國立政治大學教育學院學校行政碩士在職專班

碩士學位論文

臺北市國民小學兼任行政教師社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入之關係研究

A Study on the Relationship among Use Behavior of Social Media, Workplace Friendship and Work Engagement of Administrative Teachers in Elementary Schools in Taipei City

國立政治大學 National Chengchi University

指導教授：郭 昭 佑 博士

研究生：王 惠 瑩 撰

中 華 民 國 一〇九 年 七 月

DOI:10.6814/NCCU202000804

國立政治大學
National Chengchi University

DOI:10.6814/NCCU202000804

謝 辭

18 歲那年，第一次踏入位於指南山下·醉夢溪畔的政大校園，在教育系度過四年大學時光；從沒想過，在第二個 18 歲，能夠重拾學生身分，回到政大進修碩士。周末的上課時光，有疲累，但更多的是與老師和同學們互動的滿滿回憶，能當學生，始終是幸福的。

回首論文寫作之路，首先要感謝郭昭佑老師，總是溫和親切地指導我的寫作方向與統計，儘管在百忙中，仍詳盡地回復解答各種疑問，讓我感到安定，並在老師的叮嚀與規劃下，按部就班地繼續前行，而能如期完成論文，此份恩情，永銘記在心；也由衷感謝閻自安老師與陳揚學老師，細心地給予指正並提供寶貴意見，使論文能更為聚焦，以趨學術研究要求。

感謝碩班張恒學長與靜芳學姊，無私分享論文寫作的經驗與資訊；秀真姊在行政流程上予以協助與貼心的叮嚀；佳雯總不吝交流分享各項資源與訊息，並帶給我許多正向能量；于郁主任勉勵我論文寫作上「態度」最為重要；巧如秘書提點我：「論文，是靠著許多人的幫忙才能完成」，這段話在一路走來的論文寫作上更是得到深刻體悟；明慧總用過來人詼諧幽默的口吻分享各種經驗談，讓我不覺得太孤單，而有動力再加把勁；華芸姊時常聽我絮絮叨叨論文寫作的各種大小事，仍幫我加油打氣；佳怡則在英文摘要撰寫上提供修改建議，並與我約會聊聊，拋開不美麗的心情。

同時也感謝協助專家審查問卷的教授與老師們，使問卷更為嚴謹精確，每位應允協助發放與回收問卷的校長、主任、組長，大學同學和碩班學弟妹，以及每一位撥冗填答問卷的教師，使我能完成論文十分重要的一環。

最後要感謝親愛的家人，有你們的包容與支援，我才能有機會報考在職碩班並安心地上課進修，感謝外子澤全在我進修這三年的周末期間陪伴豆豆，以及這一路來的協助扶持；婆婆除了幫忙照顧豆豆外，也不時關心我的身體與論文寫作進度；也要謝謝寶貝女兒豆豆能漸漸懂事，現在媽媽總算有更多、更完整的時間

國立政治大學 National Chengchi University

DOI:10.6814/NCCU202000804

能陪伴你成長與學習了！

最後的最後，要感謝已故的公公，當年鼓勵我有機會一定要在職進修，您待人處世的態度與求知的精神，是我心中永遠的榜樣與典範。現在我終於如願完成論文，這一路來受到許多人的幫助與鼓勵，感恩之情點滴在心，期許自己能夠帶著這份力量，在面對未來的困難與挑戰時，更有勇氣與智慧繼續前行。

一句話的力量可以是很強大的，請不吝鼓勵身邊任何一位曾感到茫然躊躇的朋友

王惠瑩 謹誌

109 年 7 月

國立政治大學
National Chengchi University

DOI:10.6814/NCCU202000804

摘要

本研究以臺北市公立國民小學兼任行政教師為研究對象，探討社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入之關係。採問卷調查法，發放 408 份問卷，回收有效問卷 368 份，問卷有效率為 90.20%。

運用敘述統計、t 考驗、單因子變異數分析、皮爾遜積差相關、迴歸分析等統計方法分析，研究主要發現如下：

一、臺北市國民小學兼任行政教師社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入的現況程度良好，具中高程度。

二、不同婚姻狀況對社群媒體使用行為之「工作聯繫運用」構面具顯著差異。

三、不同婚姻狀況與兼任行政職務對職場友誼具顯著差異。

四、不同性別、年齡、婚姻狀況、行政年資、兼任行政職務與學校規模對工作投入具顯著差異。

五、最高學歷與學校歷史，對社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入皆不具顯著差異。

六、社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入彼此具正向相關。

七、社群媒體使用行為、職場友誼對工作投入具預測力，且以職場友誼預測力較高。

八、職場友誼在社群媒體使用行為與工作投入之間具部分中介效果。

最後根據研究發現及結論，提出實務運作與未來研究相關建議。

關鍵詞：兼任行政教師、社群媒體使用行為、職場友誼、工作投入

國立政治大學 National Chengchi University

DOI:10.6814/NCCU202000804

Abstract

This study takes administrative teachers in Taipei public elementary schools as the research object, to find the relationship among use behavior of social media, workplace friendship and work engagement. This study adopts questionnaire survey method. 408 questionnaires were distributed, and 368 valid questionnaires were recovered. The recovery rate was 90.20%.

The responses were analyzed by descriptive statistics, independent t-Test, one-way ANOVA, correlation and regression analysis. The main findings of the study are as follows:

1. The status of use behavior of social media, workplace friendship and work engagement of administrative teachers in elementary schools in Taipei City is good, and it is at a medium to high level.
2. Marital status has significant differences in the "work connection application" dimension of Use Behavior of Social Media.
3. Marital status and administrative position have significant differences in Workplace Friendship.
4. Gender, age, marital status, administrative seniority, administrative position and school size have significant differences in work engagement.
5. The highest academic degree and school history have no significant differences in use behavior of social media , workplace friendships, and work engagement.
6. Use behavior of social media , workplace friendship and work engagement are positively related to each other.
7. Use behavior of social media and workplace friendship are predictable on work engagement, and workplace friendship has a higher predictability.
8. Workplace friendship has a partial intermediary effect between use behavior of social media and work engagement.

國立政治大學 National Chengchi University

DOI:10.6814/NCCU202000804

Finally, based on the research findings and conclusions, provide suggestions for practical operations and future studies.

Keywords: Administrative Teachers, Use Behavior of Social Media, Workplace Friendship, Work Engagement

國立政治大學
National Chengchi University

DOI:10.6814/NCCU202000804

國立政治大學
National Chengchi University

DOI:10.6814/NCCU202000804

目　次

第一章　緒論.....1

第一節 研究背景與動機.....1

第二節　研究目的與待答問題.....4

第三節　名詞解釋.....6

第四節　研究方法與步驟.....8

第五節　研究範圍與限制.....10

第二章　文獻探討.....13

第一節　社群媒體使用行為之概念與相關研究.....13

第二節　職場友誼之意義與相關研究.....27

第三節 工作投入之意義與相關研究.....36

第四節 社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入相關研究.....47

第三章　研究方法.....53

第一節　研究架構與變項.....53

第二節　研究對象.....57

第三節　研究工具.....60

第四節　研究實施流程.....79

第五節　資料處理.....82

第四章　研究結果與分析.....85

第一節　臺北市國民小學兼任行政教師社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入現況分析.....85

第二節　臺北市國民小學兼任行政教師社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入差異情形分析.....92

DOI:10.6814/NCCU202000804

第三節　臺北市國民小學兼任行政教師社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入相關分析 123
第四節　臺北市國民小學兼任行政教師社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入之預測分析 127
第五節　臺北市國民小學兼任行政教師職場友誼對社群媒體使用行為與工作投入之中介效果 130
第五章　研究結論與建議 133
第一節　結論 133
第二節　建議 138
參考文獻 143
壹、中文部分 143
貳、英文部分 150
附錄 159
附錄一 量表授權書 159
附錄二 專家內容效度問卷 161
附錄三 專家意見彙整表 169
附錄四 預試問卷 183
附錄五 正式調查問卷 187

國立政治大學 National Chengchi University

DOI:10.6814/NCCU202000804

表次

表 2-1 社群媒體使用行為構面相關研究…….….. 22

表 2-2 工作投入相關研究構面……...…….... 42

表 2-3 社群媒體與職場友誼相關研究……..... 47

表 2-4 社群媒體使用行為與工作投入相關研究……..……...…. 49

表 2-5 職場友誼與工作投入相關研究……...…..….. 50

表 3-1 臺北市 107 學年度公立國小學校校數……..……...……...….. 57

表 3-2 預試樣本學校校數及人數分配表……..….... 58

表 3-3 正式樣本學校校數及人數分配表……..….... 59

表 3-4 社群媒體使用行為之測量量表編整情形……..……....…. 61

表 3-5 社群媒體使用行為之測量量表……...…. 63

表 3-6 職場友誼之測量量表……..….….. 64

表 3-7 工作投入之測量量表……..... 66

表 3-8 「專家內容效度問卷」專家學者名單一覽表…….....…. 67

表 3-9 社群媒體使用行為項目分析（鑑別度）摘要表……..…….. 68

表 3-10 社群媒體使用行為之信度分析表……...……..... 69

表 3-11 社群媒體使用行為探索性因素分析（EFA）摘要表……..…...…. 70

表 3-12 職場友誼項目分析（鑑別度）摘要表……..……. 71

表 3-13 職場友誼驗證性因素分析結果…….…..... 73

DOI:10.6814/NCCU202000804

表 3-14 職場友誼之適配度指標檢核表……..…… 74

表 3-15 工作投入項目分析（鑑別度）摘要表……..……..….. 75

表 3-16 工作投入驗證性因素分析結果……... 77

表 3-17 工作投入之適配度指標檢核表……..... 77

表 4-1-1 基本資料分析摘要表……..…… 87

表 4-1-2 社群媒體使用行為現況分析表……..……..….. 88

表 4-1-3 職場友誼現況分析表……..……..……..89

表 4-1-4 工作投入現況分析表……..…..…… 90

表 4-2-1 不同性別對社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入之差異分析….. 93

表 4-2-2 不同年齡對社群媒體使用行為之差異分析..... 95

表 4-2-3 不同年齡對職場友誼之差異分析…..…… 96

表 4-2-4 不同年齡對工作投入之差異分析…….. 97

表 4-2-5 不同婚姻狀況對社群媒體使用行為、職 場友誼與工作投入之差異分析….....99

表 4-2-6 不同最高學歷對社群媒體使用行為之差異分析…...……..... 101

表 4-2-7 不同最高學歷對職場友誼之差異分析…..…….. 103

表 4-2-8 不同最高學歷對工作投入之差異分析……..... 104

表 4-2-9 不同行政年資對社群媒體使用行為之差異分析……..…..... 106

表 4-2-10 不同行政年資對職場友誼之差異分析….....107

DOI:10.6814/NCCU202000804

表 4-2-11 不同行政年資對工作投入之差異分析……..... 108

表 4-2-12 不同兼任行政職務對社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入之差異分析…….....110

表 4-2-13 不同學校規模對社群媒體使用行為之差異分析……..... 112

表 4-2-14 不同學校規模對職場友誼之差異分析……..... 113

表 4-2-15 不同學校規模對工作投入之差異分析……..... 114

表 4-2-16 不同學校歷史對社群媒體使用行為之差異分析……..... 116

表 4-2-17 不同學校歷史對職場友誼之差異分析……..... 117

表 4-2-18 不同學校歷史對工作投入之差異分析……..... 118

表 4-2-19 在不同背景變項之兼任行政教師於社群媒體使用行為之差異……. 119

表 4-2-20 在不同背景變項之兼任行政教師於職場友誼之差異……..... 120

表 4-2-21 在不同背景變項之兼任行政教師於工作投入之差異……..... 121

表 4-3-1 社群媒體使用行為與職場友誼相關分析表……... 123

表 4-3-2 社群媒體使用行為與工作投入相關分析表……..…..... 124

表 4-3-3 職場友誼與工作投入相關分析表……..…..... 126

表 4-4-1 社群媒體使用行為、職場友誼對工作投入「活力」構面之多元逐步迴歸分析摘要表……... 127

表 4-4-2 社群媒體使用行為、職場友誼對工作投入「奉獻」之多元逐步迴歸分析摘要表..... 128

DOI:10.6814/NCCU202000804

表 4-4-3 社群媒體使用行為與職場友誼對工作投入「專注」之多元逐步迴歸分析摘要表…… 128

表 4-4-4 社群媒體使用行為、職場友誼對工作投入之多元逐步迴歸分析摘要表…… 129

表 4-5-1 職場友誼對社群媒體使用行為與工作投入之中介效果分析摘要表…. .131

國立政治大學
National Chengchi University

DOI:10.6814/NCCU202000804

圖次

圖 2-1 科技接受模式…….. 20

圖 2-2 整合型科技接受模式架構圖……...……. 21

圖 3-1 研究架構圖……...….. 53

圖 3-2 職場友誼量表驗證性因素分析（CFA）圖……..... 72

圖 3-3 工作投入驗證性因素分析（CFA）圖……...…….. 76

圖 3-4 研究流程實施圖……...….. 79

國立政治大學
National Chengchi University

DOI:10.6814/NCCU202000804

國立政治大學
National Chengchi University

DOI:10.6814/NCCU202000804

第一章　緒論

本研究旨在探討臺北市國民小學兼任行政教師社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入之關係。本章共分為五節，第一節陳述本研究之背景與動機，第二節說明研究目的與待答問題，第三節為名詞解釋，第四節說明研究方法與步驟，第五節則闡述研究範圍與限制。

第一節　研究背景與動機

本節主要說明臺北市國民小學兼任行政教師社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入之關係研究之背景與動機。

壹、研究背景

現今網際網路普及化之下，社群媒體(social media)已成為人際社交互動及溝通的媒介管道，例如：Facebook、Instagram、Wechat、Youtube 以及 LINE…等，人們透過社群媒體留下文字訊息、照片及影片…等，彼此加入好友名單，成為互動的群組，形成溝通聯繫的網絡；隨著智慧型手機普遍使用情形，各式社群媒體的手機即時通訊軟體，也成為一般民眾日常生活中普遍廣泛使用的訊息傳遞媒介。

無論是學生族群、上班族群以及各式族群等彼此訊息聯誼交流，從過去傳統的書信往來，繼而因為網際網路的普及化，從過去透過 Email 傳遞訊息，隨著資通訊科技的進步，人們便常運用社群媒體各式即時通訊功能，例如：Facebook Messager、LINE 或 Wechat…等，社群媒體能夠包含文字、影音檔案或視訊傳送等功能，以 LINE 為例，甚至有建立群組、投票、記事本及相簿等功能可運用，只需透過網際網路並運用所下載的通訊軟體，使得民眾溝通的管道與方式更加多元與即時，更打破了空間與時間的限制，以臺北市公私立各級學校為例，更鼓勵學生運用數位學生證進行到離校刷卡，家長則可透過相關的設定，於臺北市政府的 LINE 推播服務收到通知訊息（臺北市政府教育局，2019），也是一種社群媒

DOI:10.6814/NCCU202000804

體使用的例子。

近年來社群媒體的手機通訊軟體更被廣泛運用至工作場域，然而任何的組織團體，皆有賴於溝通以進行資訊傳遞與交流，無論是一般企業抑或在學校組織當中，正式與非正式的溝通皆有其重要性；而談及組織，人與人之間的互動及溝通也建立起人際網絡，彼此進行聯繫溝通時，除了以傳統電話方式或 Email 聯絡，社群媒體也成為另一種溝通工具。

「你今天 LINE 了嗎？」這句話已融入現今國人日常生活，成為習以為常的生活習慣一部分，更道盡了多數大眾離不開使用社群媒體的生活模式，也因為即時通訊軟體使用之廣泛性與普遍性，在教育場域中，教育需要與時俱進，無論是教學內容、教材教法或者是教學環境與各項設備，隨著社群媒體廣為運用的趨勢下，公部門與各級機關學校也紛紛運用社群媒體在內外部需求情境中，更鑒於其運用於公務上的頻繁需求性，益發正視關於即時通訊軟體的使用規範，查臺北市政府資訊局、研考會及秘書處便訂定了使用 LINE 及公文公開等相關規範（臺北市政府資訊局，2019），使得運用即時通訊軟體進行公務之聯繫溝通更有依據及規範性，爰此，在學校行政人員於日常工作場域中，面對校長、主任或者教育局端之行政人員等，其彼此需進行各式聯繫與溝通，對運用社群媒體進行溝通之便利與即時性，更具需求性。而平時除了職場中公務上的聯繫往返，成員彼此之間的人際互動所建立起友誼，也形成非公務上的社交談天，而社群媒體也成為情誼交流的聯繫工具之一，因而也促成拉近職場中的友誼。

隨著 108 學年十二年國民基本教育課綱總綱正式實施，國小兼任行政教師們，面對主管、同仁、下屬或者校內其他教師，甚而家長以及教育局端的各項問題與業務協調，所面對的種種業務需求，加上各項增能研習、競賽活動與各種評鑑項目，相對的壓力可想而知，部分兼任行政教師也擔心於不易掌握新課綱精神內涵，無怪乎每每學年開始前，報章媒體便紛紛報導關於行政大逃亡的現象，其嚴峻情形甚至已被描述為如同「土石流」（卜敏正、徐如宜、陳秋雲，2019）。身為首善

DOI:10.6814/NCCU202000804

之都的臺北市於各項政策的推行時，往往成為其他縣市借鏡參考對象，尤其國民小學階段是國民義務教育之起點，對於政策與計畫的執行更有著一份領航者的使命感，惟也因此在繁瑣行政工作消磨兼任行政教師熱情之際，透過具便捷性、即時性的社群媒體進行有效能的溝通、營造彼此分工互相信賴的團隊情誼感，藉由良好的職場友誼，而能提升成員對工作投入程度，亦為思考學校長遠發展之另一層面觀點與契機。

貳、研究動機

社群媒體種類繁多且持續推陳出新，擴增各種功能以優化界面與增加使用多元性，加以網際網路的發達，智慧型手機的普遍使用，並衡酌國人使用社群媒體進行溝通聯繫之偏好，本研究以 LINE 作為研究之主體，以探討 LINE 之使用行為。LINE 在職場上的使用，也彷彿「兩面刃」，其優點在於溝通的經濟、方便與即時性，缺點則在於往往看到公務上的訊息，可能想不讀不回，但又擔心此訊息有其急迫回復性，擔心萬一未即時回應，將影響工作上的效率甚至影響到其他人。而在工作場域當中之人際互動，所產生職場友誼之成員往往也會透過 LINE 進行聯繫，而在職場中建立在友誼上的成員透過 LINE 進行公務聯繫，其與工作投入之間的關聯性，也形成了本次之研究動機之一。

基於研究背景，經查詢博碩士論文知識加值系統網站，發現臺灣目前討論兼任行政教師社群媒體使用的文獻仍屬有限，相關研究目前正起步中，且討論社群媒體使用行為與職場友誼或工作投入關係之相關研究則極為少數，主要多在於人力資源、企業管理或資訊管理領域範疇，在於討論企業中員工使用 LINE 的影響或探討職場友誼與工作投入情形，而多數探討在職場中 LINE 使用行為也往往與工作壓力、情緒勞務等變項進行相關性研究，在探討學校使用 LINE 進行溝通時，則較多文獻為探討教師親師溝通管道上的研究，亦較少討論兼任行政教師之聯繫

DOI:10.6814/NCCU202000804

溝通，爰有關教育或學校行政職場中，探討其中人員社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入之關係研究，實屬值得擴展研究的面向，此為研究動機之二。

108 學年十二年國民基本教育課程綱要總綱正式上路後，面對政策規範的調整、地方主管機關的督導或者家長學生的疑問與期待，學校行政團隊無論縱向或橫向的聯繫，或者對外部的溝通皆益加迫切與重要，在學校組織當中，對於計畫的規劃與執行，都仰賴於學校行政人員的努力，兼任行政教師們也因此扮演著十分重要的角色，在教師、家長、學生們盼望著學校在教學品質、形象行銷、空間環境各面向有所提升，對著學校充滿被賦予期待與要求的氛圍之下，而對於行政工作的熱情，卻往往消磨於繁瑣耗時的各種瑣碎繁雜的業務中，工作內容將更具複雜度與挑戰性，學校行政工作惟有對於工作投入程度高，也才能夠對己身之工作有責任與使命感，致力於學校行政工作。

如何善用社群媒體方便、即時且較為經濟之特性，進行有效且適宜的溝通，而在此之際，職場友誼更扮演重要的凝聚組織催化劑角色；Tom Rath(2006)在其著作《人生一定要有的八個朋友》一書中提到，假使在工作上結交好友，將使工作較為愉快且能以較短時間完成較多工作，能使工作環境安全以減少意外，也能有新創意並能夠分享，在職場中建立友誼能夠維繫彼此情感，營造情感交流的環境，甚至從新進同仁便建立起人際網絡，使同仁對工作感受到熱情；有順暢且正向的公務溝通聯繫方式與管道，也才能提升工作投入情形，此為研究動機之三。爰此，本研究旨在探討臺北市國民小學兼任行政教師社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入三個變項之概況、相關性、預測力及中介效果。

第二節　研究目的與待答問題

依據前述之研究背景與動機，並針對本研究主題探討「臺北市國民小學兼任行政教師社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入」，整理闡述研究目的與待

DOI:10.6814/NCCU202000804

答問題。

壹、研究目的

針對研究主題，本研究的研究目的分述如下:

一、瞭解當前臺北市國民小學兼任行政教師社群媒體使用行為、職場友誼及工作投入之現況。

二、探究臺北市國民小學兼任行政教師不同背景變項在社群媒體使用行為、職場友誼及工作投入之差異。

三、分析臺北市國民小學兼任行政教師社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入之相關情形。

四、探討臺北市國民小學兼任行政教師社群媒體使用行為、職場友誼對工作投入之預測分析。

五、探討職場友誼在臺北市國民小學兼任行政教師社群媒體使用行為對工作投入之中介效果。

貳、待答問題

依據研究目的，本研究提出待答問題如下:

一、臺北市國民小學兼任行政教師社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入之現況。

(一)臺北市國民小學兼任行政教師社群媒體使用行為之現況為何?

(二)臺北市國民小學兼任行政教師職場友誼之現況為何?

(三)臺北市國民小學兼任行政教師工作投入之現況為何?

二、不同背景變項對臺北市國民小學兼任行政教師社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入之差異，是否有顯著差異?

(一)性別對於社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入是否有顯著差異?

DOI:10.6814/NCCU202000804

(二)年齡對於社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入是否有顯著差異?

(三)婚姻狀況對於社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入是否有顯著差異?

(四)最高學歷對於社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入是否有顯著差異?

(五)行政年資對於社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入是否有顯著差異?

(六)兼任行政職務對於社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入是否有顯著差異?

(七)學校規模對於社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入是否有顯著差異?

(八)學校歷史對社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入是否有顯著差異?

三、臺北市國民小學兼任行政教師社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入之間的相關情形為何?

四、臺北市國民小學兼任行政教師社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入之預測力如何?

五、職場友誼在臺北市國民小學兼任行政教師社群媒體使用行為與工作投入之中介效果如何?

國立政治大學 National Chengchi University

第三節　名詞解釋

壹、兼任行政教師

本研究中所指之兼任行政教師，查「國民小學與國民中學班級編制及教職員員額編制準則」(教育部，2018）第 3 條有關國民小學教職員員額編制提到：學校各處、室及分校置主任一人,除輔導室主任得由教師專任外,其餘由教師兼任;而各組置組長一人，得由教師兼任、職員專任或兼任。另依司法院大法官院解字第二九八六號解釋，兼任學校行政職務之教師，就其兼任之行政職務，則有公務員服務法之適用，惟其身分仍為教師。

DOI:10.6814/NCCU202000804

貳、社群媒體使用行為

社群媒體(social media)已廣泛使用於現今社會生活中，透過社群媒體網站的文字、照片或影音分享，聯繫人際互動與溝通交流，而各國使用者往往因為使用習慣、偏好程度或者年齡層差異…等因素，因此不同社群媒體在各國有不同使用比率，爰此，本研究考量人力、時間與經費限制，加上智慧型手機的普遍性，以目前國人使用率最高之 LINE 為本研究探討之社群媒體。

本研究以理性行為理論、計畫行為理論、科技接受模式以及整合性科技接受模式等相關文獻為基礎，分析影響使用行為之因素及脈絡，並參酌涂保民和顏春枝（2017）、陳逸珊（2019）、辜令蓁（2017）、劉至鈞（2017）、簡秋丹（2017）等相研究文獻內容，及 Jenkins-Guarnieri、Wright 和 Johnson (2013)所建構的社群媒體使用之研究構面概念為基礎觀點，加以歸納並與指導教授衡酌 LINE 之功能特性、使用經驗與現今大眾使用初步概況，編製「社群媒體使用行為量表」，將社群媒體使用行為之內涵概分為三個研究構面：「社會情感聯絡」、「社會日常融入」與「工作聯繫運用」，採用 Likert 五點量表計分加總，量表得分愈高代表兼任行政教師知覺社群媒體使用行為程度愈高，反之則愈低。

參、職場友誼

職場友誼(workplace friendship)是一種在工作職場中成員所形成之人際互動關係而所發展的友誼，屬於非正式且跨越職稱位階打破職場上下屬關係，能夠促使成員之間的良性互動、情誼默契，也能使得組織氣氛變好，進而影響工作績效情形，本研究則指兼任行政教師於學校工作場域中，所感受與當中之其他成員互動之人際關係之友好程度情形。

本研究參考 Nielsen、Jex 與 Adams (2000)所建構的「職場友誼量表」，將職場友誼之內涵概分為：「友誼機會」與「友誼普及性」兩個研究構面，採用 Likert 五

DOI:10.6814/NCCU202000804

點量表計分加總，量表得分愈高代表職場友誼程度愈強，反之則愈低。

肆、工作投入

工作投入(work engagement)係指對自身的工作抱持積極熱衷的主動態度，在本研究則指兼任行政教師對於學校行政業務的工作表現、對工作的付出情感程度與面對學校行政工作之態度，兼任行政教師對於學校行政工作能夠充滿著熱情與活力，且能專注致力於行政業務工作，並能夠秉持著奉獻付出的精神，對學校行政業務有著使命責任感去執行所承辦業務，能夠體驗到工作帶來的樂趣而感到滿意、有成就感。

本研究參考 Schaufeli、Bakker 與 Salanova（2006）所建構的「工作投入問卷量表，(Utrecht Work Engagement Scale, UWES)」將工作投入之內涵概分為：「活力」、「奉獻」與「專注」三個研究構面，採用 Likert 五點量表計分加總，量表得分愈高代表工作投入程度愈高，反之則愈低。

第四節　研究方法與步驟

壹、研究方法

本研究係採用問卷調查法，經過探討相關理論、研究文獻、各個變項的構面與關係，藉由文獻作為研究架構基礎，建立測量工具並編製發展問卷，以臺北市國民小學兼任行政教師為研究調查對象，針對其社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入之關係進行調查。正式問卷回收整理後，透過 SPSS 統計軟體進行統計分析與討論，以提出研究結果與建議。

貳、研究步驟

本研究採取以下研究步驟：

DOI:10.6814/NCCU202000804

一、蒐集文獻

廣泛閱讀並蒐集國內外與研究主題相關之期刊、書籍、博碩士論文及電子資料庫等相關文獻資料。

二、確定研究主題

經由文獻閱讀與分析歸納後，架構並建立本研究探討之主題方向。

三、研擬研究計畫

根據研究主題方向，確立研究方法與步驟，並提出研究假設等內容。

三、編製調查問卷

經由國內外的相關研究歸納分析，依據所研究各變項之構面，除使用國外相關之量表，其中參考與本研究主題相近之研究文獻所設計之問卷，針對本研究對象與所在區域編修相關問卷以建立測量工具。

四、建立專家效度

針對所問卷內容，經與指導教授討論修正，並徵詢專家學者提供專業意見與實務建議，以建立專家內容效度，訂定本研究預試問卷。

五、預試

發放預試問卷，所進行預試之抽樣對象與正式問卷抽樣對象性質一致。

六、信效度分析

就預試結果進行信度與效度分析，並依據分析結果，修訂成為本研究正式問卷內容。

七、正式調查與統計分析

將所回收之正式問卷進行整理後，以統計軟體 SPSS 進行資料彙整登錄與分析處理，以測量研究變項之現況、相關、預測力及中介效果。

八、提出研究結論與建議

依本研究結果及資料進行分析，參照理論性與實務性歸納情形，提出本研究之結論與建議。

國立政治大學 National Chengchi University

DOI:10.6814/NCCU202000804

第五節　研究範圍與限制

本研究旨在探討臺北市國民小學兼任行政教師社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入之關係，下列就研究範圍與研究限制進行說明：

壹、研究範圍

一、 研究對象

以 107 學年度臺北市國民小學包含教務、總務、學務及輔導處兼任行政教師之主任及組長為研究對象，本研究之研究區域含括臺北市 12 個行政區公立國民小學（市立與國立），不包含特殊學校與私立小學。

二、 研究變項

本研究透過問卷調查法，主要探討臺北市國民小學兼任行政教師社群媒體使用行為、職場友誼及工作投入之情形、相關、差異、中介變項之狀況，故分述以下各變項：

(一)自變項－社群媒體使用行為

經綜整分析相關理論及文獻研究資料，劃分社群媒體使用行為有三個研究構面：「社會情感聯絡」、「社會日常融入」與「工作聯繫運用」。

(二)依變項－工作投入

經綜整分析相關文獻研究資料，劃分工作投入有三個研究構面：「活力」、「奉獻」與「專注」。

(三)中介變項－職場友誼

經綜整分析相關文獻研究資料，劃分職場友誼有兩個研究構面：「友誼機會」與「友誼普及性」。

(四)背景變項

1.個人背景：包含性別、年齡、婚姻狀況、最高學歷、行政年資、兼任行政職務六個背景變項。

DOI:10.6814/NCCU202000804

2.環境背景：以學校規模、學校歷史為環境變項。

貳、研究限制

本研究在考量人力、時間與經費等因素，仍有下列之研究限制：

一、本研究樣本以臺北市公立國民小學兼任行政教師為對象，在研究之推論上無法推論至私立小學、臺北市國、高中以及臺北市以外的地區，每個縣市仍有其個殊性，故所作之結論無法推及至其他地區，在研究對象上可能仍有其限制。

二、本研究之抽樣對象未涵蓋非兼任行政之教師，因而尚未能探討涉及教學層面中，其在社群媒體使用行為、職場友誼與工作變項三者關係之情形。

三、本研究係以量化之問卷調查研究方法進行探究，惟倘需進一步了解兼任行政教師之社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入等之各種原因與動機考量，於量化分析中未能解釋者，建議宜透過質性訪談方式進行探究。

國立政治大學 National Chengchi University

DOI:10.6814/NCCU202000804

國立政治大學
National Chengchi University

DOI:10.6814/NCCU202000804

第二章　文獻探討

本章分為四節，旨在探討社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入的概念、意義與相關研究。第一節為社群媒體使用行為之意義、發展與相關理論；第二節為職場友誼之意義與相關研究；第三節為工作投入之意義與相關研究；第四節為社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入相關研究。

第一節　社群媒體使用行為之概念與相關研究

本節主要確立社群媒體使用行為之研究構面，並對社群媒體之定義、發展與使用概況、相關理論、研究構面與相關研究進行說明與解釋，為後續社群媒體使用行為的研究工具建立基礎。

壹、社群媒體的意義與發展

一、社群媒體的起源與定義

（一）社群媒體的起源

社群媒體(social media)係指藉由網際網路，運用文字、圖片或者影音等各種方式相互交流傳遞訊息，常見的社群媒體有 Facebook、Instagram、Youtube、Wechat、LINE…等，有別於傳統的傳播媒體，其特色在於能夠雙向互動，以現今全球使用普及情形而言，一個人往往也不只各種社群媒體的帳號，隨著各式社群媒體廣泛使用，連帶著也漸漸影響人們生活習慣與模式。Plant(2004)指出網際網路(internet)和全球資訊網(World Wide Web)的融合是獨特現象，從技術層面而言，可使訊息來源接收與傳送跨越距離限制，允許即時、高頻寬數據以相對較低的成本進行地面或非地面的傳輸；也不同以往廣播或電視的社會現象，這樣的媒介能夠進行雙向或多向的通訊。王嵩音（2007）則在關於探討網路使用者的態度與動機對使用行為影響的相關研究中，探討歸納包含網路使用的工具性、娛樂性與社交性之動

DOI:10.6814/NCCU202000804

機，也提到了網路使用行為包含 1.使用頻率 2.使用時間 3.使用年資 4.使用功能 5.互動行為等面向。

而網際網路的蓬勃發展運用，則可談及所謂千禧世代，千禧世代指的是由 1980 年至 1999 年間出生的人組成，其高中畢業率高於任何上一代的人，也被稱為「Y 世代」，隨著這世代的人們中有三之分二者接受了高等教育課程(Seppanen & Gual-tieri, 2012；Peruta & Shields, 2016)，並且在網路時代中成長，這些千禧世代的人們，也因此通常被稱為數位原住民(digital natives)，隨著數位科技蓬勃發展，該世代已習慣於將社群媒體視為他們收集和傳播信息的媒介來源(Hesel & Williams, 2009；Peruta & Shields, 2016)，使用社群媒體儼然已成為日常生活的一部分，是情感交流、資訊蒐集與傳遞的工具。也由此逐漸開展社群媒體興起了浪潮，轉變了人們溝通交流、查找資訊的型態與方式，隨著社群媒體方便性導致使用的普及化，使用的年齡階層逐漸擴大，也因為社群媒體使用的便捷，其運用範圍不斷增廣，從最初的社交聯繫分享，到後來的商業與行銷用途，更從個人聯絡交友功能擴及至工作層面的運用。

而有關社群媒體的使用，則應談及社群網站(Social Network Sites , SNS)，Boyd 和 Ellison (2007)將社群網站定義為一種基於網際網路的服務，可提供個人在有界限的封閉系統內建構公開或半公開性質的概況簡介，並列出與之連結共享的其他用戶列表，可以查看瀏覽他們的連接列表以及系統中其他人建立的連結，許多人們已習慣使用這些不同品牌之社群網站融入自己的日常生活，這些社群網站藉由提供之各種功能，使大多數網站都維持著使用者現有的基本社群網絡，舉凡提供不同交流工具、部落格(blog)、照片及影音檔案共享等功能，而一些網站更為了迎合了不同的受眾，透過基於共同語言、種族、宗教或國籍等基礎個人資訊，可以根據使用者藉由共同的興趣或需求，與其他陌生使用者建立聯繫。

（二）社群媒體的定義

Kapla 和 Haenlein(2010)認為社群網站是一種應用程式，用戶可透過創造個

DOI:10.6814/NCCU202000804

人的訊息檔案，邀請朋友同事 們造訪瀏覽這些檔案資料，藉由彼此互相發送電子郵件與即時訊息等方式進行聯繫，而這些個人檔案資料為各種類型的訊息，包含照片、影片、聲音檔案及部落格(bolg)；Kapla 和 Haenlein (2010)也指出社群媒體一詞則與 Web2.0 及使用者原創內容(User Generated Content, UGC)此兩個相關的概念有所關聯，Web2.0 一詞首次使用於 2004 年，由 O'Reilly 媒體公司創辦人暨執行長 Tim O'Reilly 所提出，為社群媒體發展的平臺，並非指任何具體的新技術，而是用來描述軟體開發者與終端用戶開始使用全球資訊網(World Wide Web)的新方式，其內容和應用程式不再僅由個人創造與發佈，而是由所有用戶以參與和協作的方式不斷進行修改；而舉凡個人網頁或線上大英百科全書等 Web1.0 時代之內容發布概念，則屬於已被 web2.0 中的部落格(blog)和多人協作項目等所取代。使用者原創內容(User Generated Content,UGC)則可被視為人們使用社群媒體的所有方式之總和，該名詞於 2005 年被普遍使用，係指終端用戶創造並公開提供的各種形式媒體內容。此外 Tim O'Reilly(2005)提到 Web2.0 的特色意涵，網路即平臺環境中，包含了豐富的使用者經驗，透過互動參與以利用眾人智慧的資訊力量。

國立政治大學 National Chengchi University

二、社群媒體的生態與功能

（一）社群媒體的生態

Kietzmann、 Hermkens、McCarthy 和 Silvestre(2011)認為社群媒體的生態有如叢林一般，即意味著社群媒體呈現各種豐富多元的功能與環境樣貌，社群媒體使用行動通訊及基於網站技術建立高度互動的平臺，通過這些互動平臺，個人用戶和社群可以彼此分享、創造、討論並修改用戶產出的內容，基於現今社群媒體在大眾媒體上大量曝光的趨勢，更揭示了全球正處在全新樣貌的溝通與傳播環境當中。人們透過使用社群媒體不僅為單方向或被動接收訊息，而是雙向的互動交流，社群媒體改變了人與人溝通的方式，透過網際網路帶來了打破距離與時間限

DOI:10.6814/NCCU202000804

制的訊息傳遞媒介，並且運用社群媒體各項功能，例如：群組、貼圖、相簿、影音視訊、直播、檔案傳送…等，如今從一般民眾分享日常生活、企業甚而政府形象行銷、政策宣傳等，舉凡過去的利用部落格(blog)寫文的部落客到現在於 Youtube 拍攝影片的 Youtuber 以及 LINE 官方帳號，皆為運用社群媒體的多元模式，由此也可見使用社群媒體進行多元化的趨勢，社群媒體成為人際互動與資訊交流的重要管道之一。

（二）社群媒體的功能

此外 Kietzmann 等人(2011)也提出藉由蜂巢狀區塊來定義並闡明有關社群媒體的七個功能，分別為：身份（identity）、對話（conversations）、分享（sharing）、存在（presence）、關係（relationships）、聲譽（reputation）和群體（groups），而這些區塊可以互相獨立使用或一起使用， 經由這七個功能以了解社群媒體的生態，也得以拆解檢視關於社群媒體使用者具體使用經驗，另一方面也提供企業一些在社群媒體運用之啟示。

