

南 華 大 學

資訊管理學系

碩士論文

一位資管碩班學生參與虛擬社群之網路自我民族誌  
Autoethnography and Netnography of an Information  
Management graduate participating in  
his Virtual Community

研究生：孔智洋

指導教授：尤國任

中華民國 102 年 1 月 18 日

南 華 大 學

資訊管理學系

碩 士 學 位 論 文

一位資管碩班學生參與虛擬社群之網路自我民族誌

研究生： 孔智淨

經考試合格特此證明

口試委員： 連俊璋

洪銘建

成國仁

指導教授： 成國仁

系主任(所長)： 洪銘建

口試日期：中華民國

102 年

1 月

2 日

## 誌 謝

兩年半的時間，不知不覺就過完了，自己在南華求學的時間有六年多之久，求學的階級也告一個段落了。

在求學過程中，要特別謝謝的是我的指導老師，尤國任老師，您在學生的教學上總是會很多時間，總是很有耐心的指導我，然而，當我對課業表現出散漫時，您會在旁適時地叮嚀及督促，讓我順利的把論文完成，老師您辛苦了。也要謝謝兩位口試老師，洪老師及連老師，在口試時給予寶貴的建議與指導，

在碩班期間，我要謝謝山田、峰熙、品佑、許子等學長的照顧，還有204的夥伴，以及碩班的同儕們，大家一起在研究室打拼的日子，相互的打氣加油，使我在碩班的日子不再無聊。也要謝謝伊汝姐，在系辦有時會對我說一些正確的觀念以及提醒與指導，我會記在心裡的。

最後，感恩我的家人，在求學路上一路默默的支持著我，對我的付出與關懷，讓我順便地完成學業，對你們的感激是無法言語可以表達的。

最後感謝一路上遇到的朋友，再次的謝謝大家。

孔智洋 謹誌於南華

中華民國一〇二年一月十六日

# 一位資管碩班學生參與虛擬社群之網路自我民族誌

學生：孔智洋

指導教授：尤國任博士

南 華 大 學 資 訊 管 理 學 系 碩 士 班

## 摘 要

網路的日趨普及，使各類型的社交網站快速崛起，並形成各式各樣的虛擬社群；然而，這些虛擬社群的運作並不儘然會依循著真實社群的互動模式。因此，本研究試圖採用網路自我民族誌，藉以描述虛擬社群成員之個人特質、互動方式、互動內容與社交網站平台間之關係，以期呈現虛擬社群之真實面貌！

關鍵字：虛擬社群、社群網站、即時通訊、人際互動

Autoethnography and Netnography of an Information Management  
graduate participating in his Virtual Community

Student : Jhieh-Yang Kong

Advisors : Dr. Graham Yu

Department of Information Management  
The Graduated Program  
Nan-Hua University

ABSTRACT

Along with the popularity of the Internet, various types of social networking websites have increased in number and become more and more popular and diverse virtual communities have also been formed following such trend. However, the interaction patterns in virtual communities are not the same as real communities. The purpose of this study is to describe the relationships among personal characteristics, types of interaction, interactive contents and social networking platforms in virtual communities so as to provide the reality of virtual communities.

Key Words: virtual communities, social networking sites, instant message, interpersonal relationships

# 目 錄

封面 .....	I
論文口試合格證明 .....	II
謝志 .....	III
中文摘要 .....	IV
英文摘要 .....	V
目錄 .....	VI
表目錄 .....	VIII
圖目錄 .....	VIII
第一章 緒論 .....	1
第一節 研究背景與動機 .....	1
第二節 研究目的 .....	3
第三節 研究流程 .....	4
第四節 研究範圍與限制 .....	6
第二章 文獻探討 .....	7
第一節 虛擬社群 .....	7
第二節 人際關係 .....	14
第三節 虛擬社群互動相關因素 .....	23
第四節 電子語言 .....	30
第三章 研究方法 .....	33
第一節 研究方法的選擇 .....	33
第二節 研究設計 .....	35
第三節 場域 .....	42
第四章 資料分析 .....	52
第一節 個人背景經歷 .....	52
第二節 熟識朋友 .....	56

第三節 普通朋友.....	93
第四節 師長與不熟識的朋友 .....	105
第五節 場與之差異.....	113
第五章 結論與建議 .....	116
第一節 研究結果 .....	116
第二節 研究貢獻 .....	118
第三節 研究限制 .....	118
第四節 研究建議 .....	119
參考文獻 .....	120
中文部分.....	120
英文部分.....	123
網路連結.....	126
附錄一 .....	127

## 表 目 錄

表 2-1 虛擬社群定義.....	10
表 2-2 人際關係的定義.....	15
表 2-3 網路人際與真實人際關係的看法.....	21
表 2-4 中文常見電子副語.....	32
表 3-1 研究對象之簡介.....	36

## 圖 目 錄

圖 1-1 本研究流程.....	5
圖 3-1 與互動者之關聯.....	41
圖 3-2 FaceBook 網頁介面.....	42
圖 3-3 FaceBook 當日壽星.....	43
圖 3-4 FaceBook 活動建立.....	44
圖 3-5 FaceBook 聊天室.....	45
圖 3-6 FaceBook 搜尋.....	46
圖 3-7 Plurk 使用介面.....	47
圖 3-8 Karma 分數.....	48
圖 3-9 MSN 使用介面.....	49
圖 3-10 MSN 對話視窗.....	50
圖 3-11 Hotmail We 介面.....	50
圖 3-12 Hotmail 郵件編輯.....	51
圖 4-1 FaceBook 好友配對之畫面.....	110
圖 4-2 開心農場使用介面.....	110
圖 4-3 生日提示之畫面.....	111
圖 4-4 文章轉分享之畫面.....	112

# 第一章 緒論

## 第一節 研究背景與動機

網路的使用已經日趨普及，台灣的上網人口在 2011 年已達 1097 萬人（資策會，2012）。任何人只要有一部電腦以及網路設備，隨時都可以與全世界連結，在網路上的資訊傳遞或與他人的互動，不再因時間、空間等因素而被限制，讓使用者以不同的身分在虛擬空間活躍著，該空間也逐漸成為一個虛擬的社會空間，其中，虛擬空間的類型包含社交網站（social network sites）、電子佈告欄（electronic bulletin board，BBS）、獨立網站（independent Web pages）、討論區（listservs）、多人地下城（multiuser dungeons）、聊天室（chat room）等，讓使用者在虛擬空間的發展不同於真實世界中的互動方式。

由於各種類型的社交網站快速崛起，使用的人數也日趨增加，並成為當下最熱門的社交平台，像是 FaceBook、Twitter、Plurk、新浪微博這類的社交平台，這些社交平台提供了各種不同的社交功能，像是透過平台搜尋功能找到熟識的朋友，甚至，可能結交到新的朋友，而形成一個人際社會的網絡，使得人與人之間互動方式出現新的形態。此外，社交

平台提供了動態訊息的發佈、發表與評論文章、分享圖像與文章，以及各種類型的多媒體應用服務，讓使用者與朋友可以進行雙向的互動。

以 Facebook 為例，從上線至今的使用人數逐日增加，該社群網站從單純的發文塗鴉牆 (the wall)，陸續增加了上傳照片、圖片的功能以及心理測驗、分享小遊戲結果的應用程式等，吸引不少使用者加入。在 2009 年，北京智明星通所開發的開心農場 (happy Farm) 網頁遊戲並在 Facebook 上線後，引起台灣網友對它為之瘋狂，將現實的農地種植轉變到遊戲上，滿足遊戲者渴望自己有一塊小農地，同時，為了不讓自己成熟的果實被朋友偷走，或是讓田裡乾旱、長草影響作物的健康值，就必須定時上來收成、除草，也創造了遊戲的黏性，利用簡單的互動方式在網路社群添增不少豐富性的互動。當年九月的統計，全台使用 Facebook 人數已超過 288 萬，成為世界 Facebook 會員人數成長第一的國家，有許多網民是為了平台上的應用程式而註冊 Facebook，其中有 6 成網民是為了玩「開心農場」(中時日報科技新聞，2009)。此時，許多新興的虛擬社群空間也快速崛起，使得虛擬社群或網路社交平台的互動，成為重要的議題。

在過去的研究指出，網路能促進人與人之間的訊息交流，讓研究網路上的人際關係是有其必要性 (Chesebro, 1984; Rice, 1987; Rice & Love,

1987；Walther, 1992)，且網路上的人際關係也在許多研究中被證實（Jame,1985;Walther, 1992）。然而，目前國內的學術論文，普遍都是採用量化的方式進行虛擬空間之研究（李瑜瑄，2012；許麗綸，2010），在虛擬空間的互動研究較少做到較為深入的研究，或是探討企業透過虛擬空間進行網路行銷之研究（吳富傑，2009；張嘉峰，2012）。因此，本研究將採用自我民族誌的研究方法，描繪使用者在虛擬社群與朋友之間的互動現象。

## 第二節 研究目的

現今的社群都是藉由網際網路電腦中介所形成的溝通空間，已經足以形成一個虛擬社會（cybersociety），人們可以在虛擬社會中認識朋友與人互動，相互分享社會意義（吳姝蓓，1996）。Rheingold（1993）強調互動形成的虛擬社群（virtual community）是以電腦中介傳播為互動基礎的一種新的社群將會產生，這群人將聚集在線上或是發展成實際的會面。Castells（2000）對於虛擬社群是否為真實社群的論述中表示，虛擬社群確實是社群，但不是真實的社群，且虛擬社群的運作不會依循著真實社群的溝通及互動模式。

綜合上述，本研究將透過研究者自身經常使用的網路社交平台作為研究場域，並對該平台上與使用者互動的資料進行採集、分析以及文獻

探討，了解在網路社群上，成員之間的互動關係，檢視虛擬人際互動情形，並用描述性的方式撰寫使用者在虛擬社群互動的情況。

### 第三節 研究流程

本研究以研究者本身常使用的虛擬社群所互動的對象為研究對象，確認研究主題以及研究動機與目的之後，界定研究問題，開始收集網路上的互動資料並對過去的文獻進行探討，之後進行資料的分析以及詮釋與反思，同時也檢視過去的文獻進行比對，詮釋後的結果以第一人稱的故事型態作為呈現，最後整理出研究發現，與提出研究結論與建議。本研究流程如圖 1-1 所示。

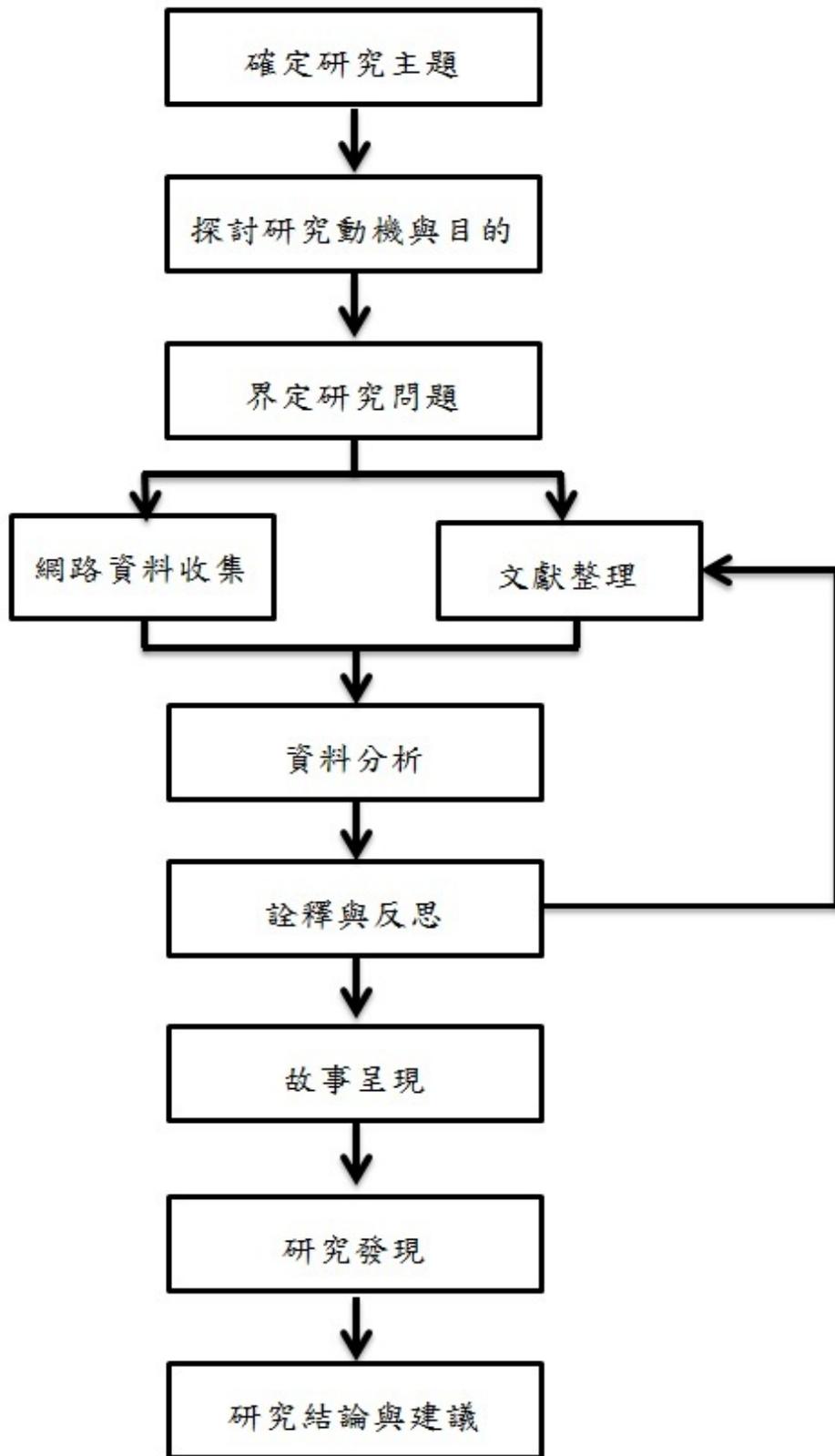


圖 1-1 本研究流程

#### 第四節 研究範圍與限制

本研究範圍主要係以有研究者自身常用的 MSN、FaceBook、Plurk 以及 E-mail 所建立的虛擬空間為場域，研究對象則是在虛擬空間上一起互動的成員，研究期間民國 99 年 9 月 1 號開始研究虛擬場域，至民國 100 年 12 月 31 號為止，以網路民族誌的方式進行描述虛擬空間互動情況，由於網路平台無法取得較早的歷史資料，因此無法在更進一步描述，只能依現有的資料描述虛擬社群的互動情況。

## 第二章 文獻探討

本章節根據先前設定的研究目的與問題，進行文獻之蒐集與探討。

文獻探討內容分為虛擬社群、人際關係、虛擬社群互動相關因素、電子語言。

### 第一節 虛擬社群

#### 壹、社群之定義

探討「虛擬社群」前，先要對真實社群的定義做初步的了解。

community，字義上可翻譯為共同體、社區或社群等，是指一群人居住同一地理位置，具有共同關係、社會互動及服務體系的人群所組成的群體，而彼此間因為互動產生了認同（林瑞欽，1994；孫秀蕙，1997）。Fernback（1999）對社群提出三種定義：

#### 一、社群是一個地方（community as place）

社群為結合在特定時間居住特定地理位置的人之相關結合，他們共同分享一種普遍的文化，分配在同一個社會架構下，同時顯現出他們在群體中的獨特性及對個別身份的認知。

#### 二、社群是象徵符號（community as symbol）

社群的形成是成員去解釋並賦予社群意義，是一種象徵性的結構，為習俗規範和價值的集合，主要在於成員是否能使文化充滿精神，建構出能提出意義及身份的象徵社群。

### 三、社群可視為虛擬的（community as virtual）

社群都是想像的，每一個社群成員的思想都存在於他們交流的印象之中。社群乃是存在於參與者的心智中，社群的存在是因為參與者解釋它並賦予它意義。

綜合上述，社群是一群具有相同特質，同時分享共同的信念和文化，擁有共同的目標並在生活中產生互動，從少數的個人慢慢聚集成一個實體的社群。然而，此概念持續發展到網路世界，便產生了虛擬社群（virtual community）。

### 貳、虛擬社群之定義

早期虛擬社群的定義是指透過電子媒體（電話、傳真、電視、廣播或電腦）的方式相互溝通與聯絡的一群人（Cerulo *et al.*, 1992）。由於網路的主動與雙向互動溝通的特性，不用透過面對面的方式就可以達到溝通，而且訊息的接收者同時也是訊息的提供者，加上使用者的匿名以及立即性的互動等特性，使網際網路塑造了一種有別於真實環境的人際關係模式，人與人之間的互動也有所不同。Rheingold（1993）觀察網路會

議室的社群互動，也對虛擬社群（virtual community）做出定義，認為網路上有一群足夠多的人，以著充分的情感（sufficient human feeling）透過一段時間的公開討論，以發展在網路空間中的人際關係。Romm(1997)認為虛擬社群是一群人藉由電子媒體的相互溝通所形成的一種新興社會現象。Tapscott（1998）也提出，虛擬社群不單是技術、交易貨品或用戶的組成，更是感情、行為互動、價值觀、語言、時間與空間的組成。

Preece（2000）提出對虛擬社群組成提出四個因素：1. 達到一定數量的人們；2. 以利益共享為目的；3. 隱性的政策；4. 資訊科技是要用來支持和調解大家的社交互動和促進團結意識。Balasubramanian & Mahajan（2001）以人為基礎的概念，對虛擬社群的形成提出五種特徵：1. 眾多聚集而成的虛擬社群成員；2. 理性的虛擬社群成員；3. 在網路虛擬空間上互動，而不透過實體互動；4. 有共同的社會交換意圖進行；5. 一個彼此共享的目標。

近這些年來，網際網路如雨後春筍般迅速掘起，新的應用軟體陸續出現，其中的 FaceBook、Plurk、微博、Twitter 等的出現，讓虛擬社群的使用者出現激增的現象。使用者可以選擇自己想要加入的社群，不再有空間的限制，同時可以選擇以匿名或不匿名的方式進行興趣共享、經驗交流、訊息交

換等互動，讓使用者可以在網路上發展出長期的人際關係。使虛擬社群成為近年來新興的研究議題，不管是國內或國外的研究都仍處於探索性的階段，本研究將近年來學者對於虛擬社群的定義做彙整，如下表 2-1。

表 2-1 虛擬社群定義

研究者	虛擬社群的定義
Ray Oldenburg (1993)	網路的虛擬社群是一個公開的虛擬場合，以供社會大眾在這個環境之中客觀的表現自我的思想及意念。
Beamish (1994)	虛擬社群是人們溝通的另一個地方，有著共同興趣但規模不一的社交團體，而這些興趣分成專業、職業、宗教等等。透過電子的方式聚在第三個地方一起討論，從學術研究到日常生活中的某議題。
Fernback & Thompson (1995)	一種在網際空間中經由一次次在某特定環境中（如：網路聊天）互相接觸及討論相同興趣主題所產生出的社會關係。
Jones (1995)	虛擬社群是傳遞共同的信任與經驗，以結合在地理上分離各處的人。

表 2-1 虛擬社群定義 (續)

研究者	虛擬社群的定義
Reid (1955)	Reid 認為程式基本上是用來創造社會文化工作環境的一種工具，在虛擬空間存在著文化及傳播的意涵，允許想像力來填滿虛擬空間中所缺乏的社會指標。人的想像在互動交流的過程中，便產生虛擬社群。
Armstrong & Hagel III (1996)	網路虛擬社群經由相同興趣者所聚成而成的，所產生的興趣社群，也認為網路社群的目的在於滿足消費者的溝通、資訊與娛樂的需求。
Komito (1998)	虛擬社群通常是經由線上群組成員分享某行為或某主題，試圖找到一個群體使群體內部的成員能夠共存以及使彼此之間更加親近；群體中的所有成員彼此分享社交互動、社交聯繫、以及共同的空間。
Chang, et al. (1999)	虛擬社群由一群因相同興趣或情感的網際網路使用者在討論區參與討論或在聊天室中與他人聊天，透過相互交換資訊而產生人際關係。
Brenner (2000)	虛擬社群是一群在網路上集合在一起的人們，被隱性政策和規範所管轄。

