

國立臺灣大學理學院心理學研究所

碩士論文

Graduate Institute of Psychology

College of Science

National Taiwan University

Master Thesis



臉書與現實的性格差距對個體幸福感的影響：

臉書頁面態度同質性的調節

The Effect of Discrepancy on Personality

between Facebook and Real-life :

Moderated by Homogeneity of Attitude on Facebook

林韋愷

Wei-Kai Lin

指導教授：葉光輝 博士

Advisor: Kuang-Hui Yeh, Ph.D.

中華民國 106 年 7 月

July, 2017

## 摘要

網路蓬勃發展，人類許多活動漸漸轉移到網路中，社交行為亦然。目前，臉書（Facebook）為最大的網路社交網站，使用者在上面能夠與好友進行各種社交活動、情感聯繫。臉書具有網路場域的幾點特性，即：有限感官、身分彈性。容許個體能夠在臉書頁面中發展、呈現出自己想要的理想我；同時，臉書採取實名註冊制，充滿各種現實世界的社交關係，導致個體在臉書上的言行必須表現出眾人所期待的應然我。本研究從 Higgins（1987）的自我差距理論出發，使用階層迴歸分析法探討個體臉書與現實之間的自我展現在五大性格上的差異是否依然會如 Higgins 所言，對個體造成負面的影響。同時，也將納入個體臉書頁面上的態度同質性因素，探討同質性是否會調節自我差距所帶來的影響效果。經由對 149 個樣本資料進行分析，結果發現：外向性的差距越大者，其現實幸福感越低；神經質的差距越大者，其臉書幸福感越高。在臉書頁面態度同質性調節作用的分析中，發現：臉書態度同質性在臉書親和性、開放性上與現實幸福感關係上具有調節效果；臉書態度同質性在神經質差距之絕對值與臉書自尊程度關係上具有調節效果。本文最後對研究結果進行討論並提出未來研究方向。

關鍵詞：自我差距理論、臉書、臉書態度同質性、臉書幸福感

**The Effect of Discrepancy on Personality  
between Facebook and Real-life :  
Moderated by Homogeneity of Attitude on Facebook**



**Wei-Kai Lin**

**Abstract**

In recent years, lots of human activities have been transferred to the internet, and so has social behavior. Through Facebook, the most popular social website, users are able to connect with friends and maintain real-life relationships. Individuals are able to create their ideal presentation of personality on Facebook, a cyberspace, owing to its psychology features such as reduced sensations and identity flexibility. Meanwhile, Facebook uses real-name registration and is greatly involved with lots of real-life relationships, so individuals must present themselves in the right way to meet others' expectations. Therefore, this study begins with Self-Discrepancy Theory (Higgins, 1987) and uses hierarchical regression to discover the connection between self-discrepancy on Big-five model and well-beings on both real-life and Facebook. After that, we also measure the homogeneity of attitudes on Facebook pages to see if there is a moderating effect on the relationship between self-discrepancy on Big-five model and well-beings on both real-life and Facebook. Data of 149 samples collected from a Taiwanese bulletin board system are analyzed, and the results show that there is a negative correlation between the discrepancy of extraversion and well-beings in real life, and the discrepancy of neuroticism is positively correlated to well-beings on

Facebook. In addition, homogeneity has moderating effect between agreeableness on Facebook and well-beings in real-life, openness on Facebook and well-beings in real-life, and discrepancy of neuroticism and well-beings on Facebook. Based on these results, limitations and suggestions to future directions are discussed.

***Keywords: Self-Discrepancy Theory, Facebook, homogeneity of Facebook, well- beings on Facebook***

## 目次



第一章 緒論.....	1
第一節 網路上的自我.....	1
第二節 不一致的自我面向.....	1
第三節 網路情境中的自我：虛擬我的意義.....	2
第四節 自我差距理論與社交網路.....	3
第五節 五大性格因素模式與社交網路.....	4
第六節 臉書上的自我.....	5
第七節 臉書的態度同質性.....	8
第二章 研究方法.....	11
第一節 研究程序與對象.....	11
第二節 研究工具.....	11
第三節 分析策略.....	15
第四節 分析與結果.....	16
第三章 研究討論.....	33
第一節 綜合討論.....	33
第二節 研究貢獻.....	37
第三節 研究限制與未來發展方向.....	37
參考文獻.....	40
附錄.....	45

## 表圖目次

表 1 五大性格面向題目在現實情境下之因素負荷量及內部一致性結果.....	12
表 2 五大性格面向題目在臉書情境下之因素負荷量及內部一致性結果.....	13
表 3 五大性格的因素間相關係數（左下為現實情境；右上角為臉書情境）.....	13
表 4 臉書態度同質性題目之'因素負荷量及內部一致性結果.....	15
表 5 現實與臉書性格面向之間的差異.....	16
表 6 現實情境中的五大性格對現實幸福感之迴歸分析表.....	21
表 7 臉書情境中的五大性格對現實幸福感之迴歸分析表.....	22
表 8 現實情境與臉書情境中的五大性格差距對現實幸福感之迴歸分析表.....	23
表 9 現實情境與臉書情境中的五大性格差距絕對值對現實幸福感之迴歸分析表 .....	24
表 10 現實情境中的五大性格對臉書自主性之迴歸分析表.....	25
表 11 臉書情境中的五大性格對臉書自主性之迴歸分析表.....	26
表 12 現實情境與臉書情境中的五大性格差距對臉書自主性之迴歸分析表.....	27
表 13 現實情境與臉書情境中的五大性格差距絕對值對臉書自主性之迴歸分析 表.....	28
表 14 現實情境的五大性格對臉書自尊程度之迴歸分析表.....	29
表 15 臉書情境中的五大性格對臉書自尊程度之迴歸分析表.....	30
表 16 現實情境與臉書情境中的五大性格差距對臉書自尊程度之迴歸分析表...31	
表 17 現實情境與臉書情境中的五大性格差距絕對值對臉書自尊程度之迴歸分 析表.....	32
圖 1 研究架構.....	10
圖 2 臉書態度同質性對臉書開放性與現實幸福感之調節效果.....	19
圖 3 臉書態度同質性對臉書親和性與現實幸福感之調節效果.....	19
圖 4 臉書態度同質性對神經質差距絕對值與臉書自尊程度之調節效果.....	20

# 第一章 緒論



## 第一節 網路上的自我

Suler (2000) 提出網路場域的特性有以下幾點：有限感官經驗、身分的彈性與匿名、地位平等、去疆界化、時間壓縮與擴展、無窮的關係、永久記錄等。其中，有限感官經驗與身分彈性能夠讓個體於網路環境中自由塑造出想要呈現的樣貌。換言之，個體能夠在網路上創造、展現不同於現實的自我來探索自我的各個面向。

當網路漸漸深入人類的生活，人類開始頻繁的在網路中活動時，研究者開始注意到個體在網路上可能展現出不同於現實的自我面向，Biocca 與 Levy (1995) 便提出是否需要將網路上的自我納入成為第四個面向：虛擬我 (Virtual Self)。

過去已有許多研究者 (Behm-Morawitz, 2013; Bessière, Seay, & Kiesler, 2007; Crowe, 2010; Lawson, 2000; Suh, 2013; Yee, Bailenson, & Ducheneaut, 2009) 使用虛擬我進行研究，但是眾人對於虛擬我的定義眾說紛紜、難以比較，有些研究者認為虛擬我為現實中自我面向的延伸；有些研究者則認為虛擬我是與現實截然不同的自我面向，有可能是個人的理想自我。

## 第二節 不一致的自我面向

許多心理學家都提出：個體擁有許多不同面向的自我，Freud (1920) 提出的本我 (Id)、自我 (Ego) 與超我 (Superego)，認為個體在不同自我面向之間發生衝突時會導致心理疾患；Rogers (1961) 也曾提出自我想像 (Self-image)、理想我 (Ideal-self) 與自我價值 (Self-worth) 等概念，並認為當自我

想像與理想我非常接近時，個體在生活中會感覺到幸福感。上述理論皆認為當不同自我面向間有差距或衝突時，會讓個體感覺到挫折、愧疚、難堪、憤怒與焦慮；自我之間處於和諧一致狀態時，個體會感覺到幸福感、自我實現感。

近年心理學針對不同自我之差距，以兩大理論為主：Higgins 之自我差距理論與 Allport 之自我跨情境一致性，兩者都認為自我差距越大時，個體身心適應越不佳。

Higgins (1987) 提出自我差距理論，認為自我至少可分成三個面向：真實我 (Actual self; 個體認知到的自我)、理想我 (Ideal self; 個體想要成為的自我)、應然我 (Ought self; 個體認為應該要成為的自我)；並指出當個體察覺到不同自我面向間存在差距時，便會影響自身的心理狀態，例如當真實我與理想我的差距越大，個體越會感覺到失望、不滿足與挫折；而當真實我與應然我差距越大，個體越會感覺到慚愧、焦慮 (Higgins, 1987)。換言之，當個體的真實我與理想我或應然我有差距，即代表個體無法自我實現與達成自己想要的夢想或目標，這時便會對個體造成負面的影響。

Allport (1937) 提出特質論之後，認為人格具有跨情境一致性 (cross-situational consistency)，即人在不同情境中皆能保持穩定的人格傾向，而穩定的人格傾向能帶來健全的心理狀態。許多研究者也發現，在跨情境中的自我一致性較高的個體，其主觀幸福感會比自我一致性較低的個體為高 (Block, 1961; Donahue, Robins, Roberts, & John, 1993; Sheldon, Ryan, Rawsthorne, & Ilardi, 1997)。也就是說，個體如果能夠在各個情境中保持穩定、一致的自我面向，對個體的幸福感受也就越好。

### 第三節 網路情境中的自我：虛擬我的意義

Crowe (2010) 研究發現：玩家將虛擬我認為是現實的自我面向中不可分離的一部分，虛擬我僅是現實的自我面向在虛擬平台上的社交展現，自我面向並無特別，僅是環境特性上的差別。因此推論虛擬我僅是現實自我面向的延



伸，而非另一個新的自我面向。不過，有研究者認為虛擬我是「某種程度理想化的現實我」（Bessière et al., 2007；Lawson, 2000），個體透過網路來展現理想我面向的部分自我，虛擬我成為了揉合理想我與現實我的新自我面向。

所以，如果虛擬我是現實我的延伸，僅是情境上的差異，或許就可以用 Allport 的跨情境一致性來解釋。亦即網路情境與現實情境間的自我展現出現差異，可能就會經歷不一致所帶來的負面影響。如果虛擬我是與現實我不同的自我面向，是一個理想我的存在，則或許可以用 Higgins 提出的自我差距理論來解釋，網路會擴大現實我與理想我（虛擬我）之間的差距（Bessière et al., 2007），現實我與理想我差距所帶來的負面影響會更大，幸福感會更低。

#### 第四節 自我差距理論與社交網路

近年來已有許多研究者將自我差距理論應用至網路中，試圖了解網路與現實間自我差距是否會對個體的各種心理狀況造成影響。Suh（2013）發現在網路社群中的自我與現實我差距越大，個體在網路社群中的正向指標（如復原力、宣洩與自主性）會越高，即個體在網路社群中能體會到高度的自主性，並且在其中獲得宣洩的感覺，進而對該網路社群做出更多、更好的貢獻。

