

國小學童臉書使用之初探

楊淇滄*、于富雲**

摘 要

本研究首就目前全球最大社群網站 Facebook 其學術研究與媒體關注焦點做一文獻分析；其次，針對臺灣地區國小學童使用臉書之現況進行調查研究。以方便抽樣方式，挑選屏東、高雄、臺南及彰化四縣 3-6 年級國小學童進行抽樣調查，以描述統計及次數分配方式進行資料分析。資料分析結果發現，學童喜好臉書中具娛樂、休閒及交友功能的遊戲內容，且其使用行為受同儕影響；偷竊他人遊戲中的財物是學童在臉書中最常進行的活動；近半數使用過臉書之學童中有高達近 2/3 選擇謊報年齡註冊以取得臉書帳號；學校及教師確有忽略網路平臺使用正當性的現象。根據研究發現，參酌兒童發展理論，提出資訊素養教育、網站分級之具體建議。

關鍵詞：臉書、網路社交媒體、資訊素養

* 本文第一作者為國立成功大學教育研究所博士生

** 本文第二作者（通訊作者）為國立成功大學教育研究所教授

國小學童臉書使用之初探

楊淇滄、于富雲

壹、前言

網路科技的發達，開啟另一種人際互動的新模式。人們透過網路社群，試圖創立或延展個人的人際版圖，臉書（Facebook）便是這樣的社群網站。在閱聽者及媒體的強力放送之下，臉書會員人數比例逐月攀升，以人口數論之，臉書足以堪稱為世界第三大國（夏明珠，2010）。然而其連帶而來的爭議及討論也在多方關注下一一浮現。其使用熱潮是否延燒至國小學童？學童於臉書線上參與的現象為何？有何潛在的心理、教育及社會議題值得相關單位關注與正視？等問題都值得關注。

本研究目的除了探討與分析學術研究以及媒體對臉書的關注焦點之外，主要期望瞭解國小學童對於臉書的使用現況及相關看法，試圖歸納整理出目前關於臉書中所涉及之教育及心理、社會議題，最後提出討論及建言。

貳、臉書媒體特質

臉書成立於2004年2月4日，迄今全球使用會員人數已超過5億用戶（季平，2010），是目前全球人口數最多的社群網站。有別於其他社群網站如Plurk、Twitter及YouTube等單一呈現文字圖像訊息或影音資料之溝通方式，臉書的媒體特質有其特殊性。研究者比較現今常見之網路社交工具並參考相關文獻（Facebook, 2010a, 2010b; Hoadley, Xu, Lee & Rosson, 2010; Lewis & West, 2009; Kim, 2008），歸結臉書較顯著之媒體特質包括：

一、尋友工具（Friend Finder）

臉書最初最引人注目之處，乃在於其具有尋覓好友的功能。使用者只要輸入欲搜尋對象的網路信箱帳號或是相關關鍵字，再寄出邀請通知並取得對方同意後，便

能與久未聯絡或新結交的朋友取得聯繫。因此它可說是具備有重建與擴展新的友誼網絡之特色。

二、展現自我的個人平臺並結合高自由度的多媒體匯入功能

為了讓使用者能夠在臉書平臺上盡情的發表個人評論、見解，或是抒發自己的情緒與感想，臉書透過兩種方式來滿足使用者的表達意見需求。其一是臉書在個人首頁中的動態消息 (News feed) 區塊及塗鴉牆 (Wall) 上皆列有個人近況 (Status)、相片、轉貼連結及影片之功能。該功能近似 Twitter 及 Plurk 的微網誌，使用者在此界面中能運用文字加上穿插的相片、網頁連結頁面及上傳影片等這些多元且具高自由選擇的方式，依據個人的使用習慣、喜好及風格來表達自己想要傳達的訊息。

除此之外，網誌 (Notes) 此由臉書所開發之應用程式，則是提供了另一種便於使用者發表言論、展現個人特色的選擇。在網誌中，因為使用者可以跳脫文字數量上的限制，因此能夠充份地暢所欲言，完整地表達自己所要陳述的論點，並可以佐以相片的方式來豐富、延展自己的網誌內容。此種作法與其他網站平臺所開發的部落格 (Blog) 相似，不同之處在於臉書平臺上所寫的網誌內容，在傳送的過程中即同步到臉書的個人及好友的首頁之中，便於好友能即時閱讀。而其他的部落格的屬性則是需要好友到自己的網誌觀看文章，或是透過訂閱 RSS 的方式，才能定期收到通知並前往閱讀。

三、通訊串聯服務及動態消息 (News feed) 功能

臉書的通訊串聯分為三類。第一種是隱密性質最高的「訊息與收件夾」(Messages and Inbox) 功能。它的功能如同一般的網路信箱，方便使用者能夠私下傳遞及溝通不希望公開討論之訊息，同時，當有新訊息進入時，也會在個人首頁中出現立即的通知。

第二種為訊息隱密度較具彈性的個人首頁及塗鴉牆 (Wall) 平臺。此類平臺的功能，主要是方便使用者能夠在自己的個人首頁或塗鴉牆中，主動接收到其好友及所參加的社團所發布的資訊。因此，使用者只要登入臉書的個人首頁，便能在其中觀看所有他曾加入之朋友或社團所發布或更新之任何「動態消息」(News feed)，並決定自己是否該予以留言回應 (Comment)、讚賞 (Like) 或是分享 (Share) 來與對方互動。

這些匯入之訊息亦可由使用者自由選擇是要依時間排序為方式來瀏覽最新動態 (Top News)，或是選擇依回應次數來排序的人氣動態 (Most Recent)。另外，由於「動態消息」主要以時間序列做為訊息匯入之判斷，因此編列了顯示稍早的動態 (Older Posts) 功能，讓使用者能夠無時間限制地追蹤他已加入之好友或社團所發出的訊息。

第三種則是具同步性質的聊天室功能。當使用者在臉書平臺中看到同時上線的好友，便能夠立即點擊代表好友的圖示，跟他進行一對一的對話。與其他網站平臺的聊天室相較，目前臉書的聊天室僅能做到一對一的聊天功能，尚無法做到群組發話，或是線上視訊或通話。但就資訊的立即傳遞及雙方的互動溝通品質上已具有一定的水準。

四、大量的具休閒娛樂、便利生活的應用程式 (Applications)

除了臉書自行設計的應用程式如網誌 (Notes) 外，臉書於 2007 年起與第三方公司進行合作。自此，臉書平臺開始出現許多具備不同功能的應用程式，其分類類別繁多，總數量甚至超過一千八百種。這些數量龐大、具不同功能的應用程式，吸引了不少人成為臉書的愛用者。光就其分類項目便分為商業類、教育類、綜藝娛樂類、親朋好友類、遊戲中心、純好玩、生活類、體育類及實用類，共九類。每一類的應用程式至少都有兩百種以上的選擇，且每個類別之下又可再細分為不同項目。例如綜藝娛樂又可細分為書籍、電影、傳媒、相片、音樂、影片、電視及其它等八項。由此可見，使用者對於應用程式使用有相當多的選擇，而這也成為臉書最為人知曉的特色之一。

五、客製化社交網絡的應用程式

臉書特別強調人際關係的互動、聯繫及延展，以及資訊往來等方式的多元化。為了方便會員針對特定活動及資訊，在平臺上能夠擁有獨立的溝通空間，臉書加入了成立社團 (Group) 與舉辦活動 (Events) 的應用程式。其特色便在於臉書使用了群組的功能，讓使用者能夠依據個人需求來建立社團及活動人員清單，並將與其所欲傳播之訊息無關之好友群屏除在外。如此之作法，除了能保障訊息傳遞的隱密與安全外，也可以使其好友群免受不必要的訊息干擾。

