

南華大學管理學院企業管理學系管理科學碩士班

碩士論文

Master Program in Management Sciences

Department of Business Administration

College of Management

Nanhua University

Master Thesis

網路流行文化對國小高年級學童自我認知影響之研究—  
以桃園地區為例

The Study of the Relationships among Internet Pop Culture  
and Self-cognition of Elementary School High-grade  
Students: A Case Study of Taoyuan City

林純玉

Chun-Yu Lin

指導教授：袁淑芳 博士

Advisor: Shu-Fang Yuan, Ph.D.

中華民國 110 年 1 月

January 2021

南 華 大 學  
企業管理學系管理科學碩士班  
碩 士 學 位 論 文

網路流行文化對國小高年級學童自我認知影響之研究—以桃園地區  
為例

The Study of the Relationships among Internet Pop Culture and  
Self-cognition of Elementary School High-grade Students: A Case Study  
of Taoyuan City

研 究 生： 林純玉

經考試合格特此證明

口試委員： 孫育伯

袁淑芬

邱東昇

指導教授： 袁淑芬

系主任(所長)： 袁國忠

口試日期：中華民國 109 年 12 月 25 日

## 準碩士推薦函

本校企業管理學系管理科學碩士班研究生林純玉君在本系修業一年，已經完成本系碩士班規定之修業課程及論文研究之訓練。

1、在修業課程方面：林純玉君已修滿36學分，其中必修科目：研究方法、管理科學等科目，成績及格(請查閱碩士班歷年成績)。

2、在論文研究方面：林純玉君在學期間已完成下列論文：

(1)碩士論文：網路流行文化對國小高年級學童自我認知影響之研究—以桃園地區為例

(2)學術期刊：

本人認為林純玉君已完成南華大學企業管理學系管理科學碩士班之碩士養成教育，符合訓練水準，並具備本校碩士學位考試之申請資格，特向碩士資格審查小組推薦其初稿，名稱：網路流行文化對國小高年級學童自我認知影響之研究—以桃園地區為例，以參加碩士論文口試。

指導教授：李永亨 簽章

中華民國 109 年 12 月 3 日

## 誌謝

光陰荏苒，霎時研究生的求學過程即將結束，研究生認為提升個人競爭力，建構人際關係與創造形象等外在作為固然重要，其核心還是來自每個人的自我成長，自我成長才是真正能為組織、為社會創造價值的基礎。研究生在基層教育現場已十七年餘，得此機會重返校園就讀研究所，甚至從教育領域跨足企業管理之管理科學領域，正如本研究中自我認知之生涯探索議題為人生旅程中不間斷之任務，期許未來為自己將來的潛在貢獻，找出定位。

首先感謝最敬愛的指導老師袁淑芳教授，在學分班第一學期有機會研修師長的「應用統計」課程，於授課期間師長總是和顏悅色耐心指導，啟迪研究生研究思維，教導研究生建立研究架構、講解研究方法與統計軟體的應用知能，奠定日後撰寫論文的基礎。然從研究方向的確認、研究架構的建立，及問卷調查題項內容的修訂等，均能適時給予指導，且師長總能不厭其煩、既溫柔又和氣的對待學生、解惑及說明，研究生銘感五內，在此獻上無限敬意及謝意。

此外於論文的口試期間，感謝郭老師與孫老師撥冗細心審閱論文，並提供寶貴意見，使本論文更臻完善，特此致上誠摯謝意。亦感謝系所每位老師，在研究生求學期間指導專業新知及學識，分享業界的實務經驗，以讓研究生瞭解如何將學識和實務結合，收穫甚多且備感充實。最後感謝系辦助理協助與指導研究生處理相關行政事務，使得研究生學習之際無後顧之憂。研究所生涯即將結束，心中萬般不捨，在未來希冀能將在企業管理學系習得專業知能貢獻於社會。

求學期間除了感謝各位師長在這一路上給予研究生實質與心理上的支持，第一要感謝黃信源同學無私的指導與協助，第二要感謝李莉茜同學，使研究生不至於因為轉乘交通工具舟車勞頓而影響到每次出席，還要感謝共同修課的眾多學長姐與學弟妹，其中尤其是舍姊林純敏，與研究生互相扶持提攜，亦同時在本學期與研究生一同從企業管理學系碩士班畢業。最後，感謝家人包含丈夫與三位女兒的陪伴、支持及體諒，家人是我主要的後盾，讓我能從容應對與心無旁騖完成研究所課程修習與論文寫作，且順利取得碩士學位，這份喜悅將共同分享給所有支持我的師長、家人與朋友。

林純玉 謹誌

南華大學企業管理學系管理科學碩士班

中華民國 110 年 1 月

南華大學企業管理學系管理科學碩士班

109 學年度第 1 學期碩士論文摘要

論文題目：網路流行文化對國小高年級學童自我認知影響之研究－以桃園地區為例

研究生：林純玉

指導教授：袁淑芳 博士

論文摘要內容：

本研究的目的欲探討網路流行文化對國小高年級學童自我認知影響之研究。本研究以國小高年級學童為研究對象，並採用非隨機的便利抽樣法的方式進行問卷調查，共發出 480 份，回收 434 份，扣除無效問卷 40 份，有效問卷為 394 份，有效問卷回收率 90.78%。本研究所得結論如下：  
(1)家庭與學校人際關係對國小高年級學童自我認知有顯著正向之影響；  
(2)學校課程與教學對國小高年級學童自我認知有顯著正向之影響；(3)網路流行文化對國小高年級學童自我認知有顯著正向之影響。

關鍵詞：人際關係、學校課程與教學、自我認知、網路流行文化

Title of Thesis: The Study of the Relationships among Internet Pop Culture  
and Self-cognition of Elementary School High-grade  
Students: A Case Study of Taoyuan City

Department: Master Program in Management Sciences, Department of  
Business Administration, Nanhua University

Graduate: January 2021

Degree Conferred: M.B.A

Name of Student: Chun-Yu Lin

Advisor: Shu-Fang Yuan, Ph.D.

## **Abstract**

The purpose of this study is to explore the impact of internet pop culture on self-cognition of older pupils in elementary school. It employs the facilitate questionnaires survey for sent out 480 copies with the actual recovery of 434 copies, of which 394 valid copies, for an effective questionnaire returns-ratio is 90.78%. The findings from our empirical results are illustrated as follows, (1)the interpersonal relationships in both school and family significantly positively impact on students' self-cognition. (2)Still, the school curriculum and pedagogy positively impact on students' self-cognition significantly in statistics, (3)the effect of the internet pop culture on the students' self-cognition is also significantly positive in statistics.

**Keywords: Interpersonal Relationships, Curriculum and Pedagogy, Self-cognition, Internet Pop Culture**

# 目錄

準碩士推薦函.....	I
誌謝.....	II
中文摘要.....	IV
Abstract.....	V
目錄.....	VI
圖目錄.....	IX
表目錄.....	X
第一章 前言.....	1
1.1 研究背景.....	1
1.2 研究動機.....	5
1.3 研究貢獻.....	6
1.4 研究流程.....	7
第二章 文獻探討.....	9
2.1 家庭與學校人際關係.....	9
2.1.1 家庭成員關係.....	9
2.1.2 學校人際關係.....	10
2.2 學校課程與教學.....	12
2.3 網路流行文化.....	13
2.4 自我認知.....	15
2.5 變項之關係相關文獻.....	18
2.5.1 家庭成員關係與自我認知.....	18
2.5.2 學校人際關係與自我認知.....	19
2.5.3 學校課程與教學與自我認知.....	20
2.5.4 網路流行文化與自我認知.....	22



第三章 研究方法.....	24
3.1 研究架構與假設.....	24
3.2 研究假設.....	25
3.3 研究變數之操作型定義.....	25
3.4 問卷設計與施測方法.....	28
3.5 資料分析方法.....	31
3.5.1 預試問卷分析.....	31
3.5.2 正式問卷資料分析方法.....	32
第四章 實證結果分析.....	36
4.1 問卷發放及回收.....	36
4.2 信度及效度分析.....	37
4.2.1 信度分析.....	37
4.2.2 效度分析.....	38
4.3 敘述性統計分析.....	63
4.3.1 樣本次數分配統計.....	63
4.3.2 描述性統計量.....	65
4.4 獨立樣本 t 檢定與單因子變異數分析.....	66
4.4.1 獨立樣本 t 檢定.....	66
4.4.2 單因子變異數分析.....	72
4.5 相關分析.....	76
4.6 迴歸分析.....	78
第五章 結論與建議.....	81
5.1 研究分析結果.....	81
5.1.1 各構面之差異情形.....	81

5.1.2 各構面之相關情形 .....	83
5.1.3 各構面之解釋力 .....	83
5.2 研究結論.....	85
5.3 管理意涵.....	86
5.4 研究限制與後續研究建議.....	87
參考文獻 .....	90
一、中文部分 .....	90
二、英文部分 .....	95
附錄一 基本資料問卷.....	96
附錄二 網路流行文化對國小高年級學童自我認知之影響調查問卷	97



## 圖目錄

圖 1.1 研究流程圖.....	8
圖 3.1 研究架構圖.....	24



## 表目錄

表 2.1 2015 年消費者使用手機上網時數統計表 .....	14
表 3.1 本研究變項與重要名詞操作型定義 .....	26
表 4.1 本研究正式問卷發放樣本之分配地區及回收情形 .....	37
表 4.2 預試信度表 .....	37
表 4.3 預試因素表 .....	38
表 4.4 家庭與學校人際關係構面預試資料因素表 .....	39
表 4.5 家庭與學校人際關係構面預試資料因素表 .....	40
表 4.6 家庭與學校人際關係構面預試資料因素表 .....	41
表 4.7 家庭與學校人際關係構面預試資料因素表 .....	42
表 4.8 家庭與學校人際關係構面預試資料因素表 .....	43
表 4.9 家庭與學校人際關係構面預試資料因素表 .....	44
表 4.10 家庭與學校人際關係構面保留題項之 Croncach's $\alpha$ 與 KMO 值 .....	46
表 4.11 家庭與學校人際關係與正式問卷對照題項順序表 .....	47
表 4.12 學校課程與教學關係構面預試資料因素表 .....	48
表 4.13 學校課程與教學關係構面預試資料因素表 .....	49
表 4.14 學校課程與教學關係構面保留題項之 Croncach's $\alpha$ 與 KMO 值 .....	50
表 4.15 學校課程與教學構面正式問卷對照題項順序表 .....	51
表 4.16 自我認知構面預試資料因素表 .....	52
表 4.17 自我認知構面預試資料因素表 .....	53
表 4.18 自我認知構面保留題項之 Croncach's $\alpha$ 與 KMO 值 .....	54
表 4.19 自我認知構面與正式問卷對照題項順序表 .....	55
表 4.20 網路流行文化構面預試資料因素表 .....	56
表 4.21 網路流行文化構面預試資料因素表 .....	57

表 4.22 網路流行文化構面保留題項之 Croncach's $\alpha$ 與 KMO 值 .....	59
表 4.23 網路流行文化構面與正式問卷對照題項順序表 .....	60
表 4.24 刪題前後各構面信度表 .....	62
表 4.25 本研究調查問卷有效樣本基本資料分布情形 .....	63
表 4.26 各構面平均數與標準差 .....	65
表 4.27 各構面獨立樣本 t 檢定表：依性別分析 .....	67
表 4.28 各構面獨立樣本 t 檢定表：依學校所在地區分析 .....	68
表 4.29 各構面獨立樣本 t 檢定表：依學生年級分析 .....	69
表 4.30 各構面每日平均使用網路時間之單因子變異數分析表 .....	72
表 4.31 家庭與學校人際關係事後分析多重比較表 .....	73
表 4.32 自我認知差異事後分析多重比較表 .....	74
表 4.33 網路流行文化事後分析多重比較表 .....	75
表 4.34 各構面相關分析 .....	76
表 4.35 影響自我認知之迴歸分析摘要表 .....	79
表 5.1 研究假設分析結果彙整表 .....	85

# 第一章 前言

## 1.1 研究背景

由於可上網智慧行動裝置工具的各式發明出現及網路科技的迅速發展，自白絲帶關懷協會（民 108）2012 年至 2019 年調查台灣青少兒上網行為的數據可整理出來：2019 年全台以小學三年級至大學一年級的在學學生中達九成以上擁有可使用上網功能的智慧型手機，其中九成五以上比例有使用網路的經驗，使用社群媒體網站的比例從 24% 攀升至 69.3%。2020 年的現在，幾乎人人有手機、時時有網路，進入了所謂的「數位新世代」，國家產業發展開始出現結構性的改變，各式新興產業迅速興衰輪替，智能產業崛起，人們在「數位新世代」為了爭取更多的競爭優勢，開始顛覆原有的思考模式，這股變動已有愈來愈年輕化的趨勢。根據網站資料顯示（龍宗緯，民 108），2019 年由 1111 人力銀行進行的「全民搶進網紅經濟」調查，資料樣本群中懷抱網路明星夢的樣本高達四成四，其中在 20 歲以下的樣本群中想成為「專職網紅」的受訪者也有一成的比例，並且從資料中顯現欲擠身網紅行列的年齡層中青少兒年紀愈小卻有愈想要成為「專職網紅」的趨勢。

筆者已從事國小教職達 17 年，根據筆者觀察，學校課程與家庭教育在形塑學生自我認知上一直扮演最關鍵的角色，其中學生自我認知等面向包含價值觀與職業意願或職業想法，也可說是個體生涯規劃的第一步。然而隨著學生現在人手一機，對網路的使用程度大幅上升，「數位新世代」文化影響了學生個體的職業意願與職業想法，新舊價值觀的差異亦愈見明顯，跳脫傳統的思考軌道的學生，與家長、教師或學者等習慣的權威式

思維的碰撞在社會中各種關係衝突中特別突顯，已成為不可忽視的挑戰。因此本研究推論在網路流行文化之於國小高年級學童自我認知中產生顯著影響。

根據網路資料（羅之盈，民 108；龍宗緯，民 108），近年來所謂的「網紅」已經不限於影視名人，包含國內外生活消費、國內外休閒旅行、各項專業知識、金融投資，企業發展與政治經濟評論，甚至連親子教養、教育或心理治療等範疇的專業人員們也意識到這樣的改變，而開始一同投入擠身於「網紅」的領域中，除了專業基本各科系知識技能外，「網紅」養成教育也成為當今重要的跨足多元職場的門檻。筆者觀察到近兩年除了國內外出現專門培訓塑造及行銷「網紅」的企業，部份大專院校為了與網路產業順利接軌，近幾年陸續在學校課程中開辦「網紅」培訓專業課程，甚至跨產業職協助對象也擴及所謂的「網紅」，開設課程正式招攬對此有需求的各界人士。

現在人們依賴網路的各種搜尋引擎與社群，意圖解決任何問題，綜觀社會各階層已難以忽略全球網路文化造成的影響，生活中從小學生平時討論的話題至工作上個人職場上的專業需求，教育、文化、政治、經濟、國家發展趨勢等都因為網路文化快速且多面向傳播的方式而時時刻刻與網路連結，從 2005 年 YouTube 的創辦人上傳第一部影片開始，至今其頻道已取代傳統電視電影等媒體成為家庭每日接收資訊的重要管道之一；社群專頁中的直播潮，再到手機中各種 APP 的發明與流行，每個人都能有自己的頻道，消費者角色也從接收者轉變為資訊的發布者；再者，爆發新冠肺炎疾病流行至今，政府機關重要行政官員也加入網路直播行列，將網路介面視為宣導防疫知識與各項行政命令施行說明的重要途徑之一。觀察現實社會短短十五年的改變，網路流行文化之於個人生活趨勢之影

響力展露無遺，而這樣現象，對青少年心智的潛移默化程度遠大過我們的想像。

身為一個教育工作者，如何以新的角度去認識習慣透過 Google、Facebook、YouTube、Instagram 等社群或隨手可下載 APP 的網路環境來認識這個社會中茁壯的「數位新世代」，進而帶領他們面對世界改變與舊有思維之間碰撞所帶來的衝擊，為現今學校教育的重要使命，故本文的主要研究目的即在探討網路流行文化對高年級小學生在建立自我認知時是否產生顯著的影響，實證結果將得以提供教育相關人士做為建立教育決策的重要參考依據。而本研究中以高年級小學生做為研究標的，有以下考量：第一，經過日本、馬來西亞及英國正式調查 (Jimmy Leung, 民 108)，從 2016 年來，Youtuber、IG 等社群網紅年輕化已是全球趨勢，最小年輕網紅可能從出生就開始有收入，從調查數據中可以看出網路流行文化影響明顯反應在兒童未來職業意願與職業想法上。

調查結果中除了顯示網路頻道、經營網路影片頻道或網路直播成為十六歲以下族群未來的職業意願已佔相當比例，真實情況中網路頻道主持者年齡區間為九歲到一百零一歲，網路頻道主持者的學生化比例也達將近五成。因此本研究推論網路流行文化與國小高年級學童學生自我認知有顯著相關性，顯著影響國小高年級學童對於自我價值觀與職業意願或職業想法未來的期望。第二，從兒童認知發展角度以及陳坤虎、雷庚玲與吳英璋 (民 84) 之研究中來看，國小高年級學童在認知發展上進入「形式運思期」，逐漸建立自我獨立思考的能力，此時期的學童對個人認同及形象認同確定性的平均值甚至高於其他青少年時期，對國小高年級學童的自我認知等面向包含價值觀與職業意願或職業想法之研究具有指標性意義。歸納以上，本文推論以國小高年級學童為研究樣本，檢視網路流行



文化對國小高年級學童自我認知之影響具有研究的價值。

過去的青春偶像可能出現在實體雜誌、電視廣播或電影中，在人人都能上傳影片、人人都能有社群帳號的「數位新世代」中，只要是生活、行為或言論能夠引起注意，今日是路上素人，明日可能就成了「網路紅人」，也許這些網紅引領的流行與模仿風潮可能會隨著社會文化而地位有所興盛更迭，但只要網路社群平台存在，「網紅」便不會消失，並且不像過去狹義的只限於在影視藝能圈的名人，甚至可能是青少年過去覺得有距離感的傳統意見領袖，例政府官員等過去青少年認為高高在上而無法與之共鳴的傳統意見領袖，也開始使用網路平台傳播重要訊息，欲讓青少年覺得更有親切感與同類歸屬感，希望更增加與社會年輕族群之接觸，成為年輕人的角色楷模並帶來影響力。當實體雜誌、電視廣播或電影無法像過去那樣滿足當代年輕族群之娛樂需求，這群有著強烈「草根性」的網紅們在社群平台上說著青少年能有共鳴的話語，進入青少年的網路世界，不需要時間與地點的限制，這些由社群網紅組成的青春偶像透過網路的立即性，他們便開始影響青少年的自我認知與行為。

