

# 台灣政黨網站設計：啟發式評估法之觀點

莊伯仲

文化大學新聞系

jumbo@faculty.pccu.edu.tw

## 摘要

本研究嘗試將源於使用性工程的啟發式評估法導入政治傳播研究。除建立以內容、視覺設計、結構與導覽、機能、互動、整體經驗等六大面向的政黨網站評估指標外，尚以民進黨與國民黨官方網站為例，從使用者角度檢視其設計。研究結果指出：(1) 民進黨與國民黨網站內容皆更新不足及編排雜亂；(2) 兩黨網站導覽項目均建構不良；(3) 民進黨網站首頁視覺設計編排良好，國民黨網站則底圖過於雜亂，並且首頁偏左，視覺未達平衡；(4) 兩站均有若干功能與連結失效；(5) 雙方均缺乏即時互動設計，例如沒有討論區以及 E-mail 皆形同虛設無法使用；(6) 總的來說，民進黨網站整體使用經驗略較國民黨為佳。

與傳統研究方法比較後發現：啟發式評估應用容易、成本低廉，是一種可以實用、有效的發掘使用性問題的方法，值得採用。此外，亦可將之應用於競選傳播中，如評估競選總部配置與造勢活動安排等。

**關鍵詞：**政治傳播、政黨網站、啟發式評估法、電腦中介傳播、  
網站評估

[收稿]2006/10/12; [初審] 2006/12/11; [接受刊登] 2006/12/30

## 壹、動機與目的

全球資訊網（World Wide Web, WWW）的興起，在網際網路（Internet）上造成一股極大的風潮。全球資訊網意指文件連結似蜘蛛網般縱橫糾結，以超連結（hyperlink）的方式，讓世界各地的網路使用者能在彈指之間存取遠端的圖、文、影、音資料；換言之，吾人可藉由網站設計方式，將資訊、服務、理念與網友進行溝通。全球資訊網至今已成爲一種傳播資訊的重要媒介，各式各樣的網站如雨後春筍般以驚人的速率增加，網頁之設計亦愈趨多樣化。

網路社會學家 Castell（1999）曾在大作 *The Information Age: Economy, Society and Culture* 中如此預言：「我們現在最根本的問題，不是誰攫取了權力的寶座，而是在於如何改造這個社會，爲政治文化注入新的活力，並破除藩籬，讓圍牆內外的人都能同步參與這個資訊社會。」也就是說資訊時代的政治將呈現出一種全新風貌，因爲新媒體和受眾之間的互動型態，將會徹底顛覆資訊傳播的型式和內容，政治運作的手法也將產生巨變，這種新型態的政治正是所謂的「資訊政治」。

網際網路目前已是各國政黨進行宣傳的兵家必爭之地。政黨網站要能勝出，介面設計除了要能清楚傳達出其政治理念外，更要在版面配置上出奇制勝，吸引網友們點選瀏覽，所以網站型式與內容就成了很重要的條件。但目前多數的設計人員往往僅強調視覺美觀，卻忽略了實用問題，以致於所設計的網頁常無法達成傳達資訊、執行任務的目的，更有甚者，設計人員抱著炫技心態，將所知所學全部放入網頁中，忽略了使用者上網的目的與設計者的目標（饒培倫，2002）。

因此網站設計之重點，不僅在於視覺上的美觀，更要以使用者爲導向出發，符合其上網目的與習慣，讓網頁內容能夠以最快的速度與最好的品質傳達至網友腦海中，達成最佳的傳播效果。因此網站設計是不是能夠有效地達成政黨所設定的目標，是不是能夠吸引使用者，讓網路使用者自由地發表意見、擷取其所欲獲得的資訊，便是亟待研

究的課題了。

網路如何促進政治傳播的過程，已成網路研究的顯學之一，而政治網站的設計又是其中最具有實務價值的一個學術領域。然而令人遺憾的是，國內對此的研究付之闕如，遠遠不如商業與教育網站研究的熱絡、全面、與有成（林佳蓉，2001；許佳雯，2001；黃如足，2001；莊錦昌，2001；楊欣哲、王超弘，2000）。儘管台灣網路政治傳播研究日漸累積，但絕大多數都是以出世的宏觀角度來講論網路民主（cyber-democracy）理論（陳敦源、黃東益、蕭乃忻，2001）、網路競選策略（鄭自隆，2000）；抑或是分析網路媒體的特性（鈕則勳，2002）、網路選戰的發展（莊伯仲，2000）。少數以入世的微觀角度來探討政治網站意涵者，亦有其限制。例如王泰俐（2004）的研究算是箇中先驅，但僅止於網站設計中的互動性，未及於視覺設計、結構導覽、機能等其他層面。或者像是陳詩蘋（2001），只針對立委候選人網站的內容，來探討短時間內的特殊現象，無法瞭解常態性政黨網站的經營狀況。

有鑑於此，本研究將從較為務實的角度出發，其目的有三：

- 第一、建立政黨網站設計之評估指標，以為後續研究的初步理論基礎。
- 第二、以我國主要政黨－民主進步黨與中國國民黨網站為個案，從使用者觀點來檢視，以瞭解其網站設計上的使用性（usability）問題。
- 第三、嘗試將源於使用性工程（usability engineering）之啟發式評估法（heuristic evaluation）導入政治傳播研究，以擴展研究方法之選擇。

## 貳、文獻探討

網路政治（Internet politics）一詞首先出現在1994年的美國，這代表了已有相當數量的選民在使用網際網路，同時也表示候選人利用

這個代表前瞻、進步、創新的工具與選民打交道，並藉此建立自己的形象 (McKeown & Plowman, 1999)。以英國為例，在 1992 年尚未有任何政黨網站，但到了 1997 年每一政黨已都擁有屬於自己的網站。相同的情形也發生在民主制度建構最完善的美國，有五分之一的網友主要是經由網路定期接收政治資訊 (Coleman, 1999)。

Online Publishers Association 的調查發現，2000 到 2002 年之間曾參與兩次大選投票的美國公民，有 68% 曾上網瀏覽總統候選人網站資訊，而沒有投票的美國公民，亦有 42% 曾上網造訪候選人網站。由此可見，網站已成候選人相當重要的傳播管道之一。進一步由投票者來看，發現候選人的立場、態度與政見是網友最感興趣的 (68%)，其他則分別為留下 E-mail (29%)、觀賞競選宣傳相關影片 (24%)、聊天室 (19%)、擔任競選義工 (17%)、以及贊助競選經費 (14%)。而未投票者上網瀏覽或參與線上活動的比率相對較少，但仍有高達 42% 的民眾會上網看候選人的參選資料，其次則為使用聊天室 (20%)、觀看影片 (14%)、提供電子郵件地址 (11%)。調查亦發現，上網的成人中，有 19% 會直接造訪選舉網站尋找新聞或資訊 (轉引自潘明君，2004)。

由此可知，網站對選民而言是個重要的傳播管道。然而在探討我國政黨網站設計之前，必須先檢視相關研究，然後確立網站設計的理論基礎，方能進一步制定政黨網站評估指標，而有效達成研究目標。

## 一、台灣的政治性網站研究

1994 年台北市長選舉是我國網路競選的濫觴，學界的相關研究亦隨之蓬勃發展，大致可分成網路媒體性質、網站內容與策略、網站效果層面、以及介面與互動設計等四大層面，以下將逐一探討之。

