

南 華 大 學
資 訊 管 理 學 系
碩 士 論 文

從社會認知理論觀點探討資訊及通訊科技影響個人虛
擬與實體社會參與之研究-以臉書為例

**A Study of a Individual's Involvement in Virtual and
Real Society Influenced by ICT : The Social Cognitive
Perspective**

研 究 生：白哲宇

指 導 教 授：尤國任

中 華 民 國 一 〇 四 年 一 月

南 華 大 學

資訊管理學系

碩 士 學 位 論 文

從社會認知理論觀點探討資訊及通訊科技影響個人虛
擬與實體社會參與之研究-以臉書為例

研究生：白哲宇

經考試合格特此證明

口試委員：曾敬暉

吳柏君

何明欣

指導教授：何國治

系主任(所長)：黃銘建

口試日期：中華民國 103 年 12 月 17 日

南華大學資訊管理學系碩士論文著作財產權同意書

立書人：_____白哲宇_____之碩士畢業論文

中文題目：從社會認知理論觀點探討資訊及通訊科技影響個人虛擬與
實體社會參與之研究-以臉書為例

英文題目：A Study of a Individual' s Involvement in Virtual and Real
Society Influenced by ICT：The Social Cognitive Perspective

指導教授： 尤國任 博士

學生與指導老師就本篇論文內容及資料其著作財產權歸屬如下：

- 共同享有著作權
- 共同享有著作權，學生願「拋棄」著作財產權
- 學生獨自享有著作財產權

學 生： 白哲宇 (請親自簽名)

指導老師： 尤國任 (請親自簽名)

中 華 民 國 104 年 1 月 21 日

南華大學碩士班研究生
論文指導教授推薦函

資訊管理系碩士班白哲宇君所提之論文
從社會認知理論觀點探討資訊及通訊科技影
響個人虛擬與實體社會參與之研究-以臉書為例
係由本人指導撰述，同意提付審查。

指導教授



104年1月21日

致 謝

本論文能夠順利完成，首先我要感謝我的指導老師-楊美蓮教授與尤國任教授的指導。其次，也要感謝本次擔任論文口試委員的-曾繁絹教授與吳梅君教授，謝謝口委們百忙之中參與學生的口試，並給予學生在論文研究上精闢的見解與指正，使我彌補在論文研究上不足的地方，在此獻上最真誠的感謝。

轉眼瞬間即將結束這六年半在南華的日子，心中總有些不捨!六年的求學生涯中，遇到許多良師益友，感謝我最敬愛的指導教授-楊老師與尤老師，感謝兩位老師在教學給予學生的指導，感謝老師在我讀碩班最迷網的時候適時給予我關懷與協助，如今，我才能完成碩士學位，並進入人生的下一個階段。

讀碩士班發生許多事情，不管是學業、感情、健康...等，還好身邊有良師、益友、父母在旁給予我協助；感謝洪銘建系主任在我健康與感情出現問題時給予我許多的幫助與建議；感謝碩班的同學及學長姐們總是很照顧我，甚至在我車禍最需要人照顧的時候來醫院照顧我與探望我!感謝吳奇燊與周峻德同學在醫院對我的照顧。

最後，我也要感謝我最愛的家人，沒有你們就沒有今天的我，謝謝你們對我所做的一切，因為有你們的鼓勵與支持，如今我才能走出這兩年的不順遂，有你們我真的很幸福!!感謝所有家人。

從社會認知理論觀點探討資訊及通訊科技影響個人虛 擬與實體社會參與之研究-以臉書為例

學生：白哲宇

指導教授：尤國任

南華大學 資訊管理學系碩士班

摘 要

MIS Quarterly 是資管領域頂級期刊，歷年收入了資管相關重要議題，隨著科技的進步，資訊及通訊科技(ICT)的運用已成為民眾生活最重要的一環，而 ICT 對於社會的影響也受 MISQ 頂級期刊的重視，並於 2013 年米蘭研討會當中將此議題提出探討，如此可知 ICT 對於社會影響的重要性。臉書在臺灣，是最典型的資訊及通訊科技運用，在臺灣臉書社交網站的使用成長速度是世界第一。支援社交活動，一直是臉書核心功能。而這樣的功能，使更多人有機會透過臉書進行社會議題討論並積極投入社會參與的運作。透過臉書社交媒介，可以參與興趣及議題的討論，闡述個人理念、思考，同時並分享文化、休閒、政治....等資源。臉書，作為新興社交媒介，似乎為身處中華文化「沉默是金」的華人提供了一個參與討論的管道。本研究以臉書使用者為研究對象，以社會認知理論的概念為研究架構之基礎，探討環境因素

(科技特性形塑之科技環境及華人文化形塑之社會環境)，對個人使用臉書參與虛擬社會活動之個人心理(自我揭露、自我呈現、社會互動焦慮)之影響，進而影響個人在虛擬及實體社會參與行為。研究結果發現：(1)ICT 型塑之開放性，對於個人使用臉書之自我揭露呈負向影響；(2)中華文化型塑之面子，對個人使用臉書之自我呈現及社會互動焦慮，皆呈正向影響；(3) 中華文化型塑之社會支持，對個人使用臉書之自我呈現及自我揭露，皆呈正向影響；(4)個人使用臉書之自我呈現，對個人虛擬社會參與行為呈正向影響；(5)個人虛擬社會參與行為，對個人實體社會參與行為呈正向影響。研究結果顯示，ICT 提供臉書這樣的社群平台，讓中華文化脈絡下的人可以在臉書的虛擬舞台中進行個人心理層面的表達，進而影響人們願意在臉書的虛擬社群當中進行虛擬的社會參與行為，而透過虛擬社會參與的增加，當人們從虛擬轉換回實體社會的同時，也能大幅提升中華文化下人們實體社會參與之意願。

關鍵字：社會認知理論、資訊及通訊科技、面子、自我揭露、社會參與

A Study of A Individual's Involvement in Virtual and Real Society Influenced by ICTs : The Social Cognitive Perspective

Student : Che-Yu Pai

Advisor : Dr. Gra-Ham Yu

Department of Information Management

The Graduated Program

Nan-Hua University

Abstract

Information Communication Technologies (ICTs) are playing the important role in individual life and Facebook is the most typical technology among them. The growth rate of Facebook usage in Taiwan has been ranked as the first in the world Facebook usage growth report. The core function of Facebook that supports social activities through which people can participate in social discussions and social operation. In addition, serving as a kind of social media, Facebook offers people the opportunity of getting involved in the public discussions they are interested in so that they can express their thoughts in regarding cultures, entertainment, politics, and so on. The above mentioned Facebook's functions challenge Taiwanese who have Chinese culture that value "Silence is golden" in social discussions. This study targets Taiwan Facebook users as objects to study how environment (formed by technology and social network) influences a person's psychology (self-disclosure, self-presentation, interactive tension) of participating virtual social discussions, thus affecting his behaviors in virtual and real societies. This research will be helpful for people to better understand in an individual's psychology while using ICTs to access to the virtual society activities and then carry out the behaviors to the real society. The research findings have important theoretical and managerial implications.

Key words: Social Cognitive Theory 、 ICTs 、 self-disclosure 、 Face-conformity 、 social Involvement

目錄

論文口試合格證明.....	I
博碩士論文授權書.....	II
論文指導教授推薦函.....	III
致謝.....	IV
中文摘要.....	V
英文摘要.....	VII
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 研究大綱.....	4
第二章 文獻探討.....	7
第一節 社群網絡網站.....	7
一. 社群網絡網站定義.....	7
二. Facebook.....	10
第二節 社會認知理論.....	11
一. 環境層面.....	14
(一)ICT 特性形塑之科技環境.....	14

(二) 中華文化形塑之社會環境.....	18
二. 個人心理層面.....	24
(一) 自我呈現.....	24
(二) 自我揭露.....	26
(三) 社會互動焦慮.....	29
三. 行為層面.....	31
(一) 社會參與行為.....	31
第三章 研究方法.....	33
第一節 研究架構及研究假設.....	33
一. 研究假說.....	33
二. 研究架構.....	46
第二節 研究變項與操作型定義.....	46
一. ICT 立即性.....	47
二. ICT 開放性.....	47
三. ICT 脈絡性.....	48
四. 面子.....	48
五. 社會支持.....	49
六. 自我呈現.....	50
七. 自我揭露.....	50

八. 社會互動焦慮	51
九. 社會參與行為	52
第三節 問卷設計	52
一. ICT 特性形塑之科技環境	52
二. 中華文化形塑之社會環境	54
三. 個人心理	55
四. 社會參與行為	56
第四節 研究對象與抽樣	57
一. 預測量表研究對象與抽樣方法	57
二. 問卷預測實施與分析	58
三. 正式問卷研究與抽樣方法	59
第五節 資料分析方法	60
一. 敘述性統計分析	60
二. 驗證性因素分析(CFA)	60
三. 結構方程模式	62
第四章 資料分析	63
第一節 敘述性統計	63
一. 樣本描述	63
二. 各研究變項敘述性統計分析	68

第二節 信度與效度分析.....	75
(一) 信度與效度分析：驗證性因素分析.....	75
(二) 區別效度.....	79
第三節 研究模型與假說驗證：PLS 分析.....	80
第五章 結論與建議.....	86
第一節 研究發現.....	86
第二節 研究貢獻.....	90
第三節 研究限制與未來建議.....	92
參考文獻.....	94
附錄(一).....	100

第一章 緒論

第一節 研究背景與動機

MIS Quarterly 是資管領域頂級期刊，歷年收入了資管相關重要議題。根據 MIS Quarterly 洞悉結果，資訊通訊科技已被確認為促使國家進步及社會轉變的重要催化劑，並促使通信條例能在 20 世紀初期使全體公民普遍獲取。近年，目睹中東、非洲和亞洲...等過去鮮少人發聲的國家，各國政府、非政府組織以及相關社會運動透過使用資訊通訊科技，創造出更多參與、透明化及權責(MIS Quarterly, 2013)；然而，資訊通訊科技並非普遍正向，Rob Kling(1996)指出資訊通訊科技也可以造成失業增加和經濟差距，以及勞動力和金融市場的不穩定和許多其他社會問題。有鑑於此， Information and Communication Technologies (ICT)對於社會的影響及趨勢更受 MIS Quarterly 期刊的重視，並在 2013 年於米蘭(Milan)研討會當中將此議題進行探討。在眾多議題中，也提出『ICT 的運用對於促使公民參與及民主進程』類似的社會參與議題進行討論，如此可知 ICT 對於社會參與影響的重要性。

在台灣，使用資訊及通訊科技之社交網站傳遞訊息，是目前人們習慣的溝通模式。藉由資訊通訊科技的立即性及開放特性可以提供參

與互動的個人進行公開討論並即時傳播所分享資訊予使用者 (李伯毅, 2010)。同時資訊及通訊科技的即時記錄互動內容，完整提供了使用者理解討論議題或事件的原由脈絡 (Ardichvili et al., 2006; Bussotti and Pettenati, 2005)。然而，ICT 所帶來的影響及便利性，近期也運用於 2014 年 3 月 18 日，台灣太陽花學運當中，學運期間台灣人民透過 ICT 社群網絡媒介互相串連傳播訊息，彼此抒發個人理念、想法，更透過網路媒介進行社會參與的討論及參與相關活動。可見資訊及通訊科技的運用已成為台灣民眾生活最重要的一環(資策會 FIND, 2013)。

臉書(Facebook)在台灣，是最典型的資訊通訊科技運用。台灣臉書社交網站的使用成長速度是世界第一。支援社交活動，一直是 Facebook 的核心功能(天下雜誌, 2010)。而這樣功能，使更多人有機會透過 Facebook 進行社會議題討論並積極投入社會參與之運作。透過 Facebook 社交媒介，可以參與興趣議題的討論，闡述個人理念、思考，同時並分享文化、休閒、政治....等資源(陳佑淵, 2007)。但台灣身處於華人文化的社會環境中，過去深受儒家思想影響，在社會規範中，人們普遍被期待忠誠、服從，並履行應盡的義務(Howard, Shudo & Umeshima, 1993)。儒家思想中的五倫，清楚定義著不同角色間應盡的本分，規範著角色內哪些事情應該做或哪些事情不能做(Farh,

Earley & Lin, 1997)。而身處於這樣保守的華人文化環境當中，也降低了人們勇於發聲的機會，甚至降低社會參與之意願。既然臉書作為華人社會中新興社交媒介，似乎為身處中華文化內「沉默是金」的華人提供了一個參與社會討論的管道。

第二節 研究目的

根據上述背景與動機，本研究發現過去研究 Facebook 及資訊通訊科技使用文獻中，多數依賴行為意圖為基礎的理論(例如：理性行為理論、計畫行為理論及科技接受模式)以探討個人使用 Facebook 的意圖、Facebook 是如何被個人接受及 Facebook 具有哪些改變人們生活習慣的因素(鮑珏蓉，2010；張之秀，2009)。這些研究聚焦於個人心裡及科技特性的探討，對於 Facebook 科技特性所形塑出的科技環境及個人所處的社會脈絡/環境對於個人心理活動影響，進而影響科技使用行為的研究則闕如。Young et al. (2012)及 Young(2014)對於知識管理系統使用的研究發現指出，科技的環境及個人所處脈絡文化對於個人使用知識管理系統的心理活動有顯著影響，而心理活動影響個人知識分享及知識創造的行為。

在資管的理論研究中，社會認知理論(Social Cognitive Theory)，同時探討環境、個人、行為互生互衍的關係(Bandura, 1986)。在探

討個人使用科技行為層面向上是較為完整的。因此，本研究以 Facebook 使用者為研究對象，以社會認知理論的概念為研究架構之基礎，探討環境因素(科技特性所形塑的環境及社會脈絡環境)，對個人使用臉書參與虛擬社會議題討論之心理(自我揭露、自我呈現、社會互動焦慮)影響，進而影響其個人在虛擬及實體社會參與行為。

本研究探討議題包含：

1. 臉書科技特性(立即性、開放性及脈絡性)及社會脈絡環境(面子及社會支持)對於個人使用臉書自我揭露、自我呈現、社會互動焦慮心理的關係。
2. 個人使用臉書自我揭露、自我呈現、社會互動焦慮心理之於個人在臉書虛擬社會參與相關議題討論之關係。
3. 個人在臉書虛擬社會參與行為轉而延伸成為實體社會參與之關係。

第三節 研究大綱

本論文研究大綱如下，第二章為文獻探討，整理國內外對於社群網站之社會參與、社會認知理論的過往研究，並針對社會認知理論中 ICT 特性形塑之科技環境(立即性、開放性、脈絡性)、華人文化形塑之社會環境(面子、社會支持)、個人心理(自我呈現、自我揭露、社會

互動焦慮)、個人行為(社會參與)，其以上研究構面分別作定義解說與相關文獻探討。第三章為研究方法介紹，對問卷設計與各變項之操作型定義進行說明。第四章為資料分析，將回收問卷進行資料彙整與分析。第五章為結論，根據分析的結果對本研究提出假說進行討論。第六章為研究貢獻、限制與未來建議，針對分析之結果提出本研究之貢獻、限制與未來研究之建議。

圖 1-1 為本研究之流程。





圖 1-1 研究流程

第二章 文獻探討

本章共分為二節，分別針對「社群網絡網站」及「社會認知理論」進行相關研究文獻之彙整。並於第二節「社會認知理論」又將細分「環境-科技與社會環境」、「個人心理-自我呈現、自我揭露、社會互動焦慮」及「行為-社會參與」三大部份，分別做詳細資料整理，以作為本研究發展之依據。

第一節 社群網絡網站

一. 社群網絡網站定義

近年來，社群網絡網站(SNS, Social Network Sites)在世界各地擁有大量的使用者。虛擬社群的概念，首先由Rheingold(1993)提出，以電腦為媒介所建立而成的一種虛擬空間(Cyberspace)或社會群體(Social Aggregation)，當虛擬空間尚有足夠使用者與彼此認同感後，人際網路即自然形成。Rheingold(2000)認為虛擬社群是一種社會集合體，是由人、感情、人際關係三者於網路上長期發展所形成的一種虛擬空間。而社群網站是虛擬社群的類型之一(Dwyer et al.,2007)。Boyd 和 Ellison (2007)認為，2003年以來許多新的社群網站如雨後春筍般快速崛起，社群網站的崛起，突顯社群型態的轉變，從早期以興趣話題為主的社群空間，轉變成以個人關係網絡為主的社群網站(許慈雅，2010；

張純富，2010)。

社群網站最早源至於美國，是一種社會性的網路服務，幫助擁有相同興趣、活動的人，透過網際網路建立起線上社群(張恩禎，2012)，其意義是將實體社會中的社區、團體概念延伸到網路上，網友可在社群網站中成立不同的團體，並藉此進行聯絡與溝通(E-Business 時代風潮，2010)。Mitchell(1969)認為「社群網絡」是指某一群體中個體間特定之連結關係，而該關係可說明個體在群體間的社會行為。

Whitten 和Wolfe (1974) 則定義「社群網絡」為存在個人間一系列相關性的連結，可視為在特殊情境下，人們為了特定目的所形成的社會關係，此關係是社會資源流動的基礎。依據Boyd與Ellison(2007)對於社群網站之定義，社群網站是一個以網路為基礎的服務，允許使用者(1)在平台上建置自己公開、或是半公開的個人檔案(2)清楚展示自己與其他使用者的列表(3)使用者可以往返瀏覽其他使用者的連結頁面，並且將他人加入自己的好友圈。因此，透過社群網路網站可與他人進行互動，以及分享資訊(Clemons, 2009)，藉以擴展個人「Social Network」。

在早期的社群網站上，大部分呈現線上社區的形式提供使用者互動及交流，例如電子布告欄系統 (Bulletin Board System, BBS)、新聞群組...等。隨著網際網路的日益普及，Web2.0世代造就了大量的社

群媒體（Social media），社群網站可說是近年取代虛擬社群的網路新趨勢，如Facebook、Plurk、Twitter、YouTube及Google+...等，皆受到許多關注與應用，這樣的流行也成為電視、報章雜誌等媒體外的一種新興傳播媒介。透過這些網路媒介，人際互動、資訊分享和協同合作等行為交織出強大的社群力量，強化了資訊的快速傳播與透明度。社群網站滿足人類互動的需求，將傳統一對多的傳播方式，轉換成多對多的社群媒體對話形態，讓使用者的角色從傳統的訊息接收者，轉變成為訊息的產出者，並提供使用者與其他使用者保持聯繫（林龍吉，2011；黃健暉，2011）。

根據創市際市場顧問(2012)調查的結果，目前包含社群網站、部落格、微網誌與即時通等多元的網路平台，其各自有其特點和優勢。現今社群網站林立，其中有較多使用者的社群網站，如Facebook、Myspace、Twitter、Google、LinkedIn、新浪微博等，這些網站的使用者加起來已經超過數百萬，許多人已經將這些社群網站的使用成為生活中的一部分（李雪芳，2011；張純富，2010）。其中社群網站使用率最高，比例超過九成，部落格則約有半數的網友使用，即時通訊的使用率約六成，以微網誌占約二成為最低。另有約三分之一的網友會以智慧型手機來進行網路社交。其中，又以Facebook為全球最多人所使用，自2004年創立後，至今已成為全球最大的社群網站，截至2013

年初，官方估計全球已有接近10億人次使用。

二. Facebook

Facebook 是近年來全世界最受矚目的社群網絡網站。然而，臉書在台灣，是最典型的資訊及通訊科技運用。Facebook 於 2004 年創立，是一個提供社交服務網站之平台，起初成立於哈佛大學，創始人 Mark Zuckerberg 最初的想法，只是將 Facebook 作為哈佛學生通訊錄的實驗性網站，一開始只開放哈佛學生註冊。Facebook 成立一個月內，便有超過一半以上的哈佛學生加入，於是 Mark 尋找 Dustin Moskovitz 和 Chris Hughes 協助網站推廣工作，當 Facebook 開放其他美國學生註冊時，隨即在兩個月內擴展至史丹福大學、紐約大學、西北大學，以及長春藤和波士頓地區的學校(如麻省理工學院)。而從 2006 年 9 月 11 日起，任何用戶輸入有效電子郵件位址都可申請，自 2006 年開放以來，全世界 Facebook 會員人數已達到七億七千萬人(資料來源：Wikipedia)。

