

投稿類別：資訊類

篇名：

LINE應用程式對學生生活的影響-以高英工商學生為例

作者：

林鏡婷。私立高英高級工商職業學校。商用資訊科三年三班

蔡嘉玲。私立高英高級工商職業學校。商用資訊科三年三班

陳姿君。私立高英高級工商職業學校。商用資訊科三年三班

指導老師：

余秋鴻老師

壹●前言

一、研究動機

在科技的演變通訊軟體持續被研發，LINE 此應用程式本身的方便性使大部分使用者對 LINE 有所依賴且能夠隨時與對方聯繫。不僅可以免費傳送訊息、傳送圖片及影片，也漸漸取代即時通與手機收發簡訊，「造成 2011 年電信商營收因手機免費通訊軟體損失 139 億美元，占簡訊營收的 9%」(許凱玲編譯，2012)。人們在日常生活中漸漸成為低頭族，無時無刻都在使用智慧型手機上網，因為智慧型手機可以隨心所欲的下載 APP 程式，無形當中使生活多了些樂趣且成為生活娛樂的泉源，使得人們能夠交流情誼和溝通想法，讓我們不禁思考在生活上受到哪些層面影響。

藉由此專題，我們想探討使用者對 LINE 的滿意程度及現在年輕族群為何會對 LINE 如此青睞。為什麼大家不會想使用其他的通訊軟體？從其他角度看明明同樣是通訊 APP，但究竟 LINE 有什麼樣的魅力，讓我們一起來探討。

二、研究目的

藉由這次專題，本組想針對以下三點來進行探討：

- (一) 探討 LINE 的緣由
- (二) 探討使用者使用 LINE 的原因
- (三) 探討 LINE 對大眾生活的影響

三、研究方法

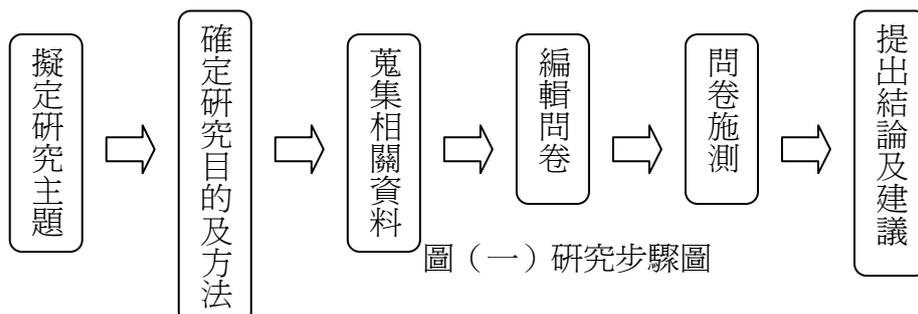
本組想透過文獻分析以及問卷調查加以分析。

- (一) 文獻分析法：利用蒐集相關文獻及網路資料後加以彙總。
- (二) 問卷調查法：採實際問卷進行研究。

四、研究範圍

因人力及時間不足，所以本組以高英工商學生為此次調查對象。

五、研究步驟



貳●正文

一、LINE 的起源

韓國 NHN 公司：

LINE 的創辦人李海珍，在西元 1999 年 6 月 成立。主要服務有兩種，搜尋引擎、遊戲網站，而品牌有四種，例如：NAVER、HanGame、Jr NAVER、Happy Bean、me2day。2011 年韓國 NHN 公司總營收高達 2.121 兆韓圓(大約新台幣 550 億元)，在 2001 年 NAVER 與 HanGame 這兩家公司合併，兩家公司共同合作組成 NHN 公司。西元 2002 年 Kosdag 上市，然後 2002 年推出了「知識 IN」的問答服務，最後在 2011 年 6 月「LINE」上市。

