

教師網路使用動機、使用滿意度與神馳體驗之研究

楊政彬、吳淑女

E-mail: 317700@mail.dyu.edu.tw

摘要

本研究旨在探討國小教師網路使用動機、使用滿意度與神馳體驗之關係。採用分層隨機及配額抽樣方式選取17所國小之教師為研究對象，共計發放590份，回收有效問卷476份，有效回收率達80.68%，並以描述性統計、信度分析，獨立樣本t檢定、單因子變異數分析、成對樣本t檢定、Pearson積差相關分析及逐步多元迴歸分析等統計方法進行資料分析。研究結果為：(1)國小教師之性別、年齡、婚姻狀況、服務年資、學校規模、使用頻率、使用時間及使用目的不同，在網路使用動機上有顯著差異；(2)國小教師之性別、年齡、婚姻狀況、服務年資、學校規模、使用頻率、使用時間及使用目的不同，在網路使用滿意度上有顯著差異；(3)國小教師之性別、年齡、婚姻狀況、服務年資、學校規模、使用頻率、使用時間及使用目的不同，在網路神馳體驗上有顯著差異；(4)國小教師網路使用動機與使用滿意度有顯著差異；(5)國小教師網路使用動機與神馳體驗有顯著相關；(6)國小教師網路使用滿意度與神馳體驗有顯著相關；(7)國小教師網路使用動機與使用滿意度對神馳體驗有顯著預測力。最後依研究結果提出建議作為未來研究者之參考。

關鍵詞：網路使用動機、使用滿意度、神馳體驗

目錄

內容目錄 中文摘要	iii	英文摘要	iii
iv 誌謝辭		vi 內容目錄	
vii 表目錄		ix 圖目錄	
xi 第一章 緒論	1	第一節 研究背景與動機	1
1 第二節 研究問題	4	第三節 研究對象及範圍	4
4 第四節 研究限制	5	第二章 文獻探討	5
6 第一節 網際網路探討	6	第二節 動機理論	6
10 第三節 使用滿意度	15	第四節 神馳理論及研究	15
19 第三章 研究方法	29	第一節 研究架構	29
29 第二節 研究假設	30	第三節 抽樣方法	30
30 第四節 問卷設計	32	第五節 預	32
34 第五節 資料處理與分析	35	第四章 研	35
38 第一節 量表信度分析	38	研究結果	38
43 第二節 樣本特性	43	第一節 量表信度分析	38
47 第三節 假設驗證	47	第二節 樣本特性	43
87 第四章 結論與建議	87	第三節 假設驗證	47
92 第一節 綜合討論	92	第一節 研究結果摘要	87
100 第二節 建議	100	第二節 綜合討論	92
103 參考文獻	103	第三節 建議	100
114 附錄一 研究問卷	103	附錄一 研究問卷	103

參考文獻

- 一、中文部分 Burke, P., & Briggs, A. (2004), 大眾傳播史:從古騰堡到網際網路的時代(李明穎譯), 台北:韋伯文化國際, (原文於2002年出版)。 Berners-Lee, T. (1999), 一千零一網(張介英, 徐子超譯), 台北:臺灣商務印書館, (原文於1999年出版)。 Godbey, G. (2005), 休閒遊憩概論:探索生命中的休閒(葉怡矜, 吳崇旗, 王偉琴, 顏伽如, 林禹良譯), 台北:品度, (原文於2003年出版)。 Gorman, L., & Mclean, D. (2004), 新世紀大眾媒介社會史(林怡馨譯), 台北:韋伯文化國際, (原文於2001年出版)。 McQuail, D. (2003), 特新大眾傳播理論(陳芸芸, 劉慧雯譯), 台北:韋伯文化國際, (原文於2000年出版)。 Mullen, B., & Johnson, C. (1997), 消費者行為心理學(游恆山譯), 台北:五南圖書, (原文於1990年出版)。 Rosengren, K. E. (2004), 傳播學導論(林文琪譯), 台北:韋伯文化國際, (原文於2000年出版)。 Wallace, P. (2001), 網路心理講義(陳美靜譯), 台北:天下遠見, (原文於1999年出版)。 王秀玲(2003), 台北市國中生網路沉浸經驗之調查研究, 私立中國文化大學心理輔導研究所未出版之碩士論文。 朱美慧(2000), 我國大專學生個人特性、網路使用行為與網路成癮關係之研究, 私立大葉大學資訊管理研究所未出版之碩士論文。 林東泰(2002), 大眾傳播理論(二版), 台北:師大書苑。 胡瑞原(2006), 高中女生網路使用行為之研究, 國立高雄師範大學資訊教育研究所未出版之碩士論文。 翁秀琪(1996), 大眾傳播理論與實證, 台北:三民書局。 張春興(2003), 心理學

