

國立交通大學教育研究所

碩士論文

探討台灣大專院校生人格特質、人際關係、網路成癮與網路使用態度的關係

The investigation of relationships among Taiwanese college students' personality traits, interpersonal relationship, Internet addiction, and

Internet attitudes

指導教授：陳昭秀 博士

研究生：陳天心

中華民國一〇一年六月

探討台灣大專院校生人格特質、人際關係、網路成癮與網路使用態度的關係

The investigation of relationships among Taiwanese college students' personality traits, interpersonal relationship, Internet addiction, and Internet attitudes

研究生：陳天心

Student：Tien-Hsin Chen

指導教授：陳昭秀

Advisor：Chao-Hsiu Chen

國立交通大學



Submitted to Department of Computer and Information Science

College of Electrical Engineering and Computer Science

National Chiao Tung University

in partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of

Master

in

Education

June 2012

Hsinchu, Taiwan, Republic of China

中華民國一〇一年六月

探討台灣大專院校生人格特質、人際關係、網路成癮與網路使用態度的關係

學生：陳天心

指導教授：陳昭秀

國立交通大學教育研究所碩士班

摘要

本研究之主要目的旨在探討台灣大專院校學生之網路使用現況、台灣大專院校學生之「人格特質」與「人際關係」如何影響其「網路成癮」以及台灣大專院校學生之「人格特質」與「人際關係」如何影響其「網路使用態度」。本研究採用問卷調查法，以台灣 375 名大專院校學生為研究對象，研究工具包含「人格特質」、「人際關係」、「網路成癮」及「網路使用態度」等量表，並以敘述性統計、結構方程式模型來進行資料分析，結果發現如下：

- 一、男性平均每日使用網路 6.29 小時略高女性一小時，而大專院校學生假日平均使用網路比平日使用略高一小時。
- 二、人格特質的「嚴謹性」與「外向性」能夠預測「人際關係」，其中人格特質的「外向性」具有較高的預測力。
- 三、人格特質的「嚴謹性」對於「網路成癮」有負向顯著預測力；而人格特質的「神經性」能夠正向預測「網路成癮」。
- 四、「人際關係」對「網路成癮」未有顯著影響效果。
- 五、人格特質的「親和性」能正向預測網路使用態度的「個人領域」，人格特質的「神經性」對於網路使用態度的「工具」、「玩具」、「貿易」方面皆具正向顯著的影響力。
- 六、「人際關係」在網路使用態度的「個人領域」、「知識寶庫」、「貿易」上具備顯著正向效果，對於「工具」與「電話聯絡」面向未有顯著影響力。
- 七、透過「人際關係」，「人格特質」對於「網路使用態度」達顯著的預測效果，其中

以人格特質的「外向性」透過「人際關係」對網路使用態度的「個人領域」、「知識寶庫」、「交易」最具顯著影響。

關鍵詞：人格特質、人際關係、網路成癮、網路使用態度



The investigation of relationships among Taiwanese college students' personality traits, interpersonal relationship, Internet addiction, and Internet attitudes

Student : Tien-Hsin Chen

Advisors : Dr. Chao-hsiu Chen

Institute of Education
National Chiao Tung University

Abstract

This study investigated Taiwanese college students' Internet use and how their personality traits and interpersonal relationships influence their inclination to Internet addiction and their attitudes toward the Internet. An online survey including four subscales (i.e. personal traits, interpersonal relationships, Internet addiction, and Internet attitudes) was used to collect data, and 375 Taiwanese college students provided valid responses. Descriptive statistics and Structural Equation Modeling (SEM) were used to analyze the collected data.

The major findings were as follows:

1. Male students used the Internet 6.29 hours a day on average, and female students used the Internet 5.72 hours a day on average. Generally, college students used one more hour daily on weekends than on weekdays.
2. The “conscientiousness” and “extraversion” dimensions of personal traits could predict interpersonal relationships, and “extraversion” was a stronger predictor.
3. The “conscientiousness” dimension could negatively predict Internet addiction, and the “neuroticism” dimension of personal traits could positively predict Internet addiction.
4. Interpersonal relationships could not effectively predict Internet addiction.

5. The “agreeableness” dimension could positively predict the “territory” dimension of Internet attitudes, and the “neuroticism” dimension of personal traits could positively predict the “tool,” “toy,” and “trade” dimensions of Internet attitudes.
6. Interpersonal relationships showed positive prediction on the “territory,” “treasure of information,” and “trade” dimensions of Internet attitudes but interpersonal relationships showed no effective prediction on the “tool” and “telephone” dimensions.
7. Personal traits could effectively predict Internet attitudes through Interpersonal relationships, and the “extraversion” dimension of personal traits could predict the “territory,” “treasure of information” and “trade” dimensions of Internet attitudes through interpersonal relationships.

Keywords: personal traits, interpersonal relationships, Internet addiction, Internet attitudes



致謝

終於順利在兩年內完成我的碩士論文，需要感謝的人真是不勝枚舉，從一開始帶領我進入資工系的曾文貴老師，除了給予工作機會外也給我旁聽教育所課程的機會，而能夠再次踏入交通大學這個讀書的殿堂，深感榮幸，在進入教育所後，發現這裡真是個溫馨的大家庭，從老師、學長姐、學弟妹、所辦助理，每個人都相當親切、和藹及友善，也謝謝所辦助理們嘉凌姐、雅怡姐、佩萱姐給我很多工讀的機會，讓我平日生活開支不虞匱乏。

感謝從碩一開始陪伴的玳玳，有最愛陪在身邊小孟、有冰雪聰明喵、有小巧可愛的欣純、有活力四射的 Kelly、有泳技一流的成成、有霹靂州的霹靂一姐、有平時冷靜卻默默幫忙的韻茹，謝謝他們這兩年來默默的陪伴，不論是歡樂的大吃大喝還是寫作業被轟炸到吐的時候，有你們的陪伴真棒！另外還有一群勇敢奮戰的鬥士，邱嘉、柔柔、雅君、Ashlee、牧臣、建宏學長、慧慈學姐、肇盛學長、朝大、好貞學姐等，謝謝你們在我需要協助時給予大力支持。雖然平日無法常見面，但一見面話匣子便停不下來的好朋友軒軒、仔仔、宜如、小乃、美鳳、雅文、怡婷、孝盈，謝謝你們最溫暖支持。

除了朋友們的義氣相挺外，在這段說長不長、說短不短的兩年內，對於我的指導教授陳昭秀老師只有萬分的感謝，而我想可能再也找不到如此和藹又佛心的好老師了，她總在我最無助、最茫然的時分給我最重要的點醒，每次 meeting 過後，心中就有股豁然開朗的感受，也瞬間吹走我頭上的烏雲，重新讓我燃起了鬥志再與文獻海搏鬥。另外一位也是開啟我統計領域的大師—吳俊育老師，感謝吳老師上課的不定時發問，讓我每堂課都心驚膽戰但也對統計分析充滿好奇心，謝謝所有教育所老師們的悉心指導，讓我在未來人生的路上能時時具備批判力及高層次的思考能力。

最後要感謝我的家人，雖然你們對我未來生涯規劃都沒有太大的侷限，我知道你們最在乎是我的身體平安健康，謝謝爸爸、媽媽、天芸、品儀，還有家宏，謝謝你們陪我度過我身、心、靈最脆弱的時刻，而我現在已經準備好，且擁有滿滿的力量向未來的人生旅程邁進，謝謝老天爺讓我擁有如此好的一切，我會好好珍惜的！

目錄

中文摘要	i
英文摘要	iii
致謝	v
目錄	vi
表目錄	vii
圖目錄	viii
第一章、緒論	1
第一節、研究背景與動機	1
第二節、研究目的	2
第三節、名詞釋義	3
第二章、文獻探討	5
第一節、人格特質	5
第二節、人際關係	13
一、人際關係意義	13
二、人際關係理論	15
三、大學生人際關係	18
四、人格特質與人際關係之相關研究回顧	20
第三節、網路成癮	21
一、網路成癮定義	21
二、大學生網路成癮	25
三、網路成癮相關研究回顧	27
第四節、網路使用態度	29
一、網路使用態度概述	30
二、網路使用態度相關研究回顧	31
第三章、研究方法	37
第一節、研究架構	37
第二節、研究流程	37
第三節、研究假設	38
第四節、研究對象	40
第五節、研究工具	40
一、個人背景資訊	40
二、人格特質量表	40
三、人際關係量表	42
四、網路成癮量表	43
五、網路態度量表	44

第六節、	結構方程式模式	45
一、	結構方程式簡介	45
二、	本研究之結構方程模式	45
三、	模型適配指標	47
第七節、	資料處理與分析	48
一、	資料處理	48
二、	統計方法	48
第四章、	研究結果	49
第一節、	基本資料分析	49
第二節、	人格特質、人際關係、網路成癮與網路使用態度之結構方程式分析	51
一、	模型適配度檢驗	51
二、	各假設之考驗	52
第三節、	人格特質透過人際關係影響網路使用態度之模式分析	58
第四節、	整體研究假設分析	61
第五章、	結論與建議	63
第一節、	結論與討論	63
第二節、	研究限制	66
第三節、	建議	67
參考文獻	69
中文部分	69
英文部分	73
附錄	77



表目錄

表 2-1-1	Cattell 十六種人格特質	7
表 2-1-2	五大人格特質量尺高低分者描述概況	9
表 2-1-3	Saucier's Mini-Marker	11
表 2-2-1	人際關係意義整理表	14
表 2-2-2	Sullivan 人格發展七階段	15
表 3-5-1	人格特質量表	41
表 4-1-1	有效樣本之基本資料次數分配表 (N=375)	50
表 4-1-2	網路使用時間統計表 (N=375)	51
表 4-2-1	整體適配度摘要表	52
表 4-2-2	標準化參數估計摘要表	57

表 4-3-1 潛在變項之直接、間接、總效果分析一覽表	60
表 4-4-1 整體研究假設分析一覽表	61

圖目錄

圖 3-1-1 研究架構圖	37
圖 3-2-1 研究流程圖	38
圖 3-5-1 人際關係之因素分析	43
圖 3-6-1 結構方程模式架構圖	47
圖 4-2-1 人格特質、人際關係、網路成癮與網路使用態度之標準化路徑係數圖	52
圖 4-2-2 人格特質預測人際關係之標準化路徑係數圖	53
圖 4-2-3 人格特質預測網路成癮之標準化路徑係數圖	54
圖 4-2-4 人際關係預測網路成癮之標準化路徑係數圖	54
圖 4-2-5 人格特質預測網路使用態度之標準化路徑係數圖	56
圖 4-2-6 人際關係預測網路使用態度之標準化路徑係數圖	57
圖 4-3-1 人格特質的外向性透過人際關係影響網路使用態度之標準化路徑係數	59



第一章、緒論

本研究旨在探討台灣大專院校生人格特質、人際關係、網路成癮與網路使用態度的關係。本章共分為三節，第一節說明本研究研究背景與動機，第二節說明研究目的，第三節說明本研究重要的名詞釋義。

第一節、研究背景與動機

隨著網際網路的蓬勃發展，網路儼然已成為生活中不可或缺的工具之一，由台灣網路資訊中心（TWNIC）發表的「寬頻網路使用調查」報告顯示，12~14 歲人口有高達 99.9% 的上網率，15~19 歲人口達到 100%，而 25~34 歲達 99.6%。截至 2011 年 1 月為止，全台灣上網人口已達 15,389,527 人次，成長率達 4.91%，若以教育水準來區分，小學及以下人口佔 16.7%，國中及高中人口分別佔 58.2%、81.69%，具有最高的上網率是大學生及研究所以上學生，分別佔 98.35%、99.48%，比起歷年同期的網路使用率有穩定成長的趨勢（梁德馨，2011）。

此外，在台灣博碩士論文知識加值系統中，使用網路成癮作為關鍵字進行模糊搜尋，截至 2012 年 3 月 5 日止，共搜尋到 1038 筆相關論文，若勾選精確的方式進行關鍵字搜尋，則有 141 篇網路成癮的相關研究，研究對象大多以國小、國中、高中職、大專院校學生為主，相關主題環繞在網路成癮、網路使用行為、人格特質、人際關係等概念，研究結果發現青少年的不當使用網際網路，易影響其身心不適應，輕則影響人際關係、生活態度、日常生活等，重則會影響使用者身體健康、工作學業，未來生活適應等（Young, 1996；王智弘，2008；游森期，2001；柯志鴻，2003；韓佩凌、鄔佩麗、陳淑惠、張郁雯，2007；戴奇華，2010）。無論是生活實例或學術研究結果，都顯示網際網路與人們生活的密切關係，而不當使用網路造成負面後果如網路成癮，乃是急需人們關注而且待解決的問題。

網路可說是現今台灣社會裡許多人生活中的重要部分，而影響人們的網路態度與

網路行為的因素很多，其中個人的人格特質與人際關係應是很重要的因素之一。過去研究已證實人格特質與人際關係的適應是息息相關的（李雯娣，2000），經由先天的遺傳因素、原生家庭、後天學習環境等因素交互影響下，造就每個人不同的人格特質，即使是雙胞胎也不太可能擁有相同的人格特質。除了人格特質外，人一出生後便開始與他人互動，人與人間的互動交往的人際關係是生活中不可避免的一環。廣義人際關係為只要與他人進行互動的關係皆稱之，狹義人際關係可包含親子關係、兩性關係、手足關係、師生關係等（徐西森、連廷嘉、陳仙子、劉雅瑩，2002），倘若能與他人建立良好的人際關係，則能在群體生活中相處更加融洽，而個人在團體中與他人互動良好，可使其需求被滿足、受到社會的肯定、增加自信心，亦能培養出完整的人格（Lindgren, 1953）。

既然人格特質、人際關係在人生扮演重要的角色，而在網路已普遍進入人們生活與工作的現代社會裡，人格特質與人際關係應該與人們的網路態度與網路行為密切相關。尤其是前面已經提及的上網率最高的大專院校學生，更值得探討他們的人格特質和人際關係，是否與他們的網路態度與以及網路成癮狀況有關，因此本研究欲探討台灣大專院校學生的「人格特質」、「人際關係」、「網路成癮」與「網路使用態度」間的關係。

第二節、研究目的

根據研究動機，本研究的目的是了解目前台灣大專院校學生的「人格特質」、「人際關係」、「網路成癮」與「網路使用態度」等變項間的關係。本研究探討相關的文獻，據此建立出「人格特質」、「人際關係」、「網路成癮」與「網路使用態度」之結構方程式模型，以了解大專院校學生的「人格特質」與「人際關係」是否能預測他們的網路成癮情況與網路態度。希望能夠藉本研究的結果，讓家長、教師及研究者對這些變項間的關係有更清楚的理解，協助改善大專學生網路使用的情況，減少或預防不當使用網路可能產生的負面影響。本研究提出以下研究問題：

- 一、台灣大專院校學生之網路使用現況為何？
- 二、台灣大專院校學生之「人格特質」與「人際關係」如何影響其「網路成癮」？
- 三、台灣大專院校學生之「人格特質」與「人際關係」如何影響其「網路使用態度」？

第三節、名詞釋義

以下定義本研究中所涉及的重要名詞：

一、人格特質 (Personality Traits)

本研究所指的人格特質為人格心理學中特質論學派所廣為人知的五因素人格模式 (Five Factor Model, 簡稱 FFM), 也稱大五 (Big Five)。五因素人格模式包含開放性 (Openness)、嚴謹性 (Conscientiousness)、外向性 (Extraversion)、親和性 (Agreeableness)、神經性 (Neuroticism)。在研究工具方面, 本研究採用 Saucier (1994) 所發展的 mini-maker 人格特質量表來測量受試者的人格特質。

二、人際關係 (Interpersonal Relationship)

本研究所指的人際關係為一種存在於兩人或是多人之心理性互動的連結關係, 人際關係同時受到實際情況與預期心理的影響, 而且影響不一定為正向, 亦可能為負面影響的人際關係。在研究工具方面, 本研究採用薛國致 (2010) 所編製的大學生網路使用態度與人際關係問卷中的人際關係量表部分, 其中人際關係分別由同儕關係、異性關係、家庭關係、師生關係四構面來測量受試者的人際關係。

三、網路成癮 (Internet Addiction)

本研究所指的網路成癮是一種過度依賴網路活動的行為, 其特徵為不間斷地沉溺在網路活動中, 而無法自制上網行為的衝動, 更甚者會干擾到日常生活運作、工作、學業及身體健康狀況等。本研究工具採用陳淑惠、翁儷禎、蘇逸人、吳和懋、楊品鳳 (2003) 所提出的「中文網路成癮量表 (CIAS-R)」, 主要分為「網路成癮核心症狀」與「網路成癮相關問題」等兩個分量表來測量受試者的網路成癮傾向。

四、網路使用態度 (Internet Attitudes)

本研究所指的網路使用態度為使用者懷抱何種心情、態度來使用網路，可能將網路視為工具、玩具、知識寶庫、個人領域、電話聯絡管道、交易的場域等六個不同面向的自陳態度。本研究工具係使用 Chou、Wu 與 Chen (2011) 所發展的 6-T 網路使用態度量表來測量受試者的網路使用態度傾向。



第二章、文獻探討

本研究探討台灣大專院校生人格特質、人際關係、網路成癮與網路使用態度的關係，因此本章依序論述「人格特質」、「人際關係」、「網路成癮」與「網路使用態度」等相關研究文獻。

第一節、人格特質

俗語說一樣米養百樣人，即便在同樣原生家庭長大的雙胞胎，擁有相同的基因，但隨著後天學習成長環境的影響，長大後仍懷有不同的人格特質。因此除了每個人擁有獨一無二的人格特質，加上遺傳及環境的交互作用，造就了更複雜的組合及不同的表現方式，值得深入研究其差異。

一、人格特質的意義

國外已有相當多學者進行人格特質的相關研究，有包含相當多的理論派別來分別探究人格，首推精神分析學派的 Freud，另外也有代表新精神分析論的 Horny、Adler 和 Fromm，還有類論型的 Sheldon、Jung，特質論有 Allport、Catell 與 Eysenck 作為代表人物，最後是以 Maslow、Rogers 為代表人物的人本主義取向論。(洪光遠、鄭慧玲譯，1995)

然而精神分析學派是透過精神分析治療師的專業判斷來解讀、分析個案的心理狀態及人格特質，多少帶有其自身主觀的看法。不同於精神分析論，特質論是採用客觀、量化、具有信效度的量表來檢驗個案的心理狀態，經由專門的統計工具分析後，著重於個案行為的描述及預測。特質論學派對於人格所持的基本觀點為人們皆具備特定反應內在傾向的行為模式，而此內在傾向行為稱之為特質(洪光遠等人，1995)，因此本研究選定特質論作為主要的研究範疇。

二、人格特質論

Allport (1937) 將人格特質定義為個人處於複雜的環境中，面對不同的刺激所產生之規律且穩定的行為及思想模式。多種人格特質可區分為主要特質(cardinal trait)、

中心特質 (central trait) 及次要特質 (secondary trait)。簡述如下 (黃堅厚, 1999; 張春興, 2000):

- (一)、主要特質: 為主要影響個人行為的人格特質, 如小說或是戲劇中的人物常被作者以誇張形式描述, 來彰顯其主要特質, 在歷史上廣為人知的人物, 無論是惡名昭彰或是名留千古者, 皆是擁有獨特的主要人格特質, 例如曹操的「奸詐」、關羽的「忠義」。但並非每個人都有此特質, 大眾普遍擁有的是以下兩種特質。
- (二)、中心特質: 為描述個人性格的數個重要特質, 每個人大約有五至十個中心特質, 像是誠實的、勤奮的、開朗的等形容詞, 皆屬用來描述個人性格的中心特質。中心特質也是構成人格特質的核心部分, 亦稱為核心特質, 假如需要介紹某位朋友給大家認識, 往往我們都會率先描繪出該主要的中心特質。
- (三)、次要特質: 次要特質也可以稱為二級特質, 為個人僅在某些情境中才會表現的, 不太顯著、影響力較低、通常不為人所知, 較上述兩特質更不易出現。如在眾人面前喜歡高談闊論, 但私底下卻沉默不語, 只能判別沉默寡言是他的次要特質, 而次要特質不能代表整體人格特質。

Cattell (1950) 認為人格為預測個人於某情境中表現的行為, 智力也可視為人格特質的一種, 會因不同的時間、情境而有不同的特質強度。而 Cattell 人格研究的目標, 是希望能建立一套不同的人在不同環境中的行為法則。不同於 Allport 的區分方式, Cattell 透過客觀的統計方法, 將人格特質歸納出以下三種分類方式 (黃堅厚, 1999):

- (一)、第一種是將人格特質區分為兩類, 分別是表面特質 (surface trait) 及根源特質 (source trait)。表面特質是根據人格測驗所產生的結果, 同時也是根據外在表現行為觀察而得的人格特質; 根源特質是根據實徵研究後的因素分析結果, 整理歸納而推論出的特質, 而且是屬於隱藏在內心深處的特質, 而 Cattell 認為根源特質才是個人人格的基本特質。
- (二)、第二種亦將人格特質區分為兩類, 即一般特質 (common trait) 與獨特特質 (unique trait)。一般特質普遍存在於個體中, 每個人都擁有這一類特質, 差異只是在於表現程度上的多寡; 而獨特特質不同於一般特質, 為少數人擁有的人

