

投稿類別：資訊類

篇名：

高中生對 FaceBook 網路社群網站使用情形探討－以樹德家商為例

作者：

潘巧絹。私立樹德高級商業職業學校。輪資三 51 組

許瑜芳。私立樹德高級商業職業學校。輪資三 51 組

指導老師：

施玉情 老師

壹●前言

一、研究背景與動機

資訊爆炸的時代，只要能夠連線上網，便可與世界連接，萬千段訊息近在眼前，人們透過網路很容易互相交流資訊、提供想法，網路不但不會使使用者失去與社會的連結，還可增加使用者與朋友、家人、同學的溝通互動，甚至還可結交新朋友（Katz & Aspden, 1997；University of California, Los Angeles, 2002；鍾璫萱，2009）。社群網站的興起可以說是網路發展的一個過程和結果，網路的發達讓人們因為沒有國界的限制而能夠輕易的與人交友、共同參與一個討論或一件事，現今各式各樣的社群網站流行，滿足了許多人不同的需求。

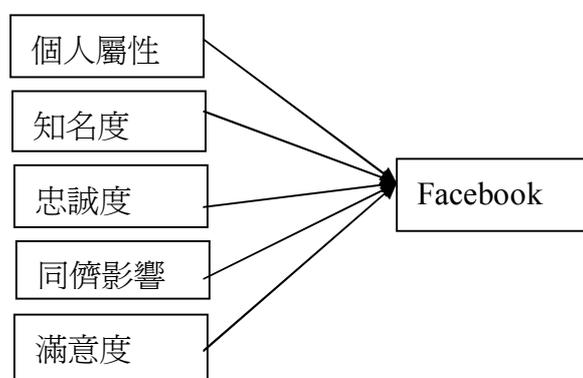
2010年9月台灣社群網站到達率前5名分別為無名小站(82.74%)、Facebook(79.76%)、痞客邦(67.54%)、MSN Live Spaces(28.24%)與噗浪(22.64%)。其中可以看到Facebook的網友使用狀況逐漸逼近一直佔據台灣社群龍頭位置的無名小站(創市際，2010)。對於每日都愛在線上生活，適應新鮮事物能力較強的年輕一代我們來說，行動社群網站的虛擬世界，它似乎已替代了過去青少年流連的彈子房、保齡球館…等休閒場所，行動社群網站已成為一股青少年族群之次文化。本研究主要想探討高中生對Facebook網路社群網站使用情形，作為研究之對象。

二、研究目的

本研究主要目的在探討「Facebook」的特性，比較Facebook等網路社群網站的優缺點，並藉問卷分析Facebook網路社群網站的知名度、滿意度、互動性等，去了解Facebook網路社群網站的特色、相較其他網路社群網站受歡迎的原因，及在高中生族群中的使用情形和流行程度。主要分為以下幾點目的：

1. 探討Facebook網路社群網站的特性
2. 了解高中生族群使用Facebook網路社群網站的情形、流行程度。

三、研究架構



圖一、本研究架構圖

一、文獻探討

(一) 社群網站

社群網路(Social Network)是指一群擁有社群關係的人們所形成的小團體，社群網路關係的組成方式如：同學、朋友、工作夥伴、共同興趣或具有共同專業能力的人們群聚在一起，形成社群網路。Boyd and Ellison (2008)指出，社群網站(Social Network Sites, SNS)是指一種公開或半公開的系統，在此系統中，使用者可連結其他有關係的使用者，成爲一個名冊，並可觀看與連結名單內的其他使用者。網站提供使用者各種方式互動，包括聊天、傳訊、寄信、分享影片、照片與檔案、寫網誌等功能(Stephens, 2007)。

(二) 網路社群網站

「網路社群」係將實體社會中的社區、團體概念延伸到網路上，網友可以依據各項宗旨在社群網站中成立不同的團體，並藉此進行聯絡與溝通。而它最大的意義在於，社群網站利用人有與其他人產生互動、情感維繫以及得到更多資訊的需要，提供一個虛擬空間，讓關心相同主題的使用者群聚在一起並且分享資訊。網路社群網路是由透過網際網路，社群成員能夠互相的傳送訊息彼此互相連絡，增加社群成員對社群的歸屬感及認同感，使社群網際網路逐漸擴展到世界的各個角落。社群網站則是建構以個人爲中心的網絡，形成以自我爲中心的社群(boyd & Ellison, 2008)。