根據 CheckFacebook 市調的數據顯示，台灣人使用 Facebook 的人數雖然只佔全球使用人數的 1.04%，不過，26.69% 的成長速度卻是世界第一(聯合新聞網，2009)。相關調查資料如圖 2-1 所示：

Facebook 使用人口成長率

	地區	百分比	人數
1	Taiwan	26.69%	606,020
2	Romania	16.89%	42,760
3	Vietnam	14.77%	110,360
4	Qatar	12.33%	21,440
5	Russia	9.65%	44,800
6	Costa Rica	7.75%	17,640
7	United Arab Emirates	7.71%	64,920
8	Thailand	7.63%	85,760
9	Saudi Arabia	7.34%	70,860
10	Poland	7.22%	49,220

圖 2-1 Facebook 使用人口成長圖

近期，根據 2013 年 1 月 25 日 Facebook 使用統計 (SocialBakers, 2013) 顯示：台灣使用 Facebook 的總人口數為 13,301,520 人，已在 Facebook 全球使用統計中排名第 19，其中男性使用者佔 51%、女性使用者佔 49%。依使用者年齡層區分，排名第一者為 25~34 歲，共計 4,385,240 人，佔 36%；其次為 18~24 歲，佔 28%。而根據資策會(2012)提供之上網人口統計資料顯示，2011 年第 2 季我國經常上網人口為 1,088 萬人，顯示屬於大學生年齡層的 300 萬 Facebook 使用人口數已佔全國經常上網人口的 28%。

第二節 社會認知理論

社會認知理論源自於社會學習理論，也是社會心理學的主要理論之一。Miller & Dollard(1941)的「社會學習與想像理論」，該理論認為人類對特定行為的學習是透過在社會互動的環境與經驗中觀察別人

而得，所有觀察到的行為都會影響到觀察者的思維與後續行為。社會學習理論，在理論本質屬於一種行為理論，其理論重心為人類個體在社會環境中的學習現象，主要研究各種社會層面因素，如何影響和改變個人思想、情感與行動之過程、目的是為了說明和解釋人類行為及其規律。

在 1970 年代，美國著名心理學家 Albert Bandura 結合行為主義 (Behaviorism) 與社會學習理論 (Social Learning) 的概念，並融合認知理論的觀點，在 1977 年發展出「社會認知理論」(Social Cognitive Theory)。社會認知理論，用以探討人們如何以環境中的社會訊息為基礎形成推論，進而影響其外在行為，Bandura 突破傳統行為主義上的偏見，把個人因素加入因果決定模式中加以分析，並提出三方互動 (Triadic Reciprocity) 之概念。社會認知理論為了解、預測和改變的人類行為提供一個框架，它認為人類行為是個人因素、行為和環境彼此交互作用產生的結果 (Bandura, 1997:1986)。

依據 Bandura (1986) 及 Bandura & Wood (1989) 的社會認知觀點，心理功能 (Psychological Function) 受環境、行為以及認知與其他個人因素，三者持續不斷的交互作用 (Triadic Reciprocal Causation) 影響，即所謂的三方互動 (Triadic reciprocity) 模式，其模式如圖 2-2 所示

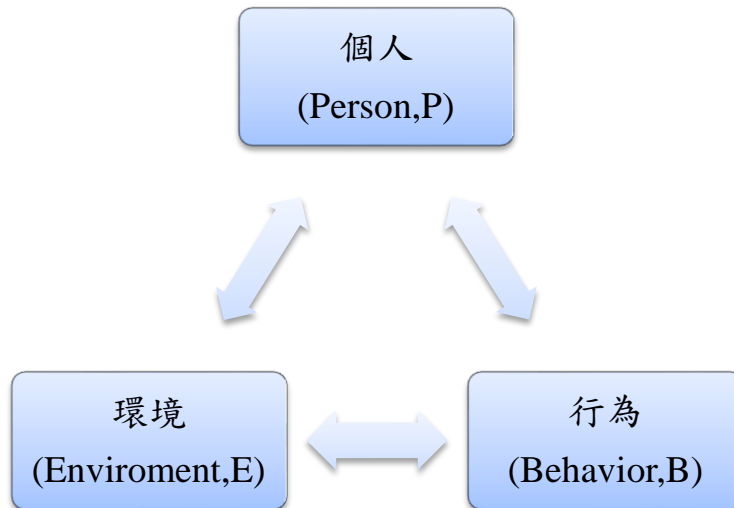


圖 2-2.社會認知理論架構

資料來源：Bandura A.(1986). Social Foundations of Thought and Action

Bandura (1988) 認為社會認知理論最適合用來解釋動態環境中人的行為，並且將認知、自律行為 (self-regulatory) 及自省的程序 (self-reflective processes) 當成是因果模式的主要架構(謝宏賜,2000)。

在社會認知理論Bandura(1977)提出指引人類行為的主要認知的力量有兩個，一是個人預期結果(outcome expectation)，一是自我效能 (self-efficacy)。自我效能，意指個人對於在組織裡或執行某一項類型工作與任務的能力評估判斷方式。自我效能就是對自己的自信程度，自我效能愈高自信程度也愈高，相對個人預期可以達到的結果也會高 (梁定澎，2012)。

資管領域對社會認知理論最主要的應用，是從自我效能的概念所延伸的電腦自我效能、網際網路自我效能，知識自我效能等，以及將

自我效能概念應用於集體效能之研究。因此該理論也已被廣泛應用在醫療、決策管理、人力資源、教育、電腦技能訓練等領域上 (Bandura, 1982; Wood and Bandura, 1989; Schunk, 1989; Zimmerman, 1990; Rooney and Osipow, 1992; Pajares and Miller; 1994; Compeau and Higgins, 1995)。在資管領域研究當中，大多數研究都只在探討科技環境對於個人及行為之影響，尚未有研究者將人們身處之社會環境跟科技環境同時影響個人心理及行為進行討論。

因此本研究中，將針對社會認知理論所提出之「環境」、「個人」、「行為」等三個層面進行介紹。各層面探討構面分別如下，環境層面 (ICT 特性形塑之科技環境、華人文化形塑之社會環境)；個人心理層面 (自我呈現、自我揭露、社會互動焦慮)；行為層面 (虛擬及實體社會參與行為)。

一. 環境層面

此小節中，本研究將分別為科技環境 (ICT 形塑之科技環境) 及社會環境 (華人文化形塑之社會文化環境) 做說明，分述如下：

(一). ICT 特性形塑之科技環境

隨著網路網路與 Web2.0 的興起，資訊通訊科技影響了人們的生活型態與結構。Yousefi (2010) 表示 ICT 是開發中國家的經濟主體，儼然成為當今經濟成長的主動力。

ICT 一詞源自於 Dennis Stevenson 於 1997 年首度在政府報告中

提出，與資訊科技(Information Technology, IT)最大的差別在於 ICT 所擁有的功能性為 IT 技術的整合，因此 ICT 可視為 IT 的延伸(吳炎冠，2012)。然而，隨著資訊及通訊科技的進步，眾學者對於 ICT 的定義，各有不同的觀點與定論，本研究整理國內外學者與組織提出之相關定義進行整理，如表 2-1 所示。

表 2-1 資訊通訊科技之定義

提出學者/組織	ICT 之定義
DFEE(1999)	英國教育與就業部(DFEE)指出，應用在整合網際網路與通訊的兩個像度之資訊科技，稱為資訊通訊科技。
Marcelle(2000)	資訊通訊科技是複雜且多樣化的產品、應用程式及服務的組合，適用於產生、散佈、處理及轉換資訊，包括企業各式各樣...等產品。EX：電信、電視、無線廣播、電腦軟硬體、電腦服務及電子媒介(網路、電子郵件、電子商務、電腦遊戲、社群)。
MIC(2001)	台灣產業研究情報所(Market Intelligence & Consulting Insulting，MIC)對於通訊科技定義為，將訊息或資訊在某一時間由某一地點傳遞給不同地點的其他人之過程
ESCAP(2002) AAW(2004)	ICT 被定義為在微電子、電腦軟硬體、通訊和光電子微處理機、半導體、纖維光學的創新，並使得伴隨通訊網路快速散佈而來的龐大資訊量能被處理及儲存。ICT 連接電腦設備並允許彼此之間能互相溝通，創造出基於共同協定的網路資訊系統。ICT 被歸類為一種科技和工作，透過電腦和互相聯繫的網路，人們使用它來分享、散佈、蒐集資訊，並和另一個人或群組溝通。
ETS(2002)	ICT 使用了數位科技、溝通工具及網路來存取、管理、整合並創造資訊。ICT 溝通能力有五項重要關鍵因素：存取、管理、整合、評估和創造資訊的能力。
UNESCO	ICT 被定義為利用電子或其他自動的方式來存

Bangkok(2002)	取、擷取、儲存、運用、產生、呈現和交換資訊的工具或流程。包含了電腦軟硬體、電話、傳真、數位視訊、廣播...等。
OECD(2004)	ICT 定義隨不同年代有所改變，ICT 觀點如下：(1) 專門的電子服務、應用及科技，例如：廣播、電話和網路。(2) 橫跨通訊和資訊服務、應用和科技寬廣的範圍，其類別由傳統的資訊和通訊媒體(EX. 海報和報紙或廣播及電視)，到「新」科技，像是網路。因此，定義 ICT 發展主要的取別為是否 ICT 僅限於電子媒體或者包含「傳統」通訊媒體，像是郵件、書、新聞和海報。ICT 的功能似乎有常見的觀點，那就是能提供知識、資訊和通訊的存取
吳曉婷(2005)	用電腦的運算功能，將資訊轉變成對人而言有意義的資料，使人能依此決策或改變作業流程。即資訊科技除了可將資訊轉換成對人有意義的資料外，透過網際網路的快速傳遞，民眾可快速且便利的得到資訊。
UNICTT(2005)	根據聯合國資訊科技工作小組(National Information and Communication Technology Task Force, UNICTTF)對於企業及家庭/個人使用資訊通訊科技的分類，資訊通訊科技產品主要分為網際網路應用、資訊設備和通訊設備三大類。網際網路應用主要包刮 Blog、社交網站(如：Facebook、plurk、twitter...等)、新聞和購物方面的 ICT 應用，資訊設備主藥包括電腦、PDA、電視和收音機等硬體設備，通訊設備主藥包括 Iphone、MSN 和電話等溝通工具等。
江盈慧(2010)	ICT 為使用電腦科技與通訊科技進行資料獲取、轉換、處理、儲存、管理、分享、傳播以及訊息溝通的基本需求科技，包含具有計算硬體、個人硬體、消費電子、傳播功能資訊科技與聲音、影像溝通科技傳播通訊科技的使用。

根據以上國內外學者與組織定義說明，本研究採用聯合國資訊科技工作小組(UNICTTF，2005)與江盈慧(2010)對 ICT 的定義

進行整合，並提出本研究對 ICT 之定義：「資訊通訊科技泛指，透過資訊設備(電腦、PDA...等，硬體設備)與通訊設備(MSN、電話...等，影音傳播設備)進行資料獲取、轉換、處理、儲存之整合，並可附加網際網路(Blog、Facebook、Twitter...等分享、傳播)之服務與應用」。依據過去資訊通訊科技相關研究顯示，本研究採用以下 ICT 特性作為研究基礎：

1. 立即性(Bufferless)：資訊通訊科技可以直接促進跨團體/社區的形成，它能及時協調以及使用資訊，並且可以提供資料的立即性及完整性。ICT 可以間接促進可持續性的發展努力，透過支持協調以及消息靈通的工作團隊，以改善人們的現況(Young et al., 1997)。
2. 脈絡性(Contextualization)：脈絡性包括提供一個完整的專案活動觀點，指出與具體任務所相似的活動觀點，並且介紹這相似的活動中成員們的溝通管道。(Ardichvili, 2006; Bussotti and Pettenati, 2005)
3. 開放性(Openness)：開放性提供了一個收集和採用較強大以及嚴格知識的地方，而這知識的要求須通過企業廣泛的參與辯證和創新(Bussotti and Pettenati, 2005; Ardichvili et al., 2006)。

(二). 中華文化形塑之社會環境

1. 面子(Face):

「面子」是一個概念，普遍存在各種不同地區文化當中，是人類社會中共同的特色（周美伶、何友暉，1992；黃光國，2005），而面子也並非只有中華文化獨有。在中華文化當中，面子可以代表著人的自尊、尊嚴、聲望和名聲，而這些特質都是「君子」所須具備的條件(黃國光，1988；朱瑞玲，1989；Chen,1995；Chow et al., 1999；Hu, 1994)。因此，在過去中華文化中的人們都會被要求盡其所能，往往在互動的過程中要求必須顧及自己和別人的面子。

在國外的研究當中，Goffman 在 1955 年開始提出一系列面子的概念，發展出一系列「面子需要」及「面子功夫」的實驗室研究，如 Brown（1968）、Brown & Garland（1971）與 Modigliani（1971）等等（轉引自周美伶、何友暉，1992）。因為國家與區域的不同，因此，在中西方對於個人主義與集體主義的不同文化，將會形塑出不同的面子行為模式與面子功夫（Ting-Toomey，2006）。

過去，西方學者 Goffman(1955)以社會心理學的角度對面子提出看法，指稱面子是在某一個特定的交往中，個人按照他人

認定遵循的行為準則，而有效地聲稱自己所得到的正面社會價值(轉引自翟學偉，1992)。以面子的剖析為本，Goffman 進一步提出戲劇理論，他將整體社會視為是一個劇場舞台，所有的人都在舞台上扮演著自己想要被人認同的角色，他將表演用來指出人際互動的方式，並提出台前行為 (front-stage behaviors)，透過社會化的學習，表現出一種社會期待下的理想行為，以博取他人的稱許；「後台行為」(back-stage behaviors)，相對於臺前而言，後台行為是人們趨向刻意隱瞞的內在部分。然而，人們在演出的過程中，能否符合社會期待的前台行為，便攸關表演者的顏面，在此「面子」也就代表了個人的行動符合社會規範的要求(黃光國，2005)。另外，Goffman(1961)指出「角色融入」的概念，認為個人經常扮演需要被他人認同的舞台角色，也是主要面子的來源，因此，個體便與角色、面子三者之間形成了一個「三合一」現象，這樣的觀點在 Ting-Toomey 的面子協商理論以跨文化的觀點來呈現。

Ting-Toomey(1988;2006)彙整「面子」、「自我」和「文化」的概念提出「面子磋商理論」，將面子分為自我面子(self-face)與他人面子(other-face)，認為不同文化對「自我」的差異，導致東西方個人的自我呈現出現不同的樣貌。在西方文化中，追

求的是「我」的個人主義，而東方文化中強調的是「我們」的群體主義，兼重積極與消極的面子，「自我」須依照群體的情境來界定。黃光國(2005)藉此說明華人世界面子中「關係自我」的特色：「自我是一種以情境和關係為基礎的概念，它需要透過社會差序網絡及人際關係來界定，而且要透過面子功夫的磋商來加以維持及奠定。」

在研究華人人際關係中，社會學家常以「面子」、「人情」、「關係」的概念來探討並了解中國人的特殊社會行為(黃光國，1988)，胡先縉(1944)運用人類學的方式蒐集「臉」與「面」的慣用語與生活案例，運用中國人「臉」「面」的用法上的差異，指出：「面子」，代表在中國廣受重視的一種聲譽，這是在人生歷程中步步高升，藉由成功誇耀而獲致的名聲，也是藉著個人努力或刻意經營而累積起來的聲譽。胡先縉之後，許多學者陸續投入面子的研究，對面子的內涵提供了更多的面向。陳之昭(1990)在〈面子心理的理論分析與實際研究中〉回顧了面子的研究，從現象心理的角度把面子界定為：「在自我或自我涉入的對象所具有且為自我所重視的屬性上，當事人認知到重要他人對該屬性的評價後，所形成之具有社會意義或人際意義的自我心像」(陳之昭，1990)；朱瑞玲(1987)討論了關於失面子

的情緒描述時，指出尷尬是介乎認知與情緒之間的形容詞，融合了社會焦慮理論，她提出：失面子所產生的情緒包括了「尷尬、焦慮、羞愧、生氣或憂愁的反應」。Ho(1976)則對面子提出定義：「面子是個人基於在社交網絡中所佔的地位、適當的角色表現與被人接納的品行操守，而從他人獲得的尊重與恭敬 (repectability and/or defencence)」。

本研究依據上述文獻，採用沈孟燕(2007)面子話、話面子-沉默螺旋中的面子因素初探所提供的面子量表，並將量表作了些微的修改以及刪除，做為本研究問項。此部分問卷衡量題數為 7 題。

2. 社會支持：

社會支持的概念起源至社會學中的社會凝聚力(Social Solidarity)與社會連結(Social Bond)。社會支持包括社會與支持兩個概念，社會係指個人所連結之社會環境，支持則為情感、訊息與工具性支援的活動，當人們面對壓力時，自然會尋求社會支持的協助來滿足身心靈上的需求。Caplan (1974)認為社會支持是當面臨壓力與困難時，親朋好友或同事等人提供各種不同形式之幫助與支持，並認為社會支持是個體能力的來源，不但能提供個體回饋他人的機會，並能使人們在

其社會環境裡具有影響力。

我國對於社會支持之研究，係於70年代才受到重視，吳靜吉（1985）認為受到高度社會支持的個人會較有自信，且能夠正視問題與解決問題；張笠雲（1986）提出社會支持為個人透過與他人互動，而得以滿足其基本需求之過程。關於社會支持之概念已有許多學者予以定義，茲整理成表2-2所示(引用蔡岳儒，2008)。

表2-2社會支持之定義

學者	年份	定義
Johnson and Sarason	1978	社會支持係指個人當面臨生活變動或壓力時，向所擁有之社會網路中尋求支持，例如可靠的人、團體與組織等，以減輕壓力情境所帶來之負面影響。
Norbek	1981	個人主觀感受到身邊的人對其有支持之感覺即為社會支持。
Sarason et al.	1983	社會支持為社會網路提供個人正向的適應與發展，並可做為壓力的緩衝。
Cohen and Wills	1985	社會支持為個人與其他人一同從事休閒娛樂活動或藉由陪伴，使個人從不舒服的事件中轉移注意力。
Lin et al.	1986	社會支持係由社區組織、社會網路與信任夥伴提供個人可觀察、實際工具與表達性的協助。
Thoits	1986	社會支持為處於壓力情境下的個人，受到他人提供的助力，使其能夠提升對環境的適應能力與解決問題的能力。
Hobfoll	1988	社會支持是個人尋求家人、朋友、同事與上司等的支持，以減低工作壓力與工作倦怠感。
Carver et al.	1989	社會支持是個人當面對壓力或因難時，尋求他人的意見、訊息或實質之協助，以解決問題的行動。
井敏珠	1992	社會支持是個人透過周遭的任何人，在情緒、實質與訊息上所獲得之支持與回饋，使個體增進適應環境的能力。

Reber	1995	個人可以感受、察覺與實際接受到週圍的人，對其生活事物上的關心與協助，就是社會支持。
Curtrona	1996	社會支持為人們彼此互相依賴，以達成個人基本的需求。
Lopez	1999	支持者直接提供個體實質之物品、服務、社會介入與指引等具保證性的形式，即為社會支持。
黃俊勳	2000	個人透過他人或團體之間的互動，獲得實質上與精神上的幫助即為社會支持。
謝菊英	2002	社會支持為基礎互動的人際關係，為個人在社會交際過程中獲得別人的尊重與接納，經由他人的接觸使個人獲得需求之滿足行為。
Colvin et al.	2002	個人透過其他他人或團體之間的接觸，而獲得實質上與情緒上的幫助。
Daley and Hammen	2002	他人對個人所提供的關心、愛心、鼓勵、保證、尊重與贊成等情感，並傾聽個人的感覺與所關心的事物，就是社會支持。

