

教育資料與圖書館學

*Journal of Educational Media & Library Sciences*

<http://joemls.tku.edu.tw>

---

Vol. 57 , no. 3 (2020) : 291-319

圖書館Facebook匿名版

「靠北圖書館」內容分析研究

Content Analysis of Library's Facebook

Confession Page “Kao-Bei Library”

李佳恩 Jia-En Lee

Master Student

柯皓仁\* Hao-Ren Ke\*

Distinguished Professor and University Librarian

E-mail : [clavenke@ntnu.edu.tw](mailto:clavenke@ntnu.edu.tw)

**[English Abstract & Summary see link](#)**

**[at the end of this article](#)**





# 圖書館Facebook匿名版 「靠北圖書館」內容分析研究<sup>ψ</sup>

李佳恩<sup>a</sup> 柯皓仁<sup>b\*</sup>

## 摘要

本研究以Facebook匿名版「靠北圖書館」上的貼文進行內容分析，以「發文者身分揭露」、「貼文包含目的」、「抱怨對象身分揭露」、「圖書館員抱怨圖書館員對象身分揭露」四大觀察項目之框架進行編碼，對匿名版中的活動情形與匿名版中不同發文者的貼文目的與特性提出見解。研究結果顯示，「靠北圖書館」的貼文與日曆日無關，貼文時間與日常作息時間相符；發文者多無法辨別身分，有表明者最多的身分為圖書館員。最多的貼文目的為抱怨，次者為回應；不同身分表明者在貼文內容中各有其特徵，展現出匿名社群獨特且多元的樣貌。根據研究結果，提出對於匿名版與圖書館人力資源研究可能性的建議，並提醒組織管理者應注意匿名社群媒體顯示出的潛在危機。

**關鍵詞：**匿名社群，圖書館匿名社群，Facebook匿名版，內容分析

## 研究背景及目的

現代社會對於社群媒體的使用相當普遍，台灣在社群媒體上的活動人口佔總人口數的89%，且在Facebook活動的人數又佔其中的89% (Hootsuite, 2019)，人們透過社群媒體來維持現實世界中的既有關係、自我揭露或創造個人形象，同時，在Facebook所建立的匿名發表平台（如：Confession Pages、靠北版，以下統稱為匿名版）也開始興起，這些匿名版提供了讓使用者以較高度的匿名性發表貼文，匿名的傳播環境使人更有效地進行意見交流、敢

<sup>ψ</sup> 本文改寫自李佳恩的碩士學位論文「圖書館匿名社群內容分析研究：以FACEBOOK匿名版『靠北圖書館』為例」。

<sup>a</sup> 國立臺灣師範大學圖書資訊學研究所碩士生

<sup>b</sup> 國立臺灣師範大學圖書資訊學研究所優聘教授兼圖書館館長

\* 本文主要作者兼通訊作者：clavenke@ntnu.edu.tw

本文作者同意本刊讀者採用CC創用4.0國際 CC BY-NC 4.0（姓名標示-非商業性）模式使用此篇論文

於表達個人意見，匿名版同時也讓關注同一主題的使用者得以擁有一個虛擬交流空間。以組織為主題之匿名版的貼文可能揭示著組織中的潛在危機；此外，外部人員亦能將公開的匿名版作為瞭解組織內部的管道，使匿名版成為影響組織公共關係的因素之一。匿名版的特殊性質成為近年各領域學者的研究對象。

圖書館員為了完成知識服務導向工作的使命，須時常展現出專業的形象與熱心服務的態度，為高情緒勞務的職業(陳書梅，2011，2012，2016；Matteson & Miller, 2012)，表層的情緒勞務可能會造成圖書館員身心上不良的影響，對圖書館場域中多方面的福祉產生負面作用(Hochschild, 1983; Hülsheger & Schewe, 2011)。國內過去針對圖書館員所面臨壓力的研究多採用問卷調查法與訪談法進行，本研究藉由內容分析法對圖書館主題的匿名版進行分析，期望瞭解圖書館場域之內外部人士發文呈現在匿名版的樣貌，並側面瞭解圖書館場域正面臨到的挑戰。

本研究選定Facebook匿名版「靠北圖書館」作為研究對象。該匿名版為以圖書館為主題的Facebook匿名版，使用專門管理Facebook匿名告白頁面的crush.ninja應用程式作為投稿工具，使用者多使用繁體中文作為貼文的語言，發文者匿名性程度屬Morio與Buchholz(2009)提出的匿名程度第三層——缺乏識別資訊。「靠北圖書館」自2015年6月12日創建以來，至2019年11月9日止已經累積了2,308人次的讚、2,451人次的追蹤，貼文依流水號進行編號至#1507匿名貼文，但編號#426前之貼文已經無法存取。「靠北圖書館」頁面管理員對於投稿貼文之內容並無過多限制，在「關於」頁面中說明該匿名版的規則為「請勿指名道姓人身攻擊。匿名投稿請至<https://goo.gl/LqTsB9>，一起來靠北圖書館的大小事吧！歡迎館員及讀者一起投稿！」。本研究欲藉由分析「靠北圖書館」的貼文內容與發文情形，瞭解該匿名版的貼文特性與使用者的活動情形，進一步瞭解「匿名」情形下圖書館相關利害者所表現出的樣貌，望此研究能作為未來圖書館相關策略管理時的輔助與未來以Facebook匿名版為對象之相關研究的參考依據。據此，本研究提出的研究問題條列如下：

(一)Facebook匿名版「靠北圖書館」中的活動情形為何？

(二)Facebook匿名版「靠北圖書館」中貼文者身分揭露、貼文目的、抱怨對象的情形為何？

## 二、文獻探討

本節針對匿名傳播、線上匿名傳播與Facebook匿名版等相關文獻進行探討。

## (一) 匿名傳播概述

匿名傳播研究在新聞學、組織研究、資訊系統、心理學、社會心理學、電腦中介傳播與教育等學科被廣泛討論，是歷史悠久且跨領域的學術研究主題 (Scott et al., 2011)。匿名傳播是指以匿名方式進行社交或資訊的交流，匿名是指「傳播者將資料來源化為未知或無法辨識的程度」，是一個連續性的概念而非二元(匿名或未匿名)的概念 (Anonymous, 1998)，且匿名不只是單純侷限於「名字」的顯現程度，還包括了傳播者的其他背景資訊，如：種族、職業、日常行為等。匿名常被視為一種民主精神的展現，Marx (1999) 研究指出了人們主要支持(完全或部分)匿名的理由包括：1. 促進公共問題的資訊流動；2. 研究中的個人資訊假定為不想公開；3. 希望注意資訊內容本身而非傳播者身分；4. 鼓勵對較私密或羞恥的事件進行報導，尋找訊息、溝通、分享與自救；5. 使用於涉及稍微非法或道德上較曖昧的手段取得資源或鼓勵的條件；6. 保護資源捐贈者或採取行動的人不受後續義務、要求、被貼標籤，糾纏或報復；7. 保護買賣雙方經濟策略利益；8. 保護個人時間、空間不受到不必要的打擾；9. 增加根據實質標準進行判斷或決策，而非個人特徵；10. 保護聲譽與資產，使用不真實的身分來進行電子媒介的傳播；11. 避免迫害；12. 加強儀式性、遊戲性或慶祝活動，扮裝被視為心理與社會健康的因素，可以抽離現實世界；13. 鼓勵體驗或冒險，個人身分受到保護，不必承受巨大的後果、失敗或尷尬的風險；14. 保護人格或人的自主權；15. 傳統的期望。

但在追求與保護匿名與隱私權利的同時，有些場合下人們希望能具有可識別性。根據不確定性降低理論 (Un-certainty Reduction Theory; Berger & Calabrese, 1975)，人們在進行互動時會期望能消除不確定性來提高接下來交流的順暢度與可預期性。Marx (1999) 在研究中也提出了人們支持可識別的理由，包括：1. 協助問責制；2. 判斷聲譽；3. 獲得擔保；4. 提高改善服務效率；5. 確定社會體制；6. 保證遠距離的相互作用；7. 協助縱向研究；8. 保護健康和消費者；9. 幫助建立關係；10. 幫助社會性導向。

匿名與隱私的權利是民主社會必須保護的，但要如何建立匿名性與可識別性的平衡與協調，就必須仰賴公共政策的制定。在網路通訊技術快速發展的時代，匿名技術能更廣泛地應用在各種領域，但網路同時也使個人資訊更易於被追蹤及收集，使匿名成為現代社會常被討論的議題之一。

## (二) 線上匿名傳播

網路的發達與社群媒體的興盛，使社群網路成為現代人生活的一部分。根據 Hootsuite (2019) 針對全球網路使用行為的報告中指出，台灣在社群媒體上活動人口佔總人口數的 89%，且平均每人每天會耗費 1 小時 52 分鐘在使用社群媒體。使用社群媒體者最多使用的社群媒體是 YouTube (90%)、其次為 Facebook

(89%)。人們在社群媒體上的活動有著不同程度的匿名性與不同的使用動機。Morio與Buchholz(2009)在研究提及網路上匿名傳播者的匿名程度可區分為三個層級：

- 第一層—視覺性匿名：這階層的匿名性是最低的，通常與使用者的「真實身分」有種連結，如使用電子郵件聯絡，收件人無法見得發件人的照片(樣貌)。
- 第二層—分離性身分：這階層的匿名是真實和線上的社群有所分離，使用者使用代名或化身為自己創造了一個新的角色，可模擬成為一個不同的人，可有著與原先身分不同的個性、價值觀、性別、年齡與種族，如：線上聊天室。
- 第三層—缺乏可識別性：這階層的匿名接近於「真正的匿名」，接收者無法確定正在接收的消息來源。

人們使用匿名程度較低的社群軟體多用於社交目的，延伸個人現實身分的角色，進行更多的社交聯絡或自我揭露，匿名程度較高的社群則是偏好於其資訊傳播導向的功能(Chen, 2015; Oz et al., 2018)。林南宏與胡珈瑄(2017)指出人們使用匿名性溝通獲得溝通的滿足感高於自我揭露的資訊。Morio與Buchholz(2009)藉由比較美國與日本在不同匿名程度的行為資料，發現被視為社會集體主義較高的日本在缺乏可識別性的情形下，人們較願意發表自己的言論，與個人主義較高的美國有著差異化的結果。Morio與Buchholz(2009)認為在個人主義較高的文化中適合使用無匿名系統來表現個人的競爭性與獨特性以獲得溝通上的成功，而在強調社會和諧的文化(如：東方文化)則適合使用匿名性較高系統來獲得更多意見達到溝通上的成功。

