

探討Facebook涉入程度、人格特質與網際人際關係對網路成癮之影響-以彰化縣某大學為例

莊智凱、李建邦

E-mail: 387198@mail.dyu.edu.tw

摘要

近年來，社交網站的快速興起，受到各方的重視，人們開始使用分享資訊平台，然而，過去的研究對與人格特質、網際人際關係與成癮性的影響較少，因此本研究以此主題進行探討。透過文獻及資料的收集，並以Facebook的大學使用者為主要研究對象，以實體問卷方式進行調查，驗證本研究所提出的假設。本研究一共回收300份問卷，289份為有效問卷，並以路徑分析進行假說驗證，結果發現「外向性」、「和善性」、「嚴謹自律性」對於「信任」具有顯著性的影響；「吸引力」、「象徵價值」、「信任」對於「網路成癮性」具有顯著的影響；另外，有兩個構面對「網路成癮性」不具有顯著的影響，分別為「開放性」、「神經質」。

關鍵詞：人格特質、網際人際關係、涉入程度、網路成癮性

目錄

中文摘要	iii	英文摘要	iii
iv 誌謝詞		v 內容目錄	
vi 內容目錄		vii 圖目錄	
viii 表目錄		ix 第一章 緒論	
1 第一節 研究背景	1	1 第二節	
研究動機與目的	5	2 第二章	
文獻探討	7	2 第一節 涉入程度	7
2 第一節 人格特質	11	2 第二節	
2 第二節 網路成癮性	17	2 第三節 網路社群的網際人際關係	16
2 第三節 研究模型	19	2 第四節 網路成癮性	17
2 第四節 研究方法	25	3 第三章 研究模型與假說	19
2 第五節 因素分析(前測)	32	3 第一節 研究假說	22
3 第一節 各衡量問項的平均數統計與標準差	38	3 第二節 研究假說	22
3 第二節 信度與效度檢測	38	3 第三節 研究方法	25
3 第三節 路徑分析	42	3 第四節 資料分析方法	28
3 第四節 研究討論	46	4 第四章 研究結果	
3 第五節 後續研究與建議	49	4 第一節 各衡量問項的平均數統計與標準差	38
4 中文文獻	50	4 第二節 信度與效度檢測	38
4 英文文獻	50	4 第三節 路徑分析	42
5 附錄A 專家學者意見修改 前測問卷	60	4 第四節 研究討論	46
5 附錄B 測試問卷	60	4 第五節 後續研究與建議	49
5 附錄C 正式問卷	65	5 中文文獻	50
6 圖目錄 圖1-1 2012年全年台灣各年齡層網友單次上網平均停留時間比較		5 英文文獻	50
2 圖1-2 研究流程圖	6	6 附錄A 專家學者意見修改 前測問卷	60
6 圖3-1 研究模型架構	20	6 附錄B 測試問卷	60
24 圖3-2 研究假說路徑圖	24	6 附錄C 正式問卷	65
43 圖4-1 路徑分析	43	6 圖目錄 圖1-1 2012年全年台灣各年齡層網友單次上網平均停留時間比較	
43 圖4-2 路徑分析	43	2 圖1-2 研究流程圖	6
45 表目錄 表1-1 台灣網路資訊中心2012(TWNIC) 上網年齡層分佈		6 圖3-1 研究模型架構	20
1 表2-1 五大人格特質定義與特徵	15	24 圖3-2 研究假說路徑圖	24
15 表2-2 網路人際關係之衡量	15	43 圖4-1 路徑分析	43
21 表3-1 本研究之構面定義	21	43 圖4-2 路徑分析	43
23 表3-2 研究假說整理	23	45 表目錄 表1-1 台灣網路資訊中心2012(TWNIC) 上網年齡層分佈	
23 表3-3 研究構面問項	23	1 表2-1 五大人格特質定義與特徵	15
25 表3-4 各測量項目信度分析	30	15 表2-2 網路人際關係之衡量	15
30 表3-5 個人特質轉軸後的成分矩陣(未刪題)	32	21 表3-1 本研究之構面定義	21
32 表3-6 個人特質轉軸後的成分矩陣(刪題後)	33	23 表3-2 研究假說整理	23
34 表3-7 個人特質轉軸後的成分矩陣(刪題後)	34	23 表3-3 研究構面問項	23
35 表3-8 涉入程度轉軸後的成分矩陣(未刪題)	35	25 表3-4 各測量項目信度分析	30
36 表3-9 涉入程度轉軸後的成分矩陣(刪題後)	36	30 表3-5 個人特質轉軸後的成分矩陣(未刪題)	32
37 表3-10 項目整體統計量(未刪題)	37	32 表3-6 個人特質轉軸後的成分矩陣(刪題後)	33
37 表3-11 項目整體統計量(刪題後)	37	34 表3-7 個人特質轉軸後的成分矩陣(刪題後)	34
39 表4-1 各衡量問項的平均數統計分析與標準離差	39	35 表3-8 涉入程度轉軸後的成分矩陣(未刪題)	35
40 表4-2 構面效度分析	40	36 表3-9 涉入程度轉軸後的成分矩陣(刪題後)	36
41 表4-3 KMO統計量之評選準則	41	37 表3-10 項目整體統計量(未刪題)	37
41 表4-4 KMO與 Bartlett檢定	42	37 表3-11 項目整體統計量(刪題後)	37
42 表4-5 路徑分析表	44	39 表4-1 各衡量問項的平均數統計分析與標準離差	39
44 表4-6 本研究假設檢定結果	44	40 表4-2 構面效度分析	40
		40 表4-3 KMO統計量之評選準則	41
		41 表4-4 KMO與 Bartlett檢定	42
		42 表4-5 路徑分析表	44
		44 表4-6 本研究假設檢定結果	44

