

目 錄

第一章、序論.....	4
第一節 研究背景.....	5
第二節 研究動機.....	7
第三節 研究目的.....	8
第四節 研究範圍.....	9
第五節 操作性定義.....	10
第六節 章節結構.....	11
第二章、文獻探討.....	12
第一節 Web2.0.....	12
1.1 何謂 Web2.0.....	12
1.2 Web2.0 的演進.....	13
1.3 Web2.0 的功能.....	14
1.4 Web2.0 概念與設計.....	16
第二節 部落格.....	17
2.1 部落格的定義.....	17
2.2 部落格的特性.....	18
2.3 台灣部落格的發展現況.....	19
第三節 參與虛擬社群影響因素.....	20
3.1 虛擬社群.....	20
3.2 Web2.0 影響因素.....	21
3.3 Web2.0 相關研究與討論.....	23
3.4 人類需求與虛擬社群之關係.....	25
第三章、系統研究方法.....	27
第一節 研究流程.....	27
第二節 研究方法（說明問卷內容、問卷回收彙總）.....	28
2.1 觀察.....	28
2.2 問卷/訪問.....	29
第三節 SWOT 分析.....	30
第四節 Web1.0 與 Web2.0 的差異.....	31
第五節 部落格的差異.....	32
第四章 預期研究成果.....	35
第一節 系統功能.....	35
第二節 系統特色.....	35
第三節 使用對象.....	35
第四節 使用環境.....	35
第五節 開發工具.....	36
第六節 系統平台架構.....	36

第七節 系統雛型畫面	36
第五章 結論.....	37
第一節 預期研究效益	37
第二節 預期研究限制	37
第六章 分工執掌和進度表	38
第一節 分工執掌	38
第二節 進度表	39
第三節 甘特圖	40

第一章、序論

部落格在現在的社會中是一種不可或缺的，是一種人與人的溝通方式，以前的部落格幾乎不是人性化、單調且內建功能並沒有方便使用，但現在的科技漸漸進步，且使用部落格的人也越來越多，因為現在上網人數已遠遠超過以前，而現在的人都是利用網路，將透過部落格來互相認識，由此可見部落格是種多元化的溝通橋樑。

部落格為目前最受到矚目的新興網路服務。本研究以部落格為主題，利用 Web2.0 的強大功能及主觀規範、資訊素養、人與人的溝通對網友使用部落格意願的影響將大大提升。

部落格不僅可以當作溝通的橋樑，也可以當資訊、媒體間傳播的力量，讓更多人知道此資訊，Web2.0 使得網頁介面更加精簡、美觀，但卻擁有更強大的使用功能、績效。

第一節 研究背景

隨著資訊科技的快速成長，在全球「e化」的腳步中，網際網路帶來了新的通路型態、新應用模式，改變了不少網站的經營模式，紛紛走向國際化、資訊化及多角化發展。

近年來，全球資訊網(World Wide Web; Web)上各種資訊系統的發明，持續改變人們對資訊吸收與處理的方式。以2005年作為一個概括的分水嶺，分析使用者的習性，可發現：2005年之前，人們從接觸網路，到逐漸習慣閱讀Web上的內容，包含新聞報導、旅遊情報、生活資訊、投資消息、工作機會等。2005年之後，人們開始廣泛地創造Web上的內容，包含製作自己部落格、相簿遊記、影音紀錄等。Web服務提供者，為了能滿足前者的閱讀需求，激發了內容網站(如nytimes.com、cnn.com)、與服務網站(包括入口網站，如Yahoo!1，及搜尋網站，如Google2)的興起。而為了能涵蓋後者的創造需求，也帶動了部落格網站、相片網站、影音網站等的蓬勃發展。以媒體的觀點分析之，前者透過特定企業將Web視為大量資訊的媒介，提供的站台延續大眾媒體的角色。後者藉由Web使用者社群參與，創造新式資訊發佈型態，通稱為社群媒體。

以往人際關係之互動都是經由面對面交談、書信或是電話來進行。而在進幾年來透過網路科技的進步，人際互動已不再受距離以及時間的影響，諸如電子郵件、電子佈告欄、討論區、留言板、即時通訊軟體、網路電話等等，網路所帶來的交流方式漸漸融入日常生活中，任何時間、任何地點只要能夠連上網路就可以與他人溝通交流。

由於目前網路科技發展的快速，讓我們變成了一個地球村的時代，資訊網路的蓬勃發展，變成我們日常生活中不可或缺的工具，部落格(BLOG)漸漸變成

可以紀錄我們生活周遭所發生的喜怒哀樂；近年 Blog 的發展迅速；Blog 也就是所謂的網路日誌，每一個人或是企業，都可在自己的 Blog 留下資訊，當成對外界的溝通管道，也可以成為個人的心情發洩的地方，現在部落格十分盛行，在這潮流的社會中幾乎每個人都擁有或使用過部落格，但卻因提供部落格服務的網站數量眾多，且所提供的服務也不盡相同，一般的部落格所提供的功能大多數都是相片、影音、回覆留言一些基本功能，而現本研究報告探討是否能將一般基本的部落格開發成 Web2.0 互動式 (BLOG)，再也不是只能操作一些基本功能，能讓使用者使用起來與一般 (BLOG) 彷彿就像是人跟人再面對面交談，也可以讓使用者像回到家一般，可以佈置自己小屋、邀請自己的好友來自己的 BLOG 小屋來坐，讓人與人之間的互動性更為親近，讓大眾使用起來有煥然一新的感覺。

第二節 研究動機

在過去針對部落格(BLOG)的研究很多，但通常只著重於部落格(BLOG)的某一特定領域做深入探討 例如部落格(BLOG)考量因素之探討、導入電子商務之研究、網路購物取貨服務之研究等，對於部落格(BLOG)之經營模式，尚無完整或大篇幅之研究，針對以上幾點，研究動機如下：

