

南 華 大 學

公共政策研究所

碩士論文

網路社群使用行為對台中市國小六年級學童

班級組織認同之研究

A Study on the Implications of Web Community Using
Behavior towards Class Identity for Senior Students in
Elementary School , Taichung City.

研 究 生：黃正強

指 導 教 授：張心怡

中華民國 101 年 6 月 26 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

網路社群使用行為對台中市龍井區國小六年級學童
班級組織認同之研究

研 究 生：黃正強

經考試合格特此證明

口試委員：
張子樑
張心怡
蔡萃菁

指導教授：張心怡

系主任(所長)：吳清廷

口試日期：中華民國 101 年 6 月 5 日

論文題目：網路社群使用行為對台中市龍井區國小六年級學童

班級組織認同之研究

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：黃正強

指導教授：張心怡博士

中文摘要

本研究旨在了解目前網路社群使用行為對台中市龍井區國小六年級學童班級認同度的現況及其影響因素，並探究背景變項、電腦網路使用經驗、班級對使用電腦網路支持程度與國小高年級學童與家庭、班級組織認同度之間的關係。本研究將以自編之「網路社群使用行為對國小六年級學童班級認同問卷」為測量工具；將以問卷有效樣本進行 299 份以上國小六年級學生進行問卷調查；以 T-test 相關分析等統計方法分析資料，並且歸納解析研究成果。希望透過社群網路便捷性、多樣化以及多面向特性，分析國小高年級學童對網路社群使用行為，且可透過相關性的設計，找出特定因子關係組合引導國小六年級學童對班級組織認同有正面的影響。研究結果顯示不同的使用者特性對於社群網路的使用行為會產生顯著差異，社群網路的知覺易用性、知覺有用性以及使用意願與班級認同感會產生顯著差異。問卷結果顯示國小學童使用網路社群不僅分享個人心情與分享網站遊戲功能，對於協助學習成就，加強與班級互動部份也都有正向的影響。

關鍵字：網路社群 (web community)、網際網路 (internet)、班級組織認同 (class of organizational identification)、國小高年級學童 (senior elementary school children)、科技接受模型理論 (Technology Acceptance Model, TAM)

ABSTRACT

The purposes of this study is to realize the situation of web community using behavior, and to establish the relationships between class of organizational identification and web community using behavior for senior elementary school children in Longjing area, Taichung City. The major characteristic properties of independent variable are separated from several factors, such as background varies, computer experiences, degree of encouragement from familiarly and school and so on. The dependent variables discussed are: the using behavior of web community and class of organizational identification. The measurements of these variables are defined by our own designed questionnaire. The title of the questionnaire is “Questionnaire of web community using behavior in class of organizational identification for elementary school senior students”. The methods of statement statistics, t-test... etc. are used to calculate the significant difference for these dependent and independent variables. The results show the significant difference of using behavior of web community via different the major characteristic properties of student. It can be explained that the behavior of these senior elementary school student are still under controlled for their patents and teacher from school. Therefore, there is also significant differente of class of organizational identification via the TAM analysis of web community using behavior. Finally, the overall results show that the using behavior of web community for senior elementary school students would helpful and bring positive effects on the upgrade of study achievement and more frequency interaction between classmates which enable to increase the organizational identification.

Keywords: web community, internet, class of organizational identification, senior elementary school children, Technology Acceptance Model

目錄

中文摘要.....	II
目錄.....	IV
圖目錄.....	VI
表目錄.....	VII
第一章 緒論.....	1
第一節 研究動機.....	1
第二節 問題意識與目的.....	6
第三節 研究架構.....	8
第四節 研究設計.....	9
第五節 研究範圍及預期的成果.....	12
第二章 文獻回顧.....	15
第一節 國小高年級學童網路社群使用行為相關研究.....	15
第二節 國小高年級學童班級組織認同相關研究.....	22
第三節 科技接受模型理論（TAM）.....	28
第四節 小結.....	32
第三章 研究設計與操作方式.....	33
第一節 研究流程與架構.....	33
第三節 問卷題目的形成與內容.....	37
第三節 研究結果與討論.....	38
第四章 資料分析.....	39
第一節 問卷回收.....	39
第二節 基本資料描述性分析.....	39

第三節 問卷信度分析.....	45
第四節 科技接受模式下研究假設的差異分析	46
第五節 小結.....	67
第五章 結論與建議.....	69
第一節 研究發現與成果.....	69
第二節 未來研究建議.....	71
參考文獻.....	73
附錄.....	79

圖目錄

圖 1 研究因子關係示意圖.....	9
圖 2 科技接受模型.....	29
圖 3 TAM 修正模型-1	31
圖 4 TAM 修正模型-2	31
圖 5 研究架構.....	34

表目錄

表 1 國內學者對於高年級學童網路社群使用行為層面彙整.....	16
表 2 TAM 修正模型	30
表 3 基本背景資料.....	40
表 4 社群網站的使用量表敘述統計.....	44
表 5 班級認同衡量量表敘述統計.....	45
表 6 問卷量表 Cronbach' s α 信賴係數整理.....	46
表 7 學童使用者特性與社群網站的使用的獨立樣本 t 檢定.....	46
表 8 使用者特性與社群網路使用-知覺的易用性部分的獨立樣本 t 檢定	51
表 9 使用者特性與社群網路使用意願部分的獨立樣本 t 檢定.....	55
表 10 知覺有用性因子提出與班級認同因子群進行 t 檢定	60
表 11 知覺有用性因子提出與班級認同因子群進行 t 檢定	62
表 12 社群網路使用意願因子提出與班級認同因子群進行 t 檢定.....	64

第一章 緒論

本研究旨在了解目前網路社群使用行為對台中市龍井區國小六年級學童班級認同度的現況及其影響因素，並探究背景變項、電腦網路使用經驗、班級對使用電腦網路支持程度與國小高年級學童與家庭、班級組織認同度之間的關係。本章主要目的在闡述本研究的動機、目的以及相關名詞作明確的界定。第一章共分為五節：第一節為研究動機；第二節為問題意識與目的；第三節為研究方法的說明；第四節就研究設計內容；第五節為研究範圍及預期的成果。

第一節 研究動機

網際網路無遠弗屆，在人類不斷追求新知的期待下，造就了今日全世界使用網路的浪潮。自 2002 年起台灣網路資訊中心持續進行「台灣寬頻網路使用調查」，至 2011 年 3 月 4 日為止，台灣地區上網人口約有 1,695 萬，較 2010 年之 1,622 萬人，增加約 73 萬人；12 歲以上之曾經上網人口有 1,539 萬人，曾經上網比例為 75.69%，較 2010 年增加了 3.13 個百分點，其中曾經使用寬頻網路人數為 1,435 萬人，寬頻使用普及率為 70.58%，相較於 2010 年增加 3.37 個百分點。值得一提的是，曾經使用行動上網的人口已達 382 萬人，較去年增加 2.61 個百分點；此外已有 3%~9% 的網友將行動上網當作固定的連網方式。¹顯示網路生活已成為現今國民生活所不可或缺的部分。

管理學大師 Drucker 認為學習與教學採用新科技，是國家與文化成功，並使經濟有高度競爭力的一個前提條件。然而獲得成功的關鍵並不只有應用新科技的前提條件，獲得成功的關鍵在於創新。結合科技的優勢與創新的思維，才是獲致

¹ 「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，網址：http://www.myhome.net.tw/2011_06/p01.htm（最後瀏覽日期：2012 年 5 月 10 日）。

任何組織成長，成員順利學習的以及透過成長而獲得認同感的途徑。也因此各國教育莫不絞盡心思計畫如何將創新擴散。Negropont 認為，未來由網路用戶所構成的社群將成為引領日常生活行為的主流，網路不僅僅是交流資訊的捷徑，而且透過網路上的訊息傳遞，不知不覺間，網路社群正在創造一個從未出現過的、組成成員遍及全球性的社會結構。²而現在運用網路所建構的網路社群也是將創新擴散的新管道。

網路社群為近幾年知名網站 Facebook 興起後所流行的名詞，網路社群又稱為虛擬社群 (Virtual Community)，網際網路使用者互動之後，產生的社會群體，指的是一群有著共同興趣，或者同一種身份 (如網路同學會) 的社群。最早的社群起源可以追溯到 17 世紀學者以信件來往的方式，在倫敦成立的皇家學會 (Royal Society)，就是社群文化最早的發源之處。現在一般熟知的網路社群既可稱為虛擬社群、虛擬社區或電子社群，是網際網路使用者互動後，產生的一種社會群體。在網路上從事公眾討論，經過一段時間，彼此擁有足夠的情感後，形成一種人際關係的網路，具有以下特質的社會組織，包含 (1) 表達的自由；(2) 沒有集權的控制；(3) 多對多的傳播；(4) 成員出自於自願的行為等特色。網路社群呈現的形式甚多，包括了早期的電子佈告欄、討論區、MUD，或是近期才出現的部落格、維基百科、網路相簿、網路影像等。林立的網路社群，體現 Web2.0 的使用者為中心概念，透過社群成員彼此的分享與共創，使得人人皆可在網路媒體發聲。網路社群看似是一種社會組織，網民上網追求無政府世界的自由，其實虛擬社群也有等級，有管理人及新鮮人，有網主及過客，前者有權取捨網上資訊，而後者有「服從」或「轉台」他去的自由。

Kollock 認為網路社群的參與動機有三點：預期互惠 (Anticipated reciprocity)、增加認同 (Increased recognition) 以及效能感 (Sense of efficacy)。

² Nicholas Negroponte, *Being Digital* (New York: Alfred A. Knopf, 1995) .

³以下分段敘述其主要意涵：「預期互惠」指的是人們對網路社群進行貢獻時，預期將來也會得到其他社群成員的協助。Kollock 的研究也指出，貢獻度與或的協助的關係具有正向關聯性，使得常常貢獻於社群網路的人也比其他成員獲得協助的機會多。Gouldner 從成本效益（Cost and benefit）的角度出發，認為若使用者評估自身付出與被回饋的價值相等，則有助於往後的繼續貢獻自發度。⁴另外，Rheingold 則認為網路社群中的預期互惠動機其實是禮物交換經濟（Gift economy）結構。⁵禮物交換經濟指的是一種價值交換的經濟系統，提供商品以及服務者並沒有明確的預期回饋對象，即是送禮者沒有期待被回饋，收禮者也沒有責任進行回報，但施與受之間已轉換成一種未明確規定的義務，形成送禮者與收禮者之間的隱晦關係

至於增加認同感部分，一般社群成員在進行貢獻時，希望個人的貢獻能被表彰，所以增加認同也被稱為自我賞識，Rheingold 在 The WELL 的研究指出，增加認同是參與社群的重要因素之一。⁶讓社群成員增加認同的方法就是讓社群成員被他人所知，不要只是無名小卒。Gouldner 指出 1999 年推出的 Epinions，透過給予好文章點數，鼓勵發文者繼續貢獻。⁷論壇 Slashdot 則由社群成員內選出 400 名制裁者來給予文章評價，讓好的文章跟好的作者浮出檯面，獲得鼓勵。⁸1995 年 eBay 更是以名譽系統（Reputation system）來處理有關商品的推薦以及金錢交易，讓使用者更簡單的知道哪些賣家的聲譽較好，在進行交易時比較安心。台灣的批踢踢電子佈告欄系統開發了「推薦文章」的機制，使用者可以透過「推薦此

³ P. Kollock, "The Economies of Online Cooperation: Gifts and Public Goods in Cyberspace," in *Communities in Cyberspace* (London: Routledge, 1999), pp.220-239.

⁴ A. W. Gouldner, "The norm of reciprocity: A preliminary statement," *American Sociological Review*, Vol.25, No.2 (1960), pp.161-178.

⁵ H. Rheingold, *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier* (London: MIT Press, 1993).

⁶ The WELL^(R) 是一個在 Salon.com 的社群網站

⁷ A. W. Gouldner, "The norm of reciprocity: A preliminary statement," *American Sociological Review*, Vol.25, No.2 (1960), pp.161-178.

⁸ 論壇 Slashdot 的網址：<http://slashdot.org/>

篇文章」的方式即時鼓勵發文者的貢獻。雅虎奇摩推出了「奇摩知識+」的服務，提供了便利的評價機制，並依照評價高低授予頭銜等級，鼓勵社群成員貢獻所知。各種不同的名譽系統目的在於讓貢獻得以獲得表彰，增加社群成員的自我認同。而這個方式也被網路巨擘 Google 所採用，並且整合在新型態的「Google +」服務，將網際網路上所有被廣泛瀏覽的網頁、blog、網誌等相關資訊，透過貢獻度排名，提高社群貢獻度的吸引力。名譽系統除了可以增加社群成員的認同，也可透過名譽系統讓網友彼此協助成為彼此的「社會過濾器」(Social filtering)⁵。從知識分享到交易的風險承擔，名譽系統可協助知識的篩選，甚至降低網路交易的風險。

最後則是網路社群成員所追求的效能感，Bandura 在研究中指出，個人會提供有價值的資訊給社群成員，因為這樣的行為可以對這個社群產生影響，滿足他們的自我形象 (Self-image)。⁹維基百科就是一個最佳的例子，它讓任何人都能夠建立新條目，並且修改任何一條存在這個在線百科全書的條目。這些改變是即時的、明顯的，而且全世界都能閱讀到這些條目。

科技接受模式 (TAM, Technology acceptance model) 是由 Davis 以理性行為理論 (TRA, Theory of Reasoned Action) 為基礎發展出來，此模型希望能普遍地用於解釋或預測資訊科技使用的影響因子。¹⁰理性行為理論模型常用於探討人類行為的意圖 (Behavior intention)。¹¹此理論指出人類行為的表現決定於個人的行為意圖，而行為的意圖受個人對此行為的態度 (Attitude toward behavior) 與主觀的標準所影響。

TAM 模型提供一個理論基礎用以了解外部因子對使用者內部的信念 (Beliefs)、態度 (Attitude) 與意圖 (Intention) 的影響，進而影響科技使用的

⁹ A. Bandura, *Self-efficacy In Changing Societies* (New York: Cambridge University Press, 1995) .

¹⁰ F. D. Davis, R. P. Bagozzi & P. R. Warshaw, "User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models," *Management Science*, Vol.35, No.8 (1989) , pp.982-1003.

¹¹ M. Fishbein & I. Ajzen, *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research Reading* (MA: Addison-Wesley, 1975) .

情形。其假定兩個明顯的個人認知因素，亦即認知上的有用性（Perceived usefulness，U）及認知上的易用性（Perceived ease of use，EOU）與科技接受行為最有關係科技接受模式（TAM）相關研究指出科技產品本身的有用性及易用性為使用者是否接受此產品之關鍵因素。根據 Davis 在 1989 年對 TAM 的驗證，獲得幾個對電腦使用上的觀點

1. 使用者的意圖可以預測其對使用電腦的行為。
2. 認知上的有用性是使用電腦意圖的最重要因素。
3. 認知上的易用性是使用電腦意圖的次要決定因素。

TAM 模式研究對於影響科技產品的易用性相關因素，目前仍無定論，不同的科技產品顯示出不同的影響變數。網路社群服務可以視為科技產品的一環，故其本身的易用性、有用性，亦應為國小高年級學童接受及使用數位資訊教育時的關鍵因素。

組織認同指的是當一個人對一團體產生認同時，他會知覺到自己屬於該團體。個人的自我概念與他所知覺的組織有相同的特質時，組織認同就是個人與組織相互知覺認知上的連結，組織成員若對於組織有了認同感，並產生共享的目標與價值觀。¹²Dutton 則進一步定義組織成員用相同的屬性來定義他們自己與組織的情況，當個人的自我概念與自己本身所知覺到的組織有包含相同的特質時，組織與個人將會產生動態認知上的連結，也就是個人對組織產生認同。¹³而班級認同則可認定為同一班級的同學對共同生活的班級組織的一種態度，當班級同學將價值內化到個人心目中時，班級學童便能對班級產生主觀感情連繫，而為班級組織的共同目標奮鬥，如校內各項競賽的班級排名、代表去校外比賽等。所以從巨觀的角度來說，班級組織認同可使班級與班級成員合為一體，因應日益複雜的競

¹² F. Mael & B. E. Ashforth, "Alumni and their alma mater: A partial test of the reformulated model of organizational identification," *Journal of organizational behavior*, Vol.13, No.2 (1992), pp.103-123.

¹³ J. E. Dutton., J. M . Dukerich. & C. V. Harquail, "Organizational images and member identification," *Administrative Science Quarterly*, Vol.39, No.2 (1994) , pp.239-263.

爭環境，快速反應內外的刺激與需求；從微觀角度而言，班級組織認同使同學們對班級組織產生堅固的認同感與歸屬感，提升班級團體成就。對於班級認同的認定程度，不外以對於班級的事物的關心與了解，特別是由學童口述表達像是「我們是某班的同學」、「我們班最近發生什麼事情好有趣」等進行對於班級認同的認定程度評估，過去學者容易將組織認同與組織認定混為一談，但是由目前研究可以清楚了解，認定強調特性，而認同強調歷程，組織認同的定義是組織成員部分的自我概念源自於組織類別的歷程。由於現代網路頻寬建設的普及，數位科技與生活的結合已然已成為現在國小學童不可或缺的一部分，尤其是網路與媒體的推波助瀾，使得國小高年級學童的實際生活與虛擬網路社群人際關係界線日益模糊。進一步說明，目前有許許多多的班級活動，都可透過社群網路的呼朋引伴來進行，如”讚”、”打卡”等社群網路使用行為，或多或少皆具有取代班會的建立活動共識的功能。

目前對於組織研究最關心的是組織的表現，亦即組織效能。組織效能是指組織達成其目標的程度。¹⁴也就是組織成員對於組織預期目標達成績效的程度。班級導師為了帶領班上同學透過共同參與等活動爭取班級榮譽時，班級組織的效能就益發顯得重要，它可以用來評定組織運作的優劣，及衡量組織運作成敗的指標。符合對於組織認同研究所對應的研究重點。

第二節 問題意識與目的

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⁺等），使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上線打怪。

¹⁴ E. Gross & A. Etzioni, *Organizations in society* (N.J.: Prentice-Hall, 1985) .

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。從積極面觀察，網路社群延伸了孩子們的生活空間，使他們接觸比我們以前更為廣闊的世界，認識更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，也複雜了原本屬於國小學童單純的人際關係。

資策會(Foreseeing Innovative New Digiservices, FIND)長期進行「我國網際網路用戶數調查」，定期觀測我國各種網路連線服務之普及狀況。截至 2010 年 12 月底止，我國有線寬頻網路總體用戶數已突破 500 萬用戶大關，為 505 萬。上網普及率高達 47%，經常上網人數達 1079 萬人。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傳統班級組織認同的態度。特別是社群網路熱絡的今日，對外界事物參與的熱烈狀況，可能使得國小高年級學童傳統班級組織與虛擬社群網路組織認同界線逐漸模糊。所以本研究擬以問卷訪查的方式針對此一現象建立模式分析，作為了解目前網路社群使用行為對國小六年級學童班級組織認同度的現況。

對於本研究極欲解答的問題，茲說明如下

- (1) 在高速網路盛行的現在，國小高年級學童對於社群網路使用的行為是否與班級活動有所相關?是否會因為其虛擬社群人際網路的連結而對於現實人際網路的連結產生影響?
- (2) 透過問卷調查國小高年級學童使用者特性，並且結合目前班級活動狀況與社群網絡系統特性，以 TAM 模式分析使用者特性對於班級組織認同度信念與社群網路使用行為與意願是否有所影響?對於這個問題的研究假設為不同的社群網站的設計將對使用者特性產生影響，如使用不同的社群網路系統將造成不同的班級活動參與度，進而影響到使用者對於這些社群網站的接受度。

- (3) 不同社群網路的系統不盡相同，也將影響到使用者的使用習慣與參與度，這些對於影響班級組織認同是否將造成差異？
- (4) 對於班級組織認同感的量表建置，是否可以研究假設的 TAM 模式得到驗證？

第三節 研究架構

本研究透過 Davis 的 TAM 模型，參考諸多學者認為態度無法完全調解有用性認知對使用意圖影響的主張，於研究中省略了原始 TAM 架構中的「使用態度」變項，配合使用者特性（性別、網路使用時間、電腦效能）、環境特性（家庭規範、學校資源、班級組織使用社群網站狀況）、系統特性（網路社群更新頻率、網路社群互動性）等三構面的背景變項，來與班級組織（實際）與網路社群（虛擬）的認同度認知信念、社群網路使用意願及使用行為作相互關係的探討，茲形成本研究的整體架構，其預設的研究架構關係如下圖所示。^{15,16}

¹⁵. B. Szajna, "Empirical evaluation of the revised technology acceptance model," *Management Science*, Vol.42, No.1 (1996), pp.85-92.