資料來源：蔡岳儒，2008整理

根據以上定義顯示，社會支持有各種不同功能：(1) 情緒支持 (emotional support) 包括關懷、愛及同情；(2) 工具性支持 (instrumental support) 提供物質或行為上等實質之協助；(3) 資訊之支持 (information support) 提供解決問題之引導、建議、訊息或回饋；(4) 情感上之支持 (affectionate support) 表達愛或情感；(5) 陪伴 (social companionship) 包括花時間陪對方休閒娛樂 (Leung & Lee, 2005)。然而，國外已有許多研究證實網路是獲取社會支持的管道之一 (LaRose, Easting, & Gregg, 2001；Tumer & Parks, 2001；Shaw and Gant, 2002；Tichon & Shapiro, 2003)。Ilich(2002)研究結果指出，人們會把網路當作一個幫助自己的工具，相較於線下的情境，人們

在線上時會利用更多的社會支持來幫助自己獲得良好適應

依據上述，本研究之社會支持量表為參考吳佳輝(2004)社會支持對網路成癮的影響之研究中，根據現有社會支持理論量表(Sheldon & Syme.,1985)所提出的量表作修改與刪除，測量向度主要包括情感性、資訊性社會支持兩大類，另外，其中包含一題工具性支持的題目「我可以找到同伴與我一同參與活動」，此部分問卷衡量題數總共為 8 題。

二. 個人心理層面

(一). 自我呈現(Self-presentational)

自我呈現這個概念最早可追溯到 Goffman 在 1959 年的經典之作 -The Presentation of Self in Everyday Life，該理論認為整個世界是一個舞台，人們會關心別人如何看待他們，他們都是有動機的演員，並在舞台中扮演各種角色，並管理他們的行為，以呈現出他人較喜愛的較欣賞的形象來做自我的呈現。根據自我呈現理論

(Self-presentational theory)，在社交場合中，人都希望可以控制自己外在的形象和身分認同，從而能有效管理自我呈現，避免讓他人留下不好的印象 (Caplan, 2007; Schlenker & Leary, 1982)。

學者 Turkle(1995)認為人們可以透過網際網路，經由在許多自我之間遨遊的方式來建立一個新的自我，他認為網際網路成了一座社

會實驗室，而網上的人們透過網路的虛擬實境，可以進行自我塑造與自我創造。Dominick(1999)以個人網頁為研究對象，發現網路上的行為和人際互動一樣，反映了自我呈現的策略。

網路人際關係的發展多半始於一種想像空間(陳姿蓓, 2010),「自我呈現」強調，與他人互動過程中，個人所展演出的自我或是言行舉止，或多或少都存有一種營造自我的企圖心，以便引導網友認識自己，並且受到更多的認同與肯定。就像舞台上的表演者，希望其演出的角色能獲得觀眾認可(Goffman, 1959)。如將「自我呈現」的概念運用於網路社交平台上，使用者就像是躲在電腦網路後的表演者，在網路世界裡扮演著他/她們想讓其他人認識的一面(Miller & Arnold, 2001; Trammell & Keshelashvili, 2005)。透過現代資訊科技，如電子郵件，聊天室或是網站的特性，將使我們更容易在網路上呈現我們所想要的形象(Canary et al., 2000)。

在過去自我呈現的研究當中，大多在探討個體如何在他人面前呈現自我，例如：呈現自己是有能力的人(Swann, Jr, Griffin, Predmore & Gaines, 1987)，較少探討如何以團體身份來呈現自我，而事實上，表達團體身分即是一種自我呈現，它不同於一般行為。依據社會自我認同理論，當個體用所屬團體來定義自己的時候，那些團體身份就成為自我概念的一部分，因此個體從眾多團體身份中選擇其中一種

來表達，也是一種自我呈現的方式，藉以塑造他人對自己的印象。

根據以上文獻敘述，本研究根據 Ackerman(1979)所提出的自我呈現量表作為本量表設計之參考，原量表問項共 30 題，針對此相關量表作了些微的修改以及刪除。此部分問卷衡量題數為 8 題。

(二). 自我揭露(Self-disclosure)

過去學者對於自我揭露的定義有不同說法。「自我揭露」(Self-disclosure)一詞為 Jourard(1964)所提出，他認為自我揭露是指個人在團體交談中，將有關自己的個人性與隱私性的訊息，透露給其他人的一種溝通方式。任何人向他人透露的任何訊息，若是與自我有關，都屬於自我揭露的訊息 (Cozby, 1973; Wheelless, 1978)。也就是透過語言告訴他人有關自己的興趣、信仰、人格特質、對事物的看法，或感到困擾的問題等等；國內最早開始進行自我揭露的研究，乃是由楊牧貞(1990)《自我揭露的楔型模式及其相關變項之探討》開始，後續才有更多的學者來進行研究，議題上則多探究與人際關係的關聯，或是結合網際網路，探討即時通訊、部落格使用中的自我揭露 (吳孟軒，2006；柯秀佳，2007；郭正瑩，2008)。「自我揭露」乃指個人透過語言告訴他人關於自己個人的興趣、信仰、人格特質、對事物的看法，或感到困擾的問題等等(楊牧貞、黃光國，1980)。自我揭露廣義來說是指個人向他人透露有關於自己資訊，包括個人

的想法、感受與經驗等，來與他人共享自己內心的感受、使他人認識自己、了解自己的溝通行為 (Derlega et al., 1993; Devito, 2003; Gibbs et al., 2006)。自我揭露通常是口頭的消息，包含語句，如”我覺得“、“我認為”、而非語言信息如我們穿的衣服，以及如果我們的目標是揭露關於自己的資訊，而這個資訊是其他人不知道的東西，這樣的行為我們亦可稱之自我揭露(Kathryn, 2006)。由於國內外學者對自我揭露皆有不同的定義與看法，茲將國內外關於自我揭露之定義彙整如表 2-3 所示：

表 2-3 自我揭露概念發展

學者	年代	定義
Jourard	1971	團體歷程中的成員自我揭露(Self-Disclosure)是指成員在團體交談中向他人披露其個人性和隱私性資料
Cozby	1973	為一個人提供給另一個人「任何」資料
Altman & Taylor	1973	自我滲透理論也主張伴隨著關係由初識到深交，最主要的特徵就是其中的自我揭露也隨之由表面逐漸地轉為深刻且親密
Bednar, Melnick & Kaul	1974	有關諮商或治療團體與成員的自我揭露之研究，多數將自我揭露視為一種行為，而認為團體初期成員的自我揭露較少
Derlega & Grzelak	1979	自我揭露是指不容易從他處獲得的資訊，例如個人的思想、情感及經驗，揭露是自願的
Berg & Archer	1982	自我揭露類型作為三種區分 (1)敘述性親近 (2)評估性親近 (3)主題互動性
Yalom	1985	自我揭露是一種人際互動的過程
Stokes	1987	把自我揭露視為親密感的一種操作性定義
Slavin	1993	將自我揭露區分為彼時彼刻兩種行為，並發現這兩自我揭露行為與團體凝聚力不同

Devito	1995 2000	指對別人傳播關於個人的資訊，其形式可以是公開地陳述自己、不自覺性的、非言語的、市面上出版的自傳這些都可以被歸類為自我揭露
王政彥	2005	引用 Perlman & Cozby 的概念圖來解釋，自我揭露可以用來控制自我和他人互動的界線：在無自我揭露時，自我介線是封閉的，而兩人的互動界線是開放的

資料來源：尤淑娟，2011 整理

自我揭露的運用非常微妙，如果是自我揭露太少，別人將會不了解自己，致使阻礙雙方的溝通；如果自我揭露太多或太早，反而會嚇壞對方，而使關係破滅(江中信，2002)。因此如何做到適當的自我揭露成為重要課題，要達到適當的人際自我揭露須具備五種特性：(一)自我揭露應持續不斷地分享自己的資訊；(二)彼此應該是互惠揭露；(三)揭露的內容應與討論的主題有關；(四)揭露的內容應是對方有興趣的；(五)揭露的內容應隨時間而增加，如果能做到上述所說適當的自我揭露，便能發揮自我揭露的功能。在傳統社會中，人際關係乃建立在面對面的溝通上，而隨著網路的發展，網路乃逐漸成為人際互動的主要媒介(李英明，2000)。網路世界人際流動快速，而其中 Facebook 在網路上具有匿名性、立即性、開放性...等特性，在臉書上人們可以來去自如的與人交往，而臉書所保有的 ICT 特性也符合上述，適當的人際自我揭露須具備五種特性之條件。

Derlega 等人(1993) 綜合整理自我揭露的相關理論，歸納出人在自我揭露的過程中會得到若干的益處：(1)宣洩(Expression)；(2)自我

澄清(Self-Clarification)；(3)得到社會認可(Social Validation)；(4)發展關係(Relationship Development)；(5)社會控制(Social Control)。

根據以上所述，本研究之自我揭露量表為參考胡玉珍(2010) 大學生網路交友、自我揭露與愛情態度之研究中，翻譯自 Garthoeffner (1993)修訂後的「人際關係量表之自我揭露分量表」，並參考薛怡青(2001) 碩士論文「台灣 BBS 使用者之自我揭露、名片檔自我呈現意願與暱稱認知之初探」中的「自我揭露量表」而來。本研究針對此相關量表作了些微的修改以及刪除。此部分問卷衡量題數為 7 題。

(三). 社會互動焦慮

Leary (1983) 認為社交焦慮(Social anxiety)即是對於實際或想像中的社交情境，擔心當下或將來可能受到他人評價，因此產生的主觀焦慮狀態。根據自我呈現理論，在社交場合中，人們希望控制自己外在的形象和身分認同，從而能有效管理自我呈現，避免讓他人留下不好印象(Caplan,2007；Schlenker & Leary, 1982)。當人對自我呈現的管理能力欠缺信心，但又極想讓他人建立良好的印象，就會造成社交焦慮。焦慮指人的一種綜合反應，出現在讓人感到有威脅的情境，會伴隨產生認知上的憂懼、神經與生理的反應，還有緊張不安的主觀感受，可能因為各種因素而發生，社交情境只是其中的一種 (Leary,1997)。然而，社會認知理論中另一個影響因素則包

含了社會互動焦慮，Watson & Friend(1969)提出所謂社會互動焦慮，即是個體在人際互動的過程中，所產生的一種不舒服、苦惱、想逃避的情緒，怕受人批評而造成個體在與人互動中或大眾面前表現的困擾。Watson & Friend(1969)，則認為社會互動焦慮是人在社會情境中所產生的一種逃避、喜歡獨處且害怕別人批評的不適情緒。社會互動焦慮，包括兩個因素：1. 「苦惱與逃避社交情境」，即會避免予人社交且對於社交情境有負向的情感與不舒服的感覺；2. 「害怕負面評價」，即害怕在社交情境中導致別人負向的評價(張綺瑄, 2008)。Shepherd (1966)曾指出，一般人中約有 30%~40%的人遭遇焦慮的問題。其中包含人際間的焦慮、與異性交往的焦慮。在現代社會中，人與人之間的交往日漸頻繁，人際間的疏離感卻與日遽增，無形中提高了個體的社會焦慮(許雅惠等人, 2008)。

關於社交焦慮所產生的原因，過去的研究發現眾多的因素，但最具影響的乃是他人展現出來的評價。儘管社交焦慮的心理狀態未必會反映在個人的外顯行為上，而且焦慮的程度也有差異，但在社交場合中，過度膨脹他人對自我的負面評價，同時過度貶抑自我對社會情境的適應力，應是構成社交焦慮的主要因素(Rapee & Heimberg, 1997; Young & Lo, 2012)。綜合上述相關研究，社會焦慮感越高者，為了減輕壓力感，越會逃避社交場合並且尋求安全的溝通管道，甚

至將自己封閉起來。促使許多使用者開始利用網路的特性，從事互動交流。表 2-4 為探討社會互動焦慮的相關研究整理。

表 2-4 社會互動焦慮相關研究整理

學者	年代	定義
Watson & Friend	1969	在社交環境中，不愉快、不舒服、恐懼、焦慮的經驗
Schlenker & Leary	1982	社交焦慮係原自真實或想像的社會情境中，預期會經驗到人際間的負面評價，所產生的焦慮。隨著人際關係互動形式的不同，所產生的社交焦慮的種類也不一樣，互動型態分為兩大類，(一)偶然性的互動(Contingent Interactions)；(二)公式化的互動(Noncontingent Interactions)。
Leary & Kowalski	1995	人們對很多事物都會感到焦慮，而這些事物中只有一些事與社會情境或其他人有關的
Buss	1980	廣義的社交焦慮是指「在其他人面前覺得不舒服」，包括尷尬(embarrassment)、害羞(shyness)、觀眾焦慮(audience anxiety)及羞愧(shame)；狹義的社交焦慮則是「因其他人的注視或評價，或僅是因別人在場，而感到困擾或受到干擾」
Caplan	2007	使用者感受的社交焦慮越高，越會偏好使用網路從事社交互動，而使用者越投入網路從事社交行為，也會導致一些負面的結果產生

資料來源：呂家祥，2009 整理。

三. 行為層面

(一). 社會參與行為

社會參與是由社會(social)及參與(participation)所組合而成的語詞。「社會參與」的意義隨著年代的不同，各學者的說法存有不同程度上的差異。由於社會參與是多元化的型態，沒有單一的理論可用來解釋社會參與的現象與結果，學者大多側重社會學或心理學的觀

點。「參與」是指個人在團體中投注其思想、行為及其他資源，以使團體受到影響而產生某預期結果的活動(萬育維，1993) 因此社會參與是一種與社會保持互動，將自己貢獻於社會，並由互動與投入過程中滿足需求與紓解壓力的活動(戴伸峰，1996)。林振春(1998)認為社會參與是指個人在社會運作過程中，投入自己的意見、行為及其他資源，使自己努力能對社會具有某種程度的影響，從而產生預期效果。一般而言，個人的生活中涉及相當多的層面，陳艾妮(1987)認為社會參與，可分為政治參與、社區參與、社團參與及社會運動與集體行為四種；曾中明(1993)則認為社會參與的層面很廣，包括政治、經濟、文化、社會及教育等公共事務。而在社區參與的類型中則可分為五種類型，分別為休閒活動、宗教活動、志願服務、進修研習與政治參與。

透過參與歷程中，參與者的社會實踐活動，使人們關注社會發展，主動參與社區的公益活動，培養人民的公民意識、參與意識、社會責任意識和精神；使參與者進一步瞭解社會生活和社會環境，增長從事社會活動所需的知識；並提高人際溝通能力、合作能力、組織能力、操作能力，以及適應現代社會生活的能力，提高勞動技能；培養以致用、服務社會的意識，養成誠懇助人、樂於奉獻的積極態度和情感(張菀喻，2010)。

第三章 研究方法

本研究主要目的為利用社會認知理論的概概念為基礎，探討環境因素(Facebook 科技特性所形塑的科技環境、中華文化所形塑出的社會文化)，對臉書使用者個人心理(自我呈現、自我揭露、社會互動焦慮)之影響，進而影響其在臉書進行虛擬社會參與的行為，並探究虛擬社群是否真能幫助身處中華文化的人們，將社會參與行為從虛擬社會參與轉換為實際社會參與之行為。

本章，內容共分為四小節：第一節研究架構與研究假設、第二節研究變項與操作型定義、第三節問卷設計、第四節研究對象與抽樣、第五節資料分析方法。

第一節 研究架構及研究假設

一. 研究假說

在 1970 年代，美國著名的心理學家Bandura 結合行為主義與社會學習的概念，提出社會認知理論，並融合認知理論(Cognitive Theory)的觀點，在1977 年發展出「社會認知理論(Social Cognitive Theory)」° Bandura(1977；1986)說社會認知理論為瞭解、預測和改變人類行為提供一個框架，它認為人類行為是個人因素、行為和環境的交互作用產生的結果。所以本研究社會認知理論所包含的環境構面影響個人心理

構面在這邊提出兩個環境會同時影響到個人心理:1.ICT 科技特性所形塑的科技環境對人的心理影響；2.中華文化所形塑的社會網絡環境

1. ICT科技特性所形塑的科技環境對人的心理影響

隨網際網路的日益普及，應運而起的Web2.0 世代造就了大量的社群媒體（Social media），如Facebook、Plurk、Twitter、YouTube、部落格及Google+等，透過這些網路平台，人際互動、資訊分享和協同合作等行為交織出強大的社群力量，強化了資訊的快速傳播與資訊的透明度(CTIMES，2012)。根據創市際市場研究公司在2010年3月至10月間對社群網站使用時間所做的調查，顯示台灣網友每個月花在社群網站上的時間佔全部上網時間的三分之一，同時Facebook在2011年8月的使用率也高居社群網站之冠（俞菁等人，2012）。許多研究結果表明，社群網站對於使用者是必要的工具，因為他們透過社群網站維持友誼，因此Facebook對於使用者的心理發展就扮演重要的角色(Steinfeld，2008)。甚至也有越來越多證據表明，網際網路的使用和社群網站，特別是Facebook，皆與個人的自我意識和心理發展相關(Steinfeld，2008)。而本研究的目的之一是要探討華人使用Facebook這種在ICT科技特性所形塑的科技環境之下，使用者透過臉書進行社會參與的心理層面發展，因為使用者心理層面的發展可能與使用ICT

有關，因此本研究提出「ICT科技環境對個人心理層面有影響」的假說。

國內學者蔡元隆（1998）統整國內外學者們所提出的網路特性，歸納出九大網路特性：即時性、互動性、無遠弗界、網路外部性、分子化、數位化、價值來自資訊、價值鏈重組及社群；而學者楊志弘（2000）則將網路媒體特性分為七點：立即性、互動性、多媒體、資料蒐尋、超連結、打破時空及個人化。依據以上兩位學者所歸納出的特性，以檢視Facebook的基本功能，並歸納出三項facebook特性，分述如下：

(1) 立即性：

Facebook 擁有的塗鴉牆、狀態、聊天、視訊等功能，可讓親朋好友立即接收使用者的最新消息。此外，結合手機版本的 Facebook 讓使用者可隨時隨地傳遞訊息或是將速拍的照片、影片分享給朋友，並記錄使用者當下的心情故事。此外，Facebook 還連結許多外部平台，一按「分享」鈕，即可立即發佈於個人的 Facebook 塗鴉牆中，亦可直接分享至特定親友的塗鴉牆（林羿奴等人，2012）。

(2) 開放性：

在 Facebook 中，使用者會公開個人的資訊，同時傳達給所

有好友，被大量的觀眾所見（DeAndrea & Walther, 2011），Facebook的這種開放形式的獨特性形成在Facebook 上的互動形式大多為一對多。

(3) 脈絡性：

Facebook提供追蹤個人歷史資訊的瀏覽及記錄，可供使用者針對特定議題進行搜尋及查看。

學者Turkle(1995)認為人們可以透過網際網路，經由在許多自我之間遨遊的方式來建立一個新的自我呈現方式，他認為網際網路成了一座社會實驗室，而網上的人們透過網路的虛擬實境，可以進行自我塑造與自我創造。Dominick(1999)以個人網頁為研究對象，發現網路上的行為和人際互動一樣，反映了自我呈現的策略。如將「自我呈現」的概念運用於網路社交平台上，使用者就像是躲在電腦網路後的表演者，在網路世界裡扮演著他/她們想讓其他人認識的一面(Miller & Arnold, 2001；Trammell & Keshelashvili, 2005)。

根據上述文獻，研究者認為臉書社群網站的科技特性，提供了一個虛擬世界的舞台，而這樣的場域提供了原本觀念保守、守舊的華人們一個呈現自我的空間，因此研究者根據ICT，立即性、開放性、脈絡性可能會對自我呈現有所影響，因此本研究提出以

