

# 線上自我與線下自我的平衡： BBS 版主自我肯定初探

李孟壕

元智大學資訊社會學研究所

E-mail: s897906@mail.yzu.edu.tw

## 摘要

本研究嚐試以線上為主體的思考，觀察版主線上的活動如何與線下的自我連結？研究對象為台灣大學院校 BBS 站台版主，使用網路問卷調查法，總計回收有效問卷 349 份。調查中探討版主情感性關係與工具性關係如何影響其線上的自我肯定，並援用「自我肯定理論」，觀察版主線上自我肯定與線下自我肯定如何在「自我系統」運作的情形，研究結果發現，情感性關係與工具性關係的增加，皆會對線上自我肯定增強。然而，當線上自我肯定增強，線下自我肯定變弱時，版主會對線上和線下的自我產生認知上的失調，因此版主會經由肯定其線上的表現來維持自我系統的平衡；反之，當線上自我遭受威脅時，版主會以提昇線下的自我肯定以維護自我系統。

**關鍵字：**電子佈告欄、情感性關係、工具性關係、自我系統、自我肯定

[收稿] 2001/12/19; [初審]2002/1/2; [接受刊登]2002/1/16

## 壹、研究動機與目的

社會中的角色、地位、權力等可以將人們區分成不同的區塊，在 BBS 裡，這些不同的區塊同樣被區分出來。BBS 的角色主要可以分為管理者、版主與一般的使用者，人數則為管理者最少，版主次之，最多的是使用者，過去的研究多針對使用者進行探討，但是對維持 BBS 社會秩序的版主或管理者的研究卻是闕如的，但是由於管理者的人數過少而且與一般使用者互動的機率較版主少，因此本研究以版主為研究對象，試圖瞭解版主是否會因為其角色所賦予的科技權力，成為驅力以達成其目標<sup>1</sup>。並援用自我肯定的概念做為版主驅力的目標，欲觀察版主在異質的網路空間裡，是否會因為科技權力的驅力令其在線上悠游時自我肯定提昇？或者只是因為與人際資源的驅力而獲致自我肯定的增加？研究根據「自我肯定理論」，將自我肯定伴隨的自尊分為線上與線下的不同面向，嘗試瞭解當版主經由線上特殊情境造成線上自尊威脅時，是否會以線下的自尊補償線上自尊的威脅以平衡自我系統(self system)，讓自我系統呈現一個穩定的狀態。

## 貳、文獻探討

### 虛擬空間的社會階層

過去社會學談社會階層(social stratification)時通常是指社會裡成員因財富、權力或聲望等不同而被安排在不同層次的地位或團體，換句話說，社會階層是社會不平等的表現(蔡文輝，1997)，然而這樣的社會秩序卻是穩定社會的關鍵，韋伯(Webber)也認為，層級(hierarchy)中愈高的層級，其階級與權威也隨著增加，層級是由職務所組成，威權乃建立在職務之上(Jordon, 1999)。而網路社會呢？這樣的社會秩序是否也因應存在呢？過去針對 MUD(Multiple-User Dialogue)的研究裡發現，MUD 也有社會層級(Bruckman, 1992)，通常一般的使用者稱

---

<sup>1</sup> Argyle(1981)認為大部分的社會行為都是有目標的，而這些目標則與人們的需要及其他驅力有關。

為「玩家」，較高層的稱為「巫師」，最高層的為「神」，而這樣的職務角色與功能也的確成為穩定 MUD 規範的重要因素(Curtis, 1997)。

MUD 在台灣雖然也有玩家傾心，然而台灣網路社會迥異於美國在於 BBS 為台灣網路發展史上特殊的文化現象(黃慧櫻, 1997)。可是網路環境不僅僅只有一種框架，不同的情境之下，人與情境會產生不同的交互作用，這樣不同的網路環境基本特質，會影響網民在這些環境裡不同的行為表現(Wallace, 1999)，所以台灣網路文化所形塑的 BBS 環境的確有研究之必要。BBS 的社會裡，主要可以分為管理者、版主與使用者，可是最大的兩個族群為使用者與版主，由於版主所具有的權利與義務與使用者不同，具備了「合法性」的權力來源，因此系統所給予的資源是造成版主負擔，亦或會對其自我認知有所裨益，此乃本研究之目的。

