

資訊隱私設置對高中職生使用社群網站意圖之影響

投稿類別：資訊類

篇名：

資訊隱私設置對高中職生使用社群網站意圖之影響

作者：

王湘凌。高雄市私立樹德高級家事商業職業學校。資料處理科三年 7 班  
陳威伊。高雄市私立樹德高級家事商業職業學校。資料處理科三年 7 班

指導老師：

施玉情 老師

## 壹●前言

### 一、研究背景

現今網際網路越來越發達，人與人之間所傳遞的資訊與資料量也隨之增加。相對的，在傳送的過程中，資訊社會為了提供更多元的個人化服務，蒐集、交換與儲存個人隱私資料的現象充斥在現實生活中。資訊社會發展的背後，個人的隱私可能存在著被別人盜取的風險。

網際網路進入社群網站的時代，改變了人們人際互動的方式，行動裝置及無線網路的普及，使社群網站成為台灣最熱門的網站，成功的將線下的真實人際關係轉移到線上進行社交活動，社群網站使用普及，已成為使用者搜尋即時資訊與互動交流分享的平台，因此資訊隱私更凸顯其重要性。

### 二、研究動機

隨著時間的演進，網路使用率愈普及，從傳統的網誌與留言版間單方面回應的關係，到現在社群網站的出現，互動的概念連接了我們日常生活，拉近了我們與親朋好友間的距離，讓人與人之間的關係變短了，帶來了不同於過去的形態，互動的連結人與人間的關係，讓更多人選擇在這樣的平台上共享。當社群網站成為許多人即時搜索資訊與交流互動的工具，隱私在社群網站中愈扮演著相當重要的角色(Madden et al., 2013；鄭敏芝等，2015)。

儘管社群網站已隨著網際網路技術而日漸普遍，但同時也衍生了不少隱私相關議題，導致用戶對社群網站的信任產生疑慮，而要如何讓用戶對社群網站產生信任以及如何在隱私開放程度與持續參與該網站的意圖中找到平衡顯得相當重要，社群網站使人們的人際關係更加緊密，在「分享」的同時，無形中也造成「隱私」的洩漏，甚至遭有心人利用。因此，本研究欲以社群網站為例，瞭解使高中職生對於網站使用時的隱私認知、使用感受，以及個人的隱私顧慮是否會影響其使用行為意圖。

### 三、研究目的

本研究主要目的在探討資訊隱私設置對高中職生使用社群網站意圖之影響，從理性行為理論結合資訊隱私機制與信任，對高中職生使用網路社群行為意圖，根據研究背景與動機，本研究的研究目的，主要分為以下幾點：

- (一) 瞭解高中職生使用社群網站的使用態度、行為意圖
- (二) 瞭解資訊隱私與信任對高中職生使用社群網站態度之影響。

#### 四、研究流程圖

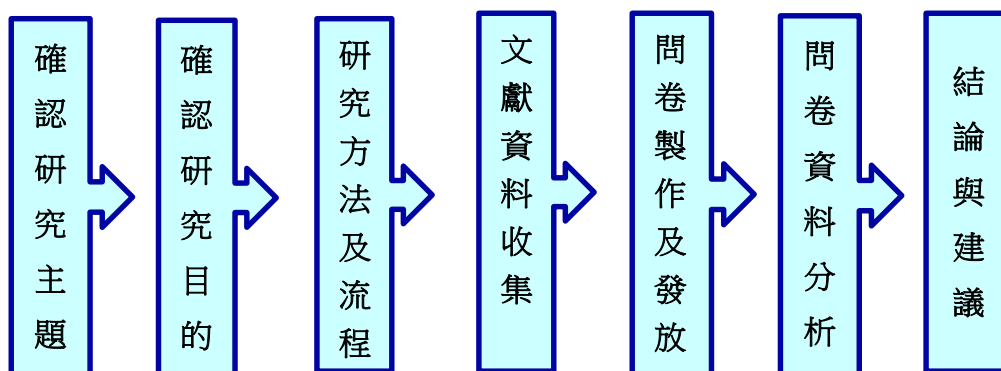


圖 1、本研究流程圖

### 貳●正文

#### 一、文獻探討

##### (一) 資訊隱私

資訊隱私，係指就個人自主控制個人資料之資訊隱私權而言，乃保障人民決定是否揭露其個人資料、及在何種範圍內、於何時、以何種方式、向何人揭露之決定權，並保障人民對其個人資料之使用有知悉與控制權及資料記載錯誤之更正權。

