・新聞學研究・　第八十五期
民94年10月　頁141-182　研究論文

影響網路算命行為因素與動機之探討：找尋網路算命行為之動力心理模式[1]

郭　貞[*]

投稿日期：2004 年 12 月 31 日，通過日期：2005 年 5 月 17 日。

* 作者郭貞為政治大學廣告系教授，e-mail: kuoch@nccu.edu.tw。

《摘 要》

算命占星網站在兩岸三地均十分熱門，本研究試圖探討這些網站的使用者人格特質的心理動機特色。經由 6,088 位網友的線上問卷調查結果發現，網路算命最熱門的項目依序為感情、事業與桃花，而個人的刺激追求傾向、外控傾向、主觀幸福感與自尊心對網路算命行為有正向或負向的效應。上網算命的主要動機為：解決困境、增進瞭解、網路優勢與好奇好玩，前三者能助長網友對網路算命的滿意度與相信度；解決困境與增進瞭解還會增加上網頻次，並強化算命結果對行為之的影響力。因好奇好玩而上算命網站者並不相信算命結果，行為也較不受其結果影響。本研究最後提出對實務界的啟示作為結語。

關鍵字：網路算命、算命動機、刺激追求傾向、內外控傾向、自尊心、主觀幸福感

壹、研究緣起

急遽快速的社會變遷帶來了不確定的年代，人們總是對未來充滿不安，許多人因而藉由算命尋求安定的感覺。近年來，算命業蓬勃發展，命理節目、網站、相命館如雨後春筍般地出現，顯示了社會人心的不安。由於方便省事又兼具私密性，加上電視命理節目的推波助瀾，網路算命遂成爲社會新寵，從 2000 年網路算命行業成立至今，市場大餅已攀升至每年 4 億的營業額，舉凡星座、塔羅牌、紫微斗數、生肖、姓名學、甚至個人命盤分析，只要加入算命網站會員，就可獲得服務。而算命網站也與各大入口網站緊密結合，星座與算命區永遠是入口網站首頁最 HOT 的項目（〈人腦電腦大作戰〉，2004 年 3 月 3 日）。

根據網路測量公司 NetValue 在 2002 年所做的調查顯示，台灣整體算命市場每年營業額高達 50 億台幣以上。除了傳統紫微、風水、勘輿、占卜、改名字等命理市場外，新興網路算命營業額也有 3 億台幣之多（林奇伯，2003 年 7 月）。依據一家知名入口網站在 2003 年 11 月委託國外機構所做的調查顯示，台灣各大算命網站排名第一之不重複人口流量就高達 115 萬人，排名第二者也有約 40 萬，第三大算命網站則有 10 萬人以上。假設三大算命網站的算命人口不重複，台灣 2002 年一年間的網路算命人口流量就高達 160 萬人，累計出高達 1 年 4 億的營業額（〈人腦電腦大作戰〉，2004 年 3 月 3 日）。

全球網際網路測量公司 NetValue 的資料亦顯示，在亞洲四小龍中，台灣網友使用「星座算命類型」網站的線上服務最爲普及，香港次之，新加坡人最不熱衷網路上的算命占星服務。相同資料來源顯示，2002 年 7 月台灣有 128 萬不重複訪客瀏覽「星座算命類型」網站，被

點選率爲 18.4%，比前一年同期成長 58%。這些造訪「星座算命類型」網站的網友男女性別比例爲 23.2% 比 76.8%。就年齡層來看，15 至 24 歲的網友佔半數以上，學生是主力群，此外一般上班族和無工作待業者也是重要的算命一族（《Blink-NetValue 簡訊》，2002）。

財團法人董氏基金會 2005 年公布的全國調查結果則顯示，在受訪者中有 44% 自認爲曾經情緒不穩，其中有高達 51% 的人會因而求助算命、卜卦等（林奇伯，2003 年 7 月）。曾經出書批判台灣算命文化的晚晴協會創辦人施寄青則認爲，問題出在台灣社會充滿不確定性，四百年來的政治主權發生很多變化，整個台灣的前途有一種未卜狀態。她並指出，香港也是另個算命普及率高的地方，幾乎可說香港與台灣是全世界最愛算命的地方。相對於社會穩定性很高的新加坡，愛算命的現象就顯著減少（施寄青、陳燁，1997）。

除了亞洲四小龍之外，在經濟快速發展的中國大陸算命風氣也開始愈演愈熾。根據中國科協在北京公佈的調查結果，有超過四分之一的人相信算命。該次調查是 2003 年 10 月在全大陸範圍內的抽樣調查，樣本涵蓋全國 30 個省、自治區與直轄市，受訪者爲 18 歲至 69 歲成年人。據大陸某網站的調查統計，學生（特別是大學生）是算命或星象頻道的主要受眾。從目前市場上關於星座、屬相等的書籍來看，從語言形式到編排裝幀，這些書籍的受眾主要定位爲青少年。爲什麼有這麼多受過教育的學生依然相信算命？北京大學教育學院的一份調查報告分析，青少年的心理正處在一個需要引導的時期，其社會地位的臨時性決定了他（她）們處在角色混淆的階段，而「命運預測」則正好符合了其在這個時期的特殊心理需求（〈三億大陸人相信算命〉，2003 年 10 月 1 日）。另一篇登在《人民日報》的報導指出，星座占卜類的圖書在中小學生間十分流行，許多青少年甚至遵照風水術中的說法，把桌子面向南

方希望能提高學習成績。中國社會科學院與北京市聯合進行的一項調查更顯示，現在北京的中學生相信星座與命運有關的佔 70%，教師佔 50%（溫紅彥，2005 年 4 月 20 日）。

鑑於算命與占星已經在兩岸三地的現代社會中蔚爲風潮，提供算命占星的網站成爲點選率頗高的熱門網站。究竟這些會瀏覽命理網站並付費算命的網友們，其人格特質和心理動機有何特殊之處呢？本研究的目的爲探討影響算命行爲的個人因素、人格特質與動機，並試圖找尋一個動力心理模式。

貳、文獻探討

算命占卜在中國文化中具有源遠流長的根基。經由史籍考證，張明喜（1991）與梁湘潤（1982）認爲中國命理學和相人術最早的紀錄，可以追溯到公元前七世紀春秋之際，當時相人術首先興起於貴族內部。到了戰國時期關於看相的記載逐漸增多，相命風氣已經從貴族階級蔓延到平民階級。其後之漢朝由於政局與社會變動，相術與命理學的發展更盛（張明喜，1991）。兩漢時是相術與命理學理論建立的時期，東漢王充著《論衡》將自然界的關聯性用來類推社會人士，形成宿命觀的自然命定論，使得中國星命之學有了明確的哲學根基。唐宋時期看相算命之風持續穩定流行，唐代興起的時辰、星象推命之術到了宋代有了極大發展，其中以「四柱八字推命術」經過徐子平等人的理論建構成就了完整的理論體系。到了明朝，士大夫談相論命之風有增無減，各種命相書籍大量付梓充斥書肆，討論相術、命理往往成爲士大夫茶餘飯後的消遣。清朝以後至民國以降，看相算命的盛況更加世俗化，尤其當社會動盪變遷劇烈之時，民眾深感世事無常無法靠自己掌控未來，求助於看相算命

之風尤熾。

算命看相的行爲在今日台灣社會相當普遍。根據中研院的社會變遷基本調查資料顯示，1999 年的受訪者中有 37.8% 曾經主動找人算過命，而且有 35.5% 的人覺得算命很準或有點準（章英華，2000）。9999 泛亞人力銀行與科技紫微網於 2004 年 1 月下旬進行一項「2004 上班族對命理及鬼神態度大調查」，共計回收有效問卷 1 萬 3 千多份。結果發現，四成一受訪者表示「非常相信」算命，四成四表示「會做爲參考」，僅一成四表示「完全不相信」。而即使完全不信算命的人，還是有九成一會算命或看命理資訊，原因主要是「家人要求」、「好玩」、「打發時間」，只有不到一成堅持不算命。這些上班族算命和獲取命理資訊的來源，以「網路」最高，佔六成四，其次是「報章雜誌」（四成五）。最常採用的算命方式則以「紫微斗數」最多（五成），其次是「星座」（四成八），其後依序是「生肖」、「姓名學」、「手相面相」等。