### 虛擬空間的驅力

一般的 BBS 版面，版主這個職務是「無給職」的，意即沒有定時的實質回饋(譬如金錢、物品.....)，可是版主們卻還願意在參與使用之外，花時間在討論區的經營與精華區的編排上(附錄一)。究竟是什麼樣的動力促使版主願意撥出時間來經營？版主虛擬社會行為的驅力到底為何？黃光國(1985)使用資源分配與資源請託的概念解釋現實生活人際之間的社會交易，這樣的交易過程可能是版主驅力的來源之一，其來源可分為三大類：1.情感性關係(expressive ties)、2.工具性關係(instrumental ties)、3.混合性關係(mixed ties)。情感性關係以關愛、安全感、歸屬感為基礎，工具性關係以功利性的需求為基礎，混合性關係則是將情感性與工具性混合使用。韓佩凌(2000)歸納國內 BBS 站使用動機的研究，發現「資訊的獲得」與「社交」為這些動機研究裡所共同擁有的，另外，林敬堯與李孟壕(2001)則使用 Sahay 時空分析的觀點(time-space analysis)來詮釋屏東科技大學學生網路使用動機與網路社會想像的關聯，其中上網的動機則分別為「資訊取得」與「社交娛樂」。因此本研究則將重心放在動機的情感性關係與工具性關係，由於版主本身的權利與義務與其他使用者不同，因此再將版

主角所能擁有的科技權力(系統資源)放入工具性關係考量，並以過去針對 BBS 使用者所做的人際關係特質研究做為情感性關係的基礎，稍後將提出為何以使用者的驅力做為論述來源。

### 虛擬真實的人際關係

BBS 的文化裡，版主通常亦是較常 Talk 的使用者(王燦槐，羅慧筠，1997)，版主的必要資格也大多與上網的頻率或 POST 文章數目有關(附錄一)，所以版主其實是從一般的使用者過渡到版主的職位。過去針對 BBS 的人際關係研究裡，大多以使用者為取向進行探討，並進一步探究其間的關係。王燦槐與羅慧筠的研究中指出，BBS 迷在 BBS 的互動上比非 BBS 迷更容易建立起線上(on-line)的人際關係，並且覺得線上的人際關係是真實的。吳妹蓀(1999)以虛擬人際關係中「虛擬關係」的發展比對真實社會人際關係，結果發現在 CMC 的特殊環境下(譬如缺乏社會線索、暫時性的關係...)，會呈現出接近於真實社會人際關係的關係內容，羅家德與葉勇助(1999)對大學生線上線下的人際網絡研究中也直指，行動者的情感網絡其實是線下(off-line)往線上(on-line)的延伸，現實網絡中行動者的特徵，也會在線上(on-line)展現。

因此我們可以發現，雖然 BBS 有著異質空間的特質，然而在人際關係的建立上傾向於是真實社會的映射。

這些人際關係有什麼特質呢？梁朝雲針對元智大學教職員研究中發現，超過八成的學生會在 BBS 上與同學分享熱門話題、個人興趣與討論課業。吳齊殷(1998)指出，在虛擬社群裡，即使從未謀面，社群成員也可能因為此間的趣味相投、志同道合，逐漸發展出「友誼」、「伙伴」、甚至「情侶」、「配偶」等原本只有在真實社會中，面對面互動、溝通才能建立起來的「默契」或「親密關係」。「陌生」的成員之間不但可以交換訊息、互通有無，也能從中獲取「社會支持」與「歸屬感」，甚至是「自我認同」。Wellman 則認為網路社群提供成員友誼、社會支持、資訊及歸屬感(Wellman, 1996; 2000)。朱美慧(2000)也指出網路上的行為可區分為工具性行為、積極社交的行為、

自我肯定的行為、資訊性的行為、玩樂性的行為、逃避性社交的行為、虛擬性愛的行為。

然而對網路負面影響的論述指出，網際網路的使用者減少面對面的社會溝通，並且將社會關係中的強連帶置換成弱連帶(Kraut et al., 1998)。這些負面的影響混合著在網路上被忽略的一群人，譬如在 MUD 或者在討論區、聊天室裡，個體破壞團體的規範(離題、灌水、濫用資源.....)或是因為網路的技術(打字速度)不足，受到其他成員的漠視與忽略，進而產生沮喪和孤獨感(Kipling et al, 2000)。因此版主如何在工具性關係、與情感性關係中獲得驅力來源，可能成為續任版主的重要線索。

### 驅力與目標結構的關聯

從人際關係的論述裡可以得知版主驅力的可能來源，然而，這些來源在 BBS 的情境裡作用的對象為何？意即如何讓目標滿足驅力。過去社會心理學的研究裡顯示，自我意像和自尊最主要的起源就是別人的反應，人們經由別人的反應中看到自己的形象(Cooley, 1992)，自尊是個人的基本需求，個人必須對自我保持良好的評價，因而本研究以自尊當成是驅力的目標之一。意即假設情感性關係與工具性關係的驅力增加，會讓自尊提昇。

