

第一章 緒論

第一節 研究背景

近年來，隨著網際網路使用人口急速攀升，也帶動了Internet 在商業應用上的發展。根據國內資策會統計，截至1999 年11 月，全世界使用網際網路的人數已經超過兩億五千九百萬，而台灣地區在1999 年12 月，上網的人口也突破了四百八十萬人[資策會，2000]，而預估在2005 年，網路上的使用者將會超過七億六千五百萬[C-I-A, 1999]，這樣的成長速度和使用人口，使得網際網路更被視為商機無限。雖然在網路上的人那麼多，但如何讓大量使用者(critical mass)上網瀏覽、帶來人潮甚至進行交易，實非易事，其中一項方法就是經營虛擬社群(virtualcommunity) [Armstrong and Hagel, 1996]，社群中龐大的會員人數將會是發展電子商務的利基。

虛擬社群(virtual community)又稱為網路社群 (online community)。最早的虛擬社群可回溯至 1980 年代早期，美國一個連結各大學電腦中心的網路 USENET，主要目的是傳播不同主題的「新聞」，參與者可以根據各種主題張貼訊息或讀取他人所張貼的訊息，形成一個交流經驗、分享興趣的虛擬社群，最主要是供學術使用；直到 1990 年代，全球資訊網(World Wide Web)出現後，才開始為虛擬社群加入了商業氣息。到了 1990 年代中期，隨著網際網路逐漸在全球各地普及開來，其開放性的架構讓任何連上網際網路的人都能在同一個網站上與全球各地志同道合的人，針對同一主題發表意見、互動交流，這種自由、開放、又具隱匿的特性，更讓各式各樣「網路社群」如雨後春筍般地冒出。

台灣在這幾年就已經建立了一個龐大的虛擬社群——學術網路上的BBS (Bulletin

Board System))，很多學生、教職員、上班族都透過此進行交談、獲取資訊或交換訊息，甚至許多知識、常識也是從上面得來的，由此可見BBS 建立了一個人與人之間溝通的橋樑。在最近一、兩年來，以WWW為介面的虛擬社群亦逐漸風行，許多網站意識到社群是聚集人潮的一個好方法，像是一些入口網站(Portal Site)蕃薯藤(Yam)、奇摩站(Kimo)、Seednet，都紛紛增建了社群的功能，而有些網站乾脆直接建立起專門社群網站，像是網路社群(iClub)、網路城市(KeyCiti)、網路同學會(CityFamily)、亞卓市(EduCities)等，其內容跟學術網路上的BBS 相類似，然其介面更美觀、功能更豐富。

第二節 研究動機

爲什麼會想要做論壇？由於剛入學時，對校內與校外的不熟悉，一時之間無法很快的融入校園環境當中，因而造成很多的不方便。例如校園內的社團以及各處室公告，校園外的周邊，如飲食、遊樂場所、便利商店、醫院診所等等，對校園內外大多都不了解深感困擾，學業當中有很多的疑問，卻無法尋得解答。所以才會想建立論壇，讓剛入學的新生們可以提問、查詢想了解的問題，也讓就讀中的學長姐能夠發表自己對校園內外的看法與意見、並且可以互相解答同學們在學校上的疑問。

第三節 研究目的

爲了達成上述目標，本專題主要有兩個研究目的：

一、建立一個可以交流討論的平台：

在論壇當中，可以在不同的主題中提發自己心中不懂或想知道的問題，也可以回應其他人的疑問。

二、對學校的凝聚力增加：

讓學生們多一個交流平台，讓學生可以有更多的交流互動，讓更多有著相同興趣的人能夠聚合在一起研究，在休閒時談天交流，發表自己的一些經歷，生活中發生的趣事，交些志同道合的朋友。

第四節 研究範圍

- 1、研究標的：提供一個平台學生們互動交流。
- 2、研究對象：校內的師生以及致理校友。
- 3、研究地區：致理技術學院以及校園周邊

第五節 操作性定義

一、網站伺服器 Apache：

Apache HTTP 伺服器是市場上佔據主導地位的免費 Web 伺服器，世界上超過半數的 WWW 都是執行它，因為不但功能強，穩定性高，存取速度快，並且還具有跨平台功能，在各種作業系統平台上，都能順暢的執行。

二、伺服器語言 PHP：

PHP 是設計人 Ramus 所發展的 Apache 模組，所以與 Apache 不會有不相容的問題存在同時也具備了 Apache 的優勢，而 PHP 也支援了一些物件導向的觀念，類似 C++ 中的 Class 所以在執行與處理檔案上非常的快速，PHP 更是可以結合多種的資料庫，例如 MySQL、Postgre、SyBase、Oracle、dBase、Informix。

三、資料庫 MySQL:

MySQL 是一個快速、多執行緒(multithread)、多使用者且功能強大的關聯式資料庫管理系統(relational database management system, RDBMS)，可以與 C、C++、Java、Perl、PHP 等語言很容易的連結，可以運行於多種平台上，例如：Solaris、RedHat、Linux、FreeBSD、OS/2、Windows.....等等。

