

投稿類別：資訊類

篇名：

影響高中(職)生使用社交網路服務行為之研究
—以 RC 語音為例

作者：

蔡峻睿。高雄市私立樹德高級家事商業職業學校。職高資處科 3 年 11 組
蘇靜君。高雄市私立樹德高級家事商業職業學校。職高資處科 3 年 11 組
李玟萱。高雄市私立樹德高級家事商業職業學校。職高資處科 3 年 11 組

指導老師：

施玉情 老師

壹●前言

一、研究背景

近年來，隨著資訊科技蓬勃發展，網路成爲最受矚目的新興媒體。根據「資策會 FIND」的研究調查顯示，截至 2011 年 6 月底止，台灣地區經常上網人口數達 1,088 萬人，上網普及率爲 47%。網路的崛起與普及，使得人類的溝通方式產生變化，帶來了前所未有的巨大衝擊。創市際「ARO 網路測量研究」於 2010 年針對台灣網友進行虛擬社群調查，結果顯示有 61.6% 的網友曾參與過網路虛擬社群。

社交網路服務爲一群擁有相同興趣與活動的人建立的線上社群，其往往透過網際網路提供使用者各種聯繫與交流的功能。而現在的網路通訊軟體設計也越來越人性化，從以前單純的文字溝通，隨著版本不斷更新，各種功能也越來越強大，社群網路爲資訊的交流與分享提供了新的途徑。社群網路的網站一般會擁有數以百萬的登記使用者，直到現在更多了表情符號、照片分享、動畫傳遞、檔案分享、離線留言……等等的功能，人與人的互動不再侷限於單純的文字傳遞，不僅只有聊天，而更發展了互動遊戲、視訊對話，讓線上通訊更加多采多姿！社交網路服務通常透過朋友、朋友的朋友，一傳十，十傳百地將網絡展延開。

二、研究動機

在這資訊爆發的時代中，人們的通訊方法越來越發達，從以前的飛鴿傳書、寫信、電報、電話、BBC，一直到現在利用網路軟體，大家都能隨意的在世界各個角落與人連絡。簡易的操作對於現代喜愛在遊戲中使用語音交談及線上歌唱的使用者，有極好的評價。不需要透過見面就能快速的傳達訊息是個很方便的軟體，透過網路可以認識現實生活中接觸過的人，讓每個人不只在現實中能夠與人互動，也能夠在網路上與更多樣化的人群交談。

近年來，社交網站發展迅速，我們可以在上面發表文章、上傳照片、分享近況、玩遊戲、聽音樂，我們甚至能夠藉此找到久未聯絡的朋友，實在非常方便。而隨著社交網站的普及化與精緻化，這已經不再只是年輕人流行的玩意兒，這似乎已經成爲現代人生活不可或缺的一部分。現在流行的社交網站有哪些？爲什麼它們可以受到大眾的歡迎？還有哪些部分可以改進讓大家使用起來更方便？由於社交網站對現代人的影響日漸增長，我們將針對以上幾個部分做研究，增加我們對社交網路服務網站的認識

三、研究目的

本研究主要目的在探討影響高中(職)生使用社交網路服務之因素研究—以 RC 語音爲例，希望透過科技接受模式的角度，了解高中(職)生的使用社交網路服務的影響，主要分爲以下幾點：