下研究假說：

【H1：科技特性所形塑的科技環境對個人使用臉書ICT心理層面有影響】

【H1-1：ICT科技特性所形塑的科技環境之立即性，對個人使用臉書ICT心理層面之自我呈現具有影響力】

【H1-2：ICT科技特性所形塑的科技環境之開放性，對個人使用臉書ICT心理層面之自我呈現具有影響力】

【H1-3：ICT科技特性所形塑的科技環境之脈絡性，對個人使用臉書ICT心理層面之自我呈現具有影響力】

學者認為網路中的自我揭露較面對面自我揭露程度高，其認為由於網路的科技特性，使人們較願意揭露自我，於是建立親密關係變得更加容易(余憶鳳，2002；鄭嫻瑋，2003；Ben-Ze'ev,2004)；而認為網路自我揭露程度較面對面自我揭露程度低者，則受網路隱匿性所帶來的欺騙，及網路交友的負面新聞所影響，所以較不信任未曾謀面的網友，而自我揭露程度較低(王瑞雲，2005)。

另外，由於網路開放性，因此個人不再像面對面那樣以貌取人，而是受文字的吸引而將對方理想化，於是藉由網路快速、即時、不斷地揭露分享，加速了彼此間的情感，於是發展成為愛情關係的可能是很高的(Ben-Ze,2004)。由此看來，透過網路來進行自我揭露可能會對

雙方的親密關係造成影響。故從針對臉書上科技特性對華人個人心理層面的影響，本研究提出以下研究假說。

【H1-4：ICT科技特性所形塑的科技環境之立即性，對個人使用臉書ICT心理層面之自我揭露具有影響力】

【H1-5：ICT科技特性所形塑的科技環境之開放性，對個人使用臉書ICT心理層面之自我揭露具有影響力】

【H1-6：ICT科技特性所形塑的科技環境之脈絡性，對個人使用臉書ICT心理層面之自我揭露具有影響力】

科技特性所形塑出的科技環境中，資料傳送的立即性、要求使用者公開身分以及追蹤個人留言，而反映出每個使用者無法對本身社會網絡互動的控制力有所掌握，以及個人對身分認同的管理能力

(Donath, 2007)，可能構成社群的評價和社會壓力，讓高社交焦慮傾向者產生不安感 (Morahan-Martin & Schumacher, 2003)。Gaudio & Herbert (2003) 指出，因無法放心地與他人互動，容易出現社交焦慮，亦會出現社會退縮或社會逃避的情況，對於自己的社交能力較無信心，且在眾人的面前時，由於產生過度的焦慮，以致對自己的表現失去信心。壓力調適、自我掌控能力及社會支持度也與焦慮程度相關 (陳展航, 2009)，但在社交場合中，過度膨脹他人對自我的負面評價，同時過度貶抑自我對社會情境的適應力，應是構成社交焦慮的

主要因素 (Rapee & Heimberg, 1997; Young & Lo, 2012)。故從針對臉書上科技特性對華人個人心理層面的影響，本研究提出以下研究假說。

【H1-7：ICT科技特性所形塑的科技環境之立即性，對個人使用臉書ICT心理層面之社會互動焦慮具有影響力】

【H1-8：ICT科技特性所形塑的科技環境之開放性，對個人使用臉書ICT心理層面之社會互動焦慮具有影響力】

【H1-9：ICT科技特性所形塑的科技環境之脈絡性，對個人使用臉書ICT心理層面之社會互動焦慮具有影響力】

2. 中華文化所建構的社會網絡環境對人的心理影響

在廣義文化概念基礎上剔除了「物質層面」的成分，把文化更多的看作是受價值觀和價值體系支配的符號系統(鄭金洲, 2000)。文化代表一組相關的信念和價值觀，為一社會的成員所共享繼承(趙必孝, 1999)。文化並非與生俱來的，文化價值更不能獨立存在，而是經由學習和環境互動所產生的。出生在不同社會的人，所習得的文化也不盡相同(魏鏡倫, 2003)。因此在不同的國家中有著不同的文化行為。因此，相同群體內的人往往會擁有相似的價值觀。「價值」是個人較為持久的信念，此信念係經由觀察、

模仿、示範、認同、學習等作用逐漸形成（洪若烈，1988），會引導人或社會偏好於某種行為模式或是事物存在目的的狀態。

Adler（2008）相信文化、價值、態度、個人心理、個人行為相互影響，而最終會影響人們的行為。

因此本研究目的之一是在環境方面主要是要來看在個人使用 ICT 中，中華文化所建構的社會互動環境中，對個人使用臉書心理層面影響社會參與行為。因此本研究提出「中華文化社會脈絡對個人使用 ICT 之心理層面的影響」研究假說

【H2：中華文化所形塑的社會脈絡環境對個人使用臉書 ICT 心理層面有影響】

以面子的剖析為本，Goffman（1959/徐江敏、李姚軍譯，1992）提出戲劇理論，他將整體社會視為是一個劇場，所有人都在當中進行角色扮演，他將表演用來指出人際互動的方式：「個體在一組觀察者面前持續出現時所表現出的，並對這些觀察者具有影響作用的全部行為」，而由於人前人後的差異便有了將舞台劃分為臺前、臺後的界線。而這樣的舞台提供了華人自我呈現的管道。

根據上述提出假說：

【H2-1：中華文化所形塑的社會脈絡環境之面子特性，對個人使用臉書 ICT 心理層面之自我呈現具有影響力】

Leung 與Lee (2005) 之研究指出使用網路活動時間與社會支持有顯著相關。因網路之匿名性及不用面對面之特性，因而提供一個環境，允許使用者更能開放的自我呈現，表達情緒、親密感 (Lanthier & Windham, 2004)，也易從網路上獲得社會支持。根據上述提出假說：

【H2-2：中華文化所形塑的社會脈絡環境之社會支持特性，對個人使用臉書ICT心理層面之自我呈現具有影響力】

承認自己的問題(problem)和有待改進的地方，或者坦承自己有需要改變的行為，對很多中華文化的人們來說，可以說是一種失去面子的行為(Hu, 1994; Oh, 1991; Smith and Wang, 1996)。而自我揭露意旨願意表達自己的需要、感覺和想法(Chelune, 1979; Dindia and Allen, 1992; Jourard, 1971; Tard and Dindia, 1997)，在過去的行動學習研究當中，自我揭露是影響個人願意對其他人敞開自我的重要因素，而在中華文化的社會中，人們會因為害怕坦承自己的過錯，進而影響自我揭露的意願，以免讓自己失去面子。根據上述提出假說：

【H2-3：中華文化所形塑的社會脈絡環境之面子特性，對個人使用臉書ICT心理層面之自我揭露具有影響力】

吳佳輝(2004)研究社會支持對網路成癮的影響發現，當個人獲得的現實社會支持較低時，個人會比較容易為了尋求更多的網路

社會支持，而增長在網路上的時間與互動機會；然而，隨著互動頻繁與否，在社交網絡上，自我揭露程度不同，有人得以拓展人際關係，卻也有人因網路與現實出現太大落差，而感到失望。根據上述提出假說：

【H2-4：中華文化所形塑的社會脈絡環境之社會支持特性，對個人使用臉書ICT心理層面之自我揭露具有影響力】

朱瑞玲（1987：41）討論了關於失面子的情緒描述時，指出尷尬是介乎認知與情緒之間的形容詞，融合了社會焦慮理論，她提出：失面子所產生的情緒包括了「尷尬、焦慮、羞愧、生氣或憂愁的反應」。根據上述提出假說：

【H2-5：中華文化所形塑的社會脈絡環境之面子特性，對個人使用臉書ICT心理層面之社會互動焦慮具有影響力】

在過去研究網路成癮相關研究當中，驗證了孤寂者較會上網打發時間、逃避憂鬱、焦慮及寂寞感，較容易利用網路來與朋友互動、調節其負向情緒及尋求情緒支持（Morgan & Cotton, 2003; Morahan-Martin & Schumacher, 2003），Morahan-Martin 和 Schumacher（2000）則認為網路是重度網路使用者之百憂解，當感到孤寂時，只要上網隨時都可以很快的得到別人正面之回應，解除其孤寂感，又可獲得所需的社會支持。

【H2-6：中華文化所形塑的社會脈絡環境之社會支持特性，對個人使用臉書ICT心理層面之社會互動焦慮具有影響力】

3. 個人心理層面對個人社會參與行為的影響

社會是個體的集合，人是社會動物，無法離群索居，必須與人群共同生活。社會中的成員積極參與社會活動不僅能豐富個人生活，促進自我實現，使社會更加進步和諧(歐秋萍，2013)。經由持續的社會參與，可使生活保持活躍，有助於提升生活品質，並可獲得被愛、受尊重與自我實現等高層次的滿足感(朱芬郁，1998)。根據活動理論(Activity theory)表示，一般人的個人心理及社會需求，希望積極參與社會活動，以減少「無角色之角色」(Roleless Role)的印象，重獲社會肯定(徐立忠，1983)。根據本研究使用社會認知理論為基礎，Bandura(1986)認為人類行為是環境、個人因素和行為的交互作用產生的結果。林志偉(2012)在台中市中老年人休閒參與、自我價值與幸福感之研究當中提到，老人可透過社會參與行為提升個人自我價值及幸福感；自我價值(Self-esteem)又可譯為自尊，是指人對於自己的態度(Baron & Byrne, 1997)，乃是人心理狀況的重要指標(Jones, 1990)。然而在自我價值理論當中，「自我」是人格中心的核心要素，自我價值又可分四個項度理論，其中自我價值也可視為心理上的感受，可

分正負兩面，他可以是伴隨自我心理的情緒感受，也可以是一種純粹的情緒經驗。依據以上文獻，本研究提出以下研究假說：

【H3：個人心理層面對於社會參與有影響】

【H3-1：個人心理層面之自我呈現，對個人行為層面之社會參與有影響力】

【H3-2：個人心理層面之自我揭露，對個人行為層面之社會參與有影響力】

【H3-3：個人心理層面之社會互動焦慮，對個人行為層面之社會參與有影響力】

根據社群網站定義，最早源於美國，是一種社會性的網路服務，幫助擁有相同興趣、活動的人，透過網際網路建立起線上社群（張恩禎，2012），其意義是將實體社會中的社區、團體概念延伸到網路上，網友可在社群網站中成立不同的團體，並藉此進行聯絡與溝通（E-Business 時代風潮，2010）。因此，虛擬的社會參與行為也可視為實體社會參與的延伸；但依據社會認知理論環境、個人、行為互相交互作用影響，實際的交互作用也可以反向進行，因此人們也可能夠過虛擬的社會參與行為，進而轉化為實體的社會參與。根據以上文獻，本研究提出以下研究假說：

【H4：個人心理層面之虛擬社會參與對實體社會參與有影響】

【H4-1：個人心理層面之虛擬社會參與對實體社會參與有影響】

經由前面的文獻探討，擬定本研究之研究假說，茲整理如表3-1

所示：

表3-1研究假說彙整表

H1：科技特性所形塑的科技環境對個人心理層面有影響	
H1-1	ICT科技特性所形塑的科技環境之立即性，對個人心理層面之自我呈現具有影響力
H1-2	ICT科技特性所形塑的科技環境之開放性，對個人心理層面之自我呈現具有影響力
H1-3	ICT科技特性所形塑的科技環境之脈絡性，對個人心理層面之自我呈現具有影響力
H1-4	ICT科技特性所形塑的科技環境之立即性，對個人心理層面之自我揭露具有影響力
H1-5	ICT科技特性所形塑的科技環境之開放性，對個人心理層面之自我揭露具有影響力
H1-6	ICT科技特性所形塑的科技環境之脈絡性，對個人心理層面之自我揭露具有影響力
H1-7	ICT科技特性所形塑的科技環境之立即性，對個人心理層面之社會互動焦慮具有影響力
H1-8	ICT科技特性所形塑的科技環境之開放性，對個人心理層面之社會互動焦慮具有影響力
H1-9	ICT科技特性所形塑的科技環境之脈絡性，對個人心理層面之社會互動焦慮具有影響力
H2：中華文化所形塑的社會脈絡環境對個人心理層面有影響	
H2-1	中華文化特性所形塑的社會脈絡環境之面子，對個人心理層面之自我呈現具有影響力
H2-2	中華文化特性所形塑的社會脈絡環境之社會支持，對個人心理層面之自我呈現具有影響力
H2-3	中華文化特性所形塑的社會脈絡環境之面子，對個人心理層面之自我揭露具有影響力
H2-4	中華文化特性所形塑的社會脈絡環境之社會支持，對個人心理層面之自我揭露具有影響力
H2-5	中華文化特性所形塑的社會脈絡環境之面子，對個人心理層面之社會互動焦慮具有影響力
H2-6	中華文化特性所形塑的社會脈絡環境之社會支持，對個人心理層面之社會互動焦慮具有影響力

	理層面之社會互動焦慮具有影響力
H3：個人心理層面對於社會參與有影響	
H3-1	個人心理層面之自我呈現，對個人行為層面之社會參與有影響力
H3-2	個人心理層面之自我揭露，對個人行為層面之社會參與有影響力
H3-3	個人心理層面之社會互動焦慮，對個人心理層面社會參與有影響力
H4：個人心理層面之虛擬社會參與對實體社會參與有影響	
H4-1	個人心理層面之虛擬社會參與對實體社會參與有影響

二. 研究架構

本研究根據研究背景、研究目的、文獻探討、以及研究假說、提出以下研究架構如圖 3-1 所示：

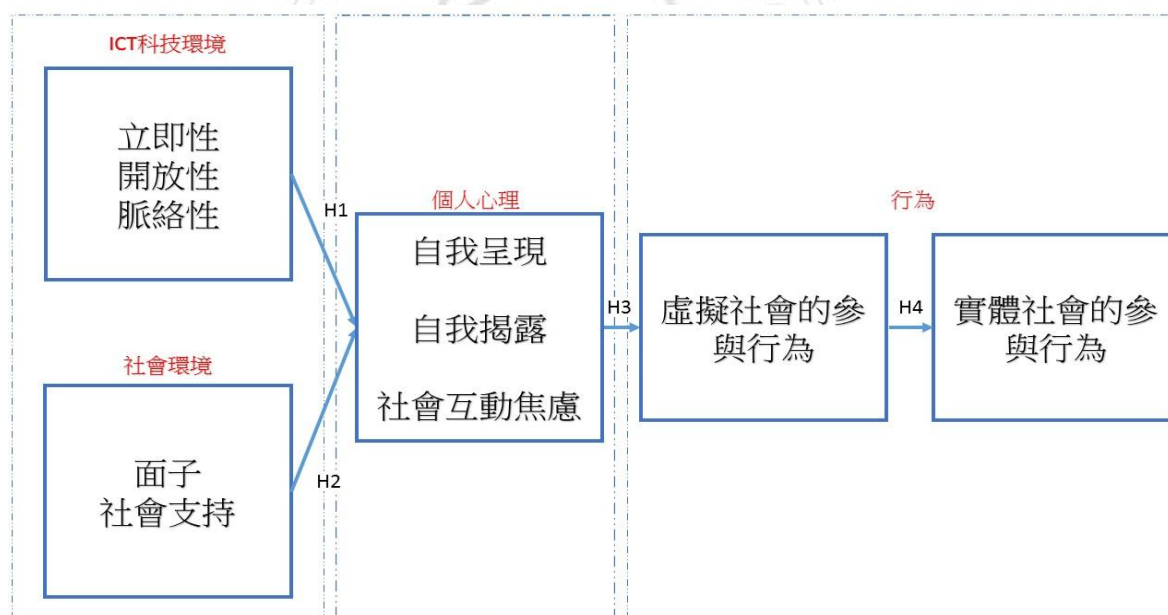


圖 3-1 研究架構

第二節 研究變項與操作型定義

本研究之研究變項共有九類，分別為一、ICT 立即性；二、ICT 開放性；三、ICT 脈絡性；四、面子；五、社會支持；六、自我呈現；七、

自我揭露；八、社會互動焦慮；九、社會參與。

以下依據相關文獻對各研究變項的操作性定義進行說明：

一. ICT 立即性

由科技特性所形塑的科技環境上面來針對 ICT 立即性定義，陳宏昌、林珊妮(2003)對於 ICT 立即性定義提到在立即性方面，任何人不管在世界哪裡都能透過網際網路閱讀資料及瀏覽圖片，所以理論上網際網路要能夠產生立即回應。而林敏芳(2005)學者提出電腦立即性處理與回饋定義是指電腦可以瞬間給予反應，受試者可以得到立即的回饋。因此根據上述，本研究 ICT 立即性操作型定義如下：

【ICT 立即性:使用者在網路發佈訊息資訊時，可以立即做出回應，其他人可以立即接受使用者發佈之訊息的功能】

二. ICT 開放性

由科技特性所形塑的科技環境上面來針對 ICT 開放性進行定義，莊怡軒(2012)提到 Boyd and Ellison (2007) 對 ICT 開放性定義為社會網絡網站是可以讓個人在有範圍的系統內建構開放或半開放的個人檔案，而樊祖燁等(2012)學者對 ICT 開放性功能有提到使用者可以與其他共享連結的用戶擁有有清晰的列表，並可以公開橫向檢視其他系統內的連結。因此根據上述，本研究

ICT 開放性操作型定義如下：

【ICT 開放性：在有範圍的系統內可讓使用者開放檢視其他共享連結的好友個人資訊】

三. ICT 脈絡性

由科技特性所形塑的科技環境上面來針對 ICT 脈絡性定義上面，Ardichvili(2006)及 Bussotti(2008)等人所認為的脈絡性定義是指，提供一個完整的專案活動觀點，指出與特定任務所相似的活動，並且介紹這活動的觀點給相關的成員們。因此根據上述，本研究 ICT 開放性操作型定義如下：

【ICT 脈絡性：網路社群提供一個完整的專案活動觀點，指出與特定任務所相似的活動，並且介紹這活動的觀點給相關的成員們】

四. 面子

在這本研究的觀念是由華人社會所建構的社會環境來定義面子。「面子」，是普遍存在各文化的概念，為人類社會共同特色(周美伶、何友暉，1992；黃光國，2005)，在中國文化中，面子可以代表自尊、尊嚴、聲望和名聲，而這些特質都是「君子」所必須具備的(黃國光，1988；朱瑞玲，1989；Chen,1995；Chow et al., 1999；Hu,1994)，在此「面子」代表個人的行動符合社會規範的要求(黃光國，2005)。西方學者 Goffman(1955)以社會心理學的

角度對面子提出看法，並指稱面子是在某一個特定的交往中，個人按照他人也會認定他會遵循的那個行為準則，而有效地聲稱自己所得到那個正面社會價值(轉引自翟學偉，1992)。

因此根據上述，採用 Ho.(1976) 研究中所敘述本研究社會環境所建構的面子操作行定義如下：

【面子：是個人基於在社交網絡中所佔的地位、適當的角色表現與被人接納的品行操守，而從他人獲得的尊重與恭敬 (repectability and/or defenence) 。】

五. 社會支持

在本研究的觀念是由華人社會所建構的社會環境來定社會支持。個人面對壓力時，自然會尋求社會支持的協助以滿足身心需求，社會支持的概念源於社會學中的社會凝聚力(Social Solidarity)與社會連結(Social Bound)。Caplan (1974) 認為社會支持是個人面臨壓力與因難時，親朋好友或同事等其他人士，所能提供各種不同形式之援助與支持，並認為社會支持是個體能力的來源，不但能提供個體回饋他人的機會，並能使人們在其社會環境裡具有影響力。張笠雲 (1986) 提出社會支持為個人透過與他人互動，而得以滿足其基本需求之過程。

