

南 華 大 學
資 訊 管 理 學 系
碩 士 論 文

生命活力、資訊素養與社群環境對組織知識分享影響之
研究—以 Facebook『阿榮福利味』社團為例

A Study of the Effects of Life Vitality, Information Literacy and Social
Environment on Organizational Knowledge Sharing—A Case Study of
Facebook azofreeware

研 究 生：周曉慧
指 導 教 授：陳信良 教授
中 華 民 國 一 百 零 六 年 六 月

南 華 大 學

資訊管理學系 碩士學位論文

生命活力、資訊素養與社群環境對組織知識分享影響之研究

一以 Facebook『阿榮福利味』社團為例

研究生： 周曉慧

經考試合格特此證明

口試委員： 翁宜美

吳柏君

陳峻

指導教授： 陳峻

系主任(所長)： 洪銘建

口試日期：中華民國 106 年 06 月 28 日

南華大學碩士班研究生
論文指導教授推薦函

資訊管理學系碩士班 周曉慧 君所提之論文
生命活力、資訊素養與社群環境對組織知識分享
影響之研究—以 Facebook『阿榮福利味』社團為
例，係由本人指導撰述，同意提付審查。

指導教授

陳俊良

106年6月1日

南華大學資訊管理學系碩士論文著作財產權同意書

立書人： 周曉慧 之碩士畢業論文

中文題目：

生命活力、資訊素養與社群環境對組織知識分享影響之研究—以

Facebook『阿榮福利味』社團為例

英文題目：

A Study of the Effects of Life Vitality, Information Literacy and Social Environment on Organizational Knowledge Sharing – A Case Study of Facebook azofreeware

指導教授： 陳信良 博士

學生與指導老師就本篇論文內容及資料其著作財產權歸屬如下：

- 共同享有著作權
- 共同享有著作權，學生願「拋棄」著作財產權
- 學生獨自享有著作財產權

學 生： 周曉慧

指導老師： 陳信良

中 華 民 國 106 年 7 月 20 月

誌謝

時光飛逝，轉眼間碩士生涯即將邁入尾聲，雖然這段路程一路走來既漫長又艱辛，但得到一段獲益良多寶貴的人生體驗，懷念在南華的點點滴滴，這段求學經歷我得到的不僅是成果的喜悅，還有更多的感動與回憶，這些將成為我未來人生動力的來源，願將此榮耀與大家共享。論文可以順利完成，一路上遇到很多師長及好友的關懷與伸出援手的溫馨多，心中充滿無限的激動與感恩。要感謝的人實在太多，雖然無法將內心全部的感謝表達出來，但說出來的句句真誠。

首先最重要也最感謝的就是我的恩師陳信良教授，陳老師思考縝密與嚴謹的學術研究風範，是我做事態度學習最好的模範的榜樣，在我撰寫論文各階段循循善誘、諄諄教誨耐心的指導，每次遇到瓶頸老師就像燈塔一樣，給我方向引導我朝向目標邁進，讓我從毫無頭緒中慢慢培養出我論文题目的邏輯性，並將論文順利一步步地完成。每次討論後看到老師還有很多事需要忙碌，看著老師忙碌的身影更是感到不捨，甚至直到最後階段，在百忙之中為我潤飾修正論文內容，藉此獻上最深的敬意與謝意。同時，感謝系上所有老師，在我大學四年加碩士三年求學生涯中的栽培。特別是洪銘建系主任、尤國任教授及吳梅君教授，各自以不同領域的專業拓展了我學習上更寬廣的視野；其次，要感謝外校口試委員翁富美教授，百忙之中仍不辭辛勞地協助審閱並提供諸多彌足珍貴之意見，使本研究更臻完備。

在研究所的生涯中，還要感謝同學的協助及照顧。感謝從大學到碩班都還是同班同學的國凱、名哲、毓芷還有峰熙學長，無論在課業上或是生活上遇到困難時給予的鼓勵與支持，都是我論文得以持續進行的動力，有你們的一同相互扶持才有今天的我。同時，還有我的好朋友逸樺和靖穎，總是一邊督促我快寫論文，給我加油打氣，在我論文遇到問題時，也協助我解決難題，感謝你們。

最後要感謝我深愛的家人們，父親、母親、大妹及小妹，家是最大的避風港，也是支持我的最大的力量，您們總是默默地在背後給予我支持與關懷，讓我無後顧之憂專心於學業。還有感謝提供我九個月住宿和照顧的舅舅和舅媽，支持我完成碩士學業，給我最大的生活支助，讓我不用兩地奔波，可以專心的撰寫論文並順利畢業。我也要告訴天上的大爺爺，我終於畢業了！謝謝您的保佑。最後，再次謝謝大家在這段

時間的照顧、支持及打氣，也謝謝所有關心我的人，還有在我心裡支持我的星星，心中萬分感謝。

周曉慧謹誌

中華民國 106 年 07 月



生命活力、資訊素養與社群環境對組織知識分享影響之研究—以 Facebook『阿榮福利味』社團為例

學生：周曉慧

指導教授：陳信良

南華大學

資訊管理學系碩士班

摘 要

Web3.0 時代的來臨，使得人類與資訊網路互動更親密。成員的交流知識分享遂成為組織知識管理成敗的關鍵，而網路社群也成為資訊科技與網際網路中最適於互動與交流的應用方式。在不勝枚舉的社群網站中又以 Facebook(FB)的使用人口為最高，並且近年來建構在網路的平台上的網站，已不是年輕族群所專屬，充滿生命活力的年長族群也開始頻繁使用，加上 FB 提供良好又強大的功能，使社團成員可以在社團裡方便容易地進行交流，致使資訊的能力已成為現代國民應具備資訊素養。所以我們相信以個人生命活力的能量與資訊素養為基，在網路社群的環境資源下的 FB 社團成員，正在持續不斷的交流活動中進行並影響著知識的分享。

基於此，本研究旨在瞭解成員生命活力、資訊素養、社群環境與知識分享現況，並進一步探討不同變項之間的差異及相關情形。本研究採取問卷調查法，以 Facebook 阿榮福利味社團之成員為研究對象，共發出正式問卷 370 份，有效問卷 329 份，有效問卷率為 88.91%，以描述性統計、信度分析、效度分析、獨立樣本 T 檢定、單因子變異數分析與事後多重比較、皮爾森積差相關分析及 PLS 結構方程模式等方法來進行分析。

根據問卷調查結果，本研究之結論如下：

- 一、社團成員生命活力、資訊素養、社群環境與知識分享具有高相關程度。
- 二、社團成員的生命活力會正向影響知識分享。
- 三、社團成員的資訊素養會正向影響知識分享。
- 四、社團成員的社群環境會正向影響知識分享。

關鍵詞：生命活力、資訊素養、社群環境、知識分享

A Study of the Effects of Life Vitality, Information Literacy and Social Environment on Organizational Knowledge Sharing—A Case Study of Facebook azofreeware

Student : Jhou, Siao-Huei

Advisor : Dr. Chen, Sing-Liang

Department of Information Management
The Graduated Program
Nan-Hua University

ABSTRACT

Web3.0 time has come, making human interaction with the information network more close. Members of the exchange of knowledge sharing has become the key to the success of organizational knowledge management, and the network community has become the most suitable for interactive and communication applications in information technology and the Internet. In the numerous community websites, the population of Facebook (FB) uses as the highest, and in recent years websites built on the network platform, is not exclusive of young people, the elderly people with full of vitality also began frequent to use websites. Facebook provides good and powerful functionality to users, so that members of the community can easily communicate in a community group, resulting in the ability of information has become an information literacy that modern citizens should have. Therefore, we believe that it is based on the energy of the individual vitality and information literacy. Members of the FB community under the environmental resources of the network community are conducting ongoing activities and influencing the sharing of knowledge.

Based on, the main purpose of the study is to investigate current conditions of the group members' life vitality, information literacy, social environment on organizational knowledge sharing, and to further explore the differences between the different variables and related circumstances. The present study used survey method and Facebook group members of azofreeware were chosen as sample, 370 questionnaires were issued, 329 valid questionnaires. The effective questionnaire rate was 88.91%. The data were analyzed by methods including descriptive statistics, reliability analysis, validity analysis, T-test, one-way ANOVA, Scheffe' method, Pearson's correlation analysis and PLS structural

equation modeling.

The following conclusions were made according to the results from the investigation:

- 1 、 Facebook group members have a high degree of relevance to Life Vitality, Information Literacy, Social Environment and Knowledge Sharing.
- 2 、 The Life Vitality of Facebook group members directly affects the Knowledge Sharing.
- 3 、 The Information Literacy of Facebook group members directly affects the Knowledge Sharing.
- 4 、 The Social Environment of Facebook group members directly affects the Knowledge Sharing.

Keywords : Life Vitality, Information Literacy, Social Environment , Knowledge Sharing



目錄

論文指導教授推薦函	i
著作財產同意書	ii
誌謝	iii
中文摘要	v
英文摘要	vi
目錄	viii
表目錄	x
圖目錄	xii
第一章 緒論	1
第一節 研究背景與動機	1
第二節 研究目的	4
第三節 研究方法與限制	5
第四節 論文概要	7
第二章 文獻探討	10
第一節 生命活力	10
第二節 資訊素養	16
第三節 社群環境	26
第四節 知識分享	41
第五節 社團成員生命活力、資訊素養、社群環境與知識分享之相關研究	47
第三章 研究設計與實施	51
第一節 研究架構	51
第二節 研究假設	55
第三節 研究對象與抽樣方法	57
第四節 研究工具與方法	61
第五節 資料處理與分析	83
第四章 研究結果分析與討論	86
第一節 基本資料之分析	86
第二節 正式問卷的信效度分析	90
第三節 各變項之描述性統計分析	97
第四節 差異性分析與事後比較分析	106
第五節 相關分析	151
第六節 測量模式(Measurement model)分析	156
第七節 結構模式(Structural model)分析	161
第五章 結論與建議	163
第一節 結論	163
第二節 後續研究之建議	165
參考文獻	166
一、中文部份	166
二、網路資料部份	170

三、英文部份	172
附錄一：專家問卷	176
附錄二：專家意見及修改內容	184
附錄三：預測問卷	192
附錄四：正式問卷	200



表目錄

表 2-1-1 活力的定義	11
表 2-1-2 工作活力研究構面	15
表 2-2-1 素養的定義	16
表 2-2-2 資訊素養的定義	19
表 2-2-3 研究資訊素養之構面彙整表	24
表 2-3-1 社群環境的相關研究彙整表	37
表 2-4-1 知識的定義	41
表 2-4-2 知識分享的定義	43
表 2-4-3 KSEI 的 25 個整體衡量項目	45
表 3-4-1 生命活力量表之題項	63
表 3-4-2 資訊素養量表之題項	64
表 3-4-3 社群環境量表之題項	65
表 3-4-4 知識分享量表之題項	67
表 3-4-5 生命活力項目分析彙整表	70
表 3-4-6 資訊素養項目分析彙整表	71
表 3-4-7 社群環境項目分析彙整表	72
表 3-4-8 知識分享項目分析彙整表	73
表 3-4-9 信度分析表	74
表 3-4-10 KMO 統計量決策標準表	75
表 3-4-11 KMO 與 Bartlet T 檢定	76
表 3-4-12 生命活力因素分析摘要表	77
表 3-4-13 資訊素養因素分析摘要表	78
表 3-4-14 社群環境因素分析摘要表	79
表 3-4-15 知識分享因素分析摘要表	80
表 4-1-1 基本資料分布情形	88
表 4-2-1 信度分析	90
表 4-2-2 KMO 與 Bartlet T 檢定	91
表 4-2-3 正式問卷信效度分析結果 (續)	92
表 4-2-4 正式問卷信效度分析結果 (續)	93
表 4-2-5 正式問卷信效度分析結果 (續)	94
表 4-2-6 正式問卷信效度分析結果 (續)	95
表 4-3-1 個人生命活力構面現況分析摘要表	98
表 4-3-2 個人資訊素養構面現況分析摘要表	99
表 4-3-3 個人對社群環境構面現況分析摘要表	100
表 4-3-4 社團知識分享構面現況分析摘要表	102
表 4-4-1 不同性別成員對於生命活力之獨立 T 檢定摘要表	106
表 4-4-2 不同年齡成員對於生命活力之統計摘要分析表	107
表 4-4-3 不同教育程度成員對於生命活力之統計摘要分析表	109
表 4-4-4 不同職業成員對於生命活力之統計摘要分析表	110

表 4-4-5 每天上網平均時數不同的成員對於生命活力之統計摘要分析表	111
表 4-4-6 使用 FB 社團主要目的不同的成員對於生命活力之統計摘要分析表.....	112
表 4-4-7 使用 FB 社團平均頻率不同的成員對於生命活力之統計摘要分析表.....	114
表 4-4-8 使用 FB 社團平均瀏覽時間不同的成員對於生命活力之統計摘要分析表..	115
表 4-4-9 不同性別成員對於資訊素養之獨立 T 檢定摘要表	117
表 4-4-10 不同年齡成員對於資訊素養之統計摘要分析表	117
表 4-4-11 不同教育程度成員對於資訊素養之統計摘要分析表.....	119
表 4-4-12 不同職業成員對於資訊素養之統計摘要分析表	121
表 4-4-13 每天上網平均時數不同的成員對於資訊素養之統計摘要分析表	123
表 4-4-14 使用 FB 社團主要目的不同的成員對於資訊素養之統計摘要分析表.....	124
表 4-4-15 使用 FB 社團平均頻率不同的成員對於資訊素養之統計摘要分析表.....	126
表 4-4-16 使用 FB 社團平均瀏覽時間不同的成員對於資訊素養之統計摘要分析表	128
表 4-4-17 同性別成員對於社群環境之獨立 T 檢定摘要表	129
表 4-4-18 不同年齡成員對於社群環境之統計摘要分析表	130
表 4-4-19 同教育程度成員對於社群環境之統計摘要分析表	131
表 4-4-20 不同職業成員對於社群環境之統計摘要分析表	132
表 4-4-21 每天上網平均時數不同的成員對於社群環境之統計摘要分析表	133
表 4-4-22 使用 FB 社團主要目的不同的成員對於社群環境之統計摘要分析表.....	134
表 4-4-23 使用 FB 社團平均頻率不同的成員對於社群環境之統計摘要分析表.....	136
表 4-4-24 使用 FB 社團平均瀏覽時間不同的成員對於社群環境之統計摘要分析表	137
表 4-4-25 不同性別成員對於知識分享之獨立 T 檢定摘要表	139
表 4-4-26 不同年齡成員對於知識分享之統計摘要分析表	140
表 4-4-27 不同教育程度成員對於知識分享之統計摘要分析表	141
表 4-4-28 不同職業成員對於知識分享之統計摘要分析表	142
表 4-4-29 每天上網平均時數不同的成員對於知識分享之統計摘要分析表	144
表 4-4-30 使用 FB 社團主要目的不同的成員對於知識分享之統計摘要分析表.....	145
表 4-4-31 使用 FB 社團平均頻率不同的成員對於知識分享之統計摘要分析表.....	147
表 4-4-32 使用 FB 社團平均瀏覽時間不同的成員對於知識分享之統計摘要分析表	149
表 4-5-1 生命活力與知識分享之皮爾森積差相關摘要表	151
表 4-5-2 資訊素養與知識分享之皮爾森積差相關摘要表	152
表 4-5-3 社群環境與知識分享之皮爾森積差相關摘要表	154
表 4-5-4 生命活力、社群環境與知識分享之相關假說驗證表	155
表 4-6-1 研究構面信效度分析表	157
表 4-6-2 區別效度檢定表	160
表 4-7-1 路徑關係檢定表	162

圖目錄

圖 1-1-1 研究流程圖	9
圖 2-2-1 資訊素養	21
圖 2-3-1 理性行為理論架構圖	26
圖 2-3-2 計畫行為理論架構圖	28
圖 2-3-3 科技接受模式圖	30
圖 2-3-4 解構式計畫行為理論	31
圖 2-3-5 創新決策過程五大階段模式	36
圖 3-1-1 相關分析研究架構圖	51
圖 3-1-2 結構方程模式研究架構圖	52
圖 3-3-1 成員討論狀況	59
圖 3-3-2 管理員分享連結	59
圖 3-4-1 問卷編製流程圖	61
圖 3-4-2 個人背景變項架構圖	62
圖 4-7-1 路徑分析圖	161



第一章緒論

本研究旨在探討社團成員之生命活力、資訊素養與社群環境對知識分享之影響。本章第一節主要在說明研究背景與動機，第二節為本論文之研究目的，第三節則為研究方法與限制，第四節為本論文之研究概要說明。

第一節研究背景與動機

1997 年 Peter Senge 提出知識的分享行為不僅是將個體所知的知識告訴他人，且包括幫助他人去獲得自身所沒有的知識，而當個人願意讓他人擁有新的行動能力時，也會鼓勵他人學習分享的情形，因此知識分享必須有彼此間的互動，並成功的將知識分享移轉給對方，形成對方的行動能力，對知識接受者來說要有學習意願，在雙方達成共識供需平衡狀態為知識分享的最佳狀態。在遠見雜誌的「2010 華人峰會專刊」，微軟全球資深副總裁張亞勤提出，Web3.0 的時代來臨了，這是結合技術與網際網路更緊密的時代，也使得人類與資訊網路互動更親密的一個時代的來臨。Web3.0 包含了結合識別感應與網際網路的物聯網、雲端運算以及行動網路。成員的交流知識分享是知識管理成敗的關鍵，而網路社群更是資訊科技與網際網路中最適於互動與交流的應用方式（吳有順，2016）。

李書政等人在 2010 年提出：近年來，隨著網際網路資訊發展的普及，科技產品的日新月異，傳統的報章雜誌、書信，已不再是傳遞訊息的重要工具，網際網路已成了現代人不可或缺的媒介工具，除了用來收集資訊以外，還可以用來網路購物、線上遊戲、交友、聊天...等。Facebook(以下簡稱 FB)產品總監在 2016 年 6 月 1 日的科技報橘：放棄做網站吧，「網路平台化」才是未來！，如今全世界網路不知不覺步入平台時代，平台即代表了網路，服務提供方和消費者都在平台範圍內互動，例如：中國的微博微信，國外的 FB、IG、Twitter 平台。對於平台化出現以及流行的原因，FB 產品總監 Jon Lax 認為主要在於智慧手機的普及。

社群服務包含社群網站、即時通訊軟體、BBS／論壇／討論區、部落格及微網誌，社群網站包含 Dcard、FB、新浪微博、google+ 及 Twitter 社群媒體類網站不僅深深影響網路使用者的上網行為，也改變了人與人互動的方式。根據創市際市場研究顧問「社群服務調查與使用概況」（2016.07.15）的報告，社群網站的使用率最高。根據研究機構 Sprout Social（2017.04.06），針對美國嬰兒潮（目前 55 歲以上）、X 世代（目前 35～54 歲）、千禧世代（目前 18～34 歲）所做的社群媒體使用行為調查指出，71% 的人認為 FB 是各年齡層最普遍使用的社群媒體。蕭弘銘（2008）認為網路社群成員透過電腦作為一種中介傳播，成員們因為興趣或需求在網路間相互交流，發展出網際人際關係進而集結為群體或組織，成員可透過討論區、聊天室、電子郵件、電子佈告欄等網路媒介進行互動與交流。

近年來不只年輕族群頻繁使用此類型網站，較年長的族群也紛紛搭上這波浪潮，許多媒體或品牌也把社群媒體當作接觸使用者的管道，透過社群的概念增加與使用者的緊密互動。並且 FB 網站指出，FB 社團具有隱私、規則性、向心力強的特性。社團為用戶提供空間，讓他們就共同興趣進行交流，社團可由任何人建立。因此，許多人開始使用 FB 簡易的操作介面、訊息及建立社團等功能，成立特定議題的專業社群，邀請有興趣關注相同議題的人加入社團，一起參與討論與分享。

資訊素養涵蓋文化素養、電腦素養、媒體素養、網路素養，是發現和判斷資訊的能力、處理與傳播資訊的能力、組織與創造知識的能力之集合(胡立耘，2005)。在資訊社會的時代，人們不論生活、學習、工作或休閒都與資訊密不可分，如何釐清資訊需求，如何蒐集、整理、利用、評估與再創造資訊，並利用資訊來解決各種問題，更進一步將資訊轉化為知識，形成解決日常生活中所面臨問題的智慧，是身處快速發展的資訊社會及知識經濟時代中，個人、社會團體及國家皆不可或缺的存活技能，缺乏資訊素養，將無法適應複雜性不斷增加的資訊及日新月異的新科技，因此資訊素養已成為資訊社會的重要議題（蔡明月，2007）。美國圖書館學會(American Library Association)在 1989 年提出的「資訊素養委員會總結報告書」(Presidential Committee on Information Literacy：

Final Report)，對資訊素養定義為：「係培育國民具備瞭解資訊的價值，在需要資訊時能有效地查詢資訊、評估資訊、組織資訊與利用資訊的能力。」，這是現代國民的基本要件，具備資訊素養國民也可成為終生學習者，有助於提升國家競爭力與創造優良的生活品質。

影響知識分享意願的因素眾多，Hendriks(1999) 提到知識分享(Knowledge Share, KS)與知識移轉是組織知識管理議題中最重要也是最困難的(林東清，2009)。在企業內部普遍存在的問題即是專業人員對知識分享有極大的障礙，大部分的專業員工傾向不情願將自己最重要的知識資產與他人分享，使得企業內知識無法轉移，進而無法得到最佳的利用與配置。在知識分享的研究中大都聚焦於組織的知識分享，減少針對個人成員的研究，本研究以為組織乃由所屬的個人成員所組成，況且知識分享意願本由個人所引發，進而影響整體組織的知識分享，組織成員對於知識分享除了必要的分享意願外，知識分享的能力才是充分的條件要素，而社團成員的活力自然是知識分享的動力。此處所稱活力的感覺不但是正面的情緒感受，而且帶領人們享受生活，保有更多的能量可以完成所冀望的目標（劉昌君，2011）。本研究對過去關於研究中尚未有探討社團成員個人層次的變項（生命活力、資訊素養和社群環境）對整體組織做知識分享的研究，因此本研究想了解影響這三項是否為影響成員去知識分享行為之可能的因素，希冀透過本研究之結果，在既有研究範疇外發展不同面向，以提供後續相關研究之參考；此外，於實務面上，亦期望能使資訊社團及其他不同類型的行業，瞭解成員知識分享之態度與意圖，以作為經營社團之參考。

第二節 研究目的

本研究之目的主要在探討社團成員之生命活力、資訊素養與社群環境對知識分享之影響，並以 FB『阿榮福利味』社團為例，期望針對研究結果做出具體的建議分析。

具體言之，本研究之研究目的如下：

壹、瞭解目前社團成員生命活力、資訊素養、社群環境與知識分享之現況。

貳、探討社團成員的生命活力對知識分享之相關情形。

參、探討社團成員的資訊素養對知識分享之相關情形。

肆、探討社團成員的社群環境對知識分享之相關情形。



第三節研究方法與限制

壹、研究方法

本研究運用問卷調查法來進行研究與分析。問卷調查法是透過一套標準刺激（如問卷），施予一群具代表性的填答者所得的反應（或答案），據以推估全體母群對於某特定問題的態度或行為反應。此種方法除了使用在學術研究，更被大量使用在民意調查、消費者意見蒐集、行銷調查等各種應用領域（邱皓政，2002）。問卷調查研究法可以幫助研究者在最短的時間之內，收集到最多研究對象的態度、價值觀等資料（薛育青，2013）。而問卷調查法也有著容易實施發放、填答者選答自由、及不會因面對研究者而有心理負擔及題目內容容易標準化（林生傳，2003）等三項優點。

本研究以 FB「阿榮福利味」的社團成員為研究對象，調查成員社會背景與生命活力、資訊素養、社群環境及知識分享的情形。調查方式採用結構式問卷調查方式(structural questionnaire survey)，使用 Windows SPSS 20.0 中文版軟體統計工具。本研究採用描述性統計、信度分析、效度分析、獨立樣本 T 檢定、單因子變異數分析、皮爾森積差相關分析、PLS 結構方程模式，作為調查結果數據的分析方法。希望藉由問卷調查，來瞭解社團成員的生命活力、資訊素養、社群環境、知識分享目前的現況與差異情形，並可望對研究結果提供具體的建議方法。

貳、研究限制

一、本研究所使用之研究工具為自陳量表，受試者在填答時可能受到環境、情緒、認知、態度等主觀因素的影響，這些諸多因素皆可能影響受試者對問卷題目無法據實以答，研究者無法掌握受試者填答態度，僅能假設所有受試者都能依照自己的真實情況作答，問卷結果可能與現實有些許落差，此為本研究之研究限制之一。

二、因時間的侷限，本研究在問卷母群體之資料收集，僅以 FB「阿榮福利味」社團成員為取樣對象，未包含其他社團成員去做比較，故在推論上可能不夠客觀完整，此為本研究之研究限制之二。

三、本研究係採用問卷調查法，雖然回收問卷後，可利用統計方法驗證結果，然而受限於量化之限制，無法針對成員知識分享做全面深入的探討。並且問卷填寫缺乏嚴格管控，成員的角色真偽僅能以問卷上填寫做判斷，此為本研究之研究限制之三。



第四節論文概要

本研究經資料蒐集後，首先確認研究方向及動機且界定本研究主題，接著針對研究主題蒐集相關文獻一一探討，以便可以深入了解研究主題，並建立本研究架構及研究假設，根據架構進行問卷的編制與施測，最後將回收之問卷數據建檔，藉由統計軟體做相關統計分析，最後再針對研究目的與分析結果提出結論與建議。本研究步驟流程圖如圖 1-1 所示。本研究架構依照下述流程圖分為緒論、文獻探討、研究設計與實施、研究結果分析與討論及結論與建議五大部份，茲將概要分述說明如下。

壹、緒論

透過文獻資料蒐集和閱讀，確認研究方向，與指導教授多次討論擬定探討的問題定位，參考相關量化論文之研究方法，統整出自己所需使用的方法，最後將大標題做重要名詞解釋。本章說明研究背景與動機、研究目的、研究方法與限制、研究流程及重要名詞釋義。

貳、文獻探討

確認研究方向後，藉由蒐集與本研究相關生命活力，資訊素養，社群環境，知識分享之期刊、論文、書籍等，彙整各類資料，瞭解其後續可以探討的方向，建立研究架構與研究假設，並且作為後續編製問卷的依據。本章將說明本研究相關的各項理論及相關研究。

參、研究設計與實施

確定研究主題後，找尋適合的研究對象，接著預試問卷設計與發放部分，本研究問卷之編製，經由參考相關研究及問卷量表，依據研究對象做適度的語意修改，並請兩位專家檢核問卷內容，修改語意不清之處，而後與指導教授討論修正，編製成預試問卷。以便利抽樣及滾雪球抽樣方式進行預試問卷的發放與回收，再將資料加以整理，進行預試問卷信效度檢核，以了解問卷題目是否一致性，並依據預試結果綜合指導教授意見，

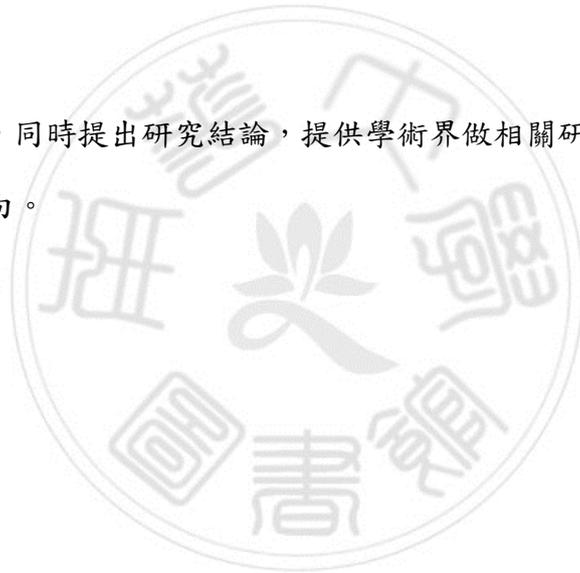
編製成正式問卷。最後進行正式問卷發放及回收部分，針對研究對象發放問卷，進行問卷調查。本章將說明研究架構、研究假說、研究對象與抽樣、研究工具與方法及資料處理與分析。

肆、研究結果分析與討論

將回收之正式問卷數據分類整理，把無效問卷剔除後，將有效問卷進行整理及編碼，建立問卷資料檔。利用統計軟體使用適當的統計分析，針對各研究假設進行統計驗證的動作，並將統計分析結果進行說明。本章依據本研究所提出的研究架構進行資料整理與統計分析，並彙整研究結果撰寫成研究報告。

伍、結論與建議

說明研究的結果，同時提出研究結論，提供學術界做相關研究的參考依據，並針對後續研究給予建議方向。



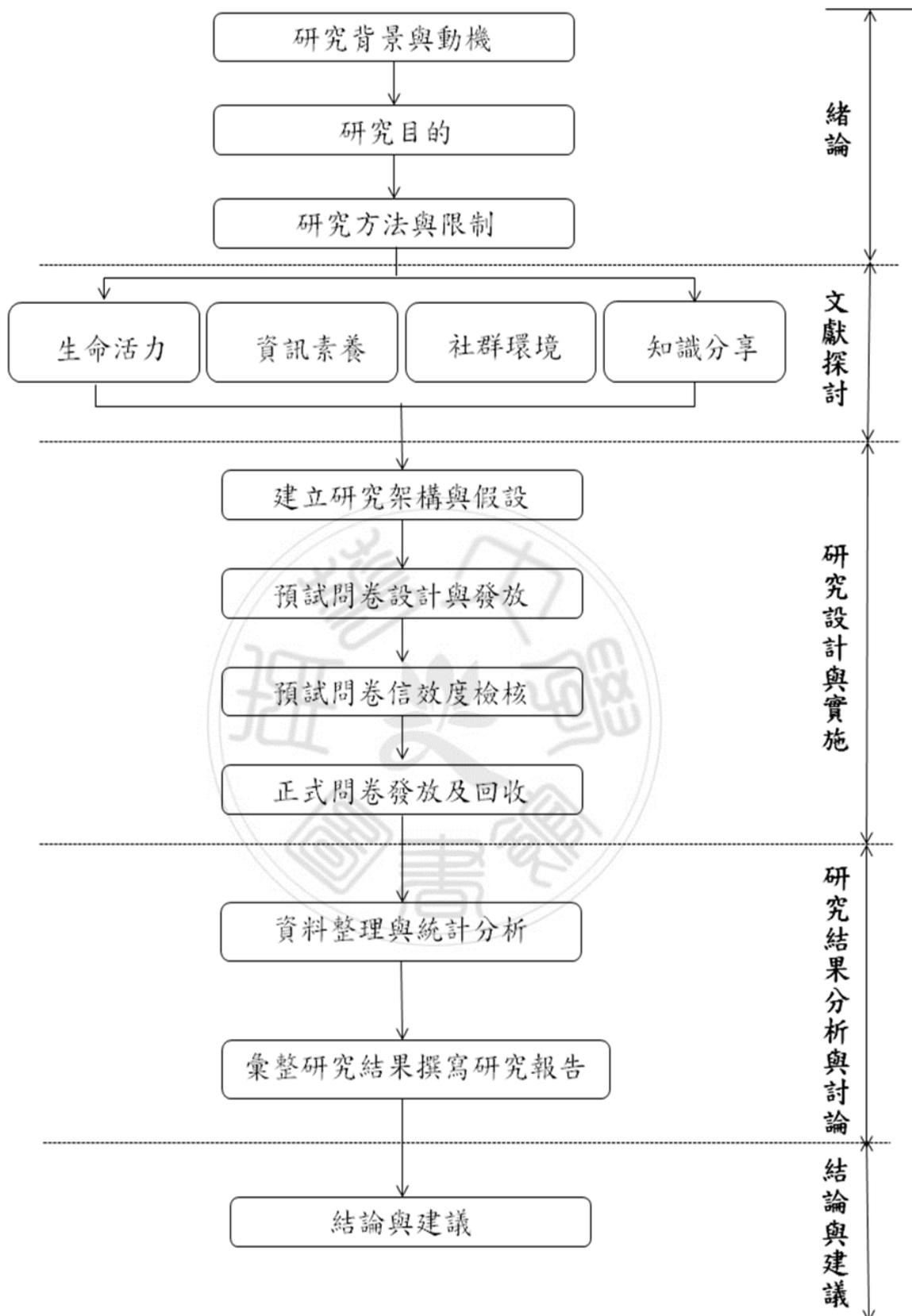


圖 1-1-1 研究流程圖

第二章文獻探討

本章共分為五節，第一節生命活力的定義；第二節資訊素養的定義；第三節社群環境的定義，第四節知識分享的定義；末節則回顧前述文獻作小結整理。

第一節生命活力

104 市調中心在 2009 年的「上班族活力與競爭力大調查」，發現 95% 的中高階主管同意職場競爭力來自源源不絕的活力，而且主管亦認同有活力的員工擁有較多的升遷機會，顯示活力是一切競爭力的來源，且擁有此項特質的員工較有機會受到主管青睞，中高階主管也因具備充沛的活力才能面對職場激烈的競爭。上班族除了可以透過「保持樂觀態度」、「維持運動習慣」和「規律生活」維持源源不絕的活力外，「每日攝食新鮮蔬果」補充身體所需的養分，亦是讓身體保有充沛活力的最佳方式。另外，邱永林醫師表示，除了廣為人知的 IQ 與 EQ 之外，在職場上，活力商數(Vitality Quotient, VQ)更具指標意義。不過調查顯示 60% 的主管認為現在的員工活力不足，表示員工急需增加本身的活力，才能在工作上脫穎而出。

本節探討生命活力相關的重要文獻資料，由於生命活力是一個新的研究主題，因此文獻蒐集的年份大多出現在 2003~2013 年，本研究將蒐集的生命活力文獻分成生命活力的定義、生命活力的相關理論、生命活力的量測等三個部份進行探討。

壹、生命活力的定義

活力的英文詞彙為 vigor，表示身體或精神上的力量或能量。在漢語辭典將活力解釋為旺盛的生命力。現在社會對於活力的解釋涵蓋了以上兩種解釋，包括：個體感到他們擁有的體力、情緒能量和認知靈活性三個方面內容。就體力而言，有活力的人表現出身體健康強壯，感覺精力充沛，飲食、睡眠良好等；就情緒能量而言，有活力的人通常表現為情緒穩定，積極樂觀，能站在別人的角度思考問題，關心、同情他人等；就認知靈活性而言，有活力的人表現出思維敏捷、工作效率高、自信和動機強烈等。活力這個

詞彙不論從文學、哲學甚至藝術角度，都有不同的解釋，表現出「我覺得充滿能量」或「我充滿活力」，代表個人在精神上或在組織上的生活狀態。在領導行為的研究中，通常覺得管理能力和是否有活力相關(Church & Waclawsk, 1998)。

活力是工作、遊戲、生活時樂趣的來源，是應付生活的能力及個人的心理狀態。比較實際的說法是如果在工作一天之後，仍然有體力去面對突發的狀況並且享受人生，那就是活力旺盛的表徵。活力充沛的人較健康、享受生命、能應付改變、擅長與別人相處，並且善於控制生活、了解自己的方向（吳玲美，1996）。

根據中鋁網(2006.10.21)報導指出，員工本身是活力激發的最好源泉。當一個員工充滿著活力時，他能夠得當地處理好人際溝通問題，能非常好地與同事和客戶進行互動交流，並有能力順利完成工作，增強自信和提高自我效能感，當失去活力時便會表現出缺乏動機，對自己的工作無能為力。

活力被視為是一個在工作環境的重要影響因素，代表一個與生俱來的環境反應，是進展一切的開端。活力感覺不但是正面的情緒感受，而且帶領人們享受生活，保有更多的能量可以完成所冀望的目標（劉昌君，2011）。

由於活力是一個新的研究領域，相關研究及討論有限，茲就國內外研究者對活力之定義，依照年代整理如下表 2-1-1。

表 2-1-1 活力的定義（資料來源：田佳杰（2009）、鄔壽國（2012）、本研究整理）

年代	研究者	定義
1998	Hobfoll	活力的概念與能量資源相關，即身體上、情緒上和認知上的能量。身體氣力、情緒能量和認知活躍是活力概念化的元素。
1999	Ashby	活力是一個心理感情方面的領域。
2003	Shirom	活力定義為體力，感情能量和認識的活潑的感覺。
2003	Shirom	活力指的是一種由正向感情引起的狀態，這狀態可能出現在內部或外部情況或事件，這其中是可以提高身體的情緒的感覺和認知的能量。

年代	研究者	定義
2005	Pressman & Cohen	活力是確定一種樂觀感情方面的狀態；代表著在一個環境中的一種活潑的和令人快樂的接觸。
2007	Shirom	活力代表一種正向情感反應的感情狀態。
2007	吳偉琦	活力是工作、遊戲、生活時樂趣的來源，是應付生活的能力及個人的心理狀態。
2008	楊蟬鴻	活力代表一個正向情感反應的情感狀態
2009	田佳杰	活力是一種樂觀情緒的情感狀態，藉由此情感經驗持續穩定地作用於工作上，表現出個人對於工作上之身體強健、認知活躍及情緒能量等可測量的相對研究數據上。
2011	林子強	活力是身體強健、認知活躍和情緒能量互相聯繫的三種感覺。
2011	楊國正	「活力」被視為一個正向的情感狀態，能強化、提高身體及心理的能量。
2013	陳慶瑜	活力即為顯示在個人工作中或職場上，持續性的正向情感狀態，包含身體強健，情緒能量和認知活躍間相互關係的感情經驗。

本研究將活力定義為：活力即為顯示在個人工作上或生活上，持續性的正向情感狀態，包含身體強健、情緒能量和認知活躍三者之間的感覺。

貳、生命活力的相關研究

(一) 樂觀情緒

活力的概念是一種新興的關於樂觀情緒的研究，代表著和情感狀態有關(Kahneman, Diener & Schwartz, 1999; Seligman & Csikszentmihalyi, 2000; Snyder & Lopez, 2002)。一個包括快樂、高興、得意還有愛(Lazarus & Cohen-Charash, 2001)的正向情緒模組(Positive Emotions Model, PEM)，有生理上健康保護的功用，可阻擋一些較低的負面情緒(Fredrickson, 1998)。這個模組包括了正向情緒可提高身體健康和壽命(Salovey, Bedell, Detweiler, & Mayer, 2000)。雖然這些關於正向情緒在生物學上才剛剛開始被瞭解，可是它們可能可以增加免疫系統的能力去達到面對挑戰和健康習慣的改變（如戒煙）的有效反應，然而除了工作滿意和交付之外，情感經常被概念化的是「態度基礎」而不是「情感基礎」的變異。所以在關於正向情緒影響個人在工作表現及組織健康和產能的研究

中，有一段匱乏期存在。

Grove & Prapavessis(1992)的簡式盤斯心情量表(The Profile Mood States, POMS)是一個最早期測量樂觀情緒的工具，此量表包含 37 題，共有七個分項：活力、緊張、困惑、憤怒、疲勞、沮喪及自尊。各問題採用五點量尺的方式 (0 至 4)，讓受試者選擇 (0=一點也不，1=有一點，2=差不多，3=常常是，4=幾乎是)。活力和自尊代表正向心情，而另外五個分項則為負向心情。整個心情干擾的計算則是負向心情減去正向心情的總分，然後再加上常數 100。較高的心情干擾總分，代表較差的心情狀態。詢問應答者需描述「在過去一星期包括今天你覺得如何？」然而，如同其它的情感測量，量測時段表可以改變。用 POMS 和活力量表去預測心理學上的研究大量出現，例如活力量表被發現可明確地預測睡眠品質，同樣地也可以縮短從受傷恢復時間的研究。

(二) 情感狀態

情感被當成一種延長的心情感受。情感的概念過於模糊，在大多數時間對於心情還是穩定性的，都有清楚定義。Oatley & Johnson-Laired(1987)在情緒和情感之間有密切關係的爭論，它們分別代表著同樣過程，可是一個是較少目的，而另一個是目的導向。本研究把活力心情當成一種獨立的、無目的性的，而且相對來說是較長時間的。情感經驗對於工作相關的關聯，代表著一種有焦點、自動、相當強烈並且較短的反應。「活力」代表著心情或者情感狀態在很多方面是相同的，如同都是樂觀情緒，有類似的功能，屬於中央而非周邊的情感體驗，而且會被相似的過程所掌控。

在過去的研究之中，活力主要被當作臨床上的心情狀態。有時候心情狀態會是非常短的一個時期。工作活力體驗與活力心情差異的地方，在工作活力體驗有個人的目的性，有意義的在工作上互動，而且持續的時間比較短。然而，在實際上研究練習中，像是「給予禮物」，會被用在樂觀心情的研究中。

參、生命活力的量測

活力是一種樂觀情緒的情感狀態，活力一直以來是個抽象的名詞，正由於「活力」一直不易被概念化，有關活力的研究發現並沒有一個實質化的儀器可測量活力（楊蟬鴻，2007）。在 2003 年 Shirom 發表了 Shirom-Melamed Vigor Measure（簡稱 SMVM）量表，解決了之前相關研究沒有一個可以具體量測活力量表的困境，將活力由三個構面來分析：身體強健、情緒能量與認知活躍，因在許多方面發展與預試其活力構成的有效性與可行性，是故 SMVM 量表成功被接受並應用於工作活力的測量上(Shirom, 2003a)。

SMVM 量表詢問受試者最近在工作時有關精神飽滿的感覺頻率。其中包含 12 個項目，5 個有關身體強健、4 個有關情緒能量及 3 個有關認知活躍的題目。所有項目得分由七點量表所構成，從 1（從未如此）到 7（總是如此）。每個受試者會被詢問到在過去 30 個工作天裡關於上述有關的問題。根據 Thayer(1989, 1996)的工作情緒量表，透過演繹方法(Hinkin, 1998)來建構身體強健的量表，當中包含了：我覺得充滿活力、我覺得有體力、我覺得精神良好、我覺得有生命力、及我覺得精神充沛。關於活力相關的情緒和認知資源的取樣是由健康職業選手、老師和藍領階級去描述其在面對工作上挑戰時的感覺，Lazarus & Folkman(1984)提出這些資源關係到他們工作上所面臨的挑戰，而挑戰即代表一種正面評價，有可能與樂觀的情緒有相關。認知活躍量表包含了：我感覺我能提供新的想、我覺得自我思緒敏捷、及我覺得自己有創造力。而情緒能量量表則包含：我覺得我能對他人表現關懷、我能敏銳感受到同事及服務對象的需要、我感覺我能對同事及顧客投入情感、及我感覺能對同事和服務對象有同理心。

未來在活力上的研究努力也需要考慮到方法學的爭議，就像哪個時段是最適合量測活力。在 SMVM 中，在過去 30 個工作天受試者情感上的經驗是最適合的時段，但是爭論點是強烈的情感經驗可能會持續數週。如果為了測試個人對於活力的感覺是否能穩定地持續數天或數週，在 SMVM 使用之時段可以輕易地在未來的研究中做修改。活力代表一個經驗上的情感，SMVM 是被建議可以用來測量活力的工具，初期以有關工作活力的研究，已經存在有人將活力當作一種心情狀態的研究，研究建議活力會強烈和個人

的福利和健康相關。所以未來對工作活力的研究還有相當大的空間。

因此，本研究引用 SMVM 量表測試個人對於活力的感覺，探討受試者對於個人之身體強健、情緒能量與認知活躍等可測量的知覺，SMVM 量表請受試者根據最近一個月內的時間活力的經驗和頻率來填答。

經文獻回顧與整理，發現國內從事工作活力議題探究的研究相當罕見，而這些研究者所使用的研究工具如表 2-1-2。

表 2-1-2 工作活力研究構面（資料來源：本研究整理）

作者	層面		
	身體強健 (physical strength)	情緒能量 (emotional energy)	認知活躍 (cognitive liveliness)
Shirom (2003a)	√	√	√
田佳杰 (2009)	√	√	√
吳慧君 (2009)	√	√	√
楊蟬鴻 (2007)	√	√	√
吳偉琦 (2007)	√	√	√
鄔壽國 (2012)	√	√	√
陳慶瑜 (2013)	√	√	√
方曉慧 (2014)	√	√	√

由表 2-1-2 得知，有關工作活力構面名稱，目前國內外研究者仍採用 Shirom 所建構的三個工作活力的因素包括：身體強健、情緒能量、認知活躍，SMVM 量表被建議可用來測量活力的工具，其可以清楚地表示出經驗上的影響，並且不會被一些認知的要素所搞混。

第二節 資訊素養

邁入二十一世紀資訊爆炸的時代，傳統識字的素養已無法滿足國民與社會的基本需求，現在的國民必需具備資訊素養，才可以適應複雜性不斷增加的資訊及日新月異的新科技。為釐清資訊素養的相關意涵，茲從素養的定義、資訊素養的定義、資訊素養的內涵與資訊素養的相關研究來加以說明及彙整。

壹、素養的定義

素養(Literacy)這個名詞來自拉丁文 *literayus*，依照中文大辭典解釋，素養謂平素之修養也；依 *Encyclopedia Americana Online* 之定義，素養是只讀與寫的能力。《辭海》中對「素養」的解釋是：謂平日之修養也。張一蕃（1998）認為素養是個人與外界作合理而有效的溝通或互動所需具備的條件。圖書館學與資訊科學大辭典（2012）定義係指一個人的「讀和寫的能力」。由於現代人與知識互動的方式日趨多元，一個人的讀寫能力無法完全代表其受教狀況與具備的技能，因此 Literacy 一詞在現代已被賦予更寬廣的意義。根據聯合國教科文組織（United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, 簡稱 UNESCO）的定義是指「識別、理解、解釋、創造、運算及使用不同環境下印刷與書面資料的能力。為涉及個人能夠實現目標、發展知識和潛能，並充分參與社區及廣大社會的連續學習」。由此可知，現代對 literacy 的定義已超越個人的讀寫能力，而是著重個人對知識的認知與學習能力。所以素養的意義可從個人最基本的讀和寫的能力，到對知識的認知，隨著教育、學習與經驗的累積，而素養也會隨著時間與環境而有不同的意義，茲將國內外學者對素養的看法彙整如表 2-2-1。

表 2-2-1 素養的定義（資料來源：林天印（2008）、林煌添（2009）、本研究整理）

年代	研究者	定義
1991	P.L. 102-73, The National Literacy Act of 1991, Section 3	一個人有能力讀、寫、說英文，與熟練某種層次必備的能力，從事計算與解決問題，以達成個人的目標，發展個人的知識與潛能。

年代	研究者	定義
1994	倪惠玉	素養是一種讀、寫、算的能力，是日常生活中的一種基本能力。
2001	謝宜芳	不同的環境有相對的素養與之溝通，而素養並非先天具有的，必須透過不斷的學習才可以獲得。
2002	陳炳男	素養係指個人為了能理解及運用某領域的知識、技能與態度，達到自我設定的目標，並具有與外界合理而有效的互動與溝通，以適應未來社會生活的基本能力。
2002	關淑尤	素養除了讀、寫、說這些基本能力的表現外，素養還具有另外深層的意義，包括：對自我的瞭解、對群我價值的分析及對團體的貢獻；在日常生活中有強烈的學習動機，及獲取資訊、知識的能力，遇事能說理、具有道德感、秩序感及生活的美感。
2005	吳碧如	素養是一種基本而必要的能力，它不僅受環境變遷的影響，也隨著社會需求而轉變；素養涵蓋了認知、技能與情意等三個面向，除具備讀、寫、算等基本能力外，更具有升級與擴張的特性，並表現在人際的互動、問題的解決、價值的判斷及專業知能的學習上，期望達成個人預設目標，發揮自我潛能。
2007	林福基	素養可分為「狹義」及「廣義」兩方面來看，狹義的素養指的是傳統聽、說、讀、寫的基本語言能力；廣義的素養指的是某些特定領域的基本能力，這些能力除了認識與瞭解該領域外，更能利用來解決生活上的問題。
2008	林天印	「素養」除了讀、寫、說、算等這些基本能力的表現外，「素養」還具有另外深層的意義，包括了多種能力技能的總和，並且隨著社會環境的變化，而賦予不同的意義和內涵，具有升級與擴張的特性。

貳、資訊素養的定義

由於資訊爆增對於個人生活、工作均發生重大影響。因此每個國民均須具備資訊素養，即不僅了解什麼時候需要資訊，並且能夠辨識、找到、評估、及有效使用以幫助其作決策以及解決問題。具備資訊素養的國民並可在民主社會中成為有效的決策者與民主社會的良好參與者。此外，具備資訊素養國民也可成為終生學習者，有助於提升國家競爭力與創造優良的生活品質。

資訊素養(Information Literacy)此詞最早在1974年由美國資訊工業協會主席Paul Zurkowski提出，並將資訊素養定義為：懂得如何將資源應用到工作中，同時應學會使用各種資訊工作及主要資源的技術與技能，才能解決問題。1989年美國圖書館學會(American Library Association, 簡稱ALA)在「美國圖書館學會資訊素養委員會總結報告書」中提出：資訊素養是指一個人具備覺知何時需要資訊，並能有效地搜索、評估和使用所需資訊的能力。一個有資訊素養的人能明確界定所需資訊的範圍，明訂所需資訊內容的廣度與深度，且能運用資訊科技工具或媒體有效率搜尋所需資訊，同時謹慎精準的評估資訊及周邊相關資源。透過個人的理解與篩選資訊後，將有用資訊融入個人知識體系或存到設備，最後能以有效且在合於資訊倫理與法律條件下，達成資訊使用與傳播的目的。

在知識經濟的社會裡，如何培養國民具備駕馭資訊科技的能力，已然成現代化國家的重要課題。資訊素養是指個人知道何時需要資訊，並能有效找尋、評估、和利用資訊的能力。在資訊爆炸的知識經濟時代，如何培養學生具備良好的資訊素養成為各階段教育的重要任務。Association of College and Research Libraries(ACRL)在2000年提出一個具有良好資訊素養的人，於內具備邏輯推理、批判思考能力，於外能夠表現出下列行為：

一、決定何者是所需要的資訊。

二、有效找到所需要的資訊。

三、評估和批判資訊及其來源。

四、整合所選擇的資訊與個人的知識基礎。

五、有效利用資訊以達成特定目的。

六、瞭解與使用資訊相關的經濟、法律和社會議題，並能夠合法和合乎倫理規範地利用資訊。

隨時代變遷，資訊科技的進步，有關資訊素養之定義隨之改變，學者的看法和觀點各有差異，以下將資訊素養整理於表 2-2-2。研究者認為「資訊素養」是指具備資訊的辨別能力，能夠操作資訊軟硬體，並運用到日常生活中，並對有效的資訊加以蒐集、整理以及使用資訊的能力。

表 2-2-2 資訊素養的定義（參考資料：吳碧如（2005）、王建元（2008）、本研究整理）

年代	研究者	定義
1990	Curran	資訊素養的綜合能力，包括： 1.體認資訊具有幫助性的能力。 2.瞭解從何處可獲得資訊的能力。 3.檢索資訊的能力。 4.解釋、組織與綜合資訊的能力。 5.使用與傳播資訊的能力。
1991	Bjorner	資訊素養能力，如： 1.體認資訊需求。 2.被激發去滿足資訊需求。 3.發展發現所需資訊的能力。 4.完成找尋資訊的能力。 5.以滿足的方式組織、評估與利用資訊。
1994	李德竹	資訊素養是培育國民具備瞭解資訊的價值，在需要資訊時能有效的查詢資訊、評估資訊、組織資訊與利用資訊。
1995	Clark	資訊素養是有能力去接近、提取、評估和整合不同電子型式的資訊來源。資訊素養將持續在生活品質、經濟獨立、政治進展等方面扮演決定性的角色。
1998	American Library Association(ALA)	資訊素養是終身學習的基石，也就是有能力去發現和使用資訊。
2004	Filipp	資訊素養包含了個人在需要資訊時識別的能力和有效地尋找、評鑑及使用資訊的能力。
2004	白慧如	資訊素養是指具備資訊的知識與技能，能夠操作資訊軟硬體在工作或是日常生活中，並對有效的資訊加以蒐集、整理、評鑑及利用的能力。
2005	方陽昇	解決解決問題的觀念與能力，是蒐集、取得、判斷評鑑與應用資訊的能力，更是培養自我導向、終身學習所必備的關鍵能力。

年代	研究者	定義
2005	吳碧如	一種解決問題的關鍵能力，亦即個人能覺知何時需要資訊，並且能有效地運用知資訊工具，尋找、評估與使用各種類型的資訊。它包括認知、技能與情意等三個面向，涵蓋傳統素養、媒體素養、電腦素養與網路素養等四個構面，並表現資訊價值的瞭解、資訊來源的確認、搜尋策略的建立、資訊內容的評估、理性批判的覺知、邏輯思考的養成與資訊倫理的尊重上，其能達成自我導向學習知目標。
2005	Breivik	資訊素養是個人具有瞭解何時需要資訊、確認所需資訊、找到所需資訊並加以評估、組織及使用來解決問題或爭議的能力。
2006	Aggarwal	資訊素養是發現、檢索、分析與使用資訊的能力，藉以成為終身學習者。知道如何存取資訊，評估資訊與判斷其正確性、適宜性與有效性。
2008	王建元	具有資訊的知識與技能，能夠操作資訊軟硬體，並應用於工作或是日常生活中，針對有效的資訊加以蒐集、整理、評鑑及利用資訊的能力。
2015	廖金雲	教師具備資訊的專業知識與技能，能夠操作資訊科技軟體應用教學工作或是日常生活中，並對有效的資訊加以蒐集、整理以及利用資訊的能力。

參、資訊素養的內涵

從資訊素養的定義來看，資訊素養的能力並不是與生俱來的，是需要學習的，要達到此種能力，我們必須先探討資訊素養的內涵（王建元，2008）。McClure(1994)提出資訊素養的內涵，不僅是一種觀念，更是一種能解決資訊問題的能力。資訊素養亦是終身學習的基礎。若詳究其內涵加以剖析，包資訊素養應包含四種素養，分別為傳統素養(Traditional Literacy)、媒體素養(Media Literacy)、電腦素養(Computer Literacy)及網路素養(Network Literacy)。McClure認為資訊素養是這四種素養的交集核心，也是這四種素養之結合，如圖 2-2-1。

