

南 華 大 學

公共政策研究所

碩士論文

人格特質對國小學童社群網站使用行為與人際關係之研究

--以臺中市龍井區六年級學童為例

A Study on How Personal Characteristics Impact on the Behavior of Using Social Networking Sites and Interpersonal Relationship for Elementary School Students-- A Case Study of the Sixth Grade Students in Longjing, Taichung City.

研 究 生：郭德盛 撰

指 導 教 授：張心怡 博士

中 華 民 國 101 年 6 月 11 日

南 華 大 學

國際暨大陸事務學系公共政策研究所

碩 士 學 位 論 文

人格特質對國小學童社群網站使用行為與人際關係之研究
——以臺中市龍井區六年級學童為例

研 究 生：張 權 盛

經考試合格特此證明

口試委員：

張心怡

張子揚

蔡萃群

指導教授：張心怡

系主任(所長)：馬志強

口試日期：中華民國 101 年 6 月 5 日

論文名稱：人格特質對國小學童社群網站使用行為與人際關係之研究
--以臺中市龍井區六年級學童為例

校所組別：南華大學公共政策研究所碩士班

畢業時間：2012年6月

研 究 生：郭德盛

指導教授：張心怡博士

中文摘要

本論文旨在探討人格特質對國小學童社群網站的使用行為與人際關係現況之關係，並探究背景變項（在學成績、家中排行、上網時間、父母對使用電腦網路支持程度）對社群網站的使用行為、人際關係之差異。研究之進行乃透過自編之「國小高年級學童人格特質對社群網站使用行為與人際關係問卷」為測量工具，並針對臺中市龍井區國小六年級學童之有效問卷進行調查，再以敘述性統計分析（Descriptive Statistics）、因素分析（Factor Analysis）、信度分析（Reliability Analysis）、迴歸分析（Regression Analysis）、線性結構方程分析（Structural Equation Model Analysis, SEM）、獨立樣本 t 檢定、變異數分析（Analysis of Variance, ANOVA）、集群分析（Cluster Analysis）等統計方法分析資料，並且歸納解析研究成果。最後，本研究發現，人格特質影響真實人際關係是高於網路人際關係，社群網站使用行為影響網路人際關係是高於真實人際關係，無論是社群網站低度使用群、中度使用群、高度使用群，其在真實人際關係、網路人際關係都具有顯著性的差異。

關鍵字

社群網站（Social Network Sites）、網際網路（Internet）、人際關係（Interpersonal Relationship）、國小學童（Elementary School Children）、人格特質（Personal Characteristics）

Title of Thesis : A Study on How Personal Characteristics Impact on the Behavior of Using Social Networking Sites and Interpersonal Relationship for Elementary School Students-- A Case Study of the Sixth Grade Students in Longjing, Taichung City.

Name of Institute : Graduate Institute of Public Policy Studies, Nan Hua University

Graduate Date : June 2012

Degree conferred : Master

Name of Student : Te-Sheng Kuo

Advisor : Dr. Hsin-Yi Chang

Abstract

This study aims to investigate how the behavior of using social networking site impacts on the personal characteristics and interpersonal relationships for elementary students. By exploring the background variables (academic performance, the home ranking, internet time, whether parents support the use of the internet network extent), this research intends to find how the behavior of using social networking site affects students' interpersonal relationship. And the sixth grade students in Longjing area are picked as the measurement samples and given questionnaires, whereas valid questionnaires are used for descriptive statistical analysis, factor analysis, reliability analysis, regression analysis, structural equation model analysis, (SEM), independent sample t-test, analysis of variance (ANOVA) and cluster analysis and other statistical methods to analyze data, and summarized the analytical research. It is found that personal characteristics of real relationships is higher than the network relationship, the social networking sites usage behavior of the network relationship is higher than that of real relationships. Social networking sites low use group, the moderate use group, the high use group, in the real relationships, network relationships have significant differences.

Key words : Social Network Sites 、 Internet 、 Interpersonal Relationship 、 Elementary School Children 、 Personal Characteristics

目錄

中文摘要	II
英文摘要	III
目錄	IV
圖目錄	VI
表目錄	VII
第一章 緒論	1
第一節 研究背景與動機	1
第二節 研究問題與目的	3
第三節 名詞解釋	4
第四節 研究方法與流程	5
第五節 研究範圍與限制	8
第二章 文獻回顧	11
第一節 社群網站使用行為與其研究	11
第二節 社群網站使用行為與人際關係	19
第三節 人格特質與其研究	23
第四節 人格特質與人際關係	28
第三章 研究設計與實施	31
第一節 研究架構與假設	31
第二節 操作性定義與變數衡量	33
第三節 資料的搜集與抽樣情形	37
第四節 資料處理與統計分析	38
第四章 資料分析與實證結果	41

第一節 樣本結構分析.....	41
第二節 因素分析與信效度檢定.....	44
第三節 研究模式之假設檢定.....	50
第四節 差異分析.....	59
第五章 結論與建議.....	67
第一節 結論.....	67
第二節 建議.....	70
參考文獻.....	73
中文部分.....	73
英文部分.....	75
網際網路部分.....	78
附錄 1.....	80

圖目錄

圖 1-1	本研究流程	7
圖 2-1	科技接受模式 (TAM)	16
圖 2-2	整合型科技接受模式 (UTAUT)	17
圖 3-1	研究架構	31
圖 4-1	結構模型分析結果	54

表目錄

表 2-1	五大性格特性因素	27
表 3-1	五大人格特質之問卷量表.....	34
表 3-2	社群網站使用行為之問卷量表	35
表 3-3	人際關係之問卷量表	36
表 3-4	人口統計變項之問卷量表.....	37
表 3-5	臺中市龍井區國小六年級班級數與學童人數.....	38
表 4-1	問卷回收情形.....	41
表 4-2	樣本次數分配.....	43
表 4-3	KMO 與 Bartlett's 球形檢定的結果	44
表 4-4	人格特質問卷量表之因素分析與信度分析的結果	46
表 4-5	社群網站使用行為問卷量表之因素分析與信度分析的結果.....	47
表 4-6	真實人際關係問卷量表之因素分析與信度分析的結果	47
表 4-7	網路人際關係問卷量表之因素分析與信度分析的結果	48
表 4-8	人格特質、社群網站使用行為與真實人際關係之 SEM 分析結果.....	52
表 4-9	結構模型路徑分析表	53
表 4-10	五大人格特質因素對社群網站使用行為之迴歸分析	56
表 4-11	五大人格特質因素對真實人際關係之迴歸分析	57
表 4-12	五大人格特質因素對網路親密性之迴歸分析	58
表 4-13	五大人格特質因素對網路訊息性之迴歸分析	58
表 4-14	性別對社群網站使用行為與人際關係之差異分析	60
表 4-15	家中的排行對社群網站使用行為與人際關係之差異分析.....	60
表 4-16	班上的成績對社群網站使用行為與人際關係之差異分析.....	61
表 4-17	每週上網時間對社群網站使用行為與人際關係之差異分析.....	62
表 4-18	使用網路態度對社群網站使用行為與人際關係之差異分析.....	62
表 4-19	華德法係數凝聚過程表.....	63
表 4-20	社群網站使用行為之分群結果	64
表 4-21	社群網站使用行為分群對人際關係之差異分析	65
表 5-1	人格特質對社群網站使用行為與人際關係之影響	68

第一章 緒論

本研究旨在了解臺中市龍井區國小六年級學童之人格特質對社群網站的使用行為與人際關係現況之影響，並探究背景變項（在學成績、家中排行、上網時間、父母對使用電腦網路支持程度）對社群網站的使用行為、人際關係之差異。本章共分為五節，第一節為研究背景與動機；第二節為研究問題與目的；第三節為名詞解釋；第四節為研究方法與流程；第五節為研究範圍與限制。

第一節 研究背景與動機

隨著寬頻技術日益成熟，通訊軟體蓬勃發展，促使現代社會對於網際網路的依賴也逐日攀升，根據尼爾森公司於 2011 年 9 月公布的調查，美國網路使用者花費近 1/4 的上網時間瀏覽部落格和社群網站，其中以臉書（Facebook）最熱門。報告指出，美國民眾花約 22.5% 上網時間流連社群網站和部落格，排行第 2 的線上遊戲占不到 10% 上網時間。¹在臺灣，根據創市際 ARO 數據發現 2011 年 7 月社群網站到達率為 95.98%，台灣約有 1249 萬網友使用社群網站；台灣網友花費在社群網站的時間，從 2008 年 9 月到 2011 年 9 月，3 年內成長了 204%，相當於在網路上的每 3 分鐘就有 1 分鐘是花在社群網站上；其中，Facebook 目前領導台灣社群網站市場（使用人數約為 1185 萬），無名小站次之（使用人數約為 1002 萬人），第三名的是痞客邦（使用人數約為 871 萬人）。²從上述數據發現，顯示網路生活已成為現今國民生活所不可或缺的部分，社群網站已成為大家生活的重心。

自家用寬頻網路逐漸普及以來，接觸網路的年齡層已有向下發展的趨勢，從大學生漸漸下降至國小學童。國小學童除了日常生活的上課學習活動外，課外活動透過網路社群交流的比例也逐年提高。現在社會的生活型態以小家庭為多數，父母親平日忙於事業家計，對於國小學童的教養多仰賴教育專業輔導為主，且隨

¹ 中央社，「社群網站熱 美國人最愛泡臉書」，聯合新聞網，2011 年 9 月 14 日，<http://udn.com/NEWS/WORLD/WOR4/6588143.shtml>（線上檢索日期：2011.9.20.）。

² 「ARO 觀察-社群服務發展概況」，創市際月刊報告書，<http://www.iama.org.tw/upload/ResourceReport/20110830105124836.pdf>（線上檢索日期：2011.10.20.）。

著多元教育推廣，教師有時會要求國小學童使用網路進行資料收集，使得國小學童的網路使用頻率提升，甚至有些學童更藉機熱衷於網路遊戲，而逐漸成為網路成癮高危險群。

由富邦文教基金會委託政大媒體素養研究室策劃執行的「2009 全國兒童媒體使用行為研究調查」發現，兒童家中有電腦的比例佔 95.3%，其中可上網者又佔 84.4%，台灣數位家庭時代已然成形。³顯示高網路滲透率不僅帶給我們便利，更是大幅的影響我們的生活，在大量資訊流通快速的時代，我們不禁要關心我們下一代對於網路社群的使用行為以及對於國小學童學習成長階段使用社群網路對於人格特質發展以及人際關係處理的態度。特別是社群網路熱絡的今日，虛擬社交活動日漸與真實社會分界模糊的現代，皆可能影響國小學童學習以及人格特質發展。

隨著資訊教育的推廣，國小學童接受資訊的能力早已不在話下，尤其這幾年一直擔任高年級的導師，從學生的言談中、寫作裡，我也認識了社群網站，甚至為了更了解學生談論的內容而參與其中，發現這個網路世界已變成另一個空間，過去我們總認為學生所處的場所不是學校就是家裡，但隨著社群網站的流行，網路世界的一舉一動似乎慢慢影響了學校與家庭。在班上同學的社群網站中發現，不管是外向活潑的學生，或者是文靜內斂的學生都有自己所經營的社群，從學生的網誌、回覆留言、頁面設計、音樂挑選、按個讚、戳一下....，似乎讓我認識了另一個的學生，他們在社群網站所表現的一切總令人驚喜，甚至發現學生在網路世界與現實生活的表現是有差異的。就好像是一個平日總是畏縮在角落，不擅於表達自己的小朋友，場景一轉移到網路社群上，立即轉變成為雄辯滔滔，對於所有事情都有其看法的外向小朋友。面對實際與虛擬場景的轉變，外在表現居然有如此大的差別，而這樣的情形顯然已經不是單一或是單獨一個族群的話題，隨著寬頻網路普及，以及網路社群的熱絡情形來看，實際與虛擬世界的轉換，勢必對於身心正處於發展的國小高年級學童的心理產生影響。

高速運算與無線通訊技術的快速發展，造就了現今網路虛擬世界日益擴大的時代。透過網際網路的無遠弗屆，小學生可以認識幾十萬公里外的人，也可以認識某國的政要名流，成立專屬的粉絲團來支持心目中的偶像。從積極的意義而

言，網路延伸了孩子們的生活空間，使他們認識了很多在現實生活中不可能認識的人，展示出更多人際交往的途徑和擇友機會。在網路交流的世界裡，絡繹不絕的訊息、思想交流的機會增加，可以認識不同生活經歷、文化價值觀和不同年齡的網友，孩子們可以相容並蓄，豐富閱歷，開闢了小學生交友的新途徑。而小朋友的話題也不僅受限於同年紀學童的共同話題，如上課、學習、電視、漫畫等，有時也會對於時事的高談闊論，或是對於時下網路流行的話題產生興趣。

為此，本研究探討國小學童網路互動之效應，主要以問卷調查的方式針對此一現象建立模式，分析目前國小高年級學童之網路社群使用情形，藉由深入測量網路之人際關係，探討社群網站的使用行為對於高年級國小學童人格特質與人際關係的發展將產生何種影響。

第二節 研究問題與目的

本研究旨在探討台中市龍井區國小六年級學童的社群網站使用行為，並期望能分析社群網站使用的行為與其人格特質、人際關係的關係。希望從本研究之描述與探討中，能提供國小老師及輔導工作人員參考，以提醒學校和相關單位在推展資訊教育時，更應注重輔導工作，並成為擬定教育輔導計畫的依據。

壹、研究問題

- 一、不同的家庭背景是否會影響國小學童使用社群網路的行為，例如家庭教育較為嚴格的家長對於學童上網的時數是否有所要求？
- 二、目前國小學童主要使用的社群網站有哪些？而使用這些社群網站大部分的時間從事何種活動？這些活動是否與國小學童的人格特質發展有所相關？
- 三、比較國小學童實際人際交往情形與藉由社群網站所建構的虛擬人際交往情形是否有所不同？主要的差異點是什麼？是否與實際人際交往情形有所重疊？重疊的比例也是本研究所關心的重點。

³ 「2009 全國兒童媒體使用行為調查報告」，富邦文教基金會，<http://www.fubonedu.org.tw/2009全國兒童媒體使用行為調查報告-完整內容.pdf>（線上檢索日期：2011.10.20.）。

四、透過問卷分析學童人格特質，將主要人格特質分成外向性、經驗開放性、親和性、嚴謹性、情緒穩定性等五大人格特質，並且分析其比例分布，以及與使用主要網路社群所從事的活動相關性。

貳、研究目的

- 一、分析不同背景變項（性別、成績、父母對子女使用網路的態度....）的國小學童在社群網站使用行為、人格特質與人際關係上的差異。
- 二、比較不同社群網站使用行為的國小學童在人格特質、人際關係上的差異。
- 三、探討國小學童社群網站使用行為與人格特質、人際關係之差異比較。
- 四、歸納研究結果，提出具體建議，以期有助於家長、學校教師等，在相關輔導工作之參考，以及日後進一步的研究參考。

第三節 名詞解釋

為使本研究探討的主題有一清晰明瞭的觀念，本研究中所包含的重要名詞共五個，茲分別界定如下：

- 一、社群網站（Social Network Sites）：Danah M. Boyd認為社群網站主要是「一種以網路為基礎的服務模式」，而這種服務模式具有以下特徵：（1）在有範圍的系統內建構公開或半公開的個人資料；（2）透過分享連結來建立使用者名單中；（3）透過連結可以查看和跨越使用者所設定的名單達到資訊分享之目的。⁴
- 二、網際網路（Internet）：是由各種不同的網路透過傳輸控制通訊協定（Transmission Control Protocol）及網際網路通訊協定（Internet Protocol）連接起來並提供一致性的網路聚合體（Metanetwork）服務。TCP/IP通訊協定與各種網路技術互相獨立，透過定義IP架在不同網路上的介面，各種網路不管是區域網路或是廣域網路都可成為網際網路的子網路。⁵

⁴ Danah M. Boyd & Nicole B. Ellison, "Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship," *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol.13, No.1 (2007), pp.210-230.

⁵ 「網際網路簡介」，教育部電子計算機中心，http://www.edu.tw/MOECC/content.aspx?site_content_sn=1725.（線上檢索日期：2012.5.20.）

三、人際關係 (Interpersonal Relationship)：係指人與人交往互動時存在於人與人之間的關係。人與人之間的關係是心理性的，是對兩人或多人都發生影響的一種心理性連結。⁶

四、國小學童 (Elementary School Children)：一般指學齡7~12歲的學童。本研究之對象為國小六年級學童。

五、人格特質 (Personal Characteristics)：本研究定義為個體在對人、對己及環境中事、物適應所顯示的異於別人的性格；個人的性格是在環境與遺傳交互作用下，由逐漸發展的心理特徵所構成；而其心理特徵表現於行為時，則具有相當的一致性與連續性。

第四節 研究方法與流程

壹、研究方法

社會科學研究，可概略分成量化研究 (Quantitative Research) 與質化研究 (Qualitative Research) 二個類別。本研究擬採量化研究之問卷調查法，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。⁷依研究對象的抽樣與否，可將問卷調查的類型分為普查 (Censuses) 以及樣本調查 (Sample Survey)。其中針對所研究的母群做全面性的調查，就是普查。如果客觀條件允許的話，對母群做全面性的普查是最正確、周延的方法。⁸不針對所研究的母群做全面性的調查，而只從母群體中抽取具代表性者進行調查，則稱為樣本調查。如果抽樣程序合適、蒐集資料方法正確、獲得的資料與研究該領域的重要問題相關，則樣本調查不失其價值。⁹本研究之研究對象為國小學童，受限於環境因素故未來將採用樣本調查的方式進行研究。

⁶ 張春興，**教育心理學-三化取向的理論與實踐** (臺北市：東華書局，1994年)。

⁷ 邱皓政，**量化研究與統計分析** (臺北市：五南，2002年)。

⁸ 林生傳，**教育研究法：全方位的統計與分析** (臺北市：心理，2003年)。

⁹ 王文科，**教育研究法** (臺北市：五南，1986年)。

本研究正式問卷所得資料將經 SPSS for Windows 12.0 中文版統計套裝軟體進行分析。SPSS 是統計產品與服務解決方案 (Statistical Product and Service Solutions) 的簡稱，為 SPSS 公司推出的一系列用於統計學分析運算、數據挖掘、預測分析和決策支持任務的軟體產品。本研究針對調查問卷所採取的統計方法主要包含敘述性統計分析 (Descriptive Statistics)、因素分析 (Factor Analysis)、信度分析 (Reliability Analysis)、迴歸分析 (Regression Analysis)、獨立樣本 t 檢定、變異數分析 (Analysis of Variance, ANOVA)、集群分析 (Cluster Analysis) 等統計方法分析資料。

貳、論文架構

本文所撰寫之論文內容共分五章來陳述，其整個論文架構如下：

第一章：旨在闡述本研究的背景與動機，依據動機來說明本研究欲解答的問題，同時擬定本研究之目的。接著陳述相關的名詞解釋及介紹研究方法與流程，本章最後也將建立研究架構及假設，並進一步說明本研究的範圍與限制。

第二章：回顧與探討學者對於國小學童與網路社群相關研究、網路社群使用行為與人際關係、國小學童人格特質、國小學童人格特質與人際關係等相關文獻。

第三章：為本研究方法，旨在闡述本研究架構內的變數進行操作性定義，再根據變數所定義的內容進行問卷設計；接著再說明本研究問卷發放的對象與抽樣方式；最後則說明本研究資料分析所需採用的統計技術方法。

第四章：為資料分析結果，本章實為資料實證，依據研究框架進行假設檢定，並將資料分析數據以繪製表格方式來呈現。

第五章：為結論與建議，首先綜合資料分析的結果來論述本研究之結論；接著提供研究建言。

最後將詳細問卷內容以及參考文獻收錄於附錄中。

參、研究流程

本研究初始於研究動機形成與研究目的確立，藉由所蒐集的相關文獻，經歸納、整理後，建立起概念性研究架構與假設，再根據模型架構內的研究變數進行問卷設計，最後根據回收問卷進行資料分析，並依據分析結果得出研究結論。本研究流程，如圖所示：

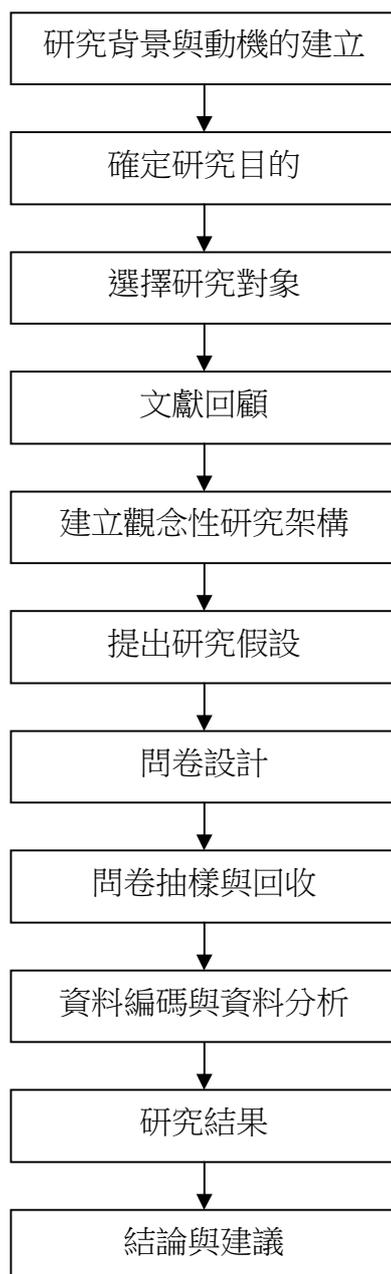


圖1-1 研究流程

第五節 研究範圍與限制

壹、研究範圍

一、就研究對象而言：

本研究是以臺中市龍井區100學年度在國民小學就讀之六年級學生為研究對象，研究範圍主要將包含不同背景變項（性別、成績、父母對子女使用網路的態度....）的國小學童在社群網站使用行為、人格特質與人際關係上的差異進行問卷調查，並且分析歸納不同社群網站使用行為後，深入比較不同社群網站使用行為的國小學童在人格特質、人際關係上的差異。並且與研究對象相互分析比對後，歸納研究結果，提出具體建議，以期有助於家長、學校教師等，在相關輔導工作之參考。

二、就研究內容而言：

本研究將探討在網路時代，網路社會互動的相關成因與效應是否也跟真實人際互動相同。就成因而言，人格心理學家發現內外向、和善性及嚴謹性可以預測真實互動關係中的同儕關係數目，與同儕的衝突，以及戀愛關係等¹⁰。此等效應是否也存在於網路關係中，值得探討。或許網路互動所具有的匿名、去自我化、快速進入深層等特性，會使得人格特質對網路互動關係產生不同的效應。例如，在真實人際關係中社會焦慮度較強或內向的個體，在匿名的網路互動的掩護下，是否更能伸展人際關係？再如，和善性對網路互動的互信與揭露是否也有效應？此等探討對人格特質在網路世界是否也具有相同效應，將有深遠的意涵。

貳、研究限制

一、就研究樣本而言：

限於研究者本身時間、現實條件與能力等問題，本研究僅採用臺中市龍井區100學年度在國民小學就讀之六年級之849名學生為對象，因而無法顧及其他縣市

¹⁰ Jens B. Asendorpf & Susanne Wilpers, "Personality effects on social relationships," *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol.74, No.6 (1998), pp.1531-1544.

