

行動通訊應用軟體的溝通特質對親子關係 維持與家庭滿意之影響*

賴明政** 陳佳君***

摘 要

近年來行動科技技術快速發展，行動裝置已經變成生活中不可或缺的重要工具。「你今天 WhatsApp 了嗎？」、「那你再 LINE 給我」已成為日常生活中經常可聽見的人際互動用詞，從這些語言使用的微妙變化，可發現行動通訊應用軟體已融入使用者生活中，並在某種程度上改變人們互動與溝通的方式。本研究藉由使用者的觀點，探討行動通訊應用軟體溝通特質、親子關係維持行為以及家庭滿意間的關聯性以及涉入程度對行動通訊應用軟體溝通特質與親子關係維持行為的影響。經結構方程模式分析發現行動通訊應用軟體溝通特質中社會臨場感與媒介豐富度對親子關係維持行為有正向顯著的影響，而親子關係維持行為對家庭滿意亦呈正向影響；另發現社會臨場感與媒介豐富度對家庭滿意亦呈現顯著的正向影響。在親子關係維持行為中，本研究也發現爭議處理行為對開放行為有顯著正向影響；開放行為對保證行為亦呈現顯著正向影響；另也證實涉入程度在社會臨場感與媒介豐富度對親子關係維持行為之間具有正向的調節作用。

* 本文感謝兩位匿名審查委員的評論與建議，不勝感激

** 國立臺北商業大學企業管理系副教授

*** 國立臺北商業大學商學研究所碩士

關鍵詞：社會臨場感、媒介豐富度、親子關係維持行為、家庭滿意、涉入程度

壹、緒論

一、研究背景與動機

這幾年行動科技技術快速發展，對許多人來說，行動裝置已經變成生活中不可或缺的重要工具。根據創市際調查「台灣手機使用分析及相關網站使用概況」報告指出，最常使用的App類型以「社交/即時通訊類」(60.1%)為主，並以Facebook、LINE為消費者最頻繁開啟的App（創市際，2013）。「你今天APP了嗎？」、「那你再LINE給我」已成為日常生活中經常可聽見的人際互動用詞，人們直接使用行動通訊軟體的名稱，如「WhatsApp」、「LINE」作為訊息傳送的動詞，從這些語言使用的微妙變化，可發現這些行動通訊應用軟體已融入使用者生活中，並改變人們互動與溝通的方式。

而此新科技所帶來的行動通訊應用軟體與親子溝通間的相互影響會是如何呢？行動裝置其行動通訊應用軟體的出現，重新定義父母的權威，家庭中親子間溝通橋樑也出現前所未有新溝通管道，從過往面對面的溝通轉而將行動裝置視為溝通的重要管道。雖然父母在行動裝置使用上明顯與子女有所落差，但卻也使得因忙碌而愈漸疏離的親子關係得以有所依賴，網路的無遠弗屆漸漸將現實生活中的親人互動拉入虛擬網絡之中。Hu *et al.* (2004) 針對大學生間的即時通訊軟體研究時，也提出隨著小孩長大後離開家庭上大學，父母親應學習使用新科技以便與他們的孩子維持親密關係。而當家庭成員間有良好的溝通時，能協助家庭運作，透過即時通訊軟體溝通，因具無面對面溝通的焦慮和壓抑的特性，彼此較能敞開心胸向對方表達自身想法，並且也愈能在與對方溝通前，有更多時間好好地組織自己想法，彼此間互相分享心事，甚至在困難時期給予支持，使得家庭滿意愈高 (Vandeleur *et al.*, 2009；Bandura *et al.*, 2011)。

目前國內研究行動通訊應用軟體中，親子溝通鮮少成為研究的議題，以往在家庭關係中的研究，大多將焦點集中在新科技使用與家庭生活時間的互斥與否的爭議之上 (Lee, 2009；Turel *et al.*, 2008)，而忽略行動通訊應用軟

體之溝通特質的探討。本研究將親子關係維持行為聚焦於行動通訊應用軟體，行動通訊應用軟體為電腦中介傳播(Computer Mediated Communication, CMC)下的重要媒介之一，雖可能無法完全取代面對面的溝通，但將之加入實際生活中，行動通訊應用軟體在親子關係中所發揮的溝通功能，也許會加強親子關係，進而增進家庭滿意。綜合上述研究背景與動機，本研究藉由使用者的觀點，探討行動通訊應用軟體溝通特質、親子關係維持行為以及家庭滿意間的關聯性。

二、研究目的

基於上述研究背景與動機，行動科技的發展逐漸改變親子間溝通的本質與型態，針對行動通訊應用軟體溝通特質與親子關係維持行為之關係進行研究。本研究具體目的歸納如下：

- (一)探討行動通訊應用軟體溝通特質對親子關係維持行為的影響。
- (二)探討親子關係維持行為對家庭滿意的影響。
- (三)探討涉入程度對行動通訊應用軟體溝通特質與親子關係維持行為的影響。

貳、文獻回顧

一、行動通訊應用軟體

第三代行動網路的加入後，根據資策會 FIND「2013 年台灣民眾行動與無線上網現況」的報告顯示，台灣的行動網路用戶已經達到 1,892 萬，行動上網普及率達 37.3%，較 2012 年提升 5.4%，年成長率達 17%。另根據資策會 FIND 於 2015 年上半年的調查推估，臺灣 12 歲以上的智慧行動裝置（包括智慧型手機或平板電腦）持有人口達 1604 萬，短短半年內，行動族群激增達 170 萬人，值得注意的是，其中 50 歲（含）以上之熟齡族擁有行動裝置之比率，躍升為各族群最高、達 26.6%。進一步分析消費者多螢行為中，以看電視同時使用手機的情境來看，多數消費者在行動裝置上從事活動和電視內容無關，以「透過手機或平板電腦與親友聊天」的比例最高，高達 79.3%（資策會 FIND,2015）。資策會 2016 年 7 月再針對台灣 2,400 位 12 歲以上智慧型手機用戶的調查，發現台灣民眾近年來的收視習慣不僅由電視轉移到電腦，更進一步反映在行動載具（手機與平板電腦）上，而網路和行

動媒體的全面滲透，不僅在閱聽行為上橫掃千軍，舉凡社交、資訊、遊戲或購物，大量的行為都逐步轉移至行動載具上，傳統媒體的影響力與地位受到不少威脅。調查結果發現，台灣民眾平均每天花 205 分鐘滑手機，幾乎是看電視時間的兩倍，而在手機上的前三大活動分別是用即時通訊軟體聊天(90%)、看新聞/生活資訊(72%)、觀看線上影音(71%)（資策會 FIND, 2016）。

這些數據證實具有可觀的使用者數量和潛在的行動市場商機，面對這樣的機會，許多手機服務提供者也紛紛提供多樣化的行動服務內容，如行動通訊應用軟體、行動內容遊戲、行動商務，來滿足行動網路中龐大的商機。其中行動通訊應用軟體只要有網路的情況下，便可將通訊功能與行動裝置結合，快速啟動通訊傳遞服務，同時融合文字、聲音、圖案或影像等傳遞方式，讓使用者可以與他人進行無處不在的互動，促使溝通更加有趣(Zhou & Lu, 2011)。

行動通訊應用軟體需透過手機軟體商店下載方能使用，目前市場上較主流的手機軟體商店共有兩家，一為最早開發的 Apple App Store，二為 Android Market(Google Play)，根據資策會 FIND 於 2012 年所進行智慧型手機與平板電腦使用調查，在使用智慧型手機的民眾當中，有 76% 民眾曾經在最近一個月內到應用軟體商店下載，其中有 47.3% 曾使用 Android Market(Google Play) 進行下載，下載者以相對較年輕、收入較低、且以學生族群為主；其次是 App Store 的 34.1%，以壯年、教育程度較高、中高收入的專業人士下載應用軟體的比例較高。在所有智慧型手機使用者中，以遊戲類、提供即時通訊／傳訊息服務這兩類應用軟體最常被使用，使用情況皆超過 50%（資策會 FIND, 2012）。

根據 App Annie 應用程式數據分析網站數據顯示，台灣 2014 年 6 月 Android Market(Google Play) 行動通訊軟體的排名，第 1 名為 LINE，第 2 名為 Facebook 手機即時通，第 3 名為 BeeTalk，而 WeChat 則為第 5 名；Apple App Store 社交網絡分類的排名中，LINE 排名為第 2 名，Facebook 排名為第 4 名，而 WeChat 排名則為第 6 名(App Annie, 2014)。其中，以台灣軟體下載率較高的 Google Play 平台中，LINE 的市佔率最高。LINE 由韓國 NHN 集團日本分部於 2011 年 6 月 23 日推出，其新增好友的方式很多，除了可利用 QR Code 來添加好友之外，最特別的是融入「Shake it!」搖晃加好友的想法，讓軟體在使用上增

添不少趣味性。除此之外LINE在貼圖設計的選擇上非常豐富，不僅攏絡大眾的心，同時也幫行動應用軟體帶來龐大的收益。2015年2月LINE全球事業部資深副總裁姜玄珖曾表示，截至目前為止LINE全球註冊人數已超過6億，月活躍用戶數為1.81億，台灣註冊用戶數超過1,700萬，基本上所有用戶都是活躍用戶。若依人口比率估算，台灣人使用LINE的密度是全球第一，台灣人瘋LINE，每10個人中就有7.3人使用LINE。資策會也分析，在台灣，智慧型手機的持有者平均每天使用LINE的時間為71.8分鐘，遠高於使用Facebook的60.5分鐘(<http://ecinsight.ezprice.com.tw>)。

二、行動通訊應用軟體的溝通特質

電腦中介傳播(Computer Mediated Communication, CMC)在1990年代晚期出現，當時是以文字作為主要傳遞內容。Newhagen & Rafaeli(1996)指出電腦中介傳播具有五種特性，(1)封包交換(Packet Switching)：讓電腦中介傳播成為不受控制的傳播媒介；(2)感官互動(Sensory Appeal)：讓電腦中介傳播增強為多媒體的傳播；(3)互動性(Interactivity)：讓電腦中介傳播成為非常具回應性/反饋性的傳播；(4)同步性(Synchronicity)：指電腦中介傳播是有彈性的，高速的且「時空壓縮」；(5)超文本性(Hypertextuality)：指電腦中介傳播是非線性的傳播。

近年來，電腦中介傳播的型態不斷更新發展，例如即時通訊(Instant Messaging, IM)、簡訊服務(Short-messaging service, SMS)、網路部落格(Blogs)。而不論是傳統的電腦即時通訊或是新興的行動通訊軟體，皆屬於電腦中介傳播，兩者溝通管道都帶給人們許多便利性。其中，行動即時通訊軟體其媒介為智慧型裝置平台，提供使用者不受硬體設備之限制，可不中斷的在移動過程中與他人進行訊息之傳遞，充分地展現了新科技發展的特性。

Flanagin & Metzger (2001)在探討媒介特性與媒介選擇時，認為社會臨場感理論(Social Presence Theory)與媒介豐富度理論(Media Richness Theory)是個人在選擇使用媒介時重要的特性與依據。亦即，上述兩個理論主要是探討媒介本身的特質，對使用行為上的影響，是個人在選擇媒介時的客觀考量因素。