動機一：

在傳統部落格中並沒有所謂的互動式，此研究中想建立全新的操作介面，並跳脫傳統部落格的呈現方式，藉此增加部落格利用及提升人與人之間的互動性。

動機二：

在傳統部落格上還是有許多操作的不便之處，以修改讓介面變得更加完整，讓使用者可以方便管理屬於自己的部落格。

動機三：

現在大部分部落格，所使用的留言版功能，使用上不是很方便。使用者要留言時，頁面往往都需要開來開去，造成不便。

第三節 研究目的

目的一：

有鑑於部落格與使用者互動不足，增加線上即時交談，並與傳統部落格不同的操作介面，呈現 2D 畫面的個人小屋，藉此增加其樂趣性與生活性。

目的二：

以前在使用部落格上傳功能時，上傳照片或影音都需要另開頁面為了讓使用者方便使用，上傳時可以直接上傳，不另外新開網頁增加其負擔。

目的三：

利用線上即時交談取代現有的留言板功能，使用者可隨時與部落格版主線上即時交談，以達到方便性。

第四節 研究範圍

本研究的主要對象是現在網路上所有的部落格，因為個人的風格不一樣，且操作模式也不盡相同。因此，在現在網路上崛起的無名，裡面的內建功能或是一些付費的特殊功能，都將成為我們的研究範圍；不僅是網路上的所有部落格，當然還包含了創新及客群，不同的研究方向會有不同的研究條件，這些將列為本研究考慮的範圍。

第五節 操作性定義

Web 2.0：是一個架構在知識上的環境，人與人之間互動而產生出的內容，經由在服務導向的架構中的程式，在這個環境被發佈，管理和使用。

部落格：Blog 是人們發表在網際網路上的個人日誌，或者音譯為博客、部落格、部落閣等

紙娃娃系統：紙娃娃系統是用在電腦遊戲上的通過細分角色模型或圖像，並重新組合，來增加角色外觀數量的系統。

Ajax：全稱為「Asynchronous JavaScript and XML」（非同步 JavaScript 和 XML），是一種創建互動式網頁應用的網頁開發技術。

CSS：全稱為「Cascading Style Sheets」（串接樣式表）：它是由許多樣式名稱和樣式指定值所組成的字串，可以利用設定好的樣式表，指定給某一種 HTML 標籤，或某一組 HTML 標籤來使用。而被套用的 HTML 標籤，將會依據所套用的 CSS 來顯示它的外觀。

第六節 章節結構

本文在第一章分為 3 小節，第 1 小節的研究背景主要在對於 web2.0 這個技術做些介紹。第 2 小節研究動機為在傳統部落格中並沒有所謂的互動式，想利用本次研究來探討此想建立全新的操作介面，並跳脫傳統部落格的呈現方式，藉此增加部落格利用及提升人與人之間的互動性。第 3 小節的研究目的是想利用部落格與使用者互動不足，增加線上即時交談，並與傳統部落格不同的操作介面，呈現 2D 畫面的個人小屋，藉此增加其樂趣性與生活性。

第二章為「文獻探討」，在此部分分為「何謂 Web2.0」、「部落格」、「參與虛擬社群影響因素」三個小節在第一節「何謂 Web2.0」做簡單的 web2.0 相關介紹與分析。第二節「部落格」來說明其定義還有特性。第三節「參與虛擬社群影響因素」，說明虛擬社群所造成部落格之相關影響。

第三章為「系統研究方法」，說明本系統研究流程經過，且進行 SWOT 分析及製作問卷進行調查。

第四章為「預期研究效果」，說明本系統功能、特色及使用對象、環境，最後結構本系統架構及展現畫面。

第五章為「結論」分為預期研究效益、預期研究限制，探討本系統預估成果及預估風險。

第六章為「分工執掌和進度表」是將本專題組員分配其工作及組員工作的進度列表說明。

第二章、文獻探討

第一節 Web2.0

1.1 何謂 Web2.0

Web 2.0是新一代的網路服務，是雙向互動，其重要精神在於使用者的參與。

Web 2.0這個概念由O'Reilly媒體公司創辦人暨執行長Tim O'Reilly（提姆·奧萊理）所提出，他是美國IT界的傳奇人物，也是「開放源碼」觀念的先驅，也一直推動「開放源碼」。

Web 2.0的概念開始於一個會議中，在這個會議中，大家發現網路公司經過了泡沫化，令人興奮的是，採用新應用的網路公司，不斷地冒出來，而那些經過網路泡沫化，倖免於難的公司，似乎有著某些共同之處，這個Web 2.0的輪廓開始越來越清晰。

透過集體互動，Web 2.0也是一種大眾智慧的呈現，過去網友努力打造「個人網站」，在個人網站中，向大家介紹某位歌手最近新發行的CD非常好聽，而現在的網友，成為「部落客」（blogger）在「部落格」（blog）與大家分享聽了某位歌手新發行CD的感想，而其他看過這篇文章的網友，也紛紛針對該文做出回應，新上站的網友可以看到不只一個人的意見，透過大家的心得，很容易做出是否購買的決定。

Web1.0 → 下載、閱讀 Web2.0 → 上傳、分享

1.2 Web2.0 的演進

Web技術是最常用的網路應用技術，它是用戶向伺服器提交請求並獲得網頁頁面的技術總稱。這一技術目前可以分為三個發展階段，俗稱Web1.0和Web2.0，未來Web3.0也即將呼之欲出，以下是Web1.0到未來的3.0的幾個特性表2所示：

表 1. Web演進特性

Web 技術	特性說明
Web1.0	是屬於一些靜態應用，例如獲取 HTML 頁面，瀏覽者只能單純的接受網頁頁面上排版文字。加入了一些簡單的應用程式或服務進行簡單的交互，比如用戶登錄，查詢資料庫，提交數據等（這些應用也被稱為 Web1.5），瀏覽者可以查詢自己的資料，已經有基本的個人化但不能算是完整的互動。
Web2.0	現今業界使用最為廣泛的技術，基本概念是互動、分享和個人化來詮釋，瀏覽者可以與網站進行溝通互動，可以集結一群瀏覽者建立網路的社群，大家彼此在這個網站上交流心得，公司企業網站利用後台快速更新公司網頁新聞、主管可以在線上管理員工記錄或查詢業績之類；例如：部落格、拍賣網站、網路影音分享、電子商務網站等...
Web3.0	目前 Web2.0 技術也已經快走到了瓶頸了，3.0 技術加入人工智慧、3D 瀏覽網站模式和個人行動化極致表現；已經有類似的技術例如：唱片排行榜利用網站預測、推測天氣建議使用者穿著搭配、家電形成網路社群透過使用者和家電連線並且控制；無所不在人工智慧結合 Web 服務就是發展到 3.0 的重要目標。