### (一) 網路媒體性質

國外網路媒體特性對政治影響方面的研究以 Ward (2001) 為代表，他指出網際網路對於政治組織有三項重要意義：1. 資料的儲存與管理：政治組織的資訊蒐集能力增加，大量個人資料能夠很方便的儲

存及補充訂正；2.資訊範圍：網際網路有迅速傳播到全球範圍的能力，意味著組織接觸面更廣，目標閱聽人亦大幅增加；3.互動性：組織成員、大眾、與菁英之間可以產生更多方向的連結。

而國內首先有莊伯仲與鄭自隆（1996）以 1994 年台北市長選舉以及 1995 年立委選舉為例，引介國外相關研究，並分析台灣網路選戰概況。莊伯仲（2000）接著以個案分析的方式，研究 1998 年三合一選舉，發現候選人網路競選現象有四：1.選區愈大的候選人愈有從事網路文宣的傾向；2.候選人在網路應用上出現城鄉差距；3.大黨候選人比小黨候選人偏好使用競選網站；4.勝選者也較落選者有較高的上網比率。但大多數的候選人都將設立網站當作一種形式化的行為，並沒有善加利用這個新媒體獨具的功能進行政治宣傳。所以該研究也建議，候選人除設立網站外，也應著重網路廣告、網路動員、與線上募款，以發揮網路的助選效能。彭芸、孫國祥（1998）則以美英諸國經驗探討 1998 年台北縣長候選人競選網站的使用。洪雅慧與張恩光（2001）則偏重競選網站使用者的動機、人口特徵、政治參與度、及主要與次要使用族群。

此層面的文獻大多著重於網路媒體本身的性質，探討其是否有助於政治宣傳的應用；並且分析其使用概況；多偏向於表象上的描述性分析，亦多為網路成為競選工具初期之研究。

## （二）網站效果層面

國外在競選網站效果層面的研究並不多見，以 Blendon（1998）的選民媒體使用研究為代表。而國內則有洪雅慧（2001）進行 2000 年總統候選人網站之滿意度分析，針對是否「可以提供候選人消息」、「幫助網友更了解候選人的議題與政見」、「告知候選人競選總部最近將舉辦的活動，以便參加」、或是網路使用之「可親近性」（User-friendliness）等方面，研究發現「連蕭戰鬥網」之滿意度評估，比起陳水扁「Abian.net」、宋楚瑜「老宋小舖」的表現都差了一截。而鄭自隆（2002）也以 2001 年底的縣市長選舉為例，對競選網站的可能效果做一初探。

此部份的國內研究雖缺乏對政治網站效果的深入探討，但是觸及網站可信度與滿意度，亦間接牽涉網站本身的傳播效果。

### (三) 網站內容與策略層面

國外的研究，以 Klinenberg 與 Perrin (1996) 依競選目標與活動分析 1996 年美國總統大選網站內容最具代表性，其研究結果將網站內容分為六種類型：1. 組織、建立關係網絡、與籌募競選經費；2. 政治教育及主旨；3. 建立社群；4. 頌揚網路科技；5. 提供其他網站的連結；6. 互動性。

國內研究在內容表現方面，鄭自隆 (2000)，由親切性、互動性、資訊性以及工具性四大構面分析 2000 年總統大選候選人網站，研究發現陳水扁網站在親切性方面的評估拔得頭籌，較其他兩位候選人為優良。連戰網站在各構面的表現上則均顯中規中矩，最不出色。鄭自隆 (2002) 又以上述四大構面研究 2001 縣市長與立委選舉，其研究發現 2001 年縣市長與立委候選人競選網站內容雷同度高，並且皆將網站當作是輔助性文宣媒體。另外，也因選舉的層級不同而產生不同的表現，縣市長之競選網站，整體表現就比立委競選網站精彩。而在與 2000 年總統大選比較，則可發現總統候選人網站又比縣市長競選網站精彩。鄭自隆 (2004) 接著也研究 2002 年的北高市長選舉，發現在親切性方面，六位市長候選人網站大都具備此要素，但均缺乏外語版本。在互動性方面，以李應元網站最為完備。在資訊性方面，馬英九網站缺少「候選人介紹」、李應元網站缺少「候選人當天行程」、謝長廷網站居然沒有「政見」；均是美中不足之處。在工具性方面，由於網路募款是候選人網站最重要的一個功能，而六個網站中，只有李應元設有電子捐款，整體表現較其他方面為差。

張世燮、李宜璇 (2003) 亦比較 2002 年台北市長候選人的網站表現，發現馬英九網站為迎合 e 世代選民喜歡圖像不耐文字敘述的特性，而強調大幅動態畫面。李應元網站則採取為大膽的競爭者攻勢，運用大量遊戲設計。而莊伯仲、王唯至 (2003) 則依據 Webby Awards 的評分標準，建立初步的政治性網站介面設置指標，對各國政黨網站

進行內容分析。研究結果指出，各國政黨網站最專注於視覺設計（3.86）上，其次是內容（3.56），再其次是結構與導覽（3.30）以及機能（3.30），最後才是互動性（3.03）。顯示多數網站仍注重於表面的視覺設計，而忽略了網友對於使用性的要求。

在策略方面，有洪聖惠（2002）以 2000 年總統大選陳水扁網站為例，探討整合行銷傳播在競選網站之運用。王唯至（2004）以 2004 年總統大選網路選戰為例，指出以下六點值得進一步探討：1. 網路動員、2. 網站名稱、3. 網站宣傳、4. 頁面表現、5. 網站整合、以及 6. 動畫表現。

莊伯仲（2005）則另闢蹊徑，鑑於國內競選策略研究多以個案探討方式行之，常因未能與聞決策，無法縱觀全局與掌握第一手資訊，以致有見樹不見林，偏離實際之憾。於是藉由他參與 2004 年總統大選國民黨網路選戰的操盤機會，採取傳播學界罕見之行動研究，並輔以深度訪談。結果指出該黨網路選戰操作，在戰略的制定上算是成功的，但戰術的執行上則有不少失誤。

#### （四）網站介面與互動層次

國外在互動性方面以 Whillock（1998）探討政治網站與網友互動程度的研究為先驅。Mckeown 與 Plowman（1999）則探討競選網站與選民資訊接收的各種互動情形。

國內在網站介面方面，莊伯仲、王唯至（2004）使用修正式德菲法，收集專家學者意見發現 40 項競選網站介面的設置指標，研究結果發現最受重視的是網站內容層面，而互動層面次之。此外，網站的會員管理、行銷宣傳、以及網站管理者的素養等三項亦被強調。在互動性上，王泰俐（2003）發現 2002 年北高市長選舉網站的互動性已經從 2000 年總統大選網站的內容互動面向逐漸延伸到人際互動與介面互動的面向，顯示其互動性有擴張的趨勢，但大體上仍然未脫舊有單向傳播的典範。另外亦發現候選人的參選身分（挑戰者或現任者）、選舉層級、選舉資源之限制、選民的網路使用習慣等因素，都可能影

響選舉網站互動性。

介面設計大大地影響網站的設立意義，而此方面的研究揭發了學者對政治網站的使用性以及互動性的重視，但相關研究一來質量不足，仍嫌貧瘠；二來偏重理論導向，較缺乏實務意義；三來則都針對候選人網站這種短期現象，未曾探究持續運作的政黨網站。是故有待後續研究予以深耕。

## 二、網站介面設計理論

在探討政黨網站設計之前，必須先釐清介面設計應有之要件與理論，本研究將採取使用者介面設計理論 (user-interface design theory)，又稱人機互動理論 (human-computer interaction theory) 作為理論基礎。