### (三) Facebook 匿名版

Facebook因其政策導向，乃是一個匿名性相對較低的社群媒體，Facebook上使用者的匿名層次多屬於「視覺性匿名」，大部分使用者將Facebook作為線下社交的延伸與加值的社群媒體(Cirucci, 2015; Qiu et al., 2012)。同時，依附於Facebook平台上建置的高度匿名性(缺乏可識別性)傳播機制——匿名版也逐漸興起。The Boulder Daily Camera(2017)在調查報導指出，Facebook匿名版多是伴隨在特定組織下，使用者在此發表有關該組織的任何訊息。這樣的專頁首先是在大學生開始廣泛使用，大學生在Facebook匿名版上發表同學的秘密、學校、學生餐廳的評論等多樣化的內容，其主要特徵是擁有明確的內容、語言與發表動機，而使用Facebook匿名版的風潮從大學漸漸傳到了高中。Krishna與Kim(2015)認為企業組織是繼大學生及高中生後，開始廣泛使用Facebook匿名版的組織。

Facebook匿名版的負面影響造成了一番存留與否的論戰，反對匿名版的原因包括高度匿名性會造成仇恨、具傷害性的言論容易出現在匿名版上，容易造成網路霸凌的情形，且這些匿名版所依存的組織也擔心這些匿名版上的負面言

論會造成外部對於組織內部活動的錯誤想像，對組織／品牌的社會形象帶來負面的影響；但另一方面，支持者認為匿名版可作為使用者的社會支持系統，在上面能獲得特殊性問題或其他問題的抒發或建議，為部分陷入困境的人提供了生命線 (lifeline) 的功能，使用者也會在匿名版上得到資訊與八卦消息、獲得娛樂感 (林良昇、鍾智凱，2015；楊士緯，2017；Krishna & Kim, 2015; New York Times, 2013; Simons, 2016)。儘管Facebook匿名版不被認為能完全反映組織內部情形，但仍被視為可作為蒐集組織人員回饋或想法的平台，可直接透過監督或分析以瞭解該組織的部分文化；匿名版上的討論主題與潛在危機為研究者與組織管理者所關注的對象 (Barari, 2016; Krishna & Kim, 2015; Wabgchuk, 2018)。

在對於Facebook匿名版的研究之中，Krishna與Kim (2015) 係使用內容分析法進行「告白安永」(Ernst & Young Confessions) 粉絲專頁內容的分析，藉此來瞭解該公司員工在匿名版上所發表正負面貼文的主要動機，以確認在匿名版上的貼文是否反映出組織的潛在危機，即組織中存在著不符合社會道德的不良行為，且這樣行為是受到相關利益者認可，使發文者必須藉此貼文來提出，儘管這些不良行為不一定犯法，但會對組織的社會形象造成負面的影響。該研究結果顯示大部分匿名貼文多屬於負面貼文，動機主要為表達對具體政策、特定人員、主管的憤怒與沮喪；而正面貼文的動機則主要表達離開組織後對組織的驕傲和懷舊，也涉及了對於組織團隊的感謝；這份研究確定了在該匿名版上確實反映出了潛在危機的存在，另外也發現了組織管理階層和組織外部人員關注匿名版的事實。該研究的研究架構及資訊，提供給本研究架構概念的啟發，以及對於匿名版上存在潛在危機事實的重視。

### 三、研究設計與實施

本研究以人工手動方式擷取Facebook「靠北圖書館」專頁中2016年7月18日至2019年11月9日止有效的1,080則貼文內容，包含各貼文內容組成之「編號」、「貼文內容」、「提交時間」，以及Facebook中既有互動項目「分享」、「回應」、情緒符號(「like」、「love」、「haha」、「wow」、「sad」、「angry」)之數量，將每篇貼文的前述項目一一記錄於Microsoft Excel中，採用「內容分析法」(Content Analysis)作為主要研究方法來進行資料分析，內容分析法為一種將質化的研究資料轉化為量化資料的研究方法，適用於探討溝通實錄，藉由「確定研究目標」、「選擇資料樣本與範圍」、「界定資料類別」、「編碼」以及「分析與解釋」的研究程序，用以解釋於特定時間內發生的現象及其發展情形，屬於一種客觀且系統化的研究方法 (黃國彥，2000；Berelson, 1952)。

本研究使用「紮根理論」(Strauss & Corbin, 1997)的精神實施內容分析法中的「界定資料類別」和「編碼」。由於本研究分析對象為匿名版上的貼文，首先

欲瞭解在匿名版中發文者的身分與其發文動機，而設計出相應的「發文者身分揭露」、「貼文目的」兩大觀察項目，以進行內容的分析與歸納。在初步分析編碼過程中判斷「抱怨對象」為「抱怨型」貼文的重要特徵之一，欲進一步瞭解研究對象的貼文內容特性，故增列「抱怨對象身分揭露」為主要觀察項目之一；又因「抱怨對象」初步分析編碼過程中判斷「圖書館員抱怨圖書館員」時，相應的身分為貼文重要特徵，故增列「圖書館員抱怨圖書館員對象身分揭露」為主要觀察項目之一。最終構成「發文者身分揭露」、「貼文目的」、「抱怨對象身分揭露」、「圖書館員抱怨圖書館員對象身分揭露」四大觀察項目的框架。將匿名版上的貼文根據前述四大觀察項目進行「開放式編碼」，擷取貼文中有關各觀察項目的概念，登錄為初步的編碼項目，直至編碼項目達於飽和（亦即未有新編碼項目產生），再進行「主軸編碼」，將編碼項目中相近的概念進行組織與整理，在編碼過程中原將「反串」作為編碼項目，然而因判斷難以客觀，於「選擇性編碼」統整與精鍊編碼項目時刪除，改為單就其文意進行判斷，並將各貼文未滿10則文章的編碼項目（如：發文身分揭露「志工」、考生；貼文目的「告白」、「感謝」等）歸入「其他」，而確立最終的核心類目。藉由「開放式編碼」、「主軸編碼」與「選擇性編碼」的程序，而確立各觀察項目的編碼項目的設計，最後產出之匿名貼文內容分析框架如表1所示。

本研究採用Cohen's Kappa係數(Cohen, 1960)進行一致性計算，做為編碼信度檢測，藉此確保研究結果的可信度。為確保編碼者皆對本研究設計的分析框架具有能理解的相應背景知識，本研究邀請一名具四年圖書館服務經

表1 匿名貼文內容分析框架

觀察項目	編碼項目	說明	範例
發文者身分揭露	圖書館員	分析貼文內容有否透露出發文者為「圖書館員」，若是，則標為此項目。	我本來以為我很草率...做了十多年館員，看到身邊同事一個個陣亡轉職，我才曉得自己其實蠻耐操的……
	讀者	分析貼文內容有否透露出發文者為「讀者」，若是，則標為此項目。	不管你是不是打錯字，我與新北市政府無關，更與新北韓政府無關！我只是一般讀者而已！
	其他	分析貼文內容有否透露出發文者且不屬既有編目項目，若有，則標為此項目並標注。若同一類型有10筆則立為編目項目。	MD只是學生來當志工而已，一直被使喚是怎樣，難道做完還可以跟你拿時薪126
	無法辨別	若無法辨別貼文的發文者身分，則標為此項目。	暑假終於要結束了，人少浮躁少
貼文目的	抱怨	分析貼文內容有否透露「抱怨」目的，表達對不滿的與抒發，若是，則標為此項目。	比奧客更令人不爽的，大概是自以為是的老鳥們了…… 難怪無時無刻都在缺人，流動率高不全是奧客的原因啊~
	回應	分析貼文內容有否透露「回應」目的，對匿名版的其他貼文分享相關資訊或心得、反駁、附和、補充或討論，若是，則標為此項目。	to #448 抱歉職業病發作，看到錯字就想改一下 應該是「你爸應該要射在哪裡？」

觀察項目	編碼項目	說明	範例
	疑問	分析貼文內容有否透露「疑問」目的，將匿名版作為解決問題用的平台，若是，則標為此項目。	想請問大家： “事務助理”的工作大部分是編目作業，一個月薪資21000這合理嗎？ 工讀生負責流通作業算輕鬆點，但薪資比事務助理高一點…
	資訊分享	分析貼文內容有否透露「資訊分享」目的，藉由轉發資訊或網頁連結等，進行資訊分享。若是，則標為此項目。	<a href="http://www.appledaily.com.tw/realtimenews/.../20161021/972968/">http://www.appledaily.com.tw/realtimenews/.../20161021/972968/</a> 看到這篇新聞全不意外啊，圖書館已打垮一堆租片店，這是下一波攻擊了。
	議題討論	分析貼文內容有否透露「議題討論」目的，無回應或抱怨情形下直接提出對於議題的心得或看法，若是，則標為此項目。	辦活動之前推廣真的很重要 看看各課甚至各樓層間像仇人一樣的某市圖總館(笑) 活動就是永遠新聞稿+網站公告+0人灌水了吧
	調查	分析貼文內容中是否有透露「調查」目的，藉由貼文調查特定事項的情形或大眾的看法，若是，則標為此項目。	一年一聘編制外的朋友可以舉手嗎？
	建言	分析貼文內容有否透露「建言」目的，藉由貼文主動提出對於機構改善的建議方案，若是，則標為此項目。	誠心建議 可在圖書館閱覽椅旁設置物籃 減少物佔位情形 日本常見！
	其他	分析貼文內容有否明確目的且不屬既有編目項目，若是，則標為此項目並標注。若同類型有10筆則立為編目項目。	龜山有個帥帥的短髮戴眼鏡女館員，很久沒看到，都沒動力念書了 QQ →註為「其他(告白)」
	不明	若無法辨別貼文的目的者，則標為此項目。	我今天在圖書館吃了一個便當，一瓶飲料，一包科學麵。
抱怨對象身分揭露	圖書館館員	分析抱怨型貼文內容有否透露抱怨對象為「館員」，若是，則標為此項目。	還書遇到口氣不佳的館員，並疑似遭到刁難
	讀者	分析抱怨型貼文內容有否透露抱怨對象為「讀者」，若是，則標為此項目。	極度厭惡那種覺得大聲就有糖吃的讀者
	工作內容本身	分析抱怨型貼文內容有否透露抱怨對象為「工作內容本身」。如：工作量、工作項目。若是，則標為此項目。	這個時代需要的不是專業的館員，是萬能且不靠北的工具人。
	管理政策	分析抱怨型貼文內容有否透露抱怨對象為「管理政策」。如：館藏政策、排班制度、薪水制度、預算分配。若是，則標為此項目。	沒經費又要辦活動？還是經費都在行政那？
	其他	分析抱怨型貼文內容有否透露明確的抱怨對象，且不屬既有編目項目，則標為此項目並標注。若同一類型有10筆則獨立為一編目項目。	這些學會真的是有樣學樣 每個都開始斂財了嗎？ →註為「其他(學會)」
	不明	若無法辨別抱怨型貼文的抱怨對象者，則標為此項目。	當你在為難館員的時候，相對的，你也在為難自己！
	館員抱怨對象相對身分揭露	上司	分析館員抱怨館員型貼文內容中是否有透露出抱怨對象為「上司」，若是，則標為此項目。
同事		分析館員抱怨館員型貼文內容有否透露出抱怨對象為「同事」，若是，則標為此項目。	有沒有一種同事，會讓你覺得心很累？…有些人當朋友很可以，當同事很母湯
下屬／工讀生		分析館員抱怨館員型貼文內容有否透露出抱怨對象為「下屬／工讀生」，若是，則標為此項目。	這次的工讀生真的很糟糕。在板橋X北市圖的某個原本在行政地方的工讀生行為真的很不可取，在原本地方就偷懶
不明		若無法辨別館員抱怨館員型貼文的具體抱怨對象者，則標為此項目。	先別說支援前線了，別惡搞前線就不錯了。