韓國 NHN 公司於在西元 2000 年打進日本，但是卻打不過在日本高達 70% 的奇摩，很可惜在 2005 年就決定宣布退出日本的市場，雖然 NHN 公司覺得很惋惜，但是在 2007 年又進軍日本市場，推出了社交平台和個人訊息網頁等，並在 2012 年 5 月買進第三大網站 livedoor。NHN 看準行動網路的商機決定從應用程式 APP 進攻，發展出好幾個 APP，若加上 HanGame 公司推出的遊戲，更是高達上百個，而 NHN 公司也因為此而成爲日本規模最大的 APP 開發商。

LINE 其實是 NHN 的日本分公司所研發出來的。日本團隊在發生 311 地震後，看到那些唯一的生存者，急忙撥打電話呼叫親人的畫面，就發現手機與網路是在緊急時最重要的工具，所以決定研發，短短三個月內推出通訊 APP，並稱它爲「LINE」，希望它能夠將人與人、平台與平台、空間與空間，像「線」一樣地連接在一起。

二、LINE 的功能、特色及需求

(一) 需求

LINE 的知名度漸漸的提升，大眾越來越依賴它，它適用於各個年齡層，無論是學生、上班族、家庭主婦，都將它視爲生活中不可或缺的一部分，這個應用程式的創新打破以往的聊天系統，它的功能不只單純只有傳送訊息而已，同時也加入了各式各樣的卡通貼圖加以表達個人情緒，而近期更新增了新的功能，例如：視訊通話，因此 LINE 在大眾生活中的重要性也越來越高，而需求也日漸提升。

(二) 功能

- 1.免費視訊與通話
- 2.可用群組聊天、在動態消息上分享生活點滴
- 3.可傳送訊息、相片及錄音功能
- 4.表情符號與貼圖
- 5.遊戲（LINE Coffee、LINE Popkom 等.....）
- 6.相機（LINE Camera）

（三）特色

1.LINE 能夠檢查電話簿內的號碼是否已經安裝 LINE，如果有，則會自動把雙方加為朋友。

2.用戶可以自設用戶名稱，其他人只要搜尋名稱就可以找到自己。也可以自製 QR CODE 讓其他人更方便找到自己。

3.設有 SHAKE IT 功能，能夠找到身處附近的 LINE 用戶。除了電話簿已有的號碼外，其餘方法找到的用戶都必需要雙方同意才可成為朋友。而用戶亦可以將自己隱藏不被 SHAKE IT 功能找到。

（四）原因

LINE 的免費通話、免費傳訊的應用程式，拉近彼此的溝通距離，溝通不再受到任何限制，LINE 的免費語音及視訊通話功能皆能在智慧手機及電腦上供您自由使用。

超過 5,000 種的獨家貼圖及表情，是傳達心情的最佳幫手。LINE 獨家的卡通角色、您熟知的卡通人物…… 貼圖小舖內擁有豐富多樣的免費／付費貼圖等，使用這些表情獨特的貼圖，與好友的傳訊時刻將增添更多歡樂色彩！

傳送文字、圖片、位置訊息等訊息內容完全難不倒 LINE，影片、聲音等多媒體訊息更可隨拍隨傳，讓您與好友不會錯失任何精彩時刻！

能和 LINE 的好友隨時來段歡樂的遊戲時刻，大家互較得分高低，或是同心協力達成目標，全新的「遊戲」體驗。（LINE 的官方網站。2013）

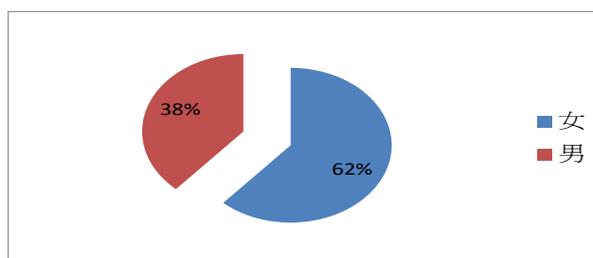
掃描行動條碼、搜尋對方 ID，或是只要和身邊的用戶互相搖晃手機就能設為好友的「搖一搖」，LINE 提供多項加入好友的方便選擇。

