

網路社群與幸福感之相關研究-以Facebook為例

劉熒潔 劉嘉珮 王筠雅
朝陽科技大學資管系副 朝陽科技大學資管系 朝陽科技大學資管系
教授 學生 學生
allanliu@cyut.edu.tw s9814046@cyut.edu.tw s9814028@cyut.edu.tw

摘要

本研究主要為探討當網友們在使用 Facebook 時，是否會影響幸福感，本研究採用問卷調查法，以網路問卷發放，樣本回收為 200 人，進而探討使用 Facebook 的哪中功能可以影響幸福感，而研究結果發現，Facebook 之工具性皆對幸福感之三個面向有顯著的影響，Facebook 之訊息性對於幸福感之生活滿意也有顯著的影響。

關鍵詞：網路社群、幸福感、Facebook。

Abstract

In this study is to investigate when net friends use Facebook, would affect the well-being, the study adopted questionnaire survey. The results found Facebook's tools have a significant impact on both the well-being of the Three Faces, Facebook also have a significant impact on the message resistance for the happiness of life satisfaction.

Keywords: Internet community、happiness、Facebook.

1. 介紹

曾幾何時網路已經深深地影響了我們的生活，在網路中人們可以認識新朋友，維持舊朋友的關係，也可以在網路上與陌生人吐露心事、發洩心情，因此參與網路社群已經變成許多人每天必須的活動之一。以 Facebook 為例，根據 Socialbakers 的調查 [44]，目前全球 Facebook 使用者約為 960,899,340 人，而台灣的使用者則超過 1300 萬人(統計至 2012/11/06)。Facebook 使用者有 58.10% 每天都要使用，而且有 21.9% 的使用者每天使用超過 3 小時，因此 Facebook 似乎成了大多數網友生活中必做的事情 [45]。

幸福感在最近經濟不景氣的時代受到相當多的討論，甚至各國都開始研究國民所感受的幸福感。近年來許多學者對於幸福都有不同角度的探討，針對不同的外在因素或內在因素來對幸福感加以論述，企圖從不同的觀點中探討幸福感與周邊環境的關聯性。基本上每個人所擁有的幸福感高低，往往是一種主觀的評估，亦即個人在日常生活中，實際體驗到的主觀感受，抑或者是對生活整體的滿意與愉悅程度，其內心感受的好壞，取決於個人的主觀認知，如人格特質、生活狀況等，這些因素進而影響到心理感受到的幸福感程度。

網路社群提供了許多可尋求社會支持的平台，包括 MSN、Facebook、Plurk、BBS 與各論壇網站等，其中又以 Facebook 最受歡迎。使用者可在版中貼文，尋求協助並等候他人的貼文回應來得到心裡或是實質的支持。不同於面對面社會支持，這種以文字為主、非同步、透過 CMC 所形成的社會支持團體是所謂的「弱連帶網絡」(weak-tie networks)。網路中的社會支持改變了傳統面對面實際與他人互動的社會支持面向，不必與他人面對面接觸溝通，便可從中獲得社會支持，因此現今許多人，願意花更多的時間參與社群網站，而也有研究指出個人上網的時間越長，會感受到的社會支持也就越多 [37]。

由於人們花在網路社群的時間越來越長，參與網路社群是否能夠提升人們的幸福感變成一個重要的課題，如果能夠瞭解網路社群與幸福感之間的關係，透過改進網路社群系統，提供更契合的功能來增進人們的幸福感，也能夠發揮網路社群促進社會和諧之力。本研究以社會支持的觀點來探討使用者在 Facebook 中所感受的幸福感，進而探討如何改進 Facebook 的功能，以增進使用者的幸

福感。

2. 文獻探討

2.1 幸福感定義

與幸福感相關的名詞有幸福(happiness)、安適(well-being)、主觀安適(subjective well-being)、心理安適(psychological well-being)與生活滿意(life satisfaction)等，下表彙整有關幸福感的定義。