(三) 社群忠誠度

Armstrong and Hagel (1997) 提出了對網路虛擬社群中，成員忠誠度的產生提出了動態循環模式。一個社群愈能促進成員之間的人際關係，或是成員與領導者之間的人際關係，成員就愈忠誠；成員愈忠誠，就愈能參與社群創作內容。另外，社群愈能提供客製化的互動，成員對社群的忠誠度也愈高。因此，人際關係是社群成員間交流所產生的重要因子，而此種人際關係會創造出社群忠誠度(Roberts, 1998；Armstrong & Hagel, 1997)。

(四) Facebook

1. Facebook 簡介

Face book 的創始人—馬克·扎克柏格，2004年2月創立，並在哈佛校內開放，原意是做爲校內學生的聯絡留言的社交網站，一個月的時間就有超過半數的哈佛學生註冊使用。接著又有其它的大學名校加入，還陸陸續續開放了高中生使用。2005年更流傳到英國、紐澳等國家的學校。一直到2006年11月才終於開放給所有的網路使用者使用。從此，只要有正式

有效的 e-mail 即可登錄 Facebook 註冊了（數位時代，2009）。

Facebook 運作的平台是整個網際網路，而他們充分運用了硬體與軟體的結合，共同運作在網路這開放的平台。其次，掌握住人這重要資源，有別於無名小站與 MySpace 是著重在家人或親密好友這種強繫關係，反而將重點放在認識但久久聯絡一次的弱繫關係上。最後，是守門員概念（指的是橫跨組織、建立橋樑與整合資源的人），也就是說使用者可利用 Facebook 擔任此角色，不需大筆經費便可整合資源並具有創新性，可運用於商業經營之上（數位時代，2008）。

2. Facebook 網站功能介紹

● 網路平台：就像之前發展快速的 flash 小遊戲、java 小遊戲一樣，Face book 提供了一個開發介面，讓各公司在 Face book 平台上開發出一套又一套精巧可愛的互動遊戲；而透過 Face book 的社交功能，令這些的耐玩度及趣味性更上一層樓。

● 社交網站：Facebook 最強大的功能便是他的社交搜尋能力。透過會員建立在資料庫中各式資料，可以輕易地找到失散多年的朋友、同學。世界共通的資料庫搜尋，更是架構商業網絡的最強利器。除了個人檔案頁之外，Facebook 更開放了【粉絲】及【社團】功能，進一步鍊結具有相同愛好的使用者群，同時也為廣告收益布下穩固的基礎。

● 微網誌社群：自 Twitter 及噗浪的風行，簡單輕巧的微網誌開始抬頭，facebook 的塗鴉牆便是順應這項潮流而開放的服務。而且 facebook 的塗鴉牆不但具備微網誌功能外，更具有連結網誌、相片、影片等等的分享連結功能，在多樣性及便利性上更加引人注目。

● 塗鴉牆（The Wall）：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。很多用戶可以在塗鴉牆上留簡訊息。更私密的交流則通過「訊息」（Messages）進行。訊息發送到用戶的個人信箱，就像電子郵件，只有收信人和發信人可以看到。

● 戳（Pokes）：Facebook 提供一個「戳一下（Poke）」功能，讓用戶可以丟一個「戳（Poke）」給別人。根據 Face book 常見問題中相關的解釋：「Poke 是你和朋友互動的一種方式。在設計這個功能時，我們認為提供這樣一個沒有明確目的的功能，其實挺酷的。用戶們對 Poke 有各自不同的解釋，我

們也鼓勵你提出屬於你自己的解釋。」實際上這個功能的目的只是讓用戶能引起別的用戶的注意。

有時朋友之間會進行一種被稱為「Poke 仗」的遊戲——兩個用戶間用「Poke 回」功能，互相 Poke 來、Poke 去。

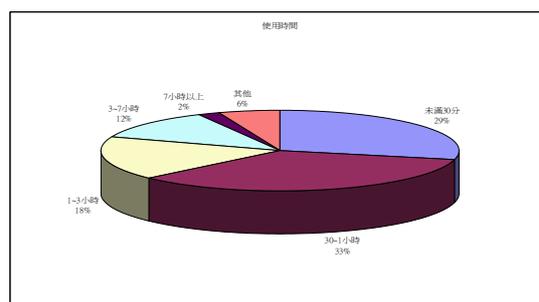
●活動 (Events)：Facebook 活動的功能幫助用戶通知朋友們將發生的活動，幫助用戶組織線下的社群活動。而在 Facebook 的各項功能中，以在 2007 年推出粉絲專頁最具有發展商業的潛力，根據 Face book 自身的定義，以粉絲專業(fan page)是「一個公開的個人檔案，可以協助你與 Face book 用戶分享你的企業動態與產品消息」(Face book，2010)。