使用者介面設計理論乃是以使用者需求導向 (user-oriented) 和使用者中心 (user-center) 為基礎，以提高吾人在電腦使用上的成效 (Nielsen, 1999; 林佳蓉, 2001)。使用者介面就是使用者與電腦之間的溝通橋樑，其好壞會直接影響電腦的使用性，好的使用者介面設計可以令人安全、實際、有效率、及愉快地執行工作 (Preece, 1998)。由於資訊科技的發達，人們使用網路的機會愈來愈多，與各式各樣網站間的互動也就愈來愈頻繁，在「以人為本」的理念下，要針對網站設計出完善的使用者介面，需仰賴對人類認知的分析及對圖形化使用者介面 (Graphical User Interface; GUI) 設計的探討，以制訂出一套可資遵循的設計原則。WWW 網站設計是電腦使用者介面設計的一種。而電腦使用者介面設計所需考量的因素主要有三項，第一是介面本身的特性，第二是使用者的認知特性，以及使用性方面的考量，這三項中忽略任何一部份都會導致介面的功能衰退 (楊欣哲、王超弘, 1999)。

要評估網站設計，學者建議最好的方法是直接上網觀摩並使用各種網站功能，記錄各個網頁設計的優缺點，並汲取網站設計者經驗，才能設計出完善的網站。然這種無限制的搜尋方式是無效率的，且無法明確地獲知目標終點，所花費的時間和精力更是無法估計，因此必



須掌握一些介面設計原則才能達到事半功倍的效果（楊欣哲、王超弘，1999）。

Preece(1998)提及目前有許多的途徑可以做介面的使用性評估。最常使用的方法是使用性工程評估法。Nielsen(1993)在 Usability Engineering 一書中，提出九種研究與評估的方法，如下表所示：

表一 Nielsen (1993) 使用性工程評估法

方法	適用階段	受測者	主要優點	主要缺點
啓發式評估法	設計初期、反覆設計	3-10位專家	可發現個別的使用性問題，並記錄專家使用者所發現的問題	沒有包含真正的使用者，可能無法發現令人驚奇的問題
績效測量法	競爭力分析、最終測試	至少10人	數量化資料，結果容易比較	無法發現個別的使用性問題
邊說邊做法	反覆設計、原型架構評估	3-5人	1可精確指出使用者誤解，2較便宜的測試	對使用者而言不自然，且對熟手而言，很難用言語表現
參與觀察法	工作分析、系統完成後之研究	3個以上	生態學上的有性、顯現使用者真實工作，可建議功能和特徵	難約定時間，缺乏有經驗者控制
問卷調查法	工作分析、系統完成後之研究	至少30人	可發現使用者較喜歡的主題，而且容易重複調查	需要引導(防止誤解)
深度訪談法	工作分析	5人	靈活的，可深入的探討看法和經驗	比較花費時間，且很難去分析與比較
焦點團體法	工作分析、使用者參與階段	每組6-9人	自發性的反應及主動的小組討論	很難去分析，有效性比較低
紀錄實際使用法	最終測試、系統完成後之研究	至少20人	可發現較高層次(或還沒有使用)的使用特徵，可以連續進行	介析需要大量的資料會侵犯使用者的隱私
使用者回饋法	系統完成後之研究	數百人	可以追蹤使用者需求和觀點上的改變	需要特別的組織來掌握使用者的回應

資料來源：部份內容參考莊錦昌（2001），頁13之整理。

本研究主要目的為評估政黨網站之設計，若使用單純的調查法，

將會面臨研究對象無法深入洞察，而提出有意義的答案；且因調查法所需的人數眾多，意見也易分歧，無法歸納出一致性的問題。故本研究擬採用啓發式評估法進行使用者觀點的網站設計評估。基於啓發評估的有效性考量，在進行之前必須先檢視相關文獻，方能列出基本的評估指標供評估者參考，以下謹針對政黨網站評估指標進行探討。

### 三、政黨網站介面設計評估指標

Nielsen (1993) 提出評估系統或使用者介面之使用性問題並非是單一向度的，而是應由下列五個效標所組成：

1. 可學習性：系統應該易於學習，且讓使用者能很快上手，開始工作。
2. 效率性：系統應能有效率的使用，讓使用者一旦學會了便可很快得到最高效能的表現。
3. 可記憶性：系統應該易於記憶，讓偶爾使用者 (casual user) 在離開一段時間後，再回到這個系統時，不需再從頭學起。
4. 錯誤率：系統應該有較低的錯誤率，讓使用者不會犯許多錯誤，即使犯錯也能輕易克服。另外，最好避免致命錯誤發生，導致無法彌補。
5. 滿意度：系統使用起來要感到愉快，亦即主觀上能讓人滿意、喜歡這個系統。

饒培倫 (2001) 綜合各家說法，整理出十四項介面可用性原則為評估指標即：豐富、簡易、一致、自明程度、預期、可讀性、重複利用、設計老手的捷徑、提供有意義的訊息回饋、以對話引導操作、提供防錯與除錯、允許方便的復原、輔助使用者建立駕馭感、以及減少短期記憶之負荷。

而世界聞名的 Webby Awards (<http://www.webbyawards.com>)，由於其評選指標周延與嚴謹，所以適合本研究採用。Webby Awards 成立於 1996 年，有「網站設計界的奧斯卡獎」之美稱，是象徵該領域最高榮譽的國際大獎，故深受業界肯定 (莊伯仲，2001)。茲說明其

六項指標如下：

### 1. 內容 (content)

指網站提供的資訊，不僅文本，還包含音樂、語音、動畫、與影像，只要是能夠傳播網站的主題與知識者皆屬之。好的內容必需具有迷人、切題、以及適宜等三種特性。所以必須清楚簡潔、實際有效地安排在網頁中，也必須有特定目的、觀點清楚、資訊豐富、實用有趣，才會讓人流連忘返。

### 2. 結構與導覽 (structure and navigation)

結構與導覽指稱的是網站的架構、內容的組織、資訊的先後順序、以及在網頁中瀏覽與移動的方法。好的網站的結構與導覽具有一致性、可靠直覺為之、以及一目了然的。可以讓使用者直接知道要如何獲得資訊、到哪裡找想要的東西、在點選之後會出現什麼。好的導覽系統讓使用者可以用更具廣度及深度方式來了解網站的內容。

### 3. 視覺設計 (visual design)

視覺設計指的是網站的外觀表現。並非只是一個漂亮首頁、流行前衛、或時髦技術而已。好的視覺設計必需對使用者與訊息而言是高品質、適宜、且切題的。它傳達的是一種令使用者屏息以待的視覺經驗。

### 4. 機能 (functionality)

機能是網站對於科技的使用。好的機能意指這個網站運作良好。它下載快速、擁有有效的連結、以及對任何網友而言實用且洽當的新科技使用。網站必須是跨平台運作，而且獨立於瀏覽器存在的。好的網站必須事先考慮到不同的使用者對檔案大小的需求，考量其檔案形式以及下載速率。最好也能考量到殘障網友的近用需求。

### 5. 互動 (interactivity)

互動性指的是網站提供使用者主動進行活動的方式。好的互動性

不只是捲軸或是點選；它必須讓網友者能夠傳送與接收，讓他們成爲參與者而非旁觀者，不論搜尋引擎、聊天室、或是即時傳訊軟體都是如此。互動性是網路最不同於其他媒介的特性，所以必須讓網友清楚感受到不是在閱讀雜誌或是看電視。

