

投稿類別：資訊類

篇名：

Facebook 對人際互動之影響探討

作者：

嚴珮瑄。高雄市私立樹德家商。三年 11 組

鍾雅騏。高雄市私立樹德家商。三年 11 組

蘇俐如。高雄市私立樹德家商。三年 11 組

指導老師：

鄧朱雅老師

## 壹●前言

### 一、研究動機

隨著網路的發達，現在使用網際網路可以說是越來越廣泛，網路成為彼此交流訊息的媒介，然而現在使用網路可以說是越來越頻繁，導致大家過度的依賴，大家的人際互動，會不會因此受到影響，故引發本組的研究動機。

### 二、研究目的

本專題的研究目的為探討現代人對 Facebook 使用過後的影響，Facebook 可以說是現在最流行的社群網站，使用年齡層也越來越廣泛，我們藉由這次的研究，以及發放問卷，來探討 Facebook 與人的互動和影響。

### 三、研究方法

研究方法以問卷調查法為主，為求樣本資料的客觀性採隨機發放的方式，利用 EXCEL 軟體進行統計分析作出建議與結論。

### 四、研究對象

研究對象為樹德家商一到三年級資處科的學生，研究結果只能解釋該校該科，不宜擴大解釋。

## 貳●正文

### 一、人際互動

俗語說：「在家靠父母，出外靠朋友」。生活在這個世界上，若想施展自己的理想與抱負，必須先結交許多益友，然後和他們一起成長、一起邁步向前。然而，交朋友並不是非得藉著喝酒、打麻將或者打高爾夫球等方式進行；交朋友的目的也不僅僅是為了得到知識與情報。如果想交許多知心的朋友，則彼此都必須信任和尊敬對方，並且做到心靈上的交流。

人際互動就是人際相互作用。人的相互作用可能是信息、情感等心理因素的交流，也可能是行為動作的交流。互動是一個過程，是由自我互動、人際互動和社會互動組成的。人際互動專指人們在心理和行為方面的交往、交流，是社會心理學研究較多的領域，它在結構上更強調角色互動。

人際互動的主要形式是合作與競爭。說明如下：

(一)合作及其基本條件：合作是個體與個體，群體與群體之間為達到共同目的，彼此互相配合的一種行為。其基本條件是：

- 1.目標的一致。
- 2.共識與規範。合作雙方對共同目標、實現目標的途徑有基本一致的認識，並在合作過程中遵守雙方共同認可的社會規範。
- 3.相互信賴的合作氛圍。

(二)競爭及其基本條件：競爭是個體與個體、群體與群體爭奪一個共同目標的行為。其基本條件是：

- 1.目標較為稀有或者難得，並且雙方對同一目標進行爭奪才能形成競爭。
- 2.爭奪中可能出現零和衝突（一方贏，另一方輸），也可能出現雙贏結局。
- 3.競爭是有理性的，按照一定的社會規範進行。

顯然，競爭各方雙贏或多贏，實行共贏的局面，是比較理想的人際互動形式。只要各方遵守競爭規則，充分考慮別人的利益，共贏是可以做到的。

### (三) 目標手段相互依賴理論

社會心理學家莫頓·多伊奇（M.Deutsch，1973）提出了一種解釋競爭與合作的理論——目標手段相互依賴理論。該理論認為，個體行為的目標或手段與他人行為目標與手段間如存在相關依賴關係，他們之間就會產生相互作用。當不同個體的目标與手段之間存在積極的、肯定性關係時，即只有與自己有關的他人採取某種手段實現目標時，個體的目标和手段才能實現，他們之間是合作關係，比如足球隊球員的關係。當不同個體的目标手段存在消極或否定性的依賴關係時，即只有與自己有關的他人不能達到目標或實現手段時，自己的目標和手段才能實現，他們之間是競爭關係，比如拳擊一類的競技體育比賽。

