

投稿類別：各類議題

篇名：社群背後的秘密－臉書人氣社群作家形成析論

作者：

劉雨晶。花蓮縣立自強國中。八年一班  
葉嘉穎。花蓮縣立自強國中。八年一班  
張筠晨。花蓮縣立自強國中。八年一班  
陳宥均。花蓮縣立自強國中。八年一班

指導老師：

陳禹翔老師

## 壹●前言

### 一、研究動機

在社群媒體上，幾乎可以連結到任何地方，獲得任何資訊。然而當空間變得無限大，網路人氣社群如何在其中找到發揮的著力點？此外，社群除了擴大人際交友範圍，還有沒有別的發揮作用？在奎爾曼發表的短片「社群網路革命」中點出，「78%的消費者信任社群媒體上朋友的推薦，只有14%信任廣告」，可見網路影響力之大，到底人氣社群作家背後有什麼魔力，可以產生如此大的影響？是我們想探討的問題。

### 二、研究目的

- (一) 探討社群。
- (二) 比較人氣社群作家經營的特色。
- (三) 造成百萬粉絲的秘密。
- (四) 探討粉絲對網路人氣插畫家的看法。

### 三、研究方法

- (一) 利用網路收集社群形成的資料。
- (二) 分析其營運模式與造成的結果。
- (三) 文獻討論。
- (四) 以問卷調查粉絲對網路人氣插畫家的看法。

### 四、研究流程

發現我們的研究問題之後我們開始蒐集資料，從為什麼會有社群開始尋找原因，接下來上網找尋有關於社群的資料，將資料整理再資料夾中，從這些資料中我們慢慢發現了一些人氣社群的特色，再從這些特色中我們試著找尋他們的相同點，因為那可能是他們可以變成人氣作家的原因。所以接下來我們尋找社群營運這個關鍵字，從找到的書本文獻和網路資料中，將人氣社群作家的幾個共同面向拿出來討論，最後我們將範圍縮小在網路插畫家，因為那是我們共同喜歡的主題。從上面討論過的面向中我們試著設計出我們想要調查的問題，最後希望從問卷的結果反應，探討出大家對人氣插畫家的看法，並提出我們的結論與建議。

## 貳●正文

### 一、 網路社群（英文：Online Community）

#### （一）定義

「網路社群」是存在於網際網路上供其會員自由交流的虛擬社群。最早是由一個資訊發行系統組成，比如說 BBS 或者個人部落格。網路社群已經成為人們在現實生活中社會關聯的一種補充。網路社群是由多種或者各種混合的社交軟體組成，包括網路聊天室、論壇，並且可以透過文字、聲音、視頻來交流等等。

#### （二）社群的歷史

在早期的網際網路上，有許多提供用戶間互動交談的服務，例如：BBS，新聞群組等。早期社群網路的服務網站呈現為線上社群的形式，用戶透過聊天室進行交流，隨著部落格等新的網上交際工具的出現，用戶可以透過網站上建立的個人首頁來分享喜愛的資訊。2002 年至 2004 年間，世界上三大最受歡迎的社群網路服務類網站是 Friendster、MySpace、Bebo。在 2005 年之際 MySpace 成為了世上最巨大的社群網路服務類網站。傳聞當時其頁面存取量超越了作為著名搜尋引擎的 Google(註一)。2006 年第三方被允許開發基於 Facebook 的網站 API 的應用，使得 Facebook 隨後一躍成為全球用戶量增長最快的網站。

#### （三）Facebook 的秘密

而將人串連的 Facebook，到底是用什麼方法讓人們可以在網路上與工作、人脈、興趣、生活互相結合進而迅速累積社群呢？我們看到一篇文章有講到達摩媒體執行長許景泰是這樣做的：從 2008 年開啟帳號後，剛開始 po 文的按讚與回應寥寥可數，但他持續耕耘，幾乎每天都有 5 篇以上分享文，內容包含創業心得、產業觀察、媒體報導分享，甚至是電子商務的數據分析，透過不斷發聲塑造成「意見領袖」，搭配朋友不斷轉貼，吸引更多朋友加入，現在他一則 po 文便有上百個讚。許景泰認為「**必須把 sensor 打開**」抓住最流行、產業動態、社會氛圍(註二)，所以這也是他在 fb 上建立好友群組，讓自己掌握各種分眾資訊。

