

天主教輔仁大學圖書資訊學系碩士班碩士論文

指導教授：林麗娟博士

使用者對圖書館 Facebook 之訊息需求與互動需求
分析：以輔仁大學圖書館為例

An Analysis of Information Needs and Interaction Needs among
Library Facebook Users: A Case of Fu Jen Catholic University



研究生：蘇昱任 撰

中華民國 102 年 12 月



謝辭

研究所花了兩年半的時間，很高興終於把論文給完成了，這一切都要歸功於我的指導教授林麗娟老師。想當初剛進研究所還懵懵懂懂的時候，感謝老師給了我許多的學習機會，不論是教學助理、研究助理、論文寫作、課堂報告上，都給了我很多的指導與建議，讓我可以學到非常多的東西。在老師鼓勵與督促之下，使我不會放棄與懈怠，一點一滴的累積，最後得以完成我的論文。論文的完成也十分感謝兩位親切的口試委員呈潢老師、雪芳老師，提供了許多寶貴的意見，使我的論文可以更加完善充實。

研究所的就學期間，也感謝系上所有老師的諄諄教誨，使我能夠有所成長。謝謝小童助教從大學時期就照顧我到現在，謝謝靜宜助教時常關心著研究生，提醒研究所的所有大小事項，為我解答疑問，謝謝懷綸助教在電腦知識方面給我的幫助。謝謝 505 多媒體研究室的各位夥伴，陪我一起打鬧嬉戲、談天說地。謝謝所上的學長姐、同學以及學弟妹們，時常一起修課給予我幫助。謝謝吃吃喝喝團的朋友們，陪我到處去吃遍美食、遊山玩水，讓我有動力繼續前進。謝謝圖書館的館員學長學姊們，工讀的時候給我的照顧。謝謝大學部球隊的學弟妹們，陪我打球紓解壓力，一起贏得比賽的勝利。謝謝我的家人，始終在背後支持著我，讓我可以做自己想做的事情。

從大學部到研究所的學習都是在輔大，因此對輔大也存著非常濃厚的情感，時間飛逝，六年半就這樣過去了，如今要告別學生的身分畢業離開學校了，心裡頓時感到十分的不捨，捨不得離開這麼好的一個學習環境。內心雖然存在一份感傷，但是天下無不散的筵席，隨著即將邁入人生的下一個階段，整頓好心情之後，我會繼續努力，朝著夢想前進，謝謝大家。



摘要

隨著網路科技的快速發展，圖書館運用各種 Web2.0 工具來拓展服務，提供更方便的管道與讀者做溝通。常見的社群網路工具應用，像是：Facebook、Plurk 和 Twitter 等，這些社群網路工具已經成為學術圖書館提供讀者資訊和互動的途徑。本研究旨在瞭解國內外圖書館 Facebook 建置之內容、功能以及 Facebook 對圖書館的所帶來的影響，探討圖書館使用者對於一般 Facebook 與圖書館 Facebook 之使用情形，以及圖書館使用者對於圖書館 Facebook 訊息與互動之需求。

本研究以內容分析歸納所選定之十所國內外大專校院圖書館經營 Facebook 之情況、圖書館 Facebook 應用之功能、發布訊息類型。問卷調查則以輔仁大學圖書館 Facebook 使用者為族群，分析回收之 567 份有效問卷，以歸納輔仁大學圖書館使用者對於圖書館 Facebook 訊息與互動之需求程度。

內容分析結果發現圖書館 Facebook 提供了許多功能與服務，例如：活動公告、參考服務、館藏查詢等。圖書館 Facebook 以課程、活動宣傳發布訊息；圖書館 Facebook 使用者與圖書館間互動之訊息涵蓋個人取向、分享。在使用者調查方面，本研究歸納各項訊息需求與互動需求程度。相關性分析結果反映：Facebook 功能與圖書館 Facebook 之訊息、互動需求之間呈現顯著相關，圖書館 Facebook 之訊息和互動需求之間也呈現顯著相關。根據研究結果，針對使用者需求提出建議。

關鍵字：社群平台、Web2.0、Facebook、社群網路

Abstract

With the rapid development of Internet technology, libraries have implemented diverse Web 2.0 tools to expand their services, providing more convenient channels to communicate with readers. Various social network tools are applied in library services, such as Facebook, Plurk and Twitter. Commonly used among academic libraries, these social networking tools have become a means for providing information and interactions with readers. The purposes of this study were to analyze the content and functions of library Facebook, and user's information needs and interaction needs.

Ten domestic and overseas university libraries and used content analysis to analyze the functions and types of information. A set of questionnaire items summarized from content analysis was used to assess students' information needs and interaction needs from library Facebook. Users at the Fu-Jen Catholic University Library were surveyed. Five hundred and sixty seven data were collected.

The results of content analysis reveal that libraries Facebook provide various functions and services, such as announcement of activities, reference services and information search functions. Interactive information was often personal-oriented and sharing information. From survey results, users' personal use of Facebook and various information needs interaction needs from university library were summarized. Correlation analyses indicate significant correlations in users' use of Facebook functions with both information need and the interaction need of library Facebook ($p < 0.05$). Information need of library Facebook also significantly correlated with interaction need of library Facebook. Based on research results, suggestions are provided.

Keywords: Community Platform, Web2.0, Facebook, Social Network

目次

第一章	緒論	1
第一節	研究背景與動機	1
第二節	研究目的與問題	4
第三節	研究範圍與限制	5
第四節	名詞解釋	6
第二章	文獻探討	7
第一節	Web2.0 與 Library2.0	7
第二節	社會網路的興起	11
第三節	圖書館的社群網路服務	20
第三章	研究設計與實施	35
第一節	研究方法	35
第二節	內容分析	42
第三節	問卷調查法	51
第四章	研究結果與分析	59
第一節	圖書館 Facebook 內容分析	60
第二節	基本資料	70
第三節	使用網際網路與 Facebook 社群網站之經驗	72
第四節	輔仁大學圖書館 Facebook 之使用反應	78
第五節	社群需求分析	81
第六節	不同使用者反應之差異分析	85
第七節	綜合討論	100
第五章	結論與建議	105
第一節	研究結論	105

第二節 研究建議.....	112
參考文獻.....	117
附錄一：輔仁大學圖書館 Facebook 使用需求之 研究問卷調查.....	126



表目次

表 1：圖書館運用 Facebook 相關研究整理.....	30
表 2：本研究之研究問題與研究方法之呼應情形	40
表 3：選定十所國內外大專校院設有 Facebook 粉絲專頁的名單.....	42
表 4：圖書館 Facebook 功能分類.....	44
表 5：圖書館 Facebook 經營內容分析之編碼類目說明.....	46
表 6：訊息編碼範例	48
表 7：問卷題項與內容分析之對照表	53
表 8：十所國內外大專校院圖書館 Facebook.....	60
表 9：經營現況與應用功能	63
表 10：館方發布之訊息	65
表 11：使用者回覆之訊息	67
表 12：使用者發布之訊息	69
表 13：基本資料次數分配表	70
表 14：學院別次數分配表	71
表 15：使用網際網路與 Facebook 之經驗.....	73
表 16：使用過的社群網站或微網誌	74
表 17：使用 Facebook 之行為動機.....	75
表 18：使用 Facebook 之功能.....	76
表 19：得知輔大圖書館 Facebook 之管道.....	78
表 20：加入輔大圖書館 Facebook 的原因.....	79
表 21：期望透過輔大圖書館 Facebook 獲取之資訊.....	79
表 22：認為輔大圖書館 Facebook 應包含之功能.....	80
表 23：認為輔大圖書館 Facebook 於使用上之缺點.....	80

表 24：停用輔大圖書館 Facebook 之原因.....	81
表 25：社群需求之信度分析.....	81
表 26：對於圖書館 Facebook 訊息之需求.....	82
表 27：對於圖書館 Facebook 互動之需求.....	83
表 28：不同性別對於圖書館 Facebook 訊息需求之差異分析.....	86
表 29：不同年齡對於圖書館 Facebook 訊息需求之差異分析.....	87
表 30：不同身分對於圖書館 Facebook 訊息需求之差異分析.....	89
表 31：不同性別對於圖書館 Facebook 互動需求之差異分析.....	91
表 32：不同年齡對於圖書館 Facebook 互動需求之差異分析.....	92
表 33：不同身分對於圖書館 Facebook 互動需求之差異分析.....	93
表 34：使用 Facebook 功能與社群需求之相關分析.....	95
表 35：使用 Facebook 之功能與各項圖書館 Facebook 訊息需求之相關性.....	96
表 36：使用 Facebook 之功能與各項圖書館 Facebook 互動需求之相關性.....	97
表 37：活動宣傳各項目之相關分析.....	98
表 38：新書通知宣傳與閱讀分享之相關分析.....	98
表 39：圖書館訊息需求與表達個人意見之相關分析.....	99

圖目次

圖 1：嘆浪時間軸與個人資料	17
圖 2：研究流程圖	36
圖 3：國內大學圖書館 Facebook 館方發布之訊息.....	64
圖 4：國外大學圖書館 Facebook 館方發布之訊息.....	65
圖 5：國內大學圖書館 Facebook 使用者回覆之訊息.....	66
圖 6：國外大學圖書館 Facebook 使用者回覆之訊息.....	67
圖 7：國內大學圖書館 Facebook 使用者發布之訊息.....	68
圖 8：國外大學圖書館 Facebook 使用者發布之訊息.....	69





第一章 緒論

隨著資訊科技的進步，社會性網路之互動管道日益多元，使用者逐漸由個人活動走向社群分享之趨勢。圖書館在面對成熟的網路環境與多樣化的資訊傳播管道時，不斷透過新型態的社群網路工具，像是：Facebook、Plurk、Twitter 等平台，來幫助推廣行銷圖書館。應用多元互動管道與服務的社區對象密切結合，以提供更貼切的服務，強化圖書館與讀者之間的互動關係。本章分節介紹研究的背景與動機、擬定研究目的與問題，並說明本研究之範圍與限制。以下分別針對各節次加以說明。

第一節 研究背景與動機

圖書館是人類智慧的集合，同時也是提供知識的場所，從早期單純提供借還書服務、面對面的參考諮詢服務，逐漸轉變成主動提供資訊，數位形式的參考服務。隨著資訊科技及搜尋引擎的快速發展，網際網路也進入了 Web2.0 的時代，面對網路環境漸趨成熟，網路使用者逐年增長，使用者由個人活動走向社群分享之趨勢。為了拉近圖書館與讀者之間的距離，各類圖書館應用 Web2.0 的工具以及其網路特性，經營規劃網路社群之情形已經越來越普遍，這些作法在於擴展傳統圖書館服務，提升圖書館社會價值。為了強化圖書館與讀者之間的互動關係，圖書館更可以透過網路社群的經營以及平台匯聚之型式，將圖書館由過去的獨立個體推向關聯網路（姜義臺，2010）。

在推廣與行銷圖書館的服務方面，國內外已經有許多圖書館服務結合社群網站與微網誌之運用，包括：Facebook、Plurk、Twitter 等平台之推廣、行銷圖書館的服務。其中 Facebook 是一個起源於美國的社群網路服務網站，於 2004 年 2 月 4 日上線，起初僅開放哈佛學院(Harvard College)的學生與教職員註冊為使用者，幾個月後註冊權限範圍擴大至其他特定大學，自 2006 年 9 月 11 日起，註冊權限範

圍更擴大至任何有效電子郵件位址，至 2007 年底 Facebook 已成為全世界最大的社群網站（維基百科，2012a）。根據網站 Socialbakers (<http://www.socialbakers.com/>) 統計調查顯示，截至 2012 年 6 月 20 日，全球的 Facebook 使用者人數為 860,733,700 人，而台灣的 Facebook 使用者人數為 12,107,600 人，在全球排行為第 18 名。根據創市際（2011）月刊報告書統計台灣網友花費在社群網站的時間，在 2008 年 9 月平均每位網友每月花費的時間為 189.1 分鐘（3.2 小時），而 2011 年 7 月平均每位網友每月花費的時間為 574.2 分鐘（9.6 小時）。由此可看出台灣網友平均每個月花費在社群網站的時間在 3 年內成長了 204%，成長速度非常驚人。2009 年中旬，Facebook 遊戲引起風潮，延長網友在社群網站上的使用時間。而與全體網友花費在網路上的總時間相較，在社群網站停留的時間約是整體網路使用時間的 1/3，相當於在網路上的每 3 分鐘即有 1 分鐘是花在社群網站上，由此可見社群網站已經融入多數民眾的生活中了。

圖書館的網路行銷多半是透過網站或者是部落格的建置，單向提供讀者資訊。但是在網路社群及微網誌興起的年代，主動與讀者互動對於圖書館服務品質的提升非常重要。社群網站強調的是即時性與互動性，國內愈來愈多的圖書館也開始利用社群網站的特性，以圖書館的名義申請帳號，在社群網站上發布新訊息，讓讀者可以在最短的時間內獲得所需訊息內容並提問與回覆訊息。對於圖書館服務的推廣與行銷提供實質上的幫助。而這種特色正反映圖書館因應 Web 2.0 時代的概念與互動的需求。在 Web2.0 的時代中運用社群網路是圖書館服務與行銷必然的趨勢，國外圖書館運用社群網路和微網誌來做為服務工具，國內圖書館也陸續跟進。在台灣 Facebook 的使用人數持續快速成長中，無論是媒體、政治人物以及明星也都普遍運用 Facebook 平台來與粉絲互動，Facebook 的影響力已受到重視。隨著 Facebook 的使用者增加，各式各樣的應用程式也逐漸被開發，在使用上也更加地多樣化。

圖書館建置社群網站，提供使用者更容易接觸圖書館的管道，當社群網路服務運用在圖書館上時，是否更加地便利讀者、拉近圖書館與使用者間的距離？使用者對於圖書館 Facebook 提供訊息之需求與圖書館社群網站上互動的情形為何亦值得探討。從推廣行銷的角度來看，社群網站對於圖書館形象的提升、圖書館資源使用率以及參考服務的加強，都值得相關研究。本研究期望能了解國內外大專校院圖書館使用社群網站的經營概況，以及使用者對於圖書館社群網路服務的使用經驗與需求層面，據以歸納結論與建議，以提供未來大專校院圖書館社群網站經營管理之參考。



第二節 研究目的與問題

本研究透過網站內容分析了解國內外大專校院圖書館 Facebook 建置之內容、功能以及 Facebook 對圖書館的所帶來的影響，研究以內容分析歸納所選定之大專校院圖書館經營 Facebook 之情況、圖書館 Facebook 應用之功能、發布訊息類型，繼而以輔仁大學圖書館使用者為族群，透過問卷調查了解圖書館 Facebook 之使用反應。藉由國內外大專校院圖書館 Facebook 粉絲專頁，歸納經營之模式、使用者之使用行為，進而了解輔仁大學圖書館使用者對於圖書館 Facebook 訊息與互動之需求程度。本研究之研究目的如下：

- 一、瞭解國內外圖書館 Facebook 建置之內容、功能以及 Facebook 對圖書館的所帶來的影響。
- 二、探討圖書館使用者對於一般 Facebook 與圖書館 Facebook 之使用情形。
- 三、探討圖書館使用者對於圖書館 Facebook 訊息與互動行為之需求。

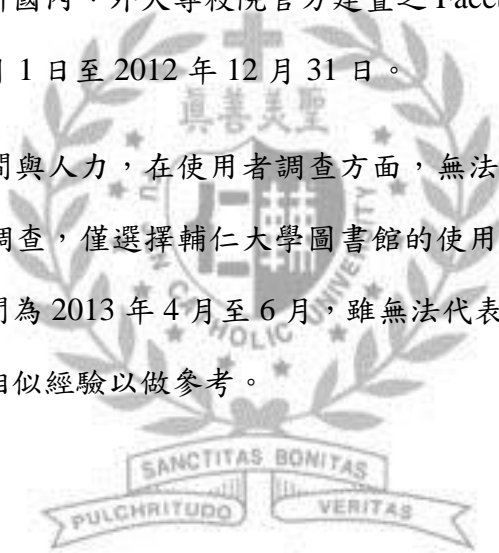
根據研究目的，本研究所擬之研究問題如下：

- 一、大專校院圖書館 Facebook 提供的功能與服務有哪些？
- 二、大專校院圖書館 Facebook 訊息之類型有哪些？
- 三、輔仁大學圖書館使用者對於一般 Facebook 之使用情形如何？
- 四、輔仁大學圖書館使用者對於輔大圖書館 Facebook 之使用情形如何？
- 五、輔仁大學圖書館使用者對於輔大圖書館 Facebook 所提供之訊息需求與互動需求如何？
- 六、輔仁大學圖書館使用者對於一般 Facebook 之使用情形與圖書館 Facebook 所提供之訊息需求、互動需求之間的關係如何？

第三節 研究範圍與限制

本研究針對國內外大專校院圖書館建置之 Facebook 網站進行經營分析與使用研究，透過網站內容分析來蒐集資料，並透過量化調查資料來蒐集輔仁大學圖書館使用者之反應。針對本研究的範圍與限制則分述如下：

- 一、受限於研究者之語言限制，本研究所蒐集、整理之文獻探討內容僅限於中、英文為主。
- 二、本研究受限於時間與人力之因素，大專校院圖書館 Facebook 粉絲專頁之內容分析對象限於十所國內、外大專校院官方建置之 Facebook 粉絲專頁，分析時間為 2011 年 10 月 1 日至 2012 年 12 月 31 日。
- 三、本研究受限於時間與人力，在使用者調查方面，無法針對國內大專校院圖書館進行全面性之調查，僅選擇輔仁大學圖書館的使用者做為研究對象，而問卷調查進行的時間為 2013 年 4 月至 6 月，雖無法代表全體大專校院圖書館之情況，但能提供相似經驗以做參考。



第四節 名詞解釋

一、大專校院圖書館

本研究所定義之「大專校院圖書館」是根據「圖書館法」，指由大專校院所設立，以大專校院師生為主要服務對象，支援學術研究、教學、推廣服務，並適度開放供社會大眾使用之圖書館（國家圖書館，2001）。

二、圖書館 Facebook

在研究中圖書館 Facebook 主要是指圖書館在 Facebook 社群網站中所開設之「粉絲專頁」功能。其目的在於為官方提供公開的溝通管道，與現在客群、潛在客群、一般消費聽眾及專業聽眾等建立公共關係。當使用者對粉絲專頁按下「讚」，即表示加入該粉絲專頁，加入後即可在個人的動態訊息中接收到粉絲專頁的更新資訊，使用者也可以在粉絲專頁上進行訊息發表與回應。

三、輔大圖書館使用者

本研究以輔仁大學圖書館作為研究場域，研究中所指稱之「輔大圖書館使用者」是以曾經使用 Facebook 社群網站與輔仁大學圖書館各項服務之經驗的使用者為主。

四、微網誌

微網誌是一種允許使用者及時更新簡短文字（通常少於 140 字）並可以公開發布的微型部落格形式。它允許任何人閱讀或者只能由使用者選擇的群組閱讀，這些訊息可以透過很多方式傳送，包括簡訊、即時訊息軟體、電子郵件或網頁。一些微網誌也可以發佈多媒體，如圖片或影音剪輯和出版，提供使用者更便利的資訊獲取管道（維基百科，2012f）。

第二章 文獻探討

隨著 Web2.0 概念的興起，加快了社群網路的發展速度，圖書館也融入 Web2.0 的概念來行銷圖書館服務，並延伸出 Library 2.0 一詞。各國圖書館透過社群網路平台提供圖書館讀者以使用者為中心之使用環境，例如：Facebook、Plurk、Twitter 等，滿足使用者多元需求之經驗。圖書館提供社群網路的服務日益普遍，其中互動的環節與內涵亦受重視。本章依據相關文獻整理，分別依以下重點分節論述，包括：Web2.0 與 Library2.0、社會網路的興起、圖書館的社群網路服務。

第一節 Web2.0 與 Library2.0

隨著網際網路的快速發展、網路使用者自主意識的抬頭，迅速地改變了人們對於網路世界的認知。而 Web 2.0 概念的興起更加快了數位變革的腳步，影響所及，亦造就了各個學科應用領域的自我創新與突破，建構出各自之創新理念。Web 2.0 一詞的來源乃由 O'Reilly Media 的 Dale Dougherty 和 MediaLive 的 Craig Cline 於共同合作的創意發想會議上所提出來。Web 2.0 是一種網際網路方式，通過網路應用 (Web Applications) 促進網路上人與人間的資訊交換和協同合作。即資訊交換模式以使用者為中心。而典型的 Web 2.0 相關技術涵蓋：網路社群、網路應用程序、社會網路、部落格、微網誌、Wiki 等 (維基百科, 2012d)。在世代交替之求新與求變的理念下，Web 2.0 的發展，加深人們對於網際網路蛻變的認知與服務概念落實的需求。就網路服務平臺的特質而言，O'Reilly (2005) 對於 Web 2.0 的應用方面，提出了以下看法：

- (一) Web 為提供服務與使用者互動的平臺：網路不再只是包裹化的軟體工具，而是生活當中不可或缺的一部分。
- (二) Web 2.0 利用網路結合集體智慧：集思廣益，藉由使用者彼此間的互動與自我服務來發揮長尾效應，進而達到集體創作的成效。

- (三) 在 Web 2.0 之環境中：資料的擁有者將主導一切的優勢，因此，為了取得競爭優勢，網站服務的規劃具備特色，提供再造的資料源。
- (四) Web 2.0 打破軟體發佈週期的慣性思維：將使用者視為共同開發者，基於對使用者需求的創新與探索，引導隨時更新的網站內容與服務。
- (五) 重視輕量化的程式設計模式：以簡單化的理念取代複雜化的設計模式，進行人機介面與商業模式的開發，以降低技術的門檻，並導入、推廣與應用。
- (六) Web 2.0 提供跨平臺的軟體應用環境：以網路應用取代人們對於個人電腦設備的依賴。
- (七) Web 2.0 提供豐富的使用者體驗：在創新與開放的架構之下，賦予使用者對於既有網路服務不同的體驗。

綜上而論，Web 2.0 是一種以使用者為中心的網際網路服務、知識分享方式，在 Web 2.0 的概念下，所有的網路行為，都可以「個人化、自主、互動與共享」的概念加以詮釋。Web 2.0 強調網路化服務的平臺，並開放使用者在此一平臺上運用眾人之智自由創作與分享。從資訊行銷的角度而言，豐富的使用者經驗與社群概念成為資訊傳播之通路。從 Web 2.0 的發展到當前眾多創新的資訊技術，以 blog、wiki、social networking service 等方面的應用服務突破，幫助知識工作者在知識社會當中，能更有效率地進行知識重整與運用工作，並成為發揮影響力的工具與媒體（葉乃靜，2008）。

有別於傳統的網站服務僅能提供資訊瀏覽的功能、使用者被動地接受資訊傳播。在 Web2.0 的架構之下，網站服務除了提供資訊服務之外，更強調提供使用者回饋意見的互動管道。有鑑於此，在 Web 2.0 的思維下，圖書館員可以透過分工分享，並針對各種資源類型，建立服務的平臺，圖書館也可以藉由 Web 2.0 的概念來行銷圖書資訊。對於圖書館與圖書館員而言，這種不同於以往的體驗與挑戰，也

將成為未來知識工作者所必備的概念與技巧（王宏德，2009）。

隨著圖書館開始廣泛運用 Web 2.0 工具，國外學者 Michael Casey 首先於 2005 年 9 月提出了 Library 2.0 一詞，他認為 Library 2.0 是 Web 2.0 的延伸產品，而教學界、商業界等，也不斷地有類似概念的產生。引起國內外部落格及圖書館的廣泛討論（林怡君，2009）。Chad and Miller (2005)提出了 Library 2.0 的四項原則：

- (一) 無處不在(everywhere)：Library 2.0 實現了“沒有圍牆的圖書館”的概念，圖書館所提供的內容應該出現在讀者最常去的地方，例如入口網站或課程管理系統。使用者可藉由一些工具的應用，從任何網站上查尋圖書館的館藏情形。
- (二) 沒有障礙(no barriers)：圖書館資源的取得不受限制，讓讀者方便使用或重新利用這些資源。在資訊的檢索上，圖書館應該讓資訊之取得更容易。
- (三) 鼓勵參與(inviting participation)：圖書館鼓勵群體共同參與，包含圖書館館員、資訊技術提供者並擴及到整個社群。
- (四) 圖書館使用有彈性且最佳整合的系統(use of flexible, best-of-breed systems.)：因應快速變更的技術與需求，圖書館不再採用過去單一供應商所建置的整合性系統，轉而使用各種應用工具組合而成的系統。

新時代的圖書館除了要有新的服務想法外，Library 2.0 提供圖書館讀者以使用者為中心之使用環境，滿足使用者多元媒體之需求經驗。而因應 Web 2.0 之概念，Library 2.0 以社區經營為考量，主張由社群的力量共同創造經營的經驗。Maness (2006)指出 Library 2.0 應具備以下四項基本要素：

- (一) 以使用者為中心(It is user-centered.)：在圖書館網站和線上公用目錄的呈現方式上，也讓使用者參與創造內容及表達對於服務的觀點。
- (二) 多媒體的經驗(It provides a multi-media experience.)：視聽內容的館藏及服務。

(三) 社群之擴大(It is socially rich.)：圖書館網站的呈現應包括使用者的表現。利用同步及非同步的方法讓使用者得以與館員溝通，以擴大參與之社群。

(四) 由社群共同創新(It is communally innovative.)：圖書館所服務的社區使用者改變，圖書館不只要與使用者一起改變，更應該讓使用者來改變圖書館。

Library 2.0 定義及應用上強調以使用者為中心的原則，由使用者的需求而反映各種服務的突破與改變。圖書館一直以來是以服務讀者為導向，不論是 S. R. Ranganathan 的圖書館學五律，或者是 Crawford 和 Gorman 的圖書館學五律新詮釋，都強調使用者為中心的思考模式。而 Web 2.0 / Library 2.0 可以提供圖書館透過科技的創新而將更好的服務及使用經驗帶給讀者（林泰宏，2006）。



第二節 社會網路的興起

隨著網際網路的進步以及 Web 2.0 的發展，社會網路服務(social network service, SNS)愈來愈普及，也改變人們使用習慣和交友習慣。社群網路將實體社會中的社區、團體概念延伸到網路上，使用者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。而社群網路最大的意義在於，社群網站利用人與其他人產生互動、情感維繫以及其他資訊的需求，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（王志銘，2009）。對使用者而言，社群網站等於免費提供了一個虛擬的交流空間，讓有共同需求（包括是情感或任務）的人，可以很方便且無時差的擁有討論空間以及自由的資訊存放空間。無論就科技發展、企業經營、及社群生活不同的面向上，社群網路的概念對於社會與產學影響甚鉅（林清泉等，2010）。以下分別就社會網路之定義以及其服務發展加以論述。

一、社會網路定義

社會網路(social network)，是由許多節點構成的一種社會結構。其中節點是指個人或組織。社交網路代表各種社會關係，經由這些社會關係，無論是從偶然相識的泛泛之交到緊密結合的家庭關係的人們或組織都能串連起來。社交網路由一個或多個特定類型的相互依存關係結合，如價值觀、理想、觀念、金融交流、友誼、血緣關係、喜惡、衝突或貿易關係。由此產生的關係結構往往是非常複雜的（維基百科，2012e）。

Mitchell (1969)定義社會網路是指群體中，個人間特定的聯繫關係，其整體的結構可用來解釋該群體中個人的社會行為。Lin, Dean and Ensel (1981)則將社會網路界定為是由直接或是間接的方式來結合一群人，而進一步形成特定的人群關係，例如夫妻關係、親子關係、朋友關係、鄰居關係等。依據 Knoke and Kuklinski (1982)

以及 Emirbayer and Goodwin (1994)之定義，社會網路可定義為一組連接著一組個體（人、團體、事、物）的社會關係；在網路分析圖上，這些個體即節點(node)，這些關係用連接著點的線來代表，即社會網路。而社會網路所指的是社會關係，而非社會關係所連接的個體（黃毅志，2002）。

Walker, Macbride and Vachon (1977)將社會網路定義為人與人之間接觸環境，而藉此接觸的環境，使得個人能獲得社會認同與精神上的支持、物質上的支援與服務，並透過管道建立新的社會接觸之相關消息。Tichy et al. (1979)指出社會網路是一群人之間特定連結的形式，而這些連結所形成的整體結構的特性可以反過來用以解釋群體間的社會行為。Newman (2003)認為社會網路是一群人經由某些關係而形成互動的結構，這些結構涵蓋了人與人之間或是機構與機構之間的關係。Jamali and Abolhassani (2006)則強調社會網路乃節點之間的社會結構，而這些結構聯繫著個人或組織環節。

Emirbayer and Goodwin (1994)將一群行動者所組成的社會關係定義為社會網路。社會網路主要構成要素涵蓋行動者、行動者之間的連結關係，以及由行動者彼此之間的關係所構成的網路結構。社會行動者(social actors)與社會行動者之間透過各種關係形成社會網路，個人、國家或經濟體為行動者的組成單位。社會行動者基於各種特定目的地或功能的維繫而形成各種不同關係的社會網路。Laumann, Galaskiewicz and Marsden (1978)強調特定功能的維繫，必須透過連結而讓特定關係的組織成員共享群運作的內涵，而節點(nodes)反映各種關係的連結以構成社會網路中各種不同功能的維繫與執行。

歸納上述學者對社會網路的定義，社會網路指的是人與人之間的接觸所形成的社會關係，個人所認定互有互動關係的人形成社會網路的結構，其結構可解釋個人的社會行為的關係。而社會關係的存在具有特定的目的，透過節點的連繫，讓整個社會網路能夠環環相扣。

二、社群網路服務及其發展

Boyd and Ellison (2007) 定義社群網路服務為一個以網路為基礎的服務，允許使用者(1)建立公開或半公開的個人資訊；(2)與相關聯的使用者建立聯繫；(3)尋找或檢視在該系統的其他使用者。維基百科 (2012e) 提到社群網路服務的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，為使用者提供各種聯繫、交流的交互通路，如電子郵件、即時訊息服務等。

社群服務起始於 1995 年，中間雖然歷經網路泡沫化的過程，但整個社群服務也因網路的發展而蓬勃發展。網路社群服務的形成因應特定族群之需求，社群服務運作也基於持續性的需求而持續的營運。然而其運作可能基於達成目的或階段性的中止而不再持續，甚至遭到淘汰(Brando, 2012)。Ray (2012) 針對社群網路服務之發展區隔出三個階段，包括開拓市場先趨、網路泡沫化時代及新一代社群網站：