Gormley(1992)認為隱私權有四個基本理念：(1)個人性格的表達，強調人類特質的權利；(2)個人自治權，個人擁有思想、行動與決定的自由；(3)個人有規範自身資訊，以及控制與其他人交往的能力；(4)個人擁有秘密、匿名與獨處的權利。隱私權的定義有不少版本與說法，基本上各學說均強調「人有權獨處，不被打擾」的精神(林雅惠，2004)，傳達隱私權不可侵犯的基本信念。

##### (二) 理性行為模式

Fishbein 和 Ajzen 提出的理性行為理論(Theory of Reasoned Action, TRA)是 Davis 提出的科技接受模型(Technology Acceptance Model, TAM)最原始的理論基礎，理性行為理論是一個通用模型，它提出任何因素只能通過態度和主觀準則來間接地影響使用行為，這使得人們對行為的合理產生有了一個清晰的認識。該理論有一個重要的隱含假設：人有完全控制自己行為的能力。但是，在組織環境下，個體的行為要受到管理干預以及外部環境的制約。因此，需要引入一些外在變數，如情境變數和自我控制變數等，以適應研究的需要。

##### (三) 社群信任

信任被認為是一種依賴關係。值得信任的個人或團體意味著他們尋求實踐政策，道德守則，法律和其先前的承諾。在心理學中，信任是社會影響概念中不可或缺的一部分：因為影響或說服一個信任你的人是容易的。

好名聲有助形成顧客信任，信任常發生在與他人互動的經驗中，或藉由最近資訊蒐集過程中獲知(Wilson，1995)。名聲對另一方直接的資訊，可能沒有那麼完整包含到所有有關另一方的資訊，如果能夠了解交易對象過去的名聲，無論是好是壞，有助於我們判斷交易對方的可信度，當然比沒有任何資訊好(McKnight & Chervany，2001)。

#### (四) 社群網站

社群網站，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，為用戶提供各種聯繫、交流的互動通路，如電子郵件、即時通訊服務等。此類網站通常通過朋友，一傳十、十傳百、百傳千地把網路展延開去，就像樹葉的脈絡，華語地區一般稱之為「社群網站」。知名的包括 Google、Myspace、Plurk、Twitter、Facebook 等。在中國大陸地區，社群網路服務為主的流行網站有人人網、QQ 空間、百度貼吧、微博等。

