

投稿類別：工程技術類

篇名：

Facebook 的來源及影響

作者：

王富霖。台南市私立崑山高級中學。資訊科三年丙班

孫紹瑜。台南市私立崑山高級中學。資訊科三年丙班

指導老師：

王世炫 老師

壹●前言

一、研究動機

很多人都知道現在熱門的臉書，已經耳熟能詳，但往往不知道臉書的啟源和原因，到底是什麼？一項發明往往來自某個「動機」？Facebook 的創辦人是 Mark Zuckerberg 是誰？

顯見越來越多的美國 Facebook 用戶將透過行動裝置連結 Facebook 的趨勢。也難怪 Facebook 無法忽略行動市場這塊已握在手上的大餅。那可見 FACEBOOK 已經影響周遭身邊的人事物了，究竟影響多少，好的多還是壞的多呢？還有大家最關心的，臉書到底會變得怎麼樣呢？？未來的趨勢究竟會如何，都在這裡做個整理和說明。

二、研究目的

- (一) 臉書創始人
- (二) 臉書的真正由來
- (三) 臉書之優缺點
- (四) 臉書之未來發展
- (五) Facebook 精準行銷

三、研究方法

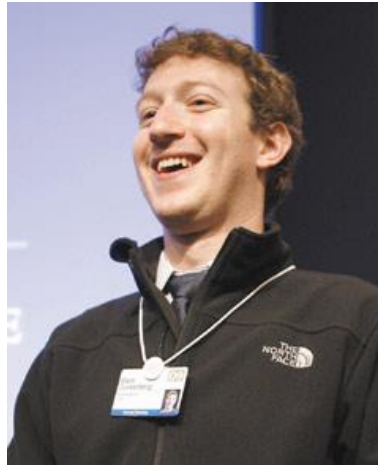
本研究經由新聞時事的探討與網路或是圖書館的書籍等，來收集有關於臉書的介紹與其相關事務，藉由研究的方法來了解臉書它起源的動機與它的發展可能性質。

貳●正文

一、臉書創始人

「知名社群網站「臉書」，台北時間昨天晚上七點五十分左右，疑似全球大當機。包括「按讚」、「留言」、「分享」、「打卡」，或是使用照片上傳等功能，幾乎全部失靈。讓一些重度的臉書使用者，十分焦慮。更有人說，臉書不能按讚，不能打卡，不能上傳照片，對他們來說，「就是世界末日」。」(註一)

因為智慧型手機和通訊設備的發展不斷提升並且提供你不少你朋友和社會的動態和資訊、發動態甚至來製作遊戲玩遊戲也越來越多。「日前，研調機構 comScore 發表的報告中顯示，在今年 4 月間，美國的 Facebook 用戶花費超過 441 分鐘透過智慧型手機瀏覽網頁和使用應用程式，高過花費 391 分鐘以桌機連上 Facebook 的時間。」(註二)



圖一 Mark Zuckerberg

(資料來源：<http://sls.weco.net/blog/color/14-jan-2010/14197>)

Facebook 的創辦人 Mark Zuckerberg，他是哈佛大學的學生，之前畢業於 Ardsley 高中。最初，網站的註冊僅限於哈佛學院的學生。在隨後的兩個月內，註冊擴展至波士頓地區的其他高校（如麻省理工學院）及史丹福大學、紐約大學、西北大學等等名校。

第二年，很多其他學校也被邀請加入進來。之後，在全球範圍內有一個大學後綴電子郵箱的人（如.edu, .ac.uk 等）都能註冊。之後，在 Facebook 中也可以建立起高中和公司的社會化網路。而從 2006 年 9 月 11 日起，任何用戶輸入有效電子郵件位址和自己的年齡段，即可加入。用戶可以選擇加入一個或以上網路，例如中學的、公司的、或地區的。

「根據 2007 年 7 月的數據，Facebook 在所有以服務於大學生為主要業務的網站中，擁有最多用戶有 3400 萬活躍用戶」。「由 2006 年 9 月至 2007 年 9 月間，該網站已經在全美網站中的排名由第 60 名上升至第 7 名。同時 Facebook 是美國排名第一的照片分享站點，每天上載 850 萬張照片。」(註三)

