

虛擬社群意識與社群線下互動之關聯性研究

第一章 緒論

本章首先簡述本研究中虛擬社群的場域與發展歷程，揭示研究的背景，其次提出本研究者欲探討之虛擬社群成員的社群意識與線下互動之關聯性的研究動機與目的，並界定本研究主要問題與相關名詞釋義，然後註明本研究的方向與步驟，且釐清本研究的範圍與限制。

第一節 研究背景

網際網路在這數十年間快速興起，佔據大部分閱聽人的關注焦點也幾乎主導了近年來各學門的研究取向。網路開始普遍的十幾年來，從早期的 TELNET、IRC 到近期的 BBS、BLOG、MUD¹、FORUM，甚至目前動輒超過百萬人參與的線上虛擬遊戲，網路不斷提供更大量、更多功能的機制，滿足人們在真實世界無法達成或無法快速達成的需求。虛擬社群即是藉由網際網路為中介以來，成長非常迅速的衍伸產物之一，不但已存在的數量驚人，且每天仍持續增加中。

在網際網路有如雨後春筍成長的同時，許多網站或虛擬社群被發現其部分成員以非營利或無私分享的概念將擁有的知識及資訊藉由網路散布或與其他網友交流，讓更多人能對資訊或議題有更充分的了解。除此之外，不只活躍於線上，許多網友自發性組成網聚將網路的對話與互動延伸至真實的生活情境當中，使得網路虛擬社群日益擴大，參與的網友也日益增多。這些新興的現象，令人們好奇的是：什麼驅力使他們這樣做？為什麼他們要這樣做？是社群資訊知能充分的網友（老手）會熱衷參與網聚和發文，還是新手也會呢？這樣做對於虛擬社群又有

¹ Mud (Multi-user Dungeon、Multi-user Dimension 或 Multi-user Dialogue) 大約於 1980 年代出現在網際網路上，指的是一個網路的、多人參與的文字虛擬實境。玩家可以利用扮演或控制角色，透過角色在系統中隨意和其他角色聊天，甚至創造自己喜歡的物件與環境，所屬的虛擬社會(Virtual Society)中進行互動，早期關於虛擬社群的研究都是以研究 MUD 為對象進行研究。

什麼幫助呢？這樣線下的互動對於虛擬社群又有怎樣的影響呢？在在值得深入的探討。

不只傳播學門，社會學、政治學等國內外學者亦對於虛擬社群複雜性與真實生活的連結性等面向、以及成員的特質及其互動行為充滿好奇並持續進行相關研究。

學者們經過了多年針對虛擬社群的研究，已經在各學術領域有卓越的貢獻；虛擬社群雖然受到重視，但不同學者仍對其保持不同態度。近年來隨著虛擬社群的活動延伸至真實世界，互相影響的結果造成許多虛擬社群開始展開線下的互動，甚或將線下互動的成果反饋給線上的成員，讓虛擬社群更加茁壯成長，類似的案例也不勝枚舉。

因此，本研究是針對虛擬社群成員的社群意識與線下互動之關聯性進行分析；並以資訊素養中的電腦與網路素養做為調節變項檢視其差異。除欲釐清虛擬社群與線下互動所衍生的相關問題外，也希望研究成果能對於未來持續研究虛擬社群的成員及其互動提供一份參考的資料或藍圖。



第二節 研究動機與目的

當虛擬世界的活動不再虛擬而與真實互動十分類似，甚至在真實世界上演後，虛擬社群也逐漸受到社會重視，對於虛擬社群的討論也不斷進行。商業機制、創新傳佈或使用動機與行為等，均有一定數量的研究。然而在台灣，至目前為止，有關虛擬社群的探討仍以商學或資訊科學的研究為主，在傳播學或社會學門仍較少針對虛擬社群的意識與線下互動關聯性進行研究。