## 二、研究設計

### (一)研究架構

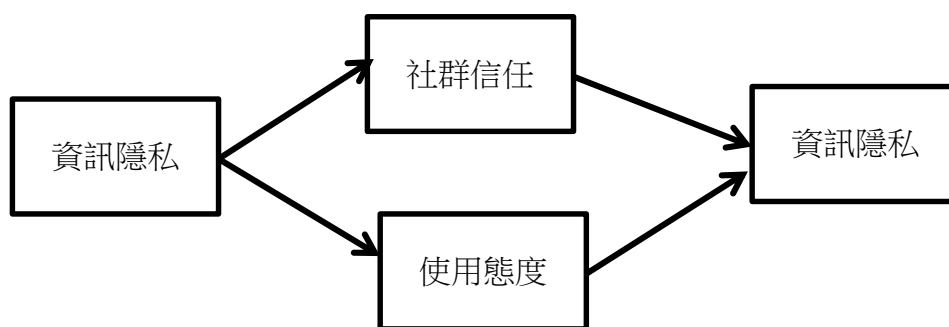


圖 2、本研究架構圖

### (二)研究設計

本研究是以「高中職生對行動通訊軟體 LINE APP 的使用因素」調查問卷取得資料。此問卷主要依這次主題研究目的及探討文獻所得區為因子，加以歸納設計而成。

### 三、問卷結果與統計分析

#### (一) 個人基本資料

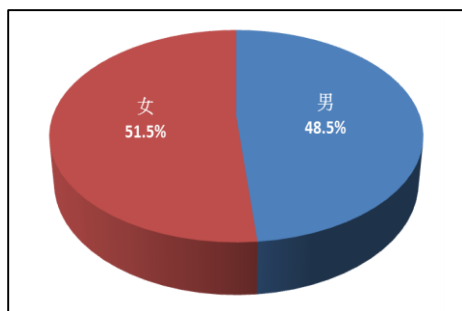


圖 3、樣本性別比例

##### 1. 性別

有效樣本中，受測者的性別比例為男性佔 48.5%，女性佔 51.5%。

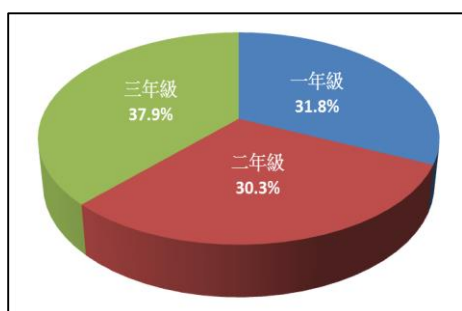


圖 4、樣本年級比例

##### 2. 年級

經過分析後，發現施測的年級比例以三年級 37.9% 為居高。

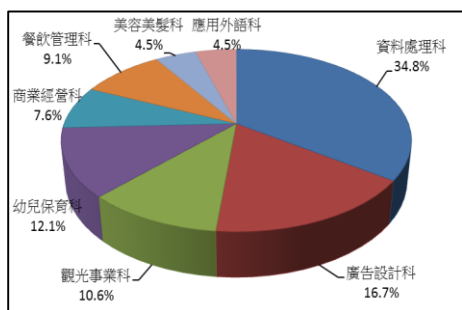


圖 5、樣本科別比例

##### 3. 科別

經過分析後發現，以資料處理科 34.8% 為最多，其次是廣告設計科 16.7%。

#### (二) 網路使用的狀態

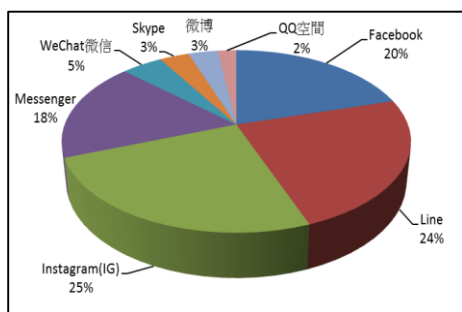


圖 6、使用較多的社群網站比例

##### 1. 平時最常使用的社群網站

經過分析後發現，選擇使用 Instagram(IG) 的人以 25% 為居多，其次為 Line 的 24%。

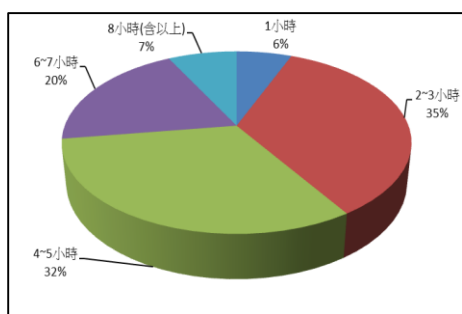


圖 7、使用社群網站時間長短比例

## 2. 每天使用社群網站的時間

經過分析後發現，有 35% 的受測者使用時間為 2~3 小時最多，其次為 32%，使用時間為 4~5 小時。

### (三)網路資訊安全的看法

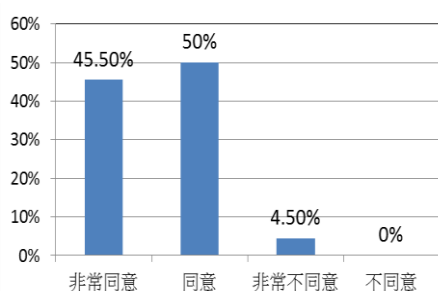


圖 8、提供個人資訊感到困擾比例圖

## 1. 當社群網站要求我提供個人資訊時，通常令我感到困擾

本次研究的受訪者有 45.5% 非常同意，50% 同意，4.5% 非常不同意，不同意則為 0%。由此可知，大部分的使用者對於在社群網站要求提供個人資訊是會感到困擾的。