表1 幸福感之定義

No	定義	學者
1	幸福感主要是來自於個人需求的滿足，只有在需求滿足時，才會感到幸福，若是需求長期無法得到滿足，個體就會有不幸福感。	[7]; [21]
2	幸福是個體一生努力追求的方向及目標，個人之目標達成與否是影響幸福感之關鍵因素。	[3]; [34]
3	人類主動地且專注地參與活動的過程，幸福是活動的副產品，而非活動的結果。	[18]; [28]
4	人格應是預測幸福感最強有力且一致的關鍵，不同的人格特質，會影響個人看待事物的不同心態，進而影響個體引發不同的行為，產生不同的處理態度，感受不同程度的幸福感。	[22]; [13]; [7]
5	當認知系統有正向偏誤的情形產生時，個人較會以正向的認知角度來看待事情時，並以正向的態度來解釋事情，也較能產生幸福感。	[28]; [22]; [17]; [8]; [13]; [16]
6	大部分時間中，因受到人格特質因素的影響，幸福感會呈現穩定平衡，但是發生特別或不同於過往經驗的生活事件時，便會影響幸福感的動力平衡，使個人幸福感產生改	[30]; [13]; [10]; [7]

變。

7	個體的幸福感來自目前自己實際的生活狀況與個體所建構的目標相比較後的結果，所以幸福是相對比較後之結果，此比較之標準會隨情境改變，且由自己所選取建構，若面臨事件比參照標準好時，就會產生幸福；反之就會有不幸福的感覺。	[17]; [8]; [29]; [41]
8	此比較之參照標準是他人，因此幸福感是來自與他人比較後所得的結果，他人可以是家人、朋友，甚至不認識的人，但大部分人都會選擇與自己社經地位相近的人為比較參照標準。	[7]; [28]; [24]
9	為適應理論的修正。每個人對生活事件有一平均的容忍範圍，超出個人容忍範圍才會覺得幸福或不幸福。其參照標準來自過去的生活經驗，但這標準會隨著事件的發生，不斷地改變修正。	[2]; [7]; [28]
10	此參照標準為理想與期望。理想是指個體所希望達成的最佳境界，也就是個人依據過去生活經驗所設定的理想目標。	[7]; [17]
11	認為個人會用許多不同的標準，將自己與他人、過去與現在、理想中的滿意水準、需求或設定的目標等加以比較，這些差距訊息會交互影響，決定個人的滿足感。	[33]; [18]; [17]; [2]; [7]

由上表可知，從1984至2004年之間的幸福感，皆無太大的不同，大致上的幸福感皆是達到某種目標或標準時，便能夠使其幸福感上升。從以上文獻中，我們將幸福感之定義歸納為四類：

A. 『情緒層面』的幸福感：

此層面認為的幸福感是一種單純的情緒性反應，來自於生活中正向情緒與負向情緒的總和，尤其著重在正向情緒的反應。Veenhoven[42]強調幸福感應該是個人對於生活的喜歡程度，幸福感是一種正向的情緒反應，可以透過正向情緒及負向情緒來推論分析幸福感的高低。

B. 『認知層面』的幸福感：

此層面認為的幸福感是一種對生活進行整體性認知評估所得到的結果。Dinner [28]強調個人認知對幸福感的影響，並認為幸福感為一種對生活評估的結果，因此生活滿意度可代表個人對生活整體層面的評價，透過生活整體的評估後，便可反應個人幸福感的高低。

C. 『情緒及認知層面』的幸福感：

此層面綜合與折衷上述兩種觀點，認為幸福感應該是在情緒語認知兩層面總評價後所得知的結果。

D. 『身心健康』的幸福感：

此層面認為的幸福感是一種近似於身心健康狀態，並以心理健康的測量來代表個體的幸福感。

綜合以上定義，本研究認為在網路社群中的幸福感是結合了人們的情緒、認知與身心健康的一種主觀評價。也就是使用者在網路社群中與其他網友互動中的行為能夠提升其在情緒、生活整體的評價以及身心健康的正向良好感覺。

2.2 幸福感相關理論介紹

「幸福」是一個抽象的字眼，也是人類生活中不可或缺的原動力，從追求幸福的過程中人們可更了解自己，也了解自己存在的意義[4]。但因時代變遷以及文化價值觀的不同，對幸福感的哲學觀就有不同的詮釋，近代社會科學為幸福感帶入許多不同於哲學層面的觀點。以下介紹幾個有名的理論。

A. 需求滿足理論 (Need Satisfaction Theory)

此派學者認為需求滿足理論的觀點是強調事件滿足後所產生的影響，唯有需求滿足時，個體才會感到幸福。類似心裡分析理

論的壓力釋放概念，指讓個體的生理、智能與情緒上達到放鬆和滿足。包括：生活的滿足、性與自我的愉悅、愛與家庭，需求滿足理論其又包含了目標理論、苦樂交雜理論與活動理論三個。

