

國立交通大學

理學院科技與數位學習學程

碩士論文

臉書上的人際電子監視:浪漫關係的不確定性與
潛在競爭者的影響

Interpersonal Electronic Surveillance on Facebook: A Study on
Romantic Relational Uncertainty and Potential Competitors

研究生：蘇素惠

指導教授：孫春在 教授

中華民國一百零一年六月

臉書上的人際電子監視：浪漫關係的不確定性與潛在競爭者的影響

Interpersonal Electronic Surveillance on Facebook: A Study on Romantic
Relational Uncertainty and Potential Competitors

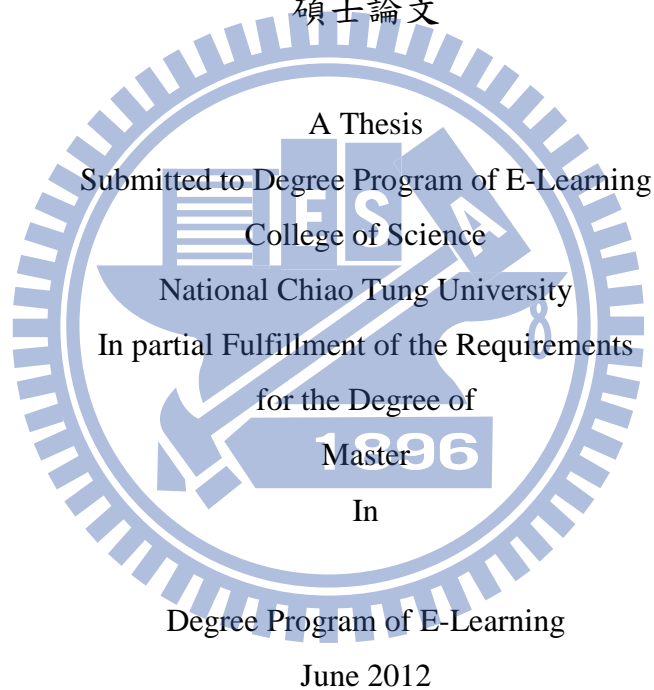
研 究 生：蘇素惠

Student：Su-Hui Su

指導教授：孫春在 教授

Advisor：Dr. Chuen-Tsai Sun

國立交通大學
理學院科技與數位學習學程
碩士論文



Hsinchu, Taiwan

中華民國一百零一年六月

臉書上的人際電子監視:浪漫關係的不確定性與潛在競爭者的影響

學生：蘇素惠

指導教授：孫春在 教授

國立交通大學理學院 科技與數位學習學程碩士班

中文摘要

過去的研究認為使用臉書的時間可以用來預測與臉書相關的嫉妒，並推測是臉書上模糊不清的訊息導致監視行為。由於浪漫關係中的個體在面臨高不確定性時，會放大所面臨的威脅，增加訊息搜尋行為，並且經常進行暗中偵察。加上異性朋友對於親密關係而言是種潛在威脅，而監視又是浪漫關係中用來維護關係、面對外來威脅的策略與反應。因此本研究以浪漫關係的不確定性和潛在競爭威脅為方向，探討影響臉書人際電子監視時間的因素。本研究主要研究目的如下：

- 一、瞭解感情訊息與關係不確定性的關係。
- 二、瞭解感情訊息與潛在競爭威脅的關係。
- 三、瞭解關係不確定性與潛在競爭威脅的關係。
- 四、尋找可能影響臉書中人際電子監視時間的因素。

本研究以在約會關係中且本身和約會對象都有使用臉書者為研究對象(N=286)，利用便利抽樣法於大學校園進行紙本問卷調查。根據研究結果得到四項結論：

- 一、在臉書中顯示負向感情狀態者，浪漫關係的不確定性較高。
- 二、加舊情人為臉書上的好友會讓約會對象感受到較高的潛在競爭威脅。
- 三、伴侶確定程度愈高，臉書上的監視時間愈長，打破了關係愈確定，訊息搜尋行為愈少的論點。
- 四、瀏覽時間、伴侶確定程度、關係確定程度、本人臉書朋友數、約會對象臉書朋友數以及性別均對人際電子監視時間有所影響。

關鍵字：人際電子監視、關係不確定性、潛在競爭威脅

Interpersonal Electronic Surveillance on Facebook: A Study on Romantic Relational
Uncertainty and Potential Competitors

Student: Su-Hui Su

Advisor: Dr. Chuen-Tsai Sun

Degree Program of E-Learning

National Chiao Tung University

ABSTRACT

This research seeks to understand the primary variables in shaping interpersonal electronic surveillance in romantic relationships on Facebook. The general premise is that individuals experiencing high levels of uncertainty or competitive relationships tend to increase their information seeking behaviors and conducting surveillance. We build our framework on this reasoning to deduce hypotheses about how messages about relationship, relational uncertainty and competitive relationships may be associated with interpersonal electronic surveillance on Facebook. We conducted a questionnaire survey on individuals in dating relationships (N=286). The findings reveal that interpersonal electronic surveillance in romantic relationships on Facebook is influenced by the time individuals spend on Facebook, degree of uncertainty in partnership, the number of Facebook friends of the participant, and the number of Facebook friends of their partners. Finally, gender also makes difference in such behavior.

**Keywords: Interpersonal Electronic Surveillance, Relational Uncertainty,
Competition Relationships**

致 謝

首先要感謝指導教授孫春在老師。謝謝老師在論文方向、內容及用詞方面經常給予我一矢中的的提點，讓我茅塞頓開，眼睛為之一亮，心中滿是佩服！謝謝老師！

感謝教研所博班的志鴻學長在統計上的全力支持。志鴻學長對於統計的精熟及作學問的態度令人佩服。憑著上志鴻學長統計課得到的半小時免費諮詢獎勵，硬拗了學長好幾個在麥當勞的夜晚，以後只要看到冰炫風就會想起統計折磨我，而我折磨學長的這段日子，志鴻學長，謝謝你！

感謝實驗室博班的立先學長，立先學長是實驗室第一個被我叨擾，而且在日後提供大大小小協助的學長。尤其感謝立先學長超有耐心地說明研究假設的邏輯並提供建議，讓論文架構更清晰、更完整，謝謝立先學長。

感謝實驗室博班的佩嵐學姐，在問卷因素分析給予我很大的協助，讓遇到瓶頸的我，得以突破、繼續前進，謝謝佩嵐學姐。

感謝實驗室博班的書豪學長，謝謝學長在論文撰寫脈絡上的建議並傳授我們口試心法，謝謝你在教研所博班的朝陽學長來幫我們上統計課時，幫我們打點一切，謝謝書豪學長，也謝謝朝陽學長！

感謝同一實驗室又同班的同學—秀美、冠岑和俊博，以及班上的同學惠菁在研究上互相討論、鼓勵與幫忙，大家都順利過關了，真好！

其實從參加入學考試開始，這一路走來，要感謝的人太多了。

感謝游伯龍教授及 Mage 大老闆的推薦函，讓我得以報考，銘記於心。

謝謝勇任，在我一考上的時候，就叮嚀我要趕快找指導教授並送我隨身碟，讓我捷足先登並且在寫論文的過程中一直謹記備份的重要，阿姨現在順利達陣了，勇任謝謝你！

謝謝 Lawrence 在問卷預試階段，本著業務長才，讓我見習如何尋找地點、進行問卷調查，這讓有些膽怯的我，抓到了方向，吃了定心丸，日後進行正式問卷調查時，得以順利進行，謝謝 Lawrence！

謝謝糰隊的斯博、志宏、衍吟、佳臻常以幫助我快速提升論文能力為誘因，拐我出去吃喝玩樂，明知是幌子卻甘心被騙，讓我在緊繃的生活中有些喘息，得以繼續前進。

謝謝中原的同窗同學，不斷給予我鼓勵、打氣、給我甜蜜的壓力來激勵我，謝謝貝貝、Michael、阿甘、馨、小鬼、萍、麗茹、卓、琳...，謝謝我親愛的中原同學！

謝謝老闆 Jeff，在請假方面給予我完全的尊重，讓我在工作及學業時間的分配上得以調度。

謝謝同事 Rob、東哥、Sam、湯姆、Leon、Rockey、Neil，平常就幫我解決許多問題，而在我論文初期，卻也是接受我各項提問，探詢各類看法、意見的對象，謝謝你們！

尤其要謝謝所有幫我填過問卷，接受過我詢問的朋友，沒有你們的協助，就沒有現在這份論文的產出，感謝在中原大學、元智大學、清雲大學、交通大學、清華大學、桃園火車站肯德基、中壢麥當勞、中壢摩斯漢堡、桃園台茂購物中心、中壢華納威秀影城、中壢 SOGO 偶遇的你們，是你們耐心的填答，成就了這份論文，而經過問卷調查預試及正式施測的過程，讓我看到台灣年輕人的善良與可愛，這是我始料未及、很特別的一個經驗，謝謝你們！

當然也要謝謝我臉書上所有的朋友，雖然只是一段話，一個讚，卻是我在電腦前撰寫論文的最好調劑與陪伴，並且在我口試時給了我滿滿的溫暖，謝謝你們！

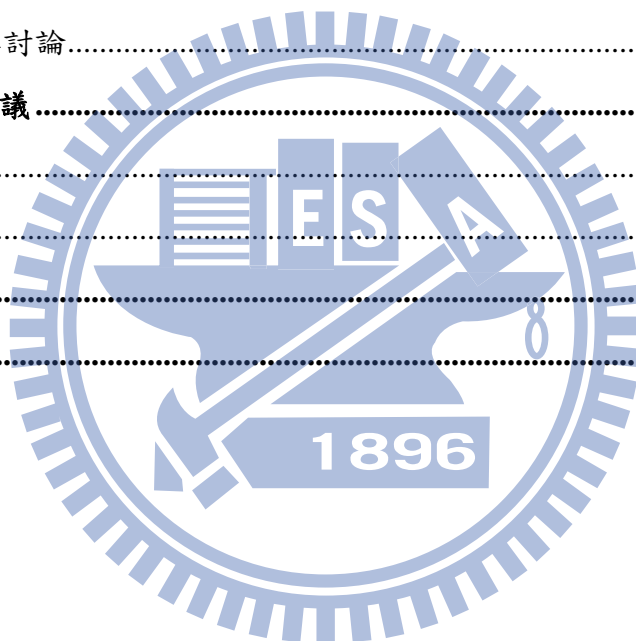
最後這不算感謝，應該算是威脅，瓊瓊和嘉嘉，這二年日子過得不錯吧！好日子已經過去了，準備接招吧！



目 錄

中文摘要	I
ABSTRACT	II
致 謝	III
目 錄	V
表目錄	VII
圖目錄	IX
第一章 緒論	1
1.1 研究背景與動機	1
1.2 研究目的	6
1.3 研究問題	7
1.4 重要名詞解釋	8
第二章 文獻探討	9
2.1 臉書社交網站	9
2.1.1 社交網站及臉書的發展	10
2.1.2 臉書的盛行	13
2.1.3 臉書工具特色	15
2.1.4 臉書人際互動特色	18
2.2 關係不確定性	20
2.2.1 關係不確定性降低理論	20
2.2.2 不確定性與訊息搜尋	22
2.2.3 關係不確定性量表	24
2.2.4 引發不確定性事件的因素	25
2.3 外部競爭關係	26
2.3.1 臉書潛在競爭威脅量表	27
2.4 人際電子監視	28
2.4.1 監視理論	28
第三章 研究方法	31
3.1 研究架構	31

3.2 研究流程.....	32
3.3 研究假設.....	33
3.4 研究對象.....	34
3.5 研究方法及工具.....	35
3.5.1 預試問卷內容題項	36
3.5.2 預試各量表之項目分析	41
3.6 資料分析方法.....	69
第四章 研究結果與分析	70
4.1 樣本描述性統計.....	70
4.2 研究假設考驗分析.....	78
4.3 研究結果與討論.....	91
第五章 結論與建議	93
5.1 研究結論.....	93
5.2 研究建議.....	95
參考文獻	96
附 錄	101



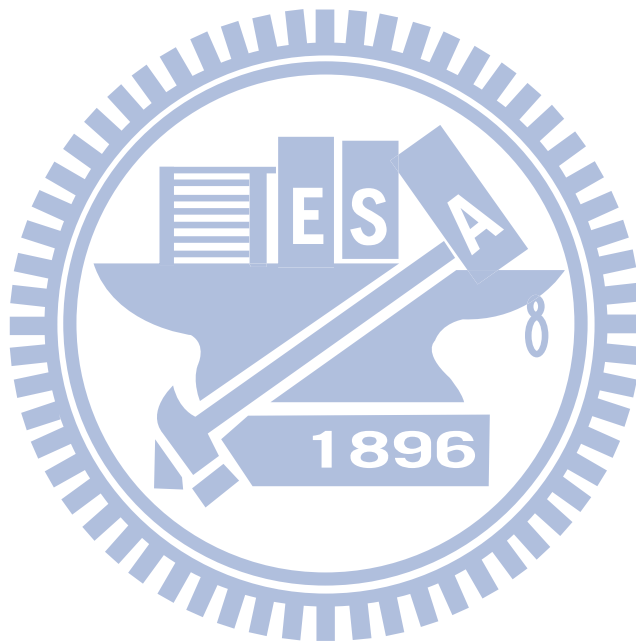
表目錄

表 1	社交網站發展大事紀	10
表 2	台灣臉書使用人數佔該年齡組現住人口數百分比	13
表 3	台灣各年齡組佔台灣臉書總使用人口數百分比	14
表 4	美國各年齡組佔美國臉書總使用人口數百分比	14
表 5	個人變項、感情訊息變項與臉書使用變項之題項	36
表 6	臉書潛在競爭威脅量表題項	37
表 7	不確定性量表-自我不確定性分量表題項	38
表 8	不確定性量表-伴侶不確定性分量表題項	39
表 9	不確定性量表-關係不確定性分量表題項	40
表 10	臉書潛在競爭威脅量表之極端組檢定摘要表(N=100).....	42
表 11	不確定性量表-自我不確定性分量表之極端組檢定摘要表(N=100)	43
表 12	不確定性量表-伴侶不確定性分量表之極端組檢定摘要表(N=100)	44
表 13	不確定性量表-關係不確定性分量表之極端組檢定摘要表(N=100)	45
表 14	臉書潛在競爭威脅量表之項目與總分相關分析摘要表(N=100).....	46
表 15	不確定性量表-自我不確定性之題項與總分相關分析摘要表(N=100)	47
表 16	不確定性量表-伴侶不確定性之題項與總分相關分析摘要表(N=100)	48
表 17	不確定性量表-關係不確定性之題項與總分相關分析摘要表(N=100)	49
表 18	臉書潛在競爭威脅量表之因素分析摘要表(N=100).....	51
表 19	臉書潛在競爭威脅量表—人際吸引威脅因素分析摘要表(N=100).....	54
表 20	自我不確定性分量表-對這段關係的渴望因素分析摘要表(N=100)	54
表 21	自我不確定性分量表-對這段關係的評價因素分析摘要表(N=100)	55
表 22	自我不確定分量表-對這段關係的目標因素分析摘要表(N=100)	56
表 23	伴侶不確定分量表-對這段關係的渴望因素分析摘要表(N=100)	57
表 24	伴侶不確定分量表-對這段關係的評價因素分析摘要表(N=100)	58
表 25	伴侶不確定分量表-對這段關係的目標因素分析摘要表(N=100)	59
表 26	關係不確定分量表-關係的行為規範因素分析摘要表(N=100)	60
表 27	關係不確定分量表-伴侶之間的感情因素分析摘要表(N=100)	61
表 28	關係不確定分量表-當前關係的定義因素分析摘要表(N=100)	62

表 29	關係不確定分量表的關係的未來因素分析摘要表(N=100).....	63
表 30	臉書潛在競爭威脅量表之信度分析摘要表(N=100).....	64
表 31	不確定性量表-自我不確定性之信度分析摘要表(N=100)	65
表 32	不確定性量表-伴侶不確定性之信度分析摘要表(N=100)	66
表 33	不確定性量表-關係不確定性之信度分析摘要表(N=100)	67
表 34	全體受試者本身臉書上的感情狀態分佈表	72
表 35	全體受試者本身臉書上的感情狀態(正向、負向、不顯示)分類表.....	73
表 36	全體受試者目前約會對象臉書上感情狀態分佈表	73
表 37	全體受試者目前約會對象臉書上感情狀態(正向、負向、不顯示)分類表.....	73
表 38	全體受試者臉書中潛在競爭威脅感受程度描述性統計量	77
表 39	全體受試者浪漫關係確定程度描述性統計量	76
表 40	感情訊息變項與浪漫關係確定程度迴歸模型的變異數分析摘要表	79
表 41	感情訊息變項與浪漫關係確定程度之多元迴歸分析摘要表	79
表 42	感情訊息變項與潛在競爭威脅迴歸模型的變異數分析摘要表	82
表 43	感情訊息變項與潛在競爭威脅之多元迴歸分析摘要表	82
表 44	是否在意對象加好友其伴侶確定程度及朋友數之平均數、標準差摘要表	84
表 45	是否在意對象加好友其伴侶確定程度及朋友數之變異數分析摘要表	84
表 46	浪漫關係確定程度與潛在競爭威脅之相關性摘要表	86
表 47	相關變項與人際電子監視時間迴歸模型的變異數分析摘要表	87
表 48	相關變項與人際電子監視時間之多元迴歸分析摘要表	87
表 49	性別與監視時間之 t 檢定摘要表 (N=286)	89

圖目錄

圖 1 研究架構.....	31
圖 2 研究流程.....	32
圖 3 臉書潛在競爭威脅量表因子圖.....	52
圖 4 不確定性量表因子圖.....	53



第一章 緒論

本研究是以戀人為研究對象，探討浪漫關係的不確定性與臉書中潛在競爭者的威脅對人際電子監視時間的影響。本章共分為四節：1.1 研究背景與動機；1.2 研究目的；1.3 研究問題；1.4 重要名詞解釋。

1.1 研究背景與動機

使用社交網站已是多數人日常生活的一部分 (Ellison & Boyd, 2007)。根據 2012 年 4 月 11 日 CheckFacebook 網站的統計資料，全球臉書的使用人數有 8.38 億人，台灣的使用人數有 1,194 萬人。其中台灣 16-34 歲使用臉書的人數佔現住人口數的比率超過 100% (如表 2)，這表示有人不只擁有一個帳號，但也顯示在這個年齡群幾乎是全員參與。而在實際生活中，周遭的親朋好友大多數都有臉書帳號，這也是不爭的事實。

臉書是熟人社交網站，鼓勵連結既有的人際關係並且讓個人的人際網絡可視化 (Ellison & Boyd, 2007)。臉書是以個人為中心所架構的社交網站，人們在臉書上使用的是真實的身份，交往的是真實生活中的朋友 (李芳齡，民 100)。大多數人都是使用臉書來進一步瞭解在線下已經認識的人，較少用來結交新朋友 (Lampe, Ellison, & Steinfield, 2006)，這也是臉書比較特別的地方。而臉書強大的尋友功能，打破時空的區隔，將許多本應隨時間、空間消逝的關係一一串連起來，並且將個人臉書上所有的朋友表列，讓實際生活中無法看見的人際網絡，清楚地呈現在朋友面前 (Ellison & Boyd, 2007)，只要逐一點擊好友列表就可以遍覽個人所有朋友的檔案、清楚每個人的動向。

臉書是個利於監視的平台，它比網路上或網路外其它工具提供更多個人與他人互動的訊息。Joinson (2008)指出上社群網站除了與朋友保持連繫，第二個動機就是監視。譬如：塗鴉牆上自己的貼文，朋友的回覆，甚至加誰為好友，在誰的版上說了什麼話，系統都會即時顯示在個人的動態時報中，並且透過動態消息發佈，告知所有朋友，個人在臉書上的一舉一動簡直無所遁形。加上社交網站所具備的四個特性：(1)持久性：溝通內容可以無限期存放。(2)可搜索性：透過關鍵字，

不用費時收集分類，馬上就可以獲得訊息。(3)可複製性：基於數位特性，可以不斷複製。(4)無形的觀眾：人們在社交網站上雖然是與心中特定的對象溝通，但只要是公開的訊息，網上的每個人都是觀眾 (Boyd, 2007)。也就是說個人在臉書上的言行，朋友們都可以即時、隨時、輕鬆地瀏覽、搜尋。

個人在臉書上的一舉一動，同時呈現在各類關係的面前。臉書和傳統人際互動有著明顯的差異，以往不管是實際面對面的溝通或是利用電話、郵件、即時通等跟朋友的互動，大都是一對一或是與相同關係屬性(如家人、同事、同學、社團...等)或同時期(如國小、國中、高中、大學、研究所...等)的一群朋友，在不同的時間點互動。而今，臉書把各時期、各類關係齊聚一堂，不管是強鏈結或是弱鏈結的關係都滙集在同一個時空中互動 (Ellison, Steinfield, & Lampe, 2007)。強鏈結關係是社會支持的主要來源，如家人、親密的友人，需要耗費大量的時間及維護成本；而弱鏈結關係能提供廣泛訊息及機會，維護成本較低。而現在社交網站的技術，讓人可以毫不費力地維持弱鏈結的關係，更大大提升了弱鏈結關係的形成和維持 (Donath & Boyd, 2004)，但對於親近的朋友則有顯著差異 (Hsu, Wang, & Tai, 2011)。

維持和發展弱鏈結關係是社交網站的特色，也是使用臉書的主要目的 (Lewis & West, 2009)。Steinfield、Ellison 與 Lampe (2008)的縱向調查發現，臉書平均朋友數由 223 位增加到 339 位，同時使用臉書的時間也增加了。臉書上的朋友數與個人主觀幸福呈正相關 (Kim & Lee, 2011)，而朋友數是影響持續使用社交網站的主要因素之一 (Lin & Lu, 2011)。看來臉書似乎創造了一個循環，讓朋友數增加，使用時間隨之遞增。而隨著朋友數的增加，臉書中的異性朋友數也不斷增加。

異性朋友對於親密關係而言，是種潛在威脅，即便結了婚也一樣 (Booth & Hess, 1974)。根據 Muise, Christofides 與 Desmarais (2009) 的研究，74.6% 的人會將有過浪漫關係或性關係的人加為臉書上的好友。臉書不僅讓線下認識的異性朋友，透過臉書進一步互動，也幫助人們找回舊日情人。臉書挾帶著潛在新歡與舊愛，是否對目前約會對象造成威脅呢？

臉書是一個會影響親密關係的環境 (Boyd, 2008; Lewis & West, 2009)。雖然情侶們真正利用臉書彼此互動的時間，只佔他們使用臉書的一小部分，但臉書仍然是情侶們表現親密關係的公共場合 (Mod, 2010)。情侶們透過臉書上的感情狀

態或相簿公開展示他們的親密關係，甚至當情侶關係一確認，就在臉書上更改感情狀態，公開顯示兩人關係。正向感情狀態的顯示，如已婚、穩定交往中...等雖然可能增進彼此關係的深度，但也有人會因此感到不舒服。而臉書上感情狀態的改變，除了顯示關係目前的進展，同時也表明佔有或所有權的變化(Mod, 2010)。此外，大部分的伴侶每次登入臉書，都會去看伴侶的檔案，瞭解他們在臉書上作了什麼 (Mod, 2010)。而根據 Muise, Christofides 與 Desmarais (2009)的研究顯示，使用臉書的時間長短可以用來預測與臉書相關的嫉妒，並推論是臉書上模糊不清的訊息導致監視行為。

監視是浪漫關係中是用來維護關係，面對外來威脅的策略與反應 (Afifi & Guerrero, 1998)。異性朋友是親密關係的潛在威脅(Booth & Hess, 1974)，而造成浪漫關係朝負面變化的前二大因素是外部競爭關係及關係降級(Baxter & Bullis, 1986)。外部競爭關係指的是：新歡(New Rival)、舊愛(Old Rival)、以及跟愛情無關但佔用時間及注意力的需求(Competing demand)。新歡指的是感情中出現的第三者，舊愛指的是前男(女)友的再度出現。臉書上可能存在著新歡及舊愛，加上每個檔案應該會有的異性朋友，這等於讓以往隱形、分散的潛在競爭者全部現形、聚集在臉書上。因此，是否臉書上潛在競爭者所帶來的威脅才是真正讓目前約會對象感受到威脅，進而影響臉書上監視行為？而 Hew (2011)綜合多位學者的先前研究，提出的一般臉書上的朋友數大約為 150-350 位。當感情狀態一旦顯示或有所變化時，系統會立即通知所有朋友，這並不少於傳統訂婚所告知的人數。因此當情侶們在臉書中選擇顯示負向感情狀態，如單身、已分居...等是否如同取消訂婚一樣也是一種關係降級，會對關係產生負面影響？

外部競爭關係是浪漫關係中產生不確定性事件的因素之一 (Planalp & Honeycutt, 1985)。而關係的不確定性是兩人關係存續的有效預測指標，對親密關係的影響極大 (Parks & Adelman, 1983)。Theiss (2011)也指出，不確定性在相互承諾的關係裏，是一個持續影響關係的因素，而且在浪漫關係的不同階段，都是普遍存在的經驗，即使婚姻中也無法避免。它不僅影響有效、適切溝通的能力(Theiss, 2011)，也常伴隨著嫉妒的增加 (Afifi & Reichert, 1996)，放大所面對的潛在威脅 (Knobloch, Satterlee, & DiDomenico, 2010)。因此，當關係不確定程度高時，個人對於伴侶與異性互動會有比較高的威脅感，但如果伴侶承諾此關係，那

