

## 第二章 文獻探討

### 第一節 青少年的定義、範圍及重要理論

本節所要探討的是有關青少年的定義、範圍及重要理論。首先由青少年的定義與此時期之重要性，以及青少年時期的範圍與分期，將本論文要研究的主體——「青少年」界定釐清妥當；繼而從有關青少年身心發展的理論與有關青少年發展任務的理論，來瞭解青少年身心發展的特質及青少年階段成長的課題；最後依上述理論來探討青少年網咖消費動機與消費行為本身和此時其身心發展特質與發展任務的相通之處與交互影響關係，作為本節探討的小結。

#### 壹、青少年的定義與此時期之重要性

「青少年」就字義而言，在中文裡「青少年」一詞意指「青春」「年少」有活力的「少年」及「青年」人；而在英文中，青少年英文是「Adolescence」，它源自於拉丁字的「Adolescentia」，該名詞是由動詞「Adolescere」而來，意為成長到成熟。<sup>1</sup>

所以說「青少年時期」的就是「成長為成熟成年人的一段時期」，也可再明確的說是「結束『依賴性』的兒童期邁向『自立性』的成年

---

<sup>1</sup> 參考王煥琛、柯華葳（2000：2）、李惠加（1999：4）及賴保禎、周文欽、張鐸巖、張德聰等（1999：3）之共同說法。

期之間的一段過渡時期」。(王煥琛、柯華葳, 2000: 2)

與青少年時期相關且常被提及的名詞尚有「青春期」, 其英文為「Puberty」, 是由拉丁文「Pubes」衍化而來(賴保禎、周文欽、張鐸嚴、張德聰等, 1999: 3), 其字面上的意思指的就是陰毛或軟毛, 是兒童成長為青年的重要性生理特徵之一, 故採「青春期」此名詞時會較偏重生理層面上的觀察。不過, 一般而言, 青春期只是進入青少年期的一種較易觀察的入口指標, 並不能代表青少年時期的全部; 而且青少年或青少年時期在涵義上更擁有許多心理或社會, 甚至法律層面的重要意義。

青少年時期是關鍵著青少年是否能擺脫兒童時期的依賴性, 邁向獨立自主的成人期的一段承先啟後的歷程, 是具有不可抹滅、不可替代的重要意義的。因此, 青少年時期重要性, 來自此時期過渡性(transition)的特徵, 以及此時期的諸多發展任務, 例如: 艾瑞克遜(E. H. Erikson, 1902-1994)在人格發展上所主張「自我統整與角色錯亂」的危機與關鍵、哈維格斯特(R. Havighurst)所主張包括「自我」、「人際」、「價值觀」等多方面的發展任務。許多青少年心理研究學者與專家都非常認同青少年時期在人生中的重要性與關鍵性, 並發現心理疾病的發病率從青春期開始逐年增高, 而此時期亦是精神疾病發病的高峰階段之一(林崇德, 1998: 362), 而且, 如果此時的青少年發

展任務與課題沒有得到很好的解決和完成，往往會導致邁入成人期後出現自我同一性擴散（角色混亂）及其他心理疾病（張日昇，1993：6），以上種種皆解釋與說明了青少年時期的重要性。

## 貳、青少年時期的範圍與分期

青少年時期的範圍與分期，通常會因為社會文化背景的不同或使用時機對象的差異，而有種種不同的主張與劃分方法。

以生理的觀點來看，通常將女孩首次月經來潮，及男孩首次夢遺或或射精，當作青少年時期的開始，但以此觀點來看，青少年期的終了卻顯得不是那麼明確，因為青少年期的終了是與社會文化有關的。（王煥琛、柯華葳，2000：2）在今日城市文化中，成人生活的任務變得更深奧與複雜，為了讓青少年有更多的時間來準備與學習，青少年時期也跟著拖長，使得結束時間變得更加的不明確。

以心理學的觀點來看，青少年時期的開始，也可以依據皮亞傑（J. Piaget,1896-1980）的認知發展理論之形式運思期的特徵作為觀察依據，當個體不再只依賴具體事物思考，而開始運用邏輯與抽象形式來思考，客觀地認知事物時，或個體的自我概念由模糊不清的狀態，轉變為明確可辨時，可視為進入青少年期的象徵。（賴保禎、周文欽、張鐸嚴、張德聰等，1999：5）

再以法律的觀點來看，世界各國法律對「青少年」的規範極為紛歧，即使在同一個國家如美國，在各州法律的規定也不是統一的。法律強調罪刑法定主義，因此在民主法治的國家中，一般法律對青少年的違法行為的處罰與年齡均須有明確的規定。我國「少年事件處理法」及「少年福利法」規定少年係指十二歲以上、未滿十八歲之人；「民法」規定滿二十歲為成年。不過，在我國法律上並無使用青少年一詞。

表 2-1-1 美國、日本、中國大陸重要學者對青少年分期的看法

年齡 學制 分期 性別 學者	10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24															
	(初 中)					(高 中)					(大 學)					
赫洛克	男				青春前期		青年前期		青年後期							
1949	女				青春前期		青年前期		青年後期							
愛德華特	男				青少年前期			青少年中期			青少年後期					
1992	女				青少年前期			青少年中期			青少年後期					
桂廣介	男				青年前期			青年中期			青年後期					
1950	女				青年前期			青年中期			青年後期					
牛島義友	男				否定客觀期			肯定主觀期			肯定客觀期					
1954	女				否定客觀期			肯定主觀期			肯定客觀期					
張日昇	男				青年前期			青年中期			青年後期					
1992	女				青年前期			青年中期			青年後期					

資料來源：研究生整理

對於青少年時期的分期，中外學者專家也有一些不同的主張與

劃分方法。表 2-1-1 是綜合美國、日本、中國大陸重要學者的看法所列出的。

值得一提的是中國大陸學者張日昇（1993：12）的主張，他認為：「應該將童心尚在、春心萌動的思春期設定為心理成熟的開始年齡，將近乎老練、穩健的成年人設定為心理成熟的年齡，以此為劃分青年期的標準」，以及「在劃分的時候還應該參照教育制度來進行」。據此，他將青年期的年齡劃分以表 2-1-2 的形式來呈現。主張青年前期為十二、十三歲至十五、十六歲；青年中期為十五、十六歲至十八、十九歲；青年後期為十九、二十歲至二十四、二十五歲。強調青少年時期的劃分不但要考慮到生理成熟，同時也要考慮到社會成熟，就是既要重視生物因素的影響，也要重視社會因素的影響。

表 2-1-2 中國大陸學者張日昇對青少年分期的看法

時間	年齡階段（歲）	劃分標準	教育制度（學制）
青年前期	12,13 ~ 15,16	思春期及一系列生理變化	初中
青年中期	15,16 ~ 18,19	疾風怒濤及諸種心理體驗	高中
青年後期	19,20 ~ 24,25	成熟（生理,心理）	大學

資料來源：張日昇（1993），《青年心理學--中日青年心理的比較研究》，北京：北京師範大學出版社，頁 12

而在國內，臺灣師範大學教育心理與輔導學系學者陳淑美提出：「青年期習慣以年齡為準，介於十二至十八歲之間，二十歲便是

法定的成人。」以年齡為標準界定青年期，雖然武斷卻也十分明確，（蘇建文等，2001：477）而國內學者對於青少年時期的分期一般都採用歐美的主張。

本研究在名詞釋義時，將青少年此一名詞界定為介於「十二歲至十八歲」的青少年，即採用國內學者陳淑美依照臺灣社會習慣的看法，以及大陸學者張日昇將教育制度考慮進去的主張。採用上述之理由是因為在臺灣，國中與高中階段通常被一起歸類於中等教育，且學生一樣都面臨著較大的升學壓力與較多的限制與約束，而大學階段因歸類於高等教育，雖然可依現代文明與研究理論趨勢將大學階段視為青少年，但大學生通常擁有自由度較高的發展空間與自我決定權利，與中學生階段之青少年在情況上差異較大，故本研究暫時將其排除在外。此外，本研究也參照國內有關網路咖啡及一般青少年法律的內容情況與習慣，將未滿十二歲相當於小學階段以及滿十八歲以上相當於大學階段的人排除在有特別彈性規定之青少年之外，只針對滿十二歲至未滿十八歲的青少年做研究。

### **參、青少年時期的重要理論**

有關青少年時期的重要理論非常之多，下面將分成兩大部分來探討：第一部份探討的是有關青少年身心發展的理論，可作為瞭解青少

年身心發展特質的依據；第二部份探討的是有關青少年發展任務的理論，以便深入瞭解青少年階段成長目的。

#### 一、有關青少年身心發展的理論：

在許多有關於青少年身心發展的理論中，心理學家都發現青少年的心理與外顯行為受到生理上性成熟的影響很大。

青年心理學之父霍爾（S. Hall）認為青少年時期是人一生中發展上的關鍵期（critical period），其成長特質是「風暴與壓力」及「狂暴與衝突」，而其壓力來自於生理上的突發快速成長，及本能驅力與心理上的需求，造成他情緒上的不穩與外在行為的表現常在「充滿活力與無精打采、熱情與冷漠、自私與利他、體貼與冷酷、快樂與憂鬱、好奇與淡然」等兩個極端之間擺盪不定。（李惠加，1999：26）而佛洛伊德（S. Freud，1856-1939）亦認為處在兩性期的青少年，隨著青春期的來臨，性生殖器官的成熟與性荷爾蒙的增加分泌，導致性本能復甦，其所產生的心理能量，使得青少年男女開始以異性為愛慕對象，並投注大量時間精力於形成友誼、職業與婚姻準備等與生兒育女有關的活動上。（蘇建文等，2001：23）其女兒安娜·佛洛伊德（Anna Freud）主張的慾力再現論更發現青少年期由於性驅力的增強，使得青少年在情緒與行為上傾向容易衝動，傾向於易怒、富攻擊性、好追根究底，也更自我為中心。（李惠加，1999：31）

此外，許多學者亦發現青少年的認知發展與社會文化環境等因素，都會或多或少影響青少年的思考判斷與行為表現。

對人類智力發展頗多研究的皮亞傑（J. Piaget）發現，一般人在十一至十五歲相當於青少年時期可進入認知發展的形式運思期，因此青少年在判斷、推理或解決問題上，通常可以運用抽象思考、處理假設情境、考慮各種可能性等較有系統的運思模式來進行。（李惠加，1999：37）而柯爾博（L. Kohlberg）亦主張個人道德推理水準與個人認知發展水準有關，並發現進入青春期的青少年一般都能達到成規層次，但在青春期之後的青少年卻只有百分之五十能再進展到成規後層次。（李惠加，1999：38-39）班都拉（A. Bandura）的社會學習理論認為「學習」、「環境」與「個人認知狀態」都是影響個體行為的重要因素，並認為以青少年的認知程度，可不需透過親身體驗或受到獎懲等刺激反應學習，就能直接由觀察進行學習，因此觀察與模仿成為青少年行為學習的主要來源。