個體從有意識開始，不停歇的發展出對自己的自我概念，因此日復一日的的生活經驗中，從幼年時期開始的主要照顧者、家庭成員，以及學校教育中相關課程、求學路上遇到的師長與同儕，都深刻影響著個體。根據世界衛生組織(World Health Organization，以下簡稱為 WHO)的定義，青少年的年齡層被界定在十到十九歲，而青少年階段也經常被認為是對未來發展有重大影響的發展階段，青少年階段的心理社會發展任務主要便是「達成自我認同」。透過社會脈絡中需真實面對的生活課題與挑戰，如果青少年能成功適當處理且探索「自我認同」危機，有助於這些青少年未來成功過渡到青年階段與接下來的發展。學生在進行自我『類化他人』的過

程，為了達到效用最大化，在第二個階段也就是學校環境中，個人面對社會中各類族群對青少年個人的期待發展出綜合歸納出周遭社會的共同價值、信念與態度，進而選擇最適當的自我認同。自我認同是個體價值觀形塑的重要因子，故本文將自我認同視為自我價值並納入自我認知之範疇進行探討與分析。

青少年總有一天必須進入社會，也須發展出健全的職業認同，才能適應社會的共同價值與信念，在職業認同理論中，提到個人於職業生涯中對自我、職業環境及自我-環境匹配產生認知，形成職業自我認知，職業認同除了影響個體職業心理的成熟度，更是個人生涯規劃的第一步。在各式媒體環伺下資訊如此發達與快速傳遞的今天，張綺芯（民 91）；陳亮均、岑世寬與李建邦（民 108）等研究中提到，在資訊媒介中，特別是影音網站的各式方便使用與接觸流行文化以每月將近 20 億用戶的流量，例如源自美國的免費影片分享網站 Youtube，以各種語言、各式短片、吸引著網路使用者，而正值探索期的青少年們也是其中的活躍用戶，仰賴網路來學習新事物已成為社會風氣，因此青少年對於自我與群體或事物概念受網路流行文化影響，有時可能甚至勝過家庭成員和學校師長友人的影響，還有可能興起模仿風潮等。由於生涯規劃為自我認知之一環，因此本研究將探討網路流行文化影響國小高年級學童自我認知之生涯規劃進行分析。

歸納以上，本研究旨在探討學校與家庭人際關係、學校課程與教學及網路流行文化對國小高年級學童自我認知影響之研究

## 1.2 研究動機

教育部編列且發布之十二年國民基本教育課程國民中小學暨普通型高級中等學校-綜合活動領域綱要中，希望透過課程培養國小高年級學童

具備健全的身心，擁有適切的價值觀與自我認同。而近十年雖有研究探討青少年價值觀因網路時代來臨而受到影響，但有關國小高年級學童在自我認知之生涯規劃相關之研究文獻仍不在多數，因此筆者希望透過此研究，研究不同於以往相關研究之樣本群，將年齡下拉至十到十三歲的高年級學童，在成功定義已經不再刻板侷限於某些職業的時代變動中，希望能更了解面臨從兒童時期邁入十到十九歲青少年的過渡階段之國小高年級學童，在幾乎所有訊息被數位化呈現的網路時代來臨是否成為影響國小高年級學童自我認知之生涯規劃之顯著因素，期冀藉由本研究之實證結果在學校課程與教學的設計上提供重要的參考訊息，除了原有的生涯規劃課程外，也能設計相關課程，包含使學生了解如何正確使用網路媒體與如何篩選非正面的網路資訊等安全教育相關內容，將其正式納入課程綱要中，使國民小學學校課程與教學在形塑國小高年級學童之自我認知之生涯規劃上便及早開始發揮重要的導正功能。

### 1.3 研究貢獻

研究者在教師生涯十多年過程中在教育現場實際不間斷接觸各年級國小學童，感受到這個「數位新時代」的洪流中，學童接收訊息的管道已經不是僅僅來自家庭、學校與重要他人，學童除了家庭、學校教育、各種書籍與傳統媒體外，網路世界更是一個更加快速打開學童知識視野，增加學童認識世界的速度也更快速與大量掌握知識的通道，當國小學童沉浸在網路環境中，社群風險也悄悄影響著這些警覺性不成熟的個體們，相對於網路流行文化帶來的正面價值，例如網路社群以多樣的、個性化、不受時間地點限制的展現方式正好滿足了青少年渴望展現自我的心理需要，若一旦青少年無法滿足於網路帶給自我感官短暫的刺激快感，則容易形成

惡性循環，持續出現過度使用網路的負向行為，則衍生成網路沉迷問題。再者，若干違背傳統社會優秀文化、違反社會道德價值、帶有群體負面意識的網紅文化也充斥在網路世界中，對於國小學童在自我認知之生涯規劃上可能會有所誤導、或讓個體無法考慮完整，而影響「數位新世代」個體之自我認知等面向包含價值觀與生涯規劃，也成為現代父母與師長心中之隱憂。有別於過去之研究，僅將自我價值作為自我認知之定義分析，本研究再納入自我認知之生涯規劃受網路流行文化影響分析以提供家庭方與學校教育方重要訊息，在教育過程使學生及早學習正確使用網路媒體與如何篩選非正面的網路資訊，此為本研究之重要貢獻。

#### 1.4 研究流程

本研究依據研究背景與動機，進行研究目的之確立，而後根據文獻與參考資料進行分析與探討，並根據相關文獻所蒐集與整理資料，建立本研究之研究架構及提出研究假設，針對桃園地區國小高年級學童，依照本研究之家庭與學校人際關係、學校課程與教學、自我認知與網路流行文化等構面進行問卷設計，並隨機挑選桃園地區國小高年級學童進行預試，根據預試結果修改問卷題項，經修正完畢後，再行發放給桃園地區國小高年級學童進行正式施測，並將施測所得資料進行統計、分析與探討，依據分析之數值結果驗證研究假設，最終提出研究結論與研究建議。本研究之研究流程如圖 1.1 所示。

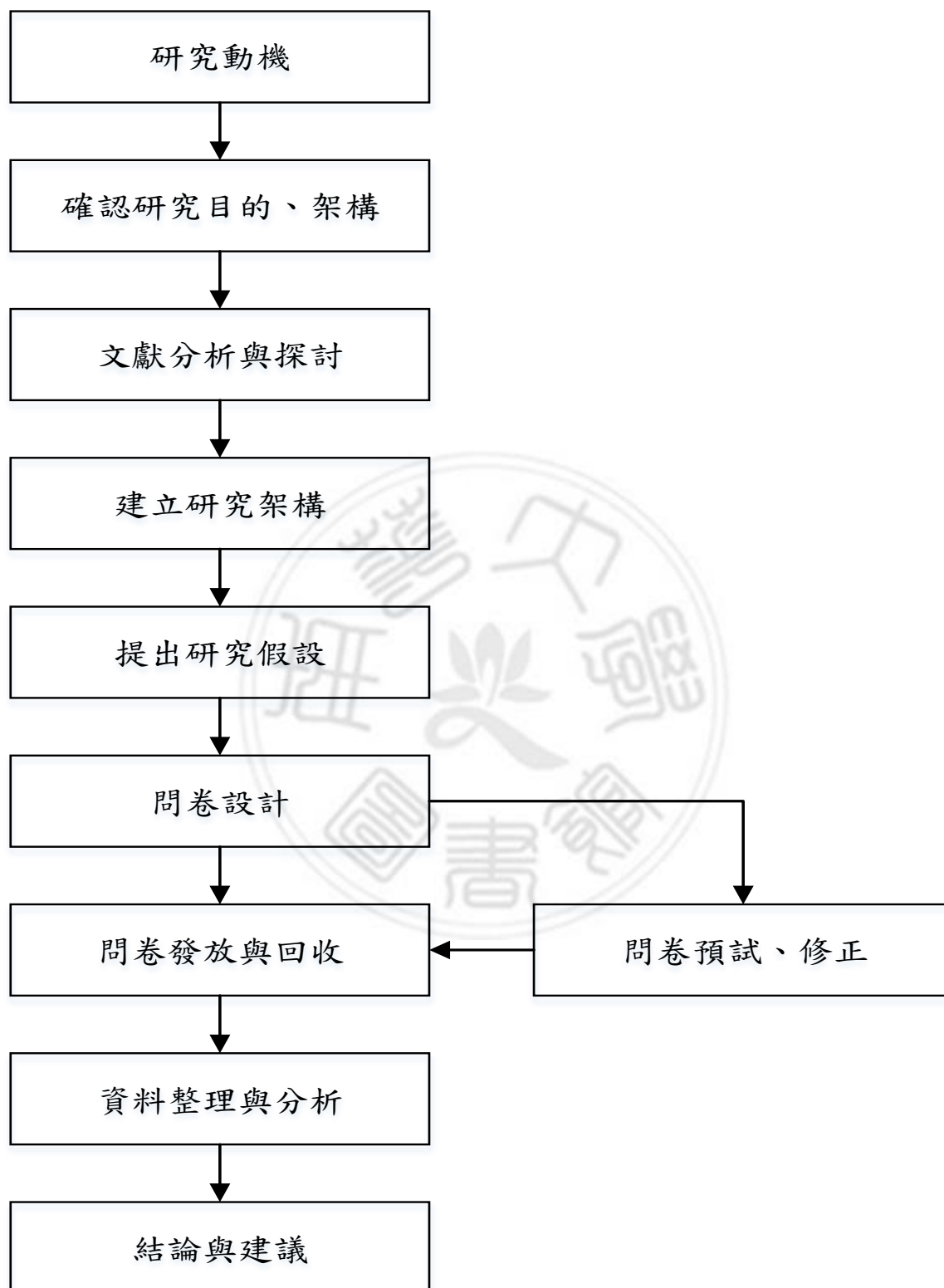


圖 1.1 研究流程圖

資料來源：本研究整理

## 第二章 文獻探討

本研究探討桃園地區國小高年級學童在建立自我認知等面向包含價值觀與職業意願或職業想法時受到之影響，本章將針對家庭與學校人際關係、學校課程與教學、自我認知與網路流行文化此四個構面進行相關文獻與資料的蒐集與整理。本章共分為五節，第一節為探討家庭與學校人際關係定義以及相關內涵與理論；第二節為探討學校課程與教學定義以及相關內涵與理論；第三節為探討網路流行文化定義及相關理論之研究；第四節為探討自我認知定義以及相關之研究；第五節為探討各構面之間的關聯情形。

### 2.1 家庭與學校人際關係

#### 2.1.1 家庭成員關係

群居是人類得以生存的重要原因，而多數人參與的第一個群體組織即為家庭，何謂家庭關係？劉惠琴（民 90）認為家人關係本來就是家庭成員在面對生活上各種問題時，能找尋出最適合彼此的互動型態。家庭成員不僅在血緣親屬關係的連繫、家庭成員因具有相同的生活背景、類似的價值觀等，都再再的拉近彼此關係緊密度，據此家庭成員關係對人們在形塑價值觀、認同感及生涯規劃具決定性的影響。何書綾（民 100）也提到當我們探討一個人的成長與日後依附關係時，我們知道家人關係是具有重大影響力的。因為個人對家庭最基礎的概念是「家人關係」，家庭也是個人學習人際關係的起點。從家庭開始，接著我們步入學校教育，陳增穎

(民 89) 提及青少年時期是個體逐漸擴大個人生活領域和活動範圍的時期，現代家長不再像過去威權教育時代對於兒女有較多的規範與框架，為拉近親子距離，甚至鼓勵青少年將人際關係由家庭逐漸向外延伸到鄰居、學校和社區，與父母以外的各類群體交際與開拓人際關係，距離青少年最靠近的同儕團體和朋友在青少年邁向獨立自主的過程中，在此時占了很大的影響力。黃俊傑與王淑女(民 90) 提到人出生後的最先接觸的社會團體是家庭，因此家庭也是人首先建立互愛、互信關係的場所，對青少年人格、價值觀及行為習慣的養成之重要性不容忽視。侯崇文(民 90) 家庭關係的品質直接影響每個家庭成員個體；社會制度中相當重要的便是家庭，家庭除了是小孩子成長與社會化的地方，家庭功能也關係到青少年人格的發展，甚至影響到整體社會秩序的好壞。蘇鈺婷(民 91) 提及個人形成社會化的基本單位便是家庭，家庭中影響青少年生涯發展因素有下：父母的價值觀、經營理念、生活方式、角色楷模及對子女的限制與要求。鄧芬姬(民 87) 也提到家庭成員關係是人際關係中之一環，家人關係互動頻繁且親密，是影響彼此較深入的一種人際關係，對於人類而言，其生命會因為家人關係的發展產生特殊意義並進而造成改變。林惠雅與林麗玲(民 97) 則認為家庭因素通常被認為可能是學校及社會因素的根本，對青少年的影響因素中，家庭在影響青少年的各種因素中，可能最深刻與普遍。

故此推論，家庭成員關係可能對國小高年級學童在形塑自我定位及自我認知上扮演重要的影響因子。

### 2.1.2 學校人際關係

汪金英與陳小雨(民 104) 認為學校是個體的第二個社會，開始邁向自我意識獨立的青少年從學校階段將開始真正的群體生活，青少年自學

校人際關係中，將開始有別於以往由父母為中心的人際關係，獨立建構屬於個人的人際關係脈絡。而國小高年級階段便是建構個人人際關係圖的起點，他們開始覺得自己可以脫離父母與師長的保護，開始順從心中成為獨立自主個體的想法，重心開始轉移至透過同儕團體的人際交流歷程，這時期的青少年特別看重在朋友圈中的個人形象，經由在學校人際關係歷程經歷不同的角色，逐漸達成個人社會成熟度。

學校人際關係中除了同儕關係的發展外，也包括了師生關係，林淑華（民 100）研究發現師生關係對於學生學習與成長產生直接的影響，也就是說教師是有能力與權利的角色楷模，如果能與學習者之間建立正向積極的師生關係，有助於提升學生的自我概念，對於學生自我認同與人格統整也能有正向效益。學校教育是以師生關係為主軸進行價值傳衍與創造的過程，透過後天學校教育者的潛移默化與刻意培養，也影響了學生在生涯道路上的探索與表現，也突破了先天家庭條件可能的限制，提供學生更多元的角色楷模。

做為「數位新世代」，過渡於兒童期與進入社會階段的青少年是特殊的，其人際關係運作主要的表現為：需求的急切性和理想性以及現實中的失落；意識的自主性和平等性以及自我的閉鎖和孤立；個體差異性特徵明顯以及男女青少年特徵的顯著差異；人際關係運作方式的網絡化以及對虛擬世界的沉迷，如雷霞（民 96）研究中提到。也就是說青少年作為過渡期中的特殊社會群體，他們更需要在人際關係獲得自我滿足與肯定來建構自我價值感，而立即性的網路世界中更能使其得到人際關係運作意識中的成就感。

歸納以上，人際關係中，不管是家庭成員關係，或是學校人際關係，



兩者之於國小高年級學童在建立自我認知可能具有重要的影響。

## 2.2 學校課程與教學

邱敏莉（民 90）認為學校若配合學童的發展水準，提供可刺激學習之正向環境，學校課程中教師採民主式班級經營的方式，強調原則、重視社會性的獎賞，則學生在學校課程與教學中更能表現出合作性行為與參與動機。且國小高年級學童更重視同儕對自己的看法，因此對於自我行為表現也會以更積極的態度去符合同儕或教師的期待，同儕與教師間便能形成有效的教學行為互動。教育是國家根基也是全體國民發展的基礎，學校教育可視為一個刺激兒童發展，而為有用的知識、學習技能和推理技能的環境。顏佩如（民 90）在研究中提及，「課程」通常是指學校教育的內容與實體，我們對於課程的討論典型的放在內容選擇和安排的議題上；『教學』則大部分指的是過程，或是學校教育如何進行，或是實際教學中所產生的人際互動。「課程」傾向於是一種架構或是教學實務的引導，必須透過教學行動才得以達成。在國民中小學課程綱要中也明列期望透過適性教育，教導學生成為具有適應力與應變力的終身學習者，期使透過教育傳遞社會核心價值，趨於文化理想。

從文獻整理中我們可以瞭解，透過各種形式的課程與教學整合與發展，期許在學校教育能啟發學生個人潛能、豐富其生活知能，涵養個人文化價值，引導學生在人生發展歷程之航向，賦予其未來負起國家社會發展任務，善盡公民責任之期許。

## 2.3 網路流行文化

閔毅 (民 101); 葉筱涵與盧珮綺 (民 98) 等人認為「流行文化」可定義為：與意識形態有關、與資本主義的發展關係密切、沒有特定規律與標準，可能有政治、經濟或商業權利等團體或統治階級介入，投射出追尋者的內在與外顯需求，也可能帶有某種標籤化作用，此詞包含了各種階層文化概念。在劃分社會結構上，流行文化也帶有影響性，其透過大眾傳播途徑中滲透到各類社會組織中，而且其影響範圍不限定於任何個人特定背景或社會階層。

歸納閔毅 (民 101); 黃厚銘與林意仁 (民 102) 等人研究，「網路流行文化」即是網路傳播時代所產生種種影響社會風氣的內、外在思維及行為，符合科技社會中當代的特性，認定現代社會中個人的個體化過程對當代文化的影響，也強調這個時代個體與他人在集體中享受情緒與情感上共感共應的需求。立基於網際網路發展與普及，在發展過程中隨著社會變遷而產生了人文與科技的結合，網路流行文化便是社會走向資訊化發展過程中的產物。因為人們對網路使用的習慣而影響了人類的物質生活、精神生活與風俗習慣，是不同於以往的新興文化型態。青少年處在身體與心理發展的過渡時期，開始面對角色壓力，為了尋求補償，他們會希望找到能依附的人際圈來平衡自己，使用網路進行人際交往突破了實際距離的藩籬，除了非常快速，更不需要與人面對面，突破時間與空間限制，拓展了青少年盡情展現自我的版圖。

而曾小融與林志哲 (民 108) 提到在網路社群媒體的潮流文化可能造成的反向影響，研究者們認為如果個體自我的價值感不夠堅定，在資訊來源不足以做出正確且獨立的判斷此狀況下，群體便可能會出現一種負向