- (一) 探討社交網路服務的知覺可用性對於高中職生使用意願的影響。
- (二) 探討社交網路服務的知覺易用性對於高中職生實際使用的影響。

(三) 社交網路服務對於高中職學生便利性及生活（人際關係）的影響

四、研究流程

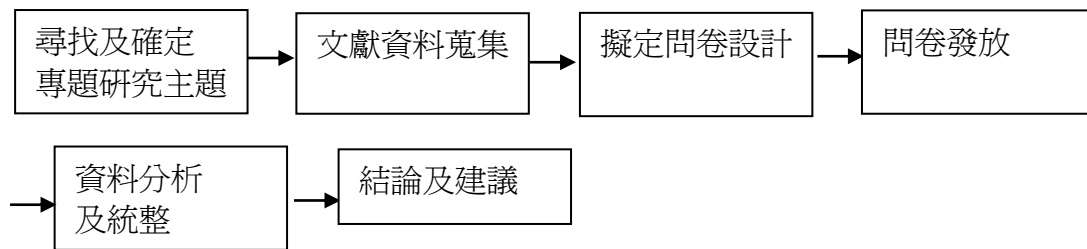


圖 1、研究流程圖

貳●正文

一、文獻探討

本研究根據研究動機及目的，整合歸納學者提出的論述，依序探討使用社交網路對高中(職)生影響的相關議題及行為意向的相關理論。

(一)社交網站服務

1. 社群網站服務定義

社群網路服務，主要作用是為一群擁有相同興趣與活動的人建立線上社群。這類服務往往是基於網際網路，為使用者提供各種聯繫、交流的互動通路，如電子郵件、即時訊息服務等。

2. 社會網絡定義

「社會網絡」一詞最早由 Barnes (1954) 提出，用以表示一組真實存在之社會關係。有許多學者對社會網絡提出定義，Mitchell (1969) 將社會網絡定義為某一群體中，個體間特定的連結關係，其中正式與非正式之人際關係，都可視為社會網絡。Pattison (1993) 則認為，社會網絡關係為社會組織中，組織或個人間相互連結之關係集合。「網絡」形成的基本元素是節點 (node) 與連結節點的線 (line)，有了節點與線，才能進一步形成面，甚至於形成網絡結構。

(二) 科技接受模式

1. 理性行動理論(TRA)

理性行動理論簡稱 TRA 理論，由美國學者 Fishbein 和 Ajzen 於 1975 年提出的，用於分析態度如何有意識地影響個體行為，認知信息的態度，其基本假設是認為人是理性的，在做出某一行為前會綜合各種信息來考慮自身行為的意義和後果。認為人類經常是相當理性並且有系統地使用合適的資訊。

2. 科技接受模式(TAM)

科技接受模式(TAM)是 1989 年時由 Fred Davis 提出，採用 TRA 理論的因

果關係解釋個人對於資訊科技接受的行為，發展出科技接受模式(TAM)。

科技接受模式理論顯示資訊科技的有用性認知 (perceived usefulness)以及容易使用認知 (perceived ease of use)是使用 (usage)行為意圖的兩個主要決定性因素。同時，容易使用認知亦會正向影響有用性認知，進而間接影響使用意圖，因此，有用性認知為影響使用意圖的主要因素，容易使用認知則為次要因素。

Davis 定義有用性認知為“某人認為使用一個特殊系統將會提昇其績效的信念”以及容易使用認知為“某人使用一個特殊系統將不耗費勞力程度(容易程度)的信念”。Davis 認為意向決定使用者電腦的使用，而使用行為意向是由個人對該行為的使用態度及有用性認知所決定，個人的使用態度是由有用性認知及易用性認知所決定，有用性認知是由易用性認知及外部變項(External Variables)所決定，易用性認知則是由外部變項所決定，各變項之關係，如圖 2 所示：