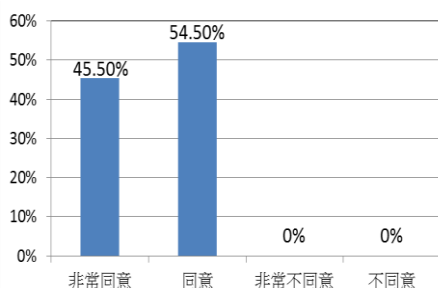


圖 9、提供個人資訊再三考慮比例圖

## 2. 當社群網站要求我提供個人資訊時，我會再三考慮

本次研究的受訪者有 45.5% 非常同意，54.5% 同意，非常不同意與不同意則為 0%。由此可知，全部的使用者對於在社群網站上提供個人資訊是會再三考慮的。

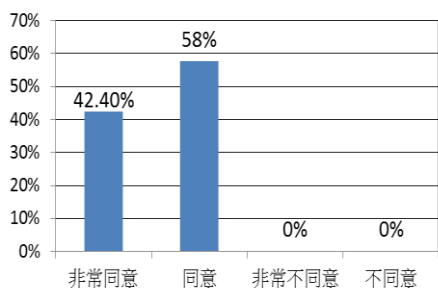


圖 10、蒐集個人資料過多比例圖

## 3. 社群網站蒐集太多關於我個人的資訊已經成為我的顧慮

本次研究的受訪者有 42.4% 非常同意，58% 同意，非常不同意與不同意則為 0%。由此可知，全部的使用者認為社群網站蒐集太多個人資訊，已成為使用者的顧慮了。

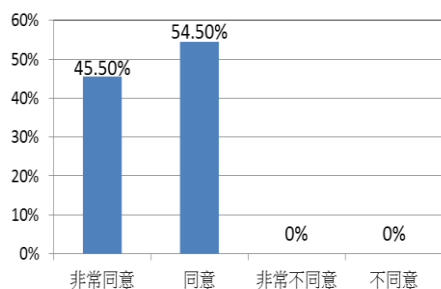


圖 11、應檢查個資正確性比例圖

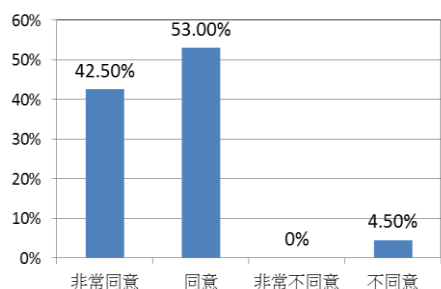


圖 12、提供有效資訊意見比例圖

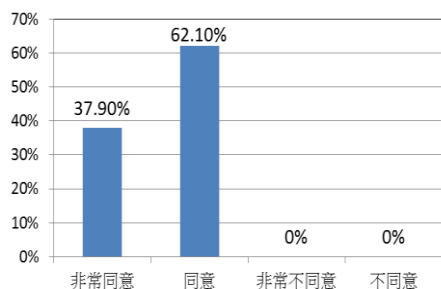


圖 13、個人隱私外洩問題意見比例圖

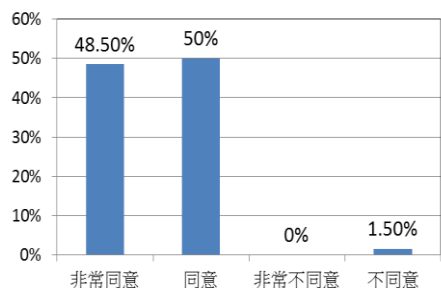


圖 14、提供有效隱私設置比例圖

**4. 社群網站應花費更多的時間，來查核網站資料庫內個人資訊的正確性**

本次研究的受訪者有 45.5% 非常同意，54.5% 同意，非常不同意與不同意則為 0%。由此可知，大部分的使用者都覺得社群網站應該花更多時間查核個資的正確性。

**5. 時常從別人社群網站上獲得有價值的資訊**

本次研究的受訪者有 42.5% 非常同意，53% 同意，4.5% 不同意，非常不同意則為 0%。由此可知，較多數使用者認為能在別人的社群網站獲得有價值的資訊。

**6. 在社群網站上，我會擔心自己個人隱私資料外洩**

本次研究的受訪者有 37.9% 非常同意，62.1% 同意，非常不同意與不同意則為 0%。由此可知，全部的使用者都擔心自己的個資會遭外洩。

**7. 社群網站提供我所需要的隱私設置或選項來管理我個人的資訊**

本次研究的受訪者有 48.5% 非常同意，50% 同意，1.5% 不同意，非常不同意則為 0%。由此可知，大部分的使用者都認為社群網站提供了有效的隱私設置與選項，讓使用者方便管理個人資料。