麼伴侶與異性互動的威脅感會比較低(Afifi & Reichert, 1996)。Berger 和 Calabrese 在 1975 年提出不確定性降低理論，將關係分為入場(entry)、個人(personal)、出場(exit)三階段，認為不確定性是預測及解讀對方與自己行為的能力，當涉入高度不確定性的互動時，個人會對不確定性感到不舒服，會想要降低不確定性，增加可預測性。他們並針對入場階段的關係，利用相關研究支持提出七個定理，其中第三個定理指出：高不確定性將導致訊息搜尋行為的增加；當不確定程度下降，訊息搜尋行為也會減少。

高不確定性將導致訊息搜尋行為的增加 (Berger & Calabrese, 1975)。然而當不確定程度對個人或關係構成威脅時，較少採用直接訊息搜尋策略，一般會使用隱蔽的訊息搜尋策略來收集訊息、定義彼此的關係，好讓自己有迴旋的空間來面對新訊息，避免加重處於高不確定性的關係(Knobloch & Solomon, 2002)。唯有在關係安全的情況下，才會採用直接的訊息搜尋策略。譬如：具有高度的親密關係、有權掌握關係的結果、預期得到的是正向的訊息 (Knobloch & Solomon, 2002)。而 Afifi 和 Reichert (1996)也指出降低不確定性和訊息搜尋方法之間的抉擇，往往是選擇合適的，而不是最有效的訊息搜尋方法。此外，Knobloch 與 Solomon (1999)推測，當自我不確定性高時，個體可能不會進行訊息搜尋，而是從感情退出來反應自己的感覺，他們建議分別探究自我不確定性、伴侶不確定性以及關係不確定性對溝通行為造成什麼影響。而監視是訊息搜尋策略之一，這三種不確定性來源對於監視時間可能也會有不同影響，所以也應該分開探討。

所有依賴資訊技術來管理和控制的社會都是監視的社會 (Lyon, 2001)。臉書確實讓來自世界各地的人串連和共享信息，但卻也成為備受爭議的監視入侵方式，它等於鼓勵人們生活在監視的社會 (Dunn, 2008-2009)。Dunn 同時指出臉書是一個超級圓型監獄：人們知道他們一直被監視，但他們同樣可以監視別人。而且臉書還把觀看和被觀看設計成一種樂趣、一種悠閒活動，進而改變了人們對隱私和監視的看法。所以，雖然臉書的隱私問題一再地被放到檯面上，但似乎不影響它受歡迎的程度 (Dunn, 2008-2009)，會員數仍不斷增加。

線上社交網站是自願參與的，其共享的功能不應被低估 (Albrechtslund, 2008)。個人訊息的分享以及檔案中學經歷、信仰、居住地、喜好等的顯示，這都代表某種程度的溝通，它就在那裏，既不必說，也不用問，而這似乎也成了媒體

化社交的一部分。所以就線上社交網站而言，監視是潛在授權，主觀建立，甚至是玩樂，Albrechtslund (2008)稱之為參與監視。而 Fuchs (2011)偏向將監視定義成較負面的概念，認為監視是收集個人或團體的資料，以便進行行為的控制和管教，或是以暴力為目標的威脅行為。負面的監視概念，可以更明確地區分一般瀏覽與網路監視。凡跟傷害、脅迫、暴力、權力、控制、操縱、支配、紀律處分的權力、非自願觀察等有關的都屬網路監視 (Fuchs, 2011)。而 Tokunaga (2011)則認為人際電子監視是指私下利用通訊技術獲得其他用戶離線或線上資訊的行為，是具警覺性且有目標導向的行為。各類關係都可能被監視，譬如好友、戀人、工作夥伴或家庭成員。網路上的內容，如訊息交流、新加的朋友、將參加的社交聚會、個人狀態更新等，都可能透過社交網站的公告板、個人網頁、網上日記等，被有心監視的人找到。由於臉書是一個強調共享，以瀏覽為導向的社交平台，如同 Albrechtslund (2008)所說的，不應低估其共享的功能。因此若將臉書上的瀏覽時間與監視時間劃上等號，似乎沈重了些。因此本研究以 Tokunaga (2011)對人際電子監視的定義為基礎，將人際電子監視行為，更狹義的定義為情侶間為了偵測潛在競爭威脅而具警覺性且有目標導向的瀏覽行為，作為本研究對於人際電子監視行為的定義，以與一般的瀏覽行為作區隔，避免低估社交網站共享的功能。

社交網站是以個人為中心所架構的社會網絡，現今大部分的研究聚焦在印象整飾、友誼的表現、社群、社群架構、線上和線下連結以及隱私議題 (Ellison & Boyd, 2007)，且大都是以檔案主人為研究的主軸。當臉書打破時空限制，將各方關係齊聚一堂並挾帶著威脅浪漫關係的潛在競爭者，這是否讓隱身於檔案主人背後、強調獨佔關係裏的約會對象感受到威脅，進而影響其人際電子監視時間？而情侶之間關係的不確定性會影響訊息搜尋行為，是否也對人際電子監視時間造成影響？不確定性是否也影響了臉書中潛在競爭威脅的感受？因此本研究希望藉由探討浪漫關係的不確定性及臉書中的潛在競爭威脅對人際電子監視時間的影響，一探臉書社交網站對浪漫關係可能帶來的衝擊。

1.2 研究目的

基於以上動機，本研究以臉書檔案主人的約會對象為受試者(未婚且雙方都有臉書帳號)，利用 Knobloch 和 Solomon (1999)發展的不確定性量表及自行編製的臉書潛在競爭威脅量表，並以 Tokunaga (2011)對人際電子監視行為的定義為基礎，進一步將情侶間為了偵測外在威脅，具警覺性且有目標導向的瀏覽時間定義為本研究的「人際電子監視時間」。主要的研究目的如下：

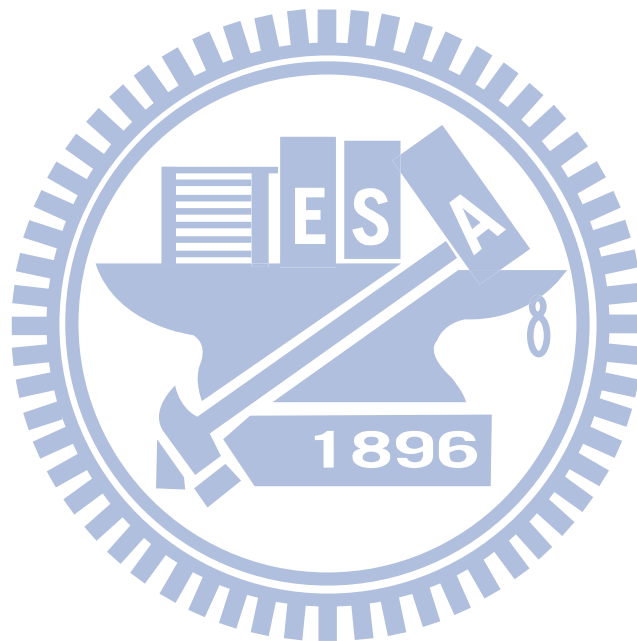
1. 瞭解在臉書情境中，「感情訊息變項」對於浪漫關係的「不確定性」和「潛在競爭威脅」是否有影響？
2. 瞭解在臉書情境中，浪漫關係的「不確定性」與「潛在競爭威脅」之間的關係？
3. 瞭解在臉書環境中，影響「人際電子監視時間」的因素有那些？



1.3 研究問題

基於上述研究目的，提出以下研究問題：

1. 「感情訊息變項」對於浪漫關係的「不確定性」是否有所影響？
2. 「感情訊息變項」對於臉書中的「潛在競爭威脅」是否有所影響？
3. 浪漫關係的「不確定性」與臉書中的「潛在競爭威脅」是否存在相關？
4. 浪漫關係的「不確定性」、臉書中的「潛在競爭威脅」和相關變項對「人際電子監視時間」是否有影響？



1.4 重要名詞解釋

茲將本研究重要變項名詞的概念性與操作性定義敘述如下：

1. 不確定性：Knobloch 與 Solomon (1999)以不確定性降低理論架構為基礎，進而針對約會關係發展出不確定性量表來衡量不確定性的來源及內容，並認為不確定性是個人對某一關係缺乏信心的程度，它由三個人際不確定來源所組成：(1)自我不確定性，是指本身對此關係的不確定程度。(2)伴侶不確定性，是指本身衡量伴侶對此關係的不確定程度。(3)關係不確定性，是指本身衡量兩人對此關係目前整體狀態的不確定程度。其中組成自我與伴侶不確定性的內容有三項：對這段關係的渴望、對這段關係的評估、對這段關係的目標。組成關係不確定性內容有的四項：關係的行為規範、伴侶之間的感情、當前關係的定義和關係的未來。本研究將以此量表來衡量浪漫關係中的不確定性。
2. 潛在競爭威脅：Baxter 與 Bullis (1986)對於浪漫關係發展轉捩點的研究指出造成關係負面變化的最大因素是外部競爭關係，主要有：新歡(New Rival)、舊愛(Old Rival)、跟愛情無關但佔用時間及注意力的需求(Competing demand)。本研究依此外部競爭關係架構，將潛在競爭威脅定義為臉書檔案主人的約會對象所感受到來自檔案主人臉書上新歡、舊愛及異性朋友的威脅，即臉書上這些潛在競爭者的威脅。為了量化這些潛在競爭者所帶來的威脅，依影響人際吸引因素（徐西森、連廷嘉、陳仙子、劉雅瑩，民 81；陳皎眉，民 83）及臉書之情境，將臉書上的潛在競爭威脅分為一般互動威脅、異常互動威脅及人際吸引威脅三個分量表，共 15 個具代表性的題項編製成「臉書潛在競爭威脅量表」，以量化臉書上潛在競爭者所帶來的威脅。
3. 人際電子監視時間：臉書是一個強調共享，以瀏覽為導向的社交平台，本研究以 Tokunaga (2011) 對人際電子監視的定義，將情侶間為了偵測潛在競爭威脅而具警覺性且有目標導向的瀏覽行為所花的時間，定義為「人際電子監視時間」，以與一般瀏覽時間作區隔，以免低估社交網站共享的功能。

第二章 文獻探討

本研究以社交網站臉書為場域，以戀愛中的情侶為對象，探討浪漫關係的不確定性及潛在競爭威脅，對臉書上人際電子監視時間的影響，並依此方向進行相關文獻探討。本章在文獻探討架構上分三節：2.1 臉書社交網站，介紹臉書，包括其發展、盛行、工具特色及人際互動特色。2.2 關係不確定性，介紹不確定性降低理論、不確定性與訊息搜尋、不確定性量表以及引發不確定性事件的因素。2.3 外部競爭關係，介紹外部競爭關係以及臉書潛在競爭威脅量表。2.4 人際電子監視，介紹監視理論，並說明本研究對於人際電子監視時間的定義。

2.1 臉書社交網站

隨著科技與網際網路的發展，人與人之間往來、互動的方式，不斷地改變及多樣化，譬如：書信、電話、電子郵件、即時通、網路電話、網路視訊、討論區、社交網站...等。當生活愈來愈依賴科技與網路，科技與網路也漸漸地改變了我們的生活。社交網站已成了人們面對面互動的延伸，甚至部分的人依賴社交網站勝於面對面的溝通 (Kujath, 2011)。然而社交網站臉書的急速竄起，相關的社會新聞、感情話題也時有所聞，例如：一對印度新婚夫婦，因丈夫臉書感情狀態未改，女方提出離婚訴訟 (數位時代，2012)；又如臉書推薦新歡給元配，美劈腿男被抓包 (ETtoday 國際新聞，2012)...等不勝枚舉，臉書對於浪漫關係可能的影響等相關議題，值得深入探究。然而什麼是社交網站呢？其發展軌跡為何？而臉書又如何地盛行？它具有那些特色呢？這是本節文獻探討的主題。

2.1.1 社交網站及臉書的發展

Ellison 與 Boyd (2007) 對於社交網站 (Social Network Sites) 的定義為以網頁為基礎的服務，能讓使用者在一個有界線的系統中建立公開或半公開的個人檔案，並將相互連結的使用者表列並分享給系統裏所有的人瀏覽。臉書 (Facebook) 是由祖克柏 (Mark Zuckerberg) 於 2004 年所創辦的社交網站 (Social Network Sites)，剛開始以哈佛大學的學生為對象，逐漸擴展至今。目前使用人數已達 8.38 億人的，只要年滿 13 歲，提供姓名及電子信箱就可以在臉書上註冊，申請帳號。然而社交網站的概念並非祖克柏 (Mark Zuckerberg) 所新創，它已經發展了四十年。茲將社交網站發展史中的重要事項，以臉書發展為主軸，依年份摘錄，如表 1。

表 1
社交網站發展大事紀

時間	事件
1968 年	里克萊德 (J.C.R. Licklider) 和泰勒 (Robert W. Taylor) 在共同發表的論文中提出社交網站的概念。
1979 年	杜克大學的研究生特拉斯科特 (Tom Truscott) 與 埃利斯 (Jim Ellis) 創設至今仍在運作的 Usenet，起源於杜克大學的線上公佈欄系統，讓關心特定主題的群體張貼訊息，這是第一個吸引非科技領域使用者的社群服務網站。
1985 年	布蘭德 (Steward Brand)、布利安 (Larry Brilliant) 等人創設的 The Well (The Whole Earth Electronic Link)，其用戶蘭高德 (Howard Rheingold) 在 1987 年發表的文章中用「虛擬社群」(virtual community) 來形容 The Well 所帶來的新體驗。
1994 年	收費的約會網站 Match.com 推出。
1995 年	以幫助尋找失聯同學及校友的網站 Classmates.com 創立。人們在這個網站採用的是真名，在這之前人們使用假名交流。
1997 年	律師溫瑞奇 (Andrew Weinreich) 創立六度網站 (sixdegrees.com)，採用真名，開啟社交網站的新紀元。然而卻在網路泡沫化中於 2000 年底關閉。然而溫瑞奇 (Andrew Weinreich) 所取得的一項涵蓋六度網站諸多創新的專利權，後來在臉書的歷史中扮演相當重要的角色。

續下頁

時間	事件
1999 年	黑色星球 (BlackPlanet) 及亞洲大道 (Asian Avenue) 提供有限的社交網站功能。
2000 年	1 月瑞典青少年社交網站新月風暴 (LunarStorm) 開張。
2001 年	<ol style="list-style-type: none"> 1. 韓國賽我網 (Cyworld) 成立於 1999 年，於 2001 年新增社交網站功能。 2. 創業家史考特 (Adrian Scott) 創設以商業人士為對象的 Ryze 社交網站，雖未產生明顯影響力，卻為後來的發展帶來啟發作用。 3. 11 月史丹佛大學來自土耳其的電算系博士班學生布尤柯登 (Orkut Buyukkokten) 創設 Club Nexus，應是美國第一個純正的社交網站，希望能讓史丹佛學生改善社交生活，限定具有史丹佛大學電郵地址的學生才能加入。電郵地址的認證確保每一個人的真實身分，但網站的功能太複雜難以使用。
2002 年	11 月帕克 (Sean Parker) 和友人創立 Plaxo 網路公司，雖不是社交網站，但和社交網站有許多共通點，預示了臉書以個人聯繫網絡為基礎的特色。
2003 年	<ol style="list-style-type: none"> 1. 2 月程式設計師亞布拉姆斯 (Jonathan Abrams) 創立了 Friendster，期望會員使用真名並提供照片，這是一項突破。希望人們認識朋友的朋友，認識更多有趣的人，另外也提供許多工具幫助會員尋找約會對象。Friendster 一推出即造成轟動。2003 年中急劇成長，數百萬人加入，造成網站伺服器速度明顯減緩。亞布拉姆後來又經營活動邀約網站 Socilizr，他是社交網站的創新者之一，定義了現今社交網站的基本架構。 2. 5 月霍夫曼 (Reid Hoffman) 創設商業人士的社交網站 LinkedIn，與 Ryze 有許多共通點，會員個人資料檔基本上就是履歷，提供用戶尋找工作機會以及工作、事業上的推薦或建議，至今仍蓬勃發展。霍夫曼的老搭檔平克斯 (Mark Pincus) 也在同時間創立社交網站 Tribe.net，會員可以在此建立特定興趣的部落。 3. 8 月安德森 (Tom Anderson) 和迪沃夫 (Chris DeWolfe) 創辦 MySpace 讓用戶自由使用任何身分的社交網站，內容包羅萬象，有遊戲、占星術及包含個人檔案的會員部落格。Friendster 和 MySpace 在很好的時機推出網站，此時人們開始使用高速網路，許多家庭也開始使用寬頻網路，不但加快瀏覽速度，相片上傳也更為容易，此外數位相機也漸漸普遍。MySpace 現已改變營運策略，成為音樂及娛樂入口網站。

續下頁

時間	事件
2004 年	<ol style="list-style-type: none"> 1 月布尤柯登 (Orkut Buyukkokten) 建立隸屬 Google 旗下的 Orkut，目前大多數使用者為巴西人及印度人。 2 月哈佛學生祖克柏 (Mark Zuckerberg) 推出名冊 (Thefacebook，臉書的前身) 最初僅限哈佛學生可註冊成為會員。 2 月 Mixi 開始上線運行，是日本最大社交網站，創始人為笠原健司。
2005 年	<ol style="list-style-type: none"> 9 月 Thefacebook 正式更名為臉書 (Facebook)。 12 月大陸清華大學和天津大學的王興、王慧文、賴斌強和唐陽等幾位大學生創立校內網。前期校內網以學生為主要用戶群，後改名為人人網，試圖擴大其用戶群。
2006 年	9 月 5 日臉書啟動動態消息，9 月 26 日臉書對所有網際網路用戶開放，只要輸入有效電子信箱即可註冊。
2007 年	5 月臉書推出應用程式介面 (API)，透過這個應用程式介面可以存取臉書中使用者、群組、個人檔案、相片等資料。
2008 年	6 月臉書推出了簡體及繁體中文版。
2009 年	3 月臉書將頁面改成類似 Twitter 的「狀態流」，並且宣佈開放 API，讓第三方軟體開發者可以自由開發與臉書核心功能相容的應用程式，貢獻創意並分享給其他人使用，此舉造成更多使用者黏著於臉書的社群平台。
2011 年	12 月全球禁止公民進入臉書的國家還有 4 個，包括朝鮮、古巴、伊朗和中國大陸地區。
2012 年	2 月 1 日，臉書向美國證券交易委員會提交集資規模 50 億美元的上市申請。上市申請文件披露臉書目前有 8.45 億活躍用戶，2011 年純利增至 10 億美元，增長率為 65%，年營業額為 37.1 億美元。預期 2012 年資本支出為 16-18 億美元。截至 2011 年底，全職員工共有 3200 人。

資料來源：維基百科 (民 101)與李芳齡 (民 100)

2.1.2 臉書的盛行

臉書的盛行已是眾人皆知的事實。臉書官方網站上的資料顯示：至 2011 年 12 月底，全球有 8.45 億人使用臉書，80% 的用戶在美加以外的地區。平均每天有 4.83 億的人登入臉書，而每月平均有 4.25 億人利用行動產品登入臉書。臉書已有 70 種以上語言的版本 (Facebook, 2012)。即使依非隸屬於臉書的 CheckFacebook 網站截至 2012 年 4 月 11 日的統計資料，全球臉書使用人數有 8.38 億人，台灣使用人數有 1,194 萬人 (CheckFacebook, 2012)。而依創市際市場研究顧問公司的調查報告：台灣每位網友停留在臉書的時間，每月平均達 391.8 分鐘，超過台灣第一大網站雅虎的停留時間 340 分鐘/月 (數位閱讀網，民 100)。

將 CheckFacebook 網站 2011 年 11 月 30 日提供的資料與同一日內政部戶政司現住人口數資料 (內政部戶政司，100) 及美國臉書使用情形 (CheckFacebook, 2011) 作一比較，結果如下：

1. 台灣臉書使用人數佔該性別及總現住人口數百分比：就 13 歲(含)以上的人口，男性中有 55.9% 使用臉書，女性中有 53.5% 使用臉書，而 13 歲(含)以上全部現住人口中有 54.7% 使用臉書。
2. 台灣臉書使用人數佔該年齡組現住人口數百分比：16-34 歲使用臉書的人數佔內政部戶政司現住人口數的比率都超過 100% (表 2)，顯示其中有人不只擁有一個臉書帳號，但这也顯示在這年齡群，幾乎是人人參與。

表 2
台灣臉書使用人數佔該年齡組現住人口數百分比

	年齡組								合計
	13-15	16-17	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	
臉書使用人數	749,200	724,240	3,083,520	4,006,000	1,721,620	585,860	182,360	111,080	11,163,880
內政部戶政司 現住人口數	926,986	643,413	2,241,151	3,828,856	3,681,762	3,692,635	2,758,001	2,515,473	20,288,277
臉書使用人數 佔現住人口數 百分比(%)	80.8	112.6	137.6	104.6	46.8	15.9	6.6	4.4	55.0

3. 各年齡組佔台灣臉書總使用人口比率:比較 2012 年 4 月 27 日各年齡組佔台灣臉書總使用人口比率(表 3)及美國各年齡組佔臉書總使用人口比率(表 4)可知,兩國臉書的最高使用比率的年齡群都是 13-24 歲的青少年及大學生族群。臉書對於大學年齡群的使用者已是生活中重要且必需的一部分 (Mod, 2010)。而學者推測 24 歲以上的使用人數將逐漸增加 (Gosling, Gaddis, & Vazire, 2007), 而目前兩國各年齡層佔該國總臉書使用人口比率也顯示出此差異, 相信台灣 24 歲以上各年齡組佔台灣臉書總使用人口的比率也會逐漸擴增。

表 3

台灣各年齡組佔台灣臉書總使用人口數百分比

	年齡						合計
	13-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	
台灣臉書各年齡組使用人數	4,749,480	4,074,820	1,972,740	722,960	237,040	120,240	11,877,280
佔台灣臉書總使用人數百分比	39.99%	34.31%	16.61%	6.09%	2.00%	1.01%	100.0%

表 4

美國各年齡組佔美國臉書總使用人口數百分比

	年齡						合計
	13-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	
美國臉書各年齡組使用人數	52,571,100	36,774,560	26,033,640	20,310,340	13,066,340	8,311,380	157,067,360
佔美國臉書總使用人數百分比	33.47%	23.41%	16.57%	12.93%	8.32%	5.29%	100.0%

2.1.3 臉書工具特色

現代社會人們愈來愈依賴數位科技，而社交網站也愈來愈具備全方位的功能 (Underwood, Kerlin, & Farrington-Flint, 2011)。臉書社交網站就提供相當多的功能，如：個人資訊、訊息互動、相片/影片分享及儲存、攝影直播、生活要事記載、遊戲...等，使用者透過單一網站就可滿足多項需求。茲依臉書在 2011 年 12 月 22 日推出個人時間軸(Timeline)大改版後的主要功能分述如下：

1. 個人資料：包括關於你(簡介)、基本資料、聯絡資訊、喜愛的佳句、工作經驗與學歷、居住地、感情狀態、家庭成員、大頭貼照、封面照片。經由臉書個人檔案所獲得的了解，可能比相交十年對此人的了解還多（李芳齡，民 100）。
2. 動態時報：不僅具備改版前的塗鴉牆功能，供用戶及朋友留言(近況更新，可加註和誰在一起、在那個地方)、分享連結、上傳相片/影片、打卡、按讚、轉貼(分享)。牆上的每則訊息都可以設定分享權限(公開、朋友、自訂)，也可刪除，而且牆上的內容會自動更新到動態消息。在時間軸推出後，可以選定封面來打造自己頁面的主題，而牆上所有的訊息、照片都用時間軸的方式以兩欄呈現。只要點選想要瀏覽的時間點，就會顯示該時間點的所有訊息。此外，也提供填補自個人出生以來至目前所有時間點訊息的功能，也就是可以在過去的時間點新增訊息、相片、地點座標、生活要事，讓用戶填補個人生活史。而且跟近況更新一樣，會加註時間點以動態消息發佈，讓朋友知悉。
3. 動態消息：用戶在動態消息頁可看到訂閱的所有朋友的更新內容。系統預設訂閱對象為所有朋友，訂閱內容選項有三種：所有更新動態、大多數的更新動態、只有重要動態，或自行依內容類別訂閱：人生重要記事、近況更新、相片、遊戲類、留言和讚、音樂與影片、其他動態，也可取消訂閱。讓用戶花最少的時間，就可以得知許多人的最新動態，這讓世界變得更小（李芳齡，民 100）。
4. 好友名單：不僅可以顯示個人所有臉書上的好友，在每次進入個人檔案時，也會顯示八位標示姓名的好友照片，讓朋友認識朋友。

