

國防大學政治作戰學院心理與社工學系心理組碩士班
碩士論文

智慧型手機 App 與親密關係的樣態分析-動機、型態、
風險

**The Analysis of Romantic Relationship Style on
Smartphone App:
Users Motivation、Pattern and Risk**

研究生：石久明 撰

指導教授：鄔榮霖 博士

中 華 民 國 一 〇 七 年 六 月

國防大學政治作戰學院心理及社會工作學系

心理碩士班學位論文

口試委員會審定書

智慧型手機 App 與親密關係之樣態分析—動機、型態、風險

本論文係石久明(學號 1050720308)在國防大學政治作戰學院心理及社會工作學系完成之碩士學位論文，於民國 107 年 5 月 22 日承下列考試委員審查通過及口試及格，特此證明

委員兼召集人	石雅惠
指導教授	鄔榮霖
委員	石雅惠
委員	余景文
委員	鄔榮霖
組長	
學系主任	丁 華

中華民國 107 年 5 月 22 日

謝誌

網路資訊爆炸的時代，改變了人的溝通模式，人與人之間交流更為快速，雖加速了男男女女由認識到牽手的流程，反之，從牽手到變成陌生人也同樣地迅速，即使不用面對面，也能遨遊整個世界，與不同的人透過數位訊息而接觸，智慧型手機的出現，等於將網路的功能發揮的淋漓盡致，脫離以往電腦載具較龐大的束縛，輕便攜帶的智慧型手機，隨時隨地能夠與世界任何一角落的另一方談情說愛，研究者自己也曾經是網路交友 APP 的使用者，也曾經利用此工具結識朋友及異性，也經歷過交往及分手的過程，因此激發了研究者對網路交友 APP 的研究動機，想探索這塊奇妙的世界，一方面是自己的好奇，二來是期望能研究普羅大眾都能有機會參與的事物，一同揭開網路交友 APP 中隱而不顯的脈絡，在寫論文的過程中，經歷了許多人生的起起伏伏，失戀、戀愛的過程，在這中間指導教授、夥伴無條件的關心，讓我看見了人性溫暖的一面，雖然這路走來風風雨雨，回過頭來看這論文，研究者不僅僅是分析歸納受訪者故事經驗，更是一條整理自己的路，感謝指導教授、論文夥伴以及一直陪伴支持我的所有人，讓我有這一場豐盛的冒險。

國防大學
National Defense University

久明 謹誌 2018 於復興崗

摘要

隨著智慧型手機大步邁進現代人的生活，高科技的帶領之下改變人的溝通模式，以及人際關係建立模式。手機網路的搭載以及交友應用程式（App）的擴充，潛移默化之下重新定義人與人之間的關係建立行為。本研究援引愛情三元論、需求理論、公平理論、自我揭露理論去嘗試解釋智慧型手機網路交友 APP 在建立不同型態的親密關係上扮演的角色。本研究聚焦於兩大議題：1. 網路交友 APP 動機的要素為何？2. 網路交友 APP 交友型態及風險為何？其目的為幫助網路交友 APP 使用者辨識對方的動機以及可能遇到的風險，讓使用者減少受騙及受傷害的風險，找到理想的親密關係。

本研究發現影響人們網路交友的動機的原因有：刺激。過去經驗。對網路交友 APP 建立親密關係的信念。未滿足的需求。也發現網路交友 APP 交友型態分為：激情。承諾。彈性。各會呈現不同的自我揭露方式，而彈性的交友型態講求的是一種公平性以及處於觀察的階段，尋找激情關係者常常以暗示的方式傳達對於對方身體意象，以及對於性方面的渴求度。在需求的滿足上，網路交友 APP 交友擁有重塑、再造的功能，能夠更有效率、更便利的方式滿足生理、安全、愛與隸屬、自尊、知識需求。

關鍵字：親密關係、智慧型手機、智慧型手機應用程式、愛情三元論、自我揭露、依附理論、公平理論。

Abstract

Under the leadership of modern technology, smart phones play a significant part of modern life. Communication modes of people are changed, as well as the model of human relationship establishment, the deployment of mobile networks, and the expansion of dating apps, subliminally redefining the behavior of relationship establishment. The study will be examined with the reference of the love of the triangle theory, Maslow's hierarchy of needs theory, equity theory, self-disclosure theory to try to explain the role of the smart phone network dating APP in the establishment of different types of intimate relationships . This research focuses on two major topics: What are the elements for motivating Internet dating apps? What are the types and risks of online dating apps? The goal of the study is to help the user of Internet dating app identify each other' s motives and reduce the risk of cheating and being harmed and find the ideal intimacy.

This study was found out that the motivations that affect people' s online dating were: excitement, past experience, belief in establishing intimacy with online dating app and demand satisfaction. It was also figure out that the types of Internet dating APP is divided into passion, commitment, flexibility, each presents a different way of self-disclosure, while the flexible dating style emphasizes fairness and observation, passion dating style often convey the body image of each other and their desire for sex in an implied way. In terms of satisfying the needs, the function of remodeling and recreating of internet dating APP, it can meet the needs of physiology, safety, love and affiliation and self-esteem in a more efficient and convenient manner.

Keywords : romantic relationship, smartphone, triangular theory of love, applications, self-disclosure theory, attachment theory, equity theory.



目錄

第一章 緒論	1
第一節 研究背景與動機	1
第二節 研究問題	4
第三節 名詞解釋	6
第二章 文獻探討	8
第一節 智慧型手機掀起的浪潮.....	8
一、智慧型手機定義.....	8
二、智慧手機普及率.....	10
三、智慧型手機應用程式.....	13
第二節 手機為連繫愛情的媒介.....	16
一、輕連結.....	16
二、手機App通訊軟體與溝通.....	18
三、永恆連結.....	19
第三節 愛情親密關係	24
一、愛情關係三元論.....	26
二、愛情顏色理論	28
第四節 愛情親密關係發展	30
一、兩性親密關係的發展模式.....	29
第五節 關於愛情中的依附關係及社會交換.....	37
一、親密關係與自我揭露.....	38
二、社會交換理論.....	39
三、公平理論.....	41

四、依附理論.....	42
第六節 需求理論.....	45
第七節 人際關係三向度理論.....	47
第八節 網路交友.....	49
一、網路交友定義.....	49
二、網路交友的特色.....	50
第三章 研究方法與對象	51
第一節 研究方法	51
一、深度訪談法.....	52
二、質化資料的資料處理.....	52
第二節 研究對象	54
第四章 資料分析及陳述	55
第一節 網路交友中交友動機的形成要素.....	57
第二節 網路交友APP的態度及風險.....	74
第五章 研究結論	90
第一節 研究結論	90
第二節 研究討論	100
第三節 研究限制與建議.....	109
第四節 未來研究方向.....	109
參考文獻.....	112
附錄	112
附錄一：訪談內容大綱.....	120
附錄二：訪談使用同意書.....	122

圖次

圖 2-1:全球智慧型手機普及率	11
圖 2-2:全球智慧型手機普及率(續)	12
圖 2-3:愛情三因素論.....	27
圖2-4:需求層次論示意圖.....	47
圖 3-1:文本處理步驟.....	53
圖 5-1:研究架構圖.....	91
圖 5-2:本研究分析結論—動機形成的要素.....	95
圖 5-3:本研究分析結論—網路APP 交友型態及風險.....	100

表次

表 2-1:智慧型手機之定義.....	9
表 2-2:通訊 App 介紹	15
表 4-1:受訪者簡述表	56

National Defense University

第一章 緒論

第一節 研究背景與動機

智慧型手機的普及程度已經改變人們的生活型態、溝通型態以及影響到人們的親密關係，偷情、外在的誘惑更加無孔不入。行動網路的時代使人與人的距離從物理的時空抽離出來，我們雖然相隔兩地，但是心智卻在虛擬的連結上- 智慧型手機，如此科技物的出現，彷彿對人類的生活投下了一顆原子彈，以一則生活新聞為例：

「剛剛我拿著閃光的手機滑啊滑，突然看到他的直屬學妹用限時聊天 LINE 他」
結果霸氣的女網友用這一招，讓學妹很識相的沒再 LINE 她的閃光。

女網友在 Dcard 網站 PO 文，指男友的直屬學妹明知他有女友，還用限時聊天向學長撒嬌，某天閃光又收到學妹的 LINE，愛理不理讓她回 LINE，學妹私訊聲稱肚子餓請學長載她去覓食，女網友將計就計回她「學妹~我是學姐。妳還沒吃晚餐喔？那學姐可以騎學長的车載妳啊，約幾點呢？我去載妳啊」，沒想到對方嚇到回說「呃沒關係不用了」，女網友還不忘貼心提醒學妹「喔喔，好吧，記得吃飯歐~ 對了學妹，以後啊，眼睛給我放大一點。」(任羿馨，2015)

資策會調查，截至 2015 年 4 月止，台灣的智慧型手機普及率有 73.4%，也就是說每四個人就有約三個人有智慧型手機，在 Google 委託獨立第三方研究調公司 IpsosMediaCT 與 TNS Intratest 針對全球消費者使用智慧型手機的普及率和使用情況進行深度調查(2013)指出，全球 48 個國家受訪人數高達 4 萬人的調查。在

所有受調查的國家當中，有 44 個國家的智慧型手機普及率皆大於 20%。這些調查指出，智慧型手機是一種全球化的趨勢，在台灣的智慧型手機使用更是普遍，因此本議題是非常具有研究價值的。

美國杜克大學將在 2015 年 11 月發表研究報告，據統計有 78% 的青少年擁有可上網的智慧型手機，平均每天會發出 60 則短訊。然而其研究人員指出，青少年的網路經驗，並不會取代他們的社會經驗，那些在社交網站上交友豐富的人，通常也更容易和其他人保持友誼。使用這些交友軟體的青少年，並不會失去與社會的連結。張瀟今、陳珮文、林筠婕(2013)的調查中發現大學生們購買智慧型手機之主要原因是為了方便上網和與朋友同學繫，瞭解彼此最新的生活動態。

關於手機與愛情親密關係的文獻中，研究者發現些相關研究，黃思齊(2011)研究探討手機與愛情關係的相互影響，研究指出情侶間的互動因為手機的輕連結而深刻的捲入彼此的生活，雖然輕連結的對話不夠深刻，卻讓彼此對於對方生活增加更多的控制力，許芷浩(2011)的研究發現不同依附關係的人在親密關係中使用 App 的行為及動機不同，安全型依附的人們在 App 的使用著重在生活的分享與陪伴，他們在良好的互動中建立親密感，並不在意對方對自己的回應是否有達成互惠式的公平，相反的，焦慮型依附的人們則在意 App 中交換的公平性，故對方的回應與否的確會造成其情緒上的起伏，並且會以最後上線時間來進行監控，而智慧型手機網路交友 APP 中，只要動一動手指就能滿足使用者的各種需求，而網路交友 APP 的使用者抱持的不同動機都會以各種不同的交友型態展現。

研究者為了探究智慧型手機 App 在愛情關係中所扮演的角色，探索台大 BBS(Bulletin Board System)-PPT 各版的社會現象，如 Boy-Girl 版—男女關係討論版、DistantLove 板—遠距離戀愛版、Sex 版—性版、WomenTalk 版、MenTalk

版等等，台大 BBS 為現今年輕人主要的討論版，一些流行語都是從這個 BBS 散播出來的，而其討論版的熱絡程度、流動率都很高，因此選擇此 BBS 中的討論話題當作訪談大綱編制的依據。

觀察編號(1): 而 beetalk 上我覺得怪怪的女生真得非常多先是一堆加完好友就被系統宣告是違禁用戶的 再來就是這 app 好像會用距離你遠近來排序女生 所以我都挑幾公里內的加好友聊天這樣結果之前連續加了 10 個女生都跟我說她在香港 剛好來台灣旅遊或出差 有一個還直接問我要不要投資是不懂這到底什麼戲碼 但這有違常理的巧合讓人害怕阿 偶爾在上面遇到看起來正常且稍有姿色的台灣女生 好幾個約出來不是你聽過安麗嗎? 就是開始賣保險 Orz。出自於 SEX 版。

觀察編號(2): 我女友好像很懶得傳訊息,她寧可視訊,也不會頻繁的傳訊息,但視訊畢竟也有時間限制,訊息卻可以在忙碌的空檔傳遞,所以我覺得訊息也同等重要。但女友常常三不五時整天消失,我如果沒傳,她也就沒傳…最後我自己會賭氣,想說每次都是我主動,就慢慢等她自己傳給我…我該如何表達,自己想要對方更頻繁回訊息呢?或是女生偶爾就是感覺比較淡就不想傳?出自 DistantLove 版。

觀察編號(3): 網路交友心得 skout:

先說缺點 龍蛇混雜 詐騙 約砲很多 真心想認識的太少能和現任認識算是一種運氣 互相點感興趣彼此 match 對方看我興趣和她超像開聊 沒想到一拍即合 個性 想法 價值觀都很合 加上外型是我喜歡的 一見鍾情不隱藏~兩顆心才不孤單~

認識 1 個月 吃過兩次飯 第三次我就衝了。出自 CATCH 版。

觀察編號(4): 最近在某軟體(隨機可以傳語音照片)約到一個女生 叫小 U 因為不常用手機軟體約起手式真的不太好, 雖然分類都是成人話題可是還是都會先寒暄一下, 常常都會被離開小 U 就感覺是很急著約, 一開始就說很久沒做了, 男友在中部 blabla 說男友都不理她, 她好可憐, 每次做都不舒服然後就約隔天出來, 還一起挑飯店。出自 SEX 版。

為了激發出研究問題的火花, 研究者蒐集了許多的台大 BBS 的文章, 節錄的四則皆為與愛情關係、智慧手機 App 有關的文章: 網路交友 APP 的風險(編號 1)、感受到交換訊息不公, 而進行協調(編號 2), 使用網路交友 APP 成功交往經驗(編號 3), 網路交友 APP 尋找激情關係(編號 4), 以上節錄的文章反映了現今社會依賴智慧手機 App 當作愛情關係的媒介是不爭的事實, 而知覺訊息交換中的不公代表雙方投入的不公或也成為定義親密關係的另一項證據。有鑑於此, 訊息中的自我揭露、社會交換的公平、網路交友 APP 的各種型態在親密關係的前提下, 將成為本研究主要關切的議題。

第二節 研究問題

手機的出現, 創造出「永恆連結(Perpetual Contact)」概念, 意味著人與人之間隨時隨地都可以連繫, 來代表著手機創造出一個虛擬的連結空間, 人們可以超越物理距離的限制互通有無。而智慧型手機的問世, 隨時能連上網路的功能更創造出更多的可能性, 手機 App 程式讓智慧手機的功能無限延伸, 對於人們生活各個層面有如革命般的影響, 協調生活中的大小事, 舉凡娛樂、通訊、了解社會脈動, 行動上網讓資訊爆炸, 讓親朋好友間的聯繫更為緊密。

因為近年來很多 App 社交軟體的興起，「約砲」這個名詞逐漸在網路上出現，除了對「親密關係」這個名詞的重新定義，有鑑於此，網路交友 APP 上建立親密關係的定義又更加多元化，而人們如何定義這些親密關係呢？人們為何要使用 APP 來建立親密關係？其中動機是甚麼？是那些需求導致使用者有這種動機呢？，本研究將使用訪談法來分析網路交友 APP 親密關係中的使用的動機形成的要素，產生第一個問題：

Q1. 網路交友 APP 動機的要素為何？

而網路交友 APP 的動機確立以後，如何以具體的行為展現在網路交友 APP 上，使用何種態度與價值觀在網路交友 APP 上與人互動？或是以哪種自我揭露的方式來與網路交友 APP 上的對象建立關係？以及網路交友 APP 上與人建立關係時會遇到甚麼風險？引用自我揭露理論以及公平理論，並以愛情三元論來詮釋透過智慧手機 App 的自我揭露如何使親密關係得以建立，因此本研究提出第二個問題：

Q2. 網路交友 APP 交友型態及風險為何？

智慧型手機 APP 對於親密關係的影響是本研究的主题，而這個主题包含的範圍很廣，在親密關係的基礎上，研究者將焦點放在網路交友 APP 的動機及交友型態上，想要在交友 APP 上面建立怎樣的親密關係？而這個動機會以怎樣的具體行為呈現？以及動機是如何形成的？它又包含了那些要素？問題一將回答網路交友 APP 建立親密關係的動機的前因，問題二則是想要看見交友動機形成的後果，盼此藉由回答這兩個問題，能對於 App 網路交友描述較為完整的圖像。

第三節 名詞解釋

一、親密關係(romantic relationship)

Jamieson (1998) 強調愛情親密關係是一種藉由交談、聆聽、分享想法、顯露感情，而維持一種深切的認識及了解。

Wood (1999) 認為愛情親密關係是獨特個體間自願發生的行為，認定對方為生活中的一部分。與其他入際關係不同，我們無法選擇自己的親戚、同事、鄰居，但是我們可以選擇自己的愛情伴侶。

在愛情親密中的兩人是無法取代的，是一種「你我」關係，發生在特定的兩人中。愛情親密關係與其他親密關係(親情、友情)有兩個不同。首先，在愛情親密關係的男女，除了對彼此有愛的感覺之外，還有浪漫及性的感覺。第二，我們會預期愛情關係在社會中是一種永恆的關係，我們會與家人朋友分開，但是我們會假定與自己愛情伴侶永遠在一起，即使目前出軌、離婚屢見不鮮，我們仍視愛情關係視為永恆，而這點使得愛情承諾獨一無二(Wood, 1999)。

二、永恆聯繫(perpetual contact)

Katz 與 Aakhus (2002) 試圖提出一道理論來解釋人與科技之間的關係，稱做「Apparatgeist」，他們認為類似的科技都是由一套相同的邏輯研發出來的，這個邏輯先於特定科技物，它根植於更廣泛的歷史、物質、觀念脈絡之下，而通訊科技的 Apparatgeist 便是「永恆聯繫」，換言之，本研究主題智慧型手機，就是

依據永恆聯繫的概念發展出來，手機的移動能力與可及性（accessibility）便使它成為了目前最接近「永恆聯繫」的通訊科技（黃思齊，2011）。

三、應用程式(mobile Application, App)

行動應用程式（mobile Application，App），或手機應用程式、行動應用程式、手機 App 等，是指設計給智慧型手機、平板電腦和其他行動裝置上運行的應用程式。App 主要以日常生活的各項需求作開發，包括遊戲、即時通、社交、地圖、時刻表、天氣、飲食、旅遊、圖書等，使用者可以隨時上網將想要的功能或內容，簡單地使用觸控下載在自己的手機中，不喜歡也可立即刪除，有別於原有軟體市場的供需目的與特性，更拉近使用者與軟體的接近性。且 App 開發者可以透過個人獨特的點子和技術直接進入軟體市場，不再倚賴通信公司，造就了自由市場交易。因此 App 為目前的軟體市場帶來新的革命與刺激，也逐漸成為一種新的傳播媒體及溝通媒介（胡惠君，2015）。

四、網路交友 (Online dating)

網路交友為一種人們透過網路的方式認識對方，經過一段時間的互相了解後所發展出來的友誼關係。使用網際網路的方式來傳遞訊息交朋友，從在現實社會中需要面對面互動的人際關係，轉變成透過網路世界的管道進行（方志豪，2004）。

第二章 文獻探討

在這一章，我會回顧關於愛情、智慧手機及 App 的文獻，共分為五個小節，分別為智慧型手機掀起的浪潮、手機為連繫愛情的媒介、愛情親密關係、愛情關係的發展、關於愛情中的依附關係。

第一節首先介紹智慧型手機及 App，顯示研究者蒐集全球與台灣地區使用智慧型手機的現況與趨勢，第二節聚焦於以手機為媒介的儀式性互動，第三節為愛情親密關係，介紹許多不同的傳統愛情理論對愛情的分類，闡述愛情的不同面向，第四節闡述愛情關係中的發展不同階段以及愛情關係互動中的社會交換及公平，第五節對於不同的依附型態在愛情關係中所呈現的不同樣貌加以說明。

第一節 智慧型手機掀起的浪潮

手機的誕生在社會、人際關係、通訊科技和生活型態甚至親密關係上的影響掀起了一股浪潮，本節將焦點拉回到新穎科技物智慧型手機身上，綜合先前學者的研究，在溝通媒介對親密關係的影響前提下，一同來深入探討智慧型手機及其 App 的類型與功能。以下本研究將探討智慧型手機定義、普及率、常見的智慧型手機應用程式與通訊程式。

一、智慧型手機定義

智慧型手機又稱作為 Smart phone，智慧型手機的前身可以說是由 PDA (Personal Digital Assistant) 所演變來的，早期 PDA 為單純的行動助理，之

後加上通話功能與網際網路後，使得智慧型手機在近幾年來更加的普及。美國消費性電子協會(Consumer Electronics Association) 首席經濟學家杜布拉瓦克(Shawn Dubravac)說：「我們正進入後智慧型手機時代。」他認為，現在使用智慧型手機的時間，有65%是從事健康、娛樂或其他「非通訊活動」之用途。因此對於消費民眾來說，通話再也不是手機主要的功能(引自陳祐群;張國賓，2013)。

智慧型手機專有名詞最早是由微軟Microsoft所定義，所指同時具備通話與PDA事務整合功能的手機。然而智慧型手機使用上雖然已經相當普及，但始終沒有標準的智慧型手機定義。拓璞產業研究所(TRI)將智慧型手機定義為：具備有開放式作業系統(如Symbain、Microsoft Smartphone、Pocket PCPhone Edition、Linux、Palmsource 等)，以及足夠的運算處理能力，可容許使用者自由選擇其應用軟體之手機。(引自陳祐群;張國賓，2013)。

表2-1

智慧型手機之定義

項目	定義
外觀	輕、薄、小、易於攜帶。
基本功能	具備數據與語音之無線通訊功能，皆為內嵌式非外加。
數據通訊	具備PIM功能，其中包含Date Book 行程表、Contact 通訊錄、To Do List 工作表、Memo、記事本、Hotsvnc、 與電腦同步等功能。可連結Internet、收發E-Mail。
語音通訊	需具備內嵌式語音通訊功能。
輸入方式	不拘泥於觸控式、按鍵式或語音輸入法。
處理器與作業系	擁有多工的嵌入式微處理器與作

資料來源：資策會(MIC)智慧型手機之定義

二、智慧手機普及率

依據資策會FIND公佈最新調查結果顯示，台灣12歲以上使用智慧型手機或平板電腦者已達到1604萬人，約每4人便有3人為行動裝置使用者。該調查是在2015年3、4月間進行，依據內政部性別、人口、年齡、居住地，以分層隨機抽樣電話訪問1200位12歲以上民眾。相較於半前年調查結果，國內行動裝置用戶增加170萬達到1604萬人。

其中智慧型手機普及率約73.4%，推估約1525萬用戶。平板電腦普及率約32%，預估約有665萬使用人口，同時擁有兩種裝置的用戶比率則是28.2%。行動裝置不僅在中低年齡族群已經普及，調查也發現中高齡層普及率在提高，50歲以上族群擁有行動裝置比率達26.6%，行動裝置不再只是年輕族群的專利，也逐漸走入中高年齡層人口的生活中。(資策會，2015)

接下來是由 Google 委託獨立第三方研究調查公司IpsosMediaCT 與 TNS Intratest 針對全球消費者使用智慧型手機的普及率和使用情況進行深度調查(2013)。調查對象涵蓋各調查國家/地區內使用個人智慧型手機上網的使用者。

本研究共分成三個階段進行，第一階段問卷調查期間為 2011 年 3 月到 7 月，第二階段為 2012 年 1 月到 3 月，第三階段為 2013 年 1 月到 2 月。以下資料呈現48個國家在2013年的智慧型手機普及率資料，全球48個國家受訪人數高達4萬人的調查。在所有受調查的國家當中，有44個國家的智慧型手機普及率皆

大於20%。其中以阿拉伯聯合大公國的73.8%為最高，第二高為韓國的73%，第三則為沙烏地阿拉伯的72.8%。(IpsosMediaCT & TNS Intratest, 2013)