除了問工作，許多人算命是爲了找另一半：有四成七的上班族表示，會以算命作爲尋找男女朋友的參考依據」，五成三表示「不會」。當面臨結婚時，六成三表示自己或自己的家人會先拿去「合八字」再決定，僅二成四表示自己或自己的親人「完全不會」以命理方式決定。上班族除了相信算命也很信風水：調查顯示有五成四受訪者「相信」風水，三成八「半信半疑」，僅 8.48%「完全不信」。有六成三的受訪者表示，辦公室風水對自己的工作「有影響」，只有 8% 認爲「沒有影響」；影響主要反映在「與主管同事相處」、「加薪發財」、「職場升遷」等。另外，有五成四的上班族在買或租房子前會先請人看風水，四成六「不會」。當有人告訴受訪者所住的房子風水不好時，有二成七選擇搬家（楊欣怡，2004 年 2 月 15 日）。

從中央研究院的長期趨勢調查「台灣地區社會變遷基本調查」資料顯示，算命在台灣的流行風潮欲罷不能。根據 1985 年、1990 年到 1995 年的三次全台灣抽樣調查結果，瞿海源（1999）指出台灣地區民眾從事和算命有關的術數行爲有愈來愈流行的趨勢，造成這個現象的原因有三：（一）當前社會大眾的深層意識長期被傳統的有關靈魂與術數的信仰所宰制與育化；（二）社會劇烈變遷但理性適應無法解決問題；（三）大眾傳媒爲求商機與媒體明星結合大肆宣揚命理術數。瞿海源（1993）亦指出，命相與風水對於有較強不確定感的現代人會有說服力與吸引力，民眾從事術數的行爲多半與政經局勢不確定有關。簡言之，瞿海源認爲在社會變遷的過程中，理性態度與不確定感是影響民眾求助於命理數術與巫術的因素。

網路算命的優勢在於其便利性與隱匿性。雖然在威仕國際組織 2001 年的亞太區調查顯示，台灣有 94% 的網友擔心線上交易的安全性（何佩儒，2002 年 7 月 30 日），但是這種擔憂已經降低許多。根據蕃薯藤 2003 年的大調查結果，有網路物購物經驗的網友已經高達 64%，半年內購物超過七次的網友佔 33%（〈蕃薯藤網路調查〉，2004）。事實上，國內目前幾個主要網路算命的付款機制相當多元化，除了透過銀行信用卡之外，還可通過電話通訊公司（如中華電信、台灣大哥大、SeedNet、HiNeet）以及便利商店與郵局劃撥。其中被採用最多的付款方式，是經由電話通訊公司付款，等款項收到後再由算命網站與電話通訊公司按合約訂定的比例拆帳（郭貞，2003）。

一、相命占卜消費者之個人背景差異

根據中研院的全國性調查發現，算命者與不算命者在基本人口變項

上確實有差異。女性比男性愛算命與收驚，年長者對於算命行爲較寬容，信仰西洋宗教者傾向於認爲算命是迷信，信仰東方宗教者比較肯定算命的功能；但是教育程度的高低並不影響算命行爲，未婚者算命者的比例高於已婚者（瞿海源，1999）。瞿海源更指出，一般咸認爲現代教育所代表的理性與世俗人文主義精神，應對民眾術數和巫術行爲有抑制作用。有趣的是，中研院的調查結果卻顯示受教育對於看風水、牽亡魂等巫術並無抑制作用，反而助長算命行爲。這樣的發現或許不能代表全貌，也有可能反映出算命文化深植在廣大的士人與庶民當中。基於此點，我們有意再度測試現代教育強調的理性與世俗人文精神是否提升個人理性處世的傾向。

中研院的調查也顯示，不同宗教信仰對於民眾的數術與巫術行爲有不同的助長或抑制效果：信奉佛、道及混合的民間信仰者從事數術與巫術行爲的比例較高，基督徒從事數術與巫術行爲的比例較低。至於職業對於術數與巫術行爲之影響，則取決於該職業的理性精神與不確定感：如軍警人員在算命、安太歲、改運與看風水方面明顯低於其他職業的人，行政主管與生意買賣人在算命看風水方面的比例較高，這或許反映職場的不確定感增加時，民眾有求助於數術和巫術的傾向（瞿海源，1999）。

根據上述文獻探討的資料，我們提出以下假設：

H1： 性別差異—女性比男性更常瀏覽算命網站，對網路算命滿意度高，更相信網站即時算命與大師親算，其行爲受到算命結果更多影響。

H2： 年齡差異—年輕者比年長者更常瀏覽算命網站，對網路算命滿意度高，更相信網站即時算命與大師親算，其行爲受到算命結果更多影響。

H3： 教育程度差異—教育程度低者比教育程度高者更常瀏覽算命網站，對網路算命滿意度高，更相信網站即時算命與大師親算，其行爲受到算命結果更多影響。

H4： 個人收入差異—每月平均收入低者比收入高者更經常瀏覽算命網站，對網路算命滿意度高，更相信網站即時算命與大師親算，其行爲受到算命結果更多影響。

二、心理層面因素

除了基本背景因素之外，個人特質與心理層面變項（如算命動機），也可能影響個人對算命占卜的態度與行爲。因此本研究納入五個心理層面的自變項：刺激追求傾向、內外掌控、主觀幸福感、自尊心以及網友的網路算命動機。

（一）刺激追求傾向（Sensation Seeking）

根據 Zuckerman（1994）的定義，刺激追求傾向是一種人格特質，使人偏好多樣化、新奇、複雜與強烈的感官經驗，以往的研究大都視其爲會導致個人偏差行爲的變項。有學者發現，具有高程度感官刺激追求者較會濫用禁藥、吸煙、酗酒、賭博、從事高風險之性行爲與以危險方式駕車（Arnett, 1996; Breen & Zuckerman, 1999; Dolezal, Meyer-Bahlburg, Remien, & Petkova, 1997; Wolfang, 1988; Woods, Cochran, Prefferbaum, & Arneklev, 1995；陳筱萍，1993）。另外，這些感官刺激需求較高者對於音樂與媒體內容的偏好口味也比較重，如較偏愛聽重金屬音樂和搖滾樂（Arnett, 1991），喜歡沉迷於上網而影響正常作息（Lin & Tsai, 2002）。至於在感官刺激需求程度是否影響對廣告的偏好

方面，有學者發現感官刺激需求程度似與偏愛高度刺激性的廣告有關，但是兩者之間的關係並不單純（Leone & D'Arienzo, 2000）。國內學者曾探討刺激追求傾向是否影響網友對某些類型網路廣告的注意程度，結果發現刺激追求傾向高的網友對於有贈獎與抽獎誘因的網路廣告（郭貞、張卿卿，2003），以及對於網路上唬弄式的陷阱廣告都抱持比較喜好的態度（郭貞、張卿卿，2004）。由此，刺激追求傾向較高的網友對於網路算命也可能抱持比較正面的態度。我們因而提出以下假設：

H5：刺激追求傾向差異—刺激追求傾向高者更常瀏覽算命網站，對網路算命滿意度高，更相信網站即時算命與大師親算，其行為受到算命結果更多影響。

（二）內外掌控（Locus of Control）

內外掌控是指個人對於行動與後果之間的關係所抱持的態度與信念。相信內在掌控（internal control）的人相信，後果均由個人的行為所造成，而相信外控（external control）的人則將後果歸因於外在環境或其他自己無法掌控的因素。前者對人生抱持著積極面對努力追求的態度，後者則是抱持消極不作為的宿命論。國外學者曾發現，外控傾向強者較相信占星術（Jackson & Fiebert, 1980; Sosis, Strickland, & Haley, 1980）。

Phares（1955）與 James（1957）首先建構一套早期測量內外掌控的量表，其後 Rotter（1996）又從這個基礎上發展出一套 23 題的 I-E 量表，日後最常被其他學者引用。Levenson（1981）將內外掌控的概念從內、外來源二分法重新區分為三個掌控源頭：自己、別人與機率。她的量表採用李克量表型式，操作容易，而且信度與效度皆佳，廣為其他學者採用。此量表隱含了多因子的概念，激勵日後更多學者發展多元化的