三、問卷分析與結果

LINE 對大眾生活的影響

你今天 LINE 了沒？通訊軟體 LINE 台灣就有 1700 萬人註冊使用，十個人中，就有 7 個有 LINE，LINE 雖然很方便，但是大多數的人都不知道 LINE 這個應用軟體對大眾生活帶來的影響有多大。（YAHOO 新聞，2013）

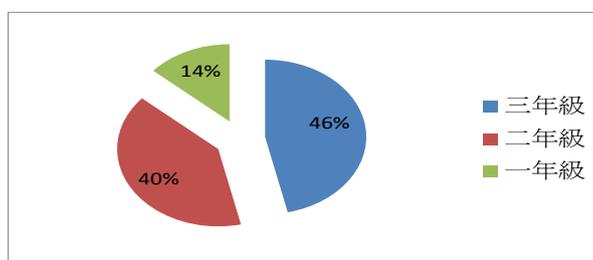
（一）性別



圖（二）性別

由圖 2 可知，接受問卷的學生族群中，使用 LINE 的性別比例來看，女性佔大多數。

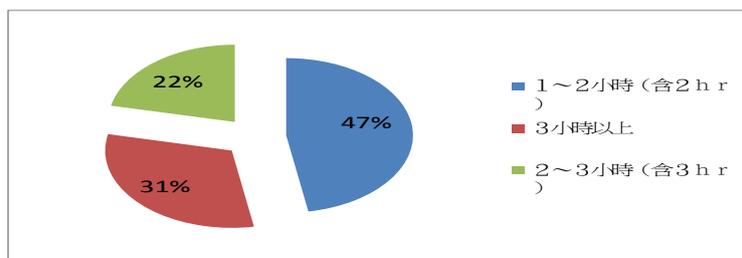
（二）年級



圖（三）年級

由圖 3 可知，從年級分部來看，三年級的使用率居多，其次是二年級。

（三）一天中花在 LINE 的時間



圖（四）花在 LINE 的時間

由圖 4 可得知，大多數的學生一天中花在 LINE 上的時間為 1~2 小時的比例最多，其次是 3 小時以上。

(四) 使用 LINE 的原因

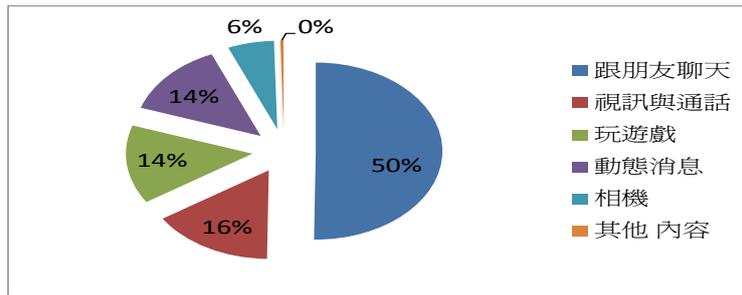


圖 (五) 使用 LINE 的原因

由圖 5 可得知，一般學生使用 LINE 最主要是與朋友聊天，其次是視訊與通話。

(五) 會不會把錢花在 LINE 的功能上

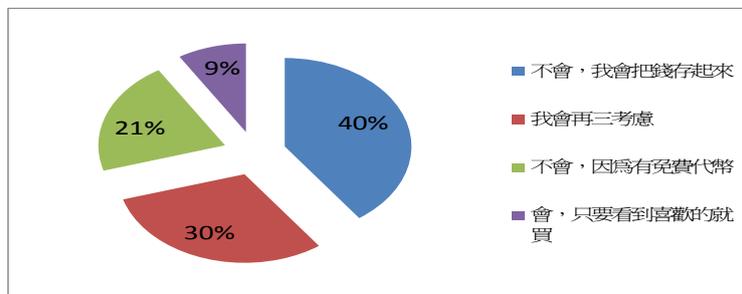


圖 (六) 會不會把錢花在 LINE 的功能上

由圖 6 可得知，把花在 LINE 功能上的錢存起來的人數居多，其次則是會再考慮。

(六) 起床或睡前會不會使用 LINE ?

