

南 華 大 學

資訊管理學系

碩士論文

以人際需求理論探討大陸來台交換學生使用 Facebook 建構社

會連結之研究

A Study of Facebook Usage for Mainland China Exchange Students in
Social Network Development: The Interpersonal Needs Perspective

研 究 生：陳偉禎

指 導 教 授：尤國任

中華民國 103 年 7 月 15 日

南 華 大 學

資訊管理學系

碩 士 學 位 論 文

以人際需求理論探討大陸來台交換學生使用 Facebook
建構社會連結之研究

研究生：陳偉禎

經考試合格特此證明

口試委員：曾繁錦

吳柏君

沈翔元

指導教授：沈翔元

系主任(所長)：洪錫建

口試日期：中華民國 103 年 6 月 26 日

南華大學資訊管理學系碩士論文著作財產權同意書

立書人：陳偉禎之碩士畢業論文

中文題目：以人際需求理論探討大陸來台交換學生使用 Facebook 建構社會連結之研究

英文題目：A Study of Facebook Usage for Mainland China Exchange Students in Social Network Development: The Interpersonal Needs Perspective

指導教授：尤國任 博士

學生與指導老師就本篇論文內容及資料其著作財產權歸屬如下：

- 共同享有著作權
- 共同享有著作權，學生願「拋棄」著作財產權
- 學生獨自享有著作財產權

學生：陳偉禎 (請親自簽名)

指導老師：尤國任 (請親自簽名)

中華民國 103 年 6 月 26 日

南華大學碩士班研究生

論文指導教授推薦函

資訊管理系碩士班 陳偉禎 君所提之論文

以人際需求理論探討大陸來台交換學生使用

Facebook 建構社會連結之研究

係由本人指導撰述，同意提付審查。

指導教授 尤國任

103年6月26日

誌 謝

本論文能夠順利的完成，首先感謝我的指導教授楊美蓮教授與尤國任教授的指導。時間過的很快，碩士學習的生涯即將結束，短暫的兩年之中個人收穫良多，不管是研究上的學術倫理、論文撰寫的技能以及最重要做人處事求學的態度與精神，這都人生很寶貴的求學經驗。此外，因個人生涯關係返美照顧家人的楊美蓮教授，更是本人求學之中最大的恩師，感謝楊老師不厭其煩的細心引導我，尋找出最值得深入討論的研究議題，並在研究撰寫上給予我最完善的撰寫觀念。其次，感謝本次的三位口試委員吳梅君教授和曾繁絹教授百忙之中給予我的論文研究精闢見解和指正，使得我的論文能夠更加嚴謹與完整，在此獻上最衷誠的感謝。

在南華大學六年的日子之中，受惠於無數老師的指導與提拔，感謝這些老師們對我能力與態度的肯定，也很慶幸能在眾多的老師身旁擔任課堂的助教。其中，以南華大學休閒產業經濟學系主任楊政郎教授更為本人的心靈導師，感謝楊老師大學四年的鼓勵與提拔，畢業後進入南華大學資訊管理研究所，更協助我撰寫教育部學海飛颺計劃之申請，也順利至美國西來大學做短期的海外遊學。最後，誌謝我敬愛的家人、同學以及本次研究的在台大陸交換學生，因為有你們的支持與鼓勵，我才可以如此順利的完成本研究，你們的支持與認同是我求學歷程最大的收穫，我會更佳的珍惜與努力。

陳偉禎 謹識
于 南華大學資管所

以人際需求理論探討大陸來台交換學生使用 Facebook 建構社會連結 之研究

學生：陳偉禎

指導教授：尤國任

南華大學 資訊管理學系碩士班

摘要

施行國際交換學生(International Exchange Students)已經成為全球教育的新趨勢。近年來，台灣與大陸的學者在學術文化上交流密切，隨著兩岸教育政策的簽訂後，於 2010 年台灣首度開放大陸學生至各縣市大專院校修課。根據教育部的統計 100 學年度至 102 學年度，已經有 3701 個大陸學生來台就學(包含博士、碩士與學士)。文獻指出，「課業學習」及「人際互動關係」是來台大陸交換學生所面臨的重要問題，「課業學習」與「人際互動關係」的疑慮都跟個人的情感有相關性。離鄉背景的在台大陸學生都會渴望有良好的情感與歸屬感，他們渴望有愛與受到關心的感覺，並且在團體之中獲得歸屬的認同。近年來，社群網站(例如：Facebook)的興起之後，人們在社群網站的使用，對於個人的人際關係拓展與連結有顯著的影響，且對其社會脈絡的發展更為緊密。因此，過去在大陸不曾使用過 Facebook 的同學，來到台灣接觸了新的社群網站是有助於個人的人際關係拓展與社會連結。本研究以人際需求理論做的概念為基礎，探討在台大陸交換學生使用 Facebook 建構社會連結之研究。研究採用問卷調查

法，針對 102 學年度第二學期在台大陸交換學生進行研究，研究人數共 253 人。研究結果發現：(1)個人情感需求會正向影響個人人際需求意圖；(2)個人渴望得到社會的歸屬會正向影響個人人際需求意圖；(3)個人的社會連結需求會正向影響個人人際需求意圖；(4)主觀規範會正向影響個人從眾行為意圖；(5)個人社會認同眾意會正向影響個人從眾行為意圖；(6)個人人際需求意圖會正向影響個人從眾行為意圖；(7)個人人際需求意圖會正向影響個人使用 Facebook 拓展其社會連結；(8)個人從眾行為意圖會正向影響個人使用 Facebook 拓展其社會連結。研究結果顯示社群網站「Facebook」的使用將有助於在台大陸交換學生對「課業學習」與「人際互動關係」做適當的調適與改善。本研究對於透過 Facebook 的使用，以滿足在台大陸交換學生的人際需求渴望及拓展社會連結，進而融入新環境之實務及理論上有重要的意涵。

關鍵詞：情感、歸屬、主觀規範、認同眾意、人際需求理論、社會網絡軟體

A Study of Facebook Usage for Mainland China Exchange Students in Social Network Development: The Interpersonal Needs Perspective

Student : WEI-JHEN CHEN

Advisor : GRA-HAM YU

Department of Information Management

The Graduated Program

Nan-Hua University

Abstract

Previous empirical studies have shown that the social network software (SNS), such as Facebook, can help individual to extend his/her interpersonal network significantly. However, much less is known about the factors that shape individual's intentions toward using SNS to connect her/himself to a new environment and establish his/her interpersonal social network. Using data draw from the Mainland exchange students who are far away from hometown and studing in Taiwan with no (less) experience of Facebook usage, this thesis couched on the concept of interpersonal needs theory and focuses on a detaied investigation of the affection, inclusive, subjective norms and Identification that shape individual's interpersonal need and conformity intentions toward using Facebook in establishing the new social network of individual in new environment. The research findings have important theoretical and managerial implications.

Keywords: Affection 、 Inclusive 、 Subjective Norms 、 Identification 、 Interpersoanl Needs Theory 、 Social Network Software.

目 錄

論文口試合格證明.....	I
博碩士論文授權書.....	II
論文指導教授推薦函.....	III
誌謝.....	IV
摘要.....	V
英文摘要.....	VII
目錄.....	VIII
表目錄.....	X
圖目錄.....	XII
第一章 緒論.....	1
第一節 研究背景及動機.....	1
第二節 研究目的.....	2
第二章 文獻探討.....	6
第一節 高等教育及來台大陸交換學生.....	6
第二節 人際關係相關理論.....	16
第三節 社會連結.....	24
第四節 從眾行為.....	29
第五節 主觀規範.....	31
第六節 社群網站-Facebook.....	33

第三章 研究設計.....	40
第一節 研究假說及研究架構.....	40
第二節 研究變項之操作性定義與問卷設計.....	48
第三節 研究對象與抽樣.....	56
第四節 資料分析方法.....	60
第四章 資料分析.....	62
第一節 敘述性統計分析.....	62
第二節 信度與效度分析.....	77
第三節 研究模型與假說驗證.....	81
第五章 研究發現與討論.....	84
第一節 研究結果及說明.....	84
第二節 討論與研究意涵.....	88
第三節 研究限制與未來方向.....	92
參考文獻.....	93
附錄.....	109

表目錄

表 2-1 台灣近五年留學人數表.....	7
表 2-2 近三年陸生至台就學情況.....	9
表 2-3 大陸各省市申請來台統計表.....	9
表 2-4 「三限六不」政策修正方向表.....	11
表 2-5 在台陸生之相關研究表.....	13
表 2-6 人格特質理論的運用.....	19
表 2-7 社群網站與社會連結相關研究表.....	26
表 2-8 亞洲地區使用 Facebook 的人數調查表.....	34
表 2-9 Facebook 使用行為與人際關係之研究表.....	36
表 3-1 研究假說彙整表.....	46
表 3-2 情感量表.....	49
表 3-3 歸屬感量表.....	49
表 3-4 社會連結需求量表.....	50
表 3-5 主觀規範量表.....	51
表 3-6 認同眾意量表.....	52
表 3-7 人際需求意圖量表.....	54
表 3-8 從眾行為意圖量表.....	55
表 3-9 社會連結量表.....	56
表 3-10 刪除前信度分析表.....	58

表 3-11 刪除後信度分析表.....	59
表 4-1 性別分布表.....	63
表 4-2 年齡分佈表.....	63
表 4-3 籍貫分布表.....	64
表 4-4 大陸交換學生在台的時間分布表.....	66
表 4-5 在台就學的地區分佈表.....	66
表 4-6 在台大陸交換生過去使用過 Facebook 的情況分佈表.....	67
表 4-7 在台大陸交換學生就讀的學校分佈表.....	67
表 4-8 在台大陸交換學生就讀的學院分佈表.....	69
表 4-9 使用 Facebook 的時間分布表.....	70
表 4-10 每天使用 Facebook 的時間分布表.....	70
表 4-11 Facebook 的好友分布表.....	71
表 4-12 情感敘述性統計分析情況.....	72
表 4-13 歸屬感敘述性統計分析情況.....	72
表 4-14 社會連結需求敘述性統計分析情況.....	73
表 4-15 主觀規範敘述性統計分析情況.....	74
表 4-16 認同眾意敘述性統計分析情況.....	75
表 4-17 人際需求意圖敘述性統計分析情況.....	75
表 4-18 從眾行為意圖敘述性統計分析情況.....	76
表 4-19 社會連結敘述性統計分析情況.....	77

表 4-20 收斂效度與構面信度彙整表.....	78
表 4-21 區別效度彙整表.....	80
表 4-22 假說結果彙整表.....	83

圖目錄

圖 1-1 研究流程.....	5
圖 2-1 2013 年 9 月各族群使用社群媒體概況.....	36
圖 3-1 研究架構.....	47
圖 4-1 本研究模型驗證結果圖.....	82



第一章、緒論

本章乃說明本論文之研究背景，以下即依序針對「研究背景與動機」、「研究目的」。

第一節 研究背景及動機

近年來，台灣與大陸合作的議題與項目逐日增加中。海峽兩岸之間的互動在各項政策的簽訂下更加緊密。過往兩岸教育學者在學術文化上的交流，都是以國際學術研討會的模式為主，而隨著兩岸教育政策的簽訂後，於 2010 年，中華民國政府首度開放大陸學生至各大專院校修課。除此，並放寬承認大陸學歷，以「三限六不」的政策為主體，開放大陸學生來台就學。根據教育部的統計從 100 學年度至 102 學年度已經有 3701 個大陸學生來台就學(包含博士、碩士與大學)，來台就學的大陸學生依照各大專院校對大陸學生招生的比例分佈在各縣市。

透過政策開放，兩岸學生的交流與互動及大陸來台學生在生活的適應部分將成為教育的重要課題。依據學者對這些來台的大陸交換學生在學校所面臨問題的研究發現：課業學習、人際互動關係以及旅遊觀光是大陸來台學生所面臨的困難課題。其中，「課業學習」及「人際互動關係」的問題影響巨大(柯怡如，2012)。

大陸交換學生離鄉背井來到新的環境學習，在人際關係的缺乏下，對於個人的課業學習會有明顯的影響，因此他們對於個人的人際關係需求上有很大的

渴望與期待。隨著社群網絡的興起，社群網站已經成為人際脈絡拓展的新平台，而年輕族群使用社群網站進行人際關係拓展也成為近年學者研究的重要議題。例如：Facebook 對大學生人際關係的影響(顏伯霖，2010)；人格特質、Facebook 使用動機對人際關係之衝擊研究-以台灣地區大學生為例(劉勇伸，2013)等。文獻發現年輕族群使用社群網站對人際關係拓展有顯著影響。

目前全球最大的社群網站仍以 Facebook 使用的人數最多。其中，台灣在 Facebook 的使用成長速度則是世界第一。台灣 Facebook 使用族群以 25-34 歲間人數最高，其次為 18-24 歲。使用 Facebook 族群年齡分布，仍以年輕族群為主(天下雜誌，2011；創市際市場研究顧問，2012)。相較於大陸來台交換學生，由於大陸政府相關政策的規定，大陸區域境內禁止使用 Facebook 社群網站(維基百科，2008)，因而這些來台的大陸交換學生也幾乎都沒有使用過 Facebook。因此，他們對於全球使用人數最多的社群網站 Facebook 是感到陌生的。

第二節 研究目的

根據文獻指出 Facebook 的主要功能及其對於人際拓展連結的作用有顯著的影響，例如：在 Facebook 可以建立或加入各類型的群組社團，社團成員之間的相互交流與互動，因而可以拓展個人的朋友圈(陳岱溶，2012；郭瑞昌，2013)。此外，年輕人玩 Facebook 的所提供的線上小遊戲，也對個人的人際關係互動與社會連結有顯著的影響(洪嘉蓮，2012)。

過去學者在探討 Facebook 的使用與人際關係之間的議題時，都以 Sullivan(1953)的人格特質理論做為研究的基礎。例如：人格特質、Facebook

使用動機對人際關係之衝擊研究-以台灣地區大學生為例(劉勇伸, 2013)及國中學生臉書使用與班級及網路人際關係之研究(甘子美, 2013)。

但人與人之間的關係不是只有人格特質的問題。有時候個人內心仍然有強烈渴望與他人的互動，即使再害羞或羞澀的人也會運用不同的方法去克服，讓自己能盡速的融入在這個社會當中。心理學家馬斯洛(Maslow, 1943)提出人類需求的層次中，對於人們之間會有情感的渴望，渴望被他人照顧和得到群體的歸屬。因此，人格特質理論在解釋人際關係建構上仍有不足之處。

在人際關係研究中，人際需求理論(Schutz, 1958)是重要的理論依據。Schutz(1958)提出人際需求理論，以三向度的理論和 FIRO-B 測量方式詮釋人際關係的基本需求，並主張人際關係是否要開始、建立或是維持，得依雙方的人際需求相互配合的程度而定。

本研究從人際需求理論所提出的情感(affection)與歸屬(inclusive)兩個變數，來探討在台大陸交換學生的情感。離鄉背景遠渡來到台灣求學，他們對於個人內心渴望有良好的人際互動關係，並且期許獲得到團體之間的認同與歸屬。而根據文獻所述，年輕人使用 Facebook 是有助於拓展個人的人際關係與脈絡，並且可以適時的與這個社會做連結(洪嘉蓮, 2012)。不過文獻中尚未發現學者針對在台大陸交換學生在 Facebook 的使用與人際關係連結之研究。過往在資管研究領域上，人際需求理論的運用仍以概念性的陳述在各研究之中(連婉伶, 2012)，沒有學者以人際需求理論的情感變數做為研究架構的模型，且深入探討 Facebook 的使用與人際關係之社會連結研究。

本研究以人際需求理論作為建構研究架構之基礎，以使用 Facebook 的在台大陸交換學生為研究對象，探討以下問題：

- 1、在台大陸交換學生對於人際需求的渴望進而對 Facebook 的使用情形。
- 2、在台大陸交換學生受到周遭環境朋友的規範進而對 Facebook 的使用情形。
- 3、在台大陸交換學生在使用 Facebook 後，對於個人的人際關係拓展與社會連結之影響。

圖 1-1 為本研究之流程。



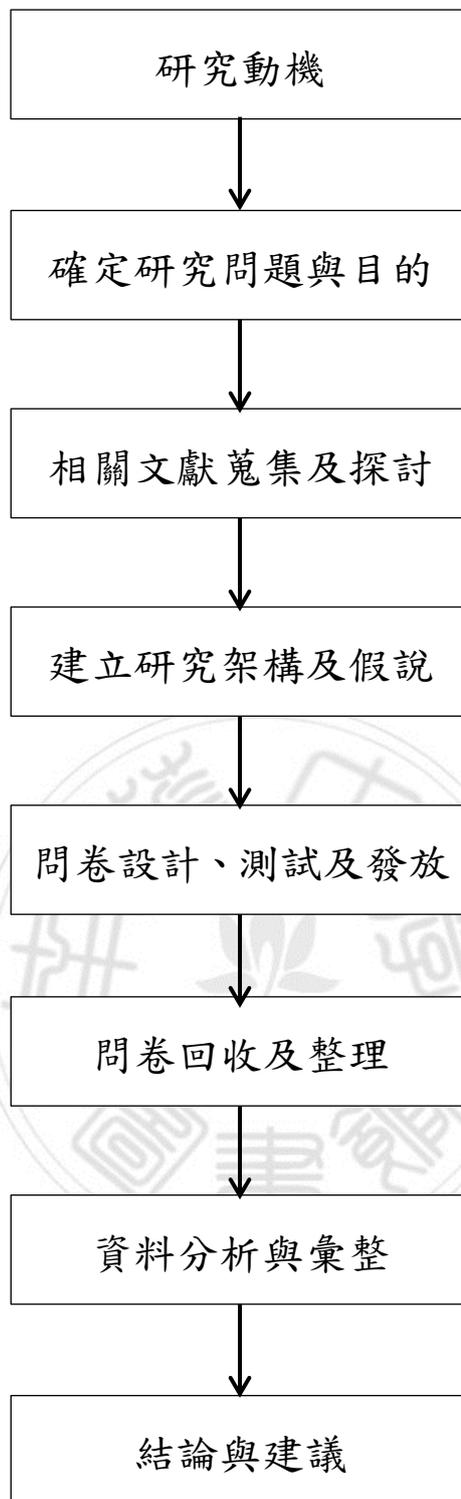


圖 1-1 研究流程

第二章、文獻探討

本章共分為六小節。分別針對「高等教育及來台大陸交換學生」、「人際關係相關理論」、「社會連結」、「從眾行為」、「主觀規範」、「社群網站-Facebook」進行相關文獻彙整，以作為本研究發展之依據。

第一節 高等教育及來台大陸交換學生

全球化的來臨，在各國之間陸續簽訂國際貿易經濟條款之後，全球高等教育人才的培養與交流儼然成為新趨勢。根據經濟合作暨發展組織(Organization for Economic Co-operation and Development, OECD)2013 的統計，全球高等教育留學生人數：1975 年全球的國際學生約為 80 萬人，1990 年為 130 萬人，2011 年增加到 430 萬人，成長的幅度超過一倍。截至目前全球已經超過 450 萬的留學生在海外求學。因此，高等教育人才的培養與交流儼然成為國際的新趨勢(經建會人力規劃處，2012)。另外，OECD 發表之「Education at a Glance 2013」一書指出，2011 年全球留學生，主要來自亞洲、歐洲與非洲地區，這些區域的留學生占整體留學生的 87.4%。其中亞洲地區比率最高，占全球留學生的 52.7%，其次為歐洲的 23.1%與非洲的 11.6%。而留學生人數超過 10 萬名的國家有大陸、印度、南韓與德國，人數分別為 72.3 萬、22.3 萬、13.9 萬與 13.2 萬人，占 2011 年全球留學生的 16.81%、5.16%、3.23%與 3.07%(經建會人力規劃處，2012)。

根據教育部全球資訊網統計，於過去五年台灣留學人數已達 15 萬人至海外留學(如表 2-1 所示)，留學的國家以美國最大宗；我國境外學生來臺人數亦逐

年增加。據教育部統計，我國境外生人數自 2006 年的 26,488 人，成長至 2012 年 64,588 人，成長了 143.84%。預估境外學生人數自 2020 年達到 15 萬人的目標(經建會人力規劃處，2012)。透過高等教育人才的交流不僅可以增加國際的視野，也可以增進對他國語言與文化更進一步的認識，更重要的是對國家的人才競爭力有更顯著提升；此外，擴大高等教育人才的交流，確實能短暫解決台灣所將面臨招生不足的困境（台灣教育評論月刊，2013；戴曉霞，2006）。

表 2-1 台灣近五年留學人數表

國家	2009 年	2010 年	2011 年	2012 年	2013 年
美國	15594	15890	16023	15219	14563
英國	3895	3610	4446	3378	3367
澳大利亞	4176	3633	3149	3198	2553
日本	3143	3253	2825	2810	3140
加拿大	2320	2814	912	826	1771
法國	882	935	814	無資料	955
德國	646	702	636	512	787
紐西蘭	469	379	743	250	553
合計	31125	31216	29548	26193	27689
其他國家	2504	2665	2798	2509	3321
統計	33629	33881	32346	28702	31010

