

南 華 大 學

出版事業管理研究所

碩士論文

網路社群參與書寫態度與行為意向之研究

以「野葡萄文學網」為例

An Empirical Study of Online Community Writers' Attitude and

Behavioral Intention toward Online Writing Using

“Yaputo” as a Case Study.

指導教授：魏裕昌 博士

研 究 生：張澄清

中華民國 九十三年 六 月 二十三 日

南 華 大 學

出版事業管理研究所

碩士學位論文

網路社群參與書寫態度與行為意向之研究-以「野葡萄文學網」為例

研究生：張 澄 浩

經考試合格特此證明

口試委員：應 三 光
鐘 燕 宜
魏 裕 昌

指導教授：魏 裕 昌

所 長：應 三 光

口試日期：中華民國 九十三 年 六 月 二十三 日

南華大學出版事業管理研究所九十二學年度第二學期碩士論文摘要

論文題目：網路社群參與書寫態度與行為意向之研究 以「野葡萄文學網」
為例

研 究 生：張澄清

指導教授：魏裕昌教授

論文摘要內容：

網路空間提供從事創作、發表、閱讀與溝通交流的新環境，此一環境是一個不受時空限制的全新場域，不僅可使任何作者得以充分展現創作，不受到限制，並能使喜愛文學閱讀與創作的讀者，可透過網路空間與作者交流。然而目前網路書寫社群正處於蟄伏的階段，常見網路社群成員多以潛伏者的角色在社群中游走，只瀏覽而不參與書寫創作，使得網路書寫社群的發展不如預期。網路文學社群需要更多熱情成員參與書寫活動，累積豐富的內容才能吸引社會大眾的重視。本研究旨在就目前網路書寫社群的發展現況探討網路書寫的態度與行為意向，並以科技採用模式為研究架構來分析網路書寫社群中的書寫態度與影響行為意向的因素，研究結果顯示易用性、有用性、娛樂性、社群凝聚力、參與書寫活動的態度等因素，對參與網路書寫活動的行為意向有顯著影響，且該模型的配適度良好。本研究建議網路社群經營者可由鼓勵成員人際互動、交流；改善功能介面的易用性；明確的社群宗旨與主題來凝聚社群成員等做法，提昇參與書寫活動的行為意向。

關鍵詞：網路社群、網路書寫、科技採用模式、社群凝聚力

Title of Thesis : An Empirical Study of Online Community Writers'

**Attitude and Behavioral Intention toward Online Writing Using
"Yaputo" as a Case Study.**

Name of Institute : Graduate Institute in Publishing Organizations
Management, Nan Hua University

Graduate date : January 2003 **Degree Conferred :** M.S.

Name of student : Chen-Ching Chaung **Advisor :** Ph.D. Yuh-Chang Wei

Abstract

Cyberspace is a new environment that provides a space for creation, publishing, reading and communication of the literary work. In this space, not only writers will be able to show their ideas and creative works without any constraints, but also communicate with the readers freely through the Net. However, most of the members play a role of lurker in the current virtual community. Online literary community needs more members to participate and share their written work to enrich the content in order to attract the attention of mass audience.

The purpose of the study was to investigate the attitude and behavioral intention of online writing in the current virtual writer community. The use of Technology Acceptance Model (TAM) constructed the research framework. The result of the study showed that perceived ease of use, perceived usefulness, perceived playfulness, perceived group cohesiveness, and attitude toward online writing were the factors that had significant influences on behavioral intention toward online writing, and the goodness of fit on the model was acceptable. The study suggested that encouraging social interaction and interchange, improving ease of use of the interface, establishing an explicit subject and goal of the community could increase writers' behavioral intention toward online writing activities.

**Keywords : Technology Acceptance Model(TAM), Online Community,
Online Writing, Group Cohesiveness.**

目 錄

| | | |
|------|-----------------------------------|------|
| 中文摘要 | | i |
| 英文摘要 | | ii |
| 目錄 | | iii |
| 表目錄 | | v |
| 圖目錄 | | viii |
| 第一章 | 緒論 | 1 |
| 1.1 | 研究背景 | 1 |
| 1.2 | 研究動機 | 3 |
| 1.3 | 研究目的 | 6 |
| 1.4 | 研究問題 | 7 |
| 1.5 | 研究流程 | 7 |
| 第二章 | 文獻探討 | 9 |
| 2.1 | 網路書寫活動 | 9 |
| 2.2 | 傳播科技與網路社群 | 23 |
| 2.3 | 科技採用模型 | 38 |
| 2.4 | 社群凝聚力 | 47 |
| 第三章 | 研究設計與研究方法 | 56 |
| 3.1 | 研究架構與研究假設 | 56 |
| 3.2 | 名詞操作性定義與研究變數 | 62 |
| 3.3 | 問卷預試 | 68 |
| 3.4 | 研究對象與抽樣方式 | 69 |
| 3.5 | 分析工具 | 69 |
| 第四章 | 研究結果與討論 | 72 |
| 4.1 | 樣本特徵描述 | 72 |
| 4.2 | 人口統計變項在書寫之行為意向的差異分析 | 76 |
| 4.3 | 社群凝聚力、認知娛樂性、認知易用性、認知有用性、書寫態度與行為意向 | 82 |

| | | |
|------|---------------|-----|
| 4.4 | 結構方程模型之分析結果 | 85 |
| 第五章 | 結論與建議 | 96 |
| 5.1 | 主要研究發現 | 96 |
| 5.2 | 管理意涵 | 99 |
| 5.3 | 研究限制與對未來研究的建議 | 102 |
| 參考文獻 | | 104 |
| 附錄一 | 研究問卷 | 120 |

表 目 錄

| | | |
|--------|---------------------|----|
| 表 1-1 | 研究流程 | 8 |
| 表 2-1 | 國內網路書寫之相關研究 | 13 |
| 表 2-2 | 虛擬社群的定義 | 27 |
| 表 2-3 | 網路書寫社群特色分析 | 34 |
| 表 2-4 | 互動模式與資訊量之比較 | 36 |
| 表 2-5 | 互動工具比較表 | 37 |
| 表 2-6 | 資訊科技採用態度之相關研究 | 44 |
| 表 2-7 | 社群凝聚力的定義 | 48 |
| 表 3-1 | 社群凝聚力之問卷題目對照表 | 64 |
| 表 3-2 | 認知娛樂性之問卷題目對照表 | 65 |
| 表 3-3 | 認知易用性之問卷題目對照表 | 65 |
| 表 3-4 | 認知有用性之問卷題目對照表 | 66 |
| 表 3-5 | 網路書寫態度與行為意向之問卷題目對照表 | 67 |
| 表 3-6 | 問卷前測之信度考驗 | 68 |
| 表 4-1 | 樣本結構之性別分配表 | 72 |
| 表 4-2 | 樣本結構之年齡分配表 | 72 |
| 表 4-3 | 樣本結構之教育程度分配表 | 73 |
| 表 4-4 | 樣本結構之職業分配表 | 73 |
| 表 4-5 | 樣本結構之個人平均月所得分配表 | 74 |
| 表 4-6 | 樣本結構之連線設備分配表 | 74 |
| 表 4-7 | 樣本結構之上網資歷分配表 | 75 |
| 表 4-8 | 樣本結構之每週上網時數分配表 | 75 |
| 表 4-9 | 性別/行為意向獨立樣本 t 檢定摘要表 | 76 |
| 表 4-10 | 年齡/行為意向變異數同質性考驗 | 77 |
| 表 4-11 | 年齡/行為意向變異數分析摘要表 | 77 |
| 表 4-12 | 教育程度/行為意向變異數同質性考驗 | 77 |

| | | |
|--------|---------------------------|----|
| 表 4-13 | 教育程度/行為意向變異數分析摘要表 | 78 |
| 表 4-14 | 職業類別/行為意向變異數同質性考驗 | 78 |
| 表 4-15 | 職業類別/行為意向變異數分析摘要表 | 78 |
| 表 4-16 | 收入高低/行為意向變異數同質性考驗 | 79 |
| 表 4-17 | 收入高低/行為意向變異數分析摘要表 | 79 |
| 表 4-18 | 連線設備/行為意向變異數同質性考驗 | 80 |
| 表 4-19 | 連線設備/行為意向變異數分析摘要表 | 80 |
| 表 4-20 | 上網資歷/行為意向變異數同質性考驗 | 81 |
| 表 4-21 | 上網資歷/行為意向變異數分析摘要表 | 81 |
| 表 4-22 | 上網時數/行為意向變異數同質性考驗 | 82 |
| 表 4-23 | 上網時數/行為意向變異數分析摘要表 | 82 |
| 表 4-24 | 社群凝聚力的平均數分配表 | 83 |
| 表 4-25 | 認知娛樂性、認知易用性、認知有用性之平均數分配表 | 84 |
| 表 4-26 | 書寫態度與行為意向平均數分配表 | 84 |
| 表 4-27 | 相關係數矩陣 | 85 |
| 表 4-28 | 結構方程模式之變數表 | 86 |
| 表 4-29 | 內生顯現變數與內生潛伏變數的估計參數值 | 87 |
| 表 4-30 | 外生顯現變數與外生潛伏變數的估計參數值 | 88 |
| 表 4-31 | 內生潛伏變數間之估計參數值 | 88 |
| 表 4-32 | 外生潛伏變數與內生潛伏變數間之估計參數值 | 89 |
| 表 4-33 | 結構模型對內生潛伏變數的解釋力 | 89 |
| 表 4-34 | 外生顯現變數與外生潛伏變數的完全標準化解之參數值 | 90 |
| 表 4-35 | 內生顯現變數與內生潛伏變數的完全標準化解之參數值 | 90 |
| 表 4-36 | 內生潛伏變數間的完全標準化解之參數值 | 91 |
| 表 4-37 | 外生潛伏變數與內生潛伏變數間的完全標準化解之參數值 | 91 |
| 表 4-38 | 變數間之效果分析 | 93 |

圖 目 錄

| | | |
|-------|-------------|----|
| 圖 2-1 | 態度的組成因素 | 39 |
| 圖 2-2 | 理性行為理論 | 41 |
| 圖 2-3 | 科技採用模型 | 42 |
| 圖 2-4 | 延伸式科技採用模型 | 43 |
| 圖 2-5 | 團體凝聚力概念模式 | 50 |
| 圖 3-1 | 本研究之研究架構 | 56 |
| 圖 4-1 | 結構方程模式之測量模型 | 92 |
| 圖 4-2 | 結構方程模式之結構模型 | 92 |

第一章 緒論

口語常常只被視為人類傳播的工具，因為口語最初的用途就是做為傳播之用。但是當口語發展到某種程度之後，使用者發現語文式的資訊可透過詩和歌曲的技巧來加以紀錄和儲存。口語成了處理、儲存、取回和組織資訊的工具，使得文字出現之前社會的資訊和知識可被保留和儲存 (Logan, 2000)。

文字發明促使人類文明的重大進步，擴大了語言在時間上與空間中的交流，也促使了出版物的產生。出版物是人類表達思想、傳播訊息、累積文化與促進社會進步的重要工具(邊春光，1994)。袁亮(1997)曾對出版物下了一個簡單的定義：「出版物是將精神內容複製在物質載體上向公眾傳播的作品。」並且認為出版物的主要作用是永久保存人類思想和紀錄人類成就。換言之，出版雖然具有傳播的社會功能，但本質是紀錄與保存資訊與知識，使人類智慧得以累積與傳承。

1.1 研究背景

Throsby(2001)認為在這世界上，沒有一件好的作品是因為經濟利益而生，一旦在創作時想到個人利益，就會削弱藝術創作者的創造力。以文學創作為例，身兼文學創作的詩人、學者張錯(1992)指出，現在所面臨的文藝困境，是大家都被商業主義所枷鎖，而文學作家面臨最大的困擾就

是向商業性文學妥協。文學長期賴以安身立命的副刊，刊登與否以讀者的反應為最大依據，許多作家因此而封筆，台灣文學工作者感覺文學在這個年代中深沉的無力(林淇瀆，2001)。

近年來，國內網路使用環境與機制逐漸成熟，加上網路的近用特質，使得大量的網路使用者不但可以接受網路訊息，同時也可以成為訊息的產製者(方念萱、劉駿州，1997)。網際網路是一個溝通、互動、社交與發表的理想園地(羅家德，2000)，在網路時代中，隨著作者發表空間的大幅擴張，被文學副刊守門人企劃編輯所排擠的作品，無庸再擁抱副刊(須文蔚，1997)，文學作家在網路中重新找回了創作的空間與展現作品的舞台。

網路挾著傳播成本低廉，免去了作者等待出版的過程，可以在公開的場域嚐試各種不同的文體創作。網路讓每個人都可以成為作者，孤芳自賞的札記、一時的漫天遐想、不符現實尺度標準的言論，都可以透過網路傳遞，成為網路超文本中的一個篇章。網路上流傳的「麵條與包子」、「江西傳奇：贛林老木」的故事，是一種故事接龍的形式，作者隱匿在流動的版本之中，作者、讀者、媒體整合成一體，這種集體創作的寫作模式，讓優游於網路的各方作者，在前所未有的解放空間中，融合各方創意而形塑成的集合，成為網友不斷流傳轉載的書寫作品。

網路空間中，電子佈告欄所提供自由上線互相溝通的功能，帶給使用

者高度的涉入感與互動性，逐步依個人的興趣而形成社群(Ogan, 1993)，網路文學社群也因熱衷書寫創作的成員投入而凝聚成形。網路時代中的文學有著個人化、去中心、新文類與閱聽人詮釋權增強等特色，形成舊有的傳統文學社群危機，除非進入新媒介的體系中重新為自己製碼，否則衰頹和沒落便難避免(林淇瀆，2001)。須文蔚(2003)認為，網路文學社群確實是一個良好的文學實驗場域，在小資本極低人力負擔下，進行一場作者與讀者的集結，文學創作者帶著多媒體炫目的技術，更具聲光之美，也更具互動性與選擇性，文學自此進入了一個新的境界。

1.2 研究動機

麥克魯漢(McLuhan)將人類傳播分為口述、書寫、電氣三個時期，他將書寫時期進一步劃分為書面象徵符號的出現、語音字母系統的發明、印刷機的發明三個階段，用以描述書寫時期的轉變(McLuhan, 1964)。麥克魯漢觀察到語音字母系統之書寫記錄的潛在效果，認為它提供了使用者一個抽象、分析、編碼和解碼的模型，而這個模型成了西方思想的特徵，並促使西方科學、哲學的發展(Logan, 2000)。

傳統文學領域中論及的書寫活動所指涉的是運用文字表達思想與意念之整體活動。Birkerts(1994)認為書寫是將合適的詞彙排列在頭腦中特定的詞彙衝動相匹配的過程。書寫文字具有記憶、擴大溝通範圍、訊息

交換中介、社會控制、藝術、媒介不同時空環境之作者與讀者等功能。有書寫語言的社會，提供了抽象、不依賴情境脈絡而思考的工具，故文字書寫是社會組織和文化高度發展的必要條件(翟本瑞，1993)。

隨著網路的興起，網路使用者與網路使用時間的增加，網路所傳遞的數位資訊，對於人類知識活動的重要性日益凸顯。閱讀超文本對於提高認識效率、拓展知識空間、開闊認識視野有正面助益；但也有知識平面化、碎片化、思維架構弱化等負面效應(石礪，2001)。超文本鏈結符合人腦跳躍思維的特徵，滿足了資訊的需求，但是所導致的負面效應也不容忽視。

Stubbs(1982)認為若以書寫來陳述想法，會改變既有的想法，並產生出新的想法。當人們因書寫型的需要，而使他們受到正確性與充分性較為嚴格的檢驗時，人們會發覺他們的想法是經過分類與系統化(Logan, 2000)。網路是互動雙向的傳播媒體，它提供一個論壇，透過互動性讓其中的人們可以將意念經由書寫轉換為文字符號，允許使用者自由交換意見、參與討論。在網路文學社群中發表的文章，「讀者」可對「作者」的意見提出不同的回應，與原作者立場相同的人，隨時可進行再詮釋與再回應，讀者並可於其間進行「反創作」的過程(林智惟，2000)。網路空間的文本意義能在作者、文本、讀者間，經由網路虛擬互動而深化對文本

的理解，並詮釋出新的意義，有助於消解網路超文本閱讀所衍生出的負面效應。

然而，在社群中的成員中，多數都是以被動的潛伏者(lurker)出現，只有少數成員會積極參與社群活動(Adler & Christopher, 1998)。網路空間中最重要的就是共同參與及共同創作，一旦群眾不願參與或提供書寫創作，網路空間中的資訊就失去了交流與互動的意義(Morris & Ogan, 1996)。

網路上之電腦中介傳播包含了許多活動，如網路交友、聊天室、佈告欄、網路遊戲或是網路書寫(Online Writing)等，也屬於電腦科技的應用活動。不同主題的社群其主要社群活動也不同，而網路文學社群則是以書寫為主要活動的網路社群。Martin(1999)認為在網路空間中，以文字互動需要一些不同的技巧—包括科技的應用以及良好的寫作技巧，網路的匿名性使得虛擬與真實脫離，減輕了社群成員在網路書寫時對於本身寫作技巧之優劣的顧慮，此時科技應用的能力變得十分重要。網路社群之書寫行為雖不全然等同於網路科技採用行為，但使用者本身所具備的科技素養、軟硬體知識、介面操作的熟練程度，會影響網路科技的使用意願，進而降低參與網路書寫活動的動力。

綜觀網路文學社群的相關研究，多半是探究在網路環境中的書寫行為，與傳統書寫媒介及環境的差異、集體創作的型態、網路書寫所導致

文本的質變以及網路文學是否更貼近文學的靈魂等議題，對於網路使用者為何參與以及為何不參與網路書寫活動，卻很少受到學界的關注。在社會心理學中，以態度作為解釋變數，往往能準確預測個人是否實際從事該項行為。因此，本研究以態度的衡量模式，探討網路社群成員參與書寫活動的態度與行為意向，應用科技採用模式(Technology Acceptance Model, TAM)為主要研究架構，企圖解釋網路社群成員為何參與社群書寫活動。

1.3 研究目的

文化屬性是出版工作的靈魂，出版工作採取商業經營的辦法而具有商業的性質，是社會發展的必然結果(袁亮，1997)。然而，在採取商業經營的邏輯下，卻形成阿多諾(T.W.Adorno)與霍克海默(M.Horkheimer)口中的「文化工業」(Culture Industry)的運作模式。Adorno(1995)對於「文化工業」以追求利益為出發點，抹滅了作品的自主性有著深刻的批判。非但如此，在文化工業的運作邏輯之下，縮小了作品與讀者間的通道。

姚大均曾指出，網路書寫是「未來的書法」，是一種完全自決的、活的、即時出版，網路發行之於我，是一種對官樣思想、藝術價值體系、藝術商業化、藝術企業極權體制的嘲笑(董崇選、李順興，1999)。曹志漣(1998)也說：「在文化逐漸被娛樂統一的現實裡，人類努力拋棄自我擁抱

流行消費時，我還有一個空間可以保護我精神的純粹。」可見兩位網路文學學者對於文化工業造成作者創作空間的擠壓，豎立作者與讀者間屏障的不滿，企圖以網路書寫來拒絕文化工業對於個體發展獨立自主心智的阻礙，並且期待以網路文學擊潰文化工業對創作的箝制。

本研究以鼓勵網路社群成員投入書寫創作為主旨，以「野葡萄文學網」為例，以實證研究的方式，達成以下之研究目的：

1. 瞭解網路社群成員參與書寫活動的態度。
2. 建立網路社群成員書寫之態度的因果關係模式，並分析之。

1.4 研究問題

根據上述之研究目的，形成本研究之研究問題如下：

1. 影響網路社群參與書寫活動之態度的認知因素為何？
2. 網路社群成員之個人認知因素，如何影響其態度與行為意向？

1.5 研究流程

本論文共分為五章，首先探討研究之背景、動機與目的，並根據本研究之目的延伸出相關的研究問題，其次則是探討相關文獻，並以過去學者所提出之理論與實證研究之結果為基礎，提出本研究之研究架構、研究變數與研究假設。最後以實證研究的方式進行研究假設與研究模式之驗證，並依據研究結果與發現提出學術與實務上之建議。

表 1-1 研究流程

| 章節 | 章節名稱 | 內容概要 |
|-----|-----------|--|
| 第一章 | 緒論 | 闡述本研究之研究背景、動機與目的。 |
| 第二章 | 文獻探討 | 探討本研究之相關文獻，包括「虛擬社群」、「社群凝聚力」、「認知易用性」、「認知有用性」、「認知娛樂性」等因素，做為發展研究架構之基礎。 |
| 第三章 | 研究設計與研究方法 | 1. 依據過去學者所提出之相關理論與實證研究，建立研究架構、提出研究假設。 2. 說明本研究之研究設計、研究對象、前測與信效度分析，並簡述本研究所使用的資料分析方法。 |
| 第四章 | 研究結果與討論 | 說明本研究樣本分析的結果，包含敘述統計、變異數分析、相關分析、線性結構分析。 |
| 第五章 | 結論與建議 | 根據研究結果與發現，提出企業經營面之建議，並說明研究限制與未來研究方向。 |

資料來源：本研究

第二章 文獻探討

隨著科技的發展與數位化的浪潮，加上網際網路(Internet)的興起，大部分的出版流程早已實現數位化，只是在印刷過程的最後階段，訊息才由電腦中的數位資訊轉換成印刷版與紙張頁面。出版業與電腦科技、通訊科技、網路科技結合後的多媒體時代，是訊息革命的必然產物，也是出版業與高科技結合的必然結果(袁亮，1997)。

2.1 網路書寫活動(Online Writing)

隨著資訊工具的革命，書寫創作必然會產生新的樣式，作者可以憑藉更豐富的物質條件，在網路環境中從事書寫創作，並非單純的由握筆寫字改為敲打鍵盤輸入。網路文本透過節點、鏈結的設置，甚至多媒體軟體的運用，可以達到平面媒體所無法表達的境界(須文蔚，1998)。本節將逐一介紹書寫活動的社會意義、網路科技對書寫行為的影響、網路書寫的個人功用、網路書寫的文本特性。

2.1.1 書寫活動的社會意義

傳統文學領域中論及的書寫活動所指涉的是運用文字表達思想與意念之整體活動。Birkerts(1994)認為書寫是將合適的詞彙排列在頭腦中特定的詞彙衝動相匹配的過程。龔鵬程(2000)則認為書寫創作活動，是在表

達自己、記錄自己、複寫自己、言自己的志，透過書寫存留的文字，記錄思想、感情與經驗。

麥克魯漢(McLuhan)將人類傳播分為三個時期，第一個時期是人類獲得口語能力開始的口述時期；第二個時期是具備讀寫能力的書寫時期；第三個時期是電子資訊流通的電氣時期；並且他將書寫時期進一步劃分為書面象徵符號的出現、語音字母系統的發明、印刷機的發明三個階段，用以描述書寫時期的轉變(McLuhan, 1964)。

文字出現以前的社會，口語是社會互動的媒介，做為協調需要合作之活動的工具，隨後口語發展成為社會的文化工具，且更進一步成為記錄或儲存資訊的媒介。文字發明之後，經由教育與識字率提高，希臘社會從口述時期逐漸走向書寫時期；在書寫發展出來後，知識主要維繫的基礎就不再依賴口說詩歌的記憶了(Havelock, 1963)。過去跨越時空傳遞資訊的吟遊詩人，已被書寫的文字記錄所取代，因為文字可由信差傳遞到遠處，或由圖書館、檔案庫存中心保留到很久以後。

麥克魯漢觀察到語音字母系統之書寫記錄的潛在效果，認為它提供了使用者一個抽象、分析、編碼和解碼的模型，而這個模型成了西方思想的特徵。如語音字母系統對古希臘的影響，在文字流傳來之後的五百年間，古希臘首先創造出了理論科學、形式邏輯、公理幾何(Axiomatic

Geometry)、理性哲學、具象派藝術(Representational Art)與個人主義等(Logan, 2000)。

Coulams 認為書寫文字具有記憶的功能、擴大溝通範圍、訊息交換中介、社會控制的功能、自不同時空媒介作者與讀者的功能、藝術的功能。有書寫語言的社會，提供了抽象、不依賴情境脈絡而思考的工具，故文字書寫是社會組織和文化高度發展的必要條件(引自翟本瑞，1993)。

2.1.2 網路科技對書寫行為的影響

書寫是文字發明後，為了記錄口語內容所產生之編碼過程的活動，所以早期語言學家索緒爾(Saussure)認為書寫是為了表達口語時才存在的，其他早期語言學家也持相同的看法，認為書寫只是藉著視覺記號記錄語言的一種方法(Logan, 2000)。