和年齡等差異，也就可能會造成研究結果因而有異，且推論與解釋的範圍有限，故無法作全面性及廣泛性之推論。

二、就研究方法而言：

本研究受限於時間及人力僅採用量化的問卷調查法來收集資料，無法輔以觀察或訪談等記錄，所以只能就受試者在調查工具上的整體表現來做分析，對個別學生無法做較深入的分析研究。

三、就研究工具而言：

本研究將以自編之「網路社群使用行為對國小高年級學童人格特質與人際關係問卷」為測量工具，雖參照相關學者所設計之量表、問卷，然畢竟有其侷限性，無法涵蓋全部問題，因此，推論上仍有不足之處。



第二章 文獻回顧

本研究旨在了解目前國小六年級學童之人格特質對社群網站使用行為與人際關係的發展狀況之影響，對於這個研究議題，本研究擬就「社群使用行為」、「社群使用行為與人際關係」、「人格特質」以及「人格特質與人際關係」等部分進行文獻回顧，藉此了解目前對於社群網站活動對於真實、網路人際關係的影響，與國小學童人格特質相關研究，並且結合兩者之研究成果，透過問卷調查方法，以期找出特定因子關係組合，對相關研究所缺少的領域進行具有創新性的社會研究方案，以期引導國小學童對於課業學習成效和人際關係的發展能產生正面的影響。

第一節 社群網站使用行為與其研究

壹、社群網站的發展與定義

虛擬社群又稱為網路社群（Online Community）。最早的虛擬社群可回溯至 1980 年代早期，美國一個連結各大學電腦中心的網路 USENET，主要目的是傳播不同主題的「新聞」，參與者可以根據各種主題張貼訊息或讀取他人所張貼的訊息，形成一個交流經驗、分享興趣的虛擬社群，最主要是供學術使用；直到 1990 年代，全球資訊網（World Wide Web）出現後，才開始為虛擬社群加入了商業氣息。到了 1990 年代中期，隨著網際網路逐漸在全球各地普及開來，其開放性的架構讓任何連上網際網路的人都能在同一個網站上與全球各地志同道合的人，針對同一主題發表意見、互動交流，這種自由、開放、又具隱匿的特性，更讓各式各樣「網路社群」如雨後春筍般地冒出。¹¹而在 Rheingold¹²所著的《*The Virtual Community*》一書中，Rheingold 認為，虛擬社群係源自於電腦中介傳播所建構而成的虛擬空間（Cyberspace），是一種社會集合體（Social Aggregation），它的發生來自於虛擬空間上有足夠的人、足夠的情感、與人際關係在網路上長期發展。

¹¹ 王志銘，「網路社群」，*網路社會學通訊期刊*，第 36 期（2004 年 1 月），<http://mail.nhu.edu.tw/~society/e-j/36/36-32.htm>（線上檢索日期：2012.2.12.）。

Rheingold¹³並認為虛擬社群來自於網路上的社會累積，當擁有足夠的人數持續在網路上公開討論，而且也夠久了以後，這些人便累積了相當感情基礎，便會在網際空間裡形成人際關係網絡。Romm¹⁴認為虛擬社群為一群人由電子媒體相互溝通所形成的一種新的社會現象。Fernback & Thompson¹⁵指出虛擬社群關係是一種在網際網路空間中透過一次又一次在某特定環境中（如線上聊天室）互相接觸及討論相同興趣主題所產生的社會關係。Hagel & Armstrong¹⁶認為網路社群的真正意義是它把人們聚集在一起，透過網路建立起互動的基礎，滿足了人類的基本需求---興趣、幻想、人際關係以及交易，並認為就網路而言，網路社群是最能夠滿足消費者溝通、資訊以及娛樂的需求。

Inbaria et al.¹⁷則形容虛擬社群通常是許多種形式的電腦媒介通訊（Computer-Mediated Communication, CMC），特別是指在群體間的一種長期的、以文件為媒介的溝通方式。這一群人也許會，也許不會有面對面的接觸，彼此之間以電腦網路或電子布告欄的方式互相交換資訊或意見。他們之間所發生的關係及行為就如同一般面對面的關係一般，只是他們使用電腦與網路為媒介，在不同的時間、空間中相互溝通。Danah M. Boyd et. al¹⁸定義社群網站主要是一種以網路為基礎的服務模式，這種服務模式具有以下特徵：（1）在有範圍的系統內建構公開或半公開的個人資料；（2）透過分享連結來建立使用者名單中；（3）透過連結可以查看和跨越使用者所設定的名單達到資訊分享之目的。

¹² Howard Rheingold, *The Virtual Community* (Boston: Addison-Wesley, 1993) .

¹³ 同註 12。

¹⁴ Celia Romm, Nava Pliskin & Rodney Clarke, "Virtual communities and society: Toward and Integrative three phase model," *International Journal of Information Management*, Vol.17, No.4 (1997) , pp.261-270.

¹⁵ Jan Fernback & Brad Thompson, "Virtual communities: Abort, retry, failure?," *presented for Computer Mediated Communication and the American Collectivity* (New Mexico: annual convention of the International Communication Association, May 1995) .
<http://www.ewll.com/user/hlr/texts/Vccivil.html/>. (線上檢索日期：2011.12.12.)

¹⁶ John Hagel & Arthur Armstrong, *Net gain: Expanding markets through virtual communities* (Boston: Harvard Business School Press, 1997) .

¹⁷ Magid Inbaria, Conrad Shayo & Lorne Olfman, "On Becoming Virtual: The Driving Forces and Arrangements," *Proceedings of the 1999 ACM SIGCPR conference on Computer personnel research* (New York: SIGCPR '99, 1999) , pp.27-41.

¹⁸ Danah M. Boyd & Nicole B. Ellison, "Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship," pp.210-230.

在國內最近的相關研究中，魏佑寧¹⁹定義虛擬社群為一群人可以經由網路科技，在相同的議題和興趣經驗，彼此能進行溝通與資訊分享，滿足各自的需求的社會網絡團體。蕭鈞彥²⁰認為社群網站是可以提供給一群擁有同樣興趣、喜好、話題和經驗的人，透過網站的電子郵件、聊天室或論壇等方式組成一個社群，讓參與該社群的使用者彼此之間能藉此進行溝通交流與知識分享，滿足各自需求的網路資訊平台。

貳、社群網站的類型與使用行為

虛擬社群因資訊網路的發展而發揮最大的價值，在數位化圖書館的架構下，可將虛擬社群定義為「擁有共同需求或興趣的一群人，透過網路連結來獲取資訊與互相溝通。」形成虛擬社群的幾種途徑：（1）最早是以論壇/BBS 為場所的線上社群，後來這種社群逐漸演變成虛擬社區的方式。（2）聊天室為主要場所的社群，他們互相的關係和互動稍微弱一些。（3）線上遊戲出現後，又有了以虛擬遊戲場所和社會關係連結成的社群。²¹

社群網站是網友互動、聯絡、分享、交流的平台，目前可大致區分為兩大類型，有功能豐富的社群網站如Facebook、無名小站、痞客邦等等，還有提供簡約版面，讓使用者能即時更新動態的微網誌服務如Twitter、Plurk等等。而Hagel & Armstrong²²從使用者角度出發，將網路社群分為：（1）關係社群，以建立關係為主的社群；（2）興趣社群，因共同興趣而結合在一起；（3）幻想社群，成員透過角色扮演，以網路遊戲為主的社群；（4）交易社群，提供交易情報，以交易行為為主。社群網站競爭激烈，無名小站在早期是台灣社群網站市場龍頭，目前網友到達率維持在80%，使用人數約為1002萬人。Facebook約是2009年中旬開始受到台灣網友注目，到達率直線上升，且在2010年中旬追趕過無名小站，目前到達率約在90%，使用人數為1185萬，領導台灣社群網站市場。社群網站第三名的是痞客邦，到達率在過去三年呈現成長趨勢，2011年7月到達率為66.95%，使

¹⁹ 魏佑寧，*網站系統與資訊內容對虛擬社群意識影響之研究—以 Web 2.0 網站為例*（高雄：高雄大學資訊管理學系碩士班碩士論文，2009年）。

²⁰ 蕭鈞彥，*採科技接受模式探討學齡兒童社群網站之行為意圖—以大台南市國小高年級學生使用 Facebook 為例*（嘉義：南華大學資訊管理學系碩士論文，2011年）。

²¹ <http://blogs.51.net/archives/000584.html>（線上檢索日期：2011.10.20）

²² John Hagel & Arthur Armstrong, *Net gain: Expanding markets through virtual communities*.

用人數為871萬人。而2011年6月底讓社群市場造成轟動的是Google開發的社群頻道Google+ (plus.google.com)，在7月也得到22萬台灣網友造訪，約是1.67%到達率。²³

隨著社群網站的盛行，開始有學者研究社群網站上使用者的行為模式，Dwyer et al.²⁴以研究分析 Facebook 和 MySpace 兩個社群網站，發現使用者對於兩個社群網站有不同的喜愛偏好，Facebook 的使用者比較喜歡分享資訊，而 MySpace 的使用者則比較喜愛人際關係的擴展，學者也發現使用者對於網站的信任度越高，在社群網站上則更喜愛分享資訊以及擴展人際關係。Ridings et al.²⁵認為資訊分享可分為資訊分享和資訊接收等兩個不同的行為，而資訊分享為提供訊息和獲得訊息等兩種不同之行為組成，而 Hoadley et al.²⁶認為資訊分享可概略分為自我呈現和維持人際關係等兩部分。

林嘉容²⁷在其研究上發現，使用者在社群網站上資訊分享行為方面，重視其他使用者所擁有的能力程度和善心程度以及網站具備的效能，而且對於一般隱私常識越豐富的使用者，在資訊分享行為上較保守，而在社群網站上拓展人際關係行為方面，使用者重視其他使用者所擁有的能力程度以及網站具備的效能。由此可見，使用者對其他使用者的了解程度，會影響與其他使用者之間的資訊分享與拓展關係行為。

根據楊淇涔²⁸的研究，學童最常在臉書上進行的主要活動為遊戲娛樂活動共有177人（占總使用人數之90.30%），其次為進行交友，共112人（占總使用人數之57.14%），蒐集資料（23人，占總使用人數之11.73%）、記錄個人訊息（23人，占總使用人數之11.73%）與其它理由（4人，占總使用人數之2.04%。包括

²³ 「ARO 觀察-社群服務發展概況」，創市際月刊報告書。

²⁴ Catherine Dwyer, Starr Hiltz & Katia Passerini, "Trust and privacy concern within Social networking sites: A comparison of Facebook and MySpace," Proceedings of the Thirteenth Americas Conference on Information Systems (Colorado: Keystone, 2007) .

²⁵ Catherine M. Ridings, David Gefen & Bay Arinze, "Some antecedents and effects of trust in virtual communities," Journal of Strategic Information System, Vol.11, No.3-4 (2002) , pp.271-295.

²⁶ Christopher M. Hoadley, Heng Xu, Joey J. Lee & Mary Beth Rosson, "Privacy as information access and illusory control: The case of the Facebook News Feed privacy outcry," Electronic Commerce Research and Applications, Vol.9, No.1 (2009) , pp.50-60.

²⁷ 林嘉容，社群網站使用者行為模式之研究-以臉書為例（臺東：東華大學全球運籌管理研究所碩士論文，2010年）。

²⁸ 楊淇涔、于富雲，「國小學童臉書使用之初探」，臺北市立教育大學學報，第42卷第2期（2011年），頁67-92。

學童提及為打發時間、減少壓力及無聊），而此研究亦發現學童相當重視友伴關係（占57.14%），有絕大的部分是來自於朋友有玩，感覺自己沒有玩就沒有話題可聊。

Hagel & Armstrong²⁹ 依照不同類型的成員在不同階段所具有的演化特徵，將社群網站成員的參與程度分為四種類型。分別敘述如下：（1）瀏覽者（Browser）：剛進入社群的使用者，這些使用者大多只是隨意的瀏覽，而有些使用者會留下來。（2）貢獻者（Contributor）：瀏覽者在經過一段時間的瀏覽之後，可能會轉變成為貢獻者。貢獻者會在社群中花費相當多時間，提供資訊、分享內容，為社群創造出強大的凝聚力，為社群帶來相當大的成長。（3）潛伏者（Lurker）：此類型的成員停留在社群的時間僅比瀏覽者長，潛伏者會在社群中吸取所需要的資訊，但不像貢獻者會分享資訊。（4）購買者（Shopper）：購買者會積極的參與社群，且會購買相關產品和服務，願意在社群中消費，是最有價值的成員類型。

而在社群網站使用行為研究上，許多學者提出有關科技接受模型理論（Technology Acceptance Model, TAM），此理論是由Davis³⁰ 根據Ajzen & Fishbein³¹的合理化行為理論（Theory of Reasoned Action, TRA）發展出的理論模型，是針對科技使用行為所發展出的模型，其目的是想要提出一個一般化的理論，期望能解釋科技接受度的決定性因素為何，也就是說，希望藉此模型的分析能夠經過理論的驗證，並能解釋絕大部分的科技使用行為，在TAM的模型中，由下列四要素所構成：（1）認知有用性（Perceived Usefulness）、（2）認知易用性（Perceived Ease of Use）、（3）使用態度（Attitude Toward Using）、（4）行為意圖（Behavioral Intention to Use）、（5）實際使用（Actual System Use），而對於資訊科技的實際使用會受到行為意圖所影響，而行為意圖又會受到使用態度和認知有用性所共同影響。使用態度是受到認知有用性和認知易用性共同影響，認知易用性則會影響認知有用性或直接影響態度，同時內部信念又會受到外部變數的影響（如下圖）。

²⁹ John Hagel & Arthur Armstrong, *Net gain: Expanding markets through virtual communities*. °

³⁰ Fred D. Davis, Richard P. Bagozzi & Paul R. Warshaw, "User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models," *Management Science*, Vol.35, No.8 (August 1989), pp.982-1003.

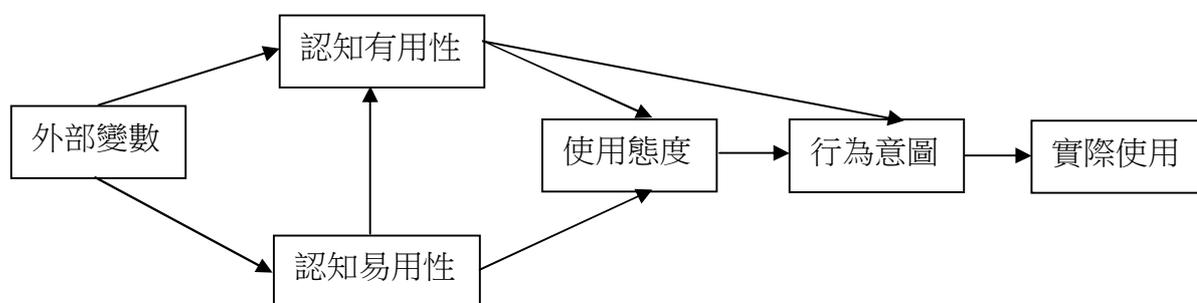


圖2-1 科技接受模式(TAM)

資料來源：Davis, F. D., Bagozzi, R., & Warshaw, P. R. (1989).

隨著科技工具的進步、內容多元化、功能的擴展，也有其他學者提出其他科技接受相關研究。Venkatesh et al.³²認為TAM只是一個基本架構，必須配合其他特性來選擇不同的外部變數，並研究這些變數的影響。因此Venkatesh et al.整理與分析各種科技接受度的相關研究，找出對使用意圖與使用行為的影響因素，提出整合型科技接受模式（Unified Theory of Acceptance and Use of Technology，UTAUT）以解釋資訊科技是如何被接受與使用。UTAUT 中提出有三個因素會影響使用資訊科技的「使用意向」，分別是績效期望（Performance Expectancy）、努力期望（Effort Expectancy）、社會影響（Social Influence）；而有利條件（Facilitating Conditions）則會影響資訊科技的「使用行為」。上述四個因素成為UTAUT架構中的四個主要構面，而性別、年齡、使用經驗及自願性則是四個控制變數（如下圖）。

³¹ Martin Fishbein & Icek Ajzen, *Belief, Attitude, Intentions and Behavior: An Introduction to Theory and Research* (Boston: Addison-Wesley, 1975) .

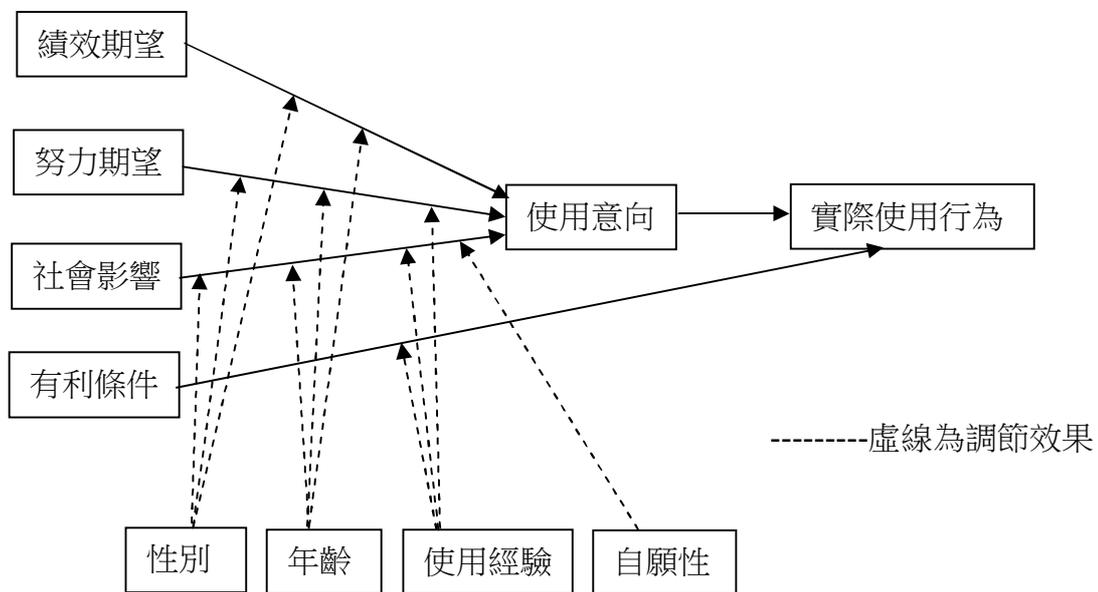


圖2-2 整合型科技接受模式 (UTAUT)

資料來源：Venkatesh et al.,(2003)

在國內相關 UTAUT 研究，蕭鈞彥³³以科技接受模式為基礎，並擴充其影響構面，加入認知玩興和認知流行性，探討影響學齡兒童使用態度和行為意圖之因素，與各變項之間的相互影響關係。研究結果顯示：認知玩興、認知人際關係有用性和認知易用性對使用態度有正向影響；認知流行性與使用態度對行為意圖有正向影響；認知流行性對認知玩興與認知人際關係有用性有正向影響；認知玩興對認知遊戲有用性與認知人際關係有用性有正向影響；認知易用性對認知玩興、認知流行性與認知人際關係有用性有正向影響。整體而言，影響學齡兒童使用社群網站意圖的變數中，以使用態度為最大，第二影響力則為認知流行性。對使用態度影響方面，認知玩興影響最大，其次為認知易用性。

³² Viswanath Venkatesh, Michael G. Morris, Gordon B. Davis & Fred D. Davis, "User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View," *MIS Quarterly*, Vol.27, No.3 (2003), pp.425-478.

³³ 蕭鈞彥，採科技接受模式探討學齡兒童社群網站之行為意圖—以大台南市國小高年級學生使用 Facebook 為例。

詹清榮³⁴以整合性科技接受理論 (UTAUT) 為基礎，並結合「凝聚力」之概念，探討「績效預期」、「努力期望」、「社會影響」、「配合情況」、「凝聚力」五個變數對於 Facebook 使用行為與實際使用的影響。研究結果發現「績效預期」、「努力期望」、「社會影響」、「凝聚力」會正向影響 Facebook 使用者的行為意圖，且會受到性別、教育程度、經驗調節變數之影響。而「配合情況」對於 Facebook 使用者的行為意圖影響不顯著，也不會受到任何干擾變數的影響。吳佩蓉³⁵研究結果發現：「行為意圖」與「使用行為」呈正向影響；「知覺愉悅」、「績效期望」、「付出期望」及「社會影響」對「行為意圖」呈正向影響；「知覺風險」對「行為意圖」呈正向影響，「促成因素」與「使用行為」呈正向影響。

為了解在社群網路上網友們的使用行為，創市際市場研究顧問在 2010 年 11 月份，根據 Forrester 的 Social Technographics³⁶設計符合台灣網路使用者行為的問卷，依據受訪者對於自身在社群網路上的使用狀況，將其分為六種角色：（1）創作者：將其定義為會在社群網站上發表自己創作的內容，或者為網站上的活動發起人。（2）談論者：將其定義為會在社群網站上更新自己狀態，或和朋友、網友討論各種話題的網路使用者。（3）評論者：將其定義為會在社群網站上會對朋友、網友的文章做評論與建議或評分的網路使用者。（4）分享者：將其定義為會在社群網站上引用朋友、網友的文章、圖片等資訊，分享給他人觀看的網路使用者。（5）參加者：將其定義為會在社群網站上回應他人的文章，或者參加網路社團／粉絲團的網路使用者。（6）觀察者：將其定義為會在社群網站上會定期觀看朋友、網友的文章的網路使用者。³⁷

³⁴ 詹清榮，以 UTAUT 結合凝聚力探討影響 Facebook 的使用意圖：以台灣社群為例（臺北：臺北科技大學工業工程與管理研究所碩士論文，2011 年）。

³⁵ 吳佩蓉，使用社群網站之行為分析-應用與擴增 UTAUT 理論（臺南：真理大學資訊應用學系碩士班，2011 年）

³⁶ Social Technographics（社群科技特徵圖譜），通常會用一個階梯圖將消費者參與網路的程度做一個分類，簡稱為「社群參與度」。基本上我們可以將消費者依社群參與度深淺程度的不同，分為創作者（Creators）、評論者（Critics）、蒐集者（Collectors）、參加者（Joiners）、觀察者（Spectators）、化外者（Inactives）。Forrester's North American Social Technographics Online Survey, Q2 2007.