驗的約聘人員與圖書資訊學研究背景的研究者共同進行編碼。針對隨機抽樣的110筆資料，在說明各項目內涵與判斷依據後，以所有貼文皆擁有的「發文者身分揭露」與「貼文目的」兩項目進行編碼檢測，由兩位各自進行編碼，完成後再依照雙方編碼結果的相互同意度進行檢測；檢測資料數量超過研究總筆數(1,080篇)的10%(108篇)，屬有效的信度檢測。根據Landis與Koch(1977)對Cohen's Kappa一致性標準，其公式如下：

$$Kappa = \frac{P_o - P_e}{1 - P_e}$$

$P_o$  = 觀察值； $P_e$  = 期望值

Kappa值0.21至0.40為合理；0.41至0.60為一般；0.61至0.80為很好，0.81至1為幾乎完美。本研究分析比對一致性的結果，Kappa值為0.857，屬幾乎完美，表示本研究的編碼具有相當可信度。

編碼「發文者身分揭露」時，研究經分析，發現發文者會用「直接表明」或「藉由貼文中自述行為」來揭露身分，本研究亦藉此作為判斷依據。「直接表明」身分是指在文章直接透過明確文字表明發文者自己的身分；「藉由貼文中自述行為」則是可透過文章發文者自述自身行為來表明發文者自己的身分。若無提及或難以準確判斷者，本研究即將它標示為「無法判別」。編碼「貼文目的」、「抱怨對象身分揭露」與「圖書館員抱怨圖書館員對象相對身分揭露」時，為避免過度延伸或猜測導致資訊失真，貼文僅依其於字面明確提及的字義作為判斷依據。

以下舉例說明實際編碼決策：

例1：「**館員到底為什麼不能帶食物進館內**／主管到底有多怕被投訴／**每次都要我們偷藏起來帶進來**／那這樣跟偷帶食物進館的讀者有甚麼兩樣？／館員在館內辦公區用餐很合理吧……」。此篇貼文會藉發文者直接表明判定發文者身分為「圖書館員」、貼文目的為「抱怨」、抱怨對象為「圖書館員」、圖書館員抱怨圖書館員相對身分為「上司」。

例2：「**去北市某圖書館辦理超商借書服務**，老館員說圖書館這麼多，不一定要在我們這裡辦啊，所以～你是要我跑去哪裡辦？我以為大學圖書館中的老館員就已經夠讓我害怕了，沒想到一山還有一山高啊！」。此篇貼文會藉貼文中自述行為判定發文者為「讀者」、貼文目的為「抱怨」、抱怨對象為「圖書館員」。

由於單一貼文中的觀察項目「貼文目的」、「抱怨對象身分揭露」與「圖書館員抱怨圖書館員對象相對身分揭露」可能不為單一，故進行編碼時，若包含一種相應編碼項目中之貼文即在該項目計為一次，包含兩種以上相應之編碼項目則在相應的編碼項目各計一次，藉此來釐清實際的內容特性。而實際完成編碼時，僅「貼文目的」、「抱怨對象身分揭露」兩項目出現包含多種編碼項目的情形。

## 四、研究分析與發現

本節分為「靠北圖書館」活動情形與「靠北圖書館」匿名貼文內容特性兩方面進行論述。

### (一)「靠北圖書館」活動情形

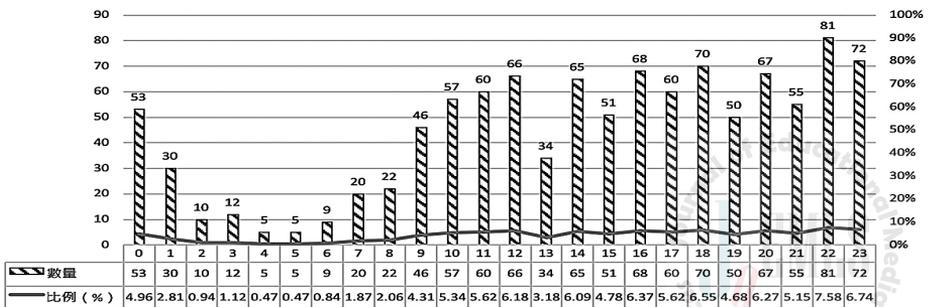
本部分針對貼文的日曆日與時間、發文者的身分表明情形進行論述。

#### 1. 貼文日曆日與時間

本研究分析使用者最常提交貼文的日曆日是在星期一（166篇、15.54%），以降為星期三（160篇、14.98%）、星期六（157篇、14.70%），最少者為星期四（140篇、13.11%），然而觀察其差異並不大。進一步透過卡方適合度檢定星期發文的次數是否有差異。將虛無假設為「各個日曆日發文次數皆為平均值」，得到結果  $\chi^2(6) = 3.64 < 12.59$ ，在0.05顯著水準下無法拒絕虛無假設，換言之，「靠北圖書館」使用者在日曆日的貼文情形是沒有差異的。本研究結果與Wang等（2016）對Twitter平台研究發現各類型貼文具有週期性變化的結果有所不同，推測應是由於平台中使用族群特性而造成的差異。

本研究分析使用者貼文時間結果如圖1所示，使用者最常提交貼文的時間為「22點00分至22點59分」的區間，有81篇（7.5%）；而「4點00分至5點59分」的區間則較少人提交貼文。透過卡方適合度檢定各時間點的發文次數是否有差異，將虛無假設為「各個時間區段次數皆為平均值」，得到結果  $\chi^2(23) = 306.25 > 35.17$ 。在0.05顯著水準下拒絕虛無假設，換言之，使用者在各時間的貼文情形是有差異的。此結果顯示的曲線與一般民眾的生活作息時間較為相近。值得注意的是「9點00分至0點59分」各時段的貼文數大多高於平均值，唯有「13點00分至13點59分」的區間低於平均值，僅有34篇（3.1%），研究者推測與靠北圖書館版上提交發文者之生活、工作習慣有關。

圖1 「靠北圖書館」提交貼文時間統整



#### 2. 發文者身分表明情形

本研究發現部分使用者會直接表明或藉由貼文自述行為來使接收者得知發

文者身分，本研究藉此作為判斷分類之依據。若無提及或難以準確判斷者，本研究則將它分類為「不明」，即不特別表明發文者身分者。分析結果顯示，發文者表明的身分以不特別表明自己身分的「無法辨別」者最多，有641篇(59.33%)；其次為「圖書館員」，有378篇(35%)；「讀者」則有46篇(4.26%)，「其他」則有15篇(1.39%)，包括考生、圖書館工作應徵者、圖書館志工、前圖書館館員、尚未到職圖書館員、相關組織工作人員、「靠北圖書館」專頁管理員(1.39%)。

## (二)「靠北圖書館」匿名貼文內容特性

本部分針對貼文目的、社群中各關係者的貼文情形，與不同目的貼文中的發文者身分表明情形進行論述。

### 1. 貼文目的分析

依據表1所列貼文目的，本研究針對1,080篇貼文進行貼文目的分析編碼，包含一種相應貼文目的項目的貼文即在該項目計為一次，包含兩種以上相應貼文目的者則在兩個編碼項目各計一次，藉此釐清發文者在「靠北圖書館」匿名貼文內容的目的情形與各類型貼文的內容特徵，結果如表2所示。經過內容分析，本研究發現最多發文者進行貼文的主要目的為「抱怨」，共計有504次(46.67%)，與「靠北圖書館」頁面標題的「靠北」在閩南語中近似於「抱怨」的意思有所呼應，多數使用者藉此平台進行對不滿的抱怨與抒發；其次為「回應」，共計有307次(28.43%)，這些回應不採取於貼文下以Facebook中匿名程度較低的方式進行回應，而是同樣採用匿名版上高匿名程度的機制來針對貼文內容進行回應；「疑問」係指發文者將「靠北圖書館」作為解惑的平台詢問意見或徵求答案，計有82次(7.59%)；「資訊分享」係指發文者藉由轉發資訊或網頁連結等，與其他使用者進行資訊分享，計有49次(4.54%)；「議題討論」係指發文者並非回應或抱怨，而是直接提出對於議題的心得或看法，計有16次

表2 貼文目的類型統計

貼文目的	數量(次)	比例(%)
抱怨	504	46.67
回應	307	28.43
疑問	82	7.59
不明	75	6.94
資訊分享	49	4.54
議題討論	16	1.48
調查	14	1.30
建言	10	0.93
其他	29	2.69
總計	1,086	100.56

註：因部分貼文包含兩種以上貼文目的，故總計百分比超過100%。

(1.48%)；「調查」係指發文者藉由貼文來瞭解「靠北圖書館」的使用者情形或對特定事情的看法，計有14次(1.30%)；「建言」係指發文者藉由貼文主動提出對於機構改善的建議方案，計有10次(0.93%)，「其他」係指不在編碼項目中，但可明確瞭解發文者之貼文目的，本研究標為「其他」的內容包括「懷舊」、「告白」、「感謝」、「道歉」、「公告」，共計有29次(2.69%)，「不明目的」者計有75次(6.94%)。本研究發現，除了多樣的貼文目的外，「靠北圖書館」上的貼文並非只有負面情緒，而是會有一些正面情緒或事實的表述。