網站的名字 **Facebook** 來自傳統的紙質「花名冊」。通常美國的大學和預科學校把這種印有學校社區所有成員的「花名冊」發放給新入學或入職的學生和教職員，協助大家認識學校內其他成員

二、臉書的真正由來

這些都只能告訴我們，**Mark Zuckerberg** 這個人成功的一面，但大家或許不知道，其實這些「思緒」，早就已逐漸萌芽了。

根據本研究找到的這篇文章可以證實不是只有上述這麼簡單，如以下文章所見：

(一)**Facebook** 起源於高 **ook** 提供了富饒的土壤，但是**紮克伯格**很有可能早在高中時期就為 **Facebook** 埋下了種子。聽到這個說法，大家或許會感到震驚。你從未聽過**紮克伯格**高中時期就讀的**菲利普埃克塞特學校 (Phillips Exeter Academy)**是因為 **Facebook** 始於哈佛，而且哈佛也足以表明**紮克伯格**的聰明睿智，甚至能夠為他的故事添加一些傳奇色彩。

但事實上，**紮克伯格** 2000 至 2002 年就讀於**菲利普埃克賽特學校**時所獲得的經歷，對於 **Facebook** 的創意和名稱所產生的影響要勝過他在哈佛的任何一名同窗好友。

菲利普埃克賽特學校位於新罕布什爾州**埃克塞特市**，這是一所為 9 至 12 年級的學生設立的私立寄宿學校。**菲利普埃克賽特學校**擁有非常完善的寄宿制度。這裡的學生將自己稱「**Exonians**」，而且由於學校的文化和傳統，使得該校學生都具有很強的團體認同感。

在最初就讀該校的 2 年間，**紮克伯格**擁有很多時間來觀察並參與到學校的文化中，並體會該校根深蒂固的寄宿生活方式。每年，都會有學生畢業，也會有新生加盟。在入學的第一年，與所有新生和返校學生一樣，**紮克伯格**收到了**菲利普埃克賽特學校**的同學錄。這本同學錄的名字叫做「**The Photo Address Book**」(裡面附有每個人的照片和地址)，而學生們則親切的將它稱作「**The Facebook**」。

在對**紮克伯格**當年的幾名校友進行採訪時，他們都證實了 2000 級學生**大衛-法蘭特 (David W. Farrant)**的說法：「這本書的封皮上寫著「**The Photo Address Book**」，但是我們都管它叫「**The Facebook**」，這是因為「**The Photo Address Book**」太長，叫起來拗口。所以，大家

都叫它「The Facebook」。」

在菲利普埃克賽特這樣的學校中，「Facebook」同學錄是學生們社交體驗和文化的重要部分，直到現在，依然如此。「十大牛校」每年都會為學生提供一本「Facebook」。每年秋天開學時，學生們的社交生活就被宿舍、年級以及與其他宿舍同學的聯系方式限定住了。由於校園內禁止使用手機，而且學生每年都會更換宿舍和電話號碼，因此這本「Facebook」就成為了學生們彼此聯系的重要資源。



圖二 Facebook 時代的終結

(<http://technews.tw/2013/12/21/facebook-era-shift/>)

而且，早在紮克伯格未沒上高中之前，這種文化就已經流行開來。紮克伯格恰好碰到了這種文化，並且有幸參與其中並從中看到了絕佳的機會。

(二)Facebook 早有雛形

但故事並未就此結束。紮克伯格畢業那年，由克裡斯-蒂勒裡（Kris Tillery）領導的學生會成功的說服校方將「The Photo Address Book」的全部內容放到網上。到紮克伯格畢業時，校方還採用了「Facebook」這一暱稱，並將同學錄統一放到 <http://student.exeter.edu/facebook> 這樣一個 URL 地址中。

在採訪中，部分紮克伯格的校友提供了在菲利普埃克賽特學校的.edu 域名下的最初在線版同學錄的截圖。該截圖於 2006 年被上傳到 Facebook「Exonians」小組中，並保存至今。在這張截圖的評論中，有人將此稱作是「Facebook 的雛形」並提到了「the Photo Address