¹⁶. Viswanath Venkatesh & Fred D. Davis, "Theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies," *Management Science*, Vol.46, No.2 (February 2000), pp.186-204.

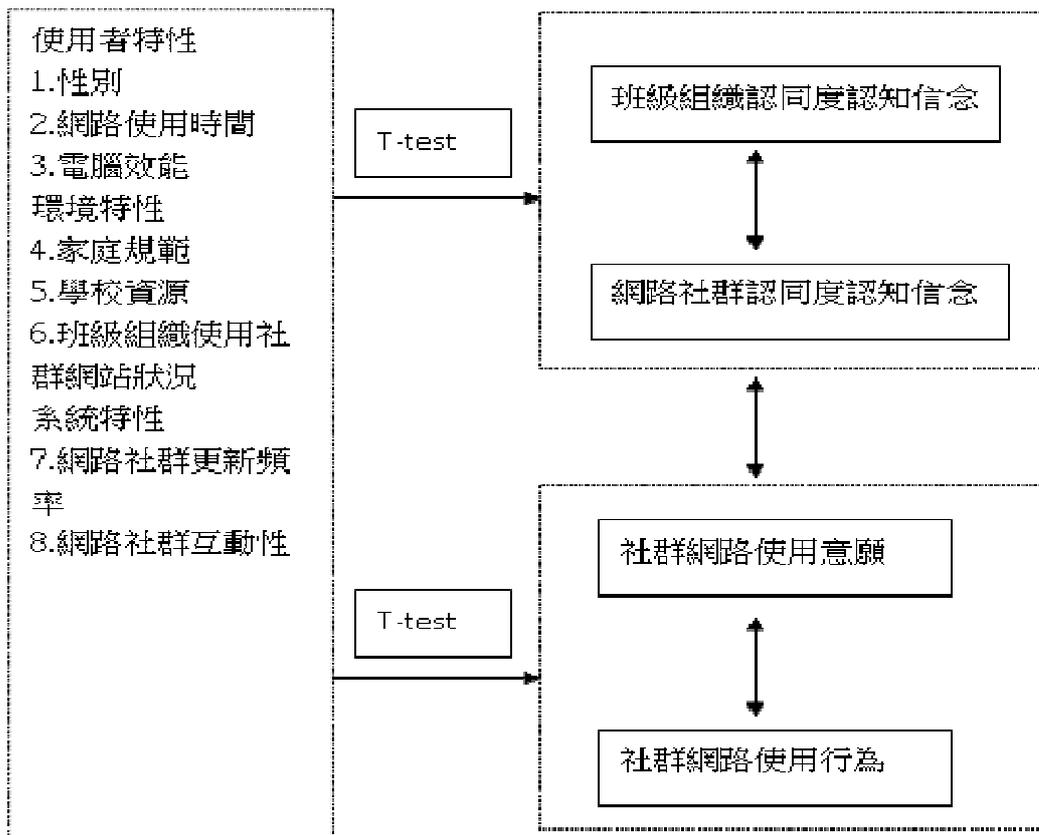


圖 1 研究因子關係示意圖

第四節 研究設計

本研究主要以問卷訪談方式，將問卷資料分類整理歸納，使用者特性，環境特性以及系統特性作為主要架構。其中將使用者特性依類別區分為性別、網路使用時間、電腦效能等；將環境特性區分為家庭規範、學校資源以及班級組織使用社群網站狀況等；系統特性則主要以網路社群更新頻率進行整理歸納。

問卷內容為研究者自行設計之問卷，訪談對象則設定為研究者所執教之國小六年級學童以及班級教師。由於台中地區寬頻網路發達，影響之處無遠弗屆，且如 Facebook、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。目前龍井區某國小六年級學童人數約為 340 人，本研究以 12 個本學

期教師或是學生曾更新或使用班級網站的班級做為資料蒐集對象，以本研究自製問卷作為研究工具，再由這 12 個班級徵求教師同意後，進行教師個別訪談，完成專家訪談資料蒐集。

本研究的研究工具包含「網路社群使用行為對國小六年級學童班級認同問卷」與「教師訪談大綱」二部分。其中，「網路社群使用行為對國小六年級學童班級認同問卷」乃參考 Venkatesh 研究中綜合諸位學者用來檢驗影響科技使用行為相關因子的問卷項目，¹⁷以及吳肇銘的網站互動性項目，編製成本研究的「網路社群使用行為對國小六年級學童班級認同問卷」。¹⁸問卷內容主要包含背景資料及班級組織社群網站的使用二部分。

(一) 網路社群使用行為對國小六年級學童班級認同問卷

1. 基本背景資料

本研究依據使用者特性、環境特性與社群網站系統特性三構面的背景資料，選定性別、網路使用時間、電腦自我效能、外在規範、家中電腦網路設備、班級組織使用社群網站狀況、社群網站更新頻率...等七個背景變項來加以探討後續的學生社群網站使用，以及班級與網路社群認同度分析。

2. 社群網站的使用

(1) 社群網站有用性認知

本研究將「社群網站的有用性認知」定義為學生認為社群網站的使用能有助於學習、溝通或培養班級認同的認知程度，共有 5 題。

(2) 社群網站易用性認知

本研究將「社群網站的易用性認知」定義為學生認為使用社群網站的容易程度，共有 5 題。

¹⁷ Viswanath Venkatesh & Fred D. Davis, "Theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies," *Management Science*, Vol.46, No.2 (February 2000), pp.186-204.

¹⁸ 吳肇銘，影響網站使用意願之因素研究-以入門網站為例（桃園：中央大學資訊管理研究所博士論文，1999 年）。

(3) 社群網站使用意願

本研究的「社群網站的使用意願」，意指學生持續使用社群網站的可能性，衡量題目 4 題。

(4) 社群網站實際使用行為

本研究所指的「社群網站實際使用行為」，是以學生自我認定每週使用社群網站的頻率為依據，衡量的問卷題目為 1 題。

(5) 社群網站使用情形

此部分乃針對學生社群網站使用內容、意見的綜合調查，以作為輔助本研究加以瞭解學生社群網站的實際使用情形，調查的問卷題目共 4 題，包含 1 題開放性意見調查。

(二) 教師訪談大綱

教師訪談方面，採「半結構訪談」的方式，原則上與教師進行訪談前，通常已有研擬好之訪談問題，做為訪談之架構。訪談過程中研究者可有較多控制權，但受訪者仍可充分表達其意見，以獲取完整資料，亦可比較不同訪談之結果。本研究依據教師經營班級網站的角度，事先擬定開放性的相關問題，以做為訪談過程中的導引，藉以用來印證與補充學生問卷的調查結果，並且進行研究中虛無假設的設定，期望能用更全面性的角度探討阻礙師生有效利用社群網站的困境及突破的具體作為。

本研究正式問卷所得資料經 SPSS for Windows 12.0 中文版統計套裝軟體進行分析。針對調查問卷所採取的統計方法主要包含描述性統計、t 檢定相關等方式進行討論。使用這些統計程式的主要理由，希望透過統計上的信度分析來確立問卷品質以及針對較為抽象的班級組織認同感透過科技產品使用意願與行為來進行影響評估。

第五節 研究範圍限制

壹、研究範圍

研究主題為網路社群使用行為與國小班級認同之研究，研究對象限制在有使用網路社群的國小高年級班級。為了順利進行專家訪談，研究對象限制於這些班級的授課教師。

貳、研究限制

為了凸顯主題研究重點，新世代科技設備系統使用的行為與接受度將如何影響高年級學童的班級認同度，研究使用 TAM 模式進行研究架構討論，希望透過科技使用接受模式來評估以及分類使用者特性與行為對於班級認同度的影響。應用此模式合理之處為可以配合 TAM 模式，將使用者特性（性別、網路使用時間、電腦效能）、環境特性（家庭規範、學校資源、班級組織使用社群網站狀況）、系統特性（網路社群更新頻率、網路社群互動性）等三構面的背景變項，來與班級組織（實際）與網路社群（虛擬）的認同度認知信念、社群網路使用意願及使用行為作相互關係的探討。而研究所受到的限制自然與 TAM 模式的限制條件相同。依據 Szajna 指出 TAM 有三個限制，首先，它是很適合用來預測系統的使用行為，但是卻不能用來解釋系統使用行為與任務績效之間的因果關係。¹⁹為此有許多學者指出，系統使用行為的增加與產生更好的任務績效無關，甚至是衰退，如 LeBlanc 指出增加使用可能會導致績效的改善或下降；²⁰Davis 指出使用並不是導致系統產生績效的一個明確因素；²¹O'Reilly 指出當一個系統有正向影響

¹⁹ B. Szajna, "Empirical evaluation of the revised technology acceptance model," *Management Science*, Vol.42, No.1 (1996), pp.85-92.

²⁰ N. G. L. Nguyen, "Corporate image and corporate reputation in customers' retention decisions in services," *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol.8, No.4 (2001), pp.227-223.

²¹ F. D. Davis, R. P. Bagozzi, & P. R. Warshaw, "User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models," *Management Science*, Vol.35, No.8 (1989), pp.982-1003.

時，它一定是可以支援關鍵任務的工具，但是卻無法精確的描述績效的產生狀況。²²

TAM 的第二個限制是模式是以認知的構面為基礎，個人可能會混淆某個 IT(Information technology) 觀點與 IT 使用，Davis 發現個人明顯地混淆在採用 DSS (Decision Support System) 時所使用有效率的”What-If”分析方法，在決策制定階段很難去評估資訊的有用性。²³

TAM 的第三個限制是在實務上，它只能預測系統使用的一般模式，並不能顯示出系統設計如何改善或促進技術的功能。

根據以上 TAM 三個限制，可以了解第一及第二限制是來自於過去 IT 使用的研究中，缺乏對任務的調查。²⁴而第三個限制是來自於 TAM 認知有用性定義應將任務與科技的進行適當的搭配，在實務上才能獲得最佳的解釋。TAM 的缺點是缺乏任務導向，IT 是使用者用來完成組織任務的工具，TAM 的有用性概念隱含任務與科技功能，在任務方面，也就是說使用 IT 若可以使任務可提升績效，那麼在使用者的認知上就會呈現「有用」的信念。²⁵在科技功能方面，Davis 發現技術的有用性可以顯著地預測使用，而有用性也可以說是技術所提供的功能可以協助個人達成任務。²⁶

²² C. A. O'Reilly, III, Chatman, Jennifer, "Organizational commitment and psychological attachment: the effects of compliance, identification, and internalization on prosocial behavior," *Journal of Applied Psychology*, Vol.71, No.3 (1986), pp.492-499.

²³ F. D. Davis, R. P. Bagozzi & P. R. Warshaw, "User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models," *Management Science*, Vol.35, No.8 (1989), pp.982-1003.

²⁴ B. Szajna, "Empirical evaluation of the revised technology acceptance model," *Management Science*, Vol.42, No.1 (1996), pp.85-92.

²⁵ S. A. Walter, "Theory the of User Acceptance of Information Technologies: An Examination of Health Care Professionals," *Systems Sciences*, Vol.1, No.6 (1999).

²⁶ F. D. Davis, R. P. Bagozzi & P. R. Warshaw, "User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models," *Management Science*, Vol.35, No.8 (1989), pp.982-1003.

第二章 文獻回顧

第一節 國小高年級學童網路社群使用行為相關研究

壹、台灣網際網路使用現況研究

網際網路（internet）此概念最早源自於 1960 年代美國國防部所創立的「阿帕網路」（Advanced Research Project Agency Network, ARANET），其設立的目的是最早是用於軍事上，之後網際網路被運用於商業活動上吸引了更多網路使用者。²⁷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。²⁸其中，國小高年級學童的網路使用問題，一直是研究者掛念的焦點。

貳、國小學童網路社群使用現況研究

學生在國小階段各項學習活動，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，尤其到國小高年級（五、六年級），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。

²⁷ K. G. Coffman, & Andrew Odlyzko, "Growth of the Internet," in I. P. Kaminow and T. Li eds, *Optical Fiber Telecommunications IV B: Systems and Impairments*, (Academic Press, 2002), pp. 17-56.

²⁸ 「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，網址：http://www.myhome.net.tw/2011_06/p01.htm（最後瀏覽日期：2012 年 5 月 10 日）。

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。

目前對於國小高年級學童網路行為的研究，大多提到高年級學童對於網路社群的使用行為相當廣泛，且大多數學童皆具有網路使用能力，詳細細分其網路使用行為包含搜尋資料、社交溝通、休閒娛樂以及線上學習等方面²⁹。國內多位學者針對國小高年級學童的社群網路活動的相關研究整理如下表。

表 1 國內學者對於高年級學童網路社群使用行為層面彙整

年代	學者	網路社群使用行為層面
2001	薛秀 ³⁰	調查對象為台北市國中生，主要使用網路活動為網頁瀏覽、電子郵件、線上聊天、網路遊戲。
2002	顧為瑾 ³¹	調查對象為台北市國中生，主要使用網路活動為網路遊戲、電子郵件、網頁瀏覽、資料搜尋、線上聊天。
2002	黃玉萍 ³²	調查對象為台南市高年級學童，主要使用網路活動為電子郵件、網頁瀏覽、資料搜尋。
2002	嚴增虹 ³³	調查對象為高雄市高年級學童，主要使用網路活動為電子郵件、網頁瀏覽、資料搜尋。且認為小型學校對於網路活動的使用程度超過大型學校的學童。
2004	何志宗 ³⁴	調查對象為屏東縣高年級學童，主要使用網路活動為網路遊戲、電子郵件、資料搜尋。

²⁹ 吳秀娟，國小學童網路使用行為及其創造力表現關係之研究（屏東：屏東教育大學社會發展學系碩士論文，2009年）。

³⁰ 薛秀，國中學生電腦網路使用與親子互動關係之研究---以台北市國中學生為例（臺北：臺灣師範大學家政教育研究所碩士論文，2001年）。

³¹ 顧為瑾，台北市國中學生網路行為與學習自我效能之研究（臺北：臺灣師範大學社會教育學系碩士論文，2002年）。

³² 黃玉萍，國小學童網路素養與網路使用現況之研究（臺南：臺南師範學院國民教育研究所碩士論文，2002年）。

³³ 嚴增虹，國小學童網際網路使用者背景、行為與心理特質關係之研究（臺南：臺南大學初等教育學系碩士論文，2002年）。

2004	許明遠 ³⁵	調查對象為台北市高年級學童，主要使用網路活動為資料搜尋、瀏覽網頁、網路遊戲。
2005	施文超 ³⁶	調查對象為彰化縣高年級學童，主要使用網路活動為網路遊戲。
2005	楊易蕙 ³⁷	調查對象為台南市高年級學童及中年級學童，高年級學童主要使用網路活動為網路遊戲、線上聊天，中年級學童主要使用網路活動為資訊學習、網路遊戲為主。
2006	賴昱霖 ³⁸	調查對象為雲林縣高年級學童，主要使用網路活動為資料搜尋、網路遊戲、線上聊天為主。
2008	林婁竹 ³⁹	調查對象為屏東縣高年級學童，主要使用網路活動為資料搜尋、網路遊戲、網頁瀏覽為主。
2008	林宛頻 ⁴⁰	調查對象為台中市高年級學童在瀏覽網頁方面，發現女生會隨著年級的增加而提高瀏覽學習性質網站的比例。

資料來源：本研究整理

由以上所述，高年級學童對於網路使用行為主要集中在資料搜尋、線上聊天、網路遊戲以及網頁瀏覽。所以高年級學童普遍具有網路使用能力，且不同年代的高年級學童對於社群網路的使用行為隨著網路技術的進步，線上頻寬的增

³⁴ 何志宗，國小高年級學生網路使用現況與網路素養之研究—以台中縣為例（臺中：靜宜大學資訊管理學系研究所碩士論文，2005年）。

³⁵ 許明遠，國小高年級學童網路使用行為與自我概念、人際關係之研究-以臺北市兩所國小為例（臺北：臺北市立師範學院社會科教育研究所碩士論文，2005年）。

³⁶ 施文超，彰化縣國小高年級學童網路使用行為、性知識及性態度之相關研究（花蓮：花蓮教育大學社會發展研究所碩士論文，2006年）。

³⁷ 楊易蕙，國小學童網路使用行為與人際關係、自我概念之研究（臺南：臺南大學教育學系碩士論文，2005年）。

³⁸ 賴昱霖，國小學童網際網路使用行為與資訊能力之相關研究—以雲林縣國小高年級為例（雲林：雲林科技大學資訊管理系碩士論文，2007年）。

³⁹ 林婁竹，屏東縣國小高年級學童網路使用現況調查（臺東：臺東大學健康促進與休閒管理系碩士論文，2009年）。

⁴⁰ 林宛頻，臺中市國小高年級學生電腦網路使用行為與同理心發展關係之研究（臺中：臺中教育大學課程與教學研究所碩士論文，2009年）。

加，逐漸偏向線上聊天以及休閒娛樂。這恰巧與社群網路如 Facebook、Google⁺所提供的功能相符。社群網路可以提供瀏覽其上的使用者一個交流、分享資訊的虛擬平台。⁴¹網路的發達讓資訊流通的速度突飛猛進，也因此帶來了許多需要面對和解決的問題。

在網路資訊蓬勃發展的今天，國小學童的休閒娛樂早已不僅僅受限於戶外活動，或是體育遊戲，且有逐漸轉移至電腦多媒體娛樂的趨勢。國小學童的休閒娛樂從傳統的電視卡通、漫畫及遊戲卡等，隨著網路多媒體設備技術的普及，幾乎家家都有寬頻網路的情形下，正逐步擴展到網路遊戲，使得第一次接觸到網路遊戲的年齡有逐漸下滑的趨勢。這如同人類對於事物的看法習慣，所以現在有很多人對網路遊戲所持的觀點也有正反不一分野。蘇船利研究電子多媒體遊戲所得的正負觀點中，正面效果有：1.電子遊戲可以訓練手眼協調的感覺動作技巧，依據皮亞傑的理論，此技巧正是兒童認知發展的基礎。2.電子遊戲能訓練一個人的歸納技巧。3.而電子遊戲是由許多複雜而充滿變數的系統所組成，可以訓練一個人平行處理的技巧。4.很多電子遊戲需要空間技巧，把來自許多不同角度、距離的視覺空間資訊加以協調整合的能力。5.電子遊戲在某些方面比一般的教學遊戲更能發揮教育的功能。例如無法集中精神做功課的兒童在玩電子遊戲時都能集中注意力，從多次的嘗試中獲得進步。6.電子遊戲能提供 11 到 14 歲的青少年攻擊欲望的安全發洩口。7.適當的電子遊戲配合動畫軟體工具，可使兒童瞭解之科學概念加以引申，創造實驗結果。負面效果有：1.電子遊戲對兒童的知識吸收有非常大的影響力，且可能使他們對紊亂又無法控制的真實世界失去耐心。2.玩電子遊戲時間過久的幼童，減少了發展社交技巧的機會。3.青少年長期沉迷電子遊戲，因而忽略鍛鍊身體的活動，影響體能的成長。4.電子螢幕顯示器的模糊不清、反射或閃光可能影響視力。5.在課業方面，青少年耗費太多的時間，影響到學業成

⁴¹ A. Java X. S., T. Finin, and B. Tseng., "Why We Twitter: Understanding Microblogging Usage and Communities," Proceedings of the 9th WebKDD and 1st SNA-KDD 2007 workshop on Web mining and social network analysis (New York : WebKDD/SNA-KDD '07, 2007) , pp.56-65.

