

青少年人際關係與微網誌使用行為之研究

A Study of Internet Use Behavior for Teenagers and Its Impact to their Human Relations

蔣安國

佛光大學傳播系副教授

E-mail:akchiang@mail.fgu.edu.tw

<摘要>

本研究將針對微網誌的特性，瞭解青少年使用者如何藉以拓展交友圈、快速交流資訊與分享心情，包括 Facebook（臉書）、Plurk（噗浪）、twitter（推特）等。在微網誌的世界，在充滿噗文的「河道」裡面，每一則訊息的「大小」都一樣、位置高低也都差不多，沒有誰大誰小的問題，故形體、發文形式的轉變，使部落格顯示的「I Say」主從關係，變成「We Share」的微網誌的共享關係。在微網誌世界，只要一天不發噗、不發推，就顯得不存在，一句「早安」也可以決定是否還「活著」。青少年如何運用微網誌以促進更緊密的人際關係，為本研究的主要目的。

本研究的研究方法為深度訪談法，針對青少年微網誌使用者 47 名進行人際關係與微網誌使用行為的深度瞭解，研究發現：一、青少年微網誌使用行為，對其人際關係是否產生影響，因受訪者本身的個人差異而有很大的不同。大多數受訪者認為微網誌擴增了人際關係，但也有部份受訪者認為使用微網誌只玩遊戲，不做人際互動。二、青少年使用微網誌對人際關係的影響不一，有受訪者認為，在微網誌上鎖定自己認識的好友，僅鞏固了特定小圈圈；也有受訪者比較能接納陌生人，大大開拓了人際關係。三、對受訪者而言，微網誌的人際關係功能很多，如親密依附、尋求具有知識性的社會網絡、找到知心朋友、獲得肯定與增強信心等。透過微網誌適當表達自己在生活週遭所發生的種種，讓好友、粉絲隨著 Po 文感受虛擬空間中的溫度，此種自我揭露行為可以尋求認同與支持，各種留言表達的意見，迴響功能便已開啟虛擬網絡的人際關係，醞釀一股虛擬世界的團體力量，達到人際傳播的效果。四、透過微網誌的「電腦中介傳播」(CMC)，青少年受訪者有不錯的溝通能力，包含詮釋能力(interpretive competence)、角色能力(role competence)、自我能力(self competence)、目標能力(goal competence)、訊息能力(message competence)。

關鍵字：微網誌、電腦中介傳播、人際關係

青少年人際關係與微網誌使用行為之研究

一、前言

本研究旨在探討青少年人際關係與微網誌使用行為兩者的關係。微網誌的特性，瞭解青少年使用者如何藉以拓展交友圈、快速交流資訊與分享心情，包括 Facebook（臉書）、Plurk（噗浪）等。在微網誌的世界，plurk 充滿噗文的「河道」裡面，每一則訊息的「大小」都一樣、位置高低也都差不多，沒有誰大誰小的問題，故形體、發文形式的轉變，形成「We Share」的微網誌的共享關係。在微網誌世界，只要一天不發噗、不發推，就顯得不存在，一句「早安」也可以決定是否還「活著」。青少年如何運用微網誌以促進更緊密的人際關係，為本研究的主要目的之一。

青少年人際關係既是社會學的範疇，也是心理學的範疇，心理學家解釋長期關係為何存在，而有所謂「關係心理學」（苗延威譯，2004）。兩者一併來看，屬於社會心理學的範疇。而從傳播學的角度，青少年的人際關係是一種溝通行為，則屬於「人際傳播」（interpersonal communication）的範疇。青少年的微網誌使用行為，屬於「電腦中介傳播」（Computer-Mediated Communication），衍生出的網路社群（internet community）的線上關係（on-line relationships）與線外關係（off-line relationships）值得關注（Walther, J. B. & Malcolm R. Parks, 2002），故當前青少年流行的微網誌使用行為對其人際關係產生何種影響，這是本研究目的之二。

二、文獻探討

（一）青少年人際關係

1. 「青少年」的定義

「青少年」指青春、活潑、有活力的年輕人，大致分為青春（少年期）、青年前期、青年後期三個階段。「青少年」的意義，在生理學係依個體成長與性功能成熟度為準；從心理學來說，是以個體的心智能力情緒穩定性及自我概念是否明確為準；從社會學來看，是以個體是否具備應付社會及社會認可為準；法律則以罪刑法定主義明文歸定少年的年齡。（賴保禎、周文欽、張鐸嚴、張德聰，1999）青少年與青年界定不易劃分，有學者認為青年期分為早期、中期和後期等三個階段，國中階段相當於青年期之早期、高中階段相當於青年期之中期，以後為後期。（劉安彥、陳英豪，2004）青少年期個體的發展上是一個特殊時期，其發展特性有以下幾點（賴保禎、周文欽、張鐸嚴、張德聰，1999）：1. 青少年期是個體發展的關鍵時期，2. 青少年期是個體發展的快速不穩定時期，3. 青少年期是個體可

塑性最大時期，4. 青少年期是個體發展的過渡時期。劉安彥、陳英豪(2004) 則認為青年期的發展包含生理方面的、認知方面的，以及社會方面的。賴保禎、周文欽、張鐸嚴、張德聰(1999) 也舉出青少年發展的五個理論，分別是生物論、心理分析論、認知論、行為與社會學習論，及生態論。行為論認為發展是一整套可觀察而得的行為，而行為的學得是經由外在環境的經驗而來。本研究在探討青少年微網誌使用行為，毋寧是採取青少年發展的行為論的角度來觀察。