(一)社會臨場感理論

Walther & Burgoon (1992)強調人際傳播的限制，認為在移轉到網路世界時，人與人之間只要有互動，就會產生聚合的驅力，即使在缺乏聲音、表情、動作，不知道對方的社會地位的傳播媒介中，仍可運用一些語言、圖形和文字線索來彌補非語言線索的不足，或特別的文字空間安排等電腦中介溝通上關係策略(relation strategy)的管理，進而達成網路與現實之間人際關係的延續。再者，在電腦螢幕的背後，使用者可以暫時迴避一些既定的規範與限制。因此，使用者更願意向他人說出真實的看法。Rabby (2007)比較使用網路以及其他不同溝通媒介的遠距離關係，結果發現，使用網路溝通者比較會與他們的同伴保持聯繫，且對他們較易於傾訴愛意，也較有高度的親密感受。

Nardi *et al.* (2000) 指出選擇使用即時通訊更甚面對面交談作為溝通工具，因為使用即時通訊的溝通較不具侵略性。Kelly & Keaten (2007)針對網路溝通與面對面溝通，進行沉默的使用者對溝通管道特質感知的關係研究。溝通管道特質感知的衡量構面主要可區分為三個構面包含：

1. 增加溝通準備與控制(Increased Preparation and Control, IPC)：網路管道讓使用者在傳遞訊息前，有更多時間準備和組織自己的想法。

2. 增強情感交流與效率(Enhanced Meaning and Emotion, EME)：面對面溝通時，使用者可以當下看見對方的反應，而直接感受到彼此間的情感交流且更能夠溝通重要的事情，易於把話說清楚。

3. 降低焦慮與壓抑(Reduced Anxiety and Inhibition, RAI)：網路無需面對面見面，使得使用者較敢向對方說一些平常面對面不太敢說的話，且較不易感到緊張。

該研究發現，網路溝通的缺乏物理臨場感特性能降低使用者在人際面對面溝通的焦慮和壓抑，同時增加使用者的控制能力與溝通能力；而網路溝通的非同步管道提供機會讓使用者能夠思考、組織想法，並有計畫地傳遞話語，此能減少使用者在適應對話的時間，因而增加溝通準備與控制有助於彌補使用者對於時機、組織、表達、記憶的問題(Kelly and Keaten, 2007)。而郭家伶(2010)將親子溝通聚焦於面對面和線上即時通訊軟體溝通，探討網

路在親子關係中所發揮的功能，其提出(1)增加溝通準備與控制、(2)降低焦慮與壓抑等兩個構面，用以衡量線上即時通訊軟體溝通特質。

(二)媒介豐富度理論

Daft *et al.* (1987) 提出媒介豐富度理論，探討使用者在不同媒介管道使用之間，媒介管道所能負荷的訊息傳輸能力和降低事情的模糊性 (equivocality) 與不確定性 (ambiguity) 能力的差異，而影響使用者在媒介管道上的選擇與喜好。若乘載訊息的管道無法降低不確定性，資訊可能會被接收者誤解，在無法理解原始目的下，而產生無效率的結果，所以人們必須要選擇適當的傳播媒介。

Carlson and Zmud(1999)的研究指出，即使電子郵件被視為較為貧瘠的媒介，當使用者具備較充足的使用經驗，會感知到比客觀預期更高的豐富度。Daft *et al.* (1987) 指出媒介豐富度的衡量構面可區分為四個構面：

1. 即時回饋(instant feedback)：係指媒介能夠針對提出的問題和修正的問題做出即時回應。
2. 多重線索(multiple cues)：訊息中的一連串的線索可能，包含音調、語調、肢體語言、圖像等。
3. 語言多樣性(language variety)：媒介提供使用者使用語言符號所能傳遞的意涵範圍。例如數字比自然語言更能傳遞精確的意義，而自然語言可傳達廣泛的概念和想法。
4. 個人化焦點(personal focus)：當個人感覺和情緒注入溝通時，訊息更易於被完整地傳達。有些訊息可以配合接收者的需求和情況或當時的情境而做調整。

其中，多重線索中的非語言線索對傳遞溝通的互動過程中，具有重要的影響(Daft *et al.*, 1987)。Rainie *et al.* (2000) 研究發現，由於網路溝通同時缺乏語言線索及非同步溝通，大部分網路使用者，尤其是女性，喜歡透過網路與他們的親友交談，並且會在網路中更誠實且直接的傾吐心底的想法（沈孟燕，2009）。Johnson *et al.* (2006) 則研究(1)相互溝通(reciprocity)、(2)回應性(responsiveness)、(3)回應速度(speed of response)以及(4)非語言資訊(nonverbal information)對互動性的影響。其研究指出，由於人際互動過程中，原本就存

有話語(speak)的傳遞，而話語所附帶的簡單圖形和動畫，皆有助於傳播溝通過程對訊息的理解。Newhagen and Rafaeli (1996)將互動視為一連串資訊與情報的交換，任何第三方回應傳遞的訊息都會依先前他人給予的訊息，去做反應。整個互動流程牽扯到訊息的內容、媒體與發訊者的涉入程度。Dennis *et al.* (1999) 進一步探討性別與媒介豐富度兩者之間的關係，其發現相較於男性，女性對於非語言線索溝通的影響較為顯著。Daft *et al.* (1987) 從符號互動論(symbolic interactionism)的觀點解釋媒介豐富度中媒介選擇的過程，認為媒介豐富度是建立在符號互動的基礎上，因此使用者的媒介選擇主要會依據訊息模糊程度、媒介所能提供的象徵線索(symbolic cues)以及情境因素(situational determinants)進行媒介選用的評估指標。Carlson and Zmud (1999)以媒介擴張理論(The channel expansion theory)探討經驗如何形塑個人觀點，以及個人觀點與媒介選擇使用的關係。其認為使用經驗越豐富且越常使用媒介者其媒介豐富度感受也就越高；這些重要經驗包括：(1)管道經驗、(2)訊息主題經驗、(3)組織文本經驗、(4)傳播夥伴經驗。石莉平(2013)以媒介豐富度理論作為資訊內容傳遞的設計基礎，針對行動即時通訊軟體之互動體驗進行探索，其中即時回饋及非語言線索等二項為媒介豐富度對互動感知的重要影響變項。

三、親子關係維持行為

親子關係是指父母對子女教養的態度與親子之間的心理交互反應。即親子關係是親子彼此間所建立穩定的感受，認為子女對父母的行為以及父母對子女的行為均透過交互作用而加以修正。Kaczynski(2003)認為親子關係之特質是互動型態的多樣化、長時間的親密關係、互相依賴但不對稱的權力狀況及不自覺的產生關係，不同於一般人際關係之特質。Gongla and Thompson (1987)將親子關係分為身體互動與心理互動，身體互動係指家庭成員間的溝通與接觸；心理互動係指家庭成員間的依附與認同感。黃宗堅等人(2004)在測量青少年原生家庭成員之間的家庭關係時，提出「家人關係互動量表」該量表一共分作三大概念，分別是(1)訊息交換：係指家庭成員之間如何傳達訊息、認知、想法，而透過這些傳達方式，家庭成員又是如何解讀家庭事實與家庭決策，此概念又可再細分為表達形式、權力關係、溝

通過程等三個次概念；(2)情感傳達：係指家庭成員的感覺與情緒如何呈現與分享，主觀的經驗與感覺是否能夠彼此相互開放，成員之間是否願意把自己的事情說出來讓家人瞭解，正負向情緒是否皆被允許表達與發洩，此概念又可再細分為表露性、接納性、覺察性等三個次概念；(3)問題解決：係指家庭成員在面臨衝突與困境時所採取的因應策略、支持系統，而這些解決模式是否確實有效並維持家庭功能的正常運作，此概念又可再細分為方式、策略、結果、外援等四個次概念。Crouter *et al.* (2001) 以時間參與、愛與接納、洞察式談話、衝突等四個面向探討家庭中的家人關係。Taylor *et al.* (1993) 以家人互動、家人親密度、家庭滿意、家人支持與其支持類型分析美國黑人的三代家人關係。

許多研究曾經檢視過各種關係之中的關係維持，從親密伴侶開始，而後親子也成為研究主軸。Stafford *et al.* (2000) 綜合許多研究彙整出 31 種關係維持行為，分別為七個構面：(1)積極行為：使互動歡悅和愉快；(2)開放行為：直接討論自己的情感關係；(3)保證行為：對於未來彼此間的含蓄或明確地保證；(4)社會網絡行為：仰賴於共同社群關係；(5)分享任務行為：一同面對執行任務；(6)建議行為：給予參考與徵求意見；(7)衝突管理行為：合作、道歉、原諒、耐心以及理解。

沈孟燕(2009)提出爭議處理也是家庭關係維持的重要因素，爭議處理指的是責任的承擔、尋找到平衡點，在家庭中，這些都與維持和樂的家庭有關。面對爭議時，爭執會讓彼此關係陷入低潮，當中的應對協商，涉及自己與他人之間的拉扯，誰在當中擔任輸家或贏家，及面對爭議時的處理方式都將決定關係的未來走向，爭議也可能化危機為轉機，反而可以讓彼此更加了解，而更具有親密感。Stafford *et al.* (2000) 指出雙方的關係，若要進一步的發展，自在的談論內心的感受、分享想法，將更加了解彼此，直接地揭露自身的需求也是一種關係維持行為。揭露內心真正的感受在關係中具有重要的意義，有些人會避免向他人表露太多自我，免使他人產生負面印象(Farber, 2006)。溝通的雙方若能向對方適時表露自我，將可拉近彼此距離以提升親密感，使關係更進一步發展(Greene *et al.*, 2006)。

此外，Stafford *et al.* (2000) 提出保證行為係指維持關係的過程中，情感上以及未來的應許，關係是一個動態的發展歷程，站在過去背景基礎上，

雙方處理當下問題以及交流情感，但並非至此終止，關係是持續的，且具有未來性，基於當下的基礎，再向前瞻望關係遠景。不論是抽象的表達愛意或具象模擬未來，關係的遠景增加了關係發展的想像，對一些不確定因素較高的關係而言，這些保證可以降低疑慮，提升彼此關係的信任。