表 2-1 虛擬社群定義（續）

研究者	虛擬社群的定義
Lee <i>et al.</i> (2003)	虛擬社群是一個網際網路空間藉著由以電腦為基礎並以資訊科技為中心來支援人們相互間溝通和交流互動，建立起成員彼此間產生內容的關係。
胡雅惠 (2009)	虛擬社群是需要網際網路支援的一個網路空間，讓人們建立起一種相互依賴、交流互動的氛圍並使人產生滿足感並建立起人際關係，以進行匯集資訊與分享資訊的行為，產生出虛擬社群的最大價值。
Chung <i>et al.</i> (2010)	虛擬社群是由許多現有的網際網路所組成的，使用者可以發布消息或貼照片等，並和其他用戶交換彼此間的信息。

資料來源：本研究自行整理

由以上整理可以看出，外國的學者對虛擬社群的研究大多抱持正面的態度，認為虛擬社群的就是一群透過網路互相交流的人，彼此互相依賴、分享資訊、傳遞訊息等，形成有如像實體社群一樣的互相交流。

## 參、虛擬社群的分類

Hagel & Armstrong III (1996) 依照社群滿足的使用需求，歸納社群類型為交易 (transaction)、興趣 (interest)、幻想 (fantasy) 和人際關係 (relationship) 四種：

1. 興趣社群 (communities of interest)：虛擬社群形成原因為某種相同的興趣和專長而結合在一起。使用者可以跟網站上的成員對於共同的興趣，互相交流彼此之間的想法，如運動、攝影等社群。
2. 交易社群 (communities of transaction)：主要的功能在於買賣產品與服務，以及傳遞相關交易資訊。社群提供者可能提供一個市場空間以供大眾做買賣雙方的交易，而社群提供者本身不供給商品，如露天拍賣。
3. 關係型社群 (communities of relationship)：關係社群主要是環繞在生活經驗，這些生活經驗可以使人和人之間的聯繫更加強化；其主要的好處是可以讓相關的人士聚集以分享彼此相關的經驗，如 FaceBook、Plurk 等社群網站。
4. 幻想型社群 (communities of fantasy)：網際網路創造一個新的環境、人格、及虛造的故事，讓成員可以在這樣的環境中設定及扮演期望的角色來和社群中其他成員作互動，並且參與創造正在進行的故事，如魔獸世界、楓之谷等遊戲。

Hagel & Armstrong (1997) 進一步對虛擬社群定義，認為虛擬社群是一種社會的集合體，藉由網際網路將人們聚集在一起，同時也供了一個讓人們自由交往的生動環境，人們在社群裡持續性的互動，並創造出一種互相信賴和彼此了解的氣氛。此外，也提到上述的四種類型的虛擬社群，本身是沒有互斥性，大部分的社群都僅採其中一種類型，導致喪失許多網路開發的機會。

## 第二節 人際關係

本節將探討過去人際關係定義與人際關係功能相關之研究。

### 壹、人際關係定義

人際關係的定義 (interpersonal relationship) 指的就是人與人之間的關係，親情、友情、愛情都是我們重要的人際關係 (陳皎眉, 2004)。該情況都是發生或存在於兩個或兩個以上的人之間的交互關係 (English & English, 1974)，彼此間維持一段較長時間的互動關係 (interdependent) (Kelley *et al.*, 1983; Hinde, 1979)。國內外的研究者由於對人際關係的定義標準不同，因此看法上也所有不同，國內的研究將人際關係的定義做彙整，如下表 2-2：

表 2-2 人際關係的定義

研究者	對人際關係的定義
Heider (1958)	人際關係是少數人之間的關係，是個人對他人的想法、期望、知覺與反應。
Schutz (1960)	人際關係就是人們彼此需要，因而人際關係具有接納、控制及情感等三種需求，這些需求即是人際關係的內涵
English & English (1974)	人際關係是指發生或存在於兩個或兩個以上的人之間的交互關係。
許勝雄 (1980)	人際關係分成兩個觀點，以靜態觀點來看，是指人與人之間有關聯；以動態觀點來看，是指人與人之間的交互關係。
張春興 (1992)	人際關係是指人與人之間透過交往和互動而形成的心理關係，是對兩人或多人都發生影響的一種心理性連結。
Brammer (1993)	人與人之間互相交往、影響的狀態，是一種社會影響的歷程，會藉由思想、感情、行為表現的交流，而產生的互動關係

## 2-2 人際關係的定義（續）

研究者	對人際關係的定義
Devito (1994)	人際關係的強度會隨著彼此資訊分享的多寡以及互動型態而改變，通常人們習慣於一個人與交往對象的熟悉程度之區分。
林靜芬 (1995)	人際關係指互有關聯的少數人，其間互動的狀態或歷程。
蕭文 (1996)	人際關係是少數人，通常是兩個人或兩人以上之間的關係，是一個人對他人的看法、想法與作法。
盧蓓恩 (1996)	將人與人的關係看為一個整體，隨著時間的演進，人與人之間還會發展出不同的互動關係。
張美紅 (1997)	人際關係指的是人與自己、他人、環境與超自然之間精神的聯繫。
林淑華 (2002)	人際關係最早指親子關係，一個人自從開始與環境接觸，就會不斷的建立各種關係，從入學接受正規教育開始，逐漸建立同儕的關係，亦即個人與同學、朋友間的關係。

## 2-2 人際關係的定義（續）

研究者	對人際關係的定義
鄭越庭（2007）	是指人與人互相交往的一種型態，廣義是指任何型態的互動關係，狹義是指友伴、同儕、同事的人際關係。

資料來源：本研究自行整理

綜合以上的整理，只要是人與人之間互相交往都可視為人際關係，在這個互動的過程中，彼此都有可能因長期的互動與資訊的家交流，產生相互的影響，該影響可能是正面或是負面。

### 貳、人際關係的功能

人際關係提供了社會功能，且藉著社會功能我們可以發展與維持與他人間的關係。DeVito（1983）認為，人際關係至少有四種的功能：

#### 1. 減輕寂寞（alleviate loneliness）

根據美國加州大學洛杉磯分校針對入學新生所做的研究（Russel & Peplau, 1980）指出，人際關係確實可以減輕人們寂寞的感覺。然而現象也適用於網路的發展，使用者可以藉由網路拓展個人的人際關係，使人際交流不再侷限於地理空間，而頻繁的互動。

#### 2. 尋求刺激（secure stimulation）

與朋友交換訊息，提供我們智能（intellectual）上的刺激；當傷心難過時，有朋友可以安慰我們，提供我們感情上（emotional）的刺激；與朋友從事各種活動，可提供我們實體上（physical）的刺激。

### 3. 滿足需求（fulfill needs）

Schutz（1960）認為人們有三種重要的人際需求：情感（affection）、接納（inclusion）和控制（control），必須在與人互動中，才能得到滿足。Weiss（1974）提出針對人際關係提出可以滿足個人的六種需求：1、依附（attachment）；2、社會整合（social integration）；3、價值的保證（reassurance of worth）；4、可靠的聯盟（a sense of reliable alliance）；5、得到指導（obtaining of guidance）；6、撫慰（the opportunity for nurturance）。

### 4. 增進自我瞭解（establish contact for self knowledge）

人際關係的另一項功能是，它可以增進對自我的瞭解。透過與他人的互動中，可以藉由他人的反應，了解自己哪些方面是需要修正或改進，也可以經由與他人的比較，來評估自己（陳皎眉，1997）。

## 參、人際互動

人際互動又可稱之為「社會互動」(social interaction)，它是指在兩人或兩人以上的社會情境中，雙方在行為或心理上彼此相互影響而改變的歷程（張春興，2006）。Henry Gleitman 則為「社會互動」做出了分類，

1. 一對一的互動，例如兩個朋友一起聚餐；
2. 多對一的互動，例如一位講者與一群聽眾的問題回答；
3. 多對多的互動，例如在暴動時，很多人影響其他人，而他們自己又轉而被這些人影響。

以下將從 Henry Gleitman 的觀點加以說明（引用洪蘭譯，1997）：

### 1. 一對一的互動

一對一的互動基礎在於兩個人之間的關係。社會心理學家認為，不論這些關係的形態為何，它們都有著一些共通點，即「社會交易」，例如：互惠原則、利他行為、以及相互吸引等特點。在這些互動中，他人都會影響我們個人的行為。

### 2. 多對一的互動

多對一的互動基礎來自於一種複雜的互動方式，是許多人的影響輻輳在一個人身上，而且其社會的效力也是同時來自很多人的。這種情況通常被稱為「社會影響」(social influence)。有的時候它使我們服從他們而依從他們的命令，即「社會抑制」。更有的時候，他們對我們

的影響是更簡單的，只要人出現在那裡，「在場」(mere presence) 對我們就構成影響了，這樣的效果可稱之為「社會助長」(social facilitation)。

### 3. 多對多的互動

在多對多的互動中，它裡面的成員與其他團體的成員同時互動。一個重要的例子就是「群眾行為」，例如：在暴動的時候，群眾中的人會表現出與他自己單獨一個人時不一樣的行為。在暴動時的暴徒，其所表現出來的暴力是平時所不能想像的。

### 肆、網路人際關係

網路人際關係是透過電腦中介傳播所建立起的人際關係，彼此的溝通場域為虛擬的網路世界，但是網路所建立的人際關係，並非全然是不真實與虛幻的。黃厚銘（民 90）認為，網路上的人際關係與真實的人際關係仍是有所牽扯的，網路上的朋友未必不能轉移到現實生活中來發展，尋求真實世界的溝通模式。網路與真實的人際關係發展，仍有著類似與重疊的部分。在國內外的研究者對於網路與真實人際關係，也提出了許多不同的看法，如下表 2-3

表 2-3 網路人際與真實人際關係的看法

研究者	網路人際與真實人際關係的看法
Suler (1996)	社會型的網路成癮者，可以在網路世界中以不須真實呈現完整自我的角色來與人互動，並獲得關懷；非社會型的網路成癮者，則是為了逃避生活中的不足。
Young (1998)	過度使用網路者，因上網時間過多，而會造成人際、學業、休閒的時間減少等等。
郭欣怡、林以正 (1998)	網路帶動了新的人與人連結之形式，更容易發展人際關係，但也更形脆弱。
翟本瑞 (2001)	如果網路使用者是因在現實生活中受挫，期望在虛擬的世界裡獲得滿足，讓網路成為每個人的最佳心理實驗場所，藉尋找人際的慰藉或擴展生活圈方式，得到心理上的滿足。
魏澤民 (2000)	真實的人際互動是面對面的互動，可學習社交技巧以及擴充社會網路，然而網路也可以擴大交友與人際圈，但無法取代現實人與人的親密關係。

陳增穎（2000）	由於網路的主動性與雙向性，不需直接面對面，就可按照自己的興趣和意願來建立人際關係的範圍，彈性地塑造一個全新的自我、生活面向以及相對應的社會關係。
王澄華（2001）	網路可以擴大人際關係，但使用者在網路表現為越頻繁或越投入，以及過度沉迷網路，都會造成網路成癮現象。
黃德祥、謝龍卿 （2004）	高網路使用量者，經常將時間和精力花在上網，最大動機則是為了與遠方友人接觸、保持聯絡，但也造成健康、人際或財務等生活層面負面影響。
江永進（2009）	透過網路能擴大交友圈，進行線上人際互動，但也造成網路成癮問題。

資料來源：本研究自行整理

綜合其他研究者的看法，網路對於人際關係的影響，有正面也有負面的，正面的影響可以強化與維繫人際關係。相對的，由於網路畢竟是虛擬的環境，如果使用者過度沉溺於網路，而逃避現實生活中與人的互動，可能會造成真實的人際關係不斷地減弱與退化。

### 第三節 虛擬社群互動相關因素

本節將探討虛擬社群互動相關之因素，包含個人特質、互動內容、信任。

#### 壹、個人特質

個人特質（personality traits）係指個人對於情境的反應，所表現出具體和動態性的行為，也有人認為個人特質代表一種行為、思考模式，有別於思考，而是一種持久性的心理傾向或特性。張春興（1986）認為個人在對人、對己、對事乃至整個環境適應時顯示的獨特個性，此獨特個性是由個人之遺傳、環境、學習等因素交互作用下，表現於身心各方面的特徵所組成，而該特徵則具有統整性和持久性。

過去有關人格特質的相關研究，將人格系統理論分為兩大類：類型論與特質論。類型論多半以某種人格特質為標準，將所有的人區分為幾大類，再從各種類型中，找出共同有的其他人格特質。該類理論的優點是方便、快速，缺點則是對人的分類太過簡略，對人的理解與解釋相當有限。

特質論是藉由個體的行為發展與改變的過程，解釋人格是後天發展的產物。過去研究個人特質的學者有很多，而最為被接受的是 Costa & McCrae（1986）五大類的人格特質構面：

1. 外向性 (extraversion) 是描述個體的生活性與社交性。如善於交談、健談、獨斷的、好社交的、熱情的、主動的及人際取向的。
2. 和善性 (agreeableness) 是指個人的親和度。如和藹可親、合作的、忠實的、易相處且對人寬容。
3. 嚴謹性 (conscientiousness) 是指個體對追求目標專心、集中程度。如負責任的、可靠的、成就導向的。
4. 神經質 (emotional) 是指能激發個人負面情感刺激之數目或強度。如例如害怕、有罪惡感。
5. 開放性 (openness) 是指個人興趣之多寡和深度。如豐富想像力的、藝術的、知性的，表現出的行為是喜歡思考、求新求變。

特質論主要是把人的性格「向度」找出來，在性格理論中算是主流的取向，因為可以詳盡的描述人的差異性。Allport (1961) 提出傾向論，他認為每個人均有自己的首要特質、心中特質和次要特質，這些特質都會影響到個人與環境的互動。

## 貳、互動內容

### 一、粗話

粗話泛指一些具粗俗意味的字眼，也有人稱為粗口或髒話。根據韋氏大字典 (Random House Webster's Dictionary, 1984) 的字義解釋，侮辱

是無理的對待他人或輕蔑且粗魯的態度。因此，侮辱字眼是指一些讓人蒙羞的字眼或是傷害他人並激怒對方的話語（王聰凱，2009）。常見的粗話類型有：惡言咒罵、詛咒、委婉的咒罵、情緒字眼、侮辱、貶語、禁忌字眼（韋津利，2006）

過去的語言研究，Thomas & Wareing（1999）指出，語言具有多種功能，包括指示功能、感情功能、美學功能及社交功能。國內學者蔡佩（2005）認為粗話分成以下三種功能：

#### 1. 指示功能

粗話本身帶有偏見及侮辱成分，因此在用粗語罵人的同時，使用者本身已將粗語的意義與指涉對象做連結。例如罵人「狗娘養的」，便是間接罵別人母親。

#### 2. 感情功能

陳克（1995）認為粗話可視為一種感情的宣洩，衝破言語規範其實是一種性衝動；把粗語咒罵用在傷害、威脅、貶低對方與自我發洩等之時，當中會帶有情感色彩；粗話是弱者對自己的憤怒，弱者在慈自反抗時，對主宰者說出粗話。常見的字眼如「幹、真要命！」、「馬的，忘了帶手機！」等都是帶有強烈情感。

### 3. 社交功能

陳克（1995）指出某些團體開口閉口就「幹你娘」，藉以表示彼此是同路人，使用粗話替其建立人際關係。當粗話成為口頭禪後，罵人成分就會淡化掉，而成為語言的附加成份，進而演化成為一種消遣。

#### 二、資訊分享

吳美美、楊曉萑（1999）認為資訊分享的管道，可以分為正式、非正式、以及線上電子管道三部分。正式管道如圖書、期刊等；非正式管道乃是經由人際社會網絡，彼此互動所完成的資訊交流。線上電子管道，是指透過網際網路來進行資訊交流，如網路社群討論及線上資料庫查詢等。

陳榮宗（2003）彙整過去學者之研究，將成員資訊分享方式，歸類為：1.對話，聊天、問題討論；2.資訊科技應用，利用資訊科技達到對多數對象分享資訊的效果；3.成立資訊社群，透過對談、文字及觀摩方式，在跨團隊、時間及空間的社群分享資訊；4親自體驗，經驗某些事情，如工作輪調。

Faraj & Sproull（2000）指出知識分享包含專家和知識本身的整理，故透過不斷地與社群成員進行知識分享、互相交流等。

Wasko & Faraj（2005）發現透過網路為中介的知識分享動機，其目

的是為了得知人們為何願意自發性的在網路上進行知識分享行為，發現說個體會自發性地在網路上進行知識分享是為了獲得專家名譽 (professional reputations)，或者是因為分享者本身就熱於助人。

### 三、心情分享

Bernard Rime(1991)提出情緒的社會分享 (social sharing of emotion) 的概念。他認為：情緒並非如過去研究所述屬於短期、個人內在的體驗，而是一種長期存在，能對個體所處人際或環境造成影響的經驗。情緒的社會分享是指：當個體遭遇某些事件，產生了生理性的情緒激起，接著自動將此情緒經驗以文字或口語等方式對他人分享的歷程，近似一種生理上的需求。

日常生活中，情緒分享的頻率隨關係遠近而不同，不同年齡階段，常分享的對象也有所不同，通常是向身邊隨時能接觸到的對象進行分享。例如獨居的人，情緒分享的對象最多是身邊的朋友。然而現今的網路發展快速，使得情緒分享不再限於面對面才可分享的方式，分享者可以過網路媒介與朋友分享，而且也不會受到時間與空間的限制。

Christophe & Rime(1997)研究指出，情緒分享可以減少身體距離，即接受他人分享情緒越強，越會給予較多非語言如擁抱、觸摸等回饋。這些結果暗示著情緒分享在形成與維持親密人際關係上的重要性。其他

研究也證實情緒分享對人際關係的正向功能，例如，若接受者有積極反應，分享者對關係的關係滿意度與親密感皆會增加（Gable *et al*, 2004）。當接受到有幫助的回饋，能改變個體對自己情緒的看法，也對提供者產生正向看法，或有更多的依附，與對方交換更多訊息，關係繼續延續下去，且對人際關係有長期的幫助。即使原來是陌生的關係，這些效果依然產生（Zech *et al.*, 2004）。

### 參、信任

在社會學與行銷學等相關領域中皆可發現「信任」受到各領域的重視。信任原本是心理學與社會學範疇的理論，心理學家 Mellinger (1956) 將信任定義為個人對他人之意圖、動機及其他言語在誠懇性上的信心；McAllister (1995) 認為信任是一個人相信以及願意（willing）以他人的說法、行動和決定為基礎而採取行為的態度；張文華（2000）信任是一種個人主觀的心理狀態，對於某人或某物的某些特質或屬性，或陳述的真實性具有信心或依賴之，不用調查或證據就接受或相信，是屬於一種正面的期待。Morgan & Hunt (1994) 將信任定義為一方對交易夥伴表示誠實與可靠的心。

Mayer *et al.* (1995) 在統合信任模式裡提出構成信任的三種要素，分別為能力（competence）、善意（benevolence）與正直（integrity），將這

三項因素做為判斷他人可信任度之基本考量。Catherine *et al.* (2001) 曾提出影響虛擬社群成員信任度有三個構面，分別為成員回應、個人資訊可信度、信任傾向（許麗綸，2010）。

