

目 錄

授 權 書	i
誌 謝	iii
摘 要	iv
目 錄	v
圖 目 錄	v
表 目 錄	vi
第一章 緒論	1
第一節 研究背景與動機	1
第二節 研究目的	1
第三節 預期效益	2
第二章 文獻探討	2
第一節 社群媒體	2
第二節 媒介	3
第三節 網路文化	4
第四節 迷因	5
第五節 網路行銷	6
第三章 研究方法	7
第一節 研究方法與流程	7
一、研究方法	7
二、研究流程	7
第二節 深度訪談	8
一、訪談方式及對象篩選	8
二、訪談大綱	8

三、深度訪談分析方法	9
第三節 問卷調查	9
一、問卷設計	10
二、問卷抽樣、發放方式以及資料分析法	10
第四章 研究成果	10
第一節 深度訪談結果	10
一、研究命題	11
二、命題產生方式	11
第二節 問卷調查結果	12
一、問卷發放結果	12
二、問卷結果分析	12
第三節 問卷調查結果與訪談結果之間的關聯	17
一、迷因是可以吸引到他們的目光	17
二、迷因能引發閱聽者心中的共鳴感	17
第五章 結論與後續研究建議	17
第一節 結論	17
第二節 後續研究建議	18
參考文獻	20
附錄一：深度訪談	24
附錄二：問卷調查	26
附錄三：問卷結果統計	31