³⁷ 「臺灣社群網路使用者角色緒論」，創市際市場研究顧問，

<http://blog.insightxplorer.com/2011/05/24/ix-survey%E8%87%BA%E7%81%A3%E7%A4%BE%E7%BE%A4%E7%B6%B2%E8%B7%AF%E4%BD%BF%E7%94%A8%E8%80%85%E8%A7%92%E8%89%B2%E7%B7%92%E8%AB%96/>（線上檢索日期：2011.12.21）。

文中指出，社群網站使用者並非只有一種角色，創作者可以是談論者、評論者、分享者、參加者與觀察者，而分享者可以是參加者與觀察者，因此一個人所代表的角色不一定是唯一的。每個角色在社群網路中都有其存在的必要性，角色間的互動關係也可以很密切；另外，藉由與相關背景分析，能夠找出各角色的族群為何，找出不同族群的使用習慣，並能夠利用不同角色的特性來做訊息的傳遞，讓網路世界更豐富，也能夠找出使用者的網路使用行為，做為調查現代人網路行為的基本根據。³⁸

第二節 社群網站使用行為與人際關係

人際關係，係指人與人交往互動時存在於人與人之間的關係。人與人之間的關係是心理性的，是對兩人或多人都發生影響的一種心理性連結³⁹。網際網路興起之後，有學者將藉由網際網路的關係，將人際關係予以區分為真實人際關係與網路人際關係⁴⁰。真實人際關係係指在真實生活裡與個體有具體互動的人，存有面對面的溝通與分享，共同參與真實活動，和他們建立起來的關係即為真實人際關係，如同儕朋友、父母與師長等。

網路人際關係的特色則是在於它們是以網路的媒介特性為基礎，而建立起虛擬社區中陌生人與陌生人之間的接觸⁴¹。由於網路本具有其多元連結性與自由性特質，對於網路上的社群交流經驗而言，雖會比照實體世界上的人際關係進行互動，但是透過新的連結，卻可以發展出新的的人際互動經驗。網路虛擬社群的參與所提供的社會支持機制，則有利於上網者多元自我的建立與整合，亦即網路的虛擬特質提供了一個發展多元自我認同與人際關係的場域。換言之，網路人際關係的意義可歸納係指在網際網路所構築的社交平台，讓擁有共同興趣的人們可相互聚集，而在網路 Web 2.0 強調即時互動的特性下，人們可共同參與討論並發表意見，在聊天室、BBS 或其他社群網站中與其他人溝通、交換資訊和互動，以分享相當程度的共同興趣，也因此形成了網路空間的人際關係。

³⁸ 同註 37。

³⁹ 張春興，**教育心理學-三化取向的理論與實踐**。

⁴⁰ 陳宥達，**花蓮縣國小高年級學童網路人際關係認同度及其影響因素之研究**（臺東：臺東大學社會科教育研究所碩士論文，2007年）。

⁴¹ 黃厚銘，「網路人際關係的親疏遠近」，**台大社會學刊**，第 28 期（2000），頁 117-154。

根據台灣網路資訊中心公布 2010 年「台灣寬頻網路使用調查」報告書中發現，截至 2010 年 2 月 12 日為止，台灣地區上網人口約有 1,622 萬，12 歲以上之曾經上網人口有 1467 萬人，約占總人口數的七成三（72.56%），網路使用呈現普及化趨勢。再者，依 2009 年「台灣網路資訊中心數據」顯示，台灣地區 12 歲以下的兒童上網人數已突破 163 萬人，網路使用呈現低齡化趨勢⁴²。其中，國小學童的網路使用問題，一直是研究者掛念的焦點。

學生在國小階段各項學習活動，表面上絕大部分仍聽從於父母、教師之安排，但是在真正學習過程中，學生同儕之間文化因素對學生各方面的影響卻不可小覷，尤其到國小五、六年級後，學生進入青春期階段，身心發展產生極大之改變，對於同儕觀點的重視與受同儕文化影響之情形更勝以往。社群網路所帶給國小高年級學童的影響包含生活環境以及學習溝通方式的改變。如網路聊天交友、線上資訊查詢分享、線上遊戲與消費行為、虛擬學校、虛擬班級以及遠距學習等。加上同儕間的教學相長，許多高年級學童的社群網路行為有時變得比真實生活更多采多姿。

既然學生使用網路已是常態，也是無可抗拒的趨勢，更由於網路技術發展迅速，變化莫測，令師長和教材編輯也望塵莫及。2007 年，最紅的網路是「BLOG」；2008 年，出現了微網誌；2009 年，Facebook 席捲全球社交網站⁴³。現今的社交網站發展已經不容忽視，特別是對這些早已踏入這塊領域的國小學生，面對虛擬社群對現實生活的衝擊而不知道該如何應對，這是所有教育者和家長所擔心的問題。

綜觀國內的資訊教學環境，不論在軟硬體的發展上或是軟體技術的推廣應用上，在教育部的努力下，都跟得上時代的腳步，但資訊教育的推廣卻常常偏重在如搜尋資料的操作技能上，涉及倫理道德的網路素養因為概念抽象，課程內容不如資訊技能的部分具體，因此學校教育對於國小學童使用網路社群的規範與自我保護教育較難以落實，形成教育成效所不及的區域。

⁴² 「台灣寬頻網路使用調查報告出爐-2011 年台灣地區上網人口增加 73 萬人創歷年新高」，**台網中心電子報**，http://www.myhome.net.tw/2011_06/p01.htm。（線上檢索日期：2011.10.20.）

⁴³ 盧諭緯，「昂首向前走」，**數位時代雜誌**，第 190 號（2010 年 3 月），頁 10。

隨著 Web2.0 時代的來臨，人們可以任意在部落格、Facebook、Plurk 和 Twitter 等社群網路上上傳影音檔案，以及分享所見所聞，甚者更會形成由擁有共同興趣的人組成虛擬社群，使使用者上網的時間增多，造成諸多問題，如用手機偷偷錄下老師失控的一面，不論是非的上傳至影音網站上，讓大家公開批判，看到喜歡的音樂和影片明知違反著作權，仍從網路上下載等，另外因此而形成網路成癮（Internet Addiction Disorder, IAD）的狀況也日趨嚴重。

以 Facebook 為主 Web2.0 網站的發達之後，Plurk 和 Facebook 等網站都強調「實名制」，希望網路使用者可以用真實姓名來註冊，方便大家的聯絡，對成年人來說，可以藉此找到以前的同學、老友；對現在的國小學生而言，其實是不適合用實名註冊的。Facebook 更是屢次掀起網路隱私的相關議題，也不時聽到一些新聞都跟人肉搜索有關，只要有資料放到網路，只要網友有心，其實都能將一點一滴的資訊拼湊起來，甚至找到本人。就如同歐巴馬曾在選舉時，遭到對手拿網路上的東西來攻擊一般，過往的紀錄不知道會在何時出現在你人生的某個階段。所以保護國小學童降低使用網路社群的風險因子，是為人師長在教導學童使用社群網路的過程中所必須培養學童的正確態度。

在國內學者研究社群網路互動的文獻中，楊明君⁴⁴發現國小高年級學童網路人際關係和真實人際關係相仿，不同程度的自我揭露對於網路人際關係和真實人際關係有程度上的影響。沈福財⁴⁵認為國小高年級學童人際互動之家人關係、同儕關係、師生關係對網路成癮之強迫性上網、網路成癮戒斷反應、網路成癮耐受性、人際與健康問題、時間管理問題有顯著的正向影響。周榮輝⁴⁶的研究結果發現親子關係愈好，則現實社會支持程度愈高；親子關係愈差，則虛擬社會支持愈高，社會支持方面，現實實質性支持程度愈高，則網路成癮傾向愈低，為傳統社會支持作用的尋求延伸；但是虛擬社會支持程度愈高，則網路成癮傾向愈高，現實社會支持愈好，則虛擬社會支持的可能性愈高；親子關係愈差，虛擬社會支持愈高，則網路成癮傾向的可能性愈高。

⁴⁴ 楊明君，**臺北縣國小高年級學童使用部落格之自我揭露與人際關係之研究**（臺東：臺東大學教育研究所碩士論文，2010年）。

⁴⁵ 沈福財，**國小高年級學童網路成癮初探－以高雄市小港和前鎮地區為例**（高雄：高雄第一課技大學資訊管理研究所碩士論文，2011年）。

⁴⁶ 周榮輝，**親子關係、社會支持與網路成癮傾向關係之研究-以南桃園城鄉地區兩所小學為例**（桃園：元智大學資訊社會學研究所碩士論文，2010年）。

陳彥榕⁴⁷定義「Z世代」為1998年以後出生的青少兒，Z世代青少兒對於友誼關係抱持較開放的態度，不受限於以往的社交網絡群分類，認為無論社交對象來自「家庭」、「學校」或是「個人興趣」等場域，若彼此擁有較高的社交內容與活動的多元性與密集度，即可能將該社交對象視為「朋友」。李雪芳⁴⁸則認為使用動機和人際關係以及自我概念呈現相關；在使用行為上，每天平均使用時間和同儕人際呈現正相關；而使用功能中只有資訊分享功能和父母人際呈現正相關，國中生的父母人際和每天使用時間呈現負向關係；同儕人際關係則和性別、使用動機中的自我動機和每天平均使用時間有關，國中生的生理自我和性別、使用動機中的人際動機有相關；社會自我也和人際動機呈現相關性。

在國外學者研究社群網路互動的文獻中，Boyd⁴⁹發現透過網際網路公開的方式可以讓青少年輕易地透過網路分享交流，並建構屬於自己的人際網絡，學習虛擬網路的法則應該要試著嘗試錯誤並且要尋求驗證與保持戒心。對於試圖去適應虛擬網路的青少年而言，以上這些法則需要被體驗，而無法以被告知的方式進行學習，隨著網路技術的發展，在網際網路上逐漸注重個人隱私。Pfeil et al.⁵⁰的研究則針對銀髮族（超過60歲）以及青少年（13~19歲）的社群網路使用者進行使用習慣差異性的研究，研究發現青少年對於社群網路的使用度較高，大多能夠建立較年長者完整的人際網絡，而且其人際網絡年齡分布介於 $\text{age} \pm 2 \text{ years}$ ，相較於年長者的人際網路年齡層的分佈較為集中，研究中也顯示青少年較年長者多傳遞影音檔案給同伴分享，而且在分享自己的心情時，會較年長者表現更多的同理心以及更容易將心情低落時的心情分享給周遭朋友尋求安慰。

Lenhart⁵¹的研究顯示青少年使用網際網路的比例逐年遞增，從2000年的72%增加到2008年的92%，而且青少年使用網際網路的比例皆高於成年人使用比

⁴⁷ 陳彥榕，*誰是我的朋友？Z世代青少兒之社交關係初探*（臺北：政治大學新聞研究所碩士論文，2010年）。

⁴⁸ 李雪芳，*國中生社群網站的使用及參與對於自我概念及人際關係的影響：以Facebook為例*（臺北：臺北大學社會學系碩士論文，2011年）。

⁴⁹ Danah Boyd, "Why youth love social network sites: the role of networked publics in teenage social life," in D. Buckingham eds., *Youth, Identity, and Digital Media*, (MA: MIT Press, 2008), pp.119~142.

⁵⁰ Ulrike Pfeil, Raj Arjan & Panayiotis Zaphiris, "Age differences in online social networking – A study of user profiles and the social capital divide among teenagers and older users in MySpace," *Computers in Human Behavior*, Vol.25, No.3 (May 2009), pp.643–654.

⁵¹ <http://isites.harvard.edu/fs/docs/icb.topic786630.files/Teens%20Social%20Media%20and%20Health%20-%20NYPH%20Dept%20Pew%20Internet.pdf>（線上檢索日期：2012.1.22.）

例，顯示青少年對於新型態的工具使用較成年人熟絡，對於上網地點的統計則顯示 89%的青少年選擇在家中上網，而且是經常性的上網。在學校上網的比例約為 77%；有 71%的青少年會在朋友或是親戚家上網；60%的青少年會使用圖書館內提供的工具上網；66%在家中使用寬頻上網，22%使用撥接上網，10%的青少年家中無任何上網工具；研究中還發現 63%的青少年每天都要上網，上網活動統計，約有 97%的青少年用網路玩遊戲；81%上網瀏覽影音檔案，內容包含電視影集、音樂影片、運動明星新聞等；65%使用網際網路；63%的青少年使用網路獲得新聞以及政策宣導資訊；57%的青少年使用 YouTube 分享以及觀賞短片；55%的青少年使用網路獲得大學或是學院資訊；38%的青少年使用網路購物購買書籍、衣服或是音樂；28%的青少年使用網路獲得與健康、節食或是體適能活動的資訊；27%的青少年有持續記錄像是部落格或是線上周刊的習慣；19%的青少年會下載播客（Podcast）；18%的青少年會拜訪聊天室；11%的青少年擁有自己的網頁，至於青少年進行社交活動的方式，研究調查約有 95%的青少年習慣面對面溝通；88%的青少年透過室內電話或是通信器材與朋友溝通；67%使用手機與朋友溝通；65%透過社群網站傳遞信息給朋友；60%的青少年使用即時通傳遞與朋友聯繫；55%的青少年會使用文字訊息傳遞給朋友。

由以上文獻整理可以了解，國內對於國小學童社群網路使用習慣的研究多重視與人際關係互動之間的研究，討論社群網路使用行為對於親子互動、課業學習等差異化的研究。而國外對於青少年使用網際網路的研究多集中於使用習慣以及用途部分進行分析，認為社群網路的普及將逐步成為協助發展真實人際關係的工具，而不足以取代真實的人際關係發展。由文獻回顧結果顯示國內外研究都鮮少將國小學童人格特質成長學習的變數一起納入社群網路使用行為與人際關係發展中進行討論，所以本研究擬就相關研究所缺少的這一塊領域進行深入且系統性的討論。

第三節 人格特質與其研究

心理與教育學的領域中，「人格」一詞常被廣泛提出應用，教育的主要目的是培養兒童的健全人格，但人格所代表的確切意義到底為何，卻又難以確切說明

清楚。中文的「人格」一詞是由日文引入的，而日文中的「人格」來自對英文“Personality”一字的意譯。“Personality”源自拉丁文的“Persona”，本意是指面具。所謂面具（Mask），就是演戲時演員應劇情需要所戴的臉譜，它表現劇中人物的角色與身分，代表兩層意思：一是指個人在生活中表現出的各種行為，即外顯行為給人的印象；二是指個人隱藏於內，未顯於外的特點，即被遮蔽起來的真實的自我。⁵²

張春興⁵³認為，人格特質等同於人格，有以下三方面的解釋：社會面：指的是一個人的人品與品格。法律面：具有權利或義務之資格。心理學面：個體的個性與性格，人格特質一般來說具有整體性、一致性、特殊性三種特性。Cacioppo & Petty⁵⁴則指出人格特質是指個體在成年之後，在個人行事風格以及人際關係所展現出來的一種固定的模式，在孩提時代被稱為「氣質」，在成人之後被稱為「人格特質」，也被稱之為「個性」或「性格特點」等等。本研究將人格特質定義為是用來表示一個人的思考、情感與行為表現之完整性的穩定模式，用以分辨自己與他人之差異的一種獨特性質。

過去人格的研究嘗試去了解，人與人之間有何相似類比之處，同時瞭解哪些特質是獨特的。人格心理學透過發現、分析以及歸納等研究手法解釋人類行為中的規律性和一致性，並提供進一步研究的策略。一般而言，人格理論是為對人的看法，並為一種研究策略。

精神分析層面的人格理論認為人格包括三個部分，本我、自我、超我。本我代表人格中的生物成分，自我是心理要素，超我是社會文化因素，人格的功能是整體的，不是三個部分各自成立，潛意識對人類行為的影響極大，以及兒童時期早期的衝突是人格規範與塑造的因素。人格理論主要流派有精神分析理論，新精神分析理論，人本論，認知論，學習論，行為論以及特質論。這些理論對人格皆有其主要看法，亦各有其代表人物。在精神分析論上，主要代表人物為 Sigmund Freud，對人格主張為強調潛意識以及性慾、生物性驅力對人格的影響。新精神分析論，主要代表人物為 Alfred Adler、Jung Erikson，對人格主張為人格是社會

⁵² 黃希庭，*人格心理學*（臺北市：東華書局，1998年）。

⁵³ 張春興，*現代心理學*（臺北市，東華書局，1991年）。

⁵⁴ John T. Cacioppo & Richard E. Petty, "The need for cognition," *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol.42, No.1 (1982), pp.116-131.

環境的產物，而非遺傳的生理驅力而已。人本論，主要代表人物為 Rogers、Maslow，對人格主張為人是有能力並能朝向成長及自我實現。認知論主要代表人物為 Kelly，對人格主張為認知的行動獲得歷程是人格的全部。學習論主要代表人物為 Bandura，對人格主張為性格是受環境因素影響，透過學習而逐漸形成的。行為論，主要代表人物為 Skinner，對人格主張為人格是習得反應的累積。特質論，主要代表人物為 Allport、Cattell，對人格主張為特質是指廣泛、持久，相對穩定的用來推測和解釋人類行為的特點。

精神分析論強調童年經驗及父母的養育方式對人格的影響，認為個體差異是由於兒童期的性心理衝突及解決這些衝突的方式決定的；學習論則認為人的個體差異是通過學習過程獲得的；這兩種理論都認為環境是人格發展的主要因素；特質論認為人格的結構是由一系列人格特質組成，而特質是指廣泛、持久、相對穩定的用來推測和解釋人類行為的特點，人格則是或多或少穩定的，使人的行為持續一致的內部因素，人格五因素模式即屬此論。至於本研究所採用的人格特質是指人格心理學家近年來已凝聚共識的人格五因素模式（Five Factor Model，簡稱 FFM），也有人稱之為「五大因素」（Big five）包含神經質或情緒穩定性（Neuroticism or Emotional Stability）、外向性或精力充沛（Extraversion or Surgency）、聰穎性或經驗開放性（Intellect or Openness to Experience）、和善性（Agreeableness）、嚴謹自律性（Conscientiousness）等五大因素。茲將 Allport 及五大因素理論說明如下：

1、Allport 人格特質論

人格特質理論的創始人 Allport⁵⁵首先提出個人特質（Individual Traits）和共有特質（Common Traits）兩個概念，前者指某一個人所具有的特質，後者是指某一個人所共有的特質，在實質上那些特質可能是相同的。而個人特質又區分為首要特質（Cardinal Traits）、中心特質（Central Traits）及次要特質（Central Dispositions），介紹如下：首要特質是指表現一種行為傾向，此種行為傾向會影響這個人全部動的所有方面。中心特質是指代表人格幾方面的特徵。通常我們對一個相當熟識的人，要用幾句話來誠實描述他或介紹他時，所列舉出來的往往就是他的那些中心特質。Allport 認為一般人具備的中心特質，大約是在

五項至十項之間。次要特質是代表那些最不顯著，只有在某些情況下表現的人格特質。例如有人喜歡高談闊論，但是在陌生人面前，則是沉默寡言。

2、人格五大因素特質理論

人格五大因素包含：（1）聰穎性（Intellect）或經驗開放性（Openness to experience）、（2）神經質（Neuroticism）或情緒穩定性（Emotional stability）、（3）外向性（Extraversion）、（4）友善性（Agreeableness）以及（5）嚴謹自律性（Conscientiousness）等五大因素，連結這五個因素的第一個英文字母，正好是大家熟知的「OCEAN」⁵⁶，清楚易記。之後的學者陸續進行語言中關於人格特質的歸納，多位研究者相繼發現五大因素，這五大因素似能涵蓋成人們在評定他人時主要的特質，Goldberg⁵⁷在 1981 年整理了他人及自己研究後，對結果的一致性印象深刻，他因而建議：當討論人格的個別差異時，應該涵括這五個特質向度因此，就逐漸形成了人格五大因素理論（Big Five）。

五大因素模式的研究，主要是由出現在日常生活中的語言進行分析，使用通俗的性格形容詞來描述人們的性格。Goldberg 為此提出了基本字彙假說（Fundamental Lexical Hypothesis）。基本字彙假說，是人類在演化過程中，其個性差異重要，才會被語言所描述。因此在大部分的語言世界裡，人類都具有著共通的個性差異，並運用精簡的字彙來形容這些差異。Goldberg 也認為在日常生活的經驗中，對於個體性格不同的描述，會被編碼成語言，如果這個差異很重要，就會有許多人來談論它，最後會找出一個字來形容它。近幾年來在美國對於性格向度與結構的研究已累積豐碩的成果，有不同的研究者運用不同的研究工具，針對不同的研究樣本，採取不同的因素分析法，都會得到相似的性格向度，因此對於性格向度的種類與數目形成了共識。茲將五大性格特性說明以及因素說明整理表 2-1。

⁵⁵ Gordon W. Allport, "The psychology of participation," *Psychological Review*, Vol.52, No.3(1945), pp.117-132.

⁵⁶ Oliver P. John, "The Big Five factor taxonomy: Dimensions of personality in the natural language and in questionnaires," *Handbook of personality: Theory and research* (1990), pp.66-100.

⁵⁷ Lewis R. Goldberg & Gerard Saucier, "What is beyond the Big Five?," *Journal of Personality*, Vol.66, No. 4 (1998), pp.495-524.

表 2-1 五大性格特性因素

特質名稱	特質量尺	低分者特性	高分者特性
經驗開放性 (O)	衡鑑主動追求經驗和體驗經驗的程度；以及對陌生事務的容忍性與探索能力。	從俗性、重實際、興趣狹隘、缺乏藝術性、缺乏分析傾向。	好奇、興趣廣泛、創造性、獨創性、富想像力、非傳統性。
嚴謹自律性 (C)	衡鑑個人的組織性、堅毅性、可信賴性及目標取向行為的動機。	漫無目的、不可信賴、懶散、粗心、散漫、意志薄弱、好逸樂。	按部就班、可信賴、努力、自律、守時、細心、整潔、有雄心、有毅力。
外向性 (E)	衡鑑人際互動上的量與強度。對活動水平、尋求刺激或歡樂之能量的評量。	保守、文靜、冷淡、工作取向、缺少活力、退縮。	主動、喜歡說話、長於社交、人際取向、樂觀熱情。
友善性 (A)	衡鑑個人在思想、情緒與行動上從同情到反對的連續向度中的人際取向程度。	好批評、粗魯、多疑、不合作、有報復心、殘忍、易怒、好支使他人。	心地善良、溫和、宅心仁厚、樂於助人、可依靠正直。
神經質 (N)	衡鑑適應良好—情緒不穩定。能鑑定初容易心理抑鬱、有不切實際的想法、過度慾求或衝動、不健全的因應反應者。	鎮靜、放鬆、不易情緒化、堅強、有安全感、自我滿足。	多慮、緊張、不安全感、慮病、情緒化、自卑。

資料來源：⁵⁸

⁵⁸ 洪光遠、鄭慧玲譯，Pervin 著，*人格心理學*（臺北市：桂冠出版社，1995 年）。

而由兒童心理成長發展的角度來看，國小學童正處於人格特質的學習發展階段，這階段正是他們力求表現以求得師長認同更甚於追求自我認同（Self-Identity），而與家人以及同學間的人際關係互動更成為自我學習成就的重要人格特質。在網路虛擬世界日益擴大的時代，小學生可以透過網際網路的連結無限擴充人際關係的連結，並不僅僅限於傳統班級與家庭間的人際關係，特別是近年來流行的社群網路（如 Facebook、Google⁺、無名小站等），使用者可以與幾十萬公里外具有相同興趣喜好的朋友聊天、相互學習，也可以同不同時區的夥伴一起分享刺激的線上遊戲。透過網路，似乎可以克服時空限制，無限擴充國小學生的世界觀。根據埃里克森⁵⁹提出「人的八個階段」之各發展任務中，6至12歲學童具勤奮自取與自卑自貶的對立品質⁶⁰，故此時的學童在基本的訊息處理與能力更快速有效外，也容易受文化背景等關鍵因素而影響其發展狀況，建立自我與他人的差異性，所以學童在此階段利用電腦涉獵的資訊，會影響其日後「多元智力」的發展。⁶¹在目前多數以語文與數理成績來測量智商，讓一般標準化測驗與智商模式窄化人類智能範圍的現代教育而言，網際網路多元性應用對於學童人格與知能成長的關係，不啻是一個值得探討的領域。

第四節 人格特質與人際關係

在既有的相關文獻裡，我們發現了五大人格特質對於人際關係具有影響力。Stokes⁶²的研究發現，寂寞者通常較為內向與神經質，而這種人格特質也使他們不易結交朋友，在缺乏良好的人際互動下，更易感到焦慮與憂鬱。Diane & Jane⁶³則研究正向情感、負向情感、和善性及嚴謹性等五大特質與日常社會互動的關係。結果發現，社會互動的頻率及品質，與「正向情感—外傾支配性」存有

⁵⁹ 埃里克森提出「人的八個階段」之各發展任務分別為 1.信任對不信任（出生至一歲）2.自主對羞怯與疑慮（一歲至三歲）3.主動對內疚（四歲至五歲）4.勤奮對自卑（六歲至十一歲）5.同一性對角色混亂（十二歲至二十歲）6.親密對孤立（二十歲至二十四歲）7.繁殖對停滯（二十五歲至六十五歲）8.自我完整對失望（六十五歲至死亡）。

⁶⁰ 林崇德，*發展心理學*（臺北市：東華書局，1998年）。

⁶¹ Howard Gardner, *Multiple intelligences: The theory in practice*. (New York: Basic Books, 1993).