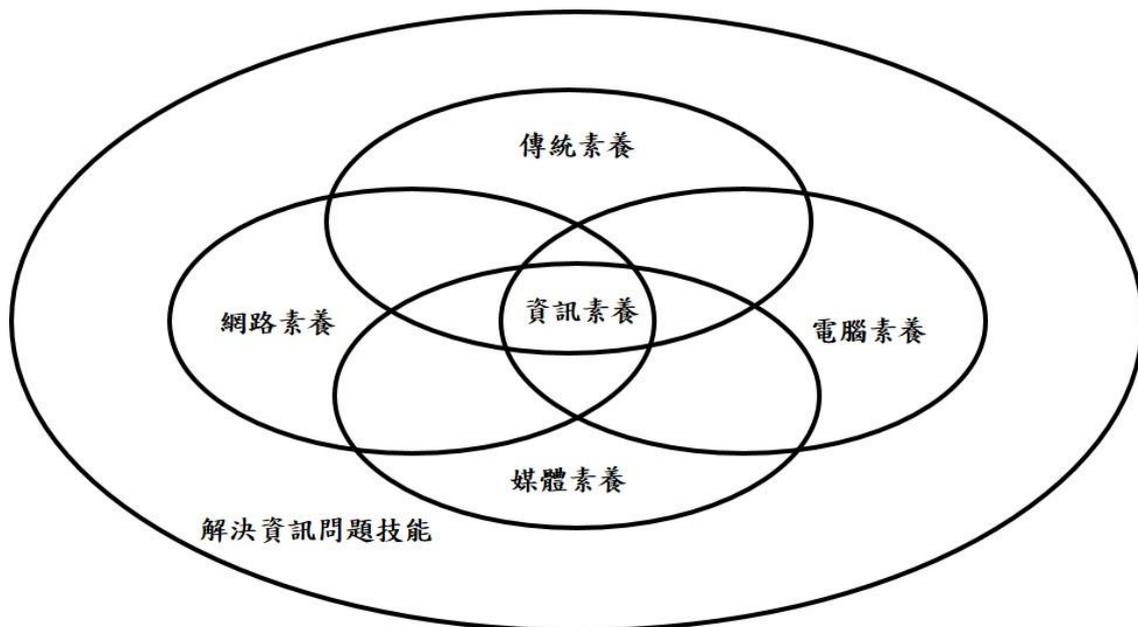


圖 2-2-1 資訊素養

張一蕃（1998）將資訊素養就情意、認知及技能三方面來說明：

- 一、在情意方面：要能體認資訊的價值和力量，並能判斷其正當性。
- 二、在認知方面：要瞭解資訊的本質以及其形式的多樣性，熟悉尋求資訊的方法，並具備評估、解釋、組織及綜合資訊的能力。
- 三、在技能方面：要具備操作資訊檢索、處理及傳播的工具與系統，包括電腦、媒體系統和網路的基本能力。

李承宇（2002）將資訊素養分為兩大類能力：

- 一、蒐集資訊的能力：
 - （一）知道資訊的潛在來源。
 - （二）能利用適切的資訊科技獲取、檢索、搜尋資訊。
 - （三）利用與傳播資訊。
 - （四）操作資訊檢索、處理及傳播的工具與系統。

二、評估資訊的能力：

- (一) 瞭解、評估資訊價值。
- (二) 解釋、組織、綜合資訊。
- (三) 有效而具批判性檢索資訊的能力。
- (四) 對於資訊的本質與知識體系關係的認知。
- (五) 判斷其正當性。
- (六) 能將資訊運用於批判性思考及問題的解決。

本研究也以此四項素養為主要構面設計問卷。以下將就 McClure 所提出四項素養做詳細說明。

(一)傳統素養：

McClure(1994)所提出的傳統素養，除了具備讀、寫、算的能力，還包含利用圖書館的能力，要能夠認識圖書館功能、圖書資料類型、排架目錄、與運用文獻撰寫研究報告。吳清山、林天祐(2004)提出傳統素養，不但是讀、寫、算的能力，也是個人透過閱讀雜誌、書籍而加以思考，所培養出來的最基本能力。吳錦毅(2007)提出傳統素養係指具備聽、說、讀、寫和計算之能力。包括蒐集資料的能力、作筆記的方法、報告撰寫能力、獨立研究及擴展知識領域的能力。王建元(2008)提出傳統素養係指會查詢及整理相關資料，廣泛吸收相關的知識。圖書館學與資訊科學大辭典(2012)認為傳統素養是具備讀、寫、算的能力。

二、媒體素養：

McClure(1994)所提出的媒體素養係指具備瞭解非文字印刷形式媒體，以解讀、評估、分析、製作、評估的能力。吳清山、林天祐(2004)提出媒體素養係指體解讀的能力，包括對於各種形式的媒體報導內容之理解力及批判力。吳錦毅(2007)提出媒體素

養係指運用電子的媒體，以解讀、評估、製作、分析、傳播資訊之能力。個人對大眾傳播媒體有批判性的了解，包括對媒體操作、應用與製作公司的審查、批判分析媒體資料的能力，及認知到讀者是一個讓媒體資訊變得有意義的角色。王建元（2008）提出媒體素養係指瞭解及使用資訊產品，尊重著作權的知識。圖書館學與資訊科學大辭典（2012）認為媒體素養是具備瞭解非印刷形式媒體的能力。

三、電腦素養：

McClure(1994)所提出的電腦素養係指具備使用電腦軟硬體，例如文書處理、試算表等工具來處理檔案資料的能力。吳清山、林天祐（2004）提出電腦素養係指使用電腦解決問題的能力，包括對電腦相關產品的認識、運用與倫理。吳錦毅（2007）提出電腦素養係指在資訊科技化時代裏，許多的事情是需藉由電腦來完成，因此有關電腦操作的素養與基本能力是現代人所必須具備的，其涵蓋內容為資訊處理的演進、電腦的硬體與軟體、資料的表示、數值計算、軟體系統、程式基本概念、電腦繪圖、文書處理等。王建元（2008）提出電腦素養係指瞭解及使用電腦，自我充實電腦應用的知識。圖書館學與資訊科學大辭典（2012）認為電腦素養是具備使用電腦軟硬體的能力。

四、網路素養：

McClure(1994)說明網路素養包括知識和技能兩種內涵(王宗誠，2004)：

（一）知識：知道全球資訊網資源與服務的使用方式與範圍；了解網路資訊在問題解決與表現基本生活活動的角色與使用；了解網路資訊的蒐集、管理與取得方式。

（二）技能：從網路上使用資訊發現工具(information discovery tools)獲得不同型態的資訊；處理網路資訊時，從整合其他資訊來提升其價值或者從特別的角度來增加其價值性；利用網路上的資訊來分析、解決工作相關或個人的決定、提升其生活品質之服務。

吳清山、林天祐（2004）提出網路素養係指使用網際網路資訊的能力，包含對全球資訊網的了解、網際網路資源的類型、網際網路檢索的方式以及對於網際網路資訊的判

斷。圖書館學與資訊科學大辭典（2012）認為網路素養是具備應用和評估網路資源的能力。吳錦毅（2007）提出網路素養係指知道網路資源的價值性，並會利用檢索工具在網路上搜尋，取得特定的資訊並加以處理、運用的能力。也就是能運用電腦進行網路資訊檢索的相關知識、技能與批判、創造思考等能力，它是現代人必須具備的基本能力之一。王建元（2008）提出網路素養係指會上網尋找資料，藉由網路進行溝通，遵守網路規範的知識。

肆、資訊素養的相關構面研究

資訊素養如何評量，會依學者所採用之理論基礎不同，而發展出不同之評量工具，茲將國內外學者提出的見解，對於資訊素養構面內涵整理及歸納，如表 2-2-3 所示，以作為建構本研究「個人資訊素養量卷」之種重要依據。

表 2-2-3 研究資訊素養之構面彙整表（資料來源：王建元（2008）、本研究整理）

作者(年代)	傳統素養	電腦素養	網路素養	媒體素養
Curran (1990)	√	√		√
Bjorner (1991)	√			
Doyle (1992)	√	√		√
McClure (1994)	√	√	√	√
張一蕃 (1998)	√	√	√	√
李承宇 (2002)	√	√	√	√
吳清山、林天祐 (2004)	√	√	√	√
王宗誠 (2004)	√	√	√	√
方陽昇 (2005)	√	√	√	√
吳錦毅 (2007)	√	√	√	√
王建元 (2008)	√	√	√	√

綜合上述得知，隨著研究目的的不同，研究者對資訊素養的內涵有不同的看法，但就範圍而言，大都還是在 McClure(1994)所提資訊素養的四個範疇。傳統素養、媒體素養、電腦素養及網路素養等四個構面，如表 2-2-3 所示，而王建元（2008）「國民小學行政人員資訊素養量表」在構面上與本研究較相似，並且問卷的設計符合目前社團並問卷

具有良好的信效度。所以本研究「個人資訊素養量表」，將採用王建元（2008）「國民小學行政人員資訊素養量表」作評量，再配合研究目的與問題進行編修而成。故本研究探討成員的資訊素養研究構面擬採用：傳統素養、媒體素養、電腦素養及網路素養等四個構面。說明如下：

一、傳統素養：

會查詢及整理相關資料，廣泛吸收相關的知識。

二、電腦素養：

瞭解及使用電腦，自我充實電腦應用的知識。

三、網路素養：

會上網尋找資料，藉由網路進行溝通，遵守網路規範的知識。

四、媒體素養：

瞭解及使用資訊產品，尊重著作權的知識。本構面所指的科技媒體，泛指智慧型手機、掃描機、數位相機、桌上／筆記型電腦、Pad、錄音筆……等資訊產品。

第三節社群環境

本研究使用解構式計畫行為理論架構來探討在 FB 網路社群影響知識分享的因素，探討 FB 社群所提供的環境是否會影響成員知識分享使用意圖，本節將解構式計畫行為理論演進的理論一一做介紹，首先介紹理性行為理論，緊接著為計畫行為理論，然後為科技接受模式，再說明解構計畫行為理論，還有創新擴散理論，及社群環境相關研究，最後則回顧前述文獻作小結整理。

壹、理性行為理論

理性行為理論(Theory of Reasoned Action, TRA)是由美國學者 Fishbein 和 Ajzen 於 1975 年所提出，TRA 基礎源自於社會心理學，主要探討態度、意圖及行為三者間的關係，分析態度如何有意識地影響個體行為，共認為人基本上的行為是理性的，在做出某一行為前會綜合各種資訊來考慮自身行為的意義和後果。TRA 認為行為意圖受到態度、主觀規範所影響。而行為意圖會進一步影響行為。TRA 的理論架構圖如圖 2-3-1 所示。

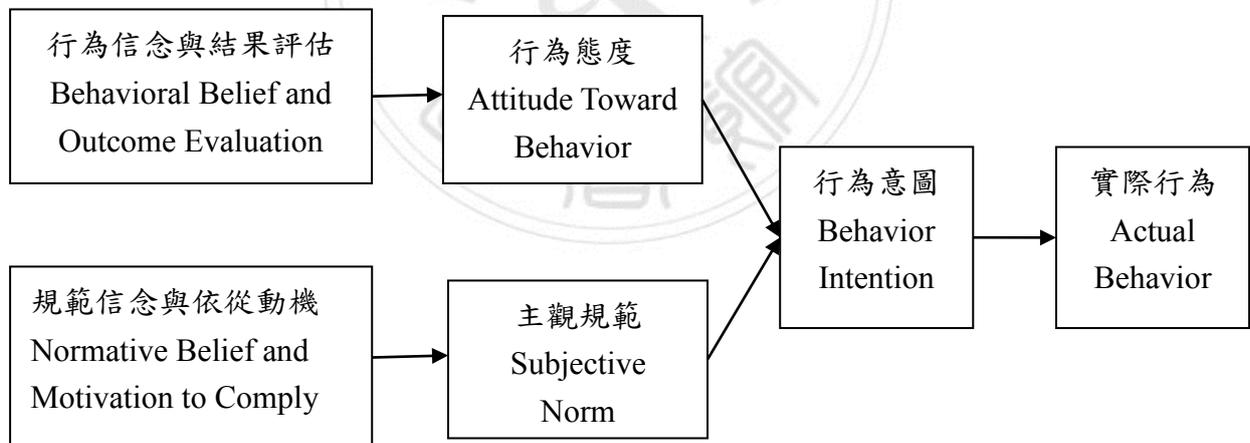


圖 2-3-1 理性行為理論架構圖(Fishbein & Ajzen, 1975)

Fishbein&Ajzen(1975)於 TRA 的理論架構指出：個人的實際行為表現是由本身的行為意圖所決定的，而行為意圖是被個人的態度與主觀規範所共同影響。其中行為態度是取決於對於採取該行為的信念以及對於結果的評估，而個人主觀規範則取決於規範信念

與依從動機。關於 TRA 各構面的定義如下：(賴泰翰、吳思嫻，2014)

- 一、行為意圖：為使用者從事某項特定行為的意願性程度。
- 二、行為態度：當我們在從事這特定行為的表現時，所產生的一些評價以及感受。
- 三、主觀規範：在從事某些特定行為時，周遭的其他人會針對這個特定行為而提出一些意見及看法。
- 四、行為信念：個人主觀上對於從事特定行為所能產生的重要結果。
- 五、結果評估：指個人對於特定行為所產生結果的價值評估。
- 六、規範信念：個人察覺到他人或團體對於此行為信念的期望。
- 七、依從動機：個人對其他人或團體意見的順從程度。

貳、計畫行為理論

計畫行為理論(Theory of Planned Behavior, TPB)，乃是以理性行為理論為基礎而發展演變而來，在 1985 年由 Ajzen 學者提出。Ajzen 與 Schifter(1980)根據理性行為理論不足地方，加入了知覺行為控制(Perceived Behavioral Control, PBC)，因而提出了計畫行為理論。Ajzen(1985)認為人類的行為並非完全受到個人理性的控制，有些行為是必須依賴外界才能得到資源，因此在理性行動理論構成成份中加入了知覺行為控制變項，此控制概念含蓋了個人理性控制及非理性控制的行為。故而計畫行為理論中包含三個主要影響變項，即態度、主觀規範和知覺行為控制，其中態度及主觀規範是延續理性行為理論，知覺行為控制則是新加入的變項(Ajzen & Madden, 1986；Ajzen, 1988)。計畫行為理論較理性行為理論更受學者重視，並被認定為是較完整的行為意圖模式；許多實證研究結果顯示，計畫行為理論的預測能力確實較理性行為理論為高。例如：Gatch & Kendzierski(1990)對大專學生參與有氧運動的意圖之研究，結果顯示計畫行為理論模型的預測能力超過理性行動理論模型。以下茲就計畫行為理論之各項因素說明如下：TPB 架構圖，如圖 2-3-2 所示。

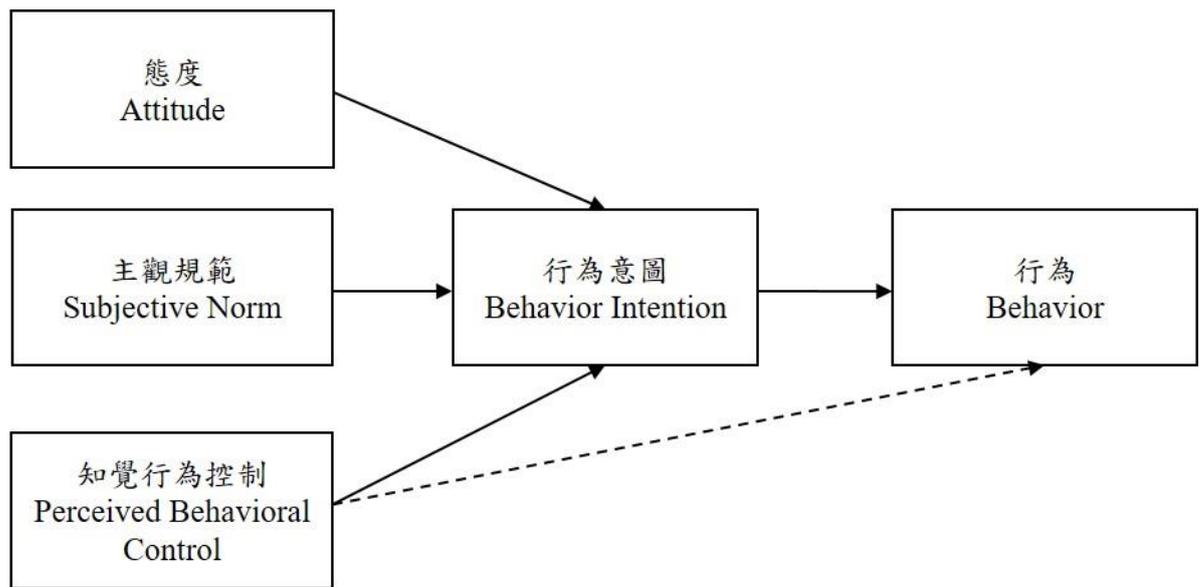


圖 2-3-2 計畫行為理論架構圖(Ajzen, 1989)

一、態度(Attitude, AT)：

乃指個人對特定對象或想法所反應出之喜歡或不喜歡的持續性評估，藉由態度的表現可預測其可能的行為。換言之，態度是個人對特定行為所抱持的正、負向評價，當個人對行為的態度愈趨正向，其行為意圖亦將愈高；若愈趨負向，行為意圖則隨之愈低。

二、主觀規範(Subjective Norm, SN)：

乃指個人在採取某一項特定行為時所感受到的社會壓力，亦即個人知覺到的重要他人或團體（如父母、配偶、朋友、同事等）認為他應否執行該特定行為之壓力。當正向主觀規範愈強烈，愈容易促使其產生從事該行為的行為意圖。

三、知覺行為控制(Perceived Behavioral Control, PBC)：

乃指個人在從事某特定行為時，對於所需資源與機會之控制能力的知覺，其除個人慾望、意向外，尚包括如時間、金錢、技能、機會、能力、資源或政策等個人無法掌控的非動機因素，均與個人行為之控制有關。故即使個人想從事某特定行為，也終將因缺乏控制資源之能力，而無法實際從事該行為。此外，知覺行為控制之限制可分為自我效能與外部資源，其中，前者係指對於自己能否完成該行為之認知，後者則為個人可利用

資源之易得性與阻礙程度，此二者皆可能影響個人採取某一行為之決定。

四、行為意圖(Behavior Intention, BI)：

乃指個人想從事某特定行為之行動傾向與程度，亦即在行為選擇的決定過程中，個人是否有所行動的心理強度；在測量上，可轉化為個人是否願意努力嘗試或願意付出多少心力等題項，藉此變數可解釋及預測個人之實際行為表現。

由以上得知，計畫行為理論認為態度、主觀規範與知覺行為控制三變項共同決定個人的行為意圖。實際上，行為意圖決定個人行為，行為意圖則又由態度、主觀規範與知覺行為控制所決定。因此，若個人對某特定行為愈是抱持正面態度、主觀規範愈是支持從事該行為、對該行為的知覺行為控制亦是愈強的話，則個人從事該行為的意圖亦將隨之愈高。

參、科技接受模式

科技接受模式(Technology Acceptance Model, TAM)最早是由學者 Davis 於 1986 年提出，以 Fishbein 與 Ajzen 的理性行動理論為基礎，發展出一套被用來解釋、預測人們使用電腦系統使用的行為，以探討外生變數、使用者認知、態度與意願之間的關係，進而解釋並預測使用者的科技使用行為。TAM 包含五個主要的構面，分別為認知有用性(Perceived Usefulness)、認知易用性(Perceived Ease of Use)、態度(Attitude toward Use)、意願(Intention to Use)、使用(Actual System Use)等。每個構面的定義如下：認知有用性是指使用者主觀地認為使用特定資訊系統能夠提昇其工作效能的程度(Davis, 1989)，認知易用性為使用者主觀地認為在使用該特定資訊系統時容易程度(Davis, 1989)，態度是愉快或非愉快的對物體、人、事件、機構或其他人的世界中可分辨的層面的特質(Ajzen, 1991)，使用意願為衡量使用在進行特定行為的意願強度(Fishbein & Ajzen, 1975)，最後使用則是為實際使用(Fishbein & Ajzen, 1975)。TAM 認為態度影響使用意願進而影響「使用行為」，而認知有用性及認知易用性則會受到外部變數的影響，其構面間的關係如圖 2-3-3 所示。在 TAM 相關研究中，外部變數包括系統設計的特徵、電腦自我效能、系統

互動性、訓練等，透過「認知有用性」及「認知易用性」兩個變項，間接影響使用者採用系統的因素。

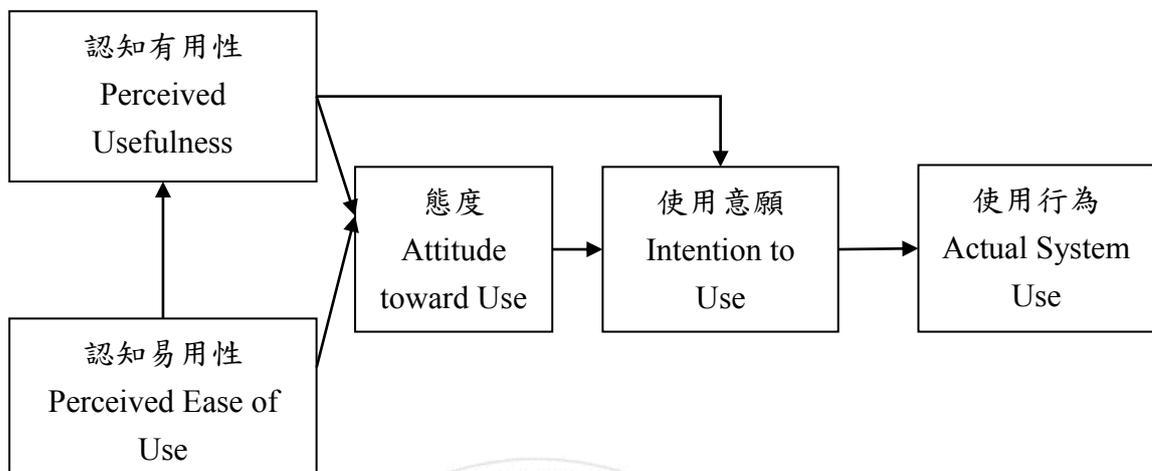


圖 2-3-3 科技接受模式圖(Davis, 1989)

Davis(1989)等學者在比較 TRA 與 TAM 在人們對電腦接受的解釋程度時發現，兩模型中的態度因素都只是信念與行為意願之間的中介變數，因此可以捨棄，並進一步將科技接受模式精簡為：電腦的使用可從其意願來預測、認知有用是影響電腦使用意願的主要因素，而認知易用是影響電腦使用意願的次要因素。

肆、解構式計畫行為理論

Taylor and Todd(1995b, 1995c)結合人類使用資訊科技的模式與創新擴散的觀點，從創新的特性，分解 TPB 中的主觀規範與知覺行為控制兩部份，共三個方向共同架構出解構計畫行為理論(Decomposed TPB, DTPB)。該研究目的在於比較科技接受模型與原始的計畫行為理論，及解構式計畫行為理論等三種模式，對使用者接受資訊科技的解釋能力。其模型如圖 2-3-4 所示。(黃日鈺、林承賢，2012)

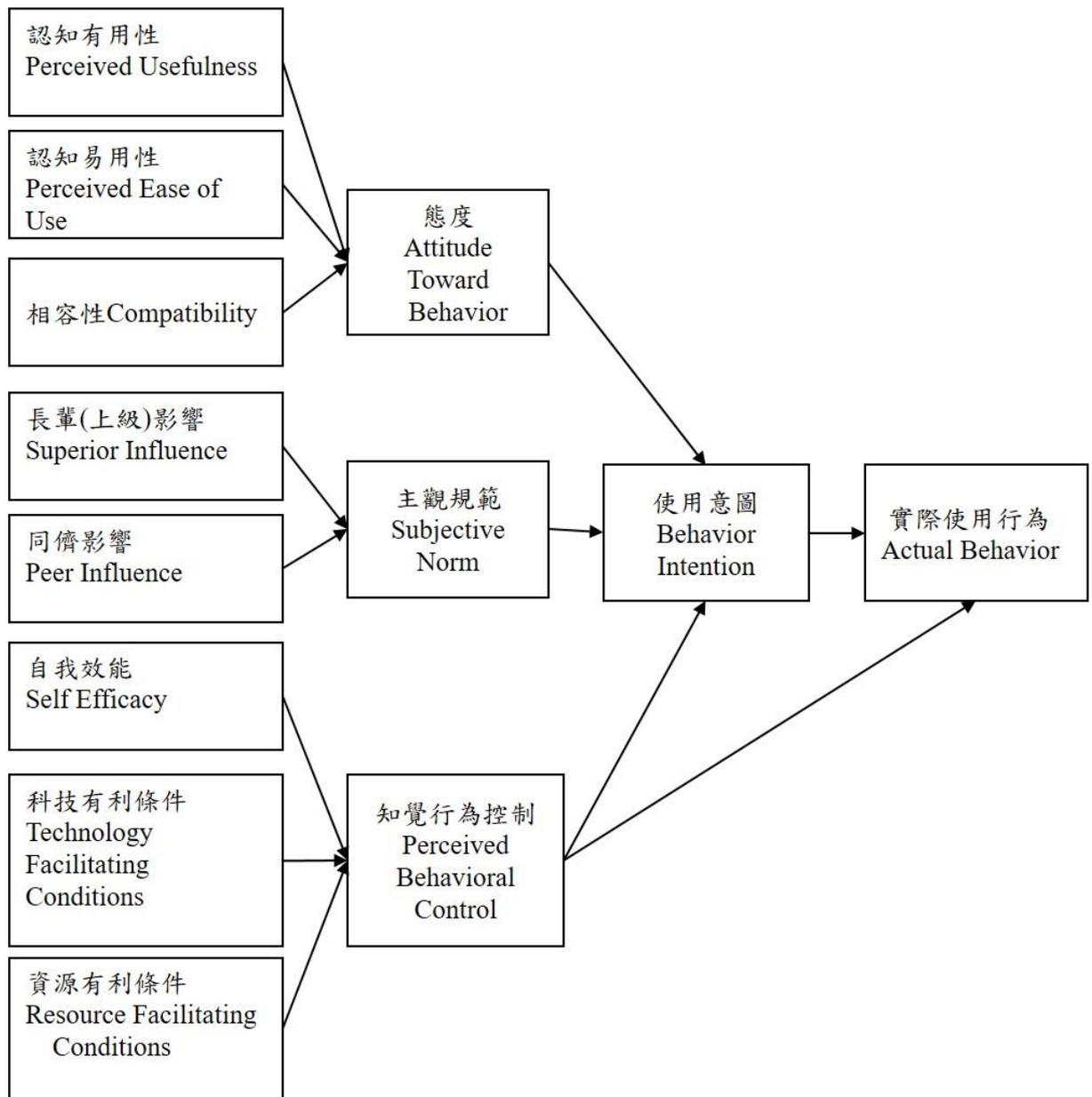


圖 2-3-4 解構式計畫行為理論(Taylor & Todd, 1995a)

Taylor & Todd(1995b, 1995c)認為態度源自創新的知覺特性(Perceived Characteristics of an Innovation) (Rogers, 1983)，其中有三種特性與資訊科技的接受與使用是有相關的，分別是相對優勢(Relative Advantage)、複雜性(Complexity)、相容性(Compatibility) (Moore and Benbasat, 1991)，其中相關優勢是指衡量創新所帶來的效益超過原作法程度，新效益包含了經濟效益、形象提升、便利感與滿足感等優點，而複雜性則為瞭解、學習、操作該項創新的認知困難程度。

Taylor & Todd(1995b, 1995c)認為相對優勢及複雜性的變數定義，類似於 TAM 中的

知覺有用性與知覺易用性，而相容性的定義則為該創新符合潛在接受者現在的價值觀、過去的經驗和目前需求的程度，故採用知覺有用性與知覺易用性，再加上相容性，因此解構計畫行為理論將態度分解成下列三項變數(Rogers, 1983)：(黃日鈺、林承賢，2012)

- 一、知覺有用性：係指使用者主觀的認為使用資訊科技將增加其工作績效的程度。
- 二、知覺易用性：係指使用者主觀地認為使用資訊科技所不需投入努力與精力的程度。
- 三、相容性：該創新符合潛在使用者過去的經驗、目前的價值觀和需求的程度。

在主觀規範方面，解構成下列兩個變數(Taylor & Todd, 1995b)：

- 一、同儕影響：朋友、同事等同儕對該行為的看法，以電子化民主而言，民眾使用網路公共論壇與否可能會受到週遭友人意見與看法的影響。
- 二、上級影響：該使用者的主管或上司對該行為的看法。

知覺行為控制則解構為自我效能和外在資源限制(external resource constraints)，而外在資源限制就是指有利條件(facilitating conditions) (Taylor & Todd, 1995b)，此方面又分為如下三項變數：

- 一、自我效能：判斷自己對執行某特定行為的能力(Bandura, 1977)。
- 二、資源有利條件：時間、金錢等資源對於使用者執行某特定行為的協助。
- 三、科技有利條件：科技對於使用者執行某特定行為的協助。

在解構計畫行為理論中，使用行為受到行為意圖和知覺行為控制的影響，而行為意向則受到態度、主觀規範和行為控制知覺的影響。

伍、創新擴散理論

創新擴散理論(Innovation Diffusion Theory, IDT)是由美國學者 Rogers(1983)所提出。他認為創新擴散是指一個社會體系內的成員，透過特定的溝通管道，將新概念隨時間的經過在系統內互相傳遞溝通的一種過程。雖然 Rogers 屬於傳播理論的學者，但他

的創新擴散理論已廣泛地被應用到各個領域，舉凡在行銷管理、人類學、社會學、教育研究、公共健康與醫藥社會學、經濟學等，都是創新擴散興起的領域。近年來由於科技迅速的發展，Rogers 的創新擴散理論也因此被應用在系統使用上面，如創新擴散理論指出，任何一種新事物（如新觀念、新發明、新風尚、新科技、新產品等），從誕生到逐步被社會大眾所接受而流行起來，都會經歷一個在社會體系中推廣或擴散的過程。所謂的創新(Innovation)，根據 1995 年 Rogers 定義為可以是一種概念(Idea)、實務(Practice)或是具體的事物(Object)，或任何可被人或組織認為是一種新的事物。擴散是個過程，即在一定時間內，社會體系中的成員藉由特定管道，傳遞某項創新訊息的過程。它是一種特殊形式的溝通，其溝通的訊息與創新事物有關，而溝通雙方或多方就此特定議題交換意見，尋求共識(Rogers, 1995)。而根據 Rogers(1983)提出創新擴散是由創新、溝通管道、社會體系和時間等四個重要因素所構成。

一、創新決策過程

Rogers(1983)認為：創新事物在一社會體系中傳播時，會經過知曉、說服、決策及確認階段等五個階段，最後被此社會體系成員所接受。(江啟誠，2014)

(一) 知曉(Knowledge)階段：社會體系中的成員已經知曉此項創新事務的存在，並瞭解其功能。

(二) 說服(Persuasion)階段：社會體系中的成員，在此階段將對創新事物形成喜歡或不喜歡的態度。

(三) 決策(Decision)階段：社會體系中的成員，在此階段將對此項創新事物形成接受或拒絕的行為。

(四) 實行(Implementation)階段：社會體系中的成員將決策階段所做出的抉擇付出實際行動。

(五) 確認(Confirmation)階段：社會體系中的成員再次確認之前所做的創新決策，如果

確認的結果與先前的決策一致，則對於創新的採用將有增強的效果；反之若出現與先前決策相反或相衝突的訊息，則可能變更之前的決策。

二、創新的知覺屬性

Rogers(2003)指出：感知屬性在建立認知聯結性的過程中扮演了重要的因素，在創新擴散理論中，感知屬性可區分為以下五種。Rogers 提出了創新事物所具有的五個特質，這些特質或因素會影響人們是否採用該創新事物，他們分別是：相對優勢(Relative Advantage)、相容性(Compatibility)、複雜性(Complexity)、可試驗性(Triability)、可觀察性(Observability)，描述如下：(黃耀民，2006)

(一) 相對優勢：

指一項創新事物與其以往的事物相較下，使用者感受到該新事物的確較以往的事物具有相對優勢。相對優勢經常以經濟效益(economic profitability)的實現，社會聲望(social prestige)的傳達，或是其他的方式所呈現，若某項新事物可以提升個人的工作效率或是社會地位，則該技術被採用的機會便會增加，換句話說也就是科技的實用性影響了其接受程度。

(二) 相容性：

指的是某創新事物的採用與現有的價值觀、以往經驗、潛在使用者的需求相較之下是否一致，若一項創新事物與個人的價值觀、經驗能夠協調相符，則此一新事物便較容易被採用。換句話說，創新事物的相容性取決於現存社會與文化的價值觀以及信仰、先前導入的點子、以及消費者對創新的需求 (Rogers, 2003)。創新擴散理論認為，創新事物的相容性越高，其接受率也越高。

(三) 複雜性：

指感受到某項創新相較下較難以使用與理解的程度。一般來說，指的是一般人(社會體系中的成員)對該創新事物了解及使用之困難度，創新事物的複雜性越大、進入門

檻越高，社會大眾接受的可能性就越低。對於創新科技來說，複雜性則與該科技的易用性有關。

（四）可試驗性：

可試驗性指的是新事物可否先進行試用，再決定是否進一步採用。對於使用者來說，先行試用可以降低使用者內心對於新事物的不確定性，了解該創新事物與個人習慣是否相容，以增加對新事物的接受程度。

（五）可觀察性：

可觀察性指的是採用新事物的成效可否被明顯的觀察。若成效不能被一般人察覺，那對於創新事物的溝通傳達過程便會產生困難，也就會影響到創新使用的擴散效果。

Moore & Benbasat(1991)研究發現 Rogers 的相對優勢與複雜性，與 Davis(1989)所提出的科技接受模式(TAM)中知覺有用性(Perceived Usefulness)及知覺易用性(Perceived Ease of Use)意思相同。

而 Taylor&Todd(1995a)更以知覺有用性來代替相對優勢，以知覺易用性代替複雜性，並加入相容性的概念，以知覺有用性、知覺易用性與相容性三個變項來研究使用者的態度。一般實證研究結果也得知相對優勢及相容性越高，越能增加資訊系統的採用，但若資訊系統的「複雜性」越高，則使用者會降低此系統的採用 (Taylor&Todd, 1995a, 葉美春、阮明淑，2007, 江啟誠，2014)。

創新決策過程五大階段模式，如圖 2-3-5 所示：

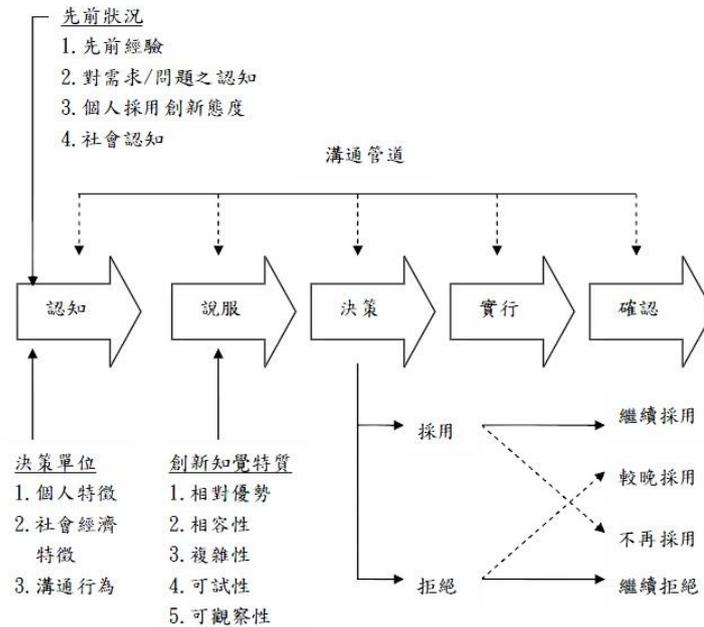


圖 2-3-5 創新決策過程五大階段模式(Rogers, 1983)

陸、社群環境的相關研究

在網路社群上分享知識的相關研究中，許多研究使用不同的理論架構來探討網路社群上知識分享的關鍵或因素。例如：理性行為理論、計畫行為理論、科技接受模式與解構計畫行為理論等許多理論。引用這些理論的相關研究眾多，僅列出和科技產品有關的研究，並彙整如表 2-3-1 所示。

江啟誠(2014)應用科技接受模式來研究愛的書庫圖書資訊系統之使用行為意願—以嘉義地區國小為例。其研究結果指出知覺有用性受到知覺易用性之顯著影響，知覺相容性能顯著影響知覺有用性及知覺易用性。知覺相容性對持續使用有著強大之顯著影響效果。

吳冠翰、劉家郡(2013)以科技接受整合模式與知覺創新特性探討消費者採用雲端儲存服務之因素。其研究結果指出雲端儲存服務若能符合消費者現存的需求、以往的使用經驗、價值觀等程度越高，將會提升消費者對於雲端儲存服務的行為意圖，而當使用者對於雲端儲存之態度越趨於正向，則越易於接受並採用以雲端儲存服務進行資料之存

取動作。

蕭至惠、張琬琦、蔡進發（2009）影響消費者對電子書接受意願因素之研究。其研究結果指出在行為態度方面，要消費者對採用電子書閱讀產生正面評價及觀感，相容性是最大因素。

葉美春、阮明淑（2007）使用者採用知識管理系統之影響因素研究—理論模型的比較取向。其研究結果指出分解式計畫行為理論在行為意向的解釋力方面並未較科技接受模式有明顯增加。使用者對知識管理系統之影響因素方面，行為意向能有效預測使用行為；態度、主觀規範與知覺行為控制能有效預測行為意向；有用性認知只能間接預測行為意向；易用性認知能有效預測有用性認知；有用性認知與易用性認知能有效預測態度；同儕影響與主管影響能有效預測主觀規範；自我效能與資源助益環境能有效預測知覺行為控制。

表 2-3-1 社群環境的相關研究彙整表（資料來源：本研究整理）

作者(年)	研究題目	研究結果
江啟誠 (2014)	應用科技接受模式來研究愛的書庫圖書資訊系統之使用行為意願—以嘉義地區國小為例。	知覺有用性受到知覺易用性之顯著影響，知覺相容性能顯著影響知覺有用性及知覺易用性。知覺相容性對持續使用有著強大之顯著影響效果。
吳冠翰、 劉家郡 (2013)	以科技接受整合模式與知覺創新特性探討消費者採用雲端儲存服務之因素。	雲端儲存服務若能符合消費者現存的需求、以往的使用經驗、價值觀等程度越高，將會提升消費者對於雲端儲存服務的行為意圖，而當使用者對於雲端儲存之態度越趨於正向，則越易於接受並採用以雲端儲存服務進行資料之存取動作。
何淑熏、 林裕凌、 吳姮憶 (2013)	檢驗網路銀行之採用意願—創新擴散理論與科技接受模式之貢獻。	當人們知覺到網路銀行具有愈高的安全性、相容性以及有用性時，有助於提高其採用意願；然而，相對優勢與易用性（複雜性）則未能對採用意願提供顯著地解釋力。

作者(年)	研究題目	研究結果
蕭至惠、張琬琦、蔡進發 (2009)	影響消費者對電子書接受意願因素之研究。	在行為態度方面，要消費者對採用電子書閱讀產生正面評價及觀感，相容性是最大因素。此外，個人創新性的影響顯著，可協助業者鎖定其目標市場。主觀規範中的人際影響亦顯著，表示目前的消費者較重視周圍朋友的消息來源。知覺行為控制的自我效能的影響力顯著，業者需要考量電子書的操作性，勿讓消費者對自己使用能力感到挫敗，進而降低使用意願。
黃日鈺、林承賢 (2012)	以計畫行為理論探討縮短數位落差之持續使用行為。	持續使用行為受到持續使用意向與行為控制知覺直接的影響，持續使用意向會直接受到滿意度、知覺有用性、主觀規範、行為控制知覺及信任的影響。民眾對於使用電腦或上電腦課程所學習的期望與實際感受間若較一致，則對於實用性認知、滿意度都會產生較正向之影響，而經由實用性的認知，又會正向影響使用的滿意度及持續使用意向；主群體及次群體則會正向的影響主觀規範，進而影響持續使用意向；自我效能及便利狀態亦會正向的影響行為控制知覺，進而影響持續使用意向；民眾對數位希望據點的信任度會正向的影響持續使用意向。
葉美春、阮明淑 (2007)	使用者採用知識管理系統之影響因素研究—理論模型的比較取向	分解式計畫行為理論在行為意向的解釋力方面並未較科技接受模式有明顯增加。使用者對知識管理系統之影響因素方面，行為意向能有效預測使用行為；態度、主觀規範與知覺行為控制能有效預測行為意向；有用性認知只能間接預測行為意向；易用性認知能有效預測有用性認知；有用性認知與易用性認知能有效預測態度；同儕影響與主管影響能有效預測主觀規範；自我效能與資源助益環境能有效預測知覺行為控制。
賴郁淇 (2008)	探討 Podcasting 採用因素與使用行為之研究	影響使用者採用 Podcasting 最重要的原因就是「認知有趣性」，如果使用者在收聽 Podcast 過程中得到樂趣，則越會想要去使用。「績效期望」、「PIIT」亦皆正向顯著影響「使用意向」，「社會影響」對於「使用意向」則無顯著影響。而「實際使用行為」方面，「使用意向」為最重要的影響構面，「有利條件」則無顯著影響。

柒、小結

一、Facebook 提供的社群環境

Monika Bicker（全球產品政策主管）和 Justin Osofsky（全球營運副總裁）在 FB 社群守則寫了一封信，FB 的使命是促進人群互動分享，讓世界更加開放，連結更為緊密。每一天，用戶登入 FB 分享他們的動態、透過他人的眼睛觀看這個世界，以及關切好友與公眾議題。在 FB 發生的對話反映出超過 10 億用戶的社群多元性。我們為了提供 FB 用戶一個安全的使用環境。為此，我們領導的團隊建立 FB 的內容政策以及為社群提供支援，讓 Facebook 成為開放又安全的環境，為全球用戶提供服務。我們發展出一套「社群守則」並概述如下。這些政策將協助您瞭解哪些分享哪些類型是 FB 接受的，哪些類型的內容則可能會被檢舉和移除。由於我們全球社群的多元性，請謹記令您感到不愉快或困擾的內容，有可能仍符合我們的社群守則。

我們希望為用戶提供一個能自由表達想法的空間以及營造一個友善又安全的環境，而社群守則的目標就是要在這兩者間取得平衡。我們的目標是要建立一個不受過多規則束縛的環境，以及讓 FB 用戶都有能力、有自覺以同理心對待他人，並且相互尊重。不難想像，要在當中找到適當的平衡點是一項艱鉅的任務，因此我們從以下幾個主要原則著手：

（一）保護用戶的人身安全

我們無法容忍置人於險境的任何行為，無論是組織還是教唆實際暴力行動或罷凌其他用戶。要求用戶在 FB 上使用真實身分能促使用戶做出負責任的行為，因為每個人都必須以自己的姓名和聲譽為個人言行背書。

（二）鼓勵互相尊重的行為

我們要求用戶在分享可能攻擊到他人的內容時能考慮到分享對象。所有人都能輕鬆決定要讓誰看見他們分享的內容，此外我們也制訂政策禁止帶有露骨、仇恨或暴力的內容。

(三) 承認文化的多元性

為了確保我們的政策能因應多元化的社群需求，我們不斷檢視和審查來自世界各地的專家建言及社群的意見回饋。這些深入見解有助於我們瞭解用戶基於何種背景在 FB 上分享和查看內容。

(四) 提供工具讓您控制在 FB 上看見的內容

FB 是一個讓您與關心的人事物聯繫的空間，因此我們提供工具讓您控制可看見的內容、向我們提出檢舉，以及和您不喜歡或不同意內容的張貼者取得聯絡。

FB 社團提供空間，讓特定用戶就共同興趣進行交流。您可以建立各種類別的社團，無論是家族成員的私密空間、工作之餘的球友切磋或讀書會均不設限；此外，您還可以自訂社團的隱私設定，決定可以加入或查看社團的對象。

二、結論

綜合以上理論，以往研究尚未有社群環境這個名詞定義，由於研究對象為 FB『阿榮福利味』社團的成員，在網路社群上分享知識的相關研究中，本研究使用解構式計畫行為理論架構來探討在 FB 網路社群影響知識分享的因素，探討 FB 社群所提供的環境是否會影響成員知識分享使用意圖。因此，以 Taylor and Todd(1995b, 1995c)提出的解構式計畫行為理論架構中的態度做探討，解構式計畫行為理論是以計畫行為理論及 Davis et al(1989)的科技接受模式為基礎，加入 Rogers(1983)的創新擴散理論的相容性等概念而形成。Taylor&Todd(1995a)以知覺有用性、知覺易用性與相容性三個變項來研究使用者的態度。一般實證研究結果也得知相對優勢及相容性越高，越能增加資訊系統的採用，但若資訊系統的複雜性越高，則使用者會降低此系統的採用。因此本研究社群環境構面採用認知有用性、認知易用性與相容性三個變項來研究成員的態度。

第四節 知識分享

壹、知識的定義

由於知識是一個非常廣泛、複雜、抽象，甚至模糊的概念，可從哲學觀點或實務觀點來詮釋、從狹義到廣義，因此很難以單一的標準來定義。林東清（2009）認為資料(Data)、資訊(Information)、知識(Knowledge)三者間有其密切的相關性和差異，資料沒有特定的背景與目的的一組文字或數字，其只是對客觀事實或人、事、時、地、物的紀錄，如：33764、林東清等個別資料。資訊是指為了特定的目的，對於某些特定背景的資料，經過有目的的處理（包含篩選、彙整、分類、計算）後，所產生對特定使用者有意義的資料，如：警察透過分析找出兇手車號為 33764。而知識是指資訊透過使用者心智模式的詮釋、思考、歸納等處理過程後，所產生一種能直接採取行動的能力，如財務經理閱讀了公司的財務報表後，產生了改善財務狀況方案的知識，進而提出決策與行動。

Boisot(1998)則認為資料是資訊與知識的投入(input)，是一系列的觀察、測量或事實，表現的形式是數字、文字、聲音或影像，資料沒有任何意義。資訊是將資料整理成有意義的模式(pattern)，是透過分析資料而賦予資料意義，其表現形式可能是報告或圖表；而知識是資訊的應用或有生產力的使用資訊，需透過經驗、熟悉、與學習才能覺察或了解。Boisot認為知識與資訊是互動的，知識的創造需依賴資訊，而相關資訊的發展需要知識的應用。綜合上述各學者對知識的定義，如表2-4-1所示。

表 2-4-1 知識的定義（資料來源：引用黃建智（2014）、林錦鈴（2015）、本研究整理）

作者	定義
Davenport & Prusak (1998)	認為知識是一種流動性質的綜合體，包括結構化的經驗、價值、以及經過文字化的資訊，也包含專家獨特的見解；在組織中，知識不僅存在文件與儲存的系統中，也蘊含在日常例行工作、過程、執行與規範當中。
Holtshouse (1998)	知識是一種「流量」的概念，也就是說知識可以在擁有者與需求者之間的互相交流。
Boyntont (1999)	認為知識存於員工腦內，唯有將自己的知識與他人分享、應用，才能為企業創造更大利潤。

作者	定義
Zack (1999)	知識、資料及資訊三者並非是相同的。資料所代表的是相關脈絡中所產生的事實與觀察，脫離了相關情境，便無法清楚地傳達出意義。而資料經由訊息的方式，呈現出情境中的意義，其結果就是資訊。當資訊被人們重視、信任，此時資訊便轉化為知識。
Bailey & Clarke (2000)	知識是獲取資訊的一種狀態，更是資訊的應用與產出，透過經驗與學習而得到。而資訊來自於將資料進行分析，以報告、圖片、表格的形式呈現，以凸顯資料的意義。
李美玲 (2002)	能協助個人、企業或團體創造價值並提昇競爭優勢的有用資訊。
陳承賢 (2005)	知識的本質來自於生活中的認知、信念、經驗、價值與理解。知識是一個兼具流動性及延展性的概念，意即知識可以經由分享學習而不斷的擴散，且經由反思與修正而加深加廣。
黃建智 (2014)	知識定義為企業中一項重要的資產，本質上都必須具備創造附加價值的效果。知識也是一種能力與技術，甚至是長期經驗不斷累積的結果。
林錦鈴 (2015)	知識可視為一種流動性質的綜合體，以各種形式存在，個人透過學習、累積相關經驗而理解事物，或是經由人與人之間、人與組織間及組織與組織間相互交流、溝通，運用個人的知識，透過解釋、驗證及反省的過程，而創造價值的能力。

本研究綜合上述，將知識定義為知識是一種流量的綜合體，需透過思考、歸納、經驗、熟悉、與學習才能覺察或了解，能協助個人、企業或團體創造價值並提昇競爭優勢的有用資訊。

貳、知識分享的定義

林東清(2009)定義知識分享，是指組織的成員或內外部團隊在組織內或跨組織間，彼此透過網路、會議、知識庫等不同管道來相互學習、交換與討論知識，以擴大知識的應用價值並產生綜效。美國勤業管理顧問公司(Arther Anderson Business Consulting)推動全球知識管理的成效卓著，對於知識管理的組成曾經提出一個簡潔明確的 KPIS 公式， $K=(P+I)S$ 式中 $K=Knowledge$ (知識)、 $P=People$ (人力資源)、 $I=Information$ (資訊)、 $S=Sharing$ (分享擴散)。KPIS 公式的意思，係表示知識管理即等於人力資源加上資訊並予以分享擴散。詳言之，知識管理是將知識視同創造財富的資源，其重點在於資訊科技與人員智慧的結合，讓知識得流通、擴散、應用、傳達，讓整個組織得以發展變革，

此即為知識管理最重要的意義。另外由 KPIS 公式得知，如果 $S=0$ 則 $K=0$ ；若 $S=\infty$ 則 $K=\infty$ ，也就是說，分享擴散等於零，知識也會等於零；分享擴散無窮大時，知識也會無窮大，分享擴散即為最重要的關鍵因素，因此，一個組織知識累積的速度，全賴組織內部知識分享擴散的程度。

Hendriks(1999)知識分享是一種溝通的過程，當組織中的成員向他人學習知識的同時，就是在分享他人的知識，而「知識分享者」必須有重建(reconstruction)的行為，也就是說，必須具備知識去學習知識與知識分享。進行知識分享時，有二個不可或缺的主體，一是知識擁有者(knowledge owners)，願意將自身的知識以某些方式，如演講或訴諸於文字等可形式化的方式將知識傳遞；另一是知識分享者(knowledge reconstructors)，願意以傾聽、閱讀的方式去學習，再將所得到的知識內化成為自己的知識。故知識分享乃為知識藉由有形或無形的方式在成員之間相互傳遞的過程，且經由此過程，將知識分享給他人，提高組織成員間對於工作相關知識上的增長與精進，並促進成員間增進情感、彼此信認、強化對組織之向心力和發揮個人潛能之功用。

李庭光(2014)知識分享是組織企業成功的關鍵因素，在理想狀況中，組織成員應共同參與分享過程，並保持頻繁交流，藉此提升創新與競爭力，同時需注意，有效的知識分享必須確保接收者能理解知識，而非單純將知識進行傳播。實踐知識分享可以「互動交流」為主要方向，並充分了解各項影響因素帶來的衝擊、上下牽制與循環關係。在組織內建立互助信文化，盡可能降低成員「自利」心態，將可使知識分享更容易執行與持續。

由上述各學者對知識分享的基本定義，各有不同的解釋與見解，而國外學者也從不同的觀點來解釋知識分享這個概念，茲將學者的觀點和看法整理如表 2-4-2。

表 2-4-2 知識分享的定義（資料來源：本研究整理）

作者	定義
Nonoka & Takeuchi (1995)	從互動觀點出發，認為知識的創造是由內隱與外顯知識互動而得，即經由知識轉換以創造新知識，並透過互動過程使得組織成員間的

作者	定義
	知識得以分享。
Senge (1998)	從學習觀點出發，個體將所知的知識透過互動、移轉給他人形成對方的行動能力。真正的知識分享並不是給他人什麼，或是從他人處得到什麼，而是一種學習，是一種使他人獲得有效行動力的過程
Hendriks (1999)	從溝通觀點出發，知識分享是一種溝通，當牽涉到知識擁有者與知識重建者兩個主體，而其兩個步驟分別是：1.知識擁有者將知識外化。2.知識重建者將這些知識擁有者外化的知識內化。
Davenport & Prusak (1998)	從市場觀點出發，組織中存在著知識交易市場，而知識買方與知識賣方為各取所需會經由仲介者進行交易。知識分享是將知識進行傳遞和吸收，其公式：知識分享=傳送+吸收，分享知識給予他人不僅是將知識分散出去與對方共同擁有此知識，還必須使整個組織都知曉與瞭解此知識。知識是在組織中到處流動的，且受到市場力量推動而產生交易行為，因為所有參與者都相信可以從中獲得好處。
李美玲 (2002)	以溝通觀點，知識提供者將其本身所擁有的知識外化、提供出來，而知識需求者透過各種溝通方式或媒介與知識提供者互動、獲得知識的過程。
Dixon (2000)	知識分享是指願意將個人所擁有的資訊或知識傳授給他人，使對方也擁有相同的資訊或知識或知識。
林錦鈴 (2015)	將知識分享定義為「知識擁有者」藉由透過網路化的資訊科技工具，將本身的知識轉移給「知識需求者」，使教師間知識的流動更為全面，可以使自己及別人同時達到增能功效的過程。

綜合上述對知識分享定義的探討，本研究採 Hendriks(1999)的溝通觀點，將知識分享定義為：知識擁有者透過社群媒體工具，將本身所擁有的知識提供給知識需求者，使社團成員間知識的流動更為全面，同時也可以從互動獲得新知識。

參、組織知識分享的衡量指標：KSEI

本研究採用 Liebowitz & Chen(2001)發展出的組織知識分享衡量指標的量表。Liebowitz & Chen(2001)認為知識不僅存在靜態文件與儲存的系統中，也包含在平常例行性的工作程序、經驗及傳統。而組織對知識取得、分享、傳遞及儲存的處理方式，將會影響組織成員在知識分享行為上的意願，組織提供適當的知識交流管道（如團康活動、聊天室、會議室、咖啡廳等），有助於員工進行溝通協調與知識交流，進而影響其知識分享的意願。所以知識分享將是企業推動知識管理成敗與否的重要基礎能力。Liebowitz

& Chen(2001)發展出一個專門衡量知識分享的指標，稱為知識分享效率指標(Knowledge Sharing Effectiveness Inventory, KSEI)，如表 2-4-3 所示。