對於文學來說，書寫工具很大程度決定了文學生產與文學消費之間的互動關係，從龜甲、鐘鼎、竹簡、絲帛到紙張，新型的文學生產資料不斷地改變書寫者與閱讀者的範圍，這不僅衍生出特殊的文體，同時不斷地重建文學社會學(南帆，2003)。

電腦與網路出現之前，書寫活動早已存在多年，由於承載媒介多半是固定型式的紙張，所以與早年的書寫活動相較之下，並沒有太大的變化(Levinson, 1997)。以紙張做為文字媒介的創作過程，在靈感與訴諸文字

的過程中，作者在腦中必須反覆思維，編輯文字與詞彙，或是讀出來聽一聽是否能表達內心意念，因為一旦寫下之後，編輯或修改變得十分麻煩，更遑論印刷複製之後的修改程序。運用電腦做為書寫創作的工具，文字只是臨時存在於電腦螢幕上，修改只需按下幾個鍵就能改變，或是整段刪除，就好像從來沒有存在過。在網頁中公佈的文章，修改的過程雖然比較繁複，但是比起幾乎難以修改的印刷書籍而言，相對容易了許多。Birkerts(1994)認為文字存在於紙張與電腦螢幕的最大差異在於作者創作的過程中，利用此種書寫介面，作者可以任意把句子、段落或整個部分挪移，使作者可以在更大的空間構思作品、處理作品。

90年代初期「電子佈告欄系統」(Electronic Bulletin Boards, BBS)問市後，引起新生代作家構築新書寫社群的風潮，從這一刻起，電腦、網路科技逐漸被書寫活動所採用。Birkerts(1994)認為在網路環境下的書寫活動所展現的作品，則也包含了將意念轉化為文字詞彙以外的表徵方式。也就是圖片、聲音、動畫等元素，逐漸融入在作品之中。須文蔚(1999)認為網路多媒體的特質使得網路「書寫」成為一種新語言，傳統具有規約性的語碼遭到顛覆，電腦科技揉合各種文學技法，創造並重行建構新的語彙與語言。由於網際網路具有開放的、自我組織的、互動的、相互連結的系統特質，因此文學資訊與網路系統的新科技互相連結之後，會

導致文本書寫的質變(林淇瀆, 2001)。

回顧國內有關網路書寫的研究，對於網路書寫並沒有明確的定義。多數學者都以文學的角度出發，探究書寫工具的轉變所導致書寫過程的改變，於是有集體書寫或是集體創作的概念，或是因網路多媒體環境，超文本鏈結所導致文本的質變、多媒體素材的融入等問題；網路書寫文本導致主客體邊界消解的後現代哲學觀，或是探討網路書寫動機等議題。

見表 2-1：

表 2-1 國內網路書寫之相關研究

| 學者 | 研究摘要 | 研究發現 |
|-----------|---|--|
| 王家茗(2002) | 以明日報「個人新聞台」為研究對象，探討網路閱聽人使用網路媒體進行書寫活動的動機與意義。 | 個人新聞台以女性大專學生居多，書寫活動的意義展現在「介面的影響」、「互動的展現」、「個人公開的秘密」、「網路書寫的真實、匿名與異名」、「真實生活與網路書寫」、「社群意識的展現」。 |
| 黃郁婷(2002) | 利用網際網路提供學生一個公開發表文章與同儕相互回饋的環境。 | 網路寫作系統的螢幕版面配置應一致化；圖示按鈕應與功能相配合或加入文字說明；系統應增加自動換行的功能。在網路寫作系統中，班級中的同儕間書寫互動以文章內容的回應意見次數最多。 |
| 楊孟鑫(2003) | 利用電腦與網路的特性，設計與建置一個網路化的寫作學習環境。 | 此寫作環境包含寫作、評量、專家、工具及系統管理等五個功能模組。在評量系統的實施結果發現，透過互評機制，大部分的小學生確實能夠達到文章回顧的過程。 |
| 陳致中(2003) | 鎖定網路文學創作的作者，希望能瞭解他們的人格特質、創作動機與創作行為。 | 網路文學創作者的背景一致性極高，超過半數為 16-30 歲的在學學生；創作文體以言情小說為最大宗；創作動機則以「創作本身即為其目的」的說法最受矚目；創作者習慣與其他作者或讀者互動，並從互動中修正自己的創作題材與風格。 |

| | | |
|-----------|---|---|
| 趙書珣(2004) | 在網路媒介發達的今日，人們可以透過述說，操作自己的身體與慾望，成為建立認同的依據。 | 身體與慾望確實是現代人們自我認同依據的核心；二元對立或陽具至上的觀點只能成為多方論述的一種；網路確實是差異團體反動書寫、自我宣示的極佳場域；不論性認同傾向、性意識發展或性偏好為何，必須以不傷害他人與自己為最高指導原則。 |
|-----------|---|---|

資料來源：本研究整理

網路上之電腦中介傳播包含了許多活動，如網路交友、聊天室、佈告欄、網路遊戲或是網路書寫等，也屬於電腦科技的應用活動。不同主題的社群其主要社群活動也不同，而網路書寫社群則是以書寫為主要活動的網路社群。本研究擬將網路書寫視為網路科技的使用行為，來探討網路使用者為何參與以及為何不參與網路書寫活動，並將網路書寫定義為：「作者以網路做為發表媒介，運用電腦與網路軟體所提供之功能為書寫工具，以文字為表達個人經驗、思想與美感經驗之主要符號的創作過程」。

2.1.3 網路書寫行為的個人功用

新世代的語言學家 Stubbs(1982)認為若以書寫來陳述想法，會改變既有的想法，並產生出新的想法。Logan(2000)指出，當人們因書寫型的需要，而使他們受到正確性與充分性較為嚴格的檢驗時，人們會發覺他們的想法是經過分類與系統化。也就是說，以書寫文字表達個人意念時，是個人思維訓練的方法之一。

作者上網書寫創作的重要意義，正如李順興於 1998 年 8 月 15 日測試啟用的《歧路花園》¹文學網站的宗旨：「本站旨在實驗網路功能，以之做為文學創作與發行的工具，嘗試開發新型的文學表現型式並改良文學傳播的管道。」網路讀者經由這個網站進入網路文學的世界；網路文學創作者在此找到了啟發、思索與互動的空間。

網路空間中的書寫活動因網路匿名性、去中心性等，網路使用者實際上是藉由書寫活動進行不同程度的「自我揭露」(self-disclosure)(盧諭緯，1999)。Cutler 指出在網路中有以下七種網路自我揭露類型：尋求資訊；展露個人資訊與勇敢行為並試圖引起他人效法；隱匿個人資訊，透過諷刺評論或文字遊戲以表現出參與的距離；透過個人歷史經驗的分享以建立自身權威；分享意圖、目標或動機來建立信任關係；分享私密經驗；利用激烈、指責或幼稚的言語來表達某種態度(引自孫秀英，2000)。書寫為自我揭露的一種方式，其目的是為了達成某種社會關係或自我展現，或是一種自我重建(Murray, 1997)。

Seybold(2000)則認為，人們上網不只為了找東西，他們其實想「炫耀」，展現自己某方面的知識技能，或是與其他有同樣興趣和聰明才智的同好互動。社群成員在進行網路書寫活動時，無非是想要透過書寫，達到在社群中以文會友的目的，展現出書寫的技巧與對於特殊議題的獨到見

¹ 《歧路花園》(<http://benz.nchu.edu.tw/~garden/a-def.htm#5>)

解。

王家茗(2002)探討明日報個人新聞台各成員的網路書寫行為之研究中，將個人參與網路書寫活動之因素區分為：「個人思考紀錄與分享」、「互動友誼」、「匿名替代」、「試驗嚐新」、「介面功能」、「發洩創作慾望」、「聯絡友人」等七個因素，其中得分最高的問項依序為「想紀錄自己的生活留與日後回憶」、「想滿足創作發表的慾望」、「不想偽裝自己而可隨心所欲發表」。

網路也成為新興的出版管道，不論是個人或公共電子報，抑或是實體出版界都出現了網路書寫的作品，網路書寫成為實體出版內容的來源之一。如水瓶鯨魚將網友作品集結成〈失戀雜誌 SPRING2000〉一書；蔡智恆的〈第一次親密接觸〉、〈7-ELEVEN 之戀〉兩部網路小說，不但在網路上造成轟動，實體出版的書籍也在暢銷書排行榜中蟬連許久，並成為兩岸三地知名的網路作家之一(陳斌，2000)。網路社群成員透過網路以文字進行互動，是書寫創作的嘗試，也是成為作家的歷練過程，如作家藤井樹²就是在網路中初試啼聲，作品集結後成為暢銷作家之一。楊久穎(1996)認為新生代詩人在「作者」走向「作家」的道路上，網路成了最好

² 本名吳子雲的藤井樹，因熱愛日本電影「情書」，而以劇中男女主角同姓名的「藤井樹」為筆名。日本味十足的筆名，加上小說抒情流暢，頗富偶像劇魅力，從第一本小說開始就深受十六到二十三歲主力讀者群喜愛，第一本書目前已暢銷十四萬冊，最近這本「B棟十一樓」才出版兩個月，更創下十萬本的銷售紀錄。詳情請見 2003.12.23 中國時報。

的出路(引自須文蔚，2003)。

綜合上述文獻之分析，本研究歸結出網路書寫活動對於作者本身的主要功用為：

1. 分享作用：透過書寫活動達到分享經歷、心情、經驗。
2. 炫耀效用：透過書寫活動而成名，並達到展現書寫作品與自我風格。
3. 練習效果：透過書寫活動達成思維訓練、提昇寫作技巧。

2.1.4 網路書寫的特性

Baym(1994)認為目前在以電腦為媒介的傳播環境中，仍以文字(Text)為主要形式，現實世界的表達方式(Forms of expression)延伸進入虛擬社群中，並在網路特質的影響下演變出全新的表達形式。Rafaeli 指出，網路傳播與其他傳播不同特質在於：多媒體(Multimedia)、超文本性(Hypertextuality)、分封交換(Packet Switching)、共時性(Synchronicity)、互動性(interactivity)(引自方念萱，1999)。王家茗(2002)認為網路傳播的特性可區分為：時間/地理限制的模糊、互動性、匿名性、超鏈結、去中心性、多媒體等，諸多的網路特性，也使得在網路空間中的書寫活動不同於一般的書寫活動。黃少華(2003)以後現代的視角觀察網路書寫行為時指出，網路書寫行為有非物質性；即時性；流動性；開放性；非線性等現代特徵。本研究將由超文本、書寫與閱讀的界線消失、口語與書寫間的模

糊等面向深入探討之。

1. 超文本

超文本(hypertext)，或稱多向文本、網路文本，是美國學者 Nelson 在 1965 年所提出的一種新型寫作方式，是比印刷文本更為靈活的寫作方式，使用者自由跳躍運動的非循序寫作方式，作者與讀者在進行超文本寫作和閱讀時，不必按照某個既定的順序進行，而是可以利用某種連接方式在文本間跳躍(Heim, 1998)。

Jonassen(1988)將超文本視為一種非線性且具變動性的文字結構，在整合了其他的科技之後，可以同時展現聲音、圖片、視訊，多媒體資訊結構透過節點設置與鏈結，提供視訊與聲音播放。Tripp & Roby(1990)則認為超文本為一種非線性、多面向、以關聯性詞彙串連而成的文字語意結構。

將文字、圖像、聲音、動畫甚至影像結合起來，使得超文本具有傳統文本所缺乏的潛力(黃鳴奮，2000)。傳統文本中，文字是最主要的材料，而網路超文本中，文字僅是一種表達符號，除了文字符號外，圖片、聲音、動畫甚至影像都可以呈現其中(石碕，2001)。隨著資訊工具的革命，文字符號以外的元素融入文學的創作，必然產生全新的樣式，以電腦網路書寫的網路文學或數位文學除了以傳統文字為表現符號，更有可能走

出語意的世界。

在超文本的表達形式下，文字不是固定在不透明的紙張上，而是在類似多維的空間裡流動。文本的任何部分都可以標示出另一個敘述，或是說明另一個路徑的開始，更可以編寫程序使文本容納分支或加入其它文本成分，這樣的技術便於作者單獨或集體書寫創作的可能。透過超文本的鏈結，可將無數的片段文本，整合成為一個完整的文本，而這樣的可能性，根本的改變作者的想法、思維與透過書寫表達個人情感的過程 (Birkerts, 1994)。

2. 書寫與閱讀的界線消失

在電腦出現之前，作者與讀者以心靈互動的方式在書籍頁面間交會，作者與讀者，分別與書寫和閱讀相對應，書寫與閱讀的區別是對於資訊主動的編碼與解碼(Logan, 2000)。早期傳播理論的研究，閱聽人被視為是被動的接受內容訊息，對於訊息內容難以做出回饋與判斷；但是自使用與滿足的研究取徑以降，將被長期剝奪的主動權重新回歸給閱聽人。當代西方的文學批評研究，也呈現類似的階段性轉變，關注焦點由作者轉移到文本，再由文本轉移到讀者。

自讀者反應批評(Reader Response Criticism)的風潮興起後，學者將關注的焦點由文本轉移到讀者，讀者反應批評所關心的是讀者的主觀活

動，反對傳統文學批評重視挖掘隱含於文本中的意義，並將所挖掘出的隱含意義歸功於作者。讀者反應批評認為文本、意義、文學都不是外在的客體，而是讀者經驗的產物，存在於讀者的心中，讀者才是攸關文本意義的重要角色。(胡小林、李魯祥，1997)。

讀者為文本意義的重要角色，在以紙張為固定居所的文本中，顯得虛無飄渺。但是當文本建構在網路空間中，網際網路所具有的超鏈結、超文本、去中心、斷裂、無起點與終點的書寫與閱讀型式，是讀者力量的極至展現，而讀者反應批評的觀點正好可以用來觀察網路空間中所產生的現象。Heim(1998)認為當書面文字向電子化、數位化的超文本轉移，人們書寫與閱讀的方式都被改變了。在網路空間中，網路特性為作者的符號創作提供了無限參照的系統，而閱讀方式成為一種追隨鏈結的非線性閱讀方式。網路上的電子資訊(Electronic Information)因超鏈結(Hyperlink)的設置而鼓勵讀者任意跳躍(Marydee, 2000)。

網路上的讀者打破了傳統線性閱讀的方式，透過超文中鏈結與節點的設置，讀者依據直覺，發展出獨一無二的閱讀路徑，構建出讀者本身所獨有的文本，也詮釋出獨一無二的文本意義。如鄭明萱(1997)所言：「多向文本實現了作品不再是作品，不再是單向封閉的系統，文本是流動的、變化的、泯滅了作者與讀者之間的區別，人人都是作者的文本。」讀者

根據其特殊因素而遵循某些鏈結，而這種鏈結會大幅改變文本被閱讀與理解的方式(Burbules, 1998)。網路使用者已從被動的接受訊息提升為參與創作，是共同建構獨特意義的積極參與者(Jonassen, 1991)。

Barthes 提出「作者已死」的觀念，文本的關鍵在於讀者而非作者，文本的意義來自於讀者的詮釋與創造。網路多向文本的詮釋，也需要一個主動積極的讀者，透過不斷的理解、詮釋、互動、激盪的過程中深度挖掘文本意義(鄭明萱，1997)。超文本強調互動，提供讀者實際參與書寫的可能，通過文本設計的可能，脫離了作者的單向詮釋權，讀者介入並隨意詮解，使讀者與書寫者一樣，享有生產文本意義的權力(林淇濂，2001)，即 Joyce 所謂的「讀者即書寫者」(reader-as-writer)(引自董崇選、李順興，1999)。作家與讀者，是語言的正反兩面，每一個有自我意識的人本身就是讀者兼作家(Birkerts, 1994)。

吳燕惠(2000)針對網路讀者書評的研究時發現，網路的出現及其特性使得讀者對於書本內容的多元觀點能夠同時存在，為讀者而生的網路書評重新恢復了讀者的聲音，讀者權力的恢復使得文本成為競論的場所，文本的永久性產生變化，並出現了「閱讀即書寫、書寫即閱讀」的網路書寫現象。此外，讀者參與了文本的生產，作者與讀者成為文本的共同生產者(co-worker)時，網路文本特性的意義才能被彰顯出來(Allan, 2000)。

3. 口語與書寫間的模糊

語言學家索緒爾(Saussure)認為口語與書寫的差異在於書寫具有文字的具體符碼，而書寫文字之所以能戰勝口語而成為知識保存與流傳的原因在於：第一，詞的書寫形象很容易使人感到它是恆久的、穩固的。第二，視覺形象較聽覺形象清晰、持久。第三，文學語言的出現、擁有它自己的辭典、語法(陸揚，2000)。

龔鵬程(2000)認為書寫文字與口語的不同，在於口語與口語情境關係密切，往往具有指稱環境的作用，書寫文字則陳述經驗內容以供記憶，故其內指性較強，「意蘊」遠較口語深刻。然而，網路上的書寫文字，在形式內容上一方面近似平面媒體的評論文章，另一方面卻近似口語表達(盧諭緯，1997)。網路使用者在網路上進行看似「書寫」的活動時，實際上則可能正在進行說話的動作，因此模糊了現實世界中「口語」和「書寫」間的明確分野(王家茗，2002)。

Birkerts(1994)認為當書籍文化過渡到數位傳播文化，將會根本改變社會各層面運用語言的方式，深深根植於印刷文字表達的複雜性與特殊性將會逐漸被一種類似「直言」的表達方式替代，句法的固定結構是一種正在消失中的藝術。須文蔚(2000)觀察「網路作家」的作品時發現，文字的表達方式多半是我筆寫我口，並不太注重傳統文學創作上講究的修辭

與結構。

此外，盧諭緯(1997)認為網路語言有以下特色，一是以音轉換既存字詞的用法，如「葛格」代表哥哥、「美眉」代表妹妹，個人喜好用法超過正確性的要求，並將網路視為語言的實驗場域；二是以語音縮減原來的字詞，如「就醬子」代表「就這樣子」、「ur」代表「you are」；三是符號的轉換，如台灣國語的「素不素」表示「是不是」等。此外，表情符號的運用，則是一種語言化的非口語行為(吳國豪，1998)。在以電腦書寫所產生的特殊創作形式與內容中，特別常見同音異義字的諧擬用法(須文蔚，2003)。

2.2 傳播科技與網路社群(Online Community)

網路科技的發展與使用機制的逐漸成熟，互動式的環境不但使得網路使用者可以接收訊息，更能夠躍升成為訊息的產製者，傳播學界對於閱聽人的角色有了重新定位的必要，許多學者指出，全新的網路空間所帶來人類思維與文化的轉變，需加以重新檢視(Bolter, 1991)。本節將由網際網路的發展、網路社群、網路社群的類型、網路書寫社群、社群成員的互動介面，依序探討之。

2.2.1 網際網路的發展

Graham(1999)認為網際網路是二十世紀對人類社會影響最為深遠的

科技發明，它是一個全然創新(Radically new)的科技，而不是改善舊有科技的缺點而成的新穎(Novel)科技。它源自於美國國防部高級研究計劃署(ARPA, Advanced Research Project Agency)為避免以「計算中心」之模式所建立的電腦網路在戰時因控制中心遭到破壞造成通信全面停擺，而採用封包交換(Packet Switch)技術所建立的網路通信架構。1980年採用新的通信協定 TCP/IP(Transmission Control Protocol/Internet Protocol)後，陸續有許多網路改採 TCP/IP 通信協定而相互連結，網際網路得以快速的發展(黃少華、陳文江，2002)。

網際網路原本僅限於國防與學術界使用，直到 1990 年 Tim Berners-Lee 創建全球資訊網計劃(World Wide Web Project)，依據超文本鏈結(Hyperlink)的概念，將文字、圖片等資訊連結起來，簡化了網路的使用方式；網路瀏覽軟體的問世，方便網頁資訊搜尋；美國政府重視網路發展並創建資訊高速公路，吸引全球資源投入網際網路的發展工作，網際網路的多媒體資訊浪潮因此席捲全球(Capron, 1999)。

根據資策會 ACI-FIND 最新調查數據顯示，截至 2003 年 12 月底止，國內經常上網人口達 883 萬人，寬頻用戶數達 289 萬戶。隨著上網人口的增加，訊息流通的快速，文本共享的概念提供了網路社群發展的基礎，網路使用者依據個人興趣，利用網路低成本的互動通訊促進了認同而形

成社群(Brown & Duguid, 2000)。

2.2.2 網路社群

社群是一個非常難以掌握的概念，它可能被用來指涉一個十六世紀村落的自治體，或者是同樣身處現代組織內部，卻很少面對面接觸，並成功地利用網際網路進行合作的個人(Slevin, 2000)。Worsley 於 1987 年曾提出社群(community)的三種廣泛涵義，一是地域性的社區，二是只有相互關係的網絡，三則是一種特殊的社會關係，此種社會關係即「社群精神」(community spirit)或「社群情感」(community feeling)(引自王家茗，2002)。

Fernback(1999)指出，由於典範的轉移，社會學學者對社群有了以下三種不同的觀點：

1. 社群是一個地方(Community as Place)：在傳統歷史中，地方與社群間的關係十分緊密。社群的本質是建造一個家：「社群主要為製造家的組織及居住單位，如城市街道、小村莊、農家等等」。Fernback 並引用人類學家 Mercer 對於社群的定義「在特定時間住在特定地理位置的相關人類集合體，他們被分配在同一個社會結構下，分享共同的文化，並且表現出在群體間的獨特性以及對個別身份的認知」。
2. 社群如同象徵符號(Community as Symbol)：社群是一種象徵性的符號結構，為規範性習俗和價值的集合物，符號提供了社群成員有意義的身

份。重點在於社群的內在結構而非外在形式，說明了社群中意義創造與具體化的過程。因此，社群應該被視為一種有意義的實體(entity of meaning)。

3. 社群如同虛擬(Community as Virtual)：因為每一個社群成員的思想都生活在他們交流的印象之中，因此所有的社群都是想像的。社群是存在於參與者的心智中，社群的存在是因參與者的詮釋並賦予意義。有學者認為社群因參與者賦予了意義，所以虛擬社群可以說是一個真實的實體(湯宗泰、劉文良，2002)。

網路提供一個論壇，透過互動性讓其中的人們可以自由交換意見、參與討論，彼此間有著一些共同的情感、思想與歷史，便可聚集成一個社群。以共享著述為本的社群，在網路尚未出現便存在了，所以網路社群其實是延續了歷史悠久的「文件傳統社群」³(Brown & Duguid, 2000)。

Seybold(2000)就認為：「網路是一個會自然形成社群，並持續吸引其他人加入的地方」。網際網路的普及和電腦中介傳播的影響，創造出許多虛擬的傳播社群(蕭蘋，2000)。在分散式多對多的超媒體環境，可以讓使用者直接透過網路與散居各地的使用者溝通與互動(Hoffman & Novak, 1996)。當一群使用者，有著共同的興趣、相同的工作、背景或技能，不

³由散佈全國或是全世界的同行學者所組成，彼此互不相識，透過共享的文字篇章，形成一個學門、一種專業或一個同好團體，社會學家 Anselm Strauss 稱此種社群為「社會圈」(social worlds) (Brown & Duguid, 2000)。

論身處何處，都可以透過網路互動而形成社群。

關於網路社群的定義，由於早期學者以有別於親身接觸的實體社群而稱之為虛擬社群，而本研究認為虛擬社群無法表達社群成員係經由網路互動通訊維持認同之特性，故改採網路社群稱之。

表 2-2 虛擬社群的定義

| 學者 | 虛擬社群的定義 |
|-----------------------|--|
| Rheingold(1993) | 虛擬社群是一種社會集合體，它的發生源於虛擬空間中足夠的人、情感與網路上長期發展的人際關係。 |
| Reid(1995) | 虛擬社群是一個虛擬的空間，人們運用想像力與創造力在此環境互動。 |
| Romm, et al.(1997) | 虛擬社群是人們透過電子媒體相互溝通、聯繫的新社會現象，成員對社群具有忠誠度，成員間彼此分享目標與想法。 |
| Boczkowsk(1999) | 虛擬社群是興趣、背景或意識型態相同的人，透過網際網路的互動而凝聚成的群體。 |
| Inbaria, et al.(1999) | 虛擬社群是由多種型式的電腦媒介溝通而成的，透過電腦網路或是電子佈告欄相互交換意見與資訊，形成一種長期的人際關係。 |
| Wellman(2000) | 虛擬社群是一種以電腦維持的人際關係網絡，為成員提供社交、情感支持、資訊、歸屬感與社會認同。 |
| Preece(2001) | 虛擬社群是人們聚集在一起收集資訊、分享資訊、相互學習、找朋友的虛擬空間。 |
| Johnson(2001) | 虛擬社群是透過網路，跨越時間與空間所建立的協同式群體。 |

