

第五章 結論與建議

本研究以虛擬社群成員為對象，採用自編之問卷實施調查，一方面了解虛擬社群成員的人口變項特徵與電腦網路使用情形，二方面則探討虛擬社群成員之社群意識與線下互動情形之關聯性，以及以社群成員之電腦與網路素養為調節變項所產生的影響作用。本章依據問卷調查結果之統計方法，歸納研究結果提出相關結論，並針對虛擬社群建置線下互動機制與虛擬社群相關後續研究提供建議。

第一節 研究結論

本節依問卷調查之統計分析結果，歸納主要研究結論如下：

壹、網路問卷具有一定的可信度

在網際網路的興起後，藉由網路而生的社群及其成員其複雜且不同於傳統媒介的豐富互動經驗也受到學術界的重視。傳統的紙本問卷做為研究網路社群與成員的研究工具有其觸及研究對象的困難度與相關缺失，然而網路問卷作為蒐集網路資料的工具就比較適合嗎？以台灣而言，以網路問卷為工具蒐集研究資料的研究方法已經行之有年，也在各學門不斷被實踐，但網路問卷仍有其不完善且容易被質疑之處。相對於紙本問卷，網路問卷有其便捷、節省成本與資料處理方便等優點；但樣本選取的偏差、自願性樣本常不具代表性、缺乏抽樣架構與因發放方式錯誤呈現非常態分配等網路問卷常出現的問題可能導致結果無法推論至母群體、樣本為非常態分佈等缺失，而且目前似乎也尚未有被學術界認可的解決方法。在國內，相關網路問卷的設計系統，以 my3q.com 較常被使用，另外也有優仕網、104 與中華電信等提供系統問卷設計，在國外則有 i-replies.com 等須付費的問卷設計網站等。本研究利用 MY3Q 系統設計本研究之問卷，雖以增加樣本數量及

剷除重複填答的方式確保問卷品質，但也無法避免出現部份網路問卷可能被質疑之處，因此利用下列討論與相關實證研究為本研究樣本可信度之佐證。

在網際網路開始興盛的九零年代末期，台灣蕃薯藤曾在 97 年做過台灣地區的網路使用調查報告。報告顯示，網路使用的族群收入大多不太高，其教育程度在專科、大學、研究所為最多，以年齡在 15-29 歲間的都會人口為主（蕃薯藤網路調查報告，1997）。隨著網路的普及與便利性，網際網路已深植社會各階層，人們對於電腦與網路使用的依賴也逐漸增加。全球網際網路測量公司 NetValue 在 2002 年的網路調查報告指出，上網族群的年齡層以 15 到 34 歲居多佔百分之 74.7。這些人大都是網路的重度使用者；根據 TWNIC 在 2004 年做的調查，台灣地區上網人口已經超過總人口數的五成（TWNIC，2004），超過七成八的網路使用者為 16 至 25 歲的青、少壯年，每日使用時數則以「1 小時-未滿 2 小時」，「2 小時-未滿 3 小時」較高，皆佔 2 成以上；根據資策會在 2008 年做的網路調查顯示（資策會，2008），台灣地區上網的人口已經超過一千四百萬，約佔總人口的六成四。相關調查（TWNIC，2004；資策會，2008；InsightXplorer，2008）皆與本研究之發現結果與數據類似，顯示本研究蒐集之樣本具有一定可信度且與相關實證研究相符合；亦顯示，網路已經逐漸深入我們的生活，成為主要的溝通媒介之一。

Pew Research 針對美國民眾使用網路的行為進行實證研究，發現有超過六成以上的民眾會在線上進行日常的生活行動，包括購物、付款、談天等，但只有約 13%的民眾會在線上與線下皆安排約會或是聚會，約 16%的民眾會在線上與線下皆進行邀約或與朋友會面的行動（Deborah，2004）。本研究收集之資料也呈現相似的數據，虛擬社群成員中只有約 15%參與過線下的互動，大部份的虛擬社群成員雖有意願參與線下的互動，但目前仍享受在虛擬世界的互動樂趣中。