另隨著智慧型手機的普遍使用，行動上網也越加便捷，社群媒體的相關運用軟體持續推陳開發，智慧型手機中之即時通訊軟體使用也越加普及，所謂即時通訊軟體(Instant Messaging, IM)係一種基於以網際網路作為傳遞方式，讓使用者在相同的網路即時通訊軟體工具，同步進行點對點的溝通，亦可群組聊天，並在對話交流中傳遞圖片或設定個人化的文字字體與顏色(Grinter & Palen, 2002)，而透過即時通訊軟體，可以使兩人或多人，進行影音或文字、語音及視訊等多媒體形式的傳送，並且能夠進行多人與多工交流(劉宏斌，2019)，也因為即時通訊軟體隨著資訊科技的發展致使用情形日益蓬勃，使得即時通訊軟體的使用面向益發多元，不僅是單純的社交聯繫用途，也進而應用至工作溝通目的。

三、社群媒體的發展與使用概況

（一）社群媒體的發展

DOI:10.6814/NCCU202000804

在社群媒體的發展歷程中，最早運用於社群連繫的即時通訊軟體為 ICQ，其取自英文「I seek you」的諧音，係透過文字訊息互動的即時通訊軟體(Devin Coldewey, 2016；譚偉晟，2016)，而後由奇摩及微軟推出的 Yahoo!即時通、MSN 軟體也是許多人的時代回憶；以現在臺灣常見使用之社群媒體為例，其創辦人為 Mark Zuckerberg 的 Facebook 於 2004 年上線(Facebook Newsroom, 2012)；而 LINE 則是由韓國 Naver 集團下的 LINE Corporation 所開發，LINE 由 LINE Corporation 於 2011 年 6 月創立（LINE 官方網站，2014），具有文字訊息、貼圖傳送、檔案傳輸、語音及視訊通話、記事本、相簿（照片及影片）、個人動態與群組聊天等各項功能；根據 LINE 官方網站（2018）新聞稿，提出截至 2018 年 1 月止之相關統計數據顯示：臺灣有 3 項使用數據高居全球之冠，分別為：每日影片傳送數超過 3,500 萬則、桌機版月活躍用戶佔全球 40%、每日使用語音通話人數超過 700 萬，顯示國人於日常生活中對於 LINE 的使用之喜好與黏著度甚高。

（二）社群媒體的使用概況

在當前資通訊科技(Information and Communication Techologies, ICTs)發展迅速的背景之下，財團法人資訊工業策進會產業情報研究所（2016a；2016b）關於「行動 App 消費者調查分析」的相關報導發現，消費者在下載手機 App 時，以實用便利為最優先考量因素，且「社交通訊」APP 則為使用類別第一名，每天開啟次數最多前五名則依序為：「LINE、Facebook、YouTube、WeChat、Instagram」，由此也顯示出臺灣民眾已習慣於日常生活中，使用各項社群媒體之行動 App 進行社交聯繫。目前即時通訊軟體在臺灣使用情形日益普遍，根據財團法人台灣網路資訊中心（2018）以國內 12 歲以上受訪者電訪調查研究顯示，臺灣的人口中使用社群媒體情形達 96.8%，其中又以 20 至 29 歲年齡者使用率達 100%；而就社群媒體品牌使用率情形顯示，就有使用相關即時通訊軟體者中，使用「LINE」的比率更達到 99.2%，由此也可瞭解到數位生活浪潮已普遍席捲影響國人的日常生活。

DOI:10.6814/NCCU202000804

隨著智慧型手機與行動上網的普及趨勢，即時通訊軟體的使用普遍性，影響並改變了人與人之間的溝通方式，當人們受到空間限制無法即刻面對面溝通時，透過社群媒體即時溝通，也打破彼此之間溝通的距離藩籬限制。智慧型手機相較於桌上電腦或者筆記型電腦，更為輕巧攜帶方便，只要能夠連上網際網路，便能透過所下載的通訊軟體進行聯繫溝通，根據財團法人資訊工業策進會（2018）報導顯示台灣近八成民眾每天使用手機超過兩小時，其中更顯示年齡為 22 至 44 歲者，則大量地瀏覽使用社群媒體並透過即時通訊軟體互動聊天，由此也顯見國人對手機使用的依賴感與習慣性，透過手機使用社群媒體進行交流也成為日常生活習慣，社群媒體也漸漸結合了社交聯繫、遊戲娛樂、行銷廣告與消費購物等多元功能。

溝通的需求存在於人與人互動中，也是組織運作重要的一環，而進行有效率的溝通更是影響組織運作效能的重要媒介，在網路資訊科技推陳出新的趨勢之下，組織的溝通方式也逐漸走向多元化，學校場域中，從前僅能透過電話或者電子郵件聯繫，倘聯絡對象不在辦公桌位，便無法取得即時聯繫，而電子郵件在即時對話聯繫上，則相對比較不快速便捷，因為社群媒體與智慧型手機使用的普及情形，手機之即時通訊軟體往往因為公務的需求而必須得使用，甚至有各種類別性質的公務群組，以利不同身分別或不同組織單位等之分類。

總結而言，社群媒體的使用已與民眾生活息息相關，成為聯繫溝通甚至休閒娛樂的媒介，涵蓋了從情感聯絡、日常生活，進而擴及至工作上的運用層面，因此其使用行為情形也成為值得探究的因素。

貳、社群媒體使用行為的相關理論

目前國內外有關探討社群媒體使用行為之相關研究文獻，較多屬於企業管理或者資訊管理等學科領域，並以 Ajzen(1985)所提出，根據 Fishbein 與 Ajzen(1975)

DOI:10.6814/NCCU202000804

建立的理性行為理論，所發展出來之「計畫行為理論（Theory of Planned Behavior, TPB）」，及由 Davis、Bagozzi 和 Warshaw（1989）所提出根據理性行為理論所發展出來的「科技接受模式(Technology Acceptance Model, TAM)」為多數，並且有其他依據前揭理論所延伸修正之理論或模式，作為相關研究之立論基礎架構來探討使用者的使用行為，其中包含由 Venkatesh、Morris、Davis 和 Davis 於 2003 年提出「整合型科技接受模式(Unified Theory of Acceptance and Use of Technology, UTAUT)」。而有關於解釋人類使用行為之相關理論，以下分述各理論：

一、理性行為理論(Theory of Reasoned Action, TPA)

理性行為理論是由 Fishbein 和 Ajzen(1975)年提出，在於解釋人類行為中態度和行為之間的關係，從社會心理學的角度作為基礎，以信念(Belief)、態度(Attitude)、意圖(Intention)及行為(Behavior)四個概念對人類的行為加以探討、解釋及預測，此理論認為人類行為出於自願性，並以理性作為思考行動之出發點，個人之行為取決於本身的行為意圖，而行為意圖則是由個人之行為態度與主觀規範所影響。

二、計畫行為理論(theory of planed behavior,TPB)

Ajzen（1985）所提出根據 Fishbein 與 Ajzen(1975)建立的理性行為理論所發展出來，由於理性行為理論認為人類行為源自於理性控制與自願性，卻因此忽略了外在因素對行為的影響，於實際情境中，人類的行為不見得皆出於自願，因此計畫行為理論加入了「知覺行為控制(perceived behavioral control)」因素，意指進行某行為所需資源及機會控制力之知覺，此理論以行為態度、主觀規範及知覺行為控制，來解釋行為意圖並預測實際行為(Ajzen, 1985；Ajzen, 1991)，也因此假使對某行為越持正面態度，感受周圍規範越大，且對該行為控制之知覺越強，期採某行為之意圖便越大。

三、科技接受模式(Technology Acceptance Model，TAM)

DOI:10.6814/NCCU202000804

Davis、Bagozzi 和 Warshaw（1989）根據理性行為理論為基礎所發展出來的科技接受行為模式，來解釋使用者接受科技資訊系統的行為模式，預測分析使用者接受資訊科技系統的各種因素，並認為「知覺有用性（perceived usefulness）」與「知覺易用性（perceived ease of use）」兩者影響使用者對於資訊科技系統使用的態度與意願，進而影響行為表現，「知覺有用性（perceived usefulness）」指使用者主觀認知使用該資訊科技有助於工作績效；「知覺易用性（perceived ease of use）」則指使用者所認知使用資訊科技的容易程度，而資訊系統的使用則受行為意圖的影響，行為意圖則受使用者態度影響，其架構模式如圖 2-1 所示：

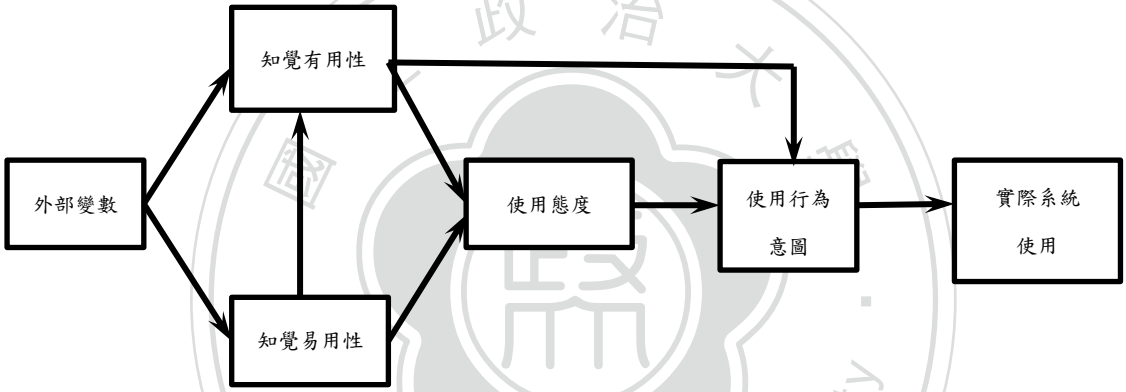


圖 2-1 科技接受模式架構

資料來源：Davis, Fred D., Bagozzi, Richard P. and Warshaw, Paul R. (1989) User acceptance of computer technology: a comparison of two theoretical models. *Management Science*. *35*(8), 982-1003

由上圖也可瞭解科技接受模式從原本自願性、理性角度，納入了外部變數影響，其著重外部變數對於個人知覺有用與易用性、態度、行為意圖，而影響其對於資訊系統的使用，對於社群媒體的使用行為也具進一步的探究解釋。

四、整合科技接受模式(UTAUT)

DOI:10.6814/NCCU202000804

其由 Venkatesh、Morris、Davis 和 Davis（2003）將歷年來相關研究進行全面性回顧彙整，依據過去八種理論模式，分別為：理性行為理論(TRA)、科技接受模型(TAM)、動機理論(MM)、計畫行為理論(TPB)、整合模型(C-TAM-TPB)、電腦使用模型(Model of PC utilization，MPCU)、創新擴散理論(IDT)與社會認知理論(Social cognitive theory，SCT)等，整合提出「整合性科技接受模式(Unified Theory of Acceptance and Use of Technology , UTAUT)」，主要有四個影響行為意圖之因素，包含總共有四個影響使用行為的主要因素，分別是績效期望 (Performance Expectancy, PE)、努力期望(Effort Expectancy, EE) 、社會影響 (Social Influence, SI) 及促成因素 (Facilitating Conditions, FC)，並有四個影響的因素，分別為性別、年齡、經驗及自願使用；而據 Venkatesh 等人(2003)的研究發現，整合性科技接受模式對於資訊科技使用行為的解釋力達 70%，皆高於其他八種理論模型，其架構如圖 2-2：

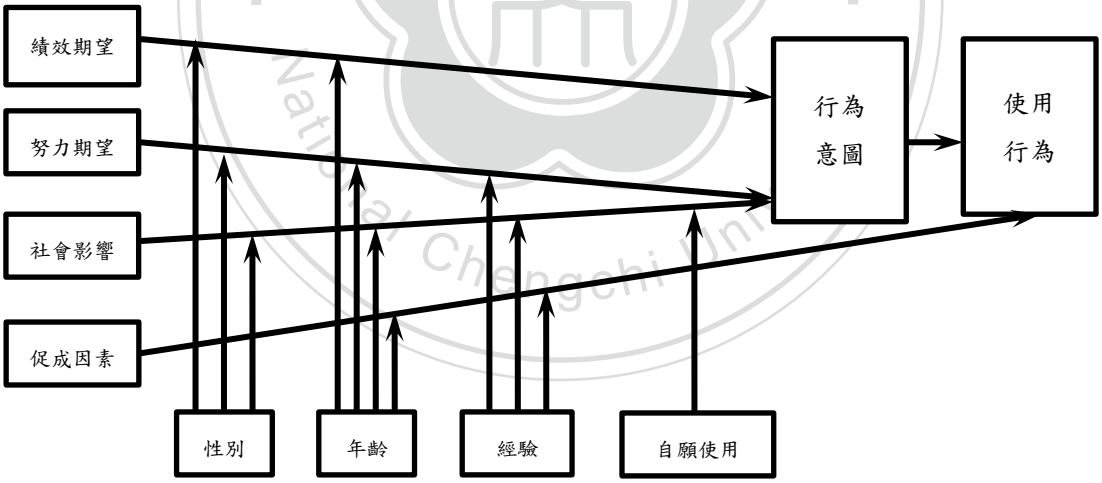


圖 2-2 整合型科技接受模式架構圖

資料來源：Venkatesh, V., Morris, M.G., Davis, G.B. and Davis, F.D. (2003), User acceptance of information technology: toward a unified view, *MIS Quarterly,27*(3), 425-478.

總結而言，關於探討社群媒體使用行為相關理論，相關的研究持續地修正

DOI:10.6814/NCCU202000804

與整合，而整合型科技接受模式，無論是企業管理、資訊管理，甚至教育相關領域，也逐漸廣泛地用運相關模式探討研究社群媒體使用行為。

參、社群媒體使用行為的構面與相關研究

有關探討社群媒體使用行為、行為意圖或使用動機等相關研究的構面，整理如下表：

表 2-1

社群媒體使用行為構面相關研究

年代	研究者	研究構面
2009	吳紫誠	1.MSN 使用功能 2.使用對象完整性 3.使用時間頻率 4.多元技術使用能力
2013	Jenkins-Guarnieri、Wright 和 Johnson	1.社會融合和情感聯繫 2.融入社會生活
2017	辜令蓁	1.使用頻率 2.互動對象 3.使用動機
2017	涂保民、顏春枝	1.績效期望 2.努力預期 3.社會影響 4.促成條件 5.行為意圖 6.使用行為
2017	劉至鈞	1.使用功能 2.使用對象完整性 3.使用時間頻率 4.多元技術使用
2017	簡秋丹	1.社群規模 2.使用經驗 3.使用頻率 4.使用功能
2019	陳逸珊	1.態度 2.知覺行為控制 3.行為

資料來源：研究者自行整理

由上整理之社群媒體使用行為或意圖相關研究的構面，可以發現研究構面可包含社會層面、頻率、時間、對象、態度與動機等各面向，惟目前尚無較為廣泛

DOI:10.6814/NCCU202000804

之統一使用的量表，尤其國內關於兼任行政教師社群媒體使用行為之研究數量尚屬匱乏。而 Jenkins-Guarnieri、Wright 和 Johnson (2013)以 Facebook 為主體之社群媒體使用研究中，將線上社群媒體的使用定義為係指社群媒體被整合至使用者的社交行為和日常活動中的程度，以及其重要性和情感聯繫使用，則為本研究有關社群媒體使用行為研究構面之基礎觀點，此外參考綜整涂保民和顏春枝（2017）、陳逸珊（2019）、辜令蓁（2017）、劉至鈞（2017）、簡秋丹（2017）相關研究。將社群媒體使用行為之內涵概分為三個研究構面：「社會情感聯絡」、「社會日常融入」與「工作聯繫運用」，其意涵說明如下：

一、社會情感聯絡：使用 LINE 與他人建立社交互動與溝通情形。

二、社會日常融入：於日常中使用 LINE 之習慣與方式情形。

三、工作聯繫運用：於工作中運用 LINE 各項功能進行聯繫情形。

而關於社群媒體使用行為的相關文獻，因考量涉及各國國情使用不同品牌社群媒體習慣，爰蒐整社群媒體(social media)相關研究時，並不限僅以 LINE 為限，整理目前之社群媒體使用行為相關文獻如下：

一、社群媒體使用行為與組織溝通

組織之溝通得以促使組織間互動並傳遞各種訊息，吳清山（2014）認為組織溝通可透過正式結構或以非正式管道進行，為個人之間或團體傳遞訊息、表達意見看法或者情感交流，促進彼此瞭解的歷程；秦夢群（2017）認為溝通在組織行為中，是最受重視與討論的議題，溝通最主要的目的在於希望能成功傳遞訊息，良好的溝通是促進組織績效之主要因素，在組織的一般溝通之中，其媒介可分為語文與非語文兩種方式，而語文方式的溝通即是透過語言及文字來表達，其中透過「電腦網路」即為其中一種方式，在現今資訊科技發達的時代，透過使用社群媒體進行文字、網路語音或視訊的溝通媒介，也使學校溝通能夠達到即時性與便捷性。而如何運用溝通技巧控制或傳遞資訊，以進行有效之組織溝通，也是組織中最重要的事項，對於行政人員尤為重要。

DOI:10.6814/NCCU202000804

在探討國小教職員工所使用的不同溝通媒介類型，對其組織溝通滿足之影響的研究中發現，運用電腦網際網路作為溝通媒介之教職員工，相較於使用傳統溝通方式者有較高的溝通滿足程度，而隨著網際網路的發展至今，由此也可瞭解到善用網際網路所延伸之社群媒體進行組織溝通，可提升溝通之效益而影響溝通滿足程度（李嘉奇，2001）。而有關於社群媒體運用於組織溝通的研究中，則顯示社會性影響、認知即時通訊能力會正向影響組織中即時通訊軟體使用行為，且對於組織之正式與非正式溝通滿意度皆具有正向之影響，意味著在企業組織中部門同仁與主管對使用即時通訊軟體進行溝通越支持與接受且抱正面態度，則使用者越傾向使用即時通訊軟體作為溝通媒介；且使用者越認知到即時通訊軟體所傳遞之豐富資訊情形，舉凡文字訊息、檔案傳遞、語音及影音視訊等即時功能，便更傾向願意使用即時通訊軟體作為溝通之媒介（劉昱志，2007）。

Macnamara 和 Zerfass(2012)的研究指出越來越多政府部門、公司至小型企業的組織，使用社群媒體進行公司和組織的策略性溝通以及公共關係，由此亦可見基於社群媒體使用的便捷、方便等特性，以促使越來越多組織運用社群媒體進行溝通，也透過社群媒體建立了組織內部的聯繫網絡。而在企業運用社群媒體情形相關研究中，其運用被認為具有即時更新與參與之便捷性，即時通訊軟體應用偏好情形與組織溝通效能顯示為正向關聯，並建議在職場應用時除應瞭解員工使用之偏好情形，包含：使用之即時通訊軟體種類、進行工作溝通之時段、相關資訊電子設備…等，並不宜將傳統之溝通媒介使用方式直接轉移至即時通訊軟體使用觀念，而使用之員工也應自我管理其運用情形程度，建立彼此具信任感之成員部屬關係，也才能妥善發揮即時通訊軟體之特性以達到良好溝通效能（陳玉芬，2016；陳詩盈，2015）。此外 LINE 在軍隊中作為非正式溝通管道工具之研究中，也顯示官兵不同強度的 LINE 使用動機，對於組織溝通效能與社會支持的感受程度有所影響，人際溝通需求越高、每周使用之次數頻率越多及每次使用時間長度越長，並且互動對象越廣泛，則組織溝通效能感受程度越高（辜令蓁，2017）。

DOI:10.6814/NCCU202000804

二、社群媒體使用行為與學校及公部門相關人員

關於探討學校或公部門使用社群媒體之相關文獻目前逐步擴展中，而查詢博碩士論文加值系統網站近三年論文，在以學校為主之相關研究較多聚焦於運用於班級親師溝通層面，相關研究認為對於使用 Facebook 或 LINE 之社群媒體運用在教師進行班級親生互動溝通具其可行性而屬於未來趨勢，其豐富的各種功能之易用性、即時性並能彼此互動與資源共享作為溝通媒介，使得可以提升親師溝通效率，也提出運用社群媒體進行親師溝通乃為親師溝通管道之一，應妥善於適當時機使用（李秉芳，2017；李涵芝，2019；李靜宜，2019；許尹玟，2018；楊麗櫻，2019；趙國成，2018；蔣黃花，2018）。

蔡金田和董德佑（2017）以南投縣國民小學學校行政人員為研究對象，透過問卷調查法探討其使用即時通訊軟體情形，研究顯示南投縣國民小學行政人員使用行動即時通訊軟體之情形良好且以平行溝通為主要溝通類型，其運用的正面影響比負面影響來得大，在其研究中也認為學校行政人員溝通運用行動即時通訊軟體進行溝通，以傳遞各種訊息或情感之交流，即為凝聚形成彼此意見之共識以達學校行政之具體目標與任務；涂保民和顏春枝（2017）透過以臺南市公私立學校行政人員為研究對象，並以整合性科技接受模式為理論依據基礎，透過問卷調查法探討使用 LINE 進行行政溝通研究，其研究結果顯示學校機關人員對於使用 LINE 進行溝通之行為與意願屬正面態度，將有助於提升行政效能，學校行政人員使用 LINE 進行行政溝通情形，也受身邊親友或學校同仁使用等社會因素影響，有較高的行為意圖則以 LINE 進行行政溝通的使用行為也較為高，具直接影響效果。

運用即時通訊軟體進行溝通，除可一對一進行溝通互動外，成員亦可組成群組，例如：學校成員可依所在處室、任教科目、身分別與不同之短期共同任務運用 LINE 組成群組進行溝通，而群組溝通訊息則以訊息周知、工作事項交辦、緊急事件協尋求助、業務溝通協調，甚或情感交流連繫，並且適時使用貼圖表情符

DOI:10.6814/NCCU202000804

號，調和溝通之情緒或做快速、簡單回應（廖國巽，2016）；即時通訊軟體儘管已成為大眾生活中普遍習慣使用之溝通工具，於政府部門公務上溝通與提升訊息公告週知的即時程度，對外在與民眾或者媒體記者等進行溝通時，為一方便即時媒介，但並非唯一的溝通管道，尤其當在僅透過文字訊息溝通時，亦可適時搭配貼圖等表情符號，補充或舒緩因非直接面對面的文字訊息所無法傳遞之表情情緒（簡秋丹，2017）。

綜上，有關本研究之社群媒體衡量時間與經費之限制，並考量我國使用情形以 LINE 為本研究之主體探討其使用行為，並參酌理性行為理論、計畫行為理論、科技接受模式以及整合性科技接受模式等相關文獻為基礎，分析影響使用行為之因素及脈絡，從理性層面進而考慮外在因素，就科技資訊系統之接受使用，更考量其有用與易用性，進而歸引出影響行為意圖之因素，以探討人類使用行為，並參酌相關研究文獻內容，加以歸納並指導教授衡酌 LINE 之功能特性、使用經驗與現今學校行政人員使用初步概況，編製「社群媒體使用行為量表」，將社群媒體使用行為之內涵概分為三個研究構面：「社會情感聯絡」、「社會日常融入」與「工作聯繫運用」，並於第三章第三節研究工具時詳細說明。

國立政治大學 National Chengchi University

DOI:10.6814/NCCU202000804

第二節　職場友誼之意義與相關研究

本節主要目的係確立有關職場友誼的研究構面及測量工具，透過文獻整理探討職場友誼之定義、重要性、研究構面與相關研究，為後續職場友誼的研究工具建立基礎。

壹、職場友誼的意涵

一、職場友誼的形成與定義

談及職場友誼(workplace friendship)，看似一抽象的概念名詞，卻也實際的影響了在職場的個人及組織間成員彼此的關係，人和人之間結交為朋友並建立友誼，而所謂的「朋友」，經查詢韋伯字典(Merriam-Webster Online)關於「friend」一詞之解釋，其意指一個人對另一個人的喜愛與尊重。Wright (1978)認為友誼是一種界限極為廣泛與模糊的關係，係建立於自我概念基礎之上，此概念認為個人的核心動機係關心其認定的自我幸福與價值，友誼關係的特徵在於雙方自願性的相互依賴以及對彼此關心，並非以明確的決定或意圖陳述開頭，亦無公告或結束一段友誼所必需的聲明。

在職場中，Fritz(1997)和 Sias 與 Perry(2004)認為個人在工作組織中建立形成各種關係，包含了上、下級關係、同儕關係、導師與門生關係和友誼關係。Sias 和 Cahill(1998)探討了與職場友誼發展相關的因素和溝通的改變，並認為職場友誼與個人及環境因素皆有關聯，其中環境因素被認為對友誼的發展特別具有影響力，其研究分析同儕間的友誼歷經三個主要的轉變，分別為：從同事與熟人到朋友、從朋友到親密的朋友、從親密的朋友到近乎最好的朋友。而從同事到朋友的轉變，主要源於在工作職場中有著共同的互動場域因而彼此較為接近，此外也經由社交活動而逐漸拉近彼此關係，成員在這段轉變期間彼此廣泛且頻繁交流，從朋友至親密朋友的轉變，則透過個人和工作經歷，成員間交流逐漸親密，而從親

DOI:10.6814/NCCU202000804

密的朋友到近乎最好的朋友的轉變，則和生活事件、工作相關的問題和時間流轉有關，由此說明在職場中友誼發展係透過環境場域、交流活動與工作接觸等的轉變進程，其研究也認為友誼發展為組織過程中的重要部分。

依據 Krackhardt 和 Stern (1988)與 Nielsen、Jex 和 Adams(2000)相關研究指出，人們逐漸知覺到在職場上的非正式關係可能具有相當大的力量，並非容易忽視的部分，因而職場友誼開始被視為組織非正式結構的重要組成部分，而正式的組織結構透過部門單位的實際安排，則能促進職場中非正式關係的發展，職場友誼屬於一種非正式的關係(Mao, 2006)，它可以跨越職稱位階打破職場上下屬關係，能夠促使成員之間的良性互動、情誼默契，也能使得組織氣氛變好；因此在職場中的非正式或者社群網絡，往往也反映了正式組織的安排，於正式組織中設計互動頻繁的職場環境，員工也更有機會與他人建立友誼。

Berman、West 與 Richter (2002)將職場友誼定義為具有非排他性，且是一種自願性的職場關係，為複雜多面向的現象，並認為職場友誼不僅是成員間彼此友好對待，更能頻繁互動、彼此喜歡、維持關係的承諾和信任，擁有共同的興趣及價值觀。人們皆需要他人的協助以達成工作目標，為獲得他人協助，則有賴健康且具成效的工作關係，有時這樣的工作關係便可能發展成為友誼(DeVany , 2003)。梁進龍（2005）將職場友誼定義為個人在組織內所感受人際關係友好情形程度，這樣的人際關係則包含彼此承諾、信賴，在工作與生活上能分享彼此價值與樂趣，並提供相當的社會支持效果。趙國斌（2015）在探討教師之職場友誼研究中，更將職場友誼定義為教師於工作場域中帶入了人際關係，並透過與同事間之互動與信賴，在此過程中所產生形成的情誼與支持關係。

而揭維恆（2017）認為影響職場友誼的因素包含個人、主管、工作因素、人際關係與環境因素，並認為其與社會交換相關。Dotan(2007)探討工作中的友誼關係形成的研究中，提出當員工有工作中值得信賴的朋友，他們可以從中獲得幫助或給予建議，並指出當工作場所有可靠的朋友時，員工會感到對工作的承諾，滿

DOI:10.6814/NCCU202000804

意和舒適，並認為人們在職場中建立友誼的原因有六個面向，分別為：1.工作安全或信任 2.角色缺失 3.健全性檢查 4.工作價值觀及生活興趣相似度 5.鄰近性 6.工具性。人們傾向於追求情感層面上的歸屬感，個人在工作中追求安全或信任，乃基於情感上成為形成友誼的因素，並建立於在工作中相關問題與經歷的內在安全與信任上，此外人們也可能與其潛在替代者或類似於人生中某些重要人物或榜樣的人形成友誼，健全性檢查則屬於認知層面，指人們可能會與其他人建立友誼，以確認其思維方式；相關研究也認為擁有相似工作價值觀與生活興趣的人較可能於職場中成為朋友，彼此距離較相近的情境下所形成的友誼，也表明在身體有較親近接觸者，也會形成友誼關係；此外「工具性」也是職場友誼形成的因素，個人有職業相關的工具性動機，例如：晉升、職涯發展、獎金並追求與特定同事的友誼關係，而希望獲得相關的獎勵。此外，Dotan（2009）探究了職場中形成友誼的六個面向與組織承諾、工作滿意、工作績效、工作涉入、組織公民行為離職與曠職等之間關係，研究結果表明了個人在職場中建立友誼的原因上差異，以解釋友誼對個人不同的影響，友誼如何以及為何導致各種結果等問題。

二、職場友誼的重要性

人類難以遺世獨立而居，人與人之間的互動交往，形成了各種人際親疏關係，逐步發展出人際網絡，形成了所謂的友誼，友誼能夠使個人帶來情感上的依歸與支持，古今中外有許多描述友誼可貴及重要性的種種名言諺語，闡明益友的特質，強調友誼的價值與益處；或讚頌友誼乃人生最不可或缺的必需品之一，為中西哲學家、思想家與教育家等探討的命題。在現今變化迅速的多元社會環境中，生活與工作的步調節奏日益緊湊，伴隨著職場工作壓力影響著員工的身心狀態，友誼能夠成為生活與工作的調和劑，帶來情感層面的歸屬感，也因此，現在公司企業組織也逐漸重視職場友誼對於個人與工作相關結果帶來之影響。

Hays (1985)更認為人際關係的態度過程，是兩個人一段時間內自願的相互依

DOI:10.6814/NCCU202000804

賴，在於促進參與者的社會情感目標，從最初的相識到親密的友誼，即意味著友誼存在著某程度的親密、陪伴與互助關係。Boyd 和 Toylor(1998)提到友誼可分為四個組成部分，分別為：1.相互依賴，意即在關係中，每個參與者的行為皆受另一個參與者行為所影響；2.長期時間內連續性的相互作用；3.友誼並非角色定位的必然結果，而是自願的相互依賴；4.社會情感（陪伴、情感支持、激勵和歸屬感）屬非工具性目標；友誼也可能是工具性的。而多數人在工作職場上的時間約佔了一天的三分之一，職涯生活也往往是許多人生命歷程中的主要部分之一，也因此於工作職場中，基於工作業務的機會而進行互動溝通，藉由互動的過程也逐漸產生彼此各種親疏關係，而友誼的建立也是一種人脈的擴展，與職場中其他人建立友好互動也是重要的，因此在職場中藉由人際的互動關係，進而建立起的友誼，而這樣的友誼如果發生在職場即形成職場友誼，職場友誼也是人力資源管理中受關注的議題。

Kram 與 Isabella（1985）也探討了職場中的友誼關係，認為職場中的同儕成員互動，有助於其職業認同感與能力發展支持，同儕關係能夠支持個人對職業角色的能力與信心，而在同儕的協助下藉由信息的共享，也能提供個人知識技術等，以及對組織的看法，而有利於個人完成其工作，並將職場中的同儕關係分為三種類型，分別為：1.資訊同儕(information peer)、2.夥伴同儕(collegial peer)與 3.特別同僚(special peer)，能夠為個人與職業的發展提供相關的支持。由此也可知職場友誼在工作場域中，員工彼此互動關係不僅對個人有幫助，是一種情感上的依歸，是業務上知識訊息交流的來源，對組織也能提升其運作效益，是值得注意且不應輕易忽視的一環。由此可知我們通常認為職場友誼，對工作上有正向助益效果，不但能夠拉近成員間彼此距離，營造良好組織氛圍，使人們於職場中能夠互信、互助與互惠，更可能與重要的工作結果有關聯，對個人、組織與工作是至關重要的。

Krackhardt 和 Stern（1988）透過研究非正式網絡與組織危機之間的關係，發

DOI:10.6814/NCCU202000804

現當一個組織各子單位之間的員工彼此建立起友誼時，相較於僅在自己單位內擁有強力的員工友誼關係相比，他們更有大的信任感，更可能在危機期間進行合作以尋求問題解決方案，因而強調了在應對危機時更需要透過友誼彼此合作的重要性，由此也顯示職場友誼不僅與工作情形有關，組織中的不同單位部門透過良好的職場友誼，則能有更大的合作機會以面對危機事件處理。Riordan 與 Griffeth (1995)也指出員工感知的職場友誼機會對工作投入與工作滿意度有直接影響，而對組織承諾和離職意願則有間接影響，顯示了職場友誼對於個人與組織及工作之間的影響；Nielsen、Jex 和 Adams (2000)認為基於職場友誼與工作相關重要結果間的關聯，職場友情對組織的非正式結構的貢獻，以及在組織內部利用團隊小組運作的增長趨勢，皆顯示出職場友誼的重要性。由此也說明了職場友誼可使職場中的成員建立情感與默契，使得在於工作任務的執行，甚至面臨危機事件的處理，可帶來正面助益。也因此職場友誼在研究工作投入、工作滿意度、工作績效與組織間的溝通之關係時，實為一值得探討的變項。

社會由人民所組織組成，無論何種組織，其內部人們彼此的交流、互動、思想和觀念，便使組織產生了職場友誼，職場友誼被定義為通過分享工作中的想法和感受而建立的友誼。職場友誼對個人和組織而言很重要，因為工作場所的友誼對個人的情感支持，獲得更好的工作表現，有助於創造良好的職業發展和工作氛圍(Bilgin & Kiral, 2019)。以學校環境而言，學校如同一個小型社會，在校長、教務、學務、總務與輔導室各處室之主任、組長每天辦理各項行政事務，進行各種溝通協調，更須面對家長、教育局端等各項期待與要求，身為兼任行政教師之行政人員們，其扮演角色身兼各項計畫制定、工作業務執行、管理職責與教學、行政各面向考評，想要學校校務運作順暢，行政人員猶如學校之領航舵手，引導著學校發展目標走向（李清榮，2006）。也因而難以靠單打獨鬥面對各項繁瑣與艱難之大小行政事務，然而成員之間彼此有著不同差異背景，透過組織成員間的協調合作，才能更有效率地處理行政業務，因此在學校職場環境中，職場友誼同為

DOI:10.6814/NCCU202000804

一重要之課題。

貳、職場友誼的構面與測量工具

關於探討職場友誼，茲就職場友誼相關研究之構面進行說明：

一、Riordan 和 Griffith 的職場友誼構面

Riordan 和 Griffith (1995)在探討在工作場所感知的友誼機會(friendship opportunities)與重要的工作成果相關研究中，探討了職場中的友誼機會，對於工作滿意度與組織承諾等關係，依據 Hackman 和 Lawler(1971)在員工對工作特徵反應之研究中，關於員工對自己在工作中允許相互交談的認知程度，以及在工作中與其他員工建立非正式關係之觀點，提出了衡量職場友誼的工具，藉由量表來衡量職場友誼，發展了友誼機會量表，認為友誼機會作為感知工作特徵的一個構面，用以測量職場中員工的溝通與互動情形程度。

二、Nielsen、Jex 與 Adams 的職場友誼構面

Nielsen、Jex 與 Adams (2000)認為 Riordan 和 Griffith (1995)的研究有其侷限性，僅探討了職場中的友誼機會，而非實際存在之友誼，因而將職場友誼分為兩個構面，分別為「友誼機會(friendship opportunity)」以及「友誼普及性(friendship prevalence)」,「友誼機會」意指包含了員工在工作中與同事認識、交流與解決問題情形，在職場中與他人進行非正式交談的機會，以及能與同事建立並發展私人親近關係的程度；而「友誼普及性」則意指在職場中員工與同事互動，以及工作場所外之交往，其人際網路互動信賴程度。

綜合上述，在職場友誼的研究，大多採用 Nielsen 等人(2000)所發展提出的職場友誼量表，本研究參考使用分為「友誼機會」及「友誼普及性」兩個構面，

DOI:10.6814/NCCU202000804

相關量表之信效度及內容於第三章第三節研究工具進行詳細討論。

參、職場友誼的相關研究

Wright (1969 , 1974)提出「相識描述表，ADF(Acquantance Description Form)」，ADF 並非專用於測量職場友誼，而是用來評估一般友誼，其旨在於用來衡量友誼包含依賴的程度與維持的難度等幾個面向。而後 Winstead、Montgomery 與 Pilkington(1995)依據「相識描述表，ADF」改編用以測量職場友誼實際情形，探討工作中友誼的質量與工作滿意，其中則包含探討六個變項(variable)，分別為互動的頻率、人與人之間、自願相互依賴、維持困難、交換取向、共有取向。Hackman 與 Lawler (1971)在探討員工對工作特徵反應的研究中，探討包含了職場友誼，突顯其重要程度與特性。而基於職場友誼對於個人、團隊以及組織的影響日益重視，未來亦有持續受到重視之趨勢（揭維恆，2017），近年來職場友誼之相關研究在國內外均逐漸增加，經於博碩士論文知識加值系統、國內外期刊與電子資料庫相關文獻，以關鍵字搜尋，發現多數為人力資源及企業管理等相關領域，而在教育領域之相關研究則逐步擴增。茲就對於探討公部門、學校行政人員、教師或一般企業職員等職場友誼相關研究，就所蒐集相關文獻整理如下：

