

國立交通大學

傳播研究所

碩士論文

虛擬人際互動的非語言溝通策略

—以純文字聊天室為例

Nonverbal Communication Strategies of Virtual Personal Interaction:

An Example of the Text-Based Chat Room

研究生：莊淳惠

指導教授：楊台恩 教授

中華民國九十四年一月

虛擬人際互動的非語言溝通策略－以純文字聊天室為例
Nonverbal Communication Strategies of Virtual Personal Interaction:
An Example of the Text-Based Chat Room

研究生：莊淳惠

Student：Chun-hui Chuang

指導教授：楊台恩 博士

Advisor：Dr. Tai-en Yang

國立交通大學

傳播研究所



Submitted to Institute of Communication Studies

National Chiao Tung University

in partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of

Master of Arts

in

Communication Studies

January 2005

Hsinchu, Taiwan, Republic of China

中華民國九十四年一月

虛擬人際互動的非語言溝通策略
—以純文字聊天室為例

學生：莊淳惠

指導教授：楊台恩 博士

國立交通大學傳播研究所

中文摘要

本研究的目的是在探討電腦中介傳播環境中的使用者，在看不見對方的情況下與他人進行人際互動時，在傳遞情感和環境訊息的需求之下，是否使用和面對面人際溝通中，與非語言溝通具有同樣功能的人際溝通策略，以及這些溝通策略實際在虛擬人際互動中是如何運用的，還有對照面對面溝通的非語言訊息，就功能論的觀點，哪種訊息在虛擬人際互動當中是不被使用者所採用的。本研究藉由文獻探討了解，過去的電腦中介傳播人際溝通研究，雖然認同使用者是基於社會情感的需求，在電腦中介傳播環境中與他人進行互動，但是大多數的研究皆以語言的觀點，去詮釋使用者如何運用文字訊息。本研究基於非語言溝通的功能觀點，重新探討這些訊息被運用的目的。

本研究以純文字的 BBS 聊天室為例，選擇的研究場域為台大椰林 BBS 站聊天室，首先進行聊天室的實地觀察，在整理出使用者經常使用的非語言溝通策略後，揀選可供內容分析的類目，在使用方便抽樣選出的分析樣本中，了解聊天室的使用者使用這些溝通策略的意義為何。

本研究發現，聊天室使用者經常使用的非語言溝通策略，可分為「來自於虛擬身體的訊息」、「來自於虛擬環境的訊息」以及「伴隨交談內容和過程的口語訊息」三種，而在達成人際溝通的前提之下，不具人際溝通功能的非語言感官訊息，例如嗅覺訊息，則不被聊天室的使用者在進行人際互動時所運用。最後本研究認為，雖然限於虛擬空間環境及有限的訊息傳送通道，使用者仍基於人際溝通的需要，來發展和面對面溝通中，與非語言溝通具有相同功能的非語言溝通策略；同時這些訊息雖然是刻意被放入互動文本之中，就使用者運用這些訊息的目的而言，仍然是在傳遞人際互動的線索。若以此觀點檢視電腦中介傳播環境中的人際互動，可以更了解這些訊息在虛擬人際溝通中所扮演的角色。

Nonverbal Communication Strategies of Virtual Personal Interaction:
An Example of the Text-Based Chat Room

Student: Chun-hui Chuang

Adviser: Dr. Tai-en Yang

Institute of Communication Studies
National Chiao Tung University

Abstract

The purpose of this study was to explore that how do users in computer-mediated communication environment express their emotions by using communication strategies that have the same functions of nonverbal communication in face-to-face interaction and to know that how do they use these strategies when they interact with other users in virtual environments. By reviewing related studies, most researchers agreed that users in virtual environments use languages and words to interact with others by their need of social affection. This research was based on the function of nonverbal communication to provide another point of view to explain the uses of these communication strategies.

The research context was set at test-based chat room in a bulletin board system. Field observation was conducted to find the species of nonverbal communication strategies, and content analysis was conducted to analyze the categories of nonverbal communication strategies to know how do users use them to interact with others.

This study found that the main categories of nonverbal communication strategies in the text-based chat room were the messages from the virtual bodies, the messages from the virtual environments and the oral messages that companion with talking sentences. Users in chat room seldom used messages about olfactics because they didn't need these messages to achieve the goal of personal interaction. The result indicated that users still needed nonverbal communication to express their emotion in virtual environments. Even though these messages were used on purpose, they still have the functions of nonverbal communication. To examine the personal interaction in computer-mediated communication by this point of view would make clear the role of these communication strategies.

誌謝

感謝楊台恩老師對此論文貢獻的心力，

對論文的格式和研究方法給我非常多的意見；

感謝葉蓉慧老師，此本論文前半本的基本架構是與葉老師討論出來的，

很可惜最後終於因為我拖延論文的進度而無法和老師一起寫完論文；

感謝李峻德老師，當我們幾個同學在研二像無頭蒼蠅往校外尋找指導教授時，

李老師也曾經撥空聽取我想要做的研究大綱。

也感謝以上三位老師在口試時對本論文所提供的所有意見。

另外感謝林姐，沒有她的鼓勵，

在經歷幾次休學的痛苦後，我絕對不會回來把論文寫完；

感謝媽媽，因為她年輕時的努力和廣泛的興趣，

使我從來不用為了家裡的經濟情況操心，而能做我想做的所有事情；

感謝小柯，唸碩士的這五年半，

是他支持我走過來。

最後對自己只有一句話：

What doesn't kill you makes you stronger.

目 錄

中文提要.....	i
英文提要.....	ii
誌謝.....	iii
目錄.....	iv
表目錄.....	vii
圖目錄.....	viii
第一章 緒論.....	1
第一節 研究動機.....	1
第二節 研究目的.....	5
第三節 解釋名詞.....	6
第四節 論文章節安排與架構.....	6
第二章 文獻探討.....	8
第一節 電腦中介傳播環境的定義與特性.....	9
一、同步與非同步的互動.....	10
二、文字化的訊息形式.....	12
三、匿名性.....	12
第二節 電腦中介傳播中人際溝通的理論基礎.....	14
一、社會臨場感理論 (The Social Presence Theory)	14
二、媒介／資訊豐富理論 (Media/Information Richness Theory)	15
三、社會脈絡線索理論 (Social Context Cues Theory)	16
四、社會資訊處理模式 (Social Information Processing Model)	17
第三節 非語言溝通.....	19
一、非語言溝通的定義與特性.....	19
二、非語言溝通的形式與功能.....	24
第四節 電腦中介傳播環境中人際溝通的研究.....	31
一、以語言訊息爲主的人際溝通.....	31
二、隱藏於語言訊息中的非語言訊息.....	34
第五節 小結.....	36
第六節 研究問題.....	38

第三章 研究方法.....	40
第一節 實地觀察法.....	42
一、使用實地觀察法的原因與理論依據.....	42
二、研究設計.....	44
第二節 內容分析法.....	47
一、使用內容分析法的原因與理論依據.....	47
二、研究設計與架構.....	48
第四章 虛擬人際溝通中所使用的非語言溝通策略形式.....	51
第一節 來自於虛擬身體的訊息.....	52
一、使用者代號.....	52
二、臉部表情符號.....	57
三、對話中的代號提示語.....	64
四、肢體符號和動作指令（包含觸摸行為）.....	65
第二節 來自於虛擬環境的訊息.....	80
一、聊天室環境中的規範.....	69
二、聊天室的空間訊息.....	77
三、使用者 BBS ID 所提供的個人背景資訊.....	79
第三節 無聲？有聲？伴隨交談內容和過程的訊息.....	81
一、標點符號.....	81
二、狀聲詞句.....	83
三、交談過程中的時間運用.....	85
第四節 虛擬環境中可能缺席的非語言溝通訊息.....	85
第五節 小結.....	86
第五章 虛擬人際溝通中非語言溝通策略形式的使用情形.....	88
第一節 內容分析類目的選用.....	88
第二節 內容分析結果.....	92
一、聊天室代號資訊.....	92
二、更換聊天代號後所提供的資訊.....	93
三、表情符號.....	95
四、身體動作.....	97
第三節 小結.....	98

第六章 研究回顧、結論與建議.....	100
第一節 研究回顧.....	100
第二節 研究結論.....	102
第二節 研究貢獻與應用.....	105
第三節 研究倫理的討論.....	106
第五節 研究限制檢討與後續研究建議.....	107
參考書目.....	110
中文.....	110
英文.....	111
附錄一 BBS 站聊天室基本指令.....	115
附錄二 表情與肢體符號集錦.....	116
附錄三 內容分析登錄表.....	121
附錄四 台大椰林 BBS 站聊天室內容分析樣本結構.....	124



表 目 錄

表 2-1	語言訊息與非語言訊息的通路.....	21
表 2-2	語言與非語言溝通的差異類型.....	22
表 2-3	語言符號的七種類型.....	37
表 3-1	不同電腦中介傳播系統之比較.....	40
表 4-1	聊天室代號與使用者代號一覽表一.....	53
表 4-2	聊天室代號與使用者代號一覽表二.....	54
表 4-3	聊天室代號與使用者代號一覽表三.....	55
表 4-4	橫向表情符號.....	58
表 4-5	正向表情符號.....	59
表 4-6	包含動作的表情符號.....	60
表 5-1	30 個時段中聊天室代號的分類與百分比.....	93
表 5-2	30 個時段中更換聊天室代號後的類別與分類與百分比.....	94
表 5-3	30 個時段中身體動作的類別與百分比.....	97



圖 目 錄

圖 1-1	研究架構與流程.....	7
圖 3-1	實地觀察法指標分類面向示意圖.....	43
圖 4-1	台大椰林 BBS 站聊天室介面.....	52
圖 4-2	聊天室成員的代號和個人資訊.....	80
圖 5-1	表情符號百分比圖.....	96



第一章 緒論

本研究主要想了解電腦中介傳播環境中，虛擬人際溝通場景中網路使用者所使用的哪些人際溝通策略，其使用的時機與目的具有面對面人際溝通中所使用的非語言訊息功能，以及這些溝通策略具有哪些形式，其使用情況又是如何。本章將說明本研究的研究動機、研究目的、重要名詞定義以及本論文的章節介紹。

第一節 研究動機

網際網路自發展至今，在技術上已獲得長足的進步，不論是網路的基礎架構、上網人數或張貼在網路上的資訊，其質量每天均呈倍數成長。至2004年9月底為止，扣除低用度用戶、一人多帳號與多人一帳號等重複值後，我國經常上網人口已突破九百萬人大關，其中台灣學術網路在我國網路的應用與推廣扮演舉足輕重的角色，TANet 提供在校師生免費上網途徑，培育出許多網路使用人口，是促使我國網路用戶不斷成長的主要動力之一。而網路所提供的資訊更難以計數（資策會電子商務應用推廣中心 FIND，2004）。從調查數據可見，隨著科技的進步，網際網路吸引了廣大的使用者，並且藉由這些使用者的努力，更加速了網際網路的便捷性。

這些廣大的網際網路使用者上網進行以電腦為媒介的各項活動，稱為電腦中介傳播（Computer mediated communication, CMC）（吳姝蓓，民 85），這是一種藉由電腦中介的任何傳播模式，包含同步（Synchronous）或非同步（Asynchronous）的訊息交換（Savicki et al., 1996），其形式包括了遠程傳輸（Telnet）、檔案傳輸（FTP）、檔案搜尋（Archive）、電子郵件（E-mail）、新聞群組（USENet News）、選單資料查詢（Gopher）、線上即時交談系統（IRC）、網路遊戲系統（MUD）、電子佈告欄（BBS）、全球資訊網（WWW）等。使用者透過電腦設備的連線，可以和全球的網路使用者進行同步的溝通，例如網路聊天室、電子郵件及電腦中介的討論群組，經由電腦鍵盤輸入方式進行對話，人們只要經由指尖，社會的人際互動便透過一個全新的面向，不被時間和空間束縛地展開，並且傳送與接收大量的資訊和互動行為。

換言之，電腦中介傳播的環境提供了許多種介面系統和平台，供使用者在其中進行人際溝通，其中例如電子郵件、新聞群組、線上即時交談系統、網路遊戲系統（MUD）及電子佈告欄等介面系統，所使用的溝通工具則是以鍵盤輸入的文字為主。因此針對電腦中介傳播環境中的人際溝通及互動模式研究，尤其是以上所提到的幾個介面，主要都是著眼於網路的語言現象及語言文化（盧諭緯，1997；潘美岑，2002），或是認為電子佈告欄的社交行為主要是透過語言的方式進行（盧諭緯，1999），有的研究並指出在電腦中介傳播環境中的溝通，只能用語言訊息來表達自己的想法，很難達到完美的語意再現（張千駿，1999）。

也有其他研究在仔細觀察使用者在其中的互動情況後，發現除了文字本身以外，還有另一套輔助交談的符號穿插其中，最明顯的例子是利用鍵盤文字所拼湊而成的表情符號（黃學碩，1997；吳國豪，1998；潘美岑，2004）。另外因網路匿名的特性，使用者彼此之間只能依賴相互傳遞的訊息來形成對彼此的印象，或了解對方的心情、所處的狀態，因此對話中的「用字」和「語氣」是營造氣氛的關鍵所在（黃蘭雯，2001）。這些網路人際溝通的策略，已經被認為具有輔助文字溝通功能的特性與功能，並且被廣泛地使用在以文字溝通為主的電腦中介傳播環境當中。

的確，在電腦中介傳播中的人際互動線索，主要的溝通線索皆是以鍵盤為輸入工具來傳達溝通訊息，包括以純文字環境中的即時互動環境，例如 BBS 中的 Chat、聊天室功能。然而相對於面對面人際溝通中，傳送管道非常豐富而且是無可避免的非語言溝通訊息，這些在電腦中介傳播中常見的人際溝通行為，是否有某些訊息填補了純文字虛擬環境中所缺乏的非語言訊息？在這個環境中進行人際互動的使用者，是否能夠意識到這些隱藏在虛擬環境中，具有非語言溝通功能的線索？

先來看看以下擷取自「台大椰林風情」BBS 站公開的聊天室中，一段多位網友的互動談話情境，可以讓我們稍微了解這些訊息使用的目的：

.....前略

- 1 GTO: 要聽就是聽 老台語
- 2 GTO: 文夏
- 3 ◆ GTO 離開這個聊天室了
- 4 mimi: 欸 gto 報了一堆歌手名字就跑了
- 5 starter: 一定是去大便.
- 6 mimi: 啾
- 7 ◆ DGE 離開這個聊天室了
- 8 starter: 跑得這麼急....一看就知道了.
- 9 mimi: HA
- 10 ◆ Gumpkan 離開這個聊天室了
- 11 jacob pad pad mimi 老師
- 12 ◆ joyce 離開這個聊天室了
- 13 starter: 或是, 他的電腦在廁所間裡, 剛剛其實是上完走了
- 14 ◆ tpe 離開這個聊天室了
- 15 ◆ coconut 離開這個聊天室了
- 16 mimi: 唉喲睡覺時間到了 大家都紛紛走避
- 17 ◆ frank 離開這個聊天室了
- 18 *** cdm 進入 'yc' 聊天室
- 19 starter: 我說的太冷了嗎.....
- 20 mimi: ?___?要掛啦
- 21 mimi: 還好吧
- 22 starter: 哇勒.
- 23 starter: 好我也要上班去了.
- 24 ◆ starter 離開了 ...

後略.....

雖然聊天室對於網路使用者來說，是一個虛擬的人際互動環境，但是聊天室提供使用者一個互動空間，許多網友進進出出都有訊息提示（標號第 3、7、10、12、14、15、

17、18、24 行訊息)，對於網友離開聊天室，仍在聊天室裡的網友也能依照這個行為產生後續的互動（標號第 3、4、5、6、8、13 行訊息），例如沒有交待原因而離開聊天室，對於這個行為做出覺得該網友走得很匆忙的視覺反應（標號第 4、8 行訊息）。另外第 11 行訊息網友也使用聊天室獨有的行動指令（「/a」，它的實際功能就是「做一個動作」），與特定網友進行互動行為，可以推測該發出訊息的網友以虛擬的觸覺來和他指定的網友建立某種關係。

即使對於參與互動的人來說，聊天室裡的各項訊息皆是以文字訊息的方式呈現，但只要在溝通過程中某些訊息扮演著非語言訊息的功能，與其說這些訊息是一種新的「語言」溝通策略，不如以面對面人際溝通中的非語言溝通來檢視其所扮演的角色及功能，更能概觀這些被大部分研究認為缺乏非語言溝通線索的環境，究竟有什麼線索可提供甚至補足非語文訊息。若是單以語言溝通策略的角度來檢視這些訊息，恐怕會漏失一些互動者在這個虛擬空間建立的互動情境和反應，並且只能把個別存在的互動線索做單一解釋，甚至矮化這些訊息在虛擬人際互動中扮演的角色。

非語言溝通的定義通常是被認為是在溝通情境中的行為模式，特別是非語言行為，這些非語言訊息在解讀的時候雖然可能流於刻板印象的解讀，但相對於數量有限的語言訊息，非語言行為可以幫助互動雙方快速的判斷所處的溝通情境，及預測下一步的溝通內容(Andersen, 1999, p.2)。一般來說在面對面人際溝通情境中，可以拿來作為互動線索的資訊，除了語言訊息之外，有很大一部分是來自於非語言訊息的資訊，舉凡外表、性別，說話時的神態、音調、音量，都可以在語言訊息之外提供互動雙方某些有意義的資訊。

在電腦中介傳播中，以純文字的介面做為虛擬人際溝通的環境，所有隨溝通行為產生的訊息皆為文字訊息，Collot 和 Belmore（1996）就針對了電腦中介傳播的人際溝通提出了「Talking in Writing」（使用書寫來交談）的說法，認為電腦中介傳播的人際溝通是一種透過文字訊息來進行的口語溝通，也就是必須透過語音的協助，用「唸出來」的方式才能了解對方所要傳遞的訊息。既然具有需要唸出來的程序，想必這類訊息也能提供非語言溝通的效果。

雖然如 Crystal (2001) 在研究網路中使用的語言時認為的，像情緒符號這類「Emotional Icon」是「刻意」被放進網路的文本之中的，並不能像面對面溝通那樣，可以分辨網路使用者在進行虛擬人際互動時是否基於無意來散發這些訊息，而且當使用者在螢幕上打出笑臉符號時，對方也無從得知他本人是否真的有在過程中產生笑意。但是就該虛擬人際溝通的過程而言，那個笑臉符號所代表的訊息意義，是否在使用者的對話中產生人非語言溝通的效果？若光就語言的立場和研究方法來看待這些訊息，可以想見的是會產生較為偏頗的解釋情況。

本研究希望以人際溝通的角度檢視這些訊息，是否具有面對面溝通中非語言訊息的功能，因此這些訊息可定義為虛擬人際互動中的「非語言溝通策略」。更進一步欲得知藉由對於面對面人際溝通中非語言訊息本質的探討，其形式與功能，是否可以解釋純文字虛擬人際溝通中具有非語言溝通功能的行為？另外以過去網路上的溝通行為研究為基礎，純文字溝通環境中具有非語言溝通功能的線索，其使用的形式和情況又是如何？使用者是否基於原始的需要及創造力，會跳脫純文字溝通情境的限制進而發展隱含非語言訊息的溝通模式？

基於這些想法，本研究欲深入探討線上純文字環境中，非語言溝通的類型和使用狀況，以了解網路使用者的人際互動行為，作為了解電腦中介傳播人際溝通的一個參考觀點。

第二節 研究目的

本研究旨在對於純文字環境中的溝通行為進行分析，藉由文獻檢視非語言溝通線索的類別和功能，與電腦中介傳播中關於人際互動和溝通線索的研究，整理目前線上純文字環境中非語言溝通策略的形式，並且以此形式為基礎，進一步分析這些策略在線上純文字環境中實際的使用狀況和功能為何。

基於前一節的研究動機與目的，本研究的研究目標主要為以下兩項：

1. 以面對面人際溝通常見的非語言溝通為基礎，觀察、整理與探討線上人際互動中，使用者所運用的、具非語言溝通功能的訊息形式；
2. 針對線上純文字環境中的溝通樣本，以內容分析檢視這些非語言溝通形式實際被使

用的情況；

3. 期望以一個新的觀點，來詮釋電腦中介傳播人際溝通訊息的使用目的和使用效果。

第三節 解釋名詞

電腦中介傳播：網路使用者上網進行以電腦為媒介的各項活動，稱為電腦中介傳播。

虛擬人際互動：虛擬人際互動是以同步化的訊息傳遞來模擬面對面的人際溝通，與面對面人際互動的不同之處，將只有進行互動的雙方看不到彼此這個情況而已。

非語言溝通策略：在電腦中介傳播環境中，使用者虛擬人際互動情境中，運用具有面對面人際溝通中非語言訊息的功能的訊息，當做一種人際溝通策略與他人進行溝通，在本研究中定義為非語言溝通策略。

純文字聊天室：在電腦中介傳播環境中，使用者以同步互動的方式，在同一個虛擬空間中使用以鍵盤能鍵入的文字進行交談。



第四節 論文章節安排與架構

本研究的章節安排上，將於第二章分別就過去的文獻來探討電腦中介傳播環境的特性、人際溝通理論，並且在了解面對面溝通中的非語言訊息的意義和功能之後，探討過去關於電腦中介傳播環境中，以語言為主的研究觀點所做的的人際溝通研究，並提出研究問題；第三章敘述研究方法；第四章首先以實地觀察法解釋並探討電腦中介傳播環境中，非語言溝通的形式所得之研究結果，並以此為基礎，在第五章根據非語言溝通的形式以內容分析法，整理電腦中介傳播環境中非語言溝通策略的使用狀況；最後第六章則就整個研究作具體的研究結論、主要發現及後續研究建議，並且為本研究的研究限制做完整的說明。

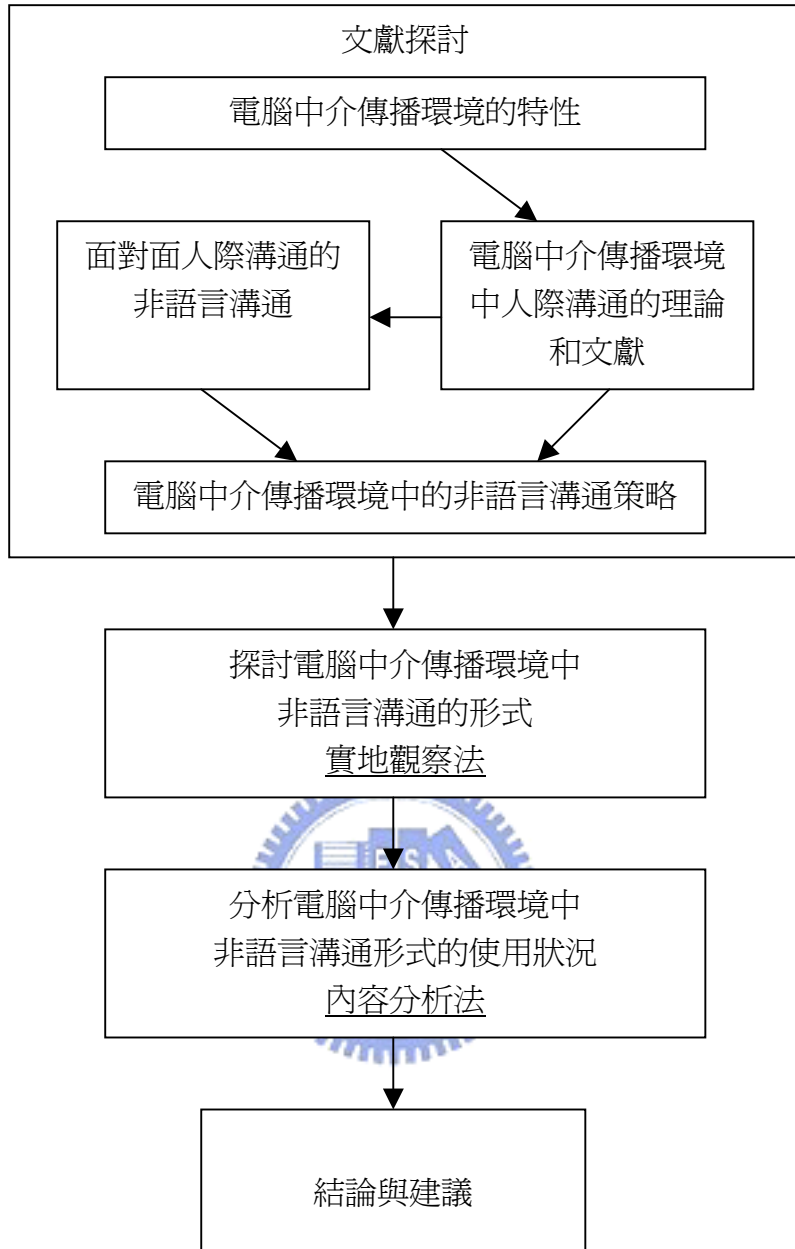


圖 1-1 研究架構與流程

第二章 文獻探討

「溝通」的意義是訊息間的交換和傳遞，而人與人之間在進行互動的過程中，彼此所傳遞出去的訊息經過交換後，影響彼此之間的關係，則是人際之間的溝通，DeVito 也認為，人際溝通是指發生在兩個人之間建立的一種關係上的溝通（DeVito, 1998，沈慧聲譯）。

隨著時代與科技的進步，人與人之間的溝通不再侷限於面對面的溝通場景之中。自從電腦網路興起，虛擬世界中來自於世界各地的使用者互相交換資訊，甚至也在虛擬世界中建立人際關係。

網路世界的人際溝通場景和面對面的人際溝通有所不同，網路使用者透過電腦和網路設備就可以進入一個虛擬的空間，在線上進行各式各樣的溝通，例如線上對談、發表文章，傳送電子郵件，張貼具有個人特色的名片訊息等。即使看不到對方，這個虛擬空間仍然傳達了人際互動的訊息和行為模式，也深刻地讓網路使用者感受到對方的存在，甚至許多虛擬人際互動的場景，基本上是模擬同步人際溝通的情況而產生的，例如聊天室，人們在同一個時間，聚集在同一處虛擬的空間中，以建立人際關係的前提使用這個網路服務。

然而我們回到人際溝通的本質來看，人際互動的過程所傳遞的資訊包括了語言和非語言的訊息。在電腦網路尚未發明的時代裡，同步的人際互動時幾乎都是以面對面的模式來進行，因此進行非語言研究的學者傾向使用「面對面的互動」這個語彙來進行非語言的研究（轉引自陳彥豪譯，1999，p.6），因為他們認為語言和肢體動作在溝通過程中是無法分開的。而且就算沒有見到面，以人們實際生活的溝通工具使用經驗來看，同步溝通的場景中即使是使用電話進行人際互動，也可以因為對方的音調、聲音速度快慢來傳遞情感上的訊息。

非語言溝通在人際溝通的過程中佔了很大的重要性，非語言行為研究先驅 Birdwhistell 針對日常生活中所使用的非語言行為進行數量上的評估，他認為在平常兩人

的會面談話之中，語言部分大概少於整個社交溝通內容的百分之三十五，而超過百分之六十五以上的溝通內容都是使用在非語言的溝通上面（轉引自陳彥豪譯，1999，p.36）。非語言的行為也在人際關係中扮演無可取代的地位，尤其是以非語言行為所建立的人際關係，更因使用的時機和形式，造成進行互動的雙方有截然不同的感受。

基於以上論點，本研究的基本前提就是，即使在虛擬世界之中人們無法看見對方，但是網路使用者身處在模擬面對面同步溝通場景的人際互動，仍然需要某些類似或本質上等同於非語言溝通的行為來幫助彼此的互動。所以本研究想要了解，虛擬人際互動所使用的人際溝通策略是否和面對面溝通的情況有所差異？是否也會限於電腦中介傳播環境的限制而有所改變？人們在虛擬世界中進行人際溝通時，又是使用哪些、如何使用有助於溝通的策略，來補足因為看不見對方而缺少的非語言訊息。

在文獻探討的部分，本章首先討論電腦中介傳播環境的定義與特性，再延伸至電腦中介傳播的人際溝通理論基礎，以任務導向（Task-oriented）與社會情感導向（Social-emotion-oriented）兩種電腦中介傳播主要的溝通模式為架構，共有四個理論討論到有關電腦中介傳播中的人際溝通發展。

在了解電腦中介傳播環境的特性和人際溝通理論後，接著介紹面對面人際互動中非語言溝通的形式，以及在人際互動中這些非語言訊息所扮演的角色。最後再去檢視過去以語言溝通為主的虛擬人際溝通研究，因為缺少了將面對面非語言訊息轉化到虛擬世界的的討論，使得過去的研究漏失了哪些重要的人際互動線索。

第一節 電腦中介傳播環境的定義與特性

電腦網路科技發展至今，已經成為許多人工作、娛樂、休閒不可或缺的工具，人們在此環境中進行各項活動，包括接收、傳送資訊與發展人際關係。就訊息交換的觀點而言，Walther（1992）認為電腦中介傳播是在同步或非同步的環境中，訊息傳送者將「文字」傳送至接收者的過程。就人際溝通的觀點而言，Herring（1996）認為電腦中介傳播是指經由電腦設備為中介，在「人與人」之間產生的溝通行為。

電腦中介傳播提供的傳播模式，包括較早期的電傳視訊會議（Computer Conferencing）與電子資料庫（Electronic Databases），以及電子郵件（E-Mail）和電子佈告欄系統（Bulletin Boards）等（Rice, 1990）。近年來電腦中介傳播進展快速而且具有不同的介面形式及功能設定，配合各種科技及設備水準的提升之下，其使用範圍和領域也大幅的提升，例如遠距教學、合作研究、組織體制內的聯絡溝通，以及政治議題的討論、社會支持系統和人際之間的溝通（Liu & Ginther, 1999）。

電腦中介傳播的定義簡明易懂，但電腦中介傳播的本質則可以藉由討論其特性來了解。電腦中介傳播的過程包括了藉由電腦控制文字訊息、聲音和影像及其之間的轉換，這些特性使得團體及個人的傳播及溝通環境突破了時間及空間上的限制（Kiesler & Sproull, 1986）。具體的來說，電腦中介傳播具備以下特性：

一、同步與非同步的互動

就資訊的傳播模式而言，電腦中介傳播包括了同步與非同步的模式，其差別在於是以訊息間互動的時間點來做區隔。同步指的是用類似交談的方式進行互動，如 IRC 網路聊天室及 BBS 的聊天功能等。非同步是指傳播系統的控制權，一部分由來源轉移至接收者，能夠讓個人在較適宜的時間裏收發訊息。由於電腦具備儲存訊息的功能，發訊與收訊之間有時間間隔，因而收訊者能在任何時間接收，溝通雙方可於不同時間進行互動，不需要同時處在傳播的情境中，這種超越時間的能力，是影響傳播過程的一個變數，時間的控制權操縱在接收者的手中（吳姝蓓，1996）。

網路提供的各項服務眾多，同步與非同步的傳播模式加上參與的人數多寡也造成電腦中介傳播中不同的人際互動效果。Morris 與 Ogan（1996）將網路視為一個多面向的大眾傳播媒體（Mass Medium），它包含了許多不同的傳播架構，並且以多變的形式結合了大眾傳播與人際溝通。依據訊息製造者與接收者的角度，可將電腦中介傳播系統分作四類：