以上有關青少年身心發展的理論，雖然因觀點的不同而有各種不同的解釋角度與偏重方向，但對理解青少年的身心發展的特質與行為表現都提供了很重要的線索與解釋。綜合以上理論重點，我們可歸類青少年因生理上性成熟與性驅力的影響，容易造成其情緒上與行為表現上常在兩個極端擺盪的不穩現象，而其在智力與認知的發展上，亦



比先前兒童時期大有進展，能做抽象的形式運思與判斷，並以觀察與模仿作為學習的主要方式，但也因此社會文化環境若有不良情況將對青少年造成莫大的影響。

## 二、有關青少年發展任務的理論：

最早提出「發展任務」此一概念的是一九三〇年代的威廉斯（F. Williams），這種所謂的發展任務或發展課題（Developmental Tasks），在心理學上指的是「由一個時期（或稱發展階段）過渡到另一個時期所必須完成的學習或訓練」（張日昇，1993：18），而對於青少年時期發展任務的理論與主張，最有名的即是艾瑞克遜（E. H. Erikson）的「心理社會發展論」，以及哈維格斯特（R. Havighurst）「發展任務論」。

艾瑞克遜的「心理社會發展論」（The Theory of Psychosocial Development）將人的一生分為八個階段，每個階段都有相對應需要去達成或發展的任務，否則將出現心理危機或衝突，其中處在十二歲至十八歲第五階段的青少年，將面對到「自我統合對角色混亂」（identity vs. role confusion）<sup>2</sup>的課題，「建立自我統合」和「防止統合危機」是這一階段的任務。

艾瑞克遜所指的自我統合就是個體自我認同（self-synthesis），即是個體尋求內在合一（sameness）及連續（continuity）的能力，而此

---

<sup>2</sup> 部分書籍如：張日昇（1993），《青年心理學--中日青年心理的比較研究》，北京：北京師範大學出版社，頁 39。採自我同一性對同一性擴散（identity vs. identity diffusion）之翻譯與解釋。

合一與連續的感覺要與個人所在的環境相配合，因為統合是個體在面對新環境時，將過去的經驗所連續下來的感覺、目前自己的知覺以及對未來的期望做一個統整，以接受自己和自己所在的團體。（王煥琛、柯華葳，2000：137）

艾瑞克遜又將青少年面臨自我統合或自我認同（self-identity or self-synthesis）的發展任務分成七個方面<sup>3</sup>來說明，分別為<sup>4</sup>：

（一）前瞻性的時間觀或混淆的時間觀（time perspective vs. time diffusion）：對時間有清楚的認識是自我認同上很重要的一件工作。有些青少年面對危機時，未能體認到時間的改變是不能挽回的，或是希望藉著時間的流逝將難題一起帶走，或是期待時間能停止不前，企圖以回憶過去來擱置未來應有的計劃與努力，這些混淆的時間觀都將導致不成熟的自我認同。

（二）自我肯定或自我懷疑（self-certainty vs. apathy）：有的青少年會過分注意別人對自己外表的看法，有的則是完全不顧別人對自己的看法，如此無法統整自己對自己的看法與別人對自己的看法，將造成自我肯定的困難，產生自我懷疑的狀況。

（三）角色嘗試或角色固著（role experimentation vs. role fixation）：

---

<sup>3</sup> 部分書籍只分成六個方面，未有角色嘗試或角色固著（role experimentation vs. role fixation）此項。

<sup>4</sup> 下列說法參考：蘇建文、林美珍、程小危、林惠雅、幸曼玲、陳李綱等（2001：541-542）與王煥琛、柯華葳（2000：138-139）。

在成長過程中，青少年需要嘗試各種角色，體會不同角色所賦予的任務，這些嘗試使青少年不至於提早固定角色，造成未來面對多元社會各種角色缺少彈性適應能力。

(四) 預期工作有成或無所事事 ( anticipation of achievement vs. work paralysis ): 職業選擇是青少年要面對的一個很實際且很重要的課題，青少年不但要能開始一項工作，也要有毅力與堅持，並能利用學習發揮潛能將它完成，才能肯定自己的能力，否則將因缺乏毅力或不肯學習，造成無法應付任何工作而一事無成。

(五) 性別角色認同或兩性混淆 ( sexual identity vs. bisexual diffusion ): 青少年時期是性別角色認同的關鍵時期，在此時，青少年不但要認同社會所規範的性別角色與責任，也要接受自己身為男性或女性的事實而有適當的性別表現，此外，與任何一性相處時都要感覺自在，否則易陷於兩性混淆的危機中。

(六) 服從或領導的辨認 ( leadership polarization vs. authority ): 為適應現代民主社會，青少年要培養在被推舉為領導者時有適當的領導行為，而在被領導時，能真心的服從而非盲從。

(七) 意識信念形成或價值混淆 ( ideological polarization vs. diffusion fideal ): 青少年在此時要開始選擇人生哲學、理想或宗教信仰為一生的內在支持，青少年若缺乏此一生活信念，加上對社會價值

的懷疑，將會造成生活沒有重心而搖擺不定。

美國教育心理學家哈維格斯特的「發展任務論」(The Theory of Developmental Tasks)認為個體行為發展的方向和程度，離不開他生存的社會環境，所謂的身心發展正常或良好，那是因為他在某年齡階段表現的行為能夠符合社會的期望，(張春興、林清山，1990：45)也就是能完成「某一年齡階段的人該達成的發展任務」。

哈維格斯特的「發展任務論」(The Theory of Developmental Tasks)，將人的一生分為六個時期，每個時期都有符合社會期待的發展任務與課題，此外，他亦認為每一階段任務的達成，不僅能帶給個人幸福，更能奠定下一階段任務成功的基礎。

根據哈維格斯特的主張，十二歲至十八歲的青少年位於他發展任務論中的第三個時期，此時期有著十項發展任務，分別為<sup>5</sup>：

- (一) 接受自己的身體和容貌：認識與接受自己的身體與容貌，不過分炫誇自己的優點，也不過分掩飾自己的缺點，而能按照自己所擁有的條件去發揮最大的潛能。
- (二) 能扮演適當的性別角色：不但要樂於接納自己的性別，且能恰如其份地學習並表現屬於自己年齡與性別角色的社會行為。
- (三) 能擁有和諧的人際關係：隨著年齡的增長，要能與同儕建立新

---

<sup>5</sup> 下面十項發展任務參考張春興、林清山(1990：46-47)與張日昇(1993：18-21)。

的、和諧的、成熟的人際關係。

(四) 情緒表達能趨於成熟獨立：凡事不再依賴父母或其他成人的支持與保護，在情緒上能趨於成熟與獨立。

(五) 能夠為就業做準備：能夠選擇適合於自己能力與興趣的職業，並努力奮發為該職業做各種充分的準備。

(六) 能夠為婚姻與家庭做準備：認真考慮婚姻對象，並開始準備成家，過獨立自主的生活。

(七) 能夠為自己行為負責任：樂於參加社會活動，並能在社會事務上表現出對自己行為負責任的態度。

(八) 能夠建立自己的價值觀：在個人行為導向上，能夠建立一套自己行為準則的價值觀與道德標準。

(九) 建立經濟獨立的信心：即使在金錢上尚不能自給自足，在生活上尚不能自食其力，自己也應能建立經濟獨立的信心而不依靠他人。

(十) 達到現代公民的標準：在知識、技能、觀念等各方面，都能達到做為一個現代公民所需要的標準。

艾瑞克遜與哈維格斯特對青少年發展任務所主張的內容，依表 2-1-3 所做的比較，可看出雖因觀點的不同而有些許的差異，但仍具有許多相通的地方。且他們的理論基礎都能兼顧內在個體因素、外在

環境因素以及後天教育學習的價值，並以青少年的發展任務為重心，充分彰顯他們對青少年時期的重視。

表 2-1-3 艾瑞克遜與哈維格斯特之青少年發展任務內容比較表

	艾瑞克遜	哈維格斯特
內容相通的部分	(二) 自我肯定或自我懷疑	(一) 接受自己的身體和容貌
	(四) 預期工作有成或無所事事	(五) 能夠為就業做準備 (九) 建立經濟獨立的信心
	(五) 性別角色認同或兩性混淆	(二) 能扮演適當的性別角色
	(六) 服從或領導的辨認	(三) 能擁有和諧的人際關係
	(七) 意識信念形成或價值混淆	(八) 能夠建立自己的價值觀
內容觀點不同的部分	(一) 前瞻性的時間觀或混淆的時間觀 (三) 角色嘗試或角色固著	(四) 情緒表達能趨於成熟獨立 (六) 能夠為婚姻與家庭做準備 (七) 能夠為自己行為負責任 (十) 達到現代公民的標準

資料來源：研究生整理

## 伍、小結

青少年時期是一段結束依賴性的兒童期而邁向獨立自主性的成年期之間的一段過渡時期。雖然它的開始與結束因為受到個別身心發展狀況的不同，以及社會文化等差異的影響，無法很明確地劃分，但為了研究上的需要，可參照當地教育制度、法令規定及社會習慣，在青少年的範圍與分期上做明確而權宜的劃分。

而青少年在身心發展上的特質，受到生理上性成熟及性荷爾蒙的影響頗鉅，造成其情緒反應與行為表現的不穩現象，正如心理學家的觀察所見，「充滿活力與無精打采、熱情與冷漠、自私與利他、體貼與冷酷、快樂與憂鬱、好奇與淡然」的情況，不時交替出現於青少

年的生活中。在學校與家裡，青少年對相同或不同的人事物，這種或積極或消極、或正面或負面的反覆無常表現，常讓人聯想到叛逆與情緒化，並導致人際關係不佳、或與長輩產生代溝、或因此造成行為上的偏差。在網路咖啡店裡，青少年玩線上遊戲，有時為了自我的成就不擇手段和人 PK 充滿了自私與冷酷，有時又互相結盟扶持甚至幫助保護剛入門的新手充滿了利他與體貼。在現實中，青少年上網聊天時，對異性與人際關係的建立充滿了好奇與熱情，而回到現實生活中，對身邊週遭的人卻表現出漠不關心的淡然與冷漠。

此外，認知的發展上進入形式運思期的青少年，在思考、判斷與解決問題的能力上有著明顯的進展，因此因果關係與虛擬空間設計複雜的線上即時戰略或角色扮演遊戲，正適合此時期青少年的能力與其好探索與好挑戰的需要，太過簡單的網站遊戲或傳統的電視遊樂器遊戲，已無法滿足此時期青少年的需要。此外，透過其敏銳的觀察模仿學習能力，上網咖可從事的種種行為如：上網搜尋資訊、在聊天室和網友哈拉、玩連線遊戲等對青少年而言皆不是難事。