表 2-4-3KSEI 的 25 個整體衡量項目

構面	衡量內容
KS 的溝通構面	1、*組織內能夠在線上隨時取得重要的專業知識嗎？
	2、*員工能否在其工作領域內常常收到組織傳送來重要的「教訓學習」(lesson learned)。
	3、員工是否常常有時間與同儕做非正式的聊天。
	4、*組織內的員工時常將其知識外化成組織可流傳的文件、使用手冊。
KS 的環境構面	5、*組織有無時常舉辦知識交流論壇或知識展覽會，用以讓知識的買方與賣方碰面、交流。
	6、*組織內有無保存「最佳實務」與「教訓學習」的知識庫。
	7、組織內有無常設的「師徒制」。
	8、*組織有無成立「卓越能力中心」來認證、交流與教育有興趣的員工。
	9、組織內工作完成的方式大都是團隊合作式而非個人。
	10、組織內的主要產品是知識或知識密集的產品。
	11、*組織內是否存在知識分享的「利他文化」，而非知識囤積的自私文化。
	12、組織內的團隊成員都以共同的團隊目標為努力方向，而非自己的私利目標。
	13、*組織內建立「線上的實務社群」來讓員工交換知識意見。
KS 的組織支援構面	14、*員工的升遷與酬償／「知識分享能力」是很重要的指標。
	15、組織提供充裕的資源來教育訓練員工的成效。
	16、*組織內隨時有系統地蒐集各種工作相關的成功、失敗故事。
	17、*組織內績效衡量指標有包括員工素質、顧客資本等無形的智慧資本。
	18、組織內有良好的 IT 來支援知識分享。
	19、組織內跨部門合作的專案，所有成員都很投入。
	20、組織內是否時常進行問卷調查，各部門間是否彼此無私的協商合作或不勾心鬥角。
	21、*組織內是否時常追蹤查核與外部夥伴、顧客、供應商團隊合作關係的變化。
	22、組織內辦公場所與動線的設計有利於員工的碰面與交談。
KS 的產出構面	23、*組織內保存的重要知識「再利用率」(Reused Rate) 很高。
	24、*組織通常能在 24 小時內，能將重要的新知識即時地推播給相關的員工。
	25、組織內產品與服務的發明、創新頻率很高。

資料來源：Liebowitz & Chen(2001,p.12)

註：「*」表示比較有挑戰性、困難度較高，一般企業都認為做得不好，但具有價值、最重要的工作。組織若要享受到知識分享的真正成果，形成真正的知識型組織，則應該更努力的克服困難來完成這些工作，從另一個角度來看，則可視為知識分享的關鍵活動或是關鍵成功因素(Critical Success Factors, CSF)，亦即這 25 個指標確實執行後，組織內的 KS 會有較高的成功機率。



第五節社團成員生命活力、資訊素養、社群環境與知識分享之相關研究

本節主要是要探討社團成員生命活力、資訊素養、社群環境與知識分享之研究，查閱近 10 年國內外的期刊和全國碩博士論文之研究，發現探討生命活力研究對象以學校或職場人員較多，探討資訊素養去做教師知識分享與其他變項的研究，以國小和國中老師較多，探討社群環境做知識分享與其他變項之間的研究，以資訊系統和虛擬社群較多，皆有數百篇之多。由此可見，這四個主題變項是目前所關注及重視的議題，但若直接探討社團成員生命活力、資訊素養、社群環境與知識分享關係，目前國內資料尚未有人探討，因此在本研究中將四者結合在一起，並以 FB 虛擬社群內之阿榮福利味資訊社團為成員知識分享之平台，來探討彼此之間的關係。

壹、社團成員生命活力與知識分享之相關研究

現代競爭激烈的商業環境之下，組織的競爭優勢有賴於有效的知識管理，而成功的知識管理，則需要依賴員工的知識分享行為。生命活力在過去文獻中發現，活力即為顯示在個人工作中或職場上，持續性的正向情感狀態，包含身體強健，情緒能量和認知活躍間相互關係的感情經驗。工作投入能促進組織內的主動行為，當員工投入在工作上時，才會付出額外努力去和同事分享想法、知識、技能以改善工作。關於生命活力與知識分享的研究很少，茲就社團成員生命活力與知識分享之相關研究結果歸納出簡單的摘要如下：

葉佩宜（2014）在「評估知識分享與其影響因素：工作投入之中介效果」，以紙本問卷進行調查，調查對象為工作團隊的成員，研究結果顯示，工作投入的活力能正向影響知識分享。負向團隊情感氛圍負向地直接影響知識分享。專制型領導負向地影響活力，進而對知識分享產生負面影響。團體認同能正向地直接影響知識分享的產生。團體認同也能正向地影響活力，進而正面影響知識分享。

方曉慧（2014）在「公務員自我決定動機影響工作活力、專注之因果模式分析」，

以不具名問卷訪問方式進行調查，調查對象為北台灣行政機關公務員，研究結果發現，公務員總體性動機正向影響自我決定動機；又自我決定動機正向影響奉獻、工作活力、專注；而組織支持正向影響自我決定動機、奉獻、專注與工作活力；且公務員的工作活力對其身心健康、工作績效與工作滿意均有正向影響。

鄔壽國（2012）在「地方公務人員工作壓力、工作活力與工作滿意度關係之研究」，採問卷調查法施測，研究對象為各縣市政府地方公務人員。研究結果顯示，工作壓力與工作活力、工作滿意度均有顯著之負相關；工作活力與工作滿意度有顯著之正相關；另工作活力對於工作壓力與工作滿意度之間具有完全中介效果。並提出革新必先革心。只有使公務人員發自內心，培養其敬業貢獻度，再加上自我決定動機的提升，則可以使其對工作更專注、更有活力、更樂於奉獻，以達到增進個人身心健康、工作效率及工作滿意的效果。

基此，本研究提出：研究假設一：『生命活力』對社團成員的『知識分享』有顯著正向影響。

貳、社團成員資訊素養與知識分享之相關研究

關於「資訊素養」或「知識分享」的研究有不少，但若直接探討資訊素養與知識分享的研究並不多，僅列出鄭羽涵（2014）和黃勢民（2004）兩篇。將上述之相關研究結果歸納出簡單的摘要如下：

鄭羽涵（2014）在「國稅人員資訊素養與知識分享關聯性研究」，研究對象為財政部高雄國稅局稅務人員。研究目的探討國稅人員在知識分享意願為中介效果下資訊素養與知識分享之關聯性，並加入組織氣候與知識分享障礙做為調節因子，研究結果顯示國稅人員：1.資訊素養對知識分享具正向顯著影響；2.資訊素養對知識分享意願具正向顯著影響；3.知識分享意願對知識分享具正向顯著影響 4. 知識分享意願對資訊素養與知識分享關係間具中介效果；5.知識分享障礙、組織氛圍對知識分享意願與知識分享關係間調節效果皆為部分成立。

黃勢民 (2004)「組織內知識分享意願影響因素之研究—以高中職導師為例」, 研究對象為台北縣市國民小學教師, 研究結果顯示組織文化與資訊科技影響知識教師分享意願。

基此, 本研究提出: 研究假設二:『資訊素養』對社團成員的『知識分享』有顯著正向影響。

參、社團成員社團環境與知識分享之相關研究

在理性行動理論中, 態度是個人對某特定行為所抱持的評價, 是決定行為意圖的重要因素。在解構計畫行為理論中, 使用行為受到行為意圖和知覺行為控制的影響, 而行為意向則受到態度、主觀規範和行為控制知覺的影響。過去許多研究結果, 也已證實態度是決定行為意圖的重要因素, 個人對於行為的態度會影響他們的行為意圖 (Bock & Kim 2002; Bock et al. 2005; Kolekofski Jr. & Heminger 2003)。

粟四維、莊友豪 (2010) 在「虛擬社群成員知識分享意圖探討」, 以理性行動理論 (TRA) 為基礎, 研究結果指出「知識分享態度」對於「知識分享意圖」有正向且顯著的影響。

陳碩珮、黃馨玉 (2010) 在「網路知識分享行為之研究--以「Yahoo!奇摩知識+」為例」, 採用結構化封閉式的問卷, 透過網路進行調查, 探討網路知識分享的動機、態度及利他主義對網路知識分享行為意願的影響。結果顯示知識分享的動機可區分為實質報酬、名聲回饋及社群認同三項, 其中社群認同及名聲回饋對知識分享態度有顯著正向的影響, 知識分享態度及利他主義對知識分享行為意願有顯著正向的影響, 至於利他主義的調節效果並不顯著。

葉美春、阮明淑 (2007) 在「使用者採用知識管理系統之影響因素研究—理論模型的比較取向」, 以 LISREL 為分析方法, 科技接受模式與分解式計畫行為理論為研究基礎, 探討 421 位中華電信員工採用知識管理系統之影響因素, 並比較兩種理論模式。研究結果發現, 分解式計畫行為理論在行為意向的解釋力方面並未較科技接受模式有明顯

增加。使用者對知識管理系統之影響因素方面，行為意向能有效預測使用行為；態度、主觀規範與知覺行為控制能有效預測行為意向；有用性認知只能間接預測行為意向；易用性認知能有效預測有用性認知；有用性認知與易用性認知能有效預測態度；同儕影響與主管影響能有效預測主觀規範；自我效能與資源助益環境能有效預測知覺行為控制。

林錦郎（2016）在「從計畫行為理論探討數位學習平台知識分享行為」，以計畫行為理論為基礎，加入知覺有用性、知覺易用性與滿意度，在探討大學生使用數位學習平台進行知識分享行為之現況，研究其中影響知識分享態度、知識分享行為意圖與滿意度的關鍵因素與問題。研究結果發現：知覺有用、知覺易用、滿意度與知覺行為控制對知識分享態度均達顯著的正向影響關係；知覺行為控制、主觀規範與知識分享態度對知識分享行為意圖亦達顯著的正向影響關係。

Bock 與 Kim（2001）研究指出積極的知識分享態度會影響知識分享意願，最後影響知識分享的行為。組織若能從員工的態度與意願層次做提升，以克服員工抗拒分享的心態，使之實際的分享行為產生，便能提供組織內部知識流動與儲存。

Bello 與 Oyekunle（2014）指出知識分享行為會受到態度、意願以及動機的影響，又知識分享態度與意願有顯著關係，知識分享意願與行為也有顯著關係。

基此，本研究提出：研究假設三：『社群環境』對社團成員的『知識分享』有顯著正向影響。

肆、社團成員生命活力、資訊素養、社群環境與知識分享之相關研究

從文獻中發現社團成員生命活力與知識分享、社團成員資訊素養與知識分享、社團成員社團環境與知識分享之間的研究，其研究結果均有正向的相關，可知彼此之間有很大的關聯性。在本研究中將四者結合在一起，並以 FB 虛擬社群內之阿榮福利味資訊社團為成員知識分享之平台，來探討彼此之間的關係。

第三章研究設計與實施

本研究旨在探討生命活力、資訊素養與社群環境對知識分享影響之研究—以 FB「阿榮福利味」社團為例，本章節內容主要根據研究動機與目的及欲探討之研究問題，經由文獻探討、歸納及整理後，發展出本研究之研究架構。本章共分為五節，研究架構、研究假設、研究對象與抽樣方法、研究工具與方法、資料處理與分析，茲分述如下。

第一節研究架構

綜合本研究之研究動機與目的及彙整相關文獻探討分析後，提出生命活力、資訊素養、社群環境與知識分享之研究架構圖，如圖 3-1-1 和圖 3-1-2 所示。圖 3-1-1 為皮爾森積差相關分析架構圖，圖 3-1-2 為 PLS 結構方程模式架構圖。本研究共分為依變項與自變項兩部分，並將研究架構各變項之介紹分述如下：

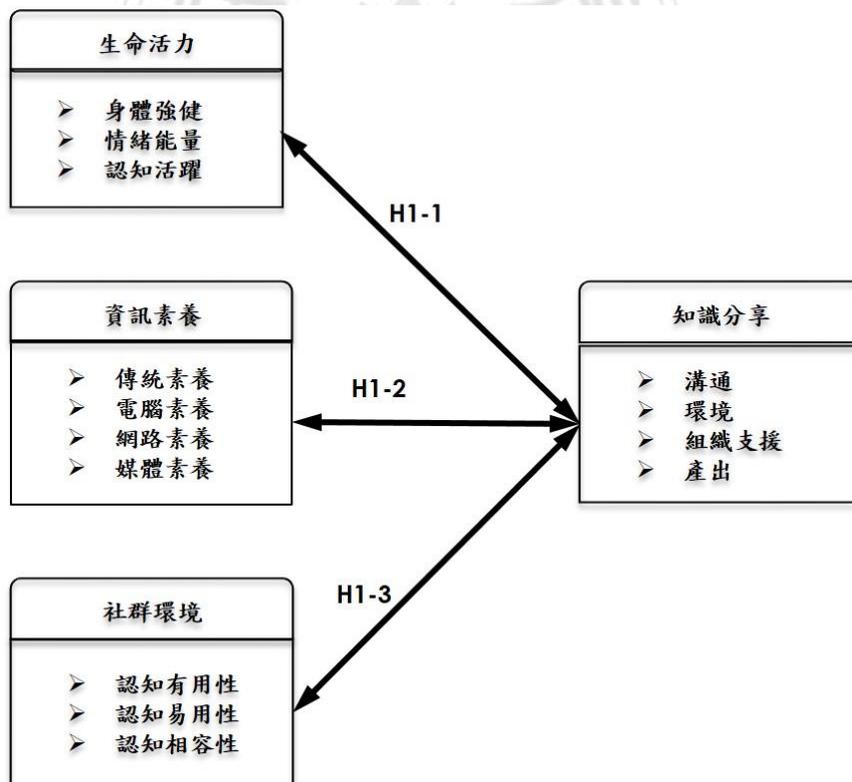


圖 3-1-1 相關分析研究架構圖

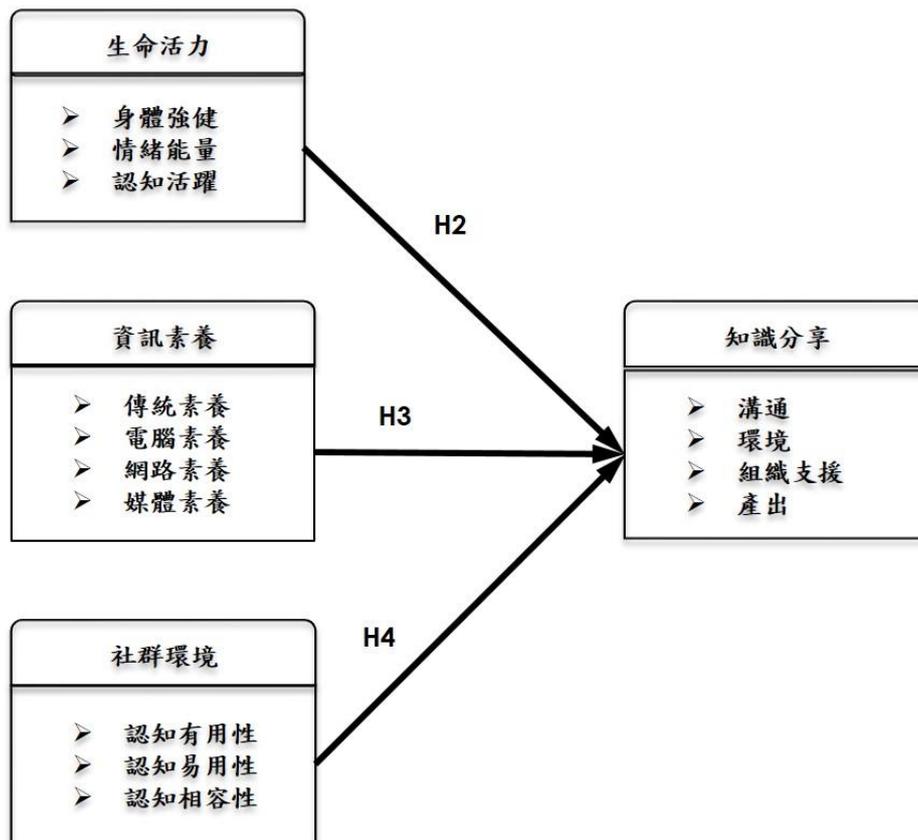


圖 3-1-2 結構方程模式研究架構圖

本研究研究架構圖，自變數為生命活力、資訊素養與社群環境等三個變項，依變數為知識分享，茲就各變項之操作型定義加以說明如下。

壹、自變數

一、生命活力：

生命活力指活力即為顯示在個人工作上或生活上，持續性的正向情感狀態，包含身體強健、情緒能量和認知活躍三個間的感覺。本研究採用 Shirom(2005)，所提出的生命活力定義而來，共分為以下三個構面：

- (一) 身體強健：成員能瞭解自己的身體及精神狀態。
- (二) 認知活躍：成員瞭解自己的能力。
- (三) 情緒能量：成員瞭解他人情緒的能力，或甚至能夠預測他人情緒反應的能力。

二、資訊素養：

資訊素養是指具備資訊的辨別能力，能夠操作資訊軟硬體，並運用到日常生活中，並對有效的資訊加以蒐集、整理以及使用資訊的能力。將資訊素養分為下列四個構面，茲敘述如下：

(一) 傳統素養：會查詢及整理相關資料，廣泛吸收相關的知識。

(二) 電腦素養：瞭解及使用電腦，自我充實電腦應用的知識。

(三) 網路素養：會上網尋找資料，藉由網路進行溝通，遵守網路規範的知識。

(四) 媒體素養：瞭解及使用資訊產品，尊重著作權的知識。本構面所指的科技媒體，泛指智慧型手機、掃瞄機、數位相機、桌上／筆記型電腦、Pad、錄音筆……等資訊產品。

三、社群環境：

本研究係採用 Taylor & Todd(1995a)提出的解構式的計畫行為理論中的態度，將社群環境分為下列三個構面。

(一) 認知易用性：使用者本身感受到容易學習或容易使用 FB 社團的程度。

(二) 認知有用性：使用者感受到 FB 社團環境，對知識分享提升的程度。

(三) 認知相容性：使用者感受到 FB 社團環境與本身過去經驗、習慣或需求一致的程度。

貳、自變數

一、知識分享：

本研究係採用 Liebowitz & Chen(2001)所提出定義，將知識分享分為下列四個構面。

(一) 溝通：評估如何在整個組織中取得和傳播知識和溝通交流。

(二) 環境：主要了解組織內有關知識管理的內部文化因素。

(三) 組織支援：評估知識管理基礎設施的複雜性和組織內知識分享的能力。

(四) 產出：評估組織知識分享和知識管理成功的可能性。



第二節 研究假設

依據研究目的、文獻探討與上述之研究架構，整理出欲探討之各變項間之關係，並提出下列研究假設：

H1：生命活力、資訊素養、社群環境對社團成員的『知識分享』各變項間有顯著相關。

從文獻中發現社團成員生命活力與知識分享、社團成員資訊素養與知識分享、社團成員社團環境與知識分享之間的研究，其研究結果均有正向的相關，可知彼此之間有很大的關聯性。在本研究中將四者結合在一起，並以 FB 虛擬社群內之阿榮福利味資訊社團為成員知識分享之平台，來探討彼此之間的關係。基此，本研究提出研究假設一。

H1-1 生命活力對知識分享各變項間有顯著相關。

H1-2 資訊素養對知識分享各變項間有顯著相關。

H1-3 社群環境對知識分享各變項間有顯著相關。

H2：『生命活力』對社團成員的『知識分享』有顯著正向影響。

生命活力在過去文獻中發現，活力即為顯示在個人工作中或職場上，持續性的正向情感狀態，包含身體強健，情緒能量和認知活躍間相互關係的感情經驗。工作投入能促進組織內的主動行為，當員工投入在工作上時，才會付出額外努力去和同事分享想法、知識、技能以改善工作。葉佩宜（2014）工作投入的活力能正向影響知識分享。方曉慧（2014）自我決定動機正向影響奉獻、工作活力、專注；而組織支持正向影響自我決定動機、奉獻、專注與工作活力；且公務員的工作活力對其身心健康、工作績效與工作滿意均有正向影響。基此，本研究提出研究假設二：『生命活力』對社團成員的『知識分享』有顯著正向影響。

H3：『資訊素養』對社團成員的『知識分享』有顯著正向影響。

鄭羽涵（2014）國稅人員資訊素養對知識分享具正向顯著影響。黃勢民（2004）組織文

化與資訊科技影響知識教師分享意願。基此，本研究提出研究假設二：『資訊素養』對社團成員的『知識分享』有顯著正向影響。

H4：『社群環境』對社團成員的『知識分享』有顯著正向影響。

在理性行動理論中，態度是個人對某特定行為所抱持的評價，是決定行為意圖的重要因素。在解構計畫行為理論中，使用行為受到行為意圖和知覺行為控制的影響，而行為意向則受到態度、主觀規範和行為控制知覺的影響。過去許多研究結果，也已證實態度是決定行為意圖的重要因素，個人對於行為的態度會影響他們的行為意圖(Bock & Kim 2002; Bock et al. 2005; Kolekofski Jr. & Heminger 2003)。基此，本研究提出研究假設三：『社群環境』對社團成員的『知識分享』有顯著正向影響。



第三節研究對象與抽樣方法

對於本研究樣本的特性與定位，分別從研究對象及抽樣設計兩個部分加以說明。

壹、研究對象

本研究主要目的是在探討成員的生命活力、資訊素養與社群環境三者對知識分享的影響。而本研究母群體則選擇 FB 之使用者，預試及正式施測研究對象都以 FB 之阿榮福利味社團的成員為主，以下為研究對象阿榮福利味 FB 社團的介紹：

一、社團簡介

阿榮福利味社團 (<http://www.facebook.com/groups/freeware/>) 是 FB 不公開的社團，它是由阿榮 (<http://www.facebook.com/azofreeware>) 個人自發所組成的鬆散組織，以創造一個能夠藉由互助解決各式電腦軟硬體問題為目標而成立的知識社群，提供電腦知識無償的服務平台，如果因社團文章而產生任何糾紛，與阿榮福利味社團有關的任何人士也都不負任何責任。社團成員多數為阿榮福利味 (<http://www.azofreeware.com/>) 網站讀者，網站創立於台灣 2006 年 03 月 22 日，提供相當多的免費軟體／可攜式軟體的介紹，版主持續地將各軟體的最新版本做介紹與維護，自成立以來到 2017 年總瀏覽人次已超過一億七千萬次，而社團人數於 2017 年 1 月已逾五萬人。

這個社團允許所有成員透過網際網路和全球資訊網瀏覽器連結，在社團中張貼和修改圖文或影音內容、詢問或答覆電腦軟硬體問題。社團內的內容沒有任何相關領域的專家和專業人員進行內容的完善性、正確性或可靠性進行必要的審查，因此，社團任何訊息都無法保證其正確無誤。此意並非指在社團裡找不到有價值的和正確的訊息，而是內容可能被其他讀者修改、破壞，或者有人對它所感興趣的知識的某些陳述之看法不一致而進行了改變。社團管理員的工作任務僅是確認社團成員之發言內容有無違反版規，及對申請加入社團的 FB 使用者予以審批。

二、社團運作

在社團運作部分，除了成員會張貼文章以外，管理員阿榮也會不定時分享免費軟體資訊連結，社團有 12 位管理員也會參與討論回覆貼文，加入社團的成員需遵守版主所設立的版規，以下六點為版規內容（更新日期：2016.03.05）：

（一）你可以：討論各式軟體、討論 3C 產品（電腦及其週邊、手機或通訊產品、消費電子）、分享軟硬體優質文章並略述自己心得（只有張貼連結一律刪除）。（2016.02.28 修訂）

（二）你不可以：討論軟體破解、徵求破解版、徵求非法軟體下載及序號、張貼廣告或招生訊息、張貼發文賺錢網址（被禁止的農場網站清單：<http://azourl.com/?wsek78>）、徵求任何受版權保護的 MP3 音樂或檔案、涉及金錢買賣、討論一切違反台灣法律規定的事物。（2016.03.05 修訂）

（三）問卷文管理方式：歡迎張貼學術問卷，但問卷內容必須包含學校、學生姓名、指導教授等資訊，並且於張貼前需要向社團管理員（<http://azourl.com/?w2s3yi>）報備並經核可始可貼文，非學術問卷一律不准張貼，違者視同違反版規。（2015.04.27 修訂）

（四）除外條款：經由阿榮事先核可之文章除外，得以免除版規之規範。

（五）管理原則：管理員有權對於違反版規之文章或發言進行主觀之刪文，刪文前皆會進行截圖蒐證，並儲存於管理員專屬社團（不會公告），以維護管理之客觀性並避免紛爭。

（六）處罰方式：違反版規將刪文並封鎖您的社團帳戶，永久不得加入此社團。

三、社團成員知識分享

社團成員每天發問的人數並不一定，成員和管理員都很踴躍互相討論，幾乎有問必答協助解決每一個成員的問題，其討論狀況詳細如圖 3-3-1 及圖 3-3-2 所示，從圖 3-3-1 可知，成員郭 x 弘提出一個關於硬碟使用的問題，接著對硬碟方面有了解的成員就會在

下方留言開始進行知識分享的討論；而圖 3-3-2 則是，管理員阿榮分享一條有關輸入法的資訊連結，接著使用後有相關問題的成員，就可以在下方提問，同樣也會有其他成員或管理員做回應討論。



圖 3-3-1 成員討論狀況

圖 3-3-2 管理員分享連結

四、小結

資訊爆炸的時代，在網路搜尋軟硬體唾手可得，但是要搜尋到軟體有經過測試、資料來源正常的管道、沒有網路病毒、有教學介紹、種類又多的免費軟體\可攜式軟體，而且隨時最新軟體版本是十分不易的。輔仁大學生命活力新聞在 2011 年 1 月訪談阿榮福利味作者阿榮，提到常在網路上為尋找免費軟體來的人，只要搜尋列打上「免費軟體」四個字，前幾項就可以找到阿榮的部落格——「阿榮福利味」。跟其他介紹軟體的部落格不一樣的地方，是阿榮以「整理軟體資源」這個理念來經營「阿榮福利味」。無論是寫程式類的或是應用類的軟體都有明確的分類，網友要找最新的軟體下載十分便利。阿榮

的部落格中所介紹的每個免費軟體，一定都是他自己親身使用過，並且覺得好用的才會推薦大家使用，阿榮也鼓勵網友們使用正版軟體，寧可推薦大家使用免費的、好用的軟體，也不希望教大家如何破解正版軟體，然後偷偷摸摸的使用。阿榮福利味的站長林俊榮，以自身多年來對於免費軟體的經驗加以整理，積極分享免費軟體、維持更新，並已出版多本免費軟體資源的相關著作。不過，為了避免一些版權上的麻煩，他專門挑自己收藏的好用免費軟體來介紹，而不介紹共享軟體與商業軟體。

阿榮福利味部落格是一個擁有超過十年歷史的網站，從 2006 年 3 月 22 日成立至現在 2017 年，已成立 11 年，且作者阿榮至今接觸電腦已超過 20 年，他的 IT 經歷也很豐富，當過網站編輯、技術服務人員與系統工程師，擅長的技術包括 HTML、C 語言與軟體中文化。在 FB 擁有粉絲頁以及符合本研究定位擬探討的社團-阿榮福利味，自然成為本研究想要探討的社團，進一步去了解社團裡的成員是否將本身的活力應用到生活和工作上，且具備資訊素養的能力後，會增加知識分享的意願。

貳、抽樣設計

本研究因考量時間、成本等限制，採取網路問卷形式發放。網路問卷具有回收率高、研究設計彈性化、填寫不受調查時間限制、視覺化、減少人工 coding 作業、減少訪員干擾與能夠進行跨國調查等優點（林瑩貞，2007）。本研究問卷調查採取「便利抽樣」的方式，利用免費的 Google 網站問卷表單製成網路問卷，張貼至 FB 阿榮福利味社團、論文問卷互助會社團及研究生互助社團社團進行施測；同時，本研究亦採用「滾雪球抽樣」的方式，利用 Line 轉傳問卷，請收到問卷的受訪者將之轉傳給其他受訪者。為了提高問卷之填答率，本研究在受訪者填答結束後，留下 e-mail 或 FB 帳號聯絡資料可參加抽獎，獎勵為全聯禮卷壹佰元禮券和金士頓 16GB USB3.0 隨身碟，鼓勵 FB 使用者上網填寫，藉此提高問卷回收率。

第四節研究工具與方法

本研究採用問卷調查法，以問卷為研究工具，採量化問卷進行資料蒐集，參酌相關文獻探討界定研究變項之操作型定義，並參考相關研究的問卷及量表，加以修訂完成問卷。問卷初稿經過專家內容效度修正後完成預試問卷，經由預試問卷發放後，進行預試問卷分析，預試結果顯示問卷量表設計具有一定的信度及效度。最後根據預試結果並參酌指導教授之專業意見，進行部分修正後，編製成正式問卷量表。本節問卷編製流程，如圖 3-4-1 所示，詳細說明如下。

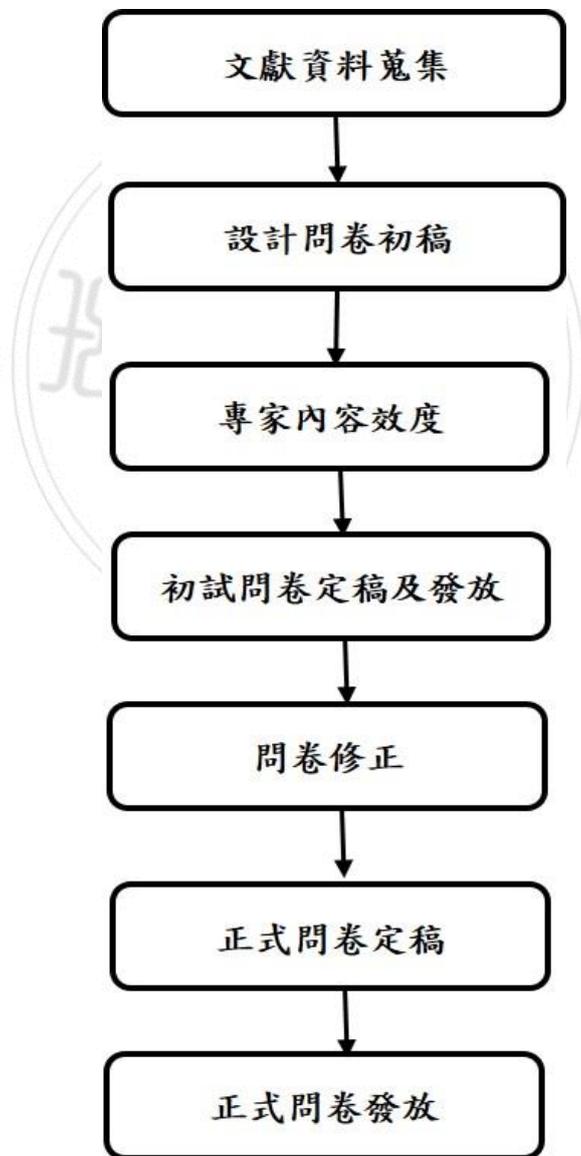


圖 3-4-1 問卷編製流程圖

壹、預試問卷編製

本研究之問卷使用為參考國內、外相關文獻學者進行資料彙整及問卷編製，問卷在正式發放之前，先做前測的預試分析後才正式發放問卷，以減少不必要的誤差。問卷中每一題的選項都個別計分，非常同意給五分，依此類推到非常不同意給一分。預試問卷內容共包括五大部分，第一部分是「成員個人背景變項」；第二部分是「個人生命活力量表」；第三部分是「個人資訊素養量表」；第四部分「個人社群環境量表」；第五部分「社團知識分享量表」。各量表來源及計分方式等均分述如下：

一、個人背景變項

為使受測者之個人背景變項能具有代表性及可適性，本研究參考相關文獻中最常被專家學者所採用之背景屬性項目具有顯著相關之變項，並考量研究個案之特性，所設計包含性別、年齡、教育程度、職業、每天上網平均時數、使用 FB 社團主要目的、使用 FB 社團平均頻率、使用 FB 社團平均瀏覽時間與是否為 FB 社團成員等九個變項，作為本研究個人背景變項架構，且皆為單選題，詳如圖 3-4-2 所示：



圖 3-4-2 個人背景變項架構圖

二、生命活力量表

本研究之工作活力量表係採用 Shirom(2005)所編製 SMVM 的工作活力量表，經翻譯成中文版量表。此量表共有三個構面 12 個題項，包括：身體強健為問卷的 1 至 5 題、認知活躍為問卷的 6 至 8 題及情緒能量為問卷的 9 至 12 題。考量社團成員的特性，參考陳慶瑜（2013）、李奇玫（2009）和吳偉琦（2007）所編製之問卷，發展出生命活力量表，共擬定 12 題。

初試問卷量表的填答方式採李克特氏七點尺度量表計分方式，依受測者對生命活力的實際認知加以填答，其選項分為：從未如此、非常少如此、很少如此、偶爾如此、有時如此、經常如此、總是如此等七個選項，計分時分別給予 1 分至 7 分計算。但在正試問卷時，為使本問卷在填答方式一致性更高，且盡量避免受測者需要注意填答範圍變化的不便，研究者依專家建議將量表計分由七點轉換成五點，選項改為：非常不同意、不同意、普通、同意、非常同意等五個選項，計分時分別給予 1 分至 5 分計算，量表的分數越高，則表示受測者有越高的生命活力；反之，分數越低，表示生命活力是不盡理想。如表 3-4-1 所示：

表 3-4-1 生命活力量表之題項

子構面名稱	題號	題項內容
身體強健	1.	我覺得充滿活力。
	2.	我覺得我體力很好。
	3.	我覺得精神狀況良好。
	4.	我覺得精力充沛。
	5.	我覺得有生命力。
認知活躍	6.	我覺得我思緒敏捷。
	7.	我覺得可以貢獻新的想法。
	8.	我覺得我具有創造力。
情緒能量	9.	我覺得能對同伴與朋友表現關懷。
	10.	我能敏銳感受到同伴與朋友的需要。
	11.	我覺得我能對同伴與朋友投入情感。
	12.	我覺得能對同伴與朋友有同理心。

三、資訊素養量表

本問卷的編製是依據 McClure(1994)所提出資訊素養的四個範疇：傳統素養、媒體素養、電腦素養及網路素養，考量社團成員的特性，並參考王建元（2008）所編製之問卷，發展出資訊素養量表，共擬定 20 題。

問卷量表的填答方式採李克特氏五點尺度量表計分方式，依受測者對資訊素養的實際認知，加以填答，其選項分為：非常不同意、不同意、普通、同意、非常同意等五個選項，計分時分別給予 1 分至 5 分計算，量表的分數越高，則表示受測者對資訊素養的認同感是越高的；反之，分數越低，表示資訊素養的認同感是不盡理想，如表 3-4-2 所示：

表 3-4-2 資訊素養量表之題項

子構面名稱	題號	題項內容
傳統素養	1.	我會將資料依內容屬性加以分門別類。
	2.	我會查詢各項行政法條及相關規定。
	3.	我會將搜尋而來的資料，加以組織成為有用的資訊。
	4.	我會注意報章雜誌的相關訊息。
	5.	我會參加相關新知快訊的座談會或演講。
電腦素養	6.	我能主動自我充實電腦資訊科技的相關訊息及知能。
	7.	我喜歡用電腦來處理事情。
	8.	當電腦故障時，我能做簡易維修排除故障。
	9.	我具有不錯的電腦相關知識。
	10.	我會自行搜尋有關電腦的新知。
網路素養	11.	我會每天上網掌握最新的訊息。
	12.	我會上網搜尋所需要的資料。
	13.	我會使用網路資源（如 E-mail、Line、FB 等）與人溝通並交換資訊。
	14.	我能透過網際網路，隨時掌握即時資訊。
	15.	我能從網路上所發表的內容，判斷真實或虛構的部份。
媒體素養	16.	我喜歡使用科技媒體工具。
	17.	我絕不仿冒，不複製有版權的媒體內容。

子構面名稱	題號	題項內容
	18.	我會操作各項科技媒體工具。
	19.	我常利用科技媒體工具。
	20.	我喜歡研究新推出的科技媒體產品。

四、社群環境量表

本問卷的編製是 Davis et al. (1989)所提出的科技接受模式中的認知易用性和認知有用性的量表和 Moore 與 Benbasat(1991)所發展的相容性量表，考量社團成員的特性，並參考江啟誠（2014）、戴澍煒（2013）、周廷斌（2006）所編製之問卷，發展出社群環境量表，共擬定 18 題。

問卷量表的填答方式採李克特氏五點尺度量表計分方式，依受測者對資訊素養的實際認知，加以填答，其選項分為：非常不同意、不同意、普通、同意、非常同意等五個選項，計分時分別給予 1 分至 5 分計算，量表的分數越高，則表示受測者對社群環境的認同感是越高的；反之，分數越低，表示社群環境的認同感是不盡理想，如表 3-4-3 所示：

表 3-4-3 社群環境量表之題項

子構面名稱	題號	題項內容
認知易用性	1.	我覺得利用 FB 社團環境來做知識分享或發問求解，相較於網路搜尋是容易的。
	2.	經由接觸瞭解後，我覺得學習使用 FB 社團環境的操作是容易的。
	3.	我認為使用 FB 社團環境來做張貼文章或發問求解的功能，是容易的。
	4.	在不知不覺中，我就學會了 FB 社團環境的基本操作程序。
	5.	經過親朋好友的教學示範後，我覺得不用花太多時間與精神，就能學會 FB 社團環境的基本操作程序和使用。
	6.	整體而言，我覺得使用 FB 社團環境中的各種功能做知識分享是容易的。
認知有用性	7.	我覺得在 FB 社團環境使用中，讓我可以和朋友分享資訊。例如：電腦軟體、生活資訊、軟體應用等。

子構面名稱	題號	題項內容
	8.	看看別人、想想自己，我覺得 FB 社團環境是個有用的交流社群平台。
	9.	我覺得使用 FB 社團環境，能讓我明確的發問或知識分享。
	10.	我覺得使用 FB 社團環境，能讓我更快速明白自己遇到的電腦問題。
	11.	我覺得使用 FB 社團環境，有助於表達或整理自己的想法。
	12.	整體而言，我覺得使用 FB 社團環境，對我的交友、知識分享、發問求解是有幫助的。
認知相容性	13.	當我以常用的網頁瀏覽器來操作 FB 社團時，可以感受到良好的順暢度。
	14.	在使用 FB 社團與人分享知識時，我覺得符合自己原來習慣的發文模式。
	15.	在使用 FB 社團與人分享知識時，我覺得相當契合自己發文的需求與想法。
	16.	在使用 FB 社團與人分享知識時，我感覺是合乎平常的操作習慣。
	17.	在使用 FB 社團與人分享知識時，是我喜歡的通訊方式。
	18.	整體而言，在使用 FB 社團與人分享知識時，我可以感受到 FB 社團可在各式瀏覽器上順暢操作。

五、社團知識分享量表

本研究之知識分享量表係採用 Liebowitz & Chen(2001)發展出一個專門衡量知識分享的指標，稱為知識分享效率指標(KSEI)，經林東清（2009）翻譯成中文版量表。此量表主要包括四個構面共 25 個題項，包括：溝通為問卷的 1 至 4 題、環境為問卷的 5 至 13 題、組織支援為問卷的 14 至 22 題及產出為問卷的 23 至 25 題。考量社團的特性，參考林東清（2009）和黃建智（2014）所編製之問卷，發展出知識分享量表，共擬定 25 題，用以瞭解目前社團成員對知識分享的認知與實施現況。

問卷量表填答方式採李克特氏五點尺度量表計分方式，依受測者對資訊素養的實際認知，加以填答，其選項分為：非常不同意、不同意、普通、同意、非常同意等五個選項，計分時分別給予 1 分至 5 分計算，量表的分數越高，則表示受測者對知識分享的認同感是越高的；反之，分數越低，表示知識分享的認同感是不盡理想，如表 3-4-4 所示：

表 3-4-4 知識分享量表之題項

子構面名稱	題號	題項內容
溝通	1.	社團內能夠在線上隨時取得重要的專業知識。
	2.	您常常收到社團組織傳送來重要的專業知識與新資訊。
	3.	您常常有時間與其他社團成員做非正式的聊天。
	4.	社團內的您時常將自我經驗利用（聲音、影像、文字）各種傳播媒介，分享知識給成員。
環境	5.	社團時常舉辦知識交流活動，讓您與社團其他成員接觸與知識交流。
	6.	社團內有保存（如：電腦問題解決方面）「成功案例」與（如：軟體方面）「使用經驗」的知識與環境。
	7.	社團內在知識的傳播上，有固定的知識傳承與學習制度或模式。
	8.	社團中關於知識的驗證、交流與教育等事務有專屬的相關組織或人員負責。
	9.	社團內（如：舉辦的活動）所有工作或活動的任務，大都是團隊合作式而非個人。
	10.	社團內主要的產品是具知識性的。
	11.	社團內有存在知識分享的「利他文化」，而非知識囤積的自私文化。
	12.	社團內的團隊成員都以共同的團隊目標為努力方向，而非自己的私利目標。
	13.	社團內建立「線上的討論平台」來讓成員交換知識意見。
組織支援	14.	您的付出與收穫／「知識分享能力」，對組織是很重要的指標。
	15.	社團提供充裕的資源來提供您的知識學習。
	16.	社團內隨時有系統地蒐集各種相關的成功、失敗案例。
	17.	社團內績效衡量指標有包括成員素質（如：專業知識的程度）、顧客資本（如：社團成員參與討論數）等無形的智慧資本（如：社團提供專業知識量）。
	18.	社團內有良好的資訊技術來支援知識分享。
	19.	社團內舉辦各種電腦相關的活動，所有成員都很投入。
	20.	社團內時常進行問卷調查，成員間是否彼此無私的協商合作而非勾心鬥角。
	21.	社團內時常有與其他社團之產品與服務的合作資訊內容。
	22.	社團內的活動規範與知識分類，有利於您與成員的接觸交流。
產出	23.	社團內儲存的知識被重複使用的機率很高。
	24.	社團通常能在 24 小時內，能將重要的新知識即時地分享給相關的成員。
	25.	社團內所發明或發現的產品與服務創新頻率很高。

貳、建構專家內容效度

建構良好之學者專家的內容效度，有助於測量工具之編製，對於將來研究的結果，才能令人信服。所以在初試問卷正式定稿與發放之前，與指導教授討論修正後，編製成專家問卷（如附錄一）。本專家問卷邀請兩位資訊管理領域之教授，進行內容效度與適切性的評鑑，本專家問卷之填答的反應項目為：符合、修正、刪除等三類，每題題目之下均有一空白列提供專家修正及建議敘述用，從問卷的題目設計、構面分類及字詞使用上之適當性與符合度，請專家逐一提供用字遣詞或刪除題項之修正意見，惠賜指正。

而後將附錄一專家提供的建議及題項適切性統整成表格（如附錄二），接著根據專家提供的寶貴意見對問卷初稿逐題加以修正，並與指導教授做最終討論，最後修正定稿成預試問卷（如附錄三）。

參、預試問卷實施與結果

一、預試實施

本研究問卷調查採便利抽樣法及滾雪球抽樣法，並以FB「阿榮福利味」社團的成員為預試對象，在前測樣本數方面，取該研究問卷最多題項之分量表的3至5倍人數為原則（邱皓政，2000；周立軒，2005）。本問卷初稿最多題項之「分量表」為9題，故前測數量應該約為27份至45份為原則。預試問卷回收84份，刪除無效問卷16份，有效問卷68份，有效問卷回收率81%。依據預試回收之有效問卷輸入電腦後，以Windows for SPSS 20.0 中文版統計套裝軟體進行統計分析，並根據結果修改為正式問卷。本研究採用項目分析法Cronbach's 係數（信度）與因素分析法（效度）考驗，並根據結果修改為正式問卷。實施時間：2016年7月2號至7月5號進行施測。實施方式：採google線上問卷填答的方式進行。

二、預試結果

（一）項目分析法

吳明隆與塗金堂（2008）指出，項目分析之目的在考驗量表題目鑑別度之高低，以作為選題之依據。本研究問卷採用內部一致性效標法與題目總分相關法與因素分析法來

進行項目分析。首先解釋方法之定義：

1.內部一致性效標法

內部一致性效標法又稱為極端組檢驗法，它最常用以檢驗李克特氏量表中的某些題項是否具有鑑別力的問題。採用「決斷值」檢定來決定題目的鑑別度（CR值），在檢定方法上採極端組T檢定法。先計算所有受試者在預試量表得分之總和，選取總和之得分前27%者為高分組，得分後27%者為低分組，來進行高低分組在某題得分平均數差異之顯著性檢定，即利用獨立T檢定，求出各題之T值作為決斷值，T值愈高代表題目之鑑別度愈好。當T值不顯著（ $p < 0.05$ ），則題項不具有鑑別度，應予以刪除（邱皓政，2006）。

2.題項總分相關法

透過「題項總分相關法」對初稿的資料檔進行信度分析，確認哪些不適宜的題項該被刪除。題項總分相關法將計算每一個個別題項與量表總分間的 Pearson 相關係數，並據以刪除與量表總分相關性較低的題項。邱皓政（2006）建議 Pearson 相關係數要在 0.3 以上，且需顯著時，才保留該題項。此外，當題項項目刪除時的 Cronbach's α 值欄位值大於量表信度時，則代表刪題後量表的信度提高，因此應刪除該題。

3.因素分析法

藉由因素負荷量來判斷個別題項與共同因素間的關係，進而刪除因素負荷量較低的題項。使用主成份分析知單一因素的原始負荷量來輔助判斷，由於只取一個因素時，共同性為因素負荷的平方，所以更嚴格的標準是共同性小於 0.3 的題項，將被刪除（邱皓政，2006）。

4.項目分析結果

(1) 生命力量表項目分析

生命力量表項目分析結果如表3-4-5所示，題項編號A1至C4的決斷值均達顯著，表示具有鑑別度。總相關係數均大於0.3，且因素負荷量的值皆大於0.3，所以量表題項均保留。

表 3-4-5 生命活力項目分析彙整表（資料來源：本研究整理）

題項編號	決斷值 (CR)	相關係數	項目刪除時的 Cronbach's α 值	因素負荷量	刪除否
A1	-6.954	0.861	0.957	0.79	
A2	-7.927	0.751	0.960	0.63	
A3	-5.914	0.816	0.959	0.73	
A4	-5.999	0.857	0.958	0.79	
A5	-7.423	0.868	0.957	0.80	
B1	-5.604	0.756	0.960	0.63	
B2	-8.559	0.798	0.959	0.69	
B3	-7.047	0.766	0.960	0.64	
C1	-5.983	0.817	0.959	0.72	
C2	-7.987	0.828	0.958	0.73	
C3	-5.593	0.810	0.959	0.71	
C4	-6.416	0.787	0.960	0.67	

(2) 資訊素養量表項目分析

資訊素養量表項目分析結果如表3-4-6所示，題項編號D2、D5、G2的決斷值不顯著，表示不具有鑑別度。因素負荷量題項D2、D5、G2值小於0.3，因此可考慮刪除這3個題項，且由項目刪除時的Cronbach's α 值得知，同樣題項D2、D5、G2刪除時量表的信度由0.941提高至0.946，因此將題項D2、D5、G2刪除。

表 3-4-6 資訊素養項目分析彙整表（資料來源：本研究整理）

題項編號	決斷值 (CR)	相關係數	項目刪除時的 Cronbach's α 值	因素負荷量	刪除否
D1	-4.051	0.565	0.939	0.352	
D2	-2.294	0.408	0.942	0.193	是
D3	-3.406	0.658	0.938	0.480	
D4	-5.052	0.632	0.938	0.440	
D5	-2.141	0.473	0.941	0.265	是
E1	-7.352	0.784	0.936	0.673	
E2	-8.246	0.795	0.935	0.686	
E3	-7.766	0.705	0.937	0.586	
E4	-6.460	0.757	0.936	0.646	
E5	-7.478	0.815	0.935	0.727	
F1	-9.665	0.681	0.937	0.512	
F2	-9.465	0.619	0.939	0.425	
F3	-6.405	0.530	0.940	0.318	
F4	-7.289	0.624	0.938	0.432	
F5	-3.951	0.566	0.939	0.374	
G1	-11.216	0.735	0.936	0.591	
G2	-2.579	0.311	0.944	0.118	是
G3	-7.003	0.832	0.935	0.754	
G4	-8.338	0.777	0.936	0.672	
G5	-4.789	0.687	0.937	0.550	

(3) 社群環境量表項目分析

社群環境量表項目分析結果如表3-4-7所示，題項編號H1至J6的決斷值均達顯著，表示具有鑑別度。總相關係數均大於0.3，且因素負荷量的值皆大於0.3，所以量表題項均保留。

表 3-4-7 社群環境項目分析彙整表（資料來源：本研究整理）

題項編號	決斷值 (CR)	相關係數	項目刪除時的 Cronbach's α 值	因素負荷量	刪除否
H1	-4.308	0.686	0.970	0.517	
H2	-7.174	0.769	0.969	0.630	
H3	-6.318	0.756	0.969	0.613	
H4	-12.077	0.846	0.968	0.751	
H5	-5.438	0.762	0.969	0.623	
H6	-7.560	0.808	0.969	0.695	
I1	-17.190	0.805	0.969	0.683	
I2	-7.943	0.712	0.970	0.551	
I3	-8.098	0.870	0.968	0.786	
I4	-7.000	0.822	0.968	0.715	
I5	-6.576	0.728	0.970	0.571	
I6	-9.441	0.801	0.969	0.676	
J1	-6.504	0.789	0.969	0.660	
J2	-6.856	0.849	0.968	0.757	
J3	-6.117	0.848	0.968	0.757	
J4	-7.048	0.806	0.969	0.687	
J5	-4.969	0.762	0.969	0.625	
J6	-16.138	0.845	0.968	0.752	

(4) 知識分享量表項目分析

知識分享量表項目分析結果如表3-4-8所示，題項M1的決斷值不顯著，題項較不具有鑑別度，應予以刪除，但於由刪除後量表信度沒有提高，因此該題項不刪除。題項編號K1至N36的總相關係數均大於0.3，且因素負荷量的值皆大於0.3，所以量表題項均保留。

表 3-4-8 知識分享項目分析彙整表（資料來源：本研究整理）

題項編號	決斷值 (CR)	相關係數	項目刪除時的 Cronbach's α 值	因素負荷量	刪除否
K1	-3.665	0.864	0.973	0.771	
K2	-3.092	0.781	0.974	0.642	
K3	-2.988	0.749	0.974	0.595	
K4	-3.668	0.785	0.974	0.650	
L1	-3.060	0.806	0.974	0.684	
L2	-3.159	0.780	0.974	0.640	
L3	-4.993	0.870	0.973	0.786	
L4	-4.172	0.835	0.974	0.729	
L5	-5.343	0.844	0.974	0.737	
L6	-4.171	0.770	0.974	0.616	
L7	-4.752	0.767	0.974	0.616	
L8	-5.234	0.739	0.974	0.573	
L9	-13.919	0.730	0.974	0.560	
M1	-1.259	0.749	0.974	0.593	
M2	-2.221	0.713	0.975	0.539	
M3	-2.041	0.783	0.974	0.650	
M4	-2.550	0.723	0.974	0.559	
M5	-2.714	0.773	0.974	0.622	
M6	-2.619	0.708	0.975	0.531	
M7	-4.154	0.760	0.974	0.610	
M8	-2.460	0.800	0.974	0.676	
M9	-2.041	0.751	0.974	0.597	
N1	-3.553	0.726	0.974	0.561	
N2	-3.715	0.747	0.974	0.589	
N3	-3.662	0.804	0.974	0.677	

(二) Cronbach's α 係數 (信度)

為確認量表是否具備良好信度，經過項目分析後，進一步實施各構面及總量表之信度分析，以Cronbach's α 係數的高低，來考驗問卷的內部一致性， α 係數愈高表示信度愈高。在信度係數的接受度上，因素構面的Cronbach's α 係數最好在0.70以上，若在0.60 以上勉強也可以接受。而總量表的Cronbach's α 係數最好在0.80以上，如果在0.90以上則信度更佳 (吳明隆、涂金堂，2008)。

各構面信度分析結果，由表3-4-9所示，在生命活力構面，Cronbach's α 係數介於為0.877~0.952之間，總量表的Cronbach's α 係數為0.962。在資訊素養構面，Cronbach's α 係數介於為0.759~0.922之間，總量表的Cronbach's α 係數為0.946。在社群環境構面，Cronbach's α 係數介於為0.911~0.934之間，總量表的Cronbach's α 係數為0.971。在知識分享構面，Cronbach's α 係數介於為0.893~0.951之間，總量表的Cronbach's α 係數為0.975。結果顯示本問卷有良好的信度且內部一致性高。

表 3-4-9 信度分析表 (資料來源：本研究整理)

構面	子構面	各構面 Cronbach's α 係數	總量表 Cronbach's α 係數
生命活力	身體強健	0.952	0.962
	認知活躍	0.877	
	情緒能量	0.935	
資訊素養	傳統素養	0.759	0.946
	電腦素養	0.922	
	網路素養	0.843	
	媒體素養	0.91	
社群環境	認知易用性	0.911	0.971
	認知有用性	0.923	
	認知相容性	0.934	
知識分享	溝通	0.926	0.975
	環境	0.951	
	組織支援	0.935	
	產出	0.893	

(三) 因素分析法 (效度)

建構效度係指問卷能測得抽象概念或特質的程度，常以因素分析(factor analysis)做為評估的依據，因素分析主要目的是用以認定心理學上的特質，藉著共同因素的發現而確定觀念的結構成分，根據共同的因素，我們可以知道測驗能有效測量的因素是哪些 (郭生玉，1989)。

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)及 Bartlett's 球形檢定，主要是測試樣本抽樣是否適當，根據 Kaiser(1974)提出的 KMO 決策標準，以評定樣本是否適合進行因素分析，KMO 值大於 0.5 或 Bartlett 球形檢定達顯著 ($p < 0.05$) 為檢驗標準，才值得進一步做因素分析，代表各選項間共同因素多，可形成一個因素。關於 KMO 決策的標準則如表 3-4-10 所示。

經過項目分析與 Cronbach's α 係數後，繼續進行主成分分析，以建構本研究問卷之內容效度。本研究採用主成份分析法萃取因素構面，以最大變異法(Varimax)正交轉軸萃取特徵值 (λ) ≥ 1 以上之因素，並選取因素負荷量設定在 0.5 以上之題目。運用因素分析法來刪除題項時，標準為因素負荷量須小於 0.5 的題項，此外，由於只取一個因素時，共同性為因素負荷的平方，所以更嚴格的標準是共同性小於 0.3 的題項，將被刪除 (邱皓政，2006)。

表 3-4-10 KMO 統計量決策標準表 (資料來源：Kaiser(1974))

KMO 係數大小	評定等第
0.94 以上	極佳(marvelous)
0.8 到 0.9	有價值(meritorious)
0.7 到 0.79	中度(middle)
0.6 到 0.69	普通(mediocre)
0.5 到 0.59	無價值(miserable)
0.5 以下	無法接受(unacceptable)