(一) 開拓市場先趨

在 1995 年，第一個類似社群概念的服務 Classmates.com 誕生，其主要使用族群為高中、大學畢業的班級及少數軍方單位、一般公司，該社群服務的特色在於透過 pop-up 的廣告視窗，吸引讀者訪問網站，增加到訪率及使用率。1997 年 SixDegrees.com 誕生，為第一個真正的社群網站。該社群網站命名概念源自於六度分隔理論(Six Degrees of Separation) 意旨：世界上任兩個人只要透過平均六個人，就可以找出彼此的關係。(吳非、馮韶文，2010)。SixDegrees.com 提供使用者可以建立自己的個人資訊、朋友名單，並透過內建的郵件系統與朋友聯繫，雖然在 2000 年時使用者數量超過 300 萬名，但後來因為網路泡沫化而宣告關閉(Ray, 2012)。

(二) 網路泡沫化時代

網路泡沫化時代來臨後，許多網路公司接二連三無法持續營運，2002 年脫穎而出的社群網站為 Friendster。Friendster 為一社交約會網站，因為與當時採訂閱收

費機制的 Match.com 性質相似，互相之間成為競爭對手，普遍受到大家的喜愛，但後來由於使用者人數激增，使用者數量過多而導致伺服器頻繁當機的問題，使 Friendster 後來將許多假名的帳號陸續移除，但也因此流失許多使用者。2003 年另一家以年輕族群為目標客戶群的 MySpace 成立，加入的使用者人數突破百萬人次，於 2005 年被 News Corporation Ltd 收購，後來沒能把握時機打入社群網站的市場，因此很快的被取代(Ray, 2012)。

(三) 新一代社群網站

2004 年與 Classmate.com 相同模式的 Facebook 成立，起初使用對象只限美國高中及大學校園使用，後來逐漸開放不同年齡層及國家的使用者使用，逐漸取代 MySpace 成為社群網站的龍頭，至今使用人數已破上億人口。同年另一家以商業客戶為主要對象的 LinkedIn 掘起，擁有一些教育程度較高的族群與組織。雖然 Facebook 目前在世界上的使用率很高，但在其它國家也有許多並非以 Facebook 為主要使用的市場，例如：中國被廣為使用的微博和 QQ、巴西及印度主要用 Orkut 及英國的 Bebo 等(Ray, 2012)。

三、社群網路服務平台

社群網路提供交互連繫的互動性，它所形成的社交網路(social network)讓使用者看到自己與他人在這個網路中的關聯，甚至能夠透過關聯而找到許多久不見的朋友。然而，並非所有人都是為了認識新朋友而使用社群網站。許多使用者使用社群網路是為了與現有的人脈網路建立聯繫。因此，組織社交網路對人們來說逐漸成為很重要的一個功能，而社群網站服務平台提供網路的組織，有效連繫關聯的網路。以下分別針對幾種社群網站做介紹：

(一) Facebook

Facebook 是一個起源於美國的社群網路服務網站，由 Mark Zuckerberg 與 Eduardo Saverin 共同創辦，於 2004 年 2 月 4 日上線，起先名稱為 The Facebook，後來將”The”移除稱”Facebook”。Facebook 起初僅開放哈佛學院的學生與教職員註冊為使用者，幾個月後註冊權限範圍擴大至其他特定大學，自 2006 年 9 月 11 日起，其註冊權限範圍更擴大至任何有效電子郵件位址，至 2007 年底已成為全世界最大的社群網站（維基百科，2012a）。Facebook 提供給使用者許多功能與服務，讓使用者之間可以進行互動，其特色與主要功能如下(Wikipedia, 2012)：

1. 動態消息(News Feed)：位於首頁的中央欄，經常更新 Facebook 追蹤之人員和專頁的動態清單。包括近況更新、相片、影片、連結、應用程式動態與按讚的內容。
2. 朋友(Friends)：個人可以透過朋友功能，檢視或編輯朋友之間的關係，藉此管理朋友的名單列表。
3. 塗鴉牆(Wall)：可以將簡短的訊息、照片、影片或網址連結發佈到 Facebook 的頁面上，內容將會被同步到指定朋友的 Facebook 頁面。
4. 訊息(messages)：可發佈簡短的訊息給選定的朋友或其他使用者，作為簡單溝通與交流工具。
5. 資訊(information)：可於頁面中編輯個人背景資料，如性別、生日、感情狀態等基本資料，以及學經歷、愛好和興趣、聯絡資料等，讓其他使用者可以瞭解自己的基本資料。
6. 活動(events)：活動的功能可幫助使用者通知朋友們將發生的活動，也幫助使用者組織社交活動。

7. 相簿(photos)：可上傳照片至相簿，設定可以觀看的對象。
8. 社團(group)：可由個人創建社團，將使用者加入此頁面，透過發文、留言進行任何討論。
9. 應用程式(Application)：第三方軟體開發者可以開發與 Facebook 核心功能整合的應用程式。

(二) Twitter

推特(Twitter)是一種免費的社交網路服務，被視為微網誌之始祖。Twitter 在 2006 年 3 月成立於舊金山，由 Obvious 公司開發。使用者可以經由簡訊服務、即時通訊、電子郵件、Twitter 網站或 Twitter 第三方應用，發布更新或是獲得新的訊息內容，而訊息的字數最多為 140 字。每則訊息內容會顯示於使用者頁面，而且每個使用者都可以即時看到這些訊息。Twitter 發言的預設讓每一位使用者都可以讀取訊息，但使用者可設定只將新的訊息內容傳送到他的朋友(維基百科,2012c)。Twitter 是一種集簡訊、留言版和部落格於一體的概念。它提供了創作與書寫平台，每則 140 字的書寫限制提供簡易書寫場域。隨著部落格朝向專業化與個人品牌發展，Twitter 讓使用者能隨手記下身邊的事物，此種有限的個人表達和社群網站連結，即被稱作微網誌。(李志強，2008) Twitter 的特色與功能整理如下：

1. 推文：個人可以看到自己或是正在關注的人所發佈或是回覆的訊息。
2. 關注：個人能可以選擇自己有興趣的使用者進行追蹤，正在關注的人所發佈的訊息將會出現在自己的推文牆上。
3. 我的最愛：個人可以收藏自己喜愛的訊息。
4. 私人訊息：個人可以發佈簡短的訊息給其他使用者。
5. 個人檔案：個人可以編輯自己的個人資料、照片、網站、自我介紹等等。

(三) Plurk

噗浪(Plurk)創設於 2008 年 5 月 12 日，其最大的特色就是在一條時間軸上顯示了自己與好友的所有訊息。在 Plurk 中組織特定訊息的回覆，而成為延續性的時間軸，每一則訊息都不是獨立的（維基百科，2012b）。從 Google Trends 於 2009 年 6 月底的統計數據上來看 Plurk 的全世界每日不重複有效訪客數為 210 萬，單頁點閱數為 2 億 1 千萬。Plurk 全台灣每日不重複有效訪客數為 75 萬，單頁點閱數則高達 1 億 2 千萬（曾玟瑜，2009）。

郭宜婷（2011）將噗浪各種的特色功能整理歸納如下：

1. 時間軸

Plurk 的最大特色就是在於擁有一個如時間河流般的橫向時間軸（圖 1），時間軸上的訊息就像一波波浪花，此水平橫向時間軸被稱為「河道」，因為 Plurk 的時間軸就像一條河流一樣，所有人的訊息都依序排序於訊息軸，而閱讀 Plurk 上的訊息，則以「追浪」稱呼。圖 1 所示為噗浪時間軸與個人資料。



圖 1：噗浪時間軸與個人資料

資料來源：www.plurk.com/lawrence113218，上網日期：2011 年 9 月 18 日。

2. 發文方式

發文介面的設計也是 Plurk 的特色之一。使用者將發布 Plurk 訊息稱為「發噗」，每則訊息則稱為「噗」，Plurk 有許多種內建的發言情緒狀態可供使用者選擇，像是：說、問、正在、喜歡、希望、分享、曾經、好奇等。使用者也可以自由情境，而這些情境也分別以不同顏色來代表。除了可發布文字訊息外，系統提供多媒體超連結，包括：可連結網址、圖片、電腦視訊拍照以及 youtube 等多媒體物件。而發布的圖片及影像，也會直接以縮圖的方式顯示在時間軸上。

3. 對話方式

Plurk 的對話訊息會顯示在同一個視窗當中，能讓使用者可以將對此訊息的回覆及對話都在同一個對話框內完成，方便對於話題的討論以及互動。而且 Plurk 擁有獨立的網址頁面可瀏覽，因此每則 Plurk 看似散落在時間軸的河道上，但每則訊息實際上卻又是各自獨立的一則微型網誌。

4. 私密功能

Plurk 提供三種形式的私密功能。一種是可以將整個時間軸設定為只允許我的朋友看自己的 Plurk，又稱為私密河道。還有一種形式是：使用者可發送 Plurk 訊息給特定對象，人數不限，但除了指定的收訊者外，其餘人皆無法看到訊息，又稱私密噗。最後一種私密功能形式是，可以發送 Plurk 訊息給自我設定的特定群體。一次可發送訊息給不限一組群體，但除了群體成員外，其餘人皆無法看到此訊息。

5. Karma 值

Plurk 還有一項特色是其他微網誌沒有的，那就是累積 Karma 值的功能。Karma 其實就是 Plurk 裡面的一種經驗值，而不同等級的 Karma 值將可以打開不同等級的新功能。每隔一段時間 karma 值就會統計一次，而這段時間裡 Plurk 裡面的各種行動都可能會讓 karma 值提升。而 Karma 值提升到某種程度，會有一些特殊的功能作為獎勵。但反過來說，一天如果發超過 30 則訊息，就會降低 Karma 值，因為

Plurk 認定此為發垃圾訊息。而很久未登入 Plurk、被朋友取消追蹤的嘆浪，Karma 值也會降低。

6. 互動機器人

Plurk 機器人是 Plurk 的一種代理人機制，是具有反應或執行特殊任務的電腦程式。每種機器人都需要加入機器人為朋友才可以使用與互動，但各種機器有著不同的功能。廖冠智、蔡宜良、蕭朋威（2010）將 Plurk 機器人分為三類：應答型機器人、資訊型機器人以及任務型機器人。應答型機器人能夠針對特定的嘆回應內容，與使用者進行簡易溝通；資訊型機器人能夠透過網際網路，搜尋比對相符的資料，滿足使用者的需求；任務機器人能夠自動執行特定任務，例如資料統計、舉辦投票或群播訊息等工作。

社會網路的興起與發展讓虛擬社區的概念不斷地透過各種服務的平台而落實。不同的組織或行業也為了因應其特定的功能與目的，發展出不同的社會網路型態。近年來圖書館使用社群網路工具愈來愈普遍，圖書館身為提供知識的場所，背負著教育群眾的使命，為了拉近與讀者之間的距離，圖書館也開始應用各類的社群網路工具來推廣與行銷服務。

第三節 圖書館的社群網路服務

隨著網際網路的快速發展，愈來愈多圖書館運用各種社群網路服務以擴展服務的範圍。以微網誌為例，它允許使用者及時更新簡短文字（通常少於 140 字）並可以公開發布的形式。它允許任何人閱讀或者只能由使用者選擇的群組閱讀，提供使用者更便利的資訊獲取管道。陳建州（2009）指出微網誌的七大特性，包括：低負擔性、即時性、公開性、互動性、距離感、擴散性、行動性。林菲、朴咏男（2011）也舉出微網誌的特色包括：資訊傳播形式多樣性、內容發佈的即時性、微網誌資訊語義的交互性、資訊內容繁雜性。為了提高圖書館網路服務的使用率，有許多圖書館選擇了 Facebook 社群網站平台作為應用工具。它是一種包含微網誌功能的高整合度社交網站，結合了文字、圖像、影片等功能，並且強調人與人之間的交流，讓朋友能即時得知朋友間的最新生活動態，其特色包括：簡易操作、互動性、即時性等，由此可見社群網路服務工具都有著相同的特色。

袁納宇（2010）提出社群網路服務在圖書館的利用上擁有許多優勢，包括：（1）簡單便捷：發表者不必擔心內容是否充實，滿足了現代人快節奏的生活方式，使用者還可透過手機隨時隨地的傳送訊息，也可透過API把訊息連結或引用到其他網站上，符合現代人對於交流工具簡單便捷的要求；（2）互動性強：通過發送簡訊訊息就能夠即時發表自己當下的感想，這種比較強的互動性是部落格或論壇不能達到的；（3）時效性高和現場感：這項優點得到了新聞媒體的充分發揮和應用，使用者即時更新現場訊息和動態的聊天傳播模式讓使用者彷彿置身事發現場；（4）人際關係網路：使用者可以透過尋找朋友網路認識同學、同事、朋友，讓他們可以成為自己的朋友。陳麗納（2010）指出社群網路提供的服務具有主動性、易獲得性等特點，能夠因應當前時代人們對圖書館服務的要求。圖書館在節省成本的基礎上，藉由社群網路為讀者提供更迅速、更主動、更符合其需求的資訊服務。

一、圖書館社群網路服務的功能

社群網站能提供圖書館多元的服務與推廣，應用在圖書館方面，提供不同的特色與優勢，許多圖書館開始思考如何將社群網路服務與圖書館相做結合。Hendrix et al. (2009)調查美國學術科學圖書館使用社群網站 Facebook 之目的，依調查歸納 Facebook 提供以下功能：(1) 發布圖書館公告給使用者或行銷圖書館(to push out library announcements to users or to market the library);(2) 發佈照片(to post photos); (3) 現身於使用者經常造訪的平台(to provide a presence on Facebook);(4) 提供參考服務(to provide reference);(5) 提供使用者進行溝通的討論區(to provide a forum for library users to communicate);(6) 回應圖書館活動參與狀況(to respond for library events);(7) 提供線上目錄搜尋(to provide online public access catalog search); (8) 提供資料庫搜尋(to provide database search);(9) 發佈圖書館公告給使用者(to push out library announcements to employees);(10) 提供圖書館使用者可以溝通與討論之園地(to provide a forum for library employees to communicate)。

林娜(2011)以微網誌為例指出社群網站在圖書館資訊交流服務中的作用包括：(1) 提供讀者平等的發言權，圖書館可以藉此和讀者形成良好互動；(2) 創造多功能虛擬聚合社區，提供讀者參考諮詢的平台；(3) 傳送圖書館訊息；(4) 對突發事件的快速反應，提供社會判斷的思想參照；(5) 進行交流互動。圖書館可以透過社群網站與讀者建立互動的關係，隨時了解讀者之看法與需求。

社群網站的技術和服務已在學校圖書館中實現並應用，包括：(1) 訊息傳播：社群網站能夠快速實現資訊的發佈與共用，經由多種途徑發佈消息，連結網站、視頻或其他資源以獲取更多更詳細的資訊內容，透過單向傳播選擇圖書館推送的相關資訊，讓讀者有效地獲取自己所關注的資訊；(2) 學術知識導航：由資深的學科館員建置學科微網誌，編寫圖書閱讀指南和發佈與學科相關的網路資源連結，使學生較快地熟悉學科的知識結構，利用相關的圖書資源和網路資源；(3) 參考

諮詢：由參考館員建立參考諮詢，引導學生合理有效率地使用圖書館的資源、解決學生的問題。並進行館際之間的合作數位參考諮詢工作；(4) 使用者相互學習：學生透過交流的平台，吸取專家們多年來的科研心得，並瞭解專業學科的前沿動態，發布自己的學習心得與資源，提供彼此經驗，在知識的分享上扮演非常重要的角色；(5) 協助管理：由館員建立宣傳管理社群網站，設立館內部門設置、圖書館館藏、館內管理條例等欄目。透過社群網站達到宣傳圖書館、發佈通知和引導學生利用圖書館之功能。圖書館透過社群網站的運作，除了提供圖書館與讀者之互動之外，並提供讀者與讀者之間的交流機會，讓知識的交流更為多元；(6) 個人化服務：圖書館亦可利用社群網站對讀者開展個人化服務，如：提供預約圖書、讀者薦購、書刊續借、圖書到期通知等個人化服務；(7) 宣傳推廣和交流學習：圖書館可以將理念、服務方針、最新服務等資訊適時地推廣至所有讀者，擴大了圖書館的服務範圍與品質。社群網站也便於與國內外其他圖書館或圖書資訊界的專業人士進行交流學習，有利於增進相互的瞭解，取得國內外圖書館動態，吸收先進的學術見解，學習他人的先進技術和管理經驗（黃令賀、葛敬民，2010；關鑫，2010）。

林菲、朴咏男（2011）提到了社群網站在大學圖書館服務的幾大特徵，包括：資訊的回饋互動性、課後輔導、注重檢索性。其中資訊的回饋互動性方面，強調使用者的交互服務和資訊回饋行為，需要群組的交流和討論，才能更好的知識以及知識的轉移。而透過課後輔導，圖書館可以提供學生學習指導之平臺。另一方面由資訊參與和學校的交流中，即時瞭解讀者的學習動向並回覆學生提出的問題，對學生讀者進行引導和評價。另一方面，社群網站的互動平台必須重視檢索的機制，圖書館提供平台上的資料庫，讓讀者可以分享圖片、連結、音訊、視頻、電子文檔等各種資訊資源，當讀者要獲取想要的資源時，資訊檢索的機制將會變得更為重要。

隨著網路通訊技術的突飛猛進，社群網站將為圖書館帶來一些相關的影響。透過非同步訊息的傳送和接收，使得讀者的諮詢時間和地點不受任何限制，為讀者諮詢服務提供了新的諮詢方式。圖書館也可以利用社群網站關心讀者、與讀者進行互動，以了解讀者的閱讀狀況與需求，改善圖書館的服務，有利於圖書館與讀者之間的相互了解。社群網站為圖書館界提供了一個簡單、即時、開放的交流平台，有利於增進相互了解、獲得國內外圖書館的動態、吸取先進的學術見解、學習他人的先進技術、相互交流工作心得，有利於圖書館內外的學術交流，並提高工作與管理效率（張敏霞，2010）。

在專門圖書館的應用方面，社群網路平台亦能提供專業性資源的參考諮詢服務，例如：傳播工具、參考服務、搜尋引擎，以及追蹤並在會議上進行合作(Defebbo et al., 2009)。透過張貼政策和標記常見問題來作為動態訊息的交流。Murphy (2008) 也認為圖書館可發布新聞，並提供特別活動之時間。此外，提供展品、新書，以及各種服務之提醒和新參考服務都是社群網站服務之應用實例。

二、社群網路服務面臨之挑戰

社群網路服務的興起，對於各種資訊聚合的網路服務而言，提供各種服務應用上之挑戰，因為它讓資訊變得更細瑣、更片段，四散在許多角落，而訊息數目非常龐大。基於社群網路服務的興起已經是不可避免的趨勢，這項挑戰是所有資訊服務機構要面對的難題。

社群網路服務在應用方面存在著一些缺點，包括軟硬體配備與相互驗證的機制。應用受到網路的限制，使用圖書館的社群網路服務必須要上網，這對於家中沒有網路的大學生是一個限制，也使得這個技術的受益人數有所減少。再者社群網路之間的相互關係只有好友關係和普通流覽者兩種關係，不利於相互之間的交流和資訊傳遞。對於好友關係需要雙方的驗證，這也使得讀者可能因為步驟繁瑣

和時間限制而放棄使用（黃令賀、葛敬民，2010）。

運用社群網路作為服務提供的管道也使得彼此互動的人員與主題內涵龐雜，以及互動內容的片斷。耿曉光、安東梅（2010）指出社群網路服務必須考量：（1）主題的多變性：由於社群網路是一種個人自發行爲，沒有主題要求和文體限制，因此，同一主題可能散落不同位置，可能連續也可能轉換，無規律可循，整合困難；（2）內容的碎片化：訊息過於簡短，可能導致內容無法傳意；（3）使用者複雜：人人都可以使用，給著作權的確定帶來威脅；（4）訊息的複雜性：沒有審查機構，真假難辨。

三、國內大學圖書館 Facebook 之應用

目前在國內的圖書館使用 Facebook 社群平台服務的情形，已經漸趨成熟，根據觀察顯示，各個圖書館 Facebook 的粉絲數量皆呈現日漸成長的趨勢，可看出圖書館 Facebook 的行銷與服務仍是具有效益的。根據教育部統計處 101 學年度提供之大專校院圖書館名錄查詢，使用 Facebook 內建之搜尋功能逐一查詢，輔以 Google 搜尋引擎加強搜索結果之正確性，截至 2012 年 12 月 31 日止，162 所大專校院中有 75 所成立圖書館 Facebook 粉絲專頁（教育部統計處，2013）。

國內的大學圖書館 Facebook 的常見功能包括：塗鴉牆、相片、影片、活動等等。粉絲人數最多的學校為臺灣大學圖書館，臺灣大學圖書館 Facebook 粉絲專頁成立於 2009 年 4 月 29 日，截至 2012 年 10 月 17 日止粉絲人數達 11489 人。臺灣大學圖書館 Facebook 提供了館藏查詢功能以及享書趣等應用服務，其中館藏查詢功能可讓讀者直接在 Facebook 上，利用書名關鍵字、作者關鍵字或是 ISBN 進行查詢。臺灣大學圖書館 Facebook 亦提供享書趣應用程式，將書籍的封面圖片及索書號張貼至個人的專屬頁面中，記載個人的閱讀歷程，或是與朋友推薦書籍、分享閱讀品味。清華大學圖書館的 Facebook 粉絲專頁除了提供圖書館最新消息以及

照片之外，還提供多部圖書館服務等相關影片。透過 Facebook 應用程式的連結，讀者可利用 Facebook 的介面來查詢電子期刊、電子資料庫、館藏查詢等。另外，臺灣師範大學圖書館透過 Facebook 推廣圖書館服務之情形亦受矚目。臺灣師範大學共有三個校區，每個校區的圖書館都設有 Facebook 粉絲專頁，其中以總館的 Facebook 粉絲專頁人數最多。其功能包括照片、網誌、還有討論區等連結，並透過塗鴉牆發佈動態資訊與館內定期更新的訊息、服務與資源。

四、圖書館社群網站應用之相關研究

根據 Jacobson (2011) 之分析，圖書館運用 Facebook 相關研究可分為五大類：(1) 提供不同的 Facebook 經營模式給圖書館參考使用；(2) 提供以圖書館為中心的案例研究，個別討論圖書館使用 Facebook 的宣傳與行銷方式；(3) 提供以使用者為基礎的研究，透過使用者的看法來分析圖書館 Facebook；(4) 分析圖書館 Facebook 提供的服務；(5) 分析圖書館 Facebook 之觀點，藉由詢問館員如何在他們的圖書館中使用 Facebook。

美國圖書館協會(American Library Association, ALA)在 2012 年州立圖書館年度報告中指出，應用社群網站及 Web 2.0 工具提供服務將成為圖書館服務的趨勢，目前在美國圖書館常用 Web 2.0 工具來提供的服務主要為推廣一般圖書館服務，另外亦涵蓋行銷特定成人課程或服務、提供使用者快速更新服務及尋找潛在使用者 (ALA, 2012)。

2011 年南卡羅萊納州立圖書館(South Carolina State Library)亦進行社群工具相關主題調查，以了解全美國圖書館如何使用新社群工具來建立與使用者的關係，吸引新的使用者。其調查對象主要為公共圖書館占 (占 62%)，其餘部分為學術圖書館 (占 25%)、K-12 圖書館 (占 6%)、政府機關圖書館 (占 2%)、專門圖書館 (占 2%) 及其它性質圖書館 (占 3%)。調查結果歸納：圖書館用來推廣並行銷服

務的工具，以社群網站、部落格及照片分享居多，而最具行銷成效的服務為社群網站，其中社群網站又以 Facebook 使用的圖書館居多。Facebook 之使用民眾年齡層大約分布在 18-35 歲左右。該調查結果顯示，圖書館一般利用 Web 2.0 的工具來達成多項工作內容，包括：(1) 機構合作：透過與高等教育機構的合作來共享資訊；(2) 資源介紹、推薦閱讀：展示現有資源、介紹新資源推廣罕用資料的利用、分享推薦閱讀清單；(3) 保存資料、提供資訊：分享地方歷史資料、保存當地文化、提供社區重要資訊（如：演習資訊、災害防治資訊）；(4) 消息通報、溝通橋樑：透過熱門推薦、圖書館活動及流通服務通知傳達消息、回答讀者問題、與讀者建立溝通橋樑(Rogers, 2012)。

為了了解社群服務在歐洲圖書館的使用情形，EBSCO Information Service 於 2010 年對歐洲圖書館及資訊中心使用者等機構展開調查，以多國語言（英、法、德、荷、義、西、葡文）透過線上及 Email 發放問卷調查進行，最終回收 1241 份問卷。其調查對象國家，來自法國居多，其次是荷蘭、西班牙、義大利及德國等。調查結果顯示大部分機構對社群服務的態度皆趨於正向觀感。一般來說，這些單位使用社群服務的主要目的，以增加自己機構的曝光率之選項勾選人數為最多（占 78%）；另外，也有多數使用單位希望能夠讓民眾有迎合時間潮流的現代化印象，並提升機構聲譽（占 59%）；勾選「推廣現有提供服務的特色，以增進使用者使用」者占 53%；勾選「透過討論群組的建立及合作，來增加交流」者有 40%；勾選「用來發佈機構最新消息及新聞稿」則是占 38%。在歐洲的機構可以看到的是，多數所使用的社群工具仍以社群網站為主流，部落格、微網誌及 Widget 也是常被使用的工具之一(Harnesk, 2010)。

Charnigo and Barnett-Ellis (2007)利用問卷調查 126 所學術圖書館，瞭解他們對 Facebook 平台的看法。研究結果顯示圖書館館員對 Facebook 已經有一定的熟識程度，部分圖書館使用 Facebook 來推廣圖書館服務、成立圖書會以及建立線上學習

小組，另外有部份圖書館對 Facebook 應用行銷感到興趣。該研究亦歸納圖書館館員對於網路隱私相關議題缺乏關注，並建議圖書館在網路隱私權議題上應扮演重要的角色。

Xia (2009)針對 26 所圖書館 Facebook 相關社團進行分析，研究發現成功的圖書館社團必須透過積極的經營，例如：宣傳圖書館活動、創新服務、新書通知，拉近圖書館與使用者之間的距離。而圖書館 Facebook 社團服務的對象不應該只是學生，而是要包括教師與職員，以支持他們的研究與教學。

Hendrix et al. (2009)調查美國學術健康科學圖書館協會會員中，圖書館運用 Facebook 的情形以及使用目的。研究發現圖書館使用 Facebook 的主要目的為行銷圖書館，包括：發佈公告、發佈照片、提供線上參考服務、提供平台讓圖書館使用者進行溝通，而這些圖書館對於 Facebook 的使用成效保持著樂觀態度。

Calvi, Cassella and Nuijten (2010)挑選出英國 12 間大學圖書館，利用內容分析法進行 Facebook 使用現況調查，藉此分析 Facebook 在英國大學圖書館的運用狀況。研究指出：擁有較多文化與學習活動的大型圖書館，在 Facebook 上的活動也較為活躍。為了維持圖書館 Facebook 頁面的更新，所花費的時間相對也較多。因此研究建議圖書館在建置 Facebook 頁面之前，必須先考慮是否有足夠的人力與時間去維護網站。

Ayu and Abrizah (2011)針對 14 所馬來西亞大學圖書館 Facebook 的頁面進行內容分析，探討 Facebook 的使用和應用，以提供學術圖書館經營 Facebook 之意見。研究建議圖書館 Facebook 頁面應與圖書館網站相做結合，以便了解使用者的需求，提供適切的訊息內容，並注重訊息的即時性與一致性。

Gerolimos (2011)調查 20 所美國大學圖書館 Facebook 頁面中使用者的留言，並將留言細分成 22 個類目。分析圖書館 Facebook 上的發文，發現約有 91%的發

文沒有使用者留言，超過 82%的發文使用者以按「讚」功能代替留言；大部分的留言都是由圖書館和校友發佈，而潛在的使用者(大學教授與學生)則較少留言。研究指出：不斷地更新和發文不一定是有效吸引使用者的方式，圖書館 Facebook 應該慎選使用者感興趣的領域，邀請學生上傳資訊和留言。

Jacobson (2011)調查美國 12 間大學圖書館 Facebook 使用情形。研究歸納圖書館運用 Facebook 做為行銷工具時，必須花費更多心力於更新訊息上，每周至少更新一次。對於經常性舉辦許多展覽、研討會和其他活動的圖書館，使用 Facebook 來公告與行銷將會是一個成功的管道。

Phillips (2011)使用內容分析法分析 17 所大學圖書館 Facebook 頁面發布的訊息。研究結果顯示，Facebook 提供一個動態的環境讓圖書館和學生建立互動的關係。除了提供資訊之外，圖書館應嘗試透過 Facebook 與學生建立良好關係。大學的環境不僅是建置訊息，也藉由圖書館和學生建立分享經驗和價值觀之平台。

Sachs, Eckel and Langan (2011)針對 136 個西密西根大學 (Western Michigan University) 圖書館 Facebook 使用者，進行問卷調查分析，衡量 Facebook 在圖書館行銷、參考服務和教學研究上的成效，藉以瞭解使用者對於圖書館 Facebook 的滿意程度。研究建議有效的圖書館 Facebook 頁面必須在提供相關有用的訊息和保護使用者隱私之間保持平衡。

Wan (2011)針對美國研究圖書館協會(Association of Research Libraries)機構成員所建置之 Facebook 頁面進行綜合分析。分析結果顯示這些圖書館大多數維護至少一個 Facebook 頁面，這些圖書館 Facebook 吸引使用者的方式包括：發佈圖書館課程、使用者感興趣的主題、持續更新發文、鼓勵使用者互動。

Aharony (2012)針對 20 個美國公共圖書館和學術圖書館進行探索性分析，目的是比較不同類型之圖書館 Facebook 使用模式。研究結果顯示兩種圖書館都使用訊

息和塗鴉牆，而在使用其他 Facebook 的功能上是有差異的。公共圖書館使用塗鴉牆和照片作為主要資訊管道方面，多於學術圖書館。在 Facebook 塗鴉牆發文方面，兩種類型圖書館 Facebook 在訊息分類上有些不同。而兩種圖書館使用 Facebook 只是單方面傳遞資訊給使用者，而不是作為一個討論的平台。

