

# 複合媒介的成癮現象探討

蔡珮

中國技術學院資訊傳播系

tsai.weng@msa.hinet.net

## 摘 要

近年來國內網路成癮的成因研究，大多從社會心理學的角度出發，將成癮的問題聚焦於使用者的人格特質、人際關係等面向，且成癮問題的探討，大多以個別媒介為劃分，並沒有以「複合媒介」的角度，洞悉媒介本質，從「科技與人的遭逢」來探索複合的媒介究竟有哪些特性吸引什麼樣的人成癮。本文企圖跳脫單一向人追問的方式，從媒介混合的本質與人的遭遇，尋找可能成癮的組合，並進一步發展鉅觀的成癮分析架構，期待人類未來在面對新的媒介成癮問題時，不再是後知後覺地窮於應付一波又一波的媒介成癮威脅。

**關鍵詞：**複合媒介、網路成癮、媒介成癮、冷媒介、麥克魯漢

[收稿]2004/08/03; [初審]2004/11/04; [接受刊登]2004/12/20

## 前言

傳播科技的發展，隨著數位時代來臨，使不同媒介間的混成達到前所未有的高峰。以往電視主要還只是結合了聲音、影像和人物表演，現在網際網路則將各種媒介集大成。不過，當大家正在熱烈討論網路成癮之際，卻少有人去思考電視成癮和網路成癮究竟有沒有關聯？電視成癮的問題，似乎在網際網路風行後，逐漸受到忽視，甚至有被網路成癮取代的趨勢，然而，會不會電視成癮是網路成癮的先兆呢？如果我們可以理解前一時代媒介成癮的問題，會不會使我們更有能力看清楚未來媒介可能產生的成癮現象？

根據 Nie & Erbring (2000) 於美國史丹福大學研究中心所主持的一項調查網際網路與社會的研究顯示（調查對象為 2,689 戶美國家庭中的 4,113 位成年人），有 36% 的人每週網路使用時間超過 5 個小時，其中 56% 每週上網 5-10 小時以及 65% 每週上網 10 小時以上的網路使用者表示，他們減少看電視時間來上網，即使上網時數較少者（每週少於 1 小時），也有 27% 表示他們是減少看電視的時間來上網，該研究認為上網者主要是減少看電視時間，其次是犧牲與家庭、朋友相處及社交活動的時間。電視和網路成了人們時間的競爭者，但是網路比電視更是一種孤立、減少人們面對面參與人類社會活動的科技，Nie 認為：「網路是一種個人的活動，不像電視，你可以將其當作背景聲音，網路需要更多的涉入與注意力。」因此，人們很難同時上網又觀看電視。Odzer (1997) 發現，網路癮者有時會對他們花在线上的時間感到罪惡，可是在她發現網路空間之前，她下班回到家還不就是攤坐著看電視而已，現在她則是常掛在网上。

孫曼蘋 (1997) 發現青少年每週看電視的總時數平均是 13.5 小時，和 Shanahan & Morgan (1992) 的 13 小時相近，比 Greenberg 等人 (1991) 的 15.5 小時略低。吳翠珍 (2003) 舉出美國的調查研究發現，每天看電視少於 1 小時者是輕度收視者，多於 4 小時以上為重

度收視者。也就是說一週觀看電視 28 小時以上，是重度收視者。上述研究顯示，電視每週使用時間的平均值，直逼網路成癮高危險群的平均值 15 小時（時數參考自楊正誠，2003），不過電視重度使用者每週 28 小時以上的觀看時數，還不及網路成癮高危險群的每週 36 小時以上（時數參考自楊正誠，2003）。或許網路成癮問題在時間使用上較電視成癮來得嚴重，但筆者在這裡所強調的不是“使用時間長”就是事態嚴重，因為媒介使用時間多寡或許和成癮相關，但並非必要條件。而是每個人一天只有 24 小時，如果因為過度使用媒介而妨礙了正常生活，或是造成面對面的人際溝通產生困難，就是需要注意的媒介成癮問題。

Kubey & Csikszentmihalyi (2002) 指出，電視和電腦遊戲同樣提供人們逃避和轉移注意力的機會，然而和電視不同的是，電視遊樂器和電腦遊戲具有互動性，遊戲的難度會隨著玩家的程度提升而升高。據此，網際網路的互動性，究竟帶給人們什麼不同的感受？造成上癮的原因和電視有何異同？如果人們減少的看電視時間，並沒有用來產生更多的人際互動或戶外活動，反而是花更多的時間上網。究竟電視成癮和網路成癮有何關聯？電視成癮會是網路成癮的先兆嗎？網路和電視作為人類和世界溝通的媒介，究竟會不會吸引人類對媒介循環成癮呢？

電視成癮的實證研究在美國自 1986 年肇始，迄今已有十七年的歷史，然而，國內的實證研究付之闕如。Kubey & Csikszentmihalyi (2002) 指出，科學家過去幾十年來對電視影響進行研究，一般均將焦點關注於觀看電視暴力是否與真實生活暴力有關連，很少去注意這小小螢幕——媒介本身 (the medium) 而非它所傳遞的訊息 (the message) ——產生誘惑力的原因。「電視成癮 (TV addiction)」這樣的用詞雖然不夠精確且隱含價值判斷，然而卻捕捉了真實現象的本質。心理學家和精神病醫師正式將物質依賴 (substance dependence) 定義為一種失調／失序 (disorder)，其標準包括：花費大量時間使用一種

物品、經常超過自己打算使用的時間、想減少使用時間卻一再失敗、爲了使用它而放棄重要的社會或家庭或職業活動、當停止使用時出現戒斷症狀，所有這些判斷標準可以適用於看電視過多的人，當人們強烈意識到他們不應該看這麼多電視，卻無法少看時，困難就產生了。Mellwaith (1998) 也認爲應該更進一步研究其他科技的成癮或依賴（如：網路成癮），探討是否在其他媒介的過度使用上有同樣的人格因素、使用滿足，或是每一種科技有著迥然不同的依賴模式，不同的使用者有著不同的理由。網路成癮研究從 1996 年 Ivan Goldberg 醫師和 Kimberly Young 博士開疆闢土，隨後的研究無論國內外均有如網路科技不斷進展愈加精緻化，然而，卻少有研究回頭和電視成癮問題相扣連，而且大部分的成癮研究都是從人的行爲或是人格心理特徵去追尋成癮的原因，很少結合媒介特性和人的特徵去討論成癮的原因。本文主張科技絕非中立，成癮也絕非僅止於”人”的問題，因此本文企圖從”科技和人的遭逢”來探索下列三個問題：

- 一、媒介的哪些特性可能吸引人上癮？是否媒介混合愈繁複，愈容易讓人類上癮？或是讓媒介成癮產生流動性？
- 二、人和媒介的遭遇，什麼樣的組合容易成癮？
- 三、研究複合媒介成癮的可能分析或預測架構為何？可以從哪些新視野來問問題？

成癮問題，以往的討論大多關注在”人”身上，尤其是社會心理學的成癮量表測量，只能片面了解人格特質或人際關係等”人”的成癮傾向，且這些向”人”的追問所得到的答案，真能對於成癮問題提出解藥嗎？會不會這些被詢問的”人”，根本也弄不清楚媒介科技為何令他著迷，而只能歸因於自己？因爲他從未向科技追問過？或許科技創新未曾脫離人的慾望而存在，新科技也是可以改變人的深層慾望（Graham, 2001；引自江淑琳，2003：46）。因此，這樣的調查似乎忽略了同時探討媒介本質和人參與其中所可能建構的成癮行爲探討。探索上述問題的目的，在於藉由不同媒介的成癮傾向，找尋以複

合媒介與人互動觀點出發的成癮探索模式，打破媒介類別的界線，以媒介功能與人互動的角度來探索更巨觀的媒介成癮問題。

## 壹、為何需要以「複合媒介」的角度來理解媒介？

傳播科技的發展，從口語、文字、印刷、廣播、電視到網際網路，媒介的形式愈來愈複雜。數位傳播科技的發展加上網際網路的發達，使得人類溝通形式產生傳播科技發展以來最大的改變。數位媒介兼具傳統大眾傳播媒介的性質，且能發揮一些人際傳播的功能，其大眾傳播和人際傳播相乘的效果，是傳播科技發展史上未曾出現的（謝瀛春，1997）。這種前所未有的巨大改變，來自於媒介混成的數量和方式和以往大不相同，不過，這種加乘的效果，不僅是一種“量變”，更是一種“質變”。