Hagel III & Armstrong 指出，虛擬社群吸引人的，在於提供一個生動的環境供人們交往，而在持續的互動中創造出一種互相信賴和彼此了解的氣氛。他們並提出人類的四種心裡需求，作為虛擬社群中人際互動的基礎：興趣、人際關係、幻想和交易（轉引自黃卉怡，2001）。但由今日虛擬社群的發展及成員互動來看，這四種心理需求似乎已不足也無法完全成為解釋社群成員傳播行為的基礎，因此進一步的探索及研究有其必要的。

在傳統民族誌研究中發現，社群成員間的自我認同與社群認同是影響社群維繫與傳播行為之重大因素，也同時扮演影響社群發展與成員互動的重要角色（Aoki, 2000）。在虛擬社群裡，時間與空間的因素發生變化，成員認同與互動的方式亦趨複雜。Rheingold (1994) 曾形容虛擬社群：「在 Cyberspace 中，人類可以交談、交換知識、找到朋友及失去朋友、玩遊戲、調情、創造藝術作品以及進行許多話題。我們會做人在真實世界會做的事，但我們是以電腦和電腦銀幕來進行這些動作，而將肉體置於遙遠的他處。」在真實社群裡，宗教、信仰、家庭都可能是影響個人對社群認同的主要因素，然而虛擬社群中互動的主體是個人，宗教、種族或血緣等現實存在的因素在大部分的虛擬社群中並不重要或根本不存在，那成員如何形成對社群的認同並產生互動呢？再者，成員的社群認同對於社群的成長與互動又有什麼樣的幫助？為何仍有成員對於虛擬社群活動（無論是虛擬活動或真實世界活動）的參與樂此不疲甚至廢寢忘食？此等問題均值得深究。

Slevin(2000)認為網際網路提供了個人多類型的舞台及場所來互動與溝通，例如網路上的聊天室、新聞群組、電子郵件和網頁瀏覽等均為個人互動與溝通的平台。想要理解這些場域作為建立新型態人群連結機會的重要性，就必須將這些

參與者鑲嵌在他們所座落的廣泛社會脈絡中，並檢視這些參與者的活動情形。此亦為本研究欲探討社群成員線下互動的動機之一。

然而，以往文獻中關於社群的研究多為真實世界中的族群或社群團體。至於觀察虛擬社群中成員行為的研究也多以商學研究居多。在相關研究文獻中，多為研究單一社群的互動與行為動機為主，缺少以巨觀的角度探究虛擬社群成員的社群認同與線下互動參與的關聯性，亦相對忽略社群成員個人條件可能產生的影響

。對於虛擬世界文化的研究多著重於使用者在網路中介上的互動與行為，但這樣卻忽略了這些線上的活動乃鑲嵌於真實世界中，且被真實世界的社會關係與行為所形塑的 (Holloway & Valentine, 2003)。因此，若能觀察虛擬社群成員之社群認同與互動行為的關聯性便能更深入了解虛擬社群的成員，應有其學術與實務上的貢獻，此為本研究的主要動機。

綜言之，虛擬社群的興起甚至代替了原本真實的生活社群不是毫無原因。虛擬社群成員的社群認同與互動也應不同於傳統社群有著種族、地域或宗教等等因素而產生的情形。本研究的目的就是要利用問卷調查的方法，了解虛擬社群中成員的互動行為，並嘗試探究與互動行為與社群意識之的關係。具體言之，本研究的目的如下：

- 一、了解虛擬社群成員社群意識之組成因素。
- 二、探究虛擬社群成員之社群意識與線下社群互動的關聯性。
- 三、分析虛擬社員的電腦與網路素養高低對於虛擬社群意識與線下社群互動參與的相關性。
- 四、根據研究發現研擬建議，利用線下互動的機制提供虛擬社群線上網頁或網站設計之參考。

第三節 待答問題與名詞釋義

壹、待答問題

依據前述之研究動機與目的，本研究針對虛擬社群成員的線上社群意識與線下互動行為進行探究並提出下列待答問題，作為資料蒐集與分析之依據：

一、虛擬社群成員的社群意識與認同：

(一) 以往的文獻指出，真實生活中無論種族或宗教等各種社群中的成員有著一致的社群認同，而虛擬社群中的成員是否亦有其共同社群認同與社群意識，影響認同與意識的因素又為何？

