获取信息(Kohler, 2023)。相较于新闻报道、长影片而言，短视频更具有碎片化、直观且简洁的特点(Wu et al., 2021)。短视频平台作为新兴的娱乐形式，不断刺激用户接受新的内容和娱乐方式(Nam & Jung, 2021)。而千禧一代的用户也认为短视频在视觉叙事方面更有画面感(Du et al., 2020)。在这一趋势下，短视频成瘾的现象尤为突出(Liu et al., 2021)。

此外，也有一部分的青年首投族偏爱图片呈现的政治信息。就如上述论述所指，年轻一代的专注力已明显缩短，因此一图可胜千言。除此之外，以图片形式为主的帖文能够带给用户幸福感和亲密感，且有助于刺激用户的情感(Pittman & Reich, 2016; Wang et al., 2015)。而有关政治的视觉传播研究表明，富有创意的图

片能够吸引选民的注意并影响政治行为(Parmelee & Roman, 2020)。无独有偶，对照 5.1 部分的讨论与分析，无论是脸书、Instagram 还是 TikTok，这些社交媒体平台的功能和特点均涉及图片和短视频。反之，本研究中的青年首投族群，最少人对影片呈现方式的政治信息感兴趣，这也解释了为何优管作为视频发布平台，在年轻一代用以获取政治信息方面的地位较低。

按照性别进一步分析，本研究中的男性和女性青年首投族都热衷于观看短视频类型的政治信息(见表 5.2.1)。但值得关注的现象是，本研究中的女性却比男性更偏爱阅读文字类型的政治信息。这究竟是为何？早期有关传播与沟通的研究指出，女性比男性更善于表达(Balswick & Avertt, 1977; Chaplin & Aldao, 2013)。而文字被大多数历史学家认为是最值得信赖和最具独特性的表达形式(Auslander, 2005)。因此，女性就善于使用流畅的文字写作来表达各种经历，从而展示更艺术化的自我表达形式(Vieira, 2019)。沿着这个思路分析，不难理解女性偏爱阅读文字信息的其中缘由。

表 5.2.1

青年首投族最感兴趣的政治信息类型(以性别划分)

政治信息类型	男性	女性
短视频	52 (48.1%)	40 (38.5%)
图片	30 (27.8%)	26 (25%)
文字	14 (15.3%)	26 (25%)
漫画	7 (6.5%)	9 (8.7%)
影片	5 (4.6%)	3 (2.9%)

在政治信息内容方面，从整体来看，最多人对新闻媒体专页的帖子或推文最感兴趣，其次是新闻媒体专页分享的视频(见图 4.2.4)。学者 Slaudeen 和 Onyechi (2020)的研究结论可以解释这一点，由于大多数青年更倾向于通过主流媒体中的数字化平台(如社交媒体中的新闻专页)获取新闻，这些平台提供了便捷的内容访问、合理的价格以及迅速的信息传播。因此，热衷于从这些数字平台获取新闻的用户通常更注重消息来源的专业性、真实性及可靠性(Slaudeen & Onyechi, 2020)。

值得关注的还有排在第三的朋友或追随者的帖子、评论或推文。学者 Parmelee 和 Roman (2020)的研究结论指出，由于当代年轻人在数字时代的环境下成长，他们会相信匿名用户和陌生人的在线推荐，除了亲密的友人，这一代人也经常与完全陌生的人进行网络互动。不仅如此，他们补充，追随者的帖子对青年的政治观点有较大的影响，他们在社交媒体中扮演着重要的意见领袖角色。相比之下，家庭成员和朋友的观点对青年的影响则较小(Parmelee & Roman, 2020)。因此，尽管年轻人会重视家庭成员和朋友的观点，但追随者的意见在社交媒体平台中显然具有更大的影响力。

此外，政治视频广告(如针对某政治议题的建议、广告等)也是本研究的青年首投族感兴趣的政治信息内容(排名第四)。政治广告受到了越来越多首投族的关注，这是因为现代媒体中的政治广告因其自身的信息性而受到青睐，特别是在传递政治信息、辩论问题、宣传候选人、吸引更多选民支持以及提升政党形象等方面尤为突出(Abd Rahim et al., 2017; Yaakop et al., 2019)。此外，社交媒体中的政治信息广告能够促进青年在马来西亚多元文化社会环境的团结和凝聚力，从而吸引他们的关注(Kareklas et al., 2015)。不仅如此，这些政治广告不仅影响了青年对

某些议题的看法和判断，也增强了他们对社会的参与感和归属感(Karekla et al., 2015)。

同样值得关注的是，在本项研究里，最少人对其他专页或个人专页发布的视频感兴趣。众所周知，随着用户生成内容愈发流行，普罗大众也能成为媒体内容的创造者，而基于互联网传播速度之快，用户能随时获取任何人发布的各类信息(Slaudeen & Onyechi, 2020)。这些非专业人士从事的新闻工作一般被称之为“公民新闻”，传播这些内容的平台则被称之为数字媒体、在线媒体、新媒体或自媒体(Slaudeen & Onyechi, 2020)。这些平台的出现引发了不少争议，媒体从业员对这些平台的专业性和道德伦理提出了质疑，尤其是在党派报道兴起和虚假新闻猖獗的背景下，公众对这些平台新闻内容的真实性和可靠性也感到担忧(Slaudeen & Onyechi, 2020)。无独有偶，本项研究结果也可以解释这一点，在问卷调查中，研究员也询问受访者除了社交媒体以外获取政治信息的其他平台，在 212 名受访者中，有最多人是通过新闻网站获取政治信息(见图 4.1.6)。这意味着即使是在社交媒体平台，青年首投族仍然选择依赖正规媒体机构在有关平台开设的专页，这也对应了 Slaudeen 和 Onyechi (2020)的总结，即新闻媒体专页的资讯相较于个人和其他专页的内容更具可靠性。

按照种族进一步分析，各族群的数据与整体数据接近，除了热衷于观看新闻媒体专页的帖子或推文以及新闻媒体专页分享的视频以外，值得关注的是印裔青年首投族热衷于观看政治视频广告(如针对某政治议题的建议、广告等)(见表 5.2.2)。但至于印裔青年首投族为何热衷于观看政治视频广告，目前这方面的研究文献仍有限，也非本研究探讨的主要范畴，不过却值得研究员在日后加以探讨。

表 5.2.2

青年首投族最感兴趣的三大政治信息内容(以种族划分)

	各族首投族	巫裔	华裔	印裔
最感兴趣的三类政治信息内容	1.新闻媒体专页的帖子或推文 (24.1%)	1.新闻媒体专页分享的视频 (20%)	1.新闻媒体专页的帖子或推文 (42%)	1.新闻媒体专页分享的视频 (34.6%)
	2.新闻媒体专页分享的视频 (20.8%)	2.新闻媒体专页的帖子或推文 (19.3%)	2.朋友或追随者的帖子、评论或推文 (18%)	2.政治视频广告(如针对某政治议题的建议、广告等) (19.2%)
	3.朋友或追随者的帖子、评论或推文 (12.7%)	3.政治人物或政治机构发布的视频 (11.9%)	3.新闻媒体专页分享的视频 (16%)	3.新闻媒体专页的帖子或推文 (11.5%)
			3.朋友或追随者的帖子、评论或推文 (11.5%)	3.其他专页或个人专页发布的视频 (11.5%)

5.3 马来西亚青年首投族的投票意愿

整体来说，马来西亚青年首投族对投票重要性的感知程度平均值为 4.14 分，属于高度感知水平。这项数据意味着大多数青年首投族认为投票是重要的。

可是默迪卡民调中心(MCOR)曾在 2021 年进行一项民意调查，结果表明有 70% 的马来西亚青年对政治参与不感兴趣，存在政治冷感。并且，年轻人对政治

的热情普遍低于老一代人，从而导致投票参与率低(Moshidi et al., 2021)。不仅如此，学者 Razak 等人(2023)也指出，虽然所有 18 岁合格选民有资格在第 15 届全国大选中履行公民义务，但仍有许多符合资格的选民对投票漠不关心。尽管上述过往的部分研究论述指青年对政治抱持冷感态度，可本研究结果却表明，青年首投族对政治和投票并不冷感。基于学者 Seemiller 与 Grace(2018)对于 Z 世代的分析指出，Z 世代的公民政治参与态度已发生变化，从只注重“个人”(Individual)转变为注重“集体”(Collective)，他们正积极履行自己作为公民的权利与义务，从而推动民主进程的发展。

在本研究的 212 名受访者中，有 202 名受访者在过去的第 15 届全国大选中是合格选民，其中 173 人(76.5%)选择投票，剩余的 29 人(23.5%)则放弃投票。此外，在 2023 年 6 州选举中，有 131 名受访者是合格选民，其中 103 人(78.6%)选择投票，剩余的 28 人(21.4%)则放弃投票。此外，有意在未来大选、州选或补选中投票的受访者也超过半数(57.5%)(见图 4.4.9)。基于本项研究中的青年首投族大多数认为投票是重要的，因此，大多数首投族都有在第 15 届全国大选和 2023 年 6 州选举中投票。

此外，本项研究结果也显示，第 15 届全国大选和 2023 年 6 州选举中的投票率都接近 80%(见表 5.3.1)。甚至有一些青年首投族也表示，在未来的大选、州选或补选中也会积极投票。对于这个现象，可以理解的是，由于这群青年首投族认为投票是重要的，也是政治参与的重要一环，为了履行自己作为公民的职责，因此，才会积极投出手中宝贵的一票(Lim, 2018)。

表 5.3.1

青年首投族在第 15 届全国大选和 2023 年 6 州选举的投票意愿

投票意愿	第 15 届全国大选	2023 年 6 州选举
有投票	173 (81.6%)	103 (48.6%)
未投票	29 (13.7%)	28 (13.2%)
未满 18 岁法定年龄	10 (4.7%)	12 (5.7%)
我不是 6 州的选民	/	69 (32.5%)

就如早前的一些文献研究论述所指，个人教育也会影响政治参与程度 (Warwick, 1998)。本项研究中的 212 名受访者，有 154 人(72.8%)的学术背景为大专或大学毕业生，也有 27 人(12.7%)为研究院的毕业生，这些受访者均受过高等教育(见表 5.3.2)。在 154 名大专或大学毕业生中，有 127 人(82.4%)在第 15 届全国大选中投票；有 70 人(45.4%)在 2023 年 6 州选举中投票；也有 121 人(78.6%)表示会在未来选举中投票。而在 27 名研究院毕业生中，有 21 人(77.7%)在第 15 届全国大选中投票；有 15 人(55.5%)在 2023 年 6 州选举投票；也有 26 人(96.3%)表示会在未来选举中投票。优质的公民教育有助于形成积极参与政治的观点 (Razak et al., 2023)。

除此之外，在过往研究中一些学者针对教育程度和政治参与进行测试，结果表明教育程度与政治参与(如投票)存在正相关关系(Kam & Palmer, 2008; Blais & St-Vicent, 2011)。这意味着，当个人受教育程度较高时，政治参与的程度也就相对越高(Wagner et al., 2012)。

表 5.3.2

青年首投族的学术背景与投票意愿

学术背景	第 15 届全国大选	2023 年 6 州选举	未来选举或补选
大专/大学	127 (82.4%)	70 (45.4%)	121 (78.6%)
研究院	21 (77.7%)	15 (55.5%)	26 (96.3%)

另一边厢，从性别层面进一步分析，本项研究中的男性和女性在第 15 届全国大选和 2023 年 6 州选举投票比例数据相近，政治参与程度不相上下(见表 5.3.3)。但先前一些关于政治参与的研究表明，男性比女性更活跃于政治参与，换言之，女性的政治参与比男性低(Welch, 1977; Verba et al., 1997; Coffé, 2013; Homola, 2017)。但为何本研究中的男女生在政治参与方面的表现趋同？可以这么理解，随着时间的推移，马来西亚对女性的歧视状况正不断改善，其中部分进展都归功于女性接受教育机会的增加，以及对宪法权利认识的提升(Jamil et al., 2019)。甚至一些女性的受教育程度还高于男性(Evans et al., 2021)。除此之外，马来西亚政府也在积极推动男女平权，性别平等的显著提高构成了马来西亚高等教育的格局(Jamil et al., 2019)。这一点在各行各业显而易见，无论是教师、政府领袖、学者还是研究员，女性数量都在不断增加，她们也被视为促进国家和社会经济发展的重要人力资源(Jamil et al., 2019)。当马来西亚女性教育得到显著提升后，人们也开始重新评估女性在政治参与中的活跃程度(Weiss, 2022)。由此可见，随着马来西亚女性教育水平的提升，不仅改变了女性的思维逻辑和表达能力，也影响了女性的政治参与和民主进程的推动(Jamil et al., 2019)。这不仅反映出为何本项研究中的男性和女性在两次选举中的投票率不相上下，也说明了马来西亚的男性和女性在政治参与程度的差距在逐渐缩小(Welsh, 2018)。

表 5.3.3

青年首投族的投票意愿(以性别划分)

	第 15 届全国大选	2023 年 6 州选举	未来选举或补选
男性	83 (47.9%)	55 (53.4%)	87 (50%)
女性	90 (52.1%)	48 (46.6%)	87 (50%)

这些青年首投族之所以在第 15 届全国大选、2023 年 6 州选举以及未来选举中投票，是由于他们认为，投票是他们公民的权利和义务(见表 5.3.4)。学者 Othman (2022)的研究论述指出，投票是公民负责任的表现。根据法律规定，国家不能强迫或胁迫每个符合条件的选民投票，但作为负责任的公民，投票是加速国家发展进程的方式之一 (Othman, 2022)。因此，年轻选民已经深刻意识到自身在推动国家发展进程中的关键作用，并认真负责地行使自己作为公民的角色 (Ali & Chaudhary, 2024)。

表 5.3.4

青年首投族在第 15 届全国大选、2023 年 6 州选举以及未来选举中投票的三大原因

	第 15 届全国大选	2023 年 6 州选举	未来大选、州选或补选
投票的三大原因	1.我作为公民的权利和义务 (57.8%)	1.我作为公民的权利和义务 (51.5%)	1.我作为公民的权利和义务 (57.5%)
	2.我可以支持感到亲近的政党 (12.1%)	2.我可以通过投票改变政治现状 (11.7%)	2.我可以表达对当前政治的不满 (9.2%)
	3.我可以通过投票改变政治现状 (9.2%)	3.我在竞选期间收到的政治信息促使其出来投票 (9.7%)	3.我可以通过投票改变政治现状 (8%)

