大學圖書館
16 卷 2 期（民國 101 年 9 月） 頁 170-191

大學生於社群網站之資訊揭露現象分析

Analysis of College Students' Information Disclosure on Online Social Networking Sites

吳寂絹 Chi-Chuan Wu

國立臺灣師範大學圖書資訊學研究所博士生

Doctoral Student, Graduate Institute of Library & Information Studies

National Taiwan Normal University

E-mail: chichuanwu@gmail.com

邱銘心 Ming-Hsin Phoebe Chiu

國立臺灣師範大學圖書資訊學研究所助理教授

Assistant Professor, Graduate Institute of Library & Information Studies

National Taiwan Normal University

E-mail: phoebechiu@ntnu.edu.tw

【摘 要】

社群網站是一個相當年輕，但卻快速成長的網路現象。為了解大學生於社群網站的資訊揭露行為，本研究以社會交換理論（Social Exchange Theory, SET）為基礎，探索大學生使用 Facebook 之自我揭露行為。研究結果顯示參與社群網站大學生之資訊揭露行為模式，符合 SET 的主張，同時得知大學生參與社群網站的動機、行動、報酬及成本等因素為何。最後除提出一個大學生於社群網站資訊揭露的行為模式外，並提出建議供教育人員及社群網站經營者參考，以建構健全的網路社群。

【Abstract】

Online social networks (OSNs) are emerging as a young but rapidly growing phenomenon on the web. This study attempts to explore the behaviors and factors of self-disclosure of online social network (OSN) users with the theoretical insights of Social Exchange Theory (SET). The results show that self-disclosure behavioral patterns of college students are in line with the idea of SET, it also addresses college students'

臺灣大學學術期刊資料庫

收稿日期：民國 100 年 12 月 7 日；接受日期：民國 100 年 3 月 4 日

motivation, rational action, rewards, and cost factors of joining Facebook. Finally, a research model of information disclosure behavior pattern for college students is addressed. We also provide insights for OSN service providers and educators to cultivate a healthier online community.

關 鍵 字：資訊揭露；社群網站；社會交換理論
Keywords：information disclosure; online social networks; social exchange theory

壹、問題背景與研究動機

社群網站是一個相當年輕，但卻快速成長的網路現象（Krasnova, Spiekermann, Koroleva, & Hildebrand, 2010）。近年來，使用者數量的快速增加，伴隨而來的是多樣化的進展和複雜化的目的，以及不同的社群網站有著不同的使用型態。社群網站的基本目的係提供使用者間的線上互動與溝通，而透過不同的服務，也會產生特定的目的與使用型態，其中最普遍的模式為呈現個人資訊（Gross & Acquisti, 2005）。社群網站可以讓使用者在該網站上建立一個個人資訊檔，並透過自己的資訊檔與他人的資訊檔連結，以達建立外顯式個人網路之目的。Souza and Dick（2009）提出許多社群網站的研究結果顯示，大學生最常使用的社群網站為 Facebook，佔 90%，其次分別為 MySpace 與 Friendster；而在臺灣，Facebook 的使用熱潮已讓它成為家喻互曉的社群網站。根據 2011 年 11 月 28 日 Facebook 的使用統計（SocialBakers, 2011）顯示：臺灣使用 Facebook 的總人口數為 11,163,900，已在 Facebook 全球使用統計中排名第 18，其中男性使用者佔 51%、女性使用者佔 49%。依使用者年齡層區分，排名第一者為 25-34 歲，共計 3,907,365 人，佔 36%；其次為 18-24 歲，佔 28%。而根據資策會（2012）提供之上網人口統計資料顯示，2011 年第 2 季我國經常上網人口為 1,088 萬人，顯示屬於大學生年齡層的 300 萬 Facebook 使用人口數已佔全國經常上網人口的 28%。

廿世紀的青少年，人際間的溝通管道主要是面對面與電話的溝通，而廿一世紀的青少年已習慣於透過網路溝通，相較於以前的溝通方式，電腦所提供的便利性更能符合青少年的目的性（Hinduja & Patchin, 2008; Lenhart, Madden, & Hitlin, 2005）。對青少年而言，參與社群網站有許多潛在的益處，例如，Berson, Berson, and Ferron（2002）認為線上互動提供一個學習與改善自我控制能力的場所、學會忍受及尊重他人的觀點、以健康及受規範的方式表達情緒、以及從事批判性的思維與決策；社群網站提供一個虛擬空間讓青少年「閒逛」消磨時光，而且可以不受空間限制與朋友緊密連結在一起，它亦可提

臺灣藝術學院 臺灣音樂館 期刊資料庫

供年輕人一個發展自我的空間，即使在社群網站上廣結朋友可能增加自己被父母找到的機會，他們仍然願意與朋友有著緊密的連繫，以便在社群網站中觀察他人及被他人觀察，並進而學習社會化（Boyd, 2007）。換言之，參與線上互動可讓年輕人增強自我發現及產生認同，畢竟該世代的自我價值主要來自同儕的看法、流行的動態與當前的文化趨勢（Boyd, 2007）。

當然，參與社群網站亦須承擔風險，例如可能發生網路霸凌事件，甚或使自己成為受害者等（Hinduja & Patchin, 2008）。近來亦有研究顯示限制個人資訊被存取的風險，將可能大於揭露資訊的風險，因為當限制個人資訊被存取時，亦可能限制了他人對自己的潛在認同，因而導致降低自己的聲望（Christofides, Muise, & Desmarais, 2009）。雖然已有研究指出社群網站的自我揭露所可能帶來的好處與風險（Gross & Acquisti, 2005; Krasnova, et al., 2010），但鮮少有研究能系統化地描述社群網站的自我揭露現象（Krasnova, et al., 2010），且根據線上調查機構 Experian Hitwise 的數據顯示，Facebook 是 2010 年最多美國人造訪的網站，人氣超越 Google，也是最多人搜尋的字詞（陳澄和、張佑生，2011）。國內的 Facebook 熱潮雖是因「開心農場」遊戲而起，但從統計數據顯示，國內利用 Facebook 在網路上進行社交活動的社交型青少年網友為數不少，Facebook 的使用在青少年間已蔚為風潮，且從新聞報導顯示虛擬世界也有現實社會問題，如網路霸凌問題，其造成的負面影響不容忽視（賴仕涵，2011）。

國內社群網站相關的研究中，較少出現探究社群網站中的資訊揭露議題之文獻，因此，本研究以社會學四大流派之一的社會交換理論（Social Exchange Theory, SET）為基礎，針對某國立大學使用 Facebook 的大學生作為研究對象，探索他們的自我揭露行為。社會交換理論主張人際間的互動即為一種交換行為，報酬減去成本後即為利益，故一個人在從事交換行為時，對他而言，付出的可能是一項成本，得到的可能是一種報酬，當他覺得有利可圖時，行為會產生較小的改變，相對的，報酬較少時，成本亦相對的增加（Homans, 1958）。人們願意在社群網站揭露個人資訊與人互動，即因人們認為這樣的交換關係具有某種程度的吸引力，而社會交換理論中的「報酬」與「成本」概念很適合來分析資訊揭露行為。研究問題分為四個構面，分別為：(1)「動機」構面：大學生願意自我揭露個人資訊的因素為何？不願意揭露個人資訊的理由又為何？(2)「理性行動」構面：大學生在社群網站揭露哪些個人資訊？(3)「報酬」構面：促使大學生願意揭露個人資訊的潛在利益或誘因為何？(4)「成本」構面：大學生參與社群網站須承擔的風險因素為何？本研究透過二次焦點團體訪談，共 10 名國內某國立大學一年級的學生，以問卷及深度訪談方式，探討 Facebook 中年輕族群的資訊揭露行為因素，了解大學生於社群網站上的