1.3 Web2.0 的功能

目前 Web 2.0 功能所具有的功能特性，Web 2.0 具有三個基礎特性以及三個延伸特性。

Web 2.0 的三個基礎特性定義了 Web 2.0 網站的營運模式，提供的服務能夠逐漸容納更多的使用者。三個基礎特性如下：

(1) 使用者參與分享

指 Web 2.0 網站的內容是由使用者所提供，並且經由使用者分享與參與，提升網站整體的服務價值。與傳統網站不同的是，傳統網站的內容是由網站擁有者所提供。

(2) 長尾理論

指 Web 2.0 的網站提供許多相關性的連結，使用者除了自己喜愛及常瀏覽的網頁之外，瀏覽其他網頁的總數遠超過使用者喜愛及常瀏覽的網頁，與傳統網站不同的是，網站內除了使用者喜愛及常閱讀的網頁之外，其他網頁瀏覽總次數小於使用者喜愛及常瀏覽的網頁。

(3) 網路效果

指 Web 2.0 網站的總價值隨者使用者人數而增加。與傳統網站不同的是，傳統網站的總價值不會隨者使用者人數而增加，即使傳統網站使用人數增加，但網站的內容與功能，不會隨者使用者的增加而改變。

Web 2.0 的三個延伸特性是在 Web 2.0 之前所沒有的使用經驗，使用者可以調整網站的服務或是內容來滿足使用者的需求，從基礎特性延伸出來的特性產生豐富的使用經驗，並且豐富的使用經驗使 Web 2.0 網站更具使用價值，如果一個網站或網路服務不包含其中一個或多個延伸特性，就會無法快速成長，失去 Web 2.0 競爭優勢。三個延伸特性如下：

(1) 使用者為中心

指 Web 2.0 網站提供網頁服務平台，而網頁的內容以使用者為中心，網頁的內容由使用者自訂，讓使用者介紹自己、表達使用者的想法、發表創作等內容。

(2) 共同創作

指 Web 2.0 網站提供網頁服務平台，讓使用者可以在同一個平台上面分享自己知道的知識，修改、補足已經在網站上的內容，或是發表問題讓其他使用者解答。

(3) 可結合性

指 Web 2.0 網站提供網頁服務平台，在使用者分享自己所提供的內容之後，亦可以將原本的內容與網站所提供的服務使用在其他的網站上，讓使用者可以根據需求結合不同的網站功能於自己需要的網頁中。

1.4 Web2.0 概念與設計

Web 2.0 是由 Tim O' Reilly 於 2004 年所提出，強調使用者參與，其主要概念與目的地為：

- 將Web視作一服務平台，透過瀏覽器即可處理所有事務
- 駕馭群體智慧
- 資料將變成未來的「Intel Inside」
- 軟體不斷發行與升級的循環將會終結，即永遠的Beta版
- 通過內容和服務的聯合使輕量的業務模型可行
- 軟體執行將跨越單一設備
- 豐富的使用者體驗
- 分享和參與的架構所驅動的網路效應
- 帶動分散的、獨立的開發者把各個系統和網站組合形成大彙集
- 長尾效應
- 快速的反應與功能新增
- 雙向的互動

而在技術上，有使用到下列技術的都可稱為 Web 2.0 的網站：

- CSS, 語義化有效的XHTML標記及Microformats
- 富客戶端應用技術（例如Ajax）
- 數據的聯合，RSS/ATOM
- RSS/ATOM數據的聚合
- 規則且有意義的URL
- 支持對網誌發帖子
- REST或者是XML Web服務API
- 某些社會性網路方面

第二節 部落格

2.1 部落格的定義

Blog 這個字彙，是由 Web log 這個名詞所衍伸而來，Web Log 原本指的是網路伺服器記載的訪客造訪記錄檔，其功能是用以了解伺服器的流量與訪客活動情形。在 1997 年時，Jorn Barger 提出「Weblog」這個字眼，此時「Weblog」實質意義是指「以網頁（Web）為呈現媒介的個人紀錄（Log）」。若以過去即存在的網路服務來比擬的話，則以電子佈告欄（Bulletin Board System, BBS）上的個人版或是明日報個人新聞台較為接近。到了 1999 年，Peter Merholz 將「Weblog」拆開唸成「We Blog」，「We」含有群起行事的號召意味，至此「Blog」逐漸被視為一個單字，不僅可代稱 Weblog 這個名詞，也可將之視為動詞，其延伸單字「Blogger」則用以泛指 Blog 使用者。有些使用者取其讀音，將 Blog 中譯為「部落格」；也有部分使用者根據其意，譯為「網誌」，其涵義指的是在網路上書寫記事之意。

維基(Wikipedia)網路百科全書則將網誌定義為網友個人撰寫於網路空間上的個人日記，屬於網路共享空間的一種。其特色包含：以時間順序來作紀錄、透過引用和迴響進行與其他網誌之間的交流、並且大量採用了 RSS 技術來通知訂閱者最近的文章更新。另外「Blog」在 2004 年韋氏大辭典編輯委員會被選為「年度之字」，在搜尋引擎 Google 上鍵入「b-l-o-g」這四個英文字母，使用者將會得到一億一千三百多萬個連結網頁。

簡單地說，部落格是一種個人化的出版平台。使用者不需要了解太多程式語言，即可架設維護網站。其特色在於它比個人新聞台自由，功能又比 BBS 來得多。使用者可以依自己喜好更改網站外觀、設定文章分類。而每一篇文章又有留言迴響與搜尋的功能。

2.2 部落格特性

- ✚ 標題：使用標題的目的，是希望能幫助閱覽者預先自我篩選話題，以及縮短檢索和引用的時間。
- ✚ 通告：每篇通告裡含載的是部落格的内容文字或圖片，最新的内容通常位於頁首，長短内容沒有限制。
- ✚ 連結：如同全球資訊網中的連結一般，網誌強調分享的精神，因此強調必須適當的提供文章中對於消息、資訊來源的連結網址，提供瀏覽者得以進一步追蹤及確認消息來源。
- ✚ 日期及時間戳印：部落格工具系統記錄下當時日期時間，是部落格和一般網頁做基本區隔的地方。標明時間是部落格不可缺少的部份。
- ✚ 彙整：將所有曾經發佈的文章資料收藏統整，使用者可以設定索引頁裡的文章照日期或内容種類編列。
- ✚ 靜態連結：這是指單篇文章内容在部落格裡的永久連結位置。因一般部落格的首頁會不斷更新，唯使用永久連結位址，才能正確的被引用。
- ✚ 互動：使用者撰寫文章後，閱覽者可以在部落格的留言板及迴響功能，直接在網站上給予支持鼓勵或是討論。
- ✚ 郵件訂閱功能：閱覽者可在網站更新的時候收到告知的信件，而不會錯失新消息，這就等同於是電子報的功能。
- ✚ RSS Feed：讓閱覽者可以輕鬆訂閱大量各個部落格的更新情報，比郵件訂閱的功能更為方便。
- ✚ 搜尋功能：讓閱覽者在大量的文章中可以很方便的找尋想要的資訊。

