

---

# 電腦中介的新人際溝通型態： MSN Messenger暱稱之呈現與溝通策略

林玉婷

---

## 摘要

本文旨在了解比e-mail即時性更高的即時通訊軟體 (Instant Messenger, IM) 發展出來後，使用者書寫IM暱稱的行為，暱稱如何呈現並影響人際關係的內涵，以及暱稱在線上溝通互動行為中又佔有何種地位。本文以深度訪談訪問十七位MSN使用者，結果顯示IM溝通是延續電腦中介傳播形式但內涵卻接近傳統人際互動的新溝通態樣。MSN暱稱所產生的溝通狀況是既對內又對外傳遞訊息，因MSN科技形式的影響，暱稱也與匿名或化名不同，其意義脫離純然的身份識別作用，轉變成標示個人所見所思與獨特性的個人名片檔。暱稱中所呈現的自我意涵也相當強烈，為了保護書寫自我的動機，但又能達到對外傳達訊息的目的，使用者發展出多樣化的暱稱書寫策略，是不同於一般人際互動與電腦中介互動的模式。

關鍵詞：即時通訊軟體、MSN Messenger、暱稱、人際互動

---

林玉婷，台灣政治大學新聞學研究所碩士，現職台灣政治大學傳播學院研究暨發展中心行政助理。主要研究興趣為網路傳播、人際互動行為、傳播科技與社會等。電郵：tuogo@alumni.nccu.edu.tw

## **A New Interaction Type in Computer-Mediated Communication: The Construction and Use of MSN Messenger Nicknames**

LIN Yuting

---

### **Abstract**

This article examines the construction and use of Instant Messenger (IM) nicknames as well as the role the nicknames plays in online interactive behavior. My interviews of 17 MSN users showed that the IM communication follows the rules of the Computer-Mediated Communication form, but is also more similar to the Face-to-Face interaction model. Self-generated MSN nicknames are not only used to convey identity, but to reflect the users' feelings at different times. Sometimes, other users will misinterpret the nickname's intended message or image. Therefore, users create many interactive strategies to protect their personal motives for their nicknames and to moderate online interactive behavior resulting from the nicknames. These interactive behaviors are significantly different from Face-to-Face interaction and Computer-Mediated Communication.

**Keywords:** Instant Messenger, MSN Messenger, nickname, interactive behavior

## 介於隱私與公開界線的虛實化身

日前，我做了一件無奈又罪惡的事——我將三位朋友從我的MSN清單上封鎖住了，……。最開始時，我只將好朋友加入MSN清單；過了一陣子，工作上必須連繫的對象也進來了，於是，我的暱稱突然不能總是那麼任性，這讓我感到悵然，也讓我產生私領域與工作領域混淆的感受。

許斐莉〈MSN上的封鎖寄件者〉

網路發展讓各地使用者能線上互動，也產生比e-mail即時性更高的即時通訊軟體 (Instant Messenger，簡稱IM)。<sup>1</sup>目前在台灣市佔率最高的IM為MSN Messenger (簡稱MSN)，<sup>2</sup>MSN因為能自取暱稱、設置溝通狀態、顯示個人圖片等許多個人化功能，受到眾多網路使用者的喜愛。在MSN使用行為中，取暱稱已經成為常態，甚至是種生活樂趣，使用者可藉此表現情緒、發出請求或突顯個人特徵。

MSN使用者名單因為需要對方的e-mail註冊地址，也需要對方願意將你加入，因此使用者雙方多數是屬於現實生活即認識的朋友，因此暱稱容易與真實個人相連結，所形成的人際關係不像化名般必須在那個名字上發展關係，更不像匿名能隨意轉換身份般的流動、任意與不確定。正因為我們常把暱稱當成自我心理狀況的表徵，利用文字表達自我，所以MSN暱稱反而具有一般網路暱稱所沒有的固定指涉性，即使暱稱「動態」地不斷改變，其所對照的對象依舊是「固定」的個體。

登入MSN時，每個聯絡人的狀態與暱稱會出現在使用者名單的視窗上，此為溝通的第一道關卡，使用者可自由選擇要與誰對話。在交談時，暱稱會隨著對話次序不斷替換而重複出現在對話視窗上，使用者也可隨時更改暱稱，更改後的新暱稱將會即時出現。在與某人開啟對話視窗時，還是可隨時察看聯絡人清單，也可開啟多個視窗與他人交談。因此暱稱在MSN溝通中佔有不可忽視的地位，即使不是因暱稱開啟對話，暱稱卻能在溝通時不斷散發訊息，讓人難以忽視。因為易於「被看見」，所以使用者在撰寫暱稱時所需思考的方向更多元，無法忽視潛在觀眾的

觀看，若選擇書寫個人隱私的心情，也就要面臨公開的壓力。正如 Meyrowitz (1985) 所說，電子媒體的出現轉移和模糊了公領域和私領域的界限。在網路上更是如此，舉凡個人網頁、相簿或網誌都有此特性。

目前台灣針對IM的研究(魏碧梅，2003；王宜霽，2004；蔡燕平，2004；古明泓，2004；溫典寰，2005a)多是針對軟體的溝通效能和使用者的媒體認知、使用滿足與動機等進行討論，而外國針對暱稱的相關研究(Bechar-Israeli, 1995；Slater, 1998；Barnes, 2003)大多是探究使用者選擇何種暱稱的理由並進而發展出暱稱的分類，藉此討論使用者如何建立線上人格，以及線上人格與暱稱呈現的相關性。

但筆者認為MSN暱稱因為變動性大，所以很難從中探究出固定的人格呈現，它最大的特色就是它中性的介面特質，暱稱本身的內容因為不固定所以不是本文探討重點，重要的是它是一個橋樑，連結的一邊是使用者怎麼寫暱稱，另一邊是這暱稱表現出來後達到甚麼溝通功能與後果，而這兩者之間又是怎樣的互動狀態使得暱稱呈現出不同樣貌、甚至讓人際關係產生甚麼變化。暱稱成為一個介面，一個表達自我卻又開啟對外溝通的窗口。

在這樣的科技環境下，本研究想瞭解MSN暱稱產生的溝通型態和一般線上、線下互動有何不同？使用者在面對線上與線下關係界限模糊的MSN情境時，如何書寫暱稱、又同時要應付他人的觀看，從中會產生何種策略運用？

## 從人際互動到電腦中介傳播的溝通型態轉變

### 人際互動的樣貌與符號意涵

人際關係是經由溝通而建立，其維持與強化亦有賴於溝通互動，在互動中隨著意義的產生、行為的交互作用，併發出複雜的人際關係與溝通型態。

Goffman (1963, 1967) 從人際互動的情形中歸納出互動規則 (the interaction order)，認為互動規則提供一種規範，讓個人處理自身與他人互動時所會產生的即時行為。根據Goffman的定義，Malone (1997: 7) 形

容「互動規則就像交通規則一樣，不確切規定人們要往哪裡走，只是指引人們當他們要到達某處時該怎麼做」。

Goffman (1983) 認為互動行為限制於一定範圍的時間和空間，互動雙方必須全神貫注參與其中，否則無法使互動繼續，而這種共享空間或通路的需求也將促使互動產生，外表、態度、視線、參與強度等特徵將伴隨對話互動而產生影響。同時，為了避免對方接收不必要的訊息，互動者也學會減少洩漏或直接封鎖資訊，只透露出可以讓對方了解的訊息。

面對面互動也共享了「參與」的過程，互動時也會不斷將所見所聞歸入明確的社會分類或個人獨特見解中，並使用這兩種複雜的歸類來回應對方，如此將會同時反映出個人特色與雙方的共通點。情境外因素也會納入互動考量，例如個人長久的行為模式會將某些預期帶入互動場域中，包含先前與他人互動的經驗以及文化假設等 (Goffman, 1983)。

人際互動的複雜過程中，最有趣的部分在於互動雙方如何產製溝通意義，藉由何種符號傳達意涵，接收訊息者如何解讀，互動過程又是如何持續循環。此可以符號互動論來解釋。

符號互動論最早由George Mead提出，強調社會是一個動態的網絡，是經由持續的溝通、互動過程形成的，在其中不斷地產製、共享符號與意涵 (徐西森等，2002)。符號包括語言、記號、文字、手勢、表情、動作和其他抽象符號等，這些符號在日常生活中無所不在，在人際互動中代表某些意涵，其意涵由個人和社會賦與，是個人在互動中用來代表感覺、觀念、思想、價值和情緒。當符號被傳達出來後，接收者必須經過個體詮釋才會進而產生反應和動作 (Hewitt, 1976；葉啟政編，1992；胡榮、王小章譯，1995；徐西森等，2002)。

對Mead而言，經由符號的溝通，個人能夠同時意識到自己的行為與此行為將引起的反應，是非常重要的現象。正因為他人的反應能以預期方式進入個人經驗中，因此個人可以類似他人的角度來反應自己的行為或態度，此即Mead所謂的「扮演他人的角色」。個人扮演他人的角色，從別人的觀點來看自己，是一種「內化」(internalization) 的過程。這種內化過程就是一種心靈或思想的作用，因為它們不過是個人利用蓄意的符號和自己所做的一種對話而已 (Hewitt, 1976；葉啟政編，1992；胡榮、王小章譯，1995；徐西森等，2002)。