尽管本项研究中大多数受访者都有投票或表示有意再投票，但仍有少数受访者不投票或没有投票意愿。不投票的行为事实上也是一个值得探讨的现象。毕竟只有了解导致受访者不投票的原因，政府及有关单位才能更针对性地制定策略，提升选民的政治参与。本研究里在第 15 届大选中选择不投票的受访者，大多数是因为他们认为投票对他们没有任何帮助。而在 2023 年 6 州选举中不投票的最主要原因是，受访者不确定把票投给哪个政党。此外，询及受访者不会在未来选举、州选或补选中投票的原因，也是认为投票对他们没有任何帮助(见表 5.3.5)。

针对此等现象，可以追溯回 2020 年的“喜来登事件”。在 2018 年举行的第 14 届全国大选中，由马哈迪领导的希盟击败了执政 60 年的国阵政府，首次实现政权更替。然而在 2020 年 2 月 23 日，当时希盟成员党之一的人民公正党(PKR)全国署理主席阿兹敏阿里(目前已脱离公正党，现为国盟淡江州议员)和土著团结党(土团党，PPBM)主席慕尤丁在喜来登酒店进行闭门会议(Hutchinson, 2023)。会议之后，慕尤丁宣布土团党退出希盟，导致希盟失去多数席位。2 月 24 日，时任首相马哈迪以失去党员信任为由，宣布辞去首相职务，并解散内阁，导致马来西亚自此陷入政局动荡(Hutchinson, 2023)。2 月 29 日，时任国家元首阿都拉宣布慕尤丁出任马来西亚第 8 任首相。慕尤丁随后在 2020 年 3 月 9 日组织国盟政府，宣布全新内阁阵容(Hutchinson, 2023)。公民通过选举选出的希盟政府垮台，导致了马来西亚政坛动荡和派系斗争的加剧。这一事件让民众意识到，即使是通过民主选举产生的政府，也会因为内部矛盾而导致垮台，进而产生(非民选的新政府。也因为如此，慕尤丁领导的政府被广泛称为“后门政府”(Backdoor Government) (Hairi & Jamil, 2024)。在这种情况下，公民可能会认为投票无法真正带来改变，从而对马来西亚的政治体系产生质疑。

此外，少数首投族表示不确定把票投给哪个政党，这也是他们不确定在未来大选、州选或补选中是否会投票的原因之一。由于在 2023 年 8 月举行的 6 州选举中，国盟和希盟以及其他政治联盟在各州的选举结果不同，有些政党在某些州属未能取得多数席位执政，各联盟之间只能进行协商与合作，组成联合政府，以确保州政府的有效运作(Abdul Rashid Moten, 2023)。例如，希盟在雪兰莪和森美兰两个州属均赢得多数席位，但未达到单独执政的票数，只能与国阵组成联合政府，避免政治僵局(Abdul Rashid Moten, 2023)。可是每个联盟或政党的政策、价值观及执政理念都有所不同，多党执政的复杂性也促使选民在多个政党之间进行选择时感到困惑，从而导致选民对政党选择的不确定性(Röllicke, 2023)。

在本项研究中，有少数青年首投族表明自己对投票不感兴趣，可想而知，他们可能会选择不投票。早期有关政治参与的研究中，学者 Holt 等人(2013)就曾指出，政治兴趣是政治参与的动机，政治兴趣会影响个人的政治参与度。换言之，当一个人对政治漠不关心时，政治参与会跟着减少(Holt et al., 2013)。根据上述分析所知，一些青年确实对政治抱持冷感态度。马来西亚政府在第 15 届全国大选中给予所有符合 18 岁选民投票权，但仍有许多符合资格的选民对投票漠不关心(Razak et al., 2023)。

表 5.3.5

青年首投族在第 15 届全国大选、2023 年 6 州选举以及未来选举中不投票的三大原因

	第 15 届全国大选	2023 年 6 州选举	未来大选、州选或补选
不投票 的原因	1. 我认为投票对我没 有任何帮助 (31%)	1. 我不确定要把票投 给哪个政党 (21.4%)	1. 我认为投票对我没 有任何帮助 (42.9%)

2.我不确定要把票投给哪个政党 (20.7%)	2.我认为投票对我没有任何帮助 (17.9%)	2.我对投票不感兴趣 (31.4%)
2.我对投票不感兴趣 (20.7%)	2.我对投票不感兴趣 (17.9%)	2.我不相信马来西亚的政治体系 (17.9%)
3.我不相信马来西亚的政治体系 (17.2%)	3.我不是这6州的选民 (14.3%)	3.我不确定要把票投给哪个政党 (28.6%)

5.4 社交媒体与青年首投族的投票意愿

参与本项研究调查的青年首投族，均是以社交媒体作为获取政治信息的主要平台。研究结果显示，青年首投族使用社交媒体获取政治信息的整体依赖程度平均值为 3.56，属于高度依赖(见表 4.3.1)。在 15 个测试项目中，青年首投族通过社交媒体获取政治信息的三大目的或依赖事项，排在第一的是“了解各个国内或国际的政治事务”(3.89)，而排在第二和第三的分别是“获取最新的国内或国际政治资讯”(3.84)以及“选择把票投给哪个政党或候选人”(3.80)(见表 5.4.1)。

学者 Ali 和 Qamar(2020)在他们的研究中解释，由于社交媒体提供了多元的在线信息，成为获取知识、教育及娱乐等内容的便捷途径，尤其网络平台中存在大量的政治信息，方便用户获取。此外，Kemp(2024)也在其研究报告中表明，青年使用互联网及社交媒体的主要目的包括查找信息、及时了解新闻事件、阅读新闻以及浏览热点话题等。基于青年时常接触数字媒体，他们也被归类为在日常生活中使用互联网及社交媒体的高频群体，在获取政治信息时也均依赖自己长期使用的社交媒体平台(Chinnasamy & Azmi, 2018; Ng et al., 2023)。在马来西亚的背景下，青年依赖社交媒体获取政治信息的原因在于，社交媒体为公民提供了一个

获取和讨论政治信息的空间 (Tan,2022b)。这种平台改变了他们参与和体验政治的方式，进而对首投族的政治兴趣和决策产生了重要影响(Tan,2022b)。但值得关注的是，众多青年首投族在使用社交媒体获取政治信息时，并未考量政治信息的可信度，这意味着他们容易接收到错误或有偏见的政治信息，而这些信息会影响其投票意愿和投票决策(Ng et al., 2023)。

另外，上面提及的青年首投族通过社交媒体获取政治信息的第三个目的，是用来选择把票投给哪个政党或候选人。早期研究表明，当选民不了解政党的体制时，会影响选民对投票决策的不确定性。学者 Carpin 和 Keeter(1996)认为，当选民在了解各个政党的制度后，才会意识到投票的重要性。因为这样能促使选民了解各政党候选人在选举时所提出的政策以及选举的价值；选民依据自身的政治偏好，履行公民责任，投下手中的一票(Howe, 2006)。Ng 等人(2023)认为，青年首投族的投票决策是根据社交媒体的贴文来判断政党或候选人的优势或劣势。当他们在社交媒体看到关于某个政党或候选人的负面言论时，就不太可能投票给该政党或候选人(Ng et al., 2023)。这一逻辑也说明，本项研究的大多数受访者都是通过社交媒体，去了解将选票投给哪个政党或候选人，从而在选举中投票。除此之外，Zhuravskaya 等人(2020)认为，社交媒体为政党和公众提供了一个互动环境，尤其是政党在政治解决方案、讨论新政策以及让公众了解某一事件的最新进展等方面。用户通过社交媒体收集政治信息，了解政党和候选人，这不仅有利于用户本身，也有利于政党或候选人能够通过不同的在线策略来获得公众的支持(Robertson et al., 2016)。这也说明了社交媒体的多种用途，当用户获取政治信息时，他们会选择出自己所支持的政党，从而让他们做出更好的投票决策，促进民主制度的完善(Lakkisetty et al., 2018)。

表 5.4.1

青年首投族通过社交媒体获取政治信息的依赖事项平均值

依赖事项	平均值
了解各个国内或国际的政治事务	3.98
获取最新的国内或国际政治资讯	3.84
选择把票投给哪个政党或候选人	3.80

5.5 媒介系统依赖理论与青年首投族使用社交媒体获取政治信息的动机

本项研究采用了媒介系统依赖理论的微观层面对研究问题进行探讨。

Ball-Rokeach 和 DeFleur (1976)认为，受众的媒介系统依赖是个人为了达成自身的目标或目的，依靠媒介作为资讯来源时所产生的依赖关系。其中，理解、定向和娱乐是个人使用媒介获取信息的三个主要动机(Ball-Rokeach, 1985; Loges, 1994)。根据表 5.5.1 显示，受访者对定向的依赖程度最高，平均值为 3.74 分，属于高度依赖。其次是理解的依赖程度为 3.69，也属于高度依赖。而排在最后的是娱乐，依赖程度为 3.25 分，属于中度依赖。

从定向依赖的层面来看，青年首投族使用社交媒体依赖程度最高的事项为“选择把选票投给哪个政党或候选人”。基于社交媒体平台上存在海量的政治信息，方便青年首投族自由获取的同时，也促使他们更容易接触到不同的政治理念(Ali & Qamar, 2020)。而青年首投族接触了不同政治理念的信息之后，自己也产生了大量的想法，间接塑造了首投族自身的政治观念(Munir, 2018)。这些政治观念也帮助他们在投票时更好的做出选择(Banks et al., 2020; Lakkisetty et al., 2018)。除此之外，也可能出现另一种情况。如上述所指，青年首投族接触了不同政治理念

之后，他们却更容易与自己持相同政治理念的人产生共鸣(Brunn, 2017)。这种共鸣是受到社交媒体中社交圈(如同龄人)的意识形态或理念所影响，从而产生的“回音室效应” (Echo Chamber)。“回音室效应”指的是，一群人倾向于只和自己产生共鸣的事相互连接，而排斥外界的反应(Brunn, 2017)。因此，尽管用户在竞选期间通过社交媒体接触大量有关政治人物、政党或特定议题的新闻内容，很大程度会形成自己的“过滤气泡” (Filter Bubble, 又称“同温层”)，进而重新评估自己的政治立场，寻找属于自己的“政治家园” (Political Home) (Ohme et al., 2017)。根据上述 5.4 的讨论与分析，再结合定向依赖动机，本项研究的多数受访者都积极通过社交媒体去选择将选票投给哪个政党或候选人，以此形成自己的投票意愿。

从理解依赖的层面来看，青年首投族使用社交媒体依赖程度最高的事项为“了解各个国内以及/国际的政治事务”以及以微差分数排在第二的“获取最新的国内以及/或国际政治资讯”。这两项也是本项研究中青年首投族使用社交媒体的主要目的。脸书作为青年首投族获取政治信息的主要社交媒体平台，被公认为是为年轻人提供优质信息并促使青年线上政治沟通的管道之一，通过脸书获取国内(马来西亚)最新的政治信息，从而了解国内的政治事务，有助于提高青年对政治问题的认识，这也再次验证了本项研究中的青年首投族，的确高度依赖社交媒体获取政治信息(Halim et al., 2021; Munir, 2018)。

最后是娱乐依赖。从娱乐目的的层面来看，青年首投族使用社交媒体依赖程度最高的事项为“在未能亲身出席一些政治活动时，让自己依然能有身历其境的感觉”以及以微差分数排在第二的“我非常喜欢阅读在社交媒体里发布的政治资讯”。这说明本项研究中的受访者确实是因为政治动机而使用脸书，而非寻求娱乐。对于娱乐动机，他们可能使用其他社交媒体平台。就如现有文献指出，很多

青年选择通过 Instagram 和 TikTok 等社交媒体平台进行娱乐及社交互动, 但非政治参与和获取政治信息的用途(Haenlein et al., 2020; Montag et al., 2021; Kasmani, 2023)。

表 5.5.1

青年首投族通过社交媒体获取政治信息的三大动机平均值

三大动机	平均值
定向依赖	3.74
理解依赖	3.69
娱乐依赖	3.25

按照性别进一步分析, 本研究中的男性青年首投族在定向依赖中高于女性, 而女性青年首投族则在理解依赖中高于男性(见表 5.5.2)。男性和女性在获取政治信息的动机又为何存在差异? 早期关于性别研究的文献指出, 男性相较于女性而言有较强的理性(Pacini & Epstein, 1999; Nelson, 2010)。而在定向依赖中, 媒介主要塑造人的决策或决定行为(见表 2.5.1)。因此, 男性的理智思考会影响其决策行为(例如投票) (Power, 2019)。但由于女性比较偏感性的, 相较于男性更容易情绪化, 导致女性比男性更善于表达和倾诉(Parkins, 2012)。因此, 女性在进行自我表达之前, 要对各类事项有所理解, 才能明确表达意图(Kennedy-Moore & Watson, 2001)。而理解依赖旨在促进个人对想法、行为、自我理解或个性的发展, 以及了解其他个体的本质和文化(见表 2.5.1)。这意味着, 女性在表达自我之前, 通常先去理解事件的本质。综合上述分析所得, 男性的定向依赖体现在决策行为的理智判断上, 而女性在理解依赖注重在表达自我之前对理解事物的本质。

表 5.5.2

青年首投族通过社交媒体获取政治信息的三大动机平均值(以性别划分)

	定向依赖	理解依赖	娱乐依赖
男性	3.65	3.57	3.22
女性	3.62	3.87	3.37

第六章 研究结论、限制与建议

自 2021 年 12 月起马来西亚选民的投票年龄从 21 岁下调至 18 岁后，2022 年举行的第 15 届全国大选，18 至 21 岁的青年首投族共计 140 万人(Kasmani, 2023)。另外，在去年结束的 6 州选举中，18 至 20 岁的青年选民人数就达 66 万 1905 人 (SPR, 2023)。随着投票年龄的降低，这群青年首投族被视为马来西亚未来选举中的“造王者”(Rosihin, 2022)。社交媒体在政治效能的调整、发展以及青年的投票意愿方面具有影响力(Munir, 2018)。这群青年首投族出生于网络时代，是社交媒体上最活跃的用户群体之一(Chinnasamy & Azmi, 2018; Ng et al., 2023)。因此，本研究以第 15 届全国大选和 2023 年 6 州选举为案例，旨在探讨马来西亚青年首投族在这两次选举中热衷于获取政治信息的社交媒体平台及其喜爱的政治信息类型，并了解这群依赖社交媒体获取政治信息的青年用户的投票意愿。本项研究的研究问题如下：

