

人格特質、Facebook 使用動機對人際關係之衝擊研究 —以台灣地區大學生為例

劉勇伸 張青桃

國立雲林科技大學資訊管理所

g9923751@yuntech.edu.tw

changct@yuntech.edu.tw

摘要

本論文的目的是在探討人格特質及 Facebook 使用動機對於人際關係的影響。本研究之進行乃透過五大人格特質問卷、Facebook 使用動機問卷及人際關係問卷為測量工具，並對台灣地區的大學生 Facebook 使用者進行調查，並用統計方法分析資料，並且歸納解析研究成果。藉此提出一套人格特質影響 Facebook 使用動機及人際關係的理論模式，希望透過此模式在探討 Facebook 的使用方面可以更加完整。

關鍵詞：人格特質, Facebook 使用動機, 人際關係

1. 緒論

網際網路應用的相關發展，讓各式各樣的網站在短短數年不斷興起，近年來的以社群網站的最為熱門。社群網路是將實體社會中的社區、團體概念延伸到網路上，網友可以依據各項宗旨在社群網站中成立不同的團體，並藉此進行聯絡與溝通。而它最大的意義在於與其他人產生互動、情感維繫以及得到更多資訊的需要，並提供一個虛擬空間，讓關心相同主題的使用者群聚在一起並且分享資訊。目前以 2004 年推出的 Facebook 獨佔目前社群網站的龍頭。Facebook 最初在美國成立的目的是以服務大學生為主要業務，希望讓大學生創造及維持社交關係。近年來，Facebook 也在台灣成了許多使用者交集的社群平台，改變了大家的網路使用習慣，這使得 Facebook 不再是一個建立人際關係的平台，更是深深影響人際關係模式的重要媒介。

面對今日蓬勃發展的 Facebook，他成功吸引到大量的使用者，但令人好奇的是在財團法人台灣網路資訊中心 2012 年 3 月份研究調查公布的「台灣寬頻網路使用調查」裡發現，有 1/4 的台灣使用民眾已經感受到因網路社群服務影響而減少本身日常生活的人際互動[1]。Orr, Sistic, Arsenault, Simmering, & Orr (2009)在探討人格特質的如何影響 Facebook 使用的研究裡發現，人格特質的差異會影響 Facebook 使用者對 Facebook 的使用動機，但只描述幾種動機的可能性，並沒有針對人格特質的不同有更完整的討論。而面對今日蓬勃發展的

Facebook，它除了成功吸引到大量的使用者使用外，其功能與特性更是引發使用者去使用 Facebook 的動機，並藉此創造了一個社會關係網絡的社交平台，提供不同人格特質的使用者能在其中順利發展人際關係。

2. 文獻探討

2.1 人格特質

目前最被廣為接受的是 Costa & McCrae (1992) 所提出的五大類人格特質構面：神經質 (Neuroticism)、外向性 (Extraversion)、開放性 (Openness to experience)、親和性 (Agreeableness)、嚴謹性 (Conscientiousness)[2]。一般認為只要用以上五個基本人格特質就足以描述一個人的人格，經由許多研究的證實，五大人格特質已經被公認為近代心理學中最主要的性格結構。五大人格特質面向分述如下：

- 一、神經質 (Neuroticism)：指能激起一個人的負面情感之刺激所須要的數目及強度，當一個人所能接受的刺激越少，則其神經質越高，換句話說，只需少許的刺激，一個人的負面情感就能被激起，這種人則被認為神經質特質較高之。
- 二、外向性 (Extraversion)：指一個人對於與他人之間關係感到舒適的程度，若一個人和其他人關係之舒適程度越高，則表示這個人越外向。
- 三、開放性 (Openness to experience)：包括活躍的想像力、審美感、對內心感受的專注性，對種類的偏好，以及對知識的好奇心。若一個人興趣越多樣化，但相對深度比較淺，則其開放特質越高。
- 四、親和性 (Agreeableness)：指一個人對於他人所定下之規範的遵從。親和型的特徵是有禮貌、令人信賴同時也容易信任別人、待人友善、容易相處、樂意合作、有明顯的同情心。
- 五、嚴謹性 (Conscientiousness)：指一種按照良心支配自己的行動的人格特質。它包括自律、細心、徹底性、條理性、審慎，以及成就需要等元素。