Grgic and Mucnjak (2012)針對 29 個克羅埃西亞(Croatian)與 21 個愛爾蘭(Irish)公共圖書館的 Facebook 頁面進行分析。研究指出圖書館 Facebook 頁面管理者可以選擇不同的方式，找到合適於圖書館使用者與潛在使用者的溝通模式。為了讓更多的使用者參與圖書館的活動，圖書館 Facebook 頁面管理者應該要積極發布有趣的連結、故事、照片、影片，以及藉由應用程式鼓勵使用者與圖書館互動。

Tan et al. (2012)針對亞太地區的 82 所大學圖書館 Facebook 頁面進行內容分析，研究發現圖書館 Facebook 大部分的發文都是用於宣傳目的，這些發文是屬於單向的溝通。然而圖書館和使用者的對話應該是雙向溝通，包括：詢問、回饋和活動，因此圖書館可以利用這類型的發文來與使用者建立關係，產生更多的互動。

Grgic (2013)針對克羅埃西亞地區學校圖書館 Facebook 進行內容分析。研究發現克羅地亞地區學校圖書館 Facebook 並沒有作良好的規劃與管理，發佈不適宜的訊息內容，且圖書館與學生之間缺乏互動。研究建議圖書館 Facebook 應該積極發文與回覆，使用不同 Facebook 應用程式，以吸引更多的使用者。

在國內方面，李瑩瑛（2011）針對 33 所大學圖書館及 6 所公共圖書館應用 Facebook 的功能實用性及與讀者互動情形進行相關調查。其中在功能實用性方面之分析，以相片、轉貼連結及應用程式為最多，其次是活動邀請的功能；在與讀者互動情形方面，在各類公告、發問建議、閒聊和廣告訊息中，以廣告訊息得到的回應最低。相較於其他訊息，讀者對於廣告訊息較不感興趣。

林沂瑩 (2012) 分析 10 所大專學院圖書館建置 Facebook 的動機、目的及使用該社群工具的看法，並對 10 所負責管理 Facebook 粉絲專頁的圖書館館員進行訪談。館員表示傳統的溝通管道無法滿足讀者多元的需求，讀者期望的是具有吸引力的溝通模式。而社群工具本身就是免費且有廣大的使用群，既能增加訊息的曝光度，也能主動傳達訊息，讓圖書館從被動轉為主動積極。許多圖書館認為建置 Facebook 的目的在於拉近圖書館與讀者的距離，透過 Facebook 的發文來推廣圖書館服務，宣傳現有資料庫、推薦好書及好活動，能夠讓讀者與圖書館透過該社群網站之交流而拉近彼此之間密切的關係。

綜合國內外圖書館 Facebook 相關的研究，文獻針對圖書館 Facebook 的分析，強調圖書館服務推廣的延伸，而這方面的創新經營，亦必須結合各種層面的調查與分析，以期圖書館 Facebook 的建置能符合預期的目的。除了上述這些研究外，國外圖書館 Facebook 研究為數多。本研究針對近年來各類圖書館 Facebook 主題以及所使用之研究方法加以統整，如表 1 所示。

表 1：圖書館運用 Facebook 相關研究整理

研究者與研究題目	研究方法	研究主題
Charnigo, L., & Barnett-Ellis, P. (2007). Checking Out Facebook.com: The Impact of a Digital Trend on Academic Libraries.	問卷調查法	Facebook 對學術圖書館帶來的影響
Xia, Z. D. (2009) Marketing library services through Facebook groups.	內容分析法	圖書館 Facebook 相關社團之經營概況
Hendrix, D., Chiarella, D., Hasman, L., Murphy, S., & Zafron, M. L. (2009) Use of Facebook in academic health sciences libraries	問卷調查法	圖書館使用 Facebook 之目的與情況
Calvi, L., Cassella, M., & Nuijten,	內容分析法	圖書館 Facebook 相關社團之

K. (2010) Enhancing users' experience: a content analysis of 12 university libraries Facebook profiles.		經營概況
Ayu, A. R. R., & Abrizah, A. (2011) Do You Facebook? Usage and Applications of Facebook Page among Academic Libraries in Malaysia.	內容分析法	圖書館 Facebook 之使用與應用分析
Gerolimos, M. (2011) Academic Libraries on Facebook: An Analysis of Users' Comments	內容分析法	圖書館 Facebook 使用者之分析
Jacobson, T. B. (2011) Facebook as a Library Tool: Perceived vs. Actual Use.	內容分析法	圖書館 Facebook 應用與維護概況
Phillips, N. K. (2011) Academic Library Use of Facebook: Building Relationships with Students	內容分析法	圖書館 Facebook 之使用與應用分析
Sachs, D. E, Eckel, E. J., & Langan, K. A. (2011) Striking a Balance: Effective Use of Facebook in an Academic Library.	問卷調查法	圖書館 Facebook 之使用者滿意度調查
Wan, G. (2011) How Academic Libraries Reach Users on Facebook.	內容分析法	圖書館 Facebook 之使用與應用分析
Aharony, N. (2012) Facebook use in libraries: an exploratory analysis.	內容分析法	圖書館 Facebook 之使用與應用分析
Grgic, I. E., & Mucnjak, D. (2012) Croatian and Irish public libraries on Facebook	內容分析法	圖書館使用 Facebook 之目的與情況
Tan, C., Sum, Hedren Wai Yuan., Seah, Frank Eng Kiat.,	內容分析法	圖書館 Facebook 之使用與應用分析

Somasundram, V. & Wong, E. (2012) Asia-Pacific Libraries on Facebook: Content Analysis on Posts and Interactions.		
Grgic, I. H. (2013) Croatian school libraries on Facebook: meeting the needs of young library users	內容分析法	圖書館 Facebook 使用者需求之分析
李堃瑛 (2011) 我國圖書館 Facebook 經營現況分析及使用者接受度之研究	內容分析法 問卷調查法	圖書館 Facebook 使用者接受度之調查
林沂瑩 (2012) 大專校院圖書館社群網站經營分析-以 Facebook 為例	內容分析法 訪談法	圖書館 Facebook 管理經營之分析



隨著資訊科技和搜尋引擎的快速發展，網際網路也進入了 Web2.0 的時代，使用者由個人活動走向社群分享之趨勢，而 Library2.0 是圖書館利用 Web2.0 工具所提供的延伸服務，讓圖書館透過科技的創新將更好的服務與使用經驗帶給讀者。社群網路的發展和應用隨著不同階段之發展歷史而有了多樣化的特色與功能。因此圖書館開始運用社群網路工具來提供服務，藉由不同的型態與讀者建立互動關係。近年來圖書館運用社群網路服務的相關研究日亦普遍，針對社群互動之需求作深入探討則相當有限。圖書館透過社群網站所提供訊息之內涵與互動之需求將影響到使用者是否對社群網路服務平台使用之效益。隨著 Facebook 在各個圖書館應用情形之普及，這方面之使用情形有待相關研究深入分析。圖書館藉由 Facebook 提供不同訊息、內涵以及互動管道，亦必須透過進一步的研究剖析，以探知讀者行為需求與接受程度。





第三章 研究設計與實施

本研究之目的在於藉由瞭解國內外大專校院圖書館 Facebook 建置之內容與功能、使用者對於圖書館 Facebook 的使用情形以及接受與需求程度，進而歸納未來圖書館經營 Facebook 粉絲專頁之經驗與發展方向，提供給輔仁大學圖書館 Facebook 粉絲專頁做參考。隨著網際網路的快速發展，各式各樣的社群網路工具也不斷地推陳出新，在種類繁多的社群網站中，以 Facebook 平台的使用人數最多，使用的範圍以及對象也相當廣泛，因此本研究以 Facebook 作為探討之平台。利用內容分析法整理國內外圖書館建置之 Facebook 粉絲專頁，分析圖書館 Facebook 粉絲專頁所提供的功能，圖書館與使用者互動的情形。另一方面以文獻分析之基礎與網站內容分析之內涵製作問卷調查題項，藉由問卷調查法廣泛取得使用者對圖書館 Facebook 粉絲專頁之需求與建議。以下分別針對研究方法、內容分析、問卷調查法加以說明。

第一節 研究方法

本研究在於探索大專校院圖書館 Facebook 粉絲專頁之使用現況。研究中分析圖書館 Facebook 內容之建置、圖書館 Facebook 與使用者之互動情形。本研究透過文獻分析相關研究，並以內容分析法、問卷調查法進行研究資料的蒐集與分析。研究流程涵蓋：決定研究主題、蒐集相關文獻、擬定研究目的與問題、研究方法與設計、編碼測試與修正、內容分析、擬定問卷題項、正式問卷調查、資料分析與處理、結論與建議。

本研究先決定主題與架構，進行相關文獻的蒐集與整理。依據擬定之研究問題進行研究設計，透過內容分析整理觀察現象，再將觀察現象轉化成問卷題項，並進行問卷發放以蒐集使用者對於 Facebook 之使用經驗與需求，最後依據分析結

果撰寫研究報告。研究流程如圖 2 所示，以下分別就蒐集相關文獻、內容分析法、問卷調查法加以說明。

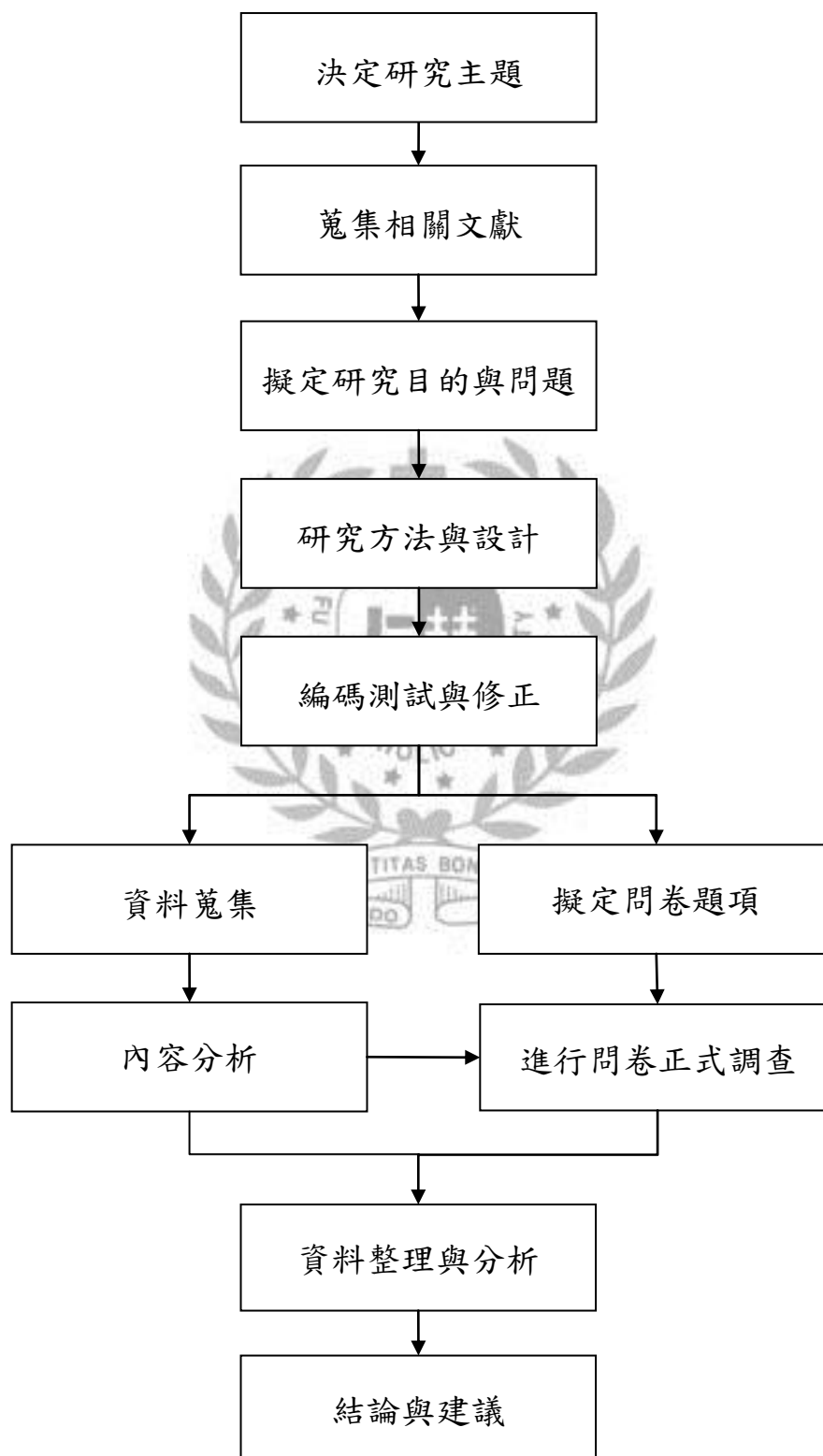


圖 2：研究流程圖

一、蒐集相關文獻

文獻分析是透過文獻的蒐集、分析、歸納、研究來提取所需資料，並對文獻作客觀而起系統化的描述的一種研究方法。文獻分析在方法上是注重客觀、系統及量化的一種研究方法；在範圍上，不僅分析文獻內容，更是分析整個文獻的學術傳播過程文獻分析之價值，不只是針對文獻內容作敘述性的解說，並就文獻內容推論對整個學術傳播過程所發生的影響(庫馬，2005/胡龍騰等譯，2000)。換言之，文獻分析可以幫助研究者釐清研究的背景事實、理論的發展狀況、研究的具體方向、適當的研究設計方式及研究工具的使用方式。它可以幫助研究者了解過去、重建過去、解釋現在及推測將來(葉至誠、葉立誠，1999)。

本研究首先採用文獻分析，蒐集國內外相關文獻資料，了解社群網路服務的發展與特色、國內外圖書館 Facebook 建置之情形。並藉此分析圖書館 Facebook 所提供的各項功能與特色、探討圖書館 Facebook 之相關理論。透過相關研究文獻之論述內涵能針對整個研究問題、研究領域及先前的成果有架構性的了解，以做為研究設計上之參考。本研究蒐集的文獻範圍和來源，以圖書資訊學、資訊科技應用、社群網站等相關領域的中文和英文資料為主。文獻類型包括圖書、期刊、論文、會議論文、研究報告與網路資源等。

二、內容分析法

內容分析法(content analysis)是社會科學研究分析方法，亦為一種蒐集資料以及分析文本內容的技術。內容指的是文字、意義、圖片、符號、想法、標題或是其他可以溝通的訊息。文本為任何寫下來的、視覺上的或語言上做為溝通的媒介物。研究者運用客觀、系統化的技術和紀錄程序來生產文本中符號內容量化的描述，並透過圖表等量化的技術，進行許多文本的比較分析(紐曼，1997/王佳煌等譯，2002)。

本研究使用非介入式的內容分析法整理國內外大專校院圖書館所建置之 Facebook，分析國內外大專校院圖書館在 Facebook 中提供的各種功能、圖書館與使用者的訊息發佈與互動情形，藉由分析之內涵，以瞭解國內外各大專校院圖書館經營 Facebook 平台的狀況，做為進一步擬訂問卷之基礎知識與參考依據。本研究先以內容分析法針對國內外圖書館之 Facebook 進行線上資料之蒐集。內容分析之資料包括：分析所選定之 10 所國內外大專校院圖書館經營 Facebook 之情況、圖書館 Facebook 應用之功能、圖書館館方發布之訊息、使用者回覆之訊息、使用者發布之訊息。綜合內容分析中蒐集之資料如下：

1. 所選定國內外大專校院圖書館經營 Facebook 的情況(建置時間、經營天數和粉絲人數等)
2. 圖書館透過 Facebook 提供的服務項目(圖書館 Facebook 提供的功能與應用)
3. 圖書館 Facebook 發布訊息的情況(圖書館發布訊息之型態分類)
4. 使用者回覆圖書館 Facebook 的情況(使用者回覆訊息之型態分類)
5. 使用者發布訊息的情況(使用者發布訊息之型態分類)

三、問卷調查法

問卷調查法為一常用之收集資料之技術，研究者利用問卷對受調查者的個人行為和態度進行測量，將研究問題透過問卷傳達，藉以推估母群體對於某特定問題呈現的特性、態度和行為反應，從使用者的反應資料中歸納研究結果。由於問卷調查法能夠在最短的時間內蒐集到量化資料，藉以了解族群對於特定議題之整體性意見。（邱皓政，2006；張紹勳，2007；紐曼，1997/王佳煌等譯，2002）。本研究以輔仁大學圖書館 Facebook 粉絲專頁為研究場域，藉由內容分析階段國內

外圖書館 Facebook 粉絲專頁建置的內容，整理分析重點以制定問卷題項，完成問卷初稿後，進行問卷前測，依據填答者的回饋修改問卷題項，形成正式的問卷。

綜合問卷調查中期望蒐集之資料如下：

1. 使用網際網路與 Facebook 社群網站之經驗（社群網站使用之經驗）
2. 使用者對輔仁大學圖書館 Facebook 之使用反應（對於圖書館 Facebook 的使用經驗）
3. 輔仁大學圖書館使用者對於圖書館 Facebook 訊息之需求(希望提供的訊息類型)
4. 輔仁大學圖書館使用者對於圖書館 Facebook 互動之需求(希望提供的互動方式)

整合上述研究方法，本研究首先透過文獻分析，整蒐集國內外相關文獻資料，了解國內外圖書館 Facebook 建置之情形、圖書館 Facebook 提供的各項功能與特色、圖書館 Facebook 之相關理論，藉以對該研究相關之領域及先前研究成果與相關論述有架構性的了解。接著再透過內容分析法分析所選定之 10 所國內外大專校院圖書館 Facebook，分析國內外圖書館目前於 Facebook 中提供的各種功能、圖書館與使用者的互動情形與發佈訊息狀況，藉由網站內容分析觀察與歸納，以瞭解國內外各大專校院圖書館經營 Facebook 平台的狀況。而依據文獻分析和內容分析的結果，做為進一步擬訂問卷時的基礎知識與參考依據。表 2 為研究問題與研究方法之呼應情形。

表 2：本研究之研究問題與研究方法之呼應情形

研究問題題項	資料蒐集與分析之重點	資料蒐集方法
1.大專校院圖書館透過 Facebook 提供的功能與服務有哪些？	所選定大專校院國內外圖書館經營 Facebook 的情況（建置時間、經營天數和粉絲人數等）	內容分析
預期獲得結果：圖書館透過 Facebook 提供的功能與服務項目	圖書館透過 Facebook 提供的服務項目（圖書館 Facebook 提供的功能與應用）	
2. 大專校院圖書館 Facebook 訊息之類型有哪些？	圖書館 Facebook 發布訊息的情況（圖書館發布訊息之型態分類）	內容分析
預期獲得結果：圖書館 Facebook 訊息之型態分類	使用者回覆圖書館 Facebook 的情況（使用者回覆訊息之型態分類） 使用者發布訊息的情況（使用者發布訊息之型態分類）	
3.輔仁大學圖書館使用者對於一般 Facebook 之使用情形如何？	使用 Facebook 之行為動機（使用者對於 Facebook 之行為動機）	問卷調查
預期獲得結果：輔仁大學圖書館使用者對於一般 Facebook 之使用情形	使用 Facebook 各項功能之使用頻率（使用者經常使用 Facebook 功能之程度）	
4.輔仁大學圖書館使用者對於輔大圖書館 Facebook 之使用情形如何？	使用者對於輔仁大學圖書館 Facebook 之使用反應與經驗（對於圖書館 Facebook 的使用反應與經驗）	問卷調查
預期獲得結果：輔仁大學圖書館使用者對圖書館 Facebook 之使用反應與經驗		
5.輔仁大學圖書館使用者對於輔大圖書館 Facebook 所提供之訊息需求與互動需求如何？	輔仁大學圖書館使用者使用圖書館 Facebook 訊息的需求程度（對各種訊息類型之需求程度）	問卷調查
預期獲得結果：輔仁大學	輔仁大學圖書館使用者使用圖書館 Facebook 各種互動行為的需求程度（對不同互動方式之需求程度）	

<p>圖書館使用者對於圖書館 Facebook 訊息需求程度與互動需求程度</p>		
<p>6.輔仁大學圖書館使用者對於一般 Facebook 之使用情形與圖書館 Facebook 所提供之訊息需求、互動需求之間的關係如何?</p>	<p>輔仁大學圖書館使用者對於一般 Facebook 之使用情形與圖書館 Facebook 所提供之訊息需求、互動需求之間的相關性 (對於 Facebook 之使用情形與各項訊息需求、互動需求之相關性)</p>	<p>問卷調查</p>
<p>預期獲得結果：輔仁大學圖書館使用者對於一般 Facebook 之使用情形與圖書館 Facebook 所提供之各項訊息需求、互動需求之間的相關性</p>		



第二節 內容分析

一、研究對象

本研究取樣是以國內外大專校院所設置的 Facebook 粉絲專頁作為內容分析之對象，研究中參考 2012 年美國大學圖書資訊學研究所的排名，選出了美國五間圖書資訊學研究所排名前十的大學，對其圖書館 Facebook 粉絲專頁的內容進行分析。國內大學的部分，則找出圖書館 Facebook 粉絲專頁人數排行前五的大學，來進行內容分析。本研究於 2011 年 10 月 1 日至 2012 年 12 月 31 日對選定的國內外十所大學圖書館 Facebook 粉絲專頁進行分析研究，詳列於表 3。

表 3：選定十所國內外大專校院設有 Facebook 粉絲專頁的名單

學校編號	粉絲專頁名稱	網址
1	國立台灣大學圖書館	http://www.facebook.com/NTULIB?fref=ts
2	清華大學圖書館	http://www.facebook.com/NTHULIB?fref=ts
3	國立臺灣師範大學圖書館-總館	http://www.facebook.com/ntnplib.m
4	實踐大學圖書館	http://www.facebook.com/home.php?#!/pages/shi-jian-da-xue-tu-shu-guan/111531765526752
5	淡江大學圖書館	http://www.facebook.com/tkulib
6	University of Illinois at Urbana-Champaign Main Library	http://www.facebook.com/universitylibrary
7	UNC Davis Library	http://www.facebook.com/UNCDavisLibrary
8	University of Washington Libraries	http://www.facebook.com/uwlibraries
9	PCL and the UT Libraries	http://www.facebook.com/utlibraries
10	McKeldin Library, University of Maryland	http://www.facebook.com/McKeldinLibrary

二、分析單位與建構類目

內容分析的單位最常使用的有：字、主題、人物、項目、時間與空間單位、課、章、段、詞、句、頁等，研究者依照研究目的而設定各種分析單位（歐用生，1994）。分析單位的形成可分為兩種形式：一為依據理論或過去研究結果發展而成，二為研究者自行視需要與內容分析對象的性質而定。本研究的研究對象是圖書館的 Facebook 粉絲專頁，網站的內容可能包括文字、照片、影片與互動性內容，內容必須由編碼者針對訊息內容進行分析。所採用之分析類目為研究者根據第二章文獻探討中所敘述之社群網站之特性與功能，歸納發展成類目。本研究分析圖書館 Facebook 粉絲專頁建置內容之互動，分析單位以「訊息」為主。

為了解圖書館使用 Facebook 的功能以及圖書館與使用者的訊息發佈與互動情形，本研究將圖書館 Facebook 之分析重點切割為經營現況與應用功能、館方發布之訊息、使用者回覆之訊息、使用者發布之訊息四大類目，此部分類目是參考 Jacobson (2011)、Gerolimos (2011)、Wan (2011)、Tan et al. (2012)、Grgic (2013)、林沂瑩 (2012) 以及各大學圖書館 Facebook 發布之訊息擬定而成。以下針對內容分析之四大分析項目詳加描述：

(一) 經營現況與應用功能可分為：建置時間、粉絲人數、發布訊息數、功能、經營天數、平均更新天數。Facebook 粉絲專頁提供各項功能，讓管理者能自行選擇、搭配所需的功能來建設粉絲專頁。本研究整理國內外圖書館 Facebook 所包含的功能項目，說明如表 4。

1. 建置時間：圖書館 Facebook 網站之成立時間。
2. 粉絲人數：記錄圖書館 Facebook 網站之粉絲數量。
3. 發布訊息數：除了記錄總數之外，也針對訊息（館方、粉絲）發佈來源加以分析數量。

4. 功能：列舉圖書館 Facebook 網站現有功能頁面，與其包含之數量。
5. 經營天數：記錄從圖書館 Facebook 網站從建置日期開始經營至今之日期總數。
6. 平均更新天數：計算平均幾天更新一次訊息。

表 4：圖書館 Facebook 功能分類

功能	說明
塗鴉牆	可張貼發文或得知訊息的地方。
相片	上傳各類相片或圖片。
影片	使用影片功能，上傳製作之影片。
活動	舉辦活動的相關訊息，可分享給他人，並提供確認出席的功能。
網誌	編輯、張貼網誌文章。
討論區	開設各項主題的討論串。
地圖	圖書館的地理位置。
應用程式	由 Facebook 提供或管理者自行設計並嵌入的應用程式。

(二) 館方發布之訊息可分為：館務公告、資料庫訊息、資源推薦、諮詢服務、轉載文章、課程活動宣傳、政策宣導。

1. 館務公告：圖書館提供館內現況。提供圖書館各項業務概況，包含提供現況如休館、閉館公告、修繕公告、徵選工讀生等。
2. 資料庫訊息：提供圖書館新增資料庫、試用資料庫之相關資訊、資料庫使用方式與技巧。
3. 資源推薦：推薦讀者值得閱讀及觀賞之書籍、影片、刊物及網站。
4. 諮詢服務：提供參考諮詢服務。
5. 轉載文章：轉貼其他消息來源的文章。

6. 課程、活動宣傳：圖書館利用教育或其他課程活動宣傳，提供使用者得知圖書館現正辦理的各項活動、講座課程。
7. 政策宣導：圖書館制定或更變政策時，如規章及辦法說明，將之發佈於專頁上宣導及傳播
8. 互動性訊息：圖書館與讀者間互動之訊息。

(三) 使用者回覆之訊息可分為：個人取向、詢問、回饋、感謝、爭論性迴響、稱讚。

1. 個人取向：使用者留言內容屬於個人言論。
2. 詢問：使用者針對館方發佈之訊息提出問題。
3. 回饋：圖書館針對讀者留言再次回覆。
4. 感謝：使用者感謝圖書館之訊息。
5. 爭論性迴響：使用者針對館方發佈之訊息提出不甚贊同之想法與意見。
6. 稱讚：使用者稱讚圖書館之訊息。

(四) 使用者發布之訊息可分為：分享、廣告、詢問、稱讚、抱怨、建議。

1. 分享：分享其他與圖書館相關之訊息。
2. 廣告：發佈與圖書館無關之訊息。
3. 詢問：讀者提出參考問題。
4. 稱讚：使用者稱讚圖書館所提供的服務。
5. 抱怨：使用者心中不滿向圖書館抱怨。

6. 建議：使用者對圖書館提出建議與相關問題回報。

三、資料處理與分析

本研究分析之資料不限定任何體裁型式，包含公告的各式文字訊息、圖書館發佈之多媒體資源。研究根據觀察項目，製作編碼表，對大量網站資料內容進行編碼作業，歸納應用概況、訊息類型等，最後針對資料蒐集結果做分析，並提出詮釋說明。詳細編碼項目說明見表 5。

編碼是將內容轉換成數字的變項，為了就內容分析建立計量之準則，本研究以各個圖書館 Facebook 網站功能項目之「有」或「無」，做為整理與歸納之依據。依據網站具備的功能項目而以「√」記號，不具備者則留空白，並將網站具備的功能項目填答在內容分析研究結果中。此外，本研究亦針對圖書館 Facebook 功能項目之數量、經營天數以及平均更新天數進行統計以利後續之分析。

在訊息類型方面中，本研究除了針對訊息類型加以定義之外，更就各別圖書館 Facebook 之訊息予以類別之編碼，並以 0 與 1 的編號提供數量之加總依據。本研究亦引用各圖書館 Facebook 粉絲專頁塗鴉牆上發佈之訊息，以不同字體呈現訊息內容，與本文作區隔。而為便於資料對照、查找，每則訊息均給予編號，編號由學校序號、訊息序號而組成。範例如表 6 所示。

表 5：圖書館 Facebook 經營內容分析之編碼類目說明

主類目	次類目	說明
經營現況與應用功能	1.建置時間	圖書館 Facebook 網站之成立時間。
	2.粉絲人數	記錄 Facebook 網站之粉絲數量。
	3.發布訊息數	除記錄總數外，亦針對訊息（館方、粉絲）發佈來源加以分析數量。
	4.功能	列舉各館現有功能頁面，與其包含之數量。
	5.經營天數	記錄已經營之日期總數。

	6.平均更新天數	計算平均幾天更新訊息。
館方發布之訊息	1.館務公告	圖書館提供館內現況。分析發文內容是否屬於此類別，如是給予編碼1，否則給予0，計算總數。
	2.資料庫訊息	提供資料庫之相關消息，編碼原則同上。
	3.資源推薦	推薦讀者值得閱讀及觀賞之書籍、影片、刊物及網站，編碼原則同上。
	4.諮詢服務	提供參考諮詢服務，編碼原則同上。
	5.轉載文章	其他消息來源，編碼原則同上。
	6.課程、活動宣傳	圖書館利用教育或其他課程活動宣傳，編碼原則同上。
	7.政策宣導	館方為宣導執行之政策，編碼原則同上。
	8.互動性訊息	圖書館與讀者間互動之訊息，編碼原則同上。
使用者回覆之訊息	1.個人取向	使用者留言內容屬於個人言論，分析留言內容是否屬於此類別，如是給予編碼1，否則給予0，計算總數。
	2.詢問	使用者針對館方發佈之訊息提出問題，編碼原則同上。
	3.回饋	圖書館針對使用者留言再次回覆，編碼原則同上。
	4.感謝	使用者感謝圖書館之訊息，編碼原則同上。
	5.爭論性迴響	使用者針對館方發佈之訊息提出不甚贊同之想法與意見，編碼原則同上。
	6.稱讚	使用者稱讚圖書館之訊息，編碼原則同上。
使用者發布之訊息	1.分享	分享與圖書館相關之訊息，分析訊息內容是否屬於此類別，如是給予編碼1，否則給予0，計算總數。

	2.廣告	與圖書館無關之訊息，編碼原則同上。
	3.詢問	使用者對圖書館提出參考問題，編碼原則同上。
	4.稱讚	使用者稱讚圖書館所提供的服務，編碼原則同上。
	5.抱怨	使用者心中不滿向圖書館抱怨，編碼原則同上。
	6.建議	使用者對圖書館提出建議與相關問題回報，編碼原則同上。