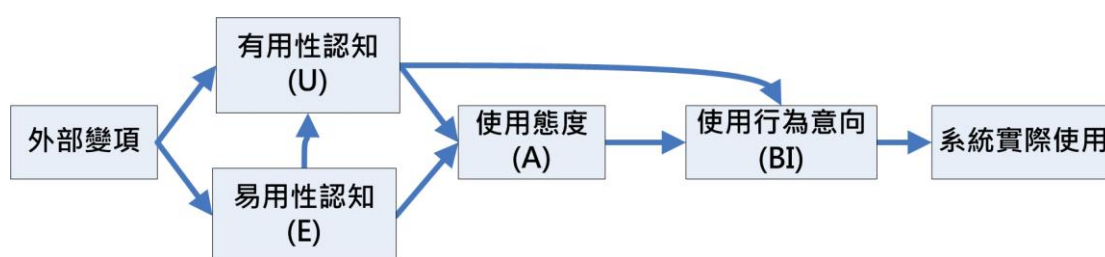


圖 2、科技接受模式理論

(三) 網路外部性

網路外部性 (Network Externality)，又稱網路效應 (Network effect)，或需求方規模經濟 (Demand-side Economies of Scale)，指在經濟學或商業中，若且唯若消費者選用某些具有網路外部性的商品或服務所獲得的效用，因使用該商品或服務的其他用戶人數增加，而產生更大的效用 (使用價值)。比如，產品或服務得用戶增加量和每用戶從中獲得的價值呈非線性正相關。

網路效應可以分為直接的網路效應和間接的網路效應。比如傳真設備之間就是直接的網路效應，而 DVD 播放器之間則是間接的網路效應。我不會直接介意你是否有 DVD 播放器——這並不影響我的 DVD 的價值。然而有越多的人擁有 DVD 播放器，更多的 DVD 可播放內容將會被提供，我所能播放的 DVD 內容也就會更多。因此，你購買 DVD 播放器會間接提高我的播放器的價值。當網路效應存在時，如果沒有人採用網路產品，那麼它就沒有價值，於是也沒有人想用它。如果有足夠的使用者，那麼商品就會有價值，因此會有更多的使用者，商品也就會更有價值。因此網路效應引發了正反饋。

網路的擴散功能愈強，則網路外部性就愈大。要使網路外部性發揮到極致大必須跨越兩大門檻：

網路外部性的第一個門檻，就是學習如何採用 (adopt) 網路，稱之為採用經濟 (adoption economics)。那就是若採用網路的人愈多，則愈晚採用網路者的學習成本就越低。

網路外部性的第二個門檻，就是電子資訊業相關基礎設施的建立，固定設備成本卻相當地高。由於網路外部性取決於使用人數的多寡，而網路在草創時

期，使用人數往往不多，因此容易造成廠商裹足不前或蒙受大量損失。但等到使用人數超過某個水準，則網路所衍生出來的商機與利潤，將是相當驚人的。

(四) RC 語音

1. RC 語音簡介

RC 語音，永久免費語音軟體，最小最快最清晰！無論線上聚會交友，還是遊戲揪團作戰，RC 語音都是您最高效便捷的選擇！萬人群聊，高音質 k 歌，群組管理，RC 語音幫助您和朋友們找到最溫馨的歸屬感！

2. RC 語音的運作

不同於 skype 使用 P2P 模式，佔用用戶過多帶寬，我們 RC 語音采用客戶端和伺服器的形式傳送數據。當用戶在客戶端-伺服器模式下聊天，RC 語音將其數據流傳送到 RC 語音伺服器中，同時由伺服器在同一個頻道傳送給其他用戶。從而降低了語音交流所需求的帶寬，每個頻道最大可支持 100000 個用戶同時在線。

二、研究設計

(一)研究架構

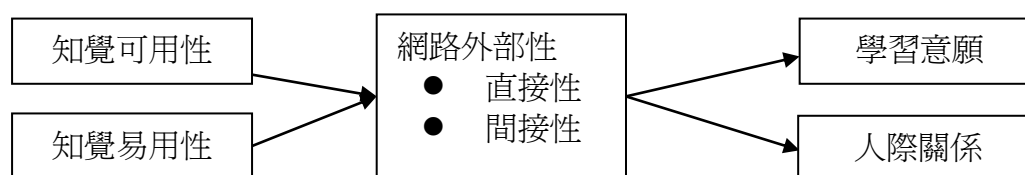


圖 3、本研究架構圖

(二)研究方法

本研究是採用文獻探討法及問卷調查法。藉由網路、書籍等文獻整理法歸納出兩部份：一部分是以科技接受模式分析高中職生選擇社交網路服務的可能因素，另一部分是社交網路服務—RC 語音影響使用者的選擇及人際關係的因素。