Olson (1992)在家庭溝通模式中，把親子溝通定義為家庭成員使用有效的溝通技巧，協助家庭運作產生家庭凝聚力和適應力，以建立一個健康家庭。其將親子溝通以溝通技巧來分，包含(1)開放式溝通：係指父母與子女彼此間運用正面溝通技巧，家人之間能自由自在地交流事情或情感的訊息，例如傾聽、同理、支持等；(2)問題式溝通：係指親子間在分享彼此的情感時會時常猶豫、有所選擇、保留、防衛，溝通內容曖昧、不一致，且以負面的態度來互動、使用負面的溝通技巧，例如批評、雙重訊息或雙重束縛，使彼此所接受到訊息不一致。而親子間支持性的互動來自於高開放式的溝通，良好的溝通有助於增進家庭的凝聚力及順應力，使得家庭關係良好和諧。Zhang (2007)認為強調對話的家庭，親子之間會較傾向使用合作的方法來處理爭議，對親子關係的滿意度也較高（沈孟燕，2009）。Riddick *et al.* (1986)指出，親子間正向及支持性的溝通，能使孩子的防衛性縮小、促進問題解決能力、同理他人的問題及感受，及對人有信任感。Margaret and Warren (1992)研究顯示家人互動以及家人關係中的正向情感因子和家庭滿意有正相關，當家庭滿意愈高時，則代表家庭功能發揮愈好。Barnes and Olson (1985)的研究結果顯示，一個良好的親子溝通的互動關係，會有較好的家庭凝聚力、調適力及滿意度。Brelsford and Mahoney (2008)針對母親與子女的研究指出，親子關係中，在面臨爭議時，若愈會採用合作的方式，盡量取得雙贏的可能，對於親子關係的滿意度也比較高。Vandeleur *et al.* (2009)研究發現凝聚力和與家庭關係滿意度具有正向影響，家庭成員間愈親密、互相支持，其滿意度愈高。Bandura *et al.* (2011)指出開放式溝通能夠帶來高度家庭集體效能（例如：達成決策共識、相互承諾、在困難時期給予支持）與高度的自我揭露，而高度家庭集體效能有助於家庭滿意。Abbott (2008)針對 Facebook 與家庭溝通研究指出，CMC 的使用能夠維持關係、建立緊密關係以及克服地理距離，家庭成員也認為 Facebook 能夠讓彼此更加親密，幾乎可以消除彼此的距離感。Doty and Dworkin (2014)針對青少年的父母使用社交網絡平台

的研究指出，父母使用此管道最主要的目的在於與孩子溝通以及增進成員間的情感，而對於科技具有正向態度的父母也較有意願使用社交平台與孩子們溝通。

四、家庭滿意

在家庭領域相關研究中，對於滿意度相關名詞的定義可能會因研究需要有所不同，但也有可能是不同的名詞，卻有類似的概念(Forste and Fox, 2012)。在滿意度相關研究使用的名詞有：生活滿意度、婚姻滿意度、家庭滿意、快樂、幸福感等。朱美珍(2002)將家庭滿意定義為個人以主觀認知及情感反應對其家庭整體的滿意程度。Moons *et al.* (2006) 則將家庭滿意視為個人對於家庭生活的整體品質滿意程度。

Olson (1992)的家庭滿意量表(Family Satisfaction Scale, FSS)，採用 10 個題項（源自早期的 14 個題項）來衡量家庭滿意度，其操作性定義為個人在家庭中與家人相處時其親密、溝通、調適壓力及分享經驗的程度。朱美珍(2002)編製的生活滿意量表，共分為家庭生活滿意、婚姻滿意、一般生活滿意、父母與配偶互動關係的滿意與休閒生活滿意，其中家庭生活滿意共為六個題項。有關家庭滿意的衡量，其他大多數研究，多以少數題項直接衡量家庭生活的總體滿意程度。例如：Edwards and Rothbard (1999) 使用 3 個題項、Zabriskie and McCormick (2003)的家庭生活滿意量表 (Satisfaction with Family Life Scale, SWFL)，則使用 5 個題項衡量家庭滿意度。

五、涉入程度

涉入此一概念最初起源於 Sherif and Cantril (1947)的「社會判斷理論」。依據個人對於議題的涉入程度，來判斷人們所持的立場，當一個人對於某一事件之涉入程度越深越高時，其接受他人立場的空間越小，反之對於與自己相同立場的意見，則不僅接受，甚至會擴大解釋(Bruwer and Huang, 2012)。

Zaichkowsky(1985)指出涉入為個人基於本身固有的需求、價值觀和興趣，對某項事物所認知之攸關程度。Blackwell *et al.* (2006)則定義涉入為在特定情境下，經由某一刺激所激發而覺察到的重要性及興趣的水準，水準愈高為高涉入，反之為低涉入。Schiffman *et al.* (2011) 以行為的觀點來探討涉

入，認為其包含許多因素（如對於產品資訊的搜集），當購買行為與個人攸關性較小者，稱之為低涉入購買；較複雜、經資料搜集的購買，稱之為高涉入購買。

過去談及涉入的研究得知，涉入程度會受到許多因素所影響。Zaichkowsky (1986)將這些因素可歸納為三大類：

1. 個人因素(Personal Factor)：基於本身固有的興趣、價值觀與需求，對某項事物所知覺之攸關程度。即產品所能夠提供給消費者個人本身內在的感受，如：需求、興趣、重要性，可以改變消費者對產品的特定經驗，亦能影響消費者對事物的涉入程度。

2. 目標或刺激因素(Physical or Stimulus Factor)：基於產品特質，而產品特質被界定為能夠產生知覺差異與提高興趣，進而影響個人涉入程度，而涉入程度的多寡有時是以「產品對個人的重要性」的方式來加以衡量。

3. 情境因素(Situational Factor)：情境因素能夠暫時提高個人對於特定對象或是攸關之事件的興趣，情境涉入的差異也會直接地影響購買過程的付出。

Huang *et al.* (2010)指出產品涉入是消費者對於產品的重視程度，如價格、知覺風險、象徵性意義、持久性、愉悅、重要程度、品牌、持續購買的期間與喜歡的程度等，皆會影響消費者在網路上的涉入程度。Park and Kim (2013)在探討社交網絡使用強度與影響涉入因素研究中，指出 1. 個人涉入因素（例如：我將會使用社交網絡平台，如果我的家人親友們也使用它；社交網絡平台是一個與朋友保持聯絡的好方法；透過社交網絡平台關注他人的狀態與資訊是有趣的；社交網絡平台是一個讓我可以表達自我的好方法。）對社交網絡使用強度具有正向影響；2. 目標涉入因素（例如：在社交網絡中分享資訊是可靠的、我願意在社交網絡中分享個人資訊；使用社交網絡平台的人是值得信賴的。）對解釋社交網絡使用強度也是一個重要因素；3. 情境涉入因素（例如：相對於使用網路，我喜歡面對面溝通；我偏好只向我的朋友／親友公開我的個人資訊。）對社交網絡使用強度是不顯著的，使用者偏好只向他們的親朋好友公開個人資訊，另有些使用者認為社交網絡平台會傷害彼此間的關係。

參、研究方法

一、研究架構

本研究將探討行動通訊應用軟體的溝通特質對親子關係維持行為的影響，及親子關係維持行為對家庭滿意的影響，以及涉入程度對行動通訊應用軟體的溝通特質與親子關係維持行為的影響。綜上所述建構本研究的研究架構如圖 1 所示。

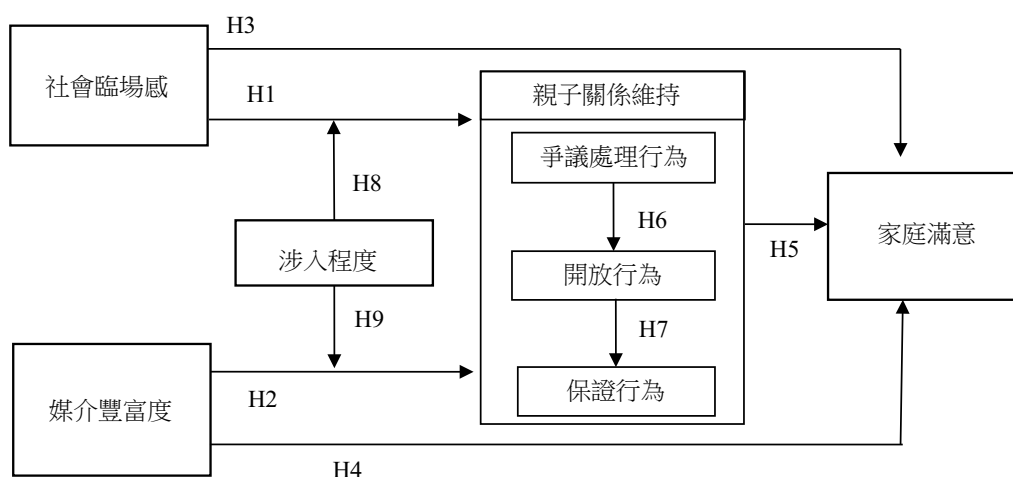


圖 1 研究架構圖

二、研究假說推導

本研究以行動通訊應用軟體的溝通特質探討其對親子關係維持與家庭滿意之關聯性，並試圖更深層探討親子關係維持的三個構面：爭議處理行為、開放行為及保證行為間，除邏輯推導其關係外，進而以實證來驗證其因果關係。另，也將驗證涉入程度對行動通訊應用軟體的溝通特質與親子關係維持是否具有調節的影響。綜上，建構研究構念間的關係如后。

(一)行動通訊應用軟體的溝通特質、親子關係維持與家庭滿意

1. 社會臨場感、親子關係維持與家庭滿意

社會臨場感是媒介帶給使用者當面交談感覺的相似程度，即個人在互

動過程中能夠感受到對方存在的程度。故社會臨場感屬於溝通媒介的主觀特質，其高低取決於使用者的感知與媒介特性(Walther,1992; Tu and McIsaac, 2002)，此外，Short *et al.* (1976) 認為社會臨場感亦會受媒介所傳達語言和文字符號，以及非語言線索的影響，當社會臨場感降低時，溝通訊息便會顯得欠缺人性。

行動通訊應用軟體已成為現今社會重要的溝通工具，透過網路的運作，使其近似面對面的溝通，造就即時傳輸的特性(Nardi *et al.*, 2000)。透過電腦媒體傳達表情、非語言線索的訊息，有如和他人面對面溝通、互動的感覺，此即為社會臨場感的具體表現（Biocca *et al.*, 2003；尚榮安等，2007）。

Nardi *et al.* (2000)則指出選擇使用即時通訊更甚面對面交談作為溝通工具，因為使用即時通訊的溝通較不具侵略性。Kelly and Keaten (2007)研究發現，網路溝通的缺乏物理臨場感特性能降低其使用者在人際面對面溝通的焦慮和壓抑，同時增加使用者的控制能力與溝通能力。比較使用網路以及其他溝通媒介的遠距離關係，結果發現使用網路溝通者比較會與同伴保持聯繫，且較易於傾訴愛意，也較有高度的親密感受。Abbott (2008)針對Facebook與家庭溝通研究指出，CMC的使用能夠維持關係、建立緊密關係以及克服地理距離，家庭成員也認為 Facebook 能夠讓彼此更加親密，幾乎可以消除彼此的距離感。Rudi *et al.* (2015)針對美國家庭所進行的調查研究，有 90% 以上的父母利用文字訊息(text message)與子女進行溝通，其中 75% 以上是利用行動通訊應用軟體進行溝通。故知行動通訊應用軟體溝通特質對親子關係維持行為產生正向的影響。

Biocca *et al.* (2003) 從社會臨場感的概念，認為以電腦為媒介的溝通(CMC)可增進雙方的了解、心理涉入和行為的接合。故可推知社會臨場感會影響親子關係維持與溝通。劉昱志(2007)認為即時通訊軟體蓬勃發展，成為使用者在線上溝通的主要媒介。其研究進一步調查採用即時通訊作為溝通工具的企業內員工，實證發現即時通訊使用行為對於組織內正式與非正式溝通的滿意度均呈現顯著的正向的影響。由此應可推得本研究所置焦之家庭親子成員間利用行動通訊應用軟體進行溝通，應也會對家庭滿意產生正面之影響。