### 1. 成員回應 (perceived responsiveness)

在虛擬社群中，社群成員發表任何相關的訊息，普遍希望能夠得到許多回應，假設在社群中發表的訊息沒有得到其他成員的相關回應時，成員之間的信任感是不會增加的。反之，當成員所發表的訊息能經常且快速地得到回應，是有助於增加成員彼此間的信任。

### 2. 個人資訊可信度 (other's confiding personal info)

在虛擬社群中，有些成員會透過線上討論的方式透露出一些私人訊息，該方式可增進彼此的親近感以及信任感。此外，成員會因彼此有共同的興趣或討論的話題，而透露出個人資訊，因此，出現更多共同興趣的話題，有利於促進社群成員間的信任。

### 3. 信任傾向 (disposition to trust)

假設社群成員願意信任其他成員的話，也有利於促進社群內信任風氣之形成。Mayer *et al.* (1995) 指出當人與人之間仍對彼此不熟悉時，信任傾向對於互信的氣氛有增加的效果，該信任關係在虛擬社群中可藉由不斷的對話來增加。

Blau (1964) 認為，信任是人際互動最重要的因素，故對使用者在虛擬社群互動而言，信任也是重要影響因素之一。Nichai & Hullg (2002) 也證實信任的重要信，認為認識扮演社群成員在分享與適應彼此過程中的黏著劑，該過程中有信任存在，成員們比較不會去隱瞞他們知識與經驗，較願意接受彼此分享與學習的瑣碎過程。

#### 第四節 電子語言

網路做為一個傳播的管道，改變了訊息的呈現與傳遞方，就訊息的呈現來看，網路上的言語有其不同於以往的面貌。過去對電子語言 (electronic language) 相關的研究，重點都放在電子郵件對話中的所用的言語。電子郵件是一種說書寫形式，但基於電腦中介的幾項特質，使得電子郵件具有口語的本質，這樣的特質包含：1. 電子郵件不夠正式；2. 電子郵件束縛較少；3. 電子郵件利於自我揭露；4. 電子郵件較情緒化。因此，電子郵件這類的網路傳播形式，改變寫的特質，以往口語和書寫是不同的區塊，雖有重疊，但各自獨立 (Collot & Belmore, 1996; Yates, 1996)。過去的研究結果也發現，電子言語並非是絕對的口語化，也不是正式寫作，而是介於兩者之間 (引用吳筱玫，網路傳播概論)。

Baron (1999) 進一步提出從四方面理解電子語言的溝通與呈現：1. 社會動力，指參與傳播雙方彼此間所界定的關係；2. 格式，隨著科技的改

良，訊息所能展現的外在方式；3.文法，指訊息的用詞與構句方式；4.風格，使用者本身選擇性地透過用字、文法或言語，意圖傳達某種特定的語意，研究結果發現，電子郵件不在是以往的書寫方式，其中混著較口語化的文字。

過去的研究比較面對面傳播和中介傳播之後發現，當某些線索的頻道被媒介稀釋掉後，並將額外線索推介到這些頻道之中，該現象稱為線索補償 (compensation)。該情況在電腦中介研究中也有發現到：受到頻寬不足的影響，電腦中介傳播都是以文字為本，難以傳達非語文訊息，然而卻也研究證明，電腦使用者可以利用鍵盤，克服電腦中無法傳遞非語文線索的限制，也發現電腦中介下所傳遞的資訊，本質上和其他媒介所傳遞的有很大的不同。Yates (1982) 指出傳播科技對訊息的產生、儲存與再造，造就另一種傳播方式。

最常用來補償非語文線索的方法，就是採用電子副語 (electronic paralanguage，或稱次語言)。Asteroff (1987) 對副語的定義為，該語言有別於一般文法與構句的言語特徵。不同的傳播系統，會衍生出不一樣的訊息脈絡，經由這個脈絡化的過程，副語可以為電腦中介下的訊息，賦予更多的意義，將副語視為傳達情緒的工具。Ruesch & Kess (1956) 將非語文訊息大分為三類：語言 (sign language)、行動語言 (action

language)，及物件語言 (object language)。然而事實上，符號語言對於障者人士而言卻又變成語言文字。錢玉芬 (2007) 將非語文訊息定義為，用字詞以外的工具來傳播訊息。

Turner (1988) 指出，電子常見的電子副語用法有簡寫、諧音、轉喻，或是利用各種標點符號的組合繪出笑臉、哭泣等各種感覺圖形等等，該副語剛開始都由少數人創造，經過不斷地用轉，最終成了使用者彼此間的共識。中文副語的現象與 Turner 所說的相似，而且國語、台語、英語夾雜運用，面貌更多，如下表 2-4。

表 2-4 中文常見電子副語

圖形	p(^o^)^q \\(^o^)/ -_-    q“(^_^)”p ◎.◎ ^(oo)^ >>@()@ \\(-_-)/ =^.= =_=凸 凸^_^凸 ^_^    _(《◎◎》)	雙手握拳，表示加油努力 舉手歡呼 像櫻桃小丸子的黑線，無奈的意思 元氣娃娃 睜大眼睛看著你 豬頭 魚兒魚兒水中游 很沒勁、無奈的意思 貓咪~喵~~ 邪惡地比出中指 Shit!! 好尷尬！ 南方四賤客—阿尼
諧音	5845201314 881 886 584520184 53542306 Kcl AV8D 3q B4 U.K.D.L.M 賣丫“ㄋㄟ”共 葛格 巴豆妖	我發誓我愛妳（你）一生一世 拜拜，再見的意思 我發誓我愛妳（你）一輩子 我想我是愛上你了 去死啦 Everybody 謝謝啦 Before 幼齒的辣妹 不要這樣說 哥哥 肚子餓
簡寫	GF(BF) NVM	女友（男友） Nevermind
轉喻	江西 灌水喔 PH 指數	幹！ 增加人數 豬頭（Pig Head）指數

資料來源：吳政攻（2003）

## 第三章 研究方法

### 第一節 研究方法的選擇

本研究主要是探討虛擬社群中的互動現象，決定採用網路自我民族誌，藉由言語的分析窺出特殊文化以及共通的行為規範（Baym，1995）。

民族誌的英文 Ethnography，其中 ethno 意指一個民族、一群人或一個文化團體；graphy 則是敘述的意思。因此，Ethnography 單字面的解釋就是描敘的意思。Wolcott（1975）指出民族誌研究是從社會人群的觀點去描繪其中的事件，描述某個人群互動的圖畫。

由於本研究的場域為網路虛擬世界，同時想探索虛擬世界的互動與文化，因此採用網路民族誌。網路民族誌又有網際民族誌（cyber ethnography）、數位民族誌（digital ethnography）、虛擬民族誌（virtual ethnography）等稱呼，是一種宣揚研究員深入「網路場域」進行調查的田野紀錄方法（陳志萍，2008）。研究者可以在網路上進行民族誌的操作，讓自己免於受到地理上限制，以傳統觀察「特定地點」的方法來觀察網路聊天室，或是在網路上進行訪談，並且只要是一群人在「自然的」團體環境中交流，都可能是網路民族誌的研究背景（Angrosino，2010）。

本研究因須網路社群朋友的授權同意取用網路資料之問題，導致無法進行較大範圍的虛擬社群之研究，同時期望深入了解網路社群的互動現象，因此決定採用自我民族誌的方式，該方式可以比較深入的探掘互動現象，因此本研究想以研究者為中心，以常用的網路平台作為研究範圍。Hayano（1979）將自我民族誌（autoethnography）定義為：一些關於人類學家對他們自己人民的研究的議題。Hayano 認為藉由社會化或是其他與團體的親密關係，研究者能夠獲知內部人的觀點，自我民族誌者在團體裡擁有永久的身份認同與完整的內部成員資格，他們不但自己認同，也被團體的其他成員所認同。

Van Maanen（1995）提出四種民族誌書寫的方式：1.自白的民族誌（confessional ethnography）；2.戲劇化的民族誌（dramatic ethnography）；3.第三是批判的民族誌（critical ethnographies）；4.自我民族誌（autoethnography）。這四種類民族誌各有不同的著力點，自我民族誌主要是注重個人自己團體的文化的文本化，也就是民族誌者是本地（native）作者的一種書寫的形式。Denzin（1989）表示自我民族誌是混合民族誌與自傳的一種文本，作者不在是傳統民族誌中的客觀旁觀者，而是將個人的生活經驗融入傳記或民族誌的寫作。因此，本研究藉由研究者自身實際參與虛擬世界的互動，並同時發掘虛擬世界之中的文化現象。

## 第二節 研究設計

過去的網路民族誌之研究方法，Kozinets（2002）依照民族誌的操作方法，提出網路民族誌的操作步驟指南，黃彥萍（2011）以此指南為架構，整理其他學者所提出的相關研究方法論，整理出網路民族誌的方法論，並提出五個步驟。本研究依照該步驟進行研究。

### 一. 進入田野

在進行網路民族誌研究前必須要有明確的研究問題，並根據問題的類型尋找與其相關的研究場域。可能地了解這個場域、社群及研究者欲了解的個人參與者。（Kozinets，2002）。

本研究主要探討虛擬社群互動現象，決定以研究者本身常用的網路平台為研究場域，該場域為 Facebook、Plurk、MSN 及 E-mail。

### 二. 蒐集資料

網路民族誌在資料蒐集上則有兩個重要的基本元素：(1) 研究者直接藉由電腦媒介傳播下載資料；(2) 研究者對於社群及成員的觀察描述（Kozinets，2002）。

本研究使用與網路社群使用者互動後的紀錄做為資料的收集，該紀錄包含 Facebook 塗鴉板之留言、照片分享、連結分享、遊戲或應用程式之互動、E-mail 內容、Plurk 留言內容與連結分享等，並在民國 101 年 1

月 2 號到 10 號下載該資料，網路資料的起始時間為民國 99 年 9 月，截止點為民國 100 年 12 月，FaceBook 互動人數約為 197 人，Plurk 為 54 人，MSN 為 33 人，E-mail 為 2 人，因無法取得其他的人授權同意下載網路資料，故只採取 22 人授權同意的資料，表 3-1 為 22 人的簡介。

表 3-1 研究對象之簡介

朋友	關係	性別	年齡	專長	介紹
A	高中朋友	男	26	電子工程	喜愛找他人聊天，時常關注新科技訊息
B	高中朋友	男	26	生物相關	個性較為衝動，喜愛運動。
C	高中朋友	男	26	生物相關	說話風趣，但有時說起話來就惡毒。
D	高中朋友	男	26	資訊、環境工程相關	熱愛電影，常關注運動與競速的比賽消息。
E	高中朋友	男	26	電機	個性較溫和且易相處，熱愛籃球。
F	碩班學長	男	26	資訊	個性較自我，常關注 3C 資訊與產品。
G	碩班學長	男	26	資訊	說話風趣且易相處，喜愛逛網拍。
H	碩班學長	男	26	資訊	個性較溫和，常關注注 3C 資訊與產品。
I	碩班學長	男	26	資訊	個性較溫和，喜愛動漫。
J	碩班學長	男	26	資訊	個性較溫和，喜愛運動。
K	碩班學長	男	26	資訊	個性較溫和，易親近，話不多。
L	碩班同儕	女	25	資訊	個性開朗活潑，班上的班代。

表 3-1 研究對象之簡介 (續)

朋友	關係	性別	年齡	專長	介紹
M	大學學弟	男	26	資訊	個性溫和，熱愛美食。
N	大學學弟	男	26	資訊	個性開朗，喜愛網路小說
O	大學學弟	男	26	資訊	個性較內向，喜愛動漫。
P	碩班同儕	女	25	資訊	個性開朗，對任何事物的態度都是認真且負責。
Q	系助理	女			個性就隨和且帶點嚴肅，對任何事物的態度都是認真且負責。
R	大學學弟	男	23	資訊	喜愛攝影與社交。
S	大學學弟	男	22	資訊	，個性較內向，喜愛攝影
T	大學朋友	男	25	資訊	個性較內向，
U	大學及碩班老師	男			大學專題及碩班的指導老師，個性溫和，熱於教學。
V	大學學弟	男	24	資訊	關注 3C 資訊與產品。

資料來源：本研究自行整理

### 三. 資料整理與分析

「整理和分析」是指根據研究目的將原始資料系統化、條理化，接著以逐步集中和濃縮的方式將資料涵義顯現出來，針對資料進行意義解釋(陳向明，2002)。民族誌在分析資料上主要有兩種的形式：1.描述性分析(descriptive analysis);2.理論性分析(theoretical analysis)(Angrosino，

2010)。本研究是採取描述性分析，是將龐大的資料按其組成劃分不同部分的資料，同時在該資料中找到類型、規律性或主軸。

本研究將網路社群的原始資料進行系統化的整理，之後以濃縮的方式萃取資料中的現象，並繪製與互動者之間的關係圖，如 3-1 圖，由於研究對象以男性人數居多，因此，最後以熟識度的高低作為分析之區隔，同時也將師長的部分獨立做區隔，並將當下的事件情境和人物作描述性之分析，從中挖掘虛擬社群中的規律性或主軸。

#### 四. 詮釋與再現

Kozinets (2002) 認為網路民族誌相當適合以人的行為或動作為分析單位，而電腦文本可以視為一種社會行為（社群行為或語言遊戲）。與「網路社群」有關的各個面向（符號、字詞…等）都和自身下載的資料相關，因此該資料都是有效的。

本研將分析後資料以及互動者之關聯圖做為詮釋的依據，如圖 2-1，同時透過互動者的背景與個性以及配合當下的互動情境，思索該資料中的意涵以及文化現象，在詮釋的過程中，不斷的自我反思資料當中的意涵是否有不恰當之處，並且每周與學者討論本研究發掘的互動現象以及詮釋的意涵。

本研究的資料因相似內容居多，則取其中內容較豐富為代表。與高

熟識度的朋友互動佔總體的資料中約 6 成以及人數較少，因此故事則採用個別的方式呈現，搭配互動者的特性與當下情境還原故事的內容。在普通朋友的部分，由於互動人數較多且互動頻率不高，因此則採取以事件的方式呈現。不熟朋友，人數為最多且互動頻率最少，因此本研究將與不熟識朋友共同出現的互動方式，作為故事呈現之內容。師長則是研究者與指導教授之間的互動，採用事件的方式作為呈現。

## 五. 研究倫理

Angrosino (2010) 對網路民族誌提出以下幾點的倫理問題：

(1) 針對公開網站進行內容分析的研究不會產生倫理上的問題，引用登載於公共留言板上的訊息很可能是可以被接受的，只要不會因此而辨識出該訊息是由某個使用者所留言。

(2) 網上社群成員應該要被告知民族誌研究者為了研究目的，同時也在網路上「觀察」他們的活動。

(3) 被觀察的虛擬社群成員應該獲得確保該研究者不會在任何與研究有關的出版品中使用成員之真名、電子郵件地址、或是其他可以辨識的標誌。

(4) 如果線上團體已經貼出進入與參與該團體的規則，研究者就該尊重這些規範，就像研究者會尊重任何其打算擔任參與觀察者之其他

社群的價值觀與期待。

基於以上幾點的倫理問題，本研究在下載被研究者的網路資料前，已與當事者說明本研究之目的，同時也請同意者簽署同意書（附錄一）。在內容呈現上都以匿名的方式呈現，並不會透露被研究者的個人資料以及隱私資料，都是依照線上社群的規定進行研究。



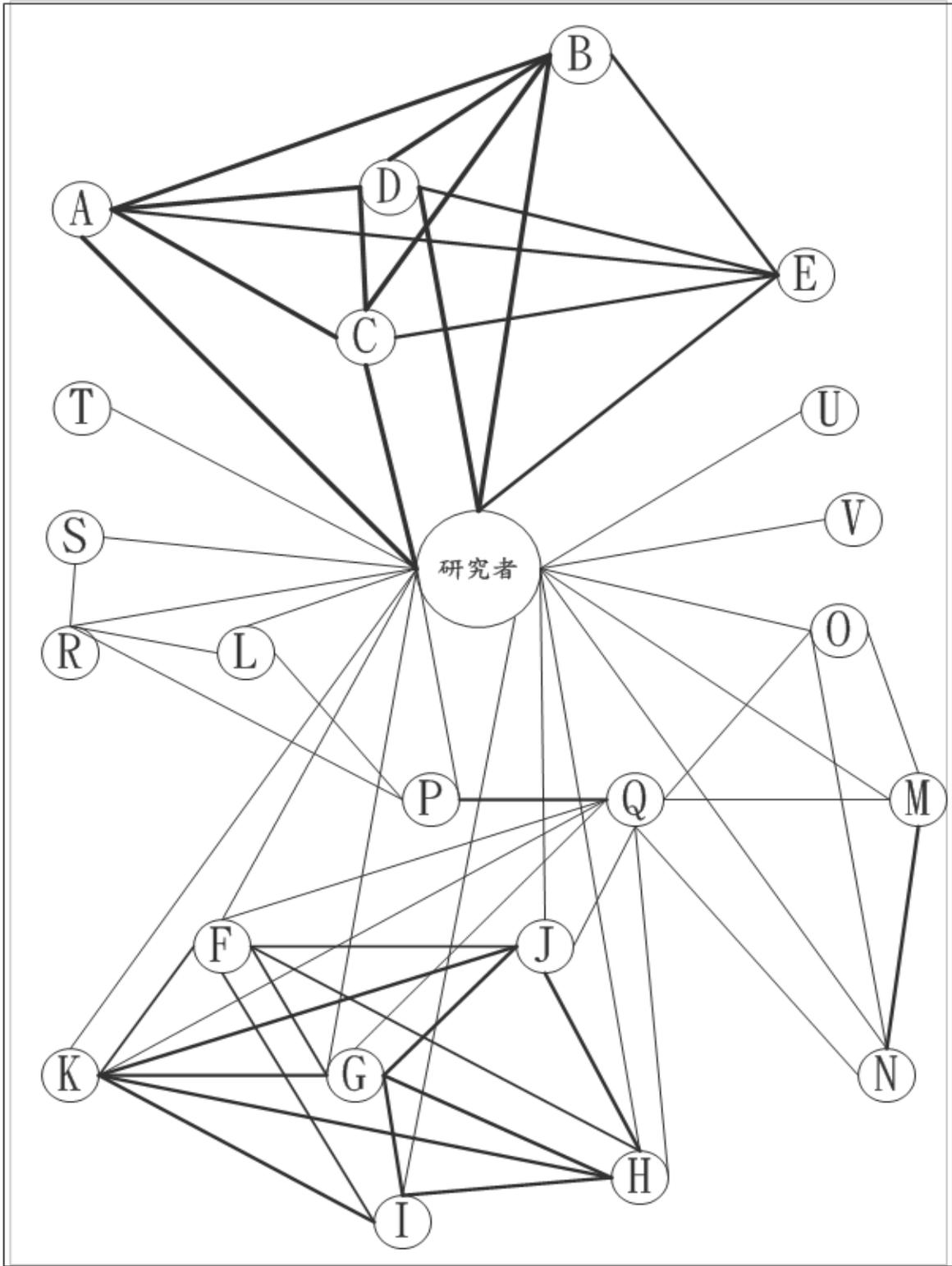


圖 3-1 與互動者之關聯

資料來源：本研究自行整理

### 第三節 場域

本節是初步介紹研究場域，並敘述一般使用者在這些社交平台經常使用的那些功能。

#### 壹、FaceBook

Facebook 是由 Mark Zuckerberg 在 2004 年所創辦，主要是要借用網路模式去替代傳統的通訊錄。該網站平台上有各式各樣的 Facebook 應用程式，例如：心理測驗、小遊戲、外掛程式…等，也可以建立虛擬社團以及粉絲團（中央研究院，2009），圖 3-2 為使用介面。



圖 3-2 FaceBook 網頁介面

資料來源：FaceBook 網站

### a. 通知

在此可以看到三種通知：朋友邀請、訊息、通知。邀請通知，當有人想要把你加入到他的好名單，系統則會通知使用者是否願意給加入。訊息，當使用不在線上，同時又有人留言給你時，該功能會通知你「有訊息」。通知，當人有在使用者的塗鴉版留言或按讚、遊戲的邀請、任何與使用者相關的事件，都會通知使用者。

### b. 發文

當使用者想要發文、上傳照片或影片、轉貼其他網站的訊息，都是在此使用。

### c. 生日、活動、應用邀請

該功能可以知道當天有哪些朋友生日，同時會秀出所有壽星，並且可以直接在框框內輸入生日祝福，如圖 3-3。



圖 3-3 FaceBook 當日壽星

資料來源：FaceBook 網站

活動，使用者可以隨時發起一則回活動，也可能限制要給什麼人參與，如圖 3-4，同時會通知使用者當天有參與什麼活動或目前受

到哪些活動的邀約。

建立新的活動

名稱 例如, 生日派對

詳細資料 新增更多資訊

地點 新增地標?