1. 一對一的非同步傳播，例如電子郵件；
2. 多對多的非同步傳播，例如 BBS 與電子論壇，它們需要接收者登記或載入某一程式後方可接受特定主題的相關訊息；

3. 一對一、一對少數或一對多數的同步傳播，例如角色扮演遊戲（MUD），多人即時聊天系統（IRC），或聊天室等；
4. 通常因接收者需要切入某一網站位址以獲取資訊的非同步傳播，可能是多對一、一對一或一對多的關係，例如 WWW、gopher、FTP 等。

由以上的分類可知，就電腦中介傳播環境中的人際溝通而言，同步與非同步溝通之間存在著許多差異，由於非同步溝通不必立刻做回應，因此給予使用者較多的時間思考，而且電腦提供文字編輯功能，加上可以使用他人傳遞的訊息作為回應基礎，即使該訊息已傳送數天仍可被收信人取得。但是也因此使得非同步溝通加大了訊息訊息斷裂的程度，喪失了即時評論或回應的次序或連續性（吳姝蓓，1996）。

而同步溝通則是呈現出一連串的句子，具有連續性，但其存在於電腦螢幕上的時間沒有像非同步溝通那麼久。吳姝蓓認為，由於同步溝通可明確感受到他人同時存在，因而比非同步更接近面對面溝通狀態，所能感受到的社會影響力也比非同步溝通來的強，隨之而來的社會焦慮及團體凝聚力應較高（吳姝蓓，1999）。

同步溝通中的互動性也是電腦中介傳播環境中主要的特性。互動性是指在傳播過程中，參與者之間能夠「對話」，就像與一個人交談一樣，這個特性甚至使電腦中介傳播的人際溝通比面對面的溝通更具潛力，因為同步溝通這個特質，使電腦中介傳播中的人際溝通可以在同時間接觸更多的個人。所以如同吳姝蓓所認為，電腦中介傳播綜合了大眾媒體與人際溝通的特質，電腦中介傳播可以讓使用者自行控制傳播的過程，並同時兼具傳播者與受播者的身份（吳姝蓓，1996）。

相較於面對面的人際溝通，討論人數增多時會產生「發言權」的問題。發言權的問題主要是因為面對面的溝通一次只能有一人發言。但在電腦中介傳播系統中，人際溝通可以在同時間接觸更多個人的互動性質，使人與人之間的溝通訊息瞬間傳播完成，傳輸過程的干擾很少，因而電腦中介傳播的人際溝通若在同步的環境下進行，則具有「共時性」這個特性，可以讓更多人能夠同步參與討論（王鳳儀，1999）。

二、文字化的訊息形式

面對面的人際溝通是以口語形式來呈現語言訊息，但是電腦中介傳播中的人際溝通對話主要還是以鍵盤所能輸入的文字來呈現，所以電腦中介傳播的人際溝通訊息，必須透過電腦進行傳送，而且缺乏口語訊息的協助。

文字化的訊息形式特性，也使電腦中介傳播的人際溝通研究偏向分析網路使用者的語言溝通形式，例如 Herring (1996) 認為電腦中介傳播的語言形式，均以文字為主要溝通媒介，它的特徵是鍵入的 (typed)，近似於寫作 (writing) 的風格，但卻又似一種快速而且非正式的文體交換訊息，就像使用口語會話 (spoken conversation) 一樣。同樣的 Collot 和 Belmore (1996) 也持相同的論點，認為電腦中介傳播的人際溝通具有「Talking in Writing」的特性，需要透過文字訊息來進行類似口語的溝通，也必須透過語音的協助，用「唸出來」的方式才能了解對方所要傳遞的訊息。

另外針對電腦中介傳播使用文字表達情緒的方式，吳姝蓓則認為，因為文字化的訊息形式，使網路使用者表達情緒 (emotion) 的方式變得較為特殊，例如以符號表達微笑，另外為了縮短文字訊息由鍵盤鍵入和傳送的時間，頭字語 (acronyms) 的使用也很頻繁，例如 FAQ (吳姝蓓，1996)。

因此電腦中介傳播文字化的訊息形式，既非屬於純粹的口語訊息，亦非純粹地只是書寫文字。不過這種形式不僅可以傳達人際之間的互動線索、表現人們的情緒反應，也可以創造屬於個人的溝通風格。

三、匿名性

在電腦中介傳播的相關研究中，「匿名」這個特性所造成的影響一直是虛擬人際關係最重視的部分之一。此一特性源於電腦中介傳播系統提供使用者隱藏真實身份的功能，網路使用者在電腦中介傳播的環境中，皆是以自選或系統編派的代號和網路位址 (IP Address) 與他人進行互動。在不知道彼此真實身份的情況之下，衍生了許多特殊的人際互動行為，如 Sullivan 所認為，以文字為基礎的互動缺乏社會情境因素線索，能夠加強匿名的功效，以便進行較不受限制的傳播行為 (Sullivan, 1995)。這些特殊的人際互動

行爲成爲電腦中介傳播「匿名」的特性，包括溝通時的極化現象、提供平等的交往地位，以及促進親密關係的發展。

所謂極化是指偏頗的人際互動，一方面是指具有工作目標的人們，在電腦中介傳播的人際互動可能會過於公事化，而完全不加入感情要素；另一方面則是指人們可能因爲匿名而產生一些激動、情緒化的行爲，例如更專注於自己所要表達想法的「自我吸納」（self-absorption），及較不顧社會規範所產生的「非抑制」（uninhibited）行爲，另外還包括侮辱、發誓、敵對等情緒激動的「激起（arousing）」、「激越（flaming）」的行爲等（Sproull & Kiesler, 1986）。

匿名是電腦中介傳播的重要特徵，網路使用者多是透過匿名方式互動，無法直接獲知對方的性格、特質，以及所處的場景與情境，因此使用網路進行人際溝通時，人們的行爲會因看不到對方而有極化的現象，。

然而容忍這種極化現象存在的原因，也是匿名的另一個特性：提供平等的交往地位。人們在電腦中介傳播的環境中不再礙於社會規範的限制，把參與者的權力、身分地位、聲望的影響力降低，使身分地位較低者有更多的參與機會，在溝通時可以取得較對等的地位，所以電腦中介傳播可說是具有反階級的（anti-hierarchical）的性格（吳姝蓓，1996），而且相較於面對面的人際溝通，網路參與者的地位會比較平等，言論也更爲自由。（Dubrovsky, Kiesler, & Sethna, 1991）。

在網路世界中，正因爲使用者彼此看不到對方，因此可以從真實生活中的身份和人際關係中解脫，不會受到個人的社會階級、性別、學歷等的影響，重新建立和真實生活中完全不同的人際關係。

同時也因爲在網路上看不到對方的社會背景、姓名、年齡、面貌等線索，人際溝通時可以擺脫面對面時會產生的束縛，因此 Sproull 與 Kiesler 認爲匿名會產生更多的自我表白、非抑制的人際互動（Sproull & Kiesler, 1986），甚至促進親密關係的發展，例如吳姝蓓（1996）在研究電子佈告欄（BBS）中的虛擬人際關係後也發現，網友電腦中介傳播不僅擴展人際交往的範圍，而且其發展過程與現實中人際感情關係發展類似，也有親密關係與情感互動的出現；而 BBS 使用者隱藏於某代號之後，產生的自我表白、想像

與期待，使得網路上的虛擬人際關係獲得現實生活的人際情感與親密關係的滿足。

基於以上三種主要影響電腦中介傳播環境的特性，許多學者探索有關電腦中介傳播的人際溝通理論，從一開始反對電腦中介傳播環境允許人際關係的發展，認為電腦中介傳播的溝通模式是以任務導向為主的溝通，轉而支持電腦中介傳播中的人際關係甚至是以社會情感的交流為主的論點。下一節將討論這些理論的內涵，為電腦中介傳播的人際溝通尋求理論基礎

第二節 電腦中介傳播中人際溝通的理論基礎

電腦做為一個傳播的中介媒體，人際溝通僅是電腦中介傳播其中一部分的議題，然而虛擬世界的特性卻吸引越來越多人在其中進行互動。當電腦網路於六〇年代發明時，最主要的目的是交換彼此電腦中的資料，網際網路的功能也由最早的提供資訊的用途，慢慢的增加了人際互動的比例。我們經常利用網路聯絡同學與工作伙伴，認識同樣嗜好的網友，討論某個切身的議題。學者針對這些電腦中介傳播中的人際關係加以觀察研究，發展了許多電腦中介傳播的溝通模式，來了解人與人之間是如何在看不見對方的情況之下進行互動。

在電腦中介傳播的研究中，主要分為兩種溝通模式：任務導向（Task-oriented）與社會情感導向（Social-emotion-oriented）（Liu & Ginther, 1999），Liu & Ginther 針對電腦中介傳播環境中的溝通模式的研究指出，早期電腦中介傳播大多數的研究，傾向把溝通模式描述成以完成工作為主的及去個人化（Depersonalized）的任務導向，以此模式為基礎，任務導向的溝通模式分為三種研究取徑：社會臨場感理論（The Social Presence Theory）（Short et al., 1976）、媒介／資訊豐富理論（Media/Information Richness Theory）（Daft & Lengel, 1984），以及社會脈絡線索理論（Social Context Cues Theory）（Kiesler, Siegel, & McGuire, 1984）等。

一、社會臨場感理論（The Social Presence Theory）（Short et al., 1976）

社會臨場感理論首先是由 Short、Williams 及 Christie 等人於 1976 年所提出，根據這個理論，社會臨場感指的是媒介傳達使用者所提供的身體資訊（Actual physical

Presence) 的能力，社會臨場感指的不只是文字上的溝通，同樣也取決於非語言線索的種類，例如媒介使用者之間的身體距離、姿勢、臉部表情等。

社會臨場感理論的重點在於人際溝通行為中看得見的非語言線索，面對面溝通時，非語言線索可完整提供，社會臨場感的程度最高，基於這個觀點，電腦中介傳播被認為是缺乏「可視的」非語言線索的環境，因此社會臨場感的程度較低，電腦中介傳播媒介的使用者在團體互動中較不關心其他使用者的存在。

二、媒介／資訊豐富理論 (Media/Information Richness Theory) (Daft & Lengel, 1984)

媒介／資訊豐富理論是由 Daft、Lengel(1984, 1986)及 Trevino、Lengel 和 Daft(1987) 所提出，指的是參與溝通的雙方所選擇的資訊或媒介其豐富或貧乏的程度，而溝通所產生的效果也被溝通雙方所使用的資訊或媒介豐富程度所影響，據此理論，電腦中介傳播的環境為最貧乏的資訊來源，而面對面溝通的環境在所有的媒介中，資訊來源最為豐富。

Daft、Lengel (1984, 1986) 及 Trevino、Lengel 和 Daft (1987) 認為，為了了解組織的運作過程和形式，資訊的豐富程度是一個關鍵的構成要素，組織在進行垂直部門傳遞和水平資訊整合的行動時，媒介的選擇可減少含糊及不確定性，而各種媒介也隨著其負載資訊的豐富程度而有差異。

媒介的豐富程度依以下四點而有所不同：能否提供回饋的能力 (Feedback capability)、溝通管道的選擇及使用 (Communication channels used)、資訊的來源 (Source) 及語言的使用 (Language)。根據 Daft、Lengel (1984, 1986) 及 Trevino、Lengel 和 Daft (1987) 的說法，提供豐富資訊的媒介 (例如面對面溝通) 能提供複合性的線索、回饋和多種類的語言，來使人們了解並在一些難以分析、模稜兩可、困難或情緒化及充滿衝突的事件上達成一致性；而資訊豐富性較少的媒介 (例如報紙或電腦中介傳播環境)，則使用在傳遞組織中的例行公事和明確的行動等資訊上有令人滿意的效果

三、社會脈絡線索理論 (Social Context Cues Theory) (Kiesler, Siegel, & McGuire, 1984)

社會脈絡線索理論主要是根據包括 Kiesler, Siegel 和 McGuire (1984) 及 Siegel、Dubrovsky、Kiesler 和 McGuire (1986) 等人的研究，指的是媒介所能提供使用者雙方多少社會脈絡線索的程度。根據這個理論，電腦中介傳播的環境只能提供最少的社會脈絡線索，相對的，面對面溝通則能提供最豐富的社會脈絡線索。

Sproull 和 Kiesler 在 1986 年另外提出「缺乏社會情境線索假說」(Lack of Social Context Cues Hypothesis)，認為在面對面的互動中充滿各種情境線索，包括個人社經地位、環境、表情、動作等，會影響人們的行為，但是網路卻無法承載這些社會情境線索，一旦去掉這些線索，社會規範就會減少，尤其是「匿名」(anonymity)因素(Kiesler, Siegel, & McGuire, 1984)會讓使用者出現有異於平常的人際互動行為。

「匿名」是使用電腦中介傳播系統的一大重要特徵，網路的使用者大多是透過「匿名」方式互動，無法在這個通道中直接獲知對方的性格、特質，以及所處在的場景與情境。匿名的特性在上一節電腦中介傳播的特性中已有介紹，以「缺乏社會情境線索假說」來研究人際互動，研究者認為人們會更自由、更開放 (Sproull & Kiesler, 1986)。

這三種研究取徑的相似點，在於它們在電腦中介傳播研究中皆是被分類在「去線索論」(Cues-filtered-out)的觀點 (Culnan & Markus, 1987)，認為電腦中介傳播的環境是受限於非語言的線索，所以傾向於任務導向、去個人化，以及在電腦中介傳播環境中的使用者不被允許發展人際關係。

大多數傾向於任務導向的電腦中介傳播研究，指出其包括以下特性 (Liu & Ginther, 1999)：

- (1) 使用者以同等的地位參與電腦中介傳播活動 (equal participation)；
- (2) 使用者在電腦中介傳播中的行為不受限制 (uninhibited behavior)；
- (3) 在電腦中介傳播中的決策品質有增加的傾向 (increased quality of decision making)；
- (4) 但是達到共同決議的時間卻會增長 (increased time to reach a decision)；
- (5) 使用者在電腦中介傳播中有去個人化的傾向 (depersonalization)。

四、社會資訊處理模式（Social Information Processing Model）（Walther, 1992）

隨著電腦中介傳播相關研究的進展，針對網路環境中的人際關係發展也出現不同的觀念和取徑。Walther(1992)提出名為「社會資訊處理模式」(Social Information Processing Model)的觀念，來解釋電腦中介傳播環境中如何建立人際關係。這個模式主要是以社會心理學中的人際關係發展和社會認知等原則為基礎，來討論電腦中介傳播環境中的使用者如何利用不同的管道處理關係線索和社會認同，這個模式也可以解釋電腦中介傳播環境中使用者的社會認知和人際關係如何建立的過程。

Walther(1992)認為，根據社會資訊處理模式的原則，不管是哪一種溝通管道的使用者皆會經歷相同的體驗，即發展親密關係的需求，和在人際溝通的過程中減低對於彼此的不確定性的需求。為了達到彼此之間相同的需求，電腦中介傳播中的使用者會主動將書寫和語言習慣改變來適應這個環境，目的是為了傳送和回饋可代表溝通者彼此間任何關係的行為。

另外，相對於面對面溝通環境，線索較少的電腦中介傳播環境不能像在面對面溝通環境中那樣，可以在很短的時間內經由多重管道傳達所有關於工作和社會情感的人際線索，不過Walther(1992)發現電腦中介傳播的使用者能從文字訊息所表達的行為當中擷取非語言訊息來補足，並且由此推論在電腦中介傳播環境中的社會訊息交換比面對面溝通的環境中要來慢一些，而且時間這個因素也的確會為電腦中介傳播中的人際關係發展投下變數。所以，面對面溝通和電腦中介傳播環境中的人際關係發展，其中最主要的不同處在於所需要的時間長短，而不是在於電腦中介傳播環境中無法發展人際關係的論點上。

根據Walther的社會資訊處理模式(Walther, 1992)，進行溝通的雙方在面對面和電腦中介傳播的環境中，會因為關係發展的階段不同，而表現出不同的行為。如果給予面對面溝通和電腦中介傳播相等的時間來進來人際關係發展，必定有不同的結果，因為電腦中介傳播環境中的人際關係發展，會在傳遞訊息和完成工作指令上花費較多的時間，所以在電腦中介傳播的環境若要達到如同面對面溝通所能達成的人際溝通效果，給予足夠的時間來完成訊息傳遞和關係的發展是必要的條件。面對面溝通和電腦中介傳播兩個人際關係發展的環境最大的不同點在於，電腦中介傳播比面對面溝通需要更長的週期來

減低彼此間的不確定感和發展人際關係 (Walther, 1992)。

Walther 針對電腦中介傳播環境中人與人之間關係的發展研究，也指出社會情感導向的溝通模式才是電腦中介傳播人際溝通的本質，並且認為電腦中介環境中的社會情感導向溝通行為也符合社會情感導向模式，研究結果在電腦中介傳播環境中印證令人感到溫暖的人際關係、發展中的手足之情和友誼等 (Walther, 1995)。因此相對於任務導向、去線索化的溝通模式來說，Walther 的研究支持電腦中介傳播環境中，使用者會使用具有幫助人際溝通功能的線索，與他人進行互動。

另外吳姝蓓在 1996 年提出國內最早針對電腦中介傳播的人際關係研究，研究結果也認同 Walther 的理論，並發現虛擬人際關係的網絡，對大多數使用者而言是實際生活中人際網絡的擴大，其過程發展也與親身傳播人際情感關係發展過程相似，會有自我表白、分享、了解等親密關係與情感互動。但「匿名」、文字互動、想像與期待、與異性交往多、轉移情境會有落差等、是面對面人際關係和電腦中介傳播人際溝通的發展不同之處。

吳姝蓓的研究也認為，虛擬人際關係的發展與組成還必定伴隨著電腦中介傳播環境「匿名」的特性，以及情感使用、情境虛擬等特質，以及使用者必須具備有電腦網路的使用經驗，甚至是學科背景、個人特質與個性、使用上的偏好等條件，這些不同於親身接觸的人際情感親密關係的組成與發展因素，也是使用者去尋求虛擬人際關係、得到情感滿足與親密關係需求之因。吳姝蓓另外指出，虛擬人際關係可以允許人們發展親密關係及彼此的情感互動，不過並無法替代人際情感親密關係，人們也不可能脫離現實的人際互動 (吳姝蓓, 1996)。即使如此，電腦中介傳播媒介建構的情境仍然可以是一處情感交流與宣洩的地方。

因此本研究根據 Walther 的「社會資訊處理模式」所主張，電腦中介傳播的使用者在虛擬環境進行人際互動時，能從文字訊息所表達的行為當中擷取非語言訊息來補足人際互動所需要的資訊，然而到底什麼是非語言訊息？下一節的文獻探討，將進一步了解面對面人際溝通的非語言訊息及行為的意義、本質和功能，以及這些行為在人際溝通中所扮演的角色。

第三節 非語言溝通

非語言溝通相關研究很早就已經展開，而且範圍十分廣泛，在這個領域內研究的學者對於非語言溝通的定義和形式各有其研究成果，本章將整理過去有關非語言溝通行為的研究，了解非語言溝通的定義、形式以及功能，以做為電腦中介傳播環境中非語言溝通策略的研究基礎。

一、非語言溝通的定義與特性

非語言溝通的定義，從字面上最直接令人聯想的是，除了字（Words）以外的溝通行為皆屬非語言溝通的範圍，Burgoon 與 Saine 以字面上的意義，來將溝通行為區分成語言及非語言溝通（Burgoon & Saine, 1978）。不過因為像流汗、咒罵、唱歌等詞，即使是用口述的方式表現，但實際上卻含有非語言溝通的形式，因此針對這個概念，Andersen（1999）認為這個定義的標準過於表面，「字」雖然是修辭或符號訊息的一種，但是並非完全屬於語言的範疇，「字」也可包含非語言或副語言（Paralinguistic）的觀點。

另一個非語言溝通定義的概念，是以訊息發送者與接收者的意圖（Intent）來定義。以訊息發送者的意圖為導向的定義主張，只有訊息發送者含有意圖的象徵性行為才被視為是溝通行為（Motley, 1990），然而事實上大部分的非語言溝通行為是無意識的、具有生物本能傾向的，並且是具有象徵及符號性質的訊息，也有許多非語言的訊息是沒有經過深思熟慮後就傳送的。另一方面，不論是非語言訊息的發送者、接收者甚至研究者，都很難真正完全了解發送者本身的意圖到底為何，例如微笑，實在很難判定到底是個人的情感反應、無意識的溝通行為，或是有意圖的象徵行動，以訊息發送者的意圖來判定非語言溝通的意義，也忽略了訊息接收者在溝通過程中接收非語言訊息的互動行為。

所以相反的，也有一些學者主張以訊息接收者的解讀來決定溝通是否產生，Buck（1984）認為在互動過程中，為了減低對於對方的不確定性，行為可以被擴大定義為具有溝通的意義，並認為非語言溝通被定義為進行非語言行為的過程，不論其是否伴隨著語言訊息，都以訊息接收者的立場解讀某個文本或情境當中的訊息。不過這個觀點同樣遭到挑戰，因為雖然這個觀點納入了不受訊息傳送者的意志控制，及具獨特意義的溝通行為，但是所造成的後果就是這些行為實在太廣泛了，在某些情境之下，訊息的接收者

可能任意增加或過度解讀異常行為的意義 (Burgoon, Buller & Woodall, 1989)，而產生誤解或超乎雙方預期之外的情況。

而由訊息的意圖這個概念來定義非語言溝通，Wiener, Devoe, Rubinow 及 Geller (1972) 等人認為非語言溝通是由任意的編碼及具意圖及象徵性的行為所組成的，而且這些行為必須存在於語言文本當中。另外 Burgoon 認為訊息的意圖 (Intent)、對於訊息傳送的意識 (Consciousness) 以及針對訊息本身的意義的體悟 (Awareness) 是定義非語言溝通的三個要素 (Burgoon, Buller & Woodall, 1989)，並認為非語言溝通是一種被限制在具有意圖的行為，也是除了「字」以外的行為，自成一個社會共享的編碼系統，被有意圖地傳送並解讀，而已被社群的成員一致的使用，經由互動雙方同意及可識別的情況下解讀 (Burgoon, 1994)。

不過「具有意圖」這個概念會限制非語言溝通的範圍，Andersen (1999) 認為有很多非語言溝通的行為是出自於無意識的狀況下，以訊息的意圖為導向的定義本來就是一種模糊不清的說法，「被有意圖地傳送及有意圖地解讀」對於每個人和研究者都會有不同的定義。



基於以上論點的優缺點，Andersen (1999) 選擇以非語言溝通的三種特性來定義非語言溝通：非語言溝通是類比式的、非語言學的範疇，並且是由大腦的右半葉所支配。這三個特性可描述所有以非語言編碼的基模，並統一各種互異的溝通行為，而成為一個系統。

非語言溝通的第一項特性類比式的訊息編碼。類比式的訊息所呈現出來的特質具有直接的 (Direct)、非任意的 (Nonarbitrary) 及內在的關係 (Intrinsic relationship)；相反的，語言溝通則是藉由多變的編碼系統，例如語言，來進行非直接性的溝通行為。另外非語言訊息具有無限的質量與等級，例如「笑」可從微笑到哄堂大笑，「發聲」可從輕聲細語到咆哮；相反的，語言訊息就只有存在和不存在兩種情況。不過此特性使語言訊息易於重製及重覆，而非語言訊息就難以精確的藉由不同的人等訊息的等級來重演一次。我們也可以從溝通的通路，來檢視語言訊息與非語言訊息有何顯著的不同：

表 2-1 語言訊息與非語言訊息的通路

通路	語言訊息	非語言訊息
體態動作：		
姿勢	紋章圖案	採取這個姿勢本身的動作
臉部表情	讀唇語、臉部象徵	自發性的表情
聲音	談話、言論、語言	副語言、發聲學
觸感	點字法	輕拍、擁抱、打、壓
音樂	樂譜	歌唱、旋律、節拍
空間	「出去」或「歡迎」等符號	人際距離
外貌	T恤上的標語、標籤	穿著風格、臉部及外貌的辨識
物體	象徵性的外形、旗幟、路標	外形、四周環境
媒介	言談對話、副標題、字母、電子郵件	圖片、影像

(資料來源：Andersen, 1999, p.5)

非語言溝通的第二項特性強調其具有非語言學 (Nonlinguistic) 的本質。語言和非語言溝通之間真正的區別是在於由行為組織而成的系統之上，語言行為是由文字符號系統組成的，而非語言行為則否。非語言的訊息是自然的、直接的系統，而不具符號象徵性，非語言訊息可直接反映所代表的事物。

第三項特性是非語言溝通的神經生理學的基礎 (Neurophysiological Basis)，雖然這並非顯而易見的特性，但是 Anderson 卻認為這是最具說服力的證明。大腦受損、接受大腦半葉手術切離的病人、口吃者，與沒有神經疾病的人相比，在非語言的溝通技巧上皆由右腦半葉來主宰，右腦在外表和非語言的處理程序上則有較突出的表現。

Andersen (1999) 依照以上三項基本特性，發展了六個大類、十九項原則來討論語言和非語言溝通上的差異，以清楚定義二者的不同之處，製表如下：

表 2-2 語言與非語言溝通的差異類型

具有差異性的觀點	可分辨其差異性的原則	
基本差異	原則 1：非語言溝通是屬於類比的規則，而語言溝通是屬於數位的規則；	
	原則 2：非語言溝通並非屬於語言學的範疇，而語言溝通則是一種具有單一意義的系統語言；	
	原則 3：非語言溝通主要由右腦處理訊息，而語言溝通則是由左腦處理訊息；	
溝通起源的差異	非語言溝通的生物基礎 (The Biological Basis of Nonverbal Communication)	原則 4：非語言溝通主要是以生物本能為基礎，語言溝通是以文化為基礎；
	非語言溝通的物種優先性	原則 5：非語言溝通在基因發展上較語言溝通早，其屬於一種較低層次的溝通行為；
	非語言溝通的發展優先性	原則 6：對任何個體來說，非語言溝通能力的發展早於語言溝通能力；
	非語言溝通的跨文化相似性	原則 7：非語言溝通具有相當程度的跨文化相似性，而語言訊息則少有此情況；
特殊編碼的差異	圖像化 (Iconicity)	原則 8：非語言編碼是圖像化的，而語言編碼是符號標記為主；
	連續性 (Continuousness)	原則 9：非語言溝通從接收者來說有傳送上的連續性，語言溝通則否；
	非單位化的 (Nonunitization)	原則 10：非語言溝通沒有基本的組合單位，而語言溝通藉由「字」或「語素」（語言中最小的字義單位）所組成；
通道上的差異	多通道的 (Multichannelization)	原則 11：非語言溝通同時有多個通道傳送訊息，而語言溝通是單一通道的溝通行為；
	訊息的同步重覆性 (Simultaneous Redundancy)	原則 12：非語言溝通天生具備訊息重覆的效果，這種重覆性可加強訊息的正確性，而語言訊息則是需要不斷的反覆操作才能達到這種效果；

認知上的差異	非語言的形態 (Nonverbal Gestalts)	原則 13：非語言訊息是根據完整的心像形態來處理，而語言訊息是不連續且抽象的；
	統合的過程 (Syncretic Processing)	原則 14：非語言訊息是經由統合的程序來處理，而語言訊息是經由分析的程序來處理；
	無意識的編碼 (Spontaneous Encoding)	原則 15：非語言訊息是出於自發、無意識的編碼，而語言訊息是使用符號的編碼系統；
	可信賴性 (Authenticity)	原則 16：非語言溝通被認為是比語言溝通更為真實且可信賴的；
功能上的差異	非語言溝通本身具有的意義	原則 17：非語言編碼系統在解釋整體的意義和屬性上較有幫助，而語文溝通在精確及需要事實的資訊上較有幫助；
	非語言溝通的情感優先性	原則 18：非語言訊息在表達情感及情緒的資訊上較有幫助，而語言訊息在處理邏輯及認知的資訊上較有幫助；
	非語言溝通的關係優先性	原則 19：非語言訊息是人際關係溝通的主要媒介，而語言訊息是內容溝通的主要媒介。

(資料來源：Andersen, 1999, p.15-28)

藉著討論非語言訊息在面對面人際溝通中的形式，讓我們了解到，非語言訊息若以它原本的形式來討論是否存在於電腦中介傳播環境中，是一件困難的任務，因為由以上 Anderson 所提出的非語言訊息和語言訊息的差異原則來討論，非語言和語言在編碼上的差異，使得電腦中介傳播中以文字符號組成的訊息特色，就否定了非語言訊息存在的可能，而且文字訊息和虛擬人際互動看不到對方的特性，也侷限了非語言訊息傳遞的通道。

另外由非語言訊息和語言訊息認知上的差異，來討論非語言訊息是否存在於虛擬人際互動，更是已有其他研究提出質疑，首先 Crystal (2001) 認為，情緒圖標的使用是出於使用者「刻意」的運用在溝通文本當中，代表不但屬於符號的編碼系統，也不是出於無意識的，而且 Crystal 也質疑當網路使用者在與別人溝通時所使用的笑臉符號，並不一定代表該使用者在當時臉上確實有發出笑容 (Crystal, 2001)，因此就虛擬人際溝通的互動雙方而言，情緒圖標的使用不一定比語言溝通更可信賴。

但是更仔細地說，雖然 Anderson (1999) 認為非語言溝通不應該以是否其有意圖來定義，但是具有意圖的非語言訊息則仍然具有非語言溝通的功能。另外若我們就溝通的起源以及功能上的需求來討論，非語言溝通是人際溝通的基本需求，不管是情感或是關係的建立，都需要非語言訊息的傳遞來達成，因此也支持本研究以功能的觀點去檢視虛擬人際互動中所使用的非語言溝通策略。接下來則繼續探討非語言訊息的形式和功能。

二、非語言溝通的形式與功能

針對非語言溝通形式的描述和分類，Andersen (1999) 非語言溝通的形式分成兩大類，一是身體符碼 (The Body Codes of Nonverbal Communication)，另一個是情境符碼 (The contextual Codes of Nonverbal Communication)；身體符碼包括了外貌 (Physical Appearance)、體態動作 (Kinesics)、目光接觸 (Oculistics)、空間運用 (Proxemics)、觸覺 (Haptics) 等，而情境符碼包括了大環境的細節 (Macroenvironments)、小環境的細節 (Microenvironments)、嗅覺 (Olfactics)、聲音 (Vocalics) 及時間運用 (Chronemics)，分述如下：

(一) 身體符碼 (The Body Codes of Nonverbal Communication)

既然人的身體是非語言溝通訊息散布的主體，自然會成為溝通行為中的受注目的目標，人類溝通的本質即是伴隨著非語言溝通中身體符碼的語言 (Motley, 1990)。以下是身體符碼的種類：

1. 外貌 (Physical Appearance)

人們在進行溝通，第一個進入印象的就是對方的外貌，所以對於彼此外貌的第一印象即為進行溝通的雙方第一個非語言溝通行為，其中包含了性別、服飾穿著、種族、年齡、體型是任何形於外的情緒；因為外貌這個線索實在是太明顯了，因此通常初次進行互動的雙方為了降低彼此的不確定性，會拿這個線索來作為主要的資訊來源，理所當然的，這種第一印象的判斷通常會摻雜著刻板印象 (Andersen, 1999)。然而外貌這個線索在面對面互動中通常不是為了溝通而拿來被解讀的，它總是額外地被評價，而且它的影響通常不是可預測的，每個人都有自己一套詮釋這些線索的不同觀點及態度；不論是好