的從眾行為，在無視現實、忽略情感的狀態下可能出現跟從多數人的決策或意見來下決定的行為，在此過程中社會價值便也相對影響了個體自我認同的建構；研究中也提及大多數的社群媒體群體行為中，受到同儕與社群媒體提供文字、訊息的影響較明顯，這種影響力與日俱增，因此本研究推斷在網路世界中迅速興起的大眾流行文化也對青少年的身心發展，尤其是自我認知之價值觀與生涯規劃等有相當的影響力。

根據東方線上 E-ICP 東方消費者行銷資料庫（民 105）調查資料顯示，有將近一半的消費者使用手機上網的時數主要集中在 1~2 小時之間，每天使用手機上網達 1 小時以內則次之，佔了 25%，除此之外使用手機上網時間達到 3~5 小時的消費者也高達 22.7%。本研究參考上述資料，將區分消費者使用手機上網的時數為三類，分別為：輕度使用者（1 小時以內）、中度使用者（1~2 小時）及重度使用者（3 小時以上）等三大族群（參考表 2.1）。

表 2.1 2015 年消費者使用手機上網時數統計表

上網時數	百分率	區分程度	平均上網時數
1 小時以內	47.8%	輕度使用者	
1~2 小時	25.0%	中度使用者	2.14 小時
3 小時以上	22.7%	重度使用者	

資源來源：東方線上 E-ICP 東方消費者行銷資料庫，後經本研究整理

由調查資料中可觀察到，消費者較常瀏覽與使用的網站類型中，頻率最高分別為「入口網站」、「網路社群」及「搜索引擎」三大類，也可發現隨著消費者使用手機上網時數程度的提升，社群網站的使用比率也逐步增加。對應此數據我們預測網路人際關係或網路文化對於國小高年級學

童的影響，可能不亞於身邊真實陪伴的學校老師、同學、朋友，甚至是家庭成員。

## 2.4 自我認知

陳坤虎等人(民 84);張綺芯(民 91)研究中歸納自我認知等面向包含價值觀與職業意願或職業想法，也可說是個體生涯規劃的第一步。因此本文也認為「自我價值」是形塑自我認同之重要因子，以下將揭示「自我認同」之相關研究分析。

「認同」一詞來自精神分析理論，心理學中大多指「認同」為人格發展中對父母、生命中重要他人、理想角色楷模以及個人之言行產生模仿、再製或價值觀一致的內在心理歷程。黃俊勳與郭秋勳(民 91)認為青少年時期影響個體行為模式可從個人自我認同、社會控制理論與社會認知學習理論來探討，青少年根據自身的過去累積的自我概念來定義自己，青少年能透過想像構思他們可能會成為的人以及他們的選擇所可能造成的長遠影響與結果，青少年在「自我預期的未來」的探索過程中可能會選擇或拋棄某些特質和行為，嘗試使自身成為理想中的自己。林其瑾(民 108);林源(民 90);黃厚銘(民 91)之研究中認為「自我價值」最初是通過家庭主要照顧者，如父母的接納、肯定與互動而開始建立，而後隨著青春期的到來，青少年開始有向外探索的需求與想望，在心理發展上開始踏出家庭，向外建立人際關係，更想自主的向外尋求自我認同，從家庭到學校再到社會中，透過個人背景的改變與所處環境變遷間各類社會角色的體驗、探索、反思並去理解、建構與定義自我，進一步形成自我概念和自我價值。

另一方面，生涯規劃亦為自我認知之重要一環，以下將就生涯規劃之

相關研究進行分析。出生後開始，個體在各個階段都有其認同危機，林其瑾（民 108）；陳坤虎等人（民 84）；賴顛安等人（民 102）認為度過各個階段的認同危機後，自我認同的確定性會隨著提高，而青少年在自我認同形成的過程中會度過的統合危機中也提及了自我意識、職業意願與價值觀建立等多個自我認知層面，若如陳坤虎等人；張綺芯（民 91）研究指出，個人之社會認同發展及群體認同焦點則受到包含了家庭成員、同儕或是個體心中的青春偶像等重要他人或楷模行為影響，在此階段提供青少年個體探索的機會與實際經驗，並透過重要他人等角色楷模或偶像給予青少年適當引導，將能協助他們順利化解認同危機，成功過渡並繼續發展順利進入工作社會。

青少年時期可說是個人自我認知等面向包含價值觀與職業意願或職業想法等形成的關鍵時期，此時受到出生及成長背景、學校課程與教學、同儕關係及媒體資訊的影響極深，青少年特性便是在此時期以「我」的角度上開始向外尋求，欲發展更多自主性來求得社會與群體的認同，在各式的角色經驗歷程中，青少年除了個人對自我與外在的認知外，職業傾向及價值觀等意識結構隨時都因外在環境變化而被影響再重組，透過與團體或他人的實質互動，最後形成青少年的自我認同。

參考金樹人（民 100）；林俊彥、郭宗賢、何俐安與郭彥谷（民 95）；楊朝祥（民 73）等人的研究資料後可整理出，個體從出生至十四歲左右，持續的認同並建立起自我概念，在這階段中個體漸漸有意識的根據自我對職業認知的範疇開始培養個體職業能力。本研究主要對象為國小高年級學童，正好位於個體自我概念與職業概念的轉換期階段，此時他們已逐漸脫離幻想期，不再追求角色扮演，經由家庭、學校與同儕間互動關係他們開始發展與實踐自我建構的工作世界的圖像，培養適應現實工作世界

的職業能力。這些學者強調個體在生涯發展上之個別差異、連續性與變動性，個體受到遺傳、與生俱來的特殊能力、現實任務、互動經驗、教育與工作經驗，在個體內在認知與外在環境如家庭、學校、社會環境中等交互影響產生的助力或阻力而鍛鍊出個體獨有的職業取向、認知與技能，並且認為在這個進行各式角色體驗的人生歷程中如果個體缺乏穩定的自我認同感，未來對於職業極有可能無法表達出明確的信念、價值、興趣與目標，其職業自我概念不僅無法具體化而且不穩定。

石政言與蔣佳玲（民 105）；陳坤虎（民 108）等人認為青少年是個過渡的個體發展階段，此時的個體透過個體心理狀態與環境中歷史、社會心理文化等面向希望展現出成熟的自我、他人與社會間的互動關係，以便有信心日後進入社會中，他們不停找尋自我、調整自我認同意念、個人對職業的認知與建構的職業價值傾向等結構，特別提到的是「職業認同」其實是涵括了個體的認知、行為與心理面向，與環境中歷史、社會、文化等面向的動態發展共同來建構完成。參考林淑華（民 100）；金樹人（民 100）；陳坤虎等人（民 84）在相關研究中提到自我概念的發展始於國小階段，在青春期已愈見清晰並逐漸形成職業認同，其分析資料顯示國小五、六年級學生，也就是國小高年級學童在自我認知之生涯規劃確定性的平均值甚至高於其他青少年時期，在此時他們對於未來職業方向的選取反而比起青少年其他時期更有確定感，國小高年級學童處於職業抱負理論中之「社會價值傾向期」，提到社會價值對國小高年級學童職業發展概念產生的影響也更加明顯。因此，本研究進一步以位於兒童期與青春期過渡階段的國小高年級學童為主要樣本群，進行網路流行文化如何影響其自我認知之問卷調查。

根據以上文獻整理與本研究認為家庭與學校人際關係、學校課程與

教學可能對於國小高年級學童自我認知之影響，與網路流行文化對於國小高年級學童自我認知產生影響的推測相符。歸納以上，足見國小高年級學童的自我認知發展之重要性。

## 2.5 變項之關係相關文獻

### 2.5.1 家庭成員關係與自我認知

從黃俊傑與王淑女（民 90）；邱敏莉（民 99）；林淑華（民 100）；廖昭銘（民 100）等人研究中整理歸納，提到家人關係對青少年自我肯定與自我悅納方面的影響很大，尤其是父母關於孩子生涯發展相關訊息。無論外在環境與孩子內在如何的改變，子女建立正向的生涯發展走向對父母而言仍是重責大任，人格發展階段過程中，子女因為父母與家庭成員、重要他人、楷模以及自我之言行、情感之互動交流、溝通與分享的模式而產生模仿、再製或價值觀一致的內在心理歷程，因此建構了個體獨特的自我認同。現在社會開放，資訊多元，社會大眾對職業的認同也跟著趨於多元化，加上少子化及新式教養方法的崛起與盛行，父母對子女的教育期望不同於以往的刻板選擇，更是愈加開明及民主化，近年教育改革風潮不斷，以及社會大眾對職業的選擇多元化，也逐漸接受「行行出狀元」的觀念，在社會適應過程中，重要他人給予的觀念及教育信念影響與接收各種形式的媒體訊息中，孩子對職業的認同和價值態度逐漸擺脫傳統固有的職業選擇類型，而逐漸有不同的思維和作為。如侯鳳珠（民 100）；楊垂芳（民 102）等人研究中父母會自然給予每個孩子在家中的不同出生序和性別的孩子不同的權力、職責和角色期待，教養期望與教養方式也會有所區別，對於父母之期望，某些孩子可能會受社會觀感與期望或熱門賺錢行業

的影響，因而改變其未來職業方向。除此之外，除了父母等重要照顧者，進入學校教育之前，手足關係便是個體開始學習建立人際互動關係的最開始接觸者，兄弟姊妹因年齡相仿、思想相近、相處時間長，也會互相學習與模仿，年齡增長之際父母支配度在個體心中影響性也逐漸減少，手足關係也在父母等重要照顧者不在身邊之時能提供生理及情緒上的照顧，彼此分享情感與私密想法，因此在個體自我認同發展過程中重要性不容忽視。因為手足關係的特殊性，成為個體成年期後轉換角色任務過程中彼此照顧、陪伴的對象。因此，家庭成員中手足關係對個體的意義並非只有幼年或求學時期，手足關係間相互影響的經驗將影響個人自我認知等面向延伸至成年後的生活甚至是一輩子，包含價值觀與職業意願或職業想法等。

### 2.5.2 學校人際關係與自我認知

陳坤虎等人（民 84）；廖昭銘（民 100）的研究中認為青少年各期之生活課題仍圍繞在學校、同儕等青少年所熟悉的情境中，國小高年級學童開始重視被家人以外的群體所認同，孩子不再如過去兒童時期無條件接受來自父母的照顧與同意父母的想法，不如過去喜歡與父母同行而選擇與同儕為伍；父母與孩子開始在想法、行為上也有距離，此時國小高年級學童明顯強烈希望自身在同儕中佔有重要地位，也更嚮往能被同儕團體接納。

參考過去重要學者如金樹人（民 100）；錢傳明（民 88）等人研究結果，可瞭解學童在國小高年級與其他青少年階段需要同儕之認可外，也同時以與同儕間的社會比較作為自我表現水準之參考，認為同儕學習可使學習效益正向提升，但因為在此時期，學童因為獨特的自我中心觀，同儕



間經常因為訊息的交流而快速揚起群體意識，在同儕中個體心理勢力之消長也影響到個體自我定位及認同。青少年階段是兒童和成年之間的過渡期，其文化目的是孩子要對個體的未來進行準備，因此發展自我認同與統整個人角色，建立自我認知等是青少年階段在所有角色任務中最重要的工作，國小高年級學童開始經歷價值觀因為個人世界各種經歷而不停重建的當下，加上學業壓力及父母或師長的期許等無法順利調適時，容易出現沒有安全感、失落與挫折等情緒，為追求老師與同學、朋友等接納與承認的情感體驗，國小高年級學童在學校文化或同儕文化中趨向主動接受或合作，自我價值觀也在這樣反覆的社會認可過程中發展與變化，進而在個人自我認知等面向產生影響。

### 2.5.3 學校課程與教學與自我認知

邱敏莉（民 90）認為進到學習團體環境中能否與同儕建立及產生正向互動也是現階段家長與學校師長最關切的問題之一，孩子若能在同儕間得到接納，對其自我認同感與自信心也會有正向裨益，也較能有動機且正面投入團體學習活動中。林淑華（民 100）；曾煥琦（民 94）提到從研究中提出家庭社經地位不是可以一時之間就能改變的事實，因此筆者認為在除了家庭背景與家庭成員關係外，透過學校的課程與教學也能加強引導學生建立積極進取人生觀，鼓勵學生建立較正確的職業觀念，如金樹人（民 100）認為若能妥善規劃學校課程與教學，便能引導學生在生涯中自我覺察進而掌握個人生涯規劃，有助於提供學生未來生涯決策的重要參考訊息。根據洪鳳儀（民 85）；袁善民與陳文進（民 94）之研究整理及教育部發布訊息中，教育改革過程中，我國教育部「國民教育階段九年一貫課程總綱綱要」、「九年一貫課程分科綱要小組召集人聯席會」中，將生涯發展此項課題加入總綱中，將「生涯規劃與終身學習」定義為主要基本

能力。從小學階段課程綱要中可知，除了注重學童身心健全發展，增加自我價值認同，希望透過義務教育讓學童擁有合宜的人性觀與自我觀，引導學童在學習過程中學習規劃個體生涯發展方向，能學習到各種職業所需基本知能，期許未來學童社會適應過程能展現出個人能力。

侯鳳珠（民 100）認為國小學童若能接受更多正確的適當職業訊息透過生涯輔導課程對工作世界有更深入地了解，將是孩子的未來所扮演的職業角色和工作意義，有更寬廣的生涯規劃和職業類型選擇。對職業的認識越積極，其對職業的態度、價值觀和想法就越開明，足見生涯教育的規劃在學校基本教育課程裡也佔有重要之地位。

從許智偉（民 71）；陳坤虎（民 108）；陳麗妍（民 97）；Tien, H. L. (2001)等人之自我認同範疇研究中，本研究參考後將自我認同歸類為：個人角色、社會文化背景與集體同一性的自我認同，在個體自我認同形成軌跡中，發展與調整自我認知的不確定感造成的焦慮與危機感影響了認同形成，也進而影響了生涯決定。但學者們認為透過學校課程與教學，如同如金樹人（民 100）彙整之生涯教育概念，其認為應該同時具備學術與職業功能，生涯教育應是全民的教育，是從義務教育開始，延伸至高等及繼續教育的人生過程，升學及就業共同準備中孕育培育個體有能力創造自我價值並達到自我實現，是發揮教育真實價值的整體構想。在家長或教育端適當引導下，引領個體進行正確訊息與資料的蒐集、進行規劃方式與技巧的學習後，個體能制定具體可為目標、做出生涯決策，若能實際付諸行動，便能促進理想美好的生涯發展。

綜上所述，因此我們可以推論青少年自我認知中對於個人價值觀及生涯規劃之影響極高。

#### 2.5.4 網路流行文化與自我認知

每天的網路時間已然成為生活中必備的行程之一，青少年在網路社群中更是突破時空限制，只要一個按鍵便隨時可以分享個人想法、情緒、興趣或是秘密、隱私，又不擔憂因自由抒發而影響親人師長等權威角色對個人觀感的空間，如嚴淑女（民 91）在研究中所提網際網路其形成的網路文化對兒童及青少年在等產生不同程度的影響，許多語言、行為規範、價值觀念、道德理想會慢慢的轉變。因此人際關係、溝通方式、個人生活、道德價值或個人理想上的改變也反映其上。

根據白絲帶關懷協會（民 108）發表「2019 年台灣青少兒網路隱私上網趨勢調查報告」結果與 Huang, T. H., Liu, Y. C. and Yu, P. C. (2016)之研究顯示，上網已成全民運動，網路社群媒體成為現實人際互動的延伸，善加利用有助拓展人際關係也可降低與他人實際互動的情緒壓力，再比較 2019 與 2018 年相關調查數據，對陌生網友的不設防、上網時間增加，家長與師長若仍是如同以往僅規範青少兒的使用網路時間卻未曾用心了解青少兒在網路上的行為，青少兒與家長師長的數位代溝也會愈見明顯。報告顯示，青少兒上網主要活動是下載及瀏覽影音，顯現此族群在娛樂行為上的選擇也較以往大為不同，模仿對象也多是出現在社群網站上且因為特殊語言或行為而有著相對影響力的網紅與直播主持人。從白絲帶關懷協會（民 108）調查 2012 年至 2019 年調查台灣青少兒上網行為的數據可整理出來：2019 年全台以小學三年級至大學一年級的在學學生中達九成以上擁有可使用上網功能的智慧型手機，其中九成五以上比例有使用網路的經驗，使用社群媒體網站的比例從 24% 攀升至 69.3%，一週每日使用時間也從平均 8.8 小時攀升至 13.72 小時。若是這些資料都顯示了社群媒體上的資訊與人際關係對青少兒的影響可能已超越我們的想像。

綜上相關文獻加上筆者教學現場觀察，國小高年級學童處於生涯規劃過渡期，也正面臨著建構自我認知與自我概念的關鍵時期，現今資訊工具已滲透至我們的日常生活中，以不可阻擋的速度與各領域、各行業迅速融合，除了拓展人們的認知範疇，也改寫與重塑人類文明與思維，校園日常生活逐漸與網路社群緊密連結，網路社群互動和面對面的同儕比較起來可能更頻繁，網路社群成員也遠超出日常生活中面對面的實體同學圈，網路流行文化造成的數位鴻溝也讓家長與學校師長難以預期且慢慢難以消弭。網路流行文化已經轉移學童生活重心，重新塑造數位新世代的思考軌道，此現象意謂在國小高年級學童自我價值發展的關鍵時刻，在自我認知層面，網路流行文化已逐年快速產生越來越顯著的影響效果。



### 第三章 研究方法

本章節分為五節。第一節為研究架構，經由相關文獻整理與研究重點探討，根據學者之理論建構出具有邏輯性及實務性之完整研究架構；第二節為研究假設，因應研究架構之建立，並依研究動機評估並建立本研究之研究假設；第三節為研究變數之操作型定義，分別說明與介紹各變數之操作型定義；第四節為介紹研究對象、問卷設計與說明抽樣方法；第五節則呈現研究資料分析之方法。

#### 3.1 研究架構與假設

依據前述之研究背景、動機，立基相關文獻理論支持，根據學者之理論建構出具有邏輯性及實務性之完整研究架構，本研究以桃園地區國小高年級學童為研究對象，針對個人背景變項、家庭與學校人際關係、學校課程與教學與網路流行文化影響桃園地區國小高年級學童自我認知之表現，可得出本研究之研究架構，如圖 3.1 所示。