B. 判斷理論

此派學者認為幸福是一種相對、比較後所得到的結果，其基本假設的有三點：(a)幸福感比較的標準會隨情境而產生改變；(b)幸福感是來自於比較後所產生的結果；(c)此標準是由個體自己所選取建構的[41][29]。

C. 人格理論 (Personality Theory)

此派學者由個體特質的觀點和認知方式來解釋幸福感產生之原因。其強調人格為預測幸福感的關鍵，不同的人格特質，會影響個人看待事物的不同心態，進而影響引發個體不同的行為，產生不同的處理態度，感受不同程度的幸福感[22][13][7]。

D. 動力平衡理論

此派學者認為幸福感在大部分時間中，因受到人格特質因素的影響，而呈現穩定平衡的狀態，然而當生活中發生特別或不同於過往經驗的事件時，個人幸福感將隨之改變[30][13]。因此幸福感的獲得，除了受到穩定的人格因素影響外，亦受到生活事件的影響。在幸福感來源與相關因素之探討研究中發現，在心理社會因子變項部分，包含外向人格、神經質人格、給予社會支持、接受社會支持、主觀心理健康等所有的變項都與幸福感具有顯著相關。在外向人格部分，這驗證了研究假設中所認為外向人格特質越高，幸福感越高；接受社會支持越多，幸福感越高的假設；神經質人格越高，幸福感越低。

E. 社會支持理論

Caplan[25]認為社會支持是個體與團體或其他人之間的互動關係，有助於面對挑戰、壓力及困難，並可調整個體適應環境的能力。House[32]認為社會支持是人際間的交流活動，從這個交流中可獲得：(a)感情的藉慰；(b)物質資源的互通；(c)提高評價；(d)知識資訊的交換。邱瓊慧[11]提出從互動的過程、互動的主體和互動的內容來看社會支持。其認為社會支持是個體透過互動，提供初級團體中的成員各種情緒性或實質性的

支持，尤其在壓力的情境下，更能滿足個體的需求或增進其適應能力。

綜合上述，本研究採用社會支持理論來作為影響幸福感的變項。單小琳[19]認為社會支持包含『社會』和『支持』兩個概念，社會是個人所處的社會環境，支持則指情感和工作的支援活動，本研究中的『社會』指的是『網路社群』，而『支持』乃是來自網友們所提供的工具性、情緒性及訊息性的支持活動。

2.3 社會支持理論

有關社會支持的相關研究方面，許多的研究皆指出社會支持與生活適應之間具有顯著的正相關[1][20]。而國外學者[26][31][38]將社會支持的功能分為『直接效果』與『緩衝效果』。直接效果(direct effect)：指的是能夠直接提升個人的身心健康，滿足個人心理上的重要需求，例如：愛與隸屬之需求、安全需求及自尊需求。在社會支持的直接效果下，個體持續處於正向經驗的環境中，所以使個體產生正向情感，認為個體對於環境具有可控制感及預測能力，並且會產生自我價值感。緩衝效果(buffering effect)：扮演著中介緩衝的角色，個體處在壓力的狀態下，藉由社會支持的協助，以緩衝壓力情境中的人們的心理壓力、間接的幫助處理壓力中的人們增進心理健康與生活適應[15][31][36]。此外，個體在知覺壓力事件來臨時，若有人能夠適時提供其必要的資源與協助，則會提高個體處理問題之自信心，並增加其因應之能力。

Shumaker & Brownell [38]更進一步說明，直接效果的發揮在於滿足個人的親密需求，提升並維持個人的自我價值與個人的自尊。而緩衝效果的發揮則主要是作為因應壓力所需要的訊息與資源。

A. 社會支持的分類

Cutrona [27]提出社會支持的六個面向：(1)情緒支持：在壓力期間向他人尋求安慰安全感的能力使個人覺得自己是被他人照顧的；(2)社會整合或網路支持：個人覺得自己是團體中的一份子，團體中的成員在共興趣，故使得個人得以參加各種不同形式的

社交或休閒活動；(3)尊重支持：藉由他人的援助，使個人產生有能力或自我尊重的感覺；(4)實質幫助：具體或工具協助，給予壓力情境中的個人必需的資源；(5)資訊(訊息)支持：給予個人可能解決問題方案的建議或指導；(6)給予別人支持：提供養育的機會，因為個人需要感覺到自己是被他人需要的[23]。Shumaker et al. [38]，將社會支持分為三大類，分別為『工具性支持(instrumental support)』、『訊息性支持(informational support)』、『情緒性支持(emotional support)』及三種類型。本研究著重在網路社群環境的社會支持，認為後者較為符合，說明如下：