績。6.電子遊戲成癮行為，可能產生強迫性行為、對活動缺乏興趣；⁴²想要放棄不玩時，也可能產生心理與生理上的戒斷症狀出現，例如不安感、易被激怒。范家敏研究指出學童電腦資訊使用行為呈現高自我效能，只要予以熟悉並且進行評估，可以發現其在基本操作、軟體應用、網路應用等能力上，學童都容易依照自我需求而容易上手。⁴³而學童對於多媒體電腦使用行為，有百分之九十都是在玩網路遊戲，並且透過呼朋引伴以及同伴間的話題傳播性，使得網路遊戲對於學童班級認同的社群效應更是難以評估。

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，如把自己瘋狂的舉動影片上傳至影音網、將自己清涼照片甚至是和朋友的親密照放到網站上，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。所謂網路成癮是指因為過度使用網路在心理層面產生依賴的行為，就如同藥物成癮對於身體具有制約性一般，網路成癮將在身心方面會產生強迫性上網行為、耐受性和戒斷性現象，並且對生活的正常運作產生負面的影響。⁴⁴美國精神科醫師 Ivan Goldberg 最早於 1996 年提出 IAD 並且將之視為一種行為成癮。近年來，國民生活水準提高，傳統中國傳統文化對教育的重視，認為教育具有高度的價值，加上近幾年少子化的影響下，父母親對子女教育更為重視。網路社群的普及具有正面以及反面的教育意義。社交網站之所以發達，劉佳妍指出網路社群是因人與人之間的串連

⁴² 蘇船利，「虛實難辨的電子奇幻世界」，**師友月刊**，第 416 期（2002 年），頁 35-38。

⁴³ 范家敏，高雄縣國小高年級學童電腦遊戲使用行為與電腦態度、電腦自我效能之相關研究（臺東：台東大學教育研究所碩士論文，2005 年）。

⁴⁴ 吳峻豪，國中學生網路使用行為、網路成癮和自我概念之研究-以台中縣為例（新竹市：中華大學碩士論文，2008）。

關係而形成，也因人際之間的串連力量與同質性團體的聚集。⁴⁵馬斯洛（A.Maslow）的需求層次理論中，其中的社交需求是人人都需要的一種需求，學生使用網路除了玩遊戲，在國小高年級學生的成長階段，正值在意「同儕」看法的年齡層，為了和同儕一樣，即使本來不會即時通、部落格、甚至是部落格，也會在同儕的影響下開始學習使用，以取得同儕的認同，上網交朋友的情況隨著學生年紀增長，情況會持續增加。這也意謂著，社交網站的流行是無可避免的趨勢，教導學生如何針對自己的好友做分類，在國小階段一開始的時候，是有學習的必要。

Web2.0 這個概念，最早是由 O'REILLY 公司的副總裁戴爾多爾蒂（Dale Dougherty）所提出來，他們是世界上著名的電腦圖書出版商之一，第一次提出這個概念正值 2000 年網路泡沫化，當年正是網路發展的轉機。其實，Web2.0 並沒有一個十分精確的定義和解釋，不過 Web2.0 有一些自己的特點和內涵，以區別於 Web1.0，有以下特徵：1、用戶的集體參與（user generated content）：早期的網站內容都是由管理員來增加的，Web2.0 之後，由用戶自己依照自己的需求來添加網站的內容，比如 youtube 一些影音網站、blog、wiki 也是如此，讓用戶參與與自由發揮。在此平台下大家可以貢獻、分享、合作及呈現自己的創作，並允許所有參與者修改彼此的創作，而其伴隨的可能是參與者的成就感。⁴⁶將網站使用權力與價值貢獻還給用戶個人本身，用戶可以決定更多比 Web1.0 的事情。⁴⁷2、網站的平台化：用戶可以將內容或資訊做整合，並延伸到網站以外的地方，比如推到那個網站當連結，都比 Web1.0 更容易設計自己風格的網站，即使不懂得複雜的語法。Web2.0 使用 http 來傳送網頁，它有一個很重要的部

⁴⁵ 劉佳妍，社群網絡口碑傳播與使用者行為關聯之研究-以 Facebook 社群網路為例（臺北：中國文化大學新聞研究所碩士論文，2009 年）。

⁴⁶ 陳威宏，兒童使用超媒體的 Web2.0 創作故事平台之探究--衍生與重組（桃園：中央大學網路學習科技研究所碩士論文，2010 年）。

⁴⁷ 陳建誌，Web2.0 網站使用者之使用動機、行為與滿足之研究（高雄：中山大學傳播管理研究所碩士論文，2010 年）。

分，就是允許只傳送網頁的一部分而不需要傳送整個網頁，可以讓網頁呈現更多元的互動變化。4、更為豐富的互動功能：如 ajax、silverlight、flash...等新的更成熟的網頁技術，使網頁可以和電腦桌球般一樣的互動使用效果。5、通用化的技術標準和規範：在不同的瀏覽器和作業系統上，網頁呈現的效果會有所差距，但 Web2.0 解決了這個問題，還包含 RSS 這樣的技術。由此可見，Web2.0 具備民主和分享的精神，成為一個社會化的工具。⁴⁸

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。

參、國小學童網路社群意識研究

社群意識泛指因地區、興趣以及職業因素集合而成的社群，其中成員感覺彼此緊密相關，並且相信社群能夠滿足個人期望與需求。Kim 在《Community Building on the Web》中指出，人們參與網路社群的動機在於歸屬感的獲得，並透過做出貢獻來建立自尊（self-esteem）以及獲得認同。⁴⁹社群凝聚力則代表了成員社群意識的高低程度。現代社交網站紀元始於一九九七年初，紐約的「六度網站」（sixdegrees.com），它是第一個試圖在使用真名的網友之間找出關係的

⁴⁸ 李翔昊，*SNS 新變革：社群網路的分享、衝擊與新經濟*（臺北：博碩文化，2010）。

⁴⁹ A. J. Kim, *Community Building on the Web: Secret Strategies for Successful Online Communities* (London: Addison Wesley, 2000) .

網站，網站的想法源自「六度分離」概念，朋友、朋友的朋友、朋友的朋友的朋友的關係鏈源自於此，不過隨著 2000 年的網路泡沫，該網站隨即告終。但是這概念也是社交網路的雛型。現今的社交網路服務屬於 Web2.0 的一種，為使用者提供各種聯繫、交流及互動，然而社交網站的界限不一定清楚存在。⁵⁰相簿網和部落格，也算是社交網路嗎？事實上，社交網路不是社群，社交應包含了社群，社交包含了社群應有的功能，但社群較缺乏社交的之間的關係，如果相簿和部落格並沒有適當的朋友關係連結功能、甚至能瀏覽別人的好友清單、顯示幾位共同朋友的話，恐怕只能稱為社群網站，像在臺灣很流行的 BBS（電子布告欄），站臺裡的網友名稱都是暱稱，也不會有太多的個人資料供別人參考，也看不到別人的好友清單，更沒有幾位共同朋友的 BBS 站臺，充其量只能算是社群網站的類型。

國小學童使用 Facebook、無名小站等，常透過動態消息及塗鴉牆下的個人近況欄位、相片、影片等多媒體的匯入，發布個人的感想、生活點滴、更新近況，或與好友互動及聯繫感情。⁵¹塗鴉牆的主要功能在於讓閱聽者藉由數位媒材、圖片、音樂、影片、文字檔、超連結甚至是舉辦活動等來表達自我，建立或延伸自己在網路空間中的虛擬身份。相對的，他與好友也同時能在其個人首頁塗鴉牆上便能看到發布的訊息，並選擇是否要做出評論與回應。這項功能讓身處異地的親朋好友能立即知道對方正在進行的活動或想法，同時能做到非同步的留言及討論，達到連結社群意識的效果。

第二節 國小高年級學童班級組織認同相關研究

⁵⁰ 蔣昕，臉書上的一張臉譜：社交網站上的劃界與展演（新竹：清華大學社會學研究所碩士論文，2010 年）。

⁵¹ B. See Gulnar, S. Balci, & V. Cakir, "Motivations of Facebook, You Tube and similar web sites users," *Bilig*, No.54 (2010), pp.161-184.

壹、組織認同的研究

在組織行為的領域裏，組織認同在過去二十餘年來，一直是一個重要的研究議題，許多研究指出組織認同與組織內的許多現象有關，如歸屬感、滿意度等組織行為。⁵²在組織理論的研究範疇中，組織認同是許多組織行為變項的前因或後續效果的重要變項，且亦被期待是可以解釋組織競爭優（劣）勢來源的重要預測變項。

「認同」（identification）一詞，在不同的時空，不同的適用對象或不同的學術領域中，有許多不同的定義。Freud 於 1899 年首先從心理分析的觀點引用「認同」概念，之後各領域陸續從不同的角度運用認同的概念。舉凡政治學中的國家認同、政黨認同；社會學中的種族認同、階級認同；社會心理學的角色認同、性別認同、青少年認同危機；以及行政學中的團體認同、組織認同等，各領域均有不同的詮釋。

因不同學者的觀點和研究目的，組織認同（organizational identification）在不同研究領域有著不同的定義，茲將國內外學者對組織認同的定義分述如下。Kanter 認為組織認同是一種個人為社會系統付出能量（energy）及忠誠（loyalty）的意願（willingness）。⁵³Patchen 提出組織認同是與其他成員有共享目標或經驗、有團結感及身為組織一份子的感覺，以及組織成員彼此互相支持與彼此忠誠；⁵⁴亦即由相似成份、成員成份、忠誠成份三種現象交互形成。在個人與組織間的交互作用上，Hrebiniak & Alutto 將組織認同定義為由於個人與組織間在賭注或投

⁵² W. L. Johnson, A. M. Johnson, & F. Heimberg, "A primary-and second-order component analysis of the organizational identification questionnaire," *Educational and Psychological Measurement*, Vol.59, No.1 (1999), pp.159-170.

⁵³ R. M. Kanter, "Commitment and social organization: A study of commitment mechanisms in utopian communities," *American Sociological Review*, Vol.33, No.4 (1968), pp.499-517.

⁵⁴ M. Patchen, *Participation, achievement, and involvement on the job* (N.J.: Prentice Hall Canada, 1970).

資 (side-bets or investment) 有交易或改變所造成的結構性現象。⁵⁵Porter & Smith 定義組織認同可以由個人對特定組織的認同和投入的相對強度進行評估。

⁵⁶Salancik *et al* 認為組織認同係個人因受制於自己過去的行為，所產生的一種對組織的投入，這種投入乃是因為個人負擔不起離開的成本，而不得不採取的一種調適行為。⁵⁷Mowday *et al* 提出組織認同係指個人對某一特定組織的認同及投入之態度傾向的相對強度，利用價值認同、努力認同及留職認同三個構面來加以描述，茲將分點簡述如下：（1）價值認同：深信並接受組織之目標及價值。（2）努力認同：願意為組織投注高度的努力。（3）留職認同：具有強烈的慾望，以維持組織成員的身份。⁵⁸

Dutton *et. al* 定義組織認同即為一種社會認同 (social identification) 的特殊形式，也就是個人認為自己是某一個特殊團體中的一員。⁵⁹當一個人認同某一團體時，他會知覺到自己屬於該團體，因此，當個人的自我概念與他所知覺到的組織有相同的特質時，組織認同就是一種個人與組織認知上的連結。⁶⁰O'Reilly & Chatman 組織認同來自於心理依附 (psychological attachment) 中的兩個向度，一是認同 (identification)，即個人對組織及其價值感到驕傲的程度；一是內化 (internalization)，是指個人將組織的價值納為自己所有的程度。⁶¹

⁵⁵ L. G. Hrebiniak, J. A. Alutto, "Personal and role-related factors in the development of organizational commitment," *Administrative Science Quarterly*, Vol.17, No.4 (1972), pp.555-572.

⁵⁶ L. Porter, W. Crampon, & F. Smith, "Organizational commitment and managerial turnovers: A longitudinal study," *Organizational Behavior and Human Performance*, Vol.15, No.1 (1976), pp.87-98.

⁵⁷ G. R. Salancik, *Commitment and the control of organizational behavior and belief* (Chicago: St. Clair-Press, 1977) .

⁵⁸ R. Mowday, L. Porter, & R. Steers, *Employee--organization linkages* (New York: Academic Press, 1982).

⁵⁹ J. E. Dutton, J. M. Dukerich, & C.V. Harquail, "Organizational images and member identification," *Administrative Science Quarterly*, Vol. 39, No.2 (1994), pp. 239-263.

⁶⁰ F. Mael, B. E. Ashforth, "Alumni and their alma mater: A partial test of the reformulated model of organizational identification," *Journal of organizational behavior*, Vol.13, No.2 (1992), pp.103-123.

⁶¹ C. A. O'Reilly, III, Chatman, Jennifer, "Organizational commitment and psychological attachment: the effects of compliance, identification, and internalization on prosocial behavior," *Journal of Applied Psychology*, Vol. 71, No.3 (1986), pp.492-499.

綜上所知，當個人認同某一團體時，他會知覺到自己是屬於該團體的，進而會內化組織中其他成員的價值和態度。當成員認同組織時，對其工作動機、組織的目標、組織的活動、組織的績效、工作滿意度等，都會產生一些連結與影響。不管是民間企業或政府機關，當組織內部凝聚力強，組織成員具有高度「我們」的信念，將組織價值內化到個人心目中時，組織個體便能對組織產生主觀感情連繫，而為組織的共同目標奮鬥。

貳、國小學童對於班級組織認同研究

Erikson 指出，青少年期是發展個人認同（self-identity）的重要時期，自我認同的確立讓個體對自己在不同的時間裡仍能維持一個穩定的印象與評價，對未來擁有一套理想，以及自己在人群中的相對角色擁有一份合理的安身所在⁶²。Erikson 給予個體認同意義，認為認同可以是一種人與人，人與組織間的相互關係，其中既包含自我持續也包含與他人之間不斷共享的特徵。例如個人理想、目標、家庭、老師、朋友、社會所賦予的期望等。在這些可視為期望或說是被賦予的責任之中，有些人會認為某些東西是比其他東西重要，因此會賦予這些角色不同的價值也可以說是給予一種評價。例如多數女孩子認為扮演好妻子、母親的角色是他們生命中最重要的事，所以她會把生活重心放在家庭裡。而有些人則努力維持角色間的平衡希望能多方面兼顧。不過此階段的人們雖然努力地發展個體認同仍不免會有混淆的情況產生。

Erikson 以為在達成最終認同之前會有一個自由嘗試時期稱為「心理社會的延期償付」。⁶³在這個時期中人們對新的角色、價值、信念系統的嘗試會使人們產生如何去適應社會的個人概念，從而增加個人的力量並獲得來自團體的積極承認。青少年後期的人會尋求那些重要的、能滿足對自己定義的渴望，又不會疏離

⁶² E. H. Erikson, *Identity: Youth and Crisis* (New York: Norton, 1968) .

⁶³ E. H. Erikson, *Identity: Youth and Crisis* (New York: Norton, 1968) .

於所處社會環境的特徵。認同與認同混淆的危機促使先前的認同、現時的價值和未來的目標融合為協調的自我概念，並持續地影響了我們的一生。

網路提供了更多知識分享的機會，這些虛擬群組的成員是分散在不同區域，但是，在組織結構鬆散、人際關係模糊的虛擬世界裡，如何發展一個具有良好互動關係的學習性虛擬群組呢？如同 Lewicki *et. al* 所說，信任是來自於人們共同的價值觀，共同價值觀與規範可以塑造出長期的合作關係，而建築在認同感上的信任關係是一種持續成長的關係。⁶⁴在認同感的引導下，每位成員也將產生凝聚力，並且熱切企盼自己能加入群組活動的行列。因此，群組認同感對於群組成員信任感的建立、形成凝聚力與互動，將有很大的影響。

一般學者在評估兒童或青少年的同儕關係時，多以同儕接納為指標，從童年開始，懂得如何與他人相處、被同儕接納，成了兒童發展出最重要的任務之一。⁶⁵班級就是國小五六年級學童最主要的同儕團體。在班級上人緣較好的兒童，往往受到大多數同儕的歡迎，也容易在性格上發展較同儕優異的心理。目前研究兒童心理對於成人人格發展的影響，發現在兒童時期具有良好的同儕關係，將有助於日後的生活適應能力、情緒控制能力、社交能力發展，甚至是影響日後成就。Fullerton *et. al* 認為青少年前期友誼關係的經驗，特別是最好的朋友朋黨，是成年期一個重要的支持因素同儕團體所能發揮的功能。⁶⁶目前在同儕團體對於兒童人格發展上的影響，大約可歸類為以下幾點。1.提供建立自我概念的發展機會，同儕是大多數學生在思考反省行為、態度和價值觀上提供對照關係的腳色。兒童可經由同儕互動與反應來認識自己，自我改善提升，有助於在團體中發展形成自我概念。2.降低對家庭的依賴，提供外界支持與團隊的歸屬感，促進情緒發展養

⁶⁴ R. J. Lewicki, & B. B. Bunker, "Developing and Maintaining Trust in Work Relationships," In *Trust in Organizations: Frontiers of Theory and Research*. R. M. K. T. R. Tyler. Thousand Oaks, CA, Sage Publications: (1996), pp.114-139.

⁶⁵ M. J. Dekovie, M. A. M. Jan, "Parents child-rearing styles and child's sociometric status," *Development Psychology*, Vol. 28, No.5 (1992), pp.925-932.

⁶⁶ R. S. Epstein, C. Fullerton, and R. J. Ursano, "Factor analysis of the general health questionnaire," *Psychological Reports*, Vol.75, No.2 (1994), pp.979-83.