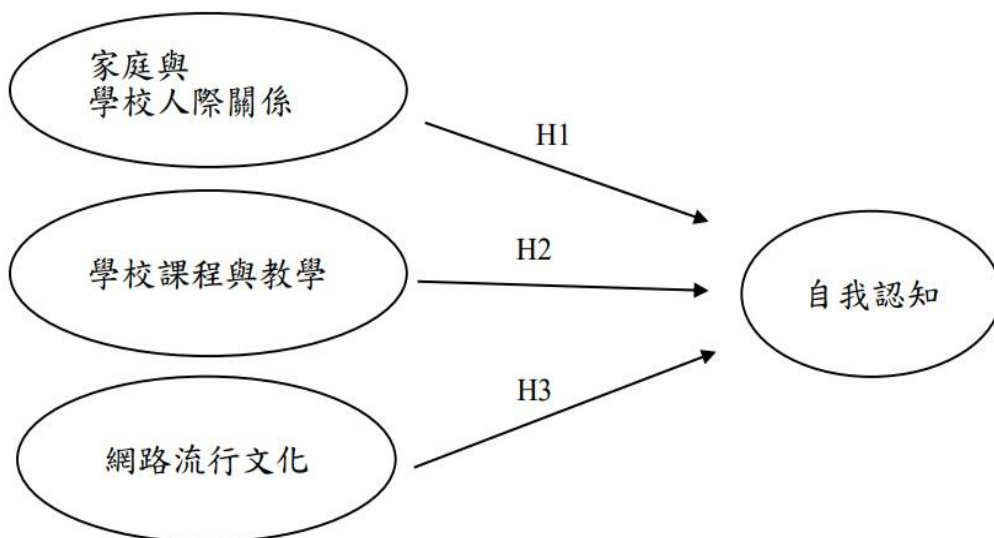


圖 3.1 研究架構圖

資料來源：本研究整理

### 3.2 研究假設

根據前面章節研究背景與研究動機以及研究架構，本文推論學校與家庭人際關係、學校課程與教學、自我認知對國小高年級學童之生涯規劃具有顯著影響，同時網路流行文化在現今社會亦扮演重要的干擾效果，故據上述推論本文提出下列虛無假設，整理如下：

H1：國小高年級學童之家庭與學校人際關係關係，對自我認知不具有顯著影響。

H2：學校課程與教學對國小高年級學童之自我認知不具有顯著影響。

H3：網路流行文化對國小高年級學童之自我認知不具有顯著影響。

### 3.3 研究變數之操作型定義

本研究經由以上文獻探討家庭與學校人際關係、學校課程與教學、網路流行文化與自我認知關係之研究，為使本研究所使用的重要變項意義清楚明確，在此將本研究變項進行界定，並根據操作型定義加以設計問卷以達符合本研究之主題，分述如表 3.1：

表 3.1 本研究變項與重要名詞操作型定義

變項	操作型定義
家庭成員關係	<p>本研究參考林惠雅與林麗玲（民 97）；林淑華（民 100）；侯崇文（民 90）；黃俊傑與王淑女（民 90）；鄧芬姬（民 97）；劉惠琴（民 90）等人研究並整理歸納，家庭成員關係係指子女因為父母與家庭中重要他人、楷模以及自我之言行、情感之互動交流、溝通與分享的模式而產生模仿、再製或價值觀一致的內在心理歷程。</p>
學校人際關係	<p>本研究參考林淑華（民 100）；陳坤虎等人（民 84）；黃俊傑與王淑女（民 90）；廖昭銘（民 100）等人研究並整理歸納，學校人際關係係指與學校師長同學及朋友之人際關係，包含情感之互動交流、溝通與分享的模式而產生模仿、再製或價值觀一致的內在心理歷程。</p>
學校課程與教學	<p>本研究參考邱敏莉（民 99）；林淑華（民 100）；侯鳳珠（民 100）；洪鳳儀（民 95）；袁善民與陳文進（民 94）；曾煥琦（民 94）等人研究並整理歸納，係指學校基本教育課程之規劃、教學過程與內容，包含引導學生建立個人價值觀與未來生涯決策的重要參考訊息等。</p>
網路流行文化	<p>本研究參考黃厚銘與林意仁（民 102）；趙士林與彭紅（民 91）；閔毅（民 101）等人研究，網路流行文化係指網路傳播時代所產生種種影響社會風氣的內、外在思維及行為。</p>

表 3.1 本研究變項與重要名詞操作型定義（續）

變項	操作型定義
自我認知	本研究參考金樹人（民 100）；陳坤虎等人（民 84）；張綺芯（民 91）等人研究並整理歸納，在本研究中係指國小高年級學童之價值觀、認同感及職業意願與想法等，是受到遺傳、與生俱來的能力、現實考驗、互動經驗、教育與工作經驗等交互影響產生的助力或阻力慢慢建構而成。
桃園地區	桃園地區係指中華民國的直轄市所在地，臺灣六都之一，為西北部的雙核心都市。本研究調查對象據桃園地區之地理環境位置劃分為北桃園地區與南桃園地區。
北桃園地區	北桃園地區包括桃園區、龜山區、八德區、大溪區、蘆竹區、大園區。
南桃園地區	南桃園地區包括中壢區、楊梅區、平鎮區、龍潭區、觀音區、新屋區。
國小高年級學童	本研究將國小高年級學童定義在年齡 10 至 13 歲的桃園地區國小五、六年級學生。
每日平均使用網路時間	本研究係根據東方線上 E-ICP 東方消費者行銷資料庫（民 105）調查，將每日平均使用網路時間中，分為輕度使用者（1 小時以內）、中度使用者（1~2 小時）及重度使用者（3 小時以上）。

資料來源：本研究整理



### 3.4 問卷設計與施測方法

以下將針對本研究之問卷設計、問卷內容、初試問卷分析方法與正式問卷施測方式說明如下：

#### 一、問卷設計：

本研究針對研究構面所採取的研究工具內容有五部份「基本資料問卷」、「學童家庭與學校人際關係調查量表」、「學童學校課程與教學調查量表」、「學童自我認知調查量表」、「學童網路流行文化影響調查量表」。編製問卷的步驟為：

- (一) 初擬預試問卷題項。
- (二) 問卷進行預試。
- (三) 進行預試問卷資料之信度、效度分析。
- (四) 依據信度、效度結果刪減不適合的問卷題項。
- (五) 完成正式問卷之內容。

#### 二、初試問卷內容：

本研究針對研究構面所採取的研究工具內容分述如下：

- (一) 附錄一：基本資料問卷，說明如下：
  1. 性別。
  2. 學校區域。
  3. 學童年級。
  4. 每日平均使用網路時間。

(二) 其他部分如附錄二：

1.學童家庭與學校人際關係調查量表：本量表用以測量國小高年級學童的家庭與學校人際關係影響其自我認知的明確具體化程度。

2.學童學校課程與教學調查量表：用以測量學校課程與教學影響學童自我認知的明確具體化程度。

3.學童自我認知調查量表：用以測量學童自我認知程度的明確具體化程度。

4.學童網路流行文化影響調查量表：用以測量國小高年級學童受網路流行文化影響自我認知的明確具體化程度。

以上量表內容係研究者參閱教育部之課程綱要、有關自我認知的相關文獻、網路資料及量表，並徵詢國小教師與高年級學童的意見，經與指導教授討論後而選定的預試題目共 54 題。

### 三、初試問卷分析

量表的編製過程經過預試階段、因素分析及信度分析等步驟來編成正式量表（如附錄二），以下為量表編制過程。

(一) 有關預試問卷的編製與計分方式：

此量表係研究者參考十二年國教綱要彙整、侯鳳珠（民 90）所編製之兒童職業自我概念量表、程景琳（民 100）所編製之關係性自我概念量表與林怡瑩（民 107）所編製之青少年學校適應及支持需求調查問卷為主要依據。經編擬成合適試題，由任教於國小五、六年級的教師群及指導教授協助提供意見與修正題目，共得 54 題測驗題目；本問卷除基本資料外，其它構面題項採李克特五點量表，答「非常同意」者得 5 分；答「同意」者得 4 分；答「普通」者得 3 分；答「不同意」者得 2 分；答「非常不同意」者得 1 分；分數越高代表學童對題項的認同度愈高。

## (二) 初試問卷分析：

本研究選取桃園市某國小五、六年級學童共 40 名進行預試，以了解本問卷之可用性，並以預試問卷資料為依據進行修正，預試時間於 109 年 4 月實施，將回收問卷中剔除填答不完整者，實得有效問卷 34 份，可使用率 85%。

根據「家庭與學校人際關係」、「學校課程與教學」、「自我認知」、「網路流行文化」四構面中的變數，先進行各構面所有題項之 KMO 及 Bartlett 球形檢定，來判斷資料是否適合因素分析，並依據研究結果判斷是否建立子構面。此外再依據因素負荷值，刪除不具有區別效度與收斂效度之題項，提高預試問卷各題項的適切性。經刪除題項後，藉所求出的 Cronbach's  $\alpha$  係數來評估問卷的可靠度一致性與穩定性以提升問卷品質，然後建立我們的正式問卷。

## 四、正式問卷施測：

本研究正式問卷發放對象為針對桃園地區之國小五年級與六年級學生為本研究的母群體，本研究發放方式為紙本問卷，從桃園地區國民小學抽取五年級及六年級學童共十六個班級為對象，正式問卷預計發放 480 份，以不打破原班級編制為原則來作為施測對象，研究者親自到各校發放並回收問卷，採用李克特五點量表要求受訪者對樣本陳述題項給出反映其認同程度或者主客觀評價之數值分數。在回收問卷後，進行問卷整理檢查，將無效問卷剔除後，再將問卷資料編碼、鍵入再進行檢誤與建檔，最後以 SPSS for Windows 統計軟體進行本研究資料分析。

## 3.5 資料分析方法

### 3.5.1 預試問卷分析

一、進行預試問卷的信度分析時，我們採用 L.J.Cronbach 之係數，其公式如式(1)：

其中， $\alpha$  為估計的信度， $k$  為測驗的總題數， $s_i^2$  為測驗的總題數， $s_{ij}$  為題目與另一題目之共變數。

$$\alpha = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ \frac{\sum k}{\sum s_i^2 + 2 \sum \sum s_{ij}} \right] \quad \text{式(1)}$$

信度乃指一份測驗或問卷之可靠程度，亦即為量表的一致性或穩定性指標。本研究採用 Cronbach's  $\alpha$  係數的信度分析檢驗，藉以了解受測者於各問卷量表的內部一致性及穩定性如何，如其中  $\alpha$  值愈大，顯示出量表內部一致性較高。

將預試問卷回收、整理與登錄，首先確認刪題前的信度，本研究預試問卷之信度以 Cronbach's  $\alpha$  係數考驗之，此信度旨在分析量表各主構面與總量表所有題項之內在一致性程度，也就是求出各構面題項與量表總題項的內在信度。經刪除題項後，藉所求出的 Cronbach's  $\alpha$  係數來評估問卷的可靠度一致性與穩定性以提升問卷品質，（主構面題項之 Cronbach's  $\alpha$  係數值大於 0.8 達高度信度）然後建立我們的正式問卷。

二、因素分析：

本研究以 KMO 及 Bartlett 球形檢定來判斷資料是否適合因素分析。待檢定統計量之顯著值小於 0.05，方適合進行因素分析。因素分析是將許多相關變項資料進行簡化與摘要的一個統計步驟，其假設觀察變項之相關可以精簡成共同的因素。本研究採用因素分析之因素負荷量進行題項是否具有區別效度與收斂效度之判斷依據，若因素負荷量絕對值大於 0.5，

則具有效度，並將不合上述效度題項刪除，評估預試問卷各題項的適切性。

### 3.5.2 正式問卷資料分析方法

#### 一、敘述性統計分析：

用來統計有效樣本個人屬性變項資料之分佈情形，以顯示樣本的概況，包括樣本數及百分比、平均數及標準差。

##### (一) 樣本次數分配分析：

本研究在基本資料部份，以次數分配及百分比來分析各變項的分佈情形。其目的在對實證資料之個人背景變項進行初探。

##### (二) 基本統計量分析：

其目的在檢試回收問卷之題項回覆之集中趨勢及離散趨勢，以提供

##### 1. 集中趨勢分析：

樣本平均數為以 $\bar{x}$ 表之，若樣本資料有 $n$ 個，分別為 $X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$ ，以表示受試者對題項回覆之得分，故樣本平均數之其數學式如式(2)所示：

$$\bar{x} = \frac{\sum_i^n X_i}{n} = \frac{X_1 + X_2 + X_3 + \dots + X_n}{n} \quad \text{式(2)}$$

據此，得以判斷多數受試者對題項的回覆集中偏向同意群或不同意群。

##### 2. 離散趨勢分析：

樣本變異數在表示受試者之意見差異度，若為個體差異大，則顯現在較高之變異數；反之，則變異數將較小。下式在求樣本資料之變異數，稱之為樣本變異數，以 $S^2$ 表之。若樣本資料有 $n$ 個，分別為 $X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$ ，以表示受試者對題項回覆之得分，樣本變異數 $S^2$ 則如式(3)所

示：

$$S^2 = \frac{n \sum X^2 - (\sum X)^2}{(n - 1)} \quad \text{式(3)}$$

## 二、推論統計分析

### (一) 差異性分析：

本文推論不同的個人背景變項可能造成研究架構構面的顯著差異，故本研究採取 t 檢定及變異數分析檢定進行構面之差異性分析。

#### 1. 獨立樣本 t 檢定：

獨立樣本 t 檢定用於比較兩組樣本的平均數是否有顯著差異，例如本研究資料中的性別（男性與女性）、學校區域（北桃園區與南桃園區）、年級（五年級與六年級）。其檢測統計量以 t 表之， $\bar{X}$  = 樣本平均數， $\mu$  = 母體的平均數， $S$  = 樣本的標準差， $n$  = 樣本數，則 t 檢定統計量之數學式如式(4)所示：

$$t = \frac{\bar{X} - \mu}{S / \sqrt{n}} \quad \text{式(4)}$$

#### 2. 單因子變異數分析（ANOVA 檢定）：

兩組以上的個人背景變項 F 檢定統計量中，虛無假說(Null hypothesis)  $H_0$ : 各組平均數皆相等；對立假說(alternative hypothesis)  $H_1$ : 至少有兩組之間的平均數不相等。組間變異 =  $SSR$ ，視為可解釋變異；組內變異 =  $SSE$ ，視為不可解釋變異。則 F 檢定統計量之數學式如式(5)所示。若 F 值愈大表示組間(相對於組內)差異愈大，表示該個人背景變項將造成不同組群之顯著差異。為瞭解每日網路使用程度的國小高年級學童在學校與家庭人際關係、學校課程與教學、自我認知與網路流行文化等構面因素上是否有顯著差異，本研究以單因子變異數分析來加以探討。若達顯著差異時，再以 Scheffe 事後多重比較法，進一步分析各變項間的兩兩差異情況。

如式(5)所示：

$$\frac{SSR/f_1}{SSE/f_2} \quad \text{式(5)}$$

### (二) 相關分析：

相關分析是用來測量二個變項間的關係強度，以及關連的程度或方向，其值介於-1 和+1 之間，愈接近兩側分別屬於顯著負相關與顯著正相關。本研究乃使用 Pearson 積差相關分析，求得之積差相關係數在分析社會現象之中，變項與變項之間的相關性、關聯度或是關係程度。Pearson 積差相關係數如式(6)所示其中，X、Y 為兩變項， $\bar{X}$ 、 $\bar{Y}$  為變項的樣本平均數，a=截距，b=迴歸係數（X 每變動一單位，Y 伴隨的變動量）：

$$r = \frac{\sum_{i=1}^n (X_i - \bar{X})(Y_i - \bar{Y})}{\sqrt{\sum_{i=1}^n (X_i - \bar{X})^2} \sqrt{\sum_{i=1}^n (Y_i - \bar{Y})^2}} \quad \text{式(6)}$$

本研究以 Pearson 積差相關分析，來檢驗學校與家庭人際關係、學校課程與教學、網路流行文化及自我認知各變項之間的相關程度。以作為迴歸分析之初探。

### (三) 迴歸分析

對於社會現象預測的研究，可以透過迴歸分析來達成，也就是說，迴歸分析可以提供研究者對於某一個現象的預測，探討各變項間之關係。迴歸分析大致可區分為線性迴歸與非線性迴歸；前者是自變項與依變項形成直線關係者的分析後者是自變項與依變項形成非直線關係者的分析。以迴歸分析原理來區分可以分成簡單迴歸分析與多元迴歸分析，前者是一個自變項與一個依變項所構成的線性模式，它屬於單變項統計分析，而

後者則是一個依變項，有多個自變項所形成的線性關係。

本研究利用迴歸分析，分別以學校與家庭人際關係、學校課程與教學與網路流行文化為自變項，自我認知為依變項，進行簡單迴歸分析，以探討各相關變項之影響程度。其中 Y 為依變項，X = 自變項，a = 截距，b = 迴歸係數（X 每變動一單位，Y 伴隨的變動量）； $\varepsilon$  表示殘差項，如式(7):

$$Y = a + bX + \varepsilon \quad \text{式(7)}$$

另一方面本研究將以多元迴歸分析來檢視學校與家庭人際關係、學校課程與教學、網路流行文化對自我認知之解釋能力強弱。分別以學校與家庭人際關係、學校課程與教學、網路流行文化為自變項，自我認知為依變項，其中  $\hat{Y}$  = 依變項，X = 自變項，a = 截距，b = 斜率（X 每變動一單位，Y 伴隨的變動量）。

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \varepsilon \quad \text{式(8)}$$

其中， $X_1$ 、 $X_2$ 、 $X_3$  表示學校與家庭人際關係、學校課程與教學、網路流行文化，Y 表示自我認知； $\varepsilon$  表示殘差項。



## 第四章 實證結果分析

### 4.1 問卷發放及回收

本研究選取桃園市某國小五、六年級學童共 40 名進行預試，以了解本問卷之有效性，並以預試問卷資料為依據進行修正，預試時間於 109 年 4 月實施，將回收問卷中剔除填答不完整者，實得有效問卷 34 份，有效率 85%。

本研究正式問卷發放對象為針對桃園地區之國小五、六年級學生為本研究的母群體，本研究採用紙本問卷，從桃園地區選取國民小學抽取五年級及六年級學童共十六個班級為對象，在預試階段預計發放問卷 40 份，正式問卷預計發放 480 份，以不打破原班級編制為原則來進行施測，研究者親自到各校發放並回收問卷，問卷中採用李克特五點量表要求受訪學生對問卷陳述題項給出反映其認同程度或者受訪學生個人主客觀評價之數值分數。在回收問卷後，先將無效問卷排除，再將有效問卷資料編碼、鍵入再進行檢誤與建檔，最後以 SPSS for Windows 統計軟體進行本研究資料數據分析。本研究正式問卷之分配及回收情形如表 4.1。本研究發出問卷共 480 份，實際回收 434 份，回收率 90.41%，剔除填答不完整者，共得有效問卷 394 份，有效率為 90.78%。

