

使用網際網路進行互動者特質之探討

戴怡君

財團法人董氏基金會心理衛生組

E-mail: jess@jtf.org.tw

董旭英

國立成功大學教育研究所

E-mail: yytung@mail.ncku.edu.tw

摘要

網際網路的興起，為社會帶來許多不同層面的影響及改變，無論是在教育、經濟、或人際交往方面，網際網路的運用及其潛在的問題已逐漸為人們所重視。而研究者在看到一連串關於網路交友的新聞事件後，引起研究的動機，欲瞭解這個新興傳播媒介具有的特殊溝通情境，會吸引具有何種特質的人上網與他人互動？因此本研究蒐集相關文獻資料及理論觀點分析較常使用網路與他人進行互動者的特質。本研究是採用網路問卷調查方法蒐集相關資料，由使用網路進行互動者自行上網填答問卷並寄回。共計回收之樣本數為 410 份，資料處理為採用描述統計、皮爾森積差相關及線性複迴歸等統計分析方法。主要的研究發現為：1. 使用網路進行互動的狀況：教育程度較高者，使用網路進行互動的頻率較高。這表示，目前的網路使用者仍以高學歷者為主。2. 較常使用網際網路進行互動者之個人特質：越認為在網路上的互動是不真誠、無法交到真心朋友者，使用網路與他人進行互動的頻率越高。3. 真實生活中的人際互動情況：在真實生活中人際關係較差者，其透過網路與他人進行互動的頻率較高。本研究在社會學領域屬於一嶄新的主題，雖在研究問題及內容上缺乏了國內直接相關研究的參考，在理論部分亦缺少直接可加以運用、檢驗的理論，故此研究結果未能提供一有系統的理論架構，但卻提供了一初步的關於探討使用網際網路進行互動者之特質觀點分析。

關鍵詞：網際網路、網路互動、人格特質

[收稿] 2001/11/14; [初審] 2001/12/19; [接受刊登] 2002/1/7

一、緒論

「網路將會在人類的組織上產生深遠的影響，但是它並無改變人性的力量，網際網路並不會把我們推向一個消毒過的數位世界，它只不過是一個能擴展人類智識與情感自我的媒介，不會改變我們基本性格，但是如果我們做了某些正確的事，網際網路可以彰顯人類的本性與多元」(李令儀等譯，1998:導言)

網際網路(Internet)是這幾年來新興的一種傳播系統(翟本瑞，2001)，只要有一部電腦，一臺數據機及電話通訊線，就可讓坐在電腦前的個人與全世界連結。它提供了許多的功能¹，無論是資訊傳遞或與他人互動，只要進入網際網路的世界，就再也沒有時間、空間的限制，所有的參與者都在一個電子空間(cyberspace)中漫遊，因此在這個電子空間中，所有的使用者就如同身處於一虛擬社會中，可進行同於真實社會的活動。這種新傳播系統的興起，亦將會普遍的滲透於人類各項活動的領域中，為社會的互動模式、生活方式、技術創新等帶來轉變。

這種傳播方式變遷的過程與結果，造成社會組織的普遍瓦解，去制度化，主要的社會運動消退，以及短暫的文化表現。一方面，人們按照網路社會的特色來組織屬於本身的社群，依照對本身有益的決策，選擇性的接通或關閉與其他個體、社群溝通的管道，但另一方面，其又希望獲得自我認同，來證明自我存在的感覺，在這兩方面的衝突與結構之下，社會溝通的模式變得複雜難解(Castells，1988)。而當人們進入網際網路的世界後，所有的互動都變成以文字、影像或聲音傳遞，這與面對面的人際互動以表情、眼神、身體接觸等方式表達大異其趣。「而許多在網路上發生的事是我們所熟悉的，同樣的人，有著同樣的情緒和動機，加上同樣的弱點。但是網路把人放在新的環境裡面，這使得每一件事情都不一樣了。」(李令儀等譯，1998：334)

¹ 請參照，林玲妃，1996年，「相逢何必曾相識——網際網路上的人際互動關係」，台北；國立政治大學新聞研究所，頁27-28。

此外網路社會的來臨，帶來的不只是資訊傳遞的迅速及便利，也讓我們與他人的人際互動方式產生變化，透過網路我們可發展親密的人際關係、可以傳遞關懷、可以與他人連繫感情而不用外出與人見面。但網際網路就像是一個社會系統，只是在這個領域中沒有明確的界限，也不知道參與者實際的身份、數目，人們無法真正生存在這個空間中，雖然使用者身處其中時，能相互提供社會支持及情感交流的力量，只是當人們選擇這樣的溝通工具時，其內心是否隱含了某種需求，要透過這種系統才能達成，這是令研究者感到好奇之處。社會中與人建立關係的機會應該仍甚於網路，例如學校中、社區鄰居、社團等，其建立關係的管道和網路相較應更為便利及真實，但為什麼越來越多人會透過網路來與他人建立關係或與他人進行互動。因此本研究欲瞭解在如此講求新奇性、多樣性及一時性的社會情境下(黃明堅譯，1994)，為什麼人們會選擇這樣的傳播工具與他人進行互動？網路究竟是具有那些特殊性質，會吸引人們來使用進行溝通互動？

本研究的動機即由網路交友引發的問題，來看現今網路形成之特殊溝通情境，造成人際互動及交往模式出現的變化，並欲瞭解是否不同特質的使用者，在進入網路這個虛擬社會後，各自會形成不同的與他人互動之方式或需求。

故本研究目的要瞭解較常使用網際網路進行互動者具有什麼特質？瞭解網際網路具有的特殊性質何在，這些特殊性質是否為吸引使用網路進行互動者的動機來源？不同特質的使用者是否在使用網路與他人進行互動上，會呈現不同的使用狀況？此外，研究者欲了解較常使用網際網路上進行互動者的社會背景。簡言之本研究目的，在於瞭解較常使用網路進行互動者具有之特質為何？

二、相關理論觀點探討

人們使用語言及肢體動作進行面對面的互動，長久以來一直是唯一的溝通形式；文字發明後，人們透過文字進行互動，例如以書信傳遞訊息，達成溝通。而後，電子通訊設備的發明，人際互動可透過聲

音、影像傳輸而進行溝通，例如以電視、電話進行訊息傳送。如今網際網路的興起，「這是歷史上的第一次，經由超文本(Super-Text)與後設語言(Meta-Language)的形成，整合人類溝通的文字、口語及視聽型態。將文本、意象與聲音整合入同一個系統中，在開放與可取得途徑的條件下，在選定的時間裡，以多重的觀點，在全球的網路上互動，的確是徹底地改變了溝通的特性」(夏鑄九合譯，1998：334)。

網際網路的興起，其具有的互動性、匿名性、多元性、時空壓縮性及階段性，似乎在某種程度上可以滿足人們為達成相互瞭解的而進行的溝通，因身處其中，他們可以保有原先的身份認同，並且強化自己溝通互動上的遊戲規則(夏鑄九合譯，1998：363)。而 Castells(1988)提到，網路具有傳播的非正式性及自我引導性，亦即，在網路上進行互動溝通時，可以將每個人的訊息傳遞給每一個人，且進行互動的主體，不會失去自我，依然可保有個人答案(夏鑄九合譯，1998：366)，所以網際網路形成了另一新的溝通文化。

而研究者針對這個新的溝通文化，蒐集整理相關的文獻及理論觀點，並就研究主題 較常使用網路進行互動者之特質加以論述。就所蒐集之文獻，歸納使用網際網路進行互動者的個人屬性，最後將所探討之理論及文獻，加以歸納分析使用網際網路進行互動者之特質。