人際互動的形式有合作與競爭。但在合作和競爭關係中，不同的人，不同的時間和場合，面對不同的對象，可能會採納不同的人際互動哲學。

- 1.利人利己：助人也利己。助人一臂之力，自己也成長。
- 2.損人利己：你死我活，打壓他人，獲得自己成長的資源。
- 3.利人損己：燃燒自己，照亮別人。
- 4.損人損己：鷸蚌相爭，最終兩敗俱傷。
- 5.不損人利己：無涉他人，獨善其身。
- 6.利人不損己：舉手之勞，濟人於急難。

除了極端的對抗性的情境，比如戰爭和部分競技體育項目，日常的經濟和社會生活中，大多數情況下人際互動是可以達到雙贏和多贏效果的，我們要多做利人利己的事情，少做損人利己的事情，絕不做損人也損己的事情。

## 二、網際網路的發展

網際網路的發展起源於 1960 年代的美國國防部。由於該機構內不同的單位，所使用的電腦硬體與通訊網路設備是屬於不同的廠牌，而如何將資料在這些來自不同廠商的電腦設備中傳送無誤，則是一個相當重要的問題。所以美國國防部即成立了一個高級專案研究機構（Advanced Research Project Agency，簡稱 ARPA）以解決此一問題。初期，ARPA 從事分封交換式網路的實驗計劃，連結一些研究單位，並設立了一個 ARPANET。該計劃主要研究關於如何提供穩定、值得信賴、而且不受限於各種機型及廠牌的數據通訊技術。

## 三、Facebook 的簡介

Facebook 是一個聯繫朋友、工作夥伴、同學或其他社交圈之間的社交工具。你可以利用 Facebook 與朋友保持密切聯絡，無限量地上傳相片，分享轉貼連結及影片，還可以幫助你增進你對朋友的了解。Facebook 起於美國時間 2004 年 2 月 4 日 15 時連線，由馬克·祖克柏與他的大學室友們所創立。Facebook 的名字是來自傳統的紙質「花名冊」（也稱作「通訊錄」）。

根據 2007 年 7 月的資料，Facebook 在所有以服務大學生為主要業務的網站中，擁有最多的用戶：高達 3400 萬活躍用戶（包括在非大學網路中的用戶）。由 2006 年 9 月至 2007 年 9 月間，該網站在全美網站中的排名由第 60 名上升至第 7 名。同時 Facebook 是美國排名第一的照片分享站點，每天上載 850 萬張照片。這甚至超過其他專門照片分享站點，如 Flickr。2010 年 3 月，Facebook 在美國的訪問人數已超越 Google，成為全美存取量最大的網站。Facebook 全球活躍用戶數於 2012 年 10 月突破 10 億，其中 6 億為流動電話使用者，成為全世界最大的社群網站。

## 四、Facebook 功能

表 1.FB 功能表 (資料來源：維基百科)

功能項目	說明
塗鴉牆	塗鴉牆就是用戶檔案頁上的留言板，與留言板不同的是，塗鴉牆的內容會被同步到各個朋友的首頁，因此可以在自己的塗鴉牆上發表一些最新狀態，也可以設定為不同步給所有好友。

功能項目	說明
戳	<b>Pokes</b> 戳一下的用意其實就是希望對方能引起注意。Facebook 提供一個「戳一下 (Poke)」功能，讓用戶可以丟一個「戳 (Poke)」給別人。
共享相簿	新增「共享相簿」(SharedPhotoAlbums)功能，方便用戶收集單一活動的照片，用戶建立相簿後，可邀請最多 50 名朋友加入，每人可上傳最多 200 張相至同一相簿內，一起編輯及「tag」相簿。
狀態	狀態，讓用戶向他們的朋友和 Facebook 社區顯示他們現在在哪裡、做甚麼。
活動	Facebook 活動的功能幫助用戶通知朋友們將發生的活動，幫助用戶組織線下的社交活動。
Facebook 視訊[編輯]	與 Facebook 開放平台同時推出的應用程式—— <u>視訊</u> 分享。會員可以上傳視訊、透過「Facebook 手機程式版」上傳手機視訊，以及用相機錄影。同時會員可以給視訊中的朋友加上「標籤」(Tag)。
Like 讚	用 Like 按鈕網友們對別人的讚賞表態。