我們也上網查了插畫家馬來貘 Cherng，試圖找出一些為什麼他 24 歲卻已經擁有 50 萬粉絲這麼驚人的數字！從幾篇文章中提到他從大學就開始畫圖經營粉絲頁，除了他獨特的畫風外，利用 Facebook 來經營個人形象平台，還使用了影像社群軟體 Instagram 來記錄生活和靈感，以貼標籤的方式找圖像、做宣傳同時刺激創意。而他也談到有幾次粉絲專頁人數爆衝的時間點，都在呼應時事、切合當下氛圍。**建立個人品牌時，勢必了解：「第一，大家正在關心什麼事；第二，適時展現自己的聲音。」**(註三)也因此造就馬來貘用插畫與社會氛圍對話的特色。透過 Facebook 和底下工具，他打造了一個屬於自己的舞台，也在工作中找到讓自己可以激發思考、重拾熱情的方法。

## 二、人氣社群作家經營特色的比較

在最近幾年全球各地許多人利用了社群實現理想，為何這些人可以在網路上迅速的累積粉絲，他們經營網站上是否有哪些值得我們研究的地方呢？以下是我們這組將幾個台灣的人氣社群指標人物所做的比較。

人物	做了什麼	經營模式	累積粉絲
蔡阿嘎	以幽默搞笑的口吻邊唱邊說，且背後有社會脈動的觀察。	透過上傳 YOUTUBE 的兩百多支影片了解網友的口味。	影片點閱率(106萬)超越收視率前十名的電視節目<<康熙來了>>的我愛康熙(73萬)，因而引起廣告商的注意。
沃草	在[國會無雙]，為使自己更投入，推出更多監督機制的產品，甚至辭去大學醫學職務，每周有三天到桃園診所看診，一天到宜蘭羅東醫院幫受刑人義診，其餘時間都待在沃草辦公室努力。	與讀者互動，建立信任感(把自己當讀者)。在他的理念裡，要改變國家，得先改變國會，改變國會又得先從國會透明開始，因而打造[國會無雙]一網。	他曾說:[這是一場實驗，一旦把眼睛打開，就不可能把眼睛閉起來。我只希望大家多注意一點，多投入一點，也許就能改變社會，往理想國家更邁進一步。]
妞新聞	從女性角度出發提供女性觀點的網路媒體妞新(NIUSNEWS)，這種女性色彩強烈的媒體卻出自於31歲交大男王憲邦之手。明明是個大男生，但王憲邦說起話來卻像是個兩性專家一樣，仔細分析男女差異。	圖文符合時下口味，內容取材有趣，圖片與標題吸引年輕族群。更透過實體通路接觸讀者創造體驗且營造品牌形象。	才成立三年的網站，目前每月不重複進站的訪客高達310萬，月瀏覽3200萬次，擁76萬FACEBOOK粉絲，年營業額高達上千萬元。
FLYING V	台灣最著名以顛覆市場邏輯的群眾募資平台FIYING V，透過自己經營的群眾募資平台實現了750個素人團體和群眾的夢想。	在網站詳細的教學傳授如何撰寫提案及製作具有說服力的宣傳影片。並且每個月舉辦各種講座活動協助大眾理解何謂募資平	雖然競爭對手來勢洶洶但是flying v的優點正是規模小，可塑性高，機動性強。並且導致台灣募資平台一一成立讓學生的提案

	ex:在今年太陽花學運期間這個平台在三小時內幫學生募款到633萬，讓fiying v成為台灣指標性的募資平台。	台，實現夢想。	可以在平台上執行。 鄭
鄭國威	鄭國威翻轉了台灣社會對於媒體的想法，他覺得台灣國際新聞過於單一化不具有國際觀，所以開始自行經營自媒體，接受政府不支持的網站並持續經營。	鄭國威經營自媒體的兩大原則:內容不求快，將正確內容給讀者，並覺得有品質的內容才能贏得信任感，且非常注意讀者的反饋，與讀者不斷對話同時將讀者意見反饋內容做出呈現。	直到現在鄭國威堅持自行經營網站，並且pansci泛科學網站日瀏覽量近萬高達八萬多次每篇文章的停留時間過兩分半鐘。他認為:網路上的長篇文章只要有品質，也有人會願意去閱讀。
陳韻如	ifit愛瘦身創辦人陳韻如:在短短兩年內將ifit打造成台灣最大的美麗與瘦身社群，並加速結合電子商務，朝[社群電商]前進。	在社群平台與消費者互動先交朋友，累積起足夠信任後，在來思考銷售服務與產品的商機。在ifit網頁上每則有關健康，運動，瘦身的知識，都以活潑可愛的插畫為主，文字為輔，吸收毫不費力。聘請專業營養師，體能教練，編輯與插畫的人力，拉高其他競爭對收模仿跟進的門檻。藉由新舊媒體的整合實驗，持續拓展知名度。	到9月底為止，ifit在facebook累積出65萬名粉絲，line的官方帳號有325萬訂閱。去年營收超過6000萬元。開發近百種與瘦身有關的食品，運動器材，書籍等商品銷售。
五月天阿信	樂團五月天主唱阿信:改變過去明星與歌迷的互動模式。	與歌迷一對一，更深刻更自然的互動。透過facebook平台，讓過往得要到演唱會現場才能親近偶像的需求，輕鬆在網路上就能滿足。由阿信親手操作的互動，讓網路	facebook的個人粉絲專業人數331萬，遠大於五月天的167萬。