Book」就是物理版的 Facebook。

不過 <http://student.exeter.edu/facebook> 目前已經無法訪問，而且接受採訪的人也都無法證實紮克伯格是否參與其中。但是有一些事實卻比較明顯：當時的學生們對於這份在線同學錄都熱情頗高，該同學錄是在紮克伯格畢業那年上線的，而且他很有可能已經意識到了這個在線同學錄的存在。

由於擁有 2 億用戶，因此 Facebook 有足夠的能力對人們未來的聯系以及交流方式產生深遠的影響，這不僅限於某一地區，而是一個國際化的趨勢。儘管我們或許永遠不會知道紮克伯格創建 Facebook 的靈感來自何處，但是他在寄宿高中的經歷使得我們更好的了解到這種席卷全球的 Facebook 可能的起源，以及它為何能夠在上線之初就廣受歡迎。
(註四)

臉書能帶給我們方便，使人類生活上更便利，但是也帶來許多壞處，本研究經過整理如下：

表一 臉書的好處和壞處

好處	壞處
(一)可以與現在的智慧型手機連結在一起 可以隨時在外面與FB朋友聯繫。	(一)很多人對 FB 上自己的隱私權比較擔憂個人帳號及個人資料所以安全是很重要的。
(二)可以無限增加自己無論是用相機還是手機的照片數量且沒有容量及數量上的限制同時也可標註照片中的朋友。	(二)經常使用 FB 的人，身體上也常出問題。 (三)不認識的朋友忽然要加你。
(三)可以建立個人所喜好的社團，建立後可邀請自己的朋友入團。	(四)在加了很多朋友後即使你想加的人被拒絕不久後會被 FB 官方禁止送出交友邀請最嚴重的情況會導致永久停權在交友邀請的權利。
(四)可以增加照片上的地點，例如：這張照片是在哪裡拍的。也能寫下當時的心情、狀況，例如：晴朗的天氣使人心情舒暢等等	(五)盜用照片及帳號等。
(五)讓別人清楚了解到你的工作、	(六)FB 聊天所需的勇氣比實際見面所需的勇氣小得多，在網路上你可

住在哪、單身與擁有多少學歷等狀態，如果你有設定公開的話。	以談笑風生，但一見面，就可能能啞口無言，而且照片也可以用來騙人。
(六)訊息流通得極快,如果用得適當,可以學到更多的知識,也能知道更多時事,就能增加自己的判斷力。例如：教你如何預防詐騙，或是生活上的小撇步等等	(七)我們在求學階段需要時間複習功課,但很多學生都瘋狂玩 FB,從手機玩到電腦，隨時都要 FB，很容易沉迷。
(七)有些不敢說出來的話，心裡話，往往在留言使用之後，更甚能表達彼此的心意。也比較敢說出口，雖然不是當面說	(八)上面優點提到的社團有些人會喜歡建立一些「反對 XXX 的」這類社團、謾罵批評等。這些行為即是網路霸凌。被害人會嚴重受到傷害。

(本小組自行整理)

既然知道臉書的優缺點了，那究竟他未來趨勢會怎樣呢？我們看以下整理：

四、臉書之未來發展

(一) Facebook 執行長：行動應用是 Facebook 未來發展核心

2012/05/13 Facebook 執行長 Mark Zuckerberg 在說明會中對投資人表示，行動應用正是 Facebook 目前發展的核心策略。Zuckerberg 明確的表態，與日前市場的評析預期相符，讓外界更加期待 Facebook 在行動市場將使出什麼絕招，擄獲更多使用者的目光。

最近 Facebook 正與美國各大城市進行投資說明會，為 18 日於美國那斯達克（Nasdaq）掛牌上市做準備。Facebook 執行長 Mark Zuckerberg 在說明會中對投資人表示，行動應用正是 Facebook 目前發展的核心策略。Zuckerberg 明確的表態，與日前市場的評析預期相符，讓外界更加期待 Facebook 在行動市場將使出什麼絕招，擄獲更多使用者的目光。

由於 Facebook 不僅接連併購行動網路應用相關的公司，包括提供簡訊服務的 Beluga 及相片分享平台 Instagram，近日也啟動 App Center Beta 準備開始販售應用程式，就連之前釋出 Facebook Messenger 的服務更新，也是由行動裝置版本開始，因此市場十分關注未來 Facebook