- (一) 马来西亚青年首投族在第 15 届全国大选和 2023 年 6 州选举期间热衷于通过什么社交媒体平台获取政治信息？
- (二) 马来西亚青年首投族在第 15 届全国大选和 2023 年 6 州选举期间对什么类型的政治信息最感兴趣？
- (三) 社交媒体如何影响马来西亚青年首投族的投票意愿？

6.1 研究结论

本项研究结果显示，脸书是马来西亚青年首投族获取政治信息的社交媒体平台。以种族细分，巫裔和华裔青年首投族热衷于通过脸书获取政治信息，而印裔

青年首投族则偏爱 TikTok。

在政治信息类型方面，马来西亚的青年首投族更喜欢观看短视频类型的政治信息。以种族细分，除了短视频，巫裔与华裔青年首投族比印裔青年首投族更偏爱阅读文字型的政治信息。在政治信息内容方面，青年首投族对新闻媒体专页的帖子或推文最感兴趣。按照种族细分，巫裔对新闻媒体专页分享的视频最感兴趣；华裔最偏爱阅读新闻媒体专页的帖子或推文；而印裔青年首投族特别喜欢观看政治视频广告(如针对某政治议题的建议、广告等)。

本项研究中的青年首投族均是以社交媒体平台作为获取政治信息的主要管道，而他们也展现出强烈的投票意愿。因为大部分的青年首投族不仅在第 15 届全国大选和 2023 年 6 州选举中积极投票，他们还表示会在未来的选举中继续投票。这群青年首投族通过社交媒体平台获取政治信息的主要三个目的，分别为了了解各个国内或国际的政治事务、获取最新的国内或国际政治资讯，以及选择把票投给哪个政党或候选人。

6.2 研究限制与建议

本项研究采取了定量研究(Quantitative Research)中的在线问卷调查(Survey Questionnaire)收集数据。这种方式虽然能够让研究员在较短时间和低成本的情况下，找到符合资格的受访者，但由于问卷无法设置太多开放式的问题，从而导致研究员无法具体和深入地探讨到某种现象背后所产生的原因。就比如，本项研究主要询问受访者获取政治信息的社交媒体平台，但并未询问受访者选择特定社交媒体平台的原因。这导致研究员在后续的分析层面受到限制，无法梳理出受访者选择特定社交媒体平台背后的动机。因为理解受访者选择特定社交媒体平台至关

重要，不同平台的特征(如互动方式、信息呈现方式、传播速度等)都会影响青年首投族获取和解读政治信息的方式，以及这些信息对其投票意愿的影响(Tariq et al., 2022)。其次，尽管本项研究以第 15 届全国大选和 2023 年 6 州选举为探讨案例，鉴于研究范畴，研究员在问卷调查中也并未询问受访者在两次选举中分别投票给哪个政党，因为如若青年首投族在不同选举中对不同政党持有不同政治倾向时，研究员可以进一步探究其中原因。由于政党在选举中扮演关键性的角色，青年首投族的投票选择能直接反映其对不同政党的态度和支持度。一些政党通过社交媒体发布政治信息，企图影响首投族的投票意愿，如第 15 届全国大选期间国盟通过 TikTok 传播宗教理念(Rodzi, 2022)。因此，询问青年首投族在两次选举中投给哪个政党，能够揭示其通过社交媒体获取政治信息是否在影响他们对特定政党的支持方面起到决定性作用，从而提供社交媒体对青年首投族投票意愿和投票行为更全面的分析。综上所述，研究员建议在未来的相关研究中，可以采取混合研究方法(Mixed-Method)，即综合多种研究方法进行学术研究。比如，学者可以预先使用在线问卷调查收集受访者针对某一事件或现象的看法，以获得广泛的定量数据，之后再通过深度访谈(In-depth Interview)来了解某种现象产生的原因和结果。这种方式不仅能弥补问卷调查的局限性，也可以帮助研究员更好地理解社交媒体在影响青年首投族投票意愿中的其他作用。

再者，由于本项研究面对时间、资源等条件的限制，便采用了非概率抽样方式中的任意抽样法进行数据收集，且仅收集 212 份有效问卷，无法全面概述马来西亚青年首投族的社交媒体使用情况和投票意愿。有鉴于此，本项研究结果和分析有欠代表性，仅适用于初步探索阶段，为后续的研究奠定基础。未来的研究中，研究员可以使用概率抽样法(Probability Sampling)采集更多的研究样本，以便能

够采集到更具概括性质的数据。

另一方面，本项研究的统计方法仅采用百分比和平均值作为数据统计的要素，并未使用如 SPSS、SAS、SES、Stata 等数据统计软体。因此，研究员只能基于百分比和“中间趋势”(Central Tendency)里的平均值进行推断，无法统计出各个变数间真正的正负面关系和影响。因此，未来有意研究相关课题的学者，可以采用数据统计软体进行数据统计，以获得更为精准、且具有概括性的研究结果。

最后，本项研究仍有两个无法解释的问题，分别是马来西亚印裔青年首投族为什么更偏爱使用 TikTok 获取政治信息以及为什么印裔青年首投族热衷于观看政治视频广告(如针对某政治议题的建议、广告等)。有鉴于此，由于这两个问题不在本研究讨论范畴之内，在未来的研究中，研究员可以使用定性研究(Qualitative Research)中的深度访谈(In-depth Interview)，对以上两个现象一探究究竟。

6.3 总结

本项研究中，绝大部分的青年首投族都积极投票，也认同投票是重要的。但过往有关政治参与的文献论述都聚焦在青年的政治冷感。可随着时代的变迁，马来西亚的社会制度、教育水平和科学技术等领域不断提升，这些因素也逐渐改变了年轻人的思维方式和行为准则。与过去相比，现如今的青年首投族并不一定再对政治持冷感态度。就如本项研究中的多数青年首投族，他们在第 15 届全国大选和 2023 年 6 州选举中都在积极践行自己作为公民的权利和义务，投出手中的 一票，以推动马来西亚民主进程的发展。

尽管不投票及无意愿投票的青年首投族占少数，但此等现象仍不能忽视，因

为青年在塑造国家的经济和政治格局方面仍有巨大潜力, 政治冷感会对民主实践构成严重的威胁(Qader & Omar, 2015; Dahl et al., 2017)。这种冷感使人不再主动思考和传达建设性的意见, 无法向政府提供反馈; 从而导致人们对国家当前发生的事情漠不关心(Razak, et al., 2023)。当青年拒绝政治参与时, 政府仅仅只对威胁国家利益的问题负责, 不再关注社会和民生, 产生一个专制独裁的领袖(Razak, et al., 2023)。此外, 政治冷感也源自于青年认为自己手中的那一票并不会对最终结果产生实质性的影响, 或是对政党及候选人缺乏信任等(Borg & Azzopardi, 2021)。因为本项研究结果同样揭示了青年首投族不投票的原因, 他们认为投票没有任何帮助, 也不相信马来西亚的政治体系, 故而放弃投票。因此, 马来西亚教育机构要加强青年的政治教育, 尤其是通过实际案例和模拟选举等活动, 让未来的青年首投族了解个人政治参与和投票的意义。再者, 政府机关和非政府组织通过宣传和倡导活动, 提升青年的政治兴趣, 尤其是政府机关应在处理政治事务、政策制定和执行过程中, 增强透明度和公信力, 并通过积极互动的方式增强青年对马来西亚政治体制的信任。

此外, 本项研究结果揭示了脸书在传播政治信息上仍占据主导地位。但伴随着 Instagram 和 TikTok 的崛起, 这两个平台有潜质成为青年首投族依赖获取政治信息的新兴管道。因此, 各个政党和候选人未来不应只专注使用脸书发布政治信息, 而是同时使用年轻人最常使用的社交媒体平台与之互动, 如 Instagram 和 TikTok。并且, 也可以通过制作短视频形式的信息内容来吸引年轻选民的注意, 从而增强政治信息的传播效果。因为根据微观层面的媒介系统依赖理论所强调的中心思想, 当 Instagram 和 TikTok 能满足青年首投族获取信息的各种需求时, 这些青年用户就会增强对这两个平台的依赖性, 使之逐渐扮演信息传播平台的重要

角色。

另一方面，尽管社交媒体的普及为青年首投族获取政治信息提供便利，但仍有可能加剧政治冷感的现象(Raiq & Roberts, 2022)。社交媒体中的信息碎片化、偏见性、不实的负面报道，包括具有煽动性及哗众取宠的标题，可能导致青年首投族对政治产生厌倦或愤世嫉俗的态度。社交媒体中的演算法会根据用户常看的内容类型进行推送，如果对政治议题的报道长期偏向于负面、腐败等内容，更会让人们对整个政治体系产生不信任。因此，马来西亚通讯及多媒体委员会(MCMC)应联合通讯部严格监管网络上的政治信息，减少具有误导性、煽动性及刻意炒作等类型的信息传播。

除此之外，社交媒体中假新闻泛滥也是值得高度关注的问题。假新闻不仅破坏了公共舆论的正常运行，也影响了公众对政治事件的全面理解和判断。基于社交媒体的传播速度之快，加剧了假新闻的扩散力度。很多时候公众才是假新闻的转发者之一，根本原因在于无法识别新闻的真假。因此，教育机构和社会组织更应积极推广媒体素养教育，以社群讲座、媒体工作坊等形式教导青年首投族如何识别假新闻、假账号，增强他们对新闻内容的敏锐度，以及在接触信息时保持理性和谨慎，深刻认识到资讯来源的重要性。防止假新闻泛滥除了依赖“法律”也要依靠“自律”，只有这样，公众才不会成为磨灭真相的凶手。

最后，马来西亚近年来的政治动荡也是社会各界广泛关注的问题。频繁的政权更替和党派之争，引发了民众对马来西亚政治的不信任和对未来的不确定性，甚至还会加剧社会分裂，导致不同种族和宗教的公众因阶级差距的分歧促使政治动荡进一步扩大。对此，当今的团结政府应当齐心协力稳定政局，制定推动包容性的政策，以减少种族、宗教和阶层的对立与冲突，努力践行“昌明大马”(Malaysia

Madani)的可持续发展、种族和谐与社会安定的执政理念。唯有转变民众对政治的冷漠态度，重拾民众信任，才能激发他们在未来的选举中积极参与，投出手中至关重要的一票。

参考文献

中文参考文献

- 陈柏霖.(2017). 以媒体系统依赖理论的观点来探讨使用者使用社群网站之动机.
Scu.edu.tw. <http://163.14.136.66:8080/handle/987654321/17894>
- 陈扬森, & 陈军. (2017). 基于关键词共现与社会网络分析法的国内外社交媒体研究热点分析. *信息资源管理学报*, 7(3), 45-55.
<https://www.cnki.net/kcms/doi/10.13365/j.jirm.2017.03.045.html>
- 龚新琼. (2011). 关系·冲突·整合——理解媒介依赖理论的三个维度. *当代传播*, (6), 28-30. <https://www.cqvip.com/qk/82254x/201106/42136663.html>
- 江義平, & 蔡坤宏, & 翁蕊, & 吴依柔. (2018). 探索社群媒体行销之品牌及社群效益: 以知名品牌为例. *行销评论*, Vol15, No.4, p.417-461.
<https://www.airitilibrary.com/Article/Detail?DocID=18134483-201812-201905030009-201905030009-417-461>
- 吕一林.(2000). 现代市场营销学. 清华大学出版社有限公司.
https://books.google.com.my/books?id=6X2OdI72o_oC&printsec=frontcover
- 刘海龙. (2008). 大众传播理论: 范式与流派. 中国人民大学出版社.
<https://book.douban.com/subject/3016590/>
- 廖信忠. (2015 年 12 月 1 日). 台湾的“首投族”在想些什么. *同舟共进*,(12), 16-17.
<https://www.cqvip.com/qk/81221x/201512/666736759.html>
- 田丽, & 胡璇. (2013).社会化媒体概念的起源与发展. *新闻与写作*, (9), 27-29.
<http://www.cqvip.com/qk/81506x/201309/47009314.html>

王晓光, & 郭淑娟. (2008). 社会性媒体初论. 网易新闻.

<https://www.163.com/news/article/4TCEO1DH000131UN.html>

张圣亮, & 李海洋. (2014). 不同社交媒体平台上与企业相关的用户生成内容比

较研究. 上海管理科学, 36(5), 57-64.

<http://www.cqvip.com/QK/95981X/201405/662677477.html>

英文参考文献

- Abd Rahim, M. H., Lyndon, N. O. V. E. L., & Mohamed, N. S. P. (2017). Transforming political advertising in malaysia: strategizing political advertisements towards first-time and young voters in malaysian ge 14. *J. Komun*, 33(1), 356-367.
- Abdul Rashid Moten. (2023). Shifting tides: Malaysia's 2023 state assembly elections. *Intellectual Discourse/Intellectual Discourse*, 31(2).
- <https://doi.org/10.31436/id.v31i2.2010>
- Abdullah, N. H., Hassan, I., Fazil Ahmad, M., & Latiff Azmi, M. N. (2021, March 6). YouTube usage and youth netizens' behaviors: A correlational study. *Papers.ssrn.com*.
- https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3822842
- Abdullah, N. H., Hassan, I., Fazil Ahmad, M., Hassan, N. A., & Ismail, M. M. (2021, March 29). Social media, youths and political participation in Malaysia: A review of literature. *Papers.ssrn.com*.
- https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3849948
- Abdu, S. D., Mohamad, B., & Muda, S. (2016). New perspectives to political participation among youth: The impact of facebook usage. *European Proceedings of Social and Behavioural Sciences*.
- <https://www.europeanproceedings.com/article/10.15405/epsbs.2016.08.19>
- Adib, P., & Qistina S. (2023). 44 pct of registered voters in upcoming state elections between age 21 and 39. *News Straits Times*.