Steele(1988)提出「自我肯定理論」，認為維護整體的自我形象是「自我系統」的重要工作，「自我系統」涵蓋了許多不同的自我功能，當某一部份自我受到傷害，會使得整體的自我形象降低，或是產生認知失調，因此會調節自我肯定的方法以恢復受威脅的自尊，或經由肯定其他重要的自我來恢復整體的自我形象，所以自我肯定愈高的人，其自尊也是伴隨著愈高，自我肯定與自尊其實是一體兩面的描述。另外，Turkle(1995)認為，網民自我認同是多元、流動(不同視窗進出)、片斷化的(表現出的是部分人格)、以及是一個統整的概念。因此線上與線下所產生的不同情境，也可以當成是個人心理狀態的不同情境、或是部分的人格(Argyle, Furnham, Graham, 1981)。雖然 Turkle(1995)研究中指出後現代社會的風貌，然而其研究邏輯仍舊是以線下為主體的

思惟去探討網民在線上的活動，而沒有把這些自我的關係當成是「平行」的運作，另外，羅家德與葉勇助(1999)的研究也認為線下情感性關係中心性<sup>2</sup>強的網民，其線上中心性也會愈強，強調的是線下延伸到線上的關係，因此線上的自我可能是線下自我的延伸，可是其研究中線上關係卻以線下發生的關係為思考去測量，網民真實的網路表現已經被預設的框架侷限，另外其網路問卷之量尺以「是」、「否」二分，對網民人際關係程度上的差別，則無法嚴謹的區分。從 Steele 與 Turkle 和羅家德與葉勇助的研究可以發現，如果不把網路社會當成一個生活的重要面向，很難有科技遠程效應(Fernwirkung)的想像<sup>3</sup>(孫治本，2000)，因此必須透過以線上為主體的思惟來反思對線下造成的影響，方能更進一步的補抓網路社會與真實社會交融之全貌。

所以本研究將以 Steele(1988)的「自我肯定理論」，試圖思考線上對自我可能的影響來觀照線下的社會，然而網路社會中具有階級的版主比一般的使用者擁有更多的資源，版主能否因為本身的職務而對「自我系統」的調適更有彈性？意即 BBS 系統所賦予的權利與義務的工具性關係，以及人際互動所產生的情感性關係，能否加深其「自我系統」的穩定性以避免網路負面影響的發生，本研究根據「自我肯定理論」假設當版主在線上的自尊或自我肯定受到威脅時，會經由線下的自我肯定來減低線上所感受的不舒服。

---

<sup>2</sup>一個網絡的中心性指數高的人，表示其在網絡和最多行動者有關係，且擁有中心性的行動者，其在網絡中擁有的非正式權力及影響力也最高，獲得的社會支持也最多。而中介性高的行動者，其代表的是在一個網絡成員中，每兩兩成員的互動必需透過某個行動者的中間介紹，中間導引資源流通的機會越多，則佔據了操控資源流通的關鍵性位置。(羅家德，葉勇助；1999)

<sup>3</sup> 孫治本(2000)引用 Hans Jonas 的論述裡指出，在科技進步之後愈來愈無法預知其後果，亦即「預知的知識」落後於「技術的知識」，因此必須建立科技的遠程效應的想像。

### 參、研究模型



### 肆、研究方法

#### (一)研究對象與方法：

本研究以 BBS 站 config 版(轉信版)統計之 2000 年八月份大學、科技大學、技術學院 BBS 站台共計 589 個，以隨機抽樣方法於 2000 年 12 月 25 日、26 日、27 三天抽出 22 個站台，過濾掉同一站台同樣 ID，共計版主 1936 人，並於事前從 BBS 發出邀請函，請受訪者至研究者所建置的網頁填寫問卷，於 2000 年 12 月 29 日至 2001 年 1 月 2 日共計五日進行調查。共計發出電子邀請函 1936 人，過濾掉填答時間相近、同一 IP 上站、答案相似的使用者，回收有效樣本 349 份，回收率為 18.02%。

#### (二)研究的主題將以兩個方向進行：

- (1)觀察情感性關係與工具性關係如何影響版主線上自我肯定
- (2)觀察版主線上自我肯定與線下自我肯定之關係

#### (三)變項定義

- (1)自我肯定 當個人在自尊受到威脅時，為了減低失調，我們會常式各種方式，其中包括提醒自己還有一些儘管不相關但也是我們所珍惜的優點，使我們自己感覺舒服一點，而不管我們已經做了某些愚昧或不道德的事。由於研究所需，本研究再將自我肯定分為線上的自我肯定與線下的自我肯定進行探究。

- (2)情感性關係 情感性關係以關愛、歸屬感為基礎，在互動之中可以覺得自己或認為他人覺得自己是版上的一份子並且支持自己；受到善意的回應與並且可以在平緩的氛圍中有產生不同的意見。
- (3)工具性關係 為了獲得功利性的回饋所產生的行為 譬如系統的回饋、個人權限提昇、權威感的建立等。