個人或團體皆可以在臉書上成立「社團」。在這個另闢的專屬空間下，社團成

員能根據特定事件進行同步或非同步的意見交流。此種方式即類似多數的網路論壇型式，會員能在論壇之中自由的發表自己的言論，並藉由平臺直接與其他社員進行意見交流。舉辦「活動」，則將社團內的討論內容呈現出更為具目標化及動態化的表現。使用者一樣透過群組的功能，便可號召同好參與共同喜歡之活動。再者，「活動」此一應用程式具備有登記名冊的功能，因此受邀參與活動者只需要點選參加與否，該功能就會自動記錄參加人數等相關資訊。

六、相關應用程式的整合

臉書同時結合了相片、影片、網誌、微網誌、聊天室、社團、活動及相關應用程式於一身。等同於將其它的社群網站的特質整併在一起，提供了使用者對於影音、資訊、休閒娛樂及其它不同需求的滿足。臉書的個人首頁就宛如個人化的網站，使用者只需要點選其中任何一項應用程式的文字或圖示連結，便能自在的體驗該程式所帶來的便捷。

綜上所述，可發現臉書所標榜的交友及社群互動特質極為明顯（Lewis & West, 2009）。再者，臉書夾帶著巨大、多類別的應用程式，並整併了其他社群網站的特質於平臺中，在其它的社群網站中較少有類似的網站可比擬。由此可想見，臉書如何得以在眾多的社群網站中占據了一塊獨特的板塊，成為社會大眾的討論話題。而其眾多特質，與可能會帶給人類哪些相關影響等問題，勢必也將引發學術界廣泛與深入的探究。

參、學術研究臉書關注焦點

搜尋 Social Science Citation Index-Web of Science 資料庫，以臉書為關鍵字針對標題進行搜尋，從 2008 年至 2010 年 10 月共尋得 232 筆資料。其中與心理、社會及教育議題相關之研究有 71 筆。將分析焦點置於關注臉書會員的心理層面上，發現研究關注之焦點約可歸納為以下三類：

一、臉書會員的使用動機分析

吸引臉書會員使用臉書的動機，根據學者們的分析，主要源於以下三項（Gulnar, Balci & Cakir, 2010; Kim, Sohn & Choi, 2011; Lewis & West, 2009; Pempek,

Yermolayeva, & Calvert, 2009; Waters, Burnett, Lamm, & Lucas, 2009)：

(一) 資訊的主動提供性

研究發現，臉書會員會為了閱讀平臺上所流通的資訊而瀏覽臉書 (Waters et al., 2009; Gulnar et al., 2010; Kim et al., 2011)。它除了提供一般會員的個人首頁外，亦提供公眾人物或非/營利團體 (如企業、商業或慈善組織) 特定的「粉絲專頁」，方便這些特殊會員在其專頁中張貼特定的資訊，如教育議題、國家政策、商品宣傳、名人心路歷程等，都是臉書允許發布的資訊內容。例如「侯文詠 Houwenyong」、「文茜的與我們的人生故事」，便是國內較為知名的公眾人物所設的粉絲專頁。當然，也有素人團體會針對特定的話題及目的而成立社團，而文字、影音檔案格式兼容之屬性，也吸引不少會員在此建立個人網誌，並在其專屬空間下針對其感興趣的議題發表意見。因此，臉書平臺上充斥著包羅萬象的大量資訊，會員通常會依據個人對資訊的需求，而加入由不同團體所經營的粉絲專頁、社團，或是訂閱網誌。之後，會員只要定期登入並瀏覽臉書，就能在其個人首頁的動態消息及團體專屬網頁中，獲得該團體所發佈的訊息。

(二) 宣傳自己並與他人產生聯繫感

臉書會員常透過動態消息及塗鴉牆下的個人近況欄位、相片、影片等多媒體的匯入，發布個人的感想、生活點滴、更新近況，或與好友互動及聯繫感情 (Gulnar et al., 2010; Kim et al., 2011; Lewis & West, 2009)。塗鴉牆的主要功能在於讓閱聽者藉由數位媒材、圖片、音樂、影片、文字檔、超連結甚至是舉辦活動等來表達自我，建立或延伸自己在網路空間中的虛擬身份。相對的，他與好友也同時能在其個人首頁塗鴉牆上便能看到發布的訊息，並選擇是否要做出評論與回應。這項功能讓身處異地的親朋好友能立即知道對方正在進行的活動或想法，同時能做到非同步的留言及討論，因此，成為臉書會員者使用它的主要原因之一。

(三) 娛樂

臉書於 2007 年開始接受並加入第三方軟體公司所開發的許多強調互動性質及娛樂性質的應用程式後，這些應用程式便深受使用者的喜愛與近用 (Kim et al., 2011)。臉書平臺上的相關應用共有九類，其中又以遊戲中心的使用者為最高。而搜尋臉書遊戲中心的遊戲項目，迄 2011 年 3 月份為止，仍維持有超過 200 項遊戲可遊玩。其中，最受歡迎的遊戲項目則為「德州撲克」，每月使用人數高達 37,411,482

人之多。由此可見臉書會員對於娛樂相關應用程式的需求之高。這不僅成為臉書此社群網站著名的媒體特質之外，也是吸引臉書會員近用的動機之一。莫怪乎臉書及業者對於娛樂及互動性質高的應用程式會投入如此多的關注，其目的便是為了能夠滿足或刺激使用者對於臉書娛樂功能之需求。

整體而言，臉書會員的使用動機不外乎為了交友及維繫友情之目的，而透過文字及多媒體結合等表現型態來展現自己，並以回應對方訊息的方式來建立聯繫感。或是為了滿足自己對於資訊的追求及對休閒娛樂的渴望，因而使用臉書。然而，目前無法確切釐清的問題是，究竟是臉書創造了使用者有上述的需求，或是臉書的媒體特質恰巧滿足了使用者的需求。關於此部分的相關疑問，有待後續相關研究繼續往下深入探究。

二、個人隱私權之維護、身份剽竊等訊息往來安全之疑慮

臉書網站與第三方營利公司之合作，無形中容易使得使用者在較為放鬆的互動情境下，不易察覺到個人交談內容或是個人使用應用程式時所提供的資料可能被系統提交，造成個人資料的外流並遭他人冒用，而產生非預期之結果。如 Debatin、Lovejoy、Horn 及 Hughes (2009) 調查 119 位閱聽者使用臉書的經驗，即發現超過 90% 以上的使用者在個人資料中填入真實姓名、性別、出生日期及所在地。

從上可知，臉書的使用者多半視臉書為一個安全的空間，毫無個人資料可能被盜用之疑慮或警覺，為了交友及維繫友情等目的，他們願意誠實的公布自己的真實身份及透露相關訊息 (Krasnova, Spiekermann, Koroleva, & Hildebrand, 2010)。然而，從臉書提供之功能卻隱含著訊息往來安全之疑慮。Papacharissi (2009) 比較 Facebook、LinkedIn 及 ASmallWorld 等三大社群網站，發現臉書網站設計之結構使用限制較少並提供使用者大量且豐富的互動空間。相形之下，因為留有太多的線索在網路上且較無管制，反而使得有心人士只要花些心思，就能從中找到他想要的訊息。例如 Older Posts 功能得以讓使用者追蹤訊息發布的來源，在點選自己、朋友或是所加入社團的首頁，也能從中看到未加入自己名單的他人之言論，並經此進一步獲取其他有關個人之資訊。

三、個人特質與臉書使用行為之相關因素探討

此議題主要視臉書為一個社群互動之工具，探討個人特質及哪些因素會影響使

用者於臉書中所參與的程度及花費的時間。例如在個人資料中所填入的宗教、個人照或狀態等是否能拿來預測其心理需求 (Seder & Oishi, 2009)？臉書具匿名性之特性是否會幫助在現實環境中處於不利條件的學生得以在隱匿的虛擬世界中結交到朋友？同一種族之學生是否會有特定的交友偏好？等等。