時間 2012-11-11 新增時間?

隱私 朋友

公開

✓ 朋友

僅限受邀者

建立 取消

圖 3-4 FaceBook 活動建立

資料來源：FaceBook 網站

應用邀請，通知使用者有哪些應用程式正邀約你，例如小遊戲送  
虛擬寶物。

#### d. 即時動態

該功能會秀使用者的每個朋友所有的一舉一動，對哪些貼文點讚、  
回了什麼人的什麼訊息等。

#### e. 聊天室

該功能告知使用者在好友名單中，目前有哪些朋友正在線上，同  
時也可以與正在上線的朋友一對一聊天的，如圖 3-5。如果好友不在線  
上，則可以留言，當使用者下次上線時，則會通知「有留言」。



圖 3-5 FaceBook 聊天室

資料來源：FaceBook 網站

#### f. 最愛

使用者可以把喜歡的粉絲專頁、社團、應用程式都加到這個最愛裡頭，該功能有點像是書籤。

#### g. 社團

社團則比較適合一群志趣相投的人一起互動討論的地方，社團可以設定成不公開，只邀請你想邀請的朋友加入，點「社團」可以顯示所有的社團，以及可以「成立社團」。

#### h. 應用程式

內建的 FaceBook 應用程式包括：相片、網誌、轉貼連結、音樂、收件匣訊息、活動、應用程式及遊戲、民調問答、戳、使用者有在玩的遊戲（或應用程式）、地標編輯工具等等。

#### i. 粉絲專業

「粉絲專頁」與「社團」，兩者有類似的部分，差異在於粉絲專頁比較適用於的官方網站，例如遊戲、商品、個人等，是完全公開，任何人都可以加入。

#### j. 搜尋

在此輸入部份資料，就會自動出現符合的朋友、粉絲頁、社團等資料，如圖 3-6。

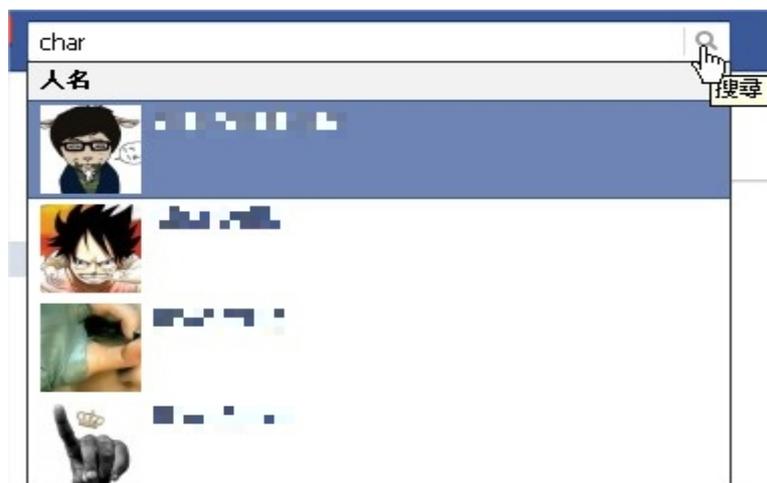


圖 3-6 FaceBook 搜尋

資料來源：FaceBook 網站

## 貳、Plurk

Plurk 中文稱為「噗浪」，在 Plurk 上面活動的人叫「噗浪客」，瀏覽其他朋友的訊息叫「追浪」，Plurk 上的網友叫「噗友」。因為所有訊息都展示在網站中間的那條「河流」或「河道」，該河流或河道為時間軸（中央研究院，2009），如圖 3-7。Plurk 最主要的特色是可以在一條時間軸上顯示自己和好友的所有訊息，每一位會員都可以單獨評論別人的 Plurk 內容。



圖 3-7 Plurk 使用介面

資料來源：Plurk 網站

Plurk 網站中有個「Karma」卡碼值，會依照你發文的次數、上站次數與交友情形變大或變小；而該頁面的各項進階功能都需要「Karma」數值到達一定程度才可開放修改，一般使用者很容易把聊天當作玩遊戲那樣

追求 Karma 分數（中央研究院，2009），如圖 3-8。



圖 3-8 Karma 分數

資料來源：Plurk 網站

## 參、MSN

MSN (The Microsoft Network) 是由微軟公司在 1995 年 8 月 24 日成立的網際網路服務提供商，並隨著 Windows 95 一起發布。MSN 原是一個類似 CompuServe 及 AOL 的收費服務，提供撥號上網及增值信息、網路聊天室（網路即時通訊）等服務，但同時亦允許其它現有網際網路用戶透過網際網路來使用。後來隨著網際網路普及化，使微軟將大部份原來要收費的項目轉變為免費的 MSN 入門網站（引用維基百科），圖 3-9 為 MSN 使用介面。

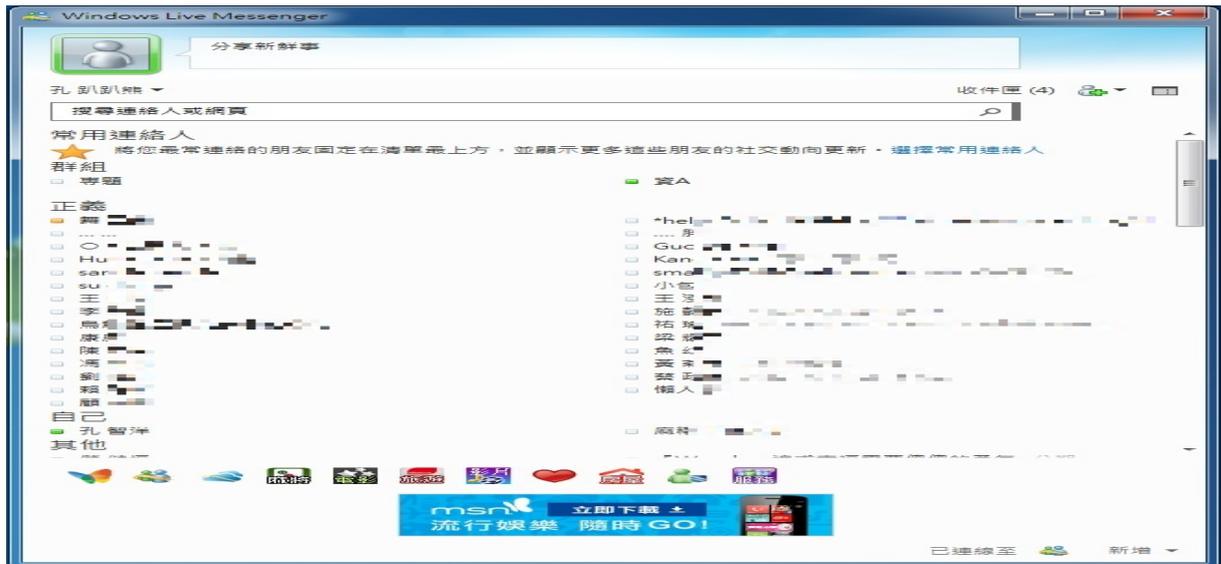


圖 3-9 MSN 使用介面

資料來源：MSN 程式

MSN 的使用可以是一對一或一對多的方式進行交談，如圖 3-10，使用者個可以自行決定想跟名單上哪位好友進行交談。MSN 是以文字方式進行訊息的交流，程式的本身有內建表情符號與動畫，同時使用者還可以自行自訂表情符號的樣式，使得雙方交談的內容更生動。MSN 本身有支援視訊交談，如使用者需要快速且即時的溝通、交談，因此使用該功能是不錯的選擇。



圖 3-10 MSN 對話視窗

資料來源：MSN 程式

## 肆、E-mail

電子郵件，又稱電子函件、電郵或郵件，是透過網際網路進行書寫、發送和接收信件，目的是達成發信人和收信人之間的訊息互動（引用維基百科），如圖 3-11。

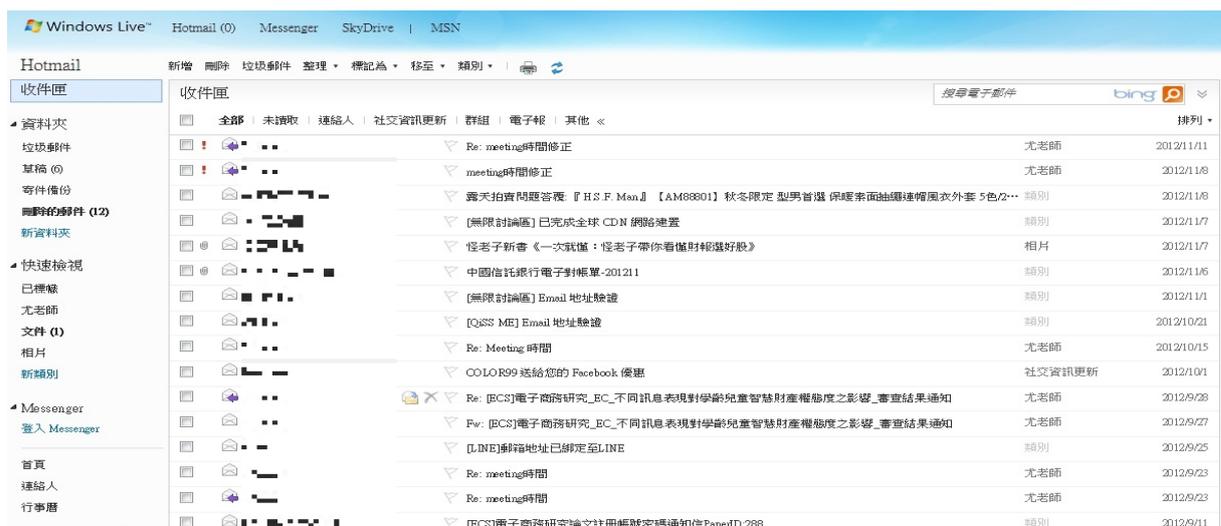


圖 3-11 Hotmail Web 介面

資料來源：微軟

郵件新增的功能是編輯郵件內容，編輯的項目有收件者的地址、信件內容、郵件主旨，如下圖 3-12。傳統郵件與電子郵件的編輯方式，普遍都是一樣，只差在於傳送媒介的不同。

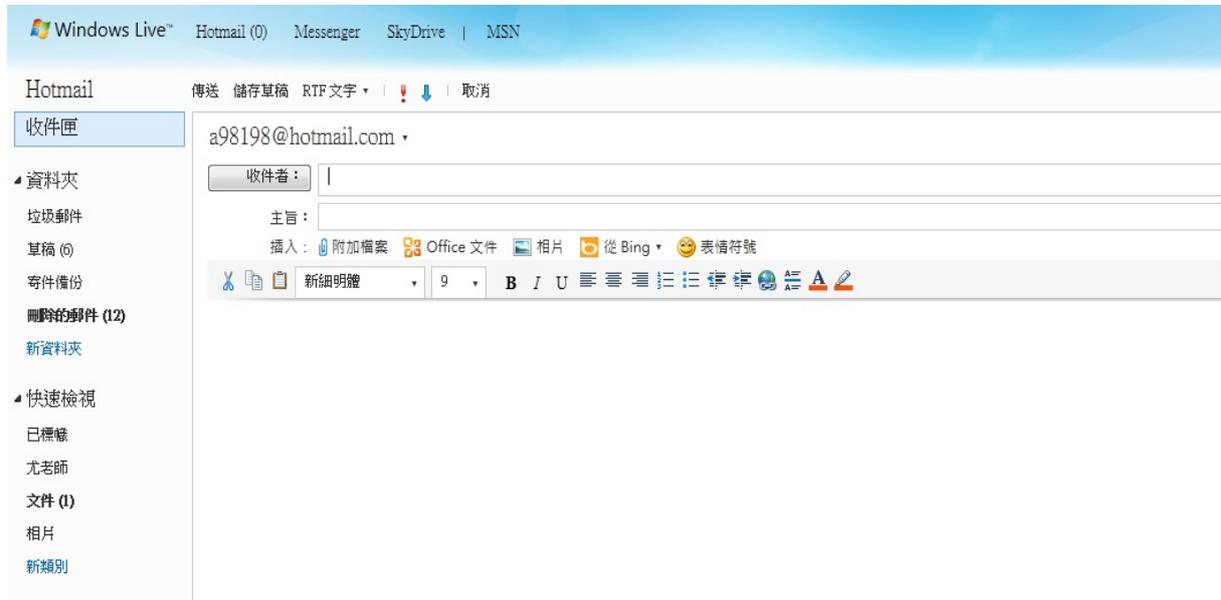


圖 3-12 Hotmail 郵件編輯

資料來源：微軟

## 第四章 資料分析

### 第一節 個人背景經歷

記得小時候，與母親去證卷交易所，只知道牆壁上有掛一台著很大黑色機器，上面顯示一堆的數字，數字每秒都在改變，顏色一下紅色，一下是黑色，大人的表情也是一下喜，一下哀，身為小孩的我不懂這群大人為什麼要盯著那邊數字，能到處閒晃，此時，看到高高的櫃台上有著奇怪的箱子，站在這個箱子前面的人都會按東西，好奇的我吵著要母親抱我去看那個黑色箱子是什麼，到了黑色箱子前面，隨手按下眼前的奇怪按鍵，並發現黑色箱子裡的東西在改變，當我又想亂按的時候，母親已經把我放在地上了。每當同樣的東西再次出現在我面前，都一定會過去給他亂按個幾下，最後換來的就是被父母捏。之後，母親知道我對著黑色箱子很有興趣，決定讓我去上課學習。此時，我才知道黑色箱子的東西原來是電腦，也開啟我對電腦的學習。在國小三年級，我就有人生中的第一台電腦，同時，我也不斷地學習電腦的東西。初中的時候，我已經學習到如何組裝電腦，也參與過班級的網頁製作競賽。

到了高中，家裡終於允許申裝 ADLS。有了網路，使我常常窩在家中

上網，在網路上能尋找自己想要的資訊、想看的東西，因為喜愛電腦，所找尋的資訊不外乎都是與電腦有相關，也讓我對電腦的東西更加了解。這時也是網路遊戲正在夯的時候，「天堂」想必是七年級生耳熟的遊戲，當然自己也有參玩該遊戲。網路遊戲不外乎就是練功、打寶物，大家在追求的是遊戲角色的高等以及頂級裝備，當然，我也是追求這些東西，每天熬夜打怪升等級，打寶物製作裝備。白天在學校裡，就跟遊戲同好一起討論這些遊戲上的東西，此時，我的人際關係並沒有很好，很少跟班上其他的同學互動，由於其他同學對於流行議題比較有興趣，所以沒有共同的話題可聊，甚至可能都沒有說過任何話。

天堂，任何人只要電腦和網路都可以玩，但遊戲等級卻很難升等、寶物難打，當被怪物打死後就掉等級或經驗。玩該遊戲，我都是單打獨鬥，一個人練功、打寶物，在遊戲世界很少跟其他玩家互動。玩一陣子後，讓我玩的感到無趣，開始轉移玩其他的網路遊戲，「仙境傳說」，遊戲的可愛畫風吸引我想要去玩，在遊戲裡大部分都是要組隊打怪，所以常常與不認識的玩家一起組隊練功，後期我加入的遊戲公會，公會是類似血盟的團體，每次上線都會先與公會的成員打招呼，順便約一起練功或是到練功所在地找他們一起同行，有時大家會一起聊天。

高三之後，我逐漸地遠離網路遊戲的世界，即將面對的是升學壓力。

此時，因為投文字 D 的漫畫，讓我又認識了班上其他人，互相交換 MSN，彼此之間都是它來交談、一起相約去街頭玩電。下學期，大家都為了人生新的轉折點而感到苦惱，沒錯，正是選填自願。自己知道對電腦的熱衷，所以都是填任何有關電腦的科系，抱持著有上就好的心態。最後，我來到了嘉義縣裡某間大學的資訊管理學系，高中的好友也到其他縣市的大學就讀，但我們之間並沒有因此而失聯。MSN，讓我們保持著聯繫，沒有空間、時間的限制，隨時隨地都可以交談。

剛上大學，自己是個大學新鮮人，對於班上的都不認識，加上車禍在家休養一段時間，回到學校後，人際關係根本是跌到谷底，上課都是一個人坐，沒有跟其他人互動，也不會去找別人交談。直到有一次上課，一位班上的同學忽然找我聊天，問說怎麼沒看過我，我也向他說明沒來上課的原因。過後，我開始慢慢地認識他以及他身邊的好朋友，大家也一起交換 MSN，平時上課就會坐一起，一起偷打瞌睡、聊天、聊八卦，假日相約出去亂逛。其實，我與大學朋友用 MSN 聊天的頻率不太高，因為朋友之間都只住在附近，想聊天、打屁會直接到對方那，除非分組報告可能就用到 MSN 討論或互傳報告。

到了大三，許多社群網站及互動網站慢慢地崛起，其中最熱門的就是 FaceBook，造成轟動的原因就是裡面的小遊戲，開心農場(Happy Farm)，

大家為了得到高等級的種子、擴田地，拼命地種菜、澆花、除蟲…等換取經驗提高自己等級，其中有個讓大家又愛又恨的功能就是偷菜，愛就可以是偷別人的，相反的，恨就是被人偷。大家整天都是守在電腦前，等著收自己的菜，避免被別人偷，同時也去好友的菜園偷菜，形成一個你偷我、我偷你的互動。上電腦課，全部人的銀幕上都是 FcaeBook，有人忙著在留言，有的在忙著偷菜，還真不知道是要教偷菜，還是要教正課。一陣開心農場的偷菜風潮襲捲全校，逼著學校把網路鎖起來，不讓偷菜風瀰漫在整個校園，不過學資訊的人都會想去找學校網路的漏洞，好巧不巧，被同學發現學校的網路上留了一條可以上 FaceBook 的路，一傳十，十傳百，大家上電腦課，還是開著 FaceBook 留言、偷菜，無法抵擋這波風潮。雖然我也有搭上這波風潮，但沒很著迷，因為長時間在電腦前等待實在是很費時，所以有上 FaceBook 才會去玩一下開心農場，偷別人的菜、幫別人拔草或除蟲…等。此時，有位同學玩得很入迷，跟我說他用 Excel 紀錄每個種子生長時間、採收後的價值，找到投資報酬率最高的種子，當下讓我很無言，只覺得他也太瘋開心農場了吧。

在大四過後，開心農場熱潮漸漸地開始消退，大家不再像之前這麼的瘋狂，慢慢地轉玩其他小遊戲，彼此到對方的塗鴉版留言，或是分享自己的狀態或照片、網路連結。我很喜歡去朋友的塗鴉版留言，常常都

會留一些五四三（台語）的話，朋友之間也都會互相吐槽，算是平時在網路的一個樂趣。畢業後，朋友都各奔東西，之間的聯繫只剩 FaceBook 和電話，我的朋友群慢慢地減少使用 MSN 的頻率，慢慢地長時間投入在 FaceBook 上，互動也只會 FaceBook 上發生。