成。因同儕的地位平等，所提供之情感支持感與歸屬感是父母師長無法取代的。同儕團體所建立的歸屬感和安全感提供有別於家庭的精神支持，讓兒童減少對父母的依賴，培養獨立的生活能力。3.增進社會技巧，提供行為管理的標準，同儕的言行舉止都有機會成為兒童模仿的對象，有時影響力比父母師長約束還要深沉。雖然在國小五六年級時期，父母師長對兒童的言行具有約束力量，但同儕團體所提供的價值觀與行為指引的影響力往往更大。這樣的發展方式反而讓兒童有機會與不同生活背景、興趣與個性的人相處，透過同儕行為的觀察與學習，自然而然的改變想法、學習與他人溝通、表達自己與解決問題的能力。

因此，兒童可透過與同儕的互動來了解自己、建立自我價值，進而肯定自己；學習社交技巧、管理自我行為；經由同儕團體所提供之安全感與歸屬感漸漸減少對家庭的依賴，並有助於紓解情緒。

國小教師為了有效傳遞教學的成效，對於班級認同感的養成便成為教師推動學成果最有力的工具作為。教師是教室中學習活動與氣氛的主導者，更是兒童學習與模仿的重要對象，肩負身教與言教的重任。教師之正向口語回饋有助於激勵學生的學習動機、建立自信。「溫暖與接納感受」的口語行為與學生的行為、同儕關係、師生關係亦都有正相關。一般認為教師期望與學生的學習成就交互影響；學習成就又與班級認同關係交互影響。若是教師表現出較高的期望，會給予較多的讚賞與機會，故學生的表現較積極，學業成就較好，在同儕相處上較有機會得到自我滿足，對於班級的歸屬感亦有所提昇；相對的，若教師對學生的反應交冷淡，表現出較低期望，則兒童會出現較多的消極、退縮行為，可能會受到同儕的排斥，不容易被接納，對於班級認同的歸屬感亦有所消退，甚至在心理上產生排斥認同的現象。

在社群網路蓬勃發展的現今社會，善用教學器材以及科技優勢來增加教師教學成效，已成為日益重要的課題。對於兒童所關心注重的話題，透過互動的教材以及科技工具來增加學童學習注意力以及適時的增加班級認同，皆有助於提升教

師教學成效。成功的班級經營牽涉很多因素，然而「有怎樣的老師，就有怎樣的學生（班級）」，因此班級經營是身為教師不可忽略的重要課題，教師能有效的處理班級中有關人、事、物等的問題，才能有效的達到教育目標。教師效能高低不僅影響學生的學習成就，也影響到教育目標的達成。根據社會學習論的說法，學生的行為是人格與環境的函數，因此要使學生的行為合於規範，環境的改造是不可省的。透過環境的改造，可以防範學生的偏差行為於未然。總而言之，在評估班級經營成效的外在條件考量下，對於科技工具的應用以及影響班級經營的甚鉅的學習成果，都是主要影響學童班級認同感的主要因素。如何評估科技工具的應用情形，就必須要借助一些科技工具接受模型評估的工具來進行評估了。

第三節 科技接受模型理論（TAM）

壹、科技接受模型研究現況

Davis 根據 Ajzen & Fishbein 的合理化行為理論(Theory of Reasoned Action, TRA) 發展出科技接受模型，如下圖 1 所示。⁶⁷『知覺有用性』與『知覺易用性』會受到外部變數的影響，而『知覺易用性』會對『知覺有用性』造成影響，『知覺有用性』與『知覺易用性』兩者會影響『對技術所持態度』，進而影響『使用意願』，最後影響『實際使用系統』。此模型乃特別針對科技使用行為所發展出之模型，其目的是想要提出一個一般化的理論，能夠解釋科技接受度的決定性因素為何，也就是說，其目的是希望藉此模型能夠經過理論驗證並說明絕大部分的科技使用行為。Davis 定義『知覺有用性』為潛在使用者主觀認為使用特定的系統或技術後，將增進其工作績效的可能性，而『知覺易用性』為潛在使用者期望使用系統或技術不費力的程度。科技接受模型中凸顯了『知覺有用性』與『知覺易用性』為兩個主要解釋及決定使用者對新技術接受度之因素。

⁶⁷ F. D. Davis, R. P. Bagozzi & P. R. Warshaw, "User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models," *Management Science*, Vol.35, No.8 (1989), pp.982-1003.

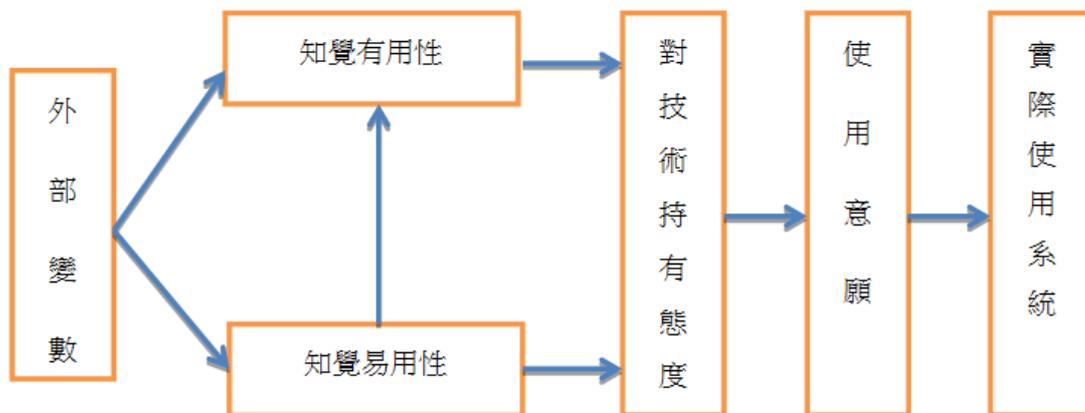


圖 2 科技接受模型

科技接受模型在過去十年間受到愈來愈多的矚目。Succi & Walter 指出科技接受模型以『行為意願模式』做為理論基礎，已被廣泛地用來解釋使用者對新科技的接受度，它可以解釋選擇的信念及態度間所形成之關聯性，並預測最終使用者的接受度。⁶⁸Morris *et. al* 認為科技接受模型提供研究者與實務者一個相對簡單及節省成本之預測系統成功程度的方法，而且不論此系統是否已被實際使用，皆適用於科技接受模型。⁶⁹Straub 指出科技接受模型提供精簡的架構來詮釋使用者對新技術的接受程度，目前已被普遍地認為是最能解釋使用者對新科技使用意願的模型之一。⁷⁰

為了更準確地預測及解釋使用者對新技術的接受度，許多不同的 TAM 修正模型已相繼被提出，本研究將其整理成下表。

⁶⁸ S. A. Walter, "Theory the of User Acceptance of Information Technologies : An Examination of Health Care Professionals," *Systems Sciences*, Vol.1, No.6 (1999) .

⁶⁹ M. G., D. A. Morris, "How user perceptions influence software use," *IEEE software* 14 (1997) pp.58-65.

⁷⁰ K. Straub, & Brenner, "Testing the Technology Acceptance Model across Cultures: A Three Country Study," *Information & Management*, Vol.31, No.1 (1997) , pp.1-11.

表 2 TAM 修正模型

年代	學者	TAM 修正模型重要論述
1996	Szajna ⁷¹	1. 去除『對技術所持態度』此項變數。 2. 認為實際量測『實際使用系統』此項變數，比自行認定較好，如下圖 3 所示。
1997	Jackson <i>et. al</i> ⁷²	1. 將科技接受模型加入了行為構面，如使用者參與。 2. 建議將參與分為心理參與與工作參與，如此便可了解這些變數對科技系統發展的衝擊。
1997	Igbaria <i>et. al</i> ⁷³	1. 加入支持與訓練等外在變數，且獲得較佳之預測結果。
1999	Lucas and Spitler ⁷⁴	1. 加入了社會規範與系統品質這兩項外在變數。 2. 對於『使用意願』而言，『社會規範』比『知覺有用性』與『知覺易用性』更具影響力，如圖 4

⁷¹ B. Szajna, "Empirical evaluation of the revised technology acceptance model," *Management Science*, Vol.42, No.1 (1996), pp.85-92.

⁷² C. Jackson, S. Chow and R. Leitch, "Toward an understanding of the behavioral intention to use an information system," *Decision Sciences*, Vol.28, No.2 (1997), pp.357-389.

⁷³ M. Igbaria, N. Zinatelli, P. Cragg and A.L.M. Caraye, "Personal computing acceptance factors in small firms: a structural equation model," *MIS Quarterly*, Vol.21, No.3 (1997), pp.179-305.

⁷⁴ H. C. Lucas, and V.K. Spitler, "Technology use and performance: a field study of broker work stations," *Decision Sciences*, Vol.30, No.2 (1999), pp.291-311.

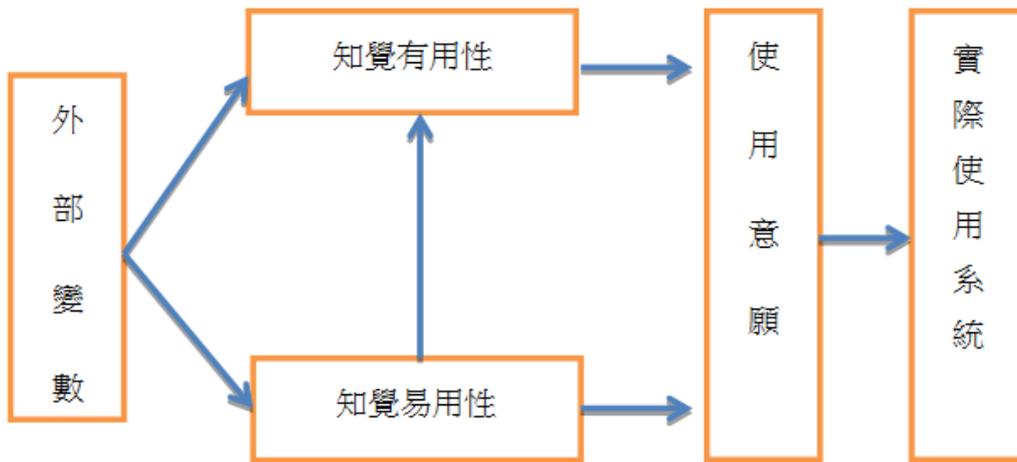


圖 3 TAM 修正模型-1

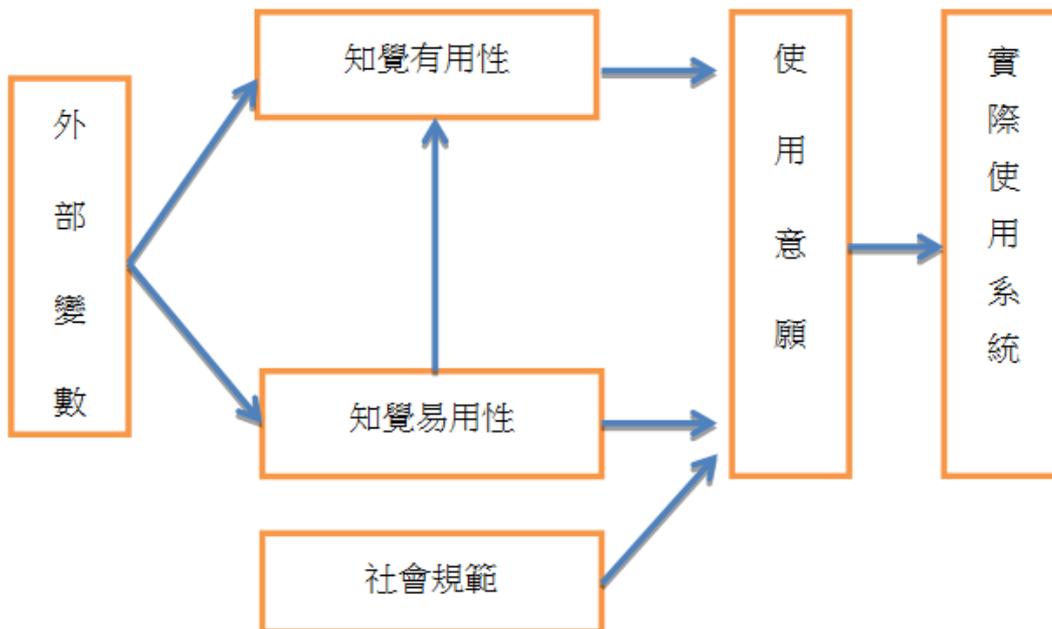


圖 4 TAM 修正模型-2

貳、TAM 模型與網路社群使用因素研究

Fishbein *et. al* 的理性行為理論，⁷⁵以及 Ajzen 的計畫行為理論中，⁷⁶皆提及使用態度與行為意向之間的關係，即當個人對於行為的態度愈趨正向，其行為意向也愈趨強；反之，當個人對於行為的態度愈趨負向，則其行為意向也愈趨弱。

本研究所採用之科技接受模型理論基礎，其中對於社群網路使用態度與行為意向，認同感與行為認知間的關係探討，也是源自於上述之理性行為理論以及計畫行為理論。根據 Fishbein *et. al* 的觀點認為，「行為態度是指個人對從事特定行為之正面或負面評估；行為意向是指個人欲從事某項行為的主觀機率。」依據上述觀點，本研究將所探討之網路社群使用態度進一步說明為：使用者對於網路社群使用行為之正負面評估；網路社群行為意向則進一步說明為：使用者認為本身對於使用網路社群之主觀機率。

第四節 小結

由文獻回顧分析了目前學童使用網路社群的行為已成為主流趨勢，鮮少有高年級學童未曾接觸過網路社群以及進行網路社交相關活動。但是在網路社群架構下的資訊交流以及人際關係網絡的建置，是否與班級認同度產生關聯，則是個從未被相關研究探討的領域。在評估此一課題，研究希望透過 TAM 模式來評估科技工具接受度對於社群網路使用的情形，是否會與班級認同產生關聯，並且希望透過探討此間的關聯性，來建置社群網路使用行為對於班級認同度產生影響的評估量表，提供給未來從事社群網路教育導入班級活動的教師以及教材設計的評估工具。

⁷⁵ M. Fishbein & I. Ajzen, *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research Reading* (MA: Addison-Wesley, 1975) .

⁷⁶ I. Ajzen, *From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior, Action-Control: From Cognition to Behavior* (Heidelberg: Springer, 1985) .

第三章 研究設計與操作方式

第一節 研究流程與架構

本研究主要以問卷訪談方式，將問卷資料分類整理歸納。本研究主要採用科技接受模型（TAM），作為評估使用行為之基礎。因為在探討使用者對資訊科技之態度時，科技接受模型是最常被引用的。TAM 變項包含外在變數：個人差異、環境特性以及系統特性；信念：包含知覺易用性、知覺有用性及社群網路使用意願，對於社群網路實際使用行為之影響，及社群網路實際使用行為對於班級認同之影響。

外在變數部分以使用者特性，環境特性以及系統特性作為主要架構。其中將使用者特性依類別區分為性別、網路使用時間、電腦效能等；將環境特性區分為家庭規範、學校資源以及班級組織使用社群網站狀況等；系統特性則主要以網路社群更新頻率進行整理歸納。

信念部分以知覺易用性、知覺有用性及社群網路使用意願為主要架構，設計網路社群使用量表進行資料收集；班級認同部分則以自行設計的班級認同感衡量量表進行資料收集。

研究架構如下所示：

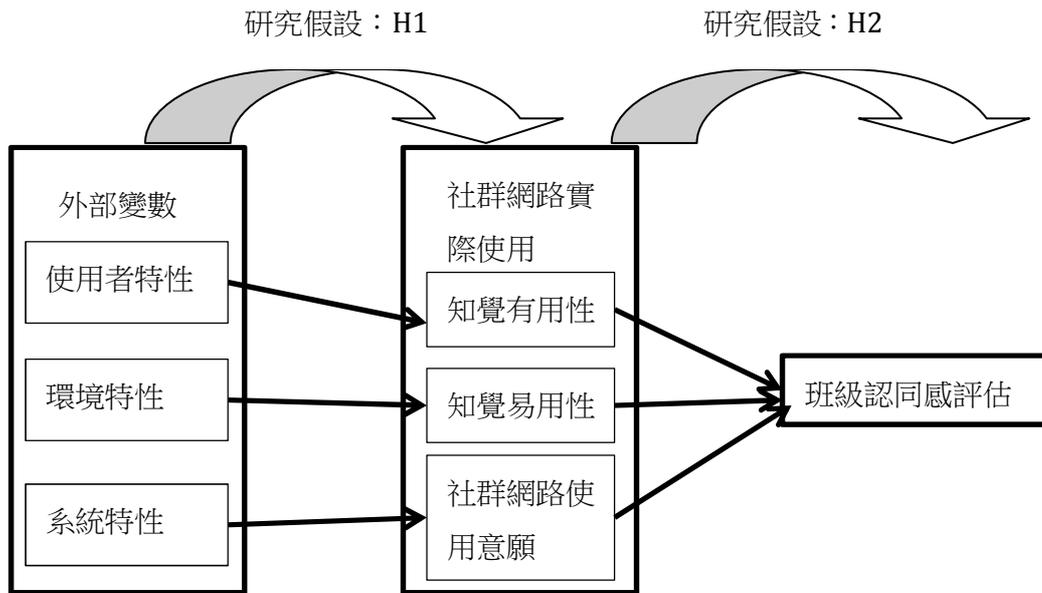


圖 5 研究架構

研究架構說明：茲將路徑圖示與統計方法說明如下：

- 1、以敘述統計分別探討不同背景變項的學生在使用者特性、班級認同感與社群網路使用行為上的差異情形。
- 2、以獨立樣本t 檢定分別探討不同背景變項（二分變數）的學生在使用者特性、班級認同感與社群網路使用行為上的差異情形。
- 3、以教師訪談方式分別探討不同背景變項（三分變數以上）的學生在使用者特性、班級認同感與社群網路使用行為上的差異情形，並提供研究假設。
- 4、以顯著差異相關因子探討使用者特性、班級認同感與社群網路使用行為上三變項兩兩之間的相關情形，並且驗證研究假設是否成立。

設計訪談的對象已有使用社群網路的學童班級為主，以研究者執教學校的學童使用如 Facebook 等社群網路的情形來估計，目前龍井區某國小六年級 12 班學童平均人數為 25 人，總計人數為 300 人，本研究以 12 個本學期教師或是學生曾更新或使用班級網站的班級做為資料蒐集對象，以本研究自製問卷作為研究工

具，再由這 12 個班級徵求教師同意後，進行教師個別訪談，完成專家訪談資料蒐集。經回收後的問卷共計 330 份，透過分類與統計，合乎問卷回覆格式的有效問卷有 299 份，答案複選造成卷失效份數有 31 份，不合格率 9.4%。

之後進行資料分析與整理。資料統計部分以 SPSS for Windows 12.0 中文版統計套裝軟體進行分析。針對調查問卷所採取的統計方法主要包含描述性統計、t 檢定相關等方式進行討論。

統計應用部分分為兩階段討論，第一部分自變項為使用者特性，依變項為社群網路使用行為；第二部分自變項為社群網路使用行為，依變項為班級認同感的衡量。其中第一部份自變項為使用者特性說明如下。

使用者特性包含學生性別、網路使用時間、電腦效能、家庭規範、學校資源、班級組織使用社群網路狀況、以及學童個人社群網路更新頻率等七項。

- 1.性別：分為男性和女性。
- 2.網路使用時間：以學童一周上網時間進行區隔調查。
- 3.電腦效能：調查學童家中目前使用電腦等級及網路頻寬狀況。
- 4.家庭規範：調查學童家庭成員上網狀況以及學童於家中環境上網是否有受限制。
- 5.學校資源：調查學童對於學校提供社群網路資源的了解。
- 6.班級使用社群網路的狀況：調查學童對於班級社群網路資源的了解以及使用狀況。
- 7.社群網路更新頻率：調查學童對於班級社群網路的更新頻率。

第一部份依變項說明，以社群網站的應用進行調查，依照 TAM 科技接受模型觀點依知覺有用性，知覺易用性以及社群網路使用意願等現況作為主要依變項。

- 1.知覺有用性：依照 Davis 定義為個人相信使用特定系統可以提高工作績效的程度。本研究認為依照學童使用社群網路情況將對其心情，學習，社交，以及班級活動參與等產生影響來進行問卷調查。
- 2.知覺易用性：基本定義為個人相信使用特定的系統需要付出努力的程度。本研究認為依照學童使用社群網路情況將對其社群網路遊戲程式，基本功能，訊息發布以及資訊分享等基本社群網站用途來進行問卷調查。
- 3.社群網路使用意願：由 TAM 科技接受模型理論基礎可以發現，個人要是覺得使用某項科技對於使用者在績效上帶來正面幫助時，將使得個人對於該項科技技術產生正面看法，同樣的當人們知覺到新技術或是系統的使用上是粉容易學習與操作時，態度上也會抱持正面看法，進而影響使用意願。

