

年輕族群行動文字簡訊使用研究初探

葉玫君

中正大學電訊傳播研究所

novia.yeh@msa.hinet.net

摘 要

成長迅速的行動文字簡訊（Short Message Service，SMS）帶來了另一波文字溝通傳播現象。許多調查資料顯示，此項服務尤其受到青少年的廣泛使用，是為值得深究的現象。

為了解行動文字簡訊對年輕族群人際關係的建構有何影響，本研究在觀察與立論的文獻上，除對此溝通新科技特徵的比較與描繪外，試跨越社會學、語言學與傳播學的知識場域，加以了解年輕族群人際溝通的需求與方式。

而在研究方法上以個人深入訪談方式觀察青少年如何使用「行動電話文字簡訊」維繫或建構其人際關係，並藉以比較並探討行動文字簡訊滿足了青少年使用者哪些不同的溝通需求。此外，本研究並蒐集年輕族群使用者所收發的文字簡訊內容加以分析其內容，藉此更進一步觀察訪談中無法表達的一些實際使用情況。而本研究之所以採質化研究法，乃是試圖細探青少年行動文字簡訊深層的心理感受，其為實證相關研究所得到的數字無從探得。

研究結果分析觀察後發現行動文字簡訊與行動電話本身在不同的情境滿足了不同的即時性及溝通需求。而使用者本身對於文字的態度，則影響其在編輯訊息或儲存訊息時的行為與態度。

關鍵詞：年輕族群、行動電話、行動文字簡訊服務、人際溝通、媒介特徵、人際關係維繫。

[收稿]2003/03/31; [初審]2003/05/14; [接受刊登]2003/12/15

一、緒論

(一) 研究動機

行動文字簡訊 (SMS, Short Message Service) 的盛行是近期一個顯著的現象，且這個現象已然快速地展開。相較於其他的中介溝通，行動文字簡訊更加個人化，更可在任何時間地點接收。且其訊息長度較短、人機互動性較強所以較不需要書寫技巧。人們通常使用這個媒介來安排會議或是通知到場時間等正事，但行動文字簡訊也被用來發展以及維繫人際關係 (Tanaka, 2002)。

翟本瑞教授在陳俞霖 (2003) 《網路同儕對 N 世代青少年的意義》一書的序言中亦提出，行動電話的普及加強了青少年的彼此聯繫，而其中文字簡訊業已成為青少年溝通的重要橋樑。尤其行動簡訊對青少年而言不只是傳遞重要訊息，也傳遞許多未預期到的親密人際關係，代表著真實世界人際關係的擴充、延續與強化 (翟本瑞, 2003)。

然而在看了許多關於網際網路等電子中介媒體文字溝通的探討，行動文字簡訊這項溝通媒介卻較少被人留意與探討背後的溝通意義與模式。當同時有電子郵件、傳統電話 (wire line)、行動電話時，有些人還是時常會使用行動文字簡訊。這也代表此溝通媒介具備了不同於其他溝通工具的一些特質以滿足人們不同的溝通需求。Grinter 和 Eldridge (2001) 的研究即指出行動文字簡訊改變了青少年溝通的型態並補足了其他溝通媒介的溝通缺口。

而由於行動文字簡訊本身依附於行動電話，因而具備著行動電話的種種特性，諸如：即時性、貼身性與私密性。也因此有趣的就在於，在其看似相似的功能基礎下，有字數限制的文字行動簡訊究竟還補足了行動電話哪些不足之處？行動文字簡訊究竟有何獨特魅力、滿足不同於行動電話即時貼身的特性？

(二) 研究背景

何謂行動文字簡訊？行動文字簡訊乃是 GSM 時期的產物，第一封行動文字簡訊是由英國最大的無線通訊公司 Vodafone 於 1992 年

12 月由個人電腦傳發至行動電話。每則簡訊至多可傳 160 個拉丁語系字母 (characters) 或 70 個非拉丁語系文字 (如中文或阿拉伯文) 的簡訊傳送服務。而其字數上---包含中英文字以及數字---的限制以至於簡訊之所以稱之為簡訊, 因為其內容不如電子郵件或信件等文字性訊息工具般地不受限制。

而行動簡訊到底有多盛行? 根據英國知名電信研究機構 Analysis Research 研究報告指出, 西歐與其他地區行動傳訊服務市場將呈現持續成長, 並預估全球行動傳訊市場 (包括 SMS/MMS/IM/Email 等) 規模將從 2002 年的 310 億美元成長到 2007 年的 690 億美元 (Brydon et al., 2003)。而台灣市場的規模隨各家電信系統業者發展開放「簡訊互聯」服務後逐漸擴大。根據國內電信總局的統計資料顯示行動文字簡訊成長穩定, 2002 年截至 12 月為止台灣簡訊服務市場規模已經達到約新台幣 15 億元, 每季簡訊量皆超過 5 億則 (電信總局網站, 2003)。

並且「世界無線論壇 (World Wireless Forum)」2003 年針對 20 個主要國家¹所做的一份研究報告「Mobile Youth 2003」顯示, 雖然在多媒體行動簡訊 (EMS --Enhanced Message Service 與 MMS--Multimedia Messaging Service)²推出後, 許多預測皆認為文字簡訊將會因為愈來愈多多媒體訊息科技的研發而開始減少, 但該研究結果顯示的並非如此。研究結果顯示, 無論多媒體簡訊的內容是如何地愈來愈豐富與升級, 但並沒有實際的報告顯示多媒體服務的傳訊較文字傳訊來得高。研究結果指出, 年輕族群也許會購買新的手機以及使用手機來拍照可是並不一定會使用多媒體訊息 (MMS), 因此文字簡訊傳輸對於年輕族群市場來說仍會持續維持為一最有價值以及

¹ 深入統計分析包括下列二十個國家: 英國、澳洲、比利時、加拿大、丹麥、芬蘭、法國、德國、香港、愛爾蘭、義大利、韓國、荷蘭、葡萄牙、新加坡、西班牙、瑞士、台灣, 以及美國。

² 關於 SMS / EMS / MMS 三者的差別在於: EMS 為 SMS 的增強版, 被稱為增強型簡訊或畫音簡訊, 可傳送的内容除了文字之外, 還可加上鈴聲音樂及手機內建的圖案, 豐富簡訊的表情。至於 MMS, 其功能性更強, 可視為目前電子郵件服務的延伸, 不但可執行文字、圖片、聲音, 還可將拍攝下的影像、動畫片段等多媒體内容即時傳送出去 (第三波資訊, 2001)。

最普及的一項服務 (Brown et al., 2003)。胡牧野(2003)的研究亦指出，青少年目前傳訊的形式上仍以文字簡訊居多，其中多以中文或加上標點符號來編輯訊息，對於其他形式的簡訊使用意願上仍普遍低落。

由上述報告顯示，行動文字簡訊已在許多國家行動通訊市場為一普及服務。Gurley (2000) 指出，電子郵件早已是網際網路上廣為應用的工具，而等同於電子郵件的行動文字簡訊現象顯然已在世界各地展開。而 Tanaka (2002) 則認為行動文字簡訊比電子郵件被接受的速度還要快，尤其是在青少年市場更為顯著。

專注於研究行動電話使用行為的 Sadie Plant 博士 (英國 Warwick 大學 Cybernetic Cultural 研究單位創始人) 在其跨國³研究「On the Mobile」中發現，全球超過二十億則的文字訊息在 2000 年被傳遞著，並且正逐年提昇。其中青少年是最先發覺文字傳訊潛力的一個族群 (Plant, 2002)。

而世界無線電論壇 (World Wireless Forum) 2002 年針對年輕族群所做的研究報告「Mobile Youth 2002」結果亦顯示，文字傳輸現象在年輕族群中尤其顯著，而成年人雖也使用文字簡訊，但由於使用上對成年人來說較為困難，因而使得在運用上大受限制。而這個重大的因素也使得 16-18 歲的族群成為這個社交性科技 (social technology) 的重度使用者。研究顯示只有 10% 的行動簡訊量是成年人所發送的。且不僅僅在總數上青少年佔多數，每個年輕族群行動簡訊使用者所傳發簡訊的數量也遠高於每個成年使用者。此外，該研究並估計，到了 2004 年行動簡訊的成長數字將會到達八十億左右，而其中大部分的使用者年齡為 25 歲以下。另外，研究發現中，令人意外的是，14~25 歲的受訪者竟高達 100% 的受訪者都對於這項新科技已有所了解 (Brown et al., 2002)。

尤其有趣的是，Plant 的研究發現，研究的八大城市中，各地的年輕族群甚至改變了拇指的使用狀態。行動電話、電動玩具以及其他高

³ 研究的國家包含八大城市：美國芝加哥，日本東京，泰國曼谷、英國倫敦、中國北京、菲律賓、香港、巴基斯坦白沙瓦...等。

科技現代設備導致年輕族群達爾文式 (Darwinian-style physical alteration) 的身體轉變；長期的肌肉運動使得年輕族群大拇指的靈敏度大為提昇，因此他們在其他日常生活中也直覺本能地使用拇指來代替平時人們慣用的食指來操作，例如：指物 (pointing)、扳開珠寶首飾的扣夾、以及按門鈴等，年輕族群已使用拇指取代了一般人們慣用的食指。Plant 博士提到：「他們的拇指都變得更大、肌肉更發達」，尤其最令 Plant 博士驚訝的是，東京街頭的青少年可以在完全不用看鍵盤的情況下，輸入一則訊息 (Plant, 2002)。顯然如同 Takana (2002) 所說，這些出生於電子時代的青少年總是能夠輕易地掌握各種電子設備，這些設備就像他們身體的延伸似的。

因而，在這個盛行用手機留言和以簡訊交談的時代，一種新型態的「拇指交談」(Thumb-talk) 業已出現。在西方，這類的年輕人遂被稱為「拇指世代 (thumb generation)」或「螢幕世代 (screenagers)」⁴；而在日本，由於拇指稱為「親指」，所以稱為「親指世代 (oya yubi sedai)」(James Brooke, 2002) 或「拇指族」⁵。並且在許多跨國的研究報告中都顯示，這種現象並不獨存於美國或日本，而是全球各地的年輕族群共通的現象⁶。

綜論之，大眾傳媒及各種分眾傳媒的普及加速了社會的改變，而這些改變亦形成了年輕族群特殊的次文化 (subculture)⁷，建構出如

⁴ 由於 18 到 24 歲的年輕族群為與個人電腦、行動電話以及電腦遊一同成長的第一代，即時常處於螢幕前、迷戀螢幕的一代 (Leisure & Hospitality Business, 2001)。

⁵ 在日本流行著一個名詞「拇指族」，泛指生活中靠著拇指按按鍵追求樂趣的人。而「拇指族」又可分為兩種，第一種拇指族指的是抱著電視遊樂器長大的世代，第二種則是指與手機共同成長的人。而本研究中所指之「拇指族」為後者，這類族群習慣使用最新的科技產品，他們喜歡在搭車、等朋友或逛街等空檔時，使用拇指發送簡訊呼朋引伴，或使用行動電話聽取語音服務、使用行動電子商務以及電玩遊戲來打發時間 (陳立儀, 2000)。

⁶ 例如 Sadie Plant 博士的研究報告 "On the Mobile" 是一跨越 8 大國家以深入訪談及田野調查所做的深入研究，而 Wireless World Forum 對年輕族群所執行連續兩年的行動電話使用觀察報告「Mobile Youth 2002」與「Mobile Youth 2003」則為針對世界 20 個國家連續兩年所做的深入統計分析研究。

⁷ 文化可分為主流文化 (dominant or main culture) 與次級文化兩種，主流文化是社會多數人，尤其是社會中堅份子的文化，次文化則是透由同儕間親近、價值觀、認同感而凝聚之友誼下所產生的獨特價值與規範 (黃德祥, 1994)。

：「快閃族 (flash mob)」、「網際龐克族 (Cyberpunk)」、「御宅族 (otaku)」...等⁸，依不同的生活型態或喜好所隔離區分出的文化群體；而「拇指族」即是本研究所欲觀察的對象。