2. 青少年的人際關係

人際關係牽涉到人與人之間的關係，乃是動態的人為體系。人際關係有以下四個理論基礎(林欽榮, 2001): 一為角色理論，主張人際關係係個人間角色運作的結果；二為需求理論，乃主張人際關係的建立與維持，最主要建立在個人需求的基礎上；三為交換理論，人際關係實繫於人際之間行為相互交換的結果，在親密關係中，人們會發展出對對方的關懷，因此當他們看到對方快樂時，自己也會覺得滿足，看到對方痛苦的話，自己也會覺得難過(苗延威譯, 2004)；四為平衡理論，主張人際關係是一種人際間的平衡關係。

人際關係為社會關係，跟遊戲一樣，參與者在一定規則之內彼此朝向目標邁進。人際關係的要素即為：目標，指滿足的來源；步驟，指雙方在遊戲裡被許可或接受的相關程序；角色，各種關係中的角色；環境條件，指遊戲的場地和範圍；以及規則。(苗延威譯, 2004)

賴保禎、周文欽、張鐸嚴、張德聰(1999) 認為，青少年的人際關係十分重視其朋友、同學、社團或同年齡夥伴之接納及看法，而形成同儕團體現象。青少年的同儕團體，包含團體疆域(group boundaries)及團體角色(group role)。團體疆域之大小，又可分為群體及小團體兩種。小團體可能組成「死黨」或「密友」；而群體則是由若干群體小團體所組成。

青少年的人際關係是種友誼關係。友誼有不同等級，例如「知交」或「密友」(close friends)和一般泛泛之交(acquaintances)。(苗延威譯, 2004) 朋友的數目的問題，要看朋友是指什麼。假如朋友是指「知交」，那麼大概只有一、兩個——儘管有些人連一個也沒有。朋友的數目會隨著親密程度的減弱而急遽增加。而友誼持續的長度，也是值得關注的指標。

人際關係會發展成社會網絡，朋友不見得總是配對出現。假如 A 與 B 也都認識 C，那麼 A 與 B 之間的關係，便受到他們與 C 及一種廣泛的社會網絡之間的連帶關係而有影響。此點正可以說明微網誌在人際關係的社會網絡發展。

(二)「網路中介傳播(CMC)」與「線上關係(On-line Relationship)」

網路(internet)是具有意義的關係、社會支持、療治進行與認同成長的來源。(Walther, J. B. & Malcolm R. Parks, 2002) 人際關係的網路傳播是科技研究的核心議題，網路成了全面的社會媒介(social medium)。

「網路中介傳播(CMC)」做為人際傳播(interpersonal communication)，尚未建立

起人際動態的主流理論，網路的人際使用也尚欠缺足以適應的理論邊境。在傳統解釋人際關係的幾個理論，已不能解釋新關係發展，例如包括「不確定減少理論」(uncertainty reduction theory, URT)、「社會資訊處理理論」(social information processing theory)以及「社會認同及去個人理論」(Social identity/ deindividuation theory, SIDE)等均不足以解釋「網路中介傳播(CMC)」(Berger, 1986; Berger & Braadac, 1982)。Peter Hartley(1999)曾在其著作「人際傳播」的 14 章「最後思考」，提出「CMC 是人際傳播的新形式嗎？」作者以為相關的主要命題有四：E 化傳播缺乏非口語的線索提示、CMC 的語言交換、參與者表達的認同，以及可能的社群形成。CMC 五種方法途徑分別是「過濾去除掉的線索提示」(cues filtered out)、「可依據選擇的線索提示」(cues to choose by)、「過濾進入的線索提示」(cues filtered in)、「關於我們的線索提示」(cues about us)，以及「彎曲的線索提示」(cues bent and twisted)(Walther, J. B. & Malcolm R. Parks, 2002)。

有關網路的人際發展研究，Parks and Floyd(1996)曾做過新聞群組分層樣本的參與調查，60.7%的受訪者有線上的人際關係(one dyadic personal relationship on-line)。而受訪者有半數認為會在線上有高度相互依賴，另一半則認為只有低度依賴，顯示出線上關係可以達到相當的發展層次。這份調查顯示關於如何與線上朋友使用傳播媒介，受訪者調查有 98%使用 e-mail、35%使用電話、28%使用郵局遞交，線上關係已超越面對面的會面(FtF meetings)。

對線上情境的使用者而言，運用具社會與互動特質的網路(Internet)與「網路中介傳播」(CMC)，有其吸引人的理由。Walter 與 Floyd(2002)的研究發現，要獲得使用者線上支持(on-line support)須具有四個吸引力的面向：一為社會距離面向(social distance dimension)，反映使用者對線上獲取更多專業來源的欣賞；二為匿名性(anonymity)，以擴展逃避困窘的能力；三為互動管理(interaction management)能較傳統媒體的面對面(FtF)溝通更有效表達自己，並能在線上交往關係上進退自如；四為使用者可以日以繼夜的近用(the night-and-day access)，不論在世界任何角落，網路永不止息。

「網路中介傳播(CMC)」與人際關係，從吸引力的過濾理論(the filtering theory)，暴露自己給他人(revealing self to others)。

在微網誌上與好友之親密關係，必須顯示自己不同的溝通能力(Trenholm, S., & Jensen, A., 2004)，如詮釋能力(interpretive competence)、角色能力(role competence)、自我能力(self competence)、目標能力(goal competence)、訊息能力(message competence)。