參考文獻

一、中文部份 王為菡(2003), 網路上的自我探索與網路成癮—自我複雜度與自我確定性的影響, 國立臺灣大學心理學研究所碩士論文, 未出版手稿。 王澄華(2001), 人格特質與網路人際互動對網路成癮的影響, 輔仁大學心理學研究所碩士論文, 未出版手稿。 伊丹章人(2000), 臺灣及日本大學生網路沉迷及其相關因素之探討, 未出版之國立政治大學教育學系碩士論文, 未出版手稿。 行政院主計處(2012), 青少年狀況調查。 <http://www.dgbas.gov.tw/public/Data/072815595471.pdf>。 吳和懋、陳淑惠、翁儷禎、楊品鳳、蘇逸人(2003), 中文網路成癮量表之編制與心理計量特性研究, 中華心理學刊, 43(3), pp. 279-294。 吳淑鶯、陳瑞和(2005), 網路涉入影響因素、涉入程度與上網態度及行為之研究—以臺灣大專學生為例, 中華管理評論國際學報, 8(4), pp. 1-37。 吳雅玲(2002), 高職學生人格特質對網路使用行為與網路成癮相關之研究, 國立臺北科技大學技術及職業教育研究所碩士論文, 未出版手稿。 邱智強(2001)。 網路成癮：一種新的文明病 邱絨軒(2003), 沉迷網路遊戲高中生心理經驗之研究, 國立高雄師範大學輔導研究所碩士論文, 未出版手稿。 林以正、王澄華(2001), 性別對網路人際互動與網路成癮之影響與中介效應, 輔導季刊, 37, pp. 1-10。 林以正、王澄華、吳佳輝(2005), 網路人際互動特質與依戀型態對網路成癮的影響, 中華心理學刊, 47(3), pp. 289-309。 林淑萍、蔡明春、鄭青展(2008)。 大學生線上遊戲成癮與身心健康與學習態度之影響—以臺灣北區六所大學為例, 臺灣衛誌, 27(2), pp. 143-157。 林妙雀、溫福星(2010)。 部落格互動與社群對部落格使用者忠誠度之跨層次研究—以部落客人格特質與涉入度為干擾變數。 TSSCI資訊管理學報, 17(3), pp.107-130。 王富均(2010)。 人格特質對企業決策影響之研究。 清華大學人文社會學系研究所碩士在職專班碩士論文, 新竹市。 胡家欣(2000), 大學生的休閒認知、涉入與體驗—兼論人格特質的影響, 高雄醫學大學行為科學研究所碩士論文, 高雄。 張仁獻(2002), 臺南縣國中學生網路使用行為對網路沉迷現象的影響之調查研究, 未出版之國立高雄師範大學工業科技教育學系碩士論文, 未出版手稿。 陳淑惠(1998), 我國學生電腦網路沉迷現象之整合研究—子計劃一(1/2):網路沉迷現象的心理病理初探 (pp. 2-4), 行政院國家科學委員會專題研究計劃。 陳富添(2001), 網咖青少年網路成癮相關因素之研究, 中央警察大學資訊管理研究所碩士論文, 未出版手稿。 陳維聰(2007)。 人格特質、工作特性與工作滿足關聯性研究—以國際新聞編輯(編譯)人員為例。 國立政治大學傳播學院在職專班碩士論文, 未出版手稿。 郭敏華、林欣蓓(1999)社會網絡對虛擬社群網站涉入程度的影響:以開心農場為例。 世新大學財金系&創市際市場研究顧問股份有限公司網路調查研究成果發表會。 