根據 KMO 評等方式，預試問卷四個構面 KMO 係數均為「有價值」。本研究之生命活力構面的 KMO 值為 0.909，Bartlett 的球形檢定卡方值為 886.013 ($p < 0.001$)，達顯著水準；資訊素養構面的 KMO 值為 0.882，Bartlett 的球形檢定卡方值為 951.058 ($p <$

0.001)，達顯著水準；社群環境構面的 KMO 值為 0.879，Bartlett 的球形檢定卡方值為 1276.711 ($p < 0.001$)，達顯著水準；社群環境構面的 KMO 值為 0.833，Bartlett 的球形檢定卡方值為 2116.685 ($p < 0.001$)，達顯著水準。由上述結果可知，兩項檢定均顯示本研究的樣本適合進行因素分析。且四個構面各題項因素負荷量皆達 0.5 以上、共同性皆達 0.3 以上，表示無須刪除任何題項。而四個構面之因素分析結果摘要表，則如表 3-4-11、表 3-4-12、表 3-4-13、表 3-4-14 及表 3-4-15 所示。

表 3-4-11 KMO 與 Bartlet T 檢定

構面	KMO 與 Bartlet T 檢定		
生命活力	Kaiser-Meyer-Olkin	取樣適切性量數。	0.909
	Bartlett 的球形檢定	近似卡方分配	886.013
		df	66
		顯著性	0.000
資訊素養	Kaiser-Meyer-Olkin	取樣適切性量數。	0.882
	Bartlett 的球形檢定	近似卡方分配	951.058
		df	136
		顯著性	0.000
社群環境	Kaiser-Meyer-Olkin	取樣適切性量數。	0.879
	Bartlett 的球形檢定	近似卡方分配	1276.711
		df	153
		顯著性	0.000
知識分享	Kaiser-Meyer-Olkin	取樣適切性量數。	0.833
	Bartlett 的球形檢定	近似卡方分配	2116.685
		df	300
		顯著性	0.000

表 3-4-12 生命活力因素分析摘要表 (資料來源：本研究整理)

因素名稱	題號	因素構面內容	因素負荷量	共同性	轉軸後平方負荷量		Cronbach's α 係數
					特徵值	解釋變異量 %	
身體強健	1.	我覺得充滿活力。	0.903	0.815	4.209	84.188	0.952
	2.	我覺得我體力很好。	0.890	0.792			
	3.	我覺得精神狀況良好。	0.913	0.834			
	4.	我覺得精力充沛。	0.940	0.884			
	5.	我覺得有生命力。	0.903	0.886			
認知活躍	6.	我覺得我思緒敏捷。	0.860	0.740	2.408	80.260	0.877
	7.	我覺得可以貢獻新的想法。	0.917	0.841			
	8.	我覺得我具有創造力。	0.909	0.827			
情緒能量	9.	我覺得能對同伴與朋友表現關懷。	0.915	0.837	3.357	83.927	0.935
	10.	我能敏銳感受到同伴與朋友的需要。	0.936	0.875			
	11.	我覺得我能對同伴與朋友投入情感。	0.912	0.831			
	12.	我覺得能對同伴與朋友有同理心。	0.902	0.814			

表 3-4-13 資訊素養因素分析摘要表（資料來源：本研究整理）

因素名稱	題號	因素構面內容	因素負荷量	共同性	轉軸後平方負荷量		Cronbach's α 係數
					特徵值	解釋變異量 %	
傳統素養	1.	我會將資料依內容屬性加以分門別類。	0.811	0.657	2.049	68.290	0.759
	2.	我會將搜尋而來的資料，加以組織成為有用的資訊。	0.832	0.691			
	3.	我會注意報章雜誌的相關訊息。	0.837	0.700			
電腦素養	4.	我能主動自我充實電腦資訊科技的相關訊息及知能。	0.842	0.709	3.841	76.822	0.922
	5.	我喜歡用電腦來處理事情。	0.845	0.715			
	6.	當電腦故障時，我能做簡易維修排除故障。	0.862	0.743			
	7.	我具有不錯的電腦相關知識。	0.916	0.839			
	8.	我會自行搜尋有關電腦的新知。	0.914	0.835			
網路素養	9.	我會每天上網掌握最新的訊息。	0.708	0.501	3.090	61.794	0.843
	10.	我會上網搜尋所需要的資料。	0.819	0.670			
	11.	我會使用網路資源（如 E-mail、Line、FB 等）與人溝通並交換資訊。	0.829	0.688			
	12.	我能透過網際網路，隨時掌握即時資訊。	0.885	0.783			
	13.	我能從網路上所發表的內容，判斷真實或虛構的部份。	0.670	0.448			
媒體素養	14.	我喜歡使用科技媒體工具。	0.828	0.686	3.169	79.215	0.91

因素名稱	題號	因素構面內容	因素負荷量	共同性	轉軸後平方負荷量		Cronbach's α 係數
					特徵值	解釋變異量 %	
	15.	我會操作各項科技媒體工具。	0.947	0.897			
	16.	我常利用科技媒體工具。	0.944	0.891			
	17.	我喜歡研究新推出的科技媒體產品。	0.833	0.694			

表 3-4-14 社群環境因素分析摘要表 (資料來源：本研究整理)

因素名稱	題號	因素構面內容	因素負荷量	共同性	轉軸後平方負荷量		Cronbach's α 係數
					特徵值	解釋變異量 %	
認知易用性	1.	我覺得利用 FB 社團環境來做知識分享或發問求解，相較於網路搜尋是容易的。	0.783	0.613	4.153	69.222	0.911
	2.	經由接觸瞭解後，我覺得學習使用 FB 社團環境的操作是容易的。	0.853	0.728			
	3.	我認為使用 FB 社團環境來做張貼文章或發問求解的功能，是容易的。	0.814	0.662			
	4.	在不知不覺中，我就學會了 FB 社團環境的基本操作程序。	0.871	0.759			
	5.	經過親朋好友的教學示範後，我覺得不用花太多時間與精神，就能學會 FB 社團環境的基本操作程序和使用。	0.825	0.680			
	6.	整體而言，我覺得使用 FB 社團環境中的各種功能做知識分享是容易的。	0.843	0.710			
認知有用性	7.	我覺得在 FB 社團環境使用中，讓我可以和朋友分享資訊。例如：電腦軟體、生活資訊、軟體應用等。	0.850	0.723	4.333	72.218	0.923
	8.	看看別人、想想自己，我覺得 FB 社團環境是個有用的交流社群平台。	0.803	0.644			
	9.	我覺得使用 FB 社團環境，能讓我明確的發問或知識分享。	0.874	0.764			
	10.	我覺得使用 FB 社團環境，能讓我更快速明白自己遇到的電腦問題。	0.859	0.738			

因素名稱	題號	因素構面內容	因素負荷量	共同性	轉軸後平方負荷量		Cronbach's α 係數
					特徵值	解釋變異量 %	
	11.	我覺得使用 FB 社團環境，有助於表達或整理自己的想法。	0.834	0.695			
	12.	整體而言，我覺得使用 FB 社團環境，對我的交友、知識分享、發問求解是有幫助的。	0.877	0.769			
認知相容性	13.	當我以常用的網頁瀏覽器來操作 FB 社團時，可以感受到良好的順暢度。	0.808	0.652	4.522	75.373	0.934
	14.	在使用 FB 社團與人分享知識時，我覺得符合自己原來習慣的發文模式。	0.899	0.808			
	15.	在使用 FB 社團與人分享知識時，我覺得相當契合自己發文的需求與想法。	0.889	0.790			
	16.	在使用 FB 社團與人分享知識時，我感覺是合乎平常的操作習慣。	0.863	0.745			
	17.	在使用 FB 社團與人分享知識時，是我喜歡的通訊方式。	0.846	0.716			
	18.	整體而言，在使用 FB 社團與人分享知識時，我可以感受到 FB 社團可在各式瀏覽器等上順暢操作。	0.900	0.810			

表 3-4-15 知識分享因素分析摘要表（資料來源：本研究整理）

因素名稱	題號	因素構面內容	因素負荷量	共同性	轉軸後平方負荷量		Cronbach's α 係數
					特徵值	解釋變異量 %	
溝通	1.	社團內能夠在線上隨時取得重要的專業知識。	0.886	0.784	3.301	82.532	0.926
	2.	您常常收到社團組織傳送來重要的專業知識與新資訊。	0.921	0.848			
	3.	您常常有時間與其他社團成員做非正式的聊天。	0.926	0.857			
	4.	社團內的您時常將自我經驗利用（聲音、影像、文字）各種傳播媒介，分	0.901	0.812			

因素名稱	題號	因素構面內容	因素負荷量	共同性	轉軸後平方負荷量		Cronbach's α 係數
					特徵值	解釋變異量 %	
		享知識給成員。					
環境	5.	社團時常舉辦知識交流活動，讓您與社團其他成員接觸與知識交流。	0.812	0.659	6.508	72.309	0.951
	6.	社團內有保存（如：電腦問題解決方面）「成功案例」與（如：軟體方面）「使用經驗」的知識與環境。	0.819	0.671			
	7.	社團內在知識的傳播上，有固定的知識傳承與學習制度或模式。	0.897	0.805			
	8.	社團中關於知識的驗證、交流與教育等事務有專屬的相關組織或人員負責。	0.878	0.770			
	9.	社團內（如：舉辦的活動）所有工作或活動的任務，大都是團隊合作式而非個人。	0.898	0.806			
	10.	社團內主要的產品是具知識性的。	0.834	0.695			
	11.	社團內有存在知識分享的「利他文化」，而非知識囤積的自私文化。	0.839	0.703			
	12.	社團內的團隊成員都以共同的團隊目標為努力方向，而非自己的私利目標。	0.862	0.743			
	13.	社團內建立「線上的討論平台」來讓成員交換知識意見。	0.809	0.655			
組織支援	14.	您的付出與收穫／「知識分享能力」，對組織是很重要的指標。	0.831	0.690	5.932	65.913	0.935
	15.	社團提供充裕的資源來提供您的知識學習。	0.825	0.680			
	16.	社團內隨時有系統地蒐集各種相關的成功、失敗案例。	0.831	0.691			
	17.	社團內績效衡量指標有包括成員素質（如：專業知識的程度）、顧客資本（如：社團成員參與討論數）等無形的智慧資本（如：社團提供專業知識量）。	0.794	0.631			
	18.	社團內有良好的資訊技術來支援知識分享。	0.798	0.636			

因素名稱	題號	因素構面內容	因素負荷量	共同性	轉軸後平方負荷量		Cronbach's α 係數
					特徵值	解釋變異量 %	
因素	19.	社團內舉辦各種電腦相關的活動，所有成員都很投入。	0.801	0.641			
	20.	社團內時常進行問卷調查，成員間是否彼此無私的協商合作而非勾心鬥角。	0.750	0.563			
	21.	社團內時常有與其他社團之產品與服務的合作資訊內容。	0.844	0.712			
	22.	社團內的活動規範與知識分類，有利於您與成員的接觸交流。	0.829	0.688			
產出	23.	您的付出與收穫／「知識分享能力」，對組織是很重要的指標。	0.906	0.821	2.475	82.486	0.893
	24.	社團提供充裕的資源來提供您的知識學習。	0.900	0.811			
	25.	社團內隨時有系統地蒐集各種相關的成功、失敗案例。	0.918	0.843			

第五節 資料處理與分析

關於資料處理與分析所使用的軟體工具，本研究採用 Windows SPSS20.0 中文版以及 Smart PLS3.0 作為資料分析之軟體工具。依照前章的研究目的與研究假設需要，將進行描述性統計、信度分析、效度分析、獨立樣本 T 檢定、單因子變異數分析與事後多重比較、皮爾森積差相關分析、PLS 結構方程模式，以上述資料分析結果，驗證本研究之假說，將各項分析之方式說明如下：

壹、描述性統計(Descriptive Statistics)

描述性統計主要針對研究樣本的基本變項，以次數分配、平均數、標準差、百分比等方法，以瞭解不同背景變項的成員在生命活力、資訊素養與社群環境對組織知識分享的現況。

貳、信度分析(Coefficient of Internal Consistency)

本研究採用 Cronbach's α (內部一致性係數)，來評估量表之內部一致性的程度。Cronbach's α 係數越大表示問卷各題項相關愈大，內部一致性愈高，測量的結果越能反應受試者的真實特徵，以及衡量出量表的可靠度、一致性的穩定性。信度係數最好在 0.70 以上，表示具足夠之穩定性 (吳明隆，2007)。

參、效度分析

效度分析指的是量表的正確性，有三個指標可以使用 (蕭文龍，2016)。

- 一、內容效度(Content validity)：量測的題項和數量要足以代表量測的概念。
- 二、收斂效度(Convergent validity)：量測相同構面問項間的相關性要高。
- 三、區別效度(Discriminate validity)：量測不同構面問項間的相關性要低。

使用因素分析可以用來檢驗問卷是否具有效度，使用主成份分析法，以了解問卷的

建構效度，將正式問卷各量表或構面，分構面單獨進行主成份分析法來萃取因素，萃取因素的準則為特徵值大於 1 之因素，當所有問項對應各個構面之因素負荷量高於 0.5，表示問卷具有建構效度，也顯示問卷有良好的效度（吳明隆，2003）。

四、獨立樣本 T 檢定(Independent-Samples T Test)

獨立樣本 T 檢定為一種平均數檢驗的方法，目的在於檢定抽樣自某兩個母體的獨立樣本，推論原本的兩個母體之平均值是否存在顯著性差異。本研究以 T 考驗，探討成員個人背景變項中的「性別」在「生命活力」、「資訊素養」、「社群環境」和「知識分享」是否有差異情形。

五、單因子變異數分析(One-Way ANOVA)及事後檢定法(Posteriori Comparisons)

費雪(Fisher, R.A.)所提出的單因子變異數分析，用來檢定三個或三個以上的樣本平均數之間是否有顯著差異。本研究使用單因子變異數分析檢定個人基本屬性變項中有三類或三類以上自變數的題項，以不同背景變項為自變項，以「生命活力」、「資訊素養」、「社群環境」和「知識分享」為依變項，進行變異數分析，分析後的結果若達顯著水準 ($P < 0.05$)，則表示該背景變項對於依變項具有顯著差異，再以雪費法進行事後比較，以檢定各組平均數相互之間的差異性。

六、皮爾森積差相關分析(Pearson Correlation)

皮爾森積差相關分析是用來探討兩個變數之間的關聯程度。本研究以皮爾森積差相關分析檢定，分析生命活力、資訊素養、社群環境及知識分享之各構面相互的關聯性。

七、偏最小平方法(Partial Least Squares, PLS)

結構方程模型(SEM)是一種融合因素分析和路徑分析的多元統計方法。利用對多變數間交互關係的定量研究來探索事物間的因果關係，並使用因果模型、路徑圖等來形式呈現此因果關係。本研究以偏最小平方法(Partial Least Squares)進行結構模型分析，用以測量各構面之因果關係。PLS 的優點有：能處理多個依變數與多個自變數、能克服多變

量共線性的問題、強健(robust)地處理干擾資料及遺失值、投入反應變項對潛在變項有很強的預測能力、可以同時處理反應性指標(reflective indicator)和形成性指標(formative indicator)、適用於小樣本、受資料分配的限制(Pirouz, 2006)。最小平方法(PLS)使用 Smart PLS 作為分析工具，Smart PLS 是偏最小二乘結構方程建模(PLS-SEM)的領先軟件工具之一。Smart PLS 3 是潛變量建模的里程碑。它將最先進的方法(例如：PLS-POS、IPMA、複雜引導程序)與易於使用和直觀的圖形用戶界面相結合。因此，本研究使用 Smart PLS 3.0 統計軟體作為結構方程分析的工具。



第四章研究結果分析與討論

本研究以 FB 阿榮福利味社團成員作為研究對象，正式問卷樣本數方面，Gorsuch(1983)建議樣本數最少為題項數的 5 倍，且要大於 100，才能進行因素分析。Comrey(1973)也提出樣本數在 100 以下不適合進行因素分析，一般進行因素分析的樣本最好能夠大於 300 (邱皓政，2006)。本研究題項數為 72 題，最少需發放 360 份問卷，研究調查共發放 370 份問卷，其中有 3 份問卷填答不完整及非社團成員有 38 份，全部問卷扣除無效問卷後共計有效問卷份數為 329 份，有效問卷率為 88.91%。

本章研究結果分析與討論分為：基本資料之分析、正試問卷的信效度分析、各變項之描述性統計分析、差異性分析與事後比較分析、相關分析、測量模式分析、結構模式分析共七節。

第一節基本資料之分析

根據問卷調查結果將 FB 阿榮福利味社團成員基本特性，如性別、年齡、教育程度、職業、平均每天使用 FB 的時數、使用阿榮福利味社團的主要目的、平均使用阿榮福利味社團的頻率、平均每天使用瀏覽阿榮福利味社團的時間及是否為阿榮福利味社團之成員共 9 個項目，分別整理陳述如下，並列於表 4-1-1。

壹、性別方面：

男性為 168 人，佔 51.1%，女性為 161 人，佔 48.9%。男性多於女性。

貳、年齡方面：

20 歲(含)以下 51 人，佔 15.5%；21 歲~30 歲 123 人，佔 37.4%；31 歲~40 歲 46 人，佔 14.0%；41 歲~50 歲 78 人，佔 23.7%；51 歲(含)以上 31 人，佔 9.4%。由年齡結果發現，其中以 21 歲~30 歲年齡層人數最多；最少的為 51 歲(含)以上年齡層者。

參、教育程度：

國中小 6 人，佔 1.8%；高中／職 53 人，佔 16.1%；專科 51 人，佔 15.5%；大學 160 人，佔 48.6%；碩士 56 人，佔 17%；博士 3 人，佔 0.9%。由教育程度結果發現，其中以大學／專程度人數最多，最少人數的為博士。

肆、職業方面：

軍公教 21 人，佔 6.4%；工、商業 54 人，佔 16.4%；服務業 61 人，佔 18.5%；學生 121 人，佔 36.8%；自由業 49 人，佔 14.9%；家管 14 人，佔 4.3%；其他 9 人，佔 2.7%。本研究所稱自由業乃指自由作家、自由記者等，沒有隸屬於任何公司或和特定公司簽訂專屬契約的職業型態。由職業結果發現，其中以學生所占人數最多，最少的為其他，占樣本總數之 2.7%。

伍、平均每天使用 FB 的時數：

2 小時（含）以下 88 人，佔 26.7%；2 小時以上～3 小時 85 人，佔 25.8%；3 小時以上～4 小時 79 人，佔 24.0%；4 小時以上～6 小時 49 人，佔 14.9%；6 小時（含）以上 28 人，佔 8.5%。由平均每天使用 FB 的時數結果發現，其中以 2 小時（含）以下所占人數最多，最少的為 6 小時（含）以上。

陸、使用阿榮福利味社團的主要目的：

瞭解成員實際使用各類軟體資訊 22 人，佔 6.7%；瞭解各式軟體相關資訊 153 人，佔 46.5%；討論 3C 產品（電腦及其週邊、手機或通訊產品、消費電子）相關資訊 126 人，佔 38.3%；與同好軟硬體技術交流 13 人，佔 4.0%；分享軟硬體優質文章 12 人，佔 3.6%，其他 3 人，佔 0.9%。由使用阿榮福利味社團的主要目的結果發現，其中以瞭解各式軟體相關資訊所占人數最多，占樣本總數之 46.5%；最少的為其他，占樣本總數之 0.9%。

柒、平均使用阿榮福利味社團的頻率：

每天都會使用有 72 人，佔 21.9%；1 至 2 天 77 人，佔 23.4%；3 至 4 天 43 人，佔 13.1%；5 至 6 天 38 人，佔 11.6%；一週或更久使用一次 99 人，佔 30.1%。由平均使用阿榮福利味社團的頻率結果發現，其中以一週或更久使用一次人數最多，佔 30.1%；最少的為 5 至 6 天，佔 11.6%。

捌、平均每天使用瀏覽阿榮福利味社團的時間：

未滿 30 分鐘 244 人，佔 74.2%；30 至 60 分鐘 62 人，佔 18.8%；1 小時至 2 小時 17 人，佔 5.2%；2 小時至 3 小時 1 人，佔 0.3%；3 小時以上 5 人，佔 1.5%。由平均每天使用瀏覽阿榮福利味社團的時間結果發現，其中以未滿 30 分鐘人數最多，佔 74.2%；最少的為 2 小時至 3 小時，佔 0.3%。

玖、是否為阿榮福利味社團：

總數是 329 人，佔 100%。由於探討對象為社團成員，因此分析前已先將非成員 38 人刪除。

表 4-1-1 基本資料分布情形（資料來源：本研究整理）

變項	項目	樣本人數(人) N=329	百分比 (%)	合計 (%)
性別	男	168	51.1	100
	女	161	48.9	
年齡	20 歲(含)以下	51	15.5	100
	21 歲~30 歲	123	37.4	
	31 歲~40 歲	46	14.0	
	41 歲~50 歲	78	23.7	
	51 歲(含)以上	31	9.4	
教育程度	國中小	6	1.8	100
	高中/職	53	16.1	
	專科	51	15.5	
	大學	160	48.6	

	碩士	56	17.0	
	博士	3	0.9	
職業	軍公教	21	6.4	100
	工、商業	54	16.4	
	服務業	61	18.5	
	學生	121	36.8	
	自由業	49	14.9	
	家管	14	4.3	
	其他	9	2.7	
平均每天使用 FB 的時數	2 小時 (含) 以下	88	26.7	100
	2 小時以上~3 小時	85	25.8	
	3 小時以上~4 小時	79	24.0	
	4 小時以上~6 小時	49	14.9	
	6 小時 (含) 以上	28	8.5	
使用阿榮福利味社團的主要目的	瞭解成員實際使用各類軟體資訊	22	6.7	100
	瞭解各式軟體相關資訊	153	46.5	
	討論 3C 產品 (電腦及其週邊、手機或通訊產品、消費電子) 相關資訊	126	38.3	
	與同好軟硬體技術交流	13	4.0	
	分享軟硬體優質文章	12	3.6	
	其他	3	0.9	
平均使用阿榮福利味社團的頻率	每天都會	72	21.9	100
	1 至 2 天	77	23.4	
	3 至 4 天	43	13.1	
	5 至 6 天	38	11.6	
	一週或更久使用一次	99	30.1	
平均每天使用瀏覽阿榮福利味社團的時間	未滿 30 分鐘	244	74.2	100
	30 至 60 分鐘	62	18.8	
	1 小時至 2 小時	17	5.2	
	2 小時至 3 小時	1	0.3	
	3 小時以上	5	1.5	
是否為阿榮福利味社團之成員	是	329	100	100
	否	0	0	

第二節正式問卷的信效度分析

壹、信度分析

信度分析在問卷的衡量上非常重要，可以衡量出問卷的可靠度、一致性與穩定度 (Kerlinger,1999)，採用內部一致性 Cronbach's α 係數進行分析。根據吳明隆（2007）分析學者對於信度的要求，認為各項度信度係數如果在 0.60~0.70 之間，還可以接受使用，而信度係數如果在 0.70 以上表示具足夠之穩定性。本研究各構面的 Cronbach's α 係數介於為 0.924~0.960 之間，總量表的 Cronbach's α 係數為 0.979，結果顯示本問卷有良好的信度且內部一致性高，相關生命活力、資訊素養與社群環境及知識分享之信度分析，如表 4-2-1 所示：

表 4-2-1 信度分析（資料來源：本研究整理）

構面	子構面	Cronbach's Alpha 係數	整體量 Cronbach's α 值
生命活力	身體強健	0.944	0.924
	認知活躍	0.813	
	情緒能量	0.889	
資訊素養	傳統素養	0.802	0.952
	電腦素養	0.900	
	網路素養	0.895	
	媒體素養	0.912	
社群環境	認知易用性	0.907	0.956
	認知有用性	0.901	
	認知相容性	0.898	
知識分享	溝通	0.787	0.960
	環境	0.920	
	組織支援	0.921	
	產出	0.822	
總量表 Cronbach's Alpha 值：0.979			

貳、效度分析

根據 Kaiser(1974)提出的 KMO 決策標準，以評定樣本是否適合進行因素分析，KMO 值大於 0.5 或 Bartlett 球形檢定達顯著 ($p < 0.05$) 為檢驗標準，才值得進一步做因素分析，代表各選項間共同因素多，可形成一個因素。

本研究採用主成份分析法，以了解問卷的建構效度，將正式問卷各量表或構面，分構面單獨進行主成份分析法來萃取因素，萃取因素的準則為特徵值大於 1 之因素，並選取因素負荷量高於 0.5 以上之題目（吳明隆，2003）。

根據 KMO 評等方式，預試問卷四個構面 KMO 係數均為「有價值」。本研究之生命活力構面的 KMO 值為 0.903，Bartlett 的球形檢定卡方值為 3187.327 ($p < 0.001$)，達顯著水準；資訊素養構面的 KMO 值為 0.941，Bartlett 的球形檢定卡方值為 4597.806 ($p < 0.001$)，達顯著水準；社群環境構面的 KMO 值為 0.958，Bartlett 的球形檢定卡方值為 4385.189 ($p < 0.001$)，達顯著水準；知識分享構面的 KMO 值為 0.952，Bartlett 的球形檢定卡方值為 6361.900 ($p < 0.001$)，達顯著水準，由上述結果可知，兩項檢定均顯示本研究的樣本適合進行因素分析，且四個構面各題項因素負荷量皆達 0.5 以上，表示無須刪除任何題項。詳見表 4-2-2、表 4-2-3、表 4-2-4、表 4-2-5、表 4-2-6。

表 4-2-2 KMO 與 Bartlet T 檢定

構面	KMO 與 Bartlet T 檢定		
生命活力	Kaiser-Meyer-Olkin Bartlett 的球形檢定	取樣適切性量數。 近似卡方分配 df 顯著性	0.903 3187.327 66 0.000
資訊素養	Kaiser-Meyer-Olkin Bartlett 的球形檢定	取樣適切性量數。 近似卡方分配 df 顯著性	0.941 4597.806 136 0.000
社群環境	Kaiser-Meyer-Olkin Bartlett 的球形檢定	取樣適切性量數。 近似卡方分配 df 顯著性	0.958 4385.189 153 0.000
知識分享	Kaiser-Meyer-Olkin Bartlett 的球形檢定	取樣適切性量數。 近似卡方分配 df 顯著性	0.952 6361.900 300 0.000

表 4-2-3 正式問卷信效度分析結果 (續)

量表	構面	題號	因素構面內容	因素負荷量	轉軸後平方負荷量		Cronbach's α 係數
					特徵值	解釋變異量 %	
生命活力	身體強健	1.	我覺得充滿活力。	0.910	4.086	81.722	0.944
		2.	我覺得我體力很好。	0.853			
		3.	我覺得精神狀況良好。	0.920			
		4.	我覺得精力充沛。	0.933			
		5.	我覺得有生命力。	0.903			
	認知活躍	6.	我覺得我思緒敏捷。	0.746	2.194	73.138	0.813
		7.	我覺得可以貢獻新的想法。	0.917			
		8.	我覺得我具有創造力。	0.892			
	情緒能量	9.	我覺得能對同伴與朋友表現關懷。	0.860	3.002	75.046	0.889
		10.	我能敏銳感受到同伴與朋友的需要。	0.802			
		11.	我覺得我能對同伴與朋友投入情感。	0.893			
		12.	我覺得能對同伴與朋友有同理心。	0.907			

表 4-2-4 正式問卷信效度分析結果 (續)

量表	構面	題號	因素構面內容	因素負荷量	轉軸後平方負荷量		Cronbach's α 係數
					特徵值	解釋變異量 %	
資訊素養	傳統素養	1.	我會將資料依內容屬性加以分門別類。	0.874	2.164	72.118	0.802
		2.	我會將搜尋而來的資料，加以組織成為有用的資訊。	0.912			
		3.	我會注意報章雜誌的相關訊息。	0.754			
	電腦素養	4.	我能主動自我充實電腦資訊科技的相關訊息及知能。	0.847	3.590	71.794	0.900
		5.	我喜歡用電腦來處理事情。	0.782			
		6.	當電腦故障時，我能做簡易維修排除故障。	0.882			
		7.	我具有不錯的電腦相關知識。	0.847			
		8.	我會自行搜尋有關電腦的新知。	0.875			
	網路素養	9.	我會每天上網掌握最新的訊息。	0.830	3.546	70.914	0.895
		10.	我會上網搜尋所需要的資料。	0.888			
		11.	我會使用網路資源 (如 E-mail、Line、FB 等) 與人溝通並交換資訊。	0.882			
		12.	我能透過網際網路，隨時掌握即時資訊。	0.903			
		13.	我能從網路上所發表的內容，判斷真實或虛構的部份。	0.690			
	媒體素養	14.	我喜歡使用科技媒體工具。	0.889	3.181	79.516	0.912
		15.	我會操作各項科技媒體工具。	0.898			
		16.	我常利用科技媒體工具。	0.916			
		17.	我喜歡研究新推出的科技媒體產品。	0.863			

表 4-2-5 正式問卷信效度分析結果 (續)

量表	構面	題號	因素構面內容	因素負荷量	轉軸後平方負荷量		Cronbach's α 係數
					特徵值	解釋變異量 %	
社群環境	認知易用性	1.	我覺得利用 FB 社團環境來做知識分享或發問求解,相較於網路搜尋是容易的。	0.787	4.111	68.514	0.907
		2.	經由接觸瞭解後,我覺得學習使用 FB 社團環境的操作是容易的。	0.852			
		3.	我認為使用 FB 社團環境來做張貼文章或發問求解的功能,是容易的。	0.809			
		4.	在不知不覺中,我就學會了 FB 社團環境的基本操作程序。	0.851			
		5.	經過親朋好友的教學示範後,我覺得不用花太多時間與精神,就能學會 FB 社團環境的基本操作程序和使用。	0.834			
		6.	整體而言,我覺得使用 FB 社團環境中的各種功能做知識分享是容易的。	0.833			
	認知有用性	7.	我覺得在 FB 社團環境使用中,讓我可以和朋友分享資訊。例如:電腦軟體、生活資訊、軟體應用等。	0.759	4.028	67.138	0.901
		8.	看看別人、想想自己,我覺得 FB 社團環境是個有用的交流社群平台。	0.773			
		9.	我覺得使用 FB 社團環境,能讓我明確的發問或知識分享。	0.826			
		10.	我覺得使用 FB 社團環境,能讓我更快速明白自己遇到的電腦問題。	0.857			
		11.	我覺得使用 FB 社團環境,有助於表達或整理自己的想法。	0.832			
		12.	整體而言,我覺得使用 FB 社團環境,對我的交友、知識分享、發問求解是有幫助的。	0.864			
	認知相容性	13.	當我以常用的網頁瀏覽器來操作 FB 社團時,可以感受到良好的順暢度。	0.694	4.004	66.735	0.898
		14.	在使用 FB 社團與人分享知識時,我覺得符合自己原來習慣的發文模式。	0.845			
		15.	在使用 FB 社團與人分享知識時,我覺得相當契合自己發文的需求與想法。	0.852			

量表	構面	題號	因素構面內容	因素負荷量	轉軸後平方負荷量		Cronbach's α 係數
					特徵值	解釋變異量 %	
		16.	在使用 FB 社團與人分享知識時，我感覺是合乎平常的操作習慣。	0.854			
		17.	在使用 FB 社團與人分享知識時，是我喜歡的通訊方式。	0.837			
		18.	整體而言，在使用 FB 社團與人分享知識時，我可以感受到 FB 社團可在各式瀏覽器上順暢操作。	0.808			

表 4-2-6 正式問卷信效度分析結果 (續)

量表	構面	題號	因素構面內容	因素負荷量	轉軸後平方負荷量		Cronbach's α 係數
					特徵值	解釋變異量 %	
知識分享	溝通	1.	社團內能夠在線上隨時取得重要的專業知識。	0.668	2.459	61.477	0.787
		2.	您常常收到社團組織傳送來重要的專業知識與新資訊。	0.784			
		3.	您常常有時間與其他社團成員做非正式的聊天。	0.853			
		4.	社團內的您時常將自我經驗利用 (聲音、影像、文字) 各種傳播媒介, 分享知識給成員。	0.819			
	環境	5.	社團時常舉辦知識交流活動, 讓您與社團其他成員接觸與知識交流。	0.730	5.501	61.124	0.920
		6.	社團內有保存 (如: 電腦問題解決方面) 「成功案例」與 (如: 軟體方面) 「使用經驗」的知識與環境。	0.793			
		7.	社團內在知識的傳播上, 有固定的知識傳承與學習制度或模式。	0.831			
		8.	社團中關於知識的驗證、交流與教育等事務有專屬的相關組織或人員負責。	0.783			
		9.	社團內 (如: 舉辦的活動) 所有工作或活動的任務, 大都是團隊合作式而非個人。	0.813			
		10.	社團內主要的產品是具知識性的。	0.806			
		11.	社團內有存在知識分享的「利他文化」, 而非知識囤積的自私文化。	0.696			

量表	構面	題號	因素構面內容	因素負荷量	轉軸後平方負荷量		Cronbach's α 係數
					特徵值	解釋變異量 %	
組織支援		12.	社團內的團隊成員都以共同的團隊目標為努力方向，而非自己的私利目標。	0.777	5.535	61.496	0.921
		13.	社團內建立「線上的討論平台」來讓成員交換知識意見。	0.798			
		14.	您的付出與收穫／「知識分享能力」，對組織是很重要的指標。	0.700			
		15.	社團提供充裕的資源來提供您的知識學習。	0.809			
		16.	社團內隨時有系統地蒐集各種相關的成功、失敗案例。	0.776			
		17.	社團內績效衡量指標有包括成員素質（如：專業知識的程度）、顧客資本（如：社團成員參與討論數）等無形的智慧資本（如：社團提供專業知識量）。	0.826			
		18.	社團內有良好的資訊技術來支援知識分享。	0.768			
		19.	社團內舉辦各種電腦相關的活動，所有成員都很投入。	0.801			
		20.	社團內時常進行問卷調查，成員間是否彼此無私的協商合作而非勾心鬥角。	0.729			
		21.	社團內時常有與其他社團之產品與服務的合作資訊內容。	0.780			
		22.	社團內的活動規範與知識分類，有利於您與成員的接觸交流。	0.857			
產出		23.	您的付出與收穫／「知識分享能力」，對組織是很重要的指標。	0.820	2.213	73.757	0.822
		24.	社團提供充裕的資源來提供您的知識學習。	0.862			
		25.	社團內隨時有系統地蒐集各種相關的成功、失敗案例。	0.893			

第三節各變項之描述性統計分析

本節依據問卷調查所得資料進行統計分析，以瞭解社團成員對於生命活力、資訊素養、社群環境與知識分享之現況。其中生命活力分為身體強健、認知活躍及情緒能量等三個變項；資訊素養分為傳統素養、電腦素養、網路素養、與媒體素養等四個變項；社群環境分為認知易用性、認知有用性及認知相容性三個變項；知識分享分為溝通、環境、組織支援及產出等四個變項。

而本問卷調查係採李克特五點式量表，以 1 分至 5 分表示符合之程度，並以平均數及標準差呈現。本量表平均值為 3 分，高於平均值代表符合程度較高，低於平均值代表符合程度較低，本研究採描述性統計分析各層面之平均值與標準差，分析如下：

壹、生命活力之現況分析

表 4-3-1 根據 329 位樣本社團成員填答結果，採描述性統計分析生命活力的三個子構面，分別為身體強健、認知活躍與情緒能量之平均數與標準差，共有 12 個衡量題目。從平均得分觀之，社團成員的生命活力情形，其各子構面平均數介於 3.68~4.19 之間，其中情緒能量子構面的平均分數最高為 4.19，其餘各子構面的平均分數依高低順序為身體強健及認知活躍。

就整體的生命活力來看，認同度最高前三名全部皆為情緒能量子構面中的題項，分別為「我覺得能對同伴與朋友有同理心」、「我覺得我能對同伴與朋友投入情感」及「我覺得能對同伴與朋友表現關懷」，而認同度較低的後三名，最低為認知活躍子構面的題項「我覺得我具有創造力」，其次為同認知活躍子構面的題項「我覺得可以貢獻新的想法」，再來為身體強健子構面的題項「我覺得我體力很好」。

就整體的生命活力來看，平均分數為 3.94 高於中間值，顯示社團成員在生命活力的情形屬於中上程度。

表 4-3-1 個人生命活力構面現況分析摘要表

題號	構面	問項	平均數	標準差	構面排序	總排序	構面平均
1	身體強健	我覺得充滿活力	3.91	0.903	3	7	3.89
2		我覺得我體力很好	3.67	0.948	5	10	
3		我覺得精神狀況良好	3.93	0.989	2	6	
4		我覺得精力充沛	3.88	0.973	4	8	
5		我覺得有生命力	4.04	0.993	1	4	
6	認知活躍	我覺得我思緒敏捷	3.85	0.794	1	9	3.68
7		我覺得可以貢獻新的想法	3.64	0.803	2	11	
8		我覺得我具有創造力	3.55	0.875	3	12	
9	情緒能量	我覺得能對同伴與朋友表現關懷	4.18	0.761	3	3	4.19
10		我能敏銳感受到同伴與朋友的需要	4	0.726	4	5	
11		我覺得我能對同伴與朋友投入情感	4.24	0.762	2	2	
12		我覺得能對同伴與朋友有同理心	4.34	0.784	1	1	
<p>➤ 整體生命活力構面（身體強健、認知活躍和情緒能量）的總平均為 3.94。</p>							

貳、資訊素養之現況分析

表 4-3-2 根據 329 位樣本社團成員填答結果，採描述性統計分析資訊素養的四個子構面，分別為傳統素養、電腦素養、網路素養與媒體素養之平均數與標準差，共有 17 個衡量題目。從平均得分觀之，社團成員的資訊素養情形，其各子構面平均數介於 3.81~4.21 之間，其中網路素養子構面的平均分數最高為 4.21，其餘各子構面的平均分數依高低順序為網路素養、傳統素養及電腦素養。

就整體的資訊素養來看，認同度最高前三名全部皆為網路素養子構面中的題項，分別為「我會使用網路資源（如 E-mail、Line、FB 等）與人溝通並交換資訊」、「我會上網搜尋所需要的資料」及「我能透過網際網路，隨時掌握即時資訊」，而認同度較低的後三名，最低為電腦素養子構面的題項「我具有不錯的電腦相關知識」，其次為同「電腦素養」子構面的題項「當電腦故障時，我能做簡易維修排除故障」，再來為「媒體素養」子構面的題項「我會操作各項科技媒體工具」。綜合整體資訊素養的情況而言，平均分數為 3.81 高於中間值，顯示社團成員在資訊素養的情形屬於中上程度。

表 4-3-2 個人資訊素養構面現況分析摘要表

題號	構面	問項	平均數	標準差	構面排序	總排序	構面平均
1	傳統素養	我會將資料依內容屬性加以分門別類	4.04	0.790	2	8	4.07
2		我會將搜尋而來的資料，加以組織成為有用的資訊	4.04	0.780	3	9	
3		我會注意報章雜誌的相關訊息	4.13	0.808	1	5	
4	電腦素養	我能主動自我充實電腦資訊科技的相關訊息及知能	4.02	0.821	2	10	3.81
5		我喜歡用電腦來處理事情	4.23	0.837	1	4	
6		當電腦故障時，我能做簡易維修排除故障	3.61	1.031	4	16	
7		我具有不錯的電腦相關知識	3.32	1.002	5	17	
8		我會自行搜尋有關電腦的新知	3.90	0.869	3	11	
9	網路素養	我會每天上網掌握最新的訊息	4.12	0.815	4	6	4.21
10		我會上網搜尋所需要的資料	4.41	0.760	2	2	
11		我會使用網路資源（如 E-mail、Line、FB 等）與人溝通並交換資訊	4.43	0.786	1	1	
12		我能透過網際網路，隨時掌握即時資訊	4.30	0.780	3	3	
13		我能從網路上所發表的內容，判斷真實或虛構的部份	3.79	0.770	5	14	
14	媒體素養	我喜歡使用科技媒體工具	4.09	0.840	1	7	3.88
15		我會操作各項科技媒體工具	3.66	0.838	4	15	
16		我常利用科技媒體工具	3.87	0.924	3	13	
17		我喜歡研究新推出的科技媒體產品	3.90	0.953	2	12	
<p>➤ 整體資訊素養構面（傳統素養、電腦素養、網路素養與媒體素養）的總平均為 3.99。</p>							

參、社群環境之現況分析

表 4-3-3 根據 329 位樣本社團成員填答結果，採描述性統計分析設社群環境的三個子構面，分別為認知易用性、認知有用性與認知相容性之平均數與標準差，共有 18 個衡量題目。從平均得分觀之，社團成員的社群環境情形，其各子構面平均數介於 3.916 ~4.112 之間，其中認知易用性子構面的平均分數最高為 4.112，其餘各子構面的平均分數依高低順序為認知有用性及認知相容性。

就整體的社群環境來看，認同度最高前三名全部皆為認知易用性子構面中的題項，分別為「在不知不覺中，我就學會了 FB 社團環境的基本操作程序」、「經過親朋好友的教學示範後，我覺得不用花太多時間與精神，就能學會 FB 社團環境的基本操作程序和使用」及「整體而言，我覺得使用 FB 社團環境中的各種功能做知識分享是容易的」，而認同度較低的後三名全部皆為認知相容性子構面的題項「整體而言，在使用 FB 社團與人分享知識時，我可以感受到 FB 社團可在各式瀏覽器上順暢操作」、「在使用 FB 社團與人分享知識時，我覺得相當契合自己發文的需求與想法」及「在使用 FB 社團與人分享知識時，我覺得符合自己原來習慣的發文模式」。綜合整體社群環境的情況而言，平均分數為 4.04 高於中間值，顯示社團成員在社群環境的情形屬於中上程度。

表 4-3-3 個人對社群環境構面現況分析摘要表

題號	構面	問項	平均數	標準差	構面排序	總排序	構面平均
1	認知易用性	我覺得利用 FB 社團環境來做知識分享或發問求解，相較於網路搜尋是容易的	3.90	0.807	6	15	4.11
2		經由接觸瞭解後，我覺得學習使用 FB 社團環境的操作是容易的	4.06	0.719	4	8	
3		我認為使用 FB 社團環境來做張貼文章或發問求解的功能，是容易的	3.95	0.745	5	11	
4		在不知不覺中，我就學會了 FB 社團環境的基本操作程序	4.29	0.754	1	1	
5		經過親朋好友的教學示範後，我覺得不用花太多時間與精神，就能學會 FB 社團環境的基本操作程序和使用	4.27	0.824	2	2	
6		整體而言，我覺得使用 FB 社團環境中的各種功能做知識分享是容易的	4.20	0.722	3	3	

題號	構面	問項	平均數	標準差	構面排序	總排序	構面平均
7	認知有用性	我覺得在 FB 社團環境使用中，讓我可以和朋友分享資訊。例如：電腦軟體、生活資訊、軟體應用等	4.19	0.689	2	5	4.10
8		看看別人、想想自己，我覺得 FB 社團環境是個有用的交流社群平台	4.00	0.665	5	10	
9		我覺得使用 FB 社團環境，能讓我明確的發問或知識分享	4.15	0.719	4	7	
10		我覺得使用 FB 社團環境，能讓我更快速明白自己遇到的電腦問題	4.16	0.884	3	6	
11		我覺得使用 FB 社團環境，有助於表達或整理自己的想法	3.93	0.774	6	12	
12		整體而言，我覺得使用 FB 社團環境，對我的交友、知識分享、發問求解是有幫助的	4.20	0.794	1	4	
13	認知相容性	當我以常用的網頁瀏覽器來操作 FB 社團時，可以感受到良好的順暢度	3.93	0.668	2	13	3.92
14		在使用 FB 社團與人分享知識時，我覺得符合自己原來習慣的發文模式	3.88	0.787	4	16	
15		在使用 FB 社團與人分享知識時，我覺得相當契合自己發文的需求與想法	3.88	0.769	5	17	
16		在使用 FB 社團與人分享知識時，我感覺是合乎平常的操作習慣	3.92	0.759	3	14	
17		在使用 FB 社團與人分享知識時，是我喜歡的通訊方式	4.02	0.935	1	9	
18		整體而言，在使用 FB 社團與人分享知識時，我可以感受到 FB 社團可在各式瀏覽器上順暢操作	3.88	0.749	5	17	
<p>➤ 整體社群環境構面（知覺易用性、知覺有用性與知覺相容性）的總平均為 4.04。</p>							

肆、知識分享之現況分析

表 4-3-4 根據 329 位樣本社團成員填答結果，採描述性統計分析知識分享的四個子構面，分別為溝通、環境、組織支援與產出之平均數與標準差，共有 25 個衡量題目。從平均得分觀之，社團成員的資訊素養情形，其各子構面平均數介於 3.47~3.89 之間，其中產出子構面的平均分數最高為 3.89，其餘各子構面的平均分數依高低順序為「環境、組織支援及溝通」。

就整體的知識分享來看，認同度最高前兩名皆為環境子構面中的題項，分別為「社團內建立「線上的討論平台」來讓成員交換知識意見」及「社團內主要的產品是具知識性的」，再來為組織支援子構面的題項「社團內有良好的資訊技術來支援知識分享」，而認同度較低的後三名，最低為溝通子構面的題項「您常常有時間與其他社團成員做非正式的聊天」，其次為同溝通子構面的題項「社團內的您時常將自我經驗利用（聲音、影像、文字）各種傳播媒介，分享知識給成員」，再來為組織支援子構面的題項「您的付出與收穫／「知識分享能力」，對組織是很重要的指標。綜合整體知識分享的情況而言，平均分數為 3.76 介於中間值，顯示社團成員在資訊素養的情形屬於中程度。

表 4-3-4 社團知識分享構面現況分析摘要表

題號	構面	問項	平均數	標準差	構面排序	總排序	構面平均
1	溝通	社團內能夠在線上隨時取得重要的專業知識	4.06	0.841	1	4	3.47
2		您常常收到社團組織傳送來重要的專業知識與新資訊	3.63	0.798	2	18	
3		您常常有時間與其他社團成員做非正式的聊天	3.07	1.037	4	25	
4		社團內的您時常將自我經驗利用（聲音、影像、文字）各種傳播媒介，分享知識給成員	3.11	1.085	3	24	
5	環境	社團時常舉辦知識交流活動，讓您與社團其他成員接觸與知識交流	3.55	0.787	9	22	3.84
6		社團內有保存（如：電腦問題解決方面）「成功案例」與（如：軟體方面）「使用經驗」的知識與環境	3.93	0.776	4	8	
7		社團內在知識的傳播上，有固定的知識傳承與學習制度或模式	3.81	0.799	5	12	
8		社團中關於知識的驗證、交流與教育等事務有專屬的相關組織或人員負責	3.97	0.895	3	7	
9		社團內（如：舉辦的活動）所有工作或活動的任務，大都是團隊合作式而非個人	3.63	0.763	8	17	
10		社團內主要的產品是具知識性的	4.07	0.829	2	2	

題號	構面	問項	平均數	標準差	構面排序	總排序	構面平均
11		社團內有存在知識分享的「利他文化」，而非知識囤積的自私文化	3.79	0.738	6	13	
12		社團內的團隊成員都以共同的團隊目標為努力方向，而非自己的私利目標	3.76	0.738	7	14	
13		社團內建立「線上的討論平台」來讓成員交換知識意見	4.09	0.744	1	1	
14	組織支援	您的付出與收穫／「知識分享能力」，對組織是很重要的指標	3.54	0.796	9	23	3.75
15		社團提供充裕的資源來提供您的知識學習	3.99	0.792	2	6	
16		社團內隨時有系統地蒐集各種相關的成功、失敗案例	3.57	0.755	8	21	
17		社團內績效衡量指標有包括成員素質（如：專業知識的程度）、顧客資本（如：社團成員參與討論數）等無形的智慧資本（如：社團提供專業知識量）	3.90	0.779	3	9	
18		社團內有良好的資訊技術來支援知識分享	4.07	0.794	1	3	
19		社團內舉辦各種電腦相關的活動，所有成員都很投入	3.60	0.790	6	19	
20		社團內時常進行問卷調查，成員間是否彼此無私的協商合作而非勾心鬥角	3.58	0.823	7	20	
21		社團內時常有與其他社團之產品與服務的合作資訊內容	3.67	0.773	5	16	
22		社團內的活動規範與知識分類，有利於您與成員的接觸交流	3.86	0.799	4	11	
23		產出	社團內儲存的知識被重複使用的機率很高	3.74	0.721	3	
24	社團通常能在 24 小時內，能將重要的新知識即時地分享給相關的成員		4.05	0.785	1	5	
25	社團內所發明或發現的產品與服務創新頻率很高		3.87	0.785	2	10	
<p>► 整體知識分享構面（溝通、環境、組織支援與產出）的總平均為 3.76。</p>							

伍、綜合討論

綜合上述結果，以生命活力、資訊素養與社群環境對組織知識分享影響之現況分析如下：

一、成員在生命活力之現況分析

從研究資料分析結果發現，社團成員在生命活力的情形屬於中上程度，以情緒能量之子構面的分數最高，顯示在社團成員裡大學學生佔大多數，所以成員都認同自己能敏銳感受到同伴與朋友的需要，並且能夠對同伴與朋友表現關懷、投入情感及有同理心，此結果與吳慧君（2010）一致。

另外，在認知活躍子構面得分較低，比較缺乏思緒敏捷、貢獻新的想法及創造力。可能是因為嚴格的義務制教育，從小就按部就班地教學、輔導，限制了孩子們思維的開拓，並且在功利主義下成長，從而導致創造力的缺失。

二、成員在資訊素養之現況分析

從研究資料分析結果發現，社團成員在資訊素養的情形屬於中上程度。以網路素養之子構面的分數最高，顯示社團成員可以上網掌握最新的即時訊息，上網搜尋所需要的資料時，網路上所發表的內容，也可以判斷真實或虛構的部份，並且會使用網路資源（如 E-mail、Line、FB 等）與人溝通並交換資訊。

另外，在電腦素養子構面得分較低，顯示社團成員雖然喜歡用電腦來處理事情，但在比較專業的電腦維修及電腦相關知識就比較不足，也比較被動去追求有關電腦的新知及訊息，因此大多成員都再遇到電腦相關問題，才會來社團尋求解答。

整體可能原因可能是，國家發展委員會 2017 年初公布最新調查，2016 年國內 12 歲以上民眾的電腦使用率（77.7%）已連續兩年下滑，更首度被手機上網率（79.7%）超越，主因是高齡世代略過電腦，直接由手機或平板上網狀況增加。隨著行動載具的普及，有愈來愈多國人略過使用門檻較高的電腦，轉而利用操作較簡易的手機直接進入網路世界。

三、成員在社群環境之現況分析

從研究資料分析結果發現，社團成員在社群環境的情形屬於中上程度。以認知易用性之子構面的分數最高，顯示成員可以經過親朋好友的教學示範或自己摸索後，不用花太多時間與精神，就能學會 FB 社團環境的基本操作程序和使用，也感覺 FB 社團環境的操作是容易的，可能是因為成員大多為學生，而且現在全台各地都有長青學苑或是社區大學在開電腦課程，因此在學習和使用 FB 社團環境的操作，會變比較容易。

另外，在認知相容性子構面得分較低，可能是因為成員雖然喜歡使用 FB 社團與人分享知識，但大多數的人，還是習慣在自己的版面，去做生活、心情及娛樂的發表，在社團裡面發文也有規定須要遵守，因此比較無法符合自己發文的需求與想法。整體而言，當我以常用的網頁瀏覽器來操作 FB 社團時，可以感受到良好的順暢度。

四、成員在知識分享之現況分析

從研究資料分析結果發現，社團成員在資訊素養的情形屬於中程度。以產出之子構面的分數最高，顯示社團成員所詢問的問題，都能在社團中搜尋到解答，因此社團內儲存的知識被重複使用的機率很高。社團的版主都會立刻將重要的新知識，即時地分享給成員瞭解，並且社團服務創新頻率很高，例如：2017 年 5 月嚴重的資安問題，WannaCry（想哭）勒索病毒一出現，版主立刻提供最新的解決方法，並且當社員有提供新方法時，有其他團隊人員會先去測試後，才更新資訊。

另外，在溝通子構面得分較低，可能是因為受測的成員大多都是去社團取得新的專業知識，社團所發問的問題如果不是資訊背景的人，可能較難回答，所以以發問為主，社團成員彼此都不熟悉，所以很少做非正式的聊天。

第四節差異性分析與事後比較分析

本節利用獨立樣本 T 檢定或單因子變異數分析法來探討不同人口背景變項，包括成員性別、年齡、教育程度、職業、每天上網平均時數、使用 FB 社團平均頻率與使用 FB 社團平均瀏覽時間等八個變項，對於成員的生命活力、資訊素養、社群環境與知識分享等構面之差異情形，若單因子變異數分析的 F 檢定達顯著水準，則再以雪費法(Scheffe)進行事後檢定，以了解不同組別間的差異情形。

壹、不同背景變項之社團成員對於生命活力之差異分析

一、不同性別的成員對於生命活力之差異分析

茲以性別為自變項，以生命活力整體及各構面（身體強健、情緒能量、認知活躍）為依變項，進行獨立 T 檢定分析，以了解不同性別之成員對於生命活力整體及各構面得分的差異情形。由表 4-4-1 得知不同性別成員對於生命活力各構面中，就只有「情緒能量」變項沒有達到顯著差異水準（ $p < 0.05$ ）的構面。而不同性別的成員在「身體強健」（ $t = -2.575^*$ ）、「認知活躍」（ $t = -3.263^{**}$ ）及整體生命活力（ $t = -2.230^*$ ）皆有顯著性差異，男性在這三個構面的認知低於女生。另外，從平均數來看，女性在「身體強健」、「認知活躍」、「整體生命活力」三變項高於男性，可見得女性在生命活力中明顯的高於男性在生命活力認知程度。

全體受訪者中，男性為 168 位，女性為 161 位。男性成員感受皆低於女生成員。此結果與吳偉琦（2007）結果不一致。就本研究而言，女性成員的生命活力高於男性成員，男性和女性的人數只有七位的差異，其原因可能是，在這次調查裡，女生的體力和精神狀況都不錯，女生通常比男生細心，容易觀察到身邊同事或朋友的狀態，也比較有耐心去聆聽朋友說話，因此較容易具有同理心和關懷朋友。由以上研究結果可知性別與生命活力有部分顯著差異，部分獲得支持。