#### (四)問卷設計

由於本研究為初探研究，因此問卷题目的設計上有其困難，所以問卷的設計上落入了當線上與線下都要測「自我肯定」這個概念時，如果設計相似的題目，可能會讓受訪者察覺研究者的意圖，而讓受訪者跟隨研究者的意圖填答；但是如果以不同的題目來測量「自我肯定」這個概念時，又可能落入的是不同的概念，但是由於施測時的網路的線索有限，因此考量無法適度監控受訪者填答的過程，所以採行後者的做法，降低網路情境有限線索所產生的風險。

#### (五)分析方法

本研究將先利用 SPSS for Windows8.0 中文版進行基本統計描述、相關分析，接著以 LISREL 8.30 for Windows 軟體配合 SEM(Structural Equation Model)理論對研究假設模型進行模型適合度的驗證。

#### 研究資料分析：

##### (1)受訪者社經背景與網路使用

整體而言，擔任版主的性別比例上男性比女性還高，與現在網民性別分佈的狀況相似，影響的原因可能有很多，可能是當初網路這個新科技剛興起時，一般人會給予性別刻板印象，以至於男生的比例多於女生。在年齡方面大多集中在 25 歲以下的年輕人有 90%，而且有 85.9%的學生，這些學生之中，專科及大學佔了 82.8%，可能與研究者所要研究對象(大學、科技大學、技術學院)有關。這群版主接觸網路的年數則呈現平均的分布，有 92.8%的版主幾乎是每天都上網，有



54.3%的版主每次停留的時間在 1 小時至 3 小時之間，任職的時間以 1 年至 2 年為最多，其餘原則平均的分配。負責 2 個以上版面的版主也超過一半，有趣的是負責 5 個或 5 個版面以上的版主也有 11.2%。

(表一)

表一、受訪者社經背景與網路使用

		個 數	有效百分比
性別 (N=348)	女	124	35.6
	男	224	64.4
年齡 (N=349)	15 歲以下	0	0.0
	16-20 歲	147	42.1
	21-25 歲	167	47.9
	26 歲以上	35	10.0
職業 (N=347)	學生	298	85.9
	非學生	49	14.1
學歷 (N=349)	高中/高職	17	4.9
	專科/大學	289	82.8
	研究所及以上	43	12.3
網齡 (N=349)	不滿 2 年	36	10.3
	2 年以上不滿 3 年	64	18.3
	3 年以上不滿 4 年	71	20.3
	4 年以上不滿 5 年	73	20.9
	5 年以上不滿 6 年	42	12.0
	6 年以上不滿 7 年	32	9.2
	7 年以上	31	8.9
平均多久上網一 次 (N=348)	每天都上網	323	92.8
	2~4 天一次	25	7.2
平均每次上網停 留的時間 (N=349)	不滿 1 小時	37	13.5
	1 小時以上不滿 3 小時	155	54.3
	3 小時以上不滿 5 小時	42	16.1
	5 小時以上	43	16.1

任職的時間 (N=343)	不滿3個月	37	12.0
	3個月以上不滿6個月	46	14.6
	6個月以上不滿1年	52	15.0
	1年以上不滿2年	78	22.6
	2年以上不滿3年	65	19.7
	3年以上不滿4年	35	16.1
	4年以上	30	8.8
現在負責的總版面數 (N=348)	1個	161	46.3
	2個	89	25.6
	3個	44	12.6
	4個	15	4.3
	5個或5個以上	39	11.2

## (2)受訪者社經背景與驅力、目標結構交叉分析

性別、年齡、職業、學歷或網齡，在變異數分析上，並沒有達到統計上的顯著差異。(表二)

表二、受訪者社經背景與驅力、目標結構交叉分析表

		情感需求	工具使用	線上自我肯定	線下自我肯定
性別	男	3.06	1.88	2.94	2.78
	女	3.10	1.95	2.90	2.81
年齡	16-20歲	3.11	1.96	2.96	2.75
	21-25歲	3.04	1.86	2.91	2.80
	26歲以上	3.06	1.92	2.88	2.86
職業	學生	3.08	1.91	2.92	2.77
	非學生	3.01	1.92	2.97	2.88
學歷	高中/高職	3.18	1.83	2.94	2.77
	專科/大學	3.07	1.91	2.92	2.79
	研究所以上	3.07	1.93	2.92	2.81
網齡	不滿2年	3.12	1.99	2.91	2.67
	2年以上不滿3年	3.13	2.02	2.96	2.80

3 年以上不滿 4 年	3.04	1.95	2.95	2.76
4 年以上不滿 5 年	3.13	1.88	2.95	2.80
5 年以上不滿 6 年	3.00	1.90	2.89	2.72
6 年以上不滿 7 年	3.00	1.73	2.84	2.89
7 年以上	3.03	1.74	2.86	2.94