測量工具；本研究亦採用 Levenson 的三因子量表中的題項作爲測量工具。

外控傾向較高的人相信自己的際遇與禍福受外在因素（如機運、意外與貴人）的影響很大，因此較愛算命並相信算命。據此推論，本研究提出以下假設：

H6： 外控傾向差異—外控傾向高者比外控傾向低者更常瀏覽算命網站，對網路算命滿意度高，更相信網站即時算命與大師親算，其行爲受到算命結果更多影響。

（三）主觀幸福感（Subjective Well-being）

主觀幸福感是一種態度，它至少包含認知與情感兩個部分。從 1950 年代以來，心理學與社會學領域就有許多關於這方面的研究（Andrews & Robinson, 1991）。由於學者習從不同角度切入，以致理論分歧不一，每人強調的重點與採用的測量工具也各異。例如，Bandura（1969）強調個人正面與負面情緒間的關係，其他學者則偏重探討嚮往水平（aspired level）與達成水平（achieved level）兩者間的落差所帶來的生活滿足感（Andrews, 1981; Michalos, 1980, 1983）。這些研究發現，某些人的客觀生活條件雖在平均水平之上，但卻比那些條件不如他（她）們的人更感到不滿足，似乎印證了「知足常樂」的觀點，即慾望太多以至於欲壑難填的人總是對生活感到不滿足。人們通常會考量的層面有以下幾項：自己最親近的人的期望、自己過去曾經擁有過的最好時光、自己現在想要的事物、自己以後想要得到的事物、自己理所當有的事物以及自己必須要有的事物；把這些層面一併納入考量後所得到的結果，確實能預測個人對生活的整體滿足感。另外，Michalos（1985）還提出「多重落差理論」（multiple discrepancies theory），說

明人們在思考對生活的滿足感時，會同時或混合考量幾個重要生活面向之嚮往／達成間的落差，然後在腦中獲得一個整體快樂與滿足感的印象。

從以往研究中我們發現，某些人口變項與主觀滿足感有關聯，如收入增加、已婚者與擁有社會支持的人多半具有較高主觀美滿感覺。在美國，教育程度和收入高者在主觀美滿感得分也比教育程度低者略高（Davis, 1984）。類似研究與結果在韓國也獲得實證上的支持，雖然韓國人的快樂與滿足分數比美國人略低，但是其教育程度與收入與個人的快樂與滿足感間的正向關聯性則更加明顯（Lee, Kim, & Shinn, 1982; Shinn, Ahn, Kim, & Lee, 1983）。在過去 30 年中，有不同國家的許多學者從不同觀點與角度探討主觀幸福感並建構了多種不同的測量工具，最常見的兩個概念是幸福（happiness）和滿足感（satisfaction）。本研究將偏重在測量受訪者的整體生活滿足感面向，因此選用 Fazio（1977）的「整體幸福狀況」量表中的題項。

如前述，研究者發現主觀幸福感較低者對於生活境遇容易不滿，比較需要從算命獲取精神與心靈的安慰，我們提出以下假設：

H7： 主觀幸福感低者更因而常瀏覽算命網站，對網路算命滿意度高，更相信網站即時算命與大師親算，其行爲受到算命結果更多影響。

（四）自尊心（Self-esteem）

自尊心的通俗意義是指個人珍視、珍惜、讚許或喜歡自己的程度。自尊在社會科學領域是一個假設的構念，代表一個人對其自我或性格的重要品質所做的綜合評價（Blascovich & Tomaka, 1997）。大部分研究者都接受自尊像是一種人格特質，其水平在一般情況下保持不變。它與

個人對自己的自信心有正相關，自尊心與自信心較高者通常比較有能力處理週遭事物，而且抗壓力較強，因此焦慮感與沮喪感也較輕（Tennen & Herzberger, 1987）。本研究採用 Rosenberg（1965）所建構且被採用甚廣的自尊心量表，共有 10 個題項，受試者就每個題項是否描述其本身的態度與行爲表示同意或不同意。此量表所測量的心理特質與個人的社會經濟狀況，自信心、社交能力、焦慮感與沮喪感，在實證研究上都有顯著正向或負向相關，是一兼具高信度與學理構念效度的量表。

自尊心低者多半對生活際遇不太滿意，比較需要從算命獲取精神與心靈的安慰，因此我們提出以下假設：

H8： 自尊心差異—自尊心低者比自尊心高者更常瀏覽算命網站，對網路算命滿意度高，更相信網站即時算命與大師親算，其行爲受到算命結果更多影響。

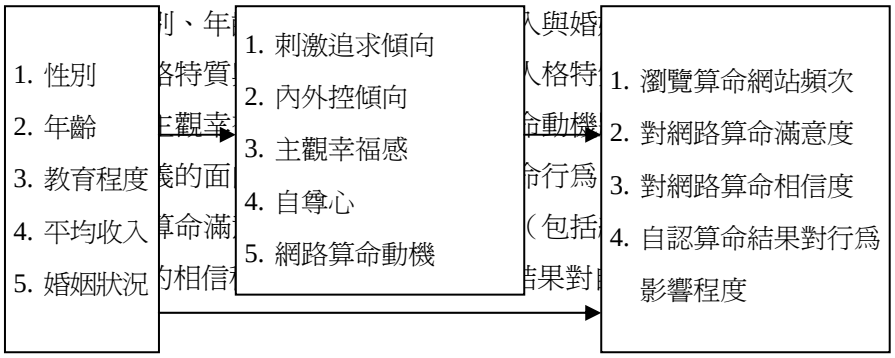
（五）網路算命動機

瞿海源（1999）在其關於台灣地區民眾的術數與巫術行爲研究中曾指出，民眾感受到社會變遷帶來的強烈不確定性時有尋求數術與巫術的行爲傾向。本研究所探討的重點將偏重於命理占卜行爲，並不涉及瞿海源研究中的巫術行爲（如安太歲、收驚、牽亡魂等）。民眾去算命占星或問運勢的行爲，有可能出於以下不同動機，如求助解惑、心理諮商、娛樂消遣與增加社交話題等。同時，網路算命的即時性、便利性、匿名性、低收費與免費試算功能確實形成一種很具吸引力的優勢。本研究在問卷中列出各類動機讓受訪者自己陳述其重要性，然後再用因素分析將動機歸納成群，以利於分析。

參、研究架構

本研究除了描繪網路算命者的輪廓外，也企圖找尋網路算命占星行爲的心理動力模式，除了檢視個人背景因素、個人人格特質、心理因素以及動機如何影響他們對命理術數的態度，也探討個人的行爲是否會受算命結果影響而改變。

這個動力心理模式（參看圖一）包含三個部分：（一）人口背景因



圖一：網路算命動力心理模式

肆、研究方法

一、資料蒐集

本研究採取線上問卷調查法，經由與國內五個著名的算命網站之合作，邀得六千多位網友參與這項線上調查。首先由各網站針對會員隨機抽樣後寄發電子郵件，請其在特定網站填答問卷，並以抽獎贈送相當於 500 元的算命點券爲誘因。爲了確定每位網友只能填答一次，在寄發的電子郵件中附上一個登錄密碼，網友必須鍵入此密碼才能登錄，密碼使用一次後即作廢。自 2003 年 4 月底開始，經過三個星期的調查，共有 6,088 位網友參與線上調查。

二、變項測量

本研究中的人格特質與網路算命動機都採多個題項測量，其中「內外掌控」以 Levenson（1981）的三因子量表題項爲測量工具；「刺激追求傾向」採用郭貞與張卿卿（2003）根據 Zuckerman（1994）的量表修改後的題項；「主觀幸福感」選用 Fazio（1977）的「整體幸福狀況」量表中的題項；「自尊心」採用 Rosenberg（1965）所建構且被採用甚廣的自尊心量表。

至於網路算命動機則由作者根據焦點團體訪談結果，列出 13 項動機，再將調查資料進行因素分析後分成以下四個動機：解決困境、增進瞭解、好奇好玩與網路優勢。經過因素分析與信度檢測後所得到的各變項與相對應的測量題項的因素載荷值，以及各量表的 Cronbach’s alpha 值均列於表一。