第六節 章節結構

第二章「文獻探討」內容有介紹虛擬社群的定義與分類，並介紹目前各大虛擬社群網站的功能與特色。

第三章「研究方法」將述說我們研究的流程與方法，並評估此專案的可行性。

第四章「預期研究成果」會具體表現出本專案的架構、功能與系統環境。

第五章「結論」內容在於評估專案未來的發展性與可能遭受的威脅。

第六章「分工執掌和進度表」有我們的工作分配與時間進度表。

附錄內有相關的參考文獻。

第二章 文獻探討

第一節 虛擬社群的定義

「社群」(community)，亦譯為社區，商業周刊(2005)將掌握社群的人脈，視為邁向成功人生的最重要門票之一。傳統上將社群分為：

一、地域性社群：個體因地緣關係而聚集在一起，對參與其中的個人認同影響最大

二、記憶性社群：各成員因擁有共同經驗、理想而聚集

三、心理性社群：因參與共同社群而形成共同經驗的群體(俞可平，1999)。人類學者Cohen(1985)，根據符號互動理論提出，社群的形成與符號建構過程有密切關係，社群的成員互動是有意義的社會關係；而透過不同的互動交流，利用符號傳達社群的價值與道德規範，使每個成員產生認同感。由此可知，為何社群常藉由發展特殊術語、代號，反應其獨有的價值、文化，經由社群意識—共通的歸屬認同感，增加成員的凝聚力。

「實體社群」主要是由居住在同一地區、被同一政府所治理、並具有共同興趣的一群人所組成。相較之下，「虛擬社群」則是將空間轉變為網際網路，治理機制被相關網路協定、服務、規範或禮節所取代，使用者透過虛擬的溝通互動模式，找到一群與興趣相投的人，共同討論一定程度、意義的主題(李嘉訓、許鴻均、陸志豪、巫堃裘、洪序宗，2004)；成員所需的不只是資訊，更需要陪伴與社群所帶來的歸屬感。又有學者以為，虛擬社群除具備傳統因地域性、結盟而成的特

點外，更包含了認同、凝聚力、分享等真實社群的抽象特徵（Dennis,1998），而成員身份的不真實性，相較於「實體社群」而言，具有多次塑造新個體、重建社會網絡之特性（許景泰，2001），結合了現代科技，去除時間、空間的限制，呈現出一種新的不同取向社群。此外，「虛擬社群」因常架設於虛擬網路世界中，亦有學者稱之為電子社群（electronic community）、線上社群（online community）等；以不同的「關鍵字」在全國碩博士論文資訊網中搜尋，得到的結果是「虛擬社群」：117 篇、「網路社群」：24 篇、「線上社群」：4 篇、「電子社群」：2 篇。其中部份文章重覆出現，證實國內對於該名詞定義，未達統一。故本研究綜合國內外相關文獻，以「虛擬社群」一詞統稱之。詳見表一之整理，中外學者所賦予「虛擬社群」的定義：

表2-1 虛擬社群之定義

研究者	虛擬社群定義
Rheingold(1993)	藉由網路，產生在網際網路空間中，由足夠的人數持續參與、交流、溝通及經營，聯繫群體關係網路的社會聚集體。
Anne(1994)	一個大小不拘，且具有共同興趣的社會型團體；可能是社交上的、專業上的、職業上的或者宗教上的。這些團體通常存在於網路上，透過電子的方式聚在一起討論，可以從學術研究到日常生活的特定議題等。
Reid(1995)	一個虛擬的空間，在這個環境的人們，會用彼此的想像力與創造力相互交會與互動，而這個互動過程是具有文化及傳播的意涵。
Armstrong, and Hagel III (1996)	社會大眾因相同興趣而聚集，所產生的「興趣社群」。
Armstrong, and Hagel III (1997)	在網路的環境中，由成員針對某特定主題集結經營，使社群得以不斷成長擴大。
Rheingold(1997)	一種社會的集合體，它的發生來自於虛擬空間上有足夠的人、情感以及在網路上長期發展的人際關係。
Romm, Pliskin, and Clarke (1997)	為一種新的網路社會現象，在一個成長及穩定性的環境下，成員對社群具有忠誠與承諾，且彼此共同分享、交換意見與目標。
Turkle(1998)	在網路的世界中，線上群體成員通常無實質會面，成員以匿名方式進行交流；大部份社群中的互動關係都是具有主題式的。

綜合以上文獻，所謂虛擬社群，廣義而言，是指一種主題式的，成員有共同興趣、集體分享的團體文化；世界各地分散的個體，透過網際網路，在一個虛擬空間所建構的社群中凝聚，透過網路溝通互動，形成人際關係，並能不斷成長發展。根據葉勇助、羅家德（2001）所做研究指出，虛擬社群最寶貴的資產為：一、成員彼此的信賴與對社群的忠誠度；二、其中累積的豐富成員資料。前者可凝聚大家齊心合作的意識，後者可對成員的生活風格等進行深入了解，亦可領導廠商的客製化服務之推動。Brown and Duguid（1993,1994；引自邱貴發，1996）則認為，要使置身其中的使用者有接觸科技的機會，社群要能支援社會文化邊際性質；要把人工科技融入虛擬世界的情境脈絡，而非以電腦硬體將使用者從既有環境中抽離。再經由以下溝通過程：一、意見表達與溝通的不同型式；二、虛擬的個人身份；三、成員彼此之間的關係；四、行為規範的建立，形成一「虛擬社群」（Baym, 1995；引自莊雅婷，2000）。以下就虛擬社群研究現況，整理國內外虛擬社群研究成果與趨勢，從中思考本研究架構設計、預測研究成果對未來可能的貢獻，以及本研究價值所在。