是壞，人們經常拿一個人的外表去判斷一個人（Patterson, 1990）。

Andersen 認為身體是非語言溝通行為中最主要的傳播媒介，不論是有意識的或潛意識的、具有意圖的或非故意的、自發的或象徵性的，人們之間的溝通都藉由一組有意義的符碼傳送，來使溝通的內容具有意義或是能夠被解讀。外貌這個非語言溝通形式的功能，主要是剛開始進行溝通的雙方，在一接收到這個資訊後，能以吸引力、能力、道德特質、人格、社會地位、親切與友善等歸因對方的屬性。

2. 體態動作（Kinesics）

體態動作是指身體所有的動作，包括臉部表情、姿勢，以及溝通雙方互動的同步性。依照 Andersen 對於溝通行為的分類，體態動作是屬於類比及非語言學的範疇，也就是所謂的肢體語言。

臉部表情是一種全球性及跨文化的溝通行為，當溝通雙方彼此在注視時，臉部表情可在不同的社會情境中區分情緒的使用，較年長、具有社會經驗的人會傾向使用較多的臉部表情來假裝、增強、約束或掩飾自我的感覺。姿勢同時具有天生俱備及後天學習兩種特質，例如談話時的手勢等。溝通雙方互動的同步性則是像跳舞時的舞伴，在溝通行為中需要根據彼此的移動而進行同步化的行為，以獲得能進一步持續溝通的力量。

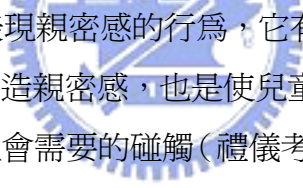
3. 目光接觸（Oculesics）

目光接觸是指眼部的行為，包括眼神接觸、瞳孔擴大及眼神的移動。眼神接觸是此項非語言形式中最重要的部分，在溝通行為一開始的時候傳遞親切的訊息，表達對於溝通內容的關心程度，監控溝通的過程並調整互動行為，在這些情況之下眼神可以傳遞立即性的資訊。瞳孔擴大表現在黯淡的燈光下，或是經歷振奮、正面的情緒。而眼神的移動則與相反位置腦部活動和認知有關，眼睛的快速移動也可以刺激思考或理解力。

4. 空間運用 (Proxemics)

空間運用代表的是溝通過程中的人際距離和空間，可細分為個人領域、人口稠密度及個人空間。個人領域是指個人所擁有或佔領的固定空間，通常以非語言訊息的型態存在較多。人口稠密度會導致不舒服、壓力，甚至暴力行爲。個人空間則就像每個人的身體外面有一圈看不見的泡泡包圍住身體，並以同心圓狀分為四個區域：親密距離通常和他人保持十八英吋，對象包括小孩和與我們有親密關係的人；一般或個人距離通常和他人保持一點五到四英呎，一般的互動行爲都是以這個距離來進行；社會諮詢距離通常和他人保持四到八英呎，用於和他人進行職業上的關係；公眾距離通常和他人保持八英呎以上的距離，用於公務或公眾演說、與名人和高級主管間的距離。當個人的空間遭到侵入時，個體會傾向透過撤退或立刻縮小自己的領域，來重建一個令他感到安心舒適的距離。

5. 觸覺 (Haptics)



觸覺是非語言溝通中最能表現親密感的行爲，它有令人安慰、振奮，或是令反感的能力。碰觸可以使對方順從，創造親密感，也是使兒童健全發展的必要條件。其功能包括職務上的碰觸（專業行爲）、社會需要的碰觸（禮儀考量）、友誼上的碰觸（溫暖彼此）、情感上的碰觸（製造親密感）等。人際溝通中若是拒絕碰觸行爲，則代表了彼此人際距離加大，親密行爲較少。

(二) 情境符碼 (The contextual Codes of Nonverbal Communication)

情境符碼同樣具有非語言訊息的特質，屬於類比式的訊息、非語言也是多通道傳送的訊息，而且和身體符碼一樣能在語言訊息缺乏的情況下進行溝通行爲。情境符碼主要的功能是提供溝通過程中可供解讀的前後背景與脈絡，這種資訊對於全盤了解溝通行爲是極爲重要且不可或缺的，如果在解讀非語言訊息或行爲的時候忽略這些線索，可能會導致無意義的訊息或是誤導的情況產生。以下是情境符碼的種類：

1. 鉅觀的細節 (Macroenvironments)

溝通時所處的大環境為溝通行為設定場所資訊和提供背景，包括地形、氣候、陽光、地理區域等，整個大環境對身處其中的人們會如何進行溝通影響甚鉅，例如移民者經過評估，會主動尋找對他們的人際溝通有利的環境。

2. 微觀的細節 (Microenvironments)

與大環境的資訊比較起來，小環境的細節是指較小的、較地區性的背景資訊，較常見的例子如：我們所處的社會環境，包括在家中、學校、酒吧、教堂等地座位的安排，會直接影響身處其中的人們溝通的類型；室內的溫度、顏色、光線和聲音，也提供了另一種型態的溝通線索。不管是大環境或是小環境的影響，都不容低估，如果要有良好的溝通行為和品質，主動創造一個令人愉悅的、合宜的溝通環境是一種必要的手段。

3. 嗅覺 (Olfactics)

嗅覺在非語言溝通過程中經常是重要但卻被忽略的線索，雖然人們對此線索的解讀因文化背景而有不同的表現，但是一個人的氣味或香味是可以引導別人的觀感和態度，有時它的作用也可能讓人勾起對某些人事物的回憶，進而讓某些相關的印象具體化，個人的嗅覺特徵也成為人際溝通的要素之一。

4. 聲音 (Vocalics)

說話是語言和語言溝通傳送的主要媒介，但是口語溝通在本質上仍然傳達了非語言的訊息，例如音調、節奏、速度、腔調等，都會使談話內容增添其他的意義。同屬於聲音這個類別的研究還包括一些純屬非語言訊息的聲音，如笑聲、尖叫、吸氣、吐氣、嘆氣、呵欠、哭聲，以及一些談話間斷用語，如嗯哼、嗯嗯、啊等。聲音的功能可做為重覆、補充、修正、強調、取代、調整、反駁語言溝通的訊息，也可以用做人格上的評斷。

5. 時間運用 (Chronemics)

時間運用主要表達溝通的過程中，時間的結構與使用方式，例如訊息送出後等待的時間，而肯為對方花費時間的長短也顯示了彼此間關係的緊密度。另外談話的時間長短也是重要的非語言訊息，過長或過短的發言可能會導致負面的印象。在溝通行為中，時間這個因素幾乎無所不在，它伴隨了大部分的溝通行為，並且含有其獨特的意義。

Anderson 使用身體符碼和情境符碼來分類非語言訊息，除了依照形式解釋這種非語言溝通的功能之外，也藉由分類明白的指出了非語言訊息傳送的通道，在面對面人際溝通中主要是由「彼此的身體」和「溝通情境所建立的氛圍」來傳遞。這樣的分類，對於本研究嘗試了解虛擬人際互動中，使用者如何創造或運用，來傳遞非語言溝通策略，有很大的幫助，因為電腦中介傳播環境以文字為主的溝通模式，在訊息的本質上是以單一通道的方式傳遞，然而網路使用者在進行人際互動時，針對彼此身體意象的形塑，以及溝通環境的營造，在功能上具有非語言溝通性質的訊息，即為本研究所欲探討的部分，除了想要了解是否和面對面溝通所使用的非語言溝通，在形式上是否有相同之處，另外也欲了解這些溝通在實際使用的情況又是如何。

至於非語言溝通的功能，我們可分為人際溝通與訊息傳遞兩個不同的面向來了解。就人際溝通的過程而言，Patterson (1990) 認為非語言溝通所具備的功能如下：

(一) 提供資訊 (Providing Information)

很多非語言溝通的目的是為了要從一個人的外表提供其內在狀態的資訊、身分地位及立即性的線索。這些資訊可從所有非語言溝通的形式收集到，例如臉部表情、說話的音調、個人的外貌等。在這項功能上，臉部表情佔的比例則是很明顯的，因為臉部表情屬於普遍性很高的符碼，甚至不同文化之間也可以解讀。

(二) 規範彼此互動 (Regulating Interaction)

透過如聲音的音調和速度、姿勢的改變和臉部表情等行為，可幫助進行溝通的一方轉換彼此之間的互動往來。例如暗示談話結束、轉換話題等。

（三）表達親密行爲（Expressing Intimacy）

使用非語言訊息表達親密感可從很多非語言溝通的通道來完成。當彼此的觀密感增加時，非語言溝通的內容也會有所改變，例如互相凝視的時間和次數、碰觸的機會增加，而彼此間的人際距離縮小等（Patterson, 1990）。

（四）社會控制（Social Control）

此一功能可以藉由具有意圖的身體姿勢和臉部表情等非語言訊息來達到所要求的效果，例如透過一些特定的碰觸行爲和眼神，溝通中的雙方得以表現他們的優勢地位或謙恭的態度。在面對面互動中，若某一方表現得較涉入這個話題，則被視為具有較多權力及地位的象徵；而某一方若有被說服的傾向，則表現在外的非語言訊息可能會有點頭次數增多等較清楚表現在外的訊息。

（五）表現認同感和圖像（Presenting Identities and Images）

前面四項功能主要的功能皆在溝通情境中如何影響對方，而描繪認同感和圖像的功能則主要是在進行溝通時，藉由一些非語言的行爲來交流彼此間的關係，例如一對情侶會利用一些特殊的行爲來表現彼此已經心有所屬，像戴戒指、穿著情侶裝等等。

（六）情感管理（Affect Management）

強烈的情緒會引發相同程度的情感表現，不管是令人困窘的、愉悅的或是悲傷的。一般來說，在溝通情境中，互動雙方通常會試圖減少負面的情感，並增加正面的情感，而為了達到這個功能，可能出現的非語言訊息有：減少雙方互相的凝視、姿勢和微笑的增加等。

（七）達成服務及任務目標（Facilitating Service and Task Goals）


專業的背景有時可以提升較一般互動情境下完全不同的互動關係，例如：陌生人間的碰觸，雙方的角色是醫生和病人之間的關係，而場景又設定在醫院或診所的話，則會使原本的社會規範改變，進而接受並認同這種行爲。

另外，就溝通訊息傳遞的過程中，非語言溝通所具備的功能，則可以分為語言訊息和非語言訊息並存，以及單獨僅傳遞非語言訊息的情況（Burgoon, 1994，轉引自黃鈴媚，1998，p.61-63）。Burgoon 引用 Ekman 與 Friesen 的看法，當人際溝通同時傳遞語言和非

語言訊息時，此時的非語言訊息具備以下功能：

- (一) 補充 (Complementing)：當語言訊息過於抽象難以理解時，非語言行為可以補充解釋語言訊息；
- (二) 加強 (Accenting)：當語言訊息需要增加強度時，提高音調、配合表情與姿勢的運用就具有加強的意義；
- (三) 控制 (Regulating)：主要是藉由非語言訊息來控制說話權，或是提供轉換說話權的信號；
- (四) 牴觸 (Contracting)：當語言訊息和非語言訊息的內容有所牴觸時，通常非語言訊息是較被信任的，可幫助判讀訊息提供者的真正意圖。

當然，在語言訊息和非語言訊息並存時，非語言訊息也有可能和語言訊息之間完全沒有關連，例如，在談話中用來調適心情的抓癢動作、撥頭髮等。而在人際溝通的過程中，非語言訊息單獨存在時，也具有其獨特的功能：

- 
- (一) 架構 (Framing)：建立同意與他人進行語言溝通的通道，例如，友善的注視和微笑；
 - (二) 取代 (Substituting)：非語言訊息可以傳遞和語言訊息相同意義的資訊，例如，點頭代表同意，此時非語言訊息即具取代語言訊息的功能；
 - (三) 調適 (Adapting)：在溝通的過程中，不管非語言訊息有沒有和語言訊息並存，人際溝通中所傳遞的非語言訊息，總有些是和溝通內容完全無關的，例如，前述的抓癢動作、撥頭髮，甚至是調整衣物等，在功能上都是屬於一種調適的作用。

在了解非語言訊息與溝通的意涵之後，本章文獻探討的最後一個部分，將回顧過去電腦中介傳播的人際溝通研究，看看過去的研究，是以什麼樣的觀點，來探討電腦中介傳播環境中，使用者在進行人際互動時所使用的溝通策略。

第四節 電腦中介傳播環境中人際溝通的研究

非語言訊息的發現和相關研究，主要是由面對面的人際溝通過程中發展出來的，然而根據本章第一節所討論的，電腦中介傳播中人際溝通是以文字訊息為主的特性，此環境缺乏「可視的」非語言線索，所以針對電腦中介傳播環境的人際溝通研究，研究者大部分都把注意力放在電腦中介傳播的語言線索上。

一、以語言訊息為主的人際溝通

電腦中介傳播環境的人際溝通，通常是使用者利用電腦與他人進行同步或非同步對話的互動，所以即使所使用的溝通形式是文字訊息，但是還是以記錄口語對話為主要的目的，因此，關於電腦中介傳播中語言溝通的使用，形式上便是以書寫文字來取代口語溝通。

有好幾個研究指出，電腦中介傳播環境的語言特性，是建立在書寫和口語兩種特質之上，其中，口語特質較明顯的例子，便是字句的不完整性及個人涉入度較高。針對這個觀點，Murray（1988）認為電腦中介傳播所使用的語言特性，就是建立在讀寫能力（Literacy）和口語能力（Orality）上面，他認為，在電腦中介傳播環境裡，讀寫能力和口語能力並不是兩個分歧的概念，例如，線上傳遞即時訊息和電子郵件，雖然都是以書寫的方式呈現，並且具有書寫的特性，但同時也具有口說語言的特性，這些特性包括了：口語溝通時字句的不完整性（Fragmentation）及包含個人特色的線索（Personal involvement）。

另一批學者的研究同樣支持這個論點，認為在電腦中介傳播環境中的互動書寫交談（Interactive written discourse, IWD）同時具有口語及書寫的特性，並且這種特性會隨著互動的時間逐漸的形成某種規範（Ferrara et al., 1991）。

Voiskounsky（1997）針對電腦中介傳播的互動雙方，分析其交談內容與探討網路語言使用的屬性時，也發現網路中的對話兼具書寫和口語的特質，並同時存在對話和自言自語的形式，也因為電腦中介傳播的媒介特性，發展出電腦中介傳播的獨特文化，包括沒有發言時間及順序的限制、參與者可以同時發言、引述前人的訊息、發展出輔助文字

內容的的表情符號、使用縮寫或簡化的文法結構等。

針對電腦中介傳播環境中的溝通，也有學者提出了一個「Talking in Writing」的概念，說明 CMC 是一種透過文字進行口語的溝通，也就是必須透過語音的協助，用「唸出來」的方式，才能明白其所要傳達的內容（Collot & Belmore, 1996）。這些文字溝通口語化的特性，就像面對面溝通中的對話一樣，會因為個人的習慣或特性，形成特殊的談話風格。如 Herring（1996）認為，電腦中介傳播的文字溝通形式，特徵是鍵入的，近似於寫作的風格，但卻又似一種快速而且非正式的文體交換訊息，就像使用口語會話一樣。

這種因書寫文字所塑造的語言風格，是電腦中介傳播環境中一項重要的特性，因為它是形成對於彼此印象的重要線索之一，也是被溝通者用來決定未來溝通策略的使用和關係發展的基礎（Adkins & Brashers, 1995）。

Adkins 及 Brashers 針對電腦中介傳播環境中，較強勢有力的語言風格和較弱勢的語言風格兩者進行研究，發現較弱勢的語言風格包括了模稜兩可的用詞、猶豫含糊的對話、過於激動和強調的詞句和附加問句。研究結果指出，在電腦中介傳播環境中使用較強勢有力的語言風格，可使溝通者較有吸引力、可被信任並具有說服力，而這些對於溝通者的看法，也會影響到在電腦中介傳播環境中接下來的互動行為。

該研究還發現，在電腦中介傳播環境中，一個新加入的使用者在經過二十分鐘的團體互動後，可被快速地形成初步印象，所以 Adkins 及 Brashers 認為，電腦中介傳播中較強勢有力的語言風格和較弱勢的語言風格對於人際間的溝通和印象形成有很大的影響力（Adkins & Brashers, 1995）。

這種印象形成的過程，其實和面對面溝通中非語言訊息所能提供的資訊，有著很相似的處理過程，人們都是經由彼此釋放出來的人際線索，來形成對於彼此的印象，並跟據這些印象來決定下一步的溝通內容。只是限於這些人際線索的形式是由文字組成，因此未能由非語言訊息的功能來探討這些口語訊息。

針對國內的電腦中介傳播環境，盧諭緯（1997）在研究網路的語言現象時，以電子佈告欄（Bulletin Board System, BBS）為研究情境，認為我們單從字面與語意的組合並不足以幫助了解溝通文本的內容，往往必須透過語音的協助，以「唸出來」的方式才能明白所要傳達的內容，這與 Collot 及 Belmore（1996）的研究結果吻合。盧諭緯並根據社會語言學相關研究，從三個面向來說明這樣以語音為主的現象，第一是以語音未轉換，但改變既存的文字寫法，創造出另類書寫的情形；二是以語音為基礎進行合併的縮簡（Abbreviation）情況；第三則屬於符碼轉換（Code-Switch），即溝通時會產生語言轉換的現象。

盧諭緯（1997）也發現在中文的 BBS 環境中，有些類似英文中利用拼字上的改變表達語氣、大小寫的差別、標點符號及表情符號(Emoticon or Smileys)的使用等。例如，利用詠嘆之聲，參與者仍可進行內容的解讀或是表達其態度，語氣詞、聲音詞、以及嘆詞的使用，不僅可告知說話時的狀態，也暗示相關內容的語氣及對此事的態度，淡化彼此間可能的差異與陌生感。

同樣針對中文環境的電腦中介傳播情境，周君蘭（2001）在研究網路即時聊天系統（IRC）的語言藝術時，觀察 IRC 的用語，認為電腦中介傳播環境是一種透過文字進行口語的溝通，必須透過語音的協助，用「唸出來」的方式才能明白其所要傳達的內容。並且由於缺乏非語言線索，故在語言的表現手法上呈現了豐富且多元的類型，使用音譯和注音符號代替文字的表现形式。

周君蘭認為網路語言的修辭藝術結合了誇張、擬人、象徵（符號表情），諧音、趣味、語境（表現技巧）這幾個手法，但是這些語言與符號並不是一看就懂，而是必須經過學習才能理解。

網路語言的相關研究，還有潘美岑（2004）針對網路交談軟體「MSN」中，一對一人際溝通所做的語言使用研究，研究發現網路中的人際溝通所使用的互動規則，是基於語言遊戲的立場來進行，其中包括了視覺符號遊戲，主要來源為面部表情、口語強化遊戲，主要來源是語尾助詞；並且，使用者在網路中玩語言遊戲（Language play）的最主要因素是獲致愉悅，以自己本身為出發點，讓這一場溝通經驗變得比較有趣。

另外，就「MSN」這個軟體的特性來說，潘美岑（2004）認為「非面對面溝通」允許釋放更多人際溝通線索。即使交談的雙方能夠使用視訊攝影機看到對方的非語言符號，使用者仍使用網路語言交談來釋放線索，以這個方式來修飾彼此關係、營造氣氛、讓對方感受到自己強烈的情緒波動（即使不是真的如此），似乎更有趣。

針對網路語言的分類研究不少，但是網路使用者使用這些網路語言的目的為何？還有這些網路語言的功能又是什麼？也僅有潘美岑以語言遊戲的觀點來進行解釋，但是限於文字形式的語言學研究，無法就人際互動的觀點完整解釋這些訊息的功能，因為並未重視使用者在進行人際互動時，對於非語言訊息的需求。

以上研究大部分都認為，電腦中介傳播中溝通形式是以語文線索為主的情況下，使用者在這個環境裡發展人際關係，不過，也有一些研究認為，電腦中介傳播並未如我們所想的那樣缺乏非語言溝通，尤其是就非語言訊息的功能來說。

二、隱藏於語言訊息中的非語言訊息

除了語言訊息之外，Walther 的研究也指出，在電腦中介傳播環境中，使用者同樣可以使用非語言線索來發展人際關係，Walther 認為，電腦中介傳播中進行溝通的雙方，會藉著互動中累積的文字訊息，來形成對於彼此之間的印象，以這些印象為基礎，利用語言及文字線索，他們便可以發展人際關係，並處理多面向的關係訊息 (Walther, 1992)。

基於社會資訊處理模式和電腦中介傳播所具備的特性，Walther 針對電腦中介傳播中進行人際互動的雙方其印象形成做了進一步的量化研究，發現電腦中介傳播中的使用者逐漸發展印象的時間大約花費五星期，呈現線性增加的趨勢，這相當接近面對面人際溝通團體的階段，Walther 對此研究所下的結論是，在電腦中介傳播中，隨著時間所累積而成的人際印象，能夠以書寫語言的方式來加以傳遞 (Walther, 1993)。

也有研究進一步指出，電腦中介傳播環境中的溝通者會為了適應這個環境，將文字訊息轉化成可表達某種程度社會情感的內容，例如，Walther 和 Burgoon 發現電腦中介傳播的社群團體能夠增進他們彼此間的關係，達到比一般電腦中介傳播人際溝通還要高的階段，甚至非常接近面對面溝通所能達到的程度 (Walther & Burgoon, 1992)。

除了用文字來表達非語言訊息，在電腦中介傳播的環境中，面對面溝通的非語言線索也以它原本的形式出現，例如在時間運用上，接收和傳送訊息的時間、訊息傳送的頻率和持續時間、初始效應（Primacy Effects）及時近效應（Recency Effects），以及副語言（Paralinguistic）線索等。

「時間」是電腦中介傳播環境中非常重要的非語言線索，而可以藉由電腦中介傳播來傳送，由時間這個因素產生的變化，可以影響電腦中介傳播環境中使用者的親密感和喜好，以及居於統治或服從等態度的判斷。此外，根據電腦中介傳播人際溝通的場域時間上的不同，Walther 與 Tidwell（1995）的研究還有以下的發現：

- (1) 帶有情感的訊息，在夜晚傳送會比白天表達了更高程度的親密感；而在夜晚傳送和工作相關的訊息，則會比白天傳達較少親密感；
- (2) 在夜晚傳送帶有情感的訊息，較白天傳送顯示較少的支配優勢地位；而在夜晚傳送具工作性質的訊息，則比白天傳送更具支配優勢地位；
- (3) 帶有情感的訊息若較慢回覆的話，會比很快回覆傳遞較多的情感和親密感；而具工作性質的訊息若較慢回覆的話，會比很快回覆表示更少的情感和親密感；
- (4) 總體上來說，較慢回覆的訊息比較快回覆的訊息顯示更多的支配優勢地位。

其他關於電腦中介傳播環境中重要非語言訊息研究，還包括了初始效應（Primacy Effects）及時近效應（Recency Effects）。Rintel 和 Pittam（1997）指出，對於電腦中介傳播環境的溝通者來說，非語言訊息的缺乏不是不能克服的問題，爲了要針對特定對象留下良好的人際溝通印象，Rintel 和 Pittam 以 IRC（Internet Relay Chat）爲研究環境，整理出了幾個在人際溝通剛開始展開時，初始印象形成的要素，包括：名字的選擇，例如暱稱，拼字及選用上的引申、誇飾法，以及副語言的使用，例如表情符號等。

根據電腦中介傳播同步互動的研究，在 IRC 環境中的人際互動，開場和結束的階段對於人際關係的起始、發展和維繫上有很重要的意義，而且，在電腦中介傳播同步的互動情境中，互動的維繫和一般人際團體的面對面溝通的階段十分相似，所以，由此可推斷，在維繫面對面溝通互動中所使用的策略，可以應用到電腦中介傳播同步互動的情境當中，例如，在電腦中介傳播同步互動的開場階段，溝通者需要達成正面的初始印象

(Primacy impression)，而在互動的結尾，就需要以正面的時近印象(Recency impression)來結束互動(Rintel & Pittam, 1997)。

關於在電腦中介傳播環境中副語言(Paralinguistic)線索的研究，Lea 和 Spear(1992)認為，副語言除了可應用在面對面溝通當中，也可以在書寫溝通的環境中使用，例如，以拼字上標記的不同，或是其他以文字特性為主的變化等，它的確可以藉由字詞來傳遞社會共享的意義。所以，副語言的使用，不但使訊息的了解更加便利，同時，也幫助使用者藉由訊息書寫的風格，來辨認對方的人格特質，例如，老是在拼選字上出錯的訊息，顯示對方常在一種很匆忙的狀態下打字；一連串人際互動的訊息中，一直打錯字，可能也會讓人覺得對方相當漫不經心，甚至覺得沒有溝通的能力。相同的，在溝通的過程中，使用者若持續使用一些拼字標記上的技巧，會給對方活潑且主動的感覺。另外，使用者在電腦中介傳播環境中所習慣使用的副語言標記，可以顯示此人是初學者或經驗老到的人(Lea & Spear1992)。

副語言線索不只包括了表情符號，訊息傳送的頻率(Frequency)和持續時間(Duration)也是重要的線索來源。Rice 和 Love(1987)指出，訊息傳送的頻率和持續時間，是電腦中介傳播溝通中兩個重要的要素，訊息傳送頻率指的是：溝通者在開始對話時回覆訊息的速度，持續時間是指：溝通者身處對話情境中所經歷的時間長短。根據Rice 和 Love 的研究，在電腦中介傳播環境中，社會情感導向的互動需要善於社交的溝通者，訊息傳送頻率必須愈快愈好，而持續時間則須愈長愈好。另外，具此類特性的使用者，也容易成為電腦中介傳播環境中團體互動的領袖(Rice & Love, 1987)。

第五節 小結

從文獻探討中可知，電腦中介傳播環境之所以會被視為一個以語言訊息溝通為主的場所，是因為面對面溝通中的非語言行為的形式，根本無法在一個虛擬的、無法見到對方的情況下完全表達，尤其是純文字形式的電腦中介傳播環境，是被視為一個以語言為主的對話式人際溝通，在這樣的情境之下，要如何以語言傳遞人際溝通的非語言訊息呢？

電腦中介傳播環境中溝通的基礎是文字和符號，並且是記錄語言的工具，語言學家 Leech (1981) 認為最廣義的語言符號，有七種不同的類型，分別是理性意義、內涵意義、社會意義、情感意義、反映意義、搭配意義和主題意義。

表 2-3 語言符號的七種類型

理性意義		關於邏輯、認知或外延內容的意義
聯想意義	內涵意義	通過語言所指的事物，並且以其來傳遞的意義
	社會意義	關於語言運用時所指的社會環境意義
	情感意義	關於說話的人或寫文章的人的感情和態度的意義
	反映意義	藉由與一個詞語的另一個意義來聯想後傳遞的意義
	搭配意義	藉由經常與另一個字詞同時出現的字詞的聯想來傳遞的意義
主題意義		組織信息的方式（語序、強調手段）所傳遞的意義

（資料來源：Leech, 1981，轉引自魏金財，1998）

由上表所示，其中內涵意義、社會意義、情感意義、反映意義、搭配意義五種是屬於聯想意義，這些聯想意義提供文字和符號傳遞在溝通情境中，需要經過聯想才能了解的意義，顯示文字和符號在實際使用的情境中並非是孤立的，其意義需要建構在情境或文句、文章的脈絡系統之中。

因此以字詞進行溝通的人，不但身為閱讀者，同時也是聆聽者，在接收視覺符號（聽覺）訊息，若要達到「看懂」（聽懂）的程度，必須進行兩個層次的理解，一個是字面上的意義，另一個是字面意義背後的意圖，了解字面上的意義，意指理解該字詞的詞義，而要了解該字詞的意圖，就要把形音和詞義聯結起來，並了解此字詞的附加意義（魏金財，1998）。

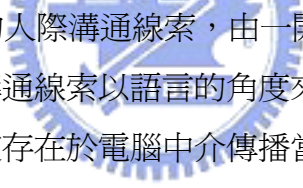
所以上述觀點提供了電腦中介傳播以語言為主的人際溝通另一方面的思考，也告訴我們，電腦中介傳播的語言為什麼會有口語化的特質。一個經過刻意建構的溝通情境，在其中進行人際溝通的使用者，即使是使用文字進行溝通，但雙方的立場同時身兼言說者和聆聽者，而且所使用的語言符號，經過聯想意義的層次，也可以提供情感以及社會

環境等的意義。

既然語言能夠傳遞情感，那麼為什麼又要從非語言訊息的角度，來檢視電腦中介傳播傳遞的人際溝通訊息？

在電腦中介傳播環境之中，使用者即使是在使用文字和符號傳遞具有情感和社會環境等意義的訊息，仍然會把這些訊息塑造成類似面對面溝通中所使用的非語言行為的形式，例如，要表達使用者的笑容，以字詞來傳遞的話可以用「呵呵」、「哈哈」等狀聲詞，但是網路使用者還是隨著需要，發展了模擬人類臉部表情的表情符號。因此，本研究欲回到人際溝通最基本的需求，來探討電腦中介傳播所使用的溝通策略，也就是非語言溝通，期望站在網路使用者使用這些溝通策略的目的，來了解電腦（沒講腦）中介傳播環境中，哪些形式的訊息具有非語言溝通的功能。

第六節 研究問題



綜上所述，電腦中介傳播的人際溝通線索，由一開始被認為是完全貧乏的溝通環境，而將一些深具含意的人際溝通線索以語言的角度來分析，到後來認為，這些非語言溝通線索，事實上是以替代管道存在於電腦中介傳播當中的，可以發現，其實電腦中介傳播環境中的溝通程序，並非只有文字的流動而已，其所隱含的意義遠大於以語言所能解釋的面向。

本研究試圖以非語言溝通的形式分類為基礎，檢視線上具有非語言溝通功能的訊息，輔以純文字環境中非語言溝通策略的使用情況分析，具體的三個研究問題如下：

研究問題一：虛擬人際互動的場景中，哪些形式的訊息，具有非語言訊息功能的溝通策略？

經過針對電腦中介傳播環境的人際溝通研究探討，我們已經可以了解文字化的口語訊息是電腦中介傳播人際互動中，主要的副語言訊息來源，網路使用者也從這些訊息得到人際溝通線索與他人進行互動。但是以 Anderson 所分類的，面對面溝通中主要的非語言訊息來源：身體符碼與情境符碼，在電腦中介傳播環境中又是以什麼方式來補足這

類的訊息？本研究將以非語言訊息的功能論點來檢視這些訊息。

研究問題二：內容分析線上純文字環境中的溝通樣本，以檢驗這些非語言溝通形式實際被使用的數量比例，來得知其代表的意義是如何？

電腦中介傳播環境的特性之一就是文字化的訊息形式，而這些訊息又可以用電腦系統儲存，因此對於研究者來說是很好的內容分析標的，針對電腦中介傳播環境中口語化的訊息的使用情形，潘美岑（2004）也使用內容分析針對諧音詞、同音詞、擬聲詞，以及語尾助詞和嘆詞，和表達語氣、聲音強度及速度等需要「唸出來」的聽覺性溝通策略進行內容分析，並依這些字詞的使用頻率來顯示在 MSN 中被使用的比例和數量，進一步了解研究問題一中所發現的其他非語言溝通策略，本身具有單一表達意義的訊息，在數量上的意義又是如何？