表 6：訊息編碼範例

主類目	類目	編號	範例
館方發布之訊息	館務公告	01524	「各位讀者好：為配合本校總務處營繕組進行「高壓用電設備年度檢驗」，總圖書館於8月11日(六)全館(含B1自習室)閉館，8月12日(日)早上08:00重新開館(含B1自習室)……。」
	資料庫訊息	02347	「想成為商管財經界的特務J，你不能不知TEJ~臺灣經濟新報TEJ常見問題懶人包，讀了再上~☺」
	資源推薦	03157	「精選生醫領域專家的閱讀文獻、讀後評論，讓您跟隨專家的腳步，邁向成功的捷徑~!!!」
	諮詢服務	04587	「預約—59位專業學科老師於圖書館提供您~專業諮詢服務。感謝本校59位專業學科指導老師於9月20日起於圖書館提供諮詢服務。本服務於八十九年三月正式推出，參與之教師須於學期中每週……。」
	轉載文章	05247	「找不到巨人，那就站在眾人的肩膀上吧！讓您探索領域內最多人閱讀的熱門文獻，就算沒有用Mendeley也可以用來查找學術文獻的好管道~☺」
	課程活動	06197	「活動:11/23(三)「形與力-型態的多樣

			性」行動博物館展覽專題演講，歡迎踴躍參加！」
	政策宣導	07214	「圖書館-Takming Library_館際合作 www.takming.edu.tw 辦法與規定：申請本校圖書館館際合作服務辦法(校內外師生參閱) 國內館際合作服務本校參與類型： 1. 全國性館際合作組織……。」
使用者回覆之訊息	個人取向	01008	「只要是圖書館...都喜歡...莫名的吸引力...和神秘感」
	詢問	02125	「請問台大校友可以使用校外連線嗎？」
	回饋	03057	「謝謝樓上上的欣賞。活動時間是11/14(一)~11/16(三)，11/15 臺大校慶喔! 歡迎參觀。」
	感謝	04004	「謝謝圖書館的回覆。」
	爭議性迴響	05084	「有過這種問候語嗎?有些懷疑!」
	稱讚	06087	「ENDNOTE 權威~~~讚!」
使用者發布之訊息	分享	01047	「歡迎臺灣大學師生到粉絲專頁看電子書唷!~每月主題 e 書展，週週推薦優質電子書給您~」
	廣告	02038	「想要獲得額外的收入嗎!?富爸爸 羅伯特.清崎 唯一推薦的網路事業!!利用兼職的時間，賺取全職的收入，在家工作，免費 90 天體驗，讓全自動跟進系統幫你賺錢吧!! 」
	詢問	03090	「請問非外籍生也有圖書館導覽服務嗎??」
	稱讚	04071	「台大圖書館館藏目錄的預設檢索點，默默改為書刊名了耶，讚喔!! 」
	抱怨	05214	有一件事我想反應為什麼會有藏書的情況啊，這樣對真的很需要書籍的同學來講不是很不公平嗎?!反應之後館員都說沒有辦法這是個人問題。如果真的是這樣，那以後每個人都來藏書就好啦。那做什麼還要借書啊。

	建議	02381	您好 人社圖書館 1F 男廁有小便斗堵住了 特來通知一下
--	----	-------	------------------------------------



第三節 問卷調查法

一、研究對象

本研究主要針對使用者對於圖書館 Facebook 的訊息需求與互動需求進行研究。研究以輔仁大學圖書館作為研究場域，並以該圖書館的使用者作為研究對象。為了反映研究場域之適切性，因此本研究以有使用 Facebook 社群網站與輔仁大學圖書館各項服務之經驗的使用者為研究對象。

二、問卷發放過程

本問卷是採用網路問卷做為問卷發放的管道，使用 Dreamweaver 網頁設計軟體來製作問卷。問卷上線時間為 2013 年 4 月 23 日至 2013 年 5 月 31 日，為期 39 天。將問卷資訊發佈在與輔仁大學相關的 Facebook 粉絲專頁與社團上(如輔仁大學圖書館 Facebook 粉絲專頁、輔仁大學新生社團、各系所 Facebook 粉絲專頁)，此外也將問卷訊息發佈於 BBS 電子佈告欄以及透過輔仁大學圖書館網站連結線上問卷網址，並提供便利商店禮券的抽獎，以鼓勵讀者填答問卷。

三、問卷內容及架構

本研究依據文獻探討，分析整理圖書館服務與社群網站相關之使用資料，並根據研究目的與問題而設計出問卷題項。問卷架構可分為四個部分，包括基本資料、使用網際網路與 Facebook 社群網站之經驗、對輔仁大學圖書館 Facebook 之使用反應、社群需求分析。以下分別簡述各部分題項之內容，完整的問卷內容請見附錄一。

1. 基本資料
 - (1) 使用者者性別年齡
 - (2) 使用者系級與學科背景
2. 使用網際網路與 Facebook 社群網站之經驗
 - (1) 上網時數
 - (2) 其他社群網站使用經驗
 - (3) 使用 Facebook 社群網站的時間與頻率
 - (4) 使用 Facebook 的行為動機
3. 對輔仁大學圖書館 Facebook 之使用反應
 - (1) 加入輔仁大學圖書館 Facebook 的原因
 - (2) 輔仁大學圖書館 Facebook 的優缺點
 - (3) 輔仁大學圖書館 Facebook 提供的資訊
 - (4) 輔仁大學圖書館 Facebook 具備的功能
4. 社群需求分析
 - (1) 輔仁大學圖書館 Facebook 與使用者之訊息需求
 - (2) 輔仁大學圖書館 Facebook 與使用者之互動需求

四、問卷題項編製

針對研究問題 5，本研究針對圖書館 Facebook 所需訊息與社群互動以計量性資料蒐集與分析方式。經由內容分析所歸納的現象，整理圖書館 Facebook 之需求要項，轉化成為問卷的形式，以廣泛的徵詢全校使用者反應資料。研究將透過線上問卷的方式邀請具有圖書館 Facebook 使用經驗的使用者填答。其中問卷第 1-6 題項是基本資料，問卷第 7-35 題項是了解使用者在面對網際網路與 Facebook 社群網站之使用經驗，此部分問卷內容設計主要是參考李堃瑛（2011）擬定而成，問卷第 36-41 題項針對輔仁大學圖書館 Facebook 之反應，是透過文獻分析以及內容

分析中歸納之經營現況與應用功能、館方發布之訊息內涵所整理而成；問卷第 42-61 題反映使用者對於圖書館 Facebook 提供訊息之需求性，而問卷第 62-73 題反映圖書館 Facebook 互動之需求性，透過內容分析中歸納之館方發布之訊息、使用者回覆之訊息、使用者發布之訊息內涵整理而成，詳細說明請見表 7。

表 7：問卷題項與內容分析之對照表

問卷題項	內容分析例子	網址
42.閱讀推廣活動之宣傳	1/5-2/15「聰明學企管-你可以不一樣」-人社分館罕用好書推廣閱讀活動系列七 本期人社分館罕用書推廣挑選館藏企管主題書籍，陳列於人社分館出口處，提供您細細品味與感受……。	http://www.facebook.com/NTHU LIB/posts/158428914206933
43.圖書館服務之宣傳	【台聯大一網通圖書代借線上服務】 超好用的你知道嗎!!! 想要借交大、陽明、中央的書，只要登入資源探索系統，一個介面、幾個確認鍵，收到通知後就可以在清大圖書館取書 超方便的你一定要知道!!!	http://www.facebook.com/doggie.nthu/posts/503242273021991
44.圖書館活動之宣傳	館藏捉迷藏: 提示 1—總館 4F 書庫 提示 2—索書號 371.4/109 提示 3—第 100 頁	http://www.facebook.com/ntnulib .m/posts/10151135801608666
45.圖書館利用教育之宣傳	【圖書館利用第一步】 想知道如何利用圖書館資源嗎？想領略資源探索系統、電子資源查詢新系統的威力嗎？ 9/25 (二) 10:00 就在總圖書館 8 樓……。	http://www.facebook.com/permalink.php?id=223101437906&story_fbid=121091058039349
46.各種課程講習活動之宣傳	掌握致勝關鍵! 100 學年度第 2 學期資料庫利用講習課程，開課了!	http://www.facebook.com/NTULI B/posts/10150629211898827

47.各種專題演講之宣傳	歡迎報名專題演講「圖書館行動通訊服務的設計與應用」 資訊社會中行動服務日益普及,圖書館亦將行動服務概念導入許多的讀者服務中。想瞭解行動通訊的最新發展,以及如何導入以應用於圖書館各項服務中嗎?歡迎您報名參加演講!	http://www.facebook.com/NTHULIB/posts/178086098886314
48.各種展覽之宣傳	[展覽]:校史館特展 吹動椰林的風-中央通訊社臺大影像紀實	http://www.facebook.com/permalink.php?id=77240058826&story_fbid=299751260129005
49.新書通知與宣傳	好書推薦： <<生命告別之旅>> 2006年7月17日，單國璽樞機主教發現肺腺癌，從一開始問：「怎麼會是我？」經過禱告後，他反問自己：「為什麼不是我？為什麼患絕症的都該當是別人？我有什麼特權不得此症！」進而接受得癌症的事實，把罹癌當作是天主差遣來陪伴他人生旅程中的最後伴侶。	http://www.facebook.com/ntnublic/posts/135060753304165
50.影音資料之宣傳	本週的影片欣賞挑選了5部新進動畫館藏，有”亞瑟的奇幻王國2：馬塔殺的復仇”、”最後一戰：光環傳奇”、”原子小金剛”、”里約大冒險”、”貓頭鷹守護神”，喜歡動畫的你快按讚吧！！ 連結至本週影片欣賞預告 http://blog.lib.tku.edu.tw/post/2/4909	http://www.facebook.com/tkulib/posts/134943756614109
51.電子書之宣傳	KELLOGG 在《Science in the kitchen》一書中，分享如何運用物理、化學的原理，找出最誘人、易消化、烹飪營養食物的方法，這是一本很不一樣的食譜書！更多的電子書，就在淡江大	http://www.facebook.com/photo.php?fbid=266166706768565&set=a.147006788684558.43322.143883558996881&type=1&theater

	學圖書館 http://info.lib.tku.edu.tw/ebooks/ 。	
52.期刊之宣傳	1313 期《商業周刊》在圖書館沒缺席~ :) 神秘的 1313 期商周揪竟有什麼呢？來 Walking Library 線上找答案： http://tulips.ntu.edu.tw:1081/record=b3021730*cht	http://www.facebook.com/NTULIB/posts/356954957735133
53.報紙之宣傳	歷史是昨天的新聞，新聞是明天的歷史~ 查詢過去的新聞您可以不用依賴翻舊報紙~😊	http://www.facebook.com/NTULIB/posts/334464146608886
54.歷屆考古題之訊息	101 學年度轉學考試題已新增於考古題網頁	http://www.facebook.com/NTULIB?fref=ts&filter=1
55.試用資料庫之訊息	試用資料庫：Kluwer Law Online 資料庫試用	http://www.facebook.com/PCCULIB/posts/438072752894925
56.圖書館政策之公告	自 5/7(一)起，總圖書館 3 樓部份區域之閱覽座位禁止使用筆記型電腦。期使讀者享有安靜權益的閱覽環境，自 5 月 7 日起，總圖書館 3 樓部份區域之閱覽座位禁止使用筆記型電腦……。	http://www.facebook.com/PCCULIB/posts/438072752894925
57.系統維護之公告	本館網站正在施工，預計關閉至今天下午五點，為提升更好的服務品質，敬請各位讀者多多包涵!!	http://www.facebook.com/ntnliblib/posts/10151088713028666
58.開館閉館之公告	留在學校的同學們要注意~週末連假圖書館開放時間不一樣喔！2月27日-2月28日(和平紀念日 Peace Memorial Day)，3月3日(彈性上班)總圖書館開放時間 9:00~18:00，提供借還、不提供參考諮詢與專人複印等服務。視聽中心與各分館閉館	http://www.facebook.com/NTHULIB/posts/10150815365207907
59.圖書館館藏使用之統計資料	您喜歡閱讀嗎？想與他人分享您的藏書？想知道大家都看哪	http://www.facebook.com/tkulib/posts/381587228538013

	<p>些圖書？或者，您想統計一下去年到底閱讀多少本書(多少頁)？</p> <p>網路書櫃類型的網路社群網站，可以幫助您管理閱讀書單與閱讀紀錄，還可與朋友們分享您的藏書與閱讀心得，亦可選擇加入討論群組哦！</p>	
60.圖書館空間規劃變動相關資料	圖書館於1/28-2/8期間進行二至四樓空間調整作業	http://www.facebook.com/NTULIB/posts/226930520777594
61.招募圖書館工作人員之訊息	[徵才]法社分館誠徵日治舊藏期刊短期工讀生	http://www.facebook.com/NTULIB/posts/352120634879691
62.關於學術活動之分享	<p>【歡迎報名-臺北高等學校創立90週年國際研討會!】</p> <p>本研討會特邀台北高校校友園部逸夫（前日本高等法院法官）、黃伯超（前台大醫學院院長）進行專題演講，另有15位台、日、韓學者發表論文，歡迎報名參加!</p>	http://www.facebook.com/ntnulib.m?v=inf&filter=3
63.關於作家與之分享	<p>【有夢的人 s 楊佳嫻 X 廖建華】</p> <p>時間：12/4（二）18：30-20：30</p> <p>地點：總圖書館輕閱讀區</p> <p>報名：https://ridge.lib.nthu.edu.tw/lib_action/libtour.php</p> <p>下週二晚上圖書館週點燈開幕後，非常開心邀請到詩人也是今年的駐校作家楊佳嫻與詩人也是化工所廖建華來到輕閱讀區與我們分享實在太開心了^0^</p>	http://www.facebook.com/photo.php?fbid=10151551060617907&set=a.442728997906.233730.223101437906&type=1
64.個人閱讀心得之分享	<p>電子書心得徵文比賽報導：</p> <p>提醒您~本次活動主題以台灣學術電子書聯盟購置的電子書為主,可由本館網站->電子資源->電子書的路徑進入或使用整合查詢系統查詢。歡迎踴躍投稿!!</p>	http://www.facebook.com/nknulib/map?activecategory=%E7%9B%B8%E7%89%87&session_id=1334617653&filter=1

65.閱讀學習之分享	<p>英語月魔法教室校外教學來囉! 大家好! 11月英語月圖書館要帶著大家到”青田七六”做校外英語讀書會喔!</p> <p>我們特別邀請到賴嘉綾老師 帶著我們遨遊英語書世界……。</p>	http://www.facebook.com/ntnulib.m/map?activecategory=%E7%9B%B8%E7%89%87&session_id=1333555475
66.推薦書籍之分享	<p>最值得推薦的好書——一生要去的世界最美 100 個地方</p>	http://www.facebook.com/ntnulib.m?v=feed&story_fbid=203301083665&ref=mf&filter=2
67.知識之分享	<p>歡迎在校生及畢業校友多利用『醫藥生化』專區找尋合適醫學相關工作及獲得相關產業訊息及資源，提升專業能力。</p>	http://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=127169840650013&id=111132465581025
68.廣告之分享	<p>dear all:我們是專賣理工商管原文書的巨擘書局，誠摯歡迎你們來門市閱書，以及上巨擘網站查詢相關資訊。</p>	http://www.facebook.com/ntnu1946/posts/284712528232363
69.個人情感之分享	<p>只跟你相處兩天 我的人、我的心就完完全全屬於你 不想與你分離...在剩下的日子裡...</p>	http://www.facebook.com/NTHULIB
70.校外活動之分享	<p>憶聲 11 月份”樂活人生免費講座”邀請到自慢大師『何飛鵬先生：聰明糊塗心』於 11/27(六)下午 2 時至 4 時在中壢中原大學活動中心與您見面~讓我們跟著大師腳步，學習擁有更好的職場與生活~雙贏人生~請到憶聲基金會網站報名~歡迎闔家蒞臨!</p> <p>http://www.action.com.tw/actionfoundation/news/</p>	http://www.facebook.com/GuanduNaturePark/posts/159763184059686
71.表達個人對於圖書館服務之意見	<p>推著娃娃車的爸爸不得進入清大圖書館入內借書，小孩必須留在門外...這是對生小孩的父母一種【禮遇】嗎??</p>	http://www.facebook.com/NTHULIB/posts/10151145282252907?comment_id=26654325&offset=0&total_comments=4
72.表達個人對於圖	<p>我在 6/13 傍晚到圖書館 B2 看雜</p>	http://www.facebook.com/permalink

<p>書館人員之意見</p>	<p>誌，被討論室裡面的同學吵到很煩躁，門明明關著笑聲竟然還傳的出來真的很誇張，在 B2 待了大概 4 個小時沒有任何工作人員去制止他們……。</p>	<p>nk.php?story_fbid=229885313691396&id=111531765526752</p>
<p>73.表達個人對於圖書館館藏之意見</p>	<p>如果有些書籍太多人想借圖書館能再加購嗎?? 如這本：思考的藝術：52 個非受迫性思考錯誤 目前已經有十六人預約等候不知何時才能輪到我...</p>	<p>http://www.facebook.com/tkulib/posts/414811645258087</p>
<p>74.表達個人對於圖書館空間之意見</p>	<p>圖書館漂亮但座位少得可憐有甚麼用!!?? 尤其是到了考試期間，想找個座位看書都沒辦法，大家的公德心都不知道跑去哪裡，桌上放一張廢紙也算是佔位== 歐~ 我已經從 B1 找座位找到 4 樓，整個一肚子火!!!!!!!</p>	<p>http://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=215458255134102&id=111531765526752</p>
<p>75.表達個人對於圖書館設備之意見</p>	<p>您好 人社圖書館 1F 男廁有小便斗堵住了 特來通知一下@@</p>	<p>http://www.facebook.com/NTHULIB/posts/10150673689622907?comment_id=24042945</p>
<p>76.表達個人對於圖書館系統之意見</p>	<p>請問可否改善預約書到館通知系統阿????真的很難連線耶== 謝謝</p>	<p>http://www.facebook.com/thulibtw</p>
<p>77.參考諮詢之問題</p>	<p>想請問，本校學生登入圖書館，帳號是要輸入甚麼，是學號嗎?密碼是身分證嗎?但是我剛剛輸入他都說帳號密碼錯誤，那請問一下是要輸入甚麼呢?</p>	<p>http://www.facebook.com/CCULIB</p>

第四章 研究結果與分析

本研究透過圖書館 Facebook 之內容分析，以及使用者對於圖書館 Facebook 之使用調查共同進行資料蒐集。在圖書館 Facebook 的內容分析方面，依據選定之圖書館經營 Facebook 之情形統計分析。範圍涵蓋的日期為 2011 年 10 月 1 日至 2012 年 12 月 31 日之間，為期十五個月。分析的內容包括國內外十所大學圖書館 Facebook 粉絲專頁之經營現況，以及所提供的應用功能、訊息內容與互動情形。

問卷調查是針對輔仁大學圖書館 Facebook 使用者進行調查，並透過網路問卷蒐集資料，網路問卷上線時間於 2013 年 4 月 23 日至 2013 年 5 月 31 日，為期 39 天，共計回收 579 份問卷(包括 567 份有效問卷與 12 份無效問卷)。基於有效樣本的篩選考量，因網路連線問題而導致資料填寫不完全的情形則視為無效樣本。在扣除無效問卷之後，本研究所得之有效問卷資料總數為 567 份。問卷調查結果以 SPSS 軟體進行分析，本章第一節說明圖書館 Facebook 功能與圖書館與使用者的訊息發佈與互動情形之統計結果；第二至六節為問卷調查之分析結果，其中第二節說明使用者基本資料，第三節說明使用者使用網際網路與 Facebook 社群網站之經驗，第四節說明使用者對於輔仁大學圖書館 Facebook 之使用反應，第五節說明使用者對社群需求之分析，第六節說明不同使用者反應之差異分析，最後一節則針對研究結果進行綜合討論。

第一節 圖書館 Facebook 內容分析

本節針對所選定之十所國內外大專校院圖書館 Facebook 的內容（詳見表 8）進行內容分析，範圍涵蓋的日期為 2011 年 10 月 1 日至 2012 年 12 月 31 日之間，研究將資料透過編碼歸類，歸納分析結果，藉以說明目前大專校院圖書館 Facebook 的經營現況。本節依內容分析之結果將圖書館 Facebook 之分析重點切割為圖書館四大類目：Facebook 經營情況與應用功能、圖書館館方發布之訊息、使用者回覆之訊息、使用者發布之訊息，以下分別就內容分析結果加以說明。

表 8：十所國內外大專校院圖書館 Facebook

學校編號	Facebook 粉絲專頁名稱
1	國立台灣大學圖書館
2	清華大學圖書館
3	國立臺灣師範大學圖書館-總館
4	實踐大學圖書館
5	淡江大學圖書館
6	University of Illinois at Urbana-Champaign Main Library
7	UNC Davis Library
8	University of Washington Libraries
9	PCL and the UT Libraries
10	McKeldin Library, University of Maryland

一、經營現況與應用功能

國內外圖書館近幾年來建置 Facebook，各個圖書館的粉絲人數也不斷的在增加當中。圖書館 Facebook 也經常性的更新，並透過 Facebook 提供不同的應用模式。如表 9 所示，依據 10 所選定圖書館 Facebook 之經營現況與應用功能分析，本研究以下列項目進行統計分析，包括：建置時間、粉絲人數、發布訊息數、應用功能、經營天數、平均更新天數。

(一) 建置時間

從 10 所國內外大專校院圖書館 Facebook 的建置時間來看，國外大專校院圖書館 Facebook 建置時間約為 2007 年至 2009 年，普遍較國內大專校院圖書館早成立。就本研究觀察，截至 2012 年 12 月 31 日止，國內 162 所大專校院中有 75 所成立圖書館 Facebook 粉絲專頁，其中是由台灣大學圖書館於 2009 年開始率先推出 Facebook 創新服務，之後陸續有許多圖書館跟進。

(二) 粉絲人數

10 所國內外大專校院圖書館 Facebook 的粉絲人數中，國內以台灣大學圖書館人數最多，共 11,663 人，其次為清華大學圖書館，共 4,049 人。其他學校圖書館的粉絲人數則介於 3,000 至 4,000 人之間。國外則以 University of Washington Libraries 粉絲人數最多，共 2,533 人。其他學校則為 1,000 多人。

(三) 發佈訊息數

發佈訊息的來源可分為圖書館館方與非館方，而非館方也包括粉絲及造訪圖書館 Facebook 專頁之網友。就訊息發佈來源分析，在十所學校總訊息發佈數 1709 則中，大部分以圖書館發布的訊息為主，佔 86%，總數為 1478 則，發佈訊息數量以台灣大學圖書館最多，共 422 則；由粉絲及網友發佈之訊息佔 14%，總數為 231 則。就發佈之訊息數可見，粉絲與網友透過圖書館 Facebook 平台發佈訊息量比率不高，而圖書館以 Facebook 作為發佈相關訊息居多。

(四) 應用功能

在應用功能方面，所有的圖書館 Facebook 都具備塗鴉牆和照片的功能，有半數以上的圖書館 Facebook 都具備活動、網誌、地圖和應用程式的功能，而有少數的圖書館 Facebook 具備影片和討論區的功能。由表 9 比較各圖書館所使用的應用

功能，台灣大學圖書館和 PCL and the UT Libraries 使用之項目數量涵蓋 6 項。大部分圖書館之 Facebook 都涵蓋 4-5 項功能。在功能特色方面，台灣大學圖書館 Facebook 提供了館藏查詢功能以及享書趣的應用服務，其中館藏查詢功能可讓讀者直接在 Facebook 上，利用書名作者關鍵字或是 ISBN 進行查詢。享書趣應用程式則是可以將書籍的封面圖片及索書號張貼至個人的 Facebook 頁面中，記載個人的閱讀歷程，或是與朋友推薦書籍、分享閱讀品味。清華大學圖書館 Facebook 提供多部關於圖書館服務的自製影片，讓讀者了解圖書館所提供的各項服務。臺灣師範大學 Facebook 提供了網誌與討論區的功能，網誌中記錄各項圖書館活動，像是：館藏捉迷藏、自動借書趣、電子書挖寶等活動。討論區則是讓圖書館與讀者可以針對某個主題進行討論。UNC Davis Library Facebook 提供了網路聊天室的應用程式服務，讓讀者可以在 Facebook 頁面，利用線上聊天室與圖書館館員進行交談。PCL and the UT Libraries 提供了名為 toolbox 應用程式，讓讀者可以透過 toolbox 應用程式查詢圖書館館藏、詢問參考問題、閱讀電子資源。

(五) 經營天數

計算截至 2012 年 12 月 31 日，選定的國內外圖書館 Facebook 中成立天數的範圍從 676 天至 1787 天。國外經營 Facebook 天數最長的為 UNC Davis Library，自 2007 年 11 月就已經成立。而國內經營經營 Facebook 天數最長的為台灣大學圖書館，最短的則為淡江大學圖書館，在 2010 年 11 月開始經營。

(六) 平均更新天數

平均更新天數的計算方式為經營天數除以發布訊息數，平均更新天數最短也是最常更新的為台灣大學圖書館，平均更新天數為 0.86。平均更新天數最長也是較不常更新的為 McKeldin Library, University of Maryland，平均更新天數為 5.38。

表 9：經營現況與應用功能

學校編號	建置時間	粉絲人數	發布訊息數		應用功能								經營天數	平均更新天數	
			館方	粉絲	塗鴉牆	相片	影片	活動	網誌	討論區	地圖	應用程式			總計
1	2009.04.29	11,663	422	32	✓	✓	✓	✓	✓			✓	6	1251	0.86
2	2009.11.26	4,049	127	14	✓	✓	✓					✓	4	1040	2.88
3	2009.11.16	3,686	121	43	✓	✓			✓	✓			4	1050	3.02
4	2010.03.24	3,956	122	5	✓	✓			✓			✓	4	921	3
5	2010.11.23	3,561	155	25	✓	✓		✓	✓			✓	5	676	2.36
6	2009.03.20	1,170	77	7	✓	✓		✓			✓		4	1290	4.75
7	2007.11.09	1,377	125	30	✓	✓					✓	✓	4	1787	2.92
8	2008.03.21	2,533	137	40	✓	✓		✓			✓		4	1654	2.67
9	2008.02.05	1,614	124	17	✓	✓		✓	✓		✓	✓	6	1698	2.95
10	2008.03.05	1,229	68	18	✓	✓		✓			✓		4	1670	5.38
總計		34,838	1,478	231									45	13037	30.7

註：統計日期從 2011 年 10 月 1 日至 2012 年 12 月 31 日。



二、館方發布之訊息

在館方發布之訊息方面，可分為館務公告、資料庫訊息、資源推薦、諮詢服務、轉載文章、課程或活動宣傳、政策宣導、互動性訊息八個項目。國內外各大學圖書館館方發布訊息之統計詳見圖 3、4，其中以課程、活動宣傳所佔的比例最高（共有 1014 次，佔 33.58%），內容包括展覽、專題演講、讀書會、圖書館利用教育課程、作家簽書會、電影欣賞座談會等圖書館相關活動。其次依序為資源推薦（共有 527 次，佔 17.45%）、館務公告（共有 485 次，佔 16.06%）、互動性訊息（共有 370 次，佔 12.25%）、轉載文章（共有 299 次，佔 9.9%）、資料庫訊息（共有 288 次，佔 9.54%）、政策宣導（共有 20 次，佔 0.66%）、諮詢服務相關之訊息（共有 17 次，佔 0.56%），綜合性統計結果詳見表 10。