媒介複合時代在數位傳播科技發展前早已來臨，只是，一般人因為被媒介的內容魅惑，因而無法洞察媒介形式在相互結合後，究竟形成了一個什麼樣的新媒介？甚至遷就自己去適應媒介，而不是使用媒介來完成己身之溝通目的。比方說網際網路是一種「多媒體」，但「多媒體」的媒介特性究竟為何？一般人其實很難從字面上體會其特性。因為「多」並不能展現眾多媒介間彼此的“關係”，尤其是當數種媒介結合時，媒介彼此間其實存在著放大、淘汰、重拾和轉換的關係，也就是 McLuhan 所謂的「媒體四大律」（Levinson，1999），這種關係是不能用「多」來簡化的，這其實就是一種混合的關係、演化的觀點。達爾文演化論的「物競天擇，適者生存」觀點，被 Levinson 進一步延伸為「媒體演化論」，Levinson（1999）主張媒體是循達爾文演化論的模式在進化的，人類不只是發明媒介的人，同時也是淘汰媒介的人，人類成了媒介進行自然淘汰的環境。

據此，我們可以理解，媒介的演化是一種「適人生存」的過程。一種新媒介的生成，總有環境的配合，如：印刷術的發明帶來書籍、

報紙的形式；電力技術的發明，帶來廣播與電視的發展；數位與電腦科技的發明，帶來多媒體與網際網路的發達。但是這些媒介的發展，科技的力量不是唯一的環境肇因，人類感官或溝通方式的需求，才是主因。媒介在延伸人類的感官，也在適應人類文明的演進，吊詭的是，雖然媒介是人類的延伸，然而，人類經由不斷地使用科技，卻與科技之間產生一種伺服系統（servomechanism）的關係，這種關係逆轉變成「科技控制人」，或者「人變成科技的延伸」（McLuhan，2002；Logan，2000）。因此，如果我們經常只是將所謂的印刷、廣播、電視等媒介各別當作「一種」媒介來理解，而不是「媒介中的媒介」之放大、淘汰、重拾和轉換關係來理解，或是媒介和人的關係來理解，永遠看到的都只會是媒介內容片面的影響，而不是媒介混合後，媒介形式對內容產生的改變以及和人類社會的交互影響。

McLuhan（2002）曾指出，因為所有媒介都是我們的延伸，所以任何一種媒介的研究都可幫助吾人理解所有其他的媒介。不過，筆者以為，如果一般人還是將任何媒介當作是「一種」媒介來理解，就沒有辦法透過研究一種媒介來理解另一種媒介，必須將現有單一媒介的看法轉變視角為「複合」媒介，才有辦法洞察媒介的本質。因此，筆者提出複合媒介（hybrid media）的觀念，係綜合 McLuhan 關於「媒介是人類的延伸」、媒介混合能量釋放與「媒介即訊息」等概念延伸而來。McLuhan 指出，媒介是人的延伸，是一種器官、感官或功能的放大作用，這種延伸會要求身體器官和其他的身體延伸產生新比例或謀求新的平衡（McLuhan，2002：47-49）。因為媒介是人的延伸，媒介的複合（hybridizing）、合成（compounding）或演化（evolution），都依賴人類為其促成，而媒介的複合與合成將會釋放巨大的能量，該能量會產生外爆（explosion），尤其是和人類組織遭遇時，複合能量才會釋放出來，滲透到每個時間、空間、工作與社會結構中，媒介會重塑它所觸及的所有生活型態。於此同時，所有的媒介都成雙成對，一種媒介扮演另一種媒介的「內容」，使成對（複合）媒介的運作朦朧難辨。

而且，複合媒介不只是改變人類感官的比例，當媒介彼此間互動時，它們也在改變彼此的比率來尋求平衡（McLuhan，2002：53-58）。

綜上，我們可以發現，無論是印刷媒介、廣播、電視、多媒體或網際網路的特性，其實都是媒介的複合或合成，這其中隱含著演化的概念，但也蘊含著「媒介四大律」——放大、淘汰、重拾和轉換——的觀點，McLuhan 的四大律，其中很重要的就是「重拾」這一項，因為轉換是將先前淘汰掉的元素重拾回來，繼續轉化向前走，這四大律可以用來篩檢歷史，也可以投射未來（Levinson，1999）。因此，以「複合媒介」來理解媒介成癮現象，較能掌握某種類型的媒介成癮或是人類對於感知和傳播的原始深層需求，是如何隨著科技的演進，被放大、淘汰、重拾或轉化了。

資訊時代把電力技術更進一步推向數位科技，使媒介混合的能量更加劇烈，因為媒介混成的數量，遠高於電力時代的媒介（如：廣播、電視等），複合媒介之於人、之於媒介本身、之於社會文化的影響，其威力已超乎人類想像，如果人類能夠詳加思索這些威力，就可以掌握理解媒介威力的關鍵，認清人類因為臣服於媒介科技而失去的東西究竟是什麼。數位時代中複合媒介的巔峰發展，使早該躍上舞台中心的媒介形式本質，如針刺般逼近人類眼前，亟待世人重新檢視，以使人類能夠從媒介技術的使用或誤用中覺醒。

## 貳、複合媒介的哪些特性可能吸引人上癮

幾乎每種媒介都具有複合的特性，且這種複合的媒介科技，其實帶有危險性，要化解這危險，就必須理解媒介科技的本質，而非僅是一味去探索“人”片面的心理或行為問題。如 Heidegger 所言，技術的危險在於它能改變人類，人類的行為和渴望因此被扭曲，技術會達到人類存在的最深處，改變人們的認識（know）、思考（think）與意志（will）之方式。雖然科技帶有危險性，但是我們愈接近危險，通往

救星 (saving power) 的道路就開始愈加明亮，向科技追問是一種思考的虔誠 (Heim, 1993; Heidegger, 1993)。因此，探索複合媒介引人上癮的本質，是一個解救的開端。為了促使人與科技的對話，且從現有對人調查的成癮實證研究與科技的對話開始著手，筆者本文將選擇學術上討論最多的成癮問題媒介——電視和網路作探討，並旁觸其他具有類似功能特性的媒介。

## 一、電視有哪些吸引人成癮的特質？

### (一) 冷媒介：

相對於報紙及廣播，電視是冷媒介。冷媒介的特性是低解析度 (low definition)，提供的資訊較少，要求人類較高程度的參與，以填補或完成資訊的不足 (McLuhan, 2002: 24-25)。參與的形式有許多種，在傳播研究的電視與暴力研究中，DeFleur & Ball-Rokeach (1975) 就曾經歸納出「替代性的參與」，這是指人們在日常生活中有挫折感，而透過別人侵略行為的感同身受，作替代性的參與以紓解自己的挫折感。例如看到電視暴力節目主角採取暴力手段，跟著投入情節過程，等於替自己出了一口怨氣 (李金銓, 1993)。這種參與方式主要是從媒介內容出發，不過若沒有電視這種形式搭配，這種替代性的參與或許不會發生。

伴隨著冷媒介的特性而來的是”closure”，這既是一種”關閉”也是一種”補足”，McLuhan (2002: 314) 以無聲電影舉例，「過去默片需要人們自動為自己提供聲音，來關閉或補足聲道的缺乏，但如果一旦媒介本身已經補上了聲音，我們的參與補足就減少了。」冷媒介因為需要人們不斷地參與補足，因此容易令人上癮，而”關閉”又帶來什麼成癮誘因？這是下一個特性——「伺服系統」要談的。

### (二) 伺服系統 (servomechanisms)：

McLuhan 曾暗示：人對於媒介技術的喜好，有點像是麻木性的



自戀。他舉例希臘神話 Narcissus 愛上自己水中倒影的例子。McLuhan 認為 Narcissus 不是愛上自己的倒影，而是愛上自己的延伸而使他麻木（numb），直到他成了自己延伸的伺服系統（servomechanism）。McLuhan 亦舉例由生理學的角度觀之，人體的一切延伸都是自我截除，是因為身體受到過強的刺激壓力時，中樞神經系統就用截除或隔離使人不舒服的器官或感覺，藉以保護自己，求取平衡。不論從 Narcissus 迷戀自我延伸和生理學的截除，我們可以發現，自我截除是不容許自我意識的（Self-amputation forbids self-recognition）（McLuhan，2002：45-52）。或許正是如此，人們沒有覺察媒介是人類自己的延伸，如果能夠洞察這點，就不會產生對媒介的著迷上癮。電視媒介是人的延伸，它延伸的是觸覺，「電視圖像無時無刻要求人們拼命用感知介入去”關閉”電視馬賽克（mosaic）的空隙，這種參與是深層（profoundly）的動態（kinetic）和觸覺（tactile）參與，因為觸覺是各種感官的交互作用，不僅是孤立的皮膚接觸到物體而已」（McLuhan，2002：342）。由此觀之，電視延伸的不是單一的視覺或聽覺，它更接近人在日常生活的統合觸覺，因此人們更喜歡這種延伸，而不知不覺愛上它，電視和人之間因此形成了封閉的伺服系統。所以，與其批評電視”內容”如何影響人類，還不如說是這樣的媒介”形式”如何使”內容”產生有別於以往媒介科技的吸引力與影響力。