貳、虛擬社群成員有其特徵

本研究探討虛擬社群成員的社群意識與線下互動之關聯性，發現虛擬社群成員的人口變項與使用電腦與網路有幾項特徵：一、虛擬社群成員多屬於年輕世代，大約有八成以上的虛擬社群成員在二十歲以上三十歲以下，收入不高的學生或入社會不久的上班族居多。二、虛擬社群成員使用電腦與網路以有相當的經驗且多為重度網路使用者，成員大多皆使用網路超過五年以上且幾乎每天都上網；但並非想像般上網時數驚人或為網路沉迷者，成員每次上網大多約在1至5小時左右。成員同時大多具備著中高程度的電腦與網路素養，對於電腦或網路已經有一定的嫻熟度與知識技能。

先前研究指出，使用網路的年資與經驗是培養電腦與網路素養能力過程中不可忽略的因素（嚴振農，2005；許永諒，2004；張臺隆，2004）。本研究亦發現，女性的電腦與網路素養略高於男性，且素養會隨著不同教育程度及每次使用網路時間不同而略為遞增。此現象顯示，隨著使用網路的增加，經驗的累積，學習到關於電腦與網路的技術與知識亦會增多，而逐漸形成電腦與網路的素養提昇。

參、虛擬社群意識與線下互動具有其關聯性

虛擬社群成員其社群認同與社群意識的型構是非常複雜的過程，但可以從幾個面向切入探討：互助的行為、對於社群的歸屬感以及在社群中友誼的建構。在真實社群中的觀察研究證實，要進入一個新的社群往往需要社群的成員引領進入（Aoki, 2000）。而與社群成員建構了友誼之後，往往可以較容易進入該社群與其他成員互動，虛擬社群亦是如此。在友誼的形成過程中往往不是一對一的互動，而是以勾連的方式，逐漸擴展人際關係，形成群體。群體為了分辨我群（us）與他者（others）便會產生對於群體或社群的認同感，進而產生自己的符號、手勢或識別標誌等特殊意義。為了擴展群體或社群的勢力範圍，成員們也會逐漸地拓展新的人際關係，使社群持續茁壯擴大。

而虛擬社群與真實社群不同之處在於，缺少了真實生活中因血緣、地緣等關係而生的約束，取而代之的是虛擬媒介下特殊的功能：互助行為。由於目前虛擬社群的建構多以留言板或討論串的方式供成員對話的空間，因此造就了虛擬社群成員間互相解答疑問、困難排除等特殊但常見的互助行為。成員由互助行為中建立自己的聲望與名譽，以彰顯自我的虛擬身份，而這樣的互助行為也使虛擬社群的友誼建構更加茁壯。在美好的互助行為經驗以及友誼的連結下，虛擬社群的成員對於社群本身以及社群的其他成員會逐漸產生認同的感受，認為他們是我同一群的並以身屬這個群體為身份的表徵，逐漸形成對於社群的歸屬感。當有需要朋友的時候，或是有困難需要被幫助時，就會想要投入身屬的群體中。因此，虛擬社群意識可視為互助行為、社群歸屬感以及社群友誼的綜合，對於社群的意識越高，成員也就會越關心社群的發展與現況。

網際網路是目前虛擬社群的主要互動媒介。虛擬社群成員在使用網路的同時，其實就是在與社群他人互動，無論發文、回文、推文或是線上聊天等行為都是藉由網路對話與互動機制在不斷形塑著社群意識與社群的發展。問卷調查結果顯示，虛擬社群成員最不在乎的是暱稱、帳號的辨別，因為在虛擬社群中成員可以輕易的更換暱稱與帳號；反而是互助行為的經驗才是虛擬社群成員建構社群意識與社群認同最必須具備的要素。然而，由於虛擬社群的種類繁多，成員也可能因為需求或活動的不同而適時選擇不同的虛擬社群參與，因此要形成真實生活中，回到家的唯一歸屬感是較困難的。這顯示虛擬社群互動是較真實生活更複雜的，Kavanaugh 等學者（2005）的研究也呈現類似的結果。

性別尤其是一大因素，在真實生活中往往發生女性網友在參與線下互動時吃虧或被其他成員做出不禮貌的行為等，也多少影響了參與的意願；反之，男性網友較無此類顧忌，因此較熱衷於參與跳脫網路媒介以外的真實生活聚會。