國立政治大學 National Chengchi University

一、職場友誼與個人

Markiewicz、Devine 與 Kausilas(2000)在探討男、女性職場友誼對於工作滿意與資源影響的研究，其研究顯示出以個人而言，親密的職場友誼關係的確可以預測工作滿意度；而陳建佑（2009）在探討公部門會審人員職場友誼與工作壓力及工作倦怠相關研究中，也顯示建立職場友誼，透過良性的人際互動，能夠彼此交流訊息及資源，創造友善的工作環境，有助於降低工作壓力與工作倦怠。官惠卿（2016）以臺北市政府公務人員為研究對象，探討主管服務領導、職場友誼與工

DOI:10.6814/NCCU202000804

作滿意度之關係，研究結果顯示職場友誼對工作滿意度各層面具有預測力，其研究也建議各階層主管應促進人際和諧，並重視人力資源以建立職場友誼，提供規劃各階段生涯目標與彈性的獎勵制度，藉此以提高同仁工作滿意度。由此可知，以個人層面觀之，職場友誼有助於提升個人工作滿意程度，有助於提升個人成就，並降低工作上的壓力與倦怠。

另一方面，Bilgin 與 Kiral(2019)在探討職場友誼與教師對學校文化感知的相關研究中，以土耳其的高中教師為研究對象進行問卷調查，研究結果顯示高中教師知覺「友誼機會」和「任務文化」較其他構面高；女教師的「友誼普及性」較男教師高；而已婚教師的「友誼普及性」也高於單身教師，研究也建議學校管理者可以在工作之餘透過社交聚會、下班聚餐或體育活動以促進職場友誼的形成，以協助凝聚建立學校文化。

二、職場友誼與團隊及組織

Kruger、Bemstein 與 Harvey(1995)在探討團隊友誼與倦怠的相關研究則顯示，團隊成員之間的友誼與個人成就呈正相關，與情緒耗竭呈負相關。Mao(2006)在探討組織層級和職場友誼關係之研究中，以臺灣不同行業別的職員為研究對象，研究顯示組織層級會影響職場友誼的發展，研究結果顯示組織層級較高的員工，其所知覺到的職場友誼程度愈低。Ofoegbu, Akanbi, and Alhanolu (2012)以一所大學的學術與非學術人員為研究對象，探討組織政治知覺與職場友誼之關係研究，研究結果顯示組織政治知覺與職場友誼有顯著的正相關，公平的薪酬和晉升政策可以促進職場友誼，管理者透過加強或強調團隊合作重要性，可能為有助於減少組織政治性的適當管理方式。朱信吉（2018）以調查局之調查人員為研究對象，以探討領導風格、職場友誼與組織效能之關係，研究結果發現職場友誼與組織效能呈現顯著正相關，同事友誼能有效預測組織效能，且具正向影響。而在探討職場友誼對組織認同之影響的相關研究，也顯示職場友誼與組織認同為正相關，藉

DOI:10.6814/NCCU202000804

由建立提升員工之職場友誼，能夠使得員工對於組織形成情感上之認同感（謝安田與楊新生，2011；劉和然，2017；何美欣，2017；陳俊緒，2019；蔡宜樺，2019）。

綜上所述，職場友誼對於職場中之個人、團隊、組織及管理層面，為一個重要關鍵的探討因素之一，在職場中建立良好的友誼關係，不僅於情感層面能得到支持，就工作上亦能夠彼此交流知識與資訊，除提高個人之成就感之外，進而對於工作滿意程度能有所提升，更對組織之認同有正向關係，並且能降低工作壓力與倦怠感，就管理層面而言，則可規劃促進職場友誼形成的各項管道與活動。

國立政治大學
National Chengchi University

DOI:10.6814/NCCU202000804

第三節 工作投入之意義與相關研究

本節主要確立工作投入之研究構面，並對工作投入之意義、重要性、相關理論、研究構面與相關研究進行說明與解釋，為後續工作投入的研究工具建立基礎。

壹、工作投入的概念

一、工作投入的意涵與定義

工作投入(work engagement)一直是心理學家感興趣的研究議題，學者對其各有不同定義見解，經查國內相關文獻對於「work engagement」之研究，有工作投入、敬業貢獻或工作敬業心等之不同翻譯，本研究則以工作投入為主；另查英文相關文獻研究，則有「work engagement」與「job involvement」兩種概念，兩個用語皆曾於國內相關研究中被翻作「工作投入」，經查詢韋伯字典(Merriam-Webster Online)有關「engagement」相關解釋，指出其有涉及情感投入與承諾層面；「involvement」相關解釋，則指涉及某人或某事的行為或情況，也指參與的狀態、行為或事實，由此可知「engagement」涉及情感面向。

Lodahl 和 Kejner (1965)認為工作涉入(job involvement)指個人對工作在其整體自我形象中與工作在心理上認同的重要程度情形，以及工作績效表現對個人自我價值影響的程度；Kanungo (1982)則認為工作涉入屬於一種認知或信念狀態的心理認同。而 May、Gilson 和 Harte (2004)認為工作涉入源自於對工作能力之需求滿足的認知判斷，在此觀點中，工作和個人的自我形象息息相關；工作涉入指對工作所抱持的價值認知，倘認同目前的工作並認為對己身具重要性，便會主動關心且重視自己的工作情況與成果（李柏蓉，2006）；此外 May 等人 (2004)另指出工作投入則更關注個人在工作中如何展現自己，也包括情感和行為上的積極使用。

Kahn (1990)首先提出了個人工作投入的概念，為個人自身與工作角色相結合

DOI:10.6814/NCCU202000804

程度，是自我和角色以某種動態的、可協調的關係存在，個人將其精力投入於角色行為中，並在角色中展現自我；並闡述了關於意義、安全性與可得性等三種心理狀態及其個體特徵，影響著個人工作表現，心理意義與工作的要素有關，可產生鼓勵或者抑制個人投入，當個人自覺有價值便能體會有意義的感受；心理安全則與社會系統要素相關，這些要素則創造了不具威脅性、可預測性與一致性的社會情境，促使個人投入其中而能展現與形塑自我；而心理上的可用性則與個人的分散有關，指生理、情感或心理資源，當個人在不同程度的全神貫注之下，使其有或多或少的資源來投入角色展現。其認為成員的工作投入指對其自身精神參與投注工作角色中，運用表達自己的生理上、認知與情感融入於工作角色，體會工作本質意義進而展現自我，因此員工能投入自我於工作中進而展現自我。

過去的研究往往聚焦於工作倦怠的負向觀點，Maslach 和 Leiter (1997)則認為工作倦怠之反面對應的即為工作投入，是為兩相對立的概念；Schaufeli、Bakker 和 Salanova (2006)的研究也證實工作投入可能被認為是倦怠的積極對立面，是一種更為持久、普遍的情感認知狀態，而非短暫的、具體的狀態。而近十多年來，有關成員工作投入已進行大量的研究，並將工作投入視為積極的心態，具有壓倒性滿足感，特徵包含活力(vigour)、奉獻(dedication)與專注感(absorption)，其研究中所指「活力」為一種精神狀態，在此狀態下，人們將感到精力充沛、健康、強壯且不感到疲倦，而「奉獻」則指處在此狀態下的人們，對自己的工作有高度投入，促使他們感到自豪且熱情；「專注」則為一種愉快的精神狀態，使人們沉浸在工作中。工作投入被視為積極正面、充實且與工作相關的心態，特色是充滿活力、奉獻和專注，為一種獨特的概念，係持久且普遍的情感認知狀態，藉由諸如自主性、監督指導、績效回饋等工作資源；以及樂觀、自我效能、自尊等個人資源，作為最佳之預測(Schaufeli & Bakker , 2004；Bakker, Schaufeli, Leiter & Taris, 2008；Blomme, Kodden & Beasley-Suffolk , 2015)。

Macey 和 Schneider(2008)將工作投入視為一廣泛之概念，用來指稱心理狀態、

DOI:10.6814/NCCU202000804

特徵與行為，認為工作是個人身份認同的一部分，員工的發展和生產力是取決於工作中的心理體驗，並且對於個人的工作與組織，將情感能量與自主努力結合，而這樣的整合經驗，則需同時利用個人的所有技能、能力和其他個人資源來回應角色的需求。MacLeod 和 Clarke(2009)在對於英國政府的相關報告中，將工作投入定義為一種職場方式，目的在於確保員工能忠於組織目標與價值觀，並積極為組織的成功做出貢獻，同時能夠增強自己的幸福感。Rich、Lepine 和 Crawford(2010)認為工作投入乃一重要之激勵概念，描繪了員工如何將自己的精力轉化為組織的角色情感、認知和體力勞動，除了影響工作績效外，更提供了員工本身廣闊的視角，透過此視角，個人能夠由自己作決定，而將其生理、認知與情感投入工作任務與活動當中。而 Klassen、Aldhafri、Mansfield、Purwanto、Siu、Wong 和 Woods-McConney (2012)在探討教師之工作投入的跨國研究中顯示，其工作投入與所獲得的滿意度相關，即工作投入程度較高之教師，其工作滿意程度也較高；而工作投入程度較低者，其離職意圖則較高。

綜上，工作投入即為對自身的工作抱持積極熱衷的主動態度，在本研究則指兼任行政教師對於學校行政業務的工作表現、對工作的付出情感程度與面對學校行政工作之態度，兼任行政教師對於學校行政工作能夠充滿著熱情與活力，且能專注致力於行政業務工作，並能夠秉持著奉獻付出的精神，對學校行政業務有著使命責任感去執行所承辦業務，能夠體驗到工作帶來的樂趣而感到滿意、有成就感。

二、工作投入的重要性

在工作、職涯規劃等相關雜誌與書刊中，不難發現探討與報導關於消除工作倦怠或者抒發不同領域職場各種負能量的文章，顯然關於職場中工作倦怠及工作壓力等消極看待職場生態的情形，往往令人產生共鳴。而在現今高度競爭的社會環境中，企業皆希冀延攬優秀人才為其貢獻長才，並且能留得住人才，以提升企

DOI:10.6814/NCCU202000804

業之績效與競爭力，工作佔了一天將近三分之一的時間，為生活重要部分之一，無論職場員工或者管理者本身，對工作抱持正向態度，能以較為積極、樂觀的角度看待工作，也較能認同其工作，進而投入其中。

然而也由於隨著正向心理學的興起，相關的議題逐漸受到重視與廣泛探究，以強調提升個人之心靈層面或成長，學術研究者從較早期以負面的倦怠感角度來探討工作，逐漸轉變並重視聚焦於探究諸如：活力、熱情、主動積極、樂觀與專注…等正向特質（Seligman & Csikszentmihalyi, 2000；Schaufeli & Bakker , 2004；陳淑玲、黃讌茹，2014；黃志灯、林惠芳、洪福源，2018）。

而人力資源管理相關理論的發展，一直持續關注著如何能夠在人員管理層面以提高工作績效，也隨著相關研究發展，並著手探討員工的工作投入與工作績效之間的關聯(Huselid, 1995)。Blomme、Kodden 和 Beasley-Suffolk(2015)也認為對於組織中的管理者與執行者而言，普遍存著對成員工作投入的興趣感，對企業而言希望所聘用的員工具較高工作投入程度，能提高生產率、報酬率以及顧客滿意度，並帶來較低的缺勤率與離職率；而工作投入除了可降低離職率外，Karanika-Murray、Duncan、Pontes 和 Griffiths(2015)相關研究亦顯示工作投入的程度越高，則越能提高工作滿意度，與組織有著緊密且積極聯繫的員工，也會高度投入到他們的工作中，並且充滿活力地致力於工作，進而從工作中獲得滿足感。

Bakker 和 Leiter (2010)認為現今的組織中，需要與工作有心理聯繫的員工，願意且能夠投入自己的角色，能夠積極主動致力於高品質的績效標準，同時也需要充滿活力和奉獻精神的員工。Bakker、Albrecht、和 Leiter(2011)在探討有關工作投入的關鍵問題研究中，認為在講求資訊與服務經濟的時代中，員工的心理聯繫與其工作之間的關係顯得十分重要，當今的職場中，企業想要有競爭力，招聘延攬到優秀人才是不夠的，還必須要激勵員工促使其在工作中能充分發揮能力，因而強調了工作投入在組織中的重要性。

也因此工作投入為近年來無論學術研究、或者人力資源與企業管理等日益重

DOI:10.6814/NCCU202000804

視之議題，在面對全球化競爭趨勢中，資訊科技融入教育領域潮流下，學校組織面臨更多元與複雜的挑戰，因而也日益重視工作投入的重要性。

連娟瓏（2012）在以臺灣地區大專校院專任教師為研究對象的相關研究中顯示，大專校院校長的真誠領導會透過教師工作投入的中介歷程，對於教師組織承諾據預測性，並且工作投入對於教師組織承諾亦為正向關係。吳政達（2019a）在相關研究中指出國民中學校長包容性領導對於教師工作投入具有正向之影響；此外，吳政達（2019b）在其另一項探討國中校長真誠領導、教師心理資本與工作投入關係之研究中，亦顯示校長真誠領導對教師之工作投入具正向之影響，並在研究建議指出對於組織信任的重視實屬至關重要因素，校長透過真誠領導的特質，教師們能產生團隊合作意識，將有助提升教師工作投入。另有關國民小學校長轉型領導與工作投入的相關研究也顯示，轉型領導對工作投入有正向影響（楊豐華、黃萱如、楊豐松，2019）。爰以正向積極與樂觀的角度，探討如何提升其工作投入程度，也成為學校管理者及行政人員等值得深究之面向。

貳、工作投入的相關理論

關於工作投入的相關理論，主要則以「資源保存理論」以及「工作需求—資源模型」作為立論基礎，以下將分別說明：

一、資源保存理論(conservation of resource theory, COR)

Hobfoll（1989；2001）所提出的資源保存理論，透過資源利用之觀點，其基本觀點乃認為個人將努力獲取、保留、保護和維持培育他們重視的事物之基本動機，並預測資源損失是壓力過程中的主要成分，資源的獲得在資源損失的情況下也被視為為越來越重要。而被視為具價值性的實體則稱之為資源，並包含了實質之物體、條件狀態、個人特徵及能量，而心理壓力則在三種情境下產生：1.當個人之資源受到威脅或損失時；2.當個人資源實際喪失時；3.當個人在大量的資源投資之後，卻未能如預期地獲得足夠資源之時。也因此當在工作中

DOI:10.6814/NCCU202000804

所獲得資源或能保護資源時，則能使個人更具有能夠繼續獲取其他資源的能力，而此種因能夠獲取資源，而進一步能更獲取其他更多資源，所產生之投入狀態，也促使了工作投入。

二、工作需求—資源模型(The Job Demands-Resources model, JD-R)

由 Demerouti、Bakker、Nachreiner 與 Schaufeli (2001)所提出的工作需求—資源模型理論，認為工作條件可以分為兩大類：工作需求和工作資源，其中工作需求係指員工於工作時，所需要持續地付出投入的生理、精神努力、社會及組織方面，因此與生理與例如：消耗體力等之心理成本相關；而工作資源則指組織所提供給員工包含生理、心理、社會或組織等資源。並探討在工作環境裡，工作需求與工作資源對於員工之工作結果影響情形，因此工作需求主要與倦怠及疲勞成分相關；工作資源的缺乏則主要與離職相關。並指出倦怠的發展依循著兩個過程，第一個過程即為工作方面的嚴苛要求，持續超過負荷的工作，將導致精疲力竭；第二個過程中，缺乏資源則使滿足工作需求變得複雜，並進一步導致退縮行為，退縮的長期後果便是脫離工作。因此也意味著，當在組織環境中，極端的工作要求卻缺乏適當的工作資源，則經由壓力致使員工耗損能量，造成工作投入程度降低。

國立政治大學 National Chengchi University

DOI:10.6814/NCCU202000804

參、工作投入的構面與相關研究

關於工作投入以及工作涉入相關之研究構面，整理與說明分述如下：

表 2-2

工作投入相關研究構面

年代	研究者	研究構面
1982	Kanungo	工作涉入
2001	Rothbard	1.專心 2.專注
2004	May、Gilson 和 Harte	1.認知投入 2.情感投入 3.身體生理投入
2006	Schaufeli、Bakker 和 Salanova	1.活力 2.奉獻 3.專注
2010	Rich、Lepine 和 Crawford	1.身體生理投入 2. 情感投入 3.認知投入

資料來源：研究者自行整理

一、Kanungo(1982)的工作涉入構面

Kanungo(1982)所建構的工作涉入(job involvement Questionnaire, JIQ)量表，為單一構面共計 10 題的量表，用來測量職員對工作認知情況，包含工作涉入生活程度及個人與工作的關聯程度等，其認為工作涉入乃一種對工作的心理認知，是一種特定的信念，並且涉及個人的內外在需求與以及個人對工作滿足需求潛力的感知看法。

二、Rothbard(2001)的工作投入構面

Rothbard(2001)在探討工作投入與家庭投入的相關研究中，提出了工作投入的兩個構面，分別為專心(Attention)與專注(Absorption)：

DOI:10.6814/NCCU202000804

（一）專心：意指為持續地注意力與精神集中在工作上。

（二）專注：意指為個人對其角色的聚焦程度，進而忘記時間且全神貫注於角色的扮演展現。

三、May、Gilson 和 Harte (2004)的工作投入構面

May 等人(2004)在心理狀態的意義、安全性及可及性與人文精神在工作投入的相關研究中，探討關於意義、安全性與可及性三種心理狀態，影響個人在工作中所扮演角色之程度，意義與工作目標相對於個人理想或標準的重要性有關。本研究根據 Kahn (1990)所提出的工作投入概念，分成三個構面，分別為認知投入、情感投入與身體生理投入：

（一）認知投入：意指對於工作少分心、專注而忘我的程度。

（二）情感投入：意指對於工作投入心思、因工作表現影響感受的情形。

（三）身體生理投入：意指包含對工作付出之精力程度，因工作而加班與否等情形。

四、Schaufeli、Bakker 和 Salanova (2006)工作投入構面

Schaufeli 等人(2006)在關於探討工作投入的跨國研究中，顯示該 9 個題項量表，具有可接受的心理測量特徵，能夠運用於正向組織行為的測量研究，其工作投入分為三個構面，分別為活力(Vigor)、奉獻(Dedication)與專注(Absorption)：

（一）活力：意指在工作時精力充沛、心理適應力強，願意為工作努力付出，即便遇到困難也能堅持不懈。

（二）奉獻：意指積極強烈地投入於工作中，經歷體驗到意義感、熱情、靈感、自豪和挑戰。

（三）專注：意指能全神貫注，且愉快地於工作中，感到時間過得很快，難以與工作分離。

DOI:10.6814/NCCU202000804

五、Rich、Lepine 和 Crawford (2010)工作投入構面

Rich 等人(2010)則是根據 Kahn (1990)所提出的工作投入概念，以及參考 Rothbard (2001)關於工作投入相關測量研究，編製工作投入量表，共可分為身體生理投入、情感投入和認知投入三大構面：

（一）身體生理投入：意指強調身體生理的狀態全力以赴、盡最大努力投入於工作中程度情形。

（二）情感投入：意指強調對於工作的熱情、精力充沛、感興趣且具信心的程度。

（三）認知投入：意指強調在工作時的注意與專注程度，認知能量投入工作角色有助於實現組織目標，因為它促進了更加警惕與細心的行為。

綜上整理之工作投入研究的構面，皆聚焦於生理、認知及心理層面，而目前近年來關於工作投入相關研究，大多採用 Schaufeli 等人（2006）所發展出之工作投入量表，本研究工作投入構面為「活力」、「奉獻」及「專注」，其相關量表之信效度及內容於第三章第三節研究工具進行詳細討論。

近年來關於工作投入的相關研究在國內外均逐漸增加，經於博碩士論文知識加值系統、國內外期刊與電子資料庫相關文獻，以關鍵字搜尋，發現多數仍屬人力資源管理及企業管理等相關領域，其研究對象則從一般企業職員，及至軍警及公教人員，在教育領域之相關研究則逐漸擴增中。茲就對於探討公部門、學校行政人員、教師或一般企業職員等工作投入相關研究，就所蒐集相關文獻說明如下：

一、工作投入與個人

陳麗英、張奕財和顏弘欽（2016）在以臺灣之國民小學教師為對象，探討關於承諾感、工作投入以及工作表現之相關研究結果中，顯示教師對其工作具承諾感也將同時對學校產生承諾感，進而提升工作投入程度。Crawford、Lepine 和 Rich(2010)指出員工的工作投入對個人及其工作表現有著影響。Truss、 Shantz、

DOI:10.6814/NCCU202000804

Soane、Alfes 和 Delbridge(2013)探討了工作投入能夠帶來幸福感的提升之相關實證研究。而以教師為研究對象的相關研究也指出工作投入與幸福感具正向關係（李怡樺，2017；陳彥琪，2016）。

而陳淑幸（2018）在以職場中上班族為研究對象之工作投入相關研究，其研究結果顯示在婚姻狀況上對於工作投入之「活力」、「奉獻」與「專注」三個構面，皆呈現顯著差異，已婚上班族在三個構面上之工作投入知覺程度皆高於未婚者。陳勝發（2019）以不特定產業之在職人士為研究對象之工作投入相關研究，則在「活力」、「奉獻」與「專注」研究構面，顯示年齡層在 44 歲（含）以上者知覺較 35 歲（含）以下者高。

二、工作投入與團隊及組織

在組織中鼓勵員工對於工作投入，也是一重要議題，Agarwal、Datta、Blake-Beard 和 Bhargava(2012)相關研究指出，員工的工作投入有利於組織，因工作投入能從本質上激勵員工採取創新的工作方式，其研究也有助於關於工作資源對工作投入帶來的激勵之探究辯證；Chang、Hsu、Liou 和 Tsai(2014)相關研究也指出工作投入可促進提升創新行為。在學校環境中，面對學生、家長以及上級主管等各項要求與期待，面臨政策制度調整與改變，教師無論在教學或者行政的職務角色上，皆面臨著各種挑戰。

吳玉琦（2016）在以桃園市國民小學的課後照顧服務教師為研究對象，探討組織支持與工作投入之間的關係的研究結果指出，主管與同事之支持表現程度越高，則工作投入之程度也越高，意味著組織支持表現程度對工作投入的程度有所影響；其研究結果也顯示年齡在工作投入具顯著差異，年齡在 41~49 歲者知覺整體工作投入程度較 40 歲以下者高；另在學校規模上則亦具有顯著差異，顯示 24 班規模以下者知覺高於 49 班以上者，以及 24~48 班學校規模者知覺亦高於 49 班以上。

DOI:10.6814/NCCU202000804

Karanika-Murray、Duncan、 Pontes 和 Griffiths(2015)相關研究亦顯示組織認同對於工作滿意度具較強的正向影響，組織認同對工作滿意度的影響是透過工作投入來傳遞。Tims、Bakker、Derks 和 van Rhenen(2013)相關研究從個人層面觀點擴大至團隊，而團隊工作則透過成員共同努力，增加結構和社會工作資源，以及具有挑戰性的工作需求，並減少其工作需求阻礙程度，其研究結果則顯示工作投入與團隊績效成正向關係。

綜上所述，工作投入對於個人、團隊及組織的相關研究中，為一個正向積極的影響因素，無論對於個人或者管理階層者而言，工作投入皆為一值得重視之因素，作為在探討工作壓力、職場倦怠的另一相對面向，更具積極正向意義。

國立政治大學
National Chengchi University

DOI:10.6814/NCCU202000804

第四節 社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入相關研究

前面第一至三節說明「社群媒體使用行為」、「職場友誼」與「工作投入」三個研究變項的定義及國內外相關研究，以建構研究構面及測量工具，本節主要重整前述文獻，以確定變項之間的相關性，分為四個部分探討：一、社群媒體使用行為與職場友誼相關研究；二、社群媒體使用行為與工作投入相關研究；三、職場友誼與工作投入相關研究；四、社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入之相關研究。

壹、社群媒體使用行為與職場友誼相關研究

社群媒體已成為現今人們生活中的一部分，透過使用社群媒體可聯繫起職場中成員之友誼關係，而在職場中與他人建立良好的人際關係，也可活絡職場的氣氛，甚至促進不同部門之間橫向聯繫的和諧性，而使得工作執行更加順利（林瓊瀛，2018）。

本研究所探討之社群媒體使用行為係以 LINE 為主體，經查詢相關文獻，則有以「即時通訊軟體 LINE」為探討變項者，亦屬本研究變項相關文獻探討範圍，有關「社群媒體與職場友誼」之相關研究彙整說明如下表：

表 2-3

社群媒體與職場友誼相關研究

作者 年代	研究題目	研究摘要
林瓊惠 （2016）	職場友誼和員工幸福感關連性研究-----組織認同之中介作用與 Line 群組溝通之調節效果	1. 高雄市國中小和補習班教師的職場友誼、組織認同、員工幸福感與 Line 群組溝通呈現中等程度。 2. 職場友誼與組織認同間具正相關，爰職場友誼對組織認同有正向影響。 3. 組織認同與員工幸福感間具正相關，爰組織認同對員工幸福感也有正向影響。

DOI:10.6814/NCCU202000804

		4. 組織認同對職場友誼與員工幸福感具有部分中介作用。 5. 高雄市國中小和補習班教師間的 Line 群組溝通對職場友誼和組織認同有調節效果。
李建宏（2019）	即時通訊群組交流頻率與職場友誼關係之研究-以主管加入群組為干擾變數	1. 即時通訊群組交流頻率對職場友誼有顯著正向影響 2. 主管加入公領域以外的即時通訊群組交流不具弱化職場友誼的效果。
廖千惠（2019）	職場友誼對工作壓力及組織溝通之影響－以即時通訊軟體使用行為為調節變項	職場友誼對組織溝通有正向顯著的影響；工作壓力對職場友誼與組織溝通之關係具有中介效果；即時通訊軟體使用行為分別對職場友誼與工作壓力、工作壓力與組織溝通有調節效果。

資料來源：研究者自行整理

由相關研究可知，在工作職場中使用社群媒體 LINE 進行溝通，透過 LINE 群組對話對於職場友誼有正向影響，甚而從李建宏（2019）研究顯示主管若加入群組之中，不具弱化職場友誼效果，另沈采薇（2016）指出在探討職場中使用社群媒體與溝通焦慮的研究中，建議提升並建立與同事之工作親近關係，則可降低彼此運用社群媒體溝通產生焦慮感受，在運用社群媒體進行職場溝通的趨勢潮流下，善用社群媒體進行成員之間情感交流，能夠拉近彼此之間的關係，綜上所述，爰認為社群媒體使用行為與職場友誼具有相關性。

DOI:10.6814/NCCU202000804

貳、社群媒體使用行為與工作投入相關研究

有關「社群媒體使用行為與工作投入」之相關研究，同樣將「即時通訊軟體LINE」為探討變項之相關文獻納為蒐整範圍，相關彙整說明如下表：

表 2-4

社群媒體使用行為與工作投入相關研究

作者 年代	研究題目	研究摘要
陳貞內 （2017）	即時通訊軟體使用時間與內容對員工工作投入、工作績效影響之研究	1.使用即時通訊軟體內容不同，對工作投入有正向關係為部分成立。 2.使用即時通訊軟體內容不同，對工作績效有正向關係為部分成立。
吳珮瑤 （2018）	社群媒體成癮對使用者的工作敬業心之影響－以 Facebook、Line 為例	1.社群媒體成癮對工作敬業心無顯著的負向影響。 2.相較於 Line 成癮對工作敬業心的影響，Facebook 成癮對工作敬業心的負向影響效果較大無顯著關係。 3.職業為業務性質時，社群媒體成癮對工作敬業心的負向影響效果較小無顯著關係。 4.Line 作公事用途時，對工作敬業心有顯著的正向影響關係。
陳潔靈 （2019）	成就動機對工作士氣及工作投入之影響：以即時通訊軟體使用行為為調節變數	1.透過即時通訊軟體的便捷性，以進行聯繫與訊息傳達，提升團隊凝聚力與組織認同感，以提升成就動機與工作士氣。 2.組織內人員的成就動機、工作士氣與工作投入有正向相關。

資料來源：研究者自行整理

有關社群媒體使用行為與工作投入之相關研究，陳貞內（2017）研究結論中也顯示，其假設上班使用即時通訊軟體時間長短，與工作投入、工作績效為

DOI:10.6814/NCCU202000804

負相關之假設不成立；上班使用即時通訊軟體時間頻率與工作投入、工作績效為負相關之假設不成立；甚至下班使用即時通訊軟體時間頻率與工作投入為負相關之假設亦不成立。綜整而言，由此也透露意味著基於工作任務取向或透過社群媒體使用行為所聯繫之人際關係，在使用社群媒體對工作投入情形產生正向之影響效果。

參、職場友誼與工作投入相關研究

有關「職場友誼與工作投入」之相關研究分析說明如下表：

表 2-5

職場友誼與工作投入相關研究

作者 年代	研究題目	研究摘要
李培銘 （2005）	職場友誼與工作投入關係之研究	職場友誼與工作投入呈現顯著正相關。
潘佳嫻 （2012）	職場友誼對組織認同之影響－以工作投入為干擾變數	1.職場友誼對組織認同有顯著性影響。 2.工作投入影響組織認同。 3.工作投入在職場友誼與組織認同之間具有強化的調節作用。
陳怡伶 （2013）	職家衝突、職場友誼對幸福感與敬業貢獻度之影響—以組織氣候為調節變項	職場友誼對敬業貢獻度具有正向影響
羅鈞議 （2014）	個人與組織契合度、職場友誼與工作敬業-代理代課教師之探討	1.個人與組織契合度和職場友誼及工作敬業均呈顯著正向關係。 2.職場友誼和工作敬業呈顯著正向關係。 3.職場友誼在個人與組織契合度和工作敬業間具中介效果。
徐文翠 （2015）	職場友誼對敬業貢獻之關係以金融儲備幹	職場友誼的機會性與普遍性越高，則對敬業貢獻具正向影響。

DOI:10.6814/NCCU202000804

	部為例	
袁偉華（2015）	職場友誼、工作鑲嵌、組織承諾與工作敬業心關係之研究	職場友誼對工作敬業心呈正向影響。
王鈺雯（2015）	中小學教師職場友誼與工作投入之研究	中小學教師職場友誼與工作投入呈現正相關。
陳美芳（2017）	工作壓力與工作敬業之研究—以職場友誼為調節變項	職場友誼對工作敬業具有顯著正向之影響。
何美欣（2017）	探討行政人員職場友誼、工作投入、組織認同感對工作績效影響之研究-以南部科技大學為例	1.行政人員職場友誼對工作投入有正向的影響。 2.工作投入對行政人員職場友誼與工作績效有正向中介效果。
蔡宜樺（2019）	探討職場友誼與工作投入之關係－以組織認同感為中介變項	職場友誼對組織認同產生正面影響，並進一步正向影響員工工作投入。
林玉惠（2019）	學校行政人員工作不安全感、職場友誼與工作敬業心之研究	學校行政人員職場友誼與工作敬業心之間具有顯著正向相關。
蔡玟蘋（2019）	矛盾領導、職場友誼與工作敬業心三者之關聯性	職場友誼對工作敬業心有正向影響。

資料來源：研究者自行整理

綜上所彙整相關研究結果，可以發現職場友誼與工作投入呈正相關（王鈺雯，2015；何美欣，2017；李培銘，2005；林玉惠，2019；徐文翠，2015；袁偉華，2015；陳怡伶，2013；陳美芳，2017；蔡宜樺，2019；蔡玟蘋，2019；羅鈞議，2014）。而其中以教育場域中教師或學校行政人員為探討之研究對象者，則可從何美欣（2017）的研究中探討私立科技大學的學校行政人員之職場友誼對於工作

DOI:10.6814/NCCU202000804

投入與組織認同之影響，其研究結果顯示行政人員職場友誼對工作投入有正向的影響；及王鈺雯（2015）探討中小學教師之職場友誼與工作投入關係之研究顯示，兩變項呈正相關，並建議學校應鼓勵培養職場友誼，對於新進教師亦應多加關懷，以了解其工作投入情形。

從相關研究顯示得知良好的職場友誼，不僅可使組織成員獲得同事間的資源與支持，更能增進彼此合作機會以面對危機事件，也因而夠提升工作投入程度，綜上所述，爰認為職場友誼與工作投入具有相關。

肆、社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入之相關研究

經搜尋目前在臺灣博碩士論文知識加值系統、ERIC、Psychology Database 與 ProQuest Central 電子資料庫，初步發現近年來尚無以國民小學兼任行政教師為研究對象，探討社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入關係之相關研究，而國內僅有周玉青（2019）1 篇以具工作資歷於職場工作之成年人為抽樣研究對象，利用問卷調查方式探討即時通訊軟體與社群軟體使用行為、工作投入與職場友誼等變項之關係，其研究結論顯示：透過即時通訊軟體使用行為，可與同事相互溝通連結，增強彼此之間的職場友誼，也因著良好的職場友誼，強化了工作投入程度。

由此也顯見以教育相關人員為研究對象，探討關於此三個變項之研究仍極為匱乏，然於現今以普遍使用社群媒體於教育行政職場溝通的情境中，強化職場友誼促進組織成員間之親密性，營造利於提升教育溝通效能，以提升工作投入程度期能提供優質的行政服務品質環境，已成為十分值得探究的議題，故望能以本研究找到此三變項之相關情形、預測力及中介效果，以充實擴大此相關研究範疇。

DOI:10.6814/NCCU202000804

第三章　研究方法

本研究主題為「臺北市國民小學兼任行政教師社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入之關係研究」，經由第二章文獻探討作為研究架構與目的之依據，並以兼任行政之教師為研究對象，採問卷調查法進行調查研究分析，本章共五節：第一節為研究架構與變項、第二節為研究對象、第三節為研究工具、第四節為實施流程、第五節為資料處理。

第一節　研究架構與變項

壹、研究架構

依據研究動機、研究目的與待答問題，整理有關社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入之相關文獻，設計本研究之架構，研究架構與變項間關係及途徑如下圖 3-1 所示：

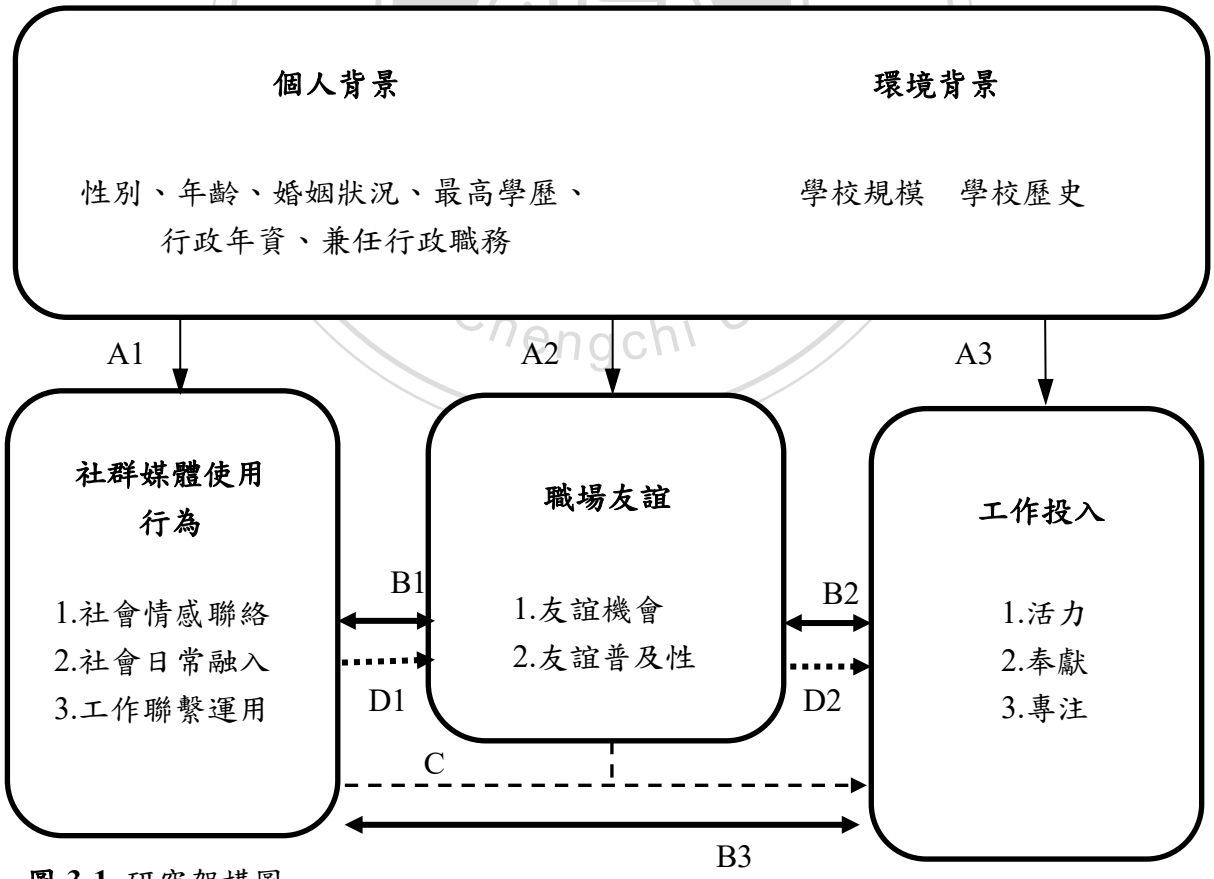


圖 3-1 研究架構圖

DOI:10.6814/NCCU202000804

箭頭標示說明：

一、單向箭頭（→）

(一) A1：以 t 檢定（比較 2 組平均數）、單因子變異數分析（比較 3 組以上平均數），探討不同背景變項對社群媒體使用行為之差異情形。

(二) A2：以 t 檢定（比較 2 組平均數）、單因子變異數分析（比較 3 組以上平均數），探討不同背景變項對職場友誼之差異情形。

(三) A3：以 t 檢定（比較 2 組平均數）、單因子變異數分析（比較 3 組以上平均數），探討不同背景變項對工作投入之差異情形。

二、雙向箭頭（⟷）

(一)B1：以積差相關探討社群媒體使用行為與職場友誼之相關情形。

(二)B2：以積差相關探討職場友誼與工作投入之相關情形。

(三)B3：以積差相關探討社群媒體使用行為與工作投入之相關情形。

三、單向長虛線箭頭（- - - →）

C：以多元迴歸探討社群媒體使用行為與職場友誼對工作投入的預測力。

四、單向點狀虛線箭頭（····· →）

D1、D2：以階層迴歸探討職場友誼在社群媒體使用行為與工作投入間之中介效果。

國立政治大學 National Chengchi University

貳、研究變項

本研究架構的變項包括：「背景變項」、「社群媒體使用行為 」、「職場友誼」以及「工作投入」四者，其中「背景變項」包含個人背景與環境背景，詳述如下：

一、背景變項

基本資料包含性別、年齡、婚姻狀況、最高學歷、行政年資、兼任行政職務、學校規模及學校歷史，共計 8 項。

DOI:10.6814/NCCU202000804

（一）個人背景：

1.性別：男、女。

2.年齡：「35 歲（含）以下」、「36 歲~45 歲」、「46 歲（含）~以上」。

3.婚姻狀況：已婚、未婚。

4.最高學歷：師專、師範校院畢業、一般大學（含師資班、教育學程、40 學分班）畢業、研究所以上畢業。

5.行政年資：「5 年（含）以下」、「6~10 年」、「11~15 年」、「16 年（含）以上」。

6.兼任行政職務：教師兼任主任、教師兼任組長

（二）環境背景：

1.學校規模：12 班（含）以下、13~24 班、25~48 班、49 班（含）以上。

2.學校歷史：30 年（含）以下、31 年~60 年、61 年（含）以上。

二、自變項－社群媒體使用行為之研究構面：

（一）社會情感聯絡：使用 LINE 與他人建立社交互動與溝通情形。

（二）社會日常融入：於日常中使用 LINE 之習慣與方式情形。

（三）工作聯繫運用：於工作中運用 LINE 各項功能進行聯繫情形。

三、依變項－工作投入之研究構面：

（一）活力：在工作時精力充沛、心理適應力強，願意為工作努力付出，即便遇到困難也能堅持不懈。

（二）奉獻：積極強烈地投入於工作中，經歷體驗到意義感、熱情、靈感、自豪和挑戰。

（三）專注：能全神貫注，且愉快地於工作中，感到時間過得很快，難以與工作分離。

四、中介變項－職場友誼之研究構面：

DOI:10.6814/NCCU202000804

（一）友誼機會：員工在工作中與同事認識、交流與解決問題情形，在職場中與他人進行非正式交談的機會，以及能與同事建立並發展私人親近關係的程度。

（二）友誼普及性：在職場中員工與同事互動，以及工作場所外之交往，其人際網路互動信賴程度。

參、研究假設

根據本研究之研究目的、研究問題、文獻探討與研究架構，提出研究假設，分述如下：

一、研究假設一：不同背景變項之兼任行政教師於社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入有顯著差異。