黃一玲(2001), 影響大學生網路成癮的相關因素研究, 長庚大學護理學研究所碩士論文, 未出版手稿。 黃朝凱(2003), 國民小學學童知覺班級氣氛、學習態度與創造傾向之相關研究, 國立嘉義大學國民教育研究所碩士論文, 未出版手稿。 黃麗莉、李茂興合譯(1991)。 組織行為:管理心理學理論與實務。 台北:楊智文化。(原著出版年1990) 游明益(2010)。 工作滿足與信任與組織公民行為—知識分享之中介效果及人格特質之干擾效果。 大葉大學人力資源暨公共關係學系碩士班碩士論文, 未出版手稿。 張翔竣(2008)「參與大甲媽祖文化節」遊客之涉入程度、遊客體驗與忠誠度關係研究。 國立雲林科技大學休閒運動研究所碩士論文, 未出版手稿。 創市際市場研究顧問公司(2012), 來源: <http://www.insightexplorer.com/>。 葉又甄(2007)。 人格特質、生活型態、星座類型三者對消費者決策型態差異之研究。 大葉大學休閒事業學系碩士班碩士論文, 未出版手稿。 葉好貞、黃芳銘、林珊如(2007), 線上戲休閒涉入表之發展, 運動休閒管理學報, 4(2), pp. 16-32。 葉靜君(2002), 現實治療團體對改善網路成癮大學生之成效探討, 葉靜君長庚大學護理學研究所碩士論文, 未出版手稿。 楊正誠(2002), 大學生網路成癮、社會支持與生活適應關係之研究, 東海大學教育研究所碩士論文, 未出版手稿。 資策會電子商務研究所(2004), 來源: [Http://www.nici.nat.gov.tw/](http://www.nici.nat.gov.tw/)。 劉居盈(2007)。 涉入程度、顧客滿意度與品牌忠誠度之相關性研究—以空調冷氣機為例。 南台科技大學高階主管企業碩士班碩士論文, 未出版手稿。 關克儒(2004)。 網路匿名性、企業形象與關係品質對網路口碑影響之研究—以線上遊戲為例, 國立中正大學企業管理研究所碩士論文, 未出版手稿。 廖敏如(2000)。 臺灣網路族640萬, 年經收入高。 聯合新聞網。 <http://ts.udnnwes.com/>。 謝龍卿、黃德祥(2004)青少年網路成癮及生活壓力之相關研究, 彰化師大教育學報, 6(7), pp. 29-62。 戴奇華(2010), 國中生網路成癮、人格特質與人際關係之研究—以瑞芳附近地區為例。 銘傳大學教育研究所碩士在職專班碩士論文。 蕭銘鈞(1998), 臺灣大學生網路使用行為、使用動機、滿足程度與網路成癮現象之初探, 國立交通大學傳播研究所碩士論文, 未出版手稿。 盧仁茂(2010)羽球拍消費者涉入程度、滿意度、忠誠度之研究—以桃園縣為例。 國立台灣體育學院運動管理學系碩士論文, 未出版手稿。 簡玉姿(2008)。 流行音樂電台聽眾人格特質與生活型態與忠誠度相關性研究。 國立中山大學傳播管理研究所碩士論文, 未出版手稿。 韓佩凌(2000), 臺灣中學生網路使用者特性與網路使用行為、心理特性、網路沉迷現象之影響。 國立臺灣師範大學教育心理與輔導研究所碩士論文, 未出版手稿。 戴秀津(2002), 高中職學生網路成癮之相關因素及其身心健康影響探討, 高雄醫學大學護理學研究所碩士論文, 未出版手稿。