表 4-4-1 不同性別成員對於生命活力之獨立 T 檢定摘要表

構面	代號	性別	人數	平均數	標準差	t 值	顯著性	事後比較
身體強健	a	男	168	3.769	0.944	-2.575*	0.011	a<b
	b	女	161	4.014	0.766			
情緒能量	a	男	168	3.730	0.710	1.219	0.224	
	b	女	161	3.636	0.696			
認知	a	男	168	4.074	0.644	-3.263**	0.001	a<b

構面	代號	性別	人數	平均數	標準差	t 值	顯著性	事後比較
活躍	b	女	161	4.308	0.651			
整體生命活力	a	男	168	3.861	0.664	-2.230*	0.026	a<b
	b	女	161	4.017	0.602			

a:男、b:女 ***p<0.001 **p<0.01 *p<0.05

二、不同年齡的成員對於生命活力之差異分析

經由單因子變異數分析，年齡在生命活力上之差異結果如表 4-4-2。由表中可知有達到顯著水準的構面為認知活躍，整體生命活力也達顯著水準，兩者屬於未假設相同的變異數，故事後比較使用 Tamhane's T2 檢定。經 Tamhane's T2 檢定後，所得知之結果顯示，51 歲（含）以上的成員對認知活躍的程度高於 20 歲（含）以下及 31—40 歲的成員；另外在「整體生命活力」的構面，雖有達到顯著水準（ $p<0.05$ ），但是事後比較時，卻沒有發現在不同年齡間的任何二組平均數有達到顯著差異。

針對研究結果，顯示年齡在生命活力上，年齡越高者，其認知也就越高，其原因可能是，年長的人人生歷練比較多，因此有敏銳地觀察度，能發現同伴和朋友的需要，也願意主動去關懷，並且有同理心的對待同伴和朋友。由研究結果可知年齡與生命活力有顯著差異，此結果與吳偉琦（2007）結果一致。

表 4-4-2 不同年齡成員對於生命活力之統計摘要分析表

構面	代碼	年齡	人數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
身體強健	a	20 歲（含）以下	51	3.631	0.953	2.142		
	b	21 歲~30 歲	123	3.990	0.847			
	c	31 歲~40 歲	46	3.826	1.080			
	d	41 歲~50 歲	78	3.849	0.697			
	e	51 歲（含）以上	31	4.103	0.785			
	f	總和	329	3.889	0.869			
情緒能量	a	20 歲（含）以下	51	3.732	0.748	2.177		
	b	21 歲~30 歲	123	3.767	0.656			
	c	31 歲~40 歲	46	3.428	0.863			
	d	41 歲~50 歲	78	3.645	0.620			
	e	51 歲（含）以上	31	3.753	0.699			
	f	總和	329	3.684	0.704			
認知	a	20 歲（含）以下	51	4.098	0.639	3.248*	0.012	e>a e>c
	b	21 歲~30 歲	123	4.205	0.542			

構面	代碼	年齡	人數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
活躍	c	31 歲~40 歲	46	3.984	0.901			
	d	41 歲~50 歲	78	4.218	0.666			
	e	51 歲(含)以上	31	4.500	0.552			
	f	總和	329	4.188	0.657			
整體生命活力	a	20 歲(含)以下	51	3.812	0.659	2.456*	0.046	無顯著差異
	b	21 歲~30 歲	123	4.006	0.573			
	c	31 歲~40 歲	46	3.779	0.885			
	d	41 歲~50 歲	78	3.921	0.536			
	e	51 歲(含)以上	31	4.148	0.592			
	f	總和	329	3.937	0.638			

a:20 歲(含)以下、b:21~30 歲、c:31~40 歲、d:41~50 歲、e:51 歲(含)以上*** $p<0.001$
** $p<0.01$ * $p<0.05$

三、不同教育程度的成員對於生命活力之差異分析

如表 4-4-3 可知，不同教育程度之成員在整體生命活力之單因子變異數分析之 F 值為 5.603 ($p<0.001$)，達極顯著水準。在身體強健之 F 值=4.606 ($p<0.001$)、情緒能量之 F 值=2.373 ($p<0.05$)、認知活躍之 F 值=8.269 ($p<0.001$) 三個構面上亦達顯著水準，顯示不同教育程度之成員在生命活力整體及各構面上有差異。經過 scheffe 法的事後比較檢定後，由資料結果顯示可發現：在身體強健構面，「大學」的優於「碩士」的程度；在認知活躍構面，「專科」優於「高中／職」和「碩士」的程度、「大學」優於「高中／職」；在整體生命活力構面，「專科」和「大學」優於「高中／職」。另外在情緒能量的構面，雖有達到顯著水準 ($p<0.05$)，但是經 Scheff 法進行事後比較，卻沒有發現在不同教育程度間的任何二組平均數有達到顯著差異。

針對研究結果，推論其原因，在身體強健構面，可能是因為大學生比較年輕所以體力和精神狀況比較好，隨時都保持精力充沛模樣，在學校也有體育課可以運動，但是碩士幾乎都待在研究室裡做研究，很少出外運動，長久時間體力和精神狀況也會比較不好；在認知活躍構面，可能調查的對象幾乎都已經結婚了，所以和現在還是學生的對比，較容易發現同伴和朋友的需求，發現同伴與朋友有難題時，就會主動去關懷。由以上研究結果可知，本研究不同教育程度的成員在生命活力有顯著差異，部分獲得支持。

表 4-4-3 不同教育程度成員對於生命活力之統計摘要分析表

構面	代碼	教育程度	人數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
身體強健	a	國中小	6	3.600	0.930	4.606***	0.000	d>e
	b	高中／職	53	3.675	0.925			
	c	專科	51	4.027	0.769			
	d	大學	160	4.031	0.864			
	e	碩士	56	3.539	0.785			
	f	博士	3	4.800	0.200			
		總和	329	3.889	0.869			
情緒能量	a	國中小	6	3.611	0.743	2.373*	0.039	無顯著差異
	b	高中／職	53	3.403	0.788			
	c	專科	51	3.654	0.537			
	d	大學	160	3.760	0.703			
	e	碩士	56	3.750	0.688			
	f	博士	3	4.000	1.155			
		總和	329	3.684	0.704			
認知活躍	a	國中小	6	4.167	0.683	8.269***	0.000	c>b c>e d>b
	b	高中／職	53	3.835	0.748			
	c	專科	51	4.495	0.523			
	d	大學	160	4.258	0.577			
	e	碩士	56	4.004	0.706			
	f	博士	3	5.000	0.000			
		總和	329	4.188	0.657			
整體生命活力	a	國中小	6	3.792	0.672	5.603***	0.000	c>b d>b
	b	高中／職	53	3.660	0.709			
	c	專科	51	4.090	0.522			
	d	大學	160	4.039	0.615			
	e	碩士	56	3.747	0.609			
	f	博士	3	4.667	0.363			
		總和	329	3.937	0.638			

a:國中小、b:高中／職、c:專科、d:大學、e:碩士、f:博士***p<0.001 **p<0.01 *p<0.05

四、不同職業的成員對於生命活力之差異分析

如表 4-4-4 所示，不同職業的成員在生命活力整體之單因子變異數分析之 F 值為 1.686，未達到顯著水準，在認知活躍構面雖達顯著水準（ $p<0.05$ ），但是事後比較時，卻沒有發現在不同職業間的任何二組平均數有達到顯著差異，因此，本研究不同職業的成員在生命活力有顯著差異，無顯著相關。

表 4-4-4 不同職業成員對於生命活力之統計摘要分析表

構面	代碼	職業	人數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
身體強健	a	軍公教	21	3.514	0.747	1.505	0.176	
	b	公、商業	54	3.770	0.899			
	c	服務業	61	4.016	0.870			
	d	學生	121	3.879	0.933			
	e	自由業	49	4.016	0.790			
	f	家管	14	4.129	0.461			
	g	其他	9	3.667	0.721			
		總和	329	3.889	0.869			
情緒能量	a	軍公教	21	3.603	0.750	0.496	0.812	
	b	公、商業	54	3.574	0.708			
	c	服務業	61	3.694	0.826			
	d	學生	121	3.747	0.715			
	e	自由業	49	3.639	0.531			
	f	家管	14	3.738	0.629			
	g	其他	9	3.778	0.527			
		總和	329	3.684	0.704			
認知活躍	a	軍公教	21	3.869	0.831	2.875 *	0.010	無顯著差異
	b	公、商業	54	4.134	0.747			
	c	服務業	61	4.213	0.710			
	d	學生	121	4.192	0.561			
	e	自由業	49	4.281	0.581			
	f	家管	14	4.661	0.411			
	g	其他	9	3.806	0.758			
		總和	329	4.188	0.657			
整體生命活力	a	軍公教	21	3.655	0.652	1.686	0.124	
	b	公、商業	54	3.843	0.722			
	c	服務業	61	4.001	0.704			
	d	學生	121	3.950	0.625			
	e	自由業	49	4.010	0.527			
	f	家管	14	4.208	0.242			
	g	其他	9	3.741	0.581			
		總和	329	3.937	0.638			

a:軍公教、b:公、商業、c:服務業、d:學生、e:自由業、f:家管、g:其他***p<0.001 **p<0.01 *p<0.05

五、每天上網平均時數不同的成員對於生命活力之差異分析

如表 4-4-5 所示，每天上網平均時數不同的成員在生命活力整體之單因子變異數分析之 F 值為 3.677 (p<0.01)，達顯著水準，在身體強健之 F 值=6.241 (p<0.001) 也達顯著水準。經 scheffe 法的事後檢定比較得知，在身體強健的構面部分，每天上網平均時數在「3 小時以上~4 小時」和「4 小時以上~6 小時」的成員優於每天上網平均時數在「2 小時(含)以下」的成員。在生命活力整體的構面部分，每天上網平均時數在「4 小時以上~6 小時」的成員優於每天上網平均時數在「2 小時(含)以下」的成員。

針對研究結果，在身體強健構面，每天上網平均時數在「3 小時以上~4 小時」和

「4 小時以上~6 小時」的成員優於每天上網平均時數在「2 小時（含）以下」的成員，推論其原因，比較有活力的人，會想要上網找尋到更多新知識或者打遊戲紓壓，舉利用電腦玩遊戲部分，由 iFuun.com (20160615) 的報導，不僅兒童、青少年喜歡遊戲，成年人甚至老年人也愛玩電腦遊戲。喜歡玩電腦遊戲的孩子更聰明、有活力和易於成功；成年人部分，心理學家認為，遊戲是獲得心理愉悅的手段，遊戲是釋放焦慮和補償生活中遇到的挫折的手段，讓人獲得正確的發泄途徑。老年人玩遊戲可以健腦，預防老人癡呆症、增添生活增添樂趣、還可以減輕老人精神上的壓力，當遊戲取勝過關時，能舒緩老人的情緒，心情開朗，可以使老人有一個健康的心態。在生命活力整體構面，每天上網平均時數在「4 小時以上~6 小時」的成員優於每天上網平均時數在「2 小時（含）以下」的成員，這個結果和身體強健一致，因此，本研究每天上網平均時數不同的成員在生命活力有顯著差異，部分獲得支持。

表 4-4-5 每天上網平均時數不同的成員對於生命活力之統計摘要分析表

構面	代碼	每天上網平均時數	人數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
身體強健	a	2 小時（含）以下	88	3.609	0.829	6.241***	0.000	c>a d>a
	b	2 小時以上~3 小時	85	3.894	0.809			
	c	3 小時以上~4 小時	79	4.086	0.850			
	d	4 小時以上~6 小時	49	4.224	0.865			
	e	6 小時（含）以上	28	3.607	0.920			
		總和	329	3.889	0.869			
情緒能量	a	2 小時（含）以下	88	3.633	0.711	0.977	0.420	
	b	2 小時以上~3 小時	85	3.616	0.753			
	c	3 小時以上~4 小時	79	3.705	0.656			
	d	4 小時以上~6 小時	49	3.844	0.701			
	e	6 小時（含）以上	28	3.714	0.659			
		總和	329	3.684	0.704			
認知活躍	a	2 小時（含）以下	88	4.131	0.650	0.979	0.419	
	b	2 小時以上~3 小時	85	4.176	0.738			
	c	3 小時以上~4 小時	79	4.263	0.508			
	d	4 小時以上~6 小時	49	4.276	0.691			
	e	6 小時（含）以上	28	4.045	0.730			
		總和	329	4.188	0.657			
整體生命活力	a	2 小時（含）以下	88	3.789	0.591	3.677**	0.006	d>a
	b	2 小時以上~3 小時	85	3.919	0.687			
	c	3 小時以上~4 小時	79	4.050	0.554			
	d	4 小時以上~6 小時	49	4.146	0.677			
	e	6 小時（含）以上	28	3.780	0.660			
		總和	329	3.937	0.638			

a:2 小時（含）以下、b:2 小時以上~3 小時、c:3 小時以上~4 小時、d:4 小時以上~6 小時、e:6 小時（含）以上 ***p<0.001 **p<0.01 *p<0.05

六、使用 FB 社團主要目的不同的成員對於生命活力之差異分析

如表 4-4-6 所示，使用 FB 社團主要目的不同的成員在生命活力整體之單因子變異數分析之 F 值為 2.763 ($p < 0.05$)，達顯著水準，在身體強健之 F 值=4.403 ($p < 0.001$) 也達顯著水準。經 schefee 法的事後檢定比較得知，在身體強健的構面部分，使用 FB 社團主要目的在「討論 3C 產品（電腦及其週邊、手機或通訊產品、消費電子）相關資訊」的成員，優於使用 FB 社團主要目的在「瞭解各式軟體相關資訊」的成員。另外在生命活力整體的構面部分，雖有達到顯著水準，但是事後比較時，卻皆沒有發現在使用 FB 社團主要目的不同間的任何二組平均數有達到顯著差異。

針對研究結果，推論其原因，喜歡討論 3C 產品的成員，他們想要去買電腦及其週邊、手機或通訊產品、消費電子相關產品，所以到社團裡面去發問，看看其他成員的建議再去購買，現在很流行配戴穿戴式裝置（智慧型手錶），可以記錄戶外走路、跑步或騎車的距離，增加成員想出去運動的意願，進而使成員的體力、精神狀況變好，人也感覺充滿活力，每天都精力充沛。因此，本研究使用 FB 社團主要目的不同的成員在生命活力有顯著差異，部分獲得支持。

表 4-4-6 使用 FB 社團主要目的不同的成員對於生命活力之統計摘要分析表

構面	代碼	使用 FB 社團主要目的	人數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
身體強健	a	瞭解成員實際使用各類軟體資訊	22	3.545	0.930	4.403* **	0.001	c>b
	b	瞭解各式軟體相關資訊	153	3.761	0.836			
	c	討論 3C 產品（電腦及其週邊、手機或通訊產品、消費電子）相關資訊	126	4.144	0.796			
	d	與同好軟硬體技術交流	13	3.554	1.236			
	e	分享軟硬體優質文章	12	3.967	0.918			
	f	其他	3	3.333	0.503			
		總和	329	3.889	0.869			
情緒能量	a	瞭解成員實際使用各類軟體資訊	22	3.636	0.734	0.956	0.445	
	b	瞭解各式軟體相關資訊	153	3.610	0.733			
	c	討論 3C 產品（電腦及其週邊、手機或通訊產品、消費電子）相關資訊	126	3.749	0.633			
	d	與同好軟硬體技術交流	13	3.949	0.870			
	e	分享軟硬體優質文章	12	3.722	0.708			

構面	代碼	使用 FB 社團主要目的	人數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
	f	其他	3	3.778	1.072			
		總和	329	3.684	0.704			
認知活躍	a	瞭解成員實際使用各類軟體資訊	22	3.864	0.837	1.817	0.109	
	b	瞭解各式軟體相關資訊	153	4.194	0.697			
	c	討論 3C 產品（電腦及其週邊、手機或通訊產品、消費電子）相關資訊	126	4.254	0.518			
	d	與同好軟硬體技術交流	13	3.942	0.792			
	e	分享軟硬體優質文章	12	4.313	0.747			
	f	其他	3	4.083	1.010			
		總和	329	4.188	0.657			
整體生命活力	a	瞭解成員實際使用各類軟體資訊	22	3.674	0.715	2.763*	0.018	無顯著差異
	b	瞭解各式軟體相關資訊	153	3.868	0.649			
	c	討論 3C 產品（電腦及其週邊、手機或通訊產品、消費電子）相關資訊	126	4.082	0.536			
	d	與同好軟硬體技術交流	13	3.782	0.915			
	e	分享軟硬體優質文章	12	4.021	0.767			
	f	其他	3	3.694	0.718			
		總和	329	3.937	0.638			

a:瞭解成員實際使用各類軟體資訊、b:瞭解各式軟體相關資訊、c:討論 3C 產品（電腦及其週邊、手機或通訊產品、消費電子）相關資訊、d:與同好軟硬體技術交流、e:分享軟硬體優質文章、f:其他 *** $p < 0.001$ ** $p < 0.01$ * $p < 0.05$

七、使用 FB 社團平均頻率不同的成員對於生命活力之差異分析

如表 4-4-7 所示，使用 FB 社團平均頻率不同的成員在資訊素養整體之單因子變異數分析之 F 值為 2.254，未達到顯著水準，在身體強健之 F 值=2.770 ($p < 0.05$)、情緒能量之 F 值=2.704 ($p < 0.05$) 兩個構面也達顯著水準。身體強健屬於未假設相同的變異數，故事後比較使用 Tamhane's T2 檢定，結果顯示，使用 FB 社團平均頻率不同在「5 至 6 天」的成員優於使用 FB 社團平均頻率不同在「一週或更久使用一次」的成員。另外在情緒能量的構面部分，雖有達到顯著水準，但是事後比較時，卻皆沒有發現在使用 FB 社團平均頻率不同間的任何二組平均數有達到顯著差異。

針對研究結果，使用 FB 社團平均頻率在「5 至 6 天」的成員優於使用 FB 社團平均

頻率在「一週或更久使用一次」的成員。在情緒能量的構面部分，雖有達到顯著水準，但卻無明顯差異。顯示使用頻率越低的成員對自己的身體及精神狀態的程度較好。因此，本研究使用 FB 社團平均頻率不同的成員在生命活力有顯著差異，獲得部分支持。

表 4-4-7 使用 FB 社團平均頻率不同的成員對於生命活力之統計摘要分析表

構面	代碼	使用FB社團平均頻率	人數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
身體強健	a	每天都會	72	3.919	0.984	2.770*	0.027	d>e
	b	1 至 2 天	77	3.938	0.861			
	c	3 至 4 天	43	4.060	0.754			
	d	5 至 6 天	38	4.111	0.670			
	e	一週或更久使用一次	99	3.669	0.868			
		總和	329	3.889	0.869			
情緒能量	a	每天都會	72	3.847	0.785	2.704*	0.030	無顯著差異
	b	1 至 2 天	77	3.792	0.682			
	c	3 至 4 天	43	3.620	0.620			
	d	5 至 6 天	38	3.526	0.696			
	e	一週或更久使用一次	99	3.569	0.670			
		總和	329	3.684	0.704			
認知活躍	a	每天都會	72	4.247	0.645	1.659	0.159	
	b	1 至 2 天	77	4.159	0.674			
	c	3 至 4 天	43	4.227	0.564			
	d	5 至 6 天	38	4.375	0.728			
	e	一週或更久使用一次	99	4.081	0.653			
		總和	329	4.188	0.657			
整體生命活力	a	每天都會	72	4.010	0.727	2.254	0.063	
	b	1 至 2 天	77	3.975	0.632			
	c	3 至 4 天	43	4.006	0.524			
	d	5 至 6 天	38	4.053	0.598			
	e	一週或更久使用一次	99	3.781	0.617			
		總和	329	3.937	0.638			

a:每天都會、b:1 至 2 天、c:3 至 4 天、d:5 至 6 天、e:一週或更久使用一次 ***p<0.001
**p<0.01 *p<0.05

八、使用 FB 社團平均瀏覽時間不同的成員對於生命活力之差異分析

使用 FB 社團平均瀏覽時間不同的成員在生命活力之差異結果如表 4-4-8。經由描述

統計資料及單因子變異數分析摘要表顯示，在身體強健之 F 值=2.316、情緒能量之 F 值=2.104 及認知活躍之 F 值=2.158 上均無顯著差異。因此，本研究使用 FB 社團平均瀏覽時間不同的成員在生命活力有顯著差異，無顯著相關。

表 4-4-8 使用 FB 社團平均瀏覽時間不同的成員對於生命活力之統計摘要分析表

構面	代碼	使用 FB 社團平均瀏覽時間	人數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
身體強健	a	未滿 30 分鐘	244	3.963	0.824	2.316	0.057	
	b	30 至 60 分鐘	62	3.606	0.965			
	c	1 小時至 2 小時	17	3.776	0.919			
	d	2 小時至 3 小時	1	4.400				
	e	3 小時以上	5	4.040	1.144			
		總和	329	3.889	0.869			
情緒能量	a	未滿 30 分鐘	244	3.669	0.625	2.104	0.080	
	b	30 至 60 分鐘	62	3.661	0.894			
	c	1 小時至 2 小時	17	3.686	0.924			
	d	2 小時至 3 小時	1	4.333				
	e	3 小時以上	5	4.533	0.506			
		總和	329	3.684	0.704			
認知活躍	a	未滿 30 分鐘	244	4.224	0.619	2.158	0.074	
	b	30 至 60 分鐘	62	4.101	0.726			
	c	1 小時至 2 小時	17	3.853	0.853			
	d	2 小時至 3 小時	1	4.750				
	e	3 小時以上	5	4.550	0.512			
		總和	329	4.188	0.657			
整體生命活力	a	未滿 30 分鐘	244	3.977	0.584	2.080	0.083	
	b	30 至 60 分鐘	62	3.785	0.761			
	c	1 小時至 2 小時	17	3.779	0.811			
	d	2 小時至 3 小時	1	4.500				
	e	3 小時以上	5	4.333	0.624			
		總和	329	3.937	0.638			

a:未滿 30 分鐘、b:30 至 60 分鐘、c:1 小時至 2 小時、d:2 小時至 3 小時、e: 3 小時以上
 ***p<0.001 **p<0.01 *p<0.05

九、小結

將不同背景變項在生命活力差異比較分析結果統整，研究結果發現不同背景變項的社團成員，對生命活力有顯著差異，部分獲得支持，大部分未獲得支持。成員在「性別」、「教育程度」、「平均每天使用 FB 的時數」有顯著差異，在「年齡」、「使用阿榮福利味社團的主要目的」與「平均使用阿榮福利味社團的頻率」等屬性部分影響生命活力的認知程度；在「職業」與「使用 FB 社團平均瀏覽時間」無顯著差異。此結果和林彥君（2007）一致。

本研究顯示社員整體生命活力，女性成員高於男性成員；教育程度在「專科」和「大學」學歷高於「高中／職」；每天上網平均時數在「4 小時以上~6 小時」的成員優於每天上網平均時數在「2 小時（含）以下」的成員。

貳、不同背景變項之社團成員對於資訊素養之差異分析

一、不同性別的成員對於資訊素養之差異分析

茲以性別為自變項，以資訊素養整體及各變項（傳統素養、電腦素養、網路素養、媒體素養）為依變項，進行獨立 T 檢定分析，以了解不同性別之成員對於資訊素養整體及各變項得分的差異情形。由表 4-4-9 得知不同性別成員對於資訊素養各變項中，就只有傳統素養變項沒有達到顯著差異水準（ $p < 0.05$ ）的變項。而不同性別的成員在電腦素養變項構面（ $t=7.155^{***}$ ）、網路素養構面（ $t=2.397^*$ ）、媒體素養構面（ $t=4.087^{***}$ ）及整體資訊素養（ $t=4.410^{***}$ ）皆有顯著性差異，男性在這三個構面的認知高於女生。另外，從平均數來看，男性在電腦素養、網路素養、媒體素養、整體資訊素養四變項高於女性，可見得男性在資訊素養中明顯的高於女性在資訊素養認知程度。

全體受訪者中，男性為 168 位，女性為 161 位。由結果可知男性成員之資訊素養，在電腦素養、網路素養、媒體素」三構面及整體資訊素養皆高於女性成員，此結果與黃銘宗（2005）、林天印（2007）結果一致。就本研究而言，男性成員的資訊素養高於女性成員，其原因可能是，在傳統的觀念裡理工科屬於男生的領域，對資訊電腦方面的應用與使用學習力也比較快，因而導致男性成員比較擅長使用資訊產品、也比較會使用網路搜尋資料。因此，本研究不同性別的成員在生命活力有顯著差異，部分獲得支持。

表 4-4-9 不同性別成員對於資訊素養之獨立 T 檢定摘要表

構面	代碼	性別	人數	平均數	標準差	t 值	顯著性	事後檢定
傳統素養	a	男	168	4.077	0.646	0.206	0.837	
	b	女	161	4.062	0.697			
電腦素養	a	男	168	4.092	0.714	7.155***	0.000	a>b
	b	女	161	3.523	0.728			
網路素養	a	男	168	4.295	0.653	2.397*	0.017	a>b
	b	女	161	4.123	0.650			
媒體素養	a	男	168	4.049	0.736	4.087***	0.000	a>b
	b	女	161	3.700	0.811			
整體資訊素養	a	男	168	4.139	0.607	4.410***	0.000	a>b
	b	女	161	3.836	0.638			

a:男、b:女 ***p<0.001 **p<0.01 *p<0.05

二、不同年齡的成員對於資訊素養之差異分析

如表 4-4-10 所示，不同年齡的成員在資訊素養整體之單因子變異數分析之 F 值為 4.383 ($p<0.01$)，達到顯著水準，在傳統素養、電腦素養、媒體素養三個構面也達顯著水準。電腦素養、媒體素養及整體資訊素養皆屬於未假設相同的變異數，故事後比較使用 Tamhane's T2 檢定。經 Tamhane's T2 檢定後，所得知之結果顯示，無論是整體資訊素養或是電腦素養、媒體素養兩構面上，「21~30 歲」的成員均優於「41~50 歲」的成員；另外在傳統素養的構面，雖有達到顯著水準 ($p<0.01$)，但是事後比較時，卻沒有發現在不同年齡間的任何二組平均數有達到顯著差異。

針對研究結果，顯示年齡在資訊素養上，較年輕的成員之資訊素養比較年長的成員高。此結果與黃銘宗 (2005) 一致。可能的原因，現在的時代年輕成員從小就開始接觸 3c 產品，比起年長的成員較有機會接觸電腦，所以在使用科技媒體工具時，很快就可以上手。年輕人喜歡追求潮流，所以會不斷研究新推出的科技媒體產品，年輕成員也習慣使用電腦去處理事情和用網路去蒐集資料。因此，本研究不同年齡的成員在資訊素養有顯著差異，部分獲得支持。

表 4-4-10 不同年齡成員對於資訊素養之統計摘要分析表

構面	代碼	年齡	人數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
傳統素養	a	20 歲 (含) 以下	51	3.895	0.620	4.116**	0.003	無顯著差
	b	21 歲~30 歲	123	4.201	0.624			
	c	31 歲~40 歲	46	3.906	0.743			
	d	41 歲~50 歲	78	3.983	0.692			

構面	代碼	年齡	人數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
	e	51 歲 (含) 以上	31	4.301	0.635			異
	f	總和	329	4.070	0.671			
電腦素養	a	20 歲 (含) 以下	51	3.784	0.823	4.495**	0.002	b>d
	b	21 歲~30 歲	123	3.992	0.634			
	c	31 歲~40 歲	46	3.735	0.783			
	d	41 歲~50 歲	78	3.546	0.834			
	e	51 歲 (含) 以上	31	3.942	0.857			
	f	總和	329	3.813	0.774			
網路素養	a	20 歲 (含) 以下	51	4.118	0.640	1.946	0.103	
	b	21 歲~30 歲	123	4.317	0.528			
	c	31 歲~40 歲	46	4.148	0.684			
	d	41 歲~50 歲	78	4.100	0.791			
	e	51 歲 (含) 以上	31	4.316	0.689			
	f	總和	329	4.211	0.656			
媒體素養	a	20 歲 (含) 以下	51	3.956	0.674	5.357** *	0.000	b>d
	b	21 歲~30 歲	123	4.081	0.697			
	c	31 歲~40 歲	46	3.728	0.872			
	d	41 歲~50 歲	78	3.593	0.825			
	e	51 歲 (含) 以上	31	3.887	0.903			
	f	總和	329	3.878	0.792			
整體資訊素養	a	20 歲 (含) 以下	51	3.942	0.578	4.383**	0.002	b>d
	b	21 歲~30 歲	123	4.145	0.533			
	c	31 歲~40 歲	46	3.885	0.688			
	d	41 歲~50 歲	78	3.797	0.705			
	e	51 歲 (含) 以上	31	4.102	0.736			
	f	總和	329	3.991	0.640			

a:20 歲(含)以下、b:21~30 歲、c:31~40 歲、d:41~50 歲、e:51 歲(含)以上 ***p<0.001
**p<0.01 *p<0.05

三、不同教育程度的成員對於資訊素養之差異分析

如表 4-4-11 所示，不同教育程度的成員在資訊素養整體之單因子變異數分析之 F 值為 5.973 ($p<0.001$)，達極顯著水準，在傳統素養之 F 值=5.748 ($p<0.001$)、電腦素養之 F 值=5.641 ($p<0.001$)、網路素養之 F 值=4.136 ($p<0.01$)、媒體素養之 F 值=6.209 ($p<0.001$) 四個構面也達顯著水準，顯示不同教育程度的成員在資訊素養整體及各構面上有顯著的差異。進一步進行事後比較，在傳統素養和網路素養兩者使用 schefee 法的事後檢定，在電腦素養、媒體素養及整體資訊素養皆屬於未假設相同的變異數，故事後比較使用 Tamhane's T2 檢定，結果如下：

(一) 在傳統素養構面，經由事後比較得知「專科」和「大學」的成員優於「高中／職」

的成員。

(二) 在電腦素養構面，經由事後比較得知「大學」和「碩士」的成員優於「高中／職」的成員。

(三) 在網路素養構面，經由事後比較得知「大學」的成員優於「高中／職」的成員。

(四) 在媒體素養構面和整體資訊素養構面，經由事後比較皆得知「專科」、「大學」和「碩士」的成員優於「高中／職」的成員。

由以上研究結果可知，不同教育程度成員以「高中／職」的資訊素養較低，從整體資訊素養構面去看，「專科」、「大學」和「碩士」的成員資訊素養都高於「高中／職」的成員，推論其原因，高中職以上的學生，在學校有很多報告及論文需要以電腦完成，打報告需要了解科技媒體工具如何使用，如何使用網路搜尋正確的資料，藉由網路進行溝通，並能分辨網路內容的好壞，最重要尊重著作權，不能夠直接複製有版權的媒體內容，能自己將所蒐集的資料做彙整完成報告。因此，本研究不同教育程度的成員在資訊素養有顯著差異，獲得支持。

表 4-4-11 不同教育程度成員對於資訊素養之統計摘要分析表

構面	代碼	教育程度	人數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
傳統素養	a	國中小	6	3.833	0.691	5.748* **	0.000	c>b d>b
	b	高中／職	53	3.673	0.732			
	c	專科	51	4.170	0.551			
	d	大學	160	4.190	0.642			
	e	碩士	56	4.018	0.643			
	f	博士	3	4.444	0.962			
		總和	329	4.070	0.671			
電腦素養	a	國中小	6	4.233	0.742	5.641* **	0.000	d>b e>b
	b	高中／職	53	3.385	0.957			
	c	專科	51	3.722	0.693			
	d	大學	160	3.874	0.682			
	e	碩士	56	4.064	0.719			
	f	博士	3	4.200	1.386			
		總和	329	3.813	0.774			
網路素	a	國中小	6	4.167	0.572	4.136* *	0.001	d>b
	b	高中／職	53	3.872	0.780			
	c	專科	51	4.282	0.565			

構面	代碼	教育程度	人數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
養	d	大學	160	4.316	0.601			
	e	碩士	56	4.157	0.676			
	f	博士	3	4.467	0.757			
		總和	329	4.211	0.656			
媒體素養	a	國中小	6	4.000	0.791	6.209* **	0.000	c>b d>b e>b
	b	高中／職	53	3.363	0.955			
	c	專科	51	3.868	0.686			
	d	大學	160	3.983	0.717			
	e	碩士	56	4.071	0.729			
	f	博士	3	3.750	1.146			
		總和	329	3.878	0.792			
整體資訊素養	a	國中小	6	4.088	0.512	5.973* **	0.000	c>b d>b e>b
	b	高中／職	53	3.574	0.763			
	c	專科	51	4.000	0.558			
	d	大學	160	4.085	0.581			
	e	碩士	56	4.085	0.599			
	f	博士	3	4.216	1.054			
		總和	329	3.991	0.640			

a:國中小、b:高中／職、c:專科、d:大學、e:碩士、f:博士 ***p<0.001 **p<0.01 *p<0.05

四、不同職業的成員對於資訊素養之差異分析

如表 4-4-12 所示，不同職業的成員在資訊素養整體之單因子變異數分析之 F 值為 3.099 ($p<0.01$)，達到顯著水準，在電腦素養和媒體素養兩個構面也達顯著水準。兩者經 Scheffé 法的事後檢定比較，在電腦素養的構面部分，雖然有達到顯著水準，但經事後比較後，卻沒有發現在不同職業間的任何二組平均數有達到顯著差異；在媒體素養構面部分，結果顯示「服務業」和「學生」的成員優於「自由業」的成員。另外在整體資訊素養屬於未假設相同的變異數，故事後比較使用 Tamhane's T2 檢定。經 Tamhane's T2 檢定後，所得知之結果顯示，整體資訊素養的構面，雖有達到顯著水準 ($p<0.01$)，但是事後比較時，卻沒有發現在不同職業間的任何二組平均數有達到顯著差異。

由以上研究結果可知，在媒體素養構面「服務業」和「學生」的成員優於「自由業」的成員。另推論其原因，服務業的特性需要跟顧客有高度的接觸，而且需要將最新的訊息提供給顧客，因此成員會習慣上網掌握最新和即時的資訊，並且使用 E-mail、Line、FB 等與顧客溝通。由科技報橘報導 (2017.03.01) 顯示，現在有許多的自由業者，會與

其他自由業者合作，一起承包下更大的案子。也有許多方便的工具和平台，像是 Asana 或是 Trello，能協助自由業者集合而成的虛擬團隊，來分派、管理、追蹤案子的進度。因此，有其他團隊成員統整好你需要的資訊和最新的訊息給你，不用再一個人去孤軍奮戰。因此，本研究不同職業的成員在資訊素養有顯著差異，部分獲得支持。

表 4-4-12 不同職業成員對於資訊素養之統計摘要分析表

構面	代碼	職業	人數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
傳統素養	a	軍公教	21	3.968	0.795	1.146	0.335	
	b	公、商業	54	4.049	0.652			
	c	服務業	61	4.180	0.719			
	d	學生	121	4.102	0.659			
	e	自由業	49	3.898	0.639			
	f	家管	14	4.000	0.585			
	g	其他	9	4.296	0.512			
		總和	329	4.070	0.671			
電腦素養	a	軍公教	21	3.810	0.868	2.663*	0.016	無顯著差異
	b	公、商業	54	3.737	0.632			
	c	服務業	61	3.977	0.812			
	d	學生	121	3.891	0.738			
	e	自由業	49	3.576	0.852			
	f	家管	14	3.357	0.777			
	g	其他	9	4.133	0.640			
		總和	329	3.813	0.774			
網路素養	a	軍公教	21	4.019	0.969	1.956	0.071	
	b	公、商業	54	4.196	0.644			
	c	服務業	61	4.377	0.624			
	d	學生	121	4.248	0.583			
	e	自由業	49	4.000	0.737			
	f	家管	14	4.171	0.421			
	g	其他	9	4.333	0.616			
		總和	329	4.211	0.656			
媒體素養	a	軍公教	21	3.810	0.766	4.870**	0.000	c>e d>e
	b	公、商業	54	3.773	0.767			
	c	服務業	61	4.057	0.922			
	d	學生	121	4.025	0.675			
	e	自由業	49	3.490	0.805			
	f	家管	14	3.429	0.710			
	g	其他	9	4.306	0.542			

		總和	329	3.878	0.792			
整體 資訊 素養	a	軍公教	21	3.899	0.761	3.099* *	0.006	無 顯 著 差 異
	b	公、商業	54	3.936	0.593			
	c	服務業	61	4.149	0.686			
	d	學生	121	4.065	0.561			
	e	自由業	49	3.737	0.710			
	f	家管	14	3.727	0.548			
	g	其他	9	4.261	0.557			
		總和	329	3.991	0.640			

a:軍公教、b:公、商業、c:服務業、d:學生、e:自由業、f:家管、g:其他*** $p < 0.001$ ** $p < 0.01$ * $p < 0.05$

五、每天上網平均時數不同的成員對於資訊素養之差異分析

如表 4-4-13 所示，每天上網平均時數不同的成員在資訊素養整體之單因子變異數分析之 F 值為 4.985 ($p < 0.001$)，達極顯著水準，在「傳統素養」之 F 值=4.774 ($p < 0.001$)、電腦素養之 F 值=3.705 ($p < 0.01$)、網路素養之 F 值=4.456 ($p < 0.01$)、媒體素養之 F 值=4.021 ($p < 0.01$) 四個構面也達顯著水準，顯示每天上網平均時數不同的成員在資訊素養整體及各構面上有顯著的差異。進一步進行事後比較，在傳統素養、網路素養、媒體素養及整體資訊素養使用 scheffe 法的事後檢定，在電腦素養素養屬於未假設相同的變異數，故使用 Tamhane's T2 檢定，結果如下：

(一) 在傳統素養構面，經由事後比較得知，每天上網平均時數在「4 小時以上~6 小時」的成員優於每天上網平均時數在「2 小時(含)以下」的成員。

(二) 在電腦素養構面，經由事後比較得知，每天上網平均時數在「6 小時(含)以上」的成員優於每天上網平均時數在「2 小時(含)以下」和「2 小時以上~3 小時」的成員。

(三) 在網路素養構面，經由事後比較得知，每天上網平均時數在「3 小時以上~4 小時」的成員優於每天上網平均時數在「2 小時(含)以下」的成員。

(四) 在媒體素養構面，經由事後比較得知，每天上網平均時數在「4 小時以上~6 小時」的成員優於每天上網平均時數在「2 小時(含)以下」的成員。

(五) 整體資訊素養經由事後比較皆得知，每天上網平均時數在「3 小時以上~4 小時」、「4 小時以上~6 小時」、「6 小時(含)以上」的成員優於每天上網平均時數在「2 小時(含)以下」的成員。

由以上研究結果可知，整體來看每天上網平均時數平均都在 3 小時以上~4 小時，

推論其原因，根據資策會 2016 年統計，整合 Yahoo 與臉書的調查報告發現，台灣 53.8% 民眾平均每天滑手機 3.28 小時，獲得資訊的主要來源也從社群平台和線上新聞網站，使用手機的用途，91.3% 為即時通訊軟體聊天，79.4% 瀏覽更新社群文章內容，77% 觀看線上影片，76.5% 看新聞、生活資訊，73.3% 收發 e-mail，62.1% 瀏覽購物網站，61.4% 玩遊戲，56.3% 聽音樂。因此，本研究每天上網平均時數不同的成員在資訊素養有顯著差異成立。

表 4-4-13 每天上網平均時數不同的成員對於資訊素養之統計摘要分析表

構面	代碼	每天上網平均時數	人數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
傳統素養	a	2 小時 (含) 以下	88	3.848	0.706	4.774***	0.001	d>a
	b	2 小時以上~3 小時	85	4.047	0.641			
	c	3 小時以上~4 小時	79	4.139	0.646			
	d	4 小時以上~6 小時	49	4.313	0.658			
	e	6 小時 (含) 以上	28	4.214	0.553			
		總和	329	4.070	0.671			
電腦素養	a	2 小時 (含) 以下	88	3.639	0.864	3.705**	0.006	e>a e>b
	b	2 小時以上~3 小時	85	3.739	0.792			
	c	3 小時以上~4 小時	79	3.866	0.663			
	d	4 小時以上~6 小時	49	3.947	0.724			
	e	6 小時 (含) 以上	28	4.207	0.629			
		總和	329	3.813	0.774			
網路素養	a	2 小時 (含) 以下	88	3.989	0.686	4.456**	0.002	c>a
	b	2 小時以上~3 小時	85	4.188	0.588			
	c	3 小時以上~4 小時	79	4.357	0.528			
	d	4 小時以上~6 小時	49	4.335	0.748			
	e	6 小時 (含) 以上	28	4.350	0.754			
		總和	329	4.211	0.656			
媒體素養	a	2 小時 (含) 以下	88	3.648	0.804	4.021**	0.003	d>a
	b	2 小時以上~3 小時	85	3.824	0.792			
	c	3 小時以上~4 小時	79	3.968	0.789			
	d	4 小時以上~6 小時	49	4.102	0.633			
	e	6 小時 (含) 以上	28	4.125	0.846			
		總和	329	3.878	0.792			
整體資訊素	a	2 小時 (含) 以下	88	3.781	0.685	4.985***	0.001	c>a d>a e>a
	b	2 小時以上~3 小時	85	3.945	0.625			
	c	3 小時以上~4 小時	79	4.083	0.567			
	d	4 小時以上~6 小時	49	4.162	0.607			

構面	代碼	每天上網平均時數	人數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
養	e	6 小時 (含) 以上	28	4.231	0.610			
		總和	329	3.991	0.640			

a:2 小時 (含) 以下、b:2 小時以上~3 小時、c:3 小時以上~4 小時、d:4 小時以上~6 小時、e:6 小時 (含) 以上 ***p<0.001 **p<0.01 *p<0.05

六、使用 FB 社團主要目的不同的成員對於資訊素養之差異分析

如表 4-4-14 所示，使用 FB 社團主要目的不同的成員在資訊素養整體之單因子變異數分析之 F 值為 2.769 (p<0.01)，達到顯著水準，在電腦素養之 F 值=2.404 (p<0.01)、網路素養之 F 值=3.140 (p<0.01)、媒體素養之 F 值=3.085 (p<0.01) 三個構面也達顯著水準。網路素養屬於未假設相同的變異數，故事後比較使用 Tamhane's T2 檢定。另外在電腦素養、網路素養、媒體素養及整體資訊素養的構面中，雖有達到顯著水準，但是事後比較時，卻皆沒有發現在使用 FB 社團主要目的不同間的任何二組平均數有達到顯著差異。因此，本研究使用 FB 社團主要目的不同的成員在資訊素養有顯著差異，無顯著相關。

表 4-4-14 使用 FB 社團主要目的不同的成員對於資訊素養之統計摘要分析表

構面	代碼	使用 FB 社團主要目的	人數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
傳統素養	a	瞭解成員實際使用各類軟體資訊	22	3.848	0.688	1.723	0.129	
	b	瞭解各式軟體相關資訊	153	4.017	0.688			
	c	討論 3C 產品 (電腦及其週邊、手機或通訊產品、消費電子) 相關資訊	126	4.188	0.594			
	d	與同好軟硬體技術交流	13	4.128	0.714			
	e	分享軟硬體優質文章	12	3.861	0.937			
	f	其他	3	4.000	1.000			
		總和	329	4.070	0.671			
電腦素養	a	瞭解成員實際使用各類軟體資訊	22	3.709	0.758	2.404 **	0.037	無顯著差異
	b	瞭解各式軟體相關資訊	153	3.758	0.819			
	c	討論 3C 產品 (電腦及其週邊、手機或通訊產品、消費電子) 相關資訊	126	3.840	0.713			
	d	與同好軟硬體技術交流	13	4.492	0.507			
	e	分享軟硬體優質文章	12	3.767	0.856			
	f	其他	3	3.533	0.577			
		總和	329	3.813	0.774			

構面	代碼	使用 FB 社團主要目的	人數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
網路素養	a	瞭解成員實際使用各類軟體資訊	22	3.873	0.917	3.140 **	0.009	無顯著差異
	b	瞭解各式軟體相關資訊	153	4.171	0.662			
	c	討論 3C 產品 (電腦及其週邊、手機或通訊產品、消費電子) 相關資訊	126	4.327	0.555			
	d	與同好軟硬體技術交流	13	4.462	0.619			
	e	分享軟硬體優質文章	12	3.933	0.668			
	f	其他	3	3.867	1.137			
		總和	329	4.211	0.656			
媒體素養	a	瞭解成員實際使用各類軟體資訊	22	3.693	0.728	3.085 **	0.010	無顯著差異
	b	瞭解各式軟體相關資訊	153	3.806	0.812			
	c	討論 3C 產品 (電腦及其週邊、手機或通訊產品、消費電子) 相關資訊	126	3.980	0.762			
	d	與同好軟硬體技術交流	13	4.462	0.628			
	e	分享軟硬體優質文章	12	3.604	0.787			
	f	其他	3	3.250	0.661			
		總和	329	3.878	0.792			
整體資訊素養	a	瞭解成員實際使用各類軟體資訊	22	3.778	0.680	2.769 *	0.018	無顯著差異
	b	瞭解各式軟體相關資訊	153	3.937	0.676			
	c	討論 3C 產品 (電腦及其週邊、手機或通訊產品、消費電子) 相關資訊	126	4.077	0.571			
	d	與同好軟硬體技術交流	13	4.412	0.470			
	e	分享軟硬體優質文章	12	3.794	0.660			
	f	其他	3	3.647	0.771			
		總和	329	3.991	0.640			

a:瞭解成員實際使用各類軟體資訊、b:瞭解各式軟體相關資訊、c:討論 3C 產品 (電腦及其週邊、手機或通訊產品、消費電子) 相關資訊、d:與同好軟硬體技術交流、e:分享軟硬體優質文章、f:其他 *** $p < 0.001$ ** $p < 0.01$ * $p < 0.05$

七、使用 FB 社團平均頻率不同的成員對於資訊素養之差異分析

如表 4-4-15 所示，使用 FB 社團平均頻率不同的成員在資訊素養整體之單因子變異數分析之 F 值為 18.025 ($p < 0.001$)，達極顯著水準，在傳統素養之 F 值=8.823 ($p < 0.001$)、電腦素養之 F 值=23.862 ($p < 0.001$)、網路素養之 F 值=10.992 ($p < 0.001$)、媒體素養之 F 值=10.718 ($p < 0.001$) 四個構面也達顯著水準，顯示使用 FB 社團平均頻率不同的成員在資訊素養整體及各構面上有顯著的差異。進一步進行事後比較，由資料顯示可發現：

(一) 在傳統素養構面，經由事後比較得知，使用 FB 社團平均頻率在「每天都會」、「1 至 2 天」、「3 至 4 天」的成員優於使用 FB 社團平均頻率在「一週或更久使用一次」的成員。

(二) 在電腦素養構面和整體資訊素養構面，經由事後比較得知，使用 FB 社團平均頻率在「每天都會」、「1 至 2 天」、「3 至 4 天」的成員優於使用 FB 社團平均頻率在「5 至 6 天」和「一週或更久使用一次」的成員。

(三) 在網路素養構面，經由事後比較得知，使用 FB 社團平均頻率在「每天都會」的成員優於使用 FB 社團平均頻率在「5 至 6 天」和「一週或更久使用一次」的成員；使用 FB 社團平均頻率在「1 至 2 天」和「3 至 4 天」的成員優於使用 FB 社團平均頻率在「一週或更久使用一次」的成員。

(四) 在媒體素養構面，經由事後比較得知，使用 FB 社團平均頻率在「每天都會」、「1 至 2 天」的成員優於使用 FB 社團平均頻率在「5 至 6 天」和「一週或更久使用一次」的成員；使用 FB 社團平均頻率在「3 至 4 天」的成員優於使用 FB 社團平均頻率在「一週或更久使用一次」的成員。

由以上研究結果可知，整體來看使用 FB 社團平均頻率「每天都會」、「1 至 2 天」、「3 至 4 天」的成員優於使用 FB 社團平均頻率在「5 至 6 天」和「一週或更久使用一次」的成員。推論其原因，成員時常到 FB 社團去了解最新的電腦應用的知識，社團裡也提供許多科技媒體工具的免費軟體可以使用，成員也可以從社團找到，其他成員在科技媒體工具所遇到的問題和解決方法，成員在資訊素養各構面上慢慢就提高。因此，本研究使用 FB 社團平均頻率不同的成員在資訊素養有顯著差異，獲得支持。

表 4-4-15 使用 FB 社團平均頻率不同的成員對於資訊素養之統計摘要分析表

構面	代碼	使用 FB 社團平均頻率	人數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
傳統素養	a	每天都會	72	4.278	0.562	8.823***	0.000	a>e b>e c>e
	b	1 至 2 天	77	4.195	0.697			
	c	3 至 4 天	43	4.217	0.503			
	d	5 至 6 天	38	4.053	0.660			
	e	一週或更久使用一次	99	3.764	0.692			
		總和	329	4.070	0.671			

電腦素養	a	每天都會	72	4.239	0.559	23.862** *	0.000	a>d a>e b>d b>e c>d c>e
	b	1 至 2 天	77	4.075	0.646			
	c	3 至 4 天	43	3.977	0.586			
	d	5 至 6 天	38	3.516	0.686			
	e	一週或更久 使用一次	99	3.343	0.821			
		總和	329	3.813	0.774			
網路素養	a	每天都會	72	4.450	0.527	10.992** *	0.000	a>d a>e b>e c>e
	b	1 至 2 天	77	4.338	0.689			
	c	3 至 4 天	43	4.419	0.416			
	d	5 至 6 天	38	4.021	0.706			
	e	一週或更久 使用一次	99	3.921	0.661			
		總和	329	4.211	0.656			
媒體素養	a	每天都會	72	4.139	0.718	10.718** *	0.000	a>d a>e b>d b>e c>e
	b	1 至 2 天	77	4.127	0.676			
	c	3 至 4 天	43	4.006	0.763			
	d	5 至 6 天	38	3.572	0.782			
	e	一週或更久 使用一次	99	3.558	0.804			
		總和	329	3.878	0.792			
整體資訊素養	a	每天都會	72	4.284	0.497	18.025** *	0.000	a>d a>e b>d b>e c>d c>e
	b	1 至 2 天	77	4.186	0.589			
	c	3 至 4 天	43	4.156	0.476			
	d	5 至 6 天	38	3.772	0.638			
	e	一週或更久 使用一次	99	3.638	0.649			
		總和	329	3.991	0.640			

a:每天都會、b:1 至 2 天、c:3 至 4 天、d:5 至 6 天、e:一週或更久使用一次 ***p<0.001

**p<0.01 *p<0.05

八、使用 FB 社團平均瀏覽時間不同的成員對於資訊素養之差異分析

如表 4-4-16 所示，使用 FB 社團平均瀏覽時間不同的成員在資訊素養整體之單因子變異數分析之 F 值為 2.235，未達到顯著水準，在電腦素養之 F 值=3.868 (p<0.01) 雖有達到顯著水準，但是事後比較時，卻皆沒有發現在使用 FB 社團平均瀏覽時間不同間的任何二組平均數有達到顯著差異。因此，本研究使用 FB 社團平均瀏覽時間不同的成員

在資訊素養有顯著差異，無顯著相關，未獲得支持。

表 4-4-16 使用 FB 社團平均瀏覽時間不同的成員對於資訊素養之統計摘要分析表

構面	代碼	使用 FB 社團平均瀏覽時間	人數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
傳統素養	a	未滿 30 分鐘	244	4.045	0.678	0.984	0.417	
	b	30 至 60 分鐘	62	4.118	0.625			
	c	1 小時至 2 小時	17	4.078	0.759			
	d	2 小時至 3 小時	1	4.333				
	e	3 小時以上	5	4.600	0.548			
		總和	329	4.070	0.671			
電腦素養	a	未滿 30 分鐘	244	3.730	0.761	3.868 **	0.004	無顯著差異
	b	30 至 60 分鐘	62	4.061	0.746			
	c	1 小時至 2 小時	17	3.847	0.823			
	d	2 小時至 3 小時	1	4.600				
	e	3 小時以上	5	4.560	0.669			
		總和	329	3.813	0.774			
網路素養	a	未滿 30 分鐘	244	4.177	0.667	1.173	0.323	
	b	30 至 60 分鐘	62	4.313	0.600			
	c	1 小時至 2 小時	17	4.176	0.738			
	d	2 小時至 3 小時	1	4.600				
	e	3 小時以上	5	4.640	0.410			
		總和	329	4.211	0.656			
媒體素養	a	未滿 30 分鐘	244	3.837	0.754	1.192	0.314	
	b	30 至 60 分鐘	62	3.984	0.913			
	c	1 小時至 2 小時	17	3.897	0.834			
	d	2 小時至 3 小時	1	4.750				
	e	3 小時以上	5	4.350	0.822			
		總和	329	3.878	0.792			
整體資訊素養	a	未滿 30 分鐘	244	3.942	0.631	2.235	0.065	
	b	30 至 60 分鐘	62	4.127	0.636			
	c	1 小時至 2 小時	17	3.997	0.704			
	d	2 小時至 3 小時	1	4.588				
	e	3 小時以上	5	4.541	0.580			
		總和	329	3.991	0.640			

a:未滿 30 分鐘、b:30 至 60 分鐘、c:1 小時至 2 小時、d: 2 小時至 3 小時、e: 3 小時以上

***p<0.001 **p<0.01 *p<0.05

九、小結

將不同背景變項在資訊素養差異比較分析結果統整，研究結果發現不同背景變項的

社團成員，對資訊素養有顯著差異，大部分獲得支持，部分未獲得支持。成員在「性別」、「年齡」、「教育程度」、「平均每天使用 FB 的時數」與「平均使用阿榮福利味社團的頻率」等屬性在資訊素養上具顯著差異；在「職業」部分影響生命活力的認知程度；在「使用阿榮福利味社團的主要目的」與「使用 FB 社團平均瀏覽時間」無顯著差異。

本研究顯示社員整體資訊素養，男性成員高於女性成員，此結果和林天印（2007）一致；年齡在「21~30 歲」的成員高於「41~50 歲」的成員；教育程度在「專科」、「大學」和「碩士」的成員高於「高中／職」的成員；每天上網平均時數在「3 小時以上~4 小時」、「4 小時以上~6 小時」、「6 小時（含）以上」的成員高於每天上網平均時數在「2 小時（含）以下」的成員；使用 FB 社團平均頻率在「每天都會」、「1 至 2 天」、「3 至 4 天」的成員高於使用 FB 社團平均頻率在「5 至 6 天」和「一週或更久使用一次」的成員。

參、不同背景變項之社團成員對於社群環境之差異分析

一、不同性別的成員對於社群環境之差異分析

茲以性別為自變項，以社群環境整體及各變項（認知易用性、認知有用性、認知相容性）為依變項，進行獨立 T 檢定分析，以了解不同性別之成員對於社群環境整體及各變項得分的差異情形。由表 4-4-17 同性別成員的社群環境各變項，經過 T 檢定後，認知易用性（ $t=-0.798$ ）、認知有用性（ $t=-0.199$ ）、認知相容性（ $t=0.570$ ）及整體社群環境（ $t=-0.151$ ）皆未達到顯著水準。因此，本研究不同性別的成員在社群環境有顯著差異，無顯著相關。