最後，讓我們進一步探討青少年發展任務與青少年網路咖啡消費動機與消費行為之間的可能交互影響。以當前青少年到網路咖啡消費最常進行的是網路連線遊戲的事實來看，目前網路連線的主流為「角色扮演遊戲」，此種青少年所熱愛的遊戲，無論是即時的或戰略

的，都一致顯示出青少年在「角色嘗試與扮演」的需求與渴望；甚至於青少年常在網路上匿名或扮演非本身性別的角色，或與網路虛擬對象來個網路「結婚」、組個虛擬「家庭」的行為，亦代表著青少年在此時期對「性別角色」與「婚姻與家庭」等課題的好奇與探索；而遊戲常需要的「結盟」、「服從族長領導」與「一同合作群戰」才能獲致成功的設計，更是考驗青少年「服從或領導」與「擁有和諧的人際關係」的能力。此種合作結盟的設計，正合青少年好與同儕群體行動的特性，並隨著青少年好呼朋引伴的習性，大大有利於商人穩固消費族群與自然增加客源，因此就在此因果循環下，越來越多連線遊戲廠商愛用此種設計，以便凝聚更多忠誠的青少年消費族群，此點亦是越來越多的青少年義無反顧地為自己為同儕友伴，長期耗費時間、金錢與體力也要一起投入網咖奮戰的重要因素。

我們可以肯定網咖的存在或連線遊戲的設計也許正符合青少年內心成長的需要，但我們也應要注意青少年對網路咖啡與連線遊戲的過度沉迷確實也會影響甚而阻礙青少年的發展任務，例如在「時間觀」與「經濟獨立的信心」的建立方面，青少年因無法節制而花費過多的時間與金錢，可能導致正事的耽誤或成為逃避現實與誤入歧途惡性循環的開端；在「價值觀」的建立方面，青少年為了某些利益與人 PK 或為了目的不擇手段的做法，亦可能導致價值觀念的偏差或與現實環



境混淆脫節的情況；在「性別角色認同」的建立方面，青少年濫用網路可匿名的特性，在聊天室或連線遊戲中，利用假扮的性別角色或不誠實的對話內容，獲取不道德的利益，或利用電子佈告欄與網際網路連結網站便利的特性，大肆窺探色情或從事援助交易等不正當的行為，不僅可能誤觸法網，亦足以妨礙青少年性心理發展之正常。從以上種種可知，趁早規劃因應對策以求防微杜漸應是政府及教育當局迫在眉睫的要務。

## 第二節 網路咖啡之緣起與其發展狀況

本節所要探討的是有關網路咖啡之緣起與其發展狀況。首先分析網路咖啡之所以會興起的緣由，皆下來再探討國內外網路咖啡的發展狀況，以及相關的法律規定，期待能從問題的現實面著手，以便結合其他相關理論，來獲得本研究欲尋求的解答。

### 壹、網路咖啡之緣起

網路咖啡(Internet Café)或簡稱網咖，即所謂的網路咖啡屋或網路咖啡店的簡稱，在字面上的意義即是結合「網際網路」(Internet)與「咖啡屋」的一種行業或場所，其名稱與原始構想是源自於一九九四年英國倫敦的一家網路咖啡屋——Cyberia 網路咖啡屋 ( Internet Café—Cyberia )。<sup>6</sup>不過，網路咖啡屋之可以從一般的傳統咖啡店中崛起，絕不是因為所賣的咖啡不同的緣故，而是因為它結合了電腦網際網路的最新科技服務。

根據林柏蒼 ( 1996 : 71 ) 的看法：促使網路咖啡屋在英國成形的重要背景因素，除了來自於其盎格魯薩克遜民族傳統文化與生活方式的特性外，正是根源於其在電腦及網際網路相關產業上居世界領先地

---

<sup>6</sup> 依據 Chun-te Chiang ( 1997 : 4 ) 陳富添 ( 2002 : 9 ) 周甫亮 ( 2001 : 9 ) 與林麗玲 ( 2001 : 22 ) 之說法。

位的事實。

此外，正如朱志成所言：「食、衣、住、行、育、樂，這生活六大要素的排列順序是很有意義的；人們先求吃得飽、穿得暖、住得好，才會在求其他……這剛好就是產業世代交替的範本，從『南統一、北味全』的食品業時期，進到華隆、新光紡織、中興紡織的紡織三劍客時期……而後進入知識經濟時代，我強烈地感受到，『遊樂』的時代已經全面來臨。」<sup>7</sup>這段話不但解釋了網咖何以會在臺灣此時興起，亦可與馬斯洛的需求層次論相呼應，畢竟隨著臺灣經濟的發展與國民所得的提昇，一般人在基本的生理需求與安全需求上的滿足已不成問題，追求更高層次的「愛與歸屬」、「自尊」與「自我實現」的滿足才是現今臺灣一般人消費的主流；此時，「網咖」挾帶著「咖啡」這富含人文意義的文化飲品；可經由分享共飲提昇人們社交「愛與歸屬」與提昇人們精神性靈與身分品味象徵「自尊」的滿足，以及利用「電腦網路科技」這便利多元現代工具完成人們在工作商業用途及精神上「自我實現」的需求，難怪在臺灣這一波經濟不景氣的大環境下網路咖啡業還能異軍突起，此即歸因於網咖的興起緣由確實符合現代人性需求所致。

---

<sup>7</sup> 出自朱志成在張智超、虞孝成（2001：xii）一書中所寫之「序三」。

## 貳、網路咖啡在國外的發展狀況

隨著資訊科技與電腦網際網路的發達，全球化（Globalization）的趨勢愈加地被強化，世界各國政治、經濟、文化與社會等各方面的發展，已跨越國與國的界限，被緊密連結為牽一髮足以動全身的「世界體系」（World System）成為「地球村」。因此，網路咖啡也在全球化的趨勢下迅速蔓延開來。

談到網路咖啡在國外的發展現況，首先要瞭解在全世界一百四十二個國家中，雖都有網路咖啡這種複合式的經營模式，但因各國的文化背景或政經發展的不同，而有著截然相異的經營型態與發展特色。簡單來說，歐美地區的網路咖啡較偏重商業服務，而亞洲地區的網路咖啡較著重連線遊戲的提供，但是，細部看來，相鄰地區的不同國家也有一些差異值得探討。下面，將依歐美地區之英國、美國；亞洲地區之韓國、日本、大陸的先後次序來介紹網路咖啡在這些地區的發展狀況與特色。

資本主義興盛發達的歐美地區，一般的網路咖啡消費者著重於上網查資料，以及配合利用網路協助商務旅行之用。（張智超、虞孝成，2001：112）因為歐美商界早已習慣利用電腦存取處理客戶與產品資料，加上國際貿易與跨國企業的發達，頻繁了外出旅遊洽公的機會，攜帶筆記型電腦雖然可行，但卻會造成行李的負擔與增加遺失的風

險，此時與客戶或洽公對象直接約在網路咖啡見面，不但可邊談邊喝咖啡，必要時還可利用電腦或網路，直接處理或查詢資料。

在網咖發源地英國，如今的網咖已不似當年單純的個別存在。在倫敦，一股大型連鎖的市場競爭，導致上網價格愈趨低廉（林麗玲，2001：22），以全球最大網路咖啡連鎖店 Easy Everything 為例，在一九九九年首度以五百部電腦的雄厚實力在倫敦開幕，至今已開設有五家之多（張智超、虞孝成，2001：112-113）。而英國網路咖啡屋所提供的服務項目，除了傳統的網路業務使用外，電子商務與新興網路對戰遊戲也逐漸成為熱門的焦點。此外，英國網路咖啡屋在價格便宜的前提下（一小時只需約新台幣五十元），更標榜的是根源於其工業科技高度發展所賜的高品質服務；高性能的電腦與快捷穩定的傳輸網路一向是當地網路咖啡在競爭上最基本的要件。

在美國，網路咖啡在經過一陣熱潮後反而有逐漸走向衰退之勢，其原因林麗玲（2001：23）認為是受到美國廉價個人電腦、膝上型個人電腦<sup>8</sup>普及率大增，以及網際網路存取地點的多樣化所致。例如，傳統歐美網咖消費主要客群之一的商務旅行者，這幾年在美國拜資訊科技發達之賜，他們已不需上網咖，而可以直接在旅館房間、機場、車站等場所來檢閱電子郵件或瀏覽網際網路。（林麗玲 2001：24）不

---

<sup>8</sup> 膝上型個人電腦，在臺灣多稱為「筆記型電腦」或「Note Book」。

過，在二〇〇一年十二月的時候，來自英國的網路咖啡連鎖店 Easy Everything 仍在美國紐約時報廣場成立了全世界最大的網路咖啡店，面積廣達一萬八千三百平方英尺<sup>9</sup>，在兩層樓的空間中擺放了多達八百部的電腦（張智超、虞孝成，2001：113），表示其非常看好美國網路咖啡的前景。

朝著西方工業現代化國家為目標繼起直追的亞洲地區，由於民族特性與歷史文化背景的牽連，加上政治局勢與經濟主張的差異，形成多元而深具地方色彩的生活型態，導致亞洲國家在網路咖啡業的發展上成為看似相近實則有異的狀況。

在韓國，網路咖啡稱為 PC 房（PC Bang、PC Room 或 Game Room），原僅係賣飲料，後因民眾喜好一面喝飲料，一面娛樂，因而演變成目前的 PC 房，以供人上網查閱資料及打電腦遊戲等為主，反而不賣餐飲。<sup>10</sup>韓國網路咖啡的崛起，依據官振萱（2001：68-70）在天下雜誌上的說法，要追溯一九九七年底引爆的亞洲金融危機；在此次金融危機中，韓國受創極深，三星、大宇、現代等大型企業被迫分割與縮編，（彼得潘，2001：5）失業率大幅攀升，此時，剛由英國引進的網路咖啡成為大企業被裁員者的投資目標，並成為失業者上網找

---

<sup>9</sup> 參照陳世運（2002），網咖、寬頻網路、線上遊戲之共體關係，《資訊與電腦》，第 258 期，頁 10-14 之數據。

<sup>10</sup> 參考臺北市政府（2001），《臺北市政府所屬各機關因公出國報告書--馬市長率團考察亞洲三城市「馬來西亞吉隆坡、韓國漢城及日本福岡」出國報告書》、林麗玲（2001），《我國網路咖啡業競爭策略之研究》與虞孝成（2001），《網咖 連線遊戲 e 軍突起》之綜合說法。

工作或交朋友的生活重心，之後，隨著經濟的逐漸回溫，韓國政府決定扶植遊戲軟體開發為重點產業，網路咖啡就順勢轉成遊戲的大本營，並在一九九九年七月突破一萬多家，帶動了寬頻基礎建設與遊戲軟體產業的起飛，產值在一年內大幅成長百分之七十一，達一兆三千三百四十三億韓圓（約新台幣三百六十億元），而其帶動的週邊商機產值更在十倍以上。然而，網路咖啡在韓國也造成了一些社會問題，不過，為了杜絕問題的發生，韓國立法機關在八個月內就迅速修法通過相關法規，足見韓國政府對網路咖啡本身及其所帶來之經濟效益的重視程度。

