

心得報告

論文名稱：社區、虛擬社區到社會網絡網站：社會理論的變遷

社會網路的崛起，對整個社會人際互動關係溝通的型態有很大的改變，此篇文章探討了社會理論的變遷，網際網路的發展開始，許多人是用 msn、即時通、部落格在與同學朋友們互相聯繫的，慢慢的虛擬社群開始出現，在虛擬社群開始的初期，使用者大部分都是運用網際網路一開始具有匿名性的特點在使用網路媒體，在網路上交友、玩樂享受匿名性的網路自由，但一直到現在的社群網站中幾乎已不再具有此一特性，使用社會網絡網站最一開始的動機，很多都是因為在現實生活中的朋友、家人、同事、同學等等的影響才開始接觸社群媒體，網路上不具匿名性開始衍生出隱私問題，這樣的改變網路上還具有多少的言論自由空間？

網路已經變成生活中的一部份，對於現在的年輕人來說從小開始學校教育就使他們成為網路閱聽人，已經習慣了網路型態模式，但對於五六十歲的人來說，以往的刻板習慣要使他們進路網入世界成為網路閱聽人，是他們很難快速學會使用，但在這整個社會變遷之下，有些人要被迫使用，在同儕之間的影響下，社群媒體也開始被他們接受使用，年紀的不同，經營自己的社群方式與使用動機也會不一樣，年長者、社會歷練越多的人，會較為謹慎小心，也許是時代的開放程度不同所造成的影響。

社群媒體運用的發展不斷進步，有些人開始運用社群媒體來從事商業行為，這樣的現象已經越來越氾濫了，在虛擬社群中，信任也是很重要的一環，最近 Facebook 有很多網購的商業性社團隨便把人加入進去，開始出現了很多指責謾罵那些社團亂加入成員的訊息，現在在虛擬社群裡會出現信任大多都是因為在現實生活中彼此認識而有的真實性的信任感，但對於這樣的網購業者隨意加入會員，會有人想要在上面購物嗎？這樣的商業模式、行銷方式對業者能夠帶來多少的正面影響，這可以是未來研究的一個議題。

討論問題：

1. 在社群媒體 Facebook 上進行網購交易商業行為，消費者的購買意圖？
2. 在 Facebook 上發表的言論，是否會影響現實生活？網路上的言論自由是否還存在著？