(一) 網際網路之特性探討

網際網路基本上屬於一種傳播媒介，但其具有的特性卻使其媒介性格減弱，改變以往大眾傳媒的特質，例如以往的大眾傳媒為獨佔性，屬於公有，而網際網路卻可為私人所使用；以往大眾媒介的訊息傳遞是單向性，接收者接收的訊息為意識型態的國家機器所控制，在網際網路上，訊息的傳遞不需要透過層層守門人的關卡。透過私人的參與及使用，在網際網路中傳播訊息是高互動性，且無時空阻隔的。而網際網路不只使傳播方式改變，其特性亦使人們的互動模式產生變化，使用網路進行互動者可在網路上展現不同性格的自我、人與人連繫的頻率變化迅速、互動的主體比面對面人際交往更具主動權等。網際網路互動模式其中包涵兩大特色：(一) 互動性：使用網際網路互

動者可自行選擇需要之訊息，並自由地發表言論，他們不再是被動的接收者，而是擁有自主權的個體。而且網際網路的互動性不只在傳播訊息方面，提供使用者自主與溝通的權力及機會，它具有的「立即互動性」，亦可替代以書信、電話進行的互動模式。(二) 匿名性：網際網路的溝通，使用者藉由代號在網路中代表自己，不論本身的性別、學歷、背景、社會地位，這個代號或化名所展現的就是其身份認同。不論其欲塑造的自我是否與真實生活相同，使用者在虛擬世界中，都是以「位元」呈現，並非以真實的個體面對他人，故可投入其中藉以獲得在真實社會中無法得到的認同或改變。

從以上討論得知，網路上的人際互動，隨著網路互動性及匿名性的展現，使用者在進行互動溝通時，能更新傳統的傳播媒介與面對面的人際互動方式，呈現不同面貌的溝通特質。使用網路進行互動者，會將這個場域的特色發揮至盡，依照這樣的歷程，發展出一種特殊的溝通文化。這種特殊的文化，不但可替代真實生活中的溝通模式，並提供了一管道，讓使用者透過訊息的傳遞，成就屬於這個媒介的溝通經驗。而此溝通文化，會形成具有什麼特質的使用者較常使用其進行互動，這是本文以下要探討的部分。

(二) 使用網際網路進行互動者之個人特質及屬性

網際網路使用者，在工業化國家的人口中佔有一定比例，雖然比不上大眾傳播的擴散程度，但透過教育體系將更擴張，因此未來將不會只限於菁英現象(Castells, 1988)。但就目前的使用者而言，大都具有一類似的社會背景或相同特質，這些使用者將會形塑新的溝通習慣，對社會文化具有一定的主導權。以下將依一些相關理論觀點及實証研究調查資料，分析網路使用者的社會背景。

1、隱藏身份者特質

吳姝蓀(1996)根據網際網路使用實証研究結果，歸納出匿名可使人們勇於發表自己的意見，使用者會因為「匿名」，使自我表白(self disclosure)的訊息越多，並藉此發展親密關係；另根據趙宏達(1998)之研究結果顯示，個人的自信程度會影響到對網路匿名與負責的看

法，比較沒有自信的人認為匿名並非不負責任，匿名發表言論可以彌補現實社會的不足，在現實生活中，較沒自信、羞於表現自己的人，較會經由匿名特性來說出自己的感覺。

在面對面人際互動時，所有表演者必須呈現符合角色的表演，但當無法認同本身的角色、對舞台上的表演厭倦、或不知如何善用表演裝置呈現時，就無法滿足觀眾期望，甚至失去要與臺下觀眾達成一致和諧的要求，也因此造成表演者信心喪失，無法認同表演，故這些表演者在真實生活中與他人的關係會呈現不良互動，也無法藉由角色表演來滿足溝通目的。因此他們期望選擇另一表演舞台來呈現以獲得自信、關懷與愛，網路提供的特殊情境正是他們所需要的。

在網路舞台上可展現出有如 Goffmen 提出的「臺後」效果，社會觀眾如同隱沒了，所有的使用者都是表演者，也是觀眾（徐江敏譯，1992）。使用者可帶上不同面具扮演不同角色，亦可選擇將臺後的真實自我呈現出來。此外，Goffmen 曾提出，在表演時，個體可加以偽裝，可是個人的偽裝很容易被看出，對於群體的偽裝，我們就不會感受那麼強烈，且能予以接受（徐江敏譯，1992）。而網路匿名性就像是一表演工具，所有使用者皆可善用，並瞭解其使用的被接受性，因為在網路世界中，就像所有的使用者在群體偽裝，既然明白這是個群體偽裝的舞台，就不會要求在網路上要呈現真誠互動。相對地，網路能提供個人在與他人溝通時隱藏身份、地位及其它特質的功能。網際網路互動之匿名性特質，除了提供一個臺後效果外，更可能滿足 Altman（1975）在隱私調節理論中（Privacy Regulation Theory）所提及當個人在原有的溝通互動方式，無法確定是否能保障隱私權時，可能會互動內容的程度或選擇其他溝通互動模式。網路溝通正提供一嶄新途徑，讓個人在與他人溝通互動時能暢所欲言，但仍能確保其穩私權。

故在真實生活中因不善表現角色、或無法滿足社會觀眾期望的表演者，會因網路的匿名特性，讓其可自我揭露，且沒有社會觀眾的關注，表演者在這個網路舞台上，不用在意是否符合角色期望，也不用

考慮其表演方式的好壞，其可以藉由網路呈現真實生活中表演不佳的角色、不能呈現的角色或臺後的自我。

2、溝通能力欠佳者

當個人人際關係的聯繫就會薄弱，便容易造成其自信心的喪失，甚至不敢自我表達，也無法藉由與他人的溝通互動，來滿足隱含的內心需求，因此當這些在真實生活中呈現溝通失敗，與他人溝通互動不良者，便期望藉由另一種溝通互動模式，來獲得在地位權力上的平等感及運用其他的溝通能力與他人進行互動。正如 Habermas 認為當進行互動的主體處在不平等的溝通情境中或受到權力結構的壓抑，使其不能進行平等的溝通，造成溝通地位不平等而不能調適者（黃瑞祺，1990）。

而網路提供一種特殊的溝通情境，讓使用者在網路上進行互動時，無法確定彼此的角色關係，彼此無權力分配的關係，可自由選擇溝通的主題及對象，並因角色關係的差異，而被賦予任何的權力或義務，且其溝通方式主要是透過文字傳送訊息，使用者不會因欠缺其他溝通能力的表達，失去與他人互動的機會。此外，對網路上訊息的回應，選擇權在於進行互動的個體，在真實生活中欠缺溝通能力者，在網路上與他人進行互動時，可自由選擇回應訊息的時間。不過，正因如此，會形成在網路上的互動無法彰顯正當、真誠的宣稱，使用網路進行互動者可不用承擔言辭行動的效果。借用 Habermas 的理論觀點（黃瑞祺，1990）及網際網路的特性，對在真實生活中，欠缺公平的溝通機會或欠缺溝通能力者，因網路上溝通機會的平等或利用文字的溝通方式將促使其使用網路與他人進行互動；但因網路上互動之不確定的角色關係，無法表達意思要素，故不能履行對彼此言辭行動的承諾，亦會形成在真實生活中，不想負擔角色義務者或無法達成別人對其之角色期望者，透過網路進行互動，將其視為一替代的溝通管道。