表 4.1 本研究正式問卷發放樣本之分配地區及回收情形

學校區域	發出份數	回收份數	有效份數	有效率
北桃園地區	240	223	201	90.13%
南桃園地區	240	211	193	91.46%
合計	480	434	394	90.78%

資料來源：本研究整理

## 4.2 信度及效度分析

### 4.2.1 信度分析

根據「家庭與學校人際關係」、「學校課程與教學」、「自我認知」、「網路流行文化」四構面中的變數，先進行分屬各構面所有題項之信度檢定，Cronbach's  $\alpha$  test，來判斷構面題項是否達到信度要求。參考表 4.2。

表 4.2 預試信度表

衡量構面	題數	Cronbach's $\alpha$ 值	總信度
家庭與學校人際關係	15	0.847	0.951
學校課程與教學	10	0.894	
自我認知	13	0.898	
網路流行文化	16	0.928	

資料來源：本研究整理

## 4.2.2 效度分析

### 一、KMO 及 Bartlett 球形檢定：

根據「家庭與學校人際關係」、「學校課程與教學」、「自我認知」、「網路流行文化」四構面中的變數，先進行分屬各構面所有題項之 KMO 及 Bartlett 球形檢定，來判斷資料是否適合因素分析。計算出各構面之卡方檢測統計量之 P 值均小於 0.05，表示母群體之相關矩陣間有共同因素存在，足以作為因素分析萃取共同因素之用，簡言之適合進行因素分析（參考表 4.3）。

表 4.3 預試因素表

衡量構面	KMO 值	Bartlett 球型檢定		
		近似卡方分配	自由度	顯著性
家庭與學校人際關係	0.551	300.544	105	***
學校課程與教學	0.829	182.856	45	***
自我認知	0.790	216.348	78	***
網路流行文化	0.735	380.081	120	***

註：\*表示  $P < 0.05$ ，\*\*表示  $P < 0.01$ ，\*\*\*表示  $P < 0.001$

資料來源：本研究整理

### 二、因素負荷值：

藉由探索性因素分析以因素負荷值來判斷題項是否有區別效度與收斂效度，本研究中以因素負荷量絕對值大於 0.5 之數值來判別。將不合上述效度題項刪除，評估預試問卷各題項的適切性。

表 4.4 家庭與學校人際關係構面預試資料因素表

次數	主構面	題號	所有因素層面， 僅列出因素負荷量絕對值 大於 0.5 之數值				共同性	保留 或 刪除
			因素負荷量	因素負荷量	因素負荷量	因素負荷量		
第一次	家庭與學校 人際關係	人 1	.601				.614	保留
		人 2	.567				.668	保留
		人 3				-.594	.826	保留
		人 4	.586				.606	保留
		人 5	.602		.518		.726	刪除
		人 6	.684				.725	保留
		人 7		.761			.727	保留
		人 8		.652			.816	保留
		人 9	.511		.526		.583	刪除
		人 10	.796				.865	保留
		人 11	.707				.732	保留
		人 12	.685				.528	保留
		人 13	.703				.757	保留
		人 14	.781				.766	保留
		人 15		.860			.790	保留

資料來源：本研究整理

表 4.5 家庭與學校人際關係構面預試資料因素表

次數	主構面	題號	因素層面 僅列出因素負荷量絕對值 大於 0.5 之數值				共同性	保留 或 刪除
			因素負荷量	因素負荷量	因素負荷量	因素負荷量		
第二次	家庭與學校 人際關係	人 1	.656				.652	保留
		人 2	.541		.526		.734	刪除
		人 3				.781	.825	保留
		人 4	.534				.554	保留
		人 6	.682				.760	保留
		人 7		.793			.750	保留
		人 8		.654			.790	保留
		人 10	.843				.877	保留
		人 11	.754				.716	保留
		人 12	.675				.645	保留
		人 13	.761				.765	保留
		人 14	.818				.779	保留
		人 15		.861			.798	保留

資料來源：本研究整理

表 4.6 家庭與學校人際關係構面預試資料因素表

次數	主構面	題號	因素層面 僅列出因素負荷量絕對值大 於 0.5 之數值				共同性	保留 或 刪除
			因素負荷量	因素負荷量	因素負荷量	因素負荷量		
第三次	家庭與學校 人際關係	人 1	.656				.652	保留
		人 2	.541		.526		.734	刪除
		人 3				.781	.825	保留
		人 4	.534				.554	保留
		人 6	.682				.760	保留
		人 7		.793			.750	保留
		人 8		.654			.790	保留
		人 10	.843				.877	保留
		人 11	.754				.716	保留
		人 12	.675				.645	保留
		人 13	.761				.765	保留
		人 14	.818				.779	保留
		人 15		.861			.798	保留

資料來源：本研究整理

表 4.7 家庭與學校人際關係構面預試資料因素表

次數	主構面	題號	因素層面 僅列出因素負荷量絕對值大 於 0.5 之數值				共同性	保留 或 刪除
			因素負荷量	因素負荷量	因素負荷量	因素負荷量		
第四次	家庭與學校 人際關係	人 1	.609				.549	保留
		人 3			.738		.706	保留
		人 4	.505	-.523			.603	刪除
		人 6	.642				.608	保留
		人 7		.814			.717	保留
		人 8		.656			.635	保留
		人 10	.878				.797	保留
		人 11	.779				.613	保留
		人 12	.669				.634	保留
		人 13	.785				.711	保留
		人 14	.827				.780	保留
		人 15		.845			.796	保留

資料來源：本研究整理

表 4.8 家庭與學校人際關係構面預試資料因素表

次數	主構面	題號	因素層面 僅列出因素負荷量絕對值 大於 0.5 之數值				共同性	保留 或 刪除
			因素負荷量	因素負荷量	因素負荷量	因素負荷量		
第五次	家庭與學校 人際關係	人 1	.565				.540	保留
		人 3			.822		.706	保留
		人 6	.589				.608	保留
		人 7		.841			.717	保留
		人 8	.504	.641			.635	刪除
		人 10	.873				.797	保留
		人 11	.800				.613	保留
		人 12	.670				.611	保留
		人 13	.810				.681	保留
		人 14	.828				.774	保留
		人 15		.810			.792	保留

資料來源：本研究整理



表 4.9 家庭與學校人際關係構面預試資料因素表

次數	主構面	題號	因素層面 僅列出因素負荷量絕對值 大於 0.5 之數值				共同性	保留 或 刪除
			因素負荷量	因素負荷量	因素負荷量	因素負荷量		
第六次	家庭與學校 人際關係	人 1	.565				.540	保留
		人 3			.822		.706	保留
		人 6	.589				.608	保留
		人 7		.841			.717	保留
		人 10	.873				.797	保留
		人 11	.800				.613	保留
		人 12	.670				.611	保留
		人 13	.810				.681	保留
		人 14	.828				.774	保留
		人 15		.810			.792	保留

資料來源：本研究整理

(一) 家庭與學校人際關係：

執行探索式因素分析，以主成分分析法計算出共同性，並萃取出特徵值大於1的因素，以最大轉軸法計算出因素負荷量。檢視題項橫跨兩個因素以上且其因素負荷量差距亦不大（區別效度較差），難以判斷該題項到底歸屬於哪個因素層面，因此刪除構面題項第2、4、5、8、9題（參考表 4.4 ~4.9）。

進行因素分析將本預試問卷題項刪除上述不適切題項後，計算該構面題項之 Cronbach's  $\alpha$  係數，得到 0.804，主構面的 Cronbach's  $\alpha$  值大於 0.8，達高度信度，如表 4.10。



表 4.10 家庭與學校人際關係構面保留題項之 Cronbach's  $\alpha$  與 KMO 值

主構面	預試問卷原題號	題項內容
家庭與學校人際關係	人 1	我喜歡家庭生活的氣氛，總是覺得充滿了溫暖和愛。
	人 3	我需要幫助的時候，家人會立刻挺身幫忙。
	人 6	我覺得家人會尊重我的意見。
	人 7	家人的意見會影響我對於未來志向的規劃
	人 10	我需要幫助的時候，總會有同學或朋友立刻挺身而出幫忙我。
	人 11	當我快樂、生氣或難過，朋友或同學都會陪伴我分享心情。
	人 12	在學校我能有機會展現自己的能力、興趣與專長。
	人 13	我認為學校老師或同學會尊重我的意見。
	人 14	學校師長或朋友對於我的選擇總是能包容與接受。
	人 15	學校師長或朋友的意見會影響我對於未來志向的規劃。
Cronbach's $\alpha$ 係數		0.804
KMO 值		0.681
顯著性 (p 值)		<0.001

資料來源：本研究整理

進行因素分析將本預試問卷題項刪除上述不適切題項後，本構面與正式問卷對照題項順序，如表 4.11。

表 4.11 家庭與學校人際關係與正式問卷對照題項順序表

主構面	預試問卷原題號	題項內容	正式問卷題號
家庭與學校人際關係	人 1	我喜歡家庭生活的氣氛，總是覺得充滿了溫暖和愛。	1
	人 3	我需要幫助的時候，家人會立刻挺身幫忙。	2
	人 6	我覺得家人會尊重我的意見。	3
	人 7	家人的意見會影響我對於未來志向的規劃	4
	人 10	我需要幫助的時候，總會有同學或朋友立刻挺身而出幫忙我。	5
	人 11	當我快樂、生氣或難過，朋友或同學都會陪伴我分享心情。	6
	人 12	在學校我能有機會展現自己的能力、興趣與專長。	7
	人 13	我認為學校老師或同學會尊重我的意見。	8
	人 14	學校師長或朋友對於我的選擇總是能包容與接受。	9
	人 15	學校師長或朋友的意見會影響我對於未來志向的規劃。	10

資料來源：本研究整理

表 4.12 學校課程與教學關係構面預試資料因素表

次數	主構面	題號	因素層面 僅列出因素負荷量絕對值大 於 0.5 之數值				共同性	保留 或 刪除
			因素負荷量	因素負荷量	因素負荷量	因素負荷量		
第一次	學校課程與教學	課 1	.759				.743	保留
		課 2	.641				.412	保留
		課 3	.562	-.549			.617	刪除
		課 4	.830				.861	保留
		課 5	.838				.832	保留
		課 6	.838				.731	保留
		課 7	.717				.569	保留
		課 8	.862				.744	保留
		課 9		.553			.363	保留
		課 10	.632				.525	保留

資料來源：本研究整理

表 4.13 學校課程與教學關係構面預試資料因素表

次數	主構面	題號	因素層面 僅列出因素負荷量絕對值大 於 0.5 之數值				共同性	保留 或刪 除
			因素負荷量	因素負荷量	因素負荷量	因素負荷量		
第二次	學校課程與教學	課 1	.748				.715	保留
		課 2	.649				.506	保留
		課 4	.805				.793	保留
		課 5	.854				.802	保留
		課 6	.842				.730	保留
		課 7	.733				.538	保留
		課 8	.867				.773	保留
		課 9		.573			.546	保留
		課 10	.644				.594	保留

資料來源：本研究整理

(二) 學童學校課程與教學構面題項信度與效度分析：

執行探索式因素分析，以主成分分析法計算出共同性，並萃取出特徵值大於 1 的因素，以最大轉軸法計算出因素負荷量。檢視題項橫跨兩個因素以上且其因素，因此刪除構面題項第 3 題（參考表 4.12 ~4.13）。

進行因素分析將本預試問卷題項刪除上述不適切題項後，計算該構

面題項之 Cronbach's  $\alpha$  係數，得到 0.887，主構面的 Cronbach's  $\alpha$  值大於 0.8，達高度信度。（參考表 4.14）。

表 4.14 學校課程與教學關係構面保留題項之 Cronbach's  $\alpha$  與 KMO 值

主構面	預試問卷原題號	題項內容
學校與家庭人際關係	課 1	在學校課程中，我能知道不同工作型態需要不同的專長、能力條件。
	課 2	學校課程能引導我找到自己的能力、興趣與專長。
	課 4	在學校課程中，我能知道不同工作在未來的發展各有不同。
	課 5	在學校課程中，我開始對自己未來工作有了想法與方向。
	課 6	在學校課程中，我開始對自己的能力自我探索。
	課 7	在學校課程進行後，我會思考未來我的職業所應具備的能力。
	課 8	在學校課程進行後，我會為了我未來的工作多做些努力。
	課 9	在學校的課程，影響我選擇未來的工作。
	課 10	在學校的課程，影響我對未來工作的態度。
	Cronbach's $\alpha$ 係數	
KMO 值		0.829
顯著性 (p 值)		<0.001

資料來源：本研究整理

進行因素分析將本預試問卷題項刪除上述不適切題項後，本構面與正式問卷對照題項順序，如表 4.15。

表 4.15 學校課程與教學構面正式問卷對照題項順序表

主構面	預試問卷原題號	題項內容	正式問卷題號
學校課程與教學	課 1	在學校課程中，我能知道不同工作型態需要不同的專長、能力條件。	1
	課 2	學校課程能引導我找到自己的能力、興趣與專長。	2
	課 4	在學校課程中，我能知道不同工作在未來的發展各有不同。	3
	課 5	在學校課程中，我開始對自己未來工作有了想法與方向。	4
	課 6	在學校課程中，我開始對自己的能力自我探索。	5
	課 7	在學校課程進行後，我會思考未來我的職業所應具備的能力。	6
	課 8	在學校課程進行後，我會為了我未來的工作多做些努力。	7
	課 9	在學校的課程，影響我選擇未來的工作。	8
	課 10	在學校的課程，影響我對未來工作的態度。	9

資料來源：本研究整理



表 4.16 自我認知構面預試資料因素表

次數	主構面	題號	因素層面 僅列出因素負荷量絕對值大 於 0.5 之數值				共同性	保留 或刪 除
			因素負荷量	因素負荷量	因素負荷量	因素負荷量		
第一次	自我認知	自 1	.730				.708	保留
		自 2	.519		.621		.791	刪除
		自 3	.732				.713	保留
		自 4	.768				.711	保留
		自 5	.849				.822	保留
		自 6	.635				.470	保留
		自 7	.852				.730	保留
		自 8	.572	-.536			.667	刪除
		自 9	.727				.561	保留
		自 10	.570				.513	保留
		自 11	.509	.732			.802	刪除
		自 12	.581				.522	保留
		自 13	.669				.453	保留

資料來源：本研究整理

表 4.17 自我認知構面預試資料因素表

次數	主構面	題號	因素層面 僅列出因素負荷量絕對值大 於 0.5 之數值				共同性	保留 或刪 除
			因素負荷量	因素負荷量	因素負荷量	因素負荷量		
第二次	自我認知	自 1	.724				.525	保留
		自 3	.720				.518	保留
		自 4	.766				.586	保留
		自 5	.860				.740	保留
		自 6	.675				.456	保留
		自 7	.844				.712	保留
		自 9	.745				.554	保留
		自 10	.575				.330	保留
		自 12	.580				.336	保留
		自 13	.677				.459	保留

資料來源：本研究整理

(三) 學童自我認知構面題項信度與效度分析：

執行探索式因素分析，以主成分分析法計算出共同性，並萃取出特徵值大於 1 的因素，以最大轉軸法計算出因素負荷量。檢視題項橫跨兩個因素以上且其因素，因此刪除構面題項第 2、8、11 題（參考表 4.16、表 4.17）。

進行因素分析將本預試問卷題項刪除上述不適切題項後，計算該構面題項之 Cronbach's  $\alpha$  係數，得到 0.887，主構面的 Cronbach's  $\alpha$  值大於 0.8，達高度信度。（參考表 4.18）

表 4.18 自我認知構面保留題項之 Cronbach's  $\alpha$  與 KMO 值

主構面	預試問卷 原題號	題項內容
自我 認知	自 1	我覺得有自己的價值觀是一件重要的事。
	自 3	我認為我的想法和意見很重要。
	自 4	我覺得自己是一個內心堅定不容易受影響的人。
	自 5	我瞭解自己是怎樣的人。
	自 6	大多數人對我是哪類人的看法一致。
	自 7	我能很快想到給自己的評語。
	自 9	我知道我應該怎樣生活。
	自 10	如果現在必須立刻選擇一種職業，我已經有答案了。
	自 12	沒有人可以影響我的人生選擇。
	自 13	我為自己成為這樣的人感到驕傲。
Cronbach's $\alpha$ 係數		0.887
KMO 值		0.819
顯著性 (p 值)		<0.001

資料來源：本研究整理

進行因素分析將本預試問卷題項刪除上述不適切題項後，本構面與正式問卷對照題項順序，如表 4.19。

表 4.19 自我認知構面與正式問卷對照題項順序表

主構面	預試問卷 原題號	題項內容	正式 問卷 題號
自我 認知	自 1	我覺得有自己的價值觀是一件重要的事。	1
	自 3	我認為我的想法和意見很重要。	2
	自 4	我覺得自己是一個內心堅定不容易受影響的人。	3
	自 5	我瞭解自己是怎樣的人。	4
	自 6	大多數人對我是哪類人的看法一致。	5
	自 7	我能很快想到給自己的評語。	6
	自 9	我知道我應該怎樣生活。	7
	自 10	如果現在必須立刻選擇一種職業，我已經有答案了。	8
	自 12	沒有人可以影響我的人生選擇。	9
自 13	我為自己成為這樣的人感到驕傲。	10	

資料來源：本研究整理

表 4.20 網路流行文化構面預試資料因素表

次數	主構面	題號	因素層面 僅列出因素負荷量絕對值 大於 0.5 之數值				共同性	保留 或 刪除
			因素負荷量	因素負荷量	因素負荷量	因素負荷量		
第一次	網路流行文化	網 1		.716			.743	保留
		網 2	.667	.502			.737	刪除
		網 3	.700				.600	保留
		網 4	.652				.767	保留
		網 5	.749				.606	保留
		網 6	.653				.514	保留
		網 7	.601		.593		.825	刪除
		網 8	.642				.546	保留
		網 9	.709				.678	保留
		網 10	.740				.556	保留
		網 11	.823				.756	保留
		網 12	.732				.547	保留
		網 13	.785				.722	保留
		網 14	.882				.811	保留
		網 15	.650				.706	保留
		網 16	.786				.732	保留