### （三）電視的透光性質——人是被投影的屏幕：

電視和電影的不同，有一點在於打光的形式，電影是背後打光（光點投射在螢幕上），而電視是透光至眼睛，將光點投射在人身上。McLuhan（2002：341）形容：「在電視機前面的觀眾被當成螢幕，他們被光線的電子脈衝轟擊，這種轟擊使觀眾靈魂的表層瀰漫著淺意識的輕微感覺。」電視影像提供少量的訊息，它不是靜止的相片，而是掃描器不斷描繪出來的輪廓。我們若再加上 McLuhan「媒介即訊息」的說法，電子脈衝對人的轟擊到了令人感覺按摩舒服的程度，因為舒服而上癮是有可能的，這是一種內容和形式搭配的力量，當然還配合

著電視的普及，因為家家戶戶都有，垂手可得，這種誘惑力更是強烈。

## 二、網路有哪些吸引人成癮的特質？

網際網路是複合媒介組合的巔峰，它同時含括了電視的特質，因此，上述電視吸引人成癮的特質也可包括在網際網路中。只是，網際網路還有其他的特性是電視所沒有的，而這種特性或許更貼近人類日常生活的形式，因此更吸引人上癮。

### (一) 更冷的媒介：

網路為何是更冷的媒介？媒介之「冷」，和需要投入的感官數量沒有關係，而是和感官投入的強度有關（Levinson，1999）。網路結合了書籍、電話和電視的特性，後兩者基本上是冷媒介，文字雖然是熱媒介有加溫作用，但是網路上的文字並非像印刷文字固定不變，而是可以隨著時間以及讀者、作者的添加而瞬息萬變，沒有人可以確定現在看到的就是最終版本。全球網際網路的連結，使訊息的傳遞既迅速又廣大無邊，令人摸不著邊際（不知道會連到哪裡？），訊息呈現得不完整且模糊時，是冷的、吸引人的，這種加速度的特色，使得網路冷到極點，人對媒介的參與是史無前例的高度投入。「互動性」是電話成為冷媒介的特徵之一，因為電話另一頭的人總是得投入參與，線上交談大部分是以文字為主，文字之「熱」在互動性媒介中無法像聲音、語氣等提供良好的加溫作用，使得互動雙方得投入更多文字交換以瞭解對方。Levinson（1999）指出，在電話上講話，可以從聲音和語氣知道講話的人心情如何，這些細節就比網路聊天來得「熱」，因為上網聊天，交換的主要是書寫文字，用文字聊天比言語還要冷（較模糊），還要魅惑，正因為這種模式讓我們怎樣也無法盡興，因此很容易讓人上癮。此外，雖然電腦螢幕和電視一樣是透光的媒介，然而電腦網路的互動性更吸引人進一步參與探索。總之，文字在網路中仍不敵媒介本身的冷調性，網路結合了電話與電視兩種「冷」媒介，而且基於「互動性」特質比這兩種媒介更冷，需要使用者更多

的投入。

### (二) 匿名互動性：

McLuhan 說電話造成人們寂寞感，因為「電話要求一種參與的形式，它要求一位同伴」(McLuhan, 2002: 292)。我們在打電話時，大部分總可確定電話那頭和我們說話的是誰。但是，網際網路雖然也具有電話的互動功能，可是我們是和一個 id 互動，對方究竟是誰？不得而知。這種低清晰度，會使人們揭露與投入更多。而電力媒介的特質，「只有偶爾是視覺或聽覺的，它主要是一種觸覺」(McLuhan, 2002: 270)，因此互動性強的網路電子媒介提供人類一種與人貼近的接觸方式——觸覺。對於另一頭不確定的互動者，觸覺更激發了人們的投入，產生比單是聽覺或視覺更強的吸引力。

### (三) 虛擬多工：

在網路上，個人的身分輕易即可脫卻，成為脫離肉身的網路精靈 (Levinson, 1999)。網路即時通訊伴隨著多重視窗的功能，個人可以「同時」在不同的視窗中扮演多種角色，這是現實世界中少有的情境，然而，個人在虛擬的多重空間中隨然可以擁有許多分身，但分身之間需要協調以維持本尊的統合性。可是，有些線上虛擬化身玩家，可能會沈迷其中，反「虛」為「實」，難以收拾 (曾懷瑩, 2001)。McLuhan (1978) 把人類和媒介接觸，人投入媒介時的一種狀態描述為「脫殼」。「脫殼之人」(discarnate man)，在從事媒介活動時，意識可以不必軀體相隨，而是「神遊」，使用者的這種脫殼神遊，使自己成為媒介的內容，共同構築了虛擬的世界，網路不只是「媒介」，更是栩栩如生的生活場域。在網路上，使用者會脫離軀體被送出去，讓精神思想在虛擬的世界中神遊與他人互動，網路脫殼行為和人類思考或想像力類似，都是不受制於物質的，我們透過網路空間可以神遊遠方 (Levinson, 1999)。據此，我們可以理解，網際網路的虛擬空間，是人神遊之所，因為其空間無遠弗屆且具有多工視窗，使人思想無盡

延伸，很容易脫離人能掌控的範圍而沈浸其中。

#### (四) 光速累積的資訊模式：

McLuhan (2002: 278) 指出：「許多分析家都被電子媒介誤導，以為電子媒介具有拓展人類組織空間的能力，相反的，與其說電子媒介拓展了空間，倒不如說它廢除了空間。」網際網路結合了電信、電腦以及前時代的媒介，創造了有史以來最龐大且輕易取得的資料量，這種資料的光速移動，產生了內爆 (implosion)，形成地球村，將人類的生活拉到最近。尤有甚者，網際網路的混合能量，破除了資訊交換的時間、空間與成本的障礙，對於追求資訊若渴的人來說，網際網路資訊搜尋的主動特色超越了有線電視的多頻道被動接收特質，簡直就是令他愛不釋手的玩意兒。如果我們仔細觀察，周遭是否有資訊工作者或學術工作者總是覺得目前所蒐集到的資訊不夠完整？因為網路資料多如繁星，一方面需要時間篩選，二方面在資訊爆炸時代希望自己所蒐集或呈現的資料內容是最完整、最新、最相關的，而時空的障礙被網路廢除了，以往搜尋資料的困難不再是充分的理由，這樣的資訊焦慮可能引發的瘋狂搜索，或許是前時代未有而現今存在卻未被充分理解的現象。

### 三、 小結：

綜上，我們可以發現，電視的冷媒介、伺服系統和透光媒介特性，具有吸引人投入的特質；而網路的媒介特性更冷，混合電視的能量後，加上匿名互動、虛擬多工空間與光速資訊累積的性質，更加令人投入其中、意識脫離或引發資訊焦慮。這些媒介特質，不免令我們懷疑，是否媒介愈冷愈吸引人成癮？當媒介混合愈烈，演進得愈接近人類溝通模式或朝向更「適人」發展、更方便人類使用的同時，人類是否會戀上這種愈來愈人性化的「人類的延伸」？反而愈來愈不人性化地臣服為其伺服系統？為什麼有些人會電視成癮或網路成癮，有些人卻不會？怎樣型態的媒介與什麼類型的人遭逢，容易上癮？這是接

下來要探討的。

## 參、人和媒介的遭遇，什麼樣的組合容易成癮？

在回答：「人和媒介的遭遇，什麼樣的組合容易成癮？」這個問題之前，我們必須先去了解以往在社會心理學領域中，對於電視成癮和網路成癮的研究有哪些關於成癮者特質的發現，再進一步結合前述的媒介特徵檢視。鑒於過去網路成癮和電視成癮研究沒有對話，因此，下文的分析將以比較研究的方式，來探索這兩種媒介成癮傾向的異同，再扣連複合媒介的特質，探討媒介成癮之可能性。

### 一、成癮者人格特質與心理因素比較

#### （一）電視成癮者的人格特質與心理因素

Mcllwraith(1990)研究大學生發現，自陳電視癮者在 SIPI (Short Imaginal Process Inventory) 的量表中，比較傾向報告無聊、不專心、不易集中注意力；也比較傾向報告看電視是爲了轉移干擾他們的負面情緒、擔憂和恐懼，以及在無聊時填充時間，成癮者一般比較不快樂、焦慮、比較有戒斷反應。有些環境和社會因素似乎是重度電視觀看的先兆，如：寂寞、情緒障礙等，而且，看電視似乎是一個快速、簡單的放鬆方法。Mcllwraith (1998) 發現，自稱電視上癮者比沒有電視癮的人更容易無聊、精神渙散，更難控制自己的注意力，用電視來轉移不愉快的想法、恐懼、煩躁不安的情緒，他們並非尋求激動感覺的外向者 (sensation-seeking extraverts)，反而是避免刺激的內向者 (stimulus-avoiding introverts)。Kubey & Csikszentmihalyi (2002) 在研究人們對電視的反應時發現，放鬆的感覺會隨電視關閉而消失，但消極和鬆懈的感覺卻會持續，人們在看過電視之後，情緒往往與先前一樣或是更糟，人們在電視機前坐得時間愈長，他們從電視所獲得的滿足就愈少。與看電視較少的人相比，看電視過多的人明顯感覺更焦