⁶² Joseph P. Stokes, "The relation of social networks and individual difference variables to loneliness," *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol.48, No.4 (1985), pp.981-990.

⁶³ Diane S. Berry & Jane Sherman Hansen, "Positive affect, negative affect, and social interaction," *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol.71, No.4 (1996), pp.796-809.

正相關，但與「負向情感－神經質」則顯現出負相關的情形。可見，五大人格特質對於人際關係與人際互動有其影響作用。Asendorpf & Wilpers⁶⁴探討五大人格特質對真實社會關係的長期影響，結果發現外向性高者，同儕關係數目較多，且戀愛關係也較多，而和善性高者，與同儕的衝突較少，但唯有嚴謹性高者與父母的接觸頻度較多。

Krishnan⁶⁵研究認為網路社群可以是另外一種個人人際關係溝通的渠道；研究比較專業網站與社群網站對於前變量因子分析，認為社群網站能夠與使用者的五大人格特質進行連結，使得人格特質，溝通能力，社會影響力以及態度與動機等均會影響到社群網站內容與水平；研究發現，使用者的電腦技能水準越高，越能將個人人格特質帶入社群網站中，表現個人社交能力與地位，反之，則社群網站往來程度就為不頻繁。顯示社群網站的包容性與在線用戶離線時的社會地位同為表現個人社交關係的共同管道。Asendorpf & Denissen⁶⁶的研究針對 154 位 4-6 歲的兒童進行長期的人格特質變化與人格量表維度，預測人格特質與幼兒教育之間的核心與表面特徵的區別，研究結果顯示長期追蹤幼兒教育在被觀察對象 17~22 歲時，無論是五大人格特質量表或是人格維度量表都表現出相當顯著的差別。

Neyer & Asendorpf⁶⁷針對 489 位德國青年人進行跨越兩個 4 年的追蹤調查，發現在青少年階段具有兩種顯著不同的人格特質，一為個性上逐漸邁向成熟，注重群體合作多於個人表現，二為表現個體差異性質獲取較佳的社會地位或是更差的社會地位。青少年個人特質發展階段，五大人格特質如外向性，羞怯，神經質，自尊與和諧等會產生極大的變化，而主要變化依循而兒童時期外向性與神經質的特點，使得青少年在個性發展上有不同的方向。林家瑩、林韋誠、鄭媻媻⁶⁸研究

⁶⁴ Jens B. Asendorpf & Jaap J. A. Denissen, "Predictive validity of personality types versus personality dimensions from early childhood to adulthood: implications for the distinction between core and surface traits," *Merrill-Palmer Quarterly*, Vol.52, No.3 (2006), pp.486-513.

⁶⁵ Archana Krishnan, *Individual Differences in Users of Online Networking Sites: The Interplay between Personality Traits, Communication and Social Motives, Attitudes and Level of Activity*, University of Connecticut, 2011.

⁶⁶ Jens B. Asendorpf & Jaap J. A. Denissen, "Predictive validity of personality types versus personality dimensions from early childhood to adulthood: implications for the distinction between core and surface traits," pp.486-513.

⁶⁷ Franz J. Neyer & Jens B. Asendorpf, "Personality-relationship transaction in young adulthood," *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol.81, No.6 (2001), pp.1190-1204.

⁶⁸ 林家瑩、林韋誠、鄭媻媻，「台灣大學生人格特質、人際互動策略與人際關係品質之關連」，*慈濟通識教育學刊*，第6期（2010年12月），頁29-50。

發現不同的人格特質確實會使用不同的人際互動策略，而個人人格特質也確實影響其人際關係品質的好壞。與人互動時，外向開放性、嚴謹自律性、經驗開放性三種人格特質傾向越明顯的人，越傾向於使用主動與互動策略；而且他們在同學、老師、朋友、家人與異性五個層面的人際關係品質都較好。而神經質人格特質傾向越明顯的人，越傾向於使用被動策略；而他們與家人、同學與異性三個層面的人際關係品質較差。

高郁倫⁶⁹則研究線上論壇使用者以及學生部分，其開放性、宜人性、嚴謹性三種人格特質，或是再加上外向性的人格特質，在網路知識分享意願和行為上並無顯著性差異。較多學生不確定自我人格特質，但是線上論壇使用者，多屬於經驗開放性人格特質，並且在網路知識分享意願和行為的表現都是比較好的。林虹好⁷⁰研究發現不同性別的國小高年級學童網路交友態度有顯著差異，不同年級的國小高年級學童網路交友態度無顯著差異，與網友接觸頻率、聯絡時間不同的國小高年級學童網路交友態度有顯著差異，人格特質中的「友善性」、「神經質」及「聰穎開放性」與國小高年級學童之網路交友態度呈顯著低度正相關，人格特質對網路交友態度具預測力。

由以上文獻回顧可知，國外學者皆認為青少年時期的人格特質發展與成年後的人格特質具有顯著且直接的關係。以往透過與群體互動的外向性人格特質，與在意同儕或是旁人眼光的神經質特質，似乎是影響青少年時期人格發展最主要的關鍵因素。而人際關係的培養，皆是由人與人互動而來，所以五大人格特質與人際關係具有影響力。網路社群作為現在人與人之間往來的橋樑之一，自然對於人際關係的發展具有某些影響力，本研究期望透過五大人格特質與網路社群使用實況的結合，了解並歸納出高年級學童社群網站使用行為對於人際關係與人格特質上的差異。

⁶⁹ 高郁倫，人格特質對於網路社群知識分享及創造影響情形之研究-以程式設計論壇為例（臺南：成功大學資訊管理研究所碩士學位論文，2010年）。

⁷⁰ 林虹好，人格特質對國小高年級學童網路交友態度之影響（彰化：彰化師範大學資訊管理研究所碩士論文，2011年）。

第三章 研究設計與實施

本研究藉由文獻的回顧後，本章第一節將建立本研究的架構及研究假設，第二節將說明研究架構的變數操作性定義以及變數的衡量，第三節說明問卷抽樣情形，最後第四節則針對本研究在資料分析過程中所需使用的統計技術方法作說明。

第一節 研究架構與假設

壹、研究架構

本研究旨在探討國小高年級學童人格特質對於社群網站使用行為、網路與真實人際關係之間的關係。根據前述之相關文獻探討分析之結果，針對本研究之研究變項提出如圖 3-1 所示的研究架構。

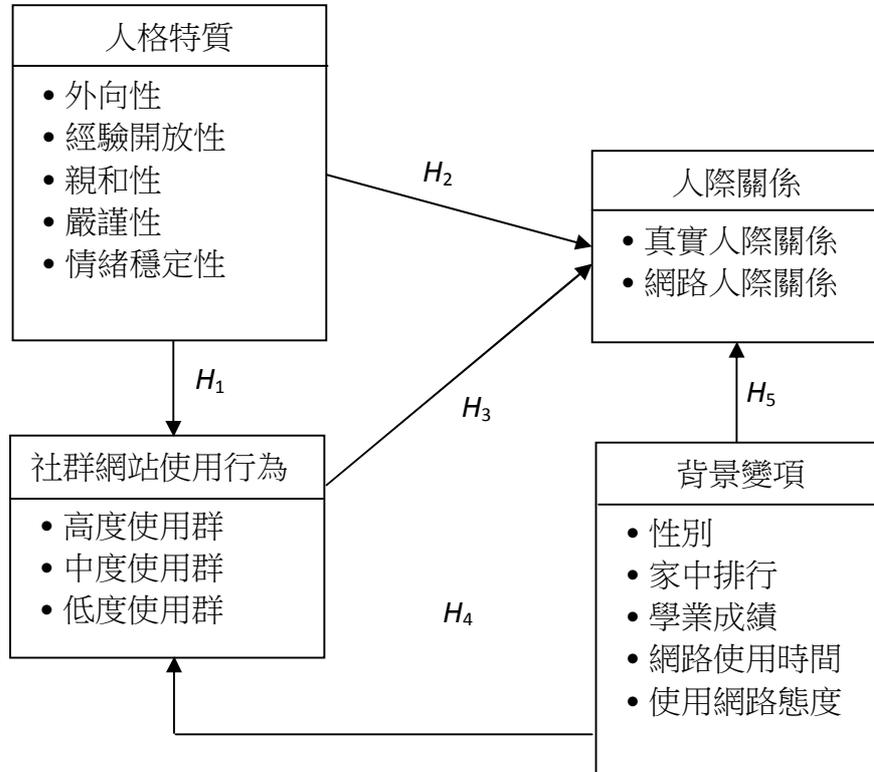


圖3-1 研究架構

貳、研究假設

根據本研究之研究目的、問題及相關文獻之探討，提出以下的研究假設：

*H*₁: 國小學生人格特質對社群網站使用行為具有顯著影響。

*H*₂: 國小學生人格特質對人際關係具有顯著影響。

*H*₂₋₁: 國小學生人格特質對真實人際關係具有顯著影響。

*H*₂₋₂: 國小學生人格特質對網路人際關係具有顯著影響。

*H*₃: 國小學生社群網站使用行為對人際關係具有顯著影響。

*H*₃₋₁: 國小學生社群網站使用行為對真實人際關係具有顯著影響。

*H*₃₋₁: 國小學生社群網站使用行為對網路人際關係具有顯著影響。

*H*₄: 背景變項不同的國小學生，在社群網站使用行為之間具有顯著差異。

*H*₄₋₁: 性別不同的國小學生，在社群網站使用行為之間具有顯著差異。

*H*₄₋₂: 家中排行不同的國小學生，在社群網站使用行為之間具有顯著差異。

*H*₄₋₃: 學業成績不同的國小學生，在社群網站使用行為之間具有顯著差異。

*H*₄₋₄: 網路使用時間不同的國小學生，在社群網站使用行為之間具有顯著差異。

*H*₄₋₅: 家長對使用網路態度之不同的國小學生，在社群網站使用行為之間具有顯著差異。

*H*₅: 背景變項不同的國小學生，在人際關係之間具有顯著差異。

*H*_{5-1a}: 性別不同的國小學生，在真實人際關係之間具有顯著差異。

*H*_{5-2a}: 家中排行不同的國小學生，在真實人際關係之間具有顯著差異。

*H*_{5-3a}: 學業成績不同的國小學生，在真實人際關係之間具有顯著差異。

*H*_{5-4a}: 網路使用時間不同的國小學生，在真實人際關係之間具有顯著差異。

*H*_{5-5a}: 家長對使用網路態度之不同的國小學生，在真實人際關係之間具有顯著差異。

*H*_{5-1b}: 性別不同的國小學生，在網路人際關係之間具有顯著差異。

*H*_{5-2b}: 家中排行不同的國小學生，在網路人際關係之間具有顯著差異。

*H*_{5-3b}: 學業成績不同的國小學生，在網路人際關係之間具有顯著差異。

*H*_{5-4b}: 網路使用時間不同的國小學生，在網路人際關係之間具有顯著差異。

H_{5-5b} : 家長對使用網路態度之不同的國小學生，在網路人際關係之間具有顯著差異。

第二節 操作性定義與變數衡量

本文所探討的構念主題包括：人格特質、社群網站使用行為、人際關係。本節將依序說明本研究模式中所有構念之操作性定義，以及各變數的衡量。

壹、人格特質

對於人格特質的定義，本研究定義為：個體在對人、對己及環境中事、物適應所顯示的異於別人的性格；個人的性格是在環境與遺傳交互作用下，由逐漸發展的心理特徵所構成；而其心理特徵表現於行為時，則具有相當的一致性及連續性。本研究係依據五大人格特質來探討國小高年級學童社群網站使用行為與人際關係之間的影響。因此對於五大人格特質的定義如下：

- 1、外向性：是指個人與他人互動關係感到舒適的程度，即代表人際關係傾向，關係舒適的程度愈高，其外向性愈高。特徵為活潑、主動、自信、具領導能力、喜歡交朋友、善於表達、喜愛參加與人互動之活動、活潑外向之特質。
- 2、親和性：是指個人對他人所定規範的遵循程度，對於規範的遵循程度愈高，代表其親和性愈高。特徵為容易相處、有禮貌、令人信賴、同理心、思慮敏捷、待人友善等特質。
- 3、經驗開放性：是指個人興趣的多寡、深度及包容不同經驗、事物的程度。特徵有充滿好奇心、喜歡思考、富有想像力、富有創造力、喜歡求新求變等。
- 4、嚴謹性：是指個人追求目標的專心及集中程度，對於目標事物完成的專心度愈高，其嚴謹性愈高。特徵有成就導向、守紀律、循規蹈矩、有責任感、不怕挫折、細心等特質。
- 5、情緒穩定性：是指個人對於情緒控制及壓力容忍的程度，承受的程度愈高，其情緒穩定性愈高。特徵就是冷靜、樂觀、抗壓力強的特質。

上述人格特質的五大面向所使用的測量工具，本研究乃根據學者發展出的 NEO 人格調查表（NEO Personality Inventory; 簡稱 NEO-PI），⁷¹並參酌莊耀嘉與李雯娣⁷²所編製之「性格自評量表」，該問卷係以國中生為受試者，但五因素人格特質在國、內外的研究上，甚至在成人或兒童方面，均呈現很高的一致性，因此本研究也將予以參酌使用。問卷以李克特（Likert）五點量表表示，從 1 至 5 分別代表「非常同意」、「同意」、「普通」、「不同意」以及「非常不同意」。茲將五大人格特質之問卷設計列示於下：

表 3-1 五大人格特質之問卷量表

構面	題項內容
外向性	01.我是一個充滿活力且熱情的人 02.我可以很快的融入新的環境 03.在人際關係的互動上，我常扮演主動的角色
親和性	04.我樂於幫助他人 05.我會原諒他人對我的無理取鬧 06.我即使覺得自己理虧，仍不會試圖辯解
經驗開放性	07.對於新奇的事物，我常感到興趣 08.我喜歡思考，且富有想像力 09.遇到問題時，我常和他人有不同的看法
嚴謹性	10.我凡事小心翼翼，不容易衝動 11.我會預先計劃做事情的步驟 12.我是一個約束力高，且守紀律的人
情緒穩定性	13.我容易焦慮和緊張（反向題） 14.我的情緒容易受外在的人事物所影響（反向題） 15.對於不熟悉的環境，我容易感到不安全感（反向題）

貳、社群網站使用行為

⁷¹ Robert R. McCrae & Oliver P. John, "An introduction of the five-factor model and it's applications," *Journal of Personality*, Vol.60, No.2 (June 1992), pp.175-215.

本研究將社群網站定義為：具有共同需求或興趣的一群人，透過網路連結以獲取資訊與相互溝通的平台。針對上述社群網站使用行為的測量工具，本研究在設計問卷時，除了參考相關文獻外，並透過訪問國小學童對於網路使用經驗，以及參照專家訪談結果所製作的問卷題本。本研究仍以李克特（Likert）五點量表表示，從 1 至 5 分別代表「非常同意」、「同意」、「普通」、「不同意」以及「非常不同意」。茲將社群網站使用行為之問卷設計列示於下：

表 3-2 社群網站使用行為之問卷量表

題項內容
01.我會把自己心情寫在社群網站上
02.我會把創作的文章放在社群網站上
03.我會在社群網站中成立社團或舉辦活動
04.我會在社群網站更新自己的近況動態
05.我會在社群網站和朋友、網友討論各種話題
06.我會在社群網站中對朋友、網友的文章做評論與建議
07.我會對於別人的留言、回覆提出自己的看法
08.我會在社群網站上分享、引用朋友或網友的文章、圖片
09.我會在社群網站中連結影片、音樂
10.我會在社群網站上回應他人的文章
11.我會在塗鴉牆上留言、回覆
12.我會參加網路社團、粉絲團
13.我會在社群網站上觀看朋友、網友的文章
14.我會想了解朋友、網友的最新動態

參、人際關係

本研究在人際關係的研究變數上，將人際關係予以區分為真實人際關係與網路人際關係二種。真實人際關係係指在真實生活裡與個體有具體互動的人，存有面對面的溝通與分享，共同參與真實活動，和他們建立起來的關係即為真實人際

⁷² 莊耀嘉、李雯娣，兒童性格結構：五大模型的本土化檢驗=The Structure of Personality in Taiwanese Children: An Indigenous Lexical Approach to the Big Five Mode，中華心理學刊，第 431 卷第 1 期（2001 年 6 月），頁 65-82。

關係，如同儕朋友、父母與師長等。網路人際關係則是以網路的媒介特性為基礎，而建立起虛擬社區中陌生人與陌生人之間的接觸，在網路即時互動的特性下，人們可共同參與討論並發表意見，在聊天室、BBS 或其他社群網站中與其他人溝通、交換資訊和互動，以分享相當程度的共同興趣，形成網路空間的人際關係。

針對真實人際關係與網路人際關係的測量工具，本研究乃參照陳嬾竹⁷³所編製之量表，量表分為「真實」與「網路」人際互動二部分，原問卷是設計給高中生，但在國內外的研究上，甚至在成人或兒童方面，均呈現很高的一致性，因此，也適用本研究的對象。本研究仍以李克特（Likert）五點量表表示，從1至5分別代表「非常同意」、「同意」、「普通」、「不同意」以及「非常不同意」。茲將問卷設計列示於下：

表 3-3 人際關係之問卷量表

人際關係分類	題項內容
真實人際關係	01.我會跟朋友講個人的秘密 02.我會跟朋友談談我的心事 03.我會跟朋友聊學校的生活或課業 04.我會跟朋友會聊一些新聞或時事 05.我會跟朋友會開開玩笑 06.我會跟朋友聊到感情話題 07.跟朋友聊天時，我有被關心的感覺 08.跟朋友聊天時，我會有朋友陪伴的感覺 09.跟朋友聊天時，讓我覺得我們是同一個團體的 10.跟朋友聊天時，我能得到有用的訊息
網路人際關係	01.我會跟網友講個人的秘密 02.我會跟網友談談我的心事 03.我會跟網友聊學校的生活或課業 04.我會跟網友聊一些新聞或時事 05.我會跟網友聊一些休閒或娛樂

⁷³ 陳嬾竹，網路與真實人際關係、人格特質及幸福感之相關研究（屏東：屏東師範學院教育心理與輔導系碩士論文，2002年）。

	06.我會跟網友聊到感情話題 07.跟網友聊天時，我有被關心的感覺 08.跟網友聊天時，我會有朋友陪伴的感覺 09.跟網友聊天時，讓我覺得我們是同一個團體的 10.跟網友聊天時，我能得到有用的訊息
--	--

肆、人口統計變項

人口統計變項即是本研究問卷的個人基本資料之部份，其中，包括了「性別」、「家中排行」、「學業成績」、「網路使用時間」、「家長對學童使用網路之態度」。本研究在人口統計變項的衡量方式係使用名目尺度，茲將人口統計變項的類別區分情形，列示如表 3-4 所示。

表 3-4 人口統計變項之問卷量表

變數	分類項目
性別	男生；女生
家中排行	第 1；第 2；第 3；第 4
學業成績	1~10 名；11~20 名；21~30 名；31~40 名
網路使用時間	7 小時以下；8~14 小時；15~21 小時；22~28 小時；29~35 小時；36 小時以上
家長對學童使用網路之態度	放任；希望不影響課業；必須維持成績才能上網；禁止上網

第三節 資料的搜集與抽樣情形

本研究目的在瞭解國小學童使用社群網站行為對於人格特質與人際關係的影響因素，因此選擇臺中市龍井區國小六年級學童為研究對象。由於臺中地區寬頻網路發達，影響之處無遠弗屆，且如 Facebook、無名小站、Plurk 和 Twitter 等新興社群網站，許多學童皆有其帳號且積極參與其中，透過系統化研究國小高年級學童使用社群網路的行為作為分析，有其代表性的意義。目前龍井區國小六年級學童人數為 849 人，本研究擬便利抽樣抽取各校部份班級做為資料蒐集對象，以本研究自製問卷作為研究工具。

表 3-5 臺中市龍井區國小六年級班級數與學童人數

校名	班級數	男生	女生	小計
龍井國小	5	67	80	147
龍泉國小	5	84	75	159
龍津國小	5	70	61	131
龍峰國小	7	115	108	223
龍山國小	3	44	40	84
龍港國小	1	13	14	27
龍海國小	3	41	37	78

資料來源：臺中市教育局學校資料查詢網站（線上檢索日期：2011.12.20.）

第四節 資料處理與統計分析

本研究問卷調查回收完畢後，先檢視受測學生在問卷的填答情形，以剔除資料填寫不完全者，之後即進行編碼登錄工作，並將所蒐集的資料鍵入 SPSS for Windows 12.0 版電腦套裝軟體程式，以進行統計資料的分析。本研究茲將資料分析的方法說明如下：