### (3) 驅力與目標結構相關分析：

將「情感性關係」、「工具性關係」、「線上自我肯定」和「線下自我肯定」進行 Pearson Correlation 統計分析。結果發現，「情感性關係」與「工具性關係」與皆與線上的自我肯定成正相關，亦即如果版主愈能獲得「情感性關係」以及「工具性關係」這兩個向度，愈能夠從線上獲得自我肯定；而且線上自我肯定的人與線下自我肯定呈現負相關，即線下所獲得的自我肯定越低，其線上所獲得的自我肯定就越高，反之亦然；特別的是，在工具性關係愈強時，現實生活中的自我肯定也愈低，這是理論中未釐清的部分，稍後將以 SEM 檢測。

表三、驅力與目標結構相關分析表

	情感性關係	工具性關係	線上自我肯定	線下自我肯定
情感性關係	1.000			
工具性關係	-0.063	1.000		
線上自我肯定	0.384***	0.188***	1.000	
線下自我肯定	-0.039	0.215***	-0.139**	1.000

\*P<0.05, \*\*P<0.01, \*\*\*p<0.001

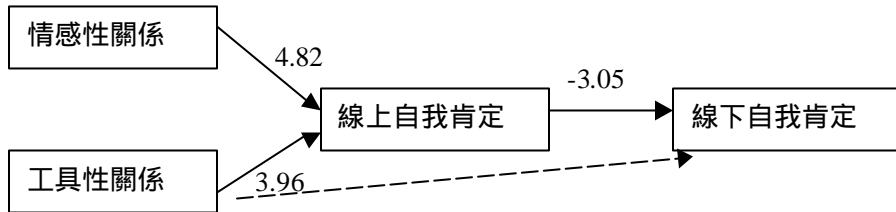
Pearson Correlation, Sig.(2-tailed)

### (4) SEM 分析

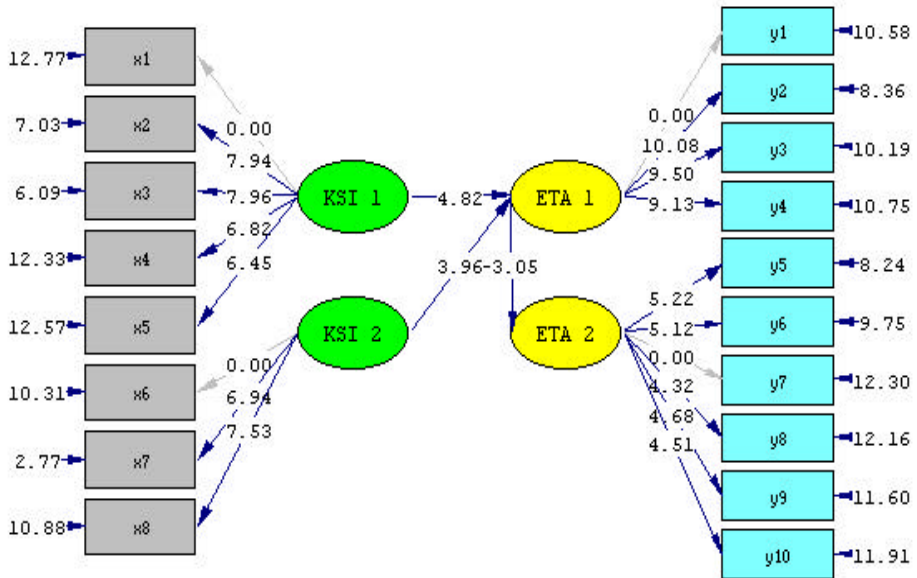
根據相關分析可以得知，在原本的理論假設中並無工具性關係與線下自我肯定的因果關係，當研究者嘗試將工具性關係與線下自我肯定放進 SEM 中進行測量時，發現其結果模型呈現不穩定的狀態，因此推測可能的原因為，工具性關係與線下自我肯定間為一虛假關係，又因為研究者以原先假設的模型進行測量時，發現其模型呈現穩定的狀態，所以推論期間的關係應該是透過線上的自我肯定所造成的

(圖一)。

圖一、 T-values :



Information Basic Model T-values



Chi-Square=303.78, df=131, P-value=0.00000, RMSEA=0.062

利用 LISREL 分析出的結構方程模型以 T values 表示如圖一，本研究模型中，內衍潛在變數分別為  $\eta_1$  為線上自我肯定(y1~y4)， $\eta_2$  為線下自我肯定(y5~y10)，外衍潛在變數分別為  $\xi_1$  為情感需求(x1~x5)及  $\xi_2$