資料來源：本研究整理

回顧國內外學者對於虛擬社群的定義都不盡相同，表 2-2 是學者對於虛擬社群的定義。綜合學者對虛擬社群的定義之後，可以了解虛擬社群是建構在網際網路下，有別於實體社群的人際互動空間與場域，因此本

研究將網路社群定義為：「建構在網際網路互動環境下的群體，具有相同的背景、興趣或價值觀，社群成員彼此分享資訊、相互學習、相互支持與認同。」

2.2.3 網路社群的類型與價值

網路使用者的增加，在網路空間中隨處可見不同類型的網路社群，以滿足日漸分殊與多元的網路使用者。Hagel & Armstrong(1997)將虛擬社群依其性質做初步分類，分為消費者性質的社群與純商業性質的社群兩大類，以下將逐步探討之。

1. 消費者性質的社群

在消費者的環境中，社群有以下三個未來可能發展的方向：

- (1)地域型社群：地域型社群圍繞著一個真實地區而成立，社群的參與者有著共同的興趣，通常是基於在實際生活中居住在同一個地區的關係，會員加入此類型的社群是因為該社群提供了有關他們所居住之真實社群的消息。
- (2)人口結構型社群：人口結構型社群的對象是特定的性別、年齡層或族裔，如青少年、單親，空巢期的父母或銀髮族為對象的社群。
- (3)主題型社群：此類社群以一興趣為中心(不包括地域、性別或年齡層)，主要是以嗜好或業餘消遣為焦點的社群，如繪畫、音樂、園藝；

或是以關心議題為焦點的社群，如政治或精神信仰。

2. 純商業性質的社群

在消費者性質的社群之外，還有許多社群是以商業為焦點，對於這類性質的社群也有別於消費者性質社群的分類方式：

(1) 垂直產業型社群：此類社群是早期商業性質社群最普遍的一種，其中又以高科技產業的例子最多，特別是軟體業。

(2) 功能型社群：此種社群的服務對象是某種企業的某些特定人員，如行銷人員或採購人員，為他們提供特定的資訊，如行銷或採購方面的資訊。

(3) 地域型社群：純商業性質的地域型社群可能是從某一個消費者性質的地域社群中分支出來的，因為參加了當地地域型消費者社群的廠商，發現他們有必要與當地其他商家互相通訊。

(4) 企業類別社群：企業類別社群成立的目的是滿足某一類公司的需求，如小企業或加盟企業。

Coase(1960)所提出的交易成本理論，認為人類或組織的互動目的在於降低交易成本，互動的過程也需要成本(溝通或協調的成本)，假使利用通訊與資訊科技，會導致互動的成本大幅降低，連帶使得交換行為的交易成本降低(盧俊成，1998)。網路社群降低社群內部的協調成本與外部的交

易成本，凝聚會員與資訊，社群參與者在資源的獲取與交換上，充分地降低資訊搜尋成本與交易成本(湯宗泰、劉文良，2002)。

關於網路社群的價值，除了上述實體世界與網路空間之交易成本降低外，網路社群的價值可由以下構面深入探討。

1. 網路社群對於網站經營者的價值

網站經營者透過社群的建立，可以解決網站流量、網友停留時間、網友忠誠度與顧客交易的意願等經營難題(湯宗泰、劉文良，2002)。網路社群會員提供的創作內容是社群內容吸引力的主要來源，會員人數與內容不僅呈現動態的循環，更能引發虛擬社群報酬遞增的循環(Hagel & Armstrong, 1997)。

2. 網路社群對顧客的價值

社群的獨特環境讓顧客在完善的資訊條件下進行商業活動，廠商再也無法壟斷資訊(湯宗泰、劉文良，2002)。網友在社群中聚集，凝聚了零散的購買力，透過網路可與廠商直接接觸，集體購買的行動大幅提昇了顧客的議價能力。除此之外，網路社群聚集的專門知識是集思廣益的成果，是任何專家無法匹敵的(Hagel & Armstrong, 1997)。

3. 網路社群對於廠商的價值

網路社群能夠協助廠商降低搜尋成本、增加顧客的購買傾向、加強目

標行銷的能力、提高產品和服務的個別化與增值能力，幫助廠商擴張市場版圖。

Hagel & Armstrong(1996)認為人們需要網路社群，因為網路社群滿足了人們的興趣、人際關係、幻想、交易四大基本需求。

1. 興趣：早期的網路社群都建立在興趣上，對於某主題有興趣的人，透過網路社群所提供的平台，可以跨越地理空間的限制，在社群中聚集。Allen, et al(1998)認為以特定興趣為建構主旨的社群，是目前網路空間中最普遍的模式，同時也是最容易建構的模式。
2. 人際關係：Maslow 的需求層級理論中，歸屬感的需求是相當基本的需求，人際關係能夠滿足人們歸屬感的需求。網路上許多社群都是以滿足使用者對人際關係的需求為主，有共同人生經驗的人們在網路社群中有了相遇的機會，進而能夠跨越時空建立有意義的人際關係。
3. 幻想：網路是個充滿幻想與娛樂的新世界，滿足使用者無限的想像空間，超越實體身份、角色的限制，扮演現實生活中實現的角色。如早期的角色扮演社群 MUD(Multi-User Dimensions)，或是近年來興起的一些網路線上遊戲等。
4. 交易：網路上資料的蒐集與交換是多數人的興趣焦點，尤其是關於商品購買的資訊，聽取其他使用者對於商品的意見，常常是人們形成購買

決策前的重要參考資訊(Allen, et al, 1998)。廣義來說，社群參與者在線上交換情報，也可視為交易行為。網路交易機制的逐漸健全，也促使提供純商業交易的社群與日俱增。

2.2.4 網路書寫社群

關於網路社群的討論，早期多應用於組織內部之協同式群體(collaborative group)的策略討論與制定(Liedka, 1999)。隨著網際網路的日益普及，擴大了網路使用者的範圍與使用層面，透過網路可以很容易接觸到各種類型的網路社群，參與社群滿足了人們的興趣、人際關係、幻想、交易四大基本需求，因此圍繞各種主題的網路社群如雨後春筍般出現。

書寫社群，乃指以寫作為共通興趣的自發性社群，網路書寫社群則是以網際網路為主要活動場域，以電腦中介傳播(CMC)為主要的溝通形式。網路書寫社群發展的初期，係由一群專注在「電子佈告欄」(electronic bulletin boards)上書寫文學創作與意見評論的網路使用者所組成。92年到93年間，各大學紛紛在網際網路設立BBS後，非同步、資訊傳遞量大、一對多的互動特性，對於書寫創作有興趣的作者有了一個更穩定、更長久的交流機制，同時滿足創作分享與情感互動，社群因此成形。在網路普及後，全球資訊網(World Wide Web, WWW)則掀起了另一波構築專業社

群的浪潮。

網路書寫社群除了與傳統的寫作社群不同，網路書寫社群之間也有所差異，以網路介面間的差異，可將書寫社群略分為兩種不同的型態：

1. BBS 版：以各大專院校設置的文學專業站台為主，如台灣大學「椰林風情」⁴的詩版、清華大學女性主義站「自己的房間」⁵、政治大學「貓空行館」⁶的詩版、台灣師範大學「精靈之城」⁷詩文小站版、淡江大學「蛋捲廣場」⁸的詩板等，吸引不少青年學生加入，也培養出許多校園寫手(須文蔚，2003)。

2. WWW 版：其中又可細分為個人站：白靈文學船⁹、林彧之驛¹⁰、林耀德的想像迷宮¹¹等；專業站：如優秀文學網、中時網路藝文村¹²、失戀雜誌等。表 2-3 為當前較具規模與知名度的網路書寫社群之特性分析：

網路書寫社群不但在網路空間構築出文章發表與情感交流的園地，作品集結出版後，在市場上也有突出的表現。以作品集結出版的《失戀雜誌》季刊為例，已出版至第十五集，發掘出網路作家並出版的叢書超過十餘本，與遠流出版社、皇冠出版社、時報出版社都有合作的經驗；「優

⁴ 網址為：bbs://bbs.ntu.edu.tw

⁵ 網址為：bbs://140.114.98.108

⁶ 網址為：bbs://bbs.cs.nccu.edu.tw

⁷ 網址為：bbs://bbs.ntnu.edu.tw

⁸ 網址為：bbs://bbs.tku.edu.tw

⁹ 網址為：<http://www.ntut.edu.tw/~thchuang/>

¹⁰ 網址為：<http://home.kimo.com.tw/sun2000n/>

¹¹ 網址為：<http://run.to/writer>

¹² 網址為：<http://news.chinatimes.com/Chinatimes/Philology/Philology-index>

秀文學網」累積超過 30 萬篇的小說、散文、詩歌，集結出版的《愛上麥當勞》、《一杯熱奶茶的等待》等書，都有相當亮眼的成績。

表 2-3 網路書寫社群特色分析

| 社群名稱 | 成立宗旨 | 社群特色 |
|--|---|--|
| 失戀雜誌 (http://www.im-lost.com/) | 提供所有熱愛藝文的創作者一個屬於自己的私有空間，開發新世代創作人才，長期規劃這些人才的作品、集結出書或開發新產品。 | 出版《失戀雜誌》季刊、發掘網路作家並出版叢書、發行「失戀電子報」、作者群參與原創偶像劇劇本《心動列車》、即將推出「藝文 Blog 的個人空間出租」。 |
| 野葡萄文學網 (http://www.yaputo.com/) | 收集並珍藏網路創作、提供創作空間、分享文學創作的價值。 | 舉辦徵文徵獎、集結後刊登於《野葡萄文學誌》月刊、友好文學社群連結。 |
| 喜菡文學網 (http://www.pon99.net/) | 提供創作集討論空間、推廣文學、凝聚文學。 | 舉辦徵文徵獎、印行紙本文學報、出版電子書。 |
| 楓情萬種文學網 (http://www.525.idv.tw/) | 鼓勵網路創作，提昇網路文學風氣，展現網路文學之人文特質與風格。 | 個人經營、新詩創作交流、舉辦徵文徵獎、推介新人，發行「楓情萬種」電子週報。 |
| 小說巢 (http://wenyih.miscity.net/) | 整合網路與平面文學創作者、提昇文學創作素養及發掘創作潛力。 | 舉辦讀書會、提供各類藝文活動訊息，發行電子報，推薦優良作品出版成書。 |
| 文學創作者 (http://www.vital.com.tw/) | 服務文學愛好者、鼓勵文學參與。 | 舉辦徵文徵獎、提供各類文學訊息。 |
| 詩路 (http://www.poem.com.tw/) | 建構現代詩資料、編選年度詩選、優先典藏能自行管理維護專區的網路詩人與校園詩人、提供文學界數位支援服務。 | 由行政院文化建設委員會策劃、著名學者、作家、詩人發起，如杜十三、須文蔚、侯吉諒等人。 |
| 優秀文學網 (http://www.yoshow.com.tw/) | 提供網友豐富內容、發表作品與相互交流的園地，努力推動網路文學、經營優質內容與服務。 | 與大眾電信 PHS 平台共同推出《優秀文學》聯展小說訂閱頻道、與博客來網路書店合作推出電子書下載服務。 |

資料來源：本研究整理

本研究所選取之研究對象為「野葡萄文學網」，該社群係由身為出版界的觀察家，小知堂發行人孫宏夫為提倡「全民文學、全民寫作」而創設之網路社群，如該社群在「野葡萄的故事」中所說：

自從網路開始發達之後，所謂的「網路文學」應運而生，大家開始在各個不同的管道上發表文章，儼然一副欣欣向榮，百家爭鳴的樣子。然而，在這些大量的文章裡頭，您的創作被看到了嗎？是不是有人像收藏寶貝一樣珍惜著它呢？在「野葡萄」的園地裡，每個人都可以把他的最珍貴的文章，分享給大家；因為，我們懂得文學創作的價值，也懂得珍惜，您的每一篇文章將不再被視為沒有用的樹枝；每一篇充滿誠意來這裡分享的文章，都會像栽下一枝枝野葡萄枝幹一樣，哪怕是一小段也好，只要栽種到土裡，必定會有開花結果的一天。希望，在這裡的每一位作者，都能早日嚐到那豐美的果實。

在該社群中，鼓勵社群作者朝向小說、散文、詩作、遊記、評論等五種不同的文體來創作，而名家專欄則提供社群成員觀摩、學習的機會，定期舉辦不同主題之徵文，作品除在社群內公佈外，並擇優刊登於「野葡萄文學誌」月刊，充分運用跨媒體整合的力量。該社群雖非現今規模最大之社群，但為頗具有代表性的網路書寫社群，是值得被研究的對象。

2.2.5 網路書寫社群的互動介面

社群成員較常使用聊天室、討論區、留言版、線上訊息傳遞等工具，與其他成員互動。Romm, et al(1997)以同步(Synchronous)與非同步(Asynchronous)的互動模式，將各項互動工具加以區別如下：

1. 同步通信：

(1) 聊天室(Text Chat)：可與目前登入網站的人進行即時的文字交換與回應。

(2) 即時傳訊(Instant Board)：提供使用者線上尋找人的功能

2. 非同步通信

(1) 訊息公佈欄(Messaging Boards)：新聞群組、討論區、電子佈告欄(BBS)。

(2) 郵件傳送(Mail Lists)：進行電子郵件的傳送與接收。

(3) 會員專屬網頁(Member Web Page)：產生或維護個人化網頁、使用個人化功能、建立網路上的芳鄰。

(4) 問卷及其他功能(Survey and Other Features)：線上問卷調查、網站的建議與回應、行事曆等。

表 2-4 互動模式與資訊量之比較

| | | 同步通信 | 非同步通信 |
|-------------|---|------|-------------|
| 資 訊 量 | 大 | 聊天室 | 討論區 |
| | 小 | 線上傳訊 | 留言版 郵件傳送 |

資料來源：修改自張瀚仁(2001)

張瀚仁(2001)以通信模式的同步/非同步、資訊量的多寡，將各項工具

加以整理比較。賴柏偉(2002)則是比較電腦中介傳播互動時間的形式(同步/非同步)、使用者與受播者之關係(一對多/多對多)，請參見表 2-4、表 2-5：

表 2-5 互動工具比較表

| | 同步通信 | 非同步通信 |
|-----|---------------------------------------|---|
| 一對多 | 網際網路聊天系統 (Internet Relay-Chat,IRC) | 郵件傳送(Mail List) |
| 多對多 | MUD(Multi-User Dimension) | 電子佈告欄(Bulletin Board System,BBS) 新聞群組(Newsgroup) |

資料來源：修改自賴柏偉(2002)

近年來，網誌站台(Blog¹³或 Weblog)可說是網際網路上最熱門的一種運用，透過個人定型化網路平台的設計，不管是書寫、上傳圖片、設定版型或是引用文章，對於不熟悉網路程式語言的使用者，也能輕鬆構築個人網站，被認為是真正體現網路自由精神的應用與下一波社群互動的理想介面。

由於 Blog 運用時序化的記錄，運用 Blog 從事書寫記錄，可以寫下作者每日所思所想，可以動態呈現書寫者的情意變化，不但是自我表達與

¹³ 台灣翻譯為「部落格」，中國大陸翻譯為「博客」，是一種管理內容的軟體介面，「Radio」和「Manila」是目前最廣泛應用的兩種工具，部落格網站利用 RRS (Really Simple Syndication) 技術的串連，使用者自訂喜好的網站後，電腦會隨時抓回對方的 RRS 檔，彷彿即時監控一般，不必連到對方網站，就可即時更新喜好網站的資訊，達成交換日記或共同出版的目的。

自我呈現的最大化，也提昇了網路互動品質(程樂華、陳侃，2003)。

2.3 科技採用模型(Technology Acceptance Model, TAM)

在網路空間中，以文字互動需要一些不同的技巧—包括科技的應用以及良好的寫作技巧，網路的匿名性使得虛擬與真實脫離，減輕了社群成員在網路書寫時對於本身寫作技巧之優劣的顧慮，此時科技應用的能力變得十分重要(Martin, 2000)。本節將由社會心理學中認知、態度、與行為意向切入，並以科技採用模式(TAM)為基礎，分別探討認知易用性、認知有用性與認知娛樂性的重要性。

2.3.1 態度的組成

社會心理學界將態度定義為「個人對於某一事物，在心理生理上的準備狀態」。Rosenberg & Hovland(1960)指出，態度應該包含三個重要的組成因素(見圖 2-1)，並且認為態度是界於刺激(stimuli)(對象物、人、事件)與接受這些刺激之反應的中介變項。

Fishbein & Ajzen(1977)則認為態度是「態度對象物與態度對象物之行為的正向或負向評價」，或是「學習而來的、一致的、對於喜好事物的預存立場」。Petty & Cacioppo(1981)則把態度定義為「對於人、事、物持續性的好惡感覺」。國內學者張春興(1989)認為：態度必須有其對象，態度對象可以為具體的人、事、物，也可以是抽象的觀念或思想。

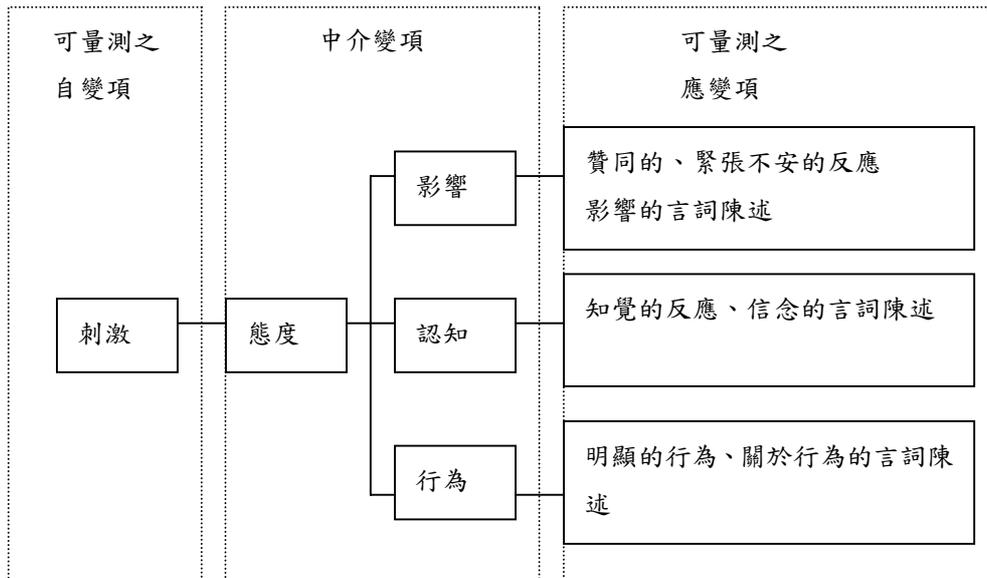


圖 2-1 態度的組成因素

資料來源：Rosenberg, M.J. and Hovland, C.I. (1960)

此外，楊語芸(1997)則認為態度是對某些人們已有知識之對象物的評價。藉由此一評價，我們可以對任何人、事、物在某個層面上下判斷。態度是指個體對人、對事、對周圍世界所持有的一種具有持久性與一致性的傾向，其中包含認知、情感與行動三部份(張春興，1989)。黃天中、洪英正(1992)認為態度同時包含以下三種主要的因素：

1. 認知的：指個人對態度對象的了解、知識及信念。
2. 情感的：指個人對態度對象的情感與好惡。
3. 行為傾向的：個人對態度對象的反應傾向或反應的準備狀態。

Sears, Peplau & Taylor(1991)認為態度由認知(Cognitive)、情感(Affective)、行為(Behavioral)等因素所組成。認知(Cognitive)是個人對現實情況的想法與信念(Beliefs)；情感(Affective)則視為個人對於物件或行

為活動正面或是負面的情感關係或感覺(Feelings)的表現；行為(Behavioral)的面向即對於物件的接受與否或反應用來描述個人的行為意圖(Bagozzi, 1978)。

Fishbein & Ajzen(1977)為了瞭解態度與行為之間的關係，將態度區分為兩種：

1. 行為上的傾向態度(Attitude Toward the Behavior)：個人對行為所持有的態度，如使用資訊系統可以節省時間與成本，就是對行為所抱持的態度。
2. 對標的物的態度(Attitude Toward the Object)：個人對人、事、物等問題在行為以外所持有的態度，如認為資訊系統的功能很齊全、個人覺得很好，就是對標的物所抱持的態度。

Fishbein & Ajzen(1977)認為標的物的態度與行為之間並無直接關係，例如：個人對資訊系統(標的物)的態度並無法直接預測它是否會使用系統；相反地，行為上的傾向態度與此一行為的發生有直接的關係，當某人對某一行為所抱持的態度愈好，則從事該行為的意圖愈強，例如：當人們認為使用系統的感覺很好，則他使用該系統的意願會愈強。也就是說，衡量個體行為上的傾向態度，可以預測他實際執行該行為的意圖。本研究是測量網路作者社群參與書寫活動的態度，因此是行為上的傾向態度，而非對於網路書寫的個人評價(標的物的態度)。

2.3.2 理性行為理論與科技採用模型

Fishbein & Ajzen(1977)提出理性行為理論(Theory of Reasoned Action, TRA)，TRA 模型是由社會心理學發展而來，用以解釋個人有意識的行為之決定因素(Fishbein & Ajzen, 1977; Ajzen & Fishbein, 1980)，TRA 指出實際行為會受到行為意向的影響，而行為意向則是受到態度(Attitude)和主觀性規範(Subject Norms)影響。Ajzen & Fishbein(1980)認為 TRA 是解釋人類行為的一般模式，也可以適用於特定的電腦使用行為上。在資訊管理領域中，許多研究證實 TRA 可以有效預測與解釋人們會使用資訊系統的原因(Davis, 1989; Davis et al., 1989)。

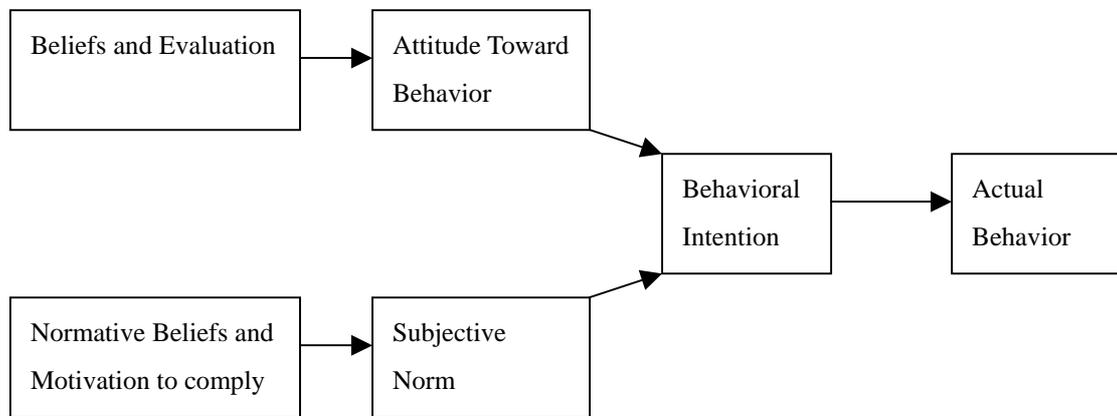


圖 2-2 理性行為理論(Theory of Reasoned Action, TRA)

資料來源：Davis et al.(1989)

Davis(1989)以 TRA 理論為基礎並加以修正，提出了科技採用模型 TAM(Technology Acceptance Model)，特別用來解釋電腦的使用行為。TAM 模型提供使用者採用科技之決定因素的一般性解釋及擴大解釋使用者人

口變項與使用行為的可能性，捨棄了社會規範對個人態度的影響，認為在認知的成分中，認知有用性(Perceived Usefulness)和認知易用性(Perceived Ease of Use)最能影響使用者採用科技的態度。

TAM 統合自我效能理論(Self-efficacy Theory)、成本效益典範(Cost-benefit Paradigm)、創新傳佈理論(Adoption of Innovations)、資訊輸出評價(Evaluation of Information Reports)、通路配置模型(Channel Disposition Model)與管理資訊系統(MIS)領域之外的研究。依據 Davis(1989)所提出的 TAM 模式，得出以下結論：