第二節 研究假設

透過與教師訪談結果以及融合研究者的執教經驗，針對社群網路使用者特性與班級認同感之間，本研究建立了主要的假設，如以下所列。

假設 1 不同使用者特性對於社群網路使用情形有顯著的差異

假設 1-1：不同性別的使用者特性對於社群網路的使用情形有顯著差異。

假設 1-2：不同電腦使用時間的特性對於社群網路的使用情形有顯著差異。

假設 1-3：不同電腦效能的特性對於社群網路的使用情形有顯著差異。

假設 1-4：家庭資源差異對於社群網路的使用情形有顯著差異。

假設 1-5：學校資源掌握度不同對於社群網路的使用情形有顯著差異。

假設 1-6：不同班級使用社群網路的狀況對於社群網路的使用情形有顯著差異。

假設 1-7：不同社群網路更新頻率對於社群網路的使用情形有顯著差異。

第二部分的自變項為網路社群的使用行為，依變項為班級認同感的衡量。這部份研究的假設為假設 2.不同社群網路使用行為對於班級認同感有顯著的差異。

假設 2.1 不同的知覺有用性對於班級認同感有顯著的差異。

假設 2.2 不同的知覺易用性對於班級認同感有顯著的差異。

假設 2.3 不同的社群網路使用意願對於班級認同感有顯著的差異。

假設 2.4 不同的社群網路實際使用狀況對於班級認同感有顯著的差異。

第三節 問卷題目的形成與內容

本研究的研究工具包含「網路社群使用行為對國小六年級學童班級認同問卷」與「教師訪談大綱」二部分。其中，「網路社群使用行為對國小六年級學童班級認同問卷」乃參考 Venkatesh 研究中綜合諸位學者用來檢驗影響科技使用行為相關因子的問卷項目，以及吳肇銘的網站互動性項目，編製成本研究的「網路社群使用行為對國小六年級學童班級認同問卷」。問卷內容主要包含背景資料及班級組織社群網站的使用二部分。

(一) 網路社群使用行為對國小六年級學童班級認同問卷

1. 基本背景資料

本研究依據使用者特性、環境特性與社群網站系統特性三構面的背景資料，選定性別、網路使用時間、電腦自我效能、外在規範、家中電腦網路設備、班級組織使用社群網站狀況、社群網站更新頻率...等七個背景變項來加以探討後續的學生社群網站使用，以及班級與網路社群認同度分析。

2. 社群網路使用情形

本研究依據 TAM 科技接受模式方式進行統計分析，將知覺有用性，知覺易用性，社群網路使用意願以及實際使用情形進行問卷分析，並與基本背景資料比對探討是否具有顯著差異。

3.班級認同感

本研究設計班級認同量表主要依據教師訪談結果，針對榮譽感，參與感，同伴遊戲等因子進行問卷調查，並與社群網路使用情形比對探討是否具有顯著差異。

(二) 教師訪談大綱

教師訪談方面，採「半結構訪談」的方式，依據教師經營班級網站的角度，事先擬定開放性的相關問題，以做為訪談過程中的導引，藉以用來印證與補充學生問卷的調查結果，期望能用更全面性的角度探討阻礙師生有效利用社群網站的困境及突破的具體作為。並且將訪談結果整理作為本研究結論的假設項目。

第四節 研究結果與討論

本研究正式問卷所得資料經 SPSS for Windows 12.0 中文版統計套裝軟體進行分析。針對調查問卷所採取的統計方法主要包含描述性統計、t 檢定相關等方式進行討論，並且教師訪談結論所做成的假設相互對照，以釐清真正的顯著影響因子。

第四章 資料分析

本章延續本研究之研究目的及假設，運用第三章曾說明之研究方法，將所蒐集的問卷進行資料分析。第一節說明問卷回收之情況，第二節進行基本資料描述性分析，第三節分析問卷之信、效度，第四節則為本研究提出的理論架構之分析，最後於第五節進行 TAM 模型與班級組織認同各變數間的差異分析。

第一節 問卷回收

本研究就執教的國小學童，教師發放設計的問卷，回收問卷數 330 份，透過分類與統計，合乎問卷回覆格式的問卷有 299 份，答案複選造成卷失效份數有 31 份，不合格率 9.4%。

第二節 基本資料描述性分析

壹、基本背景資料

首先在使用者特性部份進行調查，由問卷中主要分離出來因子包含性別、電腦效能與網路使用時間方面。性別部分，男同學部分佔 51.5%，女同學部分佔 48.5%。在使用上網工具部分，使用 3 年以上桌上電腦的比例最多，其次是 1~2 年的桌上電腦。以上網工具來區分，發現使用桌上型電腦的比例最多，其次為使用筆記型電腦，最後則是使用手機上網。在網路使用時間部份，以一周之內使用 2~10 小時比例最多，接下來是 1 小時以內。研究對象是用網路用途部分以上 Facebook 比例為最高，佔 48.5%，其次為玩網路遊戲，佔 34.1%，其餘比例才是查資料（13.4%）與上班級留言板（0.7%）。

接下來在環境特性部份進行調查，區分為家庭、學校環境以及班級組織使用社群網站狀況三個部份。家庭因素部份可以由對於學童上網時間的限制，家中其

他人上網的狀況等進行次數分配表。學校環境因素可由學校內的數位布告欄以及可供上網的資源進行調查。家庭環境部份可以了解目前學童家庭多有上網設備以及與家中其他人共享家中網路，另外對於學童上網時間也多有管制。上網時間多在一周之內使用 2~10 小時比例最多。在學校資源部份，約有 42.4% 比例的學童有使用學校的布告欄，但有絕大部分的學童（49.2%）不知道學校內有數位布告欄。學童在學校上網場所多在電腦教室。

最後則是調查學童對於社群網路更新頻率的調查，問卷內容包含是否有使用 Facebook 網站，班級有無共同留言板，上社群網站更新頻率以及對於利用社群網站功能舉辦活動的看法。調查中可以發現目前使用 Facebook 的學童比例高達 84.9%。在受訪學童中則有 57.5% 的學童有使用班級留言板，42.5% 的學童沒有班級共同的留言板。有使用社群網站的學童中偶爾上網更新訊息的比例最高為 33.6%，其次為想到就上去更新比例為 25.8%，顯示學童對於社群網站的留下訊息或是觀察朋友訊息的關心程度高。

表 3 基本背景資料

使用者特性	A01 性別			
		次數	百分比	累積百分比
男		154	51.5	51.5
女		145	48.5	100.0
總和		299	100.0	
A02 請問您最常使用的上網地點是				
	次數	百分比	累積百分比	
家裡	297	99.3	99.3	
學校	2	.7	100.0	
總和	299	100.0		
A12 請問您最常使用的上網工具是				
	次數	百分比	累積百分比	
智慧型手機	11	3.7	3.7	
(近 1~2 年的)桌上型電腦	113	37.8	41.5	

	(3 年以上的)桌上型電腦	138	46.2	87.6
	(近 1~2 年的)筆記型電腦	20	6.7	94.3
	(3 年以上的)筆記型電腦	17	5.7	100.0
	總和	299	100.0	
	A13 請問您使用上網電腦最常使用的活動為			
		次數	百分比	累積百分比
	查資料	40	13.4	13.4
	上班級留言板	2	.7	14.0
	上 Facebook	145	48.5	62.5
	玩網路遊戲	102	34.1	96.7
	其他	10	3.3	100.0
	總和	299	100.0	
	A15 請問您一周之內的網路使用時間			
		次數	百分比	累積百分比
	1 小時以內	84	28.1	28.1
	2~10 小時	130	43.5	71.6
	11~14 小時	37	12.4	83.9
	每天 3 小時以上	48	16.1	100.0
	總和	299	100.0	
家庭規範	A03 請問家長是否有要求限制上網時間			
		次數	百分比	累積百分比
	有	218	72.9	72.9
	沒有	81	27.1	100.0
	總和	299	100.0	
	A04 家中除了你以外，還有其他經常上網的家人嗎?			
		次數	百分比	累積百分比
	有	273	91.3	91.3
	沒有	26	8.7	100.0
	總和	299	100.0	
	A11 家中上網的方式			
		次數	百分比	累積百分比
	光纖網路	35	11.7	11.7
寬頻網路	219	73.2	84.9	
撥接網路	31	10.4	95.3	
3G 上網	14	4.7	100.0	

	總和	299	100.0	
學校資源	A10 學校常使用數位布告欄公告資訊嗎?			
		次數	百分比	累積百分比
	是	127	42.5	42.5
	否	25	8.4	50.8
	不知道	147	49.2	100.0
	總和	299	100.0	
	A14 學校內可供上網的資源有			
		次數	百分比	累積百分比
	電腦教室	288	96.3	96.3
	圖書館	4	1.3	97.7
	數位教材	2	.7	98.3
	其他	5	1.7	100.0
總和	299	100.0		
班級組織使用社群網站	A05 請問你有上 Facebook 之類的網站嗎?			
		次數	百分比	累積百分比
	有	254	84.9	84.9
	沒有	45	15.1	100.0
	總和	299	100.0	
	A06 班級有共同的留言板嗎?			
		次數	百分比	累積百分比
	有	172	57.5	57.5
	沒有	127	42.5	100.0
	總和	299	100.0	
	A07 你會利用網路社群的功能舉辦班級活動嗎?			
		次數	百分比	累積百分比
	會	40	13.4	13.4
	不會	259	86.6	100.0
	總和	299	100.0	
A18 如果讓你有機會利用網路社群的功能舉辦班級活動，你會想要辦				
	次數	百分比	累積百分比	
班會	44	14.7	14.7	
校外教學	133	44.5	59.2	
體育活動	74	24.7	83.9	
其他	48	16.1	100.0	
總和	299	100.0		

社群網站更新頻率	A08 你認為班級網站應該常常舉辦活動嗎？			
		次數	百分比	累積百分比
	是	97	32.4	32.4
	否	202	67.6	100.0
	總和	299	100.0	
	A16 在你最熟悉的網路社群活動中，你多久會上去察看新的留言訊息			
		次數	百分比	累積百分比
	經常	59	19.7	19.7
	偶爾	100	33.4	53.2
	想到就上去看看	78	26.1	79.3
	不常	62	20.7	100.0
	總和	299	100.0	
	A17 你認為班級網站應該多久舉辦一次活動比較合理			
		次數	百分比	累積百分比
	每天	12	4.0	4.0
	一個星期	50	16.7	20.7
	一個月	90	30.1	50.8
不舉辦也沒有關係	147	49.2	100.0	
總和	299	100.0		
A09 請問你贊成使用網路是否要被限制？				
	次數	百分比	累積百分比	
要	119	39.8	39.8	
不要	180	60.2	100.0	
總和	299	100.0		

貳、社群網站的使用

國小學童在「社群網路的使用」量表各題平均數與標準差分析結果如表4所示。由表4可以發現各題得分的平均數介於1.82~3.85之間，標準差介於1.06~3.27之間，其中以第8題「上網對我來說是件簡單的事情」得分最高，顯示學童大多具有上網的能力。以第12題「我覺得社群網站的設計要非常的炫才會讓我一直使用」的得分最低，顯示學童對於社群網站的介面效果並不要求。

表 4 社群網站的使用量表敘述統計

		個數	平均數	標準差
社群網站有用性認知	我會使用社群網站分享心情	299	2.2408	1.24871
	我會使用社群網站的訊息來幫助學習	299	2.0502	1.12960
	我會關注班級活動的舉辦時間與項目	299	2.0000	1.10096
	我會與同學使用社群網站發布訊息進行溝通	299	2.7592	1.85250
	我會關心班級布告欄上的留言	299	2.1338	1.20214
社群網站易用性認知	我對於社群網站的遊戲程式很熟悉	299	2.9565	1.41473
	我覺得社群網站的功能可以設計更好一點	299	2.7358	1.41199
	上網對我來說是件簡單的事情	299	3.8462	3.26612
	上社群網站發布訊息對我來說是簡單的一件事	299	3.1973	1.54068
	上社群網站分享影音檔或是新聞連結對我來說是簡單事	299	2.6957	1.50090
社群網站使用意願	我願意使用社群網站來分享我的心情	299	2.5485	1.44479
	我會關心朋友的留言	299	3.0836	1.42945
	我覺得社群網站的設計要非常的炫才會讓我一直使用	299	1.8027	1.06399
	我覺得社群網站的設計要非常的簡單才會讓我一直使用	299	1.9532	1.15472
社群網站實際使用行為	我常常使用社群網站以及使用上面的功能	299	2.7893	1.38269
	我常常使用將社群網站上的資訊分享到班級網站上	299	1.8662	1.17959
	我常常使用將班級網站上的資訊分享到我的社群網站上	299	1.8227	1.17811
	我常使用社群網站留言板功能	299	2.5351	1.42412
	我常使用社群網站的連結幫助學習	299	2.1438	1.21071
	社群網站的活動發起功能應該與舉辦班級活動相互結合	299	2.1538	1.22464
	與班級同學使用社群網站發布訊息進行溝通對我很重要	299	2.4950	1.36684
	我覺得社群網路應該與班級活動結合	299	2.3344	1.82319

參、班級認同評量

國小學童在「班級認同感衡量」量表各題平均數與標準差分析結果如表 15 所示。由表 15 可以發現各題得分的平均數介於 2.37~3.8 之間，標準差介於

1.1~1.32 間，其中以第 6 題”我認為很榮幸能夠成為班級上的一分子”得分最高。以第 12 題”班級比賽有沒有拿第一名，對我來說都無所謂啦”的得分最低。

表 5 班級認同衡量量表敘述統計

	個數	平均數	標準差
我覺得班級留言板上的訊息比我的社群網站上的訊息重要	299	2.6020	1.11373
我會主動到班級留言板上分享我的近況	299	2.5686	1.21697
我會主動將我的社群網站訊息到班級留言板上分享	299	2.5619	1.20626
能夠與班上同學互動對我而言是重要的	299	3.4950	1.24612
能夠與不是班上同學互動對我而言是重要的	299	2.9398	1.23554
我認為很榮幸能夠成為班級上的一分子	299	3.8060	1.10330
我會主動跟班上同學聊起班級留言板上的訊息	299	3.0535	1.31734
跟別人談論到班級事情時，我會說「我們班上...」而不會	299	3.1438	1.24083
參加班上的活動對我來說很重要	299	3.3043	1.12820
在facebook上與朋友分享班上的資訊對我來說很重要	299	3.0736	1.29322
我總是希望班級間的競賽，班上永遠是拿第一	299	3.4615	1.27746
班級比賽有沒有拿第一名，對我來說都無所謂啦	299	2.3679	1.22821

第三節 問卷信度分析

信度 (reliability) 指測量結果是否具有 consistency 或穩定性的程度。由於本研究信度分析的目的主要是研究架構之間的內部一致性，故採用實務上應用最普遍的 Cronbach's α 信賴係數來測量問卷的信度。本問卷以龍潭區某國小高年級師生於本學期中曾更新或使用社群網站進行預試。「社群網站使用」量表的 α 係數值為 0.91，「班級認同感衡量」量表的 α 係數值為 0.81，均大於 .70。綜合上述結果分析，顯示本問卷具有良好之信度。

表 6 問卷量表 Cronbach's α 信賴係數整理

可靠性統計量

量表	Cronbach's Alpha 值	以標準化項目為準的 Cronbach's Alpha 值	項目的個數
社群網站使用量表	.916	.934	22
班級認同感衡量量表	.813	.813	12

第四節 科技接受模式下研究假設的差異分析

研究者將不同變項的國小學童在社群網站有用性認知、易用性認知、使用意願、實際使用之間的差異情形，分別以 t 檢定進行顯著差異分析。其中使用者特性，環境特性以及系統特性部份作為比較項目。了解國小學童在社群網站使用行為是否與班級互動產生相關或是產生顯著差異。

(1) 學童使用者特性與社群網站的使用的獨立樣本 t 檢定

表 7 學童使用者特性與社群網站的使用的獨立樣本 t 檢定

B01.我會使用社群網站分享心情	變異數相等的 Levene 檢定		平均數相等的 t 檢定			
	F -value	p-value	t-value	p-value	平均差異	標準誤差異
性別	4.36	0.04	2.88	0.00	0.19	0.06
請問您最常使用的上網地點是	1.68	0.20	-0.34	0.73	0.00	0.01
請問您最常使用的上網工具是	0.32	0.57	0.93	0.36	0.11	0.12
請問您使用上網電腦最常使用的活動為	7.55	0.01	-2.18	0.03	-0.27	0.12
請問您一周之內的網路使用時間	0.70	0.40	2.02	0.04	0.27	0.13
B02.我會使用社群網站的訊息來幫助學習	變異數相等的 Levene 檢定		平均數相等的 t 檢定			

	F -value	p-value	t-value	p-value	平均差異	標準誤差異
性別	4.25	0.04	2.40	0.02	0.16	0.07
請問您最常使用的上網地點是	13.95	0.00	1.60	0.11	0.03	0.02
請問您最常使用的上網工具是	1.22	0.27	0.54	0.59	0.06	0.12
請問您使用上網電腦最常使用的活動為	1.18	0.28	-1.24	0.21	-0.17	0.14
請問您一周之內的網路使用時間	4.22	0.04	2.13	0.04	0.31	0.14
B03.我會關注班級活動的舉辦時間與項目	變異數相等的 Levene 檢定		平均數相等的 t 檢定			
	F -value	p-value	t-value	p-value	平均差異	標準誤差異
性別	0.13	0.72	1.11	0.27	0.08	0.07
請問您最常使用的上網地點是	2.21	0.14	1.06	0.29	0.01	0.01
請問您最常使用的上網工具是	1.22	0.27	0.58	0.57	0.07	0.12
請問您使用上網電腦最常使用的活動為	0.66	0.42	-2.80	0.01	-0.38	0.14
請問您一周之內的網路使用時間	0.25	0.62	1.90	0.06	0.26	0.14
B04.我會與同學使用社群網站發布訊息進行溝通	變異數相等的 Levene 檢定		平均數相等的 t 檢定			
	F -value	p-value	t-value	p-value	平均差異	標準誤差異
性別	0.46	0.50	2.84	0.00	0.16	0.06
請問您最常使用的上網地點是	0.02	0.88	-0.54	0.59	-0.01	0.01
請問您最常使用的上網工具是	0.01	0.91	0.18	0.85	0.02	0.10
請問您使用上網電腦最常使用的活動為	19.79	0.00	-0.32	0.75	-0.04	0.11

請問您一周之內的網路使用時間	3.55	0.06	2.67	0.01	0.31	0.12
B05.我會關心班級布告欄上的留言	變異數相等的 Levene 檢定		平均數相等的 t 檢定			
	F -value	p-value	t-value	p-value	平均差異	標準誤差異
性別	0.36	0.55	1.74	0.08	0.11	0.06
請問您最常使用的上網地點是	1.20	0.28	0.91	0.36	0.01	0.01
請問您最常使用的上網工具是	0.46	0.50	0.05	0.96	0.01	0.11
請問您使用上網電腦最常使用的活動為	1.40	0.24	-1.59	0.11	-0.20	0.13
請問您一周之內的網路使用時間	1.45	0.23	0.90	0.37	0.12	0.13

由 F 值以及 $p\text{-value} < .05$ 來選擇進行獨立樣本 t 檢定後所選擇的虛無假說，我們可以得到以下結果。

與「科技有用性-我會使用社群網站」差異性比較

- 1.性別的不同與科技有用性-我會使用社群網站分享心情平均數具有顯著差異。
- 2.不同的上網地點與科技有用性-我會使用社群網站分享心情平均數不存在顯著差異。
- 3.不同的上網工具與科技有用性-我會使用社群網站分享心情平均數不存在顯著差異。
- 4.不同的電腦上網活動與科技有用性-我會使用社群網站分享心情平均數具有顯著差異。
- 5.一週使用網路時間與科技有用性-我會使用社群網站分享心情平均數不存在顯著差異。