2.1 人際關係

大學階段是一個人一生中非常重要的階段，很多的價值觀都是在這個時期建立的，而在此時建立良好的人際關係，乃是青少年時期的重要發展之一，

大學生在學校中人際關係的好壞，對學生的生活及身心都有極大的影響[3]。整體來說，潘菲(1992)在【論青少年的人際關係】中，提出最重要的人際關係包括四種：(一)同儕關係、(二)異性關係、(三)親子關係、(四)師生關係，分述如下：

- 一、同儕關係：大學生隨著年齡的增加，對友誼需求水準的提高，標準變得相當複雜，會嚴格區分朋友和一般夥伴。
- 二、異性關係：親密關係是青少年、青年發展的重要助力，如果沒有親密關係將會阻礙未來人際關係的開發與維持。
- 三、親子關係：青少年、青年階段同儕的影響力大增，父母的影響力相對的減低，但基於金錢、教育、生涯規劃等方面之需要，仍會與父母維持某種程度的親密關係，而較不願意在個人問題上與父母交談，反而喜歡找同儕提供意見。
- 四、師生關係：青少年、青年不再把教師看作父母的化身，教師的權力也不再如此的大，只要是學生合法的權益，皆受到合理的保障。

2.3 Facebook 使用動機

陳憶菁(2012)以列出代表性的關鍵字清單的方式，針對清單中的關鍵字進行探索性因素分析(Exploratory Factor Analysis, EFA)，提出影響網友使用 Facebook 的因素主要有以下五個構面[4]：

- 一、關係性：包含「維繫親情」、「維繫愛情」。
- 二、社交性：包含了「分享近況」、「分享資訊」、「分享心情」、「尋找失聯的朋友」、「分享照片與影片」。
- 三、資訊性：包含「方便分享資訊」、「快速分享資訊」、「方便獲得資訊」。
- 四、遊戲性：包含「遊戲多樣」、「遊戲好玩」。
- 五、娛樂性：包含「抒壓解悶」、「消磨時間」。

2.4 人格特質與、社群網站使用及人際關係之相關研究

2.4.1 社群網站使用及人際關係相關研究

Lindgren(1953)指出一個人能否被其所處的團體吸引，會影響其人格的發展與社會適應[5]。石文宜(2005)指出人格特質為親和性、嚴謹性、外向性及開放性的個體，比較容易與人建立良好的關係[6]。陳熾竹(2002)亦對學生進行人格特質與人際關係的研究，發現親和性、嚴謹性較高者，與父母之間關係較佳；外向性、親和性較高者，與朋友之間關係較佳；人格特質對與網友之間的關係影響比較薄弱[7]。王汝潔、張斐嫻、楊依嫻、楊宜蓁(2013)指出親和性高者人際關係也越好[8]；Asendorpf & Wilpers (1998)也表示，外向性的人，喜歡建立朋友網絡，朋友及同儕關係數目較多；人格特質傾向於親和性的與同儕的衝突較少[9]。Wilkinson & Walford (2001)指出外向性的人在互動中感受到親近的感覺，人格特質傾向神經質的人在互動的親近感呈現負相關[10]。