在全球化影響教育市場開放的國際競爭壓力下，招收外籍學生是各國積極開拓生源的管道之一。近年來，海峽兩岸之間的政治關係有所重大的變革，兩岸之間陸續簽訂相關條款，不管在經濟、文化、教育與技術等層面上交流都明顯的成長，而兩岸人民的互動關係是國人最受關注的焦點之一。我國總統在 2007 年 9 月競選總統的政見中提到，「基於教育國際化及自由化的觀點，我們主張加強國際學術交流，並擴大招收境外學生來台就讀，並藉由擴大兩岸學術及教育交流，展布新局，凝聚共識，為將來推動大陸學歷採認政策奠基」（韓宜娟，2011）。隨後 2008 年 5 月馬英九總統上任，為兌現其競選的承諾，由請教育部開始逐步規劃兩岸學術交流及交換學生之政策。於 2010 年 8 月 20 日，立法院在臨時會議中正式通過陸生三法修正案，在「限量、限校、限領域」前提下承認大陸的學歷，以「三限六不」的政策為基準點，並且開放陸生來台就讀大專院校，初估第一年開放的人數為兩千人。其中「三限六不」原則的「三限」為限制採認高等學校、限制來台大陸學生總量、限制學歷採認領域；「六不」則是不涉及加分優待、不影響國內招生名額、不編列獎助學金、不允許在學打工、不得在台就業和不得報考公職考試等相關規範大陸學生來台就學(教育部行政法規查詢系統)。截至 2013 年教育部統計處所統計在 100 學年度至 102 學年度已經有 3701 個大陸學生來台就學(包含博士、碩士與學士班)，其申請來台交換學生的人數(如表 2-2 所示)。申請至台進行交換學生的區域共分布於 8 個省市，其中以廣東、浙江、福建等二線城市的大陸學生申請居多，過去三年已經

有 2621 人申請來台灣赴學，申請的比例達 70%(如表 2-2 及表 2-3 所示)。而申請的大陸交換學生則依照教育部大學校院招收大陸地區學生聯合招生委員會(陸生聯招會)的審核與分發，將審核通過的同學分發至台灣各縣市大專院校就學。

表 2-2 近三年陸生至台就學情況

學校 屬性		博士班				碩士班				學士班				二年制學士班			
		名 額	報 名	錄 取	註 冊	名 額	報 名	錄 取	註 冊	名 額	報 名	錄 取	註 冊	名 額	報 名	錄 取	註 冊
高 教	國 立	253	194	111	83	1219	1369	773	704	146	309	46	45	0	0	0	0
	私 立	64	74	24	17	396	507	169	149	2832	4982	2151	2109	0	0	0	0
技 職	國 立	47	44	17	13	232	221	67	55	104	70	3	3	298	89	57	50
	私 立	12	12	7	6	123	20	6	5	1704	1443	455	437	657	85	36	25
合計		376	324 (228)	159	119	1970	2117 (1447)	1015	913	4786	6804 (5188)	2655	2594	955	174	93	75

註：括號內數字為實際報名人數

資料來源：本研究整理

表 2-3 大陸各省市申請來台統計表

省市	學士班 (含 2 年制)	碩士班	博士班	合計
北京	169	163	22	354
上海	158	65	10	233

江蘇	126	157	13	296
浙江	741	180	14	935
福建	749	162	28	939
廣東	574	145	28	747
湖北	49	25	1	75
遼寧	103	16	3	122
合計	2669	913	119	3701

資料來源：大學校院招收大陸地區學生聯合招生委員會

隨著近三年「三限六不」政策的實施，國家政策研究基金會指出，教育部過去三年所招收大陸來台的交換學生人數未達到預期，於台灣時間 103 年 5 月 23 日陸生來台就讀研究所放榜統計，雖然教育部擴大採認大陸學校，總計開放一二九所大學，核定招收名額也比去年多了近六百人；但 103 年的招生達成率不到五成，比去年百分之五十六還低(聯合報，2014)。因此，有學者在「2014 財經立法高峰會」呼籲，目前對陸生的「三限六不」政策隨著制定時空環境的變遷，應該檢討與改善、並且更開放。而教育部政務次長陳德華表示，「三限六不」是和大陸談兩岸教育交流中很大的阻礙，目前教育部已逐步審查「三限六不」的政策條例(如表 2-4)，未來將鬆綁大陸來台交換學生的人數或將在台大陸交換學生納入健保等相關修訂政策(教育部、聯合報，2014)，並給予在台陸生有更好的就學環境與照顧，期許未來有更多的大陸學生來台灣交流和學習。

此外，兩岸教育學術的交流與產學合作陸續發展當中，配合政府對兩岸交流的政策鬆綁與修改，未來兩岸教育的合作仍然有新的突破與發展，來台陸生的人數仍然會持續攀升(財團法人國家政策研究基金會，2013)。

表 2-4 「三限六不」政策修正方向表

政策	項目	內容	教育部檢討方向
三限	限校	僅採用大陸優秀大學的學歷	除目前採認的 302 所大專學校以外，再增加 18 所藝術及體育類學校
	限量	限制陸生總量及各校陸生上限	由陸生占總額招生額 1%，放寬為 2%，由每年招收 2850 人增加為 5700 人
	限域	不採認中西醫、醫檢、藥學和涉及國安和高科技學歷履歷	不變
六不	不加分	不給予加分優待，目前採申請制	不變
	不影響招生	陸生採外加名額，不影響本地生招生名額	不變
	不給獎學金	台灣政府不提供獎助學	不變

		金	
	不打工	不允許打工	基於課程需要，可當校內助教或研究助理
	不考照	不能考證照或公職	放寬陸生參與技能檢定的無限制，但只發證書不發執照
	不就業	畢業後不能留在台灣就業	不變

資料來源：The News Lens 關鍵評論網站

兩岸教育政策的開放後，大陸的學生陸續申請入台做短期的學術交流。開放至今已經有 3701 人來台灣就學。而這些的交換陸生也帶給各個校園不同的學習風氣；除外，台灣的學者也針對這些陸生進行相關的研究。期許研究能作為相關教育政策的擬定與修改。過去的研究議題以探討兩岸教育政策的開放是否合適或者須要改善為主。而部分的學者針對陸生在台學習情況與在台所面臨的困境做深入的研究(如表 2-5 所示)。其中韓宜娟(2011)探討的陸生來台就學動機與生活適應以及柯怡如(2012)探討的大陸來台交換學生求學經驗之心路歷程之研究最貼近在台陸生求學的心聲與困惑。其研究結果指出，在台陸生所面臨的困境以人際關係和課業壓力為主要課題。

本研究以人際關係與課業壓力作為研究的基準點，主要探討這群離鄉背景的在台陸生對於個人的情感與歸屬的渴望，他們渴望在台灣也能感受到愛的氛圍，以及盡速融入團體的生活與互動，這些都發至人們內心的渴望與期盼，而

非是有目的性的接觸人群。過去的研究沒有人探討在台大陸交換學生使用社群網站拓展個人的朋友圈，而本研究將探討在台大陸交換學生使用 Facebook 來拓展個人的人際脈絡並且與社會的脈絡做連結。

表 2-5 在台陸生之相關研究表

研究者	研究論文	研究發現
林家正(2010)	大陸學生來臺交換就讀滿意度之研究：以臺灣大學與義守大學為例	大陸來臺之交換學生對於臺灣的學術環境構面、生活構面、政治媒體構面，以及整體構面之滿意度皆有高度之評價。此外，分析結果顯示，家庭收入較低、無出國留遊學經驗以及個性外向之陸生，對於來臺交換就讀之整體滿意度較高；理工、生農科系之陸生者較推薦陸生來臺交換就讀。
韓宜娟(2010)	陸生來台就學動機與生活適應	學校課業生活壓力為主要壓力源，最困擾的事情為「兩岸長期分隔造成彼此的刻板印象」；當感情與人際生活壓力越大，遇到關於這方面的困擾越多時，研究

		<p>對象越不會用邏輯思考的正向情緒來面對。就學動機越高者，其生活適應越好，且居留在台灣的時間越長，越能快速找到合適的因應方式。</p>
<p>李曉萍(2011)</p>	<p>開放陸生來臺就學政策與機制(2008-2012)</p>	<p>「惠臺」為現階段大陸對臺政策的主軸，其意在改變臺灣民意。內容包羅萬象，舉凡能積極形塑正面意象者，對臺「讓利」在所不惜。而大陸學生來臺就學的放行，亦為此一意涵。因此，臺灣的執政者應深刻理解，並將此一政策納入整體大陸政策規劃，釐清招收陸生的政策目標，在兼顧國家安全下，以臺灣優先為考量，並考慮彼岸實際效益，才能達成雙贏局面。</p>
<p>柯怡如(2011)</p>	<p>大陸來台交換學生求學經驗之心路歷程</p>	<p>「課業學習」及「人際互動關係」的困難對交換學生影響較深。交</p>

		<p>換陸生來台收穫有：1. 學業成長與運用。2. 正向人際感受的增加。3. 多元文化的接觸。4. 獨立生活能力提升。「學業」及「人際」面向兩大主軸貫穿了陸生的交換生活，為其求學經驗的主要重點。</p>
蘇湘涵(2012)	<p>來台大陸生之休閒調適策略對文化適應壓力的影響</p>	<p>休閒參與能正向預測休閒調適策略，說明陸生休閒參與之頻率越高，則陸生認為休閒調適策略之效益就越好；而休閒調適策略能負向預測文化適應壓力，意旨當陸生認為休閒調適策略效益越好時，所體驗到的文化適應壓力就越低。</p>
蔡美娟(2012)	<p>少子化趨勢下台灣高等教育招收陸生來台就學問題探討</p>	<p>台灣高等教育應該採取更加開放政策，藉由良好的學習環境，優厚的誘因，寬容的政策，具競爭力的條件，積極吸引包括大陸學</p>

		<p>生在內的國際性優秀人來台就學，激勵台灣學子，進而自我向上提升。建議政府適度修訂或放寬目前招收陸生之法令限制，俾使國內高等教育體系因應人口結構老化與少子化危機。</p>
<p>陳怡慧(2012)</p>	<p>陸生來臺學習滿意度及相關問題之研究-以國立屏東教育大學為例</p>	<p>陸生對於學校行政人員服務態度和協助的情況相當滿意。陸生對於學校所提供環境和設施相當良好。陸生對於學校安排導師相當滿意，導師助益陸生在校學習和生活適應。陸生覺得和教師、學生互動交流普遍良好，若能增加陸生和臺灣學生的互動與機會更好。</p>

資料來源：本研究整理

第二節 人際關係相關理論

人類是群聚的動物，個體之間都渴望有情感與愛的表現，並與他人相互交流且建立良好的人際關係，這也是人類最基本的社會需求。不同個體因角色的不同有不同的人際關係。例如：直屬關係、師生關係、同儕關係等，這些人際

關係對每個人的情緒、生活、學習都有很大的影響。國內外的學者也針對人際關係做了不同的定義，社會心理學家 Heider(1959)認為人際關係指每個自我對於每個他我的知覺、想法、反應以及期望，是一種屬於少數人之間的關係。

McAdams(1998)認為人們可以透過愛和友誼來滿足個人的基本需求、滿足各個發展任務、實現人類的基本價值。鄭發玉(1970)認為，人際關係就是人與人之間的關係，也就是個體對他人的種種想法、看法以及做法。謝廣全(1973)認為人際關係是指在團體或組織當中，幾個人之間所產生的一種交互影響之下的產物。陳嬾竹(2002)認為人際關係指兩個或兩個以上的人，透過各不同的方式進行交流與互動，因而在心理上或行為上相互影響而產生。人際關係指的是人與人之間透過語言、思想、感情等行為，過程中與他人發生交互作用並交互影響的活動歷程之關係。顏伯霖(2010)認為人際關係指的是人與人之間，彼此因為交往而構成的相互依存和相互聯繫的社會關係，有人稱作社交，亦或者稱做人際交往，是屬於社會學的範疇，包括朋友關係、同儕關係等。綜合上述學者針對人際關係的定義後得知人際關係對於人們的重要性與密切性。

國外心理學學者以人際關係的概念主軸，從不同的角度來衡量人類的人際需，進而提出不同型態的人際關係理論與量表，例如：Homans(1950)的社會交換理論(Social Exchange Theory)、Sullivan(1953)人際理論 (Theory of Personality Trait)、Schutz(1958)的人際需求理論 (Interpersonal Needs Theory)、Heider(1959)的平衡理論(Balance Theory)、McCrae 及 Costa(1990)的人格特質理論(NEO Personality Inventory)等。

在資管的研究領域中，探討人們透過社群網站來拓展個人的人際關係之研究，多數的學者仍以 McCrae 及 Costa(1990)的人格特質理論做為研究基礎的理論。而 Schutz(1958)所提出的人際需求理論用來解釋人們內心會有人際關係的渴望與需求，且透過社群網站的使用後有助於拓展個人人際關係之概念陳述也具有一定的合適性。因此本研究針對人格特質理論及人際需求理論分別敘述。

壹、人格五因素特質理論

在心理學的研究領域裏，探討人格特質的理論相當多，主要分成三類：精神分析學派、行為主義、以及自我心理學。各學派的學者對於人格特質有不同的定義。Allport (1961) 認為人格特質指個人在個人行事風格上以及人際關係上有一定的表現方式或模式，且決定個人與外在環境互動的獨特形式。Guilford (1959) 認為人格並不是由單一特質所造成。人格是個人特徵、屬性和特性的總和，使個人與他人有所不同的一種持續且特殊的特質。張春興 (民 86) 認為人格是個體在對人、對己及一切環境中事物適應時所顯示的異於別人的性格；個體的性格，係在遺傳與環境交互作用下，由逐漸發展的心理特徵所構成；而其心理特徵表現於行為時，則具有相當的統合性與持久性。綜合上述的定義，人格特質具有個人的獨特性與特殊性，也是影響個人行為的重要因素。

許多人格心理學學者對人類的人格特質分類已達成共識 (Costa & McCrae, 1987、1990)。McCrae & Costa(1990)根據特質論學者的學說發展出一套 NEO 人格調查表 (NEO Personality Inventory, 簡稱 NEO-PI)，五大人格特質量表的變數包含神經質、外向性、開放性、友善性及謹慎性等，透過人格特

質的調查表可以明確的鑑定出人們的習性。近年來，這五大性格向度的量表也成為學者探討人類使用社群網站重要的衡量模式。尤其在資管領域中的應用更為廣泛，其主要探討不同的人格特質在社群軟體或者是社群網站上會有不同的使用行為模式。本研究針對過去人格特質理論的運用在資管的領域中做個整理(如表 2-6 所示)。

表 2-6 人格特質理論的運用

研究者	研究論文	研究發現
蘇鵬仁(2011)	微網誌使用者人格特質、動機與使用行為之關聯性研究—以噗浪為例	外向性、嚴謹性、親和性與開放性等人格特質與特定社交行為具顯著相關影響
黃國濠(2012)	國中學生臉書的使用與影響：人格特質、家庭文化資本與人際關係	國中學生人格特質、家庭文化資本、臉書使用與人際關係間有顯著正相關
林聖益(2013)	人格特質和內外在動機對自我揭露的影響—以 Facebook 打卡為例	人格特質的外向性、開放性對於科技的打卡功能對自我揭露有顯著的正向影響
宋孟娟(2013)	使用者的人格特質、沉浸經驗、顧客價值、行為意圖之間之關係研究—以通	人格特質對沉浸經驗、顧客價值、行為意圖有正向顯著影響

	訊軟體 LINE 為例	
陳慧芝(2013)	虛擬社群使用者特質與人際關係影響之研究-以 Facebook 為例	人格特質特性外向性、嚴謹自律性、聰穎開放性在使用 Facebook 時，對人際關係投入參與度高
周秀蓉(2013)	以社群網站為例探討人格特質、社群網路使用態度、人際關係對社群意識與社群忠誠度之影響	使用者會藉由虛擬網路上吸引眾人目光的親密感，彌補現實親密關係中所缺乏的歸屬感，也就是在網路上尋求虛擬友誼和情感之慰藉

資料來源：研究者整理

貳、人際需求理論(Interpersonal Needs Theory)

心理學家 Schutz(1958)提出的「人際需求理論」，以三向度的理論和 FIRO-B (Fundamental Interpersonal Relations Orientation)的測量方式來詮釋人際關係的基本需求，並認為每個人都有人際關係的需求。而一段關係是否要開始、建立或是維持，得依雙方的人際需求程度而定(蘇淡絮，2012)。Schutz(1958)認為在人際互動上，人們應該要有三種基本的人際需求要素，包括：情感(affection)的需求、歸屬(inclusion)的需求、控制(control)的需求。以下將分別進行探討：

(一)情感(affection)：

情感的需求指的是反映一個人表達愛和願意接受愛的心理慾望與渴望，透

過語言或者非語言的方式來表達個人的情感，並且與他人建立良好的關係以維持情感的需求。而 Schutz 認為依據情感需求程度的不同，而產生三種人際關係 (楊勁祐，民 94)：

- 1、「缺乏人際關係」的人：通常會避免和他人之間的親密關係，鮮少對他人透露出自已的情感，同時會逃避想要向他表露情感的人。
- 2、「適度人際關係」的人：容易表達和接受感情，且能從各種關係中獲得快樂。
- 3、「過度人際關係」的人：則相當希望能夠與每個人建立親密的關係，這一類的人很容易去相信他人，同時他們也希望能夠被對方當做是親密的好朋友。

(二)歸屬(inclusion)：

歸屬的需求指的是個體希望被他人認同接納的心理渴望，藉由參與和他人團體的活動，使人感覺融入群體，產生歸屬感，進而滿足歸屬的需求。個體覺得自己是團體中的一份子，才會覺得自己是被接納、有價值性的，最後樂於與他人建立且保持良好的關係。而 Schutz 認為依據歸屬需求程度的不同，而產生了三種人際關係(楊勁祐，民 94)：

- 1、「缺乏社交」的人：通常希望獨處，不需要很多社會互動來獲得滿足。
- 2、「適度社交」的人：喜歡獨處，但也能享受與別人的互動。
- 3、「過度社交」的人：經常需要同伴，獨處時會覺得緊張，而不足的互動量。

(三)控制(control)：

控制的需求所指的是個體希望能夠成功的影響周遭人、事、物的慾望。控制需求較高的人，希望能擁有對周遭事物的主導權，並且在權力的問題上與他人建立滿意關係。Schutz 認為「缺乏人際關係」的人希望成功地影響周遭人與事的慾望。而依人們對此需求之落差，Schutz 把它分為三種人（曾端真、曾玲珉，民 85）：

- 1、「放棄者」：非常順從，不可能做決定或接受責任。
- 2、「獨裁者」：需要時時駕馭他人，否則會焦慮不安。
- 3、「民主者」：能勇於表示意見，但也能順從他人。

Schutz(1958)提出人際需求理論屬於社會心理學的理论，過去的理论運用上，主要以社會心理學領域居多，探討在個人與他人之間的人際關係需求互動與情感渴望，透過 Schutz 提出的人際關係量表來衡量個人的人際關係與性格。例如：詹益錦(2007)運用人際需求理論探討電視新聞記者間人際互動對新聞產製之影響；蘇愉婷(2010)台灣圖畫書作品中的友誼挫折研究；蘇涇潔(2012)探討國小學童的人際關係適應在團體遊戲間之影響等相關研究；張馨尹(2013)應用 FIRO 理論探討 Facebook 使用者忠誠度之實證研究。從過往文獻發現，顯少學者運用人際需求理論探討科技社群的使用進而拓展個人的人際關係之相關研究，以探討人際關係的互動之研究居多。

而隨著科技的不斷進步，人與人之間的互動逐漸被社群網站或社群軟體取代，社群網站成為人際互動的新媒介，尤其年輕族群在社群網站的使用更是頻

繁(創市際市場研究顧問, 2012)。不過人類是有群聚習性的動物, 對於人際需求的渴望並未因為互動媒介改變而沒有人際關係的需求, 反而對新媒介的使用後, 更渴望在社群網站上拓展個人的人際脈絡(圖文傳播藝術學報, 2011)。這也說明了人們在使用社群媒介拓展人際關係上的合適性。

本研究以在台大陸交換學生為研究對象, 運用 Schutz(1958)所提出來的人際需求理論中的情感(affection)與歸屬感(inclusive)的變數做為本研究的模型架構之變數。而控制(control)之變數並不採納於本研究的模型架構, 其主要原因是在台大陸交換學生並不會希望能擁有對周遭事物的主導權, 也不會在權力的問題上與他人建立滿意關係, 因此控制(control)之變數並不符合本研究所探討的因素。而離鄉背井遠到台灣的大陸交換學生, 在面對環境的適應與缺少人際關係的互動上, 個人的情感與歸屬很符合人際需求理論的概念, 在台大陸交換學生渴望有愛和受到照顧的感覺, 也渴望能夠盡速融入新的學習環境與社會脈絡, 透過虛擬科技社群的使用或者參與不同類型的團體校園活動, 因而獲得歸屬的需求, 且拓展個人的朋友圈。

