

探討國中生使用Facebook動機對群體意向及使用行為之影響

蔡于蒨, 陳棟樑

科技管理學系

管理學院

tlchen@chu.edu.tw

摘要

近年來Facebook 的使用人數不斷的成長增加，各項資料都顯示Facebook 已經成為最熱門的社群網站平台。過去的文獻中，多從個人層次的觀點來研究Facebook 使用動機與行為，由於Facebook的社群網站主要在於能夠提供網路平台，讓使用會員能夠透過媒介進行群體互動，而個人成員來說，能夠與群體的其他成員一起共同活動，是社群網站最具重要性的吸引特質。本研究將以國中生二、三年級學生為研究對象，將使用動機同時加入個人層次與群體層次來進行瞭解，因此研究內容從社會影響及社會臨場感來探討對使用Facebook網站的群體意向的影響，並將使用與滿足做為社會影響的前因要素進行研究，且進一步探討群體意向與實際使用Facebook網站行為之間的關係。

本研究採用問卷調查法，在彰化縣七所國中針對二、三年級學生入班進行問卷發放，總共回收了449份，其中24份未有使用Facebook的經驗，故有效回收問卷比例為94.4%，並針對問卷資料進行Pearson相關分析以及多元迴歸分析。研究結果發現如下：(1)社會影響對使用Facebook的群體意向有顯著的正向影響；(2)社會影響對使用與滿足及使用Facebook群體意向具有中介效果(3)社會臨場感對使用Facebook的群體意向有顯著正向影響(4)群體意向對Facebook實際使用行為有顯著的正向影響。本研究結果將針對學校教師在班級經營與學生輔導工作上面的實務工作進行討論與建議。

關鍵字：社會影響、使用與滿足、社會臨場感、群體意向、Facebook