Courtois、Van Looy、De Vocht 及 De Marez（2011）發現線上遊戲《魔獸世界》（World of Warcrafts）中，遊戲玩家的角色在五大性格（Big Five personality traits）的表現上會與現實中的性格表現有差異，同時也發現玩家會將遊戲中的角色性格塑造得比較接近玩家自己的理想我。Bessière（2007）也在《魔獸世界》中發現玩家在嚴謹性、外向性與神經質性格上，會把遊戲中角色塑造的比現實我更加理想化，而這樣的狀況在高憂鬱、低自尊的玩家上更為明顯。由此可知，當個體處在相對可自由發揮的網路環境中時，會希望在其中發展自己所期望的性格表現形態，並利用這些理想的性格角色扮演來拉近與自己理想我的距離，舒緩現實我與理想我之間差距所帶來的負面影響，進而讓

自己在網路情境中達到較好的狀態。但少有研究探討現實與臉書自我差距對個體的影響，由於臉書之匿名性與一般網路社群或網路遊戲的差異頗大，值得特別探討。



## 第五節 五大性格因素模式與社交網路

本研究選取五大性格因素模式 (Five Factor Model)，作為描述現實與臉書自我之理論基礎。Costa與McCrae (1997) 認為此模式為最具普遍性的性格理論，其中包含：外向性 (Extraversion)、親和性 (Agreeableness)、嚴謹性 (Conscientiousness)、神經質 (Neuroticism) 與開放性 (Openness to experience)。目前亦有許多五大性格與網路行為之研究，例如Amichai-Hamburger (2002) 發現五大性格對網路行為有預測力，而部落格中的行為 (Guadagno, Okdie, & Eno, 2008)、或是維基百科的撰寫 (Amichai-Hamburger, Kaplan, & Dorpatcheon, 2008) 亦與五大性格有關連。在社交網站方面，Amiel與Sargent (2004)，發現神經質高的個體，會使用網路來尋求歸屬感；外向性高的個體，會將網路視為目標導向的工具。在臉書使用行為中，五大性格在個體的動機、行為中也佔有舉足輕重的地位，過去研究整理如下：

### 外向性與臉書使用

外向性代表個體的社交傾向、充滿熱情、具有自信、喜歡交友等外向特質。外向性與臉書使用時數有著密切的關連，內向的個體可能偏向透過臉書與他人溝通，彌補現實中自己缺乏的社交技能 (Ong et al., 2011)；而高外向性的個體會透過臉書強化與現實朋友之間的關係 (McElroy et al., 2007)，在臉書中擁有的朋友數 (Ong et al., 2011) 與參加的臉書社群也較多 (Ross et al., 2009)。

### 親和性與臉書使用

親和性代表善解人意、友好、具有同情心、樂於助人並且信任他人，對他

人有積極的看法。不過，相較於外向性，親和性與臉書的關係並不強，也鮮少研究探討親和性與臉書的關係。Ross 等人（2009）並未發現親和性與臉書使用有任何關係。在其他方面，低親和性與維基百科的編撰有正相關（Amichai-Hamburger, Kaplan, & Dorpatcheon, 2008），可能修改他人所編輯的維基百科，需要較低的同情心與帶有批評的想法。

### **嚴謹性與臉書使用**

嚴謹性代表紀律、有規劃、細心、有條理的，高嚴謹性的人通常為成就導向，追求卓越的工作表現。嚴謹性被認為與臉書使用時數有負相關，因為高嚴謹性的個體不會想要將時間拿來使用臉書。高嚴謹性的個體在網路上通常是用來進行學術活動，而非當作休閒活動（McElroy et al., 2007）。

### **神經質與臉書使用**

神經質代表精神上的不穩定、憂鬱、焦慮、挫折，壓力管理較差等，被認為與社交關係是負向的關係，不過它與使用網路的時間呈正相關，高神經質的個體可能會想要在網路上呈現比現實更吸引人的自己（McElroy et al., 2007），對於自身資訊的揭露程度也較敏感（Butt & Phillips, 2008）。

### **開放性與臉書使用**

開放性代表好奇心、心態的開放、對新事物的渴求等。高開放性的個體十分願意嘗試新的溝通平台，像是臉書平台（Ross et al., 2009）。Amichai-Hamburger 與 Vinitzky（2010）也發現高開放性的個體會願意揭露更多個人的資訊。

## **第六節 臉書上的自我**

### **臉書的基本性質**

如今許多社交網站蓬勃發展，例如 Myspace、臉書與 Twitter 等知名的社交網站，已有數以百萬的使用者註冊使用並在其中進行各種人際關係的建立與維繫。Ellison（2007）認為社交網站具有三項特性：

1. 個人可以在網站上建立公開或半公開的檔案。
2. 使用者可以在網站上與其他成員聯繫。
3. 使用者可以查看與瀏覽聯繫者的相關訊息。



Ellison (2007) 認為社交網站主要是讓使用者透過平台，聯繫現實世界中  
的情感，而非與陌生人建立關係。臉書的使用者，使用「社交搜尋」來找尋現  
實世界朋友的次數，遠遠超過「社交瀏覽」，即透過臉書來與陌生人認識、建  
立關係等瀏覽行為 (Ellison, 2007)。

臉書網站於 2004 年由 Zuckerberg 所創立，提供使用者在其網站上建構個  
人頁面，與臉書中的朋友進行互動。使用者須以實名來註冊使用，使用非本名  
或不實個人資料，可能會被臉書刪除帳號或停權，所以臉書與現實生活的連結  
非常強。

### 臉書上的自我展現

由於臉書屬於網路情境，具有部分網路的特性，例如：有限感官、身分彈  
性等，所以使用者依舊能夠利用網路的特性試圖呈現與現實不同的自我。例如  
呈現比較好看的照片、撰寫比較容易引人注意的文章等，藉以塑造出使用者想  
要的自我。

本研究認為，臉書的使用者可以塑造出自身想要的自我，這個自我可能為  
個體所期望的理想我。當這個理想自我與現實中的自我開始出現差距時，則可  
能會經歷自我差距所帶來的影響效果。

然而臉書大部分是使用實名與現實的朋友互動的環境，相較於其他匿名網  
路環境，臉書能夠發揮的自我呈現空間其實相比之下較小，儘管臉書環境上存  
在著部份身分彈性與有限感官等特性，但臉書逐漸被大眾當作訊息溝通與社交  
互動的媒介，使用者會在臉書上與各式各樣的社交關係結為臉書朋友，例如父  
母親戚、兄弟姐妹、同學朋友、同事上司等。在各種社交關係同時包圍下，使  
用者並不容易展現出自己真正想要的理想自我面向，而是處在另一種現實所延  
伸的情境之中。所以，在這樣的狀況下，使用者在臉書上展現的可能不是理想

我，而是另一個情境下的現實自我。換言之，臉書的使用者在臉書情境中的自我與現實情境中的自我若出現差距時，則可能會經歷自我不一致所帶來的影響效果。

因此本研究從五大性格理論出發，根據 Higgins (1987) 的自我差距理論、與 Allport (1937) 所提出的人格跨情境一致性，假設臉書自我可能為理想我或另一個情境的現實我，探討個體如果處在臉書情境中，當經驗到臉書與現實自我之間的差距越大時可能帶來的影響效果，而提出下述假設：

假設 1-1. 臉書與現實的外向性(或嚴謹性、親和性與開放性)差距越大，個體現實的幸福感受越差，兩者間具有負相關。

另外，由於神經質性格面向不同於其他四個面向，為負面狀態的性格面向，故推導出下述假設：

假設 1-2. 臉書與現實的神經質差距越大，個體現實的幸福感受越高，兩者間具有正相關。

同時，本研究根據 Suh (2013) 針對網路討論社群與現實之間的性格差異對線上復原力、宣洩與自主性等網路中的正向影響之研究結果，探討當個體處在臉書情境中時，是否會有類似網路討論社群中的效果存在，所以提出下述假設：

假設 2-1. 臉書與現實的外向性(或嚴謹性、親和性與開放性)差距越大，個體在臉書上的幸福感受越高，兩者間具有正相關。

另外，由於神經質性格面向不同於其他四個面向，為負面狀態的性格面向，故推導出下述假設：

假設 2-2. 臉書與現實的神經質差距越大，個體在臉書上的幸福感受越低，兩者間具有負相關。



## 第七節 臉書的態度同質性

臉書提供的主要功能有以下幾項：動態時報、訊息、按讚、打卡、社團、視訊、相簿、粉絲專頁、社團、遊戲、網誌等，使用者可以依照不同的需求使用不同的功能來進行社交。本研究主要著重於動態時報功能，在動態時報裡，使用者可以瀏覽好友們的近況、留言給好友、撰寫文字、按讚與分享好友或專頁的文章。使用者可以在臉書上進行一對一或一對多的聯繫，而這些資訊也同時會發送至各個好友的動態時報，成為一個公開、文字化、圖像化的社交環境。在這環境下，使用者會沉浸在各個好友的各種資訊之中。

由於當好友數量日漸增多，動態時報上各種好友、專頁的資訊混雜，所以臉書設計了一套演算法（EdgeRank）來排列這些資訊。這套演算法主要根據三個指標來排列使用者的動態時報：

1. 親近度（Affinity）：演算法會根據發布動態者與使用者之間的關係密切程度來排列其動態時報上的優先順序，通常是家人（情侶）>朋友>點頭之交，也會受到過去的互動狀況影響，即如果使用者與特定朋友之間互相按讚、留言與分享的次數越多，對方的動態就會更優先出現在彼此的動態時報上。
2. 權重（Weight）：資訊本身的種類與收到的回應種類會影響優先順序、例如影片>照片>近況更新>連結、5個留言>5個讚等順序。
3. 時間衰變（Time Decay）：即時間越接近的資訊越容易被優先顯示在動態時報上。

所以當使用者與某些特定網友之間的互動越密切，臉書愈會顯示其資訊在使用者的動態時報上，進而產生一個強化循環。最後，使用者會身處於一個與自身立場、價值觀或想法非常類似的環境之中，而較難察覺其他與自身立場、價值觀或想法相反的資訊。Pariser（2011）提出「Filter bubble」概念，認為臉

書的使用者處在一個內部高度同質性的泡泡之中，泡泡內充滿了臉書主動提供給使用者的訊息，使用者無法輕易察覺泡泡之外的訊息。

這樣的狀況就是現在被熱烈討論的「同溫層」現象，不少人使用臉書時，發現自己身處在「同溫層」之中；這個「同溫層」內包含了許多態度相近、價值觀雷同的網友，大家關注的議題類似，抱持的立場也都十分接近，導致許多人認為臉書上的想法、意見就是現實社會的全貌，往往最後才發現自己與社會脫節，對現實社會有錯誤的認知（Bakshy, Messing, & Adamic, 2015；Holone, 2016）。所以不少人開始反省，並且提出跳出、打破「同溫層」等想法，但鮮少有研究以心理學角度切入來探討此現象，故本研究希望藉由臉書頁面上的態度同質性，來試圖捕捉「同溫層」現象對個體幸福感的影響。

本研究認為，當使用者沉浸在同溫層，所作所為可能都會受到與自身非常類似的網友們支持，這樣的支持可能會讓使用者有正向的影響；但，若使用者的行為與真實我差距甚大，網友的支持反而強化了臉書與現實的自我差距，最後對現實造成負面的影響。所以，本研究認為在臉書中，使用者的自我差距對個體幸福感的影響過程中，會被臉書中的態度同質性高低程度所調節。