資料來源：本研究整理

表 4.21 網路流行文化構面預試資料因素表

次數	主構面	題號	因素層面 僅列出因素負荷量絕對值 大於 0.5 之數值				共同性	保留 或 刪除
			因素負荷量	因素負荷量	因素負荷量	因素負荷量		
第二次	網路流行文化	網 1		.829			.752	保留
		網 3	.687				.517	保留
		網 4	.665				.624	保留
		網 5	.747				.585	保留
		網 6	.649				.561	保留
		網 8	.630				.413	保留
		網 9	.729				.623	保留
		網 10	.726				.533	保留
		網 11	.840				.735	保留
		網 12	.716				.531	保留
		網 13	.798				.667	保留
		網 14	.902				.823	保留
		網 15	.645				.567	保留
		網 16	.813				.726	保留

資料來源：本研究整理

(四) 學童網路流行文化構面題項信度與效度分析：

執行探索式因素分析，以主成分分析法計算出共同性，並萃取出特徵值大於 1 的因素，以最大轉軸法計算出因素負荷量。檢視題項橫跨兩個因素以上且其因素，因此刪除構面題項第 2、7 題(參考表 4.20、表 4.21)。

進行因素分析將本預試問卷題項刪除上述不適切題項後，計算該構面題項之 Cronbach's  $\alpha$  係數，得到 0.923，主構面的 Croncach's  $\alpha$  值大於 0.8，達高度信度(如表 4.22)。



表 4.22 網路流行文化構面保留題項之 Cronbach's  $\alpha$  與 KMO 值

主構面	預試問卷原題號	題項內容	
網路流行文化	網 1	我經常想要上網瀏覽我喜歡的社群或網站。	
	網 3	我曾經模仿我喜愛的部落客或網路名人的說話方式、口頭禪、動作姿態或穿著。	
	網 4	我曾經上傳自己的影片，與網路上的人們分享我的生活。	
	網 5	我覺得網路上有值得學習的價值觀或人事物。	
	網 6	我在網路上有很多有共同興趣或喜好的朋友。	
	網 8	在網路的世界裡，我感到自在快樂。	
	網 9	我喜歡在網路上我替自己塑造的形象或地位。	
	網 10	我在網路上能發揮自己的能力興趣與專長。	
	網 11	我喜愛經營網路社群人際關係勝過經營家庭或學校的人際關係。	
	網 12	比起教科書和課堂上習得的知識，我覺得網路上的資訊更真實並且值得關注。	
	網 13	我覺得自己很適合經營粉絲團或部落格，讓自己發揮影響力。	
	網 14	我期待未來有機會從事與我喜愛的網路名人或部落客相關的工作。	
	網 15	我所接受的網路資訊會影響我的人生選擇，包含職業。	
	網 16	如果現在必須立刻選擇一種職業，我會選擇與我喜愛的網路名人或部落客相關的工作。	
	Cronbach's $\alpha$ 係數		0.923
	KMO 值		0.752
顯著性 (p 值)		<0.001	

資料來源：本研究整理



進行因素分析將本預試問卷題項刪除上述不適切題項後，本構面與正式問卷對照題項順序，如表 4.23。

表 4.23 網路流行文化構面與正式問卷對照題項順序表

主構面	預試問卷 原題號	題項內容	正式問 卷題號
網路流 行文化	網 1	我經常想要上網瀏覽我喜歡的社群或網站。	1
	網 3	我曾經模仿我喜愛的部落客或網路名人的說話方式、口頭禪、動作姿態或穿著。	2
	網 4	我曾經上傳自己的影片，與網路上的人們分享我的生活。	3
	網 5	我覺得網路上有值得學習的價值觀或人事物。	4
	網 6	我在網路上有很多有共同興趣或喜好的朋友。	5
	網 8	在網路的世界裡，我感到自在快樂。	6
	網 9	我喜歡在網路上我替自己塑造的形象或地位。	7
	網 10	我在網路上能發揮自己的能力興趣與專長。	8
	網 11	我喜愛經營網路社群人際關係勝過經營家庭或學校的人際關係。	9
	網 12	比起教科書和課堂上習得的知識，我覺得網路上的資訊更真實並且值得關注。	10
	網 13	我覺得自己很適合經營粉絲團或部落格，讓自己發揮影響力。	11
	網 14	我期待未來有機會從事與我喜愛的網路名人或部落客相關的工作。	12
	網 15	我所接受的網路資訊會影響我的人生選擇，包含職業。	13
網 16	如果現在必須立刻選擇一種職業，我會選擇與我喜愛的網路名人或部落客相關的工作。	14	

資料來源：本研究整理

總結以上，藉由探索性因素分析以因素負荷值來判斷題項是否有區別效度與收斂效度，將不合上述效度題項刪除，評估預試問卷各題項的適切性，檢驗量表之建構效度。

針對家庭與學校人際關係構面題項總共進行五次因素分析（主成分分析法），檢視題項橫跨兩個因素以上且其因素負荷量差距亦不大（區別效度較差），難以判斷該題項到底歸屬於哪個因素層面，刪除了預試問卷中該構面第 2、4、5、8、9 題項；此構面題項從 15 題刪減成 10 題，雖然透過因素分析在此構面可分析成三個因素層面，但三個因素層面中有其中 7 題歸於第一因素層面，第二因素層面佔 2 題，第三因素層面僅有 1 題，因此再劃分出子構面的意義不大，便不再分出子構面。

在學校課程與教學構面題項部分總共進行兩次因素分析，刪除了預試問卷中該構面第 3 題項，本構面透過因素分析雖然得到兩個因素層面，但第一因素層面佔了 8 題，第二因素層面僅佔 1 題，便不再分出子構面。

針對自我認知構面題項總共進行兩次因素分析，刪除了預試問卷中該構面第 2、8、11 題項。

針對網路流行文化影響構面總共進行兩次因素分析，刪除了預試問卷中該構面第 2、7 題項，本構面透過因素分析雖然得到兩個因素層面，但第一因素層面佔了 13 題，第二因素層面僅佔 1 題，便不再分出子構面。

最後正式問卷保留家庭與學校人際關係構面題項 10 題，學校課程與教學構面題項 9 題，自我認知構面題項 10 題，網路流行文化影響構面 14 題，共計 43 題。

### 三、信度分析：

經刪除題項後，藉所求出的 Cronbach's  $\alpha$  係數來評估問卷的可靠度一致性與穩定性以提升問卷品質(參考表 4.24)，主構面題項之 Cronbach's  $\alpha$  係數值大於 0.8 達高度信度，刪題後調整各主構面題項之題號，確認本研究的正式問卷。

表 4.24 刪題前後各構面信度表

衡量構面	刪題前後	題數	Cronbach's $\alpha$	刪題前總信度	刪題後總信度
家庭與學校人際關係	刪題前	15	0.847	0.951	0.949
	刪題後	10	0.804		
學校課程與教學	刪題前	10	0.894		
	刪題後	9	0.887		
自我認同	刪題前	13	0.898		
	刪題後	10	0.887		
網路流行文化	刪題前	16	0.928		
	刪題後	14	0.923		

資料來源：本研究整理

## 4.3 敘述性統計分析

### 4.3.1 樣本次數分配統計

根據收回有效問卷資料，以不同的個人背景變項，進行以下資料初探，檢視資料有無偏頗。

表 4.25 本研究調查問卷有效樣本基本資料分布情形

類別	組別	人數	百分比	累積百分比
性別	1：男生	210	53.3%	100%
	2：女生	184	46.7%	
學校區域	1：北桃園地區	201	51.0%	100%
	2：南桃園地區	193	49.0%	
年級	1：五年級	195	49.5%	100%
	2：六年級	199	50.5%	
每日平均使用網路時間	1：輕度使用者(1小時以內)	129	32.7%	99.9%
	2：中度使用者(1~2小時)	153	38.8%	
	3：重度使用者(超過3小時)	112	28.4%	

資料來源：本研究整理

#### 一、性別：

本研究有效樣本 394 位研究對象中，男性共 210 人，佔有效樣本比例 53.3%；女性共 184 人，佔有效樣本比例 46.7%。男女比例大致相同（如表 4.25）。

#### 二、學校區域：

本研究有效樣本 394 位研究對象中，來自北桃園地區國民小學共 210 人，佔有效樣本比例 51.0%；來自南桃園地區國民小學共 184 人，佔有效樣本比例 49.0%。來自桃園南北兩區有效樣本比例大致相同（如表 4.25）。

#### 三、學生年級：

本研究有效樣本 394 位研究對象中，五年級學童共 195 人，佔有效樣本比例 49.5%；六年級學童共 199 人，佔有效樣本比例 50.5%。五、六年級學童有效樣本比例大致相同（如表 4.25）。

#### 四、每日使用網路頻率：

本研究有效樣本 394 位研究對象中，每日平均使用網路時間 1 小時以內者共 129 人，佔有效樣本比例 32.7%；每日平均使用網路時間 1~2 小時者共 153 人，佔有效樣本比例 38.8%；每日平均使用網路時間 3 小時以上者共 112 人，佔有效樣本比例 28.4%。每日平均使用網路時間 1~2 小時者比例略高，每日平均使用網路時間 1 小時以內者次之（如表 4.25）。

總結以上，本研究在性別方面，男生的學生數略多（男 53.3%，女 46.7%），但差距不大。以學生年級來看，五年級與六年級的學生人數差距非常少（五年級 49.5%，六年級 50.5%）。在學校區域上，北桃園地區的學生數略多（51.0%），但差距不大。依據高年級學童每日平均使用網路時間中，分為輕度使用者（1 小時以內）、中度使用者（1~2 小時）及重度使

用者(3小時以上)桃園地區的學生在每日平均使用網路時間上中度使用者最多(38.8%)，輕度使用者次之(32.7%)，重度使用者最少(28.4%)。

### 4.3.2 描述性統計量

在基本統計量中我們以平均值來估計集中趨勢，檢視所有有效樣本中的群體表現，我們以標準差估計離散趨勢，檢視所有有效樣本的個體差異。

表 4.26 各構面平均數與標準差

構面	個數	平均數	標準差
家庭與學校人際關係	394	3.834	0.647
學校課程與教學	394	3.774	0.712
自我認知	394	3.630	0.666
網路流行文化	394	3.051	0.843

資料來源：本研究整理

本研究在「家庭與學校人際關係」構面中作答分數平均值為 3.834，超過中位數，「學校課程與教學」構面中作答分數平均值為 3.774，超過中位數，「自我認知」構面中作答分數平均值為 3.630，超過中位數，「網路流行文化」構面中作答分數平均值為 3.051，超過中位數，平均數最高值為「家庭與學校人際關係」構面題項，平均數最低值為「網路流行文化」構面，由以上數據可歸納本研究所有有效樣本中對於題項的認同度多數落在「普通」與「同意」之間，其中在「家庭與學校人際關係」構面中受試者相較於其他構面認同度為最高，最接近「非常同意」；對於該構面題項認同度最低則是在「網路流行文化」構面，最接近「普通」。而作答分數標準差最大值為「網路流行文化」構面，表示所有研究樣本對「網路流行文化」的認同差異最大；最低為「家庭與學校人際關係」構面題項，表示其中有效樣本意見差異趨向一致（參考表 4.26）。

## 4.4 獨立樣本 t 檢定與單因子變異數分析

本研究係以「家庭與學校人際關係」，「學校課程與教學」，「自我認知」，「網路流行文化」四個構面作為指標，探討家庭與學校人際關係、學校課程與教學與網路流行文化影響桃園地區國小高年級學童自我認知之表現。本節就研究中正式問卷有效回收部分，針對填答之國小高年級學童在自我認知主客觀感受表現程度及包含性別、學校區域與年級等背景變項對其自我認知，以「獨立樣本 t 檢定」與「單因子變異數分析」影響進行分析，分析結果分述如下。

### 4.4.1 獨立樣本 t 檢定

獨立樣本 t 檢定用於比較兩組樣本的平均數是否有顯著差異，例如本研究資料中的性別（男性與女性）、學校區域（北桃園地區與南桃園地區）、年級（五年級與六年級），如表 4.27～表 4.29。

表 4.27 各構面獨立樣本 t 檢定表：依性別分析

構面	類別	個數	平均數	標準差	t 值	P 值	備註
家庭與學校人際關係	1.男	210	3.841	0.685	0.229	0.819	N
	2.女	184	3.826	0.602			
學校課程與教學	1.男	210	3.764	0.762	-0.300	0.764	N
	2.女	184	3.785	0.048			
自我認知	1.男	210	3.650	0.715	0.636	0.525	N
	2.女	184	3.607	0.607			
網路流行文化	1.男	210	3.117	0.883	1.669	0.096	N
	2.女	184	2.975	0.970			

註：\*表示  $P < 0.05$ ；\*\*表示  $P < 0.01$ ；N 表示無顯著差異。

資料來源：本研究整理



表 4.28 各構面獨立樣本 t 檢定表：依學校所在地區分析

構面	類別	個數	平均數	標準差	t 值	P 值	備註
家庭與學校人際關係	1.北桃園	201	3.848	0.663	0.445	0.656	N
	2.南桃園	193	3.819	0.632			
學校課程與教學	1.北桃園	201	3.807	0.733	0.953	0.341	N
	2.南桃園	193	3.739	0.688			
自我認知	1.北桃園	201	3.662	0.665	0.987	0.324	N
	2.南桃園	193	3.596	0.666			
網路流行文化	1.北桃園	201	3.084	0.865	0.786	0.432	N
	2.南桃園	193	3.017	0.820			

註：\*表示  $P < 0.05$ ；\*\*表示  $P < 0.01$ ；N 表示無顯著差異。

資料來源：本研究整理

表 4.29 各構面獨立樣本 t 檢定表：依學生年級分析

構面	類別	個數	平均數	標準差	t 值	P 值	備註
家庭與學校人際關係	1.五	195	3.892	0.675	1.790	0.074	N
	2.六	199	3.776	0.615			
學校課程與教學	1.五	195	3.804	0.685	0.824	0.410	N
	2.六	199	3.744	0.737			
自我認知	1.五	195	3.689	0.712	1.758	0.080	N
	2.六	199	3.571	0.614			
網路流行文化	1.五	195	3.005	0.967	-1.068	0.286	N
	2.六	199	3.096	0.700			

註：\*表示  $P < 0.05$ ；\*\*表示  $P < 0.01$ ；N 表示無顯著差異。

資料來源：本研究整理

### 一、性別方面：

從表 4.27 為本研究資料進行獨立樣本 t 檢定分析後之結果整理摘要而成，可供參考。

(一) 根據分析結果可觀察到，不同性別受「家庭與學校人際關係」影響自我認知上無顯著差異。

(二) 根據分析結果可觀察到，不同性別受「學校課程與教學」影響自我認知上無顯著差異。

(三) 根據分析結果可觀察到，不同性別在「自我認知」表現程度上無顯著差異。

(四) 根據分析結果可觀察到，不同性別在受「網路流行文化」影響自我認知上無顯著差異。

### 二、地區方面：

從表 4.28 為本研究資料進行獨立樣本 t 檢定分析後之結果整理摘要而成，可供參考。

(一) 根據分析結果可觀察到，不同地區受「家庭與學校人際關係」影響自我認知上無顯著差異。

(二) 根據分析結果可觀察到，不同地區受「學校課程與教學」影響自我認知上無顯著差異。

(三) 根據分析結果可觀察到，不同地區在「自我認知」表現程度上無顯著差異。

(四) 根據分析結果可觀察到，不同地區受「網路流行文化」影響自我認知上無顯著差異。

### 三、年級方面：

從表 4.29 為本研究問卷資料進行獨立樣本 t 檢定分析後之結果整理

摘要而成，可供參考。

(一) 根據分析結果可觀察到，五年級與六年級學生受「家庭與學校人際關係」影響自我認知上無顯著差異。

(二) 根據分析結果可觀察到，五年級與六年級學生受「學校課程與教學」影響自我認知上無顯著差異。

(三) 根據分析結果可觀察到，五年級與六年級學生在「自我認知」表現程度上無顯著差異。

(四) 根據分析結果可觀察到，五年級與六年級學生受「網路流行文化」影響自我認知上無顯著差異。

根據以上觀察結果我們可以得知國小高年級學童自五年級開始受家庭與學校人際關係、學校課程與教學及網路流行文化影響自我認知程度上已大致底定，升上六年級後並未產生太大改變。

#### 4.4.2 單因子變異數分析

每日平均使用網路時間分為輕度使用者（1 小時以內）、中度使用者（1~2 小時）及重度使用者（3 小時以上），以每日平均使用網路時間程度不同在家庭與學校人際關係、學校課程與教學、自我認知、網路流行文化構面中進行單因子變異數分析，由 ANOVA 檢定結果可發現每日平均使用網路時間程度不同在學校課程與教學構面沒有顯著差異，未達統計差異顯著水準；在家庭與學校人際關係、自我認知、網路流行文化構面上則有達統計差異顯著水準；經過 Scheffe 法事後比較結果摘要整理如下，如表 4.30~表 4.33。

表 4.30 各構面每日平均使用網路時間之單因子變異數分析表

構面	每日平均使用網路時間	個數	平均數	標準差	F 值
家庭與學校 人際關係	1.輕度	129	3.996	0.645	9.103*
	2.中度	153	3.834	0.602	
	3.重度	112	3.646	0.663	
學校課程與 教學	1.輕度	129	3.797	0.768	1.483
	2.中度	153	3.678	0.643	
	3.重度	112	3.774	0.731	
自我認知	1.輕度	129	3.674	0.714	3.211*
	2.中度	153	3.690	0.606	
	3.重度	112	3.496	0.673	
網路流行文 化	1.輕度	129	2.725	0.866	18.610*
	2.中度	153	3.105	0.799	
	3.重度	112	3.352	0.746	

註：\*表示  $P < 0.05$ ；輕度使用者(1 小時以內)、中度使用者(1~2 小時)及重度使用者(3 小時以上)。

資料來源：本研究整理

## 一、家庭與學校人際關係

表 4.31 家庭與學校人際關係事後分析多重比較表

F 值	I 變項(每日平均使用網路時間)	J 變項(每日平均使用網路時間)	平均差異 I-J	事後比較
9.103*	1.輕度使用者(1小時以內)	2.中度使用者	0.161	1 > 3
		3.重度使用者	0.349*	
	2.中度使用者(1~2 小時)	1.輕度使用者	-0.161	
		3.重度使用者	0.188	
	3.重度使用者(3小時以上)	1.輕度使用者	-0.349*	
		2.中度使用者	-0.188	