綜合上述的人際關係相關理論, 其人際需求理論建構於這群離鄉背井的在台大陸交換學運用科技社群來拓展人際關係之理論架構較為合適; 因為每個人的內心都渴望有情感與歸屬, 尤其是這群離鄉背井的在台大陸交換學生, 他們對於台灣的文化與環境感到相當陌生, 且受到政治情感的氛圍下, 期許來到台灣學習能有被受到照顧的感覺與社會的歸屬。人類是獨立的個體, 在人格特質上也不盡相同, 但人類不會因為人格特質上不相同而缺少情感與歸屬的需求。

在科技社群的使用上，社群網站成為人際關係建立重要的平台，尤其是年輕的族群，台灣的年輕族群在使用 Facebook 上更是亞洲區排名前 10 名(Cereja Technology, 2013)。因此，在台大陸交換學生在情感與歸屬的渴望下，他們可以透過 Facebook 平台的使用進而與新朋友建立良好的互動關係，以及拓展個人的脈絡圈。

第三節 社會連結

社會連結是指個人在社會裡表現出與人之間持續的親密感(Lee, 2001)。社會連結也是社會網絡中，重要的一個要素。當行動者想要與另外一位行動者建立關係時，必須透過某種途徑(Path)或媒介，直接或間接地表達與建立關係，此相互連結的基本單位稱做連結(林盈廷，2011；洪子凌，2013)。Lee (2001) 將社會連結視為一種心理的歸屬感，更準確的說，是一種人際關係親密感的認知，與整個社交世界的緊密程度。因此社會連結，即為人與人之間的關係透過媒介、社群而與社會產生的共鳴。

人際關係相關理論提出人際關係對人們之重要性，擁有良好的人際關係者，在社會的生活中可以獲得支持與認同。美國社會學家 Granovetter(1973)提出連結的強度(The strength of ties)的概念之詞，他認為連結的強度分成四項指標：情感的強度(Emotional intensity)、持續期間(Amount of time)、親密度(Intimacy)與互惠服務(Reciprocal Services)，指人與人之間形成連結必須包含時間、情感、親密與互助等因素結合起來，進而形成個人與社會不同的緊密程度的連結。

Granovetter(1973)認為連結的緊密度應該分成強連結(Strong Tie)與弱連結(Weak Tie)。當人與人之間，保持著持續性的互動，且有較強的情感依附與關懷，最後得到有彼此的信任與協助，這也說明了人際關係會有強連結的存在。也就是說強連結指人們之間要有真實的信任，彼此的社交圈是緊密且重疊的，並且在失落無助的時候給與彼此情感上的支助。反而言之，當人與人之間缺乏相互的互動與關懷，較弱的情感強度，且也得不到彼此的信任與認同，最後人們就會產生弱連結的情況發生。其學者陸續對「連結的強弱度」做研究與驗證，證實連結的強弱度可以解釋人際關係對個人的影響(Granovetter, 1983)。

隨著社會網絡快速發展下，人們與虛擬社群之間的聯繫與互動充分帶給人們滿足與快樂，而從中獲得歸屬並持續扮演好社會角色的力量，如朋友、家人、同事等；在社會脈絡的連結下，使每個人各司其職，並且在社會關係裡擁有歸屬感與認同感，進而使社會和諧穩定(洪嘉蓮，2012)。學者對線上社群網站的研究提到連結性是組成社群的重要因素，而連結性指的是一種人際之間關係的連結，意思指的是社群成員的認知與友誼關係及對社群的意識(郭廷伊，2009；洪子凌，2013)。此外，人們在使用社群網站的強度與忠誠和社會連結的程度有正相關性。不同類型的人，對社會連結的程度有所差異，其中以情感類型的人對社會連結的程度最高。因此本研究針對過去社群網站的使用與社會連結的強度等相關類型之研究整理後(如表 2-7 所示)：

表 2-7 社群網站與社會連結相關研究表

研究者	研究論文	研究發現
鍾璣萱(2009)	探索社群網站之社會連結、寂寞感與忠誠度之關聯-以 Facebook 為例	Facebook 使用的強度、使用狀況與忠誠愈強，使用者表現在社會連結的兩個構面「樂觀融合」「主動建立關係」的程度愈強，代表使用者的社會連結程度愈強，愈會去使用 Facebook。
林盈廷(2011)	社交網路遊戲對使用者社會網絡及線上人際互動之影響-以 Facebook 為例	社交網路遊戲會使玩家對 Facebook 網站的黏度提高，而玩家對社交網路遊戲的涉入程度越深，其所感受到的社會支持以及線上人際互動的訊息總數量會越多，但玩家的社會支持感受以及線上人際互動則和非玩家程度相當。可見社交網路遊戲有其促進社交之功能，但並非使用者拓展社會網絡之唯一選擇。

<p>吳肇銘(2011)</p>	<p>訊息涉入、社會網絡連結強度、主觀任務價值對網路訊息傳遞意願影響之研究:以電子郵件訊息為例</p>	<p>網路閱聽人對網路訊息之「訊息涉入度」及其「社會網絡連結強度」皆會顯著地影響其「訊息傳遞意願」；網路閱聽人對於網路訊息所知覺的「主觀任務價值」-成就價值、內隱價值、效用價值、成本代價皆會顯著地影響其「訊息涉入度」。</p>
<p>洪嘉蓮(2012)</p>	<p>Facebook 社群遊戲與社會連結的關係：反思遊戲成癮之人格特質</p>	<p>使用社群遊戲可滿足「娛樂」與「社交」需求，並且可實際提升與朋友之間的「親密感」。「過與不及」的社群遊戲使用行為，對於增強社會連結不會產生實質幫助。社群遊戲使用者若長時間投入於遊戲使用行為，對於發展實質社交關係並沒有幫助，導致社會連結程度下降；但若是每天持續使用社群遊戲，將其當作一種與朋友聯繫感情的社交工具，</p>

		而非沉迷於遊戲中，則對「主動建立關係」仍有實質幫助。
洪子凌(2013)	以社會連結論與認知吸收論探討社交媒體之持續使用-以 Facebook 為例	個人認知對於持續使用有正向影響。環境中的社會互動、社會連結與社會網絡因素，對於個人認知與持續使用行為有正向影響。
簡誼璿(2013)	連結強度與人際關係類型對線上自我揭露之影響-以台灣地區 Facebook 使用者為例	連結強度對於線上自我揭露誠實度、數量、意圖與深度存在正向影響；而對內容正負性並無顯著影響。關係類型中的情感類型在大部分情況下會影響線上自我揭露，表示情感支持在自我揭露中是重要因素。而連結強度與關係類型存在顯著相關性，其中又以情感類型的相關係數最高。

資料來源：本研究整理

本研究所探討的「社會連結」，是以在台大陸交換學生為研究對象，這群大陸交換學生都是初次來台灣就學，對於台灣社會的生活環境感到陌生，在社會脈絡的掌握與了解也很有限。此外，個人因人際關係缺乏感到困惑並渴望盡速建立人際關係。而根據文獻指出，社群網站的使用可以有效的協助年輕族群對於個人的人際關係與社會的連結有顯著的提升(洪子凌，2013；簡誼璿，2013)。

第四節 從眾行為

從眾行為的研究是由心理學家 Asch (1952) 所提出，他認為當多數人所選擇的答案並非正確的時候，個人在模糊的情況下改變自己的意見，而容易產生順從多數人的意見，此行為稱為從眾行為。當 Asch(1952)發表後，很快地引起其他領域的學者對從眾行為的興趣，包括：行銷學、經濟學等專家，並從各自的領域去觀察與應用從眾行為。例如：行銷學領域，Lascu 與 Zinkhan(1999)則運用行銷的角度判別從眾的定義，綜合各個學者的說法，認為「從眾」是個人會參照群體的期望，而改變自己原有的購買意圖及購買行為；經濟學領域，Lakonishok(1992)建構出從眾強弱指標(Lakonishok, Shleifer, and Vishny, 簡稱 LSV)，探討美國基金經理人從眾之行為研究。但多數社會心理學家認為從眾是指個人在團體中因受到團體的影響和壓力，使其在知覺、判斷和行為上傾向於團體中多數人一致的現象；會產生這種心理現象可能是實際存在或者頭腦中想像到的社會與團體間給予壓力，使人們產生符合社會性要求與團體規範的信念與行為(徐向群，2002)。

Deutsch 與 Gerard (1955) 認為人們之所以會產生從眾行為，是由於人們渴望被喜愛與接納，因而定義出兩種不同的型態，分別是規範性社會影響(Normative social influence)與資訊性社會影響(Informational social influence)。規範性社會影響指的是人們為了獲得別人的接納、讚賞與喜愛，因此會企圖改變自己原有的行為以符合團體的規範。如果不遵守團體的社會規範，則會受到群體的異樣的想法。而資訊性社會影響則是指當面臨混沌不明或複雜的資訊中，人們會依賴他人的意見或行為來做為個人決定的依據，因而產生順從群體的行為(余伯泉、李茂興，2003)。

而從眾的過程，徐強、周俊宏、凌儀玲(2003)認為是由「順從(Compliance)」到「認同團體(Identification)」再到「內化(Internalization)」因而產生從眾的行為。所謂的「順從」是指個人為了避免不遵從團體意見而受到處罰，因而表面上順服團體的決定，但私底下卻不一定接受及認同團體的意見。「認同團體」則是團體具有某些特質是個人所喜好的，因而表現出與團體一致的行為，無論是公開或私底下都已接受團體的意見來做為行為準則。「內化」則是個人認同團體的作法，並將之變成自己內在的價值系統。徐強、周俊宏、凌儀玲(2003)認為「順從」與「認同眾意」歸納成規範性社會影響；而「內化」則屬於資訊性社會影響。認同眾意指的是在社會環境規範下，當大家都在做相同的行為或舉止時，而容易認同大家的行為而跟著去行動；順從眾意指的是在社會環境規範下，大家都要求個人的行為必須與團體一致，這些行為或想法是跟原先個人的行為不相同的，因而要順從大家的意見。而內化是指個人因為團體而改變了

自己的價值觀，個人因為得到了專家群體的資訊，改變了自己最原始的想法，進而影響自己的價值觀最後改變自己的行為（潘貴鈺，2010）。

而本研究以認同眾意做為研究大陸交換學生使用 Facebook 的行為意圖之變數。根據文獻所述 Song 及 Kim(2006)在個人部落格社群網站經營提到，個人會因為想要增加其他使用者的瀏覽機會與他人認同，而去使用與經營自己的部落格社群。此外交友型的社群網站，最容易受到周遭朋友的影響而加入，並給予適當的提及與壓力希望可以共同參與相關類型的社群網站。Facebook 是目前年輕族群最使用率最高的交友型的社群網站，在 Facebook 裡面可以獲得到很多不同類型的訊息或者與周遭朋友互動留言的情節。因此，人們在社群網站的使用上會容易順從他人的規範，產生使用社群網站的意圖。

第五節 主觀規範

在過去資管的理論當中，主觀規範(Subjective Norms, SN)是探討行為研究理論重要構面。在理性行為理論(Theory of Reasoned Action, TRA)與計劃型理論(Theory of Planned Behavior, TPB)架構中都有主觀規範變數。Ajzen and Fishbein(1975)所提出理性行為理論，將主觀規範定義為個人對於是否採取某項特定行為所感受到的社會壓力，代表來自於外在的影響。這些壓力來源包括外界對決策者的決策有影響力的個人或團體(梁定彭，2012)。主觀規範的計算公式如下：

m

$$SN = \sum_{j=1}^m NB_j MC_j = \text{規範信念與順從意願的交乘積}$$

SN=個人對採行該行為的主觀規範。

NB_j=個人對於重要參考對象 j 認為其應不應該進行該行為的主觀看法。

MC_j=個人依從重要參考對象 j 的動機。

m=重要參考對象的數目。

Ajzen(1991)認為理性行為理論不足以解釋所有的行為，重新提出計劃型理論來解是個人的行為意向。而 Ajzen(1991)認為主觀規範是指個人表現特定行為時，重要的他人或團體對個體之影響，也隱含著個人從事某些行為將受到同儕或團體的社會壓力；當主觀規範愈高，表示感受到的社會壓力傾向於支持個人從事某行為的程度愈高，亦即服從動機愈高，則從事該行為的意圖就愈高；反之，當主觀規範愈低，行為意圖就愈低。Ajzen(2005)認為主觀規範的形成是基於規範信念，為兩種概念的合成，(1)規範信念強度 (Strength of normative beliefs)：指重要他人對於個體採取特定行為看法，以及對於日常生活與特定行為有關的重要規則認定的程度；(2)聽從動機 (Motivation to comply)：個人順從規範信念的動機，在採取行為時，對於這些重要的他人或團體對個人所抱有期望的聽從意願。

主觀規範變數在資管的研究領域中是一重要研究變數。過去學者運用主觀

規範在探討科技的使用行為意圖上都有顯著性的影響。或者是群體之間對於新事物產生的共鳴，以主觀規範之變數探討也具有相關性的影響(吳姿慧，2010；賴韋成，2012；蔡允舜，2012)。例如：楊雅玲(2011)以計畫行為理論探討社群網站之使用行為意向；黃麗蓉(2012)探討隱私、信任影響社群網站使用者之研究-以 Facebook 為例。

第六節 社群網站-Facebook

Facebook 由美國哈佛大學的學生馬克·祖克柏(Mark Zuckerberg)於 2004 年所創立的社群網站，最初命名的概念是延續哈佛大學的傳統：「花名冊 (Rosters)」所命；它把所有基本成員資料的「花名冊」發放給新入學的學生或新進教職員，協助大家認識學校內其他成員，以利適應學校生活 (Wikipedia, 2011)。剛開始網站的註冊僅限於哈佛大學校內的學生，短短的一個月內，超過半數以上的哈佛大學生都註冊成為用戶。由於獲得學生的好評與支持，在隨後註冊用戶則已擴展至波士頓地區的其他大學。於 2006 年在全球校園內有大學尾碼電子郵件信箱的人都可以註冊使用(香港網絡大典，2011；黃慧華，2012)。之後，更分別建立起高中學生與公司之間的社會網絡，每位用戶都可以選擇加入一個或多個網路團體進行互動與交流。2008 年以學生族群為基礎用戶的 Facebook，已經躍升為世界第二大社群部落格網站。尤其在 2006 年 7 月到 2007 年 9 月這一年當中，Facebook 在全美國所有網站的使用排名也從第 60 名大幅上升至第 7 名，每天平均超過 850 萬張的照片上傳，這也讓 Facebook 成為全美最大的照片分享網站，遠遠超越其它照片分享網站 (高佑嘉，2009；

蘇依文，2008；蔡士源，2011；謝龍卿，2012）。Facebook 於 2008 年 6 月建置中文版本的網站，讓華人地區的用戶可以跨越語言文字的障礙，也能在社群網站上進行分享照片或與他人交流互動的機會。而台灣初期使用 Facebook 的人不多，隨著 Facebook 的網站功能與介面不斷的改版與更新後，並且陸續開發出不同的社群小遊戲，其中一款開心農場(Happy Harvest)的遊戲，在 2010 年獲得台灣年輕族群喜愛，因而 Facebook 在台灣的使用人數迅速增加(何宛芳，2010)。根據日本網路公司(Cereja Technology)在 2013 年 4 月公佈一份亞洲地區使用 Facebook 的人數調查報告(如表 2-8 所示)。在亞洲國家中，印度擁有 6386 萬名 Facebook 使用者，自去年 1 月起已蟬聯 14 次冠軍。台灣雖僅以 1320 萬使用者位居第七，但若以人口比率來看，卻以 56.7% 奪下第一名，且還比 2013 年 2 月公布的數據還多增長了 0.5%。2014 年 2 月 Facebook 公布最新去年第 4 季台灣月與日活躍用戶數均有所成長，每月活躍用戶數高達 1500 萬人之多，滲透率達 65%，依舊高居全球之冠，又以行動月活躍用戶的成長速度最高，半年內增 20%。因此可以發現台灣人使用 Facebook 的比率之高，且運用行動裝置使用 Facebook 的情形持續上升中，而 Facebook 也成為在各行業的行銷或廣告的新平台。

表 2-8 亞洲地區使用 Facebook 的人數調查表

國名	用戶人數	前月 用戶數	前月比 增加數	前月 比增 加率(%)	對人口 比率(%)	人口(人)

印度	63,868,420	62,310,720	1,557,700	2.5	5.1	1,258,400,000
日本	13,531,220	13,427,340	103,880	0.8	10.7	126,400,000
台灣	13,205,960	12,955,500	250,460	1.9	56.7	23,290,000
韓國	8,268,960	8,121,340	147,620	1.8	17.0	48,600,000
香港	3,854,360	3,728,620	125,740	3.4	53.7	7,173,000
中國	577,780	574,500	3,280	0.6	0.0	1,353,600,000

資料來源：Cereja Technology 2013 年 4 月提供

根據創市際市場研究公司 2013 年 9 月公布台灣共有 1144 萬位不重複使用者造訪社群媒體相關網站，其中使用者以 25-34 歲族群為最多(如圖 2-1 所示)，而 15-24 歲的族群在使用 Facebook 的時間最多。以 18-34 歲的年輕族群使用 Facebook 的功能與主因為：瀏覽朋友即時訊息 (89.2%)、社交交流/與他人互動/按讚 (87.5%)、觀看各式他人轉貼的連結 (82.8%) 以及分享個人及時心情 (75.7%)。上述之數據都明顯得知年輕族群最常使用 Facebook 的功能以瀏覽朋友即時訊息與社交交流/與他人互動/按讚為最常使用 Facebook 的功能。



圖 2-1 2013 年 9 月各族群使用社群媒體概況

隨著 Facebook 的使用人數持續增加後，Facebook 的優缺點與使用後的效應逐漸被研究者做為深入研究的對象，其中以年輕人使用 Facebook 的行為與人際關係拓展的議題受到廣泛的討論與研究(如表 2-9 所示)。而研究證實人們在 Facebook 的使用後，對於個人的人際關係與人際脈絡的拓展有正向的相關性，且在長期的使用 Facebook 後也造成年輕人成癮的現象(應維新，2011；謝龍卿，2012；李岱臻，2012)。因此，在現實的生活環境中 Facebook 已經成為年輕族群不可或缺的新社交平台(許慈雅，2010)。

表 2-9 Facebook 使用行為與人際關係之研究表

研究者	研究論文	研究發現
張純富(2009)	社交網站人際關係維繫之研究：以 Facebook 為例	Facebook 的網絡特性能聚合使用者的親友，並有利於使用者進行人際關係維繫。Facebook 的系統推薦，讓使用者可以連結到不同關係網絡的成

		<p>員，進而產生不同強度的人際關係連結。Facebook 所設置的溝通工具與社會性軟體，則有利於使用者與朋友間的人際資訊交流。發現親疏遠近所產生的信任，會影響到使用者對朋友間溝通工具的選擇與互動方式的執行。</p>
許慈雅(2010)	<p>社交網站與組織內人際關係改變之關聯性研究-以 Facebook 為例</p>	<p>Facebook「虛實交錯」的人際關係模式展現在兩個層面上。在組織內形成另一個人際關係場域，組織成員以大量且多樣化資訊做為連結人際關係基礎，達到不同於實體的社交功能。從個人層次來探討，當 Facebook 出現後，它的科技屬性提供組織成員「另一個舞台」，讓個人得以展現出在正式組織場域中難以呈現的某種形象。</p>
謝龍卿(2012)	<p>青少年臉書成癮、人際關係與學業成就及其相關因素之研究</p>	<p>女生真實人際關係明顯高於男生，而男生臉書人際互動明顯高於女生；社經地位等級愈高，真實人際關係愈好，而社經地位低的青少年其臉書人</p>

		際互動明顯高於社經地位高的青少年。
黃宗賢(2012)	國中生 Facebook 使用情形及真實人際關係與網路人際關係之研究	國中女學生的真實人際關係顯著高於男學生，在網路人際關係則無顯著差異。國中一年級學生對真實人際關係與網路人際關係的看法，顯著優於國中二年級學生和三年級學生。父母(長輩)會指導限制的國中生對真實人際關係與網路人際關係的看法，顯著優於父母(長輩)不過問的國中生。
張紹康(2012)	社群媒體自我揭露與網路自我之研究-以臉書為例	使用者在社群媒體進行自我揭露時，會考量不同人際關係而選擇揭露不同的內容，設定不同的觀看權限，臉書使用者在選擇與互動過程中，「自我」與「揭露」的概念實際上是不斷相互協商、同時影響臉書的消費實踐活動，也印證出 Giddens 對於現代性自我的概念，認為自我是透過反思與創造而形塑出來的。