格特質，這些獨特特質使其不同於他人，常用在興趣方面，例如對於特別喜愛音樂的人，談到音樂就會使其原本害羞的個性轉變成開放的態度。

(三)、第三種分類方式是將人格特質分為能力特質 (ability trait)、氣質特質

(temperament trait) 及動力特質 (dynamic trait)。能力特質是指面對某種情境時，為能有效完成目標而需要運用到的技巧，如智力。而氣質特質主要根據遺傳而來的個人情緒傾向，此類特質決定個體對於環境刺激會產生的反應速度及情緒狀況，如動作快速 v.s. 動作緩慢。最後動力特質為促使個體朝目標前進的動機、抱負與興趣的特質。

Cattell 選擇經由以下兩道程序，首先從大量的人格描述形容詞中，挑選出相對詞彙，例如「活潑的」對「安靜的」、「急進的」對「溫和的」等，接著將這些詞彙的概念編製成問卷後並進行施測，將蒐集的資料進行因素分析，把具有高度相關的概念彙整成同一類人格特質，發展出十六種人格因素問卷 (Sixteen personality Factor Questionnaire) 簡稱「16PE」，以下表 2-1-1 為十六種人格特質高低分者的描述概況，Cattell 使用該問卷來測量十六種人格根源特質 (黃堅厚，1999)。

表 2-1-1 Cattell 十六種人格特質

因素	低分者的描述範圍	高分者的描述範圍
A	沉默的、內向的	熱情的、外向的
B	較不聰明的	聰明的、有智慧的
C	情緒不穩的	情緒穩定的
E	恭敬的、順從的、謙虛的、	獨斷的、自信的、強勢的
F	冷靜的、沉默寡言的、嚴肅的	愉快的、熱情的
G	權宜的、無視規則的	謹慎的、兢兢業業的
H	害羞的、膽怯的	冒險的、勇敢的
I	堅定的心靈	溫柔的、多愁善感的
L	值得信任的、可被接受的	令人懷疑的
M	現實的、腳踏實地的	抽象的，富有想像的

N	直率的、客氣的、誠實的	狡猾的、精明世故的
O	自信的、自我滿意的、平靜的	自我懷疑的、令人擔憂的
Q1	傳統的、保守的	實驗性的、自由的
Q2	依賴的	自力更生的、自給自足的
Q3	訓練不足的、隨便的	控制良好的、拘謹的
Q4	放鬆的、鬆懈的	緊張的

資料來源：修改自黃堅厚（1999）。**人格心理學**（頁 262）。台北市：心理。

除了上述 Allport、Catell 所提出的對特質論的定義外，人格五因素模式是最廣為人知的人格模型，同樣也代表著各因素分析的傳統共識 (McCrae & John, 1992; Wiggins & Pincus, 1993; 黃堅厚, 1999)，亦屬於特質論，簡要發展流程說明如下：

此模型最初由 Allport 和 Odbert（1936）挑選出 17,935 個描述人格特質形容詞，接著由 Cattell（1943）重新定義人格特質的變項，將人格特質描述濃縮為 171 個特徵描述形容詞，透過問卷調查後，歸納出 16 項因素之人格問卷。最後 Norman（1963）將人格歸納成為五種人格因素，分別為外向（Surgency）、友善（Agreeableness）、謹慎（Conscientiousness）、情緒穩定性（Emotional Stability）、社會性（Culture）。而 Goldberg（1981）正式命名此五種因素為「Big Five」（黃堅厚，1999）。

由於 Norman（1963）延續 Allport 及 Cattell 的特質論觀點，利用因素分析的方式得到人格五因素模式，採用自然語言的方式來證實 Cattell 的人格因素組成，然而 Costa 和 McCrae（1985）對於 Norman 所提出第五項社會性（Culture）進行些微修正，認為此因素對個體的創造力、獨立特質更具關聯性，因此重新命名為開放（Openness），成為 NEO 人格問卷「NEO-PI」；又於 1992 年修編了 NEO 性格量表（Revised NEO Personality Inventory，簡稱 NEO-PI-R）（McCrae & Costa, 1992）。

經過長期下來的研究顯示，五大人格特質已經從模糊的語意詞語中成為完整結構模型，而眾學者亦將五大人特質視為展現人格特質的最佳典範 (Digman & Inouye, 1986; McCrae & Costa, 1987; Noller & Comrey, 1987; Goldberg, 1992; Sampo, 2003)。

以下進一步針對五大人格特質逐項說明，而五因素英文字首恰巧可排成「OCEAN」方便記憶，另外表 2-1-2 為五大人格特質高低分者描述概況：

- (一)、開放性 (Openness, 簡稱 O): 指個人興趣多寡及深度。其特徵有開闊的心胸、富想像力、好奇心、原創力、喜歡思考及非傳統性。
- (二)、嚴謹性 (Conscientiousness, 簡稱 C): 指個人對於目標追求之專心、集中程度。其特徵有工作熱忱、成就導向、不屈不撓、守紀律、循規蹈矩、謹慎及有責任感。
- (三)、外向性 (Extraversion, 簡稱 E): 指個人對於與他人互動的特質及強度。其特徵有自信、主動活躍、喜歡表現，享受高度社交，喜歡交朋友、樂觀及親切的。
- (四)、親和性 (Agreeableness, 簡稱 A): 指個人對於規範的遵循程度，展現出同情的或是敵對的表現。其特徵有溫暖的、可靠的、有禮貌的、令人信賴、待人友善、容易相處及正直坦率。
- (五)、神經性 (Neuroticism, 簡稱 N): 指個人承受負面情感刺激的程度。其特徵有易焦躁、易沮喪、易緊張、過分擔心、缺乏安全感、杞人憂天及不適應的，而高度情緒不穩定性的人，則具有恐懼與憤怒的明顯情緒。

表 2-1-2 五大人格特質量尺高低分者描述概況

特質	特質量尺	低分者特性	高分者特性
開放性 (Openness)	能主動追求和體驗陌生事物的容忍與探索能力	漫無目的	好奇
		重實際	興趣廣泛
		狹隘	創造性
		缺乏藝術性	富想像力
		缺乏分析	非傳統性
嚴謹性 (Conscientiousness)	對於個人心中追求目標的專心及集中程度	漫無目的	按部就班
		不可信賴	可信賴
		懶散粗心	努力、自律
		散漫	守時、細心

特質	特質量尺	低分者特性	高分者特性
		意志薄弱	有雄心
		好逸樂	有毅力
外向性 (Extraversion)	對於人際互動及參與社交活動、尋求刺激或歡樂之強度。	保守文靜 冷淡退縮 工作取向 缺乏活力	主動熱情 好說話、社交 人際取向 樂觀
親和性 (Agreeableness)	指個人對於人際互動規範的遵循程度	好批評 粗魯多疑 不合作 有報復心 殘忍易怒 好支使他人	心地善良 溫和 宅心人厚 樂於助人 可依靠 正直
神經性 (Neuroticism)	指個人能承受負面情感刺激的程度。	鎮靜放鬆 不易情緒化 有安全感 自我滿足	多慮緊張 情緒化 不安全感 自悲

資料來源：修改自黃堅厚（1999）。

除此之外，Goldberg（1992）發展出衡量人格特質的形容詞試題，包含有 100 組的形容詞，每一因素下包含 20 組形容詞，其中信度達 0.82 至 0.97，但 Saucier（1994）認為 100 組的題項偏多且需要填寫的時間也愈長，容易使填答者產生疲倦、怠惰感，因此，Saucier 修正 Goldberg 的 100 題人格量表為單一形容詞的 40 題簡要五大人格因素量表（Mini-Marker），其量表可減少填答者在回答時的所面對的困難題項、也縮短內部题目的關聯性、提高問題間的相關性，又能準確測量到人格特質的核心，也可達

到一致性，但與 McCrae & Costa (1986) 所提出的五大人格特質構面有些許不同，由於為了精簡施測時間、又有良好的信效度，因此本次選用 Saucier's Mini-Marker 作為施測工具。表 2-1-3 為 Saucier's Mini-Marker 之人格特質五大構面：

表 2-1-3 Saucier's Mini-Marker

人格特質	形容詞題項
開放性 Intellect or Openness (O)	O1: Creative 有創造力的
	O2: Imaginative 富想像力的
	O3: Philosophical 富哲理的
	O4: Intellectual 聰明的
	O5: Complex 複雜的
	O6: Deep 深沉的
	O7: Uncreative 缺乏創造力的*
	O8: Unintellectual 不聰明的*
嚴謹性 Conscientiousness (C)	C1: Organized 有組織的
	C2: Efficient 有效率的
	C3: Systematic 有系統的
	C4: Practical 實際的
	C5: Disorganized 紊亂的*
	C6: Sloppy 草率的*
	C7: Inefficient 沒有效率的*
	C8: Careless 粗心的*
外向性 Extraversion (E)	E1: Talkative 健談的
	E2: Extroverted 喜歡社交的
	E3: Bold 大膽的
	E4: Energetic 精力旺盛的

人格特質	形容詞題項
	E5: Shy 害羞的*
	E6: Quiet 安靜的*
	E7: Bashful 內向的*
	E8: Withdraw 孤獨的*
親和性 Agreeableness (A)	A1: Sympathetic 富同情心的
	A2: Warm 溫情的
	A3: Kind 仁慈的
	A4: Cooperative 合作的
	A5: Cold 冷靜的*
	A6: Unsympathetic 冷漠的*
	A7: Rude 無理的*
	A8: Harsh 粗魯的*
	N1: Unenvious 不好嫉妒的*
	N2: Relaxed 不受拘束的*
	N3: Moody 多愁的
神經性 Neuroticism (N)	N4: Jealous 猜疑的
	N5: Temperamental 易怒的
	N6: Envious 嫉妒的
	N7: Touchy 易受刺激的
	N8: Fretful 煩躁的

*為反向題

不僅國外學者對人格特質有不同的定義，國內學者張春興（2000）也定義人格特質是個人面對環境的人、事、物所顯示的獨特個性，此獨特性乃是受個人遺傳、基因、

成熟度、成長環境及學習等不同因素影響，表現於個人身心靈各方面的特殊表徵。而洪光遠與鄭慧玲（1995）提出人格特質為個人在面對情境時，將結合自身內在的結構與動態特徵所作出的反應，同時人格亦代表個人有別於他人的特性。莊耀嘉與李雯娣（2001）認為，人格是個人內在行為的表象，代表一個人在社會化過程中所帶給他人特色的一種表現。黃志和（2005）則提出人格特質表現在個人所面對的生活經歷中，及對外在環境整體適應時所產生的獨特個性，有些特質是大多數人共有的，有些則是個人特有的。

有鑑於上述學者對人格特質的定義，本研究歸納人格特質為個體面對不同環境的人、事、物時所顯示的特質，此特質受先天基因遺傳及後天環境的交互作用影響，進而在個體的各方面行為上表現出不同的表徵。而張春興（2000）亦指出，人與人之間最大的差異主要來自於人格特質的不同，因此本研究以採用特質論觀點來探究台灣大專學生的人格特質、人際關係分布情形，以及更進一步了解是否會因不同人格特質而影響其人際關係、網路成癮及網路使用態度。



第二節、人際關係

人是群居的動物，很難達到離群索居的程度，因而人際關係（interpersonal relationship）更是生活中不可避免的一環，若能與他人建立良好的人際關係，必能在群體生活中適應得更好。個人在團體中與他人互動良好，可使基本需求被滿足、受到社會的肯定、增加自信心，並能發展出良好健全的人格（Lindgren, 1953）。

一、人際關係意義

人際關係的意義相當廣泛，廣義而言只要與他人進行互動的關係皆稱之，從出生開始，便與他人產生互動，不論是家人、同學、學校、社會，都需要與人進行交往與溝通，因此擁有良好的人際關係是相當重要的。

國外學者 Newcomb（1953）對於人際關係使用共同取向（co-orientation）的觀點，將人際關係解釋為「兩個人彼此對於外在的目標，所採取的一致行動」，而 Heider（1958）

則認為人際關係是指少數人的關係，泛指兩人或三人之間的關係，亦即一個人對他人的看法、感覺或是對待的反應方式。Schutz (1958) 傾向將人際關係定義為兩個(含)以上的人，為了某方面目的而產生的交互作用，此種人際特色有兩種：在團體或個人間，彼此會產生相互影響及依賴感、會期待共同行為的發生。

國內學者陳皎眉(1997)認為人際關係是人與人之間的關係，是兩人間彼此相互影響、相互依賴，而維持一段較長的時間。而張春興(2000)指出人際關係主要是指人與人之間交感互動時，存在雙方之間的關係。徐西森等學者(2002)人際關係分為廣義及狹義兩類，廣義的一類泛指人與人之間任何型態的互動關係模式，狹義的人際關係是指朋友、同儕、同事間的互動關係模式。陳熾竹(2002)提到人際關係即為人與人之間的關係，並在互動過程中影響彼此的想法、感受、行為等。蘇逸珊(2002)則定義人際關係為人與人之間的社會互動方式，其範圍包含親人、同學、摯友等，會因個人不同人際交往模式而產生不同的互動型態。林偉傑(2008)人際關係是指人與人之間有形與無形的互動，同時也透過語言、思想、情感，逐漸形成自己的獨特關係網絡，進而相互影響。綜合以上學者觀點，本研究歸納出人際關係的意義有以下三大要點如表 2-2-1 所示：

表 2-2-1 人際關係意義整理表

學者/年代	意義
Heider (1958)、 Schutz (1958)	人際關係是由兩人(含)以上所構成的互動關係。
Schutz (1958)、 陳皎眉 (1997)、 張春興 (2000)、 徐西森等人 (2002)	建立心理互動關係。
Schutz (1958)、 陳皎眉 (1997)	為了某方面目的而產生的交互作用，此種人際特色有兩種：在團體或個人間，彼此會產生相互影響及依賴

學者/年代	意義
張春興 (2000)、	感、會期待共同行為的發生，並且持續維持一段時間。
徐西森等人 (2002)、	
陳熾竹 (2002)、	
蘇逸珊 (2002)、	
林偉傑 (2008)	

資料來源：本研究者自行整理。

總結上述學者的意見，本研究歸納出人際關係為一種存在於兩人或是多人之心理性互動的連結關係，社會學家主要在探討人際關係同時受到實際情況與預期心理的影響，以了解人與人之間的關係會如何影響個人的人際關係，而且影響不一定為正向，亦有可能為負向影響。



二、人際關係理論

美國精神醫學家 Sullivan (1953) 是精神分析學派的代表之一，他提出人格人際理論 (interpersonal theory of personality)，以社會心理學的觀點探討人際關係，強調人格是人與人之間交互作用所產生的結果，而人格的發展勢必依附在具有人際關係的社會情境中 (蘇逸珊，2002；林偉傑，2008)。Sullivan 特別強調幼年生活經驗對未來成人人格具有重要的發展性，特別是母親與孩童之間的關係 (林偉傑，2008；張惟亮，2003)。表 2-2-2 為 Sullivan 的人格發展七階段：

表 2-2-2 Sullivan 人格發展七階段

階段	年齡	顯示特色
嬰兒期	0~1 歲	出生
幼兒期	1~5 歲	獲得早期說話能力
少年期	6~8 歲	開始需要玩伴

階段	年齡	顯示特色
青少年前期	9~12 歲	開始需要同性親密友伴
青少年期	13~17 歲	開始發育、對於異性建立親密關係
青少年後期	18~20 歲	開始發展長期性關係，關注經濟及事業
成人期	20 歲以上	事業奠定、成人間的友誼、長期穩定的性關係

資料來源：林宗鴻譯，Burger, J. M. (1997)。《人格心理學》(頁 186)。台北市：揚智。

Sullivan 的人際關係論中把精神病學簡述為人際關係的科學，強調人的社會本質，認為人格、精神病、診斷和治療等都可以從人際關係的角度來解釋和處理，具有以下四個概念（韋子木、張榮皋譯，2000）：

- (一)、人類本質的社會性：人是生活在層層包圍的人際關係中，沒有人是孤獨的個體，人從出生後就生活在多元且複雜的人際互動中，從中產生出不同的社會性，正常的人格發展需要藉由適當的溝通，使個體培養良好的人際關係。
- (二)、焦慮：人天生就有獲得「人際安全」(interpersonal security) 的渴求。除此之外，每當個體的人身安全受到脅迫時，自然而然會產生焦慮的情況，若此焦慮、緊張的狀態解除，個體則會感受到輕鬆、如釋重負，這就是「人際安全」的經驗。
- (三)、操作：是指個體對人際情境的實際操作狀況，感受與體驗自身與他人間的互動關係，同時在操作過程中讓個體獲得最適當、舒適的狀態。
- (四)、發展序列：人格是連續性的發展，一般來說，個體皆需要達到某種階段的成熟或是能力，方能了解外在環境對於個體的影響，接下來才能發展各種人際關係，同時不斷自我調整以達到最佳狀態，讓潛力發揮到極致。Sullivan 認為絕大多數的人格發展及心理因素影響的決定權，在於個體所遇到的環境及人際關係，而非個體體質或是生理遺傳等因素。

Schutz (1958, 1966) 提出人際關係三向度理論或稱人際需求論，他認為每個人皆有不同人際關係的需求，而能否滿足人際關係則會影響自我概念建構。Schutz 主張人際需求的開始、建立及維持，都需要雙方的需求相互配合而產生結果，因時間、個

別差異、需求而發展成不同的人際關係（引自林偉傑，2008；陳騏龍，2001）。三種人際需求可分為，歸屬需求(inclusion need)、控制需求(control need)及情感需求(affection need)，簡述如下（徐西森等，2002；陳騏龍，2001；曾端真、曾玲珉，1996；葉青雅，2004）：

- (一)、歸屬需求：個體能感受到自身的重要性與價值感，同時有種被愛、被關懷、被尊重的感覺。歸屬需求需要藉由參與和他人共同進行的團體活動，從中覺得被需要、融入團體生活、提升自己的重要性、有價值、被關懷等等。其行為特徵有交往、溝通、相屬、參與、出席等等。相反的人際關係則有孤立、退縮、疏離、排斥、忽視等等。若是有過度需要他人陪伴的感受，則無法接受自身獨處，容易轉變為「過度社交(over social)」，反之則會造成「缺乏社交(under social)」，缺乏社交的人個性傾向於內向與退縮，不常與人談論。「適度社交(social)」是大部分人們所屬的類型，在人際互動中沒有障礙，自行決定是否參與團體活動，也不會感受到孤單或是不適。
- (二)、控制需求：指個人在權力、人際關係、權威間做決定的過程，目的是能成功地影響、支配周邊的人、事、物，並且能夠享有掌控人際互動的權力、威權及影響力，且具有作決定的慾望。其行為特徵有喜愛運用權力、控制、支配、領導別人等，相反的人際關係反應特質為抗拒權威、忽視秩序、受人支配、追隨他人等等。無控制需求者相較於其他人較會逃避責任，且缺乏控制事情的慾望。相反的，有強烈控制需求的人則會有衝動及慾望想要掌握進度。因此控制需求與歸屬需求皆有個別差異，能善加利用控制需求的人，是社會中扮演成功者的必要條件之一。
- (三)、情感需求：情感需求呈現一個人對於情感接受與表達的慾望展現，展現於個體與他人間親密關係的建立，尤其愛與恨是最為鮮明的情感表現。其特徵行為反應為喜愛、親密、同情、友善、熱心等等，反之的行為特徵則有憎恨、厭惡、冷淡等表現。依照情感需求程度不同，可區分為「缺乏人際關係(under personal)」者，會逃避親密關係，也鮮少對人表達情感或是接收別人對他表達的情感。另

一種為「過度人際關係 (over personal)」者，其心靈層面極度想與人建立親密關係，希望利用與他人的交往來降低內心的不安、焦慮。最後一種為「適度人際關係 (personal)」者，其對於他人的情感可以進行區辨，能接受他人情意，也能適時拒絕不當的行為，同時對自身的人際關係感到滿意。

在西方社會學理論中，社會交換論是由社會學者 Homans (1950) 所提出，他認為在人際互動中所表現的社會行為是一種商品交換的形式，人所付出的行為是為了要取得報酬 (reward) 和逃避懲罰 (punishment)。人希望能夠付出最少的代價 (cost) 來換取最高的收益。最常見的報酬是擁有良好的感受、名譽、經濟效益或是情感需求的滿足，代價是指接受訊息者不希望接收的損失，像是消耗時間和精力或是感到焦慮等。同時在互動過程中也強調公平為最高指導原則 (equity rule)，良好的人際關係亦在此機制下誕生 (引自徐西森等，2002)。

Thibaut 及 Kelley (1986) 則發展出代價與報酬的關係理論 (cost-reward relation theory)，認為人在互動的情境中會因自身付出的代價與獲得的報酬，而決定是否往後願意與對方保持互動。除了視代價與報酬相抵後的成本外，亦會加入比較水準 (comparison level of alternative) 來決定，比較水準是指自身所認為應該獲得的報酬結果與過去的人際關係相比較，或是與先前個人人際關係經驗作比較。例如將目前的研究所同學與過去的大學同學作比較，若擁有較豐富的愉快經驗者，則會有較高的比較水準 (徐西森等，2002；曾端真等，1996；薛國致，2010)。

三、大學生人際關係

潘菲 (1992) 提到，以求學階段而言，大學生活是人生中相當重要的階段，很多人生價值觀都在此階段逐漸發展穩固。大體來說，青少年階段最重要的四種人際關係有：同儕關係、異性關係、親子關係、師生關係。除了扣除睡眠時間之外，基本上每個人都會和其他人共同相處及互動，完全獨處的時間較少。因此，建立良好的人際關係是相當重要的課題，對於其未來事業、工作滿意度、身體健康、心理健康等，都有深遠的影響。常見的大學生人際關係包括以下四種(黃德祥，1994)：