先前研究（Carter, 2005; Parks&Floyd, 1996; Rheingold, 1993）顯示，線上建立的友誼關係能促使網路使用者在真實世界的互動；相關實證研究（Brook

and Boal, 1995; Burkalter, 1999; Carter, 2005; Correll, 1995; Dietrich, 1997; Ebo, 1998; Kolko et al., 2000; Morton, 1999; O' Brien, 1999; Wellman and Gulia, 1999; Wheeler, 2001) 也證實最初利用電腦中介所產生的友誼關係最終都會導向在真實世界中產生互動與關係的建構 (Carter, 2005; Hardey, 2002; Parks&Floyd, 1996; Rheingold, 1993) , 而虛擬社群的成員藉由互動來形塑社群的意識與認同 (Burgoon, 1999; 鄭綿綿, 2006) 。本研究也顯示類似的結果, 虛擬社群意識與虛擬社群線下互動呈現中等程度以上的相關性, 當社群意識提高時, 線下互動的表現也會隨之提昇。本研究也發現社群中的線上互助行為與線下互動的參與能力具有一定程度的關聯性。這顯示在線上樂於助人的社群成員, 在真實生活的聚會或會面中往往也會樂於表現或與其他成員互動。而社群的歸屬感與成員間友誼也會直接影響到成員參與線下互動的意願以及能力。當成員對於社群的意識或認同越高, 成員也會越樂於展開線下的真實聚會, 如同社群實證研究的結果顯示 (Xie, 2008) , 線下活動並不是取代真實生活中的互動, 而是與線上活動相互結合, 使成員的社群意識更加提昇, 社群更加茁壯。

本研究檢視電腦與網路素養是否具有調節社群意識與線下互動相關性之作用與特質, 結果發現, 在不同素養程度中, 社群意識與線下互動的相關性亦隨之改變, 在素養高分組的虛擬社群成員其意識與線下互動相關性較高, 而在低分組中相關性則較低。此現象顯示, 電腦與網路素養中存在影響虛擬社群意識與線下互動相關性之因素。在素養與網路行為的研究證實, 素養是影響網路行為非常重要的因素, 與網路使用者的網路使用態度也有相當強的關聯性 (洪毓蓮, 2002) 。電腦與網路素養高的虛擬社群成員, 其電腦與網路的技術與知能較好, 在虛擬社群中與他人互動較不受限制, 導致互助行為的質與量可能較多, 因此也容易對於社群及其他成員產生認同感與歸屬感, 進而強化社群意識。在研究者自身參與的虛擬社群線下互動也發現, 在互動的過程中電腦與網路知能高的成員常提供新知或資訊與社群成員分享, 除提昇整體成員的知能外也強化社群成員間的關係。因

此，電腦與網路素養作為調節變項的意義除在於幫助了解社群意識與線下互動相關性的變化外，成員如何脫離素養差異、個人條件不同的桎梏而產生集體的虛擬社群意識；亦或成員在使用媒介進行傳播時因素養不同而在各媒介有所不同表現也是值得關注的焦點。

肆、網際網路無法完全替代傳統媒體

在網際網路興盛後，網路媒體逐漸普及也受到更多的關注。使用者樂於享受網路帶來的便捷與不同於傳統媒體的全新事物；然而傳播學者與業者們開始擔心，網際網路會不會扼殺傳統媒體的生存空間，甚或就此替代傳統媒體？

替代性媒體(alternative media)又常被稱為地下媒體(underground media)、激進媒體(radical media)或草根媒體(grassroots media)等，而台灣地區也以此做為小眾媒體、非主流媒體或另類媒體的指涉。替代性媒體的原始意涵強調是傳統大眾媒體以外的選擇，強調閱聽人或公眾自己的主動創造、生產和傳播(Atton, 2002)；而替代性的概念在網路普及後也被延伸為網路興起代替傳統媒體成為較常被使用媒介的意義。由於網路的特性賦予了使用者主動傳播與製造、進入性高以及容易與其他成員聯繫等以往不常出現於傳統媒體的權力，網路也常被視為替代性媒體的新生命與代表。

虛擬社群是藉由網路而生的新興社群，不同於傳統社群存在地域或血緣的桎梏，虛擬社群足以讓成員們更無私且自由的進行傳播活動，也更容易建立起社群意識。隨著網路的普及，網路媒介扼殺傳統媒體的生存空間而產生替代效應的憂慮也隨之產生。