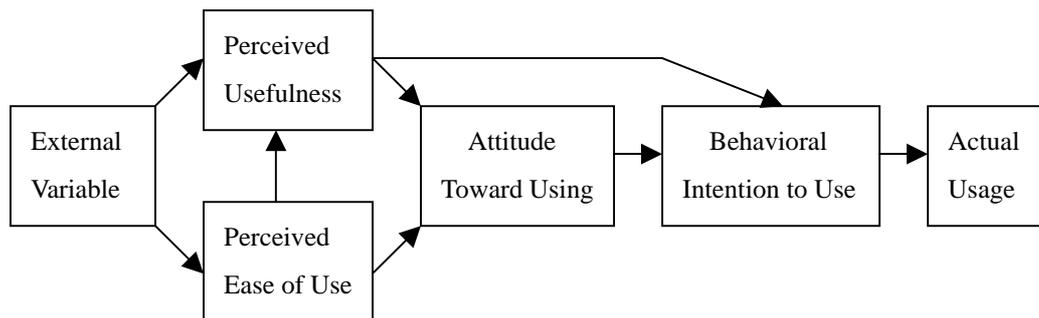


圖 2-3 科技採用模型(Technology Acceptance Model, TAM)

資料來源：Davis(1989)

1. 認知有用性、認知易用性會影響使用者之使用資訊科技的態度。
2. 認知易用性除了對使用資訊科技的態度有直接影響之外，還會透過認知有用性間接影響使用資訊科技的態度。
3. 存在的外在變數會透過認知有用性與認知易用性間接影響使用資訊科技的態度。

4. 認知有用性除了對行為意向有直接影響之外，還會透過態度間接影響行為意向。

5. 使用者之行為意圖會影響使用者使用資訊科技的行為。

Moon & Kim(2001)在 WWW 的環境中，以 TAM 為基礎模型，加上「認知娛樂性」(Perceived Playfulness)，建構出延伸式科技採用模型(Extend TAM)，確立出認知娛樂性對態度與行為意向的影響力。由圖 2-4 得知，「認知娛樂性」會受到「認知易用性」的影響，進而對使用者使用 WWW 的態度與行為意向產生直接影響。

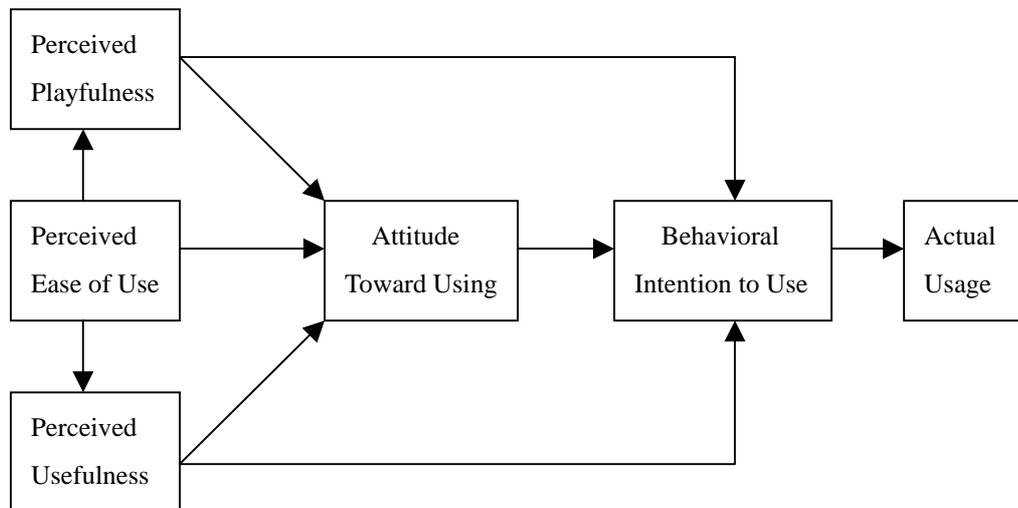


圖 2-4 延伸式科技採用模型(Extend TAM)

資料來源：Moon & Kim(2001)

2.3.3 科技採用模型的相關研究

Davis(1989)將認知易用性定義為使用者認為使用資訊科技不需花費額外心力的程度；認知有用性定義為使用者認為使用資訊科技對於提昇

工作表現的助益。Barnett(1990)對於「娛樂性」所做的解釋，認為娛樂性屬於個人的動機因素，是個人與情境間的互動特性，並且是一種持久性的認知傾向。Atkinson & Kydd(1997)則是在其研究中將「娛樂性」視為個人與電腦互動所產生的主觀經驗。Moon & Kim(2001)認為「娛樂性」是由個人之環境經驗所形成之一種內在的信念或動機。

針對不同的資訊科技系統的研究發現中，認知有用性與認知易用性是使用新資訊科技系統的態度與行為的重要決定因素(Davis, 1989, 1992; Davis et al., 1989; Taylor & Todd, 1995)。表 2-6 為國外學者針對不同的資訊科技的使用行為，應用 TAM 探討資訊科技採用態度及其行為之相關研究整理：

表 2-6 資訊科技採用態度之相關研究

| 學者 | 研究摘要 | 研究發現 |
|----------------------|---|--|
| Szajna(1996) | 針對使用資訊系統的行為做長期縱貫(longitudinal)研究，並修正 TAM。 | 區分使用前(Pre-Implementation)與使用後(Pos-Implementation)，易用性與有用性對行為變數之解釋力的差異。 |
| Igbaria et al.(1996) | 以 TAM 為基礎，建構出資訊系統使用行為之模型。 | 驗證出認知複雜性(Perceived Complexity)、認知有用性(Perceived Usefulness)、認知娛樂性(Perceived Fun/Enjoyment)、社會壓力(Social Pressure)對使用資訊系統之行為的影響。 |
| Igbaria et al.(1997) | 研究組織內與組織外，影響資訊系統使用行為之認知易用性與認知有用性。 | 影響認知易用性與認知有用性的組織內因素(Intraorganization Factors)為：內部使用電腦的支援(Internal computing support)、內部使用電腦的訓練(Inetrnal computing training)、管理部門的支援(Management support)。組織外因素(Extraorganization Factors)為：外部使用電腦的支援(External computing support)、外部使用電腦的訓練(External computing training)。 |

| | | |
|-------------------------|--|---|
| AL-Gahtani & King(1999) | 以 TAM 為基礎，加上使用滿意度(Satisfaction)，作為影響使用行為的變數。 | 相關利益(Relative Advantage)、娛樂性(Enjoyment)、易用性(Ease of Use)，會影響使用的態度與使用行為。使用滿意度對於使用態度與使用行為沒有顯著影響。 |
| Venkatesh & Davis(2000) | 以 TAM 為基礎並加以延伸做長期縱貫(Longitudinal)研究。 | 使用經驗(Experience)、主觀性規範(Subjective Norm)、形象(Image)、工作關聯性(Job Relevance)、輸出品質(Output Quality)、輸出結果之可被驗證性(Result Demonstrability)。會影響使用者之認知有用性。 |
| Au & Enderwick(2000) | 建構科技採用態度的認知模型。 | 驗證了相容性(compatibility)、附加價值(Enhanced Value)、認知利益(Perceived Benefits)、適應的經驗(Adaptive Experiences)、認知困難度(Perceived Difficulty)、供應商的承諾(Suppliers' Commitment)等認知因素，會影響科技採用的態度。 |
| Venkatesh(2000) | 將控制(Control)、本身的動機(Intrinsic Motivation)、情感(Emotion)等因素與 TAM 整合。 | 固定因素(Anchors): 電腦自我效能(Computer Self-Efficacy)、控制的外部性認知(Perception of External control)、電腦焦慮(Computer Anxiety)、電腦的娛樂性(Computer Playfulness)。 調整因素(Adjustments): 認知娛樂性(Perceived Enjoyment)、客觀的功能性(Objective Usability)。 固定因素與調整因素會影響認知易用性。 |
| Horton et al.(2001) | 應用 TAM 解釋兩個不同企業組織成員使用區域網路的行為。 | 自我評估(Self-report)的使用行為與實際測量的使用行為(Actual Measures of Usage)，在 TAM 中是不可相互替換的。 |

資料來源：本研究整理

Davis(1992)認為在不考慮個人使用電腦的預期結果表現的因素情況下，具有愉快使用經驗的電腦使用者，將比其他使用者更廣泛的使用電腦。Webster & Martocchio(1992)視個人對於使用電腦的「認知娛樂性」為個人特質，研究結果發現使用者對於使用電腦的「認知娛樂性」越高，則在工作中學習使用電腦的學習效果越好。個人使用電腦的行為也同樣

受到使用者本身心理反應的刺激，覺得有趣(Enjoyment)便成為使用者使用電腦的內在動機，並直接影響其電腦使用行為(Igbaria et al., 1996)。此外，Atkinson & Kydd(1997)針對使用者使用 WWW 的行為研究中發現，個人對於「娛樂性」(Playfulness)與「有用性」的認知，會影響使用者對於 WWW 的使用方式。

Al-Gahtani & King(1999)針對影響資訊科技接受的因素之研究當中，依照 TAM 模型加以修正，研究結果顯示在認知的成份中，覺得有相關利益的信念(Relative Advantage)、覺得容易使用的信念(Ease of Use)與認知娛樂性(Enjoyment)等因素對於資訊科技採用態度有直接影響。

Rice(1997)認為網路使用者造訪某一個網站，在瀏覽過程中覺得具有娛樂性，則會一再重複造訪該網站。Modahl(2000)認為多數人的上網動機為娛樂，以找樂子和尋找刺激為目的，在網際空間中穿梭。Anandarajan(2000)在針對網路使用行為的研究中，將個人認知的網路娛樂性(Internet Playfulness)個人特質，對於網路使用時間、頻率、網路商業活動與瀏覽的網站類型都有影響。Moon & Kim(2001)則認為「認知娛樂性」會影響個人使用 WWW 時的專注度、好奇心與趣味性。

然而，TAM 係由 TRA 發展而來，捨棄了主觀性規範(Subjective Norm)對個人自主行為之意向與實際行為的影響力，也招致了許多批評。許多

學者認為，個人有意識之行為的決定因素中，使用者對於所處群體或組織之其他成員在特定使用行為之評價的認知，造成態度與行為意向的影響力也不容忽視(Mathieson, 1991; Taylor & Todd, 1995; Igarria et al., 1996)。

本研究以探討網路社群中，影響社群成員參與書寫活動之態度與行為意向的認知因素為主要關注焦點。在群體動力學中，社群凝聚力與社群成員遵守社群規範之行為壓力呈正相關(Lott & Lott, 1965; McMillan & Chavs, 1986)，當凝聚力愈大時，則團體成員的情感與意見愈能趨於一致，社群成員也較熱情參與社群活動(徐光國，1996)。社群凝聚力是群體對成員的吸引力，或是連結社群成員的心理力量，在高度凝聚力社群中的成員之集體行為與其他低度凝聚力社群的成員之集體行為，會呈現明顯的差異(Younglin & Maryam, 2001)。許多學者也認為凝聚力對群體成員的行為與追求群體目標的影響力(Shaw, 1981; Carron, 1982)。葉乃菁(2002)在虛擬社群接受度的研究結果中顯示，個人對於特定社群之凝聚力的認知，對網路使用者參與社群活動的態度與行為意向具有顯著影響力。

2.4 社群凝聚力(Group Cohesiveness)

在傳統社群研究中，對於「凝聚力」的討論原本就是相當重要的議題，網路虛擬社群也是如此，因為凝聚力是社群成長的基本驅動力之一(廖鏡

鈕 2001)。本節以社群凝聚力的定義為起點，逐步探討社群凝聚力的涵義及其重要性。

2.4.1 社群凝聚力的定義

人類是一種「社會性動物」，我們都渴望和他人建立起個人化的關係 (Wind, et al, 2002)。加入團體不但可以滿足此一需求，更可以認識志同道合的朋友，彼此共享經驗、相互接納、相互支持。許多學者對於社群凝聚力的定義與詮釋都不盡相同，表 2-7 是學者們對於社群凝聚力的定義：

表 2-7 社群凝聚力的定義

| 學者 | 社群凝聚力的定義 |
|--------------------------|--|
| Shaw(1981) | 是社群成員在群體中表現行動的力量 |
| Carron(1982) | 是促進社群成員間彼此連結並追求群體目標的力量 |
| Robbin(1993) | 社群凝聚力是成員期待能留在團體內的程度 |
| 潘正德(1995) | 是團體成員彼此親近及相互吸引的程度 |
| Burge & Roberts (1998) | 個人認知屬於該群體之成員所需負擔的責任 |
| White & Harary (2000) | 為了鞏固團體的領域、抗拒團體成員的社交關係受到撕裂所產生的力量，或是將成員社交關係凝聚在一起的力量。 |
| Younglin & Maryam (2001) | 社群凝聚力是群體對成員的吸引力，是連結社群成員的心理力量 |

資料來源：本研究整理

2.4.2 社群凝聚力的意涵

凝聚力在社群形成的過程中，扮演了雙重的角色，所以常被視為社群研究的變項之一。社群的凝聚力會隨著時間的改變而改變，此時的社群凝聚力為研究的應變項；但是在具有高度凝聚力社群中的成員之集體行為與其他低度凝聚力社群的成員之集體行為，會呈現明顯的差異，此時

凝聚力被視為會影響社群成員行為的自變項。

Cartwright(1968)認為影響個人對於社群凝聚力的認知因素包括：

1. 團體成員對於個人的吸引力
2. 團體成員與個人特質的相似性
3. 個人目標與團體目標的一致性
4. 個人對於成員間溝通方式與相互依賴的適應性
5. 個人對於團體活動的性質、方式與計劃的依從性
6. 個人對於領導者參與的程度與領導型態的認同感
7. 個人對於團體氣氛的相容性
8. 個人對於團體人數的接受度

Carron et al.(1985)認為可由團體與個人的角度，分別探討關於「任務」與「人際關係」來描述團體凝聚力的概念。謝天德(1997)並依據此一概念加以延伸、歸納整合，得到凝聚力的概念模式，如圖 2-5 所示：

1. 團體整合

團體中的成員，依據團體中的任務與人際關係來評價整個團體，其中包含了兩個部分：

- (1) 團體任務整合：以「團隊合作」稱之，係團體中的成員，對於團體的任務、目標，能夠彼此合作、意見一致的評價。

(2) 團體人際關係整合：以「人際親和」稱之，係團體中的成員能彼此關心、尊重且相處愉快的評價。

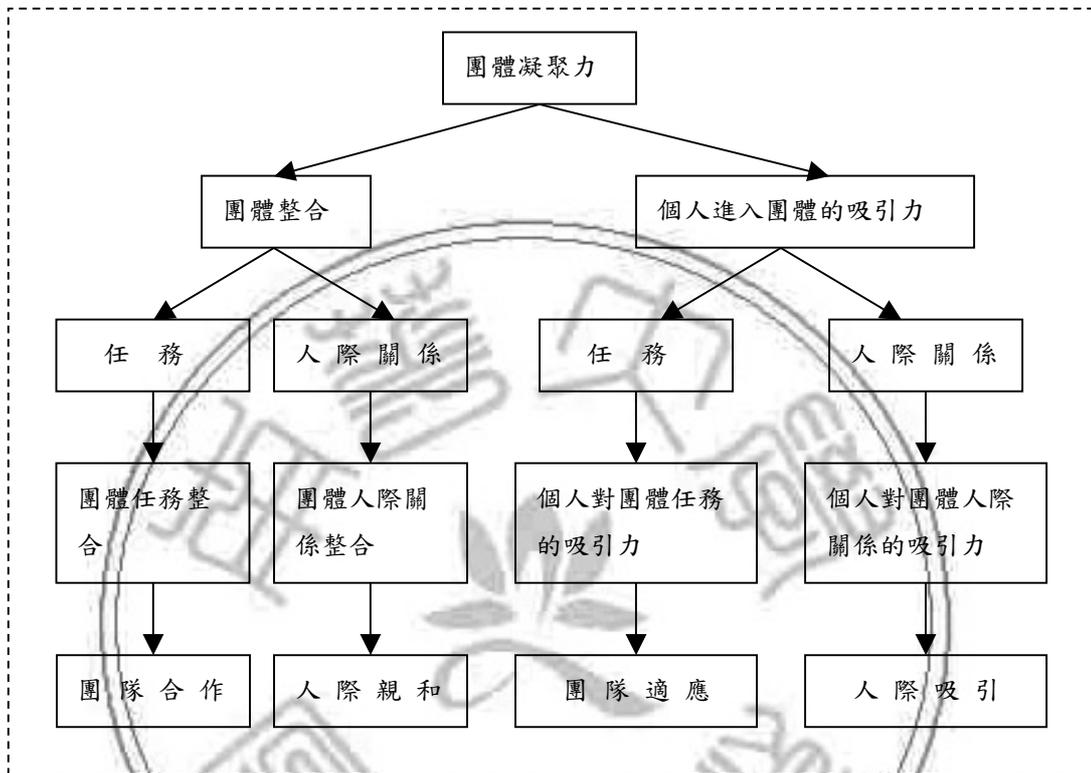


圖 2-5 團體凝聚力的概念模式
資料來源：謝天德(1997)

2. 個人進入團體的吸引力

團體中的成員，針對參與團體任務與團體社交活動所做的評價，其中包含了兩個部分：

- (1) 個人對團體任務的吸引力：以「團隊適應」稱之，係成員參與團體行動，接受團體任務及目標程度的評價。
- (2) 個人對團體人際關係的吸引力：以「人際吸引」稱之，係成員加入團

體後，被接受的程度及與其他成員人際關係的評價。

Pavitt(1998)認為社群凝聚力的形成可分為基礎維持因素與基礎任務因素：

1. 基本維持因素(Maintenance-Based)

(1) 喜愛(Liking)：個人對於社群成員的喜愛會受到仰慕(Admiration)、相似性(Similarity)、互動(Reciprocation)所影響。

(2) 對團體的認同(Identification With the Group)：當我們對團體認同時，即使是原本不太喜歡的其他成員，也會產生好感(Hogg, 1992)。

(3) 心理需求(Psychological Needs)：主要有溝通、更高地位與評價的需求。

2. 基礎任務因素(Task-Based)

(1) 團體目標(Group Goals)：如果團體具有足以吸引人的目標，則個人會受到該團體的吸引。

(2) 個人目標(Personal Goals)：在團體目標之外，所能提供滿足個人目標的方法或途徑，則個人也會受到該團體所吸引。

(3) 團體活動的吸引(Attraction to Group Activities)：個人會因為喜愛團體所從事的活動而加入該團體。

葉乃菁(2002)認為社群凝聚力是個人對於群體的認知，可由以下三個

構面加以解釋與衡量，分別詳述如下：

1. 社群吸引(Attraction)：虛擬社群具有獨特的性質吸引個人參與，且個人參與目的與社群所主張的宗旨、目標、主題有一致性。
2. 人際親和(Affinity)：虛擬社群成員具有親和力，能彼此關心、尊重與互動愉快。
3. 成員忠誠(Loyalty)：虛擬社群中的成員對社群忠心、真誠。

2.4.3 社群凝聚力的重要性

凝聚力是社群的資產(Carron & Hausenblas, 1998)，是社群形成與穩定的重要因素。Shaw(1981)由「互動」、「社會影響」、「滿意度」等三個構面來解釋社群凝聚力的重要性。

1. 互動(Interaction)

不論是使用語言或、非語言的互動方式，團體凝聚力、互動機會與互動的質與量有關。高凝聚力的團體成員較友善、合作，成員間的溝通範圍較廣且正向；低凝聚力的團體成員較自私、依賴，成員間的溝通較少且負向。

2. 社會影響(Social Influence)

凝聚力較強的團體，成員會較順從團體的規範，也會表現出較正向的反應與行為，高凝聚力的團體成員容易因其他成員的意見而改變自己的

看法。個人被團體吸引時，會順著團體成員的共同願望，並且其行為也會與團體的規範標準一致。

3. 滿意度(Satisfaction)

高凝聚力的團體成員對團體的滿意度高於低凝聚力的團體，團體成員的滿意度增加，會連帶使得團體的凝聚力進一步提昇。社群凝聚力不但能強化團體士氣、刺激參與動機，更能進一步提昇群體的創造力與決策能力(Budman et al, 1993)。當凝聚力增加，團體的集體效能會增加，溝通狀況也會改善，該團體也會愈成功(Carron, 2000)。社群具有高度凝聚力時，會遵守共同的規範、相互分享、相互依賴並形成認同感。

2.4.4 網路書寫社群的凝聚力

社群成員透過集體式的想像來建構出社群，各種不同的人對網際空間所提供可能性提供意見，構建了網路空間的想像，一但這些想法成為集體的想法，我們就可以感受到一種激發人類精力的力量(Jordan, 1999)。

以號稱國內最大規模的網路原生報「明日報」¹⁴因網路產業不景氣而宣布停刊所引發的事件為例，明日報所附屬的「個人新聞台」這群「台長」，不願讓個人新聞台因明日報停刊而就此結束，以網路連署¹⁵的方式，

¹⁴ 明日報在民國 89 年 2 月 15 日正式上線，當時號稱是華人世界第一份網路原生報，因網路泡沫化與經營績效不佳，無法適時引入資金，於民國 90 年 2 月 20 日宣布停刊，網址為：<http://www.ttimes.com.tw>

¹⁵ 因明日報宣布停刊所發起的個人新聞台台長連署活動，主要於 yahoo 奇摩社群之「明日報新聞台台長自救會」社群中，網址為：[http://tw.club.yahoo.com/clubs/mypaper tt.mes](http://tw.club.yahoo.com/clubs/mypaper_tt.mes)。此次事件被形容為「台灣前所未見的網運」。相關訊息可見：民生報 2001/2/22、中國時報 2001/3/1 第二版、自由時報 2001/3/18。

使得明日報經營高層同意繼續經營，並代管於網路家庭集團(pc home)。

以「個人新聞台」這個書寫社群而言，台長們在虛擬空間中的文字及互動的同時也支持著彼此現實生活的情感，失去了新聞台就如同失去了一個展現自我，獲得滿足和友情的場域。台長們認為個人新聞台上的交流使得情感互動、自尊與自我滿足獲得了實現，而從網路書寫和互動中所產生的情感讓個人新聞台儼然成為一個比真實還真的場域，失去了新聞台就像是被裁撤的員工(王家茗，2002)。

此外，1995年2月所成立的「南方社區文化網路」¹⁶，則是社群凝聚力運作的另外一個成功案例。「南方」背後並無任何組織、基金會、政黨或企業為後盾，在追求言論自主的過程中，以讀者的小額捐款、精簡的工作人員，加上不支薪的義務工作人員，支撐起看似龐然大物的網路媒體。「南方社區文化網路」創辦人陳豐緯(1998)所闡述的「南方精神」：「讓商業邏輯下失去戰場的理想在網路發聲，建設屬於社區工作者、文化人、人文愛好者的網路媒體」。透過社群理想與宗旨，讓南方社區文化網路能為存在至今。

2.4.5 小結

回歸至本研究之主題，羅青在《草根》詩刊中曾強調資訊工業與電腦應用在詩人創作時的重要性(草根，1985)。文學創作與網路結合後，文學

¹⁶ 南方社區文化網路網址為：<http://www.esouth.org/>。

的表現型式也日趨多樣。須文蔚(1997)認為網路文學運用了新科技，配合以 HTML、ASP、GFI、JAVA 或 FLASH 等程式文本為基礎所創作出的超文本，圖像的運用、音樂的輔助乃至網頁的互動變化都被摻入其中。

林淇濇(2001)指出，習慣於平面文本書寫的作者必須嘗試使用「第二支筆」，通過網頁書寫在網路上表現創作與想像，其挑戰性強、困難度也較高，導致從事網路文學創作者為數不多。因此，本研究以將網路書寫行為視為網路科技的使用行為，以 TAM 為主要研究架構，由資訊科技的採用因素——「有用性」、「易用性」、「娛樂性」之變數，加上群體動力學中的驅動因子——「凝聚力」，作為影響社群成員參與書寫活動的態度與行為意向的認知變數。

第三章 研究設計與研究方法

本章分為兩大部分，首先以過去學者所提出之相關理論與實證研究為基礎，建立本研究之研究架構，定義各構面之研究變數、研究問題，提出研究假設。其次是說明本研究之研究對象與範圍、預試目的與結果、抽樣方法、問卷設計與執行情形。