Hyun、Ozkaya 及 LaRose（2014）發現社群網站中的朋友數越多，使用者會感受到越多的支持性互動（Supportive Interaction），進而提升其生活滿意度。而臉書上的同質性與幸福感的關係目前仍少有研究，本研究認為在臉書的頁面中，使用者可以在各種功能上與網友互動，例如在文章下與網友交換意見，或者是在照片下各自分享對照片的看法等。這樣的互動過程會形成一個社交圈、團體內的互動，使用者可能會在這個內團體中獲得支持、歸屬感、幸福感等正面感受。這樣的感受對於在臉書上展現真實自我的使用者，可能會直接回饋到使用者本身，提升現實生活的幸福感；相反的，對於在臉書上展現與現實不同的自我的使用者，這些使用臉書所帶來的正面感受，可能會讓使用者覺得網路環境比現實更好、更舒適，而對現實感到失望，進而降低在現實生活中的幸福感。所以本研究認為，在臉書的指標上，如臉書自尊程度、臉書自主性

程度，當現實與臉書的自我展現有差距時，個體可能會因為臉書所帶來的正面感受，提升自身在臉書上的幸福感，但其現實幸福感卻會下降；若在現實與臉書的自我展現沒有差距時，在臉書上可能就不會帶來上述的正面感受，也不會影響現實幸福感。因此，本研究根據上述推論提出下述假設：

假設 3. 在五項性格差距對現實幸福感的影響效果上，臉書同質性會具有調節效果

假設 4. 在五項性格差距對臉書幸福感的影響效果上，臉書同質性會具有調節效果

整體而言，本研究主要研究架構及其檢驗假設，可由下列圖示來呈現：

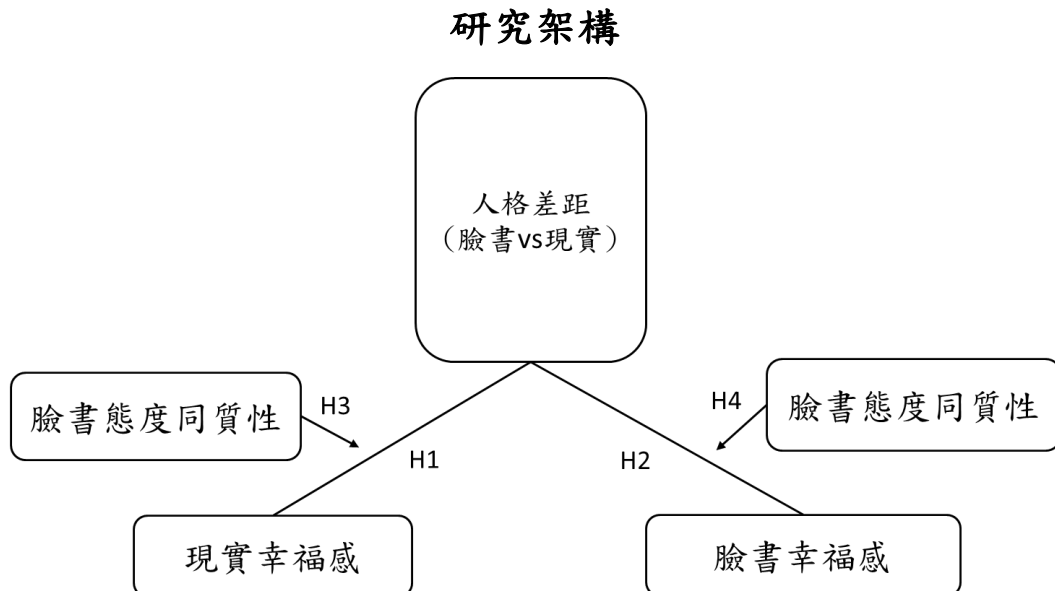


圖 1：研究架構



## 第二章 研究方法



### 第一節 研究程序與對象

本研究採用問卷法進行調查，研究參與者來自於網路上自願填答問卷者，且限制以有臉書使用經驗者為施測對象。問卷製作採用 Google 表單平台製作線上問卷，於民國 105 年 9-11 月間發放於台灣最大之電子布告欄系統（PTT 批踢踢實業坊）之問卷版。為避免臉書使用習慣差異太大，僅篩選 20 到 35 歲之間，教育水準為大學學歷以上的樣本。最後經剔除填答無效問卷，例如答案缺漏、重複填答等情況後，有效問卷為 149 份。資料樣本的平均年齡為 23.52 歲（ $SD = 3.37$ ），男性 80 位，女性 69 位。

### 第二節 研究工具

#### 大五性格量表

本研究使用李仁豪（2014）所翻譯，源自 John 與 Srivastava（1999）發展的 Big Five Inventory-44 量表。原始量表題數共 44 題，刪除不適合臉書情境填答的題目之後，剩下 30 題（請參見附錄），再將指導語區分成現實情境與臉書情境兩種版本，測量受試者在這兩種情境中的性格展現。作答時採用李克特式 5 點量表，由受試者根據題目陳述句符合自身的狀況，選擇：1 分—「非常不同意」、2 分—「相當不同意」、3 分—「無意見」、4 分—「相當同意」、5 分—「非常同意」，然後將各性格面向的分數分別加總，分數越高代表受試者越符合該性格面向的特質。臉書與現實之間的性格差距分數則為臉書情境的分數減去現實情境的分數。

測量外向性的題目有 5 題；測量親和性的題目有 8 題；測量嚴謹性的題目有 4 題；測量神經質的題目有 5 題；測量開放性的題目有 8 題。

因素分析使用主軸因子法與斜交轉軸，刪除在多構念上具有高負荷量的混淆題目後，為求五大性格的構念彼此相互區別，取各性格向度最具代表性的3題，做為後續分析各性格特質程度的依據。所剩題目在現實與臉書情境之因素結構相似，因素負荷量及內部一致性（Cronbach's Alpha）分別如表1及表2所示：

**表1 五大性格面向題目在現實情境下之因素負荷量及內部一致性結果**

題目	因素				
	外向性	開放性	神經質	嚴謹性	親和性
1. 我是健談的人	.84	.01	-.04	.04	-.07
5. 喜歡外出、好社交的人	.75	-.04	-.05	-.02	-.01
2. 充滿活力的人	.66	.05	-.08	-.06	.20
30. 懂得藝術、音樂和文學的人	-.01	.88	.00	-.07	-.01
28. 重視藝術及美學經驗的人	-.04	.82	-.06	-.04	-.10
29. 喜歡思考、常有想法的人	.13	.49	.12	.30	.11
20. 擔心很多的人	-.20	-.05	.83	.04	.05
22. 容易感到緊張的人	-.09	.04	.71	.04	.13
21. 情緒不穩定的人	.16	.01	.57	-.15	-.22
14. 有點粗心的人	-.07	-.05	-.09	.81	-.10
15. 較沒有條理組織的人	-.06	-.01	-.18	.59	-.02
17. 會訂計畫並依計畫執行的人	.09	.05	.21	.56	.04
12. 對他人體貼且仁慈的人	.19	-.10	.03	.08	.71
9. 寬容的人	.03	.00	.07	-.12	.68
8. 會開啟與他人爭執的人	-.31	.08	-.22	-.05	.48
各因素內題目之內部一致性	.82	.78	.72	.67	.53

表 2 五大性格面向題目在臉書情境下之因素負荷量及內部一致性結果

題目	因素				
	外向性	開放性	神經質	親和性	嚴謹性
2. 充滿活力的人	.86	.00	-.11	.16	-.03
1. 我是健談的人	.83	.02	.00	.02	-.01
5. 喜歡外出、好社交的人	.83	-.09	-.07	-.05	.04
30. 懂得藝術、音樂和文學的人	-.14	1.00	-.04	-.05	-.05
28. 重視藝術及美學經驗的人	.00	.87	.00	-.08	.05
29. 喜歡思考、常有想法的人	.22	.57	-.05	.18	.08
21. 情緒不穩定的人	.08	-.14	.93	-.10	.04
22. 容易感到緊張的人	-.11	-.04	.83	.11	.01
20. 擔心很多的人	-.21	.19	.58	.05	-.13
9. 寬容的人	-.02	-.02	-.03	.74	-.10
12. 對他人體貼且仁慈的人	.20	.00	.13	.67	-.02
8. 會開啟與他人爭執的人	-.43	-.11	-.16	.49	.20
15. 較沒有條理組織的人	-.02	.05	-.08	-.01	.75
14. 有點粗心的人	-.06	-.08	-.13	-.19	.70
17. 會訂計畫並依計畫執行的人	.20	.16	.27	.08	.48
各因素內題目之內部一致性	.87	.83	.80	.53	.57

檢視五因素之間的相關介於-.15~.26 之間，大多屬於無關或低相關，如表 3 所示：

表 3 五大性格的因素間相關係數（左下為現實情境；右上角為臉書情境）

因素	外向性	開放性	神經質	親和性	嚴謹性
外向性		.41	.31	.25	-.12
開放性	.11		.41	.19	-.12
神經質	-.04	.05		.20	-.46
親和性	-.15	.20	-.12		.04
嚴謹性	-.02	.14	.26	-.06	

### 臉書態度同質性量表

本量表為自編量表（請參見附錄），總共 10 題。此量表測量受試者在個人臉書頁面上的貼文、回應、分享、按讚等內容中與其他網友互動者在這些面向態度上的同質性。依據臉書的功能分有「貼文」、「回應」、「分享」與「按

讚」等四個部分，測量受試者在這四個功能上主觀感覺到網友們彼此間的態度是否類似，採用李克特式 5 點量表，由受試者根據自身實際狀況選擇：1 分—「非常不同意」、2 分—「相當不同意」、3 分—「無意見」、4 分—「相當同意」、5 分—「非常同意」，加總後，分數越高代表受試者認為自己與其他網友在態度、想法上越類似，網友們對受試者的回饋也具有的一致性，受試者所處的環境中的眾人相似程度也較高。其內部一致性 (Cronbach's Alpha) 係數為.90。

### 現實幸福感量表

採用陸洛編製的華人幸福感量表簡短版，總共 10 題，作答時採用李克特式 5 點量表，由受試者根據題目陳述句符合自身實際的狀況，選擇：1 分—「非常不同意」、2 分—「相當不同意」、3 分—「無意見」、4 分—「相當同意」、5 分—「非常同意」，分數越高代表受試者的整體幸福感越高，分數越低代表受試者的整體幸福感越低。過去許多研究中，此量表的信、效度良好 (陸洛、黃茂丁、高旭繁，2005；曾文志，2007)。本研究此量表的 Cronbach's Alpha 為.95。

### 臉書情境下的幸福感程度量表

採用 Pedersen (1997) 所編製的量表，將之改成適合臉書環境的題意，總共 11 題，測量受試者在臉書情境上的幸福感程度。此量表內原分有復原力 (recovery)、宣洩 (catharsis) 與自主性 (autonomy) 三個部分，分別包含 4 題、3 題、4 題，用來測量受試者在臉書上三面向的幸福指標。作答時採用李克特式 5 點量表，由受試者根據題目陳述句符合自身實際的狀況，選擇：1 分—「非常不同意」、2 分—「相當不同意」、3 分—「無意見」、4 分—「相當同意」、5 分—「非常同意」。

經過因素分析並且使用斜交轉軸法後，發現原量表僅能區分為兩種構念，依其題目敘述分別命名為：(1) 臉書自主性，即受試者認為在網路上可以自由

表達情緒、想法、行為，此部分題目為第 5、6、7、9、10、11，其 Cronbach's Alpha 為.82；（2）臉書自尊程度，即受試者認為可以維持自己尊嚴、保護自己、從現實世界中的負面狀況逃離的程度，此部分題目為第 1、2、3、4 題，其 Cronbach's Alpha 為.77。其中，第 8 題因為跨因素的負荷量偏高故不納入後續分析。後續即以臉書情境下的自主性及自尊程度作為臉書上的幸福感程度指標。經刪題後，兩個因素之間的相關為.68。