## 第二節 熟識朋友

死黨、麻吉，該如何區分？古人總是說「士為知己者死，死而無憾」，一生得一、兩個知己，了無此生。我的朋友不多，很幸運的，有四位朋友是高中同班同學，從高中到我念碩班都是持續聯絡著，一起相約出遊、聚餐…等活動，彼此之間互相虧損、亂打嘴砲，當自己碰上問題或心情不好，這些死黨往往都會幫你一把、聽你述說心情，然而，這些朋友也讓我的生命多添加了幾分色彩。

### EX：A 死黨

A 死黨是我高中時期的同班同學。高一到高二結束的期間，我們兩人並不熟識，甚至下了課也不會去找對方說話、聊天。大部分的同學下課休息時，都是找鄰近的同學作為說話、聊天的對象，但我和 A 死黨這三年來都沒有互相坐在對方的附近，我猜有一個很重要的原因是他身高比較矮，往往都被老師指定坐前面。

讀高三的某天下午，我和 A 死黨很巧合地一起靠在教室外的牆，也順勢的聊起天來，抱怨今天某位老師說：「成績未達及格，星期六、日就要到校自修。」對於學生的我們來說，放假還要來學校自修是一件痛苦的事。

「ㄟ~最近有一部叫頭文字 D 的漫畫，你知不知道啊？」我靠著牆說。

「知道阿，他有出街機電玩。要不要找時間一起去玩一下？」他回說。

「好啊~」我很快地答應他，同時思考著我們要怎麼互相聯絡，

「ㄟ~有沒有 MSN 啊？阿不然是要怎麼聯絡？」我說

「也對，拿紙筆過來抄一下。」他說

有了 MSN，以後要相約出去打電玩就方便多了。

高中生使用電腦的時間其實並不長，因為晚自習回到家就九點了，再梳洗一下、看個書差不多就到了入寢的時間，所以大多數使用電腦的時間都是在假日。我每次開電腦完後，第一件事就是先開 MSN，尋找那位 A 死黨有沒有在線上。如果他在線上就會直接叮咚他。「在幹嘛？等一下有沒有空，要不要出來跑一下（玩遊戲機）。」我說。過了一會，「有啊！那 10 分鐘後，快樂龍等。」他說。對於沒手機的我們來說，MSN 就是

一個很好的聯絡工具。

上了大學後，兩人就讀不同的學校，A 死黨考上義守大學的電子工程學系。雖然有了手機，聯絡、找人變得更方便，但 MSN 還是主要的交談工具。然而，不知道 A 死黨是晚上太無聊還是怎樣的，特別喜歡在晚上的時候密我（密：網路上要找對方交談的一個動作）。當我正在看網頁或忙作業忽然就會跳出震動的 MSN 視窗以及叮咚的聲響，接著出現的是「你在幹嘛？」或「你勒銃三小」之類的話，我就會回說看網頁、弄報告…等；有時候換成是我去叮咚他，問他在幹嘛。然而，我回到高雄不外乎就是找死黨，所以 A 死黨蠻常在 MSN 問我什麼時候回高雄。

在某天的深夜。

「D 死黨、B 死黨這禮拜要回高雄，你啥時回高雄？順便約吃飯。」

他說

「星期五晚上。」我說。

到了星期五，我忘記了回高雄聚餐這件事，同時，我也在忙其他事情。到晚上休息時間開了 MSN，馬上出現 A 死黨對話視窗。

「孔ㄟ（我）~幹，你沒回高雄，下星期你要請客了。」他說。

「我時間搞錯了==，星期日要上山....」我馬上解釋。

「那你要請客阿。」他說

過了一下子，「哈哈，開玩笑的啦」，他說。

「你們今天有吃飯??？」我說。

「沒，出去聊天而已」他說。

「B 死黨應該有回去了吧??？QQ」我說。

「恩恩，他有回高雄。你要上哪一個山阿？」他說。

「阿里山石桌。我被分配當小隊服，所以一定要上山，今天有已經有人先上去場勘，路況好像不太好」我說。

(以上對話取至 A-P.156)

分析：

A 死黨是一位喜愛且主動找其他朋友聊天，符合 Coats & Mccrae (1986) 提出的外向性特質，時常用 MSN 問我何時回高雄，可能是想要一起聚餐與談天，同時會告知哪位死黨也會回高雄。由於兩人使用電腦時間都較長，平常的交談、關心等互動都是在 MSN 上進行。在互動的過程中，常用綽號稱呼對方，或常用粗俗的字作為語助詞，表示個死黨之間的友誼是很好的，基於網路互動都是使用文字做交談，為了增加互動的內容，常會使用符號表情作為肢體上的表達。因此，死黨之間具有外向信特質的人，經常透虛擬空間與他人互動，並關心對方的生活情況，互動中也常使用符號表示肢體語言。

有一天得深夜，我正在看電視，同時也在弄電腦，忽然跳出 MSN 視窗。

「孔ㄟ～在幹嘛阿？」他說。

「看一下電視阿，等一下要去睡了」我說

「恩恩，現在晚上會變涼了吧？」他說。

「是阿，可是白天有點熱」我說。

「不過比較不那麼熱了」他說。

「你現在都很晚睡，都在幹嘛？」我問。

「幹，不想晚睡。最近，今天又開始忙國科會申請，還有一些小雜事@@。你哩？」他說。

「要幫老師修改 PAPER，我到現在都還沒弄。」我說。

(以上對話取至 A-P.23)

分析：

A 死黨時常會透過 MSN 詢問我當下正在從事什麼事情或活動，也常用綽號稱呼我，兩人時常會關心對方在學校的事情，這樣的關心互動是很頻繁，也經常使用粗俗字作為語助詞，這樣的互動在較親密朋友之間，比較會出現該互動。因此，死黨之間的互動都是較頻繁，時常透過虛擬平台關心對方的生活情況，內容有經常是使用粗俗字句，這樣的互動都

是表示友誼好。

有一天的深夜

「還沒睡阿」他說。

「高雄冷不冷阿」我說。

「很冷阿。欸，嘉義也很冷吧」他說。

「下雨壓，不下雨還好」我說。

「孔ㄟ你一講我又感覺變更冷了，@@」他說。

「ㄗ...」我說。

「不知道那些喜歡冬天的人式有何種感受」他說。

過了一會。

「孔ㄟ，三星開始賣筆電了。」他說。

「0.0」我用符號回應。

「NV 要開發 CPU 耶 QQ」我說。

「不是跟 intel 互相分享技術。」他說。

「跟 intel 沒有關係 QQ」我說。

我貼了一則「**NV 宣布進軍 CPU 市場**」的消息給他看。

他也貼一則「**交互授權相關協議達成，Intel 同意支付 NVIDIA 15**

**億美元**」的消息給我看。

「intel 付錢...要提生 GPU」他說。

「NVIDIA 是否有拿到 Sandy Bridge (intel 的 CPU 技術), NV 要賺到啦。」我說。

過了下一秒,「但是不一定拿的到技術。」我說。

「怎麼說」他說。

「他上面是這樣說的...0.0」我說。

「恩恩」他說。

接他又說,「只能說以後市場還是這 2 家為大吧, 別家.....回家睡覺, 該有的技術都掌握在那些龍頭上了.....。至於台灣, 就台積電很屌吧, 技術夠強, 呵呵。」

「不過, 台積電技術好, 但是幫人代工的利潤真的是很少..., 就像鴻海一樣」我說。

「是阿, 這樣沒錯, 但是他的技術已經是世界最強的了」他說。

他又說,「鴻海, 你想想喔, 就高科技而言, 鴻海跟台積電哪一家是高科技?」

「幫人代工....., 因為利潤低, 勢必量要大, 才有得賺...」我說。

「但是, 台積電是高科技產業....., IC 代工也不是那麼簡單」他說。

「是阿...」我說。

「他比鴻海屌多了，只是鴻海規模大而已」他說。

「剛剛講道重點就是被別人賺，沒有自己品牌」我說。

「其實說真的，雖然台積電沒自己品牌，可是我還是非常佩服台積電，晶圓製造世界最強，等你慢慢了解技術面你就知道，我以前也認為品牌是應該是首選...」他說。

「可能我跟你站的立場不一樣，我看的是現實面，並沒有說技術不重要，重點就是一直代工，台積電一直研發製成越好，只是告訴大家我能力做，再來就是接單，生產...」我也提示自己的看法。

「是阿，可是世界上哪一家可跟他比？只有 intel。再說，台灣哪一家可以做 cpu 或是 gpu？大概沒有...」他說。

「是阿，可是他只是生產而已，生產 1 科 賣英特爾 10，英特爾賣大家 3000，賺的還是英特爾」我說。

「那你想要阿，英特爾要做的是 IC 設計阿。問題來了，想跟他一樣的廠商，哪一家可以跟他抗衡？台灣沒有一家。」他說。

「以規模來說 英特爾跟台積電應該差很多，感覺就是小蝦米對大鯨魚」我說。

「當然阿，NTEL 是從設計生產.封裝.....一路包下來，目前有能力做到這樣，就三星、INTEL、IBM、NEC....，這幾家比較有名」他說。

「我覺得台積電規模不大」我說。

「規模，世界最大就是三星了。你要想一想，NV 現在是多少奈米阿，如果沒台積電，我想 NV 也沒那麼優電路的特性可以出現」他說。

「其實對 NV 跟 ATI 他的製程感到不意外，GPU 的電晶體數量均大過 CPU，並擁有比 CPU 更強的浮點數運算能力，而且，之前我跟你提到說“為啥 GPU 沒有出雙核的”，因為 GPU 的複雜程度早就超過了 CPU」我說。

「恩恩，那 NV 還是要靠台積電提供良好的製程阿，難不成 NV 有自己的晶圓廠？」他說。

「他可能只負責設計吧，現在市面上 ATI 的顯卡也是台積電做。」我說。

「恩，所以台積電強就強在這，不然都講白的。晶圓廠大陸也有，幹嘛不去大陸？」他說。

「你的觀點跟我的觀點不一樣，我講的是"賺錢”」我說。

「賺錢，那最好還是不是找科技業？」他說。

「你說工作嗎????」我說。他說「NO」。

「我看不懂你的意思，那最好還是不是找科技業---->看不懂意思」  
我回應。

「我是說我覺得台積電在世界上已經是製成第一名了，如果看  
廠商都只是看賺錢賺多，那就別找科技業，拼死命把製程弄那  
麼小，還不如學財經行業，.在家狙擊別國股票就可以賺錢了」  
他說

「我跟你還是一樣...有想法不同」我說。

「當然這世界上不是技術最強就生意最好」他說。

「我學的東西...是透過 IT SUPPORT 公司回應外在環境壓力，達  
到效益。我只能說是相輔相成（IT 與管理）」我說。

「產業當然是相輔相成，沒面板..有 CPU 也沒用..呵呵呵」他說。

「我只覺得學商會比較能快速賺錢，正在努力學習判斷的能力  
.....這個可能需要一段時間」我說。

「恩恩」他說。

「我先下了（離線），明天 7 點要起來」我說。

（以上對話取至 A-P.146）

分析：

A 死黨常在 MSN 上問我正在做什麼事，並順勢關心對方一下。他與我都是喜愛關注新科技的訊息，他自己對科技產品有喜愛的公司或品牌，當我或他看到新的科技訊息時，常常會在 MSN 上做分享，並做一對一的快速互動。互動過程中，常用會使用專業術語做討論，例如 NV、GPU、CPU、晶圓…等專業名詞，或是討論大公司的技術，例如奈米製程、IC 設計…等，由於 A 死黨本身是電子相關背景的人，很注重技術層面的東西，譬如他認為英特爾在 IC 設計方面很厲害，或是台積電製程方面很厲害等，然而，學商管的我會比較在意公司是否因這樣的技術或產品，得到高收益。因此，我們常常會因看事情的角度不同，兩人很堅持自己的看法，所以很常發生爭辯的情況，爭辯到最後，有一方可能認同對方的想法，或是藉由轉移其他的話題結束爭辯。因此，即使是很好的朋友，會因個人的背景不同，對相同的事物持有自己的見解，造成相會的爭辯，最後以和平且不傷和氣的方式收場，同時不會影響之間的友誼。

有一天的晚上，我在正在看電視，忽然聽到 MSN 的聲音，走到電腦前面看了看。

「雞趴熊。」他說。（我在 MSN 的暱稱是趴趴熊）

「你喜蝦郎？（你是誰）」我說。

「我喜笨太耶孔ㄟ（我是變態孔ㄟ），我金笨太（我真變態），」  
他說

「你勒供蝦= =（你再說什麼）」我說。

「阿哩吸像（阿你是誰），你就笨太耶（你很變態），掏永孔ㄟ  
帳號（偷用孔ㄟ帳號），變態」他說。

「我不是本人喔，你找錯了喔」我說。

「喔喔，我以為是孔ㄟ，那你是？」他說。

「我是孔智洋，哈哈。最近有沒有去好事多啊???'」我說。

「昨天有去阿，怎麼了？」他說。

「如果有去~幫我看一下這個洗衣粉多少錢」我說。

我貼了一個洗衣粉的連結

「幹，你喜孔ㄟ，我吸哩老目，哈哈」他說。

「老母？」我說。

「他橘子工坊已經沒了」他說。

「真的假的？」我說。

「他個是一陣一陣，很多東西都是這樣，賣完就沒了。」他說。

「好吧，因為網路很多人推」我說。

「我上次原本想買個架子，結果下次去，幹，就沒了。」他說。

「哈哈，沒了 XD」我說。

「ㄟ~我覺得阿，你可以找那橘子工坊一整袋的，他每一種產品都是一瓶，好像全聯有賣，不然你就網路買衣買拉，最多讓你差 50 而已，我也是聽學弟說很好用。」他說。

「我媽都用皂福，也是天然的。橘子工坊有 4 公斤裝，網路價 600，我想說用用看，再跟我媽推薦」我說。

「小北買也有阿，因為我之前看到一個透明袋子，裡面裝著橘子工坊的每一個產品，每種都放一罐，好像沒有很貴，感覺那個滿划算的」他說。

「(橘子工坊)洗衣精比較貴，洗衣粉比較便宜。」我說。他說

「當然囉。」

「我洗衣粉還沒用完，不過我想換掉。味道來說，一匙靈的不好聞」我說。

「你手腳太慢了拉，好市多一堆瘋子」他說。

下一秒，他馬上說「速馬力(機油)洗一洗就好了。」

「= =」我表示無言。

「你快去小北或家樂福買啦，我先掛網囉，掰拉」他說。

「嘉義沒小北（百貨）啦」我說。

（以上對話取至 A-P.368）

分析：

A 死黨常常喜歡在 MSN 上，針對某事情對我說出較戲謔的字句，譬如用較粗俗的字稱呼我，內容上也很常用台語的諧音，例如「喜蝦郎」等同中文的「是誰」或是用注音表示發音詞，例如「ㄟ」等同中文的「欸」，互動上很常用這類的諧音字詞，如果發訊者打錯字，但讀的音是對的，收訊者仍看得懂字義，互動上也很常用符號作為肢體語言的輔助。在聊天的過程，會討論到某的話題或商品，都會相互的分享經建。基於是死黨的關係，常會使用粗俗字眼作為語助詞，或是用誇大的說詞相互的戲謔，這類的字詞或內容比較會出現在關係較為密切的朋友。因此，與死黨在虛擬空間上的互動，內容上都會用較於誇大的陳述方式或用諧音表示語意，並會粗語做語助詞，當談論到某些事物，會互相分享經驗，也常使用符號做肢體的表示。

EX：B 死黨

B 死黨是我高中的同班同學，跟 A 死黨也是好麻吉。他個性是很容易暴走的人，說話也很衝，感覺就是準備要跟別人打一仗。之前，在班上看過他憤怒差點出手揍一個同學，說怪了，我怎麼會認識這種朋友呢？

而且又是死黨，問我，我可能也不知道，我只知道高一到高二，我跟他可是完全沒有交集，座位沒有坐在附近，體育課從來沒有一起打球，中午不曾坐在一起吃飯，沒說過什麼話。在腦海的隱隱約約的片段記憶，他跟 A 死黨好像常常被老師指派到前面的座位，才會跟 A 死黨有交集。那我與 B 死黨又是如何有交集的？其實，就是「頭文字 D」。在高三的時候，我跟 A 死黨常常下課會討論頭文字 D 的遊戲，在討論的過程可能剛好被他聽到，讓他感到興趣，也湊過來想了解一下。

「我們有去快樂龍玩街機，你要不要一起來？」我說。

「好啊。」他說。

「那你給我 MSN 一下，這樣也比較方便聯絡。」我說。

交換了 MSN，之後去玩街機又多了一位朋友，不過，我很怕約他一起去玩，玩到一半他忽然揍我，因為他有不良紀錄。

雖然交換了 MSN，但他不常上線。有時看他到上線，我就會密他。

「我等一下要跟 A 死黨去打電動，你要不要來啊？」我說。

「去哪打？」他說。

「去高雄火車站那邊的快樂龍好了，30 分鐘後見囉」我說。

因此，我也常常用了 MSN 約他一起出去，之後也開始慢慢的變熟。

高中畢業後，死黨去讀大葉大學的生物相關的科系。高中期間，因為要相約去玩電動，就會用到 MSN 聯絡。不過上了大學後，就不能一起相約出去，所以變得比較少用 MSN 在聯絡。很確定的是，他應該常常跟 A 死黨用 MSN 聊天，因為我跟 A 死黨聊天都會說到他（B 死黨）什麼時候會回高雄。

有一天的傍晚，我正在看網頁時，他密我。

「孔ㄟ~在嗎？」他說

「在阿」我說

「問你喔，ASUS 筆電怎重灌？筆電不是可以一鍵還原？」他說。

「一鍵還原這個我不知道耶，有光碟機嗎？」我說

「沒，我的是小筆電」他說。

「我 acer 可以用程式還原」我說

「ASUS 沒有」他說

「小筆電，基本上原廠買來他就會要你先做 OS 備份。」我說。

「= =」他回。

「他都會備份應像檔，如果你沒做的話…看看可不可以 USB 開機，可以話你就用隨身碟重灌吧..XD」我說

「恩。」他說。

他貼了一個有關重灌 eee pc 的網址，並說「我照這篇的方法走，按 F9 他不理我。」

「那（原廠）可能就沒有備份吧，要還原可能就要重灌。」我說。

「重灌藥用光碟？」他說。

「是的，隨身碟重灌也是可以。」我說。

「恩，問題是光碟不再身上。」他說。

「以這時間來說，你應該在學校…」我說。

「是阿，聰明。小筆電中毒太深，我的電腦那邊點硬碟，無法直接開啟」他說。

「是要按右鍵點開始吧??? 再點檔案總管，感覺你好像是重 USB 的毒」我說。

「是阿，可是救不了。」他說。

「你有掃毒嗎？」我說

「諾頓一直跳出系統 32 那邊有病毒，USB 的讀取，我也用過了，

還是不行」他說。

「我想說你要不要試看看 avast 5.0」我說。

「那是什麼？」他說。

「一樣是防毒軟體，免費的」我說。

「比卡巴（防毒軟體）好？」他說。

「他是對岸（大陸）做的 XD，我不用卡巴」我說。

「所以你是用那個？」他說。我回應「是的。」

「安裝軟體大嗎？傳給我看看。」他說。

「可能會傳很久喔，我給你網址。」我說。

「我看看，我在學校，應該不會很慢吧。」他說。

我把防毒軟體網址 貼給他。

「怎看（下載的地方）。幹，學網這麼慢喔。」他說。

「那我傳給你看看」我說。

我將防毒軟體傳給 B 死黨。

「檔案夾變成.EXE 結尾，代表就是中毒，真實的檔案會變隱藏」

我說。

「這事什麼？我要存在哪？」他說。

「安裝檔，你等等候面再多打一個 E，不然會不能開。」我說。

「硯，以後不會選擇 ASUS，有夠麻煩」他說。

「小筆記都是這樣..XD」我說。

「桌機用 ASUS 的主機板，重灌也是不一樣，賽哩娘。」他說。

「不只 ASUS，宏碁也是樣」我說。

「哪有，之前我同學也是問我怎重灌，結果他主機板是 ASUS，有夠麻煩。」他說。

「灌 ASUS 的光碟很雜，不是很喜歡」我說。

此時，防毒軟體以傳輸完成。

「ㄟ 我多打個 e」他說。

「QQ"，那就拿掉，就會變成個圖案」我說。

「代表啥，你不是叫我後面多個 e」他說。

「對呀，那就可以灌了。」我說。

「灌？這是啥？」他說。

「灌防毒，AVAST」我說。

「所以那個我就不用載了？你傳都比我載的還快==」他說。

「嗯呀，ㄎㄎ」我回應。

「可是，我下載的視窗關不掉。」他說。

「強制也關不掉???'」我說。他說“恩”。

我又說，「要不要試試看用登出在登入。」

過一會，「對了，阿你考的怎樣？」他問。

「只有自己的學校 XD，想考的科系太多人考了，不過也沒啥在看書」我說。

「丐丐，會念吧」他說。

「會念，(防毒軟體)可以灌嗎？」我回說。

「還沒用，等等要上課，怕來不及弄。」他說。

(以上對話取至 B-P.1)