2.3 台灣部落格的發展現況

2002年10月，網路社群藝立協（Elixus）成立「正體中文blog資訊中心」，並致力於網誌的推廣，網誌開始在台灣受到矚目，接連著出現「台灣應遞媒與部落格實驗」與「台灣部落格-天線部落」。2003年6月，台灣開始有平面媒體注意到網誌的消息，藉著這群創新使用者與大眾媒體的曝光，網誌也在該年更迅速的進入台灣人民的生活中。

目前國內的無名小站、樂多日誌、中華電信Xuite、新浪部落等等許多部落格網站都提供免費部落格的服務。雖然並沒有對使用者收費，但部份服務商會在網誌網頁上刊登廣告。對於入口網站或社群網站而言，網誌成為了一種繼電子郵件、網頁空間與相簿服務之外的吸引人潮方式，且正持續成長中。

第三節 參與虛擬社群影響因素

3.1 虛擬社群

關於虛擬社群的定義，虛擬社群源起於電腦中介傳播所建構出的網路空間（cyberspace），它是「社會的集合體，它的發生來自於網路上有足夠的人、夠久的公共討論、充份的人類情感，在網路空間裡形成的人際關係網絡。」在這個空間內，所有的文字、人際關係、資料、財富與權力都是經由人們使用而產生的，虛擬社群的起源與網際網路的出現息息相關。許多學者認為，網際網路的普及和電腦中介傳播的影響，創造出許多虛擬的傳播社群，因為網際網路提供了一個論壇，人們可以在此自由的交換意見、參與討論，共有一些情感、思想和歷史的人們，可以不要面對面，即可形成一個社群。

社群是一群人因為地域或興趣的關係而聚集在一起。由此延伸，虛擬社群的定義也就相距不遠。[1]認為虛擬社群是一群人們藉由電子媒體相互溝通而形成一種新的社會現象，[2]認為虛擬社群是一種社會的集合體，它的發生來自於虛擬空間上有足夠的人、足夠的人們情感以及人際關係在網路上長期發展。[3]認為虛擬社群是一群具有相同特徵的人進行互動，社群中的成員會互相影響，這種影響就宛如他們彼此之間真正產生實際的互動一樣。虛擬社群為在網路空間中一個具有與人共同分享目標、具有穩定程序、可持續成長，並有忠誠及共識等的團體。

根據馬斯洛(Maslow)的需求理論來看虛擬社群，人生活的目的，除了求活著外，也同時希望在其所處的社會或社群中，獲得自身在該社群中的存在感或對該社群的認同感。因此，透過虛擬社群的幫忙，可以讓人們跨越不同地域的限制，去進行與其他人的互動與交流，進而獲得更多的自我認同感。

3.2 Web2.0 影響因素

網路虛擬社群是人們分享經驗、交換想法、建立人際的溝通管道，也是滿足人們交友、討論議題、資訊搜集與休閒娛樂的虛擬空間。在過去研究中指出，提出人們加入虛擬社群會受到四個因素的影響，分別是技術（Technological）、動機（Motivational）、任務（Task）與系統（System）因素。在其研究亦提到經營商業活動如網站書店與3C商店之關鍵因素為重視服務品質及貼心的售後服務、清楚簡易的流程及交易安全的交易等因素，會影響成員們參與的意願[4]。過去研究指出交易安全、資訊交流的豐富性、資訊搜尋的便利性、交易流程的流暢、溝通聯絡管道的完整性、秩序維護良好及網站的規模等關鍵因素亦會影響成員再次參與的動機[5]。

在「網路商機」一書中發現[6]，若要建構虛擬社群，需要具備以下要點才能使社群建置完成，獨特的宗旨、整合內容及通訊的能力、重視成員創作的內容、接觸競爭者和廠商機會、商業導向。而社群經營者是虛擬社群的主要促發者，他們對社群的熱情與關注，是促使成員在社群空間互動溝通與交流的重要原因。[7]曾提出社群經營者在促進討論與互動會因其主要角色和責任而進行專業分工，因此，優秀的社群經營者將能帶領社群的討論與參與，培養深厚的社群關係，會吸引更多的潛在會員發言與互動，且將充實社群獨特的討論內容，提高社群的吸引力與豐富社群資產及協助社群成員的發展。[8]認為在經營虛擬社群時有三項必要的資源：品牌、顧客關係以及社群內容。[9]針對美國Ford Mortor、About.com、Sun Microsystems 與Kaiser Permanente 等15個成功的虛擬社群進行研究，研究中歸納三個建立與經營虛擬社群的關鍵活動，包含會員發展、社群關係與資產管理。過去研究指出虛擬社群之激勵機制的執行，可以有效地鎖住成員參與社群[10]。而在過去研究中指出要提高社群成員的滿意度，則需營造一個彼此信任及相互了解的環境、致力於提升社群內的知識分享與提高社群的知識品質[11]。

[12]認為提高社群成員的參與，經營管理者在建置社群時需執行的三要素

為要有獨特及吸引成員之條件、必須塑造和諧互動與開放的環境及服務與系統需能持續增強成員的信任，才能增加成員停留在社群內的時間。

過去研究提出經營虛擬社群之九大要點，分別為社群的平台工具、社群的內容、社群的經營者、社群的義工、社群的討論、社群的規章與風格、社群的宣傳、社群的活動、以及其他經營議題[13]。[14]提出資訊科技的運用程度、成員間彼此的承諾、組織成員的權責分配、成員對組織的態度、成員的知名度、對成員的重視程度與創新的態度是經營的關鍵要素。[15]亦指出平台工具的運用、互動機制的設計、成員作品發表與宣傳及社群經營者的經營對社群經營具有關鍵影響力。[16]指出懂得經營的經營管理者與好版主是重要。在過去的研究提到[18]想要成功經營虛擬社群，最重要的關鍵即是人與人之間的互動，讓社群成員能夠針對有興趣的主題進行交流、溝通等[17]。

透過上述相關文獻之探討，可以得知虛擬社群之定義、特質及相關影響虛擬社群經營要點，由過去之文獻得知，尚未有研究者將影響網路虛擬社群關鍵因素所佔之權重逐項列出，因此本研究將以層級分析法分析探討其關鍵成功因素，茲將這些因素經過歸納整理後，以四項影響因素有技術、動機、任務、系統等因素為基礎構面且因社群之經營者亦會對虛擬社群有一定影響力，鑑於此將社群經營者構面加入，並融入各學者提出之各項經營要點，發展出本研究之初步層級構面與指標。