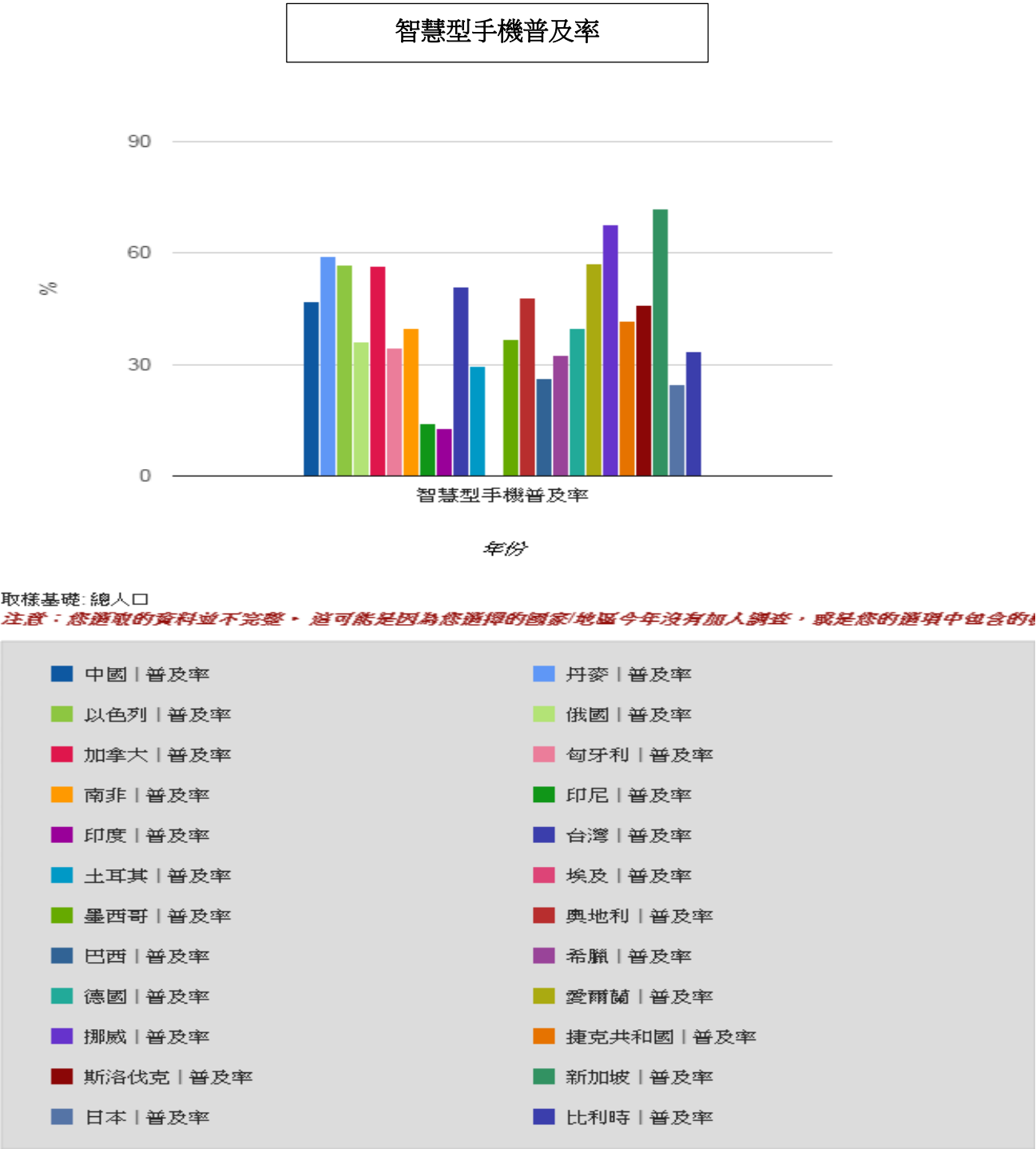


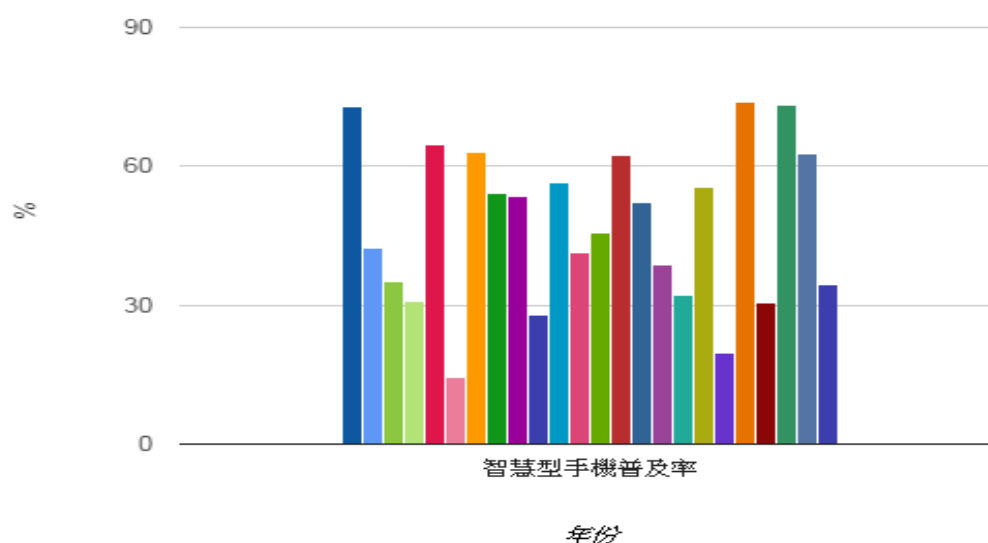
圖2-1 智慧型手機普及率

註：長條圖由左至右順序為中國、丹麥、以色列，以此類推。資料來

源:IpsosMediaCT 與 TNS Intratest 針對全球消費者使用智慧型手機的普及率和

使用情況進行深度調查(2013)。Retrieved from

<http://www.ourmobileplanet.com/>



取樣基礎: 總人口



圖2-2 智慧型手機普及率(續)。

註：長條圖由左至右順序為沙烏地阿拉伯、法國、波蘭，以此類推。資料來源：IpsosMediaCT 與 TNS Intratest 針對全球消費者使用智慧型手機的普及率和使用情況進行深度調查(2013)。Retrieved from <http://www.ourmobileplanet.com/>

三、 智慧型手機應用程式 (mobile Application, App)

許多人對於App的認知，泛指手機應用程式行動應用程式(mobile Application, App)或動應用程式 (mobile Application, App)、手機App等，係指設計給智慧型手機、平板電腦或其他行動裝置上運用的應用程式，以簡單觸控的方式使用智慧手機、平板來下載使用，通常有分為付費及免費兩種，類型主要是使用者生活中所需，如：遊戲、地圖、通訊、資訊及書籍等，自從App問世，人們大可不必帶一本本厚重的書或是難以收納的地圖，直接從口袋拿出小小的手機，打開App即可滿足種種生活上的需求。

Google、Ipsos 和 MMA(2013)指出。平均每位使用者安裝的應用程式數量為30個，在一個月內有使用過的程式約為8.9個。而在應用程式的選擇使用之上，約有86%的時間是在使用社交軟體或是電子郵件，93%的時間使用手機上社交網路，61%的人會在每天至少連結一次社交網路(IpsosMediaCT & TNS Intratest, 2013)。

根據Android Google Play商店 於2015 年10月24日所公佈的資訊顯示，最高營收應用程式排名前五分別為：第一名為LINE應用程式，後面四名皆為遊戲，而本研究所列舉的溝通媒介，則是行動通訊應用程式「LINE」與「Facebook Messenger」及「Wechat」，占熱門免費通訊應用程式排行榜上的第一~三名。

App Annie為一分析公司（2015/10/23）針對蘋果App Store的App 下載進行統計，台灣地區全排行榜中的榜首為「LINE」；用分類來看，免費的榜首為「LINE」，「Skout+」則為付費App的榜首。

而對Windows系統下載的統計，在台灣地區，「LINE」、「Facebook Messenger」及「Wechat」佔熱門免費排行榜上3、4、5名。

本研究中主要把焦點放在智慧手機App上，以下統整較常用、熱門的App「LINE」、「Facebook Messenger」及「Wechat」、「Skype」、「WhatsApp」作統整介紹

表2-2

通訊App 介紹，本研究整理

App 名稱	功能介紹
Line	跨智慧型手機系統的即時通訊軟體，透過網路的連結可與好友互相傳送文字、圖像、影片，同時也支援語音電話、視訊電話，Line的訊息發送也能通知使用者對方收到訊息與否，若對方已開啟傳送過去的訊息，便會標示「已讀」二字。另外還有搖一搖功能來認識周圍的朋友。
Facebook Messenger	Facebook Messenger為從社群網站Facebook獨立出來的即時通功能，並跨平台的讓使用者接收訊息。在Facebook Messenger中，使用者可以透過此App 與Facebook 好友連絡、傳送圖片、影片、語音、即時通話功能，除了可以得知接收者是否開啟訊息外(以打勾呈現)，同時此App最特別的

是搭載了地理位置定位功能。

微信	跨智慧型手機系統的即時通訊軟體，可與好友互相傳送文
Wechat	字、圖像和語音訊息，近期又新增了語音通話及視訊通話的 功能。微信的特殊之處在於其設計保戶用戶訊息的「已讀未 讀」隱私，讓使用者較不具回應壓力。微信還有「搖一搖」、「 附近的人」的功能，與同時也在使用此搖手機功能的人進行 交談以及搜尋附近的人讓用戶選擇這些人來進行交流。

WhatsApp	為跨智慧型手機系統的即時通訊軟體，透過網路的連結，持 有智慧型手機且下載此App 的使用者，可以互相傳送文字、 圖片、語音便條與影片等。透過此傳輸訊息給他人，可以透 過圖示了解訊息的收發狀態，例如訊息左方的「一個勾」代表 訊息發送、而「兩個勾」則代表訊息已確實送到對方手機當 中，而勾勾變成藍色表示對方已經讀了訊息。而存於使用者的 WhatsApp 好友名單中的朋友，也可以互相知曉對方的最後 上線時間、即打開此App 的最後動作時間。
----------	---

Skype	Skype 原為電腦中著名的視訊及與音通話軟體，同時也開發 了手機應用程式，讓使用者電腦中的通訊錄與手機應用程式 同步，進行語音通話、即時訊息的發送。2013年微軟買下 Skype，從 2013 年 4 月 8 日起，Skype與微軟旗下MSN合 併，在兩通訊軟體註冊帳號整合成一個帳號。
-------	--

以上資料所顯示，雖然智慧手機App的種類繁多，但其功能卻是重疊性很高，

除了與親朋好友連絡外，這些App對於親密關係有哪些影響呢？下一節將探討智慧型手機及其App在建立關係的過程中所扮演的角色。

第二節 手機為連繫愛情的媒介

由於智慧型手機的興起，已成為現代人最重要的通訊媒介，而智慧手機可上網的功能，造就了App通訊軟體的普及率暴增，每個人人手一機，高科技對於人們溝通到底產生了甚麼影響呢？低頭族看著手機等著的訊息，而情侶間的溝通方式、內容也因此改變，手機App到底在這之間扮演甚麼樣的角色呢？

手機隨著科技進步，從僅具語音通話功能的終端機轉變為集語音、連結網路和多媒體等功能的多元終端機；使用者透過手機能夠隨時隨地獲取資訊，因此被稱為是繼報紙、廣播、電視與網路之後的第五媒體。手機與四大媒體比較，具有其獨特性，汪玉輝(2010)因此提出手機的三項特點，一為手機的移動性，打破時空的限制；二是手機的個性化使用與互動性滿足了用戶探索和嘗試新事物的心理需求；三是使用者藉由手機，可同時扮演著生產者與消費者角色，也就是訊息傳播者與接收者的二重性，以上種種特性讓情侶之間可以達成永遠你在我身邊的隨時隨地的溝通，也因此使彼此的互動更加緊密。

一、輕連結(weak tie)

國內研究以近三十位男女受訪者歷來的愛情故事，觀察他們在愛情關係中如何使用手機或App進行溝通，手機讓身處兩地的情侶也能隨時溝通聯絡，使情侶之間出現了一種稱之為「輕連結」的新聯繫形式(黃思齊，2011)。頻率高、瑣碎、無關緊要、簡短、隨時隨興都可以開始與結束對話與文字訊息為「輕連結」的主

要特徵。其中，聯繫越發不再只是「傳遞訊息」，溝通內容不再是重點，「輕連結」更多的是要透過每一次的聯繫，來確認彼此仍然互相連結，讓彼此不斷處於「連結的關係」。然而，當每一次的聯繫也都可被視為一次對連結關係的「檢驗」，各種「不聯繫」所可能引發的爭執也就越來越成為情侶之間常見的衝突（黃思齊，2011）。

雖然輕連結中的對話較輕鬆、無關緊要，但是隨時隨地可以聯絡的特性，讓情侶間突破場地限制、不必長久的等待，更能知曉自己另一半的生活細節、情緒狀態、交友圈、所在位置，讓情侶間有前所未有的高度控制力（引自黃思齊，2011）。

二、手機 App 通訊軟體與溝通

當今社會的高度流動特性，讓社會大眾很少長時間待在家裡，取而代之的是在各種不同場所裡穿梭，脫離地域限制的手機的實用性已經超越家用電話、信件、傳真機，在手機普及時，個體之間都以通話或是簡訊來聯絡，因為手機通話雖然有即時性，但是成本也較高昂，若是經濟考量，較多以文字簡訊的方式聯繫，簡訊傳出去之後，也無法馬上知道對方是否，雖成本較低，但或多或少有等待回覆的焦慮，自從網路行動化之後，智慧型手機普及，行動上網的普及率高，像是一些通訊 App 像是 Line、Wechat、Facebook messenger 等等...，不但擁有傳統手機的功能，且行動上網的費率比手機資費的投資報酬率還要高，Wifi 的普及，在戶外用手機上網儼然成為一種趨勢，傳 App 訊息取代了傳簡訊，用 App 語音通話多過了用手机通話，App 的立即性又方便且節省成本的特性漸漸造就了溝通形式的改變。

手機成為一種新的生活方式。手機可以隨時連結遙遠的兩人的特性，能夠成

為我們在「自由流動」與「親密關係的溝通需求」的兩者間找到一個平衡點。手機「既連結又疏離」的特性能創造出「既可以讓我們分開過日子又共同在一起生活」的情境，讓我們能在強調伴侶雙方為兩個自由個體的現代社會，既「能退回自己獨立的角落，又可以找到自己的同伴，可以離開團體的壓力與標準生活方式」（Beck and Beck-Gernsheim, 2000: 284）。要同時能夠保有親密關係又有自己的空間，手機為一種新的生活方式，或許真的能夠在流動與親密關係間扮演一個平衡的關鍵角色（引自黃思齊，2011）。

三、永恆連結（perpetual contact）

手機與其他科技產物最大的不同點就是高度的可移動性，如同鑰匙、錢包，並列為出門必備的物品，而大多手機設計輕巧，使人們隨身都攜帶著。因此與他人聯絡不再是一件困難的事，而是隨時隨地都能夠與在遙遠的另一端的人聯絡。

拉丁字 “*Apparatgeist*”，它是一個由 *Apparat*，機械，以及 *geist*，心靈、靈魂所組成的字，Katz 與 Aakhus（2002）嘗試提出一道理論來解釋人與科技之間的關係，他們認為類似的科技都是由一套相同的邏輯研發出來的，這個邏輯先於特定科技物，它利基於更廣泛的文化、物質歷史、觀念脈絡下，他們稱之為 “*Apparatgeist*”。相對於生產科技的 *Apparatgeist* 是「永恆運作」

（*perpetual motion*），通訊科技的 *Apparatgeist* 便是「永恆聯繫」（*perpetual contact*）。也就是說，「永恆聯繫」引導了所有通訊科技的發明與設計，甚至成為我們如何「評價」一項科技物的依據。手機的移動能力與可及性

（*accessibility*）便使它成為了目前最接近「永恆聯繫」的通訊科技（引自黃思齊，2011）。

(一) 儀式性互動(ritual interaction)

儀式性行為，不把它限制為宗教的範疇，慶祝生日是儀式、婚喪喜慶、失戀理髮都是儀式性行為。Collins(2009)將儀式定義為一個群體內的人們普遍接受的按某種既定程序進行的身體的活動與行為。與傳統和習俗類似，儀式經常固定地、重複地在某個時間或某一特定情況下舉行，並且有某種象征意義。通過儀式，人們傳遞情感，交流思想，共享價值，促進團結，確認秩序，強化認同，增進融合(引自張兵娟，2013)，Fromm(1994)認為儀式性行為是一個“健全社會”應具備的生活方式。

儀式性行為的意義超越他行為本身，就像是睡覺的時候要換睡衣、新年要穿新衣，換睡衣不一定只是要更加舒服，但是在心理上卻制約成一種我要睡了的心理狀態轉換，新的一年開始，換上新衣服，並不是舊衣服已經髒了壞了，而是象徵著除舊布新，給自己一個重新開始的機會，儀式性行為都是被我們賦予了精神上的意義。

而“互動儀式”一詞最早源自於美國社會學家戈爾曼，是指一種表達意義性的程序化活動。這類活動對群體生活和團結來說具有重要意義。互動儀式是人們最基本的活動，從打招呼、敬禮，從「吸菸儀式」到「性愛儀式」，是人類一種重複性、固定化、程序化的交流行為。Collins(2009)強調小範圍的、此時此刻立即發生的面對面互動，它卻能揭開大規模社會變遷的秘密。為此，柯林斯詳細地分析了互動儀式的作用、特點及組成要素和效果。他認為互動儀式有四種主要的元素：

1. 兩個或兩個以上的人聚集在同一場所，不管他們是否會有意識地關注對方，都能通過其身體的在場而相互影響。

2. 對局外人設了界限，因此參與者知道誰在參加，而誰被排除在外。
3. 人們將其注意力聚焦於共同的對象或活動上，並通過相互傳達該關注焦點，而彼此知道了關注的焦點。
4. 人們分享共同的情緒或情感體驗。

互動儀式理論核心是高度地相互關注，即高度地互為主體性，以及高度的情感連繫，通過身體的協調一致、相互喚起參與者的神經系統結合在一起，從而導致成員的身份認同感；同時也為每個參與者帶來了情感上的連結，並形成凝聚力 (Collins, 2009)。

從前，儀式性互動強調「共在的」(co-present rituals)，也就是在同一個時空、地點、面對面的互動，但在現今社會，手機App已經可以產生「虛擬鄰近」，藉由視訊、聲音、文字和表情圖案來創造共在的儀式性互動。手機透過「永恆連結」的概念，經由多元的媒介來進行共在儀式互動，使人際關係的紐帶更加的緊密。(引自黃思齊，2011)

而手機永恆聯繫的概念將對親密關係有甚麼衝擊呢？以下將討論黃思齊（2011）提出永恆連結對社會生活與親密關係的影響-微協調及超協調的概念。

（二）微協調（Micro-coordination）

個體間在日常生活中常常要互相協商大大小小的事情，例如像是“你晚餐要吃甚麼？” “你在哪裡？” “我把…放在哪裡”之類的事情，但是在親密關係中的兩人卻身處異地，然而手機App提供了一個快速、較手機通話低成本的平台，讓彼此進行協調，「軟化」時間與空間或調整即將採取的行動 (Ling & Yttri, 1999)，

使協商能發生在更細緻的時空情境。如：車上、購物中心、圖書館等等……手機提供了一種從「當下」釋放出來的感受，人們似乎可以從此掌控自己的命運（Katz & Aakhus, 2002）。

黃思齊（2011）提出除了協商瑣事以外，微協調還可以讓情侶們在緊急的時候告知對方發生了甚麼事，可立刻採取關愛及照顧的實際行動。例如：沒帶錢請對方來幫忙付錢、迷路了請對方來載等事情。手機App顯然成為微協調的代表物，隨傳即時訊息後，若是無回覆或是沒讀取，還可使用通話的功能，再次將這些緊急或是需要商量的事情傳遞過去，一言以蔽之，手機App在伴侶之間無論是行動或是協調上，都帶來了更多的彈性及方便性。

（三）超協調(Hyper-coordination)

Giddens(1993)認為，在親密關係間人們必須每天花時間傾聽對方的自我表白，讓雙方的交流不只是日常生活的例行事務，而是包涵著更深一層的情感層面。

自我揭露（Jourard, 1958）為一個刻意的、有意識的把與自己有關的訊息透露給其他人，而這些訊息可能是對事情的感受、想法或是一些經驗，如此的揭露被視為建立關係、發展長期關係的一個重要因素。

前面所描述的「微協調」比較偏向工具性使用的概念，「超協調」更像是種深層的儀式性互動，它多了情感自我揭露，讓互動不只是日常事務的聯繫的溝通（Ling & Yttri, 1999），使得親密感更加緊密。Collins(2009)認為儀式性互動仍有可能失敗：若互動淪為一成不變的公式，或無法成功地讓互動者互相意識到自己與對方專注於當下，則失敗的儀式性互動不只無法增進彼此的親密感，反之

會損耗之前建立的連結 (Ling, 2008)。像是通話時對方在做其他事、缺乏感情、乏味的問安、吵架、憤怒之下掛電話或是沒有話題時，都會影響到雙方的感情。

(四) 虛擬鄰近(virtual proximity)

分離的人們，手機讓他們得以保持接觸。保持接觸的人們，手機讓它們得以分離…… *Bauman(2003)*

研究者經常在咖啡廳念書、打報告，有時候觀察旁邊用餐的人們，三五成群的夥伴沒有講話坐在一起，手滑來滑去，手機讓他們的目光可以不相交，網路科技所帶來的普遍現象——**虛擬鄰近(virtual proximity)**，它意味著「肉體距離」與「心靈距離」的分離。前者不再是後者的條件、後者現在有一套高科技的物質基礎(Bauman, 2007)，虛擬鄰近，拉近了身處異地的兩人，將距離兩個點重疊再一起，永恆連結讓人們突破了時空的限制，接收發送訊息變成了生活化的一件事，永遠都可能有更多的連繫，每一段關係都稍縱即逝，然而關係的結束是否變得像如同按下「。」一樣簡單呢？

訊息來去取得容易，關係的建立不再是個難題，便不會加以珍惜，如同 Cialdini(1987)提出的說服理論中，限制一個人取得某種物品，反而會使該物品提高價值，讓客人特別想要，在一般生活中可見，如像是限時優惠”只剩今天”、禁書往往特別吸引人看、限量的產品往往令人趨之若鶩。關係、溝通當取得特別容易、低成本時，人們便不會加以珍視，科技產物讓彼此鄰近，但是也讓關係脆弱易斷。

(五) 媒介的速度特性

曹家榮（2005）書信及電子訊息溝通媒介的分析，提出了三種速度特性，分別是：

1. 穩定性與變動性：指媒介產生訊息的過程，從書信到數位化，經歷過多層次的加速後，在穩定性與變動性中形成過渡。McLuhan（1967）認為影響我們的是使用媒介的性質而非傳遞的內容，所使用的媒介的特質會影響使用者感官上的變化，如網路訊息很容易變動或是修改，然而戀愛中雙方的承諾也較使用書信時更容易更改，現今男女間的分分合合、承諾過三天就改變的戲碼到處上演可見。
2. 等待與即時：訊息傳送與接收的急速流動，產生了前面講到的Bauman（2003）所提出之虛擬鄰近，相對的等待成本也跟著提高，手機網路速度逐漸地加快，速度及時間儼然成為現今最重要的資本。
3. 易存續性與易消亡性：此特性與訊息本身的發展上的轉變相關，研究者認為書信為實體的存在，就存續性而言超越電子訊息。

現今App通訊軟體的功能越來越多元，例如：照片、視訊、聲音，都可以即時傳送到另一個人的App裡，在本研究中會以不同形態儀式性交流作深入的研究，來探索智慧型手機App在「永恆連結」的網中，如何分解出網路交友APP各種不同的交友型態呢？各種交友動機形成的原因是甚麼呢？而手機帶來的虛擬鄰近，是否能让使用者得其所好，配對成功呢？或是更可能遇到各種風險、欺騙而人財兩失呢？

在下節中研究者將對於親密關係做進一步的定義，並介紹不同的學者對於「愛」

這個主題提出的多種理論。

第三節 愛情親密關係

愛情沒有特定的法則

-----Al Gore

親密關係，愛與隸屬感可說是人性基本需求，「那是一種緊密連結的形式，人們在其中分享私密資訊而產生熟悉感」(Jamieson, 1998)，女性主義社會學家珍密森 (Lynn Jamieson) 在其探討親密關係的書中，將家人之間的關係、友誼以及有性愛關係的伴侶，都納入親密關係的範疇之中加以探討 (Jamieson, 1998)，但是本研究所探討的親密關係是聚焦於有性/愛關係的伴侶。

存在主義大師 Rollo May 對於親密作出了一段論述

親密是源自一項事實，那就是兩個人渴望克服分離與孤獨，而參與一種關係。
自彼刻起，兩人不再是單獨的個體，而是結合為一體 - Rollo May (Leo Buscaglia, 1990)

美國的女性心理家兼臨床心理學家 Harriet 試著對親密關係下定義，認為一個親密關係，是其中一方都不需要犧牲、違背自己的或不敢發言，任一方都能以平等的態度來表現自己的強弱或優劣。一段健康的親密關係，其目標是在與他人的關係中，不必犧牲自己；在保有自我中，也不必犧牲他人。與其說這是個高目標，不如說這是一生的長期挑戰，但是這才是一種心靈的親密契合 (Harriet, 1985)。

Steil(1997)提出認為儘管很多人嘗試給親密下定義，但至今仍無共識，但至少幾個定義的特徵是一致的：

- 1、親密的發生是在人與人的互動，但會受到個人的能力及動機的影響而達到不同的親密程度。
- 2、親密是雙方的，相互的，有來有往的，而是雙方同意的。親密有想法的表達及情感，出自於想了解另一個人，且能夠分享自己的內在想法及感受。
- 3、親密關係包含認知、情感、行為的成份，願意向對方揭露自己，深入地關懷對方，對接近彼此、親近彼此感到舒服自在。

一、愛情關係三元論 (Triangular theory of love)

Wood(1999)在研究中指出，在不同的人之間自願形成關係是種經過許諾的愛情關係，且認定對方是自己生活中互動模式的一部分。愛情關係和其他人際關係不同的地方，在於情侶之間願意維繫彼此的愛情關係是一種自願的行為，且人們可以自己選擇愛情關係的伴侶，親戚、鄰居、同事卻無法選擇。另外，在其他的人際關係當中，關係中的個體可以被取代、是一種「人我」的關係，但是在愛情關係中的個體卻是獨特而無法被取代、是「你我」的關係，會發生在特定的獨一無二的兩人之中(引自許芷浩，2013)。

Sternberg(1986)將愛情關係分為三個成分，以不同的面向來闡述親密關係，分別為激情、許諾和親密感。

1. 激情 (Passion): 激情是愛情關係中直接可以聯想到的反應，包括強烈情緒上的、精神上的和理智上的情緒感知。但激情與其他面向比較起來，也許是能明顯感知愛情與其他關係之間的差異，卻不是能長期維持關係的基礎(引自許芷浩，2013)。

2. 承諾 (Commitment): 認知的部分，Wood(1999)指出，激情的發生不需要做出努力，但是許諾卻是一種有意識及意志的選擇。熱情發生在當下，可能會遭遇困境時消退，但是許諾卻展望了未來，是一種繼續維持一段關係的力量來源(引自許芷浩，2013)。

3. 親密感 (Intimacy): 與情緒有關的，親密感則包含了親近、喜歡和溫柔的感受，代表著和對方能有著持久的情感和溫暖的感受，即便激情漸消退，依然能喜歡與伴侶相處(引自許芷浩，2013)。

綜合以上，親密關係在 Sternberg (1986) 的歸類下，為激情、許諾和親密感編織出的結果，且在遇到事件時，各種愛是會轉變的。從三種愛的成分組合出八種愛情的次類型：

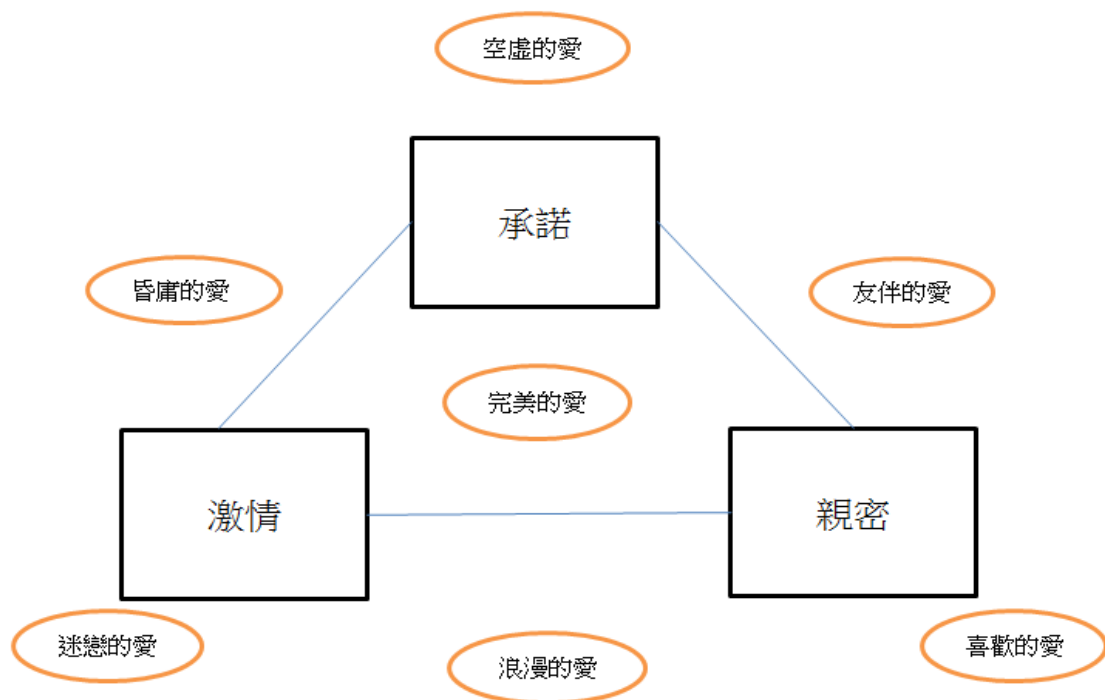


圖 2-3 愛情三因素論示意圖。

資料來源：“Triangulating love,” by R. J. Sternberg, 1988a, in R. J. Sternberg & M. Barnes (Eds.), *The psychology of love* (p. 122). New Haven, CT: Yale University Press.