3.1 研究架構與研究假設

3.1.1 研究架構

本研究以科技採用模型(TAM)為基礎，並結合群體動力學，提出本研究之研究架構，如圖 3-1 所示：

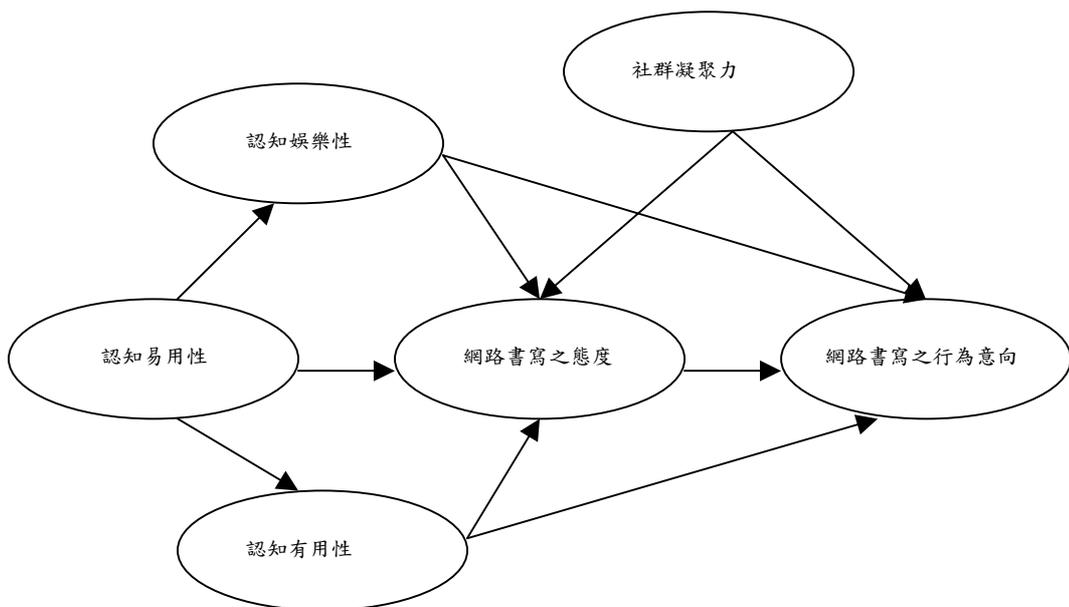


圖 3-1 本研究之研究架構

資料來源：本研究整理

3.1.2 研究假設

本節依據國內外諸多學者所作研究之實證結果，提出本文之研究假設，分別詳細描述之。

1. 網路書寫的行為意向

(1) 群體動力因素

Walther(1992)認為凝聚力和參與群體活動的動機、意願具有相當程度的關聯性。Youngin & Maryam(2001)也認為具有凝聚力的群體，會刺激成員參與其活動的意願。廖鏡鈞(2001)指出，凝聚力是社群成長的基本驅動力之一。須文蔚(2003)指出，維繫與凝聚社群中的認同感，強化人際互動，會增加作者在社群中張貼自己的書寫作品的意願。

Pavitt(1998)認為具有高度凝聚力社群中的成員之集體行為與其他低度凝聚力社群的成員之集體行為，會呈現明顯的差異。在社會心理學中認為，人們之所以產生有意識的行為，是受到行為意向的影響。綜合上述，本研究歸納出社群成員提供書寫創作的態度與行為意向，會受到社群凝聚力的認知所影響。因此本研究提出以下假設：

【H1】：社群凝聚力與社群成員參與書寫活動的行為意向有正相關。

(2) 科技採用因素

本研究以科技採用模型(TAM)為基礎，考量個人認知因素與態度之

後，認為認知娛樂性，認知有用性和參與書寫活動的態度會影響社群成員參與書寫活動的行為意向。

(a) 認知娛樂性

Webster & Martocchio(1992)驗證出認知娛樂性與個人是否自願使用微電腦有相當大的關係。Schmidt(1996)認為顧客對於網站的認知娛樂程度越高，會影響其參與該網站活動的意願。Moon & Kim(2001)也指出個人在 WWW 的開放環境中，對於 WWW 的認知娛樂程度越高，會影響其使用之意願。綜合上述學者之研究，本研究認為社群成員認為參與書寫活動的娛樂程度愈高，則參與書寫活動的意願就愈高。因此本研究提出以下假設：

【H2】：社群成員參與書寫活動的認知娛樂性與參與書寫活動的行為意向有正相關。

(b) 網路書寫的態度

在理性行為理論(TRA)與科技採用模型(TAM)的研究中，主張個人對於某特定行為所持的態度會影響從事該項行為的意圖。許多學者也針對不同的資訊科技軟硬體的應用研究中，驗證出使用者的使用態度與行為意向間之顯著關聯性(Karahanna et al., 1999; Lin & Lu, 2000; Moon & Kim, 2001)。因此，本研究認為社群成員參與書寫活動的態

度會影響其參與書寫活動的行為意向，於是本研究提出以下假設：

【H3】：社群成員參與書寫的態度與參與書寫活動的行為意向有正相關。

(c) 認知有用性

Lou et al.(2000)在互動式討論系統的研究中發現，個人認知系統的有用性與使用之行為意向有顯著相關。Venkatesh(2000)針對多媒體系統、互動式線上系統與薪資管理系統之研究中，也確立了使用者之認知有用性對於使用該系統之行為意圖的影響。Horton et al.(2001)將(TAM)運用在組織內部的區域網路(Intranet)之研究中，也驗證了組織內部人員對於區域網路的認知有用性會影響其使用之行為意向。因此，本研究認為社群成員對於網路書寫之認知有用性會影響其參與書寫活動的行為意向，於是本研究提出以下假設：

【H4】：社群成員參與書寫活動之認知有用性與參與書寫活動的行為意向有正相關。

2. 網路書寫的態度

(1) 群體動力因素

David et al(1986)主張社群凝聚力會影響成員在社群中所有正向與負向的感覺。George & Feltz(1995)認為凝聚力是評估成員對群體目標之

表現行為的一個重要指標。Burge & Roberts(1998)認為凝聚力是虛擬社群的基本組成元素之一。因此，本研究認為社群成員對於社群凝聚力的知覺程度，會影響該員在社群中提供網路書寫作品之正面或負面的感覺，於是本研究提出以下假設：

【H5】：社群凝聚力與社群成員參與書寫活動的態度有正相關。

(2) 科技採用因素

(a) 認知娛樂性

Webster et al.(1992)驗證了認知娛樂性與使用態度之關聯性。

Al-Gahtani & King(1999)針對組織內部員工使用文書作業軟體的研究中，也確立了認知娛樂性與使用態度的高度關聯性。Moon & Kim(2001)在 WWW 的開放式環境中，驗證了個人的認知娛樂程度愈高，則會抱持愈正面的使用態度。因此，本研究認為社群成員對於網路書寫的認知娛樂程度愈高，對於網路書寫的評價也會愈正面，於是本研究提出以下假設：

【H6】：社群成員參與書寫活動的認知娛樂性與參與書寫活動的態度有正相關。

(b) 認知易用性、認知有用性

許多不同的研究，針對不同的資訊科技系統時發現，認知有用性

與認知易用性是使用新資訊科技系統的態度與行為意向的重要決定因素(Davis, 1989,1992; Davis et al., 1989; Taylor & Todd, 1995)。

Al-Gahtani & King(1999)針對組織內部員工使用文書作業軟體的研究中，驗證了認知易用性與使用態度之關聯性。Lin & Lu(2000)在針對特定網站的研究中發現個人對網站的認知易用性會影響其使用態度。

Karahanna et al.(1999)針對組織內電子郵件系統的研究中，也驗證出員工對於系統的認知有用性會影響使用該系統的態度。綜合上述學者的研究，本研究認為社群成員對於網路書寫之認知易用性與有用性，會影響其參與網路書寫活動的態度，因此本研究提出以下假設：

【H7】：社群成員參與書寫活動的認知易用性與參與書寫活動的態度有正相關。

【H8】：社群成員參與書寫活動的認知有用性與參與書寫活動的態度有正相關。

3. 網路書寫之認知娛樂性與認知有用性

Davis(1989)所提出之科技採用模型(TAM)，在該模型中提到個人對於資訊科技的認知易用性與認知有用性有正相關，而許多學者對於資訊系統的研究中也驗證了認知易用性對於認知有用性的影響(Karahanna et al., 1999; Venkatesh, 2000; venkatesh & Davis, 2000; Lou et al., 2000)。Moon &

Kim(2001)也在 WWW 的研究中驗證了認知易用性會影響認知娛樂性。綜合上述學者之研究，本研究認為認知易用性會影響認知娛樂性與認知有用性，於是本研究提出以下假設：

【H9】：社群成員參與書寫活動的認知易用性與參與書寫活動的認知娛樂性有正相關。

【H10】：社群成員參與書寫活動的認知易用性與參與書寫活動的認知有用性有正相關。

3.2 名詞操作性定義與研究變數

3.2.1 名詞操作性定義

1. 網路書寫：「作者以網路做為發表媒介，運用電腦與網路軟體所提供之功能為書寫工具，以文字為表達個人經驗、思想與美感經驗之主要符號的創作過程」。

2. 網路書寫社群：「由一群利用網路從事書寫創作之使用者所組成的社群，該社群以鼓勵創作為宗旨、有特定的主題，並累積相當數量的作品」。

3.2.2 研究變數

本研究提出六個研究變數，分別為「社群凝聚力」、「認知娛樂性」、「認知易用性」、「認知有用性」、「網路書寫的態度」、「網路書寫的行為意向」

等。以下將針對各個研究變數說明其定義與衡量方式。

1. 群體動力變數：認知社群凝聚力

Shaw(1981)認為社群凝聚力是社群成員在群體中所表現的行動力量，Younglin & Maryam (2001)認為社群凝聚力是將社群成員連結在一起的心理力量，社群凝聚力愈大時，則社群中的各種屬性更容易被動員起來。本研究參考 Carron et al. (1985)；潘正德(1995)；葉乃菁(2002)對於社群凝聚力的定義，本研究將社群凝聚力定義為：「社群成員對於所屬社群的吸引力與連結社群成員之間心理力量的認知」，並由「社群吸引」、「人際親和」、「成員忠誠」等三個構面來衡量社群凝聚力，其個別定義詳述如下：

- (1) 社群吸引(Attraction)：虛擬社群具有獨特的性質吸引個人參與，且個人參與目的與社群所主張的宗旨、目標、主題有一致性。
- (2) 人際親和(Affinity)：虛擬社群成員具有親和力，能彼此關心、尊重與互動愉快。
- (3) 成員忠誠(Loyalty)：虛擬社群中的成員對社群忠心、真誠。

由於社群凝聚力為潛伏外生變數，因此由社群吸引、人際親和、成員忠誠等三個顯現外生變數來衡量之，並依據葉乃菁(2002)對於社群凝聚力的問卷題項，修改成為本研究的 9 個問卷題項。

表 3-1 社群凝聚力之問卷題目對照表

| 變數名稱 | 衡量構面 | 問卷題目 |
|-------|------|--------------------------------|
| 社群凝聚力 | 社群吸引 | 我覺得「野葡萄文學網」具有某些特性吸引我參與其書寫活動 |
| | | 我覺得「野葡萄文學網」中的書寫主題會引起我的興趣 |
| | | 我覺得「野葡萄文學網」的社群宗旨與理想會吸引我參與其書寫活動 |
| | 人際親和 | 我覺得「野葡萄文學網」中的成員很親切 |
| | | 我覺得「野葡萄文學網」中的成員很好相處 |
| | | 我覺得與「野葡萄文學網」中的成員互動愉快 |
| | 成員忠誠 | 我覺得「野葡萄文學網」的成員很真誠地為社群貢獻心力 |
| | | 我覺得「野葡萄文學網」的成員對社群十分忠心 |
| | | 我覺得「野葡萄文學網」的成員對社群具有忠誠度 |

資料來源：本研究整理

2. 認知信念變數：認知娛樂性、認知易用性、認知有用性

(1) 認知娛樂性

Moon & Kim(2001)在建構延伸式的科技採用模型中，將認知娛樂性定義為：「使用者在 WWW 上互動的集中力及所產生的好奇心與趣味性」。葉乃菁(2002)在個人參與虛擬社群的研究中，將認知娛樂性定義為：「個人認知參與虛擬社群具有趣味性及娛樂效果的程度」。

綜合上述學者對於認知娛樂性的定義，本研究將認知娛樂性的定義為：「個人認知參與社群網路書寫活動所具有的趣味性及娛樂價值的程度」。因此，本研究以娛樂程度為顯現變數，衡量認知娛樂性，並依據 Moon & Kim(2001)與葉乃菁(2002)之研究中關於認知娛樂性的問卷題項，修改成為本研究的 3 個問卷題項。

表 3-2 認知娛樂性之問卷題目對照表

| 變數名稱 | 衡量構面 | 問卷題目 |
|-------|--------|----------------------------|
| 認知娛樂性 | 愉快的 | 我覺得參與「野葡萄文學網」的書寫活動是愉快的 |
| | 有趣的 | 我覺得參與「野葡萄文學網」的書寫活動是有趣的 |
| | 具娛樂效果的 | 我覺得參與「野葡萄文學網」的書寫活動是具有娛樂效果的 |

資料來源：本研究整理

(2) 認知易用性

Davis et al.(1989)在其研究中，將認知易用性定義為：「使用者對於使用該資訊科技之容易程度的認知」，包含容易學習、容易操作與操作過程清楚易懂。因此本研究沿用上述之定義，將認知易用性定義為：「個人認知在社群有關書寫之介面功能的操作容易程度」。以操作容易程度來衡量認知易用性，並依據 Al-Gahtani & King(1999)與 Taylor & Todd(1995)之研究中衡量認知易用性的問卷題項，修改成為本研究的 3 個問卷題項。

表 3-3 認知易用性之問卷題目對照表

| 變數名稱 | 衡量構面 | 問卷題目 |
|-------|--------|---------------------------|
| 認知易用性 | 容易學習 | 我可以很容易地學會操作「野葡萄文學網」所提供的功能 |
| | 記得如何使用 | 我覺得「野葡萄文學網」的操作方式是很容易理解的 |
| | 隨心所欲運用 | 我能很容易地適應在「野葡萄文學網」中的書寫模式 |

資料來源：本研究整理

(3) 認知有用性

Davis et al.(1989)在其研究中，將認知有用性定義為：「使用者對於

使用該資訊科技有助於提昇工作或學習績效的程度之認知」，包含加快工作或學習速度、提昇生產力、增進效能等。然而本研究是以網路書寫對於個人之有用程度為關注焦點，由相關文獻之探討得知，網路書寫對於網路使用者的作用為「分享作用」、「炫耀效用」、「練習效果」等，因此網路使用者參與社群中之網路書寫活動可以滿足「分享作用」、「炫耀效用」、「練習效果」等之心理需求，個別之定義如下：

(a) 分享作用：透過書寫活動達到分享經歷、宣洩心情、經驗交流之作用的程度。

(b) 炫耀效用：透過書寫活動達到展現自我風格、書寫作品與技巧之效用的程度。

(c) 練習效果：透過書寫活動達成提昇寫作技巧、思維訓練之效果的程度。

表 3-4 認知有用性之問卷題目對照表

| 變數名稱 | 衡量構面 | 問卷題目 |
|-------|------|---------------------------------|
| 認知有用性 | 分享作用 | 參與「野葡萄文學網」的書寫活動是分享經歷的好方法 |
| | | 參與「野葡萄文學網」的書寫活動是宣洩心情的好方法 |
| | | 參與「野葡萄文學網」的書寫活動是經驗交流的好方法 |
| | 炫耀效用 | 參與「野葡萄文學網」的書寫活動是展現自我風格與獨到見解的好方法 |
| | | 參與「野葡萄文學網」的書寫活動是展現寫作技巧的好方法 |
| | | 參與「野葡萄文學網」的書寫活動是成為知名作家的好方法 |
| | 練習效果 | 參與「野葡萄文學網」的書寫活動提昇了我的寫作技巧 |
| | | 參與「野葡萄文學網」的書寫活動使我產生更多新的想法 |
| | | 參與「野葡萄文學網」的書寫活動讓我創作時的思考更快速且更清晰 |

資料來源：本研究整理

因此本研究將認知有用性定義為：「個人認知在社群中進行書寫活動而滿足分享效用、炫耀作用、練習效果等心理需求之程度」。以分享效用、炫耀作用、練習效果等變數來衡量認知有用性，共發展出 9 個問卷題項。

3.參與網路書寫活動之態度與行為意向

Davis et al.(1989)對於態度的定義為：「個人在表現特定行為所擁有之正面或負面的感覺」；對於行為意向的定義為：「個人在表現特定行為時所展現出的意願強度」。因此本研究將網路書寫的態度定義為：「個人對於參與社群書寫活動所擁有之正面與負面的感覺」；網路書寫的行為意向定義為：「個人對於參與社群書寫活動所表現的意願強度」。以參與網路書寫活動的評價做為衡量網路書寫態度的變數；而以網路書寫的意願做為衡量網路書寫之行為意向的變數，並依據 Taylor & Todd(1995)、Al-Gahtani & King(1999)與 Karnhanna et al.(1999)的研究中衡量態度與行為意向的問卷題項，修改成為本研究的 6 個問卷題項。

表 3-5 網路書寫態度與行為意向之問卷題目對照表

| 變數名稱 | 衡量構面 | 問卷題目 |
|--------|------|--------------------------|
| 書寫態度 | 正面評價 | 我對於參與「野葡萄文學網」的書寫活動給予正面評價 |
| | 喜歡 | 我喜歡參與「野葡萄文學網」的書寫活動 |
| | 值得 | 我覺得參與「野葡萄文學網」的書寫活動是值得的 |
| 書寫行為意向 | 主動參與 | 我未來會更主動參與「野葡萄文學網」的書寫活動 |
| | 繼續參與 | 我未來願意繼續參與「野葡萄文學網」的書寫活動 |
| | 優先 | 我未來會優先考慮在「野葡萄文學網」發表作品 |

資料來源：本研究整理

3.3 問卷預試

1. 問卷預試對象與施測

本研究問卷之預試對象，選定為經常在 BBS、留言版、討論區中發言的同學、親友，並依據個人經常留言、發表文章的社群，作為回覆本問卷的依據。前測施行方式以電子郵件傳送至受訪者之電子郵件信箱，並於填答完畢後回傳。前測施行日期為 2003/10/20 至 2003/10/25，共計 6 天，共發出 40 份問卷，經刪除 2 份填答不完整者，有效問卷為 38 份。

2. 量表信度分析

本研究問卷之題項，在衡量認知娛樂性、認知易用性、書寫之態度與行為意向的題項部分，皆由先前學者進行相關研究的問卷題項修改而來，具有一定程度的信度與效度。因此本研究之問卷前測，僅針對認知社群凝聚力與認知有用性之各層面的分量表做信度考驗。表 3-6 為社群凝聚力與認知有用性各分量表的內在信度考驗(Cronbach's alpha)：

表 3-6 問卷前測之信度考驗

| 變數 | 分量表 | 樣本數 | 問卷題數 | Cronbach's alpha 係數 |
|-------|------|-----|------|---------------------|
| 社群凝聚力 | 社群吸引 | 38 | 3 | .7982 |
| | 人際親和 | 38 | 3 | .8747 |
| | 成員忠誠 | 38 | 3 | .9090 |
| 認知有用性 | 分享作用 | 38 | 3 | .8612 |
| | 炫耀效用 | 38 | 3 | .7048 |
| | 練習效果 | 38 | 3 | .9216 |

資料來源：本研究整理

由表 3-6 可以看出，社群凝聚力與認知有用性之各分量表內在信度良好(Cronbach's alpha 係數大於.7)。

3.4 研究對象與抽樣方式

本研究之母體為曾經在文學社群網站中發表作品的作者，並選定小知堂文化事業有限公司所設立之「野葡萄文學網¹⁷」，以曾在該文學社群中註冊的作者群為母體，以 E-mail 郵寄問卷活動訊息，並在野葡萄文學網首頁建置問卷連結。由於提供抽獎誘答，本問卷要求受訪者提供註冊於該社群之筆名或使用者名稱與 e-mail，以利得獎聯絡之用，研究者得以依據填入之使用者名稱，逐一比對以剔除尚未登入之填答者資料，至於使用者使用不同筆名而填答之問卷，則無篩選之依據。問卷施測日期為 2003/11/15 至 2003/11/25，共計 11 天，共回收有效問卷 196 份。

3.5 分析工具

本論文利用 SPSS10.0 與 LISREL8.54 兩種統計軟體作為分析工具，並利用線性結構關係模型(Linear Structural Relation Model, LISREL)中之驗證式因素分析(Confirmatory Factor Analysis)與路徑分析(path analysis)來探討網路社群之社群凝聚力、認知娛樂性、認知易用性、認知有用性、

¹⁷ 網址為：<http://www.yaputo.com/yaputo/code/index.php/>

網路書寫的態度與行為意向間的關係。LISREL 是第二代多變量統計模型技術(Second Generation Multivariate Modeling Technique)，旨在以測量個或多個顯現的(Manifest)變數與典型地錯誤指標(Typically Fallible Indicator)來解釋潛伏變數(Latent)的結構與模型(Joreskog & Sorbom, 1989)。LISREL 模型包含兩種結構，一為衡量模型(Measurement model)，表示顯現變數與潛伏變數之間的關係；一為結構方程式模型，表示潛伏變數之間的因果關係(causal relationships)。LISREL 模型表示如下(Joreskog & Sorbom, 1996)：

結構方程式模型 $\eta = B \eta + \Gamma \xi + \zeta$

X 的衡量模型 $X = \Lambda_x \xi + \delta$

Y 的衡量模型 $Y = \Lambda_y \eta + \varepsilon$

其中：

ξ ：外生潛伏變數

η ：內生潛伏變數

X：外生顯現變數

Y：內生顯現變數

ζ ： ξ 與 η 結構式的誤差

δ ：X 的衡量誤差

ε : Y 的衡量誤差

Γ : 結構式中自變數 ξ 的係數

B : 結構式中因變數 η 的係數

Λ_x : X 對 ξ 的相關係數(因素負荷量)

Λ_y : Y 對 η 的相關係數(因素負荷量)

第四章 研究結果與討論

4.1 樣本特徵描述

本研究母體為參與「野葡萄文學網」之網路社群成員，共計回收之有效樣本為 196 份，以下為本研究樣本之結構特徵描述：

1. 性別

本研究樣本中，以女性居多，佔總樣本數的 76.0%，而男性僅佔了總樣本數的 24.0%，人數分配如表 4-1 所示：

表4-1樣本結構之性別分配表

| | 人數 | 百分比(%) |
|-------|-----|--------|
| 男 | 47 | 24.0 |
| 女 | 149 | 76.0 |
| Total | 196 | 100.0 |

資料來源：本研究整理

2. 年齡

表 4-2 樣本結構之年齡分配表

| | 人數 | 百分比(%) |
|--------|-----|--------|
| 20歲以下 | 97 | 49.5 |
| 21~25歲 | 38 | 19.4 |
| 26~30歲 | 34 | 17.3 |
| 31~35歲 | 19 | 9.7 |
| 36~40歲 | 4 | 2.0 |
| 41~45歲 | 1 | .5 |
| 46~50歲 | 1 | .5 |
| 50歲以上 | 2 | 1.0 |
| Total | 196 | 100.0 |

資料來源：本研究整理

本研究的樣本中，年齡的分配如表 4-2 所示，其中以 20 歲以下的成

員居多，佔總樣本數的 49.5%；其次是 21~25 歲的成員，佔總樣本數的 19.4%。值得注意的是 31 歲以上的社群成員，僅佔總樣本數的 13.7%。

3. 教育程度

本研究的受訪樣本中，教育程度以大專居多，佔總樣本數的 50.5%；其次則是高中(職)程度，佔了總樣本數的 33.2%，詳細分配如表 4-3 所示：

表 4-3 樣本結構之教育程度分配表

| | 人數 | 百分比(%) |
|----------|-----|--------|
| 國中(含)以下 | 18 | 9.2 |
| 高中(職) | 65 | 33.2 |
| 大專 | 99 | 50.5 |
| 研究所(含)以上 | 14 | 7.1 |
| Total | 196 | 100.0 |

資料來源：本研究整理

4. 職業

表 4-4 樣本結構之職業分配表

| | 人數 | 百分比(%) |
|-----------|-----|--------|
| 學生 | 113 | 57.7 |
| 軍公教 | 11 | 5.6 |
| 通訊電子電腦資訊業 | 11 | 5.6 |
| 商業 | 8 | 4.1 |
| 服務業 | 10 | 5.1 |
| 製造業 | 3 | 1.5 |
| 傳播業 | 6 | 3.1 |
| 醫護業 | 0 | 0 |
| 自由業 | 11 | 5.6 |
| 其他 | 23 | 11.7 |
| Total | 196 | 100.0 |

資料來源：本研究整理

本研究的有效樣本中，職業類別的分配以學生居多，佔總樣本數的

57.7%，可見在該社群中，社群成員的職業以學生居多。詳細分配如表 4-4 所示：

5. 個人平均月所得

本研究的有效樣本中，個人月平均所得以兩萬元以下居多，佔了總樣本數的 67.3%，此結果也對應到職業的分配，由於受訪者以學生居多，故再所得分配上也是兩萬元以下的族群居多。詳細分配如表 4-5 所示：