## 2.「靠北圖書館」社群中各關係者貼文類型分析

本研究為深入瞭解不同表明身分類型的發文者在發表進行不同類型貼文的情形，以及其各自貼文的特徵為何，依此基於「發文者身分」分析並梳理內容。

### (1)無法辨別身分者貼文情形

最多發文者以無法辨別身分的方式進行貼文，本研究藉分析瞭解無法辨別身分者的貼文目的，發現無法辨別身分者的貼文有多元貼文目的，發文者多就事情或長或短地直接表述其目的或觀點，不對事情以外的個人身分做進一步揭露，統計的結果如表3。最多貼文目的為「回應型」，共計273次(2.59%)，回應型貼文由於就事論事進行討論，或以第三者的視角進行討論，不需要有太多前後脈絡的描述，儘管就資訊來源可以隱約推測其可能身分，但無「直接表明」或「藉由行為表明」，故而成為「無法辨別身分」的最大項目。另外也有部分回應型貼文的意旨並非討論議題，而是表現看好戲的娛樂心態，展現了透過「靠北圖書館」這樣的匿名平台獲得了生活中的娛樂感。這樣的發現也與楊士緯(2017)研究提出使用者會使用匿名版來達到娛樂需求有所相呼應。

表3 無法辨別身分者貼文目的類型項目統計

貼文目的	數量(次)	比例(%)
回應	273	42.59
抱怨	151	23.56
不明	74	11.54
疑問	58	9.05
資訊分享	45	7.02
其他	30	4.68
調查	10	1.56
總計	641	100

無法辨別身分者的發文中，次多的貼文目的為「抱怨」，共計151次(23.56%)。分析其中抱怨對象的結果如表4所示。最多抱怨對象為讀者，共計60次(39.74%)，這類型貼文中發文者大多會直接描述對象的行為，並表明發文者感受到不滿；第二多的抱怨對象為「其他」，這類型的貼文會直接表明抱怨的對象及其個人觀點，但一樣不會(或沒必要)表明發文者身分。這類型的抱怨對象包含了「系統」、「學術機構人員」、「廠商」、「其他機構人員」、「遊民」等，

藉由內容可瞭解到在使用圖書館的空間或在圖書館相關的環境中，使用者或相關人員遭受到的挫折與困難。

表4 無法辨別身分者抱怨對象類型統計

抱怨對象	數量(次)	比例(%)
讀者	60	39.74
其他	38	25.17
管理政策	22	14.57
圖書館員	20	13.25
工作內容本身	10	6.62
不明	5	3.31
總計	155	102.66

註：因部分貼文包含兩種以上抱怨對象，故總計百分比超過100%

在無法辨別身分者的貼文中除了有明確且具多樣性貼文目的之外，亦有許多目的類型為「不明」的貼文(見表3)，計有74次，佔身分不明者貼文之11.54%，在所有貼文目標為「不明」貼文中也約佔99%。不明類型貼文無論字數多寡，其特徵為皆無敘述前後脈絡而直接進行描述，或無法判別是否為「反串」(假裝以與本身不同特定立場發言，並誇大此特定立場的論調特徵，以達到反諷或引起討論的目的)，又因匿名性的特色而無法進行驗證，也使接受者無法瞭解其貼文目的。

#### (2) 表明圖書館員身分者貼文情形

圖書館員身分是「靠北圖書館」專頁上最多被表明的身分，經過分析以瞭解表明身分為「圖書館員」發文者的貼文目的，結果如表5所示。貼文目的涵蓋表1所有貼文目的，其中「抱怨」貼文是表明為圖書館身分者最多的項目，計有313次(82.8%)。

表5 圖書館員身分者貼文目的類型項目統計

貼文目的	數量(次)	比例(%)
抱怨	313	82.80
回應	31	8.20
疑問	19	5.03
其他	6	1.59
議題討論	4	1.06
調查	4	1.06
建言	3	0.79
資訊分享	3	0.79
不明	1	0.26
總計	384	101.58

註：因部分貼文包含兩種以上貼文目的，故總計百分比超過100%。

進一步針對其抱怨對象進行分析，結果如表6所示，表明身分為圖書館員者抱怨最多的對象為讀者，抱怨內容有多樣性的讀者行為和圖書館員不被尊重

等內容，語氣從無奈到憤怒，包含「讀者的要求不合理」、「讀者行為很怪」、「讀者態度很差」、「家長帶小孩而不管」等，從中可觀察到讀者確實造成圖書館員的壓力及情緒勞務；抱怨同為「圖書館員」的貼文是第二多的類型，本研究為深入瞭解其中的內容，進一步依據表1所列圖書館員抱怨圖書館員對象相對身分進行編碼。經過分析後，結果如表7所示，其中最多抱怨的共事者類型為「上司」有77篇(62.1%)，抱怨內容包括對上司的「缺乏同理心」、「態度與決策能力不佳」的不滿；其次為「同事」，有34篇(27.42%)，抱怨職場同事的內容包含對同事的工作態度、工作能力或不當行為的不滿，其中也彰顯出在職場工作中，工作不對等或同事工作能力不佳會造成工作人員不滿的情緒，進而影響職場的工作氣氛；抱怨之共事者身分為「無法辨別」有12篇(9.68%)，並無直接提供「上司」、「同事」或「下屬(工讀生)」的相關線索，而是純粹針對館員的行為或事件進行抱怨；抱怨之共事者身分為「工讀生(下屬)」有1篇(0.81%)。由上述分析可探悉在工作環境中造成在「靠北圖書館」中貼文之圖書館員其壓力與情緒勞務的來源。

表6 圖書館員身分者抱怨  
對象類型項目統計

抱怨對象	數量(次)	比例(%)
讀者	127	40.58
圖書館員	121	38.66
工作內容本身	27	8.63
管理政策	24	7.67
其他	23	7.35
不明	5	1.60
總計	327	104.49

註：因部分貼文包含兩種以上抱怨對象，故總計百分比超過100%。

表7 圖書館員身分者抱怨圖書館員  
對象相對身分類型統計

抱怨共事者類型	數量(次)	比例(%)
上司	77	62.10
同事	34	27.42
不明	12	9.68
工讀生(下屬)	1	0.81
總計	124	100

儘管大部分貼文以較為負面的情緒為主，然而在進行資料分析時，本研究發現部分表明圖書館員身分之發文者，會在「靠北圖書館」上發出一些具有正面向上意義的貼文，表達對同事的感激或分享工作中的趣聞，由此可知匿名版用途的多樣性。

### (3) 表明讀者身分者貼文情形

表明身分為讀者的貼文共計有46篇，約佔「靠北圖書館」所有貼文的4.26%，數量並不算多，然而為瞭解使用者直接對機構的看法與見聞，本研究亦深入瞭解貼文內容的情形，經過分析，表明為「讀者」身分發文者最多的貼文目的為「抱怨」，共計36次(78.26%)；「回應」有3次(6.52%)，其餘「其他」有6次(13.04%)，內容包括了「對自己的行為道歉」、「告白貌美的館員」、「感激館員的幫忙」；「資訊分享」計有1次(2.17%)。

進一步針抱怨對象進行分析，結果顯示最多的項目為「圖書館員」，共計17次(47.22%)，抱怨的內容包含「館員態度不佳」、「館員造成噪音」、「館員工作不認真」、「受到館員騷擾」等，由此可發現「靠北圖書館」專頁被部分讀者作為非典型的投訴館員管道；其次為「讀者」，共計16次，約佔44.44%，內容包含「讀者很吵」、「讀者間發生爭執」、「看到問題讀者在為難館員」等內容觀察可發現圖書館中讀者的問題除了會造成圖書館員管理上的負擔，也會造成圖書館其他使用者的困擾。其餘抱怨內容尚有「管理政策」，計有1次(2.78%)，內容為抱怨無年齡限制且應開放會議廳為自習空間；「其他」共計5次(13.89%)，內容包括「館藏老舊」、「冷氣不冷」等內容，這些貼文可反映部分讀者的需求。

### (4) 表明其他身分者貼文情形

表明身分為其他的讀者貼文共計有15篇，約佔「靠北圖書館」所有貼文的1.39%，經過分析統計，其貼文目的類型最多的項目為「疑問」，共計5次(33.33%)；其次為「抱怨」，共計4次(26.67%)，「其他」計6次(40.00%)。這些貼文表明的身分通常和其發文內容有所連結。其中「面試者」分享了他面試大學圖書館卻發現其實早已內定的憤怒；「志工」抱怨了沒錢拿還一直被使喚；「圖書館相關支援廠商員工」抱怨其公司的弊端；「前館員」表示離職後的欣喜或懷念；「高考上榜考生」發文詢問職缺的優劣；「準備國考的考生」詢問圖書館員工作的內容或考試準備方向；「專頁管理員」進行公告或發起投票決定是否停下過多的連續討論主題。在其他身分貼文中可發現，除了圖書館員與讀者之外，尚有其他與圖書館相關的人員會使用「靠北圖書館」以發表其看法或從中尋求解答，達到各自的貼文目的。由此可見圖書館除了「圖書館員」與「讀者」的二元身分之外，實質也有觸及更多的相關人與相關組織團體。

## 3. 不同目的貼文的發文者身分表明情形

將本研究分析出的不同貼文目的類型的貼文與發文者表明的身分進行統計，結果如表8所示。將最多貼文的兩種目的—「抱怨」與「回應」相比較，可以發現「抱怨」的貼文發文者較容易提供發文者身分資訊向接收者表明其身分，有表明身分的貼文佔70.04%；而「回應」的貼文發文者則多未表明其身分，有表明身分的貼文僅佔11.07%。根據本研究觀察，抱怨型貼文會有描述發文者的遭遇與不滿的內容，因而表明了發文者的身分，而回應型貼文則是發文者僅就