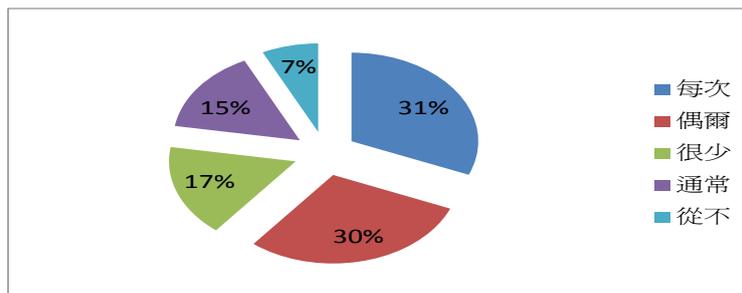
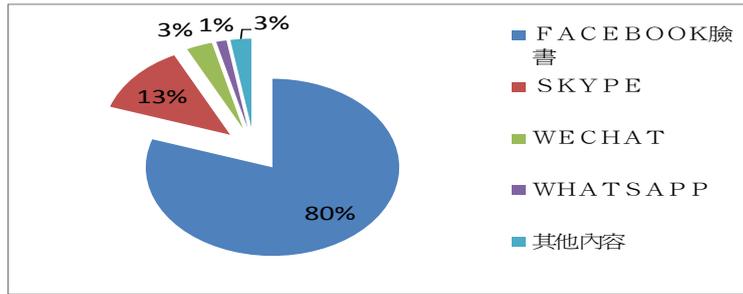


圖 (七) 起床或睡前會不會使用 LINE ?

由圖 7 可得知，大多數人每次起床或睡前都會使用 LINE，其次則是偶爾會使用。

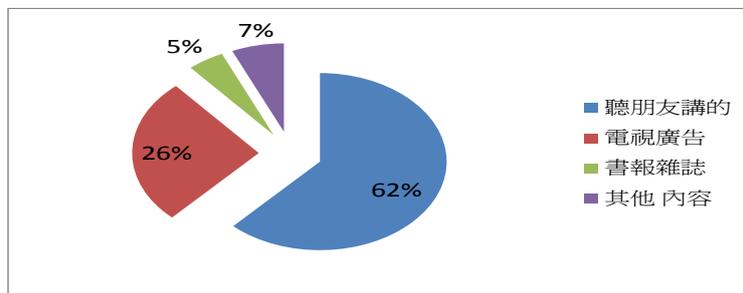
(七) 除了 LINE 以外，是否還會使用其他通訊 APP ?