(一)、同儕關係：隨著年齡的增長，人會有不一樣的擇友標準。大學生活也算踏入半

個社會，隨著生活步調的改變，父母無法像國高中時一樣伴隨在側，青少年在面對困難時，往往需要靠自己的力量來面對、解決，或是需要嘗試新的行為，因此若擁有和諧的同儕關係可增加青少年的歸屬感、社會認同、不再對父母依賴，進而學習幫助他人，藉由幫助的同時亦能與其人建立新友誼，互相進步、成長。

(二)、異性關係：Sullivan 認為兩性關係是青少年發展的重要助力，若無此親密關係，將會抑制個體在未來人際關係的發展。為了要了解及克服性焦慮而建立異性關係，需要以下階段慢慢學習如何與異性相處。

1. 前青少年期：與特定同性朋友發展出親密的人際關係，逐漸產生與同儕間的親密人際關係，且不喜歡孤單的感受。
2. 青少年期：更成熟的青少年時期注意力會漸漸轉移至異性朋友身上，人際行為旨在追求滿足衝動的行為，形成色慾動力主義，常以較為衝動的方式來解決面臨的問題，也常引發衝突。
3. 後青少年期：經過時間及環境的歷練下，青少年開始學習解決人際關係與色慾動力主義所造成的衝突，隨著經歷的磨練，自身的人際關係也逐漸改變。

(三)、家庭關係：由於在青少年時期同儕力量介入下，使得父母親的影響力相對削弱，不如以往強大，僅在金錢、教育、生涯規劃等方面，仍會與父母商量、討論。但青少年在休閒、娛樂等方面產生問題時，則會改由尋求同儕提供意見，而非像以前樣樣都以父母為溝通的主體，將父母視為心中的最高指導原則。

(四)、師生關係：隨著身心靈的逐漸成熟，青少年不再將父母視為心中最崇敬的對象之一，也不再把教師當作另一種形式的父母。一位專業的教師，除了注重學生的知能成長外，也應重視道德品格的涵養，讓學生的人際關係有多元的發展，不僅侷限於小範圍的教育，而是能夠學習和他人相處、建立友誼，進而培養日後能順利進入社會大環境的能力，因此學校教育在青少年發展中更實屬重要的一環。

四、人格特質與人際關係之相關研究回顧

國內外皆有針對人格特質與人際關係進行的研究，Levin 與 Stokes (1986) 以成人為研究對象，探討社會網路、人格特質與寂寞感受的關係，結論發現孤獨的人較內向、神經質，同時擁有較為疏離的人際關係，也會使他們不容易結交好友，更容易感受到焦慮或憂鬱。Asendorpf 與 Wilpers (1998) 則以大學生為研究對象，探討其五大人格特質對真實生活中的社會關係的影響，研究結果發現人格特質傾向外向性者同儕關係愈佳、戀愛關係也越多；和善性傾向高者與同儕發生衝突的次數較少；而嚴謹性傾向高者與父母接觸的頻率較高，關係也愈好。

根據研究顯示，五大人格特質「和善性、聰穎開放性、嚴謹自律、神經質、外傾支配性」與個體本身的動機、生活目標、心情及人際關係有相當密切的關係 (McCrae & Costa, 1990; Pervin & John, 1997)。而 Diane 與 Jane (1996) 以大學生為研究對象，探討正向與負向情感與社會互動的關係，研究發現人格特質中開放性、嚴謹性、親和性可正向預測人際關係的頻率及品質。林家瑩、林韋誠與鄭嫻嫻 (2010) 也提到人格特質對於人際關係確實有相當大的影響力，其中外向性、嚴謹性與開放性傾向高者，與同學、老師、家人、異性之人際關係越佳；而神經性傾向高者則傾向被動型態的人際關係。葉青雅 (2004) 探討國小教師人格特質、人際關係與寬恕態度三者之間的關係，研究結果指出國小教師之五大人格特質與人際關係有顯著正相關。

涂秀文 (1999) 在人格特質、人際關係與快樂之相關研究中，發現青少年人格特質中外向及樂觀性格與其人際關係顯示呈中度正相關，且女學生的人際關係顯著優於男性。而陳熾竹 (2002) 研究發現屬於和善性、嚴謹性傾向高的高中生，與父母關係較佳；若為外向性、和善性傾向較高者，與朋友關係較佳。

統整以上人格特質及人際關係相關研究後發現，多數是探討人格特質中的嚴謹性、外向性，其次為親和性、開放性與神經性，而人際關係亦分為真實人際關係與網路人際關係，或是將人際關係細分為同學、老師、家人、異性等不同對象。而以上研究結果皆顯示人格特質與人際關係具密切關係，本研究者也認為個體的人格特質與人際關係具有相關性，尤其是擁有較外向、嚴謹人格特質的人，會傾向與他人發展良好的人

際關係。因此，本研究提出以下假設：

假設 1：人格特質能有效預測人際關係。

假設 1-1：人格特質的「嚴謹性」能正向預測人際關係。

假設 1-2：人格特質的「外向性」能正向預測人際關係。

第三節、 網路成癮

網路世代已經是無法抵擋的趨勢，而網際網路不但可作為溝通媒介，亦是開放活動場域（王智弘，2008），讓使用者可跨時間、空間、地點互相溝通聯繫。人們不僅在現實社會中進行社交活動，也在虛擬的網路社群中發展人際關係，網路亦成為人尋求支持與認同的重要管道之一。愈來愈多人藉由網路滿足現實中無法獲得的認同感、成就感與支持，造成使用網路時間日益增加，然而不適當的網路使用會影響真實社會中的人際關係、日常作息、學業、工作等等，因而有「網路成癮（Internet addiction）」或是「病態網路使用（Pathological Internet Use, PIU）」的現象產生（游森期，2002；陳淑惠，2003；柯志鴻，2003），網路成癮的現象愈來愈為人所知，有必要正視此問題，以下進一步說明網路成癮的定義及相關研究。

一、網路成癮定義

國外研究曾提出「網路狂（Netaholic）」、「電腦依賴（Computer Dependency）」、「病態網路使用（Pathological Internet Use）」、「網路成癮失序症（Internet Addiction Disorder）」等相關名詞來描述因沉浸於網路世界而影響日常生活與人際互動的族群（陳淑惠，2003；游森期，2001；溫婉玉，2009）。本研究整理部分學者對於網路成癮的定義如下：

Goldberg（1996）最早提出「網路成癮失序症（Internet Addiction Disorder，簡稱 IAD）」的概念，認定網路成癮是由於過度沉迷網路而形成的一種成癮、失序的行為，由於過度使用網路造成學業、工作、社會、家庭、甚至是身心靈的功能衰退等後果。若使用行為符合以下其中 3 至 4 項以上，且時間長達 12 個月以上，則符合網路成癮，其症狀包含以下：

- (一)、耐受性 (Tolerance)：上網時間需增加方能獲得滿足感，反之，若使用時間減少則會降低其滿足感。
- (二)、戒斷行為 (Withdrawal)：若是停止或是減少上網，則會產生不安全感、焦慮甚至會心繫網路世界的情況，導致人際關係、工作、學業方面大受影響。
- (三)、上網時間及頻率越來越頻繁、密集，超乎自身原本的預期情況。
- (四)、會有想要停止或控制網路使用的想法產生。
- (五)、花費許多時間在網路相關活動上，如網路購物、下載檔案、玩線上遊戲等。
- (六)、因長時間使用網路而忽略、減少日常生活的社交活動、工作、家庭生活、休閒娛樂等。
- (七)、即使察覺本身因網路使用而造成身心靈上的問題，仍無法停止、克制使用網路。

Young (1996) 認為網路成癮是一種非麻醉所造成的失序行為，會有以下成癮的典型行為像是強迫行為 (Compulsive use)、戒斷行為 (Withdrawal)、忍受性 (Tolerance) 及沉迷的困擾後果 (Related consequences of internet dependence)。而根據 DSM 系統對成癮診斷的標準判定，若在 12 個月中出現下列 5 項症狀以上則符合網路成癮，其症狀包含以下：

- (一)、離開網路後，仍會時常思念網路上的活動。
- (二)、需要更長的上網時間方能獲得同樣程度的滿足感。
- (三)、無法控制上網的衝動，曾想過要減少上網時間，但無法成功戒除。
- (四)、離開網路後，會有情緒化、憂鬱、煩躁不安等退癮戒斷反應。上網時間會超出自行預估的範圍。
- (五)、無視於因上網而影響人際關係、工作、學業上的機會或金錢，仍保持上網行為。
- (六)、為了上網而放棄社交或是職業的機會，並向家人或朋友欺騙自己上網的時間與頻率。
- (七)、透過上網來逃避現實中所面臨的問題或是作為情緒的出口。

Anderson (1999) 修改 DSM-IV (Diagnostic and Statistic Manual of Mental Disorder-Forth Edition, American Psychiatric Association) 對物質成癮的定義標準成為七

項網路成癮標準，若在 12 個月內曾出現以下症狀三種以上可稱為網路依賴者 (internet dependent)。

- (一)、耐受性 (Tolerance)。
- (二)、戒斷性 (Withdrawal)。
- (三)、花費比預期更多的時間上網。
- (四)、想要減少上網時間卻徒勞無功。
- (五)、花費大量的時間來使用或從過度上網中恢復。
- (六)、因為過度上網造成社交、工作以及娛樂活動的減少。
- (七)、不理會過度上網帶來的負面影響，仍持續使用網路。

Griffiths (2000) 認為網路成癮類似於科技性的成癮，操作型定義為人機互動的行為成癮 (Human-machine interaction)，可能是由主動的方式如網路遊戲或是被動的電視吸引等方式引起，通常包含引誘及增強的模式來促進該行為傾向，其中有以下六項特性：

- (一)、顯著性 (Salience)：當特定活動成為個體在生活中最重要、特殊的活動時，甚至是影響他的認知能力、行為思考、內心感受等。像是個體無法確實參與本次網路活動的行為，便會嚮往下次還有機會可參與。
- (二)、心境轉變 (Mood modification)：因投入活動而產生的情緒變化，形成一種因應策略 (coping strategy)。使用網路後將負面或正面的情緒暫時性阻隔，造成心境上轉變或改善。
- (三)、耐受性 (Tolerance)：為達先前的效果，需增加活動的強度，方能使自身獲得更多滿足感。如增加上網的時間。隨著上網經驗增加，透過更多的網路內容及時間，身心才能獲得滿足。
- (四)、戒斷症狀 (Withdrawal symptoms)：當上網時間停止或減少時所引起的不愉快感受，有時會產生心煩意亂、悶悶不樂、容易衝動或發怒等情緒。
- (五)、衝突性 (Conflict)：成癮者易與周遭人群發生人際關係的衝突，對於原本工作、社交、興趣或休閒活動則有不良影響，因而造成人際互動及本身內心的衝突及

掙扎。

(六)、重複性(Relapse):指網路成癮者就算能成功的戒除與控制已達很長一段時間，仍有機會出現網路成癮復發的狀況。

除了上述國外學者對於網路成癮的研究外，國內也有許多學者對此議題進行探究，

游森期(2001)則認為網路成癮是過度使用網路，而對此產生一種心理依賴的衝動控制失序行為。除此之外還有與網路耐受性、戒斷性、否定、強迫行為，甚至影響個體生活的相關行為。

陳淑惠等人(2003)根據「中文網路成癮量表(CIAS-R)」，認為網路成癮包含「網路成癮核心症狀」及「網路成癮相關問題」。其中「網路成癮核心症狀」包含：

- (一)、網路成癮耐受性(Tolerance of internet addiction):隨著網路使用的增加，必須透過更多的網路內容以及上網時間才能得到相當的滿足。
- (二)、強迫性網路使用行為(Compulsive internet use):指有種難以自拔的渴望與衝動想要上網，在上網時有身心難脫離的感受，同時精神也為之振奮，期盼能有更多時間停留在網上。
- (三)、網路成癮戒斷反應(Withdrawal from internet addiction):若是減少或停止網路的使用，使用者會感到沮喪、情緒低落、脾氣暴躁或注意力不集中等情形產生。

而「網路成癮相關問題」(Internet addiction related problems)是指因過度沉溺於網路世界中，而導致忽略家庭生活、社交活動且與朋友疏遠，也可能耽誤工作、學業或與他人邀約。此外，可能為了掩飾自身上網行為而撒謊，甚至會產生身體不適的情形，如眼睛痠痛、肩頸痠痛、睡眠不足與腸胃問題。

根據柯志鴻(2005)醫師的臨床經驗，診斷網路成癮準則包括以下三類：

- (一)、網路成癮症狀(九項中符合六項因素者):1. 整天想著網路上的活動;2. 多次無法控制上網的衝動;3. 耐受性:需要更長的上網時間才能滿足;4. 戒斷症狀:產生焦慮、生氣等情緒，並需接觸網路才能解除;5. 使用網路的時間超過自己原先的期待;6. 持續的想要將網路活動停止或減少，或有多次失敗的經驗;7. 耗

- 費大量的時間在網路的活動上或離開網路上；8. 竭盡所能來獲得上網的機會；
9. 即使知道網路已對自己造成生理或心理的問題，仍持續上網。
- (二)、功能受損(至少有一項符合):1. 學校與家庭角色受影響;2. 人際關係受影響;
3. 違反法律或校規。
- (三)、網路成癮的行為(完全符合):無法以其他精神疾患或躁鬱症作解釋。

統整上述國內外學者研究發現，雖然各學者對於網路成癮有著不同面向的定義與解釋，相同的是對於網路過度使用及成癮、耐受性、戒斷等特徵描述。本研究歸納後認為網路成癮是屬於一種過度依賴網路活動的行為，其行為特徵有不間斷地沉溺於網路活動中，無法自制其上網行為衝動，更嚴重的情形會影響日常生活運作、工作、學業及身體健康狀況，即使有想要抽離的念頭，仍離不開網路世界。

二、大學生網路成癮

國內外都有以大學生為研究對象，探討其網路成癮的相關研究。Young (1996) 依據 DSM 系統對成癮診斷的標準判定，提出八題是非題作為診斷問卷 (Diagnostic Questionnaire, DQ)，若超過五題以上回應為肯定者則被判定為網路成癮者，其中有 396 位受試者 (約 80%) 為網路成癮者，而 100 位則被判定為非網路成癮者，其中女性成癮者多於男性，當時最常使用的網路功能為聊天室，成癮者平均每周網路使用時間為 38.5 小時，非成癮者為 4.9 小時，有 54% 的成癮者不願意戒斷或減少上網時間，而 46% 成癮者無法成功根除上網習慣。

而另一位學者 Anderson (1999) 則是採用 DSM-IV 為界定網路成癮的標準，提出七題是非題作為判定範疇，若超過三題以上為肯定者則認定為網路成癮族群。研究對象為 1302 位大學生，其中有 106 位 (約 9.8%) 學生被界定為網路成癮者，且男性占 87.7%、女性占 12.3%。整體而言每天平均上網時數為 100 分鐘，大部分花費在瀏覽網頁上，成癮者平均每天上網 229 分鐘，使用網路會影響他們學術、社交活動、睡眠品質等。

國內學者 Chou 和 Hsiao (2000) 針對台灣 12 所大學生，使用兩種判定成癮標準篩選後，判定 54 位為網路成癮者 (約佔全部受試者的 13.7%)，而剩下 859 位為非網

路成癮者。研究結果發現網路成癮者會比非成癮者多花三倍時間上網，最喜愛瀏覽 BBS、電子郵件、網路遊戲等。而最能預測網路成癮的是在網路上溝通的樂趣、在 BBS 上的使用時間、性別、使用電子郵件的時間。除了量化研究外，Chou (2001) 並且提出質化訪談研究的結果，在其研究裡針對 83 個主題訪談大學生，並將訪談結果分為六大主題呈現：1. 使用網路原因；2. 上網功能；3. 將網路作為其他媒體的使用；4. 過度使用網路的影響；5. 控制網路的使用；6. 網路成癮戒斷反應。大多數使用者擁有超過兩年以上的使用網路年資，平日約花 4-5 小時上網、假日則增加為 5-10 小時，最常使用的場域是學校實驗室、宿舍，而最喜愛使用電子郵件、BBS、聊天室等功能，每天上網的過程能讓使用者獲得社會支持，得到歸屬感。根據結果上網功能主要歸納為互動性、易用性、方便性及即時性，使用者將網路取代其他媒體使用，如原先使用電視的時間改為使用網路。而使用網路是正向多於負向影響，正向影響包含自我認同、同儕關係更緊密、更了解世界趨勢；過度使用網路的負向影響包含視力及睡眠品質不佳等。在戒斷網路使用方面，最重要會使用者身心靈不愉快的感受，即便有過戒斷的念頭，但大多數使用者仍會重回網路的懷抱。

游森期 (2001) 使用大學生網路成癮量表來測量 801 位大學生的網路成癮狀況，其中大學生成癮量表得分最高之 10% 為網路成癮高危險群，其研究結果發現，有 58 位 (約 7.2%) 為高危險群，且男學生的網路成癮狀況顯著高於女同學。每天平均上網時間為 164 分鐘、最常使用為瀏覽網頁、大一及大五學生較容易出現網路成癮的情況、其中以電資學院及工學院背景學生成癮比例最高。

楊正誠 (2003) 使用中文網路成癮量表修正版，將網路成癮高危險群從原先判定標準為量表得分最高的 10% 提到為最高的 5%，587 位大學生在 26 題中文網路成癮量表中的平均得分為 68.71，有 30 位 (約 5.1%) 被判定為網路成癮高危險群，且其中男性占 86.7%，因此網路成癮的高危險群中男性顯著多於女性。大學生之網路使用大多數採用寬頻撥接最多、其次是利用宿舍網路及學校電算中心，平均每周上網 22 小時以上佔 25%，亦有逐步增加的趨勢。

陳冠名 (2004) 亦使用中文網路成癮量表修正版作為研究工具，為了瞭解受試者

在「替代滿足反應」上的表現，增加 4 題，題目敘述如：網路世界比真實世界更有成就感、在網路世界中更感輕鬆自在、上網能使壓力或不愉快消失、離開網路時生活中不愉快感又出現等。研究對象為 1199 位青少年包含國中、高中職、大學生，平均量表得分為 63.39，判定標準以量表總得分最高的 5% 稱為網路成癮高危險群，共有 63 位（約 5.3%）被判定為高危險群，同樣也是男性多於女性。高危險群每周平均上網時間為約 21 小時，而非高危險群者約 13.6 小時。

儘管上述研究所使用的量表及分析工具不盡相同，整體而言，大學生中網路成癮高危險群的比例約介於 5% 至 10% 之間，以男性居多。雖然目前網路成癮的比例不算很高，隨著網路使用日益增加，此議題仍是不可小覷，且這類族群可能會引發更多後續的問題，值得人們持續關注。

三、網路成癮相關研究回顧

(一)、人格特質與網路成癮

國外學者 Loytsker 和 Aiello(1997)研究網路成癮傾向與人格特質的關係時發現，具有較高無聊傾向、較寂寞、高社會焦慮與高自我意識者，較容易產生網路成癮的情形。而 Young (1996) 也認為，低自尊者、經常被拒絕、否定，或是對現況不滿者，亦可能成為網路成癮的潛在族群。Young 與 Rodgers (1998) 研究也發現，若網路使用者的憂鬱 (depression) 傾向越高，其網路成癮情況會更加劇。他們認為憂鬱症患者常擁有較低自尊、缺乏動機、害怕被拒絕與極需獲得他人肯定的特質，而網路世界的匿名性質，能讓成癮者克服現實生活中與他人互動的障礙，能輕鬆自在的與他人對談，因此這類使用者較容易有成癮的狀況產生。

Gnisci、Perugini、Pedone 與 Conza (2011) 以青少年為研究對象，針對於網路使用、網路成癮與網路依賴程度進行分析調查，研究結果發現出網路使用者之個人誠信、外向性、嚴謹性對於網路使用具有顯著相關性，其中包含心理上的症狀以及後續行為反應，另外也發現網路依賴高危險群較不能進行日常社交活動或不善於管理自身行為。戴奇華 (2010) 亦使用青少年作為研究對象，研究結果發現人格特質屬於嚴謹性、外向性的青少年與網路成癮傾向呈現顯著負相關，推論可能嚴謹自律性較低者較偏好於

逸樂，需要藉由網路來刺激、滿足感官需求，由於意志力較薄弱，因此無法控制上網的衝動及需求，更加劇網路成癮的問題。

游森期（2001）以台灣地區之大專院校學生為研究對象，發現男性較女性容易出現網路成癮狀況，而易網路成癮的人格特質傾向為神經質、外向性及開放性者，而謹慎性則弱者較容易成為網路成癮之高危險群，人格特質為友善性者則較不會成為網路成癮者。此外，憂鬱及焦慮為預測變項，可以有效區分是否為網路成癮高危險群。陳冠名（2004）亦以青少年為研究對象，發現人格特質中越具社會內向、思考外向、抑鬱自卑者，較容易成為負向退縮的青少年，越易成為網路成癮的高危險群；反之，若是人格特質越社會外向、思考內向者，又較積極正面的青少年，成為網路成癮者傾向偏低。

綜合以上研究發現，人格特質中較寂寞、無聊、焦慮或是偏向較不嚴謹、自律性較低、神經性傾向高者，對於自身自制力較弱，因此較易造成網路成癮的情形發生。因此本研究提出以下假設：