## 6. 整體經驗 (overall experience)

整體經驗是上述五種要素的結合，但也包含了讓使用者持續造訪或是一去不回的無形要素。一個好的整體經驗或許能讓使用者經常使用、放入網站書籤中、訂閱電子報、增加參與程度、以 e-mail 轉寄親友，或是被網站吸引，流連忘返。

Webby Awards 的評選標準雖然實用，但畢竟不是專爲政黨網站量身訂做。本研究爲求指標的適用與完整，因此再參考納學術界唯一建構政黨網站評估指標的英國實証研究 - Yates 與 Perrone (1998) 的易使用性、互動性、內容、和呈現等四大衡量面向 (詳表二)。

表二 Yates與Perrone (1998) 評估英國政黨網站之指標

分析類目	分析子類目	說明
易使用性		
瀏覽	網站的搜尋引擎	使用者用來搜尋網站內資訊的機制
	新聞稿的搜尋引擎	使用者用來搜尋網站內關於該政黨相關新聞稿的機制。
	文宣的搜尋引擎	使用者用來搜尋網站內關於該政黨相關宣佈事項的機制。
	聯繫方式的搜尋引擎	使用者用來搜尋網站關於該政黨聯繫方式等資訊的機制。
資訊近用的容易性	以HTML的形式呈現	政黨文宣以 HTML 呈現，供下載
	以文字的形式呈現	政黨文宣以文字呈現，供下載。
	以PDF檔的形式呈現	政黨文宣以 PDF式呈現，供下載。
互動性		
E-mail使用	回饋	該有電郵信箱歡迎選民提出意見。
	資訊	該電子郵件信箱可以提供該政黨一般或特殊的資訊。
	HQ	網站中包含政黨總部的電子郵件

	( headquarters )	信箱及政黨部門的電子郵件信箱。
	地方 ( local )	網站中包含政黨地方黨部或區域性團體的電子郵件信箱。
線上論壇	黨員	提供黨員申請的線上論壇。
	買賣	關於購買政黨商品的線上論壇。
	捐獻	有關捐獻的線上論壇。
	網站回饋	選民提供回饋的線上論壇。
	進一步資訊	政黨回覆選民的線上論壇
其他互動性要素	投票	爲了要調查公眾對某個議題的意見，而舉辦的線上民意調查
	民意調查	爲了要調查公眾對某個議題的意見，而舉辦的線上民意調查。
	電子佈告欄	提供給選民留言、討論的區域。
	線上測驗	提供答案的線上測驗
	聊天室	允許多對多進行討論，一般會先設定主題，在特定時間中進行線上討論
內容		
網站的大小	HTML的頁數	計算HTML的頁數
	圖檔	計算GIF 和JPEG 檔
	圖文比率	圖檔與HTML頁數的比例
政策、新聞文件	文宣	該政黨宣傳的文件。
	其他的政策文件	包括白皮書、黨章、演說、地方黨部或特殊團體的文宣和政策的陳述
	新聞文件	新聞稿和新聞稿的檔案
呈現		
多媒體使用		是否使用多種方式呈現網站內的資訊，如圖像、聲音、動畫、影片等。
形象的一致性	符號	檢視網站中是否具有認同感的符號
	視覺的線索	包含了網站背景的顏色和設計、用來方便瀏覽的標識和設計。
	主題的概念	該網站是否具有一致的主題。

資料來源：部份內容參考陳詩蘋（2001），頁18之整理。

本研究擬結合前述 Webby Awards 六項評選標準、Preece (1998) 的使用性工程評估法、以及 Yates 與 Perrone (1998) 四種衡量面向，建構適於評估台灣政黨網站設計的專用指標，此亦為本研究目的之一（詳如表三所示）。

表三 本研究之政黨網站評估指標

評估架構	評估細則	
內容 (content)	網站的大小	HTML的頁數
		圖案檔
		比率
	政策、新聞文件	文宣
		其他政策的文件 新聞文件
結構與導覽 (structure and navigation)	瀏覽	網站的搜尋引擎
		新聞稿的搜尋引擎
		文宣的搜尋引擎
		聯繫方式的搜尋引擎
	接近資訊 的容易性	以HTML的形式呈現
		以文字的形式呈現 以 PDF 檔的形式呈現
視覺設計(visual design)	使用多媒體	是否使用多種方式呈現網站內的資訊，如圖像、聲音、動畫、影片等。
	形象的一致性	符號
		視覺的線索
		主題的概念
機能 (functionality)	效率性	系統應該能有效的使用，使得使用者一旦學會了便可很快得到最高效能的表現。
	錯誤率	系統應該有較低的錯誤率，讓使用者使用此系統時不會犯許多錯誤，即使犯錯也能輕易克服。另外，最好避免致命的錯誤發生，導致無法彌補的過錯發生。
互動(interactivity)	使用 email	回饋
		資訊
		HQ (headquarters)
		地方 (local)

	線上論壇	黨員
		買賣
		捐獻
		網站回饋
		進一步資訊
	其他互動性要素	投票
		民意測驗
		電子佈告欄
		小測驗
	聊天室	
整體經驗(overall experience)	滿意度	結合上述標準的使用者整體瀏覽經驗

資料來源：本研究整理

本研究即以表三所述指標為台灣政黨網站之衡量基準，並提供五位評估人員進行啟發式評估。鑑於此法施行繁瑣，研究發現亦佔篇幅，所以僅選擇代表泛綠陣營的民主進步黨官方網站（詳圖一）與泛藍陣營的中國國民黨官方網站（詳圖二）為分析對象。



圖一、民主進步黨官方網站首頁 (http://www.dpp.org.tw/)



圖二、中國國民黨官方網站首頁 (http://www.kmt.org.tw/)

## 參、研究方法

### 一、啟發式評估

Nielsen (1994) 說：「在網路上，使用者的經驗至上，接下來才是要不要付錢的問題」，可謂一語道破。的確，一個網站成功與否，是由網友主觀感覺來決定；而要讓他們有愉快的使用經驗，便全然取決於網站設計。啟發式評估法便是使用性工程中，為建制一個良好的網站介面所使用的事前評估方式。其主要用途在於以使用者角度找出人機介面使用性問題，並且建立一組可為依循的網站設計指標。

啟發式評估法又稱啟發式評價法或捷思評估法，源於使用性工程領域，是探討人機介面互動習用的工具。Nielsen (1993) 指出它是一種評估使用者介面有效性的系統性偵測法，Agarwal 與 Venkatesh (2002) 亦認為它是判定網站使用性問題，以了解使用者觀感，並設立評估與設置指標的有效方法。換言之，就是針對使用者介面所進行之系統化偵測 (饒培倫，2001)。因此此法的執行必須針對任務，在



一個擬真的典型情境中，由數位合適的評估人員根據經驗法則（heuristic）自由使用與體驗，研究發現才有參考價值。

在國內應用啓發式評估法的研究，如蘇照彬（1993）首先使用啓發式評估法，以發展互動電視節目表；張宜慶（1999）亦使用此法建構有效之電腦德菲研究系統；饒培倫（2001）更以國內三大入口網站爲例，應用此法加以評估，並探討其介面使用性問題；許佳雯（2001）亦透過啓發式評估建立適合高齡使用者之 WWW 介面設計標準；黃如足（2001）則結合啓發式評估法與德菲法，對美術館網頁設計進行衡量，以建立關於美術館網頁設計之評估指標。此法原本僅侷限於評估系統「使用性」，但近年已用來發現網站設計可能發生的相關問題，例如「內容」、「視覺設計」等面向。