3.3 Web2.0 相關研究與討論

有些研究者認為虛擬社群相當同於真實社群，如 Baym 論證虛擬社群是個真實的實體，由其參與者賦予意義。[19]認為社群是一種存在於人際之間的網路式連帶，提供社會化、支持、資訊、歸屬感以及社會認同等功能，而網路科技僅是技術性的改變社會關係與社會結構的呈現，所以虛擬社群僅僅是社群因網路技術所創造出來的不同表現形式，其內涵仍與現實社群相同，都是社會性的關係網絡所建構而成的。虛擬空間對現有的生活提供了不同的生活方式，但並非取代真實生活，而是互相互補，對實際存在的虛擬空間，來重新定義虛擬空間的定義，根據定義可以視為虛擬空間為現在生活中的另一個面向。

[20]在論文中歸納出Armstrong 和Hagel的論點，分類出人類有四大基本需求：交易(transaction)、興趣(interest)、幻想(fantasy)和人際關係(relationship)，虛擬社群的形成即是為了滿足這些需求，簡介如下：

1. 交易型社群(Transaction Community)：社群內主要是登錄關於買賣方面的資訊，這種社群的成員在社群中可以參與買賣，或是請其他成員給予交易方面的意見。像很多使用者在進行線上交易決策之前，會利用網路收集相關資訊，因此，相關交易資訊提供者（例如：虛擬中間商、智慧型代理人等）也紛紛的出現。
- 2、興趣社群(Interest Community)：興趣社群主要是一群興趣相同的人在網路上成立某個網站或是討論室，讓他們甚至更多有相同興趣與愛好的人，可以透過這個虛擬社群來相互的討論與交流。例如：遊戲網站、產業論壇、運動娛樂等。這種社群是目前網路空間中最為普遍的模式，同時對社群來說也是最容易建構的模式。
- 3、幻想社群(Fantasy Community)：幻想社群可以提供使用者創造個人化的故事情節或一個新的環境。也由於網路具有匿名的功能，讓使用者透過匿名在虛構的網路世界中發揮其想像能力，可以隨心所欲扮演不同人

物角色、進行遊戲及線上交談，達到娛樂的目的。最好的例子就是網路線上遊戲。社群成員的真實身份在這類社群中並不重要，成員們所關心的是與人互動的過程。

4. 人際關係型社群(Relationship Community)：人生在各階段有不同生活經驗與遭遇，常常需要他人來一起分享或幫忙，而在交流的過程中會建立一些個人的、深刻的關係。虛擬社群為這些有著共同人生經驗的人提供了一個地方，讓他們能夠超越時空的限制而建立有意義的人際關係。例如：疾病論壇、男女交友園地、校友會網站等即是。

3.4 人類需求與虛擬社群之關係

[21]認為，遊戲的共同特性為：具有目標、規則、競爭性、挑戰性、安全性與娛樂性；[22]則認為電視遊樂器之所以大受歡迎的主要原因在於遊戲結果的不確定性與競爭性；而[23]把與玩遊戲相關的主題（themes）分為以下四種：進步（progress）、權力（power）、幻想（fantasy）、自我（self）。而[24]指出遠距連線遊戲的八項特質中，包括不同內在動機的存在、處在不同的時間單位、即時的相互作用、匿名性、對不同玩家能力挑戰的適應、玩家可變的數目、有幻想和公開的結局以及以玩家為中心的控制。

[25]認為唯有了解人們參與遊戲動機的構成特質，並根據這些構成特質來設計遊戲，才能真正提高使用者參與遊戲的動機。[26]將動機分成個人內在動機與群體內在動機；個人內在動機包括好奇心、挑戰性、控制力、幻想力，群體內在動機包括競爭性、合作、認知，詳細敘述如下：

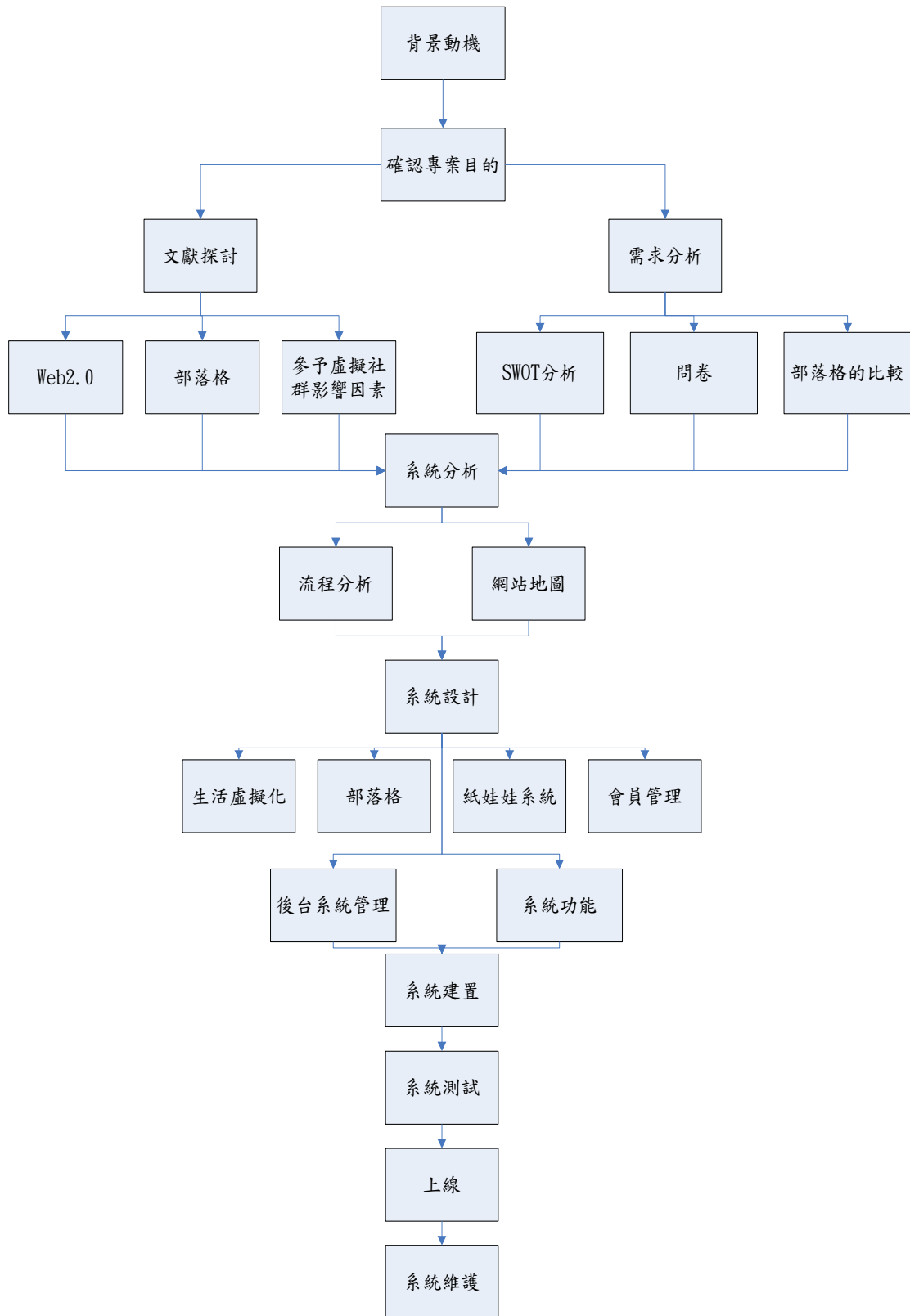
- ✚ 好奇心（curiosity）：好奇心是指對奇怪的、新奇的、不常見的事物在感官或認知上的滿足，例如影片常利用好奇心，像是動畫、音效、場景佈置、劇情發展過程等來吸引觀眾的好奇心。
- ✚ 控制力（autonomy/control）：控制力就是人的自由感或特權的滿足感，參與行為是由參與者自己的決定，而不是外在因素的強迫或獎勵。
- ✚ 挑戰性（competence）：尋找他人來比賽或挑戰困難的部份，太容易達成的就不具挑戰性了。
- ✚ 幻想力（fantasy）：在日常生活中無法實現的事，或無法看見的虛構圖像。
- ✚ 競爭性（competition）：當個人處於群體之中時，就會互相比較，有比較就會有競爭者的出現。
- ✚ 合作（cooperation）：在競爭的過程當中，當個人的能力不足時，可能會尋求他人的合作，以增加成功的機會。
- ✚ 認知（cognition）：在群體中會對自身的定位產生認知，也就是說，當