與「科技有用性-我會使用社群網站的訊息來幫助學習」差異性比較

1.性別的不同與科技有用性-我會使用社群網站的訊息來幫助學習平均數具有顯著差異。

2.不同的上網地點與科技有用性-我會使用社群網站的訊息來幫助學習平均數具有顯著差異。

3.不同的上網工具與科技有用性-我會使用社群網站的訊息來幫助學習平均數不存在顯著差異。

4.不同的電腦上網活動與科技有用性-我會使用社群網站的訊息來幫助學習平均數不存在顯著差異。

5.一週使用網路時間與科技有用性-我會使用社群網站的訊息來幫助學習平均數具有顯著差異。

與「科技有用性-我會關注班級活動的舉辦時間與項目」差異性比較

1.性別的不同與科技有用性-我會關注班級活動的舉辦時間與項目平均數不存在顯著差異。

2.不同的上網地點與科技有用性-我會關注班級活動的舉辦時間與項目平均數不存在顯著差異。

3.不同的上網工具與科技有用性-我會關注班級活動的舉辦時間與項目平均數不存在顯著差異。

4.不同的電腦上網活動與科技有用性-我會關注班級活動的舉辦時間與項目平均數不存在顯著差異。

5.一週使用網路時間與科技有用性-我會關注班級活動的舉辦時間與項目平均數不存在顯著差異。

與「科技有用性-我會與同學使用社群網站發布訊息進行溝通」差異性比較

1.性別的不同與科技有用性-我會與同學使用社群網站發布訊息進行溝通平均數不存在顯著差異。

2.不同的上網地點與科技有用性-我會與同學使用社群網站發布訊息進行溝通平均數不存在顯著差異。

3.不同的上網工具與科技有用性-我會與同學使用社群網站發布訊息進行溝通平均數不存在顯著差異。

4.不同的電腦上網活動與科技有用性-我會與同學使用社群網站發布訊息進行溝通平均數具有顯著差異。

5.一週使用網路時間與科技有用性-我會與同學使用社群網站發布訊息進行溝通平均數不存在顯著差異。

與「科技有用性-我會關心班級布告欄上的留言」差異性比較

1.性別的不同與科技有用性-我會關心班級布告欄上的留言平均數不存在顯著差異。

2.不同的上網地點與科技有用性-我會關心班級布告欄上的留言平均數不存在顯著差異。

3.不同的上網工具與科技有用性-我會關心班級布告欄上的留言平均數不存在顯著差異。

4.不同的電腦上網活動與科技有用性-我會關心班級布告欄上的留言平均數不存在顯著差異。

5.一週使用網路時間與科技有用性-我會關心班級布告欄上的留言平均數不存在顯著差異。

所以這部份的結論如下

在使用者特性與社群網路使用有用性間具有顯著差異的因子包含性別、上網地點、上網活動以及使用網路時間。在使用者特性自變項與社群網路有用性主要顯著差異的因子為：不同的使用者特性（性別、上網地點、網路使用時間）與使用社群網站的訊息來幫助學習的因子有顯著差異。

在使用者特性與社群網路使用-知覺的易用性部分的獨立樣本 t 檢定的結果如下：

表 8 使用者特性與社群網路使用-知覺的易用性部分的獨立樣本 t 檢定

B06.我對於社群網站的遊戲 程式很熟悉	變異數相等的 Levene 檢定		平均數相等的 t 檢定			
	F -value	p-value	t-value	p-value	平均差異	標準誤差異
性別	.773	.380	-1.662	.098	-.09601	.05778
請問您最常使用的上網地點是	.006	.939	-.598	.551	-.00694	.01162
請問您最常使用的上網工具是	2.071	.151	1.528	.128	.15417	.10090
請問您使用上網電腦最常使用的活動為	8.433	.004	1.175	.241	.13750	.11697
請問您一周之內的網路使用時間	11.098	.001	5.754	.000	.63763	.11081
B07.我覺得社群網站的功能 可以設計更好一點	變異數相等的 Levene 檢定		平均數相等的 t 檢定			
	F -value	p-value	t-value	p-value	平均差異	標準誤差異
性別	.678	.411	.844	.399	.04895	.05798
請問您最常使用的上網地點是	.012	.914	-.552	.582	-.00641	.01162
請問您最常使用的上網工具是	5.109	.025	1.498	.135	.15035	.10035
請問您使用上網電腦最常使用的活動為	1.705	.193	-1.056	.292	-.12238	.11588
請問您一周之內的網路使用時間	9.723	.002	2.833	.005	.32925	.11622
B08.上網對我來說是件簡單的事情	變異數相等的 Levene 檢定		平均數相等的 t 檢定			

	F -value	p-value	t-value	p-value	平均差異	標準誤差異
			1.204	.230	.08185	.06798
性別	5.476	.020	1.209	.229	.08185	.06773
請問您最常使用的上網地點是	1.677	.196	.321	.748	.00439	.01365
請問您最常使用的上網工具是	1.901	.169	2.116	.035	.24988	.11806
請問您使用上網電腦最常使用的活動為	2.328	.128	.746	.456	.10156	.13616
請問您一周之內的網路使用時間	3.729	.054	4.903	.000	.60279	.12294
B09.上社群網站發布訊息對我來說是簡單的一件事	變異數相等的 Levene 檢定		平均數相等的 t 檢定			
	F -value	p-value	t-value	p-value	平均差異	標準誤差異
性別	4.068	.045	2.659	.008	.15458	.05813
請問您最常使用的上網地點是	3.728	.054	.478	.633	.00565	.01182
請問您最常使用的上網工具是	2.900	.090	.342	.733	.03519	.10297
請問您使用上網電腦最常使用的活動為	13.891	.000	-1.095	.275	-.13402	.12239
請問您一周之內的網路使用時間	5.639	.018	3.854	.000	.44299	.11495
B10.上社群網站分享影音檔或是新聞連結對我來說是簡單事	變異數相等的 Levene 檢定		平均數相等的 t 檢定			
	F -value	p-value	t-value	p-value	平均差異	標準誤差異
性別	.369	.544	2.348	.020	.13551	.05770
請問您最常使用的上網地點是	6.524	.011	.576	.566	.00735	.01277
請問您最常使用的上網工具是	1.226	.269	-.359	.720	-.03645	.10163
請問您使用上網電腦最常	5.991	.015	-1.662	.098	-.19145	.11516

使用的活動為						
請問您一周之內的網路使用時間	1.039	.309	2.515	.012	.29285	.11645

由 F 值以及 $p\text{-value} < .05$ 來選擇進行獨立樣本 t 檢定後所選擇的虛無假說，我們可以得到以下結果。

與「科技易用性-我對於社群網站的遊戲程式很熟悉」差異性比較

- 1.性別的不同與科技易用性-我對於社群網站的遊戲程式很熟悉平均數具有顯著差異。
- 2.不同的上網地點與科技易用性-我對於社群網站的遊戲程式很熟悉平均數不存在顯著差異。
- 3.不同的上網工具與科技易用性-我對於社群網站的遊戲程式很熟悉平均數不存在顯著差異。
- 4.不同的電腦上網活動與科技易用性-我對於社群網站的遊戲程式很熟悉平均數具有顯著差異。
- 5.一週使用網路時間與科技易用性-我對於社群網站的遊戲程式很熟悉平均數具有顯著差異。

與「科技易用性-我覺得社群網站的功能可以設計更好一點」差異性比較

- 1.性別的不同與科技易用性-我覺得社群網站的功能可以設計更好一點平均數不存在顯著差異。
- 2.不同的上網地點與科技易用性-我覺得社群網站的功能可以設計更好一點平均數不存在顯著差異。
- 3.不同的上網工具與科技易用性-我覺得社群網站的功能可以設計更好一點平均數具有顯著差異。

4.不同的電腦上網活動與科技易用性-我覺得社群網站的功能可以設計更好一點
平均數不存在顯著差異。

5.一週使用網路時間與科技易用性-我覺得社群網站的功能可以設計更好一點
平均數具有顯著差異。

與「科技易用性-上網對我來說是件簡單的事情」差異性比較

1.性別的不同與科技易用性-上網對我來說是件簡單的事情平均數具有顯著差異。

2.不同的上網地點與科技易用性-上網對我來說是件簡單的事情平均數不存在顯著差異。

3.不同的上網工具與科技易用性-上網對我來說是件簡單的事情平均數不存在顯著差異。

4.不同的電腦上網活動與科技易用性-上網對我來說是件簡單的事情平均數不存在顯著差異。

5.一週使用網路時間與科技易用性-上網對我來說是件簡單的事情平均數具有顯著差異。

與「科技易用性-上社群網站發布訊息對我來說是簡單的一件事」差異性比較

1.性別的不同與科技易用性-上社群網站發布訊息對我來說是簡單的一件事平均數具有顯著差異。

2.不同的上網地點與科技易用性-上社群網站發布訊息對我來說是簡單的一件事平均數不存在顯著差異。

3.不同的上網工具與科技易用性-上社群網站發布訊息對我來說是簡單的一件事平均數不存在顯著差異。

4.不同的電腦上網活動與科技易用性-上社群網站發布訊息對我來說是簡單的一件事平均數具有顯著差異。

5.一週使用網路時間與科技易用性-上社群網站發布訊息對我來說是簡單的一件事平均數具有顯著差異。

與「科技易用性-上社群網站分享影音檔或是新聞連結對我來說是簡單事」差異性比較

1.性別的不同與科技易用性-上社群網站分享影音檔或是新聞連結對我來說是簡單事平均數不存在顯著差異。

2.不同的上網地點與科技易用性-上社群網站分享影音檔或是新聞連結對我來說是簡單事平均數具有顯著差異。

3.不同的上網工具與科技易用性-上社群網站分享影音檔或是新聞連結對我來說是簡單事平均數不存在顯著差異。

4.不同的電腦上網活動與科技易用性-上社群網站分享影音檔或是新聞連結對我來說是簡單事平均數具有顯著差異。

5.一週使用網路時間與科技易用性-上社群網站分享影音檔或是新聞連結對我來說是簡單事平均數不存在顯著差異。

所以這部份的結論如下

在使用者特性與社群網路使用易用性間具有顯著差異的因子包含性別、上網地點、上網地點、上網活動以及使用網路時間。在使用者特性自變項與社群網路易用性主要顯著差異的因子為：不同的使用者特性與使用社群網站發布訊息有顯著差異。

在使用者特性與社群網路使用意願部分的獨立樣本 t 檢定的結果如下：

表 9 使用者特性與社群網路使用意願部分的獨立樣本 t 檢定

B11.我願意使用社群網站來 分享我的心情	變異數相等的 Levene 檢定		平均數相等的 t 檢定			
	F -value	p-value	t-value	p-value	平均差異	標準誤差異

性別	.221	.639	3.560	.000	.20685	.05810
請問您最常使用的上網地點是	8.385	.004	.576	.566	.00847	.01472
請問您最常使用的上網工具是	2.062	.152	.590	.556	.06105	.10350
請問您使用上網電腦最常使用的活動為	11.491	.001	-2.054	.041	-.23499	.11443
請問您一周之內的網路使用時間	.576	.449	1.721	.086	.20526	.11930
B12.我會關心朋友的留言	變異數相等的 Levene 檢定		平均數相等的 t 檢定			
	F -value	p-value	t-value	p-value	平均差異	標準誤差異
性別	6.951	.009	4.052	.000	.23154	.05715
請問您最常使用的上網地點是	3.677	.056	.475	.635	.00562	.01183
請問您最常使用的上網工具是	.389	.534	1.325	.186	.13627	.10282
請問您使用上網電腦最常使用的活動為	9.451	.002	.247	.805	.03036	.12272
請問您一周之內的網路使用時間	.042	.838	1.851	.065	.21975	.11871
B13.我覺得社群網站的設計要非常的炫才會讓我一直使用	變異數相等的 Levene 檢定		平均數相等的 t 檢定			
	F -value	p-value	t-value	p-value	平均差異	標準誤差異
性別	.419	.518	1.132	.259	.08284	.07318
請問您最常使用的上網地點是	1.295	.256	-.282	.778	-.00415	.01469
請問您最常使用的上網工具是	4.527	.034	.171	.864	.01939	.11317
請問您使用上網電腦最常使用的活動為	.674	.412	-.987	.324	-.14458	.14642
請問您一周之內的網路使用時間	.729	.394	1.229	.220	.18171	.14783

B14.我覺得社群網站的設計要非常的簡單才會讓我一直使用	變異數相等的 Levene 檢定		平均數相等的 t 檢定			
	F -value	p-value	t-value	p-value	平均差異	標準誤差異
性別	.001	.980	.833	.406	.05641	.06775
請問您最常使用的上網地點是	1.923	.167	1.024	.307	.01389	.01356
請問您最常使用的上網工具是	3.529	.061	.295	.769	.03194	.10836
請問您使用上網電腦最常使用的活動為	2.128	.146	-1.167	.244	-.15792	.13532
請問您一周之內的網路使用時間	9.574	.002	3.219	.002	.46103	.14321

由 F 值以及 $p\text{-value} < .05$ 來選擇進行獨立樣本 t 檢定後所選擇的虛無假說，我們可以得到以下結果。

與「社群網路使用意願-我願意使用社群網站來分享我的心情」差異性比較

- 1.性別的不同與社群網路使用意願-我願意使用社群網站來分享我的心情平均數不存在顯著差異。
- 2.不同的上網地點與社群網路使用意願-我願意使用社群網站來分享我的心情平均數具有顯著差異。
- 3.不同的上網工具與社群網路使用意願-我願意使用社群網站來分享我的心情平均數不存在不存在差異。
- 4.不同的電腦上網活動與社群網路使用意願-我願意使用社群網站來分享我的心情平均數具有顯著差異。
- 5.一週使用網路時間與社群網路使用意願-我願意使用社群網站來分享我的心情平均數不存在顯著差異。

與「社群網路使用意願-我會關心朋友的留言」差異性比較

- 1.性別的不同與社群網路使用意願-我會關心朋友的留言平均數具有顯著差異。
- 2.不同的上網地點與社群網路使用意願-我會關心朋友的留言平均數不存在顯著差異。
- 3.不同的上網工具與社群網路使用意願-我會關心朋友的留言平均數不存在顯著差異。
- 4.不同的電腦上網活動與社群網路使用意願-我會關心朋友的留言平均數具有顯著差異。
- 5.一週使用網路時間與社群網路使用意願-我會關心朋友的留言平均數不存在顯著差異。

與「社群網路使用意願-我覺得社群網站的設計要非常的炫才會讓我一直使用」差異性比較結果如下。

- 1.性別的不同與社群網路使用意願-我覺得社群網站的設計要非常的炫才會讓我一直使用平均數不存在顯著差異。
- 2.不同的上網地點與社群網路使用意願-我覺得社群網站的設計要非常的炫才會讓我一直使用平均數不存在顯著差異。
- 3.不同的上網工具與社群網路使用意願-我覺得社群網站的設計要非常的炫才會讓我一直使用平均數具有顯著差異。
- 4.不同的電腦上網活動與社群網路使用意願-我覺得社群網站的設計要非常的炫才會讓我一直使用平均數不存在顯著差異。
- 5.一週使用網路時間與社群網路使用意願-我覺得社群網站的設計要非常的炫才會讓我一直使用平均數不存在顯著差異。

與「社群網路使用意願-我覺得社群網站的設計要非常的簡單才會讓我一直使用」差異性比較級果如下。

- 1.性別的不同與我覺得社群網站的設計要非常的簡單才會讓我一直使用平均數不存在顯著差異。

2.不同的上網地點與我覺得社群網站的設計要非常的簡單才會讓我一直使用平均數不存在顯著差異。

3.不同的上網工具與我覺得社群網站的設計要非常的簡單才會讓我一直使用平均數具有顯著差異。

4.不同的電腦上網活動與我覺得社群網站的設計要非常的簡單才會讓我一直使用平均數不存在顯著差異。

5.一週使用網路時間與我覺得社群網站的設計要非常的簡單才會讓我一直使用平均數具有顯著差異。

所以這部份的結論如下

在使用者特性與社群網路使用意願間具有顯著差異的因子包含性別、上網地點、上網地點、上網活動以及使用網路時間。在使用者特性自變項與社群網路使用意願主要顯著差異的因子為：不同的使用者特性與網路社群使用意願有顯著差異。

由使用者特性與社群網路使用的有用性，易用性與使用意願的獨立樣本 t 檢定可以發現問卷資料支持研究所設立的若干假設。

假設 1 不同使用者特性對於社群網路使用情形有顯著的差異。

→透過獨立樣本 t 檢定的分析：假設成立

假設 1-1：不同性別的使用者特性對於社群網路的使用情形有顯著差異。

→透過獨立樣本 t 檢定的分析：假設成立

假設 1-2：不同電腦使用時間的特性對於社群網路的使用情形有顯著差異。

→透過獨立樣本 t 檢定的分析：假設成立

假設 1-3：不同電腦效能的特性對於社群網路的使用情形有顯著差異。

→透過獨立樣本 t 檢定的分析：假設成立

假設 1-4：家庭資源差異對於社群網路的使用情形有顯著差異。

→透過獨立樣本 t 檢定的分析：假設成立

假設 1-5：學校資源掌握度不同對於社群網路的使用情形有顯著差異。

→透過獨立樣本 t 檢定的分析：假設成立

假設 1-6：不同班級使用社群網路的狀況對於社群網路的使用情形有顯著差異。

→透過獨立樣本 t 檢定的分析：假設成立

假設 1-7：不同社群網路更新頻率對於社群網路的使用情形有顯著差異。

→透過獨立樣本 t 檢定的分析：假設成立

(2) 學童使用社群網路與班級認同感的獨立樣本 t 檢定

學童使用社群網路與班級認同感的獨立樣本 t 檢定部分，研究將自變項社群網路的知覺有用性、知覺易用性、社群網路使用意願與社群網路實際使用狀況與依變項的班級認同進行比較是否有顯著的差異性，並確立獨立樣本 t 檢定的虛無假設。

在社群網路的知覺有用性部份，本研究將與使用者特性較有顯著差異相關的因子提出與班級認同因子群比較，其結果如下所示。

表 10 知覺有用性因子提出與班級認同因子群進行 t 檢定

知覺有用性 B02 我會使用社群網站的訊息來幫助學習	變異數相等的 Levene 檢定		平均數相等的 t 檢定			
	F 檢定	p-value	t-value	p-value	平均差異	標準誤差異
我覺得班級留言板上的訊息比我的社群網站上的訊息重要	2.518	.114	3.116	.002	.47446	.15226
我會主動到班級留言板上分享我的近況	.060	.806	4.205	.000	.69068	.16425

我會主動將我的社群網站訊息到班級留言板上分享	.047	.828	4.554	.000	.73778	.16202
能夠與班上同學互動對我而言是重要的	.608	.436	2.796	.006	.47774	.17089
能夠與不是班上同學互動對我而言是重要的	4.474	.035	1.341	.183	.25071	.18693
我認為很榮幸能夠成為班級上的一分子	1.667	.198	4.266	.000	.63471	.14879
我會主動跟班上同學聊起班級留言板上的訊息	.151	.698	5.326	.000	.93129	.17485
跟別人談論到班級事情時，我會說「我們班上…」而不會說「班上那些同學…」	5.526	.019	2.276	.025	.41096	.18056
參加班上的活動對我來說很重要	.367	.545	4.114	.000	.62725	.15245
在 facebook 上與朋友分享班上的資訊對我來說很重要	.189	.664	5.270	.000	.90543	.17181
我總是希望班級間的競賽，班上永遠是拿第一	.803	.371	2.194	.029	.38619	.17605
班級比賽有沒有拿第一名，對我來說都無所謂啦	2.605	.108	-1.888	.060	-.32025	.16962