研究問題三：在電腦中介傳播中哪些因素，限制了面對面非語言溝通的形式未能在這個環境中完全表達及顯示？

既然本研究依據 Walther 的觀點，在電腦中介傳播環境中，使用者同樣可以使用非語言線索來發展人際關係，那麼本研究問題欲了解兩個子題：

- 3(a) 最後到底是什麼因素，
- 3(b) 造成哪一類非語言溝通訊息，

無法在電腦中介傳播的環境中被使用者當做溝通策略來使用？

第三章 研究方法

經由文獻的討論，本研究將以面對面人際溝通中所使用的非語言溝通行為做為基礎，在電腦中介傳播環境中觀察其行為的分類、使用情況並分析其功能。本章將說明本研究採用的研究場域、研究方法與研究設計、研究對象與資料收集方式。

在研究的場域選擇上，電腦中介傳播既然以電腦系統為基礎，不同的互動介面自然會造成本質上的差異，而電腦中介傳播系統的資訊承載能力與互動方式是用來區分不同傳播功能的主要因素（王鳳儀，1999）。一般而言，常被人用來進行群體傳播系統的電腦中介傳播系統大致有電子佈告欄（Bulletin Board System, BBS）、網路即時聊天系統（Internet Relay Chat, IRC/Talk）、電子郵件（E-mail）、全球資訊網路（WWW）及新聞群組（Newsgroup）等。

表 3-1 不同電腦中介傳播系統之特質比較

	同步互動	非同步互動	雙向/多項溝通	資訊分享/取得
BBS	○	○	○	○
WWW	×	○	○	○
Newsgroup	×	○	○	○
IRC/Talk	○	×	○	×
E-mail	×	○	○	×

（資料來源：王鳳儀，1999）

電子佈告欄是一種電子化的佈告欄系統，其功能正如一般佈告欄一樣，提供使用者查詢設站者所建立的各種資訊，並提供雙向溝通的功能，在學術網路上屬於一種休閒性資訊服務系統，配合訊息交換、線上交談、問題解答、經驗交流等多項功能，可說是校園中最常使用的網路服務，在校園的學術網路上甚為流行，甚至比國外較常見的 IRC 與 MUD 更多人使用。由表 4-1 可得知，不同的電腦中介傳播媒介有其功能上的差異，例如，IRC 沒有像電子佈告欄的電子郵件和佈告討論的功能，因此，缺乏非同步互動與資訊的分享和取得等傳播功能。不過因為電子佈告欄本來就是一個具有多種功能的電腦中介傳播系統，它的線上聊天選項與文字型態和 IRC 一樣，都是提供同步互動的介面。

電子佈告欄是一項廣受網路使用者所接受的應用服務，允許使用者自由上線互相溝通的特性，使它成為受眾多電腦網路使用者歡迎的介面系統，並且，因為許多使用者高度的涉入與互動，使電子佈告欄的使用者形成一個新的社群，而且，此一社群是依其興趣相投而組成，參與電子佈告欄的討論，讓網路使用者覺得加入網路上的社區，一群人透過信件、張貼文章、或者是對話來參與及討論，來達到社區互動。從提供服務的角度來看，電子佈告欄主要的功能為：

1. 電子郵遞 (Email)：包括讀取信件、接收信件、送出信件等；
2. 檔案傳送 (FTP)：使用者可以將站上的公用檔案，下載到自己的個人電腦中使用；
3. 聊天 (Chat)：使用者可以和線上其他的使用者談論彼此關心的話題；
4. 佈告欄討論區 (Board)：提供各種不同主題領域的佈告欄及討論區，使用者可選擇有興趣的主題參與討論；
5. 讀取文件 (Gopher)：提供各類文件供使用者線上瀏覽，使用者亦可將之下載到自己的個人電腦中；
6. 與其他 BBS 站連線 (Link)：可與國內外的 BBS 站連線；
7. 發表意見 (Post)：使用者可以在站上發表自己的意見供他人參考；
8. 線上遊戲 (Game)：提供遊戲（例如：橋牌即時遊戲、多人線上奕棋等）以供使用者之間共享這種娛樂；
9. 列出使用者名單：使用者可在終端機上顯示其他同時上線者的名字，並可和他們在線上交談 (Talk)。

站在人際互動的角度而言，使用者能夠透過電子佈告欄系統，可以與他人互動，並進行意見、資訊交流及傳遞訊息，電子佈告欄提供了一個相當多元的人際溝通的管道，例如，吳姝蓓研究 BBS 中的人際親密關係與情感支持，發現「虛擬人際關係」對大多數使用者而言，具有真實擴大及延伸的效果，其虛擬關係的發展過程與現實世界中親身接觸的人際關係發展類似，當中會有自我描述、經驗分享、相互瞭解等特質，不同之處在於網路「虛擬人際關係」是一種以「匿名」、文字互動、想像與期待、重視異性交往，再加上其他元素的配合才能產生，如電腦網路「匿名」、情感使用、虛擬情境，以及使用者的電腦網路經驗、技巧、個人特質、學科背景、媒介接近等條件。藉著 BBS、新聞群組、電子郵件等，人們可以與其他人透過文字線索傳遞出來的符號溝通互動，同時，

也能夠和其他參與者交友、發展關係。當人們感覺到心情不好時，可以跳脫現實環境的束縛，到電腦網路構成的空間，因為有眾多人在虛擬世界中等候著與他談心、分享心情。（吳姝蓓，1996）

本研究所設定的純文字電腦中介傳播的人際環境為電子佈告欄的聊天室（Chat Room）。電子佈告欄的介面特性為：以鍵盤輸入為溝通工具的網路介面，在這個環境中沒有圖像和聲音，可說是一個純文字的溝通環境，使用者以鍵盤所能組合的文字訊息來發表意見和進行溝通。另外，電子佈告欄是一個可多人同時上線使用的系統，聊天室即為一個可供人際互動的場域，與一對一的交談功能（Talk）相較，聊天室的環境中參與者較為多元，能夠允許研究者身處於眾多使用者當中，將研究者的角色影響減至最低；而各個使用者彼此間熟識、陌生的程度也不盡相同，也較能觀察出非語言訊息使用上的不同之處。

研究步驟先以實地觀察法進行線上非語言溝通形式的觀察，再使用內容分析法進行溝通行為的分析整理，進一步了解這些非語言溝通形式在電腦中介傳播環境中的溝通行為中的使用情況，具有何種角色及功能。



第一節 實地觀察法

第一階段研究方法採取的是實地觀察法（Field Observation），目的是藉由完全參與電腦中介傳播純文字環境中的人際溝通活動、收集及記錄其溝通過程和訊息使用方式，來歸納此環境中的非語言溝通形式。本節將說明採用實地觀察研究法的原因及研究設計。

一、使用實地觀察法的原因與理論依據

本研究第一個研究問題為了解電腦中介傳播純文字環境的非語言溝通形式，為了解非語言溝通使用的時機與其所處的互動情境，研究者需要實際參與溝通過程。另外在建立非語言溝通策略的形式分類上，若採用量化研究方法，會在研究場域和參與者的抽樣上發生困難（Masterson, 1996），因為不管在研究場域の種類、數目，和參與者的網路使用經驗和背景上，都會為研究結果投下太多變數，因此在非語言溝通形式的分類建構

上，研究者選擇使用質化研究法的實地觀察法。

實地觀察法用來收集資料、提出假設和理論方面頗有助益，此方法常用來描述和解釋事物及現象。實地觀察可用兩個指標來進行分類，即研究者參與所觀察行爲的程度及觀察行爲隱藏的程度，如圖 3-1 所示（Wimmer & Dominick, 1997）：

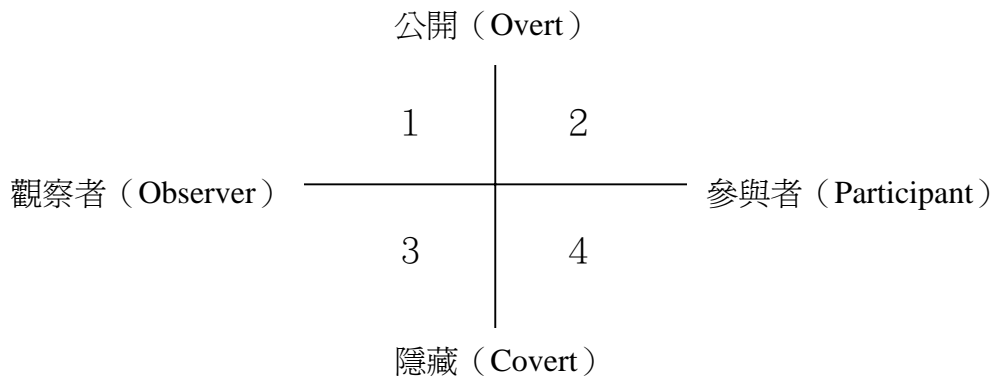


圖 3-1 實地觀察法指標分類面向示意圖

（資料來源：Wimmer & Dominick, 1997, p.90）

第一區為公開觀察，當研究開始，研究者和被觀察者就區分開來，被觀察者可以意識到他們正被研究者觀察，而研究者的任務僅是觀察而已，禁止參與被觀察的行爲過程。第二區是公開參與，被觀察者知道研究者的身份及他所進行的觀察行爲，而且研究者除了本身實地觀察的任務之外，也參與了整個事件。第三區為隱藏觀察，研究者的任務僅限於觀察，而且被觀察者並不知道他們正受到觀察。第四區為隱藏參與，研究者參與所觀察的事件，但身份不被外人所知。

由於本研究是以電腦中介傳播環境中的人際溝通場景為研究環境，在此社會情境中，要了解動態的互動過程，研究者不能僅分析既定的資料，而是要實際的參與觀察線上使用者的互動情況（吳國豪，民 88）。互動過程中，所有訊息對互動品質有很大的影響，而這些訊息，並非完全會顯示在表面的文字訊息之上，依本階段研究結果所需，研究者採用的實地觀察面向為隱藏式的觀察者，較能貼近這些訊息使用的原貌；在研究者角色上，雖然研究者實際進入互動情境，但是電腦中介傳播匿名且隱藏身體的虛擬特

性，允許觀察者以接近隱密涉入的方式，來觀察互動過程；另一方面，研究者的參與對於研究結果並無實質意義，在觀察的過程中不需要去參與並成為其中一份子，對於資料的分析會較為客觀中立。

使用實地觀察法進行研究有其優點，最大的優點即是它在質化描述上的優越性，能夠進行差別細微的態度或行為研究，甚至能填補研究者在觀念上的深溝；另一個優點則是研究內容彈性，在任何時間、地點皆能因任何目的做彈性的調整（趙碧華、朱美珍，2001）。

然而相反的，實地觀察也有其缺點，質化特性讓研究缺乏對研究對象的精確描述，任意選取的實地觀察片段不能具有整體性和代表性；其次，質化研究的主觀性，任何對於研究對象的評估和描述，不可避免的將會參雜研究者的主觀觀點，所以，評估性的質化研究，必須十分小心處理個人色彩濃厚的研究問題（趙碧華、朱美珍，2001）。另外，質化研究所牽涉到的道德和倫理問題，也是每個質化研究需要特別處理的，本研究將在最後一章中討論。



二、研究設計

在研究設計上，Wimmer 與 Dominick（1997）針對實地觀察法列出了六個典型的研究步驟，分別為選擇研究地點、進入觀察環境、選擇樣本、收集資料、分析資料和離開研究環境。

1. 選擇研究地點（Choosing the research site）

研究者依研究問題的特性，將 BBS 的聊天室（Chatroom）視為電腦中介傳播環境中純文字人際溝通的場域。在台灣網際網路上存在的數百個 BBS 站中，研究者必須選定觀察的場域。根據以下的原因，最後選定台大椰林風情 BBS 站做為本研究的觀察目標，其決定因素如下：

- (1) 具有基本聊天室功能的 BBS 站；
- (2) 為研究者長期參與及使用的 BBS 站；

台大椰林風情 BBS 站具有聊天室的基本功能，而且在研究者接近十年的網路使用經歷當中，台大椰林風情 BBS 站的使用經歷即已接近七年，對於其基本功能及環境皆有相當程度的熟悉，所以，選擇台大椰林 BBS 站可節省適應環境的時間。基於以上種種理由，本研究選擇台大椰林 BBS 做為研究的場域。

2. 進入觀察環境 (Gaining access)

觀察地點一旦確定，下一步就是要建立關係。BBS 的聊天室環境屬於進入的困難程度低的人際溝通環境，只要使用者擁有經過認證的網路身份 (ID) 並具備超過三十次上站的資格，就可以進入聊天室和其他成員進行互動，屬於公開且使用者不必對自己行動保密的環境。不過在研究對象接受觀察的意願上，由於研究設定為觀察一自然互動的人際場域，因此選擇不告知參與者研究內容，也省略進行確認使用者被觀察的意願。

3. 選擇樣本 (Sampling)

在實地觀察的時間上，本研究觀察的起迄時間自民國九十三年八月一日至十月三十一日，為時三個月。由台大椰林風情 BBS 站所提供的每日每小時上網人數統計資料可得知，每日的晚間十一時至凌晨一時一直是 BBS 站同時上站人數最多的時段，通常台大椰林風情 BBS 站可達兩千人的系統上限，使用量是最高的時段，不過為了避免因時段上的不同所導致使用者互動行為的差異，實地觀察研究的樣本涵蓋白天和夜晚的時段。

4. 收集資料 (Collecting data)

本研究資料收集的方式為研究者實際進入聊天室的環境，將聊天室所有文字互動記錄記載並存檔，並對於該聊天室的參與者與人數加以註記，在實地觀察的過程中並記錄事件發生細節，供未來分析整理之用。實地觀察的環境中，記錄是資料主體的部分，觀察者不僅記錄發生了什麼和說了什麼，也記下人們的表情、感受並對所觀察的現象進行說明，整個過程就是把人們的意見從描述性的記述中分離 (Wimmer & Dominick, 1997)。

而對於一個需要隨時針對互動記錄進行複製轉貼工作的純文字電腦中介傳播環境，研究者還要記錄互動情境的情況下，一個小時為一區段的觀察記錄過程是可接受的上限，因此，每次資料收集的時間區段就以此為標準。三個月的觀察期間內，台大椰林風情 BBS 站每天各一個時間區段作為實地觀察與內容分析的樣本。

5. 分析資料 (Analyzing data)

在實地觀察的資料分析步驟中，主要包括分類和內容分析。建立分類系統的步驟是為要把原始資料有秩序的組織起來，利於系統化的加以利用，在適當的分類之後需進行初步的內容分析來歸納出一致的類型 (Wimmer & Dominick, 1997)。本研究步驟也是實地觀察研究中相當具有彈性的部分，研究者可以在研究進行的過程中分析資料，並隨研究過程改變研究計劃。本研究步驟的結果將在第五章的實地觀察研究結果中說明。

6. 離開觀察環境 (Exiting)

在實地觀察最後一個研究步驟中，研究員最終須有離開調查環境或團體的計劃。在面對面實地觀察的環境中，若研究者的身份是公開的，研究者的參與和離開都合乎常規，直接退出觀察研究也沒有什麼問題，但是如果研究者的身份是隱匿性的，則退出研究的行為，會依接受觀察對象的依賴性和心理、情感上受到失去的傷害而顯得困難重重。

不過，就如同本研究方法第二個研究步驟—進入觀察環境所說明的，BBS 的聊天室是一個公開的環境，使用者的加入和退出都不受限制，並且在人際互動的過程中不斷的發生，可以說是這個環境的特性之一。純粹就離開研究環境而言，BBS 的聊天室甚至可以做到被觀察的成員不會特別關注的地步。不過此研究方法運用在虛擬人際互動的場合所牽涉到的道德與倫理因素，會在本研究最後討論的章節做較完整的整理。

針對聊天室的虛擬人際溝通，實地觀察不但在第五章可得知初步的研究結果，也是做為下一個研究方法的重要基礎。

第二節 內容分析法

本階段的研究方法是以實地觀察所得的結果為基礎，進一步來分析溝通過程中非語言溝通行為的實際運作。

一、使用內容分析法的原因與理論依據

內容分析是一種系統、客觀、定量的研究方法，目的在於測量傳播中某些可測得的變數，建立內容分類的類目系統是內容分析的中心課題，在有效的類目系統中，所有的類目都應互斥、窮盡且具可信度。在功能上，內容分析法可以描述傳播媒介的內容、探究訊息來源和訊息特性之間的關聯性、以事實的標準檢驗媒體的描述，並對媒體內容和真實事件的一致性進行討論、探討社會團體的形象，以及做為媒體效果後續研究的起點（Wimmer & Dominick, 1997）。

一般而言，內容分析是以訊息的實質內容為主要的研究對象，也就是探究「什麼」（What）的問題（黃學碩，1997）。在過去針對電腦中介傳播的人際互動研究中，蔡珮（1995）建議對於電子佈告欄所流通的訊息，可以採用內容分析及網路分析研究方法，精確探究其中究竟存在多少社會情感內容及一般資訊。吳姝蓓（1996）則指出，電腦中介傳播語言的運用和其如何傳遞人際訊息的研究不多，建議未來的研究可以加強語言與文本的分析。

電腦系統的特性，是會自動將溝通訊息及相關資訊紀錄起來，此功能使得過去的溝通記錄被完整儲存起來，人們得以隨時取得互動過程的相關資料。本研究將 BBS 的聊天室視為一個人際溝通的場合，此環境的參與者可以在這裡自由的使用鍵盤輸入文字來進行人際溝通，而本階段研究方法採用內容分析法的目的，即在探究人們使用純文字電腦中介傳播環境進行人際溝通時，實際使用哪些非語言訊息的比例和數量，並參考非語言訊息在面對面溝通時所呈現的形式和所達到的功能，來分析純文字電腦中介傳播人際溝通的非語言訊息使用行為。

二、研究設計與架構

1. 研究期間與研究樣本

本研究步驟的目的是界定進行內容分析的母群體，以民國九十三年八月一日至十月三十一日，台大椰林風情 BBS 站每日實地觀察後所記錄下來的聊天室談話記錄，做為內容分析的母群體。

在人力和時間的考量下，本研究以方便抽樣抽取台大椰林風情 BBS 站三十個時間區段的聊天記錄做為本研究分析的樣本，以一個小時為一時限觀察使用者的互動記錄，詳細的內容分析樣本結構請見附錄四。

2. 分析單位

分析單位是指實際計算的對象，為內容素材量化時，所須採用的分類標準。Wimmer 與 Dominick (1997) 指出，在文字內容中，分析單位可能是獨立的單字、符號、主題（對某個客觀事物獨立的觀點）、整篇文章或新聞報導。

而針對電腦中介傳播的分析單位，December (1996) 認為過去十年來，研究者採取了很多方法，分析電腦上的人際傳播和網路傳播，他們使用了許多界定分析單位的架構，例如，有些研究探究媒介特徵和使用者特徵之間的關係，有的研究電腦中介傳播過程中的社會心理因素、社會情境和社會線索。這些研究限於研究情境的設定，分別使用了不同的分析單位，導致研究結果大相逕庭，甚至互相抵觸，也因為缺乏共同的分析架構，使得研究結果難以整合並互相比較。因此 December 以網際網路 (Internet) 的特徵，提出了媒介空間 (Media space)、媒介種類 (Media class)、媒介物件 (Media object)、媒介事例 (Media instance)、媒介經驗 (Media experience) 等五個概念來做為研究網際網路傳播分析單位的方法。對於這五項分析單位的使用，December 舉例如下：

- (1) 媒介空間：I watch TV.
- (2) 媒介種類：I watch TV news.
- (3) 媒介物件：I watch CBS news on TV.

- (4) 媒介事例：the CBS news on my TV last night for the first twenty minutes.
- (5) 媒介經驗：Susan watched the CBS news broadcast on Wednesday, August 30, 1995, for the first 10 minutes.

依照 December 對於網際網路內容分析單位的概念，本研究分析單位可敘述如下：民國九十三年八月一日至十月三十一日，台大椰林風情 BBS 站聊天室中，在非語言溝通策略定義下，可辨認、完整呈現一個非語言行為意義的單一字詞和敘述句，皆為可供分析的單位。可辨認為分析單位的單一字詞和敘述句，可由第一階段研究結果得知。

3. 分析類目建構與定義

Wimmer 與 Dominick (1997) 認為，在內容分析建立分析類目系統的步驟中，所有的類目都應互斥、窮盡且具可信度。羅文輝 (民 80) 認為，類目建構最常採用的方式有兩種，一是依據理論或是過去的研究結果來建構類目，另一種是由研究者自行建構，而前者是較為理想的作法，因為用這種方式所發展出的類目已經通過考驗。如果在建立類目時，並無理論或過去的研究可供依據，則需根據常識、經驗和研究目的謹慎分類。

而根據以上的原則，本研究步驟所建立的分析類目，基本上以本研究第二章所探討的非語言訊息形式為主，經過第一階段實地觀察的研究步驟，以及針對本階段內容分析所做的前測之後，在第一階段實地觀察後所得的結果，討論出虛擬人際互動中的非語言溝通策略形式，再進行本階段內容分析的研究步驟。

4. 進行編碼員訓練、信度檢驗與內容編碼

在編碼員訓練方面，本研究的內容分析由兩位編碼員完成，皆是交通大學傳播研究所研究生，已修習過傳播研究方法。在正式內容分析開始前，先進行編碼員事前訓練，讓編碼員了解本研究的類目定義和分析程序。研究者先就非語言訊息的定義和形式作解說並舉出實例說明，使編碼員的對於非語言訊息的認知不致相差太多，並且進行內容分析的練習，針對判斷不同處再加以討論，達成共識才進行正式的內容分析。

在正式研究進行之前，本研究以一個時間區段的聊天記錄樣本進行前測。在以 Anderson (1999) 所定義的非語言訊息形式為類目的架構之下初步以「來自於虛擬身體的訊息」、「來自於虛擬環境的訊息」及「附屬於交談語句的聲音與提示效果」三個類目討論虛擬人際互動中的非語言溝通策略。詳細的類目則經由第四章實地觀察後所得的結果，來進行後續內容分析的研究。

正式進行內容分析時，以個數為計量的單位，編碼員依據編碼表，將每個時間區段的聊天記錄加以登錄，將資料輸入電腦並以 SPSS 統計軟體進行進行頻率與百分比統計分析。內容分析編碼表詳見附錄三。

本階段內容分析法由兩位編碼員進行，皆為長期使用 BBS 及熟悉聊天室功能的網路使用者，研究者 BBS 網齡將近十年，另一位編碼員的 BBS 網齡也有將近七年。在經過前測決定以上內容分析類目並解釋編碼規則與編碼表後，便進行信度檢定，測量公式如下所示 (Wimmer & Dominick, 1997)：

$$\text{相互同意度} = \frac{2M}{N_1 + N_2}$$



$$\text{信度} = \frac{n \times (\text{平均相互同意度})}{1 + [(n + 1) \times \text{平均相互同意度}]}$$

M 為完全同之數

N₁ 為第一位編碼員應有的同意數目

N₂ 為第二位編碼員應有的同意數目

n 為參與編碼人員的數目

經過共同討論類目及編碼的過程，本階段內容分析由於只是簡單的訊息分類，而且編碼員也對聊天室中各項訊息功能有充分的了解，編碼成爲一種簡單機械式的任務，所以在相互同意度和信度皆能達到 100% 的程度。分析資料及解釋結論，則詳見本研究第四章及第五章資料分析部分。

第四章 虛擬人際溝通中所使用的非語言溝通策略形式

本研究主要想要探知電腦中介傳播環境中，人們在虛擬的情境中進行人際溝通時，所使用的非語言溝通策略形式為何？

經過第一階段的實地觀察後，電腦中介傳播的情境與面對面人際溝通的情境比對，若電腦中介傳播環境中使用的人際溝通策略，具有面對面人際溝通中非語言線索的角色或功能，經過歸納與整理，也能得知在電腦中介傳播環境之中，使用者如何使用這些溝通策略，繼而探討電腦中介傳播環境中人際溝通的限制。

本研究實地觀察的純文字虛擬人際互動場域，是台大椰林 BBS 站的聊天室，圖 4-1 是台大椰林 BBS 站聊天室介面，最下方是供使用者鍵入訊息的訊息列，介面中間分別顯示聊天室資訊和聊天室成員資訊，接著就是成員所傳送到聊天室畫面的交談訊息。冒號「：」的左邊是使用者的聊天代號，左邊是經由使用者的電腦鍵盤傳送的聊天訊息，接下來本章第一節討論的就是在這些聊天室成員進行人際互動時，會選擇哪些具有非語言功能的訊息做為人際溝通策略。本階段觀查研究，將擷取聊天室使用者的聊天錄與資訊，來說明本階段研究的研究發現。



圖 4-1 台大椰林 BBS 站聊天室介面



第一節 來自於虛擬身體的訊息

來自於虛擬身體的訊息，是由同處一個聊天室中的使用者在談話互動過程中所主動釋出的人際溝通訊息，這些訊息是在互動的過程中隨時出現，提供使用者個人的資訊。

一、使用者代號

使用者代號可以替代面對面人際溝通中，「外貌」這個非語言訊息所提供的資訊。BBS 聊天室的使用規則是，在 BBS 內經過註冊認證通過的 ID（每個人在這個 BBS 所使用的身份代號），在進入聊天室之前，系統會要求使用者另外取一個代號。這個聊天室代號可以和原來的 ID 一樣，也可以按照自己的喜好來更換，就虛擬人際溝通的非語言策略來說，選擇更換後的代號成為進入聊天室後，進行人際溝通的第一個經過使用者選擇後所使用的非語言溝通策略。

以下訊息是使用聊天室所附的基本指令（詳見附錄一）中，列出本談天室使用者的功能（[/w]ho -列出本談天室使用者），使用者在聊天室介面的指令端鍵入「/w」指令即可得知此聊天室中，所有使用者的原來 ID 以及他們進入聊天室後所另外使用的暱稱，可以說是使用者一進入聊天室後，得知聊天室中有哪些成員的基本指令。

表 4-1 聊天室代號與使用者代號一覽表一

聊天代號	使用者代號	聊天代號	使用者代號	聊天代號	使用者代號
OP-yc	*kick	滾來滾去	GTO	嘿嘿	slibra
frey	frey	灰狼 37	md5	saki	saki
quire	quire	GianniC	GianniC	frank	frank
integra	integra	Kermit	Kermit	玫瑰	mist
girl	beakergirl	mordred	mordred	rob	Kaominyi
jacob	Jacob	carlla	carlla	decay	decay
www	Sherwin	meanie	meanie	chowchow	chowchow
卡屁生病	capybara	girlUSA	girlUSA	Undine	Undine
SMD	SMD	starter	starter	maru	marutake

在聊天室的虛擬人際溝通中，使用者所使用的聊天室代號，則是給別人第一個印象的訊息來源，聊天室的代號若選擇使用和原來的 BBS ID 不同的使用者，其目的主要是告知聊天室成員他所處的狀態，例如上面的代號列表中，「卡屁生病」這個使用者代號中，「卡屁」代表的是該使用者 BBS ID 「capybara」的簡稱，而「生病」就告知了到場成員他目前的狀態，這樣的代號也的確在後續的聊天內容中提供了進一步的資訊：

starter:	卡屁, 被你精神傳染了..我今天也掛了
卡屁生病:	哈哈
starter:	咳咳...
卡屁生病:	是怎樣~賴到我身上來
starter:	真是不舒服
卡屁生病:	我也是啊
卡屁生病:	我感覺---我好像又要發燒了.....
卡屁生病:	眼睛開始又燙起來...
卡屁生病:	shit

有些使用者則會選擇使用他原本就在 BBS 環境中所使用的 ID，做為他進入聊天室的代號，雖然需不需要更換代號是出自於使用者的自我選擇，但是就聊天內容來說，當使用者經常待在聊天室中，是聊天室的「老手」，或是目前使用者進入聊天室時無意帶動話題，沒有特別的狀態可供談論、處於較為被動的狀態，那麼使用者傾向使用和 BBS ID 相同的代號進入聊天室。

因為面對面人際溝通所使用的非語言訊息中，第一個進入對方的印象的是外貌這個線索，通常「初次」進行互動的雙方為了降低彼此的不確定性，會拿這個線索來作為主要的資訊來源 (Anderson, 1999)。就 Anderson 對於面對面人際溝通中外貌功能的解釋做比較，聊天室代號所能提供的功能，也是在使用者一進入聊天情境中，向成員宣告他的狀態所使用的溝通策略，

然而，在面對面互動中，外貌這個線索通常不是為了溝通而拿來被解讀的，它總是額外地被評價，而且它的影響通常不是可預測的，每個人都有自己一套詮釋這些線索的不同重點及態度 (Patterson, 1990)，但是聊天室中使用者所使用的聊天代號，能夠提供的人際溝通線索的功能，則比面對面溝通的外貌線索多出許多，使用者可以在他的聊天室代號中，提供他想要讓其他成員知道的動作資訊，例如，表 4-1 的「滾來滾去」，和外貌資訊，例如下面表 4-2 例子中的「小眼睛」：

表 4-2 聊天室代號與使用者代號一覽表二

聊天代號	使用者代號	聊天代號	使用者代號	聊天代號	使用者代號
小眼睛	EyesOnly	上泉信綱	GianniC	karot	Karot
不在	sharonchen	jacob	acob	yip	Yip
sexdan	sexdan	nono	nolia	去看試產	Janson
洗澡	Latona	pachinko	pachinko	saki	Saki

也可以表示他所處的狀態，例如，表 4-2 例子中「不在」代表他本人暫時離開電腦前面；「洗澡」則除了表示他暫時離開電腦和聊天室，還交待了離開的原因，如果有網友正與他們進行人際互動，對於他們未能即時回覆訊息或是做出反應能夠馬上了解原因。當然在面對面溝通中可以說是最主要的非語言訊息－臉部表情，也可以在聊天室的

代號中表現出來，像表 4-3 中的「z_Z」，由兩個 Z 所組合而成的臉表情，說明了這個使用者目前在聊天室中擺出了倦容，處於想睡覺的狀態。

表 4-3 聊天室代號與使用者代號一覽表三

聊天代號	使用者代號	聊天代號	使用者代號	聊天代號	使用者代號
發呆 eeQ	eeq	賴床_Rex	RexLai	yin@2266	Yinjie
jacob	jacob	大蟒蛇	Latona	居家_雷	RexLai
冰心喵	CORIN	豬豬	nihonn	煮湯紀	Saki
karot	karot	Phantasi	Phantasi	qqMan	quire
Jodie	Jodie	康寶藍	BENZ	紅豆湯人	gestern
pink	hecate	敷臉滴	TATC	mat	mat
kurara	kurara	溫泉野炮	jennyk	萱萱	Minerva
heehee	asking	linda	springlin	z_Z	Hornis

相對於外貌這個線索在面對面溝通被如何解讀所具有的不確定性，聊天室的成員對於聊天室代號的解讀則單純許多，因為聊天室的代號形式以文字和符號出現，較面對面溝通時判讀對方的外貌資訊來得簡單，這些代號的目的是為了提供個人資訊、創造個人形象和聊天話題，使用者基於他希望被如何看待的想法之下，使用聊天室代號「製造」其他成員如何與他互動的架構。而面對面人際溝通中的外貌資訊管道來源非常多，比如性別、衣著、種族、年齡、體型，都可以拿來做為第一印象的刻板解讀 (Anderson, 1999)，可以說是一種多管道的人際資訊。