圖（八）是否會使用其他 APP

由圖 8 可得知，大多數人不僅使用 LINE 外，還使用 Facebook。有超過八成的學生表示，使用 App 裡最熱門的是 Facebook。

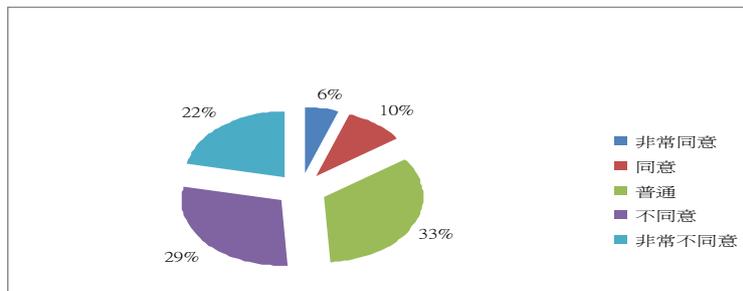
（八）從何得知 LINE 應用程式？



圖（九）LINE 從何而來

由圖 9 可得知，學生族群從朋友講的得知 LINE 應用程式佔的比例眾多，其次才是電視廣告。

（九）因為過度沉迷 LINE 而忽略到課業

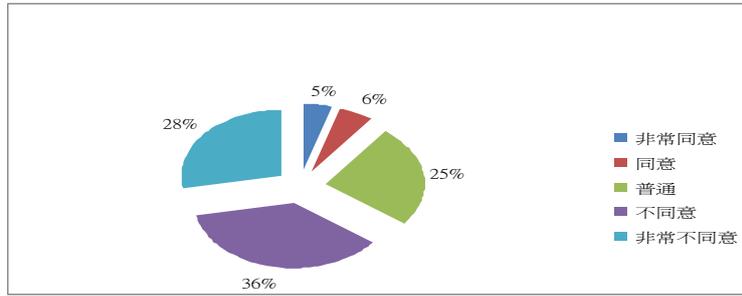


圖（十）過度沉迷 LINE 而忽略課業

由圖 10 可得知，學生族群對於過度沉迷於 LINE 而忽略到課業的比例來看，認為普通的學生佔 34%，其次覺得不同意的有 30%，而少部分的學生覺得非常同意的有 5%，依照比例來看，佔大多數的學生認為普通，過度沉迷較沒有對課業造成太大的影響。

（十）因為過度使用 LINE 而忽略到身邊的家人及朋友

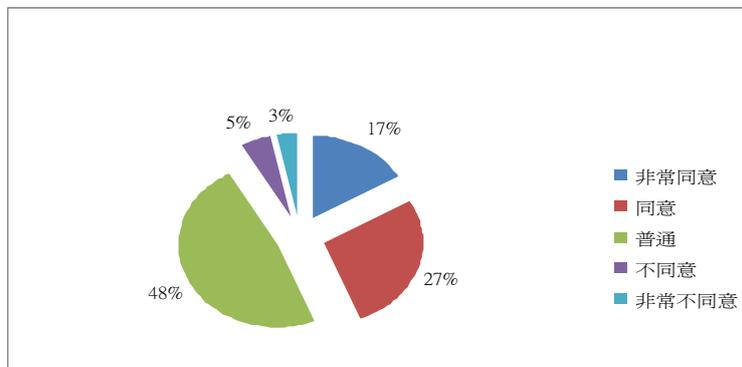
LINE 應用程式對學生生活的影響-以高英工商學生為例



圖（十一）因為過度使用 LINE 而忽略到身邊的朋友／家人。

由圖 11 可得知，眾多的學生們覺得不同意的比例佔了 46%，再來就是 35%是非常反對因為過度使用而有忽略身邊的人，最後有幾個人同意過度使用 LINE 會忽略重要的人。依照這樣來看，過度使用 LINE 不會忽略身邊重要的人。

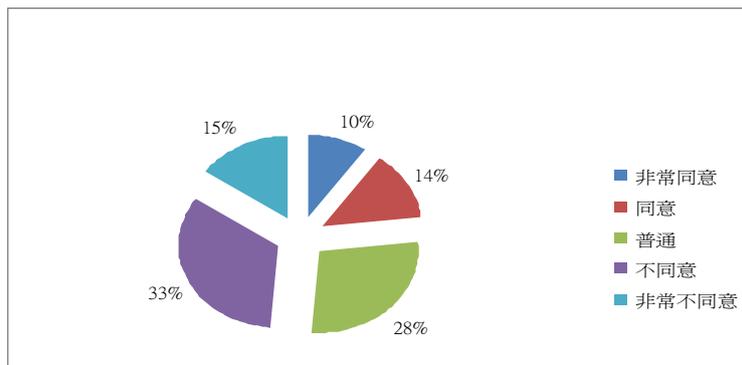
（十一）因為 LINE 而跟家人以及朋友的關係更親密



圖（十二）一天之中你／妳花多少時間在使用 LINE ？

由圖 12 可得知，有多數的人佔了 59%一天中在 LINE 都花了 1~2 小時，其次就是花了 3 個小時的人佔了 39%，最少的就是花了 2~3 小時的佔了 27%。這樣來看，超過半數的學生們一天中使用 LINE 都花了將近 1~2 小時之間。