表一：網路算命動機測量指標

測量題項	因素載荷值	信度 （Cronbach's alpha）
1. 解決困境		
• 幫助我作決定	.76	.73
• 爲困境找答案或方向	.70	
• 幫我避免可能發生的災禍	.80	
• 尋求心靈精神安慰	.77	
2. 增進瞭解		
• 想更瞭解自己	.86	.76
• 想更瞭解別人	.88	
3. 好奇好玩		
• 純粹好奇	.92	.87
• 覺得好玩	.93	
4. 網路優勢		
• 私下論命隱密性高	.80	.60
• 隨時上網論命十分便利	.72	
• 算命項目收費透明合理	.69	
5. 刺激追求傾向		
• 我常對新奇的事物或想法著迷並不考慮可能引發的麻煩	.69	.72
• 任何事情我都願意嘗試一下	.75	
• 有時候我會做一些瘋狂的事只爲了好玩	.74	
• 我喜歡投入一些無法預知未來的新境況中	.77	
6. 外控指標		
• 當倒楣事發在我身上我通常不知爲什麼	.75	.51
• 當事情順利時我通常不知怎樣保持好運	.75	
• 我認爲凡事天注定萬般不由人	.62	
7. 主觀幸福感		
• 在過去一個月內感到擔心和不開心	.89	.85
• 在過去一個月內感到情緒低落和憂鬱	.90	
8. 自尊心		
• 總的來說，我傾向認爲自己是失敗者	.73	.77
• 有時我認爲自己一無是處	.73	
• 整體而言，我對自己感到滿意	.72	
• 我做事可以和大多數人一樣好	.76	

如表一所示，「解決困境」與「增進瞭解」這兩項動機都可能讓網友經常瀏覽算命網站並使用算命服務。重視「網路優勢」（如即時性，便利性等）也可能讓有需要的受訪者更易常上網，抱持好奇好玩動機上網者則可能被吸引上網兩次，但是並不會如其他動機吸引網友經常上網。

作者依照因素分析後所得出的網路動機提出以下對應假設：

H9： 解決困境動機影響—具有高度解決困境動機者更經常瀏覽算命網站，對網路算命滿意度高，更相信網站即時算命與大師親算，其行爲受到算命結果更多影響。

H10： 增進瞭解動機影響—具有高度增進瞭解動機者更經常瀏覽算命網站，對網路算命滿意度高，更相信網站即時算命與大師親算，其行爲受到算命結果更多影響。

H11： 好奇好玩動機影響—具有高度好奇好玩動機者較不會經常瀏覽算命網站，對網路算命滿意度較低，較不相信網站即時算命與大師親算，其行爲較不會受到算命結果更多影響。

H12： 網路優勢動機影響—重視網路優勢者更經常瀏覽算命網站，對網路算命滿意度高，更相信網站即時算命與大師親算，其行爲受到算命結果更多影響。

伍、資料分析

一、網路算命受訪者背景描繪

參加這次線上調查的 6,088 名網友中，男性與女性的比例爲 30.1% 和 69.1%。教育程度以大專畢業者最多（佔了五成）。年齡分佈則以

20-29 歲者最多，約佔五成七；每月平均收入以一萬元以下者最多，將近三成八；婚姻狀況則是未婚單身者最多，將近七成九；職業分佈方面，學生所佔比例最多，有 34%，其次是工商金融服務業（10.1%）與電信通訊業（10.2%）。由於網路是跨國界與地域，受訪的網友目前居住地並不限於台灣（約 85.41% 受訪者居住台灣），其中台灣北部佔 49.8%，台灣中部有 15.31%，台灣南部有 18.6%，台灣東部有 1.7%。此外，居住港澳地區者佔 5.8%，中國大陸佔 4.0%，北美地區者佔 2.4%。

在這些受訪的 6,088 位網友中，有 5,817 位曾經瀏覽過算命網站，約佔 95.5%。如果以複選方式來看這些網友上算命網站所使用的服務，最常使用的是線上免費試算（5,508 人次），其次是閱讀算命資訊（3,125 人次），使用付費線上算命者有 1,672 人次。網友得知算命網站的管道以「從入口網站搜尋」最多，（3,557 人次），其次是「看到網站上的廣告」（2,664 人次），「收到網站寄來的 e-mail」（2,023 人次）居第三位。

受訪者通常使用多種線上算命方式，中國式的前三名分別是：姓名學（4,337 人次）、紫微斗數（3,093 人次）與八字（3,049 人次），西洋式的前三名是星座（4,337 人次）、血型（2,144 人次）與塔羅牌（1,636 人次）。此外，心理測驗（3,269 人次）與趣味占卜（2,058 人次）也頗受歡迎。

至於上網算命的內容方面，感情排名第一（4,256 人次），其次是事業（3,894 人次），桃花（異性緣）居第三（2,810 人次），婚姻居第四位（2,177 人次）。此外，男性與女性最常算的項目似有不同偏好：男性比女性佔較高比例的項目是事業、偏財、陽宅風水以及置產，女性比男性佔較高比例的項目是感情、婚姻、桃花、性格與學業。

至於在網站上最常算的對象，男性與女性除了最常替自己算命之

外，也會替自己關心的人算命。有趣的是，男性網友替配偶（15.9% vs. 12.0%）[2] 與替子女算命（12.8% vs. 8.8%）的百分比高過女性網友；但是女性網友替父母長輩（16.5% vs. 20.5%）、兄弟姊妹（15.4% vs. 24.9%）、朋友（35.0% vs. 45.5%）與情人（41.2% vs. 47.0%）算命的百分比則高於男性網友，顯示男性網友的關心範圍比較限定於自己家中的近親，女性網友所關心的人際互動對象範圍更廣一些。

至於受訪者上瀏覽算命網站的頻次，我們發現有 49.3% 的網友在過去半年中每週至少上算命網站一次，但是只有 25.9% 的網友在過去半年中曾付費使用線上算命服務，其中以花費在 1,000 元以下者最多，約佔 16.9%。由此可見，肯花錢線上算命的消費者仍有相當大的開發空間。至於網友選擇算命網站的考量因素前三名依序是：有很多免費試算項目、提供精準具體算命結果以及算命費用之高低。網友上網算命的動機前五名的排序爲：想更瞭解自己、十分便利、純粹好奇、覺得好玩、以及想更瞭解別人。

二、人口變項對網路算命行為的影響

本研究納入五個人口變項作爲解釋變項：性別、年齡、教育程度、收入與婚姻狀況，其中婚姻狀況爲類別變項，研究者曾以虛擬變項（dummy variable）方式將其納入多元迴歸分析中，但是它與其他解釋變項並列時，並無顯著效應。本研究認爲，婚姻感情狀況與網路算命應當有關連，因爲感情素來是網路算命中最熱門的項目，因此我們以單因子變異量分析（Analysis of Variation, ANOVA）來檢視婚姻狀況對受訪者在網路算命行爲上的影響。其他的四個人口變項則被納入多元迴歸分析中，與人格特質和動機共同被檢驗。

對於婚姻狀況對算命行爲可能產生的影響，我們雖然無明確假設，但從常理推斷，未婚與感情婚姻受挫折或尚未有歸宿者會比較傾向上網算命。原因有二：（一）網路上算感情婚姻的人次最高，是最熱門的項目；（二）網路算命有即時性、便利性與匿名性等優勢，收費也不高，在感情婚姻方面有困擾的網友比較願意試用。

從 ANOVA 分析結果顯示（見表二、表三），單身未婚、已婚分居、離婚與配偶死亡的受訪者，瀏覽算命網站的頻次明顯高於已婚者，顯示未婚單身者與婚姻狀況不佳者的確比較愛瀏覽算命網站。由於感情是網友們最常算命的項目，希望藉此助其找尋感情歸宿，這樣的發現很合理。但是，不同婚姻狀況對於「網路算命的滿意度」與「對大師親算相信程度」並未呈現顯著差異，只在「對網站電腦程式即時算命的相信程度」這一項（M = 3.14, SD = .59），單身未婚者比已婚有子女者略高。ANOVA 分析結果也顯示（見表三）：未婚單身者比已婚有子女者具有較強的「想更瞭解自己」（M = 3.92, SD = .74）與「想更瞭解別人」（M = 3.71, SD = .81）動機。這樣的發現顯示，未婚單身者較經由網路算命瞭解自己和交往對象的性格以及速配程度，此結果亦相當合乎人之常情。