臺灣博碩士論文知識加值系統 期刊資料庫

互動行為，是否為一種交換行為？而在這些互動過程中，找出潛藏於大學生心中的潛在利益與風險因素，了解他們如何於潛在利益與風險間權衡，除提出一個大學生於社群網站資訊揭露的行為模式外，並依據訪談結果提出建議供教育人員及社群網站經營者參考，以發揮社群網站之功能及作為學生輔導之輔助工具，並提供符合使用者需求之網站功能設計，以建構健全的網路社群。

貳、文獻探討

一、社群網站

Boyd and Ellison（2007）將社群網站定義為一個網路服務，讓人們可以 (1) 在一個有限的系統中建立一個公開或半公開的個人資料檔；(2) 透過共享的連結連接其他的使用者；(3) 檢視及貫穿在該系統中的朋友清單，這些連結的朋友種類及名稱會隨著網站的不同而有所不同。在許多大型的社群系統中，涉入其中的使用者並不是要社群化或尋求認識新朋友，相對的，他們主要是為了與已在該社群中的成員溝通（Boyd & Ellison, 2007）。社群網站通常會有一個個人資料檔，使用者提供個人資料後，可以進行隱私權的設定，決定自己的個人資料揭露的程度。成立於 2004 年 2 月 4 日的 Facebook 是一個社群服務網站（Facebook, 2011），使用者可以建立個人專頁，加入其他使用者作為朋友並交換資訊，加入時需填寫姓名、電子郵件、性別、生日等基本資料，加入後在「檔案」項目中可自行設定及更改該帳號下的各式相關資料、上傳照片或影片，亦可進行隱私權的設定。Facebook 的基本功能包括透過「塗鴉牆」的留言分享與朋友進行互動，透過「訊息」進行較私密的傳遞，可以向朋友顯示目前的「狀態」，與朋友分享照片或影片，可以丟一個「戳」給朋友進行互動，或是玩一系列的線上遊戲等，功能項目繁多，深受網友喜愛。

社群網站使用者除了提供足以辨識個人的資訊外，在個人資料檔中亦會揭露嗜好、音樂、圖書及電影之興趣、與他人的關係等其他個人資訊（Gross & Acquisti, 2005），甚至會進一步上傳個人照片、貼文、說出心情寫照等，此即為資訊揭露之現象。

二、自我揭露

傳統上，將自我揭露定義為「一個人與他人溝通時，關於自我的任何訊息」（Wheeless & Grotz, 1976；轉引自 Krasnova et al., 2010），自我揭露通常是基於信任，且通常是為了建立關係（Cozby, 1973）。當人際間的關係有較多的自我揭露時，人們通常會感覺到較多的信任並願意相互支持。一般來說，自我揭露的特點為個人藉由口頭揭露自己（Teri & Connie, 2002）。揭露的資訊包括個人的思想、感情及經驗，揭露是自願的，並提供不容易從他處獲得的資訊（Derlega & Grzelak, 1979）。揭露可透過特定的目的而被激勵（Teri & Connie, 2002），Miller and

臺灣藝術學院 期刊資料庫

Read（1987）認為該目的如同一個人的願望或希望，因為它是值得做的；Berg and Archer（1982）則認為從典型互動的願望，到製造正確或好的印象，都是揭露的目的範圍。青少年的自我揭露，可能是為了結交朋友，或自我闡述以尋求回饋，或自我表露，或爭取社會認可，或甚至謀求社會控制（Archer, 1987; Derlega & Grzelak, 1979）。

為何人們願意在社群網站上自我揭露個人資訊？根據 Souza and Dick（2009）的研究指出，影響資訊揭露的六個因素分別為同儕壓力、傳遞個人資訊、信賴、對隱私風險的短視、網站的設計介面、對隱私的隨意態度。該研究以 MySpace 的 263 名高中生為研究對象進行問卷調查，另外再針對高中生的父母及高中生進行二場焦點團體訪談，確認問卷分析的結果，並提供意見給予回饋，最後的研究結果顯示影響 MySpace 使用者資訊揭露的三個因素為同儕壓力、網站使用介面及傳遞個人資訊。

Krasnova 等人（2010）採用二個階段建立社群網站上自我揭露的研究模式，首先，透過文獻探討及二個焦點群體訪談之結果，建立一個社群網站上自我揭露行為的研究模式。該研究根據隱私計算理論（Privacy Calculus Theory），找出資訊揭露的解釋性路徑為利益的知覺及隱私風險的知覺二個面向，此二個面向牽涉揭露個人資訊的認知決策及其影響因素。利益的知覺包括維繫關係的便利性、快樂、建立關係及自我表徵等因素，而在實證研究上則利用隱私風險的知覺來反映隱私計算方程式中的成本構面，其中減輕成本因素則為對社群網站提供者及成員的信任。最後透過線上問卷以結構方程模式分析後發現，社群網站上的自我揭露驅動力為利益，包括維繫關係的便利性、快樂及建立關係等因素，但「自我表徵」因素卻與自我揭露間並無連結，此現象或許可解釋為參與者並不需要揭露一堆資訊來確立自己特定的形象，而且當採用直接發問時，人們很少會坦承他們要從有利的角度來呈現自我，但即使沒有直接的相關性，我們亦可從該研究的驗證性因素分析中發現「自我表徵」與「快樂」構面有著高度相關。而另一個有趣的發現為「對網站會員的信賴」並無法減輕使用者對於隱私的顧慮。

三、社會交換理論

社會交換理論源起於美國 1950 年代末期，理論的創始者為哈佛大學的 George C. Homans，其餘三位代表人物分別為 John Thibaut、Harold Kelley 以及 Peter Blau（Emerson, 1976）。交換理論是一種以心理學和經濟學兩者為基礎的社會心理學理論，其主要目的在於解釋個人與個人之間的互動與小團體的結構。此理論基本上認定各個人之間的交換行為乃是維持社會秩序的基礎之一。社會互動事實上就是一種交換行為。交換的對象不一定是能看得見的物品，其他像聲望、喜愛、幫助、贊同等也同樣可以做為交換的對象（蔡文輝，1989）。社會交換理論發展至今的流派

臺灣博碩士論文知識加值系統 期刊資料庫

有 Homans 的交換行為主義、Blau 的交換結構主義、Thibaut and Kelley 的交換結果矩陣及 Emerson 的交換網絡理論（施文玲，2006）。

Homans（1958）於《交換的社會行為》（*Social Behavior as Exchange*）一文中提到人際間的互動是一種貨品的交換行為，這是最古老的社會行為理論之一，但我們仍可使用它來解釋我們每天的行為。Homans 的交換行為主義（Exchange Behaviorism）認為人們在人際間的互動行為過程中，雙方皆參與並交換有價值的資源，人們只有在覺得交換關係具吸引力時，才會繼續與對方互動，並且指出雙方的溝通情況會重要影響雙方的互動行為（吳盛等，2006）。

Blau（1964）的交換結構主義（Exchange Structuralism）企圖超越 Homans 對基礎形式的社會生活之關切，而進入複雜結構的分析。亦即他試圖結合社會行為主義與社會事實主義成為另一理論，將小團體和大規模結構之間的交換問題整合。他針對 Homans 只能解釋小團體的社會互動，無法解釋錯綜複雜的社會結構之缺失加以改進，並提出修正之道，以擴大社會交換理論的應用領域，其研究範圍包括解釋交換過程中所產生之社會秩序、社會衝突、權力關係等類型之社會結構（施文玲，2006）。

Thibaut and Kelley（1959）的交換結果矩陣（Exchange Outcome Matrix）係以結果矩陣來分析雙方參與者的交換關係，將概念化的人際互動予以量化，雙方參與者的交換關係是以雙方的互動或互相影響為基礎。Emerson（1976）的交換網絡分析（Exchange Network）提出權力在社會交換中所擔任的角色，認為交換雙方會以彼此間的相互依賴來決定他的相對權力（吳盛等，2006）。