綜上所述可推得，行動通訊軟體因具有即時傳輸的特性，近似於面對

面的溝通，透過軟體傳達表情、非語言線索的訊息，有如和親人面對面溝通、互動的感覺。藉此，能夠維持彼此關係、建立更緊密關係以及克服地理距離，讓彼此關係更加親密，消除彼此的距離感，增進親子關係的維持，提升家庭滿意。因此本研究提出以下的假說：

H1：社會臨場感會正向影響親子關係維持行為

H3：社會臨場感會正向影響家庭滿意

2. 媒介豐富度、親子關係維持與家庭滿意

媒介豐富度是指媒介中攜帶資訊的能力，當傳播的資訊能夠克服溝通情境中不同的語言與非語言的線索，而能順利達成溝通目的，或是能夠適時地澄清原本模糊不清轉而呈現能理解程度時，則被稱為資訊豐富，否則該資訊便歸屬於低資訊豐富(Daft and Lengel, 1986)。張玉琳等(2014)引述Zhang and Fjermestad (2008)的研究指出不同媒介負載資訊的能力不同，會產生不同的目的和溝通效果，進而導致使用者在選擇媒介上的差異，而即時通訊軟體不僅擁有立即的回饋、豐富的非語言線索、個人化的設定等符合媒體豐富理論的特性外，透過文字訊息、檔案傳輸、聲音訊息、上線狀態的顯示、情緒符號等功能，與內部員工或外部廠商溝通，可以減少公司的溝通成本。Wang *et al.* (2012)更發現即時通訊軟體的知覺媒介豐富程度，會產生娛樂性與實用性價值，並影響使用者的滿意度。

葉俊佑(2015)認為近年來智慧型手機的普及，帶動了行動通訊軟體的蓬勃發展，成為生活中聊天溝通的主要工具之一，因智慧型手機提供「無縫式互動」，塑造了不同以往的溝通方式。該研究進一步以LINE的使用者為研究對象，探討透過LINE與他人互動過程中的媒體豐富度、社會臨場感、互動感知與溝通品質之間的關聯，實證結果發現行動通訊軟體的社會臨場感與媒體豐富性對知覺互動皆有正向的影響，進而提升彼此間互動的溝通品質。Vickery *et al.* (2004)探討媒介豐富性對關係績效、滿意及忠誠關係的研究發現，媒介豐富度確會直接影響關係績效，並影響滿意與忠誠。

綜上所述可推得，行動通訊軟體因可透過文字訊息、檔案傳輸、聲音訊息、上線狀態的顯示、情緒符號等功能，使得訊息傳遞與溝通變得更豐富，能使親子間的溝通更易於傳達，除可降低溝通成本外，更因感受到互

動感知及增進關係績效，使成員更願投入與經營親子關係維持，提升家庭滿意。因此本研究提出以下的假說：

H2：媒介豐富度會正向影響親子關係維持行為

H4：媒介豐富度會正向影響家庭滿意

3. 親子關係維持與家庭滿意

Brelsford and Mahoney (2008)針對母親與子女的研究指出，親子關係中，在面臨爭議時，若愈會採用合作的方式，盡量取得雙贏的可能，對於親子關係的滿意度也比較高。Barnes and Olson (1985)的研究結果顯示，一個良好的親子溝通的互動關係，會有較好的家庭凝聚力、調適力及滿意度。Vandeleur *et al.*(2009)研究發現凝聚力和與家庭關係的滿意度具有正向影響，家庭成員間愈親密、互相支持，其滿意度愈高。Bandura *et al.*(2011)指出開放式溝通能夠帶來高度家庭集體效能（例如：達成決策共識、相互承諾、在困難時期給予支持）與高度的自我揭露，而高度家庭集體效能有助於家庭滿意。依上所述推得本研究假說5：

H5：親子關係維持行為會正向影響家庭滿意

(二)親子關係維持行為構面間的關聯

Gottman (1999)提出爭議處理是家庭關係維持的重要因素，爭議處理指的是責任的承擔、尋找平衡點，在家庭中，這些都與維持和樂的家庭關係有關。面對爭議時，爭執會讓彼此關係陷入低潮，當中的應對協商，涉及自己與他人之間的拉扯，誰在當中擔任輸家或贏家，及面對爭議時的處理方式，都將決定關係的未來走向，爭議也可能化危機為轉機，反而可以讓彼此更加了解，而更具有親密感（沈孟燕，2009）。Stafford *et al.* (2000)指出雙方的關係若要進一步的發展，自在的談論內心的感受、分享想法，將更加了解彼此，直接地揭露自身的需求也是一種關係維持行為。揭露內心真正的感受在關係中具有重要的意義，有些人會避免向他人表露太多的自我，免於使他人產生負面印象(Farber, 2006)。溝通的雙方若能向對方適時表露自我，將可拉近彼此距離以提升親密感，使關係更進一步發展(Greene *et al.*, 2006)。

此外，Stafford *et al.* (2000) 提出保證行為係指維持關係的過程中，情感上以及未來的應許，關係是一個動態的發展歷程，站在過去背景的基礎上，雙方處理當下的問題以及交流情感，但並非至此終止，關係是持續的，且具有未來性，基於當下的基礎，再向前瞻望關係遠景。不論是抽象的表達愛意或具象模擬未來，關係的遠景增加了關係發展的想像，對一些不確定因素較高的關係而言，這些保證可以降低疑慮，提升關係的信任。

綜上可知，親子關係維持的三個構面，似有其因果關聯性存在。親子關係間若能面對爭議、處理爭議，將更能找到關係的平衡點，除可維持家庭和樂外，也讓彼此更加了解且更具親密感。家庭成員間更願放開心胸，自在的談論內心的感受、分享想法，將更加了解彼此，直接地揭露自身的需求。上述家庭成員間的開放行為，增進關係發展，此關係發展的想像與落實，可以降低關係的疑慮，提升成員間的保證與信任。但上述親子關係維持行為變數間的因果關係，較少有研究探其間的關聯性，本研究有興趣於此，綜合上述合宜的邏輯論述後，推導得如下假說：

H6：爭議處理行為會正向影響開放行為

H7：開放行為會正向影響保證行為

(三) 涉入程度對行動通訊應用軟體的溝通特質與親子關係維持的調節

Zaichkowsky(1985)指出涉入為個人基於本身固有的需求、價值觀和興趣，對某項事物所認知之攸關程度。Blackwell *et al.* (2006) 則定義涉入為在某特定情境下，經由某一刺激所激發而覺察到的重要性及興趣的水準，水準愈高為高涉入，反之為低涉入。侯正裕等(2010)指出，在大眾傳播媒體的渲染及社交網站萌發對人們造成新奇感，社交網站使用被認為是一種新的流行象徵，經常會引發一股從眾行為。張玉琳等(2014)援用上述觀點，認為目前即時通訊軟體LINE及貼圖，在媒體大力報導下正形成一種流行趨勢。不管使用者走到哪裡都習慣使用LINE和貼圖與社群成員溝通、分享情感，而成員也會透過LINE和貼圖來表達認同之意，以達到成員間資訊交換及情感支持。這種LINE使用者投入大量時間與金錢，購買新款貼圖或下載更多的流行資訊和遊戲的使用行為，就是一種對即時通訊軟體的流行涉入。張玉

琳等 (2014) 的實證得到此流行涉入對虛擬社群意識具有正向的影響。

Park & Kim (2013) 在探討社交網絡使用強度與影響涉入因素研究中，指出個人涉入因素（例如：如果我的家人親友們也使用它，我將會使用社交網絡平台；社交網絡平台是一個與朋友保持聯絡的好方法。）對社交網絡使用強度具有正向影響；目標涉入因素（例如：在社交網絡中分享資訊是可靠的、我願意在社交網絡中分享個人資訊；使用社交網絡平台的人是值得信賴的。）對解釋社交網絡使用強度也是一個重要因素；而情境涉入因素（例如：相對於使用網路，我喜歡面對面溝通；我偏好只向我的朋友／親友公開我的個人資訊。）對社交網絡使用強度是不顯著的，使用者偏好只向他們的親朋好友公開個人資訊，而有些使用者認為社交網絡平台會傷害彼此間的關係。本研究議題著重於探討行動通訊應用軟體與親子關係維持之研究，上述研究雖初步發現涉入確會正向影響社群意識，或可推得涉入程度應會對本研究構念間的關係產生干擾調節，即親子成員對行動通訊應用軟體的涉入程度是否會影響到社會臨場感與親子關係維持行為及媒介豐富度與親子關係維持行為間的關係？然此有關使用者對行動通訊應用軟體的涉入程度所形成的調節效果議題的研究，目前尚屬缺乏。但應可推知涉入程度應會影響兩構念間之關係，故本研究推論涉入程度會干擾兩者之間的關聯性，因此本研究提出以下的假說：

H8：涉入程度對社會臨場感與親子關係維持行為具有調節作用

H9：涉入程度對媒介豐富度與親子關係維持行為具有調節作用

三、變數定義與衡量

(一) 行動通訊應用軟體溝通特質

本研究依文獻整理出社會臨場感理論與媒介豐富度理論為行動通訊應用軟體溝通的三大特質。社會臨場感理論與媒介豐富度理論皆強調人們會根據媒介特質來選擇使用傳播媒介。本研究採 Short *et al.* (1976) 的研究，將社會臨場感定義為個人對於其它參與者涉及傳播互動的感知程度，其中包含所感知到媒介所具備(1)增加溝通準備與控制、(2)增強情感交流與效率、(3)降低焦慮與壓抑。由於「增強情感交流與效率」的溝通特質著重於使用

者面對面溝通所感受到的情感交流，其與行動通訊應用軟體的溝通特質較無關連性。另郭家伶(2010)將親子溝通聚焦於面對面和線上即時通訊軟體溝通，探討網路在親子關係中所發揮的功能時，其提出(1)增加溝通準備與控制、(2)降低焦慮與壓抑以衡量線上即時通訊軟體溝通特質。故本研究在後續「社會臨場感」置焦於(1)增加溝通準備與控制、(2)降低焦慮與壓抑的衡量等兩個構面。

媒介豐富度則採 Daft *et al.* (1987) 將之定義為一種使用者所感知到 LINE 所具備資訊傳遞能量的程度，其中包含所感知到媒介所具備(1)即時回饋、(2)非語言線索、(3)個人化焦點、(4)語言多樣性的程度。

社會臨場感採用 Kelly and Keaten (2007) 的量表修改而得，包括二個子構面：增加溝通準備與控制（4 題）、降低焦慮與壓抑（4 題）。媒介豐富度則參考修正自 Carlson and Zmud (1999)；Dennis *et al.* (1999)；Johnson *et al.* (2006) 等人的題項。包含四個子構面：即時回饋（4 題）、非語言線索（5 題）、個人化焦點（3 題）、語言多樣性（2 題）。