在日本，由於其是設計製造並出售電視遊樂器（TV Game）軟硬體及專利代理權的大國，一般民眾對電腦遊戲（PC Game）或連線遊戲（On-line Game）並不熱衷也不熟悉（陳富添，2002：9），影響當地網咖業的發展速度。直到二〇〇一年十二月二日，日本的第一家網路咖啡才在東京涉谷開幕，且其投資成立也不來自日本當地的集團，而是由韓國的三星集團所投資。（張智超、虞孝成，2001：111）可見南韓對日本網路咖啡市場的看好與期待獲利的企圖心。

在中國大陸，網路咖啡被稱為「網吧」，自一九九七年開始興起，提供網路服務予外國人、留學生及當地年輕人使用（林麗玲，2001：24），近五年來更因為連線遊戲的盛行，而大行其道，但也造成了不

少社會問題。陳芝宇（2001/11/23）根據大陸官方公佈資料報導，大陸網吧一度曾經突破九萬四千多家，而透過網吧上網的人口數也高達四百五十二萬人。按照彼得潘（2001：9）的說法，大陸網吧一般的價格在每小時三元到五元人民幣（約新台幣十二元到二十元）之間來算，二〇〇一年產值為兩千五百萬元人民幣（約新台幣一億元），二〇〇二年上升至兩億五千萬元人民幣（約新台幣十億元），成長率高達百分之九百以上。

從網路咖啡在以上幾個地區的發展狀況來看，其朝向連鎖型態的經營方式以及形成跨國企業的投資趨勢，正印證了跨越國家界限的電腦、資訊與網際網路等科技，將加深、加快與加劇全球化在經濟、政治與文化等面向的腳步。而同為亞洲國家的中國大陸與臺灣目前所遭遇的網路咖啡社會問題，亦是先前韓國發展網路咖啡當時所曾遭遇的，如何以他國成功的經驗為借鏡，將網路咖啡的利處提到最高並將害處降到最低，正是各國政府主管當局要面對的課題。

### **參、網路咖啡在國內的發展狀況**

根據林麗玲（2001：25）與陳富添（2002：9）之說法，國內的網路咖啡於一九九五年由咖啡店業者引進，而臺北市的第一家網路咖啡屋也約略在當年下半年出現於臺灣大學校本部旁的公館商圈，頓時



間各種類似的經營型態，如網路紅茶、網路餐廳、網路漫畫屋等結合電腦網際網路的休閒事業在臺灣掀起一陣流行熱潮而風行一時；那時正是台灣網路風潮起步萌芽的階段，一般家庭電腦的上網速度還停留在 28.8k 或 33.6k，家庭電腦的普及率也不及今日。因此，當時網路咖啡屋的定位，主要是針對商務人士，提供他們一個可以即時上網的網路高速環境，或收發電子郵件、或瀏覽網頁吸收新知、或透過網路來與遠地的公司保持聯絡(羅淑貞，2000：120)，與現今主要以提供顧客連線遊戲的經營型態，在與內容上已有相當的不同。

張智超、虞孝成（2001：15-17）以及林麗玲（2001：25-27）依據臺灣網路咖啡的發展模式與經營型態，將台灣到目前為止的網咖分成三代。「第一代網路咖啡」約略始於一九九五年，是從傳統的咖啡店轉型而來，以香騰的咖啡、良好的氣氛，讓客戶在品嚐香醇的咖啡之餘還能連線上網，在當時對提昇咖啡店本身的競爭力頗有助益。不過在政府大力推動 NII（國家資訊基礎架構）與全民上網的政策下，加上家用電腦低價策略與 ISP 業者大幅出現的多重帶動下，提升了國內家庭電腦普及率與網際網路使用率，此時，網咖本身也面臨到了更多難以解決的軟硬體與犯罪問題（羅淑貞，2000：120），使得網路咖啡業一度沒落。直到一九九九年，隨著網路遊戲的盛行，以及寬頻申設費用的降低，終於使網路咖啡經營者有了發展的空間，此即為「第

二代網路咖啡」；它的特色是裝潢簡便，收費低廉，以及提供無限暢飲的廉價飲料，在電腦普及率較不高的中南部地區非常盛行，不過其互相削價惡性競爭，以及因為環境空間狹小與管理不善，成為經常令人詬病的地方。針對第二代網咖的良莠不齊，一些正派經營的業者遂希望將自己定位為「網路資訊休閒服務中心」，期望與傳統的電子遊戲業者劃清界線，而有自一九九九年後半年起的「第三代網路咖啡」<sup>11</sup>的出現。「第三代網路咖啡」在經營模式上以大型連鎖型態為主力，特色則是以網路連線遊戲為號召，提供寬敞舒適裝潢新穎的消費空間，多樣複合式之增值服務，並利用連鎖加盟的經營模式，以及與其他相關業者(遊戲軟體業者、網路寬頻業者等)結盟的互相合作方式，期望複製創業經驗與節省開店成本來增進競爭力，並藉由互取所需與互補不足來獲取更大的利潤與成長空間。

據一般報紙統計資料顯示(郭宗雄, 2001), 在二〇〇一年國內網路咖啡店約有三千家, 至二〇〇二年六月中, 依據網咖協會統計資料顯示, 在連鎖加盟體系穩定成長的情況下, 全國網咖大約有四千五百家左右(黃仁謙, 2002)。以臺灣目前經濟發展漸趨緩慢的情況來看, 網路咖啡在這段時間成長茁壯的傑出表現, 使得商業界對其前景頗為

---

<sup>11</sup>對於國內網咖的發展模式與經營型態一般研究大都只分成兩代或兩階段, 如: 陳玉雯(2001: 26-29)及羅淑貞(2000: 120-122+124)等之主張, 但為能更清楚分析決採張智超、虞孝成(2001: 15-16)及林麗玲(2001: 25-27)之三代說法。

看好。不過，在臺灣網路咖啡除了帶來一些經濟上的利益外，亦如同過去的韓國或今日的中國大陸，帶來了許多各式各樣的社會問題，使得政府深受輿論的壓力，多次舉辦公聽會或出國考察，以獲取更多面向的意見與成功的經驗，期望在政治法律方面有所突破與建置，能兼顧網路咖啡產業發展與社會秩序。有關網路咖相關法律部分的探討，因內容牽涉較為複雜與重要，將於下一部份再做進一步深入的討論。

此外，正如以上所述，對於一九九九年之後興起的網咖而言，網路連線遊戲的風行是一個非常重要的關鍵，因此，為瞭解國內網咖發展狀況，也需對這些遊戲的特徵與狀況有所瞭解。網路遊戲起源約在一九七〇年代（李恩東，1998：41），經過長期的發展演變，目前國內線上遊戲大致上可分為三大類<sup>12</sup>，簡要介紹如下：

第一大類為「網站遊戲」（Web Game）：是一種以網站架設方式來呈現的大眾化遊戲，通常為較簡單的橋牌、麻將、象棋、圍棋等，網際網路上的使用者可經由免費上網註冊取得帳號後，直接透過瀏覽器（Browser）上網玩遊戲。「網站遊戲」的特色在使用者來說是使用方便與不受時空限制，故較易吸引上班族在中午休息時間與深夜使用；在提供者來說則有進入障礙低與收費不易之情況，故其目前的收入只是靠單純地作為入口網站來收取刊登廣告的費用，不具發展空間

---

<sup>12</sup>本分類參考張智超、虞孝成（2001），《網咖——連線遊戲e軍突起》，臺北：聯經初版事業，頁42-47。

與實力。提供此類遊戲之網站主要有：「宏碁戲谷」、「新浪遊戲」、「線上遊戲站」與「G 遊網」等。

第二大類為「網路遊戲」( Network Game )：一般稱之為「網路即時戰略遊戲」，提供特定人數(通常為四至八人)做回合制之即時戰略連線遊戲，除了可以一同合作與電腦對戰，亦可分成二、四至八人一組地捉對互相對打，其特性是在使用者來說為講究團隊默契與合力作戰，故易吸引年齡相近之同儕朋友團體來一同參與；在提供者來說其有特定明顯之達成目標、節奏明快與時間限制等性質，特別適合辦理電玩高手選拔賽。此類遊戲較著名的有：「戰慄時空之絕對武力」( Half-Life : Counter-Strike ，也就是一般玩家俗稱的 CS )、「世紀帝國之征服者入侵」、「星海爭霸」與「紅色警戒」等。

第三大類為「連線遊戲」( Online Game )：一般稱之為「千人網路連線遊戲」，遊戲代理廠商的一台伺服器可同時容納千人連線上網，多屬於多人角色扮演的遊戲。此類遊戲多半有故事或劇情，玩家可依自己喜好挑選自己所要扮演的角色，進而從事一些任務，以提升自身的經驗值、等級或賺取金錢與物品，因此玩家在遊戲中，可以如同真實人生般的聊天、交友、結婚等，亦可互相組成國家或結為血盟等團隊，進而發展出虛擬的社會行為模式，互相幫助、贈與物品貨幣、服從領導者等。對廠商來說，此類遊戲的特性來自於使用者進入伺服

器要註冊身分，因此能方便依據使用者使用的時數或包月制來收費，開發成功的遊戲其會員動輒幾十萬人，長期以來獲利驚人。此類遊戲較著名的有：「天堂」、「石器時代」、「金庸群俠傳」與「龍族」等。

以上三類遊戲在網路上的需求差異，第一類及第三類只要讓電腦連上網際網路即可，故適合一般上班族或家庭較基本的電腦與網路設備，但第二類為了要與其他電腦連線作戰，必須藉由較複雜的區域網路的架設，一般個人或家庭皆很難做到，因此較方便的方法就是上網咖。

因此，若依國內統計數據上的顯示<sup>13</sup>青少年上網咖以玩遊戲為主的事實看來，第一類「網站遊戲」並不是青少年上網咖的主要目標；第二類「網路遊戲」因為在硬體上對一般家庭來說通常是無法應付的，加上此遊戲要朋友一群才會更好玩，故青少年為此呼朋引伴一起上網咖的情況就因此而產生了；第三大類為「連線遊戲」，其在硬體上的需求較不明顯，但其許多符合人性需要或弱點的設計非常容易使人入迷，導致長期花費大量時間與金錢的狀況，而有些青少年更是為此入迷到獨自一人在家或在網路咖啡不分晝夜地玩而終於走向輟學的地步。此外，因為第三類遊戲具有一旦開發成功就能獲利驚人的特