相較於在聊天室的人際溝通，代號所提供的資訊中，很多資訊是較難在面對面溝通中的第一印象中得知的訊息，在聊天室中，它們扮演著讓聊天室成員迅速判斷後續互動內容的資訊，所以訊息的內容簡要，讓人一目了然，較面對面溝通的外貌資訊，更能切合人際溝通的主題，雖然只有文字單一管道，但它可以承載的訊息更加深入，舉凡表情、動作，甚至當時的心情、狀態等在面對面溝通的第一印象中，較難馬上得知的溝通訊息，都可以在聊天代號中顯示，可以被多重解讀。

聊天代號除了提供使用者在聊天室環境中的第一印象之外，聊天室的功能也允許聊天代號可以在聊天的過程中隨時轉換，使用「/n」指令（詳見附錄一）即可更換聊天代

號，例如：

*** newlife 現在將聊天代號改為 無聊 DVD
*** 無聊 DVD 現在將聊天代號改為 台北變冷
*** phone 現在將聊天代號改為 idler
*** 台北變冷 現在將聊天代號改為 肚子餓死
*** idler 現在將聊天代號改為 準備打烊

以上所顯示在聊天室介面中的更換代號提示訊息，是以時間先後順序排列而成，五個更換聊天代號的訊息，包括兩位使用者變換代號的過程。聊天代號為「newlife」的使用者，原本使用和他 BBS 的 ID「newlife」同樣的聊天代號，隨著話題談到該使用者最近看過的 DVD 內容和談論最近的天氣，該使用者把聊天代號更改成「無聊 DVD」及「台北變冷」：



台北變冷: BUMMIE 你看過金凱瑞這麼悶 DVDV 嗎
bum: 那一片 Y
台北變冷: 亞藝影音翻譯叫王牌冤家
bum: 不知
台北變冷: BUMMIE 從片頭想到尾 金凱瑞就是一臉憂鬱到委 旁邊那女人神經西西
台北變冷: BUMMIE 台北好冷 你們在新竹幹什麼
台北變冷: BUMMIE 金凱瑞一點憂鬱 現在又開始哭 莫名其妙劇情

顯示使用者在聊天的過程中會因為話題的需要更改聊天代號，由以上的例子可以知道，使用者以更改聊天代號的方式希提供聊天的話題，無論是否有主導的意味，都立即讓其他聊天室成員知道他個人的資訊。另外，更改聊天代號也可以交代使用者目前所處的狀態，例如，另一位使用者「phone」因為需要暫時離開電腦，將代號改為「idler」，可能因為工作太累而產生呆滯的狀態，使他更改聊天代號，進行一段聊天談話後，「idler」又更改他的聊天代號為「準備打烊」，更改代號後，就沒有在聊天室進行談話的行為，一直到他離開聊天室，這位使用者的聊天代號，完全表達他當時所處的狀態。

```
*** phone 現在將聊天代號改為 idler
idler: 我快下班了
idler: 好累
...
idler: 11 點了 我要準備打烊
*** idler 現在將聊天代號改為 準備打烊
◆ 準備打烊 離開這個聊天室了
```

由以上聊天室代號的使用例子可以知道，在面對面溝通中，人們習慣以對方的外貌資訊，就吸引力、能力、道德特質、人格、社會地位、親切友善等因素，去歸因對方的屬性（Anderson, 1999），同樣的，網路世界並不是一個去線索的環境，只是形成人際溝通的印象來源不同，使用者在虛擬的環境中進行人際互動，是以目前互動的需要而釋放人際溝通線索，使用者仍然需要在進行溝通行為的開始和過程中，接收這些訊息去歸因對方的屬性，這些需要有可能是想要塑造個人的形象、宣告使用者目前的外表（個人本身想要讓其他成員知道的外貌訊息）、行為或心理狀態、想要用聊天代號提供聊天話題或主導聊天內容，或是聊天內容對於使用者的影響、啟發，或是結論等，都會表現在聊天代號的選擇和使用上面。



二、臉部表情符號

來自於身體的另一個很重要的非語言訊息是臉部表情。在電腦中介傳播環境中，使用替代的符號表達臉部表情，幾乎是和網路人際溝通的發展同時開始，跟著網路成長的使用者，很早就開始使用「:-)」這類符號來表達個人的善意。在面對面溝通的環境當中，臉部表情是一種全球性及跨文化的溝通行為，當他人在注視時，臉部表情可在不同的社會情境中區分情緒的使用（Anderson, 1999）。然而轉換到電腦中介傳播的環境後，臉部表情已經不再像是面對面溝通那樣，屬於溝通過程中隨時發送的非語言訊息，而變成依使用者的需要主動發送。

根據周君蘭針對 IRC 使用者使用表情符號行為的觀察，電腦中介傳播雖然將虛擬社群的溝通限定在文字表達，隱匿社會互動所具備或伴隨的提示(cues)，但是最有趣的部分，卻是虛擬社群的成員利用網際網路遍及全球的有利特性，透過中、英文、數字的交

又使用發展出的特殊符號，表達情緒與肢體語言，以補文字之不足（周君蘭，2001）。網路的表情符號不僅是爲了好玩、有趣而發展出來，實際上它也因使用者的需要經過多次演變，一開始最早出現的是橫向的表情符號，以向左或向右九十度翻轉表示的臉譜來模擬臉部表情：

表 4-4 橫向表情符號

:)	微笑的臉
:))	雙下巴的臉
:)))	下巴快掉下來了
:>	笑的比較開心些
:>>	嘴巴快掉下來了
:<	有點生氣囉
:(哭哭臉
:((很失望、難過
:p	把舌頭伸出來
:D	嘴巴張開開(蚊子會飛進去)
:O	嘴巴跟臉盆一樣大
:Q	流口水啦

（資料來源：台大椰林 BBS 站 Chat 板精華區）


從表 4-4 的例子可以發現，表情符號除了模擬人的臉部表情，也可以表現表情的強度，例如「:(」表示「哭哭臉」，而多加一個「(」變成「:((」則加強了使用者的情緒變成「很失望、難過」。這種變化在後來出現的正向表情符號也是一樣，像「^_^」這種不用翻轉，以正面文字方向即可解讀的表情符號，是 1986 年在日本署名 wakann 的網友，在某個留言版上有意無意在留言的尾端加上了一個「^_^」表情符號，之後有人便開始效法，發展出一系列頗具有創意的表情符號（轉引自周君蘭，2001）。例如：

表 4-5 正向表情符號

^_^	明顯的一個笑臉
^O^	嘴巴張開開的豬臉(一說親親)
^Q^	流口水啦
^.^	櫻桃小嘴
^*^	可愛的笑臉
^_^	臉紅紅、害羞不好意思

(資料來源：台大椰林 BBS 站 Chat 板精華區)

這種正向的表情符號在表現情緒強度上，原本居於表情符號中間代表嘴部的的底線會依照情緒強度增強，例如下面的對話中代表「Q_Q」哭泣的表情符號，拉長了整個表情符號的長度之後，也加強了這個臉部表情所代表的意義。

GRID:	我想去玩耍阿!!!!	
Kermit:	去	
Kermit:	go go	
GRID:	結果深夜還在寫信給客戶 Q_Q	
Kermit:	在 pub 裡寫	
GRID:	嗚嗚 我想去喝酒跳舞搭訕拉丁妹阿!!!!!!	
GRID:	可見現實多麼殘酷	
DGE:	不要寫 去跳呀	
Kermit:	24-Hr 上班哦 管他去死~~~ 先玩再說	

這種正向的表情符號，因為更利於使用各種內碼和英數字向左右擴張，因此，方便使用者依照自己的需要，自創表情符號，也顯示了表情符號有其獨特的意義和使用上的需要，使用者才會不斷地改良它的形式。到後來 BBS 廣為使用的，是一種結合臉部表情和肢體動作的身體符號，可以更詳細地描述該使用者在進行人際溝通時所呈現的身體姿態，例如：

表 4-6 包含動作的表情符號

p(^o^)q	加油
\(@^0^@)/	你好
(((((^(^;	嘿嘿~快逃~
(^__^y	YA~~
f(^_^)	這樣啊...
(-__-)y---~	抽煙
\(^v^)/	拿彩球
(`▽´)φ	詛咒你~~

(資料來源批踢踢 BBS 站 PttNewHand 板精華區)

上面例子中「p(^o^)q」笑臉兩邊的 p 和 q 就像一個人握緊拳頭為對方加油，而「f(^_^)」笑臉旁的 f 則就像是一個人的手搔著頭說「這樣啊...」。這些表情符號甚至已經與 BBS 連線軟體結合，由軟體提供快速鍵方便使用者快速輸入這些符號，而不用等到需要用到時才使用鍵盤組合鍵入，因為愈複雜的表情肢體符號愈能說明目前的情緒和反應，也愈不容易馬上在交談的場合中組合使用出來，因此與軟體功能的結合使得表情符號更能在人際互動中最短的時間內傳達個人的資訊，縮短這些訊息在面對面溝通中幾乎是即時傳達的差異性。

以上符號在附錄二中有更多的例子可供參考。而這些訊息是否有替代面對面溝通非語言訊息的功能？Knapp 及 Hall 認為臉部表情的功能有三個面向可以探討 (Knapp & Hall, 1992, 陳彥豪譯, 1999): 管道的控制、增加或限定其他的行為及取代口語的訊息。

就這些功能我們來分析聊天內容的互動情況。如 Knapp 與 Hall 所認為的，使用者在聊天室中使用表情符號的時機，有一部分是為了取代語言訊息，例如下面的例子中「Darkman」網友一進入聊天室，什麼話都還沒開始講就先用了「@~@」這個表情符號來表達他目前的心情，有點驚嘴和暈頭轉向的臉譜。

*** Darkman 進入 'yc2' 聊天室

Darkman: @~@

jacob: 暗麵

在取代語言訊息的功能上，結合肢體語言的表情符號也很能給人只能意會不能言傳的非語言訊息，例如，下面最後一行的對話「ㄣ (ㄟ _ ㄣ) ㄟ」表達出攤手的動作和無奈的表情，也是替代了語言訊息：

rob: 牛隊換總教練 奪冠機會大減

tpe: 阿家大概會被三振

Carrie: 他昨天有上好球星樂園

Carrie: 我說的是張家浩

tpe: ㄣ (ㄟ _ ㄣ) ㄟ

同樣的，在聊天過程中，很多使用者面對其他成員的對話，接續下去的回應並不是選擇正面的回覆談話內容，而是直接回覆一個表情符號，使用者通常在此時無法使用語句表達目前的想法，或是不願意正面評論其他成員的談話，因此僅使用一個表情符號做為回應。下面的例子中「~_~」表達出該網友緊閉眼睛、一付忍耐卻又不情願的表情。

pinl 腳被自己電蚊拍電到

小鳳: 哈哈哈哈哈阿哈哈啊哈哈哈哈哈

pinl: ~_~

小鳳: 好好笑

當然表情符號也可以像面對面溝通中的臉部表情那樣，隨著談話內容表達與語句內容的情緒相符合的表情，例如：

cartman: GTO, 明天逛完超市要寫心得唷
 GTO: 沒空~~~~ haha
 cartman: 你不是明天沒上班
 GTO: 12/19 沒空~~~~~
 GTO: 我得回公司一趟
 GTO: =_-

上面的例子中，面對網友的要求，「GTO」網友因為要上班而回絕了其他網友的邀約，最後三句是連續發言的情況，以一個表情符號「=_-」做為結束。原本以為不用上班的情況而該網友卻需要去公司一趟，是一件很令人無奈疲累的事情，最後一個表情符號結合「=_=」（表示眯著有皺紋的眼睛、給人疲累的感覺）和「=_-」（無神的眼睛表達消極的抗議或無奈），這個時候，表情符號就為語句指定一個和語句同意義的行為，並加強它的情緒。

就管道的控制而言，Brunner(1979)認為，微笑可做為訊息接收者的回應或是一種支持的管道，表示了關注和參與，不見得代表高興的情緒，但是有意促進和鼓勵對方說話，就好像點頭、「嗯哼」、「對對」表示出的功能一樣（Brunner, 1979, 轉引自 Knapp & Hall, 1992, 陳彥豪譯，1999）。如下面對話中第三行，

方辛: 鳳 生理期每天消耗的熱量是平日的 1.5 倍
 小鳳: 方辛，讚，剛好我這幾天每天有大餐
 方辛: 鳳 真有口福 :)
 方辛: 最近都不思美食 唉.... 胃口不佳
 小鳳: 今天吃秀蘭
 小鳳: 明天吃來來下午查
 方辛: 哇...


在面對面的人際互動當中，一些基本的臉部表情可以說是具有跨文化的認同，一個微笑的臉表示善意，悲傷的臉絕不會給人有快樂的感受。場景轉換到電腦中介傳播的環境，這些表情符號所代表的情緒和意義，需要經過學習和想像力的組合，才能表達使用者部分的情緒，使用這些表情符號的使用者，必需經過「社會化」的過程來學習如何使

用這些符號。

在電腦中介傳播環境中，無法看見真人的情況下，使用者需要以主動的立場傳送表情符號來表達自己的情緒，那麼使用者有沒有無意，或是拒絕傳送表情符號的情況？

表情符號在虛擬人際關係中使用較多的情況，通常是當使用者在這個環境中屬於新手，需要用多一點線索來表達自我情緒，並且讓其他成員歸因此人在談話過程中的屬性，或是目前的話題屬於較為閒談、非正式的話題，沒有爭議或是溝通不良的情況，此時，表情符號的使用近於嬉鬧的狀態，因此，使用較多情緒符號的場合，具有促進人際間的溝通和緩合情緒的特性。然而再怎麼說，表情符號都是經過使用者選擇之後，再安排進對話的內容當中，它的不確定性比面對面溝通中的臉部表情低很多，意義較為單一，在解讀上少有誤會或歧異出現。

但是明顯少用表情符號的情況包括：目前話題較為專門嚴肅，或是談話內容出現爭論的情形，表情符號都會明顯減少，伴隨著打字及訊息流動快速、少有停頓，讓人有提高注意力、神經緊繃的感覺，此時使用者皆專注在訊息的內容和如何回應上面，若不是刻意為了緩和成員的情緒特地使用表情符號，很容易會有誤解或不歡而散的情況。例如下面這段對話：



kurara:	jennykam 你狗屁 你每次都莫名其妙寫信來罵我
眼痛頭痛:	大哥 我沒寫信罵過你 唯一寫過信就是 我跟你很熟嗎 不要裝逼付我跟你
眼痛頭痛:	多好好嗎
眼痛頭痛:	你覺得這是罵嗎
kurara:	有啦 你至少寫三次
眼痛頭痛:	我真的跟你沒有很熟
眼痛頭痛:	一次而已 我不會把心血發在你身上
眼痛頭痛:	謝謝
***	眼痛頭痛 現在將聊天代號改爲 眼痛沉思
眼痛沉思:	kurara 今天眼睛很痛 先祝你跟 monica 百年好合
kurara:	jennyka 不過我比較怕你 monica 算是小咖

眼痛沉思: kurara 今天眼睛很痛 先祝你跟 monica 百年好合 永浴愛河
眼痛沉思: kurara 今天眼睛很痛 先祝你跟 monica 百年好合 永浴愛河 不
要太快離婚
*** 眼痛沉思 現在將聊天代號改爲 真正沉思
kurara: jennykam monica 只是人格有問題 你比較可怕
kurara: jennykam monica 只是人格有問題 你比較可怕 都不會抓狂
kurara: jennykam 你比較可怕 都不會抓狂 就一直貼罵
真正沉思: kurara 我跟你 不熟 我跟你抓狂啥 你找一下你跟 cy 共用的摸你
卡吧

這段對話進行得十分快速，特色是文字量很大，完全沒有表情符號，而且最後一句結束後，兩人在聊天室內再也沒有後續的聊天動作，分別選擇其他話題與其他網友進行互動，給其他成員的感覺是，他們有點不愉快的結束。

三、對話中的代號提示語

同樣來自於臉部表情的非語言訊息，目光接觸常被獨立為一個類目，以顯示眼神在非語言溝通中的重要性。眼神接觸是此項非語言形式中最重要的部分，在溝通行為一開始的時候傳遞親切的訊息、表達對於溝通內容的關心程度、監控溝通的過程並調整互動行為，在這些情況之下，眼神可以傳遞立即性的資訊（Anderson, 1999）。

在純文字的電腦中介傳播環境中，沒有管道可以承載眼神如此細部變化的非語言訊息，像瞳孔的放大縮小、瞳孔的移動等，即使是表情符號也力有未逮。然而對於人際溝通而言，該訊息的重要性，還是讓使用者找到另一種方式來表達。以上面那段進行得很快速的對話來看，我們可以發現，兩人的對話中，最前面都以對方的名字做為開頭進行溝通，這個在一般面對面溝通中，可能是以呼喚對方名字，甚至只需要將眼神放在對方身上，就可以表現的方式，到了純文字的對話環境中，帶有提示語的意味，一方面，這段對話原本是夾雜在一堆成員中，雜亂的聊天主題內依順序出現，以訊息預定接收者的代號做為開頭，可以提醒對方注意訊息內容，正是非語言訊息中目光接觸所具有的「表達對於溝通內容的關心程度、監控溝通的過程並調整互動行為」功能。

無論是較親密或是較不友善的對話內容，使用者爲了希望訊息能準確傳達到接收者端、指定對方接收訊息並回應，而且傳送者也把注意力放在對方如何回應上面，在每個聊天訊息的開始，附帶訊息指定接收人的代號，是一個必要的做法。而聊天室常見的對話形式中，這種提示語也用以下形式出現：

yc:	mimi: 妳好，打哪兒來？男生女生？工作還是學生？
mimi:	打 bbs 來 XD 女生剛畢業
yc:	mimi: 可以請教妳讀哪方面的嗎？
mimi:	mm...人文社會:p
yc:	mimi: 可以請教是哪所學校畢業的嗎？
mimi:	嗚哇 要問醬細哦
yc:	exactly
mimi:	我唸的相當冷門
yc:	mimi: 這邊唸什麼做什麼的人都有

指定某個代號傳送訊息，將訊息接收者緊接在訊息傳送者的後面，看起來就像是前面那個網友對後面那個代號說了某句話，例如第一句「yc」對著「mimi」說「妳好，打哪兒來？男生女生？工作還是學生？」。

上面這個例子中，兩個人只有一方使用這種代號提示的方式與對方互動，因爲提問的一方是聊天室的老手，而被動回答的一方屬於這個環境中的新手，我們可以觀察到使用代號提示的一方，具有較強的主導地位，同時被動回答的一方，也對這些需要揭露真實世界身份的提問感到壓迫感，這個幾乎是窮追猛打的提問過程，和面對面溝通中凝視對方過久的負面影響一樣，若不是具有非常親密的關係的話，會使對方感到具有威脅性和不安全感。

四、肢體符號和動作指令（包含觸摸行爲）

在純文字的虛擬人際溝通環境中，體態動作除了以表情符號的方式呈現之外，另一個非語言訊息重要的來源是肢體動作，在聊天室的情境當中，體態動作的呈現數量皆明顯少於面對面溝通，而且限於特定的管道才會出現，像一開始討論的聊天室代號，就是

呈現使用者目前體態動作的主要管道，而肢體語言在聊天室的環境中，除了前面包含肢體動作的表情符號之外，還可以由聊天室指令來指定。

使用者在聊天室的訊息鍵入列使用「/a」指令，即可做出一個動作（詳見附錄一）。它在聊天室介面所呈現的方式，是聊天代號後面直接緊接著指定的動作，看來起來就是在敘述「某人做了什麼」，如同下面的例子可以說明：

```
bum:      spin 打槍雞在睡了ㄟ  
bum 818 spin
```

「bum」網友在聊天的過程中發現「spin」網友有一段時間沒有參與聊天，用指名提示語詢問該網友沒有得到回應後，做出了一個動作「818」，這個動作是「巴一巴」的同音詞，指的是用手掌拍醒對方的動作。用文字來敘述動作需要一定程度的想像力，除了視使用者使用文字描述自己動作的能力之外，聊天室還會出現比面對面溝通中較為誇張戲謔的動作，除了上面「巴一巴」這個在面對面溝通中帶點暴力侵犯的動作之外，例如：

```
Kermit: 咪~~ 咪 小 花貓 咪~~ 咪 小花貓 快來吃飯快來吃飯 喵鳴喵鳴  
Darkman: vito 你這樣講很不現代化  
Kermit: ..  
Darkman: 連我媽都不這樣跟貓講話了  
Kermit: 對齁  
Kermit: 可是那是蚌昨天教我的  
Kermit (齁)
```

「Kermit」這位使用者在對話最後做出了一個「齁」的動作，模仿豬從鼻子發出聲音的行為。「齁」這個字在對話的倒數第三行也有出現，在對話進行中這個字代表了句尾的語音，而使用動作指令把這個聲音做出動作，則給其他成員的訊息包括發出這個聲音時的動作，如同小豬般撐大鼻孔再發出這聲音。

如此近乎戲謔的動作，幾乎是聊天室成員選擇使用動作指令的目的，使用者經常使用動作指令，與其他成員進行這種類似玩遊戲的溝通行為，例如，下面的例子中，因為「mimi」網友的名字和其他成員養的貓咪同名，所以該網友被當成一隻貓來進行人際互動，在虛擬的人際互動中，做出了在面對面溝通中完全不可能發生的動作，像「吃貓草」、「吐毛」等：

田編製藥 餵咪咪吃貓草
mimi 吐毛中
...
田編製藥 蠕動

動作指令除了「做一個動作」之外，也可以說明此時個人的狀態，屬於說明個人資訊的部分，此時提供的資訊，也許不只是一個動作，而是連續的行為或是一個可供想像的畫面，但是用動作指令表現，就讓這個資訊有動態展現的想像空間，例如下面的例子：

pinl 腳被自己電蚊拍電到
小鳳: 哈哈哈哈哈阿哈哈啊哈哈哈哈哈

聊天室所出現的動作指令，通常都是跟隨著談話過程才會出現的肢體動作，無法完全表達面對面溝通那些無關談話內容的肢體語言，例如，若有人習慣在面對面溝通時抖腳、撥動頭髮，在虛擬人際溝通過程中，完全無法展現這些下意識傳送的肢體語言。

和體態動作合併討論的是 Anderson(1999)在身體符碼中的觸覺類目。到目前為止，討論關於來自於虛擬身體的訊息中，傳送訊息的管道全部都是視覺訊息，因此，從面對面人際溝通轉換到純文字的電腦中介傳播，這些訊息都有替代的形式以，維持它們在面對面溝通中所具備的非語言溝通的功能。針對觸覺這個感官，理論上來說，是不可能在電腦中介傳播環境當中出現的非語言訊息，但是，實際觀察的結果，聊天室的動作指令中，含有觸覺感官形容的部分並不少，例如下面這段互動過程：

Jacob 抱抱親愛的早紀小妹^^
mimi 向 jacob 討拍
jacob 輕拍 mimi 喵
jacob 輕拍 mimi 喵
mimi: 喵
jacob: mimi ^^
芒果青: jacob~~~你東抱西摸的!哈
cartman: saki 吃醋了
jacob 輕拍早紀小妹的頭 乖

觸覺在聊天室的環境中，幾乎不可能利用文字說明，來達到它面對面溝通時的實際感受，但是聊天室的使用者，仍然這個環境中使用這個非語言溝通策略，來與其他成員進行互動，其主要的的原因也就是，使用者在聊天室進行人際互動時，需要觸覺在面對面溝通中所表示的功能。

Anderson 認為，觸覺是非語言溝通中最能表現親密感的行爲，它有令人安慰、振奮，或是令人反感的能力。碰觸可以使對方順從，創造親密感，其功能包括職務上的碰觸（專業行爲）、社會需要的碰觸（禮儀考量）、友誼上的碰觸（溫暖彼此）、情感上的碰觸（製造親密感）等（Anderson, 1999）。因此，由使用者在聊天室環境中使用觸覺這個非語言溝通策略的目的，可知使用者希望用這個溝通策略與對方建立友誼、表達情感和親密感。

觸摸行爲在面對面溝通中，是強而有力的溝通行爲，需要有一定的關係或是觸摸部位的規範，不然會引起極大的負面反應。然而在虛擬人際溝通環境中，即使有觸摸的動作描述，其真實感受還是與現實生活中不同，因此，所造成的影響不若面對面溝通時那樣強烈。然而，觸摸在人際溝通中，還是一項非常有效力的溝通行爲，即使在觸覺感官完全不能傳達的電腦中介傳播環境，使用者仍然使用這項非語言溝通策略，可說絕大部份仍是以功能為考量。使用者在虛擬人際溝通所選擇使用的非語言溝通策略，還是以增進人際關係為主要因素。

綜上所述，來自於虛擬環境的身體訊息，由於絕大部分在面對面人際溝通中都是從視覺傳達而來，使用者在這個環境中，仍然找得到替代的方法來表達這些訊息，就算是

電腦中介傳播環境中無法傳遞的觸覺行爲，甚至以增進人際關係的前提之下，使用者仍然使用它做爲一種非語言溝通策略，進行虛擬人際互動。

依照「來自於虛擬環境的身體訊息」的討論，可爲此類非語言線索屬於使用者依情境需要，經過選擇後所使用的溝通策略，根據 Patterson（1990）所提出的非語言溝通功能觀點，其目的在於：提供個人資訊和個人風格、增進人際關係和表達親密行爲、調節彼此互動與情緒管理等。

至於在 Anderson(1999)所分類的非語言身體符碼中，尙未在上述範疇討論到的「空間運用」這個非語言訊息，因爲電腦中介傳播環境打破空間的限制特性，使得這個虛擬空間對於聊天室所有成員來說，定義已與真實生活的空間完全不同，在看不到對方實際的身體情況之下，「空間運用」這項線索已退居到一種「背景」訊息的屬性，將合併在下一個「來自於虛擬環境的訊息」中討論。

第二節 來自於虛擬環境的訊息



在面對面人際溝通所使用的非語言溝通線索中，環境同樣會影響人際間的互動。Anderson 雖然將環境因素依照所處的溝通情境區分爲鉅觀與微觀的環境，不過它們對於人際關係上的影響，都是如果要進行良好的溝通行爲和品質，主動創造一個令人愉悅的、合宜的溝通環境是一種必要的手段 Anderson（1999），藉著控制人際溝通的環境，可以產生預期的溝通行爲。

一、聊天室環境中的規範

盧諭緯（1997）引用 Montgomery 言談社群的觀點，認爲網路中的 BBS，雖然並不是面對面的形式，但由於互動程度高，不僅有語言的存在，而且成員能夠對話，因此，仍可從言談社群的角度觀察其行爲，因此，用言談的概念，仍可適用在不同形式的環境中。另外，網路使用者不容易分辨其性別、職業等人口變項的特性，使我們必須先拋開既有的面向，從參與者的想像出發，而語言的使用，就是參與者的一種想像。盧諭緯用以上的觀點，爲 BBS 之所以能形成言談社群歸納出幾點原因：

1. 語言的相近性，亦即社群中的人們對於其使用的語言必須具有相近的語感，且能了解一般性規則，且讓其他參與者都能理解，而 BBS 參與者在溝通的過程中，語言使用產生新的意義、規則及特色，增加了言談社群所強調語言相近性的特質。
2. 語言的使用必須具有區辨團體成員的作用，以及作為內團體的一種標記，在實際的觀察中便發現，參與者對於語言使用的熟悉度越高，越容易溶入 BBS 的運作，增進對網路社群的認同感，所以 BBS 目前所展現的語言現象，的確有助於言談社群的形成。
3. 強調社群溝通的本質，重視成員態度及經驗的分享，從文字表達方式多樣化的情形中，參與者正分享著某種經驗及態度，微笑符號的應用也代表了對他人一種友善的態度；相對於網路中其他系統，不僅是使用 BBS 的人形成有別於其他社群的新社群，甚至在整個大的 BBS 系統之中，不同的 BBS 站又各自形成不同的社群。

以盧諭綸的觀點來說，言談社群提供了在 **BBS** 互動的使用者一個鉅觀的環境線索，整個大環境對身處其中的人們會如何進行溝通影響甚鉅，使用者會主動尋找對他們的人際溝通有利的環境。電腦中介傳播雖然是一個虛擬的傳播環境，但是，聊天室還是為人際溝通創造出一個實際上不存在的空間，供成員在其間進行互動，因此屬於這個環境的規範和如何影響成員間的行為仍然存在。聊天室的成員在進入聊天室進行人際溝通時，也是要遵行屬於「聊天室」這個功能的一定規範。首先，台大椰林針對聊天室的規範，在站規中已明定使用公約：

作者: PL (AMIGO 親衛隊 — 班尼頓) 看板: Announce

標題: [站規整理] 一般使用者公約 (關於聊天室)

時間: Mon Sep 11 15:22:00 2000

- 一、聊天室需通過身分認證和 Login 次數滿 30 次才能使用。
(1998/2/22 聊天室 (Chat Room) 新規定、1998/6/8 聊天室新使用規則)
- 二、聊天室不得發表或夾雜下列訊息：

1. 非法軟體交易訊息（含具版權之音樂光碟或 mp3 檔）
2. 賺錢網站之廣告
3. 徵求性伴侶、援助交際
4. 色情網站廣告或網址連結
5. 非法商品或學生宿舍床位（俗稱黑戶）交易訊息
6. 猥褻性字詞暨攻擊、謾罵、髒話等
7. 未經本站管理者核准之商業性資料

三、違反前項規定者處以永久停權，並停止該帳號使用之 E-Mail 之帳號註冊權力；情節重大者，若為臺大之教職員或學生，另行交付計中或其所屬單位處理。

四、若有以「大量文字，無意義之訊息」等「惡意」鬧聊天室之行爲，經網友檢舉，站方會通知被檢舉人於一週內至 SYSOP 板說明，站方並同時作相關調查；經查證屬實或未於期限內向站方說明者，予以停權一個月處分；再犯者，予以永久停權；以上「惡意」之認定由管理者裁決。(1998/5/26 關於聊天室的管理、1998/6/25 鬧聊天室的罰則)

五、前項之檢舉人於檢舉時必須舉證下列物證：

1. 被檢舉人之 id 或聊天代號；
2. 發生時間；
3. 相關鬧聊天室之證據。

椰林風情站長群

（資料來源：台大椰林 BBS 站 Announce 版）

在台大椰林 BBS 站專供討論 Chat 功能的 Chat 板精華區中，也收錄了網友對於聊天室禮節所發表的文章：

以下是一些網路上的一些基本禮節... 也是集小弟自己本身犯的一些錯誤的經驗..希望新鮮人可以多多注意.... 相信閣下會在 Chat 的世界裡過的很愉快...且交到許多知心的朋友..... :)

- ◎ 不論在 Chat Room 裡或在板上... 網路上嚴禁涉及人身攻擊.. 而有關網友個人的一些事情及資料 (包括姓名、住址、電話、就讀學校以及有牽涉到個人隱私的事情)... 在未經當事人的許可之前.. 絕對不宜 post 在板上 or 在 Chat Room 裡面張揚..
- ◎ 網路上 (尤其 Chat Room 裡面) 宛如一個小型的社會... 人際關係十分重要... 希望各位 Chat 新鮮人在準備加入 Chat 行列的時候.. 能多多注意自己的言詞... 涉及人身攻擊的言語.. 以及髒話等等都嚴禁在板上 or Chat Room 裡面出現..
- ◎ 基本上在 Chat 聊天是一件十分輕鬆且有趣的事情... 聊天的內容沒有一定的限制... 只要閣下想的到.. 天南地北的... 都可以提出來跟大家聊聊..... 相信在 Chat 裡面會有許多人樂於跟你討論.... 以往有許多人.. 剛進 Chat 的時候都會問 “ 這裡的主題是甚麼....?? ” .. 在 Chat 裡面絕無一定的主題... (不過若進入某特定主題的聊天室... 則尊重該聊天室的主題較好)...
- ◎ 由於 Chat 是一個訊息流通速度極快的地方... 因此常會有許多所謂的 “ 八卦 ” 也就是 Scandal 在 Chat 出現.... (ex: 某某某跟某某某現在在談戀愛啦...或是某某某很花心... 女朋友很多.. 或是那人男扮女裝... 專門騙人之類的..)這些 Scandal 都深深的困擾著許許多多的網友... 因此當閣下在 Chat 呆久以後勢必會聽到一些.... 請記住 “ 謠言止於智者 ” 的道理.. 如果有聽到.....真偽請自己判斷... 要和別人討論.. 也是可以的... 不過請在私底下.... 千萬不要在大庭廣眾之下高聲闊談.... 那樣會傷到很多人... 不過建議還是最好別相信... Seeing is believing.. 眼見為真.... :p
- ◎ 由於 Chat 的網友來自地球的各個角落... 有的人遠從美國、英國、澳洲連

線回來... 大家來自不同地方.. 所吸收的知識... 所持的見解也自然不同...
Chat 的訊息是即時流通... 大家由於見不著面.. 只靠著機器在傳遞訊息...
因此誤會以及意見不一是在所難免.... 發生這種事情時.. 希望諸位能夠自重...別人認為的不一定是對的... 自己認為的也不一定是對的...
每個人有每個人的看法... Chat 是一個清新的園地.. 希望大家能好好的灌溉他..凡事總有溝通的餘地.... 爭吵是最笨的方法...