陳清河(2007)針對台灣民眾進行傳播消費行為的研究，發現媒體接觸率以往皆以電視居冠，2007年網路首度領先報紙成為接觸率第一的媒體，尤其在青、中壯族群中特別顯著。他並認為網路會對傳統媒體使用時間產生替代(襲奪)效應，此現象在網路重度使用者最為明顯。

然而不同研究與調查也出現相異的結果。InsightXplorer 在 2005 進行的「跨媒體使用行為調查」發現許多值得注意的現象與數據。從依賴度的程度檢視，網路已是僅次於電視成為第二重要的媒體；而調查結果顯示一週內有上網經驗的人口已經占全體台灣人口的四成五以上，僅次於電視成為第二大媒體。報紙與雜誌期刊的使用度相距不大，皆占約三成七左右；使用度最低的則是廣播，僅占二成五。進一步的調查顯示，在「過去一週內有使用網路」的人口裡，更有超過七成五的人在前一天有上網，這些資訊都在告訴我們網路的發展成長正漸漸反映在使用率的增加。（InsightXplorer，2005）。而觀察網路使用族群與非網路使用族群的媒體接觸行為差異性，可發現網路使用族群在各種媒體的使用上，皆明顯高過非網路使用者族群的使用，特別是在雜誌期刊的閱讀，差距近 30%，其次則是報紙，差距為 12%。顯示經常上網的族群不但不會只單獨使用網路媒介，而相對較重視多元化的資訊來源與管道，除了網路之外也同時使用其他傳統媒體。此現象對一般被認知的「網路出現，取代傳統媒體」的替代說法，提供了不同的思考方向（InsightXplorer，2005）。

日本「讀賣新聞」的全國民調結果顯示，高達九成二日本民眾認為，為取得資訊或知識，報紙「有其必要」或「可說必要」，且認為報紙報導「很值得信賴」和「大抵值得信賴」的比例高達八成七，顯示在網際網路等新資訊管道不斷擴增情況下，多數日本人仍極度重視報紙所扮演的值得信賴媒體角色（轉引自中央社新聞，2007）。

本研究針對虛擬社群成員進行實證研究發現，社群成員的社群意識、線下互動與電腦與網路素養皆有中度或中度以上的正相關性，亦顯示虛擬社群成員的電腦與網路素養會隨使用時間與教程度度的增加而提昇。當素養提高時，意指成員在處理網路資訊也更遊刃有餘，因而同時致力於線下的互動並且增強虛擬社群的意識與發展。電腦與網路素養的提昇當然會使得整體媒體素養也隨之提昇，使得閱聽人可以更有效率處理無論從傳統或網路媒介獲得的資訊，並且願意使用多元

的媒介與管道來蒐集訊息以確保資訊之正確性及符合使用需求，而這樣的推論也與 InsightXplorer (2004) 的調查結果類似。檢視當前媒體實際情況，電視與報紙雖受到網路擠壓，但仍保有一定生存空間也未完全被網際網路所取代。然而，隨著普及度的提昇，網路虛擬社群中的成員特徵與社群互動特色反應至真實生活的表現；網路賦予使用者的主動創造、取用權力被認為是替代傳統媒體作為公共領域的新希望等也是傳播研究不可忽略的課題。

小結：

本研究利用自編問卷針對虛擬社群成員進行調查，發現虛擬社群具有同世代、同族群、使用經驗豐富、重度使用者與多具備一定程度之電腦與網路素養等特徵。研究也發現，虛擬社群成員之社群意識與其參與線下互動具有一定程度之關聯性；利用電腦與網路素養作為調節變項，也發現不同素養程度亦會造成關連性的差異，並存在於正向的關係。

除上述發現外，本研究結果也間接證實網路問卷具有一定之可信度與網際網路仍無法替代傳統媒體。本研究利用網路問卷蒐集之資料與國內外相關議題之網路實證研究相比較，無論是國內資策會與入口網站的網路使用者調查或國外 pew Research 針對網路使用者的實證研究，皆呈現相似數據。此一結果顯示，雖然學術界對於網路問卷調查的穩定性、可信度、適切性與實用性仍有所質疑與挑戰，但網路問卷如果使用得當仍可獲得相當有意義且正確的資訊。