---

<sup>13</sup> 根據向陽基金會，2001「e世代青少年網咖經驗調查報告」之數據。

性，使得商人趨之若鶩，不斷地以強大的商業包裝與推陳出新的廣告促銷，因此，其挾帶而來的後遺症的是我們臺灣不可不謹慎防範的。

#### **肆、臺北市與南韓網咖相關法律之探討與比較**

依照先前對國內外網路咖啡發展現況的分析與探討，可知歐美地區的網咖較偏重商業服務，且基於資本主義的傳統，對於一般商業或企業界通常採取自由放任的政策，故至今大部分國家並無特別針對網咖管理而制定的專法。

而亞洲地區的網咖經營型態較偏重網路連線遊戲的提供，較易導致網路成癮相關身心或犯罪問題，因此其政府或快或慢都有意針對網路咖啡來訂定一套專用的法律。

目前亞洲地區針對網路咖啡已立法成功成為典範的首推南韓，繼而為我國臺北市所通過的「臺北市資訊休閒服務業管理自治條例」，而大陸地區雖也於二〇一〇年十一月十五日起實施「互聯網上網服務營業場所管理條例」，但因其國情及政治制度與我國相距較遠，探討起來較不具意義；此外，目前我國立法院中雖也有許多網路咖啡管理條例草案的版本，但因還未形成共識也還未通過，故下面只針對臺北市與南韓之網咖相關法律做探討與比較。

臺北市資訊休閒服務業管理自治條例是國內第一套針對網路咖啡而定的專屬法律，內容包含甚廣，但因其屬於地方的自制條例，所以內容不能違背國內其他相關之法律，只能針對國內相關法律（如：公司法、商業登記法、著作權法、菸害防治法、社會秩序維護法、少年福利法、兒童及少年性交易防治條例、性侵害犯罪防治法等）之不足部分加以規定；而南韓針對網路咖啡訂定的專法主要為「音錄法」（Sound Records, Video Products, and Game Software Act），其他相關規定則分別存在於建築法、學校保健法、消防法、電氣事業法、大統領令等。

表 2-2-1 為臺北市與南韓有關網咖法律規定的比較，可看出雖然在小細節處有些許的差異，如：臺北市原則是禁止未滿十八歲之人於特定時間進入網咖，且全面禁止未滿十五歲之人進入網咖，但有父母或監護人陪同者，不在此限；而南韓則是禁止未滿十八歲之人於特定時間進入網咖，但由父母出具同意書者，不在此限。但在整體走向上，如：保護兒童及青少年、防治賭博與色情、防治菸害、重視學校教育週邊環境等良好理念上仍是有志一同的。

表 2-2-1 臺北市與南韓網咖法律規定比較表

項目	臺北市	南韓	比較
主管機關	市政府建設局	文化觀光部	都須依規定登記
電腦遊戲軟體分級	分為「普遍級」與「限制級」二級	分為「一般均可使用」及「滿十八歲可使用」二級	都分為二級，但南韓有「影像物等級委員會」負責審查
年齡與時間之限制	禁止未滿十五歲之人進入網咖，但有父母或監護人陪同者，不在此限。禁止未滿十八歲之人於週一至週五上午八時至下午六時或夜間十時至翌日八時或週六、例假日夜間十時至翌日八時進入網咖。	禁止未滿十八歲之人於晚上十時至翌日上午九時出入網咖，白天上課時間由教育單位及學校負責管理，對於夜校生，並無另外規定。未滿十八歲之人，由父母出具同意書者，不在此限。	都有相關限制規定，但在細節處稍有不同。
設置地點之限制	應臨接寬度八公尺以上道路，並應距離高中、高職、國中、國小二百公尺以上。	學校保健法規定距離高中職以下學校五十公尺為絕對淨化區；五十至二百公尺為相對淨化區，須經週邊學校家長社區代表所組成隻學校環境衛生淨化委員會之審查同意，始可設置。	都有相關限制規定，但南韓分的方式較複雜。
防賭與色情之規定	營業場所應設置防賭、防色伺服器或相關之電腦軟硬體設備，及現場錄影監視設備。電腦內應設有儲存瀏覽網頁之歷史紀錄檔裝置。	業者須裝置遠端監視器，連接至附近警察單位，及裝設切斷色情資訊的軟體程式或裝置。	都有請業者裝設防賭與色情設備之規定，但設備方法上不完全相同。
菸害防治之規定	明定網咖內不得吸煙並應設置明顯之禁止標示。	規定營業場所分為吸煙區與非吸煙區	規定不太一樣。

資料來源：研究生整理



## 伍、小結

網路咖啡之所以會崛起與興盛，根源於現代科技的進步與人性的需求，依照上文對國內外網咖發展現況的分析與探討，可知亞洲地區與國內現今的網路咖啡較著重連線遊戲的提供，而連線遊戲其設計因符合人性需求特別容易使人沉迷，因此，對於自制力較弱的人而言將造成時間金錢上的紊亂，特別是身心皆逢重要發展階段的青少年，更易影響到其求學、人際、價值觀等在青少年時期非常重要的發展任務與課題，因此亞洲各國在面對網咖所帶來的社會問題與經濟利益時，訂定所有相關的法律就成了考驗政府智慧的一道難題。

值得一提的是，南韓為了扶植遊戲產業成為具國際競爭力及重要的出口產業，先後設置了「韓國電子遊戲綜合支援中心（Korea game promotion center 簡稱 KGPC）」及「遊戲學園」（The Game Academy），帶動了韓國網咖及軟體週邊產業，使得南韓的經濟進展神速，這似乎是經濟景氣越趨低迷的我國該借鏡的地方。

不過，遊戲的迷人與網咖的方便確實易使人上癮沉迷流連忘返，因此，如何讓網路咖啡成為良好的休閒教育場所帶動國內產業與經濟而不至於犧牲我們青少年的身心健康？這是政府要用智慧與魄力去解決的問題。如何讓青少年能利用網路咖啡滿足自我實現的需求而不至於妨害青少年發展任務？這是本研究在獲得青少年網咖消費

動機與消費行為的真實狀況後還要繼續努力的方向。

### 第三節 消費動機與消費行為之探討

本節所要探討的是有關消費動機與消費行為，首先由動機的意義、種類與相關理論談起，繼而分析行為的意義、種類及相關理論；最後探討消費動機與消費行為的理論與解釋，期望能建立青少年網咖消費模型作為本研究的基礎。

#### 壹、動機的意義、種類及相關理論

動機的意義，依據張春興（1991：417）在張氏心理學辭典中的解釋，動機（motivation 或 motive）指的是「引起個體活動，維持已引起的活動，並促使使該活動朝向某一目標進行的一種內在歷程」；消費行為學者 Brain Mullen 與 Craig Johnson（1996：133）認為：「動機是指個體內在的一種緊張狀態，它促發、維持並引導個體的行為朝向某些目標」，而林靈宏（1995：206）則認為：「動機是一種促使人們採取某種行動，以滿足某種需求的內在力量」。

由於動機是一種個體內在歷程與力量，使人很難透過直接觀察來了解它，除了透過個體當時所處情境及其行為表現來推理與解釋外，人們對它的知覺狀況，依林建煌（2002：194）的看法認為：在「意識層次」（Conscious Level）的動機人們能清楚地知道它的存在；而在「前意識層次」（Preconscious Level）的動機若經過指出或列舉可

提升至意識層次；但在「潛意識層次」( Unconscious Level ) 的動機因深埋於人們內心深處只有透過特殊精神分析才能夠將其發掘。

關於動機的種類，下面將依「生理性動機」與「心理性動機」約略分為兩大類作為區分：

#### 一、「生理性動機」：

所謂的「生理性動機」係指以生理變化為基礎的一切動機，此類動機常被稱為「驅力」( drive )。此類的動機中有四種是人類共有的分別為：「饑驅力」、「渴驅力」、「性驅力」與「母性驅力」。

#### 二、「心理性動機」：

所謂的「心理性動機」係指一切非以生理變化所形成的需要為基礎的動機而言(張春興，1994：417)，且依其所具原始性及所含社會性意義的程度多寡不同，可細分為兩個層次。第一個層次的心理性動機，雖已超越了生理基礎的限制，但仍富含原始性，不含社會性的意義，包括人性較原始的三種驅力：好奇、探索與操弄或一起合稱為「好奇動機」( curiosity motive )。第二個層次完全是經由後天的學習獲得的，而且都與他人有關，具有明顯的社會性意義，包括人類特有的「成就動機」( achievement motive ) 與「親合動機」( affiliation motive )。

屬於心理性動機第一個層次的「好奇動機」指的是：「個體由於

外在的刺激而產生對新奇事物的注意、探索與操弄行為的內在動力」；雖然此種動機和前面所談之生理性動機都源自於人類與生俱來的原始驅力 (drive)，但是它們最大的不同在於飢渴性驅力的產生是由於內在的需要 (need)，而好奇動機卻是由於「外部的刺激」而產生的。

屬於心理性動機第二個層次的「成就動機」指的是：「個人對自己認為重要或有價值的工作，不但願意去做，而且力求達到完美地步的一種內在的心理歷程」(張春興，1994：419)；而所謂的成就，是一種相對的，與別人或一特定標準比較所得的結果，是在社會中與別人交往時學習而來的。

而亦屬於心理性動機第二個層次的「親合動機」指的是：「想要與人親近的內在動力」，此亦需透過個人在社會中經驗學習而來；而親合動機的滿足，會使人覺得有安全感，反之、人若無法求得親合動機的滿足，則會有孤獨寂寞而有焦慮不安的感覺。

為使本研究之動機的類別與內容屬性有更清楚的依據，研究生綜合以上所述，將以上各種動機稍作整理分析如表 2-3-1 所示。

表 2-3-1 動機的類別與內容屬性表

區分類別	生理性動機				心理性動機		
動機種類	饑驅力	渴驅力	性驅力	母性驅力	好奇動機	成就動機	親合動機
出自於生理需求							
屬於原始性動機							
經由學習而來							
屬於社會性動機							

資料來源：研究生整理

有關動機的相關理論，早期是以佛洛伊德的心理分析論為主，認為人類一切的行為導源於「性」與「攻擊」兩種本能的衝動，並以潛意識動機來解釋人的行為（張春興，1994：423）；之後，行為論者採取刺激反應的聯結，以及制約學習歷程中的增強、消弱、類化等原理，來解釋人類動機來自於學習，並經學習歷程因使動機隨個體的成長而越趨分化與複雜（張春興，1994：425）；但因前述兩種對動機的解釋理論都偏於個體基本需要與生理上的動機，故認知論主張有另一類動機是個體自己所了解的，且個體的行為會依其事先的設想與計劃向預定的目標進行，如預期價值論即可用來解釋此類具有長程目標行為之動機（張春興，1994：426）；而人本主義心理學家馬斯洛（Abraham Maslow, 1896-1980）所提出的「需求層次論」，則持一種整體的看法，