5. 相片:不管上傳在封面、動態時報牆、新增相簿中的照片，都會統一在相片中管理。
6. 地圖:所有打過卡的地方會在地圖上標示，記錄個人活動軌跡。
7. 說讚的內容：顯示個人最愛的音樂、書籍、電影、電視、體育類、啟發者、興趣及個人在臉書上按讚的粉絲專頁。
8. 訂閱：可以開放個人檔案讓更多人訂閱，分享公開的內容，不必一一加為朋友。也可訂閱感興趣對象的個人檔案，其公開訊息就會自動顯示在動態消息中，方便瀏覽。
9. 網誌：臉書也提供網誌，可在網誌中發表文章。
10. 發送訊息：私下傳送訊息給朋友，但只有發信和收信人可以看到。
11. 收件匣訊息：儲存朋友間往來的私密訊息。
12. 戳:拜訪朋友的網頁時，可以看到「戳一下」的功能沒有明確的目的，只是引起朋友注意或類似說聲「嘿」。
13. 友誼記錄網頁：拜訪朋友的網頁時，可以看到「友誼記錄網頁」的功能，用來查看你與他（她）之間的互動記錄，會顯示你們倆人從何年何月開始是臉書朋友、塗鴉牆留言互動的內容、共同的朋友，也可選擇點閱你與其它朋友或某一位朋友與其它朋友之間的互動紀錄。
14. 活動：用戶可以利用臉書辦活動，幫助用戶組織線下的社群活動，通知朋友們將發生的活動，以及任何活動更新。
15. 成立社團：用戶可以在臉書中成立社團，並且可以選擇公開或不公開。在社團中可留訊息、辦活動、上傳相片或文件，並會即時通知所有成員。
16. 尋友工具：經過用戶允許，會透過個人各種電子通訊錄尋找朋友，如：Windows Live Hotmail、Yahoo、Windows Live Messenger、Skype、mas.hinet.net、Gmail 等，或提供如就讀同一學校、在同一公司上班的人..等供用戶尋找，此外系統也會主動提供「你可能認識的人」在動態時報中，供用戶瀏覽。
17. 在線可聊天的朋友：顯示在線可以聊天、即時互動的朋友名單，用戶可將狀態設定為上線或離線。

18. 民調問答:可以自行設計民調內容，調查朋友想法。
19. 應用程式及遊戲:除了提供朋友發送的遊戲邀請(如夢想城市、德州撲克..等)、應用程式邀請(如我的日曆-生日幫手、iHearts、Greeting Cards...等)外，並有朋友在使用的遊戲、遊戲推薦、最新推出的遊戲等，吸引用戶玩遊戲。
20. 隱私設定：如果使用者不想公開自己的個人資料，也可以選擇個人化設定，將個人資料的分享權限設定在自己或有限的使用者。使用者的隱私分享權限，分成基本資訊清單、在 Facebook 站上的分享、應用程式與網站和黑名單四個隱私設定區塊，使用者可依個人需求更改其隱私設定。Facebook 的隱私設定中，使用者可以將分享權限設定為公開、朋友的朋友、朋友、特定對象或名單、只限本人或 key 入隱藏對象。



2.1.4 臉書人際互動特色

臉書已是許多人日常生活的一部分 (N.B. Ellison & Boyd, 2007)，它到底具有那些人際互動上的特色呢？

1. 人們在臉書上使用的是真正的身份，交往的是真實的朋友。透過臉書可以查到個人的背景、社交圈、甚至是共同的朋友（李芳齡，民 100）。
2. 臉書是以個人為中心所架構的社會網絡 (Ellison & Boyd, 2007)。使用者透過個人檔案展現自我 (Ellison, Steinfield, & Lampe, 2007)，一切關係均圍繞著檔案主人，是個人表現的舞台。
3. 臉書是熟人社交網站，連結的是既有的人際關係，並且將個人人際網絡清楚地呈現在所有朋友面前 (Ellison & Boyd, 2007)。臉書主要是跟已經在社會網絡中的人們進行溝通，而不是為了認識新朋友。而好友列表等於是公開展示的朋友網絡，透過點擊好友列表就可以遍覽每個朋友的檔案，瞭解檔案主人的交友圈。
4. 不斷累積的朋友數，永存的朋友關係。臉書打破時空區隔，將各類關係齊聚一堂。臉書強大的尋友功能，打破時空區隔，讓人找回本應隨時間、空間消逝的關係，並讓各時期、各類關係的朋友齊聚一堂，在同一時空中互動。依 Steinfield、Ellison 和 Lampe (2008) 針對 92 位美國大學生在 2006 和 2007 年的縱向調查中發現，平均朋友數由 2006 年的 223 位增加到 2007 年 339 位。臉書似乎讓關係不再流失，讓朋友數不斷累增。
5. 臉書利於弱鏈結關係的維持和發展。強鏈結關係是社會支持的主要來源，如家人、親密友人，但維持費用高，需耗費大量的時間及關注。而弱鏈結關係提供廣泛的訊息及機會，讓人接觸新知，但通常有情感上的支持，維護成本低。社交網站使用的便利性，更利於弱鏈結關係的維持和發展 (Donath & Boyd, 2004)。而研究也顯示，臉書有助於讓線下認識的新朋友變得更熟悉，但對於親近的朋友則有顯著差異 (Hsu, Wang, & Tai, 2011)。

6. 臉書是個利於監視的平台。臉書比其它網路上或網路外工具提供更多個人本身以及個人與他人互動的訊息，透過臉書上的資訊，可以瞭解個人的基本資料、學歷與工作經歷、喜歡的運動、藝術和娛樂、休閒愛好與興趣、聯絡資料、家人親友以及朋友圈。而且透過相片、網誌、塗鴉牆的貼文、朋友的回覆，甚至加誰為好友，在誰的版上說了什麼話，有關個人的訊息不斷更新而系統也都會一一即時告知，可以說是即時、主動地提供監視內容。
7. 臉書是一個會影響親密關係的環境 (Boyd, 2008; Lewis & West, 2009)。情侶們透過臉書上的感情狀態或相簿公開展示他們的親密關係，甚至在浪漫關係一確認，就在臉書上公開顯示感情狀態。以往在未論及婚嫁前，情侶之間的關係屬於人際承諾階段，僅是兩人彼此之間的承諾。唯有到訂婚或結婚的時候，才會正式將兩人關係公告給所有親朋好友知道，進入社會連帶的階段 (陳皎眉，民 83)。然而透過感情狀態的顯示，所有臉書上的好友立即得知個人親密關係的變化。有情侶形容在臉書上公開顯示感情狀態，就好像戴結婚戒指一樣 (Mod, 2010)。在現實環境中要將 150-350 位朋友集合在同一個地點，公佈兩人關係似乎是不太可能發生的事，而 150-350 位卻是臉書一般的平均朋友數 (Hew, 2011)。雖然正向感情狀態的顯示可以增進彼此關係的深度，但也會有人因此感到不舒服 (Mod, 2010)。至於負向感情狀態顯示，是否更會影響情侶之間的關係呢？

2.2 關係不確定性

2.2.1 關係不確定性降低理論

Berger與Calabrese (1975)提出不確定性降低理論，他們將關係分為入場(entry)、個人(personal)、出場(exit)三階段，並針對入場階段的關係，提出七個不証自明的公理及二十一條利用相關研究支持，加以說明和証明的定理。主要強調在關係建立的初始階段，溝通主要是為了降低不確定性。而所謂的不確定性，包括二部分，一是預測的能力。尤其在初識的最開始，每位互動者都有好幾種可能的行為表現。因此在互動的過程中必須預測對方最有可能的行為反應，然後個人再從自己可採取的行為中選擇最符合該反應的行為。因此，個體必須設法縮小對方可能的行為反應範圍，以利作出正確的預測。二是解讀對方行為的能力。幾乎在任何的情況下，每個互動行為都會有好幾個合理的解釋，因此必須縮小對對方行為解釋的範圍。所以不確定性包含預測及解讀這二種能力。而當涉入高度不確定性的互動時，個人會對不確定性感到不舒服，會想要降低不確定性，增加可預測性。

不確定降低理論的七個公理：(1)在關係的入場階段，陌生人之間口語溝通的量愈多，關係不確定程度會下降；當不確定程度降低，口語溝通的量也會增加。(2)在剛開始互動的情況下，增加非語言的親密表現，會減少不確定程度；降低不確定程度會增加非語言的親密表現。(3)高不確定性將導致訊息搜尋行為的增加；當不確定程度下降，訊息搜尋行為也會減少。(4)一個具高不確定性的關係將導致溝通內容的親密程度下降；低不確定性，會產生高親密度。(5)高不確定性產生高互惠率；低不確定性產生低互惠率。(6)兩人之間的相似度高，會降低不確定性；而相異度會增加不確定性。(7)不確定性的增加會降低喜歡程度；減少不確定性會增加喜歡程度 (Berger & Calabrese, 1975)。

不確定降低理論的二十一條定理：(1)語言溝通的量和非語言的親密表現呈正相關。(2)溝通的量和溝通的親密度呈正相關。(3)溝通的量和訊息搜尋行為呈負相關。(4)溝通的量和互惠率呈負相關。(5)溝通的量和喜歡程度呈正相關。(6)溝通的量和相似度呈正相關。(7)非語言的親密表現與溝通內容的親密度呈正相關。

(8)非語言的親密表現與訊息搜尋行為呈負相關。(9)非語言的親密表現與互惠率呈負相關。(10)非語言的親密表現與喜歡程度呈正相關。(11)非語言的親密表現與相似度呈正相關。(12)溝通內容的親密度與訊息搜尋呈負相關。(13)溝通內容的親密度與互惠率呈負相關。(14)溝通內容的親密度與喜歡程度呈正相關。(15)溝通內容的親密度與相似程度呈正相關。(16) 訊息搜尋與互惠率呈正相關。(17)訊息搜尋與喜歡程度呈負相關。(18) 訊息搜尋與相似度呈負相關。(19)互惠率與喜歡程度呈負相關。(20)互惠率與相似度呈負相關。(21)相似度與喜歡程度呈正相關。

然而不確定性，不僅存在於關係的入場階段，Parks 與 Adelman (1983)指出伴侶間的不確定程度是關係存續有效的預測指標。Berger (1987)認為當關係經過入場階段之後，必須獲得更特定的個人訊息，如彼此的個性、態度、偏好和價值觀，關係才得以繼續。而 Afifi 與 Reichert (1996)也認為不確定性的影響，遠遠超出關係的入門階段，並指出不確定性相關理論的建構，提供一個有助於解釋為什麼個體在浪漫關係中會經歷嫉妒的概念框架。他們認為嫉妒經驗可能是來自個人或伴侶在關係承諾不確定性下的一個直接作用。在高關係不確定性的情況下，伴侶與異性互動會有比較高的威脅感。反之，如果伴侶承諾此關係，那麼伴侶與異性互動的威脅感就比較低。他們利用這個解釋框架來引導研究，結果顯示嫉妒經驗值高則不確定性高，嫉妒經驗值低則不確定性低。但直接表達嫉妒的可能性則與不確定性成反比。

Knobloch 與 Solomon (1999)綜合學者的研究，認為不確定性對於關係發展的影響，包括衝突經驗、嫉妒談判以及訊息搜尋行為。Knobloch 與 Solomon (2002)並引用其它學者的研究來說明不確定性會伴隨著喜歡程度的降低、吸引力的減少、嫉妒的增加、明顯的負面情緒，甚至終止關係。雖然太多的不確定性讓人無法接受，但太確定、太容易預測，也會讓關係變得死氣沉沉，因此關係的建立乃處於穩定與變動，確定與不確定的不斷變化中 (Knobloch & Solomon, 2002)。

2.2.2 不確定性與訊息搜尋

當關係有問題時，Baxter 與 Wilmot (1984)發現人們經常利用”秘密測試”來判斷關係的現況，並利用研究確認有七種策略：(1)詢問社會網絡成員對此關係的感覺。(2)評估伴侶對競爭對手的興趣。(3)直接盤問或透露訊息讓伴侶知道。(4)不跟伴侶互動，保持身體距離。(5)減少給予伴侶獎賞。(6)公開表示兩人關係。(7)間接暗示，利用玩笑來暗示。而在後續的研究中，Bell 與 Buerkel-Rothfuss (1990)將暗中偵察加入定義關係的訊息搜尋行為清單中。

Afifi 與 Reichert (1996)也同時提出，一般個人降低不確定性所採取的策略可分為三類型：(1)被動企圖：任何企圖透過不引人注目的觀察，來降低不確定性的策略。(2)主動企圖，任何企圖透過主動操弄環境，但不直接跟目標對象互動，來降低不確定性的策略。(3)互動企圖，訊息尋求者直接和目標對象互動來降低不確定性的策略。並強調直接訊息尋求策略受不確定程度所影響，高不確定性及伴侶的不可預測性，可能會阻礙採用直接訊息尋求策略。關係不確定程度高時，個體可能特別擔心直接表達嫉妒會把對方嚇走或顯得太有佔有慾，害怕會對已經搖搖欲墜的關係產生負面影響，不敢採用直接訊息尋求策略。而傾向於在跟浪漫關係的伴侶交談時，避免敏感的話題，對於可能刺激感情的事，表達也更間接 (Knobloch & Carpenter-Theune, 2004)。具體來說，減少不確定性的訊息搜尋策略，在選擇有效和合適之間的掙扎，結果往往是選擇合適，而不是有效的信息搜尋策略。因為嫉妒真正的焦點是關係的維護。只有在不確定性比較低的情況下，比較不會擔心訊息搜尋策略是否合適，較會增強伴侶採用直接表達的反應 (Afifi & Reichert, 1996)。

雖然關係相當受不確定性影響，但理論並無法反應個體的動機。研究顯示當異性關係在曖昧未明時，關係的不確定程度與滿意無關，此時可能會刻意升高或保持不確定性，而不會想要去降低不確定性 (Afifi & Burgoon, 1998)。此外，Knobloch 與 Solomon (1999)推測，當自我不確定性高時，個體可能不會進行訊息搜尋，而是從感情退出，來反應自己的感覺，他們並建議可進一步探究不確定性的三種組成，分別對溝通行為造成的影響為何。

Knobloch 與 Solomon (2002)認為親密關係、權力動態和訊息的預期，三者影響親密關係中的訊息搜尋行為。人們採用直接信息搜尋策略只限於在關係安全的情況下，而這種安全感可能來自高度親密關係、有權掌握關係結果或預期會得到正向訊息。親密關係會讓人在關係中比較有安全感，因此具有較高親密關係的人會比較願意坦誠公開的和伴侶溝通。當遇到不確定事件時也比較會採用直接的訊息搜尋行為。然而人們對訊息的預期，也會影響他們所採取的訊息搜尋策略。

Knobloch 和 Solomon (2002)指出訊息的預期與訊息搜尋策略之間，重要的是選擇有益於兩人關係的訊息搜尋策略來處理不確定性。當個體預期訊息有助於降低不確定時，會傾向於使用直接的訊息搜尋策略來提升關係，但當預期得到的可能是負面訊息時，人們偏向於對不愉快的訊息保留模糊。當保持無知是種幸福時，會傾向於使用較無效的訊息搜尋策略，努力給予自己更大的迴旋空間來面對新訊息。

關係的不確定性在相互承諾的關係裏，是一個持續影響關係的因素，甚至在婚姻中也一樣。儘管不確定降低理論認為，不確定性會隨著關係變得親密而消退 (Berger & Calabrese, 1975)，但研究顯示，三分之二以上的已婚伴侶可以說出一件造成他們關係不確定的事件 (Turner, 1990)，不確定性在浪漫關係的不同發展階段是一個普遍存在的經驗。

在關係不確定的情況下，溝通非常具有挑戰性。關係的不確定性常常影響有效、適切溝通的能力，因而造成訊息不足。然而訊息的不足會帶來兩種挑戰：首先，伴侶因欠缺足夠的訊息來了解彼此之間的關係，常會在如何預期、應對伴侶反應及互動中掙扎。再來，關係的不確定性在模糊的互動規則及目標下，可能放大所面對的潛在威脅 (Theiss, 2011)。

2.2.3 關係不確定性量表

由於發展中的浪漫關係，其不確定來源更為廣泛，Knobloch 與 Solomon 在 1999 年以不確定性降低理論為基礎，參考許多學者提出的非入門階段關係的不確定性研究，並納入親密關係的相關內容，經由實證研究確定約會關係中不確定性的來源和內容，發展出浪漫關係不確定性評估量表，並定義不確定性是個人對某一關係缺乏信心的程度，由三個相互關聯卻各自分立的人際不確定性來源所組成：(1)自我不確定性，是指本身對於承諾此一關係的不確定程度。(2)伴侶不確定性，是指本身認為伴侶承諾此一關係的不確定程度。(3)關係不確定性，是指本身認為兩人對於這段關係目前整體狀態的不確定程度。其中組成自我與伴侶不確定性的內容有三項：對這段關係的渴望(1-7 題)、對這段關係的評價(8-11 題)、對這段關係的目標(12-16 題)。組成關係不確定性內容有四項：關係的行為規範、伴侶之間的感情、當前關係的定義和關係的未來。其中評估自我不確定性有 16 題，伴侶不確定性有 15 題，關係不確定性有 16 題，共 47 道題。

Turner (1990)的研究中訪問 46 對已婚夫妻，其中有 80%的參與者曾經經歷婚姻不確定事件，研究說明了婚姻中的確存在著不確定性。Knobloch (2008)的研究結果顯示，人們在婚姻中的問題不同於約會關係中所發生的問題，尤其在自我、伴侶及關係這三項不確定性來源中，婚姻中的「關係」不確定性來源更是顯著地不同於約會關係。因此，浪漫關係不確定性量表無法適用於婚姻關係，為了評估婚姻關係中的不確定性，Knobloch 在 2008 年的研究中，提供評估婚姻中廣泛的不確定性：包括自我、伴侶、關係各 4 題，共 12 道題；以及評估婚姻中具體問題的不確定性：包括(一)養育小孩(二)溝通(三)職業問題(四)經濟問題(五)健康問題(六)姻親和延伸家庭(七)性生活(八)退休(九)宗教信仰(十)休閒時間(十一)家務等 11 項主題，每項主題有 3 題，共 33 道題。

本研究是以約會中的情侶為研究對象，因此採用 Knobloch 和 Solomon (1999)的浪漫關係不確定性量表來進行研究。

2.2.4 引發不確定性事件的因素

Planalp 與 Honeycutt (1985)認為在親密關係中，不確定程度並非固定不動，而是不斷改變的。並指出有七類事件是親密關係中產生不確定性事件的因素，說明如下：

1. 外部競爭關係。例如：伴侶跟其它人約會。
2. 原因不明的不再親密接觸。例如：伴侶莫名的遠離，或原因不明地對關係感到厭倦。
3. 性行為。例如：發現伴侶是同性戀或雙性戀，或是非預期的性行為進步。
4. 欺騙。例如：對關於去那裏、喝酒、抽煙、或伴侶跟其它人的感情等事情說謊。
5. 個性和價值觀的改變。例如：發現對方具有雙重標準，是種族主義者..等。
6. 私密的背叛。例如：男友跟母親說他們已經發生關係、或告訴朋友他們的性生活等，將伴侶間私密生活告訴其它人的行為。
7. 其它。例如：伴侶偷自己的錢，販毒，酗酒，強烈意見相左，討厭對方家庭等。

2.3 外部競爭關係

Baxter 與 Bullis (1986)對於浪漫關係發展轉捩點的研究指出，造成關係往負面變化的前二大因素是外部競爭關係及取消訂婚(unengagement，包括所有的關係降級)。而外部競爭關係主要來自：(1)新歡(New Rival)：如出現感情的第三者。(2)舊愛(Old Rival)：如前男(女)友的再度出現。(3)跟愛情無關，但佔用時間及注意力的需求(Competing demand)：如學校、工作或運動。

Afifi 和 Reichert (1996)綜合一些研究後也指出，異性朋友對於進行中的浪漫關係或婚姻來說，是一種威脅。Metts (1994)的研究也顯示外遇事件和對第三者的浪漫興趣，被認為是二個最大的越軌關係。

過去 Booth 和 Hess (1974)的研究中男性(35%)比女性(24%)擁有更高比例親密的異性朋友，並認為可能來自規範約束的差異及社會結構中的性別角色因素的影響。而最近的研究顯示，女學生明顯比男學生在臉書上擁有更多朋友 (Hew, 2011)。雖然男性比女性更喜歡跟異性作朋友。但對於照片具有吸引力的異性檔案，則不分男女都更有意願跟他(她)成為朋友 (Wang, Moon, Kwon, Evans, & Stefanone, 2010)。在現今社交網站的風行下，是否悄悄地打破長久以來男女社交上的一些差別待遇。然而不管社會規範如何演變，異性朋友對於親密關係而言，仍然是種潛在威脅，即便是結了婚也一樣。Booth & Hess (1974)認為其中主要的原因有二點：首先夫妻以外的親密互動，可能會影響與伴侶之間親密互動的量。第二，由求愛到結婚，常常是幾個同性個體追求一個異性的競爭，因此異性朋友被視為浪漫關係或婚姻的威脅 (Afifi & Guerrero, 1998)。

而跟已婚的人比起來，一般社會規範也比較贊成單身、離婚、喪偶的人結交異性朋友 (Booth & Hess, 1974)。因此，在浪漫關係裏的情侶，除了需面對本身感情的不確定性，還得應付外部競爭關係。尤其數十年前，社會的紐帶還能牢牢繫住人們互動的網絡，而今在充滿流動、脆弱與無常的動盪世界，鬆脫可撤的伴侶關係早已取代至死方離的關係 (Bauman, 2003)，在浪漫關係中的情侶，又該如何因應呢？是否真如 Bauman (2003)所言，唯一僅存的理性選擇是不終止選擇的權利。

2.3.1 臉書潛在競爭威脅量表

根據 Muise, Christofides 與 Desmarais (2009)的研究，74.6%的人會將有過浪漫關係或性關係的人加為臉書上的好友。而 78.9%的人表示，伴侶將有過浪漫關係或性關係的人加為臉書上的好友。臉書不僅找回舊情人或有過曖昧關係的人，同時也很容易讓真實生活中認識的朋友在臉書搭上線，進一步互動、建立關係。Baxter 和 Bullis (1986)提出外部競爭關係，指出外部競爭關係由三個來源所組成：(1)新歡(New Rival)：如出現感情的第三者。(2)舊愛(Old Rival)：如前男(女)友的重度出現。(3)跟愛情無關，但佔用時間及注意力的需求(Competing demand)：如學校、工作或嗜好(如運動)。為了探究臉書上的異性朋友是否對現任情人造成威脅，本研究根據 Baxter 和 Bullis (1986)所提出的外部競爭關係，擷取前二項：新歡與舊愛作為本量表所要評估的威脅來源。

因此臉書潛在競爭威脅量表主要在於評估伴侶臉書朋友列表上的過去戀人及異性朋友的威脅程度。而組成潛在競爭威脅量表的內容，則根據影響人際吸引因素 (徐西森、連廷嘉、陳仙子、劉雅瑩，民 81; 陳皎眉，民 83)並參酌臉書之情境因素自行編製臉書潛在競爭威脅量表。臉書潛在競爭威脅量表由三個分量表所組成：一般互動威脅分量表(1-5 題)，異常互動威脅分量表(6-9 題)，人際吸引威脅分量表(10-15 題)，共 15 題。

2.4 人際電子監視

2.4.1 監視理論

關於監視理論重要概念的發展歷程，首先是 1949 年喬治·歐威爾(George Orwell)(邱素惠，民 68)在《一九八四》一書中，描寫一個擁有至高權威的黨，在每個家庭的每個房間（包括廁所）裝設永遠無法關閉的電視幕，無時無刻地監視著人民的一舉一動。

而監視最有名的負面概念是 Foucault 在 1975 年提出的圓形監獄的監視理論，這起源於十八世紀 Jeremy Bentham 圓形監獄的建築設計：一個位於中央的監視塔，環繞著囚犯各自隔離的小間，獄卒在圓形監獄的中心位置可以全面監視囚犯，但囚犯卻無從得知他們何時和多常被監看。圓型監獄所強調的意義是自我監視（self-surveillance），受監視者知道在中心的監視塔有人在監看，個人會隨時留意自己的行為，因為不知道何時會被何人監看，而逐漸將受監視內化，形成約束自己的力量（劉北成、楊遠嬰，民 81）。

霍克海默（Max Horkheimer 1937-2002）的中性監視學派，對監視的定義是基於管理的目的，有系統地收集人類或非人類數據資料。而吉登斯（Giddens）在 1985 年提出的中性監視概念，認為監視是基於管理的目的，收集和整合資訊。他認為現代的社會是資訊的社會，各種形式的組織都需要監視才能運作，監視即組織。而中性監控概念的基本假設是：監視具有正面意義、監視具有授權與限制兩面、監視對所有社會都是重要的、監視是組織必需的、任何有系統的收集資訊就是監視（as cited in Fuchs, 2011）。

Zuboff 於 1988 年提出訊息圓形監獄，認為使用電子系統，已經讓訊息的蒐集從時間和空間的限制中解脫出來，而且認為訊息圓形監獄不同於圓形監獄，因為個人既是觀察者，也是被觀察者（as cited in D'Urso, 2006）。

Mark Poster 年在 1990 年及 1996 年更進一步提出超級圓形監獄（superpanopticon）理論，認為在現今資訊科技廣泛運用及快速進展之下，所有的訊息都數位化，整個社會是一個巨大的資料庫，因而形成一個在電子監控之下，超越時間、空間限制，更強大的監視機制，稱之為超級圓形監獄（superpanopticon）（as cited in Albrechtslund, 2008）。

參與現代社會就是生活在電子監控下。Lyon (2001)認為所有依賴資訊技術來管理和控制的社會都是監視的社會。而將監視定義為任何收集和處理個人資料，其目的在於影響或管理那些被取得資料的人。因此監視通常不是指人與人之間具體的彼此監看，而是尋找來自個人的事實片斷。因此，促使監視的發生，最重要的是電腦能力。電腦大規模的成長和技術的提升，讓收集的資訊得以儲存、配對、檢索、處理、行銷和流通。

Albrechtslund (2008)認為線上社交網站是自願參與且其共享的功能不應被低估。個人訊息的分享，透過檔案活動、信仰、居住地、地位、喜好...等，這都代表某種程度的溝通，它就顯示在那裏，既不必說，也不用問，而這似乎也成了媒體化社交的一部分。所以就線上社交網站而言，監視是潛在授權，主觀建立，甚至是玩樂，Albrechtslund 稱之為參與監視。