相關研究亦發現，使用者會藉由 Older Posts 功能回溯過往上傳之訊息，使其得以知道哪些人發布的訊息得到較多的回應，並與自己的回應量相作比較，連帶地影響個人對於自我的觀感 (Walther, Heide, Kim, Westerman, & Tong, 2008; Bortree & Seltzer, 2009; Orr, Ross, Simmering, Arseneault, & Orr, 2009; Ross, Orr, Sasic, Arseneault, Simmering, & Orr, 2009)。又如 Christofides、Muisse 及 Desmarais (2009) 針對使用者在訊息揭露與訊息控制兩議題作探究，發現兩者分別受到不同人格特質所影響，如：渴望討人喜歡之需求便可以預測訊息揭露。換言之，使用者享受在網站上與他人交流資訊、互動的歷程，乃受到內在動機之驅使。簡言之，臉書高互動的社群網站特質，得以幫助心理學家從更多元的方向來探究人際交往互動觀點及行為表現間關係。

關於臉書在教育相關研究之文獻相較之下顯得較少，相關議題之研究對象較多鎖定在醫學院學生及心理學系學生，探討學生族群在使用社群網站時自我揭露的程度及個人所持之倫理道德觀點 (Taylor, McMinn, Bufford, & Chang, 2010)。以臉書為平臺來探究學生的學習成效及學習行為，相關研究者所提論點不盡相同。如 Dippold (2009) 認為臉書的電腦中介溝通系統 (CMC) 對於學生於網誌中進行同儕互評有所助益；而 Selwyn (2009) 亦對臉書持著正向之看法，認為臉書不只是社群互動的平臺，部分學生也會透過塗鴉牆抒發課堂學習經驗的省思及批判。Kirschner 與 Karpinski (2010) 則持相反的論點，認為有使用臉書的大學生較未使用者，其在校成績較低，花費在學習上的時間也較少。然而兩者之間的因果關係仍有繼續往下深入探究之必要，並無法下定論臉書的近用對學生學習成就有直接的影響。

整體而言，學界對於臉書於教育上的應用傾於正向的看法。搜尋國內外網路新聞，亦可發現不少教育現場老師或學校單位開始使用臉書來促進學生的寫作能力及學習動機。但分析相關研究之所以成功的關鍵，多半歸功於臉書所具有的網誌及微網誌特質。網路新聞媒體曾報導過國內不少教學單位建立了臉書教學平臺，主要便是看中其微網誌之功能 (薛怡青, 2009; 林曉雲、黃以敬, 2009; 胡清暉、黃以敬, 2009)。事實上，關於網誌或微網誌對於學習的正向成效，已從許多相關實徵研究中獲得證實 (Kim, 2008)，不限於只有在臉書平臺上才能達成。但不難想見，臉書的

崛起，儼然被教師們視為一項新的網路輔助教學平臺及工具。然而，究竟臉書的其他功能對於學生學習會造成何種影響？這些都是值得後續相關研究持續探討的方向。

肆、新聞媒體關注臉書之焦點

上述內容乃以專業學術領域的角度來探討臉書之相關研究議題，與臺灣社會大眾所關注的焦點相較，兩者之間呈現出有趣的現象。迄 2010 年 10 月為止，以臉書作為關鍵字於 Yahoo! 奇摩新聞進行搜尋，共可得 649 筆與臉書有關之新聞。將相關新聞做一簡單的類別區分，主要可分為臉書隱私權及其他功能的介紹與探討（薛怡青，2009b），以及名人與社團透過臉書平臺所進行的活動宣傳。這類型的新聞議題與學術文獻所反應的，在對「資訊揭露的需求」以及「個人隱私權及往來訊息的安全疑慮」等面向上，社會大眾關注焦點與學術探究議題間有相似的情形。

然而，於 2009 年下半年開始，社會大眾及臺灣新聞媒體對於臉書的關注因為一項臉書應用程式的進駐而出現頭版性的討論話題（薛怡青，2009a；2009 年十大發燒頭條第九名，2009）——北京智明星通所開發的網路互動應用程式——開心農場。開心農場的玩者眾多，但衍生出的問題也不在少數，尤讓教育學者及家長們最為憂心的便是遊戲中設置了偷竊農作物此一功能。該遊戲強調互動性，除了種植虛擬菜種及施肥外，還可以到同樣有遊玩的朋友的菜園幫忙或小小地惡作劇及偷菜，吸引了許多國小學童也加入了開心農場的行列。在校園及家庭中不乏聽到學童彼此互道「偷菜了沒？」，甚至有學童要求家長一起幫忙偷菜，還有的學童一改晚起作風，而早起的目的就是為了要收成菜園中的菜，順帶竊取好友的蔬果（唐一泓，2009；楊虹、繆春晨，2009）。

因為開心農場之盛行，新聞亦開始出現不少青少年隨意拔取並丟棄老農辛苦耕種的作物之報導（陳世宗，2009）。同時，不少廠商發現了該類互動模式遊戲引發的商機，競相開發近似的遊戲吸引玩家遊玩，例如：開心水族館及動物樂園。

臉書特有的高互動及具娛樂性質之應用程式，造成臺灣臉書會員間趨之若鶩般的相互邀集使用，並引發社會大眾熱烈的討論。即便學者已發現到臉書使用者對於應用程式有其特殊的娛樂需求，但臺灣民眾對於臉書應用程式的狂熱、應用程式內的訊息設計，以及兩者交互作用後所可能產生的效應，尚未有專家以學術的角度審視與分析之。考量臉書此類遊戲的熱浪風潮對學童的吸引力，以及擔憂其可能傳達

的負面教育訊息，本研究針對臺灣地區學童臉書線上參與以及使用的情形進行相關資料收集，以彙整資料提供相關單位關注與正視。

伍、臉書使用情形之初探性研究

一、研究對象與研究工具

為了瞭解國小學童對於臉書的使用情形及看法，本研究於 2010 年 3-4 月進行調查研究。考量本研究之初探性質以及研究者可獲校方配合的情形，本研究僅針對臺灣屏東、高雄、臺南及彰化四縣 3-6 年級國小學童進行方便抽樣調查，總共發送 498 份問卷，回收有效樣本共計 447 份。

本研究以自編之「國小學童電腦使用及臉書之調查研究」問卷做為調查研究工具。問卷內容主要分為三大部分，共 13 題。第一個部分共 3 題，為國小學童基本資料，調查國小學童所就學之地區、年級及性別；第二部分共 6 題，針對學童家中的上網情形及使用臉書經驗進行調查，包括家中的電腦及網路設備、上網頻率、使用臉書頻率、臉書帳號使用配置及調查教師在校是否有提供臉書連結等。第三部分共 4 題開放式問題，調查國小學童使用臉書的動機及最常玩的遊戲項目等看法。問卷在正式施測前，分別經由三位數位學習領域學者專家以及國小老師，針對本問卷內容設計向度、問題排列與語句陳述等部分提供意見，以建立專家效度。

二、資料收集與分析方法

本問卷以方便抽樣方式，針對屏東、高雄、臺南及彰化四縣 3-6 年級國小學童進行調查。各縣內以一間國小為原則，並由同意參與的學校，自該校 3 至 6 年級中，各挑選一班為調查研究對象，唯其中臺南縣 5 年級學童並未接受抽樣調查，而改由兩班 6 年級接受抽樣調查。

第一及第二部分問卷項目所得資料以描述統計方式來呈現各選項學童勾選數據；第三部分開放式問題，將學童回答的每一個答案皆視為一個獨立語料，若學童在同一個題目中回應了四個不同的答案，便視為四個語料。每位學童的語料，會以回答題號及其問卷編號做為編碼之依據，如一號學童回答的第十二題語料，即編碼為 I12s001。最後，將所得之語料進行次數分配。