二、 研究方法

本研究採取質化研究法(qualitative research method)的設計，主要有幾個理由(Mann, C., & Stewart, F. 2000)：一是它可以對「網路中介傳播」(CMC)的參與者進行延伸近用，包含在封閉性的網站，可以用質化方法做為近用他人網站的工具；

有些敏感的話題，參與者不願意面對面的接受研究者調查.....；二是基於節省時間與成本；三是減少文本的偏差；四是較易控制資料。

(一)樣本描述：

本研究鑒於目前青少年人際關係與微網誌使用行為相關的研究尚少，故為先從事先趨性的初探分析，以累積較豐富的研究成果，遂採取質化分析的深度訪談法(in-depth interview)。

本研究的主旨既以青少年人際關係與微網誌使用行為之分析，研究對象乃鎖定有使用微網誌經驗的青少年，屬於目的取樣(purposive sampling)，研究者選擇青少年常出入的位於台北市忠孝東路、光復南路的兩處麥當勞速食店進行非標準化訪問(non-standardized interviews)，訪問期間為 2010 年 1 月 1 日至同年 3 月 31 日止，共三個月¹。青少年的定義有多種(已如文獻探討)，本研究取較廣為通用的定義，即 12 歲至 18 歲，非隨機選取 47 個受訪者(詳見表一)。受訪者分別為國中生計 23 人，本研究給予編號代碼為 1B 至 23B；高中生計 24 人，本研究給予編號代碼為 1A 至 24A。

表一 深度訪談對象

	男生	女生	小計
國中	7	16	23
高中	5	19	24
小計	12	35	47

(二)問題設計：

本研究深度訪問的題目分為兩大部份，第一部份為微網誌使用行為；第二部份為微網誌使用行為對青少年人際關係的影響。

第一部份「微網誌使用行為」的問題，包含：

- 1.微網誌使用類型
- 2.在微網誌上與好友互動次數、頻率和持久性
- 3.好友、粉絲數目
- 4.為何使用微網誌

第二部份「微網誌使用行為對青少年人際關係的影響」的問題，包含：

- 1.在微網誌上與好友溝通深度
- 2.在微網誌上與好友預測、瞭解、追蹤對方心意的能力和程度
- 3.在微網誌上願意投入與好友關注的程度
- 4.在微網誌上與對方相互依賴性與感受度
- 5.在微網誌上對彼此關係的興趣程度
- 6.在微網誌上對正面情感(緒)，如關懷、承諾和信任的感受程度

¹ 本研究深度訪談進行與訪談資料整理由佛光大學傳播所研究生曾秀萍協助，特為誌謝。

7.在微網誌上對好友的需求程度(哪些需求)與感受(你會給幾分 0-100 分)

8.在微網誌尋求同儕團體支持的狀況(會影響向父母尋求支持嗎)

四、研究分析

本研究分為「青少年微網誌使用行為」、「青少年微網誌使用行為與人際關係」兩部分。

(一)青少年微網誌使用行為

1. 青少年微網誌使用類型：在接受深度訪談的 47 位同學中，有 26 位使用 Facebook，佔 55.2%，居第一位；同時使用 facebook 與 plurk，也有 8 位，佔 17%，居第二名。在個別微網誌中，除 facebook 獨領風騷之外，有 3 位使用 plurk；2 位使用無名滴咕；1 位使用 twitter，顯示出受訪者中，Facebook 為微網誌使用最多的類型。在 24 位高中生中按使用比例來看，依序為 16 位使用 Facebook，佔 66.7%；同時使用 facebook 與 plurk 有 3 位，佔 12.5%。在 23 位國中生依序為有 10 位使用 Facebook，佔 43.5%；同時使用 facebook 與 plurk 者，也有 5 位，佔 21.7%，居第二名。（詳見表二）

表二 青少年受訪者微網誌使用類型

	高中		國中		小計	
	N	%	N	%	N	%
facebook	16	66.7	10	43.5	26	55.2
plurk	2	8.3	1	4.3	3	6.4
twitter	0	0	1	4.3	1	2.1
無名滴咕	0	0	2	8.3	2	4.3
facebook & plurk	3	12.5	5	21.7	8	17.0
facebook & 無名滴咕	0	0	1	4.3	1	2.1
facebook & plurk & 無名滴咕	0	0	2	8.3	2	4.3
facebook & plurk & twitter	1	4.2	1	4.3	2	4.3
facebook & plurk & twitter & 無名滴咕	2	8.3	0	0	2	4.3
	24	100	23	100	47	100

2. 使用頻率

本研究藉由微網誌使用行為的「使用頻率」多少來區分重度使用者、中度使用者、輕度使用者。從受訪者自我表白是否為重度使用者、中度使用者，或輕度使用者，在對照其使用的時數換算成以下的標準。即重度使用者大約每日情不自禁，平均要花 5 小時以上；受訪者自認為中度使用者，大約每日平均 1-5 小時；受訪者自認為輕度使用者大約每日平均 1 小時以下。本研究受訪者中，以中度使用者為最多，在 47 位受訪者中有 18 人，佔 38.3%，居第一位；輕度使用者有

17 人，佔 36.2%，居第二位。在高中與國中受訪者中，以中度使用者為最多，並無二致，不過高中受訪者中屬於重度使用者居第二位，而國中受訪者中則以輕度使用者居第二位，顯示微網誌使用行為會隨著青少年年齡的增加，以及運用的普及而有增多趨勢。(詳見表三)