<p>李岱臻(2012)</p>	<p>人際關係發展階段對 Facebook 互動行為之影響</p>	<p>人際關係發展階段對整體的「自我揭露」、「印象管理策略」和「Facebook 功能使用」確實有顯著影響，僅分別在自我揭露構面中的「意見與態度」訊息類型、「財務與金錢」訊息類型以及印象管理策略構面中的「示範」策略結果不顯著。研究結果提供使用者在 Facebook 上與不同親疏關係對象互動時的參考指標。</p>
<p>廖寬儒(2013)</p>	<p>臺北市國小高年級學童臉書使用行為、自我揭露與人際關係之研究</p>	<p>臉書人際關係上，女生高於男生，六年級高於五年級。真實人際關係上，女生高於男生。真實人際關係之「朋友關係」上，六年級高於五年級。真實人際關係之「師生關係」與「親子關係」上，五年級高於六年級。自我揭露愈多之高年級學童，其臉書人際關係與真實人際關係愈佳；臉書人際關係愈佳的高年級學童，其真實人際關係愈佳。</p>

<p>洪贊發(2013)</p>	<p>社群網站人際關係、 社群認同、需求滿足 對忠誠度之影響研究 -以 Facebook 為例</p>	<p>Facebook 會員人際關係重視程度 高，且主要多為滿足社交互動上的需求。社群認同中，會員希望透過 Facebook 與其他成員互動，進而獲得 歸屬感，因此對其社群的認同感也是 高的。在需求滿足部份，會員多能藉 由 Facebook 上的功能而獲得滿足。而 在忠誠度上，會員對於 Facebook 的喜 愛程度與使用頻率上都是偏高的。人 際關係與社群認同對於需求滿足皆具 有顯著的正向影響。人際關係、社群 認同與需求滿足對於忠誠度也皆具有 顯著的正向影響。</p>
------------------	---	--

資料來源：本研究整理

第三章、研究設計

本章共分成五小節：第一節研究架構及研究假說、第二節變數操作定義及衡量、第三節問卷設計、第四節研究對象與抽樣、第五節資料分析方法。各小節分述如下。

第一節 研究假說及研究架構

一、研究假說

本研究以人際需求理論的概念為基礎，探討離鄉背井的在台大陸交換學生對個人內心情感的渴望與歸屬，透過 Facebook 的使用進而拓展個人的人際關係與社會脈絡，最後和新的社會環境做連結。

心理學家 Schutz(1958)提出的「人際需求理論」，他認為在人際互動上，人們應該有三種人際需求的要素，包括：情感(affection)的需求、歸屬(inclusive)的需求、控制(control)的需求；人們常藉由此三種基本的人際需求來進行與他人的互動。情感(affection)的需求指的是反映一個人表達愛和願意接受愛的心理慾望與渴望，透過語言的或非語言的方式表達個人的情感，和他人建立關係並且維持情感需求；歸屬(inclusive)的需求指的是個人希望被他人認同接納的心理渴望，在團體的情境中產生歸屬的需求，想要與他人建立良好的關係並維持滿意的相互需求；控制(control)的需求指的是個人希望能夠有效的影響週遭人與事的心理慾望。透過個人的權力與他人維持人際關係(詹益錦，2007)。

人際需求理論屬於社會心理學的理论，過去的學者主要運用在個人與他人之間的人際關係需求與渴望，透過人際關係量表衡量個人的人際關係與性格。例如：詹益錦(2007)運用人際需求理論探討電視新聞記者間人際互動對新聞產製之影響；蘇淡潔(2012)則探討國小學童的人際關係適應在團體遊戲間之影響；結果研究發現，過去學者運用人際需求理論建構於人際關係之互動相關研究有一定的推論與貢獻，但仍缺乏以人際需求理論建構於社群網站的使用並且拓展

人際關係之相關文獻。人與人之間的互動逐漸被社群網站取代，社群網站成為人際互動的新媒介，尤其年輕族群在社群網站的使用更是頻繁(創市際市場研究顧問，2012)。人際需求的渴望並未因為互動媒介改變而沒有人際需求，人類是有群聚的習性，反而對新媒介的使用後，更渴望在社群網站上拓展朋友圈(圖文傳播藝術學報，2011)，這也說明了人們在使用社群媒介拓展人際關係上合適性，並符合人際需求理論之相關變數的意涵。

Schutz(1958)認為個人情感需求會影響人際需求意圖；而個人渴望得到社會的歸屬亦影響個人人際需求的意圖。因此，本研究提出以下假說：

【H1：個人情感需求會影響個人人際需求意圖】

【H2：個人渴望得到社會的歸屬會影響個人人際需求意圖】

社會連結是指個人在社會裡表現出與人之間持續的親密感(Lee, 2001)。社會連結也是社會網絡中，重要的一個要素。當行動者想要與另外一位行動者建立關係時，必須透過某種途徑(Path)或媒介，直接或間接地表達與建立關係，此相互連結的基本單位稱做連結(林盈廷，2011；洪子凌，2013)。Lee (2001)將社會連結視為一種心理的歸屬感，更準確的說，是一種人際關係親密感的認知，與整個社交世界的緊密程度。因此社會連結，即為人與人之間的關係透過媒介、社群而與社會產生的共鳴。

本研究所探討離鄉背井在台的大陸交換學生，其對於台灣社會的生活環境感到陌生，在社會脈絡的掌握與了解也很有限。除此，大陸交換學生個人因人際關係缺乏感到困惑並渴望盡速建立人際關係。文獻指出，社群網站的使用可

以有效的協助年輕族群對於個人的人際關係與社會的連結有顯著的提升(洪子凌, 2013、簡誼璿, 2013); 洪嘉蓮(2011)認為不同的人格特質對於 Facebook 的使用與社會連結程度有所不同, 因此人際關係對於人們的重要程度相當的高, 個人如果擁有良好的人際關係者, 在社會的生活中可以獲得更支持與認同, 尤其在虛擬社群網站之中; 張純富(2013)認為 Facebook 的使用, 讓使用者可以連結到不同關係網絡的成員, 進而產生不同強度的人際關係連結。因此本研究提出以下假說:

【H3: 個人的社會連結需求會影響個人人際需求意圖】

【H7: 個人人際需求意圖會影響個人使用 Facebook 拓展其社會連結】

主觀規範是指個人表現特定行為時, 重要的他人或團體對個體之影響, 也隱含著個人從事某些行為將受到同儕或團體的社會壓力; 當主觀規範愈高, 表示感受到的社會壓力傾向於支持個人從事某行為的程度愈高, 亦即服從動機愈高, 則從事該行為的意圖就愈高; 反之, 當主觀規範愈低, 行為意圖就愈低 (Ajzen, 1991)。主觀規範的形成是基於規範信念, 為兩種概念的合成, (1)規範信念強度 (strength of normative beliefs): 指重要他人對於個體採取特定行為看法, 以及對於日常生活與特定行為有關的重要規則認定的程度; (2)聽從動機 (motivation to comply): 個人順從規範信念的動機, 在採取行為時, 對於這些重要的他人或團體對個人所抱有期望的聽從意願(Ajzen, 2005)。

從眾行為的研究, 最早是由心理學家 Asch (1952) 所提出, 他指出當多數人所選擇的答案並非正確的時候, 個人在模糊的情況下改變自己的意見, 而容

易產生順從多數人的意見，此行為稱為從眾行為。Deutsch and Gerard (1955) 認為人們之所以會產生從眾行為，是原因人們內心有被他人接納和愛的渴望，因此產生兩種不同的社會性型態，分別為規範性社會影響(Normative social influence)與資訊性社會影響(Informational social influence)。

規範性社會影響指的是人們為了獲得別人的接納、讚賞與喜愛，因此會企圖改變自己原有的行為以符合團體的規範。如果不遵守團體的社會規範，則會受到群體的異樣的想法。資訊性社會影響則是當面臨混沌不明或複雜的資訊中，人們會依賴他人的意見或行為來做為個人決定的依據，因而產生順從群體的行為(余伯泉、李茂興，2003)。徐強、周俊宏、凌儀玲(2003)等人認為順從眾意與認同眾意皆屬於規範性社會影響；內化則屬於資訊性社會影響。認同眾意是指在社會環境規範下，當大家都在做相同的行為或舉止時，因而容易認同與遵循大家的行為舉止；順從眾意指的是在社會環境規範下，大家都要求個人的行為必須與團體一致，這些行為或想法是跟原先個人的行為不相同的，因而要順從大家的意見。而內化是指個人因為團體而改變了自己的價值觀，個人因為得到了專家群體的資訊，改變了自己最原始的想法，進而影響自己的價值觀最後改變自己的行為(潘貴鈺，2010)。

陳怡如(2010)認為不同的人際地位在面對內外團體的從眾行為有所差異，在面對熟悉的團體下，人際地位較低，從眾影響的程度較高，而面對比較陌生的團體下，從眾影響程度較低；因此，人際關係地位的高低與從眾行為影響的程度有正相關性。陳麗卿(2012)探討以理性行為理論探討從眾行為對網路團購

行為之研究中，從眾行為與網路團購主觀規範有相關性影響，且網路團購主觀規範與網路團購意圖有相關性影響；熊震宇(2014)探討從眾行為與 Candy Crush 遊戲使用主觀規範有相關性影響，以及 Candy Crush 遊戲使用主觀規範與使用意圖有相關性影響；Tan & Teo(2000)則認為主觀規範與行為意圖有相關性影響，因為人們經常依據他人認為自己應該怎麼從事某特定行為的知覺；Chan(2004)指出社群意識(Sense of Virtual Community)可提高社群使用者參與社群活動之意願，藉由社群意識的營造，可提升社群使用者參與社群之意願。因此本研究提出以下假說：

【H4：主觀規範會影響個人從眾行為意圖】

【H5：個人社會認同眾意會影響個人從眾行為意圖】

詹壬菡、方彩欣(2012)認為人們可以在虛擬社群中發展人際關係，透過虛擬的社群滿足自我的人際需求，並且想得到團體認同而做出和團體具有一致性的行為。因此本研究提出以下假說：

【H6：個人人際需求意圖會影響個人從眾行為意圖】

翟本瑞(2011)「從社區、虛擬社區到社會網絡網站:社會理論的變遷」一文中提到,Community在一般用法中指涉在特定地理區位上,享有類似的共同興趣,並存在心理上的彼此依附,所形成的團體。隨著時間與科技的演變,Rheingold從1985年參與最初期的The WELL(Whole Earth' Lectronic Link)網路會議室,發現這種交談對話模式將會建構出一種全新的社會型態,他依據在The WELL上的參與經驗,寫成其著名經典作《虛擬社區》(The Virtual Community, 1993)。

隨之，越來越多網路空間與互動模式可以構成不同型態的虛擬社區，非同步互動的電子信件（e-mail）、電子佈告欄（BBS）、新聞討論群組（Newsgroup）、網路電子佈告欄。虛擬社區是社會性構造出來的（socially constructed）。每個人在虛擬空間中進行角色扮演而得到自我認同，黃厚銘（1999）認為虛擬社區中的人際關係可說是同時具有現代社會與傳統社會人際關係的特質。然而陸續有新的資訊通信科技（Information and communication technologies; ICT）出現，社會結構由原先建立在傳統社區緊密結合的小框框（Little Boxes）轉變成「全球在地化」（Glocalized）的社會結構，進而朝向「網絡個人主義」方向發展。人們透過資訊通信科技（ICT）的使用，將原先相當弱的連帶關係轉換成較強的連結；例如：我們不但喜歡看朋友的 Facebook，也會關心朋友的朋友 Facebook 的資訊，這也讓人們建立起強大的「我群」關係。此外，Anagnostopoulos et al.（2008）認為線上社會網絡程式所以能發展出社會連結，是透過使用者彼此間的社會影響力而產生出不同的社會連結程度。因此本研究提出以下假說：

【H8：個人從眾意圖會影響個人使用 Facebook 拓展其社會連結】

研究假說整理如表 3-1 所示：

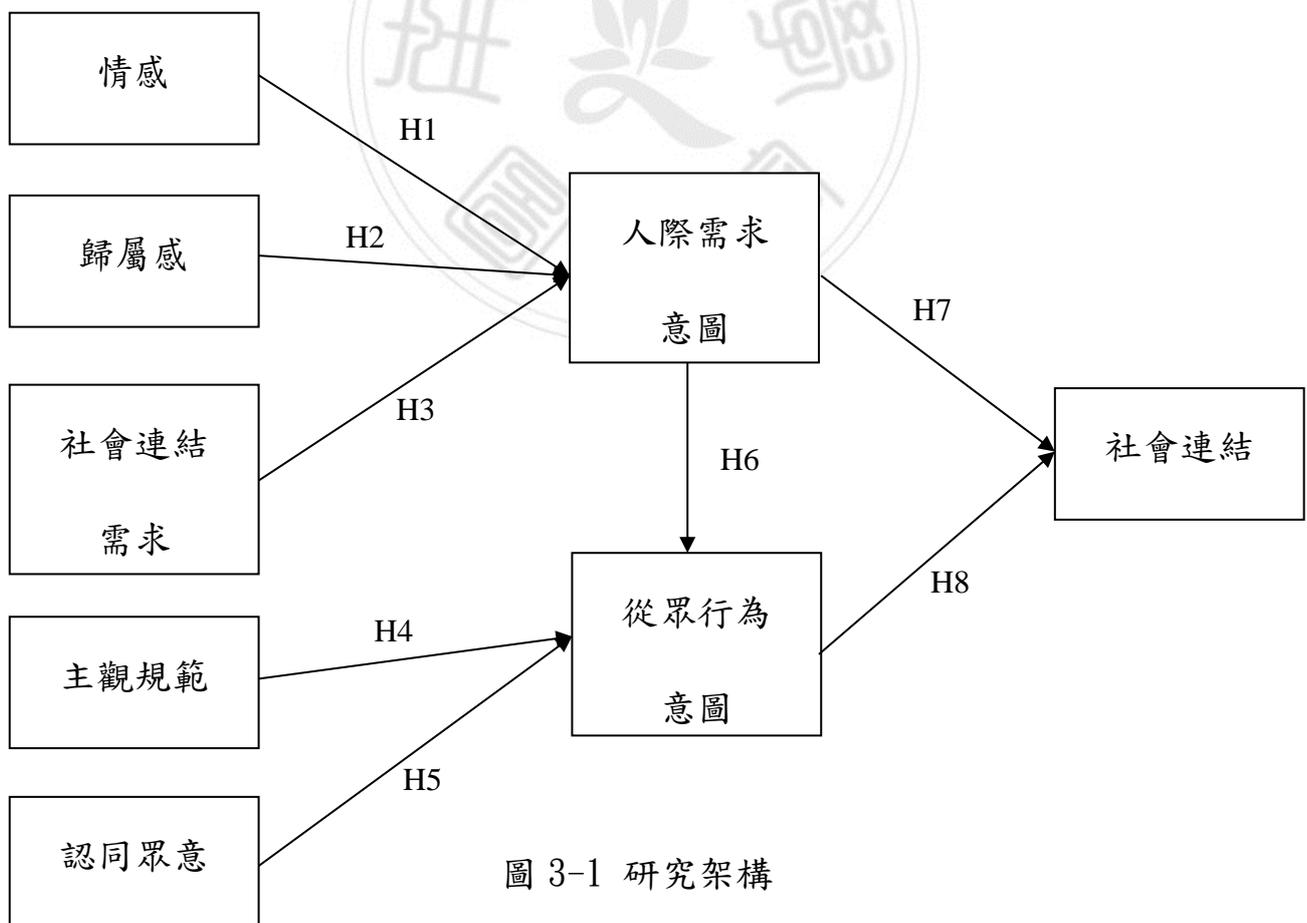
表 3-1 研究假說彙整表

H1：個人情感需求會影響個人人際需求意圖
H2：個人渴望得到社會的歸屬會影響個人人際需求意圖

H3：個人的社會連結需求會影響個人人際需求意圖
H4：主觀規範會影響個人從眾行為意圖
H5：個人社會認同眾意會影響個人從眾行為意圖
H6：個人人際需求意圖會影響個人從眾行為意圖
H7：個人人際需求意圖會影響個人使用 Facebook 拓展其社會連結
H8：個人從眾行為意圖會影響個人使用 Facebook 拓展其社會連結

二、研究架構

本研究根據研究背景、研究目的、文獻探討，以及研究假說，提出以下研究架構如圖 3-1 所示：



第二節 研究變項之操作性定義與問卷設計

一、個人情感與歸屬感的需求

從文獻探討中發現，離鄉背景的在台大陸交換學生對於個人的內心會渴望有情感關懷與歸屬。人是具有靈性的動物，當來到陌生的新環境以及在缺乏個人的人際脈絡下，每個人都會渴望有被愛的感覺或者是得到團體之間的認同與歸屬感。因此人際需求理論中的情感變數適用於在台的大陸學生。本研究採用鄭佩芬(2000)「人際關係與溝通技巧」一書中所編譯的人際需求理論之量表與定義做為情感與歸屬感問項的建構。本研究的情感和歸屬感操作型定義如下：

【情感：離鄉背景的在台陸生，對於新環境的陌生與人際關係的缺乏下，個人的心理渴望與人際互動，並和他人建立關係以維持情感的需求】

【歸屬感：離鄉背景的在台陸生，對於新環境的陌生與人際關係的缺乏下，個人渴望得到新團體的認同與歸屬感，並且建立良好的關係以維持歸屬的需求】

情感部分問卷衡量題數共四題(如表 3-2 所示)，而歸屬感部分問卷衡量題數共四題(如表 3-3 所示)。題項以李克特(Likert)七點尺度量表來進行測量，由填答者表達對於問題的意見，分為非常不同意、不同意、稍不同意、普通、稍同意、同意、非常同意。所對應的分數為 1 分至 7 分，分數愈高則表示愈同意該問項。

表 3-2 情感量表

情感	
A01	我喜歡別人親近我
A02	我喜歡別人友善地對待我
A03	我喜歡別人和我保持距離
A04	我喜歡別人親切的對待我

表 3-3 歸屬感量表

歸屬感	
B01	我喜歡別人邀請我做事
B02	我喜歡別人邀請我參加他們的活動
B03	我喜歡人們有活動時將我算在內
B04	我喜歡別人邀請我參加他們的討論

二、個人社會連結需求

社會連結是指個人在社會裡表現出與人之間持續的親密感(Lee, 2001)。社會連結也是社會網絡中，重要的一個要素。當行動者想要與另外一位行動者建立關係時，必須透過某種途徑(Path)或媒介，直接或間接地表達與建立關係，此相互連結的基本單位稱做連結(林盈廷，2011；洪子凌，2013)。本研究參考Lee(2001)與鍾璣萱(2009)修正過後的社會連結程度量表(The Social Connectedness Scale-Revised, SCS-R)做為社會連結需求問項的建構。依據此

量表問項的深入發現，其中有部分的問項是屬於內心渴望與社會連結需求的意圖，並非所有的量表問項都是社會連結行為的問項。因此，本研究將社會連結程度量表的問項做切割的動作，把社會連結的需求做為單獨的構面。本研究的社會連結需求操作型定義如下：

【社會連結需求：離鄉背井的在台陸生，對於新環境的陌生與人際關係的缺乏下，個人的內心會有極大的渴望與需求，期盼透過社群媒介的使用與社會有所連結】

社會連結需求的問卷衡量題數共六題(如表 3-4 所示)。

表 3-4 社會連結需求量表

社會連結需求	
C01	沒有 Facebook，我覺得自己很難與外面世界連結
C02	沒有 Facebook，我覺得自己很難加入任何團體
C03	沒有 Facebook，我感覺我離人們很遙遠
C04	沒有 Facebook，我覺得自己像個局外人
C05	沒有 Facebook，我與同儕之間很少有同在一起的感覺
C06	沒有 Facebook，我覺得自己失去與原有社會的連結感

三、主觀規範

Ajzen(1991)認為主觀規範是指個人表現特定行為時，重要的他人或團體對個體之影響，也隱含著個人從事某些行為將受到同儕或團體的社會壓力。當主

觀規範愈高，表示感受到的社會壓力傾向於支持個人從事某行為的程度愈高，亦即服從動機愈高，則從事該行為的意圖就愈高；反之，當主觀規範愈低，行為意圖就愈低。因此，本研究以 Ajzen(2005)最新提出的主觀規範的信念量表做為問項的建構。他指個人順從規範信念的動機，在採取行為時，對於這些重要的他人或團體對個人所抱有期望的聽從意願。離鄉背景的陸生，會依循在台灣學校裡重要關係聯絡人與老師的聯繫方式來做配合與遵從。而 Facebook 的使用正是年輕族群使用最頻繁的聯繫平台，因此重要的同學或老師會希望陸生也能去使用 Facebook 做為聯繫的媒介。本研究的主觀規範操作型定義如下：

【主觀規範：離鄉背景的在台陸生，會依循重要的他人或團體成員對他們有所期望與規範，期盼他們可以在社群中與他人聯繫或互動】

主觀規範部分問卷衡量題數共五題(如表 3-5 所示)。

表 3-5 主觀規範量表

主觀規範	
D01	學校的老師支持我去使用 Facebook
D02	學校的新同學推薦我去使用 Facebook
D03	學校的其他交換學生建議我使用 Facebook
D04	宿舍的新室友支持我去使用 Facebook
D05	社團的新夥伴推薦我去使用 Facebook