## 電腦中介傳播下的人際關係與溝通互動型態

面對面溝通之外，人們也會藉由傳播工具進行溝通，因著媒介「中介」了溝通雙方，因此媒介本身特質對於溝通型態便產生影響，這樣的變化在電腦與網路技術日臻成熟後達到最大值。Barnes (2003) 表示，因為面對面的溝通資訊在電腦中介傳播中遺失，因此溝通者必須在過程中加入幻想和遊戲 (fantasy and play) 成分。網路多媒體的特性結合以往各媒介的中介特質，可進行即時與非即時互動，傳播者的主導性強，可選擇用何種軟硬體與甚麼對象互動，真實與可匿名的虛擬特質混雜也讓角色扮演的狀況時有所聞。由此可知，電腦中介傳播中所產生的人際關係互動形成相當多元的樣貌。

因為網路特質影響，江中信 (2002) 認為網路上可只依賴代號做溝通，代號不一定代表真實世界的自我，因此建立的關係可能是全部或部分的虛擬。Walther (1996) 形容只存在於網路、且在網路上的社交渴望高於面對面互動的人際關係為「超人際互動」(hyperpersonal interaction) 關係。Walther認為此種關係中所營造的形象，往往比面對面互動來得正面。由於社會線索的不足，訊息接收者容易膨脹對另一方的心理形象，並誇大細微的社會和人格線索，創造出理想的形象。散發訊息者可以選擇性呈現自我，除去真實外表與聲音線索外，電腦中介傳播允許使用者再現、編輯和選擇形象線索。選擇性的自我呈現加上非同步傳播的特性更能發揮極致，因傳送訊息者有時間去準備和表現，傳播雙方可免於情境現實的束縛，來回作選擇性的自我再現。

但除了在互動過程中散發出刻意營造的形象之外，徐西森等 (2002) 認為網路環境的匿名性容易使人表露出深層的真實自我，提出網路人際互動中的二大特色：深度的自我表露與高度的親密性。

早期論及電腦中介傳播，多以網頁、聊天室、BBS等為主，認為溝通雙方都是不認識的個體，且建立的關係非真實人際關係。但目前網路已成為新世代的主要溝通管道，IM興起之後，溝通雙方以在現實生活中的熟悉他人為主，即使是在網路上認識的網友，在關係日益深厚後，還是會走向親身溝通的階段。因此網路到最後只是一種溝通管道的選擇，而不是主導人際關係轉變的主因。

學者們 (Bechar-Israeli, 1995 ; Barnes, 2003 ; Green et al., 2005) 對 IM 所下定義為：允許即時互動，當登入後，系統就會列出好友名單 (buddy list) 上同一時間也在線上的使用者，彼此可用結合書寫和口語特性的書寫式對話 (“written” conversation) 語言進行溝通。訊息出現在對話框 (text window) 中，伴隨說話者的暱稱出現 (speaker’s nickname)，與聊天室相比是比較私人的對話 (聊天室中的對話是只要登入的人都可以看到對話訊息)。

IM以文字溝通的模式與e-mail相似，但包含即時、非即時、一對一、一對多、平行溝通等溝通型態，更可利用多媒體與軟體的附加功能豐富溝通線索。將實際距離分開的人於同一時間相會在一起。Cunningham (2003) 認為IM的自由運用特性取代非同步的e-mail成為企業愛用的溝通方式。自然的流動特性讓使用者可隨時開啟或關閉視窗，由此促進隨性的語言溝通，在企業中運用時，改變了階層制度與官方溝通型態。

黃彥達 (2001) 則認為IM軟體可以說是網際網路的新典範，以人類的通訊需求而言，即時溝通的方式除了面對面外就是講電話 (我確定你在)，非即時溝通的方式就是電話答錄機或者是語音信箱或者電子郵件 (我確定你不在，我留了訊息但我不確定你收到訊息沒)。而ICQ之類的軟體卻允許「我知道你在，我留了訊息給你也確定你會看到，但是你可以有空再回我」的情況發生。收到訊息和回答之間有時間差異，且這個空隙比面對面溝通長，但比語音信箱之類的方式短。以即時的程度來說，人類的通訊需求大體上已被滿足。

### 網路暱稱的符號溝通位置

暱稱 (nickname)<sup>3</sup> 是個人法定名字外的另一個或多個稱呼，通常由周遭的人來命名，因此暱稱會圈畫出特定的交友圈，只有圈內人才知道該暱稱的意義，在溝通時具有一種接近感。此特質被運用到網路溝通上時產生變化。暱稱變成現實我的替身，成為線上自我呈現的方式之一。Barnes (2003) 表示在對話互動中，暱稱有許多功用，包含建立網路身份、提出願意遊戲的意見、與他人聯繫以及扮演性別身份遊戲。

Slater (1998) 以聊天室中使用暱稱進行溝通的狀況來說明個體在網路

上的身份呈現情形以及暱稱的流動性。IRC中的自我認同並不是被網路使用者所擁有。人們藉由暱稱來定義自己與他人，但暱稱又能隨意更換，因此名字不會指涉固定個體。這種動態(dynamic)和短暫(efanescent)的特質，在網路上並不會留下任何個體存在的痕跡。

即使使用者在聊天室中可任意更改暱稱，暱稱也沒有單一限定性，使用者卻可能在自己慣用的暱稱被別人取走之後，仍取一個跟原本暱稱類似的名字。以Bechar-Israeli (1995) 針對聊天室暱稱呈現研究為例，聊天室暱稱是呈現自我的唯一要素，是使用者的線上「代理人」(agency)，用來告訴他人「我是誰」，網友可透過暱稱進行互動與認識彼此。因此雖然更改暱稱很容易，他們卻建立起穩定的線上人格，持續為該身份的自我呈現而努力。

黃厚銘(1999)說明許多人以匿名性(anonymity)來描述網路人際關係的原因，也是許多人把電腦網路上人際關係排斥為虛假或虛幻的理由。但事實上，真正的匿名性應該是每個代號背後隨時更換使用者，同時，每個人也隨時更換代號。然而，我們發現使用者卻經常會在代號以外幫自己取個暱稱，甚至在自己的招貼裡加上精心設計過的簽名檔，乃至於經營自己名片檔等，而且，固定且長期的在與其他代號的互動或資訊交流中，塑造這個代號的特性。換言之，每個代號慢慢有了自己的身份認同。這種隱匿部分身份、重新經營另一個身份的使用方式，稱為化名(pseudonymity) (黃厚銘，1999)。

從人際互動到電腦中介傳播，再到網路暱稱溝通的相關探討，本研究希望以此來檢視MSN暱稱呈現與書寫所產生的互動行為為何，與一般電腦中介傳播中的暱稱書寫方式有何異同，在人際關係中又佔有何種地位。

## 研究設計

本研究從MSN使用者角度出發，藉深度訪談了解使用者撰寫暱稱時的思考、意義和溝通過程。另參照受訪者的暱稱文本以探查暱稱在MSN使用經驗中的溝通與呈現方式，也期望藉文本輔助訪談內容以提高研究信度。

本研究選定台灣IM市佔率最高、用戶量約達六百三十萬的MSN



Messenger進行探討。且MSN暱稱功能與Yahoo! Messenger和ICQ等相較下有更多彈性與變化。加上MSN上的人際網絡與現實生活相近，暱稱容易與真實身份連結。所以選定MSN進行討論較能貼近本研究重點。

選擇樣本時因無法對全數MSN使用者進行系統性抽樣，且MSN相對其他網路環境是較封閉的場域，在聯絡人名單上的人才能看見彼此暱稱的轉換，因本研究希望受訪者提供暱稱樣本以供參考，若光從網路上招募陌生的MSN使用者，僅能獲得篩選過的暱稱樣本，將使本研究錯失一些有趣的現象。若只從筆者本身的使用者名單上選取，因為有一定程度的認識，較能將暱稱文本與訪談說法相互比對，但無可避免會遇到過於主觀的研究倫理問題。

因此，本研究同時從兩方尋找合適樣本。為確定網路自願者有使用MSN的經驗，筆者在台灣大學的BBS站：批踢踢實業坊 (telnet://ptt.cc，簡稱PTT) 的「MSN Messenger軟體討論版」上張貼公告<sup>4</sup> 徵詢自願受訪者，再從自己的人際關係網絡中滾雪球尋找案例特殊者進行訪談，以求受訪對象能盡量涵蓋多元化的MSN使用行為。

### 受訪者基本背景介紹

成功訪談十七人，包含五位男性、十二位女性。訪談日期從2005年10月6日至10月24日，方式包含面訪、MSN訪談、電話訪談。網路招募來源有9人(4男5女)、滾雪球佔8人(1男7女)。為保護受訪者隱私，筆者以英文字母代替受訪者姓名，相關資料如表一。受訪者使用MSN及撰寫暱稱的背景如表二。訪談問題清單置於附錄。