臉書確實讓來自世界各地的人串連和共享信息，這也成為備受爭議的監視入侵方式，因為它等於鼓勵人們生活在監視的社會 Dunn (2008-2009)。同時 Dunn 指出臉書是一個超級圓型監獄的環境：人們知道他們一直被監視，但他們同樣可以監視別人。這有別於 Foucault 在 1975 年提出的圓型監獄理論：只能被監看且不知何時被監看。臉書創建了一個看待別人和表現自己的方式，把觀看和被觀看，設計成一種樂趣、一種悠閒活動，進而改變了人們對隱私和監視的想法。隱私已經變成是控制多少人知道什麼，而不是不讓任何人知道。所以，雖然臉書的隱私問題一直被放在檯面上，但似乎並不影響它受歡迎的程度 (Dunn, 2008-2009)。因為如果某一用戶對於顯示的訊息量感到不舒服，那麼可以修改隱私設定，或者乾脆撤消自己帳號。

Fuchs (2011)則偏向將監視定義為一個負面的概念：監視是收集個人或團體的資料，以便行為的控制和管教，以暴力為目標的威脅行為。因為負面的監視概念，能明確區分什麼是，以及什麼不是網路監視。只要跟傷害、脅迫、暴力、權力、控制、操縱、支配、紀律處分的權力、非自願觀察等有關的都屬網路監視。

Tokunaga (2011)認為人際電子監視是指私下利用通訊技術獲得其他用戶離線或線上資訊的行為，是具警覺性且有目標導向的行為。各類關係，譬如好友、戀人、工作夥伴或家庭成員，以及各種網路上的內容，都可能被監視。

由臉書是一個強調共享，以瀏覽為導向的社交平台，如同 Albrechtslund (2008)所說的，不應低估其共享的功能。因此本研究以 Tokunaga (2011)對人際電子監視的定義為基

礎，將人際電子監視行為，更狹義的定義為情侶間為了偵測異性威脅而具警覺性且有目標導向的瀏覽行為，作為本研究對於人際電子監視行為的定義，以與一般的瀏覽行為作區隔。



第三章 研究方法

本研究以問卷調查法進行浪漫關係中的「不確定性」與臉書中的「潛在競爭威脅」對於「人際電子監視時間」影響之研究。本章共分為六節：3.1 研究架構；3.2 研究流程；3.3 研究假設；3.4 研究對象；3.5 研究方法及工具；3.6 資料分析方法，分別說明如下：

3.1 研究架構

本研究根據社交網站、關係不確定性、外部競爭關係及人際電子監視等相關理論、文獻資料並結合臉書情境，建立本研究架構（如圖 1）。以探討感情訊息變項是否對浪漫關係不確定性和個體所感受到的臉書中潛在競爭威脅會有影響？浪漫關係的不確定性和臉書中的潛在競爭威脅是否有相關？以及尋找影響臉書中「人際電子監視時間」的可能因素。

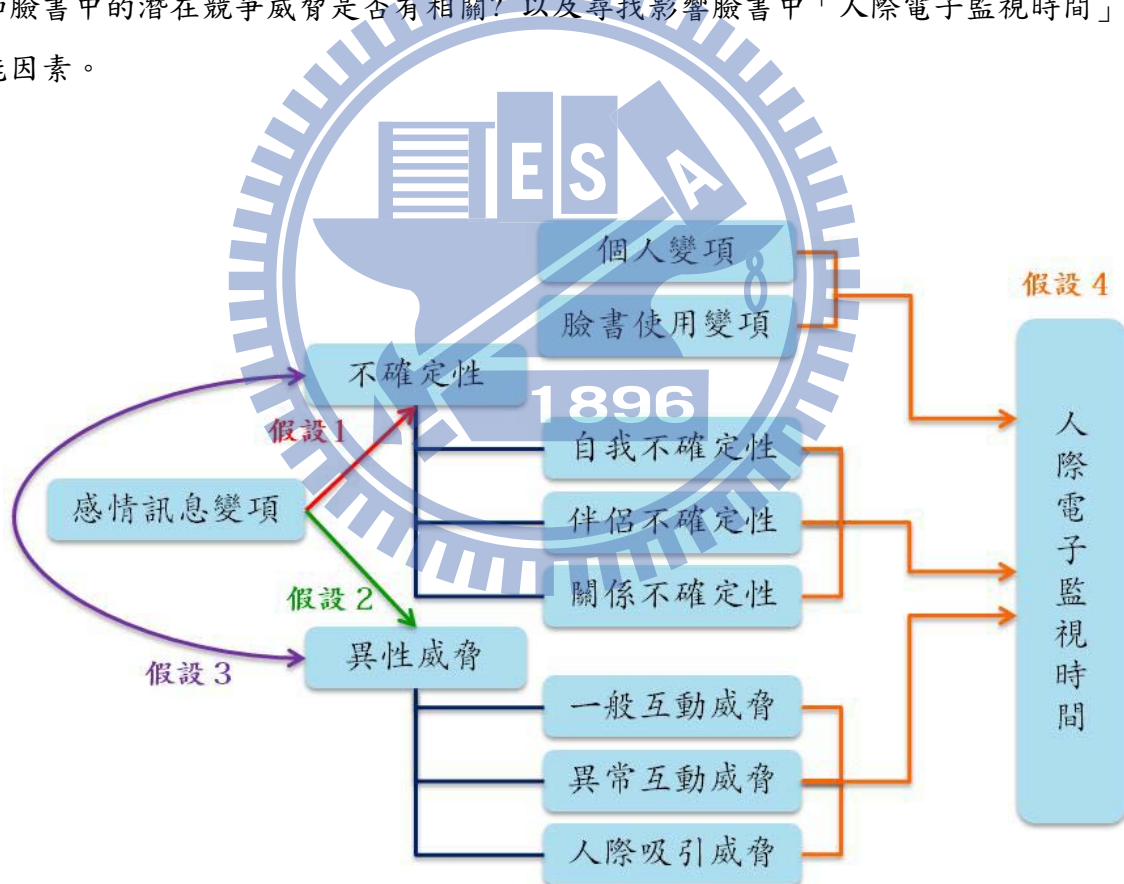


圖 1 研究架構

3.2 研究流程

本研究流程主要分為九個階段，分述如下：

第一階段：瞭解目前社交網站使用狀況及相關反應，形成研究動機。

第二階段：針對相關研究，進行文獻探討

第三階段：建立研究架構。

第四階段：確定研究方法，採問卷調查法並進行問卷內容檢覈。

第五階段：預試問卷前測，針對題目字義、內容、敏感度，進行預試問卷前測，並經專家審核，確定預試問卷內容。

第六階段：進行問卷預試，回收 100 份有效問卷，並進行各量表極端組檢定、各量表相關分析、各量表因素分析、各量表信度分析，並經專家審核，確定正式問卷內容。

第七階段：進行正式問卷調查，回收 286 份有效問卷。

第八階段：資料整理分析

第九階段：撰寫研究報告



圖 2 研究流程

3.3 研究假設

基於研究問題，提出以下研究假設：

1. 「感情訊息變項」對於浪漫關係的「確定程度」會有影響。
2. 「感情訊息變項」對於臉書中的「潛在競爭威脅」會有影響。
3. 浪漫關係的「確定程度」與臉書中「潛在競爭威脅」存在相關。
4. 浪漫關係的「確定程度」、臉書中「潛在競爭威脅」和相關變項對「人際電子監視時間」會有影響。



3.4 研究對象

本研究旨在探討浪漫關係中的「不確定性」與臉書中「潛在競爭威脅」等變項對於「人際電子監視時間」的影響。因此本研究是以在約會關係中且本身及約會對象均有使用臉書的人作為研究對象。而所謂的在約會關係中是指未婚、跟異性朋友約會一次以上，而且想繼續跟他(她)約會，或已有男(女)朋友。



3.5 研究方法及工具

本研究採用問卷調查法收集相關資料，抽樣方式採偶遇抽樣法(Accidental Sampling)也稱為便利抽樣法(convenience sampling)。研究者利用紙本問卷，於新竹及桃園地區的大學校園中尋找可能的受試者，並經確認符合未婚、在約會關係中、而其本身及約會對象均有使用臉書的條件後，邀請接受問卷調查。若浪漫關係中的兩人同時出現，則要求分開填答，以不能看到對方填答內容或影響對方填答為原則。問卷填答後，當場提供各種造型的防水貼紙，供受試者挑選，作為感謝協助填寫問卷的小禮物。預試時間為 2012 年 2 月 12 日至 16 日回收有效問卷 100 份；正式施測時間為 2012 年 2 月 28 日至 3 月 11 日，回收有效問卷 286 份。

本問卷題項分為五類：(1) 個人變項。(2) 感情訊息變項。(3) 臉書使用變項。(4) 潛在競爭威脅量表 (5) 不確定性量表。



3.5.1 預試問卷內容題項

本研究問卷採封閉式問題，由研究者依據研究目的及相關文獻，分析整理後，提出具代表性題目並提供有限選項，讓受試者勾選出與他本身情況最接近的答案。預試問卷內容如下：

1. 個人變項、感情訊息變項與臉書使用變項之題項

此部分主要目的在於瞭解受試者的個人基本資料、與約會對象感情相關的訊息以及使用臉書的各種情況等。題項敘述如下表：

表 5

個人變項、感情訊息變項與臉書使用變項之題項

題 項		對應題號
個人變項	你的性別。	— 1
	你的年齡。	— 2
	你的最高學歷。	— 3
感情訊息變項	你與目前的對象交往多久了？	— 5
	你與目前的對象已彼此認定為男(女)朋友？	— 6
	你在臉書上的感情狀態是：	— 7
	你的對象，他（她）在臉書上的感情狀態是：	— 8
	你有没有加前男(女)友為臉書上的好友？	— 9
	你的對象有没有加前男(女)友為臉書上的好友？	— 10
	你最在意你的對象加誰為臉書上的好友？	— 13
臉書使用變項	你加入臉書多久了？	— 4
	最近一週，為了知道「你的對象跟異性朋友在臉書上互動的情形」，你平均一天大約花多少時間在臉書瀏覽這方面的訊息？	— 11
	最近一週，「你每天在臉書上瀏覽的全部時間」，平均一天大約有多少時間？	— 12
	你的臉書「朋友列表」上有多少位朋友？	— 14
	就你所知，你的對象，他（她）臉書「朋友列表」上有多少位朋友？	— 15

2. 臉書潛在競爭威脅量表

本研究參考外部競爭關係 (Baxter & Bullis, 1986)、影響人際吸引因素 (徐西森等人, 民 81; 陳皎眉, 民 83) 並參酌臉書之情境, 編製成「臉書潛在競爭威脅量表」, 由一般互動威脅 (5 題)、異常互動威脅 (4 題)、人際吸引威脅 (6 題) 三個分量表所組成, 共 15 題。評分方式採李克特式 (Likert-type) 五點量表。受試者按照實際情形, 由「沒有不放心」到「非常不放心」加以評量, 「沒有不放心」以 1 分計算、「有點不放心」以 2 分計算、「有些不放心」以 3 分計算、「很不放心」以 4 分計算、「非常不放心」以 5 分計算。受試者得分越高, 表示其所感受到的威脅愈高。題項敘述如下表:

表 6
臉書潛在競爭威脅量表題項 (沒有不放心→非常不放心)

因素	題 項	對應題號
一般互動威脅	你的對象在臉書加異性朋友為好友。	二 1
	你的對象在臉書和異性朋友在塗鴉牆互動。	二 2
	你的對象在臉書和異性朋友照片、標記。	二 3
	你的對象在臉書和異性朋友一起打卡。	二 4
	你的對象在臉書跟異性朋友一起玩遊戲。	二 5
異常互動威脅	你的對象的異性朋友在臉書對他(她)明顯表示好感。	二 6
	你的對象在臉書對異性朋友明顯表示好感。	二 7
	你的對象在臉書和異性朋友私下發送訊息。	二 8
	你的對象在臉書私下加入私密社團。	二 9
人際吸引威脅	你的對象, 他(她)臉書上異性朋友的外表吸引力。	二 10
	你的對象, 他(她)臉書上異性朋友的才藝, 如: 音樂、繪畫等。	二 11
	你的對象, 他(她)臉書上異性朋友的個性, 如: 溫柔、體貼等。	二 12
	你的對象, 他(她)臉書上異性朋友的學歷。	二 13
	你的對象, 他(她)臉書上異性朋友的社經地位。	二 14
	你的對象, 他(她)臉書上異性朋友的工作。	二 15

3. 不確定性量表

研究者根據 Knobloch 與 Solomon (1999)所編製的浪漫關係不確定性量表翻譯而成(原作者授權文件請見附錄二)。Knobloch 與 Solomon 將不確定性區分為自我不確定性(16 題)、伴侶不確定性 (15 題) 及關係不確定性 (16 題) 三個分量表，共 47 道題。評分方式遵循原量表，採李克特式 (Likert-type) 六點量表。受試者按照實際情形，由「完全不確定」到「完全確定」加以評量，「完全不確定」以 1 分計算、「稍微確定」以 2 分計算、「少部分確定」以 3 分計算、「部分確定」以 4 分計算、「大部分確定」以 5 分計算、「完全確定」以 6 分計算。受試者得分越高，表示對這段關係愈確定。題項敘述如下表：

表 7

不確定性量表-自我不確定性分量表題項 (完全不確定→完全確定)

理論因素	自我不確定性分量表 題項 (1-16)	對應題號
對這段關係的渴望	你有多認定這段關係?	三 1
	你對你的對象的感情?	三 2
	你有多喜歡你的對象?	三 3
	你對這段關係的感覺?	三 4
	你有多想要追求這段關係?	三 5
	你是否準備給你的對象承諾?	三 6
	你想要跟你的對象是戀愛關係，還是純朋友關係?	三 7
對這段關係的評價	這段關係對你有多重要?	三 8
	你對你的對象有多少戀愛的感覺?	三 9
	你準備好和你的對象進一步發展彼此的關係?	三 10
	你對於這段關係的看法?	三 11
對這段關係的目標	你是否想要這段關係持續下去?	三 12
	你是否最終想要跟你的對象在一起?	三 13
	你對這段關係的未來目標?	三 14
	你是否想要跟你的對象繼續保持關係?	三 15
	你想要這段關係發展的方向?	三 16

表 8

不確定性量表-伴侶不確定性分量表題項 (完全不確定→完全確定)

理論因素	伴侶不確定性分量表 題項 (17-31)	對應題號
對這段關係的渴望	你的對象有多認定這段關係?	三 17
	你的對象有多喜歡你?	三 18
	你的對象現在有多想要這段關係?	三 19
	你的對象對這段關係的感覺?	三 20
	你的對象有多想要追求這段關係?	三 21
	你的對象想要跟你是戀愛關係，還是純朋友關係?	三 22
對這段關係的評價	你的對象對你有多少戀愛的感覺?	三 23
	你的對象準備好和你進一步發展彼此的關係?	三 24
	你的對象是否想要維持你們的關係?	三 25
	你的對象對於這段關係的看法?	三 26
對這段關係的目標	你的對象是否希望這段關係最終能成功?	三 27
	你的對象是否想要這段關係持續下去?	三 28
	你的對象是否最終想要跟你在一起?	三 29
	你的對象對這段關係未來的目標?	三 30
	你的對象想要這段關係發展的方向?	三 31

表 9

不確定性量表-關係不確定性分量表題項 (完全不確定→完全確定)

理論因素	關係不確定性分量表 題項 (32-47)	對應題號
關係的行為規範	那些話題是你們彼此之間可以或不可以互相討論的?	三 32
	你們彼此之間適當和不適當行為的界限?	三 33
	你們倆人之間關係的規範?	三 34
	你們可以或不可以在此彼此身邊作的行為?	三 35
伴侶之間的感情	你們倆人對彼此的感覺是否相同?	三 36
	你們倆人如何看待這段關係?	三 37
	你的對象喜歡你，是否就像你喜歡他(她)那麼多?	三 38
	你們倆人目前關係的現況?	三 39
當前關係的定義	你們倆人對於這段關係的定義?	三 40
	你和你的對象會如何描述這段關係?	三 41
	現在這段關係的狀態?	三 42
	這是一個戀愛關係或只是單純的朋友關係?	三 43
關係的未來	你們倆人是否將來會在一起?	三 44
	這段關係的未來?	三 45
	這段關係不會很快結束?	三 46
	這段關係發展的方向?	三 47

3.5.2 預試各量表之項目分析

本研究在發展問卷之初，針對社交網站、臉書、關係不確定性、外部競爭關係及人際電子監視等相關議題，以文獻探討的方式逐一分析，並訪談未婚、有約會對象、且本身及約會對象均有使用臉書的人，作成初步問卷。經專家學者指導並針對問卷內容各構面的選題、用詞適切性提供建議，產出預試問卷。以預試結果進一步探究本研究工具的適切性及可行性。本研究以極端組比較、題目總分相關分析、因素分析及信度分析進行問卷之項目分析，預試結果如下所述：

1. 預試各量表極端組比較

各量表極端組比較，乃將所有預試樣本在該量表之個別題項的得分，由低到高排列。前 27% 歸為低分組，後 27% 歸為高分組，以低分組與高分組為自變項，各題項得分為依變項，進行獨立樣本 t 檢定，具有鑑別力的題目在高低兩個極端組的得分應具有顯著差異，本研究設定顯著水準 $\alpha=0.05$ 。



表 10
臉書潛在競爭威脅量表之極端組檢定摘要表(N=100)

題項	平均		自由度	<i>t</i>	<i>p</i>
	低分組	高分組			
1. 你的對象在臉書加異性朋友為好友。	1.00	2.81	26	-13.838***	<.001
2. 你的對象在臉書和異性朋友在塗鴉牆互動。	1.00	3.11	26	-13.701***	<.001
3. 你的對象在臉書和異性朋友照片、標記。	1.00	3.52	26	-20.361***	<.001
4. 你的對象在臉書和異性朋友一起打卡。	1.00	3.85	26	-17.152***	<.001
5. 你的對象在臉書跟異性朋友一起玩遊戲。	1.00	3.52	26	-17.380***	<.001
6. 你的對象的異性朋友在臉書對他(她)明顯表示好感。	1.52	4.85	46.94	-27.724***	<.001
7. 你的對象在臉書對異性朋友明顯表示好感。	1.81	5.00	26	-24.287***	<.001
8. 你的對象在臉書和異性朋友私下發送訊息。	1.37	4.63	52	-24.335***	<.001
9. 你的對象在臉書私下加入私密社團。	1.00	4.19	26	-19.851***	<.001
10. 你的對象，他(她)臉書上異性朋友的外表吸引力。	1.00	3.67	26	-17.664***	<.001
11. 你的對象，他(她)臉書上異性朋友的才藝，如：音樂、繪畫等。	1.00	3.07	26	-13.006***	<.001
12. 你的對象，他(她)臉書上異性朋友的個性，如：溫柔、體貼等。	1.00	3.48	26	-20.061***	<.001
13. 你的對象，他(她)臉書上異性朋友的學歷。	1.00	2.63	26	-9.584***	<.001
14. 你的對象，他(她)臉書上異性朋友的社經地位。	1.00	2.67	26	-9.874***	<.001
15. 你的對象，他(她)臉書上異性朋友的工作。	1.00	2.63	26	-10.094***	<.001

註: *** $p < .001$

表 11

不確定性量表-自我不確定性分量表之極端組檢定摘要表(N=100)

題項	平均		自由度	<i>t</i>	<i>p</i>
	低分組	高分組			
1. 你有多認定這段關係?	2.78	6.00	26	-15.945***	<.001
2. 你對你的對象的感情?	2.96	6.00	26	-16.105***	<.001
3. 你有多喜歡你的對象?	3.07	6.00	26	-15.873***	<.001
4. 你對這段關係的感覺?	2.78	6.00	26	-19.760***	<.001
5. 你有多想要追求這段關係?	3.07	6.00	26	-16.584***	<.001
6. 你是否準備給你的對象承諾?	2.37	6.00	31.21	-20.987***	<.001
7. 你想要跟你的對象是戀愛關係，還是純朋友關係?	3.19	6.00	26	-14.605***	<.001
8. 這段關係對你有多重要?	3.37	6.00	26	-15.465***	<.001
9. 你對你的對象有多少戀愛的感覺?	3.11	6.00	26	-16.077***	<.001
10. 你準備好和你的對象進一步發展彼此的關係?	2.52	6.00	26	-17.206***	<.001
11. 你對於這段關係的看法?	2.96	6.00	26	-14.952***	<.001
12. 你是否想要這段關係持續下去?	3.19	6.00	26	-15.200***	<.001
13. 你是否最終想要跟你的對象在一起?	2.44	6.00	26	-20.722***	<.001
14. 你對這段關係的未來目標?	2.30	6.00	26	-21.100***	<.001
15. 你是否想要跟你的對象繼續保持關係?	3.11	6.00	26	-13.000***	<.001
16. 你想要這段關係發展的方向?	2.81	6.00	26	-16.527***	<.001

註: *** $p < .001$

表 12
不確定性量表-伴侶不確定性分量表之極端組檢定摘要表(N=100)

題項	平均		自由度	<i>t</i>	<i>p</i>
	低分組	高分組			
17. 你的對象有多認定這段關係?	2.89	6.00	26	-14.000***	<.001
18. 你的對象有多喜歡你?	3.00	6.00	26	-12.894***	<.001
19. 你的對象現在有多想要這段關係?	2.81	6.00	26	-14.457***	<.001
20. 你的對象對這段關係的感覺?	2.85	6.00	26	-14.018***	<.001
21. 你的對象有多想要追求這段關係?	2.81	6.00	26	-14.051***	<.001
22. 你的對象想要跟你是戀愛關係，還是純朋友關係?	2.70	6.00	26	-15.060***	<.001
23. 你的對象對你有多少戀愛的感覺?	2.93	6.00	26	-13.239***	<.001
24. 你的對象準備好和你進一步發展彼此的關係?	2.59	6.00	26	-15.832***	<.001
25. 你的對象是否想要維持你們的關係?	3.00	6.00	26	-14.051***	<.001
26. 你的對象對於這段關係的看法?	2.93	6.00	26	-13.999***	<.001
27. 你的對象是否希望這段關係最終能成功?	2.56	6.00	26	-15.500***	<.001
28. 你的對象是否想要這段關係持續下去?	2.85	6.00	26	-14.018***	<.001
29. 你的對象是否最終想要跟你在一起?	2.37	6.00	26	-15.962***	<.001
30. 你的對象對這段關係未來的目標?	2.44	6.00	26	-17.595***	<.001
31. 你的對象想要這段關係發展的方向?	2.70	6.00	26	-14.237***	<.001

註: *** $p < .001$

表 13
不確定性量表-關係不確定性分量表之極端組檢定摘要表(N=100)

題項	平均		自由度	<i>t</i>	<i>p</i>
	低分組	高分組			
32. 那些話題是你們彼此之間可以或不可以互相討論的?	2.96	5.70	40.19	-14.643***	<.001
33. 你們彼此之間適當和不適當行為的界限?	2.85	5.67	36.19	-12.533***	<.001
34. 你們倆人之間關係的規範?	3.15	5.70	36.98	-12.154***	<.001
35. 你們可以或不可以在此彼此身邊作的行為?	3.04	5.70	36.40	-12.376***	<.001
36. 你們倆人對彼此的感覺是否相同?	2.33	5.93	30.77	-20.363***	<.001
37. 你們倆人如何看待這段關係?	2.48	6.00	26.00	-15.816***	<.001
38. 你的對象喜歡你，是否就像你喜歡他(她)那麼多?	2.00	6.00	26.00	-24.980***	<.001
39. 你們倆人目前關係的現況?	2.44	6.00	26.00	-17.595***	<.001
40. 你們倆人對於這段關係的定義?	2.33	6.00	26.00	-18.360***	<.001
41. 你和你的對象會如何描述這段關係?	2.74	6.00	26.00	-14.990***	<.001
42. 現在這段關係的狀態?	2.70	6.00	26.00	-16.045***	<.001
43. 這是一個戀愛關係或只是單純的朋友關係?	2.96	6.00	26.00	-14.461***	<.001
44. 你們倆人是否將來會在一起?	2.11	5.96	27.75	-18.749***	<.001
45. 這段關係的未來?	2.19	5.78	37.47	-19.137***	<.001
46. 這段關係不會很快結束?	2.59	6.00	26.00	-15.832***	<.001
47. 這段關係發展的方向?	2.48	6.00	26.00	-15.380***	<.001

註: *** $p < .001$

由極端組檢定可知，「臉書潛在競爭威脅量表」及「不確定性量表」中，各題在高、低兩極端組得分均達顯著差異，表示所有題目都具有鑑別度，即題目能夠正確測得受測特質的內容，並能夠鑑別不同受試者的反應程度。

2. 預試各量表項目與總分相關分析

本研究之相關分析採用項目與總分相關法，計算每一個題項與分量表總分的 Pearson 積差相關係數，以項目與分量表總分相關係數達 0.4 以上而且顯著水準需達 0.05 以上為選題標準。

表 14
臉書潛在競爭威脅量表之項目與總分相關分析摘要表(N=100)