3、性別

以 1995 年全美國為樣本的調查發現，百分之六十七連結網路使用者為男性；而且，百分之六十五是經濟富裕的男性(夏鑄九合譯，

1998)。至於國內的多項研究亦顯示，這項新傳播工具的使用仍以男性居多(蔡珮，1995)。此外資策會於 1997 年資訊月活動期間，針對參觀民眾所做的問卷調查結果為百分之六十五的受訪者為男性，亦佔多數(周冠中，1998)。天下雜誌於 1997 年所做之調查結果顯示，有近七成的使用者為男性。而其於 1998 年調查結果則顯示，亦有近六成的使用者為男性(王志仁，1999)。這些資料顯示了使用網路進行互動者仍多為男性。

4、年齡

根據實証研究之調查結果顯示，使用者年齡在 18 到 34 歲約佔半數，而平均使用年齡為 36 歲(Castells，1988)。周冠中(1998)調查結果平均年齡為 26.74 歲。王志仁(1999)調查結果顯示，57.4%的使用者為 20 至 29 歲，而周冠中(1998)的調查結果則為 43%的使用者為 20 至 29 歲。由此可知，使用網際網路進行互動者其年齡層分佈集中於 26 至 29 歲間，呈現年輕化。

5、教育程度

以電腦傳播進行互動者大多為知識水準高的富裕國家中，受過良好教育之富裕人口的溝通媒介，且通常是在最大、最複雜的都會地區(夏鑄九合譯，1998：369)。周冠中(1998)之調查結果為以擁有大學和專科學歷為主，共佔了百分之六十七。王志仁(1999)調查結果則顯示大專以上學歷者仍為多數，佔 82.9%。而根據英特爾公司在 1999 年對台灣大學生所做的調查結果顯示有 92.3%的大學生都會使用電腦學習或上網(王志仁，1999)。由此可知，高教育程度者較喜歡使用網際網路進行互動。

6、所得狀況

根據經驗研究的調查結果顯示，網路使用者的富裕程度皆高於平均值(夏鑄九合譯，1998)。周冠中(1998)調查結果為以年收入低於 25 萬元的使用者為主，這是因受訪者中有 38%為學生，而年收入 25 萬元至 50 萬元的使用者佔 39%，年收入 50 萬元以上者佔 22%。王志仁

(1999)調查結果經常上網者的年所得分布為 80 萬元以下，其中 40 萬元以下佔 35%，而 41 萬至 80 萬元的使用者佔 37.8%。另王志仁(1999)調查結果則顯示，41 萬至 80 萬元的使用者佔 49%。故個人的收入多寡亦對使用網際網路進行互動具有一定關聯性。

整合以上調查研究得知，使用網際網路進行互動者以青年男性、收入及學歷較高者為主。換言之，上述個人屬性與使用網際網路進行互動頻率具有關聯，故在探討使用網際網路進行互動者之人格特質與真實生活中的人際互動情況對其使用網際網路進行互動的頻率時，上述個人屬性變項之效應必須加以控制。

(三) 誰比較喜歡使用網際網路進行互動

經由相關文獻蒐集及以上相關理論觀點之探討，研究者嘗試對使用網際網路進行互動者之特質加以釐清：

1、個人特質

從經驗研究結果及相關理論觀點，可知比較沒有自信的人，認為匿名並非不負責任的表現，匿名是網路發展的特質，且匿名發表言論可以彌補現實社會的不足，在現實生活中，較沒自信、羞於表現自己的人，較會經由匿名性來說出自己的感覺。且自尊心低的人在真實生活中溝通較差，沒有自信來表達自己的想法及態度，需要藉由匿名保護來說出自己的感覺，甚至藉以「自我揭露」。

其次，欠缺溝通能力，無法保證言辭行動的效果，在真實生活中成為互動的失敗者，其自尊心亦隨之低落；另網路上之互動，缺乏角色關係的確定，因此無法彰顯正當、真誠宣稱，這會形成在真實生活中，不想負擔角色義務者或角色扮演失敗者，透過網路來免除真實生活中的角色關係，也不用承擔在網路上言辭行動的效果。此外，網路上的互動者可以處在一平等溝通情境與運用文字來替代其他複雜的溝通能力，在訊息傳遞上，網路具有的平等性、回溯性、機會性及自主選擇性都讓進行互動的主體擁有溝通的權力，而非處在一權力結構下的溝通模式，因此，對這些使用者而言，其認為在人際溝通方面，

網路上的互動比面對面的互動來得平等及迅速。所以依據上述觀點，以及加上網際網路的特性作考量，認為網路上的互動欠缺真誠交流者、自尊心較低者及較認同於網路的溝通情境時，其使用網路進行互動的頻率較高。

另以，網路匿名性讓使用網路進行互動者，對網路上的互動並不要求真誠交流，而將其視為表演舞台，可以是真實自我的呈現或帶著面具的表演，使用網路進行互動的目的在於呈現自我且仍保有隱私的效果。

經由以上論述，研究者認為，使用網際網路進行互動者的人格特質如下：(一)自尊表現：自信心較低者會較傾向於用網際網路來與他人互動。(二)自我的表達：在真實生活中越壓抑自我、越不敢自我揭露者，越傾向用網際網路來與他人互動。(三)交流態度的表現：使用網路進行互動者，交流態度是認可網路上的人際互動，能替代面對面的人際互動，獲得較佳的溝通效果。(四)匿名性的表現：使用網路進行互動者不能確定彼此的角色關係，因此互動時無法期望產生真誠的互動或回應，在真實生活中，角色扮演不佳或不想承擔應有的言辭行動效果者，就會選擇網路與他人進行溝通互動。

2、真實生活中人際互動情況的表現

根據實證研究顯示，有孤獨感者較無法在真實生活中獲得人際互動的支持，因為他們較少自我揭露，較被動、較少善意的回應、在互動時對對方較不關心。

這些缺乏溝通能力，角色扮演不佳者，要獲取自我認同、得到較佳的人際互動、獲得愛與關懷的需求，網路正提供所需之溝通管道及方式，讓其在此舞台上呈現各種角色的表演，以滿足在真實生活中因角色扮演不佳所失去的人際交往。

經由以上的論述，研究者認為，較常使用網際網路進行互動者，其在真實生活中人際互動情況如下，(一)人際關係較差者：因在真實生活中無法滿足溝通的目的，故較傾向於透過網際網路與他人進行互

動。(二)家庭關係較差者：當家庭關係不睦，無法獲得情感支持，亦會轉向於其他的互動模式來獲取。故家庭關係較不佳者，較傾向於透過網際網路與他人進行互動。

3、個人屬性

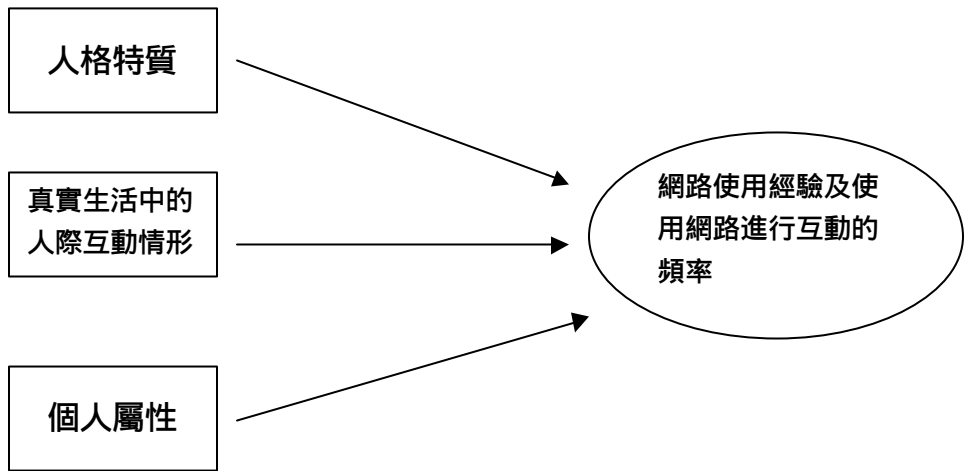
就本研究蒐集之實証資料結果，分析使用網際網路進行互動者之個人屬性如下：(一)性別：使用網際網路的人口以男性居多，故研究者推估男性使用網際網路進行互動的頻率較高。(二)年齡：以目前使用網際網路的人口群觀之，以年輕的學生族群為多，故研究者預料較常使用網際網路進行互動者，其年齡層較低。(三)教育程度：研究者預估高學歷者較會使用網際網路與他人進行互動。(四)所得狀況：根據實証調查結果，許多的網路使用者為高薪收入，故研究者亦推估高所得者使用網際網路進行互動的頻率較高。