2.4.2 社群網站使用及人際關係相關研究

林淳蔭(2010)指出使用社群網站使用動機高的青少年，大多都是與家人關係和諧、又是有知心好友的，而且個性較為開朗，亦是喜愛與他人互動的人，因此人際關係互動越親密[11]。蔣孟軒 (2012)也指出社群網站的參與度與網路人際關係具有顯著關係，參與度越高，實際人際關係也越好[12]。李柔萱、林玉容、韓彥卉(2012)在 Facebook 對人際關係的影響的研究中也發現使用 Facebook 後會讓我們更容易認識新朋友。使用的時間越久，其在增加信任、聊天廣度、分享心情方面的人際互動面會比較強烈，且使用 Facebook 可以增進朋友和朋友間的情誼，甚至是可以比日常生活交新朋友來的容易[13]。

2.4.3 人格特質及社群網站使用相關研究

Amichai-Hamburger & Vinitzky (2010) 在人格特質和 Facebook 使用行為的研究中，發現人格特質和 Facebook 的使用有高度的關聯。外向性者擁有比較多的朋友和社團。神經質者在個人檔案有較多的個人資料且喜歡用私人簡訊跟朋友聯繫。隨和型者喜歡在 Facebook 放較多照片。開放性者會使用較多的 Facebook 功能。嚴謹性高者有較多朋友，但 Facebook 上的照片較少[14]。Ross et al. (2009) 調查人格特質對 Facebook 使用的影響，發現不同的人格特質會影響他們使用不同的 Facebook 功能。外向性的人喜歡加入較多的社團，而神經質的人喜歡塗鴉牆，神經質較低者則喜歡張貼照片，開放性的人喜歡在 Facebook 社交[15]。Correa et al. (2010) 也指出人格特質跟社群網站使用的關係，他們發現外向性跟開放性者喜歡用社群網站[16]。Ebeling-White et al. (2007) 也發現神經質喜歡在線上聊天和交朋友[17]。

3. 研究方法

3.1 研究架構

參考前章相關文獻探討結果，故建立本研究架構如下圖 3.1：

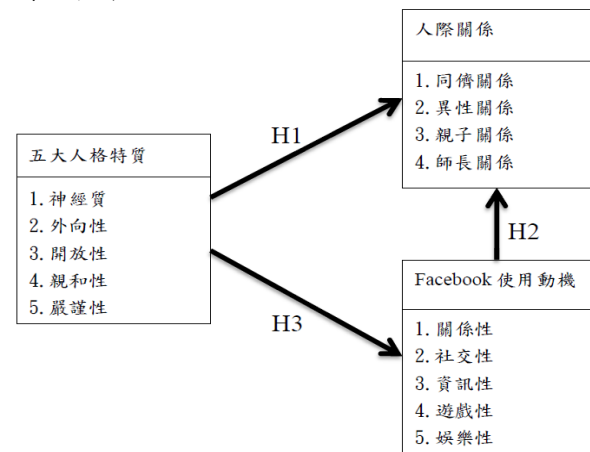


圖 1 研究模型

3.2 研究假設

石文宜(2005)表示人格特質為親和性、嚴謹性、外向性及開放性的個體，比較容易與人建立良好的關係[6]。劉立仁(2012)也指出人格特質之開放性、嚴謹性、和善性者，與其人際關係呈顯著正相關[18]。Wilkinson & Walford (2001)也指出外向性的人在互動過程中容易感受到親近的感覺，人格特質傾向神經質的人在與人的互動中的不易感受到親近感[10]。故本研究提出下列假設：

H1：人格特質對人際關係有影響性：

- H1-1：神經質人格特質對人際關係上有負向影響
- H1-2：外向性人格特質對人際關係上有正向影響
- H1-3：開放性人格特質對人際關係上有正向影響
- H1-4：親和性人格特質對人際關係上有正向影響
- H1-5：嚴謹性人格特質對人際關係上有正向影響