既有內容發表意見或相關資訊，較不會有發文者身分的揭露，不同貼文類型的特性可能是造成兩種貼文類型表明身分情況有所差異的原因。

表8 各目的貼文中發文者身分組成統計

貼文目的	表明身分				總計	
	未表明	圖書館員	讀者	其他		
抱怨	數量(次)	151	313	36	4	504
	比例(%)	29.96	62.10	7.14	0.79	100.00
回應	數量(次)	273	31	3	0	307
	比例(%)	88.93	10.10	0.98	0.00	100.00
疑問	數量(次)	58	19	0	5	82
	比例(%)	70.73	23.17	0.00	6.10	100.00
不明	數量(次)	74	1	0	0	75
	比例(%)	98.67	1.33	0.00	0.00	100.00
資訊分享	數量(次)	45	3	1	0	49
	比例(%)	91.84	6.12	2.04	0.00	100.00
其他	數量(次)	12	6	5	6	29
	比例(%)	41.38	20.69	17.24	20.69	100.00
議題討論	數量(次)	11	4	1	0	16
	比例(%)	68.75	25.00	6.25	0.00	100.00
調查	數量(次)	10	4	0	0	14
	比例(%)	71.43	28.57	0.00	0.00	100.00
建言	數量(次)	7	3	0	0	10
	比例(%)	70.00	30.00	0.00	0.00	100.00

「疑問」貼文的發文者其表明身分包含「未表明」、「圖書館員」與「其他」，未有發文者表明身分為「讀者」來將此平台作為解決疑問的平台。未表明身分比例最高(98.67%)的貼文目的是「不明」型貼文，這也與「不明」目的貼文的內容沒有清楚的脈絡，使接收者難以理解其貼文目的來辨識發文者身分有關。「資訊分享」型貼文組成中，有較高的未表明身分的發文者(91.84%)，也與「資訊分享」的內容為資訊的轉發或網頁的連結等，發文者多不做資訊分享外的身分揭露有關係。「其他」目的型貼文中有表明身分的貼文佔58.62%，未表明身分者佔41.38%，與「回應」型貼文是所有貼文目的中唯二有表明身分的貼文比例超過未表明身分的貼文比例者，這類型的貼文有較強的任務性或情感的抒發，部分發文者也會直接表明自己的身分後說明其貼文目的，應是造成此項統計結果的原因。「議題討論」、「調查」與「建言」的貼文目的組成較為相似，皆是未表明身分比例高於表明身分比例，未表明身分的發文者比例介於68.75%至71.43%之間。

綜合觀察，本研究推論是否表明身分與貼文內容的特性與目的中情感交流抒發導向或資訊交換導向有所關係，將各類型貼文目的中表明身分的比例由高而低依序排列，結果為：「抱怨」、「其他」、「議題討論」、「建言」、「疑問」、「調查」、「回應」、「資訊分享」、「不明」，可發現表明身分比例較高的貼文目的其內容情感抒發與交流的特性較高，而表明身分比例較低的貼文目的其內容較具資訊交流的特性，這樣的結果也與過去Chen(2015)與Oz等(2018)提到人

們在情感交流導向社群中的匿名性較低，而資訊需求導向的社群中匿名性較高的研究結果相呼應。

進一步將「抱怨」型貼文所分析不同抱怨對象的貼文與發文者表明的身分進行統計，結果如表9所示，除「其他」與「不明」外，各抱怨對象的貼文中，表明身分以「圖書館員」最多，已降為「未表明」、「讀者」、「其他」。本研究透過卡方檢定來檢驗發文者的身分與抱怨對象貼文是否有關。將虛無假設為「發文者的身分與抱怨對象貼文無關」，得到結果 $\chi^2(15) = 67.787 > 25.00$ 。在0.05顯著水準下拒絕虛無假設，證明發文者的身分與抱怨對象貼文有關。其中表明身分「圖書館員」抱怨「圖書館員」與「其他」；表明身分「未表明」抱怨「圖書館員」、「其他」、「管理政策」，以上項目調整後殘差的絕對值皆大於1.96，是導致高卡方的主要原因。

表9 抱怨目的貼文各抱怨對象發文者身分組成統計

抱怨對象類型	表明身分	圖書館員	未表明	讀者	其他	總計
		數量(次)	127	60	16	0
讀者	比例(%)	62.56	29.56	7.88	0.00	100.00
	數量(次)	121	20	17	2	160
圖書館員	比例(%)	75.63	12.50	10.63	1.25	100.00
	數量(次)	23	38	5	2	68
其他	比例(%)	33.82	55.88	7.35	2.94	100.00
	數量(次)	24	22	1	0	47
管理政策	比例(%)	51.06	46.81	2.13	0.00	100.00
	數量(次)	27	10	0	0	37
工作內容本身	比例(%)	72.97	27.03	0.00	0.00	100.00
	數量(次)	5	5	0	0	10
不明	比例(%)	50.00	50.00	0.00	0.00	100.00

抱怨對象為「其他」的貼文是所有抱怨對象類型中，「未表明」身分的比例最高的，也是裡面唯一一個發文者「未表明」身分比例超過其他有表明身分的類型，「其他」是數量較少，未有單一對象超過10次貼文而難以自成一類別的對象，其中對象包括「系統」、「志工」、「清潔人員」、「學術單位人員」「其他相關組織」、「實體設備」、「圖書館本身」、「特定圖書館」、「靠北圖書館」等內容；抱怨對象為「不明」則是「圖書館員」與「未表明」發文者身分各佔一半，這項類別中可發現到發文者對事物感到不滿而抱怨，但描述模糊以致於難以辨別其抱怨對象。將抱怨對象的貼文依次數由多而少排列，依序為「圖書館員」、「工作內容本身」、「讀者」、「管理政策」、「不明」、「其他」。根據本研究觀察，發文者在對於「人」與「工作」的抱怨會有較多情形的敘述，使閱讀貼文者能直接得知會間接推論出發文者的身分，而對於「政策」、「空間」等的抱怨則較少會有與人的行為相關的敘述，這樣的差異應是認為造成此種情形的原因。

## 五、結論與建議

本研究對於Facebook匿名版「靠北圖書館」的1,080篇貼文進行內容分析後，在「靠北圖書館」上的活動情形顯示的結果如下：

(一)「靠北圖書館」社群中發文者貼文與日曆日無關；貼文時間為日常作息時間。本研究分析了發文者提交貼文的日曆日與時間，發現發文者各日曆日的貼文數量無顯著差異，貼文的時間多在早上至晚上活動、深夜至凌晨則較無活動，與一般民眾的日常作息相近。這樣的結果與過去研究發現的員工工作壓力會是週期性的循環，且情形會反映在Twitter的貼文上有所出入(Ingraham, 2014; Wang et al., 2016)。本研究推估應與研究對象中的使用族群有關。目前我國多數圖書館六日仍有開館，貼文中抱怨工作亦會提及對假日上班的不滿，可能是造成不同結果的原因之一。

(二)「靠北圖書館」發文者多不揭露其身分。本研究發現「靠北圖書館」的貼文中有59.35%並無透過自己直接表明或行為來表明自己的身分，不提供或僅微量提供「個人識別」與「行為」資訊，使得身分難以辨識，進而產生去識別化的效果。

(三)「靠北圖書館」社群中有表明身分的發文者最多為圖書館員，次者為讀者，亦有其他身分者進行貼文。在「靠北圖書館」中有部分貼文會表明其身分，最多的是「圖書館員」，約佔所有貼文的35%；其次為「讀者」，約佔所有貼文的4.26%；除此之外也有1.39%的貼文表明自己的身分為其他相關身分者，包括：考生、圖書館工作應徵者、圖書館志工、前圖書館館員、尚未到職之圖書館員、相關組織工作人員、「靠北圖書館」專頁管理員。可見「靠北圖書館」的貼文參與者是橫跨圖書館內外部，也有可能成為外界作為認識圖書館樣貌的一個媒介。

在「靠北圖書館」中匿名貼文內容特性分析顯示的結果如下：

(一)「靠北圖書館」中貼文目的最多的為「抱怨」(46.67%)，其次「回應」(28.43%)，以降為「疑問」(7.59%)、「不明」(6.94%)、「資訊分享」(4.54%)、「議題討論」(1.48%)、「調查」(1.3%)、「建言」(0.93%)、「其他」(2.59%)。「其他」包含「懷舊」、「告白」、「感謝」、「道歉」的目的。研究發現與Krishna與Kim(2015)研究提出匿名版雖然大部分皆為負面情緒的文章，但也有正面情緒的文章如「懷舊」、「感謝」等內容所相呼應。

(二)「靠北圖書館」社群中表明不同身分者貼文內容各有其特徵。

1.無法辨別身分者發文的發文目的類型次數依序為「回應」(42.59%)、「抱怨」(23.56%)、「不明」(11.54%)、「疑問」(9.05%)、「資訊分享」(7.02%)、「其他」(4.68%)、「調查」(1.56%)，項目豐富多樣，當中無法辨別身分者所發表的「不明」目的貼文數量佔該目的貼文的99%。無法辨別身分者有幾種具

特徵的貼文模式有：貼文內容常簡短而無其他附加資訊；「回應」目的型貼文佔多數，內容多關注於原本貼文本身；部分貼文從內容看出發文者將「靠北圖書館」作為娛樂的來源。另外發文無法辨別身分者「抱怨」目的類型的貼文中，儘管發文者本身並無表明其身分，對象身分只有3.31%為「不明」，其餘皆有明確的提出其抱怨對象，抱怨對象次數的前三名依序為「讀者」(39.74%)、「其他」(25.17%)、「管理政策」(14.57%)。

2. 身分表明為圖書館員的發文目的類型次數依序為「抱怨」(82.8%)、「回應」(8.2%)、「疑問」(5.03%)、「議題討論」(1.06%)、「調查」(1.06%)、「建言」(0.79%)、「資訊分享」(0.79%)、「其他」(0.79%)與「不明」(0.26%)，幾乎都集中於「抱怨」。身分表明為圖書館員貼文較常於「抱怨」目的類型中抱怨的對象為「讀者」(40.58%)與「圖書館員」(38.66%)，其他則有「工作內容本身」(8.63%)、「管理政策」(7.67%)、「其他」(7.35%)、「不明」(1.6%)。抱怨「讀者」的內容有「讀者的要求不合理」、「讀者行為很怪」、「讀者態度很差」、「家長帶小孩而不管」等；抱怨「圖書館員」最多是在抱怨「上司」(62.1%)，以降為「同事」(27.42%)、「不明」(9.68%)與「工讀生(下屬)」(0.81%)。此外，圖書館員也有在發出「感謝」的正面情緒貼文，表達對同事的感激，也與Krishna與Kim(2015)研究提到員工會表示感謝員工的幫忙一致。這情形也與過去研究中表明「內部工作環境」會是影響員工情緒勞務相呼應(Becker et al., 2018; Hu & Shi, 2015; Ozcelik, 2013)。此外圖書館員透過「建言」、「議題討論」與「抱怨」常提及經費不足與經費分配狀況不合理的情形，引發圖書館員的工作壓力以及對於政策方向的不滿，動搖圖書館員在組織中價值的感受，而降低其工作的滿意度(Ozcelik, 2013)，是圖書館管理上必須重視的問題。