慮、更不快樂，獨自一個人看電視時，這種差別更顯著。

兒童心理發展專家認為電視看很多的孩子，可能會有下列特徵（吳翠珍，2003）：

1. 在學業上努力較少或課業表現不佳，導致缺乏自信。
2. 閱讀技巧不良，文字能力不足。
3. 選擇看電視而不會和其他孩子相處遊玩，社會知能較差。
4. 缺乏多元的興趣和活動。
5. 體重過重。
6. 說話內容常是電視節目和明星人物，潛在模仿不時可見。

綜上，電視成癮者的人格特質與心理因素比較傾向：不快樂、焦慮、常感覺無聊、不易集中注意力、寂寞、情緒障礙、恐懼、焦躁不安、內向、缺乏自信。但看過電視後，情緒反而更糟、更焦慮、更不快樂、還是一樣消極、看得愈久滿足愈少。

## （二）網路成癮者的人格特質與心理因素

網路成癮的人格特質，在過去的研究中，顯示許多共通性：低自尊（自信心低落）、經常被他人拒絕與否定（害怕被拒絕）、對生活感到不滿足、自我控制力較差、情緒智商較低、憂鬱症傾向較高、需要獲得他人肯定、較內向、較寂寞（UCLA 寂寞量表得分較高）、較高無聊傾向、社會焦慮較高等（Young，1998a；Armstrong, Philips & Saling，2000；朱美慧，2000；Young & Rodgers，1998；Petrie & Gunn，1998；Morahan-Martin & Schumacher，2000；Loytsker & Aiello，1997）。

Young（1998a）請受試者列出他們可能藉由上網來逃避的生活問題，結果前十名為：1. 寂寞；2. 婚姻不協調；3. 工作壓力；4. 無聊；5. 沮喪；6. 財務問題；7. 對本身外貌的不安全感；8. 焦慮；9. 其他的成癮症狀；10. 侷限的社交生活。

韓佩凌（2000）發現，中學生爲了逃避生活壓力的挫敗感，容易造成網路沉迷，藉由網路上虛擬人際關係中的溫暖支持，使情緒得到紓解，也因而沉溺其中難以克制。王爲蒨（2004）指出，過去的研究發現推論網路成癮是個人在網路上探索自我認同的一種可能結果，她以「自我複雜度」與「自我確定性」作爲實證這些研究推論的重要變項，發現高複雜度的人會從事廣泛的探索行爲，因而導致網路成癮；低確定性的人因爲無法在探索漫遊時發展良好的自我認識，因此也容易網路成癮。而高確定性則有助於個人從探索行爲中發展出明確的自我認同，可以減低高複雜度對成癮傾向的促進效果。

綜合過去電視與網路成癮者的人格特質與心理因素，我們可以發現有以下共通性：自信心低落、憂鬱、內向、寂寞、常感覺無聊、沮喪、因生活中壓力造成的負面情緒等。雖然這是兩種媒介的成癮研究結果，然而卻顯示出背後的人格與心理因素之一致性，如果複合媒介會重拾或放大前時代媒介的特質，或許會吸引有同樣特徵的人上癮。

## 二、成癮者的人際關係與家人關係

電視成癮的研究，比較沒有將關注焦點置於人際關係上，或許和電視媒介並無「互動」特性有關，但是，前述心理因素的「寂寞感」，應該可以算是人際關係較疏離的一種推測。爲了和網路成癮者作比較，本文還是搜尋電視研究中有觸及人際或家人關係者，作爲比較的參考。

### （一）電視使用者的人際關係

Kubey 等人（Kubey & Csikszentmihalyi, 1990; Kubey & Larson, 1990; Larson & Kubey, 1983）研究看電視的時間長短和其家人關係好壞的關聯性，發現青少年和家人一同看電視時間較長者，和家人關係較好。Shanahan & Morgan (1992)比較台灣和美國青少年的電視使用行爲，發現台灣孩子比較喜歡和父母、兄弟姊妹一起看電視，台灣青

少年愈常和父母一同看電視的，他和父母關係就愈親密；美國小孩較少覺得他和父母很親密，因為比較少美國小孩與父母一同看電視。雖然電視能促進人際溝通，但也有研究發現，因為看電視的時間多寡和節目內容的選擇，而造成親子或兄弟姊妹間的爭執( Rosenblatt & Cunningham, 1976; Zahn & Baran, 1984)。孫曼蘋(1997)的研究也發現，有線電視的重度使用者比輕度使用者和父母發生爭執的頻率較多。但是孫曼蘋(1997)從深度訪談和焦點團體座談的資料中，仍肯定家人共看電視為促進舉家團聚的有利情境。

## (二) 網路成癮者的人際關係與家人關係

朱美慧(2000)發現，在真實生活有人際障礙、生活適應不良者，網路使用時間愈長；學習適應不良者愈傾向使用虛擬社交，人際關係愈不好，利用網路逃避情緒的情形愈高。戴怡君(1998)也發現，在真實生活中人際關係較差者，透過網路與他人進行互動的頻率較高。

王澄華(2001)以網路人際互動出發，指出網路上的人際互動具有高親密度、高自我揭露程度與高不確定感的特性，進而探討網路人際互動的特質，然後再推論具備什麼樣人格特質的網路使用者容易在高網路人際的互動情況下成癮。研究發現，網路人際互動愈活躍，成癮傾向愈高；在所有的依附型態中，焦慮依附者(自我價值較不確定、自我概念清晰度較低)的網路成癮傾向最高，其次是逃避依附者，安全依附者則沒有表現出任何的網路成癮問題。而自尊越低、對自我概念愈不確定者，其網路成癮問題愈嚴重。

綜上，網路成癮者的人際關係，在現實生活中是有障礙且人際關係較差，然這些人卻頻繁使用網路人際互動，但是否會因為使用網路人際互動而使得真實的人際互動變好或變差，並沒有進一步的實證資料佐證。電視成癮雖然並沒有針對人際關係作探究，然而和家人一同看電視的時間愈長，和家人關係愈好，雖然也會有爭吵(比方說觀



看時間的長短或選台爭執)，可是和家人一起多看電視，似乎人際或家人關係會好些。

而在自我認同方面，自我價值較不確定、自我概念清晰度低與自尊愈低者，網路成癮愈嚴重。在電視使用動機中，也有所謂個人認同／肯定（personal identity）的動機（McQuail 等人，1972；Levy，1978；Blumler，1985），主要是藉由觀看電視來追求行為認同或強化自我肯定。王澄華（2001：69）認為，雖然根據她的研究假設發現低自尊者透過網路人際互動來探索、擴張各種自我概念，但並不表示只有低自尊者才有擴展自我概念的動機，高自尊者或許也會。據此，如果電視使用者有自我認同的動機存在，不論其自尊原本是高是低，也有可能是在網路找到可以滿足他心理需求的功能，因為，網路作為一種複合媒介，也放大轉換了電視所能夠提供使用者用來追尋自我認同的功能。

### 三、人和媒介的遭遇，什麼樣的組合容易成癮？

從過去的研究中發現，電視和網路兩種媒介成癮者在人格特質與心理因素以及人際關係兩方面有共同性也有差異性，如表一所示：

表一：電視與網路媒介成癮傾向相關性比較

	媒介成癮之相同性	媒介成癮之相異性
人格特質與心理因素	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 有共同的人格和心理特質：自信心低落、憂鬱、內向、寂寞、常感覺無聊、沮喪、因生活中壓力造成的負面情緒等。</li> <li>● 網路成癮者的自我價值較不確定、自我概念清晰度低與自尊愈低和電視的個人認同動機似有相關。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 雖然成癮者具有相同的人格與心理特質，但是網路成癮者或許是利用網路虛擬人際關係來解決心理需求，而電視成癮者主要是透過觀看節目內容。</li> </ul>

人際關係	● 都會藉由擴張自我概念使自我概念更清晰或更肯定自我。	● 無法確知真實人際關係的好壞是否會因為媒介使用而變好（尤其是上網），不過一起看電視在某種程度上可促進家人相處。
------	-----------------------------	--

透過表一綜合，吾人可以發現兩種媒介成癮的人格特質與心理因素是同多於異，因此，媒介成癮應該是可能存在的現象，也就是說，具有成癮特質或成癮潛力的個人，可能會在某一種成癮媒介被迫中斷使用或發現新的複合媒介後，在新的複合媒介身上發現可以滿足他的類似功能或特性，而流向另一種媒介，或是說新的複合媒介會吸納舊媒介的成癮者。然而，這其中的因果，該如何釐清？扣連本文前述的媒介吸引人上癮的特質分析，我們可以發現以下類型的人與媒介遭逢，似乎是成癮的組合，值得注意的是，以下各個組合其實都是相互指涉的：