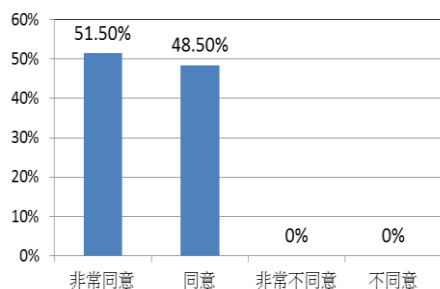


圖 15、個資公開危險性比例圖

**8. 在網路隨意公開個人資料、私密照片，我知道是危險的**

本次研究的受訪者有 51.5% 非常同意，48.5% 同意，非常不同意與不同意則為 0%。由此可知，全部的使用者都覺得在社群網站上公開個人資料或照片是不安全的。

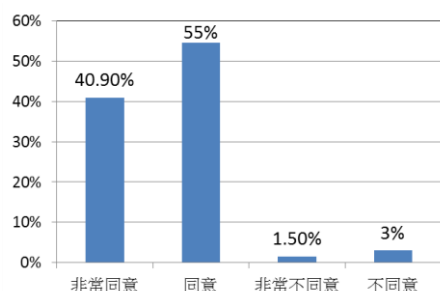


圖 16、電腦防護功能比例圖

**9. 我知道使用電腦時防護程式的保護並不一定是萬全的**

本次研究的受訪者有 40.9% 非常同意，55% 同意，1.5% 非常不同意，3% 不同意。由此可知，大部分的使用者都覺得電腦防護程式並不一定是絕對安全的。

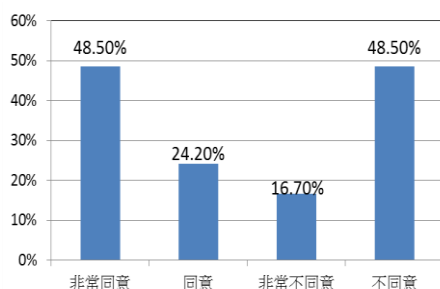


圖 17、相信保護個資比例圖

**10. 我仍然相信社群網站會保護我的個人資料**

本次研究的受訪者有 48.5% 非常同意，24.2% 同意，16.7% 非常不同意，48.5% 不同意。由此可知，對於使用者來說社群網站保護個資的可信度是一半一半。

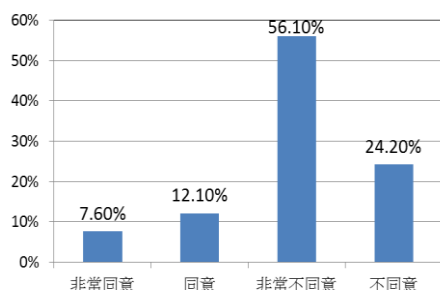


圖 18、為感興趣提供個資比例圖

**11. 當有人提供我感興趣的資訊時，我會馬上告訴對方個人資料**

本次研究的受訪者有 7.6% 非常同意，12.1% 同意，56.1% 非常不同意，24.2% 不同意。由此可知，大部分的使用者不會因自己感興趣的資訊，而隨便提供個人資料。



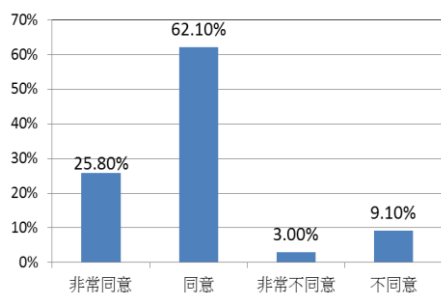


圖 19、危險仍繼續使用比例圖

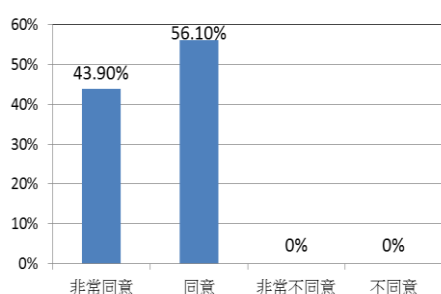


圖 20、使用社群網站安全性比例圖

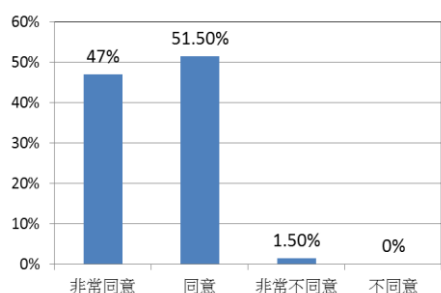


圖 21、網路使用法律責任比例圖

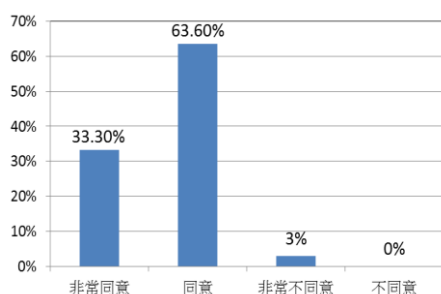


圖 22、為方便關閉或停用防護比例圖

**12. 我曾經在防護程式已提出警告的情況下，仍繼續使用社群網站**  
 本次研究的受訪者有 25.8% 非常同意，62.1% 同意，3% 非常不同意，9.1% 不同意。由此可知，大部分的使用者就算知道正在使用的網站不安全，仍會繼續使用。