從本研究受訪的十七位MSN使用者背景可描繪出大概的MSN使用經驗。使用年限約2至6年，其中有七位使用時間為兩年，都是在2003年MSN 6.0版出現時開始使用，6.0版從單純傳訊功能擴大到突顯更大範圍的個人特色，<sup>5</sup> 受訪者也表示，這種改變讓身邊不少人受到吸引，開始使用MSN或由其他IM轉換到MSN。有十三位受訪者(佔本研究受訪者總數的76.5%)是只要上網就會登入MSN，使用電腦的大部分時間都會掛在MSN上，而聯絡人名單上以現實生活的親朋好友為主，為了聯繫方便而採用MSN作為新型態的溝通方式。至於變換暱稱的頻率，只有兩位把暱

表一 受訪者基本資料

編號	性別	年齡	職業	所在地區 <sup>6</sup>	訪談日期	長度	訪談方式 <sup>7</sup>	來源 <sup>8</sup>
A	女	22	行政助理	北部	10/6	2小時	MSN	BBS
B	男	21	學生	南部	10/8	2小時	MSN	BBS
C	男	22	學生	北部	10/9	2小時	MSN	BBS
D	男	20	學生	中部	10/12	3.5小時	MSN	BBS
E	女	26	學生	北部	10/13	3小時	面訪	滾雪球
F	女	28	學生	北部	10/13	1.5小時	面訪	滾雪球
G	女	18	學生	南部	10/14	2小時	MSN	BBS
H	男	20	學生	北部	10/17	1.5小時	面訪	BBS
I	女	28	護士	南部	10/18	1小時	MSN	BBS
J	女	24	學生	北部	10/19	3.5小時	面訪	BBS
K	女	31	駐中國的 台灣幹部	中國	10/20	1小時	MSN	滾雪球
L	女	24	貿易商業務 秘書	南部	10/20	0.5小時	電訪	BBS
M	女	23	製造貿易商 業務	北部	10/20	2小時	MSN	滾雪球
N	女	24	學生	北部	10/21	2.5小時	面訪	滾雪球
O	女	26	學生	北部	10/21	2.5小時	面訪	滾雪球
P	女	26	廣告AE	北部	10/23	2.5小時	面訪	滾雪球
Q	男	22	學生	北部	10/24	1小時	面訪	滾雪球

稱當為辨識身份的工具而不常換暱稱外，其他人更換的頻率都很高，甚至會隨時書寫即時的心情。

### 訪談方式對研究分析的影響

本研究使用面訪、電訪和MSN訪談三種方式，恰好是傳統人際互動與媒體中介互動兩種溝通型態。受訪者數目分別為：面訪8人、電訪1人、MSN訪談8人。結合受訪者徵求的來源來看，從BBS上招募的九位受訪者中，六位使用MSN訪談、兩位面訪、一位電訪。滾雪球而得的八位受訪者，兩位使用MSN訪談、六位面訪。

表二 受訪者MSN使用概況

編號	MSN使用年限 <sup>9</sup>	MSN使用時機 <sup>10</sup>	聯絡人名單上的人際關係 <sup>11</sup>	暱稱更改頻率 <sup>12</sup>
A小姐	2年多	I	1、2、3、4	v
B先生	約4年	I	2、3	ii
C先生	2年多	I	1、2	v
D先生	約4年	I	2	iv
E小姐	2年多	I	1、2	ii
F小姐	2年多	I	1、2	ii
G小姐	6年多	I	1、2	ii
H先生	2年多	I	2	ii
I小姐	4年多	II	1、2	v
J小姐	約4年	I	1、2	iii
K小姐	約2年半	I	1、2、3、4	i
L小姐	3年	II	1、2、3	ii
M小姐	5年	I	2	v
N小姐	3年多	I	1、2、3	ii
O小姐	2年	II	1、2	ii
P小姐	5年	I	2、4	ii
Q先生	4年多	II	1、2	i

綜合三種訪談方式來看，面訪的好處是從受訪者表情動作可輔助訪談訊息解讀，但因筆者要求受訪者準備暱稱文本，因此受訪者是帶著列印或手抄的暱稱來受訪，討論時須費力描述當時的互動過程和暱稱書寫感覺。電訪能解決地區不同或時間匱乏的困難，但僅能從語氣和回應節奏獲得判斷線索。受訪者也僅能口語說明暱稱和寫法。上述兩種方式都不便於討論，也難以捕捉受訪者當時的暱稱書寫和互動狀況。

MSN也能解決時空問題，也因本研究是針對MSN受訪者進行研究，如此不僅能確定對方確實有使用MSN，也能藉此觀察其使用行為和暱稱變化，電腦中介溝通也讓使用者揭露自我的程度提高。但MSN在去情境脈絡後，只能從文字驗證真實性和話意，若受訪者刻意隱瞞或欺騙則難以得知。文字溝通也可能產生誤讀或溝通不便，且MSN對話是雙方打出來的話次序性地出現在視窗上，問題與回應的次序可能錯亂，當受訪者

沒有回應時，無法得知對方是思考或分心，受訪者也可能隨時結束話題，讓研究者難以掌握訪談情境。但利用MSN交談時，受訪者可隨時從電腦調閱對話紀錄，不僅能確實提出證據以回應發問，受訪者看了對話紀錄後也更容易回想當時與他人的互動狀況，甚至是自己當時的思考與心境。

綜合受訪者來源和訪談方式來看，本研究對於BBS招募的受訪者多採MSN訪談方式，對於滾雪球的受訪者多是面訪。

本研究進行之初即希望採取面訪為主、MSN訪談為輔的方式。但從BBS上招募的受訪者是從「MSN Messenger軟體討論版」徵求而來，該版網友多是MSN重度使用者，不只是每天的使用時間長，投入的程度也很高。因此在筆者詢問可行的訪談方式時，他們多希望以其熟悉的MSN進行訪問。

此方式雖然能較快贏得受訪者的信任，但因無法對其非語言線索和訪談脈絡有所掌握，受訪者也可能因研究者的加入而改變暱稱撰寫方式。在當下筆者也只能全然地相信對方提供的資料，如此對於訪談資料的真實性可能有所影響。

但當受訪者將筆者加入聯絡人清單中之後，筆者能隨時觀察其暱稱變化和使用行為，如此能夠對於訪談內容隨時進行比對，筆者也盡量在登入MSN時以「隱身」<sup>13</sup>方式出現，以不影響其正常使用行為為前提。

滾雪球所得的受訪者，因為以朋友為主，因此很願意進行面訪，也因為多數人長期就在筆者的使用者名單上，能很快回到某暱稱的脈絡中進行討論，在獲取資料上較為容易。

綜合比較之下，筆者認為若時間允許，無論何種來源的受訪者都最好結合面訪和MSN訪談的方式，才能多元比對受訪者的訊息。以下則針對訪談結果進行分析。

## 研究結果

### 暱稱寫作產製符號意義

暱稱上的訊息一旦經由使用者書寫創造出來，就有傳達訊息的能

力。傳達的對象包含對外(他人)與對內(自己)，即使不指名道姓標示訊息傳達對象，只要有人注意到該暱稱，就達到傳達功能，只要對暱稱上的訊息有興趣或原本就是該事件成員，看到訊息的同時自然就會被召喚而產生反應。

「『竹苗晨泳會』強烈招生中！」

平常暱稱不會寫得太明確，最明確的比較是通知類的訊息，告訴別人明天要練球、希望大家一起來晨泳這種。(H先生)

除了昭告訊息外，根據訪談結果顯示，使用者會書寫抒發心情、寫出符合當下情緒的暱稱為主，長期書寫之後，也有不少使用者將暱稱當成日記，成為連續性的紀錄。B先生的例子則充分表現藉暱稱抒發且隨心情書寫的情形。

「好短暫的戀情，一星期就結束了…」

暱稱上很難不寫私人的東西，前陣子失戀，我就在暱稱上寫出比較深層的情緒，因為不想放在心裡沉澱，我寫上這句話，因為捨不得這段感情，後來換掉是因為覺得繼續放著我也不會有甚麼改變吧，想要轉換一下。(B先生)

因為將暱稱當作日記書寫，所以使用者甚至會回頭去看以前的暱稱，從重看中看到自己的心情變化。暱稱有趣之處就在於雖然流動性大、變化快速，但是若持續書寫卻能從碎片中串成故事。文本與文本間雖然斷裂，但從斷裂中又構連自己的認知、形成一套獨有的自我呈現脈絡，文本彷彿也構連出自己的生命歷程。若長期觀察一個人的暱稱，多少也等同於涉入對方的生命歷程、了解對方的心情起伏。

「幸福，怎麼可以說不用了呢？」

「戀人的小影，只有戀者的眼眸，是最適當的框子」

「最想寫信的時候，不寫 這樣才能累積一萬個你 在我胸臆」

暱稱對我來說就像日記一樣，連續看我的暱稱，是連續性的、完整

的，可能會描繪出一個事件的輪廓，……因為暱稱都是寫真實且深層的情緒，所以重看到時都能了解當初發生了甚麼事。(E小姐)