蔣孟軒(2012)指出參與社群網站可以克服焦慮感，可以得到滿足及歸屬感，參與動機也越強，因此對人際關係能有所突破[12]。由此本研究提出下列假設：

H2：Facebook 使用動機對人際關係有影響：

- H2-1：Facebook 的關係性動機對人際關係上有正向影響關係
- H2-2：Facebook 的社交性動機對人際關係上有正向影響關係
- H2-3：Facebook 的資訊性動機對人際關係上有正向影響關係
- H2-4：Facebook 的遊戲性動機對人際關係上有正向影響關係
- H2-5：Facebook 的娛樂性動機對人際關係上有正向影響

Correa et al. (2010) 發現外向性跟開放性人格特質的人喜歡用社群網站，但神經質者不喜歡用社群網站，因此本研究提出下列假設[16]：

H3：人格特質對其 Facebook 使用動機有影響性：

- H3-1：神經質人格特質對 Facebook 關係性動機上有正向影響
- H3-2：外向性人格特質對 Facebook 關係性動機上有正向影響
- H3-3：開放性人格特質對 Facebook 關係性動機上有正向影響
- H3-4：親和性人格特質對 Facebook 關係性動機上有正向影響
- H3-5：嚴謹性人格特質對 Facebook 關係性動機上有正向影響
- H3-6：神經質人格特質對 Facebook 社交性動機上有正向影響
- H3-7：外向性人格特質對 Facebook 社交性動機上有正向影響
- H3-8：開放性人格特質對 Facebook 社交性動機上有正向影響
- H3-9：親和性人格特質對 Facebook 社交性動機上有正向影響

H3-10：嚴謹性人格特質對 Facebook 社交性動機上有正向影響

H3-11：神經質人格特質對 Facebook 資訊性動機上有正向影響

H3-12：外向性人格特質對 Facebook 資訊性動機上有正向影響

H3-13：開放性人格特質對 Facebook 資訊性動機上有正向影響

H3-14：親和性人格特質對 Facebook 資訊性動機上有正向影響

H3-15：嚴謹性人格特質對 Facebook 資訊性動機上有正向影響

H3-16：神經質人格特質對 Facebook 遊戲性動機上有正向影響

H3-17：外向性人格特質對 Facebook 遊戲性動機上有正向影響

H3-18：開放性人格特質對 Facebook 遊戲性動機上有正向影響

H3-19：親和性人格特質對 Facebook 遊戲性動機上有正向影響

H3-20：嚴謹性人格特質對 Facebook 遊戲性動機上有正向影響

H3-21：神經質人格特質對 Facebook 娛樂性動機上有正向影響

H3-22：外放性人格特質對 Facebook 娛樂性動機上有正向影響

H3-23：開放性人格特質對 Facebook 娛樂性動機上有正向影響

H3-24：親和性人格特質對 Facebook 娛樂性動機上有正向影響

H3-25：嚴謹性人格特質對 Facebook 娛樂性動機上有正向影響

3.3 研究對象及樣本蒐集

本研究主要研究對象為台灣地區曾經使用過 Facebook 網站之大學生，並利用『mySurvey』(<http://www.mysurvey.tw/>)製作網路問卷，透過網路傳播媒介將網站連結張貼傳遞，方便受測者自行連結填寫。

3.4 樣本資料處理

透過電子郵件，網路線上填答的方式對大專院校學生發放問卷，總計回收問卷 584 份，剔除 38 份重複樣本及 1 份填答不完全的無效問卷後，有效問卷為 545 份。以 SPSS18.0 進行資料分析，藉由分析實證資料進行研究假設之驗證，本研究採用(一)敘述性統計、(二)信度分析(Cronbach's α)、(三)皮爾遜相關分析、(四)多元迴歸分析等資料分析方法。