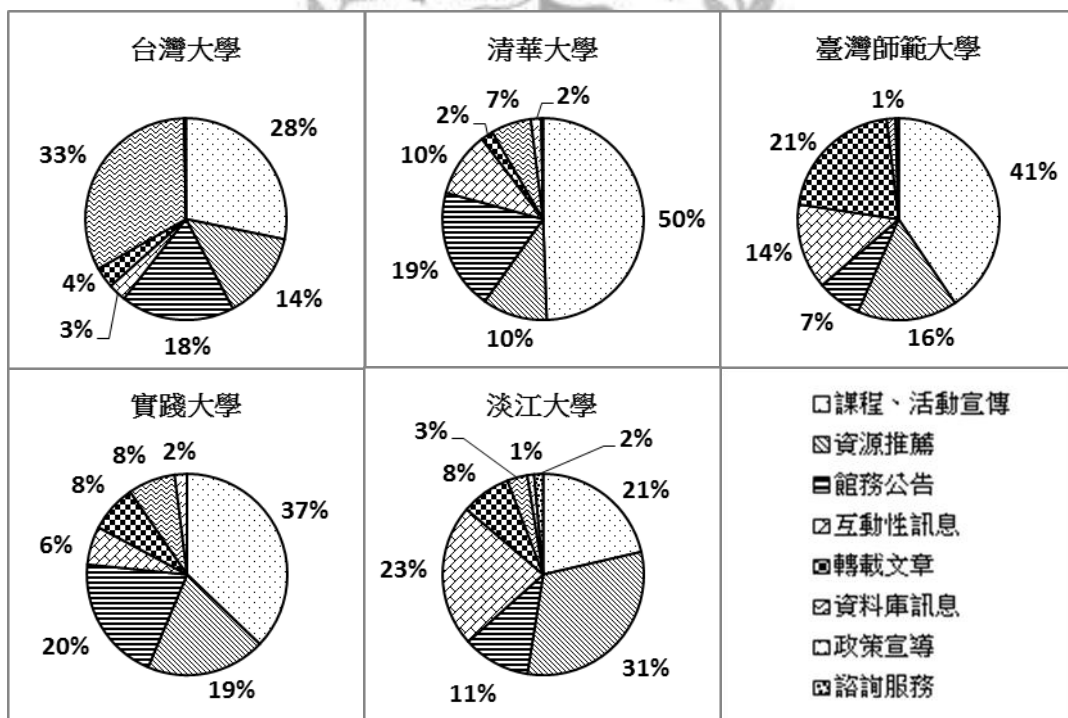


圖 3：國內大學圖書館 Facebook 館方發布之訊息

註：統計日期從 2011 年 10 月 1 日至 2012 年 12 月 31 日。

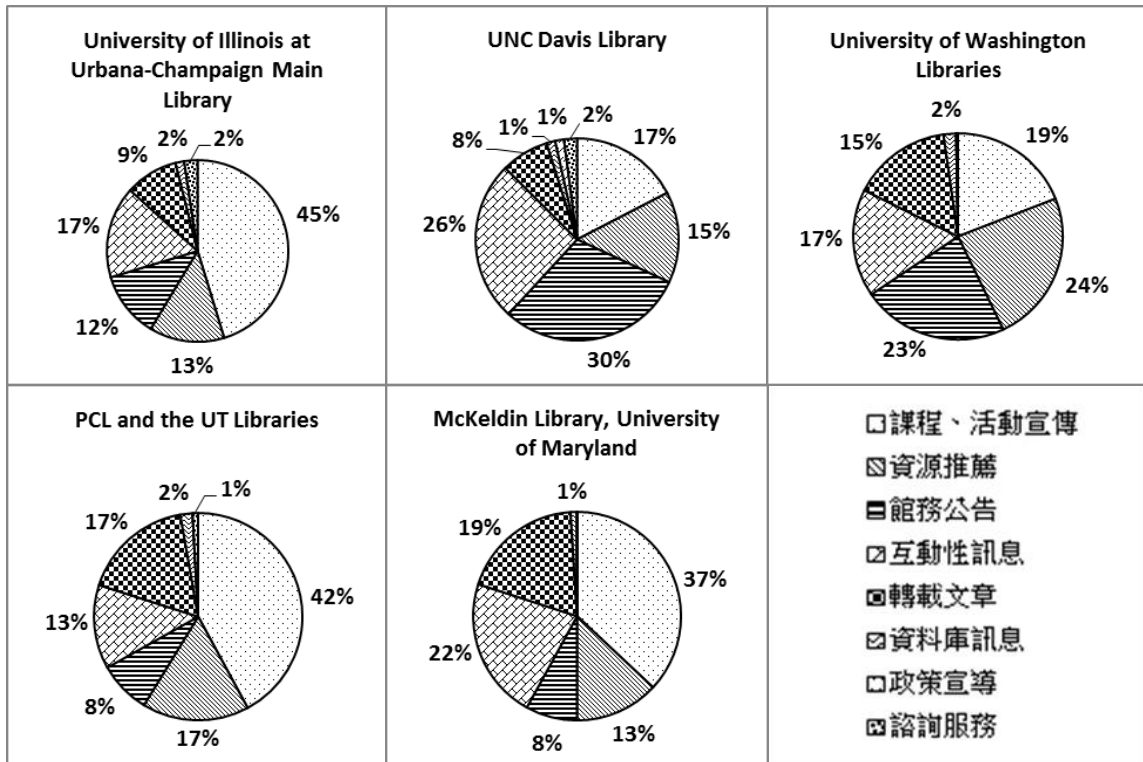


圖 4：國外大學圖書館 Facebook 館方發布之訊息

註：統計日期從 2011 年 10 月 1 日至 2012 年 12 月 31 日。

表 10：館方發布之訊息

類型	國內		國外		次數 (全部)	百分比(%) (全部)
	次數	百分比	次數	百分比		
課程、活動宣傳	629	34.50	385	32.16	1014	33.58
資源推薦	313	17.17	214	17.88	527	17.45
館務公告	300	16.46	185	15.46	485	16.06
互動性訊息	169	9.27	201	16.79	370	12.25
轉載文章	121	6.64	178	14.87	299	9.9
資料庫訊息	267	14.65	21	1.75	288	9.54
政策宣導	18	0.99	2	0.17	20	0.66
諮詢服務	6	0.33	11	0.92	17	0.56
總計	1823	100	1197	100	3020	100

三、使用者回覆之訊息

在使用者回覆之訊息方面，可分為個人取向、詢問、回饋、感謝、爭議性迴響、稱讚六個項目。國內外各大學圖書館使用者回覆訊息之統計詳見圖 5、6，其中以個人取向之訊息所佔的比例最高（共有 550 次，佔 55.89%），訊息內容多半是使用者自己的想法與感受，並提供圖書館意見或回應。其次依序為圖書館回饋（共有 229 次，佔 23.27%）、詢問（共有 104 次，佔 10.57%）、稱讚（共有 61 次，佔 6.2%）、感謝（共有 25 次，佔 2.54%）、爭議性迴響（共有 15 次，佔 1.52%），綜合性統計結果詳見表 11。

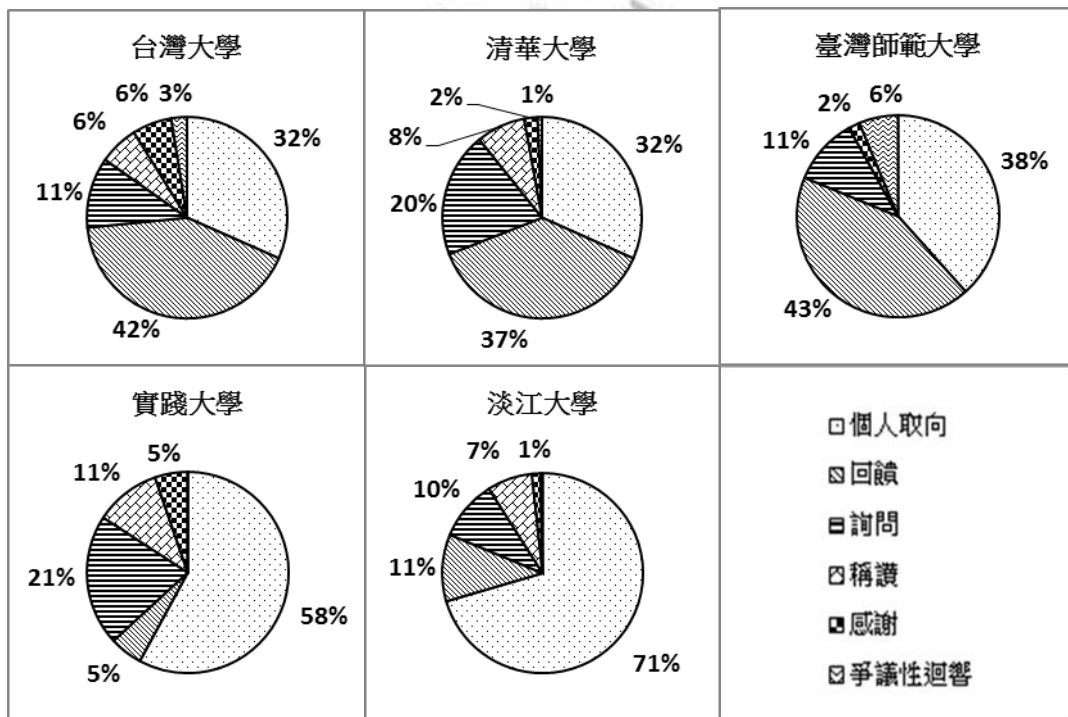


圖 5：國內大學圖書館 Facebook 使用者回覆之訊息

註：統計日期從 2011 年 10 月 1 日至 2012 年 12 月 31 日。

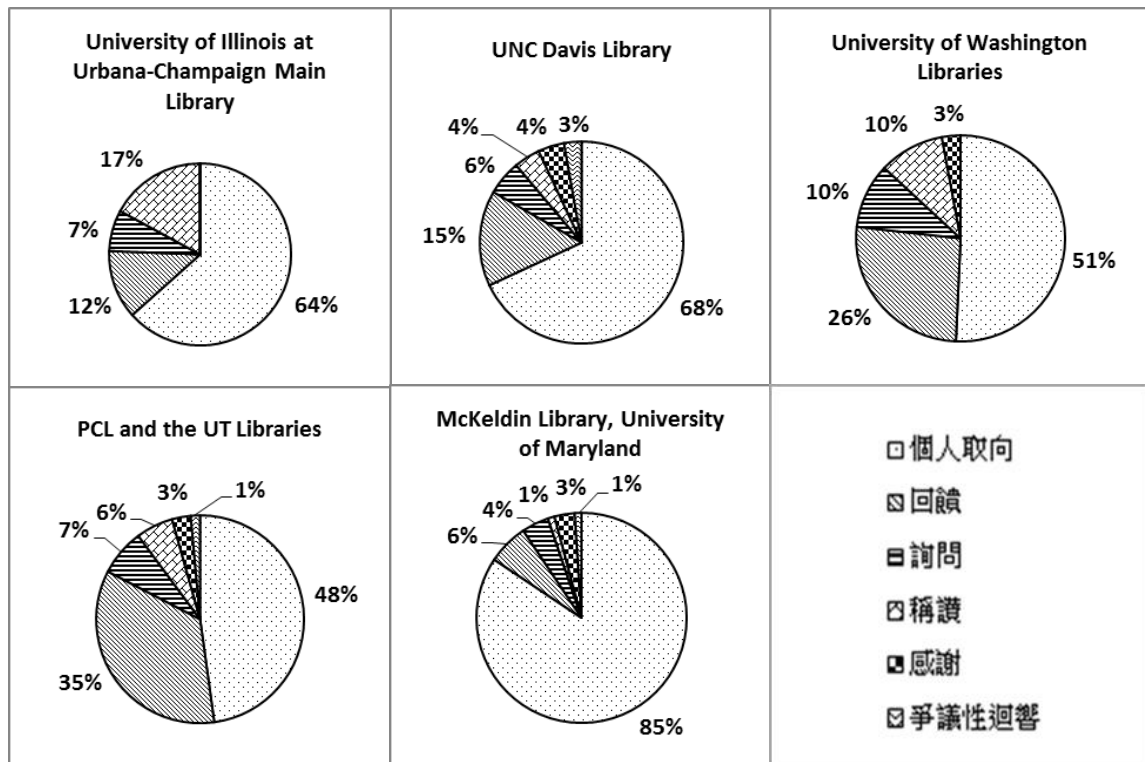


圖 6：國外大學圖書館 Facebook 使用者回覆之訊息

註：統計日期從 2011 年 10 月 1 日至 2012 年 12 月 31 日。

表 11：使用者回覆之訊息

類型	國內		國外		次數 (全部)	百分比(%) (全部)
	次數	百分比	次數	百分比		
個人取向	326	51.18	224	64.55	550	55.89
回饋	165	25.90	64	18.44	229	23.27
詢問	81	12.72	23	6.63	104	10.57
稱讚	39	6.12	22	6.34	61	6.2
感謝	15	2.35	10	2.88	25	2.54
爭議性迴響	11	1.73	4	1.15	15	1.52
總計	1823	100	1197	100	3020	100

四、使用者發布之訊息

在使用者發布之訊息方面，可分為分享、廣告、詢問、稱讚、抱怨、建議六個項目。國內外各大學圖書館使用者發布訊息之統計詳見圖 7、8，其中台灣大學圖書館使用者發布的訊息以廣告為主、清華大學圖書館、實踐大學圖書館和淡江大學圖書館都是以分享和詢問為主、臺灣師範大學圖書館是則以分享為主、國外大學圖書館則都是與分享相關，顯示不同學校的學生有不同的生態與特質。十所國內外圖書館中，以使用者分享之訊息所佔的比例最高(共有 147 次，佔 51.21%)，其次依序為廣告(共有 76 次，佔 23.3%)、詢問(共有 38 次，佔 13.15%)、稱讚(共有 13 次，佔 4.5%)、建議(共有 8 次，佔 2.77%)、抱怨(共有 6 次，佔 2.08%)，綜合性統計結果詳見表 12。

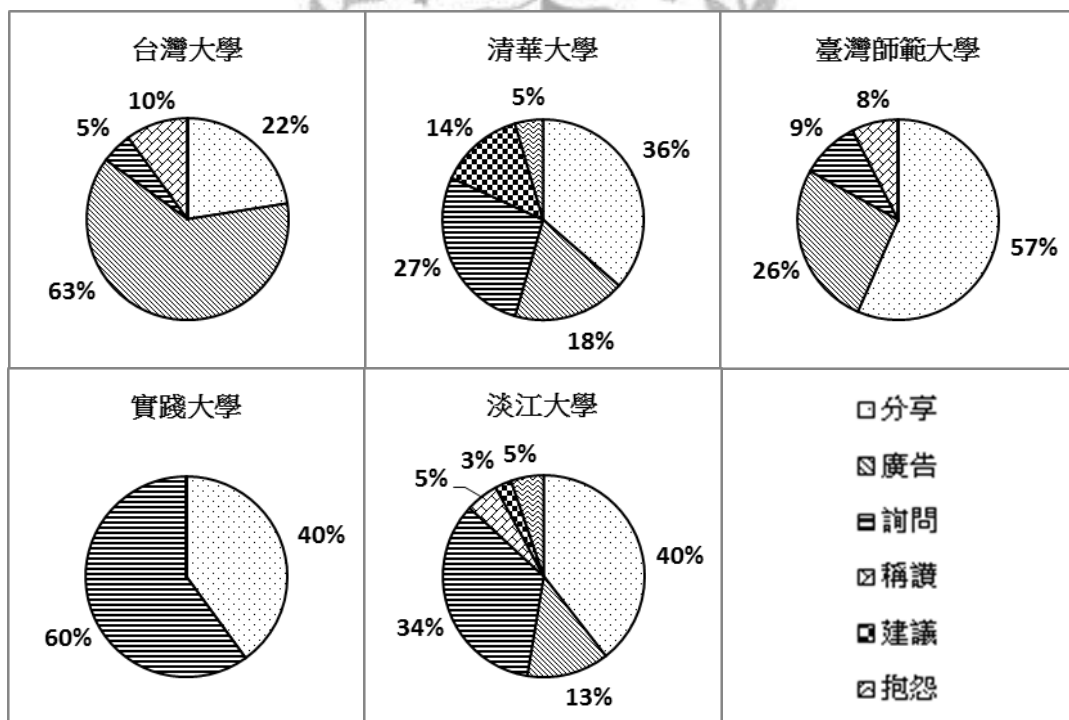


圖 7：國內大學圖書館 Facebook 使用者發布之訊息

註：統計日期從 2011 年 10 月 1 日至 2012 年 12 月 31 日。

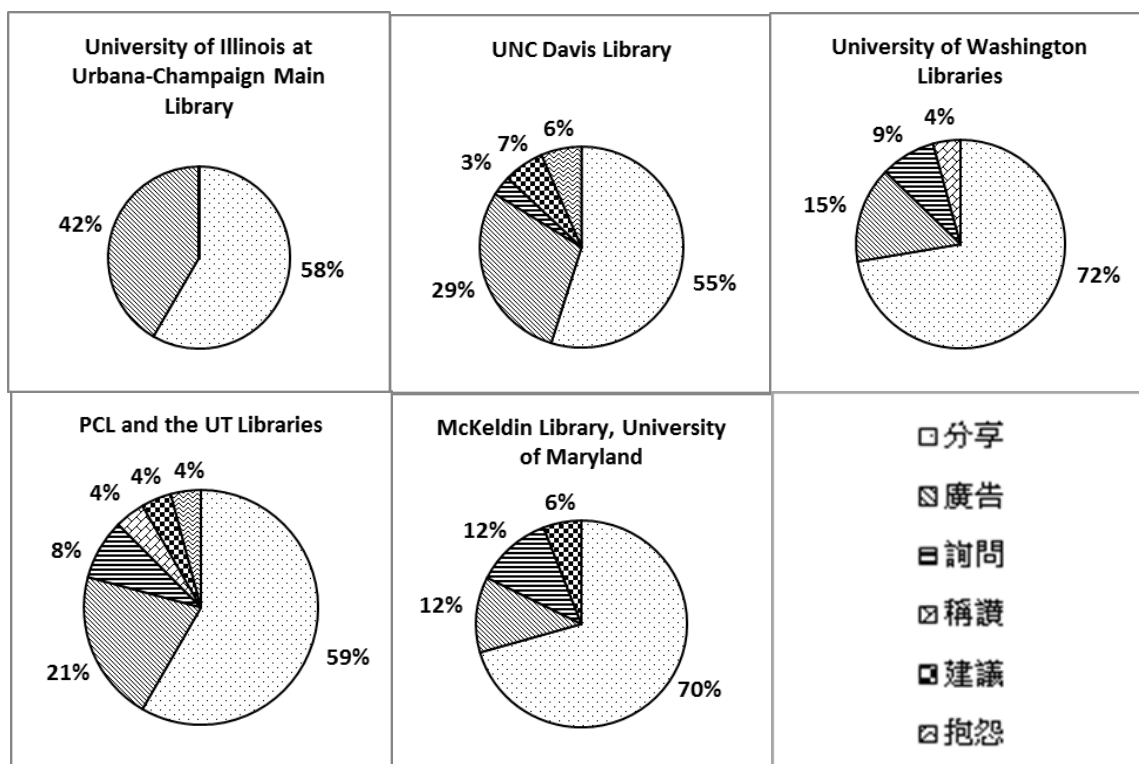


圖 8：國外大學圖書館 Facebook 使用者發布之訊息

註：統計日期從 2011 年 10 月 1 日至 2012 年 12 月 31 日。

表 12：使用者發布之訊息

類型	國內		國外		次數 (全部)	百分比(%) (全部)
	次數	百分比	次數	百分比		
分享	64	40.51	84	64.12	147	51.21
廣告	48	30.38	28	21.37	76	23.3
詢問	29	18.35	9	6.87	38	13.15
稱讚	10	6.33	3	2.29	13	4.5
建議	4	2.53	4	3.05	8	2.77
抱怨	3	1.90	3	2.29	6	2.08
總計	158	100	131	100	289	100

綜合上述內容分析歸納國內外大專校院圖書館所建置之 Facebook，在經營 Facebook 之情況方面，國外大學圖書館 Facebook 建置時間普遍較國內大學圖書館早成立。平均更新天數上則是國內大學圖書館 Facebook 較為頻繁。在訊息互動方面，圖書館以 Facebook 作為發佈相關訊息居多，粉絲與網友透過圖書館 Facebook

平台發佈訊息量相對較少。使用者對於圖書館 Facebook 之訊息需求與互動需求可能因使用者的差異而有所不同。後續之問卷分析以輔仁大學圖書館為例，分析使用者對圖書館 Facebook 使用之需求層面。

第二節 基本資料

本研究透過問卷調查，以輔仁大學圖書館分析使用者對於 Facebook 所提供之服務進行需求分析。本節分析內容涵蓋問卷第一部分使用者的基本資料，結果之整理如表 13，主要涵蓋下列項目：性別、年齡、身分、學院的次數分配表。在 567 位使用者之中，男性填答人數為 155 人，佔 27.3%，而女性填答人數為 412 人，佔 72.7%。年齡層分布情形：使用者以 21 歲至 30 歲人數最多（共有 332 人，佔 58.6%），其次依序為 20 歲含以下（共有 201 人，佔 35.4%），以及 31 歲以上（與選項 41 歲以上合併計算共有 34 人，佔 6%）。使用者之身分比例以大學生居多（共有 426 人，佔 75.1%），其次依序為碩、博士生（合併計算共有 66 人，佔 11.6%）、校友（共有 33 人，佔 5.8%）、校外人士（共有 23 人，佔 4.1%）、教職員（共有 19 人，佔 3.4%）。

表 13：基本資料次數分配表

項目	類別	人數	百分比 (%)
性別	男	155	27.3
	女	412	72.7
年齡	20 歲含以下	201	35.4
	21 歲~30 歲	332	58.6
	31 歲以上	34	6
身分	大學生	426	75.1
	碩、博士生	66	11.6
	教職員	19	3.4
	校友	33	5.8
	校外人士	23	4.1

註：N=567

就所屬學院別之分布情形加以統計，輔仁大學之 11 個學院，以教育學院的人數最多（共有 166 人，佔 33.7%）；其次依序為文學院（共有 66 人，佔 12.8%）、管理學院（共有 57 人，佔 11.6%）、外語學院（共有 43 人，佔 8.7%）、理工學院（共有 39 人，佔 7.9%）、民生學院（共有 33 人，佔 6.7%）、社會科學院（共有 27 人，佔 5.5%）、醫學院（共有 24 人，佔 4.9%）、法律學院（共有 22 人，佔 4.5%）、傳播學院（共有 14 人，佔 2.8%）、藝術學院（共有 4 人，佔 0.8%），詳見表 14。

表 14：學院別次數分配表

學院	人數	百分比 (%)	排序
教育學院	166	33.7	1
文學院	66	12.8	2
管理學院	57	11.6	3
外語學院	43	8.7	4
理工學院	39	7.9	5
民生學院	33	6.7	6
社會科學院	27	5.5	7
醫學院	24	4.9	8
法律學院	22	4.5	9
傳播學院	14	2.8	10
藝術學院	4	0.8	11
總數	492	100	

第三節 使用網際網路與 Facebook 社群網站之經驗

本節依據問卷第二部分分析使用者使用網際網路與 Facebook 社群網站之經驗。分析項目包括：使用者每日上網時數、接觸 Facebook 的時間、使用 Facebook 的頻率、每次使用 Facebook 之時間、曾使用過的社群網站或微網誌、使用 Facebook 之行為動機、經常使用 Facebook 之功能。以下分別就調查結果加以說明。

針對使用者使用網際網路與 Facebook 社群網站的情形分析：每日上網時數的統計以 1 小時至 3 小時人數最多（共有 218 人，佔 38.4%），其次依序為 3 小時至 5 小時（共有 199 人，佔 35.1%）、5 小時以上（共有 127 人，佔 22.4%）、1 小時以下（共有 23 人，佔 4.1%）。大多數使用者每日上網時數長。接觸 Facebook 的時間以二年以上之人數最多（共有 437 人，佔 77.1%）。就 Facebook 使用頻率之統計，以每天數次之使用人次為最多（共有 443 人，佔 78.1%）。而每次使用 Facebook 的時間以使用 30 分鐘以下之人數最多（共有 200 人，佔 35.3%），其次是使用 30 分鐘至 1 小時（共有 184 人，佔 32.5%）。這部分的分析顯示大多數使用者接觸 Facebook 已有很長的一段時間，多數人每天使用 Facebook，而使用的時間相對則較為零碎，詳見表 15。

表 15：使用網際網路與 Facebook 之經驗

項目	類別	次數	百分比 (%)
每日上網時數	1 小時以下	23	4.1
	1 小時至 3 小時	218	38.4
	3 小時至 5 小時	199	35.1
	5 小時以上	127	22.4
接觸 Facebook 的時間	半年以下	4	0.7
	半年至一年	20	3.5
	一年至一年半	45	7.9
	一年半至二年	61	10.8
	二年以上	437	77.1
使用 Facebook 的頻率	每天數次	443	78.1
	每天一次	69	12.2
	一週數次	25	4.4
	一週一次	1	0.2
	一週不到一次	4	0.7
	不固定	25	4.4
每次使用 Facebook 約多久時間	30 分鐘以下	200	35.3
	30 分鐘至 1 小時	184	32.5
	1 小時至 2 小時	104	18.3
	2 小時以上	79	13.9

註：N=567



針對使用者曾使用過之社群網站或微網誌，以次數分配進行分析之結果顯示：曾使用過之社群網站或微網誌以 Facebook 之使用人次最多(共有 565 人，佔 46.9%)，其次依序為 Google+ (共有 220 人，佔 18.3%)、Plurk (共有 212 人，佔 17.6%)、Twitter (共有 102 人，佔 8.5%)、微博 (共有 82 人，佔 6.8%)、其他 (共有 23 人，佔 1.9%)，詳見表 16。

表 16：使用過的社群網站或微網誌

類別	次數	百分比 (%)	排序
Facebook	565	46.9	1
Google+	220	18.3	2
Plurk	212	17.6	3
Twitter	102	8.5	4
微博	82	6.8	5
其他	23	1.9	6
總數	1204	100	

註：N=567 (此題為複選題)

針對使用者使用 Facebook 之行為動機分析，以 1-5 分頻率程度分析下列項目，包括：獲得新知、趕上流行的潮流、了解朋友動向、讓別人了解自己的動向、分享關於自己的相片和影片、打發時間、提供各種的遊戲、希望找到老朋友、希望認識新朋友、喜歡網站提供多元的功能。結果顯示使用者使用 Facebook 之行為動機以了解朋友動向的頻繁程度最高 (Mean = 4.21, SD = 0.794)，其次依序為藉以獲得新知 (Mean = 3.60, SD = 0.937)、打發時間 (Mean = 3.60, SD = 1.065)，其餘詳見表 17。而整體行為動機頻繁度之平均為 3.01。

表 17：使用 Facebook 之行為動機

項目	非常不頻繁→非常頻繁					平均數	標準差	排序
	1	2	3	4	5			
了解朋友動向	4	12	72	254	225	4.21	0.794	1
	0.7%	2.1%	12.7%	44.8%	39.7%			
藉以獲得新知	18	38	187	236	88	3.60	0.937	2
	3.2%	6.7%	33%	41.6%	15.5%			
打發時間	33	46	144	236	108	3.60	1.065	2
	5.8%	8.1%	25.4%	41.6%	19%			
趕上流行的潮流	40	94	232	153	48	3.13	1.020	4
	7.1%	16.6%	40.9%	27%	8.5%			
喜歡網站提供多元的功能	69	103	242	127	26	2.89	1.032	5
	12.2%	18.2%	42.7%	22.4%	4.6%			
讓別人了解自己的動向	97	139	176	115	40	2.76	1.165	6
	17.1%	24.5%	31%	20.3%	7.1%			
希望找到老朋友	82	140	229	95	21	2.71	1.028	7
	14.5%	24.7%	40.4%	16.8%	3.7%			
分享關於自己的相片、影片	116	147	168	103	33	2.63	1.165	8
	20.5%	25.9%	29.6%	18.2%	5.8%			
希望認識新朋友	147	163	186	57	14	2.34	1.047	9
	25.9%	28.7%	32.8%	10.1%	2.5%			
提供各種的遊戲	216	134	111	81	25	2.23	1.222	10
	38.1%	23.6%	19.6%	14.3%	4.4%			
整體平均值						3.01	1.048	

註：N=567 (Liker's 5-point scale)

針對使用者經常使用 Facebook 之功能，以 1-5 分頻率程度分析下列項目，包括：Facebook 所提供之遊戲、Facebook 所提供之應用程式、Facebook 所提供之動態消息、Facebook 所提供之收件匣訊息、Facebook 所提供之社團、Facebook 所提供之活動、Facebook 所提供之照片、Facebook 所提供之影片、Facebook 所提供之尋友工具、Facebook 所提供之網誌、Facebook 所提供之聊天室、Facebook 所提供之轉貼連結功能、Facebook 所提供之按「讚」功能。結果顯示使用者經常使用 Facebook 之功能以使用 Facebook 所提供之按「讚」功能的頻繁程度最高 (Mean = 4.16, SD = 0.950)，其次依序為使用 Facebook 所提供之收件匣訊息 (Mean = 4.09, SD = 0.907)、使用 Facebook 所提供之社團 (Mean = 4.03, SD = 0.964)，其餘詳見表 18。而整體使用功能頻繁度之平均為 3.21。

表 18：使用 Facebook 之功能

項目	非常不頻繁→非常頻繁					平均數	標準差	排序
	1	2	3	4	5			
使用 Facebook 所提供之按「讚」功能	9 1.6%	21 3.7%	101 17.8%	178 31.4%	258 45.5%	4.16	0.950	1
使用 Facebook 所提供之收件匣訊息	8 1.4%	21 3.7%	98 17.3%	224 39.5%	216 38.1%	4.09	0.907	2
使用 Facebook 所提供之社團	16 2.8%	24 4.2%	87 15.3%	240 42.3%	200 35.3%	4.03	0.964	3
使用 Facebook 所提供之動態消息	19 3.4%	23 4.1%	110 19.4%	235 41.4%	180 31.7%	3.94	0.987	4
使用 Facebook 所提供之照片	17 3%	57 10.1%	151 26.6%	222 39.2%	120 21.2%	3.65	1.016	5
使用 Facebook 所提供之聊天室	41 7.2%	51 9%	130 22.9%	192 33.9%	153 27%	3.64	1.177	6
使用 Facebook 所提供之轉貼連結功能	44 7.8%	87 15.3%	175 30.9%	180 31.7%	81 14.3%	3.29	1.126	7
使用 Facebook 所提供之活動	39 6.9%	109 19.2%	226 39.9%	142 25%	51 9%	3.10	1.031	8
使用 Facebook 所提供之影片	48 8.5%	119 21%	215 37.9%	137 24.2%	48 8.5%	3.03	1.063	9

使用 Facebook 所提供之遊戲	212	126	99	94	36	2.32	1.297	10
	37.4%	22.2%	17.5%	16.6%	6.3%			
使用 Facebook 所提供之應用程式	166	171	160	56	14	2.26	1.061	11
	29.3%	30.2%	28.2%	9.9%	2.5%			
使用 Facebook 所提供之尋友工具	165	170	173	49	10	2.24	1.022	12
	29.1%	30%	30.5%	8.6%	1.8%			
使用 Facebook 所提供之網誌	240	165	124	28	10	1.95	0.999	13
	42.3%	29.1%	21.9%	4.9%	1.8%			
整體平均值						3.21	1.046	

註：N=567 (Liker's 5-point scale)



第四節 輔仁大學圖書館 Facebook 之使用反應

本節依據問卷第三部分，以次數分析統計使用者對於輔仁大學圖書館 Facebook 之使用反應，分析項目包括：得知輔大圖書館 Facebook 之管道、加入輔大圖書館 Facebook 的原因、期望透過輔大圖書館 Facebook 獲取之資訊、認為輔大圖書館 Facebook 應包含之功能、認為輔大圖書館 Facebook 於使用上之缺點、停用輔大圖書館 Facebook 之原因。以下分別就調查結果加以說明。

關於得知輔大圖書館 Facebook 之管道，以次數分析統計的結果顯示：透過圖書館網站連結的選項比例最高（佔 60.3%），其次依序為透過同學朋友告知（佔 32.3%）、Facebook 頁面連結（佔 29.8%），其餘詳見表 19。

表 19：得知輔大圖書館 Facebook 之管道

項目	次數	總人數百分比 (%)	排序
圖書館網站連結	342	60.3	1
同學朋友告知	183	32.3	2
Facebook 頁面連結	169	29.8	3
其他網站連結	64	11.3	4
師長告知	43	7.6	5
其他	20	3.5	6

註：N=567（此題為複選題）

而使用者加入輔大圖書館 Facebook 的原因，次數分析統計的結果顯示：得知圖書館發布的訊息所佔的比例最高（佔 71.6%），遠高於其他各類原因，其次依序為抱持好奇的心態嘗試（佔 37%）、得知其他讀者分享的訊息（佔 27.2%），其餘詳見表 20。