**13. 在社群網站上隨意點選來歷不明的連結或下載檔案，我知道有令電腦被攻擊的可能性**  
 本次研究的受訪者有 43.9% 非常同意，56.1% 同意，非常不同意與不同意則為 0%。由此可知，全部的使用者都知道不能隨意點選網站上不明的連結或下載檔案，因為有被攻擊的可能性。

**14. 即使是匿名性的，在網路上的言行我知道依然要負法律責任**  
 本次研究的受訪者有 47% 非常同意，51.5% 同意，1.5% 非常不同意，不同意則為 0%。由此可知，大部分的使用者知道在網路上亂留言，仍是需要負法律責任的。

**15. 使用電腦其他功能時(例如玩遊戲)，很常為了方便而隨意關閉或停用防護程式**  
 本次研究的受訪者有 33.3% 非常同意，63.6% 同意，3% 非常不同意，不同意則為 0%。由此可知，大部分的使用者都會為了方便而隨意關閉防護程式。

## 參●結論

### 一、研究結論

現今網際網路越來越發達，人與人之間所傳遞的資訊與資料量也隨之增加。相對的，在傳送的過程中，資訊社會為了提供更多元的個人化服務，蒐集、交換與儲存個人隱私資料的現象充斥在現實生活中。儘管社群網站已隨著網際網路技術而日漸普遍，但同時也衍生了不少隱私相關議題，導致用戶對社群網站的信任產生疑慮，因此，本研究以社群網站為例，瞭解使高中職生對於網站使用時的隱私認知、使用感受，以及個人的隱私顧慮是否會影響其使用行為意圖。

經過本次研究發現大部分的受訪者對於社群網站收集個資問題是會覺得困擾的。儘管社群網站已隨著網際網路技術而日漸普遍，但同時也衍生了不少隱私相關議題，導致用戶對社群網站的信任產生疑慮，而要如何讓用戶對社群網站產生信任以及如何在隱私開放程度與持續參與該網站的意圖中找到平衡顯得相當重要，社群網站使人們的人際關係更加緊密。

### 二、建議

給網站使用者建議，現在網路越來越發達使用的人越來越多，所以對於網路資訊安全應該更加防護。再者，本研究發現，大家都知道網路並不安全，甚至在防護程式已提出警告的情況下，仍選繼續使用，在此，還是要提醒使用者，為了以防萬一，建議在網路上，不論是為了什麼需要留下個人資料，都應該再三考慮後再做決定。

## 肆●引註資料

1. 丁俊和(2012)，論社群網站資訊隱私權保護之法律分析，東吳大學法律學系碩士論文
2. 任文瑗、范錚強、許通安(2006)，資訊隱私侵害行為意圖之研究，*Journal of Information, Technology and Society*，頁 77-99。
3. 曲銘芬(2014)，青少年 Line 的使用行為、滿足感與人際關係之研究，義守大學資訊管理學系碩士論文
4. 林錦郎、卓麗香、張松山(2017)，資訊隱私機制與信任對 Facebook 社群網站使用者行為意圖影響之研究，*全球商業經營管理學報*，第九期，頁 13-25。
5. 林錦郎、卓麗香、張松山(2017)，資訊隱私機制與信任對 Facebook 社群網站使用者行為意圖影響之研究，*全球商業經營管理學報*
6. 徐新隆(2005)，數位時代下資訊隱私權問題之研究—以個人資料保護為中

心，國立臺北大學法學系碩士論文

7. 張耀川、林大裕、鄭乃彰(2010)，以理性行為模式探討影響台灣線上團購行為之決定因素，屏東教大運動科學學刊，第六期，頁 297-321。
8. 劉靜怡(2002)，網際網路時代的資訊使用與隱私權保護規範：個人、政府與市場的拔河，資訊管理研究，第四卷第三期，頁 137-161
9. 簡榮宗(2000)，網路上資訊隱私權保護問題之研究，東吳大學法律學系研究所碩士論文