

# 軍事組織形象塑建、社區關係與軍民信任之研究-以台灣、在台新加坡軍人為例

應亞明、陳美玲、陳君達

E-mail: 9511511@mail.dyu.edu.tw

## 摘要

軍事組織以達成軍事任務，有效發揮國防整體戰力為目的。以平等、互惠、分享的態度合作，使軍事組織與民眾有共生共享的關係，發揮形象塑建的效果，為國軍現代化、法制化的發展奠基。採用方式為描述性統計、信度、效度、Pearson相關係數分析進行相關分析驗證，茲將所獲得實證結果分述如下：一.社區關係與軍事組織形象之關係，檢定結果不成立，顯示認同感與組織形象間關連性是非正向關係的，媒體關係檢定結果是成立的，故其社區關係與軍事組織形象檢定結果為部份成立。二.社區關係與軍民信任之關係，檢定結果成立，因此社區關係與軍民信任關係是成立，亦是正向關係。三.軍事組織形象與軍民信任之關係，檢定結果成立。因此軍事組織形象與軍民信任關係是成立，亦是正向關係。四.社區關係、軍事組織形象與軍民信任之關係，檢定結果軍事組織形象、社區關係與軍民信任三變項檢定為兩項成立一項部份成立，其結果評定為社區關係、軍事組織形象與軍民信任關係成立。此結果與對信任對管理與人際關係有重要的影響，儘管信任不被列於組織管理的要求之中，但實則為影響組織內決策效率與組織效能的重要因素。軍民關係的建立與維護，是全面性的工作，建立正確觀念，摒棄本位主義，狹隘觀念，積極主動任事，協力平時的點滴經營，以爭取民眾的信任。

關鍵詞：形象，社區，社區關係，信任

## 目錄

封面內頁 簽名頁 授權書.....	iii	中文摘要.....	iv	英文摘要.....	v
誌謝.....	vii	目錄.....	viii	圖目錄.....	x
表目錄.....	xi	第一章 緒論 1.1 研究背景與動機.....	1	1.2 研究目的.....	2
1.3 研究範圍.....	3	1.4 研究流程.....	3	第二章 文獻探討 2.1 形象定義.....	5
2.2 社區關係定義.....	6	2.3 信任定義.....	9	2.4 軍事組織形象塑建與社區關係之相關文獻.....	14
2.5 組織形象塑建與信任之相關文獻.....	16	第三章 研究方法 3.1 研究架構及假設.....	19	3.2 研究工具.....	21
3.3 問卷調查樣本.....	21	3.4 資料的處理與分析.....	25	第四章 資料分析與討論 4.1 基本資料分析.....	26
4.2 效度分析.....	29	4.3 信度分析.....	30	4.4 軍事組織形象塑建、社區關係與軍民信任各構面之因果關係模型分析.....	31
4.5 社區關係與軍事組織形象關係分析.....	31	4.6 社區關係與軍民信任正向關係分析.....	34	4.7 軍事組織形象與軍民信任正向關係分析.....	40
4.8 軍事組織形象、社區關係與軍民信任正向關係分析.....	46	4.9 台灣與新加坡差異分析.....	47	第五章 結論 5.1 結論.....	49
5.2 建議.....	51	5.3 後續研究之建議.....	54	參考文獻.....	56
附錄.....	62	問卷調查表.....	67	圖目錄 圖1.1 研究流程圖.....	5
圖3.1 組織信任關係研究之理論架構.....	22	表目錄 表2-1 組織間信任類型及其形成因素.....	15	表3.2 正式量表調查人員統計.....	24
表3.3 問卷設計架構表.....	25	表4-1 研究樣本之個人基本資料分析表.....	30	表4-2 研究樣本Kmo與Bartlett檢定分析表.....	31
表4-3 信度分析表.....	32	表4-4 相關係數程度高低.....	33	表4-5-1 認同感與組織形象之相關分析表.....	34
表4-5-2 認同感與媒體關係之相關分析表.....	34	表4-5-3 社區工作與組織形象之相關分析表.....	35	表4-5-4 社區工作與媒體關係之相關分析表.....	36
表4-6-1 認同感與契約型信任之相關分析表.....	37	表4-6-2 認同感與關係型信任之相關分析表.....	38	表4-6-3 認同感與制度型信任之相關分析表.....	39
表4-6-4 認同感與威嚇型信任之相關分析表.....	39	表4-6-5 社區工作與契約型信任之相關分析表.....	40	表4-6-6 社區工作與關係型信任之相關分析表.....	41
表4-6-7 社區工作與制度型信任之相關分析表.....	42	表4-6-8 社區工作與威嚇型信任之相關分析表.....	42	表4-7-1 組織形象與契約型信任之相關分析表.....	44
表4-7-2 組織形象與關係型信任之相關分析表.....	44	表4-7-3 組織形象與制度型信任之相關分析表.....	45	表4-7-4 組織形象與威嚇型信任之相關分析表.....	46
表4-7-5 媒體關係與契約型信任之相關分析表.....	47	表4-7-6 媒體關係與關係型信任之相關分析表.....	48	表4-7-7 媒體關係與制度型信任之相關分析表.....	48
表4-7-8 媒體關係與威嚇型信任之相關分析表.....	49	表4-8-1 軍事組織形象塑建、社區關係與軍民信任假設路徑檢定結果.....	50		