表 4-5 樣本結構之個人平均月所得分配表

| | 人數 | 百分比(%) |
|--------|-----|--------|
| 兩萬元以下 | 132 | 67.3 |
| 兩萬~四萬元 | 52 | 26.5 |
| 四萬~六萬元 | 7 | 3.6 |
| 六萬~八萬元 | 1 | .5 |
| 八萬~十萬元 | 1 | .5 |
| 十萬元以上 | 3 | 1.5 |
| Total | 196 | 100.0 |

資料來源：本研究整理

6. 最常上網地點的連線設備

表 4-6 樣本結構之連線設備分配表

| | 人數 | 百分比(%) |
|-------------|-----|--------|
| ADSL | 149 | 76.0 |
| CABLE MODEN | 10 | 5.1 |
| 撥接上網 | 18 | 9.2 |
| 固接網路(如T1專線) | 18 | 9.2 |
| 其他(如手機) | 1 | .5 |
| Total | 196 | 100.0 |

資料來源：本研究整理

受訪的樣本數中，最常上網地點的連線設備，以 ADSL 居多，佔總樣本數的 76.0%；其次則是撥接上網與固接網路。可見該社群成員的上網設

備是以 ADSL 為主。

7. 上網資歷

本研究的有效樣本中，上網資歷的分布較平均，其中以 3~4 年的會員居多，佔總樣本數的 24.5%；其次是 4~5 年，佔總樣本數的 20.4%。

表 4-7 樣本結構之上網資歷分配表

| | 人數 | 百分比(%) |
|-------|-----|--------|
| 1年以下 | 4 | 2.0 |
| 1~2年 | 19 | 9.7 |
| 2~3年 | 28 | 14.3 |
| 3~4年 | 48 | 24.5 |
| 4~5年 | 40 | 20.4 |
| 5~6年 | 21 | 10.7 |
| 6年以上 | 36 | 18.4 |
| Total | 196 | 100.0 |

資料來源：本研究整理

8. 每週上網時數

本研究的有效樣本中，上網時數以 5 小時內的社群成員居多，佔了總樣本數的 25.5%；其次則是 26 小時以上的社群成員，佔了 23.5%。詳細分配如表 4-8 所示：

表 4-8 樣本結構之每週上網時數分配表

| | 人數 | 百分比(%) |
|---------|-----|--------|
| 5小時以內 | 50 | 25.5 |
| 6~10小時 | 44 | 22.4 |
| 11~15小時 | 25 | 12.8 |
| 16~20小時 | 17 | 8.7 |
| 21~25小時 | 14 | 7.1 |
| 26小時以上 | 46 | 23.5 |
| Total | 196 | 100.0 |

資料來源：本研究整理

4.2 人口統計變項在書寫之行為意向的差異分析

本節主要在說明人口統計變項與書寫之行為意向的差異情況，自變項的部分包括性別、年齡、教育程度、職業、收入、連線設備、上網資歷與每週上網時間，分別以獨立樣本 t 檢定與單因子變異數分析進行不同自變項受訪者在書寫之行為意向的差異分析。

1. 不同性別受訪者在書寫之行為意向的差異分析

t-test 之虛無假設與對立假設分別為：

$$H_0: \mu_1 = \mu_2$$

$$H_1: \mu_1 \neq \mu_2$$

經過獨立樣本 t 檢定後(F=4.947; p<.05; t=-.934; p>.05)，t 值之顯著水準並未到達.05 的水準，顯示男女之間在書寫之行為意向上沒有顯著差異。

表 4-9 性別/行為意向獨立樣本 t 檢定摘要表

| | | Levene's Test for Equality of Variances | | t-test for Equality of Means | | |
|-----------|--------------------------------------|---|------|------------------------------------|--------|--------------------|
| | | F | Sig. | t | df | Sig. (2-tailed) |
| INTENTION | Equal variances assumed | 4.947 | .027 | -1.055 | 194 | .293 |
| | Equal variances not assumed | | | -.943 | 65.888 | .349 |

資料來源：本研究整理

2. 不同年齡受訪者在書寫之行為意向的差異分析

表 4-10 年齡/行為意向變異數同質性考驗

| Levene Statistic | df1 | df2 | Sig. |
|------------------|-----|-----|------|
| 2.093 | 7 | 188 | .046 |

資料來源：本研究整理

表 4-11 年齡/行為意向變異數分析摘要表

| 年齡 | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|----|----------------|----------------|-----|-------------|-------|------|
| | Between Groups | 91.169 | 7 | 13.024 | 1.699 | .111 |
| | Within Groups | 1441.254 | 188 | 7.666 | | |
| | Total | 1532.423 | 195 | | | |

資料來源：本研究整理

one-way ANOVA 之虛無假設與對立假設分別為：

$$H_0: \mu_1 = \mu_2 = \mu_3 = \dots = \mu_k$$

$$H_1: \mu_1, \mu_2, \mu_3, \dots, \mu_k \text{ 不完全相等}$$

經過單因子變異數分析後發現，在同質性檢定中(p<.05)，違反變異數同質假定，且變異數分析 F=1.699(Sig=.111)，意即不同年齡的受訪者在書寫之行為意向上沒有顯著差異。

3. 不同教育程度在書寫之行為意向的差異分析

表 4-12 教育程度/行為意向變異數同質性考驗

| Levene Statistic | df1 | df2 | Sig. |
|------------------|-----|-----|------|
| .782 | 3 | 192 | .506 |

資料來源：本研究整理

表 4-13 教育程度/行為意向變異數分析摘要表

| 教育程度 | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|------|----------------|----------------|-----|-------------|-------|------|
| | Between Groups | 32.360 | 3 | 10.787 | 1.381 | .250 |
| | Within Groups | 1500.063 | 192 | 7.813 | | |
| | Total | 1532.423 | 195 | | | |

資料來源：本研究整理

one-way ANOVA 之虛無假設與對立假設分別為：

$$H_0: \mu_1 = \mu_2 = \mu_3 = \dots = \mu_k$$

$H_1: \mu_1, \mu_2, \mu_3, \dots, \mu_k$ 不完全相等

經過單因子變異數分析後發現，在同質性檢定中($p > .05$)，未違反變異數同質性假設，且進行變異數分析時 F 值未達顯著($F = 1.381, p > .05$)，意即不同的教育程度在書寫之行為意向上沒有顯著差異。

4. 不同職業類別在書寫之行為意向的差異分析

表 4-14 職業類別/行為意向變異數同質性考驗

| Levene Statistic | df1 | df2 | Sig. |
|------------------|-----|-----|------|
| .606 | 8 | 187 | .772 |

資料來源：本研究整理

表 4-15 職業類別/行為意向變異數分析摘要表

| 職業 | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|----|----------------|----------------|-----|-------------|------|------|
| | Between Groups | 51.216 | 8 | 6.402 | .808 | .596 |
| | Within Groups | 1481.207 | 187 | 7.921 | | |
| | Total | 1532.423 | 195 | | | |

資料來源：本研究整理

one-way ANOVA 之虛無假設與對立假設分別為：

$$H_0: \mu_1 = \mu_2 = \mu_3 = \dots = \mu_k$$

$$H_1: \mu_1, \mu_2, \mu_3, \dots, \mu_k \text{ 不完全相等}$$

經過單因子變異數分析後發現，在同質性檢定中($p > .05$)，未違反變異數同質性假設，且進行變異數分析時 F 值未達顯著($F = .808; p > .05$)，意即不同的職業類別在書寫之行為意向上沒有顯著差異。

5. 收入高低在書寫之行為意向的差異分析

表 4-16 收入高低/行為意向變異數同質性考驗

| Levene Statistic | df1 | df2 | Sig. |
|------------------|-----|-----|------|
| 2.858 | 5 | 190 | .016 |

資料來源：本研究整理

表 4-17 收入高低/行為意向變異數分析摘要表

| 收入 | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|----|----------------|----------------|-----|-------------|------|------|
| | Between Groups | 29.981 | 5 | 5.996 | .758 | .581 |
| | Within Groups | 1502.443 | 190 | 7.908 | | |
| | Total | 1532.423 | 195 | | | |

資料來源：本研究整理

one-way ANOVA 之虛無假設與對立假設分別為：

$$H_0: \mu_1 = \mu_2 = \mu_3 = \dots = \mu_k$$

$$H_1: \mu_1, \mu_2, \mu_3, \dots, \mu_k \text{ 不完全相等}$$

經過單因子變異數分析後發現，在同質性檢定中($p < .05$)，違反變異

數同質假定，且變異數分析 $F=.758(\text{Sig}=.581)$ ，意即收入高低在書寫之行為意向上沒有顯著差異。

6. 不同上網的連線設備在書寫之行為意向的差異分析

one-way ANOVA 之虛無假設與對立假設分別為：

$$H_0: \mu_1 = \mu_2 = \mu_3 = \dots = \mu_k$$

$$H_1: \mu_1, \mu_2, \mu_3, \dots, \mu_k \text{ 不完全相等}$$

經過單因子變異數分析後發現，在同質性檢定中($p>.05$)，未違反變異數同質性假設，且進行變異數分析時 F 值未達顯著($F=.390; p>.05$)，意即不同的上網連線設備在書寫之行為意向上沒有顯著差異。

表 4-18 連線設備/行為意向變異數同質性考驗

| Levene Statistic | df1 | df2 | Sig. |
|------------------|-----|-----|------|
| 1.201 | 4 | 191 | .312 |

資料來源：本研究整理

表 4-19 連線設備/行為意向變異數分析摘要表

| 連線設備 | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|------|----------------|----------------|-----|-------------|------|------|
| | Between Groups | 12.410 | 4 | 3.102 | .390 | .816 |
| | Within Groups | 1520.013 | 191 | 7.958 | | |
| | Total | 1532.423 | 195 | | | |

資料來源：本研究整理

7. 上網資歷高低在書寫之行為意向的差異分析

one-way ANOVA 之虛無假設與對立假設分別為：

$$H_0: \mu_1 = \mu_2 = \mu_3 = \dots = \mu_k$$

$$H_1: \mu_1, \mu_2, \mu_3, \dots, \mu_k \text{ 不完全相等}$$

經過單因子變異數分析後發現，在同質性檢定中($p > .05$)，未違反變異數同質性假設，且進行變異數分析時 F 值未達顯著($F = .595; p > .05$)，顯示上網資歷的高低在書寫之行為意向上沒有顯著差異。

表 4-20 上網資歷/行為意向變異數同質性考驗

| Levene Statistic | df1 | df2 | Sig. |
|------------------|-----|-----|------|
| .572 | 6 | 189 | .753 |

資料來源：本研究整理

表 4-21 上網資歷/行為意向變異數分析摘要表

| 上網資歷 | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|------|----------------|----------------|-----|-------------|------|------|
| | Between Groups | 28.416 | 6 | 4.736 | .595 | .734 |
| | Within Groups | 1504.007 | 189 | 7.958 | | |
| | Total | 1532.423 | 195 | | | |

資料來源：本研究整理

8. 每週上網時數的多寡在書寫之行為意向的差異分析

one-way ANOVA 之虛無假設與對立假設分別為：

$$H_0: \mu_1 = \mu_2 = \mu_3 = \dots = \mu_k$$

$$H_1: \mu_1, \mu_2, \mu_3, \dots, \mu_k \text{ 不完全相等}$$

經過單因子變異數分析後發現，在同質性檢定中($p > .05$)，未違反變異數同質性假設，且進行變異數分析時 F 值未達顯著($F = 2.143; p > .05$)，

顯示每週上網時數的多寡在書寫之行為意向上沒有顯著差異。

表 4-22 上網時數/行為意向變異數同質性考驗

| Levene Statistic | df1 | df2 | Sig. |
|------------------|-----|-----|------|
| 1.810 | 5 | 190 | .113 |

資料來源：本研究整理

表 4-23 上網時數/行為意向變異數分析摘要表

| 上網時數 | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|------|----------------|----------------|-----|-------------|-------|------|
| | Between Groups | 81.794 | 5 | 16.359 | 2.143 | .062 |
| | Within Groups | 1450.629 | 190 | 7.635 | | |
| | Total | 1532.423 | 195 | | | |

資料來源：本研究整理

4.3 社群凝聚力、認知娛樂性、認知易用性、認知有用性、書寫態度與行為意向

本節旨在了解網路社群成員之社群凝聚力、認知娛樂性、認知易用性、認知有用性、書寫之態度與行為意向間之關係。首先將社群成員對於上述變項之得分上的整體描述，隨後驗證上述變項之間的關係。

4.3.1 網路社群之社群凝聚力、認知娛樂性、認知易用性、認知有用性、書寫態度與行為意向之整體描述

在 9 題衡量社群凝聚力的問卷題項中，多數受訪者給予 4 至 6 的分數 (即「普通」、「有點同意」、「同意」)，其個別的平均數與標準差如表 4-24

所示：

表 4-24 社群凝聚力的平均數分配表

| 變數名稱 | 題項 | Mean | Std. Deviation |
|-------|----|--------|----------------|
| 社群凝聚力 | 1 | 5.0969 | .9369 |
| | 2 | 4.7959 | 1.1409 |
| | 3 | 4.6735 | 1.0600 |
| | 4 | 4.5612 | 1.1729 |
| | 5 | 4.4847 | 1.2046 |
| | 6 | 4.4184 | 1.2397 |
| | 7 | 4.8265 | 1.0429 |
| | 8 | 4.4286 | 1.1458 |
| | 9 | 4.4898 | 1.1918 |

資料來源：本研究整理

由表 4-24 可以看出，受訪者對於社群凝聚力得分較高的是該社群具有某些特性吸引他參與書寫創作，其次是認知社群成員真誠地為社群貢獻心力，再其次則是社群的書寫主題引起興趣。得分最高的題項 1，標準差(SD)也最小。

由表 4-25 與表 4-26 可知，在認知娛樂性、認知易用性、認知有用性、書寫態度與行為意向的得分上，受訪者給予的分數較高。值得注意的是，在認知有用性的題項中，第 6、7、8、9 題的平均得分較低，顯示受訪者對於參與網路書寫活動，可以達到炫耀與練習的部分較不認同，並且其標準差(SD)也較大，表示受訪者對部分的看法較不一致，也就是說，在受訪的社群成員中，對於參與社群書寫活動是成為知名作家、提昇寫作技巧、產生更多新的想法、思考更快速的看法差異較大。

表 4-25 認知娛樂性、認知易用性、認知有用性之平均數分配表

| 變數名稱 | 題項 | Mean | Std. Deviation |
|-------|----|--------|----------------|
| 認知娛樂性 | 1 | 5.2551 | .8748 |
| | 2 | 5.2143 | .9473 |
| | 3 | 4.9898 | 1.1047 |
| 認知易用性 | 1 | 5.0765 | 1.0521 |
| | 2 | 5.1276 | .9918 |
| | 3 | 4.9847 | 1.0202 |
| 認知有用性 | 1 | 5.3214 | .8435 |
| | 2 | 5.3112 | .8887 |
| | 3 | 5.1888 | .9392 |
| | 4 | 5.3418 | .8715 |
| | 5 | 5.1327 | 1.0779 |
| | 6 | 4.2704 | 1.4618 |
| | 7 | 4.8112 | 1.2690 |
| | 8 | 4.6939 | 1.2682 |
| | 9 | 4.7551 | 1.2491 |

資料來源：本研究整理

表 4-26 書寫之態度與行為意向平均分數表

| 變數名稱 | 題項 | Mean | Std. Deviation |
|---------|----|--------|----------------|
| 書寫之態度 | 1 | 4.9949 | 1.0500 |
| | 2 | 4.9898 | 1.0907 |
| | 3 | 5.0204 | 1.0620 |
| 書寫之行為意向 | 1 | 5.0765 | 1.0174 |
| | 2 | 5.1990 | .9316 |
| | 3 | 5.0153 | 1.1389 |

資料來源：本研究整理

4.3.2 相關分析

表 4-27 是各變項之間的相關係數矩陣，用以衡量各變數間的相關情形。由表 4-27 可知，各變數間之正相關均達顯著程度。也就是說，對於受訪者而言，就本研究所擬的 6 個變數間，當其中一個變數的題項得分愈高，另一個變數的題項得分也愈高。

表 4-27 相關係數矩陣

| | COHESION | PLAYFUL | EASY | USEFUL | ATTITUDE | INTENTION |
|-----------|----------|---------|-------|--------|----------|-----------|
| COHESION | 1.000 | | | | | |
| PLAYFUL | .59** | 1.000 | | | | |
| EASY | .41** | .32** | 1.000 | | | |
| USEFUL | .60** | .60** | .40** | 1.000 | | |
| ATTITUDE | .57** | .60** | .42** | .54** | 1.000 | |
| INTENTION | .59** | .61** | .38** | .55** | .69** | 1.000 |

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

資料來源：本研究整理

各變數兩兩相關的程度上，以書寫之態度(attitude)與書寫之行為意向(intention)的相關程度最高($r=.69^{**}$)，其次則是認知娛樂性(playful)與書寫之行為意向(intention)($r=.61^{**}$)；認知娛樂性(playful)與認知易用性(easy)的相關程度最小($r=.32^{**}$)。

4.4 結構方程模型之分析結果

本節旨在了解 196 筆問卷資料在投入結構方程模式分析之後，所產出各參數值之報表，模型契合度與各變數之直接效果與間接效果。

4.4.1 結構方程模型之估計參數值

在進行 LISREL 分析之前，依據本文之研究目的與研究架構，須將 LISREL 模型中的衡量變數加以區辨，由表 4-28 可知，在結構方程模式中的衡量模式，共有 18 個顯現變數，6 個潛伏變數，藉由問卷訪查蒐集

所得 196 筆資料來檢驗本研究架構是否適合。

表 4-28 結構方程模式之變數表

| 衡量變數 | 內生變數 | 外生變數 |
|------|--|---|
| 潛伏變數 | η_1 : PLAYFUL(認知娛樂性) η_2 : USEFUL(認知有用性) η_3 ; ATTITUDE(書寫之態度) η_4 : INTENTION(書寫之行為意向) | ξ_1 : COHESION(社群凝聚力) ξ_2 : EASY(認知易用性) |
| 顯現變數 | Y_1 : JOY ₁ (愉快的) Y_2 : JOY ₂ (有趣的) Y_3 : JOY ₃ (娛樂效果) Y_4 : SHARE(分享作用) Y_5 : SHOW(炫耀效用) Y_6 : PRACTICE(練習效果) Y_7 : EST ₁ (正面) Y_8 : EST ₂ (喜歡) Y_9 : EST ₃ (值得) Y_{10} : INITIATIVE(主動參與) Y_{11} : CONTINUE(繼續參與) Y_{12} : PRIORITY(優先考慮) | X_1 : ATTRACT(社群吸引) X_2 : FRIENDLY(人際親和) X_3 : LOYALTY(成員忠誠) X_4 : EAS ₁ (學習) X_5 : EAS ₂ (理解) X_6 : EAS ₃ (適應) |

資料來源：本研究整理

表 4-29 與表 4-30 分別為內生潛伏變數、外生潛伏變數與其顯現變數間之估計參數值，表中之估計參數值為 1.00 且無估計標準誤與 t 值，因該變數在估計時設定為衡量基準，故無標準誤與 t 值。由表 4-29 與 4-30

所顯示之 t 值可以看出，皆大於 3.29(p<.001)。

表 4-29 內生顯現變數與內生潛伏變數的估計參數值

| 內生顯現變數 \ 內生潛伏變數 | PLAYFUL | USEFUL | ATTITUDE | INTENTION |
|------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| JOY ₁ | 1.00 | | | |
| JOY ₂ | 0.99 (0.03) 28.88 | | | |
| JOY ₃ | 0.81 (0.05) 15.86 | | | |
| SHARE | | 1.00 (0.07) 14.37 | | |
| SHOW | | 1.00 | | |
| PRACTICE | | 0.96 (0.07) 13.67 | | |
| EST ₁ | | | 0.95 (0.04) 22.66 | |
| EST ₂ | | | 1.00 | |
| EST ₃ | | | 0.96 (0.04) 23.97 | |
| INITIATIVE | | | | 0.98 (0.02) 44.16 |
| CONTINUE | | | | 1.00 |
| PRIORITY | | | | 0.78 (0.05) 15.74 |

註 1：各內格中第一項為 λ^y 值；第二項為標準誤；第三項為 t 值

註 2：t value 大於 1.96 時，p<.05；大於 2.58 時，p<.01；大於 3.29 時，p<.001

資料來源：本研究整理

表 4-30 外生顯現變數與外生潛伏變數的估計參數值

| 外生顯現變數 \ 外生潛伏變數 | COHESION | EASY |
|------------------|-------------------------|-------------------------|
| ATTARACT | 1.00 | |
| FRIENDLY | 0.92 (0.08) 11.35 | |
| LOYALTY | 0.94 (0.08) 11.56 | |
| EAS ₁ | | 0.96 (0.04) 27.15 |
| EAS ₂ | | 1.00 |
| EAS ₃ | | 0.89 (0.04) 20.55 |

註 1：各內格中第一項為 λ^x 值；第二項為標準誤；第三項為 t 值

註 2：t value 大於 1.96 時， $p < .05$ ；大於 2.58 時， $p < .01$ ；大於 3.29 時， $p < .001$

資料來源：本研究整理

表 4-31 內生潛伏變數間之估計參數值

| 內生潛伏變數 \ 內生潛伏變數 | PLAYFUL | USEFUL | ATTITUDE | INTENTION |
|-----------------|------------------------|------------------------|------------------------|-----------|
| PLAYFUL | | | | |
| USEFUL | | | | |
| ATTITUDE | 0.40 (0.05) 7.31 | 0.20 (0.07) 2.86 | | |
| INTENTION | 0.16 (0.06) 2.87 | 0.03 (0.06) 0.59 | 0.61 (0.09) 7.13 | |

註 1：各內格中第一項為 β 值；第二項為標準誤；第三項為 t 值

註 2：t value 大於 1.96 時， $p < .05$ ；大於 2.58 時， $p < .01$ ；大於 3.29 時， $p < .001$

資料來源：本研究整理

表 4-32 外生潛伏變數與內生潛伏變數間之估計參數值

| 內生潛伏變數 \ 外生潛伏變數 | COHESION | EASY |
|-----------------|------------------------|------------------------|
| | PLAYFUL | |
| USEFUL | | 0.58 (0.06) 9.59 |
| ATTITUDE | 0.39 (0.08) 4.67 | 0.05 (0.09) 0.58 |
| INTENTION | 0.19 (0.07) 2.60 | |

註 1：各內格中第一項為 γ 值；第二項為標準誤；第三項為 t 值

註 2：t value 大於 1.96 時， $p < .05$ ；大於 2.58 時， $p < .01$ ；大於 3.29 時， $p < .001$

資料來源：本研究整理

由表 4-31 與表 4-32 可看出外生潛伏變數與內生潛伏變數間之估計參數值，除了認知易用性對書寫之態度與認知有用性對書寫之行為意向間之估計參數值未達顯著程度($p < .05$)外，其餘各變數間之估計參數值皆達顯著程度。

表 4-33 結構模型對內生潛伏變數的解釋力

| 內生潛伏變數 | PLAYFUL | USEFUL | ATTITUDE | INTENTION |
|--------|---------|--------|----------|-----------|
| 解釋變異量 | 0.35 | 0.42 | 0.69 | 0.73 |

資料來源：本研究整理

表 4-33 為結構方程模型對於各項內生潛伏變數的解釋力，認知娛樂性(PLAYFUL)可以被解釋 35%的變異量；認知有用性(USEFUL)可以被解釋 42%的變異量；書寫的態度(ATTITUDE)可以被解釋 69%的變異量；書

寫的行為意向(INTENTION)可以被解釋 73%的變異量。

4.4.2 結構方程模型之契合度

根據 LISREL 的分析報表，由於整個模型模型當中同時包含了測量模型與結構模型，在整理數據時，應採用完全標準化解的數值，使得所有的參數均有慣用的標準化性質(邱皓政，2003)。表 4-34、表 4-35、表 4-36、表 4-37 為完全標準化解後各變數之參數值。

表 4-34 外生顯現變數與外生潛伏變數的完全標準化解之參數值

| | λ^x 值 | COHESION | EASY |
|------------------|---------------|----------|---------|
| ATTARACT | | 0.83 | |
| FRIENDLY | | 0.77*** | |
| LOYALTY | | 0.78*** | |
| EAS ₁ | | | 0.93*** |
| EAS ₂ | | | 0.97*** |
| EAS ₃ | | | 0.86*** |

註：*p<.05；**p<.01；***p<.001，未冠上顯著水準之變數為衡量基準數

資料來源：本研究整理

表 4-35 內生顯現變數與內生潛伏變數的完全標準化解之參數值

| | λ^y 值 | PLAYFUL | USEFUL | ATTITUDE | INTENTION |
|------------------|---------------|---------|---------|----------|-----------|
| JOY ₁ | | 0.97*** | | | |
| JOY ₂ | | 0.95*** | | | |
| JOY ₃ | | 0.78*** | | | |
| SHARE | | | 0.86*** | | |
| SHOW | | | 0.86*** | | |
| PRACTICE | | | 0.82*** | | |
| EST ₁ | | | | 0.90*** | |
| EST ₂ | | | | 0.96*** | |
| EST ₃ | | | | 0.91*** | |
| INITIATIVE | | | | | 0.97*** |
| CONTINUE | | | | | 0.99*** |
| PRIORITY | | | | | 0.76*** |