(二) 不同背景變項（性別、年齡、網路使用經驗等）的虛擬社群成員，其虛擬社群意識有何差別？

二、虛擬社群成員的線下互動：

(一) 不同背景變項（性別、年齡、網路使用經驗等）的虛擬社群成員，其虛擬社群線下互動的參與有何不同？

三、虛擬社群成員社群意識與線下互動：

(一) 虛擬社群意識與虛擬社群成員線下互動具有何種關聯性？

(二) 虛擬社群意識對於線下互動的進行具有什麼樣的凝聚力，如何才能激勵或影響更多成員參與線下互動？

(三) 虛擬社群線下互動是否會將力量反饋而影響虛擬社群意識的凝聚？

四、電腦與網路素養與虛擬社群意識及虛擬社群線下互動

(一) 虛擬社群成員電腦與網路素養的高低不同，其虛擬社群意識是否有所差異？

(二) 虛擬社群成員的電腦與網路素養高低差異，其參與虛擬社群線下互動是否亦有不同？

(三) 虛擬社群成員的電腦與網路素養高低差異，是否使其虛擬社群意識與線下互動之關聯性亦有差別？

貳、名詞釋義

為釐清本研究主要概念之意涵，以助研究方法之規劃與資料蒐集，茲將本研究之重要名詞釋義如下：

一、虛擬社群 (virtual community)

係指藉由科技創造出的虛擬情境世界中，來自各地的成員脫離了地理上、族群上和時間上的束縛，而與其他成員進行互動、學習、交流以及各種可能在真實世界中發生的行動，逐漸形成擁有獨特運作機制和群體文化的社群。成員並會逐漸對社群產生認同及歸屬感，成員互動更影響著虛擬社群的發展成長與衰敗。本研究係指藉由網路科技為中介而產生的網路虛擬社群而言。

二、社群意識 (sense of community)

又譯為社群感，係指社群成員對於該社群具有歸屬感、並會關心其他成員和融入團體、能與其他成員互相分享、彼此信任，並且能透過給予承諾、團結合作來滿足個人需求的感覺。本研究中虛擬社群意識係指藉由網路中介產生的虛擬社群成員對於該社群的歸屬感、關心、使用與滿足、信任等感覺。

三、社群認同 (community identity)

係指成員對社群從心理到行動產生一種認可的感覺，也是成員在社群中行動意義、經驗與價值接受的來源。成員對社群除了產生心裡的影响，並且推及到與社會或其他成員互動時所產生的行動，包括接受、模仿、參與、抵抗、逃避等反應。社群認同也是社群意識中的重要組成因素之一。本研究中虛擬社群認同係指在網路為中介的虛擬社群中，社群成員對於社群及其他成員的心理認同、行動及經驗創造等一系列的過程。

四、社群互動 (community interactivities)

係指社群成員對於社群產生社群意識與社群認同，主動或被動所產生的各種行動，包括參加社群活動並與其他成員互動的情形。本研究中虛擬社群線下互動係指在真實世界中，虛擬社群成員以面對面互動的方式繼續網路中介上的行為與活動，包括：網聚、集會等。

五、資訊素養 (information literacy)

係指人們能將資訊資源應用在工作上，並學習到相關的技巧以解決問題的能力，包括傳統素養、媒體素養、電腦素養及網路素養四部分。資訊素養除包含解

決問題的觀念與能力，也指蒐集、取得、判斷評鑑與應用資訊的能力，人們更是需要資訊素養以與外界做合理而有效溝通、互動及判斷其正當性。

六、電腦與網路素養 (computer and network literacy)

係資訊素養所屬之概念，專指針對電腦設備及網際網路資源與中介之使用、理解、蒐集資訊、取得、判斷與應用等相關能力。在網路爆炸與資訊超載的現代，電腦與網路素養是現代人必備的重要能力之一。