**表 4 臉書態度同質性題目之'因素負荷量及內部一致性結果**

題目	因素	
	A	B
11. 在臉書中，我認為我可以卸下內心的壓抑	.86	.02
6. 在臉書中，當我生氣或憤怒的時候會表現出來	.71	-.12
9. 在臉書中，我認為我可以從事有創意的活動	.68	-.12
5. 在臉書中，我認為我可以自由的表達自己的情緒	.64	-.01
10. 在臉書中，我認為我可以打破一些社會規範	.57	.07
7. 在臉書中，我認為我可以決定自己想成為什麼	.49	.26
4. 在臉書中，我認為我可以建立自尊	-.08	.81
2. 在臉書中，我認為我可以從不好的經驗中恢復	-.03	.74
3. 在臉書中，我認為我可以逃離外在世界	-.04	.71
1. 在臉書中，我認為我可以在他人的言語當中保護自我	-.01	.56
內部一致性	.82	.77

註：A. 臉書自主性。B. 臉書自尊程度。

### 第三節 分析策略

本研究採用問卷法進行調查，蒐集的資料以 IBM SPSS Statistics 24 軟體進行迴歸分析。迴歸分析中，採用階層式迴歸分析法，先納入年齡、性別（男性 = 0；女性 = 1）與教育水準（大學 = 1；碩士 = 2；博士 = 3）當作控制變項，後再納入預測變項（臉書與現實的性格差距），藉以探討臉書與現實之間性格差距對於現實與臉書幸福感的影響效果。

為了瞭解臉書頁面態度同質性是否會對性格差距與幸福感作用關係產生調節效果，本研究採用階層式迴歸分析來探討臉書頁面態度同質性是否具有調節效果，因此依序是加入控制變項、預測變項（臉書與現實的性格差距與絕對值）與調節變項（臉書頁面態度同質性）。為避免共線性問題的發生，先將預測變項與調節變項標準化再進行交互作用項的相乘（Aiken & West, 1991）。若交互作用項具有顯著的效果，即表示調節效果存在，本研究會進一步繪製交互作用圖，用來檢視交互作用的型態。

## 第四節 分析與結果

### 描述統計結果

表 5 為個體五大性格面向在現實情境與臉書情境中的平均分數與差異，可以發現：除了親和性以外，其他四個性格面向在現實與臉書間皆具有顯著差異。外向性、神經質、開放性上的平均分數皆在現實情境的程度大於在臉書情境的程度，僅有嚴謹性是臉書情境大於現實情境。這樣的結果顯示，臉書上展現的自我可能是較關注社會情境要求的應然我，而非理想我，故臉書在外向性、神經質、開放性上等分數皆比現實分數低；嚴謹性分數則是臉書分數比現實分數高。

表 5 現實與臉書性格面向之間的差異

性格面向	臉書	現實	差異值	
	<i>M (SD)</i>	<i>M (SD)</i>	<i>M (SD)</i>	<i>t-value</i>
外向性	2.70 (1.03)	3.06 (0.85)	-0.36 (0.93)	-3.92*
神經質	2.49 (0.92)	3.22 (0.80)	-0.73 (0.90)	-8.36*
開放性	3.10 (0.98)	3.27 (0.87)	-0.17 (0.50)	-3.38*
親和性	3.56 (0.67)	3.58 (0.64)	-0.02 (0.56)	-0.41
嚴謹性	3.39 (0.81)	3.09 (0.83)	0.30 (0.67)	4.58*

\* $p < 0.01$



## 五大性格對幸福感的直接效果

在現實幸福感作為依變項的分析結果，如表 6、7 所示，可以發現在現實與臉書情境中，外向性 ( $\beta = .58, p < .001$ ;  $\beta = .26, p = .002$ )、神經質 ( $\beta = -.29, p < .001$ ;  $\beta = -.20, p = .02$ )、開放性 ( $\beta = .26, p = .002$ ;  $\beta = .17, p = .05$ ) 與親和性 ( $\beta = .21, p = .008$ ;  $\beta = .27, p = .001$ ) 皆具有顯著效果，亦即不論是在現實或臉書情境上，個體的外向性、開放性及親合性愈高，其個人現實幸福感愈佳。至於在臉書自主性作為依變項的分析結果，如表 10、11 所示，無論是現實或臉書情境，外向性皆有顯著效果 ( $\beta = .28, p = .001$ ;  $\beta = .29, p < .001$ )，其他性格變項則無。在臉書自尊程度作為依變項的分析結果，同樣是現實與臉書情境之外向性具有顯著效果 ( $\beta = .26, p = .001$ ;  $\beta = .28, p < .001$ )，其他性格變項則無。亦即，不論是在現實或臉書情境上，個體的外向性愈高，其個人網路的自主性及自尊感受愈佳。

## 五大性格差距對幸福感的直接效果

在現實幸福感方面，如表 8、9 所示，外向性在臉書與現實的差距與差距絕對值也對現實幸福感有顯著效果 ( $\beta = -.23, p = .003$ ;  $\beta = .19, p = .02$ )，但其作用效果卻相反；即兩者的差距愈大，其個人現實幸福感愈差，但差距的絕對值愈大，其現實幸福感愈佳。在臉書自主性方面，臉書與現實的差距與其絕對值皆無顯著效果。在臉書自尊程度方面，如表 11 所示，臉書與現實的差距與其絕對值中，神經質皆有顯著效果 ( $\beta = .20, p = .02$ ;  $\beta = -.23, p = .004$ )，但其作用效果卻相反；即兩者的差距愈大，其個人在臉書的自尊程度愈佳，但差距的絕對值愈大，其在臉書的自尊程度愈差。

## 其他變項對幸福感的直接效果

臉書上的網友數量，對現實幸福感、臉書自主性與臉書自尊程度都具有顯

著到邊緣顯著的正面效果，見表 6 至表 17，亦即個體臉書上的網友數量愈多，其個人的現實幸福感、臉書自主性與自尊程度都較高。至於個體之性別、年齡等因素，則對個人的現實幸福感、臉書自主性與自尊程度則不具有顯著影響效果。

### 臉書態度同質性的調節效果

臉書態度同質性對各類幸福感的主要效果上，可以發現臉書態度同質性對臉書自主性與臉書自尊程度皆有顯著的正面效果，對現實幸福感則沒有顯著效果。

在現實幸福感方面的調節效果，如表 7 所示，可以發現臉書頁面態度同質性在臉書上的開放性 ( $\beta = -.17, p = .03$ )、親和性人格 ( $\beta = .24, p < .001$ ) 與現實幸福感關係間具有調節效果。在臉書自主性效果上則無調節效果存在。在臉書自尊程度方面，如表 17 所示，臉書態度同質性對於神經質在臉書與現實差距之絕對值與臉書自尊程度間關係上具有顯著調節效果 ( $\beta = -.16, p = .04$ )。

在臉書開放性與現實幸福感之間，臉書態度同質性具有顯著效果，交互作用如圖 2 所示。經由簡單斜率檢定，可以發現低同質性的組別中，臉書開放性對現實幸福感的效果達到顯著水準 ( $t = 3.69, p < .001$ )，高同質性組則未達顯著效果 ( $t = 0.14, p = .89$ )



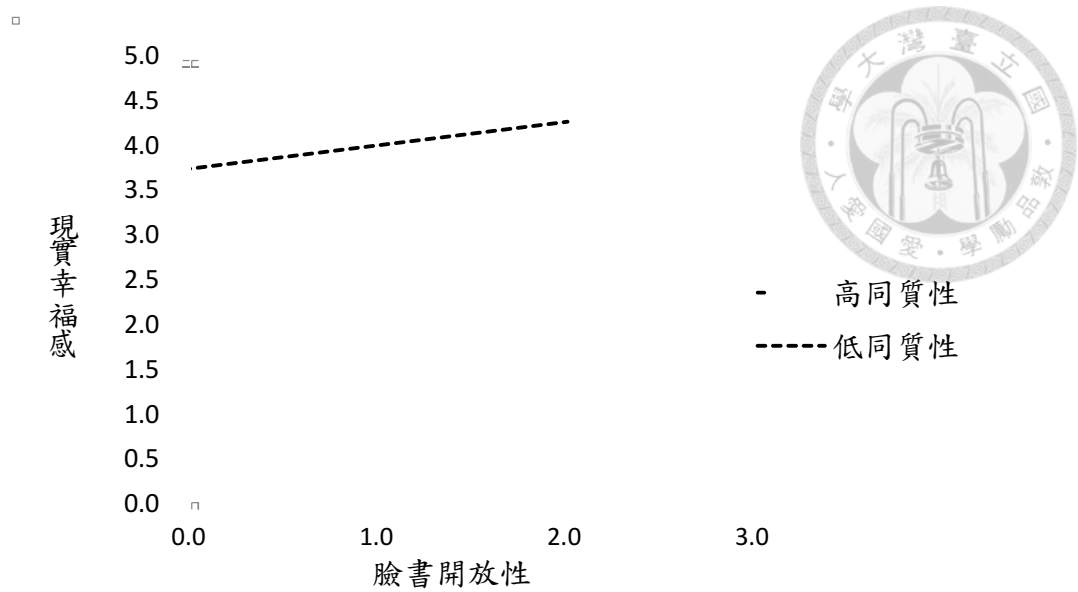


圖 2：臉書態度同質性對臉書開放性與現實幸福感之調節效果

在臉書親和性與現實幸福感關係之間，臉書態度同質性也具有調節效果，經由簡單斜率檢定後發現（見圖 3）：在高同質性組中，臉書親和性對現實幸福感具有顯著調節效果（ $t=9.91, p<.001$ ），低同質性組則達邊緣顯著調節效果（ $t=1.76, p=.08$ ）。

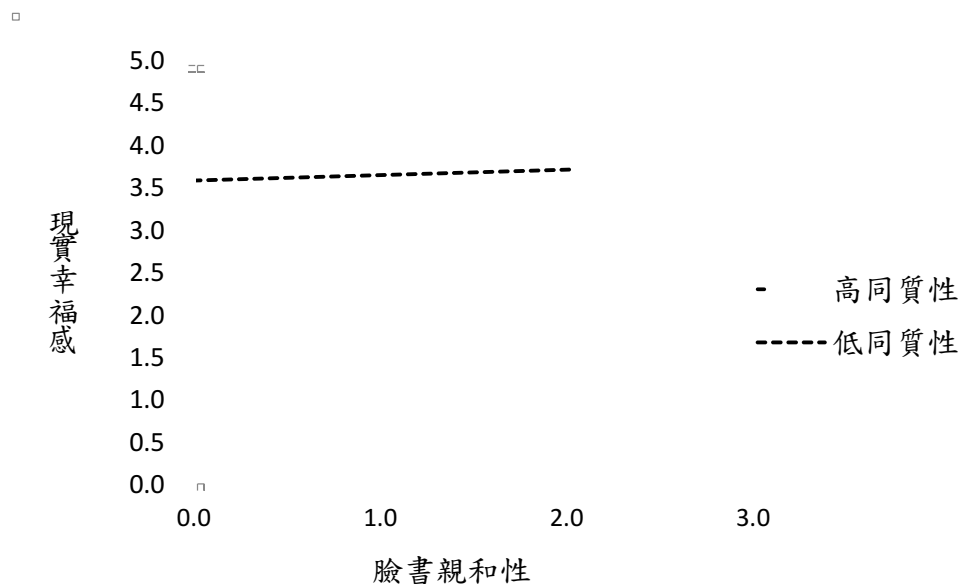


圖 3：臉書態度同質性對臉書親和性與現實幸福感之調節效果

在臉書與現實的神經質差距絕對值與臉書自尊程度之間，臉書態度同質性

也具有調節效果。經由簡單斜率檢定（見圖 4），發現高同質性組中，神經質絕對值對臉書自尊程度關係間具有顯著調節效果（ $t = -7.18, p < .001$ ），低同質性組其調節效果則不顯著（ $t = -1.43, p = .16$ ）。