啓發式評估法已廣泛地應用於發現商業與教育網站的設計問題，並且能建置出評估指標，作爲網站設計師的參考。本研究嘗試將此法導入政治網站的研究，衡量民進黨以及國民黨官方網站介面設計之問題，以及建立一組可供參考的設計指標。

## 二、研究參與人員

根據 Nielsen 與 Molich（1990）之實驗結果，以人機介面專家爲評估者，效果會比一般人爲佳，若以非專家當評估者，亦可用較多的人數來達到相近效果，如使用人機介面專家進行評估，最少需爲三人，而由一般評估者進行，則最少需五人。鑑於啓發式評估只能由接近真正使用狀況的人士來模擬進行，故本研究必須選取具備電腦與網路之相關素養、擁有一定時間之上網經驗，並且以儘量符合政黨官方網站目標族群之青年網友爲測試人員。

因此本研究選擇五位測試人員參與評估，爲符合研究需求，渠等必須具備良好的資訊素養、擁有超過五年的上網經驗，無政黨傾向，而且有修習過電腦中介傳播、網路媒體研究、政治傳播等相關課程之大學生與研究生。

評估人員 A 網頁製作背景相當豐富，曾參與過許多網站設置，

並有架設個人網站，對於此領域相當熟悉，同時亦選修過政治傳播課程。評估人員 B 亦有網頁製作經驗，不僅修習過電腦網路相關課程，在政治學和政治傳播方面亦有涉獵。評估人員 C 與 D 二人雖無製作網頁經驗，但曾上過政治學與網路媒體研究。評估人員 E 雖無政治傳播背景，但曾修讀政治學與電腦中介傳播，並且擁有個人網站，以及參加過資策會電腦證照課程。此五位評估人員符合本研究所需，皆為合適人選，其背景資料詳見表四。

表四 評估人員背景資料表

	人員A	人員B	人員C	人員D	人員E
網頁製作	○	○	X	X	○
電腦網路相關課程	○	○	○	○	○
電腦中介傳播	X	X	○	○	○
政治學	X	○	○	○	○
政治傳播	○	○	○	○	X
每日平均上網時數	8hr	4hr	6hr	4hr	3hr
上網主要目的	www網路拍賣、網站觀摩、msn	www網站觀摩、資料搜尋、msn	www資料搜尋、msn	www資料搜尋、新聞網站、瀏覽網站	www資料搜尋、拍賣網站

資料來源：本研究整理

### 三、評估步驟

為接近實際使用情境，本研究之啓發式評估採取遠距、分散的方式。五位評估人員於 2004 年 10 月 1 至 3 日期間，分別單獨檢查介面，在不同地點、不同時間上網。以本研究歸納出之政黨網站評估指標，視各站複雜度，在一至二小時的時間內，針對民進黨與國民黨官方網站所提供之內容與功能進行瀏覽與使用，加以評估，並留下紙本紀錄。直到所有工作結束之後，研究者再召集五位評估人員進行交流，並整合他們互動討論後的額外發現，以確保各評估人員均能獨立而無偏見地進行任務。

## 肆、研究發現

本研究之啟發式評估採取開放式問卷，並提供研究者所歸納之政黨網站專用評估指標作為基準，讓五位評估者在不同時間，不同地點分別上網評估，並將所發現之問題予以記錄。藍綠兩大政黨網站經衡量後之使用性問題如表五。

表五 啟發式評估法結果一覽表

	民進黨官方網站 (http://www.dpp.org.tw)	國民黨官方網站 (http://www.kmt.org.tw)
內容	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 資訊更新不足。</li> <li>2. 文宣廣告缺乏最新資料。</li> <li>3. 政策文字敘述過於繁雜。</li> <li>4. 辣像館人物介紹資訊不足，如缺乏聯絡方式等。</li> <li>5. 相關連結過少。</li> <li>6. 最新新聞部份文字位置未調整，視覺不佳，明顯是從別網站複製貼上，以致於一行未滿就跳行。</li> <li>7. 類目太少。</li> <li>8. 國政與黨政混淆。</li> <li>9. 「民進黨新聞稿」資料久未更新。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 資訊更新速率過慢。</li> <li>2. 行事曆形同虛設。</li> <li>3. 總理、總裁、黨主席，文字敘述過於繁雜。</li> <li>4. 單位主管資訊介紹不足。</li> <li>5. 「生活資訊」中的電子賀卡很簡陋，似乎可以去掉這項功能。不具實用性，也不夠豐富。</li> <li>6. 「時政評析」中的時政笑談也可去掉，只有四篇，似乎只是硬湊充數。</li> <li>7. 首頁中「政情掃描」，和「便民快報」形同虛設。</li> <li>8. 已停辦刊物並未註明停刊</li> <li>9. 部分資料久未更新</li> </ol>
結構與導覽	<ol style="list-style-type: none"> <li>10. 黨部通訊資料不足。</li> <li>11. 導覽項目建構不完全。</li> <li>12. 活動說明檔為壓縮檔。</li> <li>13. 類目太小，不易點選。</li> <li>14. 進入「iPARTAY」、「阿扁凍蒜電子報」及「大選影像全紀錄」時，無法連結回到該站。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>10. 導覽列使用不便。</li> <li>11. 「已出刊電子報」設計不佳，網頁太長，要下拉才能瀏覽，缺少搜尋引擎。</li> <li>12. 搜尋引擎或相關網站連結常發生無法開啓網頁的問題。如：生活資訊、好站相連、民意論壇等。</li> <li>13. 應設瀏覽子頁面之頁框，以隱藏式大綱點選不便。</li> <li>14. 「時政漫畫」無法連結</li> </ol>

		15. 線上遊戲缺乏說明。
視覺設計	15. 大選影像全記錄編排過於雜亂無章。 16. 畫面太過樸素。	16. 網站首頁右方留白過大，或因網底圖案過淡，導致整體不協調，向左偏斜。 17. 相關連結或其他功能多以文字為主，動畫或圖片的比例偏低。 18. 網頁底圖過於花俏，視線焦點紊亂。
機能	17. DPP傳聲筒大部分連結無法使用。 18. 阿扁凍蒜電子報無法連結。 19. 回首頁名稱說明不夠清楚。 20. 首頁挑選語言部分，客家語、原住民、英語處的部分網頁不能開啓，出現錯誤。	19. 時政漫畫無法使用。 20. 電子賀卡無法使用。 21. 復興藝廊圖片跑不出來。 22. 部份對外連結的網站失效。 23. 中央月刊早已停刊，網頁選項竟還有。 24. 訂閱電子報出現錯誤，無法訂閱。 25. 民意論壇選項中有些網頁不能開啓。 26. 照片壓縮比例不均。
互動	21. 所有信箱皆形同虛設，沒有回覆信件。 22. 缺乏線上入黨的功能。 23. 缺乏留言板討論區。 24. 缺乏線上投票。 25. 缺乏加入會員功能。 26. 無相關買賣資訊。 27. 並無生活相關資訊等軟性相關連結。	27. 有線上投票，但無議題。 28. 註冊會員需輸入身分證字號降低加入意願。 29. 點入互動機制時，出現「未經授權」訊息；未發明是因未加入會員，或是留言板維修中。 30. 唯一的互動項目「民意論壇」，5個項目中有3個經常無法使用，形同虛設。 31. 無聊天室之類交流功能。 32. 僅有服務專線，並無線上留言板或電子郵件信箱。 33. 「民意論壇」的部份網頁需要授權才能點選。
整	28. 首頁畫面沒重心。	34. 內容似乎很少更新，網頁設