假設 2：人格特質能預測網路成癮傾向。

假設 2-1：人格特質的「嚴謹性」能負向預測網路成癮。

假設 2-2：人格特質的「神經性」能正向預測網路成癮。

(二)、人際關係與網路成癮

人際關係與網路成癮的關係其實是錯綜複雜的，亦可說是網路成癮者與社交恐懼者互為因果關係，而研究發現在真實生活中擁有人際關係困擾者較易產生網路成癮的情形發生（Grohol, 1999；Young & Roger, 1998）。

Young（1996）指出，如果青少年過度沉溺於網路，會對青少年階段的發展造成負面影響，如過度依賴網路交友會使青少年無法適應現實人際互動，更甚者會造成青少年自我認同的發展障礙。Morahan-Martin 和 Schumacher（2000）指出，若網路使用者長期沉溺於網路社交活動中，透過網路尋求情感支持，也會利用網路來拓展人際關係，因而更依賴網路上的人際關係，用來取代現實中的人際關係。

游森期（2001）研究發現，大學生網路成癮高危險群擁有較大的網路社交圈，而

真實社交圈卻相對縮小，可能原因是使用者將大部分時間耗費與網友進行虛擬互動，造成真實生活中的社交活動時間驟減。而謝明達（2004）認為真實人際關係不足者較容易網路成癮，網路成癮者通常會與網友發展出較密切的虛擬人際關係，這顯示了缺乏人際關係的人會將網路作為人際溝通的第二選擇，進而促成網路成癮。

戴淑貞、黃琴雅、李曉君（2008）認為在網路成癮問題上會因年級、性別、家庭社經背景不同而有顯著差異，其中母子、母女的親子互動關係較差者，在網路成癮的「網路成癮戒斷反應」面向中有較高傾向；而父子、父女的親子互動關係較佳者，在「人際與健康問題」面向中較沒有問題。溫婉玉（2009）以台灣大學生為研究樣本，發現人際關係、自尊、網路使用時間及網路成癮具有相關性，其中真實人際關係越佳者、自尊越正向者，其網路成癮傾向越低。而網路人際關係越好者、網路使用時間越久者，則較其他人擁有高網路成癮傾向。

根據以上人際關係與網路成癮的相關研究後發現，人際關係對於網路成癮的確有顯著的影響，其中以憂鬱、內向、焦慮等人格特質傾向者，或是在真實人際關係較不佳者，容易受到網路活動吸引，進而成為網路成癮的高危險群。因此，本研究提出假設 3：人際關係能預測網路成癮傾向。

第四節、 網路使用態度

台灣網路資訊中心梁德馨（2011）發表「寬頻網路使用調查」報告顯示，台灣地區年滿 12 歲以上的民眾最常使用的網路功能為搜尋資訊、瀏覽網頁、新聞氣象、網路社群及收發電子郵件，而歷年個人網路使用較同年度亦穩定成長。從 2010 年 7 月至 2011 年 7 月的無線網路調查報告發現，12 歲以上的民眾每天使用廣義無線網路其中包含無線上網與行動上網者達 43.28%，極少使用網路者佔 18.22%，而且比例逐漸下降中，從上述資料顯示無論是在固定網路或是無線網路中確實有大量穩定人口使用網路，且年齡層有逐漸降低的趨勢。

柯慧貞（2004）發現，大學生平均每週約花 22.45 小時上網，其中男性使用時間

多於女性，大學生最常將時間花在 MSN 或其他通訊軟體上，其次是下載軟體或是檔案傳輸。而王嵩音（2007）研究中亦發現，以年滿十八歲以上的國民在網路上最常使用互動機制，如電子郵件、ICQ 及 MSN 等。隨著人們使用網路時間的增加，網路上能從事的活動更趨多元，該用何種態度來看待網路，讓網路成為提昇生活的助力而非阻力，值得深入探討。

一、網路使用態度概述

隨著網際網路被大眾廣泛使用，人們日常生活中也越來越離不開網路，研究者們也開始定義出不同的概念架構，來探討人們對於網路的態度。最先由 Tsai（2004）提出 4-T 架構，來探討青少年對於網路使用的看法，一方面從網路本質定義，另一方面試圖從網路的功能性及科技性的方向來判斷網路使用的態度，首先以 40 位台灣青少年作為研究 4-T 架構的對象，研究結果發現大多數的青少年將網路視為一種工具，其次是將網路視為一種技術。Tsai 採用 4-T 架構包括以下四大面向：

- (一)、技術 (Technology)：許多青少年將網路視為技術的一種，利用網路可使自身的生活經驗更加豐富、愉悅。
- (二)、工具 (Tool)：青少年會將網路視為一種可以獲得資訊、溝通及交易的工具之一，當遇到不了解或有問題時，便可透過網路來搜尋相關資訊，以了解更多資訊，也可以利用網路與他人進行溝通，如 e-mail、MSN 及聊天室等。
- (三)、玩具 (Toy)：網路也常被認為是遊樂的場所之一，特別是當青少年參與線上遊戲時，能帶給青少年大量的吸引力及滿足感，使他們流連忘返，比起傳統遊戲來說，網路遊戲具有更大的變化及吸引力。
- (四)、旅遊/旅行 (Tour/Travel)：網路可提供類似旅行行程或是導航的功能，網路有定位性、移動性、科技性，無時無刻讓使用者了解自身的位置，並有身歷其境的感受。

然而 Chou、Chen 與 Wu（2007）等人認為 Tsai 等學者所提出的 4T 架構的四個面向有些許的不完整，因此提出另一個新的 4-T 架構，分別為：工具 (Tool)、玩具 (Toy)、電話 (Telephone) 及知識寶庫 (Treasure of Information)。伴隨著 Web2.0 的時代來臨，

網路不僅有上述的功能外，儼然成為個人展現自我私領域的一種形式，如部落格的興起，因此 Chou 與其他學者又新增個人領域 (Territory)，成為一個新的 5-T 架構 (Chou, Yu, Chen, & Wu, 2009)。其後由於網路交易時代的興起，Chou 等學者 (2011) 又新增交易 (Trade) 面向，以彰顯越來越多人使用網路作為交易平台的現象，並重新針對台灣大學生網路使用態度進行調查，最終形成一 6-T 之網路使用態度架構，茲說明 6-T 架構如下：

- (一)、工具 (Tool)：網路可讓使用者執行各種不同的任務，像是完成作業、尋求新知、使用軟體等。
- (二)、玩具 (Toy)：網路可讓使用者享受在網路上愉悅的時間，如線上遊戲，在玩樂的同時，使用者會暫時忘卻煩惱。
- (三)、電話聯絡 (Telephone)：網路可讓使用者更方便與他人溝通、聯繫，如利用 Skype、MSN 等應用服務，不論身在何處何地只要有網路就可以進行聯繫。
- (四)、知識寶庫 (Treasure of Information)：網路如同一個巨型線上圖書館，可使人從中取得寶貴的資訊、訊息。
- (五)、個人領域 (Territory)：網路提供使用者展現自我的私人領域，可以用公開或是隱藏的形式抒發個人的情感。
- (六)、交易 (Trade)：網路可讓使用者從事線上交易的活動，如網路拍賣，線上購物等。

而 Chou 等學者 (2011) 發現，台灣大學生對於網路使用態度在「工具」及「玩具」兩構面傾向較高，表示網路能協助他們處理各種問題，同時他們也能享受在網路愉快的玩樂時光，但他們對於「電話聯絡」構面較無認同感。男性較女性而言，在「玩具」及「電話聯絡」構面上擁有較積極的態度，研究生較大學生在「工具」及「交易」構面上擁有更正面的態度。

二、網路使用態度相關研究回顧

本研究回顧網路使用情況與使用態度的文獻，發現可將研究的結果分成四大類進行討論，分別為人格特質、人際關係、網路成癮等與網路使用態度的關係，整理如下：

(一)、人格特質與網路使用態度

Landers 和 Lounsbury (2004) 研究中提到大學生五大人格特質中的親和性、嚴謹性、外向性與網路使用情形(在通訊溝通、休閒活動及學術研究方面)呈現顯著負相關,意即較低親和性、低嚴謹性格與較不外向的網路使用者較喜愛將時間花費在通訊溝通、休閒活動及學術研究上。因而本研究者推論人格特質屬於親和性、外向性與嚴謹性者,可能在網路使用態度的工具、電話聯繫、個人領域、知識寶庫等面向有較高的傾向。

Bosnjak、Galesic 與 Tuten(2007)在消費者網購意圖研究中提出開放性、外向性、神經性與親和性對於網路上購買意願有顯著影響,意指愈有以上傾向之人格特質者,則有愈高的網路購物意願。除此之外,個人先前的網路使用經驗、個人特質因素、個人的認知需求等,對於其網路購買意願也有直接負向顯著效果存在,倘若先前擁有不愉快的網購經驗,下次購物之前會詳加考慮。

陳天心(2011)以台灣大專院校學生為研究對象,利用網路社群發送問卷,探究獨生子女是否會影響其人格特質及網路使用的態度。研究結果發現性別僅在網路態度使用「電話聯絡」變項中有顯著差異,非獨生子女且人格特質偏向「嚴謹性」者,其網路使用態度屬於「知識寶庫」及「個人領域」較多;而偏向「親和性」低者則較傾向將網路視為「電話聯絡」;人格特質屬於「親和性」的獨生子女者,在「玩具」及「交易」變項的網路使用態度有達到顯著正相關。

Moore 與 McElroy (2012)以使用 Facebook 的大學生為研究對象,研究發現外向性傾向越高的使用者有愈多 Facebook 朋友,並且認同自己張貼的資訊。而親和性高的人會主動在自己的塗鴉牆上分享大量訊息,神經性傾向較高者則願意花更多時間使用 Facebook 及在平台上玩遊戲。由此本研究者推論,外向性、親和性與神經性人格特質傾向愈高者,則愈易將網路視為自己個人領域的延伸及工具的使用。

上述研究多以人格特質中的外向性、親和性、嚴謹性與神經性為主,探討網路使用態度方面也是偏向網路行為、喜好的行為模式、態度等,其研究的對象不僅將網路視為工具、玩具、個人領域、知識寶庫之外,亦有在網路上進行交易,這些研究囊括

Chou 等人 (2011) 所提 6-T 架構的大部分面向。然而大部分研究並無將網路使用態度細分為 6-T 面向，本研究乃針對人格特質中外向性、親和性與神經性對網路使用態度各面向的影響，提出以下假設：

假設 4：人格特質能預測網路使用態度。

假設 4-1：人格特質的「親和性」能預測網路使用態度的「工具」。

假設 4-2：人格特質的「親和性」能預測網路使用態度的「個人領域」。

假設 4-3：人格特質的「神經性」能預測網路使用態度的「工具」。

假設 4-4：人格特質的「神經性」能預測網路使用態度的「玩具」。

假設 4-5：人格特質的「神經性」能預測網路使用態度的「交易」。

假設 4-6：人格特質的「外向性」能預測網路使用態度的「工具」。

假設 4-7：人格特質的「外向性」能預測網路使用態度的「電話聯絡」。

假設 4-8：人格特質的「外向性」能預測網路使用態度的「個人領域」。

假設 4-9：人格特質的「外向性」能預測網路使用態度的「知識寶庫」。

假設 4-10：人格特質的「外向性」能預測網路使用態度「交易」。

(二)、人際關係與網路使用態度

Morahan 等學者 (2000) 指出，由於大學生長期從事網路社交活動中，透過網路尋求情感支持，也利用網路拓展人際關係，因而更依賴網路上的人際關係，甚至取代現實中的人際關係，其中以線上遊戲與網路聊天室為大學生主要的網路使用行為。陳嬿竹 (2002) 發現台灣網路使用者主要在網路上進行社交活動，如網路聊天、電子郵件等，其次為工具性的，如閱讀文章、解決課業問題，研究結果並顯示網路使用者會傾向從網路獲得訊息及情感的支持。網路人際關係對女性而言僅有正向卻薄弱的顯著效應，對男性則無顯著影響，意指擁有越佳的網路人際關係會使女性更進一步使用網路。在真實生活中與父母關係不佳者，則有較高意願與網友密切互動。

Das、Echambadi、McCardle 與 Luckett (2003) 主要探討消費者的人際關係信任、認知需求和社會孤寂感是否會影響其在網路上搜尋資料及購買行為，研究結果發現網路消費者間的信任感關係較低者，較不願意高度關注網路購買行為，反之若有消費者

擁有較佳的人際關係信任感，則有越高的意願在網路上購物。吳明鳳（2009）研究發現對網路購物的消費者而言，時間的掌控也是重要的考量因素，除了品牌定位、品牌形象之外，參考他人的使用經驗也是累積自身經驗的方法，因此虛擬的社會、人際關係、虛擬社群、真實世界中的人際關係，都為影響購物的決策因素。

黃琪皎（2008）採用問卷調查法探究台灣中南部大學生的依附風格、人際關係以及網路成癮之間的相關性，結果發現使用網路確實可以拓展大學生的社交生活圈，但卻無法完全取代真實的人際互動。對於男性而言，網路為認識網友、增進人際互動的工具之一；而女性則是較傾向與真實人物進行人際互動。另外真實的人際關係與網路成癮呈現負相關，但是網路人際關係與成癮則呈現正相關，意即真實生活中人際關係良好的人，較沒有網路成癮的傾向，但網路上人際關係愈頻密，則愈可能有網路成癮的現象，反之亦然。

薛國致（2010）以屏東地區七所大學生作為研究對象，共蒐集有效問卷達 538 份，研究結果發現屏東地區大學生多在家使用網路，且多數人每日使用時間達四小時以上，主要是使用通訊軟體為主。另外大學生網路使用態度屬於正向積極時，亦與同儕、家人擁有良好的互動關係，表示若能擁有良好的人際關係，也能使其網路態度更加正向、積極。

上述研究有些是探討網路人際關係與網路使用態度的關係，有些研究則是從真實世界的人際關係來探討網路使用態度。本研究者認為網路人際關係可以是真實人際關係的延伸，不硬性將人際關係區分為網路人際關係與真實人際關係，而從個體人際關係架構進行討論。此外，上述關於網路使用態度的研究，大多數研究對象是運用網路進行社交活動、其次視網路工具，如閱讀文章、增進知識、解答疑惑，以及網路購物。過去文獻鮮少將網路使用態度細分為 6-T 面向作深入研究，因此本研究者以人際關係對網路使用態度提出以下假設：

假設 5：人際關係能預測網路使用態度。

假設 5-1：人際關係能預測網路使用態度的「工具」。

假設 5-2：人際關係能預測網路使用態度的「電話聯絡」。

假設 5-3：人際關係能預測網路使用態度的「個人領域」。

假設 5-4：人際關係能預測網路使用態度的「知識寶庫」。

假設 5-5：人際關係能預測網路使用態度的「交易」。

統整上述文獻後，本研究者認為人格特質中的外向性傾向既然能夠有效預測人際關係，而人際關係對於網路使用態度亦有相當程度的預測性，因此人格特質的「外向性」可能會透過「人際關係」而對「網路使用態度」造成更進一步影響，因此提出以下假設：

假設 6：人格特質的「外向性」能透過「人際關係」預測「網路使用態度」。

假設 6-1：人格特質的「外向性」能透過「人際關係」預測網路使用態度的「工具」。

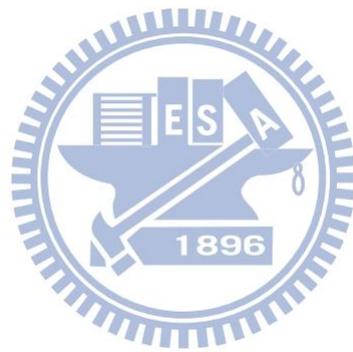
假設 6-2：人格特質的「外向性」能透過「人際關係」預測網路使用態度的「電話溝通」。

假設 6-3：人格特質的「外向性」能透過「人際關係」預測網路使用態度的「個人領域」。

假設 6-4：人格特質的「外向性」能透過「人際關係」預測網路使用態度的「知識寶庫」。

假設 6-5：人格特質的「外向性」能透過「人際關係」預測網路使用態度的「交易」。





第三章、研究方法

本研究目的在探討台灣大專院校學生的人格特質、人際關係、網路成癮及網路使用態度的關係，藉由問卷調查的方法蒐集資料，並使用統計分析方法來驗證假設。本章分為六節，以下就研究架構、研究流程、研究假設、研究對象、研究工具、資料處理與分析分別說明之。

第一節、研究架構

本研究根據研究動機、研究目的、研究問題及相關文獻探討的結果，定出本研究主要變項之間關係的架構，如圖 3-1-1 所示。

本研究架構主要包含四大變項，分為個人因素與網路相關面向，其中個人因素包含人格特質及人際關係兩個變項；而網路相關面向包含網路成癮及網路使用態度兩個變項。

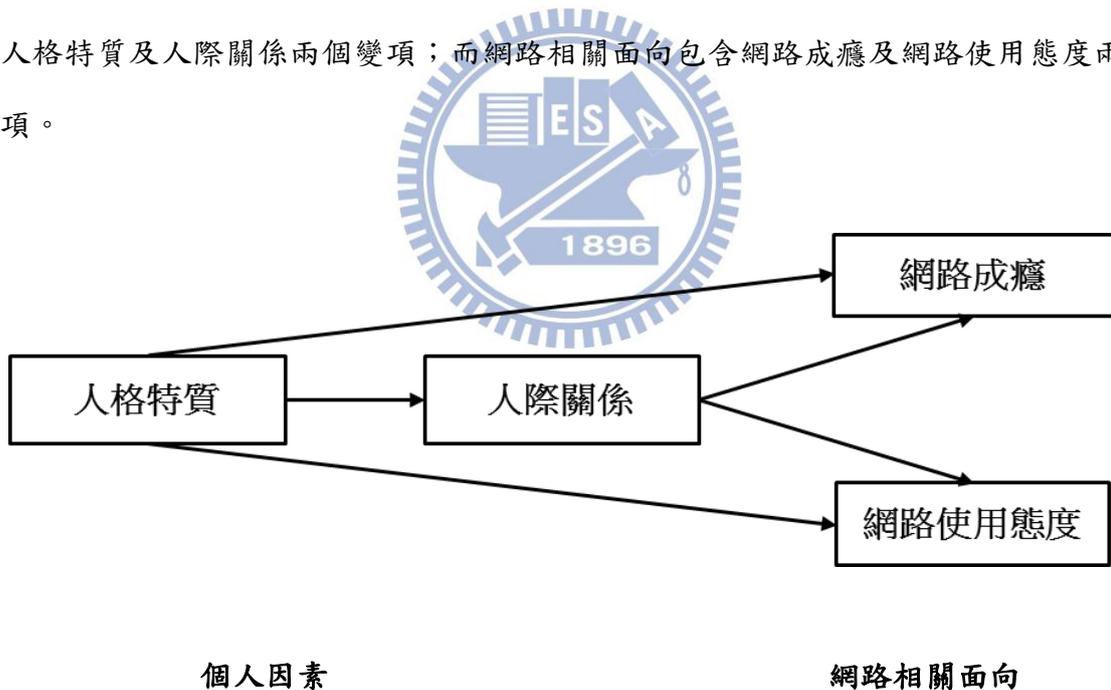


圖 3-1-1 研究架構圖

第二節、研究流程

本研究的進行可分為準備階段、發展階段及完成研究三階段，第一階段開始蒐集及閱讀相關文獻，並根據本研究者所關注的議題聚焦研究範圍，並與指導教授共同研

討後，確定研究方向，進而研擬研究計畫。接著來到發展階段，根據研究目的，編製及尋找可行的研究方法及工具，篩選適合的研究對象並進行大量問卷調查。第三階段為完成研究階段，從網路問卷調查蒐集到大量資料後，使用 SPSS 18.0 與 MPLUS 6.1 統計軟體加以分析及驗證本研究提出的假設，最後對分析結果加以解釋、整理歸納，最後撰寫完整論文。茲將實施過程以圖 3-2-1 簡示之。



圖 3-2-1 研究流程圖

第三節、 研究假設

根據本研究目的、研究問題與研究架構，本研究提出並驗證以下假設。

假設 1：人格特質能有效預測人際關係。

假設 1-1：人格特質的「嚴謹性」能正向預測人際關係。

假設 1-2：人格特質的「外向性」能正向預測人際關係。

假設 2：人格特質能預測網路成癮傾向。

假設 2-1：人格特質的「嚴謹性」能負向預測網路成癮。

假設 2-2：人格特質的「神經性」能正向預測網路成癮。

假設 3：人際關係能預測網路成癮傾向。

假設 4：人格特質能預測網路使用態度。

假設 4-1：人格特質的「親和性」能預測網路使用態度的「工具」。

假設 4-2：人格特質的「親和性」能預測網路使用態度的「個人領域」。

假設 4-3：人格特質的「神經性」能預測網路使用態度的「工具」。

假設 4-4：人格特質的「神經性」能預測網路使用態度的「玩具」。

假設 4-5：人格特質的「神經性」能預測網路使用態度的「交易」。

假設 4-6：人格特質的「外向性」能預測網路使用態度的「工具」。

假設 4-7：人格特質的「外向性」能預測網路使用態度的「電話聯絡」。

假設 4-8：人格特質的「外向性」能預測網路使用態度的「個人領域」。

假設 4-9：人格特質的「外向性」能預測網路使用態度的「知識寶庫」。

假設 4-10：人格特質的「外向性」能預測網路使用態度「交易」。

假設 5：人際關係能預測網路使用態度。

假設 5-1：人際關係能預測網路使用態度的「工具」。

假設 5-2：人際關係能預測網路使用態度的「電話聯絡」。

假設 5-3：人際關係能預測網路使用態度的「個人領域」。

假設 5-4：人際關係能預測網路使用態度的「知識寶庫」。

假設 5-5：人際關係能預測網路使用態度的「交易」。

假設 6：人格特質的「外向性」能透過「人際關係」預測「網路使用態度」。

假設 6-1：人格特質的「外向性」能透過「人際關係」預測網路使用態度的「工具」。

假設 6-2：人格特質的「外向性」能透過「人際關係」預測網路使用態度的「電

話溝通」。

假設 6-3：人格特質的「外向性」能透過「人際關係」預測網路使用態度的「個人領域」。

假設 6-4：人格特質的「外向性」能透過「人際關係」預測網路使用態度的「知識寶庫」。

假設 6-5：人格特質的「外向性」能透過「人際關係」預測網路使用態度的「交易」。

第四節、 研究對象

本研究對象為有使用網路習慣之台灣大專院校學生，本研究利用網路問卷調查方式蒐集相關資料，除了建立網路問卷平台資料庫，同時利用 Facebook、Google+、PTT 等網路分享平台傳遞本問卷調查訊息。於 2012 年 3 月 27 日至 4 月 20 日止，共蒐集 497 份問卷，刪除樣本原則為：問卷中反向題答錯者、基本資料填答有誤者（如年齡亂填、使用年資超過年齡）、每日使用電腦時間超過 24 小時者，皆屬於應刪除的廢卷，最後有效問卷共有 375 份，回收率為 75.4%。