三、研究方法

本研究主要在探討較常使用網路與他人進行互動者，其具有的人格特質及促使其使用的動機何在，並描述使用網路與他人進行互動的個人屬性。因此，上述各資料為本研究必須要搜集的要素。本章將詳述本研究使用的方法，各節內容包括研究架構，針對本研究目的，設計研究架構，說明各變項間的關係及影響力，並提出本研究之研究假設；並說明研究樣本、研究工具、變項測量及資料處理的方法。

(一) 研究架構與研究問題

本研究目的在探討較常使用網際網路進行互動者之特質，經由對相關理論及文獻資料之蒐集與整理分析，得知使用網路進行互動者具有之特質及其影響使用網路進行互動之頻率的關連性，茲提出一研究架構如下：



如圖所示，人格特質、真實生活中的人際互動情形及個人屬性都是自變項，網路使用經驗及使用網路互動的頻率為依變項。各變項及影響關係說明如下：

- (1) 人格特質：此變項以自尊量表、交流態度、缺乏真誠交往、表達自我等項目測量。但交流態度、缺乏真誠交往、表達自我為藉由因素分析建立的變項，可藉以測量使用網路進行互動者，其人格特質對使用網路進行互動頻率之影響。
- (2) 真實生活中的人際互動情形：此變項包括使用者在真實生活中的人際及家庭關係，藉此來瞭解真實生活中的人際互動是否會影響其在網路上的互動頻率。
- (3) 個人屬性：此變項的選項包括有性別、年齡、教育程度、月薪等。
- (4) 網路使用經驗及使用網路進行互動的頻率：此為依變項，藉由自變項值的改變來測量使用網路頻率的變化，測量表示為使用網路的頻率越高，其越依賴網路與他人進行互動。

就研究架構而言，本研究嘗試回答下列問題：

- (1) 常使用網際網路進行互動者是否隱涵著某些獨時人格特質？
- (2) 真實生活中的人際互動情形是否與使用網際網路進行互動的頻率之間存在關聯性？

(3) 不同的個人屬性是否與使用網際網路進行互動的頻率有所關聯？

(二) 研究樣本及研究工具

本研究利用網路問卷調查方法搜集資料。資料來源為於各 BBS² 站張貼填寫網路問卷的廣告，請使用者自行上網填寫寄回。此外並請各使用者再將此問卷散發出去。因為本研究的研究對象主要為使用網路進行互動者，並不包括非使用者在內，因此，選擇這樣的調查方法，將樣本集中於特定的小團體中，使樣本代表限定於使用網際網路進行人際互動者。本研究搜集資料的時間自民國八十八年二月二十八日至八十八年三月二十八日，共計一個月的時間，共回收 410 份問卷。其中得男性樣本 229，佔 55.9%，女性樣本 178，佔 43.4%，共計 393 個有效問卷。

研究工具為「網路上人際互動模式之研究」自陳問卷量表，係參考自吳姝蓓(1996)、蔡珮(1995)等問卷及依本研究之相關理論觀點、研究架構而設計題目，並採用 Rosenberg(1965)的自尊量表來設計關於自尊變項的題目。

(三) 變項測量及資料處理

1、依變項

本研究之依變項為使用網路進行互動的頻率，其測量方式採用傳統的自陳式報告(self-report studies)蒐集數據資料。研究者詢問受訪者每次使用網路來與他人交談(talk)或回信/寄信(E-mail)的平均時間為多久？及大約多久上網一次，來與他人交談(talk)或回信/寄信(E-mail)？故建構依變項時，是由每次使用網路來與他人交談(talk)或回信/寄信(E-mail)的平均時間及大約多久上網一次，來與他人交談

² 研究者張貼廣告之 BBS 站包括有台大、政大、中央龍貓、清大電機 BBS 站、清大楓橋驛站 BBS 站、交大資訊科學系 BBS 站、靜宜、中原、中正寂寞芳心、成大、中興北極星、淡江電機、中山美麗之島、東海大肚山之戀、輔大柏拉圖等學校，選擇這些學校的校園版，因為其 BBS 站發展的都有一定時間，每次上站人數都在百人以上。

(talk)或回信/寄信(E-mail)的商數組成。

在每次使用網路與他人交談(talk)或回信/寄信(E-mail)的平均時間方面，受訪者可就其使用時間回答一小時以下、一小時至一小時五十九分、二小時至二小時五十九分、三小時至三小時五十九分、四小時至四小時五十九分及五小時以上來表示，各代表數值順序為 1 至 6；而在大約多久上網一次，來與他人交談(talk)或回信/寄信(E-mail)方面，受訪者可回答一星期少於一次、一星期 1~3 次、一星期 4~6 次、每天一次及每天一次以上，各代表數值順序為 1 至 5。研究者在建構網路使用頻率變項時，將上述代表的兩個數值相乘平均，得一數值，數值越高，表示其使用網路與他人互動的頻率越高，理論上最小值為 1，最大值為 25。而本研究依變項數值呈現「雙峰分配」，另因採複迴歸分析，基本假設是所測量特質之「母群」(population)的分配是常態分配。因而本研究將使用網路的頻率之次數分配取對數程序處理而使其接近常態化(normalization)。

2、自變項

本研究的自變項包括(一)人格特質方面：自尊（包括九項題目，信度值為 0.84）交流態度（包括五項題目，信度值為 0.67）缺乏真誠交往（包括五項題目，信度值為 0.72）表達自我（包括七項題目，信度值為 0.77）等。(二)真實生活中人際互動情況：家庭關係（包括兩組問題，信度值為 0.80）及真實生活中的人際關係（包括五組問題，信度值為 0.71）為提高解釋力，除自尊變項外，其餘自變項採因素分析法(Factor Analysis)，以主成分分析法(Principal Component Solution)抽取共同因素，並以特徵值(eigenvalue)大於 1.0 作為取決因素的標準，而將共同因素歸納構成一總因素(general factor)。此外本研究亦對(三)個人屬性：性別、年齡、教育程度及月薪等四個變項與使用網路互動的頻率進行測量。藉由這些測量以瞭解使用網路進行互動者，其使用年齡層、性別、教育程度及月薪多寡與使用網路頻率的關係。除了個人基本資料外，其他部分的題目都是採用非常同意、同意、不同意及非常不同意等四個選項。由受試者依自