<https://www.nst.com.my/news/nation/2023/07/927542/44-pct-registered-voters-upcoming-state-elections-between-age-21-and-39>

Ahmad, J. H., Ismail, N., & Nasir, N. N. A. (2015). Investigating Malaysian youth's social media usage, competencies and practice with regard to crime prevention: An application of the social media literacy model. *In International Conference on Media, Communication and Culture* (Vol. 18).

http://eprints.usm.my/32058/1/Nurzali,_Jamilah,_Nur.pdf

Alexandra. (2022). TikTok vs Instagram: Key differences you need to know.

SocialBee. <https://socialbee.com/blog/tiktok-vs-instagram/>

Ali, H., & Chaudhary, A. (2024). Social media, Voting and political engagements: perceptions and voting trends among the Pakistani youth. *Pakistan Journal of Society, Education and Language (PJSEL)*, 10(2), 272–280.

<https://jehanf.com/pjsel/index.php/journal/article/view/1405>

Ali, S., Habes, M., & Qamar, A. (2020). Accessing the political information through new media: a review study. *J. Res. Rev. Soc. Sci. Pakistan.*

https://www.researchgate.net/profile/Sana-Ali-13/publication/347836106_Accessing_the_Political_Information_through_New_Media_A_Review_Study/links/5fe4776445851553a0e75f01/Accessing-the-Political-Information-through-New-Media-A-Review-Study.pdf

Allam, S. N. S., Hassan, M. S., Jamri, M. H., Rani, N. S. A., Hadi, S. N. I. A., & Meerangani, K. A. (2022). New young voters' decision to vote: Impact of access, analysis and evaluate, create and act. *International Journal of*

- Academic Research in Business and Social Sciences*, 12(4), 1567–1581.
<https://hrmars.com/index.php/IJARBSS/article/view/13080>/New-Young-Voter
s-Decision-to-Vote-Impact-of-Access-Analysis-and-Evaluate-CREATE-and-Act
- Allcott, H., Gentzkow, M., & Yu, C. (2019). Trends in the diffusion of
misinformation on social media. *Research & Politics*, 6(2), 1–8.
<https://doi.org/10.1177/2053168019848554>
- Andrews, D., Nonnemeke, B. & Preece, J. (2003). Conducting research on the internet:
Online survey design, Development and implementation guidelines.
International Journal of Human-Computer Interaction. 16. 185-210.
https://www.researchgate.net/publication/228597952_Conducting_Research_on_the_Internet_Online_Survey_Design_Development_and_Implementation_Guidelines
- Asohan, A. (2013, May 10). GE13: A ‘social media election’ after all. *Digital News Asia*.
<https://www.digitalnewsasia.com/digital-economy/ge13-a-social-media-election-after-all/>
- Auslander, L. (2005). Beyond words. *The American Historical Review*, 110(4),
1015–1045. <https://doi.org/10.1086/ahr.110.4.1015>
- Ayaburi, E. W., & Treku, D. N. (2020). Effect of penitence on social media trust and
privacy concerns: The case of Facebook. *International Journal of Information
Management*, 50, 171–181.
- Azizuddin, M., & Sani, M. (2014). The social media election in Malaysia: The 13th
general election in 2013. *Kajian malaysia*, 32(2), 123–147.

[http://web.usm.my/km/32\(Supp.2\)2014/KM%2032%20Supp.%202_2014-Art.%205%20\(123-147\).pdf](http://web.usm.my/km/32(Supp.2)2014/KM%2032%20Supp.%202_2014-Art.%205%20(123-147).pdf)

Bakker, T. P., & de Vreese, C. H. (2011). Good news for the future? Young people, internet use, and political participation. *Communication Research*, 38(4), 451–470. <https://doi.org/10.1177/0093650210381738>

Ball-Rokeach, S. J., & DeFleur, M. L. (1976). A dependency model of mass-media effects. *Communication Research*, 3(1), 3–21.

<https://doi.org/10.1177/009365027600300101>

Ball-Rokeach, S. J., Rokeach, M., & Grube, J. W. (1984). The great American values test: Influencing behavior and belief through television.

<http://hdl.handle.net/10822/801055>

Ball-Rokeach, S. J. (1998). A theory of media power and a theory of media use: Different stories, questions, and ways of thinking. *Mass Communication and Society*, 1(1-2), 5-40.

<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15205436.1998.9676398>

Balswick, J., & Avertt, C. P. (1977). Differences in expressiveness: Gender, interpersonal orientation, and perceived parental expressiveness as contributing factors. *Journal of Marriage and the Family*, 39(1), 121.

<https://doi.org/10.2307/351068>

Banks, A., Calvo, E., Karol, D., & Telhami, S. (2020). #PolarizedFeeds: Three experiments on polarization, framing, and social media. *The International*

Journal of Press/Politics, 26(3), 194016122094096.

<https://doi.org/10.1177/1940161220940964>

Becker, S., Bryman, A., Ferguson, H., & Ferguson, T. H. (2012). Understanding research for social policy and social work: Themes, methods and approaches. In *Google Books*. Policy Press.

https://books.google.com.my/books?hl=zh-CN&lr=&id=QB-LaGf05z0C&oi=fnd&pg=PP8&dq=Bryman%EF%BC%8C2012&ots=m7dOaGLhY-&sig=uxP-vovM_fj24sEM-99HzV4xhkY&redir_esc=y#v=onepage&q=Bryman%EF%BC%8C2012&f=false

Bhandari, P. (2021). A guide to ethical considerations in research. *Scribbr*.

<https://www.scribbr.com/methodology/research-ethics/>

Borg, M., & Azzopardi, A. (2021). Political interest, recognition and acceptance of voting responsibility, and electoral participation: young people's perspective. *Journal of Youth Studies*, 25(4), 1–25.

<https://doi.org/10.1080/13676261.2021.1902963>

Bowyer, B. T., Kahne, J. E., & Middaugh, E. (2015). Youth comprehension of political messages in YouTube videos. *New Media & Society*, 19(4), 522–541.

<https://doi.org/10.1177/1461444815611593>

Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of computer-mediated Communication*, 13(1), 210-230.

<https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>

- Carpini, M. X. D., & Keeter, S. (1996). What Americans know about politics and why it matters. In JSTOR. *Yale University Press*.
- <https://www.jstor.org/stable/j.ctt1cc2kv1>
- Chang, P. K., & Tham, J. S. (2016). Media usage patterns among Chinese Voters: In Preparation for the 14th Malaysian General Election (GE14). *Asian Social Science*, 12(12), 251. <https://doi.org/10.5539/ass.v12n12p251>
- Chaplin, T. M., & Aldao, A. (2013). Gender differences in emotion expression in children: A meta-analytic review. *Psychological Bulletin*, 139(4), 735–765.
- <https://doi.org/10.1037/a0030737>
- Cheong, P. K. (2022, November 6). TikTok a key stop on campaign trail for Malaysia GE candidates. *The Straits Times*.
- <https://www.straitstimes.com/asia/se-asia/tiktok-a-key-stop-on-campaign-trail-for-malaysia-ge-candidates>
- Chin, J. (2023). Anwar's long walk to power: The 2022 Malaysian general elections. *The Round Table*, 112(1), 1–13.
- <https://doi.org/10.1080/00358533.2023.2165303>
- Chinnasamy, S., & Azmi, N. M. (2018). Malaysian 14th general election: Young voters & rising political participation. *The Journal of Social Sciences Research*, 125-138:4. <https://ideas.repec.org/a/arp/tjssrr/2018p125-138.html>
- Chisenga, J., & Chande-Mallya, R. (2012). Social media and professional networking: a case of information professionals in the SCECSAL region. *eprints.clis.org*
- <http://eprints.rclis.org/18920/>

Coffé, H. (2013). Women stay local, men go national and global? Gender differences in political interest. *Sex Roles*, 69(5-6), 323–338.

<https://doi.org/10.1007/s11199-013-0308-x>

Crepaz, M. M. L., Jazayeri, K. B., & Polk, J. (2016). What's trust got to do with it?

The effects of in-group and out-group trust on conventional and

unconventional political participation*. *Social Science Quarterly*, 98(1),

261–281. <https://doi.org/10.1111/ssqu.12271>

Dahl, V., Amnå, E., Banaji, S., Landberg, M., Šerek, J., Ribeiro, N., Beilmann, M.,

Pavlopoulos, V., & Zani, B. (2017). Apathy or alienation? Political passivity

among youths across eight European Union countries. *European Journal of*

Developmental Psychology, 15(3), 284–301.

<https://doi.org/10.1080/17405629.2017.1404985>

Defleur M.L. and Ball-Rokeach S.J. (1989). Theories of mass communication, 5th

edn, Longman, NY.

Dowerah Baruah, T. (2012). Effectiveness of social media as a tool of communication

and its potential for technology enabled connections: a micro-level

Study. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 2(5).

https://www.ijrsp.org/research_paper_may2012/ijrsp-may-2012-24.pdf

Du, X., Liechty, T., Santos, C. A., & Park, J. (2020). “I want to record and share my

wonderful journey”: Chinese Millennials’ production and sharing of

short-form travel videos on TikTok or Douyin. *Current Issues in*

Tourism, 25(21), 1–13.

Election Commission of Malaysia (2018). *Urusan pilihan raya umum ke-14*(PRU14).

https://www.spr.gov.my/sites/default/files/KM_Bil.27.2018.pdf

Etikan, I. (2016). Comparison of convenience sampling and purposive sampling.

American Journal of Theoretical and Applied Statistics, 5(1), p.1. doi:

10.11648/j.ajtas.20160501.11

Federal Constitution(2022). *Petaling Jaya: International Law Book Services*.

<https://www.joshualegalartgallery.com/products/constitutional-law-in-malaysia-a-2022-e-book>

Haenlein, M., Anadol, E., Farnsworth, T., Hugo, H., Hunichen, J., & Welte, D. (2020).

Navigating the new era of influencer marketing: How to be successful on Instagram, TikTok, & co. *California Management Review*, 63(1), 5–25. Sage Journals.

<https://doi.org/10.1177/0008125620958166>

Hairi, I. A., & Jamil, S. N. M. (2024). Reconstructing# NotMyPM from the#

backdoorgovernment: a social actor analysis of Muhyiddin Yassin. *Media Asia*, 51(2), 232-256.

<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/01296612.2023.2263961>

Halim, H., Mohamad, B., Dauda, S. A., Azizan, F. L., & Akanmu, M. D. (2021).

Association of online political participation with social media usage, perceived information quality, political interest and political knowledge among Malaysian youth: Structural equation model analysis. *Cogent Social Sciences*, 7(1), 1964186.

<https://doi.org/10.1080/23311886.2021.1964186>

Hamid, N. N. B. A., & Rahman, S. A. (2018). Impact of social media on Malaysia's election landscape. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(9), 275–284.

<https://hrmars.com/index.php/IJARBSS/article/view/4590/Impact-of-Social-Media-on-Malaysias-Election-Landscape>

Hase, V., Boczek, K., & Scharkow, M. (2022). Adapting to affordances and audiences? A cross-platform, multi-modal analysis of the platformization of news on Facebook, Instagram, Tiktok, and Twitter. *Digital Journalism*, 11(8), 1–22.

<https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2128389>

Hassim, M. N., Muda, M., & Hamzah, M. (2019). Factors of Facebook usage among Malay adults. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(12). <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v8-i12/5442>

Hernández-Serrano, M. J., Jones, B., Renés-Arellano, P., & Campos Ortúñoz, R. A. (2022). Analysis of digital self-presentation practices and profiles of spanish adolescents on Instagram and TikTok. *Journal of New Approaches in Educational Research*, 11(1), 49–63.

<https://doi.org/10.7821/naer.2022.1.797>

Holt, K., Shehata, A., Strömbäck, J., & Ljungberg, E. (2013). Age and the effects of news media attention and social media use on political interest and participation: Do social media function as leveller? *European Journal of Communication*, 28(1), 19–34.

<https://doi.org/10.1177/0267323112465369>

Homola, J. (2017). Are parties equally responsive to women and men? *British Journal of Political Science*, 49(3), 957–975.

<https://doi.org/10.1017/s0007123417000114>

Howe, P. (2006). Political knowledge and electoral participation in the netherlands: Comparisons with the canadian case. *International Political Science Review / Revue Internationale de Science Politique*, 27(2), 137–166.

<https://www.jstor.org/stable/20445045>

Huang, Y.-T., & Su, S.-F. (2018). Motives for Instagram use and topics of interest among young adults. *Future Internet*, 10(8), 77.

<https://doi.org/10.3390/fi10080077>

Hutchinson, F. E. (2023). Malaysia in 2022: Further towards competitive coalition politics. *Southeast Asian Affairs*, 2023(1), 164–182.

<https://muse.jhu.edu/pub/70/article/895953/summary>

Hyman, M. R., & Sierra, J. J. (2016). Open-versus close-ended survey questions. *Business Outlook*, 14(2), 1-5.

Jalli, N. (2024). Disinformation and hate speech: Ethnoreligious rhetoric on TikTok during Malaysia's 15th general election (GE15) 2022. *Shareok.org*.

https://doi.org/oksd_jalli_disinformation_and_hate_speech_2024

Jamil, H., Ahmad Shabudin, A. F., Raman, S. R., & Ling, O. P. (2019). Changing landscape of the Malaysian higher education: An overview of women's llass

- geiling. *Gender and the Changing Face of Higher Education in Asia Pacific*, 145–165. https://doi.org/10.1007/978-3-030-02795-7_10
- Jason, L. S. W., & Rosihin Addin. (2022, April 23). Youth can be nation builders. *New Straits Times*.
<https://www.nst.com.my/opinion/letters/2022/04/791115/youth-can-be-nation-builders>
- Jory Mackay.(June 26 2023). Facebook messenger scams: What are they & How to avoid. *Identity guard*.
<https://www.identityguard.com/news/facebook-messenger-scams>
- Kam, C. D., & Palmer, C. L. (2008). Reconsidering the effects of education on political participation. *The Journal of Politics*, 70(3), 612–631.
<https://www.journals.uchicago.edu/doi/abs/10.1017/S0022381608080651>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
<https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kareklaš, I., Muehling, D. D., & Weber, T. J. (2015). Reexamining health messages in the digital age: A fresh look at source credibility effects. *Journal of Advertising*, 44(2), 88–104. <https://doi.org/10.1080/00913367.2015.1018461>
- Kasmani, M. F. (2023). Undi 18: Understanding the political participation of first-time Malay voters through social media. *SEARCH Journal of Media and Communication Research*, 2023(Special Issue), 33–48.
<https://fslmjournals.taylors.edu.my/search/>

Kemp, S. (2024, February 23). *Digital 2023: Malaysia*. DataReportal.