表二：婚姻狀況與網友對網站算命的態度

過去半年上算命網站次數	平均數	標準差
1. 單身未婚（*N* = 4,554）	5.242	1.913
2. 未婚同居（*N* = 113）	5.301	1.861
3. 已婚無子女（*N* = 191）	4.741	2.118
4. 已婚有子女（*N* = 693）	4.735	2.206
5. 已婚分居（*N* = 42）	5.214	2.055
6. 離婚（*N* = 142）	5.625	1.873
7. 配偶死亡（*N* = 14）	6.714	1.816
F 值 = 11.112, *p* ＜ .001 Scheffe 檢定：* *p* < . 05, ** *p* < .01, *** *p* < .001 (1, 4)*** (3, 6)** (3, 7)* (4, 6)*** (4, 7)*		
相信網站電腦程式即時算命程度	平均數	標準差
1. 單身未婚（*N* = 4,554）	3.14	0.597
2. 未婚同居（*N* = 113）	3.16	0.727
3. 已婚無子女（*N* = 191)	3.03	0.625
4. 已婚有子女（*N* = 693)	3.04	0.675
5. 已婚分居（*N* = 42）	3.19	0.634
6. 離婚（*N* = 142）	3.08	0.631
7. 配偶死亡（*N* = 14）	3.21	0.802
F 值 = 3.449, *p* ＜ .001 Scheffe *檢定*：* *p* < .05 (1, 4)*		

表三：婚姻狀況與網友算命動機之差異

想更瞭解別人	平均數	標準差
1. 單身未婚（*N* = 4,554）	3.71	0.808
2. 未婚同居（*N* = 113）	3.63	0.746
3. 已婚無子女（*N* = 191）	3.53	0.857
4. 已婚有子女（*N* = 693）	3.52	0.827
5. 已婚分居（*N* = 42）	3.67	0.786
6. 離婚（*N* = 142）	3.67	0.796
7. 配偶死亡（*N* = 14）	3.79	0.975
F 值 = 6.578, *p* ＜ .001 Scheffe 檢定：*** *p* < .001 (1, 4)***		
想更瞭解自己	平均數	標準差
1. 單身未婚（*N* = 4,554）	3.92	0.747
2. 未婚同居（*N* = 113）	3.89	0.712
3. 已婚無子女（*N* = 191)	3.76	0.755
4. 已婚有子女（*N* = 693)	3.75	0.731
5. 已婚分居（*N* = 42）	3.81	0.671
6. 離婚（*N* = 142）	3.79	0.742
7. 配偶死亡（*N* = 14）	3.93	0.829
F 值 = 6.866, *p* ＜ .001 Scheffe 檢定：*** *p* < .001 (1, 4)***		

三、網路算命的動力心理模式—多元迴歸分析

如前述，本研究的分析主軸爲替網路算命行爲找尋一個心理動力模式，包含三種解釋變項：（一）人口變項—性別、年齡、教育程度、月平均收入；（二）人格特質—刺激追求傾向、外控指標、主觀幸福感與自尊心；（三）網路算命動機—解決困境、增進瞭解、好奇好玩、網路優勢。依變項則爲以下五項：（一）瀏覽算命網站次數；（二）網路算命滿意度；（三）對網路即時算命相信程度；（四）對大師親算相信程度；（五）網友自認算命結果影響其行爲程度。此研究架構所涉及的對應假設已在文獻探討提出，本研究採用多元迴歸分析檢驗以上假設。

（一）瀏覽算命網站頻次

從表四呈現的多元迴歸分析結果顯示，四個人口背景變項中只有性別與教育程度有影響：女性比男性更常上算命網站（β = .133, p < .01），教育程度低者比程度高者更常上算命網站（β = -.051, p < .01）。在四個人格特質中，刺激追求傾向與主觀幸福感達到顯著效果：即刺激追求傾向愈高者比傾向低者更經常上算命網站（β = -.04, p < .01），主觀幸福感愈低者比愈高者更經常上算命網站（β = -.036, p < .05）。在四個動機中有三項顯出顯著效果：具有高度解決困境動機者（β = .146, p < .01）與高度增進瞭解動機者（β = .118, p < .01）都較常上算命網站，但是具有高度好奇好玩動機者瀏覽算命網站的頻次卻較低（β = -.073, p = <.01），顯示網友中雖然有很多人因好奇好玩而瀏覽算命網站，但是那些經常造訪算命網站者的動機卻是爲了解決困境與增進瞭解。根據此分析結果顯示，假設 1、4、5、7、9、10、11 均獲

得支持。從多元迴歸分析所得出的 R 值爲 .313，調整後解釋的變異量（adjusted-R^2）爲 .096。

表四：影響網友瀏覽算命網站頻次的因素（註一）

自變項	*β*	*p* 值
性別	.133	***
年齡	-.020	*n.s.*
教育程度	-.051	***
個人平均月收入	.013	*n.s.*
刺激追求傾向（註二）	-.040	**
外控指標	.017	*n.s.*
主觀幸福感	-.036	*
自尊心	.004	*n.s.*
解決困境動機	.146	***
增進瞭解動機	.118	***
好奇好玩動機	-.073	***
網路優勢動機	.021	*n.s.*
R = .313 adjusted-R^2 = .096		

註：（一）依變項爲「過去半年中網友上算命網站的次數」

（二）「刺激追求傾向」是反向編碼，高分代表需求程度低。

* $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$

（二）對算命網站的滿意度

表五呈現的多元迴歸分析結果顯示，四個人口背景變項中只有年齡與教育程度有影響：年輕者比年齡長者較滿意網路算命（β = -.095, p < .01），教育程度低者比程度高者也對網路算命較滿意（β = -.068, p < .01）。在四個人格特質中，刺激追求傾向、主觀幸福感與自尊心都有達到顯著效果：刺激追求傾向愈高者（β = -.046, p < .01），主觀幸

福感愈高者（β = .038, p < .01）以及自尊心較高者（β = .057, p < .01），都對網路算命的滿意度較高。在四個動機中有三項有顯著的正向效果：具有解決困境動機者（β = .148, p < .01），增進瞭解動機者（β = .130, p < .01）以及看重網路優勢者（β = .187, p < .01），都對網路算命的滿意度較高。但是好奇好玩動機卻顯出負面效果（β = -.037, p < .01），顯示解決困境、增進瞭解與重視網路優勢這三個動機確實讓網友們對網路算命有加分效果。根據此分析結果，假設 2、4、5、7、8、9、10、11、12 均獲得支持。從多元迴歸分析所得出的 R 值爲 .404，調整後解釋的變異量（adjusted-R^2）爲 .161。

表五：影響網友對網路算命滿意度的因素（註一）

自變項	β	p 值
性別	.023	*n.s.*
年齡	-.095	***
教育程度	-.068	***
個人平均月收入	-.018	*n.s.*
刺激追求傾向（註二）	-.046	***
外控指標	.014	*n.s.*
主觀幸福感	.038	**
自尊心	.057	***
解決困境動機	.148	***
增進瞭解動機	.130	***
好奇好玩動機	-.037	**
網路優勢動機	.187	***
R = .404 adjusted-R^2 = .161		

註：（一）依變項爲「網友對網路算命的滿意程度」

（二）「刺激追求傾向」是反向編碼，高分代表需求程度低。

* p < .05; ** p < .01; *** p < .001

（三）對網站程式即時算命的相信程度

表六呈現的多元迴歸分析結果顯示，四個人口背景變項均對網站程式即時算命的相信程度有顯著效果：女性比男性更相信（β = .039, p < .01），年輕者比年齡長者更相信（β = -.073, p < .01），月平均收入低者比收入高者更相信（β = -.073, p < .01），教育程度低者比程度高者也有相同的傾向（β = -.041, p < .01）。在四個人格特質中，外控傾向與自尊心也都達到顯著效果：外控傾向愈高者比傾向低者更相信網站程式即時算命（β = .054, p < .01）；自尊心較高者比自尊心低者更

表六：影響網友相信網站程式即時算命的因素（註一）

自變項	*B*	*p* 值
性別	.039	**
年齡	-.073	***
教育程度	-.062	***
個人平均月收入	-.041	**
刺激追求傾向（註二）	-.012	*n.s.*
外控指標	.054	***
主觀幸福感	-.005	*n.s.*
自尊心	.049	**
解決困境動機	.209	***
增進瞭解動機	.159	***
好奇好玩動機	-.111	***
網路優勢動機	.111	***
R = .439 adjusted-R^2 = .191		

註：（一）依變項爲『網友對網站程式即時算命的相信程度』

（二）「刺激追求傾向」是反向編碼，高分代表需求程度低。

* p < .05; ** p < .01; *** p < .001

相信網站即時算命（β = .049, p < .01）。四個動機均有顯著效果：具有高度解決困境動機者（β = .209, p < .01）與高度增進瞭解動機者（β = .159, p < .01）以及重視網路優勢者（β = .111, p < .01）都更相信網站即時算命。但是好奇好玩動機卻顯出負面效果（β = -.111, p < .01），顯示解決困境、增進瞭解與重視網路優勢這三個動機確實讓網友們對網路算命有加分效果。根據此分析結果，除了假設 5 與 7 之外，其餘的假設均獲得支持。從多元迴歸分析所得出的 R 值爲 .439，調整後解釋的變異量（adjusted-R^2）爲 .191。