體 經 驗	29. 資訊挺豐富，有部分網頁未能開啓，出現錯誤，歷年選舉文宣部分更新速度太慢，回首頁處竟用”Welcome”，與習慣不符。	計不符合視覺動向，一些選項似乎只是虛設，硬充頁面，感覺不佳。
-------------	--	--------------------------------

資料來源：本研究整理

由表五可知民進黨官方網站經衡量之後，共發現 29 項問題，國民黨官方網站則有 34 項（同一缺失可能造成不同問題，例如「資訊更新」的缺失會影響「內容」與「機能」上的問題），由此可見民進黨網站整體上的設計似乎略勝一籌。若再依據本研究六類評估指標予以分類整理，並去除重覆問題後，兩黨網站實際存在以下之問題（詳表六）。

表六 使用性問題彙整表

	民進黨官方網站 ( <a href="http://www.dpp.org.tw">http://www.dpp.org.tw</a> )	國民黨官方網站 ( <a href="http://www.kmt.org.tw">http://www.kmt.org.tw</a> )
內容	1. 資訊更新過慢，分類不明。 2. 文字敘述過於繁雜，編排略顯草率。 3. 人物介紹資訊不足 4. 相關連結過少 5. 類目過少	1. 資訊更新速率過慢 2. 部份內容形同虛設、且資訊不足。 3. 文字敘述過於繁雜 4. 人物介紹資訊不足 5. 部分內容不具實用性
結構 與導 覽	6. 通訊資料不完善 7. 導覽項目建構不良 8. 檔案格式不易使用 9. 回首頁建構不全	6. 導覽列使用不便 7. 缺乏搜尋引擎 8. 連結錯誤率高 9. 內容說明不足
視覺 設計	10. 部分內容編排雜亂 11. 頁面編排略為簡單	10. 首頁編排不佳 11. 圖片比例過少 12. 網頁視線焦點紊亂
機能	12. 部分連結失效 13. 名稱說明不夠清楚 14. 多語版本出現錯誤	13. 部分功能失效 14. 部份對外聯結的網站失效 15. 電子報功能無法使用 16. 檔案壓縮比例不均
互動	15. e-mail形同虛設	17. 缺乏線上投票議題

	16. 缺乏線上入黨功能 17. 缺少互動式設計 18. 缺乏線上投票功能 19. 缺乏實用之網站回饋	18. 加入會員手續繁瑣 19. 互動功能無法立即使用 20. 缺少即時互動設計
整體 經驗	20. 首頁畫面缺乏重點 21. 整理錯誤率高，項目使用不便。	21. 網頁不符合視覺動向，部分選項虛設，有填充頁面之嫌。

資料來源：本研究整理

由上表可以看出，雖然民進黨網站設計之問題較少，但若依據評估指標比對，則可發現其所犯之錯誤較為分散（錯誤多在不同指標），故違反 21 項指標。而國民黨方面雖有 34 項設計問題，但其所犯之錯誤較為集中（錯誤在同一指標），亦僅違反 21 項指標。

## 伍、結論與建議

啓發式評估發現兩黨網站各有相同與相異的設計問題。單就評估結果來看，民進黨存在的問題數較少，而國民黨的問題數較多；但雙方違反的指標數皆為 21 項，以下謹就本研究六大評估指標逐一討論其缺失。

### 一、政黨網站的設計缺失

#### （一）內容部份

就內容來看，民進黨與國民黨之網站有以下三個問題：

1. 資訊更新過慢
2. 文字敘述過於繁雜
3. 人物介紹資訊不齊全

此三者對於政黨網站而言，都是相當重要之使用性問題。由於國際網路的重要特性便是資訊可以即時更新，所以兩黨網站不僅沒有善用此優勢，並且讓人有疏於管理之感。而文字繁雜則代表兩黨網站沒有善用網站版面不受侷限、空間無限延伸的優勢，反而僅將大量文字

置於網頁，未針對網站主題做合宜之超連結編排；此舉將影響使用者閱讀與搜尋上的負擔。而人物介紹不足亦同，沒有善用網路優勢，讓網友能對政黨重要幹部有更進一步了解，亦為遺憾。

民進黨網站的其他缺點如使用類目與相關連結過少，代表本身資訊不夠豐富，沒有善用網路特性。國民黨的部分資訊實用性不佳，以及部分內容形同虛設，也是未能體認網路功能，有灌水之嫌。

## （二）結構與導覽部份

在此部分兩站共有導覽項目建構不良一項問題。導覽項目為網友上站所接觸的最初介面，攸關使用者是否能有效使用網站，獲得所需資訊，故佔舉足輕重之地位。而兩黨網站均在此部分發現缺失，亟須改進。

另外民進黨網站通訊資料不夠完善、檔案格式不易使用、以及回到首頁項目不夠清楚的問題，對於網友，特別是想進一步聯絡者，都是很大的缺失。國民黨網站另外的問題則是缺乏搜尋引擎、內容說明不足、以及連結錯誤率高三項問題，都可能讓初來乍到的使用者「迷路」，降低再次造訪意願。

## （三）視覺設計部分

視覺設計部分牽涉使用者對於網站的第一印象，亦會影響再度造訪意願。整體而言，民進黨網站首頁編排較為良好，而國民黨網站則是底圖過於雜亂，並且首頁偏左，在視覺上未達平衡。

民進黨方面，部分內容流於雜亂，不利視覺效果；且頁面編排太過簡單，沒有善用多媒體特性。而國民黨在視覺設計上可明顯看出亟欲利用多媒體的意圖，卻有編排不佳、弄巧成拙之感，呈現反而雜亂；另外圖片比例不佳也是影響視覺的一大缺點。

## （四）機能部份

機能部分牽涉網友使用網站的效率，兩黨的共同問題是頁面部分功能與連結失效，此點為機能部份中的致命缺點，會嚴重影響網站的

使用效率。

另外，民進黨方面也發現名稱說明不夠清楚以及多語版本失效的問題，則有失設計人員用心良苦之美意。國民黨方面機能問題較多，部份對外連結失效、電子報功能無法使用、以及圖檔壓縮比例不均等三項問題，此三者較為嚴重，讓人有網站疏於管理維護之感。

### (五) 互動部分

互動不僅為網路最重要的特性，更是政黨網站中不可或缺的部份。然而在此部分兩黨網站的缺失甚多，共同缺點為缺乏即時互動設計，如沒有討論區以及 E-mail 均無法使用等，這都失去政黨建置網站的主要意義。王泰俐（2003）雖發現 2002 年北高市長選舉網站的互動性已經從 2000 年總統大選網站的內容互動逐漸延伸到人際互動與介面互動，但本研究指出國民兩黨官方網站仍然未脫舊有單向傳播的典範，前述進展可能只特例或巧合。

民進黨方面不僅缺乏討論區，甚至連一般的互動設計，如留言板、線上投票等皆缺乏，在互動表現偏弱。不過該黨另有一個走青春路線，活潑風格的政治性入口網站 iParty (<http://www.iparty.org.tw/>)，其中便安排了不少互動設計，是否民進黨欲將之定位為主要互動網站，以示區隔，則未可知也。

而國民黨方面雖然有大多數的互動設計，但是失誤比率相當高，五項中有三項無法使用。而且加入會員手續繁鎖，尚需輸入身份証字號，此舉將阻卻多數網友者進一步接觸的意願。

### (六) 整體經驗

整體經驗代表網友使用後對網站所得的總體觀感。本研究評估者於衡量兩黨網站之後，發現民進黨之整體經驗較國民黨為佳。

民進黨網站整體上有錯誤率過高、項目使用不便、以及首頁缺乏重點等缺失，這都是有待改善的問題，前已提及。而國民黨網站則令人感到網頁視覺動向不明，且多數項目形同虛設，似為硬充版面；這