認為人類的各種動機是彼此相關連的，各種動機間關係的變化與個體生長發展的社會環境具有密切的關係（張春興，1994：430）。

馬斯洛亦認為，所有人類所有行為皆由「需求」( need )所引起，而需求有高低之分，當較低層次的需求獲得滿足時，較高一層次的需求將隨之而生。（張春興，1994：430）他將人類的需求由低而高分為八個層次，如圖 2-3-1 所示<sup>14</sup>。（葉郁菁，2002：288）

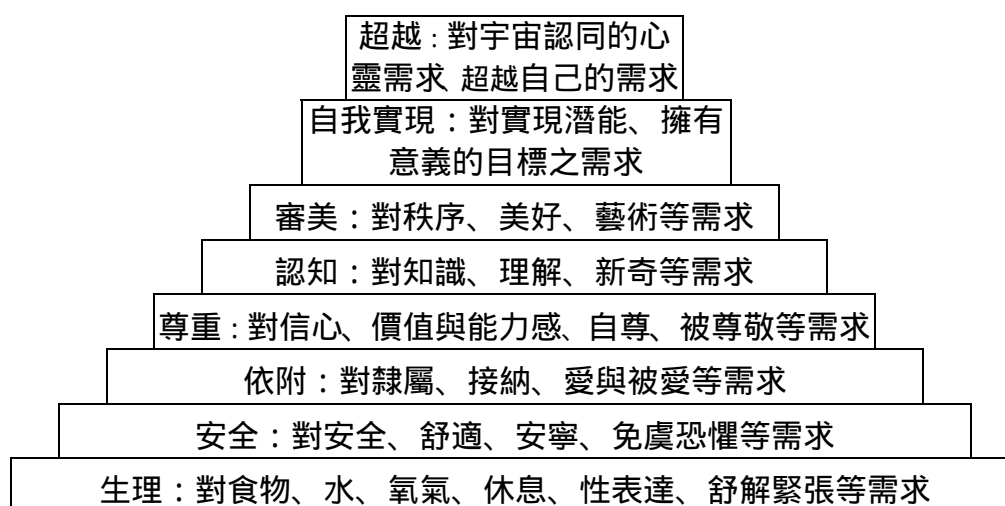


圖 2-3-1 馬斯洛的人類需求層次關係圖

資料來源：葉郁菁，2002：288

此理論充分解釋了來自於生理需求的「生理性動機」、來自於安全及依附需求的「親合動機」、來自於尊重、認知、審美、自我實現與超越需求的「好奇動機」與「成就動機」等，是當前動機理論中最

<sup>14</sup> 馬斯洛在 1954 年提出生理、安全、愛與隸屬、尊重及自我實現等五項需求，至 1970 年則增添為八項需求。

完整成熟的，因此亦常被其他社會科學或消費心理學等借用來解釋人類的許多行為。

## 貳、行為的意義、種類及相關理論

行為的意義，依據張春興（1991：79）在張氏心理學辭典中的看法，認為行為（behavior）是心理學中最重要的一個名詞，但也是最難界定的一個名詞。根據不同的論點，行為一詞大致有四種不同的涵義：

- 一、傳統行為論者將行為界定為「可以觀察的測量的外顯反應或活動」；內隱性的心理結構、意識歷程以及記憶、心像等，均不視為心理學研究的行為。
- 二、新行為論者將行為的定義放寬，「除可觀察測量的外顯行為之外，也包括內隱性的意識歷程」；因而中間變項、中介歷程、假設構念等概念均在考慮之內。
- 三、認知論者將行為視為「心理表徵的歷程」，對外顯而可以觀察測量的行為反而不太重視；其所研究者集中在注意、概念、訊息處理、記憶、問題索解、語言獲得等複雜的心理歷程。
- 四、如不加另外的限制詞，行為一詞在心理學上的廣義用法，已包括「內在的、外顯的、意識的與潛意識的一切活動」。



沙依仁(1983:1)認為:「行為是個體面對環境所做的反應。……狹義的行為是指能被觀察到的一切外在的活動。而廣義的行為除上述外,尚包括間接推知的內在心理歷程,包括意識歷程及潛意識歷程。」

因此,依目前在心理學上或其他相關社會科學之習慣,通常以廣義用法最為常見,因此,我們可將行為的種類約略區分為:

一、「內在的、有意識的行為」:包括人可意識到的知覺、記憶、運算、或思考等內在歷程;本章第一節曾提及的在「意識層次」的動機與經過指出或列舉可提升至意識層次的「前意識層次」的動機,即屬此種。

二、「內在的、潛意識的行為」:即人不易覺察的潛意識內在心理歷程;本研究先前所提及的「潛意識層次」的動機,即屬此種。因此種深埋於人們內心深處的潛意識行為,只有透過特殊精神分析才能夠將其發掘,故本研究暫不針對此部份做深入研究。

三、「外顯的、有意識的行為」:即外顯的且人可清楚意識理解的行為,包括人類許多理性的選擇行為,如本研究欲探討的消費行為,即屬此種。

四、「外顯的、潛意識的行為」:包括許多經防衛機制作用後的行為,如一般網咖研究喜歡探討的網路成癮行為;此部份因牽涉複雜,故本研究也暫不針對此部份做深入研究。

有關行為的相關理論，基於「心理學是研究行為的科學」(張春興，1994：)的界說，以及目前對行為一詞採廣義用法的習慣，所以其所牽涉的理論層面相當之多，下面將針對與本研究較相關的一些行為理論作探討。

早期行為論認為個體的行為可透過刺激 (stimulus，常以大寫字母 S 來表示) 與反應 (response，常以大寫字母 R 來表示) 之間的聯結而習得，如古典制約、操作制約的實驗與主張，都採取 S-R 聯合論的觀點，強調經由增強因素的介入與練習而形成習慣。由簡單動作反應到較複雜的行為表現 (陳榮華，2002：64)；之後，逐漸重視內隱思想歷程對於行為的影響，認為個體 (individual，或有機體 organism，常以大寫字母 O 來表示) 內在的認知才是使行為持續與內化的主因 (張世慧，2001：56)，因此改採 S-O-R 的公式來解釋人的行為與反應；至班都拉的社會學習理論則採綜合論點，認為個體既不單純受驅於內部力量，也不全然受制於外界壓力 (陳榮華，2002：74)，而提出  $B = f(P, E)$  的公式 (B 是行為，P 是個人的認知狀態，E 是環境)，即認為行為是個人與環境交互作用的結果 (李惠加，1999：34)，此種兼顧內在個人認知狀態與外在環境因素對人行為的影響的論點，在解釋消費者行為時將更為完整與清晰。

## 參、消費動機與消費行為之探討

所謂消費動機 ( consumer motivation ) 指的就是消費者的動機，即人類為滿足生活需求，而在內心深處產生一種動力，促使個體朝向從事經濟行為或活動的一種內在歷程。大部分消費行為學者與心理學家在探討到有關消費動機的時候，都以美國人本主義心理學家馬斯洛的「需求層次論」作為解釋的理論根據，因為此理論正如前文所述是目前最完整而成熟的。

此外，黎溫 ( Kurt Lewin ) 發現消費者的動機有正有負，正向的動機使我們趨向 ( Approach ) 某種行為或事物，負向的動機則會使我們規避 ( Avoid ) 某種行為或事物，因此動機衝突 ( Motivational Conflicts ) 會有三種類型：一是「取捨衝突」( approach-approach )，就是滿足某一個動機必須放棄另外一個動機的情形；二是「正負結果衝突」( approach-avoidance )，就是為了正向動機去消費後可能帶來負向結果的衝突情形；三是「兩害衝突」( avoidance-avoidance )，指的是消費者面臨兩種皆不想要的選擇情況。<sup>15</sup>

當一個人遭遇「取捨衝突」時，我們可以依馬斯洛的需求層次論來理解他最後所做的決定，例如：一般青少年通常在生理與安全需求上不虞匱乏，因此他可以節省下他的早餐或午餐的費用而與同學相約

---

<sup>15</sup> 參考林建煌 ( 2002 : 194-196 ) 及榮泰生 ( 2000 : 186-187 ) 之說法。

去網咖，以追求更高層次的與同儕的愛與隸屬的需求。但黎溫的消費動機理論更可解釋許多消費的實際狀況。例如：青少年受到好奇動機的驅使想到網咖去消費，但又怕被父母罵有損其與家人的親合動機，產生了「正負結果衝突」的情況；或因朋友的邀約面臨去的話可能會被父母罵有損其與家人的親合動機，不去的話亦可能有損於其與同儕朋友的親合動機，造成了「兩害衝突」難以抉擇的情況。

而消費行為 ( consumer behavior )，在經濟學上指的是「人類為了滿足欲望需求直接從事的行為」<sup>16</sup>，而且此行為是一個持續的過程，不單只是消費者得到產品或服務的過程，還包括其購買前和購買後的行為及反應等。(吳俊彥，2001：3)

許多年來消費行為研究者都試圖能找出一種可以合理解釋消費行為的模式，他們將許多影響消費行為的因素列出，繪製成各式各樣的模型。

鄭伯壘(1998：42)以源自心理學的刺激與反應來解釋消費行為，他將中介變項(個人)稱為黑箱，認為是個體決定消費行為的關鍵，而其名為黑箱即代表其非外顯的特質，使人難以探察，只能以反應行為回去推測個人的心理活動(虛線部分)，如圖 2-3-2。