- 『工具性支持(instrumental support)』：意指直接給予個人支持，提供實際行動，並幫助其解決問題，如提供金錢、衣服、食物、就業機會以及日常生活上的照顧等。在網路社群中是指網友們所提供的生活上的資訊以及協助，例如：哪家銀行定存匯率較高，哪家店正在大特價等。
- 『訊息性支持(informational support)』：指幫助個人面對困難情境，以及改善環境，如給予忠告、建議及指示、問題解決、意見溝通與知識訊息之分享等。在網路社群中是指網友們給予的重大問題的解決方案，例如：轉職、搬家、結婚等的建議。
- 『情緒性支持(emotional support)』：主要以心理層面為主，幫助個人壓力上的緩衝以及生活上的適應，如給予安慰、關懷、了解、歸屬感、同情、信任感、鼓勵、尊重以及傾聽等。在網路社群中是指網友們所提供心理層面的安慰，例如：失戀或工作上的不順遂時，網友給予心理層面上的同情與撫慰。

3. 研究方法

本章主要探討研究中所採取的方法與步驟，主要的內容分別為，本研究之研究架構、研究假設、研究對象及研究工具等四節。

3.1 研究模型與假設

過去中的社會支持研究多半與個人心理與健康連結，如社會支持如何降低壓力，

並促成個體的美滿與幸福[35]，一些有關社會支持於虛擬世界的研究也顯示利用網路溝通可提供有意義的社會支持，並降低人們對生活之壓力感與憂鬱[37][39][43][40]。因此本研究假設網路社群中所產生的社會支持會對網路社群使用者的幸福感有正面影響。

社會支持的變數依據Shumaker et al. [38]的研究分為三大類，分別為『工具性支持(instrumental support)』、『情緒性支持(emotional support)』及『訊息性支持(informational support)』，幸福感的變項則由文獻探討歸納為分類為身心健康、自我肯定以及生活滿意三項。

本研究為社群網站 Facebook 之社會支持與其幸福感的關係探討，故根據研究目的與相關文獻探討，建立本研究之架構模型圖，如圖 1：

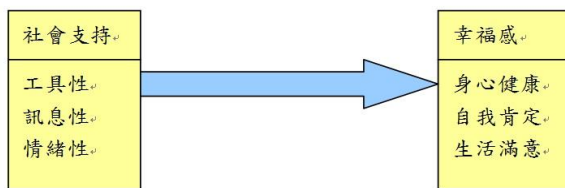


圖 1 研究模型

本研究將幸福感分為三種類型，分別為『身心健康』、『自我肯定』及『生活滿意』三種類型，表 2。

表 2 幸福感類別

幸福感類型	內容
身心健康	指個人近期心理狀態是否良好，如個人最近是否心情低落或感到喜悅等。
自我肯定	指個人對於受到自我或他人的肯定，如完成一件事情，獲得老闆的讚賞，個人達到自我訂定的目標等。
生活滿意	指個人對於自我生活的評估，如生活十分快樂美滿，與他人相處也很和樂等。

根據上述研究架構，本研究提出研究假設如下：

- 假設 1：社會支持『工具性』對幸福感『身心健康』有正向影響。
- 假設 2：社會支持『工具性』對幸福感『自我肯定』有正向影響。
- 假設 3：社會支持『工具性』對幸福感『生活滿意』有正向影響。
- 假設 4：社會支持『訊息性』對幸福感『身心健康』有正向影響。
- 假設 5：社會支持『訊息性』對幸福感『自我肯定』有正向影響。
- 假設 6：社會支持『訊息性』對幸福感『生活滿意』有正向影響。
- 假設 7：社會支持『情緒性』對幸福感『身心健康』有正向影響。
- 假設 8：社會支持『情緒性』對幸福感『自我肯定』有正向影響。
- 假設 9：社會支持『情緒性』對幸福感『生活滿意』有正向影響。

4. 研究對象

本研究以 Facebook 使用者為研究對象，進行問卷調查法蒐集資料。

4.1 預試樣本

在進行正式樣本問卷調查之前，本研究先抽取某大學學生為樣本。以紙本的方式發放問卷，樣本數為 52 人，扣除無效問卷，計有效樣本數為 50 人(男 37 名，女 13 名)，有效問卷之比率為 96.15%，如表 5-4。在預試樣本發放時，有同學們反應問題題項有點多，因此研究者經過統計軟體分析後，將題目刪減並稍做修改後，共有正式題目 35 題。

