

投稿類別：資訊類

篇名：風靡全球的 Facebook 之利弊分析

作者：

劉岱青。私立曉明高中。高二甲班

洪本綦。私立曉明高中。高二甲班

馮 安。私立曉明高中。高二丙班

指導老師：

賴維真老師

壹●前言

身為一個高中生兼 Facebook 愛用者，每天回家第一件事就是打開電腦關心朋友的最新動態。我們應該要知道 Facebook 成功打入學生市場的原因以及其造成的影響，於是決定朝人脈平台的方向做進一步的探討。它在台灣爆紅的原因之一是因為「開心農場」，很多台灣的使用者是因為這個小遊戲才去登辦帳戶，裡面的種菜及偷菜的功能抓住了使用者潛藏的社交慾望及休閒需求，在經由媒體的大幅報導以至使 Facebook 更在台灣廣為流傳。

資料顯示全世界每 20 個人就有 1 個是 Facebook 的會員，使我們感到十分震驚，沒想到一個成立僅僅六年的平台能在全球得到這麼大的回響。根據 TechCrunch 報導，在 Facebook 覆蓋的所有學校中，85% 的學生有 Facebook 帳號；其中的 60% 每天都登入上線，85% 至少每周登入一次，93% 至少每個月一次，就連我們的父母也都藉由 Facebook 更了解我們的交友圈。

一天偶然在商業周刊上看到了關於 Facebook, Twitter, Plurk 等社交平台的資訊，我們經由問卷、期刊、碩博士論文、相關書籍、網路資料和個人經驗整理出了以下的資料，探討 Facebook 比其他同質網站更成功的幾項原因，以及它從開創以來帶給企業的商機以及對社會的影響。

貳●正文

Facebook 是第一個成功滲透全世界的社交平台，相較於其他部落格或無名小站，它的功能不僅完善而且也比較人性化。創辦人馬克·扎克伯格（Mark Zuckerberg）是一位年輕的哈佛大學生，所以非常清楚網路的脈動，以及年輕人對社交平台的需求和喜好。最初 Facebook 在美國主要提供很大的網路互動平台給大學生，之後擴及高中生、公司行號，最後甚至是全世界。它成功的因素之一是以下要談到的幾項創新特色。

一、優勢

（一）創新

Facebook 相較其它社群網站在於它的小遊戲很多，例如心理測驗、你問我答、拼字遊戲、星座分析等等。大多數的遊戲、應用程式還可以分享給朋友，互相競爭，產生另一種人與人之間的連結與互動。「戳」（Poke）是一項有別於他人的功能，有些用戶會用此功能引起其它用戶的注意，或者是用來對朋友表達一切盡在不言中的關心。根據 Facebook 常見問題中的解釋：「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。」「讚」(Like) 也是一項深受大家的愛戴的小功能，當有朋友發佈了你覺得不錯的動態、影片、網誌，或有些商業品牌、粉絲團深受你喜愛，你可以點一下旁邊的「讚」字按鈕，表示你喜歡或贊同他的說法或分享，是一種快速參與並表達想法的途徑。「貼標籤」(Comment) 的功能幫助個人更了解對方的生活。在照片中註記自己的名字，讓不熟識的朋友能更清楚你是相片中的哪一個人並加深印象，也是一種建立社交關係的方法。

經由 Facebook 找到自己的國小、國中同學的人不在少數，大家都因為 Facebook 而與自己以前或是現在但不熟的朋友有了更多的連結。而藉由 Facebook 的塗鴉牆及禮物功能，隨時都可以留言給朋友還可以在牆上貼附件，功能越來越多元，朋友間的互動也變得相當有趣。

在 Facebook 上還可以經由自己發佈最新狀態尋求幫助、徵求意見，朋友們都會熱烈的給予回應並提供意見做為參考。而「活動」可以協助組織線下的社群活動，通知你哪些活動要到了，告知你哪些活動快要結束了，當然也可以自己揪團舉辦活動。

(二) 商機

基於以上關於 facebook 的優點、創新和超越，我們找到了許多以 Facebook 為傳播工具而受益的例子。

1、經濟

國際電腦大廠戴爾 (DELL) 很徹底的透社群網站的傳遞力迅速地將特價產品的訊息透過簡短的文字廣告，瞬間傳遞到所有使用微網誌的使用者眼中。由於價格的優惠，快速的吸收了許多跟隨者後，消費者只要按一下螢幕上的「讚」字符號，便可以加入其粉絲團，Facebook 系統便會告知此消費者周圍的朋友其新加入的粉絲專欄的動態，近而間接幫此企業打知名度。