由 F 值以及 $p\text{-value} < .05$ 來選擇進行獨立樣本 t 檢定後所選擇的虛無假說，我們可以得到以下結果。

與知覺有用性（B02. 我會使用社群網站的訊息來幫助學習）產生顯著差異的班級認同感因子為

C05. 能夠與不是班上同學互動對我而言是重要的

C08. 跟別人談論到班級事情時，我會說「我們班上...」而不會說「班上那些同學...」

其他的班級認同感因子平均數皆不存在顯著差異。

在社群網路的知覺易用性部份，本研究將與使用者特性較有顯著差異相關的因子提出與班級認同因子群比較，其結果如下所示。

表 11 知覺有用性因子提出與班級認同因子群進行 t 檢定

知覺易用性	變異數相等的 Levene 檢定		平均數相等的 t 檢定			
	F 檢定	p-value	t-value	p-value	平均差異	標準誤差異
B06 我對於社群網站的遊戲程式很熟悉						
我覺得班級留言板上的訊息比我的社群網站上的訊息重要	1.099	.295	.279	.780	.03602	.12910
我會主動到班級留言板上分享我的近況	1.502	.221	1.225	.221	.17245	.14074
我會主動將我的社群網站訊息到班級留言板上分享	.616	.433	.951	.343	.13275	.13964
能夠與班上同學互動對我而言是重要的	.056	.813	1.421	.156	.20466	.14398
能夠與不是班上同學互動對我而言是重要的	4.435	.036	.690	.491	.09821	.14233
我認為很榮幸能夠成為班級上的一分子	3.345	.068	1.904	.058	.24203	.12714
我會主動跟班上同學聊起班級留言板上的訊息	11.360	.001	4.055	.000	.59888	.14767
跟別人談論到班級事情時，我會說「我們班上…」而不會說「班上那些同學…」	8.637	.004	1.761	.079	.25063	.14236
參加班上的活動對我來說很重要	.001	.980	1.317	.189	.17182	.13042
在 facebook 上與朋友分享班上的資訊對我來說很重要	2.569	.110	5.808	.000	.82513	.14208
我總是希望班級間的競賽，班上永遠是拿第一	.010	.919	2.138	.033	.31429	.14698
班級比賽有沒有拿第一名，對我來說都無所謂啦	.328	.567	-.096	.923	-.01371	.14239
知覺易用性						
B09.上社群網站發布訊息對我來說是簡單的一件事						
我覺得班級留言板上的訊息比我的社群網站上的訊息重要	1.561	.212	.892	.373	.11693	.13110
我會主動到班級留言板上分享我的近況	6.829	.009	3.659	.000	.48967	.13382
我會主動將我的社群網站訊息到班級留言板上分享	6.111	.014	2.919	.004	.40914	.14018

能夠與班上同學互動對我而言是重要的	8.920	.003	3.698	.000	.51769	.14001
能夠與不是班上同學互動對我而言是重要的	3.729	.054	3.257	.001	.46601	.14310
我認為很榮幸能夠成為班級上的一分子	.030	.862	3.741	.000	.47541	.12709
我會主動跟班上同學聊起班級留言板上的訊息	6.506	.011	4.717	.000	.68579	.14538
跟別人談論到班級事情時，我會說「我們班上…」而不會說「班上那些同學…」	4.259	.040	2.674	.008	.38140	.14265
參加班上的活動對我來說很重要	7.127	.008	3.880	.000	.50028	.12892
在 facebook 上與朋友分享班上的資訊對我來說很重要	9.542	.002	6.180	.000	.85816	.13885
我總是希望班級間的競賽，班上永遠是拿第一	1.546	.215	3.599	.000	.53043	.14739
班級比賽有沒有拿第一名，對我來說都無所謂啦	7.699	.006	1.386	.167	.19223	.13868

由 F 值以及 $p\text{-value} < .05$ 來選擇進行獨立樣本 t 檢定後所選擇的虛無假說，我們可以得到以下結果。

與知覺有用性（B06. 上社群網站發布訊息對我來說是簡單的一件事）產生顯著差異的班級認同感因子為

C02.我會主動到班級留言板上分享我的近況

C05.能夠與不是班上同學互動對我而言是重要的

C07.我會主動跟班上同學聊起班級留言板上的訊息

C08.跟別人談論到班級事情時，我會說「我們班上...」而不會說「班上那些同學...」

其他的班級認同感因子平均數皆不存在顯著差異。

與知覺有用性（B09.我對於社群網站的遊戲程式很熟悉）產生顯著差異的班級認同感因子為

C04.能夠與班上同學互動對我而言是重要的

C07.我會主動跟班上同學聊起班級留言板上的訊息

C08.跟別人談論到班級事情時，我會說「我們班上...」而不會說「班上那些同學...」

C09.參加班上的活動對我來說很重要

C10.在 facebook 上與朋友分享班上的資訊對我來說很重要

C12.班級比賽有沒有拿第一名，對我來說都無所謂啦

其他的班級認同感因子平均數皆不存在顯著差異。

在社群網路使用意願部份，本研究將與使用者特性較有顯著差異相關的因子提出與班級認同因子群比較，其結果如下所示。

表 12 社群網路使用意願因子提出與班級認同因子群進行 t 檢定

B11.我願意使用社群網站來分享我的心情	變異數相等的 Levene 檢定		平均數相等的 t 檢定			
	F 檢定	p-value	t-value	p-value	平均差異	標準誤差異
我覺得班級留言板上的訊息比我的社群網站上的訊息重要	.241	.624	1.486	.138	.19548	.13151
我會主動到班級留言板上分享我的近況	.909	.341	3.871	.000	.54471	.14073
我會主動將我的社群網站訊息到班級留言板上分享	.635	.426	2.747	.006	.38777	.14118
能夠與班上同學互動對我而言是重要的	.155	.694	4.886	.000	.69426	.14209
能夠與不是班上同學互動對我而言是重要的	3.457	.064	3.727	.000	.53343	.14313
我認為很榮幸能夠成為班級上的一分子	.433	.511	3.711	.000	.47444	.12783
我會主動跟班上同學聊起班級留言板上的訊息	5.803	.017	4.682	.000	.72357	.15455
跟別人談論到班級事情時，我會說「我們班上...」而不會說「班上那些同學...」	1.598	.207	3.907	.000	.56040	.14342
參加班上的活動對我來說很重要	.519	.472	5.145	.000	.65919	.12812
在 facebook 上與朋友分享班上的資訊對我來說很重要	1.764	.185	7.622	.000	1.06841	.14017
我總是希望班級間的競賽，班上永遠是拿第一	.027	.869	2.862	.005	.42752	.14936

班級比賽有沒有拿第一名，對我來說都無所謂啦	.747	.388	-1.390	.165	-.20175	.14509
B12.我會關心朋友的留言	變異數相等的 Levene 檢定		平均數相等的 t 檢定			
	F 檢定	p-value	t-value	p-value	平均差異	標準誤差異
我覺得班級留言板上的訊息比我的社群網站上的訊息重要	.172	.679	2.437	.015	.31711	.13015
我會主動到班級留言板上分享我的近況	4.155	.042	4.469	.000	.59411	.13294
我會主動將我的社群網站訊息到班級留言板上分享	2.900	.090	2.663	.008	.37464	.14070
能夠與班上同學互動對我而言是重要的	1.469	.227	4.790	.000	.67875	.14170
能夠與不是班上同學互動對我而言是重要的	2.820	.094	3.368	.001	.48194	.14311
我認為很榮幸能夠成為班級上的一分子	.069	.792	4.346	.000	.54875	.12626
我會主動跟班上同學聊起班級留言板上的訊息	6.206	.013	5.236	.000	.75624	.14443
跟別人談論到班級事情時，我會說「我們班上…」而不會說「班上那些同學…」	4.664	.032	4.530	.000	.63028	.13912
參加班上的活動對我來說很重要	1.101	.295	5.091	.000	.65006	.12770
在 facebook 上與朋友分享班上的資訊對我來說很重要	1.397	.238	6.728	.000	.95654	.14218
我總是希望班級間的競賽，班上永遠是拿第一	.539	.463	3.460	.001	.51151	.14782
班級比賽有沒有拿第一名，對我來說都無所謂啦	.200	.655	-1.975	.049	-.28438	.14401
B14.我覺得社群網站的設計要非常的簡單才會讓我一直使用	變異數相等的 Levene 檢定		平均數相等的 t 檢定			
	F 檢定	p-value	t-value	p-value	平均差異	標準誤差異
我覺得班級留言板上的訊息比我的社群網站上的訊息重要	.204	.652	.322	.748	.04858	.15087
我會主動到班級留言板上分享我的近況	1.520	.219	1.007	.315	.16581	.16460

我會主動將我的社群網站訊息到班級留言板上分享	1.485	.224	.846	.398	.13803	.16323
能夠與班上同學互動對我而言是重要的	2.037	.155	2.447	.015	.40908	.16715
能夠與不是班上同學互動對我而言是重要的	.476	.491	1.684	.093	.28053	.16660
我認為很榮幸能夠成為班級上的一分子	9.109	.003	3.119	.002	.40186	.12886
我會主動跟班上同學聊起班級留言板上的訊息	.475	.491	3.575	.000	.62469	.17476
跟別人談論到班級事情時，我會說「我們班上…」而不會說「班上那些同學…」	.202	.654	2.378	.018	.39599	.16653
參加班上的活動對我來說很重要	.046	.831	2.924	.004	.44065	.15070
在 facebook 上與朋友分享班上的資訊對我來說很重要	1.546	.215	4.157	.000	.70803	.17033
我總是希望班級間的競賽，班上永遠是拿第一	1.549	.214	2.649	.009	.45313	.17107
班級比賽有沒有拿第一名，對我來說都無所謂啦	1.761	.185	-1.600	.111	-.26505	.16569

由 F 值以及 $p\text{-value} < .05$ 來選擇進行獨立樣本 t 檢定後所選擇的虛無假說，我們可以得到以下結果。

與社群網路使用意願 (B11.我願意使用社群網站來分享我的心情) 產生顯著差異的班級認同感因子為

C07.我會主動跟班上同學聊起班級留言板上的訊息

其他的班級認同感因子平均數皆不存在顯著差異。

與社群網路使用意願 (B12.我會關心朋友的留言) 產生顯著差異的班級認同感因子為

C02.我會主動到班級留言板上分享我的近況

C07.我會主動跟班上同學聊起班級留言板上的訊息

C08.跟別人談論到班級事情時，我會說「我們班上…」而不會說「班上那些同學…」

其他的班級認同感因子平均數皆不存在顯著差異。

與社群網路使用意願 (B14.我覺得社群網站的設計要非常的簡單才會讓我一直使用) 產生顯著差異的班級認同感因子為 C06. 我認為很榮幸能夠成為班級上的一分子。其他的班級認同感因子平均數皆不存在顯著差異。

綜合以上對於社群網路的使用與班級認同感的結論如下

在社群網路使用的知覺有用性，知覺易用性與社群網路使用意願，選擇與使用者特性有顯著差異的因子，與班級認同感調查的結果進行差異性比較，由第二部分的自變相為網路社群的使用行為，依變項為班級認同感的衡量。這部份研究的假設為

假設 2.不同社群網路使用行為對於班級認同感有顯著的差異。

→透過獨立樣本 t 檢定的分析：假設成立

假設 2.1 不同的知覺有用性對於班級認同感有顯著的差異。

→透過獨立樣本 t 檢定的分析：假設成立

假設 2.2 不同的知覺易用性對於班級認同感有顯著的差異。

→透過獨立樣本 t 檢定的分析：假設成立

假設 2.3 不同的社群網路使用意願對於班級認同感有顯著的差異。

→透過獨立樣本 t 檢定的分析：假設成立

假設 2.4 不同的社群網路實際使用狀況對於班級認同感有顯著的差異。

→透過獨立樣本 t 檢定的分析：假設成立

第五節 小結

由基本資料描述性分析了解 TAM 模式中對於研究對象在使用者特性部分的具體描述。由問卷分析中可以了解研究對象在男女比例部分約為 1:1，普遍在家

上網，受到父母的管制而在上網時間部分有所限制。高年級學童在進行上網活動時主要進行社群網站訊息的傳遞，其次為線上遊戲的進行。透過社群網站的經營，學童透過虛擬網站功能作為社交工具的現象相當普遍，但是在是否可取代班級同學間的正常活動時，研究對象則明顯不認同。

在社群網路使用部分，依照知覺有用性，知覺易用性，社群網路使用意願及社群網路實際使用狀況與使用者特性進行比對可以發現，在知覺有用性部份與使用者特性具有顯著差異的因子為使用社群網站的訊息來幫助學習；在知覺易用性部份與使用者特性具有顯著差異的因子為熟悉社群網站的遊戲程式以及訊息發布功能；在社群網路使用意願部份與使用者特性具有顯著差異的因子為分享個人心情，關心朋友留言以及極簡的社群網設計功能。顯示國小學童對於社群網路的使用希望可以透過社群網路的使用來增加學習效能，在學習社群網路的部份對於遊戲程式以及訊息發布功能持正面看法，對於社群網路的使用方式則是以幫助學童社交功能以及心情分享為主。

在班級認同感部分，與使用者特性具有顯著相關因子的社群網路使用情形，依照知覺有用性，知覺易用性，社群網路使用意願及社群網路實際使用狀況進行比對可以發現，在知覺有用性-應用社群網站功能幫助學習的項目部份對於班級認同因子具有顯著相關，顯示國小學童不僅只是依賴社群網站的訊息來幫助學習，更是對於同學間的交流往來在幫助學習之餘，也可以增進班級認同感。

而知覺易用性部分，更是表示國小學童透過上社群網站發布訊息分享近況，以及與班上同學產生互動，但是這部份反而對於非班上同學的社群網路訊息分享部分並不存在顯著差異，顯示國小學童於社群網路上的訊息分享仍是以班上同學互動為主，且可以透過訊息分享來幫助學習成果。

最後，在目前社群網路的選擇度上，國小學童對於簡單的社群網路設計較能接受，而且與班級認同產生正面相關，透過與同學的訊息互動，更容易融入班級活動之中，產生作為組織中一分子的榮譽感。

第五章 結論與建議

第一節 研究發現與成果

根據第四章之資料分析，將研究假設之驗證結果歸納如下：

假設 1 不同使用者特性對於社群網路使用情形有顯著的差異

→假設成立

假設 1-1：不同性別的使用者特性對於社群網路的使用情形有顯著差異。

→假設成立

假設 1-2：不同電腦使用時間的特性對於社群網路的使用情形有顯著差異。

→假設成立

假設 1-3：不同電腦效能的特性對於社群網路的使用情形有顯著差異。

→假設成立

假設 1-4：家庭資源差異對於社群網路的使用情形有顯著差異。

→假設成立

假設 1-5：學校資源掌握度不同對於社群網路的使用情形有顯著差異。

→假設成立

假設 1-6：不同班級使用社群網路的狀況對於社群網路的使用情形有顯著差異。

→假設成立

假設 1-7：不同社群網路更新頻率對於社群網路的使用情形有顯著差異。

→假設成立

第二部分的自變相為網路社群的使用行為，依變項為班級認同感的衡量。這部份研究的假設為假設 2.不同社群網路使用行為對於班級認同感有顯著的差異。

假設 2.1 不同的知覺有用性對於班級認同感有顯著的差異。

→假設成立

假設 2.2 不同的知覺易用性對於班級認同感有顯著的差異。

→假設成立

假設 2.3 不同的社群網路使用意願對於班級認同感有顯著的差異。

→假設成立

假設 2.4 不同的社群網路實際使用狀況對於班級認同感有顯著的差異。

→假設成立

(1) 使用者特性對於社群網路使用情形具有顯著的差異 (假設 1 成立)

使用者特性包含使用者性別、家庭、學校、電腦效能、電腦使用時間、更新頻率及班級使用社群網路狀況等因素，研究結果顯示使用者個別差異會影響社群網路的使用情形，如使用頻率，使用時間長短等，這樣的情形與現實生活中，生活環境單純的國小學童情形相符。目前國小學童的作息時間，主要還是有學校教師與家長來共同指導，受到家庭因素與學校因素共同影響其對於社群網路的使用行為，是極為自然的事情，產生顯著差異更是可以問卷統計的結果來與以佐證。由於社群網路主要依靠網路以及網站功能設計來進行個人訊息發布與分享，所以 TAM 科技接受模式進行使用狀態評估，也符合對於科技產品接受度的研究需求。對於社群網路使用行為，依照知覺有用性，知覺易用性以及社群網路使用意願進行分析，可以更清楚的了解對社群網路使用行為的評估以及不同使用者特性的影響。

(2) 社群網路使用行為對班級組織認同感有正向影響 (假設 2 成立)

社群網路使用行為，依照知覺有用性，知覺易用性以及社群網路使用意願對班級認同感進行分析，由結果發現在班級認同感部分，與使用者特性具有顯著相關因子的社群網路使用情形，依照知覺有用性，知覺易用性，社群網路使用意願及社群網路實際使用狀況進行比對可以發現，社群網路的訊息分享可以協助國小學童在學習成效上的提升，透過同學間的訊息交流往來可以幫助學習成效，表示

對於科技能力掌控度越高的學童在積極應用科技工具與班級同學互動之餘，對於增進班級認同感也具有正向的影響。知覺易用性部分，顯示學童對於科技工具的學習接受度，接受度越高，顯示越容易應用社群網路上的功能以及實質功效來幫助學習。但是由於問卷結果與非班上同學的社群網路訊息分享部分並不存在顯著差異，顯示國小學童在使用社群網路上仍是以班上同學交流為主，透過上社群網站發布訊息分享近況，與班上同學產生互動，且可以透過訊息分享來幫助學習成果。最後，在目前社群網路的使用意願上，國小學童較能接受簡單的社群網路設計，而且與班級認同產生正面相關，透過與同學的訊息互動，更容易融入班級活動之中，產生作為組織中一分子的榮譽感。

第二節 未來研究建議

由於 TAM 科技接受模型固有的限制，所以對於科技接受模型與班級認同間的評估僅能以是否產生正向影響為主，在研究假設部份由問卷解析結果可以得到實際的驗證，得到本研究對於國小高年級學童使用社群網路對於班級認同感的問題解答，所以對於未來研究建議部份，應該可以透過 TAM 模式的再修正，來釐清學童對於班級認同感的於此研究之中未能解答的問題。本研究的研究限制主要受限於 TAM 科技接受模式的限制，所以在不同研究角度度切入，延伸探討其他影響因素對於網路社群使用之影響；例如，以知識分享的角度探討知識品質，或以心理層面的角度探討社群承諾等變數，對於網路社群使用之影響，以擴展研究範疇。

本研究針對於研究變數，研究對象及研究層面，提出對於後續研究者之參考建議，分別如下列所述。

1.研究變數方面

本研究所納入之討論變數，僅依據 TAM 科技接受模式歷史文獻歸納出其中之部分重要變數；然而，尚有許多影響因素未被本研究列入考慮，建議後續研究者，可以從不同研究角度切入，延伸探討其他影響因素對於網路社群使用之影響；例如，以知識分享的角度探討知識品質或以心理層面的角度探討社群承諾等變數，對於網路社群使用之影響，以擴展研究範疇。

2.研究對象方面有所限制

本研究是針對台中市龍井地區國小六年級學童作為研究對象，並無法瞭解其他年齡層級社群使用者的特定使用行為；因此，建議可以進一步透過個案研究之方式，深入探討特定網路社群使用者之使用態度與行為意向。

3.研究層面

本研究雖然盡力在研究議題上滿足使用者背景與社群網站的差異性比較，並且提出與使用者特性據有顯著差異的社群網路使用行為因子與班級組織認同因子進行差異性比較。但研究層面仍局限於社群網路使用對於班級認同間的關係，建議後續研究者可以針對實際影響班級認同層面的因子進營更深一層的討論與分析。

參考文獻

一、中文部分

(一) 專書

李翔昊，**SNS 新變革：社群網路的分享、衝擊與新經濟**（臺北：博碩文化，2010）。

(二) 期刊文章

蘇船利，「虛實難辨的電子奇幻世界」，**師友月刊**，第 416 期（2002 年），頁 35-38。

(三) 論文

何志宗，**國小高年級學生網路使用現況與網路素養之研究—以台中縣為例**（臺中：靜宜大學資訊管理學系研究所碩士論文，2005 年）。

吳秀娟，**國小學童網路使用行為及其創造力表現關係之研究**（屏東：屏東教育大學社會發展學系碩士論文，2009 年）。

吳峻豪，**國中學生網路使用行為、網路成癮和自我概念之研究-以台中縣為例**（新竹市：中華大學碩士論文，2008 年）。

吳肇銘，**影響網站使用意願之因素研究-以入門網站為例**（桃園：中央大學資訊管理研究所博士論文，1999 年）。

林宛頻，**臺中市國小高年級學生電腦網路使用行為與同理心發展關係之研究**（臺中：臺中教育大學課程與教學研究所碩士論文，2009 年）。

施文超，**彰化縣國小高年級學童網路使用行為、性知識及性態度之相關研究**（花蓮：花蓮教育大學社會發展研究所碩士論文，2006 年）。

范家敏，**高雄縣國小高年級學童電腦遊戲使用行為與電腦態度、電腦自我效能之相關研究**（臺東：台東大學教育研究所碩士論文，2005 年）。

婁竹，**屏東縣國小高年級學童網路使用現況調查**（臺東：臺東大學健康促進與休閒管理系碩士論文，2009 年）。

許明遠，**國小高年級學童網路使用行為與自我概念、人際關係之研究-以臺北市兩所國小為例**（臺北：臺北市立師範學院社會科教育研究所碩士論文，2005年）。

陳威宏，**兒童使用超媒體的 Web2.0 創作故事平台之探究--衍生與重組**（桃園：中央大學網路學習科技研究所碩士論文，2010年）。

陳建誌，**Web2.0 網站使用者之使用動機、行為與滿足之研究**（高雄：中山大學傳播管理研究所碩士論文，2010年）。

黃玉萍，**國小學童網路素養與網路使用現況之研究**（臺南：臺南師範學院國民教育研究所碩士論文，2002年）。

楊易蕙，**國小學童網路使用行為與人際關係、自我概念之研究**（臺南：臺南大學教育學系碩士論文，2005年）。

劉佳妍，**社群網路口碑傳播與使用者行為關聯之研究-以 Facebook 社群網路為例**（臺北：中國文化大學新聞研究所碩士論文，2009年）。

蔣昕，**臉書上的一張臉譜：社交網站上的劃界與展演**（新竹：清華大學社會學研究所碩士論文，2010年）。

賴昱霖，**國小學童網際網路使用行為與資訊能力之相關研究—以雲林縣國小高年級為例**（雲林：雲林科技大學資訊管理系碩士論文，2007年）。

薛秀，**國中學生電腦網路使用與親子互動關係之研究---以台北市國中學生為例**（臺北：臺灣師範大學家政教育研究所碩士論文，2001年）。

嚴增虹，**國小學童網際網路使用者背景、行為與心理特質關係之研究**（臺南：臺南大學初等教育學系碩士論文，2002年）。

顧為瑾，**台北市國中學生網路行為與學習自我效能之研究**（臺北：臺灣師範大學社會教育學系碩士論文，2002年）。

二、英文部分

(一) 專書

Ajzen, I., *From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior, Action-Control: From Cognition to Behavior* (Heidelberg: Springer, 1985) .