根據上述，本研究採用 Daley and Hammen (2002) 研究中所敘述本

研究華人社會環境所建構的社會支持操作行定義如下：

【社會支持：為基礎互動的人際關係，為個人在社會交際過程中獲得別人的尊重與接納，經由他人的接觸使個人獲得需求之滿足行為。】

六. 自我呈現

這裡要敘述的是本研究個人心理層面的自我呈現管理部分。

「自我呈現」強調，與他人互動過程中，個人所展演出的自我或是言行舉止，或多或少都存有一種營造自我的企圖心，以便引導網友認識自己，並且受到更多的認同與肯定。學者 Turkle(1995)認為人們可以透過網際網路，經由在許多自我之間遨遊的方式來建立一個新的自我，他認為網際網路成了一座社會實驗室，而網上的人們透過網路的虛擬實境，可以進行自我塑造與自我創造。根據上述，本研究採用 Schlenker & Leary(1982) 所提出的自我呈現操作型定義如下：

【自我呈現：人們透過控制自己外在的形象和身分認同，從而有效管理自我呈現，避免讓他人留下不好的印象。】

七. 自我揭露

這裡要敘述的是本研究個人心理層面的自我揭露管理部分。

Jourard(1964)提出，他認為自我揭露是指個人在團體交談中，將

有關自己的個人性與隱私性的訊息，透露給其他人的一種溝通方式。任何人向他人透露的任何訊息，若是與自我有關，都屬於自我揭露的訊息 (Cozby, 1973; Wheelless, 1978)。「自我揭露」乃指個人透過語言告訴他人關於自己個人的興趣、信仰、人格特質、對事物的看法，或感到困擾的問題等等(楊牧貞、黃光國，1980)。根據上述，本研究採用 Derlega et al.(1993)所提出的自我揭露操作型定義如下：

【自我揭露：個人向他人透露有關於自己資訊，包括個人的想法、感受與經驗等，來與他人共享自己內心的感受、使他人認識自己、了解自己的溝通行為。】

八. 社會互動焦慮

這部分主要是要定義員工心理層面社會互動焦慮的部分。王郁文(2001)定義社會焦慮為人際互動過程中，個體預期互動中會產生的評價，而有不安、不自在、焦慮、逃避、苦惱等不舒適現象與情緒，進而影響應有表現與人際互動品質。而羅玉慧(2009)定義社會焦慮為社會互動情境中，因別人的存在所產生的不安全感，個體因已經發生或預期會發生的人際評價產生焦慮感受，進而影響品質。本研究社會互動焦慮操作型定義如下：

【社會互動焦慮：使用 Facebook 在社會互動情境中，因

Facebook 好友群的存在所產生的焦慮感受。】

九. 社會參與行為

社會參與由社會(social)及參與(participation)所組合而成的語詞。社會參與是一種與社會保持互動，將自己貢獻於社會，並由互動與投入過程中滿足需求與紓解壓力的活動(戴伸峰，1996)。曾中明(1993)則認為社會參與的層面很廣，包括政治、經濟、文化、社會及教育...等公共事務。本研社會互動焦慮操作型定義如下：

【社會參與行為：是指個人在社會運作過程中，投入自己的意見、行為及其他資源，使自己努力能對社會具有某種程度的影響，從而產生預期效果。】

第三節 問卷設計

本研究以問卷調查法進行資料收集。研究量表可分為 10 部分，依序如下：

一. ICT 特性形塑之科技環境

根據 Ardichvili(2006)與 Bussotti(2005)學者提出的 ICT 科技特性相關研究量表，並依本研所需做適當修改，ICT 立即性共有 4 題，如表 3-2 所示；ICT 開放性共 5 題如表 3-3 所示；ICT 脈絡性共有 4 題如表 3-4 所示。題號以李克特(Likert)七點尺度

量表來進行測量，由填答者表達對與問題的意見，分為非常同意、同意、稍同意、普通、稍不同意、不同意、非常不同意。所對應的分數為 7 分至 1 分，分數越高則表示越同意該題項。

表 3-2 ICT 特性所形塑的科技環境-ICT 立即性量表

ICT 立即性	
題號	衡量問項
A01	在臉書上，只要按下留言按鈕，我所分享的內容會立即呈現在臉書上。
A02	在臉書上，只要按下留言按鈕，不需耗時等待，大家就可以看到我的分享。
A03	在臉書上，只要按下留言按鈕，大家就可以看到我的分享，時間上不會延誤。
A04	在臉書上，只要按下留言按鈕，我所分享的內容立即會被大家看到，來不及變更。

表 3-3 ICT 特性所形塑的科技環境-ICT 開放性量表

ICT 開放性	
題號	衡量問項
B01	臉書上群聚了許多不同興趣喜好的朋友。
B02	臉書上群聚了許多不同個性偏好的朋友。
B03	臉書上群聚了許多不同身分地位的朋友。
B04	臉書上群聚了許多不同專業領域的朋友。
B05	臉書上群聚了許多來自不同地區的朋友。

表 3-4 ICT 特性所形塑的科技環境-ICT 脈絡性量表

ICT 脈絡性	
題號	衡量問項
C01	臉書記錄了所有分享內容，提供我對特定的討論做整體了解。
C02	臉書記錄了所有分享內容，提供我對特定討論的細節做了解。
C03	臉書記錄了所有分享內容，有助於我對分享內容之間的關係做了解。
C04	前後來回閱讀臉書上分享的內容，有助於我了解事情的來龍去脈。

二. 中華文化形塑之社會環境

本研究採用沈孟燕(2007),「面子話、話面子-沉默螺旋中的面子因素初探」所提供的面子量表,及吳佳輝(2004),「社會支持對網路成癮的影響」之研究中,現有社會支持理論量表(Sheldon & Syme., 1985),做為社會環境之參考量表,並依研究所需些為修改與刪除;面子量表共有 7 題如表 3-5 所示;社會支持量理論量表共有 8 題如表 3-6 所示。題號以李克特(Likert)七點尺度量表來進行測量,由填答者表達對與問題的意見,分為非常同意、同意、稍同意、普通、稍不同意、不同意、非常不同意。所對應的分數為 7 分至 1 分,分數越高則表示越同意該題項。

表 3-5 中華文化形塑之社會環境-面子

面子	
題號	衡量問項
D01	我不願表達自己的意見,是因為不希望讓自己與他人的關係惡化。
D02	我不願表達自己的意見,是因為怕讓他人感覺難堪。
D03	我不願表達自己的意見,是因為擔心讓他人生氣。
D04	我不願表達自己的意見,是因為怕讓他人感覺我很不友善。
D05	我不願表達自己的意見,是因為不希望讓他人感覺沒有自尊。
D06	我不願表達自己的意見,是因為希望場面維持和諧。
D07	我不願表達自己的意見,是因為不想讓他人對我有敵意。

表 3-6 華人文化形塑之社會環境-社會支持

社會支持	
題號	衡量問項
E01	有人對我的感受表示關心。
E02	有人傾聽我訴說自己的感受。
E03	有人表現出對我的關懷。

E04	我依賴特定他人的支持。
E05	有人會分享我的喜怒哀樂。
E06	我可以找到同伴與我一同參與活動。
E07	在我面對困難時，有人會給予建議。
E08	有人會提供資訊，幫助我了解目前的情況。

三. 個人心理

本研究自我呈現變項量表，採用 Ackerman(1979)所提出的自我呈現量表，原量表問項共 30 題，針對此相關量表作了些微的修改以及刪除，此部分問卷衡量題數為 8 題如表 3-7 所示：

表 3-7 個人心理-自我呈現量表

自我呈現	
題號	衡量問項
F01	我總是能透過臉書表達出自己內心的感受、態度及信念。
F02	我喜歡與人相處，並使他人喜歡我，因此在臉書上面對不同的人我總是飾演不同的人。
F03	在臉書上，我只能針對自己擁有的信念與他人辯證。
F04	即使只有鮮少的資訊，我依然可以在臉書上做很精采的表達。
F05	我想我會認真地在臉書上讓他人對我有深刻的印象。
F06	在臉書上，我不知道如何舉止時，我會依賴他人給我的暗示來行動。
F07	在臉書上，我通常希望成為他人注意的焦點。
F08	在臉書上，我會因時、因地、因人，而有不同的舉止言行。

本研究之自我揭露量表為參考胡玉珍(2010) 大學生網路交友、自我揭露與愛情態度之研究中，翻譯自 Garthoeffner (1993)修訂後的「人際關係量表之自我揭露分量表」，並參考薛怡青(2001) 碩士論文「台灣BBS使用者之自我揭露、名片檔自我呈現意願與暱稱認知之初探」中的「自我揭露量表」而來。本研究針對此相關量表作了些微的修改

以及刪除。此部分問卷衡量題數為 5 題如表 3-8 所示：

表 3-8 個人心理-自我揭露量表

自我揭露	
題號	衡量問項
G01	在臉書上，幾乎任何事情我都會自在地向他人表達。
G03	在臉書上，我會與他人分享與討論我的問題。
G04	在臉書上，我會告訴他人一些令我感到困窘或羞愧的事。
G06	在臉書上，我會與他人談論某些人不喜歡我的原因。
G07	在臉書上，我會與他人討論面對異性時的憂慮

本研究之互動焦慮量表表翻譯 Leary (1983) 之焦慮量表，並針對此相關量表作了些微的修改以及刪除。此部分問卷衡量題數為 4 題如表 3-9 所示：

表 3-9 個人心理-社會互動焦慮

社會互動焦慮	
題號	衡量問項
H01	在臉書上，我與一堆不熟悉的人互動時，我總會感到不自在。
H03	在臉書上，當我必須與長輩或上司談話時，我會感到緊張。
H04	在臉書上，與同性朋友講話時，如果我和他們不熟悉，有時也會感到緊張。
H07	在臉書上，給一個與我不十分熟悉的人視訊通話時，我常感到緊張。

四. 社會參與行為

本研究根據孫建文(2008)，大學生公民參與態度與行為之研究，所提供的社會參與之量表，針對此相關量表作了些微的修改以及刪除。此部分問卷衡量題數為 7 題如表 3-10 所示：

表 3-10 個人心理-社會參與量表

社會參與	
題號	衡量問項
I02	在臉書上，我會參與爭取公眾利益的相關討論。

I03	在臉書上，我會參加政黨或利益團體之相關活動。
I05	在臉書上，我會參與所在地相關議題的討論。
I06	在臉書上，我會和同學一起討論社會事件。
I07	在臉書上，我會參與社會上各類的愛心活動。
I08	在臉書上，我會參與社會動態相關議題報導的討論。
I010	在臉書上，我會透過分享/表達意見，來關心國家事件。

最後將本研究問卷衡量題目參考文獻彙整如表 3-10 所示：

表 3-10 研究問卷衡量的量表題目參考資料來源彙整表

變項	衡量面項	參考
ICT 科技特性	立即性	Ardichvili(2006)& Bussotti(2005)
	開放性	Ardichvili(2006)& Bussotti(2005)
	脈絡性	Ardichvili(2006)& Bussotti(2005)
華人社會環境	面子	沈孟燕(2007)
	社會支持	吳佳輝(2004)
個人心理	自我呈現	Ackerman(1979)
	自我揭露	胡玉珍(2010)
	社會互動焦慮	Leary (1983)
個人行為	社會參與	孫建文(2008)

第四節 研究對象與抽樣

本研究之研究對象主要是以生活在華人社會文化脈絡中，並有在使用臉書進行社會參與的族群為主。分為預測與後測兩個部分，分別敘述如下：

一. 預測量表研究對象與抽樣方式

本研究預測對象是以身處於華人社會文化脈絡，曾使用臉書進行社會參與者，採用實體問卷便利抽樣的方式進行，最後樣本共回收

50 份，其中有效問卷共 43 份。量表預測分析結果僅作為檢視該份量表適用性與其進行題目修改之使用。

二. 問卷預測實施與分析

問卷編製完成後，接續進行問卷預測，藉此了解問卷量表是否具有可靠信度與效度，預測對象為身處於華人社會文化脈絡中使用臉書進行社會參與的族群。本研究預測採取無記名式實體問卷發放方式，問卷填寫為每人只可填答一份問卷，避免重複填答，以確保問卷品質。預。預測樣本共回收 50 份，其中有效問卷共 43 份。

接著，本研究利用 SPSS 12.0 套裝統計軟體進行信效度分析，用以判斷此量表是否具有的一致性。本研究採用 Cronbach' s α 係數來評估本研究問卷量表的信度。Nunally(1978)提出 Cronbach' s α 須大於 0.7 之標準，而本研究各構面之 Cronbach' s α 值符合大於 0.7 之條件，因此說明本研究具有良好的信度，依照預測之結果對問卷信行適當修改後，便進行正式施測。本研究將預試信度會整如表 3-11 所示。

表 3-11 預試信度彙整表

變項	題數	Cronbach' s α	構面	題數	Cronbach' s α
整體信度	58	0.913			
ICT 科技特性	13	0.819	立即性	4	0.856
			開放性	5	0.882
			脈絡性	4	0.856

華人文化 特性	15	0.908	面子	7	0.943
			社會支持	8	0.928
			自我呈現	8	0.892
			自我揭露	5	0.765
			社會互動焦慮	4	0.751
			虛擬社會參與	7	0.895
			實體社會參與	6	0.894

三. 正式問卷研究與抽樣方法

正式問卷採用便利抽樣法，透過 mysurvey 免費線上問卷軟體，將預測實體問卷轉製成線上問卷，且將網路問卷放置 PPT「Facebook 看板」及研究者「個人 Facebook 專頁」進行問卷施測，並針對問卷填答設定為一台電腦網路 IP 只能填寫一次，用以確保填答者無重複填答之問題。本研究對象為台灣在華人文化脈絡下曾透過 Facebook 進行社會參與的族群，研究者將網路問卷放置於 PPT、個人 Facebook 當中，藉由滾雪球擴散的方式請臉書好友幫忙填寫，並允許填答者將本研究問卷分享給身邊周遭朋友們幫忙做填答。其網路問卷製於民國 103 年 5 月 6 日，並於當日將問卷發放置 PPT 及 Facebook 當中；線上問卷填寫截止設定為民國 103 年 6 月 15 日，為期 41 天，問卷總共回收 237 份，扣除無效問卷為 32 份，有效問卷為 205 份。

第五節 資料分析方法

本研究以SPSS 12.0、PLS進行資料分析。使用的統計方法包括敘述性統計分析、信度與效度分析、結構方程模式。其中是以結構方程式模型（Structural Equation Modeling, SEM）當中的偏最小平方法（Partial Least Squares, PLS）統計分析技術進行研究結構模型分析，測量各構面之間的因果關係。

一. 敘述性統計分析

將問卷中李克特七點尺度量表之回答，經過編碼量化後，計算出次數分配、平均數、百分比，以及標準差等相關數據，用以了解填答者的基本結構，如性別、年齡、職業、學歷...等。利用平均數了解個問項的平均程度，利用標準差來測量資料間互相的差異性。標準差越大資料之差異性越大，標準差越小則表示該指標重要性看法越一致。

二. 驗證性因素分析（Confirmatory Factor Analysis, CFA）

研究者在研究之初既已提出某種特定的結構關係假設，此時因素分析可以被用來確認資料的模式是否即為研究者所預期的形式，此種因素分析稱為驗證性因素分析，具有理論驗證與確認的功能，可以用來檢驗抽象概念或潛在變項的存在與否，評估測驗工具的項目效度與信效度，並且檢驗特定理論假設下的因素結構(曾建薰，2006；羅紹麟，2006)。故本研究將以驗證性因素分析來進一步驗證本研究之理

論結構。本研究在驗證性因素分析，亦將進行信、效度分析，使用方法分別敘述如下：

(一)信度分析

在李克特量表中常用的信度驗證法為「Cronbach α 」係數。 α 係數是檢驗問項是否一致性的函數，用以估計信度的最低限度，用於編制測驗或量表時，常做為測量分數信度之一的數據，也就是試驗題項間相互關聯程度的函數，內在信度 α 係數在 0.7 以上表示量表有高的信度(Hair et al., 1998)。

(二)效度分析

驗證性因素分析的效度分析，共分成收斂效度與區別效度，本研究使用的測量方式分別敘述如下：

(1)收斂效度

本研究依據Fornell 與Larcker (1981) 之建議，其收斂效度須具備一下三個條件：一、各題項之因素負荷量須大於0.5 之標準；二、組合信度值 (Composite Reliability, CR) 需大於0.6，其他學者如Nunally & Bernstein (1994) 與Bagozzi & Yi (1998) 更提出 0.7 之標準，本研究以CR 值大於0.7 作為標準；三、平均變異萃取量 (Average Variance Extracted, AVE) 需大於0.5 (Hair et al., 2006)。需同時滿足以上三項條件才算具有收斂效度。

(2)區別效度

本研究之區別效度方法採用以下兩種方法:分別敘述如下:

1. Kline(1998)提出，構面之間的相關係數不能大於0.85，若符合條件即算具備區別效度。
2. 依據Bracly 與Smith (1995)以及Fornell 與Larcker(1981)等學者之建議，將構面所測得平均變異萃取量取根號值，所得到的數值需大於其他構面之相關係數值，才算具有區別效度。

三. 結構方程模式

本研究的結構方程模式是以PLS 統計分析技術進行研究結構模型分析，測量各構面的因果關係。根據何雍慶、蔡青姿(2009)整理的PLS的優點有：(1) 能處理多個依變數與多個自變數；(2) 能克服多變量共線性的問題；(3) 強健(robust)地處理干擾資料及遺失值；(4) 投入反應變項對潛在變項有很強的預測能力；(5) 可以同時處理反應性指標(reflective indicator)和形成性指標(formative indicator)；(6) 適用於小樣本；(7) 不受資料分配的限制(Pirouz, 2006)。本研究的有效樣本數為205份，因此適合做以PLS 進行模型檢驗。

第四章 資料分析

本章主要是將正式施測回收的問卷進行資料分析，依序進行：第一節、敘述性統計分析；第二節、信度與效度分析；第三節、研究模型與假說驗證。

第一節 敘述性統計

一. 樣本描述

(一) 性別

本研究有效樣本當中，問卷填答者以男性居多佔 52.52%，性別分佈情形如表 4-1 所示：

表 4-1 性別分佈表

變項	項目	人數	百分比(%)
性別	男生	108	52.68%
	女生	97	47.31%

(二) 年齡

本研究有效樣本當中，問卷填答者以 18(含)~25 歲之間為佔最多數 61.87%，其次為 25(含)~35 歲之間佔 33.81%，本研究年齡分佈如表 4-2 所示：

表 4-2 年齡分佈表

變項	項目	人數	百分比(%)
年齡	18 歲以下	1	0.48%
	18(含)~25 歲	127	61.95%
	25(含)~35 歲	69	33.65%
	35(含)~45 歲	7	3.41%
	45 歲(含)以上	1	0.48%

(三)教育程度

本研究有效樣本當中，問卷填答者以大專院校學力為最多數佔 48.2%，本研究教育程度分佈如表 4-3 所示：

表 4-3 教育程度分佈表

變項	項目	人數	百分比(%)
教育程度	國中(含以下)	0	0.00%
	高中職	6	2.92%
	大專院校	143	69.75%
	研究所(含)以上	56	27.31%

(四)使用 Facebook 的經驗有幾年

本研究有效樣本當中，問卷填答者以使用 Facebook 3(含)~4 年為最多數佔 25.9%，其次為 4(含)~5 年佔 24.46%，本研究 Facebook

使用經驗分佈如表 4-4 所示：

表 4-4 Facebook 使用經驗表

變項	項目	人數	百分比(%)
使用 Facebook 的經驗有幾年	少於 1 年	2	0.97%
	1(含)~2 年	4	1.95%
	2(含)~3 年	22	10.73%
	3(含)~4 年	53	25.85%
	4(含)~5 年	50	24.39%
	5(含)~6 年	46	22.43%
	6 年(含)以上	28	13.65%

(五)每日使用 Facebook 平均時間

本研究有效樣本當中，問卷填答者以每日平均 Facebook 使用時間 2(含)~3 小時為最多數佔 25.9%，本研究每日 Facebook 平均使用時間分佈如表 4-5 所示：