綜整以上的研究結果可發現，影響社群網站自我揭露有多種因素。Hinduja and Patchin（2008）認為青少年參與線上社會互動的重要因素是為了尋求認同，當他們在交涉外在世界與自己的內在經驗之間的複雜關係時，他們的想法與行動有時會是相互矛盾，甚至是桀驁不馴的，而網路空間的匿名性、彈性及可接近性正好讓這個過程展現出來。報酬概念是社會交換理論的基石，交換理論者相信社會贊同（Social Approval）可能是所有各類報酬裏最重要和最有力的一種。每一類報酬的價值通常不同，常有輕重之分，通常愈難獲得者，價值愈高；愈易獲得者則價值愈低（蔡文輝，1989）。本研究認為大學生於社群網站揭露自我資訊，必有其特定目的，亦有吸引其加入社群網站之報酬因素，至於報酬是否包含社會贊同，或除了社會贊同外，亦包含其他更重要之因素，值得探究。因此，本研究透過社會交換理論，基於人際間的互動係在利益與成本間權衡的概念，探討社群網站中的自我揭露現象，並以問卷及焦點團體訪談法，試著探索國內大學生在社群網站上的自我揭露行為之動機與現象，以了解大學生於社群網站上之資訊揭露行為模式。

臺灣大學學術期刊資料庫

參、研究設計

一、研究方法

本研究屬於探索性研究，探討大學生在社群網站中的資訊揭露行為，採取問卷及焦點團體訪談法蒐集大學生使用Facebook與同儕或陌生人互動過程中，愉悅或不愉快的經驗，及其於社群網站上曾經從事的活動。問卷的目的在於蒐集受訪者於 Facebook 自我表徵及自我揭露之基本資料，且資訊揭露行為因事涉受訪者之個人隱私，為免一對一面談對受訪者所造成之壓力導致影響受訪者分享自我揭露行為之意願，本研究選擇採用焦點團體訪談方式，讓受訪者在輕鬆自然、開放且不受拘束的討論氣氛下各抒己見，且受訪者會因為發現個人的觀點或感覺與同儕差異不大而較自在。透過集體性的探討，讓受訪者在安全的情境中自發性的回答訪談問題，利用他人的回應引發出受訪者間的連鎖反應（高博銓，2002），以建構集體知識。本研究分別於民國 100 年 4 月 22 日、5 月 6 日各舉行一場焦點團體訪談，在受訪者所屬學校的圖書館團體討論室中分別進行二個小時及一個小時三十分鐘的訪談。在正式訪談前先請受訪者填寫一份簡單的問卷，問卷內容係將Facebook平台上個人資料項目、個人資料呈現方式及在 Facebook 上進行的活動等項目列出，請受訪者逐一勾選，並請受訪者填入開始使用 Facebook 的年份，以利研究者對受訪者的 Facebook 使用經驗有初步的了解。

二、研究對象

訪談對象係以便利抽樣方式，透過研究者個人社會網絡，邀請國內某大學在學大學生 10 名，條件為目前仍是 Facebook 使用者。該所大學共 4 個學院，為避免受訪者因為學科領域相同，想法恐較雷同之情形發生，研究者刻意邀請不同學院之學生參與。為保護受訪者隱私權，本研究不逐一詳列個人基本資料，並以英文及數字作為受訪者之匿名代號，代號第 1 碼為學院代碼，第 2 碼為流水號，詳如表 1。受訪者中年紀最長者為 23 歲，年紀最輕者為 19 歲，平均年齡為 21 歲。

三、資料分析

本研究以半結構式的訪談大綱進行，訪談的問題係基於社會交換理論之觀點，依據研究目的與問題而設計，以了解大學生於社群網站上的互動行為，是否為一種交換行為？故訪談大綱除了探討大學生加入 Facebook 的動機，及在 Facebook 上的使用經驗外，亦擬定「報酬」與「成本」概念之正、反向題目，讓受訪者說出喜歡使用 Facebook 的理由與擔憂之事項，即鼓勵受訪者表達在 Facebook 上的自我揭露行為，同時針對各式開放性的問題提供觀點，例如：「您當初是在什麼情況下加入 Facebook？」、「Facebook 有什麼迷人的地方？您為什麼願意在 Facebook 上揭露個人資訊？」、「您覺不覺得在 Facebook 上揭露個人資訊是有風險

臺灣大學圖書館期刊資料庫

表 1：受訪者基本資料

場次	學院名	系所名	受訪人數（代號）
第一場	人文及管理學院	應用經濟與管理學系	1 (A1)
	工學院	機械與機電工程學系	2 (M1, M2)
	生物資源學院	食品科學系	1 (B1)
	電機資訊學院	電子工程學系	1 (E1)
第二場	人文及管理學院	外國語文學系	2 (A2, A3)
	工學院	機械與機電工程學系	1 (M3)
	生物資源學院	園藝學系	1 (B2)
	電機資訊學院	電機工程學系	1 (E2)

表 2：編碼示例

訪談問題	訪談逐字稿（E2）	編碼
在你使用過的社群網站中，Facebook與其他社群網站的使用經驗有什麼不同？	Facebook 它不一樣，它的功能真的太強大了，可以找到你國小、國中同學，然後你加入以後，同學一開始還認不出你的照片，後來看出來…，你這個可以加很多個人，它也有社群之類的，有什麼活動可以直接邀請，然後邀請認識的人，他們看有要參加就加入。	• 系統整合功能強大（利益） • 尋找失聯同學（利益） • 加入原因 • 維繫並拓展人際網絡（利益）

的？」。而在這些互動過程中，找出潛藏於大學生心中的潛在利益與風險因素。

訪談結果整理成 36,396 個字的逐字稿，並利用質性研究資料分析軟體 Atlas-ti 進行資料分析，以開放譯碼和主軸譯碼進行資料編碼。研究者經由檢視訪談逐字稿後，歸納出每段描述的概念性標籤，並透過反覆閱讀加入新發現的標籤，編碼示例如表 2 所示。

二場焦點團體訪談逐字稿在開放性譯碼階段，第一次分析共建立了 220 個概念性標籤，後續檢視過程中，比較概念與概念間的現象是否相同或相似，而後將相同或相似的概念聚攏成同一個概念辭彙，透過此種反覆檢視的過程，再將具有較高層次的概念歸類成一個範疇，即統攝層次較高且較抽象的概念。

臺灣博碩士論文知識加值系統 期刊資料庫

藉由此種演繹和歸納的過程，逐漸將這些概念性標籤聚攏成 48 個譯碼，經由不斷的比較後再彙整成 13 個範疇，然後從其性質中區分出 4 個主軸，分別為符合社會交換理論核心要素的「動機」、「理性行動」、「報酬」及「成本」。

肆、研究結果與分析

一、受訪者揭露項目分析

在正式訪談前請受訪者填寫之問卷結果如圖 1 所示，藉由受訪者於 Facebook 自我表徵及自我揭露之基本資料，初步了解其於 Facebook 之使用經驗。研究發現在個人資訊揭露項目上，願意 100% 揭露的項目為性別及生日，其次為個人興趣，最不願意揭露的項目為電話、地址及即時通訊軟體帳號。此顯示性別欄在方便他人辨識及作為交友之判斷上扮演重要角色，同時為了獲得朋友的生日祝福，生日亦為願意公開的資訊之一。至於最不願意揭露的 3 個項目亦顯示出大學生因使用網路經驗豐富，已具有隱私保護觀念，故不願在 Facebook 這類公開的社群網站上透露此種可聯絡到自己的個人資訊。