本研究為避免填答過程可能會出現”趨中反應”，即傾向於選擇“無意見”中間選項，無法真實反映受訪者的態度傾向，基此，為強迫受訪者在回答時產生一定的傾向性，本研究各變數的題項皆以 Likert 六點量表尺度進行態度衡量，從「非常不同意（1 分）」到「非常同意（6 分）」進行衡量。

(二)親子關係維持行為

綜合前述親子關係維持行為的文獻回顧，本研究採 Stafford *et al.* (2000) 的研究，將關係維持行為視為策略行為，將其定義為有意圖地互動，以達到特定目標，維護關係之行為，其中包含(1)積極行為、(2)開放行為、(3)保證行為、(4)社會網絡行為、(5)分享任務行為、(6)建議行為、(7)衝突管理行為。而沈孟燕(2009)針對 Stafford *et al.* (2000)，歸納整理後，提出以下 3 點與親子溝通較為接近的關係維持行為：(1)爭議處理行為、(2)開放行為、(3)保證行為。本研究對照兩者的關係維持行為後，認為親子關係維持，確實與此三構面具有相當大的關連性。故本研究後續將以(1)爭議處理行為、(2)開放行為、(3)保證行為等三構面來衡量親子關係維持行為。

親子關係維持行為參考修正自 Stafford *et al.* (2000) 及沈孟燕(2009)等人的

題項。包含三個子構面：爭議處理行為（4題）、開放行為（4題）、保證行為（2題）。以 Likert 六點量表尺度，從「非常不同意（1分）」到「非常同意（6分）」進行衡量。分數越高代表在受訪者的感受中，對此關係維持行為情況認同度越高。

（三）家庭滿意

Olson(1992)定義家庭滿意為個人在家庭中與家人相處時其親密、溝通、調適壓力及分享經驗的程度。朱美珍(2002)編製的生活滿意量表，共分為家庭生活滿意、婚姻滿意、一般生活滿意、父母與配偶互動關係的滿意與休閒生活滿意，其中家庭生活滿意計有6個題項。本研究採朱美珍(2002)的研究，將家庭滿意定義為使用者在使用LINE與家人溝通時，其以主觀認知及情感反應對其家庭整體的滿意程度。故參考其問項再針對本研究所欲探討之情況做更動與修整，計得家庭滿意題項6題。並同樣採取 Likert Scale 六點量表衡量，請受訪者針對問題表達意見，分為「非常不同意」到「非常同意」，分別為1分，分數越高代表在受訪者的感受中，對此家庭滿意認同度越高。

（四）涉入程度

Zaichkowsky(1985)將涉入程度定義為個人基於本身的需求、價值觀和興趣而對某事物所感覺到的攸關程度，其中包含三個構面：(1)個人因素、(2)目標因素、(3)情境因素。本研究採Zaichkowsky(1985)的研究，將涉入程度定義為個人基於本身的需求、價值觀和興趣而對使用LINE所感覺到的攸關程度。

Park and Kim (2013)研究指出「個人因素」與「目標因素」是解釋社交網絡使用強度的重要因素，而「情境因素」對社交網絡使用強度未達顯著，故本研究在後續之涉入程度採用(1)個人因素、(2)目標因素兩個構面作為涉入程度之衡量。

涉入程度題項參考修正自 Park and Kim (2013)。包含二個構面：個人因素（9題）、目標因素（3題）。以 Likert 六點量表尺度，從「非常不同意（1分）」到「非常同意（6分）」進行衡量。

肆、資料分析與假說驗證

一、樣本結構

本研究主要研究對象採判斷抽樣，以有使用LINE建立家庭群組並與家人對談的經驗之大眾為樣本對象進行調查，於104年3-4月間發放問卷，共計回收457份，其中紙本問卷246份，網路問卷211份，扣除填答不完全及未使用LINE之問卷60份，有效問卷397份。女性佔60.7%、男性佔39.3%。年齡以25歲以下居多（佔32.2%），其次為46歲以上（佔23.2%）。教育程度以大專院校為主（佔56.2%），其次為研究所以上（佔24.9%）。職業以學生居多（佔22.7%），服務業次之（佔14.9%）。每月平均可支配所得以20,001至30,000元居多（佔18.1%）。接觸LINE的時間以一年到兩年居多（佔38.5%）。

二、各構面信效度分析

信度是指一個測量工具含有變數誤差(Variable Errors)之程度。一般以Cronbach's α 值來衡量同一構面下各項目之間的一致程度。本研究的構面包括社會臨場感、媒介豐富度、親子關係維持行為、家庭滿意及涉入程度等構面，對各分量表進行信度分析，本研究的Cronbach's α 值介於0.812至0.972，表示本研究所使用的問卷具有良好內部一致性。整理如表1。

本研究問卷是根據過去相關研究而進行問卷問項的修訂，因此，研究問卷應符合內容效度要求。而建構效度是指衡量工具（量表）能正確衡量出研究架構及理論程度，一般常用收斂效度及區別效度來驗證。本研究以Fornell and Larcker(1981)建議的組合信度(CR)與平均萃取變異量(AVE)進行評估。由表1中可得各構面之CR皆在高於0.7；而AVE也都高於Fornell and Larcker的建議標準值0.5，綜合上述數據，得知本研究的測量模式具有非常良好的收斂效度。

區別效度則是指構念間相關的程度，此相關程度必須是低相關，才能表示模型中的構念間具有區別效度。區別效度之判定係以每一個變項平均萃取變異量之平方根，須大於各成對變項間之相關係數，此情況可稱之為具區別效度。由表2的相關係數矩陣可知，本研究中各變數皆能滿足上述

判別準則，顯示各研究變數間具有良好的區別效度。

表 1 本研究變數各構面之信效度分析

研究變數	構 面	題數	Cronbach's α	CR	AVE
社 會 臨場感	增加準備與控制	4	0.923	0.946	0.814
	降低焦慮與壓抑	4	0.812	0.878	0.642
媒 介 豐富度	即時回饋	4	0.858	0.907	0.710
	非語言線索	5	0.928	0.946	0.779
	個人化焦點	3	0.885	0.930	0.815
	語言多樣化	2	0.843	0.929	0.867
親子關係 維持行為	爭議處理行為	4	0.903	0.935	0.782
	開放行為	4	0.930	0.950	0.827
	保證行為	2	0.925	0.974	0.949
家庭滿意		6	0.972	0.977	0.877
涉入程度	個人因素	9	0.931	0.943	0.650
	目標因素	3	0.856	0.913	0.778

表 2 區別效度分析

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)
(1)	.902									
(2)	.697**	.801								
(3)	.453**	.420**	.842							
(4)	.438**	.374**	.576**	.883						
(5)	.342**	.322**	.477**	.603**	.903					
(6)	.284**	.299**	.461**	.679**	.663**	.931				
(7)	.625**	.676**	.514**	.422**	.319**	.292**	.884			
(8)	.609**	.684**	.507**	.444**	.314**	.308**	.834**	.909		
(9)	.591**	.637**	.441**	.446**	.346**	.333**	.741**	.842**	.974	
(10)	.656**	.655**	.489**	.479**	.388**	.319**	.723**	.740**	.708**	.936**

$p < 0.01$, * $p < 0.05$ 。對角線為各構面之平均萃取變異量(AVE)之根號值；

對角線下方為各構面因素間之相關係數。

(1)增加準備與控制(2)降低焦慮與壓抑(3)即時回饋(4)非語言線索(5)個人化焦點(6)語言多樣化(7)爭議處理行為(8)開放行為(9)保證行為(10)家庭滿意

三、整體模式衡量分析

(一)行動通訊應用軟體的溝通特質、親子關係維持與家庭滿意

本研究利用線性結構模式(SEM)檢驗模型的整體配適度。結果顯示其 $\chi^2=443.41$ 、RMSEA=0.10、SRMR=0.055、GFI=0.87、CFI=0.95、IFI=0.95，綜合上述所得本研究所檢測的模型配適度尚稱良好。

本研究假說1至假說5的檢定結果彙整於表3及圖2。由表可知每一假說的t值皆達顯著且其值皆為正值，表示研究假說1-5皆得到支持。

表3 行動通訊應用軟體溝通特質、親子關係維持與家庭滿意檢定結果

	理論模式		檢定結果
	路徑係數	t 值	
H1：社會臨場感→親子關係維持行為	0.78	13.42***	獲得支持
H2：媒介豐富度→親子關係維持行為	0.11	2.25**	獲得支持
H3：社會臨場感→家庭滿意	0.36	4.41***	獲得支持
H4：媒介豐富度→家庭滿意	0.10	2.38**	獲得支持
H5：親子關係維持行為→家庭滿意	0.45	5.73***	獲得支持

：p<0.01 *：p<0.001

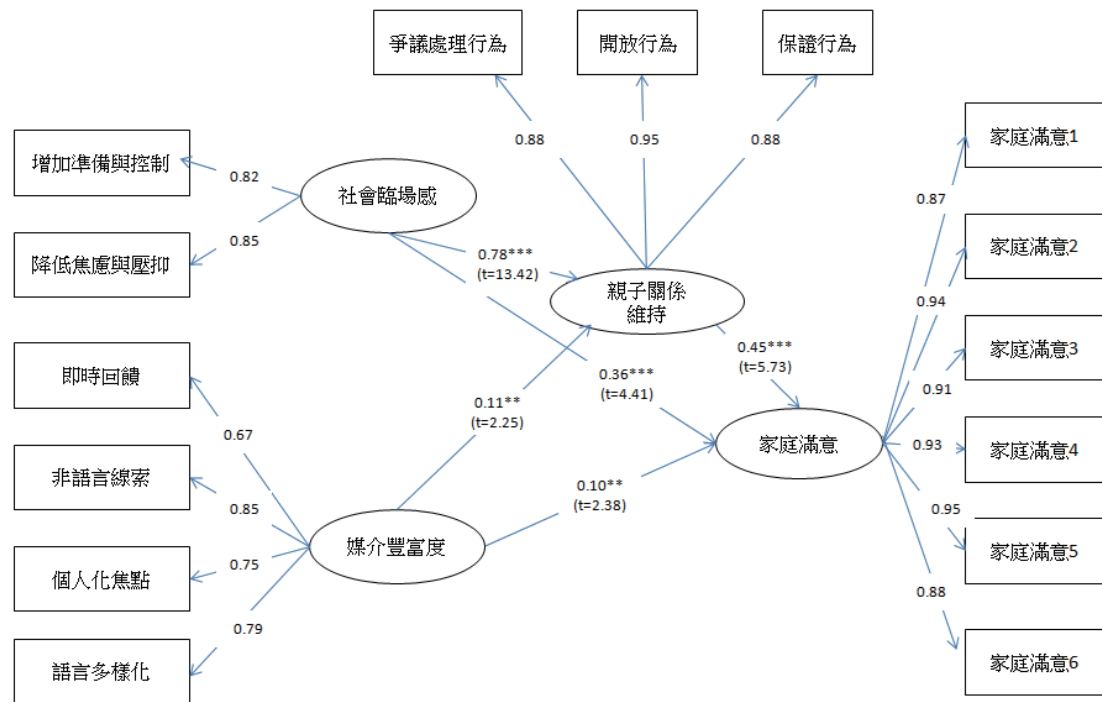


圖 2 行動通訊應用軟體溝通特質、親子關係維持與家庭滿意關係模式路徑圖

由圖 2 可知本研究假說 1、2 獲得支持。社會臨場感確會正向影響親子關係維持行為，顯示行動通訊軟體藉由傳達表情、非語言線索的訊息，有如面對面溝通、互動的感覺等特性，能有效的增進親子間的溝通，建立更緊密關係以及克服時空距離，讓彼此關係更加親密，增進親子關係的維持。另，行動通訊軟體的媒介豐富度也會正向的影響親子關係維持，即其立即的回饋、豐富的非語言線索、個人化的設定，透過文字訊息、檔案傳輸、聲音訊息、情緒符號等媒介的特性及其多元豐富性，確會使親子雙方願使用該行動通訊軟體進行情感紓發、意見傳達等溝通，增進親子關係的維持。上述結果與 Vickery *et al.* (2004)、Biocca *et al.* (2003) 及葉俊佑(2015)等的研究結果相符。