壹、敘述性統計分析（Descriptive Statistics）

為了瞭解本研究所調查的基本資料變數之相關資訊，將進行樣本分佈的次數分配、有效百分比分析，藉以瞭解樣本結構情形。

貳、因素分析（Factor Analysis）

因素分析是屬於多變量分析方法中相依分析（Analysis of Interdependence）的其中一種技術，其目的是要將彼此相關的變數（即問項），轉化為少數有概念化意義的因素。此外，因素分析的目的亦在於求得量表的建構效度（Construct Validity）。⁷⁴本研究將對五大人格特質、社群網站使用行為、真實人際關係與網路人際關係等量表中的各題項進行因素分析，藉以萃取出適當的因素構面。

⁷⁴ 吳明隆，SPSS 統計應用實務（臺北市：松崗，2000 年）。

參、信度分析 (Reliability Analysis)

信度是指測量資料的可靠性，即是一份測驗所測得的結果之「穩定性」或「一致性」。而 Cronbach's α 係數是測量內部一致性的方法，適合針對 Likert 量尺進行信度分析。針對因素分析後所萃取出因素構面，本研究採用 Cronbach's α 係數來評估因素構面之量表的內部一致性。除此，本研究也將以分項對總項 (Item-to-Total) 的相關係數值來檢視各構面的分項 (Item) 對構面的總項 (Total) 的關係程度，以此作為內部一致性之用。

肆、線性結構方程分析 (Structural Equation Model Analysis, SEM)

結構方程模式 (SEM) 是一種用途廣泛的多變量技術，屬於驗證性實證研究的資料分析法，能同時處理多組變項間的關係，其目的在探究變數間的因果關係以驗證理論。

SEM 模式中包括兩部分：一為測量模式 (Measurement Model)，另一為結構模式 (Structural Model)。測量模式也就是驗證性因素分析 (Confirmatory Factor Analysis, CFA)，主要是確認觀察變數是否能將潛在變數精確地衡量出來；結構模式是一種以迴歸為基礎的多變量統計技術，其目的在探討潛在變數與潛在變數之間的路徑關係。

本研究將採用 SEM 來進行本研究架構的驗證分析，透過測量模式藉以驗證模式中的觀察變數是否能充分解釋其潛在變數，同時透過結構模式來探究各潛在變數之間的顯著關係。除此，在測量模式的分析中將以獲得的標準因素負荷量來檢驗研究變數的信度與效度，其中以各構面的組合信度 (Composite Reliability, CR)，以進行信度的測定，以平均變異抽取量 (Average Variance Extracted, AVE) 來檢視因素構面的收斂效度與區別效度。

伍、迴歸分析 (Regression Analysis)

迴歸 (Regression) 是在兩變項間的相關線性關係基礎之上，進一步分析兩變項之間的預測關係。⁷⁵本研究以多元線性迴歸分析分別探討：人格特質的五大面向對社群網站使用行為與人際關係之影響。

⁷⁵ 邱皓政，結構方程模式－LISREL 的理論、技術與應用 (臺北市：雙葉書廊，2003)。

陸、獨立樣本 t 檢定

有關二個平均數差異的檢定可以透過 t 檢定來考驗是否具有顯著差異。獨立樣本 t 檢定，乃是用來比較兩組不同樣本測量值的平均數是否具有顯著差異。本研究利用獨立樣本 t 檢定來探討人口統計變數之兩個類別變項對社群網站使用行為、人際關係是否有顯著的差異。

柒、變異數分析 (Analysis of Variance, ANOVA)

若要進行三組以上母群體平均數的顯著性考驗時，則應使用變異數分析。本研究為瞭解基本資料變項對社群網站使用行為、人際關係是否有差異情形存在，因此將使用單因子變異數分析做檢定。若檢定結果達到顯著水準，則再以 Duncan 多重比較程序 (Multiple Comparison Procedures) 檢定來瞭解各群組間差異的大小情況。

捌、集群分析 (Cluster Analysis)

集群分析係指根據一組準則變數，將相似的個案集結成一群，而將不相似的個案分成不同群。此法先將每一個事物視為一集群，然後將各集群依序合併，合併之順序完全視合併後集群之組內總變異數之大小而定。凡使組內總變異數產生最小增量的事物即予優先合併，愈早合併之事物表示其間相似性愈高。本研究利用集群分析方法將國小學生在社群網站使用行為予以客觀分群，並透過分群後的群組數對人際關係進行變異數分析，以考驗不同群數的社群網站使用行為在上述變數的表現情形。

第四章 資料分析與實證結果

本章旨在針對所回收的問卷經編碼後進行資料分析。本章共分四節來陳述，第一節針對研究樣本的基本資料進行次數分配分析；第二節則針對研究架構的問卷變數進行因素分析與信效度檢驗；第三節則是對研究模式的假說進行整體結構模式分析；第四節則是探討個人基本變項在研究變數的差異情形。

第一節 樣本結構分析

本研究問卷之發放對象是以臺中市龍井區國小六年級學童為研究對象。本研究以便利抽樣抽取各校部份班級做為資料蒐集對象，總共發放 360 份問卷，問卷全數收回，其中剔除回答不完整的無效問卷 38 份後之有效問卷為 322 份，有效問卷回收率為 87.4%。茲將問卷回收情形列於表 4-1 所示。

表 4-1 問卷回收情形

	發放 總問卷	回收 問卷	無效 問卷	有效問卷	
				有使用社群網站	無使用社群網站
份數	360	360	38	262	60
百分比	—	100.0%	10.6%	72.7%	16.7%

資料來源：作者自行整理

本研究將回收有效問卷之受訪學生的個人基本資料（即人口統計變數）進行次數分配分析，藉以瞭解樣本結構之樣貌。本研究在人口統計變數計有：性別、家中排行、班上成績、一週（含假日）大約花多少時間上網、父母（家長）對使用網路的態度，總共五個變項。

壹、有使用社群網站部分：

茲將有使用社群網站人口統計變數的次數分配情形列於表 4-2 所示，並說明如下。從性別的面向來看，本研究的有效樣本中以女生佔較多數，其佔樣本比例的 53.4%；至於男生則佔樣本比例的 46.6%。

以家中排行而言，全部受訪學生者中，家中排行在「第一」所佔比例最多，其佔全體有效樣本的 41.6%；其次是排行在「第二」的受訪學生，其佔全體有效

樣本的 32.4%；而排行在「第三」佔 19.5%；排行在「第四」所佔的比例最低，其佔全體有效樣本的 6.5%。

在班上成績的分佈上，班上成績在「1~10 名」的學生其所分佈的比例佔全體有效樣本的 36.3%；「11~20 名」之學生佔全體樣本的 35.5%；「21~30 名」之學生佔全體樣本的 27.9%；至於班上成績在「31~40 名」的學生其僅佔全體樣本的 0.4%。

就受訪學生一週（含假日）大約花多少時間上網而言，主要集中在「7 小時以下」居多，佔全體樣本的 61.5%；其次是「8~14 小時」其佔全體樣本的 21.4%；至於一週（含假日）上網時間在「15~21 小時（6.1%）」、「22~28 小時（2.3%）」、「29~35 小時（3.4%）」或「36 小時以上（5.3%）」的學生，其所佔的比例則佔少數。

就受訪學生的父母（家長）對使用網路之態度而言，大都採取「希望不影響課業」為主，其佔全體樣本的 61.1%；而父母（家長）對使用網路之態度是「必須維持成績才能上網」者，則佔全體樣本的 29.4%；至於採取「放任（6.9%）」或「禁止上網（2.7%）」者所佔的比例較少。

貳、無使用社群網站部分：

茲將無使用社群網站人口統計變數的次數分配情形列於表 4-2 所示，並說明如下。從性別的面向來看，本研究的有效樣本中以女生佔較多數，其佔樣本比例的 41.7%；至於男生則佔樣本比例的 58.3%。

以家中排行而言，全部受訪學生者中，家中排行在「第一」所佔比例最多，其佔全體有效樣本的 55%；其次是排行在「第二」的受訪學生，其佔全體有效樣本的 35%；而排行在「第三」佔 8.3%；排行在「第四」所佔的比例最低，其佔全體有效樣本的 1.7%。

在班上成績的分佈上，班上成績在「1~10 名」的學生其所分佈的比例佔全體有效樣本的 35%；「11~20 名」之學生佔全體樣本的 35%；「21~30 名」之學生佔全體樣本的 18%；至於班上成績在「31~40 名」的學生為 0%。

就受訪學生一週（含假日）大約花多少時間上網而言，主要集中在「7 小時以下」居多，佔全體樣本的 71.6%；其次是「8~14 小時」其佔全體樣本的 20%；

至於一週(含假日)上網時間在「15~21小時(6.7%)」、「22~28小時(1.7%)」；而「29~35小時(3.4%)」或「36小時以上(5.3%)」的學生，其所佔的比例皆為0%。

就受訪學生的父母(家長)對使用網路之態度而言，大都採取「希望不影響課業」為主，其佔全體樣本的28%；而父母(家長)對使用網路之態度是「必須維持成績才能上網」者，則佔全體樣本的25%；至於採取「放任(0%)」或「禁止上網(4%)」者所佔的比例較少。

表 4-2 樣本次數分配

基本資料變數	類別	有使用社群網站		無使用社群網站	
		次數 (<i>n</i> =262)	百分比	次數 (<i>n</i> =60)	百分比
性別	男生	122	46.6%	25	41.7%
	女生	140	53.4%	35	58.3%
家中排行	第一	109	41.6%	33	55%
	第二	85	32.4%	21	35%
	第三	51	19.5%	5	8.3%
	第四	17	6.5%	1	1.7%
班上成績	1~10名	95	36.3%	21	35%
	11~20名	93	35.5%	21	35%
	21~30名	73	27.9%	18	30%
	31~40名	1	0.4%	0	0%
一週(含假日) 大約花多少時間 上網	7小時以下	161	61.5%	43	71.6%
	8~14小時	56	21.4%	12	20%
	15~21小時	16	6.1%	4	6.7%
	22~28小時	6	2.3%	1	1.7%
	29~35小時	9	3.4%	0	0%
	36小時以上	14	5.3%	0	0%
父母(家長)對 使用網路的態度	放任	18	6.9%	3	5%
	希望不影響課業	160	61.1%	28	46.6%
	必須維持成績才能上網	77	29.4%	25	41.7%
	禁止上網	7	2.7%	4	6.7%

資料來源：作者自行整理

第二節 因素分析與信效度檢定

由於測量工具的品质會影響到後續統計分析的可靠性與正確性，因此本節首先針對問卷量表進行因素分析與信效度檢定，藉以獲取結構化因子與確保衡量變數的正確性與一致性。之後本研究再針對所萃取出來的結構化因子進行假設檢定。

壹、因素分析

因素分析是將彼此相關的變數，轉化成少數有概念化意義的因素，以達成濃縮資料、萃取有意義的因素構面為目的。在進行因素分析之前，必需檢視資料以判斷是否適合進行因素分析，學者建議以取樣適合性量數（Kaiser-Meyer-Olkin, KMO）與 Bartlett 球形檢定來判別研究構面或變數或題項是否適合進行因素分析。一般而言，KMO 值判斷準則如下：（1） $KMO < 0.5$ ，則不能使用因素分析；（2） $0.5 \leq KMO < 0.6$ ，則不太適合因素分析；（3） $0.6 \leq KMO < 0.7$ ，因素分析算是普通；（4） $0.7 \leq KMO < 0.8$ ，因素分析還算適合；（5） $0.8 \leq KMO < 0.9$ ，則適合因素分析；（6） $0.9 \leq KMO$ ，則非常適合因素分析。⁷⁶而 Bartlett 球形檢定分析所採用因素個數是否合適，若 p 值具有顯著水準表示因素分析模式適合，表示相關係數足以作為因素分析抽取因素之用。⁷⁷本研究茲將問卷之「人格特質量表」、「社群網站使用行為量表」、「真實人際關係量表」與「網路人際關係量表」之構念變數 KMO 值與 Bartlett 球形檢定所獲得的結果，詳如表 4-3 所示。

表 4-3 KMO 與 Bartlett's 球形檢定的結果

構念	問卷題數	KMO 值	Bartlett's 球形檢定	
人格特質	15	0.766	$\chi^2 /$ 顯著性	1209.502 / 0.000
社群網站使用行為	14	0.924	$\chi^2 /$ 顯著性	1849.776 / 0.000
真實人際關係	10	0.861	$\chi^2 /$ 顯著性	850.247 / 0.000
網路人際關係	10	0.899	$\chi^2 /$ 顯著性	1588.673 / 0.000

資料來源：作者自行整理

透過 KMO 檢定與 Bartlett 球形檢定結果，本研究在各量表構面上的所有問項是適合進行因素分析，因此本研究將針對上述的問卷量表進行因素分析，以獲

⁷⁶ Henry F. Kaiser & John Rice, "Little Jiffy, Mark IV.," *Educational and Psychology Measurement*, Vol.34, No.1 (1974), pp.111-117.

取適當的因素構面。本研究在因素分析時是採取主成份分析法（Principal Component Analysis），並透過最大變異數（Varimax）做直交轉軸（Orthogonal Rotation），使萃取的每個共同因素不受其他共同因素干擾且便於命名，且解釋變異程度也不受影響。本研究取出特徵值大於 1 的因素，⁷⁸再以直交轉軸後的因素負荷量之絕對值大於等於 0.6，且兩兩因素負荷量絕對值差必須大於等於 0.3，才能成為組成該因素的因子，⁷⁹並依學者⁸⁰的建議累積解釋變異量能達到 40%以上，就可採用。

一、人格特質問卷量表之因素分析

本研究在人格特質問卷量表總計 15 題衡量題項，經因素分析時選取特徵值大於 1 的因素後，將未達因素負荷量絕對值大於 0.6 且兩因素負荷量間的絕對值之差大於 0.3 的題項予以剔除後，共萃取出五個因素，其累積解釋變異量為 68.723%。其中，因素一包含 3 個變數，該因素構面可解釋程度達 20.653%，本研究依據題意與理論基礎將予以因素命名為『外向性』；因素二包含 2 個變數，該因素構面可解釋程度達 14.876%，本研究依據題意與理論基礎將予以因素命名為『經驗開放性』；因素三包含 3 個變數，該因素構面可解釋程度達 14.266%，本研究依據題意與理論基礎將予以因素命名為『情緒穩定性』；因素四包含 3 個變數，該因素構面可解釋程度達 10.732%，本研究依據題意與理論基礎將予以因素命名為『嚴謹性』；因素五包含 2 個變數，該因素構面可解釋程度達 8.196%，本研究依據題意與理論基礎將予以因素命名為『親和性』。本研究茲將人格特質問卷量表之因素分析結果列示於表 4-4。

⁷⁷ 邱皓政，*量化研究與統計分析*。

⁷⁸ Joseph F. Hair, Rolph E. Anderson, Ronald L. Tatham & William C. Black, *Multivariate Data Analysis (5th ed.)* (New York: Macmillan, 1998)

⁷⁹ 吳萬益、林清河，*企業研究方法*（臺北市：華泰圖書出版公司，2000 年）。

⁸⁰ Gerald Zaltman & Peter C. Burger, *Marketing Research: Fundamentals & Dynamics* (Harper & Row Inc, 1975) .

表 4-4 人格特質問卷量表之因素分析與信度分析的結果

因素與變數	因素負荷量	特徵值	累積變異量%	item-to-total	α
因素一命名：外向性		3.825	20.653		0.773
01.是一個充滿活力且熱情的人	0.795			0.669	
02.可以很快的融入新的環境	0.727			0.573	
03.人際關係互動常扮演主動的角色	0.718			0.584	
因素二命名：經驗開放性		2.176	35.529		0.722
08.喜歡思考，且富有想像力	0.700			0.571	
07.對於新奇的事物，常感到興趣	0.652			0.571	
因素三命名：情緒穩定性		1.431	49.795		0.740
14.情緒容易受外在人事物影響（反向）	0.826			0.575	
13.容易焦慮和緊張（反向）	0.800			0.597	
15.對不熟悉環境感到不安全感（反向）	0.773			0.525	
因素四命名：嚴謹性		1.150	60.527		0.739
12.是一個約束力高且守紀律的人	0.825			0.548	
11.會預先計劃做事情的步驟	0.794			0.620	
10.凡事小心翼翼不容易衝動	0.701			0.523	
因素五命名：親和性		1.039	68.723		0.622
05.會原諒他人的無理取鬧	0.857			0.552	
04.樂於幫助他人	0.664			0.552	

資料來源：作者自行整理

二、社群網站使用行為問卷量表之因素分析

本研究在社群網站使用行為問卷量表總計 14 題衡量題項，經因素分析時選取特徵值大於 1 的因素後，將未達因素負荷量絕對值大於 0.6 且兩因素負荷量間的絕對值之差大於 0.3 的題項予以剔除後，僅萃取出一個因素，其解釋變異量為 50.396%，該因素涵蓋 9 個變數，本研究依據題意予以因素命名為『社群網站使用行為』。本研究茲將社群網站使用行為問卷量表之因素分析結果列示於表 4-5。

表 4-5 社群網站使用行為問卷量表之因素分析與信度分析的結果

因素與變數	因素 負荷量	特徵 值	累積變 異量%	item-to -total	α
因素命名：社群網站使用行為		4.536	50.396		0.875
04.在社群網站更新自己的近況動態	0.798			0.711	
14.想了解朋友、網友的最新動態	0.757			0.662	
13.在社群網站上觀看朋友、網友文章	0.715			0.616	
05.在社群網站和朋友、網友討論話題	0.706			0.606	
12.會參加網路社團、粉絲團	0.696			0.609	
03.在社群網站中成立社團或舉辦活動	0.693			0.605	
06.在社群網站對朋友網友的文章做評論	0.692			0.591	
09.在社群網站中連結影片、音樂	0.674			0.590	
08.在社群網站上分享朋友網友文章圖片	0.648			0.556	

資料來源：作者自行整理

三、真實人際關係問卷量表之因素分析

本研究在真實人際關係問卷量表總計 10 題衡量題項，經因素分析時選取特徵值大於 1 的因素後，將未達因素負荷量絕對值大於 0.6 且兩因素負荷量間的絕對值之差大於 0.3 的題項予以剔除後，僅萃取出一個因素，其解釋變異量為 63.422%，該因素涵蓋 4 個變數，本研究依據題意予以因素命名為『真實人際關係』。本研究茲將真實人際關係問卷量表之因素分析結果列示於表 4-6。

表 4-6 真實人際關係問卷量表之因素分析與信度分析的結果

因素與變數	因素 負荷量	特徵 值	累積變 異量%	item-to -total	α
因素命名：真實人際關係		2.537	63.422		0.806
08.跟朋友聊天時，我會有朋友陪伴的感覺	0.846			0.689	
07.跟朋友聊天時，我有被關心的感覺	0.840			0.676	
09.跟朋友聊天時，讓我覺得我們是同一個團體的	0.795			0.621	
10.跟朋友聊天時，我能得到有用的訊息	0.696			0.508	

資料來源：作者自行整理

四、網路人際關係問卷量表之因素分析

本研究在網路人際關係問卷量表總計 10 題衡量題項，經因素分析時選取特徵值大於 1 的因素後，將未達因素負荷量絕對值大於 0.6 且兩因素負荷量間的絕對值之差大於 0.3 的題項予以剔除後，共萃取出二個因素，其累積解釋變異量為 70.268%。其中，因素一包含 5 個變數，該構面可解釋程度達 41.676%，本研究依據題意予以因素命名為『網路親密性』；因素二包含 3 個變數，該因素構面可解釋程度達 28.592%，本研究依據題意予以因素命名為『網路訊息性』。本研究茲將真實網路關係問卷量表之因素分析結果列示於表 4-7。

表 4-7 網路人際關係問卷量表之因素分析與信度分析的結果

因素與變數	因素負荷量	特徵值	累積變異量%	item-to-total	α
因素一命名：網路親密性		4.459	41.676		0.884
08.跟網友聊天時，我會有朋友陪伴的感覺	0.849			0.805	
09.跟網友聊天時，讓我覺得我們是同一個團體的	0.847			0.776	
07.跟網友聊天時，我有被關心的感覺	0.829			0.759	
06.我會跟網友聊到感情話題	0.754			0.718	
01.我會跟網友講個人的秘密	0.666			0.553	
因素二命名：網路訊息性		1.163	70.268		0.810
04.我會跟網友會聊一些新聞或時事	0.838			0.706	
05.我會跟網友聊一些休閒或娛樂	0.818			0.604	
03.我會跟網友聊學校的生活或課業	0.784			0.670	

資料來源：作者自行整理

貳、信度分析與效度檢驗

科學研究必須要確保衡量工具的信度與效度。⁸¹信度是指衡量工具所測得的分數一致性或穩定性，本研究藉由信度分析來考驗問卷中的「人格特質」、「社群網站使用行為」、「真實人際關係」與「網路人際關係」等量表之衡量變數經過因素分析後其內部是否具備一致性。通常在李克特（Likert）語意量表中最

⁸¹ Fred N. Kerlinger, *Foundations of behavioral research (3rd ed.)* (New York: Holt, Rinehart and Winston, 1986) .

常使用的方法乃是利用 Cronbach's α 係數衡量各問項之間的一致性，而根據學者⁸²的建議 Cronbach's α 係數在 0.6 以上，其內部一致性水準的信度為可接受的水準；另外，也可藉由每一項目的分數與總分之相關性，來剔除可能不具信度的項目，根據吳萬益與林清河等學者的指出，分項對總項（Item-to-Total）的相關係數值應達到 0.5 為佳。

本研究在人格特質量表的因素構面上，其中『外向性』的 Cronbach's α 係數為 0.773；『經驗開放性』之 Cronbach's α 係數為 0.722；『情緒穩定性』之 Cronbach's α 係數為 0.740；『嚴謹性』之 Cronbach's α 係數為 0.739；『親和性』之 Cronbach's α 係數為 0.622，而上述各因素構面與其問項相關之 Item-to-Total 值，也都大於 0.5 符合學者所建議的門檻，表示人格特質問卷量表經由因素分析萃取出因素構面之內部一致性已達一定之水準。本研究茲將人格特質之各因素構面經由信度分析所獲致的結果，列示於表 4-4 所示。

同樣的，關於社群網站使用行為之信度分析的結果，本研究列示於表 4-5，表中顯示『社群網站使用行為』此一因素的 Cronbach's α 係數為 0.875，而其 Item-to-Total 值也都大於 0.5 的門檻，顯示社群網站使用行為此一因素的內部一致性已達一定之水準。而關於真實人際關係之信度分析的結果，本研究列示於表 4-6，表中顯示『真實人際關係』此一因素的 Cronbach's α 係數為 0.806，而其 Item-to-Total 值也都大於 0.5 的門檻，顯示真實人際關係此一因素的內部一致性已達一定之水準。至於，網路人際關係之各構面及其構面所含問項經信度分析結果，如表 4-7 所示，從表中顯示「網路親密性」與「網路訊息性」等各個構面之 Cronbach's α 值分別為 0.884 與 0.810，而各構面與其問項相關之 Item-to-Total 值，也都符合學者所建議的門檻，表示網路人際關係量表經由因素分析萃取出因素構面後，其構面之內部一致性已達一定之水準。

關於效度是表示一份測驗真正要量測到所要測量的能力或功能之程度，也是要能達到測量目的算是有效的測驗，此種有效程度就稱為效度。⁸³所謂的內容效度是指一個觀念的範圍並分析判斷測量是否能代表此範圍，本研究在人格特質、

⁸² Joseph F. Hair, Rolph E. Anderson, Ronald L. Tatham & William C. Black, *Multivariate Data Analysis* (5th ed.).