第二節 虛擬社群之研究現況

根據尼爾森媒體研究調查，台灣上網總人口數，由1997 年的77.7萬人，到2004 年的788 萬人，歷年來成長了十倍。在網路發展的五個階段中（見圖一）：第一個階段是要累積臨界數量的會員；第二階段是累積人數達成臨界值後，就可聚集成員的使用習性資料；第三階段則是當資料量大後，網路廣告主與網路商店即會被社群所吸引；第四階段可以依成員使用的服務、購買的商品等，將成員做不同種類的區隔；第五階段創造線上交易量，組織者能有效展銷產品，並促成更多交易數量。而台灣目前仍在累積網路使用人口的數量、積極蒐集使用者的使用習性資料，屬於第二階段；要加速突破臨界數量的關鍵，在於改善現有網站的內容，以及加強成員的互動，塑造社群的凝聚力。因此，網站初期要以大量免費內容吸引瀏覽者，接著增強與使用者互動，營造虛擬社群的認同感，避免人潮流失。Armstrong and Hagel III 在1996 年指出，虛擬社群依滿足不同需求而形成，可區分為：

一、交易型社群（transaction），目的在促進交易行為，以成員之間資訊的流通、交換買賣相關的建議與意見為主。

二、興趣型社群（interest），針對如音樂、旅遊等特殊議題，讓所有對同一特定主題，具有相同興趣或專業知識的人凝聚在一起，以分享共同興趣或專長為主。

三、幻想型社群（fantasy），透過角色扮演與想像的發揮，讓人們暫時逃離現實，創造出真實情境中不存在的人物、故事，提供參與者在其中尋求刺激與歡樂。

四、關係型社群（relationship），成員在虛擬空間中，分享現實生活中的遭遇、經驗，因感同身受而發展出人際關係，彼此傾訴安慰。而Casas（1999）則認為虛擬社群是依賴人們興趣共享而形成，社群的種類可以分為一、觀眾；二、顧客；三、

個人化服務的使用者。

四、特殊團體。

五、興趣共享團體。目前虛擬社群的相關研究，如池熙璿（1997）對原住民網路新聞討論區的研究、余強生與曾雍欽（2003）對購物動機所做的探討、楊堤雅（1999）對興趣型社群的成員角色與溝通互動做比較、McDonald、Schafer、Gerstenfeld

（2003）對種族主義網站所做的分析等，往往僅針對單一社群種類；如交易型社群中拍賣網站的消費動機、興趣型社群中主題網站的學習動機、顧客的滿意度研究、特殊團體的形成因素等。或大多僅限於某地區學生之研究，如北部高中職學生、大台北地區青少年網咖沈迷之探討等。以致動機因素偏向某需求層面的滿足，缺乏全面性的探討，無法完全反應動機的影響因素。再進一步分析，近年來國內學者對虛擬社群所做研究趨勢，大多偏重在關係型社群（如聊天室）之探究；隨著電子商務興起後，交易型社群（如eBay 拍賣網）、幻想型社群（如線上遊戲），也慢慢引起各界注意；相較之下，興趣型社群（如股票投資）較乏人問津。研究者推論，主因可能是關係型社群的涉入門檻最低、成員的互動行為較易觀察、且溝通模式與實體社群較相似，故吸引較多研究者探討；而興趣型社群的相關研究，可行性不高的原因或許在於，研究者除了要具備特定主題的先備知識、懂得操作社群工具、涉入門檻較高外，且通常採「非即時互動」模式，不但與實體社群溝通經驗有落差，亦較難觀察。而幻想型社群與其他三者的差異性最大，也成為近幾年「網路沈迷」議題的探討重點之一；因為僅存在於虛擬情境中，這種透過角色扮演凝聚形成，進而在網路世界中發展關係的方式，滿足了青少年逃避歸屬、人際社交等重要需求，亦間接引發層出不窮的社會問題。因此，本研究為符合研究目的，瞭解大學生參與虛擬社群動機之全貌，故問卷題目設計，包括了四類虛擬社群的選項；在虛擬社群參與動機量表部份，除徵詢專家意見、亦參考國內外各種類虛擬社群相關研究，彙整重要動機因素，以為問卷設計之學理依據。

第三節 虛擬社群的經營

1. 吸引加入：首先要做行銷，強力在各大媒體宣傳廣告，以誘人的內容吸引人潮，並提供一些免費的服務，讓網友在進來一看之後，還會有想再來的慾望。
2. 增加參與：在吸引了人潮之後，必須要想辦法留住人潮，增加他們在社群裡停留的時間，以佈告欄與聊天區增加他們的參與感，並提供一些誘因鼓勵他們參與，如可考慮支付酬勞或提供一些特別的服務給對社群建設有貢獻者。
3. 建立忠貞：製造跳槽社群障礙，讓會員加入後會越來越捨不得離開社群，此時，需加強培養會員之間的人際關係，並累積整理會員創作過的內容，如建立精華區。另一方面也加強網站提供的特殊服務，如客製化(Customization)的功能，並由使用族群平常的使用習慣看出其需求趨勢，而予以滿足，如此，讓他們更喜歡參與並停留在這個社群。