表 4-5 每日 Facebook 平均使用時間分佈表

變項	項目	人數	百分比(%)
每日使用 Facebook 平均時間	1 小時以下	15	7.31%
	1(含)~2 小時	46	22.43%
	2(含)~3 小時	53	25.85%

	3(含)~4 小時	32	15.60%
	4(含)~5 小時	21	10.24%
	5(含)~6 小時	7	3.41%
	6 小時(含)以上	31	15.12%

(六)Facebook 好友人數

本研究有效樣本當中，問卷填答者 Facebook 上好友人數以 150(含)~300 人為最多佔 30.22%，本研究 Facebook 好友人數分佈如表 4-6 所示：

表 4-6 Facebook 好友人數分佈表

變項	項目	人數	百分比(%)
Facebook 好友 人數	150 人以下	34	16.58%
	150(含)~300 人	62	30.24%
	300 人(含)~450 人	52	25.36%
	450 人(含)~600 人	28	13.65%
	600 人(含)以上	29	14.14%

(七)Facebook 好友種類(複選)

本研究有效樣本當中，問卷填答者 Facebook 好友種類以同學、好朋友為最多數佔 98.1%，其次為兄弟姊妹佔 89.2%，本研究

Facebook 好友種類分佈如表 4-7 所示：

表 4-7 Facebook 好友種類分佈表

變項	項目	人數	百分比(%)
Facebook 好友 種類	同學	201	98.1%
	好朋友	201	98.1%
	兄弟姊妹	183	89.2%
	網友	107	52.1%
	父母	86	41.9%
	陌生人	74	36.1%
	上司	67	32.6%
	其他	13	0.6%

(八)Facebook 好友回應訊息種類(複選)

本研究有效樣本當中，問卷填答者 Facebook 好友回應訊息種類以同學為最多數佔 96.1%，其次為好朋友佔 94.6%，本研究 Facebook 好友回應訊息種類分佈如表 4-8 所示：

表 4-8 Facebook 好友回應種類分佈表

變項	項目	人數	百分比(%)
Facebook 好友	同學	197	96.1%
回應種類	好朋友	194	94.6%

	兄弟姊妹	167	81.4%
	網友	86	41.9%
	父母	53	25.8%
	陌生人	32	15.6%
	上司	42	20.4%
	其他	11	0.5%

二. 各研究變項敘述性統計分析

本節主要目的在說明觀察變項的敘述性統計，目的在了解收集的資料內觀察變項之平均數、標準差、偏態、峰度，以了解資料集中和分散情況。根據 Kline (1998) 指出，當偏態 (skewness) 的絕對值小於 3.0，峰度 (kurtosis) 的絕對值小於 10.0 時，一般可視為常態分配。故本研究以此標準檢視各變數敘述性統計分析結果。下列分成四個部分進行敘述性統計分析依序為：(一)ICT 科技環境：(1)立即性(2)開放性(3)脈絡性；(二)華人社會環境：(1)面子(2)社會支持；(三)個人心理：(1)自我呈現(2)自我揭露(3)社會互動焦慮；(四)個人行為：(1)虛擬社會參與(2)實體社會參與。

(一)ICT 所形塑出的科技環境

(1) 立即性

ICT 科技特性所形塑出的科技環境之立即性敘述性統計分析情形如表 4-9 所示。其平均數介於 4.77 ~ 5.52 之間，標準差介於 1.24 ~ 1.55 之間，偏態介於 -0.98 ~ -0.50 之間，峰度介於 -0.44 ~ 0.67 之間。本研究科技特性之開放性構面符合 Kline (1998) 提出之建議，偏態之絕對值皆無大於 3；而峰度之絕對值皆無大於 10。

表 4-9 ICT 科技立即性敘述性統計分析情況

ICT 立即性				
	平均數	標準差	偏態	峰度
A01	5.52	1.26	-0.98	0.67
A02	5.35	1.24	-0.59	-0.21
A03	5.17	1.27	-0.62	-0.19
A04	4.77	1.55	-0.50	-0.44

(2) 開放性

ICT 科技特性所形塑出的科技環境之開放性敘述性統計分析情形如表 4-10 所示。其平均數介於 5.56 ~ 6.05 之間，標準差介於 0.98 ~ 1.34 之間，偏態介於 -1.01 ~ -0.88 之間，峰度介於 0.13 ~ 0.60 之間。本研究科技特性之開放性構面符合 Kline (1998) 提出之建議，偏態之絕對值皆無大於 3；而峰度之絕對值皆無大於 10。

表 4-10 ICT 科技開放性敘述性統計分析情況

ICT 開放性

	平均數	標準差	偏態	峰度
B01	5.93	1.03	-1.01	0.60
B02	6.05	0.98	-1.00	0.59
B03	5.56	1.34	-0.88	0.13
B04	5.81	1.12	-0.89	0.21
B05	5.81	1.16	-0.91	0.31

(3) 脈絡性

ICT 科技特性所形塑出的科技環境之脈絡性敘述性統計分析情形如表 4-11 所示。其平均數介於 5.01 ~ 5.19 之間，標準差介於 1.10 ~ 1.18 之間，偏態介於 -0.61 ~ -0.34 之間，峰度介於 -0.09 ~ 0.52 之間。本研究科技特性之開放性構面符合 Kline (1998) 提出之建議，偏態之絕對值皆無大於 3；而峰度之絕對值皆無大於 10。

表 4-11 ICT 科技脈絡性敘述性統計分析情況

ICT 脈絡性				
	平均數	標準差	偏態	峰度
C01	5.18	1.10	-0.35	0.01
C02	5.01	1.13	-0.34	-0.09
C03	5.19	1.18	-0.61	0.52
C04	5.18	1.17	-0.54	0.16

(二) 華人文化形塑出的社會環境

(1) 面子

華人文化所形塑出的社會環境之面子敘述性統計分析情形如表 4-12 所示。其平均數介於 4.00 ~ 4.71 之間，標準差介於

1.45 ~ 1.55 之間，偏態介於 -0.37 ~ 0.10 之間，峰度介於 -0.77 ~ -0.49 之間。本研究科技特性之開放性構面符合 Kline (1998) 提出之建議，偏態之絕對值皆無大於 3；而峰度之絕對值皆無大於 10。

表 4-12 華人社會環境-面子敘述性統計分析情況

華人社會環境-面子				
	平均數	標準差	偏態	峰度
D01	4.35	1.50	-0.15	-0.59
D02	4.35	1.53	-0.23	-0.63
D03	4.20	1.55	-0.15	-0.77
D04	4.16	1.55	-0.11	-0.72
D05	4.00	1.52	0.10	-0.63
D06	4.71	1.50	-0.37	-0.49
D07	4.36	1.45	-0.04	-0.58

(2) 社會支持

華人文化所形塑出的社會環境之社會支持敘述性統計分析情形如表 4-13 所示。其平均數介於 5.41 ~ 4.74 之間，標準差介於 1.07 ~ 1.38 之間，偏態介於 -0.93 ~ -0.40 之間，峰度介於 -0.31 ~ 1.35 之間。本研究科技特性之開放性構面符合 Kline (1998) 提出之建議，偏態之絕對值皆無大於 3；而峰度之絕對值皆無大於 10。

表 4-13 華人社會環境-社會支持敘述性統計分析情況

華人社會環境-社會支持				
	平均數	標準差	偏態	峰度
E01	5.41	1.07	-0.64	0.87
E02	5.35	1.07	-0.70	0.94

E03	5.38	1.14	-0.77	1.06
E04	4.74	1.38	-0.60	0.34
E05	4.89	1.35	-0.40	-0.31
E06	5.27	1.22	-0.61	0.41
E07	5.38	1.16	-0.84	1.18
E08	5.41	1.17	-0.93	1.35

(三)個人心理

(1) 自我呈現

自我呈現敘述性統計分析情形如表 4-14 所示。其平均數介於 3.88 ~ 4.65 之間，標準差介於 1.30 ~ 1.58 之間，偏態介於 -0.59 ~ -0.04 之間，峰度介於 -0.70 ~ 0.01 之間。本研究科技特性之開放性構面符合 Kline (1998) 提出之建議，偏態之絕對值皆無大於 3；而峰度之絕對值皆無大於 10。

表 4-14 自我呈現敘述性統計分析情況

自我呈現				
	平均數	標準差	偏態	峰度
F01	4.56	1.43	-0.46	-0.14
F02	4.10	1.46	-0.10	-0.41
F03	4.22	1.30	-0.34	0.01
F04	4.30	1.43	-0.27	-0.34
F05	4.23	1.44	-0.13	-0.44
F06	4.02	1.43	-0.28	-0.41
F07	3.88	1.58	-0.04	-0.70
F08	4.65	1.49	-0.59	0.01

(2) 自我揭露

自我揭露敘述性統計分析情形如表 4-15 所示。其平均數介

於 3.54 ~ 4.65 之間，標準差介於 1.26 ~ 1.46 之間，偏態介於 -0.48 ~ 0.16 之間，峰度介於 -0.59 ~ 0.10 之間。本研究科技特性之開放性構面符合 Kline (1998) 提出之建議，偏態之絕對值皆無大於 3；而峰度之絕對值皆無大於 10。

表 4-15 自我揭露述性統計分析情況

自我揭露				
	平均數	標準差	偏態	峰度
G01	3.97	1.44	-0.18	-0.48
G02	3.54	1.26	0.16	-0.22
G03	4.65	1.29	-0.48	0.10
G04	3.90	1.44	-0.18	-0.59
G05	3.84	1.37	-0.13	-0.26
G06	3.78	1.43	-0.05	-0.44
G07	3.75	1.46	-0.20	-0.51

(3) 社會互動焦慮

社會互動焦慮敘述性統計分析情形如表 4-16 所示。其平均數介於 5.14 ~ 3.23 之間，標準差介於 1.50 ~ 1.28 之間，偏態介於 -0.76 ~ 0.48 之間，峰度介於 -0.49 ~ 0.82 之間。本研究科技特性之開放性構面符合 Kline (1998) 提出之建議，偏態之絕對值皆無大於 3；而峰度之絕對值皆無大於 10。

表 4-16 社會互動焦慮敘述性統計分析情況

社會互動焦慮				
	平均數	標準差	偏態	峰度
H01	4.24	1.47	-0.26	-0.49
H02	3.23	1.28	0.48	0.64
H03	4.69	1.35	-0.52	-0.14
H04	4.26	1.40	-0.26	-0.27

H05	3.33	1.42	0.31	-0.34
H06	4.02	1.50	-0.05	-0.36
H07	5.14	1.44	-0.76	0.82
H08	3.76	1.31	0.01	-0.38

(四)個人行為

(1) 虛擬社會參與

虛擬社會參與敘述性統計分析情形如表 4-17 所示。其平均數介於 3.22 ~ 4.89 之間，標準差介於 1.36 ~ 1.62 之間，偏態介於 -0.77 ~ 0.39 之間，峰度介於 -0.55 ~ 0.35 之間。本研究科技特性之開放性構面符合 Kline (1998) 提出之建議，偏態之絕對值皆無大於 3；而峰度之絕對值皆無大於 10。

表 4-17 虛擬社會參與敘述性統計分析情況

虛擬社會參與				
	平均數	標準差	偏態	峰度
I01	4.15	1.43	-0.06	-0.41
I02	4.20	1.49	-0.06	-0.39
I03	3.22	1.60	0.39	-0.48
I04	4.89	1.38	-0.77	0.35
I05	4.31	1.41	-0.24	-0.05
I06	4.65	1.47	-0.54	-0.04
I07	4.41	1.41	-0.48	0.14
I08	4.68	1.36	-0.48	0.10
I09	4.40	1.60	-0.33	-0.40
I10	4.20	1.62	-0.33	-0.55

(2) 實體社會參與

實體社會參與敘述性統計分析情形如表 4-18 所示。其平均

數介於 3.12 ~ 4.57 之間，標準差介於 1.34 ~ 1.62 之間，偏態介於 -0.68 ~ 0.37 之間，峰度介於 -0.81 ~ 0.37 之間。本研究科技特性之開放性構面符合 Kline (1998) 提出之建議，偏態之絕對值皆無大於 3；而峰度之絕對值皆無大於 10。

表 4-18 實體社會參與敘述性統計分析情況

實體社會參與				
	平均數	標準差	偏態	峰度
J01	4.18	1.48	-0.46	-0.17
J02	4.07	1.48	-0.38	-0.33
J03	3.12	1.59	0.37	-0.64
J04	3.84	1.60	-0.17	-0.81
J05	4.05	1.52	-0.31	-0.43
J06	4.91	1.34	-0.68	0.37
J07	4.39	1.44	-0.58	0.17
J08	4.57	1.37	-0.51	0.37
J09	4.51	1.62	-0.51	-0.35
J10	4.60	1.54	-0.60	-0.02

第二節 信度與效度分析

本節主要目的是為檢驗本研究所設計之問卷，在統計上是否有足夠的信度與效度。本研究以 SPSS 12.0 統計軟體，進行敘述性統計分析；結構方程模式則以 Smart PLS 統計設計軟體進行驗證性因素分析，對問卷結構進行收斂效度、區別效度、信度分析等分析步驟來檢視本研究量表結構。

(一) 信度與效度分析：驗證性因素分析

本研究進行驗證性因素分析 (Confirmatory Factor Analysis，

CFA)，以驗證性因素分析衡量問卷之收斂效度、區別效度與構面效度。本研究因素負荷量以李茂能(2006)整理 Comrey 和 Lee (1992) 學者建議使用下列準則以確定該題目是否納入某一因素中：因素負荷量在 0.45 至 0.55 為尚可；0.55 至 0.63 為良好；0.63 至 0.71 為非常好；0.71 以上為特優。故本研究以因素負荷量大於 0.5 做為因素負荷量的標準。

以驗證性因素分析來檢驗衡量模式之收斂效度(convergent validity)，確定每個衡量的變數是否收斂至所欲衡量的潛在變數。潛在變數與其所對應之所有衡量問項間萃取變異數(Average Variances Extracted, AVE)，是計算各觀察變數對該潛在變數的平均解釋能力，而本研究依馮正民與鄭光遠(2007)所整理 Fornell & Larcker 兩學者之建議，如果萃取變異數達到 0.5 以上，則稱為具有收斂效度。故本研究以萃取變異數達到 0.5 以上為標準。

根據過去研究，潛在變數之結構信度(composite reliability, CR)是用以測量潛在變數之組成信度，結構信度值愈高，顯示衡量指標的內部一致性愈高，愈能測出該潛在變數之建構效度。依據 Nunally(1994)與 Bagozzi(1998)之相關研究，結構信度值以 0.7 做為標準，故本研究以此作為衡量潛在變數之

建構效度。最後，本研究以 Cronbach α 檢視構面信度，並以 Nunnally(1978)提出 Cronbach α 係數大於 0.7 作為本研究檢視構面信度之標準。本研究驗證性因素分析與構面信度彙整表如表 4-19 及表 4-20 所示。由表 4-19 及表 4-20 可發現本研究驗證性因素分析之因素負荷量、AVE、CR 皆符合標準。

表 4-19 收斂效度與構面信度彙整表(一)

構面	問項	因素負荷量	萃取變異數	結構信度	Cronbach α
ICT 型塑之科技 環境-立即性	A01	0.749	0.690	0.899	0.856
	A02	0.863			
	A03	0.866			
	A04	0.839			
ICT 型塑之科技 環境-開放性	B01	0.757	0.674	0.911	0.882
	B02	0.778			
	B03	0.861			
	B04	0.905			
	B05	0.792			
ICT 型塑之科技 環境-脈絡性	C01	0.858	0.698	0.902	0.856
	C02	0.876			
	C03	0.809			
	C04	0.794			
華人文化形塑之 社會環境-面子	D01	0.853	0.747	0.953	0.943
	D02	0.851			
	D03	0.916			
	D04	0.875			
	D05	0.875			
	D06	0.832			
	D07	0.845			
華人文化形塑之 社會環境-社會 支持	E01	0.869	0.669	0.941	0.928
	E02	0.874			
	E03	0.881			
	E04	0.688			
	E05	0.740			

	E06	0.839			
	E07	0.831			
	E08	0.799			

表 4-20 收斂效度與構面信度會整表(二)

構面	問項	因素負荷量	萃取變異數	結構信度	Cronbach α
個人心理-自我 呈現	F01	0.713	0.572	0.914	0.892
	F02	0.715			
	F03	0.710			
	F04	0.789			
	F05	0.858			
	F06	0.787			
	F07	0.779			
	F08	0.684			
個人心理-自我 揭露	G01	0.718	0.506	0.836	0.765
	G03	0.774			
	G04	0.750			
	G06	0.636			
	G07	0.670			
個人心理-社會 互動焦慮	H01	0.691	0.562	0.835	0.751
	H03	0.750			
	H04	0.873			
	H07	0.662			
個人行為-虛擬 社會參與	I02	0.807	0.615	0.917	0.895
	I03	0.673			
	I05	0.838			
	I06	0.799			
	I07	0.761			
	I08	0.809			
	I09	0.793			
個人行為-實體 社會參與	J01	0.858	0.656	0.919	0.894
	J02	0.876			
	J03	0.729			
	J04	0.769			
	J05	0.824			
	J07	0.795			

(二) 區別效度：

本研究區別效度採用兩種方法，分別敘述如下：

(1)本研究相關係數分析皆符合 Kline(1998)提出之標準，本研究相關分析結果如表 4-21 所示。

(2)區別效度則根據 Bracly 與 Smith Jr. (1995)以及 Fornell 與 Lacker(1981)提出個構面 AVE 值開根號的值要比其他構面相關係數大之標準，檢視本研究構面是否具有良好區別效度。本研究區別效度彙整表如表 4-21 所示。本研究區別效度皆符合標準。

構面	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
A	0.83									
B	0.39	0.82								
C	0.47	0.47	0.83							
D	0.28	0.21	0.25	0.86						
E	0.31	0.42	0.50	0.26	0.81					
F	0.26	0.19	0.35	0.46	0.51	0.75				
G	0.12	0.01	0.20	0.26	0.38	0.63	0.71			
H	0.10	-0.03	0.04	0.29	0.10	0.26	0.19	0.74		
I	0.15	0.26	0.41	0.29	0.42	0.57	0.44	0.11	0.78	
J	0.02	0.12	0.18	0.20	0.26	0.37	0.37	0.19	0.72	0.81

附註說明：

1. 附註：斜對角線值代表 AVE 之平方根值

2. A=立即性；B=開放性；C=脈絡性；D=面子；E=社會支持；F=自我呈現；G=自我揭露；H=社會互動焦慮；I=虛擬社會參與；J=實體社會參與

根據以上分析之結果，本研究研究構面符合各學者提出之標準，

因此本研究問卷結果擁有良好的信度與效度。

第三節 研究模型與假說驗證:PLS 分析

本節分三個部分，主要目的是說明: 1.解釋能力說明；2 研究模型檢驗結果；3.假說驗證

一. 解釋能力說明

在解釋力部分，經由 PLS 分析的結果，ICT 科技環境與華人社會環境，透過自我揭露間接與直接解釋個人心理層面之自我呈現，共有 56.4% 的解釋能力；ICT 科技環境與華人社會環境解釋對個人心理層面自我揭露，有 20.9%的解釋力；ICT 科技環境與華人社會環境解釋對個人心理層面邊社會互動焦慮，有 10.9%的解釋力；而 ICT 科技環境、華人社會環境與個人心理層面，整體解釋個人虛擬社會參與行為，有 34.7%的解釋能力；而對模型整體而言，透過 ICT 科技環境、華人文化環境、個人心理層面與個人虛擬社會參與行為，進而影響個人實體社會參與行為，總共提供了 51.9%的高解釋能力。

根據以上分析結果，說明本研究採用社會認知理論用以探討個人虛擬與實體社會參與行為的合適性確實有很大的幫助。

二. 研究模型檢驗結果

PLS 評估模型是否具有解釋力與預測能力可由模型解釋力 (R²)與路徑係數(β)、T 檢定來進行檢定。本研究以雙尾

(T-value>1.96, p<0.05) 做為模式路徑的檢驗標準，T-value 大於 1.96 即表示達顯著，表示構面之間有影響。本研究之模型檢驗結果如圖 4-1 所示：