二、愛情顏色理論(Theory of Color Circle of Loving)

加拿大社會學家 Lee(1977)經由文獻收集及調查訪談兩階段的研究，將男女之間的愛情分成六種形態：他首先蒐集了從古希臘時代至 1970 年代與「愛情」相關的 4000 多則文章，多為小說家、心理學家、社會學家、詩人及人類學家的作品，對其中的描述整理出了幾個主題呈現「愛情」的原型。而後，再經由實證研究，訪談了分屬四個不同大城市的 100 多位受訪者，分析後得出了六種愛情類型，提出愛情顏色理論(引自許芷浩，2013)。

在此理論當中所分的六種愛情類型中，有三種為愛情的主要類型（Primary Types）為浪漫愛、遊戲愛以及友情愛，比喻為色彩學中的三原色，調和出不同的愛情，也就是三種次要類型（Secondary types），分別為佔有愛、現實愛與奉獻愛。每個人所經驗的愛情經驗並非只有一種，可能會同時經歷兩種或是兩種以上的愛情類型顏色(引自許芷浩，2013)。

1. 浪漫愛（Eros；Romantic Love）：浪漫愛主要由外表吸引力所產生，常常會發生一見鍾情的狀況。浪漫愛類型者與對象接觸時，會想了解對方的世界的一切，且具有較震動的情緒吸引力，而產生性的需求。

2. 遊戲愛（Ludus；Game-Playing Love）：視愛情為遊戲，因容易在對象身上失去新鮮感，因此常同時與多人談戀愛，並不會在對象身上感到嫉妒和作出承諾。此愛情類型的人較為自我中心不願被愛情束縛，認為愛情是種遊戲以及挑戰，而性則是一種獎品。在不斷追求對象的過程中，會盡量刻意避免作出承諾，對於感情的收放控制得宜，最重要的是想辦法讓自己在關係中讓自己快樂。

3. 友情愛（Storge；Friend Love）：是一種以友情關係為根基，細水長流式的愛情，是一種漸進發展的愛情，先從朋友關係而後進入愛情，雖發展速度較緩慢，卻能發展出堅深的感情承諾。友情愛類型的人，通常是在日常生活中遇到合適的對象，故外貌需求並非重要，有共同的興趣及嗜好才是雙方互相給予承諾的重點。

4. 佔有愛（Mania；Dependent Love）：佔有愛類型為浪漫愛與遊戲愛綜合體，但少了遊戲愛的不嫉妒與浪漫愛的自信。此類型愛極度沒安全感，若與對方失去連結則會極度焦慮，佔有對方以及依賴對方是佔有愛的特色。

5. 奉獻愛 (Agape ; Altruistic Love)：奉獻愛的愛情類型較罕見，浪漫愛與友誼愛的特性會在此呈現，不求回報的付出，以對方為中心。此類型的人永遠把對方的快樂與幸福看得比自己重要，非情緒或是激情吸引所致，而是出於責任感、習慣與規律，即使愛已消逝也仍然會持續付出。

6. 現實愛 (Pragma ; Practical Love)：現實愛包含友情愛與遊戲愛的特質，在乎對方的條件，相當的實際。遊戲愛中對愛情的自信，友誼愛中對於對象標準需求，成為現實愛的特色。現實愛類型的人會以實際為標準選擇符合自己條件的對象，選擇最符合自身利益的人。

關於愛情親密關係的理論數量繁多，只列出較為重要的經典理論，不同的愛情型態、面向之間呈現出的愛情樣貌，親密關係的不同類型即將在本節呈現，戀愛中的雙方如何認識及建立關係的過程，分為不同的階段來探討(引自許芷浩，2013)。

第四節 愛情關係的發展

愛情不是花蔭下的甜言，不是桃花源中的蜜語，不是輕綿的眼淚，更不是死硬的強迫，愛情是建立在共同語言的基礎上的。

----- William Shakespeare

愛情在不同的領域中有不同的定義，但是被普遍認同的是，愛情是在人際關係中對某個個人產生的一種特殊而極為重要的感情。愛情可以讓雙方如同置身天堂，但有時卻又像是種地獄般的折磨，而相愛中的人是如何相遇、建立親密關係，

本研究將引述自我揭露理論、社會交換理論、社會滲透理論來詮釋愛情關係的發展。

一、兩性親密關係的發展模式(引自卓紋君，2000)

兩性親密關係發展開始於兩個人的相遇、認識、進而互相吸引、密切交往，最後走到紅毯的那一端，論及婚嫁並且共同生活，在此歷程有階段性，而當事人的互動、外在因素的影響，使這段歷程並不是一條直線，可能進或退，關係發展由淺入深可分為不同的階段，分為前奏曲、序曲、進行曲、及交響曲代表。卓紋君(2000)提出此四階段迂迴演進或退化的動力過程發展歷程，分述如下

(一) 前奏曲

表示個人在進入親密關係前的狀態，個體在認識他人之前，內在的運作情形，此階段除了會受到個人狀況影響外，環境因素、人際間互動也參與其中，三者間交互作用會形成內在動力(intra-dynamic)；而每股動力及其交互作用皆會影響一個人是否會與他人發展親密關係的程度。

1. 親和動機

是一個心理學名詞，是人與人想要親近、肯定、被接納的需求，有些人親和動機強烈，積極的認識異性，常常主動出擊，有些人因為某些因素，像是家人過世、家庭因素、減少親近的慾望。

2. 近似效果

另一種影響因素，「近水樓台先得月」形容這種效果再恰當不過，當兩人住得很接近，更可能與已認識的異性發展一段親密關係。除了乘地利之便以外，其他的近似效果也包括共同背景、興趣、經驗相似，例如：玩同一款遊戲、某些共同的經驗或有共同的朋友、喜歡看展覽等活動。較易於增加兩人間更加熟悉的機會。

3. 外在特質吸引

外在特質是一種普遍想要認識對方的動力，包括長相、身形、儀態等等外在行為。卓紋君(2000)曾在其教授「婚姻與家庭」時，對其152名大專學生進行調查，問及在選擇另一半的條件為何時，大多都在意外貌，男生較注重女性的相貌，而女生重視男生的身高及體格；雙方均提到溫柔體貼、親切、好相處等外顯行為表現。由於剛認識時，雙方對於對方的內在並不能立刻了解，因此外貌儼然成為主要的衡量標準。若是對方外在特質符合期望及標準，則可能有進一步交往的可能。

(二) 序曲

前奏曲是認識前的狀態，而序曲接觸的開始，因雙方互動較頻繁，影響關係與前奏曲有所不同，且關係間的因素與外力又越來越重要。

1. 自我表露

在交往的序曲階段，因為接觸較頻繁，對彼此有更多的自我表露，因此交往初期的自我表露是否適當對關係的影響更為重要，有時表露的太少，讓對方覺得有距離、或是表露太多嚇到對方，在這個階段適當的自我表露才能讓關係有進一

步發展的機會，自我表露能增加雙方對彼此的了解，或是因為能了解互相的想法、價值觀，能夠去衡量這個人適不適合自己深入交往。

2. 內在人格特質的相互吸引

卓紋君(2000)表示在前奏曲當中，因為對對方的個性不熟悉，只能以外表來判斷是否要交往，在序曲階段中，注意的焦點由外在轉向內在，更加需要留意的是一個人的內在特質令對方是否滿意，分別反映在「相似性」與「互補性」上，相似性如同前奏曲的近似效果一樣，代表彼此有共同的人生觀、價值觀，事實上，交往的雙方在自我表露的過程當中，發現彼此的價值觀及特質時，自然會顯得格外的親切，在相處上較不會有摩擦，關係再往前也是更理所當然，所謂「物以類聚」。

然而互補性是彼此雙方對對方的期望與需求，剛好也都能滿足，也就是一個人期盼滿足自己照顧他人的特質，而另外一個人有被照顧、被疼惜的需求，因此兩個人形成互補，卓紋君和饒夢霞(1998)分析國人愛情故事，少因為興趣及價值觀互補而彼此吸引，大都是被自己所欣賞的個性、特長、才能所吸引。

若交往中的彼此感受到自己所重視的特質是對方缺乏或是完全相反的，可能會造成關係的終結或是停滯，根據張老師於民國74年所做有關分手的調查，發現：分手的主因包括觀念不一致，對方條件不合，及有第三者出現(顧瑜君，1985)，前兩項與相似性有關，若缺乏此要素，戀情會逐漸冷卻。

3. 外力的介入

在一段關係中，親朋好友的看好或是反對，或是第三者的介入，皆可能導致戀情生變，這種外力介入可能會有正面或是負面的效果，如同「羅密歐與茱麗葉效應」一般，遇到更大的阻礙反而關係更堅定，或是因此結束，這些皆視彼此的關係質量而定。

4. 時空的距離

像是外派工作、調職、搬家或是學業等等外在的因素，使兩人聚少離多，遠距對愛情是一種考驗，但也是要看彼此在關係間的動力，以及兩人如何面對外力的威脅，將左右此戀情的發展。

(三) 進行曲

成為正式公開的情侶關係，也就是讓親朋好友知道有這一段關係，彼此見過雙方的朋友或是親戚、父母，在這個階段有四個重要的要素來當作這段關係的指標

1. 關係期望的滿意度

卓紋君(2000)認為，檢視這段親密關係中的對彼此的角色期望是否一致，對方是否有溝通或是協調的空間，都會影響愛情的花開花落，像是一方想要見到對方父母，但是另一方卻會找理由推拖，表示雙方對親密關係的期待不同，或是情侶在認識雙方父母後，被期待扮演理想配偶的角色，使其備感壓力，因此關係中對雙方的期待滿意度會影響戀情能否長久的關鍵。

2. 共同體的共識

Rubin(1974)曾指出，喜歡是對他人特質的欣賞(才華、成熟等等)，而愛情的內涵是:依附、關心及親密感，舉例而言，通常其中一個人不滿，也會影響另一個人的感受，此即情緒相互影響，若其中一人只會顧到自己感受，不會考慮到對方想法與感受，如此一來就無法成為共同體，愛情質量也不佳，分手可能是最後的結局。

3. 承諾程度

Rusbult與Bunnk(1993)認為:關係持續或結束和承諾深淺相關，而是否有其他比原關係更好的選擇，是決定個人是否要給予承諾的重要因素。交往一陣子的情侶，會給對方「山盟海誓」、「生死契約」，這就是愛情中的承諾，此舉可說是發展「共同體」或是對關係期望滿足的因與果。

相反的，一段缺乏承諾的關係，會讓當事人缺乏穩定及安全感，且無法掌握可以投入的程度，若長時間交往之後，都沒有共通的未來計劃，易因外力或是第三者介入而使愛情宣告終結。

4. 性愛觀

由於西方價值觀的影響，社會型態的變遷，由傳統保守思維中解放，情侶交往後，可能在花好月圓的氣氛下，越來越靠近彼此的身體而進行魚水之歡，重視親密互動及性愛歡愉的觀念思潮，彭懷真(民85)認為這種現象活躍於X與Y世代的新新人類中，而婚前性行為會對關係投下多多少少的變數，Simpson(1987)發現，

交往越久的男女越可能發生性行為，而男女之間對性行為態度是開放或是嚴謹的態度差異，是造成情緒困擾(emotional distress)的主因，李美枝(1996)強調，即使國內年輕人性愛觀日漸開放，在性別上也有差異，男生在性方面較主動，可以沒有愛為基礎，而女生多半以愛為前提、採較被動的姿態。可見情侶在性愛觀上面取得平衡，是關係的一大考驗，性愛的親密也可以補足雙方在其他方面的不足，快速增加彼此的親密感。也有些奉子成婚的情侶，提前進入婚姻的階段(引自卓紋君，2000)。

(四) 交響曲——邁入婚姻

此階段由感情穩定而進入有法律約束的婚姻中，但仍然有些因素會左右關係的品質，Levinger(1983)認為：兩人關係一旦建立後，彼此是否能滿足彼此的需要，關係角色對彼此的期望是否合宜，衝突是否能以溝通解決，都牽繫著這段關係是否繼續下去的重要條件，此階段的影響因素與前幾階段不同的是，交響曲階段的影響因素可能會造成當事者真正的離婚，也可能不會造成伴侶真正的離婚，但是會造成心靈或是生活的分離，以下分幾個要點論述。

1. 婚姻的準備度與承諾度

在結婚前，彼此給的承諾不具有法律效應，但是一旦步入禮堂，兩者就必須負起有法律效力的忠誠度，意味著要有更多的責任感，透過婚姻的儀式，雙方對彼此的家人也要負起承諾，這種愛情關係已經不再只是兩人的事，而是兩家人的事，若還是認為婚姻只是愛情的延續，未對結婚之後可能面臨的種種做調適以及準備，婚後可能會有夢碎之感，研究指出，新婚蜜月之間，新婚夫婦對彼此的關係滿意度不高，衝突容易發生，此時為離婚的高峰期(賴瑞新，民83)。此現象為

雙方對於結婚的心理準備不充分有關。

而在這個充滿誘惑的世界，婚姻中的承諾度就是對於彼此的重要條件，若是兩人都能信守婚姻中的承諾，對對方合理的要求進行改善也能主動拒絕、抗拒外在誘惑，這樣的婚姻會較和諧。若是有一方或是雙方缺乏婚姻中的承諾，即使是有法律的保障及親友外在力量的鞏固，也難保在此段婚姻中的品質變調。

2. 夫妻角色期望與扮演

婚後，家務的分工需要分工合作，共創幸福美滿家庭，現今台灣社會不再是傳統的「男主外、女主內」分工，女性紛紛進入職場，雙薪家庭比比皆是，配偶之間的分工平衡是婚姻和諧的重要條件，若是雙方分工不均，夫妻無法適時提供支援，則造成婚姻的危機(引自卓紋君，2000)。

3. 衝突的因應模式與溝通

情侶在戀愛時，相處之間難免有磨擦，時有造成分分合合的情形，但將此衝突模式帶到了婚姻階段，會使婚姻產生衝擊，許多婚姻品質報告指出，婚姻和諧者、不和諧者與離婚者最大的不同，不全然是夫妻衝突的頻率，而是前者較後兩者較緩和，且較理性的與對方溝通，與有效的化解衝突，卓紋君(2000)對許多失婚者的輔導中發現：溝通不良或是無法溝通，是離婚的另一個主因，夫妻間解決衝突的方式各有不同，平心靜氣的溝通、是否能理性的解決，是維繫婚姻和諧的關鍵。

4. 性生活

卓紋君(2000)表示性在婚姻中佔有舉足輕重的角色，夫妻性生活是否協調，常常會影響婚姻的幸福及和諧，透過性的歡愉，能夠講夫妻間的親密感重新點燃。許多婚外情的發生常常因男方有身理需求或女方得不到滿足所發生的，若雙方是否能滿足對方或能協調性交的頻率，對婚姻的幸福是有幫助的。

這個以歌曲形式命名的四個階段，清楚的點出影響各階段愛情親密關係中的重要要素，之後文中均會引用這些階段的關鍵點，及手機App在各個階段對這些要素的影響，在愛情親密關係的前提下，下一段落進一步討論愛情的依附關係。

第五節 關於愛情中的社會交換及依附關係

第二節有提到在愛情關係建立的進行式中，雙方會進行儀式性的互動，對於鞏固彼此的關係有關鍵性的影響，但若流於形式、公式化，使雙方溝通無法聚焦於當下，則會造成反效果，導致戀曲的走調(Collins, 2004)。

本節回顧國內外學者對於儀式性中的種種要素進行探討，在親密關係的前提下，所呈現的問題如，正在建立關係的兩人如何自我揭露來進行儀式性互動？如何看待互動中所包含的公平性以及交換性？不同的依附型態會如何互動？接下來會一一解說。

一、親密關係與自我揭露

「那是一種緊密連結的形式，人們在其中分享私密資訊而產生熟悉感」(Jamieson, 1998)。親密關係有別於鬆散的連結，互相知悉對方大量私密資訊，

相互知道對方的過去、愛好、感受及慾望，而且不會和他人分享這些資訊，即親密關係中的自我揭露。自我揭露不但能建立關係，Rogers(1961)指出，在信任關係中自我揭露，是了解自己的一條道路，將感受轉化為言詞能更了解自己。

第二節中提到的超協調及微協調都屬於互動中的自我揭露，「人們在揭露過程中向他人透露個人資訊」(Miller, 1983)，根據社交滲透理論 (social penetration theory, Altman & Taylor, 1973)，雙方的互動初始於閒聊，認為自我揭露是一種漸進式的過程，而這種資訊傳播的過程分為廣度與深度兩個維度，廣度是話題的多樣性，而深度代表話題具有個人意義的程度，兩人接觸之初，話題的廣度或是深度都沒有，隨著關係進展，兩者速率不同，廣度會慢慢擴大。當有一定的廣度時，深度會加快腳步追上。

(一)自我揭露的回報性 (Reciprocal of Self-disclosure)

Dindia (2000b)經過後設分析 (meta-analysis) 發現，初識者的自我揭露最講究互惠原則，自我揭露的程度隨著對方揭露程度調整。至於人們自我揭露到什麼程度，則因人及因關係而異 (Dindia, Fitzpatrick & Kenny, 1997)。一方揭露的程度都會與另一方相當，為何會以自我揭露來回報？原因是自我揭露產生吸引力與信任感(Derlega & Chaiken, 1977)，當他人對我自我揭露時，會覺得對方有魅力，進而產生信任感，在互惠性原則之下，我們就會進而揭露自己的訊息。Collin & Miller(1994)研究發現，我們喜歡對自己揭露的對象，而且對自己喜歡的人揭露，但只有揭露並不足以產生親密感與喜歡，關係的建立需要伴侶有所回應，一旦關係建立後，人們不再如此講究互惠，更重視的是對方如何回應揭露，換句話說，親密關係中的自我揭露已不再是重點，而是如何在回應對方自我揭露的同時，以同理、接納、關心來面對，是維繫親密關係的基石。

Miller (2007) 表示，社交滲透不可能達到完成的境界，就算是在親密的情侶，彼此之間也是會有所保留，不致全盤托出，Dindia (2000a) 更進一步認為，沒有任何親密關係可以承受資訊完全公開的考驗，因此在親密關係中，如何尊重對方、如何在親密之餘留一點空間給彼此，是維繫感情的一種竅門。

而在親密關係中使用手機App自我揭露，專注與否以及交流有無公式化，指標可能是回應的長短、回應的速度及表情符號的豐富，而這其中兩者回應的量與質是否均等，將以「社會交換理論」以及「公平理論」進行進一步的論述。

二、社會交換理論 (Social Exchange Theory)

人類學家Frazer曾對澳大利亞土著的婚姻狀況進行研究，發現他們沒有等價的財產換取妻子，所以澳大利亞土著一般都以自己的一位女性親戚做為交換，以換取到他們的妻子，(吳曲輝，1996) 指出一個部落中，在沒有共通的貨幣的情況下，土著以女性換妻子，作為等價的交換。社會學家與心理學家跨領域研究，將人與人之間的關係比喻為經濟學中「成本」與「利潤」的概念。人會分析互動過程中的付出與獲得，在人際互動中，個體以最小的付出及最大的受益為原則，因此，在關係中，能獲得最多獎賞與最少的付出時，較令人滿意及長久。Foa與Foa(1974)的研究指出，關係一開始交換具體性的物品，例如食物、錢等等，無論是誰給都是一樣的、價值可被具體化衡量的，而到關係較深時，交換的資源較為特殊性，像是愛、關心等，價值均由提供者所決定。

(一) 比較標準(Evaluation Criteria)

在社會交換理論前提下，Blau（1964）指出，若要讓他人喜歡自己，則自己也必須提出相對的酬賞、回饋給對方。Thibaut 與 Kelly(1959)表示，人際之間的感知分於三個面向，一是自己在關係當中知覺到的得到與失去，二是自己認為自己應得的關係，第三則是是否能與其他對象得到更佳的关系(其他比較水準)，「成本」、「酬賞」、「結果」以及「比較水準」都是個體在關係中會考量的要素（Blau, 1964）。

比較水準就是個人在關係中主觀預期可得的酬賞，高比較水準的人，對他人的期待較高，就會產生諸如公主、王子病出現，反之，低比較水準的人，認為預期建立關係較困難，對對方付出會較多，故較容易在關係中滿足(Kelly & Thibaut, 1978)，像是阿信一般。若在一段關係中實質得到的酬賞高於比較水準，關係的滿意度較高，感情持續穩定，反之，關係滿意度低，視其他比較水準的程度，進一步考慮終止關係。

（二）其他比較水準(Comparison Level of Alternative)

是人們在其他的情況下，可以得到如何的期待，也就是「備胎」的好與壞、有與無、多與寡。一個沒有備胎，也就是沒有其他比較水準的人，就算是在關係中滿意度極低，也可能無法結束關係。相反的，其他的比較水準大於現在的比較水準，而目前關係帶來的酬賞不如預期，關係就可能劃下句點。另一種狀況是在感情中投資過大，就算其他的比較水準大於現在的比較水準，還是無法抽離這段感情，以沉沒成本效應為比喻，投入過多付出過多的心血，若是放棄，則一切白費的狀態。

Taylor 與 Harper(2003)研究了年輕人使用手機簡訊的感知。他們發現，手

機簡訊的收發儼然成為一種社會交換，人們會藉由訊息的交換來建立親密感。而在交換簡訊收發的過程中，當自己的訊息得不到相應或等量的回覆時，人們也會避免傳簡訊給那些不對等的朋友們。聚焦於本研究，在親密關係的基礎上，若是對方與自己透過手機App傳送的訊息量不對等時，會產生甚麼樣的成本、報酬交換感知，在公平理論的前提下，進一步分析互動中投入的公平以及不平，以及知覺到不平時會如何調自己。

三、公平理論(Equity Theory)

Walster及Walster (1978)用人際關係中著重公平的論點對此理論提出延伸。認為人們除了在乎在關係中的酬賞和成本，同時也關心自己付出與獲得的比例有無與對方相等，認為一個人的利益與他的貢獻成正比，換言之，A的貢獻與A的付出的比例要與B的貢獻與B的付出的比例相等，才會知覺到公平。在公平理論的前提下，在關係中的人們不但關心自己的得與失，也會感知到對方的付出及回饋是否與自己的比例相同，有公平的知覺才會感到快樂，若是一方的獲利過多，會產生罪惡感，獲利不足者，生氣與怨恨隨之而來。