## 參考文獻

- 一、中文部分
1. 王宜敏 (2000)。影響資訊人員分享知識—以交換理論為基礎來探討。國立中山大學人力資源管理學系碩士論文，未出版，高雄。
  2. 王湘蓉 (2004)。試論戰術佈局。陸軍學術月刊，463，42-55。
  3. 王婷玉 (2003)。團隊成員間價值觀契合與個人效能：人際信任的中介效果，國立台灣大學心理學研究所碩士論文。
  4. 丘昌泰 (2000)。以人力資源管理再造文官體制的生機。人事月刊，31:6，14-24。
  5. 方鵬程 (2004)。我國軍隊形象塑造之研究-公共關係取向的探討，164。
  6. 古允文 (1996)。台灣社會資源網絡的整合—混合福利觀點的構思。學生輔導，43，70-79。
  7. 甘炳光、莫慶聯 (1996)。社區工作的定義與目標。收錄自社區工作—理論與實踐。台北：五南圖書公司，1-31。
  8. 安豐雄、邱伯浩、張彥之、羅慶生 (2002)。軍事學導論。台北：揚智出版社。
  9. 朱立君 (2003)。社區總體營造之個案研究—台中市「楓樹社區」理想家園的發展。國立高雄師範大學成人教育研究所碩士論文，未出版，高雄。
  10. Francis Fukuyama (1998)。誠信：社會德性與繁榮的創造，台北：立緒文化事業有限公司。
  11. 李增祿 (主編) (1995)。社會工作概論。台北：巨流出版社，175。
  12. 洪陸訓 (2000)。美國軍人家庭服務制度的啟示。出自從軍事社會學—中華民國軍事制度與軍人生活。政治作戰學校軍事社會科學研究中心，189-195。
  13. 洪陸訓、劉慶元 (2000)。軍隊與媒體關係—美軍的經驗。軍事社會學—中華民國軍事體制與軍人生活。政戰學校軍事社會科學研究中心，177-188。
  14. 胡文龍、林香生 (1996)。社區工作價值觀和原則。收錄自社區工作—理論與實踐。台北：五南圖書公司。
  15. 唐棣 (1994)。美軍公共事務工作的理念與做法。復興崗學報，53，183-200。
  16. 孫敏華、許如亨 (2001)。軍事心理學。台北：心理出版社。
  17. 徐震 (2002)。從虛擬社區的興起看社區發展的未來。社區發展季刊，100，60。
  18. 胡光夏 (2000)。〈我國軍隊的公共事務-軍隊與媒體之探討〉，《第三屆軍事社會科學學術研討會論文集》。台北：政治作戰學校軍事社會科學研究中心。
  19. 許道然 (2001)。組織信任之研究：一個整合性觀點，空大行政學報，第11期，頁235-295。
  20. 陳美伶 (2003)。組織中的直屬主管信任與組織信任：一項區辦效度的分析，國立台灣大學心理學研究所碩士論文。
  21. 高橋誠 (2000)。2RE 思考時代；18。台北：時報文化。
  22. 蔡雅嵐 (2001)。虛擬組織之信任問題以一個人理性、社會及論理的觀點，國立台灣大學公共行政研究所碩士論文。
  23. 劉麟書 (2001) 人際信任整合模型之研究，銘傳大學管理科學研究所碩士論文。
- 二、英文部分
1. Armstrong, D.L. & Kam Wai Yu (1998)。皮爾松那形象法則。台北：時報文化。
  2. Birnberg Jacob G (1998), Control in Interfirm Co-operative Relationships, Journal of Management Studies 35:4, Jul:421-428.
  3. Bilshak, S.A. (1997)。業務形象包裝。台南：大偉出版社。
  4. Bleeke, J. & D. Ernst (1991) The Way to Win in Cross-border Alliances., Harvard Business Review:127-135.
  5. Brouthers, K. D. (1995) Strategic Alliance: Choose Your Partner, Long Rung Planning, 28(3):18-25.
  6. Cherrett, Ken (1994), Gaining Competitive Advantage Through Partnering, Australian Journal of Public Administration, 53(2), 6-13.
  7. Cohen, Morris H (1974), Community Organization Practice, in Arthur E. Fink edit, The Field of Social Work., 327
  8. Commings, T. Transorganizational Development, Research in Organizational Behavior, 6:367-422.
  9. Davenport, S.; Davies, J. & Grimes, C (1999). Collaborative research programs: 31-40.
  10. Duff, Graham (1994), Current Practices in Strategic Partnering, Australian Journal of Public Administration, 53(2), 29-35.
  11. Dwyer, F. Robert and John F. Tanner (2002), Business Marketing: Connecting Strategy, Relationships, and Learning. New York: McGraw-Hill Companies, Inc.
  12. Greene, R. R. & Ephress, P. H. (1991), Human behavior theory and social work practice, New York, NT: Aldine de Gruyter.
  13. Goldman, J. (1984). Public Relations in the Marketing MIX. Lincolnwood: NTC Business.
  14. Grunig, J. E., Todd Hunt, Managing Public Relations (1984). New York: Holt, Rinehart and Winston.
  15. Haywood, R. (2002)。全面公關時代-打造企業公關的新形象。台北：麥格爾·希爾。
  16. James G. Daley (1999), Social Work Practice in the Military, The Haworth Press, 10 Alice Street, Binghamton, NY, 13904-1580.
  17. Kanter, Rosabeth moss (1994), Collaborative Advantage: The Art of Alliances., Harvard Business Review, Jul-Aug.