表三 青少年受訪者微網誌使用頻率

	高 中		國 中		小 計	
	N	%	N	%	N	%
重度使用(平均每 日 5 小時以上)	7	29.2	2	8.8	9	19.1
中度使用(每日平 均 1-5 小時)	9	37.5(1)	9	39.1(1)	18	38.3(1)
輕度使用(每日平 均 1 小時以下)	6	25.0	11	47.8	17	36.2
不 確 定	2	8.3	1	4.3	3	6.4
小 計	24	100	23	100	47	100

3.好友、粉絲數目

從吸引力的過濾理論來看，受訪青少年的好友、粉絲數目，受到過濾而呈現如下的數目。

(1) 好友數目：

受訪青少年中的好友數目，以 101 個至 300 個為最多，有 18 位，佔 38.3%；51 至 100 個有 12 位，佔 25.5%，居第二位；50 個以下有 10 位，佔 21.3%，居第三位；301 個以上有 5 位，佔 10.6%。其中高中受訪者部份，好友數目以 101 個至 300 個為最多，有 13 位，佔 54.2%；其次 51 至 100 個有 4 位，佔 16.6%。國中受訪者部份，好友數目則以 51 至 100 個為最多，有 8 位，佔 38.3%；其次 50 個以下有 7 位，佔 30.4%。

(2) 粉絲數目：

受訪青少年中的粉絲數目，以 50 個以下為最多，有 22 位，佔 46.8%；無粉絲居第二位，有 12 位，佔 25.5%。其中，高中受訪者部份，粉絲數目以 50 個以下為最多，有 10 位，佔 41.8%；其次，無粉絲或數目不明確，各 5 個，佔 20.8%。國中受訪者部份，粉絲數目亦以 50 個以下為最多，有 12 位，佔 46.8%；其次，無粉絲居第二位，有 7 位，佔 30.4%。(詳見表四)

表四 青少年受訪者微網誌好友、粉絲數目

	高 中	國 中	小 計
--	-----	-----	-----

		N	%	N	%	N	%
好友	50 個以下	3	12.5	7	30.4	10	21.3
	51 至 100 個	4	16.6	8	34.8	12	25.5
	101 個至 300 個	13	54.2	5	21.7	18	38.3
	301 個以上	3	12.5	2	8.7	5	10.6
	不明確	1	4.2	1	4.4	2	4.3
小計		24	100	23	100	47	100
粉絲	無	5	20.8	7	30.4	12	25.5
	50 個以下	10	41.8	12	52.1	22	46.8
	51 至 100 個	2	8.3	1	4.4	3	6.4
	101 個以上	2	8.3	1	4.4	3	6.4
	不明確	5	20.8	2	8.7	7	14.9
小計		24	100	23	100	47	100

4. 為何使用微網誌

從吸引力理論的觀點，大部份受訪者的微網誌使用行為，在拓展人際關係；一部份受訪者是「因為同儕都在使用而去使用」；也有的原因為「我使用 Facebook 在玩遊戲」。青少年使用微網誌的理由包含「在微網誌上認識的好友很多，比一般在校園裡的人際互動還多，有線上聊天的功能，所以可以聊天。在個人的 Facebook 塗鴉牆上還可以發布個人訊息，自己發布的訊息還會讓關心你的朋友留言，然後你自己也可以因對方的留言。失聯的好友竟然會在 Facebook 上出現，之後再加以聯絡。」(編號 2A 號李同學)

(二) 青少年微網誌使用行為與人際關係

微網誌使用行為與對其人際關係的影響，受訪者李同學表示，「有幫助到我的
人際關係，整個是還不錯！也殺了不少時間。」、「還是有增加與朋友的人際關係，最重要的是讓我找到失聯已久的朋友。」人際關係的吸引力就是對人開門(opening the door)，也就是說，人們「喜歡」一群人才會追求與發展出與他們的人際關係。Steven Duck 的吸引力過濾理論提到吸引力有四個準則：社會或附帶的線索提示(sociological or incidental cues)，其他互動前的線索提示(other pre-interaction cues)，互動前的線索提示(interaction cues)，以及認知的線索提示(cognitive cues)。

從「人際磁力」(interpersonal magnet)觀點來看，在過濾過程(filtering process)

中出現兩股力量，即「拉力」與「推力」的因素。人們會經常因為不同的理由而相互吸引。何種因素會拉在一起？何種因素又會推開來？這是探討人際關係不可忽略之處。

1. 人際互動的「過濾過程」：

微網誌使用行為是一種人際互動的「過濾過程」(filtering process)。前文指出，CMC 的人際互動「過濾過程」有五種方法途徑，分別是「過濾去除掉的線索提示」(cues filtered out)、「可依據選擇的線索提示」(cues to choose by)、「過濾進入的線索提示」(cues filtered in)、「關於我們的線索提示」(cues about us)，以及「彎曲的線索提示」(cues bent and twisted)(Walther, & Malcolm, 2002)「網路中介傳播(CMC)」與人際關係，也有從吸引力的過濾理論(the filtering theory)來解釋，以暴露自己給他人(revealing self to others)來增強人際交往的吸引力。

以下分別是部份訪談的個案，在微網誌使用行為中，顯現人際互動的「過濾過程」：

(1) 高中受訪者部份：

編號 1A 范同學(男)使用微網誌的歷程是一年前。微網誌使用類型為 Plurk，使用頻率為「一天多次，有時間就上，使用時間長度每次幾分鐘」；人際互動的「過濾過程」，好友人數已近 200 人。使用 Plurk 對他的人際互動狀況有何影響，他表示：