己的情形，在這些選項中溝選一項自己覺得最適合的答案。

而本研究採用 SPSS For Windows 6.0 版統計套裝軟體，進行資料的整理與分析，並選擇適合的統計方法進行分析，加以分析自尊變項、交流態度、家庭關係、缺乏真誠交往、表達自我、人際關係等因素對使用網路的頻率之關係。分析方法包括以描述統計(Descriptive Statistics)陳述各變項之分佈情形，藉皮爾森積差相關(Pearson Product-Moment Correlation)瞭解個人屬性、個人特質及人際互動情況與使用網路互動之關聯性，及透過線性複迴歸(Multiple Linear Regression)建構使用網際網路的解釋模式。

四、研究結果與討論

本章內容為依據研究問題，依序進行資料分析及解釋；包括個人屬性、個人特質及真實生活中的人際互動情況與使用網路進行互動頻率之基本資料描述；使用者屬性與使用網路進行互動頻率之情況分析；個人屬性、個人特質及真實生活中的人際互動情況與使用網路進行互動頻率之相關分析及個人屬性、個人特質及真實生活中的人際互動情況與使用網路進行互動頻率之迴歸關係分析，並就以上資料分析結果進行討論及解釋。

(一) 個人屬性、個人特質及真實生活中的人際互動情況與使用網路進行互動頻率之基本資料描述

依變項係由每次使用網路與他人交談(talk)或通信(e-mail)的平均時間與一星期內的上網次數項目組合而成。分數越高，代表越常使用網路與他人進行互動。研究資料顯示，使用網路的頻率之平均值為 0.69，標準差為 0.33。

研究結果呈現為使用網路進行互動頻率較高者，年齡多為 23 至 28 歲、多為大學程度、男性稍多、月薪收入多為二萬元至四萬元之間。在人格特質方面，稍多的受訪者不贊成網路上的溝通可以替代真實生活中的溝通，認為網路溝通的交往缺乏真誠、透過網路能表達自

我及低自尊者的比例較多。在真實生活中的人際互動情況中，稍多的受訪者認為其家庭關係及真實生活中人際關係欠佳。

(二) 使用者屬性與使用網路進行互動頻率之情況分析

調查資料顯示女性使用網路頻率的平均值為.67至.68間，男性的平均值為.69至.70間。因此得知男性使用網路進行互動的頻率其平均值稍高於女性。

年齡部分，29歲至32歲的年齡層使用網路頻率的平均值為介於.6與.7間，而33歲或以上之年齡層使用網路進行互動的頻率之平均值為.8與.9間，其餘的各年齡層使用網路進行互動的頻率之平均值則多在.7上下。因此得知33歲或以上的年齡層，使用網路進行互動之頻率的平均值高於其他各年齡層。

在教育程度上，研究所以以上者使用網路頻率的平均值為.7至.8間，而高中以下者使用網路頻率的平均值為.5至.6間，專科與大學學歷者使用網路頻率的平均值皆為.6至.7間。因此得知教育程度在研究所以上的，使用網路進行互動之頻率的平均值高於其他教育程度者。

薪水分布方面，月薪在兩萬元以下之使用網路頻率的平均值在.70及.72間，而兩萬至四萬元者使用網路頻率的平均值為近於.72，而無收入者使用網路進行互動的頻率之平均值為.66。此外，收入在四萬至六萬元以上者使用網路進行互動的頻率之平均值近於.62。由此可知，月薪介於兩萬元及四萬元者，其平均使用網路互動之頻率稍高於其他月薪者。

綜合言之，使用網路進行互動之頻率較高者，多為男性、年齡分佈在12歲以下及33歲以上、教育程度在研究所以以上及月薪介於兩萬元及四萬元者。

(三) 為個人屬性、個人特質及真實生活中的人際互動情況與使用網路進行互動頻率之相關分析

1、使用者屬性與使用網路頻率之關聯性分析

教育程度與使用網路進行互動的頻率呈顯著正相關($r = .113$, $p < 0.5$)。換言之，使用網路進行互動頻率越高者，教育程度越高。此與許多調查結果相似，亦相符於 Castells 所指出的網路變成了受過良好教育者之溝通媒介。

綜合言之，本研究之使用網路的頻率與使用者之個人屬性的相關分析，只有教育程度高低會影響使用網路進行互動之頻率，在本研究結果中呈現的為教育程度越高者，使用網路進行互動頻率越高。而年齡、性別及月薪與使用網路進行互動之頻率，並沒有顯著關聯。

2、使用者人格特質、真實生活的人際互動狀況與使用網路進行互動的頻率之關聯性分析

本研究發現缺乏真誠交往與使用網路進行互動的頻率呈現正相關($r = .138$, $p < 0.1$)。換言之，使用者認為網路上的溝通互動缺乏真誠，認為在網路上無法交到真心朋友者，使用網路進行互動的頻率越高，相關係數達成統計上的顯著差異。所以使用網路進行互動的頻率會隨使用者認為網路交往是否真誠而不同。

其次，在人際關係與使用網路的頻率的相關分析上，其呈現正相關($r = .150$, $p < 0.1$)。換言之，使用者在真實生活中人際關係較欠佳者，其使用網路進行互動的頻率較高。且相關係數達成統計上的顯著差異，即表示，使用網路進行互動的頻率會隨著使用者在真實生活中的人際互動情況而不同。

最後，在自尊變項與使用網路的頻率相關分析上，呈現負相關($r = -.112$, $p < 0.5$)。這顯示使用者的自尊指標值較低者，使用網路進行互動的頻率較高。且相關係數達成統計上的顯著差異，即表示使用網路進行互動的頻率會隨著使用者本身的自尊高低的差異而不同。

綜合言之，本研究之使用者之個人特質、真實生活中的人際互動狀況都會影響其使用網路進行互動的頻率。就分析結果顯示，大多是在真實生活中人際關係欠佳，越常使用網路與他人互動。此外，使用者認為在網路上的朋友較不能真誠交往者，其使用網路進行互動的頻

率反而較高。其餘自變項（如交流態度、家庭關係、自我表達等）與使用網路進行互動的頻率間皆未達成統計上的顯著水準。

（四）為個人屬性、個人特質及真實生活中的人際互動情況與使用網路進行互動頻率之迴歸關係分析

此部分嘗試以複迴歸分析檢視各自變項對使用網路進行互動的頻率之效應進行分析。即在解釋使用網路進行互動的頻率方面，各自變項對其之影響關係，本研究欲擬由表達自我、交流態度、缺乏真誠交往、自尊、人際關係、家庭關係、年齡、性別、月薪、教育程度等變項來探討，藉此來詮釋這些變項對使用網路進行互動的頻率之影響力。根據迴歸分析結果顯示（見表 1），這十個變項中，只有缺乏真誠交往與教育程度有達到顯著作用，其餘的八個變項未達顯著。

表 1：使用網路進行互動的頻率之多重級迴歸模型

	變項	B	SE B	Beta	Sig T
人格	表 達 自 我	.054	.040	.075	.183
	交 流 態 度	-.002	.045	-.004	.948
特質	缺 乏 真 誠 交 往	.070	.031	.114	.027*
	自 尊	-.037	.047	-.045	.423
實際生活中 的人際互動 情況	人 際 關 係	.084	.044	.115	.059
	家 庭 關 係	-.015	.031	-.026	.619
個人 屬性	年 齡	-.033	.020	-.112	.111
	性 別	-.017	.034	-.025	.620
	月 薪	.016	.023	.049	.473
	教 育 程 度	.060	.024	.137	.011*
	Constant	.084	.290		.773

註：1. R Square = .068 ; Adjusted R Square = .042 ; F 值 = 2.733

p 值小於.01 ; n=393

2. *= $p < .05$; **= $p < .01$; ***= $p < .001$ (雙尾檢定)