三、資料分析結果

根據問卷調查不同部分所蒐集得到之數據，分別陳列問卷各題項之描述統計及次數分配結果。

(一) 基本資料

由表 1 可見，各年級女/男比介於 45.45%與 55.17%之間，整體女性與男性學童人數比為 51.68%與 48.32%。女男生抽樣比例相當接近。

表 1 三至六年級學童性別分配比例表

	三年級	四年級	五年級	六年級	性別總和
女 (個數、該年級內的%)	45 (45.45%)	56 (50.45%)	50 (54.35%)	80 (55.17%)	231 (51.68%)
男 (個數、該年級內的%)	54 (54.55%)	55 (49.55%)	42 (45.65%)	65 (44.83%)	216 (48.32%)
總和 (個數、總體%)	99 (22.15%)	111 (24.83%)	92 (20.58%)	145 (32.44%)	447

(二) 家中電腦設備、上網情形及使用臉書經驗

根據電腦與網路設備資料分析發現，三至六年級學童家中擁有電腦設備及可上網條件者共 419 人，約占總樣本數之 93.74%。由此可見電腦設備及上網條件對中南部多數家庭而言都已屬於已有的家庭設備。

由表 2 可得知，三至六年級學童具有 4 年以上電腦使用經驗者有 231 人，約占總樣本之 51.68%，超過半成。其中三年級及四年即有 4 年以上電腦使用經驗者分別有 32 人及 51 人，約占該年級的 32.32%及 45.95%。由此可見，至少有近 20%(18.57%)之抽樣學童在幼稚園階段就已有使用電腦之經驗。

表 2 三至六年級學童電腦使用經驗（年）表

	2 年以下	2-4 年	4 年以上	總和
三年級（個數、該年級內的%）	25 (25.25%)	42 (42.42%)	32 (32.32%)	99
四年級（個數、該年級內的%）	27 (24.32%)	33 (29.73%)	51 (45.95%)	111
五年級（個數、該年級內的%）	8 (8.70%)	23 (25.00%)	61 (66.30%)	92
六年級（個數、該年級內的%）	13 (8.97%)	45 (31.03%)	87 (60.00%)	145
總和（個數、總體%）	73 (16.33%)	143 (31.99%)	231 (51.68%)	447

從摘要表 3 可知，除去學童在學校的電腦課時間，三至六年級學童每週電腦使用經驗以少於四天者居多，分別為未使用者占總樣本數之 10.51%、使用 1-2 天者占 36.69% 及使用 3-4 天者占 24.61%。其中需要注意的是有超過五分之一學童 (20.13%) 乃屬於天天使用電腦者。表 3 所呈現之數據亦顯示國小學童在家使用電腦的機會及頻率頗高。

表 3 三至六年級學童每週電腦使用經驗（天/週）表

	使用經驗（每週天/週）					總和
	0 天	1-2 天	3-4 天	5-6 天	天天使用	
三年級 （個數、該年級內的%）	9 (9.09%)	38 (38.38%)	30 (30.30%)	6 (6.06%)	16 (16.16%)	99
四年級 （個數、該年級內的%）	17 (15.32%)	47 (42.34%)	19 (17.12%)	4 (3.60%)	24 (21.62%)	111
五年級 （個數、該年級內的%）	10 (10.87%)	35 (38.04%)	17 (18.48%)	13 (14.13%)	17 (18.48%)	92
六年級 （個數、該年級內的%）	11 (7.59%)	44 (30.34%)	44 (30.34%)	13 (8.97%)	33 (22.76%)	145
總和 （個數、該年級內的%）	47 (10.51%)	164 (36.69%)	110 (24.61%)	36 (8.05%)	90 (20.13%)	447

從表 4 所見，有使用臉書經驗之學童共 196 人，占總樣本數之 43.85%，接近總有效樣本數之一半。其中使用過臉書之學童，65.82% 擁有自行註冊之個人帳號，其餘者則為與父母（占 12.24%）、兄弟姐妹（占 14.29%）、朋友（占 5.10%）及親戚（占 2.55%）共用他人共享帳號。

表 4 三至六年級學童使用臉書以及帳號來源表

	人數	百分比
無使用 FB(個數、總體%)	251	56.15%
有使用 FB(個數、總體%)	196	43.85%
個人帳號 (個數、該類別內的%)	129	65.82%
父母 (個數、該類別內的%)	24	12.24%
兄弟姐妹 (個數、該類別內的%)	28	14.29%
朋友 (個數、該類別內的%)	10	5.10%
親戚 (個數、該類別內的%)	5	2.55%
總和	447	100.00%

最後，有關教師是否提供臉書聯結之問題，434 位學童中有 21 位學童表示國小教學單位曾提供臉書聯結（占 4.83%）。

（三）吸引學童使用臉書的原因

以國小學童臉書總使用人數 196 人進一步分析，並就學童針對開放性問題「吸引你使用 Facebook（臉書）的原因是什麼？（請至少寫三樣）」予以歸類分析與總計。結果整理如圖 1。

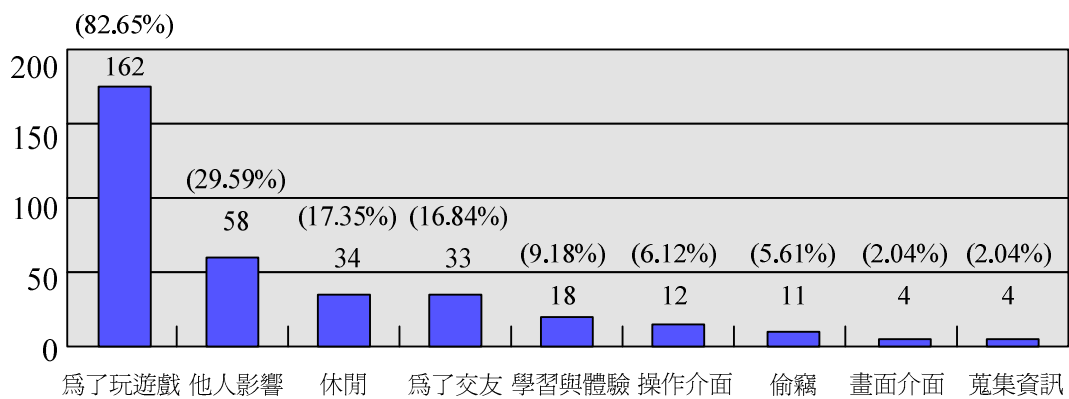


圖 1 3-6 年級學童使用臉書之原因

從圖 1 可得知，國小學童選擇使用臉書之原因分別為玩遊戲（162 人，占總使用人數之 82.65%）、受他人影響（58 人，29.59%）、休閒（34 人，17.35%）、交友（33 人，16.84%）、學習與體驗（18 人，9.18%）、操作界面（12 人，6.12%）、偷竊（11 人，5.61%）、蒐集資訊（4 人，2.04%）及受到畫面介面（4 人，2.04%）之吸引共 9 項。學童相關回應如下：

能交朋友、與朋友聊天、能留言、玩遊戲、大家都在用。(I11s368)

朋友有玩、跟流行、體驗當電子農夫。(I11s062)

我的朋友都在那裡、很有趣、很好玩。(I11s191)

可以玩遊戲、可以交友、可以把照片放在網上。(I11s411)

覺得好玩、沒有用過電腦種菜、沒有用過電腦養魚。(I11s335)

上述內容顯示部分學童受到同儕影響及操作界面、功能之吸引，也有學童表示自己透過遊戲可以有種植及養育動植物的體驗，因而使用臉書。另外，也有少數學童直接明白表示自己是受到遊戲中的偷竊功能所吸引而使用臉書，約占總使用人數之 5.61%。如部分學童的回應如下：