第四節 各大虛擬社群網站之功能與特色

一、 BBS (Bulletin Board System)

最早的 BBS 系統，是1978 年初在美國芝加哥一個電腦使用者團體所使用的 CBBS(Computerized Bulletin Board System)[呂陳蒼林，1991]，而台灣在民國七十二年引進電子佈告欄，隨著個人電腦的增加以及上網的普及，使用者日益增多，BBS 站台也由最早的幾十台，擴展到目前的六千多台，參與BBS 的人數亦將近一百萬人，幾乎是上網人數的五分之一[李佩芬，2000]。在上網容易的校園裡，BBS 已

成爲另一種資訊交流的管道，更可說是課餘閒暇的一種休閒活動，正由於它的介面簡單、資訊豐富，每個人都能於其中找到自己有興趣的同好，互相交流資訊，因此凝聚了不少人潮。也正因爲人潮眾多，資訊的數量也多，更新速度也很快。

二、 網路同學會CityFamily <<http://www.cityfamily.com.tw/>>

CityFamily 是由旭聯科技建立，這個社群的內容主要爲建立各級學校的科系所同學會，且有歌友會、聯誼會、公司與地區性的社團。大家在畢業以後，同學之間的關係可能會漸漸疏離，CityFamily 提供一個夠大的地方，讓大家能夠利用公佈欄、討論區、聊天室、郵政局，與老朋友連絡感情，在網路虛擬的世界中找回溫暖。

三、 網路城市KEYCiti <<http://www.keyciti.com>>

KEYCiti 由KEYNet 團隊所建立，取名爲Citi 是希望在Internet 中確立社群的定位，朝向全球華人最大的社群網站方向前進。目前已擁有110 萬名會員，並提供空間給網友建立「myKEYCITI 我的王國」，量身訂做了各項服務，如個人行事曆、通訊錄、答錄機.....等，還有「KEYHome 免費空間」，可以申請免費的e-mail、建立自己的homepage 等。除了以上兩項可以建構自己的天地之外，KEYCiti 還有「KEYClub 超級社團」活動中心，讓城市的居民尋找自己想加入的社團，享受社團通訊、社團公佈欄、社團問卷調查等服務。「KEYPlaza 交流廣場」，可以讓每個居民在這裡設立自己的專欄與論壇裡暢所欲言，並發行自己的專欄與電子報。

「KEYChannel 生活頻道」報馬仔，舉凡人力銀行、跳蚤市場、影視娛樂、新書追緝令等，讓KEYCITI 網路城市中的居民隨時獲得最新的消息，感覺就像在實體中的城市一樣。未來 KEYCiti 將跨足電子商務經營，成立網路百貨公司，推出集體議價及競標服務，並將社群推廣的對象延伸到企業。以往的社群經營多半鎖定個人使用者，在這類社群網站中活動的網友，彼此沒有交易行爲產生，而企業社群

網站的經營，則希望在其中發生實際的商業行為，也就是協助企業直接對消費者提供產品銷售，進行B2C 的電子商務交易。

四、網路社群 iClub <<http://www.iclub.com.tw>>

iClub 由亞洲上線資訊股份有限公司於1998 年建立，目前頻道總數為七千多個，擁有會員三十三萬多人，最早名稱爲HotGroup 非常人際網，提供網友之服務爲免費的訊息快遞中心（Mailing List）及網路討論區（Web BBS），在該站以頻道通稱之，會員可以加入各頻道，傳遞資訊給多名收件者，或建立並管理自己的頻道。該站並提供空間讓網友上傳圖片（相片集）。

五、蕃薯藤網托邦YamTopia <<http://www.yamtopia.com.tw/>>

內容(Content)對於網站的重要性無可否認，即使是以互動見長的門戶網站(Portal)——爲了留住人潮駐足久一點，也都紛紛增加各式內容，發展網路社群，走向目的(Destination)網站。YamTopia 由國內知名搜尋引擎蕃薯藤公司所建立，是入門網站中較早意識到社群重要性的網站，命名源於16 世紀英國文學家兼政治家Thomas More 所寫的小說Utopia（烏托邦），希望能建立一個理想的網路烏托邦（又稱作網托邦），目前擁有邦民47 萬多人。網友加入社群後，將可擁用 25M 的個人空間，使用e-mail、建立homepage、個人相簿等。此外，蕃薯藤網托邦還成立中央銀行，模擬真實世界發行蕃幣。爲了促進網托邦邦民的交流，凡從事有益邦民交流活動者，如張貼文章，擔任公職，發行電子報等，就可以輕鬆賺取蕃幣，待個人蕃幣累積達到一個數量，可以兌換禮品、參與活動或增加個人空間等。

六、奇摩家族 <<http://www.kimo.com.tw>>

奇摩家族是由國內知名入口網站「奇摩站」所設立，一個網際網路上的免費社群，就像是一個社區一樣，它標榜有公佈欄、討論區、聊天室、投票所、寫真集、酷連結、檔案庫、家族通訊錄、簽名簿、精華區等十大功能，使用者於其中可以交