4.2 正式樣本

本研究的母群體為台灣地區的 Facebook 使用者，問卷發放方式是使用網路問卷 my3q，由於其具有成本低、避免填答者漏答造成遺漏值等等優點，問卷訊息透過 Facebook 的社群發送出去，並請朋友轉發，本研究並提供禮券抽獎以提高填達率，問卷發放其間為 1 個月，共有 206 人填寫問卷，扣除無效問卷後有效問卷數為 200，比率為 97.09%。

4.3 問卷

本研究問卷所採用的主要內容分為三部份『幸福感量表』、『社會支持量表』以及『個人使用 Facebook 之基本資料』等量尺。問卷內容除了最後一部份『個人使用 Facebook 之基本資料』外，其餘各量表皆參考自國內學者於學術研究中發展使用之量表，前兩者茲分別說明如下：

A. 幸福感量表

本研究採用姚又仁[12]等人，所編製之『幸福感量表』來測量受試者的幸福感。

本問卷為測量個人對目前身心健康、生活滿意及，自我肯定的感受，每項各五題。問項衡量採用李克特七點尺度量表，範圍從非常不同意(1)到非常同意(7)來計分，得分愈高，幸福感越佳。

B. 社會支持量表

社會支持量表是參考國內研究者李欣瑩[5]、徐靜芬[14]、李金治[6]以及屈寧英[9]等人之『社會支持量表』中的『工具性支持』、『情緒性支持』與『訊息性支持』分量表修改編制而成。本問卷為測量個人使用 Facebook 所感受的社會支持，此量表共有 15 題，其中測量工具性、訊息性，情緒性各五題。問項衡量採用李克特七點尺度量表，範圍從非常不同意(1)到非常同意(7)來計分，得分愈高，獲得社會支持的感受越佳。

5. 研究結果與討論

5.1 樣本資料

200 個樣本資料的特性如下表，男女各半，多在 20 至 25 歲，大部分住在中部，每天使用 Facebook 的時間為 1 小時至 5 小時，使用 Facebook 的時間約為 1~3 年。

表 3 正式樣本人數分配表

樣本特性	樣本數	百分比
性別	男	100 50.0%
	女	100 50.0%
年齡	19 歲以下	21 10.5%
	20 歲至 25 歲	172 86.0%

	26 歲至 30 歲	3	1.5%
	31 歲至 35 歲	3	1.5%
	36 歲至 40 歲	0	0.0%
	40 歲以上	1	0.5%
請問您的戶籍地為?	北部	30	15.0%
	中部	148	74.0%
	南部	19	9.5%
	東部	3	1.5%
請問您的感情狀況?	單身	130	65.0%
	穩定交往中	66	33.0%
	已婚	4	2.0%
請問您平均每日使用 Facebook 的時間為多久?	未滿 1 小時	5	2.5%
	1 至 3 小時	59	29.5%
	3 至 5 小時	66	33.0%
	5 至 7 小時	43	21.5%
	7 至 9 小時	13	6.5%
	9 小時以上	14	7.0%
已使用 Facebook 的時間?	未滿 1 年	8	4.0%
	1 年以上至 2 年	70	35.0%
	2 年以上至 3 年	83	41.5%
	3 年以上至 4 年	30	15.0%
	4 年以上至 5 年	6	3.0%
	5 年以上至 6 年	3	1.5%
	6 年以上至 7 年	0	0.0%
	7 年以上至 8 年	0	0.0%
	8 年以上	0	0.0%