為工具需求(x6~x8)。如表四所示：

表四：變數定義

內衍潛在變數	外衍潛在變數
1 為線上自我肯定	1 為情感需求
2 為線下自我肯定	2 為工具需求
內衍觀察變數	外衍觀察變數
Y1：我認為當版主是一件值得驕傲的事	X1：我可以在這個版面獲得網友的關心
Y2：我會因為回答網友所提出來的問題 獲得自信	X2：我認為我是屬於版上的一份子
Y3：網友對我版務執行的鼓勵可以讓我 獲得成就感	X3：我認為別人也接受我是版上的一份子
Y4：當我解決版面網友間的糾紛時我會 很高興	X4：我認為版上的網友是支持我的
Y5：我很容易為生活上的小事而煩惱	X5：我認為版上的網友對我的互動大多是友善的
Y6：我很在乎別人的感覺	X6：我會因為站方提供的虛擬貨幣而喜歡當版主
Y7：我對周遭的事看不順眼	X7：我會因為站方提供不同的權限(等級)而喜歡當版主
Y8：我覺得自己能力比別人差	X8：我認為當版主可以讓我 post 文章時受到他人的尊重
Y9：當我受到不公平的對待，委屈常悶 在心裡	
Y10：我不敢主動和別人講話	

由於 T-values 的顯著值界定為大於 2.00，因此從圖一中可以發現，從情感需求造成線上自我肯定的值為 4.82，工具需求造成線上自我肯定的值為 3.96，也就是說，不管是情感需求亦或是工具需求增加，皆會使線上自我肯定增加。另外，當線上自我肯定增加，線下自

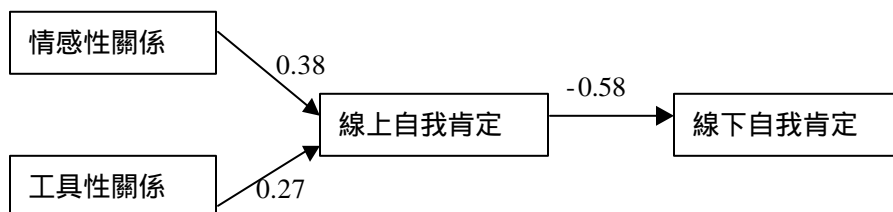
我肯定卻是減少的，因為其 T-value 值為負 3.05(>2.00)，所以也是達到顯著，所有的內、外衍潛在變數在指涉內外衍觀察變數時，也都是達到 T-value 的顯著水準。整個模型的適合度如附錄二所示，研究者將其各指標適合的指標整理如表五，從表五可以知道，本研究模型大致上是穩定、適合的。

表五：模型之判斷指標(整理至張紹勳，2000)

$\chi^2/df$	指標界定	研究模型	判斷結果
GFI	小於 5 大於 0.9	2.32 0.91	適合 適合
AGFI	大於 0.8	0.88	適合
NFI	大於 0.9	0.82	不適合
NNFI	大於 0.9	0.62	不適合
CFI	大於 0.9	0.89	接近適合
RMR	小於 0.05	0.033	適合
RMSEA	小於 0.1	0.018	適合
Critical N(CN)	大於 200	207.44	適合

(詳細資料請參見附錄二)

圖二、 Standardized Solution



## 伍、結果與討論

過去對版主的刻板印象裡，多認為版主出自熱情、為自發的行動者，然而對其背後的運作邏輯卻不甚清楚，因此本研究以版主參與過程中情感性關係與工具性關係對線上、線下的自我肯定進行探討。

研究結果發現，男性的比例約 6 成 5 遠高於女性，也比蕃薯騰 2000 年調查裡的值來得高，推論其結果可能在網路上，對於「管理」一事，可能受到傳統的性別期待，所以女性興趣缺缺，亦或是當初網路是由男性所主導發展，因此版面也多呈現「男性化」的風格。版主的職業上則以學生居多，而且大部分的版主幾乎每天上網，其停留的時間也多在一個小時以上，另外，停留 5 個小時以上的版主也有 16.1%，所以版主對網路的涉入程度算是較高的一群，這裡引申出來的問題是，在網路漸漸普及之後，涉入程度能否繼續成為網路成癮的標準之一？

研究結果發現，版主的情感性關係愈高、線上的自我肯定也就愈高，這與 Wellman 與吳齊殷對網民的人際關係的社會支持研究結果相符，而工具性關係愈高，線上自我肯定也愈高，則與朱美慧所得的研究結果相符。意思就是說，雖然這些研究者研究的對象不是版主，然而版主的職位多為由使用者「過渡」到版主的過程，因此在情感上所呈現的特性與一般的網民並無很大的差異。比較特別的地方是，本研究在工具性關係方面，以版主的職務本身所帶來的附加價值進行探究，結果發現，因為這些隱含的權威感、成就感，讓這些版主願意在版面上付出。因此如果版主付出的同時再佐以良性的互動，便可以提昇線上的自我肯定，站方在管理版主方面，也可以利用版主大會或網聚等形式聯絡版主間或版主與一般使用者之間的感情；另外，站方在對制度的設計上，則可以朝建立版主的權威感、成就感、虛擬貨幣的滿足感思考。