第四節 研究方法與步驟

壹、研究方法

為了解與探討前述問題，以達成本研究目的，本研究先進行文獻分析，後實施問卷調查，茲說明研究方法如下：

一、文獻分析

本研究經相關文獻的蒐集、整理、歸納與分析，以探討虛擬社群意識與虛擬社群成員線下社群互動關聯性等相關問題。

二、問卷調查

本研究係以參考過往文獻並加以修正自編之「虛擬社群成員意識與虛擬社群成員線下社群互動調查問卷」為研究工具，利用網路在各虛擬社群發文，對中文文化語言介面虛擬社群使用者與成員實施問卷調查，藉以了解目前虛擬社群成員的社群意識與線下社群互動的情形與關聯性。

貳、研究步驟

本研究自確定研究主題至完成研究論文，計分為三個階段，包括：施測前準備、實施調查、施測後與完成三階段，步驟如圖 1-4-1，茲簡要說明如下：

一、施測前準備階段

根據初步文獻蒐集，決定研究主題，經由大量文獻回顧探討與彙整，並與指導教授討論，進而確定研究範圍、研究方法與步驟，並訂定本研究架構。

二、實施調查階段

持續於線上資料庫、網際網路與各大圖書館等資料來源處，蒐集本研究相關之論文，期刊、專書、研討會發表論文、雜誌等研究相關資料，並加以閱讀、整理與分析，作為本研究之參考與理論依據，據此撰寫研究計畫，擬定問卷架構及編製問卷初稿。在建立問卷專家效度與進行預試問卷之施冊後，依預試結果編寫正式問卷，採網路發放方式實施。正式問卷回收後，進行編碼登錄，並利用電腦統計軟體 SPSS 處理資料，針對研究問題加以分析與討論。