3. 身分表明為讀者的發文目的類型次數依序為「抱怨」(78.26%)、「回應」(6.52%)、「資訊分享」(2.17%)、「其他」(13.04%)。抱怨對象的次數依序為「圖書館員」(47.22%)、「讀者」(44.44%)、「管理政策」(2.78%)。讀者的貼文中對圖書館員的抱怨顯示出部分圖書館員並無如「參考與資訊服務提供行為指南」(American Library Association & Reference and User Services Association, 2004)那樣給予讀者好的感受，且部分會有職業道德疑慮的產生；讀者對讀者的抱怨則顯示出部分行為不良的讀者會造成其他讀者對整體環境不佳的觀感；讀者對於館舍、冷氣、館藏的抱怨，可視為圖書館進行改善時可參考的項目。

4. 其他身分發文者顯示其他身分的發文者包括：考生、圖書館工作應徵者、圖書館志工、前圖書館館員、尚未到職之圖書館員、相關組織工作人員、「靠北圖書館」專頁管理員。其發文目的多與表明的身分有關聯。可以藉此發現此專頁被作為「懷舊紀錄」、「請教圖書館圈內者」、「揭發弊端」等多樣化的平台，且「靠北圖書館」的曝光不僅限於服務者與被服務者之間，而是有更大的受眾與影響力。

5.不同的貼文目的會影響貼文內容中發文者對自己身分揭露的程度，在情感交流導向較高目的下的貼文中，發文者較會對完整的事件進行描述，進而表明自己的身分；在資訊交流導向較高目的下的貼文中，發文者較無法辨別自己的身分。這樣的結果也與過去Chen (2015)與Oz等(2018)的研究相呼應。「抱怨」型貼文中對不同抱怨對象也會影響發文者對自己身分揭露的程度，抱怨對象為人或工作時，發文較會在貼文中表明自己的身分；抱怨對象為政策或實體空間等事物時，發文者多無法辨別身分。

根據研究分析結果，提出對於圖書館實務建議如下：

(一) 圖書館應將匿名社群媒體視為瞭解相關人員的管道。本研究藉由分析匿名社群媒體上的內容，除瞭解到研究對象的內容外，也對領域中部分關係人的樣貌有所掌握。如同過去研究所指出的：Facebook 匿名版儘管不能完全反映組織內部情形，但仍被視為可作為蒐集組織人員回饋或想法的平台，透過監督或分析來瞭解該組織的部分文化、關注主題與潛在危機 (Barari, 2016; Krishna & Kim, 2015; Wabgchuk, 2018)，以及認為「東方社會匿名網路適合作為一個討論的平台」(Morio & Buchholz, 2009)，而從「靠北圖書館」的貼文中有將近半數的貼文比例為「抱怨」來看，使用者或許不會當面向圖書館反映而轉向透過匿名社群媒體發抒情緒，圖書館應審慎看待匿名社群媒體上的意見，用以省視圖書館內部組織與服務的良窳。

(二) 圖書館應更加注意匿名社群媒體顯示出的潛在危機。本研究結果顯示，在「靠北圖書館」的貼文中，有許多內容可發掘圖書館中利害相關者主動表達的痛點與需求，可以做為圖書館進行人力資源管理與相關決策時的參考，尤其匿名貼文版針對圖書館內部的抱怨(抱怨圖書館內部人員、抱怨工作內容本身與抱怨管理政策)、建言與議題討論，可藉此發掘圖書館內所隱含的危機與內外部人員的所見所聞。其中有部分貼文是對圖書館內非道德行為、不良組織文化的控訴，在「靠北圖書館」中「圖書館員抱怨圖書館員」的貼文曾出現過由於公共圖書館中考績為輪流拿取而非真實工作情形的組織文化，使該發文者認真工作卻連續獲得兩次B等考績，在升等上遭遇障礙，甚至得了憂鬱症；主任的言語暴力使得職員罹患憂鬱症甚至離職；龐大的工作量使得圖書館員無法正常休假休息，甚至失去對工作的熱情；圖書館員利用職權觀看讀者私人資料進而騷擾。這些內容可能會造成圖書館內外部的危機，甚至影響圖書館良好的運作與對外的形象，與Krishna與Kim(2015)過去研究指出Facebook匿名版內容存在潛在危機相呼應，是圖書館應進行關切的問題。

針對後續研究，本研究運用紮根理論的精神發展出「發文身分揭露」、「貼文目的」、「抱怨對象身分揭露」、「圖書館員抱怨圖書館員對象身分揭露」四大觀察項目的框架，由於紮根理論是理論建構的方法之一，未來可進一步以本研

究為基礎發展圖書館匿名社群媒體貼文的理論框架，例如分析歸納貼文內容指涉的圖書館相關政策、業務、服務。

## 參考文獻

- 林良昇、鍾智凱 (2015年4月23日)。縱容謾罵楊又穎「靠北部落客」挨轟。自由時報。  
<https://news.ltn.com.tw/news/society/paper/874137>
- 林南宏、胡珈瑄 (2017)。線上使用者匿名傾向的前因及結果。商略學報, 9(1), 17-36。  
<https://doi.org/10.3966/207321472017030901002>
- 陳書梅 (2011)。流通館員背景因素的個別差異對其情緒勞務影響之研究—以臺灣地區之大學圖書館為例。圖書資訊學研究, 6(1), 31-67。
- 陳書梅 (2012)。流通館員情緒勞務與情緒耗竭之調查研究：以大學圖書館之刁難讀者服務為例。教育資料與圖書館學, 50(1), 5-39。 <https://doi.org/10.6120/JoEMLS.2012.501/0482.RS.AM>
- 陳書梅 (2016)。公共圖書館讀者服務館員遭遇問題讀者之情緒勞務研究。圖書資訊學研究, 11(1), 1-46。
- 黃國彥 (2000)。內容分析法。在國立編譯館 (主編), 教育大辭書。文景。 <http://terms.naer.edu.tw/detail/1302710/>
- 楊士緯 (2017)。新興匿名社群平台使用者行為與信任度—以 Dcard 與靠北系列為例 [未出版之碩士論文]。國立中正大學企業管理系行銷管理研究所。
- American Library Association & Reference and User Services Association. (2004). *Guidelines for behavioral performance of reference and information service providers*. <http://www.ala.org/rusa/resources/guidelines/guidelinesbehavioral>
- Anonymous. (1998). To reveal or not to reveal: A theoretical model of anonymous communication. *Communication Theory*, 8(4), 381-407. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.1998.tb00226.x>
- Barari, S. (2016). *Analyzing latent topics in student confessions communities on Facebook*. <https://arxiv.org/abs/1506.05193v2>
- Becker, W. J., Cropanzano, R., Van Wagoner, P., & Keplinger, K. (2018). Emotional labor within teams: Outcomes of individual and peer emotional labor on perceived team support, extra-role behaviors, and turnover intentions. *Group & Organization Management*, 43(1), 38-71. <https://doi.org/10.1177/1059601117707608>
- Berelson, B. (1952). *Content analysis in communication research*. Free Press.
- Berger, C. R., & Calabrese, R. J. (1975). Some explorations in initial interaction and beyond: Toward a developmental theory of interpersonal communication. *Human Communication Research*, 1(2), 99-112. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.1975.tb00258.x>
- Chen, G. M. (2015). Why do women bloggers use social media? Recreation and information motivations outweigh engagement motivations. *New Media & Society*, 17(1), 24-40. <https://doi.org/10.1177/1461444813504269>
- Cirucci, A. M. (2015). Facebook's affordances, visible culture, and anti-anonymity. In A. Gruzd, J. Jacobson, P. Mai, & B. Wellman (Eds.), *SMSociety '15: Proceedings of the 2015 international conference on Social Media & Society* (Article No. 11). Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/2789187.2789202>

- Cohen, J. (1960). A coefficient of agreement for nominal scales. *Educational and Psychological Measurement*, 20(1), 37-46. <https://doi.org/10.1177/001316446002000104>
- Hochschild, A. R. (1983). *The managed heart: Commercialization of human feeling*. University of California Press.
- Hootsuite. (2019). *The global state of digital in 2019 report*. <https://hootsuite.com/pages/digital-in-2019>
- Hu, X., & Shi, J. (2015). Employees' surface acting in interactions with leaders and peers. *Journal of Organizational Behavior*, 36(8), 1132-1152. <https://doi.org/10.1002/job.2015>
- Hülsheger, U. R., & Schewe, A. F. (2011). On the costs and benefits of emotional labor: A meta-analysis of three decades of research. *Journal of Occupational Health Psychology*, 16(3), 361-389. <https://doi.org/10.1037/a0022876>
- Ingraham, C. (2014, December 3). The Google misery index: The times of year we're most depressed, anxious and stressed. *The Washington Post*. <http://www.washingtonpost.com/blogs/wonkblog/wp/2014/12/03/the-google-misery-index-the-times-of-year-were-most-depressed-anxious-and-stressed/>
- Krishna, A., & Kim, S. (2015). Confessions of an angry employee: The dark side of de-identified "confessions" on Facebook. *Public Relations Review*, 41(3), 404-410. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2015.03.001>
- Landis, J. R., & Koch, G. G. (1977). The measurement of observer agreement for categorical data. *Biometrics*, 33(1), 159-174. <https://doi.org/10.2307/2529310>
- Marx, G. T. (1999). What's in a name? Some reflections on the sociology of anonymity. *The Information Society*, 15(2), 99-112. <https://doi.org/10.1080/019722499128565>
- Matteson, M. L., & Miller, S. S. (2012). Emotional labor in librarianship: A research agenda. *Library & Information Science Research*, 34(3), 176-183. <https://doi.org/10.1016/j.lisr.2012.02.003>
- Morio, H., & Buchholz, C. (2009). How anonymous are you online? Examining online social behaviors from a cross-cultural perspective. *Ai & Society*, 23(2), 297-307. <https://doi.org/10.1007/s00146-007-0143-0>
- New York Times. (2013, August 2). *Owning up*. [https://www.nytimes.com/2013/08/04/education/edlife/campus-confessions-pages-are-on-the-rise.html?\\_r=0](https://www.nytimes.com/2013/08/04/education/edlife/campus-confessions-pages-are-on-the-rise.html?_r=0)
- Oz, M., Zheng, P., & Chen, G. M. (2018). Twitter versus Facebook: Comparing incivility, impoliteness, and deliberative attributes. *New Media & Society*, 20(9), 3400-3419. <https://doi.org/10.1177/1461444817749516>
- Ozcelik, H. (2013). An empirical analysis of surface acting in intra-organizational relationships. *Journal of Organizational Behavior*, 34(3), 291-309. <https://doi.org/10.1002/job.1798>
- Qiu, L., Lin, H., Leung, A. K., & Tov, W. (2012). Putting their best foot forward: Emotional disclosure on Facebook. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(10), 569-572. <https://doi.org/10.1089/cyber.2012.0200>
- Scott, C. R., Rains, S. A., & Haseki, M. (2011). Anonymous communication unmasking findings across fields. *Annals of the International Communication Association*, 35(1), 299-340. <https://doi.org/10.1080/23808985.2011.11679120>