（十二）因為使用 LINE 犧牲休息時間



圖（十三）因為使用 LINE 而犧牲休息時間

由圖 13 可得知，將近 42%的學生族群不同意使用了 LINE 犧牲自己的休息時間，其次有 35%的人使用 LINE 而犧牲時間覺得很普通，最後有 17%及 12%同意因為 LINE 而犧牲休息的時間。依這樣來看，眾多的學生們不同意因使用 LINE 而有所

犧牲自己休息的時間。

(十三) LINE 能夠拓展人際關係

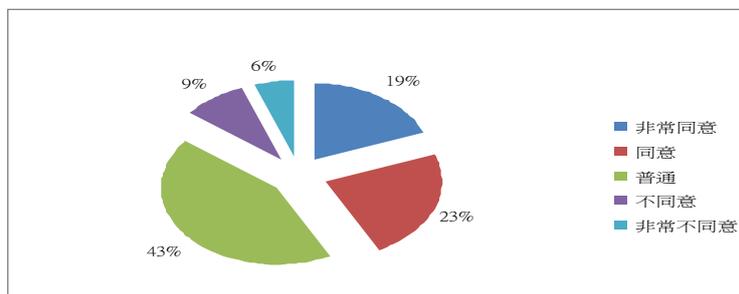


圖 (十四) 拓展人際關係

由圖 14 可得知，對於 LINE 能夠拓展自己的人際關係，大多數的學生表示普通的比例佔 43%，有少部份的學生覺得非常不同意的佔了 5%，依照這樣的比例來看，大部分的學生都覺得使用 LINE 之後對於拓展人際關係這方面還是有一點幫助。

(十四) 使用 LINE 是一種生活樂趣

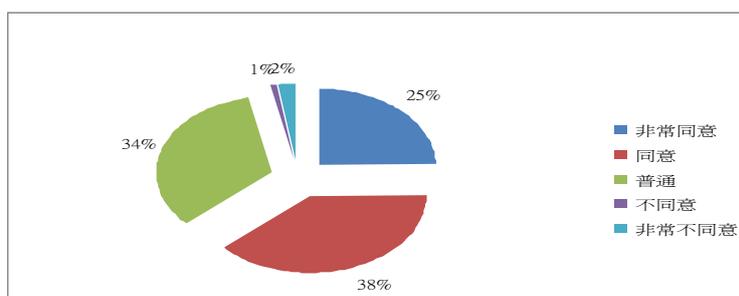


圖 (十五) 使用 LINE 是一種生活樂趣

由圖 15 可知，對於使用 LINE 是一種生活樂趣，大多數的學生表示同意的為居多，共佔了 38%，有少部份學生認為不同意的比例佔 1%，依照這樣得比例可得知，大部分的學生都覺得使用 LINE 是一種生活樂趣。

參●結論

經本組研究 LINE 應用程式之學生生活的影響，並加以蒐集與彙整相關資料，分析及統計問卷之結果，歸納以下結論及建議：

一、結論

現在人們拿智慧型手機越來越普及，而 LINE 也在短時間內爆紅，最主要的原因是貼圖、符號、免費通話及視訊等功能，讓使用者逐漸增加，有些使用者也會利用 LINE 來打發時間，以及不用打字也可以表達心情讓彼此間的交談更加有趣，也是因為有 LINE 的出現，影響了其他電信業者的簡訊量大幅減少。

(一) 便利性：

LINE 傳送訊息的便利性，可以隨時隨地聊天與分享動態心情、可利用語音訊息輕鬆傳送、也可免費與國外通話、使用表情貼圖來代替情緒，讓使用者不用透過文字，就可以傳達想法、情感，是最吸引大量使用者喜歡及想要使用的主要原因。LINE 目前在通訊軟體中算是相當夯的應用程式，有推出多種遊戲外，還有一些小功能，例如：LINE Tools

有分成以下四大類：

1. 「測量工具」：量尺／分度器／指南針／水平儀／分貝儀
2. 「計時器」：碼表／計時器
3. 「實用工具」：手電筒／鏡子／放大鏡／義大利麵量麵器／行動條碼掃描器
4. 「計算工具」：電算機／單位轉換器／服裝尺碼對照表