## 五、專題設計

### (一) 研究架構

本專題先與小組討論後確定主題，根據文獻探討後設計問卷並進行施測，專題研究架構設計如下。

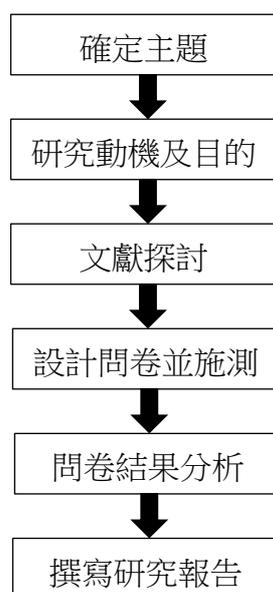


圖 1.研究架構圖

(二) 問卷調查結果分析

根據文獻探討及研究目的設計問卷，以下根據問卷結果說明如下：

1.在「性別」題項中，男生的占 52%，女生的占 48%。(圖 2)

2.在「請問您有使用 facebook 臉書」題項中，有的占 95%，沒有的占 5%。(圖 3)

3.在「Facebook 看到好康的訊息（如：好的文章或影片之類的），我會分享訊息給朋友同樂，並讓我更樂於在現實生活中去分享好的事物」題項中，非常同意占 24%，同意占 56%，沒意見占 16%，不同意占 5%，非常不同意占 0%。(圖 4)

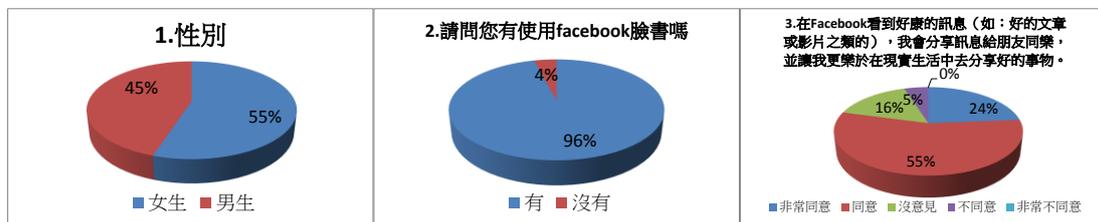


圖 2.統計圖

圖 3.統計圖

圖 4.統計圖

4.在「Facebook 看到值得警惕的訊息（如：詐騙手法之類的訊息），我會分享訊息給朋友，並讓我在現實生活中適時地提醒別人小心受騙」題項中，非常同意占 14%，同意占 47%，沒意見占 23%，不同意占 6%，非常不同意占 0%。(圖 5)

5.在「Facebook 看到需要被幫助的對象（如：獨居老人、流浪狗），我會分享訊息給朋友取得共鳴，並讓我更懂得關心生活周遭的人事物」題項中，非常同意占 22%，同意占 53%，沒意見占 23%，不同意占 2%，非常不同意占 1%。(圖 6)

6.在「我願意在 Facebook 中推薦好的商品讓朋友也可以依自己的需求來購買它（如：雷神巧克力）」題項中，非常同意占 10%，同意占 52%，沒意見占 37%，不同意占 10%，非常不同意占 1%。(圖 7)

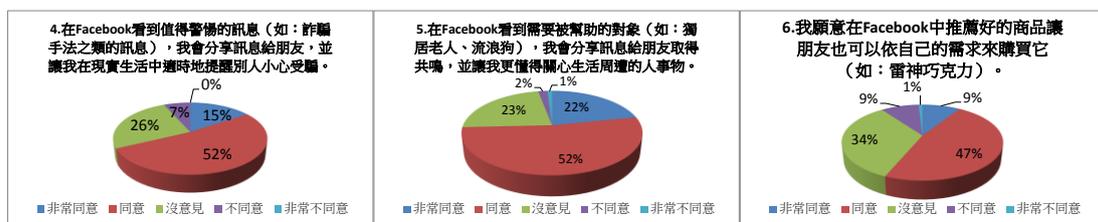


圖 5.統計圖

圖 6.統計圖

圖 7.統計圖

7.在「周遭的朋友曾在 Facebook 中，為了自己的利益（如：爭風吃醋）而留言

中傷別人以致於傷害了彼此的感情」題項中，非常同意占 17%，同意占 35%，沒意見占 40%，不同意占 15%，非常不同意占 2%。（圖 8）

8.在「周遭的朋友曾在 Facebook 中，為了自己的經濟利益（如：販售不實商品）讓朋友誤信而購買造成損失」題項中，非常同意占 13%，同意占 41%，沒意見占 26%，不同意占 17%，非常不同意占 5%。（圖 9）