4. 研究結果

4.1 研究結果

研究假設	實證結果
H1-1：神經質人格特質對人際關係上有負向影響	不支持
H1-2：親和性人格特質對人際關係上有正向影響	支持
H1-3：外向性人格特質對人際關係上有正向影響	支持
H1-4：開放性人格特質對人際關係上有正向影響	支持
H1-5：嚴謹性人格特質對人際關係上有正向影響	支持
H2-1：Facebook的關係性動機對人際關係上有正向影響	支持
H2-2：Facebook的社交性動機對人際關係上有正向影響	支持
H2-3：Facebook的資訊性動機對人際關係上有正向影響	支持
H2-4：Facebook的遊戲性動機對人際關係上有正向影響	支持
H2-5：Facebook的娛樂性動機對人際關係上有正向影響	支持
H3-1：神經質人格特質對 Facebook 關係性動機上有正向影響	不支持
H3-2：親和性人格特質對 Facebook 關係性動機上有正向影響	支持
H3-3：外向性人格特質對 Facebook 關係性動機上有正向影響	支持
H3-4：開放性人格特質對 Facebook 關係性動機上有正向影響	支持
H3-5：謹慎性人格特質對 Facebook 關係性動機上有正向影響	支持
H3-6：神經質人格特質對 Facebook 社交性動機上有正向影響	不支持
H3-7：親和性人格特質對 Facebook 社交性動機上有正向影響	支持
H3-8：外向性人格特質對 Facebook 社交性動機上有正向影響	支持
H3-9：開放性人格特質對 Facebook 社交性動機上有正向影響	支持
H3-10：謹慎性人格特質對 Facebook 社交性動機上有正向影響	支持
H3-11：神經質人格特質對 Facebook 資訊性動機上有正向影響	不支持
H3-12：親和性人格特質對 Facebook 資訊性動機上有正向影響	支持
H3-13：外向性人格特質對 Facebook 資訊性動機上有正向影響	支持
H3-14：開放性人格特質對 Facebook 資訊性動機上有正向影響	支持
H3-15：謹慎性人格特質對 Facebook 資訊性動機上有正向影響	支持
H3-16：神經質人格特質對 Facebook 遊戲性動機上有正向影響	不支持
H3-17：親和性人格特質對 Facebook 遊戲性動機上有正向影響	支持
H3-18：外向性人格特質對 Facebook 遊戲性動機上有正向影響	支持
H3-19：開放性人格特質對 Facebook 遊戲性動機上有正向影響	支持
H3-20：謹慎性人格特質對 Facebook 遊戲性動機上有正向影響	支持
H3-21：神經質人格特質對 Facebook 娛樂性動機上有正向影響	不支持
H3-22：親和性人格特質對 Facebook 娛樂性動機上有正向影響	支持
H3-23：外向性人格特質對 Facebook 娛樂性動機上有正向影響	支持
H3-24：開放性人格特質對 Facebook 娛樂性動機上有正向影響	支持
H3-25：謹慎性人格特質對 Facebook 娛樂性動機上有正向影響	支持

4.1 人格特質與人際關係

本研究不支持 H1-1：神經質人格特質對人際關係無負向影響。顯示具神經質人格特質不影響大學生的人際關係。本研究支持 H1-2：親和性人格特質對人際關係上有正向影響。顯示親和性的人格特質對大學生人際關係的維持和建立上有顯著影響。本研究支持 H1-3：外向性人格特質對人際關係上有正向影響。顯示親和性的人格特質對大學生人際關係的維持和建立上有顯著影響。本研究支持 H1-4：開放性人格特質對人際關係上有正向影響。顯示開放性的人格特質對大學生人際關係的維持和建立上有顯著影響。本研究支持 H1-5：嚴謹性人格特質對人際關係上有正向影響。顯示嚴謹性的人格特質對大學生人際關係的維持和建立上有顯著影響。

4.2 Facebook 使用動機與人際關係

本研究支持 H2-1：Facebook 的關係性動機對人際關係上有正向影響。顯示 Facebook 的關係性動機對大學生人際關係的維持和建立上有顯著影響。本研究支持 H2-2：Facebook 的社交性動機對人際關係上有正向影響。顯示 Facebook 的社交性動機對大學生人際關係的維持和建立上有顯著影響。本研究支持 H2-3：Facebook 的資訊性動機對人際關係上有正向影響。顯示 Facebook 的資訊性動機對大學生人際關係的維持和建立上有顯著影響。本研究支持 H2-4：Facebook 的遊戲性動機對人際關係上有正向影響。