些問題亦見於前文，可見它們對於該站整體經驗的影響性頗大，讓評估者無法產生正面觀感。

另外值得一提的是，國民黨網站曾於 2004 年 5 月 8 日遭受駭客攻擊，卻遲遲於四天後的 5 月 12 日才重新上線，可見修復速度過慢，管理效率不佳；對於一個政黨官方網站而言，不僅要有完善的防駭機制，更要有良好的備援措施，否則無法防止駭客攻擊，也無法在第一時間做好補救。

## 二、啟發式評估法應用之探討

### (一) 啟發式評估法與傳統研究方法之比較

啟發式評估法為使用性工程方法中最有效與最常應用之工具，主要為評估系統產品介面使用性，發掘介面設計之使用性問題，以求產品合乎使用者要求。然而啟發式評估法鮮少運用於傳播研究領域，殊為憾事。鑑於此法為發掘使用性問題最實用、有效的工具，本研究將其與傳統方法的應用做一比較，詳如表七：

表七 研究方法比較表

	啟發式評估法	德菲法	調查法	內容分析法	實驗法
適用處	以使用者角度，發掘介面使用性問題。	瞭解專家意見，設立適用指標。	探究傳播效果，瞭解使用者觀感。	分析網站內容，探求網站表現。	偵測網站成效，瞭解使用者反應。
優點	有效發掘使用性問題，提供修正參考。	以專家角度深入探討，獲得專業意見。	獲得大規模使用者意見。	有效分析網站表現，得知網站介面設計概況。	有效得知網站成效。
缺點	評估結果全然受制於少數評估人員，易受質疑	多次專家意見調查耗時費事，問卷回收易折損	若母體不明，樣本代表性易受質疑。	僅能分析內容表現，無法獲知使用者觀感。	只能探知特定網站功效，無法推論整體。
成本	成本低，執行容易。	成本低，但易夭折。	成本高、耗時費事。	成本低，執行容易。	成本略高，執行亦不易。

其他	評估人員須慎選。	應注意專家問卷回收率。	必須釐清母體，以及確定有效問卷。	網站樣本數須充足。	實驗設計需謹慎。
----	----------	-------------	------------------	-----------	----------

資料來源：本研究整理

由上表可知，啟發式評估法應用容易、成本低廉，是可以發現使用性問題的有效方法；雖然仍有其缺點，但可透過精選評估人員等方式解決，值得傳播研究者多加利用，讓工具箱中多些選擇。

### (二) 啟發式評估法於競選傳播之應用

啟發式評估法主要用來衡量人機介面互動的問題；但若略為改良，除可評估競選網站外，尚能作為評估其他競選工具之用。例如透過足夠的評估人員，以實際擬真的方式，鉅細靡遺地衡量競選總部的設置、造勢活動的安排，洞察其使用性問題，故值推廣。

### (三) 啟發式評估法電腦中介傳播之應用

對於電腦中介傳播而言，研究者認為，若只針對一、二個案進行研究，那麼啟發式評估法可以達到事半功倍的效果；並且可以依需求選取評估人員，達到最完善、最細緻的評估結果，而得以真正發掘軟體與網站設計的使用性問題。但若必須進行大規模的不同個案使用的用性調查，則不建議使用，否則將會有問題數過多，不易進行衡量；以及評估發現繁多，整合不易等缺點。

再者評估結果全然取決於評估人員，故選擇必需謹慎，並且在評估之前要做好完善的說明與訓練，否則評估結果將不具其意義。

## 三、研究限制與建議

儘管啟發式評估法具有所需時間和資本都比較低，可以快速進行評估的優點，但吾人仍應正視其缺點，亦即不能得到詳盡的資料，並加以闡述。本研究相關限制與因應建議如下：

### (一) 網站評估方面

僅針對單一政黨網站進行評估，可能見樹而不見林。所以應進一步探討同黨其他代表性網站的設計（如總統候選人網站）或不同時間點的網站表現（如時間序列比較），方能瞭解各黨之網站規劃與搭配策略是否完備，也才能得出較具廣度的研究結果。

此外，本研究為求能以量化方式清楚呈現評估結果，也可能不夠周延。例如民進黨網站有 29 個設計問題，雖不及國民黨的 34 個，但因各問題的影響份量不一（例如有網友認為「訂閱電子報出現錯誤」屬大問題，「畫面太過樸素」是小問題，但某些人則反之），所以若有人反而覺得國民黨網站整體使用經驗較佳，也未嘗不可。

## （二）評估人員選擇方面

由於本研究完全仰賴接近真正使用狀況之評估人員進行評估，所以在衡量之時，容易因先天素養與後天經驗的差異，而產生過多的主觀意見，影響評估結果。所以除須清楚界定評估指標之外，在選取評估人員時，也應設法加入網站建置、人因工程、政治傳播等相關領域的專家，甚至有選戰實務的人士，才能呈現出更深入且更具體的政黨網站設計建議。

## （三）網站效果方面

研究過程中也發現，政黨網站除了介面設計，尚有若干層面可能影響造訪者觀感，如網站行銷手法、選舉文宣策略等都可能左右競選網站之表現，故建議可朝此方向進行後續研究。此外，本研究之目的為建立政黨網站設計評估指標與發現其使用性問題，故研究結果無法對政黨網站的傳播效果進行推論。本文基於研究動機與目的，雖對國民兩黨網站進行評估，卻未分析各自優劣的背後原因與可能影響。爾後研究似可增加對政黨網站設計人員的深度訪談，以明其得失。

此外，本文所作政黨網站評估，僅限於 2004 年 10 月，理應加入當前或較近時間內的分析。但若此，則等同於重新執行本研究，有其困難。國民兩黨雖皆歷經主席改選與這段期間的立委與縣市長選舉，所幸網站界面仍維持原貌，並未變革。國民黨網站係於 2006 年中成

立青年團後，於 11 月時為因應年底北高市長選舉才重新改版的。民進黨網站則迄今 (2006/12/25) 仍維持原架構，除新進資訊之外，九成以上的內容者都獲保留，故無此慮也。

## 參考書目

- 王泰俐 (2003)。〈誰的互動性網站？ -- 從 2000 年和 2002 年選舉看台灣選舉網站互動性概念的演進〉，《新聞學研究》，77。2004 年 6 月 1 日，取自網路：<http://www.jour.nccu.edu.tw/Mcr/0077/04.html>
- 林佳蓉 (2001 年 4 月)。〈電子報新聞介面和使用態度之初探性研究-由閱聽人「網路自我效能」角度切入〉，「網路新聞媒體的發展與願景研討會論文集」，台北市。
- 洪雅慧 (2001 年 5 月)。〈誰是 2000 年總統選舉網路大戰之最大贏家？ -- 候選人網站「資訊提供」與「使用可親近性」之滿意度比較〉，「第九屆中華民國廣告暨公共關係學術與實務研討會論文」，台北市。
- 洪雅慧、張恩光 (2003 年 7 月)。〈網路使用、網路依賴、政治參與對候選人網站可信度之影響 -- 以 2002 年台北市長選舉為例〉，「中華傳播學會 2003 年年會」，中國上海。
- 洪聖慧 (2002)。《整合行銷傳播在候選人網站之運用 -- 以 2000 年總統大選陳水扁總統競選網站為例》。文化大學新聞研究所碩士論文。
- 張世燊、李宜璇 (2003)。〈候選人競選網站的選戰策略 -- 2002 年台北市長選舉個案分析〉，「2003 年台灣政治學會年會暨『世局變動中的台灣政治』學術研討會」，台北市。
- 張宜慶 (1999)。《電腦網路德菲研究系統之建構及其可行性之研究》。國立交通大學傳播研究所碩士論文。
- 莊伯仲 (2000)。〈網路選戰在台灣 -- 1998 年三合一大選個案研究〉，《廣告學研究》，14: 31-52。
- 莊伯仲 (2001)。〈網際網路的奧斯卡頒獎典禮 -- 苦中作樂〉，《Internet Pionner 網際先鋒月刊》，2001 年 8 月號。2005 年 2 月 4 日，取自網路：<http://www.hope.com.tw/Art/Show2.asp?O=200108011612424776&F=莊伯仲&L=IP>