9.在「周遭的朋友曾在 Facebook 中，為了自己遊戲的利益，一直寄送邀請給別人，而造成別人的困擾」題項中，非常同意占 27%，同意占 30%，沒意見占 32%，不同意占 10%，非常不同意占 3%。（圖 10）



圖 8.統計圖

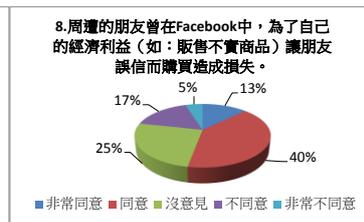


圖 9.統計圖



圖 10.統計圖

10.在「我曾經在 FB 為了陪朋友聊天花費太多時間，而影響自己的生活作息」題項中，非常同意占 13%，同意占 31%，沒意見占 31%，不同意占 23%，非常不同意占 3%。（圖 11）

11.在「我曾經在 FB 為了陪朋友玩遊戲花費太多時間，而影響自己的生活作息」題項中，非常同意占 19%，同意占 22%，沒意見占 30%，不同意占 32%，非常不同意占 8%。（圖 12）

12.在「你周遭的朋友曾經不時地發佈負面動態，而造成別人的困擾（如：互罵、消極），最終影響到自己的人際關係」題項中，非常同意占 16%，同意占 36%，沒意見占 32%，不同意占 11%，非常不同意占 5%。（圖 13）

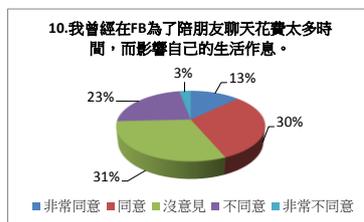


圖 11.統計圖

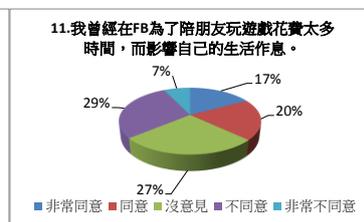


圖 12.統計圖

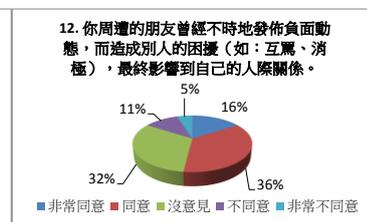


圖 13.統計圖

13.在「你周遭的朋友曾經不經求證而分享不當影片，讓別人也跟著分享而導致一起違法」題項中，非常同意占 17%，同意占 30%，沒意見占 35%，不同意占 13%，非常不同意占 5%。（圖 14）

14.在「你周遭的朋友曾經不經求證發佈不當訊息，而造成別人跟著的誤信或動盪」題項中，非常同意占 21%，同意占 38%，沒意見占 31%，不同意占 8%，非常不同意占 3%。(圖 15)

15.在「你周遭的朋友曾經因無聊而使用「戳」的功能，企圖引起周遭好友的注意」題項中，非常同意占 20%，同意占 38%，沒意見占 25%，不同意占 7%，非常不同意占 1%。(圖 16)

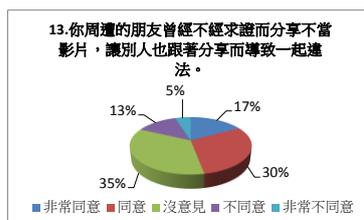


圖 14.統計圖

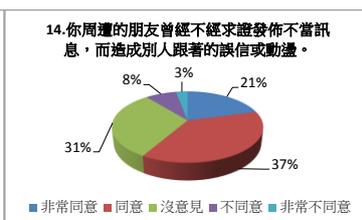


圖 15.統計圖

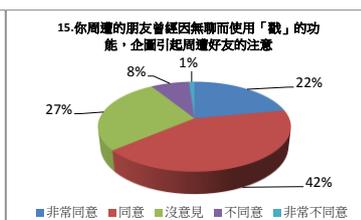


圖 16.統計圖

16.在「你周遭的朋友曾經為了某活動必須集結人氣，而發佈訊息給周遭的人」題項中，非常同意占 19%，同意占 52%，沒意見占 23%，不同意占 6%，非常不同意占 0%。(圖 17)

