

# YouTube 社群網站特性對品牌依附之影響—

## 以虛擬社群意識為干擾變數

學生：陳儀芳、賴騰彥、黃珮瑜、趙姿雅

### 摘要

隨著資訊科技及網路的蓬勃發展，人們已逐漸習慣使用社群網站進行社交活動，其中 YouTube 為全球最受歡迎的網站之一。國內探討社群網站特性的文獻雖然不少，大多偏向研究 YouTube 平台的使用成長因素及 YouTuber 收入來源與企業連結為主。因此本研究以 YouTube 使用者為研究對象，黏著度為中介變數，虛擬社群意識為干擾變數，探討社群網站特性與品牌依附之間的關聯性。

本研究擬透過網路平台發放 300 份線上問卷調查 YouTube 的使用者對 YouTuber 的特性進行研究，採用 SPSS 統計軟體針對 YouTuber 之社群網站特性與品牌依附進行研究，預期有助於往後新進創作者的發展及學術探討。

**關鍵字：**社群網站特性、社會互動性、黏著度、品牌依附、虛擬社群意識

**Keywords:** Community Website Charateristic、Social Interactivity、Stickness、Brand Attachment、Virtual Community Awareness