很好玩、可以偷東西、可以聊天。(I11s082)

有網路小遊戲、可以偷菜、能當明星。(I11s199)

可以打麻將、可以養魚、可以偷菜。(I11s401)

學童所提及之蒐集資料、娛樂及交友等動機正驗證了 Gulnar 等多位學者之論點。學者們觀察到閱聽者對於社群網路的使用需求不外乎尋求與他人的聯繫感、追求休閒娛樂之感受，及蒐集檢索資料。而從學童的回應中尚可發現，除了符應上述所提及的三項主要動機以外，吸引學童使用社群網站的原因還包括了網站的操作界面是否容易操作，及網站畫面風格是否可愛、漂亮等條件。

（四）學童最常在臉書上進行的活動與最常玩的遊戲項目

從圖 2 可見學童最常在臉書上進行的活動類別。進行遊戲娛樂活動之學童共有 177 人（占總使用人數之 90.30%），其次為進行交友，共 112 人（占總使用人數之 57.14%）。其中也有 34 名學童（占總使用人數之 17.35%）主動提及偷竊他人的財物是自己在臉書上主要進行的活動之一。其餘在臉書上進行的相關活動還包括：蒐集資料（23 人，占總使用人數之 11.73%）、記錄個人訊息（23 人，占總使用人數之 11.73%）與其它理由（4 人，占總使用人數之 2.04%。包括學童提及為打發時間、減少壓力及無聊）。

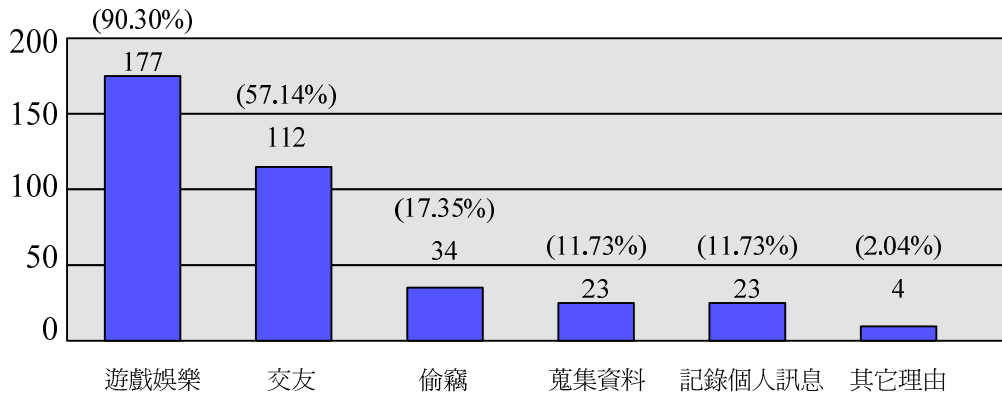


圖 2 3-6 年級學童於臉書上最常進行的活動

圖 3 呈現國小學童在臉書上最常遊玩之遊戲類別。最常遊玩臉書遊戲為開心農場，共 178 人（占總使用人數之 90.82%），其餘依序為開心水族館（153 人，占總使用人數之 78.06%）、開心寶貝（104 人，占總使用人數之 53.06%）、餐城（54 人，占總使用人數之 27.55%）、寵物社區（27 人，占總使用人數之 13.78%）及其他（19 人，占總使用人數之 9.69%，相關臉書遊戲包括樓一棟、陽光牧場、Happy Farm 與動物樂園）。前三名遊戲都有超過半數以上有臉書使用經驗之學童遊玩。

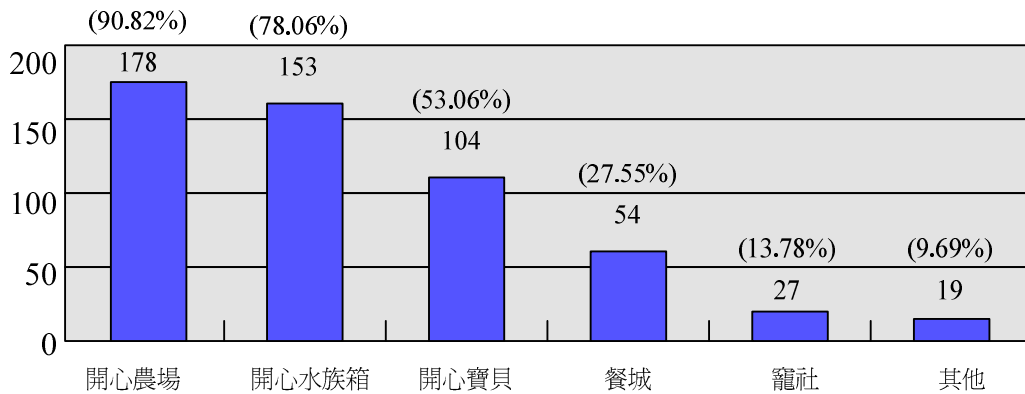


圖 3 3-6 年級學童最常遊玩之臉書遊戲

四、討論

本調查研究重要發現包括：近半數受調查學童有使用臉書之經驗（43.85%），

其中又有近 2/3 有使用臉書之學童有申請個人帳號 (65.82%)，近 5% 的學童就讀學校及教師有設置連結；學童使用臉書主要源於其中具娛樂、休閒及交友功能的遊戲內容，且其使用行為受同儕影響等結果。茲根據研究發現，就教育、心理與社會角度，分為兩點討論。

(一) 因應時勢需求，資訊素養教育的對象及內容宜擴展範圍

相關文獻與實證研究發現，透過網路平臺結合相關應用程式（如 Blog、影音連結、照片分享等）之網路學習方式是一種具有效益之學習管道（薛怡青，2009）。國內的網路新聞報導中，亦可看到國小校長、教師們發現臉書所具的網路學習潛質，進而建立臉書教學平臺，以供教師、家長及學童使用（胡清暉、黃以敬，2009；林曉雲、黃以敬，2009）。而從本研究的結果發現不少家長也視臉書為一種親子同樂的平臺，平日便會邀集兒童及朋友一同遊玩臉書遊戲。例如部分學童就開放題的回應如下：

看起來好玩、爸爸叫我用、阿姨叫我用。(I12s229)

好玩、好奇、親人推薦。(I12s481)

好玩、有趣、媽媽姊姊說好玩。(I12s103)

上述學童回應顯示不少學童是受到家中成人或兄姐推薦而使用臉書。另外，就本研究的數據亦顯示，有近 5% 的學童在學校有見過設置連結或展示過臉書的經驗。代表教師曾在學童面前展示過臉書平臺，或是學校網管人員並沒有關閉登入臉書平臺的權限。從教育的觀點，此類社群網站雖可視為網路學習管道，然而，本研究卻發現國小學童的使用現象，清楚反應國小教育人員、網管人員及家長對於資訊素養與網路規範認識有所不足或不重視。

臉書於 2009 年中文版的安全守則中明文規定：年齡低於 13 歲的兒童不得使用臉書。此外，13 歲或以上兒童的父母應考量子女在使用臉書網站時是否應由大人陪伴。臉書在 2010 年 4 月修正版中亦在使用條款第四項第五點特別強調年齡之限制，亦在系統設定中限制十三歲以下兒童註冊與使用臉書 (Facebook, 2010)。然而，本調查結果卻發現有近半數的國小學童有使用臉書的經驗，而其中有 65.82% 的學童擁有個人帳號，其餘則多為與家人、朋友共用之現象。換言之，擁有個人帳號的學童都明白自己使用真實年齡是無法使用臉書，因此在註冊的當下就已決定謊報年齡註冊；而與家人、朋友共同使用臉書之成人，或設立教學平臺之國小教師及學校網管人員，亦沒有善盡對網路媒體把關之職責，或是沒有注意與遵守網路平臺既定的規