⁸³ 陳順宇，*多變量分析*（臺北市：華泰圖書出版公司，2000 年）。

社群網站使用行為、真實人際關係與網路人際關係之間項變數的建立，皆參酌相關研究與過去文獻且經過專家指導後做適度修改而來，故應具有相當程度之內容效度。除此，因素分析之目的除了縮減變數外，另外一個目的在於考驗問卷的效度，亦即以因素分析去有效的抽取共同因素，若此共同因素與理論架構之心理特質甚為接近時，則表示此問卷具有建構效度。本研究係利用因素分析中「主成份分析法」來抽取各變數間的因素負荷量及解釋變異量來驗證其效度，故對於人格特質、社群網站使用行為、真實人際關係與網路人際關係等效度的驗證乃具備建構效度。

第三節 研究模式之假設檢定

本節將說明本研究之觀念性架構的模型分析，本研究採用結構方程模式（Structural Equation Model, SEM）來對架構模型進行分析，以驗證本研究架構中的各項假設。除此，本研究也施以多元迴歸分析來探討五大人格特質對社群網站使用行為與人際關係的影響強度。

壹、研究架構之假設檢定

本研究根據上述因素分析後的因子作為可觀察變數來對研究模型內的潛在構念進行 SEM 的分析與驗證。亦即以『外向性』、『親和性』、『經驗開放性』、『嚴謹性』與『情緒穩定性』等因素視為觀察變數；以因素分析所獲得的「社群網站使用行為」之 9 個原始問卷題項作為觀察變數；以因素分析所獲得的「真實人際關係」之 4 個原始問卷題項作為觀察變數；最後以『網路親密性』、『網路訊息性』等因素視為觀察變數之基礎。將上述各該變數投入本研究所建構的研究模型進行 SEM 分析。針對分析步驟，本研究乃依據學者⁸⁴所提之兩階段步驟，先對測量模式的資料進行檢定，以確認可觀察變數是否能有效的被潛在變數所解釋；再對結構模式進行路徑分析與適配檢定，以檢驗各潛在變數之間的因果關係是否顯著。本研究以 Visual PLS 1.04 軟體進行 SEM 分析，以部份最小平方法（Partial Least Squares, PLS）進行參數估計。

一、測量模式

測量模式的檢測主要目的是確認觀察變數是否能將潛在變數精確地衡量出來，是以評估觀察變數對該潛在變數的因素負荷量以及該因素負荷量是否具有統計之顯著性。根據學者⁸⁵的建議，個別觀察變數對該潛在變數的因素負荷量應在 0.5 以上，且每個觀察變數的因素負荷量需具有統計顯著性。由於 PLS 不提供 p 值而是以 t 值作為統計檢定，因此 t 值的絕對值至少須是 1.96 ($p < 0.05$)，大致上達到顯著。⁸⁶本研究採雙尾檢定 (Two-Tailed)，即 $t > 1.96$, $p < 0.05$ (以*表示); $t > 2.54$, $p < 0.01$ (以**表式); $t > 3.29$, $p < 0.001$ (以***表式)。茲將本研究在 SEM 的分析結果所獲致的測量模式列於表 4-8 所示。根據表 4-8 中得知，各項變數在其相對應潛在構念之因素負荷量的值皆大於 0.5，且達顯著水準 (t 值 > 1.96)，表示本研究所建構的各項變數來衡量其相對應的潛在構念乃具有相當顯著的解釋能力。

另外，組合信度 (Composite Reliability, CR) 與平均變異抽取量 (Average Variance Extracted, AVE) 亦可用來檢驗模式是否為良好的測量模式。⁸⁷組合信度 (CR) 是檢測潛在構念之變數的內部一致性；平均變異抽取量 (AVE) 可用來檢測個別構念是否具備收斂效度。對於 CR 值所接受的門檻是在 0.7 以上，即表示潛在構念之變數具有內部一致性；⁸⁸對於收斂效度，它是從構念的變數中所抽取的變異量，檢測的條件是 AVE 必須大於 0.5，表示構念的問項可以解釋 50%以上的變異量。⁸⁹根據表 4-8 的分析結果，人格特質、社群網站使用行為、真實人際關係與網路人際關係等各該潛在構念的 CR 值與 AVE 值都符合學者所建議的門檻，表示該等構念具備內部一致性，同時也符合收斂效度的要求。

⁸⁴ James C. Anderson & David W. Gerbing, "Structural equation modeling in practice: a review and recommended two-step approach," *Psychological Bulletin*, Vol.103, No.3(May 1988), pp.411-423.

⁸⁵ 邱皓政，*量化研究與統計分析*。

⁸⁶ Kenneth A. Bollen, *Structural equations with latent variables* (New York: Wiley, 1989) .

⁸⁷ Richard P. Bagozzi & Youjae Yi, "On the Evaluation of Structural Equation Models," *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol.16, No.1 (1988) , pp.74-94.

⁸⁸ Wynne W. Chin, "The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling," *Modern Methods for Business Research*, Vol.295, No.2 (1988) , pp.295-336.

⁸⁹ Claes Fornell & David F. Larcker, "Evaluating Structural Equation Models with Unobservables and Measurement Error," *Journal of Marketing Research*, Vol.18, No.1 (1981) , pp.39-50.

表 4-8 人格特質、社群網站使用行為與真實人際關係之 SEM 分析結果

測量模式	因素 負荷量	t-value	CR	AVE
潛在構念－人格特質			0.865	0.511
外向性	0.759	18.815 ^{***}		
親和性	0.690	12.840 ^{***}		
經驗開放性	0.765	19.685 ^{***}		
嚴謹性	0.638	10.092 ^{***}		
情緒穩定性	0.689	10.845 ^{***}		
潛在構念－社群網站使用行為			0.900	0.502
03.成立社團或舉辦活動	0.673	14.375 ^{***}		
04.更新自己的近況動態	0.810	30.090 ^{***}		
05.和朋友、網友討論話題	0.729	16.628 ^{***}		
06.對朋友網友的文章做評論	0.730	22.335 ^{***}		
08.分享朋友網友文章圖片	0.642	13.333 ^{***}		
09.連結影片、音樂	0.653	15.087 ^{***}		
12.會參加網路社團、粉絲團	0.659	13.013 ^{***}		
13.觀看朋友、網友文章	0.707	19.520 ^{***}		
14.了解朋友、網友的最新動態	0.757	25.634 ^{***}		
潛在構念－真實人際關係			0.873	0.633
07.跟朋友聊天時，我有被關心的感覺	0.839	25.849 ^{***}		
08.跟朋友聊天時，我會有朋友陪伴的感覺	0.851	35.852 ^{***}		
09.跟朋友聊天時，讓我覺得我們是同一個團體的	0.768	26.477 ^{***}		
10.跟朋友聊天時，我能得到有用的訊息	0.716	19.421 ^{***}		
潛在構念－網路人際關係			0.874	0.776
網路親密性	0.846	31.902 ^{***}		
網路訊息性	0.915	60.268 ^{***}		

資料來源：作者自行整理

二、結構模式

本研究完成測量模式的考驗後，隨即進行結構模式分析。所謂結構模式主要是檢驗各潛在變數之間的因果關係是否顯著。因此本研究仍使用 PLS 參數估計作為結構模型的分析工具，藉此分析結構模型內研究變數之間關係的強度與方向。另外，也必須評估整體模式是否具備良好的配適度，即是評量所建立的理論模式與樣本資料之配適程度；當配適度愈高，則表示建立的理論模式的可用性愈高；倘若模式整體配適度不好或是模式辨認結果無法辨認，則必須進行模式修正。由於 PLS 不提供配適度指標（Goodness of Fit Index, GFI）的估計，而是以外生變數對於內生變數所能解釋變異量的百分比（ R^2 ），做為檢驗研究模型的預測能力。學者⁹⁰就認為 R^2 是判斷模型好壞的主要指標，其指出配適度的測量只與參數的估計如何與樣本共變異數相配有關係，其與潛在變數的預測能力並無相關。因此， R^2 越大，表示模型解釋度越佳。

本研究驗證人格特質、社群網站使用行為、真實人際關係與網路人際關係等潛在構念之間的因果關係，由於本研究的研究假設均為單向，所以採用單尾檢定（即 $t > 1.645, p < 0.05$; $t > 2.326, p < 0.01$ ）進行假說的檢定標準。⁹¹結構模式的 PLS 分析結果如表 4-9 所示，列出標準化的路徑係數（ γ ）、標準誤差、 t 值及解釋變異量（ R^2 ），同時亦將結構模式之分析結果，彙整於圖 4-1 所示。

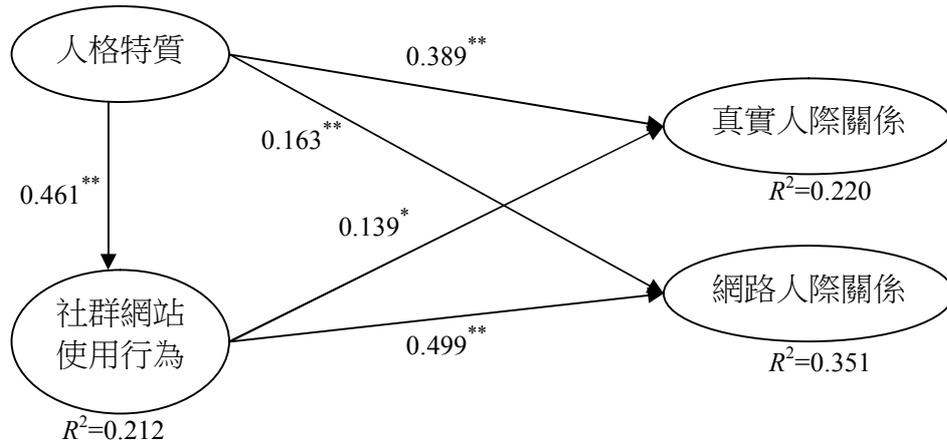
表 4-9 結構模型路徑分析表

結構模型路徑分析				
路徑 (path)	路徑係數(γ)	標準誤差 (SE)	t -value	R^2
人格特質→社群網站使用行為	0.461	0.052	8.859**	0.212
人格特質→真實人際關係	0.389	0.059	6.537**	0.220
社群網站使用行為→真實人際關係	0.139	0.067	2.046*	
人格特質→網路人際關係	0.163	0.057	2.849**	0.351
社群網站使用行為→網路人際關係	0.499	0.061	8.214**	

資料來源：作者自行整理

⁹⁰ Wynne W. Chin, "Issues and opinion on structural equation modeling," *MIS Quarterly*, Vol.22, No.1 (March 1998), pp.7-16.

⁹¹ Hock Hai Teo, Kwok Kee Wei & Izak Benbasat, "Predicting Intention to Adopt Interorganizational Linkages: An Institutional Perspective," *MIS Quarterly*, Vol.27, No.1 (March 2003), pp.19-49.



註：* $p < 0.05$; ** $p < 0.01$; n/s=not significant 資料來源：作者自行整理

圖4-1 結構模型分析結果

本研究在結構模型分析的結果，以整體模型的預測能力來說，「人格特質」可解釋 21.2%「社群網站使用行為」的結果；「人格特質」與「社群網站使用行為」可解釋 22.0%「真實人際關係」的結果；而「人格特質」與「社群網站使用行為」可解釋 35.1%「網路人際關係」的結果。就模型預測力 R^2 來說，依據學者⁹²認為， R^2 是衡量迴歸模式配適度之指標，由於橫斷面資料多屬於隨機樣本，變數間之關係本就較為薄弱，只要 R^2 大於 0.18，模式配合度就合格，而本研究的資料係屬於橫斷面資料，構念的解釋力符合學者所建議的門檻，表示本研究模式具有預測能力。

至於因果模型的路徑係數之估計結果，由 t -value 來判定顯著性，其因果關係如下：

1. 人格特質對社群網站使用行為具有正向的顯著影響 ($\gamma=0.461, p<0.01$)，故本研究 H_1 獲得支持。
2. 人格特質對真實人際關係具有正向的顯著影響 ($\gamma=0.389, p<0.01$)，故本研究 H_{2-1} 獲得支持。
3. 人格特質對網路人際關係具有正向的顯著影響 ($\gamma=0.163, p<0.01$)，故本研究 H_{2-2} 獲得支持。

⁹² 周文賢，多變量統計分析—SAS/STAT 使用方法（臺北市：智勝文化，2002 年），頁 88-89。

4. 社群網站使用行為對真實人際關係具有正向的顯著影響 ($\gamma=0.139, p<0.05$)，故本研究 $H_{3.1}$ 獲得支持。
5. 社群網站使用行為對網路人際關係具有正向的顯著影響 ($\gamma=0.499, p<0.05$)，故本研究 $H_{3.2}$ 獲得支持。

本研究透過結構模式的路徑係數大小可以獲悉，就學生的人格特質對人際關係的影響而言，人格特質影響真實人際關係 ($\gamma=0.389$) 是高於網路人際關係 ($\gamma=0.163$)。就學生在社群網站使用行為對人際關係的影響而言，社群網站使用行為影響網路人際關係 ($\gamma=0.499$) 是高於真實人際關係 ($\gamma=0.139$)。

貳、五大人格特質對社群網站使用行為與人際關係之迴歸分析

本研究在前述 SEM 分析中已驗證人格特質對社群網站使用行為有正向顯著影響，以及驗證人格特質對人際關係的真實人際關係與網路人際關係具有正向顯著影響。如此引發本研究所欲進一步探討五大人格特質的各因素構面，他們對於社群網站使用行為、真實人際關係與網路人際關係的影響強度如何？準此，本研究將以多元迴歸分析來探討五大人格特質之各因素構面對上述的影響。

本研究在迴歸分析中以 F 值檢視整體迴歸模式的顯著性，同時以判定係數 (R^2) 來檢視變數間的解釋能力，並以標準化的迴歸係數 (標準係數 β) 驗證自變數與依變數的影響性。另外鑑定殘差項之間是否彼此獨立，本研究採用 Durbin-Watson Statistic (D-W 值) 來鑑定，通常 D-W 值介於 1.5~2.5 之間表示殘差項之間並無自我相關存在。在決定迴歸分析的模式後，也應進一步檢視自變項間是否有多元共線性 (Multicollinearity) 的問題，也就是自變項間是否有高度相關的問題，Hair⁹³等學者即指出，當 VIF 值大於 10 便具有高度共線性的問題。

一、五大人格特質因素對社群網站使用行為之影響

本研究以五大人格特質因素為自變數，依變數為「社群網站使用行為」，利用迴歸分析法，來驗證五大人格特質因素對社群網站使用行為的預測力與顯著水準。迴歸分析的結果如表 4-10 所示。

⁹³ Joseph F. Hair, Rolph E. Anderson, Ronald L. Tatham & William C. Black, *Multivariate Data Analysis* (5th ed.).

經分析的結果顯示，整體迴歸模式具有統計上的意義（ $F=15.007$, $p<0.001$ ），五大人格特質因素解釋了 22.7%之「社群網站使用行為」的變異量（ $R^2=0.227$ ），其殘差項亦彼此獨立（D-W 值=2.207），而 VIF 值均在 2 以下，顯示各自變數間無嚴重之共線性問題，表示此迴歸模式配適良好。

依據自變數對依變數的檢定結果，人格特質的外向性（ $t=3.277$, $p<0.001$ ）、親和性（ $t=2.433$, $p<0.05$ ）、經驗開放性（ $t=2.062$, $p<0.05$ ）對社群網站使用行為都具有顯著性的正向影響；另外，情緒穩定性（ $t=-4.064$, $p<0.001$ ）對社群網站使用行為具有顯著性的負向影響（意指神經質的人格特質對社群網站使用行為有顯著性的正向影響）。至於，人格特質的嚴謹性（ $t=0.589$, n/s ）則對社群網站使用行為是不顯著的影響。

表 4-10 五大人格特質因素對社群網站使用行為之迴歸分析

依變項：社群網站使用行為					
自變項	迴歸係數	標準係數 (β)	t -value	p -value	VIF
常數	1.945	—	6.424	0.000	—
外向性	0.228	0.225	3.277***	0.001	1.555
親和性	0.151	0.152	2.433*	0.016	1.296
經驗開放性	0.126	0.135	2.062*	0.040	1.419
嚴謹性	0.037	0.036	0.589 ^{n/s}	0.557	1.233
情緒穩定性	-0.194	-0.230	-4.064***	0.000	1.058
F -value=15.007 (p -value=0.000) ; $R^2=0.227$; D-W=2.207					

資料來源：作者自行整理 *表 $p<0.05$; **表 $p<0.01$; ***表 $p<0.001$; n/s 不顯著

二、五大人格特質因素對真實人際關係之影響

本研究以五大人格特質因素為自變數，依變數為「真實人際關係」，利用迴歸分析法，來驗證五大人格特質因素對真實人際關係的預測力與顯著水準。迴歸分析的結果如表 4-11 所示。

經分析的結果顯示，整體迴歸模式具有統計上的意義（ $F=14.753$, $p<0.001$ ），五大人格特質因素解釋了 22.4%之「真實人際關係」的變異量（ $R^2=0.224$ ），其殘差項亦彼此獨立（D-W 值=2.237），表示此迴歸模式配適良好。

依據自變數對依變數的檢定結果，人格特質的外向性 ($t=2.397, p<0.05$)、親和性 ($t=2.245, p<0.05$)、經驗開放性 ($t=4.179, p<0.001$)、情緒穩定性 ($t=-0.174, p<0.05$) 對真實人際關係都具有顯著性的正向影響。至於，人格特質的嚴謹性 ($t=1.108, n/s$) 則對真實人際關係是不顯著的影響。

表 4-11 五大人格特質因素對真實人際關係之迴歸分析

依變項：真實人際關係					
自變項	迴歸係數	標準係數 (β)	t-value	p-value	VIF
常數	1.942	—	6.423	0.000	—
外向性	0.225	0.223	2.397*	0.011	1.555
親和性	0.182	0.184	2.245*	0.023	1.296
經驗開放性	0.237	0.240	4.118***	0.000	1.419
嚴謹性	0.057	0.060	1.063 ^{n/s}	0.269	1.233
情緒穩定性	-0.174	-0.175	-2.672*	0.032	1.058
$F\text{-value}=14.753$ ($p\text{-value}=0.000$) ; $R^2=0.224$; $D\text{-W}=2.237$					

資料來源：作者自行整理 *表 $p<0.05$; **表 $p<0.01$; ***表 $p<0.001$; n/s 不顯著

三、五大人格特質因素對網路親密性之影響

本研究以五大人格特質因素為自變數，依變數為「網路親密性」，利用迴歸分析法，來驗證五大人格特質因素對網路人際關係的網路親密性的預測力與顯著水準。迴歸分析的結果如表 4-12 所示。

經分析的結果顯示，整體迴歸模式具有統計上的意義 ($F=5.831, p<0.001$)，五大人格特質因素解釋了 20.2%之「網路親密性」的變異量 ($R^2=0.202$)，其殘差項亦彼此獨立 ($D\text{-W}$ 值=1.843)，表示此迴歸模式配適良好。

依據自變數對依變數的檢定結果，情緒穩定性 ($t=-3.520, p<0.001$) 對網路人際關係的網路親密性具有顯著性的負向影響（意指神經質的人格特質對網路親密性有顯著性的正向影響）。至於，人格特質的外向性 ($t=0.778, n/s$)、親和性 ($t=1.356, n/s$)、經驗開放性 ($t=1.029, n/s$) 與嚴謹性 ($t=0.912, n/s$) 則對網路親密性是不顯著的影響。

表 4-12 五大人格特質因素對網路親密性之迴歸分析

依變項：網路親密性					
自變項	迴歸係數	標準係數 (β)	t-value	p-value	VIF
常 數	1.932	—	5.309	0.000	—
外向性	0.065	0.057	0.778 ^{n/s}	0.437	1.555
親和性	0.134	0.121	1.791 ^{n/s}	0.075	1.296
經驗開放性	0.076	0.073	1.029 ^{n/s}	0.304	1.419
嚴謹性	0.069	0.060	0.912 ^{n/s}	0.363	1.233
情緒穩定性	-0.203	-0.214	-3.520 ^{***}	0.001	1.058
F -value=5.831 (p -value=0.000) ; R^2 =0.202; D-W=1.843					

資料來源：作者自行整理 *表 $p < 0.05$; **表 $p < 0.01$; ***表 $p < 0.001$; n/s 不顯著

四、五大人格特質因素對網路訊息性之影響

本研究以五大人格特質因素為自變數，依變數為「網路訊息性」，利用迴歸分析法，來驗證五大人格特質因素對網路人際關係的網路訊息性的預測力與顯著水準。迴歸分析的結果如表 4-13 所示。

經分析的結果顯示，整體迴歸模式具有統計上的意義 ($F=11.023$, $p < 0.001$)，五大人格特質因素解釋了 20.7%之「網路訊息性」的變異量 ($R^2=0.207$)，其殘差項亦彼此獨立 (D-W 值=1.881)，表示此迴歸模式配適良好。

依據自變數對依變數的檢定結果，人格特質的外向性 ($t=2.137$, $p < 0.05$)、經驗開放性 ($t=2.017$, $p < 0.05$) 與嚴謹性 ($t=3.070$, $p < 0.01$) 對網路人際關係的網路訊息性都具有顯著性的正向影響。至於，人格特質的親和性 ($t=1.639$, n/s) 與情緒穩定性 ($t=-0.672$, n/s) 則對網路訊息性是不顯著的影響。

表 4-13 五大人格特質因素對網路訊息性之迴歸分析

依變項：網路訊息性					
自變項	迴歸係數	標準係數 (β)	t-value	p-value	VIF
常 數	0.853	—	2.274	0.024	—
外向性	0.185	0.151	2.137*	0.034	1.555
親和性	0.126	0.106	1.639 ^{n/s}	0.102	1.296
經驗開放性	0.170	0.135	2.017*	0.048	1.419
嚴謹性	0.239	0.193	3.070**	0.002	1.233
情緒穩定性	-0.040	-0.039	-0.672 ^{n/s}	0.502	1.058
F -value=11.023 (p -value=0.000) ; R^2 =0.207; D-W=1.881					

資料來源：作者自行整理 *表 $p < 0.05$; **表 $p < 0.01$; ***表 $p < 0.001$; n/s 不顯著

第四節 差異分析

本節首先探討受訪學生的基本資料變數，也就是人口統計變數內的類別因子對社群網站使用行為、人際關係是否有顯著差異，若變項內的因子屬於二元分類時，本研究採用獨立樣本 t 檢定來探討二元分類對上述構念是否有顯著影響；若變項內因子屬於三元或三元以上分類時，本研究採用變異數分析，倘因子對依變數檢定結果具有顯著影響時，則再利用 Duncan 事後檢定，究竟是否哪兩兩因子對依變數存有差異。另外，本研究也使用分群技術將社群網站使用行為的受訪學生分成若干群，藉以探討不同社群網站使用行為群的受訪學生在人際關係的差異情形。