自身的努力被別人所認同時，就很容易產生成就感。

而在過去研究臺灣MUD使用者的使用動機、使用行為、滿足程度、遠距臨場感評價，及其之間的相關性[27]。研究結果發現四類MUD 使用動機，分別是我肯定、匿名陪伴、社會學習，以及逃避歸屬。此外，不同動機使用者在MUD進行的活動也不同，滿足的程度亦不同。[28]在台大BBS 站使用行為則提出社交、自我肯定、消遣娛樂、監督、工具性使用、匿名性六大參與動機。而[29]對虛擬社群的研究中則提出匿名、成就/歸屬、學習/資訊、社交/聯絡、工作需要、流行新奇六項動機；[30]將網際網路使用者加入虛擬社群的動機分為歸屬自我實現、增廣見聞、休閒娛樂/好奇、人際溝通及交換解決問題等五項動機。

第三章、系統研究方法

第一節 研究流程



第二節 研究方法（說明問卷內容、問卷回收彙總）

2.1 觀察

在我們的觀察規劃中指出現在社會上幾乎每個人都會使用到電腦，而且每天上網成為生活上必備的休閒活動，在以前傳統式部落格只有一些很簡便的功能，並不具備互動的功能，而現在由於時代的進步再加上資訊的發達，要求的功能也越來越多，那我們因為這些的觀察，為了解決現在使用者們的問題，而讓我們設計創新的 Web2.0 互動式部落格，不在讓使用者覺得無趣，而是可以長時間自己維護此部落格，以上這些問題也將會讓我們研究出更深層的目的。

2.2 問卷/訪問

1. 你(妳)是否有使用部落格(BLOG)的習慣

是 否 (勾選此項目請跳過2~3題)

2. 你/妳平常花多少時間在部落格上?

0~2小時 2~4小時 4~8小時 8小時以上

3. 你/妳平常最常去的部落格是?

無名小站 奇摩部落格 天空部落格 痞客邦 愛情公寓

其他.....

4. 你/妳最常用的部落格功能是?

網誌 相簿 留言板 影音 其他.....

5. 你/妳最常使用網誌的編輯介面是?

html 語法編輯 所見即所視的介面 文字介面 其他.....

6. 你/妳覺得網路上部落格的相簿功能是否完善,較便於使用者操作?

是 否

7. 你/妳是否覺得部落格是否需要影音功能?

是 否

8. 你/妳覺得網路上的部落格還需要哪些功能?

小屋佈置功能 虛擬遊戲角色 線上即時對談 其他.....

9. 你/妳是否覺得網路上的部落格功能過於繁雜且不易上手有些功能甚至用不到

是 否

10. 你/妳是否覺得部落格的功能應該簡單明瞭且容易上手?

是 否

性別: 男 女

年齡層: 10~14 15~18 19~23 23~27 30 以上

職業: 學生 上班族 菜籃族(家管) 自由業

【感謝您花時間填寫,再次感謝!】

第三節 SWOT 分析


SWOT 分析	
Strengths：優勢	Weaknesses：劣勢
互動性高 小屋佈置功能 線上即時交談 網頁虛擬角色	部落格功能已定型 部落格相似度過高 部落格操作不易上手
Opportunities：機會	Threats：威脅
虛擬社群將為趨勢 特殊客群以創造商機	易於模仿及抄襲 部落格市場飽和 客群拉攏不容易

第四節 Web1.0 與 Web2.0 的差異

	Web 1.0	Web 2.0
入口網站	由網路編輯人工放在首篩選合適的內容和服務，頁上，提供給網友點選使用。	系統自動偵測當天最多網友點閱的影音文章和最熱們的網路服務，自動呈現在首頁上。
個人網站	使用者需要先學會複雜的網頁編寫語言才能製作個人網站，而且不容易互動和共享內容。	利用既有的簡易介面，就能設計出個人化的部落格，並提供串連和留言彼此互動。
廣告	利用 Flah 動畫等形式呈現橫幅式廣告，並放在網頁顯著位置，吸引網友點閱。	系統自動依照網友文章內容，搜尋出關鍵字，並依照該關鍵字成係關聯是廣告。
影音	由專業的影片和唱片公司製作影音，提供部分片段上傳至網路上供人觀賞。	每個人都是電影導演或歌星上傳自製影音作品。只要有人喜歡，就可以迅速打開知名度。