問卷調查法方面，則依據文獻整理出的相關資料，了解使用者選擇社交網路—RC 語音的因素、以及會如何選擇，了解社交網路 RC 語音的諸多因素，如：功能、性質、歡迎程度是否會影響使用者們的選擇。

(三)問卷設計

本研究是以「高中職生使用社交網路服務 RC 語音」調查問卷取得資料。此問卷主要依研究目的及文獻探討所得區位因子，加以歸納設計而成。本研究以問卷及 EXCEL 並用，經 EXCEL 的圖表去分析。問卷內容是由三大部分所組成：

第一部分為曾使用過社交網路服務的使用者們一些基本資料調查，例如：年級、科系、性別...等。第二部分則是社交網路服務的各種因素是否會影響使

用者的選擇，例如：功能、介面…等。第三部分則是就社交網路服務使用過的經驗與感受。

(四)統計分析方法

問卷表對樹德家商全校隨機發放 160 份問卷，有效問卷 150 份，將問卷資料回收後，進而以 Microsoft Office 辦公室軟體—電子試算表 Excel 工具進行彙整與統計分析，利用統計圖表分析各個研究因素之間的影響。

1.樣本分析

有效樣本中，受測者的性別比例為男性佔 49%，女性佔 51%。

本次研究發現受測者的年級比例，分別為三年級 74%，二年級 25%，一年級 1%，以三年級居多。

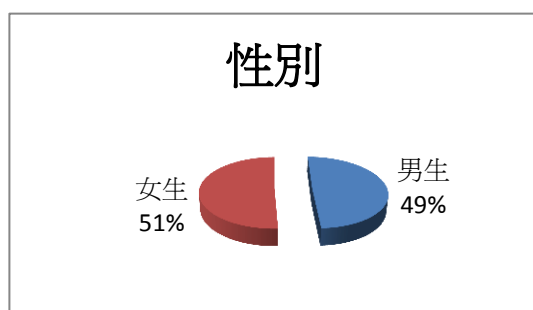


圖 4、樣本性別比例

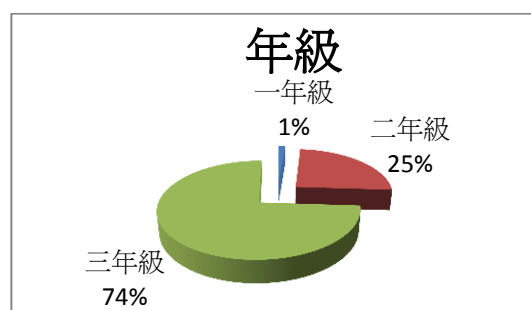


圖 5、樣本年級比例

本次研究的受訪者科系以餐影科佔最大多數，共 38%，其次為資料處理科，佔 32%，美容科為最少人數，只佔了全體的 1%。

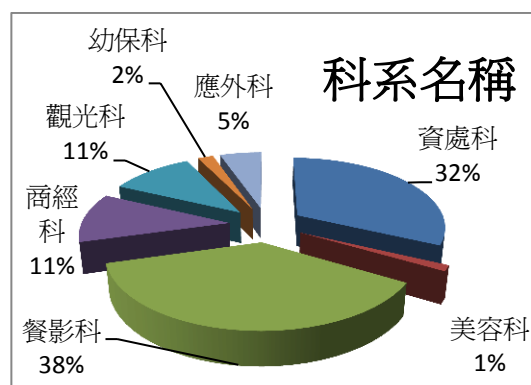


圖 6、樣本科別比例

(二)社交網路選擇與使用時間

經過分析調查結果，發現受訪者使用的社交網路服務大多以 Facebook 佔大多數，共 73%，其次為 RC 語音佔 23%。

經過分析調查結果，發現受訪者使用的社交網路服務的時間大部分超過 3 小時以上，共 42%，由此可知大多數人常花費時間在社交網路服務上。

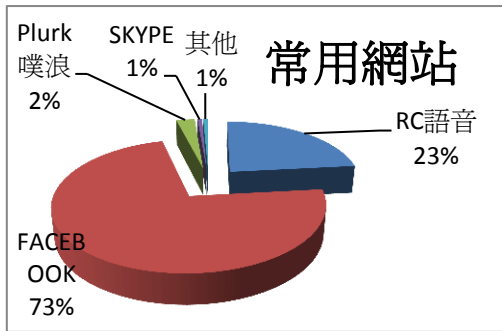


圖 7、樣本常用網佔比例

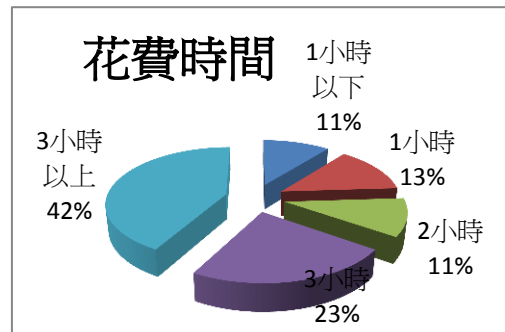


圖 8、樣本花費時間比例

經過分析調查結果，發現受訪者會想要使用社交網路服務之因素，是因為大家都在使用的關係佔 79%，其次為朋友推薦 19%，因而了解大家使用社交網路是因為身旁的朋友都有再使用，進而影響更多人。