假說 3、4 在於驗證社會臨場感及媒介豐富度是否會正向影響家庭滿意，經實證分析結果顯示此二個假說獲得支持。基於行動通訊應用軟體藉由傳達表情、非語言線索的訊息，有如面對面溝通、互動的感覺等特性，

能夠讓家庭成員無時空限制下，將自己的情感或想法，立即傳輸，此與以往較難以用口語傳達情感的東方文化相較，提供了新的傳遞管道，確會形塑家庭互動的新模式，親子間有共同的話題或經由子女反向影響、教導父母有關行動通訊應用軟體的使用，都可提升情感交融，增進家庭滿意。而媒介豐富度的立即回饋、豐富的非語言線索，透過文字訊息、檔案傳輸、聲音訊息、情緒符號等將自己的情感無縫傳輸，經此媒介真實達到成員之間的資訊交換及情感支持，增進家庭滿意。上述結果與 Barnes and Olson (1985)、Vickery *et al.* (2004)、劉昱志(2007)及 Wang *et al.* (2012)等的研究結果相符。

假說 5 旨在探討親子關係維持會正向影響家庭滿意，經驗證亦獲得支持。當親子間存有良好的互動關係，家庭成員間愈親密、相互支持，並能帶來高度的集體效能：如達成決策共識、相互承諾、給予支持等，有助於提升家庭滿意。此結果與 Barnes and Olson (1985)、Brelsford and Mahoney (2008)、Vandeleur *et al.* (2009) 及 Bandura *et al.* (2011) 等研究結果相符。

(二)親子關係維持行為構面間的關聯

本研究歸納出親子關係維持的三個構面為爭議處理行為、開放行為及保證行為，以往的研究多未對此三個構面的因果進行討論。但字裡行間似有其關聯，如 Stafford *et al.* (2000)提出關係是一個動態的發展歷程，站在過去背景的基礎上，雙方處理當下的問題以及交流情感，但並非至此終止，關係是持續的，且具有未來性，基於當下的基礎，再向前瞻望關係遠景。故本研究主觀臆測親子關係間若能面對爭議、處理爭議，將更能找到關係的平衡點，除可維持家庭和樂外，也讓彼此更加了解且更具親密感。家庭成員間更願放開心胸，自在的談論內心的感受、分享想法，將更加了解彼此，直接地揭露自身的需求。上述家庭成員間的開放行為，增進關係發展，此關係發展的想像與落實，可以降低關係的疑慮，提升成員間的保證與信任。基此，本研究也對此三構面的因果可能關係發展出假說 6 與 7，並進行驗證。

本研究利用線性結構模式(SEM)檢驗親子關係維持三構面模型的整體配適度。研究結果顯示其 $\chi^2=209.46$ 、RMSEA=0.12、SRMR= 0.028、GFI= 0.90、CFI=0.96、IFI=0.96，綜合上述得知本研究所檢測的模型存在良好的配適度。

本研究假說 6 至假說 7 的檢定結果彙整於表 4 及圖 3。由表 4 可知每一假說的 t 值皆達顯著且其值皆為正值，表示研究假說 6 及 7 皆得到支持。顯示家庭成員間能直接面對爭議、處理爭議（爭議處理行為），讓彼此更加了解且更具親密感將更願分享想法，直接地揭露自身的需求（開放行為）。此家庭成員間的開放行為，確會增進關係發展，提升家庭成員間的保證與信任（保證行為）。

表 4 親子關係維持模型檢定結果

	理論模式		檢定結果
	路徑係數	t 值	
H6：爭議處理行為→開放行為	0.91	19.85***	獲得支持
H7：開放行為→保證行為	0.90	22.70***	獲得支持

***：p<0.001

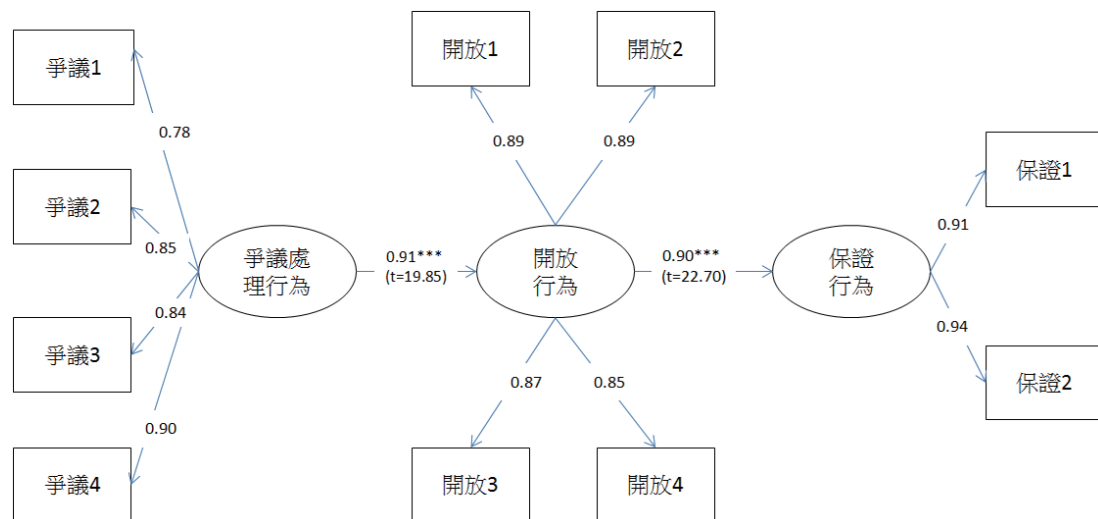


圖 3 親子關係維持模式路徑圖

四、調節效果分析

(一) 涉入程度對社會臨場感與親子關係維持行為影響關係之調節效果

此部分利用階層迴歸分析說明涉入程度在社會臨場感對親子關係維持

行為所存在的調節效果以驗證本研究之 H8，由表 5 結果顯示在模式 1 社會臨場感標準化係數（ β 值）為 0.740，調整後之判定係數(Adjusted R²)為 0.546，代表社會臨場感對親子關係維持行為有顯著正向影響，在模式 2 加入干擾變數涉入程度後，社會臨場感標準化係數（ β 值）為 0.366，調整後之判定係數(Adjusted R²)為 0.578，而社會臨場感X涉入程度之標準化係數（ β 值）為 0.416，表示涉入程度越高會增強社會臨場感對親子關係維持行為之影響關係，故本研究之 H8 獲得支持。此結果顯示當知覺到社會臨場感時，對行動通訊應用軟體有高涉入的受訪者相較於低涉入的受訪者，其親子關係維持感受愈高。

表 5 涉入程度對社會臨場感與親子關係維持行為影響關係之調節效果

依變數: 親子關係維持行為 標準化 β 係數 (t 值)		
自變數	模式 1	模式 2
社會臨場感	0.740(21.838*)	0.366(4.930*)
社會臨場感 X 涉入程度		0.416(5.607*)
R ²	0.547	0.580
調整後之 R ²	0.546	0.578
F 值	476.887*	272.543*
D-W 值		1.830

* : $p < 0.05$

(二) 涉入程度對媒介豐富度與親子關係維持行為影響關係之調節效果

由表 6 結果顯示在模式一媒介豐富度標準化係數（ β 值）為 0.507，調整後之判定係數(Adjusted R²)為 0.255，代表媒介豐富度對親子關係維持行為有顯著正向影響，在模式二加入干擾變數涉入程度後，媒介豐富度標準化係數（ β 值）為 -0.117，調整後之判定係數(Adjusted R²)為 0.396，而媒介豐富度 X 產品涉入程度之標準化係數（ β 值）為 0.729，表示涉入程度越高會增強媒介豐富度對親子關係維持行為之影響關係，故本研究之 H9 獲得支持。顯示在知覺媒介豐富時，對行動通訊應用軟體有高涉入的受訪者相較於低涉入的受訪者，有較高的親子關係維持感受。

表 6 涉入程度對媒介豐富度與親子關係維持行為影響關係之調節效果

依變數：親子關係維持行為 標準化β係數 (t 值)		
自變數	模式 1	模式 2
媒介豐富度	0.507(11.694*)	-0.117(-1.547)
媒介豐富度 X 涉入程度		0.729(9.625*)
R ²	0.257	0.399
調整後之 R ²	0.255	0.396
F 值	136.746*	130.555*
D-W 值		1.941

*：p<0.05

伍、結論與建議

一、研究結論

本研究主要目的是從行動通訊應用軟體溝通特質的角度，探討其對現代家庭溝通及關係維持的影響，並進一步了解上述變數與家庭滿意的關聯。由於科技的昌明及介面的友善，行動通訊應用軟體的使用率不斷攀升，且不僅限於對科技接受高的年輕族群，50 歲（含）以上之熟齡族擁有行動裝置之比率，躍升為各族群最高達 26.6%。時值今日，利用行動通訊應用軟體成為與親友溝通的重要工具之一。面對多螢的時代，本研究發現行動通訊應用軟體的溝通特質不論是社會臨場感或媒介豐富度，都會對親子關係維持產生正面的影響外，也會直接對家庭滿意產生加分效果。顯示行動通訊軟體藉由傳達表情、非語言線索的訊息，有如面對面溝通、互動的感覺等特性，此如面對面的社會臨場感，克服時空距離，能有效的增進親子間的溝通，建立更緊密關係，增進親子關係的維持。而行動通訊軟體的媒介豐富度，即其立即的回饋、豐富的非語言線索、個人化的設定，透過文字訊息、檔案傳輸、聲音訊息、情緒符號等媒介的特性及其多元豐富性，確會使親子雙方願使用該行動通訊軟體進行情感紓發、意見傳達等溝通，增進親子關係的維持。