題項	項目與總分相關	<i>p</i>
1. 你的對象在臉書加異性朋友為好友。	.639***	<.001
2. 你的對象在臉書和異性朋友在塗鴉牆互動。	.782***	<.001
3. 你的對象在臉書和異性朋友照片、標記。	.793***	<.001
4. 你的對象在臉書和異性朋友一起打卡。	.798***	<.001
5. 你的對象在臉書跟異性朋友一起玩遊戲。	.700***	<.001
6. 你的對象的異性朋友在臉書對他(她)明顯表示好感。	.723***	<.001
7. 你的對象在臉書對異性朋友明顯表示好感。	.683***	<.001
8. 你的對象在臉書和異性朋友私下發送訊息。	.751***	<.001
9. 你的對象在臉書私下加入私密社團。	.645***	<.001
10. 你的對象，他(她)臉書上異性朋友的外表吸引力。	.716***	<.001
11. 你的對象，他(她)臉書上異性朋友的才藝，如：音樂、繪畫等。	.747***	<.001
12. 你的對象，他(她)臉書上異性朋友的個性，如：溫柔、體貼等。	.592***	<.001
13. 你的對象，他(她)臉書上異性朋友的學歷。	.621***	<.001
14. 你的對象，他(她)臉書上異性朋友的社經地位。	.667***	<.001
15. 你的對象，他(她)臉書上異性朋友的工作。	.637***	<.001

註: *** $p < .001$

表 15
不確定性量表-自我不確定性之題項與總分相關分析摘要表(N=100)

題項	項目與總分相關	<i>p</i>
1. 你有多認定這段關係?	.806***	<.001
2. 你對你的對象的感情?	.774***	<.001
3. 你有多喜歡你的對象?	.831***	<.001
4. 你對這段關係的感覺?	.836***	<.001
5. 你有多想要追求這段關係?	.807***	<.001
6. 你是否準備給你的對象承諾?	.781***	<.001
7. 你想要跟你的對象是戀愛關係，還是純朋友關係?	.725***	<.001
8. 這段關係對你有多重要?	.801***	<.001
9. 你對你的對象有多少戀愛的感覺?	.834***	<.001
10. 你準備好和你的對象進一步發展彼此的關係?	.788***	<.001
11. 你對於這段關係的看法?	.817***	<.001
12. 你是否想要這段關係持續下去?	.837***	<.001
13. 你是否最終想要跟你的對象在一起?	.791***	<.001
14. 你對這段關係的未來目標?	.829***	<.001
15. 你是否想要跟你的對象繼續保持關係?	.782***	<.001
16. 你想要這段關係發展的方向?	.798***	<.001

註: *** $p < .001$

表 16

不確定性量表-伴侶不確定性之題項與總分相關分析摘要表(N=100)

題項	項目與總分相關	<i>p</i>
17. 你的對象有多認定這段關係?	.859***	<.001
18. 你的對象有多喜歡你?	.872***	<.001
19. 你的對象現在有多想要這段關係?	.881***	<.001
20. 你的對象對這段關係的感覺?	.884***	<.001
21. 你的對象有多想要追求這段關係?	.897***	<.001
22. 你的對象想要跟你是戀愛關係，還是純朋友關係?	.850***	<.001
23. 你的對象對你有多少戀愛的感覺?	.882***	<.001
24. 你的對象準備好和你進一步發展彼此的關係?	.788***	<.001
25. 你的對象是否想要維持你們的關係?	.853***	<.001
26. 你的對象對於這段關係的看法?	.900***	<.001
27. 你的對象是否希望這段關係最終能成功?	.841***	<.001
28. 你的對象是否想要這段關係持續下去?	.859***	<.001
29. 你的對象是否最終想要跟你在一起?	.836***	<.001
30. 你的對象對這段關係未來的目標?	.841***	<.001
31. 你的對象想要這段關係發展的方向?	.841***	<.001

註: *** $p < .001$

表 17

不確定性量表-關係不確定性之題項與總分相關分析摘要表(N=100)

題項	項目與總分相關	<i>p</i>
32. 那些話題是你們彼此之間可以或不可以互相討論的?	.574***	<.001
33. 你們彼此之間適當和不適當行為的界限?	.606***	<.001
34. 你們倆人之間關係的規範?	.645***	<.001
35. 你們可以或不可以在此彼此身邊作的行為?	.602***	<.001
36. 你們倆人對彼此的感覺是否相同?	.879***	<.001
37. 你們倆人如何看待這段關係?	.884***	<.001
38. 你的對象喜歡你，是否就像你喜歡他(她)那麼多?	.805***	<.001
39. 你們倆人目前關係的現況?	.852***	<.001
40. 你們倆人對於這段關係的定義?	.897***	<.001
41. 你和你的對象會如何描述這段關係?	.853***	<.001
42. 現在這段關係的狀態?	.832***	<.001
43. 這是一個戀愛關係或只是單純的朋友關係?	.804***	<.001
44. 你們倆人是否將來會在一起?	.888***	<.001
45. 這段關係的未來?	.867***	<.001
46. 這段關係不會很快結束?	.778***	<.001
47. 這段關係發展的方向?	.857***	<.001

註: *** $p < .001$

由以上題項與總分相關分析可知，「臉書潛在競爭威脅量表」和「不確定性量表」中各題項與量表總分之相關係數皆達 0.4 以上且達顯著，表示所有題目與各量表間具有同質性。

3. 預試各量表因素分析

(1) 臉書潛在競爭威脅量表:

本研究「臉書潛在競爭威脅量表」乃參考外部競爭關係(Baxter & Bullis, 1986)、影響人際吸引因素(徐西森等人, 民 81; 陳皎眉, 民 83)並參酌臉書之情境, 自行編製而成, 以 SPSS 進行探索性因素分析, 以因素負荷量來萃取因素, 並對因素加以命名。透過 KMO 取樣適切性量數與 Bartlett 球形檢定。而 KMO 值取樣適切性量數, 其值介於 0 與 1 之間。當 KMO 值愈接近 1 時, 表示變項之間之共同因素愈多, 愈適合進行因素分析, 進行因素分析的準則是 KMO 值至少要在 0.6 以上。而當顯示適合執行因素分析時, 以主成份分析法進行因素分析, 用最大變異法取出因素負荷量, 並以因素負荷量大於 0.5 為選題標準(榮泰生, 民 88)。

透過 KMO 取樣適切性量數與 Bartlett 球形檢定, 得「臉書潛在競爭威脅量表」的 KMO 值為.885, 球形檢定卡方值為 1238.817, $p < .001$ 達顯著水準。



表 18
臉書潛在競爭威脅量表之因素分析摘要表(N=100)

題項	因素		
	人際吸引威脅	一般互動威脅	異常互動威脅
14. 你的對象，他(她)臉書上異性朋友的社經地位。	.905	.257	.076
15. 你的對象，他(她)臉書上異性朋友的工作。	.903	.263	.020
13. 你的對象，他(她)臉書上異性朋友的學歷。	.867	.263	.027
11. 你的對象，他(她)臉書上異性朋友的才藝，如：音樂、繪畫等。	.758	.136	.457
12. 你的對象，他(她)臉書上異性朋友的個性，如：溫柔、體貼等。	.620	-.102	.548
10. 你的對象，他(她)臉書上異性朋友的外表吸引力。	.556	.148	.564
3. 你的對象在臉書和異性朋友照片、標記。	.149	.820	.377
4. 你的對象在臉書和異性朋友一起打卡。	.136	.797	.408
5. 你的對象在臉書跟異性朋友一起玩遊戲。	.174	.772	.235
2. 你的對象在臉書和異性朋友在塗鴉牆互動。	.207	.765	.368
1. 你的對象在臉書加異性朋友為好友。	.329	.726	.059
7. 你的對象在臉書對異性朋友明顯表示好感。	-.028	.347	.797
8. 你的對象在臉書和異性朋友私下發送訊息。	.129	.428	.691
6. 你的對象的異性朋友在臉書對他(她)明顯表示好感。	.106	.417	.680
9. 你的對象在臉書私下加入私密社團。	.197	.241	.631
特徵值	3.943	3.806	3.311
變異量(%)	26.289	25.373	22.070
累積變異量(%)	26.289	51.662	73.732

執行結果如表 18，十五個題項共萃取出三個因素構面，累積解釋變異量為 73.732%，但第 10 題及第 12 題在所屬的人際吸引因素構面中，其因素負荷量大於 0.5，但同時在其他因素構面中也大於 0.5，按照一般慣例應將此二題項刪除。但由於第 10 題及第 12 題所屬的人際吸引因素結構已有理論上的觀點，因此依邱皓政的看法，單獨再將人際吸引因素執行因素分析，並將因素數數目指定為 1，而題目的因素負荷量必需達 .71 以上，即題目被解釋的變異量必須達 50% 以上（邱皓政，民 85），執行結果如表 19。

表 19

臉書潛在競爭威脅量表-人際吸引威脅因素分析摘要表(N=100)

題項	人際吸引威脅 因素負荷量
14. 你的對象，他(她)臉書上異性朋友的社經地位。	.911
15. 你的對象，他(她)臉書上異性朋友的工作。	.891
11. 你的對象，他(她)臉書上異性朋友的才藝，如：音樂、繪畫等。	.879
13. 你的對象，他(她)臉書上異性朋友的學歷。	.864
10. 你的對象，他(她)臉書上異性朋友的外表吸引力。	.737
12. 你的對象，他(她)臉書上異性朋友的個性，如：溫柔、體貼等。	.729
特徵值	4.217
變異量(%)	70.290
累積變異量(%)	70.290

依上述，將人際吸引威脅因素重新執行，結果如下：KMO 取樣適切性量數與 Bartlett 球形檢定的 KMO 值為.839，球形檢定卡方值為 556.858， $p < .001$ 達顯著水準。臉書潛在競爭威脅量表之人際吸引威脅題項的因素負荷量均高於.71，因此全部保留。

在因素分析方法下，將「臉書潛在競爭威脅量表」分成三個構面，是具備建構效度的，本量表共計 15 題。本量表的因素結構為「一般互動威脅」、「異常互動威脅」及「人際吸引威脅」三因子，如下圖：

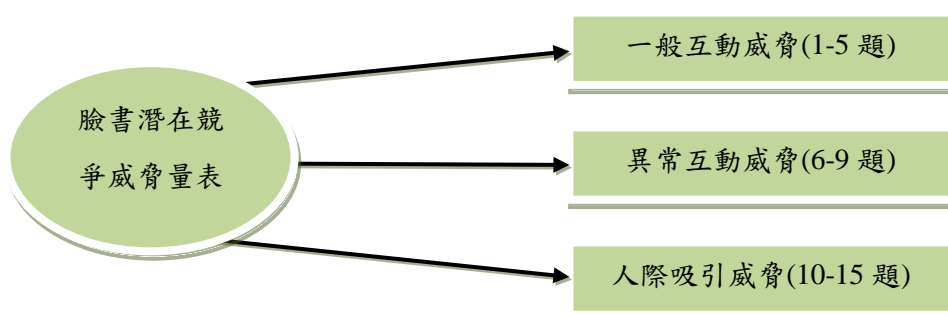


圖 3 臉書潛在競爭威脅量表因子圖

(2) 不確定性量表：

不確定性量表乃研究者根據 Knobloch 和 Solomon (1999)所編製的浪漫關係不確定性量表翻譯而成。而 Knobloch 和 Solomon 將不確定性區分為自我不確定性、伴侶不確定性及關係不確定性三個分量表，其中組成自我與伴侶不確定性分量表的因子有三項：對這段關係的渴望、對這段關係的評價、對這段關係的目標。組成關係不確定性的因子有四項：關係的行為規範、伴侶之間的感情、當前關係的定義和關係的未來。其中評估自我不確定性有 16 題，伴侶不確定性有 15 題，關係不確定性有 16 題，共 47 題。如下圖：

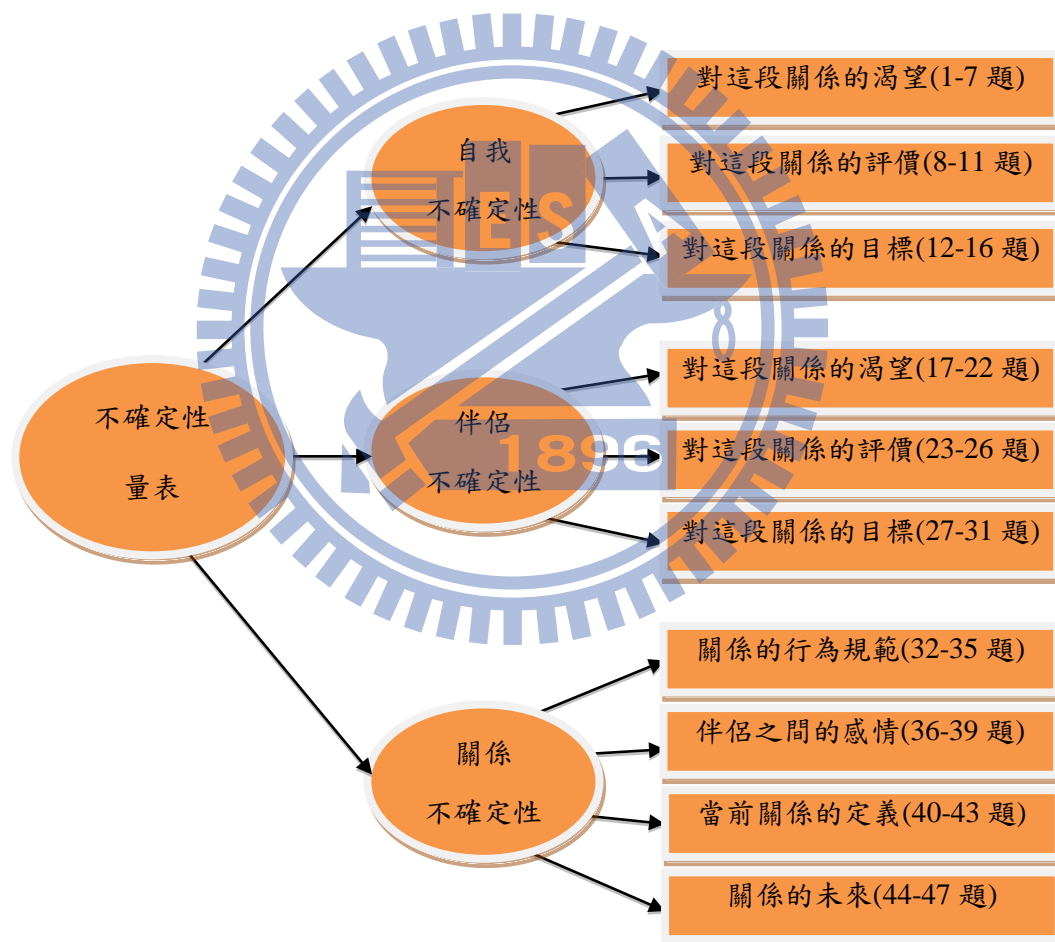


圖 4 不確定性量表因子圖

由於不確定性量表的因素結構已有理論上的觀點，因此本研究依邱皓政的看法，如果研究者對於因素的結構已有理論觀點，他建議將各因素的題目分開執行因素分析，並將因素數數目指定為 1，而題目的因素負荷量必需達.71 以上，即題目被解釋的變異量達 50% 以上 (邱皓政，民 85)。因此不確定性量表，將分別就各因素一一進行因素分析，以因素負荷量大於 0.71 為選題標準。

A. 自我不確定性分量表一對這段關係的渴望因素分析

透過 KMO 取樣適切性量數與 Bartlett 球形檢定，KMO 值為.909，球形檢定卡方值為 823.125， $p < .001$ 達顯著水準。

表 20

自我不確定性分量表-對這段關係的渴望因素分析摘要表(N=100)

題項	對這段關係的渴望因素負荷量
3. 你有多喜歡你的對象?	.951
4. 你對這段關係的感覺?	.934
2. 你對你的對象的感情?	.921
5. 你有多想要追求這段關係?	.920
1. 你有多認定這段關係?	.898
7. 你想要跟你的對象是戀愛關係，還是純朋友關係?	.867
6. 你是否準備給你的對象承諾?	.833
特徵值	5.722
變異量(%)	81.741
累積變異量(%)	81.741

在自我不確定性分量表的對這段關係的渴望因素中，題項之因素負荷量均高於.71，全部保留。

B. 自我不確定分量表-對這段關係的評價因素分析

透過 KMO 取樣適切性量數與 Bartlett 球形檢定，KMO 值為.828，球形檢定卡方值為 385.847， $p<.000$ 達顯著水準。

表 21

自我不確定性分量表-對這段關係的評價因素分析摘要表(N=100)

題項	對這段關係的評價因素負荷量
11. 你對於這段關係的看法?	.949
9. 你對你的對象有多少戀愛的感覺?	.945
8. 這段關係對你有多重要?	.929
10. 你準備好和你的對象進一步發展彼此的關係?	.860
特徵值	3.396
變異量(%)	84.892
累積變異量(%)	84.892

在自我不確定性分量表的對這段關係的評價因素中，題項之因素負荷量均高於.71，全部保留。

C. 自我不確定分量表-對這段關係的目標因素分析

透過 KMO 取樣適切性量數與 Bartlett 球形檢定，KMO 值為.861，球形檢定卡方值為 608.881， $p < .001$ 達顯著水準。

表 20

自我不確定分量表-對這段關係的目標因素分析摘要表(N=100)

題項	對這段關係的目標因素負荷量
14. 你對這段關係的未來目標?	.944
13. 你是否最終想要跟你的對象在一起?	.936
16. 你想要這段關係發展的方向?	.936
12. 你是否想要這段關係持續下去?	.929
15. 你是否想要跟你的對象繼續保持關係?	.925
特徵值	4.359
變異量(%)	87.189
累積變異量(%)	87.189

在自我不確定分量表的對這段關係的目標因素中，題項之因素負荷量均高於.71，全部保留。

D. 伴侶不確定分量表-對這段關係的渴望因素分析

透過 KMO 取樣適切性量數與 Bartlett 球形檢定，KMO 值為.938，球形檢定卡方值為 1013.703， $p < .001$ 達顯著水準。

表 21

伴侶不確定分量表-對這段關係的渴望因素分析摘要表(N=100)

題項	對這段關係的渴望因素負荷量
19. 你的對象現在有多想要這段關係?	.975
20. 你的對象對這段關係的感覺?	.972
18. 你的對象有多喜歡你?	.965
21. 你的對象有多想要追求這段關係?	.963
17. 你的對象有多認定這段關係?	.944
22. 你的對象想要跟你是戀愛關係，還是純朋友關係?	.931
特徵值	5.511
變異量(%)	91.842
累積變異量(%)	91.842

在伴侶不確定分量表的對這段關係的渴望因素中，題項之因素負荷量均高於.71，全部保留。

E. 不確定性量表伴侶不確定分量表的對這段關係的評價因素分析

透過 KMO 取樣適切性量數與 Bartlett 球形檢定，KMO 值為.855，球形檢定卡方值為 498.670， $p < .001$ 達顯著水準。

表 22

伴侶不確定分量表-對這段關係的評價因素分析摘要表(N=100)

題項	對這段關係的評價因素負荷量
26. 你的對象對於這段關係的看法?	.969
23. 你的對象對你有多少戀愛的感覺?	.960
25. 你的對象是否想要維持你們的關係?	.951
24. 你的對象準備好和你進一步發展彼此的關係?	.917
特徵值	3.605
變異量(%)	90.128
累積變異量(%)	90.128

在伴侶不確定分量表的對這段關係的評價因素中，題項之因素負荷量均高於.71，全部保留。

F. 不確定性量表-伴侶不確定分量表的對這段關係的目標因素分析

透過 KMO 取樣適切性量數與 Bartlett 球形檢定，KMO 值為.900，球形檢定卡方值為 841.691， $p < .001$ 達顯著水準。

表 23

伴侶不確定分量表-對這段關係的目標因素分析摘要表(N=100)

題項	對這段關係的目標因素負荷量
30. 你的對象對這段關係未來的目標?	.974
27. 你的對象是否希望這段關係最終能成功?	.966
29. 你的對象是否最終想要跟你在一起?	.964
28. 你的對象是否想要這段關係持續下去?	.964
31. 你的對象想要這段關係發展的方向?	.962
特徵值	4.664
變異量(%)	93.289
累積變異量(%)	93.289

在伴侶不確定分量表的對這段關係的目標因素中，題項之因素負荷量均高於.71，全部保留。

G. 不確定性量表-關係不確定分量表的關係的行為規範因素分析

透過 KMO 取樣適切性量數與 Bartlett 球形檢定，KMO 值為.860，球形檢定卡方值為 350.036， $p<.001$ 達顯著水準。

表 24

關係不確定分量表-關係的行為規範因素分析摘要表(N=100)

題項	關係的行為規範因素負荷量
34. 你們兩人之間關係的規範?	.940
33. 你們彼此之間適當和不適當行為的界限?	.933
35. 你們可以或不可在彼此身邊作的行為?	.921
32. 那些話題是你們彼此之間可以或不可以互相討論的?	.876
特徵值	3.369
變異量(%)	84.221
累積變異量(%)	84.221

在關係不確定分量表的關係的行為規範因素中，題項之因素負荷量均高於 0.71，全部保留。

H. 不確定性量表-關係不確定分量表的伴侶之間的感情因素分析

透過 KMO 取樣適切性量數與 Bartlett 球形檢定，KMO 值為.821，球形檢定卡方值為 480.057， $p < .001$ 達顯著水準。

表 25

關係不確定分量表-伴侶之間的感情因素分析摘要表(N=100)

題項	伴侶之間的感情因素負荷量
37. 你們兩人如何看待這段關係?	.964
39. 你們兩人目前關係的現況?	.948
36. 你們兩人對彼此的感覺是否相同?	.939
38. 你的對象喜歡你，是否就像你喜歡他(她)那麼多?	.938
特徵值	3.589
變異量(%)	89.733
累積變異量(%)	89.733

在關係不確定分量表的伴侶之間的感情因素中，題項之因素負荷量均高於.71，全部保留。

I. 不確定性量表-關係不確定分量表的當前關係的定義因素分析

透過 KMO 取樣適切性量數與 Bartlett 球形檢定，KMO 值為.844，球形檢定卡方值為 417.964， $p<.001$ 達顯著水準。

表 26

關係不確定分量表-當前關係的定義因素分析摘要表(N=100)

題項	當前關係的定義因素負荷量
41. 你和你的對象會如何描述這段關係?	.955
42. 現在這段關係的狀態?	.953
40. 你們倆人對於這段關係的定義?	.940
43. 這是一個戀愛關係或只是單純的朋友關係?	.864
特徵值	3.451
變異量(%)	86.263
累積變異量(%)	86.263

在關係不確定分量表的當前關係的定義因素中，題項之因素負荷量均高於.71，全部保留。

J. 不確定性量表:關係不確定分量表的關係的未來因素分析

透過 KMO 取樣適切性量數與 Bartlett 球形檢定，KMO 值為.829，球形檢定卡方值為 538.409， $p<.001$ 達顯著水準。

表 29

關係不確定分量表的關係的未來因素分析摘要表(N=100)

題項	關係的未來因素負荷量
45. 這段關係的未來?	.965
47. 這段關係發展的方向?	.963
44. 你們兩人是否將來會在一起?	.963
46. 這段關係不會很快結束?	.919
特徵值	3.630
變異量(%)	90.760
累積變異量(%)	90.760

在關係不確定分量表的關係的未來因素中，題項之因素負荷量均高於.71，全部保留。

4. 預試各量表信度分析

本研究預試資料經過因素分析後，臉書潛在競爭威脅量表，原始量表 15 題全數保留；不確定性量表原始量表 47 題，全數保留。而本研究信度分析採內部一致性 Cronbach' s α 係數來衡量各變數間共同因素的關連性，檢驗問卷各題間的一致性、穩定性，以 $\alpha=0.7$ 為最小接受值。Cronbach's α 值的分析係數如下：

(1) 臉書潛在競爭威脅量表

總量表 Cronbach α 值為.923，一般互動威脅 Cronbach α 值為.911，異常互動威脅 Cronbach α 值為.844，人際吸引威脅 Cronbach α 值為.905，具有相當的內部一致性。

表 30

臉書潛在競爭威脅量表之信度分析摘要表(N=100)

因素構面	題號	題項	項目刪除時的 α 值	因素構面
一般互動威脅	1.	你的對象在臉書加異性朋友為好友。	.915	.911
	2.	你的對象在臉書和異性朋友在塗鴉牆互動。	.882	
	3.	你的對象在臉書和異性朋友照片、標記。	.872	
	4.	你的對象在臉書和異性朋友一起打卡。	.881	
	5.	你的對象在臉書跟異性朋友一起玩遊戲。	.899	
異常互動威脅	6.	你的對象的異性朋友在臉書對他(她)明顯表示好感。	.799	.844
	7.	你的對象在臉書對異性朋友明顯表示好感。	.782	
	8.	你的對象在臉書和異性朋友私下發送訊息。	.778	
	9.	你的對象在臉書私下加入私密社團。	.846	
人際吸引威脅	10.	你的對象，他(她)臉書上異性朋友的外表吸引力。	.905	.905
	11.	你的對象，他(她)臉書上異性朋友的才藝，如：音樂、繪畫等。	.872	
	12.	你的對象，他(她)臉書上異性朋友的個性。	.904	
	13.	你的對象，他(她)臉書上異性朋友的學歷。	.887	
	14.	你的對象，他(她)臉書上異性朋友的社經地位。	.879	
	15.	你的對象，他(她)臉書上異性朋友的工作。	.883	

「一般互動威脅」、「異常互動威脅」及「人際吸引威脅」每個因素所包含的每一個題項所測量的方向與各因素所要測量的互相一致，具有可接受的信度水準。其中由試題項目刪除時的 Cronbach α 值觀之，第 1 題「你的對象在臉書加異性朋友為好友。」刪除題目後的 Cronbach α 值為.915 與原來一般互動情境分量表 Cronbach α 值.911 非常相近，故保留該題項不予刪除。第 11 題「你的對象，他(她)臉書上異性朋友的才藝，如：音樂、繪畫等」刪除題目後雖然「人際吸引因素」分量表的 Cronbach α 值由.927 提升至.959，但整體量表的 Cronbach α 值卻由.916 降為.911，故保留該題項不予刪除。