分析：

B 死黨，是一位個性較為衝動的人，常會因他人說錯話而暴怒，較讓人感到不易親近，上大學之後，因兩人喜愛的事物都不盡相同，之間較沒有話題可聊，導致兩人在線上的互動並不頻繁，但還是會相互的關心。B 死黨非資訊相關的背景，當電腦方面遇到無法自行解的問題時，常會透過 MSN 詢問我解決方法，常會用綽號稱呼我，也代表之間友誼好，互動內容不外乎專業相關的事，中間也會穿插使用表情符號表示肢體，還會出現一些較粗俗的字句，做嘆詞或語助詞，或是用注音表示其他意思，例如注音的「丐丐」表示竊笑，內容上，會發訊者為了打字快而打錯事，但讀訊者不會因打錯字而會錯意，例如「中毒」打成「重毒」。因

此，具有衝動的死黨，與他的互動頻率是較低的，當需要專業上的求助時，會優先詢問身邊具相當程度的專業人，基於是死黨，還是會相互的關心，在互動內容上會常用較粗俗的字詞，或是用表情符號做輔助以及一些字詞的諧音。

#### EX：C 死黨

C 死黨是高中同班同學，跟 A 死黨和 B 死黨是好朋友，他們下課時都蠻常在走廊上聊天，上體育課的時候也是一起打球。雖然我們在同一個屋簷下一起讀書，但我跟他是完全不熟，甚至高一、高二可能都沒有說過話，直到高三，我們是為了一個東西才有了交集，沒錯，就是「頭文字 D」。C 死黨與 A 死黨和 B 死黨在聊天的時候有提到「頭文字 D」遊戲機的事，讓他（C 死黨）感到有興趣，之後，我們四個人常常一起去玩遊戲機，也慢慢的變熟，同時，我跟他要了 MSN。相處一陣子，也慢慢了解 C 死黨的性格，他是個說話帶風趣、很挺朋友的人，卻有一隻狠毒的嘴，說起話來非常直接，對朋友來說，都只是開玩笑的話，聽在不認識的人耳裡，會讓人感到不舒服。記得有一次，與朋友們一起出去逛街時，我有被他毒舌過，說的話令人感到不舒服，或許，那時對他還不是很熟。

雖然我與 C 死黨是好朋友，加上曾經被他毒舌過，所以與他的在網

路上的互動並不多，甚至很少在聊天。高中畢業後，他到嘉義念大學，有時候會問我最近過得如何、在幹嘛之類的關心話，需要我幫忙的時候也會找我。

「孔ㄗ，幫我找一下二手的 K8 主機板可以用的顯卡，等級至少要跟我壞掉的這片 NVIDIA 殺豬來的 6600 差不多，幫我找一下然後報價給我吧，我要讓我的冰山美人復活...!!急件<~ 換內臟達人 趕緊回復」他留言。

(以上對話取至 Fb-org-P.26)

過了 7 天後。

「C 死黨，6600GT 是 128MB 還是 256MB 的？他有兩個本版 DDRII 跟 DDRIII」我問他。

「我覺得應該是 DDRII 的，我這裡拜會回去，你來我家幫我看一下好了拉 ==，我真的不懂」他說。

「D 死黨的那塊，需要另外接 4pin 的電源嗎？」我說

「我好久沒拆過它了。」他說。

「我不知道會不會回高雄，如果沒回去的話，你拍個照給我看看一下，我就知道是哪個版本。」我說。

「恩，no 趴噴。」他說。

(以上對話取至 Fb-org-P.26)

分析：

C 死黨個性較為直來直往且說話又較直接，曾被他用較惡毒的言詞所形容，讓我感到有些不舒服，此外，兩人之間較無共同的話題可聊，所以在網路上的互動是較少的。由於他非資訊相關的背景，對電腦的事物較為不懂，當有電腦相關的需求或問題時，大部分是找我解決，較少找他會電腦的弟弟，原因可能是我們都在同縣市念書的關係。驗內容上， he 會用綽號稱呼我，表示之間的友誼較好，也使用了一些外來語的諧音表示意思。因此，即使曾經在互動上有不舒服之處，但基於死黨關係，當有需要專業上的請求幫忙，仍然會給予專業上的幫助，個人的專業也讓朋友能感到信任與可靠。

EX：D 死黨

D 死黨是我高中的同班同學，我與他搭相同台校車、各自坐在對方的旁邊，每天一起上下課。雖然在校車上他坐我旁邊，但我們之間的話並不多，頂多會聊天一下今天在學校發生的事情。在學校裡，我們並不會刻意的去找對方說話，但他與 A、B、C 死黨之間的是比較多的，下課都會打成一片，上體育課常常一起打球，所以在高一、高二的期間，我們

並不熟。直到甚麼時候才熟呢？其實也是在高三的時候，由於高三的時候，與 A、B、C 死黨漸漸要好後，順勢的跟 D 死黨慢慢熟識起來，並知道他是熱愛看 F1 賽車、MotoGP 和 MBA 比賽的人，常常與 A 死黨討論此事，我也是喜愛賽車競賽的人，由於家中沒有第四台可以觀看，所以無法與他們一起討論。他的脾氣不錯，偶爾我會跟他吐槽一下，他總會眯眯眼對我說：系吼，擱無嗎（是吼，還有嗎）？。

在讀大學前，他需要一台新電腦，但又對電腦並不是很了解，好朋友的我一定幫他幫助他，跟他一起到電腦商場選購零件、幫他組裝。上了大學，他讀的資訊工程學系，照道理來說，他應該是喜愛電腦，對電腦有一定的了解才對，怎麼會找我求助有關電腦的事情。

有某天的深夜

「孔ㄟ大大啊，我需要你給一份菜單（電腦清單）阿。」他說

「YO~辦桌（請客）嗎???XD」我說。

「主機菜單。」他說。

「ㄉ~預算? 有偏好嗎?@@」我說。

「要有 HDMI、藍光光碟機、Full HD，絕對要跑的順，預算是 1 萬~2 萬。」

他說。

過了許久，我沒回應他。

「有困難嗎？」他說。

「我還在配。」我說。

「不急啦，你慢慢配」他說。

「盡量能在 1 萬 5 以內，便宜就好」他說。

「CPU 你要 I (Intel) 跟 A (AMD) ?」我說。

「那就 AMD 了。」我說。

「主要是看影片而已，所以才要藍光的光碟機，要裝我家電視的」他說。

「這樣一定要 HDMI 了？」我說。

「是阿，HDMI 要支援聲音跟影像同一條線傳輸的喔，好像要支援 HDMI 1.4 以上」他說。

「是喔」我說。

「還是 1.2? 我忘了。我要去睡覺了，你假日前給我就 OK 了，或晚一點也 OK。」他說。

「恩恩，掰掰。」我說。

(以上對話取至 D-P.1)

分析：

D 死黨念資訊工程的相關科系，跟 A 死黨一樣有資訊相關背景，但他對於電腦似乎並沒有很大的興趣，當他需要組一台電腦的時候，會找我一起討論，不找 A 死黨而找我的原因，可能他認為我時時刻刻都在關注電腦硬體的最新資訊，透過我，他可以在短時間內得到最佳的電腦組裝清單，由於 D 死黨對電腦有一對程度的認知，可以用字母做代表，例如 A 代表 AMD，互動上則會用一些表情符號的輔助，或用字詞引申其他意思，例如菜單為電腦清單，以及用注音做狀聲詞，例如「嘆」則用注音的「ㄊ」，基於死黨關係，有時還是會對他戲謔一下。他與 A 死黨經常會有共同的話題可聊，我在這方面的資訊是缺乏的，而無法與他一起討論。因此，由於共同話題的資訊較缺乏，使得與死黨之間的互動較為不多，當對於專業上有需要或求助時，會詢問身邊關係較密切且對該專業事具有一定程度的人，內容上會用一些符號的輔助或用注音表示音詞。

EX：網路社團（A、B、C、D 死黨、E 好友）

E 好友是我高中的同學，他是一位個性開朗的人，跟他開玩笑不太會生氣，總是會笑笑的，也是 A、B、C、D 死黨的好朋友，在體育課時，他們常常在一起打球。我與 E 好友在高中時期沒有很熟，說的話真的不多，也沒有對方的 MSN，只能算是點頭之交。因為死黨們很常跟他互動，

順勢的讓我也慢慢的認識他，但不到很熟識，只知道他是個籃球狂，在大學期間，常常晚上跑到體育館打球，有時打到三更半夜，讓我覺得他只要碰到籃球，精神就會異常的好。

當 FaceBook 社群正夯的時候，D 死黨替我們開了一個秘密社團，由每個人並不會長時間使用網路，這個社團就成為我們一個連絡的平台。同時，設立社團簡介：「新！正義連線為前正義高中 5 班，極私人社團。以嘴砲、邀約活動等為成立目的，以玩遍天下為主要號召!!!」

在社團成立完後不久。

「正義！」C 死黨說。

「放假了噢。」E 好友說。

「2 號。」D 死黨說。

「八月一號才放」C 死黨說。

「垃圾。」D 死黨說

「....」B 死黨說。

(以上對話取至 Fb-org-P.4)

分析：

網路社團的成立，使得好友之間可以隨時在這個空間進行互動。由於社團成員都是同一所高中畢業的，加上高中名稱有「正義」的字詞，

因此，將「正義」當作是一種口號。基於死黨關係，都會互相的關心，互動中，會用一些符號表示肢體語言，也會用一些較粗俗的字詞互相虧損，代表之間的友誼是很好的。此外，在死黨關係以外的人，使用較粗俗的字詞，可能會造成他人的不舒服與困擾。因此，死黨之間的互動，內容上較常使用粗俗的字詞進行相互的虧損，也會使用符號做肢體語言的表示。

B 死黨回高雄前的幾天。

「這禮拜回高雄 ~！」B 死黨說。

「這禮拜去台北~！」D 死黨。

「.....」B 死黨回。

「.....」D 死黨回。

「這禮拜去台北+1~！」E 好友說。

「算了，不回去了。」B 死黨說。

「.....」E 好友回。

「我最長呢。」E 好友說。

「.....白癡= =，B 死黨，相機買了沒？你回來啦，我都在高雄。」D 死黨說。

「買了~買了~ EX1」

「阿你不是要去台北，還想說找你們打球吃飯喇賽(聊天)咧。」

B 死黨說。

「科科，我真的剛好不再高雄。」E 好友說。

「情人節跑去推炮了拉，操。」D 死黨說。

「耶。」E 好友說。

「疑，那怎會去台北呢...」B 死黨說。

「去 dirty 天龍國阿。」D 死黨說。

「橘子(E 好友的女朋友)說要去台北的，不要靠杯。」E 好友說。

「賣 gay (少來)。」D 死黨說。

(以上對話取至 Fb-org-P.4)

分析：

B 死黨透過網路社群告知死黨們自己麼時候回高雄，想與大家相聚，可能那天部分的死黨有其他的活動，讓 B 死黨有點不高興，也用符號表示無言。隨之，D 死黨與 E 朋友也用符號表示無言。E 朋友則做出較無聊的比較舉動，由於 B 死黨要買相機，就慫恿他買某個牌子，然而，E 朋友表示要去台北而無法相聚，D 死黨則用較情色與粗俗的言詞以及其他言語的諧音，對 E 朋友虧損。因此，由於每位死黨都在不同的縣市念

書，會透過網路社群告知他人自己未來的動向，意味著希望大家能一起相聚，互動中，也會使用較粗俗以及較情色的字詞相互虧損。

有一天，D 死黨建立「墾丁連線」

「E 好友說 9 月的墾丁行，能不能改成星期五、六（9/2、3），他不知道什麼原因說假日只能一天，不知大家意見如何？」D 死黨問。

「我是覺得 9 月 1 號~2 號。」A 死黨說。

「我沒辦法非假日請兩天阿><（D 死黨正在當兵中）」D 死黨說。

「我可以，只要 1~10 號之間」C 死黨說。

「OK，解決一個。A 死黨、B 死黨、孔、你們勒？」

「有困難的先把原因提出來，讓 D 死黨比較好整理，訂房間的人很辛苦」C 死黨說。

「9/2、3？」我問。

「恩。」D 死黨回。我用私訊告知 D 死黨時間上可以。

「剩 B 死黨一個人，不知道他什麼時候回我。」D 死黨說。

「OK 阿.....A 死黨要延期了？」B 死黨說。

「謝謝各位，我假日只能請一天班，拍謝拉。五六 或 日一都可以。」E 好友說。

(以上對話取至 Fb-org-P.8)

分析：

死黨們在相聚時，D 死黨提出要去墾丁遊玩，則在網路社群建立出遊的活動，讓大家一起討論出遊的事情。由於死黨們使用虛擬空間的活動時間較長，剛好在同一時間所有死黨都在線上，則採用立即性的討論。討論過程中，大家會去體諒主辦人辦活動的辛苦，盡量快速決定好，好讓主辦人好處理事情。因此，死黨們會體諒辦活動的主辦人，當所有成員在同一時間都線上，則會快速討論，減少主辦人不必要的麻煩。

某天，我在社團上轉貼了一個連結：「90 歲老翁有 50 個孩子因為太愛做愛 | 即時新聞 | 20110920 | 蘋果日報」。

「B 死黨，你可以參考一下~XD」我說。

「……」E 好友回。

「E 好友，也想參考一下嗎？XD」我說。

「羨慕就好，別桶我。」B 死黨說。

「孔ㄟ，就只有妳會注意這種 543 的」D 死黨說。

「D 死黨，意外得到了訊息，其實我不會 follow 這種新聞。」我說。

(以上對話取至 Fb-org-P.13)

分析：

我故意對 B 死黨分享一篇有關「性」的新聞，對他做出調侃的動作，並用符號表示笑臉。E 朋友用符號表示無言。B 死黨則反擊我對他分享的內容。D 死黨虧我只會這類的新聞，同時也用台語的諧音加重語氣。死黨之間可能會故意針對某個朋友，說一些或專貼一些較情色的話題，相互的戲謔。相對的，在死黨關係以外的人都比較不會討論這類的話題，可能會被當作是一件很不禮貌的事。因此，由於研究者的死黨團都是男性，在虛擬空間的互動內容，較容易提起情色話題，藉以相互的調侃。

有一天下午，B 死黨說可能是心情不好。

「幹 我想休學當兵工作...」B 死黨說。

「浪費時間在這裡,倒不如浪費時間去當兵.....」B 死黨又說。

「我每天晚上睡覺前都在想一樣的事」D 死黨說。

「老師不放人喔....」我說。

「當兵這條路 不好走啊。」C 死黨說。

「==遲早要面對」B 死黨說。

「包阿款款阿 出發總要有個方向走 我們到國防部去~」C 死黨說。

「人生只有一次，生命沒有重來的機會。在這飄渺的年代，更需要主的帶領與同在。阿們~」D 死黨說。

「阿妹!~」C 死黨說。

「那學 X 怎麼辦...」A 死黨說。

「就這麼辦...」我說。

「樓上兩個會有報應的」D 死黨。

「休學是需要比當兵更多勇氣的...阿包....」A 死黨說。

「出來跑的 遲早都要還...」C 死黨說。

「你幾個小時後就要還了 還在這邊...」D 死黨說。

「所以你是要勸阿包???'」A 死黨對 D 死黨說。

「祖國萬歲~我爬完 01 文了 只是簡體字多了點... 可以順便拍拍照片 好久沒拍照了！」C 死黨說。

「勸阿包幹嘛，他沒那個覽趴休學跟當兵，所以只要看著他抱怨一下，然後他會繼續唸完，不用替他緊張~，賭 10 張海港 他會念畢業~」C 死黨又說。

「跟我想的一樣，所以我才要說那句。」A 死黨說。

「阿包該有的都有了，就是沒種...」C 死黨說。

(以上對話取至 Fb-org-P.17)

分析：

B 死黨可能因延畢之緣故而心情不好，就到 FaceBook 社團發心情文，並用粗字做開頭表示強烈語氣，接著到告知死黨們想要休學去當兵。由於 D 死黨也是延畢，故跟 B 死黨有同樣的想法。我與 C 死黨關心他是怎麼了，此時，C 死黨正在服役中，所以告訴 B 死黨：當兵路不好走。B 死黨用符號表示無奈，並覺得這件事遲早都要面對。此時，C 死黨故意慫恿她一起去當兵了，又與 D 死黨用基督教話語對他開玩笑，我也與 A 死黨故意用一些話戲謔 B 死黨。最後，C 死黨從高中到現在對 B 死黨的認識，所得到的結論是，B 死黨只是到 FaceBook 社團上抱怨而已，一樣會把研究所唸完。因此，可以看出死黨對彼此間都有一定程度了認識與了解，然而，當其中的死黨可能因心情不好發文時，其他人就會給予回覆且關心，同時也有可能會對發文的人說一些較戲謔的話語，基於是死黨，不會因戲謔而打壞之間的友誼。

有一天晚上與女友吵架，心情不好，就到 FaceBook 社團發文。

「哀~~!! 又 again...」我說。

「安爪? 吵了? 分了? 還是...噴...了」C 死黨。

「又吵了...」我說。

「頻率太高 會成真喔...當心阿」C 死黨。

「我知道...最近還是別通電話好了... 可是我預計下禮拜要去幫他過生日..那我還要去嗎??? 禮物都買了」我說

「買了就過阿==傻喔」D 死黨說。

「兩個人都不爽 怎麼過...==」我說。

「女人的想法 這一秒跟下一秒都不一樣...還是過吧 真的~」C 死黨。

「哪一個不是==」D 死黨說。

「樓上有古怪 越來越精通女人了...一定偷偷的計畫這甚麼...你是宇智波斑嗎...偷偷計畫著...」C 死黨。

「但是會一直拿以前某件事在說，大家聚一聚的時候我在跟你們說，現在總覺得以前可以的，現在都不能，問甚麼都無解，說真的我都猜不透她在想甚麼...」我說。

「明明就阿飛==呾孔^你可以先找包蒜包我想他一定也跟你一樣很多"東西"可以聊 XD」D 死黨說。

「我覺得 你們兩個共同的興趣好像沒有 然後也沒甚麼可以一起計畫的 所以 先找這些東西 看會部會改變現況吧話說 我也

很愛提以前 然後就吵了 呵呵==」C 死黨。

「共同的交集沒了.....」我說。

(以上對話取至 Fb-org-P.29)