(三) 問題意識與研究目的

在麥克魯漢 (Marshall McLuhan) 的傳播觀點中，歷史上每一次技術與工具的變革與發現，都帶著巨大的顛覆力量而來，其認為變革的關鍵是媒介的表現形式會制約訊息的表達內容，因此媒介的形式與科技、文明的關係便成為他極力想說明的，因此突顯了「媒介即訊息 (Medium is the message)」的重要性 (McLuhan, 1964)。對此，Plant 提出，就像所有其他顯著的科技歷史變革一般，行動電話的故事充滿了扭轉性與變革性，而行動文字傳訊所帶來的影響力更是十分巨大 (Plant, 2002)。而南方朔則認為，這種「交談」由於不需藉助「聲音」，因而它也是一種「無聲的交談」，其認為從人類的交談史角度而言，這不能說不是重大的改變 (南方朔, 2002)。

尤其，前述許多研究與統計資料結果顯示，行動文字簡訊似乎不僅沒有造成人際疏離，還受到數位熱潮變革的主角—「青少年」廣泛使用。對青少年而言，行動文字簡訊已不僅僅是單純的通訊工具，也是青少年形塑、參與同儕文化的媒介與橋樑。是以，為檢視這個新科技對人際溝通的影響，本研究即選擇了重度使用行動文字簡訊的年輕族群作為觀察的對象。

然而文字簡訊的普及由於是近兩三年來的新異現象，相對於傳播學術領域過去的研究與探討來說是個較新的議題，其相關學術研究不像網際網路的研究那樣豐富多變。目前國內有關行動簡訊與人文發展的相關傳播或社會學研究十分稀少，行動文字簡訊的相關研究與資料普遍僅是描述目前行動簡訊的盛行狀況的相關報導與統計資料，少有

⁸ 「快閃族」乃透過網路或行動電話相互通知召集許多互不相識的人，在指定時間湧到指定地點做出無厘頭搞怪行為，並在短時間內極速消失目的，以使旁人不知所措為目的。「網際龐克族」是指執迷於電腦及電腦網路之年輕族群，其恣意作為超乎電腦專業人士所認可之倫理範疇，及法律制定者所能忍受之限度。「御宅族」原指「老是待在家裡、不喜人際交往的人」，後泛指對「某種事物重度著迷」，如「動漫御宅族」指「對動畫漫畫重度著迷的人」。

專書或期刊論文，研討會論文也不見相關研究。

目前國內僅有三篇行動文字簡訊相關的碩士論文，然其中葛晶瑩（2003）「生活型態與簡訊接收行為關聯性探討」、林志宸（2003）「探討消費者對多媒體簡訊服務的消費意願」較偏向於觀察消費者對商業多媒體簡訊的認知與接受度，對於人際溝通層面較少觀察。

而胡牧野（2003）針對北市高中職學生行動文字簡訊使用行為、使用動機與滿足之研究則對於人際溝通面有幾項發現。其研究結果顯示男性較女性愛用行動簡訊，也較容易成為「行動簡訊迷」。在傳訊的內容上多是延伸談天、說悄悄話。至於主要動機則以「可以避免說不出口的尷尬場面」、「與同學、朋友接觸、保持聯絡」、「消遣性因素」、以及「個人表達性因素」。另外，就全體樣本而言，研究發現個人對此媒介的使用動機與滿足獲得呈現強烈的正相關。而研究發現「使用年資」是研究中最具影響力的因素，使用年資二至三年的人最多人覺得行動文字簡訊是他們不可或缺的溝通媒介，並且在滿足程度上亦是使用年資愈高者愈是顯著（胡牧野，2003）。

而國外行動文字簡訊相關文獻的部分數量較國內多，最早的相關研究（Kasesniemi，2002；Ling，2002；Tanaka，2002；Tayler，2002）來自於北歐與美國。研究中皆指出年輕族群是最先採用行動文字簡訊的族群，並且男性與女性在收發簡訊的行為上是大致相似的。

而其中一些質性研究（Tanaka，2002；Tayler，2002）則發現了一些行動文字簡訊使用上特殊的意義與習慣。例如，Tayler（2002）的研究中將青少年之間傳收簡訊行為視之為社會心理學上所稱的「贈禮行為（gift-giving）」，研究指出青少年在傳收訊息時抱持著某些程度的贈禮意義。而 Tanaka（2002）的博士論文研究中則指出：行動文字簡訊（她將行動文字簡訊稱為 M-mail）對於忙碌的人們來說是一個很好的溝通媒介，但其通常不只被用在溝通及一些實用性的用途之上，更由於其特殊的媒介特徵而被青少年成功地用來維繫與提升他們的人際關係。

另外相關的專書探討則有 Grinter 和 Eldridg 所做的兩篇研究。研究發現，青少年採用行動文字簡訊的原因是在於這項溝通媒體的快

速、便宜以及使用方式簡單，而這些理由都與這個族群的社交背景（social context）有關（Grinter & Eldridg，2001）。並且研究中指出青少年通常使用行動文字簡訊來用途有三：安排或修正約會、聊天、以及與親朋好友協調與互動。且研究發現行動文字簡訊溝通下通常引發其他溝通方式（包括直接會面、電話、電子郵件、即時通訊...等）的使用，或者青少年在使用其他溝通工具時也會同步地運用行動文字簡訊來達到不同的溝通目的（如：多方聯繫事務、討論簡訊內容...等）（Grinter & Eldridg，2003）。

由上述研究我們可以約略了解到年輕族群行動文字簡訊的使用動機與用途與模式。而本研究所感到興趣的是，行動電話本身既然已經滿足了人們即時通訊的需求，其溝通的即時性可說是勝於其他的通訊工具，為何年輕族群使用者還如此熱衷於使用行動文字簡訊來達成溝通？行動電話的使用者既然到處帶著行動電話，卻為何放棄直接撥打行動電話而使用行動文字簡訊來達到人際溝通？

本研究將以使用者為研究重心，而非此通訊技術本身。因此，對於行動文字簡訊人際與社會影響這個頗具研究價值的領域，本研究主要目的即是深入了解年輕族群在跟親朋好友溝通時又是如何感知行動文字簡訊這向溝通工具並選擇之，並試圖了解在年輕族群心目中這個新溝通媒介的特質滿足了他們何種不同的溝通需求因而廣受此族群的使用。

二、文獻探討

由於行動文字簡訊是近幾年發展的現象，因此這樣的議題在以往傳播領域中是少被探討的，本研究除引用相關傳播領域立論與觀點外，並將試圖借用社會心理學與語言學等相關知識作為觀察之基石。

為了解行動文字簡訊使用者為何選擇此溝通媒介，首先試圖對於「媒介選擇（media choice）」相關研究與理論如何。在「電腦中介傳播」中，一些由社會心理學觀點來看人們「媒介選擇」的初期研究目的主要是要瞭解人們在工作環境中對於電腦中介傳播媒介的使用原因。當時大部分研究集中在瞭解人們如何選擇工作場所使用的媒介

，並且比較各種媒介之間的人際效應。

而在這個議題下，以 Fulk 的架構為基礎 (Fulk, et al, 1987)，乃將「媒介選擇」研究劃分成兩條研究路線，一為「媒介特徵取向 (media characteristics)」，一為「社會影響取向」。而這些理論在近期也漸漸被應用至日常生活人際溝通的領域範疇，不再侷限於工作領域中的媒介選擇行為。

而這兩大研究取向中，前者著眼於「媒介特徵」如何影響人們選用溝通媒介，說明組織中人們對於媒介選擇的行為乃依據媒介本身的內在特徵。相關理論包括「社會臨場感理論」(Social Presence Theory；Short et al.，1976)和「媒介豐富度理論」(Media Richness Theory；Darf and Lengel，1984)。此研究取徑乃認為個人選用某種媒介乃是因為該項媒介具有足以滿足個人傳播需求的特性。意即人們的媒介選擇行為乃受媒介本身的內在特徵 (inherent characteristics) 所影響。

另一個觀點則是以「社會影響」的觀點來觀察人們的媒介選擇行為，相關理論主要為「社會資訊處理觀點」(Social Information Processing；Salanick and Pfeffer，1978)。此理論相關研究認為人們選擇「電腦中介傳播」的因素，會受組織文化、組織階層的網路和關係網路所影響，媒介的選擇與使用行為是一種「社會建構的認知因素」。也就是說，透過資訊社會化的過程，工作夥伴的意見、訊息與行為會影響彼此對工作的認知、態度以及媒介選擇。

然而，隨著電子中介傳播媒介的普及與多元化，近來電腦中介傳播的研究已將上述理論擴展至人際溝通的範疇。因為日常生活中出現在「電腦中介傳播」通道的人際互動早已不計其數，人們與這些新傳播與溝通科技的關係，已不僅是「使用」，在許多人際互動層面上已經是被普遍甚或重度的依賴。

而本研究最主要的立論觀點乃是認為年輕族群在其人際關係互動上，除了面對面溝通之外，當面對不同的溝通動機目的時會採用不同的媒體，而這個採用背後的過程乃是對媒介本身有所知覺（或不知覺）的感知。因此，本研究將採用「媒介特徵」取向來作為探討的主

軸概念，試圖觀察年輕族群行動文字簡訊使用者的使用模式藉以了解其溝通行為背後對此溝通媒體的感知與採用。

(一) 媒介特徵與媒介選擇

溝通行為與需求通常是很多面向的，因此本研究並不適合只用單一理論來解釋人們何以使用行動文字簡訊來與親朋好友溝通。因此本章將先對媒介特徵與選擇相關文獻作一探討，再對行動文字簡訊本身的媒介特徵加以分析比較。

一、媒介特徵相關理論

O'Sullivan (2000) 認為，不同的溝通媒介會提供互動者間不同的傳送資訊能力。也就是說，這些媒體中介通道提供了使用者多樣化的格式（例如：聲音、書寫、以電腦終端的螢幕展示），可以同步（如：電話）或非同步（如：信件、答錄機、電子郵件）地傳播訊息，並且還具有各種不同的符號形式與意義。因此溝通媒介的選擇，可說是提供了使用者一個可機動調整、限制資訊的方法。

對此，在一些組織中相關的研究中，學者發展出「媒介豐富性理論」（Media Richness Theory）、「社會臨場感理論」（Social Presence Theory）及「媒介適切性」（Media Appropriateness Theory）等...理論來說明組織中媒介選擇行為乃依據媒介本身的內在特徵。

關於媒介選擇的行為，心理學者 Short、Willams 和 Christie (1976) 等人在「電訊傳播社會心理學」（The Social Psychology of Telecommunication）一書中提出了「社會臨場感理論」。是指不同的媒介會引發人們接收不同媒介訊息時將有所不同感知（perception），而使用者在使用媒介時，該媒介所能達成傳播雙方近似於面對面互動程度，即稱為「社會臨場感」。

Short 等人認為，這種感覺是一種「使用者的態度與知覺面向，是一種有關媒介的心靈定位（mental set）」；其不僅僅是傳播過程中的文字而已，同時也依賴非語文與語文性、視覺與聽覺的輔助及傳播情境等。且這種社會臨場感是會隨著隨著互動與傳播動機與目的的不同，而影響到個人選擇以此媒介作為溝通的意願（Short, et. al, 1976）

。也就是說，社會臨場感是為個人藉由媒介主觀地去感知他人的一種心理效果，因此不僅會因媒介特徵不同而有所不同感知，亦會隨著個人差異與情境的不同有所差異。而使用者亦會隨著本身傳播與互動的目的來選擇溝通的媒體。

而社會臨場感不僅是取決於該媒介所能傳達的語言和文字符號，也同時受到非語言符碼的影響。倘若媒介能傳遞的上述的人際線索愈多，愈能使人們產生豐富的人際印象，達到高度的人際互動，即屬於「高社會臨場感」的媒介（黃慧雯，2000）。因此，按照社會臨場感的區分，面對面傳播自然亦是最具有臨場感的傳播管道，其主要原因在於能夠傳達非語言的訊息（如肢體動作、表情、音調、語氣等），溝通者在各項指標上的感知自然相對較高。也就是說，一般來說雙向溝通的媒介較單向溝通媒介具有社會臨場感，並且影像媒體較聲音媒體或文字媒體具有較高的社會臨場感。

此外，Daft 和 Lengel（1984）兩位學者在組織中媒介選擇行為的研究中即指出提出了「媒介豐富性理論」。組織中的成員在處理資訊時會受到「模糊性」（equivocality）及「不確定性」（uncertainty）兩個因素所影響而有不同的媒介選擇。其中，訊息「模糊性」是指接收與傳播間的議題上有多元的、衝突的解釋；而「不確定性」乃是被接收的訊息與傳播的訊息兩者間的不充足所產生（Daft & Lengel, 1984）。理論中提出，當訊息充滿著不確定性、高度模糊時，必須配合能夠傳遞豐富資訊的媒介，訊息才能有效地被處理。而當訊息是低模糊的，就靠著低度豐富性的媒介來傳輸，才是最有效率的傳播方式。也就是說，這個概念指出了，在組織之中媒體中介通道提供了管理者對於不同訊息有所不同媒介選擇。