5.2 問卷信效度分析

問卷信度分析如下表，Cronbach's α 皆

大於 0.8 可知問卷具有相當的信度。

訊息性 .937
情緒性 .848

表 4 幸福感量表與社會支持量表各向度 Cronbach's α 值

構面	Cronbach's α
身心健康	.907
自我肯定	.895
生活滿意	.872
工具性	.913

5.3 幸福感與社會支持之因素分析

幸福感量表與社會支持量表：依據問卷各題，進行主成分分析，依據陡坡圖檢定各抽取三個因素，進行 Equamax 旋轉法，因素分析結果如表 5。

表 5 幸福感與社會支持之因素分析

幸福感與社會支持之題號	因素					
	1	2	3	4	5	6
PMH1	.378	.100	.250	.576	.292	.160
PMH2	.463	.058	.249	.599	.264	.061
PMH3	.432	.146	.216	.662	.260	-.021
PMH4	.387	.254	.073	.674	.258	.075
PMH5	.490	.114	.135	.583	.222	-.068
CFM1	.670	.127	.176	.395	.313	.077
CFM2	.779	.081	.194	.185	.160	.081
CFM3	.758	.114	.130	.300	.094	.040
CFM4	.637	.183	.240	.354	.207	.018
CFM5	.687	.234	.079	.318	.167	.087
SAT1	.344	.423	.153	.057	.679	.088
SAT2	.032	.251	.237	.150	.807	.191
SAT3	.081	.204	.161	.318	.804	.206
SAT4	.232	-.005	.254	.470	.588	.028
SAT5	.431	-.019	.218	.557	.381	.045
TOL1	.263	.283	.682	.010	.299	.293
TOL2	.173	.314	.704	.147	.354	.229
TOL3	.229	.326	.679	.167	.255	.161

TOL4	.048	.331	.643	.160	.263	.279
TOL5	.114	.296	.698	.330	.070	.215
MES1	.021	.619	.482	.118	.198	.279
MES2	.108	.740	.396	.180	.166	.185
MES3	.243	.753	.273	.053	.256	.273
MES4	.196	.796	.322	.043	.264	.184
MES5	.127	.593	.500	.191	.197	.219
MOD1	.160	.283	.107	-.025	.175	.747
MOD2	-.011	.059	.237	-.023	.114	.876
MOD3	.069	.053	.183	-.022	.005	.882
MOD4	-.170	.313	.010	.514	.074	.550
MOD5	-.114	.495	.092	.261	.237	.530

(身心健康：PMH，之自我肯定：CFM，生活滿意：SAT；工具性：TOL，訊息性：MES，情緒性：MOD)

由上表5幸福感與社會支持之因素分析可見，除了 SAT5 有跑題，其餘的因素分析狀態皆為良好，故我們將 SAT5 去除之後，進行最小平方分析(PLS)建立模型並驗證假設。

5.4 社會支持對幸福感之 PLS 部分最小平方分析(利用 SmartPLS)

使用 SmartPLS 之 Bootstrapping 隨機抽樣五百次建立模型如下表，發現工具性對幸福感三個向度皆為有顯著影響，且訊息性對幸福感之生活滿意也有顯著影響，分開列出如下圖2。由此圖驗證假設，假設1,2,3,6成立，假設4,5,7,8,9不成立。

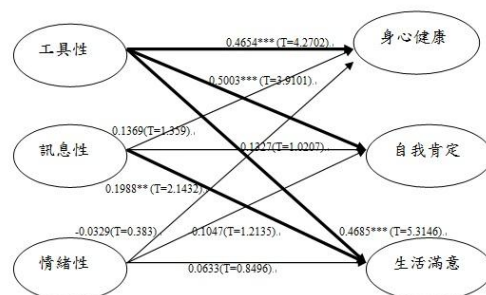


圖 2 社會支持對幸福感之結構模型 (SmartPLS)

6. 結論

研究結果發現『工具性』的社會支持對幸福感『身心健康』、『自我肯定』、『生活滿意』有顯著的正向影響，但『情緒性』的社會支持對幸福感『身心健康』、『自我肯定』、『生活滿意』皆無顯著的影響。由上可推論一般使用者在 Facebook 上揭露的訊息比較偏向一般生活瑣事的資訊，屬於內心深處的感覺可能較不容易以文字表達出來，而且可能也比較難從別人所發的文字那兒得到心靈層面的安慰，另外這類私密性的問題也可能觸及到自己的隱私，讓使用者可能也不見

得願意在網路上與人分享。

此外,『訊息性』的社會支持對幸福感『生活滿意』有顯著正向影響,而『訊息性』的社會支持對『身心健康』和『自我肯定』無顯著影響,可能原因為在 Facebook 上較容易得到一些朋友對於重大問題的解決方案,而又囿於文字的描述,僅能對於生活一般的困境提出解決方案,而對於人生較重大的「身心健康」或是「自我肯定」等重大議題較難有太多的討論。另外,在 Facebook 上的網友大部份來自與自身年齡層相去不遠的同學或同事,其思維、歷練或是經歷也與自己差不多,當你遇到困境或是提出疑惑時較難在社群上得到正確的做法或是標準的答案,無法滿足求知慾望的同時自身沒有產生較為強烈的情緒,因此在 Facebook 上的訊息性支持與幸福感的關聯性會較為薄弱。