「DELL 也不斷的給予更多第一手的優惠折扣代碼，使得公司透過 Facebook，取得高達一億台幣之多的訂單。」(馬路科技，2010)

「根據互動行銷機構 Rosetta 在 2010 年 1 月的研究全球百大零售商有五成九在 Facebook 擁有官方粉絲專頁。」(吳富傑，2009) 而經由 Facebook 官方統計，目前共有一百六十萬個粉絲專業，由七十多萬個公司團體經營。粉絲專頁會定期發佈動態告知粉絲新消息，讓粉絲與其公司團體更沒有距離

感。

Facebook 主打的「集結」和「宣傳」特性是非常強大的，想舉辦各種活動可以讓所有人知道，例如你瘋狂地喜歡王力宏，而且參加了他的粉絲團，業者就能利用 Facebook 通知你最近發片的消息或是在哪裡有簽唱會等等，不一定要在對方閒暇時才能發布消息或告知，使用者也能挑選自己想深入了解的相關資訊（加入粉絲團）。

開心農場的暴紅立刻帶來商機，商業機構順勢進行置入性行銷，除了置入品牌的作物可優惠購買之外，房子、花園也都可換成廠商的形象背景，廠商還結合了實體通路，推出買飲料送農民幣活動，果然掀起搶購風。在投入劇情的同時順便接收產品的訊息，減低觀眾對廣告的抗拒心態，讓消費者別無其他選擇，引導個人對產品產生正面的情緒與認同。也有人真的開始在土地上種菜，把虛擬世界的開心移植到真實世界，這些都引起了不少生活上的改變。

2、政治

歐巴馬的年輕選民則是在 Facebook 上自動「揪團」投票，據統計，選舉當天在 Facebook 上幫歐巴馬加油的人數高達四百九十萬人。更有許多超過一千個群組成立，每一句 Facebook 用戶的發言，就是歐巴馬最好的宣傳，也讓當年美國大選投票率創四十年來新高。「其中，30 歲以下的選民，歐巴馬的支持率達 66%；而在首次參加投票的選民中，他的支持率高達 71%。」（曠文琪，2009）由此可見歐巴馬因為 Facebook 的宣傳力得到了不少年輕族群的肯定。

（三）拉近人與人的距離

盧希鵬教授分析，人除了「財務資本」與「智慧資本」外，還很需要「社會資本」，也就是所謂的「人脈」。而現在由於網路的廣泛運用，我們以往所依賴的「強連結」人脈也就是我們很熟的親人和同事等，也漸漸被社群網站所提供的「弱連結」人脈取代。所謂弱連結的朋友，可能是你許久沒有聯絡的國小同學，或是某次旅行碰到的旅伴，他們雖然跟你沒有很大的交集或甚至生活在不同的生活圈，但在這個 e 世代，這些弱連結的朋友可能可以跨越更多不同的領域，帶給不同卻有利的資訊。Facebook 幫你與這些「羽量級盟友」建立起堅固的管道，讓你從茫茫的網路人海中找出需要的人才，這點是過去的 MSN 跟電子信箱較難做到的事情。

我們在使用 Facebook 的這兩年來，發現它的連結功能十分完善，主要可以歸類成以下三項：1.聯絡舊朋友 2.認識新朋友 3.聰明的管理社群。Facebook 的管理系統會定期幫你將身邊朋友中找出之間的關係，然後顯示在頁面右邊「您可能認識的朋友」這個推薦欄裡，讓你擴展人脈的連結。

從人際關係的觀點切入，有人形容 Facebook 為「人脈管家」及「存朋友的箱子」並不是沒有根據的。Facebook 所採用的是把「真正的人際關係」帶到網路上，而不是「無中生有」的讓使用者去接觸陌生人，這種新人脈平台就是他所提供的「友情連結」所展現出來的特質。最近的新聞報導，土耳其一位足球員朱樂恩因為 Facebook 認識了現在的太太，他表示當初很害怕對方以為是詐騙，不過為了真愛還是不顧一切的飛到台灣，「這也證明了戀愛跟足球一樣，全世界沒有距離。」（楊育欣，2010）

商業週刊裡有一篇有關於「六度空間」的理論，正可以表達 Facebook 的一項重要影響。這個理論主張，無論你想認識世界上任何人，只需要找到五個中間介紹人就可以辦到，也就是說，如果你需要專業解答或協助，透過 Facebook 沒有什麼事是不可能的。新人脈平台不僅讓六度空間理論的實現門檻降低，更可以縮短人與人之間的距離。