分析：

在深夜，自己與女朋友在電話中起了爭執，因心情不好就在 FaceBook 社團發心情文，剛好 C 死黨正在看 FaceBook，就很快快速的回覆我，並關心我發生什麼事，也告知我，太常吵架小心會分手。我表示女朋友生日快到了，是否還要去幫她過生日。D 死黨看到我回文，罵我說「當然要過」，也提出他的看法。C 死黨表示女人心像海底針，建議我去慶祝生日，同時，也對 D 死黨戲謔了一下。最後，D 死黨則叫我去跟有交往經驗的 B 死黨聊一下感情事，C 死黨也給我感情的建議。因此，由於死黨之間的關係較為密切，在發生不愉快的事或心情時，會在網路平台發心情文，其他的死黨都會給予關心。

有一天的晚上。

「E 死黨，唱歌阿~ 13.30 起的來嗎？」B 死黨說。

「C 死黨。」他說。(FaceBook 可以用透標籤的方式告知對方)

「D 死黨，13：30 五福好樂迪 ok 嗎？」他問。

「OKOK 阿。」C 死黨說。

「叫你上 msn，細勒衝瞎小（是在幹什麼）。」B 死黨罵說。

「在下載了拉」C 死黨說。

「.....下載，哪招？」B 死黨說。

「靠妖，我跟橘子在台中，明天才會回去欸。」E 好友說。

（以上對話取至 Fb-org-P.38）

分析：

B 死黨想約人去唱歌，在網路社群叫 E 好友一起去，並用 FacrBook 標籤的功能，問 C 死黨要不要一起去。B 死黨叫 C 死黨上 MSN，卻遲遲沒看到他在線上，用台語的諧音表示不滿，也用網路用語對「C 死黨正下載 MSN」的字詞感到人傻眼。E 朋友用粗俗的字詞作為語助詞的表示，意味著可能去不了。死黨們使用 MSN 時間不會很長，常常會透過 Facebook 社團相約非立即性的活動，漸成為一個相互連絡的平台。死黨之間的說話語氣可能都是直來直往，時常會透過其他言語的諧音加重語句的意思，基於死黨關係，不會讓對方感到是在指責的意思

小結：

由於死黨之間的關係較為密切，常會分享生活上的事物與經驗或相約出遊，在網路上的互動內容，常會用粗語表示連接詞或語助詞、表情符號表示肢體語言或用其他語言的諧音做語氣的加重，甚至死黨之間針

對特定話題相互的戲謔與調侃，這樣的互動方式大部分只會出現在關係較為密切的朋友。然而，死黨之間會因較無話題，會影響網路上的互動頻率，但不會因此減少之間的友誼關係，當有需要求助或專業上的幫忙，仍然會相互的幫助。當與死黨在虛擬空間討論特定的話題，會因話題的內容而有不同的見解，導致相互的爭辯，基於是死黨之故，仍以和平且不傷和氣的方式結束話題。

### 第三節 普通朋友

一般的人，可能會擁有很多朋友，但這些朋友可能因為工作、興趣、課業…等，而相處在一起，互動的內容只會侷限這些共同的事物，對於較深層事物，像是感情…等，則比較會不會談起。

#### 一、課業

##### EX：F 朋友

F 朋友是我研究所的朋友，大部的時候都在課堂上相遇，平時的相遇，都只是簡短的互相問候，隱約可以發現他的個性較偏向自我，雖然有互相交換 MSN 以及 FaceBook 的帳號，由於他平時都不會使用網路平台，兩人之間的網路互動並不多。

要交期刊報告的前一天，我正水深火熱的拼命翻譯期刊，此時，

F 朋友可能也是正一個頭兩個大，詢問我翻譯進度，我將翻譯好

的部分用 MSN 傳給 F 朋友。

「這是初稿喔~~我還沒訂正」我說。

「沒關係~，我只是要看一下後面」他說。

檔案傳送完後不久。

「所以你另一篇（英文論文）搞定了嗎？」他問。

「NO ...= =」我說。

「me too」他說。

「熊董說要搞定他..... 我翻完給他，他翻完給我。」我說。

「怕是他被搞定阿。」他說。

「對= =，不知道他回來了沒。」我說。

「時間這麼短...就算只有 10 頁也要不只兩天了。」他說。

「希望他 OK~」我說。

「我覺得他不 OK 阿.....」他說。

「他的翻譯都是跳著翻...不過我比較喜歡全翻...」我說。

「如果要報告，我會比較偏向全翻，如果有沒抓到的重點才知道去哪裡找。」他說。

「是的，我先弄一下我這篇深度...」我說。

「OK...加油~!!」他說。

(以上對話取至 F-P.1)

分析：

平日一起上課的朋友，由於互動的時間大部分都限於在課堂之中，其他時間並不會刻意找對方一起互動，因此，在網路上的互動可能只限於閒聊或討論課堂報告的事，其餘的日常生活話題大多不會提起。會 MSN 上討論功課的時間，普遍是報告前或交作業前一天深夜，同學可能來不急完成會想要一起討論或借看期刊翻譯的內容，這些內容普遍都是討論國外期刊的內容或翻譯，幾乎不會討論數學或程式設計的問題，主要是數算或邏輯推理的課業不適用在線上探討。因此，虛擬空間上，與朋友討論的事物較適用於結構性的內容，複雜性較高的內容則不適用。

## 二、團購

EX：G 朋友

G 朋友是研究所同一間實驗的學長，與他相處過一陣子，會發現他對於很多事物都有自己的想法，時常與同實驗室的人一起分享。晚上大家都要留在實驗室忙於自己的課業時，他都會為大家跑腿買晚餐，是一位不錯的學長。同時，他是一位購物達人，常常逛網拍或購物中心，當他

看到不錯的商品時，會透過網路平台揪團一起買東西，並利用購買的數量與賣家議價。

有一天早上。

G 朋友貼文「團購時間，螢幕架!! 超好用~ 請給數量跟顏色! 隨時會收」。

「白色 X1」M 朋友說

「黑色 X1」K 朋友說

「白色 X1」J 朋友說

「紅色 X3」N 朋友說。

「朋友 Q，1 黑 1 白」G 朋友說。

「白色\*1」O 朋友說。

「我會發財!!! O 朋友居然有跟團!」G 朋友驚訝的說。

「會不會到時候貨來了，就少 O 朋友的。👉👈」I 朋友開玩笑的說。

「👉👈」F 朋友以符號回應。

「連賣家都要忽略 O 朋友!!👉👈」P 朋友以符號回應。

「你買三個也太多了==」M 朋友對 N 朋友說。

「你管人家，他要研究室一個，宿舍一個，家裡一個啊～」Q 朋友對 M 朋友說。

「其實我剛剛也疑惑，他買三個幹埋🤔」L 朋友對 Q 朋友說。

「我是關心同學好嗎!!」M 朋友對 Q 朋友說。

「其實我還在考慮要不要再多買 1~2 個..」N 朋友說。

「不用考慮，買」I 朋友對 N 朋友說。

「我也要跟 黑色 X1~~」我說。

「請大家多買一點 等你們畢業搬家時 覺得螢幕架不方便搬回家時 請跟我聯絡 我會很樂意的接收」I 朋友說。

「我也很樂意++~」F 朋友說。

(以上對話取至 Pk-com-P.97)

分析：

G 朋友時常會逛網路拍賣或購物中心的商品，當發現有很實用且是電腦相關的物品時，可能都會發文詢問是否要一起團購，有需要的人就會一起跟團，由於購買的商品數量多，可以與賣家進行議價，普遍會一起團購的人普遍都是 3C 產品的追著或資訊背景的人，同時，G 朋友所發起的團購，都是剛朋友之間都需要的，因此，團購普遍都是成功的。然而，死黨之間並無這類特質人，因此，並不會開團購買商品。因此，網路社

群的成員發起商品的團購，會引起對該商品有同興趣或嗜好的人之關注與跟團。

### 三、請求幫忙

在學校裡，擔任課堂的助教，當該課程的老師要求某日需要你到課堂上監考，剛好該時間，自己可能正在上課、考試…等，而無法抽身去做其他事情，這時候就會找人幫忙。

某一天，自己因有課要上，而無法去大學部監考。雖然學長口頭上有答應要幫忙監考，基於擔心會出差錯，我還是透過網路平台與學長確認此事。

「學長明天下午幫我監考一下，考卷跟答案紙已放在我的桌上了，感謝~~~」我說。

「講的好像你中午不用開會的樣子」G朋友說。

「我知道要開會~~~開完會後 學長就拜託一下了~~~感恩」我說。

過了一會。

「感覺我的用詞語氣似乎不太好~SORRY」我說。

「沒事兒~」G朋友說。

(以上對話取至 Pk-P.75)

## 分析

在學校裡，當有自己或同學因有其他事情而無法去執行、完成，可能會透網路的平台向朋友請求支援、幫忙，朋友之間大部分都會互相幫忙。由於 G 朋友較易人親近且樂意助人，願意接受我的請求幫忙。由於文字並沒有語氣、肢體言語，往往會讓接收者不了解說話者的神情、肢體是如何，同時沒有使用符號的輔助，而誤會對方所想表達的意思。因此，網路世界的互動會因文字無法表現語氣及肢體言語，導致接收者誤解語意。

## 四、通知重要事項

### EX：L 朋友

L 朋友是我研究所的同學，同時，也是班上的班代，但我們所待的研究室並不同一間。

有一天晚上，他用 MSN 密我。

「要印加退選，然後給指導教授簽名的單字。」L 朋友說。

過了一會。

「記得要繳交給我唷」L 朋友說。

「OK」我說。

(以上對話取至 L-P.1)

有時候會透過 FaceBook 發布重要事項。

L 朋友發布訊息：「100 學年第 2 學期資管系（所）學生選課單繳交事項期限是 3/5，但碩班應該沒啥意外吧如果可以 禮拜三一起給我 可以嗎？讓我這班代有點業績 拜偷拜偷（拜託）」

（以上對話取至 L-P.2）

分析：

一般班級都會一位重要的班代，專門處理班上以及傳達重要的事物。同學之間在傳達事務大部分都是透過網路平台，同學們普遍都是天天開電腦，因此，該班代可能認為這種傳達方式是最方便且沒有時間限制。因此，異質性較高的團體，網路平台較適合發布非緊急的重要事項，緊急且立即性的事件則不適用。

## 五、共同的興趣或話題

EX：R 朋友、S 朋友

R 朋友是大學部的學弟，某一天在系辦與他相遇，在交談的過程中，發現他與我都是攝影的愛好者，也知道他是位很有經驗的攝影玩家，對於攝影新手的我來說，認識他是一件很讓人開心的事，順勢地也向他要了 MSN 跟 FaceBook。當天他邀約我晚上跟他一起上華山拍攝，此時，

我又認識另一位地攝影愛好者，S 朋友，他是 R 朋友的同學，也是我的學弟，因為我們有了共興趣而再一起互動。

某一天的清晨，與學弟妹一起去攝影回來後，R 朋友把攝影的成果對有在一起參與的人做分享。

「Time-Lapse TAKE TWO（連結），這次在兩台機器的合力之下總共花了三小時半完成，終於生出了一分多鐘的畫面，令人有所感動，感謝 Steven、華武、糖小甜、捲捲、秀秀、趴趴、我們會繼續努力下去。」R 朋友與我分享。

（以上資料取至 Fb-P.61）

某一天的下午，與 R 朋友在學校碰巧相遇，順勢地向他問一些攝影技巧的問題，他回去宿舍後，將攝影技巧的影片與我分享。

「<http://photoblog.hk/wordpress/14567>（攝影技巧）」R 朋友與我分享連結。

在一次的早晨，在讀書館外頭遇見 R 朋友跟 S 朋友，先前看過 R 朋友拍攝的影片，向他詢問使用攝影的器材。

「Skyler MiniCAM II 手持穩定器 二代（攝影器材連結）」S 朋友

與我分享。

(以上資料取至 Fb-P.230)

分析：

由於朋友因有共同的興趣而產生互動，該互動都只侷限在共同興趣地的話題，例如討論攝影技巧、分享攝影結果或新器材…等，因此，在共同興趣以外的話，例如日常生活、上課情況…等，可能都不會提起。因此，與普通朋友互動，只會在共同興趣的內容，進行交談與互動，有關生活方面的事則不會提起。

EX：H 朋友

有一天傍晚，H 朋友在嘉義大學參與研討會，也發了一則文。

「沒網路用感覺很差。嘉大網路管很嚴。」H 朋友說。

「其實是我們學校太誇張了」G 朋友說。

「這道是真的，不果電腦教室的電腦要上網也要人認證我也是第一次看到。」H 朋友說。

「你是說我們學校管不嚴？」R 朋友 G 朋友。

「是」G 朋友對 R 朋友。

「很多學校的無線網路幾乎有設密碼…」我說。

「我可以認同無線網路要設密碼」H 朋友對我說。

「不過電腦教室裡面的電腦~沒有學生的帳號密碼就不能上網，那這怎教學 == 我今天很單純的就是遇到這問題，連講師給的資料我都不能直接抓。」H 朋友又說。

「台北大學也要密碼」I 朋友說。

「無線網路嗎？」H 朋友問 I 朋友。

「YES」I 朋友說。

「應該說只單純設無線網路的密碼....」我說。

「連電腦教室都要帳密就真的有點過頭了」W 朋友說。

分析：

H 朋友將其他學校的網路問題發佈出來，該話題也引起其他人的注意，使大家因有對共同的話題，而開始聊起，然而，這些一起交談的朋友，幾乎都是資訊相關背景的人，因此，與有相同屬性的人互動，較能有共同的話題。與普通朋友互動，只在共同話題上進行交談與互動。

## 六、狀態分享

朋友們，時常會透過網路平台分享當下所發生的事情或心情狀況，因此，網路平台會成了個人動態分享平台，如下對話。

EX：T 朋友

「差點又把自己鎖在門外...🚪🔑」T 朋友說

「你很喜歡把自己鎖在門外喔？」我說。

「哪有~~去裝個水都忘記帶 BB 卡咩~~😏」T 朋友說

「我可以說妳是笨蛋嗎?👉」我說。

「..... 到現在也才 3 次而以齣~」T 朋友說。

「三次就已經很多了...你想讓管理員認識你呀==」我說。

(以上資料取至 Pk- com-P.1)

分析：

T 朋友，把當下所發生的事件，透過網絡社群分享給其他的朋友，也藉由表情符號的輔助，讓分享的內容更豐富。因此，網路平台時常被使用者作為自我狀態分享的地方，使用者會把當下所遇到的情況、個人情緒或任何事件分享在網路平台上。

小結：

相較於與熟識朋友在虛擬世界的互動，普通朋友的互動內容大部分都是討論單一事物、自我狀態的分享、共同話題以及共同興趣的事物，在生活、情感方面的內容則較不會提起。其中，如有朋友發起商品之團購時，會引起對該產品有相同興趣或嗜好的人之關注與跟團。相較於死黨

的互動，普通朋友在虛擬空間的互動，會因文字無法表現語氣及肢體言語，導致接收者誤解語意，產生誤會。對於虛擬社群使用習慣異質性較高的團體，則網路平台不適用於發布緊急的重要事項。

#### 第四節 師長與不熟識的朋友

本節是念研究所與師長互動的情況，以及在社交網站上所認識的朋友。

##### 一、師長

與師長的互動都是用 E-mail 居多，內容普遍都是課業為主，如果在學校都擔任課程的教學助理，與老師互動的頻率也會偏高。

##### EX：U 老師

U 老師是我的大學老師。記得當我第一次要上他的課前，從同學那裡打聽到這位老師的教學風範，大家稱他為笑面虎老師，因為他每次上課都是面帶微笑的教學，讓學生誤認他是個不會當人的老師，當每一個學期結束後的時候，很多都會當在他的手下。聽到這，讓我對只要是那位老師的課都會感到憂心忡忡。上過兩次 U 老師的課，從中可以發現他是位對於學生很細心教學的老師，平時有課業問題隨時都可以找他，他都會很有耐心、細心解說到讓你懂為止。大三的專題組，他是我們的指導老師，雖然 U 老師有給我們他的手機號碼，但與老師之間普遍還是使用

E-mail 作為聯絡工具，約 Meeting 時間或課業上的問題。就讀研究所時，他是我的指導教授，我也擔任過他的課堂助教，時常透過 E-mail 告知重要的事項或約 Meeting 的時間。以下與 U 老師之間聯絡的 E-mail 內容，以事件的類型呈現。

Mail-1 (助教之事)

TO : U 老師

Subject: 報告名單

附件 : Word 檔案－報告名單

(我將報告名單寄給 U 老師)

From : U 老師

To : 孔智洋

Subject: Re: 報告名單

智洋 :

如附件！因修課人數太多，但課本只有 12 章，所以在基礎閱讀的部分，我把一位在職班的同學名字去掉，另有後面三位同學沒有排到。(但成績不影響) 在深度文獻的部分，我則增加了三篇，分別對應於 7, 9, 12 章，如此才能符合剛好一人一篇！所以在當

週，大家必須多唸一篇深度文獻，並寫心得！另，論文我已放到 elearning2 的平台，請同學自行下載！煩請轉告修課同學！

U 老師

（以上資料取至 F-P.4）

Mail-2 （約 Meeting 時間）

TO：U 老師

Subject: 約時間

老師，星期二下午 15:30 跟你 meeting ，您方便嗎???