<https://datareportal.com/reports/digital-2023-malaysia>

Kennedy-Moore, E., & Watson, J. C. (2001). *Expressing emotion: Myths, realities, and therapeutic strategies*. Guilford Press.

Kennedy, M. (2020). “If the rise of the TikTok dance and e-girl aesthetic has taught us anything, it’s that teenage girls rule the internet right now”: TikTok celebrity, girls and the Coronavirus crisis. *European Journal of Cultural Studies*, 23(6), 1069–1076.

Kirschner, P. A., & De Bruyckere, P. (2017). The myths of the digital native and the multitasker. *Teaching and Teacher Education*, 67, 135–142.

<https://doi.org/10.1016/j.tate.2017.06.001>

Kischinhevsky, M., Vieira, I. M., dos Santos, J. G. B., Chagas, V., Freitas, M. de A., & Aldé, A. (2020). WhatsApp audios and the remediation of radio: Disinformation in Brazilian 2018 presidential election. *Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media*, 18(2), 139–158.

https://doi.org/10.1386/rjao_00021_1

Knoll, J., Matthes, J., & Heiss, R. (2018). The social media political participation model. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 26(1), 135485651775036.

<https://doi.org/10.1177/1354856517750366>

Krishnamoorthy, H. (2022, November 18). Malaysia’s TikTok election: under-21s head to polls for first time. *The Guardian*.

<https://www.theguardian.com/world/2022/nov/18/under-21s-given-vote-as-malaysia-goes-to-polls-in-tiktok-electi>

Lakkysetty, N., Deep, P., & Balamurugan, J. (2018). Social media and its impacts on politics. *International Journal of Advance Research, Ideas and Innovations in Technology*, 4(2), 2108-2117.

<https://doi.org/XX.XXX/IJARIIT-V4I2-1688>

Laor, T. (2022). My social network: Group differences in frequency of use, active use, and interactive use on Facebook, Instagram and Twitter. *Technology in Society*, 68, 101922. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2022.101922>

Lee, C. (2017). *Facebooking to Power: The social media presence of Malaysian politicians*.

https://www.iseas.edu.sg/images/pdf/ISEAS_Perspective_2017_74.pdf

Lee, I-Ching., Chen, E. E., Tsai, C.-H., Yen, N.-S., Chen, A. L. P., & Lin, W.-C. (2016). Voting intention and choices: Are voters always rational and deliberative? *PLOS ONE*, 11(2), e0148643.

<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0148643>

Lee, S., & Xenos, M. (2020). Incidental news exposure via social media and political participation: Evidence of reciprocal effects. *New Media & Society*, 146144482096212. <https://doi.org/10.1177/1461444820962121>

Li, X., & Chan, M. (2016). Comparing social media use, discussion, political trust and political engagement among university students in China and Hong Kong: an application of the O–S–R–O–R model. *Asian Journal of*

Communication, 27(1), 65–81.

<https://doi.org/10.1080/01292986.2016.1248454>

Lijzenga, H. (2023, June 6). *European Parliament elections: Why do the youth not vote?* Campus-Frysln.studenttheses.ub.rug.nl.

<https://campus-frysln.studenttheses.ub.rug.nl/299/>

Lin, M. M. (2018, May 5). Malaysia's youth have power they won't use. *BBC News*.
<https://www.bbc.com/news/world-asia-43985834>

Ling, S. H. (2023). Exploring political participation of Malay first-time voter and the TikTok role in Malaysia. *Eprints.utar.edu.my*.

<http://eprints.utar.edu.my/5280/>

Literat, I., & Kligler-Vilenchik, N. (2021). How popular culture prompts youth collective political expression and cross-cutting political talk on social media: A cross-platform analysis. *Social Media + Society*, 7(2), 205630512110088.

<https://doi.org/10.1177/20563051211008821>

Liu, Y., Ni, X., & Niu, G. (2021). Perceived stress and short-form video application addiction: A moderated mediation model. *Frontiers in Psychology*, 12(747656).

<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.747656>

Loges, W. E. (1994). Canaries in the coal mine: Perceptions of threat and media system dependency relations. *Communication Research*, 21(1), 5-23.

<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/009365094021001002>

- Mahamad, T. E. T., Ambran, N. S., Azman, N. A. M., & de Luna, D. B. (2021). Insights into social media users' motives for sharing unverified news. *SEARCH Journal of Media and Communication Research*, 13(3), 1-18.
- Malaysian Communications and Multimedia Commission. (MCMC) (2020). *Suruhanjaya komunikasi dan multimedia Malaysia Malaysian communications and multimedia Commission*.
<https://www.mcmc.gov.my/skmmgovmy/media/General/pdf/IUS-2020-Report.pdf>
- Manning, J. (2014). Definition and classes of social media. *Encyclopedia of Social Media and Politics*, 1158-1172.
- Mathers, N. J., Fox, N. J., & Hunn, A. (2009). Surveys and questionnaires. *NHS Executive*, Trent.
https://www.rds-yh.nihr.ac.uk/wp-content/uploads/2013/05/12_Surveys_and_Questionnaires_Revision_2009.pdf
- Mayfield, A. (2008). What is social media.
https://indianstrategicknowledgeonline.com/web/mayfield_strat_for_soc_medi_a.pdf
- Merdeka Centre of Opinion Research(MCOR). (7 May 2021). Survey report-national youth survey 2021.
<https://merdeka.org/download/news-release-national-youth-survey-2021/>

Mohd Hed, N., & Grasso, M. T. (2019). Age group differences in political activism in Malaysia. *Journal of Youth Studies*, 23(6), 1–15.

<https://doi.org/10.1080/13676261.2019.1636948>

Montag, C., Yang, H., & Elhai, J. D. (2021). On the psychology of TikTok use: A first glimpse from empirical findings. *Frontiers in Public Health*, 9(1).

<https://doi.org/10.3389/fpubh.2021.641673>

Morton, T. A., & Duck, J. M. (2000). Social identity and media dependency in the gay community: The prediction of safe sex attitudes. *Communication*

Research, 27(4), 438-460.<https://doi.org/10.1177/009365000027004002>

Moses, P., Luan, W. S., Bakar, K. A., & Mahmud, R. (2010, May). A preliminary study: Level of laptop competence among secondary school teachers.

In *Global Learn* (pp. 195-204). Association for the Advancement of Computing in Education (AACE).

<https://www.learntechlib.org/p/34173/>

Moshidi, M. H., Abdul Latif, N. S. F., & Chai, S. Y. (2021). Youth perceptions towards readiness of youth in Kuching, Malaysia: Are they ready to vote?

<https://ir.uitm.edu.my/id/eprint/55224/>

Muhamad, R., Ahmad, R., & Saputra, J. (2021). The linkages between social media and political participation among Malaysian youth. In *International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*.

<https://www.researchgate.net/profile/Jumadil-Saputra/publication/353306692>

- Munir, S. (2018). Social media and shaping voting behavior of youth: The scottish referendum 2014 case. *The Journal of Social Media in Society*, 7(1), 253–279.
<https://www.thejsms.org/index.php/JSMS/article/view/276>
- Nam, J., & Jung, Y. (2021). Digital natives' snack content consumption and their goals: A means-end chain approach. *Telematics and Informatics*, 63, 101664.
<https://doi.org/10.1016/j.tele.2021.101664>
- Nelson, J. A. (2010). Getting past “rational man/emotional woman”: comments on research programs in happiness economics and interpersonal relations. *International Review of Economics*, 57(2), 233–253.
<https://doi.org/10.1007/s12232-010-0096-3>
- Nemoto, T., & Beglar, D. (2014, November). Likert-scale questionnaires. In *JALT 2013 conference proceedings* (pp. 1-8).
https://jalt-publications.org/sites/default/files/pdf-article/jalt2013_001.pdf
- Ng, A. Z. Q., Jong, A. F. Y., Choong, W. Y., Lee, M. Y., & Nagadarshyini, M. (2023). Social media as a source of political information: First-time voters and the influence of social media on political interest. *Eprints.utar.edu.my*.
<http://eprints.utar.edu.my/5803/>
- Niemi, R. G., & Hanmer, M. J. (2010). Voter turnout among college students: New data and a rethinking of traditional theories. *Social Science Quarterly*, 91(2), 301–323.
<https://research-ebsco-com.libezp2.utar.edu.my/c/qdh7q6/viewer/pdf/7twniz33>

Nina, M. (2023). Analysis: Young voters helped ‘green wave’ at GE15 but will they show up again? *Bernama*.

<https://prn.bernama.com/news-en.php?id=2215285>

Nizah, M. A. M., & Bakar, A. R. A. (2021). The use of WhatsApp on political marketing agenda in Malaysia politics. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 11(8), 1660–1677.

<https://hrmars.com/index.php/IJARBSS/article/view/10626/The-Use-of-WhatsApp-on-Political-Marketing-Agenda-in-Malaysia-Politics>

Nizah, M. A. M., & Bakar, A. R. A. (2019). WhatsApp election in Malaysia: Assessing the impact of instant messaging on Malaysia’s 14th general election. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 9(3), 132–146.

<https://hrmars.com/index.php/IJARBSS/article/view/5643/WhatsApp-Election-in-Malaysia-Assessing-the-Impact-of-Instant-Messaging-on-Malaysia's-14th-General-Election>

Oblinger, D. G., & Oblinger, J. L. (2005). Is it age or IT: First steps towards understanding the Net Generation. In D. G. Oblinger, & J. L. Oblinger (Eds.), *Educating the Net Generation* (pp. 2.1-2.20)

<https://www.educause.edu/ir/library/pdf/pub7101.pdf>

Ohme, J., Albaek, E., & H. de Vreese, C. (2016). Exposure research going mobile: A smartphone-based measurement of media exposure to political information in

a convergent media environment. *Communication Methods and Measures*, 10(2-3), 135–148. <https://doi.org/10.1080/19312458.2016.1150972>

Ohme, J., de Vreese, C. H., & Albaek, E. (2017). The uncertain first-time voter: Effects of political media exposure on young citizens' formation of vote choice in a digital media environment. *New Media & Society*, 20(9), 3243–3265. <https://doi.org/10.1177/1461444817745017>

Ortutay, B. (2023, May 8). Facebook has 3 billion users. Many of them are old. *AP News*.
<https://apnews.com/article/facebook-teenagers-tiktok-instagram-young-adults-fc9f6daa605e7c7f6fd5f4eaa90141fa>

Pacini, R., & Epstein, S. (1999). The relation of rational and experiential information processing styles to personality, basic beliefs, and the ratio-bias phenomenon. *Journal of personality and social psychology*, 76(6), 972.

Parker, C., Scott, S., & Geddes, A. (2019). Snowball sampling. *SAGE Research Methods Foundations*.
<https://eprints.glos.ac.uk/6781/>

Parkins, R. (2012). Gender and emotional expressiveness: An analysis of prosodic features in emotional expression.
https://www.secretintelligenceservice.org/wp-content/uploads/2017/02/Paper-6-Parkins-Gender-and-Emotional-Expressiveness_final.pdf

- Parmelee, J., & Roman, N. (2020). The strength of no-tie relationships: Political leaders' Instagram posts and their followers' actions and views. *First Monday*.
<https://doi.org/10.5210/fm.v25i9.10886>
- Pittman, M., & Reich, B. (2016). Social media and loneliness: Why an Instagram picture may be worth more than a thousand Twitter words. *Computers in Human Behavior*, 62(1), 155–167.
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.084>
- Ponto, J. (2015). Understanding and evaluating survey research. *Journal of the Advanced Practitioner in Oncology*, 6(2).
doi :10.6004/jadpro.2015.6.2.9
- Portal Rasmi Suruhanjaya Pilihan Raya Malaysia (SPR)*. (2023). [Www.spr.gov.my](http://www.spr.gov.my).
<https://www.spr.gov.my/en>
- Power, D. J., Cyphert, D., & Roth, R. M. (2019). Analytics, bias, and evidence: the quest for rational decision making. *Journal of Decision Systems*, 28(2), 120–137. <https://doi.org/10.1080/12460125.2019.1623534>
- Qader, I. K. A., & Omar, A. (2015). Smart phones usage among the millennial generation in Malaysia. *Journal of Scientific Research and Development*, 2(14), 1-4.
- Raiq, H., & Roberts, N. (2022). The digital divide and political apathy. *AlMuntaqa*, 5(2), 109–127. <https://www.jstor.org/stable/48698965>
- Razak, S. A., Lokman, A., & Shahid, S. (14 January 2023). Civic engagement of young people in Malaysia. *International Journal of Academic Research in*

Business & Social Sciences.

https://kwppublications.com/papers_submitted/10303/civic-engagement-of-young-people-in-malaysia.pdf

Razali, S. Z., & Abdul Hani, M. L. H. (2022). "If there is a declaration of war, we welcome the war": Undi-18, TikTok election and normalisation of Violence. *Journal of Strategic Studies & International Affairs*, 2(2), 183–198.

<https://doi.org/10.17576/sinergi.0202.2022.08>

Rodzi, N. H. (2022, November 16). TikTok trumps flag wars: Malaysia's parties battle on social media to woo young voters. *The Straits Times*.

<https://www.straitstimes.com/asia/se-asia/tiktok-trumps-flag-wars-malaysia-s-parties-battle-on-social-media-to-woo-young-voters>

Röllicke, L. (2023). Polarisation, identity and affect - conceptualising affective polarisation in multi-party systems. *Electoral Studies*, 85, 102655.

<https://doi.org/10.1016/j.electstud.2023.102655>

Roopa, S., & Rani, M. S. (2012). Questionnaire designing for a survey. *Journal of Indian Orthodontic Society*, 46(4_suppl1), 273-277.

