



社群網站 背後的秘密

2015-10-15 記者 曾煥富 文



互聯網崛起的時代，人們習慣沉浸在快速的訊息流中。其中主要使用的網站是社群網站。在雜誌《數位時代》的「2015台灣網站100強」中，臉書（Facebook）拿下了第一名，其次為YouTube和雅虎奇摩。而在二〇一四年，資訊工業策進會的產業情報研究所做出了一份「網路社群使用現況分析」，報告中指出96.2%的人在近期有使用社群網站，大幅高於其他類型的網站。由此可見社群網站在台灣使用率的普及化。



台灣臉書用戶，平均每個月有十八億個讚，1.9億張照片上傳。（圖片來源／科技濃湯）

發佈貼文 心理得到滿足

「人人都離不開社交網路。任何人都能把自己最新的情況放到網上，然後通過社交網路，跟自己認識或者不認識的人分享。當這種分享得到一些人的肯定時，人的心理會有滿足感。越多人的參與，這種滿足感就越強烈。」心理學家丹·愛瑞利（Dan Ariely）說到。習慣在起床後打開社群網站，瀏覽和回覆朋友，甚至是陌生人的動態，這樣的現象，已經在多數國家中變成常態。

當人們被肯定時，會產生心理滿足。二〇一五年，美國有線電視新聞網（CNN）針對兩百位使用社群網路的十三歲青少年，做使用社群網站目的調查，結果顯示，有61%的人表示發佈動態是為了取得回應，36%的人則是想知道朋友近況，而21%的人想知道是否有人在批評他。由此明顯發現大部分青少年極欲從社群網站中，獲得更多同儕認同。像是在Google+中有「+1」的功能，等同於在臉書中的「按讚」，都是對於貼文者的一種肯定。當看見的人越多，受到肯定的機率越大，於是人們被這樣的功能吸引。



按讚是一種對於貼文的肯定，因此讚數增加達到人們的心理滿足。

（圖片來源／iMarketing）

危險心靈 網路霸凌

雖然社群網路能夠讓人們在網路上的溝通更加方便，但相對的，也讓現實中的霸凌入侵網路世界。網路中的存在感，往往是青少年使用社群網路最在乎的事。由發佈內容被肯定的程度，還有評論或分享的數量多寡，來評斷一個人在網路上的人氣。

在團體中的認同，是青少年時期最需要的感情依靠。如果失去這樣的依靠，常常導致身心不健全

媒體歷屆廣告

推薦文章

- 印度的女兒 反思性侵暴力
- 跨界 古典與流行交響
- 刻劃愛情的二十六種面貌

總編輯的話 / 楊淑斐



本期為二二三期，共三十三篇稿件，其中以評論類文章及文化現象居多。本期側欄廣告以交大網路電臺goto&Play為題，帶大家鎖定即將開播的節目內容，令人十分期待。

本期頭頭王 / 胡浣莊



懶惰，卻有深如溪壑的慾望，我不在意開心快樂，我只想要抵達目標，我是胡浣莊。

本期疾速王 / 羅宛君



逃不過3.14的大臉 躲不過比胸部還大的肥肚 懇求我的眼睛 可以流的不是淚 而是油

本期熱門排行



平凡的故事 不平凡的音樂
趙廣潔 / 影評



斷尾求生 陣前拔柱驗民心
胡浣莊 / 社會議題



再年輕一次 追尋青春夢想
姚煒哲 / 影評



馬頤 孤島上的音樂詩人
唐宜嘉 / 樂評



十字架的開端 贖罪的終點
呂安文 / 書評

發展。在饒舌歌手小人的〈兇手不只一個〉中唱著：「有個網友看到這則新聞馬上po 譴責少年逃避現實的留言馬上多」其中便是描寫校園暴力延伸到網路世界，變成網路霸凌。在今年十月知名新聞台也做了一則關於網路霸凌的新聞：「用社群網站孤立同儕 新型態『網路霸凌』」，針對現在嚴重的網路霸凌作探討。由此可見，網路霸凌已經成為常態，相對於發佈動態而獲得的心理滿足，成為一個劇烈的對比。