表 4-4-17 同性別成員對於社群環境之獨立 T 檢定摘要表

構面	代碼	性別	人數	平均數	標準差	t 值	顯著性
認知易用性	a	男	168	4.085	0.652	-0.798	0.425
	b	女	161	4.141	0.607		
認知有用性	a	男	168	4.099	0.640	-0.199	0.842
	b	女	161	4.113	0.600		
認知相容性	a	男	168	3.936	0.643	0.570	0.569
	b	女	161	3.895	0.631		
整體社群環境	a	男	168	4.040	0.594	-0.151	0.880
	b	女	161	4.050	0.569		

a:男、b:女 *** $p<.001$ ** $p<.01$ * $p<.05$

二、不同年齡的成員對於社群環境之差異分析

如表 4-4-18，不同年齡的成員在社群環境整體之單因子變異數分析之 F 值為 2.643（ $p<0.05$ ），達到顯著水準，在認知易用性之 F 值=3.216（ $p<0.05$ ）構面也達顯著水準。

但在認知易用性及整體社群環境的構面中，雖有達到顯著水準，但是事後比較時，卻皆沒有發現在不同年齡的任何二組平均數有達到顯著差異，因此，本研究不同年齡的成員在社群環境有顯著差異，無顯著相關。

表 4-4-18 不同年齡成員對於社群環境之統計摘要分析表

構面	代碼	年齡	人數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
認知易用性	a	20 歲 (含) 以下	51	3.967	0.683	3.216 *	0.013	無顯著差異
	b	21 歲~30 歲	123	4.255	0.522			
	c	31 歲~40 歲	46	4.036	0.611			
	d	41 歲~50 歲	78	4.000	0.712			
	e	51 歲 (含) 以上	31	4.183	0.655			
		總和	329	4.112	0.630			
認知有用性	a	20 歲 (含) 以下	51	4.010	0.652	2.023	0.091	
	b	21 歲~30 歲	123	4.195	0.570			
	c	31 歲~40 歲	46	3.953	0.665			
	d	41 歲~50 歲	78	4.071	0.589			
	e	51 歲 (含) 以上	31	4.226	0.714			
		總和	329	4.106	0.620			
認知相容性	a	20 歲 (含) 以下	51	3.853	0.632	2.042	0.088	
	b	21 歲~30 歲	123	4.028	0.603			
	c	31 歲~40 歲	46	3.812	0.632			
	d	41 歲~50 歲	78	3.812	0.638			
	e	51 歲 (含) 以上	31	3.989	0.730			
		總和	329	3.916	0.637			
整體社群環境	a	20 歲 (含) 以下	51	3.943	0.605	2.643 *	0.034	無顯著差異
	b	21 歲~30 歲	123	4.159	0.518			
	c	31 歲~40 歲	46	3.934	0.589			
	d	41 歲~50 歲	78	3.961	0.593			
	e	51 歲 (含) 以上	31	4.133	0.671			
		總和	329	4.045	0.581			

a:20 歲 (含) 以下、b:21~30 歲、c:31~40 歲、d:41~50 歲、e:51 歲 (含) 以上 ***p<0.001

**p<0.01 *p<0.05

三、不同教育程度的成員對於社群環境之差異分析

如表 4-4-19 示，不同教育程度的成員在社群環境整體之單因子變異數分析之 F 值為 7.181 (p<0.001)，達極顯著水準，在認知易用性之 F 值=7.925 (p<0.001)、認知有用性之 F 值=4.451 (p<0.001)、認知相容性之 F 值=6.538 (p<0.001) 三個構面也達顯著水準，

顯示不同教育程度的成員在社群環境整體及各構面上有顯著的差異。進一步進行事後比較得知，整體社群環境和各構面，「專科」和「大學」的成員優於「高中／職」的成員。

針對研究結果，在認知易用性、認知有用性、認知相容性三個構面及整體社群環境，「專科」和「大學」的成員優於「高中／職」的成員。推論其原因，「專科」和「大學」的成員常使用科技媒體產品，認為使用 FB 社團的功能做去發問和操作以及知識分享是容易的，覺得 FB 社團環境，對成員的交友、知識分享、發問求解是有幫助的，並且成員感受到 FB 社團與本身過去經驗、習慣或需求一致的。因此，本研究不同教育程度的成員在社群環境有顯著差異，獲得支持。

表 4-4-19 同教育程度成員對於社群環境之統計摘要分析表

構面	代碼	教育程度	人數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
認知易用性	a	國中小	6	3.583	0.999	7.925* **	0.000	c>b d>b
	b	高中／職	53	3.704	0.736			
	c	專科	51	4.225	0.564			
	d	大學	160	4.241	0.544			
	e	碩士	56	4.068	0.579			
	f	博士	3	4.444	0.822			
		總和	329	4.112	0.630			
認知有用性	a	國中小	6	3.694	0.510	4.451* **	0.000	c>b d>b
	b	高中／職	53	3.843	0.749			
	c	專科	51	4.255	0.509			
	d	大學	160	4.185	0.568			
	e	碩士	56	4.009	0.636			
	f	博士	3	4.611	0.674			
		總和	329	4.106	0.620			
認知相容性	a	國中小	6	3.583	0.376	6.538* **	0.000	c>b d>b
	b	高中／職	53	3.538	0.671			
	c	專科	51	3.984	0.569			
	d	大學	160	4.042	0.599			
	e	碩士	56	3.857	0.630			
	f	博士	3	4.500	0.866			
		總和	329	3.916	0.637			
整體社群環	a	國中小	6	3.620	0.566	7.181* **	0.000	c>b d>b
	b	高中／職	53	3.695	0.658			
	c	專科	51	4.155	0.506			
	d	大學	160	4.156	0.529			

構面	代碼	教育程度	人數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
境	e	碩士	56	3.978	0.557			
	f	博士	3	4.519	0.786			
		總和	329	4.045	0.581			

a:國中小、b:高中／職、c:專科、d:大學、e:碩士、f:博士 ***p<0.001 **p<0.01 *p<0.05

四、不同職業的成員對於社群環境之差異分析

如表 4-4-20，不同職業的成員在社群環境資訊素養整體之單因子變異數分析之 F 值為 2.454 (p<0.05)，達到顯著水準，在認知易用性之 F 值=2.397 (p<0.05)、認知相容性之 F 值=2.473 (p<0.05)、媒體素養之 F 值=3.085** (p<0.01) 兩個構面也達顯著水準。另外在認知易用性、認知相容性及整體社群環境的構面中，雖有達到顯著水準，但是事後比較時，卻皆沒有發現在不同職業間的任何二組平均數有達到顯著差異，因此，本研究不同職業的成員在社群環境有顯著差異，無顯著相關。

表 4-4-20 不同職業成員對於社群環境之統計摘要分析表

構面	代碼	職業	人數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
認知易用性	a	軍公教	21	3.825	0.729	2.397*	0.028	無顯著差異
	b	公、商業	54	4.105	0.634			
	c	服務業	61	4.216	0.651			
	d	學生	121	4.165	0.579			
	e	自由業	49	3.918	0.661			
	f	家管	14	4.131	0.536			
	g	其他	9	4.444	0.540			
		總和	329	4.112	0.630			
認知有用性	a	軍公教	21	3.778	0.644	2.023	0.062	
	b	公、商業	54	4.108	0.553			
	c	服務業	61	4.178	0.667			
	d	學生	121	4.147	0.604			
	e	自由業	49	3.966	0.638			
	f	家管	14	4.250	0.616			
	g	其他	9	4.352	0.503			
		總和	329	4.106	0.620			
認知相容性	a	軍公教	21	3.754	0.737	2.473*	0.024	無顯著差異
	b	公、商業	54	3.830	0.600			
	c	服務業	61	4.027	0.650			
	d	學生	121	4.011	0.600			
	e	自由業	49	3.694	0.643			
	f	家管	14	3.810	0.663			
	g	其他	9	4.148	0.615			
		總和	329	3.916	0.637			
整體社	a	軍公教	21	3.786	0.643	2.454 *	0.025	無顯著
	b	公、商業	54	4.014	0.561			
	c	服務業	61	4.140	0.603			

構面	代碼	職業	人數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
社群環境	d	學生	121	4.108	0.546			差異
	e	自由業	49	3.859	0.603			
	f	家管	14	4.063	0.566			
	g	其他	9	4.315	0.458			
		總和	329	4.045	0.581			

a:軍公教、b:公、商業、c:服務業、d:學生、e:自由業、f:家管、g:其他 ***p<0.001 **p<0.01 *p<0.05

五、每天上網平均時數不同的成員對於社群環境之差異分析

如表 4-4-21 所示，每天上網平均時數不同的成員在社群環境整體之單因子變異數分析之 F 值為 5.088 (p<0.001)，達極顯著水準，在認知易用性之 F 值=5.505 (p<0.001)、認知有用性之 F 值=3.603 (p<0.01)、認知相容性之 F 值=4.117 (p<0.01) 三個構面也達顯著水準，顯示每天上網平均時數不同的成員在社群環境整體及各構面上有顯著的差異。進一步進行事後比較得知，整體社群環境和各構面，每天上網平均時數在「4 小時以上~6 小時」的成員優於每天上網平均時數在「2 小時(含)以下」的成員。

針對研究結果，每天上網平均時數在「2 小時(含)以下」的成員社群環境最低。在推其原因，使用上網的時間也越短，接觸電腦時間越短，這類成員可能習慣傳統面對面的方式去做發問和知識分享，因此在學習使用 FB 社團方面感覺比較困難，也不會想在上面進行發文或者當成主要的通訊方式。因此，本研究每天上網平均時數不同的成員在社群環境有顯著差異，獲得支持。

表 4-4-21 每天上網平均時數不同的成員對於社群環境之統計摘要分析表

構面	代碼	每天上網平均時數	人數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
認知易用性	a	2 小時(含)以下	88	3.915	0.647	5.505***	0.000	d>a
	b	2 小時以上~3 小時	85	4.035	0.563			
	c	3 小時以上~4 小時	79	4.207	0.594			
	d	4 小時以上~6 小時	49	4.354	0.609			
	e	6 小時(含)以上	28	4.280	0.707			
		總和	329	4.112	0.630			
認知有用性	a	2 小時(含)以下	88	3.956	0.606	3.603 **	0.007	d>a
	b	2 小時以上~3 小時	85	4.051	0.586			
	c	3 小時以上~4 小時	79	4.137	0.605			
	d	4 小時以上~6 小時	49	4.313	0.586			
	e	6 小時(含)以上	28	4.292	0.742			
		總和	329	4.106	0.620			
認知相容性	a	2 小時(含)以下	88	3.741	0.689	4.117 **	0.003	d>a
	b	2 小時以上~3 小時	85	3.843	0.587			
	c	3 小時以上~4 小時	79	4.013	0.587			
	d	4 小時以上~6 小時	49	4.095	0.566			

	e	6 小時 (含) 以上	28	4.101	0.723			
		總和	329	3.916	0.637			
整體社群環境	a	2 小時 (含) 以下	88	3.871	0.589	5.088 ***	0.001	d>a
	b	2 小時以上~3 小時	85	3.976	0.522			
	c	3 小時以上~4 小時	79	4.119	0.558			
	d	4 小時以上~6 小時	49	4.254	0.560			
	e	6 小時 (含) 以上	28	4.224	0.661			
		總和	329	4.045	0.581			

a:2 小時 (含) 以下、b:2 小時以上~3 小時、c:3 小時以上~4 小時、d:4 小時以上~6 小時、e: 6 小時 (含) 以上 ***p<0.001 **p<0.01 *p<0.05

六、使用 FB 社團主要目的不同的成員對於社群環境之差異分析

如表 4-4-22 所示，使用 FB 社團主要目的不同的成員在社群環境整體之單因子變異數分析之 F 值為 3.859 (p<0.01)，達顯著水準，在認知易用性之 F 值=3.907 (p<0.01)、認知有用性之 F 值=3.431 (p<0.01)、認知相容性之 F 值=3.801 (p<0.01) 三個構面也達顯著水準，顯示使用 FB 社團主要目的不同的成員在社群環境整體及各構面上有顯著的差異。進一步進行事後比較得知，在認知易用性構面，主要目的在「討論 3C 產品 (電腦及其週邊、手機或通訊產品、消費電子) 相關資訊」的成員優於主要目的在「瞭解成員實際使用各類軟體資訊」的成員；在認知有用性構面和整體社群環境構面，主要目的在「討論 3C 產品 (電腦及其週邊、手機或通訊產品、消費電子) 相關資訊」的成員優於主要目的在「瞭解各式軟體相關資訊」的成員。另外在認知相容性的構面中，雖有達到顯著水準，但是事後比較時，卻皆沒有發現在使用 FB 社團主要目的不同間的任何二組平均數有達到顯著差異。

針對研究結果，使用 FB 社團主要目的在「討論 3C 產品 (電腦及其週邊、手機或通訊產品、消費電子) 相關資訊」的成員社群環境最好，原因可能為他們對於科技產品的熟悉度很高，學習 FB 社團環境的操作和知識分享非常容易，並且原本就使用社團在討論發問。因此，本研究使用 FB 社團主要目的不同的成員在社群環境有顯著差異，獲得部分支持。

表 4-4-22 使用 FB 社團主要目的不同的成員對於社群環境之統計摘要分析表

構面	代碼	使用 FB 社團主要目的	人數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
認知易用性	a	瞭解成員實際使用各類軟體資訊	22	3.689	0.733	3.907**	0.002	c>a
	b	瞭解各式軟體相關資訊	153	4.060	0.618			
	c	討論 3C 產品 (電腦及其週邊、手機或通訊產品、消費電子) 相關資訊	126	4.247	0.559			

構面	代碼	使用 FB 社團主要目的	人數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
	d	與同好軟硬體技術交流	13	4.282	0.728			
	e	分享軟硬體優質文章	12	4.042	0.772			
	f	其他	3	3.778	0.855			
		總和	329	4.112	0.630			
認知有用性	a	瞭解成員實際使用各類軟體資訊	22	3.818	0.743	3.431**	0.005	c>b
	b	瞭解各式軟體相關資訊	153	4.020	0.613			
	c	討論 3C 產品（電腦及其週邊、手機或通訊產品、消費電子）相關資訊	126	4.245	0.534			
	d	與同好軟硬體技術交流	13	4.359	0.531			
	e	分享軟硬體優質文章	12	4.000	0.995			
	f	其他	3	4.111	0.694			
		總和	329	4.106	0.620			
認知相容性	a	瞭解成員實際使用各類軟體資訊	22	3.689	0.694	3.801**	0.002	無顯著差異
	b	瞭解各式軟體相關資訊	153	3.826	0.657			
	c	討論 3C 產品（電腦及其週邊、手機或通訊產品、消費電子）相關資訊	126	4.058	0.571			
	d	與同好軟硬體技術交流	13	3.987	0.587			
	e	分享軟硬體優質文章	12	4.111	0.613			
	f	其他	3	3.111	0.694			
		總和	329	3.916	0.637			
整體社群環境	a	瞭解成員實際使用各類軟體資訊	22	3.732	0.673	3.859**	0.002	c>b
	b	瞭解各式軟體相關資訊	153	3.968	0.582			
	c	討論 3C 產品（電腦及其週邊、手機或通訊產品、消費電子）相關資訊	126	4.183	0.513			
	d	與同好軟硬體技術交流	13	4.209	0.532			
	e	分享軟硬體優質文章	12	4.051	0.749			
	f	其他	3	3.667	0.722			
		總和	329	4.045	0.581			

a:瞭解成員實際使用各類軟體資訊、b:瞭解各式軟體相關資訊、c:討論 3C 產品（電腦及其週邊、手機或通訊產品、消費電子）相關資訊、d:與同好軟硬體技術交流、e:分享軟硬體優質文章、f:其他 ***p<0.001 **p<0.01 *p<0.05

七、使用 FB 社團平均頻率不同的成員對於社群環境之差異分析

如表 4-4-23 所示，使用 FB 社團平均頻率不同的成員在社群環境整體之單因子變異數分析之 F 值為 9.878(p<0.001)，達極顯著水準，在認知易用性之 F 值=7.988(p<0.001)、認知有用性之 F 值=7.874 (p<0.001)、認知相容性之 F 值=9.427 (p<0.001) 三個構面也達顯著水準，顯示使用 FB 社團平均頻率不同的成員在社群環境整體及各構面上有顯著

的差異。進一步進行事後比較得知，在認知易用性和認知有用性構面，使用 FB 社團平均頻率不同在「每天都會」、「1 至 2 天」的成員皆優於使用 FB 社團平均頻率不同在「一週或更久使用一次」的成員；在認知相容性構面和整體社群環境構面，使用 FB 社團平均頻率在「每天都會」、「1 至 2 天」的成員皆優於使用 FB 社團平均頻率在「一週或更久使用一次」的成員；使用 FB 社團平均頻率不同在「每天都會」的成員優於使用 FB 社團平均頻率不同在「5 至 6 天」的成員。

針對研究結果，各構面和整體社群環境，使用 FB 社團平均頻率在「每天都會」、「1 至 2 天」的成員皆優於使用 FB 社團平均頻率在「一週或更久使用一次」的成員。使用 FB 社團平均頻率比較高的成員，對於 FB 社團環境各功能和操作都很熟悉，在各式瀏覽器上發文都很順暢，也習慣在社團裡發問和表達自己的想法。因此，本研究使用 FB 社團平均頻率不同的成員在社群環境有顯著差異，獲得支持。

表 4-4-23 使用 FB 社團平均頻率不同的成員對於社群環境之統計摘要分析表

構面	代碼	使用 FB 社團平均頻率	人數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
認知易用性	a	每天都會	72	4.366	0.555	7.988***	0.000	a>e b>e
	b	1 至 2 天	77	4.201	0.610			
	c	3 至 4 天	43	4.167	0.554			
	d	5 至 6 天	38	4.039	0.741			
	e	一週或更久使用一次	99	3.864	0.599			
		總和	329	4.112	0.630			
認知有用性	a	每天都會	72	4.368	0.542	7.874***	0.000	a>e b>e
	b	1 至 2 天	77	4.190	0.667			
	c	3 至 4 天	43	4.116	0.443			
	d	5 至 6 天	38	4.039	0.715			
	e	一週或更久使用一次	99	3.870	0.581			
		總和	329	4.106	0.620			
認知相容性	a	每天都會	72	4.155	0.654	9.427***	0.000	a>d a>e b>e
	b	1 至 2 天	77	4.071	0.559			
	c	3 至 4 天	43	3.981	0.477			
	d	5 至 6 天	38	3.750	0.664			
	e	一週或更久使用一次	99	3.657	0.632			
		總和	329	3.916	0.637			
整體	a	每天都會	72	4.296	0.534	9.878***	0.000	a>d a>e
	b	1 至 2 天	77	4.154	0.569			

社群環境	c	3 至 4 天	43	4.088	0.453			b>e
	d	5 至 6 天	38	3.943	0.664			
	e	一週或更久 使用一次	99	3.797	0.543			
		總和	329	4.045	0.581			

a:每天都會、b:1 至 2 天、c:3 至 4 天、d:5 至 6 天、e:一週或更久使用一次 ***p<0.001
**p<0.01 *p<0.05

八、使用 FB 社團平均瀏覽時間不同的成員對於社群環境之差異分析

如表 4-4-24 所示，使用 FB 社團平均瀏覽時間不同的成員在社群環境資訊素養整體之單因子變異數分析之 F 值為 1.339，未達到顯著水準，在認知易用性 (F 值=1.806)、認知有用性 (F 值=0.976)、認知相容性 (F 值=0.968) 三個構面也未達顯著水準，因此，本研究使用 FB 社團平均瀏覽時間不同的成員在社群環境有顯著差異，無顯著相關。

表 4-4-24 使用 FB 社團平均瀏覽時間不同的成員對於社群環境之統計摘要分析表

構面	代碼	使用 FB 社團平均 瀏覽時間	人數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
認知易用性	a	未滿 30 分鐘	244	4.084	0.620	1.806	0.127	
	b	30 至 60 分鐘	62	4.156	0.629			
	c	1 小時至 2 小時	17	4.137	0.762			
	d	2 小時至 3 小時	1	4.500				
	e	3 小時以上	5	4.800	0.298			
		總和	329	4.112	0.630			
認知有用性	a	未滿 30 分鐘	244	4.083	0.603	0.976	0.421	
	b	30 至 60 分鐘	62	4.145	0.673			
	c	1 小時至 2 小時	17	4.127	0.663			
	d	2 小時至 3 小時	1	4.333				
	e	3 小時以上	5	4.600	0.596			
		總和	329	4.106	0.620			
認知相容性	a	未滿 30 分鐘	244	3.883	0.610	0.968	0.425	
	b	30 至 60 分鐘	62	3.989	0.691			
	c	1 小時至 2 小時	17	4.000	0.598			
	d	2 小時至 3 小時	1	4.500				
	e	3 小時以上	5	4.233	1.234			
		總和	329	3.916	0.637			

構面	代碼	使用 FB 社團平均瀏覽時間	人數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
整體社群環境	a	未滿 30 分鐘	244	4.017	0.566	1.339	0.255	
	b	30 至 60 分鐘	62	4.097	0.628			
	c	1 小時至 2 小時	17	4.088	0.566			
	d	2 小時至 3 小時	1	4.444				
	e	3 小時以上	5	4.544	0.674			
		總和	329	4.045	0.581			

a:未滿 30 分鐘、b:30 至 60 分鐘、c:1 小時至 2 小時、d:2 小時至 3 小時、e:3 小時以上
 ***p<0.001 **p<0.01 *p<0.05

九、小結

將不同背景變項在社群環境差異比較分析結果統整，研究結果發現不同背景變項的社團成員，對社群環境有顯著差異，部分獲得支持，部分未獲得支持。研究結果發現成員在「教育程度」、「平均每天使用 FB 的時數」、「使用阿榮福利味社團的主要目的」與「平均使用阿榮福利味社團的頻率」等屬性在社群環境上具顯著差異；在「性別」、「年齡」、「職業」與「使用 FB 社團平均瀏覽時間」無顯著差異。

本研究顯示社員整體社群環境，教育程度在「專科」和「大學」的成員高於「高中／職」的成員；每天上網平均時數在「4 小時以上~6 小時」的成員高於每天上網平均時數在「2 小時（含）以下」的成員；主要目的在「討論 3C 產品（電腦及其週邊、手機或通訊產品、消費電子）相關資訊」的成員高於主要目的在「瞭解各式軟體相關資訊」的成員；使用 FB 社團平均頻率在「每天都會」、「1 至 2 天」的成員高於使用 FB 社團平均頻率在「一週或更久使用一次」的成員；使用 FB 社團平均頻率在「每天都會」的成員高於使用 FB 社團平均頻率在「5 至 6 天」的成員。

肆、不同背景變項之社團成員對於知識分享之差異分析

一、不同性別的成員對於知識分享之差異分析

茲以性別為自變項，以知識分享整體及各變項（溝通、環境、組織支援、產出）為依變項，進行獨立 T 檢定分析，以了解不同性別之成員對於知識分享整體及各變項得分的差異情形。由表 4-4-25 得知不同性別成員的知識分享各變項，經過 T 檢定後，溝通（t=1.360）、環境（t=-0.051）、組織支援（t=0.659）、產出（t=-0.018）及整體知識分享（t=0.507）皆未達到顯著水準。因此，本研究不同性別的成員在知識分享有顯著差異，

無顯著相關。

表 4-4-25 不同性別成員對於知識分享之獨立 T 檢定摘要表

構面	代碼	性別	人數	平均數	標準差	t 值	顯著性
溝通	a	男	168	3.519	0.732	1.360	0.175
	b	女	161	3.408	0.748		
環境	a	男	168	3.842	0.649	-0.051	0.959
	b	女	161	3.845	0.576		
組織支援	a	男	168	3.776	0.639	0.659	0.510
	b	女	161	3.732	0.596		
產出	a	男	168	3.887	0.696	-0.018	0.986
	b	女	161	3.888	0.615		
整體知識分享	a	男	168	3.772	0.602	0.507	0.612
	b	女	161	3.740	0.559		

a:男、b:女***p<0.001 **p<0.01 *p<0.05

二、不同年齡的成員對於知識分享之差異分析

如表 4-4-26 所示，不同年齡的成員在知識分享整體之單因子變異數分析之 F 值為 3.490 (p<0.01)，達到顯著水準，在溝通之 F 值=4.795 (p<0.001)、組織支援之 F 值=3.926 (p<0.01) 兩個構面也達顯著水準。進一步進行事後比較得知，在溝通構面，年齡在「21~30 歲」的成員優於年齡在「31~40 歲」和「41~50 歲」的成員。在組織支援構面，年齡在「21~30 歲」的成員優於年齡在「31~40 歲」的成員。但在整體知識分享的構面中，雖有達到顯著水準，但是事後比較時，卻皆沒有發現在不同年齡的任何二組平均數有達到顯著差異。

針對研究結果，在溝通構面，年輕的成員知識分享高於年長的成員，原因可能是年輕人習慣從網路找尋資料，所以會開啟社團的推播通知功能，就可以隨時取得社團組織傳送重要的專業知識與新資訊，也比較願意分享自己的經驗，幫其他成員解惑。在組織支援構面，年齡在「21~30 歲」的成員優於年齡在「31~40 歲」的成員。可能因為，社團裡面提供許多知識可以學習、並將相關的成功、失敗案例都整理的很完整並且有良好的資訊技術來支援知識分享，21~30 歲的成員搜尋資料時，速度也就加快，所以在 21~30 歲的成員對於組織支援接受度較高。因此，本研究不同年齡的成員在知識分享有顯著差異，獲得部分支持。

表 4-4-26 不同年齡成員對於知識分享之統計摘要分析表

構面	代碼	年齡	人數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
溝通	a	20 歲 (含) 以下	51	3.544	0.722	4.795***	0.001	b>c b>d
	b	21 歲~30 歲	123	3.628	0.687			
	c	31 歲~40 歲	46	3.217	0.741			
	d	41 歲~50 歲	78	3.260	0.712			
	e	51 歲 (含) 以上	31	3.573	0.866			
		總和	329	3.465	0.741			
環境	a	20 歲 (含) 以下	51	3.745	0.570	2.008	0.093	
	b	21 歲~30 歲	123	3.937	0.578			
	c	31 歲~40 歲	46	3.751	0.615			
	d	41 歲~50 歲	78	3.764	0.648			
	e	51 歲 (含) 以上	31	3.975	0.688			
		總和	329	3.844	0.614			
組織支援	a	20 歲 (含) 以下	51	3.708	0.592	3.926**	0.004	b>c
	b	21 歲~30 歲	123	3.902	0.563			
	c	31 歲~40 歲	46	3.560	0.610			
	d	41 歲~50 歲	78	3.637	0.649			
	e	51 歲 (含) 以上	31	3.828	0.682			
		總和	329	3.754	0.618			
產出	a	20 歲 (含) 以下	51	3.765	0.661	2.305	0.058	
	b	21 歲~30 歲	123	4.000	0.587			
	c	31 歲~40 歲	46	3.826	0.608			
	d	41 歲~50 歲	78	3.778	0.736			
	e	51 歲 (含) 以上	31	4.011	0.712			
		總和	329	3.888	0.656			
整體知識分享	a	20 歲 (含) 以下	51	3.702	0.533	3.490**	0.008	無顯著差異
	b	21 歲~30 歲	123	3.883	0.538			
	c	31 歲~40 歲	46	3.606	0.582			
	d	41 歲~50 歲	78	3.639	0.593			
	e	51 歲 (含) 以上	31	3.862	0.689			
		總和	329	3.756	0.581			

a:20 歲 (含) 以下、b:21~30 歲、c:31~40 歲、d:41~50 歲、e:51 歲 (含) 以上 ***p<0.001

**p<0.01 *p<0.05

三、不同教育程度的成員對於知識分享之差異分析

如表 4-4-27 所示，不同教育程度的成員在知識分享整體之單因子變異數分析之 F 值為 6.104(p<0.001)，達極顯著水準，在溝通之 F 值=4.465(p<0.001)、環境之 F 值=6.301

($p < 0.001$)、組織支援之 F 值=4.53 ($p < 0.001$)、產出之 F 值=5.799 ($p < 0.001$) 四個構面也達極顯著水準，顯示不同教育程度的成員在知識分享整體及各構面上有顯著的差異。進一步進行事後比較得知，整體知識分享和各構面，「大學」的成員優於「高中／職」的成員。在溝通構面，「大學」和「碩士」的成員優於「高中／職」的成員。在環境、產出、整體知識分享的構面，「專科」和「大學」的成員優於「高中／職」的成員。在組織支援的構面，「大學」的成員優於「高中／職」的成員。

針對研究結果，教育程度在「高中／職」的成員知識分享最差。有可能原因為，教育程度在專科以上的成員，平常所需要使用的軟硬體較多，需要時常在社團裡做知識分享，以獲得新知識和解決問題，而社團提供許多免費的軟體讓成員去使用，在社團時常互動後，使專科以上的成員比高中生願意在社團裡做知識分享。因此，本研究不同教育程度的成員在知識分享有顯著差異，獲得支持。

表 4-4-27 不同教育程度成員對於知識分享之統計摘要分析表

構面	代碼	教育程度	人數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
溝通	a	國中小	6	3.458	0.828	4.465***	0.001	d>b e>b
	b	高中／職	53	3.047	0.822			
	c	專科	51	3.471	0.683			
	d	大學	160	3.583	0.657			
	e	碩士	56	3.518	0.812			
	f	博士	3	3.500	0.901			
		總和	329	3.465	0.741			
環境	a	國中小	6	3.611	0.465	6.301***	0.000	c>b d>b
	b	高中／職	53	3.468	0.723			
	c	專科	51	3.952	0.519			
	d	大學	160	3.939	0.536			
	e	碩士	56	3.821	0.660			
	f	博士	3	4.444	0.770			
		總和	329	3.844	0.614			
組織支援	a	國中小	6	3.389	0.552	4.531***	0.001	d>b
	b	高中／職	53	3.449	0.694			
	c	專科	51	3.786	0.555			
	d	大學	160	3.855	0.533			
	e	碩士	56	3.740	0.722			
	f	博士	3	4.259	0.740			
		總和	329	3.754	0.618			

產出	a	國中小	6	3.222	0.344	5.779***	0.000	c>b d>b
	b	高中／職	53	3.566	0.808			
	c	專科	51	4.039	0.556			
	d	大學	160	3.990	0.593			
	e	碩士	56	3.815	0.651			
	f	博士	3	4.222	0.509			
		總和	329	3.888	0.656			
整體知識分享	a	國中小	6	3.460	0.455	6.104***	0.000	c>b d>b
	b	高中／職	53	3.405	0.647			
	c	專科	51	3.826	0.520			
	d	大學	160	3.858	0.504			
	e	碩士	56	3.743	0.652			
	f	博士	3	4.200	0.711			
		總和	329	3.756	0.581			

a:國中小、b:高中／職、c:專科、d:大學、e:碩士、f:博士***p<0.001 **p<0.01 *p<0.05

四、不同職業的成員對於知識分享之差異分析

如表 4-4-28 所示，不同教育程度的成員在社群環境整體之單因子變異數分析之 F 值為 4.333 (p<0.01)，達顯著水準，在溝通之 F 值=4.905 (p<0.001)、環境之 F 值=3.836 (p<0.001)、組織支援之 F 值=3.721 (p<0.01)、產出之 F 值=3.051 (p<0.01) 四個構面也達顯著水準，顯示不同職業的成員在知識分享整體及各構面上有顯著的差異。進一步進行事後比較得知，在溝通構面，職業在「服務業」和「學生」的成員優於職業「自由業」的成員。在整體知識分享和各構面，職業在「服務業」的成員優於職業「自由業」的成員。

針對研究結果，在整體知識分享和各構面，職業在「服務業」的成員優於職業「自由業」的成員，服務業的特性需要跟人群有高度的接觸，不管是保險業務員、餐廳、便利商店等，都需要長時間和人去做溝通，所以工作習慣也會影響到在社團裡知識分享的意願，比較願意和其他成員接觸和知識交流。因此，本研究不同職業的成員在知識分享有顯著差異，獲得支持。

表 4-4-28 不同職業成員對於知識分享之統計摘要分析表

構面	代碼	職業	人數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
溝通	a	軍公教	21	3.286	0.704	4.905***	0.000	c>e d>e
	b	公、商業	54	3.449	0.699			
	c	服務業	61	3.590	0.719			
	d	學生	121	3.603	0.697			

	e	自由業	49	3.051	0.771			
	f	家管	14	3.214	0.759			
	g	其他	9	3.917	0.685			
		總和	329	3.465	0.741			
環境	a	軍公教	21	3.614	0.648	3.836***	0.001	c>e
	b	公、商業	54	3.776	0.574			
	c	服務業	61	4.078	0.616			
	d	學生	121	3.856	0.565			
	e	自由業	49	3.615	0.626			
	f	家管	14	3.929	0.687			
	g	其他	9	4.148	0.650			
		總和	329	3.844	0.614			
組織支援	a	軍公教	21	3.587	0.716	3.721**	0.001	c>e
	b	公、商業	54	3.710	0.594			
	c	服務業	61	3.953	0.639			
	d	學生	121	3.808	0.590			
	e	自由業	49	3.454	0.533			
	f	家管	14	3.810	0.659			
	g	其他	9	3.901	0.568			
		總和	329	3.754	0.618			
產出	a	軍公教	21	3.714	0.661	3.051**	0.006	c>e
	b	公、商業	54	3.846	0.627			
	c	服務業	61	4.120	0.621			
	d	學生	121	3.884	0.631			
	e	自由業	49	3.646	0.747			
	f	家管	14	4.095	0.591			
	g	其他	9	4.000	0.500			
		總和	329	3.888	0.656			
整體知識分享	a	軍公教	21	3.564	0.614	4.333**	0.000	c>e
	b	公、商業	54	3.708	0.550			
	c	服務業	61	3.960	0.590			
	d	學生	121	3.802	0.545			
	e	自由業	49	3.470	0.562			
	f	家管	14	3.791	0.638			
	g	其他	9	4.004	0.484			
		總和	329	3.756	0.581			

a:軍公教、b:公、商業、c:服務業、d:學生、e:自由業、f:家管、g:其他 ***p<0.001 **p<0.01 *p<0.05

五、每天上網平均時數不同的成員對於知識分享之差異分析

如表 4-4-29 所示，每天上網平均時數不同的成員在知識分享整體之單因子變異數分析之 F 值為 2.018，未達顯著水準，在產出之 F 值=2.766 (p<0.05) 構面也達顯著水準。進一步進行事後比較得知，在產出構面，每天上網平均時數在「4 小時以上~6 小時」的成員優於每天上網平均時數在「2 小時(含)以下」的成員。

針對研究結果，其可能的原因為，上網時間較長的成員，能在線上即時收到社團最重要的新知識。因此，本研究每天上網平均時數不同的成員在知識分享有顯著差異，獲得部分同意。

表 4-4-29 每天上網平均時數不同的成員對於知識分享之統計摘要分析表

構面	代碼	每天上網平均時數	人數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
溝通	a	2 小時 (含) 以下	88	3.358	0.834	1.868	0.116	
	b	2 小時以上~3 小時	85	3.397	0.739			
	c	3 小時以上~4 小時	79	3.503	0.608			
	d	4 小時以上~6 小時	49	3.556	0.660			
	e	6 小時 (含) 以上	28	3.741	0.857			
		總和	329	3.465	0.741			
環境	a	2 小時 (含) 以下	88	3.749	0.662	2.303	0.058	
	b	2 小時以上~3 小時	85	3.795	0.614			
	c	3 小時以上~4 小時	79	3.830	0.529			
	d	4 小時以上~6 小時	49	4.027	0.547			
	e	6 小時 (含) 以上	28	4.008	0.726			
		總和	329	3.844	0.614			
組織支援	a	2 小時 (含) 以下	88	3.726	0.645	1.361	0.247	
	b	2 小時以上~3 小時	85	3.701	0.597			
	c	3 小時以上~4 小時	79	3.717	0.527			
	d	4 小時以上~6 小時	49	3.834	0.684			
	e	6 小時 (含) 以上	28	3.972	0.689			
		總和	329	3.754	0.618			
產出	a	2 小時 (含) 以下	88	3.716	0.709	2.766*	0.028	d>a
	b	2 小時以上~3 小時	85	3.898	0.613			
	c	3 小時以上~4 小時	79	3.916	0.648			
	d	4 小時以上~6 小時	49	4.075	0.594			
	e	6 小時 (含) 以上	28	3.988	0.657			
		總和	329	3.888	0.656			
整體知識分享	a	2 小時 (含) 以下	88	3.674	0.622	2.018	0.092	
	b	2 小時以上~3 小時	85	3.710	0.579			
	c	3 小時以上~4 小時	79	3.747	0.496			
	d	4 小時以上~6 小時	49	3.888	0.578			
	e	6 小時 (含) 以上	28	3.950	0.634			
		總和	329	3.756	0.581			

a:2 小時 (含) 以下、b: 2 小時以上~3 小時、c:3 小時以上~4 小時、d:4 小時以上~6 小時、e:6 小時 (含) 以上 ***p<0.001 **p<0.01 *p<0.05

六、使用 FB 社團主要目的不同的成員對於知識分享之差異分析

如表 4-4-30 所示，使用 FB 社團主要目的不同的成員在知識分享整體之單因子變異數分析之 F 值為 3.027 (p<0.05)，達顯著水準，在溝通之 F 值=3.463 (p<0.001)、環境

之 F 值=2.435 (p<0.05)、組織支援之 F 值=2.957 (p<0.05) 三個構面也達顯著水準。在溝通構面使用 scheffe 法的事後檢定，在環境、組織支援、整體知識分享屬於未假設相同的變異數，故事後比較使用 Tamhane's T2 檢定。結果顯示，在溝通、環境、組織支援、整體知識分享構面，使用 FB 社團主要目的在「討論 3C 產品（電腦及其週邊、手機或通訊產品、消費電子）相關資訊」的成員優於使用 FB 社團主要目的在「瞭解各式軟體相關資訊」的成員。

針對研究結果，在整體知識分享和前述的「使用 FB 社團主要目的不同的成員對於社群環境」結果相同，故本研究顯示使用 FB 社團主要目的對於社群環境和知識分享是有相關性的。使用 FB 社團主要目的在「瞭解各式軟體相關資訊」知識分享比較差，其原因可能是，這類的成員的資訊程度比較弱，因此從社團接收各方面資訊，增加自己的電腦專業知識，所以把自我的經驗做知識分享機率較低。因此，本研究使用 FB 社團主要目的不同的成員在知識分享有顯著差異，獲得支持。

表 4-4-30 使用 FB 社團主要目的不同的成員對於知識分享之統計摘要分析表

構面	代碼	使用 FB 社團主要目的	人數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
溝通	a	瞭解成員實際使用各類軟體資訊	22	3.409	0.734	3.463 ***	0.005	c>b
	b	瞭解各式軟體相關資訊	153	3.297	0.726			
	c	討論 3C 產品(電腦及其週邊、手機或通訊產品、消費電子)相關資訊	126	3.631	0.672			
	d	與同好軟硬體技術交流	13	3.712	0.929			
	e	分享軟硬體優質文章	12	3.667	0.985			
	f	其他	3	3.583	0.946			
		總和	329	3.465	0.741			
環境	a	瞭解成員實際使用各類軟體資訊	22	3.596	0.659	2.435 *	0.035	c>b
	b	瞭解各式軟體相關資訊	153	3.770	0.575			
	c	討論 3C 產品(電腦及其週邊、手機或通訊產品、消費電子)相關資訊	126	3.976	0.554			
	d	與同好軟硬體技術交流	13	3.786	0.901			
	e	分享軟硬體優質文章	12	3.907	0.896			
	f	其他	3	3.852	1.167			
		總和	329	3.844	0.614			
組織	a	瞭解成員實際使用各類軟體資訊	22	3.505	0.744	2.957 *	0.013	c>b

構面	代碼	使用 FB 社團主要目的	人數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
支援	b	瞭解各式軟體相關資訊	153	3.668	0.579			
	c	討論 3C 產品(電腦及其週邊、手機或通訊產品、消費電子)相關資訊	126	3.899	0.528			
	d	與同好軟硬體技術交流	13	3.667	1.005			
	e	分享軟硬體優質文章	12	3.889	0.823			
	f	其他	3	3.741	1.135			
		總和	329	3.754	0.618			
產出	a	瞭解成員實際使用各類軟體資訊	22	3.697	0.727	2.218	0.052	
	b	瞭解各式軟體相關資訊	153	3.834	0.614			
	c	討論 3C 產品(電腦及其週邊、手機或通訊產品、消費電子)相關資訊	126	4.008	0.610			
	d	與同好軟硬體技術交流	13	3.564	1.040			
	e	分享軟硬體優質文章	12	4.028	0.758			
	f	其他	3	3.778	1.072			
		總和	329	3.888	0.656			
整體知識分享	a	瞭解成員實際使用各類軟體資訊	22	3.545	0.656	3.027 *	0.011	c>b
	b	瞭解各式軟體相關資訊	153	3.665	0.547			
	c	討論 3C 產品(電腦及其週邊、手機或通訊產品、消費電子)相關資訊	126	3.897	0.507			
	d	與同好軟硬體技術交流	13	3.705	0.888			
	e	分享軟硬體優質文章	12	3.877	0.816			
	f	其他	3	3.760	1.061			
		總和	329	3.756	0.581			

a:瞭解成員實際使用各類軟體資訊、b:瞭解各式軟體相關資訊、c:討論 3C 產品（電腦及其週邊、手機或通訊產品、消費電子）相關資訊、d:與同好軟硬體技術交流、e:分享軟硬體優質文章、f:其他 *** $p < 0.001$ ** $p < 0.01$ * $p < 0.05$

七、使用 FB 社團平均頻率不同的成員對於知識分享之差異分析

如表 4-4-31 所示，使用 FB 社團平均頻率不同的成員在知識分享整體之單因子變異數分析之 F 值為 8.833 ($p < 0.001$)，達極顯著水準，在溝通之 F 值=9.651 ($p < 0.001$)、環境之 F 值=7.185 ($p < 0.001$)、組織支援之 F 值=6.700 ($p < 0.001$)、產出之 F 值=5.752 ($p < 0.001$) 四個構面也達極顯著水準，顯示使用 FB 社團平均頻率不同的成員在知識分

享整體及各構面上有顯著的差異。在組織支援構面，屬於未假設相同的變異數，故事後比較使用 Tamhane's T2 檢定，其餘構面都使用 Scheffé 法的事後檢定，進一步進行事後比較，由資料顯示可發現：

(一) 在溝通構面，經由事後比較得知，使用 FB 社團平均頻率在「每天都會」、「1 至 2 天」的成員優於使用 FB 社團平均頻率在「5 至 6 天」和「一週或更久使用一次」的成員。

(二) 在環境構面和產出構面，經由事後比較得知，使用 FB 社團平均頻率在「每天都會」、「1 至 2 天」的成員優於使用 FB 社團平均頻率在「一週或更久使用一次」的成員。

(三) 在「組織支援」構面，經由事後比較得知，使用 FB 社團平均頻率在「每天都會」的成員優於使用 FB 社團平均頻率在「3 至 4 天」、「5 至 6 天」和「一週或更久使用一次」的成員；使用 FB 社團平均頻率在「1 至 2 天」的成員優於使用 FB 社團平均頻率在「一週或更久使用一次」的成員。

(四) 在整體知識分享構面，經由事後比較得知，使用 FB 社團平均頻率在「每天都會」的成員優於使用 FB 社團平均頻率在「5 至 6 天」和「一週或更久使用一次」的成員；使用 FB 社團平均頻率在「1 至 2 天」的成員優於使用 FB 社團平均頻率在「一週或更久使用一次」的成員。

針對研究結果，整體知識分享和前述的「使用 FB 社團平均頻率不同的成員對於社群環境」結果相同，故本研究顯示使用 FB 社團平均頻率對於社群環境和知識分享是有相關性的。使用 FB 社團平均頻率比較高的成員，對於 FB 社團內對知識分享的情況或感受接受度較高，所以才願意最少 5 至 6 天就去社團一次。因此，本研究使用 FB 社團平均頻率不同的成員在資訊素養有顯著差異，獲得支持。

表 4-4-31 使用 FB 社團平均頻率不同的成員對於知識分享之統計摘要分析表

構面	代碼	使用 FB 社團平均頻率	人數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
溝通	a	每天都會	72	3.760	0.760	9.651***	0.000	a>d a>e b>d b>e
	b	1 至 2 天	77	3.688	0.674			
	c	3 至 4 天	43	3.372	0.608			
	d	5 至 6 天	38	3.211	0.627			
	e	一週或更久使用一次	99	3.215	0.750			
		總和	329	3.465	0.741			
環境	a	每天都會	72	4.051	0.676	7.185***	0.000	a>e b>e
	b	1 至 2 天	77	3.997	0.594			
	c	3 至 4 天	43	3.832	0.443			
	d	5 至 6 天	38	3.702	0.599			

構面	代碼	使用FB社團平均頻率	人數	平均數	標準差	F檢定	顯著性	事後比較
組織支援	e	一週或更久使用一次	99	3.633	0.578	6.700***	0.000	a>c a>d a>e b>e
		總和	329	3.844	0.614			
	a	每天都會	72	3.988	0.725			
	b	1至2天	77	3.889	0.630			
	c	3至4天	43	3.651	0.464			
	d	5至6天	38	3.614	0.461			
產出	a	每天都會	72	4.060	0.753	5.752***	0.000	a>e b<e
	b	1至2天	77	4.065	0.580			
	c	3至4天	43	3.860	0.489			
	d	5至6天	38	3.772	0.559			
	e	一週或更久使用一次	99	3.680	0.673			
		總和	329	3.888	0.656			
整體知識分享	a	每天都會	72	3.983	0.651	8.833***	0.000	a>d a>e b>e
	b	1至2天	77	3.917	0.572			
	c	3至4天	43	3.697	0.423			
	d	5至6天	38	3.600	0.489			
	e	一週或更久使用一次	99	3.552	0.538			
		總和	329	3.756	0.581			

a:每天都會、b:1至2天、c:3至4天、d:5至6天、e:一週或更久使用一次 *** $p<0.001$
** $p<0.01$ * $p<0.05$

八、使用FB社團平均瀏覽時間不同的成員對於知識分享之差異分析

如表 4-4-32 所示，使用 FB 社團平均瀏覽時間不同的成員在知識分享整體之單因子變異數分析之 F 值為 4.941($p<0.001$)，達到極顯著水準，在溝通之 F 值=5.231($p<0.001$)、環境之 F 值=4.084 ($p<0.001$)、組織支援之 F 值=4.854 ($p<0.001$)、產出 F 值=3.428

($p<0.001$) 四個構面也達顯著水準，顯示使用 FB 社團平均瀏覽時間不同的成員在知識分享整體及各構面上有顯著的差異。

但在溝通、環境、組織支援、產出及整體知識分享的構面中，雖有達到顯著水準，但是事後比較時，卻皆沒有發現在使用 FB 社團平均瀏覽時間不同間的任何二組平均數有達到顯著差異，因此，本研究使用 FB 社團平均瀏覽時間不同的成員在知識分享有顯著差異，無顯著相關。

表 4-4-32 使用 FB 社團平均瀏覽時間不同的成員對於知識分享之統計摘要分析表

構面	代碼	使用 FB 社團平均瀏覽時間	人數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
溝通	a	未滿 30 分鐘	244	3.370	0.714	5.231* **	0.000	無顯著差異
	b	30 至 60 分鐘	62	3.677	0.725			
	c	1 小時至 2 小時	17	3.750	0.685			
	d	2 小時至 3 小時	1	4.250				
	e	3 小時以上	5	4.350	1.194			
		總和	329	3.465	0.741			
環境	a	未滿 30 分鐘	244	3.815	0.581	4.084* **	0.003	無顯著差異
	b	30 至 60 分鐘	62	3.858	0.667			
	c	1 小時至 2 小時	17	3.869	0.714			
	d	2 小時至 3 小時	1	4.333				
	e	3 小時以上	5	4.889	0.248			
		總和	329	3.844	0.614			
組織支援	a	未滿 30 分鐘	244	3.714	0.572	4.854* **	0.001	無顯著差異
	b	30 至 60 分鐘	62	3.778	0.685			
	c	1 小時至 2 小時	17	3.895	0.781			
	d	2 小時至 3 小時	1	4.111				
	e	3 小時以上	5	4.867	0.241			
		總和	329	3.754	0.618			
產出	a	未滿 30 分鐘	244	3.870	0.623	3.428* **	0.009	無顯著差異
	b	30 至 60 分鐘	62	3.898	0.765			
	c	1 小時至 2 小時	17	3.765	0.575			
	d	2 小時至 3 小時	1	4.667				
	e	3 小時以上	5	4.867	0.298			
		總和	329	3.888	0.656			
整體知識分享	a	未滿 30 分鐘	244	3.714	0.547	4.941* **	0.001	無顯著差異
	b	30 至 60 分鐘	62	3.805	0.639			
	c	1 小時至 2 小時	17	3.847	0.625			
	d	2 小時至 3 小時	1	4.280				
	e	3 小時以上	5	4.792	0.286			
		總和	329	3.756	0.581			

a:未滿 30 分鐘、b:30 至 60 分鐘、c:1 小時至 2 小時、d:2 小時至 3 小時、e:3 小時以上

***p<0.001 **p<0.01 *p<0.05

九、小結

將不同背景變項在知識分享差異比較分析結果統整，研究結果發現不同背景變項的社團成員，對知識分享有顯著差異，部分獲得支持，部分未獲得支持。

研究結果發現成員在「教育程度」、「職業」、「使用阿榮福利味社團的主要目的」與「平均使用阿榮福利味社團的頻率」等屬性在知識分享上具顯著差異；在「年齡」部分影響生命活力的認知程度；在「性別」、「平均每天使用 FB 的時數」與「使用 FB 社團平均瀏覽時間」無顯著差異。

本研究顯示社員整體知識分享，教育程度在「專科」和「大學」的成員高於「高中／職」的成員；職業在「服務業」的成員高於職業「自由業」的成員；使用 FB 社團主要目的在「討論 3C 產品（電腦及其週邊、手機或通訊產品、消費電子）相關資訊」的成員高於使用 FB 社團主要目的在「瞭解各式軟體相關資訊」的成員；使用 FB 社團平均頻率在「每天都會」的成員高於使用 FB 社團平均頻率在「5 至 6 天」和「一週或更久使用一次」的成員；使用 FB 社團平均頻率在「1 至 2 天」的成員高於使用 FB 社團平均頻率在「一週或更久使用一次」的成員。

第五節相關分析

本節以 SPSS 統計軟體的皮爾森積差相關分析(Pearson Correlation)考驗成員在生命活力、資訊素養、社群環境與知識分享等構面間之相關情形，並對本研究假設一：生命活力、資訊素養、社群環境對社團成員的知識分享各變項間有顯著相關。」進行四者之間的關聯性及相關情形與顯著情形之驗證分析。在相關係數解讀上，正負表示的是相關的方向，而非相關的程度。R 值相關程度之高低，在正負 0.3 之間（即 0.3 至-0.3 之間）稱為低度相關；在正負 0.3 至 0.6 之間（即指介於 0.3 至 0.6，-0.3 至-0.6 之間）稱為中度相關；而在正負 0.6 至 0.9 之間（即指在 0.6 至 0.9，-0.6 至-0.9 之間）則稱為高度相關；若是 R 值為正負 1，即表示完全相關。各變項之相關分析結果分述如下：

壹、生命活力與知識分享的關係

茲將社員生命活力與知識分享的相關係數摘要如表 4-5-1。由表 4-5-1-1 的結果可知，在整體的生命活力與整體的知識分享相關係數 γ 值為 0.614 ($p < 0.01$ ，已達顯著水準)。因此，兩者之間具有正相關，表示成員之生命活力程度愈高則知識分享效用愈好，亦即，知識分享效用愈高，則生命活力愈高。

表 4-5-1 生命活力與知識分享之皮爾森積差相關摘要表

整體生命活力構面及各構面	整體知識分享構面及各構面				
	溝通	環境	組織支援	產出	整體知識分享
身體強健	0.354**	0.466**	0.460**	0.423**	0.483**
情緒能量	0.436**	0.499**	0.516**	0.427**	0.534**
認知活躍	0.351**	0.542**	0.559**	0.507**	0.561**
整體生命活力	0.442**	0.588**	0.595**	0.531**	0.614**

** $p < 0.01$ 時（雙尾），相關顯著

一、整體生命活力與知識分享的積差相關分析

整體生命活力的三個變項與知識分享的四個變項之間的相關性為正相關，皆達顯著水準 ($p < 0.01$)。

(一) 整體生命活力與知識分享，其相關係數 γ 值為 0.614，兩者達到顯著水準 ($p < 0.01$)，因此，兩者之間具有正相關。

(二) 整體生命活力與知識分享之溝通、環境、組織支援及產出構面皆達有 $p < 0.01$ 顯著水準的正相關 ($\gamma = 0.442^{**}$ ； $\gamma = 0.588^{**}$ ； $\gamma = 0.595^{**}$ ； $\gamma = 0.531^{**}$)。

(三) 整體知識分享與生命活力之身體強健、情緒能量及認知活躍構面皆達到 $p < 0.01$ 顯著水準的正相關 ($\gamma = 0.483^{**}$; $\gamma = 0.534^{**}$; $\gamma = 0.561^{**}$)。

二、知識分享各構面與生命活力的相關分析

(一) 知識分享之溝通與生命活力之身體強健、情緒能量、認知活躍構面皆達到有 $p < 0.01$ 顯著水準的正相關 ($\gamma = 0.354^{**}$; $\gamma = 0.436^{**}$; $\gamma = 0.351^{**}$)。

(二) 知識分享之環境與生命活力之身體強健、情緒能量、認知活躍構面，皆達到有 $p < 0.01$ 顯著水準的正相關 ($\gamma = 0.466^{**}$; $\gamma = 0.499^{**}$; $\gamma = 0.542^{**}$)。

(三) 知識分享之「組織支援」與生命活力之身體強健、情緒能量、認知活躍構面，皆達到有 $p < 0.01$ 顯著水準的正相關 ($\gamma = 0.460^{**}$; $\gamma = 0.516^{**}$; $\gamma = 0.559^{**}$)。

(四) 知識分享之「產出」與生命活力之身體強健、情緒能量、認知活躍構面，皆達到有 $p < 0.01$ 顯著水準的正相關 ($\gamma = 0.423^{**}$; $\gamma = 0.427^{**}$; $\gamma = 0.507^{**}$)。