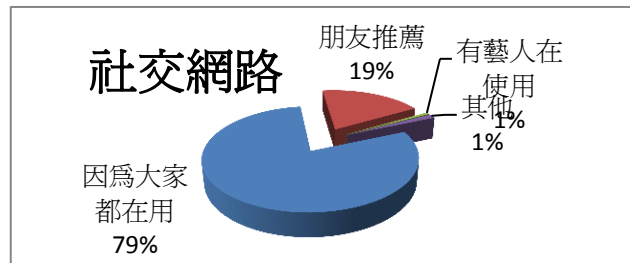


圖 9、樣本社交網路使用比例

(三) 使用社交網路服務之想法

1. 社交網路服務可以和朋友培養感情

經過此分析調查發現，有 82% 的人同意社交網路服務可以和朋友培養感情。由此可推論，對大部分人而言，社交網路服務可以增進與朋友之間的人際關係。

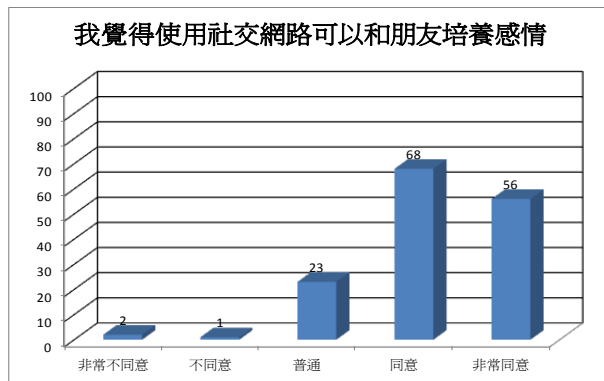


圖 10、社交網路可以和朋友培養感情

2. 社交網路服務可以認識新朋友

經過此分析調查發現，有 82% 的人同意社交網路服務可以認識新朋友。由此可推論，大部分的人會利用社交網路服務拓展個人交友關係。

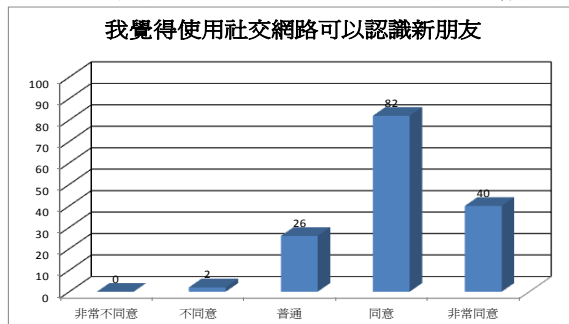


圖 11、社交網路可以認識新朋友

3. 社交網路服務可以找到歸屬感

經過此分析調查發現，有 42% 的人同意社交網路服務可以找到歸屬感。由此可推論，將近四成的人認為社交網路服務可以給予心靈上的撫慰。

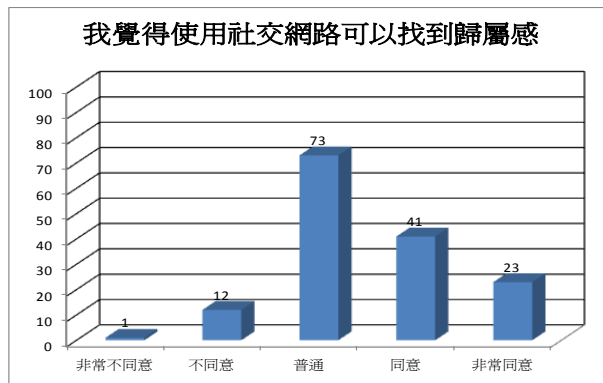


圖 12、社交網路可以找到歸屬感

4. 社交網路服務可以與他人互動

經過此分析調查發現，有 80% 的人同意社交網路服務可以與他人進行互動。由此可推論，社交網路服務在改變大眾以往的聯繫管道。