另外，本研究結果也間接為網際網路作為替代性媒體的代表，是否已經完全替代傳統媒體的爭辯提供了不同思考方向。虛擬社群的興起帶給了網路使用者更多的空間去揮灑，當網路使用頻率越高，虛擬社群意識、線下互動與電腦與網路素養成正向成長時，使用者需要更多資訊的來源。除了網路外，傳統媒體資訊的正確性與精緻度仍受網路使用者的青睞，網路使用者願意使用多元化的媒介管道來蒐集正確資訊。然而，傳統媒體發展空間受網路興起影響而被壓縮與網路作為替代性媒體帶來的利與弊也是傳播研究不可忽視的議題。

第二節 研究建議

壹、對虛擬社群的建議

根據本研究之研究成果與發現，參與虛擬社群線下互動的成員明顯對於線下互動的認知是較低的，顯示可能不夠清楚了解線下互動的時間、地點、內容因而減低參加的意願。而研究結果也顯示虛擬社群線下互動與成員們藉由線上活動所建構成的社群意識是存在著相關性，因此虛擬社群的支援團體(support team)，如：網管或是站長等，也應增加虛擬社群線上互動的機制，讓成員們互動可以更多元、開放而不受限制，提高線上互動的質與量並同時加強線下互動認知的推廣，如：多邀請成員參與線下互動、多散發線下互動的訊息、讓線下互動的經過在社群中藉由網路散布流傳等，這些都可以讓虛擬社群成員對該社群更有社群的歸屬感以及提高其參與線下互動的意願。

而在具體的社群機制建構上，虛擬社群可以考慮建置線下互動的專區，提供成員們分享線下互動的經過，藉由互相討論達到傳播的效果。而在線下互動的產製，無論是實體或知識類的收穫，都可以放到專區內供大家點閱或瀏覽。研究結果顯示社群互助的行為會影響線下互動的意願與能力，尤其虛擬社群的互動中，問題的詢問與解答是極重要且常發生的互動情形，虛擬社群的支援團體應時常留意其他成員的問題或詢問是否被解決，同時製作社群相關知識的連結與精華區，讓成員如果對社群內外的事物有疑問，可以有資料庫去搜尋答案。

貳、對後續研究的建議

本研究乃採問卷調查法，雖有部分題項採取開放式問題供作答，但成果有限。而線下互動的過程以及虛擬社群意識、認同及歸屬感的建立也是需要深度訪談以及完整的參與觀察才能獲得各別社群互動的相關資料。因此建議後續關於虛擬社群意識與線下互動的研究，可以著重在意識的建立過程、對於社群共同意義的產

生與社群或社群中其他成員互動的經歷等方向，利用觀察的方式仔細檢視社群與成員的現況，更能深入了解社群中的成員意識表現以及與互動之間的關係；同時也建議後續研究者應多參與研究對象虛擬社群的線上與線下互動，了解其線上、下活動互相影響與相互形塑的連結，讓虛擬社群的相關研究更加完整。



第三節 研究限制

綜合以上，此節針對本研究限制提出研究範圍、對象與研究方法之檢討：

壹、研究範圍及對象之限制

本研究採用網路問卷調查方式蒐集資料，雖然力求完善，但仍不免出現網路問卷常發生之問題。虛擬社群十分廣泛且日新月異，很難清楚界定其範圍，亦難建立取決是否為虛擬社群使用者的統一標準。而由於網路的便利性，虛擬社群的成員容易同時存在於多個虛擬社群，或不同時段可能會在不同虛擬社群內活動，鮮少成員持續在單一社群中活動，但由於時間與資源的限制，本研究問卷尚無法以調查方式獲得跨社群時的活動表現等相關資料。網路問卷發放時，本研究為提高填寫率而舉辦公開抽獎及送獎品，也可能或多或少影響受測者填寫時的態度。

貳、研究方法之限制

本研究採問卷調查，調查內容只能局限於問卷所示之題項，無法獲得更細緻或詳細的互動資料。本研究嘗試將把電腦與網路素養及虛擬社群意識與線下互動作連結與分析討論，然而適應之文獻較少，因此問卷內容難免有疏漏之處。虛擬社群意識與線下互動為本研究問卷之變數，然而可能產生影響的因素眾多，變數內各向度亦複雜，本研究雖就社群互助、友誼、歸屬以及線下互動認知、意願、能力各層面加以探討，但仍無法涵蓋所有構面。