暱稱訊息在對話時會重複出現在對話框中，因此將訊息寫在暱稱上，有時也可藉此來提醒和鼓勵自己、向自己喊話。

### 「路還要行」

這是對我自己講的，當時有個重要的實驗作不出來，雖然難過但我還是要做啊，所以就寫這句話。而這也是一首歌的歌名，我是客家人，這是一個客家團體的歌曲，所以比較少人知道。(J小姐)

雖然我們可將暱稱的訊息粗分為對別人與對自己傳遞，但事實上，對外與對內傳遞訊息有時候是互為循環，除了通知打球時間、向他人道歉等訊息類型相對來說是對外傳遞的，但對自己喊的話終究還是會被別人所看見，因此另一方面也轉變成對外散發的訊息。以J小姐「路還要行」的暱稱為例，朋友也都知道她在課業上遇到難題，她寫出這個暱稱，一方面要鼓勵自己振作起來，一方面也告訴別人自己的狀況其實並沒有很糟，而且她還會繼續努力、希望大家不要擔心。

使用者在暱稱上書寫心情的原因，與MSN上為熟悉的朋友有關，希望藉暱稱分享自己的近況和心情，就算是要發洩情緒，也要有對象可以傾吐。使用者將心情寫在暱稱上，藉由隱性觀眾的觀看來達到發洩目的。

除了直接寫出自己的想法和心情外，使用者也會將自己喜愛或想法相近的歌詞、書中詞句、台詞等放到暱稱上，因為代表自己一部份的想法，也代表一部份的自己，把這樣的一句話寫在暱稱上，有標榜自我的意圖，也有藉其表達心情想法的意思。J小姐就是藉網友的一句話來表達她長久以來的信念。

### 「Biosphere2<sup>14</sup>——對於Biology，真正的scientist會保持敬畏之心」

有網友說了這句話來表示人類太自大，自以為自己真的可以當上帝。我自己是念生物的，很討厭基因改造的東西，常有人認為只要我們把所需成分丟到試管裏，就可以做出想要的蛋白質。我覺得這

種事很變態，這應該是上帝做的事，為甚麼我們要這麼做？所以一看到網友寫這句話，就覺得跟我的想法好像，馬上就把它放在暱稱上。(J小姐)

當暱稱成為抒發心情和想法的主要出口後，在暱稱上書寫的訊息有時候也需要詞句包裝。上例中，J小姐雖然長久以來不苟同基因改造技術，但並未特別在暱稱上書寫出來，一方面是不知該怎麼表達，一方面似乎也沒有適合表達的時機。但當「第二生物圈」(Biosphere2)的事件發生後，網友的評論切中她長久以來的想法，於是她便在暱稱上引用這句話。

由此可知，使用者在書寫暱稱時，有時候雖然想傳達某種想法，但卻會因為不知該怎麼表達而感到困擾，也因此會花心思去思考表達的形式，此時若有現成的詞句剛好描述得宜，便容易獲得使用者採用。

而因為暱稱的書寫空間有限，因此內容通常是具有代表性的濃縮版本，大部分的人即使是記錄心情，也會經過篩選，篩選的標準不一，有人希望總結一天的心情，有人選擇分享生活中最重要的事。O小姐就形容，暱稱就像是一天的頭條新聞，是一個標題總結一天的生活。

### 解讀他人暱稱之符號意義

因為MSN使用者常利用暱稱做為溝通的窗口，經常在暱稱上分享生活近況、心情變化，或者是利用暱稱對他人喊話或與他人相呼應。因此使用者在解讀他人暱稱時也產生許多有趣的過程和解讀結果。

許多受訪者(A、B、D、H、M、N等)都有因暱稱而開啟話題的經驗，他們認為只要對方有寫暱稱的習慣，光從暱稱就彷彿可以參與到他們的生活，暱稱也容易成為聊天素材，無論是針對暱稱做討論，或者是在原來的對話中隨口提及，多了這個管道，不僅能更了解對方，也能增加聊天的話題，進而促使關係變得更親近。

每天開MSN是想知道那些碰不到面的人最近的生活，因為打手機很浪費，我比較喜歡常常改暱稱的人，看到暱稱寫甚麼就有話題可以

聊……我覺得暱稱是一個昭告天下你最近發生甚麼事，以及分享心情的管道。(M小姐)

D先生則表示，他一上MSN就會先看大家的暱稱，希望從中知道訊息，例如何時要交報告或者是對方的近況。在與對方談話前，也可以藉暱稱先了解他當下的情緒，因而調整話題和說話態度。

觀看暱稱，不只能促進溝通話題的增加，暱稱的書寫方式和內容也可以透露書寫者的人格和心理線索，長期以來更可能對於彼此的關係和對對方的觀感產生改變。因為MSN上都是平時就相處的朋友，不可能明確做到Goffman所說的「觀眾隔離」(audience segregation)<sup>15</sup>，因此會希望呈現出符合的形象才不至於破壞表演形式。但有時暱稱的內容可能是更深入的心理狀態和想法，與平時形象可能會有出入，此時就產生了他人印象解讀的差異性調整。如同J小姐表示她有個學姐平時是個開心果，但在暱稱上卻常書寫負面情緒，例如「就算再生氣還是要保持微笑」，由此J小姐就猜想學姐也許平常是強顏歡笑地勉強自己。

我覺得MSN暱稱可以塑造形象，這形象有可能是真實的，也有可能是在你希望表現在別人面前的。但從暱稱也可以知道能不能跟對方當好朋友，因為在聊天中或暱稱上，會知道他在想甚麼，就會知道跟你磁場合不合，例如從暱稱上面看到某一部份平常沒遇過的一面，像那些只會傳遞負面訊息的暱稱，跟我自己是不合的，我就知道跟她不會變成好朋友。(J小姐)

由上述可知，暱稱所透露出的線索，不僅對於溝通狀態能產生改變，對於人際關係和對他人的觀感也有一定程度的影響。J小姐從暱稱上察覺友人的個性，藉此來加深對他人的了解，也讓她更能掌握自己的人際關係樣貌。

此外，看到他人暱稱時除了產生對話外，如果對方書寫的暱稱具有特殊意義、隱喻或引用的出處是自己所了解的，此時就會產生共鳴。不必刻意丟訊息詢問，只要融入對該人與該事件的了解，就能對於該暱稱心神領會，由此產生的共鳴更能突顯彼此的關係，其產生的默契也是超越文本才能產生的溝通。以下是N小姐對於朋友的暱稱產生共鳴並產生互動的例子。



「世界の中心で秘密をばらすつてははは」<sup>16</sup>

當時《在世界的中心呼喊愛》(世界の中心で、愛をさけぶ)這部日劇正在台灣流行，很多人的暱稱上都寫著這個劇名，中文和日文都有。當時我看到某個不喜歡看這種日劇的朋友的暱稱也很類似，心想怎麼連她都淪陷了，結果仔細一看就大笑，因為她修改了那個日劇劇名的內容。我知道她是在惡搞，就立刻想到山田(劇中男主角)在那邊大喊秘密的樣子，也因為覺得很好笑，所以就將她那句話(再加上笑聲的狀聲詞)，寫到我暱稱上。(N小姐)

Berger (2002) 指出，許多研究顯示在人際溝通中，有共同基礎 (common ground) 能促進溝通，且使溝通更準確且有效率地進行。基礎會隨著每一次成功的互動而增長，每一次的對話交換也會基於對共識的累積而進行解讀。因此，寫出特定的歌詞、對白類的暱稱，有時候期待的其實是一種「行話」的溝通方式，表示我們同在一個圈圈中共享某種獨特意義，不需要經過詢問暱稱才能進行的互動，讓彼此的關係跨越某種界限達到另一種溝通層次。

### 暱稱所產生的溝通互動型態

撰寫暱稱不只是對他人傳遞訊息，更有自我抒發效果，其溝通型態是既對內又對外，以比重而言，甚至可說是對內重於對外，且無論是那種溝通都是從自身出發。也因此暱稱寫出來有時候不一定要別人看得懂，只要達到抒發效果即可。N小姐就以隨身聽來比喻她所認為的MSN溝通形式。

MSN暱稱某種程度很personal，就像隨身聽的外殼，你看到我在聽隨身聽，看到藍色機殼，但你並不知道我在聽甚麼，暱稱對我來說是對內重於對外。在暱稱上我保留某一塊可以讓我說心裡話的空間，就如同內心獨白一般。(N小姐)

這種對內溝通的方式，受到他人觀看後產生互動，他人可以從暱稱上得知書寫者的生活概況和心情轉變。但有趣的是，暱稱上不一定是明確直接地書寫，別人有時還是可以從暱稱上得知該書寫者的概況。