範。

隨著網路的出現，學習管道變得更為多元，理應高興網路對於學童的諸多學習助力才是，然而，在使用任何一個網路平臺之前，都應當先去瞭解其特色及應遵守之規範。倘若教學單位及家長注意到臉書使用條款中 13 歲年齡限制之聲明，將會選擇如何指導學童來處遇？是迴避規定？還是遵守規定？事實上，當我們去享受網路社交媒體所給予的機能性、便利性及愉悅感，以教育觀點論之，應同時正視並遵守使用規範。

再則，調查所得數據及非正式訪談幾位有玩臉書遊戲之國小學童資料，亦顯示國小學童對於在網路平臺上的誠信問題較不在意。例如幾位學童在受訪過程中曾表達自己對於使用臉書有如下觀點：

對呀，我知道13歲以下不能登記。我說謊呀。沒錯，我謊報年齡。(C童訪談記錄)

沒差呀！我同學他們也都這樣。(D童訪談記錄)

大人不知道。我爸爸、媽媽沒在管我這個。(A童訪談記錄)

此現象實值得教育界正視，是何以學童會明知故犯？是平日未給予適當的資訊素養教育，指導學童在使用任何網路平臺前應先瞭解網路平臺的特質及使用條件與規範以免觸法？還是學童認為網路世界與真實世界所應遵循的規範及其程度是有所差異的，因此可較不重視？亦或是受到臉書本身條件之吸引，因此即便知道要謊報年齡註冊也不在乎呢？

分析我國國中小學資訊教育的內涵及課程規劃，或能從中了解當前的資訊教育是否有需要調整或修正的部分。資訊教育為國民中小學九年一貫課程綱要重要議題之一。其課程涵蓋認知、情意及技能三個向度，並規劃有五項核心能力並建構 49 項資訊教育能力指標，以達成核心目標。其中 49 項指標分別為：1. 資訊科技概念的認知 (6 條)、2. 資訊科技的使用 (9 條)、3. 資料的處理與分析 (15 條)、4. 資訊科技與人類社會 (7 條)，及 5. 資訊科技與人類社會 (12 條) (國民教育司，無日期)。

分析能力指標的內容，可看出其所強調的能力傾向以認知及技能為主，例如能力指標 3-4-3 能認識資料庫的基本概念、3-4-9 能判斷資訊的適用性及精確性，或是 5-3-4 能認識正確引述網路資源的方式等共 43 條。與情意或資訊倫理較為相關之指標共有 6 條，分別為 4-3-3 能遵守區域網路環境的使用規範 (五年級)、5-2-1 能遵守網路使用規範 (四年級)、5-3-1 能瞭解網路的虛擬特性 (六年級)、5-3-2 能瞭解

與實踐資訊倫理（五年級）、5-4-2 能善盡使用科技應負的責任（國中一至三年級），及 5-4-6 能建立科技為增進整體人類福祉的正確觀念，善用資訊科技做為關心他人及協助弱勢族群的工具（國中一至三年級）。

明顯地，情意及倫理部分在內容比例及時數上分配較少，顯現出國家對於資訊教育中的情意及倫理內涵在相較下，較無如認知及技能內涵般的受到重視。從年齡層的劃分，亦可看到實施情意相關資訊課程的年齡層多半界於國小高年級及國中學學生，例如能力指標5-3-2能瞭解與實踐資訊倫理，其學習內容旨在「教導學生瞭解資訊倫理的重要性，並培養尊重他人，遵守網路上應有的禮儀」。由此可發現關於情意上的理解，對於國小中、低年級的學童來說是較難理解或同理的區塊。反思臉書的13歲以下禁用臉書之規定，似乎可與學童的情意能力發展成熟度相互呼應。

然而，現在使用電腦及網路的學生，不僅使用年齡層逐漸下降，使用時數及頻率則有隨著年齡層的增長而增加的趨勢。如果相關的情意課程無法在更早的年齡層便導入，當學童已產生偏差概念或習慣時，欲矯正不免擔心為時已晚。對此，宜建議國家有必要多規劃適合低年齡層學童理解的情意資訊課程於第一階段、甚至是年齡更小的幼童。此外，資訊教育課程實施對象雖包含國中一至三年級學生，但國中二至三年級的學生是視需要來安排節數。為達到溫故知新及持之以恆的學習效果，國中二、三年級階段亦建議不宜冒然結束資訊教育課程，反而更需要融入有關情意及資訊倫理內涵的資訊教育於課程當中，幫助學生建立正確觀念，並指導他們將所習得的、感知的，實踐於真實世界之中。

上述之觀點，乃以網站使用之正當性為基礎來探討學童的資訊素養教育及誠信教育的不足。然而，若以保障及保護個人隱私權的角度，閱聽者在網路上究竟該保有多少程度之自我保護自覺亦需多方考量。尤其是臉書中所透露的任何訊息，極為容易被他人所獲取，因此也有不少研究者及使用者建議網路上的安全需要加以維護，以免流於不肖之徒不正當目的之利用或損害。例如國內新聞即曾報導過臉書十種最受歡迎遊戲涉及將用戶資料外洩給其他公司（俞智敏，2010）。此種行為非但嚴重違反臉書的保密規定，並造成使用戶對於臉書及相關業者產生不信任感受。究竟在社群網站或一般網路平臺，閱聽者要透露出哪些個人訊息才是安全及合宜的呢？有部分使用者採以在臉書中建立新的、非真實身份處理之。也有不少使用者選擇在臉書上呈現虛假的個人資料並釋放不實資訊。然而，不實訊息卻又構成了新的網路危機，不論是有進行欺詐他人之意圖，或是基於保護自己的立場，訊息真偽之區辨變得比往常更為重要，稍有不察，都有可能損害到個人權益，甚至是危害到人

身安全。

Debatin et al. (2009) 在更早之前即預期到可能會有類似危機出現，並對大眾提出警語。當閱聽者對於社群網站所帶來的益處感到滿意，無形中會影響了其對隱私權維護之重視且危機意識相對減少，故有可能輕忽保障自己在網路上安全的重要性。由此觀之，不僅是學童對於資訊素養需要有所教導，培養社會大眾認識及實踐資訊素養的重要性亦不容小覷。

無論何種原因，學童的資訊素養教育都必須予以重視並加以指導。在當今媒體僅指出臉書及其應用程式可能潛藏的危機及損害，身為教育第一現場者，當應進一步看重使用者使用正當性與相關資訊素養教育與課題，以達教育教化之宗旨。

(二) 網站分級、遊戲分級制度有助於學童免於不當媒體之戕害

不少問卷填答學童認為臉書具有學習及蒐集資料的功能，但 80% 以上學童使用臉書的主要目的都是為了遊玩臉書中的各式遊戲，尤以開心農場、開心水族箱等遊戲更是學童心中的最佳遊戲首選。這些遊戲類型顯示出此年齡層的學童對於扮演不同身份角色，及體驗種養動、植物的經驗有著濃厚興趣。其次，學童也容易受他人影響及交友等為了與他人取得聯繫感之目的而使用臉書，並在平臺上進行聊天、結交網友及張貼個人照片等行為。此兩大吸引學童使用臉書的趨力，值得教師及家長注意。

根據教育部電子計算機中心 (2009) 所訂定之「臺灣學術網路 (TANet) 拒絕存取資訊之網站 (頁) 分類審議原則」、許育典 (2004) 對學術網路廣義不當訊息之分類，及中華電信 (無日期)「HiNet 色情守門員」的說明，對於有害兒童與青少年身心健康的不當網路資訊皆有明確的定義。其中，煽動他人犯罪便屬於不當資訊的類型之一，如網站內容中有指導或鼓勵犯罪、違害自身或他人之生命財產等說明，皆屬之。尤其是學校及政府機關可連結到的網站更不宜出現指導或鼓勵犯罪、違害自身或他人之生命財產之內容，一旦網管人員發現網站內容出現不當資訊時，便必須將該網站屏除在學術網路之外。