  18. Kathleen Thiede Call, Michael A. Finch, Shirley M. Huck, Rosalie A. Kane (1999), Caregiver Burden from a Social Exchange Perspective: Caring for Older People After Hospital Discharge, Journal of Marriage and the Family, 61, 689.
  19. Kouwenhoven, k. (1993) Partnership and Public Administration: Conceptual and practice Consideration, Canadian Public Administration, 36(1), pp. 57-76.
  20. Langton Stuart (1983) Public-private partnership: hope or Hoax?, National Civic Review, Vol. 72, pp. 256-261
  21. Mayer, R. C., Davis, J. H. & Schoorman, D. (1995), An integrative model of organizational trust, 709-734.
  22. Max O. Stephenson, Jr. (1991), Whither the Public-private Partnership: A Critical Overview, Urban Affairs Quarterly, 27(1), 109-127.
  23. McQuaid R. W. (2000) The theory of partnership: why have partnerships? Public-Private partnerships—theory and practice in international perspective. London: Routledge press, pp. 9-35.
  24. Milson & Fred (1974), An Introduction to Community Work. London & Boston: Routledge & Kegan Paul, 106.
  25. Morgan, Robert M. & Shelby D. Hunt (1994), The Commitment-trust Theory of Relationship Marketing, Journal of Marketing, 58, 20-38.
  26. Moorman, C., Deshpande, R. & Zaitman, G. (1993), Factors effecting trust in market research relationships: 81-101.
  27. Nelson k. M. and J. G. Cooperider (1996), The contribution of Shared Knowledge to is Group Performance, MIS Quarterly, December, 409-432.
  28. Newsom, D., Alan Scott, Judy Vanslyke Turk (1993). This Is PR: The Realities of Public Relations. Belmont: Wadsworth.
  29. Pincus, A., & Minahan, A. (1973). Social work practice: Model and method. Itasca, IL: F.E. Peacock.
  30. Rackham, Frifdman & Ruff (1995), Getting Partnering Right: How Market Leaders Are Creating Long-term Competitive Advantage, By McGraw-Hill Int'l Enterprises Inc.
  31. Roger, Hiemstra (1972), The Educative Community: Linking the Community, School, and Family, Nebraska: Professional Educators Publications, Inc., 7.
  32. Ronald J. Deluga (1994), Supervisor trust Building, leader-member exchange and organizational citizenship behaviour, Journal of Occupational and Organizational Psychology, 67, 315.
  33. Rose, Alan (1994), Legal Implications of Partnering, Australian Journal of Public Administration, 53(2), 36-42.
  34. Riseman, D., Nathan Glazer, Reuel Deney (1989). The Lonely Crowd: A Study of the Changing American Character. New Haven: Yale Univ. Press.
  35. Rousseau, D. M., Sitkin, S. Burt, R. S. & Camerer, C. (1998), Not so different after all: A cross-discipline

view of trust:393-404. 36. Stuart Langton ( 1983 ) ,Public-private partnership:Hope or Hoax?,Nationl Civic Riview,72,256-261. 37. Tucker , K., Doris Derelian ( 1989 ) . Public Relations Writing:A Planned Approach For Creating Results. Englewood Cliffs , N. J.:Prentice Hall. 38. .Wilcox , D. L., Phillip H. Ault, Warren K. Agee, Glen T. Cameron ( 2000 ) . Public Relations:Strategies and Tactics. New York:Longman. 39. Williamson,O.E. ( 1985 ) ,The Economic Institution of Capitalism, New York: Free Press.