顯示 Facebook 的遊戲性動機對大學生人際關係的維持和建立上有顯著影響。本研究支持 H2-4：Facebook 的娛樂性動機對人際關係上有正向影響。顯示 Facebook 的娛樂性動機對大學生人際關係的維持和建立上有顯著影響。

4.3 人格特質與 Facebook 使用動機

一、人格特質對 Facebook 關係性動機

本研究不支持 H3-1：神經質人格特質對 Facebook 關係性動機上沒有正向影響。顯示神經質人格特質在對大學生使用 Facebook 的關係性動機上沒有影響關係。本研究支持 H3-2：外向性人格特質對 Facebook 關係性動機上有正向影響。顯示外向性人格特質在對大學生使用 Facebook 的關係性動機上有影響關係。本研究支持 H3-3：開放性人格特質對 Facebook 關係性動機上有正向影響。顯示開放性人格特質在對大學生使用 Facebook 的關係性動機上有影響關係。本研究支持 H3-4：親和性人格特質對 Facebook 關係性動機上有正向影響。顯示親和性人格特質在對大學生使用 Facebook 的關係性動機上有影響關係。本研究支持 H3-5：嚴謹性人格特質對 Facebook 關係性動機上有正向影響。顯示嚴謹性人格特質在對大學生使用 Facebook 的關係性動機上有影響關係。

二、人格特質對 Facebook 社交性動機

本研究不支持 H3-6：神經質人格特質對 Facebook 社交性動機上沒有正向影響。顯示神經質人格特質在對大學生使用 Facebook 的社交性動機上沒有影響關係。本研究支持 H3-7：外向性人格特質對 Facebook 社交性動機上有正向影響。顯示外向性人格特質在對大學生使用 Facebook 的社交性動機上有影響關係。本研究支持 H3-8：開放性人格特質對 Facebook 社交性動機上有正向影響。顯示開放性人格特質在對大學生使用 Facebook 的社交性動機上有影響關係。本研究支持 H3-9：親和性人格特質對 Facebook 社交性動機上有正向影響。顯示親和性人格特質在對大學生使用 Facebook 的社交性動機上有影響關係。本研究支持 H3-9：嚴謹性人格特質對 Facebook 社交性動機上有正向影響。顯示嚴謹性人格特質在對大學生使用 Facebook 的社交性動機上有影響關係。

三、人格特質對 Facebook 資訊性動機

本研究不支持 H3-11：神經質人格特質對 Facebook 資訊性動機上沒有正向影響。顯示神經質人格特質在對大學生使用 Facebook 的資訊性動機上沒有影響關係。本研究支持 H3-12：外向性人格特質對 Facebook 資訊性動機上有正向影響。顯示外向性人格特質在對大學生使用 Facebook 的資訊性動機上有影響關係。本研究支持 H3-13：開放性人格特質對 Facebook 資訊性動機上有正向影響。顯示開放性人格特質在對大學生使用 Facebook 的資訊性動機上有影響關係。本研究支持 H3-14：親和性人格特質對 Facebook 資訊性動機上有正向影響。顯示

示親和性人格特質在對大學生使用 Facebook 的資訊性動機上有影響關係。本研究支持 H3-15：嚴謹性人格特質對 Facebook 資訊性動機上有正向影響。顯示嚴謹性人格特質在對大學生使用 Facebook 的資訊性動機上有影響關係。