壹、性別對社群網站使用行為與人際關係之差異分析

針對不同性別的學生在社群網站使用行為，與人際關係的真實人際關係、網路親密性、網路訊息性等因素是否具有顯著差異，本研究透過獨立性樣本 t 檢定來檢定男生與女生的兩個樣本是否有顯著差異，其分析結果如表 4-14 所示。

從表 4-14 顯示，變異數同質性 Levene 檢定中，社群網站使用行為 ($F=0.104, n/s$)、真實人際關係 ($F=0.490, n/s$)、網路親密性 ($F=0.105, n/s$) 與網路訊息性 ($F=0.028, n/s$) 皆未達顯著水準。這表示男生與女生兩個樣本之離散情形無明顯差別，亦即兩個樣本在平均數差異之外，並無另外存有差異來源。

本研究透過平均數相等 t 檢定的結果得知：不同的性別在社群網站使用行為 ($t=-3.242, p<0.001$) 與真實人際關係 ($t=-4.707, p<0.001$) 具有顯著性差異。進一步從樣本平均數可獲悉，女生 ($M=3.435$) 在社群網站使用行為的程度是高於男生 ($M=3.112$)，同時女生 ($M=3.945$) 在真實人際關係的互動上也高於男生 ($M=3.508$)。至於，不同的性別在網路人際關係的網路親密性 ($t=-0.606, n/s$)、網路訊息性 ($t=-0.079, n/s$) 等因素上都不具有顯著性的差異。

表 4-14 性別對社群網站使用行為與人際關係之差異分析

	變異數相等 Levene 檢定		平均數相等 <i>t</i> 檢定			
	<i>F</i> -value	<i>p</i> -value	男生 (<i>n</i> =122)	女生 (<i>n</i> =140)	<i>t</i> -value	<i>p</i> -value
社群網站使用行為	0.104	0.747	3.112	3.435	-3.242***	0.001
真實人際關係	0.490	0.485	3.508	3.945	-4.707***	0.000
網路親密性	0.105	0.746	2.486	2.556	-0.606 ^{<i>n/s</i>}	0.545
網路訊息性	0.028	0.867	3.054	3.064	-0.079 ^{<i>n/s</i>}	0.937

資料來源：作者自行整理 *表 $p < 0.05$; **表 $p < 0.01$; ***表 $p < 0.001$; *n/s* 不顯著

貳、家中的排行對社群網站使用行為與人際關係之差異分析

針對學生在家中不同的排行在社群網站使用行為因素上，以及人際關係的真實人際關係、網路親密性、網路訊息性等因素上是否具有顯著差異，本研究在家中排行的分類項目中，其中「排行第四」之樣本數為 17 人，本研究逕自將此項目與「排行第三」合併成為「排行第三（含）以後」，據此將以「排行第一」、「排行第二」、「排行第三（含）以後」等因子投入變異數分析，其分析的結果如表 4-15 所示。

從表中顯示，學生在家中不同的排行對於真實人際關係 ($F=4.120, p < 0.05$) 具有顯著差異，本研究從 Duncan 事後檢定得知，家中排行「第一」與「第二」的學生在真實人際關係的互動上是顯著高於家中排行「第三（含）以後」。至於，家中不同排行學生在社群網站使用行為 ($F=0.936, n/s$)、網路人際關係的網路親密性 ($F=0.269, n/s$)、網路訊息性 ($F=1.321, n/s$) 等因素上都不具有顯著性的差異。

表 4-15 家中的排行對社群網站使用行為與人際關係之差異分析

	第一 (<i>n</i> =109) 1	第二 (<i>n</i> =85) 2	第三以後 (<i>n</i> =68) 3	<i>F</i> -value	<i>p</i> -value	Duncan 檢定
社群網站使用 行為	3.302	3.285	3.256	0.067 ^{<i>n/s</i>}	0.936	—
真實人際關係	3.818	3.826	3.511	4.120***	0.017	(3, 12)
網路親密性	2.535	2.564	2.452	0.296 ^{<i>n/s</i>}	0.744	—
網路訊息性	3.162	3.043	2.916	1.321 ^{<i>n/s</i>}	0.269	—

資料來源：作者自行整理 *表 $p < 0.05$; **表 $p < 0.01$; ***表 $p < 0.001$; *n/s* 不顯著

參、班上的成績對社群網站使用行為與人際關係之差異分析

針對學生在班上的成績對社群網站使用行為因素上，以及人際關係的真實人際關係、網路親密性、網路訊息性等因素上是否具有顯著差異，本研究在班上成績的分類項目中，其中「31~40名」之樣本數為1人，本研究逕自將此項目與「21~30名」合併，據此將以「1~10名」、「11~20名」、「21~30名」等因子投入變異數分析，其分析的結果如表4-16所示。

從表中顯示，學生在班上的成績之不同對於真實人際關係（ $F=4.939$, $p<0.01$ ）具有顯著差異，本研究從Duncan事後檢定得知，班上的成績為「1~10名」的學生在真實人際關係的互動上是顯著高於班上成績為「21~30名」的學生。至於，學生在班上成績之不同對於社群網站使用行為（ $F=1.837$, n/s ）、網路人際關係的網路親密性（ $F=1.210$, n/s ）、網路訊息性（ $F=0.461$, n/s ）等因素上都不具有顯著性的差異。

表 4-16 班上的成績對社群網站使用行為與人際關係之差異分析

	1~10名 ($n=95$) 1	11~20名 ($n=93$) 2	21~30名 ($n=74$) 3	F-value	p-value	Duncan 檢定
社群網站使用 行為	3.342	3.349	3.131	1.837 ^{n/s}	0.161	—
真實人際關係	3.913	3.725	3.540	4.939 ^{**}	0.008	(32, 21)
網路親密性	2.421	2.535	2.640	1.210 ^{n/s}	0.300	—
網路訊息性	3.052	3.129	2.982	0.461 ^{n/s}	0.631	—

資料來源：作者自行整理 *表 $p<0.05$; **表 $p<0.01$; ***表 $p<0.001$; n/s 不顯著

肆、每週上網時間對社群網站使用行為與人際關係之差異分析

針對學生每週上網時間之不同在社群網站使用行為因素上，以及人際關係的真實人際關係、網路親密性、網路訊息性等因素上是否具有顯著差異，本研究在每週上網時間的分類項目中，其中「15~21小時」之樣本數為16人、「22~28小時」之樣本數為6人、「29~35小時」之樣本數為9人、「36小時以上」之樣本數為14人，本研究逕自將上開的項目合併成為「15小時以上」，據此將以「7小時以下」、「8~14小時」、「15小時以上」等因子投入變異數分析，其分析的結果如表4-17所示。

從表中顯示，學生在每週上網時間之不同對於社群網站使用行為（ $F=2.066$, n/s ）、真實人際關係（ $F=0.574$, n/s ）、網路人際關係的網路親密性（ $F=0.674$, n/s ）、網路訊息性（ $F=1.874$, n/s ）等因素上都不具有顯著性的差異。

表 4-17 每週上網時間對社群網站使用行為與人際關係之差異分析

	7hr 以下 ($n=161$) 1	8~14hr ($n=56$) 2	15hr 以上 ($n=45$) 3	F -value	p -value	Duncan 檢定
社群網站使用 行為	3.212	3.333	3.484	2.066 ^{<i>n/s</i>}	0.129	—
真實人際關係	3.781	3.696	3.655	0.574 ^{<i>n/s</i>}	0.564	—
網路親密性	2.561	2.528	2.382	0.674 ^{<i>n/s</i>}	0.511	—
網路訊息性	3.142	2.851	3.022	1.874 ^{<i>n/s</i>}	0.156	—

資料來源：作者自行整理 *表 $p<0.05$; **表 $p<0.01$; ***表 $p<0.001$; n/s 不顯著

伍、父母（家長）對使用網路態度上在社群網站使用行為與人際關係之差異分析

針對學生父母（家長）對使用網路態度上之不同在社群網站使用行為因素上，以及人際關係的真實人際關係、網路親密性、網路訊息性等因素上是否具有顯著差異，本研究在此變數的分類項目中，其中「禁止上網」之樣本數為 7 人，蓋恐不足代表性，是以本研究將之捨棄並視為遺漏值處理，據此將以「放任」、「希望不影響課業」、「必須維持成績才能上網」等因子投入變異數分析，其分析的結果如表 4-18 所示。

從表中顯示，學生父母（家長）對使用網路態度上之不同在社群網站使用行為（ $F=0.108$, n/s ）、真實人際關係（ $F=0.133$, n/s ）、網路人際關係的網路親密性（ $F=0.355$, n/s ）、網路訊息性（ $F=0.697$, n/s ）等因素上都不具有顯著性的差異。

表 4-18 使用網路態度對社群網站使用行為與人際關係之差異分析

	放任 ($n=18$) 1	不影響課業 ($n=160$) 2	須維持成績 ($n=77$) 3	F -value	p -value	Duncan 檢定
社群網站使用 行為	3.277	3.313	3.260	0.108 ^{<i>n/s</i>}	0.897	—
真實人際關係	3.722	3.764	3.711	0.133 ^{<i>n/s</i>}	0.875	—
網路親密性	2.400	2.563	2.490	0.355 ^{<i>n/s</i>}	0.702	—
網路訊息性	2.814	3.068	3.116	0.697 ^{<i>n/s</i>}	0.499	—

資料來源：作者自行整理 *表 $p<0.05$; **表 $p<0.01$; ***表 $p<0.001$; n/s 不顯著

陸、不同之社群網站使用行為群對人際關係的差異

本研究首先針對受訪學生的社群網站使用行為予以適當分群，其次再以分群後的社群網站使用行為之特徵群對人際關係進行差異分析，以檢視哪種特徵的網站使用行為在人際關係的表現情形。

所謂集群分析可分為「層次集群分析法（Hierarchical Methods）」與「非層次集群分析法（Nonhierarchical Methods）」兩類。所謂層次集群分析法也稱為樹狀分群法，以個體間某測量的距離或相似性將個體連結，但事前並不知道分群的個數，而華德法（Ward's Method）是層次集群法中集群效果較佳的一種方法；另外，在非階層式集群分析法中，則是依據其他研究或主觀認定，決定要將群體分成幾群，其使用的方法中以 K-Means 集群分析法較為常用與受歡迎。通常比較受歡迎的是採用二階段法，即先採用「層次集群分析法」找出適當的分群個數後，再使用「非層次集群分析法」將群體依據上述所找出的群數予以分群。

本研究首先嘗試以二階段法進行分群，將社群網站使用行為的 9 個變數以「層次集群法」將全數樣本（ $n=262$ ）進行分群測試，並以華德法凝聚係數求其最適當的分群結果，然而發現凝聚係數遞增量並沒有呈現異常增大的現象，此表示無法求得適當分群數所在（如表 4-19）。因此，本研究逕自採用「非階層式集群分析法」，依據主觀認定，決定要將群體分成三群，並以 K-Means 分析法進行分析，得到最後分群的結果，如表 4-20 所示。從表 4-20 顯示，社群網站使用行為的 9 個變數在群集一、群集二與群集三，其透過變異數分析之檢定後都具有顯著差異，即表示這 9 個變數對分群效果達到顯著差異。

表 4-19 華德法係數凝聚過程表

群數	凝聚係數	係數變動增量
5	83.931	—
4	85.931	2.000
3	87.931	2.000
2	89.931	2.000
1	91.931	2.000

資料來源：作者自行整理

表 4-20 社群網站使用行為之分群結果

變數	群集			F-value	p-value
	群集一 (n=45)	群集二 (n=90)	群集三 (n=127)		
成立社團或舉辦活動	1.69	3.83	2.62	87.039	0.000
更新自己的近況動態	1.91	4.33	3.17	153.995	0.000
和朋友、網友討論話題	2.44	4.30	3.13	81.591	0.000
對朋友網友的文章做評論	2.29	3.94	2.80	64.713	0.000
分享朋友網友文章圖片	1.91	3.94	2.81	73.695	0.000
連結影片、音樂	2.02	4.10	3.00	77.331	0.000
會參加網路社團、粉絲團	1.82	4.18	2.98	96.473	0.000
觀看朋友、網友文章	2.60	4.58	3.53	92.439	0.000
了解朋友網友的最新動態	2.42	4.53	3.44	102.913	0.000

資料來源：作者自行整理

透過表 4-20 的分群結果，本研究檢視各群內在變數上的得分情形並給予分群命名：群集一（ $n=45$ ），該群的學生在社群網站使用行為之各變數中的得分最低，因此命名為「社群網站低度使用群」；群集二（ $n=90$ ），此群集的學生對於社群網站使用行為之各變數中的得分最高，因此命名為「社群網站高度使用群」；群集三（ $n=127$ ），此群集的學生對於社群網站使用行為之各變數中的得分為中等，因此命名為「社群網站中度使用群」。

由於本研究在社群網站使用行為的分群結果區分為三群，因此將藉由變異數分析來檢視「社群網站低度使用群」、「社群網站中度使用群」與「社群網站高度使用群」在真實人際關係、以及網路人際關係的網路親密性與網路訊息性等因素的差異情形，分析結果如表 4-21 所示。從該表獲悉，無論是社群網站低度使用群，或是社群網站中度使用群，或是社群網站高度使用群，其在真實人際關係（ $F=7.441, p<0.00$ ）、以及網路人際關係的網路親密性（ $F=15.747, p<0.001$ ）與網路訊息性（ $F=31.828, p<0.001$ ）都具有顯著性的差異。

就以真實人際關係的差異而言，本研究從 Duncan 檢定得知，「社群網站高度使用群」的學生在真實的人際互動上是顯著高於「社群網站低度使用群」與「社

群網站中度使用群」，而低度使用群與中度使用群對於真實人際關係的互動是沒有差異的。

就以網路親密性的差異而言，本研究從 Duncan 檢定得知，「社群網站高度使用群」的學生在網路親密性的互動程度是最高的，其次是「社群網站中度使用群」的學生，而「社群網站低度使用群」的學生在網路親密性的互動程度是最低的。

就以網路訊息性的差異而言，本研究從 Duncan 檢定得知，「社群網站高度使用群」的學生在網路訊息性的互動程度是最高的，其次是「社群網站中度使用群」的學生，而「社群網站低度使用群」的學生在網路訊息性的互動程度是最低的。

表 4-21 社群網站使用行為分群對人際關係之差異分析

	低度使用 (<i>n</i> =45) 1	高度使用 (<i>n</i> =90) 2	中度使用 (<i>n</i> =127) 3	<i>F</i> -value	<i>p</i> -value	Duncan 檢定
真實人際關係	3.622	3.991	3.606	7.441***	0.001	(31, 2)
網路親密性	2.355	3.592	2.932	15.747***	0.000	(1,3,2)
網路訊息性	2.355	3.593	2.932	31.828***	0.000	(1,3,2)

資料來源：作者自行整理 *表 $p < 0.05$; **表 $p < 0.01$; ***表 $p < 0.001$; *n/s* 不顯著

第五章 結論與建議

本研究旨在探討臺中市國小高年級學童社群網站的使用行為對人格特質與人際關係現況之關係。首先蒐集、閱讀相關之理論文獻，以作為研究架構擬定之基礎；之後進行問卷選定，再進行施測。本研究以100學年度在臺中市就讀的六年級國小學童為研究對象，使用之研究工具為自編之「國小高年級學童人格特質對社群網站使用行為與人際關係問卷」。本研究依照學校規模取樣，回收問卷為322份，回收率89.4%。統計方法採用敘述性統計分析、因素分析、信度分析、迴歸分析、線性結構方程分析、獨立樣本 t 檢定、變異數分析、集群分析。

本章依據前述完成之文獻探討與研究成果，提出以下具體之結論與建議。本章共分為三節進行說明，第一節針對研究發現進行說明，內容包含四個部分：研究架構之假設檢驗；人格特質對社群網站使用行為與人際關係之影響；背景變項對社群網站使用行為與人際關係之影響；不同之社群網站使用行為對人際關係的影響。第二節根據研究發現歸納成結論，提供具體建議以供相關單位作決策，以及教育輔導工作、教師與家長之輔導參考。

第一節 結論

壹、研究架構之假設檢驗

1. 人格特質對社群網站使用行為具有正向的顯著影響。
2. 人格特質對真實人際關係具有正向的顯著影響。
3. 人格特質對網路人際關係具有正向的顯著影響。
4. 社群網站使用行為對真實人際關係具有正向的顯著影響。
5. 社群網站使用行為對網路人際關係具有正向的顯著影響。

本研究發現，就學生的人格特質對人際關係的影響而言，人格特質影響真實人際關係是高於網路人際關係。就學生在社群網站使用行為對人際關係的影響而言，社群網站使用行為影響網路人際關係是高於真實人際關係。

貳、人格特質對社群網站使用行為與人際關係之影響

一、人格特質因素對社群網站使用行為之影響

本研究發現，人格特質的外向性、親和性、經驗開放性對社群網站使用行為都具有顯著性的正向影響；另外，情緒穩定性對社群網站使用行為具有顯著性的負向影響（意指神經質的人格特質對社群網站使用行為有顯著性的正向影響）。至於，人格特質的嚴謹性則對社群網站使用行為是不顯著的影響。

二、人格特質因素對真實人際關係之影響

本研究發現，人格特質的外向性、經驗開放性、親和性、情緒穩定性對真實人際關係都具有顯著性的正向影響。至於，人格特質的嚴謹性則對真實人際關係是不顯著的影響。

三、人格特質因素對網路親密性之影響

本研究發現，情緒穩定性對網路人際關係的網路親密性具有顯著性的負向影響（意指神經質的人格特質對網路親密性有顯著性的正向影響）。至於，人格特質的外向性、親和性、經驗開放性與嚴謹性則對真實人際關係是不顯著的影響。

四、人格特質因素對網路訊息性之影響

本研究發現，人格特質的外向性、經驗開放性與嚴謹性對網路人際關係的網路訊息性都具有顯著性的正向影響。至於，人格特質的親和性與情緒穩定性則對網路訊息性是不顯著的影響。

表 5-1 人格特質對社群網站使用行為與人際關係之影響

	社群網站使用行為	真實人際關係	網路親密性	網路訊息性
外向性	顯著	顯著	不顯著	顯著
親和性	顯著	顯著	不顯著	不顯著
經驗開放性	顯著	顯著	不顯著	顯著
情緒穩定性	顯著	顯著	顯著	不顯著
嚴謹性	不顯著	不顯著	不顯著	顯著

資料來源：作者自行整理

參、背景變項對社群網站使用行為與人際關係之影響

一、性別對社群網站使用行為與人際關係之影響

不同的性別在社群網站使用行為與真實人際關係具有顯著性差異。進一步從樣本平均數可獲悉，女生在社群網站使用行為的程度是高於男生，同時女生在真實人際關係的互動上也高於男生。至於，不同的性別在網路人際關係的網路親密性、網路訊息性等因素上都不具有顯著性的差異。

二、家中的排行對社群網站使用行為與人際關係之影響

學生在家中不同的排行對於真實人際關係具有顯著差異，本研究發現，家中排行「第一」與「第二」的學生在真實人際關係的互動上是顯著高於家中排行「第三(含)以後」。至於，家中不同排行學生在社群網站使用行為、網路人際關係的網路親密性、網路訊息性等因素上都不具有顯著性的差異。然而，隨著生育率下降，家中的新成員增加有限，家中的排行在研究上可能不具影響力，因此，建議往後相關研究須詳加考慮。

三、班上的成績對社群網站使用行為與人際關係之影響

學生在班上的成績之不同對於真實人際關係具有顯著差異，本研究發現，班上的成績為「1~10名」的學生在真實人際關係的互動上是顯著高於班上成績為「21~30名」的學生。至於，學生在班上成績之不同對於社群網站使用行為、網路人際關係的網路親密性、網路訊息性等因素上都不具有顯著性的差異。

成績在現實世界仍具影響力，成績好的同學在家中、同學、師長眼中能獲得較多的關愛，在人際關係上能獲得更多的滿足，至於在網路世界裡，成績的影響並不大。

四、每週上網時間對社群網站使用行為與人際關係之影響

學生在每週上網時間之不同對於社群網站使用行為、真實人際關係、網路人際關係的網路親密性、網路訊息性等因素上都不具有顯著性的差異。根據問卷資料，發現龍井地區的學生在上網時間多為7小時以下(61.5%)，顯示網路成癮的情況並不嚴重。

五、父母（家長）對使用網路態度上在社群網站使用行為與人際關係之影響

學生父母（家長）對使用網路態度上之不同在社群網站使用行為、真實人際關係、網路人際關係的網路親密性、網路訊息性等因素上都不具有顯著性的差異。根據問卷資料，發現龍井地區的父母（家長）對學生使用網路態度多為希望不影響課業（61.1%），顯示本地區的家長對學生的上網時間仍具有約束力，家長對課業的要求頗高。

肆、不同之社群網站使用行為群對人際關係的影響

本研究發現，無論是社群網站低度使用群，或是社群網站中度使用群，或是社群網站高度使用群，其在真實人際關係、以及網路人際關係的網路親密性與網路訊息性都具有顯著性的差異。

就以真實人際關係的差異而言，「社群網站高度使用群」的學生在真實的人際互動上是顯著高於「社群網站低度使用群」與「社群網站中度使用群」，而低度使用群與中度使用群對於真實人際關係的互動是沒有差異的。

就以網路親密性的差異而言，「社群網站高度使用群」的學生在網路親密性的互動程度是最高的，其次是「社群網站中度使用群」的學生，而「社群網站低度使用群」的學生在網路親密性的互動程度是最低的。

就以網路訊息性的差異而言，「社群網站高度使用群」的學生在網路訊息性的互動程度是最高的，其次是「社群網站中度使用群」的學生，而「社群網站低度使用群」的學生在網路訊息性的互動程度是最低的。

第二節 建議

根據上述的研究發現與結論，本節將從學生方面、家長方面、在教師方面與未來研究四個方面分別提出幾點建議，以供相關人員及進一步研究的參考。

壹、在學生方面

「水能載舟，亦能覆舟」。網路世界多采多姿，拓展了視野，豐富了生活，因此，學生本身應建立正確的網路使用觀念，儘早學習時間管理與分配，培養其他休閒活動，而並非將時間耗在虛擬世界中。社群網站功能愈來愈

多，然而其真正目的是在培養人際關係，發揮關懷、互助之精神，而非利用此工具進行言語挑釁、網路霸凌，甚至近來新聞常報導，學生跟網友相約出遊、離家出走，甚至遭網友性侵案件，造成家庭的困擾。因此，建議學生應多培養興趣，充實自我內涵，並能善用網路的資源，發揮網路的特性，利用網路來擴展真實生活中的人際關係，建立與父母、師長、同儕良好之關係，而非沉迷網路世界，否則容易陷入網路這個無盡的深淵，因而傷害自己或家人。