二、英文部分 Allport, G.W., and Odbert, H.S. (1936), Trait Names: A Psycho-Lexical Study. Psychological Monographs, 47. Amichai-Hamburger, Y., and Vinitzky, G. (2010), Social network use and personality, Computers in Human Behavior, 26(2010), pp. 1289-1295. Anderson, K. E. (1999), Internet dependency among college students: Should we be concerned? Paper presented at the meeting American College Personnel Association, St. Louis, MO. Andrews, J. C., Durvasula, S, and Akhter, S. H. (1990), A framework for conceptualizing and measuring the involvement construct in advertising research. Journal of Advertising, 19(4), pp. 27-40. Armstrong, L., Philips, J. G., and Saling, L. L. (2000), Potential determinants of heavier internet usage. Human-Computer Studies, 53, pp. 537-550. Bratter, T. E., and Forrest, G. G. (1985), Alcoholism and substance abuse: Strategies for clinical intervention. New York: Free Press. Blackwell, R.D., P.W. Miniard, and J.F. Engel, (2001). Consumer Behavior, dition, Harcourt College Publishers. Cattell, R. B. (1943), The Description of Personality: Basic Trait Resolved into Clusters. Journal of Abnormal and Social Psychology, 38, pp. 476-506. Chao-Min Chiu, Meng-Hsiang Hsu and Eric T.G. Wang (2006). Understanding knowledge sharing in virtual communities: An integration of social capital and social cognitive theories. Decision Support Systems, 42, pp. 1872 – 1888. Correa, A.W. Hinsley and H.G. de Zuniga, Who interacts on the Web? The intersection of users' personality and social media use, Computers in Human Behavior 26 (2010), pp. 247 – 253 David V. Day and Stanley B. Silverman (1989), Personality and Job Performance: Evidence of Incremental Validity. Personnel Psychology, 42, pp. 25-3 Ebeling-Witte, M.L. Frank and D. Lester, Shyness, Internet use, and personality, CyberPsychology and Behavior 10 (2007), pp. 713 – 716. Ehrenberg, S. Juckes, K.M. White and S.P. Walsh, Personality and self-esteem as predictors of young people's technology use, CyberPsychology and Behavior 11(2008), pp. 739 – 741. Eysenck, H. J. (1990),

Biological dimensions of personality. In L. A. Pervin (Eds.). *Handbook of personality: Theory and research*, pp. 244-276. New York: Guilford Press.

Evans, J. R. and Laskin, R. L. (1994), *The Relationship Marketing Process: A Conceptualization and Application*. *Industrial Marketing Management*, 23(2), pp. 439-452.

Fiske, D. W. (1949), Consistency of the Factorial Structures of Personality Ratings from Different Sources. *Journal of Abnormal Social Psychology*, 44, pp. 329-344.

Gatewood, R. D., and Field, H. S. (1998), *Human Resource Selection* Forth Worthb (4th ed.). Texas: The Dryden Press.

Griffiths, M. (1998), Internet addiction: Does it really exist? In J. Gackenbach (Ed.), *Psychology and the internet: Intrapersonal, interpersonal and transpersonal implications*, (pp. 61-75). New York: Academic Press.

Griffiths, M. D. (1996), Technological addictions. *Clinical Psychology Forum*, 76, pp. 14-19.

Goldberg, I. (1996), *Internet Addiction Disorder*. <http://www.uml.edu/student-services/counseling/internet/netdisorder.html>

Guilford, J.P. (1965), *Fundamental Statistics in Psychology and Education* (4th ed.), chap2. New York: McGraw-Hill.