流資訊及生活經驗，家長對於參與成員可以管制，不是每個家族都是開放式的。本社群內還設有排行金榜，依照瀏覽人次、成員人數、文章篇數列出本週或累積最有人氣的百大家族，參與者藉由這個統計資訊，可以了解參與的家族在奇摩家族中的經營及管理狀況。

七、亞卓市 Educities <<http://www.educities.edu.tw>>

在 2000 年 1 月 5 日開幕的亞卓市（即亞洲卓越城市之意，讀音接近 EduCities），是一個以教育為宗旨的網路虛擬城市。由中央研究院院長李遠哲擔任榮譽市長，中央大學、清華大學、陽明大學、花蓮師範學院四所國立大學合作創辦，希望透過網路，整合各種教育資源，包括學校、老師、學生及各界人士，協助辦理各種教育活動。和其他的社群網站一樣，「亞卓市」有 web mail、BBS 網路論壇、檔案下載、言論廣場的功能，將學校的老師、學生、家長集合在一起，還多了教育精選網站、一般精選網站、研究員區、教學網頁等教育方面的資訊，期能突破實體環境的限制，達到全民終身學習的理想。參與者於其中有機會扮演各種角色，學習與他人相處，用自治的方式把亞卓市建立起來。此外，該站還設有「資訊護照」認證制度，讓老師、學生能透過網路進行資訊素養測驗，得知自己是在哪個能力等級。

表2-2 各大虛擬社群網路之功能與特色

網站名稱	提供功能	特色
BBS	討論板、聊天室、郵件服務等基本功能	介面簡單、資訊豐富、速度比 WWW 型社群快，是台灣較早成立的綜合型社群。
網路同學會 CityFamily	公佈欄、討論區、聊天室、郵便局	內容主要為建立各級學校的科系所同學會，且有歌友會、聯誼會、公司與地區性的社團。
網路城市 KeyCiti	免費 e-mail、homepage 空間、討論板、聊天室、個人行事曆、通訊錄、答錄機	屬綜合性社群網站，提供多項免費服務、客製化(Customization)服務，還有最新生活資訊。
網路社群 iClub	布告欄、郵件服務、上傳圖片	屬綜合型社群網站，提供上傳圖片服務，充分展現 WWW 的多媒體特性。
蕃薯藤網托邦 YamTopia	個人 e-mail、homepage 空間、相簿集	屬入門網站內之社群，以蕃幣來獎勵網友貢獻文章或心力。
奇摩家族	公佈欄、討論區、聊天室、投票所、寫真集、檔案庫、家族通訊錄	屬入門網站內之社群，設有排行金榜，依照瀏覽人次、成員人數、文章篇數列出本週或累積最有人氣的百大家族，讓參與者了解所參與的家族經營狀況。