根據上述結果發現，知識分享之各構面及整體構面與生命活力之各構面與整體構面的相關係數均達顯著水準 ($p < 0.01$)，表示知識分享與生命活力有顯著正相關。在其中以組織支援對認知活躍之相關係數 0.559 最高，顯示組織支援對認知活躍的關聯性較高。而溝通與認知活躍之相關係數 0.351 最低，顯示溝通與認知活躍的關聯性較低。因此，本研究之假設 1-1：生命活力對知識分享各項間有顯著相關，獲得支持。

貳、資訊素養對知識分享的關係

茲將社員資訊素養與知識分享的相關係數摘要如表 4-5-2。由表 4-5-2 的結果可知，在整體的資訊素養與整體的知識分享相關係數 γ 值為 0.645 ($p < 0.01$ ，已達顯著水準)。因此，兩者之間具有正相關，表示成員之資訊素養程度愈高則知識分享效用愈好，亦即，知識分享效用愈高，則資訊素養愈高。

表 4-5-2 資訊素養與知識分享之皮爾森積差相關摘要表

整體資訊素養構面及各變項	整體知識分享構面及各變項				
	溝通	環境	組織支援	產出	整體知識分享
傳統素養	0.473**	0.621**	0.583**	0.592**	0.636**
電腦素養	0.476**	0.480**	0.450**	0.437**	0.511**
網路素養	0.468**	0.584**	0.544**	0.579**	0.604**
媒體素養	0.490**	0.513**	0.509**	0.509**	0.559**
整體資訊素養	0.541**	0.611**	0.580**	0.588**	0.645**

** $p < 0.01$ 時 (雙尾)，相關顯著

一、整體資訊素養與知識分享的積差相關分析

整體資訊素養的四個變項與知識分享的四個變項之間的相關性為正相關，皆達顯著水準 ($p < 0.01$)。

(一) 整體資訊素養與知識分享，其相關係數 γ 值為 0.645，兩者達到顯著水準 ($p < 0.01$)，因此，兩者之間具有正相關。

(二) 整體資訊素養與知識分享之溝通、環境、組織支援及產出構面皆達有 $p < 0.01$ 顯著水準的正相關 ($\gamma = 0.541^{**}$ ； $\gamma = 0.611^{**}$ ； $\gamma = 0.580^{**}$ ； $\gamma = 0.588^{**}$)。

(三) 整體知識分享與資訊素養之傳統素養、電腦素養、網路素養及媒體素養構面皆達到 $p < 0.01$ 顯著水準的正相關 ($\gamma = 0.636^{**}$ ； $\gamma = 0.511^{**}$ ； $\gamma = 0.604^{**}$ ； $\gamma = 0.559^{**}$)。

二、知識分享各構面與資訊素養的相關分析

(一) 知識分享之「溝通」與資訊素養之傳統素養、電腦素養、網路素養及媒體素養構面，皆達到有 $p < 0.01$ 顯著水準的正相關 ($\gamma = 0.473^{**}$ ； $\gamma = 0.476^{**}$ ； $\gamma = 0.468^{**}$ ； $\gamma = 0.490^{**}$)。

(二) 知識分享之「環境」與資訊素養之「傳統素養、電腦素養、網路素養及媒體素養構面，皆達到有 $p < 0.01$ 顯著水準的正相關 ($\gamma = 0.621^{**}$ ； $\gamma = 0.480^{**}$ ； $\gamma = 0.584^{**}$ ； $\gamma = 0.513^{**}$)。

(三) 知識分享之「組織支援」與資訊素養之傳統素養、電腦素養、網路素養及媒體素養構面，皆達到有 $p < 0.01$ 顯著水準的正相關 ($\gamma = 0.583^{**}$ ； $\gamma = 0.450^{**}$ ； $\gamma = 0.544^{**}$ ； $\gamma = 0.509^{**}$)。

(四) 知識分享之「產出」與資訊素養之傳統素養、電腦素養、網路素養及媒體素養構面，皆達到有 $p < 0.01$ 顯著水準的正相關 ($\gamma = 0.592^{**}$ ； $\gamma = 0.437^{**}$ ； $\gamma = 0.579^{**}$ ； $\gamma = 0.509^{**}$)。

根據上述結果發現，知識分享之各構面及整體構面與資訊素養之各構面與整體構面的相關係數均達顯著水準 ($p < 0.01$)，表示知識分享與資訊素養有顯著正相關。在其中以產出對傳統素養之相關係數 0.592 最高，顯示產出對傳統素養的關聯性較高。而產出對電腦素養之相關係數 0.437 最低，顯示產出對電腦素養的關聯性較低。因此，本研究之假設 1-2：資訊素養對知識分享各項間有顯著相關，獲得支持。

參、社群環境對知識分享的關係

茲將社員社群環境與知識分享的相關係數摘要如表 4-5-3。由表 4-5-3 的結果可知，在整體的社群環境與整體的知識分享相關係數 γ 值為 0.796 ($p < 0.01$ ，已達顯著水準)。因此，兩者之間具有正相關，表示成員之社群環境程度愈高則知識分享效用愈好，亦即，知識分享效用愈高，則社群環境愈高。

表 4-5-3 社群環境與知識分享之皮爾森積差相關摘要表

整體社群環境構面及各變項	整體知識分享構面及各變項				
	溝通	環境	組織支援	產出	整體知識分享
認知易用性	0.588**	0.686**	0.655**	0.681**	0.724**
認知有用性	0.625**	0.734**	0.687**	0.696**	0.764**
認知相容性	0.660**	0.638**	0.664**	0.633**	0.718**
整體社群環境	0.676**	0.742**	0.723**	0.725**	0.796**

** $p < 0.01$ 時 (雙尾)，相關顯著

一、整體社群環境與知識分享的積差相關分析

整體社群環境的三個變項與知識分享的四個變項之間的相關性為正相關，皆達顯著水準 ($p < 0.01$)。

(一) 整體社群環境與知識分享，其相關係數 γ 值為 0.614，兩者達到顯著水準 ($p < 0.01$)，因此，兩者之間具有正相關。

(二) 整體社群環境與知識分享之溝通、環境、組織支援及產出構面皆達有 $p < 0.01$ 顯著水準的正相關 ($\gamma = 0.676^{**}$ ； $\gamma = 0.742^{**}$ ； $\gamma = 0.723^{**}$ ； $\gamma = 0.725^{**}$)。

(三) 整體知識分享與社群環境之認知易用性、認知有用性及認知相容性構面皆達到 $p < 0.01$ 顯著水準的正相關 ($\gamma = 0.724^{**}$ ； $\gamma = 0.764^{**}$ ； $\gamma = 0.718^{**}$)。

二、知識分享各構面與社群環境的相關分析

(一) 知識分享之「溝通」與社群環境之認知易用性、認知有用性及認知相容性構面，皆達到有 $p < 0.01$ 顯著水準的正相關 ($\gamma = 0.588^{**}$ ； $\gamma = 0.625^{**}$ ； $\gamma = 0.660^{**}$)。

(二) 知識分享之「環境」與社群環境之認知易用性、認知有用性及認知相容性構面，皆達到有 $p < 0.01$ 顯著水準的正相關 ($\gamma = 0.686^{**}$ ； $\gamma = 0.734^{**}$ ； $\gamma = 0.638^{**}$)。

(三) 知識分享之「組織支援」與社群環境之認知易用性、認知有用性及認知相容性構面，皆達到有 $p < 0.01$ 顯著水準的正相關 ($\gamma = 0.655^{**}$ ； $\gamma = 0.687^{**}$ ； $\gamma = 0.664^{**}$)。

(四)知識分享之「產出」與社群環境之認知易用性、認知有用性及認知相容性構面，皆達到有 $p<0.01$ 顯著水準的正相關 ($\gamma=0.681^{**}$ ； $\gamma=0.696^{**}$ ； $\gamma=0.633^{**}$)。

根據上述結果發現，知識分享之各構面及整體構面與社群環境之各構面與整體構面的相關係數均達顯著水準 ($p<0.01$)，表示知識分享與社群環境有顯著正相關。在其中以環境對認知有用性之相關係數 0.734 最高，顯示組環境對認知有用性的關聯性較高。而溝通與認知易用性之相關係數 0.588 最低，顯示溝通與認知易用性的關聯性較低。因此，本研究之假設 1-3 社群環境對知識分享各項間有顯著相關，獲得支持。生命活力、社群環境與知識分享之相關假說驗證表，如表 4-5-4 所示。

表 4-5-4 生命活力、社群環境與知識分享之相關假說驗證表

研究假設		相關構面	有無相關	假設成立與否
假設 1-1	生命活力對知識分享各項間有顯著相關。	溝通	有正相關 ($r=0.614$, $p<0.01$)	成立
		環境		
		組織支援		
		產出		
假設 1-2	資訊素養對知識分享各項間有顯著相關。	溝通	有正相關 ($r=0.645$, $p<0.01$)	成立
		環境		
		組織支援		
		產出		
假設 1-3	社群環境對知識分享各項間有顯著相關。	溝通	有正相關 ($r=0.796$, $p<0.01$)	成立
		環境		
		組織支援		
		產出		

第六節測量模式(Measurement model)分析

結構方程模式(structure equation modeling, SEM)包含測量模式(measurement model)與結構模式(structural model)兩個部分，測量模式指的是實際量測變數和潛在構面的關係，而結構模式是指潛在變項之間的關係（蕭文龍，2016）。本研究之理論模式的分析與驗證採用偏小平方法的 Smart PLS3.0 統計軟體來進行分析。採用 PLS 模型的分析主要有二個步驟，第一個步驟是檢驗測量模型的信度和效度，第二個步驟檢測結構模型的路徑係數的顯著性與預測能力（何雍慶、蔡青姿，2009）。

壹、繪製量測模型圖

本研究架構的假設，係建構在外顯變項（又稱為觀測變項）變異由潛在變項來決定的前提下，即透過一組客觀具體測量的問卷題項來反映潛在變項（邱皓政，2011），因此，本研究的測量模型屬於反映性模型(reflective model)。

本研究問卷回收後，剔除無效問卷，建立 329 筆有效正式問卷樣本，透過 Smart PLS3.0 進行正式問卷的 PLS 分析，然後繪製完成本研究架構的路徑測量模式圖(Path Diagram)，路徑模式圖涵蓋了 4 個潛在變項（生命活力、資訊素養、社群環境及知識分享）以及 72 題觀測變項（即正式問卷題項:LV1~LV12、IL1~IL17、SE1~SE18、KS1~KS25），透過這些變項組成本研究的測量模式及結構模式。

貳、信度分析

信度指檢測結果有可靠度、一致性與穩定度，採用內部一致性 Cronbach's α 係數進行分析。Smart PLS 檢驗信度有三種指標（蕭文龍，2016）：1.個別因素負荷量(Outer Loading)必須大於 0.5（含）以上，若數值在 0.7（含）以上則具有相當良好的一致穩定程度；2.組成信度 CR(Composite Reliability, CR)與內部一致性係數 Cronbach's α 值必須大於 0.7（含）以上；3.平均變異萃取(Average Variance Extracted, AVE)必須大於 0.5。本研究問卷各構面及問項信效度分析整理如表 4-6-1。

從表 4-6-1 研究構面信效度分析表中，分析因素負荷量、組合信度(CR)值及內部一致性係數：

一、因素負荷量：

72 個題項(LV1~KS25)的 T-value 皆大於 3.29，表示 p 值皆達到 0.001 的顯著水準，而且各題項的因素負荷量介於 0.5~0.82，數值皆超過門檻值 0.5。

二、組成信度：

四個研究構面(生命活力、資訊素養、社群環境及知識分享)的 CR 值分別為 0.958、0.965、0.936 及 0.961，CR 值遠超過門檻值 0.7。

三、內部一致性係數：

四個研究構面(生命活力、資訊素養、社群環境及知識分享)的 Cronbach's α 值分別為 0.924、0.952、0.956、0.960，Cronbach's α 值遠超過門檻值 0.7。

綜合上述三項指標分析得知，本研究的相關指標值皆高過門檻值，因此本研究的各個構面問項具有良好的穩定度及內部一致性信度。

表 4-6-1 研究構面信效度分析表

構面	問項	平均值	標準差	因素負荷量	t-value	CR	AVE	Cronbach's α 值
生命活力 (LV)	LV1	3.92	0.90	0.80	32.47	0.958	0.572	0.924
	LV2	3.67	0.95	0.74	27.08			
	LV3	3.93	0.99	0.78	29.55			
	LV4	3.88	0.97	0.82	37.33			
	LV5	4.04	0.99	0.82	38.88			
	LV6	3.85	0.79	0.76	22.50			
	LV7	3.64	0.80	0.60	12.74			
	LV8	3.55	0.87	0.53	10.22			
	LV9	4.18	0.76	0.76	30.41			
	LV10	4.00	0.73	0.68	18.77			
	LV11	4.24	0.76	0.76	28.09			
	LV12	4.34	0.78	0.79	31.75			
資訊素養 (IL)	IL1	4.04	0.79	0.74	25.14	0.965	0.525	0.952
	IL2	4.04	0.78	0.77	26.86			
	IL3	4.13	0.81	0.59	15.78			
	IL4	4.02	0.82	0.81	42.83			
	IL5	4.23	0.84	0.80	32.84			
	IL6	3.61	1.03	0.70	22.66			
	IL7	3.32	1.00	0.65	18.60			
	IL8	3.90	0.87	0.74	28.49			
	IL9	4.13	0.81	0.82	49.37			
	IL10	4.41	0.76	0.78	35.91			
	IL11	4.43	0.79	0.77	28.75			
	IL12	4.30	0.78	0.81	41.84			
	IL13	3.79	0.77	0.65	15.60			
	IL14	4.09	0.84	0.81	34.80			
	IL15	3.66	0.84	0.77	31.46			
	IL16	3.87	0.92	0.81	36.88			
	IL17	3.90	0.95	0.80	32.12			
社群環境 (SE)	SE1	3.90	0.81	0.75	31.87	0.936	0.552	0.956
	SE2	4.06	0.72	0.78	29.11			
	SE3	3.95	0.74	0.74	23.75			
	SE4	4.30	0.75	0.76	27.14			
	SE5	4.27	0.82	0.78	30.05			
	SE6	4.20	0.72	0.78	27.51			
	SE7	4.20	0.69	0.75	23.09			
	SE8	4.00	0.66	0.70	20.53			
	SE9	4.15	0.72	0.79	36.62			

構面	問項	平均值	標準差	因素負荷量	t-value	CR	AVE	Cronbach's α 值
	SE10	4.16	0.88	0.80	39.92			
	SE11	3.93	0.77	0.80	37.32			
	SE12	4.20	0.79	0.82	41.01			
	SE13	3.93	0.67	0.62	10.60			
	SE14	3.88	0.79	0.72	20.80			
	SE15	3.88	0.77	0.72	19.94			
	SE16	3.92	0.76	0.76	31.82			
	SE17	4.02	0.93	0.82	34.12			
	SE18	3.88	0.75	0.74	26.14			
知識分享 (KS)	KS1	4.06	0.84	0.71	17.96	0.961	0.576	0.960
	KS2	3.63	0.80	0.73	25.33			
	KS3	3.07	1.04	0.55	12.86			
	KS4	3.11	1.08	0.50	9.56			
	KS5	3.55	0.79	0.72	24.91			
	KS6	3.93	0.78	0.76	32.97			
	KS7	3.81	0.80	0.80	43.00			
	KS8	3.97	0.89	0.74	29.13			
	KS9	3.63	0.76	0.75	31.01			
	KS10	4.07	0.83	0.76	33.48			
	KS11	3.79	0.74	0.64	14.44			
	KS12	3.76	0.74	0.74	22.31			
	KS13	4.09	0.74	0.76	30.50			
	KS14	3.54	0.79	0.62	15.92			
	KS15	3.99	0.79	0.79	35.11			
	KS16	3.57	0.75	0.70	22.61			
	KS17	3.90	0.78	0.80	34.70			
	KS18	4.07	0.79	0.79	41.20			
	KS19	3.61	0.79	0.76	25.28			
	KS20	3.58	0.82	0.66	15.90			
	KS21	3.68	0.77	0.72	18.08			
	KS22	3.86	0.80	0.82	40.90			
	KS23	3.75	0.72	0.67	12.90			
	KS24	4.05	0.78	0.75	30.67			
	KS25	3.87	0.78	0.78	30.97			

註 1: CR(Composite Reliability)為「組成信度」；(AVE Average Variance Extracted)為「平均變異萃取」。

註 2: T-value > 1.96, 表示 p 值達 0.05 顯著水準; T-value > 2.58, 表示 p 值達 0.01 顯著水準; T-value > 3.29, 表示 p 值達 0.001 顯著水準 (蕭文龍, 2016)

參、效度分析

效度是用來量測問卷結果的正確性及適切性的程度，Smart PLS 軟體將針對變項進行驗證性因素分析(Confirmatory Factor Analysis, CFA)檢驗，因此包含了檢定各潛在變項的收斂效度(convergent validity)及區別效度(Discriminant validity) (吳明隆、張毓仁，2010)。

一、內容效度

內容效度(content validity)係指測量工具內容之適切性，若測量內容涵蓋本研究所要

探討之架構及內容，表示具有優良之內容效度(Babbie, 1992)。本研究問卷之問項係參考國外學者及國內研究者使用之問卷加以修訂，並經專家老師及指導教授檢核，因此本問卷具有相當程度的內容效度。

二、收斂效度

在收斂效度方面，Hair et al.(1998)提出必須考量個別項目的信度、潛在變項組成信度與潛在變項的平均變異萃取等三項指標，若此三項指標均符合，則表示本研究符合收斂效度。

(一) 個別項目的信度(Individual Item Reliability)：考慮每個項目的信度，亦即每個顯性變數能被潛在變數所解釋的程度，Hair et al. (1998)建議因素負荷應該都在 0.5 以上。

(二) 潛在變項組成信度(Composite Reliability, CR)：指構面內部變數的一致性，若潛在變項的 CR 值越高，則其測量變項是高度相關的，表示他們皆衡量相同之潛在變項，愈能測出該潛在變項。一般而言，其值須大於 0.7(Hair et al., 1998)。

(三) 平均變異萃取(Average Variance Extracted, AVE)：測量模式分析係基於檢定模式中兩種重要的建構效度：收斂效度及區別效度。AVE 代表觀測變數能測得多少百分比潛在變數之值，不僅可用以評判信度，同時亦代表收斂效度，Fornell & Larcker(1981)建議以 0.5 作為臨界標準，表示具有「收斂效度」。

從表 4-6-1 中來看，在收斂效度的三個指標值分述如下：1. 個別項目的因素負荷量，每個問項之因素負荷值皆大於 0.5 以上，表示本研究的測量指標具有良好信度。2. 潛在變項組成信度，各研究構面生命活力、資訊素養、社群環境及知識分享的 CR 值介於 0.936~、0.965，數值都大於門檻值 0.7，表示本研究量表的各個構面均具有良好的內部一致性。3. 平均變異萃取，生命活力、資訊素養、社群環境及知識分享四個構面的 AVE 值分別為 0.572、0.525、0.552 及 0.576，數值皆大於門檻值 0.5。整體分析來看，收斂效度的三個指標值皆高過於門檻值，顯示出本研究各構面具有相當良好的收斂效度。

三、區別效度

區別效度也是由 AVE 來檢驗，對角線之值為此一潛在變數的平均變異萃取(AVE)的平方根，其值應大於各構面間的相關係數，代表本研究量表具有區別效度。在區別效度方面，從表 4-6-2 區別效度檢定表分析得知，除了知識分享對社群環境構面相關係數，大於對角線之值，其他三個構面的 AVE 值，無論水平列或是垂直欄皆大於各構面間的相關係數，Hairs 等(1998)學者建議的判斷準則，為每一個構面的 AVE 平方根大於各構

面的相關係數之個數，至少須佔整體的比較個數 75%以上。因此本研究的構面具備區別效度。

表 4-6-2 區別效度檢定表

構面	項目數	相關係數			
		生命活力	資訊素養	社群環境	知識分享
生命活力	12	0.74			
資訊素養	20	0.54	0.76		
社群環境	18	0.62	0.71	0.76	
知識分享	25	0.64	0.66	0.81	0.72

註 1：取變數之平均數為量表中各構面之所有題項的加總平均值。

註 2：對角線之值為此一潛在變數之平均變異抽取量(AVE)的平方根，該值應大於非對角線之值（非對角線為各構面間的相關係數）。此值若大於水平列或垂直欄的相關係數值，則代表具備區別效度。

綜合以上的分析結果，本研究同時具備收斂效度與區別效度，因此本研究之構面具有良好的建構效度。



第七節結構模式(Structural model)分析

偏最小平方法 PLS 模型的分析的第二個步驟，檢測結構模型的路徑係數的顯著性與預測能力（何雍慶、蔡青姿，2009）。結構模型主要目的係檢驗潛在變相間之因果關係，主要針對潛在變項進行路徑分析，以檢驗結構模式的適配性(Fitness)。在進行驗證結構模型分析時，會呈現三個部分：路徑係數(Path Coefficient)及路徑係數的顯著水準(Significance of Path Coefficient)、總效果(Total Effects)和 R Square 解釋力。

在 SmartPLS3.0 中提供 PLS 演算法(PLS Algorithm)、有限混合的偏最小平方(FIMIX-PLS)、Bootstrapping、Blindfolding 四種演算法，一般最常用到的是 PLS 演算法(PLS Algorithm)和重複抽樣估算法 (Bootstrapping)。透過重複抽樣估算法演算法，可以得到 T 值，PLS Algorithm 可以得到路徑係數和 R Square 解釋力。（蕭文龍，2016）。

在 PLS SEM 模式中，當 t 值 > 1.96，表示已達到 p 值為 0.05 的顯著水準，以*表示；當 t 值 > 2.58，表示已達到 p 值為 0.01 的顯著水準，以**表示；當 t 值 > 3.29，則表示已達到 p 值為 0.001 的顯著水準，以***表示。

本研究先透過 Bootstrapping 重覆抽樣 500 個樣本取得 T 值，來檢驗模型的信效度，接著再透過 PLS Algorithm 演算法，取得路徑係數和 R Square 解釋力，來檢驗模型的顯著性與預測力，研究結果整理成路徑分析圖（圖 4-7-1）及結構模型分析表（表 4-7-1）。由圖 4-7-1 可知，生命活力、資訊素養、社群環境對知識分享的整體解釋力增高到 R^2 達到 0.691，表示本研究有良好的 69% 預測解釋能力。

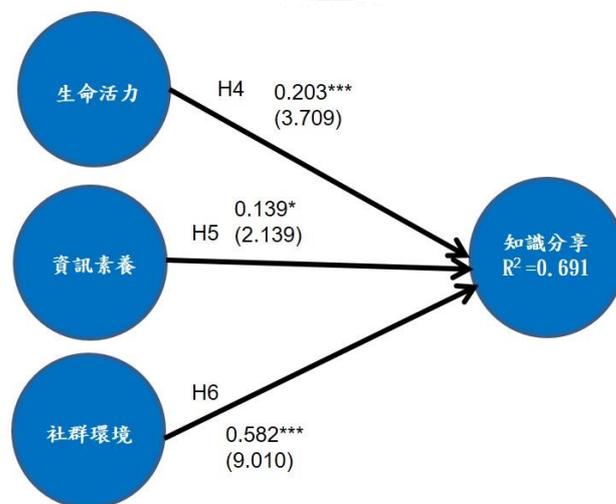


圖 4-7-1 路徑分析圖

註:箭頭旁的數值為該路徑係數；括號內數值表示 T-value；*表示 $p < 0.05$ ；*** 表示 $p <$

0.001； R^2 (R Square)為解釋力數值。

表 4-7-1 路徑關係檢定表

假設	路徑	假設關係	路徑值	假設成立與否
H2	生命活力→知識分享	正向	0.203***	成立
H3	資訊素養→知識分享	正向	0.139*	成立
H4	社群環境→知識分享	正向	0.582***	成立

*** $p < 0.001$ ** $p < 0.01$ * $p < 0.05$

壹、研究結果顯示：

本研究對路徑分析檢定結果說明如下。

一、H2：生命活力對社團成員的知識分享有顯著正向影響。

分析結果顯示路徑係數為 0.203，T 值為 3.709 > 2.139.29，達到 $p < 0.001$ 的顯著水準，表示生命活力對知識分享有正向顯著影響，其結果支持 H1 假說成立。研究結果與葉佩宜（2014）工作投入的活力能正向影響知識分享。結果一致。

二、H3：資訊素養對社團成員的知識分享有顯著正向影響。

分析結果顯示路徑係數為 0.139，T 值為 2.139 > 1.96，達到 $p < 0.05$ 的顯著水準，表示資訊素養對知識分享有正向顯著影響，其結果支持 H2 假說成立。研究結果與鄭羽涵（2014）資訊素養對知識分享意願具正向顯著影響結果一致。

三、H4：社群環境對社團成員的知識分享有顯著正向影響。

分析結果顯示路徑係數為 0.582，T 值為 9.010 > 3.29，達到 $p < 0.001$ 的顯著水準，表示社群環境對知識分享有正向顯著影響，其結果支持 H3 假說成立。研究結果與鄭光廷、徐士傑、林東清（2011）結果發現使用者的相容性會調節使用者認知 Web 2.0 利益對使用者持續使用 Web 2.0 來分享與傳遞知識的影響結果一致。

第五章結論與建議

本研究之目的在探討社團成員之生命活力、資訊素養與社群環境對知識分享之影響，並以 FB「阿榮福利味」社團為例，本研究首先收集相關文獻資料，並根據相關文獻建立研究架構，並編製「社團成員之生命活力、資訊素養與社群環境對知識分享評估問卷」，針對 FB「阿榮福利味」社團成員進行問卷調查。正式問卷以描述性統計、信度分析、效度分析、獨立樣本 T 檢定、單因子變異數分析與事後檢定、皮爾森積差相關分析及 PLS 結構方程模式等方法來進行分析與綜合討論，獲得的結果已於第四章分別加以討論。茲將本研究結果之討論與建議彙整詳述於本章，本章共分兩節，第一節為結論，第二節為後續研究之建議。

第一節結論

壹、社團成員對生命活力、資訊素養、社群環境與知識分享之現況皆屬中上程度。

生命活力方面，整體生命活力平均數達 3.94，其中以情緒能量 (M=4.19) 之認同度最高，認知活躍 (M=3.68) 為最低；資訊素養方面，整體資訊素養平均數達 3.99，其中以網路素養 (M=4.21) 之認同度最高，在電腦素養 (M=3.81) 為最低；社群環境方面，整體社群環境平均數達 4.04，其中以認知易用性 (M=4.11) 之認同度最高，在認知相容性 (M=3.92) 為最低；在知識分享方面，整體知識分享平均數達 3.76，其中以產出 (M=3.89) 之認同度最高，在溝通 (M=3.47) 為最低。

貳、社團成員生命活力、資訊素養與社群環境與知識分享有顯著正相關。

根據研究結果，社團成員整體生命活力與整體知識分享具有高相關 ($\gamma=0.614$)；社團成員整體的資訊素養與整體知識分享具有高相關 ($\gamma=0.645$)；社團成員整體的社群環境與整體知識分享具有高相關 ($\gamma=0.796$)。

參、社團成員的生命活力與知識分享間的相關情形。

本研究發現社團成員生命活力與知識分享的影響是非常顯著的，社團成員生命活力與知識分享具有正相關。過去僅對工作團隊的成員，工作投入的活力與知識分享具有正相關的研究 (葉佩宜, 2014)。有關社團成員生命活力與知識分享間的相關情形仍尚未探討，而本研究發現「社團成員的生命活力會正向影響知識分享」。

肆、社團成員的資訊素養與知識分享間的相關情形。

本研究發現社團成員資訊素養與知識分享的影響是非常顯著的，社團成員資訊素養與知識分享具有正相關。意即資訊素養高的成員，較有能力和信心去分享他的知識，過去相關研究結果：國稅人員資訊素養與知識分享具有正相關（鄭羽涵，2014）。有關社團成員資訊素養與知識分享間的相關情形仍未見有相關之研究，本研究發現「社團成員的資訊素養會正向影響知識分享」。

伍、社團成員的社群環境與知識分享間的相關情形。

本研究發現社團成員社群環境與知識分享的影響是非常顯著的，社團成員社群環境與知識分享具有正相關。過去相關研究結果：知覺行為控制、主觀規範與知識分享態度對知識分享行為意圖亦達顯著的正向影響關係（林錦郎，2016）。討有關社團成員社群環境與知識分享間的相關情形仍未見有相關之研究，本研究發現「社團成員的社群環境會正向影響知識分享」。

第二節後續研究之建議

根據前述主要研究發現之結論，本節羅列三點建議，提供社團經營者和後續研究者作參考，其項目包含：對社團經營者的建議、對後續研究者在研究對象及研究方法的建議。

壹、對社團經營者的建議

成員使用社團頻率低且每天的瀏覽時間短，因此利用蔡至欣與賴玲玲（2011）所提出的「成員」和「共同主題／興趣」是影響虛擬社群形成與發展的兩大關鍵，具吸引力的共通主題或焦點內容能促使成員加入，而成員間的討論互動則能建立起人際關係，增加成員的歸屬感與認同感，是成功經營虛擬社群的重要關鍵。因此社團可透過辦主題活動去吸引成員注意，增加社團成員活躍度，也使社員向心力提高。

貳、對後續研究者在研究對象上的建議

本研究之研究對象，因考量時間、成本等限制，僅就有加入 FB 阿榮福利味社團之成員，採便利抽樣及滾雪球抽樣方式進行樣本的收集，不能完全代表整個社團成員的意見，所以仍有未完善的地方；然而有關電腦資訊問題類型的社團眾多，因此研究者建議後續研究者，在調查的研究議題以及對象上，可針對不同行業的成員，或者同類型的社團成員去做抽樣，以深入瞭解不同類型的成員是否也會造成知識分享的差異。

參、對後續研究者在研究方法上的建議

本研究以社團成員之生命活力、資訊素養與社群環境對知識分享之影響，採問卷進行量化研究，各變項量測均藉由受到填答者當下的反應完成，難免會受到個人情緒、認知、主觀判斷或其他因素，對量表填寫產生偏差，而陷入量化研究之限制。所以，建議後續研究者可以透過質性研究，以深入訪談，蒐集更深入的資料進行探討，透過開放式的問答來了解社團成員內心的想法或意見，以彌補量化分析的不足，經由量化與質性的共同分析，能夠更加了解加入 FB 相關電腦社團之成員對知識分享的差異性，使研究結果更具客觀性，並能提供更完整的建議。

目前雖然有許多研究在探討知識分享行為，但仍有其他理論可以用來探討知識分享行為，例如計畫行為理論(TPB)、期望理論、公平理論等等，未來的研究者可利用不同的模式架構，去驗證知識分享行為的因素。

參考文獻

一、中文部份

1. 王建元 (2008)。國民小學行政人員資訊素養與行政效能之關係研究—以資訊環境與工作投入為干擾變項。國立臺南大學教育經營與管理研究所碩士論文。
2. 王宗誠 (2004)。雲林縣國民小學教師資訊素養之調查研究。南華大學資訊管理學系碩士論文。
3. 方陽昇 (2005)。國民小學教師資訊素養與工作滿意度關係之研究—以南部四縣市為例。臺南大學教育經營與管理研究所碩士論文。
4. 田佳杰 (2009)。職場霸凌對空服員工作活力影響之相關研究—以社會支持為調節變項。南台科技大學技職教育與人力資源發展研究所碩士論文。
5. 白慧如 (2004)。國民小學教師資訊素養與教學效能關係之研究。臺中師範學院國民教育研究所碩士論文。
6. 林生傳 (2003)。教育研究法：全方位的統計與分析。台北市：心理，154-156。
7. 林福基 (2007)。國民小學中年級資訊素養 E 化質性評量規準之建構與發展之研究。國立屏東教育大學教育科技研究所碩士論文。
8. 林天印 (2007)。國民中小學行政人員人格特質、資訊素養對工作績效影響之研究—以高屏地區為例。國立屏東教育大學教育行政研究所博士論文
9. 林彥君 (2007)。國際觀光旅館主管人員工作壓力對工作活力之影響—以自我效能為調節變項。南台科技大學技職教育與人力資源發展研究所碩士論文。
10. 林靜儀、劉昌佑 (2013)。個人創新和知覺樂趣性對智慧型手機使用者的態度和行為意圖之影響。國立屏東商業技術學院學報，179-206。
11. 林錦鈴 (2015)。國小教師利用虛擬社群進行知識分享對創意教學行為與教學效能之研究。南華大學資訊管理學系碩士論文。
12. 林錦郎 (2016)。從計畫行為理論探討數位學習平台知識分享行為。全球商業經營管理學報，8，43-55。
13. 何雍慶、蔡青資 (2009)。運用 PLS 方法探討價值創新導入新產品開發之調節角色。中華管理評論國際學報，12 (2)，1-24。
14. 何淑熏、林裕凌、吳姮憶 (2013)。檢驗網路銀行之採用意願—創新擴散理論與科

- 技接受模式之貢獻。中華管理評論國際學報，16（4）。
15. 江啟誠（2014）。應用科技接受模式來研究愛的書庫圖書資訊系統之使用行為意願——以嘉義地區國小為例。南華大學資訊管理學系碩士論文。
 16. 吳玲美（1996）。怎樣生活有活力。台北：允晨文化出版社。
 17. 吳清山、林天祐（2004）。教育名詞：資訊素養。教育資料與研究，57，95-96。
 18. 吳碧如（2005）。高屏地區大學校院行政人員資訊素養之研究。國立高雄師範大學成人教育研究所碩士論文。
 19. 吳偉琦（2007）。台南地區私立大學校院行政人員職場壓力對工作活力影響之評估——以情緒智力為調節變項。南台科技大學技職教育與人力資源發展研究所碩士論文。
 20. 吳明隆、張毓仁（2010）。結構方程模式：實務應用秘笈。台北市：五南圖書。
 21. 吳錦毅（2007）。離島地區國中教師接受創新程度、資訊素養、電腦焦慮與電腦自我效能之相關研究。國立台東大學教育學研究所碩士論文。
 22. 吳慧君（2010）。大學行政人員知覺組織支持、組織創新、工作活力與工作績效關係之研究——以獲教學卓越計畫大學為例。國立高雄師範大學成人教育研究所碩士論文。
 23. 吳冠翰、劉家郡（2013）。以科技接受整合模式與知覺創新特性探討消費者採用雲端儲存服務之因素。2013 第二屆服務與科技管理研討會。
 24. 吳有順（2000）。網路社群知識分享過程之研究——以企業管理教學網站為例。國立政治大學企業管理學系碩士論文。
 25. 吳明隆（2003）。SPSS 統計應用學習實務：問卷分析與應用設計。台北：知城數位科技股份有限公司。
 26. 吳定（2003）。公共政策。台北：國立空中大學。
 27. 胡立耘（2005）。論資訊素養的結構與意義。教育資料與圖書館學，42(4)，471-479。
 28. 邱皓政（2002）。量化研究與統計分析。台北市：五南圖書。
 29. 邱皓政（2006）。量化研究與統計分析：SPSS 中文視窗版資料分析範例解析（基礎版）。臺北：五南圖書。
 30. 邱皓政（2011）。當 PLS 遇上 SEM：議題與對話。αβγ 量化研究學刊，3（1），20-53。
 31. 李美玲（2002）。組織內部知識分享之研究。國立臺灣師範大學工業科技教育研究所碩士論文。
 32. 李德竹（1994）。由資訊素養研究圖書館資訊服務之意義與內涵。國科會專案研究

- 計劃。
33. 陳承賢 (2005)。臺北縣國民小學知識管理與學校效能關聯性之研究。銘傳大學教育研究所碩士論文。
 34. 陳碩珮、黃馨玉 (2010)。網路知識分享行為之研究--以「Yahoo!奇摩知識+」為例。國立虎尾科技大學學報，27(4)，75-88。
 35. 孫志麟 (2008，12月)。專業學習社群：促進教師專業發展的平臺。論文發表於國立中興大學師資培育中心暨教師專業發展研究所舉辦之「97學年度教師專業發展學術研討會」會議手冊。臺中市，16-29。
 36. 劉昌軍 (2011)。工作活力對工作投入與工作滿意度影響之研究。大葉大學人力資源暨公共關係學系碩士在職專班論文。
 37. 洪秀榮 (2005)。國民小學行政人員資訊素養與學校效能關係之研究。學校行政，36，32-51。
 38. 張亞勤 (2010)。Web 3.0 的時代來臨了。遠見雜誌，特刊 2010 華人峰會專刊。
 39. 黃志忠 (2004)。知識管理時代社會工作專業才能養成與繼續專業教育之展望。南投：內政部社會福利工作人員研習中心。
 40. 蕭文龍 (2016)。統計分析 SPSS (中文版)+SmartPLS 3 (PLS_SEM)，台北：碁峰。
 41. 葉至誠、葉立誠 (1999)。研究方法與論文寫作。台北市：商鼎文化，138-156。
 42. 楊永芬 (2005)。國民小學教師創新接受傾向與資訊科技融入教學接受程度之相關因素研究-以台北市資訊重點學校為例。國立中央大學學習與教學研究所碩士論文。
 43. 李書政、黃冠勳、謝奕廷、顏慈慧、何曉湄、劉瑋婷 (2011)。社群網站的使用意願對購買意願的影響之探討。樹德科技大學行銷管理系 100 研討會。
 44. 鄔壽國 (2012)。地方公務人員工作壓力、工作活力與工作滿意度關係之研究。臺中科技大學碩士論文。
 45. 楊蟬鴻 (2008)。職場社會心理需求危害對護理人員工作活力之相關研究-以工作-家庭衝突為調節變項。南台科技大學技職教育與人力資源發展研究所碩士論文。
 46. 陳慶瑜 (2013)。僕人式領導與工作活力對留任意願之影響-以南臺科技大學為例。南台科技大學人力資源管理研究所碩士論文。
 47. 陳炳男 (2002)。國小學生網路素養及其相關因素之研究。國立屏東師範學院國民教育研究所碩士論文。
 48. 楊國正 (2011)。金融從業人員之工作壓力與工作活力—以主管支持為干擾變數。

臺中技術學院企業管理系事業經營碩士班

49. 中文大辭典編纂委員會 (1967)。中文大辭典，25，299。
50. 關淑尤 (2002)。台中市國民小學行政人員資訊素養之研究。國立台中師範學院國民教育研究所碩士論文。
51. 倪惠玉 (1994)。國民小學教師科技素養之研究。國立台灣師範大學工藝教育學系碩士論文。
52. 謝宜芳 (2001)。資訊素養的相關概念。國立中央圖書館台灣分館館刊，7(4)，91-103。
53. 李承宇 (2002)。教師應具備之資訊素養：批判思考觀點。國民教育，42(6)，67-73。
54. 廖金雲 (2015)。幼兒園教師電腦自我效能、資訊素養與資訊融入關注階層於教學效能之研究。南華大學資訊管理學系碩士論文。
55. 粟四維、莊友豪 (2010)。虛擬社群成員知識分享意圖探討。資訊管理學報，17(3)，181-204。
56. 葉美春、阮明淑 (2007)。使用者採用知識管理系統之影響因素研究—理論模型的比較取向。圖書資訊學刊，5 (1/2)，69-90。
57. 葉佩宜 (2014)。評估知識分享與其影響因素：工作投入之中介效果。國立交通大學經營管理研究所碩士論文。
58. 蔡至欣、賴玲玲 (2011)。虛擬社群的資訊分享行為。圖書資訊學刊，9(1)：161-196。
59. 鄭羽涵 (2014)。國稅人員資訊素養與知識分享關聯性研究。國立高雄師範大學人力與知識管理研究所碩士論文。
60. 賴泰翰、吳思嫻 (2014)。以科技接受模式探討 Facebook 對使用者之影響。元智大學資訊管理學系 19th 專題。
61. 黃日鈺、林承賢 (2012)。以計畫行為理論探討縮短數位落差之持續使用行為。商略學報，5 (1)，57-78。
62. 黃勢民 (2004)。組織內知識分享意願影響因素之研究—以高中職導師為例。國立台北師範學院教育政策與管理研究所碩士論文。
63. 蕭至惠、張琮琦、蔡進發 (2009)。影響消費者對電子書接受意願因素之研究。電子商務研究，7 (3)，355-384。
64. 賴郁淇 (2008)。探討 Podcasting 採用因素與使用行為之研究。國立政治大學廣播電視研究所碩士論文。

14. Tech Orange 科技報橘。Facebook 產品總監：放棄做網站吧，「網路平台化」才是未來！。2016 年 6 月 1 日，取自：
<https://buzzorange.com/techorange/2016/06/01/facebook-productdirector-future/>
15. 104 市調中心。活力就是競爭力。104Survey 趨勢報，取自：
<http://survey104.pixnet.net/blog/post/25555151>[2009，June 15]。
16. 國家教育研究院。素養。圖書館學與資訊科學大辭典，取自：
<http://terms.naer.edu.tw/detail/1678771/>
17. 國家教育研究電子報。取自：
http://epaper.naer.edu.tw/index.php?edm_no=51&content_no=1421
18. ETNEWS 新聞雲。調查：2016 年手機上網率首度超越電腦。2017 年 1 月 31 號，
取自：<http://www.ettoday.net/news/20170131/856978.htm>
19. Facebook。Fb 社群守則。取自：<https://zh-tw.facebook.com/communitystandards/?letter>
20. 三星課程網。SmartPLS3.0 偏最小平方法教材 2015 版-三星統計張偉豪。2015 年 2 月 4 日，取自：<https://www.slideshare.net/beckett53/2days-pls-vs-amos-130108>

三、英文部份

1. Aggarwal, A. K.(2006). A modular approach to information literacy. *Information Management*, 19(2), 5-7.
2. American Library Association(1998). A progress report on information literacy: An update on the American Library Association presidential committee on information literacy: Final report.Chicago: ALA. Retrieved April 15, 2007, from <http://www.ala.org/ala/acrl/acrlpubs/whitepapers/progressreport.cfm>
3. American Library Association(1989). American Library Association Presidential Commission on Information Literacy, Final Report.
4. Ashby, F. G, Isen, A. M. , &Turken, A. U.(1999). A neuropsychological theory of positive affect and its influence on cognition. *Psychological Review*, 106, 529-550.
5. Association of College and Research Libraries(2000). Information literacy competency standards for higher education. Retrieved October 13, 2004, from <http://www.ala.org/ala/acrl/acrlstandards/informationliteracycompetency.htm>.
6. Ajzen, I.(1985). From intention to actions: A theory of planned behavior. In J. Kuhl & J. Beckman(Eds.), *Action control: From cognition to behavior*, pp .11-39.Berlin; New York: Springer-Verlag.
7. Ajzen,I. (1989). Attitude structure and behavior.In A. R. Pratkanis, S. J. Breckler,& A. G. Greenwald(Eds.), *Attitude structure and function*.Hillsdale, N.J.: L. Erlbaum Associates, 241-274.
8. Bjorner, S. N.(1991). The information literacy curriculum: A working model. *IATUL Quarterly*, 5, 150-151.
9. Boisot, M.(1998). *Knowledge assets: securing competitive advantage in the information economy*. New York: Oxford University Press.
10. Bailey, C, & Martin Clarke. (2000), How do Managers Use Knowledge about Knowledge Management, *Journal of Knowledge Management*, 4(3), 235-243.
11. Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change, *Psychological Review*, 84(2), 191-215.
12. Bello, O. W., Rafiat A. & Oyekunle (2014). Attitude, perceptions, motivation towards knowledge sharing: Views from universities in kwara state, nigeria. *African Journal of Library, Archives & Information Science*, 24(2), 123-134.
13. Bock, G.-W., & Kim, Y.G. (2001). Breaking the myths of rewards: An exploratory study of attitudes about knowledge sharing. *Pacis 2001 proceedings*, 78.

14. Bock, G.W., & Kim, Y.G. (2002). "Breaking the Myths of Rewards: An Exploratory Study of Attitudes about Knowledge Sharing," *Information Resources Management Journal* 15(2), 14-21.
15. Bock, G.W., Zmud, R.W., Kim, Y.G., & Lee, J.N.(2005). "Behavioral Intention Formation in Knowledge Sharing: Examining the Roles of Extrinsic Motivators, Social-Psychological Forces, and Organizational Climate," *MIS Quarterly* 29(1), 87-112.
16. Church, A. , & Waclawsk, J.(1998). The relationship between individual orientation and executive leadership behavior. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 71, 99-127.
17. Clark, I. L.(1995).Information literacy and writing center. *Computer and Composition*, 12(2), 203-209.
18. Chin, W. W.(1998). Issues and opinion on structural equation modeling. *MIS Quarterly*, 22(1), 7-16.
19. Davenport, T. H. and Prusak, L.(1998), *Working Knowledge, How Organizations Manage What They Know*. Boston: Havard Business School Press.
20. Diamantopoulos, A., & Winklhofer, H. M. (2001). Index Construction with Formative Indicators: An Alternative to Scale Development. *Journal of Marketing Research*(38), 269-277.
21. Davis, F. D. (1989), Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology, *MIS Quarterly*,13, 319-339.
22. Encyclopedia Americana. Retrieved March 11, 2006, from <http://go.grolier.com>.
23. Filipp, L. (2004). Student learning outcomes assessment reports. Annapolis, MD: Maryland State Higher Education Commission.(ERIC Document Reproduction Service No.ED484142)
24. Fornell, C. & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of marketing research*, 18(1), 39-50.
25. Fredrickson, B. L.(1998). What good are positive emotions? *Review of General Psychology*, 2, 300-319.
26. Gatch, C.L., & D. Kendzierski (1990). Predicting exercise intention : The theory of planned behavior. *Research Quarterly For Exercise and Sport*, 61(1), 100-102.
27. Hendriks, P.(1999). Why share knowledge? The influence of ICT on the motivation for

- knowledge sharing. *Knowledge and Process Management*, 6(2), 91-100
28. Grove, J. R., & Prapavessis, H.(1992). Preliminary evidence for the reliability and validity of an abbreviated profile of mood states. *International Journal of Sport Psychology*, 23, 93-109.
 29. Hair, J. , Anderson, R. E.,Tatham, R. , & Black, W. C.(1998). *Multivariate data analysis*, prentice hall, New Jersey, USA.
 30. Hobfoll, S. E.(1998). *The psychology and philosophy of stress,culture, and community*.New York: Plenum. from <http://www.unisanet.unisa.edu.au/nuss/NationalUniversityStressStudy.htm>
 31. Pirouz, D. M.(2006). An overview of partial least squares. Retrieved February 19,2008, from <http://www.merage.uci.edu/~dpirouz04/research/pls/PLS.pdf>.
 32. Kahneman, D. , Diener, E. , & Schwarz, N.(Eds.)(1999). *Well-Being: The foundations of hedonic psychology*. New York: Russell Sage Foundation.
 33. Kolekofski Jr., K.E., & Heminger, A.R.(2003).“Beliefs and Attitudes Affecting Intentions to Share Information in an Organizational Setting,” *Information & Management* 40(6), 521-532.
 34. Lazarus,R. S. , & Cohen-Charash, Y.(2001). Discrete emotions in organizational life. In R. L. Payne & C. L. Cooper(Eds.), *Emotions at work*, pp .21-45.Chichester, U.K.: Wiley.
 35. McClure, C.(1994). Network literacy: a role for libraries? *Information Technology and Libraries*.13(2), 115-125.
 36. Moon, J. W. , & Kim, Y. G.(2001). Extending the TAM for a World-Wide-Web context. *Information & Management*, 38(4), 217-230.
 37. Rogers, E.M.(1983), *Diffusion of Innovations*, 3rd, New YorkLFree Press.
 38. Oatley, K. , & Johnson-Laird, T. D.(1987). Towards a cognitive theory of emotions.*Cognition and Emotion*, 1, 29-50.
 39. Pressman, S. D. ,&S.(2005). Does positive affect influence health? *Psychological Bulletin*, 131(6), 925-971.
 40. Shirom, A.(1989). Burnout in work organizations. In: C. L. Cooper and I. Robertson(Eds.)*International review of industrial and organization psychology*, pp.25-48.Chichester,U.K.: Wiley.
 41. Shirom, A.(2003a). Job-related burnout: A review. In J.C. Quick & L. E. Tetrick(Eds.). *Handbook of Occupational Health Psychology*,245-265. Washington, DC: American Psychological Association.