<https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.5005/jp-journals-10021-1104>

Rubin, A. M., & Windahl, S. (1986). The uses and dependency model of mass communication. *Critical Studies in Mass Communication*, 3(2), 184–199.

<https://doi.org/10.1080/15295039609366643>

Salaudeen, M. A., & Onyechi, N. (2020). Digital media vs mainstream media: Exploring the influences of media exposure and information preference as

correlates of media credibility. *Cogent Arts & Humanities*, 7(1), 1–16.

<https://doi.org/10.1080/23311983.2020.1837461>

Salman, A., Salleh, M. A. M., Yusoff, M. A., & Abdullah, M. Y. (2018). Political engagement on social media as antecedent for political support among voters in Malaysia. *Malaysian Journal of Communication*, 34(2), 152-165.

Sani, M. A. M., & Zengeni, K. T. (2010, July). Democratisation in Malaysia: The impact of social media in the 2008 general election. In *18the Biennial Conference of the Asian Studies Association of Australia, di Adelaide* (pp. 5-8).

Sara Chinnasamy. (2018, February 28). A Facebook election year? *New Straits Times*.
<https://www.nst.com.my/opinion/columnists/2018/02/339743/facebook-election-year>

Sargeant, P., & Tagg, C. (2019). Social media and the future of open debate: A user-oriented approach to Facebook's filter bubble conundrum. *Discourse, Context & Media*, 27, 41–48. <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2018.03.005>

Seemiller, C., & Grace, M. (2018). Generation Z: A century in the making (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429442476>

Shutsko, A. (2020). User-generated short video content in social media. A case study of TikTok. *Lecture Notes in Computer Science*, 12195, 108–125.

https://doi.org/10.1007/978-3-030-49576-3_8

Solhi, F., & Nizam, F. (2022, November 8). GE15: Young voters cast as kingmakers. *New Straits Times*. NST Online.

- <https://www.nst.com.my/news/politics/2022/11/848134/ge15-young-voters-ca-st-kingmakers>
- Sopi, S. R. S., & Ambak, A. (2023). PAS Synonymous as opposition : A study of post GE15. *Advances in Humanities and Contemporary Studies*, 4(1), 216–225.
<https://publisher.uthm.edu.my/periodicals/index.php/ahcs/article/view/11765>
- Statista. (2023). Active socail media users as percentage of the total population in Malaysia from 2016 to 2023 | Statista. Statista; Statista.
<https://www.statista.com/statistics/883712/malaysia-social-media-penetration/>
- Sunardi, Herman, & Ardiningtias, S. R. (2022). A comparative analysis of digital forensic investigation tools on Facebook Messenger applications. *Journal of Cyber Security and Mobility*. <https://doi.org/10.13052/jcsm2245-1439.1151>
- Sunarso, Suyato, Kuncorowati, P. W., Manik, T. S., & Fathurrahman, A. M. (2022). Elections as a means of citizens political education: A comparative study between Indonesia and Malaysia. *Cakrawala Pendidikan*, 41(1), 129–141.
<https://doi-org.libezp2.utar.edu.my/10.21831/cp.v41i1.44305>
- Tan, J.J., & Firdaus, A. (2023). Social media political information dependency (SMPID): Theorising news seeking in an age of sharing and posting. *SEARCH Journal of Media and Communication Research*, 15(1), 1-21.
<https://fslmjournals.taylors.edu.my/wp-content/uploads/SEARCH/SEARCH-2023-15-1/SEARCH-2023-P1-15-1.pdf>
- Tan, J. J. (2022a). Socio-political characteristics of the Malaysian net generation who use social media for political information: An exploratory

analysis. *International Journal of Politics, Public Policy and Social Works*, 4(11), 15-32.
https://www.researchgate.net/publication/359623628_Socio-Political_Characteristics_of_the_Malaysian_Net_Generation_who_Use_Social_Media_for_Political_Information_An_Exploratory_Analysis

Tan, J. J. (2022b). Social media political information use and voting behavior of the Malaysian youth. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH)*, 7(9), e001725. <https://doi.org/10.47405/mjssh.v7i9.1725>

Tan, M. Y. (2018, April 25). #GE14 real or not? News on social media and instant messaging platforms [Monash University SASS Expert Series]. Retrieved from <https://www.monash.edu.my/sass/news/sass-expert-series/ge14-real-or-not-news-on-social-media-and-instant-messaging-platforms>

Tapsell, R. (2013). Negotiating media ‘Balance’ in Malaysia’s 2013 general election. *Journal of Current Southeast Asian Affairs*, 32(2), 39-60.
<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/186810341303200203>

Tapsell, R. (2020). Social media and elections in southeast Asia: The emergence of subversive, underground campaigning. *Asian Studies Review*, 45(1), 117–134.
<https://doi.org/10.1080/10357823.2020.1841093>

Tariq, R., Zolkepli, I. A., & Ahmad, M. (2022). Political participation of young voters: Tracing direct and indirect effects of social media and political orientations. *Social Sciences*, 11(2), 81. <https://doi.org/10.3390/socsci11020081>

Theocharis, Y., Moor, J., & Deth, J. W. (2019). Digitally networked participation and lifestyle politics as new modes of political participation. *Policy & Internet*.

<https://doi.org/10.1002/poi3.231>

Tufail, S., Baneen, U., Akram, B., & Sajid, R. (2015). Impact of social media on political efficacy and vote Intention: A case of educated youth. *JISR*

Management and Social Sciences & Economics, 13(1), 15–28.

<https://jisrmsse.szabist.edu.pk/index.php/szabist/article/view/165>

Tun Tan Cheng Lock Center for Social and Policy Studies(TCLC) (2022, July 25). *Poll: A study of Malaysian youths perceptions towards lowering of the voting age - BusinessToday.*

<https://www.businesstoday.com.my/2022/07/25/poll-a-study-of-malaysian-youths-perceptions-towards-lowering-of-the-voting-age/>

Verba, S., Burns, N., & Schlozman, K. L. (1997). Knowing and caring about politics: Gender and political engagement. *The Journal of Politics, 59(4), 1051–1072.*

<https://doi.org/10.2307/2998592>

Vermeer, S., & Linda. (2023). Break a Story: Examining the effects of Instagram stories from news accounts on adolescents' political learning. *Journalism Studies, 1–24.*

<https://doi.org/10.1080/1461670x.2023.2246067>

Vermeer, S. A. M., Kruikemeier, S., Trilling, D., & de Vreese, C. H. (2020). WhatsApp with politics?! *The International Journal of Press/Politics, 194016122092502.*

<https://doi.org/10.1177/1940161220925020>

- Vieira, K. (2019). Writing's potential to heal: Women writing from their bodies. *Community Literacy Journal*, 13(2), 20–47.
- <https://doi.org/10.1353/clj.2019.0016>
- Vissers, S., & Stolle, D. (2013). The internet and new modes of political participation: online versus offline participation. *Information, Communication & Society*, 17(8), 937–955.
- <https://doi.org/10.1080/1369118x.2013.867356>
- Vouri, V. (2011). Social media changing the competitive intelligence process. Elicitation of employees' competitive Knowledge. *Tampere University of Technology*, 1001.
- Wang, C., Gu, M., Wang, X., Ong, P., Luo, Q., & Li, Y. (2021). Research on the challenge of the new short video platform TikTok on the traditional internet social media Facebook. In *2nd International Conference on the Frontiers of Innovative Economics and Management (FIEM 2021)* (pp. 58-66).
- Wang, X., Jia, J., Tang, J., Wu, B., Cai, L., & Xie, L. (2015). Modeling emotion influence in image social networks. *IEEE Transactions on Affective Computing*, 6(3), 286–297. <https://doi.org/10.1109/taffc.2015.2400917>
- Weiss, M. L. (2022). Coalitions in Malaysia: Comparing party networks and dynamics. *WORLD SCIENTIFIC EBooks*, 235–244.
- https://doi.org/10.1142/9789811268663_0016

- Welbers, K., & Opgenhaffen, M. (2018). Social media gatekeeping: An analysis of the gatekeeping influence of newspapers' public Facebook pages. *New Media & Society*, 20(12), 4728–4747. <https://doi.org/10.1177/1461444818784302>
- Welch, S. (1977). Women as political animals? A test of some explanations for male-female political participation differences. *American Journal of Political Science*, 21(4), 711. <https://doi.org/10.2307/2110733>
- Welsh, B. (2018). "Saviour" politics and Malaysia's 2018 electoral democratic breakthrough: Rethinking explanatory narratives and implications. *Journal of Current Southeast Asian Affairs*, 37(3), 85–108.
<https://doi.org/10.1177/186810341803700305>
- Welsh, B. (2018). Malaysia: Middle-equality trap. *The Palgrave Handbook of Women's Political Rights*, 331–347.
https://doi.org/10.1057/978-1-37-59074-9_23
- Willnat, L., Wong, W. J., Tamam, E., & Aw, A. (2013). Online media and political participation: The case of Malaysia. *Mass Communication and Society*, 16(4), 557–585. <https://doi.org/10.1080/15205436.2012.734891>
- Wu, Y., Wang, X., Hong, S., Hong, M., Pei, M., & Su, Y. (2021). The relationship between social short-form videos and youth's well-being: It depends on usage types and content categories. *Psychology of Popular Media*, 10(4).
<https://doi.org/10.1037/ppm0000292>

- Yaakop, A. Y., Ismail, S. A., & Ariffin, Z. A. (2019). Breaking through the clutter: Analysis of mobile political advertising in Malaysia. *International journal of social science and humanity*, 9(2), 26-30
- Yaakub, M. T., Mohd Kamil, N. L., & Wan Mohamad Nordin, W. N. A. (2023). Youth and political participation: What factors influence them? *Jurnal Institutions and Economies*, 15(2), 87–114.
<https://doi.org/10.22452/ijie.vol15no2.4>
- Zeng J., Abidin C. (2021). “# OkBoomer, time to meet the Zoomers”: Studying the memefication of intergenerational politics on TikTok. *Information, Communication & Society*, 24(16), 2459–2481.
- Zhuravskaya, E., Petrova, M., & Enikolopov, R. (2020, February 5). Political effects of the internet and social media. *Papers.ssrn.com*.
https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3439957

马来文参考文献

Jaharudin, M. H. (2014). Pilihan raya umum ke-13: Perubahan budaya politik Malaysia dan krisis legitimasi moral Barisan nasional. *Kajian Malaysia: Journal of Malaysian Studies*, 32.

附录

附录 A：预调查问卷

您好！我是来自拉曼大学中文媒体新闻系第三学年的学生王源。目前正在撰写一篇题为“社交媒体与首投族投票意愿：以马来西亚第 15 届全国大选和 2023 年 6 州选举为案例研究”的毕业论文。

若你是在 1998 至 2004 年出生的马来西亚公民，在此恳请您抽出 5 至 8 分钟帮忙填答此问卷。您的回答十分关键，能有效地帮助我的论文质量得到提升，非常感谢您的时间和支持。

如果您对此问卷有任何问题，还请通过电子邮件 **wy0321@1utar.my** 与我取得联系。

免责声明：本项研究结果仅供学术研究用途，所有个人资料将获得保密，绝不会以个案形式对外公布。此外，此问卷也已经通过拉曼大学伦理审查委员会 (UTAR Scientific and Ethical Review Committee) 的审核，您可放心作答，再次感谢您的协助与配合。

第一部分：过滤题

1. 我同意参与此次问卷调查。

() 是

() 否

2. 你是马来西亚公民吗？

() 是

() 否

3. 你是否在 1998 年至 2004 年之间出生？

() 是

() 否

4. 社交媒体是否是你获取政治信息的主要管道?

() 是

() 否

第二部分：受访者的基本信息

5. 你的出生年份是:

() 1998

() 1999

() 2000

() 2001

() 2002

() 2003

() 2004

6. 你的性别是:

() 男

() 女

() 其他

7. 你的种族是:

() 巫裔

() 华裔

() 印裔

() 其他

8. 你目前的学术背景是:

() 小学

() 中学

() 大专/大学

() 研究院

() 其他(请列出)_____

9. 你来自哪个州属?

- () 柔佛(Johor)
- () 吉打(Kedah)
- () 吉兰丹(Kelantan)
- () 马六甲(Melaka)
- () 森美兰(Negeri Sembilan)
- () 彭亨(Pahang)
- () 槟城(Penang)
- () 霹雳(Perak)
- () 玻璃市(Perlis)
- () 沙巴(Sabah)
- () 砂拉越(Sarawak)
- () 雪兰莪(Selangor)
- () 登嘉楼(Terengganu)
- () 吉隆坡(Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur)
- () 纳闽(Wilayah Persekutuan Labuan)
- () 布城(Wilayah Persekutuan Putrajaya)

10.除了社交媒体，你还使用什么管道获取政治资讯?

- () 报纸/电子报
- () 电视
- () 广播
- () 政治海报
- () 新闻网站
- () 其他(请列出)_____

第三部分：通过社交媒体获取政治信息的情况

11.在 2022 年 11 月 19 日举行的第 15 届全国大选期间，你最常使用什么社交媒体获取政治信息？

- WhatsApp
- 脸书
- Instagram
- TikTok
- Telegram
- Messenger
- X(推特)
- YouTube
- 其他(请列出)_____

12.在 2023 年 8 月 12 日举行的 6 州（雪兰莪、登嘉楼、槟城、吉打、吉兰丹、森美兰）选举期间，你最常使用什么社交媒体获取政治信息？

- WhatsApp
- 脸书
- Instagram
- TikTok
- Telegram
- Messenger
- X(推特)
- YouTube
- 其他(请列出)_____

13.你对什么形式的政治信息最感兴趣？

- 文字
- 图片
- 短视频
- 漫画
- 影片

() 其他(请列出)_____

14.你最喜欢社交媒体上什么类型的政治内容?

