

以休閒知覺自由及人際關係探討對於網路社群使用者主觀幸福感之影響-以

Facebook為例

應鳴雄, 郭芳婷

資訊管理學系

資訊學院

mhying@chu.edu.tw

摘要

本研究旨在瞭解Facebook社群網站是否能為使用者帶來幸福感，探討不同背景的Facebook使用者對主觀幸福感的差異情形，並探究休閒知覺自由與人際關係對主觀幸福感的影響。本研究採問卷調查法，研究對象為Facebook社群網站使用者，共回收145筆有效樣本，並以描述性統計、多變量變異數分析技術分析資料。研究結果顯示，Facebook社群網站使用者的居住地點、社群使用經驗、人際關係與休閒知覺自由對主觀幸福感皆有顯著影響。因此本研究建議網站經營者，能提供容易操作的網路平台或定期舉辦活動，以增強使用者的休閒知覺自由；若是學校輔導教師與家長，能瞭解與善用網路人際互動的優勢，透過它來改善、增加學生的友誼支持度，將能帶給學生更多的主觀幸福感。

關鍵字：主觀幸福感、社群網站、人際關係、休閒知覺自由