由上討論,本研究建議 Facebook 可以增加對於「情緒性」的社會支持相關功能,例如心情圖片等,讓使用者可以較容易地表達內心的感受,並且加強保密性方面的功能,讓使用者不會擔憂自己在 Facebook 的隱私曝光。

7. 未來研究建議

本研究目前僅在 Facebook 上收集問卷,未來可以在其他社群平台廣發問卷,並可比較各個平台不同的特性,另外,也可以嘗試個別訪談,以深入訪談之方式來彌補問卷調查的不足與缺憾,進而更了解網友們對於社群網站所帶來的社會支持與幸福感之關係。

參考文獻

- [1] 王文琪。(1994)。 *國中生學習困難、學習壓力、社會支持與生活適應的關係*。國立政治大學教育研究所。
- [2] 何名娟。(2004)。 *國小高年級學童氣質、情緒智力與幸福感之研究*。國立嘉義大學家庭教育研究所。
- [3] 吳珩潔。(2002)。 *大台北地區民眾休閒滿意度與幸福感之研究*。國立臺灣師範大學運動休閒與管理研究所。
- [4] 呂敏昌。(1992)。 *國中生的生活壓力、因應方式與心理社會幸福感之關係*。文化大學兒童福利學系研究所。
- [5] 李欣瑩。(2001)。 *桃園市國中生主觀生活壓力、社會支持、因應行為與身心健康之關係研究*。國立臺灣師範大學衛生教育研究所。
- [6] 李金治。(2003)。 *國立臺灣師範大學四年級學生生活壓力、因應方式、社會支持與其身心健康之相關研究*。國立臺灣師範大學衛生教育研究所。
- [7] 李素菁。(2001)。 *青少年家庭支持與幸福感之相關研究—以台中市立國中生為例*。靜宜大學青少年兒童福利學系。
- [8] 李清茵。(2003)。 *家庭互動行為、心理需求滿足、關係滿意度與幸福感之相關研究*。國立屏東師範學院教育心理與輔導學系研究所。
- [9] 屈寧英。(2004)。 *高中生生活壓力、社會支持、行為模式與幸福感相關性研究—以台北市立某女子高級中學為例*。國立臺灣師範大學衛生教育學系。
- [10] 林子雯。(1996)。 *成人學生多重角色與幸福感之相關研究*。國立高雄師範大學成人教育研究所。
- [11] 邱瓊慧。(1988)。 *社會支持與國中學生的生活壓力及生活適應之相關研究*。國立臺灣師範大學教育心理與輔導研究所。
- [12] 姚又仁, 吳美儀, 詹雅茹, 吳曉君, 戴瑤萱, & 鄒雨蓉。(2003)。 *大學生網路交友與幸福感之相關研究—以台北市大學生為例*。
- [13] 施建彬。(1995)。 *幸福感來源與相關因素之探討*。高雄醫學院行為科學研究所。
- [14] 徐靜芬。(2003)。 *研究生生活壓力、社會支持與身心健康之關係研究*。國立高雄師範大學輔導研究所。
- [15] 張治遠。(1989)。 *大學生內外控信念、社會支持與學習倦怠的相關研究*。國立彰化師範大學輔導研究所。
- [16] 陳鈺萍。(2004)。 *國小教師的幸福感及其相關因素之研究*。國立屏東師範學院國民教育研究所。
- [17] 陳騏龍。(2001)。 *國小學童情緒智力*