（一）假設 1-1：不同性別之兼任行政教師在三個變項上有顯著差異。

（二）假設 1-2：不同年齡之兼任行政教師在三個變項上有顯著差異。

（三）假設 1-3：不同婚姻狀況之兼任行政教師在三個變項上有顯著差異。

（四）假設 1-4：不同最高學歷之兼任行政教師在三個變項上有顯著差異。

（五）假設 1-5：不同行政年資之兼任行政教師在三個變項上有顯著差異。

（六）假設 1-6：不同兼任行政職務之兼任行政教師在三個變項上有顯著差異。

（七）假設 1-7：不同學校規模之兼任行政教師在三個變項上有顯著差異。

（八）假設 1-8：不同學校歷史之兼任行政教師在三個變項上有顯著差異。

二、研究假設二：社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入三者之間有顯著相關。

（一）假設 2-1：社群媒體使用行為與職場友誼有顯著相關。

（二）假設 2-2：社群媒體使用行為與工作投入有顯著相關。

（三）假設 2-3：職場友誼與工作投入有顯著相關。

DOI:10.6814/NCCU202000804

三、研究假設三：社群媒體使用行為與職場友誼可預測工作投入。

四、研究假設四：職場友誼在社群媒體使用行為與工作投入間具有中介效果。

第二節　研究對象

壹、研究對象

本研究以 107 學年度臺北市公立國民小學（包含市立及國立），現職兼任行政教師為研究對象，不包含校長在內，採問卷調查進行研究。

依據教育部統計處（2019）資料顯示，臺北市 107 學年公立國民小學主任數為 817 人、組長數為 1,581 人，共計 2,398 人，本研究之母群體估計約為 2,398 人（惟不包含非教師兼任之主任與組長），依據 Gay、Mils 和 Airasin(2012)指出，倘研究之母群體樣本大於 500 人，則其抽樣人數需約占母群體 10%。

臺北市各行政區公立國民小學分學校數分布情形，共 12 個行政區，共計 143 所學校，如表 3-1 所示：

表 3-1

臺北市 107 學年度公立國小學校校數　　（單位：所）

行政區	松山區	信義區	南港區	內湖區	大安區	文山區
學校數	8	9	7	13	12	20
行政區	中山區	中正區	大同區	萬華區	士林區	北投區
學校數	11	8	9	11	19	15
總學校數			142			

資料來源：研究者自行整理（臺北市教育局教育統計室，2019。取自 https://www.doe.gov.taipei/News_Content.aspx?n=5DB8709D3AC93D4E&sms=69B4E6B26379EE4E&s=7CB9AC9A401E7BC5）

DOI:10.6814/NCCU202000804

貳、預試抽樣

本研究採取叢集抽樣，依據學校規模編制將臺北市公立國民小學區分為：12班（含）以下、13~24班、25~48班及49班（含）以上四組，在各組中按照比例，分別各抽取各類型學校數20%進行預試，分別12班（含）以下抽取4校、13~24班抽取9校、25~48班抽取11校及49班（含）以上抽取4校，總計28校；12班（含）以下每校抽取4名、13~24班每校抽取8名、25~48班抽取12名及49班（含）以上每校抽取12名；依各校行政人員編制狀況之差異，每校依比例抽取各規模學校兼任行政教師，經聯繫徵詢學校校長、主任或組長獲同意協助後，以郵寄或送交紙本方式協請發放與回收問卷，共計268名教師為預試樣本，其結果作為因素分析預試輛表之信效度分析依據，抽樣分配情形如表。

表 3-2

預試樣本學校校數及人數分配表

學校規模	學校數(所)	佔總數比例	學校規模抽取校數	抽取人數
12（含）班以下	22	15.49%	4	16
13~24班	43	30.28%	9	72
25~48班	56	39.44%	11	132
49（含）班以上	21	14.79%	4	48
總計	142	100%	28	268

資料來源：研究者自行整理（臺北市教育統計資料查詢系統，2019。取自http://statistic.tp.edu.tw/Dialog/varval.asp?ma=EC000e02A&ti=%B0%EA%A4p%A6U%AE%D5%AFZ%AF%C5%BC%C6%2899%BE%C7%A6%7E%AB%D7%A5H%AB%E1%29&path=%2FPXfile%2FCountyStatistics&lang=9&strList=L&fbclid=IwAR1ruzrb-BsKRV6NWX1t_GhINLcAGdKZNaNH1HOKRYMpLzbQnmTqXNAaxU8）

DOI:10.6814/NCCU202000804

參、正式抽樣

本研究正式問卷施測係採叢集抽樣，依據 Gay、Mills 和 Airasian(2012)指出敘述研究的樣本須佔母群體的 10%。依據學校規模將臺北公立國民小學分為：12 班（含）以下、13~24 班、25~48 班及 49 班（含）以上四組，在各組中按照 30% 比例抽出學校進行正式施測，12 班（含）以下抽取 7 校、13~24 班抽取 13 校、25~48 班抽取 17 校、49 班（含）以上抽取 6 校，總計 43 校；12 班（含）以下每校抽取 4 名、13~24 班每校抽取 8 名、25~48 班抽取 12 名及 49 班（含）以上每校抽取 12 名，經聯繫徵詢學校校長、主任或組長獲同意協助後，以郵寄或送交紙本方式協請發放與回收問卷，共計 408 名兼任行政教師為正式施測樣本，抽樣分配情形如表。

表 3-3

正式樣本學校校數及人數分配表

學校規模	學校數(所)	佔總數比例	抽取校數	抽取人數
12 班（含）以下	22	15.49%	7	28
13~24 班	43	30.28%	13	104
25~48 班	56	39.44%	17	204
49 班（含）以上	21	14.79%	6	72
總計	142	100%	43	408

資料來源：研究者自行整理

DOI:10.6814/NCCU202000804

第三節　研究工具

本研究在探討臺北市國民小學兼任行政教師社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入之關係，經文獻探討分析後，編製「臺北市國民小學兼任行政教師社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入之關係研究調查問卷」，以作為本研究之研究工具。

問卷內容包含「基本資料」、「兼任行政教師社群媒體使用行為量表」、「職場友誼量表」與「工作投入量表」共四個部分，其中「社群媒體使用行為量表」透過專家學者建立內容效度，經問卷預試後，依據其信效度分析結果加以修訂問卷試題內容，以確定本研究之正式問卷。

壹、編製問卷初稿

本研究經參酌相關研究文獻以探討問卷工具之內容，並考量受試對象以及所在地區等性質與實際情形編擬問卷之初稿。本研究問卷內容包含四部份，第一部份為受試者之基本資料，包含個人背景與環境背景，用以瞭解受試之問卷填答者基本背景結構，並進行相關之因素分析；第二至四部份分別為本研究之三個變項，包含「兼任行政教師社群媒體使用行為量表」、「職場友誼量表」與「工作投入量表」。

一、社群媒體使用行為量表之依據與初步建構

本研究以理性行為理論、計畫行為理論、科技接受模式以及整合性科技接受模式等相關文獻為基礎，分析影響使用行為之因素及脈絡，並參酌涂保民和顏春枝（2017）、陳逸珊（2019）、辜令蓁（2017）、劉至鈞（2017）、簡秋丹（2017）等相關研究文獻內容，及 Jenkins-Guarnieri、Wright 和 Johnson (2013)所建構的社群媒體使用之研究構面概念為基礎觀點，加以歸納並與指導教授衡酌 LINE 之功能特性、使用經驗與現今學校行政人員使用初步概況，研究編整如表 3-4：

DOI:10.6814/NCCU202000804

表 3-4

社群媒體使用行為之測量量表編整情形

項次	研究構面	衡量指標	參考來源觀點						
			Jenkins-Guarnieri 等人 (2013)	涂保民、顏春枝（2017）	辜令蓁（2017）	劉至鈞（2017）	簡秋丹（2017）	陳逸珊（2019）	研究修整
1	社會情感聯絡	1.少了 LINE 時，我覺得少了與他人溝通的管道。	V				V		V
		2.我希望大家都能使用 LINE 互動溝通。	V	V				V	V
		3.我喜歡用 LINE 和別人交流。	V						V
		4. LINE 在我的社交關係中扮演重要角色。	V						V
		5.因為大家多使用 LINE 互動，所以我也跟著使用。		V					V
		6.如果不能使用 LINE 我會很沮喪。	V						V
		小計 6							
2	社會日常融入	1. 我會回覆在 LINE 上收到的他人訊息。	V						V
		2.我會在 LINE 上收看新聞。			V				V
		3.我會查看 LINE 的貼文串動態。	V			V			V
		小計 3							
3	工作	1. 我具備使用		V				V	V

DOI:10.6814/NCCU202000804

聯繫運用	LINE的資源與設備(如智慧型手機與網路)。						
	2.我會使用 LINE 的傳遞檔案功能於工作溝通。	V		V	V	V	V
	3.我會使用 LINE 的記事本功能於工作上。	V		V	V	V	V
	4.我會使用 LINE 的相簿功能於工作上。	V		V	V	V	V
	5. 我覺得使用 LINE的語音通話或視訊功能與他人工作溝通方便又經濟。	V		V	V	V	V
	6. 我覺得使用 LINE加入同事及群組有助於工作溝通聯繫。	V	V	V	V	V	V
	小計 6						
合計 15							

資料來源：綜整自涂保民和顏春枝（2017）、陳逸珊（2019）、辜令蓁（2017）、劉至鈞（2017）、簡秋丹（2017）、Jenkins-Guarnieri 等人(2013)

並據以編製「社群媒體使用行為量表」，將社群媒體使用行為之內涵概分為三個研究構面：「社會情感聯絡」6 題、「社會日常融入」3 題，與「工作聯繫運用」6 題，共計 15 題，進行探索性因素分析(EFA)，以及 Cronbach's α 係數，以探討其信效度。

本量表採取 Likert 五點計分法，受試者就自身實際情況，以 1 至 5 分表示符合程度，分別為 1 分「非常不符合」、2 分「不符合」、3 分「普通」、4 分「符合」、5 分「非常符合」，用以表示受試者知覺兼任行政教師社群媒體使用行為程

DOI:10.6814/NCCU202000804

度，分數越高，代表該受試者知覺兼任行政教師社群媒體使用行為程度越高。其量表內容如表 3-5：

表 3-5

社群媒體使用行為之測量量表

項次	研究構面	衡量指標
1	社會情感聯絡	1.少了 LINE 時，我覺得少了與他人溝通的管道。
		2.我希望大家都能使用 LINE 互動溝通。
		3.我喜歡用 LINE 和別人交流。
		3. LINE 是我溝通最常使用的工具之一。
		4. LINE 在我的社交關係中扮演重要角色。
		5.因為大家多使用 LINE 互動，所以我也跟著使用。
		6.如果不能使用 LINE 我會很沮喪。
		小計 6
2	社會日常融入	1.我會回覆在 LINE 上收到的他人訊息。
		2.我會在 LINE 上收看新聞。
		3.我會查看 LINE 的貼文串動態。
		小計 3
3	工作聯繫運用	1.我具備使用 LINE 的資源與設備(如智慧型手機與網路)。
		2.我會使用 LINE 的傳遞檔案功能於工作溝通。
		3.我會使用 LINE 的記事本功能於工作上。
		4.我會使用 LINE 的相簿功能於工作上。
		5.我覺得使用 LINE 的語音通話或視訊功能與他人工作溝通方便又經濟。
		6.我覺得使用 LINE 加入同事及群組有助於工作溝通聯繫。
		小計 6
		合計 15

資料來源：參酌修整自涂保民和顏春枝（2017）、陳逸珊（2019）、辜令蓁（2017）、劉至鈞（2017）、簡秋丹（2017）、Jenkins-Guarnieri 等人(2013)

二、職場友誼量表之研究構面與研究工具

本研究使用 Nielsen、Jex 與 Adams (2000)所建構的「職場友誼量表」，將職場友誼之內涵概分為：「友誼機會」與「友誼普及性」兩個研究構面，分別各有 6 題，共計 12 題，其中 1 題為反向題。研究指出「友誼機會」及「友誼普及性」

DOI:10.6814/NCCU202000804

兩者的 Cronbach's α 係數分別為.84 與.85，α 係數皆大於.80，顯示具有良好之內部一致性信度；$\chi 2$=111.63、df=43（p <.001），效度分析結果亦具有良好效度，其授權書詳如附錄一。本研究探討應用於臺北市國民小學教育現場，進行驗證性因素分析(CFA)以及信效度分析。

本量表採取 Likert 五點計分法，受試者就自身實際情況，以 1 至 5 分表示符合程度，分別為 1 分「非常不符合」、2 分「不符合」、3 分「普通」、4 分「符合」、5 分「非常符合」，用以表示受試者知覺職場友誼程度，其中 1 題為反向題，須反向計分，分數越高，代表該受試者知覺職場友誼程度越高。其量表內容如表 3-6：

表 3-6

職場友誼之測量量表

項次	研究構面	衡量指標（中文翻譯與原文）	衡量指標初擬題項
1	友誼機會	1.我有機會認識我的同事。 (I have the opportunity to get to know my coworkers.)	1.我有機會了解我的同事。
		2.我能和同事一起解決問題。 (I am able to work with my coworkers to collectively solve problems.)	2.我能和同事一起解決問題。
		3.在我的組織裡，我有機會和其他人進行非正式的交談和訪問。 (In my organization, I have the chance to talk informally and visit with others.)	3.在學校裡，我有與其他人非正式交談及拜訪的機會。
		4.我的組織鼓勵員工之間的交流。 (Communication among employees is encouraged by my organization.)	4.我的學校鼓勵同事之間彼此交流溝通。
		5.我有機會在工作中發展親密的友誼。 (I have the opportunity to develop close friendships at my workplace.)	5.在學校工作職場中，我有發展密切友誼的機會。
		6.只要工作完成，我的組織就會允許非正式的談話。 (Informal talk is tolerated by my	6.只要工作完成，我的學校允許非正式的交談。

DOI:10.6814/NCCU202000804

		organization as long as the work is completed.)	
		小計 6	
2	友誼普及性	1.我在工作中建立了牢固的友誼。 (I have formed strong friendships at work.)	1.在工作中，我建立了深厚的友誼。
		2.我在工作場所之外與同事交往。 (I socialize with coworkers outside of the workplace.)	2.在工作場所外，我與同事有來往。
		3.我可以信任同事。 (I can confide in people at work.)	3.我可以向工作上的同事傾訴。
		4.我覺得我可以非常信任很多同事。 (I feel I can trust many coworkers a great deal.)	4.我覺得多數的同事都可以信任。
		5.能夠看到我的同事是我期待我的工作的原因之一。 (Being able to see my coworkers is one reason why I look forward to my job.)	5.能夠見到同事，是我期待工作的原因之一。
		6.我覺得和我一起工作的人都不是真正的朋友。(反向題) (I do not feel that anyone I work with is a true friend.) (R)	6.我不覺得工作上的同事會是真正的朋友。
		小計 6	
		合計 12	

資料來源：Nielsen, I. K., Jex, S. M., & Adams, G. A. (2000). Development and validation of scores on a two-dimensional workplace friendship scale. *Educational and Psychological Measurement, 60*(4), 628-643.

三、工作投入量表之研究構面與研究工具

本研究使用 Schaufeli、Bakker 與 Salanova（2006）所建構的「工作投入量表，(Utrecht Work Engagement Scale, UWES)」將工作投入之內涵概分為：「活力」、「奉獻」與「專注」三個研究構面，每個構面各 3 題共計 9 題，該量表透過 10 個跨國研究，研究量表整體之 Cronbach's α 係數皆達.80，顯示具有良好之內部一致

DOI:10.6814/NCCU202000804

性信度，效度分析結果亦具有良好效度，其授權書詳如附錄一。本研究探討應用於臺北市國民小學教育現場，進行驗證性因素分析(CFA)以及信效度分析。

本量表採取 Likert 五點計分法，受試者就自身實際情況，以 1 至 5 分表示符合程度，分別為 1 分「非常不符合」、2 分「不符合」、3 分「普通」、4 分「符合」、5 分「非常符合」，用以表示受試者知覺工作投入程度，分數越高，代表該受試者知覺工作投入程度越高。其量表內容如表 3-7：

表 3-7

工作投入之測量量表

項次	研究構面	衡量指標（中文翻譯與原文）	衡量指標初擬題項
1	活力	1.在工作中，我感到精力充沛。(At my work, I feel bursting with energy.)	1.在工作中，我感到迸發能量。
		2.在我的工作中，我感到強壯和有活力。(At my job, I feel strong and vigorous.)	2.在工作中，我感覺強大並有活力。
		3.當我早上起床時，我就想去工作。(When I get up in the morning, I feel like going to work.)	3.每當早上起床，我便想去工作。
		小計 3	
2	奉獻	1.我對我的工作充滿熱情。(I am enthusiastic about my job.)	1.我對工作充滿熱情。
		2.我的工作激勵著我。(My job inspires me.)	2.我的工作激勵著我。
		3.我為我所做的工作感到驕傲。(I am proud of the work that I do.)	3.我對於我的工作感到驕傲。
		小計 3	
3	專注	1.當我專心地工作時，我感到快樂。(I feel happy when I am working intensely.)	1.當我專心努力工作時，我覺得很開心。
		2.我沉浸在我的工作中。(I am immersed in my work.)	2.我沉浸在我的工作中。
		3.我工作的時候，很專心投入。(I get carried away when I am working.)	3.我工作的時候，很專心投入。
		小計 6	

DOI:10.6814/NCCU202000804

合計 9

資料來源：Schaufeli, W. B., Bakker A. B., & Salanova, M. (2006). The Measurement of Work Engagement With a Short Questionnaire A Cross-National Study. *Educational and Psychological Measurement, 66*(4),701-716.

貳、建立專家內容效度

問卷之初稿經修訂後編製成專家審查問卷（詳如附錄二），藉由徵詢 10 位專家，80%專家學者審查後認為適合或修正後適合，提供專業意見與相關實務建議，並經與指導教授充分討論後，據以修正作為預試問卷內容。

表 3-8

「專家內容效度問卷」專家學者名單一覽表

編號	姓名	服務單位	職稱
1	朱○○	新北市○○國小	校長
2	卓○○	臺北市○○國小	教務主任
3	林○○	國家○○研究院	副研究員
4	林○○	臺灣○○○○大學	副教授兼師資培育中心主任
5	徐○○	臺北市○○國小	輔導主任
6	張○○	臺北市○○國小	註冊組長
7	陳○○	臺北市○○國小	輔導主任
8	黃○○	臺北市○○國小	校長
9	謝○○	臺北○○大學	助理教授
10	蘇○○	臺北市○○國小	教師 （曾任生教組長）

（依姓氏筆劃排列）

參、預試問卷實施與分析

DOI:10.6814/NCCU202000804

經過歸納專家審查之建議與相關意見，針對題目內容之適切性與用字遣詞予以修正，彙整後並經指導教授指正，刪除基本資料原題號第 7 題，此部分題項由 9 題調整為 8 題;「社群媒體使用行為」量表之「社會日常融入」構面刪除原題號第 1 題，並修改為更符合該構面定義之題目;「工作聯繫運用」刪除原題號第 1 題，該量表由原 15 題調整為 14 題；另「職場友誼」量表之「友誼普及性」構面原題號第 6 題，調整為正向題，其餘則為文字調整修正（詳如附錄三）。

經綜整後編製建立預試問卷（詳如附錄四），採取叢集抽樣方式，預試經發放 268 份問卷並回收後，有效問卷共 252 份。將預試問卷回收並進行資料登錄後，其項目分析（鑑別度）、信度、效度與適配度說明如下：

一、社群媒體使用行為量表

（一）項目分析（鑑別度）

以項目分析對預試問卷中各題項進行內容鑑別度檢視，以極端值法，又稱臨界值法（critical ration）檢測鑑別度，取量表總得分 27%與 73%兩極端值差異結果為決斷值，未達顯著之題目則表示其鑑別度較差，應予以刪除，以獨立樣本 t 檢定，求 t 值為決斷值，t 值愈高則表示題項鑑別度愈高。本量表經檢測所有題項均達顯著（P<.001），代表題項均具鑑別度，能鑑別不同受測者社群媒體使用行為程度，如表 3-9。

表 3-9

社群媒體使用行為項目分析（鑑別度）摘要表

題號	題項	決斷值(t 值)	鑑別度
1	LINE 是我和他人溝通交流的重要管道。	12.835***	V
2	我希望大家都能使用 LINE，以利彼此互動溝通。	16.000***	V
3	我喜歡用 LINE 和別人互動溝通。	18.811***	V
4	LINE 能夠幫助我與他人建立良好的社交關係。	13.317***	V
5	因為大家多使用 LINE 互動，所以我也跟著使用。	9.110***	V
6	如果不能使用 LINE 和別人互動，我會很失落。	11.692***	V
7	我常常加入 LINE 的各類官方帳號(例如：公共、生活服務及品牌購物...等)以獲取各項資訊或活動訊息。	10.565***	V

DOI:10.6814/NCCU202000804

8	我會每天在 LINE 上閱覽、收看新聞。	7.811***	V
9	我會時時查看 LINE 好友的貼文串動態。	9.716***	V
10	我會使用 LINE 的傳遞檔案功能於工作的聯繫溝通。	11.186***	V
11	我會使用 LINE 的記事本功能於工作上。	9.100***	V
12	我會使用 LINE 的相簿功能於工作上。	9.240***	V
13	我覺得使用 LINE 的語音通話或視訊功能和他人進行工作溝通，方便又經濟。	8.794***	V
14	我覺得將同事加為 LINE 聯絡人及加入工作群組，有助於工作溝通聯繫。	12.434***	V

註：***P<.001

（二）信度

本研究採用 Cronbach's α 係數以檢定「社群媒體使用行為」之內部一致性，來釐清量表之可信度。經刪除工作聯繫 13 題後社群媒體使用行為量表之 Cronbach's α 係數由.881 提升為.882，顯示社群媒體使用行為量表的信度良好，如表 3-10 所示。

表 3-10

社群媒體使用行為之信度分析表

量表名稱	預試題號	題項刪除後的 Cronbach's α 係數	社群媒體使用行為量表 Cronbach's α 係數
社群媒體使用行為	情感聯絡 1	.872	.882
	情感聯絡 2	.868	
	情感聯絡 3	.865	
	情感聯絡 4	.867	
	情感聯絡 5	.877	
	情感聯絡 6	.871	
	日常融入 7	.873	
	日常融入 8	.882	
	日常融入 9	.879	
	工作聯繫 10	.874	
	工作聯繫 11	.877	
	工作聯繫 12	.875	
	工作聯繫 14	.871	

DOI:10.6814/NCCU202000804

（三）效度

以探索性因素分析（EFA）來探討檢測變項之建構效度穩定性，經過因素分析結果，社會情感聯絡的題項 1、6，以及工作聯繫運用的題項 14，因素結構不佳，故予以刪除，爰刪題後之「社群媒體使用行為量表」共計 10 題，結果如表 3-11 所示：

表 3-11

社群媒體使用行為探索性因素分析（EFA）摘要表

構面	題號	因素負荷量		
		因素一	因素二	因素三
社會情感聯絡	2	.816		
	3	.794		
	4	.733		
	5	.769		
社會日常融入	7			.797
	8			.833
	9			.782
工作聯繫運用	10		.772	
	11		.903	
	12		.862	
特徵值		2.653	2.340	2.211
解釋變異量%		26.533	23.400	22.112
累積解釋變異量%		26.533	49.933	72.045

保留之題項經因素分析，其 KMO 值為 .825（高於.8），Bartlett 的球形檢定值為 1135.105（P = .000，＜ .05），代表題項適合進行因素分析；採主成份分析法，以「限定抽取共同因素法」萃取 3 個因素，並以最大變異法進行直交轉軸，「社群媒體使用行為量表」之特徵值為 2.653、2.340、2.211，可解釋變異量為 26.533、23.400、22.112，累積解釋變異量為 72.045，表示本研究量表具良好之建構效度。

DOI:10.6814/NCCU202000804

二、職場友誼量表

職場友誼量表主要係根據 Nielsen、Jex 與 Adams (2000)所建構之「職場友誼問卷量表」，研究指出此問卷「友誼機會」及「友誼普及性」兩者 Cronbach’s α 係數分別為.84 與.85，α 係數皆大於.80，因此顯示具有良好之內部一致性信度；$\chi 2$=111.63、df=43（p <.001），效度分析結果亦具有良好效度，此問卷經國外文獻使用且沿用多年，具一定理論基礎及信效度，爰採「驗證式因素分析」進行題項之建構效度分析。

（一）項目分析（鑑別度）

以極端值法檢測鑑別度，本量表經檢測所有題項均達顯著水準（P<.001），代表題項均具鑑別度，能鑑別不同受測者之職場友誼，如表 3-12。

表 3-12

職場友誼項目分析（鑑別度）摘要表

題號	題項	決斷值(t 值)	鑑別度
1	我有機會了解我的同事。	10.354***	V
2	我有機會和同事一起解決問題。	11.298***	V
3	在學校裡，我有機會與同事私下交談閒聊。	12.419***	V
4	我的學校鼓勵同事之間彼此交流互動。	13.919***	V
5	在學校工作職場中，我與同事之間有發展良好友誼的機會。	13.200***	V
6	只要工作完成，同事間常會有非正式的交談機會。	11.018***	V
7	在工作中，我和同事建立了深厚的友誼。	14.693***	V
8	在工作場所外，我會與同事有社交活動。	10.128***	V
9	我會向同事傾訴心情。	10.952***	V
10	我覺得多數的同事都可以信任。	9.433***	V
11	能夠見到同事，是我期待工作的原因之一。	11.181***	V
12	我認為同事能成為真正的朋友。	13.761***	V

註：***P<.001

（二）效度

DOI:10.6814/NCCU202000804

經「驗證性因素分析」(confirmatory analysis，簡稱 CFA）檢測變項之建構效度穩定性，分析結果顯示因素負荷量介於.66 至.83 間，均在 .5 以上，代表具有收斂效度、模式基本適配度良好，並具解釋力；且每個變項間之相關係數不等於1，具有差異，代表變項間具有區別效度，故本變項職場友誼之建構效度良好，如圖 3-2。

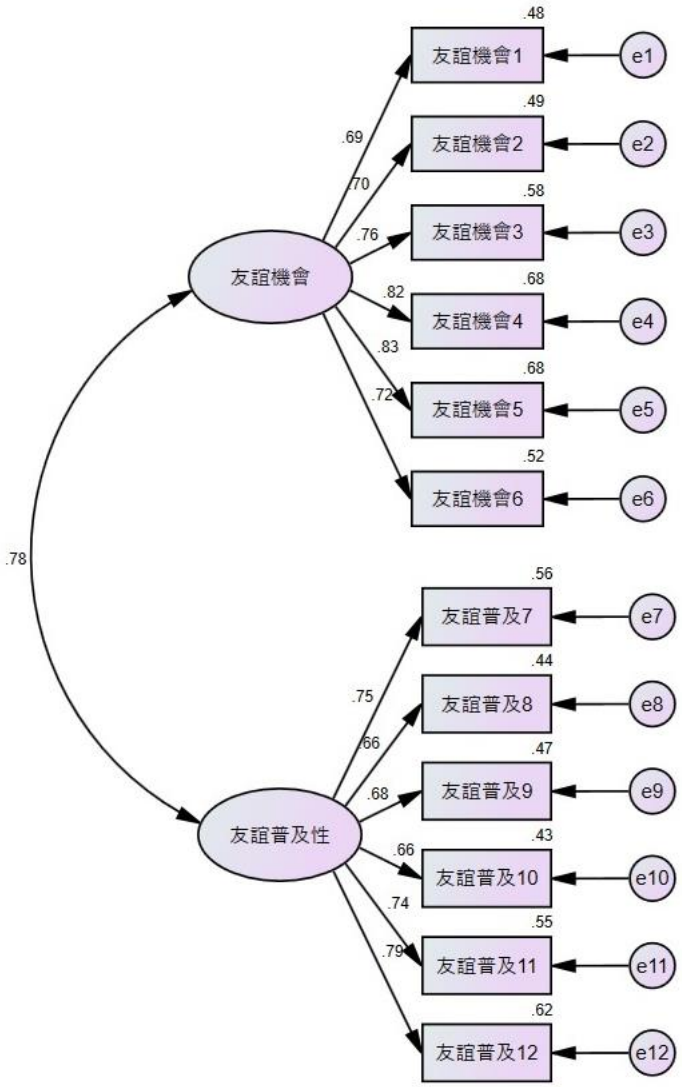


圖 3-2 職場友誼量表驗證性因素分析（CFA）圖

在組合信度(Component reliability, CR)及平均變異數萃取量(Average Variance Extracted, AVE)方面，依據 Fornell 與 Larcker (1981)的研究，CR 值須在 0.6 以上

DOI:10.6814/NCCU202000804

內部一致性即為良好；而 AVE 值則須達 0.5 以上才具有聚合效度。本研究之職場友誼量表 CR 值皆在 0.6 以上顯示內部一致性為良好，而 AVE 值皆在 0.5 以上代表具有聚合效度，故職場友誼量表之 CR 值及 AVE 值皆符合指標，具有良好信效度，如表 3-13。

表 3-13

職場友誼驗證性因素分析結果

構面	題項	因素負荷量	AVE (需達 0.5)	CR (需達 0.6)
友誼機會	機會 1	.69	0.571	0.888
	機會 2	.70		
	機會 3	.76		
	機會 4	.82		
	機會 5	.83		
	機會 6	.72		
友誼普及性	普及性 7	.75	0.512	0.862
	普及性 8	.66		
	普及性 9	.68		
	普及性 10	.66		
	普及性 11	.74		
	普及性 12	.79		

由上可知職場友誼量表之組合信度（CR）及平均變異數萃取量（AVE）值皆符合指標。

（三）適配度

職場友誼在驗證模式適配度方面，RMSEA=0.124 大於 0.1，其在於尋找母群體與模式的適配程度，而大於 0.10 以上表示「不良的適配」，惟在樣本數較少時，該值可能會被高估(Fan, Thompson, & Wang, 1999)， Kline(2011)也認為適配度指標的數值，僅為模型的整體適配度或平均值，爰在模型某些題目仍會有較大之差異；另 RMR=.035 小於.05；NFI=.853、IFI=.879、CFI=.878 皆大於 0.8。整體來看，由以上數據顯示本模式大致適配符合適配指標，達可接受之水準以內，如表

DOI:10.6814/NCCU202000804

3-14。

表 3-14

職場友誼之適配度指標檢核表

適配度指標	理想數值	職場友誼 分析結果	是否符合
絕對適配度	RMSEA 愈小愈好 ≦ 0.05(良好) ≦ 0.08(不錯) ≦ 0.1(中度) ＞ 0.1 (不良)	.124	
	RMR 愈小愈好，需＜.05	.035	V
	GFI 在 0 與 1 之間 ≧0.9 較佳	.851	V
	AGFI 在 0 與 1 之間 愈接近 1 愈好	.780	V
相對適配度	NFI 在 0 與 1 之間 愈接近 1 愈好	.853	V
	RFI 在 0 與 1 之間 愈接近 1 愈好	.816	V
	IFI 在 0 與 1 之間 愈接近 1 愈好	.879	V
	TLI 在 0 與 1 之間 愈接近 1 愈好	.849	V
	CFI 在 0 與 1 之間 愈接近 1 愈好	.878	V
簡效適配度	PCFI 在 0 與 1 之間 ≧0.5 較好	.705	V

資料來源：理想值參考張芳全（2019）

三、工作投入量表

工作投入量表主要係根據 Schaufeli 、Bakker 與 Salanova（2006）所建構的「工作投入問卷量表，(Utrecht Work Engagement Scale, UWES)」，研究量表整體

DOI:10.6814/NCCU202000804

Cronbach’s α係數皆達.80，顯示具有良好之內部一致性信度，效度分析結果亦具有良好效度。此問卷經國外文獻大量使用且沿用多年，並由以上結果可知此問卷具一定理論基礎及信效度，爰採「驗證式因素分析」進行題向之建構效度分析。

（一）項目分析（鑑別度）

以極端值法檢測鑑別度，本量表經檢測所有題項均達顯著水準（P<.001），代表題項均具鑑別度，能鑑別不同受測者之工作投入程度，如表 3-15。

表 3-15

工作投入項目分析（鑑別度）摘要表

題號	題項	決斷值(t 值)	鑑別度
1	在工作中，我感到自己充滿能量。	17.913***	V
2	在工作中，我感覺幹勁十足且有活力。	17.213***	V
3	每當早上一起床，我就想要去工作。	12.664***	V
4	我的工作很有意義，讓我充滿熱情。	15.830***	V
5	我的工作很有價值，讓我願意接受挑戰。	15.977***	V
6	我對於我的工作能對學校有所貢獻，感到自豪。	18.036***	V
7	當我專心努力工作，便覺得很開心。	18.938***	V
8	我時常沈浸在自己的工作中。	20.410***	V
9	我工作的時候，很專心投入。	12.517***	V

註：***P<.001

（二）效度

經「驗證性因素分析」（confirmatory analysis，簡稱 CFA）檢測變項之建構效度穩定性，分析結果顯示因素負荷量介於.72 至.96 間，均在.5 以上，代表具有收斂效度、模式基本適配度良好，並具解釋力；且每個變項間之相關係數不等於 1，具有差異，代表變項間具有區別效度，故本變項工作投入之建構效度良好，如圖 3-3。

DOI:10.6814/NCCU202000804

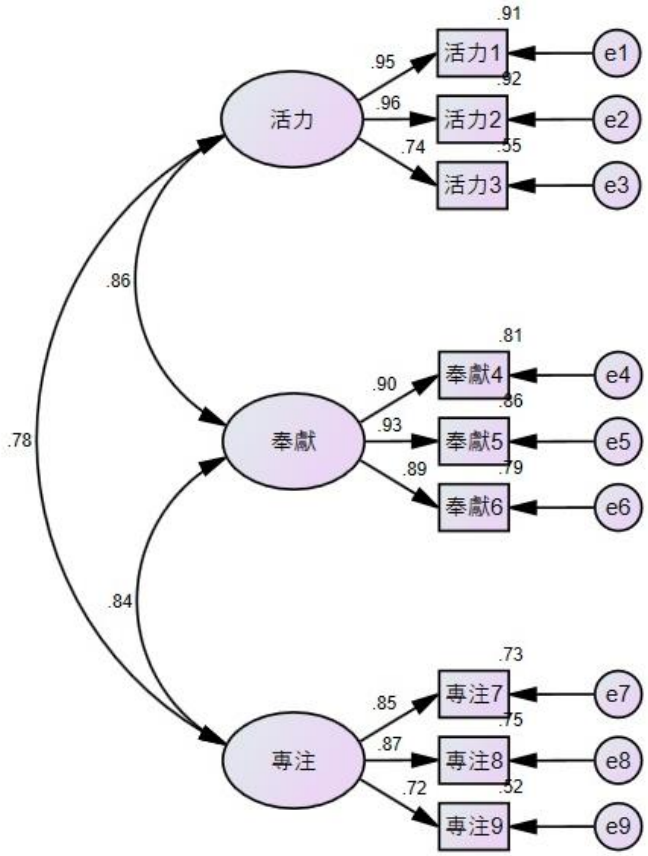


圖 3-3 工作投入驗證性因素分析（CFA）圖

而在組合信度(CR)及平均變異數萃取量(AVE)方面，本研究之工作投入量表 CR 值皆在 0.6 以上顯示內部一致性為良好，而 AVE 值皆在 0.5 以上代表具有聚合效度，故工作投入量表之 CR 值及 AVE 值皆符合指標，具有良好信效度，如