17.在「我經常會利用 FB 關心我的朋友」題項中，非常同意占 31%，同意占 44%，沒意見占 24%，不同意占 2%，非常不同意占 0%。(圖 18)

18.在「使用 FB 時，若看到當天有好友生日，通常我會去對方的塗鴉牆上留下祝福的話語」題項中，非常同意占 27%，同意占 51%，沒意見占 22%，不同意占 1%，非常不同意占 0%。(圖 19)

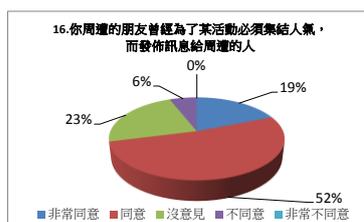


圖 17.統計圖

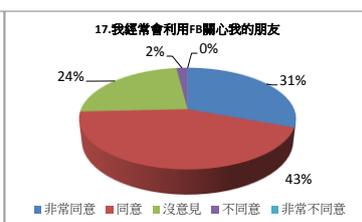


圖 18.統計圖

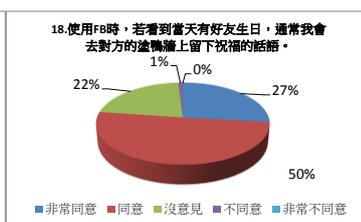


圖 19.統計圖

19.在「我認為利用 FB 與人互動，讓我的人際關係變的更好了」題項中，非常同意占 15%，同意占 49%，沒意見占 33%，不同意占 2%，非常不同意占 0%。(圖 20)

20.在「我覺得在 Facebook 認識到的朋友比實際生活中的朋友所建立的關係更好」題項中，非常同意占 21%，同意占 42%，沒意見占 28%，不同意占 10%，非常不

同意占 0%。（圖 21）

21.在「因為可以在 Facebook 輕易地表達自己內心的感受，所以讓我和別人的關係比過去更親密」題項中，非常同意占 22%，同意占 38%，沒意見占 35%，不同意占 5%，非常不同意占 0%。（圖 22）