家庭成員在無時空限制下，將自己的情感或想法，立即傳輸分享給家庭成員，此與以往較難以用口語傳達情感的東方文化相較，提供了新的傳

遞管道，確會形塑家庭互動的新模式，使情感交融提升，增進家庭滿意。

另，親子關係維持行為部分，本研究經文獻整理歸納出三個構念：爭議處理行為、開放行為及保證行為等。以往研究多將此以同時存在的觀點，進行討論。本研究歸納以往研究及合宜的邏輯推導，認為三個構念間應存有階段性的可能，經驗證亦獲得充分的支持。顯示家庭成員間能直接面對爭議、處理爭議（爭議處理行為），讓彼此更加了解且更具親密感將更願分享想法，直接地揭露自身的需求（開放行為）。而此家庭成員間的開放行為，確會增進關係發展，提升家庭成員間的保證與信任（保證行為）。上述的發現，或對此理論的未來建構有所貢獻。

此外，使用者對行動通訊應用軟體的涉入程度應會對溝通特質（社會臨場感或媒介豐富度）與親子關係維持間的關係，產生相當程度的調節，經驗證也獲得充分的支持。顯示當家庭成員對行動通訊應用軟體知覺到社會臨場感與媒介豐富性時，對行動通訊應用軟體有高涉入的受訪者相較於低涉入的受訪者，其親子關係維持感受愈高。

上述實證結果，除了可以填補此領域的理論缺口外，在實務上可依上述的發現，針對家庭溝通為焦點，進行如貼圖或行銷模式進行設計，增進使用者的黏著及攸關行銷訊息的露出，擴增產品的推播與銷售。

二、實務建議

(一) 家庭溝通

1. 妥善運用行動通訊應用軟體，建立親密的親子關係維持行為

本研究發現，在行動通訊應用軟體之溝通特質上，「社會臨場感」對親子關係維持行為有顯著正向影響效果，表示社會臨場感愈高，會正向增強親子關係維持行為。而「媒介豐富度」對親子關係維持行為亦有顯著正向影響效果，表示媒介豐富度愈高，會正向增強親子關係維持行為。因此建議親子之間可妥善運用行動通訊應用軟體進行溝通，透過此管道進行溝通，去除面對面溝通的焦慮和壓抑，彼此較能敞開心胸向對方表達自身想法，甚至在困難時期給予支持。且適當地利用「貼圖」、「照片」、「表情符號」等進行溝通，可藉由較輕鬆、有趣的互動方式，不僅更能傳遞想法，亦可使彼此間情感更加親密。

2. 增進親子關係維持行為，提升家庭滿意

本研究發現，親子關係維持行為對家庭滿意有顯著正向影響效果，表示親子關係維持行為愈高，會正向增強家庭滿意。而爭議處理行為對於增進開放行為有非常顯著的影響，當爭議處理行為是正向時，將有更高的機會促使使用者願意透過行動通訊應用軟體向家人道歉、較有耐心傾聽彼此的想法，進而正向的影響開放行為，讓彼此能夠誠實地說出感受。而開放行為對於增進保證行為有非常顯著的影響，當開放行為是正向時，將有更高的機會促使使用者願意透過行動通訊應用軟體，誠實地對家人談論自己所擔心的事，討論難以啟齒的事，甚至可以和家人分享秘密，進而正向的影響保證行為，促使使用者表達出對家人的愛或是想念。因此建議可透過行動通訊應用軟體諸如向家人道歉、誠實說出自己的感受、表達愛意，以建立與家人間良好的情感關係，進而提升家庭滿意。

(二) 行動通訊應用軟體廠商

1. 檢視行動通訊應用軟體之溝通特質的利害關係

根據前述研究結論可知，行動通訊應用軟體廠商在運用行動通訊應用軟體之溝通特質時，不可忽視社會臨場感、媒介豐富度的影響力，當使用者在使用行動通訊應用軟體與家人交談時，有效的資訊也許可以協助使用者快速地進行溝通，如：對方是否已讀。但從社會臨場感的角度而言，「已讀」之狀態有時對於使用者是會增加焦慮與壓抑的。因此行動通訊應用軟體廠商在建構行動通訊應用軟體之溝通特質時，除了要增加其帶來的社會臨場感、媒介豐富度，更要定期對使用者的使用意見及新的需求進行調查。

2. 重視涉入程度的影響，增加使用意願

研究結果得知，使用者涉入程度在行動通訊應用軟體之溝通特質與親子關係維持行為之間扮演調節角色，這表示使用者涉入程度確實會影響使用者的親子關係維持行為。故行動通訊應用軟體廠商增加使用者使用願意時，可藉由增加使用者涉入程度，例如：行動通訊應用軟體的娛樂性、易用性、有用性。當使用者覺得此行動通訊應用軟體是與家人保持聯絡的好方法，且透過行動通訊應用軟體檢視家人近況與資訊是有趣時，亦可增加對行動通訊應用軟體的使用意願，透過行動通訊應用軟體之溝通特質與家

人交談，建立親子關係維持行為，進而增進家庭滿意。

3. 建構家庭和樂滿意為己任的社會責任

行動通訊應用軟體此新的溝通媒介確實在現代人的生活中，產生重大的溝通革命，從本研究的發現，確證實行動通訊應用軟體在親子關係維持及家庭滿意產生極為正面的影響。植此成效，業者或可在此建構以家庭和樂滿意為己任的社會責任，除可開業界之先之新外，亦對社會和諧增進厚實的根基。LINE在大災害時，會發行關懷貼圖募款，捐助給受災當地的紅十字會，進行救災及災後安置救助，如2013年發行海燕颱風關懷貼圖的「為菲律賓祈福」；2014年日本東北大地震重貼貼圖「3.11 關懷孩童貼圖」；2015年的「為尼泊爾祈福貼圖」及2016年發行的台灣台南地震災後重建貼圖的「為台灣祈福貼圖」。本文建議業者應以此社會責任為基礎，再思索新的作法增進家庭成員間的溝通平台或家庭群組的建置、亦或創意創新建構家庭群組專屬貼圖、或家庭活動的號召與舉辦等，促進家庭和樂與滿意。

4. 新入口服務平台

行動通訊應用軟體業者應可以本身服務作為平台，讓使用者能以此平台彼此交流與溝通，並進一步成為使用者重要的入口網站選擇，業者可提供累積豐富的服務資源，強化行動廣告平台，串接服務用戶與企業，達到導購的目的。業者可利用家庭使用群組的不同實境設計，如家庭日實境活動的舉辦（如野餐日、露營日、旅遊日……），增進家庭成員的互動，也提升對該業者的忠誠與黏著，再引入相關產業、廠商、產品的搭配，以擴增商業模式的多元發展，達成企業經營的社會使命與獲利。

三、研究限制

本研究嘗試彙整相關文獻所提的論點，並修正既存的量表，以期能建構現今行動通訊應用軟體影響親子關係維持及家庭滿意的完整模型，雖然已克服了資料蒐集過程中的困難，但在研究過程中仍面臨許多無法避免的研究限制，分別說明如下：

(一) 研究結論是否適用於其他行動通訊應用軟體需再驗證

本研究是以LINE作為行動通訊應用軟體進行調查，但由於不同的行動

通訊應用軟體特性及特質會有所不同，因此，本研究結果適用於其他行動通訊應用軟體恐有外部效度不足之疑慮。

(二)研究範圍與個人背景是否存在文化差異需再探討

本研究是以台灣為發放地區，屬東方文化較為濃厚且較為保守，其社會影響下之溝通行為在不同國家、個人背景下可能會有所差異，是值得加以討論的課題，然本研究並未對此可能的本質差異進行討論。

四、未來研究建議

本研究係以相同的問卷對所有的可填答者，進行施測取得研究資料，並以目前使用率最高的行動通訊應用軟體LINE進行探討，研究結果雖有豐富的成果與發現，但或可再從下列建議，未來研究可植基於本研究的初步結果，再進行後續研究，當可使理論更精煉，更能描述真實現象。

(一)分別從親、子角度進行分析比較

本研究建議後續研究可分別自父母立場、小孩立場出發，從雙方立場了解親子關係與行動通訊應用軟體溝通媒介的關連性。

(二)比較不同行動通訊應用軟體的使用差異

本研究建議後續研究可嘗試依照行動通訊應用軟體之特質進行分類比較，探討使用者在不同之行動通訊應用軟體（如Facebook、LINE、Skype），使用行為是否會有所差異。

(三)加入其他干擾變數

本研究建議後續研究者能夠在架構加入其他干擾變數中如人格特質、家庭溝通模式等，進一步檢驗這些變數是否對研究結果產生影響。

參考文獻

- 石莉平(2013)，*行動即時通訊軟體媒介豐富度之互動效果研究-以大學生為例*，世新大學公共關係暨廣告學研究所碩士學位論文。
- 朱美珍(2002)，*民生主義社會政策與軍人家庭關係之研究-已婚軍官角色衝突及其生活滿意之分析*，國立政治大學中山人文社會科學研究所博士論文。
- 沈孟燕(2009)，*親情Online：網路媒介與家庭溝通型態之相關研究*，政治大學新聞研究所碩士論文。
- 尚榮安、陳禹辰、周季穎(2007)，「電腦中介傳播對消費者口碑行為的影響」，*電子商務學報*，第九卷第一期，頁 27-48。
- 張玉琳、李秋滿(2014)，「以媒介豐富與社會臨場感理論探討 LINE 貼圖價值、流行涉入、網路外部性對虛擬社群意識與黏著度之影響」，*電子商務研究*，第十二期第四卷，頁 419-449。
- 侯正裕、陳靜枝、陳鴻基(2010)，「為何人們使用社交網站？認知專注的觀點」，*資訊管理學報*，第 17 卷（專刊），頁 97-116。
- 郭家伶(2010)，「當 X 世代父母遇上 N 世代小孩：使用 IM 軟體作為溝通工具之現況研究」，數位創世紀學術實務研討會，台北：數位文化行動研究室。
- 創市際(2013)，「台灣手機使用分析及相關網站使用概況」，*創市際雙週刊*，第一期。
- 黃宗堅、謝雨生、周玉慧，(2004)。「家人關係的測量與分類：以青少年原生家庭成員互動為例」，*中華心理學刊*，第 46 卷第四期，頁 307-328。
- 葉俊佑(2015)，*媒體豐富度與社會臨場感對溝通品質之影響-以 LINE 行動即時軟體為例*，國立高雄師範大學資訊教育研究所。
- 資策會(2012)，「臺灣民眾行動裝置應用程式使用行為與偏好」。擷取自 <http://www.find.org.tw/find/home.aspx?page=many&id=332>
- 資策會(2015)，經濟部技術處「資策會 FIND 服務創新體驗設計系統研究與推動計畫(3/4)」。
- 資策會(2016)，「眼球之爭手機大獲全勝網+平均每天滑手機 205 分鐘是看電視時間的 2 倍」。擷取自 http://www.find.org.tw/market_info.aspx?k=2&n_ID=8926
- 劉昱志(2007)，*即時通訊軟體使用對於組織溝通滿意影響之研究*，中原大學資訊管理研究所。
- Abbott, A. (2008), *Facebook and Family Communication*. Ohio: Kent State University .App Annie (2014), App Annie App Store Data | Google Play Top Charts Taiwan. 擷取自 App Annie - App Ranking, Analytics, Market Intelligence: <http://www.appannie.com/apps/google-play/top/taiwan/>