#### （一）冷媒介遇上冷人物：

什麼是「冷」人物？如果「冷」媒介是模糊的、低清晰度的，那麼，「冷」人物就是自我概念模糊和自尊低的人。王為禱（2004）研究發現，高複雜度的人有多種自我面向會從事多種探索漫遊行為，若再加上自我概念低，為了澄清其不確定的自我概念，傾向於主動和網路上的陌生人互動，但這種人際互動方式，常無法獲得自我概念的澄清，反而是透過網路行為變異模式而造成網路成癮。McLuhan（2002）認為，人對自己在任何材料中的延伸會立即產生迷惑，但如果他知道倒影是自己的延伸，他的感情會迥然不同。這裡和「自我概念」模糊很像，因為不確定，所以沉迷其中。也就是說，網路成癮者，不知道他愛上的是自己的網路變異形象而自戀麻木，我們可以再進一步解釋成：他沉迷的可能不是網路中和他人的互動關係，而是迷戀他所延伸出的自己，如果一旦他理解自己是誰，或許就會從中清醒。然而，這種發現，卻也是成癮者最恐懼的地方，如 Odzer（1997）這位網路成

癮者所言：「我並不是害怕發現自己沉迷於其中，而是害怕發現自己的真面目。」（轉引自張玉芬譯，1998：146）王澄華（2001）的研究發現也指出，低自尊或低自我概念者，網路成癮傾向雖然較高，但並不是受到網路人際互動的吸引而成癮，而是因其他的網路成癮型態而上癮。然而，該研究並未進一步指出是什麼其他型態令人成癮，筆者以為，或許就是因為戀上自我的延伸而成癮吧？因為這種「冷」媒介對「冷」人物的相互補足，是很難完滿的，因為兩者都處於一種模糊的狀態，這種遭遇是最有可能引起循環不已的補足、不足和迷戀。電視的「冷」特性，使得冷人物在現實人生尋找自我時，產生投入螢光幕世界中的移情作用，自我概念低的人通常很少用內省的方式探尋「我是誰」，這種向外尋求自我概念的特徵，再遇上媒介功能的吸引（這種吸引往往是形式結合內容的吸引），造成成癮無法自拔。「冷」媒介吸引或是適合「冷」人物，似乎也有跡可循，McLuhan（2002）就曾舉例對尼克森這種高清晰度的形象來說，「冷」電視和「熱」人物的搭配是一種災難；而對甘迺迪這種形象模糊不清的人來說，「冷」電視「冷」人物的搭配是一種恩賜。這種恩賜其實就是一種相互契合，但這種契合要適切拿捏，否則反而會有上癮的後果。網路集「冷」於大成，複合冷媒介吸引冷人物，似乎是一種成癮結合的可能。

## （二）延伸心理或情緒的匿名互動媒介遇上需要紓解壓力的人物：

媒介雖是人類的延伸，但是，身體延伸所帶來的吸引力，似乎遠不如心理延伸的魅力。現代人由於生活的壓力，常感受憂鬱、寂寞、無聊、壓力無處紓解，因此十分渴望心靈的慰藉。然而，忙碌的工商社會，人際關係疏離，即使偶有機會促膝談天，也因為人際關係親疏不同，少有傾吐心裡話的機會，如今網路讓使用者成為彼此心理的延伸。和他人作心靈溝通，需要摘下面具坦然相對，網路的匿名性互動，正好提供了這現實生活中少有的情境。當心理無限延伸時，匿名加重了這種脫離的強度，唯有藉助麻木和堵塞感官通道，人類心靈才能承受這種脫離。這種因外在壓力使用媒介而又繼之牽引出的刺激壓力，

造成人類必須自我截除，依照 McLuhan 的說法，這是不容許自我意識（self-recognition）的，因此，這種麻木往往難以察覺。如果治療是一種對抗刺激的機制，有助於維持人體器官的平衡，而人體器官又是保護中樞神經系統的，愉悅和舒適也是用來維持中樞神經系統平衡的策略，那麼，網路成癮者必定在上網的過程中，得到愉悅感和舒適感，用來治療他的焦慮感受。如果這種爲了愉悅或舒適的自我截除真是一種超乎自我意識的麻木，人是很容易成爲媒介科技的奴隸。電視這種冷媒介需要高度參與，看電視是一種感官的全部投入，使人們暫時忘卻焦慮、煩惱，然而，關掉電視時，參與補足的對象消失了，先前不好的情緒又回來，且和剛剛看電視的感覺立即比較之下，似乎是比看電視前更糟。看電視的移情作用，也類似一種鏡像自我的投射，將自己的心理投射到電視中的人物上，但電視透光的特質，卻又利用這投射緊緊吸引人感知的投入。所以，看電視愈多的人，反而比看電視少的人更不快樂，這似乎是一種惡性的沈迷循環。從王澄華（2001）的研究發現焦慮依附傾向者，似乎不是受到網路的人際互動吸引而成癮。這引發吾人思考：若僅考慮某一媒介的單一特質，並沒有辦法知悉人和媒介究竟爲何一拍即合，而是應探究複合媒介是否因視覺、聽覺、觸覺、匿名、虛擬、資訊內爆等交互作用而吸引人上癮，且亦須精細界定究竟人是因何種焦慮（如：資訊焦慮還是精神焦慮還是自信心缺乏焦慮？）而媒介上癮，因爲不同因素的遭逢，所引起的媒介成癮型態是不一樣的。

### （三）虛擬多工遇上脫殼之人：

虛擬空間的幻境是需要人類共同參與感受的，虛擬對機械或電腦來說是個空洞的軀殼，唯有使用者的填補，這個虛擬世界才有意義。因此，McLuhan「使用者即內容」的觀點，就帶給吾人很大的啓示。電話是個沒有內容的媒介，使用者就是媒介的內容，當網路結合了電話的功能時，線上聊天、E-mail、網路自拍等，就成了使用者即內容的實現。使用者將自己送到遠方，遠方的世界對他來說是個幻

境，我們可以發現許多人在網路上的表現和真實生活中差異極大，這種自我概念的擴張加上虛擬幻境，使得人類的表現再也不用受限於軀殼，甚至可以同時在不同的視窗中具有多種分身，高複雜度或低確定的人在多方從事探索自我的過程中，真實世界很難令他滿意，唯有虛擬世界，由他的參與來改變其所欲的內容，才具有吸引力。脫殼之人補充虛擬環境的空缺，或許脫殼亦是對抗光速將己身送出過於強大的刺激所產生的麻醉或自我截除，如果他無法脫離這種不知不覺使用媒介的麻醉狀態，就容易成為媒介科技的奴隸。

#### （四）資訊焦慮者遇上光速資訊媒介：

在電視使用行為的研究中，資訊型的使用動機一再被發現（McQuail 等人，1972；Levy，1978；Rubin，1981；Rubin，1983；Blumler，1985；Williams 等人，1985）。雖然我們無法得知這些觀看電視者是否是資訊焦慮者，不過，如果資訊焦慮者以搜尋資訊的動機來使用電視媒介時，有可能是潛在的成癮者，但是，我們還需要考慮電視媒介提供資訊的「形式」是否能夠滿足使用者的渴望。網際網路帶來光速般大量的資訊，會使得資訊焦慮者既驚喜又憂慮，驚喜的是資訊在轉瞬間垂手可得，憂慮的是過濾資訊的時間常在不知不覺中佔去他生活中大部分的時光。這種矛盾該如何解？誠如黃厚銘（1997）所言，這需要培養個人具備主動搜尋自己所需資訊以及與他人進行資訊分享的能力，社會的資訊崇拜根本沒有區分資訊和知識間的差異，誤以為掌握大量資訊，就能夠解決所有的問題。這種洞見，或許就是解開這種因資訊焦慮遇上光速資訊媒介而成癮的最佳解藥。