由此概念，以面對面的溝通方式（face-to-face）被視為是豐富度最高的傳播媒介。因為面對面溝通的回饋速度最快，可讓傳播者快速了解及回饋訊息，其訊息即時被修正的速度也最佳。且無論是語言或是非語言等多重符號線索（verbal or nonverbal cues）均可以在面對面溝通的過程中被傳遞（例如手勢、語調、臉部表情等肢體語言及口頭語言的傳遞等）。除此之外，面對面是非常個人化、可使用自然語言

(natural language) 型式的媒介。

因此，若相對於面對面的溝通，行動電話雖然在速度上與互動性上與面對面傳播相差無幾，但其溝通媒介缺乏了視覺線索(visual cues)。溝通者僅能憑藉語言內容及聲音線索 (audio visual) 來了解彼此溝通的內容。也就是說，立即回饋速度相當快的行動電話或行動文字簡訊在個人化程度上雖然已較一般溝通媒體來得高，但前者在線索上僅限於聲音、音調與音量等，缺乏視覺性線索，後者呈現方式不但僅限於單純的文字，其文字訊息內容長度亦受到限制，且在聲音線索上亦完全缺乏。然而，倘若如此，對於如此僅受限於視覺線索的媒介來說，我們更不禁好奇，為何這個媒體能具有如此的魅力吸引年輕族群大量的使用？

若由「自我投射」(self presentation , Giddens , 1991)、「自我呈現」(self presentation)或「印象管理模式」(impression management model) 的角度來看，由於人們自覺地在呈現自己的面貌並試圖修正與改進，每個人多多少少都會嘗試著去控制自己出現在自己心中或出現在別人面前的形象，因而人們為了管理自我的呈現，在使用媒介溝通時會藉其幫助管理自我相關資訊的交換 (O'Sullivan , 2000)。也就是說，因為不同的溝通媒介有著不同的媒介特徵與傳送資訊能力，人們反而可以利用各種不同的媒介特徵在各種人際互動上做策略性的應用。媒介選擇可說是充分展現了個人對於其印象整飾的程度。

例如，豐富度較低的溝通媒介 (例如：電子郵件、信件) 可以被人們在想要表達模稜兩可訊息，以及不想引人注目或尷尬為難的時候使用。因為這樣，欺騙的企圖被察覺到的機會比較少，且可以消除或避免預期中面對面溝通所會造成的負面反應。另外，豐富度較低的媒介還有利於減低一些較為過度緊張的溝通氣氛。例如，利用透過非同步性的溝通媒介即可給予人們更多時間去思考與自我掌控該「何時回應」或「如何反應」對方的訊息 (O'Sullivan , 2000)。換句話說，媒介豐富度不同的媒介，在不同的時機下反而有利於人們在人際互動上用以策略性的選擇運用，以達到最佳的溝通效果。

因此透由這個觀點，雖然相較於豐富度較高的面對面溝通，中介

傳播由於過濾了許多基本的（重要的）溝通線索，因此中介傳播似乎不適合用來進行關係傳播。然而，近來有研究已指出人們可使用媒介豐富度較低的貧瘠（lean）媒體有效地進行社會互動，而讓使用中介傳播進行關係互動是否對於人際關係互動較差的假設受到挑戰（O'Sullivan, 2000）。

二、溝通情境與媒介選擇

除了媒介特徵之外，Ylva（2002）提出下列三個影響媒介選用的變項：「同步性與否、溝通媒介特徵與溝通情勢」。其中「同步性與否」主要區分回覆時是否有時間或空間的壓力。而「溝通媒介的特徵」則包括：人們對此工具的感知，如：輸入技術、訊息內容特性與限制、互動或非互動的溝通工具...等。另外，「溝通情勢背景」則包括了：溝通者之間的關係、溝通的目的、溝通情境...等。

吾人認為此三項變相中，同步性應屬於媒介特徵的屬性之一，而溝通情勢的不同則適合具有不同媒介特徵的媒介使用。因此溝通情境可說是媒介本身內部特徵本身以外，應獨立出來探討的外部環境條件。

如同摩爾丹生（Mortensen）所說：「傳播絕不可能發生於真空中，他並不是單純的過程，全無背景或環境的聯想。」傳播必定在情境中發生，而情境的特質也將影響我們採取行動的方式（轉引自：鄭貞銘，1989）。對此，根據傳播學者 Fisher 和 Adams（1994）的看法，人類與情境的互動有：1. 互動論、2. 決定論（Determinism）兩種觀點。其中互動論認為人類一方面創造及控制情境，一方面也受其影響。而決定論則是認為情境影響人類行為與知覺，但人類可能毫不知情。此兩種觀點皆說明了情境對於人類溝通確有其影響，因此對於青少年為何選用行動文字簡訊作為其溝通工具，溝通情境自然是一不可忽視的原因之一。

而在社會互動的研究中，情境（situation）亦是一個相當重要的概念，也是影響許多人類行為表現的重要因素。人類的腦中已經存在不少關於情境的認知與類型，情境的存在讓人們知道當下該如何進行互動，相反地，也可從人們的行為推知其可能是在某種情境下所產生的

結果(盧諭緯, 1999)。Littlejohn (1996) 亦認為, 人們的情緒及溝通行為都受到外部因素的影響, 尤其是對溝通當時情境(situation) 的感知。而個人考量的形勢因素包含很多, 例如對於對話對象角色的評估, 以及溝通目的的考量等。也就是說, 個人會在研判個人能力之後界定自身所處情勢, 接著做出有利的決定與溝通行為(應保持沉默或發言, 以及選擇怎麼樣的溝通管道與媒介...等)。

Cody 和 McLaughlin 等人(1985) 則認為, 「溝通情境(situation)」中的所有相關因素都會影響個人對傳播訊息的選擇, 並且溝通情勢著實會影響溝通策略。而其所謂的溝通情境, 則是指整個溝通過程中的每個環節, 其包括了溝通的對象、溝通地點, 以及溝通的行動(轉引自: Littlejohn, 1996)。而 Miller (1978) 則提出人際傳播情境的變數包含了: 互動者的人數、回饋速度、涉入傳播過程之感官種類, 以及互動者距離遠近等。

綜觀上述各學者的觀點, 所謂溝通情勢不僅僅是溝通當時的場域或環境, 更包括其溝通環境氛圍、溝通者之間的親疏關係、溝通目的...等。而個人在溝通過程中對於溝通策略或溝通媒體的選擇, 將受到溝通情勢中各個要素的影響; 也就是說對於不同的溝通對象與溝通場域, 人們會有意識或反射性地先判斷其溝通的情勢狀況, 進而選用不同的溝通方式與媒介來達到其溝通目的。

是以, 本研究所欲探究的即是, 年輕族群選用行動電話文字簡訊的情境與對象或內容為何, 以進一步了解什麼樣的溝通情勢與情境會讓年輕族群借用行動文字簡訊的媒介特徵來完成溝通。而在了解了媒介特徵與溝通情境對媒介選擇的重要性與關聯性之後, 我們再回頭思索, 行動文字簡訊媒介本身究竟具備哪些與其他溝通工具不同的特性, 得以滿足溝通者不同的溝通目的?

(二) 行動文字簡訊特徵

文字簡訊的盛行顯示出這個媒介所能提供的優點遠大於其外觀上的限制。就如同即時訊息(IM)和電子郵件一般, 簡單的科技所帶來的方便性與效率補足了多媒體所有的一些功能而廣為使用(Brown et al., 2002)。為了解使用者是否有所感知於行動文字簡訊與其他溝通

媒介的不同，了解行動文字簡訊的重要特徵是必要的。是以文獻探討將以描述行動文字簡訊的重要特徵為主軸，並將之與行動電話通訊本身和傳統書寫溝通作比較。

而當代的文字傳播，由於建構在電腦網路技術與多媒體技術兩個基本要素之上，其最大特性在於具有綜合性和充分的互動性（王璿，2003）。換言之，行動文字簡訊的重要特徵不單單為文字傳播的特徵，其主要應包含三大方向：行動通訊的特徵、文字本身的特徵、以及電子中介傳播的特徵。

也就是說，行動文字簡訊雖是以文字的形式呈現，但其本身並非屬於傳統書寫的文字，而較類同於電腦中介傳播（CMC）的一種形式。Ylva（2002）在其博士論文中即把行動文字簡訊定義為電腦中介傳播的一種溝通媒介。而行動文字簡訊本身又依附於行動電話之下，因此亦具備了許多相關的特徵。因此下面三節將依序對此三大特徵做進一步的描述。

1. 行動文字簡訊之行動通訊特徵

(1) 流動性

麥羅維茲（Joshua Meyrowitz）強調媒介形式對社會行為有很大的影響。在其《No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior》一書指出，科技媒體的進化降低了物理性存在的重要性。他認為，科技媒介已大大地減少了時間與空間對人們的影響，使得遠隔千里的人們在相互傳遞訊息時，不再被物理環境拘束空間（Meyrowitz，1985）。

對此，Plant（2002）表示，如果傳統電話是為世界連結了無數的工作場域和住所，行動電話則是史無前例地連結著無以數計的個體（individual）。她指出，由於行動電話已然是個人於人之間聯繫而非點對點聯繫的工具，因此其改變了人們的種種期望也打破了生活的種種疆界。它不但影響了人們的感知、界線和功能，改變了人們獨處時的生活經驗，使得人們在獨處時也不會有隔世獨立之感，行動電話更改變了公共空間的限制，模糊了私人世界的界線（Plant，2002）。

因為傳統電話的推出，乃是將地理上分散的使用者連結在一起，突破傳統人際溝通的疆域限制與城鄉區位的隔離，產生新的人際互動關係以及文化模式（翟本瑞，2000）；而行動電話與行動簡訊此類行動通訊溝通媒介則更是挾著其他通訊媒介所沒有的貼身性，擴大了通訊時空的限制性。也就是說以往通訊媒介是「定點」間的聯繫，而現在諸如行動電話則是「移動物體」間的聯繫，此乃「流動空間⁹」的一大特色。而「流動」的通訊型態亦表示使用者無法控制接收訊息的情境與時空何如，此種傳播行為是在以往一般溝通媒體不會發生的現象。

(2) 即時性

由於行動電話具備高度的移動性與隨身攜帶性，因此只要在正常開啓行動電話以及收訊良好的情況下，行動文字簡訊即具備隨時隨地接收訊息的特性，可於極短時間內以 GSM 行動電話網路傳送至發訊對象行動電話中具有即時性。

且倘若在未開機的情況下，所傳出的行動文字簡訊亦會被儲存在系統端，等到收訊者一開機即會傳送到收訊者隨身的手機。而且收訊者在接收下來後即便沒有時間閱讀，亦可先將訊息儲存下來，等到方便的時候在作閱讀或回覆。因此行動文字簡訊通常比電子郵件來得具有即時性與隨身性高（Takana，2002）。

Tanaka（2002）的研究中指出，行動文字簡訊的溝通也許看似瑣碎而無異議，但傳訊者滿足於能夠「隨時」將腦袋中想到的事傳出去，收訊者也很高興能夠收到這些訊息（即便那些內容本身並不重要）。因為如同 Soukup 等人所說，對於人們來說，能夠參與這樣的溝通活動往往比溝通內容還要重要（Soukup et al.,2001）。

此外，由於年輕族群具備快速學習的能力（steep learning curve）

⁹ 流動空間（space of flows）概念是由卡斯特爾（Castells）所提出。他認為空間和時間原是人類社會生活的基本維度，也是人類社會活動的產物。因此人們對空間的經驗與認知，主要以活動為基礎，是以空間概念總是與文化勾聯結合在一起，網路空間同樣也是人類活動營造的結果。但網路空間不再局限於地理上的限制，而在結構上發生了基本的變化（Castells，1996）。

以及具有必要的內部知識，且他們不像年齡較大的人們對於內容較有興趣，年輕族群傾向於能夠愈簡單愈快速完成溝通愈好，因此年輕族群較重視整個溝通過程是否有趣以及是否能打發時間，這也是他們會受到這個溝通媒介的吸引的原因之一（Mobile Lifestreams Ltd.，2001）。是以，即時性一直是年輕族群對溝通媒介一個相當被看重的特徵，也無怪乎近來行動通訊的盛行。