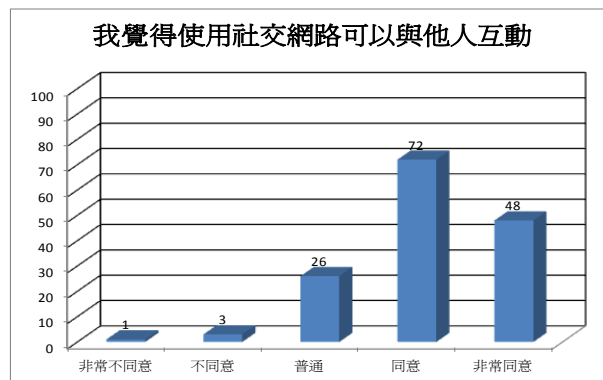


圖 13、社交網路可以與他們互動

5. 社交網路服務可以忘掉煩惱

經過此分析調查發現，有 60% 的人同意社交網路服務可以忘掉煩惱。由此可推論，社交網路服務可以讓部分的人生活得到抒發。

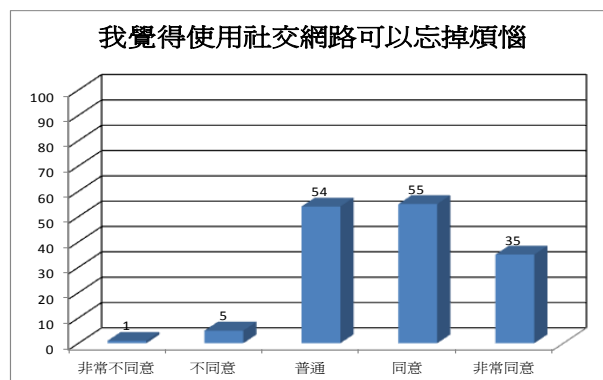


圖 14、社交網路可以忘掉煩惱

6. 社交網路服務可以獲得表現的成就感

經過此分析調查發現，有 52% 的人同意社交網路服務可以獲得表現的成就。由此可推論，有五成的人會在社交網路服務上建立自我自信心。

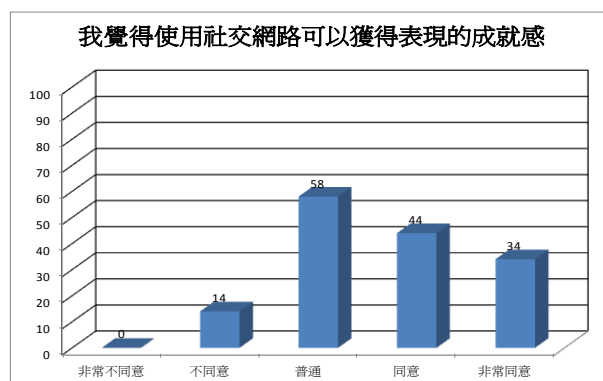


圖 15、社交網路可以獲得表現的成就感

7. 社交網路服務可以打發時間

經過此分析調查發現，有 76% 的人同意社交網路可以用來打發時間。由此可推論，社交網路服務似乎逐漸成為現今社會休閒新娛樂。

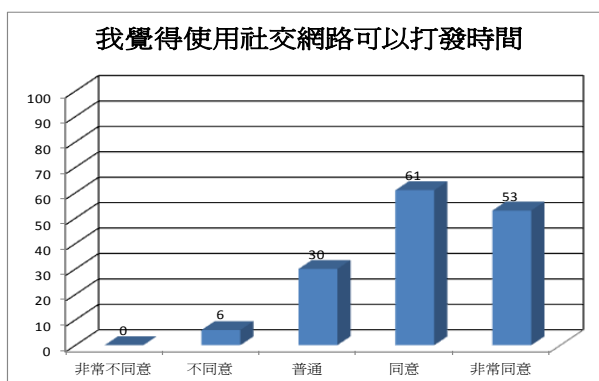


圖 16、社交網路可以打發時間

8. 社交網路服務會容易使人分心無法專注

經過此分析調查發現，有 62% 的人同意使用社交網路服務會容易使人分心無法專注。由此可推論，社交網路服務雖然可以帶葛人快樂，但間接也造成生活的困擾。

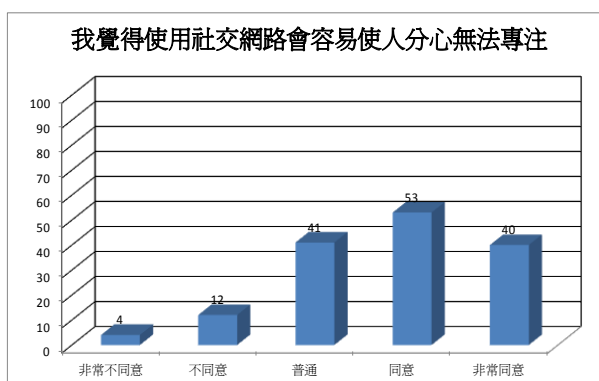