DOI:10.6814/NCCU202000804

表 3-16。

表 3-16

工作投入驗證性因素分析結果

構面	題項	因素負荷量	AVE (需達 0.5)	CR (需達 0.6)
活力	活力 1	.95	0.791	0.918
	活力 2	.96		
	活力 3	.74		
奉獻	奉獻 4	.90	0.822	0.933
	奉獻 5	.93		
	奉獻 6	.89		
專注	專注 7	.85	0.666	0.856
	專注 8	.87		
	專注 9	.72		

由上可知工作投入量表之組合信度（CR）及平均變異數萃取量（AVE）值皆符合指標。

（三）適配度

工作投入在驗證模式適配度方面，RMSEA=0.084 小於 0.1；RMR=.024 小於.05；NFI=.970、IFI=.980、CFI=.980 皆大於 0.9。由以上數據顯示本模式適配符合適配指標，如表 3-17。

表 3-17

工作投入之適配度指標檢核表

適配度指標	理想數值	工作投入分析結果	是否符合
絕對適配度	RMSEA 愈小愈好 ≦ 0.05(良好) ≦ 0.08(不錯) ≦ 0.1(中度) ＞ 0.1 (不良)	.084	V
	RMR 愈小愈好，需＜.05	.024	V
	GFI 在 0 與 1 之間	.943	V

DOI:10.6814/NCCU202000804

	≧0.9 較佳		
	AGFI 在 0 與 1 之間 愈接近 1 愈好	.893	V
相對適配度	NFI 在 0 與 1 之間 愈接近 1 愈好	.970	V
	RFI 在 0 與 1 之間 愈接近 1 愈好	.954	V
	IFI 在 0 與 1 之間 愈接近 1 愈好	.980	V
	TLI 在 0 與 1 之間 愈接近 1 愈好	.970	V
	CFI 在 0 與 1 之間 愈接近 1 愈好	.980	V
簡效適配度	PCFI 在 0 與 1 之間 ≧0.5 較好	.654	V

資料來源：理想值參考張芳全（2019）

肆、編製正式問卷

本研究各問卷藉由預試，透過項目分析（鑑別度）、信度分析及因素分析，以完成「臺北市國民小學兼任行政教師社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入之關係研究」正式問卷，詳見附錄五。

DOI:10.6814/NCCU202000804

第四節　研究實施流程

本節針對研究流程做說明，本研究之實施之流程說明如下圖 3-2。

壹、實施流程圖

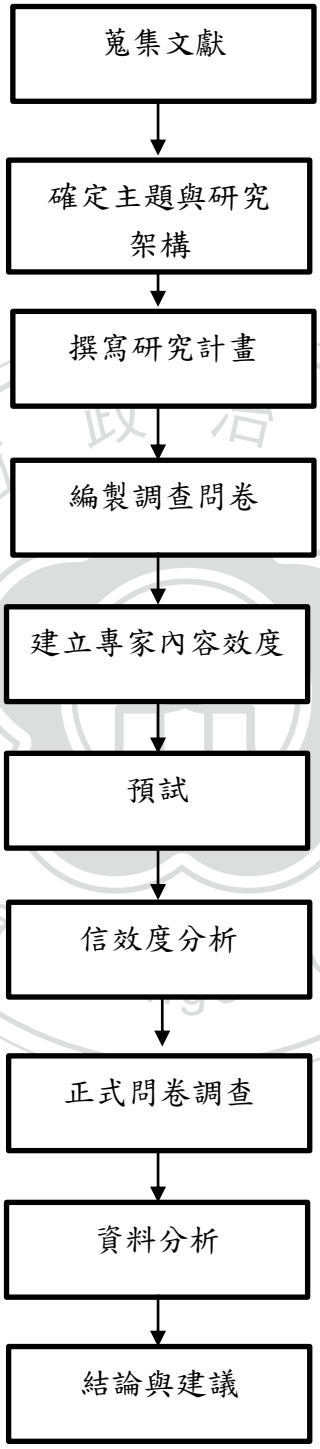


圖 3-4 研究流程實施圖

DOI:10.6814/NCCU202000804

貳、實施程序

一、蒐集文獻

針對較新穎且感興趣之相關研究主題文獻進行廣泛蒐集與閱讀，包含國內外期刊、書籍、網路議題、電子資料庫及博碩士論文等。

二、確定主題與研究架構

針對研究主題方向，大量蒐集相關文獻，尊請指導教授就研究主題、研究方向、研究架構及測量工具予以指導，而後進行各相關文獻彙整與分析，以確定研究主題、建立研究架構及各變項，就文獻與研究方法進行論述。

三、撰寫研究計畫

逐步訂定並撰寫研究計畫、確立研究步驟、研究方法、研究假設、預期目標、待答問題與研究統計方法等，為後續調查與研究奠定基礎。

四、編製調查問卷

綜整參考相關文獻編製調查問卷，內容包含社群媒體使用行為、職場友誼、工作投入各量表之研究構面與衡量指標。

五、建立專家效度

邀請 10 位學者專家協助就初擬之問卷進行審題，給予題項之妥適性與用字遣詞等相關修正與建議，經與指導教授充分討論後，以建立專家內容效度。

六、預試

採叢集抽樣方式，以臺北市公立國民小學兼任行政教師為預試對象進行預試，作為正式問卷修正基礎依據。

七、信效度分析

回收預試問卷，進行信效度分析與問卷題項之刪題、檢測模式適配度指標，以確保內容之一致性，建構效度，確認模式可行，在良好信效度基礎下完成正式調查問卷。

DOI:10.6814/NCCU202000804

八、正式調查

採叢集抽樣方式，以臺北市公立國民小學兼任行政教師為正式調查對象進行問卷調查。

九、資料分析

將回收之問卷進行統計分析，探討分析社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入之現況、相關、預測及中介效果，分析在不同背景變項之差異與影響情形。

十、結論與建議

依據所得到之統計數據進行資料分析，並撰寫整體之結論與建議，以完成本研究報告。

國立政治大學
National Chengchi University

DOI:10.6814/NCCU202000804

第五節　資料處理

本研究採取量化方法進行資料分析，以所編製之「臺北市國民小學兼任行政教師社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入之關係研究調查問卷」作為蒐集資料之工具，經正式調查問卷彙整回收後，檢視填答情況並進行編碼與資料登錄建檔作業，以 SPSS 統計軟體進行資料處理與統計分析，相關分析方法與步驟彙整說明如下：

壹、信效度分析（Reliability and Validity Analysis）

以內部一致性係數 Cronbach's α 值，檢定各變項間是否具內部一致性，若 α 值大於.70，則表示信度佳，則可說明本研究問卷之分量表及總量表皆具良好信度。本研究中社群媒體使用行為之效度，以「探索性因素分析」(EFA)建立新的假設理論，另職場友誼及工作投入則以「驗證性因素分析」(CFA) 來檢測變項之建構效度穩定性。據此以建構社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入之信效度。

貳、敘述統計分析（Descriptive Statistics Analysis）

運用次數分配、百分比、平均數及標準差等敘述統計，分析受測者基本資料及各變項之研究構面，藉此瞭解臺北市國民小學兼任行政教師知覺社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入之現況情形。

參、t 檢定（t-Test）

獨立樣本 t 檢定用於比較兩樣本之平均數是否有顯著差異，本研究依受試者之不同性別、婚姻狀況及兼任行政職務，說明對於社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入之差異情形。

肆、單因子變異數分析（One-way ANOVA）

單因子變異數分析用以檢定三組以上之平均數差異，若有明顯差異，再利用事後比較之 Scheffé's method，進行瞭解不同變項間之差異或大小情形，單因子變

DOI:10.6814/NCCU202000804

異數分析可說明本研究不同個人背景變項（年齡、最高學歷、行政年資）與環境背景變項（學校規模、學校歷史）之受測者，對於社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入之差異情形，若分析結果達顯著水準（p<.05），再進行事後比較瞭解大小。

伍、皮爾遜積差相關（Pearson’s Correlation Analysis）

皮爾遜積差相關用以分析檢驗研究變項之間，兩兩相關之強度和方向性。相關係數愈接近+1 或-1，則表示變項間的關聯性愈強，且係數愈高，關係愈密切。本研究以皮爾遜積差相關分析說明社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入之相關。

陸、迴歸分析（Regression Analysis）

一、解釋及預測作用

迴歸分析即數個自變項對一個依變項之影響強度、預測效果，並檢驗其中介效果，可用以說明本研究社群媒體使用行為為自變項、職場友誼為中介變項、工作投入為依變項，三變項之間的預測力及中介效果。

二、預測分析

運用多元逐步迴歸分析社群媒體使用行為與職場友誼對工作投入之各構面與整體之預測力，並進一步分析各變項與構面間之影響力。

三、中介效果

以階層迴歸（Hierarchical Regression）分析職場友誼在社群媒體使用行為與工作投入之中介效果，Baron 和 Kenny(1986)指出，中介效果之成立須滿足四個條件：

（一）自變項（社群媒體使用行為）對中介變項（職場友誼）有顯著正相關。

（二）自變項（社群媒體使用行為）對依變項（工作投入）有顯著正相關。

（三）中介變項（職場友誼）對依變項（工作投入）有顯著正相關；

DOI:10.6814/NCCU202000804

（四）自變項（社群媒體使用行為）與中介變項（職場友誼）同時投入迴歸模式時:

1.自變項（社群媒體使用行為）與依變項（工作投入）關係「削弱」或「不顯著」，則中介變項（職場友誼）具中介效果。

2.呈現削弱現象，表部分中介效果。

3.呈現不顯著，表完全中介效果。

國立政治大學
National Chengchi University

DOI:10.6814/NCCU202000804

第四章　研究結果與分析

本章根據問卷調查結果進行統計資料分析，以瞭解臺北市國民小學兼任行政教師社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入之關係，共分為五節：第一節分析臺北市國民小學兼任行政教師社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入現況；第二節分析不同背景變項對社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入差異情形；第三節分析社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入相關情形；第四節說明臺北市國民小學兼任行政教師社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入預測效果；第五節說明職場友誼對社群媒體使用行為與工作投入之中介效果。

第一節　臺北市國民小學兼任行政教師社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入現況分析

本研究依據問卷調查資料進行敘述統計分析，探究臺北市國民小學兼任行政教師社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入現況，共發放 408 份問卷，回收之有效問卷共 368 份。採用 Likert 五點量表計分，並將平均值界定如下：1~1.79 分表示得分程度為「低」；1.8~2.59 分表示得分程度為「中低」；2.6~3.4 分表示得分程度為「中」;3.41~4.2 分表示得分程度為「中高」;4.21~5 分表示得分程度為「高」。

壹、兼任行政教師背景現況分析

依據問卷調查資料統計，臺北市國民小學兼任行政教師之背景資料分析如表 4-1-1。

一、個人背景

受試者當中以女性兼任行政教師佔 63%，多於男性兼任行政教師的 37%；年齡分布則以 36 歲~45 歲佔 45.4%為最多，其次為 46 歲（含）以上佔 32.1%，以

DOI:10.6814/NCCU202000804

35 歲（含）以下佔 22.6%為最少；婚姻狀況以已婚佔 69.6%，多於未婚的 30.4%；最高學歷則以研究所以上畢業佔 63.9%最多，其次為師專、師範校院畢業佔 19.0%，以一般大學畢業（含師資班、教育學程、40 學分班）佔 17.1%為最少；行政年資以 5 年（含）以下 34.8%最多，其次為 16 年（含）以上佔 28.8%，而 6~10 年及 11~15 年則分別佔 19.0%及 17.4 %；兼任行政職務則為教師兼任主任佔 29.6%，教師兼任組長佔 70.4%。

二、環境背景

抽樣樣本以學校規模按比例發放，學校歷史為 30 年（含）以下者，所佔比例分別為 16.0%、31 年~60 年佔 42.4%，及 61 年（含）以上佔 41.6%。

國立政治大學
National Chengchi University

DOI:10.6814/NCCU202000804

表 4-1-1

基本資料分析摘要表

類別	背景變項	項目	人數	百分比%
個人背景	性別	男	136	37.0
		女	232	63.0
	年齡	35 歲（含）以下	83	22.6
		36 歲~45 歲	167	45.4
		46 歲（含）以上	118	32.1
	婚姻狀況	已婚	256	69.6
		未婚	112	30.4
	最高學歷	師專、師範校院畢業	70	19.0
		一般大學（含師資班、教育學程、40 學分班）畢業	63	17.1
		研究所以上畢業	235	63.9
	行政年資	5 年（含）以下	128	34.8
		6~10 年	70	19.0
		11~15 年	64	17.4
		16 年（含）以上	106	28.8
	兼任行政職務	教師兼任主任	109	29.6
		教師兼任組長	259	70.4
環境背景	學校規模	12 班（含）以下	25	6.8
		13~24 班	94	25.5
		25~48 班	184	50.0
		49 班（含）以上	65	17.7
	學校歷史	30 年（含）以下	59	16.0
		31 年~60 年	156	42.4
		61 年（含）以上	153	41.6

貳、兼任行政教師知覺社群媒體使用行為現況分析

臺北市國民小學兼任行政教師社群媒體使用行為現況是指受試者在「社群媒體使用行為量表」上之得分，得分越高則代表兼任行政教師社群媒體使用行為程度越高，社群媒體使用行為各構面之平均值與標準差之分析如表 4-1-2。

DOI:10.6814/NCCU202000804

表 4-1-2

社群媒體使用行為現況分析表

構面名稱	樣本數	題數	平均值	標準差	排序
社會情感聯絡	368	4	3.7901	.70777	2
1.我希望大家都能使用 LINE，以利彼此互動溝通。			3.7418	.91977	
2.我喜歡用 LINE 和別人互動溝通。			3.7283	.89019	
3.LINE 能夠幫助我與他人建立良好的社交關係。			3.6359	.86596	
4.因為大家多使用 LINE 互動，所以我也跟著使用。			4.0543	.72502	
社會日常融入	368	3	2.6857	.92002	3
5.我常常加入 LINE 的各類官方帳號(例如：公共、生活服務及品牌購物...等)以獲取各項資訊或活動訊息。			2.7120	1.09428	
6.我會每天在 LINE 上閱覽、收看新聞。			2.9375	1.12146	
7.我會時時查看 LINE 好友的貼文串動態。			2.4076	1.11573	
工作聯繫運用	368	3	3.9375	.79242	1
8.我會使用 LINE 的傳遞檔案功能於工作的聯繫溝通。			4.1712	.77813	
9.我會使用 LINE 的記事本功能於工作上。			3.7799	.97820	
10.我會使用 LINE 的相簿功能於工作上。			3.8614	.94815	
整體社群媒體使用行為	368	10	3.4711	.60660	

al Chengchi Univ

由表 4-1-2 所示，臺北市國民小學兼任行政教師社群媒體使用行為之構面「工作聯繫運用」平均值為 3.9375 分，屬於中高程度，排序為第一；「社會情感聯絡」平均值為 3.7901 分，屬於中高程度，排序為第二；「社會日常融入」平均值為 2.6857 分，屬於中程度，排序為第三。個別差異方面則以「社會情感聯絡」的標準差.70777 為最小。

題項中以「我會使用 LINE 的傳遞檔案功能於工作的聯繫溝通」該題平均值達 4.1712 為最高，而以「我會時時查看 LINE 好友的貼文串動態」該題平均值為 2.4076 為最低，反映出受試者使用 LINE 主要著重於工作上的功能運用，而並非

DOI:10.6814/NCCU202000804

以 LINE 為主要查看好友貼文動態的管道。整體而言，社群媒體使用行為的平均值為 3.4711、標準差為 0.60660，顯示「臺北市國民小學兼任行政教師社群媒體使用行為」已達中高程度。

參、兼任行政教師職場友誼現況分析

臺北市國民小學兼任行政教師職場友誼現況是指受試者在「職場友誼量表」上的得分，得分越高代表職場友誼感知程度越高，臺北市國民小學兼任行政教師職場友誼各構面之平均值及標準差分析如表 4-1-3。

表 4-1-3

職場友誼現況分析表

構面名稱	樣本數	題數	平均值	標準差	排序
友誼機會	368	6	4.0349	.54947	1
1.我有機會了解我的同事。			3.9158	.72778	
2.我有機會和同事一起解決問題。			4.1522	.59854	
3.在學校裡，我有機會與同事私下交談閒聊。			4.0027	.74372	
4.我的學校鼓勵同事之間彼此交流互動。			4.0435	.69898	
5.在學校工作職場中，我與同事之間有發展良好友誼的機會。			4.0679	.62487	
6.只要工作完成，同事間常會有非正式的交談機會。			4.0272	.72279	
友誼普及性	368	6	3.6649	.62008	2
7.在工作中，我和同事建立了深厚的友誼。			3.9321	.67518	
8.在工作場所外，我會與同事有社交活動。			3.5679	.84218	
9.我會向同事傾訴心情。			3.5027	.84169	
10.我覺得多數的同事都可以信任。			3.7582	.79418	
11.能夠見到同事，是我期待工作的原因之一。			3.4864	.81861	
12.我認為同事能成為真正的朋友。			3.7418	.78902	
整體職場友誼	368	12	3.8499	.53705	

由表 4-1-3 所示，臺北市國民小學兼任行政教師職場友誼之各構面平均值皆

DOI:10.6814/NCCU202000804

屬中高程度，「友誼機會」平均值為 4.0349 分，排序為第一；「友誼普及性」平均值為 3.6649 分，排序為第二。個別差異方面則以「友誼機會」的標準差.54947 較小。

題項中以「我有機會和同事一起解決問題」該題平均值達 4.1522 為最高，而以「能夠見到同事，是我期待工作的原因之一」該題平均值為 3.4864 為最低，顯示在受試者學校中較具有與同事一起解決問題之機會，然對於把能夠見到同事，視為期待工作原因之一的知覺程度相對最低。整體而言，職場友誼的平均值為 3.8499 分、標準差為.53705，顯示「臺北市國民小學兼任行政教師職場友誼」已達中高程度。

肆、兼任行政教師知覺工作投入現況分析

臺北市國民小學兼任行政教師工作投入現況是指受試者在「工作投入量表」上的得分，得分越高代表其感知工作投入程度越高，臺北市國民小學工作投入各構面之平均數及標準差分析如表 4-1-4 。

表 4-1-4

工作投入現況分析表

構面名稱	樣本數	題數	平均值	標準差	排序
活力	368	3	3.5897	.75752	3
1.在工作中，我感到自己充滿能量。			3.8098	.76839	
2.在工作中，我感覺幹勁十足且有活力。			3.7337	.79833	
3.每當早上一起床，我就想要去工作。			3.2255	.94000	
奉獻	368	3	3.8723	.72851	2
4.我的工作很有意義，讓我充滿熱情。			3.8505	.77912	
5.我的工作很有價值，讓我願意接受挑戰。			3.8750	.78517	
6.我對於我的工作能對學校有所貢獻，感到自豪。			3.8913	.78064	
專注	368	3	3.9864	.64880	1
7.當我專心努力工作，便覺得很開心。			3.9918	.76535	
8.我時常沈浸在自己的工作中。			3.8804	.76136	

DOI:10.6814/NCCU202000804

9.我工作的時候，很專心投入。			4.0870	.67903
整體工作投入	368	9	3.8161	.65355

由表 4-1-4 所示，臺北市國民小學兼任行政教師工作投入之各構面平均值皆屬中高程度，「專注」平均值為 3.9864 分，排序為第一；「奉獻」平均值為 3.8723 分，排序為第二；「活力」平均值為 3.5897 分，排序為第三。個別差異方面則以「專注」的標準差.64880 為最小。

題項中以「我工作的時候，很專心投入」該題平均值達 4.0870 為最高，而以「每當早上一起床，我就想要去工作」該題平均值為 3.2255 為最低，顯示受試者對於自身工作時之專心投入知覺程度最高，但對於早上起床即想要工作的活力感知程度最低。整體而言，工作投入的平均值為 3.8161 分、標準差為.65355，顯示「臺北市國民小學兼任行政教師工作投入」已達中高程度。

國立政治大學 National Chengchi University

DOI:10.6814/NCCU202000804

第二節　臺北市國民小學兼任行政教師社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入差異情形分析

本節以獨立樣本 t 檢定及單因子變異數分析（ANOVA）針對社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入三變項進行差異分析，並依不同背景變項，包括：性別、年齡、婚姻狀況、最高學歷、行政年資、兼任行政職務、學校規模及學校歷史說明。

壹、性別

依據統計結果顯示，社群媒體使用行為之整體 t 值為-1.120、職場友誼之整體 t 值為-.016、工作投入之整體 t 值為 1.713，皆未達顯著水準，如表 4-2-1。下列分析各研究構面之差異：

1. 「社群媒體使用行為」變項之「社會情感聯絡」t 值為-.374；「社會日常融入」t 值為-.616；「工作聯繫運用」t 值為-1.525，三個研究構面皆未達顯著差異。
2. 「職場友誼」變項之「友誼機會」t 值為.902；「友誼普及性」t 值為-.828，兩個研究構面皆未達顯著差異。
3. 「工作投入」變項之「活力」t 值為 2.169；「奉獻」t 值為 1.890；「專注」t 值為.529。「活力」研究構面達顯著水準，顯示具性別差異，平均值方面，男性之知覺均高於女性。

DOI:10.6814/NCCU202000804

表 4-2-1

不同性別對社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入之差異分析

變項	構面	性別	人數	平均值	標準差	t 值	顯著性
社群媒體使用行為	社群媒體使用行為整體	男性	136	3.4248	.64395	-1.120	.263
		女性	232	3.4982	.58332		
	社會情感聯絡	男性	136	3.7721	.76040	-.374	.709
		女性	232	3.8006	.67650		
	社會日常融入	男性	136	2.6471	.94956	-.616	.538
		女性	232	2.7083	.90357		
	工作聯繫運用	男性	136	3.8554	.81519	-1.525	.128
		女性	232	3.9856	.77651		
職場友誼	職場友誼整體	男性	136	3.8493	.53099	-.016	.987
		女性	232	3.8502	.54171		
	友誼機會	男性	136	4.0686	.53498	.902	.368
		女性	232	4.0151	.55798		
	友誼普及性	男性	136	3.6299	.61353	-.828	.408
		女性	232	3.6853	.62429		
工作投入	工作投入整體	男性	136	3.8922	.66556	1.713	.088
		女性	232	3.7716	.64367		
	活力	男性	136	3.7010	.73622	2.169*	.031
		女性	232	3.5244	.76376		
	奉獻	男性	136	3.9657	.72382	1.890	.060
		女性	232	3.8175	.72722		
	專注	男性	136	4.0098	.68606	.529	.597
		女性	232	3.9727	.62705		

*P<.05

綜上所示，顯示不同性別對工作投入之「活力」研究構面有顯著差異，且以男性知覺高於女性。

DOI:10.6814/NCCU202000804

貳、年齡

根據統計結果顯示，社群媒體使用行為之整體 F 值為.126 未達顯著水準，如表 4-2-2；職場友誼之整體 F 值為.590 未達顯著水準，如表 4-2-3；工作投入之整體 F 值為 6.442 並達顯著水準，經 scheffe'事後比較，年齡 46 歲（含）以上之知覺高於 35 歲（含）以下，且亦高於 36~45 歲者，如表 4-2-4。

以下分析各研究構面之差異：

1. 「社群媒體使用行為」變項之「社會情感聯絡」F 值為.053；「社會日常融入」F 值為.462；「工作聯繫運用」F 值為 2.888。三個研究構面皆未達顯著水準。
2. 「職場友誼」變項之「友誼機會」F 值為.029；「友誼普及性」F 值為 1.432，兩構面皆未達顯著水準。
3. 「工作投入」變項之「活力」F 值為 12.392；「專注」F 值為 4.219，此兩構面均達顯著水準。「奉獻」F 值為 2.190，則未達顯著水準。經 scheffe'事後比較「活力」及「專注」均為年齡 46 歲（含）以上之知覺高於 35 歲(含)以下，且亦高於 36 歲~45 歲。

國立政治大學 National Chengchi University

DOI:10.6814/NCCU202000804

表 4-2-2

不同年齡對社群媒體使用行為之差異分析

構面	年齡（歲）	人數	平均值	標準差	變異數分析摘要					scheffe' 事後比較
					SV	SS	df	MS	F 值	
社群媒體使用行為整體	(1)35 以下	83	3.4836	.56904	組間	.093	2	.047	.126	-
	(2)36~45	167	3.4812	.60983	組內	134.949	365	.370		
	(3)46 以上	118	3.4480	.63152	總計	135.042	367			
	總計	368	3.4711	.60660						
社會情感聯絡	(1)35 以下	83	3.7681	.71224	組間	.053	2	.026	.053	-
	(2)36~45	167	3.7949	.70620	組內	183.793	365	.504		
	(3)46 以上	118	3.7987	.71257	總計	183.846	367			
	總計	368	3.7901	.70777						
社會日常融入	(1)35 以下	83	2.6104	.93823	組間	.784	2	.392	.462	-
	(2)36~45	167	2.6866	.94260	組內	309.860	365	.849		
	(3)46 以上	118	2.7373	.87798	總計	310.645	367			
	總計	368	2.6857	.92002						
工作聯繫運用	(1)35 以下	83	4.0723	.76518	組間	3.590	2	1.795	2.888	-
	(2)36~45	167	3.9621	.76610	組內	226.861	365	.622		
	(3)46 以上	118	3.8079	.83422	總計	230.451	367			
	總計	368	3.9375	.79242						

DOI:10.6814/NCCU202000804

表 4-2-3

不同年齡對職場友誼之差異分析

構面	年齡（歲）	人數	平均值	標準差	變異數分析摘要					scheffe'事後比較
					SV	SS	df	MS	F 值	
職場友誼整體	(1)35 以下	83	3.7972	.51636	組間	.341	2	.171	.590	-
	(2)36~45	167	3.8548	.56438	組內	105.510	365	.289		
	(3)46 以上	118	3.8799	.51284	總計	105.851	367			
	總計	368	3.8499	.53705						
友誼機會	(1)35 以下	83	4.0221	.53772	組間	.018	2	.009	.029	-
	(2)36~45	167	4.0389	.55185	組內	110.785	365	.304		
	(3)46 以上	118	4.0381	.55871	總計	110.802	367			
	總計	368	4.0349	.54947						
友誼普及性	(1)35 以下	83	3.5723	.59137	組間	1.099	2	.549	1.432	-
	(2)36~45	167	3.6707	.67365	組內	140.011	365	.384		
	(3)46 以上	118	3.7218	.55472	總計	141.110	367			
	總計	368	3.6649	.62008						

ational Chengchi Universi

DOI:10.6814/NCCU202000804

表 4-2-4

不同年齡對工作投入之差異分析

構面	年齡（歲）	人數	平均值	標準差	變異數分析摘要					scheffe'事後比較
					SV	SS	df	MS	F 值	
工作投入整體	(1)35 以下	83	3.6707	.66722	組間	5.345	2	2.672	6.442**	(3)＞(1) (3)＞(2)
	(2)36~45	167	3.7711	.64197	組內	151.410	365	.415		
	(3)46 以上	118	3.9821	.63038	總計	156.755	367			
	總計	368	3.8161	.65355						
活力	(1)35 以下	83	3.3173	.79957	組間	13.391	2	6.695	12.392***	(3)＞(1) (3)＞(2)
	(2)36~45	167	3.5529	.72696	組內	197.206	365	.540		
	(3)46 以上	118	3.8333	.69832	總計	210.596	367			
	總計	368	3.5897	.75752						
奉獻	(1)35 以下	83	3.7952	.76124	組間	2.310	2	1.155	2.190	-
	(2)36~45	167	3.8303	.71965	組內	192.465	365	.527		
	(3)46 以上	118	3.9859	.70998	總計	194.775	367			
	總計	368	3.8723	.72851						
專注	(1)35 以下	83	3.8996	.66205	組間	3.491	2	1.745	4.219*	(3)＞(1) (3)＞(2)
	(2)36~45	167	3.9301	.64403	組內	150.997	365	.414		
	(3)46 以上	118	4.1271	.62842	總計	154.488	367			
	總計	368	3.9864	.64880						

*P<.05；**P<.01；***P<.001

綜上所示，不同年齡對工作投入整體有顯著差異，在「活力」與「專注」兩構面亦呈顯著差異，且普遍皆以46歲(含)以上者較高。

DOI:10.6814/NCCU202000804

參、婚姻狀況

根據統計結果顯示，社群媒體使用行為之整體 t 值為.013 未達顯著水準、職場友誼之整體 t 值為 2.195 並達顯著水準；工作投入之整體 t 值為 3.372 並達顯著水準，如表 4-2-5。

以下分析各研究構面之差異：

1. 「社群媒體使用行為」變項之「工作聯繫運用」t 值為-2.642 並達顯著水準，顯示具婚姻狀況差異。平均值方面則顯示未婚者知覺高於已婚者情形。
2. 「職場友誼」變項之「友誼普及性」t 值為 2.602 並達顯著水準，顯示具婚姻狀況差異，平均值方面則顯示「職場友誼」整體與「友誼普及性」皆為已婚者知覺高於未婚者。
3. 「工作投入」變項之「活力」t 值為 4.616；「奉獻」t 值為 2.140；「專注」t 值為 2.428。三個研究構面均達顯著水準，顯示具婚姻狀況差異，平均值方面「工作投入」與三研究構面皆為已婚者知覺皆高於未婚者。

國立政治大學 National Chengchi University

DOI:10.6814/NCCU202000804

表 4-2-5

不同婚姻狀況對社群媒體使用行為、職 場友誼與工作投入之差異分析

變項	構面	婚姻狀況	人數	平均值	標準差	t 值	顯著性
社群媒體使用行為	社群媒體使用行為整體	已婚	256	3.4714	.63471	.013	.989
		未婚	112	3.4705	.53954		
	社會情感聯絡	已婚	256	3.8047	.71362	.598	.550
		未婚	112	3.7567	.69624		
	社會日常融入	已婚	256	2.7435	.92870	1.828	.068
		未婚	112	2.5536	.88989		
	工作聯繫運用	已婚	256	3.8659	.80887	-2.642**	.009
		未婚	112	4.1012	.73090		
職場友誼	職場友誼整體	已婚	256	3.8903	.53043	2.195*	.029
		未婚	112	3.7574	.54301		
	友誼機會	已婚	256	4.0605	.54445	1.357	.176
		未婚	112	3.9762	.55879		
	友誼普及性	已婚	256	3.7201	.60208	2.602*	.010
		未婚	112	3.5387	.64452		
工作投入	工作投入整體	已婚	256	3.8911	.63088	3.372**	.001
		未婚	112	3.6448	.67477		
	活力	已婚	256	3.7070	.73246	4.616***	.000
		未婚	112	3.3214	.74861		
	奉獻	已婚	256	3.9258	.69304	2.140*	.033
		未婚	112	3.7500	.79349		
	專注	已婚	256	4.0404	.63012	2.428*	.016
		未婚	112	3.8631	.67644		

*P<.05，**P<.01，***P<.001

綜上所示，不同婚姻狀況對社群媒體使用行為，顯示其「工作聯繫運用」構面有顯著差異，且未婚者知覺高於已婚者；而對職場友誼整體與其「友誼普及性」構面，工作投入整體及三個構面均有顯著差異情形，且普遍以已婚者知覺高於未婚者。

DOI:10.6814/NCCU202000804

肆、最高學歷

根據統計結果顯示，社群媒體使用行為之整體 F 值為.982、職場友誼之整體 F 值為.185、工作投入之整體 F 值為.557，皆未達顯著水準，如表 4-2-6、4-2-7、4-2-8。

以下分析各研究構面之差異：

1. 「社群媒體使用行為」變項之「社會情感聯絡」F 值為.096；「社會日常融入」F 值為.294；「工作聯繫運用」F 值為 1.978，三個研究構面均未顯著水準。
2. 「職場友誼」變項之「友誼機會」F 值為.262；「友誼機會」F 值為.227，兩個研究構面均未顯著水準。
3. 「工作投入」變項之「活力」F 值為 1.468；「奉獻」F 值為.372；專注」F 值為.121，三個研究構面均未顯著水準。

國立政治大學 National Chengchi University

DOI:10.6814/NCCU202000804

表 4-2-6

不同最高學歷對社群媒體使用行為之差異分析

構面	最高學歷	人數	平均值	標準差	變異數分析摘要					scheffe'
					SV	SS	df	MS	F 值	事後比較
社群媒體使用行為整體	(1)師專、師範校院	70	3.4214	.53720	組間	.723	2	.361	.982	-
	(2)一般大學(含師資班、教育學程、40 學分班)	63	3.5626	.61331	組內	134.319	365	.368		
	(3)研究所以上	235	3.4613	.62391	總計	135.042	367			
	總計	368	3.4711	.60660						
社會情感聯絡	(1)師專、師範校院	70	3.7786	.66423	組間	.096	2	.048	.096	-
	(2)一般大學（含師資班、教育學程、40 學分班）	63	3.8254	.72767	組內	183.750	365	.503		
	(3)研究所以上	235	3.7840	.71754	總計	183.846	367			
	總計	368	3.7901	.70777						
社會日常融入	(1)師專、師範校院	70	2.6286	.83703	組間	.500	2	.250	.294	-
	(2)一般大學（含師資班、教育學程、40 學分班）	63	2.7513	.95221	組內	310.145	365	.850		
	(3)研究所以上	235	2.6851	.93732	總計	310.645	367			
	總計	368	2.6857	.92002						

DOI:10.6814/NCCU202000804

工作聯繫運用	(1)師專、師範校院	70	3.8571	.75836	組間	2.471	2	1.235	1.978	-
	(2)一般大學（含師資班、教育學程、40 學分班）	63	4.1111	.71842	組內	227.980	365	.625		
	(3)研究所以上	235	3.9149	.81728	總計	230.451	367			
	總計	368	3.9375	.79242						

國立政治大學 National Chengchi University

DOI:10.6814/NCCU202000804

表 4-2-7

不同最高學歷對職場友誼之差異分析

構面	最高學歷	人數	平均值	標準差	變異數分析摘要					scheffe'事後比較
					SV	SS	df	MS	F 值	
職場友誼整體	(1)師專、師範校院	70	3.8810	.53077	組間	.107	2	.054	.185	-
	(2)一般大學(含師資班、教育學程、40 學分班)	63	3.8598	.55071	組內	105.744	365	.290		
	(3)研究所以上	235	3.8379	.53709	總計	105.851	367			
	總計	368	3.8499	.53705						
友誼機會	(1)師專、師範校院	70	4.0524	.57703	組間	.159	2	.079	.262	-
	(2)一般大學(含師資班、教育學程、40 學分班)	63	4.0714	.54107	組內	110.644	365	.303		
	(3)研究所以上	235	4.0199	.54506	總計	110.802	367			
	總計	368	4.0349	.54947						
友誼普及性	(1)師專、師範校院	70	3.7095	.58130	組間	.176	2	.088	.227	-
	(2)一般大學(含師資班、教育學程、40 學分班)	63	3.6481	.63225	組內	140.934	365	.386		
	(3)研究所以上	235	3.6560	.62986	總計	141.110	367			
	總計	368	3.6649	.62008						

DOI:10.6814/NCCU202000804

表 4-2-8

不同最高學歷對工作投入之差異分析

構面	最高學歷	人數	平均值	標準差	變異數分析摘要					scheffe'事後比較
					SV	SS	df	MS	F 值	
工作投入整體	(1)師專、師範校院	70	3.7968	.64649	組間	.477	2	.239	.557	-
	(2)一般大學（含師資班、教育學程、40 學分班）	63	3.7460	.69602	組內	156.278	365	.428		
	(3)研究所以上	235	3.8407	.64518	總計	156.755	367			
	總計	368	3.8161	.65355						
活力	(1)師專、師範校院	70	3.5905	.70465	組間	1.681	2	.840	1.468	-
	(2)一般大學（含師資班、教育學程、40 學分班）	63	3.4444	.83172	組內	208.916	365	.572		
	(3)研究所以上	235	3.6284	.75040	總計	210.596	367			
	總計	368	3.5897	.75752						
奉獻	(1)師專、師範校院	70	3.8190	.72161	組間	.396	2	.198	.372	-
	(2)一般大學（含師資班、教育學程、40 學分班）	63	3.8413	.77102	組內	194.379	365	.533		
	(3)研究所以上	235	3.8965	.72085	總計	194.775	367			
	總計	368	3.8723	.72851						

DOI:10.6814/NCCU202000804

專注	(1)師專、師範校院	70	3.9810	.67599	組間	.102	2	.051	.121	-
	(2)一般大學（含師資班、教育學程、40 學分班）	63	3.9524	.66897	組內	154.385	365	.423		
	(3)研究所以上	235	3.9972	.63753	總計	154.488	367			
	總計	368	3.9864	.64880						

綜上所示，不同最高學歷對社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入均無顯著差異。

伍、行政年資

根據統計結果顯示，社群媒體使用行為之整體 F 值為.322；職場友誼之整體 F 值為.434，皆未達顯著水準，如表 4-2-9、4-2-10；而工作投入之整體 F 值為 2.885 並達顯著水準，經 scheffe'事後比較，則無顯著差異，如表 4-2-11。