(3) 控制性

伴隨著流動通訊時代的來臨，人們的溝通模式漸漸地模糊了建築與社會空間的意義。游任濱（2000）指出，原有電話的空間分野，隨著行動電話的出現，逐漸模糊了公共與私人的界線。

換言之，以往任何一種媒體，使用者可完全主控接收訊息的時空，然而現今行動電話的持有者，對於訊息接收的時空是完全開放的。因此行動電話隨時隨地可聯繫的貼身基本特性固然便利人的生活，卻也造成工作與休閒時間的界限模糊、相互穿透與重疊，以及控制性的產生。

對此，Puro（2002）提出，無論員工是自願開機保持隨時可以連絡的狀態，或是被迫在下班時間仍可被雇主找到，員工都必須在結構環境的制約下設法拿捏個人與家庭的工作與休息時間（Puro，2002）。尤其，行動電話簡訊或留言的功能更是近一步破除了時間的概念，無論時間多晚，倘若想要在不打擾對方的情況下達到溝通的目的，隨時可以藉由這些行動文字簡訊將訊息留下，讓接收訊息的人在方便的時間聽取或閱讀訊息。

此外，行動文字簡訊及留言此類「貼心」的附加功能，雖然能讓自己在找不到對方時還能準確地留下訊息，但也相同地，對於別人所留的簡訊與留言必須一定要回覆而更加感到受控感。這些都顯示了由於流動通訊的傳播特性，傳播時空與型態已然有所改變（葉玫君，2002）。對此，Haddon（1998）認為，行動電話所促成的這種隨時可以聯絡到（contactability）的預期，無疑對個人的自主與獨立空間是一種壓力。

另外，青少年與親密關係的男女朋友間已經利用行動文字簡訊建

立了一些「規定」，例如許多青少年在睡前一定要以行動文字簡訊像情人道晚安以示兩人關係的確定性與親密性，當然這也讓許多人感到十分有壓力與約束卻又必須遵守（Taylor & Harper，2002；Grinte & Eldridge，2001）。另外 Taylor & Harper（2002）研究中的受訪者明確提出，倘若對方沒有立即回覆會讓他們感到被忽略，甚至有人會直接以電話詢問對方為何沒有回覆訊息。

由此可知，行動通訊的即時性與貼身性塑造了以身體不在場為基本特徵的全新人際交往模式，卻也在人際關係的互動中同時帶來了控制性。

(4) 私密性

由於行動電話多是專屬於個人的通訊工具，因此具有個人化的特性以及私密性。Plant（2002）亦發現，行動電話在年輕一代的社交生活中已漸漸扮演一個重要的角色。對年輕人來說，行動電話所能提供的自由移動性與私秘性是十分寶貴的，過半數受訪者甚至表示他們無法想像沒有行動電話的生活（Plant，2002）。

相同地，不若網路聊天室等公開空間，甚至不擔心共用電腦而被他人窺視到的電子郵件溝通，行動文字簡訊是一種完全個人化與私密化的溝通媒介。然而也因此，Grinter & Eldridg（2001）的研究中，受訪者表示當傳錯對象的時候會是一個非常窘困的狀態，也會常因此讓錯誤的收訊者一頭霧水。

2. 行動文字簡訊之文字特徵

行動文字簡訊雖是數位式通訊軟體，但不可忽視的是其溝通內容本質上是「文字」。因此其具有傳統文字編寫、保存以及文字內涵的意義。而這一點也是行動文字簡訊與行動電話本身最大的差異特徵，因此本節將針對文字傳播與口語傳播主要的不同分述如下：

(1) 寫作過程

作家兼寫作指導專家杜梅（DeBorah Dumaine）指出，文字是活躍紙上的思想---混淆不清的意念需借由文字才得以清楚地展現出來。他更提出，書面資料和口語傳播最大的不同，就在於前者可以事先

詳加規劃整理 (Dumaine, 1989)。尤其口語傳播無法將溝通事件的「時空」重新複製、剪輯，因此有其相當的獨特性 (張秀蓉, 1998)，且其注重順向邏輯，僅允許有限度的返回修正，傳播同時必須進行思考，但文字則否，寫作者可以將文字一再修飾，反覆修正後在予以傳佈 (王定卿, 2001)。而在文字簡訊的輸入與編輯過程中，使用者一如寫作者，有其一連串的「寫作過程」 (the writing process)¹⁰。

而王淑俐 (2000) 在其《人際關係與溝通》一書中亦指出人際溝通上幾種不同的方式。其中在口頭與文字溝通上，她認為文字溝通可在滿足許多不方便或不好意思的溝通情境下的溝通需求，並且書寫可仔細思考、反覆斟酌，並因為可刪除重寫，因此可增加溝通的精緻度。

然而，麥克魯漢對於「口語」 (spoken words) 和「文字」 (written words) 兩者的特性的比較上，則認為文字在表情達意上有其緩慢與直線性的缺點；畢竟文字抽離了語調和肢體動作，用文字順序性闡述的事情若用口語表達則可以較迅速且有彈性 (McLuhan, 1964)。

綜合兩者觀點，對於單一訊息而言，文字訊息本身較口語訊息有事前反覆編輯和思考的空間，但若以整個溝通過程來說，口語溝通較文字溝通能立即得到回饋，因此相對來說較有彈性。因而具有傳統文字特性的行動文字簡訊，其回覆的速度是可依個人需求作調整的，其回覆內容亦是可不斷修正的。

(2) 訊息保存

文字除可反覆修正外，較高的可保存性也是與口語傳播最大的不同。葉蜚聲、徐通鏘 (1994) 提出，憑口、耳進行交際的語言有其侷限性，因為聲音是一發即逝的，而文字的發明即是讓即逝的語言「傳

¹⁰ Flower 和 Hayes 認為，寫作可分為「規劃」 (planning)、「轉譯」 (translating) 和「回顧」 (reviewing) 三個主要過程。其中「規劃」包含對象與目的的確定，以及對內容構思與佈局的規劃等；而「轉譯」係指將產出的文思轉換成文字；「回顧」則為評估與修改的過程。Flower 和 Hayes 認為，寫作過程並非依序線性進行，三個主要過程應當交替並行 (轉引自：王定卿, 2001, P.18-20)。

於異地，留於異時」¹¹。是以，書寫式以及電子式溝通最大的好處也就在於可紀錄（record）與儲存（storage）。兩者皆具備使溝通歷程與結果得以保存、作為日後參照甚至紀念之用的優點。

對此，杜梅指出，口傳難以紀錄，因此文字的重要性將永遠無可替代。至於文字是出現在顯像器上還是紙上則無關閥旨（Dumaine，1989）。Herring（1999）亦提出，由於聲波的壽命短暫，書寫式的溝通較口頭式溝通來較具長久保存性。

畢竟語言一說完即消失不見，但是文字卻可以保留，並且隨時隨地可以拿出來回味，咀嚼再三與重溫(歐貞延，2003)。對此，Taylor（2002）研究中發現，行動文字簡訊因為內涵許多回憶（little memories），因此對於青少年而言十分具有保存的意義，受訪者皆表示由於行動電話儲存容量有限，因此時而需要刪除一些有意義的簡訊而讓他們備感困擾。

(3) 文字傳情

Olsom（1994）認為書寫不應被視為口語（Speech）的抄寫語轉譯，他認為書寫本身就是一種不同的訊息的傳遞方式（轉引自：陳弘儒，1996）。且每個人都知道如何說話，但卻不是每個人都知道如何用文字表情達意。

Plant(2002)的研究指出，青少年將文字傳訊視為一種無須透過語音就能真實傳達情感的溝通方式(Plant，2002)。文字的溝通帶給人們跟語言的溝通完全不同的經驗，並且文字的溝通內容比起語言可能具備更深層、更豐富的內涵(歐貞延，2003)。因此對於喜歡以文字表達的人，雖然使用文字溝通少了所有細微的聲音及身體語言差異，但善於使用文字的人仍可藉由簡單的文字表達深層的情感（Suler，1998）。

此外，對於文字書寫的溝通優點，Olsom（1994）認為，文字的書寫系統讓人們意識到語言的結構，使語言可以更清楚明確地被分析

¹¹ 我國清代學者陳澧：「聲不能傳於異地，留於異時，於是乎書之為文字。文字者，所以為意與聲之跡也。」（轉引自：葉蜚聲、徐通鏘，1994）

；另一方面書寫系統雖然無法表達口語所有的訊息，但是隨者書寫系統的演進，增加了許多表情達意的新語彙、語法甚至標點符號等，也呈現出文字本身許多的特性，而這些特性是口語系統所沒有的（轉引自：陳弘儒，1996）。李櫻（2001）亦指出，以語言的角度來看，網路語言呈現出許多迥異於書面和口說語言的結構性差異。

對此，研究網路文本對談的心理學家 Suler（2000）認為，人們永遠能在限制之中找到突破，像是這種文字交談（TextTalk）或文字溝通中，表面上其溝通線索十分侷限，然而人們卻可找到各式各樣的方法來讓這樣的溝通顯得豐富有趣，並仍能傳達許多視覺上的意義。他認為，在缺乏視覺及聽覺的線索中人如何了解他人的意思，便是文字交談的迷人之處（Suler，2000）。

3. 行動文字簡訊之電子中介傳播特徵

若文字、語言相關的資料和知識用數位媒介表示，亦即經數位化變成數位資訊，那麼，數位化的文字、語言也將繼承數位資訊的種種性質，會變得和傳統的截然不同。在文字、語言應用方面，也引發了許多改變。例如，書寫變成打鍵盤；寫作的方式也將有所重大的衝擊，一些新的體例正在形成（謝清俊，1997）。

因此本節就將描述兼具書寫式溝通（written communication）以及電子式溝通兩種特性（electronic communication）¹²的一些電子中介傳播特徵：

(1) 缺乏溝通線索

行動文字簡訊溝通的方式與一般電腦中介傳播溝通的方式相同，其溝通過程彼此是無法看到對方的表情或聽到聲音的，所有細微的肢體動作或聲音線索在此溝通過程下將完全無法呈現。因此文字溝通可說是較面對面溝通或語音溝通更加的難以區隔出一些表情達意上

¹² Lengel（1983）提出，一般而言，在組織中進行溝通可經由：面對面溝通媒介系統（face-to-face communication）、電話式溝通系統（telephone communication）、書寫式溝通系統以及電子式溝通系統...等四種溝通媒介（轉引自：鄭至傑，1999）。而這四種溝通系統亦為人際溝通系統上一般的溝通類型。其中所謂電子式溝通即為一般所稱之電腦中介傳播（CMC）。

的細微差別。Ylva (2002) 即指出，行動文字簡訊在使用上因為許多技術的限制因此影響了此溝通媒介的情緒表達。

不過爲了表情達意，喜愛以文字溝通的人們發找出各式各樣表示情緒的創新策略，利用簡單的方式讓文字溝通具有情緒性。如同網路上所廣受歡迎的文字表情也相同被應用在行動電話文字簡訊表達上 (Grinter & Eldridge, 2001; Kasesniem & Rautiainen, 2002; Rothstein, 1995; Tanaka, 2002; Ylva, 2002)。甚至尤於近來文字傳訊的普及，牛津字典甚至已經將此類的文字表情 (Emoticons; icons that are meant to indicate emotion) 及上述的英文縮寫 (Acronyms) 編錄附錄之中 (Yasmin, 2001)。而這些文字表情著時補足了些許表情線索缺失的問題。

除了文字表情以外，吳國豪 (1999) 對 IRC (Internet Relay Chat) 的研究中發現，文字要用來表情達意尚可使用既有的符號排列組合來表達語氣，如一連串的「！」或「？」可強調表達語氣、「……」這種連續性的句號則通常是代表「靜默」或猶豫不決，而「~~~~~」通常加在狀聲詞之後則表示聲音拉長或加大 (吳國豪, 1999)。或者直接在文字後面加註即可明確地表達情緒或肢體動作，如：「你好帥啊 (小鹿亂撞中)！」與「你好帥啊 (邊說邊吐)！」兩句話即直接用文字表達出截然不同的溝通情緒。