application/communication/

- Bandura, A., G.V., Caprara, C. Barbaranellim, C. Regalia, and E. Scabini (2011), "Impact of Family Efficacy Beliefs on Quality of Family Functioning and Satisfaction with Family Life." *Applied Psychology*, 60, No.3, pp.421-448.
- Barnes, H. L., and D. H. Olson (1985), "Parent-adolescent communication and the circumplex model." *Child Development*, 56, No.2, pp.438-447.
- Biocca, F., C. Harms, and J. K. Burgoon (2003), "Toward a more robust theory and measure of social presence: Review and suggested criteria." *Presence*, 12, No.5, pp.456-480.
- Blackwell, R.D., P. W. Miniard, and J. F. Engel (2006), *Consumer behavior (10th ed.)*. Orlando: FL: Dryden Press.
- Brelsford, G. M., and A. Mahoney (2008), "Spiritual disclosure between older adolescents and their mothers." *Journal of Family Psychology*, 22, No.1, pp.62-70.
- Bruwer, J., and J. Huang (2012), "Wine product involvement and consumers' BYOB behaviour in the South Australian on-premise market." *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 24, No. 3, pp.461-481.
- Carlson, J. R., and R. W. Zmud (1999), "Channel Expansion Theory and the Experiential Nature of Media Richness Perceptions." *Academy of Management Journal*, 42, No.2, pp.153-170.
- Crouter, A. C., M. F. Bumpus, M. R. Head, and S. M. McHale (2001), "Implications of overwork and overload for the quality of men's family relationships." *Journal of Marriage and the Family*, 63, No.2, pp.404-416.
- Daft, R. L., and R. H. Lengel (1986), "Organizational information requirements, media richness and structural design." *Management Science*, 32, No.5, pp.554-571.
- Daft, R. L., R. H. Lengel, and L. K. Trevino (1987), "Message equivocality, media selection, and manager performance: Implications for information systems." *MIS Quarterly*, 11, No.3, pp.355-366.
- Dennis, A. R., S. T. Kinney, and Y. C. Hung (1999), "Gender differences in the effects of media richness." *Small Group Research*, 30, No.4, pp.405-437.
- Doty, J., and J. Dworkin (2014), "Parents' of adolescents use of social networking sites." *Computers in Human Behavior*, 33(April), pp.349-355.
- Edwards, J. R., & N. P. Rothbard (1999), "Work and family stress and well-being: An examination of person-environment fit in the work and family domains." *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 77, No.2, pp.85-129.
- Farber, B. A. (2006). *Self-disclosure in psychotherapy* New York Guilford Press.
- Flanagin, A. J., and M. J. Metzger (2001), "Internet Use in the Contemporary Media Environment." *Human Communication Research*, 27, No.1, pp.153-181.

- Fornell, C. and D. F. Larcker (1981), "Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error." *Journal of Marketing research*, 18, No.3, pp.39-50.
- Forste, R. and K. Fox (2012), "Household Labor, Gender Roles, and Family Satisfaction: A Cross-National Comparison." *Journal of Comparative Family Studies*, 43, No.5, pp.613-631.
- Gongla, P. A., and E. H. Thompson (1987), "Single-parent Families. In M. B. Sussman, & S. K. Steinmetz(Eds.)," *Handbook of Marriage and the Family* (pp.397-418). New York: Plenum.
- Gottman, J. M. (1999). *The seven principles for making marriage work*. New York Three Rivers Press.
- Greene, K., V. J. Derlega, and A. Mathews (2006), Self-disclosure in personal relationships. In A. L. Vangelisti & D. Perlman (Eds.), *The Cambridge handbook of personal relationships* (pp. 1268-1328). New York Cambridge University Press.
- Hu, Y., J. F. Wood, V. Smith, and N. Westbrook (2004), "Friendships through IM: Examining the relationship between instant messaging and intimacy." *Journal of Computer-Mediated Communication*, 10, No.1, Article 6.
- Huang, C. Y., C. J. Chou, and P. C. Lin (2010), "Involvement theory in constructing bloggers' intention to purchase travel products." *Tourism Management*, 31, No.4, pp.513-526.
- Johnson, G. J., G. C. Bruner II, and A. Kumar (2006), "Interactivity and its facets revisited." *Journal of Advertising*, 35, No.4, pp.35-52.
- Kaczynski, L. (2003). *Handbook of dynamics in parent-child relations*. London: Sage.
- Kelly L., & J. A. Keaten (2007), "Development of the affect for communication channels scale." *Journal of Communication*, 57, No.2, pp.349-365.
- Lee, S. J. (2009) , "Online communication and adolescent social ties: Who benefits more from internet use?" *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14, No.3, pp.509-531.
- Margaret, D. C., and H. J. Warren (1992), "The family satisfaction scale." *Social Behavior and Personality*, 20, No.2, pp.71-84.
- Moons, P., W. Budts, and S. De Geest (2006), "Critique on the conceptualization of quality of life: A review and evaluation of different conceptual approaches." *International Journal of Nursing Studies*, 43, No.7, pp.891-901.
- Nardi, B. A., S. Whittaker and E. Bradner (2000), "Interaction and outeraction: instant messaging in action." *Computer Supported Cooperative Work* (pp.79-88). New Orleans, Louisiana, USA.: Association for Computing Machinery.
- Newhagen, J. E., and S. Rafaeli (1996), "Why Communication Researchers Should Study the Internet: A Dialogue." *Journal of Communication*, 1, No.4, pp.4-13.
- Olson, D. H. (1992), *Family inventories: Inventories used in a national survey of families across the family life cycle*, Family Social Science, University of Minnesota.

- Park, C. H., and Y. J. Kim (2013), "Intensity of Social Network Use by Involvement: A Study of Young Chinese Users." *International Journal of Business and Management*, 8, No.6, pp.22-33.
- Rabby, M. K. (2007), "Relational Maintenance and the Influence of Commitment in Online and Offline Relationships." *Communication Studies*, 58, No.3, pp.315-337.
- Rainie, L., A. Lenhart, S. Fox, T. Spooner, and J. Horrigan (2000), "Tracking Online Life Pew Internet & American Life Project Retrieved " 2009.5.9, from <http://www.pewinternet.org/Reports/2000/Tracking-Online-Life.aspx>
- Riddick, P., S. W. Haggler, and G. Hansen (1986), "An evaluation on Family adaptability and Cohesion Evaluation Scales and the Circumflex Model." *Journal of abnormal Child Psychology*, 14, No.1, pp.77-87.
- Rudi, J., J. Dworkin, S. Walker, and J. Doty (2015), "Parents' use of information and communications technologies for family communication: differences by age of children." *Information, Communication & Society*, 18, No.1, pp.78-93.
- Schiffman, L.G., A. O'Cass, A. Paladino, S. D'Allessandro, and D. Bednall (2011), *Consumer Behaviour*(5th ed.). Frenchs Forest: Pearson Education Australia.
- Short, J., E. Williams, and B. Christie (1976), *The Social Psychology of Telecommunication*. London: John Wiley.
- Stafford, L., M. Dainton, and S. Haas (2000), "Measuring routine and strategic relational maintenance: Scale revision, sex versus gender roles, and the prediction of relational characteristics." *Communication Monographs*, 67, No.3, pp.306-323.
- Taylor, R. J., L. M. Chatters, and J. S. Jackson, (1993). "A profile of familial relations among three-generation black families." *Family Relations*, 42, No.3, pp.332-341.
- Tu, C. H., and M. McIsaac (2002), "The relationship of social presence and interaction in online classes." *The American journal of distance education*, 16, No.3, pp.131-150.
- Turel, O., A. Serenko, and N. Bontis (2008), "*Mobile Instant Addiction: Symptoms and Outcomes.*" AMCIS 2008 Proceedings.
- Vandeleur, C. L, N. Jeanpretre, and M. Perrez (2009), "Cohesion, Satisfaction With Family Bonds, and Emotional Well-Being in Families With Adolescents." *Journal of Marriage and Family*, 71, No. 5, pp.1205-1219.
- Vickery, S. K., C. Droge, T. P. Stank, T. J. Goldsby, and R. E. Markland (2004), "The performance implications of media richness in a business-to-business service environment: Direct versus indirect effects." *Management Science*, 50, No.8, pp.1106-1119.
- Walther, J. B. (1992), "Interpersonal effects in computer-mediated interaction a relational perspective." *Communication research*, 19, No.1, pp.52-90.

- Walther, J. B., and J. K. Burgoon (1992), "Relational communication in computer-mediated interaction." *Human Communication Research*, 19, No.1, pp.50-88.
- Wang, W., J. P. A. Hsieh, and B. Song (2012), "Understanding user satisfaction with instant messaging: An empirical survey study." *International Journal of Human-Computer Interaction*, 28, No.3, pp. 153-162.
- Zabriskie, R. B., and B. P. McCormick (2003), "Parent and child perspectives of family leisure involvement and satisfaction with family life." *Journal of Leisure Research*, 35, No.2, pp.163-189.
- Zaichkowsky, J. L.(1985), "Measuring the Involvement Construct." *Journal of Consumer Research*, 12, No.3, pp.341-352.
- Zaichkowsky, J. L. (1986), "Conceptualizing involvement." *Journal of Advertising*, 15, No.2, pp.4-34.
- Zhang, Q. (2007), "Family Communication Patterns and Conflict Styles in Chinese Parent-Child Relationships." *Communication Quarterly*, 55, No.1, pp.113-128.
- Zhang, S., and J. Fjermestad (2008), "Instant messaging: observations from two small e-commerce businesses." *Journal of Enterprise Information Management*, 21, No.2, pp.179-197.
- Zhou, T., and Y. Lu (2011), "Examining mobile instant messaging user loyalty from the perspectives of network externalities and ow experience." *Computers in Human Behavior*, 27, No.2, pp. 883-889.

The Relationships among Mobile Social Communication Apps, Relational Maintaining in Parent-Adolescent and Family Satisfaction*

Ming-Cheng Lai Jia-Jyun Chen*****

Abstract

With the development of mobile technology, mobile devices play important roles in people's daily life. In these days, sentences like "Did you WhatsApp today?" and "Just Line me." have become daily conversation while interacting with one another. By noticing these subtle changes, we can found out that mobile devices have gradually integrated into users' life. These even change the way people interact in some aspects. This study aims to investigate the connections among characteristics of mobile social communication Apps, relational maintaining in parent-adolescent relationship and family satisfaction in researcher's perspective by using SEM. It found out that social presence and media richness in mobile social Apps have positive and significant effects on maintaining parent-adolescent relationship. Maintaining parent-adolescent relationship also has positive influences on family satisfaction. Moreover, social presence and media richness have positive influence on family satisfaction. This study also found out that openness has positive influence on conflict management and assurance.

* The authors appreciate two anonymous reviewers' comments. All remaining errors are ours.

** Associate Professor, Department of Business Administration, National Taipei University of Business

*** Master, Graduate Institute of Business Administration, National Taipei University of Business

Furthermore, this study proves that involvements in social presence and media richness have positive effect on moderating parent-adolescent relationship.

Keywords: Social Presence, Media Richness, Relational Maintaining in Parent-Adolescent Relationship, Family Satisfaction, Involvement