四、認同眾意

Asch (1952) 指出當多數人所選擇的答案並非正確的時候，個人在模糊的情況下改變自己的意見，而容易產生順從多數人的意見。認同眾意指的是在社會環境規範下，當大家都在做相同的行為或舉止時，而容易認同大家的行為而跟著去行動(徐強、周俊宏、凌儀玲，2003)。因此，本研究依據 Asch (1952)、Allen (1965)、Lascu 與 Zinkhan (1999)、陳怡帆(2006)、楊環華(2008)及吳雅雯(2010)所提出的從眾量表與定義做為認同眾意問項的建構。根據文獻所述大陸政府尚未開放的使用 Facebook，因此本研究的在台陸生極少人使用過 Facebook(維基百科)。而這群大陸學生來到台灣求學後，會發現台灣的年輕族群都在使用 Facebook，並且把 Facebook 作為彼此聯繫與交流的平台，因而在台陸生會有主動模仿與認同大家使用 Facebook 的行為。本研究的認同眾意操作型定義如下：

【認同眾意：當過去不曾使用過的社群網站，當發現周遭的朋友或同學都在使用同一個社群網站做為訊息交流的平台，這群大陸學生也自然認同大家的做法而跟著去使用新的社群網站】

認同眾意部分問卷衡量題數共四題(如表 3-6 所示)。

表 3-6 認同眾意量表

認同眾意	
E01	我會因為大家使用 Facebook 而想要跟著去使用 Facebook

E02	看大家使用 Facebook，我也想要使用 Facebook
E03	看到大家在 Facebook 上認識朋友，我也想試試看
E04	看到大家在 Facebook 上留言，我也會想跟著在 Facebook 上留言

五、人際需求意圖

Schutz(1958)提出的「人際需求理論」，他認為每個人都有人際關係的需求，而一段關係是否要開始、建立或是維持，得依雙方的人際需求程度而定(蘇涇潔，2012)。謝廣全(1973)認為人際關係是指在團體或組織當中，幾個人之間所產生的一種交互影響之下的產物。陳嫻竹(2002)認為人際關係指兩個或兩個以上的人，透過各不同的方式進行交流與互動，因而在心理上或行為上相互影響而產生。人際關係指的是人與人之間透過語言、思想、感情等行為，過程中與他人發生交互作用並交互影響的活動歷程之關係。本研究採納鄭佩芬(2000)「人際關係與溝通技巧」一書中所編譯的人際需求理論之量表與人際需求定義，以及結合 Ajzen(2002)所提出「Brief Description of the Theory of Planned Behavior」的文章中意圖變數做為人際需求意圖問項的建構。本研究的人際需求意圖操作型定義如下：

【人際需求意圖：對於離鄉背井的陸生，隨著來到新的環境學習後，對於個人的人際關係開始產生渴望與需求，因此有意圖使用媒介來維持或建立人際關係】

此人際需求意圖部分問卷衡量題數共七題(如表 3-7 所示)。

表 3-7 人際需求意圖量表

人際需求意圖	
F01	我想要用 Facebook，因為它可以滿足我維繫朋友的關係
F02	我想要用 Facebook，因為它可以讓我有更好的人際關係
F03	我想要用 Facebook，因為它可以讓我更融入社群
F04	我想要用 Facebook，因為它可以讓我減少孤獨感
F05	我想要用 Facebook，因為它可以讓我結交新朋友
F06	我想要用 Facebook，因為它可以讓我有歸屬感
F07	我想要用 Facebook，因為它可以讓我更親近他人

六、從眾行為意圖

徐強、周俊宏、凌儀玲(2003)等人認為「順從」與「認同眾意」歸納成規範性社會影響；而「內化」則屬於資訊性社會影響。認同眾意指的是在社會環境規範下，當大家都在做相同的行為或舉止時，而容易認同大家的行為而跟著去行動；順從眾意指的是在社會環境規範下，大家都要求個人的行為必須與團體一致，這些行為或想法是跟原先個人的行為不相同的，因而要順從大家的意見。而內化是指個人因為團體而改變了自己的價值觀，個人因為得到了專家群體的資訊，改變了自己最原始的想法，進而影響自己的價值觀最後改變自己的行為（潘貴鈺，2010）。本研究量表是採用 Asch (1952)、Allen (1965)、Lascu 與 Zinkhan (1999)、陳怡帆(2006)、楊環華(2008)、吳雅雯(2010)對從眾行為

的定義與量表做整理，並結合 Ajzen(2002)所提出「Brief Description of the Theory of Planned Behavior」的文章中意圖變數做為從眾行為意圖問項的建構。本研究的從眾行為意圖操作型定義如下：

【從眾行為意圖：在重要他人或周遭朋友的鼓勵和要求下，在台的大陸交換學生會產生出對於使用社群網站(Facebook)的行為意圖】

從眾行為意圖部分問卷衡量題數共五題(如表 3-8 所示)。

表 3-8 從眾行為意圖量表

從眾行為意圖	
H01	我會認同大家的做法，而去使用 Facebook
H02	我會遵循大家的意見，而去使用 Facebook
H03	我會加入成為使用 Facebook 的一員
H04	我會遵循朋友的意見，而去使用 Facebook
H05	跟團體中的成員一樣我會使用 Facebook 分享我的想法

七、社會連結

Lee (2001) 將社會連結視為一種心理的歸屬感，更準確的說，是一種人際關係親密感的認知，與整個社交世界的緊密程度。因此社會連結，即為人與人之間的關係透過媒介、社群而與社會產生的共鳴。人際關係相關理論提到人際關係對人們之重要性，擁有良好的人際關係者，在社會的生活中可以獲得支持與認同。本研究參考 Lee(2001)與鍾瓏萱(2009)修正過後的社會連結程度量表

(The Social Connectedness Scale-Revised, SCS-R)，去除社會連結需求的量表問項後，保留社會連結行為的量表問項做定義與建構。本研究的社會連結操作型定義如下：

【社會連結：離鄉背井的在台大陸交換學生，在人際關係的建立與社會脈絡的拓展下，透過社群網站(Facebook)的使用後，因而與這個社會建立新的連結】

社會連結部分問卷衡量題數共六題(如表 3-9 所示)。

表 3-9 社會連結量表

社會連結	
I01	使用 Facebook 讓我與同儕有共同的話題
I02	使用 Facebook 讓我跟同儕建立良好的關係
I03	使用 Facebook 讓我在新環境融入得很成功
I04	使用 Facebook 讓我與其他人建立了友誼關係
I05	使用 Facebook 讓我更容易認識新的朋友
I06	使用 Facebook 讓我被認識的人所了解

第三節 研究對象與抽樣

一、研究對象與抽樣方式

本研究對象為在台大陸交換學生。以短期在台灣交換的大陸交換學生為研究樣本。研究樣本的來源由有：屏東教育大學的大陸交換學生以及 Facebook 在

台陸生粉絲團的成員。預測以紙本問卷方式發放，並以屏東教育大學的大陸交換學生作為發放對象。因個人熟識一位屏東教育大學的陸生，經確認發放的陸生名單後，紙本問卷由這位屏東教育大學的陸生做校園的協助發放，發放的時間為 2014 年 4 月 1 日至 4 月 14 日，共 2 個星期。後測以網路問卷發放方式，以 Facebook 在台陸生粉絲團的成員作為發放對象，發放粉絲團的名稱有「海峽兩岸青年活動許願池」、「淡江大學大陸地區研修生」、「大陸學生在台交流論壇」、「交通大學陸生聯誼會」、「2014 中正大學交換生」等，以上之經過各個板主同意後，做網路問卷文章的發放，確保填答者為在台大陸交換學生，研究者主動和各個粉絲團的陸生成員做良性的互動，確認無誤後在請他們幫忙填寫網路問卷，藉由滾雪球擴散的方式請他們熟識的在台陸生填寫，發放的時間為 2014 年 4 月 20 日至 5 月 10 日，共 3 個星期。

二、問卷預試實施與分析

本問卷編製完成後，經由大陸上海商學院外文系的吳曉燕與王丹丹同學協助檢查本問卷的文字意思有無差異，其目的是要了解問卷題項的語意是否和大陸學生的認知是一致的。經過確認無誤後，便接著進行問卷預試。藉此了解問卷量表是否具有可靠信與適當性，預試的對象以屏東教育大學的大陸交換學生為主。本研究預試採取紙本問卷調查，發放問卷時會詢問是否為大陸交換學生以及是否填寫過此份問卷，避免重複填答，確保問卷品質。本次預試紙本問卷共發放 60 份，最後樣本收回 55 份，其中 50 份為有效問卷。預試分析結果供檢視量表適用性及修改量表題目之用。

接著，本研究利用 SPSS12.0 套裝統計軟體進行信度分析，用以判斷此量表是否具有一致性。本研究採用 Cronbach' s α 係數來評估本研究問卷量表的信度。Nunally (1978) 提出 Cronbach' s α 值須大於 0.7 之標準，而本研究各構面之 Cronbach' s α 係數值皆大於 0.7 符合標準值，因此本研究具有良好的信度，依照預試之結果對問卷進行適當修改後，便進行正式施測。

本研究整體信度 Cronbach' s $\alpha=0.96$ ；情感 Cronbach' s $\alpha=0.48$ 不符合標準，故將 A01 和 A03 兩個題項做刪除，刪除後的情感 Cronbach' s $\alpha=0.66$ ；歸屬感 Cronbach' s $\alpha=0.91$ ；社會連結需求 Cronbach' s $\alpha=0.94$ ；主觀規範 Cronbach' s $\alpha=0.93$ ；認同眾意 Cronbach' s $\alpha=0.90$ ；人際需求意圖 Cronbach' s $\alpha=0.94$ ；從眾行為意圖 Cronbach' s $\alpha=0.95$ ；社會連結 Cronbach' s $\alpha=0.95$ 。除了情感構面 Cronbach' s α 值無法大於 0.7 之標準外，其餘構面皆符合 Nunally (1978) 提出 Cronbach' s α 值須大於 0.7 之標準，因此本研究仍具有好的信度，依照預試之結果對問卷進行正式施測(如表 3-10 和 3-11 所示)。

表 3-10 刪除前信度分析表

變項	題數	Cronbach' s α
整體信度	41	0.95
情感	4	0.48
歸屬感	4	0.91
社會連結需求	6	0.94

主觀規範	5	0.93
認同眾意	4	0.90
人際需求意圖	7	0.94
從眾行為意圖	5	0.95
社會連結	6	0.95

表 3-11 刪除後信度分析表

變項	題數	Cronbach' s α
整體信度	39	0.96
情感	2	0.66
歸屬感	4	0.91
社會連結需求	6	0.94
主觀規範	5	0.93
認同眾意	4	0.90
人際需求意圖	7	0.94
從眾行為意圖	5	0.95
社會連結	6	0.95

三、正式施測與抽樣方式

正式施測採用便利抽樣法，將網路問卷放置 Facebook 在台交換陸生的粉絲團進行問卷施測。發放粉絲團以「海峽兩岸青年活動許願池」「淡江大學大陸

地區研修生」「大陸學生在台交流論壇」「交通大學陸生聯誼會」「2014 中正大學交換生」為主。

近期 Facebook 的粉絲團功能受到年輕族群的好評，Facebook 粉絲專頁是由許多個體的粉絲加入而組成的團體或者組織例如：後援會、俱樂部、社團等等，團體中的成員有著共同的嗜好、共同的話題與興趣，在這個團體當中可以感受到高度的認同感，在相互討論和分享中凝聚出集體意識與團體認同(楊雲竹，2010)。因此本研究選擇在 Facebook 的陸生粉絲團發放電子問卷。本次正式紙本問卷共發放 230 份，最後樣本收回 215 份，其中 203 份為有效問卷。

第四節 資料分析方法

本研究以 SPSS 12.0、PLS 進行資料分析。使用的統計方法包括敘述性統計分析、信度與效度分析、結構方程模式。其中是以結構方程式(Structural Equation Modeling, SEM)當中的偏最小平方法(Partial Least Squares, PLS)統計分析技術進行研究結構模型分析，測量各構面之間的因果關係。

一、敘述性統計分析

將問卷中李克特七點此度量表之回答，經過編碼量化後，計算出次數分配、平均數、百分比，以及標準差等相關數據。利用平均數了解各問項的平均程度，利用標準差來測量資料間相互的差異性。標準差越大資料之差異性越大，標準差越小則表示該指標重要性看法越一致。

二、驗證性因素分析(Confirmatory Factor Analysis, CFA)

驗證性因素分析是用來檢定理論模式下的因素結構，亦可用來檢驗量測項目的信度與效度。因此，驗證性因素分析具有理論檢驗與因素確認的功能。本研究將以驗證性因素分析來進一步驗證本研究之理論結構。本研究在驗證性因素分析，亦將進行信、效度分析，使用方法分述如下：

- 信度分析：信度分析同樣採以 Cronbach' s α 係數分析各量表的信度，Cronbach' s α 統計係數是經常被使用來衡量一致性的檢定方法，其建議值須達 0.7 (Hair et al., 2006)。
- 效度分析：有關於CFA效度分析，共分為收斂效度與區別效度，本研究使用測量方式分敘如下：

(一)、收斂效度

本研究依據 Fornell 與 Larcker (1981) 之建議，其收斂效度須具備一下三個條件：一、各題項之因素負荷量須大於 0.5 之標準；二、組合信度值(Composite Reliability, CR) 需大於 0.6，其他學者如 Nunally & Bernstein (1994) 與 Bagozzi & Yi (1998) 更提出 0.7 之標準，本研究以 CR 值大於 0.7 作為標準；三、平均變異萃取量 (Average Variance Extracted, AVE 需大於 0.4 (Hair et al., 2006))。需同時滿足以上三項條件才算具有收斂效度。

(二)、區別效度

本研究之區別效度方法採用以下二種方法，分述如下：

- 1、 Kline (1998) 提出，構面之間的相關係數不能大於 0.85，若符合條件即算具備區別效度。

2、 依據 Barcly 與 Smith Jr. (1995) 以及 Fornell 與 Larcker (1981) 等學者之建議，將構面所測得平均變異萃取量取根號值，所得到數值需大於其他構面之相關係數值，才算具有區別效度。

三、結構方程式

本研究之結構方程模式是以結構方程式模型 (Structural Equation Modeling, SEM) 當中的偏最小平方法 (Partial Least Squares, PLS) 統計分析技術進行研究結構模型分析，測量各構面之間的因果關係。PLS 統計技術的優點有以下幾點：(1) 適用於小樣本或中規模樣本 (2) PLS 是一個無分配 (distribution-free) 的迴歸分析技術，相對之下，SEM 的求解則是建築在常態機率模式下的最大概似估計法，其受到多元常態分佈的假設限制，當資料非常態分佈時，會得到偏誤解 (biased solution) (邱皓政，民 100)。本研究之研究有效樣本為 253 份，屬於中規模樣本，因此適合以 PLS 進行模型檢驗。

第四章、資料分析

本章主要是將正式施測回收的問卷進行資料分析，依序進行：第一節敘述性統計分析；第二節信度與效度分析；第三節研究模型與假說驗證。

第一節 敘述性統計分析

一、樣本描述

一、性別

本研究有效樣本中，受測者以女性居多佔 72%，本研究在台大陸交換學生性別分布情況如表 4-1 所示：

表 4-1 性別分布表

變項	項目	人數	百分比(%)
性別	男生	58	28%
	女生	145	72%

二、年齡

研究有效樣本中，受測者年齡以 20 歲佔 28.6% 最多，其次為 21 歲佔 26.1%。受測者平均年齡約 21.4 歲。本研究在台大陸交換學生年齡分布情況如表 4-2 所示：

表 4-2 年齡分佈表

變項	項目	人數	百分比(%)
年齡	19 歲	22	10.8%
	20 歲	58	28.6%
	21 歲	53	26.1%
	22 歲	21	10.3%
	23 歲	15	7.4%
	24 歲	17	8.4%
	25 歲	11	5.4%

	26 歲	6	3.0%
平均年齡	21.4 歲		

三、籍貫

研究有效樣本中，受測者出生籍貫以江蘇省 10.84% 佔最多，其次為廣東省 9.36%，受測者分布於大陸區域 29 個省份。本研究在台大陸交換學生籍貫分布情況如表 4-3 所示：

表 4-3 籍貫分布表

變項	項目	人數	百分比(%)
年齡	山東	18	8.87%
	廣東	19	9.36%
	河南	1	0.49%
	安徽	11	5.42%
	上海	8	3.94%
	浙江	17	8.37%
	福建	17	8.37%
	江西	6	2.96%
	黑龍江	2	0.99%
	重慶	5	2.46%
	湖北	8	3.94%

	山西	3	1.48%
	廣西	2	0.99%
	江蘇	22	10.84%
	甘肅	5	2.46%
	遼寧	9	4.43%
	湖南	8	3.94%
	北京	8	3.94%
	河南	5	2.46%
	陝西	6	2.96%
	雲南	1	0.49%
	天津	2	0.99%
	青島	2	0.99%
	四川	7	3.45%
	吉林	1	0.49%
	新疆	1	0.49%
	海南	1	0.49%
	河北	6	2.96%
	吉林	2	0.99%

四、在台大陸交換學生來台的時間

本研究有效樣本中，受測者平均來台灣的時間為 3.4 個月。本研究在台大陸交換學生平均在台時間分布情況如表 4-4 所示：

表 4-4 大陸交換學生在台的時間分布表

項目	時間(月)
平均在台時間	3.4 個月

五、在台大陸交換學生就讀的地點

本研究有效樣本中，受測者在台就學的地區以南部 44% 佔最多，其次為北部為 35%。本研究在台大陸交換學生在台就學地區分布情況如表 4-5 所示：

表 4-5 在台就學的地區分佈表

區域	人數	百分比(%)
北部	89	43.8%
中部	42	20.7%
南部	61	30.0%
東部	11	5.4%

六、在台大陸交換生曾經是否使用過 Facebook

本研究有效樣本中，受測者過去不曾使用 Facebook 75% 佔最多。本研究在台大陸交換學生過去使用 Facebook 的情況如表 4-6 所示：

表 4-6 在台大陸交換生過去使用過 Facebook 的情況分佈表

項目	人數	百分比(%)
是	52	25%
否	151	75%

七、 在台大陸交換學生就讀的學校

本研究有效樣本中，受測者在台交換學校的人數以中正大學 14.78% 佔最多，其次為義守大學佔 9.36%，受測者就讀的學校共分布於台灣 33 所國私立大專院校。本研究在台大陸交換學生在台就讀學校分布情況如表 4-7 所示：

表 4-7 在台大陸交換學生就讀的學校分佈表

學校名稱	人數	百分比(%)
中正大學	30	14.78%
交通大學	11	5.42%
東海大學	12	5.91%
逢甲大學	8	3.94%
義守大學	19	9.36%
中原大學	5	2.46%
台灣大學	16	7.88%
輔仁大學	4	1.97%
清華大學	2	0.99%

南華大學	3	1.48%
成功大學	1	0.49%
世新大學	5	2.46%
台灣科技大學	4	1.97%
文化大學	5	2.46%
東吳大學	3	1.48%
東華大學	13	6.40%
台灣師範大學	5	2.46%
中山大學	5	2.46%
宜蘭大學	2	0.99%
淡江大學	12	5.91%
銘傳大學	1	0.49%
政治大學	5	2.46%
聖約翰科技大學	1	0.49%
中央大學	5	2.46%
亞洲大學	1	0.49%
台中教育大學	1	0.49%
雲林科技大學	9	4.43%
高雄師範大學	1	0.49%

中華科技大學	3	1.48%
實踐大學	1	0.49%
朝陽科技大學	1	0.49%
中興大學	7	3.45%
台南應用科大	2	0.99%

八、在台大陸交換學生就讀的學院

本研究有效樣本中，受測者在台就讀的學院以理工學院 22.1% 佔最多，其次為管理學院 21.6%。本研究在台大陸交換學生在台就讀的學院分布情況如表 4-8 所示：

表 4-8 在台大陸交換學生就讀的學院分佈表

學校名稱	人數	百分比(%)
管理學院	44	21.67%
科技學院	9	4.43%
社會科學院	23	11.33%
理工學院	45	22.17%
教育學院	5	2.46%
藝術學院	11	5.42%
法商學院	27	13.30%
其他學院	39	19.21%

九、使用 Facebook 的時間

本研究有效樣本中，受測者使用 Facebook 的時間以 1 個月(含)以上~3 個月以內 43.84% 佔最多，其次為 3 個月(含)以上~6 個月以內 33%。本研究在台大陸交換學生使用 Facebook 的時間分布情況如表 4-9 所示：

表 4-9 使用 Facebook 的時間分布表

項目	人數	百分比(%)
1 個月以內	5	2.46%
1 個月(含)以上~3 個月以內	89	43.84%
3 個月(含)以上~6 個月以內	67	33%
6 個月(含)以上~12 個月以內	15	7.39%
12 個月以上	27	13.3%