（四）對網站大師親算的相信程度

表七的多元迴歸分析結果顯示，四個人口背景變項（除了性別）均對網站大師親算的相信程度有顯著效果：年輕者比年齡長者更相信網站大師親算（β = -.079, p < .01），月平均收入低者比收入高者更相信（β = -.035, p < .05），教育程度低者比程度高者更相信（β = -.043, p < .01）。四個人格特質中，外控傾向與自尊心都達到顯著效果：外控傾向愈高者比傾向低者更相信網站大師親算（β = .040, p < .01）；自尊心較高者比自尊心低者更相信網站大師親算（β = .039, p < .01）。四個動機均有顯著效果：具有高度解決困境動機者（β = .139, p < .01）與高度增進瞭解動機者（β = .164, p < .01）以及重視網路優勢者（β = .150, p < .01）都更相信網站大師親算，但是好奇好玩動機卻顯出負面的效果（β = -.126, p < .01），顯示解決困境、增進瞭解與重視網路優勢這三個動機確實讓網友們對網路算命有加分效果。根據此分析結果，除了假設 1、3、5 與 7 之外，其餘假設均獲得支持。從多元迴歸分析所得出的 R 值爲 .442，調整後解釋的變異量（adjusted-R^2）爲 .193。

表七：影響網友相信網站大師親算的因素（註一）

自變項	*β*	*p* 值
性別	.023	*n.s.*
年齡	-.079	***
教育程度	-.043	**
個人平均月收入	-.035	*
刺激追求傾向（註二）	.016	*n.s.*
外控指標	.040	**
主觀幸福感	.006	*n.s.*
自尊心	.039	**
解決困境動機	.139	***
增進瞭解動機	.164	***
好奇好玩動機	-.126	***
網路優勢動機	.150	***
R = .442 adjusted-R^2 = .193		

註：（一）依變項爲「網友對網站大師親算的相信程度」

（二）「刺激追求傾向」是反向編碼，高分代表需求程度低。

* $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$

（五）自認算命結果對行為的影響程度

表八呈現的多元迴歸分析結果顯示，四個人口背景變項之性別、收入與年齡有顯著效果：女性比男性更自覺算命結果會影響其行爲（β = -.079, p ＜ .01），月平均收入高者比收入低者更自覺算命結果會影響其行爲（β = .053, p ＜ .01），年齡輕者比年長者更自覺算命結果會影響其行爲（β = -.028, p = .054，已經達到單尾檢定的 .05 顯著度）。在四個人格特質中，外控傾向、主觀幸福感和自尊心都有顯著效果：外控傾向愈高者比傾向低者更自覺算命結果會影響其行爲（β = .087, p ＜ .01）；主觀幸福感愈低者比幸福感高者更自覺算命結果會影響其行

爲（β = -.047, p ＜ .01），自尊心低比自尊心高者更自覺算命結果會影響其行爲（β = -.043, p ＜ .01）。四個動機中除了網路優勢外均有顯著效果：具有高度解決困境動機者（β = .361, p ＜ .01）與高度增進瞭解動機者（β = .073, p ＜ .01），都更自覺算命結果會影響其行爲，但是好奇好玩動機卻顯出負面效果（β = -.117, p ＜ .01）。這個結果顯示，解決困境、增進瞭解與重視網路優勢這三個動機確實讓網友們對網路算命有加分效果。根據分析結果，除了假設 1、2 與 12 之外，其餘的假設均獲得支持。從多元迴歸分析所得出的 R 值爲 .483，調整後解釋的變異量（adjusted-R^2）爲 .231。

表八：影響網友自認算命結果會影響其行為的因素（註一）

自變項	β	p 值
性別	.043	***
年齡	-.028	*n.s.* (p = .054)
教育程度	.009	*n.s.*
個人平均月收入	.053	***
刺激追求傾向（註二）	-.015	*n.s.*
外控指標	.087	***
主觀幸福感	-.047	**
自尊心	-.043	**
解決困境動機	.361	***
增進瞭解動機	.073	***
好奇好玩動機	-.117	***
網路優勢動機	.000	*n.s.*
R = .483 adjusted-R^2 = .231		

註：（一）依變項爲「網友自認算命結果對其行爲有影響的程度」

（二）「刺激追求傾向」是反向編碼，高分代表需求程度低。

* p < .05; ** p < .01; *** p <.001

陸、討論與結論

一、結果摘要與討論

由於參與線上調查的網友多半是算命網站的會員，所以在描述其網路算命行爲的頻次與習性時只能代表這些會員的特性，作者無意推論到所有的網路使用者。然而在建構網路算命的心理動力模式時，我們發現了一些相當一致的規律與行爲模式，值得深入討論。

首先，婚姻狀況被獨立出來做 ANOVA 分析，我們發現婚姻與感情尚無歸宿者比已婚者更常瀏覽算命網站並更傾向相信網路算命。他（她）們上命理網站的動機在增進「對自己瞭解」與「對別人瞭解」這兩項，明顯比已婚者高。因此我們可以合理推論，許多在婚姻與感情上尚未尋到歸宿者爲了增進對自己的未來，與對別人（可能爲特定對象）的瞭解，會藉由瀏覽算命網站來尋覓良緣或感情歸宿。

多元迴歸分析結果顯示，人口背景因素、人格特質與算命動機都對網路算命行爲有一定程度的影響，但是這些因素對於網路算命行爲影響的方向並不完全相同。就人口背景因素而言，性別、年齡與教育程度三者對於瀏覽網路頻次、對網路算命滿意度、相信線上即時算命程度以及相信網站大師親算程度有正向效應。換言之，女性網友、年齡較輕者與教育程度較低者之瀏覽命理網站頻次較高、對網路算命滿意度較高、比較相信線上即時算命以及網站大師親算。雖然在以往的研究中教育程度似乎並未對算命產生明顯抑制效應，但是基於受教育可提升個人理性之推論，我們預期教育程度與對網路算命的熱衷程度呈現負向相關，在假設 3 中也做相同的預期。從分析結果發現，我們的推論是正確的。

至於個人月平均收入高低，只對線上算命的相信程度有影響。簡言之，月收入較低者比收入高者更相信線上即時算命以及網站大師親算。這或許是因爲收入低者較少親身前往實體命相館消費，由於缺乏對照比較的經驗，所以對於線上算命的相信程度較高。我們同時發現，女性與較年輕者都承認自己的行爲會受到算命結果的影響；更有趣的是，收入高者比收入低者更傾向如此承認，雖然他（她）們瀏覽算命網站的頻次與對網路算命的滿意度並未比較高。因此，個人收入對網路算命行爲的影響值得未來深入推敲探究。

受訪網友的人格特質中，刺激追求之傾向對於瀏覽命理網站頻次與對網路算命滿意度確有正向推波助瀾效果，可能因爲網路算命屬於刺激新奇之物，但是卻不影響受訪者對算命結果的相信程度。外控傾向指標得分高者則明顯比較相信算命結果（包括線上即時算命與網站大師親算），同時也自認算命結果會影響其自身行爲；這個結果十分符合外控傾向高者比較傾向抱持宿命論觀點的假設。

主觀幸福感對於網路算命行爲的影響比較複雜：主觀幸福感低落者比較經常瀏覽命理網站，也承認自己的行爲會受算命結果影響，但是對網路算命的滿意度與相信度卻並不會較高。對於這樣的發現可能的解釋是：主觀幸福感低落者可能自覺處於逆境諸事不順，其在網路上得到的算命結果也不理想，所以覺得失望與不滿意。這些人同時也可能較常到傳統算命館求助解惑，具有較豐富且多元的算命經驗。實體命相館的老師通常給予他（她）們鼓勵安慰的話語，這是網路算命所缺乏的人際互動，因此兩相對照之下，他（她）們會對網路算命的結果感覺較不滿意。

自尊心對於網路算命行爲的影響也很有趣：自尊心較高者雖然對網路算命滿意度比較高，也比較相信網路算命（包括線上即時算命與網站

大師親算），但是卻自認行爲不會受到算命結果的影響。這樣的結果有可能是因爲自尊心高者較有信心掌控行爲與命運，因此並不認爲會受算命結果的影響。事實上，自尊心高者的主觀幸福感也相對較高、外控傾向比較低，並非聽天由命的宿命論者。他（她）們似乎對目前境遇頗感滿意，算命的結果也比較正面，所以覺得滿意也願意相信。