- () 新闻媒体专页的帖子或推文
- () 朋友或追随者的帖子、评论或推文
- () 朋友或追随者分享的视频
- () 新闻媒体专页分享的视频
- () 政治人物或政治机构发出的帖子或推文
- () 其他专页或个人专页(如博客)发布的视频
- () 政治视频广告(如针对某政治议题的建议、广告等)
- () 政治人物或政治机构发布的视频
- () 其他专页或部落格的帖子或推文
- () 政治人物或政治机构发出的付费广告

第四部分：使用社交媒体获取政治信息的目的

针对以下事项，请选择最符合你个人同意或不同意的程度。

(1-非常不同意； 2-不同意； 3-不同意也不反对/不确定； 4-同意； 5-非常同意)

15.我使用社交媒体获取政治信息是为了：

	非 常 不 同 意	不 同 意	不 同 意 也 不 反 对/ 不 确 定	同 意	非 常 同 意
认清自己的政治认同意识或对政治的理念					
评估自己的政治行为					
观察与自己面临相同处境或问题的其他人如何解决问题					
获取最新的国内以及/或国际政治资讯					
了解各个国内以及/或国际政治事务					

选择想要支持的政党或候选人，或政治运动				
选择把选票投给哪个政党或候选人				
让自己接触更多不同政治理念的人的想法和行为				
以他人经验为借鉴，学习如何跟持不同政治理念以及/或行为的人相处				
我非常喜欢阅读在社交媒体里发布的政治资讯				
方便让我消磨时间				
当我独自一人时				
找课题与朋友沟通				
寻找一些可以与朋友一起参与的活动或做的事情				
在未能亲身出席一些政治活动时，让自己依然能有身历其境的感觉				

第五部分：投票意愿

16. 你认为投票重要吗？

- () 非常重要
- () 重要
- () 某种程度上重要
- () 有点重要
- () 完全不重要
- () 没有想法

17. 你是否在 2022 年 11 月 19 日举行的第 15 届全国大选(GE15)中投票？

- () 是
- () 否

() 未满 18 岁投票法定年龄

18. (根据第 16 题, 如果选择“是”) 你在第 15 届全国大选投票的主要原因是?

() 我作为公民的权利和义务

() 我可以支持感到亲近的政党

() 我可以通过投票改变政治现状

() 我可以表达对当前政治的不满

() 我对马来西亚政治非常感兴趣

() 我在竞选期间收到的政治信息促使我出来投票

() 政治参与在我的日常生活中扮演非常重要的角色

19. (根据第 16 题, 如果选择“否”) 你在第 15 届全国大选不投票的主要原因是?

() 我对投票不感兴趣

() 我认为投票对我没有任何帮助

() 我不相信马来西亚的政治体系

() 我不确定要把票投给哪个政党

() 其他(请列出)_____

20. 你是否在 2023 年 8 月 12 日举行的 6 州 (雪兰莪、登嘉楼、槟城、吉打、吉兰丹、森美兰) 选举中投票?

() 是

() 否

() 未满 18 岁投票法定年龄

() 我不是以上 6 州的选民

21. (根据第 19 题, 如果选择“是”) 你在 2023 年 8 月 12 日举行的 6 州选举投票的主要原因是?

() 我作为公民的权利和义务

() 我可以支持感到亲近的政党

() 我可以通过投票改变政治现状

() 我可以表达对当前政治的不满

() 我对马来西亚政治非常感兴趣

() 我在竞选期间收到的政治信息促使我出来投票

() 政治参与在我的日常生活中扮演非常重要的角色

22. (根据第 19 题, 如果选择 “否”) 你在 2023 年 8 月 12 日举行的 6 州选举不投票的主要原因是?

() 我对投票不感兴趣

() 我认为投票对我没有任何帮助

() 我不相信马来西亚的政治体系

() 我不确定要把票投给哪个政党

() 其他(请列出)_____

23. 你是否会在未来的第 16 届全国大选以及接下来的州选或补选中投票?

() 会

() 不会

() 不确定

24. (根据第 22 题, 如果选择 “是”) 你有意在未来的第 16 届全国大选、州选或补选中投票的主要原因是?

() 我作为公民的权利和义务

() 我可以支持感到亲近的政党

() 我可以通过投票改变政治现状

() 我可以表达对当前政治的不满

() 我对马来西亚政治非常感兴趣

() 我在竞选期间收到的政治信息促使我出来投票

() 政治参与在我的日常生活中扮演非常重要的角色

25. (根据第 22 题, 如果选择 “否”) 你不想在未来的第 16 届全国大选、州选或补选中投票的主要原因是?

() 我对投票不感兴趣

() 我认为投票对我没有任何帮助

() 我不相信马来西亚的政治体系

() 我不确定要把票投给哪个政党

() 其他(请列出)_____

26. (根据第 22 题, 如果选择 “不确定”) 你在未来的第 16 届全国大选、州选或

补选中不确定是否会投票的主要原因是?

- () 我对投票不感兴趣
- () 我认为投票对我没有任何帮助
- () 我不相信马来西亚的政治体系
- () 我不确定要把票投给哪个政党
- () 其他(请列出)_____

Pilot Test Questionnaire

Hi, I am Wang Yuan, a final year student of Journalism in Chinese Media at Universiti Tunku Abdul Rahman (UTAR). I am currently conducting a research entitled **“Social Media and First-Time Voters’ Voting Intentions: A Case Study of Malaysia’s 15th General Election and the 2023 State Elections”**.

If you are a Malaysian born between 1998 and 2004, please spend about 5 to 8 minutes to fill up this survey questionnaire. Results of the current study are strictly for academic research purposes only. All personal information will be kept confidential and will never be published in the form of individual cases. Please feel free to answer. Thank you for your assistance and cooperation!

If you have any questions about this questionnaire, please contact me via email wy0321@1utar.my.

Disclaimer: The findings of this study are intended solely for academic research purposes. All personal information will be kept confidential and will never be disclosed in individual case form. Furthermore, this questionnaire has also been reviewed and approved by the UTAR Scientific and Ethical Review Committee. Please feel free to respond, and once again, thank you for your assistance and cooperation.

Section A: Screener Questions

1. I agree to participate in this study.

() Yes

() No

2. Are you a Malaysian?

() Yes

No

3. Are you born between 1998 and 2004?

Yes

No

4. Is social media your primary source of obtaining political information?

Yes

No

Section B: Respondent's Demographic

5. Select your year of birth:

1998

1999

2000

2001

2002

2003

2004

6. Gender:

Male

Female

Other

7. Ethnicity:

Malay

Chinese

Indian

Other

8. Current academic background:

Primary School

Secondary School

- Diploma/Foundation/Undergraduate
 Postgraduate
 Other (Please specify) _____

9. Which state are you from?

- Johor
 Kedah
 Kelantan
 Melaka
 Negeri Sembilan
 Pahang
 Penang
 Perak
 Perlis
 Sabah
 Sarawak
 Selangor
 Terengganu
 Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur
 Wilayah Persekutuan Labuan
 Wilayah Persekutuan Putrajaya

10. Besides social media, what other channels do you use to obtain political information? (choose only **ONE** answer)

- Newspaper & E-Newspaper
 Television
 Radio
 Political Posters
 News Websites/News Portals
 Other (Please specify) _____

Section C: Obtaining political information through social media

11. During the General Election 15(GE15) held on 19 November 2022, what social media platform did you most frequently use to obtain political information?

- () WhatsApp
- () Facebook
- () Instagram
- () TikTok
- () Telegram
- () Messenger
- () X(Previously known as Twitter)
- () YouTube
- () Other (Please specify) _____

12. During the 2023 State Elections (Selangor, Terengganu, Penang, Kedah, Kelantan, Negeri Sembilan)held on 12 August, what social media platform did you most frequently use to obtain political information?

- () WhatsApp
- () Facebook
- () Instagram
- () TikTok
- () Telegram
- () Messenger
- () X(Previously known asTwitter)
- () YouTube
- () Other (Please specify) _____

13. What forms of political information interest you the most?

- () Text
- () Images
- () Short Videos
- () Cartoons

() Films

() Other (Please specify) _____

14. What type of political content do you like the most on social media?

() Posts or tweets from news media pages

() Posts, comments or tweets from friends or followers

() Videos from friends or followers

() Video from news media pages

() Posts or tweets from political actors or institutions

() Videos posted by other pages or profiles (e.g., blogs)

() Political video ads (e.g., suggestions on specific political issues, political commercials)

() Videos posted by political actors or institutions

() Posts or tweets from other pages or blogs

() Paid ads from political actors or institutions

Section D: Political Information Consumption Goals on Social Media

Please select the level that best describes your agreement on each of the statements below.

(1-Strongly disagree; 2-Disagree; 3-Neither disagree nor agree/Not sure; 4-Agree; 5-Strongly agree)

15. I consume political information on social media:

Statement	Strongly disagree	Disagre e	Neither disagree nor agree/Not sure	Agree	Strongly agree
To form my own political identity or beliefs					

To evaluate my political behaviors					
To observe how others cope with problems or situations like mine					
To keep up to date with various local and/or international political affairs					
To understand various local and/or international political affairs					
To decide on which party or candidate, or what political cause to support					
To decide on how to vote during elections					
To be exposed to the different thoughts and/or behaviors of people with different political beliefs					
To learn from others' experiences on ways to deal with or respond to people with different political beliefs and/or behaviors					
Because I really enjoy reading political information posted on this platform					
Because it is a convenient way to spend my free time					
When I am alone					
To interact with friends					
To look for activities to do					

together with my friends					
To immerse myself in a political event without being there physically					

Section E: Voting Intentions

16. How important is voting to you?

- () Very important
- () Important
- () Somewhat important
- () A bit important
- () Not important at all
- () No idea

17. Did you vote in the General Election 15 (GE15) which was held on 19 November 2022?

- () Yes
- () No
- () I am yet to qualify to vote

18. (If answer “Yes” in Q16) What was your **main reason** for voting in GE15?

- () My right and duties as a citizen
- () I can support a political party that I feel close to
- () I can change the political landscape through voting
- () I can express my dissatisfaction with the current politics situation
- () I am very interested in Malaysian politics
- () The political messages I received during the election campaign motivated me to cast my vote
- () Political participation plays a very important role in my daily life

19. (If answer “No” in Q16) What was the **main reason** for you not vote in the

GE15?

- () I am not interested in voting
- () I do not think voting will help me in anyway
- () I do not trust the Malaysia's political system
- () I am unsure which political party to vote for
- () Other (Please specify) _____

20. Did you vote in the 2023 State Elections (Selangor, Terengganu, Penang, Kedah, Kelantan, Negeri Sembilan) which was held in 12 August?

- () Yes
- () No
- () I am yet to qualify to vote
- () Not relevant to me

21. (If answer "Yes" in Q19) What was your **main reason** for voting in the 2023 State Elections? (choose only **ONE** answer)

- () My right and duties as a citizen
- () I can support a political party that I feel close to
- () I can change the political landscape through voting
- () I can express my dissatisfaction with the current politics situation
- () I am very interested in Malaysian politics
- () The political messages I received during the election campaign motivated me to cast my vote
- () Political participation plays a very important role in my daily life

22. (If answer "No" in Q19) What was the **main reason** for you not voting in the 2023 State Elections?

- () I am not interested in voting
- () I do not think voting will help me in anyway
- () I do not trust the Malaysia's political system
- () I am unsure which political party to vote for
- () Other (Please specify) _____

23. Will you vote in the upcoming General Election 16(GE16), as well as subsequent

state or by-elections?

- Yes
- No
- No idea

24. (If answer “Yes” in Q22) Why do you intend to vote in the upcoming GE16, state or by-elections?

- My right and duties as a citizen
- I can support a political party that I feel close to
- I can change the political landscape through voting
- I can express my dissatisfaction with the current politics situation
- I am very interested in Malaysian politics
- The political messages I received during the election campaign motivated me to cast my vote
- Political participation plays a very important role in my daily life

25. What is the **main reason** for you not wanting to vote in the upcoming GE16, state or by-elections?

- I am not interested in voting
- I do not think voting will help me in anyway
- I do not trust the Malaysia’s political system
- I am unsure which political party to vote for
- Other (Please specify) _____

26. (If answer “No Idea” in Q22) Why are you unsure about voting in the upcoming GE16, state or by-elections?

- I am not interested in voting
- I do not think voting will help me in anyway
- I do not trust the Malaysia’s political system
- I am unsure which political party to vote for
- Other (Please specify) _____

附录 B：正式调查问卷

您好！我是来自拉曼大学中文媒体新闻系第三学年的学生王源。目前正在撰写一篇题为“社交媒体与首投族投票意愿：以马来西亚第 15 届全国大选和 2023 年 6 州选举为案例研究”的毕业论文。

若您是在 1998 至 2004 年出生的马来西亚公民，在此恳请您抽出 5 至 8 分钟帮忙填答此问卷。您的回答十分关键，能有效地帮助我的论文质量得到提升，非常感谢您的时间和支持。

如果您对此问卷有任何问题，还请通过电子邮件 **wy0321@1utar.my** 与我取得联系。

免责声明：本项研究结果仅供学术研究用途，所有个人资料将获得保密，绝不会以个案形式对外公布。此外，此问卷也已经通过拉曼大学伦理审查委员会 (UTAR Scientific and Ethical Review Committee) 的审核，您可放心作答，再次感谢您的协助与配合。

第一部分：过滤题

1. 你是否同意将个人信息用于本次研究目的？

- () 我同意将我的个人信息用于研究目的
() 我不同意将我的个人信息用于研究目的

2. 你是马来西亚公民吗？

- () 是
() 否

3. 你是否在 1998 年至 2004 年之间出生？

- () 是
() 否

4.社交媒体是否是你获取政治信息的主要管道?

() 是

() 否

第二部分：受访者的基本信息

5.你的出生年份是:

() 1998

() 1999

() 2000

() 2001

() 2002

() 2003

() 2004

6.你的性别是:

() 男

() 女

() 其他

7.你的种族是:

() 巫裔

() 华裔

() 印裔

() 其他

8.你目前的学术背景是:

() 小学

() 中学

() 大专/大学

() 研究院

() 其他(请列出)_____

9.你来自哪个州属?

- () 柔佛(Johor)
- () 吉打(Kedah)
- () 吉兰丹(Kelantan)
- () 马六甲(Melaka)
- () 森美兰(Negeri Sembilan)
- () 彭亨(Pahang)
- () 槟城(Penang)
- () 霹雳(Perak)
- () 玻璃市(Perlis)
- () 沙巴(Sabah)
- () 砂拉越(Sarawak)
- () 雪兰莪(Selangor)
- () 登嘉楼(Terengganu)
- () 吉隆坡(Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur)
- () 纳闽(Wilayah Persekutuan Labuan)
- () 布城(Wilayah Persekutuan Putrajaya)

10.除了社交媒体，你还使用什么管道获取政治信息?