十、每天使用 Facebook 的時間

本研究有效樣本中，受測者使用 Facebook 的時間 1 小時以內 59.11% 佔最多，其次為 1~2 小時以內 25.62%。本研究在台大陸交換學生每天使用 Facebook 的時間分布情況如表 4-10 所示：

表 4-10 每天使用 Facebook 的時間分布表

項目	人數	百分比(%)
1 小時以內	120	59.11%
1~2 小時以內	52	25.62%

2~3 小時以內	18	8.87%
3~4 小時以內	10	4.93%
4 小時以上	3	1.48%

十一、Facebook 的好友

本研究有效樣本中，受測者 Facebook 的好友以同學的人次佔最多，其次為朋友佔。本研究在台大陸交換學生 Facebook 的好友分布情況如表 4-11 所示：

表 4-11 Facebook 的好友分布表

項目	人數	百分比(%)
同學	197	97.04%
朋友	158	77.83%
家人	10	4.93%
老師	92	45.32%
網友	54	26.60%
陌生人	97	47.78%

二、個研究變項敘述性統計分析

本節主要目的在說明觀察變相的敘述性統計，目的在了解收集資料的資料內觀察變項之平均數、標準差、偏態、峰度，以了解資料集中和分散情況。並根據 Kline(1998)指出，當偏態(skewness)的絕對值小於 3，峰度(kurtosis)的絕對值小於 10.0 時，一般可視為常態分配。故本研究以此標準檢視各變項描述

性統計分析結果。下列共分八個部分進行描述性統計分析，依序：一、情感；二、歸屬感；三、社會連結需求；四、主觀規範；五、認同眾意；六、人際需求意圖；七、從眾行為意圖；八、社會連結。

一、情感

情感之敘述性分析情形(如表 4-12 所示)。其中平均數介於 6.20~6.49 之間，標準差介於 0.80~0.96 之間，偏態介於-1.71~-1.21，峰度介於 0.50~1.91 之間。本研究情感構面符合 Kline(1998)提出，當偏態(skewness)之絕對值小於 3.0；峰度(kurtosis)的絕對值小於 10.0 時可視為常態分配。

表 4-12 情感敘述性統計分析情況

情感				
編碼	平均數	標準差	偏態	峰度
A02	6.49	0.80	-1.71	1.91
A04	6.20	0.96	-1.21	0.50

二、歸屬感

歸屬感之敘述性分析情形(如表 4-13 所示)。其中平均數介於 5.50~6.05 之間，標準差介於 0.92~1.10 之間，偏態介於-0.81~-0.35，峰度介於-1.19~-0.37 之間。本研究情感構面符合 Kline(1998)提出，當偏態(skewness)之絕對值小於 3.0；峰度(kurtosis)的絕對值小於 10.0 時可視為常態分配。

表 4-13 歸屬感敘述性統計分析情況

歸屬感				
編碼	平均數	標準差	偏態	峰度
B01	5.50	1.10	-0.35	-1.19
B02	5.87	0.96	-0.35	-0.80
B03	6.05	0.97	-0.81	-0.81
B04	6.02	0.92	-0.62	-0.37

三、社會連結需求

社會連結需求之敘述性分析情形(如表 4-14 所示)。其中平均數介於 2.63 ~3.01 之間，標準差介於 1.38~1.55 之間，偏態介於 0.41~0.97，峰度介於 -0.49~0.80 之間。本研究情感構面符合 Kline(1998)提出，當偏態(skewness)之絕對值小於 3.0；峰度(kurtosis)的絕對值小於 10.0 時可視為常態分配。

表 4-14 社會連結需求敘述性統計分析情況

社會連結需求				
編碼	平均數	標準差	偏態	峰度
C01	3.01	1.54	0.50	-0.49
C02	2.85	1.42	0.48	-0.18
C03	2.84	1.38	0.41	-0.48
C04	2.95	1.55	0.93	0.75
C05	2.85	1.43	0.97	0.80

C06	2.63	1.44	0.73	0.36
-----	------	------	------	------

四、主觀規範

主觀規範之敘述性分析情形(如表 4-15 所示)。其中平均數介於 4.65~5.41 之間，標準差介於 1.32~1.45 之間，偏態介於-1.26~-0.41，峰度介於 0.44~3.63 之間。本研究情感構面符合 Kline(1998)提出，當偏態(skewness)之絕對值小於 3.0；峰度(kurtosis)的絕對值小於 10.0 時可視為常態分配。

表 4-15 主觀規範敘述性統計分析情況

主觀規範				
編碼	平均數	標準差	偏態	峰度
D01	4.70	1.40	-0.41	0.44
D02	5.41	1.32	-1.26	2.64
D03	4.85	1.45	-0.44	1.86
D04	4.65	1.45	-0.57	3.63
D05	5.12	1.43	-1.02	2.64

五、認同眾意

認同眾意之敘述性分析情形(如表 4-16 所示)。其中平均數介於 4.69~5.29 之間，標準差介於 1.43~1.68 之間，偏態介於-0.94~-0.10，峰度介於-0.93~5.22 之間。本研究情感構面符合 Kline(1998)提出，當偏態(skewness)之絕對值小於 3.0；峰度(kurtosis)的絕對值小於 10.0 時可視為常態分配。

表 4-16 認同眾意敘述性統計分析情況

認同眾意				
編碼	平均數	標準差	偏態	峰度
E01	5.29	1.43	-1.44	2.99
E02	5.15	1.46	-1.94	5.22
E03	4.92	1.60	-0.40	-0.93
E04	4.69	1.68	-0.10	-0.13

六、人際需求意圖

人際需求意圖之敘述性分析情形(如表 4-17 所示)。其中平均數介於 4.02 ~4.95 之間，標準差介於 1.43~1.65 之間，偏態介於-1.17~-0.16，峰度介於 -1.24~0.49 之間。本研究情感構面符合 Kline(1998)提出，當偏態(skewness)之絕對值小於 3.0；峰度(kurtosis)的絕對值小於 10.0 時可視為常態分配。

表 4-17 人際需求意圖敘述性統計分析情況

人際需求意圖				
編碼	平均數	標準差	偏態	峰度
F01	4.77	1.45	-0.43	-0.51
F02	4.79	1.43	-0.81	-0.09
F03	4.87	1.47	-0.91	-0.07
F04	4.11	1.62	-0.29	-0.74

F05	4.95	1.47	-1.17	0.49
F06	4.02	1.65	-0.18	-1.24
F07	4.59	1.46	-0.16	-1.06

七、從眾行為意圖

從眾行為意圖之敘述性分析情形(如表 4-18 所示)。其中平均數介於 4.64~5.40 之間，標準差介於 1.21~1.37 之間，偏態介於-0.24~0.31，峰度介於-0.73~-0.20 之間。本研究情感構面符合 Kline(1998)提出，當偏態(skewness)之絕對值小於 3.0；峰度(kurtosis)的絕對值小於 10.0 時可視為常態分配。

表 4-18 從眾行為意圖敘述性統計分析情況

從眾行為意圖				
編碼	平均數	標準差	偏態	峰度
H01	4.68	1.36	0.31	-0.73
H02	4.64	1.30	0.14	-0.20
H03	5.40	1.21	-0.16	-0.61
H04	5.00	1.24	-0.24	-0.45
H05	5.00	1.37	-0.21	-0.35

八、社會連結

社會連結之敘述性分析情形(如表 4-19 所示)。其中平均數介於 4.59~5.00 之間，標準差介於 1.31~1.42 之間，偏態介於-1.19~-0.36，峰度介於-0.39

~1.60 之間。本研究情感構面符合 Kline(1998)提出，當偏態(skewness)之絕對值小於 3.0；峰度(kurtosis)的絕對值小於 10.0 時可視為常態分配。

表 4-19 社會連結敘述性統計分析情況

社會連結				
編碼	平均數	標準差	偏態	峰度
I01	4.59	1.35	-0.95	0.80
I02	4.74	1.31	-1.19	1.60
I03	4.68	1.38	-0.67	0.33
I04	4.84	1.34	-0.36	-0.39
I05	5.00	1.34	-0.87	0.76
I06	4.85	1.42	-0.42	0.15

第二節 信度與效度分析

本節主要目的為檢驗本研究所設計問卷，在統計上是否有足夠的信度與效度。本研究以 SPSS 12.0 統計軟體，進行檢視適合度檢定、驗證性因素分析及信度之統計分析；結構方程式模型則以 SmartPLS 2.0 統計軟體進行驗證性因素分析，對問卷結構進行收斂效度、區別效度，信度分析等分析步驟。

● 信度與效度分析：驗證性因素分析階段

進行驗證性因素分析 (Confirmatory Factor Analysis, CFA) 衡量問卷之收斂效度、區別效度與構面信度。本研究對於因素負荷量採取根據 Hair et al.

(2006, pp. 808) 的建議，標準化因素負荷量至少要達到 0.50 的門檻，對於平均萃取變異量 (Average Variance Extracted, AVE) 之建議，以大於 0.4 作為標準(黃榮水，2009)；組合信度 (Composite Reliability, CR) 以 0.7 為標準 (Nunally& Bernstein, 1994；Bagozzi& Yi, 1998)；本研究以 Cronbach' s α 檢視構面信度，以 Nunally (1978) 提出 Cronbach' s α 值須大於 0.7 為標準。本研究驗證性因素分析與構面信度彙整表(如表 4-20 所示)。由表 4-20 可發現本研究驗證性因素分析之因素負荷量、AVE、CR 皆符合標準。

表 4-20 收斂效度與構面信度彙整表

構面	問項	因素負荷量	平均萃取變異量	組合信度	Cronbach' s α
情感	A02	0.921	0.868	0.929	0.848
	A04	0.941			
歸屬感	B01	0.750	0.731	0.915	0.876
	B02	0.912			
	B03	0.904			
	B04	0.843			
社會連結需求	C01	0.849	0.790	0.957	0.946
	C02	0.859			
	C03	0.936			

	C04	0.911			
	C05	0.902			
	C06	0.870			
主觀規範	D01	0.763	0.696	0.919	0.890
	D02	0.858			
	D03	0.875			
	D04	0.823			
	D05	0.846			
認同眾意	E01	0.861	0.804	0.942	0.918
	E02	0.942			
	E03	0.893			
	E04	0.887			
人際需求 意圖	F01	0.858	0.776	0.960	0.951
	F02	0.913			
	F03	0.904			
	F04	0.881			
	F05	0.832			
	F06	0.884			
	F07	0.892			

從眾行為 意圖	H01	0.857	0.696	0.919	0.890
	H02	0.858			
	H03	0.817			
	H04	0.856			
	H05	0.779			
社會連結	I01	0.884	0.786	0.956	0.945
	I02	0.901			
	I03	0.926			
	I04	0.890			
	I05	0.882			
	I06	0.834			

區別效度則根據 Barcly 與 SmithJr(1995)以及 Fornell 與 Larcker(1981) 提出以各構面 AVE 值開根號的值要比其他構面相關係數大之標準，檢視本研究構面是否具有良好區別效度。本研究區別效度彙整表整理(如表 4-21 所示)。本研究區別效度皆符合標準。

表 4-21 區別效度彙整表

研究 構面	AF	IC	STN	SN	AG	IDN	CFN	ST
AF	0.931							

IC	0.488	0.855						
STN	-0.020	0.117	0.888					
SN	0.123	0.264	0.408	0.834				
AG	0.255	0.305	0.430	0.395	0.896			
IDN	0.215	0.342	0.613	0.494	0.713	0.881		
CFN	0.189	0.346	0.404	0.526	0.588	0.645	0.834	
ST	0.163	0.310	0.459	0.420	0.594	0.767	0.722	0.886

附註說明：

1、 附註：斜對角線性值代表 AVE 之平方根值

2、 AF=情感；IC=歸屬感；STN=社會連結需求；SN=主觀規範；AG=認同
眾意 IDN=人際需求意圖；CFN=從眾行為意圖；ST=社會連結

根據以上分析之結果，本研究問卷構面擁有良好之信度與效度。

第三節 研究模型與假說驗證

本節分成三個部分，主要目的說明：(一)解釋能力說明；(二)研究模型檢驗結果；(三)假說驗證

一、解釋能力說明

在解釋力部分，經由 PLS 分析結果，情感、歸屬感、社會連結需求對人際需求意圖 46.2%的變異量；主觀規範和認同眾意對從眾行為意圖 50.2%的變異量；人際需求意圖和從眾行為意圖對社會連結 67.7%的變異量。整體的解釋能力很高。

因此，驗證在台大陸交換學生在使用 Facebook 的行為之因素應為本研究使用人際需求理論在這樣的行為解釋力很強大(如圖 4-1 所示)。

二、研究模型檢驗結果

PLS 評估模型是否具有解釋力與預測能力可由模型解釋力(R^2)與路徑係數(β)、T 檢定來進行檢定。本研究以雙尾 ($t\text{-value} > 1.96, p < 0.05$) 做為模式路徑的檢驗標準，T 值 > 1.96 即表示達顯著，表示構面之間有影響。本研究之模型檢驗結果(如圖 4-1 所示)。

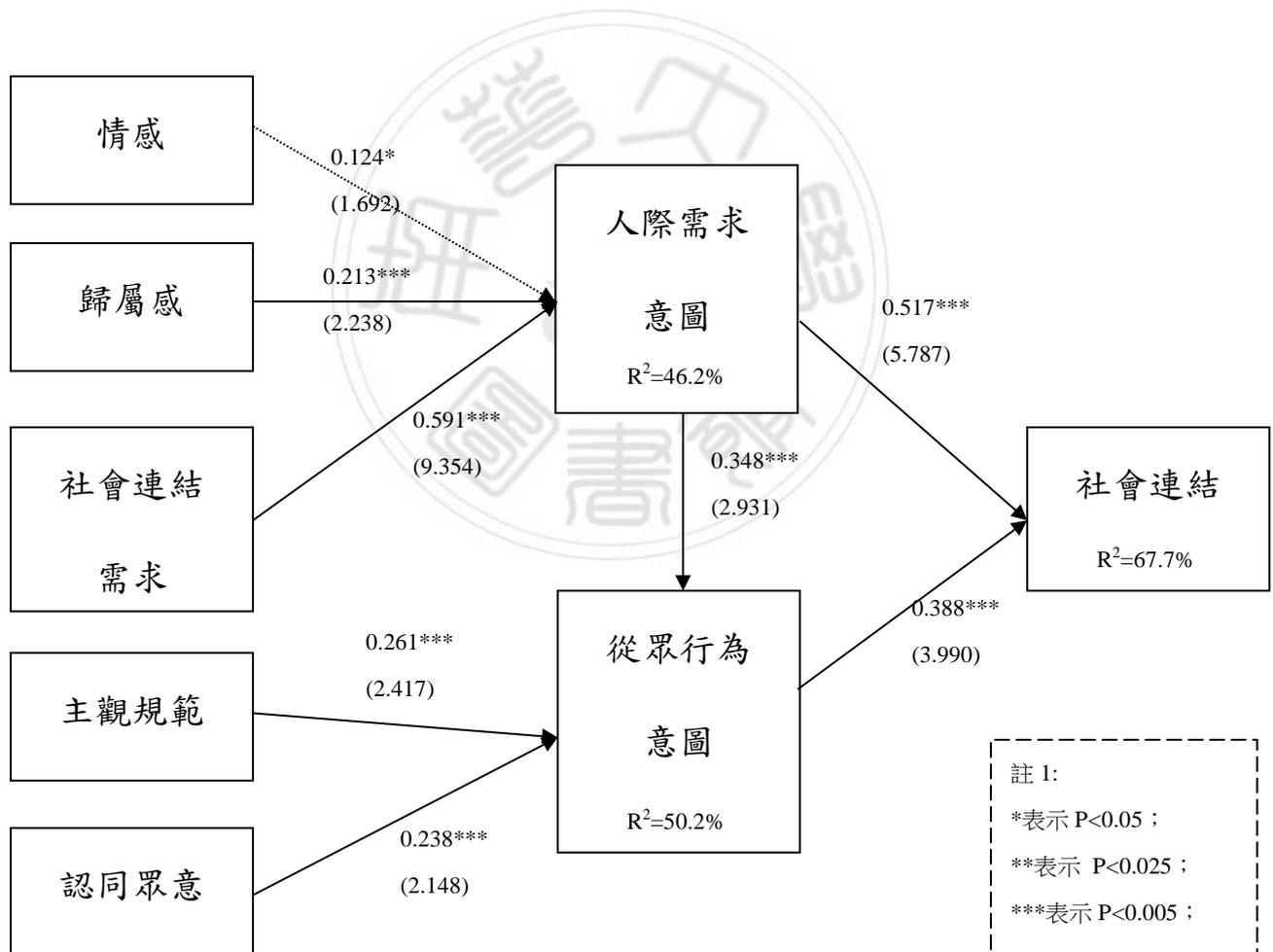


圖 4-1 本研究模型驗證結果圖

三、假說驗證

經過 PLS 分析發現，本研究 7 個構面之研究假說皆符合 T 值 > 1.96 。除了個人情感需求會影響人際需求意圖之假說(H1)未達顯著外其餘皆符合標準。因此，H1 之研究假說無法成立(如表 4-22 假說結果彙整表所示)。

表 4-22 假說結果彙整表

假說	假說內容	路徑係數	T 值	成立與否
H1	個人情感需求會影響人際需求意圖	0.124	1.692	否
H2	個人渴望得到社會的歸屬會影響個人人際需求意圖	0.213	2.238	是
H3	個人的社會連結需求會影響個人人際需求意圖	0.591	9.354	是
H4	主觀規範會影響個人從眾行為意圖	0.216	2.147	是
H5	個人社會認同眾意會影響個人從眾行為意圖	0.238	2.148	是
H6	個人人際需求意圖會影響個人從眾行為意圖	0.348	2.931	是
H7	個人人際需求意圖會影響個人	0.517	5.787	是

	使用 Facebook 拓展其社會連結			
H8	個人從眾行為意圖會影響個人 使用 Facebook 拓展其社會連結	0.388	3.990	是

第五章、研究發現與討論

本章節依第四章資料分析結果進行討論與說明，同時，並依據研究結果提出本研究之討論。本章節共分三小節，內容如下：第一節研究結果及說明；第二節討論與管理意涵；第三節研究限制與未來研究方向，針對以上各節分別進行討論。

第一節 研究結果及說明

本研究以在台大陸交換學生為研究對象，以人際需求理論的概念為基礎，探討在台大陸交換學生對於人際需求的渴望進而對 Facebook 的使用情形；以及在台大陸交換學生受到周遭環境朋友的規範進而對 Facebook 的使用情形；最後在台大陸交換學生在使用 Facebook 後，對於個人的人際關係拓展與社會連結之影響。眾合以上提出 8 項研究假說。茲將研究結果說明如下：

一、個人情感需求會正向影響人際需求意圖

根據 Schutz(1958)人際需求理論觀念指出，在人際互動上，人們應該要有三種基本的人際需求要素，包括情感(affection)的需求。Schutz(1958)認為一段關係是否要開始、建立或是維持，得依雙方的人際需求程度而定(蘇淡潔，2012)。本研究結果發現，在台大陸交換學生因為離開家鄉來到台灣唸書，他們

對於新環境的陌生以及人際關係的缺乏下，情感的需求與渴望並沒有完全顯示出來，但內心有強烈渴望在台灣有歸屬感的產生。這也證實了過去學者認為「課業學習」及「人際互動關係」的問題是在台大陸交換學生最憂心的地方(柯怡如，2012)。而他們會有使用社群網站(Facebook)的意圖，Facebook的使用是可以有效的協助他們拓展個人的人際關係脈絡與歸屬感(圖文傳播藝術學報，2011；洪子凌，2013、簡誼璿，2013)。

二、個人渴望得到社會的歸屬會正向影響個人際需求的意圖

Schutz(1958)提出的人際需求理論中，歸屬也是人際需求基本的要素之一。歸屬的需求指的是個體希望被他人認同與接納的心理渴望，藉由參與和他人團體的活動，使人感覺融入群體，產生歸屬感，進而滿足歸屬的需求。當個體覺得自己是團體中的一分子，才會覺得自己是被接納、有價值性的，最後會很樂於與他人建立且保持良好的關係(楊勁祐，民94)。研究結果發現，在台大陸交換學生內心對於歸屬感的渴望相當強大，他們期盼能夠盡速的融入台灣同學的校園生活與社會的文化，透過不同的交流方式或者是社群網站(Facebook)的使用進而滿足他們內心歸屬的渴望與需求。

三、個人的社會連結需求會正向影響人際需求意圖

Lee(2001)認為社會連結是指個人在社會裡表現出與人之間持續的親密感。社會連結也是社會網絡中，重要的一個要素。當行動者想要與另外一位行動者建立關係時，必須透過某種途徑(Path)或媒介，直接或間接地表達與建立關係，此相互連結的基本單位稱做連結。本研究結果發現對於這群離鄉背井的在台大