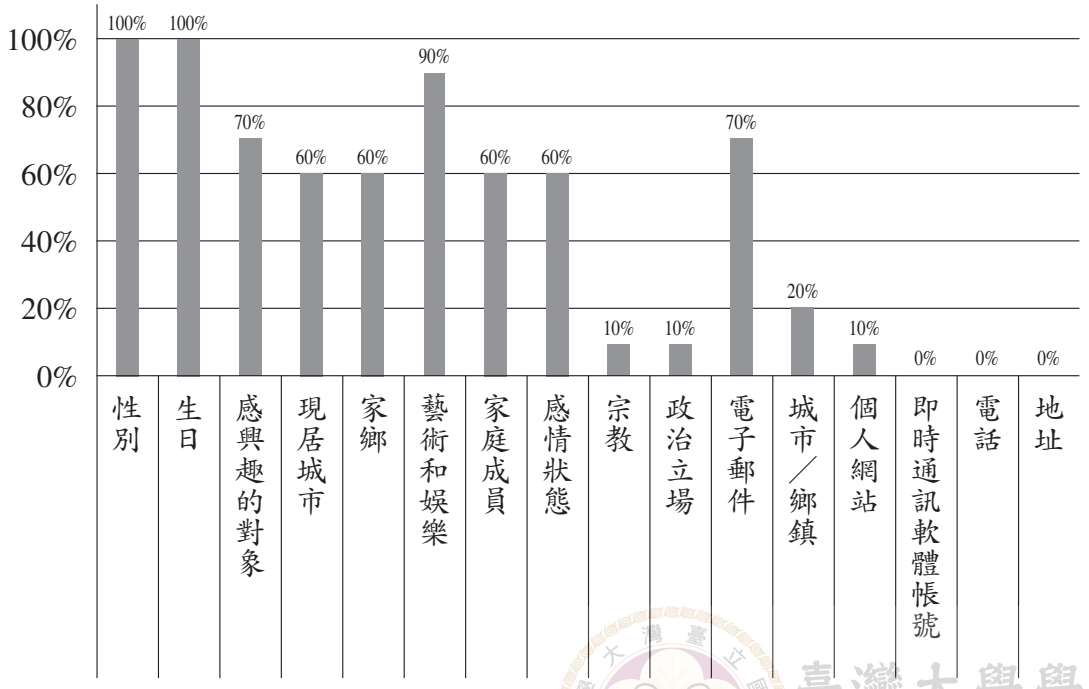


圖 1：受訪者自我揭露情形

臺灣大學學術期刊資料庫

在個人資料的表徵方式上，研究發現 60% 的受訪者願意使用真實的中文姓名作為帳號，及使用清晰的半身或全身照片，且其中僅一位受訪者的照片欄位為空白，即不願提供照片，結果如圖 2 所示。經由訪談內容得知受訪者願意使用真實姓名的最大原因為希望透過 Facebook 找到昔日好友或同學，即期待久未連繫的朋友能透過 Facebook 搜尋到自己的姓名，進而保持連繫。事實亦證實 Facebook 因使用者眾多及強大連結功能，確實能滿足這方面的需求。

二、訪談結果分析

訪談結果歸納如表 3 所示，共計 4 個類別、13 個因素，經由本研究了解參與 Facebook 之大學生資訊揭露行為，確實符合社會交換理論中的交換行為模式。表 3 中的次數係由二場焦點團體訪談中，受訪者提及每個要素的次數所累計，然而本研究係以質性研究之精神與技巧進行，因此研究結果所得之數值不能純粹以量化的觀點看待其絕對的重要性；相反地，應該以影響資訊揭露的要素之重要性視之。

(一)「動機」——來自於同儕壓力與好奇

「同儕壓力」為促使使用者加入 Facebook 最重要的因素，大學生傾向於接受同儕的邀請，並且害怕萬一不加入 Facebook，將易因無共同話題而被同儕排擠或冷落。

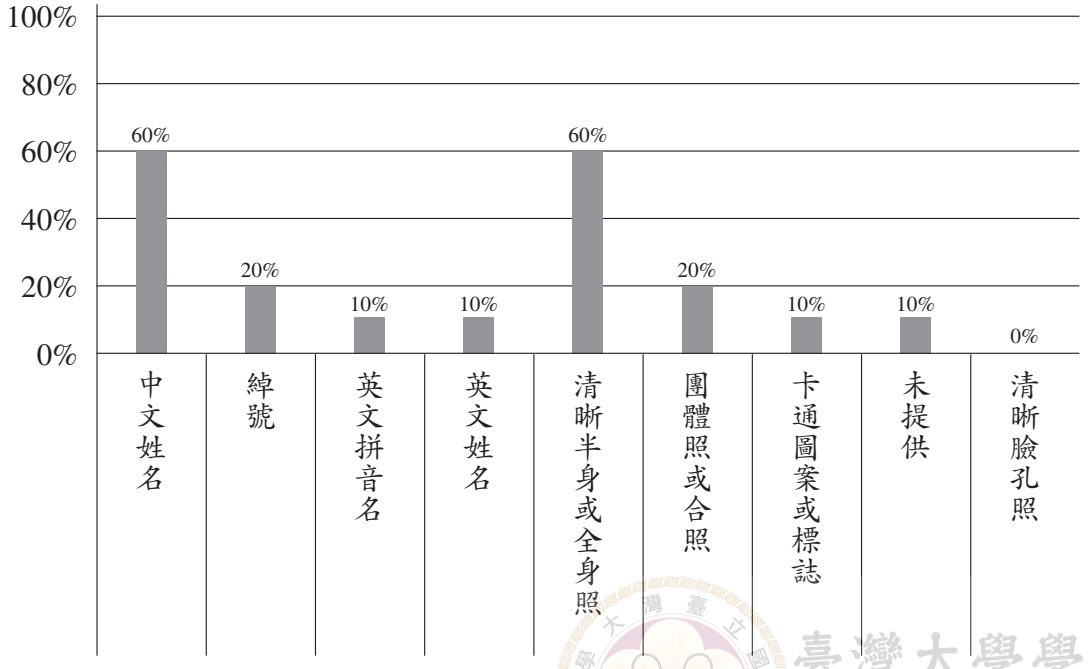


圖 2：受訪者表徵自我方式

臺灣大學學術期刊資料庫

表 3：焦點團體訪談譯碼結果表

類別	因素	次數
動機	同儕壓力	12
	好奇	1
理性行動（經驗）	休閒娛樂	14
	交友及尋找朋友	8
	認同他人觀點	7
	分享資訊	3
報酬（激勵）	維繫並拓展人際網絡	54
	滿足自我需求	45
	便利性	35
成本（風險評估）	隱私揭露的風險	18
	知覺控制不足	15
	學習自我規範	7
	不夠即時	2

「我那時候用的時候是因為同學有玩，有同學寄邀請，邀請你來玩 Facebook，然後我的信箱每次都一大堆邀請……」（A2）

「……會比較脫節一點點，你必須要常問『阿你們昨天怎麼了』，『你們在笑什麼』，人就有點脫節，後來不用的人就會慢慢加入。」（A1）

其中有趣的現象為，80% 的受訪者加入 Facebook 的時機皆為大一至大二時期，且據他們描述，班上同學幾乎都在使用 Facebook，顯示這些大學生大部分在經歷過大學聯考的煎熬與洗禮後，一直到進入大學階段才開始對於在網路上發展自己的社群感到興趣，且多數是在同學的鼓吹與邀請下加入 Facebook。對於這群剛離開高中環境的大學生而言，加入 Facebook 後普遍發現 Facebook 對於連繫分隔各地的高中朋友，是個便利且即時的工具。

對於成人及青少年而言，有一些隱性的規則形塑自我揭露的過程，因此青少年決定揭露與否將受互惠的規範及揭露者的目的而定（Altman, 1973; Teri & Connie, 2002）。例如，一個學生失望的揭露出他期末報告的成績，他將期待接收此訊息的人能以和善的方式進行互惠式的揭露（Teri & Connie, 2002）。Berg（1987）亦觀察到在所有自我揭露的文獻中，最具一致性的認定為互惠對揭露的影響。基於此觀點，本研究認為大學生之所以願意在 Facebook 上揭露個人資訊及心情寫照，係希望得到互惠式的回饋，此種希望獲得回饋的認知，可以社會交換理論進一步論證之。