註：*p<.05；**p<.01；***p<.001，未冠上顯著水準之變數為衡量基準數

資料來源：本研究整理

表 4-36 內生潛伏變數間的完全標準化解之參數值

| β 值 | PLAYFUL | USEFUL | ATTITUDE | INTENTION |
|-----------|---------|--------|----------|-----------|
| PLAYFUL | | | | |
| USEFUL | | | | |
| ATTITUDE | 0.43*** | 0.19** | | |
| INTENTION | 0.17** | 0.03 | 0.59*** | |

註：* $p < .05$ ；** $p < .01$ ；*** $p < .001$

資料來源：本研究整理

表 4-37 外生潛伏變數與內生潛伏變數間的完全標準化解之參數值

| γ 值 | COHESION | EASY |
|------------|----------|---------|
| PLAYFUL | | 0.60*** |
| USEFUL | | 0.65*** |
| ATTITUDE | 0.37*** | 0.05 |
| INTENTION | 0.17** | |

註：* $p < .05$ ；** $p < .01$ ；*** $p < .001$

資料來源：本研究整理

本研究之測量模型之適合度指標(Goodness of Fit Index,GFI)為 0.90、調整後適合度指標(Adjusted Goodness of Fit Index,AGFI)為 0.88，其值愈接近 1，表示模型的契合度愈高。NFI(Normed Fit Index)為 0.91、NNFI(Non-Normed Fit Index)為 0.90，也超過 0.90 的判斷門檻。殘差均方根(Root Mean square Residual,RMR)為 0.10，該值愈小，表示殘差量愈低。平均概似平方誤根係數(Root Mean Square Error of Approximation, RMSEA)為 0.076，也在小於 0.08 的接受範圍內。因此，本研究之測量模型契合度在可接收的範圍內。圖 4-1 為採用完全標準化解的數值，利用 LISREL 軟體繪製之本研究的測量模型：

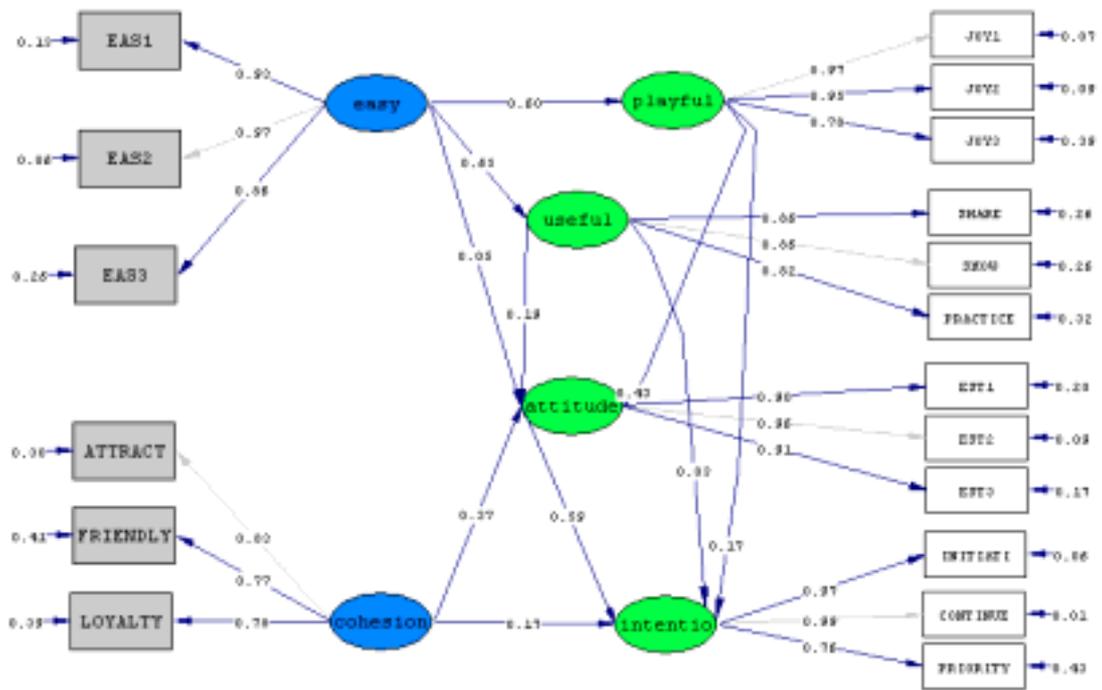


圖 4-1 結構方程模式之測量模型
資料來源：本研究

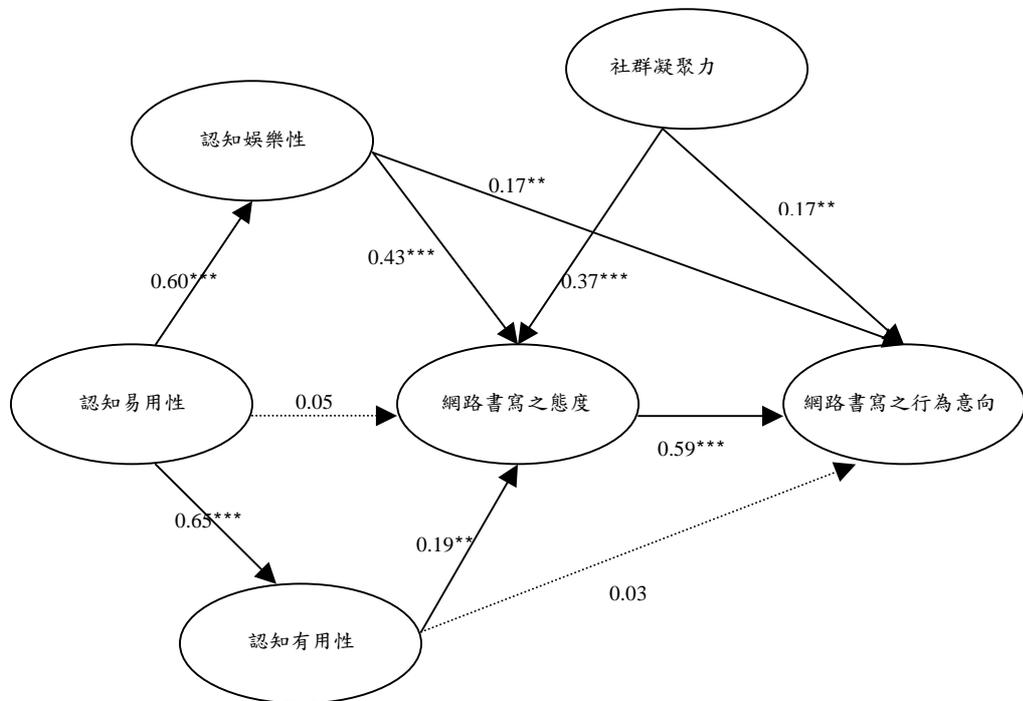


圖 4-2 結構方程模式之結構模型
資料來源：本研究

4.4.3 直接與間接效果

LISREL 包含驗證性因素分析與路徑分析，因此在考量各變數間之影響效果，應同時考量變數間之直接效果與間接效果，加總之後成為整體影響效果。表 4-38 為採用完全標準化解之參數值編製而成，各變數間之影響效果如下：

表 4-38 變數間之效果分析

| 自變數 | | 應變數(內生潛伏變數) | | | |
|--------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| | | 認知娛樂性 | 認知有用性 | 書寫之態度 | 書寫之行為意向 |
| 外生潛伏變數 | 社群凝聚力 | | | | |
| | 直接效果 | | | 0.37 ^{***} | 0.17 ^{**} |
| | 間接效果 | | | | 0.21 ^{***} |
| | 整體效果 | | | 0.37 ^{***} | 0.38 ^{**} |
| | 認知易用性 | | | | |
| | 直接效果 | 0.60 ^{***} | 0.65 ^{***} | 0.05 | |
| 間接效果 | | | 0.37 ^{**} | 0.32 ^{**} | |
| 整體效果 | 0.60 ^{***} | 0.65 ^{***} | 0.37 ^{**} | 0.32 ^{**} | |
| 內生潛伏變數 | 認知娛樂性 | | | | |
| | 直接效果 | | | 0.43 ^{***} | 0.17 ^{**} |
| | 間接效果 | | | | 0.25 ^{***} |
| | 整體效果 | | | 0.43 ^{***} | 0.42 ^{**} |
| | 認知有用性 | | | | |
| | 直接效果 | | | 0.19 ^{**} | 0.03 |
| | 間接效果 | | | | 0.11 ^{**} |
| | 整體效果 | | | 0.19 ^{**} | 0.11 ^{**} |
| | 書寫的態度 | | | | |
| 直接效果 | | | | 0.59 ^{***} | |
| 間接效果 | | | | | |
| 整體效果 | | | | 0.59 ^{***} | |

註：*p<.05；**p<.01；***p<.001

資料來源：本研究整理

社群凝聚力對於書寫之行為意向的影響效果，包含直接效果(0.17, p<.01)與透過影響書寫的態度的間接效果(0.21, p<.001)，整體影響效果為

0.38($p<.01$)。認知易用性對於書寫的行為意向並無直接影響效果，但是透過對於認知娛樂性與認知有用性的影響，進而影響書寫的態度而產生對於行為意向的間接影響效果(0.32, $p<.01$)，因此整體的影響效果為0.32($p<.01$)。

認知娛樂性對於書寫之行為意向有直接影響效果(0.17, $p<.01$)，此外，認知娛樂性也會透過對於書寫態度的影響，產生間接影響效果(0.25, $p<.001$)，整體影響效果為0.42($p<.01$)。認知有用性對於書寫之行為意向的直接影響未達顯著程度，但是亦可經由對書寫態度的影響，產生間接影響效果(0.11, $p<.01$)，整體影響效果為0.11($p<.01$)。書寫的態度對於行為意向的直接影響效果為0.59($p<.001$)，無間接影響效果，而整體影響效果最大(0.59, $p<.001$)。

根據上述研究結果，對於本研究之假說逐一檢定，各項假說檢定結果如表 4-39 所示：

表 4-39 研究假說檢定結果

| 研究假說內容 | 是否支持 |
|---------------------------------------|------|
| 【H1】：社群凝聚力與社群成員參與書寫活動的行為意向有正相關 | 是 |
| 【H2】：社群成員參與書寫活動的認知娛樂性與參與書寫活動的行為意向有正相關 | 是 |
| 【H3】：社群成員參與書寫的態度與參與書寫活動的行為意向有正相關 | 是 |
| 【H4】：社群成員參與書寫活動之認知有用性與參與書寫活動的行為意向有正相關 | 否 |
| 【H5】：社群凝聚力與社群成員參與書寫活動的態度有正相關 | 是 |

| | |
|---|---|
| 【H6】：社群成員參與書寫活動的認知娛樂性與參與書寫活動的態度有正相關 | 是 |
| 【H7】：社群成員參與書寫活動的認知易用性與參與書寫活動的態度有正相關 | 否 |
| 【H8】：社群成員參與書寫活動的認知有用性與參與書寫活動的態度有正相關 | 是 |
| 【H9】：社群成員參與書寫活動的認知易用性與參與書寫活動的認知娛樂性有正相關 | 是 |
| 【H10】：社群成員參與書寫活動的認知易用性與參與書寫活動的認知有用性有正相關 | 是 |

資料來源：本研究整理

第五章 結論與建議

本論文旨在以網路社群成員為主體，以「野葡萄文學網」之社群成員為樣本，應用社群凝聚力、認知娛樂性、認知易用性、認知有用性的概念架構，期望了解哪些認知變數，會影響社群成員書寫態度與行為意向等問題。本章首先將摘要敘述主要的研究發現，並提出具體建議，提供日後經營網路社群與進行相關研究時之建議，最後說明本論文的研究限制。

5.1 主要研究發現

根據第四章之統計分析結果，本節歸納出下列幾項研究發現：

5.1.1 「野葡萄文學網」的社群成員特徵

在性別的分佈上，社群成員以女性居多，佔了 76%，而男性僅佔了 24%。在年齡的分佈上，20 歲以下的族群佔了 49.5%，其次是 21~25 歲的族群，佔了 19.4%。教育程度以大專居多，佔了 50.5%。職業以學生居多，佔了 57.7%。月平均收入則是兩萬元以下，佔了 67.3%。綜合上述統計結果，可以看出社群中的主要成員為 25 歲以下，月平均收入低於兩萬元的大專女學生居多。

在上網設備上，則是以 ADSL 居多，佔了 76%。上網資歷以 3~4 年為

最多(24.5%)，其次是 4~5 年(20.4%)。每週平均上網時數以 5 小時以內最多(25.5%)，其次則是 26 小時以上(23.5%)。可見該社群成員採用 ADSL 的連線方式為主，多數有 3~5 年的上網資歷，若非為每週上網時數 5 小時以內的輕度網路使用者，則是每週上網超過 26 小時以上的重度使用者。

5.1.2 人口統計變項在書寫之行為意向上無顯著差異

在人口統計變項上，經獨立樣本 t 檢定與單因子變異數分析後，發現社群成員的書寫之行為意向，不同的性別、年齡、教育程度、職業與收入，均無存在顯著的差異。此外，不同的上網設備、上網資歷與每週平均上網時間，在書寫之行為意向也無存在顯著的差異。

5.1.3 社群凝聚力、認知娛樂性、認知易用性、認知有用性、書寫態度會 影響書寫之行為意向

本研究之外生潛伏變數為社群凝聚力與認知易用性，在社群凝聚力對書寫的態度與行為意向的影響上，其直接影響效果皆由資料分析的結果獲得驗證，直接影響效果分別為 0.37 與 0.17，此外，社群凝聚力也會經由對書寫態度的影響，而對書寫的行為意向產生間接的影響效果 0.21，因此整體影響效果為 0.38。

認知易用性對認知娛樂性與認知有用性皆有直接影響效果，分別為 0.60 與 0.65。而對書寫態度的直接影響未達顯著程度，但認知易用性會

經由對認知娛樂性與認知有用性的直接影響，而產生對書寫態度的間接影響，間接影響效果為 0.37，因此其整體影響為 0.37。認知易用性對書寫的行為意向並無直接影響效果，但同樣也會經由對認知娛樂性與認知有用性的直接影響，而產生對書寫行為意向的間接影響，影響效果為 0.32，因此整體影響效果為 0.32。

本研究的內生潛伏變數為認知娛樂性、認知有用性，書寫的態度與行為意向，在認知娛樂性對書寫之態度與行為意向的影響上，其直接影響效果亦由統計資料結果獲得驗證，分別為 0.43 與 0.17，並且認知娛樂性也會經由對書寫態度的直接影響而產生對書寫行為意向的間接影響 0.25，因此整體影響效果為 0.42。

認知有用性對書寫態度的直接影響為 0.19，至於對書寫行為意向的直接影響效果則不顯著，但認知有用性同樣會經由對書寫態度的直接影響而對行為意向產生間接影響效果，因此認知有用性對書寫之行為意向的整體影響效果為 0.11。書寫的態度對行為意向的直接影響則為 0.59。

針對網路書寫社群的調查結果中，多數反應出社群成員人口年輕化的特徵，陳致中(2003)研究網路文學創作者時也發現，網路文學創作者有過半數是 16~30 歲的在學學生，本研究所選定之「野葡萄文學網」，其社群成員以 25 歲以下的大專女學生居多。類似研究結果可以解釋本研究各變

數中，認知易用性對書寫態度的直接影響以及認知有用性對書寫之行為意向的直接影響不顯著的原因。對於在科技環境下成長的 E 世代族群而言，資訊科技就如而時玩伴般的伴隨著他成長，網路工具介面的操作與使用，對於此一世代而言，並沒有太大的學習困難。

然而，容易使用不代表社群成員就會因此對書寫活動產生高度評價，兩個變數間仍有一中介變數——認知娛樂性存在。易用性對娛樂性有直接影響，而參與書寫活動所產生的娛樂效果，才是影響社群成員對書寫活動的評價以及持續參與的關鍵影響因素。享樂主義在本研究中也獲得了印證，由於社群成員多數是年輕的學生族群，玩樂對於他們而言，實在是太重要了，因此造成了認知有用性的影響效果偏低。成為知名作家可能感覺十分遙遠，為訓練思維與磨練寫作技巧而參與書寫活動又太過嚴肅，玩樂才是他們追求的終極目標。

5.2 管理意涵

根據本文之主要研究發現，對於社群經營者企圖提昇社群成員提供書寫創作的行為意向，提出以下建議：

1. 網路書寫社群成員的主要特徵

本研究結果顯示，文學社群成員的主要成員為 25 歲以下，月平均收入低於兩萬元的大專學生居多，並且是女性成員多於男性。因此社群經營

者可由書寫的議題著手，針對大專學生當前較關心的議題，企劃相關的書寫主題，應該可以誘發學生族群的創作動機。

2. 強化社群凝聚力可提昇書寫之意願

不論是實體社群或網路社群，社群凝聚力對於社群成員參與社群活動的行為意向均有顯著的影響力。網路社群的匿名性與去線索化，社群成員間的交流與關係的維持，多數也僅止於網路空間中，缺乏實體空間的交流經驗。因此社群經營者應鼓勵成員間的交流與互動，定期舉辦社群成員間的聚會活動、或是知名作家的線上對談，藉由社群間的人際親和關係而提昇社群成員對於該社群凝聚力之個人認知，進而提昇書寫意願。

在社群凝聚力的外生顯現變數中，「社群吸引」的因素負荷量最高，意即社群經營者欲提昇社群凝聚力，應首重社群吸引，經由明確的社群宗旨、社群理想與獨特的社群特色來強化社群吸引力；其次則是「成員忠誠」的培養，透過開放社群成員參與社群的規劃與建設可強化成員對社群的忠誠度與黏著力，延長社群成員停留在社群的時間。

3. 書寫為社群成員的娛樂活動

在藝術創作的天地裡，創作的自發性，或是基於本身的興趣，才是偉大作品背後的有效力推手，並非是個人利益的驅使足以成就的結果。由本研究結果發現，社群成員參與文學社群的書寫活動，是將書寫活動的活

動本身，視為個人的娛樂活動，透過書寫活動產生愉快的心情而認定書寫活動是有娛樂價值的。認知易用性雖然對書寫的態度沒有直接的影響效果，但對於認知娛樂性的影響十分顯著。因此網頁介面的易讀性、易用性、功能完整、易學易懂、容易操作等等，都會影響社群成員對書寫活動之娛樂價值的判定。此外，認知易用性也對書寫之行為意圖有顯著的影響效果，改善網頁介面的易用性也可間接提昇書寫意願。

4. 認知有用性對書寫態度與行為意向的影響效果不大

由本研究結果顯示，認知有用性在「分享作用」、「炫耀效用」、「練習效果」等內生顯現變數的因素負荷量都相當高，也就是各變數對認知有用性而言均十分重要。然而，在影響書寫態度與行為意向的變數中，認知有用性所產生的整體影響力最低，也就是說，多數社群成員並非將網路書寫活動認定為展現個人見解、訓練寫作技巧的活動，或是成為知名作家的途徑之一而參與書寫活動。因此，以培植作家的園地為口號，或是編輯成為實體書籍出版，對社群成員的書寫意願的影響不大。除非社群成員將整體活動視為其娛樂活動之一，因為他們比較在意的是參與該類型活動所達到的娛樂價值，以及在該類型社群中與同好互動產生的虛擬人際關係，才是影響日後是否持續參與書寫活動的重要因素。

在創作時想到個人利益，就會削弱藝術創作者的創造力。網路書寫活

動，是社群成員在網路空間中的娛樂活動，在沒有商業箝制與利益導向的前提下，給予作者更多的自主性與揮灑空間，此等類型的創作環境的提供，是避免削弱作者創造力的較佳創作空間。

5.3 研究限制與對未來研究的建議

本節旨在說明本研究在研究方法與抽樣方法上的限制，並且對於未來研究者從事相關研究的研究者，提出適切的建議。

5.3.1 研究限制

本論文因受限於人力、物力與時間等因素，故仍有若干限制，茲分述如下：

1. 在研究方法上的限制

本論文採網路問卷調查法，以受訪者自我陳述量表作為測量工具，因此可能受到填答者當時的情緒、填答情境與認知因素的影響，且以抽獎的方式來吸引社群成員填答問卷，因獎品而填答之社群成員，在回答問題時的態度也與自發性填答者不同，故本文研究結果有測量誤差存在。

2. 在抽樣方法上的限制

本論文以「野葡萄文學網」的社群成員為母體，由於母體的同質性過高，抽樣結果無法完全符合多元常態的假設而導致結構方程模式契合度無法再提高。此外，由於採網路問卷的方式邀請「野葡萄文學網」的社

群成員填寫，研究樣本屬於主動回覆意見者或因獎品而回覆者，不回覆者的意見則無法得知；網路作者社群的宗旨有所不同，聚集的作者群也有差異，不宜將研究結果過度推論至其他作者社群。

5.3.2 對未來研究的建議

根據本研究之研究發現與研究限制，對於未來研究方向提出幾點建議：

1. 本研究的研究結果顯示認知娛樂性對書寫的行為意圖產生重大的影響效果，也確立出認知易用性對認知娛樂性的影響效果。未來研究可以針對認知易用性以外之因素，探討何種因素會影響社群成員對於書寫的認知娛樂性。
2. 本研究由社會心理學之認知、態度、行為意向三個層面為主要分析架構，未來可增加實際行為的測量變項，使得整體結構方程模式更加完整。

參考文獻

中文部分：

方念萱、劉駿州(1997)，網路媒介與性言說：台灣 BBS 站連線性版的言說分析，台灣大學「全國比較文學會」論文集。

方念萱(1999)，在網際何處去—解析超文本鏈結的隱喻意涵，「第一屆傳播與科技研討會」論文集，新竹：清華大學。

王家茗(2002)，網路書寫動機與意義探索—以明日報個人新聞台為例，世新大學傳播研究所碩士論文。

石碛(2001)，互聯網超文本鏈接的知識論後果，蘭州大學學報(社會科學版)，29 卷 3 期：14~19 頁。

林淇養(2001)，書寫與拼圖：台灣文學傳播現象，台北：麥田。

林智惟(2000)，全球資訊網論述表現初探—以反國民卡行動聯盟網站為例，國立政治大學新聞研究所碩士論文。

吳國豪(1998)，網際網路虛擬社群象徵互動之探索—以 irc.hinet.net 為例，淡江大學大眾傳播研究所碩士論文。

吳燕惠(2000)，網路讀者書評之研究，南華大學出版研究所碩士論文。

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

南帆(2003)，遊蕩網絡的文學，文化研究(線上資料)，取自

(<http://www.culstudies.com/rendanews/displaynews.asp?id=558>)。

胡小林、李魯祥(1997)，閱讀：即自我體認—讀者反應批評評述，棗莊師專學報，1：22~24。

草根(1985)，草根宣言第二號，《草根》復刊號，台北：草根社。

袁亮(1997)編，出版學概論，瀋陽：遼海出版社。

孫秀英(2000)，網路使用者溝通才能初探—以台灣大學生為例，「2000 網路與社會研討會」論文集，新竹：清華大學。

徐光國(1996)，社會心理學，台北：五南。

陸揚(2000)，後現代性的文本闡釋：福科與德里達，上海：三聯書店。

張錯(1992)，文學不死，但卻凋零，文訊，總號 86，74 頁。

張春興(1989)，普通心理學，台北：東華書局。

張瀚仁(2000)，個人化技術對虛擬社群發展之影響，國立政治大學資訊管理研究所碩士論文。

陳豐偉(2000)，網路不斷革命論，台北：城邦文化。

陳斌(2000)，圖書行銷生態的觀察，中華民國八十九年出版年鑑，台北市：行政院新聞局。

陳致中(2003)，網路文學創作者行為之初探研究，國立中山大學傳播管理

研究所碩士論文。

程樂華、陳侃(2003)，個人 Blog 心理層面的存在價值，惟存教育—理性思考(線上資料)，取自(<http://www.being.org.cn/theory/pblog.htm>)。

曹志漣(1998)，虛擬曼荼羅，中外文學(線上資料)，取自(<http://www.geocities.com/Athens/Academy/9288/cyber.html>)。

黃少華、陳文江(2002)，重塑自我的遊戲：網路空間的人際交往，嘉義：南華大學社會學研究所。

黃鳴奮(2000)，超文本探秘，文藝理論研究，16 期：28~33 頁。

黃天中、洪英正(1992)，心理學，台北：桂冠。

黃郁婷(2003)，國小六年級學生運用網路寫作系統之個案分析，國立嘉義大學國民教育研究所碩士論文。

黃少華(2003)，論網路書寫行為的後現代特性，網路社會學通訊期刊(線上資料)，取自(<http://mail.nhu.edu.tw/~society/e-j/33/33-03.htm>)。

湯宗泰、劉文良(2002)，電子商務與網路行銷，台北：東橋資訊。

須文蔚(1997)，邁向網路時代的文學副刊：一個文學傳播觀點的初探，世界中文報紙副刊學綜論，台北：行政院文建會。

須文蔚(1998)，網路詩創作的破與立，文訊雜誌社「青年文學會議」論文集(線上資料)，取自(<http://www2.cca.gov.tw/poem/main01.htm>)。

須文蔚(1999)，1998 文學上網的觀察，1998 文學年鑑，台北：文訊。

須文蔚(2000)，1999 文學上網的觀察，1999 文學年鑑，台北：文訊。

須文蔚(2003)，台灣數位文學論，台北：二魚文化。

楊夢鑫(2003)，網路寫作學習環境的系統與開發，國立中央大學資訊工程研究所碩士論文。

資策會，2003 年 12 月底止台灣上網人口，取自

(http://www.find.org.tw/0105/home_new.asp)。

趙書珣(2004)，自我認同新起點：在網路書寫身體與閱讀慾望，國立交通大學大眾傳播研究所碩士論文。

董崇選、李順興(1999)，電子媒體對文學創作的影響，國科會專題研究計劃成果報告。

葉乃菁(2002)，從群體動力學探討個人對虛擬社群的接受度，台北科技大學資訊管理研究所碩士論文。

翟本瑞(1993)，心靈、思想與表達法(上)，台北：唐山出版社。

鄭明萱(1997)，多向文本，台北：揚智。

謝天德(1997)，國小教師工作投入、團體凝聚力與社會閒散關係之研究，國立屏東師範學院國民教育研究所碩士論文。

廖鏡鈞(2001)，虛擬社區凝聚力的初探，資訊社會研究，1：57~83 頁。

潘正德(1995)，團體動力學，台北：心理出版社。

賴柏偉(2002)，一個想像共同體的形成——以線上角色扮演遊戲《網路創世紀》為例，世新大學傳播研究所碩士論文。

盧諭緯(1997)，說文解字：初探網路語言現象及其社會意義，「第二屆資訊與社會轉型研討會」論文集，南港：中央研究院。

盧諭緯(1999)，當我們同在一起：BBS 社交性討論區之言說分析，國立中正大學電訊傳播研究所碩士論文。

盧俊成(1998)，網際網路的典範轉移暨網路市場與新經濟模式之探索性研究，台大商學研究所博士論文。

蕭蘋(2000)，商機的無限或文化的多元？——網際網路的政經結構與社會文化現象，廣播與電視，15期：119~137頁。

羅家德(2000)，EC 大潮——電子商務趨勢，台北：聯經出版社。

邊春光(1994)編，編輯實用百科全書，北京：中國書籍出版社。

龔鵬程(2000)，文化符號學，台北：台灣學生書局。

英文部分：

Adler, R. P. & Christopher, A. J. (1998) Internet Community Primer,
(<http://www.digiplaces.com>)

Adorno, T. W. (1995) Culture industry reconsidered, in Alexander, J. C. & Seidman, S., Culture and Society, New York:Cambridge University

Press.