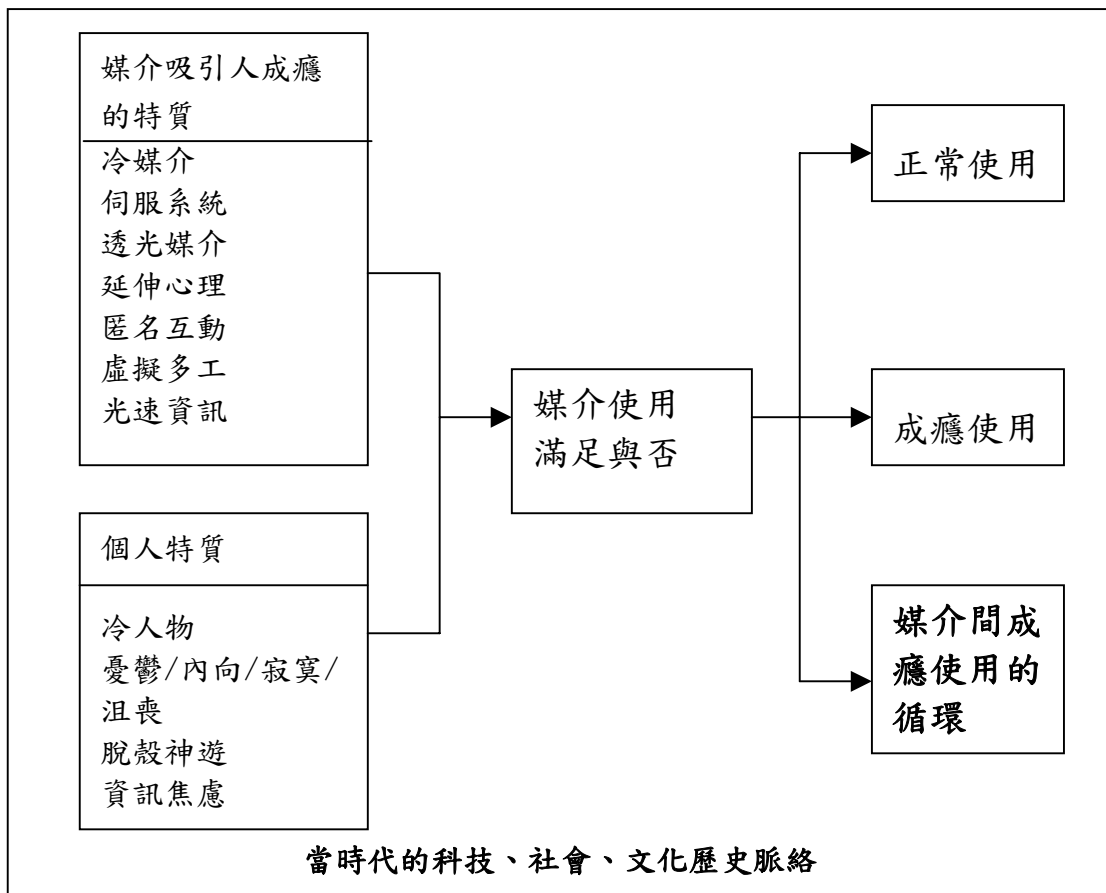
### 肆、研究複合媒介成癮的可能分析架構

綜合筆者上述的分析，媒介與人的遭遇所形成的成癮行為，或許並非僅止於個人因素所造成，也有可能是科技所創造的新欲求，且應該是人—媒介科技—環境三者交互作用的結果。未來研究媒介成

癮，應納入社會、文化與傳播科技的歷史情境脈絡考量，並從媒介特性與人的互動來理解媒介成癮的原因，而不是僅注重個人心理層面或人格特徵，僅從單一片斷的角度來探討成癮問題，媒介成癮現象可能是人類生活環境變遷逐漸形成的歷史問題。Gergen (1973) 提出「如果社會心理學是歷史」的見解，重新檢討傳統認為心理學是行為科學、據通則來描述及解釋社會互動的缺失。他認為，人的互動並非一成不變地重複，因此社會心理學主要是一種**歷史的探索**。預測與控制不是社會心理研究的終極目標，而是”了解”行為，促進研究者的敏感性，使研究者對不同條件下，影響行為的各種原因更敏感。

過去傳播研究媒體使用或部分網路成癮研究所採取的「使用與滿足」立論角度，經常只是將媒介當作「單一媒介」而非「複合媒介」來看待，也未仔細對媒介科技的本質作探討；對於媒介的持續使用，也以該媒介能夠滿足使用者理性的使用動機與需求作解釋。如果，結合科技、個人特質與人類社會歷史脈絡追問：「正常的使用行為是如何變成成癮行為的？」筆者認為除了上述三種因素之外，尚須仔細探討在媒介使用時「滿足達到與否」的問題。以往「使用與滿足」研究僅聚焦於「滿足」的問題，筆者將聚焦於「不滿足」的問題，來突顯媒介成癮流動的潛在可能性。因此，未來探討媒介成癮的研究架構，結合科技與人的遭逢，可以如下圖所示：

圖一：複合媒介成癮研究架構



圖一架構中的社會、文化與傳播科技歷史脈絡，提供了媒介成癮殊相的解釋，而不是普遍一致性的結果，就好像 McLuhan (2002) 的冷熱媒介與冷熱文化的遭逢，不同的結合會有不同的結果。同樣的，吾人在探討媒介使用行為時，也可以反思為什麼人類會用這樣的方式來使用媒介。比方說，網路的人際交往模式也可以不是現在這個樣子（匿名、虛擬性愛、缺乏信任等），網路的運用應是網路特性和社會文化互動的結果，為什麼會變成現在這種人際互動模式，就必須去探討社會文化脈絡如何造成這種人際互動模式，未必是網路特性使然。

王澄華 (2001) 在研究人格特質與網路人際互動對網路成癮的影響時指出，過去的網路成癮研究多半是想找出容易形成網路成癮的人格特質，或是具備有成癮特性的網路功能。然而，不同的網路功能

有著不同的網路特性，所吸引的使用者特質也會有歧異，所導致的網路成癮原因和現象也有所不同（如：網路「性」成癮、網路人際關係成癮、網路強迫症、資訊缺乏恐懼症及電腦成癮等），不能僅以網路成癮一概而論，網路成癮現象的產生是「網路使用者的個人特質」與「網路功能」交互作用的結果。Odzer（1997）也指出，網路性愛狂和網路漫遊狂是不同的，網路上癮不能只歸類成單一類別。筆者則更進一步認為，單一媒介的成癮因媒介形式混合後的功能具有多種變貌，因此跨媒介成癮研究才是未來應該聚焦的方向。不過，人和媒介遭逢之後，有人是正常使用，有人是成癮使用，更有人是媒介間成癮的循環，筆者以為，滿足與否及其後續使用，將會是媒介成癮與否一個重要的討論點。究竟是不滿足造成媒介成癮還是滿足造成媒介成癮，有待未來的研究實際探討。本研究僅發展可能的假設，如表二所示：

表二：從「滿足與否」與「人—媒介互動」分析成癮現象

	滿足與否	滿足	不滿足
人—媒介互動			
繼續使用甲媒介		1. 可能成癮使用 <sup>1</sup>	2. 可能成癮使用 <sup>2</sup>
不再使用甲媒介		3. 正常使用	4. 正常或 5. 可能成癮使用 (轉往乙媒介)

比方說，某人在真實生活中自信心低落、憂鬱、內向、寂寞、感覺無聊、沮喪，因而尋求媒介來達到紓解負面情緒的目的，在使用甲媒介的某些功能後，發現需求被滿足（比較不寂寞了），或是因甲

<sup>1</sup> 這裡和「使用與滿足」的原先假設相同，若從該媒介獲得滿足，會有下一次的該媒介使用行為。

<sup>2</sup> 這裡和「使用與滿足」模式原先的假設不同，原先假設是若不滿足，會停止使用。因此，是筆者根據研究主題—「媒介成癮」作的修正假設，有待將來實際驗證。這種假設有點像是賭癮，明明賭輸，還是認為賭博可以讓自己翻身賺大錢，因而一直賭博。



媒介創造出新欲求，因此繼續不斷使用甲媒介來維持滿足，最終導致沉迷（如 1）；或者他在使用甲媒介後，仍舊無法滿足（還是一樣沮喪），但仍認為自己對甲媒介的信念是正確的（可以滿足他的需求），因而一再想透過使用甲媒介或者要不斷增加甲媒介的使用量來滿足其需求而終致上癮（如 2）；或者在使用甲媒介發現該媒介已滿足他的需求（治好憂鬱症了），因此不需以成癮的方式使用甲媒介或是不再需要使用甲媒介了（如 3）。但如果在使用甲媒介時沒有獲得滿足，有兩種可能原因和結果：一種是因為對的媒介評價誤判或實際使用時發現沒有辦法滿足，而理解媒介無法滿足他的需求，理性地不再使用甲媒介，這是正常理性的行為（如 4）；另一種是因為之前一再使用甲媒介，卻未獲滿足，或是成癮使用甲媒介時被迫中斷，而轉向另一種有類似性質的乙媒介持續使用，然後就在不滿足——複合媒介功能的使用中一再惡性循環，因此由 2 到 5 的成癮，就是未來值得研究的「複合媒介成癮」流動性探索。好比 Odzer (1997) 在《Virtual Spaces: Sex and the Cyber Citizen》書中記載一位網路性交狂福瑞德，他的網路性愛之旅是從電話作愛開始的，角色扮演是他最喜歡的性愛遊戲。那麼，有多少媒介能夠滿足他這種角色扮演的喜好？或者我們應該說，什麼樣的複合媒介吸納的媒介最多，它便會取代前時代媒介的成癮吸力，成為法力最強的黑洞。因此，未來的實證研究可以再進一步探討：是否重度電視使用者在接觸電腦網路後，有可能會逐漸流向網路成癮呢？這會是個媒介成癮循環的問題，也值得我們去思考為什麼這樣的成癮者不願意回到“人間”。