弱連結 有用資訊聚集

加入社群網站之後，通常第一件做的事就是加好友。由登入網站時輸入的關鍵字穿針引線，讓人們能在好友推薦清單中找到多年不見的朋友。聯絡感情，是社群網站最誘人的武器。除了能找到昔日好友，社群網站讓陌生人與陌生人間產生連結。關係疏遠的相互個體間存在一種連結，被稱為「弱連結」(Weak ties)。

通常擁有「弱連結」的彼此，生活環境和思維模式會相差很大，因此這樣的角色能夠提出多元的資訊，幫助彼此擴大視野。史丹佛大學(Stanford University)教授馬克·格蘭諾維特(Mark Granovetter)在一九七三年於《美國社會學刊》(American Journal of Sociology)上提出了他的研究：在一百位找工作的受測者中，有五十四個人是利用人脈找到工作，而其中有17%的人藉由「好朋友」得到工作，而83%的人是靠「泛泛之交」取得工作機會。這樣的發現震驚了許多人，但在仔細思考後會發現，的確如此。不同的社群背景會讓資訊更多元豐富，進而擁有可以善加利用的資訊。社群網站提供了前所未有的大量「弱連結」，等於將資訊的資源廣度與深度大幅度提高，也因此讓有用的資訊聚集。

議題爆發 引多方探討

在資訊流通的時代，訊息快速的更新，不同於過去的書信往來，現在藉由社群網站，人們可以即時接收最新消息展開討論。在今年九月中，網路上瘋傳一則關於新生代少女團體「伊梓帆」，在記者會上被多次問到政治立場的新聞。事件被多方報導，引起熱烈的討論。不同背景的閱聽人，在社群網站上留下許多評論。

在二〇一一年曾為民進黨總統候選人蔡英文拍選舉廣告的陳志瑜，在批踢踢實業坊發帖表示，自己四年前因為拍攝廣告遭不同政治立場人的撻伐，卻只能忍氣吞聲，連開記者會解釋的機會都沒有。有行銷背景的評論者提到，雖然是一則負面新聞，卻成功宣傳到了「伊梓帆」的招牌，讓這個團體知名度大增。在社群網站上的留言功能，讓多方的探討得以有共同平台展現觀點，使閱聽人對於事件有更深入的了解。



人們利用即時公開的社群網路平台，進行討論。(圖片來源/PMP筆記)

疑慮重重 那些照片屬於誰

在二〇一二年，Instagram因為更新使用條款遭到大眾撻伐。在新條款中，Instagram公司表示，用戶上傳的照片都為公司所有。對於沒有事先告知，而直接制定條款，讓民眾感到不滿。民眾要求該公司撤銷新規定。結果，該公司只刪除有爭議的句子，並沒有撤銷強制更新的規定。當時抵制Instagram的聲浪很高，民眾對於隱私與所有權的要求顯而易見。

由此案例發現，其實隱私早在開始使用社群網站時就蕩然無存。登入網站系統的IP位址、信箱、密碼，到在網站上的每一個動作，都被網站記錄。只要公司方願意，就能將我們的社群網路行為模式、點擊廣告率等，販賣給需要的企業，變成網路行銷中的元素。當販賣人們行為模式的時候，社群網站公司不需要支付額外的費用，或是徵求當事人同意，在臉書的使用條款中，就有明確寫到：「您給予我們非獨有、可轉讓、可再授權、免版稅的全球授權，使用您發佈在 Facebook

或與 Facebook 關聯的任何智財產權內容（智財權授權）。」所以早在註冊帳號時，人們就同意了這場交易。



社群網站因為普遍被使用，成為網路時代的一個標記。

(圖片來源 / Creative MagEzine)

利弊交雜 社群時代

社群網站的公開性如同雙面刃。在社群網站上貼文，雖然有機會能被肯定，達到心理滿足，但另一方面被否定或是冷落的情況也存在，甚至變成網路暴力。證明人際關係之於社群網站，不一定是正向關係。社群網站除了人際關係，引發議題探討和收集資訊的功能令人訝異。這些因素，都是現今多數人使用社群網站的原因之一。



國樂注入現代 另類曲風

傳統華樂融合現代流行音樂，成為全球焦點，中西合璧新革命開始。

翻轉音樂 Mashup



混搭 (Mashup) 是一種創作音樂型態，也是人們說故事的方法。

▲TOP