但是線上自我肯定愈高，為什麼線下的自我肯定愈低呢？研究者以為，過去的研究大多是立足在線下的世界，觀察線上的現象，本研究則嘗試從線上的世界觀察線下的世界，並輔以「自我肯定理論」，換句話說，如果自我是多元且平行的運作，那當觀察不同的自我時所呈現的表徵，就有可能成為不同場域的心靈慰藉，意即自我複雜性的提昇。然而，由於這些版主在線上建立起迥然與現實生活的威權威感與滿足感，所以當回到線下的世界時，線下的世界無法令版主們擁有相同線上的控制權，因此版主們首要面臨的就是認知失調等問題，所以研究的結果顯示出線上的自我肯定愈高，相反的，線下的自我肯定也

就愈低。反過來說，當版主們在線上得不到自我肯定時，則會轉向線下的自我肯定，以線下生活中的自我肯定方法來平衡其線上所受到的威脅。

## 參考文獻

### 中文部分：

- 王燦槐、羅惠筠(1998) <我國大學生 BBS 族的網路人際溝通初探>，《應用倫理學通訊》第五期
- 朱美慧(2000) 《我國大專學生個人特性、網路使用行為與網路成癮關係之研究》，大葉大學資訊管理研究所碩士論文
- 朱道凱譯，John Hagel & Arthur G. Armstrong(1998)《網路商機：如何經營虛擬社群》，台北：臉譜
- 吳妹蓓(1999) <「電腦中介傳播」通道的「虛擬人際關係」探訪「電子佈告欄」中情感關係的組成與發展>，「第三屆資訊科技與社會轉型研討會」，台北：中央研究院社會學研究所籌處
- 吳齊殷(1998) <虛擬社區 vs. 真實生活>，《科學月刊》，29(8):668-674
- 李孟壕(2001a) <電子佈告欄版主參與行為初探>，「2001 網路與社會研討會」，新竹：清華大學社會學研究所
- 林敬堯、李孟壕(2001b) <網際網路使用用途與網路影響認知關聯分析 以屏東科技大學學生為例>，「2001 網路效應學術研討會」，桃園：中央大學
- 孫治平(2000) <風險抉擇與行而上倫理學>，《當代》，154:20-35
- 張紹勳(2000) 《研究方法》，台北：滄海
- 黃慧櫻(1997) <從 TANET BBS 發展脈絡，看幾個跨出虛擬世界的異議 BBS>，「第二屆資訊科技與社會轉型研討會」，台北：中央研究院社會學研究所籌處
- 蔡文輝(1997) 《社會學》，台北：三民
- 韓珮凌(2000) 《台灣中學生網路使用者特性、網路使用行為、心理特性對網路沉迷現象之影響》，台灣師範大學教育心理與輔導研



## 究所碩士論文

## 英文部分

- Amy Bruckman. (1992) Identity Workshop: Emergent Social and Psychological Phenomena inText-Based Virtual Reality. (<http://www.cc.gatech.edu/fac/Amy.Bruckman/papers/#IW>), 2001/12/19.
- Barry Wellman(1996) Computer Networks as Social Networks: Virtual Community, Computer Supported Cooperative Work and Telework. (<http://www.chass.utoronto.ca/~wellman/>), 2001/12/19.
- Claude Steele(1988) “The Psychology of Self-Affirmation: Sustaining the Integrity of the Self. *Advances in Experimental Social Psychology*, Vol.21, 261-302.
- Kipling D. Williams, Christopher K.T. Cheung, and Wilma Choi(2000)“Cyberostracism : Effects of Being Ignored Over the Internet”, *Journal of Personality and Social Psychology*, November 2000, Vol.79, No.5
- Michael Argyle, Adrian Furnham, Jean Ann Graham(1981) *Social Situation.*, Cambridge University Press
- Patricia Wallace(1999) *The Psychology of the Internet*, Cambridge University Press
- Pavel Curtis(1998) “Not Just a Game: How LambdaMOO Came to Exist and What it did to get back at Me”. *In High Wired: On the Design, Use, and Theory of Educational MOOs* (Eds., Cynthia Haynes and Jan Rune Holmevik), 1998, pp. 25-42
- Sherry Turkle(1995) *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet.* New York: Simon & Schuster Inc.
- Tim Jordon(1999) *Cyberpower: the Culture and Politics of Cyberspace and the Internet*, London and New York: Routledge