「終われない思い空にはなして」<sup>17</sup>

有個朋友不太懂日文，但看我暱稱就知道我心情不好，我感到很驚訝，後來覺得暱稱是一種流動的狀態，如果有人跟你夠熟，很輕易就可以捕捉，那是一種默契。這種交流是超過暱稱可以傳達的，其實暱稱傳達的不是明確的事情，而是一種氛圍。(N小姐)

MSN暱稱上所產生的對話感，其實是基於我們對該語言的了解、對這人的了解以及對MSN的了解而讀出意義的。我們都了解中文中使用隱喻的意涵，因此賦予自己的想像來解讀，在解讀時又會針對該人的個性投入平時的了解和接觸經驗，並且在解讀的過程中投射自己的MSN使用經驗。因此解讀者投入豐富的意義將使暱稱不只是單純的呈現，更形成了一種對外散發意義的對話感。

網路傳播時代基本上是以自我為本，因為呈現自我的多元選擇性，使得使用者可以在網路上利用書寫網誌或建構個人網頁來進行獨白式的對內溝通。但傳統傳播以團體為主，會有強烈互動的模式且長期以來與互動對象形成一種互動氛圍。MSN剛好介於其中，從暱稱所產生的溝通模式看來，即使是對內溝通卻仍不自主受到外界介入而產生對外溝通，暱稱自然形成對話感，透露書寫者的心理狀態以及當下能否進行互動的暗號。

暱稱產生的互動中最無法預料的狀況是，有時使用者憑自己思考和想法寫出暱稱，呈現出來經常是撰寫者自己才看得懂的形式，但這種模糊曖昧的狀況雖然給予使用者面對詢問時的解釋空間，卻也難以避免他人自行想像暱稱意義而產生誤會的情形，這是製碼與解碼間的差異。

「只有你才可以給我溫暖」

曾經跟兩個朋友在暱稱上面開玩笑，那時候因為大家說我們感情很好，所以我們就鬧別人。當時我們三個的暱稱是可以串成一個三角關係的故事，如果list上加入我們三人，就會知道我們是在玩遊戲，但如果我的其他朋友單獨看到該暱稱，就會問說「交男友了喔」這樣的話，後來真的很難解釋，只好趕快改掉啦！(N小姐)

將心情寫在暱稱上等於是公開自己一部份隱私，但有時好奇他人暱稱或因上面散發出的訊息值得關心而想問的時候，如果遇到某些人對暱稱書寫有不同的思考邏輯，也必須思考要怎麼問、要不要問、是否會造成他人負擔的問題。以下是J小姐的例子。

### 「悲傷朱小妹」

類似情緒性的暱稱比較容易被問，一被問我就會「呵呵呵」帶過，然後下次就覺得不要寫那種會被問的暱稱了。暱稱很私人，雖然已經放在那裡，我還是有種再追問是探人隱私的感覺，所以我不喜歡被問也不會去問別人。(J小姐)

暱稱介於隱私和公開之間的特性，也使使用者看待隱私的心態間接影響其如何看待他人詢問的狀況。維護隱私的心態也會因此而影響其撰寫行為，發展出不同的撰寫與溝通策略。而在互動中，使用者面對他人詢問及撰寫暱稱時所握有的主動性與權力是影響互動過程的重要因素。

## 藉由暱稱所產生的溝通策略

使用者將暱稱撰寫出來後，暱稱就脫離個人情緒的私領域進入公開觀看的公領域，有時只希望傳達訊息給特定對象，或只希望藉暱稱抒發但線上卻有不想被他看到暱稱的對象，以及過往互動經驗等考量將左右暱稱的撰寫與呈現，讓使用者為了因應而發展出能保留自我訊息又能盡量避免外因干擾的溝通策略。以下針對受訪資料整理出三大策略。

### I. 從朦朧曖昧的形式中隱約透露訊息

因為暱稱介於隱私與公開之間，因此個人書寫時必然得考慮到他人觀看的眼光，由此曖昧不明的寫法給予個人空間，可隱約透露訊息，在他人詢問時又有解釋空間，讓自己握有溝通主控權，是大多數受訪者採取的策略。以下列舉幾個例子。

i. 外語書寫

「愛，才是最好的鎮定劑 (Danke schön, meiner liebe)<sup>18</sup>」

因為我通常希望暱稱上的訊息要能確切傳達給我想傳達的人，因此就算書寫德文，也是因為確定對方看得懂那句德文的意思才會寫，但這樣可以確保其他人看不懂。(E小姐)

ii. 隱喻

「右手戒指的霧面和亮面已經分不太清楚了」

(暱稱)表面是講戒指舊了，但暗藏經過了一段時間，我還是很想前女友的意思。暱稱這種曖昧文化很合我意，有偷偷來的感覺，因為用隱喻就可以把說不出的話說出來，如道歉、表白。曖昧就是偷偷告訴妳真話，用假話來掩藏，所以會真。(D先生)

iii. 引述文章或歌詞

引文除了能藉以代表自己的心情，也能相當程度傳達一種個人認同，顯現出書寫者喜歡的文章類型、戲劇或歌曲。因此他人或許無法一眼看穿其中意義，但熟知該句暱稱出處的人，就能隱約得知其想表達的情緒為何。

「SI 俺達はいつでも2人でひとつだつたつてははは〜。」<sup>19</sup>

有時候寫上歌詞或對白，別人如果立刻知道那句話出自哪裡時，兩人間就會默默的產生一種溝通和共鳴。且若對方也了解其中意涵，我們可以很快就直接進入話題，她不需要再問我暱稱上寫甚麼。這句話是一首日劇主題曲的歌詞，一位不懂日文的朋友看見，憑著SI兩個字還是能知道我是在寫那首歌的歌詞，且能明白這暱稱中所訴說的感受和情境。(N小姐)

iv. 改變主詞

「別這麼愛生氣，做人要耐心點～～」

有時候暱稱沒有主詞，想知道的就自己來問，因為我又沒有說是我（在生氣），有個網友跟我要了很多次電話，大概生氣了，這暱稱也有對他喊話的意思，如果他覺得這暱稱是在說他，我也可以誤導他說是因為上班的事。（A小姐）

以上四種寫法的使用者在使用曖昧策略時最常使用的形式，而每個使用者也會根據過往書寫和互動經驗產生個人獨特筆觸和語法，甚而在其中做更複雜的變化。

## II. 只讓可以看見的人看得見

除了隱約透露訊息，使用者還可以利用「封鎖」和「不同帳號管理」兩種方式來管控能看見暱稱的對象。封鎖可以分為「永久封鎖」和「暫時封鎖」，前者發生在永遠不想跟對方講話，類似絕交，不只在情感上不想要這個朋友，更希望可以阻斷跟那個人的溝通管道。

我很少封鎖別人，我不會因為今天不想講話就暫時封鎖他，要封鎖就是因為我單純不想再跟他聯絡了。我的封鎖就是永久封鎖……就算讓他知道，我也不在意，反正我就是不跟你聯絡啦，你要想怎樣我也不在乎。（O小姐）

後者指的是因為當下不想跟對方講話或者是不想被他看到某個暱稱所以才封鎖，一旦改成對方可以看的暱稱或者是可以聊天的狀態時，就會解除封鎖，因此封鎖有時候也是為了讓對方覺得自己不在，由此來掌控溝通行為。

我的編曲老師也在我的MSN名單上，有一次他叫我編曲，因為時間太趕讓我不想編，所以就在暱稱上寫「是亂編的時候了 編者：佚名 = =」，後來越來越不高興，想要直接說出心中的話，因此就先把老師封鎖，然後把暱稱改成「我是來學作曲的 每次卻要編一堆五四三<sup>20</sup> 實在不是我想學作曲的目的 而且浪費我時間 前途不堪這樣折騰」。（B先生）

除了封鎖策略，因為MSN 7.0版後的MSN Space功能結合網誌、相簿和個人名片檔，再加上暱稱的存在，使用者在MSN上所透露的個人資訊越來越多，此時可能就會產生「該不該讓名單上的每個人都能看到」的顧慮。一旦有此顧慮，一方面可能會影響到使用者撰寫暱稱或網誌的內容，另一方面則發展出利用不同帳號管理聯絡人的策略。

因為MSN上都是平時就相處的朋友，不可能明確做到「觀眾隔離」，因此為了呈現一致性的形象以維持表演形式，就需利用不同帳號以管理不同聯繫對象，且個人訊息的透露程度也會因帳號關係不同而有所影響。將聯絡人分開管理，讓每個帳號上的表現都呈現在不同舞台，且根據與該帳號的人際關係進行不同的表演，將有利管控訊息的透露程度。

「老公想吃芝麻糊嗎 顆顆」<sup>21</sup>

因為我蠻多朋友和家人不希望我跟現任男友在一起，而他們也在MSN上，所以後來我就有兩個帳號，新的是跟男友聯絡，舊的就是以前的朋友，這樣我在新帳號暱稱上就可以專寫給男友的話，舊的寫心情。(L小姐)