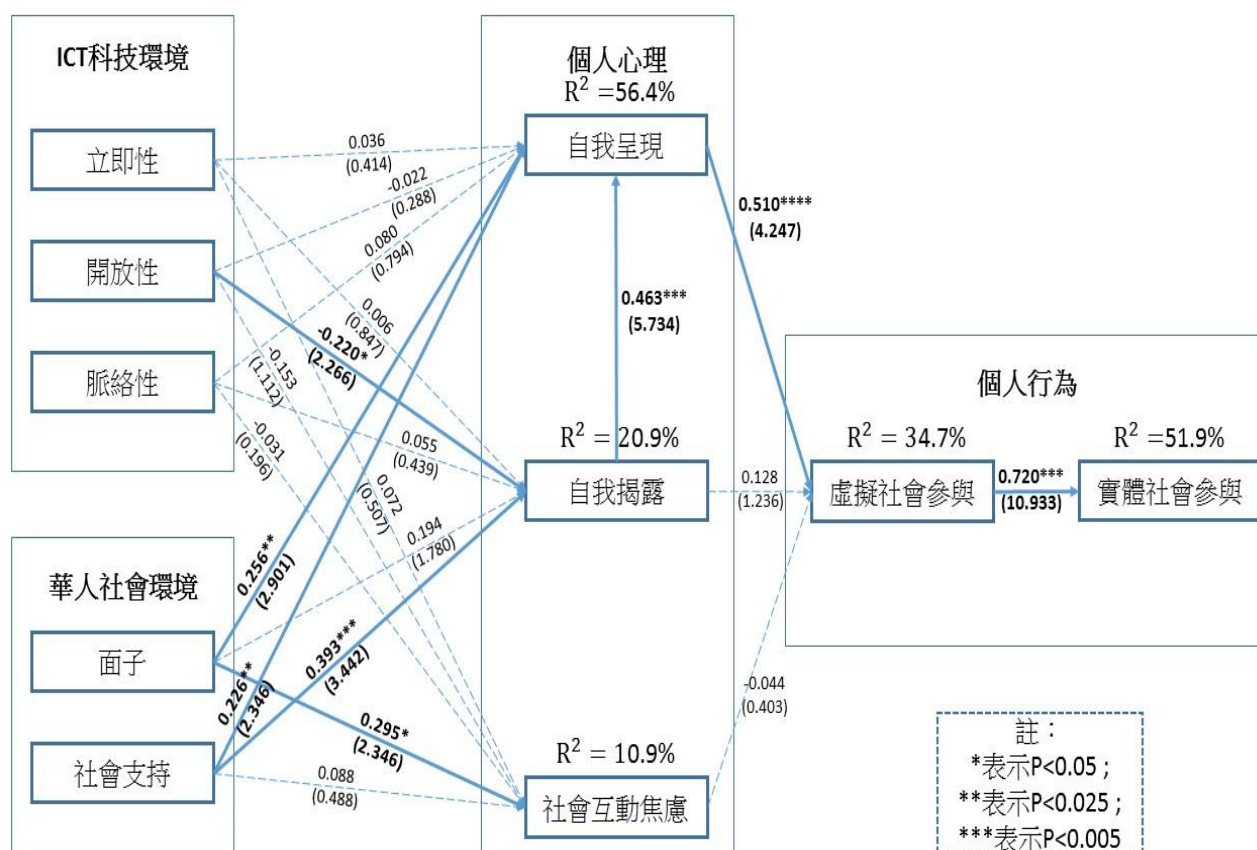


圖 4-1 本研究模型驗證結果圖

三. 假說驗證

1. ICT 科技特性所形塑的科技環境之開放性，對個人心理層面之自我揭露具有影響力【H1-5】

經由 PLS 分析發現，ICT 開放性達到統計顯著水準。顯示 ICT 科技特性所形塑的科技環境之開放性，對個人心理層面之自我揭露具有影響力。因此本研究 H1-5 獲得支持。

2. 中華文化特性所形塑的社會脈絡環境之面子，對個人心理層面之自我呈現具有影響力【H2-1】

經由 PLS 分析發現，ICT 開放性達到統計顯著水準。顯示中華文化特性所形塑的社會脈絡環境之面子，對個人心理層面之自我呈現具有影響力。因此本研究 H2-1 獲得支持。

3. 中華文化特性所形塑的社會脈絡環境之社會支持，對個人心理層面之自我呈現具有影響力【H2-2】

經由 PLS 分析發現，ICT 開放性達到統計顯著水準。顯示中華文化特性所形塑的社會脈絡環境之社會支持，對個人心理層面之自我呈現具有影響力。因此本研究 H2-2 獲得支持。

4. 中華文化特性所形塑的社會脈絡環境之社會支持，對個人心理層面之自我揭露具有影響力【H2-4】

經由 PLS 分析發現，ICT 開放性達到統計顯著水準。顯示中華文化特性所形塑的社會脈絡環境之社會支持，對個人心理層面之自我揭露具有影響力。因此本研究 H2-4 獲得支持。

5. 中華文化特性所形塑的社會脈絡環境之面子，對個人心理層面之社會互動焦慮具有影響力【H2-5】

經由 PLS 分析發現，ICT 開放性達到統計顯著水準。顯示中華文化特性所形塑的社會脈絡環境之面子，對個人心理層面之社會

互動焦慮具有影響力。因此本研究 H2-5 獲得支持。

6. 個人心理層面之自我呈現，對個人行為層面之社會參與有影響力【H3-1】

經由 PLS 分析發現，ICT 開放性達到統計顯著水準。顯示個人心理層面之自我呈現，對個人行為層面之社會參與有影響力。因此本研究 H3-1 獲得支持。

7. 個人心理層面之虛擬社會參與對實體社會參與有影響【H4-1】

經由 PLS 分析發現，ICT 開放性達到統計顯著水準。顯示個人心理層面之虛擬社會參與對實體社會參與有影響。因此本研究 H4-1 獲得支持。

表 4-22 假說結果彙整表

H1：科技特性所形塑的科技環境對個人心理層面有影響				
假說	假說內容	路徑係數	T值	成立與否
H1-1	ICT科技特性所形塑的科技環境之立即性，對個人心理層面之自我呈現具有影響力	0.036	0.414	否
H1-2	ICT科技特性所形塑的科技環境之開放性，對個人心理層面之自我呈現具有影響力	-0.022	0.288	否
H1-3	ICT科技特性所形塑的科技環境之脈絡性，對個人心理層面之自我呈現具有影響力	0.080	0.794	否
H1-4	ICT科技特性所形塑的科技環境之立即性，對個人心理層面之自我揭露具有影響力	0.006	0.847	否
H1-5	ICT科技特性所形塑的科技環境之開放性，對個人心理層面之自我揭露具有影響力	-0.220	2.266	是

H1-6	ICT科技特性所形塑的科技環境之脈絡性，對個人心理層面之自我揭露具有影響力	0.055	0.439	否
H1-7	ICT科技特性所形塑的科技環境之立即性，對個人心理層面之社會互動焦慮具有影響力	0.006	0.847	否
H1-8	ICT科技特性所形塑的科技環境之開放性，對個人心理層面之社會互動焦慮具有影響力	-0.153	1.112	否
H1-9	ICT科技特性所形塑的科技環境之脈絡性，對個人心理層面之社會互動焦慮具有影響力	-0.031	0.196	否
H2：中華文化所形塑的社會脈絡環境對個人心理層面有影響				
H2-1	中華文化特性所形塑的社會脈絡環境之面子，對個人心理層面之自我呈現具有影響力	0.256	2.901	是
H2-2	中華文化特性所形塑的社會脈絡環境之社會支持，對個人心理層面之自我呈現具有影響力	0.226	2.346	是
H2-3	中華文化特性所形塑的社會脈絡環境之面子，對個人心理層面之自我揭露具有影響力	0.194	1.780	否
H2-4	中華文化特性所形塑的社會脈絡環境之社會支持，對個人心理層面之自我揭露具有影響力	0.393	3.442	是
H2-5	中華文化特性所形塑的社會脈絡環境之面子，對個人心理層面之社會互動焦慮具有影響力	0.295	2.346	是
H2-6	中華文化特性所形塑的社會脈絡環境之社會支持，對個人心理層面之社會互動焦慮具有影響力	0.088	0.488	否
H3：個人心理層面對於社會參與有影響				
H3-1	個人心理層面之自我呈現，對個人行為層面之社會參與有影響力	0.510	4.247	是
H3-2	個人心理層面之自我揭露，對個人行為層面之社會參與有影響力	0.128	1.236	否
H3-3	個人心理層面之社會互動焦慮，對個人心理層面社會參與有影響力	-0.044	0.403	否

H4：個人心理層面之虛擬社會參與對實體社會參與有影響				
H4-1	個人心理層面之虛擬社會參與對實體社會參與有影響	0.720	10.933	是

雙尾檢定:t-value>1.96,p<0.05；and t-value>2.58, p<0.025；and

t-value>3.29,p<0.005



第五章 結論與建議

本研究以社會認知理論的觀點探討中華文化底下，華人透過 Facebook 從事社會參與行為的可行性。本章綜合前面章節分析之統計結果，予以整理與歸納，提出研究結論。同時，亦說明本研究在研究過程中所受到的限制、研究貢獻及研究未來建議。

第一節 研究發現

本研究主要探討身長在中華文化脈絡中的族群，其是否可透過 Facebook 進行虛擬的社會參與，並透過虛擬的參與行為進而轉化且提升實體社會參與之意願。在科技環境部分主要是 ICT 立即性、ICT 開放性、ICT 脈絡性，這些科技特性所形塑的科技環境；在社會環境的部分主要有因身處中華文化所建構的愛面子、社會支持兩種社會環境特性；在個人心理層面，主要是了解華人使用臉書時自我呈現、自我揭露、社會互動焦慮之影響；行為方面則是探究華人透過臉書的虛擬社會參與之後，是否對於實體的社會參與意願有所提升。綜合以上提出 19 項研究假說。茲將研究結果說明如下：

一. ICT 科技特性所形塑的科技環境對臉書使用者心理層面之關係

依據 Bandura(1970)社會認知理論指出，人的行為是受到個人心理 (people)、行為 (behavior) 與環境 (environment) 三個因素

間彼此互動關係予以串連，並成為相互關聯的決定因素。本研究發現，除了 ICT 開放性對於個人心理之自我揭露具有顯著性影響力外($t= 2.266, \beta= -0.220$)，其餘 ICT 之立即性與脈絡性對於個人心理層面影響並不顯著。

此即表示，本研究中，在中華文化下使用臉書的使用者，對於臉書 ICT 帶來的科技特性，其影響使用者在臉書從事線上自我個人行為表現上並不是很有效果，另外對於個人在網路上表露自我情感似乎也不容易受到科技特性的影響。然而這樣的現象，也說明了在使用 Facebook 科技時，中華文化底下的人們也許不在乎科技特性所帶來的影響，人們依然能夠接受臉書這樣的科技讓他們能在虛擬社群當中盡情的做自己。

本研究發現 ICT 科技開放性對於個人心理之自我揭露具有顯著影響力($t= 2.266, \beta= -0.220$)，在此表示臉書所擁有的 ICT 開放性，其臉書開放的程度越大，則個人在臉書上自我揭露抒發情感的機率則會降低，由於臉書上屬於一個開放性的空間，大多數的人對於個人情感上，會因為害怕網路自我揭露程度較面對面自我揭露程度低，則受網路隱匿性所帶來的欺騙，及網路交友的負面新聞所影響，所以較不信任未曾謀面的網友，而自我揭露程度較低(王瑞霖，2005)。

二. 中華文化環境所建構的愛面子、社會支持之社會特性，對於個人心理層面之間的關係

根據 Bandura(1970)社會認知理論觀念指出，人的行為是受到個人心理 (people)、行為 (behavior) 與環境 (environment) 三個因素間彼此互動關係予以串連，並成為相互關聯的決定因素。

本研究發現，面子對於個人心理自我呈現具有顯著性($t= 2.901$, $\beta= 0.256$)；面子對於個人心理社會互動焦慮有顯著性($t= 2.346$, $\beta= 0.295$)；另外社會支持對於個人心理自我呈現有顯著性($t= 2.901$, $\beta= 0.256$)；社會支持對於個人心理自我揭露有顯著性($t= 3.442$, $\beta= 0.393$)。

根據以上數據顯示，身處於中華文化脈絡中的人們，影響臉書使用的因素，文化脈絡的影響力的確會比 ICT 科技環境還要重要，而這也呼應了本研究的研究目的；根據上述資料，可以明確了解到，在華人社會當中面子的重要性，而越愛面子的人對於臉書線上的自我呈現也會越強烈，透過臉書華人可以在網路上盡情的表現自我良好的行為給其他人觀看，並且透過自我呈現的方式也能讓自己有面子；另外，根據過去研究發現，愛面子是中華文化重要因素之一，而越在乎面子的族群，其在網路上社會互動焦慮感也會隨愛面子的程度而提升；在社會支持對於個人心理方面，

社會支持代表了個人在社會中可以獲得他人的認同感，而社會認同感越高其在臉書上自我揭露與自我呈現的程度也越高，這也說明了身處在華人文化脈絡的人們，透過臉書可以提供解決華人愛面子及不斷尋求社會支持的問題。

三. 個人心理層面對虛擬與實體社會參與行為之間的關係

根據 Bandura(1970)社會認知理論觀念指出，人的行為是受到個人心理 (people)、行為 (behavior) 與環境 (environment) 三個因素間彼此互動關係予以串連，並成為相互關聯的決定因素。本研究發現，個人心理層面的自我呈現對於虛擬社會參與行為有顯著性影響($t=4.247, \beta=0.510$)，而個人虛擬社會參與行為則對於實體社會參與行為也有顯著性影響($t=10.933, \beta=0.720$)。

此即表示，中華文化的人們透過臉書 ICT 科技的幫助，不只能夠提升個人自我的價值與自我呈現的意願；而自我呈現意願的提高，也讓身處思維趨於保守的中華文化的人們，透過臉書的場域，使平常在現實生活中不敢表達自我訴求的人，更勇於透過臉書進行虛擬的社會參與行為。在過去的研究當中，學者將虛擬社群網絡當作是實體世界的延伸，因此許多虛擬社會的參與行為也可能來自本身實體的社會參與；然而，臉書這樣的 ICT 科技讓更多人願意在虛擬世界中從事社會參與活動，根據社會認知理論架

構，環境、個人、行為彼此互動，因此虛擬的社會參與行為也可以轉化回實體社會參與，經過這樣的轉化過程，身處中華文化的族群透過臉書增強線上社會參與之意願，甚至可將虛擬社會參與行為轉換為更有效率的實體社會參與之活動。

第二節 研究貢獻

隨著網際網路時代的進度，新的網路社群網站慢慢崛起，在過去中華文化的思維當中，中國文化中的人們總是都要盡其所能，在互動的過程中不要丟了自己和別人的面子。面子是在某一個特定的交往中，個人按照他人也會認定他會遵循的那個行為準則，而有效地聲稱自己所得到的那個正面社會價值，也因如此在過往守舊的社會當中，人們常常害怕自己與他人想法不同而不敢真正說出自己內心的想法；隨著時代的進步，虛擬社群網絡興起，這樣的 ICT 科技工具伴隨著科技的特性，而這樣的一個工具及場域，提供一個大舞台讓中華文化底下的每個人都可以在上面盡情的發揮所長及從事社會參與的活動，進而提升自我與他人的認同感。

故本研究在理論上的貢獻有：

1. 加強社會認知概念：

在過去社會認知理論的研究當中，少有研究者同時探討社會環

境及科技環境同時影響個人心理、個人行為。由於社會認知理論觀念指出，人的行為是受到個人心理(people)、行為(behavior)與環境(environment)三個因素間彼此互動關係予以串連，並成為相互關聯的決定因素。而這樣的理論也適用於各領域當中，在過去社會領域大多數學者都在探討社會文化環境對於人與行為的影響；在心理學領域學者大多著重於個人心理層面對於個人行為的影響；在資管領域當中，過去學者總是只注重科技環境所帶來的影響。而在現實的生活當中，除了科技環境，而人們所生活的社會文化環境也佔了很重要的一部分，因此本研究應用社會認知理論觀點，以了解人在互動的時候，科技環境與社會互動環境是否會同時影響個人心理層面，進而影響個人行為。

2. 結合多領域的研究

在過去的研究當中，社會參與行為皆為社會學研究學者在探討居多，且許多研究都針對老年人退休之社會參與意願做為研究目標；而在資管領域，目前少有人同時結合多個研究領域作為研究的基礎，而本研究同時結合了資管領域對 ICT 科技的重視，結合了社會學領域對於社會參與行為及社會文化的重視；最後也結合了心理學領域中重要的三個個人心理因素，同時納入社

會認知理論來使用。

3. 社會參與行為

近年來時代進步，人們的思想也隨之多元化，近幾年世界各地社會參與活動陸續如春筍般冒出，而這也代表著人們對於思想改革上的開放。隨著科技進步，這些新的科技給予人們無限的想像與自我進步空間，而科技進步帶動的就是社會的進步，有鑑於此，資管領域頂級期刊 MIS Quarterly 對於 ICT 對於社會的影響也受到極大的重視，並於 2013 年米蘭研討會當中將資訊通訊科技相關議題給提出來，甚至也提出『ICT 的運用對於促使公民參與及民主進程』類似的社會參與議題進行討論。有鑑於此相信本研究對於這樣的議題之研究必定有所貢獻。

第三節 研究限制與未來建議

研究限制：

由於社會認知理論是一個循環性的理論，所以在進行社會認知理論的研究時，需要進行縱貫面的研究（longitudinal），但由於時間及人力的限制，故本研究採用的是橫斷面（cross-sectional）的研究。

未來建議：

科技特性所形塑出來的社會互動網絡環境中除了開放性、立即性及脈絡性之外，可再多去探討更多的特性，例如廣泛性或是互動性等

等，來進行更多的解釋說明。而本研究此次研究的目標是身處中華文化底下的族群，由於各國的文化差異不同，因此環境、個人、行為可能也會隨之不同，本研究者認為，此研究內容可供後續學者提供參考方向，這樣的社會認知理論架構，相信可以用在不同文化的國家，及不同科技環境下探討不同行為的研究。



參 考 文 獻

一、中文部份

1. 江盈慧 (2010)，從學習風格探析高齡者資訊通訊科技的使用，國立中山大學教育研究所，碩士論文。
2. 朱瑞玲 (1987)，中國人的社會互動，中國社會學刊，11，23-52。
3. 李雪芳 (2011)，國中生社群網站的使用與參與對於自我概念及人際關係的影響：以 Facebook 為例。國立臺北大學社會學系在職專班碩士論文。
4. 吳孟軒 (2006)，部落客網路書寫之自我揭露與人際關係之研究。中國文化大學新聞研究所，在職專班碩士論文。
5. 吳佳輝(2007)，社會支持對網路成癮的影響，資訊社會學刊，7，177-189
6. 沈孟燕 (2007)，面子話、話面子—沉默螺旋中的面子因素初探，中華傳播學刊。
7. 林振春 (1998)，社區營造的教育策略。台北：師大書苑。
8. 林龍吉 (2011)，企業運用社交媒體之研究-以 Facebook 為例。天主教輔仁大學資訊管理學系在職專班碩士論文。
9. 周世惠(2011)，行銷實戰台灣臉書效應，天下雜誌。
10. 周美伶、何友暉 (1992)，〈從跨文化的觀點分析面子內涵及其在社會交往中的運作〉，楊國樞(編)，中國人的心理與行為—理念及方法篇 (1992)，205-254，台北:桂冠。
11. 周冠中、郭美懿(2010)，網路社群興起，E-Business 時代風潮，博碩出版社
12. 郭正瑩 (2008)，男女大學生網路自我揭露、網路社會支持與寂寞感之差異研究—以即時通訊為例。中國文化大學心理輔導研究所，碩士論文。
13. 胡玉珍 (2010)，大學生網路交友、自我揭露與愛情態度之研究，國立臺灣師範大學人類法展與家庭研究所，碩士論文。
14. 柯秀佳 (2007)，日記型部落格自我揭露行為與主觀幸福感之理論建構。國立中山大學資訊管理研究所，博士論文。