至於網路算命動機對於網路算命行爲的影響也各異其趣：解決困境、增進瞭解與網路優勢這三種動機對於網路算命滿意度與相信程度都有正向的助力，其中解決困境、增進瞭解這兩種動機會增加上算命網站的次數，而且對於「自認算命結果對行爲影響程度」有強化的效果，但是「好奇好玩」動機對於這五個應變項卻呈現反向的效應。換言之，我們發現好奇好玩雖能吸引網友瀏覽算命網站，但是對網路的算命滿意度、相信程度以及算命結果影響行爲這些應變項均呈負向效果。由此可知，真正能促使網友重複經常上算命網站的動機是「解決困境」與「增進瞭解」，因爲「好奇好玩」而上算命網站的網友並不認真看待網路算命這件事。對其而言，或許那只是熱門流行話題和娛樂的一部份，而且他（她）們可能只是興之所致，偶一爲之，一旦失去新鮮感就不再造訪了。

表九列出各自變數間的相關分析結果。四種網路算命動機中除了「好奇好玩」與「解決困境」兩者之間是負相關外，「好奇好玩」與其他的三種動機均爲正相關。至於四項人格特質彼此之間以及與四種網路算命動機之間也有顯著相關性。代表宿命觀的外控傾向與主觀幸福感、自尊心是負相關，與「解決困境」、「增進瞭解」、「網路優勢」這三種動機是正相關，與「好奇好玩」是負相關。至於刺激追求傾向，則除了與主觀幸福感呈正相關之外，與其他的人格特質和四種網路算命動機都呈現正相關。雖然人格特質與網路算命動機之間有顯著相關，但是其

相關係數的強度（magnitude）並不高（最高者爲 .22）。而且這些變項的測量題項具有顯著的差異，因此並無重複測量之虞。本研究將其納入多元迴歸分析中，其各自的影響力依舊顯著，代表這些解釋變項對於網路算命行爲確實有各自獨立的效應。

表九：網路算命動機與人格特質相關分析

	解決困境	增進瞭解	好奇好玩	網路優勢	主觀幸福感	自尊心	外控傾向	刺激追求傾向
解決困境	1.000							
增進瞭解	.486**	1.000						
好奇好玩	-.128**	.141**	1.000					
網路優勢	.455**	.347**	.081**	1.000				
主觀幸福感	-.201**	-.113**	.054**	-.043**	1.000			
自尊心	-.125**	-.058**	.060**	.001	.448**	1.000		
外控傾向	.220**	.111**	-.063**	.089**	-.326**	-.335**	1.000	
刺激追求傾向	-.092**	-.092**	-.097**	-.047**	.053**	-.051**	-.058**	1.000

註：「刺激追求傾向」是反向編碼，高分代表低傾向。

* $p < .05$; ** $p < .01$

本研究的應變項各個子題項間具有相當程度的正相關。我們若將「對網路算命的相信程度」（包括程式算命和大師親算）與「對網站算命的滿意度」三者視爲一個指標，其信度高達 .75；但是「上算命網站

頻次」與「算命結果對行爲的影響程度」則有獨立的次面向與意義。我們在迴歸分析時本可將六個子題項重新組合成爲三個次面向，但也希望探究各解釋變項對於網路算命各子題項的影響有無細微差異，乃決定將各個子題項單獨作迴歸分析。事實上，從分析結果來看，各解釋變項對於兩個「網路算命的相信程度」的影響確實幾乎一致，但是對於另外三個子題項：上網頻次、滿意度、算命對行爲之影響力，三者還是存在若干差別效應。因此作者將其分別處理應是正確選擇。

二、研究限制

本研究在招募受訪者時是經由算命網站的協助，因此參與線上調查的受訪者有可能大多是對網路算命比較積極的網友，因此研究結果只能代表算命網站的會員，無法推論到全體網路使用人口。

其次，由於本研究的變項太多，問卷很長，對於人格特質的量表只能選擇部分測量題項納入。因此作者作因素分析與量表信度檢測後，所篩選得出最終適用的測量指標與原始完整的量表有些差異（參看表一）。例如，主觀幸福感最後被納入的題項只偏重在個人最近的情緒和擔憂面向，所以在做解釋推論時也需稍保留。另外，外控指標的信度（Cronbach’s alpha = .51）並不理想，但它是本研究的重要解釋變項，而且三個題項的內容都十分切題。算命動機中，「網路優勢」的信度也不高（Cronbach’s alpha = .60），但三個題項確實能代表網路的優勢，所以作者依舊將兩者均納入迴歸分析。

另一個發現是，本研究的解釋變項中的部分人格特質變項、網路動機對個人網路算命的相信程度、對網友自認算命對行爲的影響程度的解釋力，都優於對瀏覽網路頻次與對網路算命滿意度的解釋力。因此，我

們應當再從其他方向思考，找尋不同變項來解釋上算命網站的頻次與對網路算命的滿意度。例如，個人以前到實體命相館的算命經驗、預期的算命收費高低等，都有可能的影響其上網頻次與滿意度。

雖然本研究試圖爲網路算命行爲找尋一個心理動力模式，但是研究者基於以下的理由並未採用因果結構模式分析法：（一）使用同一時間點蒐集的調查資料無法確立變項之間的時間先後順序，因此較難建立因果關係，除非有很堅強的理論基礎。（二）本研究課題屬於初探性質，尚無堅強的學理基礎指引如何建構八個內衍變項（endogenous variables；包含四個人格特質以及四個算命動機之間）相互的因果關係，這些外衍變項之間非常可能是互爲因果。但是在因果結構模式中若存在多重雙向因徑（reciprocal paths），在估測模式時會有無法正定的困難 （model is not positive definite），因此無法估測出穩定的參數。（三）與蕃薯藤的 2003 年度網友調查結果（男 47%，女 53%）以及中研院 2003 年社會變遷的調查資料（上網者之男 54.1%，女 45.9%）比較，本研究樣本中的女性受訪者比例（男 30%，女 70%）明顯比上述兩個調查高（〈蕃薯藤網路調查〉，2004；章英華、傅仰止，2004），顯示網路算命的主要市場是女性，因此本研究的結果並不能推論至所有的網友。由於上述兩項調查並無關於網路算命的題項，我們無法得知網友參與網路算命的百分比。

三、對實務界的啟示

網路算命爲新興的網路產業。雖然各網站號稱有數十萬甚至百萬會員，且會員遍佈世界各地華人社會，但會員們最愛使用者仍屬免費試算服務，「有很多免費試算項目」是其在選擇網站考量因素的第一位，其

次是「提供的算命結果具體而精準」。此外，未婚者與感情婚姻尚無歸宿者最常上算命網站算個人的感情，所以經營者可以針對此年輕、未婚族群爲主要目標市場，提供更豐富與多元的命理占星服務項目。女性爲網路算命的常客，她們對人際關係與互動都感興趣，會同時替自己與親朋好友算，所以可以提供給女性套餐型優惠服務項目。男性偏愛算事業、偏財與陽宅風水，因此針對男性提供的套餐可以強調此方面項目。

事實上，算命文化在中國社會中根深蒂固，許多人在自覺運勢不佳與徬徨無依時，算命常能協助其尋求人生方向的指引和提供精神支持。有鑑於此，網路算命的利基之一即是在商業經營利益之外，扮演心靈輔導的角色。尤其那些經常上網者經常是爲了解決困境與增進對自己與別人的瞭解，所以網站經營者在即時算命程式的開發與大師親算方面，都可提供更多人性關懷，加強有鼓勵性與積極正面的指引。

註釋

1　本研究之資料來源爲國科會計畫《新興傳播科技對算命產業之影響：自從業人員與消費者觀點探討算命之社會與娛樂功能》，計畫編號：NSC 92-2412-H-004-022-SSS。