第三章 研究方法

第一節 研究流程

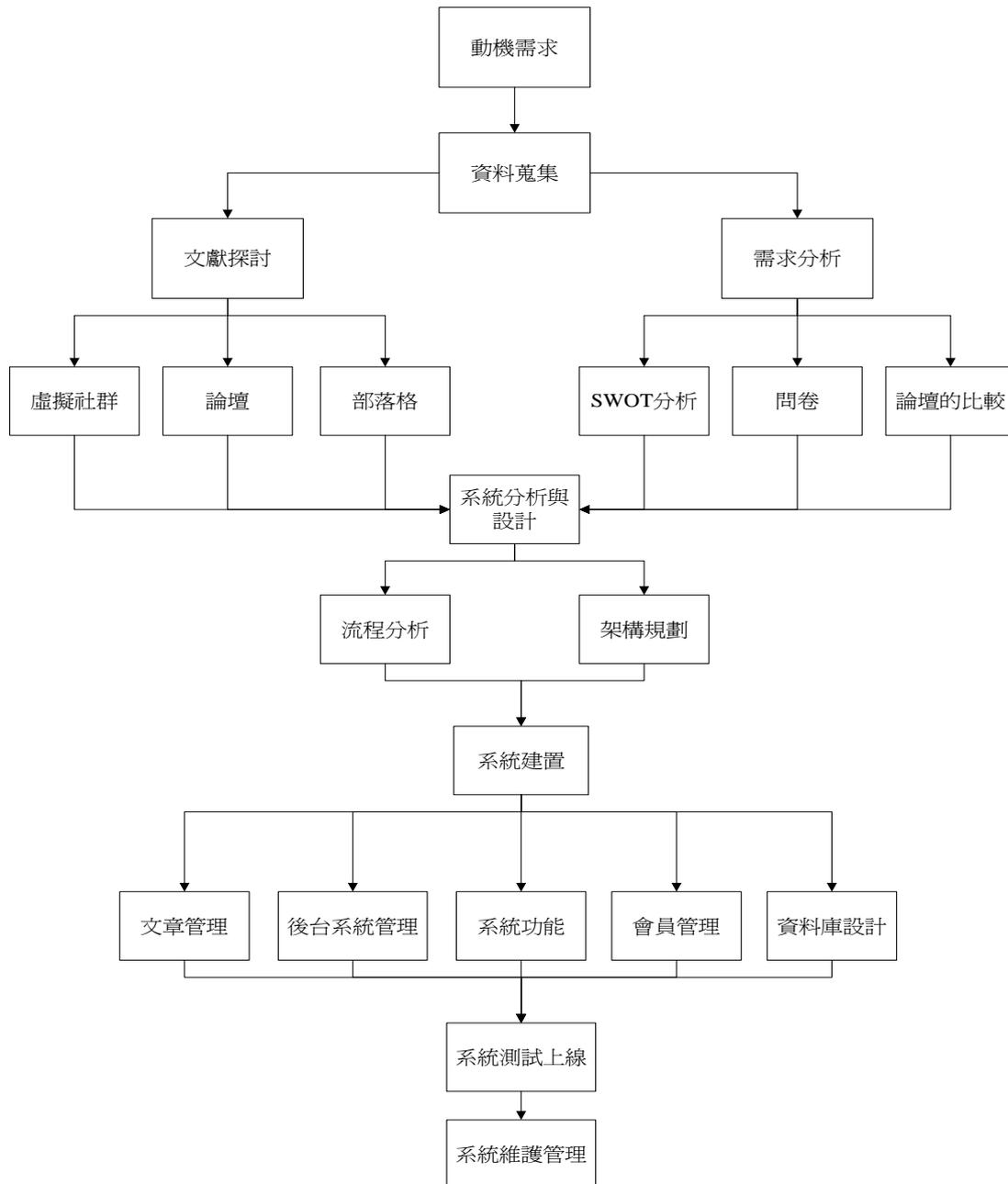


圖3-1 研究流程圖

第二節 研究方法

雖然學校已有架有耕心小站部落格，但大部分的學生還不清楚裡面的內容和功能甚至還沒上去看過的也有，所以想為學校架個論壇用另一種方式呈現，期望更多師生能透過這論壇來增加互動。因此，我們擬定出問卷內容來訪查學生在耕心小站之使用率，以及學生較注重論壇哪中功能和有興趣的主題討論區作統計，以下為問卷內容及調查結果：

親愛的同學您好：

這是一份有關學術研究問卷，目的在了解您對網路論壇的現況。希望您提供寶貴的意見作為我們研究的參考，感謝您的熱心填寫。

【您的意見將是本研究重要的依據！】

夜資三 A 安倫 葉子瑜 陳軍翰

邱俊翰 梁哲瑋 黃靖茹 敬上

1.性別：男 女

2.年齡層： 19~23 歲 24~29 歲 30 歲以上

3.你(妳)平常會常上學校的網站查詢資料嗎？是 否

4.你(妳)是否有使用過耕心小站？ 是 否(請直接跳到問題 7)

5. 你(妳)在耕心小站使用過的功能？(可複選)

網誌 相簿 播客(影片分享) 投票 其他 _____

6. 你(妳)在耕心小站常逛的主題？(可複選)

旅遊 美食 運動體育 電腦通訊 電玩動漫

其他 _____

7.你(妳)一週內花多少時間在論壇上？

0~2 小時 2~4 小時 4~8 小時 8 小時以上

完全沒有 (請直接跳到問題 10)

8.你(妳)會注重論壇的哪個部分？

內容主題 搜尋資料 操作便利性 版面設計 其他 _____

9.你(妳)平常最常去的論壇是？(可複選)

微風論壇 巴哈姆特 台灣論壇 天空論壇

伊莉論壇 其他 _____

10.假如學校的論壇有以下主題，你(妳)較有興趣的是哪些？(可複選)

課務討論區 休閒遊戲區 二手書交流區 美食小吃推薦區

教師風評區 閒聊區 其他 _____

【感謝您花時間填寫，再次感謝！】

第三節 SWOT 分析

表3-1 SWOT分析

優 勢(Strengths)	劣勢(Weaknesses)
<ol style="list-style-type: none">1.讓同學互動增加2.明確的主題分類3.讓學生能更了解致理及校園周邊	<ol style="list-style-type: none">1.成立時間較晚、推廣不易2.網站管理者難以尋找3.沒有商流難以長期營運
機會(Opportunities)	威脅(Threats)
<ol style="list-style-type: none">1.與校園周邊店家合作，可以讓產生網站附加價值2.二手書交流熱絡後，可大幅降低學生的書籍購買費用	<ol style="list-style-type: none">1.功能簡單容易被取代2.若無法與學校合作難以長期經營

第四章 預期研究成果

第一節 系統功能

本網站主要是要讓致理技術學院內的師生討論，重點在於為致理打造出一個屬於全校師生互相交流的地方，也可讓學生更了解致理的周邊，讓大家能夠經由討論版，討論學校事務，建立一個多采多姿的園地。

一、討論版：豐富的討論版，以各個不同的主題特色，吸引不同的使用者來使用，

讓大家能依各自的需求至各個討論版尋求自己想要的答案，也能利用

討論版解除其他使用者的疑惑及困難。

二、教師推薦：讓使用者可推薦教師，依推薦的得票數作為排序，以提供學生

們選課時作為參考依據，讓選課時有方向以選擇自己滿意的課程。

三、會員管理：使用者加入會員之後，可設定使用者的權限，例如一般會員與版

主的權限各自不同，權限的高低使用的功能就會有些許不同，以

方便管理整個論壇的事物。

第二節 系統特色

其內容包含學術討論、重要訊息、周邊商圈、書籍交流、教師風評專區以及

其他趣味相關之綜合論壇。

本系統特色如以下幾點：

一、貼近學生相關的主題

二、清楚俐落的介面

第三節 使用對象

我們使用對象為致理技術學院的師生，藉以討論學校事務及感情交流。

第四節 使用環境

只要是可上網的電腦，都可以連上此網站。

第五節 開發工具

表 4-1 專案開發使用之軟體

工作項目	使用軟體
程式語言	PHP
網頁製作	Adobe Dreamweaver CS3
動畫製作	Adobe Flash CS3
圖片編輯	Ulead PhotoImpact
資料庫	MySQL
文件製作	Microsoft Office
伺服器軟體	Apache