第五節、 研究工具

本研究採用問卷調查法，所採用的問卷內容分為五部分：第一部分為「個人背景資訊」、第二部分為「人格特質量表」，第三部分為「人際關係量表」，第四部份為「網路成癮量表」，第五部分為「網路態度量表」。茲分述各問卷所測量之內容及相關資訊如下：

一、 個人背景資訊

個人背景資訊主要是想了解受試者的基本資料，包含性別、年齡、就讀年級、使用網路的年資、平常使用網路的習慣等。

二、 人格特質量表

本研究採用原為 Saucier (1994) 所發展的 mini-maker 人格特質量表，簡稱為五大人格量表，五構面均含有八種不同的形容詞，此量表總共有 40 題，總量表 Cronbach α 值為 0.78。而國內學者林能白、邱宏昌 (1999) 將 mini-marker 五大人格量表翻譯成中文，量表採用五點量尺，分別給予 1、2、3、4、5 分，反向題給予負向計分。某人格特質構面分數越高者，表示傾向該人格特質，人格特質形容詞如表 3-5-1 所示。

表 3-5-1 人格特質量表

人格特質	形容詞題項	
開放性 Openness (O)	O1:有創造力的	O2:富想像力的
	O3:富哲理的	O4:聰明的
	O5:複雜的	O6:深沉的
	O7:缺乏創造力的*	O8:不聰明的*
嚴謹性 Conscientiousness (C)	C1:有組織的	C2:有效率的
	C3:有系統的	C4:實際的
	C5:紊亂的*	C6:草率的*
	C7:沒有效率的*	C8:粗心的*
外向性 Extraversion (E)	E1:健談的	E2:喜歡社交的
	E3:大膽的	E4:精力旺盛的
	E5:害羞的*	E6:安靜的*
	E7:內向的*	E8:孤獨的*
親和性 Agreeableness (A)	A1:富同情心的	A2:溫情的
	A3:仁慈的	A4:合作的
	A5:冷靜的*	A6:冷漠的*
	A7:無理的*	A8:粗魯的*
神經性 Neuroticism (N)	N1: 不好嫉妒的*	N2: 不受拘束的*
	N3:多愁的	N4:猜疑的

人格特質	形容詞題項	
	N5:易怒的	N6:嫉妒的
	N7:易受刺激的	N8:煩躁的
*為反向題		

三、人際關係量表

本量表係採用薛國致(2010)所編製的大學生網路使用態度與人際關係問卷中的人際關係量表部分，其中人際關係包含四構面，分別是同儕關係、異性關係、家庭關係、師生關係。同儕關係有6題、異性關係有3題、家庭關係有4題、師生關係有3題，因此人際關係量表共計16題。採用四點量表，分別給予非常不同意、不同意、同意、非常同意，該構面得分越高者，表示在此構面之人際關係越佳。

本研究使用 Mplus 6.1 進行驗證式因素分析(CFA)，結果發現卡方檢定值不顯著、RMSEA 值為 0.064、CFI 值為 0.923、SRMR 值為 0.060，僅有 CFI 值略低於 0.95 的標準 (Hu & Bentler, 1999)，其餘皆通過模型適配度指標，仍可再次成功驗證四構面，依序為同儕關係(Peer)、異性關係(Sex)、家庭關係(Family)與師生關係(Tsrelation)。其因素負載量分別為 0.72、0.658、0.462、0.519，皆達顯著水準，而四構面解釋變異量分別為 51.8%、43.4%、21.4%及 26.9%，雖然僅有一小題(P5)未達顯著效果，但不影響整體量表效果，表示本量表為一可信又可靠之研究工具，圖 3-5-1 為人際關係之因素分析結果。

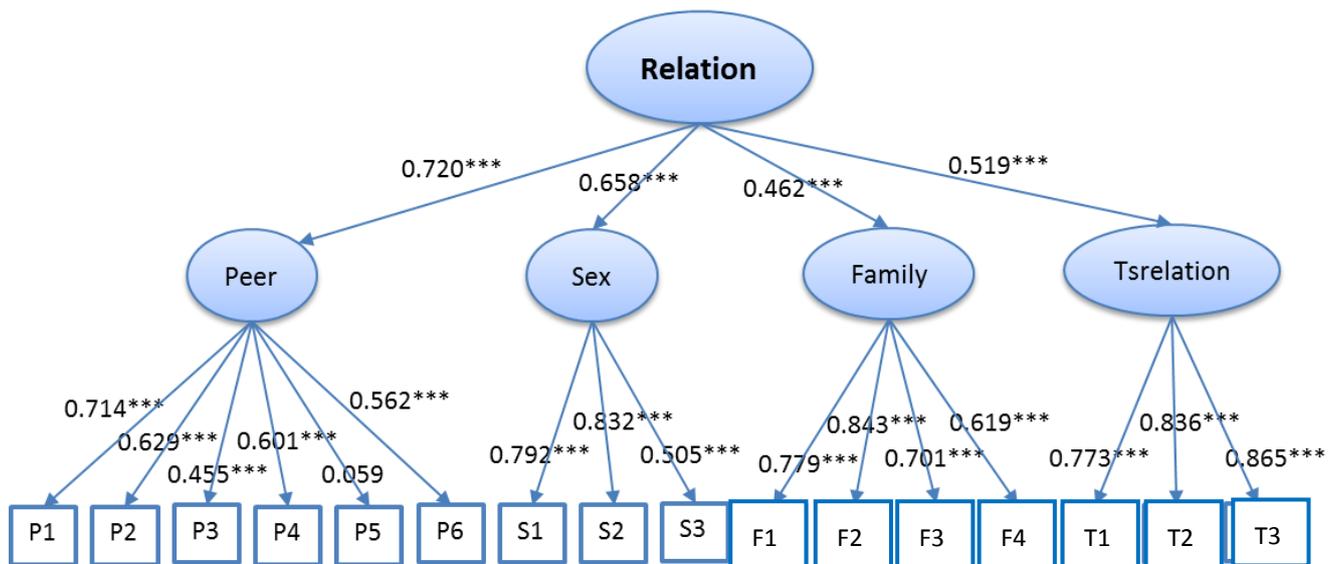


圖 3-5-1 人際關係之因素分析

四、網路成癮量表

本量表係採用陳淑惠等人（2003）的「中文網路成癮量表修正版（CIAS-R）」，分為「網路成癮核心症狀」與「網路成癮相關問題」等兩個分量表，其中「網路成癮核心症狀」涵蓋了「網路成癮耐受性」、「強迫性上網行為」、「網路成癮戒斷反應」等三構面，而「網路成癮相關問題」分量表包含「人際與健康問題」與「時間管理問題」兩構面，茲說明如下：

- (一)、網路成癮耐受性（Tolerance of internet addiction）：包含 3、6、9、24 題，共 4 題。
- (二)、強迫性上網行為（Compulsive internet use）：包含 11、14、19、20、22 題，共 5 題。
- (三)、網路成癮戒斷反應（Withdrawal from internet addiction）：包含 2、4、5、10、16 題，共 5 題。
- (四)、人際與健康問題（Interpersonal & Health Problems）包含 7、12、13、15、17、18、21 題，共 7 題。
- (五)、時間管理問題（Time Management Problems）包含 1、8、23、25、26 題，共 5 題。

此量表共計 26 題，採用李克式四點量表，分別給予非常不同意、不同意、同意、非常同意，各因素量尺與全量表之內部一致性係數介於 0.79 至 0.93 之間，且兩周之後再測信度為 0.83，而經由疊代主軸因素分析法採用最優斜交轉軸方式，所得因素與先前理論相同，表示此量表為一可信又有效的研究工具（陳淑惠等，2003）。

本次填答計分依程度依序給予 1 分、2 分、3 分與 4 分，採用各題項加總分數作為分析依據，填答者在網路成癮量表中得分越高者，表示其網路成癮傾向越高。

五、網路態度量表

本量表係使用 Chou 等學者（2011）所發展的網路使用態度量表，共有 56 題單選題，分為六大構面包含「工具」、「玩具」、「電話聯絡」、「個人領域」、「知識寶庫」和「交易」，採用李克式四點量表，分別給予非常不同意、不同意、同意、非常同意，本次填答計分依程度依序給予 1 分、2 分、3 分與 4 分，採用各題項加總分數為該構面分析依據，而填答者在某構面得分越高者，表示越傾向該構面的網路態度。各分項茲說明如下：

- 
- (一)、玩具 (Toy)：包含 16、22、23、24、25、26、27、30、31、32、33、34、36 題，共 13 題。
 - (二)、工具 (Tool)：包含 17、20、21、37、38、52、53、54、55、56 題，共 10 題。
 - (三)、電話聯絡 (Telephone)：包含 18、19、28、29、39 題，共 5 題。
 - (四)、知識寶庫 (Treasure of information) 包含 1、2、3、4、5、6、7、35、40 題，共 9 題。
 - (五)、個人領域 (Territory)：包含 8、9、10、11、12、13、14、15 題，共 8 題。
 - (六)、交易 (Trade)：包含 41、42、43、44、45、46、47、48、49、50、51 題，共 11 題。

本網路態度量表已利用 CFA 進行驗證式因素分析，證實與先前理論所得相同六構面，也使用下列適合度指標來檢視此量表，卡方檢定結果不顯著、RMSEA 係數小於 0.08、SRMR 係數小於 0.10、CFI 大於 0.90，皆顯示其量表具有良好的適配度（Chou et al., 2011）。

第六節、 結構方程式模式

一、 結構方程式簡介

結構方程式模式 (Structural Equation Modeling, 簡稱 SEM) 是屬於一種統計分析的方法, 可歸納為高等統計學, 亦屬於多變量統計。結構方程式模式包含兩大分析方法——「因素分析」與「路徑分析」。首先是由瑞士的 Joreskog 與 Sorbom 提出相關的概念, 同時開發出 LISREL 統計分析軟體, 其主要概念是由測量模型來反應觀察變數與潛在變數間的關係, 也可藉由現有的結構模型, 讓潛在變數間的關係作為路徑分析的依據。近年來 SEM 蓬勃發展, 目前已有相當多的統計軟體如 LISREL、MPLUS、AMOS 等 (邱皓政, 2011)。本研究將採用 MPLUS 6.1 做為分析軟體。

二、 本研究之結構方程式模式

SEM 模型包含因素分析與路徑分析兩種方式, 若 X 與 Y 間具有相關性, 則以 ρ 表示, 例如喜愛吃巧克力程度與吃巧克力的量有相關性。若兩者間具有因果關係, 則以 β 表示, 例如喜愛巧克力程度越高者, 則巧克力消耗量則會越多。第三種則為潛在變數模式, 由於外在行為才能夠被觀察到, 無法真正得知心理層面的真正的想法, 僅能藉由 XY 間存在的高度關係來推論其實有一個隱藏變項 (F), 而 F 對 X 與 Y 間的影響力可由 λ 表示, 隱藏的變項就稱作潛在變項, 而在觀察變項中尋求潛在變項模式是屬於因素分析中的一環。

除了找尋共同的影響因素之外, 路徑分析是 SEM 相當重要的分析方式, Wright (1918, 1921, 1934, 1960) 主要提出的概念是將一組變數間的共變關係轉換成一組參數, 並以路徑方式來呈現, 藉由此參數估計可量測任兩變數之預測關係, 如直接效果 (direct effects)、間接效果 (indirect effects) 與整體效果 (total effects)。

在本研究假設模型中有 11 個觀察變項, 其中有 4 個自變項包含人格特質的「嚴謹性」、「外向性」、「親和性」、「神經性」, 有 7 個依變項包含「網路成癮」、網路使用態度的「工具」、「玩具」、「電話溝通」、「個人領域」、「知識寶庫」、「交易」。潛在變項「人際關係」包含「同儕」、「異性」、「家庭」、「師生」四構面。

本研究依據第二章回顧的文獻結果，提出人格特質的「嚴謹性」與「外向性」對於「人際關係」有顯著正向影響力（Diane & Jane, 1996; McCrae & Costa, 1990; Pervin & John, 1997; 林家瑩等人，2010）；人格特質的「嚴謹性」與「神經性」對於「網路成癮」亦有顯著的預測效果（Loytske & Aiello, 1997; Young & Rodgers, 1998; Gnisci et al., 2011; 游森期，2001；陳冠名，2004）。而「人際關係」對「網路成癮」有影響力是根據 Grohol (1999)、Young 和 Roger (1998)、Morahan-Martin 和 Schumacher (2000)、游森期(2001)、溫婉玉(2009)等學者研究結論推論得知。根據 Landers 和 Lounsbury (2004)、Bosnjak 等人 (2007)、Moore 與 McElroy (2012) 的研究結果顯示，人格特質的「外向性」「親和性」與「神經性」對於網路使用態度的確實具有影響力，因此本研究提出人格特質的「外向性」「親和性」與「神經性」能預測網路使用態度「工具」「玩具」「電話溝通」「個人領域」「知識寶庫」「交易」。由 Morahan 等人 (2000)、陳熾竹 (2002)、Das 等人 (2003)、吳明鳳 (2009)、黃琪皎 (2008) 等學者研究結論，本研究推論「人際關係」對網路使用態度的「工具」「電話溝通」「個人領域」「知識寶庫」「交易」確實具有影響力。然而，本研究認為人格特質的「外向性」既然能有效預測「人際關係」，而「人際關係」對於「網路使用態度」亦有預測效果，因此提出進一步假設，人格特質的「外向性」可能會透過「人際關係」而對「網路使用態度」產生顯著的影響。因此，本研究建立以下模型架構，如圖 3-6-1 所示：

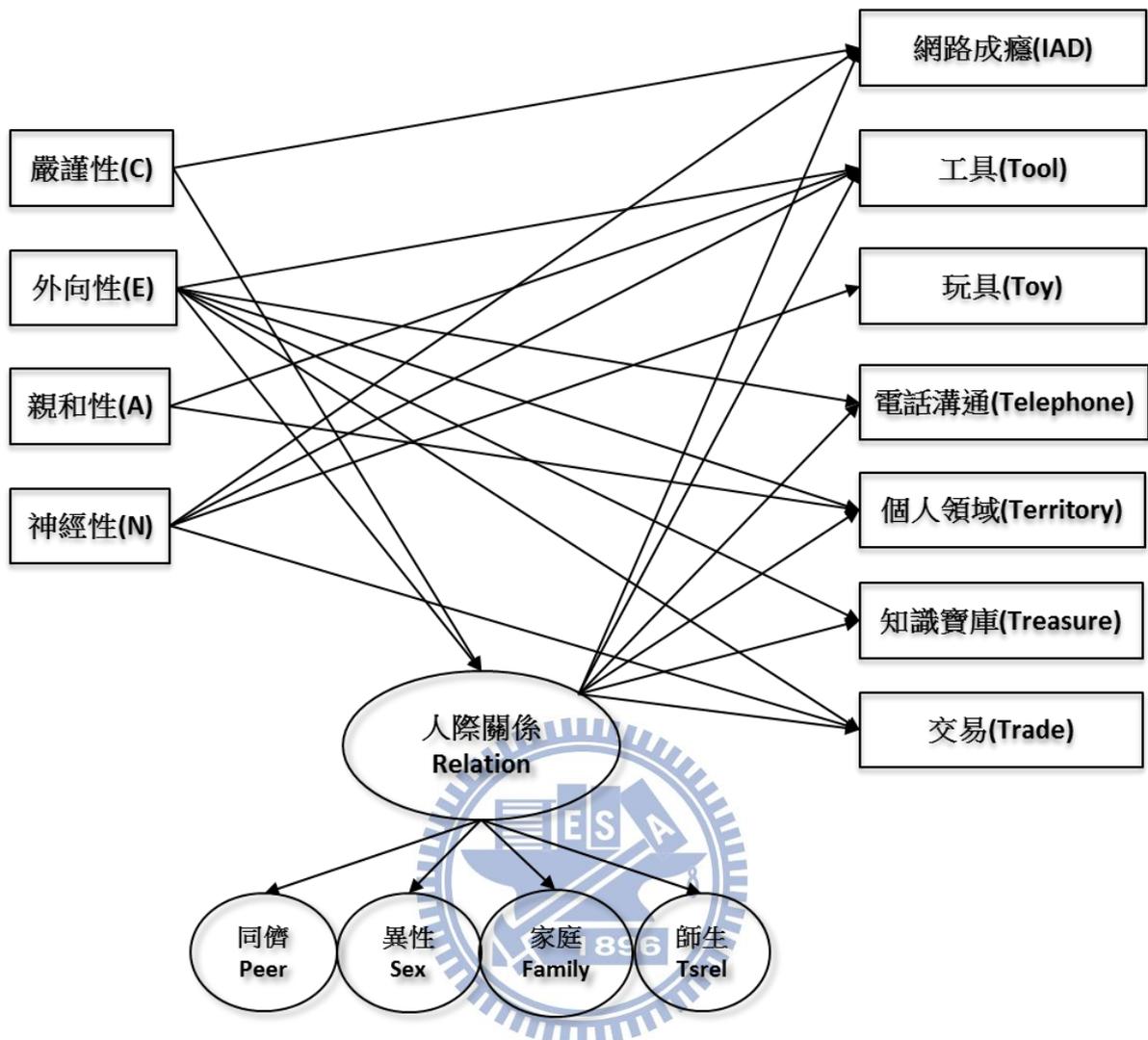


圖 3-6-1 結構方程模式架構圖

三、模型適配指標

透過不同的適配指標，可判斷此模型是否為一個良好模型。如果所得資料能符合下列適配度指標，則表示所提模型架構能獲得支持；若是未達標準，則表示需另行修正模型。本研究模型適配指標依據邱皓政(2011)與 Hu 和 Bentler (1999)所歸納之：

(一)、卡方檢定未達 0.05 之顯著水準。

(二)、Bentler (1988) 提出比較適配指標 (Comparative Fit Index, 簡稱 CFI), 旨在檢測假設模型與獨立模型之差距, 其值需大於 0.95。

(三)、Browne 與 Cudeck (1993) 提出平均概似平方誤根係數 (root mean square error of approximation, 簡稱 RMSEA), 用來比較理論模型與飽和模型間的差距, 其值

需小於 0.08。

(四)、標準化殘差均方根指標 (Standardized Root Mean Square Residual, 簡稱 SRMR)

是來檢測其模型殘差變化，其值需小於 0.08。

第七節、 資料處理與分析

一、 資料處理

本研究採用網路問卷蒐集資料，由於資料直接為 Excel 檔案格式，減少人工輸入之錯誤率。本研究者逐一詳加檢查資料正確性後，刪除填答不完全者或反向題誤答的無效問卷，並使用 SPSS 18.0 與 MPLUS 6.1 統計軟體進行資料分析。

二、 統計方法

本研究會在人際關係量表中會採用驗證性因素分析(Confirmatory Factor Analysis, CFA) 來檢驗量表之主要因素結構，並使用模型適配指標來檢測整體模型的適配度。此外本研究還會採用以下的統計方法分析資料，以檢驗本研究假設與回答研究問題：

(一)、敘述性統計：以敘述性的統計方式來呈現性別、上網年資、平日上網時數、假

日上網時數的平均數、標準差等，以了解使用者的網路使用現況，以回答研究問題一。

(二)、結構方程模式：用來檢視本研究所建構結構方程模型的適配度，包含基本的適配度指標，檢測假設 1 至假設 6 是否達到統計顯著水準，以回答研究問題二與

三。

第四章、研究結果

本章將根據研究問題及研究假設進行各項統計分析，共分為四節，第一節為基本資料敘述性統計分析結果，第二節為人格特質、人際關係、網路成癮與網路使用態度之結構方程式分析，第三節為檢定人格特質透過人際關係與網路使用態度之模式分析，第四節為整體研究假設分析。