---

<sup>16</sup> 參考張清溪、許嘉棟、劉鶯釧、吳聰敏(1991)及李文福、吳惠林、邊裕淵(2002)對消費行為之定義。

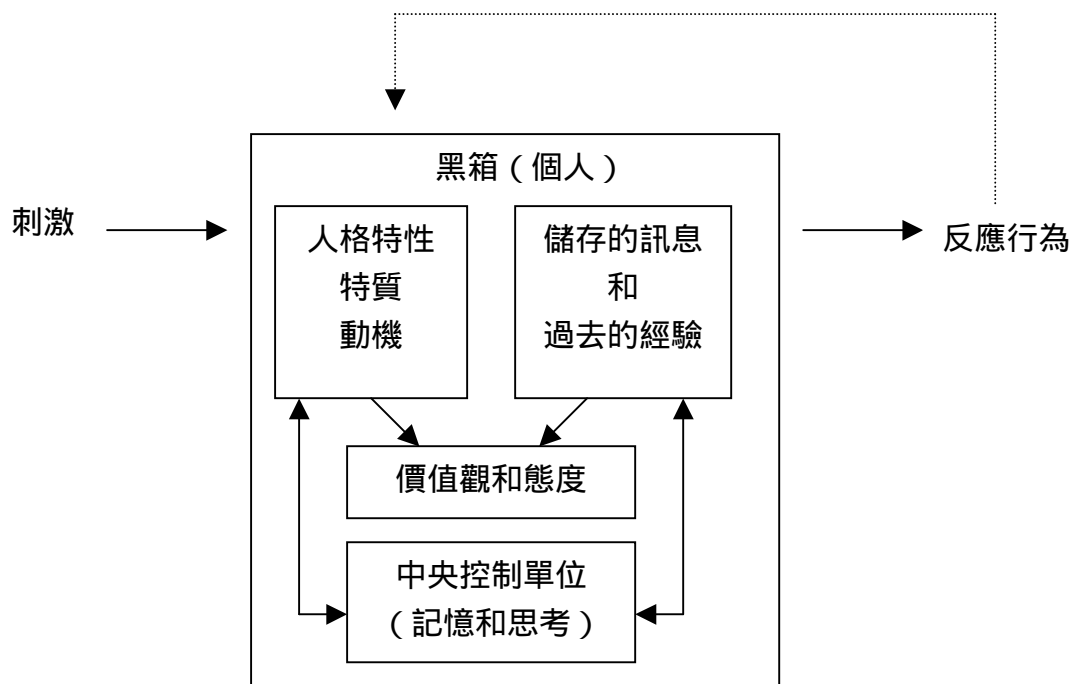


圖 2-3-2 黑箱模型<sup>17</sup>

資料來源：鄭伯壘編譯（1998），《消費者心理學》，臺北：文笙書局。頁 42。

Brain Mullen 和 Craig Johnson (1996: 2) 將內在歷程區分於內，而將社會及文化背景區分於外，來解釋消費者行為的一般模式，如圖 2-3-3。不過，無論何種消費行為模式理論，皆無法排除外在刺激情境、心理內在歷程與背景經驗等因素對消費行為之影響。

<sup>17</sup> 為使原模型能更簡明扼要，研究生將鄭伯壘「黑箱模型」與「中央控制單 為各心理元素間的關係」兩圖合成本圖。

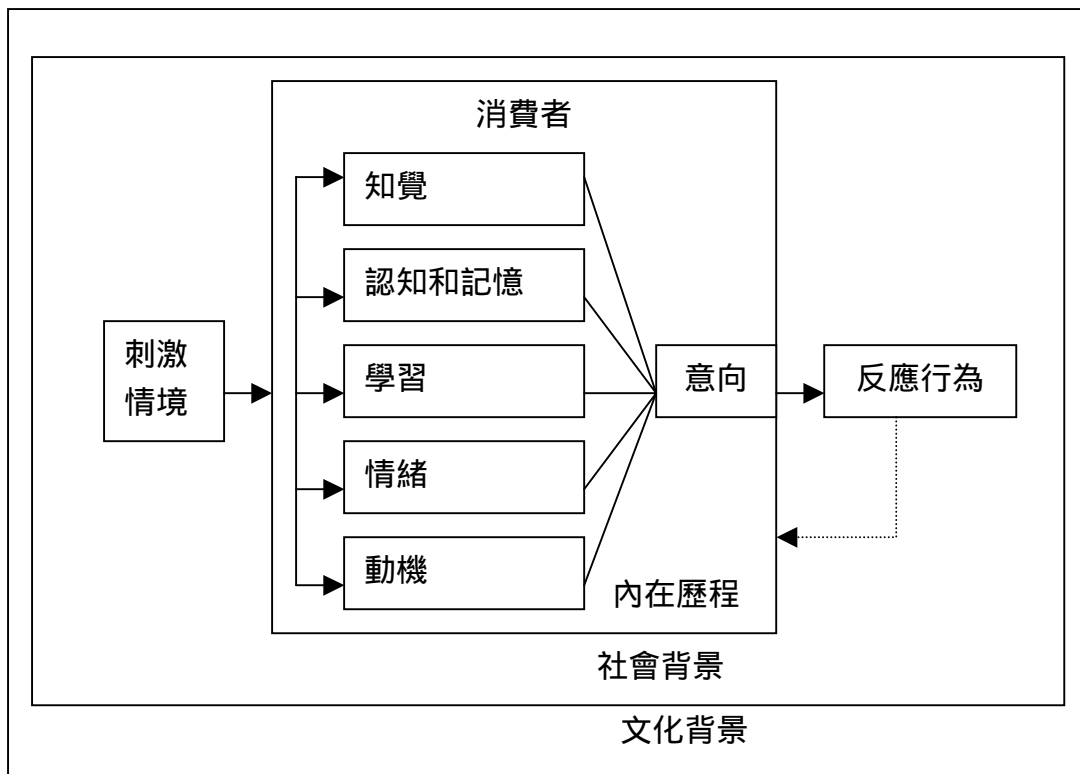


圖 2-3-3 消費者行為的一般模式

資料來源：Brain Mullen、Craig Johnson 原著，游恆山譯（1996），  
《消費者行為心理學》，臺北：五南圖書出版有限公司。頁 2。

因此，正如林靈宏（1995：12）所言：「沒有任何單一的理論或研究可以完全解釋消費者行為……消費者行為受到許多因素的影響，須以跨領域的方法來研究。」下面將影響消費行為的因素約略分成「內部影響因素」與「外部影響因素」兩部分來分析：

一、「內部影響因素」：所謂內部影響因素所指的即是可能影響消費行為的種種個人內在心理歷程。榮泰生（2000：119-218）認為「價值觀與態度」、「知覺」、「動機、個性、情緒與自我觀念」與「個人問題解決風格」為其全部內容；吳彥俊（2001：67-72）則認

為「動機」、「認知」、「態度」與「學習」是影響消費行為的關鍵心理因素；林建煌（2002：35-244）雖不以內外部之方法來區分影響消費行為的因素，但亦強調「知覺」、「學習」、「動機」、「態度」、「價值」與「人格特性」影響消費行為的重要性；Brain Mullen 與 Craig Johnson（1996：15-166）將重點放在「知覺」、「認知和記憶」、「認知與說服」、「學習」、「情緒」、「動機」與「意向與行為」這幾方面；Roger D. Blackwell、Paul W. Miniard 與 James F. Engel（2001：164-243）則多方面考慮「人格」、「價值觀」、「動機」、「知識」、「意圖」、「態度」、「信念」與「情感」在個人內部層面對消費行為的影響。由上述各種論點可歸納出，消費行為學家或消費心理學家對內部影響因素的內容主張非常之多，但有共識及一致提到的內部影響因素只有「動機」這一項，顯示「動機」在內部影響因素中擁有無法取代的地位與重要性；因此本研究在內部影響因素方面將省略其他較無共識部分，只針對本研究要探索的重點——「動機」做進一步的訪談與問卷分析。

二、「外部影響因素」：所謂外部影響因素所指的即是可能影響消費行為的種種外在情境、環境或背景。榮泰生（2000：33-118）認為「文化與社會階層」、「團體與家計單位」與「團體溝通」為其全部內容；吳彥俊（2001：29-64）則認為「文化」、「次文化」、「社

會階層」、「家庭」與「參考群體」是影響消費行為的外部關鍵；林建煌（2002：261-414）重視「文化」、「參考群體」、「家庭」、「社會階級」、「情境因素」與「行銷」對消費行為的影響；Brain Mullen 與 Craig Johnson（1996：181-235）將重點放在「社會背景」、「文化背景」與「銷售互動」上；Roger D. Blackwell、Paul W. Miniard 與 James F. Engel（2001：249）則細分「文化」、「種族」、「社會階層」、「家庭」、「家計單位」、「參考群體」、「廣告行銷」與「創新擴散」等因素在外部層面對消費行為的影響。由上可知，對於外部影響因素的主張大致圍繞著社會、文化、家庭、參考群體等「個體背景因素」，以及情境因素、廣告行銷與創新擴散等「外在環境因素」兩大部分。

綜觀上述有關消費動機與消費行為的理論與解釋，雖說消費動機與影響消費行為的各種內外因素的複雜度，難以用任何單一的理論來解釋或研究，但因為無論何種消費行為模式理論，皆無法排除「外在環境因素」與「個人背景因素」，以及內在歷程的「消費動機因素」對消費行為產生之影響，因此研究生特別針對本研究之需要簡化內部因素、統整分析外部因素而提出圖 2-3-4 的青少年網咖消費模型，作為接下來研究的基礎。



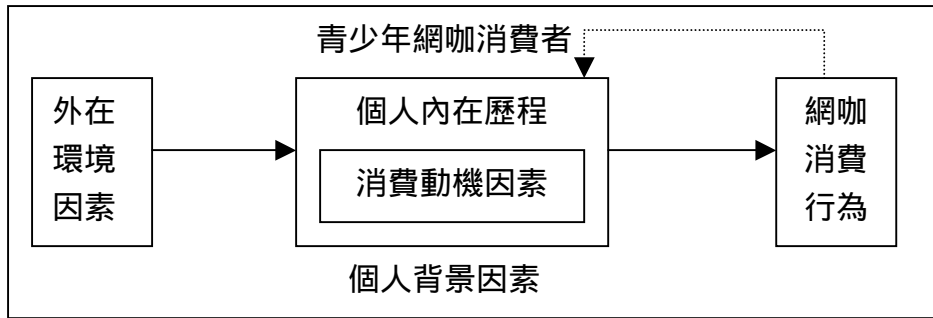


圖 2-3-4 青少年網咖消費模型

資料來源：研究生整理

## 肆、小結

其實，屬於人類內在心理歷程的動機，本來就難以從外顯行為來觀察，加上動機種類的難以區分，產生本研究在探究青少年網路咖啡消費動機的種種困難，除了潛意識層次的動機，包括佛洛伊德所主張的一些來自性驅力、求生等本能之動機，個體本身原就不太能察覺，非心理分析之專業人士根本難以探測到外，有些動機（如：生理性動機之饑、渴驅力）在焦點團體中與一般文獻裡較不明顯，因此，本研究只針對「好奇動機」、「成就動機」、「親合動機」三種有可能影響青少年網咖消費的動機做探討與分析。

此外，依照本研究所提出的青少年網咖消費模型可看出除內在歷程的消費動機因素，外在環境因素與個體背景因素皆會影響消費行為，因此我們無法從外顯的消費行為來推測青少年到網咖消費的動機，故觀察法的應用並無法獲得本研究所需要之線索，運用設計過的

問卷與訪談以各種角度去切入問題核心,才是有可能獲得青少年網路咖啡消費動機與消費行為真正面目的契機。

## 第四節 國內青少年網路咖啡消費動機 與消費行為之探討

本節要探討的是國內青少年網路咖啡消費動機與消費行為。透過國內近幾年來相關論文與調查的研究資料與重要數據，來分析青少年網路咖啡消費行為與消費動機之現況，以及其對青少年身心之影響。