根據 Homans（1958）對社會交換理論的闡述，人們只有在覺得交換關係具吸引力時，才會繼續與對方互動。因此，當大學生在 Facebook 上揭露愈多的心情，他們將期待獲得愈多的回饋，而導致此種交換關係的吸引力愈強。從訪談結果亦發現，雖然大多數受訪者係因為同儕壓力而加入 Facebook，但加入後在 Facebook 的初步行為卻因性別的不同，而有不同的結果。60% 的受訪者表示一開始加入 Facebook 後大多數從事的活動為玩遊戲，其中 2/3 為男性受訪者；僅 40% 的受訪者表示一開始加入後從事的活動為看朋友的動態

臺灣大學圖書館 期刊資料庫

或與朋友保持連繫。此意謂著大學生加入 Facebook 後，之後仍願意繼續使用 Facebook 的原因，仍以在 Facebook 上從事休閒娛樂活動為較大誘因，即初期使用 Facebook 的吸引力因素在於該平台所提供的線上遊戲，讓大學生願意花費時間與之進行交換，且持續與對方互動。受訪者加入 Facebook 後的初步行為如表 4 所示。

表 4：受訪者加入 Facebook 後的初步行為

受訪者	性別	初步行為	
		留意朋友的動態或保持連繫	玩遊戲
A1	女	✓	
A2	女		✓
A3	女	✓	
B1	男		✓
B2	女		✓
E1	男	✓	
E2	男		✓
M1	男		✓
M2	男	✓	
M3	男		✓

(二)「理性行動」——以休閒娛樂為主

即使有 40% 的受訪者表示加入 Facebook 的起始行為並非在於使用線上遊戲，但隨著朋友邀約次數的增加及好奇心驅使下，到後來亦選擇加入線上遊戲的行列，故在「理性行動」主軸中，大學生最主要的使用經驗為「休閒娛樂」，表示 Facebook 對大學生而言，其功能在於能在課業之餘提供休閒娛樂功能，且其線上遊戲深受大學生喜愛。且據受訪者表示，剛開始在個人資料的部分並不會填得太多，但為了尋找更多同好一起加入遊戲行列，就會願意進一步揭露更多個人資訊（例如：真實姓名），以便找到好友一起玩即時線上遊戲，或與好友進行更多遊戲互動（例如：交換遊戲中的物料）。

「所以遊戲好像變成了對我而言不可或缺的，那我就是上去點點遊戲，然後朋友就會寄信跟你說『我現在缺那些東西，可不可以給我？』然後我就趕快給他這樣，那就是互動遊戲的部分。」（A1）

使用 Facebook 的大學生熱愛 Facebook 中的遊戲不但反映了這些線上遊戲成功吸引了大學生加入此線上社群，並進而於網上逗留，同時也指出了大學生網路成癮的問題值得社會關注。有一位受訪者表示經營 Facebook 的線上遊戲可以讓他有成就感，但不會有上癮的問題：

「有種在養成東西的感覺，有種小小的成就感，像說我現在在玩的『恐龍王國』或『小小戰爭』，裡面可以練兵、建造自己的領土，蓋出擁有自己風格的城鎮，然後建立屬於自己的軍隊，比起過去只能偷偷東西，放放蟲之類的，小小戰爭的這類型遊戲還可以去佔領別人的領土，然後可以課徵雜稅，甚至可以虐待被你佔領的人，對我來說這種經營的感覺是一種小小的成就感，而且比較不會有上癮……」（E1）

臺灣博碩士論文知識加值系統 期刊資料庫

雖然從訪談資料中未顯示部分受訪者有線上遊戲成癮或網路成癮的問題，抑或有受訪者表示 Facebook 的線上遊戲已玩膩了，但從他們口中亦得知有同學或親人有成癮現象，除了花費相當多的時間在上面外，甚至出現寫外掛程式去玩這些線上遊戲的成癮行為。基本上熱愛 Facebook 線上遊戲的受訪者均表示，他們之所以喜歡玩 Facebook 的線上遊戲，是喜歡那種與朋友互動的感覺，因此，大學生喜歡在虛擬世界中與朋友互動，是否會影響其於現實生活中的人際互動行為，以及網路成癮等問題，皆值得繼續深入研究。

Facebook 主要除了提供休閒娛樂功能外，從受訪者的使用經驗中亦發現，「交友及尋找朋友」為其使用 Facebook 之次要行為，即期望透過 Facebook 結交不認識或心儀的網友，或是尋找已失聯的朋友或同學。為了達到此目的，全數受訪者表示願意在 Facebook 上揭露個人資訊，只是揭露的程度不一。當他們發現自我揭露的項目愈多，系統愈會出現意想不到的朋友清單時，他們在 Facebook 上自我揭露的意願就愈高。甚至有一位受訪者表示這樣的揭露行為是令人感到開心的：

「我除了 MSN、信箱、電話還有地址不會填之外，其他都會很開心地填完，因為我想要讓別人找到我，好讓以前的朋友也找得到我，但休閒跟愛好之類的我都不會填，因為覺得填了同學也不會因此而找到我，我的目標就是讓別人找得到我，……」（A2）

六成受訪者表示相較於其他社群網站的使用經驗，他們仍較喜歡使用 Facebook，因為 Facebook 已結合其他社群網站的功能（例如：即時聊天列），當周遭好友及同學皆轉向使用 Facebook 時，他們自然而然會以此社群網站為主，且它主動提供使用者好友清單的功能是其他社群網站所欠缺之功能，而此功能正好相當符合大學生的使用需求。其他四成受訪者表示在使用 Facebook 一段時間後，發現相較於其他社群網站，經營 Facebook 需要花費相當之時間，壓力相對增加，因此經過權衡後選擇以使用其他社群網站為主，但此並非表示他們放棄使用 Facebook，而是花在 Facebook 上的心力較剛開始加入時減少，但仍願意繼續使用，以便掌握朋友的動態或訊息。因此，就理性行動類別而言，訪談結果雖顯示以休閒娛樂為主，但亦發現適時的在 Facebook 上揭露心情、寫寫心情短語，對大學生而言亦是不可或缺之行為。整體而言，受訪者對於 Facebook 的整體使用經驗以正面居多。此現象以社會交換理論的觀點審視，可得知大學生在進行人際互動行為過程中，會不時的去權衡自己付出的資源與獲得的資源是否等價，一旦發覺前者大於後者時，交換行為即會產生變化，雙方的互動行為亦會受到影響，但他們不會選擇完全放棄使用 Facebook 的原因，可解釋為在大學求學階段，因同儕使用者眾多，加上了解同儕的動態為重要誘因，即使用 Facebook 對大學生而言仍具有相當之吸引力，能讓大學生願意參與及交換資源。

臺灣博碩士論文知識加值系統 期刊資料庫

(三)「報酬」——維繫並拓展人際網絡是重要的激勵因素

「維繫並拓展人際網絡」為吸引大學生持續使用 Facebook 的最大誘因，緊接著為「滿足自我需求」，大學生的人際網絡包括目前及以前的同學、朋友或師長，甚至是不認識的異性朋友等。因此，多數受訪者均表示剛開始加入 Facebook 時，對於希望加入為朋友的要求是來者不拒，自己也會主動對陌生人提出加入好友的請求，以便讓自己好友的數量快速成長，顯示自己受歡迎的程度。但隨著使用時間增加，卻又發現太多好友的動態會佔滿塗鴉牆的版面，而這些數百名好友中，有許多是不認識的人，久而久之發現彼此之間並無特別的交集，因此就開始刪除這些不認識的朋友。因此，對於大學生而言，結交朋友、與同儕維繫關係及了解朋友的動態是很重要的事情，因為這樣才不致於感覺被孤立。雖然他們會因為使用 Facebook 而結識了朋友的朋友，但對於與自己完全沒有交集的人亦會有所選擇。