(2)不確定性量表

不確定性量表的總量表 Cronbach α 值為.989，自我不確定性分量表 Cronbach α 值為.977，其三個因素:對這段關係的渴望 Cronbach α 值為.962，對這段關係的評價 Cronbach α 值為.936，對這段關係的目標 Cronbach α 值為.962。伴侶不確定性分量表 Cronbach α 值為.989，其三個因素:對這段關係的渴望 Cronbach α 值為.982，對這段關係的評價 Cronbach α 值為.963，對這段關係的目標 Cronbach α 值為.982。關係不確定性分量表 Cronbach α 值為.970，其四個因素:關係的行為規範 Cronbach α 值為.937，伴侶之間的感情 Cronbach α 值為.961，當前關係的定義 Cronbach α 值為.946，關係的未來 Cronbach α 值為.966。以上三個分量表均具有相當的內部一致性。

表 27
不確定性量表-自我不確定性之信度分析摘要表(N=100)

因素構面	題號	題項	項目刪除時的 α 值	因素構面
自我不確定性分量表	對這段關係的渴望	1. 你有多認定這段關係?	.956	.962
		2. 你對你的對象的感情?	.954	
		3. 你有多喜歡你的對象?	.951	
		4. 你對這段關係的感覺?	.952	
		5. 你有多想要追求這段關係?	.954	
		6. 你是否準備給你的對象承諾?	.963	
		7. 你想要跟你的對象是戀愛關係，還是純朋友關係?	.959	
對這段關係的評價	對這段關係的評價	8. 這段關係對你有多重要?	.916	.936
		9. 你對你的對象有多少戀愛的感覺?	.903	
		10. 你準備好和你的對象進一步發展彼此的關係?	.949	
		11. 你對於這段關係的看法?	.899	
對這段關係的目標	對這段關係的目標	12. 你是否想要這段關係持續下去?	.955	.962
		13. 你是否最終想要跟你的對象在一起?	.952	
		14. 你對這段關係的未來目標?	.950	
		15. 你是否想要跟你的對象繼續保持關係?	.955	
		16. 你想要這段關係發展的方向?	.952	

表 28
不確定性量表-伴侶不確定性之信度分析摘要表(N=100)

因素構面	題號	題項	項目刪除時的 α 值	因素構面
伴侶不確定性分量表	對這段關係的渴望	17. 你的對象有多認定這段關係?	.980	.982
		18. 你的對象有多喜歡你?	.978	
		19. 你的對象現在有多想要這段關係?	.976	
		20. 你的對象對這段關係的感覺?	.976	
		21. 你的對象有多想要追求這段關係?	.978	
		22. 你的對象想要跟你是戀愛關係，還是純朋友關係?	.982	
對這段關係的評價		23. 你的對象對你有多少戀愛的感覺?	.945	.963
		24. 你的對象準備好和你進一步發展彼此的關係?	.967	
		25. 你的對象是否想要維持你們的關係?	.950	
		26. 你的對象對於這段關係的看法?	.941	
對這段關係的目標		27. 你的對象是否希望這段關係最終能成功?	.977	.982
		28. 你的對象是否想要這段關係持續下去?	.978	
		29. 你的對象是否最終想要跟你在一起?	.978	
		30. 你的對象對這段關係未來的目標?	.975	
		31. 你的對象想要這段關係發展的方向?	.978	

表 29

不確定性量表-關係不確定性之信度分析摘要表(N=100)

因素構面	題號	題項	項目刪除時的 α 值	因素構面
關係不確定性分量表	關係的行為規範	32. 那些話題是你們彼此之間可以或不可以互相討論的?	.938	.937
		33. 你們彼此之間適當和不適當行為的界限?	.910	
		34. 你們倆人之間關係的規範?	.906	
		35. 你們可以或不可以在此彼此身邊作的行為?	.916	
	伴侶之間的感情	36. 你們倆人對彼此的感覺是否相同?	.953	.961
		37. 你們倆人如何看待這段關係?	.941	
		38. 你的對象喜歡你，是否就像你喜歡他(她)那麼多?	.954	
		39. 你們倆人目前關係的現況?	.948	
	當前關係的定義	40. 你們倆人對於這段關係的定義?	.925	.946
		41. 你和你的對象會如何描述這段關係?	.915	
		42. 現在這段關係的狀態?	.916	
		43. 這是一個戀愛關係或只是單純的朋友關係?	.958	
	關係的未來	44. 你們倆人是否將來會在一起?	.950	.966
		45. 這段關係的未來?	.949	
		46. 這段關係不會很快結束?	.970	
		47. 這段關係發展的方向?	.950	

「自我不確定性」、「伴侶不確定性」及「關係不確定性」每個分量表所包含的每個題項所測量的方向與各分量表所要測量的相互一致，具有可接受的信度水準。而由試題項目刪除時的 Cronbach α 值觀之，第 6 題「你是否準備給你的對象承諾?」、第 10 題「你準備好和你的對象進一步發展彼此的關係?」、第 24 題「你的對象準備好和你進一步發展彼此的關係?」、第 32 題「那些話題是你們彼此之間可以或不可以互相討論的?」

、第 43 題「這是一個戀愛關係或只是單純的朋友關係?」、第 46 題「這段關係不會很快結束?」刪除題目後的 Cronbach α 值與原來分量表 Cronbach α 值非常相近，故保留該題項不予刪除。

本研究之預試問卷經上述的極端組檢定與各項分析，刪除部分題目後，經修正形成具有信效度的正式問卷，正式問卷內容如附錄一。



3.6 資料分析方法

研究者將問卷之資料進行編碼整理後，依據研究變項的屬性，以統計套裝軟體 SPSS 18.0 中文版作為資料分析的工具，驗證研究假設與研究變項間的關係。資料分析的統計方法包含了敘述性統計分析、Pearson 相關分析、多元迴歸、單因子變異數分析，說明如下：

1. 敘述性統計分析：

- (1) 類別變項的資料以百分比進行描述（例如：個人基本資料：性別、學歷、感情狀態..等）。
- (2) 連續變項的資料以平均數、標準差等進行描述(例如：年齡、朋友數、瀏覽時間..等)。

2. 推論性統計分析

- (1) 以皮爾森積差相關（Pearson product-moment correlation）探討浪漫關係的確定程度與臉書潛在競爭威脅程度之間的相關。
- (2) 以多元迴歸探討感情訊息變項對浪漫關係的確定程度和臉書潛在競爭威脅程度的影響，以及個人變項、臉書使用變項、浪漫關係的確定程度和臉書潛在競爭威脅程度對人際電子監視時間的影響。
- (3) 以單因子變異數分析，考驗多元迴歸分析後進一步成立的假設。

第四章 研究結果與分析

研究者根據 286 份有效問卷，利用 SPSS 統計軟體進行資料分析，以考驗研究假設，並對研究結果加以說明。本章共分為三節：4.1 樣本描述性統計。4.2 研究假設考驗分析。其中需檢定的假設有：(1) 感情訊息變項對於浪漫關係的確定程度會有影響。(2) 感情訊息變項對於臉書中的潛在競爭威脅會有影響。(3) 浪漫關係的確定程度與臉書中的潛在競爭威脅存在相關。(4) 浪漫關係的確定程度、臉書中的潛在競爭威脅和相關變項對人際電子監視時間會有影響。4.3 研究結果與討論。

4.1 樣本描述性統計

本研究以問卷調查法收集所需資料，抽樣方式採偶遇抽樣法（Accidental Sampling）也稱為便利抽樣法（convenience sampling）。研究者利用紙本問卷，於新竹及桃園地區的大學校園中進行調查。研究者在完成問卷預試之後，進行信效度評估與問卷修訂，再以正式版本之問卷題目，於 2012 年 2 月 28 日至 3 月 11 日正式進行調查。問卷中若有任何一題漏答或第十二題臉書總瀏覽時間(最近一週，你每天在臉書上瀏覽的全部時間，平均一天大約有多少時間)，少於第十一題臉書人際電子監視時間(最近一週，為了知道你的對象跟異性朋友在臉書上互動的情形，你平均一天大約花多少時間在臉書瀏覽這方面的訊息)，即視為無效問卷。問卷調查樣本總數為 310 人，扣除無效問卷 24 份，實際獲得有效問卷 286 份，有效樣本率約 91.6%。

本節就有效樣本之個人變項、感情訊息變項、臉書使用變項、臉書中的潛在競爭威脅和浪漫關係的不確定性等項目進行描述性統計，以瞭解樣本結構現況，茲分述如下。

4.1.1 個人變項

性別

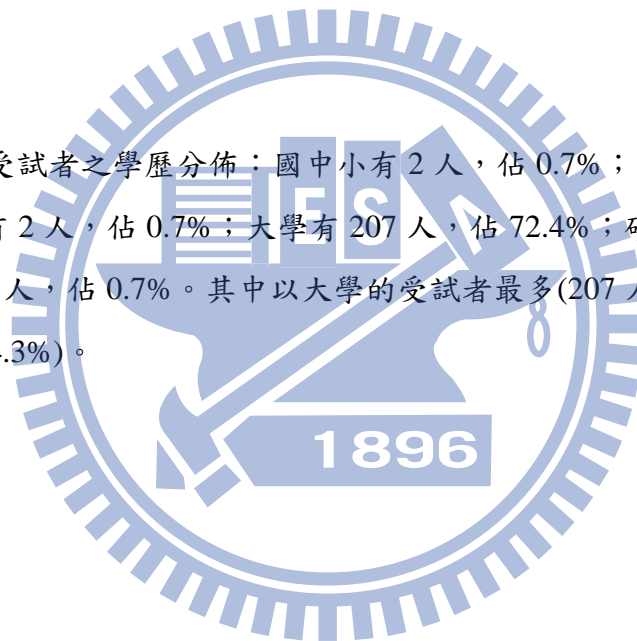
本研究全體受試者中，男性有 154 人，佔 53.8%；女性有 132 人，佔 46.2%，合計共 286 人。

年齡

本研究全體受試者之年齡分佈：15-19 歲有 92 人，佔 32.2%；20-24 歲有 143 人，佔 50.0%；25-29 歲有 35 人，佔 12.2%；30 歲以上有 16 人，佔 5.6%。其中以 20-24 歲人數最多(143 人，50.0%)，次為 15-19 歲(92 人，32.2%)。

學歷

本研究全體受試者之學歷分佈：國中小有 2 人，佔 0.7%；高中職有 32 人，佔 11.2%；專科有 2 人，佔 0.7%；大學有 207 人，佔 72.4%；碩士有 41 人，佔 14.3%；博士有 2 人，佔 0.7%。其中以大學的受試者最多(207 人，72.4%)，碩士次之(41 人，14.3%)。



4.1.2 感情訊息變項

1. 與目前約會對象交往多久

本研究全體受試者與目前對象交往時間之分佈：1年內有137人，佔47.9%；1年-2年內有66人，佔23.1%；2年-3年內有34人，佔11.9%；3年-4年內有23人，佔8.0%；4年-5年內有14人，佔4.9%；5年以上有12人，佔4.2%。其中以以1年內的受試者最多(137人，47.9%)，1年-2年內次之(66人，23.1%)。

2. 與目前約會對象是否已認定為男(女)朋友

本研究全體受試者與目前約會對象是否彼此已認定為男(女)朋友，以已認定為男(女)朋友者佔大多數，有256人，佔89.5%；尚未認定為男(女)朋友者有30人，佔10.5%。

3. 受試者本身臉書上的感情狀態

本研究全體受試者本身臉書上的感情狀態以不顯示感情狀態者最多(125人，43.7%)，穩定交往中者次之(108人，37.8%)，請見表34。

表 30
全體受試者本身臉書上的感情狀態分佈表

	穩定 交往中	已訂婚	已婚	一言 難盡	單身	保有交 友空間	喪偶	已分居	離婚	不顯示	總和
個數	108	1	4	8	30	9	0	1	0	125	286
百分比 (%)	37.8	0.3	1.4	2.8	10.5	3.1	0	0.3	0	43.7	100

為了利於後續分析，依正向或負向表達兩人浪漫關係，將感情狀態分為正向感情狀態(包括:穩定交往中、已訂婚、已婚)、負向感情狀態(包括:一言難盡、單身、交往中但保有交友空間、喪偶、已分居、離婚)以及不顯示三類，其中以不顯示感情狀態者最多(125人，43.7%)，顯示正向感情狀態者次之(113人，39.5%)，請見表35。

表 31

全體受試者本身臉書上的感情狀態(正向、負向、不顯示)分類表

	正向感情狀態	負向感情狀態	不顯示	總和
個數	113	48	125	286
百分比(%)	39.5	16.8	43.7	100

4. 受試者目前約會對象臉書上的感情狀態

本研究全體受試者目前約會對象臉書上的感情狀態，以不顯示感情狀態者最多(136人，47.6%)，穩定交往中次之(113人，39.5%)，請見表36。

表 32

全體受試者目前約會對象臉書上感情狀態分佈表

	穩定 交往中	已訂婚	已婚	一言 難盡	單身	保有交 友空間	喪偶	已分居	離婚	不顯示	總和
個數	113	2	3	1	26	4	0	1	0	136	286
百分比 (%)	39.5	0.7	1.0	0.3	9.1	1.4	0	0.3	0	47.6	100

若依感情狀態是正向或負向表達浪漫關係的狀態，其中以不顯示感情狀態者最多(136人，47.6%)，顯示正向感情狀態者次之(118人，41.3%)，請見表37。

表 33

全體受試者目前約會對象臉書上感情狀態(正向、負向、不顯示)分類表

	正向感情狀態	負向感情狀態	不顯示	總和
個數	118	32	136	286
百分比(%)	41.3	11.2	47.6	100

5. 受試者本身加前男(女)友為臉書上的好友

本研究全體受試者本身加前男(女)友為臉書上好友之分佈:有加者169人,佔59.1%;沒加者61人,佔21.3%;而第一次談戀愛無前男(女)友者有56人,佔19.6%;其中以有加前男(女)友為臉書上好友者為最多(169人,59.1%)。若僅就曾經談過戀愛,有前男(女)友者來分析有無加前男(女)友為臉書上好友,則有加者169人,佔73.5%;沒加者61人,佔26.5%。而Muise, Christofides與Desmarais(2009)的研究,74.6%的人會將有過浪漫關係或性關係的人加為臉書上的好友。

6. 受試者目前交往對象加前男(女)友為臉書上好友

本研究全體受試者目前交往對象有加前男(女)友為臉書上好友之分佈:有加者113人,佔39.5%;沒加者105人,佔36.7%;而不知道約會對象有無加前男(女)友為臉書上好友者有68人,佔23.8%;其中以有加者為最多(113人,39.5%)。

7. 受試者最在意約會對象加誰為臉書上的好友

本研究全體受試者最在意約會對象加誰為臉書上好友的分佈為:在意加對象的家人有8人,佔2.8%;對象的前男(女)友有59人,佔20.6%;對象的異性朋友-不包括前男(女)友有41人,佔14.3%;對象的同性朋友有4人,佔1.4%;不在意的有174人,佔60.8%。為了利於後續分析,依受試者會不會在意約會對象加任一種關係的人為臉書上的好友,分為在意與不在意二類,其中以不在意者最多(174人,60.8%),會在意者次之(112人,39.2%)。

4.1.3 臉書使用變項

1. 加入臉書有多久時間

本研究全體受試者加入臉書有多久時間：1年內有21人，佔7.3%；1年-2年內有129人，佔45.1%；2年-3年內有91人，佔31.8%；3年以上有45人，佔15.7%；其中以加入1年-2年內的受試者最多(129人，45.1%)，2年-3年內次之(91人，31.8%)。

2. 受試者在臉書中進行人際電子監視的時間

本研究全體受試者為了知道「對象跟異性朋友在臉書上互動的情形」，最近一週，平均一天在臉書瀏覽這方面訊息所花的時間，即本研究所定義的臉書人際電子監視時間，其平均數為2.97，顯示填答者在臉書上平均一天所花的人際電子監視時間約21-30分鐘。

3. 受試者在臉書上瀏覽總時間

本研究全體受試者最近一週，平均一天在臉書上瀏覽的全部時間，平均數為8.39，顯示填答者平均一天花約71-90分鐘在臉書上瀏覽(包括人際電子監視時間)。這也已遠超過Hew (2011)綜合多位學者的先前研究，提出的平均每天瀏覽臉書時間為10-60分鐘。而Muise, Chrstofides, 和Desmarais (2009)的研究認為女生比男生花更多的時間在臉書瀏覽，但本研究結果，男女生在臉書的瀏覽時間方面並無顯著差異($t = -.119, p = .906, n.s.$)。

4. 受試者臉書上的朋友數

本研究全體受試者目前臉書上的朋友數，其平均數為4.50，顯示填答者在臉書上的朋友數平均約300-499位，明顯多於Hew (2011)綜合多位學者的先前研究，提出的一般臉書上的朋友數大約為150-350位。而其研究顯示，女學生明顯比男學生在臉書上擁有更多的朋友(Hew, 2011)，但本研究結果顯示，男女生在臉書的朋友數並無顯著差異($t = -.297, p = .766, n.s.$)。

5. 受試者的約會對象臉書上的朋友數

本研究全體受試者目前臉書上的朋友數，其平均數為4.17，顯示填答者在臉書上的朋友數平均約300-499位。無論受試者本身或是受試者約會對象的朋友數都同樣平均約300-499位朋友。

4.1.4 臉書中的潛在競爭威脅程度描述

臉書潛在競爭威脅量表由一般互動威脅、異常互動威脅、人際吸引威脅三個分量表所組成。本研究全體受試者在潛在競爭威脅量表總得分的平均數為31.54分（本量表每題分數為1-5分，題數計有15題）。評分方式採李克特式 (Likert-type) 五點量表。受試者按照實際情形，由「沒有不放心」到「非常不放心」加以評量，「沒有不放心」以1分計算、「有點不放心」以2分計算、「有些不放心」以3分計算、「很不放心」以4分計算、「非常不放心」以5分計算。受試者得分越高，表示其所感受到的威脅程度愈高。本研究全體受試者在臉書潛在競爭威脅量表總得分的平均數為31.54分，即全體受試者在臉書潛在競爭威脅量表的每題平均得分為2.10分，顯示填答者在臉書上感受到的潛在競爭威脅程度超過 (2) 有點不放心，但少於 (3) 有些不放心的狀態，請見表38。

表 34
全體受試者臉書中潛在競爭威脅感受程度描述性統計量

變項	平均數	標準差	最大值	最小值	每題平均得分	狀態
一般互動威脅	9.39	4.104	25	5	1.88	沒有不放心 ~有點不放心
異常互動威脅	12.16	4.391	20	4	3.04	有些不放心 ~很不放心
人際吸引威脅	10.00	4.773	30	6	1.67	沒有不放心 ~有點不放心
總和	31.54	10.865	71	15	2.10	有點不放心- ~有些不放心

4.1.5 浪漫關係的確定程度描述

不確定性量表包括自我不確定性 (16題)、伴侶不確定性 (15題) 及關係不確定性 (16題) 三個分量表，共47道題。評分方式，採李克特式 (Likert-type) 六點量表。受試者按照實際情形，由「完全不確定」到「完全確定」加以評量，「完全不確定」以1分計算、「稍微確定」以2分計算、「少部分確定」以3分計算、「部分確定」以4分計算、「大部分確定」以5分計算、「完全確定」以6分計算。受試者得分越高，表示其所感受到不確定性愈低，即受試者得分越高，表示其感受到的確定程度愈高，為了避免後敘說明不確定性與得分時所可能產生的混淆，將以確定程度來說明與得分相關分析。本研究全體受試者在不確定性量表總得分的平均數為225.63分，即全體受試者在不確定性量表的每題平均得分為4.80分，顯示填答者在浪漫關係中的確定程度處於「大部分確定」的狀態，請見表39。

表 39
全體受試者浪漫關係確定程度描述性統計量

變項	平均數	標準差	最大值	最小值	每題平均得分	狀態
自我確定程度	78.01	16.012	96	16	4.88	大部分確定
伴侶確定程度	72.45	17.626	90	15	4.83	大部分確定
關係確定程度	75.17	16.464	96	19	4.70	大部分確定
總和	225.63	46.28	282	53	4.80	大部分確定

4.2 研究假設考驗分析

本節將根據研究假設，進行統計考驗分析。各研究假設及分析方式如下：

1. 「感情訊息變項」對於浪漫關係的「確定程度」會有影響（多元迴歸分析）。
2. 「感情訊息變項」對於臉書中的「潛在競爭威脅」會有影響（多元迴歸分析）。
3. 浪漫關係的「確定程度」與臉書中「潛在競爭威脅」存在相關（相關分析）。
4. 浪漫關係的「確定程度」、臉書中「潛在競爭威脅」和相關變項對「人際電子監視時間」會有影響(多元迴歸分析)。



4.2.1 假設1: 「感情訊息變項」對於浪漫關係的「確定程度」會有影響。

利用多元迴歸分析，檢驗「感情訊息變項」中各獨變項對於浪漫關係「確定程度」的影響，採用強迫進入變數法，來進行迴歸模式檢驗，結果如下：

表 35

感情訊息變項與浪漫關係確定程度迴歸模型的變異數分析摘要表

模式	平方和	df	平均平方和	F	顯著性
迴歸	216444.578	11	19676.780	13.685	<.001***
殘差	393976.391	274	1437.870		
總數	610420.969	285			

註: *** $p < .001$

表 36

感情訊息變項與浪漫關係確定程度之多元迴歸分析摘要表

依變項:感情訊息變項	B	β	t	顯著性
常數	236.560		37.976***	<.001
與目前對象交往多久	1.378	0.042	0.842	.401
認定男(女)朋友 D_否	-65.782	-0.436	-8.093***	<.001
你臉書上的感情狀態 D_負面	-23.566	-0.191	-2.139*	.033
你臉書上的感情狀態 D_不顯示	-13.931	-0.150	-1.625	.105
對象臉書上感情狀 D_負面	-4.094	-0.028	-0.339	.735
對象臉書上感情狀 D_不顯示	-0.490	-0.005	-0.058	.954
你有無加前男(女)友 D_無	7.274	0.064	1.261	.208
你有無加前男(女)友 D_無舊情人	-2.821	-0.024	-0.465	.642
對象有無加前男(女)友 D_無	8.279	0.086	1.571	.117
對象有無加前男(女)友 D_不知道	-9.686	-0.089	-1.608	.109
在意否(加好友)D_不在意	3.370	0.036	0.720	.472
整體模式	$R^2=.355$	adj $R^2=.329$	$F_{11,274}=13.685***$	

註: * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

共線性診斷：CI 值反映整個迴歸模型受到共線性問題影響的嚴重程度，當 CI 值低於 30，表示共線性問題緩和，30 至 100 間，表示迴歸模式具有中至高度共線性，100 以上則表示共線性嚴重 (邱皓政，民 85)。而當任兩個或多個迴歸係數變異數在同一個 CI 值上的變異數比例均很高(大於 50%)且接近 1 時，表示可能存在共線性組合。本模型之最後一個線性整合的 CI 值=8.787。而此 CI 值所對應的迴歸係數變異誤的變異數比例為：你臉書上的感情狀態 D_負面(61%)、你臉書上的感情狀態 D_不顯示(82%)、對象臉書上感情狀 D_負面(49%)、對象臉書上感情狀 D_不顯示(86%)，其餘解釋變項的迴歸係數變異誤的變異數比例 0%有 8 個。因此可知：本模型共線性緩和，且你臉書上的感情狀態 D_負面、你臉書上的感情狀態 D_不顯示、對象臉書上感情狀 D_負面、對象臉書上感情狀 D_不顯示可能有共線性組合。

本迴歸分析目的在於檢驗感情訊息的各獨變項對依變項（浪漫關係的確定程度）的解釋力，因此採用強迫進入法來進行迴歸模式的檢驗。結果發現 11 個獨變項對於浪漫關係的確定程度解釋力 $R^2=.355$ ，即可以解釋浪漫關係確定程度 35.5%的變異量，若採調整後的 R^2 顯示可以解釋浪漫關係確定程度 32.9%的變異量； $F_{11,274}=13.685^{***}$ ， $p<.001$ 表示解釋力具有統計上的意義。

進一步檢視各變項的個別解釋力，係數估計的結果指出，11個檢驗中，有2個檢驗的獨變項係數達顯著差異，具有統計上的意義，分述如下：

1. 認定男(女)朋友 D_否， β 係數為 $-.436$ ($t=-8.093^{***}$ ， $p<.001$)具有最佳解釋力。表示未認定為男(女)朋友者比已認定為男(女)朋友者的浪漫關係確定程度低。
2. 你臉書上的感情狀態 D_負面， β 係數為 $-.191$ ($t=2.139^*$ ， $p=.033$)，表示本人臉書上的感情狀態負面顯示者比正面顯示者的浪漫關係確定程度低。

其他各變項係數未達顯著差異，不具統計上的意義，因此總結迴歸分析結果，對於浪漫關係確定程度的預測變項有 2 個，最終方程式如下：

$$Y = -65.782 \text{ 認定與否 D_否} - 23.566 \text{ 你感情狀態 D_負面} + 236.560$$

利用此方程式，可以進行浪漫關係中的確定程度預測，估計標準誤為 37.919。

小結： 倆人彼此之間還沒認定為男（女）朋友，浪漫關係的確定程度比已經彼此認定為男（女）朋友的人來得低，這是符合預期的。而受試者本身選擇在臉書中顯示負向的

感情狀態，等於在所有朋友面前宣告感情出了狀況，這跟取消訂婚有些類似，或許其關係確定程度原本就低，也或許這類似關係的降級，對關係的確定程度產生了負面影響 (Baxter & Bullis, 1986)，總之顯示負向感情狀態者，其浪漫關係的確定程度較顯示正向者低。然而，為何對象的感情狀態係數未達顯著呢？研究者推測可能與不確定性量表，不管是自我不確定性分量表，伴侶不確定性分量表以及關係不確定性分量表，全部都是由受試者自己評估填寫，並未納入伴侶的評估，因此對象感情狀態的係數未達顯著是可理解的。