註：\*表示  $P < 0.05$

資料來源：本研究整理

如表 4.31，每日平均使用網路時間 1 小時以內的國小高年級學童在家庭與學校人際關係構面評價相較於每日平均使用網路時間 3 小時以上者有較同意的看法，平均差異 = 0.349，有顯著差異；每日平均使用網路時間 1 小時以內（輕度使用者）的國小高年級學童在家庭與學校人際關係構面評價相較於每日平均使用網路時間 1~2 小時之中度使用者有較同意的看法，平均差異 = 0.161，但未達顯著差異；每日平均使用網路時間 1~2 小時（中度使用者）的國小高年級學童在家庭與學校人際關係構面評價相較於每日平均使用網路時間 3 小時以上的國小高級年學童有較同意的看法，平均差異 = 0.188，但未達顯著差異。從上述結果中我們可以觀察到，每日平均使用網路時間之程度會影響作答者認同家庭與學校人際關係構面的評價，輕度使用者相較於重度使用者能更認同家庭與學校人際關係構面的評價。

## 二、自我認知

表 4.32 自我認知差異事後分析多重比較表

F 值	I 變項(每日平均使用網路時間)	J 變項(每日平均使用網路時間)	平均差異 I-J	事後比較
3.211*	1.輕度使用者(1小時以內)	2.中度使用者	-0.016	n.s.
		3.重度使用者	0.177	
	2.中度使用者(1~2 小時)	1.輕度使用者	0.016	
		3.重度使用者	0.194	
	3.重度使用者(3小時以上)	1.輕度使用者	-0.177	
		2.中度使用者	-0.194	

註：\*表示  $P < 0.05$ ；n.s.代表 F 統計量達顯著然而事後比較無法判斷

資料來源：本研究整理

如表 4.32，每日平均使用網路時間 1 小時以內（輕度使用者）的國小高年級學童在個人自我認知評價相較於每日平均使用網路時間 3 小時以上（重度使用者）的國小高級年學童有較同意的看法，平均差異 = 0.177，但未達顯著差異；每日平均使用網路時間 1~2 小時（中度使用者）的國小高年級學童在個人自我認知評價相較於每日平均使用網路時間 1 小時以內（輕度使用者）的國小高年級學童有較同意的看法，平均差異 = 0.016，但未達顯著差異。從上述結果中我們可以觀察到，作答者中每日平均使用網路時間之中度使用者對於自我認知構面的評價認同程度受到影響為最高，但未達顯著。

### 三、網路流行文化影響

表 4.33 網路流行文化事後分析多重比較表

F 值	I 變項 (每日平均 使用網路時間)	J 變項 (每日平均 使用網路時間)	平均差異 I-J	事後比較
18.610*	1.輕度使用者 (1 小時以內)	2.中度使用者	-0.379*	
		3.重度使用者	-0.626*	
	2.中度使用者 (1~2 小時)	1.輕度使用者	0.379*	3 > 1
		3.重度使用者	-0.247*	2 > 1 3 > 2
	3.重度使用者 (3 小時以上)	1.輕度使用者	0.626*	
		2.中度使用者	0.247*	

註：\*表示  $P < 0.05$

資料來源：本研究整理

如表 4.33，每日平均使用網路時間 3 小時以上（重度使用者）的國小高年級學童在網路流行文化影響構面評價相較於每日平均使用網路時間 1 小時以內（輕度使用者）的國小高年級年學童有較同意的看法，平均差異 = 0.626，有顯著差異；每日平均使用網路時間 3 小時以上（重度使用者）的國小高年級學童在網路流行文化影響的構面評價相較於每日平均使用網路時間 1~2 小時（中度使用者）的國小高年級年學童有較同意的看法，平均差異 = 0.247，有顯著差異；每日平均使用網路時間 1~2 小時（中度使用者）的國小高年級學童在網路流行文化影響構面評價相較於每日平均使用網路時間 1 小時以內（輕度使用者）的國小高級年學童有較同意的看法，平均差異 = 0.379，有顯著差異。由以上結果我們可觀察到每日平均使用網路時間程度越高，作答者在網路流行文化構面認同程



度受到影響也越高。

## 4.5 相關分析

相關分析可簡單檢視變數之間的相關性。為了做後續的迴歸分析，在研究中會先使用相關分析判斷我們使用的變數中有無一定的關聯度，若具有顯著相關，方進行迴歸分析，使用相關分析後資料整理如表 4.34。

表 4.34 各構面相關分析

構面	家庭與學校 人際關係	學校課程 與教學	自我認知	網路流行 文化
家庭與學校 人際關係	1.000			
學校課程 與教學	0.578***	1.000		
自我認知	0.558***	0.550***	1.000	
網路流行 文化	0.051	0.133**	0.200***	1.000

註：\* $p < 0.05$ ，\*\* $p < 0.01$ ，\*\*\* $p < 0.001$

資料來源：本研究整理

如表 4.34 所示，家庭與學校人際關係構面與學校課程與教學構面之樣本相關係數  $r=0.578$ ，兩者為中度相關且顯著性  $<0.001$ 、家庭與學校人際關係與自我認知構面之相關係數  $r=0.558$ ，兩者為中度相關且顯著性  $r<0.001$ ，而家庭與學校人際關係與網路流行文化構面間的相關性則未達顯著；學校課程與教學與自我認知構面之相關係數  $r=0.550$ ，兩者為中度相關且顯著性  $<0.001$ ，學校課程與教學構面與網路流行文化構面之相關係數  $r=0.133$ ，兩者僅達到低度相關且顯著性  $<0.01$ ；自我認知與網路流行文化構面之相關係數  $r=0.200$ ，兩者僅達到低度相關且顯著性  $<0.001$ 。

由以上結果我們可觀察到家庭與學校人際關係評價認同程度越高，對於學校課程與教學、自我認知評價認同程度也越高；學校課程與教學中評價認同程度越高，自我認知評價認同程度也越高；學校課程與教學中評價認同程度越高，國小高年級學童對於網路流行文化構面評價認同程度也越高；網路流行文化構面中評價認同程度越高，國小高年級學童在自我認知構面評價認同程度也越高。

## 4.6 迴歸分析

在迴歸分析設計上分為簡單迴歸分析與多元迴歸分析，其中簡單迴歸分析在於表示個別因素對自我認知的影響，多元迴歸分析在於比較與各解釋因素對自我認知之訊息強弱。本節透過簡單迴歸分析與多元迴歸分析欲驗證本研究變數間預測能力的有效性，設計以下各模式：

模式一：家庭與學校人際關係對自我認知之影響分析。

模式二：學校課程與教學對自我認知之影響分析。

模式三：網路流行文化對自我認知之影響分析。

模式四：家庭與學校人際關係、學校課程與教學對自我認知之影響分析。

模式五：家庭與學校人際關係、學校課程與教學、網路流行文化對自我認知之影響分析。

表 4.35 影響自我認知之迴歸分析摘要表

依變項		自我認知之迴歸係數				
自變項		模式一	模式二	模式三	模式四	模式五
家庭與學校人際關係	迴歸係數	0.558***			0.371***	0.366***
	t	13.329			7.455	7.673
學校課程與教學	迴歸係數		0.550***		0.320***	0.320***
	t		13.050		7.059	6.654
網路流行文化	迴歸係數			0.200***		0.139***
	t			4.048		3.535
F 值		177.657***	170.313***	16.384***	124.805***	89.814***
R <sup>2</sup>		0.310	0.301	0.038	0.390	0.409

資料來源：本研究整理

得到結果如下（參考表 4.35）：由模型適合度之檢測值(F 值)皆顯著異於 0，顯示模型一至五皆達適合度。再由迴歸係數亦顯著異於 0，顯示「家庭與學校人際關係」、「學校課程與教學」與「網路流行文化」對於國小高年級學生自我認知具有顯著的解釋力，以下分別就簡單迴歸分析及多元迴歸分析結果進行更詳細的陳述如下：

本研究以模式一至模式三作為「家庭與學校人際關係」、「學校課程與教學」與「網路流行文化」對「自我認知」之個別影響進行簡單迴歸分析。模式一：家庭與學校人際關係對自我認知具有顯著的正向影響，迴歸係數達 0.558，判定係數為 31%，具有高度的解釋力；模式二：學校課程與教學對自我認知具有顯著的正向影響，迴歸係數達 0.550，判定係數為

30.1%，具有高度的解釋力；模式三：網路流行文化對自我認知具有顯著的正向影響，迴歸係數達 0.200，判定係數為 3.8%，仍具有解釋力。因此我們可以得知家庭與學校人際關係對國小高年級學童自我認知的影響程度比起學校課程與教學及網路流行文化為最大，其次為學校課程與教學，解釋力最小者則為網路流行文化對國小高年級學童自我認知之影響。與本研究認為家庭與學校人際關係、學校課程與教學，與網路流行文化對於國小高年級學童自我認知產生影響的推測相符。

再以模式四與模式五來進行多元迴歸分析，比較各解釋因素對自我認知之訊息強弱。模式四：學校與家庭人際關係、學校課程與教學對自我認知之影響分析中，相較於模式一，加入「學校課程與教學」此變項進行多元迴歸分析，從分析結果可觀察出模式四之迴歸係數由 0.558 降至 0.371，但仍具有顯著性，判定係數為 39%，表示解釋力增加了 8%。；再加入「網路流行文化」與「家庭與學校人際關係」、「學校課程與教學」進行多元迴歸分析（如模式五），迴歸係數由 0.371 僅降至 0.366，仍具有顯著性，表示加入「網路流行文化」此變項和進行分析後影響力不如加入「學校課程與教學」進行分析時對國小高年級學童自我認知之影響程度，判定係數為 40.9%，相較於模式四，只增加了 1.9%的解釋力。

總結上述內容，經過簡單迴歸分析步驟與多元迴歸分析步驟，家庭與學校人際關係、學校課程與教學，與網路流行文化對於國小高年級學童自我認知皆具有正向的顯著影響，我們可以比較出三個自變數中家庭與學校人際關係對國小高年級學童自我認知的影響之解釋力為最強，其次為學校課程與教學對國小高年級學童自我認知的影響之解釋力，相較於前兩個自變數，網路流行文化對於國小高年級學童自我認知的影響為解釋力最弱。

## 第五章 結論與建議

本章將依據前面章節綜合與歸納研究之結果及發現，將結論予以說明並提出研究建議，以做為教育相關機構、教育人員與家長等面對網路新世代及產業輪替過程之參考，做為建立教育與生涯領域規劃決策的重要參考依據，並提出後續研究建議，以供未來研究者繼續研究之方向及思考之議題。

### 5.1 研究分析結果

#### 5.1.1 各構面之差異情形

##### 一、性別方面

(一) 根據分析結果可觀察到，不同性別受「家庭與學校人際關係」影響自我認知上無顯著差異。

(二) 根據分析結果可觀察到，不同性別受「學校課程與教學」影響自我認知上無顯著差異。

(三) 根據分析結果可觀察到，不同性別在「自我認知」表現程度上無顯著差異。

(四) 根據分析結果可觀察到，不同性別受「網路流行文化」影響自我認知上無顯著差異。

##### 二、地區方面

(一) 根據分析結果可觀察到，桃園不同地區國小高年級學童受「家庭與學校人際關係」影響自我認知上無顯著差異。

(二) 根據分析結果可觀察到，桃園不同地區國小高年級學童受「學校

課程與教學」影響自我認知上無顯著差異。

(三)根據分析結果可觀察到，桃園不同地區國小高年級學童在「自我認知」表現程度上無顯著差異。

(四)根據分析結果可觀察到，桃園不同地區國小高年級學童受「網路流行文化」影響自我認知上無顯著差異。

### 三、年級方面

(一)根據分析結果可觀察到，桃園地區國小五年級學童與桃園地區國小六年級學童在「家庭與學校人際關係」構面表現程度上無顯著差異。

(二)根據分析結果可觀察到，桃園地區國小五年級學童與桃園地區國小六年級學童在「學校課程與設計」構面表現程度上無顯著差異。

(三)根據分析結果可觀察到，桃園地區國小五年級學童與桃園地區國小六年級學童在「自我認知」構面表現程度上無顯著差異。

(四)根據分析結果可觀察到，桃園地區國小五年級學童與桃園地區國小六年級學童在「網路流行文化」構面表現程度上無顯著差異。

### 四、在每日平均使用網路時間程度方面

(一)根據分析結果可觀察到，每日平均使用網路時間程度不同之桃園地區國小高年級學童「家庭與學校人際關係」構面表現程度上有顯著差異。尤以輕度使用者高於重度使用者，其餘變項間兩兩差異情況不顯著。

(二)根據分析結果可觀察到，每日平均使用網路時間程度不同之桃園地區國小高年級學童「學校課程與教學」構面表現程度上無顯著差異。

(三)根據分析結果可觀察到，每日平均使用網路時間程度不同之桃園地區國小高年級學童「自我認知」構面表現程度上有顯著差異，但各變項間兩兩差異情況不顯著。

(四)根據分析結果可觀察到，每日平均使用網路時間程度不同之桃園

地區國小高年級學童受「網路流行文化」構面表現程度上有顯著差異，重度使用者高於中度使用者與輕度使用者，中度使用者高於輕度使用者。

綜上所述，不同性別之國小高年級學童、不同年級之國小高年級學童與不同學校地區之國小高年級學童在「家庭與學校人際關係」、「學校課程與教學」與「網路流行文化」構面表現程度上均無顯著差異，但每日使用網路程度不同之桃園地區國小高年級學童則在「家庭與學校人際關係」與「網路流行文化」構面表現程度上產生差異。

### 5.1.2 各構面之相關情形

- 一、家庭與學校人際關係構面和學校課程與教學構面兩者為中度正相關且達到顯著性。
- 二、家庭與學校人際關係和自我認知構面兩者為中度正相關且達到顯著性。
- 三、家庭與學校人際關係和網路流行文化構面間的相關性未達顯著。
- 四、學校課程與教學與自我認知構面兩者為中度相關且達到顯著性。
- 五、學校課程與教學構面與網路流行文化構面兩者達到低度正相關且達到顯著性。
- 六、自我認知與網路流行文化構面兩者僅達到低度正相關且顯著性。

### 5.1.3 各構面之解釋力

- 一、家庭與學校人際關係對自我認知具有顯著的正向影響。
- 二、學校課程與教學對自我認知具有顯著的正向影響。
- 三、網路流行文化對自我認知具有顯著的正向影響。

家庭與學校人際關係對國小高年級學童自我認知的影響之解釋力為



最強，其次為學校課程與教學對國小高年級學童自我認知的影響之解釋力，相較於前兩個自變數，網路流行文化對於國小高年級學童自我認知的影響為解釋力最弱。

歸納以上資料，我們可以觀察到：

(一) 家庭與學校人際關係、學校課程與教學及網路流行文化將顯著影響國小高年級學童之自我認知。

(二) 家庭與學校人際關係此構面對國小高年級學童自我認知之影響的解釋力為最強，其次為學校課程與教學對於國小高年級學童自我認知的影響，相較於前面的自變數，網路流行文化對於國小高年級學童手機依賴度的影響之解釋力為最弱。

(三) 當納入變項之交互影響，所有構面中唯家庭與學校人際關係和網路流行文化構面間的相關性未達顯著，意謂家庭與學校人際關係、學校課程與教學與網路流行文化認同程度愈高，學童自我認知的認同程度亦愈高。

(四) 在差異性分析上，學童每日平均使用網路時間程度將造成學童在家庭與學校人際關係構面與網路流行文化構面上具有顯著性的偏好差異。每日平均使用網路時間程度愈低，家庭與學校人際關係認同程度則越高；每日平均使用網路時間程度愈高，網路流行文化認同程度則越高；而性別、年級與學校地區等個人背景變項則不具顯著性影響。

綜上所述，雖然筆者在教學現場十餘年之觀察下，可以感覺到近年來網路流行文化對國小高年級學童自我認知之影響程度日益明顯，但是實際從實證研究結果中我們可以觀察到家庭與學校人際關係與學校課程與教學對國小高年級學童自我認知的影響程度仍然是重要關鍵，家庭環境、

家庭脈絡、學校生活依舊是塑造青少年自我認知中對於個人價值觀及生涯規劃之影響最重要的角色。

## 5.2 研究結論

本研究以桃園地區國小高年級學童為例，探討家庭與學校人際關係、學校課程與教學、網路流行文化與自我認知之間的關係，並依據研究架構發展出三個研究假設，透過問卷調查法蒐集樣本資料，並以統計分析方法加以驗證。依據樣本資料統計分析結果，本研究之研究假設與分析結果彙整如表 5.1 所示。

表 5.1 研究假設分析結果彙整表

研究假設	分析結果
假設 H1： 家庭與學校人際關係對國小高年級學童之自我認知不具有顯著影響。	不成立
假設 H2： 學校課程與教學對國小高年級學童之自我認知不具有顯著影響。	不成立
假設 H3： 網路流行文化對國小高年級學童之自我認知不具有顯著影響。	不成立

資料來源：本研究整理

根據以上分析結果，家庭與學校人際關係、學校課程與教學、網路流行文化對於國小高年級學童之自我認知都具有顯著影響。

### 5.3 管理意涵

探討網路流行文化在青少年生理與心理發展歷程上相對於其他傳統因素對國小高年級學童自我認知是否產生影響此重要之研究議題，為本文的研究主旨。過去研究中多將國中生、高中生、高職生或大學生列為研究對象，從本研究結果中可觀察到除了過去我們認為會影響青少年們自我認知包括價值觀與生涯規劃等傳統因素如學校與家庭人際關係層面及學校課程與教學層面外，在這資訊爆發的時代下，網路流行文化層面也對青少年之職業自我認同產生影響效果，表示受到網際網路的普遍化影響，受到網路社群影響的群眾年紀確實有向下延伸的趨勢。

雖然實證結果中，網路流行文化不如我們原本所臆測已成為現今影響國小高年級學童甚至是青少年之自我認知中對於個人價值觀及生涯規劃之影響最重要的角色，但我們可從網路流行文化與家庭環境、家庭脈絡、學校生活與課程等之相關性反思是否在家庭與學校人際關係及課程與教學中造成過渡期之青少年歸屬感、成就感與安全感匱乏而轉向網路流行社群中找尋慰藉。個體出生後，從家庭、學校、到社會中體驗個體人生旅程裡需要真實進行的各種角色之任務與生涯挑戰，這段自我認知建構之旅對個體生命經驗與未來生涯發展是非常相關，可以說是生涯規劃的開端。本實證研究提供未來家庭管理者與學校管理者在家庭教育過程能成為協助子女正確使用網路資源的教育者，在學校課程與教學的設計上，除了原有的生涯規劃課程外，也能設計相關輔導課程，包含使學生了解如何正確使用網路與如何篩選非正面的網路資訊等安全教育相關內容，將其正式納入課程綱要中，使國民小學學校課程與教學在形塑國