- 莊伯仲 (2005)。〈2004 年總統大選國民黨網路選戰策略 -- 行動研究法之觀點〉，《選舉研究》，12 (2): 81-112。
- 莊伯仲、王唯至 (2003 年 12 月)。〈政治性網站介面設計之初探 -- 以各國主要政黨網站為例〉，「2003 年網際空間：科技、犯罪與法律社會學術研究暨實務研討會」，台北市。
- 莊伯仲、王唯至 (2004 年 5 月)。〈競選網站評估指標之初探 -- 以 2004 年總統大選為個案〉，「2004 年總統選舉：傳播、策略、方法學術研討會」，台北市。
- 莊伯仲、鄭自隆 (1996)。〈競選文宣新媒介 -- 台灣政治性資訊網路現況研究〉，《廣告學研究》，7: 85 - 119。
- 莊錦昌 (2001)。《網頁介面使用性之探討與意象之研究》。國立成功大學工業設計學系碩士論文。
- 許佳雯 (2001)。《針對高齡使用者之 WWW 介面設計》。國立交通大學傳播研究所碩士論文。
- 陳敦源、黃東益、蕭乃忻 (2001)。〈資訊與民主：台灣立法機關網站政治溝通功能的評估〉，《理論與政策》，15 (3): 19-60。
- 陳詩蘋 (2001)。《政治人物網站呈現及其回饋機制之研究 -- 以第四屆立法委員網站為例》。國立中山大學傳播管理研究所碩士論文。
- 彭芸、孫國祥 (1998 年 10 月)。〈網路與選舉：英美與台北縣長選舉經驗〉，「選舉新聞報導與選舉策略」學術研討會，台北市。
- 鈕則勳 (2002)，〈傳播科技與競選策略：以 2001 年選舉民進黨為例〉，《國政研究報告》，內政(研)091-050 號: 2005 年 5 月 1 日，取向網路：  
<http://www.npf.org.tw/PUBLICATION/IA/091/IA-R-091-050.htm>
- 黃如足 (2001)。《美術館網頁設計及使用性之研究》。南華大學美學與藝術管理研究所碩士論文。
- 楊欣哲、王超弘 (2000)。〈WWW 網頁設計之準則與應用〉，《工業工程學刊》，16 (2): 265-276。
- 潘明君 (2004)。〈網路為選民獲取政治選情的重要管道〉，《FIND 資料庫》。2005 年 02 月 15 日，取自網路：  
[http://www.find.org.tw/0105/news/0105\\_news\\_disp?news\\_id=2971](http://www.find.org.tw/0105/news/0105_news_disp?news_id=2971)
- 鄭自隆 (2000 年 11 月)。〈2000 年總統大選候選人競選網站分析〉，「2000 年傳播管理研討會」，台北市。
- 鄭自隆 (2002 年 3 月)。〈2001 年選舉候選人網站內容分析及效果檢

- 驗研究〉,「2002年e世紀的挑戰國際學術研討會」,桃園縣龜山鄉。
- 鄭自隆(2004)。《競選傳播與台灣社會》。台北:揚智文化。
- 蘇照彬(1994)。〈Scenario 在人機互動中之理論與應用 -- 以互動電視節目表的發展與評估為例〉。國立交通大學傳播科技研究所碩士論文。
- 饒培倫(2001)。〈評估網站介面:可用性工程啓發式評估之應用〉,《人因工程》,3(1):41-48。
- Agarwal, R., & Venkatesh, V. (2002). "Assessing a firm's web presence: A heuristic evaluation procedure for the measurement of usability." *Information Systems Research*, 13 (2), 168-186.
- Castells, M. (1999). *The Information Age: Economy, Society and Culture*. USA: Blackwell Pub.
- Blendon, R. J. (1998). "Did the Media Leave the Voters Uninformed in the 1996 Election?" *Harvard International Journal of Press & Politics*, 3 (2), 121-130.
- Coleman, S. (1999). "The media and democratic politics." *New Media & Society*, 1 (1), 67-74.
- Klinenberg, E., & Perrin, A. (2000). "Symbolic Politics in the information age: The 1996 Republican Presidential Campaigns in Cyberspace." *Information, Communication, & Society*, 3 (1), 17-38.
- McKeown, C. A., & Plowman, K. D. (1999). "Reaching publics on the web during the 1996 presidential campaign." *Journal of Public Relations Research*, 11 (4), 321-347.
- Nielsen, J. (1993). *Usability Engineering*. USA: AP Professional.
- Nielsen, J. (1994). "Heuristic evaluation." In J. Nielsen & R. L. Mack (Eds.), *Usability Inspection Methods* (pp. 25-62). USA: John Wiley & Sons.
- Nielsen, J. (1999). *Designing Web Usability : The Practice of Simplicity*. UK: New Riders Press.
- Nielsen, J., & Molich, R. (1990, April). Heuristic evaluation of user interfaces. Paper presented at the ACM CHI'90 Conference, USA, Seattle.
- Preece, J. (1998). *A Guide to Usability Human Factors in Computing*, New York: Wiley Computer Publishing.

- Yates, S. J., & Perrone, J. L. (1998, March). "Politics on the web." Paper presented in the IIRISS1998 Conference, UK, Bristol.
- Ward, S. (2001, April). "Political organizations and the Internet: Towards a theoretical framework for analysis." Paper presented at the ECPR2001 Joint Sessions, France, Grenoble .
- Whillock, R. K. (1998). "Digital Democracy: The '96 Presidential Election Online." In Denton, R. E. (ed.), *The 1996 Presidential Campaign: A Communication Perspective* (pp. 179-198). USA: Praeger.

# **Web Site Design of Taiwan's Major Political Parties: A Perspective of Heuristic Evaluation**

**Po-Chung Chuang**

**Dept. of Journalism, Chinese Culture University**

## **Abstract**

This paper introduces heuristic evaluation, which originated in usability engineering, into political communication research. Six criteria, including content, structure & navigation, visual design, functionality, interactivity, and overall experience, are constructed to assess the user interfaces design of political party web site. The WWW sites of Taiwan's two major political parties, DPP and KMT, are analyzed by the method of heuristic evaluation. The findings indicate the DPP WWW site is better than his counterpart in overall experience of usability.

In addition, heuristic evaluation is compared with conventional methodologies in communication research. It is argued that heuristic evaluation is a powerful tool to identify usability problems in user interfaces, and also suited to evaluate events of election campaign.

**Keywords: computer-mediated communication, heuristic evaluation,  
political party web site, political communication,  
web site evaluation**