「現在我是把 Facebook 當作一個連絡的平台，像我這學期是班代，我就會把班上的資訊發給同學，讓同學知道，因為現在全班幾乎每個人都有 Facebook，所以這是一個很好的平台，然後像之前高中國中同學，甚至很久以前國小的同學也都是在 Facebook 上面找到，然後也會回憶當時那些同學的感情。」（M1）

「……可以知道朋友的動向，可能朋友心情不好，你可以去問一下，或是分享一個影片，然後你就可以去看，也可以按『讚』……」（B2）

對於大學生而言，有同儕的支持與陪伴是很重要的，而 Facebook 的功能正好可以滿足他們的需求，包括留心情短言後，等著朋友按「讚」或進一步留言回應。因為通常心情不佳時，不太可能以電子郵件或即時通訊軟體（例如：MSN）一一通知各方好友，但一旦在 Facebook 上留言，當當事人的朋友群較多時，看到留言的人相對亦較多，留言回應安慰或支持的力量將較以往來得大。在導師與學生之間的關係上，亦較以往來得密切。一般而言，較少導師使用 MSN 之類的軟體與學生互動，但 Facebook 掘起後，導師因為發現大部分的學生會在 Facebook 上進行互動，因而申請帳號加入者有日漸增加之趨勢，而學生亦會因為知道導師亦在好友之列，有時會刻意留下心情短言抒發情緒，導師亦會在 Facebook 上觀察並了解學生、與學生進行互動及分享。就導師輔導的層面而言，Facebook 發揮了課業支持與心理社會支持功能，讓大學教師與學生間跳脫了以往一對一的溝通模式，融入了多對多，甚至是縱橫交錯的溝通。

此外，多數受訪者亦反映有些班上同學平日的談吐或個性與其在Facebook上截然不同，此亦顯示出 Facebook 可提供大學生一個表達內心的自我之場域，即藉由加入此類社群網站，除可作為自己情緒抒發的管道外，亦可讓同儕看到不一樣的自己，而這樣的性格是當

臺灣大學圖書館 期刊資料庫

事人無法或不敢表現在日常現實生活中的部分。

「有的時候他……可能比較感性，是人家不知道的一面，會可以重新認識一個人，因為可能隔個網路，大家會比較願意敞開心的這樣子講。」（A1）

從這些訪談結果可以發現，吸引大學生使用 Facebook 的重要原因，在於它能提供相當多的報酬，即透過自己在 Facebook 上的揭露，會獲得朋友等值的回饋，甚至揭露得愈多，獲得的回饋或報酬愈多，包括按「讚」的數量多寡會讓揭露者了解自己的揭露行為被朋友認同的程度、朋友在塗鴉牆的留言亦讓揭露者獲得心靈上的慰藉。換言之，大學生參與 Facebook 後可從中交換許多有價值的資源，包括增加與人際的互動、獲得朋友或老師的關懷、提供情緒宣洩的管道、展現與真實生活不一樣的自我等，而同在 Facebook 上的朋友透過該系統讓彼此之間有著密切的連繫及培養友誼，會對彼此的行為有相當程度的接受性，此即所謂的贊同，而這樣的贊同會導致社會肯定。雖然從訪談結果的「報酬」類別中未歸納出「社會贊同」因素，但從以上分析資料可發現大學生於社群網站揭露自我資訊的行為，所產生的報酬因素確實包含社會贊同，但其他具交換關係的吸引力，亦持續吸引及影響大學生在社群網站的互動式揭露行為。

(四)「成本」——擔心揭露後所造成的隱私風險

本研究發現加入 Facebook 後，讓大學生最擔心的因素則為「隱私揭露的風險」，大多數的大學生仍然會擔心揭露個人資訊後，將使得個人隱私被侵犯，其次為「知覺控制不足」及「學習自我規範」因素。學習自我規範指的是學習自我控制自己在網路上的言語要得當，部分受訪者表示 Facebook 雖然可作為情緒抒發的管道，但卻不認同網路霸凌行為，且認為 Facebook 該對不當言論有所管制，而所謂「知覺控制不足」指的是使用者須忍受 Facebook 上不當的廣告、同時抱怨 Facebook 對於加入的成員無審查機制，或是垃圾郵件增加等問題，而系統卻無法提供使用者自行進行設定。有趣的是即使有此顧忌，大學生仍熱衷於 Facebook，因為在報酬與成本要素衡量之下，加入 Facebook 的報酬誘因仍大於須付出的成本或須承擔的風險。

「對於那些『關於我』的資料，我會打在上面，但是會有限度地開放它，只限朋友之類的，……就是因為 FB 的社群功能太強大了，所以我覺得個人還是會擔憂。」（A1）

「譬如說玩遊戲玩到一半他也會問你是不是要留言到動態牆上，其實有些程式會自動送一些 MAIL 到你的信箱去，我覺得那個算蠻麻煩的，所以你信箱就一直寄通知，然後就會有很多〔通知信件〕，所以就要一直刪除。」（M1）

「像以前有廣告，馬上就會被拿掉，也不會創一些人頭帳戶，然後有一些色情的也被放在上面，然後 TAG 你的資料，除非你去檢舉，就是現在檢舉

臺灣大學圖書館 期刊資料庫

他們，他們也不會理你」（M2）

現代的大學生因為接觸網路的年資較長，加上近年來國人對個人資訊隱私權的觀念逐漸注重，以致大學生都有基本的隱私保護概念，了解自己的自我揭露行為所造成的風險。但為了讓他們期待中的同學或朋友能找到或辨識出自己，受訪者皆願意為了獲得自我揭露後的「報酬」，而寧願選擇在 Facebook 上公開部分自己的個人資訊。此外，所有受訪者在使用 Facebook 前皆有使用其他社群網站或軟體的經驗，故在系統功能面上容易進行比較評比，對於 Facebook 部分功能亦有所抱怨。

基於以上的研究結果分析，本研究提出一個大學生於社群網站資訊揭露的行為模式如圖 3。

總結而言，本研究認為參與社群網站大學生之資訊揭露行為模式，符合社會交換理論的主張，即這樣的揭露行為是一種社會互動行為，對參與社群網站的大學生而言，無論是玩線上遊戲或是透過揭露個人心情與想法與他人於社群上互動，當「報酬」的誘因與「成本」的風險在內心交換時，易被此種交換關係的吸引力所吸引，他們發現只要揭露個人的資訊、想法或心情後，即可從中獲得聲望、幫助或是他人的贊同，揭露得愈多，相對的獲得的「報酬」也愈多，加上社群網站進入門檻低，操作介面易懂易學，大學生自然而然願意用心經營此社群。

伍、結論與研究限制

一、研究結論

本研究透過焦點團體訪談，探索大學生於社群網站之資訊揭露行為的因素，從研究結果發現，社會交換理論的主張確實能作為研究大學生於社群網站之資訊揭露行為的開端，且獲得以下之結論：

(一) 選擇性的揭露個人資訊

大學生使用網路已有相當豐富之經驗，對於在網路上揭露個人資訊會有所選擇，以使用 Facebook 而言，性別及

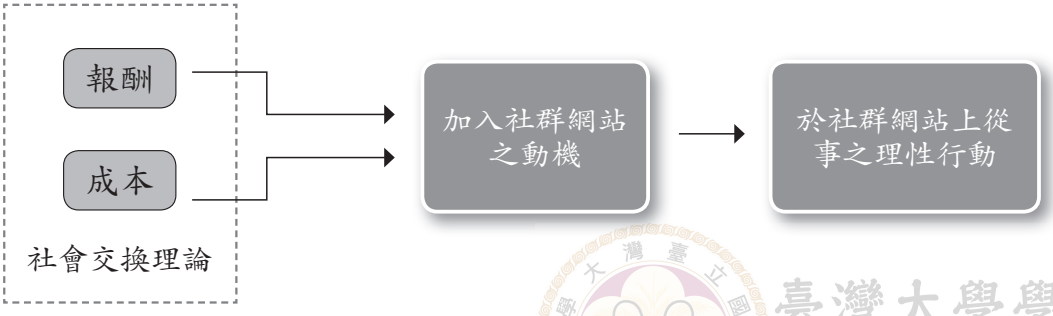


圖 3：大學生於社群網站資訊揭露之行為模式

臺灣大學學術期刊資料庫

生日為全數受訪者願意揭露之項目，且因其已具有隱私保護觀念，故不願在 Facebook 這類公開的社群網站上透露可聯絡到自己的重要個人資訊。但相較於其他社群網站，因 Facebook 具有使用者眾多及強大連結功能等特性，使得大學生願意在 Facebook 上公開自己的真實姓名及提供清晰的照片，期待久未連繫的朋友能透過 Facebook 搜尋到自己的姓名，進而保持連繫。