(二) 健康：

時下最熱門的手機通訊軟體 LINE，朋友間可以互傳訊息、傳照片、傳聲音訊息、能充分表達心情的可愛貼圖增進彼此的情感。台灣電磁波輻射公害防治協會實際測試，手機在未使用的狀態下，每平方公尺約釋出 0.1 微瓦電磁波，但打開 LINE 使用之後，每平方釋出一萬多微瓦，瞬間甚至爆衝到六萬多微瓦，實際測試十款智慧型手機，顯示結果都一樣。但是根據本組研究發現，學生族群大部分使用 LINE 的時間多數為 1~2 小時，但仍有 31% 的學生使用 3 小時以上，若長期使用下來，最直接的影響就是容易頭暈、肩頸痠痛、麻木、手腕疼痛，以及引發腱鞘炎，專家建議十二歲以下的孩童，以及孕婦最好不要常使用，長期使用也會對眼睛造成負擔。

(三) 課業：

是否遇過正在認真讀書時收到朋友傳來的訊息呢？LINE 吸引了各個年齡層的人使用，LINE 提供豐富的功能、遊戲都會讓人上癮，學生族群若沉迷的太深，或許對課業也會造成一定的影響。根據本組所研究的結果發現，有少部分的學生認為使用 LINE 之後有嚴重的影響到課業，但大部分的學生都認為普通，沒有影響到課業，所以針對這課業部分並沒有太大的影響。

(四) 人際關係：

在科技還沒這麼發達的時候，人們溝通的方式就是對話，距離較遙遠的則選

擇用寄信的方式。但隨著科技的進步，人們由對話變成在鍵盤上敲敲打打，甚至對方就坐在旁邊也要用打字的方式聊天。不過根據本組研究發現，認為使用 LINE 可以拓展人際關係，大多數的學生認為普通，至於在說話方面變得不太流利，有大約 40%的學生認為普通，30%的學生認為不同意，代表使用 LINE 之後不太會影響到人際關係與說話不流利這方面。

(五) 互動：

說到休閒娛樂，第一個聯想的就是出門到戶外走走，但現在時下的年輕人在休閒時間人手一台智慧型手機，有的聊天、有的逛 Facebook、有的玩遊戲，長期下來會變得對周遭的休閒娛樂沒興趣，但大多數的學生都認為不會影響到家人與朋友之間的互動。但是根據本組研究的結果發現，大多數學生表示不會影響到家人與朋友之間的互動比例佔 81%，反而在互相傳送訊息中，使彼此的距離增加了許多。

肆●引註資料

中學生網站。2013 年 11 月 28 日，取自

<http://www.shs.edu.tw/works/essay/2012/11/2012111509133936.pdf>

YAHOO 新聞。2013 年 11 月 28 日，取自

<http://tw.news.yahoo.com/%e6%89%8b%e6%a9%9f%e4%b8%8a%e7%b6%b2%e7%8e%a9line-%e9%9b%bb%e7%a3%81%e6%b3%a2%e9%a3%866%e8%90%ac%e5%80%8d-040000505.html>

YAHOO 新聞。2013 年 11 月 28 日，取自

<http://tw.news.yahoo.com/%E9%A9%9A-%E6%89%8B%E6%A9%9F%E7%8E%A9line-%E9%9B%BB%E7%A3%81%E6%B3%A2%E6%AF%94%E4%B8%8D%E7%94%A8%E5%A4%9A%E5%87%BA6%E8%90%AC%E5%80%8D-101457728.html>

LINE 的官方網站。2013 年 12 月 4 日，取自

<http://line.naver.jp/zh-hant/>

中學生網站。2013 年 12 月 5 日，取自

<http://www.shs.edu.tw/works/essay/2012/11/2012111610064610.pdf>

香港網路大典。2013 年 12 月 14 日，取自

<http://evchk.wikia.com/wiki/LINE>

林淑芬（2011）專題製作最佳秘笈。台科大圖書股份有限公司