Griffiths, M. (1998), Internet addiction: Does it really exist? In J. Gackenbach (Ed.), *Psychology and the internet: Intrapersonal, interpersonal and transpersonal implications*, (pp. 61-75). New York: Academic Press.

Hatterer, L. J. (1994), Addictive process, *Encyclopedia of Psychology*. NY: John Wiley and Sons.

Havitz, M. E., and Dimanche, F. (1997), Leisure involvement revisited: Conceptual conundrums and measurement advances. *Journal of Leisure Research*, 29, pp. 245-278.

Houtson, M. J., and Rothchild, M. L. (1978), Conceptual and Methodological Perspective on involvement. *Research Frontier in Marketing*, pp. 184-187.

House, J. S. (1981), Work, stress and social support. Reading MA: Addison-Wesley.

Hupfer, N. T., and Gardner, D. M. (1971), Differential involvement with products and issues: An exploratory study. Chicago: Association for Consumer.

Kassarjian, H. H. (1971), Personality and Consumer Behavior: A Review, *Journal of Marketing Research*(8), pp. 409-410.

Kim, S. S., Scott, D., and Crompton, J. L. (1997), An exploration of the relationships among social psychological involvement, *Journal of Leisure Research*, 29, pp. 320-341.

Kimberly Youn HS, Baik SC, Cho YK, et al. Comparison of Helicobacter pylori infection between Fukuoka, Japan and Chinju, Korea. *Helicobacter* 1998;3:9-14.

Krugman, H. E. (1965), The impact of television advertising: learning without involvement. *Public Opinion Quarterly*, 29(3), pp. 349-35

Laurent, G., and Kapferer, J. N. (1985), Measuring consumer involvement profiles. *Journal of Marketing Research*, 23, pp. 41-53.

Matthew S. Eastin and Robert LaRose (2004), Alt. support: modeling social support online, *Computers in Human Behavior*, 21, pp. 977-992

Marsh, H. W. (1992), Self-description questionnaire (SDQ) II: A theoretical and empirical basis for the measurement of multiple dimensions of late adolescent self-concept.: The Psychological Corporation.

McIntyre, N., and Pigram, J. J. (1992), Recreation specialization reexamined: The case of vehicle-based campers. *Leisure Sciences*, 14(1), pp. 3-15.

Menon, S., and Kahn, B. E. (1995), The impact of context on variety seeking in product choices. *Journal of Consumer Research*, 22(4), pp. 17-28.

Mendelson, A. and Papacharissi, Z. (2010), Look at Us: Collective Narcissism in College Student Facebook Photo Galleries. *The Networked Self: Identity, Community and Culture on Social Network Sites*. Zizi Papacharissi (Ed.), Routledge.

Mittal, M. (1989), Measuring purchase-decision involvement profiles. *Psychology and Marketing*, 6(2), pp. 147-162.

Norman, W.T. (1963), Toward an Adequate Taxonomy of Personality Attributes: Replicated Factor Structure in Peer Nomination Personality Ratings. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 66, pp. 574-583.

Pervin, L. A., and John, O. P. (1997), *Personality: Theory and re-search* (7th ed.). New York: John Wiley.

Phares, E. J., and Chaplin, W. F. (1997), *Introduction to personality* (4th ed.). New York: Longman.

Rizzi, D. (1984), Attitude change toward the physically handicapped through the use of film. *ERIC Document Reproduction Service*, 14, pp. 462-537.

Sherif, M., and Cantril, H. (1947), The psychology of ego-involvement. *System Success, Information and Management*, 9(5), pp. 261-268.

Wellman . (2005), Community: from neighborhood to network. *Commun ACM* ,48(10), pp. 53-55.

Yang, D. J. (2000), Craving your next Web fix. *U.S. News and World Report*, 128(2), pp. 41.

Young, K. S. (1996), Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder. *CyberPsychology and Behavior*, 1(3), pp. 237-244.

Young, K. S. (1998), *Caught in the net: How to recognize the signs of internet addiction and a winning strategy for recovery*. New York: John Wiley.

Young Kimberly and Robert C. Rodgers (1998) 。 *Internet Addiction: Personality Traits Associated with Its*