學生 孔智洋

From：U 老師

To：孔智洋

Subject: Re 約時間

智洋：

因為 15:10 我會先跟吳老師討論系網頁事宜，你可以 16:00 到 C332

找我！

如果我與吳老師的討論提前結束，我可以去 C204 找你！

U 老師

(以上資料取至 F-P.11)

Mail-3 (作業)

From : U 老師

To : 孔智洋

智洋 :

寒假作業有二:

1.將附件投稿到「教育科學研究期刊」

格式與相關規定請參閱

<http://www.edujournal.com.tw/sciences/want.shtml>

修改後投稿前請先跟我確認！

2.閱讀英文文法或句型書，如台大 101 句型，

(不用買太厚的，以你可以接受為原則的文法書)

請務必讀完並完成其中之練習題！開學後請將書本拿來確認！

加油了！

U 老師

(以上資料取至 F-P.9)

分析：

由於 U 老師是長輩，基於傳統倫理規範，在說話、用詞都不會太隨便。E-mail 普遍都用於較正式的地方，同時師長是公眾人物，並沒有使用網路社群，因此與老師聯絡幾乎都是使用 Mail，內容大部分都是約 Meeting 時間、課業、助教的重要事項通知…等，這些訊息並不會用其他的網路平台做傳送，主要原因是近期有許多的網路平台崛起，使用這些平台普遍都是年輕族群，可能也有少數較年長的長輩會使這些 Y 世代的網路平台，但普遍還是使用 Mail 作為聯絡、溝通之用。因此，真實世界的社會規範移轉到虛擬世界，與長輩的互動，基於倫理規範，會配合長輩所使用的網路平台，內容上也較為正式。

## 二、不熟識朋友

由於網路社群平台會從其他朋友的好友名單找尋可能自己的認識的人，但搜尋出來的人可能未必是你認識的人，普遍人會透過這種功能去認識其他的朋友，如 4-1 圖。



圖 4-1 FaceBook 好友配對之畫面

資料來源；FaceBook 網站

由於我互動的對象普遍都是熟識或認識的人。與網路上的陌生朋友（網友）的互動，大部分都是在網路社群裡的小遊戲中，這些小遊戲的互動主要都是虛擬寶物的互送，或是到對方遊戲世界做互動，例如開心農場，玩家可以到對方農地幫忙除草、澆花…等，如圖 4-2。



圖 4-2 開心農場使用介面

資料來源：FaceBook 網站

FaceBook 有提供好友生日的提示，大部分的使用者會因這個提示，而到對方的塗鴉板給予祝福，這種現象可能是基於人性，如圖 4-3。在現實生活，人與人之間並會不知道對方的生日，當與陌生人面對面給予祝福，往往都是尷尬場面，如果是在網路平台，就不會有尷尬的情況。



圖 4-3 生日提示之畫面

資料來源：FaceBook 網站

FaceBook 上的陌生朋友，時常到處分享或轉分享一些文章、照片…等。當我覺得有趣、好玩時，可能就會轉分享給我的朋友，如下 4-4 圖。甚至，會在該分享的文章上按讚。



圖 4-4 文章轉分享之畫面

資料來源：FaceBook 網站

分析：

在網路平台上，由於平台有好友配對的功能，系統會計算朋友與朋友之間的關聯，因此使用者可以在網路上認識其他的朋友。與不熟識的網路朋友之互動可能只限於網路社群裡的小遊戲，透過虛擬寶物的互送達到互動，或是當對方生日時，給予文字上的祝福，該互動形式類似於真實生活的點頭之交，甚至，對該朋友的文章和留言感到興趣或好玩，或是轉貼到自己的塗鴉板。因此，對於不熟的朋友，只會使用網路平台提供的小功能，如按讚、生日祝福等，進行互動結構或精簡的互動，較不會提情生活或情感之事。

## 小結

與長輩的互動，基於倫理規範，都是配合長輩所使用的網路平台，交談內容上也較為正式。相較於熟識度為普通朋友以上的互動，不熟的朋友的互動普遍都是使用網路平台提供的小功能，進行互動結構或精簡的互動，生活的事物則不會提起。

## 第五節 場域之差異

在早期，社交網站與微網誌尚未流行使用前，一般人都是使用即時性的軟體，例如 MSN，這些軟體可以顯示個人的暱稱、狀態以及照片，在互動上都是屬於較即時性的，互動方式可以一對一、一對多或語音視訊，然而，MSN 上的好友名單普遍都是認識的人，或者是至少大略知道的人，才有可以能交換到 MSN 帳號，因此，MSN 所互動的對象都是侷限在所認識的人，而且聊天方式普遍都為一對一方式，通常是與好友聊天或聯絡的一項管道，也較具有隱密性。然而，與熟識的朋友則都是長期的互動，互動內容都較屬於生活之事，關係上也都較為親密維繫。反之，普通朋友朋友之互動，可能是因課業、工作或活動需要相互聯絡，才交換 MSN 帳號，這樣的互動時間可能都是較短暫，互動內容都只侷限在特定的事物上，較無牽涉到生活之事。

相較於 MSN，Facebook 是透過一個節點，產生外擴性的好友聯結，

因此，FaceBook 上的互動對象是沒有限制，任何人都可以到對方的塗鴉版上留言或加入好友，可以認識其他朋友的範圍則大很多。使用者可以在塗鴉板上發布相關資訊，如小遊戲、心理測驗結果，並能藉此與他人互動，內容都較為表面或進行淺層的交流，這樣的互動較常出現在熟識度較低或不認識的人身上。然而，Plurk 性質較類似於 FaceBook，最大的優點是有討論串功能，只發起一個討論串大家就會針對該主題進行閒聊，或是與朋友分享訊息、網址等，但這樣的互動可能只是簡短且快速的互動，較無法做長期互動。

經由上述的比較，在互動上，似乎 MSN 較屬於情感交流，而 FaceBook 與 Plurk 則是較表面交流，事實上不盡其然，因為 MSN、Facebook 和 Plurk 上皆可以有情感上的交流，只是深度的大小不同，MSN 中的名單可能僅是為了討論分組報告或活動而設，此目的達成後便較少往來，如 F 朋友就屬於這類的互動；Facebook 的好友也可能只是為了互動遊戲中的「偷菜」、「贈送禮物」功能而新增，該類的互動普遍都發生在網上的不熟識朋友。然而，本研究發現 FaceBook 也可以建立類似 MSN 一樣的私密空間，如社團，皆可對熟識的朋友分享較情感或生活上之事；Plurk 也可針對特定的對象，做訊息的分享或生活上的事物討論。然而，在本研究的研究對象，大部分在 MSN、FaceBook 與 Plurk 的使用普遍都有重疊，主

要原因可能是使用者對於平台的喜好而不同，或因互動對象使用的平台之不同，為了配合他人的習慣而使用一樣的平台。

## 第五章 結論與建議

### 第一節 研究結果

本研究使用網路自我民族誌的研究法，透過參與式的觀察，與網路平台的使用者接觸，了解在虛擬社群中，使用者與朋友之間的文化互動現象，藉以描述虛擬社群成員之個人特質、互動方式、互動內容與社交網站平台間之關係，呈現虛擬社群的互動現象。

#### 壹、 死黨

死黨之間的關係較為密切，在網路上的互動，常會用較跨大的陳述方式以及粗語表示連接詞或語助詞，或用其他語言的諧音做語氣的加重，甚至針對特定話題相互的戲謔與調侃。這樣的互動方式普遍都是出現在關係較為密切的朋友上，相對普通語不熟識的朋友是不會出現該類的互動方式。

在死黨中，會因對方的各個性或無共同的話題，而較少在網路上一一起互動，但不會因此減少之間的友誼關係，當死黨有需要幫忙或專業上的求助，仍然會相互的幫忙。此外，與死黨在虛擬空間上討論特定的話題，會因個人背景的不同，而對於相同的事物會持有自己的想法時，則會產生相互的辯解或不愉快，但事後基於是死黨關係，仍以和平且不傷

和氣的方式結束話題，也不會影響之間的友誼。

## 貳、 普通朋友

相較於死黨關係之互動，與普通朋友討論的事物都較為於結構性的內容，複雜性較高的內容則不適用。與普通朋友的互動，大部分只會在共同話題上進行交談與互動，在生活、情感方面的內容則較少提起。當網路社群的成員具有相同的興趣或嗜好時，其中的成員對特定商品有詳細了解，當發起商品之團購時，會引起對該商品有相同興趣或嗜好的人之關注與跟團。此外，與普通朋友在虛擬空間互動的過程中，因文字無法表現語氣及肢體言語，接收者誤解語意而造成誤會。異質性較高的團體，網路平台較適合發布非緊急的重要事項，緊急且立即性的事件則不適用。

## 參、 不熟識朋友與師長

真實世界的社會規範也適用在虛擬世界，與長輩之間的互動，基於倫理規範，會配合長輩所使用的網路平台，內容上也較為正式。對於在虛擬世界不熟的朋友，互動時間都是很短暫，普遍只使用網路平台提供的小功能，進行互動結構或精簡的互動。

## 第二節 研究貢獻

本研究經過文獻探討、理論架構的建立以及資料分析後，所取得的資料經過整理與歸納，瞭解本研究發現其結果，具備以下之貢獻。

學術上：

本研究是針對近期較熱門的網路社群做深入的探索，因此採用網路自我民族誌，採用該研究方法的研究在國內學術研究中並不多見。本研究讓研究者以局內人方式參與虛擬世界中活動，瞭解人在虛擬社群中的文化互動現象。因此本研究所探掘的網路社群現象，可做為學術界後續研究者的參考。

實務上：

一般人可以了解網路社群的互動模式，讓使用者進入網路社群時，可遵循著一些互動模式或原則。組織管理者可以了解虛擬空間的互動現象，有助於增進與成員之間的溝通互動，達到有效的管理。

## 第三節 研究限制

本研究主要限制為：1.網路自我民族誌只能描述特定的虛擬場域；2.因無法取得大部分研究對象的同意授權，導致網路上的資料大部分是無法使用，因此，只能進行小範圍的虛擬社群研究；3.由於網路平台的資料有保留期的限制，因此在較早的資料是無法取得；4.當研究對象被關注或

觀察時，造成研究對象會變行為傾向的效應。

#### 第四節 研究建議

本研究對於後續有意研究此課題之研究者，提出幾點建議供未來研究之參考。

1. 本研究只針對特的虛擬社群進行研究，未來的研究可針對特定類型的虛擬社群進行探討，例如興趣社群、遊戲社群等。
2. 本研究只針對與線上互動者所進行互動的資料作為依據，未來研究可採同時進行線上的互動參與以及真實世界的資料收集，可以比對線上與真實世界之間的互動差異。
3. 基於網路愈趨深入並擴展至人類的日常生活，加上行動裝置的普及以及行動軟體的不同，例如好友的定位、立即性的互動等，發展出更多不同的類型虛擬社群，因此，不同性質的虛擬社群在互動上勢必還有許多探討的空間。
4. 平台業者可以再增加更多的表情符號，同時好友生日的祝福，可以增加一些禮物的圖示，讓互動方式更為不同，或增加透過有共同興趣的朋友來進行其他朋友的認識之功能。

## 參考文獻

### 一、中文部分

- 王聰凱，2009，粗話對人際關係的正面意涵-以大學生為例，佛光大學傳播學研究所碩士論文。
- 王澄華，2001，人格特質與網路人際互動對網路成癮之影響，輔仁大學心理系研究所碩士論文。
- 李瑜瑄，2012，探討網路社群使用者的歸屬感：以 Facebook 為例，國立中正大學會計與資訊科技研究所。
- 胡雅惠，2009，從社會認知理論的觀點探討專業虛擬社群中影響知識分享行為的因素，長庚大學資訊管理學系碩士論文。
- 江永進，2009，以人際互動特質探討國小高年級學生網路成癮相關因素之研究，立德大學資訊傳播研究所。
- 林瑞欽，1994，社區意識的概念－測量與提振策略，社區發展研究學刊，第 31 期，pp.1-21。
- 林淑華，2002，國小學童情緒管理與人際關係之研究，國立屏東師範學院國民教育研究所碩士論文。
- 林靜芬，1995，國小兒童內外控信念與其相關因素暨團體輔導效果之研究，國立屏東師範學院初等教育研究所。
- 許孟祥、詹佳琪，2002，虛擬社群之知識分享、知識品質及夥伴關係品質對網路社群成員滿意度之影響，資訊管理學報，第 9 期，pp.1-21。

- 郭欣怡、林以正，1998，網路使用者的心理特性與人際關，網路文化專輯，第 342 期。
- 許勝雄，1980，如何促進良好的人際關係，臺灣教育，第 354 期，pp.31-34。
- 許麗綸，2010，網路虛擬社群互動之研究，國立高雄第一科技大學企業管理研究所。
- 黃瑞琴，1991，幼師科學生教學觀類型的個案研究，幼兒教育年刊，4 期，115-131。
- 黃貝鈴，2000，虛擬社群的發展現況與趨勢分析，電子化企業：經理人報告，pp.15-22。
- 陳志萍，2008，精進網路民族誌。圖書資訊學研究，第 2 期，pp.1-15。
- 陳向明，2002，社會科學質的研究，台北：五南。
- 陳品宏，2009，面對面與 Facebook 之人際互動研究，臺灣大學資訊管理學研究所。
- 陳增穎，2000，開啟或關閉？網際網路對青少年人際關係的影響，師友，pp.27-30。
- 陳皎眉，1997，人際關係，台北：國立空中大學。
- 陳皎眉，2004，人際關係與人際溝通，台北雙葉。
- 陳克，1995，中國人說話的俗趣，台北：百觀。
- 陳榮宗，2003，國民小學教師應用資訊管理的可行策略及其障礙因素之研究，國立高雄師範大學工業科技教育研究所碩士論文。
- 吳美美、楊曉萑，1999，圖書館的利用：高中高職，台北：國家圖書館。
- 吳筱玟，2003，網路傳播概論，台北：智勝文化。
- 洪蘭譯。1997，心理學，譯 Henry Gleitman，台北：遠流出版社。
- 張美紅，1997，國小國語科教科書中人際關係之內容分析研究，台北市立師範學院國民教育研究所。

- 張可婷，2010，民族誌與觀察研究法，譯 Angrosino, M.，台北：韋伯。
- 張文華，2000，「組織信任之初探」，人力發展月刊行政論述，第 80 期。
- 張嘉峰，2012，Facebook 行銷之個案研究-以台灣某系統家具公司為例，長庚大學。
- 張春興，1986，現代心理學，台北市：東華書局。
- 張春興，2006。現代心理學。台北市：東華。
- 游康婷，2011，網路友誼的形成與維繫：電子佈告欄使用者交友行為研究，國立臺灣師範大學。
- 孫秀蕙，1997，大眾傳播與社區意識：社區公眾特質初探，民意研究季刊，第 202 期，pp.53-80。
- 鄭越庭，2007，談學生如何建立良好的人際關係，師說，第 198 期。
- 潘淑滿，2003，質性研究，台北：心理。
- 翟本瑞，2001，網路文化，台北：揚智。
- 魏澤民，2000，山雨欲來風滿網：中國大陸網際網路發展析論。共黨問題研究，第 26 期，pp.44-60。
- 謝龍卿、黃德祥，2005，青少年網路成癮與生活壓力之相關研究。彰化師大教育學報，第 6 期，pp.29-62。
- 蕭文，1996，國中學生人際關係欠佳之輔導研究。教育與心理研究，第 1 期，pp.218-233。
- 盧蓓恩，1996，人際溝通—目標本位取向，台北：五南。

## 二、西文部分

- Allport, G. W. , 1961, Pattern and growth in personality. New York : Holt,Rinehart, & Winston.
- Armstrong, A. G., & Hagel III, J., 1997, Net gain: Expanding markets through virtual communities, McKinsey & Company.
- Armstrong, A. G., & Hagel III, J., 1996, The real value of on-line communities.Harvard Business Review, pp.21-28.
- Brenner, E., 2000, Virtual communities in the business world. Information Today,11 ( 17 ) , pp.1-8.
- Brotheridge, C. M., & Lee, R. T., 2003, Development and validation of the Emotional Labour Scale, Journal of Occupational & Organizational Psychology, 74 ( 3 ) , pp.365-379.
- Beamish, Anne., 1994, Communities On-Line: Community-based computer networks. ( <http://alberti.mit.edu/arch/4.207/anneb/thesis/background.html> ).
- Balasubramanian, S., & Mahajan, V. , 2001, The economic leverage of the virtual community, International Journal of Electronic Commerce, 5 ( 3 ) , pp.103-138.
- Costa, P. T. & McCrae, R.R., 1986, Personality stability and its implications for clinical psychology, Clinical Psychology Review, 6 ( 5 ) , pp.407-423.
- Christophe, V., & Rime, B. , 1997, Exposure to the social sharing of emotion: Emotional impact, listener responses and secondary social sharing, European Journal of Social Psychology, 27, 37-54.
- Chung, J.E., Park, N., Wang, H., Fulk, J., & McLaughlin, M., 2010, Age differences in perceptions of online community participation among non-users:an

extension of the Technology Acceptance Model, *Computers in Human Behavior*, 26 ( 2 ) , pp. 1674-1684.

Devito , J. A.,1983,*Human Communication: the basic course ( 6th edition )* .New York: HarperCollins College Publishers.

Devito, J. A., 1994, *Humman Communivcation: The Basic Course*, Harper Collins College Publishers.

Deci, E., 1975, *Intrinsic Motivation*, Plenum Press, New York.

Fernback, J. & Thompson, B., *Virtual communities: abort, retry, failure*,  
<http://www.rheingold.com/texts/techpolitix/Vccivil.html>, 1995.

Faraj, S., & Sproull, L. 2000, *Coordinating Expertise in Software Development Teams*, *Management Science*, 46 ( 12 ) , pp.1554-1568.

Gable, S. L., Reis, H. T., Impett, E. A., & Asher, E. R. , 2004, *What do you do when things go right? The intrapersonal and interpersonal benefits of sharing positive events*, *Journal of Personality and Social Psychology*, 87 ( 2 ) , pp.228-245.

Hayano, D. M. , 1979, *Auto-Ethnography : Paradigms , problems , and prospects , Human organization*, 38 ( 1 ) , pp.99-104.

Hinde, R. A., 1979, *Towards understanding relationships*. London: Academic Press

Kozinets, R., 2002, *The field behind the screen: using netnography for marketing research in online communities*, *Journal of marketing research*, 39 ( 1 ) , pp.61-72.

Komito, L., 1998, *The Net as a Foraging Society: Flexible Communities*, *The Information Society*, 14, pp. 97-106.

Kollock, P., 1999, *The Economies of online cooperation:gifts and publics goods in Cyberspace*, Routledge, London.

- Kelley, H.H., Berscheid, E., Christensen, A., Harvey, J.H., Huston, T.L., Levinger, G., McClintock, E., Peplau, L.A. & Peterson, D.R., 1983, *Close Relationships*, New York: W.H. Freeman.
- Liang, T. P., Lee, C. C., 1999, the development in e-commerce and education of information management, *The 1st Conference on Education of Information Management*, Taipei, Taiwan, pp.90-104.
- Van Maanen, J ., 1995, *An end to innocence : The ethnography of ethnography*, In John van Maanen (Ed.) , *Representation in ethnography*, Thousand Oaks: Sage, pp.1-35.
- Mellinger. ,1956, *Interpersonal Trust as a Factor in Communication*. *Journal of Abnormal Social Psychology*, 52, pp.304-309.
- McAllister, D. J. ,1995, *Affect and cognition-based trust as foundations for interpersonal cooperation in organizations*, *Academy of Management Journal* ,38 ( 1 ) , pp.24-59.
- Preece, J., 2000, *Online communities: Designing usability, Supporting Sociability*, Wiley, Chichester.
- Romm, C., Pliskin, N. & Clarke, R., 1997, *Virtual communities and society: Toward an Integrative three phase model*, *International Journal of Information Management*, 17 ( 4 ) , pp. 261-270.
- Rimé, B., Mesquita, B., Philippot, P., & Boca, S., 1991, *Beyond the emotional event: Six studies on the social sharing of emotion*, *Cognition and Emotion*, 5, pp.435- 465.
- Ray Oldenburg, R., 1993, *Big Companies Plug Big Causes for Big Gains*, *Business & Society Review* ( 83 ) , pp. 22-23
- Suler,J., 1996, *Why is this thing eating my Life ? Computer and cyberspace*

addiction at the Palace. Available:

<http://www.rider.edu/users/suler/psycyber/eatlife.html>

Tapscott, D., a. Lowy, & D. Ticoll, ed., 1998, *Blueprint to the Digital Economy*,  
New York: McGraw-Hill.

Thomas, L., & Wareing, S., 1999, *Language, society and power: An introduction*,  
London: Routledge.

Young, K. S., & Rogers, R. C. , 1998, The relationship between depression and  
internet addiction, *CyberPsychology & Behavior*, 1 ( 1 ) , pp.25-28.

Wasko, M. M., & Faraj S., 2005, Why should I shared? Examining Social Capital  
and Knowledge Contribution in Electronic Networks of practice, *MIS  
Quarterly*, 29 ( 1 ) , pp.35-37.

Zech, E., Rimé, B., & Nils, N., 2004, Social sharing of emotion, emotional recovery,  
and interpersonal aspects. In P. Philippot & R. S. Feldman (Eds.), *The  
regulation of emotion*, Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates,  
pp157-185.

### 三、網路連結

Facebook 與 Plurk 介紹，中研院計算中心，

取至 [http://newsletter.ascc.sinica.edu.tw/news/read\\_news.php?nid=1701](http://newsletter.ascc.sinica.edu.tw/news/read_news.php?nid=1701)

MSN，維基百科，取至 <http://zh.wikipedia.org/wiki/MSN>

電腦種田 台灣瘋臉書，中時日報科技新聞，取至

<http://www.wretch.cc/blog/iitaichung/236544>

附錄一

# 聲 明 書

聲明：

本人孔智洋目前正進行虛擬社群現象之研究，研究資料的分析範圍包括本人 Facebook、Plurk、MSN 帳戶中之留言訊息，因此任何在本人上述網站中之留言，皆可能被分析並於發表時引用，其中研究成果的引用將採匿名的方式呈現，不會洩露個人資料，敬請放心！

聲明人：南華大學資訊管理研究所研究生 孔智洋

## 同 意

本人 \_\_\_\_\_ 同意提供個人 Facebook、Plurk、MSN 上之訊息，作為研究資料。

簽名 \_\_\_\_\_ 日期 \_\_\_\_\_