三、施測後與完成階段

在利用統計軟體分析後，將本研究之統計資料分析結果初稿請指導教授審閱、修訂及建議後，修正完成論文初稿，進行論文口試並作最後修正，再付印完成本研究。

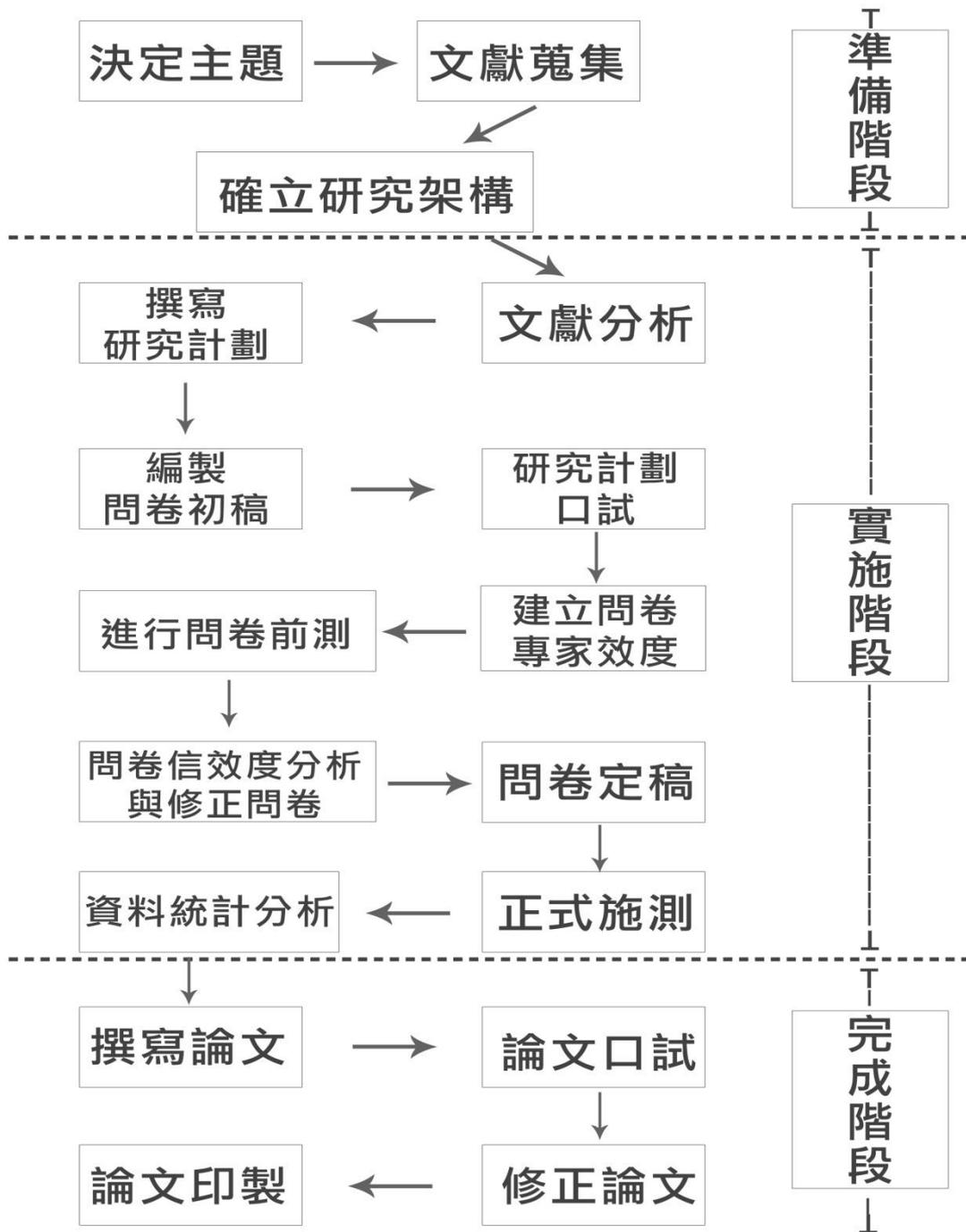


圖 1-4-1 研究步驟圖

第五節 研究範圍與限制

壹、研究範圍

本研究的範圍，係以台灣地區語言介面為中文的虛擬社群為主，包含：各大網站、各大 BBS 討論版、知識+、維基百科等可以讓虛擬社群成員進行線上互動與交流的網路中介；虛擬社群線下互動部分係指虛擬社群除線上互動外亦在真實世界中進行的網友聚會、集會、年會、團聚等面對面互動或電話交談等相關活動；在研究對象方面，則以上述主要虛擬社群的使用者與成員為本研究對象。

貳、研究限制

本研究採理論探索與實證調查，在研究架構上雖力求完整，但由於受限於時間、經費與人物力等各種因素，本研究仍有若干限制如下：

一、研究方法之限制

本研究採問卷調查法，問卷調查之題項係採自陳量表，利用請受測者上網填寫方式進行資料蒐集，雖在題目上盡量以淺顯易懂之文字，避免誘答與誤解題目之設計，另利用致贈小贈品或開放抽獎等方式提高受測者回答的意願，但可能無法避免受測者填答當下之主客觀因素影響。雖然研究者在問卷上宣稱本研究結果僅作學術研究用途，惟受測者填答能否真實表達個人意見、遺忘或有所保留，則仍無法確定。

二、研究對象之限制

本研究欲針對虛擬社群之成員進行相關的探討，然而虛擬社群成員不同於真實生活中社群容易尋找，虛擬社群成員其匿名性與游離性可能會影響本研究調查對象之問卷發放，而部分游離性較高的問卷資料有可能影響整體分析的結果。

三、研究時間之限制

本研究結果所呈現之虛擬社群意識與虛擬社群成員線下社群互動關聯性相關分析，只限於研究時間內所蒐集到的資料分析結果，但虛擬社群乃與時俱進並且更新速度快速，因此受測者回答虛擬社群意識與線下互動的相關資料可能隨時間、科技或個人因素而有所改變。

四、研究內容之限制

本研究旨在針對虛擬社群意識與虛擬社群成員線下社群互動，探討其關聯性與資訊素養的相關影響，並未在虛擬社群線上活動與其社群意識或線上活動與線下互動的相互關係等進行深入研究，乃本研究力所不及之處。