以下分析各研究構面之差異：

1. 「社群媒體使用行為」變項之「社會情感聯絡」F 值為.267；「社會日常融入」F 值為 1.119；「工作聯繫運用」F 值為 1.174，此三個研究構面皆未達顯著水準。
2. 「職場友誼」變項之「友誼機會」 F 值為.093；「友誼普及性」F 值為 1.283，此兩個研究構面皆未達顯著水準。
3. 「工作投入」變項之「活力」F 值為 4.677 並達顯著水準，經 scheffe'事後比較，顯示行政年資 16 年（含）以上之知覺高於 5 年（含）以下；「奉獻」F 值為 1.626；「專注」 F 值為 1.844，此兩構面則皆未達顯著水準。

DOI:10.6814/NCCU202000804

表 4-2-9

不同行政年資對社群媒體使用行為之差異分析

構面	行政年資（年）	人數	平均值	標準差	變異數分析摘要					scheffe'事後比較
					SV	SS	df	MS	F 值	
社群媒體使用行為整體	(1)5 以下	128	3.5043	.54304	組間	.357	3	.119	.322	
	(2)6~10	70	3.4175	.64150	組內	134.685	364	.370		
	(3)11~15	64	3.4570	.72640	總計	135.042	367			-
	(4)16 以上	106	3.4748	.58225						
	總計	368	3.4711	.60660						
社會情感聯絡	(1)5 以下	128	3.7656	.65037	組間	.404	3	.135	.267	
	(2)6~10	70	3.8286	.78545	組內	183.442	364	.504		
	(3)11~15	64	3.7461	.75395	總計	183.846	367			-
	(4)16 以上	106	3.8208	.69928						
	總計	368	3.7901	.70777						
社會日常融入	(1)5 以下	128	2.7109	.89850	組間	2.839	3	.946	1.119	
	(2)6~10	70	2.5095	.89320	組內	307.806	364	.846		
	(3)11~15	64	2.7083	1.00176	總計	310.645	367			-
	(4)16 以上	106	2.7579	.91030						
	總計	368	2.6857	.92002						
工作聯繫運用	(1)5 以下	128	4.0365	.75900	組間	2.208	3	.736	1.174	
	(2)6~10	70	3.9143	.87492	組內	228.243	364	.627		
	(3)11~15	64	3.9167	.88889	總計	230.451	367			-
	(4)16 以上	106	3.8459	.70699						
	總計	368	3.9375	.79242						

DOI:10.6814/NCCU202000804

表 4-2-10

不同行政年資對職場友誼之差異分析

構面	行政年資（年）	人數	平均值	標準差	變異數分析摘要					scheffe'事後比較
					SV	SS	df	MS	F 值	
職場友誼整體	(1)5 以下	128	3.8366	.52698	組間	.377	3	.126	.434	-
	(2)6~10	70	3.8262	.59262	組內	105.473	364	.290		
	(3)11~15	64	3.8203	.53126	總計	105.851	367			
	(4)16 以上	106	3.8994	.51815						
	總計	368	3.8499	.53705						
友誼機會	(1)5 以下	128	4.0534	.52452	組間	.085	3	.028	.093	-
	(2)6~10	70	4.0190	.57142	組內	110.717	364	.304		
	(3)11~15	64	4.0156	.51837	總計	110.802	367			
	(4)16 以上	106	4.0346	.58812						
	總計	368	4.0349	.54947						
友誼普及性	(1)5 以下	128	3.6198	.62113	組間	1.476	3	.492	1.283	-
	(2)6~10	70	3.6333	.70231	組內	139.634	364	.384		
	(3)11~15	64	3.6250	.63690	總計	141.110	367			
	(4)16 以上	106	3.7642	.54378						
	總計	368	3.6649	.62008						

DOI:10.6814/NCCU202000804

表 4-2-11

不同行政年資對工作投入之差異分析

構面	行政年資（年）	人數	平均值	標準差	變異數分析摘要					scheffe'事後比較
					SV	SS	df	MS	F 值	
工作投入整體	(1)5 以下	128	3.6875	.67258	組間	3.641	3	1.214	2.885*	
	(2)6~10	70	3.8889	.66155	組內	153.114	364	.421		
	(3)11~15	64	3.8212	.66802	總合	156.755	367			-
	(4)16 以上	106	3.9203	.59643						
	總計	368	3.8161	.65355						
活力	(1)5 以下	128	3.4193	.79174	組間	7.817	3	2.606	4.677**	
	(2)6~10	70	3.6429	.79516	組內	202.780	364	.557		
	(3)11~15	64	3.5573	.74430	總計	210.596	367			(4)>(1)
	(4)16 以上	106	3.7799	.65204						
	總計	368	3.5897	.75752						
奉獻	(1)5 以下	128	3.7630	.75891	組間	2.575	3	.858	1.626	
	(2)6~10	70	3.9762	.69810	組內	192.200	364	.528		
	(3)11~15	64	3.8958	.77408	總計	194.775	367			-
	(4)16 以上	106	3.9214	.67385						
	總計	368	3.8723	.72851						
專注	(1)5 以下	128	3.8802	.66369	組間	2.313	3	.771	1.844	
	(2)6~10	70	4.0476	.63267	組內	152.175	364	.418		
	(3)11~15	64	4.0104	.67447	總計	154.488	367			-
	(4)16 以上	106	4.0597	.61687						
	總計	368	3.9864	.64880						

*P<.05，**P<.01

綜上所示，不同行政年資對工作投入的「活力」研究構面有顯著差異，行政年資 16 年（含）以上知覺高於 5 年（含）以下。

DOI:10.6814/NCCU202000804

陸、兼任行政職務

根據統計結果顯示，社群媒體使用行為之整體 t 值為 1.484 未達顯著水準、職場友誼之整體 t 值為 2.432 並達顯著水準、工作投入之整體 t 值為 7.025 並達顯著水準，如表 4-2-12。

以下分析各研究構面之差異：

1. 「職場友誼」變項之「友誼普及性」t 值為 2.754 並達顯著水準，顯示具性別差異，平均值方面顯示主任之知覺高於組長。
2. 「工作投入」變項之「活力」t 值為 6.688；「奉獻」 t 值為 6.001；「專注」 t 值為 5.514。三個研究構面均達顯著水準，顯示具兼任行政職務差異，平均值方面，主任之知覺皆高於組長。

國立政治大學 National Chengchi University

DOI:10.6814/NCCU202000804

表 4-2-12

不同兼任行政職務對社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入之差異分析

變項	構面	兼任行政職務	人數	平均值	標準差	t 值	顯著性
社群媒體使用行為	社群媒體使用行為整體	主任	109	3.5433	.55975	1.484	.139
		組長	259	3.4407	.62380		
	社會情感聯絡	主任	109	3.7982	.69595	.142	.887
		組長	259	3.7867	.71400		
	社會日常融入	主任	109	2.8104	.91328	1.691	.092
		組長	259	2.6332	.91954		
	工作聯繫運用	主任	109	4.0214	.61910	1.499	.135
		組長	259	3.9022	.85355		
職場友誼	職場友誼整體	主任	109	3.9465	.46364	2.432*	.016
		組長	259	3.8092	.56097		
	友誼機會	主任	109	4.1009	.48592	1.498	.135
		組長	259	4.0071	.57272		
	友誼普及性	主任	109	3.7920	.54346	2.754**	.006
		組長	259	3.6113	.64311		
工作投入	工作投入整體	主任	109	4.1386	.53333	7.025***	.000
		組長	259	3.6804	.65274		
	活力	主任	109	3.9450	.61282	6.688***	.000
		組長	259	3.4402	.76373		
	奉獻	主任	109	4.2080	.59971	6.001***	.000
		組長	259	3.7310	.73264		
	專注	主任	109	4.2630	.56122	5.514***	.000
		組長	259	3.8700	.64886		

*P<.05，**P<.01，***P<.001

綜上所示，不同兼任行政職務對職場友誼與工作投入皆有顯著差異，且主任知覺高於組長；其中對職場友誼之「友誼普及性」構面亦有顯著差異，呈現主任知覺高於組長；而對工作投入三個構面皆有顯著影響，均呈現主任知覺高於組長情形。

DOI:10.6814/NCCU202000804

柒、學校規模

根據統計結果顯示，社群媒體使用行為之整體 F 值為 1.013；職場友誼之整體 F 值為.619 皆未達顯著水準，如表 4-2-13、4-2-14；工作投入之整體 F 值為 3.128 並達顯著水準，經 scheffe'事後比較，12 班（含）以下學校規模之兼任行政教師之知覺高於 25~48 班者，如表 4-2-15。

以下分析各研究構面之差異：

1. 「社群媒體使用行為」變項之「社會情感聯絡」F 值為.197；「工作聯繫運用」F 值為.335，此兩個研究構面皆未達顯著水準；「社會日常融入」F 值為 2.866，並達顯著水準，經 scheffe'事後比較，則未達顯著差異。
2. 「職場友誼」變項之「友誼機會」 F 值為.739；「友誼普及性」F 值為.411 皆未達顯著水準。
3. 「工作投入」變項之「活力」F 值為 2.510、「奉獻」F 值為 2.285 皆未達顯著水準；「專注」F 值為 3.557 並達顯著水準，經 scheffe'事後比較，12 班（含）以下學校規模兼任行政教師之知覺高於 25~48 班者。

國立政治大學 National Chengchi University

DOI:10.6814/NCCU202000804

表4-2-13

不同學校規模對社群媒體使用行為之差異分析

構面	學校規模（班）	人數	平均值	標準差	變異數分析摘要					scheffe'事後比較
					SV	SS	df	MS	F 值	
社群媒體使用行為整體	(1)12 以下	25	3.6033	.62276	組間	1.118	3	.373	1.013	
	(2)13~24	94	3.4814	.62669	組內	133.924	364	.368		
	(3)25~48	184	3.4248	.57699	總計	135.042	367			-
	(4)49 以上	65	3.5363	.65154						
	總計	368	3.4711	.60660						
社會情感聯絡	(1)12 以下	25	3.8500	.75000	組間	.298	3	.099	.197	
	(2)13~24	94	3.8059	.77178	組內	183.549	364	.504		
	(3)25~48	184	3.7636	.65377	總計	183.846	367			-
	(4)49 以上	65	3.8192	.75455						
	總計	368	3.7901	.70777						
社會日常融入	(1)12 以下	25	3.0000	.90267	組間	7.168	3	2.389	2.866*	
	(2)13~24	94	2.6348	1.03010	組內	303.477	364	.834		
	(3)25~48	184	2.5942	.86042	總計	310.645	367			-
	(4)49 以上	65	2.8974	.88177						
	總計	368	2.6857	.92002						
工作聯繫運用	(1)12 以下	25	3.9600	.86238	組間	.635	3	.212	.335	
	(2)13~24	94	4.0035	.75332	組內	229.816	364	.631		
	(3)25~48	184	3.9167	.77236	總計	230.451	367			-
	(4)49 以上	65	3.8923	.88409						
	總計	368	3.9375	.79242						

DOI:10.6814/NCCU202000804

表4-2-14

不同學校規模對職場友誼之差異分析

構面	學校規模（班）	人數	平均值	標準差	變異數分析摘要					scheffe'事後比較
					SV	SS	df	MS	F 值	
職場友誼整體	(1)12 以下	25	3.9167	.39087	組間	.537	3	.179	.619	-
	(2)13~24	94	3.8085	.56292	組內	105.314	364	.289		
	(3)25~48	184	3.8401	.53914	總計	105.851	367			
	(4)49 以上	65	3.9115	.54464						
	總計	368	3.8499	.53705						
友誼機會	(1)12 以下	25	4.1067	.46118	組間	.671	3	.224	.739	-
	(2)13~24	94	4.0018	.57501	組內	110.131	364	.303		
	(3)25~48	184	4.0154	.54842	總計	110.802	367			
	(4)49 以上	65	4.1103	.54826						
	總計	368	4.0349	.54947						
友誼普及性	(1)12 以下	25	3.7267	.39347	組間	.476	3	.159	.411	-
	(2)13~24	94	3.6152	.64713	組內	140.634	364	.386		
	(3)25~48	184	3.6649	.62773	總計	141.110	367			
	(4)49 以上	65	3.7128	.63568						
	總計	368	3.6649	.62008						

DOI:10.6814/NCCU202000804

表 4-2-15

不同學校規模對工作投入之差異分析

構面	學校規模（班）	人數	平均值	標準差	變異數分析摘要					scheffe'事後比較
					SV	SS	df	MS	F 值	
工作投入整體	(1)12 以下	25	4.1244	.42470	組間	3.940	3	1.313	3.128*	(1)>(3)
	(2)13~24	94	3.8522	.67249	組內	152.815	364	.420		
	(3)25~48	184	3.7349	.66624	總合	156.755	367			
	(4)49 以上	65	3.8752	.62747						
	總計	368	3.8161	.65355						
活力	(1)12 以下	25	3.8400	.45256	組間	4.269	3	1.423	2.510	-
	(2)13~24	94	3.6560	.78585	組內	206.327	364	.567		
	(3)25~48	184	3.4909	.76261	總合	210.596	367			
	(4)49 以上	65	3.6769	.76596						
	總計	368	3.5897	.75752						
奉獻	(1)12 以下	25	4.2000	.49065	組間	3.601	3	1.200	2.285	-
	(2)13~24	94	3.8901	.70734	組內	191.174	364	.525		
	(3)25~48	184	3.8062	.78184	總合	194.775	367			
	(4)49 以上	65	3.9077	.64954						
	總計	368	3.8723	.72851						
專注	(1)12 以下	25	4.3333	.55277	組間	4.401	3	1.467	3.557*	(1)>(3)
	(2)13~24	94	4.0106	.67282	組內	150.087	364	.412		
	(3)25~48	184	3.9076	.65419	總合	154.488	367			
	(4)49 以上	65	4.0410	.59075						
	總計	368	3.9864	.64880						

*P<.05

綜上所示，不同學校規模對工作投入整體及「專注」研究構面有顯著差異，且皆呈現 12 班以下學校規模兼任行政教師之知覺高於 25~48 班者情形。

DOI:10.6814/NCCU202000804

捌、學校歷史

根據統計結果顯示，社群媒體使用行為之整體 F 值為.383；職場友誼之整體 F 值為 1.457，此兩個構面皆未達顯著水準，如表 4-2-16、4-2-17；工作投入之整體 F 值為 3.112 並達顯著水準，經 scheffe'事後比較，則未達顯著差異。如表 4-2-18。

以下分析各研究構面之差異：

1. 「社群媒體使用行為」變項之「社會情感聯絡」F 值為.109；「社會日常融入」F 值為.224；「工作聯繫運用」 F 值為 2.895，三個研究構面皆未達顯著水準。
2. 「職場友誼」變項之「友誼機會」F 值為 1.360；「友誼普及性」F 值為 1.164，兩個研究構面皆未達顯著水準。
3. 「工作投入」變項之「活力」F 值為 2.236；「專注」F 值為 2.484，此兩個研究構面皆未達顯著水準；「奉獻」F 值為 3.191 並達顯著水準，經 scheffe'事後比較，則未達顯著差異。

國立政治大學 National Chengchi University

DOI:10.6814/NCCU202000804

表 4-2-16

不同學校歷史對社群媒體使用行為之差異分析

構面	學校歷史（年）	人數	平均值	標準差	變異數分析摘要					scheffe' 事後比較
					SV	SS	df	MS	F 值	
社群媒體使用行為整體	(1)30 以下	59	3.5268	.62584	組間	.283	2	.141	.383	-
	(2)31~60	156	3.4747	.60590	組內	134.759	365	.369		
	(3)61 以上	153	3.4459	.60229	總計	135.042	367			
	總計	368	3.4711	.60660						
社會情感聯絡	(1)30 以下	59	3.8178	.69610	組間	.110	2	.055	.109	-
	(2)31~60	156	3.7981	.68575	組內	183.737	365	.503		
	(3)61 以上	153	3.7712	.73781	總計	183.846	367			
	總計	368	3.7901	.70777						
社會日常融入	(1)30 以下	59	2.6158	.95053	組間	.381	2	.191	.224	-
	(2)31~60	156	2.6880	.93339	組內	310.264	365	.850		
	(3)61 以上	153	2.7102	.89891	總計	310.645	367			
	總計	368	2.6857	.92002						
工作聯繫運用	(1)30 以下	59	4.1469	.76882	組間	3.598	2	1.799	2.895	-
	(2)31~60	156	3.9380	.80304	組內	226.853	365	.622		
	(3)61 以上	153	3.8562	.78058	總計	230.451	367			
	總計	368	3.9375	.79242						

DOI:10.6814/NCCU202000804

表 4-2-17

不同學校歷史對職場友誼之差異分析

構面	學校歷史（年）	人數	平均值	標準差	變異數分析摘要					scheffe'事後比較
					SV	SS	df	MS	F 值	
職場友誼整體	(1)30 以下	59	3.9336	.62087	組間	.838	2	.419	1.457	-
	(2)31~60	156	3.8670	.44879	組內	105.012	365	.288		
	(3)61 以上	153	3.8001	.58171	總計	105.851	367			
	總計	368	3.8499	.53705						
友誼機會	(1)30 以下	59	4.1271	.54522	組間	.820	2	.410	1.360	-
	(2)31~60	156	4.0438	.49300	組內	109.983	365	.301		
	(3)61 以上	153	3.9902	.60191	總計	110.802	367			
	總計	368	4.0349	.54947						
友誼普及性	(1)30 以下	59	3.7401	.75065	組間	.894	2	.447	1.164	-
	(2)31~60	156	3.6902	.52890	組內	140.216	365	.384		
	(3)61 以上	153	3.6100	.64978	總計	141.110	367			
	總計	368	3.6649	.62008						

ational Chengchi Universi

DOI:10.6814/NCCU202000804

表 4-2-18

不同學校歷史對工作投入之差異分析

構面	學校歷史（年）	人數	平均值	標準差	變異數分析摘要					scheffe'事後比較
					SV	SS	df	MS	F 值	
工作投入整體	(1)30 以下	59	4.0094	.66676	組間	2.628	2	1.314	3.112*	-
	(2)31~60	156	3.7764	.64886	組內	154.127	365	.422		
	(3)61 以上	153	3.7821	.64422	總計	156.755	367			
	總計	368	3.8161	.65355						
活力	(1)30 以下	59	3.7797	.72611	組間	2.549	2	1.275	2.236	-
	(2)31~60	156	3.5470	.74867	組內	208.047	365	.570		
	(3)61 以上	153	3.5599	.77200	總計	210.596	367			
	總計	368	3.5897	.75752						
奉獻	(1)30 以下	59	4.0904	.66905	組間	3.347	2	1.674	3.191*	-
	(2)31~60	156	3.8269	.76806	組內	191.428	365	.524		
	(3)61 以上	153	3.8344	.69787	總計	194.775	367			
	總計	368	3.8723	.72851						
專注	(1)30 以下	59	4.1582	.73071	組間	2.074	2	1.037	2.484	-
	(2)31~60	156	3.9551	.62800	組內	152.414	365	.418		
	(3)61 以上	153	3.9521	.62993	總計	154.488	367			
	總計	368	3.9864	.64880						

*P<.05

綜上所示，不同學校歷史對社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入均無顯著差異。

DOI:10.6814/NCCU202000804

玖、綜合討論

將社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入在兼任行政教師不同背景變項之差異情形，綜整如下：

一、社群媒體使用行為

不同背景變項之兼任行政教師於社群媒體使用行為差異情形如表4-2-19：

表4-2-19

在不同背景變項之兼任行政教師於社群媒體使用行為之差異

背景變項	社群媒體使用行為整體	社會情感聯絡	社會日常融入	工作聯繫運用
性別	—	—	—	—
年齡	—	—	—	—
婚姻狀況	—	—	—	未婚>已婚
最高學歷	—	—	—	—
行政年資	—	—	—	—
兼任行政職務	—	—	—	—
學校規模	—	—	—	—
學校歷史	—	—	—	—

本研究不同背景變項中，以不同婚姻狀況對於兼任行政教師社群媒體使用行為之「工作聯繫運用」研究構面具顯著差異，其餘性別、年齡、最高學歷、行政年資、兼任行政職務、學校規模與學校歷史，則無顯著差異。

綜整結果分析，臺北市國民小學兼任行政教師在社群媒體使用行為，其已婚或未婚情形，在使用LINE於「工作聯繫運用」構面呈顯著差異，並且以未婚之知覺高於已婚者，顯示相較而言，未婚之兼任行政教師較樂於或習慣於運用LINE的傳遞檔案、記事本以及相簿功能於處理工作業務。

DOI:10.6814/NCCU202000804

二、職場友誼

在不同背景變項之兼任行政教師於職場友誼差異情形如表4-2-20：

表4-2-20

在不同背景變項之兼任行政教師於職場友誼之差異

背景變項	職場友誼整體	友誼機會	友誼普及性
性別	—	—	—
年齡	—	—	—
婚姻狀況	已婚>未婚	—	已婚>未婚
最高學歷	—	—	—
行政年資	—	—	—
兼任行政職務	主任>組長	—	主任>組長
學校規模	—		
學校歷史	—	—	—

在不同背景變項中，以不同婚姻狀況以及兼任行政職務對於兼任行政教師職場友誼具顯著差異，其餘性別、年齡、最高學歷、行政年資、學校規模與學校歷史，皆無顯著差異。

綜整結果分析，臺北市國民小學兼任行政教師在職場友誼整體與「友誼普及性」研究構面，就其已婚或未婚、以及所兼任行政職務，則以已婚者知覺高於未婚，主任知覺高於組長，顯示出此兩種對於身分與職務「角色」，顯著影響職場友誼之知覺程度；而「友誼普及性」研究構面，意為在職場中員工與同事互動，以及工作場所外之交往，其人際網路互動信賴程度，也顯示對於已婚者與身為處室之主管者，在角色身分中有更聚焦或共同性質之話題，得以藉由傾訴心情、也在工作中能建立友誼，並較有工作外之社交活動。此結果亦Bilgin與Kiral(2019)以土耳其的高中教師為研究對象，探討職場友誼與教師對學校文化感知的研究顯

DOI:10.6814/NCCU202000804

示已婚教師的「友誼普及性」高於單身教師之情形符合。

三、工作投入

在不同背景變項之兼任行政教師於工作投入差異情形如表4-2-21：

表4-2-21

在不同背景變項之兼任行政教師於工作投入之差異

背景變項	工作投入整體	活力	奉獻	專注
性別	—	男>女	—	—
年齡	46 以上>35 以下；46 以上>36~45	46 以上>35 以下；46 以上>36~45	—	46 以上>35 以下；46 以上>36~45
婚姻狀況	已婚>未婚	已婚>未婚	已婚>未婚	已婚>未婚
最高學歷	—	—	—	—
行政年資	—	16 以上>5 以下	—	—
兼任行政職務	主任>組長	主任>組長	主任>組長	主任>組長
學校規模	12 以下>25~48	—	—	12 以下>25~48
學校歷史	—	—	—	—

在不同背景變項中，以不同性別、年齡、婚姻狀況、行政年資、兼任行政職務及學校規模對於兼任行政教師工作投入具顯著差異，其餘最高學歷與與學校歷史，則無顯著差異。

綜整結果分析，臺北市國民小學兼任行政教師之工作投入情形，男性在「活力」研究構面知覺高於女性，另行政年資16年（含）以上知覺高於5年（含）以下；就工作投入整體以及「活力」與「專注」兩個研究構面，則皆顯示46歲（含）以上知覺高於35歲（含）以下，亦高於36~45歲者；此外也顯示學校規模為12班以下學校規模相較25~48班者，在工作投入整體與「專注」構面知覺較高；而已婚者無論在工作投入整體，以及三個研究構面，皆顯示其知覺高於未婚者，此與

DOI:10.6814/NCCU202000804

陳淑幸（2018）以職場工作者為研究對象之工作投入相關研究結果顯示，婚姻狀況對於「活力」、「奉獻」與「專注」構面上皆呈現顯著差異，已婚者在三個構面知覺皆高於未婚者之情形相符；此外教師兼任主任在工作投入整體與三個研究構面之知覺亦皆高於組長。

國立政治大學
National Chengchi University

DOI:10.6814/NCCU202000804

第三節　臺北市國民小學兼任行政教師社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入相關分析

本節以皮爾遜積差相關，進行臺北市國民小學兼任行政教師社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入之相關分析，張芳全（2019）相關係數判定標準為：｜r｜介於.80 至 1.00 為很高相關；｜r｜介於.60 至.79 為高相關；｜r｜介於.40 至.59 為中等相關；｜r｜介於.20 至.39 為低相關；｜r｜介於.01 至.19 為很低相關。

壹、社群媒體使用行為與職場友誼相關分析

臺北市國民小學兼任行政教師社群媒體使用行為整體及三個構面與職場友誼整體與各層面之相關分析，如表 4-3-1。

表 4-3-1

社群媒體使用行為與職場友誼相關分析表

		社群媒體使用行為			
		整體社群媒體使用行為	社會情感聯絡	社會日常融入	工作聯繫運用
職場友誼	整體職場友誼	.418**	.431**	.278**	.251**
	友誼機會	.415**	.437**	.230**	.295**
	友誼普及性	.356**	.360**	.277**	.174**

**P<.01

據統計結果，就臺北市國民小學兼任行政教師社群媒體使用行為與職場友誼之相關分析探討如下：

1. 整體社群媒體使用行為與整體職場友誼呈中等相關(r=.418，p＜.01)。
2. 整體社群媒體使用行為與職場友誼之「友誼機會」相關係數較高，呈中等相關(r=.415，p＜.01)。

DOI:10.6814/NCCU202000804

3. 社群媒體使用行為之「社會情感聯絡」與整體職場友誼相關係數最高，呈中等相關(r=.431，p＜.01)。
4. 社群媒體使用行為之「社會情感聯絡」與職場友誼之「友誼機會」相關係數最高，呈中等相關(r=.437，p＜.01)。
5. 社群媒體使用行為之「社會日常融入」與職場友誼之「友誼普及性」相關係數最高，呈低相關(r=.277，p＜.01)。
6. 社群媒體使用行為之「工作聯繫運用」與職場友誼之「友誼機會」相關係數最高，呈低相關(r=.295，p＜.01)。

綜上分析，驗證研究假設 2-1：社群媒體使用行為與職場友誼有顯著正相關。

貳、社群媒體使用行為與工作投入相關分析

臺北市國民小學兼任行政教師社群媒體使用行為整體及三個構面與工作投入整體與各層面之相關分析，如表 4-3-2。

表 4-3-2

社群媒體使用行為與工作投入相關分析表

		社群媒體使用行為			
		整體社群媒體使用行為	社會情感聯絡	社會日常融入	工作聯繫運用
工作投入	整體工作投入	.290**	.321**	.159**	.194**
	活力	.261**	.302**	.152**	.152**
	奉獻	.284**	.294**	.152**	.215**
	專注	.251**	.287**	.133*	.167**

*P<.05；**P<.01

DOI:10.6814/NCCU202000804

據統計結果，就臺北市國民小學兼任行政教師社群媒體使用行為與工作投入之相關分析探討如下：

1. 整體社群媒體使用行為與整體工作投入呈現低相關(r=.290，p＜.01)。
2. 整體社群媒體使用行為與工作投入之「奉獻」相關係數最高，呈低相關(r=.284，p＜.01)。
3. 社群媒體使用行為之「社會情感聯絡」與整體工作投入相關係數最高，呈低相關(r=.321，p＜.01)。
4. 社群媒體使用行為之「社會情感聯絡」與工作投入之「活力」相關係數最高，呈低相關(r=.302，p＜.01)。
5. 社群媒體使用行為之「社會日常融入」與工作投入各構面皆呈顯著之很低相關。
6. 社群媒體使用行為之「工作聯繫運用」與工作投入之「奉獻」相關係數最高，呈低相關(r=.215，p＜.01)。

綜上分析，驗證研究假設 2-2：社群媒體使用行為與工作投入有顯著正相關。

國立政治大學 National Chengchi University

DOI:10.6814/NCCU202000804

參、職場友誼與工作投入相關分析

臺北市國民小學兼任行政教師職場友誼整體及二個構面與工作投入整體與各層面之相關分析，如表 4-3-3。

表 4-3-3

職場友誼與工作投入相關分析表

		職場友誼		
		整體 職場友誼	友誼機會	友誼普及性
工作投入	整體 工作投入	.494**	.452**	.456**
	活力	.456**	.386**	.448**
	奉獻	.456**	.425**	.413**
	專注	.448**	.436**	.390**

**P<.01

據統計結果，就臺北市國民小學兼任行政教師職場友誼與工作投入之相關分析探討如下：

1. 整體職場友誼與整體工作投入呈現中等相關(r=.494，p＜.01)。
2. 整體職場友誼與工作投入各構面皆呈顯著之中等相關。
3. 職場友誼之「友誼普及性」與整體工作投入相關係數最高，呈中等相關(r=.456，p＜.01)。
4. 職場友誼之「友誼機會」與工作投入之「專注」相關係數最高，呈中等相關(r=.436，p＜.01)。
5. 職場友誼之「友誼普及性」與工作投入之「活力」相關係數最高，呈中等相關(r=.448，p＜.01)。

綜上分析，驗證研究假設 2-3：職場友誼與工作投入有顯著正相關。

DOI:10.6814/NCCU202000804

第四節　臺北市國民小學兼任行政教師社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入之預測分析

本節以多元逐步迴歸分析探討臺北市國民小學兼任行政教師社群媒體使用行為、職場友誼對工作投入之預測。以社群媒體使用行為之「社會情感聯絡」、「社會日常融入」、「工作聯繫運用」三個構面，與職場友誼之「友誼機會」、「友誼普及性」兩個構面，共計五層面為預測變項，以工作投入之「活力」、「奉獻」、「專注」三個構面及「整體工作投入」四層面為效標變項。

壹、社群媒體使用行為、職場友誼對工作投入各構面預測分析

一、社群媒體使用行為、職場友誼對工作投入「活力」構面預測力，如表4-4-1。

表 4-4-1

社群媒體使用行為、職場友誼對工作投入「活力」構面之多元逐步迴歸分析摘要表

模型	變項選出順序	R	R^2	$\triangle R^2$	標準化迴歸係數 β	F 值
1	友誼普及性	.448	.201	.201	.448	92.060***
2	社會情感聯絡	.473	.224	.023	.162	52.600***

***P<.001

根據以上統計結果，社群媒體使用行為、職場友誼對工作投入之「活力」多元逐步迴歸分析探討如下：

（一）投入五個層面中有兩個達到顯著水準，依序為「友誼普及性」及「社會情感聯絡」。

（二）此兩個層面對「活力」之解釋力達22.4%，其中「友誼普及性」的標準化迴歸係數 β值較大，由此得知，「友誼普及性」對「活力」有較大的影響力。

二、社群媒體使用行為與職場友誼對工作投入「奉獻」構面預測力，如表4-4-2。

DOI:10.6814/NCCU202000804

表 4-4-2

社群媒體使用行為、職場友誼對工作投入「奉獻」之多元逐步迴歸分析摘要表

模型	變項選出順序	R	R^2	$\triangle R^2$	標準化迴歸係數 β	F 值
1	友誼機會	.425	.181	.181	.425	80.799***
2	友誼普及性	.457	.209	.028	.229	48.076***
3	社會情感聯絡	.469	.220	.011	.117	34.125***

***P<.001

根據以上統計結果，社群媒體使用行為、職場友誼對工作投入之「奉獻」多元逐步迴歸分析探討如下：

（一）投入五個層面中有三個達到顯著水準，依序為「友誼機會」、「友誼普及性」及「社會情感聯絡」。

（二）此三個層面對「奉獻」之解釋力達22.0%，其中「友誼機會」的標準化迴歸係數 β值最大，由此得知，「友誼機會」對「奉獻」有較大的影響力。

三、社群媒體使用行為與職場友誼對工作投入「專注」構面預測力，如表4-4-3。

表 4-4-3

社群媒體使用行為與職場友誼對工作投入「專注」之多元逐步迴歸分析摘要表

模型	變項選出順序	R	R^2	$\triangle R^2$	標準化迴歸係數 β	F 值
1	友誼機會	.436	.190	.190	.436	85.978***
2	友誼普及性	.454	.206	.016	.171	47.275***
3	社會情感聯絡	.464	.215	.009	.107	33.209***

***P<.001

根據以上統計結果，社群媒體使用行為、職場友誼對工作投入之「專注」多元逐步迴歸分析探討如下：

（一）投入五個層面中有三個達到顯著水準，依序為「友誼機會」、「友誼普及性」及「社會情感聯絡」。

（二）此三個層面對「專注」之解釋力為21.5%，其中「友誼機會」的標準化迴

DOI:10.6814/NCCU202000804

歸係數 β值最大，由此得知，「友誼機會」對「專注」有較大的影響力。

貳、社群媒體使用行為、職場友誼各構面對工作投入整體預測分析

臺北市國民小學兼任行政教師社群媒體使用行為、職場友誼對工作投入整體之預測力，以社群媒體使用行為、職場友誼之五個層面為預測變項，工作投入為效標變項進行多元逐步迴歸分析，分析結果如表 4-4-4。

表 4-4-4

社群媒體使用行為、職場友誼對工作投入之多元逐步迴歸分析摘要表

模型	變項選出順序	R	R^2	$\triangle R^2$	標準化迴歸係數 β	F 值
1	友誼普及性	.456	.207	.207	.456	95.828***
2	友誼機會	.456	.244	.037	.263	58.920***
4	社會情感聯絡	.456	.258	.014	.133	42.245***

***P<.001

根據以上統計結果，社群媒體使用行為、職場友誼對工作投入之多元逐步迴歸分析探討如下：

一、投入五個層面中有三個達顯著水準，依序為「友誼普及性」、「友誼機會」、及「社會情感聯絡」。

二、此三個層面對工作投入之解釋力為25.8%，其中「友誼普及性」的標準化迴歸係數 β值最大，由此得知，「友誼普及性」對工作投入有較大的影響力。

綜上分析結果顯示，社群媒體使用行為與職場友誼可預測工作投入，研究假設三成立。

DOI:10.6814/NCCU202000804

第五節　臺北市國民小學兼任行政教師職場友誼對社群媒體使用行為與工作投入之中介效果

本研究以階層迴歸分析驗證「職場友誼」對社群媒體使用行為與工作投入之中介效果，依據 Baron 與 Kenny(1986)之檢定方式，中介效果成立必須滿足下列四個條件：

一、自變項對中介變項有顯著正相關。

二、自變項對依變項有顯著正相關。

三、中介變項對依變項有顯著正相關。

四、自變項與中介變項同時投入迴歸模式時，倘自變項與依變項關係「削弱」或「不顯著」，則中介變項稱為具有中介效果；呈現削弱現象，表示中介變項具有部分中介效果；呈現不顯著，則表示中介變項具有完全中介效果。

本研究以社群媒體使用行為為自變項，職場友誼為中介變項，工作投入為依變項，進行迴歸分析，統計結果如表 4-5-1，四種中介效果滿足條件分析如下：

一、社群媒體使用行為影響職場友誼

模式一以社群媒體使用行為為自變項，職場友誼為依變項進行分析，統計結果顯示 β 值與 t 值為正向，並達顯著水準，表示社群媒體使用行為對職場友誼有顯著正相關，條件一成立。

二、社群媒體使用行為影響工作投入

模式二以社群媒體使用行為為自變項，工作投入為依變項進行分析，統計結果顯示 β 值與 t 值為正向，並達顯著水準，表示社群媒體使用行為對工作投入有顯著正相關，條件二成立。

三、職場友誼影響工作投入

模式三以職場友誼為自變項，工作投入為依變項進行分析，統計結果顯示 β 值與 t 值為正向，並達顯著水準，表示職場友誼對工作投入有顯著正相關，條件

DOI:10.6814/NCCU202000804

三成立。

四、社群媒體使用行為與職場友誼共同影響工作投入

當社群媒體使用行為與職場友誼同時投入迴歸分析，做為自變項，以工作投入為依變項時，β值與 t 值為正向，並達顯著水準。當社群媒體使用行為與職場友誼同時為自變項（即預測變項），預測工作投入依變項（即效標變項）時，β值由.290 下降至.101，解釋力由 8.4%提升為 25.2%，意即自變項與依變項關係呈現「削弱」，表示職場友誼具有「部分中介效果」，研究結果顯示條件四成立。

表 4-5-1

職場友誼對社群媒體使用行為與工作投入之中介效果分析摘要表

	迴歸模式							
自變項	依變項							
	職場友誼		工作投入		工作投入		工作投入	
	模式一		模式二		模式三		模式四	
	β 值	t 值	β 值	t 值	β 值	t 值	β 值	t 值
社群媒體使用行為	.418	8.794***	.290	5.789***	—		.101	2.027*
職場友誼	—		—		.494	10.868***	.452	9.071***
F 值	77.327***		33.513***		118.123***		61.616***	
R^2	.174		.084		.244		.252	
調整後 R^2	.172		.081		.242		.248	
條件成立	V		V		V		V	

*P < .05；**P<.01；***P<.001

綜上研究結果顯示，本研究之中介效果驗證條件皆成立，職場友誼對社群媒體使用行為與工作投入具有「部分中介效果」，研究假設四成立。

DOI:10.6814/NCCU202000804

國立政治大學
National Chengchi University

DOI:10.6814/NCCU202000804

第五章　研究結論與建議

本研究以臺北市國民小學兼任行政教師為研究對象，探討社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入之關係，透過文獻探討作為此三變項之理論基礎，建立研究構面與量表，經由問卷調查進行實證研究，探討分析不同背景之兼任行政教師知覺社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入現況、差異、相關與中介效果。本章根據研究結果分析，分為二節進行說明：第一節為結論、第二節為建議。