- ◎ 由於這陣子有許多無聊的人喜歡進 Chat 在灌螢幕... (所謂灌螢幕通常是指用剪貼的方式把某一段文字連續不斷的複製在螢幕上... 造成 Chat 內的畫面連續翻頁...導致網友們看不見對方說的話... 造成困擾..).. 大家要進 Chat 之前...請千萬要保有這份風度... 灌螢幕一點都不好玩.. 只會惹人厭惡而已.....會上 BBS 的通常教育程度都不差... 希望大家拿出點文明人的樣子..灌螢幕這種事情只有小學生會做.... 希望大家注意..或許閣下只是好玩 or 覺得這樣子好玩... 別忘記.. 網路是大家的.....是一個開明的地方... 你的好玩.. 已經給別人造成困擾.....

=====> 嗯.. 暫時就想到醬子... 腦漿有點不夠了..

有想到甚麼再加吧 ...諸位網友有想到的也可以告訴我...

Csla.

(資料來源：台大椰林 BBS 站 Chat 板精華區)

這些聊天室守則，試圖為聊天室內的人際溝通創造一個合宜舒適的互動空間，這些規定也成爲一種背景資訊，這些守則不會在進入聊天室前，主動顯示給使用者了解內容，但是使用者可以透過其他成員，在 Chat 板的討論整理（如上面的網路禮節規範）或是和其他成員在聊天室互動的互動過程所得到的回饋，來習得這些規則。

電腦中介傳播的環境缺乏面對面溝通環境那些實質的區域、地形、氣候等環境特性，它的特色就是跨越時間、空間將人們聚合在一個虛擬空間的傳播媒體，但是經由這些溝通禮節和規則，也爲虛擬人際溝通定義出一個環境氣氛，供聊天室成員來感受。

接下來把焦點放在本研究的觀察特定聊天室，屬於微觀的環境細節。本研究觀察的聊天室屬於台大椰林 BBS 站的聊天室功能，在進入聊天室功能後，使用「/r」指令可以列出所有的聊天包廂、顯示包廂內人數和聊天室話題，這些包廂附屬於 BBS 的聊天室功能底下，特色是有包廂主持人、可選擇聊天話題等，如下面所顯示的資訊，「yc 聊天室」一共有 18 個人參與聊天，而目前的話題是「蔡頭:啊 摸你卡 ◆ 蔡頭 離開這個聊天室了」。話題可隨聊天的過程更改，就如同使用者可隨時更改自己的聊天代號一樣，聊天室的話題也可以隨時更動，預設值是「這是一個新天地」。

而研究者選擇的，是一直都是最多人共同參與的 yc 聊天室。這是一個公開、未限制參與成員身份的聊天室，成員可隨意加入、離開，尖峰時間最多可達四十幾人同時處在這個聊天室的規模。

*** 歡迎光臨【椰林聊天室】，目前開了 5 間聊天室

⊙ 共有 28 人來擺龍門陣

談天室名稱	人數	話題
Palm	1	椰林風情站聊天系統
hi	1	這是一個新天地
yc2	1	我係備份, 唔會同你 say hello
102R	7	這是一個新天地 [話題]
yc	18	蔡頭:啊 摸你卡 ◆ 蔡頭 離開這個聊天室了 [話題]



使用者進入、離開聊天室包廂時，系統都會自動送出歡迎和離開的訊息，這些都是環境提示訊息，提示成員的加入和離開，使用者，尤其是新手，若未在進入聊天室後與其他成員打招呼，其他成員多抱以自動忽略的態度，連招呼也不打；而若是聊天室的老手進入聊天室，甚至還來不及打招呼，其他成員就會自動歡迎這位成員。

◆ steph 離開這個聊天室了

*** Carrie 進入 'yc2' 聊天室

OP-yc 悄悄告訴 Carrie：加入椰林專業聊天團隊，可以促進身心健康喔！

◆ 啃書 離開這個聊天室了

*** yc 進入 'yc2' 聊天室

OP-yc 大喊：yc 您好，我是管理員 OP-yc，歡迎光臨 yc2 聊天室！

*** phone 進入 'yc2' 聊天室

OP-yc 大喊：phone 您好，我是管理員 OP-yc，歡迎光臨 yc2 聊天室！

Carrie: ycy

Mann: ycyycycycycycycycyc

Mann: Carrie

Carrie: Mann hi

cuko: ycy

yc: Carrie

yc: Mann

yc: cuko

...

關於聊天室環境中的規範，公開開放的聊天室雖然有聊天主題，但是成員總是天南地北的聊天。不過一有涉及違反聊天規則的行為時，使用者引起大家的公憤，還是會遭到踢出聊天室的命運，例如下面這位使用者在聊天過程中，不斷傳送無意義的訊息，最後還送出一句不雅的句子，結果被踢出聊天室：

kurara: 11111111

...

kurara: 11

...

kurara: 1111

...

kurara: 11111111

...

kurara: 布穀機巴考蜘蛛

◆ 哈哈！kurara 被踢出去了

在聊天室的規範當中，惡意傳送大量訊息，使聊天對話介面快速被新訊息所掩蓋，也是成員間相當厭惡的行為。像下面這位網友，不但大量傳送訊息「洗」掉聊天室的對話畫面，而且還傳送無意義的訊息，被踢出聊天室多次之後，聊天室的主持人面對這位網友的質疑「幹麻踢我」，索性把聊天室話題改成「不踢你 踢誰??」，真的是相當不歡迎這位網友的行為：

◆ 哈哈！Nocturne 被踢出去了

*** Nocturne 進入 'yc2' 聊天室

Nocturne: 幹麻踢我

** 本聊天室被 OP-yc 取消 [開放話題] 狀態

◆ OP-yc 將話題改爲 不踢你 踢誰??

Nocturne: 外資不會買小爛股票 投信應有限制不能買財報太差的股票 所以我不太看這些

Nocturne: 時間 Thu Sep 23 01:51:56 2004

Nocturne: _____

Nocturne: 由於博達效應會計師簽證不實加重處罰

Nocturne: 如果你有以下公司的股票 應非常注意

Nocturne: 是由 listing 公司財報 sorting 出已無償債能力的公司

Nocturne: 我瀏覽一下 除了中石化覺得?外 其他看起來

Nocturne: 應該都蠻差的 應該留意主力趁類股漲時出貨

Nocturne: 惠勝 台芳 華隆 裕豐 大東 名軒 新藝 羅馬 國賓

Nocturne: 亞瑟 清三 百成行 碼斯特 金腦科 尙德 立大

Nocturne: 三采 建台 嘉食化 中日 中石化 中紡 嘉畜 東雲

Nocturne: 台一 凱聚 志聯 威致 華泰 美格 台路 突破 國揚

Nocturne: 太設 寶祥 皇普 華建 (日立)成 春池 基泰 櫻建

Nocturne: 林三號 中信 協和 鼎營 信立 久陽 新泰伸 耀文

Nocturne: 華特 瑩寶 應華 和旺 訊嘉 中友 力霸 台火 興達

Nocturne: 優美 佳錄 衛道 榮睿 飛雅 博達 訊碟 皇統

Nocturne: 由營收財報各項數據來看 航運鋼鐵仍是首選

Nocturne: 切忌追高 萬海目前以 40 元爲挑戰關卡

Nocturne: 不過因爲你我的交情尙未到 所以你不會收到我的武功密集

Nocturne: p

Nocturne: p

Nocturne: p

Nocturne: p

Nocturne: p

Nocturne: p

Nocturne: p

◆ 哈哈！Nocturne 被踢出去了

*** Nocturne 進入 'yc2' 聊天室

OP-yc 大喊：Nocturne 您好，我是管理員 OP-yc，歡迎光臨 yc2 聊天室！

Nocturne: p

Nocturne: p

Nocturne: p

◆ 哈哈！Nocturne 被踢出去了



雖說在面對面溝通中，環境這個非語言線索常影響人際間的行爲，但是電腦中介傳播虛擬環境所造成的低環境線索的特性，卻變成使用者所營造的溝通環境會影響成員間的行爲。因此，聊天室中的互動規範重要性相當高，聊天室主持人和成員間遵守互動規則的目的，也是在製造一個愉快的溝通環境。

在面對面溝通環境中，環境影響人際溝通的因素，大至氣候、地理位置，小至空間的光線與聲音，但是對於以純文字溝通爲主的電腦中介傳播環境當中，虛擬環境的舒適與否，還是決定於這些訊息的呈現方式和選擇上，也不難理解聊天室的環境規範，絕大部分都是文字的使用限制上。

二、聊天室的空間訊息

電腦中介傳播的特性就是跨越時間和空間的限制，然而聊天室的虛擬空間又給使用者什麼感受？在面對面溝通當中，Anderson 認爲，空間的運用代表的是溝通過程中的人際距離和空間，可細分爲個人領域、人口稠密度及個人空間 (Anderson, 1999)。個人空

間的意義也是類似，Anderson 認為，個人空間則就像每個人的身體外面有一圈看不見的泡泡包圍住身體，並以同心圓狀分為四個區域：親密距離、一般或個人距離、社會諮詢距離和公眾距離等，依照關係不同身體距離由近至遠。然而相對於實際空間的侵犯和佔領，在真實身體虛擬化的情況下，個人領域在虛擬人際溝通中找不到相對應的意義，尤其在公共聊天室中，也是因為身體虛擬化，遠近親疏的距離開始打破。

不過，對於人口稠密度的感受，聊天室的成員則有真實的感受。使用者在進入聊天室之前，可以利用「/r」指令查詢聊天室人數，而且，在進入聊天室包廂後，也可以利用「/w」指令知道有哪些人在聊天室當中，在看到人數很多的情況之下，也會有使用者將實際的感受表達出來：

```
*** Sheila 進入 'yc' 聊天室
OP-yc 大喊：Sheila 您好不好啊？叭~~~~ 叭~~~~~
Sheila: :D
GTO: hmmmmm
Sheila: so many people
Sheila: so little chatting
mimi: :D
tpe: Sheila
Sheila: brother tpebo~
starter: sheila 來起個頭罷
```



由於缺乏實際身體的存在感，聊天室的人口稠密，不像面對面人際溝通那樣，可能會導致不舒服、壓力，甚至暴力行爲，相反地，使用者在進入聊天室時，若看到的是人很多的情況，可能還會感到興奮，使用者甚至會刻意挑選 BBS 尖峰時段人多的時候，上站進入聊天室，不但人多的時候聊天氣氛較為熱絡，而且，容易遇到自己認識的對象。像上面那段對話，網友「Sheila」進入聊天室看到這麼多人，聊天對話不若想像的多，就會出現反差的感覺。

三、使用者 BBS ID 所提供的個人背景資訊

以上「來自於虛擬環境的訊息」討論了電腦中介傳播和聊天室整體環境，以及空間這些線索提供給使用者的資訊。然而在聊天室的環境當中，還有一項是隱藏在環境之中的線索，就是使用者的身份和地位。

在面對面溝通中，要從非語言訊息中得知對方的身份地位，主要是從外貌這個線索得知第一印象，然而從「來自於虛擬身體的訊息」的討論得知，進入聊天室所選擇的聊天代號雖然給其他成員的第一印象，但是是訊息屬性的關係，較難承載複雜的社會地位訊息，所以屬於較淺層的、目的是切合他此次人際溝通的主題，或是展現個人風格的層次。

以上的陳述，並不是指使用者的社會地位在虛擬人際溝通中不重要，而是在聊天室過程中也許成員可以靠自我揭露來傳達個人的真實身份，讓其他成員得知他的社會地位資訊，但是根據觀察這還是屬於較為少見的情況，使用者在匿名的環境中主要還是依賴代號來傳達有限度的身份訊息，而事實上僅靠這些聊天代號，使用者與其他成員仍然可以順利進行互動。

然而如表 4-2、表 4-3，利用聊天室指令「/w」所能看到的聊天室使用者列表，上面除了聊天代號之外，在聊天代號的右邊還都跟隨著這些聊天代號的原始 ID。這些 ID 都是在台大椰林 BBS 站經過註冊使用的代號，在聊天室使用「/q」指令查詢這些代號，能夠得到每個人的上站資訊、來源，甚至用這些 ID 也可以查詢使用者在 BBS 中曾經發表過什麼文章，他在聊天室以外的環境中個人的見解、發言風格又是如何。

這些訊息不是聊天室人際互動必備的訊息，但它卻是屬於背景資訊，可供使用者進一步探知其他成員的身份和社會／社群地位資訊。

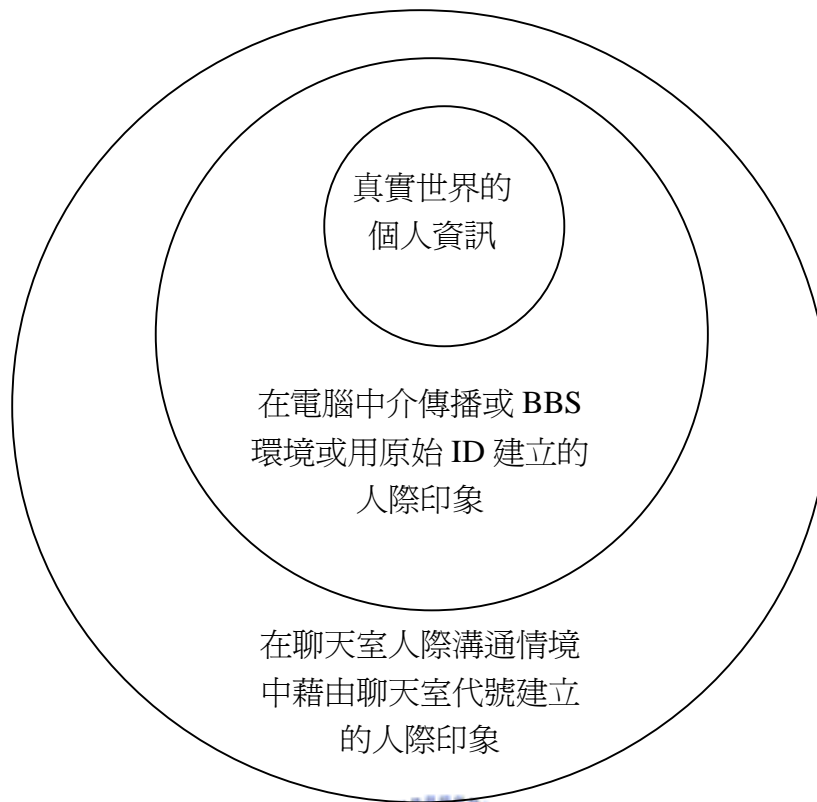


圖 4-2 聊天室成員的代號和個人資訊

而由圖 4-2 所顯示，使用者可能選擇在聊天的過程中揭露他在 BBS 使用其他功能時所表現的行為，例如在哪個板貼過哪些文章，或是直接揭露他真實生活的個人資訊；也有可能使用者從不在聊天室中談論個人資訊，遇到此類話題就避開，但是其他成員還是可以藉著查詢他在 BBS 中的資料，得知他的個人資訊，例如，從哪裡上站等，尤其是校園網路的 IP，更可供使用者判斷他真實生活中的身份。或者也有可能使用者對某個成員在其他 BBS 的服務中，已經有所印象，例如，曾經看過他張貼的文章，對於此 ID 的解讀也會和其他初次認識的成員不同。從各個角度獲知個人資訊的程度和方式皆不相同，但是使用者可以主動依成員代號，搜尋該成員的個人資訊。

「來自於虛擬環境的訊息」在虛擬人際溝通的非語言溝通策略中，屬於隱藏在聊天對話的背景訊息，使用者一進入聊天室就自動接收和發送這些訊息，只是解讀與否、意義如何則因人而異。它的功能和 Anderson (1999) 為情境符碼定義的功能一樣，提供溝通過程中可供解讀的前後背景與脈絡，並且在全盤了解溝通行為的過程中屬於極為重要、不可或缺的訊息，根據 Patterson (1990) 所提出的非語言溝通功能觀點，電腦中介傳播和 BBS 聊天室的環境，為使用者描繪了認同的圖像，言談社群的共同性和聊天室

的規範，可交流成員間彼此的關係；而從 BBS 其他功能或服務得知的使用者個人資訊，則為使用者增加他在社群中的社會地位和身份資訊，具有社會控制的功能。

第三節 無聲？有聲？伴隨交談內容和過程的訊息

和在「來自於虛擬身體的訊息」中討論觸摸行為時一樣，對於完全只有視覺線索的純文字虛擬人際溝通而言，Anderson（1999）在情境符碼中所歸類的「聲音訊息」，在電腦中介傳播環境缺乏聽覺線索的情況下，在實際感官感受上是一個無聲的環境。

但是盧諭緯（1997）認為網路 BBS 為一種以語音為基礎的文本溝通，人們在共有的語言基礎上，發展另類書寫、語音縮簡及符碼轉換的溝通原則，藉由語氣詞的使用，減少參與者在互動時的距離感，並透過特有符號的詮釋與反應，提高彼此的互動程度並分享共有的經驗。

在研究者實地觀察的結果也認為，聊天室內的溝通的確是一種將口語書寫出來的過程，聽不到聲音嗎？其實在即時互動傳訊對話過程中，使用者通常會經歷一種衝動，就是將對方傳送過來的對話唸出來。因此，缺乏聲音沒有什麼問題，因為訊息接收者的嘴巴和想像力，可以代替對方把聲音呈現出來。

所以在討論虛擬人際互動的非語言溝通策略時，研究者將聲音這個溝通策略獨立討論，因為這個溝通策略的特色是：使用者必需要發言（傳送訊息），才會選擇性使用。

一、標點符號

與語句並行的非語言溝通策略當中，能夠取代聲音的功能，可做為重覆、補充、修正、強調、取代、調整、反駁語言溝通的訊息，在聊天室中使用者用標點符號來傳達類似的功能。像下面的對話中最後一句，連串的驚嘆號「強調」語句內容：

inl: fily 也好久沒來了

Darkman: 對啊

Darkman: 只能透過卜卦側面知道一些他的近況而已 朋友做到這種地步真是把舖

cartman: 達克麵, 那你卜到啥了

Darkman: 卡特麵 拿屁屁龜卜卦只能卜到個屁而已

pinl: 靠北ㄟ!!

在語句只用問號也可以表達疑問的態度，光是一個「？」其實在語句上的意義和「嗯？」、「什麼？」相同，但是使用者簡略地在對話中使用問號即可對成員的談話內容表達出疑問：

皮子: 虎爛克克

皮子: 偶不行了

frank: ^^

frank: ?

皮子: 來去睏~~~

皮子: 累死

皮子: 人老不適合熬夜

皮子: 哈

frank: 皮子~那快去睡吧! ~



在面對面談話中，聲音的停頓和語句的中斷也可以使用標點符號的「逗號」來表達，甚至語句之間的「空格」也可以表達斷句：

GTO: 幹掉一包雀巢麥片

cartman: GTO, 吃得真 healthy

另外標點符號也可以表達沈默，例如下面對話的最後一句，該網友面對其他成員的回答感到無言，使用「.....」表達他的沈默：

*** meanie 進入 'yc2' 聊天室

OP-yc 大喊：meanie 歡迎！這裡是 yc2 聊天室，我是機器人 OP-yc。

Darkman: bibo

meanie: bibo 是你叫的喔

Darkman: 人家想當靈芝…

meanie:

由以上的例子可以知道，標點符號原本是運用在書寫文字當中，利於閱讀斷句、完整表達文章涵意的符號，運用到具有書寫特質的電腦中介傳播環境當中，即使書寫的目的是拿來表達口語的訊息，但是標點符號卻使口語訊息的意義更加完整。

標點符號在書寫文字的使用中只算是符號的層次，它的功能最主要有三項：標示書面語所需要的停頓、表示語氣，以及標示被強調的語言單位、性質、作用及其相互關係，它是輔助文字記錄語言的，並非文字的組成部分（林穗芳，2002）。所以標點符號能在缺乏非語言溝通的文字溝通裡，為溝通雙方表達彼此的語氣和態度。



二、狀聲詞句

依照 Anderson 的分類，同屬於聲音這個類目還包括一些純屬非語言訊息的聲音，如笑聲、尖叫、吸氣、吐氣、嘆氣、呵欠、哭聲，以及一些談話間斷用語，如嗯哼、嗯、啊等（Anderson, 1999）。這類「狀聲詞」的使用在聊天室的對話中非常常見，狀聲詞此起彼落，甚至給人一種「無聲的嘈雜」感。

Carrie: yc 安裝 xp sp2 的必要性如何？

嘿嘿: 暫時不要裝

Carrie: 不裝會不會被 hack 到死？

嘿嘿: 如果你是一秒鐘幾十萬上下 有可能

嘿嘿: 哈哈哈哈哈

下面這個例子的最後一句，除了狀聲詞「Y」（啊），後面還跟了一堆「~~~~~」，這也是聊天室中常用的和聲音有關的符號，像下面的情況，或是在呼喊其他成員代號

時，例如「錄音蛋： 敏 nie~~~~~」，這種符號有拉長音的效果：

Gumpkan: 剛剛去吃鼎泰瘋你沒跟到 Y

錄音蛋: 我到家都 8 點勒

錄音蛋: 你們都不打電話

Gumpkan: 是ㄟ

Gumpkan: 可是我們約八點十五 Y

錄音蛋: ...

GTO: 我也沒跟到

Gumpkan: 是ㄟ

Gumpkan: 怎麼會這樣

Gumpkan: 波仔 你在台北ㄟ

GTO: =_=#

GTO: Y~~~~~ Y~~~~~

以上都是一些聊天室中常見的輔助語言的非語言溝通策略，目的是幫助語句的溝通更加順暢、能完整表達自己的意思。

口語溝通在本質上傳達了非語言的訊息，例如音調、節奏、速度、腔調等，都會使談話內容增添其他的意義。然而因為這些虛擬環境中的聲音線索，都是經由文字和符號模擬而來，而且輔助的是語言訊息，如果使用者對於這些字詞和符號的用法和解讀有歧異，通常連帶使語言訊息的解讀也呈現偏差，是造成誤解和衝突的主要來源。

例如，過度地使用驚嘆號表達強調的語意，容易給人不舒服的感覺；一個問號就可以表達的疑問句，使用過多問號則帶有質疑的意味。相反地來說，若使用者需要給對方不友善的反應，或是以反駁的立場回覆對方的訊息，重覆使用這些可以表達情緒的標點符號和狀聲詞，可以立刻達到注目的效果。

三、交談過程中的時間運用

另外，伴隨交談內容和過程的訊息中，時間這個因素在面對面溝通中主要用來表達溝通過程的時間結構和使用方式，例如，訊息送出和等待的時間、談話時間的長短所給人的感覺等（Anderson，1999）。

然而，在電腦中介傳播的特性中，「共時性」讓訊息傳播瞬間完成，傳輸過程的干擾很少，可讓更多人能夠同步參與討論，不像面對面溝通時，討論人數增多時會產生「發言權」的問題，一次只能有一人發言（王鳳儀，1999）。因此，在暢所欲言的聊天室當中，即使訊息流動快速、很多人發言，身為訊息接收者，只要專注在與自己有關或有興趣的訊息上面即可；又因為聊天室屬於即時線上聊天，除非訊息接收者不在電腦前面，訊息幾乎即時回應，這個線索針對非即時互動的電腦中介傳播環境較有意義，例如 EMAIL、討論群組等。

而關於談話時間過長所導致的負面印象，在前面討論聊天室環境規範時就有提到，對於使用者短時間內以轉貼「POST」的方式在聊天室介面散布大量訊息，是令人厭惡的行為，因為會把其他成員所發送的訊息快速蓋過去，甚至沒辦法讓其他成員詳細觀看後就消失不見，的確會造成負面的印象。

因此根據 Patterson（1990）所提出的非語言溝通功能觀點，需要依附在語句中出現的這些有關聲音的訊息，主要的功能是調節聊天室內成員間彼此的互動，幫助進行溝通的一方轉換彼此之間的互動往來。例如，暗示談話結束、轉換話題等。

第四節 虛擬環境中可能缺席的非語言溝通訊息

從前面對於純文字聊天室的觀察過程中，我們可以得知，使用者在虛擬人際溝通中所採用的非語言溝通策略，尤其是來自於虛擬身體的訊息，絕大部分都是建立在塑造自我形象和促進人際溝通印象。然而討論至此，剩下最後一種非語言訊息未被討論到，就是情境符碼中的嗅覺訊息。

嗅覺在非語言溝通過程中，原本就是經常被忽略的線索，雖然人們對此線索的解讀，因文化背景而有不同的表現，但是一個人的氣味或香味，可以引導別人的觀感和態度，有時它的作用，也可能讓人勾起對某些人事物的回憶，進而讓某些相關的印象具體化，個人的嗅覺特徵也成為人際溝通的要素之一（Anderson, 1999）然而，在聊天室虛擬人溝通環境中，以缺乏嗅覺感官來說明它在非語言溝通策略中缺席的原因，似乎不那麼具說服力，雖然這是主要原因，但是觸覺和聲音也可以在聊天室的對話中找到替代訊息。

「與其說是缺席，不如說是不被需要。」

前述的虛擬人際溝通中所使用的非語言溝通策略，尤其是來自於虛擬身體的觸覺訊息以及以文字所組成的聲音訊息，以本質上來說，在進行聊天室人際溝通時，也是不存在於現實環境，使用者面對的，還是電腦螢幕及聊天室純文字介面，藉由基於聊天情境的共識和對於訊息的想像，來填補他所需要的資訊，但就形式而言，它們所產生的溝通效果，仍存在於虛擬的情境當中。

然而，嗅覺所代表的多屬於提供個人資訊的部分，即使這項線索再怎麼明顯，在電腦中介傳播環境中匿名的特性，也將它的重要性減至最低。使用者在聊天室進行互動時，最需要的還是有益於人際關係的非語言溝通線索，以及提供和聊天主題切合的個人資訊。

第五節 小結

經過實地觀察聊天室的人際溝通場合和本節的討論後，本研究歸納以 BBS 聊天室為例的虛擬人際互動所使用的非語言溝通策略有以下三大類：

1. 來自於虛擬身體的訊息：屬於情境訊息，使用者可依聊天室情境的需要，主動選擇使用的溝通策略，表現的管道有聊天代號、表情符號、對話中的代號提示語、肢體符號和動作指令（包含觸摸行為）；
2. 來自於虛擬環境的訊息：屬於背景訊息，使用者一進入聊天室即自動接收和發送

的溝通策略，但解讀與否或是如何解讀，則是使用者個人主觀決定，表現的管道有電腦中介傳播的言談社群規範、聊天室環境中的規範、聊天室的空間訊息，以及使用者 BBS ID 所提供的個人背景資訊；

3. 伴隨交談內容和過程的訊息：附屬於交談語句中才能完整表達的聲音及提示訊息，還有交談的時間所表達的意義。這是使用者必需參與交談，才會出現的非語言溝通策略，表現的管道主要有標點符號、狀聲詞句，與交談過程中的時間運用。

這些分類可做為檢視虛擬人際互動的溝通架構，下一章將使用這些分類，以內容分析法檢視聊天室內使用這些非語言溝通策略進行溝通的情況。



第五章 虛擬人際溝通中非語言溝通策略形式的使用情形

第一節 內容分析類目的選用

在上一章中，研究者利用質化研究法的實地觀察法，以 Anderson (1999) 所建立的面對面非語言溝通形式架構，探討具非語言功能的訊息，如何被運用到純文字的虛擬人際溝通，並依電腦中介傳播的特性，替人際互動提供一個非語言溝通策略的使用架構。在本章中研究者欲探討的是，這個架構在虛擬人際互動中的使用情形如何？經過量化分析，研究者期望得知：這些訊息主要被使用的目的、它實際的功用，是否和實地觀察的結果一致。

本研究結果的第二階段是將抽樣的聊天內容，就第一階段實地觀察的結果所得的結果，挑選可計數的類目做內容分析，目的是爲了了解在網路使用者可以選擇使用非語言溝通策略的情況之下，他們使用哪些非語言溝通策略來進行人際溝通，而這些策略的使用頻率如何也可以讓我們知道這些策略實際上所扮演的角色和功能。

在進行聊天室聊天過程的內容分析之前，本研究需要定義可供量化分析的類目。由於在上一個實地觀察的階段中，研究者已經對聊天室中所使用的非語言溝通策略整理出實際使用的形式，本階段內容分析研究法欲得知的，不只是這些非語言溝通策略的數量，而是討論這些數量和溝通過程中所產生的意義，因此「具有數量上可供解釋的意義」是本章內容分析的主要目的。

在第二章討論 Anderson (1999) 的非語言溝通形式架構的文獻時，Anderson 的分類最具特色的是把非語言溝通形式分成身體符碼 (The Body Code) 和情境符碼 (The Context Code)，這樣的分類重點在於，身體符碼的類型，屬於由身體的形體和外形所傳遞的溝通訊息，像進行溝通的雙方所呈現的外貌、溝通過程中表現出的體態動作、臉部的表情和眼神的接觸、進行溝通的雙方彼此的身體距離所造成的空間感，以及進行溝通的雙方身體的接觸而產生的碰觸反應。而情境符碼的類目，是定義爲四周的環境因素、

氣味（包括散布在空間中的所有氣味）、交談過程中的聲音，及溝通過程中的時間因素，在溝通過程中，這些情境符碼的特色是需要伴隨溝通過程中的上下文和脈絡，才具有存在的意義。