「使用 Plurk 是因為同儕都在使用而去使用，使用後與朋友的互動增加，互動不限於地點及時間，與朋友的朋友也更加熟悉，進而成為好友。Plurk 對於自我表現上，有些朋友在現實生活中較為害羞，但在 Plurk 較為活潑。我是中度使用者，有時間就上，沒時間就算了。」

編號 2A 號李同學使用微網誌的歷程是一年前開始使用 Facebook，主要在玩遊戲，也有參加粉絲團。一天平均有 5~6 小時在 Facebook 上。人際互動的「過濾過程」，現在擁有的好友人數共 316 人，她自承自己是 Facebook 的中度使用者。她說：

「在微網誌上認識的好友很多，比一般在校園裡的人際互動還多，有線上聊天的功能，所以可以聊天。在個人的 Facebook 塗鴉牆上還可以發布個人訊息，自己發布的訊息還會讓關心你的朋友留言，然後你自己也可以因對方的留言。失聯的好友竟然會在 Facebook 上出現，之後再加以聯絡。

有時候卻發現比較不熟的人，會與你打交道，但言語上讓人不舒服，騷擾，所以會把他加入黑名單。我是從去年七月開始玩 Facebook，Po 文的時候，通常會有平行的交流和錯綜的交流方式，有時候是同儕回覆，有時候是比較不熟的人會回覆你，但我通常都只會回覆我認識的留言。有時候會看到認識的人 Po 文自己和 Lover 親密的合照，不錯！自我表現非常清楚。有幫助到我的人際關係，整個是還不錯！也殺了不少時間。」

編號 3A 莊同學使用微網誌的 Facebook 時間只有半年，主要也是在玩遊戲，人際互動的「過濾過程」，好友數目有 50 幾人，Facebook 多玩遊戲，很少用來人際互動。他表示：

「我都在使用 Facebook，在上面都在玩遊戲，但是也會利用留言來傳遞想要說的話，朋友也都能即時性的回覆，所以很常使用，一天大約有兩小時，兩小時是所有空閒時間了。

我是輕度使用者，有也好沒有也好，是上去看看而已，不過上面沒有去看也會有通知，所以不怕找不到人。好友數只有 50 幾人，都是同學還有以前同學。上去做測驗比較多。我使用了半年左右，對人際關係(的擴展)我覺得沒有，因為我喜歡面對面。」

編號 4A 羅同學(女)使用 Facebook 一年，每天都會看，時間大約每天 30 分鐘。人際互動的「過濾過程」，好友數目有一百多個，粉絲兩個。微網誌對人際互動的影響，她表示：

「失聯很久的朋友都找到了，都很驚訝！原本沒有聯絡的人可以藉著 Facebook 互相關心。連不認識的朋友都會加為朋友，但是很少互動，由於朋友太廣，要 PO 上心情文字或內心情緒都會有所顧慮，不敢真正的打出心裡的話。不過可以透過 Facebook 分享朋友的生活、我旅行的照片。雖然我不太會 PO 文，但我很喜歡看朋友的狀態。我從去年八月開始迷 Facebook，每天都會掛在上面。從早上開機到晚上睡覺才會關，但是慢慢的在減少，到現在我幾乎都只用五分鐘瀏覽朋友的狀態而已。我覺得人們會運用 Facebook 自我表露，一堆人會 PO 文情侶合照，很高調，人常常就知道一些人的交往狀況。Facebook 還是有增加與朋友的人際關係，最重要的是讓我找到失聯已久的朋友。」

編號 6A 黃同學(女)使用 Facebook 一年，一個星期使用 4~5 天，每天約 2~4 小時，自稱算是中度使用者。人際互動的「過濾過程」，Facebook 的好友為 100~200 人。微網誌對人際互動的影響，她表示：

「藉由 Facebook 玩遊戲可和朋友互動，也可以在上面認識結交朋友。但也容易沉迷在裡面的遊戲。我喜歡在上面分享自己的心情，照片等。朋友間可以好玩的互罵，非常即時。很多人用網路較勇於認識其他人，現實生活中會不好意思。雖然 Facebook 很方便，但的確在隱私上較沒保障。」

編號 7A 陳同學(男)使用微網誌的 Facebook 時間從開始到現在大約 7、8 個月。他說幾乎每天都會使用 Facebook，一天使用一次。人際互動的「過濾過程」，好友有一、二百人以上。在問到 Facebook 對他的人際互動有什麼影響，他表示：

「好友互動不高，就算不認識也曾加入好友。通常好友的好友也會邀請我加他。現在都在 Facebook 上玩遊戲，沒有粉絲，沒有互動。人際關係互動當然要看熟悉程度，熟的互動較多。如果有人偷我的東西我不會生氣，但會偷回去。微網誌留言大家都會看到，也很多人回應，有生日的話 Facebook 會提醒，可以即時祝福，很久不見沒聯絡的朋友都會因 Facebook 而拉近距離。Facebook 有幫助人際關係，在 PO 文時，朋友會適時的來關心你，回應你。多年以前的同學會因有 Facebook 而與你交談，PO 文回應之間常使關係更好。在生日的時候，很多朋友利用 Facebook 傳遞祝福。我開始使用時很瘋狂，過一段時間就比較沒什麼，直至現在很少上去。有些好友喜歡自我表現，玩遊戲的訊息一直按發布，讓大家都知道他很厲害。有些人喜歡自我表露，自以為很甜蜜，一直 PO 情侶甜蜜的合照，炫耀自己為郎才女貌，.....，一直有親密合照，讓人想吐，受不了，但是又不能不看，因為是公開的，妨害大眾的眼睛。就 Facebook 整體評估，有幫助人際關係，但要看個人有沒心去經營。」