這次的問卷調查就是經由 Facebook 的「活動」來通知朋友們填寫問卷（參考 FB 問卷調查結果及圓餅圖）。我們收到 110 個回覆，其中 106 個為有效意見。由於現在許多家庭關係疏遠，有將近半數的受訪者表示父母親藉由 Facebook 進一步了解他們的生活圈；也有六成的人經由 Facebook 廣泛的朋友圈，獲得有用的資訊；九成的同學因為 Facebook 找到老朋友，一半以上的人藉由社交平台發問並快速得到有用的資訊，以及其他相關訊息。透過我們的問卷調查，如果以 10 分為滿分，受訪者給 Facebook 的平均分數為 7.7 分。

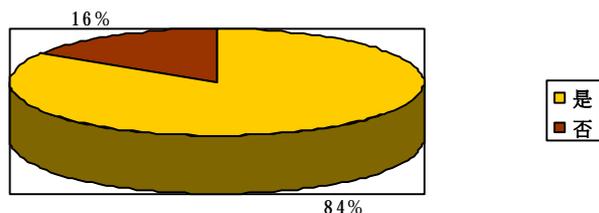
現代人為工作而忙碌，少數人才能撥出大塊時間和朋友互動，但交際還是必要的，不能因為如此就限制住與人的交往關係，社交平台成為新興的管道，解決了與人交際的「時間」問題，使它變得很有彈性，例如別人在你的「塗鴉牆」上留言，你可以等到有空的時候再做回覆的動作，像這種「非同步性」正好符合現代社會的趨勢。

FB 問卷調查結果及圓餅圖

問卷調查總人數 110 有效資料人數 106

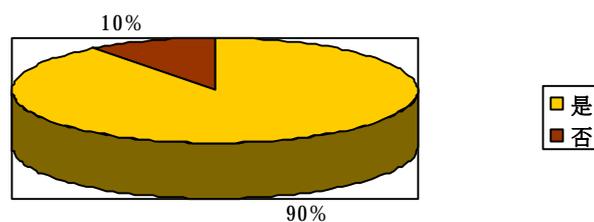
1、你曾經因為 facebook 的好友連結找到老朋友嗎？A 是 B 否

結果小計：95A 11B



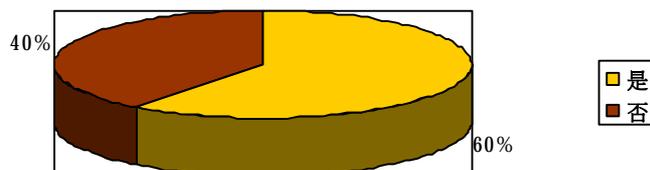
2、facebook 好友名單中有沒有來自不同國家的朋友？A 有 B 沒有

結果小計：89A 17B



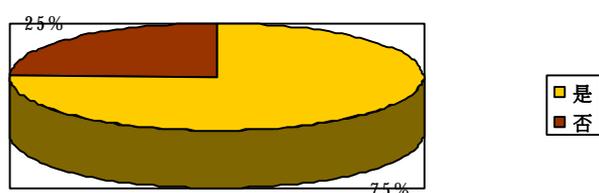
3、看到頁面右邊喜歡的商業品牌或粉絲團體會按「讚」嘛？A 會 B 不會

結果小計：80A 26B



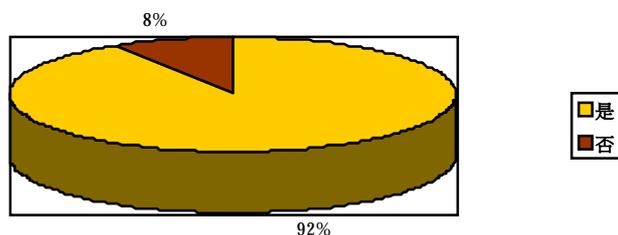
4、有在 facebook 上提問討論或意見交換而獲得有用的資訊？A 有 B 沒有

結果小計：64A 42B



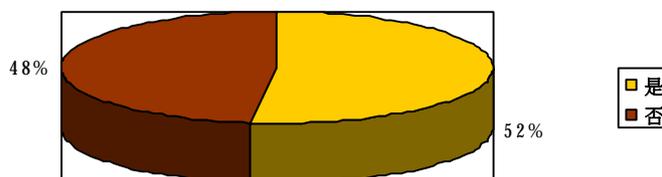
5、會不會去回應朋友的相片？A 會 B 不會

結果小計：97A 9B



6、父母親戚有在用 facebook 關心你的請舉右手 A 右手 B 左手

結果小計：55A 51B



(四) 流行趨勢

這種在特定時段內忽然興起的事物被稱之為「流行」，當然像 Blog、Plurk、Facebook、Twitter 等最新的社交平台也不在其外，媒體及報章雜誌等這些最具權威性的論述者則定義使用它們才算跟得上時代，否則就是落伍，我們被大眾媒體潛移默化，也漸漸開始接觸這樣的趨勢。