Ajzen, I. & Fishbein, M., 1980, Understanding Attitude and Predicting Social Behavior, Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall.

Al-Gahtani, S. S. & King, M. (1999) Attitude, satisfaction and usage: factors contributing to each in the acceptance of information technology, Behaviour & Information Technology, Vol.18, No.4: pp277~297.

Allan, G., 2000, Postmodern Conclusions, Intertextuality: The New Critical Idiom, London, New York: Routledge.

Allen, C., Kania, D. & Yaeckel, B. (1998) / 黃彥憲(1999)譯, 行銷 Any Time ——一對一網際網路行銷, 台北: 跨世紀電子商務出版社。

Anandarajan, M., Simmers, C. & Igbaria, M., 2000, An exploratory investigation of the antecedents and impact of internet usage: an individual perspective, Behaviour & Information Technology, Vol.19, No.1: pp69~85.

Atkinson, M. & Kydd, C. (1997) Individual characteristics associated with World-Wide-Web Use: An empirical study of playfulness and motivation, The DATA BASE for Advances in Information Systems, Vol.28, No.2: pp53~62.

Au, A. K. & Enderwick, P. (2000) A cognitive model on attitude towards technology adoption, Journal of Managerial Psychology, Vol. 15, No. 4: pp266~282.

Bagozzi, R. P. (1978) The construct validity of the affective, behavioral, and cognitive components of attitude by analysis of covariance structures, Multivariate Behavioral Research, No.13: pp9~31.

- Barnett, L. A., 1990, Playfulness: definition, design, and measurement, Play and Culture, Vol.3, No.4: pp319~336.
- Baym, N. K., 1994, The emergence of community, Cybersociety: computer-mediated communication and community, Professional development Computer and education, Vol.24, No.3: pp247~255.
- Benjamin, R. L. (1999) 《網際社群：比到那裡好》，Tapscott, D., Ticoll, D. & Lowy, A. (1999)編 / 樂為良、陳曉開、梁美雅(1999)譯，新經濟——數位世紀的新遊戲規則，台北：麥格羅希爾。
- Birkerts, S. (1994) / 呂世生等(2001)譯，讀書的輓歌：從紙質書到電子書，北京：中國對外翻譯出版公司。
- Boczkowski, P. J. (1999) Mutual shaping of verse and technologies in a national virtual community, Journal of Communication, Vol.49, No.2: pp86~108.
- Bolter, J. D. (1991) Writing Space: The Computer, Hypertext, and the History of writing, Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Bressler, S. E. & Grantham, C. E. (2000) / 蔡舜玉、丁惠民(2002)譯，社群行銷：加速成長、減低風險、提高忠誠度的網路商業社群，台北：麥格羅希爾。
- Brown, J. S. & Duguid, P. (2000) / 顧淑馨(2001)譯，資訊革命了什麼？，台北：先覺出版社。
- Budman, S. H., Soldz, S., Demby, A., Davis, M. & Merry, J. (1993) What is

cohesiveness? An empirical examination, Social Group Research, Vol.24: pp199~216.

Burbules, N. C. (1998) Rhetoric of the Web: Hyperreading and Critical Literacy,
(<http://www.ed.uiuc.edu/facstaff/burbules/ncb/papers/rhetorics.html>)

Burge, E. J. & Roberts, J. M. (1998) Classrooms with a Difference: Facilitating Learning on the Information Highway, Montreal: Cheneliere/McGraw-Hill.

Capron, H. L. (1999) Computer: Tools for an information age, New York: Addison-Wesly.

Carron, A. V. (1982) Cohesiveness in sport groups: interpretations and considerations, Journal of Sport Psychology, No.24: pp123~138.

Carron, A. V., Widmeyer, W. N. & Brawley, L. R. (1985) The development of an instrument to assess cohesion in sport teams: The group environment questionnaire, Journal of Sport Psychology, No.7: pp244~266.

Carron, A. V. & Hausenblas, H. A. (1998) Group Dynamics in Sport, 2nd (ed.), Morgantown, WV: Fitness Information Tecnology.

Carron, A. V. (2000) Cohesion in Sport Teams and Exercise Group: An Overview of 15 Years of Research, Congres International de la SFPS-Paris INSEP2000-Conferences.
(<http://www.unicaen.fr/unicaen/unicaen/sfps/pdf/congres2000-conf2.pdf>)

Cartwright, D. (1968) The Nature of group Cohesiveness, New York: Harper & Row Publishers.

David, O. S., Jonathan, L. F. & Letitia, A. P. (1986) Social Psychology, University of California, Los Angels.

- Davis, F. D. (1989) Perceived usefulness, Perceived ease of use, and user acceptance of information technology, MIS Quarterly, Vol.13, No3: pp319~340.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P. & Warshaw, P. R. (1989) User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models, Management Science, No.35: pp982~1003.
- Davis, F. D. (1992) Extrinsic and intrinsic motivation to use computer in the workplace, Journal of Applied Social Psychology, Vol.22: pp1111~1132.
- Deaux, K., Dane, F. C. & Wrightsman, L. S. (1995) / 楊語芸(1997)譯，90 年代社會心理學，台北：五南。
- Fernback, J. (1999) There is a There: Notes Toward a Definition of Cybercommunity, In S. G. Jones. (Ed.), Doing Internet Research: Critical Issues and Methods for Examining the Net, Thousand Oaks, Calif: Sage Publications.
- Fishbein, M. & Ajzen, I. (1977) Attitude behavior relations: A theoretical analysis and review of empirical research, Psychological Bulletin, Vol.84: pp888~918.
- George, T. R. & Feltz, D. L. (1995) Motivation in sport from a collective efficacy perspective, International Journal of Sport Psychology, Vol.26: pp98~116.
- Graham, G. (1999) / 江淑琳(2003)譯，網路的哲學省思，台北：韋伯文化。
- Hagle, J. & Armstrong, A. G. (1996) The real value of on-line community, Harvard Review, Vol.74, No3: pp134~141.

- Hagel, J. & Armstrong, A. G. (1997) / 朱道凱(1998)譯，網路商機：如何經營虛擬社群，台北：臉譜。
- Havelock, E. A. (1963) Preface to Plato, Cambridge, Mass: Howard University Press.
- Heim, M. (1998) Virtual Realism, New York: Oxford University Press.
- Hoffman, D. L. & Novak, T. P., 1996, Marketing in hypermedia computer-mediated environments: conceptual foundations, Knowledge and Process Management, Vol.5, No.1: pp3~13.
- Hogg, M. A. (1992) The Social Psychology of Group Cohesiveness, New York: New York University Press.
- Horton, R. P., Buck, T., Waterson, P. E. & Clegg, C. W. (2001) Explaining intranet use with the technology acceptance model, Journal of Information Technology, Vol.16: pp237~249.
- Igbaria, M., Parasuraman, S. & Baroudi, J. J. (1996) A motivational model of microcomputer usage, Journal of Management Information System, Vol.13, No.1: pp127~143.
- Igbaria, M., Ernst, N. Z. & Cargg, P. (1997) Personal computing acceptance factors in small firms: A structural Equation Model¹, MIS Quarterly / September: pp279~305.
- Inbaria, M., Shayo, C. & Olfman, L. (1999) On Becoming Virtual: The Driving Forces and Arrangements, Proceeding of SIGCPR'99, New Orleans LA USA, pp27~41
- Johnson, C. M. (2001) A survey of current research on online communities of practice, Internet and Higher Education, No.4: pp45~60.

- Jonassen, D. H. (1988) Designing structured hypermedia and structuring access to hypermedia, Education Technology, Vol.28, No.11: pp13~16.
- Jonassen, D. H. (1991) Evaluating constructivist learning, Educational Technology, Vol.31, No.9: pp28~33.
- Jordan, T. (1999) / 江靜之(2003)譯，網際網路的衝擊：網際空間與網際網路的文化與政治，台北：韋伯文化。
- Joreskog, K. G. & Sorbom, D. (1989) LISREL 7: A Guide to the Program and Applications, 2nd edn, Chicago: SPSS Inc.
- Joreskog, K. G. & Sorbom, D. (1996) LISREL 8: User's Reference Guide, USA: Scientific Software International, Inc.
- Karahanna, E., Straub, D W. & Chervany, N. L. (1999) Information technology adoption across time: A cross-sectional comparison of pre-adoption and post-adoption beliefs¹, MIS Quarterly, Vol.23, No.2: pp 183~213.
- Levinson, P. (1997) / 熊澄宇等(2002)譯，信息革命的歷史與未來，北京：清華大學出版社。
- Liedka, J. (1999) Linking competitive advantage with communities of practice, Journal of Management Inquiry, Vol.8, No.1: pp5~16.
- Lin, Judy C. C. & Lu, H. (2000) Towards an understanding of the behavioral intention to use a web site, International of Information Management, Vol.20: pp197~208.
- Logan, R. K. (2000) / 林圭(2001)譯，第六種語言，台北：藍鯨出版社。
- Lott, A. J. & Lott, B. E. (1965) Group cohesiveness as interpersonal attraction:

A review of relationships with antecedent and variables, Psychological Bulletin, Vol64: pp259~309.

Lou, H., Luo, W. & Strong, D. (2000) Perceived critical mass effect on groupware acceptance, European Journal of Information System, Vol.9: pp91~103.

Martin, C. (1999) / 林以舜(2000)譯，e時代的七大趨勢：消費者主導的網路企業革命，台北：麥格羅希爾。

Marydee, O. (2000) Online reading as a nolinear activity, Econtent, Oct/Nov, Vol.23, No.5: p6.

Mathieson, K. (1991) Predicting user intentions: Comparing the technology acceptance Model with the theory of planned behavior, Information Systems Research, Vol.2, No.3: pp173~191.

McLuhan, M. (1964) Understanding Media: the extensions of man, New York: Mentor.

McMillan, D. W. & Chavs, D. M. (1986) Sense of community: A definition and theory, American Journal of Community Psychology, Vol.14, No.1: pp6~23.

Modahl, M. (2000) / 梁永安、蘇玉櫻、吳國卿(2000)譯，刻不容緩，台北：經典傳訊。

Moon, J. W. & Kim, Y. G. (2001) Extending the TAM for a World-Wide-Web context, Information & Management, No.38: pp217~230.

Morris, M. & Ogan, C., 1996, The internet as mass medium, Journal of Communication, Vol.46, No.1: pp39~50.

- Murray, J. H. (1997) Hamlet on the Holddeck: The Future of Narrative in Cyberspace, New York: Free Press.
- Ogan, C. (1993) Listserv communication during the gulf war: What kind of medium is the electronic bulletin board, Journal of Broadcasting and Electronic Media, Vol.37, No.2: pp177~196.
- Pavitt, C. (1998) Small group Communication: A Theoretical Approach, 3rd(ed), (<http://www.uky.edu/~drlane/teams/pavitt/ch3.htm>)
- Petty, R. E. & Cacioppo, J. T. (1981) Attitude and Persuasion: Classic and Contemporary Approach, IA: Wm. C. Brown.
- Preece, J. (2001) Sociability and usability in online communities: determining and measuring success, Behavior & Information Technology, Vol.20, No.5: pp347~356.
- Reid, E. (1995) Virtual Worlds: Culture and Imagination, In S. G. Jones. (Ed.), Cybersociety: Computer-Mediated Communication and Community, pp164~183.
- Rheingold, H. (1993) The virtual Community, Massachusetts, Addison Wesley.
- Rice, M. (1997) What makes users revisit a web site? , Marketing News, Vol.31, No.6: p12.
- Robbins, P. S. (1993) Organizational Behaviour-Concepts Controversies, and Applications, Prectice-Hall.
- Romm, C., Pliskin, N. & Clarke, R. (1997) Virtual communities and society: Toward and integrative. Three Phase Model, Information Journal of Information Management, Vol.17, No.4: pp261~270.
- Rosenberg, M.J. & Hovland, C.I. (1960) Cognitive, Affective and behavioral

component of attitude. In M.J. Rosenberg, C.I. Hovland, W.J. McGuire, R.P. Abelson & J.W. Brehm (eds). Attitude Organization and Change: An Analysis of Consistency Among Attitude Components. New Haven, Conn.: Yale University Press.

Schmidt, J. B. (1996) A proposed model of external customer information search, Journal of the Academy of Marketing Science, Vol.24, No.3: pp245~256.

Sears, D. O., Peplau, L. A. & Taylor, S. E. (1991) Social Psychology, 7th ed., Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall.

Seybold, P. B. (1998) / 謝偉勳(2000)譯，e 網打盡：電子商務的 5 大經營法則與 8 大成功關鍵因素，台北：藍鯨出版社。

Shaw, M. E. (1981) Group Dynamics, New York: McGraw-Hill.

Slevin, J. (2000), The Internet and society, Cambridge, Polity Press.

Stubbs, M. (1982) Written language and literacy, In what writers know, ed. M. Nystrand, New York: Academic Press.

Szajna, B. (1996) Empirical evaluation of the revised technology acceptance model, Management Science, Vol.42, No.1: pp85~92.

Taylor, S. & Todd, P. A. (1995) Understanding information technology: a test of competing Model, Information Systems Research, Vol.6, No.2: pp144~176.

Tripp, S. D. & Roby, W. (1990) Orientation and disorientation in a hypertext hexicon, Journal of computer-based Instruction, Vol17, No.4: pp120~124.

Throsby, D. (2001) / 張維倫等(2003)譯，文化經濟學，台北：典藏藝術家

庭。

- Venkatesh, V. & Davis, F. D. (2000) A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies, Management Science, Vol.46, No.2: pp186~204.
- Venkatesh, V. (2000) Determinants of perceived ease of use: integrating control, intrinsic motivation, and emotion into the technology acceptance model, Information Systems Research, Vol.11, No.4: pp342~365.
- Walther, J. B. (1992) Interpersonal effects in computer-mediated interaction: A relational perspective, Communication Research, Vol.19: pp52~90.
- Webster, J. & Martocchio, J. J. (1992) Microcomputer playfulness: development of a measure with workplace implications, MIS Quarterly, Vol.16, No.2: pp201~226.
- Weill, P. & Vitale, M. R. (2001) / 高仁君、藍美貞(2001)譯，企業 e 化八原型，台北：藍鯨出版社。
- Wellman, B. (2000) Computer networks as social networks: Collaborative Work, Telework and Virtual Community, Annual Review of Sociology, No.22: pp211~238.
- White, D. R. & Harary, F. (2000) The cohesiveness of blocks in social network: connectivity and conditional density, (<http://www.santafe.edu/files/workshops/dynamics/sm-wh8a.pdf>)
- Wind, J, Gunthe, R. E. & Mahajan, V. (2002) / 胡瑋珊(2002)譯，聚合行銷大趨勢—打動混合型消費者的嶄新策略，台北：培生教育。
- Yohe, J. M. (1994) Community Computing And The Computing Community,

Association for Computing Machinery, Special Interest Group on
University and College Computing Services, User Services Conference,
October.

Younglin, Y. & Maryam, A. (2001) Media and group: relative influences on
social presence, task participation, and group consensus, MIS Quarterly,
Vol.25, No.3: Sep 2001.

附錄一：研究問卷

親愛的先生、小姐您好：

這是一份學術論文的問卷，問卷內容主要是探討虛擬社群成員參與社群書寫活動所持的觀點與看法。所謂的網路書寫為作者以網路做為發表媒介，運用電腦與網路軟體所提供之功能為書寫工具，以文字為表達個人經驗、思想與美感經驗之主要符號的創作過程。我們希望借重您的經驗與知識，來充實本研究的內容，所以請您務必填寫所有問題。本問卷採匿名方式，一切資料僅供統計分析之用，絕不對外公開。

感謝您在百忙之中提供寶貴的意見。

敬祝您：

身體健康

萬事如意

南華大學出版事業管理研究所 指導教授：魏裕昌 博士

研究生：張澄清 敬上

第一部份：此部份每小題均無標準答案與對錯之分，所以請儘可能表達您心裡的同意程度

| | 非常 同意 | 同 意 | 有 點 同 意 | 普 通 | 有 點 不 同 意 | 不 同 意 | 非 常 不 同 意 |
|----------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 社群凝聚力 | | | | | | | |
| 1.我覺得「野葡萄文學網」具有某些特性吸引我參與其書寫活動 | <input type="checkbox"/> |
| 2.我覺得「野葡萄文學網」中的書寫主題會引起我的興趣 | <input type="checkbox"/> |
| 3.我覺得「野葡萄文學網」的社群宗旨與理想會吸引我參與其書寫活動 | <input type="checkbox"/> |
| 4.我覺得「野葡萄文學網」中的成員很親切 | <input type="checkbox"/> |
| 5.我覺得「野葡萄文學網」中的成員很好相處 | <input type="checkbox"/> |
| 6.我覺得與「野葡萄文學網」中的成員互動愉快 | <input type="checkbox"/> |
| 7.我覺得「野葡萄文學網」的成員很真誠地為社群貢獻心力 | <input type="checkbox"/> |

| | | | | | | | |
|------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 8.我覺得「野葡萄文學網」的成員對社群十分忠心 | <input type="checkbox"/> |
| 9.我覺得「野葡萄文學網」的成員對社群具有忠誠度 | <input type="checkbox"/> |
| 認知娛樂性 | | | | | | | |
| 1.我覺得參與「野葡萄文學網」的書寫活動是愉快的 | <input type="checkbox"/> |
| 2.我覺得參與「野葡萄文學網」的書寫活動是有趣的 | <input type="checkbox"/> |
| 3.我覺得參與「野葡萄文學網」的書寫活動是具有娛樂效果的 | <input type="checkbox"/> |

| | 非常同意 | 同意 | 有點同意 | 普通 | 有點不同意 | 不同意 | 非常不同意 |
|-----------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 認知易用性 | | | | | | | |
| 1.我可以很容易地學會操作「野葡萄文學網」所提供的功能 | <input type="checkbox"/> |
| 2.我覺得「野葡萄文學網」的操作方式是很容易理解的 | <input type="checkbox"/> |
| 3.我能很容易地適應在「野葡萄文學網」中的書寫模式 | <input type="checkbox"/> |
| 認知有用性 | | | | | | | |
| 1.參與「野葡萄文學網」的書寫活動是分享經歷的好方法 | <input type="checkbox"/> |
| 2.參與「野葡萄文學網」的書寫活動是相互宣洩心情的好方法 | <input type="checkbox"/> |
| 3.參與「野葡萄文學網」的書寫活動是經驗交流的好方法 | <input type="checkbox"/> |
| 4.參與「野葡萄文學網」的書寫活動是展現自我風格與獨到見解的好方法 | <input type="checkbox"/> |
| 5.參與「野葡萄文學網」的書寫活動是展現寫作技巧的好方法 | <input type="checkbox"/> |
| 6.參與「野葡萄文學網」的書寫活動是成為知名作家的好方法 | <input type="checkbox"/> |
| 7.參與「野葡萄文學網」的書寫活動提昇了我的寫作技巧 | <input type="checkbox"/> |
| 8.參與「野葡萄文學網」的書寫活動使我產生更多新的想法 | <input type="checkbox"/> |
| 9.常參與「野葡萄文學網」的書寫活動讓我創作時的思考更快速且更清晰 | <input type="checkbox"/> |

第二部分：此部份每小題均無標準答案與對錯之分，所以請儘可能表達您心裡的同意程度

| | 非常同意 | 同意 | 有點同意 | 普通 | 有點不同意 | 不同意 | 非常不同意 |
|----------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 網路書寫的態度 | | | | | | | |
| 1.我對於參與「野葡萄文學網」的書寫活動給予正面評價 | <input type="checkbox"/> |
| 2.我喜歡參與「野葡萄文學網」的書寫活動 | <input type="checkbox"/> |
| 3.我覺得參與「野葡萄文學網」的書寫活動是值得的 | <input type="checkbox"/> |
| 網路書寫的行為意向 | | | | | | | |
| 1.我未來會更主動參與「野葡萄文學網」的書寫活動 | <input type="checkbox"/> |
| 2.我未來願意繼續參與「野葡萄文學網」的書寫活動 | <input type="checkbox"/> |
| 3.我未來會優先考慮在「野葡萄文學網」發表作品 | <input type="checkbox"/> |

第三部分： 個人基本資料

1.請問您的性別是：男 女

2.請問您的年齡：

- 20歲以下 21~25歲 26~30歲 31~35歲
36~40歲 41~45歲 46~50歲 51歲以上

3.請問您的教育程度是：

- 國中(含)以下 高中(職) 大專
研究所(含)以上

4.請問您的職業是：

- 學生 軍公教 通訊電子電腦資訊業
商業 服務業 製造業
傳播業 醫護業 自由業
其他

5.請問您的每月所得為：

- 兩萬元以下 兩萬~四萬元 四萬~六萬元
六萬~八萬元 八萬~十萬元 十萬元以上

6.最常上網地點的連線設備：

- ADSL CABLE MODEN 撥接上網
固接網路(如 T1 專線) 其他(如手機)

7.請問您上網的資歷有多久了？

- 1 年以下 1~2 年 2~3 年 3~4 年 4~5 年
5~6 年 6 年以上

8.請問您平均「每週」花多少時間上網？

- 5 小時以內 6~10 小時 11~15 小時 16~20 小時
21~25 小時 26 小時以上

§問卷題目到此結束，感謝您的耐心填答 §

請留下您的聯絡方式，做為中獎後之聯繫方式，謝謝！

e-mail：