		上的阿信比實體世界 中的明星更讓人覺得 寫實，個性鮮明。	
鄭振和	是科學家，創業家， 作家的他已五年時間 創作科幻小說<<公元 2355年>>，並為這部 作品成立facebook粉 絲專業，在上面分享 小說內容。	從2011年開始，陸續 把小說章節以英文搭 配充滿科技感的照 片，持續貼到網頁 上，好獲得更多人關 注。避開時事分析， 減少只看熱鬧的網 友。初期透過facebook 廣告來累積會員。	facebook 粉絲專業人 數300萬(來自全球各 地)，但都是對科技和 人文抱持高度興趣的 人。
DUNCAN	Duncan為台灣新銳的 網路爆紅插畫家，平 時喜好繪畫的他受 (翻眼吧溫蒂妮小姐) 的啟發因而創辦紛絲 團。儘管粉絲團 Duncan Design才創立 兩年卻已創下不少紀 錄。Duncan的靈感來 源大多數來自日常生 活，而準時一天一篇 發文更是他必備的功 課，努力在插畫這條 路耕耘。	他的策略有以下幾 點:1. 創作要貼近人 心，搞笑固然受歡 迎，但穿插關於親子 友誼.人生體悟的題材 更能激起共鳴。 2.Duncan是網路插畫 家極少採雙語發表的 例子，善用自己善用 英文的優勢，使作品 更國際化。3.經營社群 必須要穩定.長時間的 發布內容，才能累積 忠實粉絲。4.與粉絲時 常互動，即使粉絲留 言眾多，也一一回 應，深植人心。	現在的他穩佔台灣插 畫家之冠，高人氣也 吸引華碩共同合作。 粉絲團人數驚為天 人:220萬的讚!報章.雜 誌.新聞媒體都爭相報 導。
劍劍米	自稱是全台灣最年輕 的帥氣農夫小劍劍， 生長在花蓮縣玉里 鎮，從小在農村長 大，爺爺和爸爸都是 農夫，家裡的七甲田 自然傳承到他這七年	資金不足的情況下， 總是需要家人的支 持，請不起偶像 桂綸 美當女主角，小劍劍 靠著媽媽，就讓影片 紅透半邊天。Kuso了 七十多支短片，將農	得到華文部落格第一 名得獎後，小劍劍經 常受邀上節目或到校 園演講，隨著知名度 提升家裡的米也愈賣 愈好，還娶到漂亮的 護士當老婆。小劍劍

	<p>級生的手上。用心推廣台灣農業，想找周杰倫來吃飯的小劍劍，其實有一個夢想，那就是跟周董一樣拍電影當導演！現在說什麼事情都一派輕鬆，回憶過去，其實農忙期間他曾做到流淚，婚前為了追老婆也哭過很多次。努力想改變大家對務農的成見，討厭被看不起去感受，是他內心深處的辛酸，即便是老婆的家人也對農夫有這樣的刻板印象，但這不影響小劍劍立志要將台灣農業傳承下去的使命感。</p>	<p>事注入歡樂元素，讓大家都輕鬆進入農業世界。其實小劍劍的每篇搞笑短劇背後，都藏著嚴肅的主題。</p>	<p>的名言是「日子再苦再累，只要開朗面對，一切都會變美好」。意外「走在返鄉潮流尖端」的謝銘鍵現在對稻米不僅有熱情，夢想更大，除了鮮食市場，他還想試試米加工品、觀光工廠，並成立「小劍劍農業推廣聯盟」，帶領地方小農對抗大糧商；他的「開朗農夫奮鬥記」仍在熱烈發展中，讓我們一起繼續看下去。</p>
--	---	--	--