經過第四章的實地觀察，我們可以發現，除了感官刺激難以傳遞，並且不被人際互動過程視為必要的嗅覺線索，Anderson（1999）所定義的情境符碼在電腦中介傳播環境中的形式幾乎沒有改變，這些以上下文溝通脈絡存在於人際互動的非語言線索，即使溝通場合換到電腦中介傳播環境中，依然提供可供解讀的前後背景和脈絡。

而 Anderson（1999）所定義的身體符碼，因為電腦中介傳播環境的身體虛擬特性，是面對面非語言溝通形式中改變最多的部分，所有訊息都改以文字和符號的方式呈現；另外，Anderson 認為屬於身體符碼的空間訊息，也因為沒有身體的距離感，實際的感受只提供聊天室內參與的人數多寡，對於虛擬人際溝通已經成為環境所提供的非語言溝通策略。

這樣的分類配合，也決定了在電腦中介傳播進行非語言溝通策略研究的研究方法。經過第四章虛擬人際溝通中非語言溝通策略形式的討論，「來自於虛擬身體的訊息」因為是以文字和符號的方式呈現，加上電腦中介傳播特性中訊息自動記錄的特性（王鳳儀，1999），比面對面非語言溝通的身體符碼，更適合以內容分析來得知傳播內容的意義，而且在聊天室內所使用的「來自於虛擬身體的訊息」，每一個溝通策略，都有可以獨立於語句之外來詮釋的形態和意義，不管是言語激動後的笑臉、或是打完招呼後的笑臉，都能夠傳達友善的感受。

而在第四章探討的，在聊天室中具有非語言溝通功能的訊息當中，有些訊息是不具有單獨表意意義的，例如，「來自於虛擬身體的訊息」中的「對話中的代號提示語」功能，雖然在形式上，它代替了非語言訊息中，目光接觸所具有的「表達對於溝通內容的關心程度，監控溝通的過程並調整互動行為」功能，但是在形式上，由於是在對話中來運用，在數量上無法告知我們它實際被使用的情況是如何，因此，藉由實地觀察較能讓研究者了解它的使用情況。

而「來自於虛擬環境的訊息」中，依照 Anderson（1999）的情境符碼類目所討論的

環境訊息，需要輔以溝通過程中的上下文和脈絡才具有意義的溝通策略，尤其來自於環境與空間的感受難以計量，同樣也較適合以上一章實地觀察的質化研究法來討論。

最後「伴隨交談內容和過程的訊息」包括交談訊息的時間因素和聲音訊息等，也許使用內容分析，我們可以得知網路使用者在聊天室中，最常使用哪些標點符號、擬聲詞句來傳達非語言溝通的功能，例如，潘美岑（2004）以語言遊戲的觀點，針對 MSN 使用者的聊天記錄，用內容分析語尾助詞（如啦、喔、囉...）、輔助符號（如...、--等語尾拉長效果）、嘆詞（如嗯、唉...）、諧音／同音詞（如「降」等於「這樣」）、擬聲詞（如呵呵、哈哈）及其他字詞（如.....表示沈默）等口語強化遊戲，將這些聲音、口語等的「聽覺感受轉化用法」，將它們數量化，使用百分比來顯示它們的使用程度，然而在討論到這些字詞在對話中的功能和使用情形時，潘美岑主要也是使用質化研究法的對話分析來進行討論，除了這些字詞符號使用在純文字對話中模糊了非語言、口語，以及語言之間的界線以外，和「來自於虛擬環境的訊息」的非語言溝通策略情況類似，比起計算這些字詞符號的使用程度，它們存在在語句中的位置和所引起的效果，使用質化研究法的討論會更加完整，如上一章整理「伴隨交談內容和過程的訊息」的部分。

因此，經過以上的討論，本章以內容分析法來探究非語言溝通策略形式的使用情形時，主要分析的部分是以實地觀察中「來自於虛擬身體的訊息」，也是 Anderson（1999）所認為是非語言訊息散布的主體。而進行分析的類目包括聊天代號、表情符號、肢體符號和動作指令（包含觸摸行為），以這些溝通策略被選擇使用的情況來進行分析，輔以前測，本研究採用的分析類目如下：

1. 聊天代號的形態：在開始記錄聊天室談話記錄時使用者選用的聊天室代號，如下分類：

- (1) 聊天代號選擇和 BBS 代號一樣，或是選用和 BBS ID 的一部分或相關的聊天室代號，例如 BBS ID 為「tpeboy」的網友在聊天室中使用的代號為「tpe」；
- (2) 聊天代號選擇和 BBS 代號不一樣：
 - ①提供外表或性別資訊，例如「小眼睛」、「qqMan」；
 - ②提供狀態、動作資訊，例如「打電動」；
 - ③提供表情資訊，例如「z_Z」；
 - ④以食物、物體、動物為名的暱稱，例如「桔子」、「貓」；

⑤聊天室代號選用和 BBS ID 完全無關的代號，例如 BBS ID 為「Kper」的網友在聊天室中使用的代號為「mimi」；

⑥使用其他形式的聊天室代號，爲了避免有未能歸類的代號，所以增加這個類別。

2. 在聊天過程中，更改聊天代號後的形態：和上一個分類的類目相同，主要想要得知使用者更換聊天代號的目的

(1) 更改聊天代號後，選擇和聊天代號選擇和 BBS 代號一樣或是相關的聊天室代號；

(2) 更改聊天代號後，選擇和原來的聊天代號或 BBS 代號不一樣：

①提供外表或性別資訊；

②提供狀態、動作資訊；

③提供表情資訊；

④以食物、物體、動物爲名的暱稱；

⑤聊天室代號選用和 BBS ID 完全無關的代號；

⑥使用其他形式的聊天室代號，爲了避免有未能歸類的代號，所以增加這個類別。

3. 表情符號：經過前測，研究者先列舉使用情況較多的表情符號，在內容分析的過程中，登錄表可以讓編碼員另外增加表情符號的形式，這些表情符號若有相同涵意但不同表現方式的情況，例如「^_^」和「:)」都表示笑臉，那麼在編碼時是歸於同一類笑臉符號，以下是其他類目以及例子：

(1) 笑臉，例如「^_^」；

(2) 吐舌頭的臉，例如「:p」；

(3) 哭臉，例如「:~」；

(4) 無奈的臉，例如「-____-」；

(5) 其他表情符號。

4. 身體動作：主要是以「動作指令」(/a) 在聊天室中呈現動作的訊息，因爲碰觸行爲也是研究者欲得知的數據，所以身體動作的類目如下

(1) 呈現單一動作，如「打哈欠」；

(2) 包含碰觸行爲的動作，如「抱抱」、「打」等；

(3) 其他動作指令所提供的訊息。

以上各類目在進內容編碼後的結果如下節所示：

第二節 內容分析結果

一、聊天室代號資訊

經過內容分析的編碼之後，如表 4-7 所示，三十個時段的聊天記錄總共得到 7 5 8 個聊天室代號資訊，平均每個聊天記錄約有 2 5 個上線使用者同時使用聊天室。而這些聊天室的使用者所選用的聊天室代號中，最多人使用的聊天室代號是「和 BBS ID 無關的名」，達 2 8 . 7 %，其中包括了中、英文名字；其次是「和 BBS 代號完全一樣的聊天代號」，也佔了 2 5 . 7 %，而「使用 BBS ID 的一部分或相關的聊天室代號」也很常見，佔了 1 4 . 9 %，通常是把原來 BBS 的代號截取一部分、拼字多或少一個字等情況，「食物、物體、動物為名的暱稱」其實性質上和「和 BBS ID 無關的小名」很像，只是使用者特別指定一個物品來代表自己，在所有聊天室代號的選用上也佔了 3 . 1 %。

而聊天室代號所提供的資訊中，顯示當時的「狀態和動作」比展現「表情」和「性別及外表資訊」的比例來得高，佔了 1 8 . 6 %。最後其他形式的聊天室代號，除了一些使用者使用意義不明的符號如「.」這種代號之外，大部分是選用複合形式的聊天代號，例如「蟒蛇拖地」，既包含以動物為名的暱稱，也提供了狀態資訊，不過這類訊息並不多見，大部分的聊天室代號仍以提供單一資訊為主。

表 5-1 30 個時段中聊天室代號的分類與百分比

聊天室代號的類別	分類	總數	百分比
聊天室代號選用和 BBS 代號一樣或相關	聊天代號選擇和 BBS 代號完全一樣	1 9 5	2 5 · 7 %
	使用 BBS ID 的一部分或相關的聊天室代號	1 1 3	1 4 · 9 %
聊天室代號選用和 BBS 代號完全無關	外表性別資訊	4 5	5 · 9 %
	狀態、動作資訊	1 4 1	1 8 · 6 %
	表情資訊	8	1 · 1 %
	食物、物體、動物為名的暱稱	2 3	3 · 1 %
	和 BBS ID 無關的名字	2 1 8	2 8 · 7 %
	其他形式	1 5	1 · 9 %

N=758 Mean=25

在以上數據中我們可以發現，是「和 BBS ID 無關的名字」、「和 BBS 代號完全一樣的聊天代號」、「使用 BBS ID 的一部分或相關的聊天室代號」、「食物、物體、動物為名的暱稱」四項聊天室代號的特性，都是以特殊能代表自己的代號、名字物體展現個人的風格，這些以「代號」來代表自己的風格，佔所有總數的 72 · 4 %，比在代號中提供使用者現實生活中的個人資訊，如外表和性別等資訊只佔 5 · 9 % 的情況高出太多，顯示使用者在虛擬人際溝通中，相當習慣及傾向以代號代表自己的感覺，反而不在乎那些在面對面溝通中，進行互動雙方的性別和外貌資訊。

也由於代號對於聊天室的溝通過程來說，有辨識使用者的功能，所以，即使聊天室提供更換聊天代號的指令，使用者仍然傾向，把這些具有象徵個人資訊的代號，當做溝通過程中意義持續較久的訊息來源，因此，一開始使用「狀態和動作資訊」及「表情資訊」來做為聊天代號的使用者，比例遠不及那些以代號標示自己的使用者比例，因為「狀態和動作資訊」及「表情資訊」在聊天過程中隨時會因互動過程而改變，整個聊天過程中，使用聊天代號來提供表情和動作資訊，也讓使用者的辨識程度減低，而代號才是能持續表示個人資訊的來源。

二、更換聊天代號後所提供的資訊

使用更換聊天代號的指令，在三十個聊天記錄中一共出現 213 個更換聊天代號的訊息，平均每個聊天記錄中只有 7.1 次更換聊天代號的情況。更換聊天代號後所提供的資訊如下：

表 5-2 30 個時段中更換聊天室代號後的類別與分類與百分比

更改後的聊天室代號的類別和分類		個數	百分比
更改代號後選用和聊天室代號或 BBS 代號一樣或相關的代號		38	17.8%
更改代號後選用和聊天室代號或 BBS 代號完全不同的代號	外表性別資訊	23	10.7%
	狀態、動作資訊	98	46.1%
	表情資訊	7	3.2%
	食物、物體、動物為名的暱稱	15	7.0%
	和 BBS ID 無關的小名	30	14.1%
	其他形式	2	1%

N=213 Mean=7.1

在所有更換聊天代號後所展現的資訊中，我們可以發現，提供使用者當時的狀態、動作資訊的比例，比前一項還沒有更換聊天室代號前的「狀態、動作資訊」所佔的比例高出兩倍多，約為 46%，可以顯見，更改代號的主要需求，是在於提供使用者當時的狀態資訊，例如，使用者在聊天的過程中需要離開一下，使用更換代號的指令即可告訴其他使用者。

而更改代號後選用「和聊天室代號或 BBS 代號一樣或相關的代號」、「以食物、物體、動物為名的暱稱」、和「和 BBS ID 無關的小名」三項代表使用者身份的資訊，大部分使用的時機，很多也是在使用者在解除之前的狀態後，就改回自己所屬的代號，例如，在聊天的過程中需要離開一下，在再度回到聊天室後，就會馬上使用更改聊天代號的功能，來告訴大家使用者回覆 ONLINE 的狀態。

至於表達性別、外貌、表情等資訊的訊息雖然仍然不多，但是比例也較前一項聊天室代號高，也許代表聊天室代號可更換的特質，讓使用者較容易把代號納入提供這些訊息的管道。至於最後一項其他形式的聊天室代號，仍然存在一些難以解讀的資訊，例如「.」、「|」，所以歸於這一個類目。

三、表情符號

分析完三十份聊天記錄，每一份都有表情符號的使用，三十份聊天記錄中表情符號的總數達 5 8 5 個。三十份聊天記錄中，平均每份記錄有 3 8 1 行聊天訊息，其中平均每份記錄有 2 0 行訊息包含表情符號，依照表情符號的意義來分類：

(1) 笑臉，包括以下變形：

:)、^^、: D、^_^、^__^ (中間底線長度不一)

笑臉符號總數為 1 6 5 個，約佔所有表情符號的 2 8 %。

(2) 吐舌頭的臉，沒有其他變形符號，所有使用者在表現吐舌頭的表情時都是使用 : p 符號。吐舌頭的臉總數為 1 1 3 個，約佔所有表情符號的 1 9 %。

(3) 哭泣的臉，包括以下變形：

T.T、: ~~~ (中間底線長度不一)、><、/__、~>__<~

哭泣的臉總數為 7 1 個，約佔所有表情符號的 1 2 %。

(4) 表示不認同、無奈的臉，包括以下變形：

_.、-.、-__- (中間底線長度不一)、-_-凸、-_-|||、~__~、~__~|||、~__~”

無奈的臉總數達 1 8 1 個，是所有表情符號裡最常見的表情，約佔所有表情符號的 3 1 %。

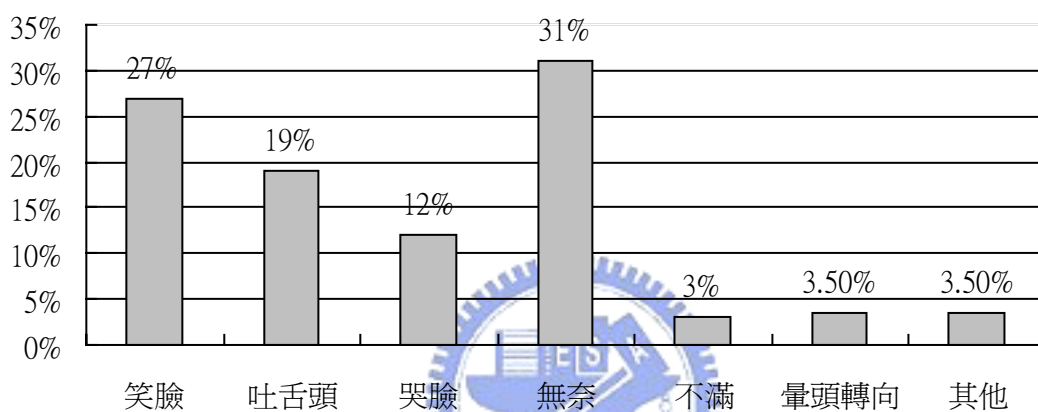
(5) 表示不滿的臉，包括以下變形：

: <、:(

表示不滿的臉總數為 1 5 個，約佔所有表情符號的 3 %。

(6) 暈頭轉向的臉「@____@」，其變形主要是底線的長短不一。暈頭轉向的臉總數為20個，約佔所有表情符號的3.5%

(7) 其他少數表情符號，例如想睡的臉「z__Z、z__z」（10個）、好吃流口水的臉「:D~~~、^Q^」（9個）、包含肢體動作的表情「ㄣ(ㄣ_ㄣ)ㄣ」（1個）等，總數為20個，一共約佔所有表情符號的3.5%



N=585

圖 5-1 表情符號百分比圖

另外，在所有表情符號的運用中，約有26%比例的表情符號是用來取代語言訊息的，總數為151個，即整行語言訊息只有表情符號，或是語言訊息中，代號提示語後面僅接著表情符號。

綜上數據我們可以發現，能夠表示友善的笑臉符號，並非聊天室中使用最多的表情符號，反而是意義不是那麼正面的「無奈的臉」最常使用，除了聊天室中的成員彼此熟識的程度，可以允許這類表情符號的使用之外，在溝通過程中，它也取代了程度上更為嚴重的「不滿的臉」，成為程度較輕微但又能適時表示不認同、對對方的言行有某種反對意見存在的情況。而笑臉的使用，較多的情況是屬於迎接新成員的進入、刻意標示該語言訊息是善意的情況；使用程度第三多的吐舌頭表情，則具有緩和嚴肅話題或負面情緒的功能，因此常見到使用者在語尾打上「:p」代表開玩笑、戲謔的意味，也帶有希望對方不要太認真看待剛剛的訊息的意味。

值得注意的是，在這次內容分析中，個數僅有一個的表情符號「ㄣ (ㄣ _ ㄣ) ㄣ」，因為組成這個表情的符號皆由內碼構成，輸入方式還要查詢內碼表，無法使用鍵盤上的預設符號直接輸入，雖然有 b b s 軟體支援這類輸入程序複雜的表情符號，但使用者是否選用這個軟體，就直接影響這類表情符號的選用與否，所以表情符號在溝通過程中的選用，除了切合使用者當時想要主動傳送的表情符號之外，在符號輸入速度上能夠快速配合語句的傳送，也是使用選用的因素。

四、身體動作

分析完三十份聊天記錄，每一份聊天記錄中使用者都有使用動作指令，三十份聊天記錄中動作指令的總數達 4 8 8 個。三十份聊天記錄中平均每份記錄有 3 8 1 行聊天訊息，其中平均每份記錄有 1 6 . 5 行訊息包含動作指令，依照動作指令的形式來分類：

表 5-3 30 個時段中身體動作的類別與百分比

身體動作的形式		個數	百分比
呈現單一動作		1 5 0	3 0 . 7 %
動作中包含觸摸行為	擁抱 (hug)	7	1 . 4 %
	拍 (pad)	8	1 . 6 %
	暴力行為 (踢、打、揍等)	3 8	7 . 8 %
	其他	7	1 . 4 %
其他形式的動作指令 (主要表達一種狀態)		2 7 8	5 6 . 9 %

N=488 Mean=16.5

單一的動作展現是動作指令中最單純的表現方式，即使用者利用動作指令做出一個動作，在這些單一動作中，也有少數合併使用表情符號的情況，不過表情符號已經分類至上一個類目進行分析，因此，單一動作類目單純分析動作指令所提供的訊息。

在整個身體動作的使用上，最有趣的部分在於，包含觸摸行為的動作中，比例最高的是暴力行為的碰觸，除了常見的踢、踹、打、扁、揍，還有咬、啃等現實生活的人際溝通中極少出現的碰觸動作，也許是身體虛擬化後，暴力行為的嚴重性不像現實生活中

所認定的定義，而且，在聊天室中能夠讓兩人進行暴力行為的碰觸，反而表示兩個人的關係到達某種程度，另外暴力行為的互動過程，也常有戲謔的成份。而觸摸行為的其他類目包括「摸」、「拱」、「秀秀」（台語疼惜之意，表現出來的動作可能是摸頭等安慰性質的碰觸）等。

身體動作這個類目經過內容分析的結果，比例佔最多的並不是單一動作的展現或是包含觸摸行為的動作，而是「其他形式的動作指令」這個類目，比例高達 56.9%，超過動作指令總數的一半，進一步檢視這一類訊息，發現組成這部分的身體動作訊息，主要是呈現某一個狀態，或是複合的動作形成某一個狀態；或是直接在動作指令中鍵入一段歌詞，表示正在唱某一首歌；或是直接把一句語句用動作指令的方式呈現在聊天室對話當中。例如：

decay 學日文 ing

小然 今天很 high

GRID 蓄意讓小北生氣



有時候，這些動作指令呈現的訊息雖然包含動作，但是這些動作並非進行人際溝通的當時，所表現出來的行為，而是說明該使用者的狀態和事實，例如「學日文 ing」這個動作在聊天過程中說明的是，該網友目前有在學日文，而非在聊天室談話時正在學習日文。

這些訊息除了代表動作指令這個功能和聊天代號一樣，可以承載不同形式的非語言溝通策略，例如，表情、動作、當時的狀態等，用動作指令呈現這些訊息的做法，也表示這些訊息在散布出去時，是以動態方式呈現，例如，用動作指令配合歌詞，強調該歌詞訊息是被使用者用歌唱的方式呈現，而用動作指令配合一句語句，則強調了該使用者說出這個語句時的動作。

第三節 小結

經過本階段內容分析，可以發現，雖然身體在現實生活中是散布非語言線索的主體，但是在虛擬人際關係中，變成使用者需要有目的並且主動提供的資訊，因此，數量上不及面對面溝通時豐富。

即使如此，使用者依然利用各種形式，傳遞他們想要讓對方知道的訊息，身處在虛擬世界的使用者進行人際溝通，並非如一般想像中認為：躲在電腦後面是安全的、減少釋放非語文訊息是對自己有利的，反而在聊天室代號、身體動作的功能中發現，提供個人資訊和狀態的比例都很高，而且在更換聊天室代號的形式比例中，我們也可以看到，使用者主動提供個人資訊的需求。

於是，我們可以在聊天室代號中，發現表情符號和身體動作，在表情符號中，發現身體動作，在身體動作中，發現表情和當時的狀態。就像我們在面對面的人際溝通中，可以經由外貌來判定對方的社會地位或性別，同樣地，社會地位或性別也可以由對方講話的音調來得知。

所以，使用者在虛擬人際溝通中，仍然創造出許多非語言溝通策略可以通行的管道，並且依賴這些管道所傳送的訊息，來進行虛擬人際互動。

第六章 研究回顧、結論與建議

第一節 研究回顧

本研究主要是想了解，電腦中介傳播環境中的使用者，在虛擬人際互動的過程中，使用哪些具有面對面人際溝通的非語言溝通功能的人際線索，來當做與他人互動的溝通策略。

由於在過去針對網路族群的人際溝通研究中，許多研究者把焦點放在語言的使用形式和特色，例如，將這些訊息以文字和符號的觀點分門別類（盧諭緯，1997；周君蘭，2001），或是把焦點放在使用者主觀的使用目的上，例如，以語言遊戲的觀點來傳送這些訊息（潘美岑，2004）。不過，過去的研究一開始就把目標放在語言的使用上，因為語言傳達理性意義的特性，整個研究的結果較為偏向資訊的傳遞和交換，或是語言所傳遞的社會文化意義的層次。

而本研究爲了更了解網路使用者如何使用語言，來傳遞情感和所處環境等人際訊息，將研究目標放在面對面人際溝通中，主要用來傳遞情感和環境訊息的非語言溝通，期望能爲網路人際溝通提供一個不一樣的思考角度。

在第一章中，研究者先以在 BBS 中觀察到的對話現象，認爲其中有某些人際溝通線索，與面對面人際溝通的非語言訊息在功能上有相似之處，而解釋時這些訊息也不能只以語言的功能來完整的詮釋，於是研究者根據個人的使用經驗和整個虛擬人際溝通所營造的互動氣氛，大膽決定以非語言溝通功能的角度來檢視這些訊息，想要了解在面對面人際溝通中，具有多通道特色的非語言訊息，若溝通場景轉換到電腦中介傳播環境之中，會以什麼形式出現。

第二章本研究從電腦中介傳播環境的特色開始討論，在了解電腦中介傳播環境的特色後，以這些特色所發展的電腦中介傳播人際溝通理論，讓我們知道過去的研究一開始認爲電腦中介傳播環境，是以工作任務爲導向的人際溝通，缺乏人際溝通線索如非語言

訊息等。然而，Walther（1992）的社會資訊處理模式則推翻這個觀點，認為電腦中介傳播環境是以社會情感導向為主的人際溝通，為本研究立理論基礎，並且認為，網路使用者可以藉由書寫文字，來形成對於彼此的印象，傳達關係上的訊息。

因此，文獻探討便轉而了解非語言溝通在面對面人際溝通所扮演的角色和它的功能。在藉由探討非語言訊息的本質後，研究者了解如果要依照非語言溝通原本的形式，來尋求電腦中介傳播環境中是否有相同對應形式的訊息較為困難，因為絕大部分由身體傳達的非語言訊息，在虛擬空間中皆不可能傳遞，因此，本研究以功能論的觀點，去檢視電腦中介傳播環境中的虛擬人際互動線索，有哪些訊息為虛擬人際溝通傳遞具有非語言訊息功能的溝通線索。

此時，藉由探討過去針對電腦中介傳播人際溝通策略的文獻得知，其特色是以語言和文字為主，並且即使是研究非語言溝通，也限於非語言訊息的形式，而將重點放在副語言，及訊息傳送的時間所產生的非語言溝通。到底語言能不能傳遞給人社會環境和情感需求的非語言訊息？Leech（1981）提出廣義的語意學類型，支持語言如果使用在人際對話的觀點上，經由聯想的步驟，是可以傳遞社會及情感意義的。

因此本研究的主體，是以實地觀察法並參與實際運作的虛擬人際互動場景，以面對面溝通的非語言訊息類型為主要觀察的主體，依照使用者使用的功能觀點來檢視，電腦中介傳播環境有哪些訊息在功能上取代非語言訊息，並且，以這些觀察到的訊息類型，再回過頭以內容分析法檢驗它們被使用者使用的比例又是如何，而最後，和面對面人際溝通相比，又有哪些非語言訊息是完全沒有在電腦中介傳播的人際溝通中被使用，原因又是為何。

本章沿續第四章的研究結果，針對本研究的研究問題，在第一節提出本研究的研究結論，並且根據研究立論進行討論。另外，因本研究的研究方法所衍生的研究者道德觀點，則於第二節提出解釋，第三節敘述本研究貢獻，最後第四節則針對本研究限制提出後續研究建議。

第二節 研究結論

本研究經過文獻探討與實地觀察的步驟，將電腦中介傳播的虛擬人際互動場景，所使用的非語言溝通策略分為三個類別，分別是來自於虛擬身體的訊息、來自於虛擬環境的訊息、伴隨交談內容和過程的訊息三項，針對其中的細目，實地觀察和內容分析的結果合併討論如下：

來自於虛擬身體的訊息，在聊天室的人際互動中屬於情境訊息，使用者可以依聊天室人際互動情境的需要，主動選擇使用這些溝通策略。表現的管道有：聊天代號、表情符號、對話中的代號提示語、肢體符號和動作指令（包含觸摸行為）。

來自於虛擬身體的訊息，是聊天室的使用者，在和其他使用進行互動的過程中，大量釋放個人資訊的主要來源，使用者即使在虛擬的交談空間之中，和其他的使用者進行非面對面的人際互動，彼此之間仍然需要能夠形塑對方印象的資訊，達成人際互動的目的。而這些訊息的形式，雖然與面對面溝通時所釋放的非語言訊息完全不同，但是在功能上仍然佔有同等重要的地位，例如從內容分析的結果可以得知，使用者在選用代號會使用足以代表個人風格的名字與物品，而更換個人代號的目的，則主要是告訴他人自己目前的狀態；使用者所使用的表情符號，對於語句來說也有附加的非語言意義，笑臉讓聊天室的新加入者，感覺溫暖愉悅；為了避免誤會，以及過度解讀使用者的反對意見，聊天室成員也適時使用「：P」此類符號表達反對的立場。而動作指令及觸碰動作，也為聊天室的使用者增加人際之間的親密度和互動的規則，即使在虛擬空間中，只能用文字描述行為，碰觸所能傳遞的意義仍無可取代。

來自於虛擬環境的訊息屬於背景訊息，是使用者一進入聊天室，即自動接收和發送的溝通策略，但解讀與否或是如何解讀，則是使用者個人主觀決定，表現的管道有：電腦中介傳播的言談社群規範、聊天室環境中的規範、聊天室的空間訊息，以及使用者 BBS ID 所提供的個人背景資訊。這些訊息在聊天室的互動過程中，就算沒有意識到，也仍然可以和他人順利進行互動，但這些訊息關乎使用者是否能夠長久在這個環境被他人所接受，是否適應這個溝通文化。

環境訊息在面對面溝通當中已屬於相當隱蔽的訊息，由於聊天室是屬於用文字交談所建立出來的溝通情境，因此本研究認為，因文字的使用所影響的溝通情境，是聊天室主要的環境訊息。我們可以看到聊天室規範中，對於使用者文字溝通上的限制，對於聊天室這個溝通情境所造成的影響。還有因為電腦中介傳播環境中訊息自動儲存的特性，使用者在這個環境中的互動資訊，都會被儲存為一種背景資訊，並存於和聊天室環境相關的 BBS 環境當中。

附屬於交談語句中才能完整表達的聲音及提示訊息，還有交談的時間所表達的意義。這是使用者必需參與交談才會出現的非語言溝通策略，在聯想意義上也是最接近文字與符號的部分，因為這些符號並不具備單獨表意的功能，需要依附在語句之中，由使用者自己「唸出來」或是在心中默讀，才會具備意義。

表現的管道主要有交談過程中的時間運用、標點符號與狀聲詞句。根據 Patterson (1990) 所提出的非語言溝通功能觀點，需要依附在語句中出現的這些有關聲音的訊息，主要的功能是調節聊天室內成員間彼此的互動，幫助進行溝通的一方轉換彼此之間的互動往來。例如，暗示談話結束、轉換話題等。

在過去以語言為主的電腦中介傳播人際溝通研究中，這些符號和文字合併使用者的語言使用習慣，是最常被探討的部分，也因為這些訊息的形式和使用時機與語言緊密結合，因此，不管是面對面人際溝通，或是電腦中介傳播環境的文字溝通，都視這些訊息為語言和非語言之間的模糊地帶，給予它副語言 (Paralanguage) 的概念。不過因為這些訊息也可以提供情感和情緒上的資訊，因此，在文字溝通為主的聊天室情境之中，仍能為使用者提供具非語言功能的溝通線索。

無法在電腦中介傳播環境中顯示的非語言溝通策略，在本研究以人際溝通的需求和非語言溝通功能的觀點，以及本研究所選用的研究場域中，認為「在聊天室人際溝通需求上不被使用者所需要」的訊息，才是這類訊息無法在電腦中介傳播顯示的主要原因，因為像是觸覺訊息，依照它原本的形式來說是無法在電腦中介傳播環境中傳遞的，但是使用者卻因為功能的需求而使用這類訊息表達關係和親密感，反之像嗅覺這種非語言訊息，可以依照文字描述和個人經驗存在於虛擬環境之中，卻沒有被使用者所需要，在以交換情感為主的虛擬人際互動過程中，沒有存在的必要性。

最後相較於面對面人際溝通的非語言溝通，在電腦中介傳播環境中無法顯示的非語言溝通策略還包括非主動表現的非語文訊息，像在面對面溝通中的抖腳、抓癢，等若非經過網路使用者主動在聊天的過程中提供這類訊息，是無法呈現的。

但是從另一方面來說，不管是不是主動提供的非語言訊息都是非語言溝通的一部分，我們無法因為非主動提供的非語言訊息無法在電腦中介傳播環境中顯示，就忽略主動提供非語言溝通策略在虛擬人際溝通中所扮演的功能。另外由使用者主動提供非語言溝通策略，也顯示了，聊天室的使用者積極達成他們的人際溝通目標。

綜合以上討論，本研究的結論對照第二章的文獻，認為聊天室的使用者的確在人際溝通的過程中，為了傳送和回饋可以代表溝通者彼此間任何關係的行為，使用文字和書寫行為傳遞了和功能上和非語言行為相同意義的訊息，符合 Walther 認為的，電腦中介傳播使用者的溝通本質是以社會情感為導向的，而且即使使用書行為會花較長的時間傳遞訊息，並且本研究尚有以下發現：