4.2.2 假設2:「感情訊息變項」對於臉書中的「潛在競爭威脅」會有影響。

利用多元迴歸分析，檢驗「感情訊息變項」中各獨立變項對於臉書中「潛在競爭威脅程度」的影響，採用強迫進入變數法，來進行迴歸模式檢驗，結果如下：

表 37

感情訊息變項與潛在競爭威脅迴歸模型的變異數分析摘要表

模式	平方和	df	平均平方和	F	顯著性
迴歸	7312.852	11	664.805	6.918	<.001***
殘差	26332.144	274	96.103		
總數	33644.997	285			

註: *** $p < .001$

表 38

感情訊息變項與潛在競爭威脅之多元迴歸分析摘要表

依變項:感情訊息變項	B	β	t	顯著性
常數	39.470		24.509***	<.001
與目前對象交往多久	-0.689	-.090	-1.628	.105
認定男(女)朋友D_否	1.054	.030	0.501	.616
你臉書上的感情狀態D_負面	-1.631	-.056	-0.573	.567
你臉書上的感情狀態D_不顯示	-1.928	-.088	-0.870	.385
對象臉書上感情狀D_負面	3.204	.093	1.025	.306
對象臉書上感情狀D_不顯示	0.749	.035	0.343	.732
你有無加前男(女)友D_無	1.374	.052	0.921	.358
你有無加前男(女)友D_無舊情人	2.396	.088	1.527	.128
對象有無加前男(女)友D_無	-2.702	-.120	-1.984*	.048
對象有無加前男(女)友D_不知道	-2.243	-.088	-1.440	.151
在意否(加好友)D_不在意	-8.902	-.401	-7.352***	<.001
整體模式	$R^2=.217$	adj $R^2=.186$	$F_{11,274}=6.918***$	

註: * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

本模型之最後一個線性整合的CI值=8.787。而此CI值所對應的迴歸係數變異誤的變異數比例為:你臉書上的感情狀態D_負面(61%)、你臉書上的感情狀態D_不顯示(82%)、對象臉書上感情狀D_負面(49%)、對象臉書上感情狀D_不顯示(86%)，其餘解釋變項的迴歸係數變異誤的變異數比例0%有8個。因此可知：本模型共線性緩和，且你臉書上的感情狀態D_負面、你臉書上的感情狀態D_不顯示、對象臉書上感情狀D_負面、對象臉書上感情狀D_不顯示可能有共線性組合。

本迴歸分析目的在於檢驗感情訊息的各獨變項對依變項(臉書中潛在競爭威脅)的解釋力，因此採用強迫進入法來進行迴歸模式的檢驗。結果發現11個獨變項對於臉書中潛在競爭威脅的解釋力 $R^2=.217$ ，即可以解釋臉書中潛在競爭威脅21.7%的變異量，若採調整後的 R^2 顯示可以解釋臉書中潛在競爭威脅18.6%的變異量； $F_{11,274}=6.918^{***}$ ， $p<.001$ 表示解釋力具有統計上的意義。

進一步檢視各變項的個別解釋力，係數估計的結果指出，11個檢驗中，有2個檢驗的獨變項係數達顯著差異，具有統計上的意義，分述如下：

1. 對象加好友 D_不在意， β 係數為 $-.401$ ($t=-7.352^{***}$ ， $p<.001$) 具有最佳解釋力。表示不在意對象加好友者比在意對象加好友者所感受到的潛在競爭威脅低。
2. 對象有無加前男(女)友 D_無， β 係數為 $-.120$ ($t=-1.984^*$ ， $p=.048$)，表示對象沒加前男(女)友者比對象有加前男(女)友者所感受到的潛在競爭威脅低。

其他各變項係數未達顯著差異，不具統計上的意義，因此總結迴歸分析結果，對於臉書上潛在競爭威脅的預測變項有 2 個，最終方程式如下：

$$Y = -8.902 \text{ 在意對象加好友 D_不在意} - 2.243 \text{ 對象有無加前男(女)友 D_無} + 39.470$$

利用此方程式，可以進行實際的潛在競爭威脅預測，估計標準誤為9.803。

小結： 將舊情人加為好友，會讓目前約會對象感受到威脅是可以理解的。而在意約會對象加好友的人會感受到較高的潛在競爭威脅也是合理的。然而會不會在意是否跟交往對象對這段關係的確定程度本來就讓他們不放心，所以使得他(她)們對於臉書上的威脅特別敏感？還是個人對於加好友的態度較慎重有關？如果他們本身也加了許多好友，是否就比較不會在意呢？為了回答上面的疑問，進一步檢驗在意跟不在意約會對象加好友

的人，其伴侶的確定程度及個人臉書朋友數方面是否有所差異，因此成立假設如下：

1. 在意約會對象加好友的人和不在意的人，其浪漫關係的伴侶確定程度不同。
2. 在意約會對象加好友的人和不在意的人，其臉書的朋友數不同。

為了探討在意和不在意約會對象加好友的人，其浪漫關係伴侶確定程度和本身的朋友數是否有差異，乃進行單因子變異數分析(ANOVA)，考驗上述假設。表44為各組之平均數與標準差，表45為變異數分析結果。

表 39
是否在意對象加好友其伴侶確定程度及朋友數之平均數、標準差摘要表

約會對象加好友		個數	平均數	標準差
伴侶確定程度	在意	112	70.77	17.307
	不在意	174	73.53	17.793
本身朋友數	在意	112	4.77	1.826
	不在意	174	4.32	1.727

表 405
是否在意對象加好友其伴侶確定程度及朋友數之變異數分析摘要表

		SS	df	MS	F	P
伴侶確定程度	組間	521.557	1	521.557	1.683	.196
	組內	88021.257	284	309.934		
	總和	88542.815	285			
本身朋友數	組間	13.555	1	13.555	4.345*	.038
	組內	885.941	284	3.120		
	總和	899.497	285			

註：*表 $p < .05$ ** 表 $p < .01$ ***表 $p < .001$

假設考驗結果：

1. 在意和不在意約會對象加好友的人，在伴侶確定程度方面未達顯著差異。因此在意和不在意約會對象加好友的人，其浪漫關係的伴侶確定程度並無不同。
2. 在意和不在意約會對象加好友的人，其本身臉書上朋友數達顯著差異。根據平均數得知，在意對象加好友者比不在意者擁有更多的臉書朋友。這結果顯示，在意約會對象加好友的人，本身擁有較多的臉書朋友數，難道是因為本身朋友多，瞭解朋友愈多，愈有可能產生曖昧的情況，因此比朋友數少的人更在意約會對象加好友，對於臉書上潛在競爭威脅也比較提高警覺。



4.2.3 假設3: 浪漫關係的「確定程度」與臉書中「潛在競爭威脅」有相關。

浪漫關係確定程度與臉書中的潛在競爭威脅是否存在相關? 由表46可知, 伴侶確定程度與一般互動威脅的相關係數為 $-.179$, $p=.002$; 顯示兩者存在負相關, 即伴侶確定程度得分愈低則一般互動威脅得分愈高, 也就是當受試者認為約會對象對這段關係愈不確定, 對於約會對象在臉書上與朋友的一般互動感受到的威脅也愈大。

表 41
浪漫關係確定程度與潛在競爭威脅之相關性摘要表

Pearson相關		潛在競爭威脅		
		一般互動威脅	異常互動威脅	人際吸引威脅
確 定 程 度	自我確定程度	-.075	-.003	-.084
	伴侶確定程度	-.179**	-.018	-.106
	關係確定程度	-.103	-.011	-.112

註: * $p<.05$, ** $p<.01$, *** $p<.001$

小結: 結果顯示三種不確定性來源與感受到的潛在競爭威脅之間的相關結果不同, 誠如 Knobloch 與 Solomon (1999)所建議, 這三種不確定性的影響可能不同。而伴侶確定程度與一般互動威脅程度兩者存在負相關, 也就是說伴侶確定程度愈低, 對於一般互動威脅所感受的威脅愈高, 這與不確定性高時, 會放大所面對的潛在威脅(Knobloch, Satterlee & DiDomenico, 2010)的論點相符。但為何異常互動威脅與確定性之間未達任何顯著相關呢? 根據異常互動威脅每題平均得分高達 3.04, 一般互動威脅每題平均得分為 1.88, 推測是因為異常互動威脅無論對於處於何種關係確定程度的人來說, 都是具威脅性的互動, 並不會因為浪漫關係確定程度比較高就比較不會感到威脅。至於為何人際吸引威脅與確定性之間未達任何顯著相關呢? 推測是因為臉書上的人際吸引威脅的評估, 主要仰賴潛在威脅者主動提供的個人較具深度的資訊、照片...等且必須個人主動去瀏覽潛在威脅者的檔案, 才有機會進行評估, 因此較難顯現與關係的確定程度之間的相關。

4.2.4 假設4: 浪漫關係的「確定程度」、臉書中「潛在競爭威脅」和相關變項對「人際電子監視時間」會有影響。

利用多元迴歸分析，檢驗「確定程度」、「潛在競爭威脅」、「個人變項」及「臉書使用情況」中各獨立變項對於人際電子監視時間的影響，採用強迫進入變數法，來進行迴歸模式檢驗，結果如下：

表 47
相關變項與人際電子監視時間迴歸模型的變異數分析摘要表

模式	平方和	df	平均平方和	F	顯著性
迴歸	943.150	14	67.368	6.676	<.001***
殘差	2734.627	271	10.091		
總數	3677.776	285			

註：* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

表 48
相關變項與人際電子監視時間之多元迴歸分析摘要表

變項		B	β	t	顯著性
常數		0.679		0.454	.650
個人變項	性別D_女生	-1.326	-0.184	-3.352**	.001
	年齡	-0.438	-0.099	-1.418	.157
	學歷D_大專	0.236	0.029	0.357	.721
	學歷D_研究所(含)以上	-0.628	-0.063	-0.690	.491
臉書使用變項	加入臉書多久	0.444	0.104	1.882	.061
	平均一天瀏覽時間	0.224	0.360	6.371***	<.001
	本人臉書朋友數	-0.412	-0.204	-2.927**	.004
	對象臉書朋友數	0.360	0.181	2.642**	.009
臉書潛在競爭威脅	一般互動威脅	0.015	0.017	0.231	.818
	異常互動威脅	0.010	0.012	0.175	.861
	人際吸引威脅	0.055	0.073	1.181	.239
確定性	自我確定程度	0.004	0.018	0.186	.853
	伴侶確定程度	0.052	0.255	2.725**	.007
	關係確定程度	-0.052	-0.237	-2.005*	.046
整體模式		$R^2 = .256$		adj $R^2 = .218$	

註：* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

本模型之最後一個線性整合的CI值=45.460。而此CI值所對應的迴歸係數變異誤的變異數比例為:自我不確定性(60%)、伴侶不確定性(25%)、關係不確定性(93%)，其餘解釋變項的迴歸係數變異誤的變異數比例0%有8個、1%有3個、2%有1個。因此可知：本模型具有中度共線性，且自我確定程度與關係確定程度兩者可能是共線性組合。

本迴歸分析目的在於檢驗各獨變項對依變項(人際電子監視時間)的解釋力，因此採用強迫進入法來進行迴歸模式的檢驗。結果發現14個獨變項對於人際電子監視時間解釋力 $R^2=.256$ ，即可以解釋人際電子監視時間25.6%的變異量，若採調整後的 R^2 顯示可以解釋人際電子監視時間21.8%的變異量； $F_{14,271}=6.676^{***}$ ， $p<.001$ 表示解釋力具有統計上的意義。

進一步檢視各變項的個別解釋力，係數估計的結果指出，14個檢驗中，有6個檢驗的獨變項係數達顯著差異，具有統計上的意義，分述如下：

1. 瀏覽時間， β 係數為 .360 ($t=6.371^{***}$ ， $p<.001$)，表示瀏覽時間愈長，監視時間愈長。
2. 伴侶確定程度， β 係數為 0.255 ($t=2.725^{**}$ ， $p=.007$)，表示個人覺得約會對象對此浪漫關係的確定程度愈高，會花愈多時間進行人際電子監視。
3. 關係確定程度， β 係數為-0.237 ($t=-2.005^*$ ， $p=.046$)，表示個人覺得兩人關係整體狀況愈確定，會花愈少時間進行人際電子監視。
4. 本人臉書朋友數， β 係數為-0.204 ($t=-2.927^{**}$ ， $p=.004$)，表示本人臉書的朋友數愈多，花愈少時間進行人際電子監視。
5. 性別 D_女， β 係數為-0.184 ($t=-3.352^{**}$ ， $p=.001$)，表示男生比女生，花更多時間進行人際電子監視。
6. 對象臉書朋友數， β 係數為0.181 ($t=2.642^*$ ， $p=.009$)，表示約會對象臉書的朋友數愈多，花愈多時間進行人際電子監視。

其他各變項係數未達顯著差異，不具統計上的意義，因此總結迴歸分析結果，對於人際電子監視時間的預測變項有6個，最終方程式如下：

$$Y = 0.224 \text{ 平均一天瀏覽時間} + 0.052 \text{ 伴侶確定程度} - 0.052 \text{ 關係確定程度} - 0.412 \text{ 本人臉書朋友數} - 1.362 \text{ 性別D_女生} + 0.360 \text{ 對象臉書朋友數} + 0.679$$

利用此方程式，可以進行人際電子監視時間的預測，估計標準誤為3.177。

小結：瀏覽時間愈長，則監視時間愈長，與 Muise 等人(2009)的研究，使用臉書的時間長短可預測臉書相關嫉妒的看法一致。而伴侶確定程度、關係確定程度、本人臉書朋友數、對象臉書朋友數及性別會對監視時間造成影響是新的發現，討論如下：

1. 確定程度: (1)伴侶確定程度方面，表示個人覺得約會對象對此關係愈確定，會花愈多時間進行人際電子監視。理論上當關係愈確定，訊息搜尋行為較少，按理較不會產生監視行為。然而研究結果顯示，伴侶確定程度愈高，卻花更多時間進行人際電子監視，與推論不符。然而過去的訊息搜尋行為必須主動採取行動、秘密進行而且相當耗費心力，但現在臉書上的任何風吹草動，系統都會在第一時間告知，而且使用臉書已是日常生活的一部分，監視可隨時隨地自在地進行，不用秘密進行。因此推測，臉書上的監視目的已不同於以往，不再只是為了維護關係、面對外在威脅而監視。現今的環境交友機會多，在眾多選擇的情況下，臉書上的監視，尤其當伴侶確定程度高時，監視約會對象與異性互動的情況，可能是因為需要進一步評估這段關係的發展，而不再只是為了維護關係、面對外在威脅而監視。(2)關係確定程度方面，當關係整體狀況及未來的確定程度高時，則較少花時間進行監視。可能是對兩人關係的整體現狀及未來較確定，因此較不需要進一步評估這段關係的發展，自然監視時間會比較少。
2. 臉書朋友數: (1)本人臉書的朋友數愈多，花愈少時間進行人際電子監視。朋友是需要花時間照顧的，合乎一般判斷常理。(2)約會對象臉書的朋友數愈多，會花愈多時間進行人際電子監視。由此可見朋友數在臉書的監視行為扮演重要的角色。
3. 性別: 男生比女生，花更多時間進行人際電子監視。是否是因為男女生花在瀏覽臉書的時間就有差異所造成的呢？為了回答此問題，因此進一步檢驗男生與女生，其臉書瀏覽時間是否有所不同，因此成立假設如下：
男生與女生的臉書瀏覽時間不同。

表 49
性別與監視時間之 t 檢定摘要表 (N=286)

自變項	依變項	監視時間				
		平均數	標準差	自由度	t	p
性別	男	8.35	5.848	284	-.118	.906
	女	8.43	5.704			

註: * $p < .05$ ** $p < .01$ *** $p < .001$

假設考驗結果：男女生在瀏覽臉書的總時間上並無差異。因此更確認男生比女生，花更多時間進行人際電子監視，推測畢竟臉書為一公開之場合，男生基於捍衛主權的因素或男生比女生更不能接受情人被人搶走，讓他公開場合丟臉的事情發生，因而比女生花更多的時間進行監視。



4.3 研究結果與討論

1. 在臉書中顯示負向感情狀態者，其浪漫關係的確定程度比顯示正向感情狀態者低。
受試者選擇在臉書中顯示負向的感情狀態，等於在所有朋友面前宣告感情出了狀況，這種情況跟取消訂婚有些類似，等於是某種關係降級，會對關係產生負面影響(Baxter & Bullis, 1986)。
2. 約會對象加舊情為臉書上的好友，個人會感受到較高的潛在競爭威脅。
約會對象將舊情人加為好友，會讓人感受到威脅。然而個人是否在意約會對象加好友，和浪漫關係的伴侶確定程度無關，而與本身的朋友數有關。擁有更多臉書朋友的人，反而愈在意其約會對象加好友。推測是本身朋友數多，瞭解朋友愈多，愈有可能產生曖昧，也因而更在意約會對象加好友。
3. 伴侶的確定程度和臉書中一般互動威脅呈負相關。
伴侶確定程度與一般互動威脅程度兩者存在負相關，與不確定性高時，會放大所面對的潛在威脅(Knobloch, Satterlee, & DiDomenico, 2010) 的論點一致。至於異常互動威脅及人際吸引威脅與關係的確定程度無顯著相關，推測是因為異常互動威脅無論對處於何種浪漫關係確定程度的人來說都是具威脅性的互動，並不會因為浪漫關係確定程度高就比較不會感到威脅。至於臉書中的人際吸引威脅，必需個人主動去瀏覽檔案或進一步互動才會感知，因此與關係的確定程度無明顯相關。
4. 瀏覽時間、伴侶確定程度、關係確定程度、本人臉書朋友數、約會對象臉書朋友數以及性別對人際電子監視時間有影響。
 - (1) 瀏覽時間:當個體瀏覽臉書的時間愈長，則其監視伴侶的時間也愈長，呼應 Muise 等人(2009)的研究，使用臉書的時間長短可預測臉書相關的嫉妒。
 - (2) 確定程度:當個人覺得約會對象對此浪漫關係愈確定，研究結果顯示會花更多時間進行人際電子監視。這與理論上當關係愈確定，會降低訊息搜尋行為(C. R. Berger & Calabrese, 1975)相悖。過去認為監視是戀愛關係中是用來維護關係，面對外來威脅(Afifi & Guerrero, 1998)的看法在臉書中並不完全適用。推測是因為臉書是一個相當便於監視的平台，會自動將朋友的在臉書上的一舉一動即時送達，不似以往，必須主動採取行動而且得花費時間、金錢才能進行。加上現今交

友的機會已多於從前，或許臉書上監視的目的，已不再是單純為了維護關係，而是含有評估關係的目的。也因此當關係確定性高-兩人對此關係的現況及未來的確定性高時，監視時間就減少了。

- (3) 朋友數:當個人臉書的朋友數愈多，會花愈少時間進行人際電子監視；而當約會對象臉書的朋友數愈多，也會花愈多時間進行人際電子監視。
- (4) 男生比女生，花更多時間進行人際電子監視。但男女生在瀏覽時間方面並無顯著差異。臉書畢竟為一公開之場合，推測男生可能基於主權的捍衛，或許比女生更不能接受情人被人搶走，讓他在公開場合丟臉，因而比女生花更多的時間進行監視。



第五章 結論與建議

根據第四章的研究結果分析與發現，彙整出研究結論並提出具體建議供未來研究者及臉書使用者參考。本章共分為二節：5.1 研究結論。5.2 研究建議。

5.1 研究結論

本研究探討浪漫關係的確定程度、臉書潛在競爭威脅、個人變項和臉書使用變項，對人際電子監視時間的影響。而研究的目的其一是為了瞭解在臉書的情境中，情侶間的感情訊息是否對浪漫關係的不確定性及臉書中的潛在競爭威脅有所影響；其二是為了瞭解浪漫關係的不確定性與潛在競爭威脅之間的關係；其三是為了瞭解在臉書情境中，影響人際電子監視時間的相關因素。本節根據研究結果並配合相關文獻進行探討與分析，歸結出以下結論：

1. 在臉書中顯示負向感情狀態者，浪漫關係的不確定性較高。

情侶們選擇在臉書中顯示負向感情狀態，等於在所有朋友面前公開宣告感情出了狀況。在決定顯示負向感情狀態的當下，或許為了反應現有關係的高不確定性、或許是為了釋放訊息給潛在愛慕者。不管目的為何，一旦顯示負向感情狀態等於讓高不確定性的關係更加明確。關係是不斷變化互為因果的動態結果，負向感情狀態既公開且明確地顯示兩人間的關係降級，自然加劇關係的不確定性。實際生活經驗中也常有這樣的案例：在聽到某對新人取消訂婚或婚約的訊息不久，就傳來兩人分手的消息。關係降級是除了外在競爭關係之外，會對關係產生負面影響的最大因素。若不希望對兩人關係造成進一步的負面影響，在臉書公開顯示負向感情狀態應慎重。

2. 加舊情人為臉書上的好友，會讓約會對象感受到較高的潛在競爭威脅。

在過去，約會對象的舊情人對現任情人來說，或許只是一個名字，幾張相片。而今，若約會對象將舊情人加為臉書上的好友，只要敲個鍵盤，雙方就能公開或私下互通訊息，即便沒有互動，也可以透過臉書瞭解彼此的近況。有了臉書，昔日的戀情似乎變得難以消逝。或許約會對象與舊情人之間根本沒什麼，但就現任情人而言，加舊情人為臉書好友，即存在著舊情復燃的可能，加上動態消息或好友推薦等會主動將舊愛的相關訊息送到現任情人的面前，除非他（她）完全不在乎，否則每次看到

就是一種提醒，要忽視舊愛的存在變得更困難。因此把舊情人加為臉書上的好友，得考量給現任情人帶來的威脅。

3. 伴侶確定程度愈高，臉書上的監視時間愈長，打破了關係愈確定，訊息搜尋行為愈少的論點。本研究結果顯示，當個人覺得約會對象對此關係愈確定，反而會花更多時間進行人際電子監視。過去必須主動採取行動，還得耗費人力、物力才能進行的監視，在臉書上變得輕鬆許多。伴侶在臉書上的一舉一動，系統會自動且即時告知，加上使用臉書已是社交生活的一部分，個人可以隨時、毫不費力且輕鬆自在地進行監視，所以即便伴侶確定程度高者對於伴侶在臉書與異性朋友一般互動的威脅感較低，但卻花較長時間進行監視。推測是輕鬆免費的臉書改變了過去主要以維護關係為目的的監視行為。此外，尤其對年輕族群而言，現今的交友機會遠較過去為多，在眾多選擇的情況下，臉書上的監視，尤其當伴侶確定程度高時，推測監視是為了進一步瞭解約會對象與潛在競爭者的互動狀況，作為評估這段關係發展的參考。但無論如何，在輕鬆免費的臉書監視平台上，伴侶不確定性與監視時間的關係已打破了Berger與Calabrese 在1975年提出不確定性降低理論中七個不証自明公理中的第三個定理：高不確定性將導致訊息搜尋行為的增加；當不確定程度下降，訊息搜尋行為也會減少。
4. 不管討論臉書上的監視時間或是瀏覽時間，朋友數都是一個不能忽視的變項。朋友數愈多，花在臉書上瀏覽的時間也愈長，而瀏覽時間愈長，監視時間也愈長。而個人的臉書朋友數愈多，花愈少時間進行人際電子監視；但約會對象的朋友數愈多，會花愈多時間進行人際電子監視。必竟朋友是需要花時間照顧，但個人的時間終究有限，因此當本身臉書朋友數愈多，個人的心思及時間很容易被朋友佔用，自然花較少時間監視約會對象。但當約會對象朋友數愈多時，約會對象與朋友之間互動自然也會比較多，即便內容沒什麼，但只要有互動，臉書就會主動告知，自然會引起個體的注意，因此監視時間也較長。因此，無論探討臉書上的監視時間或是瀏覽時間，朋友數都是不可忽略的變項。
5. 誰說女人愛吃醋，男生比女生花更多時間進行人際電子監視。一般認為女生比較會嫉妒，自然以為女生進行監視的時間比男生多。但實際研究結果顯示男女生在瀏覽時間及朋友數方面都沒有顯著差異，但在監視時間方面男生明顯比女生花更多時間進行監視。畢竟臉書上有許多競爭對手，男生可能基於捍衛主權或更不能接受情人被搶走，在公開場合丟臉，因此花更多時間進行人際電子監視。

5.2 建議

根據本研究結果針對未來研究提出建議如下：

1. 三種不確定性來源應分開探討：本研究結果顯示伴侶不確定性與關係不確定性對於臉書上電子監視時間的影響可說是完全不同，建議日後有關浪漫關係不確定性的研究，應採納 Knobloch & Solomon (1999) 的建議，將自我不確定、伴侶不確定及關係不確定性三種不確定性來源分開探討，才能瞭解各不確定性的影響。
2. 可採成對研究進行相關研究，拓展對浪漫關係的瞭解：本研究對浪漫關係確定程度及臉書潛在競爭威脅的評量及各項調查，均以單一個體進行，而在實際施測的過程中，例如：有些情侶對於伴侶確定程度的評量與伴侶本身的自我確定程度的評量之間似乎存在著落差，若以成對情侶為研究對象，可探究兩人在各類變項反應上的差異，進一步拓展對浪漫關係的瞭解。
3. 設計更完善的研究方法，將干擾因素降到最低：由於本研究採便利抽樣法，以偶遇方式進行調查，調查地點主要在大學校園，常遇到成群同行的朋友、同學，或是情侶同時出現。由於題目具敏感性，雖然研究者已盡力分隔、降低干擾因素，但畢竟難以提供安靜、完全放心的安全距離及空間讓受試者無壓力的填答。期許日後的研究者，能設計出更完善的研究方法，提供更佳的填寫環境，將干擾因素降到最低。