從過去的研究中發現，個人特質中有網路成癮傾向者，其網路使用行為大多是：使用網路的雙向互動溝通功能（如 chat room、MUDs、E-mail 等），也有傳統看電視有的內容如：上色情網站、上網購物、尋求資訊、玩網路遊戲等（Young, 1998；Morahan-Martin & Schumacher, 2000；周榮、周倩，1997；周倩，1999；蕭銘鈞，1998；韓佩凌，2000；邱智強，2001；楊正誠，2003）。雖然電視目前沒有

辦法滿足使用者的雙向互動溝通需求，倘若有一天，網路消失了，我們並不能保證在這些方面的網路癮者，不會流動回電視（如果網路可視為電視的轉化），因為色情<sup>3</sup>、購物、資訊（監督環境動機）、電玩都是電視能夠提供的內容，只是電玩或許不如線上遊戲能提供對談、多人對戰等功能，但不能否認的，對這些媒介內容成癮者，當媒介形式改變而放大或轉換了內容，成為全新的誘惑感受時，媒介間成癮的流動是可能發生的。

過去研究電視使用動機，也有和現今網路使用動機相同的「社交互動」，其內容大多是有助與人交談、將看電視作為現實生活中朋友的替代品等（McQuail 等人，1972；Compesi，1980；Rubin，1981），電視目前雖然沒有網路即時互動的特性，但是藉由媒介使用來達成人際互動的心理動機是類似的，只是，最大的不同在於網路的社交性是存在於媒介中與對方互動（在虛擬空間中的人際互動），且網路即時互動還可以有多重視窗的分身形式，而電視則是個人在媒介之外的觀看內容後再回到現實生活中與人互動，或許這部分的成癮，是最沒有辦法相互取代的。

此外，網路上的角色扮演動機，和 Feshbach（1961）所謂電視的「替代性參與」也有些類似。Feshbach（1961）認為，人們日常生活中的挫折感，若透過別人的侵略行為感同身受，可紓解自己的挫折感，如看到電視暴力節目主角所採取的暴力手段，隨著投入劇情的過程，等於替自己出了怨氣。台北市少輔會與富邦文教基金會（2002）「少年 TV 大公開」調查報告發現，有 67.5% 的青少年會角色融入劇集的情節中去思考自己可以怎樣和家人相處，也有 42.9% 的青少年會沉醉於劇集人物感情起伏的情節，並且渴望自己擁有相同的經歷。因此，因觀看電視節目所引起的移情作用，產生替代參與效果，亦類似網路中的角色扮演，只是，網路的替代性參與是在虛擬世界中真槍實

---

<sup>3</sup> 根據台北市少輔會與富邦文教基金會（2002）「少年 TV 大公開」調查報告，有 22.2% 以上少年喜歡看色情電視節目。

彈地上陣，或許更具吸引力。因此，有這類傾向者，也可能在這兩種媒介間產生成癮的流動。

自我肯定／認同 (personal identity) 在電視使用動機中一再出現 (如：McQuail 等人，1972；Levy，1978；Blumler，1985)，雖然尚未有充分證據顯示該動機和電視成癮之關聯性，然而，在網路成癮的研究中，自尊愈低、自我概念愈不確定者，網路成癮傾向愈高 (王澄華，2001)，這是網路特性和人格特徵一拍即合的結果，電視有沒有這樣的特質可以吸引有追尋自我認同／肯定的人格特質者上癮？值得未來進一步的實證探討。

## 伍、結語

回頭望舊媒介的成癮是爲了讓我們對未來媒介科技可能引發的成癮有預視，有誰知道繼電視成癮、網路成癮之後，人類會不會又迷戀上什麼媒介科技呢？唯有以複合媒介和巨觀的角度來審視現時所謂的單一媒介成癮問題，我們才能解釋類似從觀看 A 片到電話做愛<sup>4</sup>到網路做愛這樣的轉變，究竟原因何在？如 Levinson (1999) 所言，多種媒介也可以將放大、淘汰、重拾與轉化四大效應，同時作用在同一件事上。或者我們也可以去思考：網路會不會是將所有前時代的媒介成癮集大成 (重拾、放大) 的超級毒梟複合媒介？這時候，還能不回頭去層層剖析前時代各種複合媒介的成癮現象嗎？

McLuhan (2002) 認爲電力技術是人類中樞神經的延伸，任何媒介技術都是人體的延伸或自我截除 (autoamputation)，這種延伸是器

---

<sup>4</sup> 電話在 McLuhan 的媒介分類中，也是屬於「冷」媒介。因爲電話提供貧乏的聽覺形象 (poor auditory image)，因而電話要求人完全參與其中。電話造成了紅燈區蕭條，應召女郎 (call girl) 的誕生 (McLuhan, 1964, 見 2002: 290-292)。這些比喻和舉例很有趣，我們的確可以從這些方面來思考，究竟媒介科技在「色情」這件事上，造成什麼樣的社會變遷，對於什麼樣的人 (「冷」人物?)，在遭遇時引發了什麼樣的媒介色情成癮？

官、感官或是功能的強化、放大作用。當某一部分的器官或感官被強化時，強化到成爲無法抗拒的刺激時，中樞神經就會啓動自我保護機制，將該器官或感官麻木或截除，也就產生了自我麻醉，而其他的感官也會受到影響，調整產生新的比例以尋求平衡。據此，媒介成癮者的媒介使用行爲，如果結合科技本質的理解與心理學的實證解釋，可以使我們看得更清楚，人類誤用媒介科技的行爲，其實是來自於對於媒介科技的不理解，以及對自我概念的模糊與麻木，因爲他沒有意識到，媒介科技使他的某些感官特別突出，而凌駕壓抑其他感官，重新塑造了他了解環境的方式，也改變了他認識自己的方式。然而，這改變是好是壞，端賴如何去使用這個技術。否則就會像 Narcissus 一樣，愛上了自己的延伸，卻忽略了那不是真正的自我。

早在 1964 年，McLuhan 就已經洞察，媒介的混成，使一種媒介成爲另一種媒介的內容，因此人們看不出媒介形式的影響力，「兩種媒介的混成或相互遭逢，是真相大白和啓發的時刻，新形式由此誕生」（McLuhan，2002：57-61）。因此，「複合媒介」的概念，是人類清醒的第一步。當我們發現具有網路成癮和電視成癮傾向者之間，存在著這麼多的相似性時，媒介成癮的議題是值得進一步探究的，研究的方式，不是以媒介「類別」爲區分，而是結合媒介的混成形式與人的互動放置於社會文化脈絡中探索，因爲媒介絕不是中立的，它必定有其吸引人之處，而且同一種媒介，可能會有許多不同的功能；而不同類別的媒介，也可能會有相同或類似的功能。在我們不斷“各別”思考如何改善網路或電視成癮問題的同時，別忘了人和媒介互動後產生的媒介成癮，可能是個在媒介間循環流動的問題，或許並不會因爲單一媒介成癮的問題解決了，就能夠確定使用者不會再落入另一種媒介成癮的困境中，而且網際網路絕不是 McLuhan 媒介四大律的終點。此時，怎能不驚悚：難道我們還要在新的媒介誕生之後，才後知後覺地發現新的成癮形式又不知不覺地席捲人類了嗎？

## 參考文獻：

- 台北市少輔會與富邦文教基金會(2002)，〈「少年 TV 大公開」調查報告〉，([http://www.fubon.org/FileUpload/{67B725D9-3854-4D4D-9F2C-3D21B7581215}\\_少年 TV 大公開問卷結果報告.doc](http://www.fubon.org/FileUpload/{67B725D9-3854-4D4D-9F2C-3D21B7581215}_少年 TV 大公開問卷結果報告.doc))，2003/12/1。
- 王為禱(2004)，《網路上的自我探索與網路成癮：自我複雜度與自我確定性的影響》，國立台灣大學心理學研究所碩士論文。
- 王澄華(2001)，《人格特質與網路人際互動對網路成癮的影響》，輔仁大學心理學系碩士論文。
- 朱美慧(2000)，《我國大專生個人特性、網路使用行為與網路成癮關係之研究》，大葉大學資訊管理研究所碩士論文。
- 李金銓(1993)，《大眾傳播理論》，台北：三民。
- 吳翠珍(2003)，〈家庭環保媒體 DIY〉，《人本教育札記》165，([http://www.mediaed.nccu.edu.tw/teach/article\\_10.htm](http://www.mediaed.nccu.edu.tw/teach/article_10.htm))，2003/12/1。
- 周榮、周倩(1997)，〈網路上癮現象、網路使用行為與傳播快感經驗之相關性初探〉，「一九九七年中華傳播學會年會」，(六月)，台北。
- 周倩(1999)〈我國學生電腦網路沉迷現象之整合研究—子計畫二：網路沉迷現象之教育傳播觀點研究〉，行政院國家科學委員會研究報告(號碼?)。台北：行政院國家科學委員會。
- 邱智強(2001)，〈網路成癮：一種新的文明病?〉，(<http://www.tpc.gov.tw/package/electric-book/40/40-2.htm>)，2003/12/4。
- 孫曼蘋(1997)，〈青少年新電視使用與其家庭人際關係之研究〉，《新聞學研究》54：211-235。
- 黃厚銘(1997)，〈資訊社會中教育的變與常〉，「第二屆資訊科技與社會轉型研討會」，台北：中央研究院社會學研究所。
- 曾懷瑩(2001)，《MUD 研究初探：多元方法探討「龍城傳奇」中的虛擬社區、使用與滿足，以及使用者的虛擬化身》，國立政治大學新聞研究所碩士論文。
- 楊正誠(2003)，《大學生網路成癮、社會支持與生活適應關係之研究》，東海大學教育研究所碩士論文。