42. Shirom, A.(2003b). Feeling vigorous at work? The construct of vigor and the study of positive affect in organizations. In D. Ganster & P. L. Perrewe(Eds.). Research in organizational stress and well-being, 3, 135-165.
43. Senge, P.(1997). Sharing Knowledge, Executive Excellence,17.
44. Seligman, M. E. P. ,& Csikszentmihalyi, M.(2000). Positive psychology: An introduction. American Psychologist, 55, 5-15.
45. Salovey, P. , Bedell, B. T. , Detweiler, J. B. , & Mayer, J. D.(2000). Current directions in emotional intelligence research. In M. Lewis & J. M. Haviland-Jones(Eds.), Handbook of emotions,2nd Ed. ,pp. 504-520. New York, New York: Guilford.
46. Taylor, S., & Todd, P.(1995a). Understanding information technology usage: A test of competing models. Information Systems Research, 6, 144-176.
47. Taylor, S., & Todd, P.A.(1995b), Decomposition and Cross Effects in the Theory of Planned Behavior: A Study of Consumer Adoption Intentions, International Journal of Research in Marketing, 12, 137-155.
48. Taylor, S., & Todd, P., (1995c). An Integrated Model of Waste Management Behavior: A Test of Household Recycling and Composting Intentions, Environment and Behavior, 27(5), 603-630.
49. Zack. M. H.(1999), Developing a Knowledge Strategy, California management Review, 41(3), 125-143.
50. Zurkowski, P.(1974), The Information Service Environment: Relationships and Priorities(Washington: National Commission on Libraries and Information Science, 1974.)(ED 100391)

附錄一：專家問卷

生命活力、資訊素養與社群環境對組織知識分享影響之研究—以 Facebook『阿榮福利味』社團為例

敬愛的 教授：

您好！感謝您在百忙之中願意撥冗協助問卷的評估與修正，學生不勝感激！

本問卷共分成五個部份：第一部份是「基本資料」、第二部份是「個人生命活力量表」、第三部份是「個人資訊素養量表」、第四部份是「個人對社群環境量表」、第五部份是「社團知識分享量表」。請您詳閱各題項之題目內容，並依您意見針對題目提供內容進行題項修正，以作為問卷預試及正式施測之參考，俾利後續研究之進行。再一次謝謝您的協助。

敬祝

教安

南華大學資訊管理學系暨研究所
學生：周曉慧敬上
中華民國一〇五年五月

第一部分：基本資料

如果您想參加抽獎，請留下您的 e-mail 或 FB 帳號：_____。

【填答說明】：請依據您個人的狀況，在適當的□中打「v」

題號	題 目	符合	修正	刪除
1.	性別： <input type="checkbox"/> 男性 <input type="checkbox"/> 女性	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	修正意見：			
2.	請問您的年齡： <input type="checkbox"/> (1) 20 歲 (含) 以下 <input type="checkbox"/> (2) 21 歲~30 歲 <input type="checkbox"/> (3) 31 歲~40 歲 <input type="checkbox"/> (4) 41 歲~50 歲 <input type="checkbox"/> (5) 51 歲 (含) 以上	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	修正意見：			
3.	請問您的教育程度為： <input type="checkbox"/> (1) 高中職 <input type="checkbox"/> (2) 專科 <input type="checkbox"/> (3) 大學 <input type="checkbox"/> (4) 碩士 <input type="checkbox"/> (5) 博士 <input type="checkbox"/> (6) 其他_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	修正意見：			
4.	請問您的職業為： <input type="checkbox"/> (1) 軍公教 <input type="checkbox"/> (2) 工、商業 <input type="checkbox"/> (3) 服務業 <input type="checkbox"/> (4) 學生 <input type="checkbox"/> (5) 自由業 <input type="checkbox"/> (6) 其他_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	修正意見：			
5.	請問您平均每天上網時數：	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	<input type="checkbox"/> (1) 2 小時 (含) 以下 <input type="checkbox"/> (2) 2 小時以上~4 小時 <input type="checkbox"/> (3) 4 小時以上~6 小時 <input type="checkbox"/> (4) 6 小時 (含) 以上			
	修正意見：			
6.	請問您使用阿榮福利味社團的主要目的是： <input type="checkbox"/> (1) 瞭解成員實際使用各類軟體資訊 <input type="checkbox"/> (2) 瞭解各式軟體相關資訊 <input type="checkbox"/> (3) 討論 3C 產品 (電腦及其週邊、手機或通訊產品、消費電子) 相關資訊 <input type="checkbox"/> (4) 與同好軟硬體技術交流 <input type="checkbox"/> (5) 分享軟硬體優質文章 <input type="checkbox"/> (6) 其他_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	修正意見：			
7.	請問您平均使用阿榮福利味社團的頻率： <input type="checkbox"/> (1) 每天都會 <input type="checkbox"/> (2) 1 至 2 天 <input type="checkbox"/> (3) 3 至 4 天 <input type="checkbox"/> (4) 5 至 6 天 <input type="checkbox"/> (5) 一週或更久使用一次	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	修正意見：			
8.	請問您平均使用瀏覽阿榮福利味社團的時間： <input type="checkbox"/> (1) 未滿 30 分鐘 <input type="checkbox"/> (2) 30 至 60 分鐘 <input type="checkbox"/> (3) 1 小時至 2 小時 <input type="checkbox"/> (4) 2 小時至 3 小時 <input type="checkbox"/> (5) 3 小時以上	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	修正意見：			
建議新增題目：				

第二部分：個人生命活力量表

【填答說明】：請依據您個人的狀況，在適當的□中打「√」

題號	題 目	符 合	修 正	刪 除
一、身體強健：能瞭解自己的身體及精神狀態。				
1.	我覺得充滿活力。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	修正意見：			
2.	我覺得我體力很好	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	修正意見：			
3.	我覺得精神狀況良好	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	修正意見：			
4.	我覺得精力充沛	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	修正意見：			
5.	我覺得有生命力	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	修正意見：			
二、認知活躍：瞭解自己的能力。				

6.	我覺得我思緒敏捷	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	修正意見：			
7.	我覺得可以貢獻新的想法	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	修正意見：			
8.	我覺得我具有創造力	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	修正意見：			
三、情緒能量：瞭解他人情緒的能力，或甚至能夠預測他人情緒反應的能力。				
9.	我覺得能對同伴與朋友表現關懷	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	修正意見：			
10.	我能敏銳感受到同伴與朋友的需要	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	修正意見：			
11.	我覺得我能對同伴與朋友投入情感	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	修正意見：			
12.	我覺得能對同伴與朋友有同理心	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	修正意見：			
整體修正意見：				

第三部分：個人資訊素養量表

【填答說明】：請依據您個人的狀況，在適當的□中打「V」

題號	題 目	符合	修正	刪除
一、傳統素養：會查詢及整理相關資料，廣泛吸收相關的知識。				
1.	我會將資料依內容屬性加以分門別類	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	修正意見：			
2.	我會查詢各項行政法條及相關規定	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	修正意見：			
3.	我會將搜尋而來的資料，加以組織成為有用的資訊	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	修正意見：			
4.	我會注意報章雜誌的相關訊息	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	修正意見：			
5.	我常參加相關新知快訊的座談會或演講	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	修正意見：			
建議新增題目：				

二、電腦素養：瞭解及使用電腦，自我充實電腦應用的知識。				
6.	我能主動自我充實電腦資訊科技的相關訊息及知能	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	修正意見：			
7.	我喜歡用電腦來處理事情	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	修正意見：			
8.	當電腦故障時，我能做簡易維修排除故障	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	修正意見：			
9.	我具有不錯的電腦相關知識	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	修正意見：			
10.	我會自行搜尋有關電腦的新知	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	修正意見：			
建議新增題目：				
三、網路素養：會上網尋找資料，藉由網路進行溝通，遵守網路規範的知識。				
11.	我會每天上網掌握最新的訊息	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	修正意見：			
12.	我會上網搜尋所需要的資料	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	修正意見：			
13.	我會使用網路資源（如 E-mail、Line、FB 等）與人溝通並交換資訊	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	修正意見：			
14.	我能透過網際網路，隨時掌握即時資訊	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	修正意見：			
15.	我能從網路上所發表的內容，判斷真實或虛構的部份	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	修正意見：			
建議新增題目：				
四、媒體素養：瞭解及使用資訊產品，尊重著作權的知識。本構面所指的科技媒體，泛指智慧型手機、掃瞄機、數位相機、桌上／筆記型電腦、Pad、錄音筆……等資訊產品。				
16.	我喜歡使用科技媒體工具	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	修正意見：			
17.	我能說出各項科技媒體的名稱	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	修正意見：			
18.	我會操作各項科技媒體工具	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	修正意見：			
19.	我常利用科技媒體工具	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	修正意見：			
20.	我喜歡研究新推出的科技媒體產品	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	修正意見：			
建議新增題目：				

整體修正意見：

第四部分：個人社群環境量表

【填答說明】：請依據您個人的狀況，在適當的□中打「√」

題號	題 目	符合	修正	刪除
一、認知易用性(PEU):使用者本身感受到容易學習或容易使用 FB 社團的程度。				
1.	我覺得利用 FB 社團環境來做知識分享或發問求解，相較於網路搜尋是容易的	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	修正意見：			
2.	經由接觸瞭解後，我覺得學習使用 FB 社團環境的操作是容易的	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	修正意見：			
3.	我認為使用 FB 社團環境來做知識分享或發問求解，是一件容易的事	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	修正意見：			
4.	對我來說，我覺得 FB 社團環境的使用是簡單而容易操作的	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	修正意見：			
5.	經過親朋好友的教學示範後，我覺得不用花太多時間與精神，就能學會 FB 社團環境的基本操作程序和使用	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	修正意見：			
6.	整體而言，我覺得使用 FB 社團環境中的各種功能和知識分享是容易的	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	修正意見：			
建議新增題目：				
二、認知有用性(PU):使用者因 FB 社團環境，對知識分享提升的程度。				
7.	我覺得在 FB 社團環境使用中，讓我可以和朋友分享電腦軟體、生活資訊等	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	修正意見：			
8.	看看別人、想想自己，我覺得 FB 社團環境是個有用的交流社群平台	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	修正意見：			
9.	我覺得使用 FB 社團環境，能讓我明確的發問或知識分享	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	修正意見：			
10.	我覺得使用 FB 社團環境，能讓我更快速解決自己遇到的健康問題	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	修正意見：			
11.	我覺得使用 FB 社團環境，有助於表達或整理自己的想法	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	修正意見：			
12.	整體而言，我覺得使用 FB 社團環境，對我的交友、知識分享、發問求解是有幫助的	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	修正意見：			
建議新增題目：				
三、認知相容性(PC)：使用者感受到 FB 社團環境與本身過去經驗、習慣或需求一致的程度。				
13.	當我以常用的網頁瀏覽器來操作 FB 社團時，可以感受到良好的順暢度	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	修正意見：			
14.	在使用 FB 社團與人分享知識時，我覺得符合自己原來習慣的發文模式	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	修正意見：			
15.	在使用 FB 社團與人分享知識時，我覺得相當契合自己發文的需求與想法	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	修正意見：			
16.	在使用 FB 社團與人分享知識時，我感覺是合乎平常的操作習慣	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	修正意見：			
17.	在使用 FB 社團與人分享知識時，是我喜歡的通訊方式	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	修正意見：			
18.	整體而言，我可以感受到 FB 社團可在各式瀏覽器上順暢操作	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	修正意見：			
建議新增題目：				
整體修正意見：				

第五部分：社團知識分享成效量表

以下是有關於知識分享效率指標(Knowledge Sharing Effectiveness Inventory, KSEI)衡量指標

【填答說明】：請依您同意的程度，在適當的□內打✓。

題號	題目	符合	修正	刪除
一、溝通：				
1.	社團內能夠在線上隨時取得重要的專業知識嗎	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	修正意見：			
2.	您能否常常收到社團組織傳送來重要的專業知識與新資訊	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	修正意見：			
3.	您是否常常有時間與其他社團成員做非正式的聊天	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	修正意見：			
4.	社團內的您時常將自我經驗利用語言或文字建成知識文件，提供成員知識分享	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	修正意見：			
二、環境：				
5.	社團有無時常舉辦知識交流活動，以讓您與社團其他成員接觸與知識交流	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	修正意見：			
6.	社團內有無保存「成功案例」與「使用經驗」的知識與環境	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	修正意見：			
7.	社團內在知識的傳播上，有無固定的知識傳習制度	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	修正意見：			
8.	社團有無成立關於認證、交流與教育有興趣的組織	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	修正意見：			
9.	社團內任務性質大都是團隊合作式而非個人	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	修正意見：			
10.	社團內的主要產品是知識或知識密集的產品	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	修正意見：			
11.	社團內是否存在知識分享的「利他文化」，而非知識囤積的自私文化	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	修正意見：			
12.	社團內的團隊成員都以共同的團隊目標為努力方向，而非自己的私利目標	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	修正意見：			
13.	社團內建立「線上的討論平台」來讓成員交換知識意見	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	修正意見：			

三、組織支援：				
14.	您的付出與收穫／「知識分享能力」是很重要的指標	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
修正意見：				
15.	社團提供充裕的資源來提供您的知識學習	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
修正意見：				
16.	社團內隨時有系統地蒐集各種相關的成功、失敗案例	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
修正意見：				
17.	社團內績效衡量指標有包括成員素質（專業知識的程度）、顧客資本（社團成員參與討論數）等無形的智慧資本（社團提供專業知識量）	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
修正意見：				
18.	社團內有良好的資訊技術(IT)來支援知識分享	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
修正意見：				
19.	社團內舉辦各種電腦相關的活動，所有成員都很投入	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
修正意見：				
20.	社團內是否時常進行問卷調查，成員間是否彼此無私的協商合作而非勾心鬥角	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
修正意見：				
21.	社團內是否時常有與其他社團之產品與服務的合作資訊內容	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
修正意見：				
22.	社團內的活動的規範與知識的分類，有利於您與成員的接觸交流	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
修正意見：				
四、產出：				
23.	社團內保存的重要知識「再利用率」(Reused Rate)很高	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
修正意見：				
24.	社團通常能在 24 小時內，能將重要的新知識即時地推播給相關的成員	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
修正意見：				
25.	社團內產品與服務的發明（現）、創新頻率很高	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
修正意見：				
整體修正意見：				

感謝您填答本問卷，請你確認所有問卷題項是否已正確回答，因為不完整的問卷無法做為有效的分析使用，會使您辛勞平白浪費。請將問卷填答完整後再行交回，再次謝謝您的合作。

【問卷到此結束，非常感謝您的參與及合作】

附錄二：專家意見及修改內容

本量表特請兩位資訊管理領域教授專家提供修正意見，以下簡稱 A 專家及 B 專家		
第一部分：基本資料		
【填答說明】：請依據您個人的狀況，在適當的□中打「√」		
題號	題目	題項適切性
1.	性別： <input type="checkbox"/> 男性 <input type="checkbox"/> 女性 修正意見：無	A：適切 B：適切
2.	請問您的年齡： <input type="checkbox"/> (1) 20 歲 (含) 以下 <input type="checkbox"/> (2) 21 歲~30 歲 <input type="checkbox"/> (3) 31 歲~40 歲 <input type="checkbox"/> (4) 41 歲~50 歲 <input type="checkbox"/> (5) 51 歲 (含) 以上 修正意見： A 建議：兩行之 <input type="checkbox"/> 建議對齊	A：修正 B：適切
3.	請問您的教育程度為： <input type="checkbox"/> (1) 高中職 <input type="checkbox"/> (2) 專科 <input type="checkbox"/> (3) 大學 <input type="checkbox"/> (4) 碩士 <input type="checkbox"/> (5) 博士 <input type="checkbox"/> (6) 其他_____ 修正意見： A 建議：問卷對象是否可能有更低學歷者？如果有，應再加入國中小； <input type="checkbox"/> 前應空格，以區隔前一項目；兩行之 <input type="checkbox"/> 建議對齊	A：修正 B：適切
4.	請問您的職業為： <input type="checkbox"/> (1) 軍公教 <input type="checkbox"/> (2) 工、商業 <input type="checkbox"/> (3) 服務業 <input type="checkbox"/> (4) 學生 <input type="checkbox"/> (5) 自由業 <input type="checkbox"/> (6) 其他_____ 修正意見： A 建議： <input type="checkbox"/> 前應空格，以區隔前一項目	A：修正 B：適切
5.	請問您平均每天上網時數： <input type="checkbox"/> (1) 2 小時 (含) 以下 <input type="checkbox"/> (2) 2 小時以上~4 小時 <input type="checkbox"/> (3) 4 小時以上~6 小時 <input type="checkbox"/> (4) 6 小時 (含) 以上 修正意見： A 建議： <input type="checkbox"/> 前應空格，以區隔前一項目；兩行之 <input type="checkbox"/> 建議對齊 B 建議：『上網時數』，改為『使用 FB 的時數』	A：修正 B：修正
6.	請問您使用阿榮福利味社團的主要目的是： <input type="checkbox"/> (1) 瞭解成員實際使用各類軟體資訊 <input type="checkbox"/> (2) 瞭解各式軟體相關資訊 <input type="checkbox"/> (3) 討論 3C 產品 (電腦及其週邊、手機或通訊產品、消費電子) 相關資訊 <input type="checkbox"/> (4) 與同好軟硬體技術交流 <input type="checkbox"/> (5) 分享軟硬體優質文章 <input type="checkbox"/> (6) 其他_____ 修正意見： A 建議： <input type="checkbox"/> 前應空格，以區隔前一項目；兩行之 <input type="checkbox"/> 建議對齊	A：修正 B：適切
7.	請問您平均使用阿榮福利味社團的頻率： <input type="checkbox"/> (1) 每天都會 <input type="checkbox"/> (2) 1 至 2 天 <input type="checkbox"/> (3) 3 至 4 天 <input type="checkbox"/> (4) 5 至 6 天 <input type="checkbox"/> (5) 一週或更久使用一次	A：適切 B：適切

	修正意見：無	
8.	請問您平均使用瀏覽阿榮福利味社團的時間： <input type="checkbox"/> (1) 未滿 30 分鐘 <input type="checkbox"/> (2) 30 至 60 分鐘 <input type="checkbox"/> (3) 1 小時至 2 小時 <input type="checkbox"/> (4) 2 小時至 3 小時 <input type="checkbox"/> (5) 3 小時以上	A：適切 B：修正
	修正意見： B 建議：『平均使用』修改為『平均每天使用』	
建議新增題目： B 建議：請問您是否為阿榮福利味社團之成員。		

第二部分：個人生命活力量表		
【填答說明】：請依據您個人的狀況，在適當的□中打「√」		
修正意見：		
B 建議：加入時間去檢測個人狀況，修改為『個人在一個月內』。		
題號	題目	題項適切性
一、身體強健：能瞭解自己的身體及精神狀態。		
9.	我覺得充滿活力	A：適切
	修正意見：無	B：適切
10.	我覺得我體力很好	A：適切
	修正意見：無	B：適切
11.	我覺得精神狀況良好	A：適切
	修正意見：無	B：適切
12.	我覺得精力充沛	A：適切
	修正意見：無	B：適切
13.	我覺得有生命力	A：修正
	修正意見： A 建議：本體與「身體強健」似乎無關，如果無文獻，建議刪除。 量表是有文獻，因此不刪除題項。	B：適切
二、認知活躍：瞭解自己的能力		
14.	我覺得我思緒敏捷。	A：適切
	修正意見：無	B：適切
15.	我覺得可以貢獻新的想法	A：適切
	修正意見：無	B：適切
16.	我覺得我具有創造力	A：適切
	修正意見：無	B：適切
三、情緒能量：瞭解他人情緒的能力，或甚至能夠預測他人情緒反應的能力。		
17.	我覺得能對同伴與朋友表現關懷	A：適切
	修正意見：無	B：適切
18.	我能敏銳感受到同伴與朋友的需要	A：適切
	修正意見：無	B：適切
19.	我覺得我能對同伴與朋友投入情感	A：適切
	修正意見： B 建議：題目統一文字，將『我能』修改為『能』。	B：修改

20.	我覺得能對同伴與朋友有同理心	A：適切
	修正意見：無	B：適切
整體修正意見： A 建議：請問這些構念的來源為何？是否有文獻定義？如果全部沒有，需要非常小心... （如果上述詞是自創，建議你找老師聊聊）		

第三部分：個人資訊素養量表 【填答說明】 ：請依據您個人的狀況，在適當的□中打「V」		
一、傳統素養：會查詢及整理相關資料，廣泛吸收相關的知識。		
題號	題目	題項適切性
21.	我會將資料依內容屬性加以分門別類	A：適切
	修正意見：無	B：適切
22.	我會查詢各項行政法條及相關規定	A：適切
	修正意見： 吳梅君老師建議：將『行政法條』改親民一點的法條。	B：修正
23.	我會將搜尋而來的資料，加以組織成為有用的資訊	A：適切
	修正意見：無	B：適切
24.	我會注意報章雜誌的相關訊息	A：適切
	修正意見：無	B：適切
25.	我常參加相關新知快訊的座談會或演講	A：適切
	修正意見： B 建議：題目統一文字，將『我常』修改為『我會』。	B：修正
二、電腦素養：瞭解及使用電腦，自我充實電腦應用的知識。		
26.	我能主動自我充實電腦資訊科技的相關訊息及知能	A：適切
	修正意見：無	B：適切
27.	我喜歡用電腦來處理事情	A：適切
	修正意見：無	B：適切
28.	當電腦故障時，我能做簡易維修排除故障	A：適切
	修正意見：無	B：適切
29.	我具有不錯的電腦相關知識	A：適切
	修正意見：無	B：適切
30.	我會自行搜尋有關電腦的新知	A：適切
	修正意見：無	B：適切
三、網路素養：會上網尋找資料，藉由網路進行溝通，遵守網路規範的知識。 修正意見： B 建議：沒有網路規範的題目，需做定義或題目修改。		
31.	我會每天上網掌握最新的訊息	A：適切
	修正意見：無	B：適切
32.	我會上網搜尋所需要的資料	A：適切
	修正意見：無	B：適切
33.	我會使用網路資源（如 E-mail、Line、FB 等）與人溝通並交換資訊	A：適切
	修正意見：無	B：適切

34.	我能透過網際網路，隨時掌握即時資訊	A：適切
	修正意見：無	B：適切
35.	我能從網路上所發表的內容，判斷真實或虛構的部份	A：適切
	修正意見：無	B：適切
<p>四、媒體素養：瞭解及使用資訊產品，尊重著作權的知識。本構面所指的科技媒體，泛指智慧型手機、掃瞄機、數位相機、桌上／筆記型電腦、Pad、錄音筆……等資訊產品。</p> <p>修正意見： B 建議：沒有尊重著作權的知識的題目，需做定義或題目修改。並且媒體素養定義應該不是針對硬體的使用上，不符合現代媒體素養。</p>		
36.	我喜歡使用科技媒體工具	A：適切
	修正意見：無	B：適切
37.	我能說出各項科技媒體的名稱	A：適切
	修正意見： B 建議：上面定義已列出科技媒體名稱，題目需做修改。	B：修正
38.	我會操作各項科技媒體工具	A：適切
	修正意見：無	B：適切
39.	我常利用科技媒體工具	A：適切
	修正意見：無	B：適切
40.	我喜歡研究新推出的科技媒體產品	A：適切
	修正意見：無	B：適切

<p>第四部分：個人社群環境量表</p> <p>【填答說明】：請依據您個人的狀況，在適當的□中打「v」</p> <p>修正意見： A 建議：修改量表名稱</p>		
<p>一、認知易用性(PEU)：使用者本身感受到容易學習或容易使用 FB 社團的程度。</p>		
題號	題目	題項適切性
41.	我覺得利用 FB 社團環境來做知識分享或發問求解，相較於網路搜尋是容易的	A：適切
	修正意見：無	B：適切
42.	經由接觸瞭解後，我覺得學習使用 FB 社團環境的操作是容易的	A：適切
	修正意見：無	B：適切
43.	我認為使用 FB 社團環境來做知識分享或發問求解，是一件容易的事	A：適切
	修正意見： B 建議：『來做知識分享或發問求解』改為『做張貼文章或發問求解的功能，是容易的』	B：修正
44.	對我來說，我覺得 FB 社團環境的使用是簡單而容易操作的	A：適切
	修正意見： B 建議：重複題項刪除或修改題項。	B：修正
45.	經過親朋好友的教學示範後，我覺得不用花太多時間與精神，就能學會 FB 社團環境的基本操作程序和使用	A：適切
		B：適切

	修正意見：無	
46.	整體而言，我覺得使用 FB 社團環境中的各種功能和知識分享是容易的	A：適切 B：修正
	修正意見： B 建議：知識分享是指能力跟意願，和個人想法無關，功能好用和想知識分享是兩件事，題目需再做修改。	
二、認知有用性(PU)：使用者因 FB 社團環境，對知識分享提升的程度。		
47.	我覺得在 FB 社團環境使用中，讓我可以和朋友分享電腦軟體、生活資訊等	A：適切 B：修正
	修正意見： B 建議：將『分享電腦軟體、生活資訊等。』修改為，『分享資訊。例如：電腦軟體、生活資訊、軟體應用等。』	
48.	看看別人、想想自己，我覺得 FB 社團環境是個有用的交流社群平台	A：適切 B：適切
	修正意見：無	
49.	我覺得使用 FB 社團環境，能讓我明確的發問或知識分享。	A：適切 B：適切
	修正意見：無	
50.	我覺得使用 FB 社團環境，能讓我更快速解決自己遇到的健康問題	A：適切 B：適切
	修正意見：無	
51.	我覺得使用 FB 社團環境，有助於表達或整理自己的想法。	A：適切 B：適切
	修正意見：無	
52.	整體而言，我覺得使用 FB 社團環境，對我的交友、知識分享、發問求解是有幫助的	A：適切 B：適切
	修正意見：無	
三、認知相容性(PC)：使用者感受到 FB 社團環境與本身過去經驗、習慣或需求一致的程度。		
53.	當我以常用的網頁瀏覽器來操作 FB 社團時，可以感受到良好的順暢度	A：適切 B：修正
	修正意見： B 建議：和 54-57 題項問不同概念，應做題目修改或刪除。	
54.	在使用 FB 社團與人分享知識時，我覺得符合自己原來習慣的發文模式	A：適切 B：適切
	修正意見：無	
55.	在使用 FB 社團與人分享知識時，我覺得相當契合自己發文的需與想法	A：適切 B：適切
	修正意見：無	
56.	在使用 FB 社團與人分享知識時，我感覺是合乎平常的操作習慣	A：適切 B：適切
	修正意見：無	
57.	在使用 FB 社團與人分享知識時，是我喜歡的通訊方式	A：適切 B：適切
	修正意見：無	
58.	整體而言，我可以感受到 FB 社團可在各式瀏覽器上順暢操作	A：適切 B：修正
	修正意見：	

B 建議：和 54-57 題項問不同概念，應做題目修改或刪除。

<p>第五部分：社團知識分享成效量表</p> <p>以下是有關於知識分享效率指標(Knowledge Sharing Effectiveness Inventory,KSEI)衡量指標</p> <p>【填答說明】：請依您同意的程度，在適當的□內打√。</p> <p>修正意見：</p> <p>A 建議：量表名稱不會談成效，成效會受很多因素影響，需要再做討論。</p>		
一、溝通：		
題號	題目	題項適切性
59.	社團內能夠在線上隨時取得重要的專業知識嗎	A：修正 B：修正
	<p>修正意見：</p> <p>A 建議：改為肯定句。</p> <p>B 建議：改為肯定句。</p>	
60.	您能否常常收到社團組織傳送來重要的專業知識與新資訊	A：修正 B：修正
	<p>修正意見：</p> <p>A 建議：改為肯定句。</p> <p>B 建議：改為肯定句，將『能否』刪除。</p>	
61.	您是否常常有時間與其他社團成員做非正式的聊天	A：修正 B：修正
	<p>修正意見：</p> <p>A 建議：改為肯定句。</p> <p>B 建議：改為肯定句，將『是否』刪除。</p>	
62.	社團內的您時常將自我經驗利用語言或文字建成知識文件，提供成員知識分享	A：適切 B：修正
	<p>修正意見：</p> <p>A 建議：將『利用語言或文字建成知識文件，提供成員知識分享。』修改為『利用語言，分享知識給成員。』</p>	
二、環境：		
63.	社團有無時常舉辦知識交流活動，以讓您與社團其他成員接觸與知識交流	A：修正 B：修正
	<p>修正意見：</p> <p>A 建議：改為肯定句。</p> <p>B 建議：改為肯定句，將『有無』刪除。</p>	
64.	社團內有無保存「成功案例」與「使用經驗」的知識與環境	A：修正 B：修正
	<p>修正意見：</p> <p>A 建議：改為肯定句。</p> <p>B 建議：改為肯定句，將『無』刪除。什麼的成功案例？什麼使用經驗？可做標註，如：器材。</p>	
65.	社團內在知識的傳播上，有無固定的知識傳習制度	A：修正 B：修正
	<p>修正意見：</p> <p>A 建議：改為肯定句。</p> <p>B 建議：改為肯定句，將『無』刪除。</p>	
66.	社團有無成立關於認證、交流與教育有興趣的組織	A：修正 B：修正
	<p>修正意見：</p>	

	A 建議：改為肯定句。 B 建議：改為肯定句，將『有無』刪除。看不懂題項，需做修改。	
67.	社團內任務性質大都是團隊合作式而非個人	A：適切 B：修正
	修正意見： B 建議：有什麼任務性質？看不懂題項，需做修改。	
68.	社團內的主要產品是知識或知識密集的產品	A：適切 B：修正
	修正意見： B 建議：知識或知識密集差別在哪？看不懂題項，需做修改。	
69.	社團內是否存在知識分享的「利他文化」，而非知識囤積的自私文化	A：修正 B：修正
	修正意見： A 建議：改為肯定句。 B 建議：改為肯定句，將『是否』刪除。	
70.	社團內的團隊成員都以共同的團隊目標為努力方向，而非自己的私利目標	A：適切 B：適切
	修正意見：無	
71.	社團內建立「線上的討論平台」來讓成員交換知識意見	A：適切 B：適切
	修正意見：無	
三、組織支援：		
72.	您的付出與收穫／「知識分享能力」是很重要的指標	A：適切 B：修正
	修正意見： B 建議：題目改為『對組織』是很重要的指標。	
73.	社團提供充裕的資源來提供您的知識學習	A：適切 B：適切
	修正意見：無	
74.	社團內隨時有系統地蒐集各種相關的成功、失敗案例	A：適切 B：適切
	修正意見：無	
75.	社團內績效衡量指標有包括成員素質（專業知識的程度）、顧客資本（社團成員參與討論數）等無形的智慧資本（社團提供專業知識量）	A：適切 B：修正
	修正意見： B 建議：指標和自己有什麼關聯？不要用括弧做補充說明，直接寫出來或改為（如：專業知識的程度）。看不懂題項，需做修改。	
76.	社團內有良好的資訊技術(IT)來支援知識分享	A：適切 B：修正
	修正意見： B 建議：(IT)字刪除。	
77.	社團內舉辦各種電腦相關的活動，所有成員都很投入	A：適切 B：適切
	修正意見：無	
78.	社團內是否時常進行問卷調查，成員間是否彼此無私的協商合作而非勾心鬥角	A：修正 B：修正
	修正意見： A 建議：改為肯定句。	

	B 建議：改為肯定句，將『是否』刪除。	
79.	社團內是否時常有與其他社團之產品與服務的合作資訊內容	A：修正 B：修正
	修正意見： A 建議：改為肯定句。 B 建議：改為肯定句，將『是否』刪除。	
80.	社團內的活動的規範與知識的分類，有利於您與成員的接觸交流	A：適切 B：修正
	修正意見： B 建議：將『活動的規範與知識的分類』修改為『活動規範與知識分類』	
四、產出：		
81.	社團內保存的重要知識「再利用率」(Reused Rate)很高	A：適切 B：修正
	修正意見： B 建議：(Reused Rate)字刪除。填寫者怎麼知道重要知識指什麼？是客觀（如：有多少讚）還是主觀認定（如：自己認為同意就會高）？	
82.	社團通常能在 24 小時內，能將重要的新知識即時地推播給相關的成員	A：適切 B：適切
	修正意見：無	
83.	社團內產品與服務的發明（現）、創新頻率很高	A：適切 B：修正
	修正意見： B 建議：將『產品與服務的發明（現）』修改為『產品與服務的發明』	

附錄三：預測問卷

生命活力、資訊素養與社群環境對組織知識分享影響之研究－以 Facebook『阿榮福利味』社團為例

親愛的朋友您好:

感謝您在百忙之中抽空填寫本問卷，這是一份學術用途的問卷調查，本研究主要在「生命活力、資訊素養與社群環境對組織知識分享影響之研究－以 Facebook『阿榮福利味』社團為例」。此問卷共分成五個部份：第一部份是「基本資料」、第二部份是「個人生命活力量表」、第三部份是「個人資訊素養量表」、第四部份是「個人社群環境量表」、第五部份是「社團知識分享量表」。

本問卷採用匿名方式進行，此問卷所得的資料，僅提供學術研究分析使用，絕不對外公開且不作其他用途，請各位可以安心填答，依照您個人之想法選擇最適當的答案，每一題都請務必填寫。填答方式採用「點選」的方式進行，一個問題只能點選一個答案，您寶貴的意見對本研究將有莫大的幫助，由衷感謝您的配合。

備註：填答者須為阿榮福利味社團的成員，若您不是成員非本研究的研究對象，無須填答以下問卷。

此問卷為預測問卷，主要目的在於篩選題目，以編擬正式問卷。因此題目較多，填答可能較為費時，在此謹對您的大力支持與協助。

最後，再次向您致上最深的敬意。

敬祝

事事順心、如願

南華大學資訊管理學系暨研究所
指導教授：陳信良博士
學 生：周曉慧敬上
中華民國一〇五年七月

第一部分：基本資料

請依據您個人的狀況，在適當的□中打「V」

題號	題 目
1.	性別： <input type="checkbox"/> 男性 <input type="checkbox"/> 女性
2.	請問您的年齡： <input type="checkbox"/> 20 歲（含）以下 <input type="checkbox"/> 21 歲~30 歲 <input type="checkbox"/> 31 歲~40 歲 <input type="checkbox"/> 41 歲~50 歲 <input type="checkbox"/> 51 歲（含）以上
3.	請問您的教育程度為： <input type="checkbox"/> 國中小 <input type="checkbox"/> 高中／職 <input type="checkbox"/> 專科 <input type="checkbox"/> 大學 <input type="checkbox"/> 碩士 <input type="checkbox"/> 博士
4.	請問您的職業為： <input type="checkbox"/> 軍公教 <input type="checkbox"/> 工、商業 <input type="checkbox"/> 服務業 <input type="checkbox"/> 學生 <input type="checkbox"/> 自由業 <input type="checkbox"/> 家管 <input type="checkbox"/> 其他_____
5.	請問您平均每天使用 FB 的時數： <input type="checkbox"/> 2 小時（含）以下 <input type="checkbox"/> 2 小時以上~3 小時 <input type="checkbox"/> 3 小時以上~4 小時 <input type="checkbox"/> 4 小時以上~6 小時 <input type="checkbox"/> 6 小時（含）以上
6.	請問您使用阿榮福利味社團的主要目的是： <input type="checkbox"/> 瞭解成員實際使用各類軟體資訊 <input type="checkbox"/> 瞭解各式軟體相關資訊 <input type="checkbox"/> 討論 3C 產品（電腦及其週邊、手機或通訊產品、消費電子）相關資訊 <input type="checkbox"/> 與同好軟硬體技術交流 <input type="checkbox"/> 分享軟硬體優質文章 <input type="checkbox"/> 其他_____
7.	請問您平均使用阿榮福利味社團的頻率： <input type="checkbox"/> 每天都會 <input type="checkbox"/> 1 至 2 天 <input type="checkbox"/> 3 至 4 天 <input type="checkbox"/> 5 至 6 天 <input type="checkbox"/> 一週或更久使用一次
8.	請問您平均每天使用瀏覽阿榮福利味社團的時間： <input type="checkbox"/> 未滿 30 分鐘 <input type="checkbox"/> 30 至 60 分鐘 <input type="checkbox"/> 1 小時至 2 小時 <input type="checkbox"/> 2 小時至 3 小時 <input type="checkbox"/> 3 小時以上
9.	請問您是否為阿榮福利味社團之成員： <input type="checkbox"/> 是（繼續作答） <input type="checkbox"/> 否（停止作答）

第二部分：個人生命活力量表

請您針對各問題描述過去一個月內具體感受生命活力的程度。請在題目後右邊最適當的□中打「V」，所選之數字愈大，表示您對於該敘述問題感到非常認同；所選之數字愈小，則反之。

題號	題 目	從未如此	非常少如此	很少如此	偶爾如此	有時如此	經常如此	總是如此
		1	2	3	4	5	6	7
一、身體強健：能瞭解自己的身體及精神狀態。								
1.	我覺得充滿活力	<input type="checkbox"/>						
2.	我覺得我體力很好	<input type="checkbox"/>						
3.	我覺得精神狀況良好	<input type="checkbox"/>						
4.	我覺得精力充沛	<input type="checkbox"/>						
5.	我覺得有生命力	<input type="checkbox"/>						
二、認知活躍：瞭解自己的能力								
6.	我覺得我思緒敏捷	<input type="checkbox"/>						
7.	我覺得可以貢獻新的想法	<input type="checkbox"/>						
8.	我覺得我具有創造力	<input type="checkbox"/>						
三、情緒能量：瞭解他人情緒的能力，或甚至能夠預測他人情緒反應的能力。								
9.	我覺得能對同伴與朋友表現關懷	<input type="checkbox"/>						
10.	我能敏銳感受到同伴與朋友的需要	<input type="checkbox"/>						
11.	我覺得我能對同伴與朋友投入情感	<input type="checkbox"/>						
12.	我覺得能對同伴與朋友有同理心	<input type="checkbox"/>						

第三部分：個人資訊素養量表

以下題目主要目的是瞭解您在資訊素養的狀況，每題後面均有五個選項，依序為「非常不同意」到「非常同意」，請您根據實際情況的同意程度，在適當的□內打「V」，所選之數字愈大，表示你愈認同該問題所敘述之情況；所選之數字愈小，則反之。

題號	題目	非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
		1	2	3	4	5
一、傳統素養：會查詢及整理相關資料，廣泛吸收相關的知識。						
1.	我會將資料依內容屬性加以分門別類	<input type="checkbox"/>				
2.	我會查詢各項行政法條及相關規定	<input type="checkbox"/>				
3.	我會將搜尋而來的資料，加以組織成為有用的資訊	<input type="checkbox"/>				
4.	我會注意報章雜誌的相關訊息	<input type="checkbox"/>				
5.	我會參加相關新知快訊的座談會或演講	<input type="checkbox"/>				
二、電腦素養：瞭解及使用電腦，自我充實電腦應用的知識。						
6.	我能主動自我充實電腦資訊科技的相關訊息及知能	<input type="checkbox"/>				
7.	我喜歡用電腦來處理事情	<input type="checkbox"/>				
8.	當電腦故障時，我能做簡易維修排除故障	<input type="checkbox"/>				
9.	我具有不錯的電腦相關知識	<input type="checkbox"/>				
10.	我會自行搜尋有關電腦的新知	<input type="checkbox"/>				
三、網路素養：會使用網路搜尋正確的資料，藉由網路進行溝通，能分辨網路內容的好壞。						
11.	我會每天上網掌握最新的訊息	<input type="checkbox"/>				
12.	我會上網搜尋所需要的資料	<input type="checkbox"/>				
13.	我會使用網路資源（如 E-mail、Line、FB 等）與人溝通並交換資訊	<input type="checkbox"/>				
14.	我能透過網際網路，隨時掌握即時資訊	<input type="checkbox"/>				

15.	我能從網路上所發表的內容，判斷真實或虛構的部份	<input type="checkbox"/>				
四、媒體素養：瞭解及使用資訊產品，尊重著作權的知識。本構面所指的科技媒體，泛指智慧型手機、掃瞄機、數位相機、桌上／筆記型電腦、Pad、錄音筆……等資訊產品。						
16.	我喜歡使用科技媒體工具	<input type="checkbox"/>				
17.	我絕不仿冒，不複製有版權的媒體內容	<input type="checkbox"/>				
18.	我會操作各項科技媒體工具	<input type="checkbox"/>				
19.	我常利用科技媒體工具	<input type="checkbox"/>				
20.	我喜歡研究新推出的科技媒體產品	<input type="checkbox"/>				

第四部分：個人社群環境量表

以下題目主要目的是瞭解您在社群環境使用的狀態，每題後面均有五個選項，依序為「非常不同意」到「非常同意」，請您根據實際情況的同意程度，在適當的□內打「V」，所選之數字愈大，表示你愈認同該問題所敘述之情況；所選之數字愈小，則反之。

題號	題目	非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
		1	2	3	4	5
一、認知易用性(PEU)：使用者本身感受到容易學習或容易使用 FB 社團的程度。						
1.	我覺得利用 FB 社團環境來做知識分享或發問求解，相較於網路搜尋是容易的	<input type="checkbox"/>				
2.	經由接觸瞭解後，我覺得學習使用 FB 社團環境的操作是容易的	<input type="checkbox"/>				
3.	我認為使用 FB 社團環境來做張貼文章或發問求解的功能，是容易的	<input type="checkbox"/>				
4.	在不知不覺中，我就學會了 FB 社團環境的基本操作程序	<input type="checkbox"/>				
5.	經過親朋好友的教學示範後，我覺得不用花太多時間與精神，就能學會 FB 社團環境的基本操作程序和使用	<input type="checkbox"/>				
6.	整體而言，我覺得使用 FB 社團環境中的各種功能做知識分享是容易的	<input type="checkbox"/>				

二、認知有用性(PU)：使用者感受到 FB 社團環境，對知識分享提升的程度。						
7.	我覺得在 FB 社團環境使用中，讓我可以和朋友分享資訊。例如：電腦軟體、生活資訊、軟體應用等	<input type="checkbox"/>				
8.	看看別人、想想自己，我覺得 FB 社團環境是個有用的交流社群平台	<input type="checkbox"/>				
9.	我覺得使用 FB 社團環境，能讓我明確的發問或知識分享	<input type="checkbox"/>				
10.	我覺得使用 FB 社團環境，能讓我更快速明白自己遇到的電腦問題	<input type="checkbox"/>				
11.	我覺得使用 FB 社團環境，有助於表達或整理自己的想法	<input type="checkbox"/>				
12.	整體而言，我覺得使用 FB 社團環境，對我的交友、知識分享、發問求解是有幫助的	<input type="checkbox"/>				
三、認知相容性(PC)：使用者感受到 FB 社團與本身過去經驗、習慣或需求一致的程度。						
13.	當我以常用的網頁瀏覽器來操作 FB 社團時，可以感受到良好的順暢度	<input type="checkbox"/>				
14.	在使用 FB 社團與人分享知識時，我覺得符合自己原來習慣的發文模式	<input type="checkbox"/>				
15.	在使用 FB 社團與人分享知識時，我覺得相當契合自己發文的需求與想法	<input type="checkbox"/>				
16.	在使用 FB 社團與人分享知識時，我感覺是合乎平常的操作習慣	<input type="checkbox"/>				
17.	在使用 FB 社團與人分享知識時，是我喜歡的通訊方式	<input type="checkbox"/>				
18.	整體而言，在使用 FB 社團與人分享知識時，我可以感受到 FB 社團可在各式瀏覽器上順暢操作	<input type="checkbox"/>				

第五部分：社團知識分享量表

以下題目主要目的是瞭解您在社團內對知識分享的情況或感受，每題後面均有五個選項，依序為「非常不同意」到「非常同意」，請您根據實際情況的同意程度，在適當的□內打「V」，所選之數字愈大，表示你愈認同該問題所敘述之情況；所選之數字愈小，則反之。

題號	題目	非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
		1	2	3	4	5
一、溝通：						
1.	社團內能夠在線上隨時取得重要的專業知識	<input type="checkbox"/>				
2.	您常常收到社團組織傳送來重要的專業知識與新資訊	<input type="checkbox"/>				
3.	您常常有時間與其他社團成員做非正式的聊天	<input type="checkbox"/>				
4.	社團內的您時常將自我經驗利用（聲音、影像、文字）各種傳播媒介，分享知識給成員	<input type="checkbox"/>				
二、環境：						
5.	社團時常舉辦知識交流活動，讓您與社團其他成員接觸與知識交流	<input type="checkbox"/>				
6.	社團內有保存（如：電腦問題解決方面）「成功案例」與（如：軟體方面）「使用經驗」的知識與環境	<input type="checkbox"/>				
7.	社團內在知識的傳播上，有固定的知識傳承與學習制度或模式	<input type="checkbox"/>				
8.	社團中關於知識的驗證、交流與教育等事務有專屬的相關組織或人員負責	<input type="checkbox"/>				
9.	社團內（如：舉辦的活動）所有工作或活動的任務，大都是團隊合作式而非個人	<input type="checkbox"/>				
10.	社團內主要的產品是具知識性的	<input type="checkbox"/>				
11.	社團內有存在知識分享的「利他文化」，而非知識囤積的自私文化	<input type="checkbox"/>				
12.	社團內的團隊成員都以共同的團隊目標為努力方向，而非自己的私利目標	<input type="checkbox"/>				
13.	社團內建立「線上的討論平台」來讓成員交換知識意見	<input type="checkbox"/>				
三、組織支援：						
14.	您的付出與收穫／「知識分享能力」，對組織是很重要的指標	<input type="checkbox"/>				

題號	題目	非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
		1	2	3	4	5
15.	社團提供充裕的資源來提供您的知識學習	<input type="checkbox"/>				
16.	社團內隨時有系統地蒐集各種相關的成功、失敗案例	<input type="checkbox"/>				
17.	社團內績效衡量指標有包括成員素質（如：專業知識的程度）、顧客資本（如：社團成員參與討論數）等無形的智慧資本（如：社團提供專業知識量）	<input type="checkbox"/>				
18.	社團內有良好的資訊技術來支援知識分享	<input type="checkbox"/>				
19.	社團內舉辦各種電腦相關的活動，所有成員都很投入	<input type="checkbox"/>				
20.	社團內時常進行問卷調查，成員間是否彼此無私的協商合作而非勾心鬥角	<input type="checkbox"/>				
21.	社團內時常有與其他社團之產品與服務的合作資訊內容	<input type="checkbox"/>				
22.	社團內的活動規範與知識分類，有利於您與成員的接觸交流	<input type="checkbox"/>				
四、產出：						
23.	社團內儲存的知識被重複使用的機率很高	<input type="checkbox"/>				
24.	社團通常能在 24 小時內，能將重要的新知識即時地分享給相關的成員	<input type="checkbox"/>				
25.	社團內所發明或發現的產品與服務創新頻率很高	<input type="checkbox"/>				

感謝您填答本問卷，請確認所有問卷題項是否已正確回答，因為不完整的問卷無法做為有效的分析使用，會使您辛勞平白浪費。請將問卷填答完整後交回，再次謝謝您的合作。請留下您的 e-mail 或 FB 帳號：_____，即可參加抽獎活動。

【問卷到此結束，非常感謝您的參與及合作】

附錄四：正式問卷

生命活力、資訊素養與社群環境對組織知識分享影響之研究—以 Facebook『阿榮福利味』社團為例

親愛的朋友您好:

感謝您在百忙之中抽空填寫本問卷，這是一份學術用途的問卷調查，本研究主要在「生命活力、資訊素養與社群環境對組織知識分享影響之研究—以 Facebook『阿榮福利味』社團為例」。此問卷共分成五個部份：第一部份是「基本資料」、第二部份是「個人生命活力量表」、第三部份是「個人資訊素養量表」、第四部份是「個人對社群環境量表」、第五部份是「社團知識分享量表」。

本問卷採用匿名方式進行，此問卷所得的資料，僅提供學術研究分析使用，絕不對外公開且不作其他用途，請各位可以安心填答，依照您個人之想法選擇最適當的答案，每一題都請務必填寫。填答方式採用「點選」的方式進行，一個問題只能點選一個答案，您寶貴的意見對本研究將有莫大的幫助，由衷感謝您的配合。

備註：填答者須為阿榮福利味社團的成員，若您不是成員非本研究的研究對象，無須填答以下問卷。

抽獎資格：填寫本問卷後，留下您的「e-mail 或 Facebook 帳號」者，即可參加抽獎。將隨機抽全聯禮卷和 USB 隨身碟，獲獎者需要留下身份資訊以便獲獎時連絡識別，謝謝。

抽獎內容：全聯禮卷 100 元 5 名及 16GUSB 隨身碟 10 支。

抽獎方式：將以網路公開錄影的方式，匿名抽出各獎項。

抽獎結果：將公告在「阿榮福利味社團」並各自通知。

最後，再次向您致上最深的敬意。

敬祝

事事順心、如願

南華大學資訊管理學系暨研究所

指導教授：陳信良博士

學生：周曉慧敬上

中華民國一〇五年八月

第一部分：基本資料

請依據您個人的狀況，在適當的□中打「V」

題號	題 目
1.	性別： <input type="checkbox"/> 男性 <input type="checkbox"/> 女性
2.	請問您的年齡： <input type="checkbox"/> 20 歲（含）以下 <input type="checkbox"/> 21 歲~30 歲 <input type="checkbox"/> 31 歲~40 歲 <input type="checkbox"/> 41 歲~50 歲 <input type="checkbox"/> 51 歲（含）以上
3.	請問您的教育程度為： <input type="checkbox"/> 國中小 <input type="checkbox"/> 高中／職 <input type="checkbox"/> 專科 <input type="checkbox"/> 大學 <input type="checkbox"/> 碩士 <input type="checkbox"/> 博士
4.	請問您的職業為： <input type="checkbox"/> 軍公教 <input type="checkbox"/> 工、商業 <input type="checkbox"/> 服務業 <input type="checkbox"/> 學生 <input type="checkbox"/> 自由業 <input type="checkbox"/> 家管 <input type="checkbox"/> 其他_____
5.	請問您平均每天使用 FB 的時數： <input type="checkbox"/> 2 小時（含）以下 <input type="checkbox"/> 2 小時以上~3 小時 <input type="checkbox"/> 3 小時以上~4 小時 <input type="checkbox"/> 4 小時以上~6 小時 <input type="checkbox"/> 6 小時（含）以上
6.	請問您使用阿榮福利味社團的主要目的是： <input type="checkbox"/> 瞭解成員實際使用各類軟體資訊 <input type="checkbox"/> 瞭解各式軟體相關資訊 <input type="checkbox"/> 討論 3C 產品（電腦及其週邊、手機或通訊產品、消費電子）相關資訊 <input type="checkbox"/> 與同好軟硬體技術交流 <input type="checkbox"/> 分享軟硬體優質文章 <input type="checkbox"/> 其他_____
7.	請問您平均使用阿榮福利味社團的頻率： <input type="checkbox"/> 每天都會 <input type="checkbox"/> 1 至 2 天 <input type="checkbox"/> 3 至 4 天 <input type="checkbox"/> 5 至 6 天 <input type="checkbox"/> 一週或更久使用一次
8.	請問您平均每天使用瀏覽阿榮福利味社團的時間： <input type="checkbox"/> 未滿 30 分鐘 <input type="checkbox"/> 30 至 60 分鐘 <input type="checkbox"/> 1 小時至 2 小時 <input type="checkbox"/> 2 小時至 3 小時 <input type="checkbox"/> 3 小時以上
9.	請問您是否為阿榮福利味社團之成員： <input type="checkbox"/> 是（繼續作答） <input type="checkbox"/> 否（停止作答）

第二部分：個人生命活力量表

請您針對各問題描述過去一個月內具體感受生命活力的程度。請在題目後右邊最適當的□中打「V」，所選之數字愈大，表示您對於該敘述問題感到非常認同；所選之數字愈小，則反之。

題號	題 目	非 常 不 同 意	不 同 意	普 通	同 意	非 常 同 意
		1	2	3	4	5
1.	我覺得充滿活力	<input type="checkbox"/>				
2.	我覺得我體力很好	<input type="checkbox"/>				
3.	我覺得精神狀況良好	<input type="checkbox"/>				
4.	我覺得精力充沛	<input type="checkbox"/>				
5.	我覺得有生命力	<input type="checkbox"/>				
6.	我覺得我思緒敏捷	<input type="checkbox"/>				
7.	我覺得可以貢獻新的想法	<input type="checkbox"/>				
8.	我覺得我具有創造力	<input type="checkbox"/>				
9.	我覺得能對同伴與朋友表現關懷	<input type="checkbox"/>				
10.	我能敏銳感受到同伴與朋友的需要	<input type="checkbox"/>				
11.	我覺得我能對同伴與朋友投入情感	<input type="checkbox"/>				
12.	我覺得能對同伴與朋友有同理心	<input type="checkbox"/>				

第三部分：個人資訊素養量表

以下題目主要目的是瞭解您在資訊素養的狀況，每題後面均有五個選項，依序為「非常不同意」到「非常同意」，請您根據實際情況的同意程度，在適當的□內打「V」，所選之數字愈大，表示你愈認同該問題所敘述之情況；所選之數字愈小，則反之。

題號	題目	非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
		1	2	3	4	5
1.	我會將資料依內容屬性加以分門別類	<input type="checkbox"/>				
2.	我會將搜尋而來的資料，加以組織成為有用的資訊	<input type="checkbox"/>				
3.	我會注意報章雜誌的相關訊息	<input type="checkbox"/>				
4.	我能主動自我充實電腦資訊科技的相關訊息及知能	<input type="checkbox"/>				
5.	我喜歡用電腦來處理事情	<input type="checkbox"/>				
6.	當電腦故障時，我能做簡易維修排除故障	<input type="checkbox"/>				
7.	我具有不錯的電腦相關知識	<input type="checkbox"/>				
8.	我會自行搜尋有關電腦的新知	<input type="checkbox"/>				
9.	我會每天上網掌握最新的訊息	<input type="checkbox"/>				
10.	我会上網搜尋所需要的資料	<input type="checkbox"/>				
11.	我會使用網路資源（如 E-mail、Line、FB 等）與人溝通並交換資訊	<input type="checkbox"/>				
12.	我能透過網際網路，隨時掌握即時資訊	<input type="checkbox"/>				
13.	我能從網路上所發表的內容，判斷真實或虛構的部份	<input type="checkbox"/>				
14.	我喜歡使用科技媒體工具	<input type="checkbox"/>				
15.	我會操作各項科技媒體工具	<input type="checkbox"/>				
16.	我常利用科技媒體工具	<input type="checkbox"/>				
17.	我喜歡研究新推出的科技媒體產品	<input type="checkbox"/>				

第四部分：個人對社群環境量表

以下題目主要目的是瞭解您在社群環境使用的狀態，每題後面均有五個選項，依序為「非常不同意」到「非常同意」，請您根據實際情況的同意程度，在適當的□內打「V」，所選之數字愈大，表示你愈認同該問題所敘述之情況；所選之數字愈小，則反之。

題號	題目	非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
		1	2	3	4	5
1.	我覺得利用 FB 社團環境來做知識分享或發問求解，相較於網路搜尋是容易的	<input type="checkbox"/>				
2.	經由接觸瞭解後，我覺得學習使用 FB 社團環境的操作是容易的	<input type="checkbox"/>				
3.	我認為使用 FB 社團環境來做張貼文章或發問求解的功能，是容易的	<input type="checkbox"/>				
4.	在不知不覺中，我就學會了 FB 社團環境的基本操作程序	<input type="checkbox"/>				
5.	經過親朋好友的教學示範後，我覺得不用花太多時間與精神，就能學會 FB 社團環境的基本操作程序和使用	<input type="checkbox"/>				
6.	整體而言，我覺得使用 FB 社團環境中的各種功能做知識分享是容易的	<input type="checkbox"/>				
7.	我覺得在 FB 社團環境使用中，讓我可以和朋友分享資訊。例如：電腦軟體、生活資訊、軟體應用等	<input type="checkbox"/>				
8.	看看別人、想想自己，我覺得 FB 社團環境是個有用的交流社群平台	<input type="checkbox"/>				
9.	我覺得使用 FB 社團環境，能讓我明確的發問或知識分享	<input type="checkbox"/>				
10.	我覺得使用 FB 社團環境，能讓我更快速明白自己遇到的電腦問題	<input type="checkbox"/>				
11.	我覺得使用 FB 社團環境，有助於表達或整理自己的想法	<input type="checkbox"/>				
12.	整體而言，我覺得使用 FB 社團環境，對我的交友、知識分享、發問求解是有幫助的	<input type="checkbox"/>				
13.	當我以常用的網頁瀏覽器來操作 FB 社團時，可以感受到良好的順暢度	<input type="checkbox"/>				
14.	在使用 FB 社團與人分享知識時，我覺得符合自己原來習慣的發文模式	<input type="checkbox"/>				
15.	在使用 FB 社團與人分享知識時，我覺得相當契合自己	<input type="checkbox"/>				

	發文的需求與想法					
16.	在使用 FB 社團與人分享知識時，我感覺是合乎平常的操作習慣	<input type="checkbox"/>				
17.	在使用 FB 社團與人分享知識時，是我喜歡的通訊方式	<input type="checkbox"/>				
18.	整體而言，在使用 FB 社團與人分享知識時，我可以感受到 FB 社團可在各式瀏覽器上順暢操作	<input type="checkbox"/>				

第五部分：社團知識分享量表

以下題目主要目的是瞭解您在社團內對知識分享的情況或感受，每題後面均有五個選項，依序為「非常不同意」到「非常同意」，請您根據實際情況的同意程度，在適當的□內打「V」，所選之數字愈大，表示你愈認同該問題所敘述之情況；所選之數字愈小，則反之。

題號	題目	非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
		1	2	3	4	5
1.	社團內能夠在線上隨時取得重要的專業知識	<input type="checkbox"/>				
2.	您常常收到社團組織傳送來重要的專業知識與新資訊	<input type="checkbox"/>				
3.	您常常有時間與其他社團成員做非正式的聊天	<input type="checkbox"/>				
4.	社團內的您時常將自我經驗利用（聲音、影像、文字）各種傳播媒介，分享知識給成員	<input type="checkbox"/>				
5.	社團時常舉辦知識交流活動，讓您與社團其他成員接觸與知識交流	<input type="checkbox"/>				
6.	社團內有保存（如：電腦問題解決方面）「成功案例」與（如：軟體方面）「使用經驗」的知識與環境	<input type="checkbox"/>				
7.	社團內在知識的傳播上，有固定的知識傳承與學習制度或模式	<input type="checkbox"/>				
8.	社團中關於知識的驗證、交流與教育等事務有專屬的相關組織或人員負責	<input type="checkbox"/>				
9.	社團內（如：舉辦的活動）所有工作或活動的任務，大都是團隊合作式而非個人	<input type="checkbox"/>				
10.	社團內主要的產品是具知識性的	<input type="checkbox"/>				
11.	社團內有存在知識分享的「利他文化」，而非知識囤積的自私文化	<input type="checkbox"/>				

12.	社團內的團隊成員都以共同的團隊目標為努力方向，而非自己的私利目標	<input type="checkbox"/>				
13.	社團內建立「線上的討論平台」來讓成員交換知識意見	<input type="checkbox"/>				
14.	您的付出與收穫／「知識分享能力」，對組織是很重要的指標	<input type="checkbox"/>				
15.	社團提供充裕的資源來提供您的知識學習	<input type="checkbox"/>				
16.	社團內隨時有系統地蒐集各種相關的成功、失敗案例	<input type="checkbox"/>				
17.	社團內績效衡量指標有包括成員素質（如：專業知識的程度）、顧客資本（如：社團成員參與討論數）等無形的智慧資本（如：社團提供專業知識量）	<input type="checkbox"/>				
18.	社團內有良好的資訊技術來支援知識分享	<input type="checkbox"/>				
19.	社團內舉辦各種電腦相關的活動，所有成員都很投入	<input type="checkbox"/>				
20.	社團內時常進行問卷調查，成員間是否彼此無私的協商合作而非勾心鬥角	<input type="checkbox"/>				
21.	社團內時常有與其他社團之產品與服務的合作資訊內容	<input type="checkbox"/>				
22.	社團內的活動規範與知識分類，有利於您與成員的接觸交流	<input type="checkbox"/>				
23.	社團內儲存的知識被重複使用的機率很高。	<input type="checkbox"/>				
24.	社團通常能在 24 小時內，能將重要的新知識即時地分享給相關的成員	<input type="checkbox"/>				
25.	社團內所發明或發現的產品與服務創新頻率很高	<input type="checkbox"/>				

感謝您填答本問卷，請確認所有問卷題項是否已正確回答，因為不完整的問卷無法做為有效的分析使用，會使您辛勞平白浪費。請將問卷填答完整後交回，再次謝謝您的合作。請留下您的 e-mail 或 FB 帳號：_____，即可參加抽獎活動。

【問卷到此結束，非常感謝您的參與及合作】