陸交換學生，對於社會連結的需求以及人際關係的需求渴望極大的高，充分顯示出在台陸生內心有相當大的社會連結需求的渴望以及各人人際關係的需求，他們期盼透過不同的媒介或途徑能有效的拓展個人的人際關係脈絡。而 Facebook 之社群平台正是他們拓展人際關係最好的媒介與管道。

四、主觀規範會正向影響個人從眾行為意圖

Ajzen(1991)認為主觀規範是指個人表現特定行為時，重要的他人或團體對個體 I 之影響，也隱含著個人從事某些行為將受到同儕或團體的社會壓力；當主觀規範愈高，表示感受到的社會壓力傾向於支持個人從事某行為的程度愈高，亦即服從動機愈高，則從事該行為的意圖就愈高；反之，當主觀規範愈低，行為意圖就愈低。本研究結果發現主觀規範之在台大陸學生的重要他人，指的是周遭的好朋友、老師、職員或同學等，當周遭的好朋友或者是校園職員與老師都鼓勵陸生去使用 Facebook 的時候，並保持適當的聯繫和重要資訊的接收。因此，他們在重要他人鼓勵與建議之下使用 Facebook 的意圖會明顯的提高。

五、個人社會認同眾意會正向影響個人從眾行為意圖

從眾行為的研究，是由 Asch (1952) 所提出，他指出當多數人所選擇的答案並非正確的時候，個人在模糊的情況下改變自己的意見，而容易產生順從多數人的意見。而認同眾意指的是在社會環境規範下，當大家都在做相同的行為或舉止時，而容易認同大家的行為而跟著去行動(徐強、周俊宏、凌儀玲,2003)。社群網站成以為人際互動的新媒介，尤其年輕族群在社群網站的使用更是頻繁，在 Facebook 的使用 Facebook 台灣共有 1320 萬人使用過 Facebook，以人口比

例來看，56.7%的使用率高居全球之冠奪(Cereja Technology, 2013)，因此可以發現台灣人使用 Facebook 的比率之高。研究結果發現在台大陸交換學生會受到周遭的台灣同學或朋友隨都在使用 Facebook 的影響，並把台灣學生把 Facebook 做為重要聯繫的平台。因此，他們也會認同與跟隨大家的作法去使用 Facebook，並把 Facebook 最為重要的聯繫或資訊獲得的來源。

六、個人人際需求意圖會正向影響個人的從眾行為意圖

詹壬菡、方彩欣(2012)認為人們可以在虛擬社群中發展人際關係，透過虛擬的社群滿足自我的人際需求，並且想得到團體認同而做出和團體具有一致性的行為。研究結果發現在台大陸交換學生對於個人內心的人際關係需求與人際脈絡拓展的程度相當高。當他們有了人際關係拓展的需求與渴望，容易跟隨周遭團體的同學或夥伴並參與相關課外事務的幫忙或社團活動。他們透過活動的參與或幫忙能容易結識更多的朋友，且也能盡速地融入這些不同性質的組織團體，最後獲得該團體成員的認同與接納。

七、個人人際需求意圖會正向影響個人使用 Facebook 拓展其社會連結

人與人的相處可以透過不同的形式去呈現，人際關係的培養與拓展也因人的特質與情感有所不同，透過社群媒介的使用是近期年輕的拓展人際關係重要的管道。本研究結果發現在台的大陸交換學生在人際關係的缺乏下，他們會渴望有個歸屬的地方，不管是參與校內舉辦的活動或者是在台遊學交流協會之相關團體的參與，這些都能使這些離鄉背井的在台陸生能盡速獲得情感與歸屬。

Facebook 的使用後，確實有助他們拓展個人的人際關係並與這些社團或組織團

體成員密切的交流，並且有效的 Facebook 上獲得更多的生活資訊與台灣年輕人的文化脈絡。

八、個人從眾行為意圖會正向影響個人使用 Facebook 拓展其社會連結

Song&Kim(2006)在個人部落格社群網站經營提到，個人會因為想要增加其他使用者的瀏覽機會與他人認同，而去使用與經營自己的部落格和社群。此外交友型的社群網站，通常容易受到周遭朋友的加入，而給予的壓力希望共同加入。在台灣 Facebook 的使用顯然已經一股年輕時代的使用潮流，本研究發現在台大陸交換學生面對多數人都以 Facebook 做為溝通聯繫的平台，並把社群平台做為資訊獲得的來源時，他們也會順從與跟隨這股新的潮流，進而去使用過去不曾使用的社群平台(Facebook)。跟隨這股潮流後，可以在 Facebook 中發掘不同的社會訊息的風貌，而 Facebook 的使用有助於拓展個人的人際關係以及和台灣的文化脈絡做連結。

第二節 討論與研究意涵

本研究以在台的大陸交換學生為研究對象，探討大陸交換學生在 Facebook 的使用後對個人的人際關係拓展與社會的連結。研究結果顯示個人的情感對人際需求意圖呈現正向影響的假說未成立($T=1.692$, $\beta=0.124$)；而個人渴望得到社會的歸屬對個人會正向影響人際需求的意圖此假說則獲得支持，此結果正符合 Schutz(1958)提出的人際需求理論的意涵。離鄉背井遠到而來的大陸交換學生對於新環境的陌生以及人際脈絡的缺乏下，渴望盡快融入新團體的生活和獲得歸屬的認同。而個人的社會連結需求會正向影響個人人際需求意圖的假說則

獲支持。社會主觀規範以及社會認同眾意對社群網站的從眾行為意圖呈正向影響。符合 Song 及 Kim(2006)在個人部落格社群網站經營提到，個人會因為想要增加其他使用者的瀏覽機會與他人認同，而去使用與經營自己的部落格社群；Ajzen(1991)認為主觀規範指個人做出特定行為時，容易受到重要的他人或團體之影響。在台陸生面對周遭朋友長時間的使用 Facebook，並且把 Facebook 做為聯絡和重要資訊分享的媒介，他們自然而然就跟隨或服從新團體的生活模式型態。個人人際需求意圖會正向影響個人從眾行為意圖之假說獲得支持，則符合詹壬菡、方彩欣(2012)指出人們可以在虛擬社群中發展人際關係，透過虛擬的社群滿足自我的人際需求，並且想得到團體認同而做出和團體具有一致性的行為。在台大陸交換學生有人際需求的意圖與渴望，透過社群網站的使用拓展個人的人際關係，並且跟隨周遭朋友使用相同的社群網站(Facebook)。最後，個人人際需求意圖和個人從眾行為意圖皆對個人對 Facebook 拓展其社會連結有正向的影響，此與文獻：社群網站的使用可以有效的協助年輕族群對於個人的人際關係與社會的連結有顯著的提升(洪子凌，2013、簡誼璿，2013)及 Anagnostopoulos et al. (2008)認為線上社會網絡程式所以能發展出社會連結，是透過使用者彼此間的社會影響力而產生出不同的社會連結程度，研究結果相符。

過去的學者在探討來台的大陸交換學生的議題，主要注重於兩岸簽訂「三限六」開放陸生來台就學的法規或者是探討來台的大陸生就學適應能力與學習情況等不同文化的議題(林家正，2011；韓宜娟，2011)。顯少學者探討在台大陸

交換學生使用社群網站或社群軟體拓展個人的人際關係之議題討論，而過去學者的研究發現「課業學習」及「人際互動關係」正是來台大陸交換學生所面臨的重要問題，而「課業學習」與「人際互動關係」的疑慮則與個人情感有重要的相關性(柯怡如，2012)。當離鄉背井遠到他方讀書，對於新的環境感到陌生且也缺乏家人和朋友互助，因而容易產生情感與歸屬的內心渴望。本研究在台大陸交換學生過去都不曾來過台灣，對於台灣的生活型態與社會文化也都感到生疏和陌生，人際關係的建立與期盼是這群交換學生最渴望做的事情，他們來到新的環境學習期待可以結交更多的朋友並且能盡速的融入團體的生活，因此，人際關係的拓展與建立是這群離鄉背井的陸生最重要的學習要素。文獻指出，社群網站的使用可以更容易拓展個人的人際關係以及社會脈絡的連結(鍾璣萱，2009；洪子凌，2013；簡誼璿，2013)，而本研究以 Facebook 做為在台大陸交換學生拓展人際關係的平台，並且以 Schutz(1958)人際需求理論中的情感與歸屬感之變數做模型的建構，透過社群網站(Facebook)的使用後，不僅拓展個人的人際關係並且還與這個社會脈絡做連結。除此，本研究結果顯示在台大陸交換學生對於個人的人際需求與渴望會進而對 Facebook 的使用有影響；他們會受到周遭環境朋友的規範進而影響其對 Facebook 的使用；而在使用 Facebook 後，對於個人的人際關係拓展與社會連結亦有顯著的影響。

過去學者在探討 Facebook 的使用與人際關係之間的議題時，主要都以 Sullivan(1953)的人格特質理論做為研究基礎(劉勇伸，2013；甘子美，2013；蔣孟軒，2012)，但人與人之間的關係與科技的使用之相關性不是只有人格特質

的問題而已，人們對於渴望有人際關係的需求在馬斯洛(Maslow, 1953)的人類需求層次理論中也受證實。本研究以人際需求理論做為研究架構的基礎，探討離鄉背景的在台大陸交換學生，他們對於個人內心渴望有良好的人際互動關係，並且期許獲得到團體之間的認同與歸屬。研究證實，在 Facebook 的使用後確實能夠幫助這群大陸交換學生在拓展個人的人際關係與人際互動，並滿足了他們的人際需求與社會連結。因此，本研究的發現有助於理解新來的在台大陸交換學生透過社群網路軟體與學校師生建立良好人際關係及課業學習等相關問題。

文獻指出，「課業學習」及「人際互動關係」是大陸來台交換學生所面臨的重要問題。而本研究發現，這群離鄉背井的在台大陸交換學生，對於個人的情感的需求與人際關係的渴望，而在 Facebook 的使用後可以彌補他們在人際關係的渴望與滿足他們的需求，並且有助於他們拓展個人的人際關係並與這個社會做連結。此外，人際需求理論的概念變數過去是很少人運用這些變數做為模型的架構。人際需求理論隸屬於社會心理學的理论，人際需求理论和人格特質理论以及人類層次需求理论都是人際關係的相關理论，過去人際需求理论運用在資管領域中，並且深入探討科技的使用與人際關係的需求之相關性研究仍相當罕見。因此，本研究以 Schutz(1958)人際需求理論的概念為基礎，以個人內心情感的渴望相關變數做模型的建構。情感渴望變數則包括：情感、歸屬感、社會連結需求、主觀規範以及認同眾意等。研究結果顯示情感、歸屬感、社會連結需求對人際需求意圖的 R^2 高達 58.5%；而主觀規範和認同眾意對從眾行為意圖的 R^2 高達 47.7%；人際需求意圖和眾行為意圖對社會連結的 $R^2=69.2\%$ 。這說

明了這些內心情感變數在解釋在台大陸交換學生透過 Facebook 的使用並且與社會的連結程度之解釋力相當強大。因此，本研究在研究及管理上具有重要意涵。

第三節 研究限制與未來方向

一、Schutz(1958)提出的人際需求理論中包含了三種人際基本的需求，分別為：情感的需求、歸屬感的需求、控制的需求。但本研究所探討在台大陸交換學生，只運用情感與歸屬兩個需求變數，原因在於控制的需求變數並不符合在台大陸交換學生的內心需求。控制的需求指的是個人希望能夠有效的影響週遭人與事的心理慾望。也就是在權力問題上與他人維持滿意關係的需求。但這群離鄉背景的在台大陸交換學生並不會用權力或威權來培養個人的人際關係。因此，控制的需求並不納入研究的構面中。而模型的建構上，過去鮮少人以人際需求做為研究模型的建構，同時整合情感變數和意圖變數，這是本研究的創新與突破，但這也受限於過去顯少學者有類似的研究模型建構與量表的擬定，因此文獻以支持研究假說的部份略嫌不足。

二、本研究以人際求理論作為研究架構的基礎，且加入主觀規範、認同眾意等變數來探討在台大陸交換學生因為有個人的人際需求與渴望，進而使用社群網站滿足他們的人際需求。因此本研究模型未來可用於研究個人使用科技以建構人際關係或社會連結等議題。

參考文獻

中文文獻：

1. 大學校院招收大陸地區學生聯合招生委員會。網址：
<http://rusen.stust.edu.tw/cpx/index-2013.html>
2. 王淑俐，2000，人際關係與溝通。台北市：三民書局。
3. 王亞民，2005，網路人際關係與依附行為模式之探討，文化大學資訊傳播研究所，網路社會學通訊期刊第 45 期。
4. 內政部入出口及移民署-大陸地區人民網站：
<http://www.immigration.gov.tw/lp.asp?ctNode=32595&CtUnit=16735&BaseDSD=111&mp=1>
5. 內政部入出國及移民署，2012，大陸地區人民進入台灣地區統計資料。線上檢索日期：2012 年 3 月 26 日。網址：
<http://www.immigration.gov.tw/ct.asp?xItem=1114828&ctNode=29699&mp=1>
6. 日本網路公司(Cereja Technology)亞洲地區的 Facebook 使用人數調查報告：
http://www.cereja.co.jp/press_release20130408.pdf
7. 台灣新快報，2013 年 8 月 9 日，OECD 呼籲重視高等教育留學生人數之成長。
網址：<http://www.xkb.com.tw/news-show.asp?id=28071>
8. 甘子美，2013，國中學生臉書使用與班級及網路人際關係之研究（未出版之碩士論文），大葉大學教育發展研究所碩士論文。

9. 江中信，2006，「人際溝通：人際傳播學」。台北市：米羅文化有限公司。
10. 自由時報電子報，2008年11月，中國學生來台三限六不政策報導。
11. 阮金聲，2012，影響個人參與 Facebook 粉絲專頁之行為意圖研究，國立中正大學資訊管理學系研究所碩士論文。
12. 全球高等教育留學生人數，2012，「Education at a Glance 2013」, 表 C4.6, P. 324。
13. 李曉萍，2012，開放陸生來臺就學政策與機制（2008-2012），淡江大學國際事務與戰略研究所在職專班碩士論文。
14. 李岱臻，2012，人際關係發展階段對 Facebook 互動行為之影響，國立臺灣科技大學研究所碩士論文。
15. 邱婉菁，2012，從使用者人際溝通需求探討行動化社群之行銷模式—以 Facebook 打卡為例，淡江大學資訊傳播學系研究所碩士論文。
16. 余伯泉、李茂興，2003，社會心理學 (Social Psychology) E. Aronson, T. Wilson, & R. Akert 原著弘智出版社。
17. 吳姿慧，2010，網路購物習慣之影響因素：整合交易成本、主觀規範、體驗行銷論點，東海大學管理碩士在職專班碩士論文。
18. 吳雅雯，2010，探討電腦網路玩家去抑制行為，從眾行為與網路成癮之相關研究：以 Facebook 開心農場線上遊戲為例，國立中山大學教育研究所碩士論文。
19. 吳承良，2011，探討從眾行為、凝聚力與科技接受度對虛擬社群的使用意圖

影響-以 Facebook 使用為例（未出版之碩士論文），國立中央大學企業管理學系研究所碩士論文。

20. 吳肇銘，2011，訊息涉入、社會網絡連結強度、主觀任務價值對網路訊息傳遞意願影響之研究：以電子郵件訊息為例，中原大學資訊管理系研究所碩士論文。
21. 何宛芳，2010，。〈輕度互動 重塑人際生活圈〉，《數位時代》，190：52-54。
22. 宋孟娟，2013，使用者的人格特質、沉浸經驗、顧客價值、行為意圖之間之關係研究-以通訊軟體 LINE 為例（未出版之碩士論文），朝陽科技大學企業管理系研究所碩士論文。
23. 林奇伯、林珮萱，2010 年 3 月，「兩岸兩大調查：學生、家長意見，留學對岸真心話」。遠見雜誌，285，173-188。
24. 林家正，2011，大陸學生來臺交換就讀滿意度之研究：以臺灣大學與義守大學為例（未出版之碩士論文），國立臺灣大學政治學研究所碩士論文。
25. 林逸棟，2010，科技校院大陸學生跨文化適應及其滿意度之研究（未出版之碩士論文）。國立台灣師範大學工業教育學系研究所碩士論文。
26. 林盈廷，2011，社交網路遊戲對使用者社會網絡及線上人際互動之影響-以 Facebook 為例，交通大學理學院科技與數位學習學程學位碩士論文。
27. 林家正，2011，大陸學生來臺交換就讀滿意度之研究：以臺灣大學與義守大學為例，台灣大學政治學系研究所碩士論文。
28. 林聖益，2013，人格特質和內外動機對自我揭露的影響-以 Facebook 打卡

為例（未出版之碩士論文），中正大學資訊管理學系暨研究所碩士論文。

29. 周世惠，2011，行銷實戰台灣臉書效應，天下雜誌。
30. 周秀蓉、李秀玉、楊依姍、楊宜蓁、張斐媖、王汝潔，2013，商業現代化學刊；7卷1期（2013 / 03 / 01），P71 - 94。
31. 范傑臣，2003，高中生人際互動與社會支持對網路沈迷的影響-以桃園縣某高中為例（未出版之碩士論文），元智大學資訊社會學系研究所碩士論文。
32. 香港網絡大典，2011，Facebook 和網絡的關係。網址：
<http://evchk.wikia.com/wiki/Facebook>
33. 洪筱雯，2011，大學生在 Facebook 虛擬社群的使用現況與人際關係、網路成癮之研究-以屏東教育大學為例，國立屏東教育大學資訊科學系研究所碩士論文。
34. 洪嘉蓮，2012，Facebook 社群遊戲與社會連結的關係：反思遊戲成癮之人格特質，國立政治大學新聞學系研究所碩士論文。
35. 洪子凌，2013，以社會連結論與認知吸收論探討社交媒體之持續使用-以 Facebook 為例（未出版之碩士論文），高雄第一科大資訊管理學系研究所碩士論文。
36. 洪贊發，2013，社群網站人際關係、社群認同、需求滿足對忠誠度之影響研究-以 Facebook 為例（未出版之碩士論文），朝陽科技大學休閒事業管理系研究所碩士論文。
37. 洪光遠、鄭慧玲譯(民84)。人格心理學。台北市：桂冠。 Superpoll (民

90a)。網路退燒，遊戲不死！台灣線上遊戲市場超級比一比[線上資料]。民

90年8月27日，網站：

http://www.find.org.tw/0105/cooperate/cooperate_disp.asp?id=18

38. 柯怡如，2012，大陸來台交換學生求學經驗之心路歷程，國立屏東教育大學教育心理與輔導學系研究所碩士論文。
39. 徐西森、連廷嘉、陳以子、劉雅瑩，2002，人際關係的理論與實務。
40. 連婉伶，2012，行動簡訊在青少年人際互動與次文化其中之運用-以國內青少年為例，玄奘大學大眾傳播學系碩士班碩士論文。
41. 高佑嘉，2009，Facebook 再創設群網站的價值檢索來自於：
<http://www.find.org.tw/find/home.aspx?page=focus&id=428>
42. 陳熾竹，2002，網路與真實人際關係、人格特質及幸福之相關研究，國立屏東師範學院教育心理與輔導學系研究所碩士論文。
43. 陳怡帆，2006，國內共同基金市場從眾行為成因之研究，國立中正大學計量財務金融學系研究所碩士論文。
44. 陳怡如，2010，學童從眾行為之性別、人際排斥與社會地位因素，屏東教育大學教育心理暨輔導學系研究所碩士論文。
45. 陳斐柔，2011，大學生人際親密能力、寂寞感與憂鬱之關係，國立臺中教育大學諮商與應用心理學系研究所碩士論文。
46. 陳家銘，2011，微網誌上的溝通互動與人際關係—以 Plurk 為例，國立清華大學社會學系研究所碩士論文。

47. 陳奕陵、洪培馨、盧貞伶、梁鳳瑁、梁宗鑒、韓豐年，2011，Facebook 社群網站的涉入程度與人際關係研究，圖文傳播藝術學報。
48. 陳麗卿，2012，以理性行為理論探討從眾行為對網路團購行為之影響，成功大學工程管理碩士在職專班研究所碩士論文。
49. 陳岱溶，2012，社群參與動機、社會網路連結關係、社群參與度、認知互動與社群忠誠度之關係探討－以 Facebook 為例（未出版之碩士論文），屏東科技大學資訊管理系研究所碩士論文。
50. 陳慧芝，2013，虛擬社群使用者特質與人際關係影響之研究－以 Facebook 為例(未出版之碩士論文)，國立彰化師範大學資訊管理學系研究所碩士論文。
51. 陳怡慧，2014，陸生來臺學習滿意度及相關問題之研究－以國立屏東教育大學為例(未出版之碩士論文)，國立屏東教育大學教育行政研究所碩士論文。
52. 翁鵬翔，2012，以自我認同為觀點探討青少年發生網路衝突的重要因素及心理衝突歷程，佛光大學未來學系研究所碩士論文。
53. 連婉伶，2012，行動簡訊在青少年人際互動與次文化其中之運用－以國內青少年為例，玄奘大學大眾傳播學系研究所碩士論文。
54. 財團法人海峽兩岸交流基金會網站：
<http://www.sef.org.tw/mp.asp?mp=12&ctnode=3709>
55. 財團法人國家政策研究基金會，2013年11月7日，「兩岸教育交流合作的現狀與展望」。網站：<http://www.npf.org.tw/post/3/12896>
56. 徐強、周俊宏、凌儀玲，2003，網路購物從眾行為及前攝性思考之研究。「2003