以臉書遊戲為例，學童最喜歡玩的開心農場、開心水族箱及動物樂園這類遊戲，其共有特色除了能體驗照顧、養育動植物的經驗，另一特色便是可以到友人地盤，進行利他行為或惡作劇行為—偷竊朋友的財物。其中不乏遊戲業者將偷竊行為合理化成一種好友互動的模式，非但不提醒玩家偷竊是不被允許及不受歡迎之行為，甚至在指導語中隱含鼓勵語詞，並將偷竊功能簡單化。例如截至 2010 年 10 月

為止，已歷經至少三次以上改版的開心農場，該遊戲之偷竊功能已過度簡化，將原先必須要點擊偷竊功能之圖示後才能進行偷竊之動作，設定為玩家只需在朋友的熟成農作物上直接點擊，便能直接偷取他人財物。也就是，該遊戲減少了偷竊財物的步驟，無形中，學童在遊玩時也對於「該不該偷」減少了考慮的時間及機會。這樣的作法，再加上鼓勵偷竊的指導語，將有可能會誤導學童將偷竊行為合理化，視偷竊行為為一種簡單的友好行為，或是毫無罪惡感，輕鬆就能做到的事情。

這些遊戲中的偷竊指導語本身已明顯地屬於不當資訊的一種，極有可能會損害兒童及青少年之人格開展。再者，多數學童是在家裡或網咖遊玩該類遊戲。如果家長、教師及學童對於何謂不當資訊無一定的瞭解，將有可能無從判斷這些遊戲可能會對學童造成的損害。上述現象對於家長及教師都將是一種危機，不僅學童少了再一次思考才決定行動的機會，不熟悉遊戲功能之家長及教師也較難以獲知學童在遊戲中的行為，對其認知及道德觀感上所可能造成的影響。

對照本研究開放性問題之數據，使用臉書之學童中有 5.61% 直接表明是受到其中偷竊遊戲所吸引，另有 17.35% 的學童表示在臉書中最主要進行的活動便是偷竊。這樣的現象足以說明這些學童在某種程度已受到遊戲中不當資訊的影響。考量到此類遊戲所傳達的訊息以及允許偷竊的行為，對於尚未成年學童之可能影響，教育界與家長實應多加注意。

本調查研究亦發現學童相當重視友伴關係（占 57.14%），有絕大的部分是來自於朋友有玩，感覺自己沒有玩就沒有話題可聊。再者此類遊戲對學童有著極大的吸引力，因此連帶學童會投注更多的注意力於遊戲之中。對於道德判准能力仍朝著自律期（引自蕭碧瑤，2006）發展，及處於道德成規期中尋求認可導向的國小學童而言（引自 Turiel, Edwards, & Kohlberg, 1978），此階段之學童正處於尋求認同之時期，同儕行動具有影響作用。倘若在臉書上的交友行為、遊戲行為，甚至是偷竊行為是受到同儕之間普遍被認可的，這些行為便會受到增強而再度出現並視為應當的行為表現。

最後，遊戲中允許去偷菜或打鬥、情色等現實生活中不被允許之行為，對學童而言，究竟它只是一種休閒娛樂、抒解壓力、還是增進友誼的管道與方法？其是否有可能會成為助長不適當觀點或行為之催化劑？又，學童是否會因為同儕的因素而產生從眾行為，繼而效尤？國小學童是否已具備區隔虛擬與真實情境與後果承擔差別之能力？等相關議題，都是值得教育、心理與社會學者以及教學實務現場的教師正視與澄清。

基於保護學童免於不當媒體之迫害，教育者及家長應在事前盡最大的努力善盡保護之責。除了可實施資訊素養教育外，亦有賴網站業者能有所自覺，採用遊戲分級制度，並在會員之審核制度上有更嚴謹的把關，將能在第一階段就明確的遏止作用，阻絕不適合的使用者接近與使用，以保護認知或道德發展尚未俱全之學童，不受媒體意象之侵害。

陸、結論

臉書具備媒體優勢，因此吸引大量使用者及業者投入其中。然而，它隱含的問題也不少（諸如訊息往來安全、身份剽竊等資訊安全與倫理問題），需要大眾重新仔細思考如何在親近及使用網路平臺的歷程中，同時享有其帶來的便利性又能適度的保護自身安全。

當教育者及家長嘗試利用社群網站作為教學平臺時，應先瞭解網路平臺之結構及內容是否合宜，查閱網站的安全使用手則及條文規範，以為社群網站與教學平臺選擇之參考要素。以臉書為例，明文規定不適合 13 歲以下之學童使用，即傳達其內容或處理方式可能對學童的不適合性。

本研究結果發現，國小學童在家使用網路的時間與機會極多，一昧的禁止是阻撓不了學童對於網路世界的探索興趣。更何況網路學習已成為現代重要的學習趨勢，教育者應有更前瞻的思維，培養學童具備批判思考之能力，讓他們具備自行判斷內容合適性，以及尊重網路使用守則與安全的能力。除了事先的預防工作，如網站及遊戲之分級制度等需有更明確之界定與實施，最重要的仍是指導學童能有正確的觀念，並俱備資訊素養能力以區辨網路世界的真偽及安全。如此方能陪伴孩子安然的悠遊在網路學習世界，而不致迷失方向。

茲提供本研究限制與未來研究建議。在問卷設計上，本研究僅邀請三位學者專家，以建立專家效度，周延度上稍嫌不足。其次，本研究採用方便抽樣，委託分別任教於屏東、高雄、臺南及彰化四縣國小教師針對 3-6 年級國小學童進行使用調查。研究結果與發現僅就調查縣市內學童的問卷數據、開放式問答及訪談回應予以討論。就調查研究而論，本研究所得之有效樣本數略顯不足，故在推論上自有其限制。未來研究可更擴大調查的地區與範圍，方能對全國國小學童參與臉書情形有更全面性的瞭解。

參考文獻

- 雅虎奇摩新聞（2010年5月21日）。**2009年十大發燒頭條第九名：「開心農場」大紅，偷菜玩真的**。2009年12月15日，取自：<http://tw.news.yahoo.com/article/url/d/a/091215/35/1wy46.html>
- 中華電信（無日期）。**Hinet健康上網-色情守門員服務說明**。2011年1月18日，取自：<http://hicare.hinet.net/intro-a.php>
- 季平（2010年7月22日）。Facebook會員創5億歷史紀錄。**中央廣播電臺**，2010年7月22日，取自：<http://tw.news.yahoo.com/article/url/d/a/100722/58/29p05.html>
- 林曉雲、黃以敬（2009年12月14日）。百年老校校長上嘆浪說Good Morning。**自由電子報**，2009年12月14日，取自：<http://iservice.libertytimes.com.tw/IService2/SearchList.php?SKey=facebook&flag=1#>
- 胡清暉、黃以敬（2009年12月14日）。竹教大學生用臉書和美國學伴寫作業。**自由電子報**，2009年12月14日，取自：<http://iservice.libertytimes.com.tw/IService2/SearchList.php?SKey=facebook&flag=1#>
- 俞智敏（編譯）（2010年10月19日）。玩「臉書」遊戲，個資會外洩。**自由電子報**，2011年3月4日，取自：<http://www.libertytimes.com.tw/2010/new/oct/19/today-int1.htm>
- 唐一泓（2009年11月29日）。該拿“偷菜”怎麼辦：有人偷出智慧，有人偷出煩惱。**齊魯晚報**，2010年10月6日，取自：<http://news.eastday.com/s/20091129/u1a4843162.html>
- 夏明珠（2010年10月1日）。電影「社群網戰」今上映，臉書掀起熱烈討論。**中時電子報**，2010年10月6日，取自：<http://news.chinatimes.com/world/0,5246,130504x132010100200566,00.html>
- 國民教育司（無日期）。**97年國民中小學課程綱要—國民中小學九年一貫課程綱要重大議題（資訊教育）**。2010年11月5日，取自：http://www.edu.tw/files/site_content/B0055/資訊教育0519（分冊）-更新版.pdf
- 教育部電子計算機中心（2009）。**臺灣學術網路（TANet）拒絕存取資訊之網站（頁）**