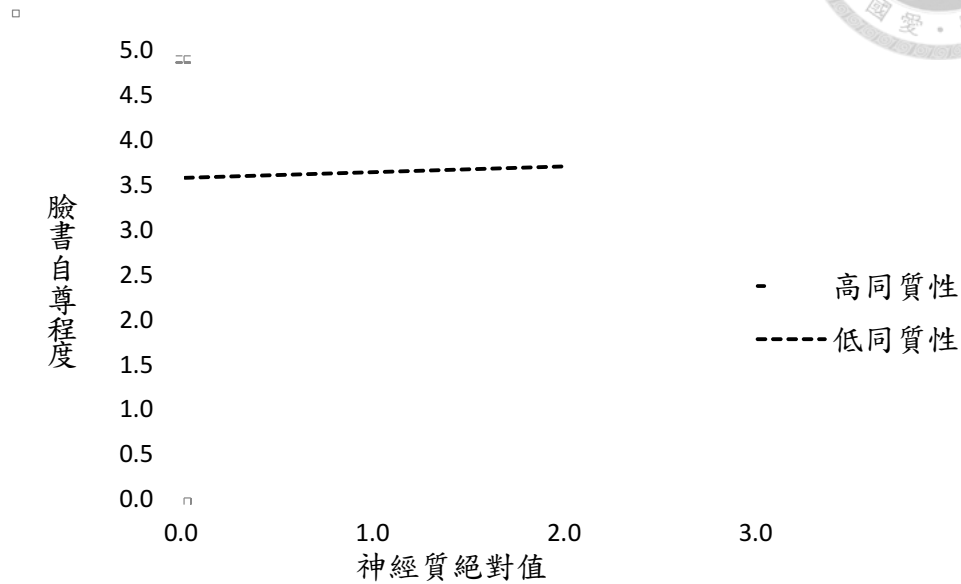


圖 4：臉書態度同質性對神經質差距絕對值與臉書自尊程度之調節效果

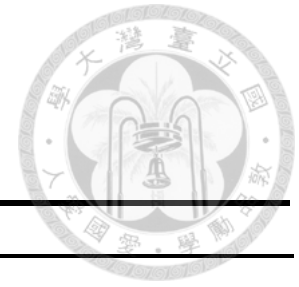


表 6 現實情境中的五大性格對現實幸福感之迴歸分析表

研究變項	現實情境				
控制變項					
性別	-.06	-.03	-.11	-.06	-.03
年齡	-.05	-.10	-.09	-.08	-.10
朋友數	-.09	.18*	.18*	.22*	.23**
預測變項					
外向性人格	.58**				
神經質人格		-.29*			
開放性人格			.26**		
嚴謹性人格				.03	
親和性人格					.21**
調節變項					
同質性	-.01	.14	.05	.11	.09
交互作用項					
外向性人格 X 同質性	.01				
神經性人格 X 同質性		.10			
開放性人格 X 同質性			-.13		
嚴謹性人格 X 同質性				-.09	
親和性人格 X 同質性					.13
$R^2$	.38	.17	.17	.09	.16
調整後 $R^2$	.36	.13	.14	.06	.12
$F$ 值	14.78	4.88	4.94	2.43	4.41
自由度	6, 142	6, 142	6, 142	6, 142	6, 142

\* $p < .05$ . \*\* $p < .01$ . † $p < .1$

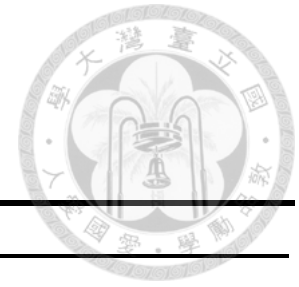


表 7 臉書情境中的五大性格對現實幸福感之迴歸分析表

研究變項	臉書情境				
控制變項					
性別	-.05	-.08	-.07	-.06	-.12
年齡	-.09	-.08	-.07	-.08	-.08
朋友數	.17*	.20*	.19*	.23*	.25**
預測變項					
外向性人格	.26**				
神經質人格		-.20*			
開放性人格			.17*		
嚴謹性人格				.05	
親和性人格					.27**
調節變項					
同質性	.04	.14*	.06	.12	.07
交互作用項					
外向性人格 X 同質性	.08				
神經性人格 X 同質性		.13			
開放性人格 X 同質性			-.18*		
嚴謹性人格 X 同質性				-.10	
親和性人格 X 同質性					.24**
$R^2$	.16	.15	.15	.10	.21
調整後 $R^2$	.13	.11	.12	.06	.18
$F$ 值	4.62	4.06	4.31	2.50	6.33
自由度	6, 142	6, 142	6, 142	6, 142	6, 142

\* $p < .05$ . \*\* $p < .01$ . † $p < .1$



表 8 現實情境與臉書情境中的五大性格差距對現實幸福感之迴歸分析表

研究變項	臉書與現實的差距				
控制變項					
性別	-.06	-.04	-.07	-.06	-.05
年齡	-.08	-.08	-.09	-.09	-.08
朋友數	.20*	.22**	.23**	.21*	.22*
預測變項					
外向性人格	-.23**				
神經質人格		.06			
開放性人格			-.11		
嚴謹性人格				.02	
親和性人格					.07
調節變項					
同質性	.13	.09	.11	.11	.11
交互作用項					
外向性人格 X 同質性	.11				
神經性人格 X 同質性		.12			
開放性人格 X 同質性			.13		
嚴謹性人格 X 同質性				.01	
親和性人格 X 同質性					.11
$R^2$	.15	.11	.10	.09	.10
調整後 $R^2$	.12	.07	.06	.05	.01
$F$ 值	4.31	2.61	2.96	2.22	2.57
自由度	6, 142	6, 142	6, 142	6, 142	6, 142

\* $p < .05$ . \*\* $p < .01$ . † $p < .1$



表 9 現實情境與臉書情境中的五大性格差距絕對值對現實幸福感之迴歸分析表

研究變項	臉書與現實的差距之絕對值				
控制變項					
性別	-.07	-.04	-.06	-.06	-.04
年齡	-.04	-.09	-.08	-.09	-.11
朋友數	.20*	.22*	.21*	.21*	.22*
預測變項					
外向性人格	.19*				
神經質人格		-.09			
開放性人格			.00		
嚴謹性人格				-.01	
親和性人格					-.10
調節變項					
同質性	.13	.09	.11	.11	.14
交互作用項					
外向性人格 X 同質性	-.12				
神經性人格 X 同質性		-.11			
開放性人格 X 同質性			.04		
嚴謹性人格 X 同質性				.01	
親和性人格 X 同質性					-.13
$R^2$	.13	.10	.09	.09	.11
調整後 $R^2$	.10	.06	.05	.05	.07
$F$ 值	3.66	2.69	2.25	2.21	2.79
自由度	6, 142	6, 142	6, 142	6, 142	6, 142

\* $p < .05$ . \*\* $p < .01$ . † $p < .1$

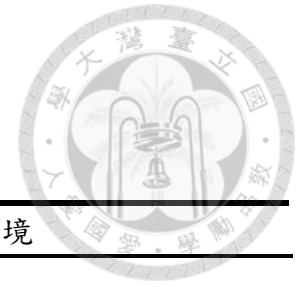


表 10 現實情境中的五大性格對臉書自主性之迴歸分析表

研究變項	現實情境				
控制變項					
性別	-.05	-.06	-.10	-.07	-.07
年齡	.05	.03	.03	.03	.04
朋友數	.09	.14 <sup>†</sup>	.13 <sup>†</sup>	.14 <sup>†</sup>	.15 <sup>†</sup>
預測變項					
外向性人格	.28**				
神經質人格		-.11			
開放性人格			.15 <sup>†</sup>		
嚴謹性人格				.07	
親和性人格					-.09
調節變項					
同質性	.27**	.35**	.30**	.33**	.34**
交互作用項					
外向性人格 X 同質性	.07				
神經質人格 X 同質性		.09			
開放性人格 X 同質性			-.13 <sup>†</sup>		
嚴謹性人格 X 同質性				.00	
親和性人格 X 同質性					.03
$R^2$	.23	.17	.19	.16	.16
調整後 $R^2$	.19	.14	.19	.16	.12
$F$ 值	6.94	4.89	5.67	4.34	4.46
自由度	6, 142	6, 142	6, 142	6, 142	6, 142

\* $p < .05$ . \*\* $p < .01$ . <sup>†</sup> $p < .1$

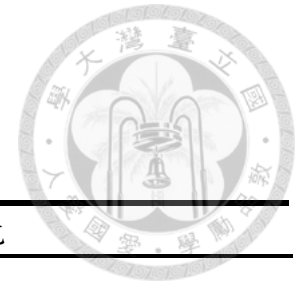


表 11 臉書情境中的五大性格對臉書自主性之迴歸分析表

研究變項	臉書情境				
控制變項					
性別	-.05	-.06	-.08	-.08	-.08
年齡	.04	.05	.05	.15	.03
朋友數	.10	.17*	.13	.13	.14 <sup>†</sup>
預測變項					
外向性人格	.29*				
神經質人格		.03			
開放性人格			.14 <sup>†</sup>		
嚴謹性人格				.10	
親和性人格					-.12
調節變項					
同質性	.26*	.34**	.29*	.32**	.36**
交互作用項					
外向性人格 X 同質性	.11				
神經質人格 X 同質性		.13 <sup>†</sup>			
開放性人格 X 同質性			-.14 <sup>†</sup>		
嚴謹性人格 X 同質性				.05	
親和性人格 X 同質性					-.06
$R^2$	.25	.17	.20	.16	.17
調整後 $R^2$	.22	.13	.16	.13	.13
$F$ 值	7.89	4.76	5.72	4.64	4.78
自由度	6, 142	6, 142	6, 142	6, 142	6, 142

\* $p < .05$ . \*\* $p < .01$ . <sup>†</sup> $p < .1$





表 12 現實情境與臉書情境中的五大性格差距對臉書自主性之迴歸分析表

研究變項	臉書與現實的差距				
控制變項					
性別	-.07	-.03	-.06	-.07	-.07
年齡	.03	.03	.04	.04	.03
朋友數	.15*	.16*	.15 <sup>†</sup>	.14 <sup>†</sup>	.15 <sup>†</sup>
預測變項					
外向性人格	.07				
神經質人格		.15 <sup>†</sup>			
開放性人格			.01		
嚴謹性人格				.06	
親和性人格					-.07
調節變項					
同質性	.33**	.31**	.33**	.32**	.33**
交互作用項					
外向性人格 X 同質性	.11				
神經質人格 X 同質性		.09			
開放性人格 X 同質性			-.06		
嚴謹性人格 X 同質性				.08	
親和性人格 X 同質性					-.09
$R^2$	.17	.17	.15	.16	.40
調整後 $R^2$	.13	.14	.12	.13	.16
$F$ 值	4.71	5.00	4.32	4.50	4.55
自由度	6, 142	6, 142	6, 142	6, 142	6, 142