Clark 和Mills(1993)依「公平理論」將互動關係分為兩種，分別為「交換關係」與「共有關係」。交換關係關心公平性，希望在付出之後可以立即得到對方的回應，並會一再的在關係中去觀察對方做了何種貢獻，若一方在貢獻之後並無得到回報，則會有被剝削的感覺。若是雙方關係進入到共有關係之後，人們會不在意是否在付出之後有無得到回報，也不會觀察對方在關係中做了什麼貢獻，如無得到回報也不會有被剝削感。在不同的關係中會產生不同的結果，像是在交換關係中，在公平性的前提下，若幫助另一方，不會有喜悅的感覺，但在共有關係中，若能幫助對方，則會感到快樂(Clark & Mills, 1993)。

雖然共有關係較不計較一時的不公平而導致不平衡，但卻期望在將來有一天會達到一個總體的平衡 (Lemay & Clark, 2008)，但最終沒有達到關係中的期待，這段感情還是會畫下句點。把焦點拉回到手機App上，本研究即將探討的議題為，在親密關係中，雙方使用網路交友App對於彼此各項投入的知覺是否公平呢？使用了網路交友App後會有不同的交友型態及風險呢？

四、依附理論(Attachment Theory)

公平理論與社會交換理論試著用比例及成本分析的概念來解釋關係中的互動，而依附理論主要關心的是人們的內在運作模式在親密關係中扮演的腳色，本研究希望能發現不同依附模式的人們，在親密關係中使用手機App互動有甚麼不同的行為、想法及感受。John Bowlby在1969年提出依附理論，強調人們成年之後在關係中的互動，受到嬰兒時期與主要照顧者的互動所牽動著，換言之，幼年時期與他人的連結樣貌，是形成成年之後與他人的連結樣貌的關鍵點。

(一) 幼年依附型態

Ainsworth(1978)發現，嬰兒與母親之間有三種依附型態，分為安全型依附 (Secure attachment style)、焦慮型依附 (anxious attachment style) 以及逃避型依附 (avoidant attachment style)。

1. 安全型依附 (Secure attachment style)：照顧者與嬰兒的互動適當，能夠適切的給予及回應嬰兒的需求，表現出正面的情緒反應。在這樣的互動型態下，嬰兒對照顧者產生「信任感」，並認為自身很有價值受人喜愛，而不會被照顧者所拋棄。

2. 焦慮型依附 (anxious attachment style)：由於照顧者在照顧嬰兒時的情感不一致，在嬰兒的需求上，無法預測照顧者會如何回應，使得嬰兒處於焦慮狀態，不知所措，沒有安全感。

3. 逃避型依附 (avoidant attachment style)：照顧者對於嬰兒冷漠而疏遠，拒絕嬰兒欲建立親密關係的需求。在這樣的互動之下，嬰兒因而開始壓抑自身的親和需求，以免遭受一再重覆的拒絕。

依附理論假設人們在嬰兒時期與照顧者所建立的連結模式，會影響人未來與他人建立人際關係的模式。「安全型依附」的人，易與他人建立起穩定、健康的關係；而「焦慮型依附」的人，希望與他人建立起親近的關係，卻又擔心被拒絕，因此陷入兩難的局面；「逃避型依附」的人，是最冷淡類型，不易與他人建立起親密關係，也不易親近他人。

從依附理論詮釋，了解到早年與照顧者所建立起的依附關係，會影響成年後與其他人建立關係的互動型態，而本研究關心的愛情親密關係，也有學者針對伴侶的依附關係進行研究。

(二) 成人依附型態

Hazan和Shaver在1987年認為成人的浪漫愛是一種依附的過程，情侶間建立情感連結，如同嬰兒在幼年時與雙親建立情感連結一樣，針對兒童時期依附理論的假說，試著將其運用到愛情親密關係當中，詢問他們對於目前關係的敘述，得出了與假說相對應的結果。經調查發現：安全型約佔56%、焦慮／矛盾型約佔19%、逃避型約佔25%。

1. 成人安全型依附：較容易親近他人、相信他人，對於他人及自我皆有正面的感受，並擁有著令他們滿意的愛情親密關係，在親密關係中同時保有親密與自我獨立性。在兒童時期為安全依附型態的人，會與情人建立相似的依附關係，與情人相別之時仍會依依不捨與悲傷，但是相聚後仍可以愉快的相處。

2. 成人逃避型依附：此類型的人不習慣與人親近，對自我與他人均抱持著負面的評價，渴望與人親密卻無法信任他人，因此擁有滿意的親密關係更是難上加難。此依附型態類型者在愛情中偏向隱藏情緒，與伴侶分別時不會展現出負面情緒，到能相聚時也仍表現出抗拒並冷淡的對應。缺乏自我揭露能力也是此類型的特徵之一。

3. 成人焦慮依附：焦慮型依附者缺乏社交能力，對自己的評價較負面，對他人評價較佳，因此他們渴望受到肯定和接納，並對另一半有強大的佔有慾。他們希望對方能如同自己一樣的投入感情，但如此矛盾的自我評價與需求，也讓其較難擁有滿意的愛情親密關係(引自李靜如，2007)。

前人的研究中強調，「焦慮型依附」與「逃避型依附」的人們會在關係中對伴侶具有較高的敵意及較低的順從，而「安全型依附」的類型人在許多表現與適應上更有能力及功能(Morrison、Goodlin-Jones & Urquiza, 1997)。並重視彼此間的互動，有較佳的人際互動方式。安全依附的人通常能維持較穩定的親密關係。

第六節 需求理論

需求是種多元的概念，本研究擷取最耳熟能詳的馬斯洛 (Maslow) 需求層次

論當作分析藍本。

需求原是心理學研究的領域，心理學家曾針對個體心理需求提出多種理論，而馬斯洛（A. H. Maslow）所提出的「需求階層理論」最為廣為人知。馬斯洛認為人類所有行為均由需求所引起，且人類的需求可分為高低層次，匱乏需求（deficiency needs 簡稱 D-needs）為較低層次的需求包括生理、安全、歸屬和愛的需求以及尊重的需求，自我實現以及超越的需求，而這些需求屬衍生需求（meta-needs）。

衍生需求為人心理成長所須，故又稱成長需求（growth needs）或存在需求（Being needs 簡稱 B-needs）低層次的匱乏需求為高層次成長需求的基礎，成長需求對匱乏需求有引導作用，兩者間具交互作用（Maslow, 1987）詳細需求內容分述如下：

1. 生理的需求（physiological needs）

一種維持生存所必需的需求，像是食、衣、住、行、睡眠、性、空氣等，人類的需要中、最明顯、最基本的需求，如食、衣、住、行、性、睡眠、空氣等屬之。

2. 安全的需求（Safety needs）

包括免於害怕或混亂、安全、穩定、保護、與有次序的需求，在於免於威脅、免於恐懼、個體生存的安全需求、預防意外與危險、環境安全，困難求人幫助、危險求人保護、病痛求醫治、職業求保障等。

3. 歸屬和愛的需求（Belonging and Love needs）

愛的需要包括給予愛與接受愛，也就是指能愛人，並能被人愛，能為團體所接受並隸屬於團體。包括：對於手足的愛、對於親子的愛、對於異性之愛；擴大為鄰居、親友之關懷，團體分子的接納與讚許等。

4. 尊重的需求 (Esteem needs)

尊重的需求可分成兩部分，相輔相成。一是自我尊重 (Self-esteem)，包括：能力、自信心、成就、獨立自主等；另外則是來自於他人的尊重，如：接納、賞識、注意、關心、名譽等。

5. 自我實現的需求 (Self-actualization needs)

是個人最高層次的需求，一種實現自我潛能、成為獨特自我、創造性的發展的需求。

6. 超越的需求 (need for transcendence)

指個人能超越物質條件的限制，在精神上能表現出具有遠大理想和堅定信念的人格。

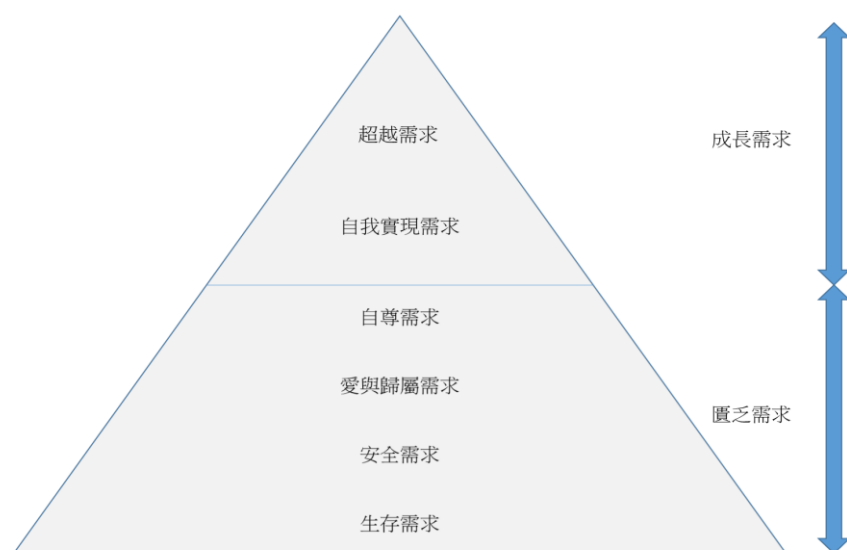


圖2-4 需求層次論示意圖

資料來源：（Maslow, 1987）

多數學者將上述需求以金字塔方式作層級式陳述，以解釋其間之關係。

Davidoff (1987) 表示，事實上層級間並無絕對的界線，而是有相互重疊的地方，因此，並非等到某一需求獲得百分百的滿足之後，上一層級的需求才顯現，多數人在同一時間內，常是部分需求有滿足，部分需求尚未滿足，就需求滿足的程度而言是由下往上逐漸遞減，本研究重點之一，網路交友APP滿足了使用者哪方面的需求呢？藉由需求層次論的概念來分析使用者如何使用網路交友APP來滿足它們的各種需求。

第七節 Schutz的人際關係三向度理論 (Three-Dimensional Theory)

Schutz (1996) 認為每個人都會有人際關係的需求，而人際關係的需求可分為三類，為歸屬、控制和情感，以下介紹三種需求（引自吳錦鳳等，1986）。

一、歸屬 (inclusion)

歸屬需求是指在團體中被接受與關愛的感覺與期望，在團體中如果能被接納將不會感到孤單。歸屬需求較少的個體，其個性傾於內向，易與人產生隔閡；歸屬感過多者，表現出來的行為是到處去尋找朋友，引起他人注意。這兩者歸屬需求均屬於極端的類型，其共同特質是希望引起別人的注意去關注他。

二、控制 (control)

控制需求是對於人或事能夠有權力及支配能力，此需求較高的個體在人際關係中容易產生競爭性；控制需求較低的個體容易服從權威，比較不願意去承擔責任。控制需求的高低會影響個體在人際關係中扮演的角色與地位，過猶不及對於個體在人際互動中都會產生不好的影響。

三、情感 (affection)

情感需求是種散發與接受愛的慾望，情感需求低者在社會上常會避開人群，對於自己的情感比較沒有信心，處於比較被動的狀態；情感需求強度高的個體，希望藉由對他人表示親密以降低內心的焦慮感，屬於主動出擊。其實，這兩種類型的潛意識中都有很強的情感需求，只是需求強度的不同，個體表現的行為模式也不同，唯有情感需求適中的個體才能有得到較好的人際溝通以及有較滿意的關係。

本研究探討網路交友APP使用者滿足了那些需求，而Schutz提出的人際關係需求，給本研究由人際的交度去看待使用者的需求，而一些可以觀察到的網路交友APP行為可以代表那些需求的滿足？藉由Schutz的三維理論來加以詮釋。

第八節 網路交友

一、網路交友的定義

網路交友指的是使用各種不同的網路模式，電子郵件、網路聊天室、線上遊戲、發表文章或是 Facebook 等特定網站，透過這些網站或社群而認識網友，並進一步的互相認識與對方有更多的互動行為產生（林玉茹，2009）。

認為網路交友顧名思義指的是利用網際網路的功能來結交朋友，表示是將原本在現實中必須面對面的社交方式，變成使用網路上的接觸來結識朋友（方志豪，2004）。Couch 與 Liamputtong（2007）認為網路交友指使用者在網際網路中，訊息交流或進行討論的活動，目的在於認識異性及尋找伴侶。

吳季芬（2010）認為網路交友是指使用者透過網路線上互動的模式，來結交朋友以滿足其好奇心、冒險精神及對人際關係的需求；Couch與 Liamputtong（2013）表示網路交友指的是個人、伴侶或團體使用網路中的網站與服務，目的在於建立與他人連結與溝通，大部分皆是在追求私人、浪漫或性方面的關係。網路交友又稱網路約會（internet dating）、數位交友（digital dating）、電腦交友（computer dating）指透過網路互動的方式結交朋友，拓展社交圈（引自李建德，2015）。

電腦透過網路的連結，讓訊息能夠互相通訊，也就是將所有電腦連結起來的超大網路，提供一種全新且開放的資訊交流與溝通方式，透過網路網路的連結，讓不同國家或不同的網路使用者，能夠互相交換或共用資源（謝巧茹，2008）。

二、網路交友的特色

王鍾和（2001）認為網路交友大致上可分成三類，一是結交朋友為目的的網路交友，二是期望能透過網路結交男女朋友的網路戀愛關係，三是想要尋找一夜情。而不同類別的交友網站也會以性質來做區別，包括性向、功能，若是以性向來區分的話，可將交友網站分為異性交友與同性交友兩個類別，以功能來分有以聲音交流以及文字訊息為區別（謝豐存，2001）。

本研究著重網路交友中的APP交友，智慧型手機出爐之後，所有網路交友功能遞移到可移動式的載具上，智慧型手機脫域的特性讓網路交友APP可以隨時隨地的搜尋附近的人進行快速方便的配對，方便性讓網路交友一夜情更加地便利有效率，虛擬鄰近的性質彷彿對方就隨時都在身邊，這種更具親密性的改變對人與人之間更加的緊密以及快速，也對於不同目的的交友型態產生改變。

智慧型手機 App 搭載著上網的功能，使人與人之間連結，在親密關係的基礎下，App 提供了一個平台讓交友使用者彼此連結，在互動的過程中，舉凡影像、音訊、文字的訊息揭露與交換，所形成的網路交友 APP 交友型態為何？所產生的風險為何？分別滿足了網路交友 APP 使用者的甚麼需求？這是本研究最感興趣的焦點。



第三章 研究方法與對象

第一節 研究方法

想要觀察在愛情親密關係中，智慧型手機App媒介帶來的影響，因研究者想了解在愛情親密關係中使用智慧型手機App為溝通媒介的當事人心中複雜的現象場，而不是想得到普遍的現象，想了解受訪者整體的相關背景脈絡，且不受限於文獻資料，靠研究者的理論觸覺及敏感度發現有意義資料，跳脫窠臼，以彈性的視角挖掘有創造性的研究發現。因此研究者採用質性研究，視人為一完整不能分割的實體，在使用智慧型手機App基礎上，用開放性的問句探討人們在藉由網路交友APP媒介建立親密關係中主觀的複雜感受及行為、想法及脈絡。而此議題中許多未知的現象未探索，質性研究較具彈性的性質，較適合在研究中進行微調，延伸更多值得探索的議題。

研究者一開始發想有二種方法合適此研究議題，第一是使用深度訪談的方式，用開放式的問題請受訪者自陳在親密關係中使用 App 媒介的種種，第二，觀察網路 BBS(Bulletin Board System)或是 Dcard 上所討論的文章進行分析，筆者最後選擇以深度訪談的方式進行研究。。

BBS 等討論文中經常充斥著使用 App 交流的片段，但這些文章的發表者的同處於情緒高張或是低落，像是有困擾、非常喜悅、難過，屬於較於特殊狀態，雖然可以提供本研究某些面向的資料，但是較難以涵蓋平時樸實的面向。決定使用深度訪談法 (in-depth interview)，使用半結構的方式進行，研究者先從 BBS 等上的社會觀察中將親密關係中關於網路交友 App 的議題編制訪談大綱，並進行提問，訪談大綱呈現於附錄一，在受訪者的陳述中，以「為什麼？」等問句進行深入的挖

掘，而質性研究是一個動態的過程研究者與被研究者都會不斷改變，在進行深入挖掘的過程，關注的議題可能會無限延申及補充，進而獲得對此研究議題較完整且細緻的圖像。訪談全程錄音，並於訪談完成後整理成逐字稿，進行歸納分析。

一、深度訪談法

深度訪談的主要目的是了解主觀經驗。訪談者藉著面對面言語訊息的交換，引發對方表達他對某項事物的意見與想法。被訪談者必須針對訪談者所提出的問題或主題談論(Henderson, 1991)。Bainbridge (1989)認為在深度訪談中，採非結構性的談法較合宜。開放性的問句可依每個個案不同的情況彈性調整訪談內容，挖掘個案所提及之想法，追問遺漏的觀點。故訪談的內容必須具備相當的彈性，而且隨各個受訪者其談話內容不一來微調。此種訪談方法，可減少對個案的引導或暗示，讓受訪者覺得就像是在日常生活中的對話，能用一般自然的方式思考和表達，像是自然的聊天而不是自覺被訪問，讓受訪者更少的防衛，使之能夠有更多的自我揭露，深度訪談中，樣本是否具有代表性不是必要的考量，Bainbridge (1989)指出，深度開放式的訪談雖對象不多，但由於訪問的廣度和深度足以提供多元的回答，使研究者更能夠掌握受訪樣本對此主題的多方向的概念(范麗娟，1994)。

二、質性研究的資料處理

由深度訪談所蒐集到的資料屬質化資料，質化資料由於其資料的多樣化，處理方式就不如量化資料那般容易達成共識。最常見的處理方式是內容分析法。內容分析法是將資料片段化，區分成有意義的單元(Tesch, 1990)。

本研究採內容分析法進行資料分析，分析過程如下：1. 將文本編碼 2. 對內容類別下定義 3. 蒐集素材到分類當中；4. 從結果中做出結論 (Lieblich,

Tuval-Mashiach, & Zilber, 1998)。每段訪談內容由研究者將錄音檔轉為逐字稿後，將文本依據事件、有意義或是主題進行編碼。編碼原則為：「受訪者代號，訪問次數-段落流水號」，如：A1-001 即為 A 受訪者第一次訪談的第一個段落，但為求閱讀方便未在篇章中標明。詳細研究分析步驟如下：

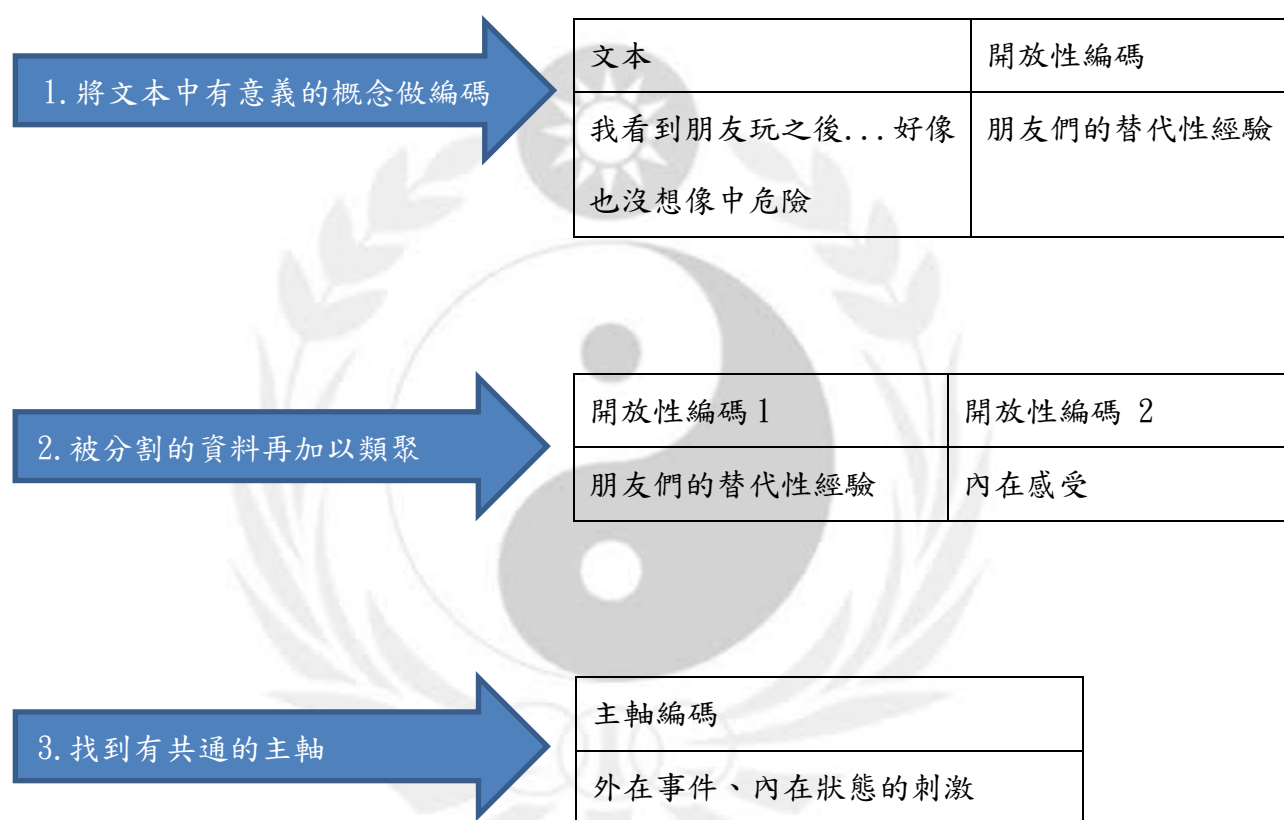


圖 3-1：文本處理步驟

研究者將訪談逐字稿文本進行反覆的閱讀，從大量重複出現的主題、意義事件中，抽出有意義的概念，進行開放性編碼。例如：從文本中「我看到朋友玩之後... 好像也沒想像中危險」，將此主題開放性編碼為「朋友們的替代性經驗」。在完成文本的開放性編碼後，再將在開放性編碼中被分割的資料再加以類聚，研究者將上述的編碼互為關聯之處彼此連結、再分為較概念化的分類，助於將現象脈絡化，找出主軸，例如：上述的「朋友們的替代性經驗」與另一段文本的開放性編碼「內在感受」，具有共通的主軸，因而產生分類為「外在事件、內在狀態的刺激

激」。在此階段，研究者將所有素材分配到相關分類中的過程，反覆再思索、閱讀，確保讓資料本身呈現真實的現象，並盡量減少研究者主觀意見的影響。最後，將最初的概念整合為更加核心的概念，統整出「核心類別」。

第二節、研究對象

本研究使用立意抽樣以及滾雪球抽樣的方式尋找受訪者，對於參與者的條件，研究者想找曾經或是正在使用網路交友 APP 者，且有因網路交友 APP 而結識異性並與對方建立任何形式親密關係者 5 名，5 名中尋找 3 名是曾經有過網路激情的關係，另外 2 名是想要尋找承諾式的關係，因過去網路激情的研究較承諾式的研究少，因此研究者尋找激情的樣本較多，較能擴充這方面的內容深度，且不論性別、年齡，只要願意與我分享使用網路交友 APP 建立親密關係經驗者皆可。我會先從親朋好友間尋找受訪者，再經由受訪者引薦新的受訪者，如此滾雪球方式，以及在 BBS 上徵求對此議題有興趣的參與者，徵求 5 位參與者，依據理論飽和程度再予以增減，因研究者與參與者熟識程度不一，故研究者會在事前以電話以及 email 告知訪談所可能的內容以及建立關係。訪談大綱的安排也會有淺至深循序漸進，例如網路交友 APP 的使用風格，待雙方對彼此溝通方式較習慣後，再切入親密關係的議題。

第四章 資料分析與詮釋

在本章當中，將呈現經研究者整理訪談資料分析及綜合歸納的結果，本章節將分成兩個小節分別描述其中之內涵；第一節探究動機形成的要素；第二節描繪 APP 交友的態度及風險。分析結果綜合五位受試者的訪談經驗，在陳述的過程中將呈現受試者的主觀經驗以及研究者在訪談的見解，整體使用邊敘述邊議論的方式描繪本章節的內涵與整理，透過這些歸納能看見 APP 網路交友者的動機以及把持的態度極可能遇到的風險。

在研究倫理的部分，若在訪談中知悉受訪者創傷經驗或是性別事件，會進行後續的處理。

在開始分析前，研究者將先藉由描述以下五位訪談參與者的樣貌，當作本研究的序曲。

表 4-1

受訪者簡述表

稱謂	年齡	職業	使用交友 APP	狀況簡述
小如	28	藥妝業	Beetalk	正在從一段維持了 11 年的感情中走出來中，又碰到一個傷害她的男生，短短兩周的戀情原來只是一場騙局，這個消失男孩的故事告訴她，想要有身體的愉悅與刺激，不一定要用一場認真的關係來達成。
老王	35	餐飲業	緣圈	一個想要從網路上尋找靈魂伴侶的中年男

子，憑著膽識及多年經驗，在第一次的見面約會中，就毫不猶豫地牽起了她的手。

阿梅	25	準研究生	Tinder	單身無聊，喜歡有人陪伴的她，在友人建議之下，下載了“Tinder”，在見了一個一個的網友後，終於找到一個認真對她男生。
小 C	26	商業	Tinder	一個愛好外國男性的上班族，曾在澳洲打工時，發現“Tinder”這個 APP 很容易認識外國人，就算她回台後，依舊喜歡在 Tinder 上認識外國朋友，也認識了目前遠距離交往的男友，每天都有在線上關心彼此，也談到了兩人的未來。
阿祥	33	新聞業	微信	從出生到現在一直單身的他，渴望有一個擁抱，一次一次的嘗試與失敗，讓他對於追求一段認真的關係是奢侈的，進而開始嘗試一些短暫的激情關係。

