

「行動電話與網際網路的社會影響」 國際比較研究

吳齊殷*

1995 年以來，行動電話與網際網路在全球迅速普及，對於我們的生活產生重大的影響。這些新媒體的使用狀況，對社會的影響究竟如何，是相當重要的議題。這一兩年來，歐美國家的行動電話和網際網路使用早已普及，但是東亞國家卻呈現普及率上升停頓的狀況。行動電話與網際網路的使用已進入新的階段，從單純使用上的便利演變到更高階的服務與應用。在這個轉變劇烈的過程中，各國在使用上的差異越來越大，也反映了不同的文化與社會因素。

即使在東亞國家中，行動電話與網際網路的使用狀況都有相當大的差別。日本東京經濟大學吉井博明教授根據這些特性，已經在日本和韓國進行過相關的調查。行動電話持有率高居全球第一的臺灣，自然是其計劃重要的一環。日本國文部科學省提供該研究計劃經費，藉由研究成員日本築波大學社會工學系石井健一教授，與中研院社會所吳齊殷教授的合作，共同在臺灣進行全國性抽樣調查，以掌握臺灣的行動電話與網際網路的使用狀況，以及其對社會心理的影響，尤其是

* 中央研究院社會所副研究員

對青少年人際關係影響的部份。

計劃在去年和前年分別在韓國和日本，進行過全國性抽樣面訪調查。今年委託中央研究院蔡元培人文社會科學研究中心調查研究專題中心，進行臺灣地區的調查。期望在類似的抽樣與問卷架構下，能了解臺灣與日、韓等國在這些新媒體上使用的差異。

本計劃母體定義為具有中華民國國籍並設有戶籍，年齡在 12 到 69 歲的民眾，利用 PPS 抽樣方式抽出受訪對象，共使用了 2496 個樣本，並於 2003 年 11 至 12 月在臺灣進行全國性面訪調查，完成了 1002 份有效問卷。問卷內容主要分下列主題：

I 手機 (Cell Phone)

開始使用（或不使用）手機的原因、接打手機的次數與時間、手機聯絡的對象、不接手機的原因，手機使用成癮現象，手機的社會功能。

II 手機簡訊 (SMS, Short Message Service)

開始使用（或不使用）簡訊的原因、收發簡訊的次數與時間、簡訊聯絡的對象、對使用簡訊的態度。

III 手機上網 (Mobile Internet)

開始使用（或不使用）手機上網的原因、使用手機上網的次數與時間、手機上網的網站內容，使用手機收發 e-mail。

IV 電腦上網 (PC Internet)

上網的地點與網路接觸史、上網的時間、網站的內容、網咖與網

路遊戲的使用情形；收發電子郵件的數量、通信的人數與對象、收發即時訊息的對象；電腦上網的應用，網路成癮現象。

V 休閒活動與日常生活的媒體使用

電視、報紙、雜誌、其他活動時間運用。

VI 其他

家庭價值觀、人際網絡聯繫、資訊發展信賴感、資訊焦慮。

透過上述不同層面的調查，我們預期將有下列研究成果：

一、可發掘出臺灣地區手機與網路使用的整體樣貌，進而了解社會學所關心的人際關係、網絡互動以及媒體使用行爲。在心理層面也能對不同媒體的即時性、可得性及個人的隱匿性有更深一層的認知。

二、透過具代表性的量化資料，我們透過多種虛／實間的對立來捕捉資訊社會的各種面向：線上行爲與日常生活的交流、虛擬網路與人際網絡的互動、資訊世界中信任、依賴與焦慮等現實情感的投射等。

三、計畫嘗試以最具資訊時代特色的媒體——手機與網際網路，來勾勒出不同媒介上人際溝通的不同樣貌。兩者的功能雖然可以互相取代，但是會因為現實生活的不同考量而有不同的選擇。為何有些人成為「拇指族」以手機上網爲樂，有些人卻熱衷以 MSN 在線上語音對談，本研究應可相當程度反映出手機與網路在不同層面上的相依與對立性。

四、經由日韓兩國問卷內容一致的調查，可以進行跨文化的資訊社會比較。亞太地區在資訊發展的重要地位無庸置疑，但是和西方社會有著何種不同的取徑？同時在社會發展高度歧異的這三個國家中，資訊媒介的使用又有何不同之處？透過這次的調查，我們能觀察到臺

灣與世界各國在資訊發展上的相似與不同之處，提供政府與業界在手機與網路使用策略制訂之參考，並藉由深入的分析來了解資訊社會中，溝通媒介的使用態度與行為間的連結。