\* $p < .05$ . \*\* $p < .01$ . <sup>†</sup> $p < .1$



表 13 現實情境與臉書情境中的五大性格差距絕對值對臉書自主性之迴歸分析表

研究變項	臉書與現實差距之絕對值				
控制變項					
性別	-.07	-.05	-.08	-.08	-.06
年齡	.06	.04	.04	.05	.03
朋友數	.14 <sup>†</sup>	.15*	.14 <sup>†</sup>	.15 <sup>†</sup>	.15 <sup>†</sup>
預測變項					
外向性人格	.06				
神經質人格		-.12			
開放性人格			.13		
嚴謹性人格				.09	
親和性人格					-.04
調節變項					
同質性	.34**	.31**	.35**	.34**	.33**
交互作用項					
外向性人格 X 同質性	-.09				
神經質人格 X 同質性		-.14			
開放性人格 X 同質性			.09		
嚴謹性人格 X 同質性				.01	
親和性人格 X 同質性					-.02
$R^2$	.16	.18	.18	.16	.15
調整後 $R^2$	.13	.15	.14	.12	.12
$F$ 值	4.58	5.21	5.01	4.44	4.27
自由度	6, 142	6, 142	6, 142	6, 142	6, 142

\* $p < .05$ . \*\* $p < .01$ . <sup>†</sup> $p < .1$

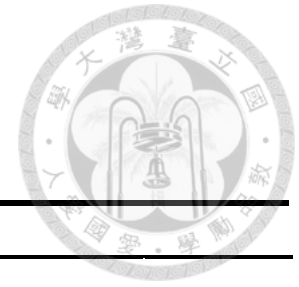


表 14 現實情境的五大性格對臉書自尊程度之迴歸分析表

研究變項	現實情境				
控制變項					
性別	-.03	-.05	-.06	-.05	-.04
年齡	.07	.06	.06	.07	.05
朋友數	.14 <sup>†</sup>	.19*	.19*	.21*	.21*
預測變項					
外向性人格	.26**				
神經質人格		-.02			
開放性人格			.03		
嚴謹性人格				.02	
親和性人格					.05
調節變項					
同質性	.21**	.27**	.27**	.28**	.28**
交互作用項					
外向性人格 X 同質性	.14 <sup>†</sup>				
神經性人格 X 同質性		-.05			
開放性人格 X 同質性			-.01		
嚴謹性人格 X 同質性				-.08	
親和性人格 X 同質性					.10
$R^2$	.22	.14	.14	.14	.15
調整後 $R^2$	.19	.10	.10	.11	.12
$F$ 值	6.69	3.84	3.78	3.95	4.20
自由度	6, 142	6, 142	6, 142	6, 142	6, 142

\* $p < .05$ . \*\* $p < .01$ . <sup>†</sup> $p < .1$

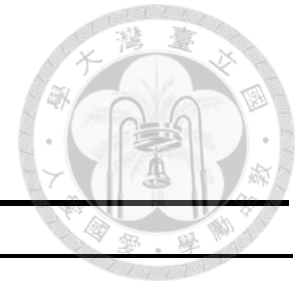


表 15 臉書情境中的五大性格對臉書自尊程度之迴歸分析表

研究變項	臉書情境				
控制變項					
性別	-.03	-.04	-.05	-.06	-.04
年齡	.05	.06	.05	.06	.06
朋友數	.15*	.23**	.20*	.21*	.21*
預測變項					
外向性人格	.28**				
神經質人格		.14 <sup>†</sup>			
開放性人格			-.03		
嚴謹性人格				.04	
親和性人格					.07
調節變項					
同質性	.20**	.26**	.28**	.28**	.26*
交互作用項					
外向性人格 X 同質性	.20*				
神經性人格 X 同質性		.05			
開放性人格 X 同質性			-.01		
嚴謹性人格 X 同質性				-.01	
親和性人格 X 同質性					.03
$R^2$	.27	.16	.14	.14	.14
調整後 $R^2$	.24	.12	.10	.11	.11
$F$ 值	8.68	4.40	3.78	3.89	3.92
自由度	6, 142	6, 142	6, 142	6, 142	6, 142

\* $p < .05$ . \*\* $p < .01$ . <sup>†</sup> $p < .1$



表 16 現實情境與臉書情境中的五大性格差距對臉書自尊程度之迴歸分析表

研究變項	臉書與現實的差距				
控制變項					
性別	-.06	-.01	-.07	-.06	-.05
年齡	.05	.05	.04	.06	.05
朋友數	.20*	.21**	.21*	.19*	.19*
預測變項					
外向性人格	.10				
神經質人格		.20*			
開放性人格			-.09		
嚴謹性人格				.04	
親和性人格					-.01
調節變項					
同質性	.28**	.25**	.28**	.27**	.27*
交互作用項					
外向性人格 X 同質性	.13 <sup>†</sup>				
神經性人格 X 同質性		.12			
開放性人格 X 同質性			.02		
嚴謹性人格 X 同質性				.05	
親和性人格 X 同質性					-.08
$R^2$	.16	.18	.15	.14	.14
調整後 $R^2$	.13	.14	.11	.10	.11
$F$ 值	4.56	5.14	4.01	3.87	3.95
自由度	6, 142	6, 142	6, 142	6, 142	6, 142

\* $p < .05$ . \*\* $p < .01$ . <sup>†</sup> $p < .1$



表 17 現實情境與臉書情境中的五大性格差距絕對值對臉書自尊程度之迴歸分析表

研究變項	臉書與現實差距之絕對值				
控制變項					
性別	-.05	-.01	-.06	-.05	-.05
年齡	.05	.05	.05	.06	.05
朋友數	.20*	.20*	.19*	.20*	.20*
預測變項					
外向性人格	-.03				
神經質人格		-.23**			
開放性人格			.12		
嚴謹性人格				.01	
親和性人格					-.04
調節變項					
同質性	.28**	.24**	.29**	.28**	.27**
交互作用項					
外向性人格 X 同質性	-.06				
神經性人格 X 同質性		-.16*			
開放性人格 X 同質性			.01		
嚴謹性人格 X 同質性				.00	
親和性人格 X 同質性					-.01
$R^2$	.14	.20	.15	.14	.14
調整後 $R^2$	.10	.17	.11	.10	.10
$F$ 值	3.88	5.96	4.19	3.76	3.81
自由度	6, 142	6, 142	6, 142	6, 142	6, 142

\* $p < .05$ . \*\* $p < .01$ . † $p < .1$

## 第三章 研究討論




### 第一節 綜合討論

#### 臉書與現實間的性格差距

由表 6 現實與臉書之間五大性格的  $t$  檢定結果看來，在外向性、神經質與開放性中，多數人在臉書上的性格展現事實上比在現實生活中更加保守，亦即較不外向、開放與神經質，親和性差距在兩個情境間沒有差距，嚴謹性也是臉書表現比現實生活更加嚴謹。這些結果與本研究一開始的假設相當不同，本研究原先認為臉書上的性格展現應該會因為網路自由、隔離的特性，而變得更容易塑造、更活躍。但可能是由於臉書已然成為這些人日常中都會使用的溝通工具，加上其不匿名的特性，一般使用者往往是與現實中認識的朋友結為臉書好友，臉書中的好友實際上是充斥著現實生活中的各種社交關係，例如：兄弟、姊妹、親戚、同學、同事，甚至是父母、上司等。在這樣的狀況下，個體會因為在臉書上必須同時面對各種社交關係的關注與壓力，因而更加限縮了使用者自由展現性格的空間，因而大多數人無法自在地展現出理想期望的高外向、低神經質與高開放性等特質，例如因為加了父母、上司、同事當好友，無法展現比較活潑、放縱與輕鬆的一面；反而是展現出自律、謹慎、有計畫、有責任感等更符合整個交友圈期待的保守或應然我性格。而親和性牽涉到對人友善、大方與樂於助人等特質，因而較不會因為社交圈的壓力而作改變，故現實與臉書的親和性差距不大。

#### 五大性格對幸福感的效果

在現實幸福感方面，現實情境與臉書情境的外向性、開放性與親和性皆與



現實幸福感呈現正向效果，而神經質為負向效果。現實部份的結果與先前五大性格與現實幸福感的研究結果類似，外向性、開放性與親和性高皆能帶來正面影響，神經質高的個體則幸福感較低。臉書部分則先前針對五大性格與社交網路的研究結果雷同（Amichai-Hamburger & Vinitzky, 2010；McElroy et al., 2007；Ong et al., 2011），例如外向性高的個體可能會因為朋友數較高而帶來較好的幸福感，而在臉書上展現正向性格似乎也與現實幸福感具有正向的關係。

在臉書自主性與自尊程度方面，臉書情境與現實情境的外向性皆具有正向效果，可能在現實中或臉書上展現高外向性格的個體，其性格較能在臉書上自由地表達自己的想法、情緒，也能夠在臉書上獲得自尊提升或保護的效果，而帶來較好的自主性、自尊程度。

## 臉書與現實性格差距對幸福感的影響

### 對現實幸福感的影響

從現實與臉書性格差距對現實幸福感的影響效果來看，外向性格差距對個體現實幸福感會有直接的負面影響，符合 Higgins（1987）所提出的自我差距理論觀點之結果。由於外向性格是使用社交網路時非常重要的一項性格，所以當臉書外向性較高時，可能類似先前研究結果（Bessière et al., 2007；Lawson, 2000），是個體在網路上展現的部分理想我，所以當少部分個體其臉書外向性展現比現實更高時，代表個體的理想我與真實我差距較大，因而其現實幸福感會因為現實我距離理想我差距較遠因而較低。換言之，個體在認知到現實與臉書我的差異存在時，若無法在現實生活中提升現實的自我展現，或者臉書的自我展現與現實相比太過外向時，個體自身的現實幸福感是偏低的。

不過，對大部分人來說，臉書上的自我性格展現多為應然我，因而在臉書上各種關係的壓力下，個體被期待展現出較保守的性格。所以，當個體在臉書上展現出符合社會各方期待較為保守的外向性格時，雖然造成臉書我與應然我的差距，但卻導致個體的現實幸福感較高，這或許就是以絕對值差距為預測變



項時所帶來的結果。



### 對臉書幸福感的影響

在臉書與現實的性格差距對臉書幸福感的影響中，本研究發現在臉書的自主性感受上，臉書比現實神經質性格差距越大越高，個體臉書的自主性越高；同樣在臉書的自尊程度上，臉書比現實神經質性格差距越大越高，其臉書的自尊程度越高。由於屬於高神經質的個體比較敏感而容易在現實生活中感受與周遭環境格格不入或感受到壓力，由於網路上具有身分彈性與有限感官的特性，因而可能會想要在網路上呈現比現實更吸引人的自己（McElroy et al., 2007），並相信臉書是他/她與其他人建立關係的機會（Judge, Erez, Bono, & Thoresen, 2002）。如 Amichai-Hamburger、Wainapel 及 Fox（2002）就發現高神經質的個體會將其「真實」的自我建立在網路中，並能從網路中得到所期待的滿足感。所以本研究認為高神經質的個體在臉書上更易展現自己神經質之相關行為，滿足現實所沒法滿足的需求。因此與現實生活的感受相比，在臉書上知覺到自主性及自尊感的正面感受就較為強烈。

### 臉書態度同質性對幸福感的影響

研究者認為臉書態度同質性是有關個體與他人之間的互動與回饋，並且與他人之間的類似程度有很大的影響。高同質性的個體會認為自己與其他人十分類似，而他人給予個體的回饋也具有一致性，並且其他人之間也具有高度相似性。在這樣的狀況下，個體可能會感受到歸屬感。Gangadharbatla（2008）就發現歸屬感需求（Needs to belong）是個體使用臉書的動機之一，所以臉書態度同質性可能是經由歸屬感來給予個體正面的感受。在本研究中，可以發現臉書態度同質性對現實幸福感沒有作用效果，然而對臉書上的兩種指標：臉書自主性與自尊程度皆有正面效果。過去並沒有多少這方面相關的研究結果，本研究的結果與解釋可作為未來相關主題研究的參考。