可以見得，這些符號即是人們發展出來替代面對面情境中的情境線索；人們將現實中所呈現出的一些身體狀態 (physical condition) 語言化 (verbalization)，利用有限的文字與各類型的符號，創造與延展了這些文字符號的意義，將非口語行爲用文字符號呈現出來 (吳國豪, 1999)。然而 Grinter & Eldridg (2001) 的研究中發現，青少年使用行動文字簡訊時仍常因爲表意線索的缺乏遇到一個問題，即是不明白簡訊的真正語氣。當同樣的一句話是被用來開玩笑、挖苦或是認真的陳述，回應者倘若解讀錯誤都將造成溝通上十分困窘的失誤或誤解。

(2) 文字變異現象

電子中介傳播都包括了非正式的語言並建立出一些特殊的

"E-style"特徵，如：縮寫、口語化的拼法、文字表情符號和不正式的標點符號使用。

然而 Ylva (2002) 的研究結果挑戰了一般的假設，其顯示此類 CMC 語言的使用增加不但沒有惡化語言品質，反而是創造性地被接受與使用著。他認為人們創造一些溝通策略，諸如句法和語彙的轉變，乃是被用來減少一些溝通的時間、空間和力氣 (time, space and effort)，也就是說，書寫語言 (written language) 已然被創造性地發展與提升以適應 CMC 環境下的限制 (Ylva, 2002)。尤其，青少年學生族群通常則是最能多樣化地使用行動文字簡訊來交朋友、終結關係、及發明一些新的書寫方式 (Takana, 2002)。

如同一般網路對談，行動文字簡訊由於字數上的限制以及即時性的強調，因此縮寫或一些近似語音的數字代碼將更有助於在溝通上更使得使用者在輸入內容時增加效率。例如一些縮寫如：英文縮寫「OIC」等於「Oh! I see」、「Gr8」為「Great」、「ILUVU」為「I love you」...等，及中文裡也有的：「醬」等於「這樣子」、「釀」為「那樣子」...等。還有由以前相同有字數限制的傳呼機 (Pager, B. B. Call) 所流傳下來的數字代碼，如：「881」代表「再見」、119 表示「有急事」、「5201314」代表「我愛你一生一世」...等。

然而這類不正式的用字與文法使用 (SMS-illiterate)，著實讓許多語言純粹主義者大傷腦筋 (Rothstein, 1995; Yasmin, 2001)。Grinter & Eldridg (2001) 的研究中亦發現，青少年在使用行動文字簡訊對於一些縮寫等變異性語言的認知不同而容易產生混淆與困惑。例如 LOL 通常在網路聊天的媒介中是 Lot of Laugh (表示大笑)，但在行動文字簡訊中也有人用來表示 Lot of Love，其差異與誤解的可能性不難想像。這些現象也許在中文文字溝通中較不會出現 (但本人也曾在網路上看見青少年使用「肛溫」兩字來取代「感恩 (台語)」兩字等意想不到的文字變異情形)，然而現在英語的普及化，現今的年輕族群亦十分慣用此類簡易的英文來溝通，也相同地必須面對這些問題。

而青少年表示正因為這些可能的誤解，因此在使用變異語言時通常會視收訊對象來決定使用的多寡 (Grinter & Eldridg, 2001)。也因

此，大部分的行動文字簡訊都是在認識的朋友間被傳遞（Grinter & Eldridg, 2001；Ylva, 2002）。而收發訊者之間親近的關係所伴隨而來的相似背景，使得文字簡訊的內容就算曖昧含糊也可被對方理解，因此可以盡情使用同儕的一些俚語或縮寫。

可見語言會隨社會型態的改變而發生「變異」，產生所謂特殊用詞用字。因此廣被青少年所使用的簡訊文化，亦是為此族群所認同的一種非正式變異語詞。

(3) 非同步性互動

一般來說，雖然電子中介傳播最常被提及的能力為訊息傳送的速度高，以及突破溝通人數、距離及時間的限制（Rice & Bair, 1984；Sproull & Kiesler, 1986；轉引自：鄭至傑, 1999），然而書寫式溝通大多屬於非同步式（asynchronous）的溝通。因此無論是書寫式或電子式溝通，其缺點在於產製訊息的過程相對於面對面溝通或電話式溝通較為緩慢（鄭至傑, 1999）。

以行動文字簡訊來說，由於溝通訊號由鍵盤輸入，訊息的傳遞與呈現均相對較慢於語音訊號，也就是說，行動文字其即時性雖高但卻非在「第一時間（real time）」同步溝通。然而也因此，溝通的雙方並不需要同時處於同一時空或同時坐在電腦面前來進行。行動文字簡訊的溝通並不要求溝通雙方需要立即地回覆對方的訊息。回覆的一方有足夠的時間去思考評估與完成其所欲回覆的內容。而這樣的回應時間（zone for reflection）對於很多人來說是相當有利的（Takana, 2002）。

不過 Grinter & Eldridg（2003）的研究中則提出，行動文字簡訊也可以是接近同步性的形式。研究指出行動文字簡訊可分為雙向的（研究中稱之為 thread，包含一次以上往返傳訊）以及單向式的（single）傳遞。而其中單向的行動文字簡訊內容包括了：提醒、道歉或解釋、通知與祝賀，並不預期任何的回覆；雙向的行動文字簡訊則為一些暗示或明示需要對方回覆的內容，而其要求的回覆又分為急迫或非急迫性的。其中倘若是立即的回覆與往返傳訊，其實亦是接近同步性溝通的一種形式。

不過無論如何，書寫式或電子式溝通產製訊息的過程相對於面對面溝通或電話式溝通仍較為緩慢，也較有緩衝思考與修正編輯的時間。而在認知心理學上，那些偏好同步性(synchronous)溝通—例如聊天(chat)的人，在表意上較為反射性、不拘泥形式、較為機智以及是較為暫時性的呈現自我。相對地，偏好利用非同步(asynchronous)溝通的人，如電子郵件或行動文字簡訊的人在表意上則是較為慎重思考的風格。

三、 研究方法

(一) 研究問題與研究範疇

在相關文獻的探討下，我們首先了解到人們在選擇溝通媒介時，對於不同溝通媒介的不同媒介特徵已有所知覺或不知覺的感知。此外，也對於行動文字簡訊的基本媒介特徵有所了解。本研究欲了解的是，年輕族群究竟對於行動文字簡訊的媒介特徵是有何種感知才引發其選擇使用來達其溝通動機與目的？另外，在其接收到以行動文字簡訊這項溝通媒介所產製的溝通內容時，其感知狀況又如何？

本研究旨在瞭解媒介感知與媒介選擇的關係及媒介訊息建構的過程及效果。是以在意識到行動文字簡訊與行動電話在其相似的即時性與貼身性基礎下卻帶來不同的人際互動後，本研究試圖聚焦於對科技最為敏感並最注重人際溝通的年輕族群，嘗試對於該族群使用行動文字簡訊的溝通模式加以觀察分析。

本研究將致力於下列幾個特定的問題。第一個問題是爲了檢視年輕族群使用者使用行動文字簡訊的情境與目的。

- **問題一：年輕族群如何 / 為何在特定的環境限制下使用行動文字簡訊？是否行動簡訊使用者在使用簡訊時，有其特殊的溝通情境？**

第二個問題則是有關使用行動文字簡訊特徵的感知狀況。也就是說，對於行動文字簡訊特徵上的優點或限制，使用者在使用時是否有所感知。行動電話溝通與行動文字簡訊溝通上主要的異同如何。

■ **問題二：行動文字簡訊使用者在使用行動文字簡訊時，是否感知這項工具有哪些優缺點？**

第三個問題是哪些變相影響了行動文字簡訊的採用。

■ **問題三：這些應用與傳統的書寫形式或口語是溝通有何不同？**

最後一個問題是觀察觀察收訊者對於訊息本身的感知狀況。

此研究中，科技層面並沒有被提及，因為大部分使用者對於這項溝通工具背後的科技並不見得有興趣或有所了解。而花費（cost）部分的問題則因為文字行動簡訊的費率愈見便宜，可能是部分使用者使用這項科技的原因之一，因此本研究中也會有所留意。

綜論之，本研究的問題最主要聚焦於有關於社會和心裡方面的因素以及對於個人性訊息內容的觀察。例如人們如何區辨文字行動簡訊與其他溝通模式，以及如何為了個人目的來使用行動文字簡訊。但這些部分是比較難以被了解的，卻也因此這個部份將是這個研究最有趣的部分。尤其觀察年輕族群使用者對於這種溝通形式的態度，以及她們如何使用、為何喜歡使用--這些議題都將有助於了解這個新的溝通模式長期下來將如何改變人們的溝通行為，也將是本研究最主要的目的之一。

(二) 研究方法選擇

社會學研究對象通常是為社會中某一社會群體，因而行動文字簡訊所形塑出的「拇指族」正是年輕族群中一個值得研究的新興的社群。而對於這個社群溝通模式與動機的研究來說，吾人認為若僅選取出幾個元素再進行假設驗證彼此間的關聯，似乎無以描繪出生動的拇指族現象。但倘若能透由觀察或深入訪談以及蒐集拇指族的簡訊來加以做實際的分析...等質性研究方法交互運用，應當較能刻劃出其背後的真實樣貌。

加上由於過去相關研究的匱乏而使得本研究之前無法推測將有哪些發現，本研究希望能夠收集更豐富更詳細更符合這個研究的資料，因此本研究選擇用質化的方式進行盼能彌補這些缺失。並且，在本研究中，採用兩種質性研究方法的交互運用，希望能得以更廣泛的分

析資料。希望能結合兩種研究方法的優點來相互補足其不足之處，藉此蒐集更完善的資料。

本研究資料收集的主要來源與方法是以個人深入訪談（In-Depth Interview）的方式。而樣本的選擇上，本研究盡量在年齡、性別、職業上平均分配。除此之外，蒐集分析受訪者目前儲存在行動電話中的文字簡訊也是本研究分析的重要範疇。期望透由兩種不同方式，綜合整理出更臻完整的結果。

1.個人深度訪談：

本研究（包括前測）執行個人深入訪談共 11 人。每一階段訪問開始前，樣本皆事前依照不同職業、年齡、職業...等先行區隔。每位訪談過程皆控制在一個小時內，並且在訪談之後會請求受訪者提供目前行動電話裡的文字簡訊供參考，但並不強迫受訪者一定要提供。

本研究對於所挑選的受訪者，皆透由電子郵件或回函中聯絡電話的再次確認後，分別安排在 91 年 6 月 15 日至 22 日間舉行前測，並在 7 月 5 日至 19 日間舉行正式的訪問。本研究針對每一個使用者，進行一到兩次的正式訪談，每次每位持續四十五分鐘到一個小時的訪談。

2.內容分析 / 文本分析：

本研究在訪談前皆以不提示為原則，訪談後要求自願性提供行動電話簡訊內容，以免受訪者在受訪前對其所簡訊紀錄與內容做刪整。而對於受訪者所自願提供的簡訊內容，本研究都將對其內容當場作紀錄，以利研究做使用情境、使用目的與動機，以及保存目的...等分析。

在要求的過程中，部分受訪者剛開始會有所質疑並有隱私受侵犯之虞，但由於本研究在事先有詳細整理許多研究者自己簡訊的清單，因此當提供他們參考並讓他們了解所提供的簡訊內容僅將如此整理分析後，大部分受訪者都願意提供其簡訊供本研究分析。而對於所提供的簡訊，除詳細紀錄其內容、日期時間外，並將進一步詢問其與收發簡訊對象的關係，或進一步對於簡訊內容與特別之處稍作非探究隱

私性的訪問。

對不提供簡訊之受訪者也詢問其不願提供之原因，藉此進一步探得行動文字簡訊在該使用者心目中的意義如何。當然，也有部分受訪者僅願提供其中幾則，對於這種狀況也將進一步詢問需要保密的簡訊在其心中的重要性與意義何如。

(三) 研究對象之擇定

如同前面所提到，全球無線電研討會（World Wireless Forum）估計，到了 2004 年行動文字簡訊成長數字將會到達八十億左右，而其中大部分的使用者年齡為 25 歲以下。此外，Sadie Plant 博士與 Brown 等人的研究中亦發現，25 歲以下的行動電話使用者為目前行動文字簡訊使用的最大族群（Plant, 2002; Brown et al., 2002）。另外，根據「中時電子報」於 2001 年五月所進行的「廿一世紀溝通新方式」調查結果發現，電子郵件、行動電話與行動簡訊為現在網路世代的年輕人建立友誼的新溝通方式。其中，有 74% 的年輕人平均每天發送三通簡訊。若以使用量來看，則是有 79% 的十五至十九歲青少年每天發送簡訊超過五次為最高，其次為 90% 的廿至廿四歲年輕人每天發送二至三次簡訊（陳世運，2001）。