### III. 只呈現篩選過或大家都可以看的安全暱稱

使用者吸收了一些由暱稱衍生出的互動經驗後，久而久之便知道哪種暱稱寫出來容易被詢問或造成誤解，從互動中也得知自己的底線，盡量避免自己不希望得到的回應。

在暱稱上我會篩選掉一些別人問了會導致反感的話，例如看到新聞或政治的感想，因為如果遇到偏激的人爭論起來的話會很麻煩。(B先生)

「如果可以……想要好好睡一覺 永遠不要醒來」

曾經遇到挫折，心情很不好，寫了這個很悲觀的暱稱。但幾天後就趕快將暱稱改掉，因為要一直回答同樣問題更累，現在心情不好就以「……」帶過，很少po一些內心東西，因為被問怕了。(I小姐)

除了暱稱書寫的內容會考慮過往經驗而有所調整，聯絡人名單上遍

佈不同親疏遠近的人際關係也會影響暱稱呈現，必須想辦法寫出符合自己各個階段的形象。呈現的方式可以是把暱稱的形式固定下來，或是只寫本名。N小姐因為不常將情緒極端表現在外，因此在暱稱上也符合這樣的中性情緒呈現。

「もう 何ひとつ 見落とさない」<sup>22</sup>

每個階段的我可能不太一樣，但在MSN上卻剛好會讓不同群的人看到我，所以我會取公約數，先用日文檔掉最直接的侵犯問題，也盡量不寫負面情緒，只是四平八穩地呈現讓各種階段的人都可以看的暱稱。(N小姐)

Meyrowitz (1985) 認為，社會行為是展現某部分、隱瞞某部分印象，在這裡是一個樣子、在那裡又是另一個樣子，這仍基於Goffman戲劇理論的論調，但不同的是區分的界限以及社會場景的數目。人們新的「開放」(openness) 概念較少基於誠實 (honesty)，而多基於避免行為清楚地呈現不一致和前後矛盾，由此產生的行為模式就必須呈現可同時且隨時在大眾面前出現的行為和形象。

在MSN上也因為會同時出現自己不同時期的朋友，為了避免出現矛盾形象，也就必須選擇一個安全且符合大眾心中形象的自我來呈現。

## 結論與討論

IM是介於人際與電腦中介間的新人際互動型態

比起一般電腦中介互動機制，IM的即時互動更接近人際傳播的同步性，但當使用者暫時離開或採用行動通訊<sup>23</sup>時，互動時間拉長，但訊息仍能傳達，如此達成非同步的互動狀態。而電腦中介中缺少的非語言線索，在IM中可藉由表情符號和視訊軟體來補強，但也因為隔著螢幕利用文字對話之故，自我坦露的程度也會增加，如此或許可促進既有人際關係的發展。

人們利用IM進行即時互動，面對螢幕利用鍵盤交談，形式上遺失面對面的溝通線索，但溝通內涵卻不只依靠線上溝通，延續維持的主要是

真實生活的人際關係，其科技屬性變成進行互動的選擇，而非主宰溝通的要素。在IM機動性強、任意開啟對話視窗的狀態，與Goffman互動規則中提及互動隨時隨地都可能發生的「偶發場合」概念類似，但更有機動性，IM也比網頁、留言版等電腦中介傳播形式更具即時性，互動者可隨自由意志選擇是否登入或回應他人訊息，也具有極高的主動和自主性。

陳佳靖(2003)認為人際關係的養成是一種連續、動態的過程，線上線下關係區分只是一種方便討論的說法，而非可以二分的場域，這兩個場域不但互相重疊影響，同時線上線下對於彼此認知/感知(cognitive/perceptive)的形成根本是相續不可分的過程。因此，即使線上關係發展順利，當彼此發現真實互動中無法達成線上的狀態時，將會影響關係的發展。

本研究某些受訪者將線上的關係拉至現實互動中比對時，發現兩者間的落差而感到困惑，不確定在線上拉近的關係是否真實。但若比對之後發現相符，那麼彼此的關係就能依循原本的基礎持續發展，不受線上線下區分的影響。

一般論及所有使用電腦網路進行溝通的互動方式皆稱為電腦中介傳播，但從本研究發現中可知，MSN雖然也是藉由電腦軟體進行溝通，背後所包含的意涵和呈現出來的溝通樣貌和上述電腦中介傳播狀態並非完全雷同。筆者認為MSN是延續電腦中介傳播形式但內涵卻接近面對面溝通互動的新溝通態樣。

### MSN暱稱互動型態與一般人際互動的異同

符號互動論可用以解釋人際互動過程，也能說明暱稱書寫和呈現之間相互影響的過程。將符號互動論中符號、人、社會情境三個概念與本研究結合，符號可代表「暱稱文本」、人代表「MSN使用者」、社會情境可代表「MSN科技和人際關係網絡」。將焦點置於MSN暱稱的溝通平台上，可發現暱稱由文字和圖形等符號組成，使用者產製暱稱符號，符號中呈現意涵和感受，也表達書寫者的自我概念，接收者接受訊息後，經由闡釋和解讀意義而發出反應，反應可能包含暗自關切暱稱變化或主動產生溝通行動。使用者在面對他人的行為反應時，必須產生回應的對策，且



「扮演他人角色」從他人的觀點來看自己，對於撰寫當下未曾考慮過的因素也會藉此步驟而了解。這種互動經驗更會內化進入使用者的MSN使用基模中，作為下一次產製符號之前的背景考量。

且基於MSN主要是連結真實身份的網路工具，讓MSN暱稱成為人際互動過程中強化印象建構的一環，解讀暱稱不只依靠書寫者的線上行為和形象，彼此在線下關係中的自我呈現形式以及互動經驗仍是最終依歸。促使暱稱不是平面性地靜態呈現，而被賦予多種內涵意義。此與Goffman (1983) 所述面對面互動的共享參與過程相同。

以上經由暱稱所產生的互動過程都符合一般人際互動的模式，但在此必須強調的是，暱稱所承載的互動訊息是文字和圖像，如此在探討互動意義時必須考慮暱稱符號交換中製碼和解碼的目的與過程以及溝通平台的環境特質。

使用者在書寫暱稱、產製符號意義時，大抵不脫傳遞訊息的目的，且是同時進行對外與對內傳播。但在MSN的溝通平台上，除了藉暱稱散發資訊外，一對一或一對多的即時互動是使用者使用MSN的基本行為，為了在聯絡人名單上易於被辨識，使用者也會在暱稱上撰寫名字或標示符號以凸顯個體的存在。

藉書寫暱稱對內自我抒發也是主要的書寫目的，使用者甚至在暱稱上持續書寫心情後，形成獨特文體、也塑造出個人書寫風格，只要該類暱稱一出現，即使暱稱未書寫個人姓名，也易於被他人指認身份。由此MSN暱稱所產生的溝通狀況與匿名或化名不同，其意義脫離了純然的身分識別作用，轉變成標示個人所見所思與獨特性的個人名片檔。

在一般的互動過程中，個人經常是為了互動而產製符號意義，其符號也承載著互動的特定意圖和內涵。但暱稱承載的內容卻額外包含著個人更深層的思想，透露的訊息因為電腦中介的互動環境，多了一層表露深層自我的可能性。Barnes (2003)、Parks和Floyd (轉引自徐西森等，2002) 也提及網路去除了可能會造成社會壓力的非語言線索之後，產生容易自我揭露的特性。筆者認為，加上同在MSN上的共時感與存在感，促使使用者能即時了解他人狀態、拉近距離，且有意無意間在互動同時透露深層意義，易於使他人更進一步且是無意識地接收。因此從暱稱能提高對他人的了解，在無形中改變彼此關係。

MSN暱稱的互動特質也在於書寫出來後易於被人所看見的特性，此類似一對多的隱性溝通狀態，在暱稱呈現出來後就已經開始散發訊息、進行溝通。因此無論是書寫者刻意或無意傳播訊息內容，在傳播的過程中將受到許多人在不同認知層次和關係基礎下的解碼。由此產生的互動行為與思考將比一般人際互動更加多元複雜。

### MSN暱稱以自我為主的互動意涵

綜合書寫和觀看暱稱的過程中可發現，使用者一開始書寫暱稱時，是先從自己的角度出發，將暱稱當成平台說出心情或向他人傳話，但經訪談得知，使用者累積書寫經驗後，容易基於線上的人際關係或過往互動經驗，而在書寫時不得不考慮到書寫後可能的影響。

寫之前先想到會被看，寫了之後也在意是否被看見。利用過往書寫與互動經驗來做預先投射，由此對暱稱呈現進行修改，久而久之，在多種因素交互影響下將形成自己的一套策略原則，進行訊息篩選或以模糊安全的方式呈現。也因為自己有這樣複雜的思考過程，在解讀他人暱稱時可能會將此公式套用在他人身上，用自己的角度去解讀，但有時卻也可能因而產生對號入座或誤讀的窘境，忽略每個人的自我塑造和社會學習歷程都是不同的。