缺乏真誠交往變項對使用網路進行互動的頻率的標準化迴歸係數值為.114(p 值小於.05)。亦即缺乏真誠交往升高每一標準差單位便

可能導致大約.114 標準差單位之網路使用頻率升高。顯然，缺乏真誠交往這個變項在本研究中得到支持。研究指出，因為網路匿名性，使使用網路互動者在網路這個舞台可扮演不同的角色，而這些角色扮演，不管真偽，都獲得觀眾的認可，使用者並不因其缺乏真誠的交往，而減少上網互動的頻率。

此外，教育程度變項對使用網路進行互動的頻率的標準化迴歸係數植為.137 (p 值小於.05)。亦即教育程度變項升高每一標準差單位便可能導致大約.137 標準差單位之網路使用頻率升高。研究結果顯示，教育程度對使用網路進行互動的頻率呈正向的關係。亦即，教育程度越高者，其使用網路的頻率就升高。這與研究假設相符，網路使用者目前大多為高學歷者，其代表了一種菁英文化。

缺乏良好人際關係變項，P 值為.059，接近達成統計上的顯著水準，這可能與研究樣本過少有關，當樣本增加時，通常差異便達顯著，這意味人際關係這個變項，對使用網路進行互動的頻率可能有影響，但需要進一步的檢視驗證。

(五) 結果分析與討論

由以上的分析結果可得知，各自變項與依變項間的關係。以下，將根據本研究之分析結果，對各個自變項及依變項間的關係及影響進行討論及解釋：

1、較常使用網路與他人進行互動者之人格特質

(1)不能真誠交往：

此變項由您認為網路上認識的朋友都是不可信任的等五個項目組成。在本研究中，受訪者認為網路上的互動溝通缺乏真誠，無法交到真心朋友者，稍多於認為網路上的互動溝通為真誠者。但使用者越認為網路上的溝通互動缺乏真誠，越認為在網路上無法交到真心朋友者，其使用網路進行互動的頻率越高。且此自變項與依變項間達到統計上的顯著水準。

這表示，使用網路進行互動者對網路溝通情境具有一背景的共識，即網際網路的匿名特性，使使用者將網路上的互動可視為一舞台上的表演，無論是帶著面具當作一台前的表演或是展現台後的真實自我，在這個舞台上的所有表演，所有觀眾皆不會對網路上的表演者寄予角色期望。故使用者透過網路與他人進行互動時，都能瞭解在互動時，皆為一種角色的扮演，不見得都是真實自我的呈現。因此，當使用網路與他人互動時，身處在一匿名的情境中，本身可以透過多種表演方式呈現，不論是真誠或虛構的，其目的在於能自由的呈現與保有匿名的效果，故使用者會產生投射作用，認為使用網路互動者都是為了達到此種目的而進行互動，不見得會產生真誠的互動。

此外，因網路匿名性，亦形成網路上的互動，缺乏角色關係的確定，互動的雙方不用對彼此言辭行動效果的達成與否負責，另就因其不需呈現在真實生活的角色關係及權力、義務的表現，就更容易形成在網路上的溝通互動，不能彰顯真誠、正當的宣稱，但這正是使用者所欲達成的效果，期望免除在真實生活中被加諸的種種角色義務的表現，故當網路提供一種可免除其生活中真實角色呈現的情境時，使用者會透過網路進行溝通，來達成命題內容的傳達，而不期望藉由網路來確定彼此的角色關係，以承擔種種言辭行動的效果。

既然使用網路進行互動者多數認為網路上的互動是不真誠且無法交到真心朋友，為什麼其使用頻率反而增高，研究者認為這是因為這些使用者在真實生活中的角色扮演疲倦或扮演不佳，不想去承擔角色義務或與無法達成與他人進行互動時的種種言辭行動效果，就會藉由網路的特殊溝通情境，與他人進行互動，暫時免除在真實生活中的角色扮演，在網路上呈現不同的角色扮演，互動的主體不需確定角色關係，也因此不用承擔言辭行動的效果。故即使網路上的互動不真誠、不能交到真心的朋友，對使用者來說，這並不影響其使用網路進行互動，反而可讓其舒解在真實生活中，因種種角色關係的確定所帶來的壓力。

(2)交流態度：

此變項是由就像和對方親自見面一樣親切、能夠從對方的反應獲得足夠的情感支持等五個項目組成。在本研究中，較多的受訪者不贊成網路的互動可以替代真實生活的互動，另不贊成網路的互動可以取代真實生活的互動之使用者，其使用網路互動的頻率較高；不過，此自變項與對依變項的影響未達成統計上的顯著水準，亦即，交流態度並不能影響使用網路進行互動之頻率高低。研究者認為此變項未達到對依變項影響之因素在於，雖然網路溝通情境具有的特殊性質是傳統傳播媒介所無法提供的，但就目前使用網路這個溝通媒介的人數而言，尚不普及於大眾，且若要透過網路互動，尚需具備電腦設備及具備使用網路的能力等，因此若與其他的互動模式或真實生活中的互動相較，網路上的互動並非如此便利，故其尚無法取代真實生活的互動。

(3)表達自我：

此變項由上網比較容易認識新朋友等七個項目組成。本研究中，多數受訪者認為透過網路可表達自我是其使用網路的原因。相關分析呈現，使用網路的原因是認為較能表達自我者，其使用網路進行互動的頻率較高。

因網路的匿名性、多元性、互動性使其較容易透過網路來呈現自我，尤其是其匿名性，可讓使用者在網路上較易「自我揭露」，所以會將其視為一可表達真實自我的舞台。換言之，網路的使用者會因為「匿名」，使得自我表白(self disclosure)的訊息越多，較勇於發表自己的意見，且免於面對面溝通的窘境。但在本研究中，依照迴歸分析，這個變項並未達成統計上的顯著水準，不能推論出使用網路頻率越高者，其越是會透過網路表達自我。研究者認為，這可能大多數的使用者認為尚無需透過網際網路的特性來幫助表達自我。

(4)自尊變項：

此變項的組成項目包括有：我覺得和同年齡的人比起來，我是個有價值的人等十個變項，在本研究中，高自尊者佔的比例較少，低自尊者的比例較高。此外顯示了，使用者的自尊指標值較低者，其使用網路的頻率就較高，但依照迴歸分析，這個自變項對依變項間的影響

力並未獲得支持。

根據趙宏達(1998)之研究結果，個人的自信程度會影響到對網路匿名與負責的看法，其認為，比較沒有自信的人，認為匿名並不是不負責任，匿名是網路發展的一個特質，而且匿名發表言論可以彌補現實社會的不足，在現實生活中，較沒自信、羞於表現自己的人，較會經由匿名特性來說出自己的感覺。本研究結果不符合此結論，研究者認為其可能性為，因網路的逐漸普及，使用者都將網路當作一溝通的工具，並不因其自尊高低來影響其使用網路進行互動的頻率。這亦暗示了，自尊低的人可能認為並不能以網際網路的互動來增加其自信心。

2、較常使用網路與他人進行互動者之實際生活中的人際互動情況

探討較常使用網路與他人進行互動者之實際生活中的人際互動情況用為分析家庭關係、人際關係等二個自變項。因為這個變項包括的項目為讓受訪者回答其在真實生活中的人際互動情況，藉此來瞭解其生活中的人際關係，再與網路上的互動情形相比，就可得知其間的關係或影響力。

(1)人際關係：

此變項係由我討厭和別人來往等五個項目組成。在本研究中，受訪者認為本身在真實生活中人際關係欠佳者稍多於人際關係良好者。此外，使用者的真實生活中人際關係較欠佳者，其使網用網路的頻率就較高。