原理,台北:東華書局。莊雅雯(2004),活動志願工作者人格特質、參與動機與神馳體驗關係之探討,私立大葉大學休閒事業管理研究所未出版之碩士論文。陳怡君(2003),國中生網路使用行為、同儕關係與自我概念之研究,私立中國文化大學生活應用科學研究所未出版之碩士論文。游承恩(2006),家庭主婦的網路使用行為研究,私立世新大學資訊傳播學研究所未出版之碩士論文。賀淦華(1999),心理學,台北:國家出版社。黃美琪(2005),志願解說人員參與動機、組織承諾與神馳體驗關係之探討,私立大葉大學休閒事業管理研究所未出版之碩士論文。楊正宏,張俊陽,李長樹(2008),台灣學術網路(TANet)沿革與未來展望,網際網路技術學刊,9(2),111-115。陳媯嬪(2005),國中生網路成癮與心理需求相關性之研究 - 以桃園地區為例,私立中國文化大學生活應用科學研究所未出版之碩士論文。陳宛瑩(2008),攀岩活動參與者神馳狀態與時間扭曲感變化相關之研究,私立大葉大學休閒事業管理研究所未出版之碩士論文。葉重新(2002),心理學,台北:國立空中大學。董潔如(2002),高中學生網路使用動機、使用行為、個人特性與網路沉迷現象之初探,國立中山大學傳播管理研究所未出版之碩士論文。蔡沛錡(2004),網路使用行為、人際關係與網路成癮之研究 - 以嘉義市國小高年級學童為例,私立南華大學資訊管理學研究所未出版之碩士論文。蔡珮(1995),電子佈告欄使用行為與社會臨場感研究 - 以台大計中bbs站為例,國立交通大學傳播科技研究所未出版之碩士論文。盧浩傑(2006),國小學童網路使用行為與人際關係、偏差行為、學業成就之相關性研究,國立高雄師範大學工業科技教育研究所未出版之碩士論文。蕭銘鈞(1998),台灣大學生網路使用行為、使用動機、滿足程度與網路成癮現象之初探,國立交通大學傳播科技研究所未出版之碩士論文。謝龍卿(2004),青少年網路使用與網路成癮現象之相關研究,臺中師院學報,18(2),19-44。簡瓊雯(2003),我國國小教師網路資訊行為之研究,國立臺灣大學圖書資訊學研究所未出版之碩士論文。蘇芬媛(1997),Exploring virtual community in computer networks - A study of MUD,國立交通大學傳播科技研究所未出版之碩士論文。財團法人台灣網路資訊中心(2009),台灣網路資訊中心網路使用調查[線上資料],來源: <http://www.twnic.net.tw> [2009, January]。教育部中小學資訊教育總藍圖(1999),資訊教育發展現況與展望 [線上資料],來源: <http://masterplan.educities.edu.tw> [1999, January 20]。二、英文部分