(二)「同儕壓力」是影響大學生加入 Facebook 的主要動機

大學生大部分在經歷過大學聯考的煎熬與洗禮後，一直到進入大學階段才開始對於在網路上發展自己的社群感到興趣，故加入 Facebook 的時機以大一至大二居多，且多數是在同學的鼓吹與邀請下加入。而加入後初期使用 Facebook 的吸引力因素包括留意朋友的動態或保持連繫及玩遊戲，且起始行為因性別的不同，而有不同的結果。

(三)「休閒娛樂」為最主要的使用經驗

Facebook 對大學生而言，其功能在於能在課業之餘提供休閒娛樂功能，故深受喜愛。研究結果顯示大學生之所以喜歡玩 Facebook 的線上遊戲，是喜歡那種與朋友互動的感覺，而大學生喜歡在虛擬世界中與朋友互動，是否會影響其於現實生活中的人際互動行為，以及網路成癮等問題，值得繼續深入研究。

(四)「報酬」大於「成本」的交換行為

吸引大學生使用 Facebook 的重要原因，在於它能提供相當多的報酬，即大學生參與後可從中交換許多有價值的資源，包括增加與人際的互動、獲得朋友或老師的關懷、提供情緒宣洩的管道、展現與真實生活不一樣的自我等，故在「報酬」主軸中，「維繫並拓展人際網絡」為吸引大學生持續使用 Facebook 的最大誘因，緊接著為「滿足自我需求」。對於大學生而言，有同儕的支持與陪伴是很重要的，而 Facebook 的功能正好可以滿足他們的需求；此外，就導師輔導的層面而言，Facebook 發揮了課業支持與心理社會支持功能，讓大學教師與學生間跳脫了以往一對一的溝通模式，融入了多對多，甚至是縱橫交錯的溝通。至於在「成本」主軸中，加入 Facebook 後讓大學生最擔心的因素為「隱私揭露的風險」，但當「報酬」的誘因與「成本」的風險在內心交換時，仍覺得交換關係具有吸引力，且願意繼續進行互動。

總結而言，在這個年齡層的年輕族群心中，與朋友維繫情誼是最重要的事，因為在社群網站可以免除面對面的尷尬，隨時表達自己的情緒或觀點，進而了解他人或讓他人了解自己。對這群大學生而言，使用網路或玩線上遊戲已有相當時間，故對於在網站留下個人資訊的行為早已習以為常，且因具個人隱私權的基本概念，故已懂得僅留下自認為不影響自身安全或不在意的個人資

臺灣學術期刊資料庫

訊。因此，在「報酬」與「成本」因素權衡下，仍選擇扮演社群網站參與者的角色。

二、研究建議

經由本研究發現之結果可作為青少年的主要照護者、教育工作人員及社群網站經營者之參考，以發揮社群網站之功能及作為學生輔導之輔助工具，並提供符合使用者需求之網站功能設計，以建構健全的網路社群，茲將各項具體建議說明如下：

(一) 善加利用社群網站，提供多元化的導生輔導機制

傳統的教室教學方式，老師與學生面對面，並在課堂上傳授課業，僅偶爾提到與自己有關的個人資訊，然而根據研究指出，授課者使用描述及幽默的方式，搭配自我揭露，將使得呈現給學生的資訊變得明確（Downs, Javidi, & Nussbaum, 1988）；而 Wamback and Brothen（1997）亦發現在學生對授課者的明確性知覺上，與授課者自我揭露間有著正相關的關係；Sorenson（1989）亦提出授課者自我揭露與學生的情意學習知覺上有著正相關的關係。Facebook 發揮了課業支持與心理社會支持功能，讓大學教師與學生間跳脫了以往一對一的溝通模式，融入了多對多，甚至是縱橫交錯的溝通。研究結果雖然顯示「休閒娛樂」為大學生在 Facebook 上最主要的使用經驗，但多數大學生為了獲得同儕的回饋，仍會將 Facebook 當成情緒發洩的重要管道，因此，大學導師可以善加利用 Facebook，透過此種課堂外的接觸，可以讓自己更加了解學生的性格，進而完善導生輔導制度。

(二) 協助大學生拓展實體世界的人際網絡

研究結果顯示「維繫並拓展人際網絡」為吸引大學生持續使用 Facebook 的最大誘因，因為大學生參與 Facebook 後可從中交換許多有價值的資源，包括增加與人際的互動、獲得朋友或老師的關懷、提供情緒宣洩的管道、展現與真實生活不一樣的自我等，由此可見大學生在人際互動上有相當之需求。臺灣是個重視升學主義的國家，許多大學生在進入大學之前，沒有什麼機會認識同學以外的同性或異性朋友，或從事相關的社交活動。一旦擺脫升學壓力進入大學後，大學生想要拓展人際網絡的需求理應增加，但缺乏經驗加上網路交友的便利性，促使其利用社群網站結交網友的機會大增。因此，各大學可多舉辦提供大學生進行社交行為的活動，讓大學生除了在網路的虛擬世界中拓展人際網絡外，在實體世界裡亦可滿足其心理社會層面上之人際互動需求，以培養大學生健全之人格發展。

(三) 進行資訊法律、資訊倫理機會教育

雖然從研究結果顯示出大學生已了解自我揭露行為所須承擔的風險，即其已具備基本的隱私保護概念，但其觀

臺灣博碩士學術期刊資料庫

念似乎略顯薄弱。因此，若能結合大學教育，讓大學生了解資訊法律、資訊倫理等議題，避免其於社群網站上使用不當言論，同時懂得自我約束、保護自己的個人資訊，且應了解該如何善用社群網站的便利性（如：發佈班級訊息），而非濫用社群網站的力量從事不當行為（如：網路霸凌或糾眾進行人肉搜尋，濫用群眾力量），以提升大學生的資訊素養。

(四) 改善社群網站之系統功能

從「成本」類別中可得知大學生對於 Facebook 所提供的功能有許多抱怨，同時提出良善的建議。因此，社群網站經營者可據以參考，以減少使用者的隱私風險顧慮，同時提供使用者足夠的知覺控制，例如：1. 落實檢舉制度；2. 提供客製化的系統功能設定，以避免不當或不雅之廣告；3. 當使用者照片被貼標籤時，能主動提供訊息給被貼標籤者；4. 提供審核機制過濾申請者，或過濾上傳的影片及照片。惟有提供更完善的系統功能，才能建構一個既健康又健全的網路社群。

三、研究限制及未來研究方向

本研究採取焦點團體訪談法，透過集體性探討了解大學生使用 Facebook 的自我揭露行為，及其於社群網站上曾經從事的活動，從研究結果雖確認社會交換理論的主張確實能作為研究大學生於社群網站之資訊揭露行為的開端，但仍有些研究限制，畢竟以 Facebook 的大多數使用者而言，一開始加入此社群網站係以實體的人際關係作為基礎，再往外拓展至陌生人，其資訊揭露行為或許不僅止於「報酬」與「成本」概念，尚有其他心理或社會認知層面值得探究，因此未來除應擴大受訪者群體、以不同的理論觀點進行社群網站資訊揭露現象分析外，亦應進行編碼檢測，檢視不同編碼者彼此間的意見是否一致，以進行編碼者間信度分析；同時可輔以內容分析法直接針對受訪者在社群網站上揭露的資訊，也就是使用者的塗鴉牆、相本、記事本等內容進行分析，以深入了解受訪者於社群網站上的資訊揭露內容之面向。此外，大學生喜歡在網路社群的虛擬世界中與朋友互動，當過度依賴或次數過於頻繁時是否會影響其於現實生活中的人際互動行為，以及網路成癮等問題亦值得關注。