圖 17、社交網路會使人分心無法專注

9. 社交網路服務恐有病毒與安全漏洞之疑慮

經過此分析調查發現，有 65% 的人同意社交網路服務會有病毒與安全漏洞之疑慮。由此可推論，雖然社交網路服務方便，但對於網路安全部分還是有很多人會擔心的議題。

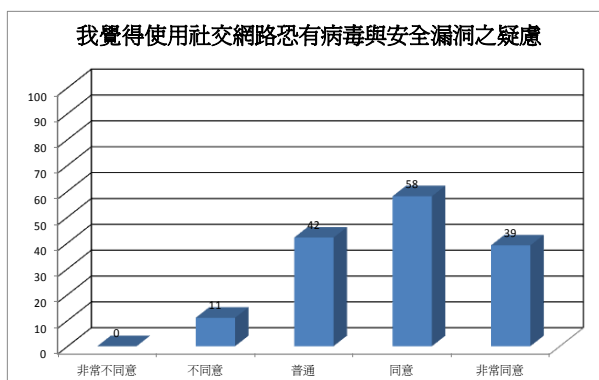


圖 18、社交網路恐有病毒與安全漏洞疑慮

10. 會使用 RC 語音是因為可以減少撥打電話費用

經過此分析調查發現，有 66% 的人同意會使用 RC 語音是因為可以減少撥打電話費用。由此可推論，社交網路服務正在改變人類通訊的生活

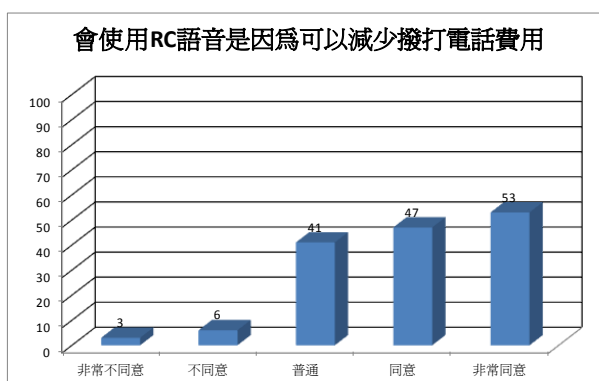


圖 19、使用 RC 語音可以減少電話費用

11. 如果有朋友介紹新的通訊軟體，我會比較願意使用

經過此分析調查發現，有 66% 的人同意如果有朋友介紹新的通訊軟體，會比較願意使用。由此可推論，朋友介紹朋友，可以把社交網路服務的網路外部性變大，增加更多人使用。

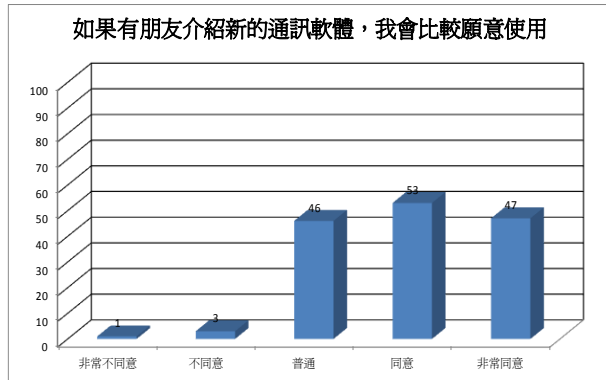


圖 23、朋友介紹通訊軟體會比較願意使用

參 ● 結論與建議

近年來，社交網站發展迅速，我們可以在上面發表文章、上傳照片、分享近況、玩遊戲、聽音樂，我們甚至能夠藉此找到久未聯絡的朋友，實在非常方便。而隨著社交網站的普及化與精緻化，這已經不再只是年輕人流行的玩意兒，這似乎已經成為現代人生活不可或缺的一部分。