表 20：加入輔大圖書館 Facebook 的原因

項目	次數	總人數百分比 (%)	排序
可以得知圖書館發布的訊息	406	71.6	1
抱持好奇的心態嘗試	210	37	2
可以得知其他讀者分享的訊息	154	27.2	3
可以詢問參考問題	85	15	4
可以表達自己意見	45	7.9	5
其他	25	4.4	6

註：N=567 (此題為複選題)

關於使用者期望透過輔大圖書館 Facebook 獲取之資訊，次數分析統計的結果顯示：好書推薦所佔的比例最高(佔 73%)，其次依序為圖書館活動公告(佔 72.3%)、新書上架資訊(佔 66.1%)、圖書館開放時間(佔 42.5%)、電子資源使用說明(佔 38.4%)，其餘詳見表 21。

表 21：期望透過輔大圖書館 Facebook 獲取之資訊

項目	次數	總人數百分比 (%)	排序
好書推薦	414	73	1
圖書館活動公告	410	72.3	2
新書上架資訊	375	66.1	3
圖書館開放時間	241	42.5	4
電子資源使用說明	218	38.4	5
網路資源連結	140	24.7	6
多媒體資料介紹	101	17.8	7
資料庫使用說明	91	16	8
相關影音資訊	79	13.9	9
校外連線設定方式	51	9	10
其他	3	0.5	11

註：N=567 (此題為複選題)

關於使用者希望輔大圖書館 Facebook 應包含之功能，次數分析統計的結果顯示：查詢館藏和參考諮詢服務所佔的比例最高(各佔 57%)，其次依序為整合查詢電子資源(佔 52.4%)、討論話題(佔 38.6%)、發表意見(佔 37.7%)，其餘詳見表 22。

表 22：認為輔大圖書館 Facebook 應包含之功能

項目	次數	總人數百分比 (%)	排序
查詢館藏	323	57	1
參考諮詢服務	323	57	1
整合查詢電子資源	297	52.4	3
討論話題	219	38.6	4
發表意見	214	37.7	5
線上聊天	88	15.5	6
其他	4	0.7	7

註：N=567 (此題為複選題)

關於使用者認為輔大圖書館 Facebook 於使用上之缺點，次數分析統計的結果顯示：容易漏看塗鴉牆訊息和資訊不吸引人所佔的比例最高 (各佔 36.3%)，其次依序為不易查找過往訊息 (佔 34.7%)、提供資訊不足 (佔 26.5%)、與讀者互動過少 (佔 22.2%)，其餘詳見表 23。

表 23：認為輔大圖書館 Facebook 於使用上之缺點

項目	次數	總人數百分比 (%)	排序
容易漏看塗鴉牆訊息	206	36.3	1
資訊不吸引人	206	36.3	1
不易查找過往訊息	197	34.7	3
提供資訊不足	150	26.5	4
與讀者互動過少	126	22.2	5
更新過慢	120	21.2	6
功能太少	95	16.8	7
個人隱私沒保障	56	9.9	8
問題回覆速度慢	49	8.6	9
其他	27	4.8	10

註：N=567 (此題為複選題)

關於使用者停用輔大圖書館 Facebook 之原因，次數分析統計的結果顯示：以沒有需要的資訊所佔的比例最高 (佔 67%)，其次依序為太忙沒空 (佔 49.2%)、缺乏興趣 (佔 34.2%)、廣告訊息 (佔 31.4%)、更新速度太慢 (佔 30.5%)，其餘詳見表 24。

表 24：停用輔大圖書館 Facebook 之原因

項目	次數	總人數百分比 (%)	排序
沒有自己需要的資訊	380	67	1
自己太忙沒空	279	49.2	2
缺乏興趣	194	34.2	3
出現廣告訊息	178	31.4	4
更新速度太慢	173	30.5	5
怕個人資料外洩	96	16.9	6
其他	2	0.4	7

註：N=567（此題為複選題）

第五節 社群需求分析

本節依據問卷第四部分分析使用者對於圖書館 Facebook 之需求，其中涵蓋使用者對於圖書館 Facebook 提供訊息之需求與互動之需求。需求的程度亦以 5 分量作為指標。為了分析評量工具之恆定性，此部分問卷配合 Cronbach's Alpha 係數進行信度之考驗。一般而言，若 Cronbach's Alpha 值大於 0.7 表示為高信度，小於 0.35 則為低信度。如表 25 所示，本研究問卷中訊息需求與互動需求兩個構面的 Cronbach's Alpha 值皆大於 0.8 並接近 0.9，顯示研究問卷的內在一致性信度良好。

表 25：社群需求之信度分析

構面	題目	題數	Cronbach's Alpha 值
訊息需求	42 題至 61 題	20	0.899
互動需求	62 題至 77 題	16	0.890

分析使用者對於圖書館 Facebook 訊息之需求，結果顯示：需求程度最高的為新書通知與宣傳(Mean = 4.27, SD = 0.723)，其次排序前十名依序為各種展覽之宣傳(Mean = 4.10, SD = 0.746)、開館閉館之公告(Mean = 4.04, SD = 0.863)、圖書館活動之宣傳(Mean = 4.04, SD = 0.730)、各種課程講習活動之宣傳(Mean = 4.01, SD = 0.749)、各種專題演講之宣傳(Mean = 4.01, SD = 0.796)、影音資料之宣傳(Mean

= 3.95, SD = 0.765)、招募圖書館工作人員之訊息(Mean = 3.95, SD = 0.862)、系統維護之公告(Mean = 3.93, SD = 0.821)、電子書之宣傳(Mean = 3.92, SD = 0.787)，其餘詳見表 26。而針對圖書館 Facebook 各項訊息需求的整體平均為 3.84。

表 26：對於圖書館 Facebook 訊息之需求

項目	非常不頻繁→非常頻繁					平均數	標準差	排序
	1	2	3	4	5			
新書通知與宣傳	2	7	59	266	233	4.27	0.723	1
	0.4%	1.2%	10.4%	46.9%	41.1%			
各種展覽之宣傳	3	10	85	301	168	4.10	0.746	2
	0.5%	1.8%	15%	53.1%	29.6%			
開館閉館之公告	6	19	108	250	184	4.04	0.863	3
	1.1%	3.4%	19%	44.1%	32.5%			
圖書館活動之宣傳	3	9	96	316	143	4.04	0.730	3
	0.5%	1.6%	16.9%	55.7%	25.2%			
各種課程講習活動之宣傳	3	9	111	300	144	4.01	0.749	5
	0.5%	1.6%	19.6%	52.9%	25.4%			
各種專題演講之宣傳	5	10	116	278	158	4.01	0.796	5
	0.9%	1.8%	20.5%	49%	27.9%			
影音資料之宣傳	2	11	137	283	134	3.95	0.765	7
	0.4%	1.9%	24.2%	49.9%	23.6%			
招募圖書館工作人員之訊息	6	16	142	241	162	3.95	0.862	7
	1.1%	2.8%	25%	42.5%	28.6%			
系統維護之公告	5	17	131	274	140	3.93	0.821	9
	0.9%	3%	23.1%	48.3%	24.7%			
電子書之宣傳	4	10	145	275	133	3.92	0.787	10
	0.7%	1.8%	25.6%	48.5%	23.5%			
閱讀推廣活動之宣傳	3	13	141	294	116	3.89	0.763	11
	0.5%	2.3%	24.9%	51.9%	20.5%			
圖書館服務之宣傳	3	12	139	310	103	3.88	0.738	12
	0.5%	2.1%	24.5%	54.7%	18.2%			
期刊之宣傳	3	24	161	264	115	3.82	0.820	13
	0.5%	4.2%	28.4%	46.6%	20.3%			
圖書館利用教育之宣傳	6	23	178	257	103	3.75	0.833	14
	1.1%	4.1%	31.4%	45.3%	18.2%			

試用資料庫之 訊息	7	26	209	230	95	3.67	0.850	15
	1.2%	4.6%	36.9%	40.6%	16.8%			
圖書館空間規劃 變動相關資料	8	40	186	232	101	3.67	0.898	15
	1.4%	7.1%	32.8%	40.9%	17.8%			
歷屆考古題之 訊息	15	45	183	196	128	3.66	0.997	17
	2.6%	7.9%	32.3%	34.6%	22.6%			
報紙之宣傳	8	55	230	203	71	3.48	0.883	18
	1.4%	9.7%	40.6%	35.8%	12.5%			
圖書館政策之 公告	15	41	206	205	100	3.59	0.949	20
	2.6%	7.2%	36.3%	36.2%	17.6%			
圖書館館藏使用 之統計資料	23	101	234	161	48	3.19	0.963	19
	4.1%	17.8%	41.3%	28.4%	8.5%			
整體平均值						3.84	0.832	

註：N=567 (Liker's 5-point scale)

分析使用者對於圖書館 Facebook 互動之需求，結果顯示：需求程度最高的為推薦書籍之分享(Mean = 3.96, SD = 0.808)，其次排序前十名依序為知識之分享(Mean = 3.94, SD = 0.780)、關於學術活動之分享(Mean = 3.91, SD = 0.763)、關於作家與之分享(Mean = 3.88, SD = 0.797)、參考諮詢之問題(Mean = 3.85, SD = 0.798)、表達個人對於圖書館館藏之意見(Mean = 3.70, SD = 0.823)、表達個人對於圖書館設備之意見(Mean = 3.67, SD = 0.822)、閱讀學習之分享(Mean = 3.66, SD = 0.840)、表達個人對於圖書館系統之意見(Mean = 3.65, SD = 0.826)、表達個人對於圖書館服務之意見(Mean = 3.62, SD = 0.844)，其餘詳見表 27。而針對圖書館 Facebook 各項互動需求之整體平均為 3.57。

表 27：對於圖書館 Facebook 互動之需求

項目	非常不頻繁→非常頻繁					平均數	標準差	排序
	1	2	3	4	5			
推薦書籍之分享	5	14	124	279	145	3.96	0.808	1
	0.9%	2.5%	21.9%	49.2%	25.6%			
知識之分享	5	8	135	285	134	3.94	0.780	2
	0.9%	1.4%	23.8%	50.3%	23.6%			
關於學術活動之	4	10	138	295	120	3.91	0.763	3

分享	0.7%	1.8%	24.3%	52%	21.2%			
關於作家與之 分享	4	16	146	279	122	3.88	0.797	4
	0.7%	2.8%	25.7%	49.2%	21.5%			
參考諮詢之問題	5	11	166	267	118	3.85	0.798	5
	0.9%	1.9%	29.3%	47.1%	20.8%			
表達個人對於圖 書館館藏之意見	11	19	181	276	80	3.70	0.823	6
	1.9%	3.4%	31.9%	48.7%	14.1%			
表達個人對於圖 書館設備之意見	11	23	182	279	72	3.67	0.822	7
	1.9%	4.1%	32.1%	49.2%	12.7%			
閱讀學習之分享	7	27	205	240	88	3.66	0.840	8
	1.2%	4.8%	36.2%	42.3%	15.5%			
表達個人對於圖 書館系統之意見	11	22	194	266	74	3.65	0.826	9
	1.9%	3.9%	34.2%	46.9%	13.1%			
表達個人對於圖 書館服務之意見	13	26	194	264	70	3.62	0.844	10
	2.3%	4.6%	34.2%	46.6%	12.3%			
表達個人對於圖 書館空間之意見	13	28	200	252	74	3.61	0.858	11
	2.3%	4.9%	35.3%	44.4%	13.1%			
校外活動之分享	16	51	194	237	69	3.51	0.919	12
	2.8%	9%	34.2%	41.8%	12.2%			
表達個人對於圖 書館人員之意見	16	40	211	241	59	3.51	0.877	12
	2.8%	7.1%	37.2%	42.5%	10.4%			
個人閱讀心得之 分享	13	47	264	179	64	3.41	0.879	14
	2.3%	8.3%	46.6%	31.6%	11.3%			
個人情感之分享	79	158	226	85	19	2.66	1.003	15
	13.9%	27.9%	39.9%	15%	3.4%			
廣告之分享	96	150	226	76	19	2.60	1.025	16
	16.9%	26.5%	39.9%	13.4%	3.4%			
整體平均值						3.57	0.853	

註：N=567 (Liker's 5-point scale)

第六節 不同使用者反應之差異分析

為了瞭解不同使用者之特質對於圖書館 Facebook 訊息需求與互動需求之反應情形，本研究針對圖書館 Facebook 所提供之訊息需求與互動需求加以分析。本節以性別、年齡、身分別作為觀察變項觀察各題項之反應差異，以下分別就研究結果加以說明。

一、不同使用者對圖書館 Facebook 訊息需求之差異分析

為了瞭解不同背景的使用者對於輔大圖書館 Facebook 的訊息需求與互動需求程度，本研究透過差異性分析瞭解不同性別、年齡和身分，對於訊息需求與互動需求是否有差異性，以下分別就研究結果加以說明。

(一) 不同性別的使用者對圖書館 Facebook 訊息需求之分析

不同性別的使用者對於輔大圖書館 Facebook 之訊息需求程度之差異情形，如表 28 所示。依據統計分析之結果，不同性別對於圖書館活動之宣傳、各種課程講習活動之宣傳、各種專題演講之宣傳、各種展覽之宣傳、新書通知與宣傳和影音資料之宣傳需求程度有顯著差異($p<0.05$)。女性對於這些項目的需求程度皆較男性高。

表 28：不同性別對於圖書館 Facebook 訊息需求之差異分析

項目	平均數		F 值	P 值 顯著性(雙尾)
	男性(155 人)	女性(421 人)		
閱讀推廣活動之宣傳	3.83	3.92	0.194	0.236
圖書館服務之宣傳	3.78	3.92	0.826	0.053
圖書館活動之宣傳	3.92	4.08	0.000	0.024*
圖書館利用教育之宣傳	3.74	3.76	0.001	0.735
各種課程講習活動之宣傳	3.91	4.05	1.556	0.049*
各種專題演講之宣傳	3.88	4.06	1.869	0.018*
各種展覽之宣傳	3.99	4.14	0.526	0.034*
新書通知與宣傳	4.05	4.36	1.525	0.000***
影音資料之宣傳	3.81	4.00	8.629	0.011*
電子書之宣傳	3.85	3.95	1.033	0.189
期刊之宣傳	3.74	3.85	2.703	0.140
報紙之宣傳	3.41	3.51	0.125	0.204
歷屆考古題之訊息	3.61	3.68	0.038	0.447
試用資料庫之訊息	3.56	3.71	0.935	0.061
圖書館政策之公告	3.54	3.61	0.477	0.469
系統維護之公告	3.89	3.94	0.795	0.487
開館閉館之公告	3.96	4.06	0.728	0.211
圖書館館藏使用之統計資料	3.30	3.15	1.221	0.098
圖書館空間規劃變動相關資料	3.57	3.70	2.820	0.108
招募圖書館工作人員之訊息	3.88	3.97	1.577	0.238

註：*p 值<0.05 顯著；** p 值<0.01 很顯著；*** p 值<0.001 非常顯著

(二) 不同年齡的使用者對圖書館 Facebook 訊息需求之差異分析

不同年齡的使用者對於輔大圖書館 Facebook 之訊息需求程度之差異情形，如表 29 所示。由統計分析結果顯示：不同年齡的使用者對於閱讀推廣活動之宣傳、圖書館服務之宣傳、圖書館活動之宣傳、圖書館利用教育之宣傳、新書通知與宣傳、影音資料之宣傳、電子書之宣傳、期刊之宣傳、圖書館政策之公告、系統維護之公告、開館閉館之公告、招募圖書館工作人員之訊息需求程度均有顯著差異 ($p<0.05$)。以 sheffe 法進行事後比較，針對有顯著差異的各項訊息分析各年齡的需求程度差異分析歸納：20 歲以下的使用者對新書通知與宣傳、招募圖書館工作人員之訊息之需求程度較高；21 歲~30 歲的使用者對閱讀推廣活動之宣傳、圖書館服務之宣傳、圖書館活動之宣傳、新書通知與宣傳、影音資料之宣傳、電子書之宣傳、期刊之宣傳、圖書館政策之公告、系統維護之公告、招募圖書館工作人員之訊息之需求程度較高；31 歲以上的使用者對圖書館利用教育之宣傳、圖書館政策之公告之需求程度較高。

表 29：不同年齡對於圖書館 Facebook 訊息需求之差異分析

項目	平均數			F 值	P 值 顯著性 (雙尾)
	20 歲以下 (201 人)	21 歲~30 歲 (332 人)	31 歲以上 (34 人)		
閱讀推廣活動之宣傳	3.74	3.98	4.00	6.383	0.002** b>a
圖書館服務之宣傳	3.73	3.96	3.97	6.287	0.002** b>a
圖書館活動之宣傳	3.93	4.10	4.00	3.556	0.029* b>a
圖書館利用教育之宣傳	3.58	3.83	4.06	8.451	0.000*** c>a,c>b
各種課程講習活動之宣傳	3.99	4.02	4.03	0.118	0.888
各種專題演講之宣傳	4.00	4.02	3.97	0.075	0.928
各種展覽之宣傳	4.11	4.10	3.94	0.777	0.460

新書通知與宣傳	4.25	4.32	3.94	4.421	0.012* a>c b>c
影音資料之宣傳	3.84	4.02	3.88	3.399	0.034* b>a
電子書之宣傳	3.81	3.99	3.97	3.444	0.033* b>a
期刊之宣傳	3.70	3.88	3.97	3.677	0.026* b>a
報紙之宣傳	3.43	3.50	3.59	0.650	0.523
歷屆考古題之訊息	3.76	3.63	3.44	1.881	0.153
試用資料庫之訊息	3.60	3.70	3.79	1.196	0.303
圖書館政策之公告	3.47	3.64	3.82	3.161	0.043* b>a,c>a
系統維護之公告	3.84	4.00	3.76	3.355	0.036* b>a
開館閉館之公告	4.01	4.07	3.88	0.834	0.435
圖書館館藏使用之統計資料	3.21	3.19	3.09	0.248	0.781
圖書館空間規劃變動相關資料	3.56	3.74	3.56	2.992	0.051
招募圖書館工作人員之訊息	4.00	3.96	3.53	4.451	0.012* a>c,b>c

註：*p 值<0.05 顯著；** p 值<0.01 很顯著；*** p 值<0.001 非常顯著

(三) 不同身分的使用者對圖書館 Facebook 訊息需求之分析

不同身分的使用者對於輔大圖書館 Facebook 之訊息需求程度之差異情形，如表 30 所示。依據統計分析結果：不同身分對於閱讀推廣活動之宣傳、圖書館服務之宣傳、圖書館活動之宣傳、圖書館利用教育之宣傳、各種課程講習活動之宣傳、各種專題演講之宣傳、各種展覽之宣傳、電子書之宣傳、期刊之宣傳、試用資料庫之訊息、系統維護之公告、招募圖書館工作人員之訊息需求程度有顯著差異 ($p<0.05$)。以 sheffe 法進行事後比較，針對有顯著差異的各項訊息分析各身分的需求程度差異分析歸納：大學生對新書通知與宣傳、招募圖書館工作人員之訊息的

需求程度較高；碩、博士生對圖書館利用教育之宣傳、電子書之宣傳、期刊之宣傳、試用資料庫之訊息的需求程度較高；教職員對新書通知與宣傳、招募圖書館工作人員之訊息的需求程度較低；校友對閱讀推廣活動之宣傳、圖書館服務之宣傳、圖書館活動之宣傳、圖書館利用教育之宣傳、各種課程講習活動之宣傳、各種專題演講之宣傳、各種展覽之宣傳新書通知與宣傳、電子書之宣傳、試用資料庫之訊息、系統維護之公告、招募圖書館工作人員之訊息的需求程度較高；校外人士對電子書宣傳的需求程度較低。

表 30：不同身分對於圖書館 Facebook 訊息需求之差異分析

項目	平均數					F 值	P 值 顯著性(雙尾)
	a	b	c	d	e		
閱讀推廣活動之宣傳	3.84	3.94	4.11	4.42	3.78	5.155	0.000*** d>a,d>b d>e
圖書館服務之宣傳	3.82	3.98	3.95	4.33	3.96	4.365	0.002** d>a,d>b
圖書館活動之宣傳	4.00	4.08	4.00	4.48	3.96	3.574	0.007** d>a,d>b d>c,d>e
圖書館利用教育之宣傳	3.68	4.00	4.00	4.06	3.83	3.971	0.003** b>a,d>a
各種課程講習活動之宣傳	3.98	4.08	3.95	4.39	3.83	2.840	0.024* d>a,d>b d>c,d>e
各種專題演講之宣傳	3.99	4.03	3.84	4.42	3.96	2.587	0.036* d>a,d>b d>c,d>e
各種展覽之宣傳	4.09	4.05	4.89	4.48	3.87	3.245	0.012* d>a,d>b d>c,d>e
新書通知與宣傳	4.30	4.21	3.89	4.36	4.04	2.326	0.055 a>c,d>c
影音資料之宣傳	3.94	3.89	3.84	4.30	3.89	2.251	0.062

電子書之宣傳	3.90	4.03	3.84	4.27	3.65	2.821	0.024* d>a,b>e d>e
期刊之宣傳	3.79	4.09	3.58	3.82	3.74	2.425	0.047* b>a,b>c
報紙之宣傳	3.49	3.48	3.26	3.64	3.30	0.785	0.535
歷屆考古題之訊息	3.69	3.50	3.21	3.97	3.57	2.372	0.051
試用資料庫之訊息	3.61	3.86	3.63	4.06	3.65	3.139	0.014* b>a,d>a
圖書館政策之公告	3.56	3.65	3.79	3.67	3.65	0.455	0.768
系統維護之公告	3.90	3.92	3.63	4.39	4.04	3.568	0.007** d>a,d>b d>c
開館閉館之公告	4.02	4.11	3.89	4.03	4.22	0.520	0.721
圖書館館藏使用之統計資料	3.18	3.39	2.74	3.12	3.30	1.931	0.104
圖書館空間規劃變動相關資料	3.64	3.76	3.63	3.88	3.70	0.765	0.548
招募圖書館工作人員之訊息	3.99	3.76	3.53	4.15	3.83	2.758	0.027* a>b,a>c d>b,d>c

註 1：*p 值<0.05 顯著；** p 值<0.01 很顯著；*** p 值<0.001 非常顯著

註 2： a 大學生；b 碩、博士生；c 教職員；d 校友；e 校外人士

二、不同使用者對圖書館 Facebook 互動需求之差異分析

(一) 不同性別的使用者對圖書館 Facebook 互動需求之分析

不同性別的使用者對於輔大圖書館 Facebook 之互動需求程度之差異情形，如表 31 所示。不同性別對於推薦書籍之分享需求程度有顯著差異($p < 0.05$)。女性(Mean = 4.01)對於推薦書籍之分享的需求程度較男性高(Mean = 3.82)。

表 31：不同性別對於圖書館 Facebook 互動需求之差異分析

項目	平均數		F 值	P 值 顯著性(雙尾)
	男性(155 人)	女性(421 人)		
關於學術活動之分享	3.88	3.92	0.429	0.511
關於作家與之分享	3.80	3.91	7.873	0.143
個人閱讀心得之分享	3.45	3.40	1.018	0.590
閱讀學習之分享	3.65	3.67	0.105	0.778
推薦書籍之分享	3.82	4.01	1.811	0.010*
知識之分享	3.93	3.95	0.388	0.786
廣告之分享	2.52	2.63	2.277	0.244
個人情感之分享	2.76	2.62	0.073	0.139
校外活動之分享	3.57	3.50	0.016	0.402
表達個人對於圖書館 服務意見	3.55	3.65	1.598	0.211
表達個人對於圖書館 人員意見	3.48	3.52	1.523	0.633
表達個人對於圖書館 館藏意見	3.65	3.72	1.081	0.362
表達個人對於圖書館 空間意見	3.62	3.61	0.702	0.877
表達個人對於圖書館 設備意見	3.64	3.68	0.828	0.620
表達個人對於圖書館 系統意見	3.66	3.65	0.170	0.923
參考諮詢之問題	3.75	3.89	6.561	0.075

註：*p 值 < 0.05 顯著；** p 值 < 0.01 很顯著；*** p 值 < 0.001 非常顯著

(二) 不同年齡的使用者對圖書館 Facebook 互動需求之分析

不同年齡的使用者對於輔大圖書館 Facebook 之互動需求程度之差異情形，如表 32 所示。不同年齡的使用者對於作家與之分享、推薦書籍之分享、個人情感之分享、校外活動之分享需求程度有顯著差異($p<0.05$)。以 sheffe 法進行事後比較，針對有顯著差異的各項訊息分析各年齡的互動需求程度差異分析歸納：20 歲以下的使用者對推薦書籍之分享、個人情感之分享、校外活動之分享的需求程度較高；21 歲~30 歲的使用者對關於作家與之分享、推薦書籍之分享、校外活動之分享的需求程度較高；31 歲以上的使用者對推薦書籍之分享、校外活動之分享的需求程度較低。

表 32：不同年齡對於圖書館 Facebook 互動需求之差異分析

項目	平均數			F 值	P 值 顯著性 (雙尾)
	20 歲以下 (201 人)	21 歲~30 歲 (332 人)	31 歲以上 (34 人)		
關於學術活動之分享	3.88	3.93	3.94	0.265	0.768
關於作家與之分享	3.93	3.94	3.62	3.086	0.046* b>c
個人閱讀心得之分享	3.40	3.43	3.35	0.155	0.857
閱讀學習之分享	3.67	3.66	3.59	0.144	0.866
推薦書籍之分享	4.02	3.96	3.65	3.129	0.045* a>c,b>c
知識之分享	3.92	3.98	3.74	1.646	0.194
廣告之分享	2.69	2.57	2.29	2.450	0.087
個人情感之分享	2.85	2.59	2.26	7.110	0.001** a>b,a>c
校外活動之分享	3.67	3.46	2.97	9.227	0.000*** a>b,a>c b>c
表達個人對於圖書館 服務意見	3.62	3.63	3.53	0.233	0.792
表達個人對於圖書館 人員意見	3.50	3.52	3.44	0.133	0.875

表達個人對於圖書館館藏意見	3.70	3.70	3.68	0.011	0.989
表達個人對於圖書館空間意見	3.62	3.61	3.56	0.067	0.935
表達個人對於圖書館設備意見	3.65	3.68	3.59	0.259	0.772
表達個人對於圖書館系統意見	3.66	3.66	3.56	0.233	0.792
參考諮詢之問題	3.84	3.88	3.68	1.019	0.362

註：*p 值<0.05 顯著；** p 值<0.01 很顯著；*** p 值<0.001 非常顯著

(三) 不同身分的使用者對圖書館 Facebook 互動需求之分析

不同身分的使用者對於輔大圖書館 Facebook 之互動需求程度之差異情形，如表 33 所示。不同身分對於知識之分享與校外活動分享之需求程度有顯著差異 ($p<0.05$)。以 sheffe 法進行事後比較，針對有顯著差異的各項訊息分析各身分的互動需求程度差異分析歸納：教職員對校外活動之分享和知識分享的訊息需求程度較低。

表 33：不同身分對於圖書館 Facebook 互動需求之差異分析

項目	平均數					F 值	P 值 顯著性(雙尾)
	a	b	c	d	e		
關於學術活動之分享	3.88	4.11	3.79	4.09	3.83	1.941	0.102
關於作家與之分享	3.87	3.91	3.63	4.15	3.78	1.545	0.188
個人閱讀心得之分享	3.40	3.47	3.26	3.61	3.30	0.709	0.586
閱讀學習之分享	3.65	3.71	3.53	3.88	3.52	0.914	0.456
推薦書籍之分享	4.00	3.92	3.58	3.94	3.70	1.986	0.095
知識之分享	3.94	4.00	3.58	4.24	3.65	3.188	0.013* a>c,d>a b>c,d>c d>e
廣告之分享	2.63	2.62	2.05	2.58	2.35	1.841	0.119
個人情感之分享	2.71	2.55	2.26	2.45	2.74	1.577	0.179
校外活動之分享	3.56	3.36	2.79	3.58	3.70	3.967	0.003** a>c,b>c

							d>c,e>c
表達個人對於圖書館服務意見	3.60	3.65	3.37	3.85	3.78	1.319	0.261
表達個人對於圖書館人員意見	3.49	3.56	3.32	3.85	3.39	1.707	0.147
表達個人對於圖書館館藏意見	3.67	3.79	3.53	3.97	3.74	1.474	0.209
表達個人對於圖書館空間意見	3.57	3.70	3.53	3.94	3.65	1.652	0.160
表達個人對於圖書館設備意見	3.65	3.68	3.47	3.91	3.65	1.010	0.402
表達個人對於圖書館系統意見	3.64	3.67	3.42	3.88	3.65	1.010	0.402
參考諮詢之問題	3.85	4.00	3.53	3.82	3.78	1.425	0.224

註1：*p 值<0.05 顯著；** p 值<0.01 很顯著；*** p 值<0.001 非常顯著

註2： a 大學生；b 碩、博士生；c 教職員；d 校友；e 校外人士



三、相關性分析

為了分析使用者對於一般 Facebook 功能之使用程度與使用圖書館 Facebook 需求之關係，本研究透過 Pearson 相關性分析，兩兩分析使用者對於一般 Facebook 功能之使用程度、圖書館 Facebook 訊息需求，以及圖書館 Facebook 互動需求之關係。針對問卷第二部分經常性使用 Facebook 功能之平均與第四部分圖書館 Facebook 訊息需求之平均和互動需求之平均進行相關性分析，分析結果如表 34 所示。「經常性使用 Facebook 之功能」、「圖書館 Facebook 訊息之需求」、「圖書館 Facebook 互動之需求」三構面互相之間均呈現正相關 ($p < 0.05$)。其中「經常性使用 Facebook 之功能」與「圖書館 Facebook 訊息之需求」之相關為低度相關 ($r = 0.223$)；「經常性使用 Facebook 之功能」與「圖書館 Facebook 互動之需求」之相關為低度相關 ($r = 0.220$)；「圖書館 Facebook 訊息之需求」與「圖書館 Facebook 互動之需求」之相關為中度相關 ($r = 0.637$)。

表 34：使用 Facebook 功能與社群需求之相關分析

構面	經常性使用 Facebook 之功能	圖書館 Facebook 訊息之需求	圖書館 Facebook 互動之需求
經常性使用 Facebook 之功能		$r = 0.223$ $p = 0.000^{***}$	$r = 0.220$ $p = 0.000^{***}$
圖書館 Facebook 訊息之需求			$r = 0.637$ $p = 0.000^{***}$
圖書館 Facebook 互動之需求			