Bandura, A., *Self-efficacy In Changing Societies* (New York: Cambridge University Press, 1995) .

Erikson, E. H., *Identity: Youth and Crisis* (New York: Norton, 1968) .

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

Gross, E. & A. Etzioni, *Organizations in society* (N.J.: Prentice-Hall, 1985) .

Kim, A. J., *Community Building on the Web: Secret Strategies for Successful Online Communities* (London: Addison Wesley, 2000) .

Mowday, R., Porter, L., & Steers, R., *Employee--organization linkages* (New York: Academic Press, 1982).

Negroponte, N., *Being Digital* (New York: Alfred A. Knopf, 1995) .

Patchen, M., *Participation, achievement, and involvement on the job* (N.J.: Prentice Hall Canada, 1970) .

Rheingold, H., *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier* (London: MIT Press, 1993) .

Salancik, G. R., *Commitment and the control of organizational behavior and belief* (Chicago: St. Clair-Press, 1977) .

(二) 期刊文章

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

- Dekovie, M. J., and M. Jan, "Parents child-rearing styles and child's sociometric status," *Development Psychology*, Vol. 28, No.5 (1992) , pp.925-932.
- Dutton, J. E., Dukerich J. M. & C. V. Harquail, "Organizational images and member identification," *Administrative Science Quarterly*, Vol.39, No.2 (1994) , pp.239-263.
- Epstein, R. S., Fullerton C., and Ursano R. J., "Factor analysis of the general health questionnaire," *Psychological Reports*, Vol.75, No.2 (1994) , pp.979-983.
- Gouldner, A. W., "The norm of reciprocity: A preliminary statement," *American Sociological Review* ,Vol.25, No.2 (1960) , pp.161-178.
- Gulnar, B., Balci S., & Cakir V., "Motivations of Facebook, You Tube and similar web sites users," *Bilig*, No.54 (2010) , pp.161-184.
- Hrebiniak, L. G., Alutto J. A., "Personal and role-related factors in the development of organizational commitment," *Administrative Science Quarterly*,Vol.17, No.4 (1972) , pp.555-572.
- Igbaria, M., Zinatelli N., Cragg P. and A.L.M. Caraye, "Personal computing acceptance factors in small firms: a structural equation model," *MIS Quarterly*, Vol.21, No.3 (1997) , pp.179-305.
- Jackson, C., Chow S. and R. Leitch, "Toward an understanding of the behavioral intention to use an information system," *Decision Sciences*, Vol.28, No.2 (1997) , pp.357-389.
- Johnson, W. L., Johnson A. M., & F. Heimberg, "A primary-and second-order component analysis of the organizational identification questionnaire," *Educational and Psychological Measurement*, Vol.59, No.1 (1999) , pp.159-170.
- Kanter, R. M., "Commitment and social organization: A study of commitment mechanisms in utopian communities," *American Sociological Review*, Vol.33, No.4 (1968) , pp.499-517.
- Kim, Y., Sohn D., & Choi S. M., "Cultural difference in motivations for using social network sites: A comparative study of American and Korean college students," *Computers in Human Behavior*, Vol.27, No.1 (2011) , pp.365-372.
- Lewis, J., & West A., "Friending: London-based undergraduates' experience of Facebook," *New Media & Society*, Vol.11, No.7 (2009) , pp.1209-1229.

Lucas, H. C., and V.K. Spitler, "Technology use and performance: a field study of broker work stations," *Decision Sciences*, Vol.30, No.2 (1999) , pp.291-311.

Mael, F.& B. E. Ashforth, "Alumni and their alma mater: A partial test of the reformulated model of organizational identification," *Journal of organizational behavior*, Vol.13, No.2 (1992) , pp.103-123.

Morris, M. G., D. A., "How user perceptions influence software use," *IEEE software* 14 (1997) pp.58-65.

Nguyen, N. G. L., "Corporate image and corporate reputation in customers' retention decisions in services," *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol.8, No.4 (2001) , pp.227-223.

O'Reilly, C. A., Chatman, Jennifer, "Organizational commitment and psychological attachment: the effects of compliance, identification, and internalization on prosocial behavior," *Journal of Applied Psychology*, Vol.71, No.3 (1986) , pp.492-499.

Porter, L., Crampon W., & Smith F., "Organizational commitment and managerial turnovers: A longitudinal study," *Organizational Behavior and Human Performance*, Vol.15, No.1 (1976) , pp.87-98.

Straub, K., & Brenner, "Testing the Technology Acceptance Model across Cultures: A Three Country Study," *Information & Management*, Vol.31, No.1 (1997) , pp.1-11.

Szajna, B., "Empirical evaluation of the revised technology acceptance model," *Management Science*, Vol.42, No.1 (1996) , pp.85-92.

Viswanath, Venkatesh & Fred D. Davis, "Theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies," *Management Science*, Vol.46, No.2 (February 2000) , pp.186-204.

Walter, S. A., "Theory the of User Acceptance of Information Technologies: An Examination of Health Care Professionals," *Systems Sciences*, Vol.1, No.6(1999).

(三) 研討會

A. Java X. S., T. Finin, and B. Tseng., "Why We Twitter: Understanding Microblogging Usage and Communities," *Proceedings of the 9th WebKDD and 1st SNA-KDD 2007 workshop on Web mining and social network analysis* (New York: WebKDD/SNA-KDD '07, 2007) , pp.56-65.

Kollock, P., "The Economies of Online Cooperation: Gifts and Public Goods in Cyberspace," In M. Smith and P. Kollock (eds.), *in Communities in Cyberspace* (London: Routledge,1999) , pp.220-239.

Lewicki, R. J., & B. B. Bunker, "Developing and Maintaining Trust in Work Relationships," In *Trust in Organizations: Frontiers of Theory and Research*. R. M. K. T. R. Tyler. Thousand Oaks, CA, Sage Publications: (1996) ,pp.114-139.

三、網路部分

「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，網址：http://www.myhome.net.tw/2011_06/p01.htm（最後瀏覽日期：2012 年 5 月 10 日）。

附錄

1. 網路社群使用行為對國小六年級學童班級認同問卷

使用者特性研究題目包含以下各題

(1) 性別

(2) 請問您一周之內的網路使用時間，1 小時以內，2~10 小時，11~14 小時，每天 3 小時以上

(3) 請問您最常使用的上網地點是，家裡，學校

(4) 請問您最常使用的上網電腦等級是，（近 1~2 年的）桌上型電腦，（3 年以上的）桌上型電腦，（近 1~2 年的）筆記型電腦，（3 年以上的）筆記型電腦，智慧型手機（限第 3 題回答最常在家裡上網的回答此題）

(5) 請問您使用上網電腦最常使用的活動為，查資料，上班級留言板，上 Facebook，玩網路遊戲，其他

家庭規範研究題目包含以下各題

(6) 請問家長是否有要求限制上網時間，有，沒有

(7) 家中除了你以外，還有其他經常上網的家人嗎？有，沒有

(8) 家中上網的方式，光纖網路，寬頻網路，撥接網路，3G 上網

學校資源研究題目包含以下各題

(9) 學校內可供上網的資源有，電腦教室，圖書館，數位教材，其他

(10) 學校常使用數位布告欄公告資訊嗎？是，否，不知道

班級組織使用社群網站的研究題目包含以下各題

(11) 班級有共同的留言板嗎，有，沒有

(12) 請問你有上 Facebook 之類的網站嗎，有，沒有

(13) 你會利用網路社群的功能舉辦班級活動嗎，會，不會

(14) 如果讓你有機會利用網路社群的功能舉辦班級活動，你會想要辦，班會，校外教學，體育活動，其他

社群網站更新頻率的研究題目包含以下各題

(15) 在你最熟悉的網路社群活動中，你多久會上去察看新的留言訊息，經常，偶爾，想到就上去看看，不常

(16) 你認為班級網站應該常常舉辦活動，是，否

(17) 你認為班級網站應該多久舉辦一次活動比較合理，每天，一個星期，一個月，不舉辦也沒有關係

(18) 請問你贊成使用網路是否要被限制，要，不要，而你的理由是？

社群網站的使用的問卷設計

(1) 社群網站有用性認知

本研究將「社群網站的有用性認知」定義為學生認為社群網站的使用能有助於學習、溝通或培養班級認同的認知程度，共有 5 題。

a. 我常使用社群網站分享心情 總是，經常，常常，偶爾，不常

b. 我常使用社群網站的訊息來幫助學習 總是，經常，常常，偶爾，不常

c. 我會關注班級活動的舉辦 總是，經常，常常，偶爾，不常

d. 我會視情況與同學使用社群網站發布訊息進行溝通 總是，經常，常常，偶爾，不常

e. 我對於班級布告欄上的留言很關心 總是，經常，常常，偶爾，不常

(2) 社群網站易用性認知

本研究將「社群網站的易用性認知」定義為學生認為使用社群網站的容易程度，共有 5 題。

a. 我對於社群網站的遊戲程式很熟悉 是，還好，不熟悉，搞不懂

b. 我覺得社群網站的功能還可以設計更好一點 是，還好，不熟悉，搞不懂

- c.上網對我來說，太簡單，有點難度，還好，困難，太難了
- d.上社群網站發布訊息對我來說，太簡單，有點難度，還好，困難，太難了
- e.上社群網站分享影音檔案或是新聞連結對我來說，太簡單，有點難度，還好，困難，太難了

(3) 社群網站使用意願

本研究的「社群網站的使用意願」，意指學生持續使用社群網站的可能性，衡量題目 4 題。

- a.我願意使用社群網站來分享我的心情 是，還好，偶爾會，不恰當，不願意
- b.我會關心朋友的留言 是，還好，偶爾會，不太會，從來不會
- c.我覺得社群網站的設計要非常的炫才會讓我一直使用是，還好，偶爾會，不太會，從來不會
- d.我覺得社群網站的設計要非常的簡單才會讓我一直使用是，還好，偶爾會，不太會，從來不會

(4) 社群網站實際使用行為

本研究所指的「社群網站實際使用行為」，是以學生自我認定每週使用社群網站的頻率為依據，衡量的問卷題目為 1 題。

- a.我常常使用社群網站以及使用上面的功能每天使用，經常使用，偶爾使用，不太會使用，從來不。

(5) 社群網站使用情形

此部分乃針對學生社群網站使用內容、意見的綜合調查，以作為輔助本研究加以瞭解學生社群網站的實際使用情形，調查的問卷題目共 4 題，包含 1 題開放性意見調查。

- a.我常使用社群網站留言板功能 總是，經常，常常，偶爾，不常
- b.我常使用社群網站的連結幫助學習總是，經常，常常，偶爾，不常
- c.社群網站的活動發起功能應該與舉辦班級活動相互結合總是，經常，常常，
偶爾，不常
- d.與班級同學使用社群網站發布訊息進行溝通對我很重要總是，經常，常常，
偶爾，不常
- e.請問你是否覺得社群網路是否應該多多與班級活動結合，說說看你的看法

(6) 班級認同感衡量問題

- a.對我而言，班級留言板上的訊息比我的社群網站上的訊息來的重要。 絕對是，是的，也許是，常常不是，不是
- b.我會主動到班級留言板上分享我的近況。 絕對是，是的，也許是，常常不是，不是
- c.我會主動將我的社群網站訊息到班級留言板上分享。 絕對是，是的，也許是，常常不是，不是
- d.能夠與班上同學互動對我而言是重要的。絕對是，是的，也許是，常常不是，不是
- e.能夠與我的朋友而不是我的班上同學互動對我而言是重要的。絕對是，是的，也許是，常常不是，不是
- f.我認為很榮幸能夠成為班級上的一分子。絕對是，是的，也許是，常常不是，不是
- g.我會主動跟班上同學聊起班級留言板上的訊息。一定會，會，可能會，不一定，不會
- h.我跟別人談論到我們班級的所有事情時，我會說「我們班上...」而不會說「班上那些同學...」一定會，會，可能會，不一定，不會

2.正式問卷

各位同學，你們好：

非常誠摯地邀請您填寫此問卷，我的研究主題是”網路社群使用行為對國小六年級學童班級認同”之研究，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！

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：黃正強 敬上

中華民國 101 年 4 月 8 日

第一部分、基本背景資料（請依您實際狀況，在適當的“□”打“√”）

- (1) 性別 男 女
- (2) 請問您最常使用的上網地點是 家裡 學校
- (3) 請問家長是否有要求限制上網時間 有 沒有
- (4) 家中除了你以外，還有其他經常上網的家人嗎？有 沒有
- (5) 請問你有上 Facebook 之類的網站嗎？ 有 沒有
- (6) 班級有共同的留言板嗎？ 有 沒有
- (7) 你會利用網路社群的功能舉辦班級活動嗎？ 會 不會
- (8) 你認為班級網站應該常常舉辦活動嗎？ 是 否
- (9) 請問你贊成使用網路是否要被限制？ 要 不要
- (10) 學校常使用數位布告欄公告資訊嗎？是 否 不知道
- (11) 家中上網的方式 光纖網路 寬頻網路 撥接網路 3G 上網
- (12) 請問您最常使用的上網工具是(限第 2 題回答最常在家裡上網的回答此題)
智慧型手機 (近 1~2 年的) 桌上型電腦 (3 年以上的) 桌上型電腦
 (近 1~2 年的) 筆記型電腦 (3 年以上的) 筆記型電腦
- (13) 請問您使用上網電腦最常使用的活動為
查資料 上班級留言板 上 Facebook 玩網路遊戲 其他
- (14) 學校內可供上網的資源有 電腦教室 圖書館 數位教材 其他
- (15) 請問您一周之內的網路使用時間 1 小時以內 2~10 小時 11~14 小時
每天 3 小時以上
- (16) 在你最熟悉的網路社群活動中，你多久會上去察看新的留言訊息

經常 偶爾 想到就上去看看 不常

(17) 你認為班級網站應該多久舉辦一次活動比較合理

每天 一個星期 一個月 不舉辦也沒有關係

(18) 如果讓你有機會利用網路社群的功能舉辦班級活動，你會想要辦

班會 校外教學 體育活動 其他

*背面尚有試題

第二部分、社群網站的使用	從不	偶爾	常常	經常	總是
下列問題是想了解您對「社群網站」的認識與運用情形。請依您自身的情形填答下列問題，並在數字上畫○，謝謝合作。					
01.我會使用社群網站分享心情。	1	2	3	4	5
02.我會使用社群網站的訊息來幫助學習。	1	2	3	4	5
03.我會關注班級活動的舉辦時間與項目。	1	2	3	4	5
04.我會與同學使用社群網站發布訊息進行溝通。	1	2	3	4	5
05.我會關心班級布告欄上的留言。	1	2	3	4	5
06.我對於社群網站的遊戲程式很熟悉。	1	2	3	4	5
07.我覺得社群網站的功能可以設計更好一點。	1	2	3	4	5
08.上網對我來說是件簡單的事情。	1	2	3	4	5
09.上社群網站發布訊息對我來說是簡單的一件事。	1	2	3	4	5
10.上社群網站分享影音檔或是新聞連結對我來說是簡單事。	1	2	3	4	5
11.我願意使用社群網站來分享我的心情。	1	2	3	4	5
12.我會關心朋友的留言。	1	2	3	4	5
13.我覺得社群網站的設計要非常的炫才會讓我一直使用。	1	2	3	4	5
14.我覺得社群網站的設計要非常的簡單才會讓我一直使用。	1	2	3	4	5
15.我常常使用社群網站以及使用上面的功能。	1	2	3	4	5
16.我常常使用將社群網站上的資訊分享到班級網站上。	1	2	3	4	5
17.我常常使用將班級網站上的資訊分享到我的社群網站上。	1	2	3	4	5
18.我常使用社群網站留言板功能。	1	2	3	4	5
19.我常使用社群網站的連結幫助學習。	1	2	3	4	5

20. 社群網站的活動發起功能應該與舉辦班級活動相互結合。	1	2	3	4	5
21. 與班級同學使用社群網站發布訊息進行溝通對我很重要。	1	2	3	4	5
22. 我覺得社群網路應該與班級活動結合。	1	2	3	4	5

第三部分、班級認同感衡量 下列問題是想了解您對「班級認同感衡量」的看法與想法。請 依您自身的情形填答下列問題，並在數字上畫○，謝謝合作。	非 常 不 同 意	不 同 意	普 通	同 意	非 常 同 意
01. 我覺得班級留言板上的訊息比我的社群網站上的訊息重要。	1	2	3	4	5
02. 我會主動到班級留言板上分享我的近況。	1	2	3	4	5
03. 我會主動將我的社群網站訊息到班級留言板上分享。	1	2	3	4	5
04. 能夠與班上同學互動對我而言是重要的。	1	2	3	4	5
05. 能夠與不是班上同學互動對我而言是重要的。	1	2	3	4	5
06. 我認為很榮幸能夠成為班級上的一分子。	1	2	3	4	5
07. 我會主動跟班上同學聊起班級留言板上的訊息。	1	2	3	4	5
08. 跟別人談論到班級事情時，我會說「我們班上...」而不會說 「班上那些同學...」	1	2	3	4	5
09. 參加班上的活動對我來說很重要。	1	2	3	4	5
10. 在 facebook 上與朋友分享班上的資訊對我來說很重要。	1	2	3	4	5
11. 我總是希望班級間的競賽，班上永遠是拿第一。	1	2	3	4	5
12. 班級比賽有沒有拿第一名，對我來說都無所謂啦。	1	2	3	4	5

感謝各位同學的填寫

※請再次檢查看看，有無漏圈的題目，謝謝！

全文完