- 戴怡君(1998)，《使用網際網路進行互動者特質之探索》，南華管理學院教育社會學研究所碩士論文。
- 韓佩凌(2000)，《台灣中學生網路使用者特質、網路使用行爲、心理特性對網路沉迷現象之影響》，國立台灣師範大學教育心理與輔導研究所碩士論文。
- 蕭銘鈞(1998)，《台灣大學生網路使用行爲、使用動機、滿足程度與網路成癮現象之初探》，國立交通大學傳播研究所碩士論文。
- Armstrong, L., J.G. Philips & L.L. Saling (2000). "Potential Determinants of Heavier Internet Usage," *International Journal of Human-Computer Studies*, 33: 537-550.
- Blumler, J. B.(1985). "The Social Character of Media Gratifications," In Rosengren, K.E., P. Palmgreen, & L.A.Wenner (eds.)*Media Gratifications Research: Current Perspectives*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Compesi, R. J.(1980). "Gratifications of Daytime TV Serial Viewers," *Journalism Quarterly*, 57: 155-158.
- DeFleur, M. L. & S. Ball-Rokeach (1975). *Theories of Mass Communication*. New York: Longman.
- Gergen, K. J.(1973). "Social Psychology as History," *Journal of Personality and Social Psychology*, 26,309-20.
- Graham. G.(2001). *The Internet : A Philosophical Inquiry*. (江淑琳譯，2003。《網路的哲學省思》。台北：韋伯文化。)
- Greenberg, B. S., H. Li, L.Ku, & H.Tokinoya (1991). "Affluence and mass media behaviors among youth in China, Japan, Korea and Taiwan," *Asian Journal of Communication*, 2(1):87-108.
- Heidegger, M(1993). "The Question Concerning Technology," In D. F. Krell(Ed.), *Martin Heidegger: Basic Writings*(pp.311-341). San Francisco: Harper.
- Heim, M.(1993). "Heidegger and McLuhan: the Computer as Component," pp.55-72 In *The Metaphysics of Virtuality*. Oxford: Oxford University Press.

- Kubey, R. & M. Csikszentmihalyi(2002). "Television Addiction is No Mere Metaphor," *Scientific American*, Feb. 2002 issue, (<http://www.sciam.com/issue.cfm?issueDate=Feb-02>), 2003/12/1.
- Kubey, R. & M Csikszentmihalyi (1990). *Television and the Quality of Life: How Viewing Shapes Everyday Experience*. NJ: LEA.
- Kubey, R. & R.Larson (1990). "The Use and Experience of the New Video Media among Children and Young Adolescents," *Communication Research*, 17(1):107- 130.
- Larson, R. & R.Kubey (1983). "Television and Music: Contrasting Media in Adolescence," *Youth and Society*, 15:13-31.
- Levy, M. R.(1978). "The Audience Experience with TV News," *Journalism Monograph*, 55: 1-29.
- Logan, R. K.(2000). *The Six Language: Learning a Living in the Internet Age*. (林圭譯，2001。《第六種語言：網路時代的新傳播語彙》。台北：藍鯨。)
- Levinson, P.(1999). *Digital McLuhan: A Guide to the Information Millennium*. New York : Routledge.(宋偉航譯，2000。《數位麥克魯漢》。台北：貓頭鷹。)
- Loytsker, J., & J. R.Aiello(1997). "Internet addiction and its personality correlates," Presented at the Eastern Psychological Association Conference in Washington,D.C., (<http://www.rci.rutgers.edu/~jraiello/myweb5/paper1.htm>), 2003/12/8.
- Mcllwraith, R.(1998). "I'm Addicted to Television: The Personality, Imagination, and TV Watching Patterns of Self-identified TV Addicts," *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 42(3), 371-386.
- Mcllwraith, R.(1990). "Theory of Television Addiction," In R. Mcllwraith(Chair), *Television Addiction: Theories and Data behind the Ubiquitous Metaphor*. Symposium conducted at the annual meeting of the American Psychological Association(August), Boston, MA.

- McLuhan, M.(1978). "A Last Look at the Tube," *New York Magazine*(17 March), ( [http://ccins.camosun.bc.ca/~pculture/mcluhan/mc\\_12.txt](http://ccins.camosun.bc.ca/~pculture/mcluhan/mc_12.txt)), 2003/12/8.
- McLuhan, M.(2002). *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York : Routledge.(Original work published 1964)
- Morahan-Martin, J., & P.Schumacher(2000). "Incidence and Correlates of Pathological Internet Use," *Computers in Human Behavior*, 16: 13-29.
- McQuail, D., Blumler, J.G. & Brown, J.R.(1972). "The Television Audience: A Revised Perspective," pp.135-165 In D. McQuail(ed.) *Sociology of Mass Communication*. New York : Penguin Books Ltd.
- Nie, N. H. & L.Erbring(2000). "Internet and Society: A Preliminary Report. Conducted by SIQSS (Stanford Institute for the Quantitative Study of Society)," ([http://www.stanford.edu/group/siqss/Press\\_Release/Preliminary\\_Report-4-21.pdf](http://www.stanford.edu/group/siqss/Press_Release/Preliminary_Report-4-21.pdf)), 2003/12/10.
- Odzer, C.(1997). *Virtual Space: Sex and the Cyber Citizen*.(張玉芬譯，1998。《虛擬性愛》。台北：新新聞。)
- Petrie, H., & Gunn, D.(1998). "Internet "Addiction": The Effects of Sex, Age, Depression and Introversion," Paper presented at the British Psychological Society London Conference(15 December), (<http://phoenix.herts.ac.uk/SDRU/Helen/inter.html> ), 2003/12/16.
- Rosenblatt P. C. & M. R.Cunningham (1976). "Television Watching and Family Tensions," *Journal of Marriage and the Family*, 38(1):105-111.
- Rubin, A. M.(1981). "An Examination of Television Viewing Motivations," *Communication Research*, 8:141-165.
- Rubin, A. M.(1983). "Television Uses and Gratifications: The Interactions of Viewing Patterns and Motivations," *Journal of Broadcasting*, 27:37-51.
- Shanahan, J., & M.Morgan (1992). "Adolescents, Families, And Television In Five Countries: Implications For Cross-Cultural



- Educational Research” *Journal of Educational Television*, 18(1):35-55.
- Williams, F., A.F.Philips & P.Lum (1985). “Gratifications Associated with New Communication Technologies,” In K. E. Rosengren, P. Palmgreen & L.A. Wenner(eds.) *Media Gratifications Research: Current Perspectives*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Young, K. S.(1998). “Internet Addiction: The Emergence of a New Clinical Disorder,” *Cyber Psychology and Behavior*, 1 : 237-244.
- Young, K. S.(1998a). *Caught in the Net: How to Recognize the Signs of Internet Addiction—and a Winning Strategy for Recovery*. NY: John Wiley & Sons, Inc.
- Young, K.S., & R.C.Rodgers (1998). “The Relationship between Depression and Internet Addiction,” *CyberPsychology and Behavior*,1(1), ( <http://www.netaddiction.com/articles/cyberpsychology.htm> ) , 2003/12/20.
- Zahn S. B., & S. J.Baran(1984). “It's All in the Family: Siblings and Program Choice Conflict,” *Journalism Quarterly*, 61:847-852.

# **An Exploratory Study of Hybrid Media Addiction**

**Tsai, Pei**

**Department of Information Communication,  
Chung Kuo Institute of Technology**

## **ABSTRACT**

In recent years, many social psychological studies of internet addiction focus on personalities and inter-personal relationship. They adopt the single-medium point of view to explore the problems of media addition, while ignoring the alluring nature of hybrid media. This study will take a different perspective of combined technology and human beings to explore the hybrid media addiction phenomenon. This article attempts to propose a macro frame to study hybrid media addition.

**Key words: hybrid media, Internet addiction, media addiction,  
cool medium, McLuhan**