Baron 與 Byrne（2000）亦指出，大部分的人自青少年期（13 歲~18 歲）開始，就和許多同年齡且有共同興趣的人建立普通朋友的關係，並與其中幾人發展較親密的友情關係。然而到了青少年後期（18 歲~22 歲）和成年前期（22 歲~24 歲）的友情關係，則會比兒童期更為親密。在這兩個時期人們在同性或異性朋友之間會透由分享自己表達自己的感受來建立親密關係（曾華源、劉曉春譯）。

是以，本研究在族群的選定上即以此兩期的族群為主；研究對象為 18-25 歲行動電話的使用者。而本研究的受訪者挑選上，研究者首先在中正大學寂寞芳心與盈月與繁星的電子佈告欄（BBS）上，張貼文章公開徵求受訪者；接下來，研究者藉由回函中的資料，以性別、年齡及職業狀況等條件，分別依本研究之方法設計，最後共挑選了 11 位受訪者。受訪者總體來說性別較不平均，男性七名，女性四名，年齡為 20 歲到 25 歲不等，教育程度在高中以上，職業為學生、工

作中、待業中不等。

四、研究發現

本研究結果除將受訪內容加以整理分析外，並且將幾則受訪者所提供之相關的簡訊附於後。

(一) 特殊情境下的使用行為

本研究發現，具高度即時性的行動文字簡訊其實並不常被使用者平時當作即時的通訊工具。相反地，受訪者皆表示若真的有急需要立即通知的事情，還是會選擇以電話作為聯絡。例如受訪者 A、G 與 H 在對於訪問中被問及：「慎重的事情會選擇用怎麼樣來告知對方？」時，三位對於「慎重」的直接聯想並非意義上的重要性而都是時間上的急迫性，而三人的回答皆是將以電話聯絡為主：

受訪者 A：除非是有特殊事件..否則應該很急的時候還是打電話比較多吧!（男，25 歲，廣告業）

受訪者 G：重要的事情，表示時間也要考慮吧..那樣打電話當然比較即時。（男，23 歲，服務業）

受訪者 H：當然還是以打電話為先啊..因為比較重要，打電話比較快啊!（男，22 歲，待業中）

但是在一些特殊場合與情境下，行動簡訊的即時性即發揮功效。有受訪者提到地震時系統忙碌的情形，當時行動簡訊會是他們立即想到的通訊工具。另外許多受訪者提到當收訊者或自己無法使用電話（包括上課中、睡覺中、收訊不穩定、吵雜的環境、漏接電話...等）的情況時會想要使用簡訊。一如：

受訪者 E：在一些沒辦法用電話聯絡又很急的時候吧...我覺得簡訊是在無法言語時很好用的工具...（訪者問：為何無法言語？）...上課的時候啊..或是上班的時候很多人在...對了...其實像我女朋友在睡覺時我怕吵醒他...因為她睡覺的時間比較不固定...我就會傳簡訊（男，

25 歲，業務員兼職服務業）。

受訪者 J：當然是上課無聊時，傳短訊聊天囉（笑）！（男，20 歲，大學學生）

受訪者 K：我常常會傳簡訊叫我同學叫我起床..因為我傳給他通常是凌晨..那時怕他已經在睡覺了，所以就用簡訊。（男，21 歲，四技學生）

受訪者 B 甚至提供了一則簡訊內容為：「找我幹嘛，你的電話沒人接。再打給我吧！」該訊息乃是某次他的朋友聯絡不上所傳給他的訊息，但他保存原因並非覺得此訊息意義重大，而是覺得自己也經常碰到這樣的狀況所以這個訊息很實用，可以留下來以後碰到類似狀況時轉發。

還有受訪者 F（女，25 歲，研究所學生）則提供了一則訊息內容是當她妹妹在與母親通電話時不耐母親的嘮叨而一邊傳給他的簡訊：「歐買尬！又講個不停...」看來在講電話的同時，年輕族群的拇指似乎還是沒閒著。

另外，也有許多受訪者表示，當對方不願接聽電話（吵架時、心情不好時...等）的情境之下，行動簡訊即成為最佳的即時通訊工具。受訪者 F 甚至提到，如果是傳簡訊對方「一開機就會看到」的即時效果：

受訪者 F：有時候跟我男朋友吵架的時候，他的壞習慣就是會關機，阿就會很氣很想連絡上他啊..偏偏他又不接..而我那種時候又偏偏超討厭（語音）留言的，所以我就會一直傳簡訊給他...其實我也是覺得他那個時候應該不會想聽到我的聲音吧，都吵架吵成那樣了，聽到對方的聲音一定更氣，所以就用簡訊，他一開機就會看到。

受訪者 K：...其實是她（追求的對象）不接我電話所以我才傳簡訊的，她說她打工忙，很累，所以現在就只能偶爾傳個簡訊關心她一下了。

總之，現今行動電話的持有者，在輔以行動簡訊功能之後，對於訊息接收的時空可說是 24 小時且沒有疆界完全開放的。而當時間和空間的距離消失後，取而代之的是為一種流動與彈性的通訊與傳播形態，其即時性的界定也因此隨著特殊情境有時可能會比其他語音媒介（電話、行動電話...等）來得更迅速。

受訪者 C：我覺得簡訊就像便利即時且能確定對方收到的便條紙。
。（女，24 歲，準備出國唸書中）

而經由下面幾則受訪者所提供的簡訊內容又可進一步觀察到，此類的簡訊受訪者與傳訊對象的關係通常是較為親密或熟稔的，也因此通常是正在溝通的雙方其中一方因情緒而切斷其他溝通的媒介，而使得另一方企圖藉由此無聲的傳遞來達成溝通的目的。或者是因為彼此關係的親近，因此傳訊者較了解目前收訊者的時間安排上可能較不方便接聽電話，而會直接採用簡訊來達到無聲的溝通目的。

簡訊內容	發訊者關係	特別處
妳怎麼又這樣，難道傷害彼此是我們想要的嗎？我倆都沒錯，不要再求一個對錯了，我真的怕會再傷害彼此，我們是真心愛對方，不是嗎？打電話給我好嗎？別讓我擔心	情人	多次打電話對方未接又急於聯絡
如果需要我的時候打個電話給我，妳要好好的，不在妳身邊，要堅強一點。	好友	收到友人心情不好的簡訊後打電話回覆對方未接便以簡訊表達關心
妳睡了嗎？心情不好想找妳聊聊	好友	聯絡時間太晚（凌晨四點），用簡訊以免打擾
此刻的妳正在睡夢中，只想告訴妳，我有多開心噢..多麼溫暖美好的一天：）我要爬上玉山，跟大家說我	情人	知道對方在睡覺（通訊時間為早上，但因為關係親密，悉知此時是對

簡訊內容	發訊者關係	特別處
有多開心！		方睡覺時間)
我還在上課，下課在打給你	姊姊	傳訊者在上課中
我上火車了，妳加油囉。晚上在聊吧！ 不打擾妳上課。	情人	收訊者在上課中

(二) 無聲的表情達意

除了對方或自己不方便接電話卻急於即時聯絡的時機之外，大部分的受訪者皆提到一些時機會想要以簡訊作為溝通的工具，例如避免當面溝通的尷尬或是只是想傳達一個感覺、想法，並不期待與對方一來一往的對談的時候，簡訊成了讓一切「盡在不言中」最好的通訊工具。

受訪者 A：簡訊可以避免開口的尷尬吧！

受訪者 C：有時只是想告訴對方一個心情...並不知道他的反應是...恩...有點抽象...就像是昨天跟我男友吵架啊...後來有些感想想告訴他...但是並不想聊的時候...就傳簡訊給他。

受訪者 B：不想跟那個人講話的時候吧...或是不想當面說...像吵架的時候吧...還有避免開口的尷尬。(男, 24 歲, 出國深造中)

受訪者 E：曖昧的話就會想用寫的吧...像我愛你用說的就蠻噁心的(笑)

受訪者 J：例如我之前認識一個女生，但不好意思直接和她講電話，所以就先透過簡訊的方式來和她做連繫，等熟了之後才會直接打電話...我覺得簡訊是一種淡化尷尬拉近距離的好工具..因為有些話直接講電話實在會歹勢(台語)

尤其從下面受訪者所提供的簡訊看來，文字簡訊由於具備私人性和貼身性，並且可避免當面溝通的尷尬氣氛，因此在各種關係之中都提供了使用者一種避免當面溝通良好途徑。

簡訊內容	發訊者關係	特別處
傻瓜...謝謝你...這一切...。然，請別再等...，我真的不願給你任何的傷害...。相信我，你適合更好的女孩。但，無論如何，真的很感動...謝謝你。	被追求者	難以當面拒絕追求者的追求
天啊!突然覺得有點可怕，如果你長得很帥怎麼辦啊?上帝保佑希望你是隻大恐龍...	未曾謀面的網友	網友見面前一天難以開口的感覺
對不起.我想我沒能力愛妳了吧，不要再找對方，以免不捨和同情	情人	不想當面提出分手的
XX，做我的女朋友好不好？	追求者	不好意思告白簡訊
老師，我好感謝你啊！之前幫了我那麼多！我一定會好好努力的！（學生XXX）	學生	不好意思當面感謝

(三) 要交際也要經濟？

由於簡訊具備一對多傳的功能，就像電子郵件一樣可以同一文本立即廣發，無須一個個一對一的傳步訊息，也是使用者會使用簡訊的原因之一。這種情況尤其會發生在節慶（如跨年、耶誕節...等）的問候時，年輕族群普遍將簡訊當作一個可廣泛達到社交效果的好工具。

受訪者 A：像是一些生日祝賀吧...反正也沒有想聊...怕一打去就亂哈拉。

另外，省錢也是一個年輕族群使用者使用簡訊的動機，雖然文字簡訊短短七十字以內的訊息就要收費 2.5 至 3 元，但是由於通常一打電話會先寒暄哈拉個幾句，時間一分一秒過去，對於尤其較無經濟能力的年輕族群來說，簡訊反而是種又經濟又實惠的溝通工具。

受訪者 F：同時通知很多人的時候...不想講同樣的話很多次..也比較省錢。

受訪者 I：我話多浪費錢，又常常講廢話，傳簡訊比較便宜。（女，22 歲，高職生）

受訪者 K：因為高中的好朋友都在外地唸書，所以打手機很貴才

傳簡訊。

尤其若是跨國性溝通傳訊，則更是經濟。受訪者 C 就是一例，其最好的朋友目前在英國唸書，兩個人除了通電子郵件或 ICQ 之外，由於行簡訊的計費比照國內計費，因此行動簡訊成了他們隨身最好的通訊工具。

再由下面受訪者所提供的簡訊看來，其社交意味十分濃厚，多半發生在好友之間。大部分的受訪者都表示在年節時會大量地收到此類祝福的簡訊，最被提及的日子是生日、新舊曆過年與中西情人節，這些節日是年輕族群交際的重要日子。由此可以看得出除了重要的跨年祝賀之外，對於重視友情發展與建立親密關係的年輕族群來說，生日與情人節也是一個特別重要的日子。但是受訪者也多半表示，由於行動電話本身儲存簡訊的空間有限，因此多半在刪除簡訊的時候，此類簡訊多半首先被刪除。

至於罐頭簡訊的內容，除了節慶祝賀還有笑話連續圖案的設計¹³等，受訪者 K 甚至表示儲存一些別人轉寄的有趣的罐頭簡訊是因為「可以轉寄給一些沒看過的人」，行爲模式已如同轉寄電子郵件之類的純社交行爲。

簡訊內容	發訊者關係	特別處
XX 親親如唔, 祝你生日快樂. 天天有新女朋友啦! :>	朋友	生日祝福
祝妳中秋節快樂平安<Fr:<Jackey>>	朋友	中秋節祝福一對多傳
心肝, 在今天是否感到一絲寂寞, 難耐時請撥消火專線-0968*****情人節快樂	朋友	情人節一對多傳
心中一直有一句話想對你說但不知你會不會覺得我太心急, 但又怕被別人搶先一步, 所以我決定鼓起勇氣告訴你, 新年快樂!!Happy New Year	朋友	新年一對多傳罐頭簡訊