電子商務與數位生活研討會」，1441-1460 頁。

57. 郭瑞昌，2013，高雄市國中生 Facebook 使用行為對人際關係與網路成癮影響之研究（未出版之碩士論文），義守大學資訊管理學系碩士在職專班碩士論文。
58. 張紹康，2012，社群媒體自我揭露與網路自我之研究 -以臉書為例，中國文化大學新聞學系研究所碩士論文。
59. 張馨尹，2013，應用 FIRO 理論探討 Facebook 使用者忠誠度之實證研究（未出版之碩士論文），大同大學資訊經營學系研究所碩士論文。
60. 張純富，2013，社交網站人際關係維繫之研究-以 Facebook 為例。台北市，致知學術出版社。
61. 張春興，2004，現代心理學。台北市，東華書局。
62. 許慈雅，2010，社交網站與組織內人際關係改變之關聯性研究-以 Facebook 為例，政治大學傳播學院碩士在職專班碩士論文。
63. 梁定彭，2012，資訊管理理論。新北市，前程文化出版總經銷。
64. 教育部大學校院招收大陸地區學生聯合招生委員會，網址：
<http://rusen.stust.edu.tw/cpx/index.html>
65. 教育部統計處，網址：
<http://www.edu.tw/Default.aspx?WID=31d75a44-efff-4c44-a075-15a9eb7aecdf>
66. 教育部法規查詢系統，網址：

<http://edu.law.moe.gov.tw/LawCategoryContentList.aspx?id=12&CategoryList=12>

67. 曾端真、曾玲珉，1996，「人際關係與溝通」，台北市：揚智文化。
68. 黃堅厚，(民 88)，人格心理學。台北市，心理出版社。
69. 黃慧華，2012，使用 Facebook 對國小學童人際互動關係之影響-以嘉義縣某國小為例，南華大學資訊管理學系研究所碩士論文。
70. 黃宗賢，2012，國中生 Facebook 使用情形及真實人際關係與網路人際關係之研究，國立臺南大學教育學系科技發展與傳播學系研究所碩士論文。
71. 黃麗蓉，2012，探討隱私、信任影響社群網站使用者之研究-以 Facebook 為例，逢甲大學科技管理研究所碩士論文。
72. 黃慧華，2012，使用 Facebook 對國小學童人際互動關係之影響—以嘉義縣某國小為例，南華大學資訊管理學系研究所碩士論文。
73. 黃國濠，2012，國中學生臉書的使用與影響：人格特質、家庭文化資本與人際關係，大葉大學教育專業發展研究所碩士論文。
74. 彭逢儀，2005，以五大人格特質理論探討組織成員知識分享意願—以 IpsosTaiwan 為例，僑光技術學院管理研究所碩士論文。
75. 創市際市場研究顧問，2012 年 7 月，虛擬社群篇。網站：
http://www.insightexplorer.com/specialtopic/2012_07_09.htm
76. 創市際市場研究顧問，2012 年 12 月，「2012 年網路社群白皮書」調查報告。
網站：http://www.insightexplorer.com/news/news_12_18_12.html

77. 創市際 ARO 公佈 comScore Media Metrix 台灣 2013 年 9 月網路流量報告。
網站：http://www.insightxplorer.com/news/news_10_31_13.html
78. 創市際市場研究顧問，2014 年 2 月，台灣網域主到達率前 10 名。網站：
http://www.insightxplorer.com/news/news_04_03_14.html
79. 楊環華，2008，以“從眾”理論來探討青少年的偏差行為，台灣教育；653
期（2008 / 10 / 01），P57 - 60.
80. 詹益錦，2007，電視新聞記者間人際互動對新聞產製之影響-以彰化駐地記者為例，世新大學傳播學系研究所碩士論文。
81. 董彥欣，2009，以 TPB 與社會資本觀點探討影響使用社群意圖之因素：以 Facebook 為例，「2009 年第六屆台灣資訊社會研究年會暨學術研討會」碩士論文。
82. 經建會人力規劃處，2012，網站：
<http://www.ndc.gov.tw/ml.aspx?sNo=0019574>
83. 楊勁祐，（民 94），虛擬社群人際互動之探討—以民視的「網友聊電視」為例，銘傳大學資訊傳播工程學研究所碩士論文。
84. 楊雲竹，2010，企業經營之 Facebook 粉絲專頁成功關鍵因素之探討，文化大學資訊管理學系暨資研研究所碩士論文。
85. 楊雅玲，2011，以計畫行為理論探討社群網站之使用行為意向，屏東教育大學教育科技研究所碩士論文。
86. 遠見雜誌，2009 年 5 月 7 日，「新大陸人在台灣—大陸崛起縮影」。

87. 詹壬菡、方彩欣,2012,論網路虛擬社群中的從眾行為現象,設計研究學報 ;
5 期 (2012 / 07 / 01) , P153 - 167.
88. 臺灣教育評論月刊,2013,全球脈絡下的國際學生流動。
89. 鄭佩芬,2000,「人際關係與溝通技巧」,台北市:揚智文化。
90. 鄭佩芬、王淑利,2008,「人際溝通的意義」台北市:揚智文化。
91. 鄭發育,1989,心理學(雲五社會科學大辭典第九冊)。台北市:台灣商務印
書館。
92. 熊震宇,2014,以理性行為理論、擴充科技接受模型探討從眾行為 對 APP 遊
戲使用行為之影響 以 Candy Crush 為例,成功大學工程管理碩士在職專班
碩士論文。
93. 翟本瑞,2011,從社區、虛擬社區到社會網絡網站:社會理論的變遷。資訊
社會研究 (21) ,1-31。
94. 廖寬儒,2013,臺北市國小高年級學童臉書使用行為、自我揭露與人際關係
之研究 (未出版之碩士論文) ,國立臺東大學教育學系研究所碩士論文。
95. 維基百科之臉書介紹,2008。網址:
<http://zh.wikipedia.org/zh-tw/Facebook>
96. 蔣孟軒,2012,社群網站對人際關係影響之調查研究,中華大學科技管理研
究所碩士論文。
97. 潘貴鈺,2010,以從眾行為及交易成本理論探討線上合購之行為,銘傳大學
國企研究所碩士論文。

98. 劉勇伸，2013 人格特質、Facebook 使用動機對人際關係之衝擊研究—以台灣地區大學生為例（未出版之碩士論文），雲林科技大學資訊管理系研究所碩士論文。
99. 蔡允舜，2012，影響個人參與 Facebook 粉絲專頁之行為意圖研究，國立中正大學資訊管理學系研究所碩士論文。
100. 蔡美娟，2013，少子化趨勢下台灣高等教育招收陸生來台就學問題探討，朝陽科技大學企業管理系研究所碩士論文。
101. 蔡士源，2009，一起瘋 Facebook、噗浪。台北市：松崗。
102. 賴韋成，2012，以計劃行為理論探討社群網站使用者的資訊安全保護行為之意向，雲林科技大學資訊管理系研究所碩士論文。
103. 韓宜娟，2011，陸生來台就學動機與生活適應（未出版之碩士論文），國立台灣師範大學教育學系學研究所碩士論文。
104. 謝廣全，1973，台灣地區高中學生人際關係之比較研究，台北：開山。
105. 謝龍卿，2012，青少年臉書成癮、人際關係與學業成就及其相關因素之研究，彰化師範大學教育研究所碩士論文。
106. 鍾璣萱，2009，探索社群網站之社會連結、寂寞感與忠誠度之關聯—以 Facebook 為例，「2009 年第六屆台灣資訊社會研究年會暨學術研討會」論文。
107. 薛世杰，2002，國中男、女生的網路遊戲使用時間與使用動機、自我效能、人格特質、學業成就、人際關係之相關研究，國立屏東師範學院教育科技

研究所碩士論文。

108. 聯合報，2014年2月13日，三限六不陸生政策再鬆綁。
109. 應維新，2011，青少年社群網站使用動機、使用行為與人際關係之研究—以 Facebook 為例，彰化師範大學資訊管理學研究所碩士論文。
110. 戴曉霞，2006，世界一流大學之卓越與創新。臺北市：高等教育。
111. 簡誼璿，2013，連結強度與人際關係類型對線上自我揭露之影響-以台灣地區 Facebook 使用者為例（未出版之碩士論文），國立台灣科技大學企業管理研究所碩士論文。
112. 顏伯霖，2010，Facebook 對大學生人際關係相關性之研究，國立屏東教育大學教育科技研究所碩士論文。
113. 蘇依文，2008，Facebook 躍登社群網站龍頭。經濟日報。2009年10月17日。
114. 蘇愉婷，2011，台灣圖畫書作品中的友誼挫折研究，國立台東大學兒童文學研究所碩士論文。
115. 蘇淡潔，2012，國小人際適應困擾學童在兒童中心團體遊戲治療的互動行為模式，中國文化大學教育學院心理輔導學系研究所碩士論文。
116. 蘇鵬仁，2012，微網誌使用者人格特質、動機與使用行為之關聯性研究—以噗浪為例，南台科技大學資訊傳播系研究所碩士論文。
117. 蘇湘涵，2014，來台大陸生之休閒調適策略對文化適應壓力的影響（未出版之碩士論文），國立東華大學觀光暨休閒遊憩學研究所碩士論文。

118. The News Lens 關鍵評論網站，2014，放寬「三限六不」納陸生入健保 健
保署：無拖垮財務風險。網站：<http://www.thenewslens.com/post/21101/>

外文文獻：

1. Allen, V. L. (1965). Situational factors in conformity. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 2, pp. 133-175). New York: Academic Press.
2. Asch, S. E. (1952). *Social Psychology*. New York: Prentice-hall.
3. Ajzen, (1991). *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, December, Pages 179 - 211.
4. Ajzen, M Fishbein (1977), Attitude-behavior relations: A theoretical analysis and review of empirical research, *Psychological bulletin*.
5. Ajzen, (2005). *The influence of attitudes on behavior*, books
6. Allport, G. W. (1961). *Pattern and Growth in Personality*. New York: Holt, Rinehart & Winston.
7. Adam Arkin, John Ross† and Harley H. McAdams (1988). Stochastic kinetic analysis of developmental pathway bifurcation in phage λ -infected *Escherichia coli* cells.
8. A Anagnostopoulos, R Kumar, M Mahdian (2008), Influence and Correlation in Social Networks.

9. Costa, P. T., & McCrae, R. R. (1987). Validation of the five-factor model of personality across instruments and Observers. *Journal of Personality and Social Psychology* 52(1), 81-90.
10. Costa, P. T. & McCrae, R. R. (1990). *Personality in adulthood*. New York: Guilford Press.
11. Cornwell, B., Laumann, E. O., & Schumm, P. (2008). The Social Connectedness of Older Adults: A National Profile. *American Sociological Review*, 73, 185-203.
12. Calvin M. L. Chan (2004), Recognition and Participation in a Virtual Community, Proceedings of the 37th Hawaii International Conference on System Sciences - 2004
13. Deutsch and Gerard, 1955; Morton Deutsch, Harold Gerard; A Study of Normative and Informational Social Influences Upon Individual Judgment. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 57 (1955), pp. 629 - 636
14. FIRO Element B™ and Psychological Type: Part II—FIRO Element B and MBTI Linkage, *Bulletin of Psychological Type*, 2000, 23, 3, 18-22
15. FIRO Element B™ and Psychological Type: Part I—Why FIRO Element B? *Bulletin of Psychological Type*, 2000, 23, 2, 18-22
16. Granovetter, Mark S. 1973 "The strength of weak ties". *American*

Journal of Sociology 78 (May): 1360-1380.

17. Granovetter, Mark S. 1983 "The Strength of Weak Ties: A Network Theory Revisited" . Sociological Theory, Vol. 1 , pp. 201-233.
18. Heider, F.(1959). The psychology of interpersonal relations(2nd ed.) New York: Wiley.
19. Homans, George C. 1950. The Human Group. New York: Harcourt, Brace.
20. Jaeki Song and Yong Jin Kim(2006). Social influence process in the acceptance of a virtual community service, Inf Syst Front (2006) 8:241 - 252
21. JP Guilford , Creativity and its cultivation, 1959.
22. J Lakonishok, A Shleifer, RW Vishny, The impact of institutional trading on stock prices, Journal of financial economics, 1992
23. Lee, R. M, Draper, M., & Lee, S. (2001) . Social connectedness, dysfunctional interpersonal behaviors, and psychological distress: Testing a mediator model , Journal of Counseling Psychology, 48 (3) , 310-318.
24. Lasca, D. N., & Zinkhan, G. (1999). Consumer Conformity: Review and Applications for Marketing Theory and Practice. Journal of Marketing Theory and Practice , 7(3), 1-12.
25. Maslow, A. H (1943) A theory of human motivation. Psychological Review,

Vol 50(4), 370-396

26. M. Gopi, T. Ramayah, (2007) "Applicability of theory of planned behavior in predicting intention to trade online: Some evidence from a developing country", *International Journal of Emerging Markets*, Vol. 2 Iss: 4, pp.348 - 360
27. Measures—Element B: Behavior, Element F: Feelings, Element S: Self. *Psychological Reports*, June, 70, 915-937.
28. OECD 「Education Indicators in Focus - 2013/05 (July)」.
29. Organization for Economic Co-operation and Development 網站：
<http://www.oecd.org/>
30. McCrae & Costa, 1990, Reply to Ben-Porath and Waller
31. Tan, M., & Teo, T. (2000). Factors influencing the adoption of Internet banking, *Journal of the Association for Information Systems*, 1(5), 1-42.
32. Schutz, W. (1958). *FIRO: A Three-Dimensional Theory of Interpersonal Behavior*. New York, NY: Rinehart.
33. Schutz, W. C. , 1973 , *Elements of encounter*. Big Sur, CA : Joy Press.
34. Sullivan, H. S. , 1953 , *The interpersonal theory of psychiatry*. New York : W.W. Norton & Co.
35. Schutz, W. (1992). *Beyond FIRO-B—Three New Theory Derived*

附 錄

親愛的填答者，您好：

首先感謝您百忙中熱心參與這個問卷的填答，藉由此研究了解大陸來台交換學生在使用 Facebook 的行為意圖與社會連結之影響。您個人所回答的資料僅供學術研究使用，請您安心填答，感謝您的協助與幫忙。

PS: 在收集完所有問卷於 5/30 隨機抽取 7 名在台大陸交換學生(須為有效問卷)給予獎勵的回饋，回饋獎勵有：西堤牛排禮券(2 名)、7-11 百元禮券(5 名)，詳情如附件。

敬祝

平安 快樂

南華大學 資訊管理研所

指導教授：尤國任 教授

研 究 生：陳偉禎 敬上

請您依照您的同意程度回答下列問題。如果覺得「非常同意」，請圈選「7」；反之，如果覺得「非常不同意」，請圈選「1」。	非 常 不 同 意	不 同 意	稍 不 同 意	普 通	稍 同 意	同 意	非 常 同 意
我喜歡別人親近我。	1	2	3	4	5	6	7
我喜歡別人友善地對待我。	1	2	3	4	5	6	7
我喜歡別人和我保持距離。	1	2	3	4	5	6	7
我喜歡別人親切的對待我。	1	2	3	4	5	6	7
我喜歡別人邀請我做事。	1	2	3	4	5	6	7
我喜歡別人邀請我參加他們的活動。	1	2	3	4	5	6	7
我喜歡人們有活動時將我算在內。	1	2	3	4	5	6	7
我喜歡別人邀請我參加他們的討論。	1	2	3	4	5	6	7
沒有 Facebook，我覺得自己很難跟與外面世界連結。	1	2	3	4	5	6	7
沒有 Facebook，我覺得自己很難加入任何團體。	1	2	3	4	5	6	7
沒有 Facebook，我感覺我離人們很遙遠。	1	2	3	4	5	6	7
沒有 Facebook，我覺得自己像個局外人。	1	2	3	4	5	6	7
沒有 Facebook，我與同儕之間很少有同在一起的感覺。	1	2	3	4	5	6	7

沒有 Facebook，我覺得自己失去與原有社會的連結感。	1	2	3	4	5	6	7
學校的老師支持我去使用 Facebook。	1	2	3	4	5	6	7
學校的新同學推薦我去使用 Facebook。	1	2	3	4	5	6	7
學校的其他交換學生建議我使用 Facebook。	1	2	3	4	5	6	7
宿舍的新室友支持我去使用 Facebook。	1	2	3	4	5	6	7
社團的新夥伴推薦我去使用 Facebook。	1	2	3	4	5	6	7
我會因為大家使用 Facebook 而想要跟著去使用 Facebook。	1	2	3	4	5	6	7
看大家使用 Facebook，我也想要使用 Facebook。	1	2	3	4	5	6	7
看到大家在 Facebook 上認識朋友，我也想試試看。	1	2	3	4	5	6	7
看到大家在 Facebook 上留言，我也會想跟著在 Facebook 上留言。	1	2	3	4	5	6	7
我想要用 Facebook，因為它可以滿足我維繫朋友的關係。	1	2	3	4	5	6	7
我想要用 Facebook，因為它可以讓我有更好的人際關係。	1	2	3	4	5	6	7
我想要用 Facebook，因為它可以讓我更融入社群。	1	2	3	4	5	6	7
我想要用 Facebook，因為它可以讓我減少孤獨感。	1	2	3	4	5	6	7
我想要用 Facebook，因為它可以讓我結交新朋友。	1	2	3	4	5	6	7
我想要用 Facebook，因為它可以讓我有歸屬感。	1	2	3	4	5	6	7
我想要用 Facebook，因為它可以讓我更親近他人。	1	2	3	4	5	6	7
我會認同大家的做法，而去使用 Facebook。	1	2	3	4	5	6	7
我會遵循大家的意見，而去使用 Facebook。	1	2	3	4	5	6	7
我會加入成為使用 Facebook 的一員。	1	2	3	4	5	6	7
我會遵循朋友的意見，而去使用 Facebook。	1	2	3	4	5	6	7
跟團體中的成員一樣我會使用 Facebook 分享我的想法。	1	2	3	4	5	6	7
使用 Facebook 讓我與同儕有共同的話題。	1	2	3	4	5	6	7
使用 Facebook 讓我跟同儕建立良好的關係。	1	2	3	4	5	6	7
使用 Facebook 讓我在新環境融入得很成功。	1	2	3	4	5	6	7
使用 Facebook 讓我與其他人建立了友誼關係。	1	2	3	4	5	6	7
使用 Facebook 讓我更容易認識新的朋友。	1	2	3	4	5	6	7

使用 Facebook 讓我被認識的人所了解。	1	2	3	4	5	6	7
-------------------------	---	---	---	---	---	---	---

個人基本資料：

1、性別：

男生 女生

2、年齡：_____歲

3、籍貫：_____省_____縣(市)

4、目前來台灣當交換學生多久了：_____個月

5、目前來台灣交換學生就讀的地點：

北部 中部 南部 東部 就讀學校名稱：_____

6、目前來台灣交換學生就讀的學院(系所)：

管理學院 科技學院 社會科學院 理工學院 教育學院

藝術學院 法商學院 其他_____

Facebook 使用的情況：

1、在大陸是否有使用過 Facebook？

<input type="checkbox"/> 是	<input type="checkbox"/> 否
----------------------------	----------------------------

2、請問您目前使用 Facebook 多久了？

<input type="checkbox"/> 1 個月以內	<input type="checkbox"/> 1 個月(含)以上~3 個月以內
<input type="checkbox"/> 3 個月(含)以上~6 個月以內	<input type="checkbox"/> 6 個月(含)以上~12 個月以內
<input type="checkbox"/> 12 個月以上	

3、請問您平均每天使用 Facebook 的時間約為？

<input type="checkbox"/> 1 小時以內	<input type="checkbox"/> 1~2 小時以內
<input type="checkbox"/> 2~3 小時以內	<input type="checkbox"/> 3~4 小時以內
<input type="checkbox"/> 4 小時以上	

4、請問您目前 Facebook 的好友(可複選)？

<input type="checkbox"/> 同學	<input type="checkbox"/> 朋友
<input type="checkbox"/> 家人	<input type="checkbox"/> 老師
<input type="checkbox"/> 網友	<input type="checkbox"/> 陌生人

問卷填答完畢，謝謝。

感謝填答者的填答，本問卷於 5 月 30 日抽出 7 名在台的陸生給予獎勵回饋(註:有效問卷者)
 第一獎：西堤牛排用餐卷一張 (共 2 名)
 第二獎：7-11 禮卷 100 元 (5 名)
 ※如要參加抽獎者，請留下 Facebook 的帳號或個人信箱，以供獲獎者通知與聯繫。
 填答者的 Facebook 帳號或信箱：_____ (依個人意願填寫)