由上述可知，暱稱的書寫呈現、解讀他人暱稱後所產生的互動行為，以及後續個人的暱稱書寫行動，是呈現一種循環影響的過程。

筆者在進行研究前，假設MSN作為一個溝通工具，認為在其中所進行的人際交往和暱稱書寫大抵不脫互動原則，但是在訪談過程中卻發現使用者書寫自我的意圖相當強烈，即便是暱稱無可避免地一定會對外散發訊息和產生互動，使用者仍舊希望能夠藉此表達自我，並且想辦法維護這個自我書寫的園地。因此暱稱上的溝通型態是對內溝通大於對外溝通，暱稱上的呈現以表達自我為主，溝通策略也是因為想要維護對內溝通的基礎而發展出來的。

每個人本來就很重視自我，自我是個體發展的基礎，但是因為在與人互動的過程中，必須遵循社交規則，所以無法隨意地展現自我。但是

到了網路上，因為匿名或化名的緣故，個人可以任意的塑造自己，因此在網路上可以說是以自我為主的環境。

但是MSN介於現實和網路環境兩者之間，不可能完全脫離現實也使得使用者不能任意塑造自我。且利用暱稱作為抒發的管道，多少帶有一種隔離的作用，使得使用者萌生發展自我概念的念頭，因此MSN暱稱相較於現實生活的一般互動行為，讓使用者更能發揮自我概念，也因此必須利用MSN的科技性(例如封鎖功能)來協助使用者來達成目的。使用者本身也發展出撰寫策略，既可以保留一點自我，又能避免誤會產生。此點符號互動的過程，是與一般的人際互動過程中，單純交換訊息符號產生交流的行為所不同之處。

### 包藏自我且達到溝通功能的MSN暱稱書寫策略

雖然書寫暱稱就像自我獨白一樣，書寫者可能不預期要產生互動，但訊息仍會直接、間接地傳達出來，因此利用策略來主導可能產生的互動情境，讓自己握有較大的主導權且佔有較大的解釋地位和發表空間，是多數人綜合過往互動經驗後產生的結果。就如同Goffman (1983) 描述，一般互動行為中，為了持續互動又要避免對方接收不必要訊息，互動者也學會減少洩漏或直接封鎖資訊，只透露出可以讓對方了解的訊息。因此MSN使用者發展出的暱稱呈現策略，包含利用朦朧曖昧的形式書寫、利用封鎖功能讓可以看的人看得見、只呈現篩選過的暱稱或寫出任何人都可以看的安全暱稱。

在一般互動行為中，人們為了維持當下互動，多數人會選擇部分程度地隱藏自我，但觀察三大暱稱呈現策略會發現主要是基於對內溝通的暱稱發展而來，這是因為這些對內溝通的暱稱直接指涉書寫者本身的深層內在狀態和思考，因此為了保護和維持自我概念，使用者就必須發展出因應外因干擾的呈現策略，希望在書寫形式改變之下，仍能抒發自我，且讓訊息傳達給目標接收者，但在傳達過程中又不受到干擾。

Meyrowitz (1985) 提出電子媒體的出現轉移和模糊了公領域和私領域的界限，以往人們依照不同情境和觀眾進行不同表演，但電子時代卻帶來非物質存在的新觀眾和不存在於確實時間空間的新場地，使得現代社

會中前後台的分野已漸模糊。Meyrowitz認為人們的行為風格必須修改轉變成適合各種情境的安全行為模式。

將Meyrowitz的說法套至三大呈現策略來看，面對一個廣大溝通情境卻包含不同類型觀眾的MSN互動舞台，受訪者的確基於適合各種情境的安全呈現原則發展出形式隱約、只讓可看的人看得懂或看得見的暱稱書寫方式。而當聯絡人對於該暱稱感到好奇而詢問時，書寫者則可以依據和對方的人際關係和當下的情境來決定如何回應，撰寫暱稱者似乎還是握有較大的詮釋權力，無論他人如何反應與解讀，都可以利用不同理由和策略來轉移焦點。這些策略是MSN科技、使用者、人際關係和暱稱各要素間相互作用所產生的最終協商結果。

## 參考文獻

- 王宜霽(2004)。《電腦溝通媒介與任務型態對媒介認知之影響》。私立中華大學資訊管理學研究所碩士論文。
- 古明泓(2004)。《探討即時通訊之使用動機、使用行為與滿足之關係》。國立政治大學資訊管理研究所碩士論文。
- 江中信(2002)。《人際傳播學》。台北：風雲論壇。
- 朱淑娟(2005年6月26日)。〈哪一世代MSN暱稱用語會洩漏〉。《聯合報》，第A10版。
- 李美華等譯(1998)。《社會科學研究方法》。台北：時英。(原書 Babbie, E. [1998] *The practice of social research*. Belmont, CA : Wadsworth Pub.)
- 林欽榮(2001)。《人際溝通與關係》。台北：揚智文化。
- 吳筱玫(2003)。《網路傳播概論》。台北：智勝文化。
- 胡榮、王小章譯(1995)。《心靈、自我與社會》。台北：桂冠。(原書 Mead, G. H. [1934]. *Mind, self & society: From the standpoint of a social behaviorist*. Chicago, IL : The University of Chicago Press)
- 徐西森、連廷嘉、陳仙子、劉雅瑩(2002)。《人際關係的理論與實務》。台北：心理出版社。
- 徐江敏、李姚軍譯(1992)。《日常生活中的自我表演》。台北：桂冠。(原書 Goffman, E. [1959]. *The presentation of self in everyday life*. Garden City, N.Y.: Doubleday)
- 許斐莉(2005年12月11日)。〈MSN上的封鎖寄件者〉。《中國時報》，第E7版。

- 葉啟政主編(1992)。《當代社會思想巨擘：當代社會思想家》。台北：正中。
- 陳向明(2002)。《社會科學質的研究》。台北：五南。
- 陳佳靖(2003)。〈網路空間·人際關係：線上線下·生活世界〉。《資訊社會研究》，第4期，頁141-179。
- 創市際市場研究顧問(2003年9月23日)。〈台灣即時訊息服務市場現狀〉。上網日期：2005年1月24日。取自：[http://www.insightxplorer.com/news/news\\_09\\_23.html](http://www.insightxplorer.com/news/news_09_23.html)。
- 創市際市場研究顧問(2005年2月23日)。〈即時通訊不只是好玩而已〉。上網日期：2005年9月26日。取自：[http://www.insightxplorer.com/news/news\\_02\\_23\\_05.html](http://www.insightxplorer.com/news/news_02_23_05.html)。
- 創市際市場研究顧問(2006年3月24日)。〈IM普及率破九成，附加功能玩行銷〉。上網日期：2006年10月2日。取自：[http://www.insightxplorer.com/news/news\\_03\\_24\\_06.html](http://www.insightxplorer.com/news/news_03_24_06.html)。
- 黃厚銘(1999)。〈面具與人格認同——網路的人際關係〉，「第三屆網路虛擬社區研討會」論文，新竹：交大。
- 黃彥達(2001年11月11日)。〈即時通訊軟體的發展〉，《數位之牆》。上網日期：2005年9月29日。取自<http://www.digitalwall.com/scripts/display.asp?UID=119>。
- 溫典寰(2005a)。〈即時通訊不同市場需求的功能差異與滿意度：以MSN Messenger與Yahoo奇摩Messenger為例〉。《網路社會學通訊期刊》，第45期。上網日期：2005年6月12日。取自<http://mail.nhu.edu.tw/~society/e-j/45/45-03.htm>。
- 溫典寰(2005b)。〈以景觀/表演典範探討MSN Messenger使用者線上之自我呈現：以暱稱、圖示、背景圖示為例〉。《網路社會學通訊期刊》，第46期。上網日期：2005年5月6日。取自<http://mail.nhu.edu.tw/~society/e-j/46/46-42.htm>。
- 蔡銘韓(2002)。《線上即時訊息系統之研究》。國立交通大學資訊工程系碩士論文。
- 蔡燕平(2004)。《組織採用即時通訊軟體與組織溝通之研究——以MSN Messenger為例》。私立銘傳大學資訊管理學系在職專班碩士論文。
- 潘淑滿(2003)。《質性研究：理論與應用》。台北：心理。
- 魏碧梅(2003)。《台灣網際網路使用者對即時通訊之認知與實際使用狀況》。國立政治大學資訊管理學系碩士論文。
- 譚天、吳佳真譯(1998)。《虛擬化身：網路世代的身份認同》。台北：遠流。(原