第六節 系統平台架構

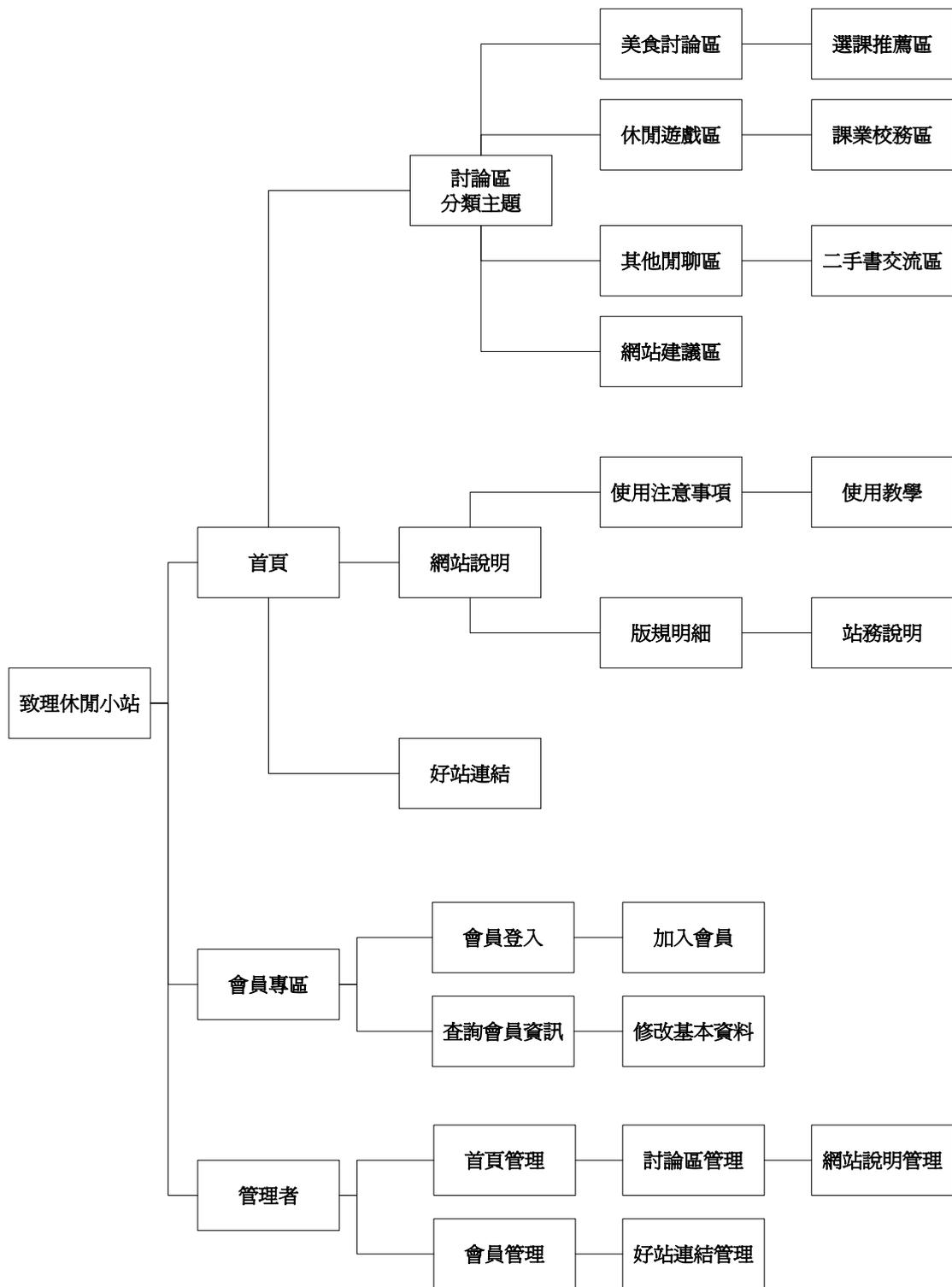


圖 4-1 網站架構圖

第五章 結論

第一節 預期研究效益

當學校討論區越來越活絡，互相交流的訊息越來熱烈，將會吸引更多學生前來討論互動，主要有下面幾點正面效果：

一、凝聚力增高：

藉由討論區的文章資訊交流，學生的互動與感情將會變得更活絡，無論是閒聊或辦活動都很方便。

二、經驗的分享：

新生們剛進學校一切都不熟悉的時候，可藉由此網站可以向學長、姊或同學們詢問資訊。

三、交流的便利：

在有課業有不清楚的地方的時候，同學可以在此討論課業問題，不用特地跑到學校來討論，也不用再擔心學校有沒有場地可以使用與時間配合上的問題了。

第二節 預期研究限制

討論區的發展主要有以下幾點限制：

一、網站的推廣不易：

學生們對於學校方面的網站平時較不關心，在學生對學校的訊息較少接觸時，也不容易去找到我們的網站。

二、永續經營的問題：

若網站不能由學校伺服器經營的話，網站的伺服器沒有著落，在討論版的版主（管理者）方面也難給予實質獎勵，將減少願意擔任版主的人之擔任意願。

第六章 分工執掌和進度表

第一節 分工執掌

6-1 工作執掌

1 資料蒐集	
1.1 文獻探討蒐集	葉子瑜、江承翰、黃靖茹
1.2 需求分析	
1.3 問卷訪談	
1.4 虛擬社群的比較	
2 系統分析與設計	
2.1 流程分析	邱俊翰、黃靖茹
2.2 架構規劃	
3 系統建置	
3.1 文章管理	葉子瑜、江承翰、安倫、黃靖茹、陳軍翰
3.2 後台系統管理	
3.3 系統功能	
3.4 會員管理	
3.5 資料庫設計	
4 系統測試上線	
4.1 後續測試修改	江承翰、安倫、陳軍翰
5 系統維護管理	邱俊翰、黃靖茹

第二節 進度表

表 6-2 專題製作進度表

編號 工作項目 開始-完成 期間	2008 05	2008 06	2008 07	2008 08	2008 09	2008 10	2008 11
1 資料蒐集 5/1~6/10 40D	■						
1.1 文獻探討蒐集 5/1~5/20 20D	■						
1.2 問卷訪談 5/15~6/10 17D	■						
2 系統分析與設計 6/1~6/30 30D		■					
2.1 流程分析 6/1~6/10 10D		■					
2.2 架構規劃 6/10~6/30 20D		■					
3 系統建置 7/1~8/30 60D			■				
3.1 文章管理 7/1~7/20 20D			■				
3.2 系統功能 7/20~8/10 20D			■				
3.3 資料庫設計 8/10~8/30 30D				■			
4 系統測試上線 9/1~9/30 30D					■		
4.1 後續測試修改 10/1~10/30 30D						■	
5 系統維護管理 11/1~11/30 30D							■

參考文獻

中文文獻

1. 卜慶玲（1995），虛擬社區內的傳播之研究－以交通大學資料系BBS 站為例，交通大學傳播研究所碩士論文。
2. 尹建中（1997），「資訊時代之文化變遷」，文化變遷與價值重建研討會，台北市：社會研究院。
3. 王石番（1991），傳播內容分析法－理論與實踐，台北：幼獅。
4. 社區發展季刊（1995），「從社區發展的觀點，看社區、社區意識與社區文化」，社區發展季刊，第69 期，頁1-4。
5. 何金原、王秉鈞（1999），虛擬社群代幣機制之研究，中山大學：台灣區國際網路研討會。