編號 8A 涂同學(女)使用 Facebook 一年，主要玩遊戲、好友留言、相片分享。自認為是 Facebook 的中度使用者，幾乎每天都會登入一下，但不登入不會不舒服，人際互動的「過濾過程」，約有 200 個好友，雙向的占多數，也有不認識的，占少數。一天平均約使用 1~2 小時。Facebook 對其人際互動的影響，她表示：

「因為會互相到對方塗鴉牆留言，很久沒聯絡的朋友也會因為 Facebook 而開始注意近況，Facebook 的遊戲也能增進互動，互相偷菜之類的。Facebook 上的近況可以即時發佈，所以可以知道朋友幾分鐘前的狀態，也能馬上給予回應，甚至可以知道朋友們的感情狀態，心理狀態交友狀態(我母親非常喜歡藉由 Facebook 觀察自己的女兒) Facebook 也可以看到朋友的朋友，也可以認識朋友的朋友。還不只台灣的朋友。各國人都可以透過 Facebook 聯繫彼此，人際關係有很大的增加。」

編號 9A 施同學(女)使用 Facebook 一年，幾乎每天都會使用，不超過一個小時。Facebook 對其人際互動的影響，她表示：

「通常會登入 Facebook 看看有沒有朋友留言，或偶爾去朋友的塗鴉牆看看，或突然有一些想法就會發佈短訊，基本上留言和回應，也會 PO 照片上去分享，偶爾玩玩心理測驗，不會玩遊戲，很快就膩了。目前大概有 70 幾位朋友，大部分是同學和朋友，也是有不認識的人會邀請好友給我，不過我都懶得去找認識的人家好友！因為常常加了卻不聊天，加了也是白加。為自己興趣，加了幾個國外樂團當粉絲。無聊的時候，會玩麻將，有時候要聯絡朋友會直接留言，已經不會打電話或 MSN。我會去別人的 Facebook 看看他最近過的怎樣。也有人登入只為了接受別人的好友邀請，但其他事都沒做。個人覺得我只是個輕度使用者，就算好幾天

沒上也沒關係。大概是 2008 年底開始使用，契機是一位國外朋友邀我加入。微網誌可以幫助人際關係的拓展，網路無國界，我藉此認識不同國家的人，不過我覺得網路好友人數和真實好友人數不一定成正比。大致上來說微網誌便於聯絡和交流，但不真的表示現實的人際關係有一定的相關。」

編號 10A 蔡同學(女)使用 Facebook 一年，自稱中度使用者。Facebook 對其人際互動的影響，她表示：

「電腦開機第一件事就是 Facebook。看朋友最近動態及回覆意見，當自己發生什麼事情或情緒不好時，也會 PO 上去。每天使用時間約半小時，最長時間一個小時，好友分布在高中同學居多，但也有家國中老師的帳號。但我不玩 Facebook 的小遊戲。我會放一些生活照，讓朋友知道自己的近況，我曾經加一個不認識的朋友，小小聊了一下感覺還滿特別的。透過 Facebook 跟失聯的朋友聯絡，互相交流。我會 PO 一些圖像作品跟朋友分享，請他們提供意見。我曾經利用 Facebook 表達對於某個人的不同意見，如果在現實生活中早成我們的小摩擦，Facebook 的流通很廣，所以有時我也會注意用語、措辭，以免造成不必要的誤會。我想 Facebook 有助於人際網路，方便連繫以前的舊友。」

編號 14A 曾同學使用 Facebook 一年，人際互動的「過濾過程」，好友約 300 多人。他說：

「因為廣為加入好友，所以不一定是認識的，常會有不熟或不認識的關心生活，對於人際關係有很大的幫助，好友約 300 多人，但沒有隱私，有些話還是無法真實的表達。但常看到上面曾經是男女朋友，分手沒宣布單身，就會有很多男方或女方的朋友說恭喜，我個人認為這有點傷人。平常可看大家的狀態，可以很即時的訴說心事，討論功課，也非常縮短距離，就好像朋友在身邊。朋友的經驗是好友可以黏上別人的朋友，曾經我的朋友就抓到男友出軌。」

(3) 國中受訪者部份：

國中受訪者的微網誌使用行為，與高中受訪者的回答並無太大差異。

例如編號 2B 王同學(男)使用 Facebook 與 plurk，每天 2 小時。他說因為是音樂人，使用吉他網、貝斯網。人際互動的「過濾過程」，好友、粉絲各約 200 人，包含各音樂人。交換樂手心路歷程。定期上去。

編號 4B 的顏同學(女)使用 Plurk, facebook 約半年。人際互動的「過濾過程」，Plurk 的好友大概是 30 人上下，粉絲多一些。他表示：

「因為有"私密嘍"的功能，不想讓陌生人知道，所以陌生人的好

友申請我都是將對方加為粉絲。個人認為 Plurk 真的頗方便的，隨時想到什麼都可以去嘍一下，更追蹤別人也能一目了然，功能也不錯。facebook 則是小遊戲居多或心理測驗，不過如何沒有『偷東西』功能，我會更喜歡。但我的 facebook 都設定好友可見，非好友看不見，陌生人不加，所以較少跟陌生人互動。