## 附錄一 前三大 BBS 站對版主的權利與義務的規範

研究者針對目前國內上站人口流量前三大 BBS 站對版主的權利與義務的規範，自行整理如下表(2000 年 12 月 20 日)：

	權 利	義 務
中山福爾摩沙站 (bbs.nsysu.edu.tw)	1.編輯、刪除、搬移所屬版面文章，但需事先公告，所砍之佈告，最好寄回原作者信箱。砍除佈告原則，主要如下： <ul style="list-style-type: none"> <li>- 涉及人身攻擊；</li> <li>- Cross Post(跨版張貼)</li> <li>- 含有傷風俗、不雅字眼；</li> <li>- 有違本國法律規定；</li> <li>- 與版主先前規定之版旨有所觸犯；</li> <li>- 版主自行判斷，不應存在者；</li> </ul> 2.將版上文章轉入精華區；           3.訂立版面經營方式、管理走向；           4.進入討論區管理者版(admin版)及 Ignore 版；           5.在帳號未被砍除前提下，永保 Level 100 的權限；           6.Ignore 聊天房內犯規使用者；	1.管理版務，確定討論區走向；           2.維持討論區言論秩序與整潔；           3.處理使用者糾紛；           4.蒐集符合討論區主題文章，以充實、編輯精華區；           5.回答使用者疑問；           6.引導討論風氣，建立版面風格；           7.在版面文章超過一千五百篇之前，整理版面；超過二千篇者，系統會自動清除至一千五百篇；

<p>中大資管 龍貓資訊 天地 (bbs.mgt.n cu.edu.tw )</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.在不違反法律、站規，以及尊重使用者的情形下，訂立管理該版之版規。</li> <li>2.刪除版上不當文章的權利。</li> <li>3.信箱信件上限二百封。</li> <li>4.「可」於卸任時申請『帳號永久保留』。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.時常整理版內文章，並彙集成精華區。</li> <li>2.導正討論區之內容，使討論的主題明確。若引言不當、言論不當等，則必須加以宣導。</li> <li>3.必要時刪除版上不當文章，例如灌水或貼錯版的文章，可轉貼後砍除。刪除文章時，版主應盡量將原文章寄回給原作者，以表示對作者的尊重。</li> <li>4.定期砍除過期文章。(如果認為系統砍的太慢的話！)</li> <li>5.將自己的看版建設成有特色、有格調、而且繁榮的園地。</li> <li>6.建立自己的 Home age。(非必備)</li> </ol>
<p>蛋捲廣場 (bbs.tku.e du.tw)</p>	<p>無明文規定</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.整理精華區</li> <li>2.砍掉攻訐謾罵的 post</li> <li>3.帶動此版討論風氣</li> <li>4.協調版子上發生的糾紛</li> </ol>

## 附錄二 Goodness of Fit Statistics

Degrees of Freedom = 131

Minimum Fit Function Chi-Square = 289.22 (P = 0.00)

Normal Theory Weighted Least Squares Chi-Square = 303.78 (P = 0.00)

Estimated Non-centrality Parameter (NCP) = 172.78

90 Percent Confidence Interval for NCP = (125.81 ; 227.47)

Minimum Fit Function Value = 0.83

Population Discrepancy Function Value (F0) = 0.50

90 Percent Confidence Interval for F0 = (0.36 ; 0.65)

Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) = 0.062

90 Percent Confidence Interval for RMSEA = (0.053 ; 0.071)

P-Value for Test of Close Fit (RMSEA < 0.05) = 0.018

Expected Cross-Validation Index (ECVI) = 1.10

90 Percent Confidence Interval for ECVI = (0.97 ; 1.26)

ECVI for Saturated Model = 0.98

ECVI for Independence Model = 4.80

Chi-Square for Independence Model with 153 Degrees of Freedom =  
1635.48

Independence AIC = 1671.48

Model AIC = 383.78

Saturated AIC = 342.00

Independence CAIC = 1758.87

Model CAIC = 577.99

Saturated CAIC = 1172.22

Root Mean Square Residual (RMR) = 0.033

Standardized RMR = 0.073

Goodness of Fit Index (GFI) = 0.91

Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI) = 0.88

Parsimony Goodness of Fit Index (PGFI) = 0.70

Normed Fit Index (NFI) = 0.82

Non-Normed Fit Index (NNFI) = 0.88

Parsimony Normed Fit Index (PNFI) = 0.70

Comparative Fit Index (CFI) = 0.89

Incremental Fit Index (IFI) = 0.89

Relative Fit Index (RFI) = 0.79

Critical N (CN) = 207.44

# **The Balance Between Online-Self and Offline-Self: The Study on Self-Affirmation of the Board Managers in BBS.**

**Meng-Hao Li**

Graduate School of Social Informatics, Yuan Ze University,

## **ABSTRACT**

The cyberspace is a new context for the theoretical thinking of self and identity. Following the thinking of multiple identities suggested by Turkle, this paper argues that the multiple identities, as different sets of a role, may both provide self affirmation in our self system. This paper first tries to examine the interaction between the online-self and the offline-self. An online electrical survey for the board managers in various BBS was conducted. With 349 responded questionnaires, we found that while the intensities of expressive ties and instrumental ties increase, the self-affirmation of the board managers is strengthened. Interestingly, when the online-self affirmation is strengthened, the offline-self affirmation is weakened.

**Keywords: Bulletin Board System (BBS), Expressive Ties,**

**Instrumental Ties, Self-System, Self-Affirmation.**