## 臉書態度同質性的調節效果

### 臉書態度同質性在五大性格對幸福感中的調節作用

臉書態度同質性在臉書開放性與現實幸福感之間具有調節效果，低同質性組斜率達到顯著，高同質性組則未達顯著。也就是說，在低臉書態度同質性的狀況下，臉書上的開放性越高，個體的現實幸福感也越高。由於高開放性的個體喜歡嘗試新的事物、樂於接受新的挑戰，當這樣的人處在低臉書態度同質性中時，由於眾人的想法很多元，臉書上充滿各種出乎意料的事物，或許這樣的環境能為高開放性的個體帶來正面感受，提升其現實幸福感。

臉書態度同質性也在臉書親和性與現實幸福感之間具有調節效果，高同質性組的斜率達到顯著，低同質性則未達顯著。在高臉書態度同質性的狀況下，個體在臉書上的親和性越高，其現實幸福感也就越高。高親和性的個體對人友善、相信他人，並且對人抱持積極看法。當處在他人的想法、態度與自身類似，他人所給予的回饋一致性也相對較高的環境時，高親和性特質或許可以讓個體從他人之處獲得更多的正向回饋，進而提升自己的現實幸福感。

### 臉書態度同質性在性格差距對臉書幸福感中的調節作用

在臉書與現實之間的神經質差距絕對值與臉書自尊程度中，臉書態度同質性也具有調節效果，在高同質性組中的斜率達到顯著效果，低同質性組則未達顯著。當處在想法、態度高度相似的臉書群組中時，相較於現實情境，高神經質的個體可能會將這個環境視為可以安全進行社交互動的空間，進而去表現出現實所不敢表現的自己，滿足現實所無法滿足的需求，進而提升其在臉書上的自尊程度。




## 第二節 研究貢獻

本研究的貢獻有二：首先，本研究經由性格量表捕捉到了自我性格展現在現實情境與臉書情境之間的差別，過去有許多研究探討網路遊戲情境與現實之間的性格差距造成的影響，但是目前尚未有針對臉書與現實性格差距所作的研究，所以本研究探討了臉書與現實之間差異的影響效果，發現兩者之間的性格差距越大，對個體的幸福感受越不好。其次，本研究藉由臉書頁面的態度同質性來試圖捕捉「同溫層」效果，「同溫層」效果在現在社交網路蓬勃發展的狀況下日漸嚴重，許多言論只存在同一類型的生活圈、交友圈，導致個體無法客觀地獲取外界訊息，進而影響判斷（Bakshy, Messing, & Adamic, 2015；Holone, 2016）。本研究發現臉書上態度趨向高度同質時，個體因自我差距對個體幸福感的影響效果會具有調節效果，不論它是在現實幸福感或是在臉書幸福感上皆具有其影響效果。

另外，有別於現在的網路研究多採用大數據的方式進行，本研究採用傳統問卷方式測量個體的主觀感受，雖然樣本數量遠遠比不上大數據探究可獲得的數量，但是卻是從理論觀點出發來探究研究假設預測背後的機制與成因，而這是目前大數據研究較無法與傳統心理學問卷研究相比擬的地方。

## 第三節 研究限制與未來發展方向

本研究採用問卷法的方式進行，其限制有二：首先，臉書使用者眾多，組成也很複雜，本研究單從 Ptt 批踢踢實業坊之問卷版收集樣本，可能會有樣本不夠具代表性的問題，無法反映推論到各年齡層、生活型態的使用者身上，未來相關研究可以針對特定族群來調查該族群的狀況，或是分別調查各個族群的狀況來探討是否本研究所發現的現象是否為普同性的現象，以避免僅使用單一族群推斷其他族群可能發生的誤差狀況。由於本研究其中一個對個體臉書自我



展現的推想為理想我，但在本次樣本結果中並未獲得證實。若考慮到不同年齡層的發展狀況，可能在國、高中生階段，個體在臉書上不會有太多層的社交關係，加上同儕間的比較、競爭，凸顯自我比符合社會期待重要時，可能就會發生本研究假設的臉書性格會比現實活躍的情況，所以不同年齡層的使用習慣會是未來可以深入探討的目標之一。其次，本研究屬自陳式量表，加上網路匿名與隔離的特性，並不能直接確認受試者的填答認真程度，僅能從後續的資料中剔除無法使用的樣本，未來研究或許可以尋找更好的管道或是作答方式來解決此項問題。

另外，在研究方法上，本研究另有三個問題值得注意：首先，本研究所使用的臉書幸福感量表，原始量表原有三個構念，然而本研究只抽取出兩個構念，並且此二構念並不完全對應於原始量表中的三個構念。其中臉書自尊構念題目與題意並不夠完整，後續研究希望能夠找到更好的臉書幸福感指標，也許效果會更加明顯。其次，臉書幸福感與現實幸福感非完全獨立之面向，即個體在臉書上獲得幸福感後，這樣的正面感受有可能連帶提升其現實的幸福。往後是否能有更好的區分方式，還需要進一步深入探討。最後，本研究所探討的性格變項至幸福感之間，仍存有許多其他變數的影響，如臉書上的現實朋友、社會比較、從眾、年齡、使用習慣等影響，導致個體在臉書上的行為充滿更複雜的變化，解釋上也需要更詳細的說明，未來研究可以針對特定的性格作更深入的探討，以了解特定的性格差距至幸福感之間更具體的心理運作機制。

研究者相信臉書態度同質性就是現在引發眾多討論的「同溫層」效果，許多人開始注意到自身周圍的意識形態的單一性，並且藉由觀察到社會其他不同聲音而發現自己處在「同溫層」中，只接收到單一價值觀的資訊與想法，無法客觀的面對社會中的其他人事物，漸漸引起社會各階層、團體之間的對立與衝突，所以「同溫層」效果其實是目前網路世界中，非常值得深入探討的議題。而「同溫層」效果可能包括很多議題，例如種族、國家、黨派、男女、年齡、意識形態等，都可能成為「同溫層」。本研究僅探討了臉書上四種功能中的態

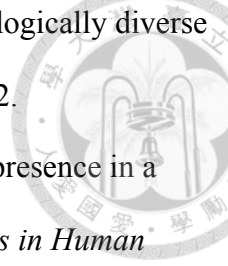
度同質性，它只是「同溫層」效果中的冰山一角，未來研究可以持續對各種「同溫層」進行探討，了解各種「同溫層」對個體帶來的各種可能影響。



## 參考文獻



- 李仁豪 (2014)。「BFI 人格量表中文文化及相關五大人格特質量表信效度研究」。行政院國家科學委員會專題研究成果報告 (編號: NSC 102-2410-H-040-009-SSS), 未出版。
- 陸洛 (1998)。中國人幸福感之內涵, 測量及相關因素探討。「國家科學委員會研究彙刊: 人文及社會科學」, 8, 115-137.
- 陸洛、黃茂丁、高旭繁 (2005)。工作與家庭的雙向衝突: 前因, 後果及調節變項之探討。「應用心理研究 (台灣)」, 27, 133-166。
- 曾文志 (2007)。大學生對美好生活的常識概念與主觀幸福感之研究。「教育心理學」, 38, 417-441。
- Aiken, L. S., & West, S. G. (1991). *Multiple Regression: Testing and Interpreting Interactions*. Newbury Park, CA: Sage.
- Allport, G. W. (1937). *Personality: A psychological interpretation*. New York, NY: Henry Holt and Company.
- Amichai-Hamburger, Y., Wainapel, G., & Fox, S. (2002). "On the Internet no one knows I'm an introvert": Extroversion, neuroticism, and Internet interaction. *Cyberpsychology & Behavior*, 5, 125-128.
- Amichai-Hamburger, Y., Kaplan, H., & Dorpatcheon, N. (2008). Click to the past: The impact of extroversion by users of nostalgic websites on the use of Internet social services. *Computers in Human Behavior*, 24, 1907-1912.
- Amichai-Hamburger, Y., & Vinitzky, G. (2010). Social network use and personality. *Computers in Human Behavior*, 26, 1289-1295.
- Amiel, T., & Sargent, S. L. (2004). Individual differences in Internet usage motives. *Computers in Human Behavior*, 20, 711-726.

- 
- Bakshy, E., Messing, S., & Adamic, L. A. (2015). Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook. *Science*, *348*(6239), 1130-1132.
- Behm-Morawitz, E. (2013). Mirrored selves: The influence of self-presence in a virtual world on health, appearance, and well-being. *Computers in Human Behavior*, *29*, 119-128. doi: 10.1016/j.chb.2012.07.023
- Bessière, K., Seay, A. F., & Kiesler, S. (2007). The ideal elf: Identity exploration in world of warcraft. *CyberPsychology & Behavior*, *10*, 530-535. doi: 10.1089/cpb.2007.9994
- Biocca, F., Levy, M. R., & Lawrence, J. (1997). Communication in the age of virtual reality. *Psychocritiques*, *42*(2), 170.
- Block, J. (1961). Ego identity, role variability, and adjustment. *Journal of Consulting Psychology*, *25*(5), 392.
- Butt, S., & Phillips, J. G. (2008). Personality and self-reported mobile phone use. *Computers in Human Behavior*, *24*, 346-360.
- Courtois, C., Van Looy, J., De Vocht, M., & De Marez, L. (2011). *Self-discrepancy and MMORPGs: Testing the moderating effects of avatar identification and pathological gaming in world of warcraft*. Paper presented at the International Conference on the Social Aspects of Digital Gaming. Stuttgart, Germany
- Crowe, N. (2010). 'It's like my life but more, and better!' - Playing with the Cathay Shark Girls: MMORPGs, young people and fantasy-based social play. *International Journal of Adolescence and Youth*, *16*(2), 201-223.
- Donahue, E. M., Robins, R. W., Roberts, B. W., & John, O. P. (1993). The divided self: concurrent and longitudinal effects of psychological adjustment and social roles on self-concept differentiation. *Journal of Personality and Social Psychology*, *64*, 834.
- Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and

- scholarship. *Journal of Computer- Mediated Communication*, 13, 210-230.
- Freud, S. (1920). *A General Introduction to Psychoanalysis*. New York, NY: Boni and Liveright.
- Gangadharbatla, H. (2008). Facebook me: Collective self-esteem, need to belong, and internet self-efficacy as predictors of the iGeneration's attitudes toward social networking sites. *Journal of Interactive Advertising*, 8, 5-15.
- Guadagno, R. E., Okdie, B. M., & Eno, C. A. (2008). Who blogs? Personality predictors of blogging. *Computers in Human Behavior*, 24, 1993-2004.
- Higgins, E. T. (1987). Self-discrepancy: A theory relating self and affect. *Psychological Review*, 94, 319-340. doi: 10.1037/0033-295X.94.3.319
- Holone, H. (2016). The filter bubble and its effect on online personal health information. *Croatian Medical Journal*, 57, 298.
- John, O. P., & Srivastava, S. (1999). The Big Five trait taxonomy: History, measurement, and theoretical perspectives. In L. A. Pervin & O. P. John (Eds.), *Handbook of Personality: Theory and Research* (2nd ed., pp. 102–138). New York, NY: Guilford Press.
- Judge, T. A., Erez, A., Bono, J. E., & Thoresen, C. J. (2002). Are measures of self-esteem, neuroticism, locus of control, and generalized self-efficacy indicators of a common core construct. *Journal of Personality and Social Psychology*, 83, 693-710.
- Lawson, K. (2000). Beyond corporeality: The virtual self in postmodern times. *Journal of Psychological Practice*, 6(1), 35-43.
- McCrae, R. R., & Costa Jr, P. T. (1997). Personality trait structure as a human universal. *American Psychologist*, 52, 509.
- McElroy, J. C., Hendrickson, A. R., Townsend, A. M., & DeMarie, S. M. (2007). Dispositional factors in internet use: Personality versus cognitive style. *MIS*



*Quarterly*, 31, 809-820.