15. 陳佑淵 (2007)，國小退休教師社會參與及生活品質之相關研究。國立中正大學高齡者教育所，碩士論文。
16. 陳姿蓓 (2010)，請看我表演！探討網路社交平台的自我展演。國立台灣藝術大學應用媒體藝術研究所，碩士論文。
17. 梁定彭 (2012)，資訊管理理論，前程文化事業股份有限公司，新北:出版。
18. 徐江敏、李姚軍譯 (1992)，日常生活中的自我表演，台北：桂冠。
19. 張之秀(2009)，探討影響 Facebook 使用意圖之因素—以理性行為理論為觀點，國立成功大學國際企業研究所碩博士班，碩士論文。
20. 張家豪 (2007)，影響資訊通訊科技績效之因素，靜宜大學資訊管理學系，碩士論文。
21. 張純富 (2010)，社交網站人際關係維繫之研究：以Facebook 為例，世新大學資訊傳播學系碩士論文。
22. 張恩禎 (2012)，社交網站使用者之心流經驗對網站涉入程度之影響—以人格特質為干擾變數，淡江大學資訊傳播研究所，碩士論文。
23. 張綺瑄 (2008)，國中生父母管教方式依附風格與社會焦慮之相關研究，高雄師範大學輔導與諮商研究所，碩士論文。
24. 張菟喻 (2010)，大學生社會參與與存活策略，國立東華大學多元文化教育研究所，碩士論文。
25. 許雅惠、黃天佑、鄭琳蓉、林家正 (2008)。網路交友行為與社交焦慮之研究。資訊科學應用期刊, 3 (2)，53-78 頁。
26. 許慈雅 (2010)，社交網站與組織內人際關係改變之關聯性研究—以 Facebook 為例，國立政治大學傳播學院碩士在職專班碩士論文。
27. 楊牧貞、黃光國 (1980)，自我揭露的楔型模式及其相關變項，中華心理學刊，22(1)，51-70。
28. 楊牧貞 (1990)，自我揭露的楔型模式及其相關變項之探討。國立臺灣大學心理研究所，碩士論文。
29. 黃光國 (2005)，儒家關係主義：文化反思與典範重建，台北:國立台灣大學出版中心。
30. 黃健暉 (2011)，探討社群網站使用行為—科技接受模式之延伸。世新播管理學研究所碩士論文。

31. 創世紀市場顧問股份有限公司(2012)，創市際公佈「2012 年網路社群白皮書」調查報告，
http://www.insightxplorer.com/news/news_12_18_12.html
32. 萬育維 (1993)，老年人的再教育與社會參與。社區發展季刊，74，87-97。
33. 謝宏賜 (2000)，以社會認知理論探討網路搜尋策略，國立中山大學資訊管理學系，碩士論文。
34. 戴伸峰 (1996)，老人的生活壓力因應之道-積極社會參與。老人教育，9，50-57。
35. 鮑珏蓉(2010)，Facebook 使用意圖影響因素之探討-科技接受模式與社會資本整合性觀點，國立成功大學經營管理碩士學位學程，碩士論文。
36. 薛怡青 (2001)。台灣 BBS 使用者之自我揭露、名片檔自我呈現意願與暱稱認知之初探。國立交通大學傳播研究所，碩士論文。

二、西文部份

1. Ackerman,B,J.(1979).”The Development and Validation of Self-Presentation Scales” *Journal of Personality and Social Psychology*, 42(5): PP 891-900.
2. Ardichvili,A. & Martin,M & Li,W & Wentling,T.(2006).”Cultural influences on knowledge sharing through online communities of practice ”*Journal of Knowledge Management*, 10: PP 94-107.
3. Bussotti,P.& Pettenati,M,C.(2005).” Functional model of a sense-emerging assistant for knowledge construction and management” *Journal of Knowledge Management*, 9: PP 92-103.
4. Bandura, A. and Cervone, D .(1986). “Differential Engagement of Self-reactive Influences in Cognitive Motivation, ” *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 38: PP 92-113.
5. Bandura, A. and Wood, R.H.(1989).”Effect of Perceived Controllability and Performance Standards on Self-regulation of Complex Decision-making,” *Journal of Personality and Social Psychology*, 56: PP 805-814.
6. Bandura, A.(1977). *Social learning theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

7. Boyd, D.M. and Ellison, N.B., (2007). Social Networks Sites: Definition, History, and Scholarship, in *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1): PP 210-230.
8. Brown, B. R. (1968). The effects of need to maintain face on interpersonal bargaining. *Journal of Experimental Social Psychology*, 4: PP 107-122.
9. Brown, B. R. & Garland, H. (1971). The effects of incompetency, audience acquaintanceship, and anticipated evaluative feedback on face-saving behavior. *Journal of Experimental Social Psychology*, 7: PP 490-520.
10. Caplan, G. 1974, *Social Support and Community Mental Health: Lectures on Concept Development*, Behavioral Publications, New York.
11. Eric K. Clemons (2009) "The complex problem of monetizing virtual electronic social networks, *Decision Support Systems*", 48(1): pp 46-56.
12. Cozby, P. C. (1973). Effects of density, activity, and personality on environmental preferences. *Journal of Research in Personality*, 7(1): pp 45-60.
13. Caplan, S. E. (2007). Relations among loneliness, social anxiety, and problematic internet use. *Cyberpsychology & Behavior*, 10(2): PP 234-242.
14. Derlega, V. J., Metts, S., Sandra, P., & Margulis, S. T. (1993). *Self-Disclosure*. California: Sage Publications, Inc.
15. DeVito, J. A. (2003). *Human communication: The basic course* (9 ed.). Boston: Allyn & Bacon.
16. Dwyer, C., Hiltz, S. R., & Passerini, K. (2007). Trust and Privacy Concern within Social Networking Sites: A Comparison of Facebook and MySpace. *Proceedings of the Thirteenth Americas Conference on Information Systems*. Keystone, CO.
17. Farh, J.L., Earley, P.C. & Lin, S.C. (1997). Impetus for Action : A cultural Analysis of Justice and Organizational Citizenship Behavior in Chinese Society. *Administrative Science Quarterly*, 42(3): PP 421-444.

18. Gibbs, J. L., Ellison, N. B., & Heino, R. D. (2006). Self-Presentation in Online Personals The Role of Anticipated Future Interaction, Self-Disclosure, and Perceived Success in Internet Dating. *Communication Research*, 33(2): PP 152-177.
19. Garthoeffner, J. L., Henry, C. S., & Robinson, L. C. (1993). The modified interpersonal relationship scale:Reliability and validity, *Psychological Reports*, 73(3): PP 995-1004.
20. Goffman, E.(1959). *The presentation of self in everyday life*. New York: Doubleday, Anchor.
21. Ho,D.Y. F.(1976). On the concept of face. *American journal of Sociology*, 88(4): PP 867-884.
22. Howard,A. ,Shudo,K. & Umeshima,M. (1983). Motivation and Values Among Japanese and American Managers. *Personnel Psychology*, 36(4): PP 883-898.
23. Hendriks, P. (1999). Why Share Knowledge? The Influence of ICT on Motivation for Knowledge Sharing, *Knowledge and Process Management*, 6(2): PP 91-100.
24. Kathryn Greene Valerian J. Derlega Alicia Mathews(2006), *Self-Disclosure in Personal Relationships*.
25. Kling, R. (ed.). 1996. *Computerization and Controversy: Value Conflicts and Social Choices* (2nd ed.), San Francisco: Morgan Kaufmann.
26. Leary, M. R. (1983). Social anxiousness: The construct and its measurement. *Journal of Personality Assessment*, 47(1): PP 66-75.
27. Miller,N.E. & Dollard,J.(1941).” Social learning and imitation.” New Haven:Yale University Press.
28. Modigliani,A.(1971). Embarrassment, facework, and eye contact:Testing a theory of embarrassment. *Journal of Personality and Social Psychology*, 17: PP 15-24.
29. Mei-Lien Young*, The Formation of Concern for Face and Its Impact on Knowledge Sharing Intention in Knowledge Management Systems, *Knowledge Management Research & Practice (SSCI), Knowledge Management Research & Practice* (2014) , 12: PP 36–47.

30. Mei-Lien Young, Feng-Yang Kuo, and Michael Myers*, To Share or not to Share: A Critical Research Perspective on Knowledge Management Systems, *European Journal of Information Systems* (SSCI), 21(5): pp 486-511.
31. Mei-Lien Young*, An Exploratory Study of the Cultural Habits Change Process Triggered by the Use of IT: A Faculty Student Knowledge-Sharing Platform Case Study. *Educational Technology & Society* (SSCI), 15(4): pp 332-343.
32. Rheingold, H. (2000). *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. London: MIT Press.
33. Rheingold, H. (1993). *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. MA: Addison-Wesley.
34. Sheldon, C., Syme, S.L. (1985). *Social Support and Health*. New York: Academic Press.
35. Schlenker, B. R., & Leary, M. R. (1982). Social anxiety and self-presentation: A conceptualization and model. *Psychological Bulletin*, 92: P 641-669.
36. Ting –Toomey Stella (2006). *The Matrix of Face: An Updated Face-Negotiation Theory* In William B. Gudykunst (Eds.), *Theorizing About Intercultural*.
37. Turkle, S. (1995) "Life on the Screen: Identity in the Age of Internet." NY: Simon and Schuster.
38. Trammell, K. D., & Keshelashvili, A. (2005). Examining the new influencers: a self-presentation study of a-list blogs. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 82(4): PP 968-982.
39. Wheelless, L. R. (1978). A follow-up study of the relationships among trust, disclosure, and interpersonal solidarity. *Human Communication Research*, 4(2): PP 143-157.
40. Watson, D., & Friend, R. (1969). "Measurement of Social-evaluative anxiety" *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 33(4): PP 448-457.
41. Whitten, N.E. and Wolfe, A.W. (1974), *Network Analysis*, in *Handbook of Social and Cultural Anthropology*, Honigmann, J. ed.

附錄

親愛的填答者，您好：

這是一份探討資訊及通訊科技(ICTs)影響臉書(Facebook)使用者參與虛擬及實體社會行為的研究。本研究資料僅提供學術研究使用，請您安心作答。歡迎您將本問卷網址轉貼分享給身邊使用臉書的朋友，您的幫助有助於本研究之進行，感謝你的協助，在此向您致上最深的謝意。

PS：本研究結束後，將隨機抽取 10 位填答者(須為有效問卷)，贈送 7-11 禮卷，中獎者將以填寫之 e-mail 通知，請確實於問卷最後填寫 e-mail。獎品內容為：300 元(共 2 名)、200 元(共 3 名)、100 元(共 5 名)，一共抽 10 名。請各位 Facebook 使用者踴躍填問卷!感謝你們的幫忙

敬祝

健康 愉快

南華大學 資訊管理研究所
 指導教授： 楊美蓮 教授
 尤國任 教授
 研究生： 白哲宇 敬上

請您依照您的同意程度回答下列問題。例如：臉書上群聚了許多與自己同類型的朋友。如果覺得「非常同意」，請圈選「7」；反之，如果覺得「非常不同意」，請圈選「1」	非常不同意	不同意	稍不同意	普通	稍同意	同意	非常同意
在臉書上，只要按下留言按鈕，我所分享的内容會立即呈現在臉書上。	1	2	3	4	5	6	7
在臉書上，只要按下留言按鈕，不需耗時等待，大家就可以看到我的分享。	1	2	3	4	5	6	7
在臉書上，只要按下留言按鈕，大家就可以看到我的分享，時間上不會延誤。	1	2	3	4	5	6	7
在臉書上，只要按下留言按鈕，我所分享的内容立即會被大家看到，來不及變更。	1	2	3	4	5	6	7
臉書上群聚了許多不同興趣喜好的朋友。	1	2	3	4	5	6	7
臉書上群聚了許多不同個性偏好的朋友。	1	2	3	4	5	6	7
臉書上群聚了許多不同身分地位的朋友。	1	2	3	4	5	6	7
臉書上群聚了許多不同專業領域的朋友。	1	2	3	4	5	6	7
臉書上群聚了許多來自不同地區的朋友。	1	2	3	4	5	6	7

臉書記錄了所有分享內容，提供我對特定的討論做整體了解。	1	2	3	4	5	6	7
臉書記錄了所有分享內容，提供我對特定討論的細節做了解。	1	2	3	4	5	6	7
臉書記錄了所有分享內容，有助於我對分享內容之間的關係做了解。	1	2	3	4	5	6	7
前後來回閱讀臉書上分享的內容，有助於我了解事情的來龍去脈。	1	2	3	4	5	6	7
我不願表達自己的意見，是因為不希望讓自己與他人的關係惡化。	1	2	3	4	5	6	7
我不願表達自己的意見，是因為怕讓他人感覺難堪。	1	2	3	4	5	6	7
我不願表達自己的意見，是因為擔心讓他人生氣。	1	2	3	4	5	6	7
我不願表達自己的意見，是因為怕讓他人感覺我很不友善。	1	2	3	4	5	6	7
我不願表達自己的意見，是因為不希望讓他人感覺沒有自尊。	1	2	3	4	5	6	7
我不願表達自己的意見，是因為希望場面維持和諧。	1	2	3	4	5	6	7
我不願表達自己的意見，是因為不想讓他人對我有敵意。	1	2	3	4	5	6	7
有人對我的感受表示關心。	1	2	3	4	5	6	7
有人傾聽我訴說自己的感受。	1	2	3	4	5	6	7
有人表現出對我的關懷。	1	2	3	4	5	6	7
我依賴特定他人的支持。	1	2	3	4	5	6	7
有人會分享我的喜怒哀樂。	1	2	3	4	5	6	7
我可以找到同伴與我一同參與活動。	1	2	3	4	5	6	7
在我面對困難時，有人會給予建議。	1	2	3	4	5	6	7
有人會提供資訊，幫助我了解目前的情況。	1	2	3	4	5	6	7
我總是能透過臉書表達出自己內心的感受、態度及信念。	1	2	3	4	5	6	7
我喜歡與人相處，並使他人喜歡我，因此在臉書上面對不同的人我總是飾演不同的人。	1	2	3	4	5	6	7
在臉書上，我只能針對自己擁有的信念與他人辯證。	1	2	3	4	5	6	7
即使只有鮮少的資訊，我依然可以在臉書上做很精采的表達。	1	2	3	4	5	6	7
我想我會認真地在臉書上讓他人對我有深刻的印象。	1	2	3	4	5	6	7
在臉書上，我不知道如何舉止時，我會依賴他人給我的暗示來行動。	1	2	3	4	5	6	7
在臉書上，我通常希望成為他人注意的焦點。	1	2	3	4	5	6	7
在臉書上，我會因時、因地、因人，而有不同的舉止言行。	1	2	3	4	5	6	7
在臉書上，幾乎任何事情我都會自在地向他人表達。	1	2	3	4	5	6	7
在臉書上，我不會對他人表現出真實的情緒。	1	2	3	4	5	6	7
在臉書上，我會與他人分享與討論我的問題。	1	2	3	4	5	6	7
在臉書上，我會告訴他人一些令我感到困窘或羞愧的事。	1	2	3	4	5	6	7
在臉書上，與他人談論我自己，對我來說是困難的。	1	2	3	4	5	6	7

在臉書上，我會與他人談論某些人不喜歡我的原因。	1	2	3	4	5	6	7
在臉書上，我會與他人討論面對異性時的憂慮。	1	2	3	4	5	6	7
在臉書上，我與一堆不熟悉的人互動時，我總會感到不自在。	1	2	3	4	5	6	7
在臉書上，我與異性朋友交談時，我通常也能隨意自如。	1	2	3	4	5	6	7
在臉書上，當我必須與長輩或上司談話時，我會感到緊張。	1	2	3	4	5	6	7
在臉書上，與同性朋友講話時，如果我和他們不熟悉，有時也會感到緊張。	1	2	3	4	5	6	7
在臉書上，我很少感到受焦慮。	1	2	3	4	5	6	7
在臉書上，總體來講，我是一個怕羞的人。	1	2	3	4	5	6	7
在臉書上，給一個與我不十分熟悉的人視訊通話時，我常感到緊張。	1	2	3	4	5	6	7
在臉書上，即使與個性迥異的人互動，我通常也能隨意自如。	1	2	3	4	5	6	7
在臉書上，我會參加各種社會服務的社團活動。	1	2	3	4	5	6	7
在臉書上，我會參與爭取公眾利益的相關討論。	1	2	3	4	5	6	7
在臉書上，我會參加政黨或利益團體之相關活動。	1	2	3	4	5	6	7
在臉書上，我會參加多個粉絲/社團組織。	1	2	3	4	5	6	7
在臉書上，我會參與所在地相關議題的討論。	1	2	3	4	5	6	7
在臉書上，我會和同學一起討論社會事件。	1	2	3	4	5	6	7
在臉書上，我會參與社會上各類的愛心活動。	1	2	3	4	5	6	7
在臉書上，我會參與社會動態相關議題報導的討論。	1	2	3	4	5	6	7
在臉書上，我會透過分享/表達意見，來關心國家事件。	1	2	3	4	5	6	7
在臉書上，我會批判社會中不公不義之相關事件。	1	2	3	4	5	6	7
在實體生活上，我會參加各種社會服務性質的社團活動。	1	2	3	4	5	6	7
在實體生活上，我會參與爭取公眾利益的相關討論。	1	2	3	4	5	6	7
在實體生活上，我會參加政黨或利益團體之相關活動。	1	2	3	4	5	6	7
在實體生活上，我會參加多個粉絲/社團組織。	1	2	3	4	5	6	7
在實體生活上，我會參與住家所在地相關議題的討論。	1	2	3	4	5	6	7
在實體生活上，我會和同學一起討論社會事件。	1	2	3	4	5	6	7
在實體生活上，我會參與社會上各類的愛心活動。	1	2	3	4	5	6	7
在實體生活上，我會參與社會動態相關議題報導的討論。	1	2	3	4	5	6	7
在實體生活上，我會透過分享/表達意見，來關心國家事件。	1	2	3	4	5	6	7
在實體生活上，我會批判社會中不公不義之相關事件。	1	2	3	4	5	6	7

第二部分：基本資料

1. 您的性別是？
 男性 女性
2. 您的年齡是？
 18歲以下 18(含)~25歲 25(含)~35歲 35(含)~45歲
 45歲(含)以上
3. 您的教育程度是？
 國中(含)以下 高中職 大專院校 研究所(含)以上
4. 您使用 Facebook 的經驗有幾年？
 少於1年 1(含)~2年 2(含)~3年 3(含)~4年
 4(含)~5年 5(含)~6年 6(含)年以上
5. 每日使用 Facebook 的時間為？
 1小時以下 1(含)~2小時 2(含)~3小時
 3(含)~4小時 4(含)~5小時 5(含)~6小時
 6小時(含)以上
6. 您在 Facebook 上的好友人數有多少人？
 150人以下 150(含)~300人 300(含)~450人
 450(含)~600人 600人(含)以上
7. 請勾選您的 Facebook 好友種類?(可複選)
 同學 好朋友 兄弟姊妹 網友 父母
 陌生人
 上司 其他 _____
8. 請勾選會回應您 Facebook 訊息的好友總類?(可複選)
 同學 好朋友 兄弟姐妹 網友 父母
 陌生人
 上司 其他 _____

9. 此個人 e-mail 資料，僅供本問卷抽獎活動使用。（若您未有參加之意願，即可跳過不回答）