註：*p 值 < 0.05 顯著；** p 值 < 0.01 很顯著；*** p 值 < 0.001 非常顯著

分析經常性使用 Facebook 功能之整體平均與各項圖書館 Facebook 訊息需求之相關性，如表 35 所示。其中期刊之宣傳、試用資料庫之訊息和圖書館空間規劃變動相關資料三個項目與經常性使用 Facebook 功能之平均沒有顯著性之外，其他圖書館 Facebook 訊息需求之各項目均與經常性使用 Facebook 功能之平均皆呈現低度正相關 ($p < 0.05$)。

表 35：使用 Facebook 之功能與各項圖書館 Facebook 訊息需求之相關性

圖書館 Facebook 訊息需求	經常性使用 Facebook 之功能
閱讀推廣活動之宣傳	r=0.183；p=0.000***
圖書館服務之宣傳	r=0.168；p=0.000***
圖書館活動之宣傳	r=0.188；p=0.000***
圖書館利用教育之宣傳	r=0.163；p=0.000***
各種課程講習活動之宣傳	r=0.150；p=0.000***
各種專題演講之宣傳	r=0.122；p=0.004**
各種展覽之宣傳	r=0.147**；p=0.000***
新書通知與宣傳	r=0.129；p=0.002**
影音資料之宣傳	r=0.130；p=0.002**
電子書之宣傳	r=0.129；p=0.002**
期刊之宣傳	r=0.076；p=0.072
報紙之宣傳	r=0.091；p=0.030*
歷屆考古題之訊息	r=0.182；p=0.000***
試用資料庫之訊息	r=0.065；p=0.121
圖書館政策之公告	r=0.100；p=0.017*
系統維護之公告	r=0.134；p=0.001**
開館閉館之公告	r=0.135；p=0.001**
圖書館館藏使用之統計資料	r=0.120；p=0.004**
圖書館空間規劃變動相關資料	r=0.062；p=0.138
招募圖書館工作人員之訊息	r=0.170；p=0.000***

註：*p 值<0.05 顯著；** p 值<0.01 很顯著；*** p 值<0.001 非常顯著

分析經常性使用 Facebook 功能之整體平均與各項圖書館 Facebook 互動需求之相關性，如表 36 所示。經常性使用 Facebook 功能之整體平均與各項圖書館 Facebook 互動需求項目之間均呈現低度正相關（ $p<0.05$ ）。

表 36：使用 Facebook 之功能與各項圖書館 Facebook 互動需求之相關性

圖書館 Facebook 互動之需求	經常性使用 Facebook 之功能
關於學術活動之分享	r=0.094；p=0.025*
關於作家與之分享	r=0.130；p=0.002**
個人閱讀心得之分享	r=0.124；p=0.003**
閱讀學習之分享	r=0.133；p=0.002**
推薦書籍之分享	r=0.124；p=0.003**
知識之分享	r=0.155；p=0.000***
廣告之分享	r=0.115；p=0.006**
個人情感之分享	r=0.190；p=0.000***
校外活動之分享	r=0.196；p=0.000***
表達個人對於圖書館服務之意見	r=0.120；p=0.004**
表達個人對於圖書館人員之意見	r=0.120；p=0.004**
表達個人對於圖書館館藏之意見	r=0.126；p=0.003**
表達個人對於圖書館空間之意見	r=0.125；p=0.003**
表達個人對於圖書館設備之意見	r=0.116；p=0.006**
表達個人對於圖書館系統之意見	r=0.107；p=0.011*
參考諮詢之問題	r=0.183；p=0.000***

註：*p 值<0.05 顯著；** p 值<0.01 很顯著；*** p 值<0.001 非常顯著

為了分析圖書館 Facebook 訊息需求中活動宣傳相關項目與圖書館 Facebook 互動需求中分享相關項目之關係，本研究針對閱讀推廣活動之宣傳、圖書館活動之宣傳、關於學術活動之分享三項目之間進行相關分析，如表 37 所示。由統計分析結果顯示：「閱讀推廣活動之宣傳」、「圖書館活動之宣傳」與「關於學術活動之分享」三項目之間均呈現正相關（ $p < 0.05$ ）。其中「閱讀推廣活動之宣傳」與「圖書館活動之宣傳」之相關為中度相關（ $r=0.638$ ）；「閱讀推廣活動之宣傳」與「關於學術活動之分享」之相關為中度相關（ $r=0.409$ ）；「圖書館活動之宣傳」與「關於學術活動之分享」之相關為中度相關（ $r=0.637$ ）。

表 37：活動宣傳各項目之相關分析

項目	閱讀推廣活動之宣傳	圖書館活動之宣傳	關於學術活動之分享
閱讀推廣活動之宣傳		r=0.638 p=0.000***	r=0.409 p=0.000***
圖書館活動之宣傳			r=0.418 p=0.000***
關於學術活動之分享			

註：*p 值<0.05 顯著；** p 值<0.01 很顯著；*** p 值<0.001 非常顯著

為了分析圖書館 Facebook 訊息需求中新書通知宣傳與圖書館互動需求中閱讀分享相關項目之關係，本研究針對 Facebook 訊息需求中新書通知與宣傳項目和圖書館互動需求中關於作家與之分享、個人閱讀心得之分享、閱讀學習之分享、推薦書籍之分享四個項目進行相關分析，如表 38 所示。由統計分析結果顯示：「新書通知與宣傳」和「關於作家與之分享」、「個人閱讀心得之分享」、「閱讀學習之分享」、「推薦書籍之分享」各項目之間均呈現低度正相關 (p<0.05)。

表 38：新書通知宣傳與閱讀分享之相關分析

項目	需求程度	
新書通知與宣傳	關於作家與之分享	r=0.323 ; p=0.000***
	個人閱讀心得之分享	r=0.160 ; p=0.000***
	閱讀學習之分享	r=0.239 ; p=0.000***
	推薦書籍之分享	r=0.378 ; p=0.000***

註：*p 值<0.05 顯著；** p 值<0.01 很顯著；*** p 值<0.001 非常顯著

為了分析各項圖書館訊息需求與圖書館互動需求中表達個人意見相關項目之關係，本研究針對系統維護之公告與表達個人對於圖書館系統之意見、圖書館館藏使用之統計資料與表達個人對於圖書館館藏之意見、圖書館空間規劃變動相關資料與表達個人對於圖書館空間之意見兩兩進行相關分析，如表 39 所示。「系統維護之公告」與「表達個人對於圖書館系統之意見」之相關為低度相關 (r=0.269)；「圖書館館藏使用之統計資料」與「表達個人對於圖書館館藏之意見」之相關為

低度相關 (r=0.255)；「圖書館空間規劃變動相關資料」、「表達個人對於圖書館空間之意見」之相關為低度相關 (r=0.365)。

表 39：圖書館訊息需求與表達個人意見之相關分析

項目		需求程度
系統維護之公告	表達個人對於 圖書館系統之意見	r=0.269 p=0.000***
圖書館館藏使用 之統計資料	表達個人對於 圖書館館藏之意見	r=0.255 p=0.000***
圖書館空間規劃變動 相關資料	表達個人對於 圖書館空間之意見	r=0.365 p=0.000***

註：*p 值<0.05 顯著；** p 值<0.01 很顯著；*** p 值<0.001 非常顯著



第七節 綜合討論

本節綜合內容分析法、問卷調查分析之結果，針對 Facebook 經營情況與應用功能、使用者基本資料、使用網際網路與 Facebook 社群網站之經驗、輔仁大學圖書館 Facebook 之使用反應、社群需求分析以及不同使用者反應之差異分析各層面進行綜合討論。

本研究先以 10 所國內外大學圖書館 Facebook 作為內容分析之對象，分析大學圖書館 Facebook 建置情況。就應用功能分析，各圖書館除了使用塗鴉牆來發佈訊息之外，亦使用照片、活動、網誌、地圖和應用程式等 Facebook 之功能。就經營天數與平均天數分析，部分圖書館較少更新訊息，與使用者缺乏良好互動。針對增進互動的作法，Ayu and Abrizah (2011)指出，圖書館 Facebook 應提供適切的訊息內容，並注重訊息的即時性與一致性，以維持圖書館與使用者之間的互動；Wan (2011)認為可透過發佈圖書館課程、使用者感興趣的主題、持續更新發文、鼓勵使用者互動；Grgic (2013)建議圖書館 Facebook 應該積極發文與回覆，使用不同 Facebook 應用程式，以吸引更多的使用者。就訊息發佈來源分析，圖書館館方發布的訊息佔 86%，由粉絲及網友發佈之訊息則佔 14%，可見圖書館以 Facebook 作為發佈相關訊息居多，而粉絲與網友透過圖書館 Facebook 平台發佈訊息數量的比率較低。就訊息類型分析，圖書館 Facebook 發佈的訊息大部分都是以宣傳為目的，這些訊息是屬於單向的溝通。少部分圖書館和使用者的對話是屬於雙向溝通，包括：詢問、回饋和活動，因此圖書館可以利用這類型的發文來與使用者建立關係，產生更多的互動(Tan et al., 2012)。

藉由內容分析歸納的互動型態，本研究整理使用者對於圖書館 Facebook 互動需求要項，轉化成為問卷的形式，進行全面性使用者調查。依據問卷資料填答，反應之使用者年齡層分布以 21 歲至 30 歲為主，大多數使用者每日上網的時數在 3

個小時以上，接觸 Facebook 的時間以二年以上之人數最多，每次使用 Facebook 的時間以 1 個小時以下之人數最多，這部分的分析顯示大多數使用者接觸 Facebook 已有很長的一段時間，多數人每天使用 Facebook，而使用的時間相對則較為零碎。其中使用者使用 Facebook 之行為動機以了解朋友動向的頻繁程度最高，而最常使用的功能為按「讚」功能，其次為使用 Facebook 所提供之收件匣訊息。Gerolimos (2011)分析 20 所美國大學圖書館 Facebook 上的發文，發現約有 91%的發文沒有使用者留言，超過 82%的發文使用者以按「讚」功能代替留言。

使用者得知輔大圖書館 Facebook 主要是透過圖書館網站連結的管道，加入的主要原因是為了得知圖書館發布的訊息，此外也對圖書館 Facebook 感到好奇。使用者希望透過圖書館獲得的資訊包括：好書推薦、圖書館活動公告、新書上架資訊、圖書館開放時間、電子資源使用說明等，這些訊息多數與圖書館館藏相關。使用者希望圖書館 Facebook 提供的功能亦包括：參考諮詢服務、查詢館藏、整合查詢電子資源等一般性的服務。此外，使用者認為輔大圖書館 Facebook 於使用上之缺點包括：容易漏看塗鴉牆訊息、資訊不吸引人、不易查找過往訊息、提供資訊不足、互動過少、更新過慢、個人隱私沒保障等。而使用者停用輔大圖書館 Facebook 之原因則包括：沒有需要的資訊、太忙沒空、缺乏興趣、廣告訊息、更新速度太慢等。除了 Facebook 本身資訊排版的問題與使用者個人因素之外，針對資訊互動性方面之建議，Gerolimos (2011)指出：圖書館 Facebook 應該了解使用者的需求，針對使用者感興趣的領域，提供適切的訊息內容；Grgic and Mucnjak (2012)也強調：為了讓更多的使用者參與圖書館的活動，圖書館 Facebook 頁面管理者應該要積極發布有趣的連結、故事、照片、影片，以及藉由應用程式鼓勵使用者與圖書館互動。針對隱私權議題，圖書館 Facebook 應該要特別注重使用者網路隱私權，加強宣導以及落實，在提供有用的訊息和保護使用者隱私之間保持平衡 (Charnigo and Barnett-Ellis, 2007; Sachs, Eckel and Langan, 2011)。

在社群需求分析的部分，本研究調查結果顯示，使用者對於圖書館 Facebook 訊息需求程度最高的為新書通知與宣傳(Mean = 4.27, SD = 0.723)，各項訊息需求的整體平均為 3.84。使用者對於圖書館 Facebook 互動需求程度最高的為推薦書籍之分享(Mean = 3.96, SD = 0.808)，各項互動需求之整體平均為 3.57。使用者對圖書館 Facebook 訊息需求與互動需求方面，都以館藏資源分享的訊息為主。依據蔡幸珮(2004)的研究指出，影響使用者使用圖書館的因素中，以滿足使用者資訊需求之考量為主。程良雄等人(1994)以及林心怡(2006)研究皆針對使用者圖書館利用情形加以分析，研究調查亦指出使用者利用圖書館的主要目的，以借閱圖書、查詢資料以及閱讀報章雜誌為主。圖書館可以分享館藏資訊來吸引更多使用者，而使用者對於圖書館館藏資源之需求情形，也反映在 Facebook 訊息需求與互動需求之項目上。

在不同使用者反應之差異分析方面，就不同性別使用者對於輔大圖書館 Facebook 訊息需求程度之差異情形，研究歸納：女性使用者對於圖書館活動之宣傳、各種課程講習活動之宣傳、各種專題演講之宣傳、各種展覽之宣傳、新書通知與宣傳和影音資料之宣傳之需求程度皆高於男性使用者。不同性別之使用者對於輔大圖書館 Facebook 互動需求程度之差異情形，女性對於推薦書籍之分享的需求程度較男性高。有關性別差異的分析方面，Aries (1998)指出女性比男性更具有平等、合作、支援、表達能力，且注重人際關係，並願意與其他人分享個人相關的事物。Mazman and Usluel (2011)的研究指出女性使用 Facebook 來從事學術研究、維持人際關係、日常生活議題等方面皆高於男性，本研究之研究結果亦反映類似的觀察現象。

就不同年齡之使用者對於輔大圖書館 Facebook 訊息需求程度之差異情形，研究歸納：20 歲以下的使用者對新書通知與宣傳、招募圖書館工作人員之訊息之需求程度較高；21 歲~30 歲的使用者對閱讀推廣活動之宣傳、圖書館服務之宣傳、

圖書館活動之宣傳、新書通知與宣傳、影音資料之宣傳、電子書之宣傳、期刊之宣傳、圖書館政策之公告、系統維護之公告、招募圖書館工作人員之訊息之需求程度較高；31 歲以上的使用者對圖書館利用教育之宣傳、圖書館政策之公告之需求程度較高。依據不同年齡之使用者對於輔大圖書館 Facebook 互動需求程度之差異分析，本研究歸納：20 歲以下的使用者對推薦書籍之分享、個人情感之分享、校外活動之分享的需求程度較高；21 歲~30 歲的使用者對關於作家與之分享、推薦書籍之分享、校外活動之分享的需求程度較高；31 歲以上的使用者對推薦書籍之分享、校外活動之分享的需求程度較低。由以上的結果可見不同年齡層的使用者對於圖書館 Facebook 訊息需求與互動需求有所不同，值得未來研究進一步做更深入的探討。

就不同身分之使用者對於輔大圖書館 Facebook 訊息需求程度之差異情形，研究歸納：大學生對新書通知與宣傳、招募圖書館工作人員之訊息的需求程度較高；碩、博士生對圖書館利用教育之宣傳、電子書之宣傳、期刊之宣傳、試用資料庫之訊息的需求程度較高；教職員對於訊息需求程度普遍較低，尤其是新書通知與宣傳、招募圖書館工作人員之訊息的需求程度較其他身分使用者還低；校友對閱讀推廣活動之宣傳、圖書館服務之宣傳、圖書館活動之宣傳、圖書館利用教育之宣傳、各種課程講習活動之宣傳、各種專題演講之宣傳、各種展覽之宣傳新書通知與宣傳、電子書之宣傳、試用資料庫之訊息、系統維護之公告、招募圖書館工作人員之訊息的需求程度較高；校外人士對於訊息需求程度普遍較低，尤其是電子書宣傳的需求程度較其他身分使用者還低。依據不同身分之使用者對於輔大圖書館 Facebook 互動需求程度之差異分析，本研究歸納：教職員對於互動需求程度普遍較低，尤其是校外活動之分享和知識分享的訊息需求程度較低。由上述歸納的結果可見不同身分的使用者對於圖書館 Facebook 訊息需求與互動需求有所不同。

這些差異可能基於個人因素、使用習慣和需求上的不同而有所差別，值得未來研究進一步做更深入的探討。

在相關性分析方面，本研究透過 Pearson 相關檢驗使用者對於一般 Facebook 功能之使用程度、圖書館 Facebook 訊息需求，以及圖書館 Facebook 互動需求三構面之關係，分析結果顯示各構面之間均呈顯著正相關，表示 Facebook 功能之使用程度愈高的使用者，對於圖書館 Facebook 訊息需求與互動需求也就愈高。關於活動宣傳各項目之相關分析，分析結果顯示「閱讀推廣活動之宣傳」、「圖書館活動之宣傳」、「關於學術活動之分享」三項目之間均呈顯著正相關，表示對於閱讀推廣活動之宣傳訊息需求愈高的使用者，對於各種活動宣傳之互動需求也就愈高。關於新書通知宣傳與圖書館互動需求中閱讀分享各項目之相關分析，分析結果顯示「新書通知與宣傳」項目和「關於作家與之分享」、「個人閱讀心得之分享」、「閱讀學習之分享」、「推薦書籍之分享」四項目之間均呈顯著正相關，表示對於新書通知宣傳之訊息需求愈高的使用者，對於閱讀分享各項目之互動需求也就愈高。關於各項圖書館訊息需求與圖書館互動需求中表達個人意見各項目之相關分析，分析結果顯示「系統維護之公告」與「表達個人對於圖書館系統之意見」、「圖書館館藏使用之統計資料」與「表達個人對於圖書館館藏之意見」、「圖書館空間規劃變動相關資料」與「表達個人對於圖書館空間之意見」各項目兩兩之間均呈顯著正相關，表示對於系統維護之公告、圖書館館藏使用之統計資料、圖書館空間規劃變動相關資料等訊息需求愈高的使用者，對於表達個人意見之互動需求也就愈高，因此圖書館 Facebook 除了提供使用者需要的訊息之外，也要加強與使用者之間互動的關係。

第五章 結論與建議

本研究透過文獻分析了解國內外大專校院圖書館 Facebook 建置之內容、功能以及 Facebook 對圖書館的所帶來的影響，並以內容分析歸納所選定之大專校院圖書館使用者利用圖書館 Facebook 之經驗，繼而以問卷調查了解使用者透過 Facebook 使用之反應。本研究所達成的研究目的包括：歸納大專校院圖書館 Facebook 經營之模式、使用者之使用行為以及使用者對於圖書館 Facebook 訊息與互動之需求程度，進而總結未來圖書館經營 Facebook 之經驗與發展方向。研究結果可提供輔仁大學圖書館 Facebook 做為參考。本章根據研究目的與問題以及研究結果分析，統整研究結論，並針對結論提出研究建議與未來研究之建議。

第一節 研究結論

本研究依據內容分析法所選定之10所國內外大專校院圖書館 Facebook 的內容進行分析，內容分析涵蓋的日期為2011年10月1日至2012年12月31日之間，為期十五個月。分析的內容包括：Facebook 經營情況與應用功能、圖書館館方發布之訊息、使用者回覆之訊息、使用者發布之訊息。問卷調查是針對輔仁大學圖書館 Facebook 使用者進行調查，透過網路問卷於2013年4月23日至2013年5月31日蒐集資料，而問卷調查的內容包括：基本資料、使用網際網路與 Facebook 社群網站之經驗、對輔仁大學圖書館 Facebook 之使用反應、社群需求分析。以下針對研究之結果，歸納結論：

一、大專校院圖書館 Facebook 提供的功能與服務

本研究歸納內容分析的結果，大專校院圖書館 Facebook 提供的功能與服務包括：1.利用塗鴉牆來發布圖書館相關之訊息，藉由使用者發布之訊息與圖書館回應之訊息來提供參考服務；2.利用照片、活動和影片等功能來宣傳圖書館活動與行銷圖書館服務；3.開發應用程式功能來提供使用者館藏查詢服務；4.提供討論區與使

用者進行互動。藉由圖書館 Facebook 的功能與服務，提供給使用者更即時、更主動、更符合其需求的資訊服務。

二、大專校院圖書館 Facebook 訊息之類型

(一) 圖書館 Facebook 館方發布之訊息以「課程、活動宣傳」為主

歸納館方發布之訊息，可分為館務公告、資料庫訊息、資源推薦、諮詢服務、轉載文章、課程或活動宣傳、政策宣導、互動性訊息八個項目。其中以課程、活動宣傳所佔的比例最高，訊息內容包括展覽、專題演講、讀書會、圖書館利用教育課程、作家簽書會、電影欣賞座談會等圖書館相關活動。圖書館透過 Facebook 平台傳播、告知圖書館相關訊息，讓使用者以慣用的社群網路隨時接收訊息，拉近圖書館與使用者之間的距離。

(二) 圖書館 Facebook 使用者回覆之訊息以「個人取向」為主

歸納使用者回覆之訊息，可分為個人取向、詢問、回饋、感謝、爭議性迴響、稱讚六個項目。其中以個人取向之訊息所佔的比例最高，訊息內容多半是使用者自己的想法與感受，並提供圖書館意見或回應。透過使用者回覆之訊息，圖書館可以了解使用者的想法與建議，進而改善圖書館服務或提供回饋，與使用者建立良好的互動關係。

(三) 圖書館 Facebook 使用者發布之訊息以「分享」為主

歸納館方發布之訊息，可分為分享、廣告、詢問、稱讚、抱怨、建議六個項目。其中以使用者分享之訊息所佔的比例最高，訊息內容包括使用者分享其他與圖書館相關活動之訊息，分享目的在於讓圖書館分享使用者相關訊息。透過使用者發布分享的方式，加強與使用者之間的交流，讓使用者彼此之間建立分享經驗與交換學習心得的橋樑。在廣告訊息方面，由於圖書館 Facebook 是一個公開的頁

面，若使用者發布過多的廣告訊息，勢必會對其他使用者造成負面的觀感。圖書館 Facebook 管理者應該要時常檢視使用者發布之訊息，適時刪除與圖書館不相關的訊息，避免讓圖書館 Facebook 頁面充斥著廣告訊息。

三、使用者對於一般 Facebook 之使用情形

大多數使用者每日上網的時數在 3 個小時以上，接觸 Facebook 的時間以二年以上之人數最多，每次使用 Facebook 的時間以 1 個小時以下之人數最多，顯示大多數使用者接觸 Facebook 已有很長的一段時間，多數人每天使用 Facebook 數次，且使用的時間相對則較為零碎。其中使用 Facebook 之行為動機以了解朋友動向的頻繁程度最高，而最常使用的功能為按「讚」功能，其次為使用 Facebook 所提供之收件匣訊息。這些行為反映網路社群互動維繫的需求。

四、使用者對於輔大圖書館 Facebook 之使用反應

(一) 使用者期望透過輔大圖書館 Facebook 獲取「好書推薦」的訊息

從使用者對圖書館 Facebook 之資訊需求調查結果看出，使用者期望透過輔大圖書館 Facebook 獲取之訊息中，以好書推薦的需求程度最高，其次依序為圖書館活動公告、新書上架資訊、圖書館開放時間、電子資源使用說明。使用者期望透過輔大圖書館 Facebook 獲取的訊息多數與圖書館館藏相關。圖書館 Facebook 可以針對館藏資源提供更豐富的介紹性資訊。

(二) 使用者希望輔大圖書館 Facebook 提供「查詢館藏」與「參考諮詢服務」

從使用者對圖書館 Facebook 之功能需求調查結果看出，使用者期望輔大圖書館 Facebook 應包含之功能中，以查詢館藏和參考諮詢服務的需求程度最高，其次依序為整合查詢電子資源、討論話題、發表意見。使用者期望可以直接透過圖書

館 Facebook 頁面，查詢圖書館館藏、詢問參考問題，以利於提升圖書館 Facebook 的使用率。

(三) 使用者認為輔大圖書館 Facebook 提供的「資訊不吸引人」

從使用者對圖書館 Facebook 之使用反應調查結果看出，使用者認為輔大圖書館 Facebook 於使用上之缺點，以容易漏看塗鴉牆訊息和資訊不吸引人所佔的比例最高，其次依序為不易查找過往訊息、提供資訊不足、與讀者互動過少。排除 Facebook 功能上的缺點之外，使用者期望圖書館 Facebook 可以提供豐富的資訊，並與使用者做更多的互動。因此圖書館可以針對這方面的需求，提供豐富的訊息內容，並鼓勵學生分享資訊和留言，以製造更多互動的機會。

(四) 造成使用者停用輔大圖書館 Facebook 的原因為「沒有需要的資訊」、「更新速度太慢」

從使用者對圖書館 Facebook 之使用反應調查結果看出，使用者認為會停用輔大圖書館 Facebook 之原因，以沒有需要的資訊所佔的比例最高，其次依序為太忙沒空、缺乏興趣、廣告訊息、更新速度太慢。圖書館 Facebook 可以結合使用者的需求，針對使用者感興趣的領域，提供適切的訊息內容，並且即時更新訊息，以提高使用者對於輔大圖書館 Facebook 的使用率。

五、使用者對於輔仁大學圖書館 Facebook 所提供之訊息需求與互動需求

(一) 使用者對於圖書館 Facebook 訊息之需求以「新書通知與宣傳」所占比例為高

歸納 20 項使用者對於圖書館 Facebook 所提供之訊息需求中，需求程度最高的為新書通知與宣傳。館藏資源分享之相關訊息為使用者使用圖書館 Facebook 的主要因素，圖書館 Facebook 所提供的訊息以滿足使用者對於新書資訊需求為主要的範圍，未來亦可考量更多元的需求層面。

(二) 使用者對於圖書館 Facebook 互動之需求以「推薦書籍之分享」所占比例為高

歸納 16 項使用者對於圖書館 Facebook 所提供之互動需求中，需求程度最高的為推薦書籍之分享。圖書館 Facebook 提供以推薦書籍之分享為主的訊息，將有助於圖書館與使用者之間的互動關係。

六、不同背景使用者對於輔大圖書館 Facebook 的訊息與互動需求之差異情形

(一) 各項訊息需求方面

1. 不同性別之差異

就不同性別使用者對於輔大圖書館 Facebook 訊息需求程度之差異情形，研究歸納：女性使用者對於圖書館活動之宣傳、各種課程講習活動之宣傳、各種專題演講之宣傳、各種展覽之宣傳、新書通知與宣傳和影音資料之宣傳之需求程度皆高於男性使用者。針對性別差異的情形，圖書館 Facebook 可以針對不同的差異情況，依據各項訊息之性別需求提供更貼切的服務。

2. 不同年齡之差異

就不同年齡使用者對於輔大圖書館 Facebook 訊息需求程度之差異情形，研究歸納：20 歲以下的使用者對新書通知與宣傳、招募圖書館工作人員之訊息之需求程度較高；21 歲~30 歲的使用者對閱讀推廣活動之宣傳、圖書館服務之宣傳、圖書館活動之宣傳、新書通知與宣傳、影音資料之宣傳、電子書之宣傳、期刊之宣傳、圖書館政策之公告、系統維護之公告、招募圖書館工作人員之訊息之需求程度較高；31 歲以上的使用者對圖書館利用教育之宣傳、圖書館政策之公告之需求程度較高。針對年齡差異的情形，圖書館 Facebook 可以針對不同的年齡層，提供符合特定年齡層所需的訊息。

3. 不同身分之差異

就不同身分之使用者對於輔大圖書館 Facebook 訊息需求程度之差異情形，研究歸納：大學生對新書通知與宣傳、招募圖書館工作人員之訊息的需求程度較其他身分之使用者來得高；碩、博士生對圖書館利用教育之宣傳、電子書之宣傳、期刊之宣傳、試用資料庫之訊息的需求程度較高；校友對於各項訊息需求程度普遍較高；教職員對於訊息需求程度普遍較低，尤其是新書通知與宣傳、招募圖書館工作人員之訊息的需求程度最低；校外人士對於訊息需求程度普遍較低，尤其是電子書宣傳的需求程度最低。因此圖書館 Facebook 可以針對不同身分別之差異情況，而考量各項訊息需求之貼切性，進而改善服務的方式。

(二) 各項互動需求方面

1. 不同性別之差異

不同性別之使用者對於輔大圖書館 Facebook 互動需求程度之差異情形，女性對於推薦書籍之分享的需求程度較男性高。針對性別差異情形，圖書館 Facebook 將可以針對不同性別的互動需求，進而改善提供的互動模式。

2. 不同年齡之差異

使用者對於輔大圖書館 Facebook 互動需求程度之差異情形，研究歸納：20 歲以下的使用者對推薦書籍之分享、個人情感之分享、校外活動之分享的需求程度較高；21 歲~30 歲的使用者對關於作家與之分享、推薦書籍之分享、校外活動之分享的需求程度較高；31 歲以上的使用者對推薦書籍之分享、校外活動之分享的需求程度較低。圖書館 Facebook 可以針對不同年齡層的差異情況，而提供不同年齡所需之互動。

3. 不同身分之差異

依據使用者對於輔大圖書館 Facebook 互動需求程度之差異分析，本研究歸納：教職員對校外活動之分享和知識分享的訊息需求程度較低。圖書館 Facebook 可以針對不同身分之互動差異，提供符合特定身分別使用者之互動。

七、相關性分析之結論

(一) 經常性使用 Facebook 功能與社群需求之間呈現正相關

針對經常性使用 Facebook 功能與社群需求之相關分析，分析結果顯示使用者對於一般 Facebook 功能之使用程度、圖書館 Facebook 訊息需求，以及圖書館 Facebook 互動需求三構面之間均呈顯著正相關，表示 Facebook 功能之使用程度愈高的使用者，對於圖書館 Facebook 訊息需求與互動需求也就愈高。圖書館 Facebook 提供的各項功能，應考量使用者對圖書館 Facebook 之訊息需求與互動需求，隨時掌握使用者對於 Facebook 功能上的使用，以便於圖書館 Facebook 提供互動方式的因應非常重要。

(二) 活動宣傳各項目之間呈現正相關

關於活動宣傳各項目之相關分析，分析結果顯示閱讀推廣活動之宣傳、圖書館活動之宣傳、關於學術活動之分享三項目之間均呈顯著正相關，表示對於閱讀推廣活動之宣傳訊息需求愈高的使用者，對於各種活動宣傳之互動需求也就愈高。圖書館 Facebook 可藉由宣傳閱讀推廣之活動，滿足使用者對各種宣傳互動之需求，讓彼此之間的對話與互動更容易達成，亦可拉進圖書館與使用者之間的距離。

(三) 新書通知宣傳與閱讀分享各項目之間呈現正相關

關於新書通知宣傳與圖書館互動需求中閱讀分享各項目之相關分析，分析結果顯示新書通知與宣傳項目和關於作家與之分享、個人閱讀心得之分享、閱讀學習之分享、推薦書籍之分享四項目之間均呈顯著正相關，表示對於新書通知宣傳