- Simons, S. (2016, August 12). *Students tell all on anonymous Facebook 'confession' pages*. <https://www.mercurynews.com/2013/03/18/students-tell-all-on-anonymous-facebook-confession-pages/>
- Strauss, A., & Corbin, J. (1997). *Grounded theory in practice*. Sage.
- The Boulder Daily Camera. (2017, December 6). 'Confessions': Anonymous Facebook pages gain popularity among Boulder high school, college students. *Huffington Post*. [https://www.huffpost.com/entry/confessions-facebook-page-cu-boulder-students\\_n\\_2962252](https://www.huffpost.com/entry/confessions-facebook-page-cu-boulder-students_n_2962252)
- Wabgchuk, T. (2018). Confessions pages: Does it deserve a closer look? *International Journal of Research in Engineering, IT and Social Sciences*, 8(5), 8-13.
- Wang, W., Hernandez, I., Newman, D. A., He, J., & Bian, J. (2016). Twitter analysis: Studying US weekly trends in work stress and emotion. *Applied Psychology: An International Review*, 65(2), 355-378. <https://doi.org/10.1111/apps.12065>



# Content Analysis of Library's Facebook Confession Page "Kao-Bei Library"<sup>ψ</sup>

Jia-En Lee<sup>a</sup> Hao-Ren Ke<sup>b\*</sup>

## Abstract

*The popularity of social media has changed how people communicate with each other and know about the world. Some social media provide the anonymous feature to increase the willingness of users to express their opinions, and confessions pages on Facebook are one kind of them. Confessions pages on Facebook are both popular and controversial. This study analyzes 1,080 posts on the Facebook confessions page "Kao-Bei Library" to explore user activities and post features. This study developed a coding scheme which includes the identities of posters, the purposes of posts, objects of complaints, and the identifies of librarians who were complained by other librarians. The result indicates that the frequency of posts has no differences between week days. The timing of posts bears a resemblance to people's daily routine. Most posters do not reveal their identities, while the most identified are librarians. Posts on the page are mainly complaints, followed by posts responding to previous posts. Each poster from different backgrounds has a unique trait in their words. The result can apply to organizational management, expecting anonymous social media to be considered as a tool to understand the relationships within an organization, thus pay more attention to the potential crisis. Also, this study provides suggestions for anonymous social media studies and librarian's human resource studies.*

**Keywords:** *Anonymous social media, Library anonymous social media, Facebook confessions page, Content analysis*

## SUMMARY

### Introduction

Social media has been commonly used in today's society, and 89 % of population in Taiwan has engaged in activities of social networks. Among

<sup>ψ</sup>This article was adapted from a master's thesis under Jia-En Lee "Content Analysis of Library's Anonymous Social Media: A Case Study of Facebook Confession Page 'Kao-Bei Library'".

<sup>a</sup> Master Student, Graduate Institute of Library and Information Studies, National Taiwan Normal University, Taipei, Taiwan

<sup>b</sup> Distinguished Professor and University Librarian, Graduate Institute of Library and Information Studies, National Taiwan Normal University, Taipei, Taiwan

\* To whom all correspondence should be addressed. E-mail: clavenke@ntnu.edu.tw

The Author acknowledges that the Article is distributed under a Creative Commons CC BY-NC 4.0.

which, 89% of people have ever participated in Facebook activities (Hootsuite, 2019). Anonymous social media allows users who have concerns for the same issue to have a virtual space to communicate with each other in an anonymous manner and alleviate the pressure of users to post messages on controversial issues. The anonymous Confession Pages launched by Facebook are one kind of such anonymous social media. The issues discussed in the Confession Pages and the potential crisis lurking in the issues have drawn attention of researchers and organization managers (Barari, 2016; Krishna & Kim, 2015; Wabgchuk, 2018). In addition, people external to the organization involved in a Confession Page can understand the organization through the Confession Page, which make Confession Pages as one channel that influences the public relation of an organization. “Kao-Bei Library”, which means “Complaining About Library”, was one anonymous Facebook Confession Page created in Taiwan. It was established in June 12 of 2015, and as of November 9 of 2019, it had accumulated 2,380 likers and 2,451 followers. In this study, Complaining About Library page was studied and analyzed for its content and phenomenon of posts, in order to understand the features of posts and users’ activities on this anonymous page.

### **Research Method**

In this study, the content of 1,080 posts appeared on Complaining About Library page from July 18 of 2016 to November 9 of 2019 was manually collected. For each post, its post ID, post message, submission date, engagement (share and comment), and Facebook emoticons (like, love, haha, wow, sad, angry) were collected. The content analysis approach was adopted as the major research method, and the grounded theory approach was used for developing data categories and coding. The research framework was consisted of four observed items, including disclosure of posters’ identity (librarians, library users, others, unclear), goals of postings (complaints, responses, doubts and questions, information sharing, issue discussions, investigation/survey, suggestions, others, unclear) , disclosure of complained subjects’ identity (librarians, library users, work content, management policies, others, unclear), and identity disclosure in cases of librarians complaining about librarians (superiors, colleagues, part-time workers/subordinates, unclear). When coding the data regarding “disclosure of posters’ identity”, the poster’s identity was judged from poster’s direct identity disclosure or self-describing behaviors in posts. Direct identity disclosure refers to the poster announcing one’s identity with clear words in postings. Self-describing behaviors in posts refers to the poster describing one’s behaviors for revealing the true identity. When coding the categories of “goals of postings”, “disclosure of complained subjects’ identity”, and “identity disclosure in cases of

librarians complaining librarians", the posts were judged only from their literal meanings, for avoiding inaccurate interpretations. 110 posts were randomly picked from the 1,080 posts and coded by two independent coders, and the resultant Cohen's Kappa Coefficient for measuring inter-rater reliability was 0.857, which means the strength of agreement fell within the range of "Almost Perfect". After the inter-rater reliability had been confirmed, all other posts were coded by the first author of this paper.

## Research Results

The results of analysis revealed that the calendar day on which posters posted the most frequently was Monday (166 posts, 15.54%), followed by Wednesday (160 posts, 14.98%), Saturday (157 posts, 14.70%), and Thursday with the least posts (140 posts, 13.11%). The observed differences were insignificant. A further analysis with Test of Goodness-of-Fit was adopted to see if there were significant differences among the numbers of posts. The null hypothesis ( $H_0$ ) was defined as "the average number of posts on each calendar day is the mean", with the result  $\chi^2(6) = 3.64 < 12.59$ , failing to reject the null hypothesis at the 0.05 significance level. In other words, there were no significant differences among numbers of posts on different calendar days. The results of this study were different from another study of posts of different types on Twitter by Wang et al. (2016), which claimed that posts were with periodical changes. The difference might be resulted from different features and characteristics of user groups on different social media platforms.

As to the time period during which users posted the most frequent, it was the 22:00-22:59 period, with 81 posts (7.5%). And the 4:00-5:59 period was with the least posts. The Test of Goodness-of-Fit was conducted to see if there were differences among numbers of posts during each time period, with the null hypothesis defined as "the average number of posts during each time period is the mean". The result  $\chi^2(23) = 306.25 > 35.17$  rejected the null hypothesis at the 0.05 significance level, revealing there were significant differences among numbers of posts during each time period. The curves revealed in the result were relatively more matching to the daily routines of the public. It was worth noting that numbers of posts during the 9:00-0:59 time periods were higher than the mean, and only the 13:00-13:59 period was with a lower number (34 posts, 3.1%) than the mean. It was inferred in this study that this was related to the daily routines and work habits of posters on the Complaining About Libraries page.

59.35% of the users did not provide or hardly provided information regarding individual identification and behaviors, causing difficulties of person-identity recognition. Different goals of postings had influenced the degrees of posters' disclosure of self-identity. In posts aiming at affectionate communications,

posters would have a more comprehensive description of the whole events, and further disclosed one's identity. In posts focusing on information communication, posters would disclose one's identity less.

The largest group of posters who self-disclosed identity was librarians, followed by library users, and other identities, including examinees of Civil Service Examinations, applicants of library jobs, library volunteers, former librarians, librarians to take office, staff members of relevant organizations, and managers of the Complaining About Library page. It revealed that Complaining About Library page reached a variety of audience and had a certain degree of influential power, not limited to the audience of librarians and library users.

As to the goals of postings, the largest category was "complaints" (46.67%), followed by "responses" (28.43%), "doubts and questions" (7.59%), "unclear" (6.94%), "information sharing" (4.54%), "issue discussions" (1.48%), "investigation/survey" (1.3%), "suggestions" (0.93%), and "others" (2.69%). The "others" category included goals such as nostalgia, confession, gratitude, and apology. In the Complaining About Library page, posters of different degrees of self-identity disclosure also had different features of post contents. For those posts without clear disclosure of self-identity, the categories of goals of postings included responses (42.59%), complaints (23.56%), unclear (11.54%), doubts and questions (9.05%), information sharing (7.02%), investigation/survey (1.56%), and others (4.68%). Posts of posters who self-disclosed as librarians were with goals including complaints (82.8%), responses (8.2%), and doubts and questions (5.03%), among others. Among the category of complaints, the types whom librarians complained about included library users (40.58%), librarians (38.66%), work content (8.63%), and management policies (7.67%). Those librarians complained by self-disclosed librarians were superiors (62.1%), colleagues (27.42%), unclear (9.68%), and part-time workers/subordinates (0.81%). Self-disclosed library users posted with goals of complaints (78.26%) and responses (6.52%), among others. The subjects most frequently complained by self-disclosed library users included librarians (47.22%), other library users (44.44%), and management policies (2.78%).