資料來源:cheers 百萬粉絲的秘密(註四)與本組研究

### 三、人氣社群作家的神秘策略

從上面的資料整理中，其實可以看出一些端倪，許多作家的內容會貼近一般人的日常生活，有些為社會底層發聲受到大家認同進而支持，有些資料更新很快確實和粉絲產生良性互動，有些圖片與標題吸引年輕族群，有些以幽默搞笑的口吻蘊含有社會脈動的觀察，其實還有很多，我們這組在參考過書籍，與上網找尋各個作家的部落格、社群網站之後，將網路人氣社群作家吸引人原因以三個面向來剖析，分別是個人魅力塑造、網路連結理論與社群內容：

類別	項目	內容概述
個人魅力	• 關注的事情	讓其他人也認同你關心的事，自動讓自己成為別人會去分享的連結點和談話話題。
	• 看法、觀點(專業)	如果觀點言之有物，社群上會越來越多人仰賴你獲得資訊。
	• 個性、特色	可依靠自己專業方面的知識(醫學、法律、財經、資訊、.....)，配合個人獨到

		見解與網群分享，會使越來越多粉絲留言請教。
	• 主動找粉絲	例如美國總統歐巴馬當初選舉時主攻年輕選票，利用社群直接與年輕選民溝通，迅速累積捐款扭轉劣勢。
連結 (六度分隔理論)	• 產生有意義對話	可在對方發表言論區，給予有意義和特色的對話討論。
	• 把網路帶入現實	例如網路美妝、穿搭部落格，利用 Youtube 現身說法，教網友化妝。
	• 人情味	例如幕後花絮、品牌 小故事
內容 (讓人想分享)	• 強而有力標題	下標題引起他人注意，或放摘要讓讀者很快了解內容。
	• 條列重點、表格	增加分享意願。
	• 挑動情緒	讓人驚訝或快樂的內容都能引起好奇增加點閱率。
	• 禁忌、秘密、匪夷所思、不平常話、不尋常、驚艷、捧腹	六大情緒引起口碑和炒作的秘訣。
	• 買廣告	借助周邊廣告增加曝光率。

(資料來源:本組研究討論)

#### 四、以問卷探討粉絲對網路人氣插畫家的看法

##### (一) 結果分析

根據以上探討，我們將範圍縮小在網路人氣插畫家這個社群，並且在學校校內發放紙本問卷，也在網站優仕網與 fb 上開放讓所有網站上的人自願填寫，從問卷中挑選有效問卷 69 份，其中對象主要以學生族群為主，將調查資料整理成以下。

##### 1. 年齡:

選項	票數	百分比(%)
10~20 歲	56	81.2
20~30 歲	6	8.7
30~40 歲	5	7.2
40 歲以上	2	2.9

##### 2. 職業:

社群背後的秘密－臉書人氣社群作家形成析論

選項	票數	百分比(%)
學生	58	84.1
上班族	4	5.8
軍公教	4	5.8
其他	3	4.3

3. 平常是否會關注臉書插畫家社群？

選項	票數	百分比(%)
是	64	92.8
否	5	7.2

4.你喜歡的臉書插畫家(社群)有誰?( 多選 )

選項	票數	百分比(%)
超直白 chao zhi bai	6	8.7
H.H 先生	16	23.1
鬼門圖文	4	5.8
Aida&綺綺	4	5.8
人 2×People2	6	8.7
Lu's	5	7.2
Cherng's 馬來獏	9	13.0
Duncan	45	65.2
其他	0	0

5.你喜歡是因為他(她)的哪個特色吸引你?( 多選 )

選項	票數	百分比(%)
輕鬆有趣貼近生活	45	65.2
內容很多是我關注的事情	7	10.1
有個人風格	25	36.2
欣賞人物畫風	16	23.2
富含哲理	2	2.9
一針見血	12	17.4
暴力血腥兒童不宜	1	1.4
有親和力貼近粉絲	7	10.1
其他	0	0

6.請問你是如何得知他(她)的資訊進而認識她(她)的?( 多選 )

選項	票數	百分比(%)
從報章雜誌新聞看到	4	5.8
朋友或朋友的朋友介紹	11	15.9
從 youtube 看到	9	13
網路搜尋某樣東西或主題時注意到他(她)	42	60.9
好奇參加見面會後開始有興趣	4	5.8
在某樣商品看到訊息產生興趣	4	5.8
從別的網路廣告或相關連結得知	10	14.5
其他	0	0