研究結果雖未達成統計上的顯著水準，其值為.059，接近於顯著值，故研究者認為，這個自變項對使用網路互動頻率有影響力，只是研究樣本數不夠多，故尚未達成顯著，若增加樣本數，應可支持缺乏良好人際關係者對使用網路互動頻率之多寡的影響，即表示真實生活中人際關係較欠佳者，其使網用網路的頻率就較高。本研究的理論部份，指出了有欠缺溝通能力者，較無法在真實生活中獲得人際互動的支持，因為他們較少自我揭露，較為被動、較少善意的回應、在互動

時對對方較不關心，但他們還是要滿足愛與關懷的需求，且其期望更多的親密性(苗延威譯，1996：108-109)。故當他們在真實生活中不敢自我揭露，較少與他人進行互動，網路提供了另一溝通的管道及方式，透過網路匿名性的效果，在使用網路互動上，不同於語言上的表達，他們較敢自我揭露，並透過文字傳達自己的意思，這展現了他們的另一種溝通能力，較能呈現其需求，並可由生活中的被動者角色轉成網路上的主動者。

(2)家庭關係：

此變項由我的父母十分關心我及我與家人的相處十分愉快兩個項目所組成。在本研究的理論部分，陳述了因在實際生活中，無法獲得情緒支持或情感交流者，較容易透過網路來與他人進行互動。而情緒支持的來源分為親密團體及次團體，在理論探討部分並未加以區分。在本研究中，受訪者家庭關係良好者稍多於家庭關係欠佳者。此外，在相關程度上，使用者的家庭關係較差者，其使用網路的頻率就較高。而此變項又未達成統計上的顯著水準，故不能支持家庭關係對使用網路進行互動之頻率有影響。

研究者認為，此變項未達對使用網際網路進行互動之頻率的影響，原因為家庭關係在人際交往中較有獨特性，包括父母之情，兄弟姐妹間的情誼等，這些非其他人際交往能替代，故網際網路上的互動不能取代家庭關係上給予的支持。

3、較常使用網路與他人進行互動者之個人屬性

在個人屬性方面，只有教育程度達成統計上顯著水準，即表示教育程度的高低對使用網路的頻率多寡有影響力，這也符合了相關文獻部份、及調查研究結果顯示目前使用網路者都為高學歷者，其亦代表了網路之菁英文化的形成，這就如同柯司特(Castells)所提出的，目前的網路使用者仍以高學歷者為主，雖然其認為將來網路的使用會透過教育系統擴充，所以不會形成菁英文化，但就目前台灣社會的情況，網路的使用者仍舊以高教育程度為主，故與其他未使用網路與他人進行互動者相較，亦成為一種菁英主導的文化。

但造成目前使用網際網路進行互動多為高學歷者，原因可能為網際網路屬於一新的、高科技媒介，要善用媒介性質，還需具有一定的知識、能力予以學習，而教育程度越高，學習範圍越廣，也越有機會接觸網際網路這樣的新媒介。

性別、年齡、及月薪方面與使用網路頻率的相關程度不高，未達統計上顯著水準，無法支持理論及實證調查的數據資料，研究者認為這可能是研究樣本族群集中於大專以上的學生，因大專以上的學生男女比例差異小，無收入者居多，年齡層相近，研究樣本的同質性高，故無法得知這些變項對依變項的影響。

綜合言之本研究結果顯示，使用網路互動頻率越高者，越不認為網路上的交往是真誠的，與使用網路互動頻率越高者，其真實生活中的人際關係較差。如同理論之探討，網路之互動性、匿名性及階段性，造成使用者在網路上互動時，將其視為溝通工具，雖然呈現出新溝通媒介性質，能取代傳統的傳播及溝通媒介，但也因特殊性質，造成使用者在網路上互動時，將其視為一舞台上的表演，每個表演者著重舞台表演效果，並善用其表演裝置。故對每個表演者而言，在真實生活中，無法扮演好的角色，或無法滿足社會觀眾的期望，或缺少溝通能力，就會期望藉由另一個舞台來表現自己，暫時紓解真實生活中固定角色的扮演，而網路上的互動對彼此而言就是一種良好的表演舞台，使用者在進行溝通時，是善用表演裝置，盡情表演各種角色，但亦不希望獲得明確的角色關係，以承擔各種角色義務或言辭行動的效果，故不會期望獲得真誠的回應，也不信任網路上的交往是真誠的。此外，真實生活中人際關係欠佳者，為滿足在生活中無法獲得的情感支持，也易選擇網際網路作為與他人進行互動的媒介。

而在控制變項方面，只有教育程度變項，符合研究中的文獻搜集資料，可支持此研究結果。亦即，教育程度的高低對使用網際網路進行互動之頻率有影響力。根據研究結果，教育程度越高，其使用網際網路進行互動之頻率越高。

根據以上討論，得知本研究探討網路性質部分使用網路進行互動

的影響程度，但進一步深究，只有缺乏真誠交往變項及教育程度變項對用網際網路進行互動之頻率有影響，另真實生活中人際關係較差者亦接近統計上的顯著水準，當樣本增加，就可解釋其對使用網際網路進行互動之頻率的影響力。其他變項都不構成解釋力，研究者認為這是由於網路的特殊性質，造成填答問卷者的同質性過高，故要更深入探討人格特質與使用網路進行互動者間的關係或影響力，需透過深入訪談法，或對個案進行觀察，才能瞭解之間較明確的關係或影響力。

五、結論

依據本研究結果，可發現目前使用網路與他人進行互動頻率較高者，其特質包括有教育程度較高、認為在網路上缺乏真誠交往及實際生活中人際關係較差。這表示了網路代表的新媒介特性，形成經常使用者亦具有一些特性，多為在真實生活中的人際互動出現問題，且對溝通互動有需求及對於網路上的互動不具信任感等。這些都代表在現今社會中，面對面的人際互動方式不能滿足具有某些特質的人，使其需透過網路這樣的虛擬的溝通情境來滿足，並藉以達到與他人在面對面時無法達成的互動。此外，他們會藉由這麼的溝通媒介來滿足本身的需求，亦表示了其對網路特性的認同。

網際網路是一新興的傳播媒介，在文獻及資料部分，對此進行討論的部分尚不足夠，且討論範圍分布廣大。針對網路上人際互動的情況及使用者之特質進行討論的相關文獻資料也相當缺乏，研究者在欠缺前例可循的情況下，而完成此研究，但其中仍有許多不足之處，以下為本研究之限制：

一、樣本部分：

本研究的調查樣本是透過在 BBS 站張貼的廣告，由使用網路進行互動者自行選擇是否予以上網填答。故雖或多或少可呈現出使用網路進行互動者之一些基本特質，但會選擇自行填答問卷者，本身是否就已都具備某種相同的特質，這種人格特質，是無法觀察得知的；且

樣本的同質性高，且樣本數並非大量，故不具一般性及普遍性，因此研究結果在作推論時，可能有其侷限性。

二、變項測量部分：

本研究的依變項為測量使用網際網路進行互動的頻率多寡，但並未包括不使用網際網路進行互動者，故無法比較使用網際網路進行互動者及未使用網際網路進行互動者之特質差異何在。

三、理論文獻部分：

因網路興起的時間尚不久，國內外關於此方面的研究及理論探討尚不完整。本研究應用相關實證研究結果及理論觀念來解釋這個新興媒介造成的互動情況及人格特質，目的在探討使用網際網路進行互動者之人格特質及個人屬性因素，並非使研究結果提供一有系統的理論架構，而是從中瞭解網際網路上人際互動的情況及較常使用網際網路進行互動者的主要個人特質與個人屬性。