2　括弧內前面的百分比代表男性的比例，後面則爲女性。本段其他處表達法皆同。

參考書目

《Blink-NetValue 簡訊》（2002）。取自 http://www.netvalue.com/corp/news

〈蕃薯藤網路調查〉（2004）。取自 http://survey.yam.com/survey2003/

index.html

〈三億大陸人相信算命〉（2003 年 10 月 1 日）。《中時電子報 / 大陸新聞中心》。取自 http://www.chinatimes.com

〈人腦電腦大作戰〉（2004 年 3 月 3 日）。《數位時尚》。取自 http://www.Alive.infopro.com

何佩儒（2002 年 7 月 30 日）。〈網路刷卡威士推出驗證平台〉，《經濟日報》，第 34 版。

林奇伯（2003 年 7 月）。〈新世紀開紅盤—算命業再起〉，《光華雜誌社網路版》。取自 http://www.sinorama.com.tw/ch/

施寄青、陳燁（1997 年 12 月）。〈上帝也算命〉，「宗教、靈異、科學與社會研討會」，台北市南港：中央研究院。

溫紅彥（2005 年 4 月 20 日）。〈讓青少年打好科學與無神論基礎—關注青少年高科技迷信現象〉，《人民日報》，第 11 版。

陳筱萍（1993）。《刺激尋求動機、焦慮和憂鬱情緒與男性藥物濫用關係之研究》。高雄醫學院行爲科學研究所碩士論文。

梁湘潤（1982）。《相學辭淵》。台北：行卯。

張明喜（1991）。《洩漏的天機》。原出版：香港：中華書局。台北：金楓。

郭貞（2003 年 5 月）。〈探討新興之網路產業—以網路算命爲例〉，「第十一屆中華民國廣告暨公共關係學術與實務研討會」，台北：政治大學廣告學系。

郭貞、張卿卿（2004）。〈如果被唬弄了你會怎樣：探討唬弄式網路廣告之效果〉，《管理評論》，23(3): 23-40。

郭貞、張卿卿（2003）。〈贈獎誘因、品牌差異、個人感官刺激需求對網路廣告效果之影響——個線上準實驗〉，《管理評論》，

22(4): 81-100。

楊欣怡（2004 年 2 月 15 日）。〈8 成 5 上班族迷算命〉，《中時晚報》，第 1 版。

瞿海源（1999）。〈術數流行與社會變遷〉，《台灣社會學刊》，22: 1-45。

瞿海源（1993）。〈術數、巫術與宗教行爲的變遷與變異〉，《國家科學委員會研究彙刊：人文及社會》，3(2): 125-143。

章英華（2000）。《台灣地區社會變遷基本調查計畫：第三期第五次調查計畫執行報告》。台北：中央研究院社會學研究所。

章英華、傅仰止（2004）。《台灣地區社會變遷基本調查計畫：第四期第四次調查計畫執行報告》。台北：中央研究院社會學研究所。

Andrews, F. M. (1981). Objective social indicators, subjective social indicators, and social account systems, In F. T. Juster & K. C. Land (Eds.), *Social accounting systems* (pp. 377-419). New York: Academic Press.

Andrews, F. M., & Robinson, J. P. (1991). Measures of subjective well-being. In J. P. Robinson, P. R. Shaver & L. S. Wrightsman. (Eds.), *Measures of personality and social psychological attitudes* (pp. 90-156). New York: Academic Press.

Arnett, J. J. (1996). Sensation seeking, aggressiveness, and adolescent reckless behavior. *Personality and Individual Differences, 20,* 693-702.

Arnett, J. J. (1991). Heavy metal music and reckless behavior among adolescents. *Journal of Youth and Adolescence, 20,* 573-592.

Bandura, N. M. (1969). *The structural of psychological well-being.* Chicago: Aldine.

Breen, R. B., & Zucherman, M. (1999). ‘Chasing’ in gambling behavior:

Personality and cognitive determinants. *Personality and Individual Differences*, *27*(6), 1097-1111.

Blascovich, J., & Tomaka, J. (1997). Measurement of self-esteem. In J. P. Robinson, P. R. Shaver & L. S. Wrightsman (Eds.), *Measures of personality and social psychological attitudes* (pp. 157-218). San Diego: Academic Press, Harcourt Brace Jovanovich.

Davis, J. A. (1984). New money, an old man/lady, and "two's company": Subjective well-being in the NORC General Social Survey, 1972-1982. *Social Indictors Research, 15,* 319-350.

Dolezal, C., Meyer-Bahlburg, H. F. L., Remien, R. H., & Petkova, E. (1997). Substance use during sex and sensation seeking as predictors of sexual risk behavior among HIV+ and HIV- gay man. *AIDS & Behavior, 1*(1), 19-28.

Fazio, A. F. (1977). *A concurrent validation study of the NCHI general well-being schedule.* (Dept. of HEW publications. No. HRA-78-1347). Hyattsville, MD: National Center for Health Statistics.

Jackson, M., & Fiebert, M. S. (1980). Introversion-extraversion and astrology. *Journal of Psychology*, *105*(2), 155-156.

James, W. H. (1957). *Internal versus external control of reinforcement as a basic variable in learning theory.* Unpublished doctoral dissertation, Ohio State University.

Lee, H., Kim, K. D., & Shinn, D. C. (1982). Perception of quality of life in an industrializing country: The case of the Republic of Korea. *Social Indictors Research, 10,* 297-318.

Leone, C., & D'Arienzo, J. (2000). Sensation seeking and differentially arousing television commercials. *Journal of Social Psychology*, *140*(6), 710-720.

Levenson, H. (1981). Differentiating among intentionality, powerful others,

and chance. In H. M. Lefcourt (Ed.), *Research with the locus of control construct, vol. 1* (pp. 15-63). New York: Academic Press.

Lin, S. S. J., & Tasi, C. C. (2002). Sensation seeking and internet dependence of Taiwanese high school adolescents. *Computers in Human Behavior*, *18,* 411-426.

Michalos, A. (1985). Multiple discrepancies theory (MDT). *Social Indicators Research*, *16,* 347-414.

Michalos, A. (1983). Satisfaction and happiness in a rural northern community, *Social Indicators Research*, *13,* 225-252.

Michalos, A. (1980). Satisfaction and happiness. *Social Indicators Research*, *8,* 385-422.

Phares, E. J. (1955). *Changes in expectancy in skill and chance situations.* Unpublished doctoral dissertation, Ohio State University.

Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

Rotter, J. B. (1966). Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. *Psychological Monographs*, *80,* 1-28.

Shinn, D. C., Ahn, C., Kim, K., & Lee, H. (1983). Environmental effects on perceptions of life quality in Korea. *Social Indicators Research*, *12,* 393-416.

Sosis, R. H., Strickland, B. R., & Haley, W. E. (1980). Perceived locus of control and beliefs about astrology. *Journal of Social Psychology*, *110*(1), 65-71.

Tennen, H., & Herzberger, S. (1987). Depression, self-esteem, and the absense of self-protective attributional biases. *Journal of Personality and Social Psychology. 52*, 72-80.

Wolfang, A. K. (1988). Gambling as a function of gender and sensation seeking. *Journal of Gambling Behavior*, *4*(2), 71-77.

Woods, P. B., Cochran, J. K., Prefferbaum, B., & Arneklev, B. J. (1995). Sensation-seeking and delinquent substance use: An extension of learning theory. *Journal of Drug Issues*, *25*(1), 173-193.

Zuckerman, M. (1994). *Behavioral expressions and biosocial bases of sensation seeking*. New York: Cambridge University Press.

Searching for the Factors and Motives That Influence Online Fortune-Telling Behavior

Cheng Kuo*

ABSTRACT

Online fortune-telling has become quite popular among Internet users, and it may turn out to be quite a promising business as well. This online survey recruited 6,088 Internet users for participation. The author intends to uncover a dynamic psychological model in explaining such online fortune-telling behavior. Three groups of explanatory variables are included: (1) demographics such as gender, age, education, income, and marital status; (2) psychological orientations such as sensation seeking, locus of control, subjective well-being, and self-esteem; (3) motivations such as problem solving, increasing understanding of one's self and others, fun and curiosity, and Internet utilities. Results from the analyses indicate that the majority of Internet users were attracted to the fortune-telling websites for the free trial services, while only 26% of the respondents admitted that they spent money on the online fortune-telling services during the past six months. Reading about romance is the most popular item among both males and females, followed by careers. The three groups of explanatory variables contributed either positively or negatively to various types of online fortune-telling behavior. Results and implications are reported and discussed herein.

Keywords: online fortune-telling, motives of fortune-telling, sensation seeking, locus of control, self-esteem, subjective well-being

---

* Cheng Kuo is Professor at the Department of Advertising in National Chengchi University, Taipei, Taiwan.