## Conclusions

For improving library services, it is suggested that libraries should view anonymous social medial groups as a channel for understanding relevant personnel. From the fact that almost half of posts on Complaining About Library page were "complaints", we can see that users tended to express their emotions through anonymous social media channels, instead of directly complaining to libraries. The opinions expressed through anonymous social media channels should be treated with discretion.

In this study, with the grounded theory approach, the researcher developed a research framework with four observed items, disclosure of posters' identity, goals of postings, disclosure of complained subjects' identity, and identity disclosure in cases of librarians complaining about librarians. It is suggested that researchers of future studies could use this study as a foundation to develop a theoretical framework for investigating posts in anonymous social media groups regarding libraries, such as analyzing and categorizing relevant library policies, responsibilities and services referred and implied in posts.

### **ROMANIZED & TRANSLATED REFERENCE FOR ORIGINAL TEXT**

- 林良昇、鍾智凱 (2015年4月23日)。縱容謾罵楊又穎「靠北部落客」挨轟。自由時報。  
<https://news.ltn.com.tw/news/society/paper/874137>【Lin, Liang-Sheng, & Zhong, Zhi-Kai (2015, April 23). Zongrong manma Yang You-Ying "Kaobei Buluoke" ai hong. *Liberty Times*. <https://news.ltn.com.tw/news/society/paper/874137> (in Chinese)】
- 林南宏、胡珈瑄 (2017)。線上使用者匿名傾向的前因及結果。商略學報, 9(1), 17-36。 <https://doi.org/10.3966/207321472017030901002>【Lin, Nan-Hong, & Hu, Chia-Hsuan (2017). Causes and consequences of users online anonymity concern. *International Journal of Commerce and Strategy*, 9(1), 17-36. <https://doi.org/10.3966/207321472017030901002> (in Chinese)】
- 陳書梅 (2011)。流通館員背景因素的個別差異對其情緒勞務影響之研究—以臺灣地區之大學圖書館為例。圖書資訊學研究, 6(1), 31-67。【Sheih, Chen Su-may (2011). The effect of individual differences on emotional labor among university circulation librarians in Taiwan. *Journal of Library and Information Science Research*, 6(1), 31-67. (in Chinese)】
- 陳書梅 (2012)。流通館員情緒勞務與情緒耗竭之調查研究：以大學圖書館之刁難讀者服務為例。教育資料與圖書館學, 50(1), 5-39。 <https://doi.org/10.6120/JoEMLS.2012.501/0482.RS.AM>【Sheih, Chen Su-May (2012). A survey of circulation librarians' emotional labor and emotional exhaustion: The case of difficult patron service in university libraries. *Journal of Educational Media & Library Sciences*, 50(1), 5-39. <https://doi.org/10.6120/JoEMLS.2012.501/0482.RS.AM> (in Chinese)】
- 陳書梅 (2016)。公共圖書館讀者服務館員遭遇問題讀者之情緒勞務研究。圖書資訊學研究, 11(1), 1-46。【Sheih, Chen Su-may (2016). The emotional labor of public service librarians encountered problem patrons in Taiwan's public libraries: A quantitative study. *Journal of Library and Information Science Research*, 11(1), 1-46. (in Chinese)】
- 黃國彥 (2000)。內容分析法。在國立編譯館 (主編), 教育大辭書。文景。 <http://terms.naer.edu.tw/detail/1302710/>【Hwang, Kwo-Yann (2000). Content analysis. In National Institute for Compilation and Translation (Ed.), *Jiaoyu da cishu*. Winjoin. <http://terms.naer.edu.tw/detail/1302710/> (in Chinese)】
- 楊士緯 (2017)。新興匿名社群平台使用者行為與信任度—以Dcard與靠北系列為例〔未出版之碩士論文〕。國立中正大學企業管理系行銷管理研究所。【Yang, Shi-Wei (2017). *Emerging anonymous community platform user behavior and trust—A study on*

- Dcard and Complain series fanpage in Taiwan* [Unpublished master's thesis]. Institute of Marketing Management, National Chung Cheng University. (in Chinese) ]
- American Library Association & Reference and User Services Association. (2004). *Guidelines for behavioral performance of reference and information service providers*. <http://www.ala.org/rusa/resources/guidelines/guidelinesbehavioral>
- Anonymous. (1998). To reveal or not to reveal: A theoretical model of anonymous communication. *Communication Theory*, 8(4), 381-407. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.1998.tb00226.x>
- Barari, S. (2016). *Analyzing latent topics in student confessions communities on Facebook*. <https://arxiv.org/abs/1506.05193v2>
- Becker, W. J., Cropanzano, R., Van Wagoner, P., & Keplinger, K. (2018). Emotional labor within teams: Outcomes of individual and peer emotional labor on perceived team support, extra-role behaviors, and turnover intentions. *Group & Organization Management*, 43(1), 38-71. <https://doi.org/10.1177/1059601117707608>
- Berelson, B. (1952). *Content analysis in communication research*. Free Press.
- Berger, C. R., & Calabrese, R. J. (1975). Some explorations in initial interaction and beyond: Toward a developmental theory of interpersonal communication. *Human Communication Research*, 1(2), 99-112. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.1975.tb00258.x>
- Chen, G. M. (2015). Why do women bloggers use social media? Recreation and information motivations outweigh engagement motivations. *New Media & Society*, 17(1), 24-40. <https://doi.org/10.1177/1461444813504269>
- Cirucci, A. M. (2015). Facebook's affordances, visible culture, and anti-anonymity. In A. Gruzd, J. Jacobson, P. Mai, & B. Wellman (Eds.), *SMSociety '15: Proceedings of the 2015 international conference on Social Media & Society* (Article No. 11). Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/2789187.2789202>
- Cohen, J. (1960). A coefficient of agreement for nominal scales. *Educational and Psychological Measurement*, 20(1), 37-46. <https://doi.org/10.1177/001316446002000104>
- Hochschild, A. R. (1983). *The managed heart: Commercialization of human feeling*. University of California Press.
- Hootsuite. (2019). *The global state of digital in 2019 report*. <https://hootsuite.com/pages/digital-in-2019>
- Hu, X., & Shi, J. (2015). Employees' surface acting in interactions with leaders and peers. *Journal of Organizational Behavior*, 36(8), 1132-1152. <https://doi.org/10.1002/job.2015>
- Hülsheger, U. R., & Schewe, A. F. (2011). On the costs and benefits of emotional labor: A meta-analysis of three decades of research. *Journal of Occupational Health Psychology*, 16(3), 361-389. <https://doi.org/10.1037/a0022876>
- Ingraham, C. (2014, December 3). The Google misery index: The times of year we're most depressed, anxious and stressed. *The Washington Post*. <http://www.washingtonpost.com/blogs/wonkblog/wp/2014/12/03/the-google-misery-index-the-times-of-year-were-most-depressed-anxious-and-stressed/>
- Krishna, A., & Kim, S. (2015). Confessions of an angry employee: The dark side of de-identified "confessions" on Facebook. *Public Relations Review*, 41(3), 404-410. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2015.03.001>

- Landis, J. R., & Koch, G. G. (1977). The measurement of observer agreement for categorical data. *Biometrics*, *33*(1), 159-174. <https://doi.org/10.2307/2529310>
- Marx, G. T. (1999). What's in a name? Some reflections on the sociology of anonymity. *The Information Society*, *15*(2), 99-112. <https://doi.org/10.1080/019722499128565>
- Matteson, M. L., & Miller, S. S. (2012). Emotional labor in librarianship: A research agenda. *Library & Information Science Research*, *34*(3), 176-183. <https://doi.org/10.1016/j.lisr.2012.02.003>
- Morio, H., & Buchholz, C. (2009). How anonymous are you online? Examining online social behaviors from a cross-cultural perspective. *Ai & Society*, *23*(2), 297-307. <https://doi.org/10.1007/s00146-007-0143-0>
- New York Times. (2013, August 2). *Owning up*. [https://www.nytimes.com/2013/08/04/education/edlife/campus-confessions-pages-are-on-the-rise.html?\\_r=0](https://www.nytimes.com/2013/08/04/education/edlife/campus-confessions-pages-are-on-the-rise.html?_r=0)
- Oz, M., Zheng, P., & Chen, G. M. (2018). Twitter versus Facebook: Comparing incivility, impoliteness, and deliberative attributes. *New Media & Society*, *20*(9), 3400-3419. <https://doi.org/10.1177/1461444817749516>
- Ozcelik, H. (2013). An empirical analysis of surface acting in intra-organizational relationships. *Journal of Organizational Behavior*, *34*(3), 291-309. <https://doi.org/10.1002/job.1798>
- Qiu, L., Lin, H., Leung, A. K., & Tov, W. (2012). Putting their best foot forward: Emotional disclosure on Facebook. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, *15*(10), 569-572. <https://doi.org/10.1089/cyber.2012.0200>
- Scott, C. R., Rains, S. A., & Haseki, M. (2011). Anonymous communication unmasking findings across fields. *Annals of the International Communication Association*, *35*(1), 299-340. <https://doi.org/10.1080/23808985.2011.11679120>
- Simons, S. (2016, August 12). *Students tell all on anonymous Facebook 'confession' pages*. <https://www.mercurynews.com/2013/03/18/students-tell-all-on-anonymous-facebook-confession-pages/>
- Strauss, A., & Corbin, J. (1997). *Grounded theory in practice*. Sage.
- The Boulder Daily Camera. (2017, December 6). 'Confessions': Anonymous Facebook pages gain popularity among Boulder high school, college students. *Huffington Post*. [https://www.huffpost.com/entry/confessions-facebook-page-cu-boulder-students\\_n\\_2962252](https://www.huffpost.com/entry/confessions-facebook-page-cu-boulder-students_n_2962252)
- Wabgchuk, T. (2018). Confessions pages: Does it deserve a closer look? *International Journal of Research in Engineering, IT and Social Sciences*, *8*(5), 8-13.
- Wang, W., Hernandez, I., Newman, D. A., He, J., & Bian, J. (2016). Twitter analysis: Studying US weekly trends in work stress and emotion. *Applied Psychology: An International Review*, *65*(2), 355-378. <https://doi.org/10.1111/apps.12065>

Jia-En Lee ORCID 0000-0002-9076-4877

Hao-Ren Ke ORCID 0000-0002-2468-4633