7.請問你會把他(她)分享給你的朋友原因是什麼?( 多選 )

選項	票數	百分比(%)
插畫內容吸引人想和朋友分享	29	42
看了很有感覺想和朋友分享	22	31.9
看了很熱血沸騰、開心爆笑、興奮想和朋友分享	28	40.6
有奇怪麻辣話題想和朋友分享	7	10.1
其他	1	1.4

## 參●結論

### 一、對研究結果看法

- (一) 社群就是你的情報網，只要運用得宜，情報自己會上門。(註五)
- (二) 請讓雲端工具與社群好友來幫助你。
- (三) 打造個人專業魅力及風格、化虛擬為實體，讓別人忍不住想分享你的內容。
- (四) 根據問卷內容，對 10~20 歲網友來說，網站內容輕鬆有趣貼近生活、努力經營網站讓別人隨時注意到自己的動態產生標籤連結.....等方法，或是製作讓人驚艷、捧腹的作品，都是吸引年輕族群讓自己變成擁有百萬粉絲前不錯的方法。

### 二、 未來研究方向

- (一) 根據問卷得知 20 歲以上的族群對網路社群插畫家的認識比例變少，這是我們未來想要探究的方向之一。
- (二) 有些插畫家從網站查到粉絲是最多的，但從校內與網路問卷調查出來的結果卻不一定是最多人喜愛的原因是什麼也是我們好奇的原因。
- (三) 男生女生喜歡的插畫家是否會不相同，原因為何？
- (四) 有機會我們想訪問花蓮知名插畫家劍劍米，訪問他成為網路名插畫家背後的秘密是否與我們做出來的研究相符。

#### 肆●引註資料

- 註一、維基百科網站(2013)。社群網路服務。10 月取自  
<http://zh.wikipedia.org/wiki/%E7%A4%BE%E4%BA%A4%E7%B6%B2%E8%B7%AF%E6%9C%8D%E5%8B%99>
- 註二、李欣岳(2014)。2600 位臉友就是我的動態智囊團。快樂工作人雜誌，164 期。
- 註三、蔡茹涵(2014)。50 萬粉絲擁護插畫家馬來貘。快樂工作人雜誌，164 期。
- 註四、李欣岳(2014)。百萬粉絲的秘密。快樂工作人雜誌，169 期。
- 註五、《社群情報力》。部落格站長群著。電腦人文化。2011

「社群背後的秘密－臉書人氣社群作家形成析論」問卷調查

先生/女士您好:

我們是自強國中學生，正在進行一項專題研究，主要在探討人氣社群網站之所以會形成的背後原因。本問卷採不記名方式，請您安心填寫，您所提供的寶貴意見，將成為我們的重要資訊，感謝您的協助。

祝您 萬事如意!!

學生: 劉雨晶 葉嘉穎 張筠晨 陳宥均 敬上

1. 年齡: 10~20 歲 20~30 歲 30~40 歲 40 歲以上
2. 職業: 學生 上班族 軍公教 其他
3. 平常是否會關注臉書插畫家社群?  
是 否(若選否則以下不需繼續作答，謝謝)
- 4.你喜歡的插畫家有誰?  
超直白 chao zhi bai H.H 先生 鬼門圖文 Aida&綺綺  
人 2xPeople2 Lu ´ s  
蔡朝 Cherng ´ s 馬來謨 其他\_\_\_\_\_
- 5.你喜歡是因為他(她)的哪個特色吸引你?  
輕鬆有趣貼近生活 內容很多是我關注的事情 有個人風格  
欣賞人物畫風 富含哲理 一針見血  
暴力血腥兒童不宜 有親和力貼近粉絲  
其他\_\_\_\_\_
- 6.請問你是如何得知他(她)的資訊進而認識她(她)的?  
從報章雜誌新聞看到 朋友或朋友的朋友介紹 從 youtube 看到  
網路搜尋某樣東西或主題時注意到他(她)  
好奇參加見面會後開始有興趣 在某樣商品看到訊息產生興趣  
從別的網路廣告或相關連結得知  
其他\_\_\_\_\_
- 7.請問你會把他(她)分享給你的朋友原因是什麼?  
插畫內容吸引人想和朋友分享 看了很有感覺想和朋友分享  
看了很熱血沸騰、開心爆笑、興奮想和朋友分享  
有奇怪麻辣話題想和朋友分享  
其他\_\_\_\_\_

問卷結束，再次謝謝您的合作