個人資料是社群網站經營者的核心商業模式，個人資料揭露得愈多、連結的朋友愈多，就愈有商業價值（Weiss, 2007）。當個人於社群網站上揭露得愈多，社群網站經營者即擁有愈多的個人資訊，將導致個人的隱私風險提高。因此，未來可針對大學生資訊揭露現象中的「成本」主軸中的隱私因素繼續深入探究，包括社群網站的團體動力是否會影響網站使用者的隱私態度？社群網站提供使用者的隱私自我控制能力，是否會影響網站成員間彼此的信賴及親密的程度？對使用者而言是否也是一種利益，甚至可解決使用者對隱私的顧慮？不同社群網站使用者間的隱私態度是否相同？有無共通性的隱私原則等，或是

臺灣博碩士論文知識加值系統 期刊資料庫

以問卷方式進行大量樣本的調查，以驗證本文所提出之研究模式或了解社群網站使用者的隱私知覺，皆為值得社群網站經營者及研究者關注之研究方向。

參考文獻

吳盛、林東清、林杏子（2006）。以社會交換理論觀點探討影響虛擬團隊成員知識分享行為因素。*資訊管理學報，13*(1)，193-219。

施文玲（2006）。社會交換理論之評析。*網路社會學通訊期刊，52*。上網日期：2011 年 1 月 3 日，檢自 http://www.nhu.edu.tw/~society/e-j/52/52-15.htm

高博銓（2002）。教育研究法：焦點團體訪談法。*教育研究月刊，103*，101-110。

陳澄和、張佑生（2011 年 1 月 1 日）。*2010 最夯網站 臉書擠下 google*。聯合新聞網。上網日期：2011 年 1 月 8 日，檢自 http://0-udndata.com.opac.lib.ntnu.edu.tw/library/

資策會（2012）。*2011 年 6 月底止臺灣上網人口*。上網日期：2011 年 11 月 28 日，檢自 http://www.find.org.tw/find/home.aspx?page=many&id=300

蔡文輝（1989）。*社會學（五版）*。臺北市：三民。

賴仕涵（2011 年 1 月 8 日）。*匿名難查 網路霸凌悄伸手*。聯合新聞網。上網日期：2011 年 8 月 11 日，檢自 http://0-udndata.com.opac.lib.ntnu.edu.tw/library/

Altman, I. (1973). Reciprocity of interpersonal exchange. *Journal for the Theory of Social Behavior, 3*, 249-261.

Archer, R. L. (1987). Commentary: Self-disclosure, a very useful behavior. In V. J. Derlega & J. H. Berg (Eds.), *Self-disclosure: Theory, research, and therapy* (pp. 329-342). New York: Plenum.

Berg, J. H. (1987). Responsiveness and self-disclosure. In V. J. Derlega & J. H. Berg (Eds.), *Self-disclosure: Theory, research, and therapy* (pp. 103-130). New York: Plenum.

Berg, J. H., & Archer, R. L. (1982). Responses to self-disclosure and interaction goals. *Journal of Experimental Social Psychology, 18*, 501-512.

Berson, I. R., Berson, M. J., & Ferron, J. M. (2002). Emerging risks of violence in the digital age: Lessons for educators from an online study of adolescent girls in the United States. *Journal of School Violence, 1*(2), 51-71.

Blau, P. M. (1964). *Exchange and power in social life.* New York: John Wiley and Sons.

Boyd, D. M. (2007). Why youth (heart) social network sites: The role of networked publics in teenage social life. In D. Buckingham (Ed.), *MacArthur foundation series on digital learning – Youth, identity, and digital media volume* (pp. 1-26). Cambridge, MA: MIT Press.

臺灣大學圖書館 期刊資料庫

Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication, 13*(1), 210-230.

Christofides, E., Muise, A., & Desmarais, S. (2009). Information disclosure and control on Facebook: Are they two sides of the same coin or two different processes? *CyberPsychology & Behavior, 12*(3), 341-345.

Cozby, P. C. (1973). Self-disclosure: A literature review. *Psychological Bulletin, 79*(2), 73-91.

Derlega, V. J., & Grzelak, J. (1979). Appropriateness of self-disclosure. In G. J. Chelune (Ed.), *Self-disclosure: Origins, patterns and implications of openness in interpersonal relationship* (pp. 151-176). San Francisco: Jossey-Bass.

Downs, V. C., Javidi, M., & Nussbaum, J. F. (1988). An analysis of teacher's verbal communication within the college classroom: Use of humor, self-disclosure, and narratives. *Communication Education, 37*, 127-141.

Emerson, R. M. (1976). Social exchange theory. *Annual Review of Sociology, 2*, 335-362.

Facebook (2011). Facebook. Retrieved January 8, 2011, from http://zh-tw.facebook.com/facebook

Gross, R., & Acquisti, A. (2005). *Information revelation and privacy in online social networks.* Paper presented at the Proceedings of the 2005 ACM workshop on Privacy in the electronic society, Alexandria, VA.

Hinduja, S., & Patchin, J. W. (2008). Personal information of adolescents on the Internet: A quantitative content analysis of MySpace. [doi: DOI: 10.1016/j.adolescence.2007.05.004]. *Journal of Adolescence, 31*(1), 125-146.

Homans, G. C. (1958). Social behavior as exchange. *The American Journal of Sociology, 62*, 597-606.

Krasnova, H., Spiekermann, S., Koroleva, K., & Hildebrand, T. (2010). Online social networks: why we disclose. *Journal of Information Technology, 25*(2), 109-125.

Lenhart, A., Madden, M., & Hitlin, P. (2005, Jul 25). Teens and technology [Web log post]. Retrieved December 25, 2010, from http://www.pewinternet.org/Reports/2005/Teens-and-Technology.aspx

Miller, L. C., & Read, S. J. (1987). Why am I telling you this? Self-disclosure in a goalbased model of personality. In V. J. Derlega & J. H. Berg (Eds.), *Self-disclosure: Theory, research, and therapy* (pp. 35-58). New York: Plenum.

SocialBakers. (2011). Taiwan Facebook Statistics. Retrieved November 28, 2011, from http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/taiwan#chart-intervals

臺灣大學學術期刊資料庫

Sorensen, G. (1989). The relationship among teachers' self-disclosive statements, students'perceptions, and affective learning. *Communication Education, 38*, 259-276.

Souza, Z. D., & Dick, G. N. (2009). Disclosure of information by children in social networking—Not just a case of "you show me yours and I'll show you mine". *International Journal of Information Management, 29*, 255-261.

Teri, Q., & Connie, S. (2002). Academic self-disclosure in adolescence. *Genetic, Social, and General Psychology Monographs, 128*(1), 47-75.

Thibaut, J. W., & Kelly, H. (1959). *The social Psychology of Groups.* New York: Wiley.

Wamback, C., & Brothen, T. (1997). Teacher self-disclosure and student classroom participation revisited. *Teaching of Psychology, 24*, 262-263.

Weiss, S. (2007). *Online social networks and the need for new privacy research in information and communication technology.* Paper presented at the IFIP third International Summer School, Karlstad, Sweden. Retrieved from http://www.cs.kau.se/IFIP-summerschool/summerschool2009/IFIP2007POST/papers/S04_P1_Stefan_Weiss.pdf

Wheeless, L. R., & Grotz, J. (1976). Conceptualization and measurement of reported self-disclosure. *Human Communication Research, 2*(4), 338-346.

臺灣大學學術期刊資料庫

臺灣大學學術
期刊資料庫