使用社交網路服務的使用者，已越來越多。然而，高中(職)學生使用社交網路服務之主要原因通常為可以和朋友保持良好關係，以及結交新的朋友，參與新學業上的幫助，以及可以和朋友分享平常無法說的事情，因此，在社交網路服務上可能會有詐騙、病毒以及網路安全漏洞的問題，各種社交網路服務的軟體開發者，須將資訊安全漏洞的缺點加以改善，才能讓使用者可以安全的使用這些服務。

肆 ● 引註資料

1. RC 語音官方網站(2012)，RC 語音簡介，擷取日期：2012 年 10 月 17 日，網站來源：<http://www.raidcall.com.tw/>
2. 王璿(2003)，虛擬社群的概念與內涵，網路社會通訊期刊，第 35 期
3. 岳鵬雲(2011)，網頁遊戲及網路外部性對於社群網站會員忠誠度之影響-以 FACEBOOK 為例，德明財經科技大學資訊科技與管理研究所碩士研究所
4. 張韻婕(2010)，利用科技接受模型結合認知專注力與網路外部性之跨國研究—以社交網路網站為例，國立臺北大學企業管理學系碩士論文
5. 維基百科(2012)，社交網路服務定義，擷取日期：2012 年 10 月 17 日，網站來源：<http://zh.wikipedia.org/zh-tw/>
6. 蘇伯方(2004)，即時傳訊軟體採用模式之研究，國立中山大學傳播管理研究所碩士論文