四、人格特質對 Facebook 遊戲性動機

本研究不支持 H3-16：神經質人格特質對 Facebook 遊戲性動機上沒有正向影響。顯示神經質人格特質在對大學生使用 Facebook 的遊戲性動機上沒有影響關係。本研究支持 H3-17：外向性人格特質對 Facebook 遊戲性動機上有正向影響。顯示外向性人格特質在對大學生使用 Facebook 的遊戲性動機上有影響關係。本研究支持 H3-18：開放性人格特質對 Facebook 遊戲性動機上有正向影響。顯示開放性人格特質在對大學生使用 Facebook 的遊戲性動機上有影響關係。本研究支持 H3-19：親和性人格特質對 Facebook 遊戲性動機上有正向影響。顯示親和性人格特質在對大學生使用 Facebook 的遊戲性動機上有影響關係。本研究支持 H3-20：嚴謹性人格特質對 Facebook 遊戲性動機上有正向影響。顯示親和性人格特質在對大學生使用 Facebook 的遊戲性動機上有影響關係。

五、人格特質對 Facebook 娛樂性動機

本研究不支持 H3-21：神經質人格特質對 Facebook 娛樂性動機上沒有正向影響。顯示神經質人格特質在對大學生使用 Facebook 的娛樂性動機上沒有影響關係。本研究支持 H3-22：外向性人格特質對 Facebook 娛樂性動機上有正向影響。顯示外向性人格特質在對大學生使用 Facebook 的娛樂性動機上有影響關係。本研究支持 H3-23：開放性人格特質對 Facebook 娛樂性動機上有正向影響。顯示開放性人格特質在對大學生使用 Facebook 的娛樂性動機上有影響關係。本研究支持 H3-24：親和性人格特質對 Facebook 娛樂性動機上有正向影響。顯示親和性人格特質在對大學生使用 Facebook 的娛樂性動機上有影響關係。本研究支持 H3-25：嚴謹性人格特質對 Facebook 娛樂性動機上有正向影響。顯示嚴謹性人格特質在對大學生使用 Facebook 的娛樂性動機上有影響關係。

5 結論與研究建議

5.1 結論

一、五大人格特質變項與人際關係變項之關係

根據研究結果發現神經質人格特質對人際關係無影響關係，而外向性、開放性、親和性、嚴謹性人格特質對人際關係則有顯著的影響關係。由此可知，具神經質人格特質的大學生，其特質並不影響他們在人際關係上的維持建立；而具有外向性、開放性、親和性、嚴謹性等人格特質的大學生，其人格特質在對人際關係的建立和維持有一定的正面影響力。

二、Facebook 使用動機變項對人際關係變項之關係

研究顯示，Facebook 的關係性動機、社交性

動機、資訊性動機、遊戲性動機、娛樂性動機對人際關係均具有顯著的影響關係。此結果與以往社群網站及人際關係相關研究結果相同，顯示 Facebook 的使用動機對大學生在人際關係的建立和維持上有正面影響力。

三、五大人格特質變項與 Facebook 使用動機變項之關係

研究顯示，神經質人格特質對 Facebook 關係性動機、社交性動機、資訊性動機、遊戲性動機、娛樂性動機均無顯著影響關係，而外向性、開放性、親和性、嚴謹性人格特質在對 Facebook 關係性動機、社交性動機、資訊性動機、遊戲性動機、娛樂性動機方面，則均有顯著影響關係；結果與以往對於人格特質對社群網站的研究中神經質人格特質喜歡在線上聊天和交朋友、使用塗鴉牆、用即時訊息與朋友聯繫、且個人檔案有較多的個人資料的結果研究不同。因為並不是所有神經質人格特質的大學生都擁有豐富的社會資本和社會網路連結，因此也對自我認同程度的也不盡相同，陳憶菁(2012)指出 Facebook 會讓使用者覺得缺乏隱私、耗時、易受打擾、缺乏真實感。這些負面因素也會使神經質人格特質的人更缺乏安全感，越降使用 Facebook 的動機。