Becker, H. J. (1999). Internet use by teachers [Online], Available: <http://www.crito.uci.edu/papers.asp?offset=200> [2009, August 28]. Chan, T. S., & Ahern, T. C. (1999). The importance of motivation: Integrating flow theory into instructional design. In J. Price et al. (Eds.), *Proceedings of Society for Information Technology & Teacher Education International Conference* (pp.780-782). Chesapeake, Virginia: AACE. Chen, H. (2006). Flow on the net-detecting web users, positive affects and their flow states. *Computers in Human Behavior*, 22(2), 221-233. Chen, H., Wigand, R. T., & Nilan, M. S. (1999). Optimal experience of Web activities. *Computers in Human Behavior*, 15(5), 585-608. Chen, H., Wigand, R. T., & Nilan, M. S. (2000). Exploring web users, optimal flow experiences. *Information Technology & People*, 13(4), 263-281. Chou, C., & Hsiao, M. C. (2000). Internet addiction, usage, gratification, and pleasure experience: The Taiwan college students case. *Computers and Education*, 35(1), 65-80. Csikszentmihalyi, M. (1975). *Beyond boredom and anxiety*. San Francisco: Jossey-Bass. Csikszentmihalyi, M. (1990). *Flow: The psychology of optimal experience*. New York: Harper & Row. Csikszentmihalyi, M. (1993). *The evolving self*. New York: Harper & Row. Csikszentmihalyi, M. (1997a). *Finding flow: The psychology of engagement with everyday Life*. New York: Harper Collins. Csikszentmihalyi, M. (1997b). *Finding flow*. *Psychology Today*, 30(4), 46-50. Csikszentmihalyi, M. (1997c). *Happiness and creativity: Going with the flow*. *Futurist*, 31(5), 8-12. Cuene, J. (2005). *Web2.0: it a Whole New Internet?* [Online], Available: <http://cuene.typepad.com/MiMA.1.ppt> [2010, January 25]. Eighmey, J., & McCord, L. (1998). Adding value in the information age: Uses and gratifications of sites on the world wide web. *Journal of Business Research*, 41(3), 187-194. Guo, Y. (2004). *Flow in Internet shopping: A validity study and an examination of a model specifying antecedents and consequences of flow*. Texas: A & M University. Haridakis, P. M., & Rubin, A. M. (2003). Motivation for watching television violence and viewer aggression. *Mass Communication & Society*, 6(1), 29-56. Hoffman, D. L., & Novak, T. P. (1996). Marketing in hypermedia computer-mediated environments: Conceptual foundations. *Journal of Marketing*, 60(3), 50-68. Hoffman, D. L., Novak, T. P., & Venkatesh, A. (2004). Has the Internet become indispensable? *Communications of the ACM*, 47(7), 37-42. Hsu, C. L., & Lu, H. P. (2004). Why do people play on-line games? An extended TAM with social influences and flow experience. *Information & Management*, 41(7), 853-868. Iso-Ahola, S. E. (1980). *The social psychology of leisure and recreation*. Dubuque, Iowa: William C. Brown. Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). *Uses and gratifications research*. *Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509-523. LaRose, R., & Eastin, M. S. (2004). A social cognitive theory of Internet uses and gratifications: Toward a new model of media attendance. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 48(3), 358-377. Larose, R., Song, I., Eastin, M. S., & Lin, C. A. (2004). Internet gratifications and Internet addiction: On the uses and abuses of new media. *CyberPsychology & Behavior*, 7(4), 384-394. Lin, C. A. (2006). Predicting satellite radio adoption via listening motives, activity, and format preference. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 50(1), 140-159. Mannell, R. C., & Kleiber, D. A. (1997). *A social psychology of leisure*. State College, Pennsylvania: Venture Publishing. Maslow, A. H. (1970). *Motivation and personality*. New York: Harper & Row. Matthews, D., & Schrum, L. (2003). High-speed Internet use and academic gratifications in the college residence. *The Internet and Higher Education*, 6(2), 125-144. Nikki, T. (2009). Internet use linked to age and education [Online], Available: http://www.ft.com/cms/s/0/f826d860-810a-11de-92e7-00144feabdc0.html?nclick_check=1.html [2009, August 30]. Novak, T. P., Hoffman, D. L., & Duhachek, A. (2003). The influence of goal-directed and experiential activities on online flow experiences. *Journal of Consumer Psychology*, 13(1), 3-16. Novak, T. P., Hoffman, D. L., & Yung, Y. F. (2000). Measuring the customer experience in online environments: A structural modeling approach. *Marketing Science*, 19(1), 22-24. Papacharissi, Z., & Rubin, A. M. (2000). Predictors of internet use. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 44(2), 175-196. Pearce, J. (2005). Engaging the learner: How can the flow experience support e-learning? In G. Richards (Ed.), *Proceedings of World Conference on E-Learning in Corporate, Government, Healthcare, and Higher Education* (pp. 2288-2295). Chesapeake, Virginia: AACE. Perse, E. M. (1990). Media involvement and local news effects. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 34(1), 17-36. Pilke, E. M. (2004). Flow experiences in information technology use. *International Journal of Human-Computer Studies*, 61(3), 347-357. Rettie, R. (2001). An exploration of flow during Internet use. *Internet Research*, 11(2), 103-113. Rosengren, K. E. (1974).

Uses and gratifications: A paradigm outlined. In J. G. Blumler & E. Katz (Eds.), *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research* (pp. 269-286). Beverly Hills, California: Sage.

Ruggiero, T. E. (2000). Uses and gratifications theory in the 21st century. *Mass Communication & Society*, 3(1), 3-37.

Sharafi, P., Hedman, L., & Montgomery, H. (2006). Using information technology: Engagement modes, flow experience, and personality orientations. *Computers in Human Behavior*, 22(5), 899-916.

Skadberg, X. Y., & Kimmel, J. R. (2004). Visitors flow experience while browsing a web site: Its measurement, contributing factors and consequences. *Computers in Human Behavior*, 20(3), 403-422.

Stafford, T. F., & Gonier, D. (2004). What Americans like about being online. *Communications of the ACM*, 47(11), 107-112.

Stafford, T. F., Stafford, M. R., & Schkade, L. L. (2004). Determining uses and gratifications for the Internet. *Decision Sciences*, 35(2), 259-288.

Sun, S., Rubin, A. M., & Haridakis, P. M. (2008). The role of motivation and media involvement in explaining Internet dependency. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 52(3), 408-431.

Yang, S. C., & Tung, C. J. (2007). Comparison of Internet addicts and non-addicts in Taiwanese high schools. *Computers in Human Behavior*, 23(1), 79-96.