### 壹、國內青少年網路咖啡消費動機

依據向陽基金會(2001)(以全國各縣市青少年抽樣)所公佈之「e世代青少年網咖經驗調查報告」調查數據所示，吸引青少年上網咖的原因，最主要的有三個，依次為「玩線上遊戲」(55.8%)、「上網聊天」(23.1%)及「找資料」(8.9%)。但若將男女分別來計，則順序與百分比都有明顯之不同。男生上網咖原因依次為「玩線上遊戲」(75.3%)、「上網聊天」(9.4%)及「找資料」(4.7%);女生上網咖原因依次為「上網聊天」(52.4%)、「找資料」(17.8%)及「玩線上遊戲」(14.3%)。

許靜尹(2001:66)之「國中生網咖消費行為與其相關問題之探討—以屏東縣為例」論文，以屏東縣國中生為樣本，將網路咖啡消費之動機分為「休閒取向動機」與「拓展人際關係取向動機」兩大類來分析，並以量表形式來計算，發現「拓展人際關係取向動機」的得分

多於「休閒取向動機」，但網咖消費動機總分的每題平均數皆未高於中間值，表示整體而言，曾經上網路咖啡的國中生並沒有強烈的網路咖啡消費動機，他們只是因為想上網咖就去網咖了。此外，許靜尹（2001：67）也發現不同性別在網路咖啡消費動機上的差異：男生在「休閒取向動機」上的得分明顯高於女生，且達到顯著差異；而在網路咖啡消費動機的總分上男生的得分也是明顯高於女生，表示男生上網咖通常是懷有明確的動機與目的。

魏麗香（2002：65）在「青少年沉迷網咖之經驗及其影響之研究——一位學校老師對學生網咖經驗之初探」論文中，將青少年沉迷網路咖啡的個人動機分為「休閒無聊感」、「消遣娛樂」、「社交性」、「自我肯定」與「工具性」五類；並歸納影響青少年沉迷網咖相關因素分為「家庭因素」、「同儕因素」、「學校因素」與「網咖環境因素」四類。其分類細節方式雖與本研究之問卷工具不盡相同，但其廣度與包含之層面與本研究之問卷工具多所相似；如其「消遣娛樂」動機與本研究之「好奇動機」相同、「社交」動機與本研究之「親合動機」相通、「自我肯定」動機與「成就動機」相似、「家庭、同儕、學校因素」在本研究之「個人背景因素」中、「網咖環境因素」在本研究之「外在環境因素」中。

由上可知，有關國內青少年網路咖啡消費動機的研究設計與數

據，已從早期較籠統的吸引上網咖原因，進步到較心理層面的內在消費動機探索，並且越分越細，越探索越深，以求掌握不同族群在消費動機上之差異與原因。

## 貳、國內青少年網路咖啡消費行為

依據向陽基金會（2001）之「e 世代青少年網咖經驗調查報告」調查數據所示，50.9 % 的青少年有到網路咖啡消費的經驗，但以男女生分別來計算，64.3 % 的男生有到網路咖啡消費的經驗，而只有 35.5 % 的女生有到網路咖啡消費的經驗。而根據許靜尹（2001：62）的研究，64.7 % 的國中生曾去過網咖，且其亦發現曾去過網咖的男生比例（75.3 %）比曾去過網咖的女生比例（53.9 %）多。

在消費頻率方面，依向陽基金會的數據所示（2001），14.6 % 的青少年只去過一次網咖、40.6 % 的青少年曾經去過二、三次、17.7 % 的青少年平均每週去一次、13.4 % 的青少年平均每週去二、三次、14.3 % 的青少年平均每週去超過三次以上。許靜尹的調查（2001：78）發現，55.9 % 的國中生每週平均消費次數少於一次、30.4 % 的國中生每週平均消費一至三次、13.8 % 的國中生每週平均消費超過三次。王沛清的調查（2002：74）則發現，37.0 % 的國中生只去過幾次、33.2 % 的國中生偶而去一次、16.6 % 的國中生每週去一至二

次、8.0 % 的國中生每週去三至五次、5.2 % 的國中生每天去網咖。向陽基金會發現 (2001), 如果將每週至少去三次以上視為「已有沉迷傾向者」, 則保守估計約有 13.2 % 至 14.3% 的青少年有網咖沉迷的傾向。

在消費時間方面, 向陽基金會發現 (2001), 26.8 % 的青少年每次消費的時間在一個小時以內、47.4 % 的青少年每次消費的時間約一至三小時、25.8 % 的青少年每次消費的時間高於三小時。王沛清 (2002 : 74) 則發現, 39.8 % 的國中生每次消費時間在一小時以內、27.7 % 的國中生每次消費時間約一至二小時、16.4 % 的國中生每次消費時間約二至四小時、9.4 % 的國中生每次消費時間約四至六小時、6.7 % 的國中生每次消費時間超過六小時。

在消費金額方面, 依許靜尹的研究 (2001 : 79) 發現, 56.5 % 的國中生平均每次消費金額低於五十元、32.4 % 的國中生平均每次消費金額介於五十至一百元間、11.2 % 的國中生平均每次消費金額高於一百元。而王沛清 (2002 : 74) 則發現, 70.9 % 的國中生平均每次消費金額在一百元以內、24.1 % 的國中生平均每次消費金額介於一百至二百元間、5.1 % 的國中生平均每次消費金額高於二百元。

在網路咖啡消費的金錢來源方面, 許靜尹 (2001 : 79) 也發現, 87.1 % 的國中生其金錢來源為家長給的零用錢、10.1 % 的國中生其

金錢來源為家長給的吃飯錢、7.4 % 的國中生其金錢來源為自己打工賺的錢。

在網路咖啡所從事的活動方面，向陽基金會（2001）是讓青少年以複選方式呈現，因此，依次為「玩線上遊戲」（64.6 %）、「上網聊天」（56.2 %）與「找資料」（45.4 %）；而許靜尹（2001：81）亦是以複選方式處理，但在數據上與向陽基金會的稍有差距，分別為「網路連線遊戲」（74.4%）、「聊天交友」（55.1%）與「收發 E-mail」（44.9%），而「查詢資料」（44.1%）所佔比例亦是很高。但此種複選調查，無法得知青少年從事某一網路咖啡消費行為的時間長短與頻率高低，亦及無從得知青少年到網路咖啡消費行為的偏好，因此，本研究在此部份改採單選方式，以期能夠發現青少年在網路咖啡最常從事的活動，再藉以分析其是否來自不同種之動機或背景。

### **參、網路咖啡對青少年身心之影響**

自第二代網路咖啡挾帶著網路線上遊戲迷人的魅力崛起，青少年呼朋喚友一起投入網路咖啡的懷抱，但問題也跟著一一浮上檯面。網路咖啡對青少年身心的影響，無論是正向或負向，都隨著青少年一再地到網路咖啡消費的行為持續地發生與加劇。

網路咖啡對青少年身心最嚴重的影響之一就是「網路成癮」或「沉

迷網咖」現象的發生。所謂「網路成癮」即是一種「由於重複的對於網路的使用所導致的一種慢性或週期性的著迷狀態，並帶來難以抗拒的再度使用之慾望。同時並會產生想要增加使用時間的張力與忍耐、克制、戒斷等現象，對於上網所帶來的快感會一直有心理與生理上的依賴」<sup>18</sup>。事實上此種「網路成癮」現象，雖未涉入任何麻醉劑或會導致成癮的化學藥物，但其「耐受度」(tolerance)、「強迫性行為」(compulsive)、「戒斷現象」(withdrawal)及其引發而來的與原有家  
人朋友的疏離、耽誤工作或學業、為掩飾自己無法克制成癮現象的撒謊及一些身體上的不適，已類似「病態性賭博行為」(蕭銘鈞，1998：11)，將嚴重影響青少年的身心與日常生活作息，並需要專業的協助與治療。

其次，「網咖症候群」(呂奕燾，2002：20)也是肇因長期留連網路咖啡而產生的一系列身心不適症狀，其症狀包括因長時間熬夜而產生之「日夜顛倒、失去時間概念」、在吵雜環境中長時間注視螢幕並久坐而產生之「兩眼發紅、喉嚨沙啞、耳朵失聰、關節酸痛」以及因電腦網路科技容易匿名隱藏現實自我而產生之「心理解離現象」，使玩家沉溺於虛擬世界中，而與現實脫節。

另外，斐卿、張佩芬、余淑芬(2002：23)在「網路對臺北市青

---

<sup>18</sup> 根據蕭銘鈞(1998：11)引述周榮及周倩(1997)再據國際衛生組織對成癮的定義稍作修改後之定義。



少年的心理影響預防及處理方式之研究」中也提出七項青少年因為長期上網可能產生的心理影響，分別為：網路沉迷、人際關係疏離、不負責任心態、多重角色扮演、對性的好奇、內向與課業影響。雖然，斐卿、張佩芬、余淑芬（2002：24）發現，大部份的青少年並未受到網路負面的影響，但那些受到負面影響的青少年才是急需教育單位預防及輔導的對象。

此外，青少年因為沉迷網咖而缺乏金錢來源，而導致偷竊、欺騙、賭博、援助交易等行為時，其偏差行為已涉及到違法或犯罪行為了，因此，網路咖啡對青少年身心的影響，往往並不侷限於其個人，而是會延伸影響到他人，甚至成為整個社會的社會問題。

不過，網路咖啡對青少年身心的影響也不都是負面的。魏麗香（2002：126）發現同班同學放學後或假日相偕一起去網咖，其人際互動關係是積極與正面的；因為在網路遊戲中他們扮演角色互相支援、掩護、合作攻打目標、分享寶物或金錢的資源，充分延伸了同班同學的情誼。但王沛清（2002：309）的研究卻發現，沒去過網路咖啡的學生其整體社會技巧能力顯著高於去過網路咖啡的學生。因此，到底是因為社會技巧能力較高者較不需藉由網咖去發展人際關係，或網咖確實能提昇青少年的人際互動技巧，正是下一階段的研究者可以去努力探索的問題。

此外，魏麗香（2002：129）也發現線上遊戲可訓練手眼配合的感覺動作技巧及空間與歸納認知技巧。根據皮亞傑（J.Piaget）的認知發展理論，這些技巧正是青少年成長過程中，形式思考能力發展的基礎。因此，我們可以說，網路咖啡對青少年發展多元智慧與培養主控權的學習，不啻是在現行的教育體制外提供了另一種選擇。

總之，網路咖啡對青少年身心之影響有好有壞，有深有淺，但仍有許多是因人而異，或還未有定論的。因此，如何以中庸之道，適可而止的利用網路咖啡，正是一值得探究的學問。

#### 肆、小結

因為網路咖啡是一新興行業，國內的相關研究也是在起步階段，對於青少年的網路咖啡消費動機也仍在探索階段，青少年的網路咖啡消費行為雖是具體可見的，但個人家庭、人際、學業等背景因素往往也左右著青少年的網路咖啡消費行為。雖然國內有關青少年與網路咖啡的研究，限於時間經費的不足常是小規模的或有地區限制的，但不論是量化或質化的研究法都能提供許多重要線索，對於本研究確實具有直接的幫助。