第一節　結論

本研究根據問卷調查之資料進行統計分析，綜整歸納出以下結論：

壹、臺北市國民小學兼任行政教師社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入現況

一、臺北市國民小學兼任行政教師社群媒體使用行為具中高程度

依據研究結果顯示，臺北市國民小學兼任行政教師知覺社群媒體使用行為情形具中高程度，以「工作聯繫運用」平均值最高，且高於整體社群媒體使用行為平均值。除「社會日常融入」平均值最低，屬於中程度，其他兩構面「社會情感聯絡」、及「工作聯繫運用」皆達中高程度。由此可反映出，臺北市國民小學兼任行政教師對於使用 LINE 較著重於工作上的功能使用，並以「我會使用 LINE 的傳遞檔案功能於工作的聯繫溝通」該題平均值達 4.1712 為最高；另也藉由 LINE 以進行情感聯絡，尤以「因為大家多使用 LINE 互動，所以我也跟著使用」該題平均值達 4.0543；至於社會日常融入層面，因各種報章雜誌、其他社群媒體亦提供各式新聞資訊與生活訊息，相對不一定以 LINE 作為資訊來源管道為主。

二、臺北市國民小學兼任行政教師職場友誼具中高程度

依據研究結果顯示，臺北市國民小學兼任行政教師知覺職場友誼情形具中高

DOI:10.6814/NCCU202000804

程度，普遍情況良好，兩個研究構面「友誼機會」及「友誼普及性」均達中高程度，平均值則以「友誼機會」較高。其中「友誼機會」題項中以「我能和同事一起解決問題」該題平均值達 4.1522 為最高；另「友誼普及性」題項則以「在工作中，我和同事建立了深厚的友誼」該題平均值為 3.9321 較高。由上顯示，臺北市國民小學兼任行政教師在學校裡有了解彼此、交流閒談、共同解決問題及發展良好友誼機會，並且能藉由工作中與同事建立友誼、工作場所外的社交活動，對於同事人際互動普遍具信任度。

三、臺北市國民小學兼任行政教師工作投入具中高程度

依據研究結果顯示，臺北市國民小學兼任行政教師知覺工作投入情形具中高程度，普遍情況良好。三個構面「活力」、「奉獻」及「專注」皆達中高程度，平均值以「專注」最高、「活力」最低，而「專注」題項又以「我工作的時候，很專心投入」該題平均值為 4.0870 最高；「活力」題項則以「每當一早起床，我就想要去工作」該題平均值為 3.2255 最低。由上可反映出，普遍而言，兼任行政教師儘管對於工作在活力知覺程度相較另外兩構面而言略低，仍願意專心努力投入工作，對於本身在工作上之專注知覺程度皆為良好，並對於在工作上奉獻知覺亦普遍認同具意義而有熱情。

國立政治大學 National Chengchi University

貳、不同背景變項對兼任行政教師社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入差異情形

一、臺北市國民小學兼任行政教師之婚姻狀況在社群媒體使用行為之「工作聯繫運用」構面有顯著差異：

未婚之兼任行政教師知覺社群媒體使用行為之「工作聯繫運用」構面知覺高於已婚者。

二、臺北市國民小學兼任行政教師之婚姻狀況與兼任行政職務在職場友誼有顯著

DOI:10.6814/NCCU202000804

差異：

（一）婚姻狀況

已婚之兼任行政教師在職場友誼整體以及「友誼普及性」構面知覺高於未婚者。

（二）兼任行政職務

教師兼任主任在職場友誼整體以及「友誼普及性」構面知覺高於教師兼任組長者。

三、臺北市國民小學兼任行政教師之年齡、婚姻狀況、兼任行政職務與學校規模在工作投入有顯著差異，性別與行政年資在「活力」構面有顯著差異：

（一）性別

男性兼任行政教師在「活力」構面知覺高於女性。

（二）年齡

46 歲（含）以上之兼任行政教師在工作投入整體，以及「活力」與「專注」兩個構面，其知覺高於 35 歲（含）以下，亦高於 36~45 歲者。

（三）婚姻狀況

已婚之兼任行政教師在工作投入整體以及三個構面知覺皆高於未婚者。

（四）行政年資

行政年資在 16 年（含）以上之兼任行政教師在「活力」構面知覺高於 5 年（含）以下者。

（五）兼任行政職務

教師兼任主任在工作投入整體以及三個構面知覺高於教師兼任組長者。

（六）學校規模

學校規模為 12 班以下在工作投入整體與「專注」構面知覺較 25~48 班者高。

四、臺北市國民小學兼任行政教師在最高學歷與學校歷史，對社群媒體使用行為、

DOI:10.6814/NCCU202000804

職場友誼與工作投入皆不具差異程度影響。

參、社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入彼此具正相關

根據研究結果分析顯示，臺北市國民小學兼任行政教師社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入之間彼此具正向影響，且無論在變項整體或其各構面，三變項間之相關係數均為顯著正相關。此意即社群媒體使用行為程度越高，則知覺職場友誼程度也越高，兩者呈現中等相關；社群媒體使用行為程度越高，知覺工作投入程度越高，兩者呈現低相關；職場友誼程度越高，知覺工作投入程度亦愈高，兩者呈現中等相關。

肆、社群媒體使用行為、職場友誼對工作投入具預測力

根據研究結果分析顯示，臺北市國民小學兼任行政教師社群媒體使用行為、職場友誼各構面對工作投入其三個構面及整體之預測分析如下：

一、對工作投入「活力」構面

「友誼普及性」及「社會情感聯絡」對「活力」皆有預測力，而「友誼普及性」對「活力」影響力較高，兩構面對「活力」之解釋力為 22.4%。

二、對工作投入「奉獻」構面

「友誼機會」、「友誼普及性」及「社會情感聯絡」對「奉獻」皆有預測力，而「友誼機會」對「奉獻」影響力最高，此三構面對「奉獻」之解釋力為 22.0%。

三、對工作投入「專注」構面

「友誼機會」、「友誼普及性」及「社會情感聯絡」對「專注」皆有預測力，而「友誼機會」對「專注」影響力最高，此三構面對「專注」之解釋力為 21.5%。

四、對工作投入整體方面

「友誼普及性」、「友誼機會」、及「社會情感聯絡」對工作投入皆有預測力，而「友誼普及性」對工作投入的影響力最高，此三構面對工作投入整體之解

DOI:10.6814/NCCU202000804

釋力為 25.8%。

伍、職場友誼在社群媒體使用行為與工作投入之間具部分中介效果

根據研究結果分析顯示，社群媒體使用行為與工作投入具顯著正相關，β 值為.290，解釋力為 8.4%；當社群媒體使用行為與職場友誼同時為自變項，而工作投入為依變項時，亦呈顯著正向相關，β 值降低為.101，解釋力提升為 25.2%，顯示職場友誼具有「部分中介效果」，依據研究結果顯示，社群媒體使用行為與工作投入之關係，因職場友誼介入，而呈部分影響效果，爰兼任行政教師社群媒體使用行為，藉由職場友誼之中介作用，可提升工作投入程度。

國立政治大學
National Chengchi University

DOI:10.6814/NCCU202000804

第二節　建議

本節根據研究發現及結論，以「實務運作」及「未來研究」兩面向，期能提供各相關教育人員實務相關建議，以及未來研究者之研究方向參考。

壹、實務運作建議

一、妥適運用社群媒體於社會情感聯絡以提升工作投入程度

依據研究結果顯示，社群媒體使用行為與職場友誼對工作投入具預測作用，其中社群媒體使用行為之「社會情感聯絡」對於工作投入整體及各構面皆達顯著影響。另研究分析顯示「社會日常融入」平均分數相較其他兩構面最低，意味兼任行政教師使用 LINE 時，其並非日常中接收各類生活資訊、新聞與好友動態最主要管道，而較以情感聯絡與工作運用為主，加以職場友誼對社群媒體使用行為與工作投入「具部分中介效果」，爰正當 108 學年十二年國民基本教育課綱總綱正式實施之際，學校行政運作中，業務傳達與溝通時，更應思考學校中職場友誼情形，營造提升兼任行政教師間職場友誼程度，在此前提下，應適度適時地運用 LINE 進行溝通聯繫，以提升工作投入情形。

二、加強規劃各式社交聚會活動，營造職場友誼

依據研究結果顯示，有關職場友誼與工作投入相關係數，其中以「友誼普及性」與整體工作投入之相關係數較「友誼機會」略高，然而職場友誼之「友誼普及性」構面平均分數卻相對較低，意味在學校行政運作，在業務推行講求效率與績效同時，適時規劃各式社交聚會活動，學校行政團隊氛圍良好，凝聚彼此情誼與向心力，營造使兼任行政教師於工作中能建立深厚友誼與信任感等，是相對較缺乏卻更顯其重要性之因素，更可提高其對於工作投入之知覺程度。

三、提升兼任行政教師活力，提升工作投入情形

根據研究結果顯示，工作投入構面「活力」平均分數最低，顯示出目前臺北市國民小學兼任行政教師知覺在工作中充滿能量與幹勁十足等情形較低，而在社

DOI:10.6814/NCCU202000804

群媒體使用行為與職場友誼對工作投入「活力」構面預測力中，則顯示「友誼普及性」與「社會情感聯絡」達到顯著水準，尤其以「友誼普及性」對「活力」有較大的影響力；並且職場友誼與工作投入各構面，也以「友誼普及性」與「活力」相關係數較最高，因此校長更應鼓勵或創造在工作中得以建立深厚友誼、促進彼此信任，提升學校兼任行政教師友誼普及性情形，例如：在面對審視各處室業務執行情形同時，多鼓勵肯定兼任行政教師績效達成的努力，打破減少可能產生處室行政業務權責劃分不明而造成對立之情形，透過兼任行政教師感受到工作中與同事良善互動，以及工作場所外之交往，其人際網路互動信賴程度，提升其感知在工作時精力充沛、心理適應力強，願意為工作努力付出，即便遇到困難也能堅持不懈的程度。

四、注意使用社群媒體使用於工作聯繫運用時間與頻率

根據研究結果顯示，未婚之兼任行政教師在社群媒體使用行為之「工作聯繫運用」知覺高於已婚者，具顯著差異，爰建議學校在使用社群媒體於工作聯繫時，更應著重使用時間與頻率，已婚之兼任行政教師除學校行政業務外，往往須兼顧家庭事務照護，因此儘管 LINE 有其傳遞檔案、圖片等功能，可打破時間與空間限制，即時傳送業務相關訊息，但其並非唯一之業務溝通工具，此為校長以及兼任行政教師值得注意與拿捏之處。

五、鼓勵促進未婚者與教師兼任組長彼此交流分享以增進職場友誼與工作投入

根據研究結果顯示，已婚之兼任行政教師知覺職場友誼整體與「友誼普及性」構面皆高於未婚者，具顯著差異；而在兼任行政職務背景變項，亦呈現同樣情形，此也意味婚姻狀況的身分與行政工作職務「角色」，對於在角色身分中更有共同話題者，越能建立職場友誼而有建立較深厚友誼情形。此外，研究結果亦顯示，在婚姻狀況及兼任行政職務上工作投入整體與三個構面皆以已婚知覺高於未婚、教師兼任主任知覺高於組長，達顯著差異。

而職場友誼以工作投入整體及各構面皆為正相關，表示職場友誼程度越高，

DOI:10.6814/NCCU202000804

知覺工作投入程度亦越高，爰學校中應普遍營造友善的職場工作氛圍，不限僅於期末學校教職人員餐敘，甚至透過行政經驗與資訊的傳承過程，在平常工作時，多鼓勵彼此分享交流，促進兼任行政教師在工作互動中彼此間信賴感與建立友誼，並提高工作投入知覺程度。

六、提升女性兼任行政教師「活力」構面之工作投入知覺程度

根據研究結果顯示，男性兼任行政教師在工作投入「活力」構面知覺高於女性，具顯著差異，意味女性兼任行政教師對於工作中充滿能量、幹勁十足與一早起床就想去工作的感知程度較低，爰校長宜多鼓勵女性兼任行政教師在行政業務之執行與參與，跳脫易囿於女性往往以家庭為重的刻板傳統思維。

七、增加年輕以及行政年資較淺之兼任行政教師工作投入知覺程度

根據研究結果顯示，46 歲（含）以上兼任行政教師整體工作投入，以及在「活力」與「專注」構面，皆顯示出其不僅知覺高於 35 歲（含）以下者，亦高於 36~45 歲者。 此外研究結果也顯示，行政年資 16 年（含）以上之兼任行政教師知覺工作投入之「活力」程度高於 5 年（含）以下者，在現今學校行政業務繁重普遍情形下，多數初任教職教師，皆須兼任行政工作，往往並非皆自願擔任行政職務，而較為年輕之兼任行政教師通常行政年資也相對較資淺，每每新聞媒體總在新學年即將來臨時，報導所謂「行政大逃亡」現象，然而在探討人力不足，業務龐雜的同時，創造職場中友誼機會、增加友誼普及性，甚而透過 LINE 以進行「社會情感聯絡」促進情感交流，亦為提升工作投入的不同思考面向與契機。

八、25~48 班學校規模之兼任行政教師，更應重視工作投入整體及「專注」知覺情形

根據研究結果顯示，學校規模為 25~48 班之兼任行政教師，在工作投入整體及「專注」知覺較 12 班（含）以下小型學校低，具顯著差異，就臺北市國民小學而言，25~48 班學校規模之校數遠多於 12 班（含）以下規模者，12 班（含）以下行政編制之人員較少，但各項行政業務項目皆仍需執行，行政業務

DOI:10.6814/NCCU202000804

量往往還是一樣不少，然相對於 12 班（含）以下之小型學校，25~48 班學校規模者，班級數較多，學校行政人員在組織編制上雖相對更多元，反更應重視其中之兼任行政教師在工作投入整體及對於工作專心投入情形。

九、善用社群媒體、營造職場友誼—提升 兼任行政教師工作投入情形

根據研究結果顯示，社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入彼此呈正相關，職場友誼對於社群媒體使用行為與工作投入具有部分中介效果，且社群媒體使用行為與職場友誼對於工作投入整體及其三個研究構面之預測分析亦顯示，提升職場友誼之「友誼普及性」及社群媒體使用行為之「社會情感聯絡」可提高工作投入的「活力」程度；而提升職場友誼之「友誼機會」、「友誼普及性」與社群媒體使用行為之「社會情感聯絡」，可提高工作投入之「奉獻」、「專注」與其整體知覺程度。綜此也反映出其中「友誼普及性」與「社會情感聯絡」對於整體工作投入與其各構面具較重要之顯著影響力，在學校職場中，使用社群媒體進行業務聯繫，已是目前趨勢，然而，在使用社群媒體進行各項業務聯繫與宣導傳達同時，更應重視職場友誼程度的影響，提升與同事互動、於工作場所外之交往情形，及提升人際網互動信賴，並善用社群媒體進行社會情感聯絡，也才能促使提高工作投入程度。

國立政治大學 National Chengchi University

貳、未來研究建議

一、研究對象

本研究係僅以臺北市國民小學兼任行政教師作為研究對象，未來則建議可擴大研究範圍，例如：其他不同縣市、擴及至全國；國高中、大學等各級學校；甚或以各縣市教育局處人員為研究對象等，藉以探究不同群體對於社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入之差異情形，以厚實教育領域相關研究。

二、研究方法

DOI:10.6814/NCCU202000804

本研究係採用問卷調查法，藉由 SPSS 將所蒐集資料進行分析，以探討社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入此三變項相關情形，然如就受試者對於社群媒體使用行為之完整內心想法感受，則無以進一步瞭解分析，因此建議未來可輔以質性訪談方式，使研究結果能更趨真實情況而更臻完備。

三、研究變項

本研究探討社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入此三變項，其中社群媒體則以當今國人使用最多之 LINE 為研究主體，隨著未來科技融入生活之趨勢，社群媒體勢必以更多元方式呈現，進而影響日常生活、社交聯繫與工作運用面向，倘未來有其他新興社群媒體興起，則可根據其功能性質等，以分析探究其使用行為對於職場友誼與工作投入之相關情形。進而也藉以供學校與教育行政領域相關人員，對於營造職場友誼環境提升工作投入之參考利基。

國立政治大學
National Chengchi University

DOI:10.6814/NCCU202000804

參考文獻

壹、中文部分

LINE 官方網站 (2014)。【LINE 3 週年】LINE＆LINE 周邊應用程式的全球下載數突破 10 億次！。取自 http://official-blog.line.me/tw/archives/39522419.html

LINE 官方網站 (2018)。LINE 宣佈全面擴大在台投資 三大面向看 LINE 2018 發展策略。取自 https://linecorp.com/zh-hant/pr/news/zh-hant/2018/2085

卜敏正、徐如宜、陳秋雲（2019 年 8 月 4 日）。教師行政逃亡潮 從山壁崩落變土石流。**聯合新聞網**。取自 https://udn.com/news/story/11319/3968436

王嵩音（2007）。網路使用之態度、動機與影響。**資訊社會研究**，(12)，57-85。

王鈺雯（2015）。**中小學教師職場友誼與工作投入之研究**（未出版之碩士論文）。國立嘉義大學，嘉義市。

朱信吉（2018）。**領導風格、職場友誼與組織效能關係之研究—以調查局調查人員為例**（未出版之碩士論文）。國立高雄師範大學，高雄市。

何美欣（2017）。**探討行政人員職場友誼、工作投入、組織認同感對工作績效影響之研究-以南部科技大學為例**（未出版之碩士論文）。國立臺南大學，臺南市。

吳玉琦（2016）。**國民小學課後照顧教師組織支持對工作投入影響之研究**（未出版之碩士論文）。國立臺灣師範大學，臺北市。

吳政達（2019a）。國民中學校長包容性領導對教師助人行為與工作投入之影響。**教育與心理研究，42**（2），1-30。

吳政達（2019b）。國中校長真誠領導、教師心理資本與工作投入關係之研究：信任的中介效果分析。**臺東大學教育學報，30**（1），1-31。

吳珮瑤（2018）。**社群媒體成癮對使用者的工作敬業心之影響－以 Facebook、Line 為例**（未出版之碩士論文）。國立東華大學，花蓮縣。

DOI:10.6814/NCCU202000804

吳清山（2014）。**學校行政**。臺北市（第七版）：心理

吳紫誠（2009）。**即時通訊使用與組織溝通及線上領導效能相關性之研究 -以 MSN Messenger 為例**（未出版之碩士論文）。淡江大學，新北市。

李怡樺（2017）。**職場霸凌、樂觀、工作敬業心與幸福感關聯性 之研究－以國民小學教師為例**（未出版之碩士論文）。輔仁大學，新北市。

李秉芳（2017）。**國中教師運用即時通訊軟體 LINE 進行親師溝通之探究**（未出版之碩士論文）。世新大學，臺北市。

李建宏（2019）。**即時通訊群組交流頻率與職場友誼關係之研究-以主管加入群組為干擾變數**（未出版之碩士論文）。大葉大學，彰化縣。

李柏蓉（2006）。**高雄縣市國民小學行政人員溝通行為與教師工作投入及組織承諾關係之研究**（未出版之碩士論文）。國立高雄師範大學，高雄市。

李培銘（2005）。**職場友誼與工作投入關係之研究**（未出版之博士論文）。中國文化大學，臺北市。

李涵芝（2019）。**即時通訊軟體 LINE 於親師溝通之家長滿意度探討**（未出版之碩士論文）。樹德科技大學，高雄市。

李清榮（2006）。教師人際關係的經營。**通識研究集刊**，**10**，241-258。

李嘉奇（2001）。**國民小學教職員工採用的溝通媒介類型與組織溝通滿足關係之研究**（未出版之碩士論文）。臺南師範學院，臺南市。

李靜宜（2019）。**國小導師班級經營和親師溝通—智慧型手機即時通訊軟體 LINE 親師群組的運用**（未出版之碩士論文）。南華大學，嘉義縣。

沈采薇（2016）。**行動通訊軟體使用者之職場關係與溝通焦慮感關聯研究**（未出版之碩士論文）。國立臺灣師範大學，臺北市。

周玉青（2019）。**即時通訊軟體與社群軟體使用行為對工作投入之影響—以職場友誼為中介變項**（未出版之碩士論文）。大葉大學，彰化縣。

官惠卿（2016）。**公務人員知覺主管服務領導、職場友誼與工作滿意度之相關研**

DOI:10.6814/NCCU202000804

究—以臺北市政府為例（未出版之碩士論文）。臺北市立大學，臺北市。

林玉惠（2019）。**學校行政人員工作不安全感、職場友誼 與工作敬業心之研究**（未出版之碩士論文）。南臺科技大學，臺南市。

林錦慧、但漢敏（譯）（2007）。**人生一定要有的 8 個朋友**(原作者：Tom Rath)。臺北市（第一版），商智文化。（原著出版年：2006）

林瓊惠（2016）。**職場友誼和員工幸福感關連性研究-----組織認同之中介作用與 Line 群組溝通之調節效果**（未出版之碩士論文）。國立高雄師範大學，高雄市。

林瓊瀛（2018 年 4 月 19 日）。「上班好同事，下班不認識」──職場情誼、私人友誼，到底要不要劃清界線？。**Cheers 快樂工作人雜誌**。取自 https://www.cheers.com.tw/article/article.action?id=5089400&page=2

涂保民、顏春枝（2017）。即時通訊軟體與行政溝通：以臺南市學校行政人員採用 Line 為例。**康大學報，7**，83-98。

徐文翠（2015）。職場友誼對敬業貢獻之關係以金融儲備幹部為例。**科技與人力教育季刊，2**（2），46-60。

秦夢群（2017）。**教育行政理論與模式**。臺北市（第三版）：五南圖書。

袁偉華（2015）。**職場友誼、工作鑲嵌、組織承諾與工作敬業心關係之研究**（未出版之碩士論文）。國立高雄應用科技大學，高雄市。

財團法人台灣網路資訊中心（2018）。「台灣寬頻網路使用調查」結果公布。上網日期：2019 年 10 月 17 日，取自 https://www.twnic.net.tw/doc/twrp/201812e.pdf

財團法人資訊工業策進會（2016a）。**《行動 App 消費者調查》超愛聊 逾 80%每天使用社交通訊 App**。取自 https://mic.iii.org.tw/news.aspx?id=423&List=106

財團法人資訊工業策進會（2016b）。**《行動 App 消費者調查》台灣手機用戶平均每人下載 16 個 App**。取自 https://mic.iii.org.tw/news.aspx?id=424

財團法人資訊工業策進會（2018）。**台灣人更黏手機了！近 8 成民眾每天使用手**

DOI:10.6814/NCCU202000804

機逾 2 小時 資策會：掌握娛樂市場需求成下一波商機。取自 https://www.iii.org.tw/Press/NewsDtl.aspx?nsp_sqno=2081&fm_sqno=14

張芳全（2019）。**統計就是要這樣跑**。臺北市（第四版）：心理出版

教育部（2018）。**國民小學與國民中學班級編制及教職員員額編制準則**。檢自 https://law.moj.gov.tw/LawClass/LawAll.aspx?pcode=H0070006

教育部統計處（2019）。**國民中小學主管人數**。取自 https://stats.moe.gov.tw/qframe.aspx?qno=OQAwAA2

梁進龍（2005）。**職場友誼與員工創造力關係之研究**（未出版之博士論文）。中國文化大學，臺北市。

許尹玟（2018）。**即時通訊軟體 LINE 應用於幼兒園親師溝通之研究**（未出版之碩士論文）。國立屏東大學，屏東縣。

連娟瓏（2012）。大專院校校長真誠領導與教師組織承諾關係之研究—以教師工作敬業為中介變項。**服務業管理評論，10**，67-98。

陳玉芬（2016）。**即時通訊軟體的應用偏好度對工作壓力及組織溝通效能之影響－以自我效能為調節變項**（未出版之碩士論文）。國立中央大學，桃園市。

陳怡伶（2013）。**職家衝突、職場友誼對幸福感與敬業貢獻度之影響—以組織氣候為調節變項**（未出版之碩士論文）。國立臺灣師範大學，臺北市。

陳俊緒（2019）。**國小教師職場友誼對組織認同之影響－以職場八卦為調節作用**（未出版之碩士論文）。大葉大學，彰化縣。

陳建佑（2009）。**公家機關會審人員職場友誼與工作壓力、工作倦怠之研究**（未出版之碩士論文）。亞洲大學，臺中市。

陳彥琪（2016）。**工作敬業、職家增益與心理幸福感關係之研究**（未出版之碩士論文）。大葉大學，彰化縣。

陳美芳（2017）。**工作壓力與工作敬業之研究—以職場友誼為調節變項**（未出版之碩士論文）。嶺東科技大學，臺中市。

DOI:10.6814/NCCU202000804

陳貞內（2017）。**即時通訊軟體使用時間與內容對員工工作投入、工作績效影響之研究**（未出版之碩士論文）。中國文化大學，臺北市。

陳淑幸（2018）。**樂觀、工作敬業與個人工作適配關係之研究**（未出版之碩士論文）。國立中山大學，高雄市。

陳淑玲、黃譙茹（2014）。轉換型領導對工作敬業心的影響歷程：心理資本與服務氣候之跨層次中介觀點。**臺大管理論叢**，**25**（1），29-156。

陳勝發（2019）。**企業社會責任知覺、員工組織認同與工作敬業心之相關研究**（未出版之碩士論文）。國立中正大學，嘉義縣。

陳逸珊（2019）。**高雄市區公所員工Line使用行為與其工作績效關係之研究**。（未出版之碩士論文）。國立高雄師範大學，高雄市。

陳詩盈（2015）。**即時通訊軟體 LINE 的應用偏好度對組織溝通效能及團隊凝聚力之影響-以工作壓力為調節變項**（未出版之碩士論文）。國立中央大學，桃園市。

陳潔靈（2019）。**成就動機對工作士氣及工作投入之影響：以即時通訊軟體使用行為為調節變數**（未出版之碩士論文）。大葉大學，彰化縣。

陳麗英、張奕財和顏弘欽（2016）。承諾感、工作敬業心與工作表現之關聯性:臺灣地區國小教師的實證研究。**教師專業研究期刊**，**12**，1-32。

揭維恆（2017）。**職場友誼因果關係觀念性模式之建構**（未出版之博士論文）。淡江大學，新北市。

辜令蓁（2017）。**以 LINE 作為軍隊非正式溝通管道對組織溝通效能及社會支持之影響**（未出版之碩士論文）。國防大學政治作戰學院，臺北市。

黃志灯、林惠芳、洪福源（2018）。國小教師時間觀點、教師學業樂觀與教師工作投入之關係研究。**運動與遊憩研究**，**13**（2），93-115。

楊豐華、黃萱如、楊豐松（2019）。轉型領導、心理所有權與工作敬業關係之研究。**致理學報**，**39**，107-142。http://dx.doi.org/10.29858/SIMR.201212.0003

DOI:10.6814/NCCU202000804

楊麗櫻（2019）。**國小學童家長運用即時通訊軟體 LINE 進行親師溝通行為意圖與滿意度之研究**（未出版之碩士論文）。中華大學，新竹市。

廖千惠（2019）。**職場友誼對工作壓力及組織溝通之影響 －以即時通訊軟體使用行為為調節變項**（未出版之碩士論文）。大葉大學，彰化縣。

廖國巽（2016）。**即時通訊軟體 LINE 之群組在學校運用現況之探討-以臺中地區某完全中學為例**（未出版之碩士論文）。中臺科技大學，臺中市。

臺北市政府教育局（2019 年 8 月 26 日）。**教育局學生到離校訊息 line 推播服務，請家長多加利用！**。取自 http://www.thps.tp.edu.tw/files/15-1000-3436,c133-1.php

臺北市政府資訊局（2019 年 5 月 18 日）。**設備網路管理**。取自 https://doit.gov.taipei/News_Content.aspx?n=6CB3401DAD37F659&s=3284900CC421A8E1

趙國成（2018）。**以即時通訊軟體作為親師溝通之研究-以臺中某舞蹈班為例**（未出版之碩士論文）。世新大學，臺北市。

趙國斌（2015）。**科技大學教師組織公平知覺對組織公民行為影響之研究-以職場友誼、工作活力為中介變項**（未出版之博士論文）。國立臺南大學，臺南市。

劉至鈞（2017）。**LINE 的使用行為對組織溝通效能與工作壓力之影響-以組織氣候為調節變項**（未出版之碩士論文）。朝陽科技大學，臺中市。

劉宏斌（2019）。**公務人員使用即時通訊軟體 LINE 的態度與應對行為研究**（未出版之碩士論文）。國立政治大學，臺北市。

劉和然（2017）。**國民中小學校人事人員情緒勞務、職場友誼以及組織認同關係之研究**（未出版之博士論文）。國立臺灣科技大學，臺北市。

劉昱志（2007）。**即時通訊軟體使用對於組織溝通滿意影響之研究**（未出版之碩士論文）。中原大學，桃園市。

潘佳嫻（2012）。**職場友誼對組織認同之影響－以工作投入為干擾變數**（未出版之碩士論文）。育達商業科技大學，苗栗縣。

DOI:10.6814/NCCU202000804

蔡宜樺（2019）。**探討職場友誼與工作投入之關係－以組織認同感為中介變項**（未出版之碩士論文）。元智大學，桃園市。

蔡玟蘋（2019）。**矛盾領導、職場友誼與工作敬業心三者之關聯性**（未出版之碩士論文）。國立高雄科技大學，高雄市。

蔡金田、董德佑（2017）。行動即時通訊軟體應用於學校行政溝通之探討－以南投縣國民小學為例。**教育行政論壇，9**（1），49-72

蔣黃花（2018）。**教師使用 LINE 和 FACEBOOK 進行親師溝通之意願研究－以高雄市國小為例**（未出版之碩士論文）。高苑科技大學，高雄市。

謝安田、楊新生（2011）。職場友誼對組織認同之影響－以工作滿意與群體凝聚力爲中介變數。**人文暨社會科學期刊，7**（1），77-90

簡秋丹（2017）。**運用即時通訊進行公務溝通所產生的影響： 溝通效能、工作壓力及焦慮**（未出版之碩士論文）。淡江大學，新北市。

羅鈞議（2014）。**個人與組織契合度、職場友誼與工作敬業-代理代課教師之探討**（未出版之碩士論文）。大葉大學，彰化縣。

譚偉晟（2016 年 11 月 16 日）。LINE 都得叫一聲大哥？「ICQ」正式邁入 20 週年！。**自由時報**。取自 https://3c.ltn.com.tw/news/27364

國立政治大學 National Chengchi University

DOI:10.6814/NCCU202000804

貳、英文部分

Agarwal, U. A., Datta, S., Blake-Beard, S., & Bhargava, S. (2012). Linking LMX, innovative work behaviour and turnover intentions: The mediating role of work engagement. *Career Development International, 17* (3), 208-230.

Ajzen, I. (1985). From intention to actions: A theory of planned behavior. In J. Kuhl & J. Beckman (Eds.), Action control: From cognition to behavior (pp.11-39).

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes, *50*(2), 179-211.

Bakker, A. B., & Leiter, M. P. (Eds.). (2010). *Work engagement: A handbook of essential theory and research*. New York: Psychology Press.

Bakker, A. B., Albrecht, S. L., & Leiter, M. P. (2011). Key questions regarding work engagement. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 20(1), 4-28. doi:10.1080/1359432x.2010.485352

Bakker, A., Schaufeli, W., Leiter, M., & Taris, T. (2008). Work engagement: An emerging concept in occupational health psychology. *Work & Stress, 22*(3),187-200.

Baron, R.M.,& Kenny,D.A.(1986)The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations .*Journal of Personality and Social Psychology*,51,1173-1182.

Berman, E. M., West, J. P., & Maurice N. Richter, J. (2002). Workplace Relations: Friendship Patterns and Consequences (According to Managers). *Public Administration Review*, *62*(2), 217-230.

Bilgin, Y. N., & Kiral, B. (2019). The Relation between Workplace Friendship and School Culture Perception of Teachers. *European Journal of Education Studies,*

DOI:10.6814/NCCU202000804

5(9) ,73-93. doi:10.5281/zenodo.2540489

Blomme, R. J., Kodden, B., & Beasley-Suffolk, A. (2015). Leadership theories and the concept of work engagement: Creating a conceptual framework for management implications and research. *Journal of Management & Organization*, *21*(2), 125-144. doi:10.1017/jmo.2014.71

Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, *13*(1), 210-230. doi:10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x

Boyd, N.G. & Taylor, R.R. (1998). A developmental approach to the examination of friendship in leader-follower relationships. *Leadership Quarterly*, *9*(1), 1-25.

Chang, H.-T., Hsu, H.-M., Liou, J.-W., & Tsai, C.-T. (2014). Psychological contracts and innovative behavior: A moderated path analysis of work engagement and job resources. *Journal of Applied Social Psychology*, *43* (10), 2120-2135.

Crawford, E. R., Lepine, J. A., & Rich, B. L. (2010). Linking job demands and resources to employee engagement and burnout: a theoretical extension and meta-analytic test. *Journal of Applied Psychology*, *95*(5), 834-848. doi:10.1037/a0019364

Davis, Fred D., Bagozzi, Richard P. and Warshaw, Paul R. (1989) User acceptance of computer technology: a comparison of two theoretical models. *Management Science*. *35*(8), 982-1003

Demerouti, E., Bakker, A. B., Nachreiner, F., & Schaufeli, W. B. (2001). The job demands-resources model of burnout. *Journal of Applied Psychology*, 86(3), 499–512. https://doi.org/10.1037/0021-9010.86.3.499

DeVany, C. (2003). Working relationships, relationships that work. *Journal of Property Management*, *68*(4), 24.

DOI:10.6814/NCCU202000804

Devin Coldewey(2016, November 16). Happy 20th birthday,ICQ! *TechCrunch*. Retrieved from https://techcrunch.com/2016/11/15/happy-20th-birthday-icq/

Dotan H. (2007)*Friendship ties at work: Origins, evolution and consequences for managerial effectiveness*. Los Angeles: University of California.

Dotan, H. (2009). Workplace friendships: origins and consequences for managerial effectiveness. *Academy of Management Annual Meeting Proceedings*, *2009*(1), 1-6

Faceook Newsroom(2012,July 6). Yahoo! and Facebook Launch Strategic Allian ce and Resolve Patent Dispute.*Facebook*. Retrieved from https://about.fb.co m/news/2012/07/yahoo-and-facebook-launch-strategic-alliance-and-resolve-paten t-dispute/

Fan, X., Thompson, B., & Wang, L. (1999). Effects of sample size, estimation method, and model specification on structural equation modeling fit indexes. *Structural Equation Modeling*, 6, 56-83.

Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention and behaviour: An introduction to theory and research*. MA: Addison-Wesley.

Fornell, C., & Larcker, D. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of marketing research, 18*, 39-50.

Fritz, J. H. (1997). Men's and Women's Organizational Peer Relationships: A Comparison. *The Journal of business communication, 34*(1), 27-44.

Gay, L.R., Mills, G.E., &Airasian, P.W. (2012) .*Educational Research: Competencies for Analysis and Application.* 10th Edition, Pearson, Upper Saddle River.

Grinter, R. E., & Palen, L. (2002). *Instant messaging in teen life*. Presented at the Proceedings of the 2002 ACM conference on Computer supported cooperative

DOI:10.6814/NCCU202000804

work, New Orleans, Louisiana, USA.

Hackman, J. R., & Lawler, E. E. (1971). Employee reaction to job characteristics. *Journal of applied psychology, 55*(3), 259-286.

Hays, R. B. (1985). A longitudinal study of friendship development. *Journal of Personality and Social Psychology*, *48*(4), 909－924.

Hesel, R. A., & Williams, R. C. (2009). Social networking sites and college-bound students. *StudentPoll*, *7*(2), 1-8.

Hobfoll, S. E. (1989). Conservation of resources: A new attempt at conceptualizing stress. *American Psychologist, 44* (3), 513–524.

Hobfoll, S. E. (2001). The influence of culture, community, and the nested-self in the stress process: Aadvancing conservation of resources theory. *Applied Psychology, 50*(3), 337-421.

Huselid, M.A. (1995). The Impact of Human Resource Management Practices on Turnover,Productivity, and Corporate Financial Performance. *Academy of Management Journal*, *38*,635–672.

Jenkins-Guarnieri, M. A., Wright, S. L., & Johnson, B. (2013). Development and validation of a social media use integration scale. *Psychology of Popular Media Culture*, *2*(1), 38-50. doi:10.1037/a0030277

Kahn, W. A. (1990). Psychological conditions of personal engagement and disengagement at work. *Academy of management journal*, *33*(4), 692-724.

Kanungo, R. N. (1982). Measurement of job and work involvement. *Journal of Applied Psychology*, *67*(3), 341-349.

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, *53*(1), 59-68. doi:10.1016/j.bushor.2009.09.003

DOI:10.6814/NCCU202000804

Karanika-Murray, M., Duncan, N., Pontes, H. M., & Griffiths, M. D. (2015). Organizational identification, work engagement, and job satisfaction. J*ournal of Managerial Psychology*,*30* (8), 1019-1033.

Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, *54*(3), 241-251. doi:10.1016/j.bushor.2011.01.005

Klassen, R. M., Aldhafri, S., Mansfield, C. F., Purwanto, E., Siu, A. F. Y., Wong, M. W., & Woods-McConney, A. (2012). Teachers' Engagement at Work: An International Validation Study. *The Journal of Experimental Education, 80*(4), 317-337. doi:10.1080/00220973.2012.678409

Kline, R. B. (2011). *Principle and practice of structural equation modeling* (3rd ed.).New York, NY: Guilford Press.

Krackhardt, D., & Stern, R. N. (1988). Informal networks and organizational crises: An experimental simulation. *Social Psychology Quarterly*, *51*, 123-140.

Kram, K.E.,& Isabella, L. A. (1985). Mentoring alternatives: The role of peer relationships in career development. *Academy of Management Journal*, *28*(1), 110-132.

Kruger, L. J., Bernstein, G., & Botman, H. (1995). The Relationship Between Team Friendships and Burnout Among Residential Counselors. *Journal of Social Psychology, 135*(2), 191-201.