第一節、基本資料分析

本節主要呈現 375 份有效問卷填答者的基本背景資料的統計分析，並加以探討其差異情形。表 4-1-1 為研究對象之基本資料整理，男性有 151 位，佔 40.3%，女性有 224 位，佔 59.7%，性別比例稍嫌不均，可能原因為本次問卷填答者多屬於人文社會學院與管理學院，而這類學院學生通常女性較多於男性。在學院方面，以人文社會為最多數填答者，有 113 位，佔 30.1%，管理學院為其次，有 78 位，佔 20.8%。以年級來說，碩士生人數最多，有 177 位，佔 47.2%，其次為大學三、四年級生，各有 52 人（13.9%）、75 人（20%）。而表 4-1-2 為研究對象的網路使用時間統計，資料顯示男女使用網路年資已經不分軒輊，皆為 10 年以上，平均每天約花 6 小時在使用網路，男性每天使用網路時間略高於女性約一小時左右，整體而言，大學生在假日使用網路時間比平日使用略高一小時。

表 4-1-1 有效樣本之基本資料次數分配表 (N=375)

	有效問卷人數	百分比(%)
學院		
電機學院	23	6.1
資訊學院	40	10.7
工學院	39	10.4
人文社會	113	30.1
管理學院	78	20.8
生物資源暨農學院	18	4.8
醫學院	16	4.3
公衛學院	3	0.8
法律學院	7	1.9
其他	38	10.1
性別		
女	224	59.7
男	151	40.3
年級		
一年級	20	5.3
二年級	37	9.9
三年級	52	13.9
四年級(含以上)	75	20.0
碩士班	177	47.2
博士班	14	3.7
總和	375	100

表 4-1-2 網路使用時間統計表 (N=375)

		個數	平均數	標準差	標準誤	最小值	最大值
上網年資	女	224	10.54	2.861	.191	3	20
	男	152	10.25	2.618	.213	2	20
	總和	375	10.42	2.766	.143	2	20
平日 平均上網時間	女	224	5.72	3.223	.215	1	21
	男	151	6.29	3.770	.307	1	21
	總和	375	5.95	3.459	.179	1	21
假日 平均上網時間	女	224	6.48	3.337	.223	0	16
	男	151	7.32	4.003	.326	1	24
	總和	375	6.82	3.638	.188	0	24

第二節、人格特質、人際關係、網路成癮與網路使用態度之結構方

程式分析

本節主要是探討本研究所提出的人格特質、人際關係、網路成癮與網路使用態度模式是否能得到驗證，包含整體模型的適配度考驗、各假設的檢定。

一、模型適配度檢驗

由於各分量表已具有相當良好的信效度，在此就人格特質、人際關係、網路成癮、網路使用態度模式整體模型進行考驗，以檢定該模型是否具有良好適配。

本模型之卡方值 (χ^2) 為 144.843，自由度 (df) 為 54，達統計顯著水準，表示理論模型與觀察資料模式適配度應拒絕虛無假設，但由於卡方檢定容易受到樣本大小而產生顯著效果，因此本研究參考其他模型適配度指標來判斷模型適切與否。由表 4-2-1 整體適配度摘要表得知，卡方檢定值不顯著、CFI 略小於標準值 0.95、RMSEA 小於 0.08、SRMR 小於 0.08，綜合以上適配度指標顯示，此模型具有良好的適配度指標 (Hu & Bentler, 1999)，表示理論模型與觀察模型具有相當程度好的適配程度，因此此模型

可用來解釋台灣大專生人格特質、人際關係、網路成癮與網路使用態度的關係。

表 4-2-1 整體適配度摘要表

	χ^2	df	χ^2/df	RMSEA	CFI	SRMR
整體模型	144.843	54	2.682	0.067	0.944	0.057

二、各假設之考驗

通過整體模型適配度考驗後，本研究欲了解潛在變項與觀察變項間的關係，分析路徑標準化參數估計值是否達顯著水準，以支持本研究假設。下圖 4-2-1 為人格特質、人際關係、網路成癮與網路使用態度之標準化路徑係數圖。

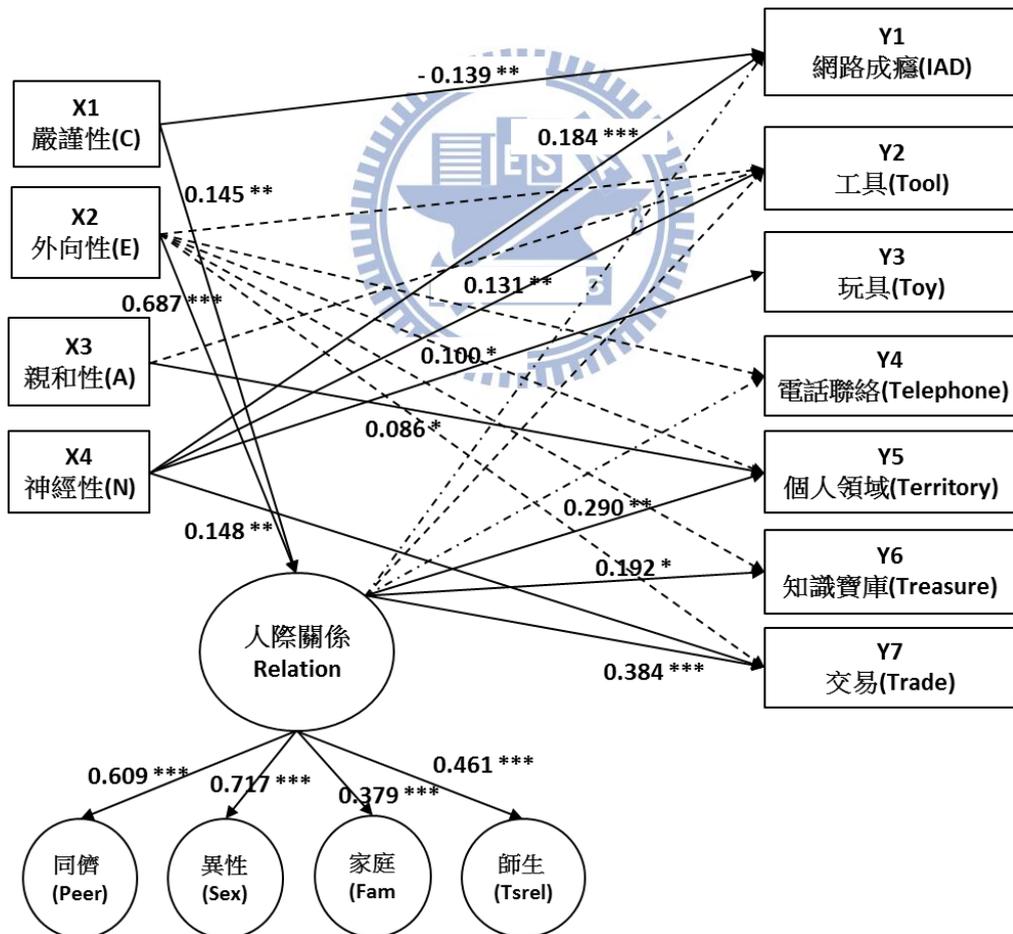


圖 4-2-1 人格特質、人際關係、網路成癮與網路使用態度之標準化路徑係數圖
實線代表參數估計達顯著，虛線代表參數估計顯著 * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

(一) 假設 1：人格特質能有效預測人際關係。

由表 4-2-2 標準化參數估計摘要表得知，人格特質中「嚴謹性」與「外向性」者皆能有效正向預測「人際關係」，且皆達統計顯著效果，如圖 4-2-2 所示，參數估計結果分別為 0.145 ($p < 0.01$) 與 0.687 ($p < 0.001$)，而「假設 1-1：人格特質的嚴謹性能正向預測人際關係」與「假設 1-2：人格特質的外向性能正向預測人際關係」均獲得支持。因此表示台灣大專生人格特質之嚴謹性與外向性能顯著正向預測其人際關係，此兩種人格特質傾向較高者，其人際關係也愈佳。

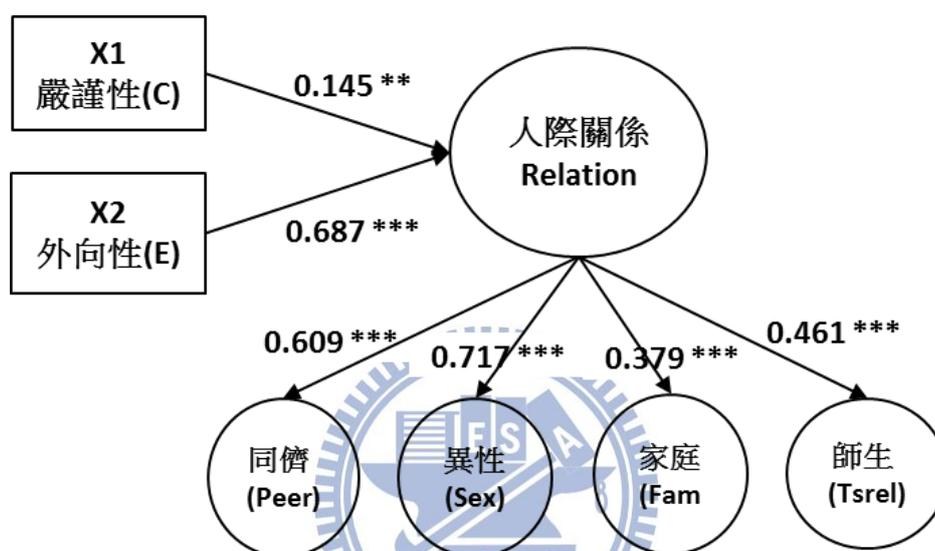


圖 4-2-2 人格特質預測人際關係之標準化路徑係數圖

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < 0.001$

(二) 假設 2：人格特質能預測網路成癮。

由表 4-2-2 標準化參數估計摘要表與得知，人格特質與網路成癮變項間的相關達顯著水準，如圖 4-2-3 所示，人格特質的「嚴謹性」對於「網路成癮」達負向顯著關聯 ($\beta = -0.139$, $t = -2.945$, $p < 0.01$)，表示人格特質中「嚴謹性」越低者較容易有網路成癮的傾向。人格特質的神經性則能夠正向預測網路成癮 ($\beta = 0.184$, $t = 3.989$, $p < 0.001$)，由此可知人格特質中神經性傾向越高者，越容易產生網路成癮。所以「假設 2-1：人格特質的嚴謹性能負向預測網路成癮」與「假設 2-2：人格特質的神經性能正向預測網路成癮」皆獲得支持。

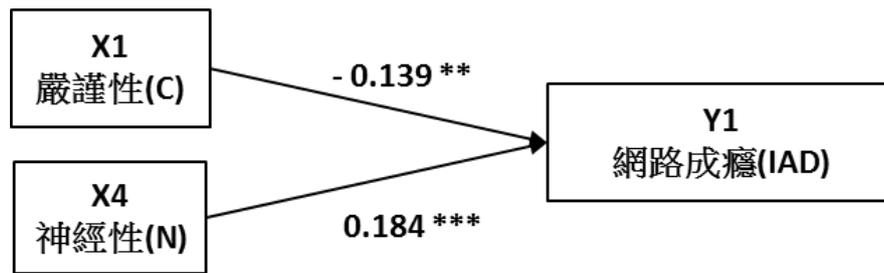


圖 4-2-3 人格特質預測網路成癮之標準化路徑係數圖

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < 0.001$

(三) 假設 3：人際關係能預測網路成癮。

根據表 4-2-2 及圖 4-2-4 所示，潛在變項「人際關係」對於「網路成癮」未達顯著的預測效果，標準化參數估計值為-0.073 ($t = -1.345, p > 0.05$)，顯示「人際關係」無法有效預測「網路成癮」，因此假設三無法獲得支持，意即「人際關係」無法作為判斷「網路成癮」傾向的可能性。本研究推論由於人際關係為四構面，包含同儕、異性、家庭、師生關係，可能是其中兩兩變項間會互相干擾，或是整體模型包含過多變項，造成人際關係對網路使用態度的預測效果不顯著。

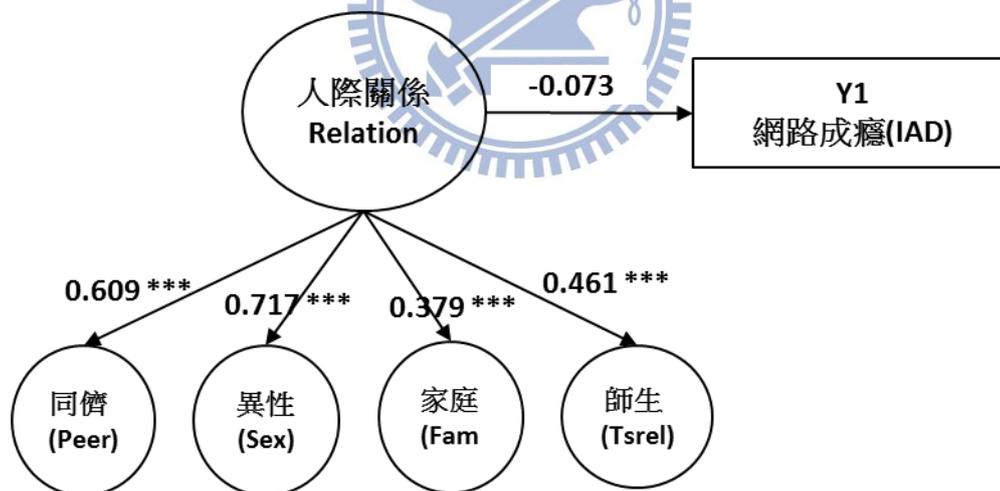


圖 4-2-4 人際關係預測網路成癮之標準化路徑係數圖

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < 0.001$

(四) 假設 4：人格特質能預測網路使用態度。

從表 4-4-2 與圖 4-2-5 可得知，人格特質未能完全預測網路使用態度，僅有部分人格特質能夠預測網路使用態度。人格特質的「親和性」對於網路使用態度的「工具」未達顯著的預測效果 ($p > 0.05$)，表示「假設 4-1：人格特質的親和性能預測網

路使用態度的工具」未能獲得支持。但人格特質的「親和性」卻能正向預測網路使用態度的「個人領域」($\beta = 0.086, t = 2.085, p < 0.05$)，表示「假設 4-2：人格特質的親和性能預測網路使用態度的個人領域」獲得支持。本研究者推論可能為人格特質「親和性」者，較願意與他人進行溝通、分享等網路社交行為，拓展其社交圈，但較不看重網路為「工具」的態度。

而人格特質的「神經性」對於預測網路使用態度的「工具」、「玩具」、「交易」等面向皆達顯著水準，標準化參數估計分別為 0.131 ($p > 0.01$)、0.1 ($p > 0.05$)、0.148 ($p > 0.05$)，均具有正向的預測力，因此「假設 4-3：人格特質的神經性能預測網路使用態度的工具」、「假設 4-4：人格特質的神經性能預測網路使用態度的玩具」與「假設 4-5：人格特質的神經性能預測網路使用態度的交易」等三項假設均獲得支持。此結果表示人格特質的「親和性」與「神經性」確實對於網路使用態度有顯著影響。

就人格特質的「外向性」而言，對於「網路使用態度」皆無顯著預測能力，即表示「假設 4-6：人格特質的外向性能預測網路使用態度的工具」、「假設 4-7：人格特質的外向性能預測網路使用態度的電話聯絡」、「假設 4-8：人格特質的外向性能預測網路使用態度的個人領域」、「假設 4-9：人格特質的外向性能預測網路使用態度的知識寶庫」與「假設 4-10：人格特質的外向性能預測網路使用態度交易」均無法獲得支持。本研究者認為由於此模型中變項較多，而導致效果分散，抑或是有其他變項干擾，造成預測的效果不顯著。

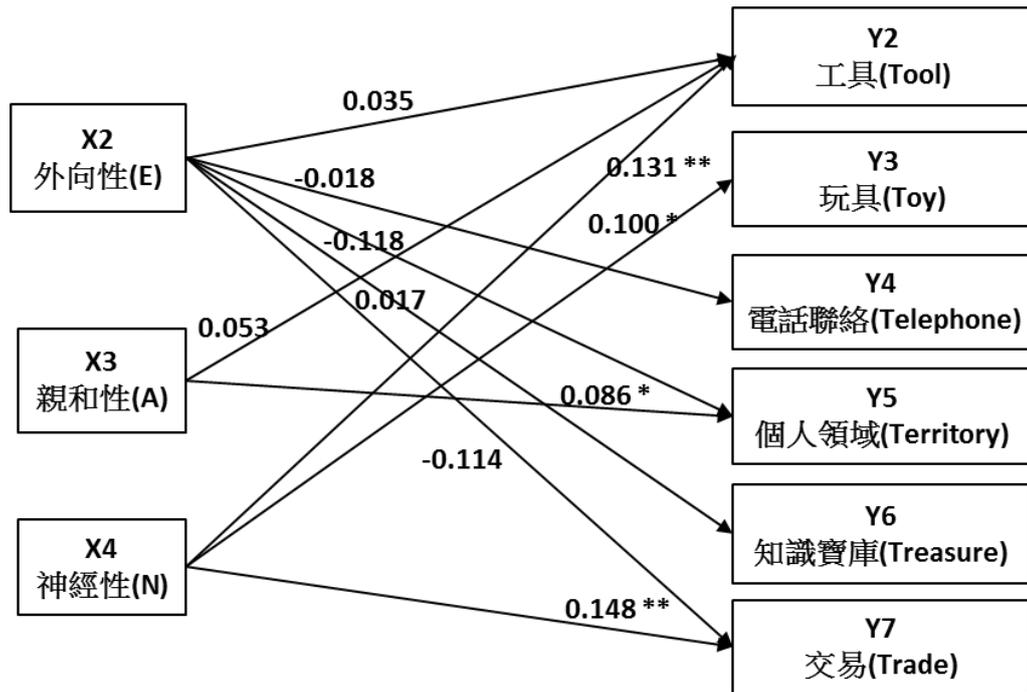


圖 4-2-5 人格特質預測網路使用態度之標準化路徑係數圖

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < 0.001$

(五) 假設 5：人際關係能預測網路使用態度。

依照表 4-4-2 與圖 4-2-6 標準化參數估計摘要得知，潛在變項「人際關係」對於網路使用態度的「工具」與「電話聯絡」面向的預測未達顯著水準 ($p > 0.05$)，表示「假設 5-1：人際關係能預測網路使用態度的工具」與「假設 5-2：人際關係能預測網路使用態度的電話聯絡」未獲得支持。本研究者推論由於人際關係為四構面，可能是其中兩兩變項間會互相干擾，或是有其他變項干擾，造成人際關係對網路使用態度的預測效果不顯著。

但是「人際關係」對於網路使用態度的「個人領域」、「知識寶庫」、「交易」等面向上具有顯著且正向的預測效果。「人際關係」對網路使用態度的「個人領域」有顯著正向的預測力 ($\beta = 0.290, t = 3.030, p < 0.01$)、對「知識寶庫」亦有正向預測力 ($\beta = 0.192, t = 1.981, p < 0.05$)、在「交易」面向的參數估計值為 0.384 ($t = 4.032, p < 0.001$)，以上結果顯示「假設 5-3：人際關係能預測網路使用態度的個人領域」、「假設 5-4：人際關係能預測網路使用態度的知識寶庫」與「假設 5-5：人際關係能預測網路使用態度的交易」均可得到支持。

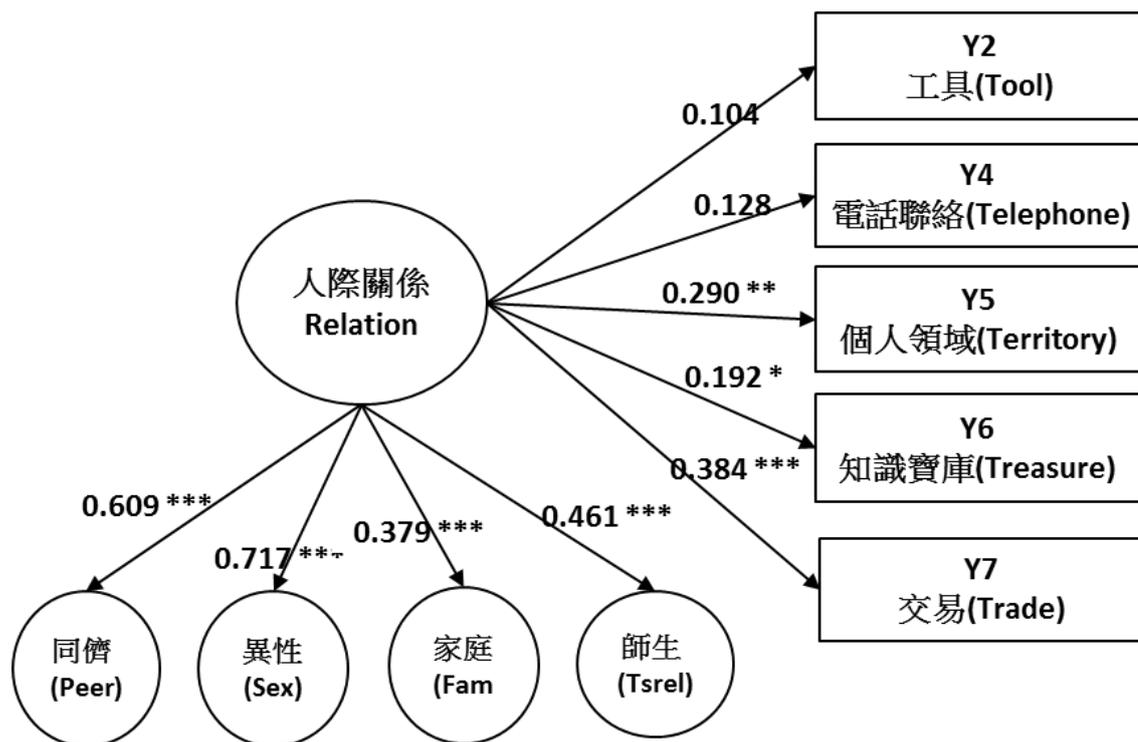


圖 4-2-6 人際關係預測網路使用態度之標準化路徑係數圖

*p <.05, **p<.01,***p<0.001

表 4-2-2 標準化參數估計摘要表

	Estimate	S.E.	Est./S.E.	P-Value
人際關係				
同儕	0.609	0.043	14.039	0.000
異性	0.717	0.038	19.583	0.000
家庭	0.379	0.053	7.209	0.000
師生	0.461	0.049	9.416	0.000
人際關係				
嚴謹性	0.145	0.054	2.667	0.008
外向性	0.687	0.044	15.780	0.000
網路成癮				
人際關係	-0.073	0.054	-1.345	0.179
工具				
人際關係	0.104	0.084	1.241	0.214
電話聯絡				
人際關係	0.128	0.095	1.343	0.179
個人領域				
人際關係	0.290	0.096	3.030	0.002