¹³ 以純文字或符號來設計成一些有趣的圖形，但並非指圖片簡訊。

不過其中受訪者 K 較為特例，他表示在平常時他會大量的轉寄罐頭簡訊（包括笑話、問候...等），但是到了逢年過節卻會親手對一個一個朋友打不同的簡訊祝賀與問候，因為他認為這些節慶十分難得，雖然他輸入中文簡訊的速度很慢，但還是會用心的一則一則打出不同的問候內容。

(四) 文字與口語溝通的意義

在這個議題下，本研究在初探時有了重要的發現。對於年輕族群來說，一字千金或一諾千金、文字與口語溝通兩個的重要性孰高孰低明顯分為兩派看法。

而經由分析後發現，本身對於文字敏感度較高者或平時就有寫信或寫日記習慣的人來說，他們潛意識即認為文字本身的意義較為慎重，因此也較會使用文字來傳達重要的情意。例如有寫信與寫日記習慣的受訪者 A、G、J，以及有寫日記習慣的企劃人員受訪者 D，這幾位受訪者對於文字的敏感度都相對較高，因此對於較慎重地話，會考慮使用文字簡訊來表達。

受訪者 A：文字可以儲存又可被保留...不像打電話...可能一下子就忘了...通常我傳簡訊是為了給人留下更深的印象。且我覺得符號本身就是一種更刻意的表情達意，包含更多情緒。（受訪者問：那會使用英文嗎？）...會！對我而言英文更有深意...因為希望對方花更多時間去咀嚼思考我要說的那句話。

受訪者 D：不管是肉麻的還是道歉的簡訊對我而言有種特別窩心的感覺，有些話直說是沒那麼有感覺的，就像情詩和情書一樣的效果。（問：用說的不會比較浪漫嗎？）反正我覺得文字是很特別的，所以我也不隨便寫情詩給人。且我覺得簡訊是有別人（指傳訊者）的情意，而（收訊者）解讀時又可加入自己的想像畫面和語氣（問：那會使用文字符號來加強語氣嗎？）...恩？會啊！有時候自己臉上還會跟著笑（笑）！（女，24 歲，企劃人員）

受訪者 G：有些話想過後會比較完整一點，用說的太快了，沒來得及想，用寫的起碼可以整理一下心裡的感覺..總之有些話講的不一定好，所以用寫的方便瞭解。

受訪者 J：排除時效性的話，個人認為文字比語言慎重啦！因為用講的容易流於口語話而顯得不莊重。

可是從受訪者 C、E 和 H 的回答，即可明顯感受到其則對文字簡訊呈現了一種截然不同的態度。對於他們來說，文字反而不如口語來得慎重與直接。對於這些人在簡訊上的使用上通常都只是圖個方便或有其他目的，對於收到的訊息也較為輕鬆，不如前者那麼慎重。

受訪者 B：肉麻的話，那當然是簡訊好用（笑）可是重要的話我覺得講的比較慎重。

受訪者 C：我覺得傳簡訊就像是在寫便條，因為手機也存不了多少簡訊，又不可能打那麼長的簡訊（問：可是起碼短期內可以反覆閱讀啊）哈...（不以為然貌）真是多閒功夫，如果真是很重要的事,或是感覺要分享,為何不寫信或直接打電話？

受訪者 E：說的比較慎重吧...簡訊對我來說頂多是一種娛樂或是只是另一種特別情況下的工具而已..重要的事還是會用說的吧!

受訪者 H：恩..覺得比較重要的話我會用說的，當面說感覺好（受訪者笑：你的回答好像都是”感覺”，真是個感受力豐富的人）恩啊..我的天賦就是敏銳咩（大笑）且用講的人家才會覺得你叫有誠意吧!

由於這四位受訪者的共同特性都是沒有其他寫信或日記的習慣，因而這完全不同的態度也是引發本研究第二次深入探討的主要動機，想要由第二次深入訪談更近一步了解是否對於一般文字本身的敏感度真的與文字簡訊的重視程度息息相關？文字的敏感度是否影響了個人對於文字簡訊這個媒介的社會臨場感知？

(五) 反覆編輯與修改的行為

延續著上面的觀察發現，本研究繼而發現，對於文字本身的態度

，也會反應在是否對於簡訊內容會反覆編輯與修改。對於文字本身較為重視者，則會在發出簡訊時反覆編輯，期望對方在收到簡訊時也能相同的慎重。

受訪者 A：我會反覆修改，因為覺得對方也會重複看吧！且我覺得很難輸入，但也就是因為困難所以更有意義不是嗎。像 ICQ 就太便利，我就比較少會再重複看，除非是針對某件事想回顧。而我每傳簡訊大多會長時間琢磨、去蕪存菁之後再傳。

受訪者 D：因為思緒比按鍵快粉多，所以如果慢慢琢磨著打一則簡訊我的情緒會被中斷，要也是先寫在紙上，然後修好再 key...（問：那不就要花很多時間傳一封簡訊？）...是啊，不過因為我不常傳所以還好...（問：為什麼不常傳呢？）恩...文字是很特別的，所以我也不隨便寫情詩之類的...（問：哇！不隨便寫表示很慎重耶..）...那當然！（笑）

受訪者 F：...我話比較多吧，常常想說的話還會超過七十個字，就得不斷回頭看哪寫是多餘的字啦語助詞啦，把他刪掉。反正大部分打完都會全部看一次再傳，更慎重的我會存起來。（問：寫這麼多怎麼不用講電話的呢？）恩...就是一些不想直接講的時候啊，吵架啦，甜言蜜語都會。

而對於文字本身態度僅將文字當作是口語的一種替代者的人而言，則在傳送時較不會反覆編輯或修改。

受訪者 C：我不會修正...想到什麼寫什麼...也都寫得很短...因為我覺得傳簡訊像是在寫便條（問：不怕寫錯字之類的？）三兩句而已不太會錯吧，錯了也沒什麼大不了的，反正我會用簡訊就不會是什麼重要的事。

受訪者 E：自己寫的偶爾會看一下再傳 ...沒什麼大錯字我就會傳了。

受訪者 H：頂多要傳出去再看一次。

(六) 保存文字簡訊的行為與動機

相同地，對於文字本身的態度，也會反應在是否對於收到的訊息加以保留。對於文字愈慎重者愈會保留自己所寫或他人所傳來的訊息。而由於行動電話儲存簡訊的則數有限，因此在記憶滿時，使用者就必須開始刪除訊息，而受訪者普遍表示，通常通知性質的或事件性的簡訊不會儲存，以及節慶一對多傳的訊息則由於意義較小而會首先考慮刪除。

會保存下來的簡訊，通常有兩種。一種是針對重要的人所傳的簡訊，另一種是對於特別有意義的簡訊。至於保存的動機，多半是對於有紀念意義的訊息想反覆閱讀。本研究各舉兩個受訪著的說法如下：

受訪者 A：我覺得我存簡訊的對象應該是人，如果不是有意義的人傳來的，又被存起來那可能只是事件，可是事件或許有時效性事後就會刪掉。對於我，被儲存起來的原因是因為人的可能性比較大吧！而我傳給別人的簡訊我也希望對方能存下來重複讀重複思考，自己寫的簡訊也會存，反正跟寄信一樣，都會重複看。

受訪者 B：我傳出去或別人傳給我的，我都不會反覆閱讀...當然..如果是肉麻的話..那當然是會(笑)...對了...有啦...我之前女朋友的我有留起來...且我還打成文件存起來喔...因為分手了，要殺掉也捨不得，就乾脆打一份留起來。

針對內容上有重要的意義：

受訪者 D：以前我男朋友說他每一則我傳的他都存，他說"以後我才能常常拿起來復習，分手後也能安慰自己"...而我自己是特別有感覺或義意才存，不然，你看到粉浪漫的訊息結果是個豬頭傳來的，你要存不存？(笑)不過會希望手機能再多存一點簡訊啦..不要那麼容易就滿...窩心訊息的當然會一直看啊，尤其是在粉寂寞時。

受訪者 F：我沒有想過對方會不會保存耶...但當然會希望啦...我就會去偷看我男朋友的簡訊，看他存了哪些，代表他

對我的哪些話覺得重要，阿有些是氣話他還留著我就會幫他殺掉（笑）...至於別人的我都會存...阿等到滿了就會開始從沒有特殊意義的開始刪。

且由於訊息本身有時間的紀錄，受訪者 E 提到一個有趣的觀點，也就是因為上面的日期與時間紀錄，有時候儲存重要訊息也就等於一個重要事件的紀錄。

受訪者 E：我自己寫的從來沒有想存，也沒有想過別人會不會留之類的，只有滿了會去整理刪掉而已...其他的...有時候啦...有時候會看一看那些特別有紀念意義的簡訊...例如我女朋友在紀念日傳的啦...因為上面有日期時間就更有意義啊!

下面的幾個簡訊則是受訪者們提及特別有意義的簡訊：

簡訊內容	發訊者關係	特別處
Happy birthday to u! Happy birthday 2 u! Happy birthday for :) my dear best friend! Happy birthday....hey...Come on! Let's sing2gether! To....ya! Well done! Happy? ya.	好友	生日朋友從國外傳回
那從此以後我們就是好朋友了最後一次 說我喜歡你	前女友	分手時所傳的
我明天下午應該沒事，要約幾點呢？	暗戀的人	答應第一次約會
在忙也要找你喝咖啡.在冷也要聽你說 笑話.在凡也要聽你說心事.在累也要給 你傳訊息.在苦也要跟你當一輩子好朋 友	好友	在低潮時好友正好傳來的窩心簡訊
XX 嫌弟，地震來襲，安否？吾心甚憂 ？今日之約，無法守諾，深感抱歉，忘 嫌弟海涵，速回訊息，OK？	好友	921 地震隔日多次電話聯絡未能 聯繫上，有日期紀錄較特別

簡訊內容	發訊者關係	特別處
突然想對你說,願付出我全部的愛,我愛妳一輩子..好嗎?除非妳要我離開妳.我愛妳.愛妳.	情侶	男友在認識週年約會回家後所傳的簡訊,特別感動且有特殊意義

而對不願提供簡訊作為分析者，則多是表示由於簡訊的私密性甚高，許多較私密的簡訊並不願意給他人閱讀。由此可見行動簡訊的貼身性與私密性極高。

五、結論

本研究乃是試圖透過人際傳播理論研究來瞭解新的人際傳播科技，因為吾人認為若要深入完全瞭解人際傳播時，對通道角色需有所認識。但本研究重點在於個人，以及人際關係與溝通情境互動中年輕族群使用者對溝通媒介所作的選擇，並非科技本身。而研究結果亦指出了在越來越多的人際傳播通道的新溝通媒介發展下，對於媒介與人之間互動的關注才是更重要的。

分析結果發現，行動文字簡訊使用上的主要動機，除了經濟上的考量之外，乃是以在不能傳訊或收訊的情境下為最主要，亦即行動文字簡訊與行動電話本身在不同的情境滿足了不同的即時性及溝通需求。

尤其行動文字簡訊在溝通上雖然為單向傳訊外，相較於傳統透過行動電話語音聯絡的雙向溝通較為非同步，但其乃是以數位化文字的形式來達到即時性互動式溝通，因此在特殊無法以語音溝通的情況下，使用者仍就能以文字快速傳遞或接收訊息，打破物理距離的限制。也就是說，行動文字簡訊本身是屬於無聲的傳訊方式，增加了許多不宜用語音聯絡時的使用時機。

此外，對於某些難以開口或認為以文字更能表情達意的溝通內容，溝通者則會選擇「此時無聲勝有聲」、「君子動手不動口」的方式來傳達溝通內容。亦即收訊者在電話或行動電話的溝通的管道受到阻

礙與中斷時，如當時情境狀況下不能（或不想）接聽及無意之中未接到等情境時，而傳訊的一方又亟欲將訊息立刻傳達給對方時，簡訊即是一個可以考量的溝通的工具。

本研究最主要的發現之一就是，使用者原本對於文字本身的態度，影響了其在編輯訊息或儲存訊息時的行為與態度。對於文字意義較為看重者，無論是在編輯、解讀或是保存訊息上都較為慎重。對他們來說，文字能傳達更深層的意義。而相反地，對於文字敏感度較低者，則僅將行動文字簡訊本身當作另一種在特殊情境下方便的通訊工具。