的發展，是否將以行動網路市場為重。(註五)

(二) Facebook 社交網站的漸行漸遠

本文由產品設計師 Chrys Bader 發佈在極簡博客平台 SVBTLE 上，從社會運動演變的角度分析了 Facebook 類社交網站的漸行漸遠，有一定道理，畢竟，當我們下一代選擇社交網絡時，他們還會覺得老爸老媽用了十幾年的產品還酷勁十足嗎？

Facebook 正在隨著時間的流逝而漸漸失去自己當初的勢頭，特別是對於下一代用戶的吸引力。研究數據都表明使用 Facebook 的年輕人在今年第三季度驟減了 16%，這似乎暗示著年輕一代對社交網絡的興致已經大不如前。(註六)

很有趣的，找到了兩種結果，而到底是哪種才是未來發展趨勢，就看讀者怎麼評估八。

五、Facebook 精準行銷

「社群」是本來存在於現實世界的一種團隊活動。實體社交活動本來就存在於現實的生活中，透過網際網路的乘數效應，Facebook 將網路的社交活動效果放大到全世界，原本在實體生活中不容易的互動，也因此網路的催化下成為可能，而「社群活動」，也成為另類的全民運動。

參●結論



圖三 臉書真的影響學生成績

(<http://techorange.com/2011/04/29/facebook-effect-students/>)

一樣東西，有他的好處，也一定有他的壞處，臉書也不例外。雖然他帶給我們很多的便利，不僅能聯絡到以前沒在聯繫的親朋好友，更能知道對方的現在狀

況及動態。是個方便的好工具。

但是因為它的商業化，使諸多遊戲陸續上架，也因智慧型手機的普遍使用，臉書已經大眾化，滲透到你我的生活中。結果導致臉書已經是缺一不可的物品了！只有自我約束自己的使用量，才不會真正的上癮「臉書」這玩意兒。

而針對臉書的未來分析整理以下：

一、誕生 — 早期開始獲得一些關注並激起社會上相應的反應，就像 2005 年的 Facebook。

二、合併 — 當一個運動的影響力達到某一個臨界點時，則變成了其他運動不得不面對的一個障礙，就像 2009 年 Facebook 超過 MySpace 一樣。

三、官僚化 — 指一個運動開始正規化。比如 Facebook 在 IPO 之後變成了一家「真正的公司」，開始搭建公司結構並且大量招聘人才。

四、衰退 — 指一個運動最終消耗殆盡。Facebook 現在已經深深地植入到我們的日常文化中，就像是一個成功的社會運動，「他們的目的或是意識形態已經得到大眾的普遍接受和認可，所以作為一個社會運動，它已經不再被需要」。

沒人能知道它到最後會形成怎樣的局態，但根據上述社會運動分析，再多好的事物也都只有一個期限、一個時代，就像人類的進化史一樣，它們不會消亡或是停滯不前，而是會被更好適應性更強的競爭者淘汰。雖然終究會遭到淘汰，但會越來越好。

肆●引註資料

註一、中廣新聞網：全球晚上大暴走。日期 2013-10-22，取自
<http://tw.news.yahoo.com/%E8%87%89%E6%9B%B8%E9%80%B1-%E6%99%9A%E5%A4%A7%E7%95%B6%E6%A9%9F-%E5%85%A8%E7%90%83%E7%B6%B2%E5%8F%8B%E6%9A%B4%E8%B5%B0-225259770.html>

註二、聯合新聞網：行動應用是 Facebook 未來發展的核心。日期 2012-05-13，取自 http://mag.udn.com/mag/digital/storypage.jsp?f_ART_ID=389386

註三、社交網路服務：網站臉書的起源。日期 2010-01-14，取自

<http://sls.weco.net/blog/color/14-jan-2010/14197>

註四、Facebook：臉書的真正起源曝光。日期 2009-09-15，取自
<http://it.big5.enorth.com.cn/system/2009/05/12/004018815.shtml>

註五、科技新報：Facebook 社交網站的漸行漸遠。日期 2013-12-21，取自.
<http://technews.tw/2013/12/21/facebook-era-shift/>

註六、cacaFly (2011)。Facebook 精準行銷。電腦人文化：創意市集