	Estimate	S.E.	Est./S.E.	P-Value
知識寶庫				
人際關係	0.192	0.097	1.981	0.048
交易				
人際關係	0.384	0.095	4.032	0.000
網路成癮				
嚴謹性	-0.139	0.047	-2.945	0.003
神經性	0.184	0.046	3.989	0.000
工具				
外向性	0.035	0.072	0.487	0.626
親和性	0.053	0.035	1.518	0.129
神經性	0.131	0.040	3.288	0.001
玩具				
神經性	0.100	0.040	2.507	0.012
電話聯繫				
外向性	-0.018	0.081	-0.217	0.828
個人領域				
外向性	-0.118	0.084	-1.399	0.162
親和性	0.086	0.041	2.085	0.037
知識寶庫				
外向性	0.017	0.084	0.203	0.839
交易				
外向性	-0.114	0.085	-1.347	0.178
神經性	0.148	0.046	3.246	0.001

第三節、 人格特質透過人際關係影響網路使用態度之模式分析

本節針對人格特質的「外向性」透過「人際關係」影響「網路使用態度」進行模式分析，針對這些變項簡化圖 4-2-1 後的模型如圖 4-3-1 所示：

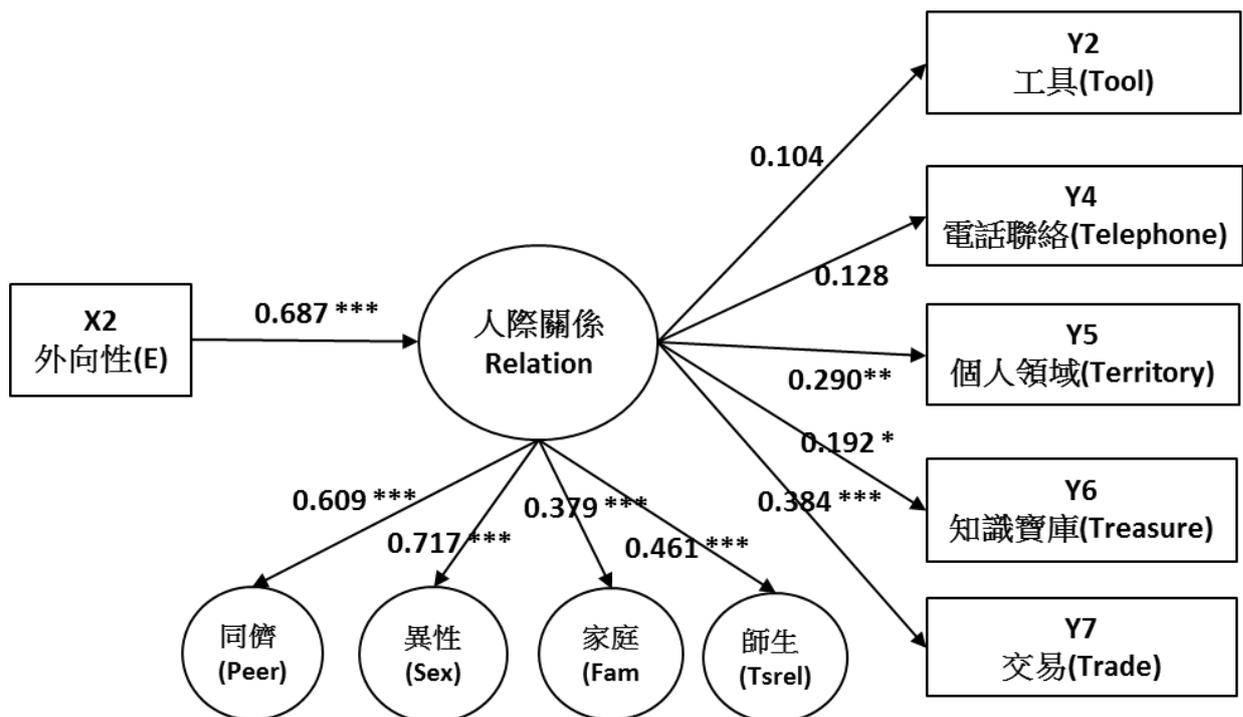


圖 4-3-1 人格特質的外向性透過人際關係影響網路使用態度之標準化路徑係數圖

潛在變項的效果通常包含了直接效果、間接效果與整體效果三部分，除了根據研究「假設 6：人格特質的外向性能透過人際關係預測網路使用態度」進行考驗外，也針對潛在變項作直接效果、間接效果與整體效果的說明，表 4-3-1 為潛在變項之直接、間接、總效果分析一覽表。

根據表 4-3-1 可知，人格特質的「外向性」對網路使用態度的「工具」之直接效果未能有顯著的預測能力 ($\beta = 0.035, p > 0.05$)，而人格特質的「外向性」透過「人際關係」來預測網路使用態度的「工具」之間接效果亦未有顯著預測力 ($\beta = 0.072, p > 0.05$)，這些結果表示「假設 6-1：人格特質的外向性能透過人際關係預測網路使用態度的工具」未能獲得支持。本研究推論可能使用網路已為現今之常態現象，而網路態度裡的「工具」面向的題項偏重網路的各種功能，與社交或人際關係較不相關，因此可能為此假設不顯著之因。

此外，人格特質的「外向性」透過人際關係對網路使用態度的「電話連絡」並無顯著預測能力，直接效果 ($\beta = -0.018, p > 0.05$)、間接效果 ($\beta = 0.088, p > 0.05$) 及總效果 ($\beta = 0.070, p > 0.05$) 皆未達顯著標準，表示「假設 6-2：人格特質的外向性能透過

人際關係預測網路使用態度的電話溝通」未能獲得支持。本研究者推論可能使用網路作為聯繫的已為常態現象，再加上先前「假設 5-2：人際關係能預測網路使用態度的電話聯絡」也未獲得支持，都可能造成此假設不顯著。

而人格特質的「外向性」透過人際關係對網路使用態度的「個人領域」之直接效果無顯著預測能力 ($\beta = -0.118, p > 0.05$)，但在間接效果上有顯著的正向預測能力 ($\beta = 0.199^{**}, p < 0.05$)，表示「假設 6-3：人格特質的外向性能透過人際關係預測網路使用態度的個人領域」獲得支持。

人格特質的「外向性」經由人際關係對網路使用態度的「知識寶庫」之直接效果未達顯著預測效果 ($\beta = 0.017, p > 0.05$)，從外向性預測人際關係，再從人際關係預測知識寶庫之間接效果則有達顯著水準 ($\beta = 0.132, p < 0.05$)，而且整體效果亦達顯著水準 ($\beta = 0.149, p < 0.01$)，表示「假設 6-4：人格特質的外向性能透過人際關係預測網路使用態度的知識寶庫」獲得支持。

人格特質的「外向性」經由人際關係對網路使用態度的「交易」構面並無顯著的直接預測效果 ($\beta = -0.114, p > 0.05$)，而人格特質的「外向性」透過人際關係對網路使用態度的「交易」之間接效果有達顯著預測效果 ($\beta = 0.264, p < 0.001$)，而整體效果亦達顯著水準 ($\beta = 0.149^{**}, p < 0.01$)，表示「假設 6-5：人格特質的外向性能透過人際關係預測網路使用態度的交易」獲得支持。

表 4-3-1 潛在變項之直接、間接、總效果分析一覽表

外衍變項	內衍變項	直接效果	間接效果	總效果
	工具	0.035	外向性*人際關係*工具 = 0.072	0.107**
外向性	電話聯絡	-0.018	外向性*人際關係*電話聯絡 = 0.088	0.070
	個人領域	-0.118	外向性*人際關係*個人領域 = 0.199**	0.081

外衍變項	內衍變項	直接效果	間接效果	總效果
	知識寶庫	0.017	外向性*人際關係*知識寶庫 =0.132*	0.149**
	交易	-0.114	外向性*人際關係*交易 =0.264***	0.149**

第四節、 整體研究假設分析

由於本研究假設偏多，根據上述研究結果整理出表 4-4-1，以便了解整體假設檢定通過情形，如下表所示：

表 4-4-1 整體研究假設分析一覽表

假設檢定	成立	不成立
假設 1：人格特質能有效預測人際關係。		
假設 1-1：人格特質的「嚴謹性」能正向預測人際關係。	V	
假設 1-2：人格特質的「外向性」能正向預測人際關係。	V	
假設 2：人格特質能預測網路成癮傾向。		
假設 2-1：人格特質的「嚴謹性」能負向預測網路成癮。	V	
假設 2-2：人格特質的「神經性」能正向預測網路成癮。	V	
假設 3：人際關係能預測網路成癮傾向。		V
假設 4：人格特質能預測網路使用態度。		
假設 4-1：人格特質的「親和性」能預測網路使用態度的「工具」。		V
假設 4-2：人格特質的「親和性」能預測網路使用態度的「個人領域」。	V	
假設 4-3：人格特質的「神經性」能預測網路使用態度的「工具」。	V	
假設 4-4：人格特質的「神經性」能預測網路使用態度的「玩具」。	V	
假設 4-5：人格特質的「神經性」能預測網路使用態度的「交易」。	V	
假設 4-6：人格特質的「外向性」能預測網路使用態度的「工具」。		V

假設檢定	成立	不成立
假設 4-7: 人格特質的「外向性」能預測網路使用態度的「電話聯絡」。		V
假設 4-8: 人格特質的「外向性」能預測網路使用態度的「個人領域」。		V
假設 4-9: 人格特質的「外向性」能預測網路使用態度的「知識寶庫」。		V
假設 4-10: 人格特質的「外向性」能預測網路使用態度「交易」。		V
假設 5: 人際關係能預測網路使用態度。		
假設 5-1: 人際關係能預測網路使用態度的「工具」		V
假設 5-2: 人際關係能預測網路使用態度的「電話聯絡」。		V
假設 5-3: 人際關係能預測網路使用態度的「個人領域」。	V	
假設 5-4: 人際關係能預測網路使用態度的「知識寶庫」。	V	
假設 5-5: 人際關係能預測網路使用態度的「交易」。	V	
假設 6: 人格特質的「外向性」能透過「人際關係」預測「網路使用態度」。		
假設 6-1: 人格特質的「外向性」能透過「人際關係」預測網路使用態度的「工具」。		V
假設 6-2: 人格特質的「外向性」能透過「人際關係」預測網路使用態度的「電話溝通」。		V
假設 6-3: 人格特質的「外向性」能透過「人際關係」預測網路使用態度的「個人領域」。	V	
假設 6-4: 人格特質的「外向性」能透過「人際關係」預測網路使用態度的「知識寶庫」。	V	
假設 6-5: 人格特質的「外向性」能透過「人際關係」預測網路使用態度的「交易」。	V	

第五章、結論與建議

本研究之目的旨在探討台灣大專院校學生的「人格特質」、「人際關係」、「網路成癮」與「網路使用態度」間的關係，並嘗試建立出「人格特質」、「人際關係」、「網路成癮」與「網路使用態度」之結構方程式模型，提供預測及解釋大專院校學生的網路成癮情況與態度。本章主要是統整研究結果，歸納出結論、討論及研究限制外並提出具體建議，以提供家長、教師及研究者對改善大學生網路使用情況之參考依據。

第一節、結論與討論

根據本研究之研究目的、研究問題，以下總結重要的研究結果並進行討論：

一、台灣大專院校生網路使用現況

在有效樣本中女性填答者高於男性，填答者多以人文社會及管理學院背景居多，並以碩士生為最大宗的填答對象，其次為大三、大四學生。台灣大專院校生平均使用網路年資達 10 年以上，表示從國小、國中開始便開始接觸網路。依網路使用時間而言，男性平日平均上網時間達 6.29 小時，假日則達 7.32 小時；女性平日平均上網時間達 5.72 小時，假日則是 6.48 小時。整體而言，男性每天使用網路時間皆略高女性約一小時，而大專院校學生在假日使用網路時間比平日使用略高一小時。此研究結果與柯慧貞（2004）之研究結果相當接近，大專生整體使用網路時間平日達 5.59 小時，假日則達 6.82 小時，甚至比起先前學者所提出之上網時數還要長（游森期，2001；楊正誠，2003；陳冠名，2004；柯慧貞，2004）。此結果表示大專生使用網路的時間有越來越久的趨勢，也是值得關注的議題。

二、台灣大專院校生之「人格特質」與「人際關係」對「網路成癮」之影響

整體而言，本模型之整體適配度屬於良好，顯示本模式可用來解釋台灣大專院生人格特質、人際關係、網路成癮與網路使用態度間的關係，至於「人格特質」與「人際關係」是如何影響「網路成癮」，結果如下：

- (一)、人格特質的「嚴謹性」與「外向性」確實能夠預測「人際關係」，其中人格特質的「外向性」具有較高的預測力，表示台灣大專院校生人格特質傾向越外向者，其人際關係也會愈佳。此結果符合其他國內外學者先前的研究結果(McCrae & Costa, 1990; Pervin & John, 1997; Diane & Jane, 1996; Asendorpf & Wilpers, 1998; 陳熾竹, 2002; 林家瑩等人, 2010)。
- (二)、人格特質對於「網路成癮」也達顯著預測能力，其中「嚴謹性」對於「網路成癮」變項達負向顯著預測力，表示人格特質的「嚴謹性」越低者較容易有「網路成癮」的傾向產生。而人格特質的「神經性」能夠正向預測「網路成癮」，由此可知人格特質中「神經性」傾向越高者，對網路越容易產生沉迷，而成為「網路成癮」。人格特質中的「嚴謹性」與「神經性」對於網路成癮也達顯著預測能力，人格特質中「神經性」傾向越高者對網路越容易產生沉迷，而成為「網路成癮」，上述結論此結果與 Loytsker 和 Aiello (1997)、游森期 (2001); 陳冠名 (2004); Gnisci 等人 (2011) 的研究結果符合。
- (三)、「人際關係」對於「網路成癮」未達顯著的預測效果，因此無法使用「人際關係」當作判斷「網路成癮」傾向的標準。本研究推論此結果有可能是因為「人際關係」包含四種人際關係如同儕、異性、家庭、師生關係，這些變項兩兩間互相干擾，或是有其他變項干擾，造成「人際關係」對「網路成癮」的預測效果不顯著，未來可改用同儕、異性、師生、家庭的分構面來測試其對網路成癮的預測效果。

三、台灣大專院校生之「人格特質」與「人際關係」對「網路使用態度」之影響

- (一)、人格特質的「親和性」對網路使用態度的「工具」未有顯著的影響力，但人格特質的「親和性」能正向預測網路使用態度的「個人領域」。人格特質的「神經性」對於網路使用態度的「工具」、「玩具」、「交易」方面皆具正向顯著的影響力，表示人格特質的「親和性」與「神經性」確實對於網路使用態度上有顯著的影響，此結論部分符合 Landers 和 Lounsbury (2004) 所提到的研究結果。但人格特質的「親和性」而言，對其網路使用態度的「工具」無顯著預測能力，本研究認

為可能是人格特質屬於「親和性」者，有較高的意願與他人溝通、分享，藉由網路社交行為來拓展社交圈，但使用者本身並不傾向將網路視為「工具」。

(二)、 「人際關係」對於網路使用態度的「工具」與「電話聯絡」面向未能有顯著影響力，但「人際關係」在「個人領域」、「知識寶庫」、「交易」等網路使用態度上皆具備顯著且正向的預測效果。本研究者推論使用者可能已相當熟悉網路的操作及使用方式，因此並不會因「人際關係」好壞而造成網路使用行為改變，換言之，使用者擁有較佳或較差人際關係，對使用網路獲得資訊、聯絡的心態是沒有差別的，因為使用網路已成為他們正常生活中的一部分。而「電話聯絡」某種層面也是一種將網路視為工具使用，像是使用電子郵件聯絡遠方親朋好友，再加上「人際關係」本身包含四構面同儕、師生、異性、家庭，可能其中兩兩變項間互相干擾，或是有其他變項干擾，而造成對網路使用態度的預測效果不顯著。

(三)、 人格特質的「外向性」並無法透過「人際關係」對網路使用態度的「工具」與「電話聯絡」造成直接與間接的顯著效果影響能力。由於「人際關係」無法對網路使用態度的「工具」與「電話聯絡」有直接的影響，即便是加入人格特質的「外向性」也未見其顯著影響性，再次驗證使用者之網路使用態度的「工具」與「電話聯絡」不因個人因素或是人際好壞而有差異性。

(四)、 人格特質的「外向性」透過「人際關係」對網路使用態度的「個人領域」面向在間接效果上有顯著正向預測效果，表示透過「人際關係」，人格特質的「外向性」傾向越高者，將網路視為「個人領域」的傾向也越高。本研究者認為「人際關係」在此扮演相當重要的角色，經由「人際關係」，「外向性」越高者較願意與他人進行互動，且易將自己的生活經驗、趣事分享在網路世界中，久而久之也將網路視為自己的「個人領域」。

(五)、 人格特質的「外向性」透過「人際關係」對網路使用態度的「知識寶庫」之間接效果達顯著水準以上，雖然人格特質的「外向性」對於網路使用態度的「知識寶庫」並無直接的預測效果，但「人際關係」在此更為一重要的關鍵，透過「人際

關係」的影響，人格特質的「外向性」傾向越高者，對於網路使用態度的「知識寶庫」則越有影響力，亦即更願意將網路視為豐富知識的來源。

(六)、人格特質的「外向性」透過「人際關係」對網路使用態度的「交易」之間接效果達也有顯著的影響力，儘管人格特質的「外向性」對網路使用態度的「交易」並無直接效果存在，但「人際關係」亦為重要的催化劑，藉由「人際關係」，人格特質為「外向性」的使用者，愈傾向將網路視為「交易」的場域，意指透過較佳的人際關係，外向性越高的網路使用者，則越樂意在網路上進行購物的行為。

第二節、 研究限制

本研究主要是關心台灣大專院校生的「人格特質」、「人際關係」、「網路成癮」與「網路使用態度」之關係，由於時間、人力、物力、財力的限制，存在著研究對象與研究方法的限制，說明如下：

一、研究對象

本研究以網路方式蒐集問卷樣本進行研究分析，並無依照分層抽樣的方式進行施測，也無法預測受試者是否按照真實情境填答，而且相較全國的大專院校生的數量，本研究僅採用少量的受試者作為研究對象，故所得的研究結果與結論不宜過度推論及應用，有待後續研究進行較大量抽樣調查。

二、研究方法

本研究因採用網路問卷調查法，僅以蒐集量化資料作統計分析，並無額外針對其他研究對象，以訪談這類方式收集質性資料，因此除了以統計數據來探討「人格特質」、「人際關係」、「網路成癮」與「網路使用態度」的關係外，無法深入探究及詮釋研究對象填答結果的其他可能原因。例如研究對象在填問卷時，可能因為題目數量、外在環境因素、個人心情、題目詮釋、網路放送問卷方法等，而干擾填答結果，因而對研究結果造成影響。未來考慮納入質化研究方法，以彌補量化研究不足之缺憾。

三、 研究工具

本研究量表由五份量表所構成，總題數高達 145 題，雖然題目皆為單選題項，但受試者仍需花費 15 至 20 分鐘的填答時間，其中人格特質量表採用 Saucier 的 Mini-Marker 40 題簡要五大人格因素量表，構面與 McCrae 與 Costa (1986) 所提出的五大人格特質有些許的不同，而所測量出的人格特質也有所侷限，並無法完整呈現原本理論架構的人格特質。本研究在人際關係量表部分採用薛國致 (2010) 的量表，題數雖不繁雜，但由於量表十分新穎，尚未受到多次驗證成為穩定量表，因此本研究所得之人際關係構面亦有詳加考慮的空間，因此在研究工具的取捨仍是本研究的限制之一。

第三節、 建議

根據前述之結論與討論，本研究提出以下建議，提供未來研究者或實務工作者之參考。

- 一、人格特質的「外向性」能透過「人際關係」對網路使用態度的「個人領域」、「知識寶庫」、「交易」造成影響，而具有此人格特性者本身較偏好與他人進行良好的互動、也願意與他人分享，如何讓這樣的人可以善用網路的各種服務，如部落格、Facebook、Wikipedia 等網路社交分享平台，使之樂於學習、增進自身的知能，同時也能享受美好的生活，是值得考量的問題。
- 二、由人格特質發現「嚴謹性」較低者與「神經性」較高者對「網路成癮」具有影響力，這類人格特質的使用者其教師和師長宜特別關注，提供預防性的協助，當發覺這類使用者出現網路使用不當時，可適時輔導介入，降低或減少網路成癮的情形發生。
- 三、在本次研究中並未探討「網路成癮」與「網路使用態度」的關係，本研究者認為「網路使用態度」對於「網路成癮」應具有相當程度的影響力，例如：越將網路視為「玩具」、「工具」、「電話連絡」的使用者是否越具有「網路成癮」的可能性，