就未來相關研究發展方向而言，本研究主題會隨網路傳播擴充而盛行，因人際互動本來就是社會情境中被關注的一環，在面對面人際互動不能滿足人們的溝通需求時，網路情境的確可讓大眾溝通選擇多樣化，這種互動模式將會產生什麼影響及變化，應該是一可持續關心的主題。而根據本研究所得，對有意從事相關研究者，提出下列兩項建議：

- 一、可加強網路使用的語言分析。據本研究結果，使用網路進行互動者其真實生活中人際關係較差，這代表了其溝通能力與他人出現不協調之處，而網路上透過文字的呈現，其會如何使用及表達，又這樣的表達方式為什麼可讓其較亦與他人互動，這樣的表達方式又提供了怎樣的情感支持或彌補了在面對面人際互動時所缺乏的層面，這些都可透過對網路語言分析來瞭解其人格特質的差異，尤其網路用語已呈現出一套固定的模式，使用者透過這些用語是否能表現出其真實情緒，未來的研究者，可針對網路用語及使用者在使用這些語言時，其真實情緒反應予以分析。

二、著重在使用網進行互動者之人格特質，形成其使用網路進行互動的原因，但當進入到網路溝通情境中，其人格特質的呈現是否仍與真實生活中的情況相同，或者將其特質更鮮明化，這可以進行長期的觀察，並能對人格特質與使用網路進行互動間的關係較有完整的瞭解。故研究者建議，在未來進行這類研究時，應考量到使用者在真實生活中所呈現的人際溝通互動模式及所表現出的人格特質，加以測量，才能對其使用網路進行互動及在真實生活中的人際互動展現之人格特質進行比較。

總言之，網際網路之興起，不管是政府或民間、團體或個人、組織或家庭等，無一不因網路的出現及通訊的進步，而產生諸多變革與衝擊。人類的生活型態與傳播方式也因此不同於以往，這股風潮會隨著科技的進步及教育體系的傳播而有越演越烈，所形成的趨勢是即使是電腦門外漢，也會試著去瞭解它。而學者也會展開一連串與網路有關的研究。本研究在社會學領域屬於一嶄新的主題，故在研究問題及內容上缺乏了國內直接相關研究的參考，在理論部分亦缺少直接可加以運用、檢驗的理論，故此研究結果未能提供一有系統的理論架構，但卻提供了一初步的關於探討使用網際網路進行互動者之特質觀點分析。

而本研究結果，發現使用網路進行互動者在網路上的互動缺乏真誠相待，可看出大眾對使用網路進行互動的態度，及在真實生活中人際關係較差者，較常透過網路與他人進行互動，這表示人身處在社會中，不管是透過何種溝通方式，都有要達到溝通互動的需求。只是現今社會出現這樣特殊的溝通情境，使所有個體在互動溝通上呈現更多元化。且人格特質與選擇何種的溝通互動方式亦呈現關係，不同特質對溝通方式的選擇及看法就不同，本研究結果，可得知在真實生活中人際關係較差者，其較易選擇不需面對面的溝通方式，而要透過一個虛擬舞台來呈現自我並與他人互動，這表示，其無法在真實生活中表現其社交性，卻可透過網路展現，網路就可成為一提供其學習與他人互動的情境。

參考文獻

- 王志仁 (1999) 網路大調查：族群分析，上班族領軍台灣領域，線上資料。(<http://www.cw.com.tw/pissue.htm>)。
- 吳姝蓓 (1996) 《電腦中介傳播人際情感親密關係之研究 探訪電子佈告欄(BBS)中的「虛擬人際關係」》。台北：政大新聞研究所。
- 李令儀 (合譯) (1998) 《版本 2.0：白宮與微軟都在聆聽的數位生活》，原作者：艾絲特 戴森。台北：大塊文化。
- 周冠中 (1998) 我國 Internet 應用現況調查，線上資料。(<http://www.nhmc.edu.tw/html/netwhere.html>)。
- 林玲妃 (1996) 《相逢何必曾相識 網際網路上的人際互動關係》。台北：政大新聞研究所。
- 胡泳，范海燕 (1997) 《網路為王》。台北：捷幼出版社。
- 苗延威 (譯) (1996) 《人際關係剖析》，原作者：Michael Argyle and Monika Henderson。台北：國立編譯館。
- 夏鑄九 (合譯) (1998) 《網路社會之崛起》，原作者：Castells, Manuel.。台北：唐山。
- 徐江敏 (譯) (1989) 《日常生活中的自我表演》。台北：桂冠。
- 郭欣怡、林以正 (1998) 網路使用者的心理特性與人際關係，《科學月刊》29(6)：469-476。
- 陳瑤恬 (1996) 《後工業社會的新媒體 網際網路的文化研究》。台北：政大社會學研究所。
- 黃明堅 (譯) (1994) 《第三波》，原作者：艾文 托佛勒。台北：時報文化。
- 黃厚銘 (1996) 資訊社會的 Community 問題，收入《資訊科技與社會轉型研討會》，見頁 215-235，台北：中央研究院社會學研

究所。

黃瑞祺（1990）《批判理論與現代社會學》。台北：巨流。

翟本瑞（2001）《網路文化》。台北：揚智。

趙宏達（1998）BBS 使用者在現實社會與虛擬社會的行為研究 以元智風之塔 BBS 為例，線上資料。

（<http://weber.infosoc.yzu.edu.tw/honda/s866704171.201940.html>）

蔡珮（1995）《電子佈告欄使用行為與社會臨場感研究 以台大計中 BBS 站為例》。新竹：交大傳播研究所。

Altman, I. (1975). *The Environment and Social Behavior*. Monterey, CA: Brooks/Cole.

Anderianson, L. and Hjelmquist E. (1991). “Group process in face-to-face and computer mediated communication,” *Behavior and Information Technology* 10(4): 281-296.

Castells, Manuel (1988). *The Informational City: Information Technology, Economic Restructuring, and the Urban-Regional Process*. Cambridge, MA: Blackwell.

Rosenberg, M. (1965). *Society and the Adolescent Self-image*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

A Study for the Characteristics of Internet Users

Jessamine Tai

Mental Health Section, John Tung Foundation

Yuk-Ying Tung

Institute of Education, National Chung Kung University

ABSTRACT

As the popularity of the Internet grows, the society changes in many dimensions such as education, economics, or interpersonal discourse. It goes without saying that the use of Internet and many potential problems of Internet are gaining more and more attention now. This study tries to understand the special communicative situation, which this new and developing media has, will attract what kind of people to go online to interact with others. As a result, this study reviewed relative literatures and the oretical viewpoints to analyze the personality traits of people who often use Internet to interact with others. This study used questionnaires to collect data by Internet. People who interact with others by Internet go online to fill in the questionnaires, and then mail them back. There were 410 samples in total, and we use descriptive statistics, correlation and multi-regression method to analyze the data. The primary findings of this study include: 1) people with higher educational levels are more likely to use the Internet to interact with others. That is, most of current network users are people with higher educational levels; 2) the more he/she thinks that the interaction on internet is not sincere and that it's impossible to make sincere friends in internet, the more often he/she uses internet to interact with others; 3) the worse his/her interpersonal relationship in real life is, the more often he/she interacts with others by internet. This study is a brand new topic in the field of sociology. We have few direct internal references about this topic and there's no theory to be used directly to apply on this topic, so the result of this study is not ready to build a systematic theory structure. Therefore, this study initially uses the viewpoint of persona lity traits to analyze people who are more likely to interact with others by Internet.

Keywords: Internet, Internet interaction, personality traits