另外由於文字簡訊可被儲存的特性，因此收訊者可在收到行動電話文字簡訊後將其存儲存以隨時叫出查看或轉寄。是以行動簡訊傳訊者在希望傳達的訊息內容能被對方所保留時，亦會選擇行動文字簡訊作為其溝通管道。而對於文字意義較為看重的人，也對於簡訊的儲存更加看重與謹慎。

至於受訪者對於文字敏感度高低是否受到其年齡、性別或職業的影響，本研究觀察與分析後並無明顯的發現。唯在其平時使用其他書信或日記的習慣上發現，有書寫習慣的人對於文字的重視程度與敏感度相對較高，在行動文字簡訊的各種保留與傳發上也較為用心。

參考文獻

中文部分

- 王佳煌(2000)，《資訊社會學》，台北：學富。
- 王定卿(2001)，《電腦寫作造成之疏離現象初探》。國立中正大學電訊傳播研究所碩士論文。
- 王淑俐(2000)，《人際關係與溝通》。台北，三民。
- 王璿(2003/03/15)，〈書寫傳統：編輯與思維模式的變遷〉，《網路社會學通訊期刊》，第 29 期。嘉義：南華社會所。
- 交通部統計處網站(2002/06/19)，〈我國主要電信業務統計分析〉。
網址：<http://210.69.99.7/service/>
- 吳國豪(1999)，《網際網路虛擬社群之象徵互動之探索—以 irc.hinit.net

- 為例》。淡江大學大眾傳播研究所碩士論文。
- 林志宸(2003)，《探討消費者對多媒體簡訊服務的消費意願》，元智大學資訊管理研究所。
- 南方朔(2002/05/21)，〈超新人類「拇指交談」傳情意〉，《新新聞周刊》。
- 胡牧野(2003)，《台北市高中職學生行動簡訊使用行爲、使用動機與滿足之研究》，世新大學傳播研究所。
- 張秀蓉(1998)，《口語傳播概論》。台北，正中；林東泰主編。頁 19-27。
- 第三波資訊(2001)，《第三波特刊 35—通訊事典書》，台北。
- 陳世運(2001/08/21)，〈行動商務簡訊服務商機無窮〉，Find on Internet News and Data 網站，趨勢導航，資訊工業策進會電子商務研究所。網址：http://www.find.org.tw/trend_disp.asp?trend_id=1177
- 陳弘儒(1996)，《私密的喧嘩：公廁塗鴉之言詞行動分析》。國立中正大學電訊傳播研究所碩士論文。
- 陳立儀(2000年11月28日)，〈手機拇指族的尋樂園：加值服務無所不包 隨時隨地打發無聊〉，《星報》，16版。
- 陳俞霖 (2003/03/01)，《網路同儕對 N 世代青少年的意義：認同感的追尋》。嘉義：南華社會所。
- 游濱任(2000/12/17)，〈科技始終來自於人性?—手機現象的再省思〉，《2000年文化研究學術會議發表論文》。國立交通大學，新竹。
- 黃德祥(1994)，《青少年發展與輔導》。台北：五南。
- 葉玫君 (2002/06/01)，〈歸屬與抗拒之間：年輕族群行動電話「控制」下之使用行爲初探〉，2002 年全國研究生社會學研討會，東海大學，台中。
- 葉蜚聲、徐通鏘(1994)，《語言學綱要》。台北，書林。
- 葛晶瑩(2003)，《生活型態與簡訊接收行爲關聯性探討》，元智大學資訊傳播學系。
- 翟本瑞(2000/11/15)，〈電腦媒介溝通對傳統人際關係影響〉，《網路社會學通訊期刊》，第 10 期。
- 劉玉玲(2002)，《青少年心理學》。台北：揚智文化。
- 歐貞延(2003/05/15)，〈幻想和文字的魔力〉，《網路社會學通訊期刊》，第 31 期。

- 鄭至傑(1999)，《溝通媒介選擇與組織溝通效果：溝通情境與關係的影響》。國立台灣大學心理學研究所碩士論文。
- 謝清俊，(1997)，〈資訊、資訊科技及其應用〉，謝清俊，尹建中等，〈資訊科技對人文、社會的衝擊與影響〉，行政院經濟建設委員會委託研究計畫，台北：中央研究院資訊科學研究所，1997：頁.31~52。

英文部分

- “Leisure and Hospitality Business,”(2001/06/28), *Reaching the Youth Market*. p. 14
- Baron, R. and Byrne D.著(2000),《社會心理學》，曾華源、劉曉春譯，臺北：洪葉文化。
- Brown, G., and J. Dhaliwal(2002), “Mobile Youth 2002, Wireless World Forum Limited,” Available site :
<http://www.w2forum.com/item2.php?id=13655>
- Brown, G., J.Dhaliwal, W. Lewis & P.Priyardarshini (2003), “Mobile Youth 2003: Analyst Management Report, W2F Limited,” Available site : <http://www.w2forum.com/item2.php?id=14023>
- Brydon, A., M.Heath & R.Pow (2003/06), “Where Next For Mobile Messaging? Driving revenues profitably and avoiding cannibalisation,” Available site : <http://www.analysys.com/Articles/StandardArticle.asp?iLeftArticle=1222>
- Castells, M. (1996), *Rise of the Network Society*, Cambridge, Mass.: Blackwell Publishers
- Daft, R.L. & R.H.Lengel(1984), “Information Richness: A New Approach to Managerial Behavior and Organizational Design,” pp.191-233 in: Cummings, L.L. and B.M. Staw, (Eds.), *Research in Organizational Behavior* 6. Homewood, IL: JAI Press..
- Dumaine, D.(1989), *Write to the Top : Writing for Corporate Success*. UK : Random House.
- Erikson, E.H.(1963), *Childhood and society* (2nd ed.). New York: Norton
- Fulk, J., C.W.Steinfieldm, J. Schmitz & J.G.Power (1987), “A Social Information Processing Model of Media Use in Organizations,” *Communication Research*, 14(5): 529-552.

- Giddens, A. (1991), *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*, Polity Press.
- Grinter, R. E. and Eldridge M. A. (2001), 'y do tngs luv 2 txt msg?' In Prinz W., M.Jarke, Y.Rogers, K.Schmidt & V.Wulf (eds.): *Proceedings of the Seventh European Conference on Computer-Supported Cooperative Work ECSCW '01*, Bonn, Germany. Dordrecht, Netherlands: Kluwer Academic Publishers, pp. 219-238.
- Grinter, R. E. and Eldridge M. A. (2003), "Wan2tlk?: Everyday text messaging," pp.441-451 in *Proceedings of CHI 2003*, Fort Lauderdale, Florida, ACM press, New York, NY.
- Gurley, W.(2000/09/04), "Making Sense of the Wireless Web," *Fortune* , 142(5): 378
- Haddon, L. (1998/07/26~08/01), "The Experience of the Mobile Phone," Paper presented to the World Congress of Sociology, Social Knowledge: Heritage, Challenge, Prospects, Montreal
- Herring, S. (1999), "Interactional Coherence in CMC," *Journal of Computer-Mediated Communication*, 4(4).
- Kasesniemi, E. & P.Rautiainen (2002), "Mobile culture of children and teenagers in Finland." pp.170-192 in Katz, J. & M.Aakhus, *Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*. Massachusetts: Cambridge University Press.
- Katz, J. & M. Aakhus (2002), *Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*. Massachusetts: Cambridge University Press.
- Lakoff, R. T. (1982), "Some of my favorite writers are literate: the mingling of oral and literate strategies in written communication," pp.239-260 in Tannen D. (Ed.), *Spoken and Written Language: Exploring Orality and Literacy*. Norwood, NJ: Ablex.
- Ling, R. & B.Yttri, (2002), "Hyper-coordination Via Mobile Phones in Norway," Pp.139-169 in Katz, J. and M.Aakhus, *Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*. Massachusetts: Cambridge University Press.
- Littlejohn W. S.(1996), *Theories of Human Communication*. Belmont : Wadsworth.

- McLuhan M.(1964), *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York: ARK
- Meyrowitz, J.(1985), *No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior*. New York: Oxford University Press.
- Miller, G. R.(1978), “The Current Status of Theory and Research in Interpersonal Communication,” *Human Communication Research*, 4: 165.
- Mobile Lifestreams Ltd(2001/09/12), *Next Messaging: An Introduction to SMS, EMS and MMS*. Mobile Lifestreams Ltd. Available site : <http://www.mobilewhitepapers.com/pdf/messaging.pdf>
- O’Sullivan, P.B.(2000), “What You Don't Know Won't Hurt Me: Impression Management Functions of Communication Channels in Relationships,” *Human Communication Research*, 26(3): 403-431.
- Plant, S.(2002), *On the Mobile : The Effects of Mobile Telephones on Social and Individual Life* , Motorola Media Center
- Puro, J. P. (2002), “Finland: A Mobile Culture” pp.19-29 in Katz, J. and Aakhus, M. *Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*. Massachusetts: Cambridge University Press.
- Rice, R. E. (1993). “Media appropriateness: Using social presence theory to compare traditional and new organizational media,” *Human Communication Research*, 19: 451-484
- Rothstein E. (1995/12/25), “Miss Manners Has Been Keeping an Eye on Cyberspace, and She Is Not Amused,” *The New York Times*. p.56
- Schutz ,W.C.(1960), *FIRO: A Three-Dimensional Theory of Interpersonal Behavior*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Shaw, K.(2001/06), “Digging into Cultural Wireless Issues, Network World,” Available site : <http://www.nwfusion.com/columnists/2001/0611edit.html>
- Short, J., E.Williams, & B. Christie (1976), *The Social Psychology of Telecommunications*. London: Wiley.
- Soukup, P. A., B F. Juckley & D. C.Robinson (2001), “The Influence of the ‘Social’ in Computer-Mediated Communication,” pp.30-65 in Lea M. (Ed.), *Contexts of Computer-Mediated Communication*.

- New York: Harvester Wheatsheaf.
- Suler J. (2000), "Psychological Dynamics of Online Synchronous Conversations in Text-Driven Chat Environments", In *The Psychology of Cyberspace*(orig. pub. 1996), available site : <http://www.rider.edu/users/suler/psycyber/texttalk.html> .
- Suler J. (Aug, 1998), "E-Mail Communication and Relationships," Available site : <http://www.rider.edu/users/suler/psycyber/emailrel.html> .
- Tanaka, K.(2002), *Small Talk with Friends and Family: Does text messaging on the mobile phone help users enhance relationships?* Published doctoral dissertation, U WASHINGTON, the Washington state
- Taylor, A. S. & R. Harper (2002), "Age-old Practices in the 'New World': A Study of Gift-Giving between Teenage Mobile Phone Users," *CHI 2002*, Minneapolis, MN, USA.
- Trevino, L. K., R.K.Lengel & R.L.Daft (1987), "Media Symbolism, Media Richness and media Choice in Organizations," *Communication Research*, 14(5): 553-574.
- Trevino, L., R.Lengel, W.Bodensteiner, E.Gerloff, & N. Muir (1990). "The Richness Imperative and Cognitive Style: The Role of Individual Differences in Media Choice Behavior," *Management Communication Quarterly*, 4(2).
- Walther, J. B. & J. K.Burgoon (1992), "Relational Communication in Computer-Mediated Communication," *Human Communication Research*, 19(1): 50-88.
- Yasmin, G., (2001/03/08), "OED : 4 SMS ... What the *#?!," *Asia week*. P.14
- Ylva Hård af Segerstad(2002), *Use and Adaptation of Written Language to the Conditions of Computer-Mediated Communication* , Department of Linguistics, Doctroal Dissertation, Göteborg University, Sweden

The Study of the Youth's Usage of Text-based Short Message of the Mobile phone

Mei-Chun Yeh

Graduate Institute of Telecommunication

National Chungcheng University

ABSTRACT

To use McLuhan's words, medium is the message; each media has different characteristics that would limit the content of those messages. Therefore, different media would create distinct communication needs and suit to varied communicative occasions.

Hence, the SMS also results in some special phenomena and the new social interaction mode. Trying to observe the youth's usage behavior and using situation of the SMS, this research uses the in-depth interview and the content analysis of the SMS.

This research shows that the SMS and cellular phone satisfy youth's different communication needs. Moreover, the different sensibilities toward the words of the users would affect the users' usage and attitude toward the SMS editing and saving.

Keywords: cellular phone/mobile phone, SMS/short message service, media characteristics, communication motive, communication needs, communicative situation