之訊息需求愈高的使用者，對於閱讀分享各項目之互動需求也就愈高。圖書館 Facebook 發布新書通知宣傳之相關訊息，配合使用者與使用者之間分享閱讀的想法與心得之行為作法，可以作為未來改善服務之規劃。

(四) 圖書館訊息需求與表達個人意見之間呈現正相關

關於各項圖書館訊息需求與圖書館互動需求中表達個人意見各項目之相關分析，分析結果顯示「系統維護之公告」與「表達個人對於圖書館系統之意見」、「圖書館館藏使用之統計資料」與「表達個人對於圖書館館藏之意見」、「圖書館空間規劃變動相關資料」、「表達個人對於圖書館空間之意見」各項目兩兩之間均呈顯著正相關，表示對於系統維護之公告、圖書館館藏使用之統計資料、圖書館空間規劃變動相關資料等訊息需求愈高的使用者，對於表達個人意見之互動需求也就愈高。圖書館 Facebook 可針對使用者之訊息需求，規劃互動的內容，加強與使用者之間互動的關係為未來規劃的服務考量。

第二節 研究建議

依據本研究所得之研究結果，提出以下建議，以供輔仁大學圖書館 Facebook 之經營做為參考，類似經驗可以提供給其他大專校院圖書館 Facebook 以及尚未建立圖書館 Facebook 的學校做參考，最後亦對未來研究提出更進一步的建議。

一、對於輔大圖書館 Facebook 之建議

(一) 提供適切且吸引人的訊息內容

根據研究調查結果顯示，使用者認為圖書館 Facebook 的缺點為提供之訊息內容不夠吸引人，而使用者希望透過圖書館 Facebook 獲得的資訊以好書推薦為最高，訊息需求程度最高的為新書通知與宣傳，互動需求程度最高的為推薦書籍之分享，使用者對於圖書館 Facebook 之資訊需求以館藏資源分享之相關訊息為主。因此本

研究建議圖書館可以根據此方向提供使用者館藏資源方面相關的訊息內容，並針對圖書館 Facebook 之使用，定期做使用者意見調查，以提供更豐富多元的訊息內容。

(二) 注重訊息的即時性與一致性

根據內容分析結果顯示，粉絲人數較少的圖書館 Facebook 頁面，其平均更新的天數較長。以使用者為導向的資訊時代講求高效率、快速更新，以及提供優質的資訊服務，當使用者實際得到的服務與預期的服務不一致時，就會產生不滿與抱怨。因此圖書館應該要積極管理 Facebook 頁面，時常更新訊息，還有即時、合理地回應使用者之意見，以提高使用者對於圖書館的支持。

(三) 嘗試開發圖書館 Facebook 應用程式

根據研究調查結果顯示，關於使用者希望輔大圖書館 Facebook 的各項功能需求，以館藏查詢所佔的比例最高。館藏查詢應用程式並非是圖書館 Facebook 頁面預設的功能，而是經由圖書館自行開發撰寫程式。因此圖書館可以嘗試開發 Facebook 應用程式，結合不同的功能，提供給圖書館使用者更多新的服務，一來可以節省使用者的檢索時間，二來可增加圖書館 Facebook 頁面的能見度，以利於提升圖書館 Facebook 的使用率。

(四) 加強圖書館 Facebook 與使用者之間的互動

就訊息發佈來源分析，圖書館館方發布的訊息佔 86%，由粉絲及網友發佈之訊息則佔 14%，可見圖書館以 Facebook 作為發佈相關訊息居多，而圖書館 Facebook 使用者與網友透過圖書館 Facebook 平台發佈訊息數量的比率較低。就訊息類型分析，圖書館 Facebook 發佈的訊息大部分都是以宣傳、公告為目的，這些訊息是屬於單向的溝通。因此圖書館 Facebook 可以發布生活化、大眾化的訊息，像是節日

由來、新聞討論、勵志名言、有內涵的轉貼分享等等，將這些訊息與圖書館相做結合，達到互動的效果，拉近圖書館與使用者之間的距離。

(五) 提供參考服務並建立完善的機制

根據研究調查結果顯示，關於使用者希望輔大圖書館 Facebook 應包含之服務，以參考諮詢服務所佔的比例最高。圖書館 Facebook 應用在參考服務上，需要提供即時的線上諮詢服務，而圖書館由於人手的問題，不一定能夠即時回答讀者問題。因此圖書館可以預先將一些常見的問題，簡單地進行分類說明。使用者可以透過問題之歸類，獲得所需之解答。即便館員不能即時回答讀者問題，其他使用者也能透過圖書館 Facebook 來幫忙解答問題。這些方式既能解決圖書館人手不足的問題，也能充分利用社會資源，為使用者提供完善的資訊服務。

(六) 建立讀書會性質之 Facebook 社團

圖書館除了舉辦新書座談、主題演講以及課程講習之外，很少有機會給使用者之間提供一個交流的平台，而圖書館 Facebook 本身是一個具有分享性、即時性和互動性的溝通平台，圖書館可以使用 Facebook 的社團功能，建立讀書會性質之 Facebook 社團，把興趣相似的使用者集結起來成立討論小組，並針對特定書籍或主題或提供發表討論平台，這樣既可以超越空間的限制，也避免了使用者面對面交流時的無形壓力，加強使用者之間的交流，拉近使用者彼此之間的距離。

(七) 主動宣傳圖書館 Facebook 專頁

根據研究調查結果顯示，使用者得知圖書館 Facebook 之管道，以圖書館網站連結所佔的比例最高。為了增加圖書館 Facebook 的使用率，圖書館可以結合大學入門課程、圖書館利用教育，介紹圖書館 Facebook 所提供的功能與服務，主動宣傳圖書館 Facebook，並透過使用者與使用者之間的散播分享，讓更多人可以藉由加入圖書館 Facebook 頁面來獲取圖書館所提供的資訊與服務。

(八) 定期觀察圖書館 Facebook 之洞察報告

管理者可透過圖書館 Facebook 粉絲專頁內建的洞察報告功能，定期觀察圖書館 Facebook 之使用者在專頁牆上按讚、貼文、留言、討論、分享等數據資料，得知何種類型的訊息最受歡迎，何種類型的討論可以讓使用者更感興趣，並配合定期使用者意見調查結果，整理歸納後進而提供資訊，以優化圖書館 Facebook 提供的訊息內容。

(九) 結合 Facebook 的功能定期舉辦圖書館相關活動

根據研究調查結果顯示，Facebook 功能之使用程度愈高的使用者，對於圖書館 Facebook 訊息需求與互動需求也就愈高。因此圖書館可以多利用 Facebook 中的活動邀請，舉辦圖書館相關活動，例如：館藏資源推薦活動、閱讀心得分享活動、圖書館服務宣傳活動。透過有獎徵答的方式，亦可增加使用者的參與意願，結合 Facebook 的按讚、留言與分享功能，以社群分享的力量，吸引更多人來參與圖書館的活動。

(十) 避免讓圖書館 Facebook 頁面充斥無相關之廣告訊息

根據研究調查結果顯示，使用者可能會因為廣告訊息過多而停用圖書館 Facebook，因此圖書館應該要積極管理 Facebook 頁面，除了即時移除使用者發布的廣告訊息之外，管理者也要避免發布與圖書館無相關之廣告訊息，讓使用者感受到圖書館有用心在經營 Facebook 頁面。

二、對於未來研究之建議

本研究因時間、人力的限制，在內容分析方面，圖書館 Facebook 之研究對象僅限於十所國內外大專校院，於 2011 年 10 月 1 日至 2012 年 12 月 31 日之間，針對圖書館 Facebook 所提供的應用功能、訊息內容與互動情形進行分析。建議未來

研究可以增加研究對象之數量並擴大內容分析之時間範圍，提高內容分析內容的信度與效度，以提供更精確的研究結果。在使用者調查方面，本研究將內容分析所整理的觀察現象轉化成問卷題項，進行問卷發放以蒐集使用者對於 Facebook 之使用經驗與需求。建議未來研究可以針對使用者的訊息需求與互動需求，進行更深入之訪談，瞭解使用者切確的需求與實質上的建議，提供給圖書館 Facebook 經營做為參考。



參考文獻

王宏德 (2009)。資訊傳播與虛擬社群專題探討之一：Web 2.0 在圖書館服務之理念與應用。《全國新書資訊月刊》，126，8-12。

王志銘 (2009)。網路社群。《網路社會學通訊期刊》，36，32。

國家圖書館 (2001)。《圖書館法》。上網日期：2013 年 3 月 16 日。網址：

<http://www.ncl.edu.tw/ct.asp?xItem=7611&CtNode=1340&mp=2>

吳非、馮韶文 (2010)。《媒體與全球在地化》。臺北市：秀威資訊科技。

李志強 (2008)。「推特 Twitter--微型部落格」，《人生雜誌》，297，86-89。

李堃瑛 (2011)。《我國圖書館 Facebook 經營現況分析及使用者接受度之研究》。國立臺灣師範大學圖書資訊學研究所碩士學位論文。

林心怡 (2006)。《使用 DEA 衡量圖書館服務品質與經營效率-以高雄市立圖書館為例運用》。國立高雄應用科技大學人力資源發展研究所碩士學位論文。

林沂瑩 (2012)。《大專校院圖書館社群網站經營分析-以 Facebook 為例》。國立臺灣師範大學圖書資訊學研究所碩士學位論文。

林怡君 (2009)。《以 TAM 與 IDT 觀點探討 Library 2.0 的資訊服務系統之現況-以國內大學圖書館為例》。中華大學資訊管理學研究所碩士論文。

林娜 (2011)。讓圖書館走進微博時代。《新世紀圖書館》，8，58-59。

林泰宏 (2006)。《2.0 時代的圖書館：Web 2.0、Library 2.0 介紹》。上網日期：2011 年 7 月 24 日。網址：

<http://read.pudn.com/downloads84/doc/324283/library2%202.0%20EE%86%A0%EE%99%94%EE%80%99%E7%93%9C%EE%86%A8%E7%B9%BB%E2%8C>

%92%20Web%202.0%E3%81%96%E6%AE%8
B.pdf

林清泉、薄祥裕、吳微婷(2010)。國內社會網路服務網站使用行為研究--以 Facebook、Plurk、Hi5 為例。教育部電子計算機中心主辦，*TANET 2010 臺灣網際網路研討會*。台南市：台南大學。

林菲、朴咏男(2011)。微博理念下圖書館讀者的資訊素養教育探析。*長春師範學院學報*，30(3)，172-173。

邱皓政(2006)。《*量化研究與統計分析：SPSS 中文視窗版資料分析範例解析*》。臺北市：五南。

姜義臺(2010)。《*社群網站與微網誌的應用圖書館實例分享*》。上網日期：2011年7月24日。網址：www.lib.pu.edu.tw/~jiang/articals/20110503.ppt

庫馬(Kumar, R.)(2000)。《*研究方法：步驟化學習指南*》(Research Methodology: A Step-by-Step Guide for Beginners)(胡龍騰、黃瑋瑩、潘中道譯)。台北市：學富文化。(原作2005年出版)

紐曼(Neuman, W. L.)(2002)。《*當代社會研究法：質化與量化途徑*》(Social research method: qualitative and quantitative approaches)(王佳煌、潘中道、郭俊賢、黃瑋瑩譯)。台北市：學富文化。(原作1997年出版)

耿曉光、安東梅(2010)。微博及其在圖書館的應用。*圖書館學研究*，6，37-39。

袁納宇(2010)。圖書館應用微博的價值分析。*圖書與情報*，3，104-106。

張敏霞(2010)。微博及其在圖書館中的應用。*圖書館學研究*，10，55-58。

張紹勳(2007)。《*研究方法精華本*》。臺中市：滄海。

教育部統計處 (2013)。大專校院名錄。上網日期：2013 年 12 月 20 日。網址：
<http://www.edu.tw/pages/detail.aspx?Node=1729&Page=15300&Index=6&WID=31d75a44-ffff-4c44-a075-15a9eb7aecdf>

郭宜婷 (2011)。「朋友」、「噗友」，你選誰？從微網誌使用行為探討網路社會資本。
國立中正大學電訊傳播研究所碩士論文。

陳建州 (2009)。噗浪玩出大生意。臺北市：時報文化。

陳麗納 (2010)。微博客在圖書館中的應用研究。四川圖書館學報，4，32-36。

創市際 (2011)。創市際月刊報告書。上網日期：2012 年 6 月 20 日。網址：
<http://zh.scribd.com/doc/63474999/InsightXplorer-Monthly-Report-201107>

程良雄、林勤敏、江映松、周孟香、賴麗香、洪幸如 (1994)。台灣地區公共圖書館提高務品質途徑之研究。臺灣省立臺中圖書館研究報告，未出版。

曾玟瑜 (2009)。你今天噗了嗎？微網誌浪潮席捲而來！。上網日期：2011 年 7 月
22 日。網址：
<http://charles590417.pixnet.net/blog/post/29564011>

黃令賀、葛敬民 (2010)。微博客及其在高校圖書館中的應用模式的研究。情報理論與實踐。33 (4)，85。

黃毅志 (2002)。社會階層、社會網絡與主觀意識。台北：巨流。

葉乃靜 (2008)。探索 Web 2.0 環境下圖書館的異質知識服務。圖書與資訊學刊。
64，64-65。

葉至誠、葉立誠 (1999)。研究方法與論文寫作。臺北市：商鼎文化。

廖冠智、蔡宜良、蕭朋威 (2010)。智慧型代理人使用時機與機制分析之探討-以

Plurk 機器人為例。全球華人計算機教育應用學會主辦，GCCCE2010 第十四屆全球華人計算機教育應用大會。新加坡：南洋理工大學。

維基百科 (2012a)。Facebook。上網日期：2012 年 4 月 22 日。網址：
<http://zh.wikipedia.org/wiki/Facebook>

維基百科 (2012b)。Plurk。上網日期：2012 年 1 月 14 日。網址：
<http://zh.wikipedia.org/wiki/Plurk>

維基百科 (2012c)。Twitter。上網日期：2012 年 1 月 14 日。網址：
<http://zh.wikipedia.org/wiki/Twitter>

維基百科 (2012d)。Web2.0。上網日期：2012 年 1 月 14 日。網址：
http://zh.wikipedia.org/wiki/Web_2.0

維基百科 (2012e)。社會性網路。上網日期：2012 年 1 月 14 日。網址：
<http://zh.wikipedia.org/wiki/%E7%A4%BE%E6%9C%83%E7%B6%B2%E8%B7%AF>

維基百科 (2012f)。微網誌。上網日期：2012 年 1 月 14 日。網址：
<http://zh.wikipedia.org/zh-tw/%E5%BE%AE%E5%8D%9A%E5%AE%A2>

歐用生 (1994)。教育研究法。台北：師大書苑。

蔡幸珮 (2004)。公共圖書館讀者使用動機之性別差異分析-以臺北市立圖書館總館為例。碩士論文，輔仁大學圖書資訊學研究所。

關鑫 (2010)。淺談微博在高校圖書館中的應用。農業圖書情報學刊。23(5), 115。

Aharony, N. (2012). Facebook use in libraries: an exploratory analysis. *Aslib Proceedings: New Information Perspectives*, 64(4), 358-372.

- ALA. (2012). *State of America's Libraries Report 2012*. Retrieved May 2, 2013, from <http://www.ala.org/news/mediapresscenter/americaslibraries/soal2012>
- Aries, E. (1998). Gender differences in interaction: A reexamination. *Sex differences and similarities in communication*. Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Ayu, A. R. R., & Abrizah, A. (2011). Do you Facebook? Usage and applications of facebook page among academic libraries in Malaysia. *The International Information & Library Review*, 43(4), 239-249.
- Boyd, D. M. & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Brando, C. (2012). *The social network yearbook: 1960 to 2012*. Retrieved May 5, 2012, from <http://nevon.wordpress.com/2012/03/16/citizen-brando-social-network-yearbook-1960-2012-infographic/>
- Calvi, L., Cassella, M., & Nuijten, K. (2010). *Enhancing users' experience: A content analysis of 12 university libraries Facebook profiles*. In ELPUB 2010 International Conference on Electronic Publishing, Helsinki (Iceland), 16-18 June 2010.pp.258-269.
- Chad, K., & Miller, P. (2005). *Do libraries matter? The rise of Library 2.0*. Retrieved May 2, 2012, from http://www.talis.com/applications/downloads/white_papers/DoLibrariesMatter.pdf
- Charnigo, L., & Barnett-Ellis, P. (2007). Checking out Facebook.com: the impact of a digital trend on academic libraries. *Information Technology and Libraries*, 26(1), 23-34.

- Defebbo, D.M., Mihlrad, Leigh, & Strong, M.A. (2009). Microblogging for medical libraries and librarians. *Journal of Electronic Resources in Medical Libraries*, 6, 211-233.
- Emirbayer, M., & Goodwin, J. (1994). Network analysis, culture, and the problem of agency. *American Journal of Sociology*, 99, 1411-1454.
- Gerolimos, M. (2011). Academic libraries on Facebook: An analysis of users' comments. *D-Lib Magazine*, 17(11/12).
- Grgic, I. E., & Mucnjak, D. (2012). Croatian and Irish public libraries on Facebook. *Qualitative and Quantitative Methods in Libraries*, 3, 267-275.
- Grgic, I. H. (2013). Croatian school libraries on Facebook: Meeting the needs of young library users. *New Library World*, 114(9/10), 416-427.
- Harnesk, J. (2010). *Social media in libraries in Europe survey*. Lund, Sweden: EBSCO information services. Retrieved May 7, 2012, from <http://www.slideshare.net/jhoussiere/social-media-usage-in-libraries-in-europe-survey-teaser>
- Hendrix, D., Chiarella, D., Hasman, L., Murphy, S., & Zafron, M. L. (2009). Use of Facebook in academic health sciences libraries. *Journal of the Medical Library Association*, 97(1), 44-47.
- Jacobson, T. B. (2011). Facebook as a library tool: Perceived vs. actual use. *College & Research Libraries*, 72(1), 79-90.
- Jamali, M., & Abolhassani, H. (2006). Different aspects of social network analysis, *In Proceedings of the 2006 IEEE/WIC/ACM international Conference on Web*

intelligence, Washington, DC, 66-72.

Knoke, D., & Kuklinski, J. H. (1982). *Network analysis*. Newbury park, Calif: Sage.

Laumann, E., Galaskiewicz, J., & Marsden, P. (1978). Community Structures as Interorganizational Linkages. *Annual Review of Sociology*, 4, 455-484.

Lin, N., Dean, A., & Ensel, W. (1981). Social support scales: A methodological note. *Schizophrenia Bulletin*, 7(1), 73-89.

Maness, J. M. (2006). Library 2.0 theory: Web 2.0 and its implications for libraries. *Webology*, 3 (2). Retrieved May 5, 2012, from <http://www.webology.org/2006/v3n2/a25.html>

Mazman, S. H., & Usluel, Y. K. (2011). Gender differences in using social networks. *Turkish Online Journal of Educational Technology*, 10(2), 133-139.

Mitchell, J. C. (ed.) (1969). *Social Networks in Urban Situations*. Manchester: Manchester University Press.

Murphy, J. (2008). Better practices from the field: Micro-blogging for science and technology libraries. *Science and Technology Libraries*, 28(4), 1-5.

Newman, M. E. J. (2003). The structure and function of complex networks. *Society for Industrial and Applied Mathematics*, 54(2), 167-256.

O'Reilly, T. (2005). "What Is Web 2.0". Retrieved January 14, 2012, from <http://tim.oreilly.com/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>

Phillips, N. K. (2011). Academic library use of Facebook: Building relationships with students. *The Journal of Academic Librarianship*, 37(6), 512-522.

- Ray, M. (2012). "Social network." Encyclopedia Britannica. Retrieved May 5, 2012, from
<http://www.britannica.com/EBchecked/topic/1335211/social-network>
- Rogers, C. R. (2012). *Social Media, Libraries, and Web 2.0: How American libraries are using new tools for public relations and to attract new users –Fourth annual survey November 2011*. Retrieved May 25, 2012, from
http://www.statelibrary.sc.gov/docs/pr/201202_com_social_media_survey_dec_2011.pdf
- Sachs, D. E, Eckel, E. J., & Langan, K. A. (2011). Striking a balance: Effective use of Facebook in an academic library. *Internet Reference Services Quarterly*, 16, 35-54.
- Socialbakers (2012). *Facebook Statistics by Country*. Retrieved June 20, 2012, from
<http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/>
- Tan, C., Sum, Hedren Wai Yuan., Seah, Frank Eng Kiat., Somasundram, V. & Wong, E. (2012). Asia-Pacific libraries on Facebook: Content analysis on posts and interactions. *Singapore Journal of Library & Information Management*, 41, 51-68.
- Tichy, N. M., Tushman, M. L., & Fombrun C. (1979), Social network analysis for organizations. *Academy of Management Review*, 4(4), 507-517.
- Walker, K. N., Macbride, A., & Vachon, M. L. S. (1977). Social support networks and the crisis of bereavement. *Social Science and Medicine*, 11(1), 35-41.
- Wan, G. (2011). How academic libraries reach users on Facebook. *College & Undergraduate Libraries*, 18(4), 307-318.
- Wikipedia (2012). *Facebook features*. Retrieved May 7, 2012, from
http://en.wikipedia.org/wiki/Facebook_features

Xia, Z. D. (2009). Marketing library services through Facebook groups. *Library Management*, 30(67), 469-478.



附錄一：輔仁大學圖書館 Facebook 使用需求之 研究問卷調查

您好：

本人是輔仁大學圖書資訊學系碩士班研究生，目前正在進行「社群網站經營分析與使用研究」，本研究主要目的在瞭解您對圖書館 Facebook 社群平台使用現況及需求調查，以做為圖書館發展社群網路服務之參考建議。

本問卷僅供學術研究之用，您所提供的寶貴意見與基本資料絕不會對外公開或挪作他用，請放心填答。您的建議將對本研究有非常大的貢獻，感謝您抽空填答本問卷。

私立天主教輔仁大學圖書資訊學研究所

指導教授：林麗娟 博士

研究生：蘇昱任

日期：民國年月

第一部分、基本資料

1.性別
<input type="checkbox"/> 男 <input type="checkbox"/> 女
2.年齡
<input type="checkbox"/> 20歲含以下 <input type="checkbox"/> 21歲~30歲 <input type="checkbox"/> 31歲~40歲 <input type="checkbox"/> 41歲以上
3.請問您的身分是否為輔仁大學學生?
<input type="checkbox"/> 是，大學生 <input type="checkbox"/> 是，碩士生 <input type="checkbox"/> 是，博士生 <input type="checkbox"/> 否，跳答第6題
4.請問您所屬的學院?
<input type="checkbox"/> 文學院 <input type="checkbox"/> 教育學院 <input type="checkbox"/> 藝術學院 <input type="checkbox"/> 傳播學院 <input type="checkbox"/> 醫學院
<input type="checkbox"/> 理工學院 <input type="checkbox"/> 外語學院 <input type="checkbox"/> 民生學院 <input type="checkbox"/> 法律學院 <input type="checkbox"/> 管理學院
<input type="checkbox"/> 社會科學院
5.系級

6.請問您目前的身分?

教職員 校友 校外人士

第二部分、使用網際網路與 Facebook 社群網站之經驗

7.請問你每天花多久的時間上網?

1 小時以下 1 小時~3 小時 3 小時~5 小時 5 小時以上

8.請問您有使用過哪些社群網站或是微網誌? (可複選)

Facebook Twitter Plurk Google+ 微博 其他_____

9.請問您使用 Facebook 大約已有多久的時間?

半年以下 半年至一年 一年至一年半 一年半至二年 二年以上

10.請問您使用 Facebook 的頻率?

每天數次 每天一次 一週數次 一週一次 一週不到一次 不固定

11.請問您平均每次使用 Facebook 約多久時間?

30 分鐘以下 30 分鐘至 1 小時 1 小時至 2 小時 2 小時以上

使用 Facebook 之行為動機：請依據下列項目，對於每一個所列出之動機項目，勾選「頻繁」的程度。

	非常不頻繁	不頻繁	普通	頻繁	非常頻繁
12.藉以獲得新知	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.趕上流行的潮流	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14.了解朋友動向	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15.讓別人了解自己的動向	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16.分享關於自己的相片、影片	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17.打發時間	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18.提供各種的遊戲	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

19.希望找到老朋友	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20.希望認識新朋友	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21.喜歡網站提供多元的功能	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22.喜歡網站的排版方式	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
經常使用 Facebook 之功能：請依據 Facebook 所提供之功能項目，勾選「頻繁」的程度。	非常不頻繁	不頻繁	普通	頻繁	非常頻繁
23.使用 Facebook 所提供之遊戲	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24.使用 Facebook 所提供之應用程式	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25.使用 Facebook 所提供之動態消息	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26.使用 Facebook 所提供之收件匣訊息	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27.使用 Facebook 所提供之社團	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
28.使用 Facebook 所提供之活動	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
29.使用 Facebook 所提供之照片	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
30.使用 Facebook 所提供之影片	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
31.使用 Facebook 所提供之尋友工具	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
32.使用 Facebook 所提供之網誌	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
33.使用 Facebook 所提供之聊天室	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
34.使用 Facebook 所提供之轉貼連結功能	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
35.使用 Facebook 所提供之按「讚」功能	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

第三部分：對輔仁大學圖書館 Facebook 之使用反應

36.請問您從哪些管道得知圖書館 Facebook? (可複選)
<input type="checkbox"/> 師長告知 <input type="checkbox"/> 同學朋友告知 <input type="checkbox"/> 圖書館網站連結 <input type="checkbox"/> 其他網站連結 <input type="checkbox"/> Facebook 頁面連結 <input type="checkbox"/> 其他_____

37.請問您加入圖書館 Facebook 的原因是? (可複選)				
<input type="checkbox"/> 可以表達自己意見 <input type="checkbox"/> 可以得知圖書館發布的訊息 <input type="checkbox"/> 抱持好奇的心態嘗試 <input type="checkbox"/> 可以詢問參考問題 <input type="checkbox"/> 可以得知其他讀者分享的訊息 <input type="checkbox"/> 其他_____				
38.請問你希望透過輔仁大學圖書館 Facebook 獲取那些資訊? (可複選)				
<input type="checkbox"/> 圖書館活動公告 <input type="checkbox"/> 圖書館開放時間 <input type="checkbox"/> 新書上架資訊 <input type="checkbox"/> 好書推薦 <input type="checkbox"/> 電子資源使用說明 <input type="checkbox"/> 資料庫使用說明 <input type="checkbox"/> 網路資源連結 <input type="checkbox"/> 多媒體資料介紹 <input type="checkbox"/> 相關影音資訊 <input type="checkbox"/> 校外連線設定方式 <input type="checkbox"/> 其他_____				
39.請問你希望輔仁大學圖書館 Facebook 需要包含哪些功能? (可複選)				
<input type="checkbox"/> 查詢館藏 <input type="checkbox"/> 整合查詢電子資源 <input type="checkbox"/> 發表意見 <input type="checkbox"/> 討論話題 <input type="checkbox"/> 線上聊天 <input type="checkbox"/> 參考諮詢服務 <input type="checkbox"/> 其他_____				
40.請問你認為輔仁大學圖書館 Facebook 在使用上有哪些缺點? (可複選)				
<input type="checkbox"/> 不易查找過往訊息 <input type="checkbox"/> 容易漏看塗鴉牆訊息 <input type="checkbox"/> 更新過慢 <input type="checkbox"/> 問題回覆速度慢 <input type="checkbox"/> 與讀者互動過少 <input type="checkbox"/> 提供資訊不足 <input type="checkbox"/> 資訊不吸引人 <input type="checkbox"/> 個人隱私沒保障 <input type="checkbox"/> 功能太少 <input type="checkbox"/> 其他_____				
41.以下哪些原因會造成您停止使用輔仁大學圖書館 Facebook? (可複選)				
<input type="checkbox"/> 自己太忙沒空 <input type="checkbox"/> 沒有自己需要的資訊 <input type="checkbox"/> 出現廣告訊息 <input type="checkbox"/> 怕個人資料外洩 <input type="checkbox"/> 缺乏興趣 <input type="checkbox"/> 更新速度太慢 <input type="checkbox"/> 其他_____				

第四部分：社群需求分析

(一)訊息之需求：請依據圖書館 Facebook 粉絲專頁的社群經營中，哪些訊息應該透過圖書館 Facebook 而提供讀者。(請依據下列項目而勾選需要的程度，由 1 分至 5 分勾選需求的程度。)	非常不需要	不需要	沒意見	需要	非常需要
我覺得圖書館 Facebook 粉絲專頁可以提供：	1	2	3	4	5
42.閱讀推廣活動之宣傳	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

43.圖書館服務之宣傳	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
44.圖書館活動之宣傳	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
45.圖書館利用教育之宣傳	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
46.各種課程講習活動之宣傳	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
47.各種專題演講之宣傳	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
48.各種展覽之宣傳	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
49.新書通知與宣傳	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
50.影音資料之宣傳	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
51.電子書之宣傳	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
52.期刊之宣傳	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
53.報紙之宣傳	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
54.歷屆考古題之訊息	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
55.試用資料庫之訊息	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
56.圖書館政策之公告	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
57.系統維護之公告	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
58.開館閉館之公告	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
59.圖書館館藏使用之統計資料	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
60.圖書館空間規劃變動相關資料	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
61.招募圖書館工作人員之訊息	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(二)互動之需求：請依據下列所列之圖書館 Facebook 粉絲專頁的社群經營中讀者所需之互動行為，表達你的需求程度。(請依據下列項目而勾選需要的程度，由 1 分至 5 分勾選需求的程度。)	非常不需要	不需要	沒意見	需要	非常需要
我覺得圖書館 Facebook 粉絲專頁可以提供讀者下列之互動：	1	2	3	4	5

62.關於學術活動之分享	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
63.關於作家與之分享	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
64.個人閱讀心得之分享	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
65.閱讀學習之分享	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
66.推薦書籍之分享	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
67.知識之分享	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
68.廣告之分享	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
69.個人情感之分享	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
70.校外活動之分享	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
71.表達個人對於圖書館服務之意見	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
72.表達個人對於圖書館人員之意見	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
73.表達個人對於圖書館館藏之意見	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
74.表達個人對於圖書館空間之意見	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
75.表達個人對於圖書館設備之意見	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
76.表達個人對於圖書館系統之意見	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
77.參考諮詢之問題	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>