●市場 (Marketplace)：2007 年 5 月，Facebook 推出 Facebook 市場。用戶可以免費發布下列分類廣告：售賣二手貨、租房、工作，等。供求兩方均可發布。所有 Face book 用戶都可以使用這個功能。目前是免費的。

二、分析結果

本研究對外隨機發放 110 份問卷，有效問卷為 108 份，進而以 Microsoft Office 辦公室軟體—電子試算表 Excel 工具。

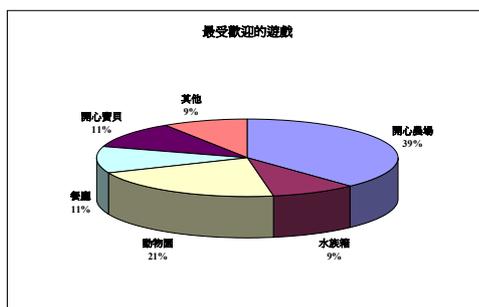
1. 平均一天花在 Face book 的時間：經過分析後發現施測平均一天花在 Face book 上約半小時至一小時居多。一般人花在 Facebook 的時間，跟一般的吃飯洗澡時間差不多，Facebook 可以說已成為生活的一部份。



圖二、 樣本花費時間比例圖

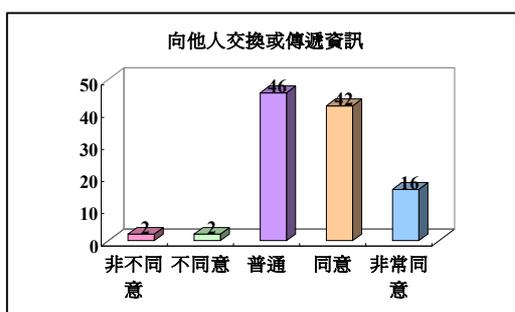
2. 喜歡的 Face book 遊戲：經過分析後發現施測大部分的人喜歡玩「開心農場」居多，佔 41%。這可能跟之前流行風潮有關係，前陣子大家的問候語都是「你偷菜了嗎？」，也因為這樣流行風潮及炒作，除了線上開心農場的流行，也帶動實

際生活中的綠色生活潮流。



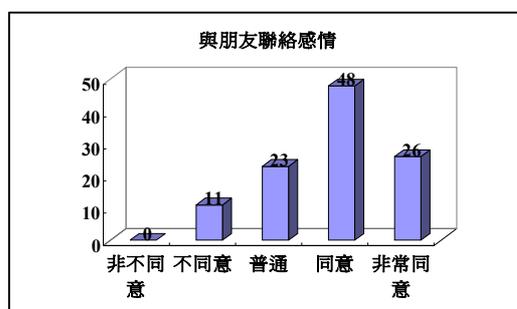
圖三、樣本最喜歡的遊戲比例圖

3. 使用 Face book 是爲了向他人交換或傳遞資訊：經過分析後發現，有 58% 的受測者通常使用 Facebook 向他人交換或傳遞資訊，所以 Facebook 可以是目前高中生一個意見來源的地方。



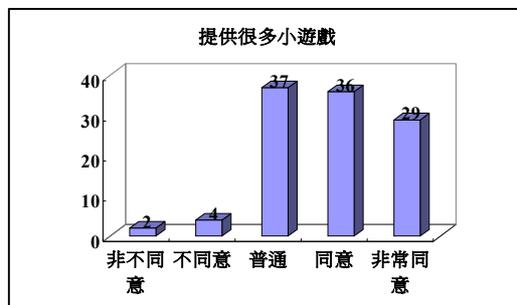
圖四、爲了向他人交換或傳遞資訊比例圖

4. 爲了與朋友聯絡感情：經過分析後發現，有 74% 的受測者通常使用 Facebook 與朋友連絡感情，所以可以說 Facebook 是現在高中生與朋友聯絡感情的一個熱門網站。