第五節 部落格的差異

	
優 點	缺 點
<p>Xuite 日誌除了沒有廣告宣傳之外在操作上非常之方便、簡單且容易上手，在介面部份顯示的非常之清楚，讓畫面看起來簡單大方，而 CSS 功能可依自己喜好而隨時修改，具有預覽功能，如果您的網路是中華電信之 ADSL 使用者那麼容量與使用功能會更大。</p>	<p>Xuite 日誌有個非常不好的缺點就是不能鎖上單篇文章，只能鎖住整份所有文章，也在上傳容量上有所限制，若有超過必須要修改之前文章，非常不方便，再加上日誌只能使用內建幾版，沒有特色化，以上種種顯現出此部落格並沒有互動及操作人性化。</p>

	
優 點	缺 點
<p>MiNi World 迷你窩在人物畫面上走可愛風且正符合現今主要潮流風格，加上背景畫面可隨意搭配可以不用網站所給的內建版面，互動性高，標題標籤可隨意變換，不一定是制式文件，內有搭配寵物可以代表自己，寵物可以升級、擁有技能，將部落格融入製遊戲中。</p>	<p>MiNi World 迷你窩極大的缺點應該就是功能非常之繁雜，操作使用上非常不容易，畫面雖然花俏有形，但整體看起來相當吃力，感覺不是很好，而有部分必須要安裝 FLASH 套件，否則下面部份功能不能使用，且寵物角色過於單調，表情呆板，不夠生動。</p>



優點	缺點
<p>無名小站在跟 Yahoo 合作後，大大提升了 blog 的品牌，也讓現在市面上的佔有率是排名第一，且現在無名加入新功能「尋找好友」，將可以連接到許多網頁，甚至是朋友的朋友都可以搜尋到，因此會員將以倍數成長。</p>	<p>無名小站就因為佔有率為第一，也讓駭客有興趣想要攻擊，導致個人資料外洩，且相簿功能不盡完全只要利用窮舉法即可破解相簿密碼，且此破解法將讓密碼功能失去作用，在加上無名本身並沒有自行開發上傳程式。</p>



優點	缺點
<p>天空部落格在容量上給予極大空間且無須付費，相簿方面有封面設計及相片編輯功能，圖片的排版可自由擺放，可依照個人的喜好來佈置，可節省網誌多開所造成雜亂的情形，並且可以保留下重要的訊息。</p>	<p>天空部落格的系統非常不穩定，相片上傳會掉圖，版面樣式較少，並沒有多種選擇性，再加上缺乏相簿之上傳軟體，且此軟體並沒有維修之人員。</p>

結論：

功能	My Life	Xuite 日誌	MiNi World	無名小站	天空部落格
網誌	○	○	○	○	○
相簿	○	○	○	○	○
好友	○	○	○	○	○
名片	○	○	○	○	○
留言板	○	○	○	○	○
上傳器	○	○	×	○	○
需付費	×	×	×	○	×
無限空間	○	×	×	○	○
尋找朋友	○	×	×	○	×
紙娃娃系統	○	×	×	×	×

第四章 預期研究成果

第一節 系統功能

介面內包含了個人資料、上傳日誌、照片、各種影音檔、更換主題背景。

互動功能內包含了線上即時交談、SKYPE、視訊對談。

其他功能內包含了紙娃娃系統及可翻轉立體物件。

第二節 系統特色

我們以小屋為系統的主結構，讓畫面顯現出可愛又不失風趣，讓現在的年輕人可以喜歡上此系統，小屋的主要畫面上有例如：會員的登入、版主資料等等...

我們的小屋以自己的生活為主，裡面添加了許多內建功能，介面為可翻轉立體材質，加上可隱藏性之功能，來襯托出整個小屋的特色。

第三節 使用對象

我們使用對象為一般大眾，包含學生、上班族或是一些使用到網際網路的人，直接針對經常使用部落格的社群或族群或是有興趣的玩家，給他們有別於不同市面上部落格使用方式與介面。

第四節 使用環境

Windows 作業系統

Internet Explorer

Flash player

第五節 開發工具

配備	
硬體	軟體
CPU: 雙核心 2.13G 記憶體: 2G 硬碟: 80G	Adobe Dreamweaver CS3 Adobe Illustrator CS3 <u>Adobe Photoshop CS3</u> SQL 2005 SEVER 3DS-MAX Flash Apache

第六節 系統平台架構

Windows 作業系統

Apache 伺服器

MySQL 資料庫

PHP 網頁語法

第七節 系統雛型畫面

第五章 結論

第一節 預期研究效益

隨著現今網路部落格網站日趨漸多，各部落格網站競爭力相對大大提高。

各網站無不使出渾身解數吸引更多客群。

由上所述，所以本網站冀望以新介面、新功能，以提高互動性與便利性。

並且藉此吸引其他族群網路使用者，吸引更多客群，創造出更大網路商機

第二節 預期研究限制

本研究主要受到限制如下：

(1)時間不足：

因為二技學制的的學程時間不足，許多進度將無法在很充裕的時間內完成，故無法呈現最完美的一面。

(2)設備不夠：

因為設備不情況下，將引響到工作進度，如果設備發生故障，無法進行運作，會導致使用及操作上的不便。

第六章 分工執掌和進度表

第一節 分工執掌

主要 編號	主要工作項目	主要成員姓名						機動成員姓名					
		鄭 浩 宗	吳 建 霖	陳 沂 霖	許 依 潔	陳 俊 錡	林 書 弘	鄭 浩 宗	吳 建 霖	陳 沂 霖	許 依 潔	陳 俊 錡	林 書 弘
1	專案起草	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
1.1	尋找小組成員	✓		✓	✓				✓			✓	✓
1.2	專題名稱命名	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
1.3	分析技術可行性	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2	蒐集資料	✓	✓				✓			✓	✓	✓	
2.1	素材蒐集			✓	✓		✓	✓	✓			✓	
2.2	程式資料相關搜尋	✓	✓			✓	✓			✓	✓		
3	文件撰寫	✓		✓		✓	✓		✓		✓		
3.1	企畫書撰寫			✓	✓			✓	✓			✓	✓
3.2	需求規格書			✓	✓			✓	✓			✓	✓
3.3	系統設計書	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
4	系統規劃		✓		✓			✓		✓		✓	✓
4.1	架構設計	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
4.2	系統架構、流程圖			✓	✓			✓	✓			✓	✓
5	程式撰寫	✓		✓		✓	✓		✓		✓		
5.1	功能撰寫	✓	✓				✓			✓	✓	✓	
5.2	資料庫連結	✓				✓	✓		✓	✓	✓		
6	測試與維護	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
6.1	系統整合	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
6.2	系統維護	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