小高年級學童之自我認知之生涯規劃上便及早開始發揮重要的導正功能。

當今世界在各種大小層級間的各種競爭中，人才競爭占了最大成分，包含了國家、組織、企業、學校，也可能在於家庭成員之間。提升人力資源管理的效果已經成為企業提升競爭力的最重要選擇，如國際數據資訊有限公司提出世界企業環境未來發展會強調與人工智慧之結合度(吳婷，民 109)，資訊工具將成為企業管理與創新轉型的最重要條件，在未來三十年間產業轉型的發展可能也會有許多工作將被自動化完全取代，生涯規劃在「數位新世代」中發揮的作用性更值得重視。若能妥善結合資訊工具，相信在生涯規劃領域中網際網路勢必為未來最大助力。

#### 5.4 研究限制與後續研究建議

本節中，研究者將說明本研究之限制，並提出建議，以供讀者或後續研究者參考，分別敘述如下：首先，在樣本分析上，本研究受限於時間、資源及其區域的限制，採取便利取樣，故研究樣本的採集上，僅以臺灣六都中之桃園市為範圍，分別從北桃園地區與南桃園地區之國民小學採集研究樣本，因此建議未來後續研究者可將研究對象擴及北部地區，或更大範圍的擴及台灣各縣市，進行調查與比較區域上的差異，進行更大規模的抽樣研究。

第二，本研究為考量整體研究之廣度希望達到最大之外部效果，因此並未區分家庭背景或城鄉差距面向進行研究，然而，家庭背景或城鄉差距之間可能存在著差異，因而在學校與家庭人際關係、學校課程與教學和網路流行文化等構面的認知程度，也可能因此差異而有所不同。故建議未來後續研究者可將家庭背景或城鄉差距加入變項中進行推論與研究。

第三，本研究之問卷，根據研究目的與變項之操作型定義，儘管量表通過信效度考驗，但不同地區、不同學校、不同班級之風氣、不同家庭氣氛或文化背景差異，也會使樣本群對題項的敘述產生不同的反應。

第四，本研究採橫斷面之研究，故所收集之資料，可能也會受到作答者當下之情緒或生理狀態影響，因此，僅能了解各題項在當下對樣本的影響情形，也難以探究不同時期，學童又接觸了更多各方訊息後，各變項間關係因此產生之變化，故本研究建議，後續研究者可嘗試採用縱斷面之研究法以了解各變項之變化趨勢，藉此深入觀察及確認變項間之因果關係。

第五，個體之自我認知建構旅程對個體生命經驗與未來生涯發展是非常相關，可以說是生涯規劃的初始。在本研究中我們可以透過研究結果了解網路流行文化顯著影響國小高年級學童的自我認知，但未來因為資訊傳播快速影響社會產業轉型與文化，在資訊工具的更大量運用之下，網路流行文化在人與人之間造成的數位鴻溝也讓家長與學校師長難以預期。網路的資訊普及與工具氾濫，已經慢慢移轉青少年生活與學習重心，讓愈來愈多的孩子跳脫過往傳統的思考軌道，此現象意謂在此自我認知之價值觀與生涯覺知等發展的關鍵時刻，網路流行文化相較於家庭成員或學校同儕師長與學校課程與教學在未來可能產生干擾效果，故本研究建議，後續研究者可嘗試研究法以了解網路流行文化在國小高年級學童之自我認知與生涯規劃產生顯著的干擾效果。藉此深入觀察及確認變項間之因果關係。

第六，莘莘學子為國家未來的棟樑與根本，少子化社會的當前，位於教育層級的我們更需要重視與面對資訊科技帶來對國際、國家與社會之極大改變，努力結合過去相關學者之研究此現象並根據我們的目標與價值來主導未來的發展走向，除了智育中使資訊科技與工具成為資訊社會

背後運作機制上的有效教學與生活訓練利器，在德育中也將網際網路視為重要的人際關係學習場域，結合面對面的真實課程外也不忽視在各個社群網域中網路代號背後的學生的社會道德傾向與人際交往技巧。教育學生除了分數與成就之外更能重視社會道德，為社會盡一份心力，甚至必要時也能挺身而出，發揮正面影響力，並根據個人職業傾向，準確的確立個人最佳職業奮鬥目標，然後以此目標為努力依歸，作出有效的安排。



## 參考文獻

### 一、中文部分

- 1.中華白絲帶關懷協會（民 108 年 10 月 23 日）。2019 年台灣青少兒網路隱私上網趨勢調查報告。苦勞網。民 109 年 3 月 30 日，取自：<https://www.cooloud.org.tw/node/93578>。
- 2.石政言、蔣佳玲（民 105），進修學校學生之職業認同與對進修學校功能之看法，教育實踐與研究，第二十九卷第一期，67-96 頁。
- 3.江玉安（民 97），青年流行文化的流行與導向，社會科學論壇，第 2008 卷第 11B 期，146-149 頁。
- 4.吳婷（民 108 年 12 月 5 日）。IDC（國際數據資訊）公佈 2020 台灣 ICT 市場十大趨勢預測。IDC Taiwan（國際數據資訊）。民 109 年 3 月 30 日，取自：<https://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prAP45742819>。
- 5.汪金英、陳小雨（民 104），青少年人際交往與其心理疏導，長沙大學學報，第二十九卷第一期，116-118 頁。
- 6.林怡瑩（民 107），身心障礙資優學生之自我認同、學校適應及支持需求之關聯研究，國立臺灣師範大學特殊教育學系碩士論文，未出版，台北市。
- 7.東方線上 E-ICP 東方消費者行銷資料庫（民 105 年 9 月 23 日）。行動通訊人口逐漸飽和，延伸與用戶生活連結才能綁住商機。SmartM 電子商務網。民 109 年 3 月 30 日，取自：<https://www.smartm.com.tw/article/32363435cea3>。

- 8.林其瑾（民 108 年 12 月第 145 期）。認識你的青春期孩子及相處之道。臺大醫院健康電子報。民 109 年 3 月 30 日，取自：[https://epaper.ntuh.gov.tw/health/201912/child\\_2.html](https://epaper.ntuh.gov.tw/health/201912/child_2.html)。
- 9.林俊彥、郭宗賢、何俐安、郭彥谷（民 95），技職校院學生生涯規劃之探討，學校行政雙月刊，第 45 卷，124-139 頁。
- 10.邱敏莉（民 99），國小高年級學童對同儕自私行為接受度及自私行為自評與相關影響因素之研究，南華大學生死學研究所碩士論文，未出版，嘉義市。
- 11.林淑華（民 90），國小學童情緒管理與人際關係之研究，國立屏東師範學院國民教育研究所碩士論文，未出版，屏東市。
- 12.金樹人（民 100），生涯諮商與輔導，台北：東華書局。
- 13.侯崇文（民 90），家庭結構、家庭關係與青少年偏差行為探討，應用心理研究，第 11 期，25-43 頁。
- 14.侯鳳珠（民 90），高屏地區國小學童職業自我概念與職業刻板印象之研究，國立屏東師範學院國民教育研究所碩士論文，未出版，屏東市。
- 15.洪鳳儀（民 85），生涯規劃自己來—做自己生涯交響樂團的指揮家，台北：揚智出版社。
- 16.陳亮均、岑世寬、李建邦（民 108），探討 YouTuber 風格類型與其因素相關性影響之研究—以青少年為例，管理資訊計算特刊，第 8 卷第 1 期，156-166 頁。
- 17.陳坤虎（民 108），青少年自我認同與自尊，中華輔導與諮商學報，第 55 期，27-57 頁
- 18.陳坤虎、雷庚玲、吳英璋（民 84），不同階段青少年之自我認同內容及危機探索之發展差異，中華心理學刊，第 3 卷第 47 期，249-268 頁。



- 19.陳春秀(民90),國小中高年級學童親子溝通、家庭氣氛與親子關係之研究,國立嘉義大學家庭教育研究所碩士論文,未出版,嘉義市。
- 20.許智偉(民71),美國的生計教育,台北市:幼獅文化事業股份有限公司。
- 21.程景琳(民101),「關係性自我概念量表」之發展與編製,測驗學刊,第59卷第3期,429-450頁。
- 22.袁善民、陳文進(民94),生涯教育之探討,中華技術學院學報,第33卷,123-138頁。
- 23.陳增穎(民89),開啟或關閉?—網際網路對青少年人際關係的影響,師友月刊,第392卷,27-30頁。
- 24.陳麗妍(民97),高一新生生涯發展與生涯規劃課程輔導成效之研究,國立台南大學教育學系課程與教學研究所碩士論文,未出版,台南市。
- 25.張綺芯(民91),從流行文化看青少年價值觀,社會科學學報,第1卷,14-28頁。
- 26.許朝信(民95),國小階段學生參與學校層級課程發展之省思,國民教育研究集刊,第15卷,15-33頁。
- 27.曾小融、林志哲(民108),淺談青少年與社群媒體上的從眾現象,臺灣教育評論月刊,第8卷第7期,112-116頁。
- 28.黃厚銘(民91),網路上探索自我認同的遊戲,教育與社會研究,第3卷,65-105頁。
- 29.黃厚銘、林意仁(民102),流動的群聚:網路起鬨的社會心理基礎,新聞學研究,第115卷,1-50頁。

- 30.曾煥琦(民 94),生涯發展教育融入國中的綜合活動領域教學,臺灣教育,第 628 卷,56-60 頁。
- 31.閔毅(民 101),從網絡語言看網絡流行文化與青年的互動。淮海工學院學報(社會科學版),第 10 卷第 14 期,104-107。
- 32.楊垂芳(民 102),千山萬水非我獨行—重要他人對男性青年文學家生涯抉擇的影響,臺灣師範大學特殊教育學系研究所碩士論文,未出版,台北市。
- 33.楊朝祥(民 73),技術職業教育辭典,台北市:三民書局。
- 34.雷霞(民 96),青少年的人際關係運作能力及其培育,中國青年研究,第 2 卷第 11 期,78-81 頁。
- 35.葉筱涵、盧佩綺(民 108),流行文化融入國小高年級藝術與人文課程之研究,人文社會科學研究:教育類,第 13 卷第 2 期,39-64 頁。
- 36.鄧芬姬(民 97),人際關係與溝通,台北市:新陸書局
- 37.廖昭銘(民 90),家有青少年的父母親職生活經驗,國立嘉義大學家庭教育研究所碩士論文,未出版,嘉義市。
- 38.劉惠琴(民 90),親子關係中相依同化歷程的內涵與測量,華人本土心理學追求卓越計畫成果報告,27-30 頁,台北市:心理出版社。
- 39.龍宗緯(民 108 年 2 月 15 日)。全球網紅經濟上看兩千億!44%上班族想嘗試。三立新聞網。民 109 年 3 月 30 日,取自:檢自 <https://www.setn.com/News.aspx?NewsID=499130>。
- 40.賴顛安(民 102),從自我統合討論資優青少年的輔導策略,特教園丁,第 29 卷第 1 期,43-48 頁。

- 41.顏妙玲、張瓊云(民102),「生涯發展」課程對國中生生涯發展輔導成效之研究, 臺南應用科大學報, 第32卷, 91-109頁。
- 42.顏佩如(民90),課程與教學整合的探究, 學校行政, 第13卷, 40-51頁。
- 43.嚴淑女(民91),兒童文學與網路文化, 兒童文學學刊, 第8卷, 389-410頁。
- 44.蘇鈺婷(民91), 在學青少年生涯發展之相關因素研究, 國立成功大學教育研究所碩士論文, 未出版, 台南市。
- 45.羅之盈(民105年8月2日)。 網紅經濟大爆發, 有粉絲就有收入。天下雜誌第603期。民109年3月30日, 取自：  
<https://www.cw.com.tw/article/article.action?id=5077663>。
- 46.Jimmy Leung(民108年6月5日)。 75% 孩子夢想做網紅! 7歲 youtuber 靠玩玩具年賺 2200 萬美元。經濟通 ETnet 財經生活網。民109年3月30日, 取自：  
<http://www.etnet.com.hk/www/tc/lifestyle/officetips/digitalmarketing/59873>。

## 二、英文部分

- 1.Tien, H. L. (2001), Career Decision-Making Difficulties Perceived by College Students in Taiwan, Bulletin of Educational Psychology, Vol.33, No.1, pp.87-98.
- 2.Huang, T. H. , Liu, Y. C. & Yu, P. C. (2016), The Crucial Influences of Interpersonal Relationships on Learning Motivation and Performance in a Cloud-based Collaborative Learning Platform, Journal of Educational Studies, Vol.44, No.1, pp.133-157.



## 附錄一 基本資料問卷

親愛的同學，你好：

非常感謝你撥冗填答本問卷。本問卷主要的目的在瞭解「網路流行文化對國小高年級學童自我認知之影響」。這份問卷所得的資料僅供學術研究，不做其他用途，採不具名方式，請你放心填答。你所填答之選項無關對錯，請依照你的實際經驗與真實感受作答即可，你的幫忙將是此次研究成功與否的重要關鍵，對於你的熱心協助在此致上誠摯的謝意，並再次感謝你的作答。

敬祝

學業進步 健康平安

南華大學企業管理學系碩士班

指導教授：袁淑芳 博士

研究生：林純玉 敬上

中華民國 109 年 4 月 15 日

### 第一部份：基本資料

(請按照自己的狀況，在適當選項前的□內打「v」)

1.性 別：我是(1)男生 (2)女生

2.我的學校位於：

(1)北桃園區(包括桃園區、龜山區、八德區、大溪區、蘆竹區、大園區)

(2)南桃園區(包括中壢區、楊梅區、平鎮區、龍潭區、觀音區、新屋區)

3.我是：(1)5 年級學生 (2)6 年級學生

---

4.每日平均使用網路時間：(1)不滿 60 分鐘 (2)60 分鐘～180 分鐘以內

(3)超過 3 小時

## 附錄二 網路流行文化對國小高年級學童自我認知之影響調查問卷

學童學校與家庭人際關係調查量表

【填答說明】					
請依序按照題目之陳述，就您目前的現況，在適當選項前的□內「v」。					
「5」表示「非常同意」；「4」表示「同意」；「3」表示「普通」；「2」表示「不同意」；「1」表示「非常不同意」。					
	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
	5	4	3	2	1
第二部份:學校與家庭人際關係					
1.我喜歡家庭生活的氣氛，總是覺得充滿了溫暖和愛。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.我需要幫助的時候，家人會立刻挺身幫忙。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.我覺得家人會尊重我的意見。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.家人的意見會影響我對於未來志向的規劃	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.我需要幫助時，總會有同學或朋友立刻挺身而出幫忙我。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.當我快樂、生氣或難過，朋友或同學都會陪伴我分享心情。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.在學校我能有機會展現自己的能力、興趣與專長。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.我認為學校老師或同學會尊重我的意見。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.學校師長或朋友對於我的選擇總是能包容與接受。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.學校師長或同學的意見會影響我對於未來志向的規劃。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
請記得確認每一題都有確實勾選喔，本頁填答完畢請記得翻面繼續填寫。					

### 學童學校課程與教學調查量表

<b>【填答說明】</b> 請依序按照題目之陳述，就您目前的現況，在適當選項前的□內「v」。 「5」表示「非常同意」；「4」表示「同意」；「3」表示「普通」；「2」表示「不同意」；「1」表示「非常不同意」。					
第三部份:學校的課程與教學	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
	5	4	3	2	1
1.在學校課程中，我能知道不同工作型態需要不同的專長、能力條件。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.學校課程能引導我找到自己的能力、興趣與專長。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.在學校課程中，我能知道不同工作在未來的發展各有不同。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.在學校課程中，我開始對自己未來工作有了想法與方向。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.在學校課程中，我開始對自己的能力自我探索。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.在學校課程進行後，我會思考未來我的職業應該具備哪些能力。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.在學校課程進行後，我會為了我未來的工作多做些努力。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.在學校的課程，影響我選擇未來的工作。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.在學校的課程，影響我對未來工作的態度。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
請記得確認每一題都有確實勾選喔，本頁填答完畢請記得翻面繼續填寫。					

## 學童自我認知調查量表

<b>【填答說明】</b> 請依序按照題目之陳述，就您目前的現況，在適當選項前的□內「v」。                     「5」表示「非常同意」；「4」表示「同意」；「3」表示「普通」；「2」表示「不同意」；「1」表示「非常不同意」。					
第四部份:自我認知	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
	5	4	3	2	1
1.我覺得有自己的價值觀是一件重要的事。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.我認為我的想法和意見很重要。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.我覺得自己是一個內心堅定不容易受影響的人。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.我瞭解自己是怎樣的人。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.大多數人對我是哪類人的看法一致。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.我能很快想到給自己的評語。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.我不會因為別人的看法而改變自己原本的看法。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.如果現在必須立刻選擇一種職業，我已經有答案了。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.我覺得自己是群體中重要的一份子，我對他人有影響力。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.沒有人可以影響我的人生選擇。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
請記得確認每一題都有確實勾選喔，本頁填答完畢請記得翻面繼續填寫。					



### 學童網路流行文化影響調查量表

<b>【填答說明】</b> 請依序按照題目之陳述，就您目前的現況，在適當選項前的□內「v」。                     「5」表示「非常同意」；「4」表示「同意」；「3」表示「普通」；「2」表示「不同意」；「1」表示「非常不同意」。					
第五部份:網路流行文化	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
	5	4	3	2	1
1.我經常想要上網瀏覽我喜歡的社群或網站。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.我曾經模仿我喜愛的部落客或網路名人的說話方式、口頭禪、動作姿態或穿著。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.我曾經上傳自己的影片，與網路上的人們分享我的生活。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.我覺得網路上有值得學習的價值觀或人事物。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.我在網路上有很多有共同興趣或喜好的朋友。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.在網路的世界裡，我感到自在快樂。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.我喜歡在網路上我替自己塑造的形象或地位。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.我在網路上能發揮自己的能力興趣與專長。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.我喜愛經營網路社群人際關係勝過經營家庭或學校的人際關係。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.比起教科書和課堂上習得的知識，我覺得網路上的資訊更真實並且值得關注。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.我覺得自己很適合經營粉絲團或部落格，讓自己發揮影響力	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.我期待未來有機會從事與我喜愛的網路名人或部落客相關的工作。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.我所接受的網路資訊會影響我的人生選擇，包含職業。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14.如果現在必須立刻選擇一種職業，我會選擇與我喜愛的網路名人或部落客相關的工作。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

本問卷到此結束，衷心地感謝您的支持與合作！謝謝！