二、劣勢

(一) 從眾行爲

Facebook 的市場越來越擴大，可能是因為人類的從眾行爲，媒體的報導讓你不得不去稍微了解這種「流行」。它可能影響到的是同儕之間的話題，當身邊的人都在談論 Facebook 時，自己卻無從討論起，就會開始去接觸它，但事實上社交平台只是增加了交流的便利性，而非必要性。

(二) 辨別人際互動真實意義

由於社交平台可以輕易建立人與人之間的認識和歸屬感，網路上的人脈也

可能幫你解決各種問題，交到的朋友是以對方能使自己有認同感為依據。網路世界是虛構的，多半是憑自己的想像去建立一個身分或角色，體驗不一樣的人格特質，但卻缺少了社會的真實性，雖然能從頁面上看到許多關於某個人的資訊，但未必能真正瞭解這個人的個性品格，它缺少真實世界裡擁有的人情世故，少了直接互動時的一些真心和感動，畢竟那是平面上的文字遊戲，所以從社交平台得到的訊息與現實還是有落差的。

(三) 普遍性傳播增加電腦災難的機率

但百密必有一疏，關係不斷的連結可能會在無形中也暴露了自己隱私，可能讓有心人士得到對他們有利的資訊，造成犯罪，例如綁架、詐騙等等。也有許多廣告業者利用它強迫進行置入性行銷，例如前陣子飲料廠商「美粒果」就大肆宣傳其產品，每次進入網站都能發現廣告猖獗，雖然對商家來說它是個宣傳產品有利的管道，但對使用者來說難免讓人感到厭煩。Facebook 也是的電腦毒窟，藉由別人的推薦點選到不同的網站，就可能潛藏著強烈的木馬程式病毒，漸漸入侵電腦，這當然也是無可避免的。也因為是社交平台，大家均能透過留言和發布狀態進行不間斷的交流互動，這就是它吸引人的地方也是網路成癮的因素了。

參●結論

一、提供休閒娛樂

由以上的資料和論點，可以看到 Facebook 帶給我們的影響。首先是它提供的休閒功能，使我們多了一項我們抒發心情的管道，隨時有想法都可以以簡短的文字發表感想，更可以從它的遊戲程式以及心理測驗裡找到趣味，放鬆心情。

二、增進互動交流

而有關於人脈的部分，Facebook 不僅可以幫你找到重要的弱連結朋友，更可以進一步增加個人的社會資本，如同問卷的結果顯示有 75% 的用戶會在 Facebook 上提出問題並得到有利的答案。充分的利用 Facebook 塗鴉牆還可以獲得身邊朋友的最新資訊，讓分隔兩地的人甚至是在不同國家的朋友可以聯繫感情，縮短了人際間的距離。

三、商機

在商業機構的部分，Facebook 讓不少中小企業受惠。這種零成本的投資發揮了前所未有的功效，使消費者可以更認識公司的近況以及創業理念，增加了商業機構的知名度，也讓消費者消費時有更多的選擇。

群眾是盲目的，從眾行為無法斷定是好是壞，要看個人如何運用和解讀。人與人的接觸和人與科技產品的接觸是有一定差距的，雖然現在並沒有很多時間能讓你連繫那龐大的交友圈，但面對面的交往、人跟人之間的感情還是沒辦法用社交平台去取代的。

這些對世界在休閒、人脈、商機的影響，就可以很明顯的得知在全世界每二十個人就有一個是 Facebook 的會員並不是毫無根據的，而且還有可能在未來發展出更具影響力的新社會動向。

肆●引註資料

馬路科技 iware 數位行銷網站 (2010)。微網誌如何小兵立大功，取自 http://www.iware.com.tw/?action=web_view&id=126

楊育欣 (2010)。臉書牽紅線土耳其足球員嫁給台灣。聯合報，9 月 12 日，話題 A6 版

吳富傑 (2009)。企業利用 **FACEBOOK** 平台經營粉絲專頁社群之研究。國立政治大學：碩士論文。

曠文琪 (2009)。140 字的威力。商業週刊，1127 期，82-88。