6. 吳齊殷（1998），「虛擬社區V.S.真實生活」，科學月刊，第29 卷，第8 期，頁668-673。
7. 周慧如（2000），「TNS網路商機調查－國內150 萬人預備上網購物」，工商時報，1 月17 日第4 版。
8. 吳國豪（1999），網際網路虛擬社群象徵互動之探索－以irc.hinet.net為例，淡江大學大眾傳播研究所碩士論文。
9. 潘佳慧（1999），虛擬社群之經營模式－以美國線上公司為例，台灣大學商學研究所碩士論文。
10. 蔡美瑛（1994），消費資訊傳散者資訊尋求行為之研究－以年輕消費族群為例，政治大學新聞學系博士論文。
11. 盧希鵬、林娟娟、許晉龍（1999），由社群人格特質、需求及溝通媒體之觀點探討使用者參與虛擬社群行為：以蕃邦虛擬社群為例，第十屆國際資訊管

理學術研討會論文集。

12. 盧諭緯（1999），當我們同在一起：BBS社交性討論區之言說分析，中正大學電訊傳播研究所碩士論文。

英文文獻

1. Shore, Cris (1994), "Community" in William Outhwaite and Tom Bottomre, TheBlackwell Dictionary of 21th Century Social Thought, Massachusett: BasilBlackwell, 98.
2. Spangenberg, Eric R. and Joan L. Giese (1997), "An Exploratory Study ofWord-of-Mouth Communication in a Hierarchy of EffectsContext,"Communication Research Reports, 14 (1), 88-96.
3. Sproull, R., and S. Kiesler (1991), Connections: New Ways of Working in the Networked Organization, MIT Press, Cambridge, MA.
4. Srinivasan, Narasimhan (1987), "A Causal Model of External Search for Information for Durables: A Particular Investigation in the Case of New Automobiles," Ph.D. Dissertation, State University of New York at Buffalo.
5. Stigler, George J. (1961), "The Economics of Information," Journal of Political Economy, 69 (June), 213-225.
6. Van Dijk, Teun A. (1985), Relational Communication: Continuity and Change in Personal Relationships, Belomnt: C.A Wadsworth Publishing Company.
7. Wardhaugh, Ronald (1997), Introduction to Sociolinguistics, Cambridge, MA: Blackwell Publisher.
8. Wilkie, M. (1994), Consumer Behavior, New York: John Wiley and Sons.