- 分類審議原則**。2010年11月6日，取自：<http://web110.moe.edu.tw/p1.htm>
- 許育典（2004）。臺灣學術網路的教育性及其不當資訊管制規範：兒童與少年人格開展的保護觀點。**教育政策論壇**，2(7)，205-228。
- 陳世宗（2009年11月12日）。偷完菜開心丟 阿嬤氣哭斥夭壽。**中國時報**，2010年5月21日，取自：http://welearning.taipei.gov.tw/modules/newbb/viewtopic.php?topic_id=35381
- 楊虹、繆春晨（2009年11月10日）。家長凌晨4點幫孩子“收菜”。網路遊戲癮日趨低齡化。**新聞晨報**，2010年10月6日，取自：<http://it.sohu.com/20091110/n268081029.shtml>
- 蕭碧瑤（2006）。九年一貫課程國民中學國文教科書道德教育內涵之研究。明道管理學院教學藝術研究所碩士論文，未出版，臺中縣。
- 薛怡青（2009a年12月2日）。2009年各大搜尋引擎榜首Michael Jackson奪冠。**雅虎奇摩新聞**，2009年12月2日，取自：<http://tw.news.yahoo.com/article/url/d/a/091202/35/1w3yb.html>
- 薛怡青（2009b年12月7日）。Facebook與五大網路安全組織成立安全資詢委員會。**雅虎奇摩新聞**，2009年12月14日，取自：<http://tw.news.yahoo.com/article/url/d/a/091207/35/1wfom.html>
- 薛怡青（2009年12月7日）。英調查：愛玩Facebook與部落格的小孩，作文能力與溝通能力好。**雅虎奇摩新聞**，2009年12月7日，取自：<http://tw.news.yahoo.com/article/url/d/a/091207/35/1wfhw.html>
- Bortree, D. S., & Seltzer, T. (2009). Dialogic strategies and outcomes: An analysis of environmental advocacy groups' Facebook profiles. *Public Relations Review*, 35(3), 317-319.
- Christofides, E., Muise, A., & Desmarais, S. (2009). Information disclosure and control on Facebook: Are they two sides of the same coin or two different processes? *Cyberpsychology & Behavior*, 12(3), 341-345.
- Debatin, B., Lovejoy, J. P., Horn, A. K., & Hughes, B. N. (2009). Facebook and online privacy: Attitudes, behaviors, and unintended consequences. *Journal of*

Computer-Mediated Communication, 15(1), 83-108.

Dippold, D. (2009). Peer feedback through blogs: Student and teacher perceptions in an advanced German class. *Recall*, 21(1), 18-36.

Facebook (2010a). *Help center*. Retrieved November 6, 2010, from <http://www.facebook.com/help/>

Facebook (2010b). *Statement of rights and responsibilities*. Retrieved November 6, 2010, from <http://www.facebook.com/?ref=home#!/terms.php>

Gulnar, B., Balci, S., & Cakir, V. (2010). Motivations of Facebook, You Tube and similar web sites users. *Bilig*, 54, 161-184.

Hoadley, C. M., Xu, H., Lee, J. J., & Rosson, M. B. (2010). Privacy as information access and illusory control: The case of the Facebook News Feed privacy outcry. *Electronic Commerce Research and Applications*, 9(1), 50-60.

Kim, Y., Sohn, D., & Choi, S. M. (2011). Cultural difference in motivations for using social network sites: A comparative study of American and Korean college students. *Computers in Human Behavior*, 27(1), 365-372.

Kirschner, P. A., & Karpinski, A. C. (2010). Facebook and academic performance. *Computers in Human Behavior*, 26(6), 1237-1245.

Krasnova, H., Spiekermann, S., Koroleva, K., & Hildebrand, T. (2010). Online social networks: Why we disclose. *Journal of Information Technology*, 25(2), 109-125.

Kim, H. N. (2008). The phenomenon of blogs and theoretical model of blog use in educational contexts. *Computers & Education*, 51(3), 1342-1352.

Lewis, J., & West, A. (2009). Friending: London-based undergraduates' experience of Facebook. *New Media & Society*, 11(7), 1209-1229.

Orr, E. S., Ross, C., Simmering, M. G., Arseneault, J. M., & Orr, R. R. (2009). The influence of shyness on the use of Facebook in an undergraduate sample. *Cyberpsychology & Behavior*, 12(3), 337-340.

Papacharissi, Z. (2009). The virtual geographies of social networks: A comparative

- analysis of Facebook, LinkedIn and ASmallWorld. *New Media & Society*, 11(1-2), 199-220.
- Pempek, T. A., Yermolayeva, Y. A., & Calvert, S. L. (2009). College students' social networking experiences on Facebook. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 30(3), 227-238.
- Ross, C., Orr, E. S., Siscic, M., Arseneault, J. M., Simmering, M. G., & Orr, R. R. (2009). Personality and motivations associated with Facebook use. *Computers in Human Behavior*, 25(2), 578-586.
- Seder, J. P., & Oishi, S. (2009). Ethnic/racial homogeneity in college students' Facebook friendship networks and subjective well-being. *Journal of Research in Personality*, 43(3), 438-443.
- Selwyn, N. (2009). Facewoking: Exploring students education-related use of Facebook. *Learning Media and Technology*, 34(2), 157-174.
- Taylor, L., McMinn, M. R., Bufford, R. K. & Chang, K. B. T. (2010). Psychologists' attitudes and ethical concerns regarding the use of social networking web sites. *Professional Psychology: Research and Practice*, 41(2), 153-159.
- Turiel, E., Edwards, C. P., & Kohlberg, L. (1978). Moral development in Turkish children, adolescents, and young-adults. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 9(1), 75-86.
- Waters, R. D., Burnett, E., Lamm, A., & Lucas, J. (2009). Engaging stakeholders through social networking: How nonprofit organizations are using Facebook. *Public Relations Review*, 35(2), 102-106.
- Walther, J. B., Heide, B. V. D., Kim S-Y, Westerman, D. & Tong, S. T. (2008). The role of friends' appearance and behavior on evaluations of individuals on Facebook: Are we known by the company we keep? *Human Communication Research*, 34, 28-49.

A Preliminary Study on the Use of Facebook by Elementary School Students

Chi-Yu Yang^{*}, Fu-Yun Yu^{**}

Abstract

The purpose of the study is two-fold. First, the academic and media focus of the world's largest social networking-Facebook is summarized. Second, the user behavior of elementary students with regard to Facebook in Taiwan is examined. A total of 447 students aged 8–12 years responded to a questionnaire via convenience sampling. Main results from the survey study included: (1) Entertainment, leisure, and making friends are the main motivators for using Facebook; (2) Peers have a high influence on elementary school students' adoption and use of Facebook; (3) Stealing is one of the usual behaviors while playing games on Facebook; (4) Nearly 2/3 of the surveyed subjects lie about their age so as to become a member of Facebook; (5) School administrators and teachers ignore the statements listed on the web. In light of child development, suggestions for information literacy instruction and website rating are provided.

Key words: Facebook, social media, information literacy

* Doctoral Student, Institute of Education, National Cheng Kung University

** Professor, Institute of Education, National Cheng Kung University (Corresponding Author)