5.2 研究建議

一、研究對象

不同的族群屬性具有不同的特性。本研究針對大專院校學生樣本來做研究，樣本僅代表大專院校學生之調查結果。後續的研究可以擴大研究的群體樣本，對整體做更客觀的探討。

二、量表的使用

本研究所使用的五大人格特質量表、人際關係量表、Facebook 使用動機量表，均採用先前研究者所自編及改編之衡量量表，屬於比較主觀的衡量方式，若能同時運用自評及他評的方式，包含本人、指導人員及專家的評估，或許能夠有更客觀周延的分析結果。

三、地區的選擇

本研究探討地區為台灣地區，因此無法判斷是否在不同文化習俗的地區間也會有所差異。

四、社群網站的選擇

社群網站在不同地區的受歡迎及流行的程度都不盡相同。雖然 Facebook 算是目前最流行通用的社群網站，但在某些網路較封閉的地區就幾乎是被禁止的使用的，因此並無法單用 Facebook 來衡量其他地區的情況。

- [1] 財團法人台灣網路資訊中心(2012年7月9日)。台灣寬頻網路使用調查。取自 <http://www.twinc.net.tw/download/200307/20120709c.pdf>。
- [2] Costa, P. T., Jr. & McCrae, R. R. (1992). NEO-PIR: Professional Manual, FL: Psychological Assessment Resources.
- [3] 潘菲(1992)，論青少年的人際關係，共同學科期刊，2，pp.109-120。

- [4] 陳憶菁(2012)。社交網絡服務網站的使用者動機與負面評論之研究—以 Facebook 為例(碩士論文)。國立彰化師範大學企業管理學系，彰化市。
- [5] Lindgren, H. C., (1953), "Psychology of personal and social adjustment", New York:American Book Company.
- [6] 石文宜(2005)。國中生人格特質、師生互動關係與偏差行為之關係(碩士論文)。國立政治大學教育研究所碩士論文，台北市。
- [7] 陳熾竹(2002)。網路與真實人際關係、人格特質及幸福感之相關研究(碩士論文)。屏東師範學院教育與輔導研究所，屏東市。
- [8] 王汝潔、張斐嫻、楊依嫻、楊宜蓁(2013)。以社群網站為例探討人格特質、社群網路使用態度、人際關係對社群意識與社群忠誠度之影響。正修科技大學企業管理系，高雄市。
- [9] Asendorpf, J. B., & Wilpers, S. (1998). Personality effects on social.
- [10] Wilkinson, R.B.& Walford, W.A. (2001). Attachment and personality in the psychological health of adolescents. *Personality and Individual Differences*, 31, pp.473-484.
- [11] 林淳蔭(2010)。高中生社群網站使用行為與現實人際互動、學習風格之相關研究-以台北縣市為例(未出版之碩士論文)。淡江大學，新北市。
- [12] 蔣孟軒(2012)。社群網站對人際關係影響之調查研究(碩士論文)。中華大學科技管理學系碩士論文，新竹市。
- [13] 李柔萱、林玉容、韓彥舟(2012)。探討 Facebook 對中學生人際關係之影響。海青高級工商職業學校，高雄市。
- [14] Amichai-Hamburger, Y., & Vinitzky, G. (2010), Social network use and personality, *Computers in Human Behavior*, 26. pp.1289-1295.
- [15] 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(2): pp.578-586.
- [16] Correa, A.W. Hinsley & H.G. de Zúñiga(2010). Who interacts on the Web? The intersection of users' personality and social media use. *Computers in Human Behavior* 26 , pp.247-253.
- [17] Ebeling-Witte, M.L. Frank and D. Lester(2007). Shyness, Internet use, and personality. *CyberPsychology and Behavior*, 10,pp.713-716.
- [18] 劉立仁(2012)。實習生人格特質與工作滿意度之研究-以人際關係為中介變數(碩士論文)。國立中正大學，嘉義縣。