- 一、聊天室的使用者，在基於人際溝通的需要之下，仍然以面對面溝通中非語言訊息的功能，來發展人際溝通策略，尤其是這些溝通策略，在被使用者運用時，其功能與 Patterson (1990) 所提出的非語言訊息的功能相同。只是基於純文字環境的限制，不得不改變它原有的形態和傳遞方式。另外雖然虛擬環境，為使用者隱藏了他們在真實世界中的非語言訊息，例如外表、性別等，但是為了人際溝通的需要，使用者仍然必須利用非語言溝通策略，來釋放人際線索。
- 二、在聊天室的互動情境當中，即使這些非語言溝通策略，是刻意被釋放的人際溝通訊息，但是這些訊息，仍然具有非語言溝通功能上的意義，因此本研究不支持 Crystal (2001) 的觀點，質疑這些訊息或符號被刻意使用時，是否仍具有非語言溝通的效果。因為即使在面對面溝通當中，我們也經常使用刻意製造出來的非語言訊息，例如眨眼與對方建立私下的同意或秘密的交換，來與其他人進行人際互動，因此我們只能說，電腦中介傳播環境中，也許缺少非刻意製造出來的非語言溝通策略，卻不能否認刻意使用者的人際溝通策略，具有非語言溝通的功能。

第三節 研究貢獻與應用

本研究挑戰一個過去許多文獻認為，原則上仍存在許多歧見的論點，以非語言溝通的觀點，去檢視電腦中介傳播環境中的人際溝通訊息，因此，本研究最大的目的，就是針對網路的人際溝通訊息解釋，提供一個不同的看法以及分析的觀點，。由於非語言行為就它原本的定義來說，在電腦中介傳播環境中絕大部分是不存在的，因此本研究以非語言溝通的功能出發，希望將這些人際溝通的訊息做有系統的整理，並且藉由它們的功能，更了解它們在虛擬人際溝通中所扮演的角色。

本研究基於 Walther 的社會資訊處理模式，認為電腦中介傳播環境中的人際溝通，主要是社會情感的交流，研究發現在有助於人際溝通發展的情況下，電腦中介傳播環境中的使用者，仍然使用和面對面人際溝通中，慣用的非語言訊息來與對方進行互動，只是限於溝通介面所能呈現的訊息形式，使用者必須將這些非語言訊息改變表達的形式，存在於電腦中介傳播的人際溝通場景當中。

另外本研究也整合以往電腦中介傳播環境的人際溝通訊息研究，所發現的特定形式的溝通訊息，例如表情符號、聲音化的文字訊息等，用非語言溝通的觀點提供一個分類架構，讓我們了解其實這些訊息的創造與運用，都是使用者基於非語言線索的需求，而在電腦中介傳播環境的人際溝通中慢慢發展出來。

例如，電腦中介傳播的人際溝通環境，從以文字為主的訊息，轉換到以圖像為主的介面後，很多軟體也會提供圖像化的外貌和表情，提供網友進行人際互動時的參考，像 Yahoo 奇摩提供可換服裝的的娃娃、IRC 提供卡通人偶圖案等讓網友自行選擇可以代表自己外貌的圖像；即時通訊軟體如 MSN、ICQ 也提供表情符號讓網友即時標示自己的心情狀態，在實際的使用上，除了讓虛擬人際互動更加有趣，也適當提供了人際互動的線索。

想必只要未來的虛擬人際互動介面，能夠愈方便、愈即時地反應使用者的非語言溝通線索，例如，利用快捷鍵或是系統預設選項，也許能夠真正反映使用者情感和心理健康的比例就愈能提高。

第四節 研究倫理的討論

本研究第一階段的研究方法，是使用實地觀察研究法，研究者同時也身兼參與者，進入觀察環境。另一方面，研究者也一邊使用電腦軟體記錄網路使用者互動過程，並且依照論文的需要，將具有代表意義的互動對話過程刊載在論文之中。過去已經有類似的研究使用相同的研究方法，並且從研究者的倫理及道德觀反省此一研究行爲，是否對被觀察的對象造成任何困擾，本研究亦從此一觀點提供本論文的說法及檢討，提供給後續研究一個參考方向。

本研究的研究目的，是想要探求在自然的人際溝通場合中，網路使用者所使用的溝通策略，研究者站在研究的需要，決定以一個旁觀參與者的身份進行觀察，因為如此才能不破壞原有的互動情境，如同面對面人際互動的非語言溝通行爲，很多綜合性的行爲模式，也是要在自然的情況下進行觀察，較能得出具代表性的結果。不過，針對電腦中介傳播環境中，被觀察對象的隱私權，研究者決定以觀察場域的選擇，來將本研究觀察樣本的合理性提高。

就被研究的使用者和互動的內容而言，過去相關的研究當中，吳國豪（1999）因為長期使用 IRC 及本身的興趣，選擇 IRC 並以觀察者及不告知其他使用者的情況下，用民族誌法長期觀察並記錄 IRC 使用者的互動情況；潘美岑（2004）則針對 MSN 一對一聊使用者，經過使用者雙方的同意，以對話分析來分析使用者的對話內容，以語言遊戲的觀點，來了解使用者的語言使用目的。的確，因為網路人際溝通環境容易進入和離開的特性，吸引許多研究者投入觀察的行列中。

但是，不管是 IRC 或甚至是 MSN 等網路服務，被觀察的對象除了使用者之外，還有建立在該平台上面的互動介面，以及因以上兩者而產生的互動內容，使用者也並非使用學術網路資源（校園網路）及站台資源（服務硬體）來進行學術教育相關活動，研究者認為斷然進行觀察將無法說明內容取得的正當性，因為除了使用者隱私權的問題，還存在著互動文本從哪個網路服務而來，以及因為這個網路服務平台的特色，而造成特殊的互動內容，是否具有著作權或版權。

所以針對此項研究需求，也影響研究者如何選擇研究的場域。台灣的學術網路是一個很特別的網路服務供應者，硬體設施皆由教育單位負責，一開始使用的目的也是為了滿足教育和學術需求。研究者在進行本論文的研究方法時，認為就研究的合理性而言，選擇學術網路提供的服務是較能被接受的研究場域。

另外，研究者選擇的 **BBS** 聊天室，也是常態設立並且公開開放的聊天室，任何 **BBS** 成員只要符合站方註冊要求，皆能加入討論，研究者對於溝通內容文字的處理，也是以下載至研究者個人電腦中進行，研究者認為這是一個公開的傳播內容，而同樣針對 **BBS** 上其他服務的互動文本，例如黃學碩（1997）針對了交大資料 **BBS** 站的討論區，進行公共傳播內容的內容分析，並將討論區的文章分析刊載於論文之中；張千駿（1999）也同樣是針對交大資料 **BBS** 站的討論區，進行網路使用者之間論戰類型的研究，將網路使用者的互動過程節錄於內容分析的結果之中。研究者認為，許多面對面溝通的非語言行為研究，也是經由觀察實際互動的人們來進行研究，特別是一些特定情境下的非語言行為，而同樣是針對了解電腦中介傳播環境中的人際溝通進行觀察，若能將個人資訊和隱私成份減至最低，研究者期望這樣的觀察研究能夠建立它的成果之上。

針對以上對於公開的學術網路 **BBS** 聊天室的使用情況，研究者已對資料取得來源表示最大的誠意，另外，在用做實地觀察分析的樣本，研究者也盡量避開包含較多個人資訊的互動內容，希望能兼顧研究目的及對網路使用者的尊重，希望被觀察的網路使用者能夠了解，本研究的資料收集，實因學術研究的需要，以及研究者選擇研究場域、文本內容所做的諸多努力，皆以將干擾使用者隱私的可能，降至最低為主要目標。

第五節 研究限制與後續研究建議

本研究最大的限制就在於以非語言溝通出發的觀點，限制了這些人際訊息的定義，也許使用者真正在運用這些訊息時，有其他的目的，或認為這些訊息的定義並非單純只是從人際互動的觀點來使用。另外，限於非語言行為原本分類上的限制，本研究雖然探討電腦中介傳播中有哪些訊息具備相同的功能，最後仍然是在做分類的動作。

在研究域的選擇上，台大椰林 **BBS** 站的聊天室是一個以閒聊話題為主的人際溝通場域，無論白天晚上，或人數多寡，談論話題皆無法看出使用非語言溝通策略的不同之

處；另外限於研究場域的選擇，本研究的觀察樣本僅可做為一個個案研究，無法推論到其他電腦中介傳播環境的人際溝通場域，甚至是具有其他溝通功能的 BBS 聊天室，例如有些 BBS 的聊天室具備 MUD 動作指令的聊天室功能，在「來自於虛擬身體的訊息」上勢必更加豐富。同樣的，在本研究觀察出的結論，認為嗅覺純文字聊天室中是無法出現的非語言溝通策略，也是限於研究場域的選擇所得出的結論，若研究場域改為其他電腦中介傳播環境的人際溝通場域，結果或許有所不同。

在研究方法上面，也因為本研究第一階段類目訂定上的問題，使得只有「來自於虛擬身體的訊息」，該類目在進行內容分析後的結果較有解釋上的意義，期望未來的研究針對這些訊息有更合理的分類及解釋。

而未來的後續研究，若以本研究為基礎，則可以往以下的領域繼續探討：

1. 以非語言溝通的論點為基礎，將面對面人際溝通中，非語言多元訊息整合而成的人際溝通訊息，討論在電腦中介傳播環境中的變化：

例如，在面對面人際溝通針對非語言綜合訊息所衍生出來，許多多元訊息整合的人際互動，則可以因本研究的論點，增加電腦中介傳播中人際互動的相關討論，例如，在面對面人際溝通因為非語言訊息的交換而發展的親密度、溝通權力和地位的掌握、發言互動權的轉換、建立身份屬性的因素，以及印象的形成、因性別而展現不同的溝通特色等。

2. 針對電腦中介傳播中的人際溝通訊息，尋求更貼切的解釋：

因為本研究是以功能論的觀點，去檢視電腦中介傳播環境中具有非語言溝通功能的人際溝通訊息，然而就這些人際溝通訊息的形式而言，仍待後續研究為它尋求最恰當的定位。

3. 了解使用者運用這些非語言溝通策略的確實意向：

在面對面人際溝通中，非語言訊息的觀察通常在自然的情境，或是設計一個模擬自然的情境中來觀察，也是因為避免進行溝通的人們主動去詮釋他們不經意散發的非語言訊息。本研究是站在研究者身為一個參與者的立場去詮釋這些訊息，但是他們真的正意向又是如何，有待設計專門的檢驗機制去了解。



參考書目

中文

- 王鳳儀 (1999):《新科技對小團體決策之影響：從電腦中介傳播談起》，新竹：國立交通大學傳播研究所碩士論文。
- 林穗芳 (2002):《標點符號學習與應用》，台北：五南。
- 吳姝蓓 (1996):《電腦中介傳播人際情感親密關係之研究—探訪電子佈告欄 (BBS) 中的「虛擬人際關係」》，台北：政治大學新聞研究所碩士論文。
- 吳姝蓓 (1999):《電腦中介傳播通道的虛擬人際關係—探訪「電子佈告欄中情感關係的組成與發展」》，第三屆資訊科技與社會轉型研討會論文集，台北：中央研究院社會學研究所籌備處主辦。
- 吳國豪 (1998):《網際網路虛擬社群象徵互動之探索—以 irc.hinet.net 為例》。台北：淡江大學大眾傳播學系碩士論文。
- 周君蘭 (2001):《虛擬的溝通藝術：一個網路語言文化的初探性研究》。2001 年網路與社會研討會論文。新竹：清華大學。
- 陳彥豪譯 (1999)。《非語言傳播》，台北：五南。(原書 Mark L. Knapp (1992) Nonverbal Communication In Human Interaction . Boston)
- 黃學碩 (1997):《網際網路公共傳播內容的分析--以交大 BBS 站為例》。新竹：國立交通大學傳播研究所碩士論文。
- 黃蘭雯 (2001)。《網路人際印象》。載於國立政治大學心理學系 (主編)，E 世代心理學 (頁 175-187)。台北：桂冠圖書股份有限公司。
- 張千駿 (1999):《電腦論戰類型之初探研究》。新竹：國立交通大學傳播所碩士論文。
- 齊立平 (1996):《電子郵件的使用為組織傳播民主化的影響》。新竹：國立交通大學傳播研究所碩士論文。
- 資策會電子商務研究所 ACI-FIND,〈2004 年 9 月底止台灣上網人口〉, 網站: 資策會 FIND - Focus on Internet's News & data, 2004 年 11 月 29 日。
http://www.find.org.tw/0105/howmany/howmany_disp.asp?id=86
- 潘美岑 (2002):〈網路語言之初探研究-漢語的取徑〉。資訊傳播與圖書館學期刊:

第 8 卷第 4 期。台北：世新大學暨圖書館。頁 67-76。

潘美岑 (2004)：《網際網路溝通的語言遊戲—以 MSN Messenger 為例》。台北：國立政治大學廣播電視學研究所碩士論文。

盧諭緯 (1997)：〈說文解字—初探網路語言現象及其社會意義〉。「第二屆資訊科技與社會轉型研討會」。台北：中央研究院社會學研究所籌備處。

盧諭緯 (1999)：《當我們同在一起！BBS 社交性討論區之言說分析》。嘉義：中正大學電訊傳播研究所碩士論文

魏金財 (1998)：〈字詞彙的教與學—認知觀和系統分析〉。語文教學漫談—親師系列。台灣省國民學校教師研習會國語課程研究小組。Available at:

<http://residence.educities.edu.tw/wei3128/research/wdphcognition.htm>

英文

Adkins, M., & Brashers, D. E. (1995). The Power of Language in Computer-Mediated Groups. *Management Communication Quarterly*, 8(3), pp.289-322.

Anderson, P. A. (1999). *Nonverbal Communication*. Mayfield: Mountain View, California.

Buck, R. (1984). *The Communication of Emotion*. New York: Guilford Press.

Burgoon, J. (1994). Nonverbal signals. In M. L. Knapp & G. R. Miller (Eds.), *Handbook of Interpersonal Communication* (pp. 229-285). Beverly Hills: Sage.

Burgoon, J. K., Buller, D. B., & Woodall, W. G. (1989). *Nonverbal communication: The unspoken dialogue*. New York: Harper & Row.

Burgoon, J. K., & Saine, T. (1978). *The Unspoken Dialogue: An Introduction to Nonverbal Communication*. Boston: Houghton Mifflin.

Collot, M. & Belmore, N. (1996). Electronic language. In Herring, S. C. (Ed.) *Computer-Mediated Communication: Linguistic, Social and Cross-Culture Perspectives*. Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.

Daft, R. & Lengel, R. H. (1984). Information richness: A New Approach to Managerial Behavior and Organization Design. *Research on Organizational Behavior*, 6, pp.191-233.

Daft, R. & Lengel, R. H. (1986). Organizational information requirements, media

- richness and structural design. *Management Science*, 32(5), pp.554-571.
- DeSanctis, G., & Gallupe, R. B. (1987). A foundation for the study of group decision support systems. *Management Science*, 33(12): pp.1589-1609.
- Diehl, M. & Stroebe, W. (1987). Productivity Loss in Brainstorming Group: Toward the Solution of a Riddle. *Journal of Personality and Social Psychology*, 53, pp.497-509.
- Dubrovsky, V. J., Kiesler, S., and Sethna, B. N. (1991). The equalization phenomenon: Status effects in computer-mediated and face-to-face decision making groups. *Human-Computer Interaction*, 6, pp.119-146.
- Ferrara, K., Brunner, H. & Whittmore, G. (1991). Interactive written discourse as an emergent register, *Written Communication*, 8(1), pp.8-34.
- Herring, S. (1996). *Computer-mediated communication: Linguistic, social and cross-culture perspective*. Amsterdam, Neth: John Benjamins.
- Kiesler, S., Siegel, J., & McGuire, T. W. (1984). Social psychologist aspects of computer-mediated communication. *American Psychologist*, 39 pp.1124-1134.
- Kiesler, S. & Sproull, L. S. (1986). Reducing social context cues: Electronic mail in organisational communication. *Management Science*, 32, pp.1492-1512.
- Kiesler, S., Zubrow, D., Moses, A. M., & Geller, V. (1985). Affect in computer-mediated communication: An experiment in synchronous terminal-to-terminal discussion. *Human Computer Interaction*, 1, pp.77-104.
- Knapp, M. L., & Hall, J. A. (1992). *Nonverbal communication in human interaction* (3rd ed.). 陳彥豪 (譯) (1999)。非語言傳播。臺北市：五南。
- Lea, M. & Spear, R. (1992). Paralanguage and social perception in computer-mediated communication. *Journal of Organizational Computing*, 2(3-4). pp.321-341.
- Leech, G. (1981). 《語義學》。上海：上海外語教育出版社。
- Liu, Y. & Ginther, D. (1999). A comparison of task-oriented model and social-emotion-oriented model in computer-mediated communication. Paper presented at the annual conference of the Southwestern Psychological Association. Albuquerque. NM.
- Masterson, J. T. (1996). Nonverbal communication in text based virtual realities.

Available at <http://www.johnmasterson.com/thesis/>

- Mantovani, G. (1996) *New Communication Environments : From Everybody to Virtual*, PA : Taylor & Francis Inc.
- Morris, M., & Ogan, C. (1996). The internet as mass media. In Lery, M. R. (Eds.). *Journal of Communication*, 46, pp. 39-50
- Motley, M. T. (1990). Whether one can(not) communicate: An examination through traditional communication postulates. *Western Journal of Speech Communication*, 54, pp.1-20.
- Murray, D. E. (1988). The context of oral and written language: A framework for mode and medium switching. *Language in Society*, 17(3), pp.351-373.
- Patterson, M.L. (1990). Functions of non-verbal behavior in social interaction. In H. Giles & W.P. Robinson (Eds), *Handbook of Language and Social Psychology*, Chichester, G.B.: Wiley.
- Rafaeli, S. & Sudweeks, F. (1998). Interactivity on the Net. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2(4). [Online] available at <http://www.ascusc.org/jcmc/vol2/issue4/rafaeli.sudweeks.html>
- Rice, R. E. (1990). Computer-mediated communication system network data: Theoretical concerns and empirical examples. *International Journal of Man-Machine Studies*, 32, pp.627-647.
- Rice, R.E., & Love, G. (1987). Electronic Emotion: Social-emotional Content in a Computer-Mediated Communication Network. *Communication Research*, 14(1), pp.85-108.
- Richmond, V. P., & McCroskey, J. C. (1995). *Nonverbal behavior in interpersonal relations*. Boston, MA: Allyn & Bacon.
- Rintel, E. & Pittam, J. (1997). Strangers in a strange land: Interaction management on Internet Relay Chat. *Human Communication Research*, 23(4), p.507.
- Savicki, V. & Kelley, M. & Lingenfelter, D. (1996) Gender and group composition in small task groups using computer-mediated communication. *Computers in Human Behavior*, 12(2), pp.209-224.
- Short, J., Williams, E., and Christie, B. (1976). *The Social Psychology Of*

- Telecommunications*. London: Wiley.
- Siegel, J., Dubrovsky, V., Kiesler, S., & McGuire, T. W. (1986). Group Processes In Computer-Mediated Communication. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 37, pp.157-187.
- Sproull, L., & Kiesler, S. (1986). Reducing Social Context Cues: Electronic Mail In Organizational Communication. *Management Science*, 32, pp.1492-1512.
- Sproull, L., & Kiesler, S., (1991). *Connections: New ways of working in the networked organization*. Cambridge, MA: The MIT Press,.
- Sullivan, C, B. (1995). Preference of Electronic Mail in Organizational Communication Task. *The Journal of Applied Psychological*, 32(1), pp.49- 64.
- Trevino, L. K., Lengel, R. H. & Daft, R. D. (1987). Media symbolism, media richness and media choice in organizations: A symbolic interactionist perspective. *Communication Research*, 14(5), pp.553-574.
- Voiskounsky, A. E. (1997). Internet: Culture diversity and unification. In C. Ess and F. Sudweeks (Eds.), Proceedings cultural attitudes towards communication and technology '98 (p. 100-115). Sydney: Sydney University Press.
- Walther, J. B. (1992). Interpersonal Effects In Computer-Mediated Interaction: A Relational Perspective. *Communication Research*, 19, pp.52-90.
- Walther, J. B. (1993). Impression development in computer-mediated interaction. *Western Journal of Communication*, 57, pp.381-398.
- Walther, J. B.(1995). Relation aspect of computer-mediated communication: Experimental observations over time. *Organization Science*, 6(2), pp.186-203.
- Walther, J. B., & Burgoon, J. K. (1992). 'Relational Communication In Computer-Mediated Interaction'. *Human Communication Research*, 19, 50-88.
- Walther, J.B, & Tidwell, L.C., (1995). Nonverbal Cues in Computer-Mediated Communication, and the Effect of Chronemics on Relational Communication. *Journal of Organizational Computing*, Vol.5, No.4, pp.355-378.
- Wiener, M., Devoe, S., Rubinow, S., & Geller, J. (1972). Nonverbal behavior and nonverbal communication. *Psychological Review*, 79, pp.185-214
- Wimmer, R. D. & Dominick, J. R. (1997). *Mass Media Research: An Introduction*. Belmont: Wadsworth Publishing Company

附錄一 BBS 站聊天室基本指令

台大椰林風情 BBS 站聊天室基本指令：

- | | |
|-----------------------|--------------------|
| [h]elp op | - 談天室管理員專用指令 |
| [a]ct <msg> | - 做一個動作 |
| [c]lear [/d]ate | - 清除螢幕 目前時間 |
| [e]xit [msg] | - 道別 |
| [i]gnore [user] | - 忽略使用者 |
| [j]oin <room> | - 建立或加入談天室 |
| [l]ist [start [stop]] | - 列出談天室使用者 |
| [m]sg <id user> <msg> | - 跟 <id> 說悄悄話 |
| [n]ick <id> | - 將談天代號換成 <id> |
| [p]ager | - 切換呼叫器 |
| [q]uery <user> | - 查詢網友 |
| [r]oom | - 列出一般談天室 |
| [u]nignore <user> | - 取消忽略 |
| [w]ho | - 列出本談天室使用者 |
| [w]hoin <room> | - 列出談天室<room> 的使用者 |

附錄二 表情與肢體符號集錦

一、橫向表情符號(引自批踢踢 BBS 站 PttNewHand 板,作者:okcool(笑,就能出頭天))

:-)or:)	這就很有學問了! 據說要很有天才的人才看的出來.首先,您要把您的 HEAD 用最大的力量向左下旋 90 度,也就是側著看,看到了沒? 嗯,是一個迷人的笑臉.兩點是眼睛,-是鼻子,)是笑的小嘴巴.
:-D	你看他牙齒白,笑的嘴巴合不起來了...哈哈.....
~)	嘻...眯著眼睛笑.
8~)	這個適用於四眼田雞的人,戴眼鏡的我現在很 happy.
:-o	發生啥大事了? 竟然張口結舌的.
:-O	哇...
:-()	更大的哇...
:-\	歪著嘴巴....事情不妙了...
:-Q	向您吐舌頭啦!
x-<	好慘! 慘不忍睹!
%~}	呵呵呵...我沒醉...呵呵呵...
:{	哇...悲傷的小朋友...
;~)	拋媚眼耶! 別有含意哦!
B~)	這也太...上 BBS 還給我戴墨鏡...
:->	嘿...嘿...
:-I	Hmm...
:-)8	這老兄還帶著領結笑,真敗給他了!
:*)	八成被老婆修理了,鼻青臉腫,鼻子紅通通的.
,~)	這是我們之間的秘密呦!
:-*	嘟著嘴巴.
:-"	嘟囔著一張嘴.
i~)	獨具慧眼的偵探.
>~r	Bleah...他在跟你扮鬼臉.

:-?	哇! 這是青蛙嗎?
:-I	呼...飯後一根煙,快樂似神仙.
-(愛理不理的...
:-&	我舌頭打結了,無可奉告.
:-#	抱歉,我嘴巴貼封條了,我答應人家不說的.
:-\$	西諺: Put your money where your mouth is.
O.o —	哈! 這不用轉 90 度看了.
8:-)	我是一個漂亮的小女生,頭上帶著一朵蝴蝶結. 各位! 看到這符號眼睛要亮點哦...
:-){8	這就很深奧了,是一個「大」女生.....
(:-)	哈哈,是一個小蛙人,帶潛水鏡在偷笑.
O-)	這是啥呢? 一個焊接工啦!
:-')	睡覺不蓋被子,流鼻涕了吧? 活該...
(:-)	這是...是一個光頭耶!
[:-]	上面的是光頭,那這不就平頭了哈! 是這位大哥戴耳機在聽音樂.
:=)	這是個小日本也,留個小日本鬍子.
:-<)	這個呢? 留八字鬍的.
!-)	大眼瞪小眼,嘻...嘻...
>:-<	哇! 有人抓狂了!
>>-(哇! 你千萬別再惹他了!
<<:>>==	烏賊(但有人說是火雞).
3:=9	Mooo...一頭牛.
:=	你看像什麼? 哈! 是一隻狒狒.
:)	
:)~	流著口水的色狼.
:~(不要哭嘛.

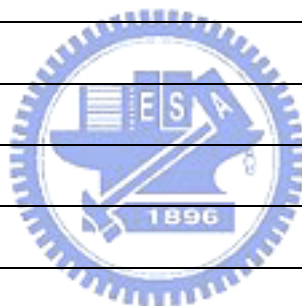
二、正向表情符號含肢體符號

表情篇（引自批踢踢 BBS 站 PttNewHand 板，作者：okcool(笑，就能出頭天)）

p(^o^)q	加油
(☆_☆)	眼睛一亮
(+_+)	刺眼
(*^@^*)	含奶嘴
\(@^0^@)/	你好
(∩_∩)	微笑
(((((^(^;	嘿嘿~快逃~
(\ < / >)	我生氣了~
(·_·?)	什麼事啊
(*_*)	不妙了
(『『』~~~>	懷疑喔~~
(; ° O °)	啊~~！！
(*^_^*)	笑
(-_-)b	哩碼搬搬蠻
(*>.<*)~@	酸~~
(@^^@)	臉紅
(· ·)	請問
(∇ ;)	被發現了
(QoQ)b	人家才沒有
o(·"·)o	皺眉頭
(?o?)	喔？
(^__^y	YA~~
f(^_^)	這樣啊...
<("O"O"O">	Oh!MyGod
(>_<)	不~~
.....\(><)/	哇！出現了

(x_x)	昏倒
(·Q·)	做鬼臉
(((^^)(^^)))	什麼什麼
(◎o◎)	目瞪口呆
\(>o<)/	kisila
(-__-)y---~	抽煙
\(^v^)/	拿彩球
(#`´)	哼！
(E_E)	念昏頭了
(`A´)b	受到打擊
(/o\)	死相
/(YoY)\	我放棄~~
(v < v)	不以爲然
<(´^´)>	嗯哼
(#.^.#)	幸福嗎
&(^_^)&	辮子女孩
0(^)0	呀比~~
(~^o^~)	嘿~~
(→_→)	你是誰？
(U.U)...zzz	呼嚕呼嚕
o(><;)oo	慌慌張張
\(^^)	好啦
z(U_U)z	可惡~
(\$_\$)	見錢眼開
\(^▽^)/	喔嗨唷
(^-)	當然
(□)	腦中空白
(~>_<~)	氣的掉眼淚
(^_A;)	擦汗
d(^^)	暫停

(~_~)	要你管~~
(b_d)	眼鏡兄
(= ` ´ =)	做啥啦
((@o@)	^^^
((m-_-)m	鬼~
(9_9)	很想睡覺哩
((O^~^O)	幸福 ჯ(T_T)嗚嗚
(# ` ´)凸	比中指
(3_3)	剛睡醒
(•m•)	暴牙仔
(#^^#)	自信
(^ < ^)	對不起啦
(9_6)	我瘋了...
"(/><)/	阿達~~
((o(^_^o))	期待狀
<(_)>	SORRY~~
(>c<)	唉唉叫
('')	嗯嗯
(≥◇≤)	感動~
(>_<}}	發抖(好冷)
(*^~^*)	超級羞羞
(` ▽ ´)φ	詛咒你~~



動作篇（引自批踢踢 BBS 站 PttNewHand 板，作者：okcool(笑，就能出頭天)）

0(` ´)OOOOO	連發神拳~~~
o-_-)=O。O。)	給你一拳~~

附錄三 內容分析登錄表

一、基本資料

編號：_____

聊天記錄時期及時段：_____

聊天室人數：_____

聊天室訊息總行數：_____

二、聊天室代號資訊

聊天室代號的類別	分類	計數	個數
聊天室代號選用和 BBS 代號一樣或相關	聊天代號選擇和 BBS 代號完全一樣		
	使用 BBS ID 的一部分或相關的聊天室代號		
聊天室代號選用和 BBS 代號完全無關	外表性別資訊		
	狀態、動作資訊		
	表情資訊		
	食物、物體、動物為名的暱稱		
	和 BBS ID 無關的名字		
	其他形式		
總數			

三、更改後的聊天室代號的類別和分類

更改後的聊天室代號的類別和分類		計數	個數
更改代號後選用和聊天室代號或 BBS 代號一樣或相關的代號			
更改代號後選用和聊天室代號或 BBS 代號完全不同的代號	外表性別資訊		
	狀態、動作資訊		
	表情資訊		
	食物、物體、動物為名的暱稱		
	和 BBS ID 無關的小名		
其他形式			
總數			

四、表情符號



表情符號	形式	計數	個數
笑臉			
吐舌頭的臉			
哭臉			
無奈的臉			
其他			
總數			

五、身體動作

身體動作的形式	計數	個數
呈現單一動作		
動作中包含觸摸行為	擁抱 (hug)	
	拍 (pad)	
	暴力行為 (踢、打、揍等)	
	其他	
其他形式的動作指令		
總數		



附錄四：台大椰林 BBS 站聊天室內容分析樣本 結構

編號	日期	時間區段	聊天室名稱	聊天室人數
1	8/1	19:00	Palm	37
2	8/2	22:00	Palm	40
3	8/4	23:00	Palm	42
4	8/10	23:00	Palm	45
5	8/11	18:00	Palm	37
6	8/13	15:00	Palm	24
7	8/18	13:00	Palm	11
8	8/24	22:00	Palm	39
9	8/26	20:00	Palm	30
10	9/2	23:00	Palm	35
11	9/4	19:00	Palm	25
12	9/7	19:00	Palm	21
13	9/8	24:00	Palm	35
14	9/11	01:00	Palm	26
15	9/14	20:00	Palm	31
16	9/16	13:00	Palm	10
17	9/19	14:00	Palm	15
18	9/20	21:00	Palm	30
19	9/25	19:00	Palm	31
20	9/27	20:00	Palm	28
21	9/28	20:00	Palm	27
22	10/1	17:00	Palm	22
23	10/2	21:00	Palm	31
24	10/4	21:00	Palm	33
25	10/7	16:00	Palm	22
26	10/17	19:00	Palm	25
27	10/20	13:00	Palm	12
28	10/25	23:00	Palm	42
29	10/27	22:00	Palm	35
30	10/30	23:00	Palm	41

備註：時間區段為該記錄整點往後記錄一個小時