- () 报纸/电子报
- () 电视
- () 广播
- () 政治海报
- () 新闻网站
- () 其他(请列出)_____

第三部分：政治信息获取概况

11.在 2022 年 11 月 19 日举行的第 15 届全国大选期间，你最常使用什么社交媒体获取政治信息？

- WhatsApp
- 脸书
- Instagram
- TikTok
- Telegram
- Messenger
- X(推特)
- YouTube
- 其他(请列出)_____

12.在 2023 年 8 月 12 日举行的 6 州（雪兰莪、登嘉楼、槟城、吉打、吉兰丹、森美兰）选举期间，你最常使用什么社交媒体获取政治信息？

- WhatsApp
- 脸书
- Instagram
- TikTok
- Telegram
- Messenger
- X(推特)
- YouTube
- 其他(请列出)_____

13.你对什么形式的政治信息最感兴趣？

- 文字
- 图片
- 短视频
- 漫画
- 影片

() 其他(请列出)_____

14.你最喜欢社交媒体上什么类型的政治内容?

- () 新闻媒体专页的帖子或推文
- () 新闻媒体专页分享的视频
- () 朋友或追随者的帖子、评论或推文
- () 朋友或追随者分享的视频
- () 政治人物或政治机构发出的帖子或推文
- () 政治人物或政治机构发布的视频
- () 政治人物或政治机构发出的付费广告
- () 政治视频广告(如针对某政治议题的建议、广告等)
- () 其他专页或部落格的帖子或推文
- () 其他专页或个人专页(如博客)发布的视频

第四部分：使用社交媒体获取政治信息的目的

针对以下事项，请选择最符合你个人同意或不同意的程度。

(1-非常不同意； 2-不同意； 3-不同意也不反对/不确定； 4-同意； 5-非常同意)

15.我使用社交媒体获取政治信息是为了：

	非 常 不 同 意	不 同 意	不 同 意 也 不 反 对/ 不 确 定	同 意	非 常 同 意
认清自己的政治认同意识或对政治的理念					
评估自己的政治行为					
观察与自己面临相同处境或问题的其他人如何解决问题					
获取最新的国内以及/或国际政治资讯					
了解各个国内以及/或国际政治事务					

选择想要支持的政党或候选人，或政治运动					
选择把选票投给哪个政党或候选人					
让自己接触更多不同政治理念的人的想法和行为					
以他人经验为借鉴，学习如何跟持不同政治理念以及/或行为的人相处					
我非常喜欢阅读在社交媒体里发布的政治资讯					
方便让我消磨时间					
当我自己一个人的时候					
找课题与朋友沟通					
寻找一些可以与朋友一起参与的活动或做的事情					
在未能亲身出席一些政治活动时，让自己依然能有身历其境的感觉					

第五部分：投票意愿

16. 针对以下事项，请选择最符合你个人同意或不同意的程度。

(1-非常不同意；2-不同意；3-不同意也不反对/不确定；4-同意；5-非常同意)

	非常不同意	不同意	不同意也不反对/不确定	同意	非常同意
我认为投票是重要的					

17. 你是否在 2022 年 11 月 19 日举行的第 15 届全国大选(GE15)中投票？

() 是

() 否

() 未满 18 岁投票法定年龄

18.(根据第 17 题, 如果选择“是”) 你在第 15 届全国大选投票的主要原因是?

- () 我作为公民的权利和义务
- () 我可以支持感到亲近的政党
- () 我可以通过投票改变政治现状
- () 我可以表达对当前政治的不满
- () 我对马来西亚政治非常感兴趣
- () 我在竞选期间收到的政治信息促使我出来投票
- () 政治参与在我的日常生活中扮演非常重要的角色

19. (根据第 17 题, 如果选择“否”) 你在第 15 届全国大选不投票的主要原因是?

- () 我对投票不感兴趣
- () 我认为投票对我没有任何帮助
- () 我不相信马来西亚的政治体系
- () 我不确定要把票投给哪个政党
- () 其他(请列出)_____

20. 你是否在 2023 年 8 月 12 日举行的 6 州 (雪兰莪、登嘉楼、槟城、吉打、吉兰丹、森美兰) 选举中投票?

- () 是
- () 否
- () 未满 18 岁投票法定年龄
- () 我不是以上 6 州的选民

21.(根据第 20 题, 如果选择“是”) 你在 2023 年 8 月 12 日举行的 6 州选举投票的主要原因是?

- () 我作为公民的权利和义务
- () 我可以支持感到亲近的政党
- () 我可以通过投票改变政治现状
- () 我可以表达对当前政治的不满
- () 我对马来西亚政治非常感兴趣
- () 我在竞选期间收到的政治信息促使我出来投票
- () 政治参与在我的日常生活中扮演非常重要的角色

22.(根据第 20 题, 如果选择“否”) 你在 2023 年 8 月 12 日举行的 6 州选举不投票的主要原因是?

- () 我对投票不感兴趣
- () 我认为投票对我没有任何帮助
- () 我不相信马来西亚的政治体系
- () 我不确定要把票投给哪个政党
- () 其他(请列出)_____

23.你是否会在未来的第 16 届全国大选以及接下来的州选或补选中投票?

- () 会
- () 不会
- () 不确定

24. (根据第 23 题, 如果选择“是”) 你有意在未来的第 16 届全国大选、州选或补选中投票的主要原因是?

- () 我作为公民的权利和义务
- () 我可以支持感到亲近的政党
- () 我可以通过投票改变政治现状
- () 我可以表达对当前政治的不满
- () 我对马来西亚政治非常感兴趣
- () 我在竞选期间收到的政治信息促使我出来投票
- () 政治参与在我的日常生活中扮演非常重要的角色

25. (根据第 23 题, 如果选择“否”) 你不想在未来的第 16 届全国大选、州选或补选中投票的主要原因是?

- () 我对投票不感兴趣
- () 我认为投票对我没有任何帮助
- () 我不相信马来西亚的政治体系
- () 我不确定要把票投给哪个政党
- () 其他(请列出)_____

26.(根据第 23 题, 如果选择“不确定”) 你在未来的第 16 届全国大选、州选或补选中不确定是否会投票的主要原因是?

- 我对投票不感兴趣
- 我认为投票对我没有任何帮助
- 我不相信马来西亚的政治体系
- 我不确定要把票投给哪个政党
- 其他(请列出)_____

Questionnaire

Hi, I am Wang Yuan, a final year student of Journalism in Chinese Media at Universiti Tunku Abdul Rahman (UTAR). I am currently conducting a research entitled **“Social Media and First-Time Voters’ Voting Intentions: A Case Study of Malaysia’s 15th General Election and the 2023 State Elections”**.

If you are a Malaysian born between 1998 and 2004, please spend about 5 to 8 minutes to fill up this survey questionnaire. Results of the current study are strictly for academic research purposes only. All personal information will be kept confidential and will never be published in the form of individual cases. Please feel free to answer. Thank you for your assistance and cooperation!

If you have any questions about this questionnaire, please contact me via email wy0321@1utar.my.

Disclaimer: The findings of this study are intended solely for academic research purposes. All personal information will be kept confidential and will never be disclosed in individual case form. Furthermore, this questionnaire has also been reviewed and approved by the UTAR Scientific and Ethical Review Committee. Please feel free to respond, and once again, thank you for your assistance and cooperation.

Section A: Screener Questions

1. Select the consent of the use of your information for academic purpose.

Yes, I consent to the use of my information in this survey for academic purpose.

No, I disagree to the use of my information in this survey for academic purpose.

2.Are you a Malaysian?

() Yes

() No

3.Are you born between 1998 and 2004?

() Yes

() No

4.Is social media your primary source of obtaining political information?

() Yes

() No

Section B: Respondent's Demographic

5.Select your year of birth:

() 1998

() 1999

() 2000

() 2001

() 2002

() 2003

() 2004

6.Gender:

() Male

() Female

() Other

7.Ethnicity:

() Malay

() Chinese

() Indian

() Other

8.Current academic background:

- Primary School
- Secondary School
- Diploma/Foundation/Undergraduate
- Postgraduate
- Other (Please specify) _____

9. Which state are you from?

- Johor
- Kedah
- Kelantan
- Melaka
- Negeri Sembilan
- Pahang
- Penang
- Perak
- Perlis
- Sabah
- Sarawak
- Selangor
- Terengganu
- Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur
- Wilayah Persekutuan Labuan
- Wilayah Persekutuan Putrajaya

10. Besides social media, what other channels do you use to obtain political information?

- Newspaper/E-Newspaper
- Television
- Radio
- Political Posters
- News Websites/News Portals
- Other (Please specify) _____

Section C: Obtaining political information through social media

11. During the General Election 15(GE15) held on 19 November 2022, what social media platform did you most frequently use to obtain political information?

- WhatsApp
- Facebook
- Instagram
- TikTok
- Telegram
- Messenger
- X(Previously known as Twitter)
- YouTube
- Other (Please specify) _____

12. During the 2023 State Elections (Selangor, Terengganu, Penang, Kedah, Kelantan, Negeri Sembilan) held on 12 August, what social media platform did you most frequently use to obtain political information?

- WhatsApp
- Facebook
- Instagram
- TikTok
- Telegram
- Messenger
- X(Previously known as Twitter)
- YouTube
- Other (Please specify) _____

13. What forms of political information interest you the most?

- Text
- Images
- Short Videos
- Cartoons
- Films

() Other (Please specify) _____

14. What type of political content do you like the most on social media?

- () Posts or tweets from news media pages
- () Video from news media pages
- () Posts, comments or tweets from friends or followers
- () Videos from friends or followers
- () Posts or tweets from political actors or institutions
- () Videos posted by political actors or institutions
- () Paid ads from political actors or institutions
- () Political video ads (e.g., suggestions on specific political issues, political commercials)
- () Posts or tweets from other pages or blogs
- () Videos posted by other pages or profiles (e.g., blogs)

Section D: Political Information Consumption Goals on Social Media

Please select the level that best describes your agreement on each of the statements below.

(1-Strongly disagree; 2-Disagree; 3-Neither disagree nor agree/Not sure; 4-Agree; 5-Strongly agree)

15. I consume political information on social media:

Statement	Strongly disagree	Disagre e	Neither disagree nor agree/Not sure	Agree	Strongly agree
To form my own political identity or beliefs					
To evaluate my political behaviors					
To observe how others cope with					

problems or situations like mine					
To keep up to date with various local and/or international political affairs					
To understand various local and/or international political affairs					
To decide on which party or candidate, or what political cause to support					
To decide on how to vote during elections					
To be exposed to the different thoughts and/or behaviors of people with different political beliefs					
To learn from others' experiences on ways to deal with or respond to people with different political beliefs and/or behaviors					
Because I really enjoy reading political information posted on this platform					
Because it is a convenient way to spend my free time					
When I am alone					
To interact with friends					
To look for activities to do together with my friends					
To immerse myself in a political					

event without being there physically					
--------------------------------------	--	--	--	--	--

Section E: Voting Intentions

16. Please select the level that best describes your agreement on each of the statements below.

(1-Strongly disagree; 2-Disagree; 3-Neither disagree nor agree/Not sure; 4-Agree; 5-Strongly agree)

Statement	Strongly disagree	Disagree	Neither disagree nor agree/Not sure	Agree	Strongly agree
I believe voting is important					

17. Did you vote in the General Election 15 (GE15) which was held on 19 November 2022?

- Yes
- No
- I am yet to qualify to vote

18. (If answer “Yes” in Q17) What was your **main reason** for voting in GE15?

- My right and duties as a citizen
- I can support a political party that I feel close to
- I can change the political landscape through voting
- I can express my dissatisfaction with the current politics situation
- I am very interested in Malaysian politics
- The political messages I received during the election campaign motivated me to cast my vote
- Political participation plays a very important role in my daily life

19. (If answer “No” in Q17) What was the **main reason** for you not vote in the GE15?

- I am not interested in voting
- I do not think voting will help me in anyway
- I do not trust the Malaysia's political system
- I am unsure which political party to vote for
- Other (Please specify) _____

20. Did you vote in the 2023 State Elections (Selangor, Terengganu, Penang, Kedah, Kelantan, Negeri Sembilan) which was held in 12 August?

- Yes
- No
- I am yet to qualify to vote
- Not relevant to me

21. (If answer "Yes" in Q20) What was your **main reason** for voting in the 2023 State Elections?

- My right and duties as a citizen
- I can support a political party that I feel close to
- I can change the political landscape through voting
- I can express my dissatisfaction with the current politics situation
- I am very interested in Malaysian politics
- The political messages I received during the election campaign motivated me to cast my vote
- Political participation plays a very important role in my daily life

22. (If answer "No" in Q20) What was the **main reason** for you not voting in the 2023 State Elections?

- I am not interested in voting
- I do not think voting will help me in anyway
- I do not trust the Malaysia's political system
- I am unsure which political party to vote for
- Other (Please specify) _____

23. Will you vote in the upcoming General Election 16(GE16), as well as subsequent state or by-elections?

() Yes

() No

() No idea

24.(If answer “Yes” in Q23) Why do you intend to vote in the upcoming GE16, state or by-elections?

() My right and duties as a citizen

() I can support a political party that I feel close to

() I can change the political landscape through voting

() I can express my dissatisfaction with the current politics situation

() I am very interested in Malaysian politics

() The political messages I received during the election campaign motivated me to cast my vote

() Political participation plays a very important role in my daily life

25.(If answer “No” in Q23)What is the **main reason** for you not wanting to vote in the upcoming GE16, state or by-elections?

() I am not interested in voting

() I do not think voting will help me in anyway

() I do not trust the Malaysia’s political system

() I am unsure which political party to vote for

() Other (Please specify) _____

26.(If answer “No Idea” in Q23) Why are you unsure about voting tn the upcoming GE16, state or by-elections?

() I am not interested in voting

() I do not think voting will help me in anyway

() I do not trust the Malaysia’s political system

() I am unsure which political party to vote for

() Other (Please specify) _____