貳、在家長方面

隨著科技產品推陳出新，資訊科技產品的價格越來越親民，父母也樂於提供相關產品給孩子，因此幾乎是戶戶有電腦，且有寬頻可上網，希望孩子能積極學習。然而給他釣竿，卻沒有教他怎麼釣，孩子只能自己摸索，反而容易走偏，甚至有父母將電腦當成臨時保姆，認為孩子只要不要出門，應該就不會做壞事，殊不知網路世界其實充滿陷阱，一不小心恐造成無法彌補的傷害。因此，家長應做到以下幾點，陪孩子同步成長和學習，才能優游於網路的虛擬世界，讓網路的功用能確實發揮：（1）適時的介入與關心，平時建立良好的互動；（2）家長應用尊重和鼓勵的態度，指導學童良好的網路使用行為；（3）家長應具備基本的網路使用常識，掌握孩子的網路使用行為；（4）多跟老師聯繫，了解孩子在校的表現或異樣。

參、在教師方面

「十年樹木，百年樹人」。教學工作已不再只是知識的傳遞，更重要的是培養學生健全的人格，隨著科技的進步，媒體的推陳出新，學生接受新知的管道愈來愈多，並非只侷限書本上，年紀越小的學童，對於科技產品接受度越高，甚至教育體系根本不需教導他們如何使用，他們也能應用自如。學生在社群網站的表現與行為，雖不在教師的管教權之中，但學生在社群網站的行為有可能影響到教室裡的班級經營，因此，提供以下建議，協助教師進行相關教學與輔導工作：（1）科技發展越進步，人際關係越重要，教師不但要培養與學生的關係，更要注意學生之間是否相處融洽，許多學生在網路

社群上有幾百個朋友，但實際人際關係卻疏離冷漠，所以培養為人處世之道相形重要。（2）必須保持彈性、不斷追求新知、接受改變，並教導學生如何利用科技學習。而教師應該具備辨別的能力，判斷新科技是否對於學習有益、是否有效協助教學。（3）掌握學生的狀況，不同人格特質之學生應採適性輔導，對於低學習成就的學生給予更多的照顧和關注，對於弱勢學生更應秉持同理心，讓孩子在學習路上更快樂。（4）建立學生正確價值觀，網路上的一切有時以訛傳訛，有時只是片面之言，教師應利用課堂上機會教育，讓學生了解事實的真相。（5）加強親師關係與親師合作，根據學生個別問題給予適當教養的建議，隨時保持良好暢通的溝通管道。

肆、對未來研究之建議

一、研究對象

本研究是以臺中市龍井區之國小六年級學生為研究對象，有效樣本只有322名，故其結果的推論上受到相當的限制。建議未來的研究者，可以擴大年齡差距，以分析不同年齡層的差異；或者是擴大地區，進行分層隨機抽樣，增加樣本的代表性。

二、在研究變項方面

社群網站使用行為的變項很多，除了人格特質、人際關係之外，還應擴大探討自我概念、自我認同、媒體接受度、生活適應等，以期能利用更多的研究變項找出在這學區發生的原因，對學生做更有效率的輔導。

三、在研究方法方面

本研究採用問卷調查法來蒐集相關資料，但受限於問卷調查法的限制，受訪者較無法完全瞭解問題的情境脈絡，學生個人特質表現，所得的資料可能不夠深入。因此有必要兼採質化的研究方式，彌補量化研究之缺失。就本研究而言，若能對學生進行質化的深入訪談法，藉由訪談方式瞭解社群網站使用行為的動機、態度，才能更能了解學生的情形，甚至可對家長、教師進行訪談，瞭解學生在真實人際關係與網路人際關係的差異。

參考文獻

中文部分

專書：

- 王文科，**教育研究法**（臺北市：五南，1986年）。
- 吳明隆，**SPSS 統計應用實務**（臺北市：松崗，2000年）。
- 吳萬益、林清河，**企業研究方法**（臺北市：華泰圖書出版公司，2000年）。
- 周文賢，**多變量統計分析—SAS/STAT 使用方法**（臺北市：智勝文化，2002年），頁 88-89。
- 林生傳，**教育研究法：全方位的統計與分析**（臺北市：心理，2003）。
- 林崇德，**發展心理學**（臺北市：東華書局，1998年）。
- 邱皓政，**結構方程模式—LISREL 的理論、技術與應用**（臺北市：雙葉書廊，2003）。
- 邱皓政，**量化研究與統計分析**（臺北市：五南，2002）。
- 洪光遠、鄭慧玲譯，Pervin 著，**人格心理學**（臺北市：桂冠出版社，1995年）。
- 張春興，**教育心理學-三化取向的理論與實踐**（臺北市：東華書局，1994年）。
- 張春興，**現代心理學**（臺北市，東華書局，1991年）。
- 陳順宇，**多變量分析**（臺北市：華泰圖書出版公司，2000年）。
- 黃希庭，**人格心理學**（臺北市：東華書局，1998年）。

期刊雜誌：

- 林家瑩、林韋誠、鄭媫媫，「台灣大學生人格特質、人際互動策略與人際關係品質之關連」，**慈濟通識教育學刊**，第6期（2010年12月），頁 29 -50。
- 莊耀嘉、李雯娣，「兒童性格結構：五大模型的本土化檢驗=The Structure of Personality in Taiwanese Children: An Indigenous Lexical Approach to the Big Five Mode」，**中華心理學刊**，第 431 卷第 1 期（2001年6月），頁 65-82。
- 黃厚銘，「網路人際關係的親疏遠近」，**台大社會學刊**，第 28 期（2000年），頁 117-154。

楊淇漪、于富雲，「國小學童臉書使用之初探」，**臺北市立教育大學學報**，第 42 卷第 2 期（2011 年），頁 67-92。

盧諭緯，「昂首向前走」，**數位時代雜誌**，第 190 號（2010 年 3 月），頁 10。

論文：

吳佩蓉，**使用社群網站之行為分析-應用與擴增 UTAUT 理論**（臺南：真理大學資訊應用學系碩士班，2011 年）

李雪芳，**國中生社群網站的使用及參與對於自我概念及人際關係的影響：以 Facebook 為例**（臺北：臺北大學社會學系碩士論文，2011 年）。

沈福財，**國小高年級學童網路成癮初探—以高雄市小港和前鎮地區為例**（高雄：高雄第一課技大學資訊管理研究所碩士論文，2011 年）。

周榮輝，**親子關係、社會支持與網路成癮傾向關係之研究-以南桃園城鄉地區兩所小學為例**（桃園：元智大學資訊社會學研究所碩士論文，2010 年）。

林虹妤，**人格特質對國小高年級學童網路交友態度之影響**（彰化：彰化師範大學資訊管理研究所碩士論文，2011 年）。

林嘉容，**社群網站使用者行為模式之研究-以臉書為例**（臺東：東華大學全球運籌管理研究所碩士論文，2010 年）。

高郁倫，**人格特質對於網路社群知識分享及創造影響情形之研究-以程式設計論壇為例**（臺南：成功大學資訊管理研究所碩士位論文，2010 年）。

陳宥達，**花蓮縣國小高年級學童網路人際關係認同度及其影響因素之研究**（臺東：臺東大學社會科教育研究所碩士論文，2007 年）。

陳彥榕，**誰是我的朋友？Z 世代青少兒之社交關係初探**（臺北：政治大學新聞研究所碩士論文，2010 年）。

陳熾竹，**網路與真實人際關係、人格特質及幸福感之相關研究**（屏東：屏東師範學院教育心理與輔導系碩士論文，2002 年）。

楊明君，**臺北縣國小高年級學童使用部落格之自我揭露與人際關係之研究**（臺東：臺東大學教育研究所碩士論文，2010 年）。

詹清榮，**以 UTAUT 結合凝聚力探討影響 Facebook 的使用意圖：以台灣社群為例**（臺北：臺北科技大學工業工程與管理研究所碩士論文，2011 年）。

蕭鈞彥，**採科技接受模式探討學齡兒童社群網站之行為意圖--以大台南市國小高年級學生使用 Facebook 為例**（嘉義：南華大學資訊管理學系碩士論文，2011 年）。

魏佑寧，網站系統與資訊內容對虛擬社群意識影響之研究—以 Web 2.0 網站為例（高雄：高雄大學資訊管理學系碩士班碩士論文，2009 年）。

英文部分

專書：

Fishbein, M. & Ajzen, I., *Belief, Attitude, Intentions and Behavior: An Introduction to Theory and Research* (Boston: Addison-Wesley, 1975) .

Gardner, H., *Multiple intelligences: The theory in practice*. (New York: Basic Books, 1993) .

Hagel, J. & Armstrong, A., *Net gain: Expanding markets through virtual communities* (Boston: Harvard Business School Press, 1997) .

Hagel, J. & Armstrong, A., *Net gain: Expanding markets through virtual communities* (Boston: Harvard Business School Press, 1997) .

Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L. & Black, W. C., *Multivariate Data Analysis (5th ed.)* (New York: Macmillan, 1998)

Kerlinger, F. N., *Foundations of behavioral research (3rd ed.)* (New York: Holt, Rinehart and Winston, 1986) .

Rheingold, H., *The Virtual Community* (Boston: Addison-Wesley, 1993) .

Zaltman, G. & Burger, P. C., *Marketing Research: Fundamentals & Dynamics* (Harper & Row Inc, 1975) .

期刊雜誌：

Allport, G. W., "The psychology of participation," *Psychological Review*, Vol.52, No.3 (1945) , pp.117-132.

Anderson, J. C. & Gerbing, D. W., "Structural equation modeling in practice: a review and recommended two-step approach," *Psychological Bulletin*, Vol.103, No.3 (May 1988) , pp.411-423.

Asendorpf, J. B. & Denissen, J. A., "Predictive validity of personality types versus personality dimensions from early childhood to adulthood: implications for the distinction between core and surface traits," *Merrill-Palmer Quarterly*, Vol.52, No.3 (2006) , pp.486-513.

- Asendorpf, J. B. & Wilpers, S., "Personality effects on social relationships," *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol.74, No.6 (1998) , pp.1531–1544.
- Bagozzi, R. P. & Yi, Y., "On the Evaluation of Structural Equation Models," *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol.16, No.1 (1988) , pp.74-94.
- Boyd, D. M. & Ellison, N. B., "Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship," *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol.13, No.1 (2007) , pp.210–230.
- Cacioppo, J. T. & Petty, R. E., "The need for cognition," *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol.42, No.1 (1982) , pp.116-131.
- Chin, W. W., "The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling," *Modern Methods for Business Research*, Vol.295, No.2 (1988) , pp.295-336.
- Chin, W. W., "Issues and opinion on structural equation modeling," *MIS Quarterly*, Vol.22, No.1 (March 1998) , pp.7-16.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P. & Warshaw, P. R., "User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models," *Management Science*, Vol.35, No.8 (August 1989) , pp.982-1003.
- Berry, D. S. & Hansen, J. S., "Positive affect, negative affect, and social interaction," *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol.71, No.4(1996) , pp.796-809.
- Fornell, C. & Larcker, D. F., "Evaluating Structural Equation Models with Unobservables and Measurement Error," *Journal of Marketing Research*, Vol.18, No.1 (1981) , pp.39-50.
- Hoadley, C. M., Xu, H., Lee, J. J. & Rosson, M. B. , "Privacy as information access and illusory control: The case of the Facebook News Feed privacy outcry," *Electronic Commerce Research and Applications*, Vol.9, No.1 (2009) , pp.50-60.
- John, O. P., "The Big Five factor taxonomy: Dimensions of personality in the natural language and in questionnaires," *Handbook of personality: Theory and research* (1990) , pp.66-100.
- Kaiser, H. F. & Rice, J., "Little Jiffy, Mark IV.," *Educational and Psychology Measurement*, Vol.34, No.1 (1974) , pp.111-117.
- McCrae, R. R. & John, O. P., "An introduction of the five-factor model and it's applications," *Journal of Personality*, Vol.60, No.2 (June 1992) , pp.175-215.
- Neyer, F. J. & Asendorpf, J. B., "Personality–relationship transaction in young adulthood," *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol.81, No.6(2001) , pp.1190-1204.

- Pfeil, U., Arjan, R. & Zaphiris, P., "Age differences in online social networking – A study of user profiles and the social capital divide among teenagers and older users in MySpace," *Computers in Human Behavior*, Vol.25, No.3 (May 2009) , pp.643–654.
- Ridings, C. M., Gefen, D. & Arinze, B. , "Some antecedents and effects of trust in virtual communities," *Journal of Strategic Information System*, Vol.11, No.3-4 (2002) , pp.271-295.
- Romm, C., Pliskin, N. & Clarke, R., "Virtual communities and society: Toward and Integrative three phase model," *International Journal of Information Management*, Vol.17, No.4 (1997) , pp.261-270.
- Stokes, J. P., "The relation of social networks and individual difference variables to loneliness," *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol.48, No.4 (1985) , pp.981-990.
- Teo, H. H., Wei, K. K. & Benbasat, I., "Predicting Intention to Adopt Interorganizational Linkages: An Institutional Perspective," *MIS Quarterly*, Vol.27, No.1 (March 2003) , pp.19-49.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B. & Davis, F. D., "User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View," *MIS Quarterly*, Vol.27, No.3 (2003) , pp.425-478.

論文、研討會：

- Krishnan, A., *Individual Differences in Users of Online Networking Sites: The Interplay between Personality Traits, Communication and Social Motives, Attitudes and Level of Activity* , University of Connecticut, 2011.
- Dwyer, C., Hiltz, S. & Passerini, K., "Trust and privacy concern within Social networking sites: A comparison of Facebook and MySpace," *Proceedings of the Thirteenth Americas Conference on Information Systems* (Colorado: Keystone, 2007) .
- Boyd, D., "Why youth love social network sites: the role of networked publics in teenage social life," in D. Buckingham eds., *Youth, Identity, and Digital Media*, (MA: MIT Press, 2008) , pp.119~142.
- Fernback, J. & Thompson, B., "Virtual communities: Abort, retry, failure?," *presented for Computer Mediated Communication and the American Collectivity* (New Mexico: annual convention of the International Communication Association, May 1995) .

Inbaria, M., Shayo, C.& Olfman, L., "On Becoming Virtual: The Driving Forces and Arrangements," Proceedings of the 1999 ACM SIGCPR conference on Computer personnel research (New York: SIGCPR '99, 1999) , pp.27-41.

網際網路部分

中文網站：

「2009 全國兒童媒體使用行為調查報告」，**富邦文教基金會**，
http://www.fubonedu.org.tw/2009_全國兒童媒體使用行為調查報告-完整內容.pdf（線上檢索日期：2011.10.20）。

「ARO 觀察 - 社群服務發展概況」，**創市際月刊報告書**，
<http://www.iama.org.tw/upload/ResourceReport/20110830105124836.pdf>（線上檢索日期：2011.10.20）。

「台灣寬頻網路使用調查報告出爐-2011 年台灣地區上網人口增加 73 萬人創歷年新高」，**台網中心電子報**，http://www.myhome.net.tw/2011_06/p01.htm。（線上檢索日期：2011.10.20）

「網際網路簡介」，**教育部電子計算機中心**，
http://www.edu.tw/MOECC/content.aspx?site_content_sn=1725。（線上檢索日期：2012.5.20）

「臺灣社群網路使用者角色緒論」，**創市際市場研究顧問**，
<http://blog.insightexplorer.com/2011/05/24/ix-survey%e8%87%ba%e7%81%a3%e7%a4%be%e7%be%a4%e7%b6%b2%e8%b7%af%e4%bd%bf%e7%94%a8%e8%80%85%e8%a7%92%e8%89%b2%e7%b7%92%e8%ab%96/>（線上檢索日期：2011.12.21）。

<http://blogs.51.net/archives/000584.html>（線上檢索日期：2011.10.20）

中央社，「社群網站熱 美國人最愛泡臉書」，**聯合新聞網**，2011 年 9 月 14 日，
<http://udn.com/NEWS/WORLD/WOR4/6588143.shtml>（線上檢索日期：2011.9.20）。

王志銘，「網路社群」，**網路社會學通訊期刊**，第 36 期（2004 年 1 月），
<http://mail.nhu.edu.tw/~society/e-j/36/36-32.htm>（線上檢索日期：2012.2.12.）。

英文網站：

<http://isites.harvard.edu/fs/docs/icb.topic786630.files/Teens%20Social%20Media%20and%20Health%20-%20NYYPH%20Dept%20Pew%20Internet.pdf>（線上檢索日期：2012.1.22.）

Fernback, J. & Thompson, B., “Virtual communities: Abort, retry, failure?,” *presented for Computer Mediated Communication and the American Collectivity* (New Mexico: annual convention of the International Communication Association, May 1995) . <http://www.ewll.com/user/hlr/texts/Vccivil.html/>. (線上檢索日期：2011.12.12.)

附錄一

各位同學，你們好：

感謝你們撥空填寫此問卷，我的研究主題是社群網站使用行為對國小學童人格特質與人際關係之研究，這不是考試，沒有對錯，也不會告知老師或家長，請你放心作答，您所提供的資料對於本研究有很大的參考價值。本問卷採取匿名填答的方式，所得資料僅供統計分析之用，請您放心並據實逐題填答，非常謝謝您的參與。

敬祝 身體健康 學業進步 平安快樂

南華大學公共行政與政策研究所

指導教授：張心怡 博士

研究生：郭德盛 敬上

中華民國 100 年 4 月 8 日

第一部份：基本資料

下列問題是想了解您的基本資料，請依照自己的實際狀況填答，在適當的 打[√]。

1. 性別：1) 男生 2) 女生
2. 我在家中的排行：1) 第一 2) 第二 3) 第三 4) 第四
3. 我在班上的成績（以上次段考為準）：
1) 1~10 名 2) 11~20 名 3) 21~30 名 4) 31~40 名
4. 您一週（含假日）大約花多少時間上網？
1) 7 小時以下 2) 8~14 小時 3) 15~21 小時 4) 22~28 小時
5) 29~35 小時 6) 36 小時以上
5. 父母（家長）對我使用網路的態度：
1) 放任 2) 希望不影響課業 3) 必須維持成績才能上網 4) 禁止上網

第二部份：真實生活裡的人際互動

下列問題是想瞭解您在現實生活中，與同學、朋友等等相處的情形。請依自身的情形填答，並在 中打[√]，謝謝您的協助。

	非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
01.我會跟朋友講個人的秘密	<input type="checkbox"/>				
02.我會跟朋友談談我的心事	<input type="checkbox"/>				
03.我會跟朋友聊學校的生活或課業	<input type="checkbox"/>				
04.我會跟朋友會聊一些新聞或時事	<input type="checkbox"/>				
05.我會跟朋友會開開玩笑	<input type="checkbox"/>				
06.我會跟朋友聊到感情話題	<input type="checkbox"/>				
07.跟朋友聊天時，我有被關心的感覺	<input type="checkbox"/>				
08.跟朋友聊天時，我會有朋友陪伴的感覺	<input type="checkbox"/>				
09.跟朋友聊天時，讓我覺得我們是同一個團體的	<input type="checkbox"/>				
10.跟朋友聊天時，我能得到有用的訊息	<input type="checkbox"/>				

※各位同學：如果你不曾上社群網站，請直接跳到《第五部份》作答，謝謝。

第三部份：社群網站使用情形 下面是一些有關個人使用社群網站情況的描述，請評估您目前的實際情形是否與句中描述一致。請依自身的情形填答，並在□中打√，謝謝您的協助。	非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
01.我會把自己心情寫在社群網站上	<input type="checkbox"/>				
02.我會把創作的文章放在社群網站上	<input type="checkbox"/>				
03.我會在社群網站中成立社團或舉辦活動	<input type="checkbox"/>				
04.我會在社群網站更新自己的近況動態	<input type="checkbox"/>				
05.我會在社群網站和朋友、網友討論各種話題	<input type="checkbox"/>				
06.我會在社群網站中對朋友、網友的文章做評論與建議	<input type="checkbox"/>				
07.我會對於別人的留言、回覆提出自己的看法	<input type="checkbox"/>				
08.我會在社群網站上分享、引用朋友或網友的文章、圖片	<input type="checkbox"/>				
09.我會在社群網站中連結影片、音樂	<input type="checkbox"/>				
10.我會在社群網站上回應他人的文章	<input type="checkbox"/>				
11.我會在塗鴉牆上留言、回覆	<input type="checkbox"/>				
12.我會參加網路社團、粉絲團	<input type="checkbox"/>				
13.我會在社群網站上觀看朋友、網友的文章	<input type="checkbox"/>				
14.我會想了解朋友、網友的最新動態	<input type="checkbox"/>				

※ 各位同學：如果你不曾上網聊天，請直接跳到《第五部份》作答，謝謝。

第四部份：網路上的人際互動 下列問題是想瞭解您在網路上，跟網友交談、互動的情形。請依自身的情形填答，並在□中打√，謝謝您的協助。	非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
01.我會跟網友講個人的秘密	<input type="checkbox"/>				
02.我會跟網友談談我的心事	<input type="checkbox"/>				
03.我會跟網友聊學校的生活或課業	<input type="checkbox"/>				
04.我會跟網友聊一些新聞或時事	<input type="checkbox"/>				
05.我會跟網友聊一些休閒或娛樂	<input type="checkbox"/>				
06.我會跟網友聊到感情話題	<input type="checkbox"/>				
07.跟網友聊天時，我有被關心的感覺	<input type="checkbox"/>				
08.跟網友聊天時，我會有朋友陪伴的感覺	<input type="checkbox"/>				
09.跟網友聊天時，讓我覺得我們是同一個團體的	<input type="checkbox"/>				
10.跟網友聊天時，我能得到有用的訊息	<input type="checkbox"/>				

第五部份：性格描述 下列的題目，是針對一個人的個性所做的陳述，請 依據您實際感受，在每題最適當的 □ 中打✓	非 常 不 同 意	不 同 意	普 通	同 意	非 常 同 意
01.我是一個充滿活力且熱情的人	<input type="checkbox"/>				
02.我可以很快的融入新的環境	<input type="checkbox"/>				
03.在人際關係的互動上，我常扮演主動的角色	<input type="checkbox"/>				
04.我樂於幫助他人	<input type="checkbox"/>				
05.我會原諒他人對我的無理取鬧	<input type="checkbox"/>				
06.我即使覺得自己理虧，仍不會試圖辯解	<input type="checkbox"/>				
07.對於新奇的事物，我常感到興趣	<input type="checkbox"/>				
08.我喜歡思考，且富有想像力	<input type="checkbox"/>				
09.遇到問題時，我常和他人有不同的看法	<input type="checkbox"/>				
10.我凡事小心翼翼，不容易衝動	<input type="checkbox"/>				
11.我會預先計劃做事情的步驟	<input type="checkbox"/>				
12.我是一個約束力高，且守紀律的人	<input type="checkbox"/>				
13.我容易焦慮和緊張	<input type="checkbox"/>				
14.我的情緒容易受外在的人事物所影響	<input type="checkbox"/>				
15.對於不熟悉的環境，我容易感到不安全感	<input type="checkbox"/>				

~問卷到此結束，請再檢查看看，有無漏勾選的題目~

感謝各位同學的填寫 謝謝！