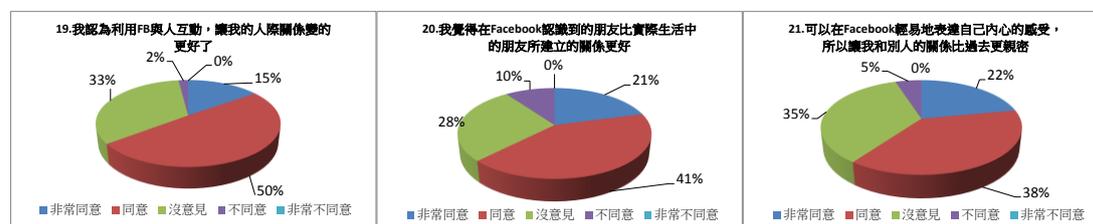


圖 20.統計圖

圖 21.統計圖

圖 22.統計圖

## 參●結論

由專題問卷中可知以上結果，在「Facebook 看到好康的訊息（如：好的文章或影片之類的），我會分享訊息給朋友同樂，並讓我更樂於在現實生活中去分享好的事物」題項中，非常同意占與同意共占 80%。在「Facebook 看到值得警惕的訊息（如：詐騙手法之類的訊息），我會分享訊息給朋友，並讓我在現實生活中適時地提醒別人小心受騙」題項中，非常同意占與同意共占 61%。在「Facebook 看到需要被幫助的對象（如：獨居老人、流浪狗），我會分享訊息給朋友取得共鳴，並讓我更懂得關心生活周遭的人事物」題項中，非常同意占與同意共占 75%。在「我願意在 Facebook 中推薦好的商品讓朋友也可以依自己的需求來購買它（如：雷神巧克力）」題項中，非常同意與同意共占 62%。因此可看出研究對象多數均能利用 FB 在人際互動上做出利人利己的事項。在「周遭的朋友曾在 Facebook 中，為了自己的利益（如：爭風吃醋）而留言中傷別人以致於傷害了彼此的感情」題項中，非常同意與同意共占 52%。在「周遭的朋友曾在 Facebook 中，為了自己的經濟利益（如：販售不實商品）讓朋友誤信而購買造成損失」題項中，非常同意與同意共占 54%。在「周遭的朋友曾在 Facebook 中，為了自己遊戲的利益，一直寄送邀請給別人，而造成別人的困擾」題項中，非常同意占與同意共占 57%。因此可看出研究對象之周遭的朋友亦有多數會利用 FB 在人際互動上做出損人利己的事項。在「我曾經在 FB 為了陪朋友聊天花費太多時間，而影響自己的生活作息」題項中，非常同意占與同意共占 44%。在「我曾經在 FB 為了陪朋友玩遊戲花費太多時間，而影響自己的生活作息」題項中，非常同意占 19%與同意共占 41%。因此可看出研究對象有近半數的人會利用 FB 在人際互動上做出損己利人的事項。在「你周遭的朋友曾經不時地發佈負面動態，而造成別人的困擾（如：互罵、消極），最終影響到自己的人際關係」題項中，非常同意占與同意占 52%。在「你周遭的朋友曾經不經求證而分享不當影片，讓別人也跟著分享而導致一起違法」題項中，非常同意與同意占 47%。因此可看出

研究對象有近半數的人會利用 FB 在人際互動上做出損人損己的事項。在「你周遭的朋友曾經不經求證發佈不當訊息，而造成別人跟著的誤信或動盪」題項中，非常同意與同意占 59%。在「你周遭的朋友曾經因無聊而使用「戳」的功能，企圖引起周遭好友的注意」題項中，非常同意與同意占 58%。在「你周遭的朋友曾經為了某活動必須集結人氣，而發佈訊息給周遭的人」題項中，非常同意與同意占 71%。因此可看出研究對象有近半數的人會利用 FB 在人際互動上做出不損人利己的事項。在「我經常會利用 FB 關心我的朋友」題項中，非常同意與同意占 74%。在「使用 FB 時，若看到當天有好友生日，通常我會去對方的塗鴨牆上留下祝福的話語」題項中，非常同意與同意占 78%。因此可看出研究對象有近半數的人會利用 FB 在人際互動上做出利人不損己的事項。

而在「我認為利用 FB 與人互動，讓我的人際關係變的更好了」題項中，非常同意與同意占 65%。在「我覺得在 Facebook 認識到的朋友比實際生活中的朋友所建立的關係更好」題項中，非常同意與同意占 53%。在「因為可以在 Facebook 輕易地表達自己內心的感受，所以讓我和別人的關係比過去更親密」題項中，非常同意與同意占 60%。均有過半數的人肯定 FB 對其人際互動上的助益。

#### 肆●引註資料

(註一) 蘇荷(編)。怎樣建立人際關係。出版社：國家

(註二) MBA 智庫百科。搜索日期：2013/10/10，取自網址：  
<http://wiki.mbalib.com/zh-tw/>

(註三) 雅虎奇摩知識+。搜索日期：2013/10/25，取自網址：  
<http://tw.knowledge.yahoo.com/question/question?qid=1005010802199>

(註四) 雅虎奇摩知識+。搜索日期：2013/10/30，取自網址：  
<http://tw.knowledge.yahoo.com/question/question?qid=1011092907446>

(註五) 維基百科。搜索日期：2014/01/3，取自網址：  
<http://zh.wikipedia.org/zh-tw/Facebook>

(註六) 維基百科。搜索日期：2014/02/20，取自網址：  
<http://zh.wikipedia.org/zh-tw/Facebook>

(註七) 維基百科。檢索日期：2013/12/25，擷取網址：  
<http://zh.wikipedia.org/zh-tw/Wikipedia:%E9%A6%96%E9%A1%B5>