我使用微網誌的目的，有時作業與報告不知道該從何下筆時，就會在上面詢問他人意見，受益不少。跟線上朋友交往當然是較親睦的，但每次看到不認識的人把我加入，都會覺得奇怪。在微網誌上，有時有人發抱怨的內容，會引起廣大的迴響。有時看到自己不喜歡的文字，就會視而不見。我覺得在同儕之間有些平常不方便說的話，可以在線上用私密的方式和其他人討論或是網路上能討論一些跟同學不會討論到的東西。只是自己的事情分享給陌生人真的很奇怪。

我算是重度使用者(Plurk)，每天都要上去晃晃，討論的內容多半是生活瑣事，偶爾會有時是新聞、電影或音樂等娛樂，也會互相分享圖片跟影片，追蹤不錯的嘍浪，像是戴立忍導演，還有電視台或唱片公司等等，有時會有受益資訊。我的好友多半是以前認識的網友跟學姊，都已經很熟識了，加上有共同興趣所以不會沒有話題。」

編號 6B 張同學(男)使用微網誌的歷程是自國中二，使用無名小站；國三使用 facebook，她說，現在兩者天天使用。至於好友、粉絲的數目，人際互動的「過濾過程」，無名好友 90%是認識的，其他 10%是一些很欣賞的人的網站；facebook 則相反。她在微網誌的人際互動方面，表示：

「就算距離遙遠很久不見的朋友，也可以看他網誌知道知道她最近的生活。之前別人在他的網誌裡說誤會我、罵我、把我說的跟垃圾一樣，我就很理直氣壯罵回去，但我都沒有指名道姓。Po 文章主要只有好朋友看到，所以如果有些是只想讓好朋友知道，就可以用這個功能。我不喜歡和陌生人聊天，所以只會看看，不會有互動。」

編號 17B 的張同學(男)，自國二開始使用 facebook、滴咕、Plurk，大約一年，幾乎每天使用。人際互動的「過濾過程」，好友、粉絲各約 100 個。微網誌對人際互動的影響，他表示：

「不與陌生人互動。朋友在微網誌上被謾罵時，我會去聲援。有時與朋友集合起來，一起去別人的塗鴉牆恥笑他人。我覺得使用微網誌後，發現網路世界，充斥著暴戾之氣，互相謾罵叫囂。」

編號 21B 的林同學(男)，一年前開始使用 facebook、Plurk 與滴咕。人際互動的「過

濾過程」，facebook 約 1000 位朋友(朋友 40%、朋友的朋友 20%、不認識 40%)

「剛開始會每天迷上，後來經過一段時間就不太迷了。我會在 facebook、Plurk 與滴咕與陌生人互動聊天，但不會聊家事或私人事情。只要我開電腦就會上線。我覺得微網誌可以加強我的人際關係，讓我找到很久不見的朋友，以及玩心理測驗，使我和朋友的交流更頻繁。」

2. 社會網絡

微網誌使用者形成各自的社會網絡。人際關係會發展成社會網絡，朋友不見得總是配對出現。假如 A 與 B 也都認識 C，那麼 A 與 B 之間的關係，便受到他們與 C 及一種廣泛的社會網絡之間的連帶關係而有影響。微網誌的社會網絡，有平行的交流與錯綜的交流兩種形式。

(1)平行的交流：

受訪者李同學表示，「Po 文的時候，通常會有平行的交流和錯綜的交流方式，有時候是同儕回覆，有時候是比較不熟的人會回覆你，但我通常都只會回覆我認識的留言。」「好友互動不高，就算不認識也曾加入好友。通常好友的好友也會邀請我加他。」

(2)錯綜的交流：即為網路上一種擴散式的聯結。例如編號 1A 范同學(男)，從 2009 年 8 月開始 Plurk，使用頻率為「一天多次，有時間就上」。范同學自認為 Plurk 的「中度使用者」，使用時間長度為「每次幾分鐘，有時間就上，沒時間就算了」。好友人數已近 200 人。他對於使用 Plurk 的人際互動影響，朋友關係的擴張，在線上「與朋友的朋友」發展為朋友。他表示：

「與朋友的互動有增加，互動不限於地點及時間，與朋友的朋友也更加熟悉，進而成為好友。有些朋友在現實生活中較為害羞，但在 Plurk 較為活潑。會因為同儕都在使用而去使用」

3. 微網誌的「同儕團體現象」：

在前文指出，青少年的人際關係十分重視其朋友、同學、社團或同年齡夥伴之接納及看法，而形成同儕團體現象。青少年的同儕團體，包含團體疆域(group boundaries)及團體角色(group role)。團體疆域之大小，又可分為群體及小團體兩種。小團體可能組成「死黨」或「密友」；而群體則是由若干群體小團體所組成。

透過微網誌，青少年的人際關係重視其朋友、同學、社團或同年齡夥伴之接納及看法，極為明顯，而形成線上的「同儕團體現象」。微網誌的「同儕團體現象」出於信任關係，以及自我線上的認同(identity)。例如，編號 17B 的張同學(男)表示：「不與陌生人互動。」「有時候是比較不熟的人會回覆你，但我通常都只會回覆我認識的留言。」編號 6B 張同學(男)表示：「Po 文章主要只有好朋友看到，所以如果有些是只想讓好朋友知道，就可以用這個功能。我不喜歡和陌生人聊天，所以只會看看，不會有互動。」

4. 網絡的個人角色與能力：

透過微網誌的「電腦中介傳播」(CMC)，本研究也想探尋青少年受訪者的溝通能力，包含詮釋能力(*interpretive competence*)、角色能力 (*role competence*)、自我能力(*self competence*)、目標能力(*goal competence*)、訊息能力(*message competence*)。