在眾多的應用程式當中，研究者發現，本研究所有的研究參與者使用的交友軟體都有不同的客群，以及他們的次文化，其中“微信”、“Tinder”是比較其他軟體而言更廣為人知的，目前的社會中，人與人之間的連繫已不再受到諸多侷限，只要有電信網絡，就能立即將腦中所想的訊息，文字化或是聲音圖像化的傳給對方。而在一段親密關係當中，雙方的連繫與否便成為維繫兩人關係的重要行為之一。現今社會對於親密關係的定義已經不同以往那種海誓山盟的關係，訊息的快速，在潛意識中改變了關係的本質，以往書信的字字珍貴，到現在我愛妳三個字打出去，都可以把訊息收回。本研究並不是要抱怨事態，而是發現在這些不

同型式的親密關係中，是哪些未滿足的需求造就了它們。以及如何在尋找一段親密關係中，如實地滿足自己的期待及需求，以及如何避免受傷害，以下分為兩節來分別探討網路交友的動機以及其衍生出來的不同型態。

究竟在這連續不間斷的訊息潮流中，網路交友對於渴望愛情的人們，代表了甚麼意義？滿足了他們甚麼需求？是如何讓他們產生了這些需求？而這些需求引發的行為如何在網路上展現出來？如何辨識這些行為？由本章節的歸納一窺這些受訪者的面貌。

第一節 網路交友中交友動機的形成要素

動機是本研究主要的研究議題，研究者想要藉由不同的角度去看動機，由產生動機的幾個形成要素來分析受訪者，研究者分出四大要素(一)刺激：外在事件、內在狀態的刺激(二)對網路愛情的信念：不切實際、彈性大、快速(三)過去使用的經驗(四)需求的滿足，來剖析動機的形成。

一、刺激：外在事件、內在狀態的刺激

行為主義認為，人是會受到外在刺激的影響而改變自己的行為，而後續的認知心理學更進一步的證實在刺激與反應之間的認知歷程也是會受到刺激的影響而改變，本研究藉由歸納受訪者使用網路交友的前置經驗，一窺這些經驗中代表的意義，分出三種不同的事件及內在刺激，來描述這個部分，分別是(一)朋友們的替代性經驗(二)伴侶關係(三)內在感受。

(一) 朋友們的替代性經驗

朋友們的替代性經驗中，經過他人的成功經驗來學習到，成功的找到一段親密關係，不是難事，讓人們預測自己未來成功的可能性大增，進而躍躍欲試。

1. 成功的找到一段親密關係

由於身旁親朋好友的借鏡，發現 APP 交友軟體上可以成功找到一段親密關係，讓受訪者會認為，你能做到，我應該也可以做得到，本來排斥網路交友，後來經由朋友的成功經驗，變得躍躍欲試。

「以前觀念是很危險這樣，後來看朋友玩，好像沒有發生甚麼事，或是就是那樣，就會對這件事比較不害怕，沒那麼陌生，就覺得可以玩玩看。」(阿梅)「那時候的觸發點，就是我表哥有推薦我玩一款韓國的配對遊戲，叫緣圈，那時候覺得他在玩蠻有趣的，所以我也去圈了，去玩了這樣子。」(老王)

人都會希望有一個社會參照，來克服自己對陌生事物的不安感受，阿梅原本對於網路交友存在著不安，覺得會有危險，但是有了朋友使用後，認識了另一半或是交到朋友，也沒有受到傷害，也就放心了下來去使用。而老王本來就是樂於嘗試的人，經由親人的推薦，也看到對方使用時的內容，覺得有趣，讓自己也想嘗試。

2. 方便認識外國人

由於其他族群，也就是外國人，在本地深受某些人群的喜愛，本研究剛好收集到一名喜愛外國人的受訪者，將描述她藉由 APP 認識外國人的經驗

「就是朋友跟我講，因為我們到別的國家就是想認識當地人，用這個很容易認識當地人這樣子，因為通常就是認識自己國家人比較多，因為透過軟體比較可以認識當地人這樣……妳是相信他還是聽了他的經驗之後……可以來試試看這樣子」

(小 C)

小 C 因為聽了朋友的經驗，在澳洲打工的時候，周圍都是自己國家的人，因此想要認識當地人，必須透過交友軟體，而朋友的經驗是透過 tinder 可以成功認識外國當地人，經過這樣的引介，小 C 了解到這個軟體可以認識外國人，不論是在國內還是國外皆適用

(二) 伴侶關係

伴侶間若是出現分手、一方無法滿足另外一方或是有出軌、欺騙的行為時，非常有可能向外尋求滿足，而 APP 是最便利的方式，因此伴侶關係中的各種經驗實為值得探討，以下分為兩點 (1) 伴侶分手：與長期交往的對象分開，所造成的內心感受 (2) 伴侶欺騙：本以為是認真交往的另一半消失，影響到對愛情信念的改變。

(1) 伴侶分手與長期交往的對象分開，所造成的內心感受

人往往在結束一段長期的關係後，都經歷一段沮喪、不適應及低潮期，不論那段關係的品質如何，長久的習慣一旦改變往往造成強大的不習慣。

「大約在半年前，與我交往 11 年的男朋友分手…原本以為分不開…因為男友會打我所以最後我還是選擇離開，現在有時候聽到一起聽的音樂還是會難過…也

很需要擁抱以及溫暖。」(小如)

小如在結束一段關係後，雖然這段關係充滿了暴力及壓迫，但是很多的不習慣及難過還是淹沒了小如，彷彿她心裡有一塊地方空缺了出來，對於追求愛與親和的需求卻蜂擁而至。

(2) 伴侶欺騙：本以為是認真交往的另一半消失，影響到對愛情信念的改變

小如在分手後，不停地尋找能填補那塊空缺的另一半，但是越想趕找到，反而更難找到適合的對象。

「然後過一兩個月後。因為去南部出遊，認識一位男生，而沒過多久就發生關係，然後大約交往兩個禮拜之後，他就人間蒸發，突然消失，對我造成二度傷害，從此之後開始思考為什麼要一段感情，還是我只是想做愛而已，若是因為想要舒服而已，何必冒著受傷害的風險去認真談一段感情呢？後來在朋友建議之下，下載了 BeeTALK，開始尋找激情…。」(小如)

小如的經驗，讓她體會到若是只想要滿足生理上的需求，不必去尋找一段認真的關係，小如也覺得認真的關係會傷害到一個人，由於這些經驗的關係，讓小如有某種對於愛情信念上的改變，關於信念的部份下一小節會有比較完整的歸納與整理。

(三) 內在感受

所謂的刺激，大多數會認為受到外在事件的影響，但是研究者發現，一些內

在狀態的改變，很可能是產生動機的開始，也就是所謂的內在的刺激。以下分成兩方面(1)感到無聊、需要陪伴、老朋友都沒時間 (2)覺得新奇、想嘗試看看，來分別闡述。

(1)感到無聊、需要陪伴、老朋友都沒時間

一個需要陪伴的人，總是希望有個人在旁邊，而固定的老朋友都在上班或是有其他活動，無法陪伴這個人時，她會想盡辦法找人陪伴。

「那時候覺得很無聊吧，覺得身邊的人都已經認識了，而且沒時間，想要認識不同的人，那時候也想找男朋友吧，就從網路上找好了，然後身邊的人也不可能馬上認識就感覺比較有效率…」(阿梅)

阿梅是一個很需要陪伴的女生，當她覺得無聊，而且可能時間上無法配合，加上她想要交男朋友，讓她產生想要從 APP 有效率地認識其他的人念頭。

(2)覺得新奇、想嘗試看看

相對於內在空泛、無聊的狀態，對於愛嘗鮮的人，網路 APP 交友中不同新奇的 APP 讓使用者有種“這是甚麼？好想試試看的感覺”。

「那時候的觸發點，就是我表哥有推薦我玩一款韓國的配對遊戲，叫緣圈…他在玩蠻有趣的，所以我也去圈了…」(老王)

老王因為看到他表哥在玩一款新的交友軟體，覺得跟以往玩過的交友軟體別出

心裁，因此出於新奇，使用了這款交友 APP。

「這個軟體要雙方互圈兩次才能傳訊息，意思是如果沒有耐心或是走馬看花的人，馬上會被篩選掉」(老王)

陳述與其他交友軟體比較下有新穎的機制，而這個機制能篩選掉某些老王不想要認識的人。

綜合以上各種不同刺激，不論是外在的事件，或是內在的狀態改變，都影響了人的信念，產生不同的需求，而想盡辦法去滿足這些需求時，進而產生了動機，下一小節進一步分析受試者對於 APP 交友的想法及其改變。

二、對網路愛情的信念：不切實際、快速、彈性大

對於這五位訪談者提供的資訊，經由他們的想像或是使用後的經驗，認為有三個概念以形容網路交友(1) 少共通話題、生活交集小、容易失聯；(2) 速食愛情、玩咖一夜情居多；(3) 依照對方的投入以彈性調整自己的投入程度。

(1) 少共通話題、生活交集小、容易失聯

網路交友之後見面發現不論是外貌或是言語談吐方面都有很大的落差，受訪者認為不切實際，生活方面因為是網路上隨機認識，除了某些興趣或是地域可以篩選之外，雙方的交集點比在自然場域認識的人少，例如：工作、學校場域。因此交集少的狀況下，失聯的情形就很常見

「網路交友，萍水相逢，彼此了解不多，有時候沒有話題還要硬找話聊，有時要配合對方，真實做朋友，自然而然，通常你是同事或是同學，或是某個興趣或是某個因緣際會，像是一起去聽某個演講認識，一定會有一個共同點在，所以真實交朋友自然而然不會那麼累，網路交友，屈就久了就累了，兩個月屈就久了就刪了，不是我不願意交，硬交跟自然交差別就在這裡…不是一個良好的管道，來的快去得也快」(阿祥)

受訪者比較了對於網路愛情的信念對於現實生活中認識的差異，發現網路認識比較沒有共通的話題或是興趣，容易屈就於對方，生活交集共同點少，缺少了交集後，就容易失聯、就算能有聊，交往的容易，結束的也快。

(2)速食愛情：一夜情的玩咖居多

網路速食愛情已經不是新聞，網路的便利性，造成找一夜情，紓解生理需求的網友佔多數。

「男生八九成是找生理需求的對象，但是有部分女生也是找生理需求的對象…我覺得是占一半一半沒有占少部分」(阿如)「我覺得不管怎樣的軟體，因為每個交友軟體取向不一樣，大部分想要找的主因也不一樣，可是大部分，大家還是抱持著走馬看花，玩玩的心態」(阿梅)

綜合以上兩位受訪者對於網路 APP 交友的認知，覺得上面的使用者男生都是激情的對象居多，而女生有少部分只是想要紓解生理需求的，並且每一種不同取向的 APP 軟體各有不同的使用主因，分別吸引到不同的族群及不同動機的使用者。

(3)依照對方的投入以彈性調整自己的投入程度

研究者在進行訪談整理時發現，有部分網路交友的使用者，會綜合兩種，承諾、激情的親密關係價值觀，有些使用者傾向於彈性、變動的價值觀，也就是看對方付出的多少，來調整自己的投入，參照公平理論所述的交換關係，在乎公平性，雙方付出以及回報的比例要同等，有這些公平的知覺才會感到快樂。因此這種可調整模式在網路交友中的親密關係也自成一格。

「基本上我是抱持著認真的心態，但是對方玩玩的話，我也會跟著玩玩…….是依照對方的心態來調整自己的心態……比較不會受傷，而且至少能滿足部分的需求」(阿梅)。

阿梅對於網路交友的使用價值觀覺得是可以彈性調整的，本來想要找認真交往的她，因為都遇到很多男生都不是想要認真交往的，因此她為了能滿足她的需求，至少能有人陪伴，調整自己的心態，原則上以尋找認真交往的對象為主，但若發現對方只是玩玩而已，也可以調整自己投入的程度，一方面達到一個公平性，二則不讓自己投入太多而受傷。

受訪者對於網路愛情的信念綜合以上論述，來的快去得也快、玩弄感情者居多、而且可以彈性調整對於愛情的投入程度，這些都訪談者對於 APP 交友的看法，下一小節進一步探討 APP 使用者過去的經驗，如何影響到他們對於 APP 交友的動機。

二、過去經驗

要尋找動機背後的形成元素，過去的好壞經驗，決定了一個人對於某事物的信念，成功的經驗會讓個體對於某件事有好的感覺，更可能再次從事這件事，反之亦然，本段落統整受訪者關於過去的一些成功及失敗經驗，進一步看見這些經驗對於受訪者使用網路 APP 的影響，研究者概分為(一)成功經驗 (二)失敗經驗兩者進行討論。

(一)成功經驗

顧名思義是一些讓受訪者有好的感覺的前置經驗影響到他後續使用 APP 交友軟體的意願，分為(1) 使用類似社交軟體的經驗 (2) 在異地使用 APP 認識當地人的經驗。

(1) 使用類似社交軟體的經驗

類似社交軟件在這裡細分為 A. 使用雅虎奇摩交友成功認識異性 B. 玩網路遊戲與異性互動良好

A. 使用雅虎奇摩交友成功認識異性：不陌生，有熟悉感

「…之前有玩過雅虎奇摩交友，在上面也有認識到異性，但是都沒有見面…但是因為過去有這種交友的經驗，所以後來的 APP 交友才一點也不陌生，有熟悉感」
(阿祥)

奇摩交友是很多年以前的網路交友軟體，交友方式較簡略，比現在的交友 APP 功能少很多，阿祥在過去有曾經使用過，影響到現在的使用，讓他覺得不陌生，有熟悉感。

B. 玩網路遊戲與異性互動良好

「……20 歲的時候就有在玩網路交友了，那時候有在玩網路遊戲，然後在上面有認識人，一起見面過，所以基本上對這個就不陌生」「……在玩的過程中，覺得蠻多異性都想跟我一起玩遊戲的，那時候無聊覺得還蠻有趣蠻好玩的這樣子」(老王)

老王在過去玩網路遊戲時，裡面的社交功能，讓他成功的認識異性，讓他對於這個好的經驗能遞移到網路交友 APP 上，讓他感受到，以前能成功，現在為何不行呢？基於這個成功經驗，讓他意識到他過往擅長在網路遊戲上認識異性，且在網路上異性緣還不錯，成為往後想要嘗試 APP 網路交友的主因。

(2) 在異地使用 APP 認識當地人的經驗

每個不同地域或是族群文化，都有特定比較廣為使用的交友軟體，而朋友間的經驗推薦，口耳相傳成為使用者要找特定族群的一個選擇。

「…那是在國外，最快的方式認識當地人這樣子，我回來的話就是比較想認識外國人，但是就是比較難遇到，所以透過這個可以認識到想要認識的族群應該這樣講。」(小 C)

小 C 在國外成功認識當地人的經驗告訴她，用同樣軟體也可以在國內認識外國人，在沒有認識這個軟體之前，要認識外國人真的比較難遇到。所幸她之前有出國打工，從而得知用交友 APP 認識外國人的方法。

(一) 失敗經驗

與成功經驗相反的是，受訪者在網路以外的社交情境感受到失敗，受到負增強，反而想要使用網路 APP 來交友的一種情形。

1. 街頭搭訕被拒絕

搭訕是一種比較原始的社交方式，需要面對面說話的勇氣，以及臨場的機智反應，礙於東方社會比較保守的民風之下，被拒絕的比例甚高，網路尚未普及之前，想要認識人，使用這種方法也不在少數。

「之前還沒用 APP 的時候，因為想要交女朋友，使用搭訕的方式，但是屢屢遭到挫折，不是對方有男友就是被拒絕，而且花的時間非常多，得到的回饋卻很少，所以後來才決定用 APP 交友，在家就可以認識很多人，也可以過濾掉一些有伴侶的人。」(阿祥)「我印象比較深刻的是我去認識一個便利商店的店員，我連續去那裏買了兩個禮拜的三餐，就是為了要她的電話，但是鼓起勇氣到了要電話的那一天，她卻說了:不大方便! 這兩個禮拜辛苦都白費了，經過此一事件之後，我放下對交友 APP 的排斥，開始上網找另一半。」(阿祥)

阿祥在現實生活中的搭訕遭遇到挫折之後，發現現實交友中資訊不足，例如：未知對方是否單身，且要花比較多的時間去認識，但是回報遠比付出的還少，而

交友軟體的便利性，不必太大的勇氣去面對面開口，而且能明白的知道對方是否單身，阿祥從幾次搭訕失敗的經驗中記取教訓，因從便利性、資訊透明以及效率的觀點出發，從原本排斥網路交友的他，轉變為網路 APP 愛好者。

2. 在共同場域認識異性

共同場所認識是最自然的方式，不用刻意去安排，而且那些場域都是自己有意識選擇的，聚集在一起的人通常有共同目的或是共同興趣，這些交集讓彼此自然而然能夠攀談、延伸，通常同一場域的人背景也比較相似，這種相似性創造出共同的話題更多。

A. 被拒絕後的感受

「當時我覺得非常丟臉、挫折，想找個地洞鑽進去，因為在大廳廣眾之下要聯絡方式被拒絕」(阿祥)

受訪者感受到被拒絕的丟臉及挫折，在公司場域開口要聯絡方式，就必須承擔這些風險，內心的挫折感以及當場的丟臉尷尬，在共同場域被拒絕所無法避免的。

B. 影響到工作上的氛圍

「被拒絕也就算了，之後工作還會常常遇到她，那是工作時常要面對的窗口，工作見到她只有尷尬能形容」(阿祥)

除了被拒絕的風險以外，在事情發生之後，若是還會有工作上的往來及相遇，

就會觸景傷情，見一次面尷尬一次，間接影響到工作上的氣氛，而經由這次事件，阿祥覺得用網路 APP 交友，能脫域地結交異性，被拒絕也不會有任何影響到工作上的困擾。

三、需求的滿足

受訪者對於網路交友的動機各有不同，動機的背後潛藏著他們未被滿足的需求，這些根本需求為本研究的重點，研究者整理受訪者的各種未被滿足的需求，借用馬斯洛(Maslow)理論中的各種需求當作分類，主要分為三大主軸

(一) 生理需求 (二) 安全需求 (三) 愛與隸屬需求

(一) 生理需求

對於性、食物、水、空氣等需求都是生理需求，這類的需求級別最低、人們在轉向較高層次的需求之前，總是盡力滿足這類需求，而這部分研究者專注於討論性需求，綜合受訪者的陳述，性需求在網路 APP 交友中占很普遍的一部分，分兩個部分討論 A. 性方面的需求:因網路交友，對於性的便利性改變。B. 性需求不一定要一段有承諾的關係才能滿足。

1. 性方面的需求:因網路交友，對於性的便利性改變

當人們產生性需求時，手上的手機變成為一種最方便的出路，完全不用走出門，動動手指就能認識到異性，各種配對機制，讓性的需求可以有效率的得到滿足。

「找生理需求抒發的對象…覺得 APP 很方便，等待一堆男生給你訊息，在從中挑選自己覺得滿意的人回覆他…最快可以當天就約出來…。」(阿如)「噢~有，有認識那種冷漠的，但現實見面並不是，可能是她不大願意打字，有一次一個網路上女生很冷漠很冷漠，但是一見面就很快發生那種事情了。」(阿祥)

阿如認為 APP 交友是可以很快速見面的工具，而她也明白表示她自己是想要找發洩性的對象，就效率而言，APP 交友可以快速篩選以及見面對於生理需求的發洩是極為便利的。阿祥發現見面後跟線上的對方並不是同樣的態度，而且在剛見面的時候，就發生關係，以他的經驗認為從網路上取得性是很便利、容易的。

2. 性需求不一定要一段有承諾的關係才能滿足

華人的傳統社會較為保守，通常發生性關係都要先認真交往一陣子，而近代西方開放文化的入侵，性解放讓男女性能在正式交往前，先滿足性方面的需求。

「大約交往兩個禮拜之後，他就人間蒸發，突然消失，對我造成二度傷害，從此之後開始思考為什麼要一段感情，還是我只是想做愛而已，若是因為想要舒服而已，何必冒著受傷害的風險去認真談一段感情呢？後來在朋友建議之下，下載了 BeeTALK，開始尋找激情…。」(阿如)

經過受到感情傷害的經驗之後，阿如對於固有愛情價值觀開始鬆動，若是要滿足自己的性慾，不需要前面的交往鋪陳，因為有時候對方想欺騙感情，會先用承諾的感情來騙取性，基於這一點，阿如若只是想要發洩性慾，不需要一段有承諾的感情，而她這種能預防受傷又能滿足生理需求的想法，可以在網路 APP 使用中滿足。

(二)安全需求

這是人類要求保障自身安全、擺脫事業和喪失財產威脅、避免職業病的侵襲、接觸嚴酷的監督等方面的需要。馬斯洛認為，整個有機體是一個追求安全的機制，尋求安全的工具，甚至可以把求知都看成是滿足安全需要的一部分。

1. 隱匿的需求

在網路交友 APP 中，使用者不需要透露自己真實的身分，彷彿可以塑造一個全新的自己，去個人化後的人們可以在網路上暢所欲言，隱蔽的身分讓使用者可以盡情地滿足生理需求與慾望，也可以藉由全新塑造的自己，在網路交友 APP 上可以脫掉平時那個失意、不受到尊重、不被愛的自己，重新開始與他人交流情感，在網路交友 APP 上是一個全新、安全的自己。

「在網路上可以不用本名，這讓我放心很多，可以盡情跟對方說一些有的沒的，有時候可以抒發心情，一些事情無法跟身邊人講的可以在網路交友上得到紓

解，想要約炮的時候，也可以跟對方保持一定的距離跟界線，對彼此有所保留。」
(阿祥)

受訪者對於網路交友 APP 匿名的特性感到安全，可以在一個沒人認識，全新的地方抒發情慾，在滿足生理需求的同時也能保護自己的身份安全，不被周圍的人察覺，社會心理學家也曾提及，人在匿名的情況下，更能擺脫角色枷鎖，更全然的展現在現實生活中不敢或是不願意展現的自我，因此在虛擬網路情境中較能輕易地說出自己真實的想法，當作是一種宣洩。

2. 知的需求:藉由認識不同領域的人來認識這個世界

人們接收知識來增加自己的安全感以及對世界的認識，除了報章媒體的知識外，認識人是一種更能貼近經驗的方法，藉由了解一個人所接觸的領域來增加自己的知識，APP 交友更一種便利的媒介。

「想說透過認識很多人讓自己成長一點，藉由認識人、了解他們的背景及興趣能夠充實自己的見識及知識，透過認識很多人，如果可以的話看能不能找到男朋友。」(阿梅)

滿足自己安全上的需要，透過網路交友認識各種異質性的人來擴充自己知識的觸角，阿梅在透過網路 APP 的隨機性滿足能認識與自己熟悉場域較異質性大的人，累積經驗知識，來克服對世界的不安全感。

(三) 愛與隸屬需求

愛與隸屬需求 (Love and belonging needs)，屬於較高層的需求，如：對友誼、愛情以及隸屬關係的需求。缺乏社交需求的特徵：因為沒有感受到身邊人的關懷，而認為自己沒有價值活在這世界上。

這個部分認識異性、尋找一段關係，屬於尋找一段認真、有承諾式的關係，對於這段關係的需求，能從中找到愛及隸屬感，可以感受到對方的關懷，且是穩定、有未來性的。

「希望能找到一段能互相關懷與關心的一段關係，彼此都不要變走到結婚……才想要用網路 APP 交友軟體…而且用交友 APP 因為是用打字的，我比較能思考久一點，當初我是一個容易緊張害羞的人，面對面容易凸槌，對於我而言 APP 比較適合我」(老王)

網路交友 APP 的隱蔽性，讓容易緊張的老王覺得比較能與人交流自在，面對面的壓力以及反應讓老王對於社交退縮，而使用交友 APP 後，他覺得這樣的管道跟方式都比較舒服，因此也期望自己能夠在網路交友 APP 找到愛與隸屬感。

「基本上我是抱持著認真的心態，但是對方玩玩的話，我也會跟著玩玩……當時主要因為無聊、想要交男友…能彼此關心是很好的」(阿梅)

阿梅使用 APP 的主要需要是希望有一種被關懷的感受，很喜歡這種關懷以及被關懷的感覺愛與隸屬感，能有一段有承諾、有未來的關係會讓自己更有價值感。

「在網路上認識異性，或者是與她們發生關係，好像在達成一些成就一般的感覺、每每上了一個，感覺我好厲害、好像很行的樣子。」(阿祥)

阿祥用網路交友來吸引異性，並且有種蒐集或是達到成就的感覺，而這些良好感覺，已經超越性帶給他的滿足，而慢慢累積的過程彷彿是成就感的堆疊，積沙成塔，用量的增加來提升性吸引力的自信，增加自己的價值感，這種價值感也是一種對於愛與隸屬感間接的追求。

第二節 APP 交友的態度及風險

本節探討受訪者對於交友 APP 所保持的態度及想找的對象，以及它們在尋找的過程中如何去觀察及探求對方的意圖及各種資訊，在尋尋覓覓及結交的網友中，過程中所遇到的風險，不論是受騙還是各種隱瞞，研究者分類為兩個方向去闡述一、使用者對於網路交友的態度 二、網路 APP 交友所遇到的風險。

一、使用者對於網路 APP 交友的態度

研究者想挖掘受訪者對於網路 APP 交友的心態，想要找怎樣的一段關係？想要者怎樣的對象？或是認為網路 APP 上的人都是抱持怎樣的心態？在本段落中分為三部分進行討論第一個部分尋找激情親密關係尋找承諾親密關係兩者間彈性調整。