- 書Sherry Turkle. [1996]. *Life on the screen: Identity in the age of the Internet*. New York : Simon & Schuster)
- Agre, P. (1994). Net presence. *Computer-Mediated Communication Magazine*, August (1). Retrieved March 8, 2005, from <http://www.december.com/cmcmag/1994/aug/presence.html>.
- Alvstrand, H. (2002, September 11). Instant messaging and presence on the Internet. *Internet Society (ISOC)*. Retrieved March 15, 2005, from <http://www.isoc.org/briefings/009/>.
- Barnes, S. B. (2003). *Computer-mediated communication: Human-to-human communication across the Internet*. Boston, MA: Pearson Allyn & Bacon.
- Bechar-Israeli, H. (1995). From (Bonehead) to (cLoNehEAd): Nicknames, play and identity on Internet relay chat. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 1 (2). Retrieved May 16, 2005, from <http://jcmc.indiana.edu/vol1/issue2/bechar.html>.
- Berger, C. R. (2002). Goals and knowledge structures in social interaction. In M. L. Knapp & J.A. Daly (3rd Eds.), *Handbook of interpersonal communication* (pp. 181–212). CA: Sage.
- Blumer, H. (1969). *Symbolic interactionism: Perspective and Method*. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall.
- Cunningham, P. J. (2003). IM: Invaluable new business tool or record management nightmare? *Information Management Journal*, 37 (6), 27–33.
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday Life*. New York: Doubleday Anchor.
- Goffman, E. (1963). *Behavior in public places*. New York: Free Press.
- Goffman, E. (1967). *Interaction ritual: Essays on the face to face behavior*. Harmondsworth: Penguin.
- Goffman, E. (1983). The interaction order: American sociological association, 1982 presidential address. *American Sociological Review*, 48 (1), 1–17.
- Green, M. C., Hilken, J., Friedman, H., Grossman, K., Gasiewski, J., Adler, R., & Sabini, J. P. (2005). Communication via instant messenger: Short- and long-term effects. *Journal of Applied Social Psychology*, 35 (3), 445–462.
- Hewitt, J. P. (1976). *Self and society: A symbolic interactionist social psychology*. Boston, MA: Allyn and Bacon.
- Malone, M. J. (1997). *Worlds of talk: The presentation of self in everyday conversation*. Cambridge, MA: Polity Press.
- Meyrowitz, J. (1985). *No sense of place: The impact of electronic media on social behavior*. New York: Oxford University Press.
- Poster, M. (1990). *The mode of information*. Chicago: University of Chicago Press.
- Slater, D. (1998). Trading sexpics on IRC: Embodiment and authenticity on the Internet. *Body & Society*, 4 (4), 91–117. Retrieved August 19, 2005, from <http://eprints.lse.ac.uk/167/>.
- Walther, J. B. (1996). Computer-mediated communication: Impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction. *Communication Research*, 23 (1), 3–43.

## 註釋

1. 為了加速溝通模式，讓我們能更快速地與人交談，並確保對方接受到訊息，因此發展出比e-mail即時性更高的即時通訊軟體(蔡銘韓，2002)。即時通訊延續IRC (Internet relay chat) 和MUD (Multi User Dungeons) 的想法，除了提供使用者即時交談與互傳信息的功能外，尚提供檔案傳輸、語音聊天、視訊會議、電子郵件等功能(魏碧梅，2003)。
2. 創市際網路調查公司的《IM普及率破九成，附加功能玩行銷》調查報告(2006年3月24日)顯示，1,524份有效樣本中，各家即時通訊軟體的使用率，以MSN Messenger最高，佔77.1%；而居次的即時通訊軟體則是Yahoo! 即時通(56.1%)與Skype(20.1%)。
3. 暱稱的英文為nickname，在IRC術語中被簡稱為nick。
4. 筆者先尋求「MSN Messenger軟體討論版」的版主協助將公告置底，以增加曝光度，公告時間是2005年10月3日至10月22日。
5. 6.0版讓使用者可擁有個人專屬顯示照片、對話框背景和自創表情符號，是MSN個人化的開端。
6. 此處所示北、中、南部皆指台灣地區。
7. 此處是指主要的訪談方式，採取面訪和電訪的受訪者後續仍以MSN追蹤訪談內容。
8. 「來源」指的是受訪者經由何種管道尋得，分成在BBS上招募的自願受訪者及筆者從人際關係中滾雪球所得之受訪者。
9. 此處的MSN使用年限是計算到2005年10月為止，當時最新版本的MSN Messenger為加入「錄音留言」和「動態背景」功能的7.5版。
10. 「MSN使用時機」希望了解受訪者在何種情況下會使用MSN，時機可分為：I：上網就會用、II：想要找人時。
11. 「聯絡人名單上的人際關係」是想要了解聯絡人名單上的人際關係是否會影響使用者的MSN行為，人際關係類型可分為：1：家人、2：現實生活中的朋友和同學、3：網友、4：工作同事。
12. 更改暱稱的頻率分為：i：很少換、ii：隨心情而定、iii：三四天換一次、iv：一兩天換一次、v：幾乎每天換。
13. 只要在MSN登入時選擇「顯示為離線」的方式，就能在使用者名單上隱形，可觀察他人的暱稱變化，只要自己不更動暱稱，他人就不知道你隱形其中。
14. 西元1986年，美國富豪愛德華·巴斯(Edward Bass)為了擴展人類的生存空間，出資兩億美元在亞利桑那州沙漠區動工興建「生物圈2號(Biosphere2，又譯稱第二生物圈)」，試圖模擬地球生態環境，控制所有二氧化碳和氧氣的循

環，造地兩公頃。參與實驗的八名人員在西元1991年9月26日進入生物圈2號，預定在內生活二年、自耕自食、呼吸其內植物行光合作用所產生的空氣、飲用自然過程產生的飲水。可惜不到一年半就出現問題，空氣的氧濃度從21%掉到14%，二氧化碳濃度暴增十倍，工作人員幾乎無法呼吸，計劃宣告失敗。

15. 借助觀眾隔離，表演者就能夠確保觀看他某種角色的觀眾，不會成為在另一情境觀看他另一種角色的觀眾。
16. 中譯：「在世界的中心揭露秘密哇哈哈」。
17. 中譯為「無法忘記的思緒就放逐到空中吧」。
18. 此為德文，中譯為「非常謝謝你，我的愛」。
19. 中譯為「『SI 我們總是一體的』哇哈哈」，雙引號中的句子為歌詞。
20. 「五四三」為台灣話，意指雜七雜八、不重要的事物。
21. L小姐利用「顆顆」的狀聲詞來表示笑聲。
22. 中譯為「不再錯過任何事物」，取自日劇《Orange Days》主題曲“Sign”，N小姐用來鼓勵、警惕自己。
23. MSN使用者在離線時可設定將MSN對話訊息藉由簡訊傳至行動電話。
24. 本文曾發表於2006年12月15-17日「數碼傳播與社會轉型：中華社會及其他地區之經驗」研討會，由香港浸會大學暨中國網路傳播學會聯合舉辦。

## 附錄：訪談問題清單

1. 何時開始使用MSN？在何種狀況下會使用MSN？與誰溝通？
2. MSN上的人際關係網絡是甚麼型態？包含甚麼樣的人際關係？
3. MSN如何影響你的人際關係？
4. MSN的溝通與你平時的溝通型態有何不同？相互產生甚麼影響？
5. MSN對你的生活造成甚麼影響和改變？
6. 現實生活中是否有暱稱？和MSN的暱稱有何不同？
7. 平常在網路上表現自我的方式有哪些？
8. 撰寫MSN暱稱的動機為何？
9. 暱稱在你的MSN使用經驗中有著甚麼樣的重要性？
10. 想藉MSN暱稱表達甚麼意涵？達到甚麼功能？
11. 用甚麼形式(文字或圖案)來撰寫暱稱？
12. 暱稱呈現出甚麼樣的風格？
13. 何時會想要轉換暱稱？轉換成甚麼形式？



14. 換暱稱的頻率如何？頻率高低會受甚麼因素影響？
15. 何時會在暱稱上表露真實的心情(自我)？
16. 為甚麼會選擇利用暱稱來呈現自我？
17. 如果想要隱藏心情(自我)，會用甚麼方法？
18. 既然想要隱藏，又為甚麼想要寫出來？
19. 甚麼樣的考量會影響暱稱的撰寫？暱稱呈現方式會如何改變？
20. MSN上的人際關係網絡是否會對暱稱呈現產生影響？甚麼樣的影響？
21. 暱稱呈現是否會影響人際關係？
22. 你怎麼權宜人際網絡與暱稱間呈現的關係？
23. 是否對於暱稱所帶來的溝通可能性有所期待？若有期待的話，當期待落空時會怎麼做？
24. 是否曾碰巧書寫過跟他人相同的暱稱？當時的心情？之後採取甚麼動作？
25. 是否會在意他人對自己暱稱的觀看？為甚麼？
26. 如何回應他人針對自己暱稱的詢問？會有甚麼進一步的反應和動作？是否會根據關係遠近來決定回應方式？
27. 甚麼樣的考量會影響與他人溝通時的反應？
28. 之前的溝通經驗是否會影響之後在撰寫暱稱前的自我思考？
29. MSN的功能是否會影響暱稱的撰寫方式？(例如利用個人圖片來輔佐暱稱訊息，或者是MSN功能越來越強大而使得暱稱的變化性有所改變？)
30. MSN個人網誌功能的興起是否會影響暱稱的撰寫方式與內容表達？Blog出現前後的暱稱呈現有何不同？
31. 在所有因素考量與經驗影響下，是否會產生自己一套暱稱書寫方式？
32. 是否會看自己以前的暱稱？看了之後有甚麼感想？