本研究經訪談受訪者在使用微網誌的溝通能力如下：

詮釋能力(*interpretive competence*)：例如編號 4B 的顏同學(女)表示：「我算是重度使用者(Plurk)，每天都要上去晃晃，討論的內容多半是生活瑣事，偶爾會有時是新聞、電影或音樂等娛樂，也會互相分享圖片跟影片，追蹤不錯的噗浪，像是戴立忍導演，還有電視台或唱片公司等等，有時會有受益資訊。我的好友多半是以前認識的網友跟學姊，都已經很熟識了，加上有共同興趣所以不會沒有話題。」

角色能力 (*role competence*)：例如「我是從去年七月開始玩 Facebook，Po 文的時候，通常會有平行的交流和錯綜的交流方式，有時候是同儕回覆，有時候是比較不熟的人會回覆你，但我通常都只會回覆我認識的留言。」(編號 2A 號李同學)

自我能力(*self competence*)：編號 17B 的張同學表示，「不與陌生人互動。朋友在微網誌上被謾罵時，我會去聲援。有時與朋友集合起來，一起去別人的塗鴉牆恥笑他人。我覺得使用微網誌後，發現網路世界，充斥著暴戾之氣，互相謾罵叫囂。」編號 7A 陳同學認為「有些人喜歡自我表露，自以為很甜蜜，一直 PO 情侶甜蜜的合照，炫耀自己為郎才女貌，.....，一直有親密合照，讓人想吐，受不了，但是又不能不看，因為是公開的，妨害大眾的眼睛。」

目標能力(*goal competence*)：例如「我使用微網誌的目的，有時作業與報告不知道該從何下筆時，就會在上面詢問他人意見，受益不少。」「因為我是音樂人，使用吉他網、貝斯網。我的好友、粉絲各約 200 人，包含各音樂人。我會交換樂手心路歷程。定期上去。」(編號 2B 的王同學)

訊息能力(*message competence*)：例如「Facebook 上的近況可以即時發佈，所以可以知道朋友幾分鐘前的狀態，也能馬上給予回應，甚至可以知道朋友們的感情狀態，心理狀態交友狀態(我母親非常喜歡藉由 Facebook 觀察自己的女兒) Facebook 也可以看到朋友的朋友，也可以認識朋友的朋友。還不只台灣的朋友。各國人都可以透過 Facebook 聯繫彼此，人際關係有很大的增加。」(編號 8A 涂同學)

五、結論

青少年微網誌使用行為，對其人際關係是否產生影響，經本研究發現因受訪者

本身的個人差異，而在人際關係拓展上有很大的不同。大多數受訪者認為擴增了人際關係，但也有部份受訪者使用微網誌只玩遊戲，不做人際互動。

青少年使用微網誌對人際關係的影響不一，有受訪者認為，在微網誌上鎖定自己認識的好友，僅鞏固了特定小圈圈；也有受訪者比較能接納陌生人，大大開拓了人際關係。

對受訪者而言，微網誌的人際關係功能很多，如親密依附、尋求具有知識性的社會網絡、找到知心朋友、獲得肯定與增強信心等。透過微網誌適當表達自己在生活週遭所發生的種種，讓好友、粉絲隨著 Po 文感受虛擬空間中的溫度，此種自我揭露行為可以尋求認同與支持，各種留言表達的意見，迴響功能便已開啟虛擬網絡的人際關係，醞釀一股虛擬世界的團體力量，達到人際傳播的效果。

透過微網誌的「電腦中介傳播」(CMC)，本研究發現青少年受訪者有不錯的溝通能力，包含詮釋能力(interpretive competence)、角色能力 (role competence)、自我能力(self competence)、目標能力(goal competence)、訊息能力(message competence)。

參考書目

苗延威譯 (2004)，*人際關係剖析* (*The Anatomy of Relationships and the rules and skills needed to manage them successfully*), Michael Argyle & Monika Henderson 著，台北，巨流。

劉安彥、陳英豪 (2004)，*青年心理學*，台北，三民。

賴保禎、周文欽、張鐸嚴、張德聰編著 (1999)，*青少年心理學*，台北，國立空中大學。

Berger, C. R. (1986). Uncertain outcome values in predicted relationships: Uncertainty reduction theory then and now. *Human Communication Research*, 13,34-38.

Berger, C. R. & Bradac, J. J. (1982). Language and social knowledge: Uncertainty in interpersonal relations. London: Edward Arnold.

Hartley, P. (1999). *Interpersonal communication*, NY: Routledge.

Mann, C., & Stewart, F. (2000). Internet communication and qualitative research: A handbook for researching online , Thousand Oaks, CA: Sage.

Parks M.R. & Floyd, K.(1996). Making friends in cyberspace. *Journal of Communication*, 46(1), 80-97.

Trenholm, S., & Jensen, A. (2004). *Interpersonal communication*, (fifth ED), NY: Oxford.

Walther, J. B., & Bloyd, S. (2002). "Attraction to computer-mediated social support". In C. A. Lin & D. Atkin (Eds.), *Communication technology and society: Audience*

adoption and uses (pp.153-188). Cresskill, NJ: Hampton.

Walther, J. B., & Parks, M. R. (2002). "Cues filtered out, Cues filtered in: computer-mediated communication and relationships", In Knapp, M., & John A. Daly (Eds.), *Handbook of Interpersonal communication* (pp.529-563), Thousand Oaks, CA: Sage.