(一) 尋找激情親密關係

Sternberg (1986) 認為激情是愛情關係中直接可以聯想到的反應，包括強烈

情緒上的、精神上的和理智上的情緒感知。但激情與其他面向比較起來，也許是能明顯感知愛情與其他關係之間的差異，卻不是能長期維持關係的基礎。在本研究中，這個類別比較接近個體為了尋找生理上的需求及快感，因此在網路上尋求無承諾的關係，以下訪談分析呈現這類型的族群的一些篩選方式及對於網路交友的態度。分為 1、關係定義：朋友以上、戀人未滿 2、可能自我揭露的訊息。

1、關係定義：朋友以上、戀人未滿

追求激情無承諾的愛情關係，該如何去定義它呢？有點像是朋友的陪伴關係，但是卻能做情侶間的一些動作，但是又不是情侶，或是少了去確定關係，讓這段關係有點模稜兩可。

「用肢體確認阿，肢體阿，碰觸阿…有沒有做那個事情…做了不一定變成男女朋友但是有默契了…通常做了可能會變成男女朋友，沒做不大可能變成男女朋友，做也是一個互相了解的過程」「做了然後會繼續聊，就是男女朋友，做了之後不聯絡就是炮友」「長期炮友，對我而言跟男女朋友沒差，老實跟你說，我沒有談過真正的戀愛，炮友可以做到長期，其實跟男女朋友沒有差，又能聊又能炮，也沒有甚麼不一樣」「炮友的話，我們都以男女朋友相稱，是交砲友而不是男女朋友，很多都這樣，男女朋友已經不是專屬名詞了……用行為或是互相的稱呼來確認。」(阿祥)

確認關係，通常可以去定義一段關係的本質，阿祥想在網路上尋找生理上的抒發，在跟對方接觸的過程，多使用肢體、觸碰、暱稱、重要節日約會或是發生關係來確認彼此的關係，而不是用口頭來確認，也覺得能夠抒發生理需求，以及能夠聊天，跟男女朋友沒甚麼不一樣，它也坦承沒有談過真正的戀愛，把這些床

伴當作自己的戀愛經驗，阿祥對於激情的關係定義為：比朋友多一點、類似男女朋友關係、不需要口頭上的確認，研究者認為口頭上的確認關係是一個有無承諾的關鍵點。

「我通常都很直接地跟對方講，想要打炮，只是想抒發生理需求而已，所以在一開始對方就很明白的知道我們只會是炮友關係。但是也可以如同朋友般一同吃飯跟出遊，既可以打炮又是朋友的關係」(阿如)

受訪者阿如的個性比較大而化之，甚麼事都直接了當的跟對方講，直接說明是炮友關係，是一種坦白，目的讓對方不至於有過度的期待以及不確定的感覺。

2、可能自我揭露的訊息

研究者認為在使用網路 APP 交友，自我揭露的訊息是一種關鍵性的判斷方式，不同的揭露方式隱含著不同的動機意圖，本研究除探究動機的形成要素外，更重要的是如何去辨識 APP 交友使用者的動機，這個部分討論自我揭露中的明示以及策略性揭露，分為

(1) 明示：想約砲嗎？(2) 策略式的揭露：是否一個人住。

(1) 明示：想約砲嗎？

在尋找生理抒發的對象時，直接了當的詢問，也許能明白的表明自己的動機給對方知道，但是在這個明顯的要求之下，接收的一方通常都會有防備心。

「我以前會使用大數法則的方法，一個一個詢問：喜歡做愛嗎？或是想約嗎？雖

然傳了一兩百個之後，會有幾個會回應，但是品質都不是很優良，就感覺...這個方法找約不是很實際，就算找到了也不是自己的菜，後來就放棄這樣做」(阿祥)

受訪者阿祥使用開門見山的方法後發現這種亂槍打鳥式的方法不是很實用，而且會回應的也達不到自己的標準，雖然這種方式在網路 APP 上不算少見，但是其效率恐見不彰。

(2) 策略式的揭露與探問：是否一個人住

策略性的揭露，意味著不那麼直接的告訴對方自己的意圖，用意是減少對方的防衛，若是對方接收並能理解到這個意圖並且有正向的回應，則可能配對成功，反之，對方無法接收到這個訊息，可能無法判斷這個訊息的真正意圖，後續可能受到欺騙或各種不同的傷害。

「...他們最常用的暗示的方式，就是他想要看妳照片，這是第一個，之後他就叫妳傳全身照片，就在妳跟他還不認識之前，就要妳傳全身照，我覺得這還蠻暗示的，就是他對身體的關注，也就是他只是想玩玩一夜情，或者是問妳是不是一個人住，正常不會問到這個，但是他一開始就會問...或是妳家住哪，就問妳有沒有約過啊，就講有沒有一夜情過，還有一種是蠻明顯的，第一次見面就要上他的車，就是在暗示妳要一夜情的那種」他們會問，妳難道不怕跟我出來會發生甚麼事嗎？他會問這個問題，就暗示妳我們可能會發生甚麼事... 些男生單純想玩，就會問妳是不是單身，我就回答是，對方就會問多久，為了想要知道多久可能沒有那件事情。」(阿梅)

統整阿梅辨識對方是想找生理需求的經驗，會有以下訊號

- A. 對方在意身體意象(要全身照)。
- B. 試探是不是一個人住，或是在意住哪裡。
- C. 詢問有沒有一夜情或是約砲經驗。
- D. 對方第一次見面就說開車帶妳去走走(無目的的)。
- E. 對方態度沒禮貌或是有禮貌但是好色意圖。
- F. 用詢問方式來暗示及試探”妳難道不怕跟我出來會發生甚麼事嗎?” 而且語氣不是很驚訝。
- G. 詢問單身多久，可以判斷對方多久沒有性行為。

阿梅的網路 APP 交友經驗可以豐富的列出她確信想要找生理需求對象的網友會使用的策略性揭露，在乎對方身體意象、是否住的近或是一個人住，這種試探可以看出對方的身材以及位置的方便性，一個人住比較可能感受到寂寞空虛，成功率較高，開車載女方出去，試探對方是否願意與自己在同一個私密空間，會講到色情的話題，蘊露好色意圖，間接也是一種看看對方能不能接受的方式，有一些預告性的暗示，用來試探對方在不在意發生這些事，詢問單身多久可以發現對方是否很久沒有抒發生理需求了，這些都是用隱晦的方式在試探對方是否寂寞難耐想要溫暖以及生理抒發。

「我的策略就是問她要不要來我家玩，如果她有正面的反饋，讓我知道她有這樣的想法，我才約，不然她是不想做那件事，她聽到要到我家，她就會封鎖我了，這是一個實驗...如果她封鎖我也就算了...我這個是算暗示，就說要不要到我家了，我沒有講其他的。所以是一種性暗示。就是對你的暗示有一些正面的反饋，考慮看看遠不遠這樣，有正面反饋了，如果沒有來沒關係，可以再約嘛。」(阿祥)

受訪者會用一些性暗示的方式，然後看對方的反應，讓對方知道到自己有這

樣的想法，若是對方有正面的回饋，表示可以繼續推進。

「就是說她有老公，但是她很無聊...沒有工作，然後老公很忙...成功率很高，沒有工作，老公互動率不高的，通常就是有那個想法」(阿祥)

阿祥對於有夫之婦的策略性揭露是詢問對方現在的狀態，他的經驗告訴他，人妻的某些特徵，表示很容易約出來，無聊沒工作，老公沒時間陪她，通常正是她們最需要陪伴的時刻，阿祥了解這種狀態最容易約，所以會朝這方面繼續進行交流。

綜合上述分析，強調身體意象、地利、寂寞與否的探查、單身多久、是否有一夜情經驗、長期被另一半忽略等訊息，正是想要找生理抒發的使用者會想要去隱晦探求的資訊，這些策略性的揭露，若能察覺便能知道對方背後的動機。

(二)尋找承諾親密關係

認知的成分，即是我們選擇在某段關係當中做出實質的努力，並開始將自己的生活與另外一個人連結在一起 (Lund, 1985)。Wood(1999)指出，激情的發生不需要人們做出努力，但是許諾卻是一種有意識及意志的選擇。熱情發生在當下，可能會在遭遇困境時消退，但是許諾卻展望了未來，是一種繼續維持一段關係的力量來源。研究者發現，雖然網路激情氾濫，但是大多數的人仍舊希望找到一段有承諾的愛情，這種有意識的選擇以及將雙方放在未來計畫裡的擇偶方式仍在網路交友中佔頗大的比例，以下藉由不同的受訪者的陳述來細細分析這族群的人如何擇偶。分為兩大主題：1、關係定義：認真交往的關係 2、可能自我揭露的訊息

1、關係定義：未來性、成長、接納的關係

尋找有承諾的愛情，想要與對方有未來，有一種意志上的選擇，在激情消失之後還有一種有意志的選擇，” 我們有相伴在一起的承諾 ”，這個部份想看看受訪者如何去定義這關係。

「我想找到能長期交往的另一半、希望對方是認真的，彼此有未來考量、可能會以結婚為前提的交往。」(老王)「每天會互相關心、對於彼此有未來的規劃，而且我們心裡只有彼此，不會與其他人約會」(小 c)「能夠互相陪伴、能夠溝通、互相接納與成長的另一半。」(阿梅)

受訪者對於尋找有承諾的愛情的定義，有未來性是第一種考量，在來是排他性、能夠以溝通的方式相處，互相關心、接納以及成長，而老王因為年紀的關係會想要以結婚為前提交往，以上這些都是對於承諾關係的定義，經歸納受訪者後，更有清楚的輪廓。

2、可能自我揭露的訊息

在承諾的關係上，較尋找激情的關係而言，更多的是直接表達，因為認真，不怕對方擔心意圖，所以通常是直言不諱居多。同樣的分為 (1)明示：要不要一起去哪裡玩，(2)策略識揭露。

(1) 明示：要不要一起去哪裡玩

通常是直接邀約的部分，認識想要認真交往的對象，在聊到一定程度之後，

會直接見面，而這個邀約直白的方法綜合受訪者的經驗如下

「我通常會直接了當的問，要不要直接出來喝咖啡聊聊。」(老王) 「我這邊有兩張餐券，周末想邀請妳出來玩。」(小如) 「東區新開了一家主題咖啡店，一起去坐坐如何?」(小c)

諸如此類的直接邀約，在想要找到承諾式的親密關係中，通常能感覺到對方的認真以及尊重的態度。

(2) 策略式的揭露與探問

在追求承諾式的親密關係中，也是有策略性的揭露，主要目的是為了讓自己邀約的意圖比較不明顯，雖然是想要一段認真的關係，但是在一段關係中，越明顯讓對方知道自己心意的人，就會在一段關係中呈現弱勢，這種弱勢會造成權力的失衡，在感情的拉鋸戰中有可能會失利，因此了解此因果關係的邀約者，會盡量用隱晦的方式來揭露自己的意圖，即便是想要一段認真的關係。

「最近有一部電影還蠻好看的，你覺得如何?」(阿梅)

女生若是想邀請男生，但又不想顯得太主動，使用作球的方式，拋出一個可進可退的方式看男生會不會主動邀約。

「我剛好有多買一盒蛋糕，等下會經過妳家附近拿給你嘗嘗?」(小如)

小如遇到一名追求者，是想要與她有認真的關係，通常對方會藉由剛好多買，

或是順路經過理由拿給她，來稍微隱藏喜好的意圖。這些策略性的揭露及探問方式，退可守、進可攻，被拒絕可以保留顏面、成功便能達到目的，在承諾式的揭露裡，這些隱而不顯的方式也是一種選擇。

（二）兩者間彈性調整

研究者在訪談時發現一種特殊的親密關係價值觀，它於承諾及激情兩者間，彈性地調整，為了就是達到內心中的一種平衡，有些使用者傾向於這種彈性、變動的價值觀，也就是看對方付出的多少，來調整自己的投入，Clark 和 Mills(1993)認為公平理論所述的交換關係，在乎公平性，雙方付出以及回報的比例要同等，有這些公平的知覺才會感到快樂。因此這種可調整模式在網路交友中的親密關係也自成一格。一樣分成 1、關係定義：觀察與公平性 2、可能自我揭露的訊息

1、關係定義：觀察與公平性

這種可變動、彈性的關係，積極的部分是可以對這段關係採用保留的態度，可以繼續觀察，消極的部分是讓自己得到心理上的公平，避免受到傷害。「基本上我是抱持著認真的心態，但是對方玩玩的話，我也會跟著玩玩...依照對方的心態來調整自己的心態...一來是可以在心理上較平衡，二來有點像試用觀察，看我們一開始相處的狀況來決定之後要不要真正投入。」(阿梅) 受訪者對於關係可以先發生關係，然後再看看後續相處的狀況是否適合彼此，在投入更多，但是以想要有承諾的關係為基礎，當阿梅遇到只想要激情的關係，自己也可以調整成各取所需的親密關係價值觀，避免自己過度投入而受到傷害。

2、可能自我揭露的訊息

這種浮動的愛情價值觀，在一開始可能會先以承諾或是激情其一種揭露方式呈現，等到相處一陣子之後才會從話語中觀察到玄機，在這個部分，明示的部分與承諾或是激情雷同，因此研究者只呈現策略性的揭露作分析討論。

「那時候我們交往了幾天之後，他突然跟我說，妳可以接受我去跟別的女生約會嗎？我那時候就很清楚他的動機，就是只是想玩玩而已，我了解情況後，也坦然面對這個事實，跟他先保持各取所需的關係。」(阿梅)「那天他跟我確定關係，問我們現在到底是甚麼關係，我跟他說了，我們可以先不用以男女朋友綁住，就這樣一直走下去，看能走到哪裡... 其實我是想多觀察他看看...看適不適合我」(阿梅)

受訪者了解到對方話中對於關係的動機，她也很彈性的知道，對方只想要各取所需，因此內心就有所調整，自己也可以調整成這種關係，而阿梅不想要與對方有承諾式的關係，她內心想多看看這個人合不合適與她相處。

統整完三種主要使用者對於網路交友 APP 的態度及他們的揭露方式，激情、承諾以及彈性調整的關係定義分別為：激情者，朋友以上、戀人未滿，承諾者，未來性、成長、接納的關係，以及彈性調整者的觀察、公平性。而它們都有不同的明示或是策略性的揭露方式，下一個部分繼續探討，網路 APP 交友所遇到的風險。

二、網路 APP 交友所遇到的風險。

人們常對於網路交友有既定的刻板印象，網路上騙子多，渣男渣女不泛少數，網路詐騙也不是新聞了，研究者認為這是一個值得分析的題材，除了了解網路 APP

交友軟體使用者的揭露方式外，防止自己受傷害或是能夠辨識對方的意圖，能先了解網路 APP 交友所遇到的風險，研究者相信這些經驗能讓讀者防範於未然。這個部分分為兩個方向(一)對於內外條件的欺瞞 (二)交友意圖的隱瞞。

(一)對於內外條件的欺瞞

人們對於尋找伴侶，有意無意地都會有自己喜愛的偏好，而這些條件總會在網路 APP 配對機制上成為篩選依據，但是所呈現的與真實有一段落差時，會產生或多或少的失落感，而有意欺騙的那一方，刻意地隱瞞訊息、美化照片及資訊或是塑造形象、個性，造成見面時對方的驚嚇或是失落。分為兩方面說明 1. 外表：身材及臉蛋的落差 2. 態度及動機的隱瞞。

1. 外表：身材及臉蛋的落差

研究者想要討論的是當使用者所經驗到見到本人時與見面前的外表想像的落差，怎樣才有受騙的感受？

「可能是這樣，照片 90 分，看到本人 80 分，或者是 75 分，不會像是有些人是 60-90 的差別，看你怎麼想啦，有些人差到 15 分是個受騙，有些差 30 分是受騙，懂嗎?...如果愛美人皆有之，但是如果差到 30 分，如同判若兩人，你就有受騙的感覺你懂嗎？」(老王)

老王對於受騙的感覺是很主觀的，認為有些人對於外在條件可以接受的差異範圍不一樣，而他本人是可以容許些許的差異，若是見面後的差異判若兩人，那他覺得跟原先照片的印象差異太大，受騙的感覺隨之而生。

3. 態度及動機的隱瞞

另一方面的資訊不對稱，是對方的內在動機，或許是必須隱瞞動機才能達到目的，使用者在發現對方真正目的時，內心的真實經驗。

「我都沒有被騙的感覺耶，我都覺得一定要見面才知道，會有一個大概的判斷但不會差很遠，有時候是判斷資訊超少，因為我很快就跟他見面了，因為這樣子比較準，很快就見」「如果有一個我看到他就很喜歡他，但我不太了解他，可是我們沒有深入交談，見面之後才發現他整個只想玩，我想沒有機會發展成我想要的樣子…認真，那時候有點失望，可是那一陣子真的有點心動，所以就覺得好可惜噢，他原來只想玩。」(阿梅)

受訪者阿梅傾向於馬上見面，因為見面前一切都是假的，見面才是真的，快點見面也是希望看到真實的樣子，才不必浪費過多時間在網路上交流，然後見面又不符合自己的期待，她有一次經驗是本來以為對方想要認真交往，但是後來見面後才發現他的意圖只是想要玩玩而已，感到有點失落，跟阿梅原先預設的有落差，產生失望及可惜的情緒。

外在條件以及內在動機的隱瞞代表著使用者有意無意地想隱瞞他本身的不論外在或是對於交友的期待，這些隱藏背後可能是想要把可能會不被接納的一面遮蓋住，想展現好的一面，代表著隱瞞者背後還是想要與對方有進一步的關係。

下一小節所講的是，隱瞞的動機並不是為了建立關係、而是想要利用對方來謀取一些額外的利益。

(三) 交友意圖的隱瞞

在這一小節，研究者認為網路交友中，常常會遇到某些使用者打著交友名義行欺騙之實，或是以交往之名，行洩慾之實，或是假借出遊之名來進行性侵，以下分成三個部分來討論 1、用交友隱瞞商業行為：傳直銷。2、以交往名義來獲得其他利益。3、以出遊為名來性侵。

1、用交友隱瞞商業行為：傳直銷

傳直銷是一種最常藉由網路交友的便利性來大行其道，他們會用各種不同手段騙使用者出去，當然一開始不會先暴露真正的意圖。

「一開始知道有直銷想交朋友，可是約出來一直講直銷不交朋友的，所以這也是一種騙吧？對不對？…就沒有下次了阿，不會當場給她難堪啦，不過默契沒有了就沒有辦法繼續了。」(阿祥)

阿祥在網路上遇到以直銷為工作的使用者，但是約出來後發現對方儘管介紹自己的商品及商業模式給他知道，並沒有想要交朋友或是建立關係的意圖，阿祥認為這就是種欺騙，用交友知名行商業之實，讓他感受到生氣，雖然還是會安然結束這次見面，但是下次就沒有機會了。

2、以交往名義來獲得其他利益

在網路上許多想要以交往的名義來騙取利益者，像是用交往來騙取金錢、騙

吃、性愛等等...這種欺騙往往會造成被欺騙者受到傷害。

「騙我身體我樂在其中，騙我感情，有耶，就之前有一個女的，她主動跟我說要交往，她說可不可以當女朋友，我就問他為什麼？她說想要有個依靠，出來還好，結果過了一個星期，結果跟你說要借五萬塊，這就是有目的的」(阿祥)

渴望交女友的阿祥，一個送上來的女生主動說要跟他交往，他在歡喜與驚訝之餘，雖然帶著一些懷疑，果真不其然，才交往一週就想要跟他借錢，如果不借她就無法繼續，之後明白意圖後就斷絕來往了，所謂無事獻殷勤，非姦即盜。

「騙吃的，就是網路交友還好，後來她說想要吃飯，然後她就找她想要吃的餐廳，然後你付錢，就是騙吃的，吃了之後沒有要跟你交往」(阿祥)

另外一種欺騙，阿祥認為也是有被欺騙的感覺，在網路上給他的感覺是想要交往，當出來約會的時候發現對方會想挑選高檔的餐廳用餐，但是你付錢之後她卻展露出沒有要跟你交往的意思，雖然交不交往，無法強求，但是對方會利用這種心態來騙取高消費。

「有遇到那種騙身體的，有遇到那種就是想要做愛，然後我跟她上床然後硬不起來，然後她就生氣了，因為做的時候我看到她真的沒辦法硬，她一直說要當男女朋友，但事實上是想要做，若是女友的話不至於這樣。」(阿祥)

另外一種狀況也會感受到不舒服被欺騙，對方雖然是與他交往，但是想要與他發生性關係，但是他卻無法成功勃起，阿祥覺得若是女友，應該會體諒男方，不至於生氣更甚是分手，感受到對方只是想藉由交往之名，來行排解生理需求之

實。

3、以出遊為名來性侵

凡是違反個人意願的性交行為及利用個人從事色情表演、拍 A 片或裸照，即為個人性侵害。性侵害已侵害到個人的生命權、自由權、及性自主權，這樣的傷害所擴及的範圍能影響受害者到創傷的程度，防範於未然更是重要。

「那時候我沒想太多就上了這個網友的車，雖然他讓我等了快一小時，而且他外表跟網路上陳述的差很多，網上說是大約 30 歲的高大帥氣的男生，來的卻是年約 40 歲肚子凸凸的男人。雖然失望，但後來想說後來也沒事，就上他的車去走走，後來到河濱公園，停車後他竟然爬到後座要親我，那時我嚇到奪門而出，還好那時外面有很多其他車，他也不敢追上來...我下次就學乖了，不會上陌生人的車了。」
(阿如)

在阿如陳述裡，發現其中受到兩種欺騙，第一為外表條件的欺騙，第二為意圖的欺騙，對方以邀約出遊之名，想要在車內性侵女方，所幸阿如機靈，逃出一劫，這種網路強暴的戲碼雖然早已非常多，但是能不斷的上演，以阿如的經驗談，讓她了解到未來想要與網友約會，應該約在公眾場合，如：咖啡廳、餐廳、人多的地方，避免一開始就在密閉空間，尤其女性力量較男性弱，容易受到傷害或是強暴。

內外條件的隱瞞、交友意圖的隱瞞，都會讓網路交友 APP 使用者陷入風險之中，本研究整理上述受訪者的經驗，目的就是讓閱讀者防範於未來，不論是網路商業行為還是約會強暴，受訪者的經驗讓網路交友 APP 使用者可以在與網友見

面前先有心理準備或是能有其他的考量。

在這第二節的主題網路 APP 交友的態度及風險之中的討論發現網交 APP 使用者有三種尋找親密關係的態度，分別是承諾、激情以及彈性，分別呈現不同的定義及揭露方式，而策略性的揭露方式，這種隱微的揭露方式更具有參考價值，讓讀者了解到這些網路的尋找者如何隱而不顯的透露出訊息。

本研究在幫助讀者辨識及防範網路的資訊不對稱所造成的傷害，網路 APP 交友風險的經驗了解更是本研究的重點，了解 APP 網交態度形成的交友型態目的為辨識網友們的動機，而認識網路 APP 交友風險，讓讀者在意識層面更加能防範這些資訊不對稱所造成的傷害。

本章節主要在分析整理受訪者對於網路 APP 交友的動機、動機形成的原因以及其風險，目的在於讓讀者對網路 APP 交友有一個完整的圖像，不論是前因：動機形成的要素，後果：APP 交友的態度以及可能遇到的風險。下一章節研究者將這些分析統整，陳述本研究對於網路 APP 交友的發現。



第五章 結論與建議

在本章節中，研究者將前述分析統整後，概述主要的研究發現。一方面試著回答本研究所提出的研究問題，另一方面藉由回首學術界相關研究並與前人觀點延伸並且連結，詮釋智慧型網路交友 APP 對於親密關係的影響。本章分為兩小節，第一節闡述研究發現，第二節說明本研究的限制，並在最後面給予相關研究可能的建議與方向

第一節 研究結論

智慧型手機走入人們的生活中，人際關係之間的交流，不論是網路上線或應用程式 App 的擴充使用，皆創造出不同於以往的溝通行為。透過不同形式的揭露與對話，人們建立了不同層次的關係，而社會上各種人際關係裡，愛情親密關係也因溝通管道的改變，賦予了新的意義。

本研究主旨在於智慧型手機 APP 對於親密關係的影響，使用交友 APP 如何改變對於親密關係的定義，在「脫域」以及「永恆連結」重新定義智慧型手機後，人與人之間創造出了虛擬鄰近的概念，無時不刻可以陪伴彼此，而網路交友 APP 將此一概念連結，創造出更多的價值，也改變了人們建立關係的方式，本研究著重於親密關係，分出兩大主題深入探討使用網路 APP 交友的動機，兩個主題若說是環環相扣，不如說互為因果，動機的原因以及所展現出來的樣貌。

綜觀整個研究的架構，本研究的兩個問題：動機形成的要素、網路 APP 交友型態及風險，兩者互為因果，動機形成的要素可能導致 APP 交友使用者有不同的

形態，但反過來看，這些型態及所遇到的風險也會成為 APP 交友使用者對於網路愛情的信念、價值觀或是成為過去的經驗，直接或是間接的影響網路研究的而本研究的主要目的地是在探究這兩大主題中的要素及分類，整體的架構圖如圖 5-1 所示。