- 與幸福感、人際關係及人格特質之相關研究。國立屏東師範學院國民教育研究所。
- [18] 陸洛。(1998)。中國人幸福感之內涵、測量及相關因素探討。 *國家科學委員會研究彙刊: 人文及社會科學*, 8(1), 115-137。
- [19] 單小琳。(1987)。 *國中導師專業倦怠與工作壓力社會支持調適的相關研究*。國立政治大學教育研究所。
- [20] 蔡姿娟。(1998)。 *國中生社會支持、生活適應與寂寞感之相關研究*。國立高雄師範大學教育學系。
- [21] 謝明華。(2002)。 *國小學童之父親參與、幸福感及學業成就之相關研究*。國立彰化師範大學教育研究所。
- [22] 顏映馨。(1999)。 *大學生的生活風格、人既親密和幸福感關係之研究*。國立高雄師範大學教育研究所。
- [23] 蘇彙琄。(1998)。 *社會支持、自我效能與國中生壓力因應歷程中認知評估及因應策略的相關研究*。國立臺灣師範大學輔導研究所。
- [24] Argyle, M. (1997). *幸福心理學*(施建彬、陸洛譯)。台北: 巨流(原著出版於1987)。
- [25] Caplan, G., & Killilea, M. (1976). *Support system and mental help: Multidisciplinary explorations*. New York: Grune & Stratton.
- [26] Cohen, S., & Wills, T. A. (1985). Stress, Social Support, and the Buffering Hypothesis. *Psychological Bulletin*, 98(2), 310-357.
- [27] Cutrona, C. E., & Russell, D. W. (1990). Type of social support and specific stress: Toward a theory of optimal matching. In B. R. Sarason, I. G. Sarason & G. R. Pierce (Eds.), *Social support: An interactional view* (pp. 319-366). New York: Wiley.
- [28] Diener, E., & Larsen, R. J. (1993). The subjective experience of emotional well-being. In M. Lewis & J. M. Haviland (Eds.), *Handbook of emotions* (pp. 405-415). New York: Guilford Press.
- [29] Dinner, E. (1984). Subjective well-being. *Psychological Bulletin*, 95, 542-575.
- [30] Heady, B., & Wearing, A. (1990). Subjective well-being and coping with adversity. *Social Indicators Research*, 22, 327-349.
- [31] House, J. S. (1981). *Work stress and social support*. Reading MA: Addison-Wesley.
- [32] House, J. S., & Kahn, R. L. (1985). Measures and Concepts of Social Support. In S. Cohen & S. L. Syme (Eds.), *Social Support & Health* (pp. 83-108). New York: Academic Press.
- [33] Michalos, A. C. (1985). Multiple discrepancies theory. *Social in Dicators Research*, 16, 3 47-414.
- [34] Omodei, M. M., & Wearing, A. J. (1990). Need satisfaction and involvement in personal projects: Toward an integrative model of subjective well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59, 762-769.
- [35] Sarason, B. R., Sarason, I. G., & Pierce, G. R. (1990). Traditional views of social support and their impact on assessment. In B. R. Sarason, I. G. Sarason & G. R. Pierce (Eds.), *Social support: An interactional view*. Canada: John Wiley & Sons.
- [36] Sarason, I. G., Levine, H. M., Basham, R. B., & Sarason, B. R. (1983). Assessing social support: The social support questionnaire. *Journal of Personality and Social Psychology*, 44, 127-139.
- [37] Shaw, L. H., & Gant, C. S. W. (2002). In defense of the Internet: the relationship between Internet communication and depression, loneliness, self-esteem, and perceived social support. *Cyber Psychology and Behavior*, 5, 157-171.
- [38] Shumaker, S. A., & Brownell, A. (1984). Toward a theory of social support: closing conceptual gaps. *Journal of Social Issues*, 40(4), 11-36.
- [39] Tichon, J. G., & Shapiro, M. (2003). The process of sharing social support in cyberspace. *Cyber Psychology and Behavior*, 6, 161-170.
- [40] Turner, J. W., Grube, A., & Meyers, J. (2001). Developing an optimal match within online communities: An exploration of CMC supports communities and traditional support. *Journal of Communication*, 51, 231-251.
- [41] Veenhoven, R. (1989). Is happiness relative? In J. P. Forgas & J. M. Innes

(Eds.), *Recent advance in social psychology: An international perspective*. North Holland: Elsevier.

- [42] Veenhoven, R. (1991). Is Happiness a relative? *Social Indicators Research*, **24**, 1-34.
- [43] Walther, J. B., & Boyd, S. (2002). Attraction to computer-mediated social support. In C. A. Lin & D. Atkin (Eds.), *Communication technology and society: Audience adoption and uses* (pp. 153-188). Cresskill, NJ: Hampton Press.
- [44] Socialbakers. (2012). Facebook Statistics by Countries [Electronic Version]. Retrieved 06 November, 2012, from <http://www.checkFacebook.com>
- [45] Tell Blog 市調中心. (2012). BloggerAds - 問卷調查 [Electronic Version]. Retrieved 06 November, 2012, from <http://www.bloggerads.net/AdsPortal/BlogTell/8>