因此建議未來研究可考慮將「網路使用態度」對「網路成癮」進行預測效果的檢定，或是檢驗「網路成癮」對「網路使用態度」的預測效果。



參考文獻

中文部分

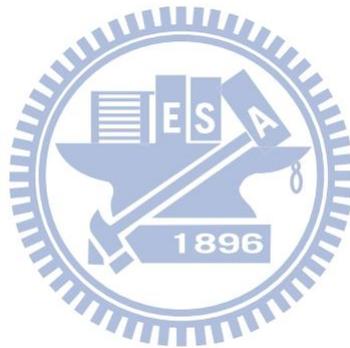
- 王智弘 (2008)。網路成癮的成因分析與輔導策略。輔導季刊, 44 (1), 1-12。
- 林以正、王澄華、吳佳輝 (2005)。網路人際互動特質與依戀型態對網路成癮的影響。中華心理學刊, 14 (3), 289-309。
- 林家瑩、林韋誠、鄭嫻嫻 (2010)。台灣大學生人格特質、人際互動策略與人際關係品質之關連。慈濟通識教育學刊, 6, 29-50。
- 林偉傑 (2008)。馬祖地區青少年網路使用行為人際關係、生活適應之相關研究。銘傳大學教育研究所碩士在職專班碩士論文, 未出版, 台北市。
- 林宗鴻譯, Burger, J. M. (1997)。人格心理學。台北市: 揚智。
- 林鈺琄 (2008)。國小高年級學童人格特質、人際關係與幸福感之相關研究。國立臺中教育大學諮商與應用心理學系碩士論文, 未出版, 台中市。
- 林能白、邱宏昌 (1999)。服務品質之研究-服務人員人格特質之影響分析與應用, 管理學報, 16 (2), 175-200。
- 吳明鳳 (2009)。台灣地區網路消費者購物決策因素研究—以社會及心理學取向。淡江大學大眾傳播系碩士論文, 未出版, 台北市。
- 李雯娣 (2000)。國小兒童性格特質之研究。屏東師範學院國民教育研究所碩士論文, 未出版, 屏東市。
- 洪光遠、鄭慧玲譯, Pervin, L. A. (1995)。人格心理學。台北: 桂冠圖書公司。
- 邱皓政 (2011)。結構方程模式—LISREL/SIMPLIS 原理與應用(二版)。台北: 雙葉書廊。
- 柯志鴻 (2003)。網路成癮之精神醫療觀點。學生輔導, 86, 36-57。
- 柯志鴻 (2005)。網路成癮疾患診斷準則。網路成癮問題暨輔導策略研習會。新竹縣, 大華技術學院。
- 范聖杰 (2010)。網路成癮者與網路購物行為之研究:以線上旅遊產品為例。嘉義大學

- 行銷與運籌研究所碩士論文，未出版，嘉義市。
- 韋子木、張榮泉譯，Sullivan, H. S. (2000)。精神病學的人際理論。台北市：昭明。
- 徐西森、連廷嘉、陳仙子、劉雅瑩 (2002)。人際關係的理論與實務。台北：心理
- 黃柏蒼 (2011)。台灣青少年網路成癮之心理病理因子與性別差異：其與網路使用、壓力、衝動性之關聯性。台灣大學心理學研究所碩士論文，未出版，台北市。
- 張春興 (2000)。心理學。台北：東華。
- 張惟亮 (2003)。人際關係之班級輔導活動實施效果研究。新竹師範學院輔導教學碩士論文，未出版，新竹市。
- 莊耀嘉、李雯娣 (2001)。兒童性格結構：五大模型的本土化檢驗。中華心理學刊，43 (1)，65-82。
- 梁德馨 (2011)。2011 年台灣無線網路使用調查報告。2012 年 2 月 21 日，取自 <http://www.twnic.net.tw/download/200307/1107d.pdf>
- 涂秀文 (1999)。國民中學學生人格特質、人際關係與快樂之相關研究。國立高雄師範大學教育學系碩士論文，未出版，高雄市。
- 曾端真、曾玲珉譯，Rudolph, F. V. & Kathleen, S. V. (1996)。人際關係與溝通。台北：揚智。
- 溫婉玉 (2009)。大學生人際關係、自尊、網路使用時間和網路成癮傾向研究。國立台灣師範大學衛生教育學系碩士論文，未出版，台北市。
- 陳淑惠、翁儷禎、蘇逸人、吳和懋、楊品鳳 (2003)。中文網路成癮量表之編製與心理計量特性研究。中華心理學刊，45(3)，279-294。
- 陳天心 (2011)。不同人格特質的獨生子女與非獨生子女對網路使用態度的差異。「台灣科技傳播暨科技學會 2011 國際學術研討會」發表之論文，台北市文化大學。
- 陳皎眉 (1997)。人際關係。台北：國立空中大學。
- 陳騏龍 (2001)。國小學童情緒智力與幸福感、人際關係及人格特質之相關研究。屏東師範學教育心理與輔導研究所碩士論文，未出版，屏東市。
- 陳冠名 (2004)。青少年網路使用行為及網路沈迷的因素之研究。國立高雄師範大學

- 教育學系博士論文，未出版，高雄市。
- 黃志和（2005）。**五大性格特質之遺傳性研究**。國立屏東師範學院教育心理與輔導學系碩士論文，未出版，屏東市。
- 黃可欣（2006）。**戀愛中大學生之性別角色特質、人格特質與愛情態度之相關研究**。國立新竹教育大學教育心理與諮商學系輔導教學碩士論文，未出版，新竹市。
- 黃堅厚（1999）。**人格心理學**。台北市：心理出版社。
- 黃德祥（1994）。**青少年發展與輔導**。台北市：五南。
- 游森期（2001）。**大學生網路使用行為、網路成癮及相關因素之研究**。國立彰化師範大學教育研究所碩士論文，未出版，彰化市。
- 游森期（2002）。青少年網路成癮之成因探討。學生輔導，83，109-118。
- 葉于嘉（2009）。**早產兒母親之人格特質與幸福感相關研究**。國立新竹教育大學教育心理與諮商學系輔導教學碩士論文，未出版，新竹市。
- 葉青雅（2004）。**國小教師人格特質、人際關係和寬恕態度三者相互關係之研究**。國立新竹師範學院國民教育研究所碩士論文，未出版，新竹市。
- 蘇逸珊（2002）。**大學生依附風格情緒智力與人際關係之相關研究**。國立屏東師範學院教育心理與輔導學系碩士論文，未出版，屏東市。
- 薛國致（2010）。**屏東地區大學生網路使用態度與人際關係之相關研究**。國立屏東教育大學社會發展學系碩士論文，未出版，屏東市。
- 潘菲（1992）。論青少年的人際關係。共同學科期刊，2，109-120。
- 謝亞儒（2009）。**國小孩童之母親國籍與其親子互動關係、同儕互動關係及幸福感的相關研究**。國立台南大學諮商與輔導研究所碩士論文，未出版，台南市。
- 韓佩凌、鄔佩麗、陳淑惠、張郁雯（2007）。北部高職學生網路沉迷模式之徑路分析研究。**教育心理學報**，38（3），355-373。
- 戴淑貞、黃琴雅、李曉君（2008）。**國中生網路成癮與親子互動關係之研究**。**南榮學報**，11，C7-1-C7-20。
- 戴奇華（2010）。**使用虛擬社群青少年人格特質網路使用行為生命態度與網路成癮之**

相關研究。國立屏東教育大學資訊科學系碩士論文，未出版，屏東市。

謝明達（2004）。國民中小學學生網路使用行為與網路成癮之區辨研究。國立花蓮師範學院輔導碩士論文，未出版，花蓮市。



英文部分

Allport, G. W. (1937). *Personality: A psychological interpretation*. New York: Holt.

Allport, G. W., & Odbert, H. S. (1936). Trait-names: A psycho-lexical study.

Psychological Monographs, 47(211).

Asendorpf, J. B., & Wilpers, S. (1998). Personality effects on social relationships. *Journal of*

Personality and Social Psychology, 74(6), 1531-1544.

Berry, D. S. & Hansen, J. S. (1996). Positive Affect, Negative Affect, and Social Interaction.

Journal of Personality and Social Psychology, 71(4), 796-809.

Bosnjak, M., Galesic, M. & Tuten T. (2007). Personality determinants of online shopping :

Explaining online purchase intentions using a hierarchical approach. *Journal of*

Business Research, 60, 597-605.

Cattell, R. B. (1950). *Personality: A systematic theoretical and factual study*. New York:

McGraw-Hill.

Costa, P. T., Jr., & McCrae, R. R. (1985). The NEO personality inventory manual. Odessa,

FL: Psychological Assessment Resources.

Chou, C., & Hsiao, M.C. (2000). Internet addiction, usage, and gratifications - the Taiwan's college students' case. *Computers & Education*, 35, 65-80.

Chou, C. (2001). Internet heavy use and addiction among Taiwan college students: An online interview study. *CyberPsychology and Behaviors*, 4(5), 573-585.

Chou, C., Chen, C. H., & Wu, H, C. (2007). *Tool, toy, telephone, or information: Children'*

perceptions of the Internet. Poster presented at 114th American Psychology

Association (APA) Annual Convention, San Francisco, USA. August 17-20, 2007.

Chou, C., Wu, H. C., & Chen, C. H. (2011). Re-visiting college students' attitudes toward the Internet-based on a 6-T model: Gender and grade level difference. *Computers &*

Education, 56, 939-947.

- Das, S., Echambadi, R., McCardle, M., & Luckett, M. (2003). The effect of interpersonal trust, need for cognition, and social loneliness on shopping, information seeking and surfing on the web. *Marketing Letters*, 14(3), 185-202.
- Digman, J. M., & Inouye, J. (1986). Further specification of the five robust factor of personality. *Journal of Personality and Social Psychology*, 50, 116-123.
- Goldberg, I. (1996). Internet addiction disorder. Retrieved February 6, 2012, from <http://www.cog.brown.edu/brochures/people/duchon/humor/internet.addiction.html>.
- Grohol, J.M. (1999) Too much time online: Internet addiction or health social interactions? *Cyber Psychology and Behavior*, 2(5), 395-401.
- Huang, Y. R. (2006). Identity and intimacy crises and their relationship to Internet dependence among college students. *Cyber Psychology and Behavior*, 9(5), 571-576.
- Moore, K., & McElroy J. C. (2012). The influence of personality on Facebook usage, wall postings, and regret. *Computers in Human Behavior*, 28, 267-274.
- McCrae, R. R., & Costa, P.T., Jr. (1990). *Personality in adulthood*. New York : Guilford Press.
- McCrae R. R. & John O. P. (1992). An Introduction of the Five-Factor Model and it's applications. *Journal of Personality*, 60(2), pp. 175-215.
- McCrae, R.R. & Costa, P.T. Jr. (1992). *NEO PI-R. Professional manual*. Odessa, FL: Psychological Assessment Resources, Inc.
- McCrae, R. R., & Costa, P. T., Jr. (1987). Validation of the five-factor model of personality across instruments and observers. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52, 81-90.
- Newcomb, T. M. (1953). An approach to the study of communication arts. *Psychology Review*, 60, 393-404.
- Noller, P., Law, H., & Comrey, A. (1987). Cattell, Comrey, and Eysenck personality factors compared: More evidence for the five robust factor? *Journal of Personality and Social*

Psychology, 53, 775-782.

Griffiths, M. (2000). Does Internet and computer “Addiction” exist? Some case study evidence. *CyberPsychology & Behavior*, 3, 211-218.

Gnisci, A., Perugini, M., Pedone, R. & Conza, A.D. (2011). Construct validation of the Use, Abuse and Dependence on the Internet inventory. *Computers in Human Behavior*, 27, 240-247.

Hu, L. T., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives, *Structural Equation Modeling*, 6(1), 1-55.

Landers, R. N. & Lounsbury John W. (2006). An investigation of Big Five and narrow personality traits in relation to Internet usage. *Computers in Human Behavior*, 22(2), 283-293.

Lindgren, H. C. (1953). *Psychology of Personal and Social Adjustment*. New York: American Book Company.

Luan, W. S., Fung, N. S., & Atan, H. (2008). Gender differences in the usage and attitudes toward the Internet among student teachers in a public Malaysian university. *American Journal of Applied Sciences*, 5(6), 689-697.

Levin, I. & Stokes, J. P. (1986). An examination of the relation of individual difference variables to loneliness. *Journal of Personality*, 54(4), 717-733.

Saucier, G. (1994). Mini-Makers – A brief version of Goldberg unipolar Big-5 Makers, *Journal of Personality Assessment*, 63(3), 506-516.

Sampo, V. P. (2003). Big five factor of personality and replicated prediction of behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84, 411-424.

Schutz, W. C. (1958). *A three-dimensional theory of interpersonal behavior*. New York: Rinehart & Company.

Schutz, W. C. (1966). *The interpersonal underworld*. Palo Alto, Calif.: Science and

Behavior Books.

- Sun, S. (2008). An examination of disposition, motivation, and involvement in the new technology context computers in human behavior. *Computers in Human Behavior*, 24(6), 2723–2740.
- Tsai, C.-C. (2004). Adolescents' perceptions toward the Internet: a 4-T framework. *CyberPsychology & Behavior*, 7(4), 458–463.
- Pervin, L. A. & John, O. P. (1997). *Personality : Theory and research* (7th ed.). New York : John Wiley.
- Wright, S. (1918). On the nature of size factor. *Genetics*, 3, 367-374.
- Wright, S. (1921). Correlation and causation. *Journal of Agriculture Research*, 20, 577-585.
- Wright, S. (1934). The method of path coefficients. *Annals of Mathematical Statistics*, 5, 161-215.
- Wright, S. (1960). Path coefficients and path regressions: alternative or complementary concepts? *Biometrics*, 16, 189-202.
- Wiggins, J. S., & Pincus, A. L. (1993). Personality: Structure and assessment. *Annual Review of Psychology*, 43, 473-504.
- Young, K. S. (1996). Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder. *CyberPsychology and Behavior*, 1(3), 237-244.
- Young, K.S. & Roger, R. C. (1998). Internet addiction: personality traits associated with its development, *paper present at the 69th annual meeting of the Eastern Psychological Association in April 1998*.

附錄

台灣大專院校生人格特質、人際關係、網路成癮與網路使用態度的關係問卷

第一部分 個人背景資訊

1. 性別： 男 女
2. 年齡：____ 歲
3. 目前就讀：大一 大二 大三 大四(含)以上 碩士班 博士班
4. 科系：
電機學院 資訊學院 工學院 人文社會 管理學院
生物資源暨農學院 醫學院 公衛學院 法律學院
其他_____
5. 我通常在哪裡上網：(只能選一個！)
寢室 家中 學校電腦教室或計中 系所實驗室 網咖
其他_____
6. 網際網路使用年資為_____年 (請填數字)
7. 我每天平均上網多久：
週一至週五每天約_____小時；週六、日每天約_____小時 (請填數字)



第二部分 人格特質

請對左列形容您人格特質的詞語予以評分(1-5分)，若該詞語非常貼切的表達了您某部份的特質，請給予5分，反之則給予1分。

填寫量表須知：

1. 描述「現在」的自己，而非「未來」或是「期望」中的自己。
2. 以下各項特質並無絕對的好壞之分，請盡量「真實」地描述自己。
3. 對每一項人格特質進行「獨立」判斷，勿受其他題目的影響。

內向的		紊亂的		沒有效率的		安靜的	
大膽的		有效率的		聰明的		不受拘束的	
粗心的		精力旺盛的		猜疑的		無理的	
冷靜的		嫉妒的		仁慈的		害羞的	
複雜的		喜歡社交的		易怒的		草率的	
合作的		煩躁的		有組織的		富同情心的	
有創造力的		粗魯的		富哲理的		有系統的	
深沈的		富想像力的		實際的		健談的	
易受刺激的		多愁的		缺乏創造力的		不好嫉妒的	
不聰明的		冷漠的		溫情的		孤獨的	



第三部分 人際關係

我認為...		非		非	
		常	不	常	同
		不	同	同	意
		意	意	意	意
1	我跟我朋友相處時很快樂。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	當朋友發生困難時，我願意主動幫助他。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	我能跟朋友守住屬於彼此的秘密。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	自己是容易被人群接納的。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	一個人做事比與小組成員合作更有效率。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6	我有許多知心朋友。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7	我可以很自然與異性交談，與異性交往是件容易的事。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8	自己很有異性緣。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9	看到心儀的對象，我會勇於追求。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10	我與家人無話不談，擁有良好的互動關係。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11	我很享受在家中溫馨的時光。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12	家人會不時關心我的近況。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13	家人會尊重我做的任何決定。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14	我很享受課餘時間與老師聊天。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15	師長常常主動關心我。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16	與老師的關係亦師亦友。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



第四部分 網路成癮

請依照真實狀況填答即可!

		非 常 不 同 意	不 同 意	同 意	非 常 同 意
1	曾不只一次有人告訴我，我花了太多時間在網路上。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	我只要有一段時間沒有上網，就會覺得心裡不舒服。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	我發現自己上網的時間越來越長。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	網路斷線或接不上時，我覺得自己坐立難安。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	不管再累，上網總覺得很有精神。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6	其實我每次都只想上網待一下子，但常常一待就待很久不下來。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7	雖然上網對我的日常人際關係造成負面影響，我仍未減少上網。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8	我曾不只一次因為上網的關係而睡不到四小時。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9	從上學期以來，平均而言我每周上網的時間比以前增加許多。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10	我只要有一段時間沒有上網就會情緒低落。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11	我不能控制自己上網的衝動。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12	發現自己投注在網路上而減少和身邊朋友的互動。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13	我曾因上網而腰酸背痛，或有其他身體不適。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14	我每天早上醒來，第一件想到的事就是上網。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15	上網對我學業或工作已造成一些負面的影響。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16	我只要有一段時間沒有上網，就會覺得自己好像錯過什麼。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17	因為上網的關係，我和家人的互動減少了。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18	因為上網的關係，我平常休閒活動的時間減少了。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19	我每次下網後其實是要去做別的事，卻又忍不住再次上網看看。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20	沒有網路，我的生活就毫無樂趣而言。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21	上網對我的身體健康造成負面的影響。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22	我曾試過想花較少的時間在網路上，但卻無法做到。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23	我習慣減少睡眠，以便能有更多時間上網。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24	比起以前，我必須花更多的時間上網才能感到滿足。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25	我曾因為上網而沒有按時進食。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26	我會因為熬夜上網而導致白天精神不濟。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

第三部分 網路態度

我認為...	非常		非常	
	不	不	同	同
	同	同	意	意
	意	意	意	意
1. 網路資訊擴張我的視野。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 網路可以讓我做更多有趣的事情。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 網路可以讓我做更多具有創意的事情	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 網路資訊是人類知識的一個重要部分。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 網路可以讓我獲得我想要的 <u>課業相關</u> 資訊。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 網路可以讓我獲得我想要的生活娛樂相關資訊。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 網路資訊讓社會更進步。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. 網路是抒發個人心聲的好地方。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. 網路是同學朋友彼此瞭解的好地方。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. 網路是記錄個人生活點滴的好地方。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. 網路是發表個人意見的最好管道。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. 網路是網友們交換意見的好地方。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. 網路是展現個人專業知識的好地方。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. 網路是與同學朋友聯絡感情的好地方。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. 網路是與同學朋友討論功課的好管道。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. 我很喜歡用網路。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. 我花很多時間在網路上找生活娛樂相關的資訊。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. 我花很多時間在網路上跟同學朋友聯繫。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. 我花很多時間在網路上跟網友聯繫。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20. 若有使用網路的機會我會盡量使用。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21. 我常使用網路資訊來做功課。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22. 網路是我的好玩伴。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23. 網路是我打發時間的好去處。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24. 我很喜歡玩網路。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25. 上網讓我感到快樂。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26. 上網是一種娛樂活動。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27. 當我遇到不如意事情時，我會想上網。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
28. 在學校不敢說的事情，在網路上可以很輕易的說出來。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
29. 我比較喜歡在網路上認識新朋友。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
30. 網路很有趣。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

我認為...	非		非	
	不	不	同	常
	同	同	意	同
	意	意	意	意
31. 我喜歡上網休閒。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
32. 網路是我的好朋友。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
33. 網路是我的玩具。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
34. 上網可以讓我放鬆心情。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
35. 網路對人類有很大的貢獻。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
36. 我在網路上不會無聊。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
37. 我在學期間一定會（例行性地）使用網路。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
38. 我常使用網路。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
39. 我和網友聊天可以聊很久。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
40. 我覺得網路上的資訊都很可信。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
41. 在網路上買賣東西很方便。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
42. 在網路上很容易找到我要買的商品。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
43. 在網路上買賣東西可以節省很多時間。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
44. 在網路上買東西便宜又大碗。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
45. 網路上的商品資訊很充足。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
46. 網路上的商品種類很多。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
47. 在網路上買賣東西很有趣。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
48. 我喜歡在網路上買賣東西。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
49. 我喜歡在網路上跟別人一起團購。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
50. 在網路上買賣東西是一種趨勢。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
51. 在網路上買賣東西是新潮時髦的。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
52. 網路是我日常生活的好幫手。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
53. 網路是我學習的好工具。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
54. 網路可以讓我下載許多工具軟體。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
55. 網路可以讓我下載許多影音檔案。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
56. 網路可以說是我的工具箱。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>