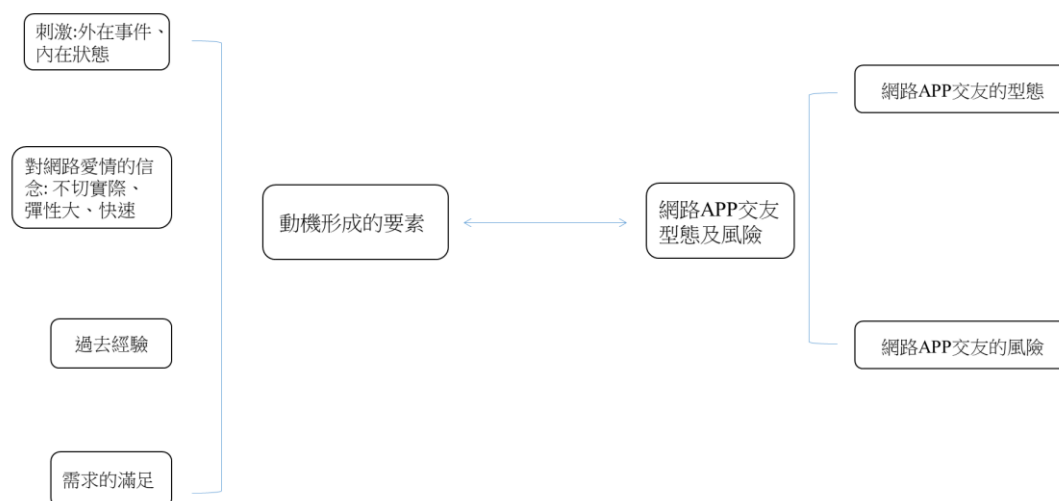


圖 5-1：研究架構圖。

人們如何定義這些親密關係呢？人們為何要使用 APP 來建立親密關係？其中動機是甚麼？為何導致使用者有這種動機呢？援引馬斯洛的需求層次論，及使用訪談法來歸納網路交友 APP 親密關係中的使用的動機形成的各種要素，來剖析動機形成的要素有哪些。

本研究研究問題一為：使用網路交友 APP 的動機形成要素為何？我們以第四章分析架構為藍圖，來回答問題一，在使用網路 APP 交友建立親密關係中，動機的形成要素，分別有刺激、對網路 APP 愛情的信念、過去經驗以及不同的需求滿足，概略分出這四大項來剖析動機形成的原因。

一、刺激：外在事件、內在狀態

本研究發現，讓人們去想要用 APP 網路交友建立親密關係，通常之前都會發生外在事件，以及某種內在狀態來影響使用者，朋友們的推薦以及陳述使用過後的成功經驗，讓使用者在不必使用的狀態下替代性的感受到成功的氣息，人都會希望有一個社會參照，來克服自己對陌生事物的不安感受，原本對於網路交友存在著不安，覺得會有危險，但是有了朋友使用後，認識了另一半或是交到朋友，也沒有受到傷害，覺得是安全的也就放心了下來去使用。

伴侶間若是出現分手、一方無法滿足另外一方或是有出軌、欺騙的行為時，非常有可能向外尋求滿足，而 APP 是最便利的方式，因此伴侶關係中的各種狀態，伴侶分手：與長期交往的對象分開，伴侶欺騙：本以為是認真交往的另一半消失，影響到對愛情信念的改變，都會讓脆弱的內心產生一道對親和需求的空缺，而尋求網路 APP 交友的管道找尋各自想要的親密關係。

研究者也發現，一些內在狀態的改變，很可能是產生動機的開始，也就是所謂的內在的刺激。感到無聊，需要人陪伴但是老朋友都沒時間的內在狀態以及初試網路交友認識異性是從未有過的經驗，覺得新奇、想嘗試看看，都是一些內在狀態的改變讓人想藉由網路 APP 交友來尋求親密關係。

二、對網路愛情的信念

每個人對於網路愛情的想像各有不同，研究者發現每個人對於網路愛情的信念各異其趣，歸納後發現因網路而結識的交友對象較少共通話題、生活交集小、而且容易失聯，認為網路上多數是尋找速食愛情、上面的人玩咖以及一夜情的居多，且有些使用者會依照對方的投入以彈性調整自己的投入程度，讓自己不會感

受到不平衡及不公平。

三、過去經驗

過去的好壞經驗，決定了一個人對於某事物的信念，成功的經驗會讓個體對於某件事有好的感覺，更可能再次從事這件事，反之亦然，研究者發現，在成功經驗中，使用者通常過去有使用過類似社交功能軟體，像是雅虎奇摩交友或是線上遊戲，在其中成功認識了許多異性的美好經驗都歷歷在目，成為後來使用網路 APP 交友的因素。

反之，在網路以外的地方認識異性的失敗挫折經驗，像是現實生活中搭訕異性遭到拒絕，苦心攀談良久才發現對方有另一半，或是在共同場域，例如像是工作場所認識異性想要聯絡方式遭到拒絕，都會讓他們換別種方式進行配對，而更有效率、更方便且不會出現在共同場域的方式，也就是網路 APP 交友，成為了他們新的選擇。

四、需求的滿足

研究者發現，動機的背後潛藏著他們未被滿足的需求，這些根本需求為本研究的重點，研究者整理受訪者的各種未被滿足的需求，借用馬斯洛(Maslow)理論中的各種需求當作分類，主要分為三大主軸：

(一)愛與隸屬需求 (二)生理需求 (三)安全需求

(一) 愛與隸屬需求

研究者發現，在網路 APP 交友上，希望有被關懷的感受，很喜歡這種關懷以及被關懷的感覺，愛與隸屬感，能有一段有承諾、有未來的關係會讓自己有價值感，這些未被滿足的需求在網路 APP 交友上能結交一段有承諾的關係，來滿足這些親密關係不可或缺的需求。而某些在網路上尋求短暫親密關係或是經由累積征服異性及與異性發生關係來建立成就感的使用者，除了想要滿足生理的需求外，也是一種間接想要滿足愛與隸屬的需求，只是藉由不同的行為來證明自己的價值感。

(二)生理需求

性、也就是生理的抒發，這種需求因網路交友 APP 的普及導致約砲這種追求激情的親密關係得以更便利的滿足，研究者發現，網路交友 APP 不但讓生理的抒發更加便利外，也發現某些使用者認為想要抒發生理需求，不必尋找一段有承諾的關係，不同於過去華人傳統的觀念，先有承諾的交往，之後才能發生性行為，由於網路的性解放，滿足自己的性慾，不需要前面的交往鋪陳，因為有時候對方想欺騙感情，會先用承諾的感情來騙取性，基於這一點，若只是想要發洩性慾，不需要一段有承諾的感情，產生這種能預防受傷又能滿足生理需求的想法，另一種狀況是，對方並不是可以交往的理想對象，各方面條件不符合期待，唯有在性方面卻可以抒發，這種只能滿足部份需求的對象，也許就是一種朋友以上，愛人未滿的概念，加上網路交友 APP 這種可以脫域又能永恆連結的便利工具，不需要太多的感情培養，或許交換一下照片，若是雙方順眼合拍，就能立刻約出來性愛，隨時隨地都能有效率的在上面找尋並滿足生理需求，已經是網路交友 APP 的趨勢。

(三)安全需求

人類要求保障自身安全、擺脫事業和喪失財產威脅、避免職業病的侵襲、接觸嚴酷的監督等方面的需要，知識、經驗就是力量，也是安全感的來源，本研究雖然強調親密關係，但在與受訪者對話過後，發現除了性跟親和的需求之外，意外發現知識的需求，藉由認識與自己領域以外的人來認識這個世界，也就是在網路交友 APP 上認識平時活動領域不會認識的人，間接能吸收他們在不同領域的經驗知識，滿足人的安全需求，也能在網路 APP 交友中完成。詳細可參考 5-2 圖所示交友動機形成之要素。

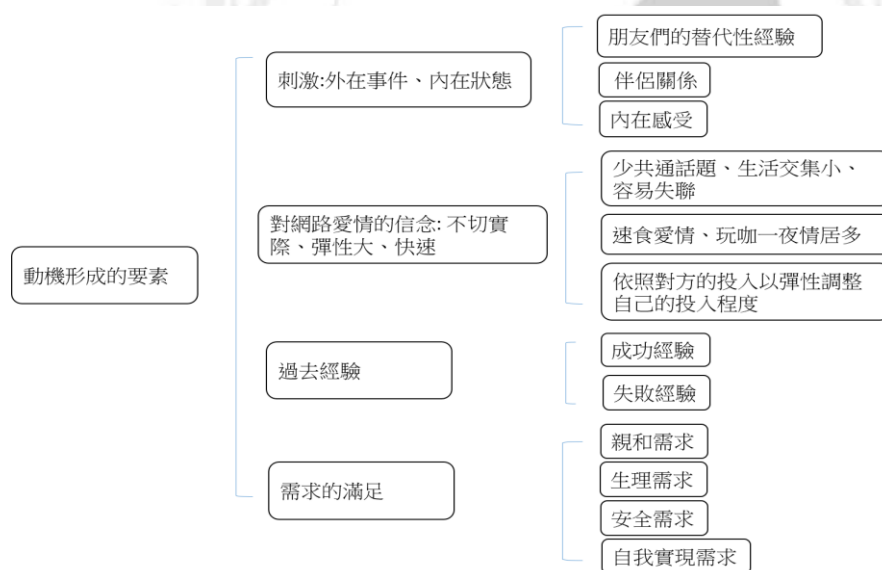


圖 5-2：本研究分析結論—動機形成的要素

而網路交友 APP 的動機確立以後，如何以具體的行為展現在網路交友 APP 上，使用何種態度與價值觀在網路交友 APP 上與人互動？如何去定義關係？或是以哪種自我揭露的方式來與網路交友 APP 上的對象建立關係？以及網路交友 APP 上與人建立關係時會遇到甚麼風險？引用自我揭露理論以及公平理論，並以愛情三元

論貫穿全場來詮釋透過智慧手機 App 的自我揭露如何使親密關係得以建立，因此本研究提出第二個問題。

本研究經過歸納整理後，並借用 Stenberg 愛情三元論中不同愛情的元素，發現網路交友 APP 上不同動機及價值觀呈現出來的交友型態主要分成三種，分為激情、承諾以及彈性調整的關係。

一、尋找激情的關係

研究者發現尋找激情愛情價值觀的使用者，通常尋找短期的生理需求解放，Sternberg (1986) 認為激情是愛情關係中直接可以聯想到的反應，包括強烈情緒上的、精神上的和理智上的情緒感知。但激情與其他面向比較起來，也許是能明顯感知愛情與其他關係之間的差異，卻不是能長期維持關係的基礎。

這種不願給予對方承諾的關係，通常為期較短，也發現抱持者這種價值觀的使用者通常不會去口頭確定彼此的關係，讓關係處於一種模糊的狀態，一來比較好脫身，二來少了道德上的束縛。而另外一種方式是開門見山地說明彼此就只能是這種關係，不談承諾及感情，只有肉體上及朋友的關係，若是能夠接受就繼續，如果無法就結束關係。他們通常定義這種關係為「朋友以上、戀人未滿」

追求這種關係的人們通常會使用策略性揭露的方式，若是開門見山的說，失敗率很高，有點像是亂槍打鳥的形式，反之，若用一些暗示或是策略性的揭露，會減低對方的防衛心及道德感，也許說不那麼清楚比較有轉圜的餘地，在意識層

面比較能接受，研究者整理出來關於策略性揭露與探問大多與某些意象有關，如：在意身體意象、想要身材的照片或是影片檔；問是不是一個人住，或是在意住哪裡，考量單身可能性及交通方便性；詢問有沒有一夜情或是約砲經驗，探求對方對這方面邀約的接受度；第一次見面就說開車帶妳去走走，無目地的，其實就是暗示去某些地方；態度沒禮貌或是有禮貌但是好色意圖；用詢問方式來暗示及試探”妳難道不怕跟我出來會發生甚麼事嗎？”而且語氣不是很驚訝，詢問單身多久，可以判斷對方多久沒有性行為。以上這些策略性地探問或是揭露，大多是要旁敲側擊了解對方是否也願意接受沒有承諾的肉體激情關係。以及衡量邀約成功的機率有多少

二、尋找承諾親密關係

認知的成分，即是我們選擇在某段關係當中做出實質的努力，並開始將自己的生活與另外一個人連結在一起（Lund, 1985）。Wood(1999)指出，激情的發生不需要人們做出努力，但是許諾卻是一種有意識及意志的選擇。熱情發生在當下，可能會在遭遇困境時消退，但是許諾卻展望了未來，是一種繼續維持一段關係的力量來源。雖然網路激情氾濫，但是大多數的人仍舊希望找到一段有承諾的愛情，這種有意識的選擇以及將雙方放在未來計畫裡的擇偶方式仍在網路交友中佔頗大的比例，受訪者對於尋找有承諾的愛情的定義，有未來性是第一種考量，在來是排他性、能夠以溝通的方式相處，互相關心、接納以及成長，而對兩人未來的展望及承諾是有承諾關係的重點，不論熱情是否依然在，但是兩個人還是會因彼此的承諾走下去。關係定義為有未來性、成長及彼此接納。

在追求承諾式的親密關係中，明示的方式如開門見山的邀約，但在某種程度的考量下，也是有策略性的揭露，主要目的是為了讓自己邀約的意圖比較不明顯，

雖然是想要一段認真的關係，但是在一段關係中，越明顯讓對方知道自己心意的人，就會在一段關係中呈現弱勢，這種弱勢會造成權力的失衡，在感情的拉鋸戰中有可能會失利，因此了解此因果關係的邀約者，會盡量用隱晦的方式來揭露自己的意圖，即便是想要一段認真的關係。退可守、進可攻，被拒絕可以保留顏面、成功便能達到目的，在承諾式的揭露裡，這些隱而不顯的方式也是一種選擇。

三、兩者間彈性調整

研究者在訪談時發現一種特殊的親密關係價值觀，它於承諾及激情兩者間，彈性地調整，為了就是達到內心中的一種平衡，有些使用者傾向於這種彈性、變動的價值觀，也就是看對方付出的多少，來調整自己的投入，如公平理論 Walster 及 Walster(1978)所述的交換關係，在乎公平性，雙方付出以及回報的比例要同等，有這些公平的知覺才會感到快樂。因此這種可調整模式在網路交友中的親密關係也自成一格。這種可變動、彈性的關係，積極的部分是可以對這段關係採用保留的態度，可以繼續觀察，消極的部分是讓自己得到心理上的公平，避免受到傷害。研究者定義這種關係為持續的觀察及在乎公平性。

四、網路 APP 交友所遇到的風險

人們常對於網路交友有既定的刻板印象，網路上騙子多，渣男渣女不泛少數，網路詐騙也不是新聞了，研究者認為這是一個值得分析的題材，除了了解網路 APP 交友軟體使用者的揭露方式外，防止自己受傷害或是能夠辨識對方的意圖，能先了解網路 APP 交友所遇到的風險，研究者相信這些經驗能讓讀者防範於未然。分為內外條件的落差，也就是身材、臉蛋的落差及態度、動機的隱瞞，研究者發現，外表跟照片上，多多少少都有落差，但是每個使用者對於落差接受的程度不

同，主觀感受也不同，到底怎樣才算是受騙，依照個人接受度而定，而態度動機的隱瞞這方面，有些交友 APP 使用者會刻意隱瞞，一開始讓對方感受到是要認真交往，而在中期露出只想要玩玩而不是認真的訊號，對方察覺後會感受到落差上的失落。

研究者發現用交友隱瞞意圖，也就是他們使用交友 APP，但醉翁之意不在酒，利用使用者想要交友意圖藉機從事商業行為、以傳直銷為主，或者是以交往之名獲得其他利益，像是交往後立刻借大筆金錢，若是給不出，則立刻解除交往關係，以及讓對方處於有機會交往的期待，來騙取貴重禮物以及高級餐點，這種讓對方限於模稜兩可的狀態，最後在以某些理由為藉口拒絕進行交往，交往這件事雖然主觀，但是或多或少對於付出較多的一方還是會造成傷害，還有一種是以出遊邀約為名，然後進行強暴，女性更要注意，力氣較男性小，在密閉空間裡常常可能被強制性行為，這些經驗告訴人們約會盡量約在人多的公眾場合。以上各種研究整理的受騙受傷害的經驗，主要讓讀者防範於未然，避免踏上前人所犯的錯誤，造成不必要的損失及浪費。人們使用網路 APP 交友型態及風險為何可參考圖 5-3 所示。



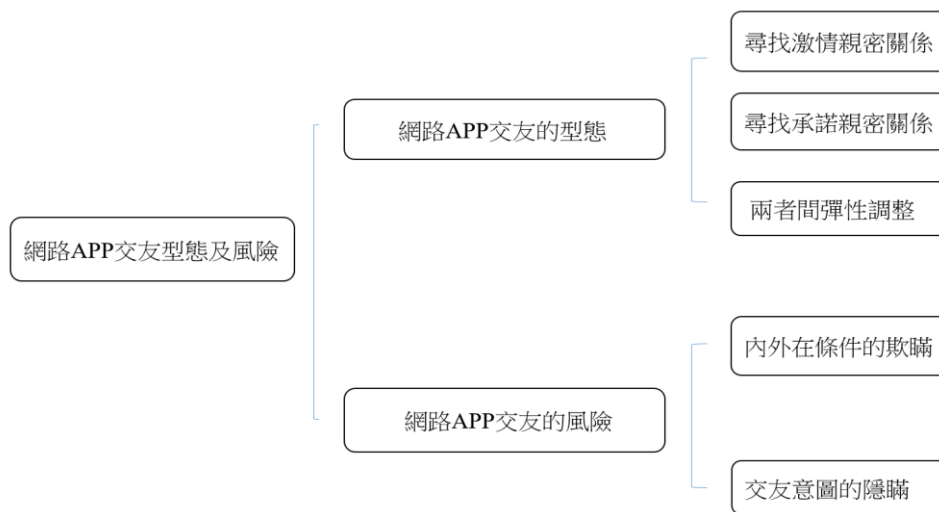


圖 5-3：本研究結論圖－網路 APP 交友型態及風險

本研究主要在分析整理受訪者對於網路 APP 交友的動機、動機形成的原因以及其風險，目的在於讓讀者有一個對網路 APP 交友有一個完整的圖像，不論是前因：動機形成的要素，後果：APP 交友型態以及可能遇到的風險，讓網路交友 APP 動機形成的前因及後果串起來讓讀者了解整體的輪廓。

第二節 研究討論

1、愛情三元論與不同的交友型態

Sternberg (1986) 將愛情關係分為三個成分，以不同的面向來解釋愛情關係，分別是激情、承諾和親密感，本研究將愛情三元論的兩個主要元素當作交友型態的分類，分別是激情 (Passion)：激情是愛情關係中直接可以聯想到的反應包括強烈情緒上的、精神上的和理智上的情緒感知。承諾 (Commitment)：

認知的成分，即是我們選擇在某段關係當中做出實質的努力，並開始將自己的生活與另外一個人連結在一起，兩者不同的是，許諾是一種有意識及意志的選擇。熱情發生在當下，可能會在遭遇困境時消退，但是許諾卻展望了未來，是一種繼續維持一段關係的力量來源。

研究者統整受訪者隻字片語後發現能歸納為尋找激情-只有強烈的情緒生理感知，以及具未來性的尋找承諾的關係，以及在兩者間遊蕩的彈性關係。只有激情的愛在 Sternberg (1986) 視為一種浪漫的愛，浪漫愛源自於強烈的外表吸引力，最容易發生一見鍾情的情形。具浪漫愛類型的人們在與對象接觸時，會渴望知道對方的一切，並感受到較為振動的情緒吸引力，進而產生性愛的需求。而本研究的激情定義較著重於外表及情緒的吸引力，且僅止於發洩生理的需求，也發現受訪者所遇到的自我揭露與探問皆以外表意象以及對約砲的接受程度為主，而尋找承諾式的愛情背後，人們常常會與對方討論到未來，或是以結婚為前提的交往，皆符合 Sternberg (1986) 各種形態關係的特色。

本研究最大的發現是在激情與承諾之間徘徊的彈性關係，尋找這種關係的人們會依據對方的投入程度來調整自己的投入，若對方認真自己也會跟著認真，對方只想要抒發生理需求，自己也可以調整，這種浮動的關係能讓他有個公平性，不會讓自己投入過多而受傷，另一個角度是一開始的激情關係，爾後繼續相處融洽，經過一陣子的觀察，也可以轉換成承諾式的關係，這種彈性的關係，在網路交友 APP 中儼然成為了一種選擇，下一小節對於彈性的親密關係有進一步的討論。

2、愛情顏色理論與不同的交友型態

愛情顏色理論是比愛情三元論分得更精細的版本，以主要類型：浪漫愛、遊戲愛與友情愛，調和出三種次要類型：佔有愛、奉獻愛及現實愛，本研究交友型態與愛情顏色理論來詮釋發現激情式的交友型態可能為浪漫愛與遊戲愛，前者為外表吸引力、性愛需求，後者視愛情為一場遊戲與挑戰、同時與多人談戀愛、避免做出承諾。

承諾的交友型態可能以友情愛、佔有愛、奉獻愛或現實愛方式呈現，分別是以友情為基礎細水長流、依賴並渴望佔有對方，以對方為中心不求回報的付出，尋找合宜的現實條件為特色。

本研究發現的彈性交友型態，研究者認為比較接近於現實愛的特色，因為現實愛有著遊戲愛及友情愛的特色，遊戲愛對愛情收放自如的特色加上友情愛不斷尋求現實條件與自己契合的人，有鑑於此才能對於對象的投入做出調整並且在長時間衡量後，才進入一段有承諾的關係。

3、彈性的親密關係價值觀與公平論

彈性的親密關係價值觀要傳遞一種公平的概念，為了讓自己不受到傷害以及達到公平，隨著對方的投入而改變自己的投入，以取得平衡 Horman (1961) 指出提出分配正義(Distribution Justice)的概念，認為一個人的利益與他的貢獻成正比，在公平理論的前提下，在關係中的人們不但關心自己的得與失，也會感知到對方的付出及回饋是否與自己的比例相同，有公平的知覺才會感到快樂，若是一方的獲利過多，會產生罪惡感，獲利不足者，生氣與怨恨隨之而來。在彈性的價值觀中，感知對方獲得的，像是關心、金錢、態度或是在乎程度等等，與對方的付出的比例超過自己時，會產生心理上的不平衡，生氣及怨

恨隨之而來，而選擇彈性的親密關係價值觀的人們，它們會依據對方得與失的比例來調整自己的投入程度，不至於讓這段關係痛苦的結束。

4、網路上的儀式性互動與策略性自我揭露

Collins(2009)將儀式定義為一個群體內的人們普遍接受的按某種既定程序進行的身體的活動與行為。與傳統和習俗類似，儀式經常固定地、重複地在某個時間或某一特定情況下舉行，並且有某種象征意義。研究者發現，網路上不同交友型態的揭露，就是一種儀式性互動，最明顯的是在尋找激情關係的策略性互動上，因為這種隱而不顯的方式，你知我知但是不要說得那麼明白，但邀約者揭露出想要尋找激情關係的暗示，如：你一個人住嗎？對方若是也能領會這句話背後的意圖，會選擇拒絕或是繼續，而這種隱而不顯的對話展現出的象徵性意義，儼然成為邀約激情關係的儀式性互動，而這個現象重複地在網路交友 APP 不斷的上演，儀式性行為的意義超越他行為本身，一句簡單自我揭露，但是答案卻不是重點，隱喻式的象徵性意義大過於問答本身，雙方對於這個隱藏式的揭露意圖的默許才是這個自我揭露的目的。

5. 需求理論與網路交友 APP

需求原是心理學研究的領域，心理學家曾針對個體心理需求提出多種理論，其中以馬斯洛 (A. H. Maslow) 所提出的「需求階層理論」最知名且廣受支持，在本研究資料分析中，從受訪者中整理出網路交友主要的需求，生理需求、安全需求、愛與隸屬需求三種，並以前人研究闡述自尊需求、自我實現需求的部分。

(1)生理需求

維持生存所必需的基本，在人類的需要中最基本、最明顯、最強烈的一種需求，在本研究中強調性的需求，在這個資訊媒體爆炸的時代，不計其數的色情素材垂手可得，往往只要連上網路，那些可以激發生理需求的影音幾乎可以輕易取得，意志薄弱者和網路沉溺者更容易被這些情色素材所激發的，被強烈的性需求容易淹蓋。

使用者一方面受到新思潮的衝擊，網路約砲也不算是新聞，各種道德觀以及社會規範限制使用者在現實生活中對於性需求的表達，而性這種匱乏以及壓力需要抒發的管道，網路交友 APP 已經超越過往所有媒介的便利性，不論走到哪都可以連上網路，輕易的與他人建立性關係，網路交友 APP 的匿名性讓使用者拋開道德的束縛，對方甚至不需要知道你叫甚麼名字就可以進行生理需求的抒發，在網路交友 APP 上可以盡情去個人化，拋開一切的重新變一個人，捏造、修改自己的個人資料，讓見面的雙方可以對彼此有所保留，只維持激情的關係，剩下的身分可以捏造或是不透漏，讓彼此能在這段關係之外能不被打擾的繼續過生活。

網路交友 APP 可以地隨時隨地可以用定位裝置搜尋附近的人，這種方便性讓抒發生理需求的人們可以就地取材、就近處理，互看照片投緣就可以約出來了，兼具方便、效率及匿名的優點，網路交友 APP 儼然對使用者的性需求投下了一顆炸彈。

(2)安全需求

網路交友 APP 匿名的特性感到安全，可以在一個沒人認識，全新的地方抒發情慾，在滿足生理需求的同時也能保護自己的身份安全，不被周圍的人察覺，社

會心理學家也曾提及，人在匿名的情況下，更能擺脫角色枷鎖，更全然的展現在現實生活中不敢或是不願意展現的自我，因此在虛擬網路情境中較能輕易地說出自己真實的想法，擺脫原本自己角色的束縛，宣洩自己的情慾。