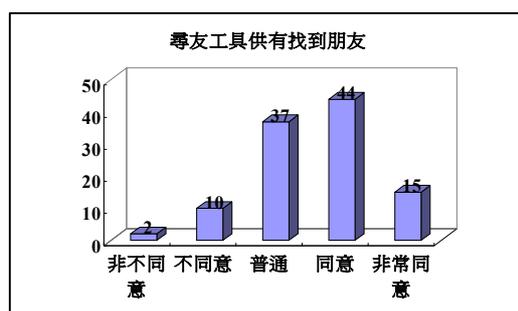
圖五、爲了與朋友聯絡感情比例圖

5. Face book 提供很多小遊戲：經過分析後發現，有 65% 的受測者會使用 Facebook 是因為 Face book 提供很多小遊戲。但由此推論，因為只有 65% 認為會去使用 Facebook 是因為提供很多小遊戲，反觀亦有 35% 的人可能只是單純的使用 Face book 的平台，尚未玩其中的小遊戲。



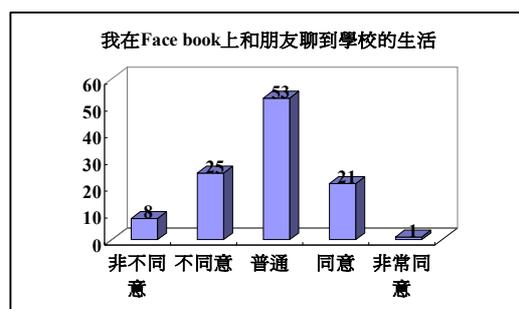
圖六、提供很多小遊戲比例圖

6. 透過尋友工具功能找朋友：經過分析後發現，有 60% 的受測者會透過尋友工具功能找朋友。所以，這也可以說就是所謂的網路社群的一環。



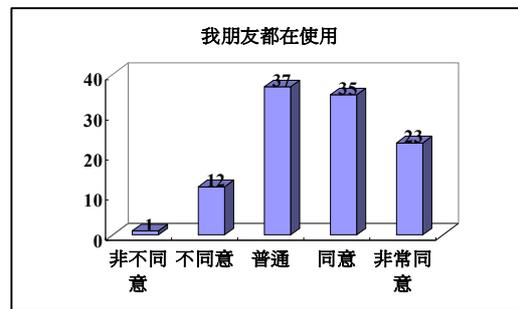
圖七、透過尋友工具功能找朋友比例圖

7. 在 Face book 上和朋友聊到學校的生活或課業：經過分析後發現，有 46% 的受測者會在 Face book 上和朋友聊到學校的生活或課業。所以其實可以運用 Facebook 平台，以作為同儕之間的訊息的傳遞與課業交流平台。



圖八、聊到學校的生活或課業比例圖

8. 使用 Face book 是因為朋友都在使用：經過分析後發現，有 58% 的受測者使用 Face book 是因為朋友都在使用。所以由此可知，同儕很容易因為週邊的朋友受影響，一起使用這個平台。



圖九、使用 Face book 是因為朋友都在使用比例圖

參●結論與建議

一、研究結論

整篇論文的主旨在於探討為何 Face book 社群網站能夠對高中生造成如此大的吸引力的因素為何。本研究結果發現，高中生會使用 Face book 社群網站的原因是因為，大部分的週邊朋友都有在使用 Face book 網站，甚至利用 Face book 與朋友連絡感情，討論學校事件或課業。而且高中生對於 Face book 本身以及它的小遊戲的印象普遍都有好感，甚至在不考慮因素下，會選擇它的開心農場，這可能跟之前的電視推廣的風潮有關係。總括來說，Face book 雖然沒有像之前那麼熱門，但目前還是高中生彼此聯絡情感及交流的地方。

二、研究建議

根據本研究結果，在此本研究提出建議，研究發現，高中生也會在 Face book 上和朋友聊到學校的生活或課業，其實可以建議學校老師們，可利用 Face book 的效益，瞭解學生生活的活動，也可以藉此網路社群平台與學生進一步互動。

肆●引註資料

1. 谷玲玲(2002)，為什麼要研究網路社群？中華傳播學會年會。
2. 周冠中、郭美懿(2010)，網路社群興起，E-Business 時代風潮，博碩出版社

3. 數位時代(2009)，Face book 的成功之道，索引日期：2010/11/06，資料來源：
http://www.bnext.com.tw/LocalityView_7026
4. 中央社(2009)，Facebook 成功行銷關鍵大剖析，索引日期：2010/11/06，資料來源：
<http://www.cna.com.tw/postwrite/cvpread.aspx?ID=45606>
5. 創世紀(2010)，ARO 觀察—從社群經營到口碑行銷：品牌經營者如何操作 Facebook，創市際月刊報告書