第二節 進度表

主要 編號	主要工作項目	預定 完成日	實際 完成日
1	專案起草	3/10	3/19
2	蒐集資料	6/10	
3	文件撰寫	4/10	
4	需求分析	5/10	
5	系統規劃	6/15	
6	程式撰寫	10/15	
7	測試與維護	11/26	

第三節 甘特圖

主題名稱	開始時間	完成時間	工作期間										
			3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月		
確認主題	2008/3/10	2008/3/19	■										
資料收集	2008/3/19	2008/4/18		■	■								
計畫書撰寫	2008/4/21	2008/6/20			■	■	■						
資料庫分析	2008/6/23	2008/8/21					■	■	■				
程式分析	2008/8/22	2008/10/21							■	■	■		
程式設計	2008/9/22	2008/11/28								■	■	■	
介面美化	2008/10/1	2008/11/28								■	■	■	
系統整合	2008/7/30	2008/11/28						■	■	■	■	■	
系統測試	2008/9/22	2008/11/28								■	■	■	
系統維護	2008/10/1	2008/11/28								■	■	■	

參考文獻

- [1]Romm, Celia, Nava Pliskin, and Rodney Clarke (1997), Virtual Communities and Society: Toward an Integrative Three Phase Model, International Journal of Information Management, Vol. 17, No. 4, 261-270.
- [2]Rheingold Howard., "Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier.," Reading, Mass.: Addison-Wesley, 1993.
- [3]Will Hill, Larry Stead, Mark Rosenstein and George Furnas, "Recommending And Evaluating Choices In A Virtual Community Of Use," http://www.acm.org/sigchi/chi95/proceedings/papers/wch_bdy.htm, 1995.
- [4]楊堤雅(2000), 網際網路虛擬社群成員之角色與溝通互動之探討, 國立中正大學企業管理研究所碩士論文。
- [5]翁兆霖(2003), 台灣網路關鍵成功因素之研究-以消費者之觀點, 國立臺灣大學國際企業學研究所碩士論文。
- [6]朱道凱譯 Hagel III, John & Armstrong, Arthur G. (1997), 網路商機, 麥田出版社。
- [7]Por, G. (1997b)Facilitation:TheCoILFAQonRolesandResponsibilities Available:<http://www.co-i-l.com/coil/knowledge-garden/vcfaq/facfaq1.shtml> Renga(<http://www.renga.com/index.htm>)
- [8]Armstrong, Arthur and John Hagel (1996) , "The Real Value of On-Line Communities", in Harvard Busienss Review, p.134-141
- [9]Williams, R. & Cothrel, J.(2000) . Four smart ways to run online community. Sloan Management Review, 41(4) , 81-91.
- [10]黃剛銘(2003), 虛擬社群激勵機制之研究, 南華大學管理研究所碩士論文。
- [11]詹佳琪(2001), 虛擬社群成員滿意度及其相關因素之研究, 高雄第一科技大學資訊管理系碩士論文。
- [12]黃卉怡(2002), 影響網際網路虛擬社群成員間信任取得之因素, 國立中正大學資訊管理碩士論文。
- [13]黃姿郡(2002), 虛擬社群成員價值與報酬機制, 國立中正大學資訊管理學系碩士論文。
- [14]吳忠衛(2000), 虛擬組織關鍵成功因素之研究, 銘傳大學管理科學研究所。
- [15]林稚蓉(2004), 社群經營應用於網路集體創作之研究, 國立臺灣藝術大學多媒體動畫藝術研究所碩士論文。
- [16]汪亦翔(2000), 虛擬社群社團版主特質對內容吸引力的影響~以 CityFamily 網路同學會為例, 國

立中山大學企業管理學系研究所碩士論文。

[17]張瑞麟(2002)，虛擬社群強化社群成員歸屬感之研究，雲林科技大學企業管理系碩士班碩士論文。

[18]夏載(2000)，龍捲風科技(TORNADO)總經理趙國仁剖析企業經營虛擬社群的成功關鍵因素與障礙，eBusiness Executive Report 電子化企業經理人報告，第12期，第66-71頁。

[19]黃冠穎(2000)，「網路虛擬社群對商業性機制進入之態度與認知研究—以網路同學會(Cityfamily)社群網站為例」，「2000年網路與社會研討會」論文

[20]江姿慧，「使用者參與虛擬社群之行為研究」，國立台灣科技大學/資訊管理系，碩士論文

[21] Alessi, S. M. & Trollip, S. R., Computer-based instruction: Methods and development, NJ: Prentice-Hall, 1985.

[22] Reynolds, A. J. W. "Evaluation of a design for an educational computer game : learning outcome and attitude reponse." New Maxico, 1987.

[23] Rieber, L. P. "Seriously considering play : Designing interactive learning environments based on the blending of microwords" Educational technology research and development, vol. 44, no. 2, 1996, pp. 43-48.

[24] Elaine M. Raybourn, "COMPUTER GAME DESIGN: NEW DIRECTIONS FOR INTERCULTURAL SIMULATION GAME DESIGNERS" Department of Communication & Journalism, University of New Mexico in Developments in Business Simulation and Experiential Exercises, vol. 24, 1997.

[25]沈吉育(1997)，「全球資訊網上的多人情境學習遊戲」，國立中央大學資訊工程研究所碩士論文。

[26] Lepper, M. R. & Malone, T. W. Making Learning Fun : A Taxonomy of Intrinsic Motivations for Learning , vol. 3, N. J. : Lawrence Erlbaum Assoc., 1987, pp225-254.

[27]許晉龍(1999)。「虛擬社群之研究」，國立台灣科技大學管理研究所碩士論文。

[28]蔡珮(1995)，「電子佈告欄使用行為與社會臨場感研究：以台大計中BBS站為例」，國立交通大學傳播研究所碩士論文。

[29]廖元禎(1998)，「虛擬社群創新採用行為及其相關因素之研究」，國立政治大學企業管理研究所碩士論文。

[30]張紹勳(1998)，「網路使用者參與虛擬社區動機、滿意度、及臨場感之研究」。第四屆國際資訊管理研究暨實務研討會