(3) 自尊需求

任何人都有希望被別人尊重的需求，即自尊和獲得肯定。但自卑感強的人一般無法在現實生活找到這種感覺，網路交友有”再造”和”掩蔽”能夠一個人的身分進行任意的修改、設定、升級，可以把現實社會中得不到的尊重和問題放到神奇的網路中尋找答案，透過交友、網戀等等，從中得到一切的自尊與尊重，為人們帶來一種現實生活無法實現的感受(劉亞麗，2009)，前人研究發現網路可以將個人的身份重塑，在虛擬空間中滿足真實世界無法滿足的自尊需求。例如：阿麗在現實生活中因為怕生害羞難以交到朋友，但是在網路交友上，對於比較擅長文字描述的她，能結交到許多朋友或是異性，讓她自信大增，發現自己也是可以交到朋友的，透過網路交友 APP，充新找回自己的尊嚴。網路交友 APP 的虛擬空間彷彿給予人們另一種維度機會，找回自尊與尊重。

(4) 愛與隸屬的需求

也就是社交需求，指人們渴望得到愛情、親情和友情，得到群體認同、尊重及接納。要獲得這種需求必須與他人交往，與人建立人際關係，在現實生活中因為種種因素影響，例如：社交環境、地理環境、社經地位、外貌、性格、時空等等因素，害怕自己認為不好及不足的一面暴露出來，難以被別人接納，但在網路交友 APP 上可以選擇地去展現自己好的一面，這種安全、隱密及不必立即見面的方

式提供使用者除了面對面以外的方式去與他人交往。

在網路交友與人交往可以擺脫道德、法律與輿論的束縛，沒有他人在場的壓力，只有本我的支配，還可以從眾多對象中挑選適合自己的對象，也許在現實生活中需要長時間的培養的生活關係，在網路上僅僅需幾分鐘就可以建立（劉亞麗，2009），研究者也發現這種先不需要面對面的交友方式，對於某些內向怕生的害羞族群或是對於文字能力掌握比語言能力好的個體可以在這個管道中找到自己最舒服的方式來獲得愛與隸屬感。

(5) 自我實現需求

自我實現的需求或許是人跟動物最大不同的地方，將自己潛能充分發揮，竭盡所能讓自己近乎完美，自我實現在馬斯洛口中曾經這樣描述：“自我實現”意味著充分、忘我、集中全力、全神貫注地體驗生活。“簡單地說，就是透過自己的努力讓理想跟抱負得以實現，發揮自己最大的潛能與能力。

Maslow(1968)研究發現具自我實現特質者與一般人的需求觀和生活方式大異其趣。自我實現者對生理及心理的需求依賴度低且容易滿足，且更強調較高層次的自我實現需求與靈性需求。梁翠梅(2006)整理出對自我實現者的描述，研究者統整並精煉出以下特徵簡述：自我實現者較能接納生命中的不確定性、混沌；能接受自己與他人的優點與缺點，擁有獨立思考的能力，不隨波逐流，接納生命的無常，能夠如實地活在當下；自我實現者較能夠超越規則及慣例的影響，表現純真坦率的天性；自我實現者較彈性且開放並擁有面對孤獨與享受獨處的能力；自我實現者較常經歷神秘或高峰經驗自我實現者，曾經歷類似神秘的忘我經驗；生活中的小事都能使他們專注，在放鬆與專注的合一中產生喜悅；自我實現者較變通，

且能苦中做樂；自我實現者統整的特質，能在他們身上看到一些和諧並存的特質，既感性又理智、成熟又天真。看待事物也較全面性地思考，不僵化且具有彈性。

本研究受訪者文本分析後，尚無發現交友 APP 能滿足自我實現的需求，也並無發現使用者使用交友軟體後因而更趨近於自我實現者的特質，因此研究者尋找過往的網路能夠提供使用者滿足這方面的需求的文獻，劉仲矩、楊緯剛(2015)發現人本心理學家對自我實現的看法強調在「自我認定、自我理想」等概念，可將智慧型手機 APP 的功能連結，找到理想的工作直接透過人力銀行 APP 找尋，在工作中達成理想並達到自我實現，智慧型手機 APP 的功能則能滿足此一需求。

因此研究者推論，交友 APP 能夠滿足人際的需求，則間接運用人脈而找到工作者，或是從事銷售方面，例如：直銷、傳銷、保險等需要運用社交來銷售等相似的行業，如何透過此管道滿足事業上自我實現的需求，未來研究能尋找相關的受訪者對於網路交友 APP 能夠滿足自我實現的需求進行進一步探索。

5. 媒介的速度特性與激情

McLuhan (1967) 認為影響我們的是使用媒介的性質而非傳遞的內容，所使用的媒介的特質會影響使用者感官上的變化，例如電子訊息很容易修改易變動，影響戀愛中的彼此的承諾也較使用書信媒介時較容易更改，現今男女間的分分合合、承諾過三天就改變的戲碼到處上演可見一般。對於網路交友 APP 上約砲、追求激情的人不泛少數，對於承諾的不在乎，媒介的快速性質也隱喻了使用者更換伴侶的速率，或是無承諾式、可丟棄式的伴侶關係，由於傳播媒介的速度，影響使用者感官上的變化，人與人之間的關係容易連結起來，按下刪除鍵時也特別容易，就網路交友 APP 中追求短暫歡愉刺激的者占大多數可看出這個普遍的現象。

6. 依戀理論與網路人際互動

Mikulincer 與 Nachshon (1991) 的研究顯示，安全依戀與焦慮依戀者要比逃避依戀者容易對他人做出自我揭露，並且他們對於高自我揭露的互動對象會表現出較多的好感，而他們同樣也會以高的自我揭露做回應。但是與焦慮依戀者不同的，安全依戀者似乎表現出較多的自我揭露彈性，亦即對於不同的互動對象，安全依戀者會選擇不同程度的自我揭露，而焦慮依戀者的自我揭露則沒有表現出這樣的彈性。(林以正、王澄華、吳佳輝，2005)

Shaver 與 Hazan (1988) 認為造成這樣差異的原因，是因為每種依戀型態者所設立的人際關係目標不同所致。逃避依戀者的社會關係(social relationships)是以一種有距離與分離的(detachment)形式來展現(Shaver & Hazan, 1988)，他們的人際互動目標是希望與他人保持一個距離，所以不喜歡對他人做親密的自我揭露，也不會因為別人的高自我揭露而說的比較多，或因此對高自我揭露的人表現出較多的喜歡，他們缺乏與他人親近或形成親密關係的動機。安全依戀者的人際互動目標則是要達到親密與情感上的親近，因此他們可以自在地向他人透露關於自己的訊息，對於他人的自我揭露也很有反應，認為對方的高自我揭露態度顯示了對方也喜歡他們，並願意與他們建立較親密的關係。焦慮依戀者雖然表現出與安全依戀者相似的高自我揭露傾向，但是其內涵卻是相當不同的，因為兩者有著極不同的人際互動目標。焦慮依戀者因為從來沒有得到足夠的關懷，但是也沒有一直受到完全的拒絕，所以他們會一直嘗試與他人建立關係(引自林以正、王澄華、吳佳輝，2005)。

第三節 研究限制與建議

一、研究樣本限制

1. 研究對象限制：

研究者在尋找訪談者的同時，發現尋找激情的訪談者特別難找，不論是在網路上直接尋找或是透過朋友的朋友介紹，網路交友 APP 上找到的人多半因為這是上不了臺面或很隱私的事不願意受訪，而透過朋友介紹因為有共通朋友的關係，多半不敢暢所欲言，導致這類族群的資料不夠豐富，期許未來的研究者能找到方法突破這方面的限制，做更透徹的分析。

2. 訪談深度限制：

過往許多學者提出的需求理論，如：sullivan (2013) 的人際關係理論：一門將精神病學概述為人際關係的科學、客體關係理論學派：假設人的個性由後天經驗所形成，早期幼兒與主要照顧者建立的關係模式，會呈現於日後的人際關係型態。等等類似需要探究更深層原生家庭動力，需要研究者對於精神分析學派的精熟度與掌握度，因此研究者把這個方向去探究的機會留給往後擅長此學派的學者進行深入的研究。

第四節 研究貢獻與未來方向

本研究的初衷想要給予讀者在網路交友 APP 的使用過程中能各得其所，找到自己想要的，且把受騙或是受傷害的可能性降到最低，有鑑於此，研究者歸納了受訪者的各種經驗與讀者分享外，也分類出不同動機的使用者會展現出的自我揭

露策略，讓讀者可以意識化他人的動機，進而辨識出來，防範未然以及避免資訊不對稱所造成的時間及風險。

本研究中提及彈性的交友型態，是否可能隨心所欲的調整？當對方的投入與獲得的比例小過於自己時，真的能及時抽離自己的投入呢？或許有些人可以，有些人無法做到，而是哪種心理素質讓他們可以如此的快速轉換？未來可以朝這個方向進行探索，研究者在整理資料的時候也好奇，到底哪種個人特質傾向於承諾的關係、或是選擇激情以及彈性的關係，是否有男女性別上的差異？進一步探索這類特質，能夠更清楚地辨識網路交友中的使用者的交友型態及傾向。

對於網戀者，也就是雙方不見面但能透過網路進行情侶間的關心以及傳遞情意，這族群是擁有甚麼特質，或是為何讓他們想要進行網戀，這個議題也值得留給未來的研究者進行探索。

網路交友 APP 雖然能滿足使用者的各種需求，但在滿足的同時，是否也造成的若干的損失，例如像是網路成癮、性上癮或是得到性病之類的問題，如何使成癮者有效的戒斷，應是我們需要深思及熟慮的議題。

對於實際見面與網路交友 APP 建立親密關係有哪些不同呢？而兩者間的儀式性行為的改變及其中的意義到底是甚麼呢？這個變化值得在未來的研究中繼續探索。

對於研究的方法，或許能用民族誌或是參與式的觀察進行研究，不論是透徹的描述網路這個族群的內涵，還是研究者自行下載網路交友 APP，進入這個現象場去描繪網路交友 APP 的輪廓，未來學者在方法上可以嘗試的研究方向。

網路與現實建立親密關係的過程有哪些差異，各有那些優缺點，也可以成為未來研究方向之一。

對於人的依附行為，探究個體年幼時與原生家庭、主要照顧者的互動，哪種依附性型態傾向於在網路上建立甚麼關係，值得成為往後的學者研究。

本研究的研究方法使用深度訪談的方式，也許探討網路交友族群以民族誌的方式、或是研究者直接參與網路交友的使用，如此參與式的觀察，能夠打開新的研究大門，看到網路交友不同的面向。



參考文獻

中文文獻

方志豪 (2004 年 1 月)。網路交友。**網路社會學通訊期刊**，36。取自

<http://mail.nhu.edu.tw/~society/e-j/36/index.htm>

王鍾和 (2001)。**網路交友**。學生輔導，77，72-77。

任羿馨(民 104 年 11 月 5 日)。閃光學妹私 LINE 霸氣正宮一招完勝 【蘋果即時生活新聞文字資料】。

<http://www.appAppledaily.com.tw/appApplesearch/80%E9%9C%B8%E6%B0%A3%E6%AD%A3%E5%AE%AE%E4%B8%80%E6%8B%9B%E5%AE%8C%E5%8B%9D>

何定照、高瑟濡 (譯)(2007)。**液態之愛** (原作者: Bauman, Zygmunt)。台北: 商周出版。

(原著出版年: 2003)。

吳曲輝 (譯)(1996)。**社會學理論的結構**。(原作者: Turner, Jonathan H)。台

北: 桂冠。(原著出版年: 1991)。

吳季芬 (2010)。**網路關係之桃色危機**。**內湖高工學報**，21，11-19。

吳錦鳳、許秀源、何素珍、王碧蓮、魏渭堂(1986)。**心理與心理衛生**。高雄: 復文。

李姿慧 (2012)。**國小高年級學童人格特質，人際關係與網路成癮之相關研究**。樹德科

技大學資訊管理系碩士班學位論文，1-242。

李建德 (2015)。**大學生網路交友動機與愛情風格關係之研究** (未出版之碩士論文)。

國立東華大學，花蓮市。

李美枝(1996) 兩性關係的社會生物學原型在傳統中國與今日台灣的表現型態。**本土心**

理學研究，5，114-174。

汪玉輝。(2010)。**手機媒體的使用與滿足理論研究**。**今傳媒**，2010(8)，77-79。

卓紋君 (2000)。**從兩性關係發展模式談兩性親密關係的分與合 (上)**。**諮商與輔導**，(174)，25-29。

卓紋君 (2000)。**從兩性關係發展模式談兩性親密關係的分與合 (下)**。**諮商與輔導**，(175)，

19-23。

卓紋君，饒夢霞（1998）。台灣人愛情關係的發展與分析：以一百個愛情故事為例。一九

九八年世界心理衛生與輔導會議論文 3. 251-3. 266。

周書暉、法諾昕（2011）。iPhone 手機使用者經驗研究。「中華傳播學會 2011 年年會」發表之論文，中華傳播學會。

孟祥森譯（譯）（1969）。愛的藝術。（原作者 Erich, Fromm）。台北：志文出版社。

（原著出版年:1976）。

林以正、王澄華、吳佳輝（2005）。網路人際互動與依戀類型對網路成癮的影響。中華心理學刊，47(3)，289-309。

林玉茹（2009）。台中市國中學生網路交友、異性交往態度與性行為之研究（未出版之碩士論文）。國立高雄師範大學，高雄市。

林聚任、王鵬、宋麗君（譯）（2009）。互動儀式鏈。（原作者 Collins, R）北京：商務印書館。

洪櫻瑜（1998）。內在運作模式對日常互動的影響。國立台灣大學，臺北市。

胡惠君（2015）。察覺 App 使用者之心智模式——以即時通訊軟體 LINE 為例。設計學報（Journal of Design），20(2)，25-42。

范麗娟（1994）。深度訪談簡介。戶外遊憩研究，7(2)，25-35。

徐麗玲、林亞屏、江葵展（譯）（2013）。愛·被愛：學會與他人建立關係，勇於互愛（原作者: Leo Buscaglia）。台北市：遠流。（原著出版年 1990）。

張兵娟（2013）。互動儀式中的情感傳播及其建構——以《中國好聲音》為例。新聞愛好者：下半月，(12)，16-18。

張靜今、陳珮文、林筠婕（2013）。大學生智慧型手機使用行為及媒體素養之研究。圖文傳播藝術學報。111-115。

曹家榮（2005）。資訊時代的媒介、速度與愛情，資訊社會研究，9，267-294。

許芷浩（2011）。智慧型手機、智慧型戀愛？——探討智慧型手機應用程式在親密關係溝通

中扮演之角色。國立中山大學，高雄市。

許華軒 (2017)。女同志寂寞感與網路交友之相關研究。淡江大學教育心理與諮商研究所碩士班學位論文。

郭馨茶 (2011)。當手機成為傳遞親密的工具：親密與手機溝通研究。「中華傳播學會 2011 年年會」發表之論文，中華傳播學會。

陳祐群、張國賓 (2013)。智慧型手機命名與產品造形之研究工業設計，129，43-48。

陳琍華 (譯) (1975)。健全的社會。(原作者 Erich, Fromm)。台北：志文出版社。(原
著出版年：1994)。

游梓翔、劉文英、廖婉如 (譯) (2002)。人際關係與溝通技巧。(原作者：Julia T. Wood)
台北市：新加坡商亞洲湯姆生國際出版公司。(原著出版年：1999)。

黃思齊 (2011)。永恆連繫，輕連結，強控制：手機愛情故事。國立政治大學，臺北市。

梁翠梅 (2006)。高峰經驗——根植於此岸的彼岸：談靈性諮商中的自我實現與自我超越。
弘光人文社會學報，(4)，81-117。

劉仲矩、楊緯剛 (2015)。以馬斯洛需求層級理論探討智慧型手機使用者需求重要性之研究。Electronic Commerce Studies，13(2)，221-240。

劉亞麗 (2009)。需要層次理論與網絡心理需求關係探討。湖南師範大學教育科學學報。
8(4)，113-116。

蔡明璋 (譯) (2002)。親密關係：現代社會的私人關係。(原作者：Jamieson, L.) 台北市：群學 (原著出版年：1998)。

賴瑞馨 (1994)。牽手一輩子。台北：張老師出版。

謝巧茹 (2008)。國中生之自尊、網路交友狀態與網路援助交際態度之相關研究 (未出版之碩士論文)。國立臺灣師範大學，台北市。

謝豐存 (2001)。虛擬世界擇偶——以配對網站的異性交往為例 (未出版之碩士論文)。
國立臺灣師範大學，台北市。

蘇峰山、魏書娥、陳雅馨（譯）（2000）。**愛情的正常性混亂**（原作者 Beck, U., & Beck-Gernsheim, E）台北縣：立緒文化（原著出版年：1990）。

顧瑜君等（1995）。**中國人的愛情觀**。台北：張老師出版社。

英文文獻

- Ainsworth, M., Blehar, M., & Waters, E., & Wall, S. (1978). *Patterns of attachment: A psychological study of the strange situation*. New York, NY : Psychology Press.
- Altman, I., & Taylor, D. A. (1973). *Social penetration: The development of interpersonal relationships*. New York, NY : Holt, Rinehart & Winston.
- Andriod Market (2015, October 23). Top Free in Apps. Retrieved from https://play.google.com/store/apps/collection/topselling_free
- App Annie (2015, October 23). *Top 5 Matrix - iPhone - Taiwan*. Retrieved from <http://www.appannie.com/matrix/iphone/taiwan/>
- App Annie (2015, October 23). *Top 5 Matrix - iPhone - Social Networking*. Retrieved from <http://www.appannie.com/matrix/iphone/taiwan/>
- Blau, P (1964). *Exchange and power in social life*. New York, NY: Wiley.
- Blumberg, H. M., Burman, W. J., Chaisson, R. E., & Daley, C. L. (2003). American thoracic society/centers for disease control and prevention/infectious diseases society of America: treatment of tuberculosis. *American journal of respiratory and critical care medicine*, 167(4), 603.
- Bowlby, J. (1969). *Attachment, Vol. 1 of Attachment and loss*. Pimlico, London. Reprint of Hogarth.
- Bainbridge, W. S (1989). *Survey Research: A Computer-Assistant Introduction*. Belmont, CA: Wadsworth
- Clark, M. S., & Mills, J. (1993). The difference between communal and exchange

- relationships: What it is and is not. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 19(6), 684.
- Collins, N. L., & Miller, L. C. (1994). Self-disclosure and liking: a meta-analytic review. *Psychological Bulletin*, 116(3), 457-475.
- Collins, R. (2004). *Interaction ritual chains*: New Jersey, NJ: Princeton University Press.
- Couch, D., & Liamputtong, P. (2008). Online dating and mating: The use of the internet to meet sexual partners. *Qualitative Health Research*, 18(2), 268-279.
- Cialdini, R. B. (1987). *Influence: the psychology of persuasion*. New York, NY: Morrow.
- Davidoff, L. L. (1987). *Introduction to psychology (3rd ed.)*. New York : McGraw-Hil.
- Derlega, V. J., & Chaiken, A. L. (1977). Privacy and self-disclosure in social relationships. *Journal of Social Issues*, 33(3), 102-115.
- Dindia, K. (2000a). Self-disclosure, identity, and relationship development: A dialectical perspective. In K. Dindia & S.Duck (Eds.), *Communication and personal relationships* (pp. 147-162). New York: John Wiley & Sons.
- Dindia, K. (2000b). Sex differences in self-disclosure, reciprocity of self-disclosure, and self-disclosure and liking: Three meta-analyses reviewed. In S. Petronio (Ed.), *Balancing the secrets of private disclosures* (pp. 21-35). Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Davidoff Performance. New York: Cambridge University Press.
- Google, Ipsos & MMA. (2013). *OUR MOBILE PLANET*. Retrieved from <http://www.ourmobileplanet.com/>
- Hazan, C., & Shaver, P. (1987). Romantic love conceptualized as an attachment process. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52(3), 511.
- Henderson, K. A., (1991). *Dimensions of Choice : A Qualitative Approach to Recreation, Parks, and Leisure Research*. State College, PA: Venture.
- Hoffman, L. R., & Maier, N. R. (1961). Quality and acceptance of problem solutions by

- members of homogeneous and heterogeneous groups. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 62(2), 401.
- Jourard, S. M., & Lasakow, P. (1958). Some factors in self-disclosure. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 56(1), 91.
- Kelley, H. H., & Thibaut, J. W. (1978). *Interpersonal relations: A theory of interdependence*. New York:Wiley.
- Laurenceau, J. P., Barrett, L. F., & Pietromonaco, P. R. (1998). Intimacy as an interpersonal process: The importance of self-disclosure, partner disclosure, and perceived partner responsiveness in interpersonal exchanges. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74, 1238-1251.
- Lee, J. A. (1977). A typology of styles of loving. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 3(2), 173-182.
- Lemay Jr, E. P., & Clark, M. S. (2008). How the head liberates the heart: Projection of communal responsiveness guides relationship promotion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 94(4), 647.
- Levinger, G. (1983). Development and change. In H.H. Kelley (Ed.), *Close relationships* (Cp.8, pp.315-359). NY: Freeman.
- Lieblich, A., Tuval-Mashiach, R., & Zilber, T. (1998). *Narrative research: Readings, analysis, and interpretation*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Ling, R., & Yttri, B. (1999). Nobody sits at home and waits for the telephone to ring: Micro and hyper-coordination through the use of the mobile telephone. *Telenor Forskning og Utvikling, FoU Rapport*, 30, 99.
- Maslow, A., & Lewis, K. J. (1987). Maslow's hierarchy of needs. *Salenger Incorporated*, 14, 987.
- McLuhan, M., & Fiore, Q. (1967). *The medium is the message*. New York, NY: Random

House.

Mikulincer, M., & Nachshon, O. (1991). Attachment styles and patterns of self-disclosure.

Journal of Personality and Social psychology, 61, 321-331.

Miller, L. C., Berg, J. H., & Archer, R. L. (1983). Openers: Individuals who elicit intimate self-disclosures. *Journal of Personality and Social Psychology*, 44, 1234-1244.

Miller, R. S., Perlman, D., & Brehm, S. S. (2007). *Intimate relationships*. 4th ed. New York: McGraw Hill.

Morrison, T. L., Goodlin-Jones, B. L., & Urquiza, A. J. (1997). Attachment and the representation of intimate relationships in adulthood. *The Journal of Psychology: Interdisciplinary and Applied*, 131(1), 57-71.

Rogers, Carl (1961). *On becoming a person: A therapist's view of psychotherapy*. London: Constable. ISBN 1-84529-057-7.

Rubin, D. B. (1974). Estimating causal effects of treatments in randomized and nonrandomized studies. *Journal of educational Psychology*, 66(5), 688.

Rusbul, C.E., & Buunk, B.P. (1993). Commitment processes in close relationships: An interdependence analysis. *Journal of Social and Personal Relationships*, 10, 175-204.

Schutz, W. C. (1996). *The Interpersonal Underworld*, Palo Alto, CA : Science and Behavior Books.

Shaver, P. R., & Hazan, C. (1988). A biased overview of the study of love. *Journal of Social and Personal Relationships*, 5, 473-501.

Simpson, J. A. (1987). The dissolution of romantic relationships: Factors involved in relationship stability and emotional distress. *Journal of Personality and Social Psychology*, 53(4), 683.

Steil, J, M. (1997). *Marital equality:It' s relationship to the well-being of husbands and wives*. US,CA: Sage Publications, Inc.

- Sternberg, R. J. (1986). A triangular theory of love. *Psychological review*, 93 (2), 119.
- Ling, R. (2008). *New Tech, New Ties: How Mobile Communication is Reshaping Social Cohesion*. Cambridge, MA: MIT.
- Sullivan, H. S. (2013). *The interpersonal theory of psychiatry*. Routledge.
- Thibaut, J. W., & Kelley, H. H. (1959). *The social psychology of groups*. Oxford, England: John Wiley The social psychology of groups.
- Taylor, A. S., & Harper, R. (2003). The gift of the gab?: A design Oriented sociology of young people's use of mobiles. *Computer Supported Cooperative Work (CSCW)*, 12(3), 267-296.
- Tesch, R., (1990). *Qualitative Research : Analysis Types and Software Tools*. New York, NY: Falmer.
- Walster, E., Traupmann, J., & Walster, G. W. (1978). Equity and extramarital sexuality. *Archives of Sexual Behavior*, 7(2), 127-142.



附錄

附錄一

智慧型手機 App 對於親密關係的影響

【研究訪談大綱】

一、智慧型手機應用程式（App）使用行為

1. 什麼時候開始使用智慧型手機？使用多久了？
2. 為什麼會想使用智慧型手機？
3. 平時會下載、使用哪些智慧型手機 App？
4. 是甚麼原因讓你想使用這些 App？

二、網路交友 APP 的使用及親密關係

1. 你覺得使用交友軟體你是抱持甚麼心態？或是有甚麼期待？
2. 來真的去玩(APP)之後，後來發展成甚麼關係？
3. 曾用某些明示或暗示性的揭露方式來讓對方了解你的動機嗎？
或是曾經遇到對方用明示或暗示的方式來讓你意會它的意圖？
4. 上網交友受挫受騙的經驗，請分享具體經驗。

5. 有甚麼影響動機的過往經驗？
6. 說說看對網路愛情的信念。
7. 曾經遇到甚麼刺激讓你想使用網路交友 APP。
8. 網路交友 APP 滿足了你哪些的需求？
9. 有甚麼想要補充的呢？



附錄二

「智慧型手機 App 與親密關係的樣態分析-動機、型態、風險」

訪談內容使用同意書

茲 同意國防大學心理與社工研究所心理組研究生石久明，基於研究需求在鄔榮霖博士指導之「智慧型手機 APP 對於親密關係的影響」碩士論文中，使用訪談內容；如使用者有需要修改內容，亦同意之。

本同意書僅限於同意將該訪談內容為學術研究之用，並在適當處註明出處，使符合學術論作之規定，專此函覆。

此致

石久明 先生

國防大學
National Defense University

立書同意人：_____

中華民國____年____月____日