參考文獻

中文部分

ETtoday 國際新聞 (民 101 年 3 月 10 日)。臉書推薦新歡給元配，美劈腿男被抓包。

線上檢索日期：101 年 5 月 6 日。網址：取自 <http://www.ettoday.net/news/20120310/30805.htm>

內政部戶政司 (民 100)。現住人口數資料。線上檢索日期：101 年 1

月 20 日。網址：<http://sowf.moi.gov.tw/stat/month/m1-11.xls>。

李芳齡(譯)(民 100)。**facebook 臉書效應：從 0 到 7 億的串連**。(原作者: Kirkpatrick, D.)。

台北市：天下雜誌股份有限公司。(原著出版年: 2011)

邱素惠(譯)(民 68)。**一九八四**(原作者: Orwell, G.)。臺北市: 桂冠。(原著出版年: 1991)

邱皓政(民 85)。**量化研究與統計分析: SPSS 中文視窗版資料分析範例解析(第三版)**。

台北市：五南圖書出版股份有限公司

徐西森、連廷嘉、陳仙子、劉雅瑩(民 81)。**人際關係的理論與實務**。台北市：心理出版社

陳皎眉(民 83)。**人際關係與人際溝通**。台北市：雙葉書廊。

榮泰生(民 88)。**SPSS 與研究方法(第二版)**。台北市：五南圖書出版股份有限公司。

數位時代 (民 101)。臉書感情狀態沒改？我們離婚吧！。線上檢索日期：2012 年 6

月 2 日。網址：取自 <http://www.bnext.com.tw/article/view/cid/103/id/23313>

數位閱讀網 (民 100)。台灣使用臉書時間 超越雅虎。線上檢索日期：101

年 5 月 6 日。網址：取自 http://mag.udn.com/mag/happylife/storypage.jsp?f_ART_ID=302747

維基百科 (民 101)。Facebook。線上檢索日期：2012 年 1 月 3 日。網址：取自

<http://zh.wikipedia.org/wiki/Facebook>。

劉北成、楊遠嬰(譯)(民 81)。**規訓與懲罰：監獄的誕生**。(Foucault, M.)。台北市：

桂冠圖書股份有限公司。(原著出版年: 1975)

英文部分

- Afifi, W. A., & Burgoon, J. K. (1998). We never talk about that: A comparison of cross sex friendships and dating relationships on uncertainty and topic avoidance. *Personal Relationships*, 5(3), 255-272.
- Afifi, W. A., & Guerrero, L. K. (1998). Some things are better left unsaid II: Topic avoidance in friendships. *Communication Quarterly*, 46(3), 231-249.
- Afifi, W. A., & Reichert, T. (1996). Understanding the role of uncertainty in jealousy experience and expression. *Communication Reports*.
- Albrechtslund, A. (2008). Online social networking as participatory surveillance. *First Monday*, 13(3), 3.
- Bauman, Z. (2003). *Liquid love: On the frailty of human bonds*. Cambridge, UK: Polity.
- Baxter, L. A., & Bullis, C. (1986). Turning points in developing romantic relationships. *Human Communication Research*, 12(4), 469-493.
- Baxter, L. A., & Wilmot, W. W. (1984). Secret Tests. *Human Communication Research*, 11(2), 171-201.
- Bell, R. A., & Buerkel-Rothfuss, N. L. (1990). S (he) Loves Me, S (he) Loves Me Not: Predictors of Relational Information-Seeking in Courtship and Beyond. *Communication Quarterly*, 38(1), 64-82.
- Berger, C. (1987). *Communicating under uncertainty*. In M. E. Roloff & G. R. Miller (Eds.), *Interpersonal processes: New directions in communication research* (pp. 39—62): Newbury Park, CA: Sage.
- Berger, C. R., & Calabrese, R. J. (1975). Some explorations in initial interaction and beyond: Toward a developmental theory of interpersonal communication. *Human Communication Research*, 1(2), 99-112.
- Booth, A., & Hess, E. (1974). Cross-sex friendship. *Journal of Marriage and the Family*, 38-47.
- Boyd, D. (2007). Social network sites: Public, private, or what? *Knowledge Tree*, 13, 1-7.
- Boyd, D. (2008). Facebook's privacy trainwreck: Exposure, invasion, and social convergence. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 14(1), 13-20.
- CheckFacebook. (2011) Facebook Marketing Statistics, Demographics, Reports, and News Retrieved November 30, 2011, from <http://www.checkfacebook.com/>

- CheckFacebook. (2012) Facebook Marketing Statistics, Demographics, Reports, and News Retrieved April 27, 2012, from <http://www.checkfacebook.com/>
- D'Urso, S. C. (2006). Who's Watching Us at Work? Toward a Structural?Perceptual Model of Electronic Monitoring and Surveillance in Organizations. *Communication Theory*, 16(3), 281-303. doi: 10.1111/j.1468-2885.2006.00271.x
- Donath, J., & Boyd, D. (2004). Public displays of connection. *BT Technology Journal*, 22(4), 71-82.
- Dunn, H. B. (2008-2009). Facebook & Other Social Networking Sites: Candy-coating Surveillance. *The UNH Student Journal of Communication*, 86.
- Ellison, N. B., & Boyd, D. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The Benefits of Facebook "Friends:" Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1143-1168. doi: 10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x
- Facebook. (2012) Retrieved April 27, 2012, from <http://newsroom.fb.com/content/default.aspx?NewsAreaId=22>
- Fuchs, C. (2011). New Media, Web 2.0 and Surveillance. *Sociology Compass*, 5(2), 134-147.
- Gosling, S. D., Gaddis, S., & Vazire, S. (2007). Personality impressions based on Facebook profiles. *Psychology*, 1-4.
- Guerrero, L. K., Andersen, P. A., Jorgensen, P. F., & Spitzberg, B. H. (1995). Coping with the green-eyed monster: Conceptualizing and measuring communicative responses to romantic jealousy. *Western Journal of Communication*(59(Fall 1995)), 270-304.
- Hew, K. F. (2011). Students' and teachers' use of Facebook. *Computers in Human Behavior*, 27(2), 662-676. doi: 10.1016/j.chb.2010.11.020
- Hsu, C. W., Wang, C. C., & Tai, Y. T. (2011). The Closer the Relationship, the More the Interaction on Facebook? Investigating the Case of Taiwan Users. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*.
- Joinson, A. N. (2008). *Looking at, looking up or keeping up with people?: motives and use of facebook*. Paper presented at the CHI Conference on Human Factors in Computing Systems.

- Kim, J., & Lee, J. E. R. (2011). The Facebook Paths to Happiness: Effects of the Number of Facebook Friends and Self-Presentation on Subjective Well-Being. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(6). doi: 10.1089/cyber.2010.0374
- Knobloch, L. K. (2008). The content of relational uncertainty within marriage. *Journal of Social and Personal Relationships*, 25(3), 467.
- Knobloch, L. K., & Carpenter-Theune, K. E. (2004). Topic Avoidance in Developing Romantic Relationships: Associations with Intimacy and Relational Uncertainty. *Communication Research*, 31(2), 173-205. doi: 10.1177/0093650203261516
- Knobloch, L. K., Satterlee, K. L., & DiDomenico, S. M. (2010). Relational Uncertainty Predicting Appraisals of Face Threat in Courtship: Integrating Uncertainty Reduction Theory and Politeness Theory. *Communication Research*, 37(3), 303-334. doi: 10.1177/0093650210362527
- Knobloch, L. K., & Solomon, D. H. (1999). Measuring the sources and content of relational uncertainty. *Communication Studies*, 50(4), 261-278.
- Knobloch, L. K., & Solomon, D. H. (2002). Information Seeking Beyond Initial Interaction. *Human Communication Research*, 28(2), 243-257.
- Kujath, C. L. (2011). Facebook and MySpace: Complement or Substitute for Face-to-Face Interaction? *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(1-2), 75-78.
- Lampe, C., Ellison, N., & Steinfield, C. (2006). *A Face (book) in the crowd: Social searching vs. social browsing*. Paper presented at the CSCW'06, Banff, Alberta, Canada.
- Lewis, J., & West, A. (2009). 'Friending': London-based undergraduates' experience of Facebook. *New Media & Society*, 11(7), 1209.
- Lin, K.-Y., & Lu, H.-P. (2011). Why people use social networking sites: An empirical study integrating network externalities and motivation theory. *Computers in Human Behavior*, 27(3), 1152-1161. doi: 10.1016/j.chb.2010.12.009
- Lyon, D. (2001). *Surveillance society: Monitoring everyday life*. Philadelphia, USA: Open University Press.
- Metts, S. (1994). *Relational transgressions*. Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Inc.
- Mod, G. B. B. A. (2010). Reading Romance: The Impact Facebook Rituals Can Have On A Romantic Relationship. *Journal of Comparative Research in Anthropology and Sociology*, 1(2).

- Muise, A., Christofides, E., & Desmarais, S. (2009). More information than you ever wanted: Does Facebook bring out the green-eyed monster of jealousy? *CyberPsychology & Behavior*, 12(4), 441-444.
- Parks, M. R., & Adelman, M. B. (1983). Communication networks and the development of romantic relationships: An expansion of uncertainty reduction theory. *Human Communication Research*, 10(1), 55-79.
- Planalp, S., & Honeycutt, J. M. (1985). Events That Increase Uncertainty in Personal Relationships. *Human Communication Research*, 11(4), 593-604.
- Steinfeld, C., Ellison, N., & Lampe, C. (2008). Social capital, self-esteem, and use of online social network sites: A longitudinal analysis. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29(6), 434-445. doi: 10.1016/j.appdev.2008.07.002
- Theiss, J. A. (2011). Modeling Dyadic Effects in the Associations Between Relational Uncertainty, Sexual Communication, and Sexual Satisfaction for Husbands and Wives. *Communication Research*, 38(565). doi: 10.1177/0093650211402186
- Tokunaga, R. S. (2011). Social networking site or social surveillance site? Understanding the use of interpersonal electronic surveillance in romantic relationships. *Computers in Human Behavior*, 27(2), 705-713. doi: 10.1016/j.chb.2010.08.014
- Turner, L. (1990). The relationship between communication and marital uncertainty: Is "her" marriage different from "his" marriage. *Women's Studies in Communication*, 13(2), 57-83.
- Underwood, J. D. M., Kerlin, L., & Farrington-Flint, L. (2011). The lies we tell and what they say about us: Using behavioural characteristics to explain Facebook activity. *Computers in Human Behavior*. doi: 10.1016/j.chb.2011.01.012
- Wang, S. S., Moon, S. I., Kwon, K. H., Evans, C. A., & Stefanone, M. A. (2010). Face off: Implications of visual cues on initiating friendship on Facebook. *Computers in Human Behavior*, 26(2), 226-234.

附 錄

附錄一：正式問卷

你好：

首先謝謝你熱心協助填寫這份問卷，這份問卷主要是想了解你在 Facebook(臉書)中的使用情形。這份問卷將只作為學術研究用途，不記名並絕對保密，請放心依照實際情形，在適合你個人狀況的□內打“√”。填答時間約 5~10 分鐘，非常感謝你的協助！

敬祝 順心

國立交通大學理學院在職專班 指導教授孫春在博士

暨研究生蘇素惠

敬上

本問卷名詞定義說明：

- ① **臉書**：是指 Facebook 社交網站。
- ② **對象**：是指跟你約會一次以上而且你想要再跟他(她)約會的人，或是你的男(女)朋友。
- ③ **異性朋友**：是指你的對象，他(她)臉書上的異性朋友。

一、 個人基本資料與臉書使用情形

1. 你的性別：

☐ (1) 男

☐ (2) 女

2. 你的年齡：

☐ (1) 15-19 歲(請填____歲)

☐ (2) 20-24 歲

☐ (3) 25-29 歲

☐ (4) 30 歲以上(請填____歲)

3. 你的最高學歷：

☐ (1) 國中小

☐ (2) 高中/職

☐ (3) 專科

☐ (4) 大學

☐ (5) 碩士

☐ (6) 博士

4. 你加入臉書多久了？

☐ (1) 1 年內

☐ (2) 1 年-2 年內

☐ (3) 2 年-3 年內

☐ (4) 3 年以上

5. 你與目前的對象交往多久了？

☐ (1) 1 年內(請填____月)

☐ (2) 1 年-2 年內

☐ (3) 2 年-3 年內

☐ (4) 3 年-4 年內

☐ (5) 4 年-5 年內

☐ (6) 5 年以上(請填____年)

6. 你與目前的對象已彼此認定為男(女)朋友：

☐ (1) 是

☐ (2) 否

(續下頁)

7. 你在臉書上的感情狀態是：

- | | | |
|---------------------------------------|----------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> (1) 穩定交往中 | <input type="checkbox"/> (2) 已訂婚 | <input type="checkbox"/> (3) 已婚 |
| <input type="checkbox"/> (4) 一言難盡 | <input type="checkbox"/> (5) 單身 | <input type="checkbox"/> (6) 交往中但保有交友空間 |
| <input type="checkbox"/> (7) 喪偶 | <input type="checkbox"/> (8) 已分居 | <input type="checkbox"/> (9) 離婚 |
| <input type="checkbox"/> (10) 不顯示感情狀態 | | |

8. 你的對象，他（她）在臉書上的感情狀態是：

- | | | |
|---------------------------------------|----------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> (1) 穩定交往中 | <input type="checkbox"/> (2) 已訂婚 | <input type="checkbox"/> (3) 已婚 |
| <input type="checkbox"/> (4) 一言難盡 | <input type="checkbox"/> (5) 單身 | <input type="checkbox"/> (6) 交往中但保有交友空間 |
| <input type="checkbox"/> (7) 喪偶 | <input type="checkbox"/> (8) 已分居 | <input type="checkbox"/> (9) 離婚 |
| <input type="checkbox"/> (10) 不顯示感情狀態 | | |

9. 你有没有加前男(女)友為臉書上的好友？

- | | | |
|--------------------------------|----------------------------------|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> (1) 有 | <input type="checkbox"/> (2) 沒有。 | <input type="checkbox"/> (3) 無前男(女)友 |
|--------------------------------|----------------------------------|--------------------------------------|

10. 你的對象有没有加前男(女)友為臉書上的好友？

- | | | |
|--------------------------------|---------------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> (1) 有 | <input type="checkbox"/> (2) 沒有 | <input type="checkbox"/> (3) 不知道 |
|--------------------------------|---------------------------------|----------------------------------|

11. 最近一週，為了知道「你的對象跟異性朋友在臉書上互動的情形」，你平均一天大約花多少時間在臉書瀏覽這方面的訊息？

- | | | |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> (1) 1-10 分鐘 | <input type="checkbox"/> (2) 11-20 分鐘 | <input type="checkbox"/> (3) 21 分鐘-半小時 |
| <input type="checkbox"/> (4) 31-40 分鐘 | <input type="checkbox"/> (5) 41-50 分鐘 | <input type="checkbox"/> (6) 51 分鐘-1 小時 |
| <input type="checkbox"/> (7) 61-70 分鐘 | <input type="checkbox"/> (8) 71-80 分鐘 | <input type="checkbox"/> (9) 81 分鐘-1.5 小時 |
| <input type="checkbox"/> (10) 91-100 分鐘 | <input type="checkbox"/> (11) 101-110 分鐘 | <input type="checkbox"/> (12) 111 分鐘-2 小時 |
| <input type="checkbox"/> (13) 121-130 分鐘 | <input type="checkbox"/> (14) 131-140 分鐘 | <input type="checkbox"/> (15) 141 分鐘-2.5 小時 |
| <input type="checkbox"/> (16) 151-160 分鐘 | <input type="checkbox"/> (17) 161-170 分鐘 | <input type="checkbox"/> (18) 171 分鐘-3 小時 |
| <input type="checkbox"/> (19) 3 小時以上(請填約__小時) | | |

(續下頁)

12. 最近一週，「你每天在臉書上瀏覽的全部時間(包括第 11 題的瀏覽時間)」，平均一天大約有多少時間？
- | | | |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> (1) 1-10 分鐘 | <input type="checkbox"/> (2) 11-20 分鐘 | <input type="checkbox"/> (3) 21 分鐘-半小時 |
| <input type="checkbox"/> (4) 31-40 分鐘 | <input type="checkbox"/> (5) 41-50 分鐘 | <input type="checkbox"/> (6) 51 分鐘-1 小時 |
| <input type="checkbox"/> (7) 61-70 分鐘 | <input type="checkbox"/> (8) 71-80 分鐘 | <input type="checkbox"/> (9) 81 分鐘-1.5 小時 |
| <input type="checkbox"/> (10) 91-100 分鐘 | <input type="checkbox"/> (11) 101-110 分鐘 | <input type="checkbox"/> (12) 111 分鐘-2 小時 |
| <input type="checkbox"/> (13) 121-130 分鐘 | <input type="checkbox"/> (14) 131-140 分鐘 | <input type="checkbox"/> (15) 141 分鐘-2.5 小時 |
| <input type="checkbox"/> (16) 151-160 分鐘 | <input type="checkbox"/> (17) 161-170 分鐘 | <input type="checkbox"/> (18) 171 分鐘-3 小時 |
| <input type="checkbox"/> (19) 3 小時以上(請填約__小時) | | |

13. 你最在意你的對象加誰為臉書上的好友?(單選題，勿複選!)

- | | | |
|--------------------------------------|--|--|
| <input type="checkbox"/> (1) 對象的家人 | <input type="checkbox"/> (2) 對象的前男(女)友 | <input type="checkbox"/> (3) 對象的異性朋友-
不包括前男(女)友 |
| <input type="checkbox"/> (4) 對象的同性朋友 | <input type="checkbox"/> (5) 我不在意 | |

14. 你的臉書「朋友列表」上有多少位朋友?

- | | | |
|---|--|--|
| <input type="checkbox"/> (1) 100 位內 | <input type="checkbox"/> (2) 100-199 位 | <input type="checkbox"/> (3) 200-299 位 |
| <input type="checkbox"/> (4) 300-399 位 | <input type="checkbox"/> (5) 400-499 位 | <input type="checkbox"/> (6) 500-599 位 |
| <input type="checkbox"/> (7) 600 位以上(請填大約____位) | | |

15. 就你所知，你的對象，他(她)臉書「朋友列表」上有多少位朋友?

- | | | |
|---|--|--|
| <input type="checkbox"/> (1) 100 位內 | <input type="checkbox"/> (2) 100-199 位 | <input type="checkbox"/> (3) 200-299 位 |
| <input type="checkbox"/> (4) 300-399 位 | <input type="checkbox"/> (5) 400-499 位 | <input type="checkbox"/> (6) 500-599 位 |
| <input type="checkbox"/> (7) 600 位以上(請填大約____位) | | |

(續下頁)

二、 臉書異性朋友量表

題 號	內 容	沒 有 不 放 心 (1)	有 點 不 放 心 (2)	有 些 不 放 心 (3)	很 不 放 心 (4)	非 常 不 放 心 (5)
1.	<u>你的對象</u> 在臉書加異性朋友為好友。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.	<u>你的對象</u> 在臉書和異性朋友在塗鴉牆互動。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.	<u>你的對象</u> 在臉書和異性朋友的照片、標記。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.	<u>你的對象</u> 在臉書和異性朋友一起打卡。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.	<u>你的對象</u> 在臉書和異性朋友一起玩遊戲。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.	<u>你的對象</u> 的異性朋友在臉書對他(她)明顯表示好感。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.	<u>你的對象</u> 在臉書對異性朋友明顯表示好感。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.	<u>你的對象</u> 在臉書和異性朋友私下發送訊息。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.	<u>你的對象</u> 在臉書私下加入私密社團。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.	<u>你的對象</u> ，他(她)臉書上異性朋友的外表吸引力。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.	<u>你的對象</u> ，他(她)臉書上異性朋友的才藝，如：音樂、繪畫等。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.	<u>你的對象</u> ，他(她)臉書上異性朋友的個性，如：溫柔、體貼等。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.	<u>你的對象</u> ，他(她)臉書上異性朋友的學歷。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14.	<u>你的對象</u> ，他(她)臉書上異性朋友的社經地位。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15.	<u>你的對象</u> ，他(她)臉書上異性朋友的工作。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

(續下頁)

三、 關係量表

題 號	內 容	完 全 不 確 定 (1)	稍 微 確 定 (2)	少 部 分 確 定 (3)	部 分 確 定 (4)	大 部 分 確 定 (5)	完 全 確 定 (6)
1.	你有多認定這段關係?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.	你對你的對象的感情?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.	你有多喜歡你的對象?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.	你對這段關係的感覺?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.	你有多想要追求這段關係?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.	你是否準備給你的對象承諾?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.	你想要跟你的對象是戀愛關係，還是純朋友關係?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.	這段關係對你有多重要?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.	你對你的對象有多少戀愛的感覺?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.	你準備好和你的對象進一步發展彼此的關係?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.	你對於這段關係的看法?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.	你是否想要這段關係持續下去?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.	你是否最終想要跟你的對象在一起?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14.	你對這段關係的未來目標?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15.	你是否想要跟你的對象繼續保持關係?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16.	你想要這段關係發展的方向?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17.	你的對象有多認定這段關係?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18.	你的對象有多喜歡你?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19.	你的對象現在有多想要這段關係?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20.	你的對象對這段關係的感覺?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21.	你的對象有多想要追求這段關係?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22.	你的對象想要跟你是戀愛關係，還是純朋友關係?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23.	你的對象對你有多少戀愛的感覺?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24.	你的對象準備好和你進一步發展彼此的關係?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25.	你的對象是否想要維持你們的關係?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26.	你的對象對於這段關係的看法?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

(續下頁)

題 號	內 容	完 全 不 確 定 (1)	稍 微 確 定 (2)	少 部 分 確 定 (3)	部 分 確 定 (4)	大 部 分 確 定 (5)	完 全 確 定 (6)
27.	你的對象是否希望這段關係最終能成功?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
28.	你的對象是否想要這段關係持續下去?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
29.	你的對象是否最終想要跟你在一起?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
30.	你的對象對這段關係未來的目標?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
31.	你的對象想要這段關係發展的方向?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
32.	你們彼此之間可以或不可以互相討論的話題?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
33.	你們彼此之間適當和不適當行為的界限?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
34.	你們兩人之間關係的規範?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
35.	你們可以或不可以在此身邊作的行為?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
36.	你們兩人對彼此的感覺是否相同?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
37.	你們兩人如何看待這段關係?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
38.	你的對象喜歡你，是否就像你喜歡他(她)那麼多?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
39.	你們兩人目前關係的現況?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
40.	你們兩人對於這段關係的定義?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
41.	你和你的對象會如何描述這段關係?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
42.	現在這段關係的狀態?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
43.	這是一個戀愛關係或只是單純的朋友關係?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
44.	你們兩人是否將來會在一起?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
45.	這段關係的未來?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
46.	這段關係不會很快結束?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
47.	這段關係發展的方向?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

◎最後，想請教你，你覺得臉書對兩性交往方面有何影響？

請簡述：

問卷到此結束，衷心感謝您的協助！

祝您 心想事成，美夢成真！

附錄二：不確定性量表使用授權

電子郵件內容轉錄如下：

寄件者: suesu.n199g [suesu.n199g@nctu.edu.tw]
收件者: Knobloch, Leanne
副本: dhs12@psu.edu
主旨: RE: Apply for permission to use the measure of relational uncertainty in romantic relationships

Dear Prof. Knobloch,

It's so wonderful to have your permission. It's a hard time for me these days. Every time when I check my e-mail, I am looking forward to your reply on the one hand and then worry to be rejected on the other. No your permission, I don't know how to do in next step. Thank you very MUCH, Prof. Knobloch and Prof. Solomon.

Of course, I will give both of you a brief report about my research result. But it needs some time, I hope can send it to you on August, 2012. OK?

Thanks again for your kindness.

Respectfully Yours
Sue Su

On Sun, 19 Feb 2012 19:57:49 +0000, Knobloch, Leanne wrote:
> Hi Sue,
>
> Thanks for your interest in our measure -- your project sounds very
> interesting. You are absolutely welcome to use the measure in your
> study. Please keep me posted on the results!
>
> Leanne Knobloch
> University of Illinois
>

> -----Original Message-----
> From: suesu.n199g [mailto:suesu.n199g@nctu.edu.tw]
> Sent: Saturday, February 18, 2012 2:00 AM
> To: Knobloch, Leanne
> Cc: dhs12@psu.edu
> Subject: Apply for permission to use the measure of relational
> uncertainty in romantic relationships
> Importance: High
>
> Dear Prof. Knobloch,
> I'm a graduate student of the National Chiao Tung University in
> Taiwan.
> I am conducting a research for my master thesis related to romantic
> relationships on facebook.
> I've read some articles you wrote about relational uncertainty, and
> would like to apply the concept into Taiwanese population. Therefore,
> I want to ask for your permission to translate "the measure of
> relational uncertainty in romantic relationships" into Chinese, and
> further to use in my study. I will greatly appreciate if I can use
> this tool with your permission. Thank you very much.
>
> Respectfully Yours
> Sue Su
>
> National Chiao Tung University: <http://www.nctu.edu.tw/english/>