Oh, H. J., Ozkaya, E., & LaRose, R. (2014). How does online social networking enhance life satisfaction? The relationships among online supportive interaction, affect, perceived social support, sense of community, and life satisfaction. *Computers in Human Behavior*, 30, 69-78.

Ong, E. Y., Ang, R. P., Ho, J. C., Lim, J. C., Goh, D. H., Lee, C. S., & Chua, A. Y. (2011). Narcissism, extraversion and adolescents' self-presentation on Facebook. *Personality and Individual Differences*, 50, 180-185.

Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the Internet is hiding from you*. London, UK: Penguin.

Pedersen, D. M. (1997). Psychological functions of privacy. *Journal of Environmental Psychology*, 17, 147-156.

Rogers, C. R. (1961). *On becoming a person-A psychotherapists view of psychotherapy* (Vol. 2004 ed.). London, UK: Constable.

Ross, C., Orr, E. S., Sisic, M., Arseneault, J. M., Simmering, M. G., & Orr, R. R. (2009). Personality and motivations associated with Facebook use. *Computers in Human Behavior*, 25, 578-586.

Sheldon, K. M., Ryan, R. M., Rawsthorne, L. J., & Ilardi, B. (1997). Trait self and true self: Cross-role variation in the Big-Five personality traits and its relations with psychological authenticity and subjective well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 73, 1380.

Suh, A. (2013). The influence of self-discrepancy between the virtual and real selves in virtual communities. *Computers in Human Behavior*, 29, 246-256. doi: DOI 10.1016/j.chb.2012.09.001

Suler, J. R. (2000). Psychotherapy in cyberspace: A 5-dimensional model of online and computer-mediated psychotherapy. *CyberPsychology and Behavior*, 3,



151-159.

Yee, N., Bailenson, J. N., & Ducheneaut, N. (2009). The Proteus effect: Implications of transformed digital self-representation on online and offline behavior.

*Communication Research*, 36, 285-312. doi: 10.1177/0093650208330254



## 附錄



請問您認為您在現實中是怎麼樣的一個人？  
 或者您覺得您表現出哪些特質？現實中的他人怎麼看待您？  
 請依照您在現實生活中的情況，回答以下的敘述是否符合。

	非 常 不 符 合	不 符 合	普 通	很 符 合	非 常 符 合
1. 我是健談的人	1	2	3	4	5
2. 充滿活力的人	1	2	3	4	5
3. 有果決個性的人	1	2	3	4	5
4. 有時會害羞、退縮的人	1	2	3	4	5
5. 喜歡外出、好社交的人	1	2	3	4	5
6. 傾向挑人毛病的人	1	2	3	4	5
7. 樂於助人且無私的人	1	2	3	4	5
8. 會開啟與他人爭執的人	1	2	3	4	5
9. 寬容的人	1	2	3	4	5
10. 容易信賴他人的人	1	2	3	4	5
11. 對他人冷漠及疏離的人	1	2	3	4	5
12. 對他人體貼且仁慈的人	1	2	3	4	5
13. 會粗魯對待他人的人	1	2	3	4	5
14. 有點粗心的人	1	2	3	4	5
15. 較沒有條理組織的人	1	2	3	4	5
16. 做事有效率的人	1	2	3	4	5
17. 會訂計畫並依計畫執行的人	1	2	3	4	5
18. 憂鬱的人	1	2	3	4	5
19. 放鬆的，善於處理壓力的人	1	2	3	4	5
20. 擔心很多的人	1	2	3	4	5
21. 情緒不穩定的人	1	2	3	4	5
22. 容易感到緊張的人	1	2	3	4	5
23. 會創新、有新想法的人	1	2	3	4	5
24. 會對許多不同事物感到好奇的人	1	2	3	4	5
25. 聰明的、會深思的人	1	2	3	4	5

	非常 不符合	不 符合	普 通	很 符合	非 常 符合
26. 具有生動想像力的人	1	2	3	4	5
27. 有創造力的人	1	2	3	4	5
28. 重視藝術及美學經驗的人	1	2	3	4	5
29. 喜歡思考、常有想法的人	1	2	3	4	5
30. 懂得藝術、音樂和文學的人	1	2	3	4	5

### 性格特質量表（臉書情境）

請問您認為您自己在臉書上是怎麼樣的一個人？  
 或者您覺得你表現出來哪些特質？Facebook上的他人是怎麼看待您？  
 請依照您在現實生活中的情況，回答以下的敘述是否符合

	非 常 不 符 合	不 符 合	普 通	很 符 合	非 常 符 合
1. 在臉書中，我是健談的人	1	2	3	4	5
2. 在臉書中，我是充滿活力的人	1	2	3	4	5
3. 在臉書中，我是有果決個性的人	1	2	3	4	5
4. 在臉書中，我是有時會害羞、退縮的人	1	2	3	4	5
5. 在臉書中，我是喜歡外出、好社交的人	1	2	3	4	5
6. 在臉書中，我是傾向挑人毛病的人	1	2	3	4	5
7. 在臉書中，我是樂於助人且無私的人	1	2	3	4	5
8. 在臉書中，我是會開啟與他人爭執的人	1	2	3	4	5
9. 在臉書中，我是寬容的人	1	2	3	4	5
10. 在臉書中，我是容易信賴他人的人	1	2	3	4	5
11. 在臉書中，我是對他人冷漠及疏離的人	1	2	3	4	5

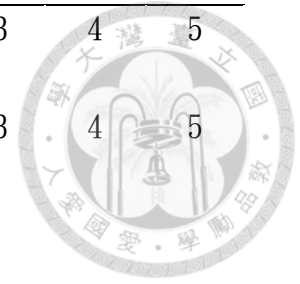
	非常 不符合	不 符合	普 通	很 符 合	非 常 符 合
12. 在臉書中，我是對他人體貼且仁慈的人	1	2	3	4	5
13. 在臉書中，我是會粗魯對待他人的人	1	2	3	4	5
14. 在臉書中，我是有點粗心的人	1	2	3	4	5
15. 在臉書中，我是較沒有條理組織的人	1	2	3	4	5
16. 在臉書中，我是做事有效率的人	1	2	3	4	5
17. 在臉書中，我是會訂計畫並依計畫執行的人	1	2	3	4	5
18. 在臉書中，我是個憂鬱的人	1	2	3	4	5
19. 在臉書中，我是放鬆的，善於處理壓力的人	1	2	3	4	5
20. 在臉書中，我是會擔心很多的人	1	2	3	4	5
21. 在臉書中，我是情緒不穩定的人	1	2	3	4	5
22. 在臉書中，我是容易感到緊張的人	1	2	3	4	5
23. 在臉書中，我是會創新、有新想法的人	1	2	3	4	5
24. 在臉書中，我是會對許多不同事物感到好奇的人	1	2	3	4	5
25. 在臉書中，我是聰明的、會深思的人	1	2	3	4	5
26. 在臉書中，我是具有生動想像力的人	1	2	3	4	5
27. 在臉書中，我是有創造力的人	1	2	3	4	5
28. 在臉書中，我是重視藝術及美學經驗的人	1	2	3	4	5
29. 在臉書中，我是喜歡思考、常有想法的人	1	2	3	4	5
30. 在臉書中，我是懂得藝術、音樂和文學的人	1	2	3	4	5

請選出最符合您在臉書上使用狀況的選項



	非常 不 符 合	不 符 合	普 通	很 符 合	非 常 符 合
<b>貼文</b>					
1. 我的貼文立場與其他朋友們的貼文立場很類似	1	2	3	4	5
2. 我的貼文內容與其他朋友們的貼文內容很類似	1	2	3	4	5
3. 朋友們之間的貼文立場都很類似	1	2	3	4	5
4. 朋友們之間的貼文內容都很類似	1	2	3	4	5
<b>回應</b>					
5. 朋友們對我貼文的回應立場都很類似	1	2	3	4	5
6. 朋友們對我貼文的回應內容都很類似	1	2	3	4	5
<b>分享</b>					
7. 朋友們分享的人事物立場都很類似	1	2	3	4	5
8. 朋友們分享的人事物內容都很類似	1	2	3	4	5
<b>讚</b>					
9. 朋友們按讚的人事物立場都很類似	1	2	3	4	5
10. 朋友們按讚的人事物內容都很類似	1	2	3	4	5
<b>臉書使用狀況</b>					
11. 我在臉書上的資料都與我現實狀況相符	1	2	3	4	5
12. 我與臉書上的朋友們大部分都在現實中認識	1	2	3	4	5
13. 我與臉書上的朋友們大部分都在網路中認識	1	2	3	4	5
14. 臉書上使用的名字是您的真實姓名嗎？	1	2	3	4	5
15. 臉書上使用的大頭貼是您的真實照片嗎？	1	2	3	4	5
16. 我在臉書上的資料都與我現實狀況相符	1	2	3	4	5

17. 我與臉書上的朋友們大部分都在現實中認識	1	2	3	4	5
18. 我與臉書上的朋友們大部分都在網路中認識	1	2	3	4	5
19. 平均一天使用臉書多少小時					
20. 平均大約多久開啟臉書一次					
21. 臉書上的朋友數量					



請選出最符合您目前生活狀況的選項

	非常 不符 合	不 符 合	普 通	很 符 合	非 常 符 合
1. 我喜歡我的生活	1	2	3	4	5
2. 我覺得生命有意義、有目標	1	2	3	4	5
3. 我的工作能帶給我成就感	1	2	3	4	5
4. 過去生活中發生的事情大多是愉快的	1	2	3	4	5
5. 我覺得快樂	1	2	3	4	5
6. 我對現在生活中的事情感到滿意	1	2	3	4	5
7. 我感到有活力	1	2	3	4	5
8. 我對未來感到樂觀	1	2	3	4	5
9. 我有時感到喜悅興奮	1	2	3	4	5
10. 我能理解生活的意義	1	2	3	4	5

請選出最符合您目前使用臉書的狀況的選項



	非常 不 符 合	不 符 合	普 通	很 符 合	非 常 符 合
1. 在臉書中，我認為我可以在他人的言語當中保護自我	1	2	3	4	5
2. 在臉書中，我認為我可以從不好的經驗中恢復	1	2	3	4	5
3. 在臉書中，我認為我可以逃離外在世界	1	2	3	4	5
4. 在臉書中，我認為我可以建立自尊	1	2	3	4	5
5. 在臉書中，我認為我可以自由的表達自己的情緒	1	2	3	4	5
6. 在臉書中，當我生氣或憤怒的時候會表現出來	1	2	3	4	5
7. 在臉書中，我認為我可以決定自己想成為什麼	1	2	3	4	5
8. 在臉書中，我認為我可以嘗試新的行為	1	2	3	4	5
9. 在臉書中，我認為我可以從事有創意的活動	1	2	3	4	5
10. 在臉書中，我認為我可以打破一些社會規範	1	2	3	4	5
11. 在臉書中，我認為我可以卸下內心的壓抑	1	2	3	4	5