Lodahl, T. M., & Kejnar, M. (1965). The definition and measurement of job involvement. *Journal of applied psychology, 49*(1), 24.

Macey, W. H., & Schneider, B. (2008). The meaning of employee engagement.*Industrial and Organizational Psychology*, *1*, 3–30.

MacLeod, D., and Clarke, N. (2009), *Engaging for Success: Enhancing Performance*

DOI:10.6814/NCCU202000804

Through Employee Engagement, London: Office of Public Sector Information.

Macnamara, J., & Zerfass, A. (2012). Social Media Communication in Organizations: The Challenges of Balancing Openness, Strategy, and Management. *International Journal of Strategic Communication, 6*(4), 287-308. doi:10.1080/1553118x.2012.711402

Mao, H.-Y. (2006). The relationship between organizational level and workplace friendship. *The International Journal of Human Resource Management, 17*(10), 1819-1833. doi:10.1080/09585190600965316

Markiewicz, D., Devine, I., & Kausilas, D. (2000). Friendships of women and men at work Job satisfaction and resource implications. *Journal of Managerial Psychology, 15*(2), 161-184.

Maslach, C., & Leiter, M. P. (1997). *The truth about burnout: How organizations cause personal stress and what to do about it*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.

May, D. R., Gilson, R. L., & Harte, L. M. (2004). The psychological conditions of meaningfulness, safety and availability and the engagement of the human spirit at work. *Journal of Occupational and Organizational Psychology, 77*, 11–13.

Nielsen, I. K., Jex, S. M., & Adams, G. A. (2000). Development and validation of scores on a two-dimensional workplace friendship scale. *Educational and Psychological Measurement*, *60*(4), 628-643.

Ofoegbu, O. E., Akanbi, P. A., & Akhanolu, I. O. (2012). Association Betwee n Perception of Organizational Politics and Workplace Friendship. *Internat ional Business and Management, 5*(2), 61-70. doi:10.3968/j.ibm.192384282 0120502.1020

Peruta, A. and A. B. Shields (2016). Social media in higher education: understanding how colleges and universities use Facebook. *Journal of Marketing for Higher*

DOI:10.6814/NCCU202000804

Education, *27*(1): 131-143.

Plant, R. (2004). Online communities. *Technology in Society*, *26*(1), 51-65. doi:10.1016/j.techsoc.2003.10.005

Rich, B. L., LePine, J. A., & Crawford, E. R. (2010). Job engagement:Antecedents and effects on job performance. *The Academy of Management Journal, 53*(3), 617-635.

Riordan, C. M., & Griffeth, R.W. (1995). The opportunity for friendship in the workplace：An underexplored construct.*Journal of Business & Psychology*,*10*, 141-154.

Rothbard, N. P. (2001). Enriching or depleting? The dynamics of engagement in work and family roles. *Administrative Science Quarterly*, *46*, 655-684. doi:10.2307/3094827

Schaufeli, W. B., & Bakker, A. B. (2004). Job demands, job resources, and their relationship with burnout and engagement: A multisample study. *Journal of organizational Behavior*, *25*(3), 293-315.

Schaufeli, W. B., Bakker A. B., & Salanova, M. (2006). The Measurement of Work Engagement With a Short Questionnaire A Cross-National Study. *Educational and Psychological Measurement*, *66*(4),701-716.

Seligman, M. E. P., and Csikszentmihalyi, M. 2000. Positive psychology: An introduction. *American Psychologist*, *55* (1): 5-14.

Seppanen, S., & Gualtieri, W. (2012). The millenial generation research review. Retrieved October 30, 2019, Retrieved from https://www.uschamberfoundation.org/reports/millennial-generation-research-review

Sias, P. M., & Cahill, D. J. (1998). From coworkers to friends: The development of peer friendships in the workplace. *Western Journal of Communication*, *62*(3), 273-299. doi:10.1080/10570319809374611

DOI:10.6814/NCCU202000804

Sias, P. M., & Perry, T. (2004). Disengaging from Workplace Relationships. *Human Communication Research, 30*(4), 589–602.

Tim O'Reilly (2005). What Is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. Retrieved November 20, 2019, from https://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html?page=1

Tims, M., Bakker, A. B., Derks, D., & van Rhenen, W. (2013). Job crafting at the team and individual level: Implications for work engagement and performance. *Group & Organization Management*, *38* (4), 427-454.

Truss, C., Shantz, A., Soane, E., Alfes, K., & Delbridge, R. (2013). Employee engagement, organizational performance and individual well-being: exploring the evidence, developing the theory. *The International Journal of Human Resource Management*, *24* (14), 2657-2669.

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, *27*(3), 425-478.

Winstead, B. A., Derlega, V. J., Montgomery, M. J., & Pilkington, C. (1995).The quality of friendships at work and job satisfaction. *Journal of Social and Personal Relationships*, *12*(2), 199－215.

Wright, P. H. (1969).A model and a technique for studies of friendship.*Journal of Experimental Social Psychology*, *5*(3), 295-309.

Wright, P. H. (1974). The delineation and measurement of some key variables in the study of friendship. *Representative Research in Social Psychology, 5*(2), 93–96.

Wright, P. H. (1978). Toward a theory of friendship based on the conception of self. *Human Communication Research*, *4*, 196-207.

國立政治大學 National Chengchi University

DOI:10.6814/NCCU202000804

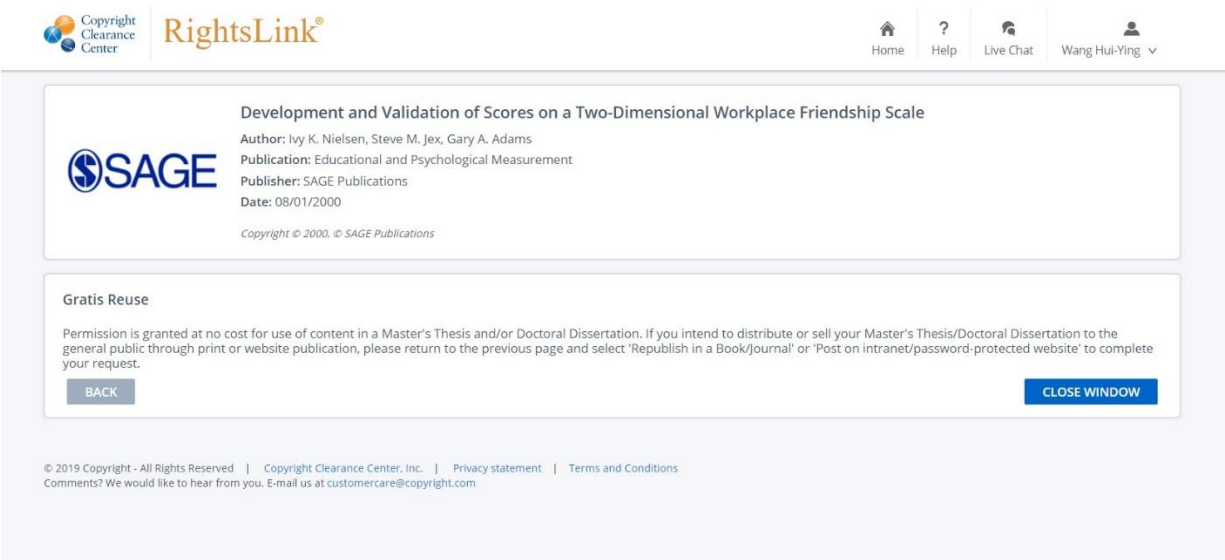
國立政治大學
National Chengchi University

DOI:10.6814/NCCU202000804

附錄

附錄一 量表授權書

職場友誼量表授權書



Copyright Clearance Center | RightsLink®

Home | Help | Live Chat | Wang Hui-Ying

SAGE

Development and Validation of Scores on a Two-Dimensional Workplace Friendship Scale

Author: Ivy K. Nielsen, Steve M. Jex, Gary A. Adams
Publication: Educational and Psychological Measurement
Publisher: SAGE Publications
Date: 08/01/2000

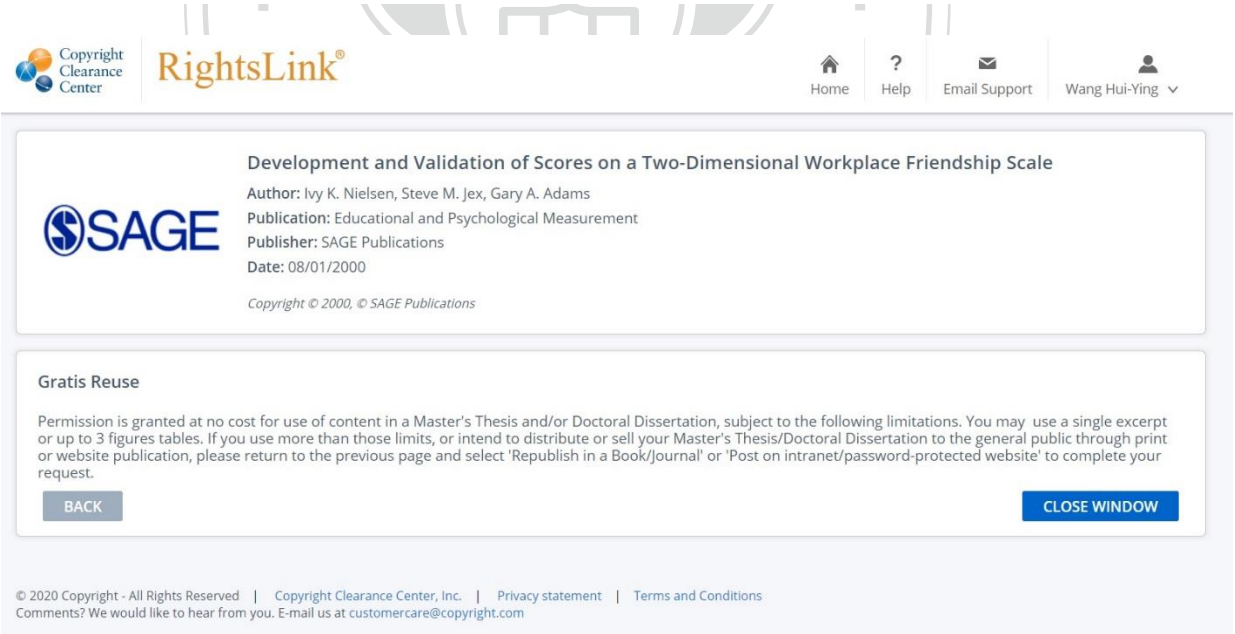
Copyright © 2000, © SAGE Publications

Gratis Reuse

Permission is granted at no cost for use of content in a Master's Thesis and/or Doctoral Dissertation. If you intend to distribute or sell your Master's Thesis/Doctoral Dissertation to the general public through print or website publication, please return to the previous page and select 'Republish in a Book/Journal' or 'Post on intranet/password-protected website' to complete your request.

BACK | CLOSE WINDOW

© 2019 Copyright - All Rights Reserved | Copyright Clearance Center, Inc. | Privacy statement | Terms and Conditions
Comments? We would like to hear from you. E-mail us at customercare@copyright.com



Copyright Clearance Center | RightsLink®

Home | Help | Email Support | Wang Hui-Ying

SAGE

Development and Validation of Scores on a Two-Dimensional Workplace Friendship Scale

Author: Ivy K. Nielsen, Steve M. Jex, Gary A. Adams
Publication: Educational and Psychological Measurement
Publisher: SAGE Publications
Date: 08/01/2000

Copyright © 2000, © SAGE Publications

Gratis Reuse

Permission is granted at no cost for use of content in a Master's Thesis and/or Doctoral Dissertation, subject to the following limitations. You may use a single excerpt or up to 3 figures tables. If you use more than those limits, or intend to distribute or sell your Master's Thesis/Doctoral Dissertation to the general public through print or website publication, please return to the previous page and select 'Republish in a Book/Journal' or 'Post on intranet/password-protected website' to complete your request.

BACK | CLOSE WINDOW

© 2020 Copyright - All Rights Reserved | Copyright Clearance Center, Inc. | Privacy statement | Terms and Conditions
Comments? We would like to hear from you. E-mail us at customercare@copyright.com

DOI:10.6814/NCCU202000804

工作投入量表授權書

Copyright Clearance Center | RightsLink®

Home | Help | Live Chat | Wang Hui-Ying

SAGE

The Measurement of Work Engagement With a Short Questionnaire

Author: Wilmar B. Schaufeli, Arnold B. Bakker, Marisa Salanova
Publication: Educational and Psychological Measurement
Publisher: SAGE Publications
Date: 08/01/2006

Copyright © 2006, © SAGE Publications

Gratis Reuse

Permission is granted at no cost for use of content in a Master's Thesis and/or Doctoral Dissertation. If you intend to distribute or sell your Master's Thesis/Doctoral Dissertation to the general public through print or website publication, please return to the previous page and select 'Republish in a Book/Journal' or 'Post on intranet/password-protected website' to complete your request.

BACK | CLOSE WINDOW

© 2019 Copyright - All Rights Reserved | Copyright Clearance Center, Inc. | Privacy statement | Terms and Conditions
Comments? We would like to hear from you. E-mail us at customercare@copyright.com

Copyright Clearance Center | RightsLink®

Home | Help | Email Support | Wang Hui-Ying

SAGE

The Measurement of Work Engagement With a Short Questionnaire

Author: Wilmar B. Schaufeli, Arnold B. Bakker, Marisa Salanova
Publication: Educational and Psychological Measurement
Publisher: SAGE Publications
Date: 08/01/2006

Copyright © 2006, © SAGE Publications

Gratis Reuse

Permission is granted at no cost for use of content in a Master's Thesis and/or Doctoral Dissertation, subject to the following limitations. You may use a single excerpt or up to 3 figures tables. If you use more than those limits, or intend to distribute or sell your Master's Thesis/Doctoral Dissertation to the general public through print or website publication, please return to the previous page and select 'Republish in a Book/Journal' or 'Post on intranet/password-protected website' to complete your request.

BACK | CLOSE WINDOW

© 2020 Copyright - All Rights Reserved | Copyright Clearance Center, Inc. | Privacy statement | Terms and Conditions
Comments? We would like to hear from you. E-mail us at customercare@copyright.com

Chengchi U

DOI:10.6814/NCCU202000804

附錄二 專家內容效度問卷

臺北市國民小學兼任行政教師社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入之關係研究

（專家內容效度問卷）

指導教授：郭昭佑 博士

親愛的教育界前輩：您好！

感謝您百忙之中撥冗協助，為瞭解與建立本研究工具之專家內容效度，懇祈惠賜卓見。本問卷分為四個部分，分別為「基本資料」、「社群媒體使用行為量表」、「職場友誼量表」與「工作投入量表」，目的在瞭解臺北市國小兼任行政教師社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入之關係。

茲將本研究工具所依據的向度與編製的題目臚列於下，請您依專業判斷，就各題目的適用程度，在每一小題向度所適合的程度，於適當的「□」內打「✓」。若有修正意見，亦請您不吝指導，請將意見直述於下方意見欄，以作為研究者修改之重要參考，並撥冗於**一週內**填妥寄回（請以回郵信封或掃描後回傳）。最後，衷心感謝您的協助。

國立政治大學學校行政碩士在職專班

研究生 王惠瑩 敬啟

Email：willwin2128@gmail.com

中華民國 109 年 3 月

壹、基本資料：請依個人實際現況勾選基本資料，以便進行資料分析，於適當的選項打「✓」，每題皆須填答，請勿遺漏。

※此部分為基本資料，協請於適當的「□」內打「✓」。若有修正意見，亦請您不吝指導，請將意見直述於下方意見欄。

題號	題目內容	適合	修正後適合	不適合
1	性別：（1）□男　（2）□女			
	修正意見：			
2	年齡：（1）□35 歲（含）以下（2）□36 歲~45 歲（3）□46 歲（含）~以上			

DOI:10.6814/NCCU202000804

	修正意見：			
3	婚姻狀況：(1) □已婚　　(2) □未婚			
	修正意見：			
4	最高學歷：(1) □大學(含學院)　　(2) □碩博士			
	修正意見：			
5	行政年資：(1) □5 年（含）以下（2）□6~10 年（3）□11 年（含）以上			
	修正意見：			
6	兼任行政職務：(1) □主任　　(2) □組長			
	修正意見：			
7	服務處室：(1) □教務處（2）□學務處（3）□總務處（4）□輔導室			
	修正意見：			
8	學校規模：(1) □12 班（含）以下（2）□13~24 班（3）□25~48 班（4）□49 班（含）以上			
	修正意見：			
9	學校歷史：(1) □10 年（含）以下（2）□11 年~30 年（3）□31 年（含）以上			
	修正意見：			

國立政治大學 National Chengchi University

DOI:10.6814/NCCU202000804

填答說明：

1. 以下題目分別為「社群媒體使用行為量表」、「職場友誼量表」與「工作投入量表」，分別有 5 種不同的符合程度，請依照您任職學校的實際觀察與感受，圈選出符合程度的數字，例如：⑤ 4 3 2 1。
2. 每題均需作答，且均需圈選一個數字，並請避免每題皆圈選同一個程度。

貳、社群媒體使用行為量表：係由「社會情感聯絡」、「社會日常融入」、「工作聯繫運用」等三個構面編製而成，請您就問卷中各題項在該構面適合的程度，在適當的「□」內打「✓」。若有修正意見，亦請您不吝指導，請將意見直接述於下方意見欄位，以作為研究者修改之重要參考。

一、社會情感聯絡

題號	題目內容	適合	修正後適合	不適合
1	少了 LINE 時，我覺得少了與他人溝通的管道。			
	修正意見：			
2	我希望大家都能使用 LINE 互動溝通。			
	修正意見：			
3	我喜歡用 LINE 和別人交流。			
	修正意見：			
4	LINE 在我的社交關係中扮演重要角色。			
	修正意見：			
5	因為大家多使用 LINE 互動，所以我也跟著使用。			
	修正意見：			
6	如果不能使用 LINE 我會很沮喪。			
	修正意見：			

二、社會日常融入

題號	題目內容	適合	修正後適合	不適合
1	我會回覆在 LINE 上收到的他人訊息。			
	修正意見：			

DOI:10.6814/NCCU202000804

2	我會在 LINE 上收看新聞。			
	修正意見：			
3	我會查看 LINE 的貼文串動態。			
	修正意見：			

三、工作聯繫運用

題號	題目內容	適合	修正後適合	不適合
1	我具備使用 LINE 的資源與設備(如智慧型手機與網路)。			
	修正意見：			
2	我會使用 LINE 的傳遞檔案功能於工作溝通。			
	修正意見：			
3	我會使用 LINE 的記事本功能於工作上。			
	修正意見：			
4	我會使用 LINE 的相簿功能於工作上。			
	修正意見：			
5	我覺得使用 LINE 的語音通話或視訊功能與他人工作溝通方便又經濟。			
	修正意見：			
6	我覺得使用 LINE 加入同事及群組有助於工作溝通聯繫。			
	修正意見：			

國立政治大學 National Chengchi University

DOI:10.6814/NCCU202000804

貳、職場友誼量表：係由「友誼機會」與「友誼普及性」兩個構面編製而成，請您就問卷中各題項在該構面適合的程度，在適當的「□」內打「✓」。若有修正意見，亦請您不吝指導，請將意見直接述於下方意見欄位，以作為研究者修改之重要參考。

一、友誼機會

題號	題目內容	適合	修正後適合	不適合
1	我有機會了解我的同事。			
	修正意見：			
2	我能和同事一起解決問題。			
	修正意見：			
3	在學校裡，我有與其他人非正式交談及拜訪的機會。			
	修正意見：			
4	我的學校鼓勵同事之間彼此交流溝通。			
	修正意見：			
5	在學校工作職場中，我有發展密切友誼的機會。			
	修正意見：			
6	只要工作完成，我的學校允許非正式的交談。			
	修正意見：			

二、友誼普及性

題號	題目內容	適合	修正後適合	不適合
1	在工作中，我建立了深厚的友誼。			
	修正意見：			
2	在工作場所外，我與同事有來往。			
	修正意見：			
3	我可以向工作上的同事傾訴。			
	修正意見：			
4	我覺得多數的同事都可以信任。			
	修正意見：			

國立政治大學 National Chengchi University

DOI:10.6814/NCCU202000804

5	能夠見到同事，是我期待工作的原因之一。			
	修正意見：			
6	我不覺得工作上的同事會是真正的朋友。			
	修正意見：			

國立政治大學
National Chengchi University

DOI:10.6814/NCCU202000804

參、工作投入量表：係由「活力」、「奉獻」與「專注」三個構面編製而成，請您就問卷中各題項在該構面適合的程度，在適當的「□」內打「✓」。若有修正意見，亦請您不吝指導，請將意見直接述於下方意見欄位，以作為研究者修改之重要參考。

一、活力

題號	題目內容	適合	修正後適合	不適合
1	在工作中，我感到迸發能量。			
	修正意見：			
2	在工作中，我感覺強大並有活力。			
	修正意見：			
3	每當早上起床，我便想去工作。			
	修正意見：			

二、奉獻

題號	題目內容	適合	修正後適合	不適合
1	我對工作充滿熱情。			
	修正意見：			
2	我的工作激勵著我。			
	修正意見：			
3	我對於我的工作感到驕傲。			
	修正意見：			

三、專注

題號	題目內容	適合	修正後適合	不適合
1	當我專心努力工作時，我覺得很開心。			
	修正意見：			

DOI:10.6814/NCCU202000804

2	我沉浸在我的工作中。			
	修正意見：			
3	我工作的時候，很專心投入。			
	修正意見：			

【問卷結束 感謝您】

國立政治大學 National Chengchi University

~再次感謝您百忙中協助審題 謹致萬分謝忱~

專家學者：_____請簽名

中華民國 109 年　　月　　日

DOI:10.6814/NCCU202000804

附錄三 專家意見彙整表

壹、 基本資料：

題號	適合	修正後適合	不適合		意見回饋	適合比例	保留/刪除
1	9	1		原始題目	性別：(1) □男　(2) □女	100%	保留
				專家意見	專家三：加上「其他」		
				修正情形	維持原題		
2	8	2		原始題目	年齡：(1) □35 歲（含）以下 (2) □36 歲~45 歲 (3) □46 歲（含）以上	100%	保留
				專家意見	1.專家五：三個選項歲數區間模糊，應評估選項的依據。 2.專家八：調整為 (1) □30 歲（含）以下 (2) □31 歲~40 歲 (3) □41~50 歲（含）(4) 51 歲~以上		
				修正情形	考量 30 歲以下群組人數應不多，為免勾選人數較少，爰維持原題		
3	8	1	1	原始題目	婚姻狀況：(1) □已婚　(2) □未婚	90%	保留
				專家意見	1.專家四：此選項因涉及個人隱私，加上跟本研究所分析面項似乎沒有太大關連。建議可以刪除。 2.專家七：建議可加上「其他」		
				修正情形	維持原題		
4	4	6		原始題目	最高學歷：(1) □大學(含學院)　(2) □碩博士	100%	保留
				專家意見	1.專家二：學歷應有師範院校畢業，與一般大學畢業之分。 2.專家三：調整為：(1) □學士 (2) □碩士 (3) □博士 (4) □其他_____（請說明）。 3.專家六：調整為 (1) □師專、師院畢業 (2) □一般大學（含師資班、教育學程、40 學分班）(3)		

DOI:10.6814/NCCU202000804

					□碩、博士畢業。 4.專家七：建議修改為(1)師專、師範校院畢業 (2)一般大學 (含師資班、教育學程、40 學分班)畢業 (3)研究所以上畢業。增加學制及「畢業」兩字。 5.專家八：調整為（1）□大學(含學院)（2）□碩博士(含 40 學分班) 。 6.專家九：調整為（2）□碩、博士		
				修正情形	修改為：(1）□師專、師範校院畢業（2）□一般大學（含師資班、教育學程、40 學分班）畢業（3）□研究所以上畢業		
5	6	4		原始題目	行政年資：(1）□5 年（含）以下（2）□6~10 年（3）□11 年（含）以上	100%	保留
				專家意見	1.專家二：11 年以上的範圍太廣，建議再細分，如：(3）□11~15 年（4）□16 年以上。 2.專家五：11 年以上年資的範圍？ 3.專家七：建議修改為（1）□5 年（含）以下（2）□6~10 年（3）□11~15 年（4）□16 年（含）以上。以避免 11 年(含)以上的人數過多。 4.專家八：調整為（1）□5 年（含）以下（2）□6~10 年（3）□11~15 年（4）□16~20 年（含）（4）□21 年以上。		
				修正情形	修改為：(1）□5 年（含）以下（2）□6~10 年（3）□11~15 年（4）□16 年（含）以上		
6	9	1		原始題目	兼任行政職務：(1）□主任　　（2）□組長	100%	保留
				專家意見	專家十：組長是否含括公務員，建議加註說明		
				修正情形	修改為：(1）□教師兼任主任　　（2）□教師兼任組長		
7	3	5	2	原始題目	服務處室：(1）□教務處（2）□學務處（3）□總務處（4）□輔導室	80%	刪題
				專家意見	1.專家一：依據臺北市國民小學組織規程第六條，12 班以下學校僅設教導處、總務處及輔導室，本題應釐清 12 班以下教導處的行政人員勾選項目。 2.專家二：行政人員經常處室輪調，「服務處室」並非重要影響變項。 3.專家五：學輔主任無法勾選。		

DOI:10.6814/NCCU202000804

					4.專家六：12 班以下學校編制只有「教導」和「總務」，建議增加「其他選項」，因為學校若有行政改組，名稱會不一樣。 5.專家七：建議增加（5）□研發(究)處。 6.專家八：題目調整為「現」服務處室。 7.專家十：部分學校（含國立小學）有研究處，可增加研究處，倘沒有一定要分析不同處室的數據關係，可刪除此題。		
				修正情形	刪題		
8	7	3		原始題目	學校規模：(1）□12 班（含）以下（2）□13~24 班（3）□25~48 班（4）□49 班（含）以上	100%	保留
				專家意見	1.專家一：國小除普通班之外，部分學校設有體育班、藝術才能班、集中式特殊班，本題需釐清學校規模是否含括這些班級。 2.專家七：建議修改為(1) 24 班以下 (2) 25-48 班 (3) 49 班以上。 3.專家八：調整為（1）□12 班（含）以下（2）□13~24 班（3）□25~48 班（4）□49~60 班（5）□61（含）以上		
				修正情形	考量小校兼任行政教師之員額編制以及 61 班以上校數過少，爰維持原題		
9	5	4	1	原始題目	學校歷史：(1）□10 年（含）以下（2）□11 年~30 年（3）□31 年（含）以上	90%	保留
				專家意見	1.專家三：這一選項與研究變項的關係不高，建議刪除。 2.專家五：調整為（1）□10 年（含）以下（2）□11 年~20 年（3）□21~30 年（4）□31 年（含）以上。 3.專家七：建議修改為（1）□30 年（含）以下（2）□31 年~60 年（3）□61 年（含）以上。以避免學校歷史 10 年以下的學校數過少。 4.專家八：調整為（1）□10 年（含）以下（2）□11 年~30 年（3）□31~50 年（4）□51（含）以上。 5.專家九：建議調整為（1）□30 年（含）以下（2）□31 年~50 年（3）□51 年（含）以上。目前		

DOI:10.6814/NCCU202000804

					臺北市多數學校校齡很高，近 20 年幾乎沒有新設校，可考慮以 20、40（甚至 50）年為切點（九年國教實施前後）。		
				修正情形	綜整後修改為：(1) □30 年（含）以下（2）□31 年~60 年（3）□61 年（含）以上		

貳、社群媒體使用行為量表：

一、社會情感聯絡

題號	適合	修正後適合	不適合		意見回饋	適合比例	保留/刪除
1	7	3		原始題目	少了 LINE 時，我覺得少了與他人溝通的管道。	100%	保留
				專家意見	1.專家七：建議修改為：沒有 LINE 可使用時，我覺得少了與他人溝通的管道。 2.專家八：LINE 是我和他人溝通交流的重要管道。 3.專家九：少了 LINE 時，我覺得少了與他人交流的管道。		
				修正情形	修改為：LINE 是我和他人溝通交流的重要管道。		
2	8	2		原始題目	我希望大家都能使用 LINE 互動溝通。	100%	保留
				專家意見	專家八：題目內容構念是否需再具體？是希望大家都用 LINE 或者用 LINE 就可以和大家溝通。 專家九：我希望大家都能使用 LINE，作為情感聯絡的管道之一。		
				修正情形	修改為：我希望大家都能使用 LINE，以利彼此互動溝通。		
3	9	1		原始題目	我喜歡用 LINE 和別人交流。	100%	保留
				專家意見	專家九：我喜歡用 LINE 和別人互動溝通。		
				修正情形	修改為：我喜歡用 LINE 和別人互動溝通。		

DOI:10.6814/NCCU202000804

4	9	1		原始題目	LINE 在我的社交關係中扮演重要角色。	100%	保留
				專家意見	專家八：LINE 能夠幫助我與他人建立良好的社交關係。		
				修正情形	修改為：LINE 能夠幫助我與他人建立良好的社交關係。		
5	9	1		原始題目	因為大家多使用 LINE 互動，所以我也跟著使用。	100%	保留
				專家意見	專家七：因為大家多數使用 LINE 互動，所以我也使用 LINE。		
				修正情形	維持原題		
6	5	4	1	原始題目	如果不能使用 LINE 我會很沮喪。	90%	保留
				專家意見	1.專家一：沮喪有點過於嚴重，是否可以改成失落或是慌亂。 2.專家二：加標點符號：如果不能使用 LINE「，」我會很沮喪。 3.專家八：如果不能使用 Line 和別人互動，我會很沮喪。 4.專家九：如果不能使用 LINE 與人互動，我會很沮喪。 5.專家十：聯絡成分較少，較偏向網路依賴、網路成癮，建議修正或刪除。		
				修正情形	修改為：如果不能使用 LINE 和別人互動，我會很失落。		

二、社會日常融入

題號	適合	修正後適合	不適合		意見回饋	適合比例	保留/刪除
1	5	5		原始題目	我會回覆在 LINE 上收到的他人訊息。	100%	刪題修改
				專家意見	1.專家一：我會回覆在 LINE 收到的他人訊息。 2.專家三：我會盡快回復在 LINE 收到的他人訊息。		

DOI:10.6814/NCCU202000804

					3.專家五：建議此題放在一或三構面。 4.專家八：我會即時回復在 LINE 上收到的他人訊息。 5.專家九：建議修改成符合構面二的定義。		
				修正情形	經討論，為符合此構面定義，爰修改為：我常常加入 LINE 的各類官方帳號(例如：公共、生活服務及品牌購物...等)以獲取各項資訊或活動訊息。		
2	6	4		原始題目	我會在 LINE 上收看新聞。	100%	保留
				專家意見	1.專家一：我會在 LINE 收看新聞。 2.專家三：我平常就會在 LINE 上收看新聞。 3.專家七：我會在 LINE 上閱覽或收看新聞。 4.專家八：我會每天在 LINE 上收看新聞。		
				修正情形	修改為：我會每天在 LINE 上閱覽、收看新聞。		
3	8	2		原始題目	我會查看 LINE 的貼文串動態。	100%	保留
				專家意見	1.專家三：我平常就會查看 LINE 的貼文串動態。 2.專家八：我會時時查看 LINE 好友的貼文串動態。		
				修正情形	修改為：我會時時查看 LINE 好友的貼文串動態。		

三、工作聯繫運用

題號	適合	修正後適合	不適合		意見回饋	適合比例	保留/刪除
1	6	1	3	原始題目	我具備使用 LINE 的資源與設備(如智慧型手機與網路)。	70%	刪題
				專家意見	1.專家七：我具備使用 LINE 的相關設備(如智慧型手機與網路)。 2.專家八：此題不適合。 3.專家九：此題不適合。 4.專家十：無法填五點量表，答案只有兩個，此題建議刪除。		
				修正	刪題		

DOI:10.6814/NCCU202000804

				情形			
2	7	3		原始題目	我會使用 LINE 的傳遞檔案功能於工作溝通。	100%	保留
				專家意見	專家八：我會使用 LINE 的傳遞檔案功能於工作的聯繫溝通。 專家九：我會使用 LINE 的傳遞檔案的功能於工作中。 專家十：需與第 3、4 題確認「工作溝通」還是「工作上」。		
				修正情形	修改為：我會使用 LINE 的傳遞檔案功能於工作的聯繫溝通。		
3	9	1		原始題目	我會使用 LINE 的記事本功能於工作上。	100%	保留
				專家意見	專家十：需與第 2、4 題確認「工作溝通」還是「工作上」。		
				修正情形	維持原題		
4	9	1		原始題目	我會使用 LINE 的相簿功能於工作上。	100%	保留
				專家意見	專家十：需與第 2、3 題確認「工作溝通」還是「工作上」。		
				修正情形	維持原題		
5	8	2		原始題目	我覺得使用 LINE 的語音通話或視訊功能與他人工作溝通方便又經濟。	100%	保留
				專家意見	1.專家七：我覺得使用 LINE 的語音通話或視訊功能與他人工作溝通，方便又經濟。 2.專家八：我覺得使用 LINE 的語音通話或視訊功能和他人進行工作溝通，方便又經濟。		
				修正情形	修改為：我覺得使用 LINE 的語音通話或視訊功能和他人進行工作溝通，方便又經濟。		
6	9	1		原始題目	我覺得使用 LINE 加入同事及群組有助於工作溝通聯繫。	100%	保留
				專家意見	專家七：我覺得將同事加為 LINE 聯絡人及加入工作群組，有助於工作溝通聯繫。		
				修正	修改為：我覺得將同事加為 LINE 聯絡人及加入工		

DOI:10.6814/NCCU202000804

				情形	作群組，有助於工作溝通聯繫。		

※整體建議：**建議於填答說明定義清楚本問卷所指之社群媒體，僅以 LINE 為主體，避免受試者混淆（專家五與專家九）。**

貳、職場友誼量表：

一、友誼機會

題號	適合	修正後適合	不適合		意見回饋	適合比例	保留/刪除
1	8	1	1	原始題目	我有機會了解我的同事。	90%	保留
				專家意見	專家九：感覺不限友誼機會範疇。 專家十：與題 3 重複。		
				修正情形	考量此為國外引用多年之量表，經討論維持原題		
2	8	1	1	原始題目	我能和同事一起解決問題。	90%	保留
				專家意見	專家九：感覺不限友誼機會範疇。 專家三：我有機會和同事一起解決問題。		
				修正情形	修改為：我有機會和同事一起解決問題。		
3	5	5		原始題目	在學校裡，我有與其他人非正式交談及拜訪的機會。	100%	保留
				專家意見	1.專家一：改為非正式交談「或」拜訪的機會，範圍較廣。 2.專家四：在學校裡，我與其他同事有工作以外的交談機會。 3.專家七：在學校工作職場中，我有與其他人非正式交談及拜訪的機會。 4.專家八：在學校裡，我能有機會與同事私下交談閒聊。 5.專家十：與題 1 重複。		
				修正情形	修改為：在學校裡，我有機會與同事私下交談閒聊。		
4	10			原始	我的學校鼓勵同事之間彼此交流溝通。	100%	保留

DOI:10.6814/NCCU202000804

				題目			
				專家意見			
				修正情形	酌修為：我的學校鼓勵同事之間彼此交流互動。		
5	6	4		原始題目	在學校工作職場中，我有發展密切友誼的機會。	100%	保留
				專家意見	1.專家一：在學校工作職場中，我「與同事之間」有發展密切友誼的機會。 2.專家四：在學校工作職場中，我有機會與其他同事發展更好的友誼。 3.專家七：在學校工作職場中，我有發展友好(或親密)友誼的機會。 4.專家八：在學校工作職場中，我能有機會和同事培養良好友誼。		
				修正情形	修改為：在學校工作職場中，我與同事之間有發展良好友誼的機會。		
6	6	2	2	原始題目	只要工作完成，我的學校允許非正式的交談。	80%	保留
				專家意見	1.專家三：應該沒有學校有這樣的規定。 2.專家四：只要工作完成，我的學校允許「一般」的交談。 3.專家七：只要工作完成，我的學校允許同事間非正式的交談。 4.專家八：此題不適合。 5.專家九：只要工作完成，我的學校允許非正式的交流。		
				修正情形	修改為：只要工作完成，同事間常會有非正式的交談機會。		

二、友誼普及性

題號	適合	修正後適合	不適合		意見回饋	適合比例	保留/刪除

DOI:10.6814/NCCU202000804

1	8	2		原始題目	在工作中，我建立了深厚的友誼。	100%	保留
				專家意見	專家一：在工作中，我「與同事」建立深厚的友誼。 專家七：在工作中，我和同事建立了深厚的友誼		
				修正情形	修改為：在工作中，我和同事建立了深厚的友誼。		
2	7	3		原始題目	在工作場所外，我與同事有來往。	100%	保留
				專家意見	專家一：在工作場所外，我與同事「也會」有來往。 專家八：在工作場所外，我會與同事有社交活動。 專家九：在工作場所外，我與同事仍有來往。		
				修正情形	修改為：在工作場所外，我會與同事有社交活動。		
3	5	5		原始題目	我可以向工作上的同事傾訴。	100%	保留
				專家意見	1.專家一：傾訴的內容是公事抱怨或個人私事，填答者圈選時會猶豫。 2.專家二：刪除「工作上的」。同事即是工作上夥伴，無需特別說是「工作上的」同事。 3.專家七：我可以向同事傾訴。 4.專家八：我可以向工作上的同事傾訴心情。 5.專家九：我可以向工作上的同事傾訴內心想法（感受）。		
				修正情形	修改為：我會向同事傾訴心情。		
4	9	1		原始題目	我覺得多數的同事都可以信任。	100%	保留
				專家意見	專家八：我覺得我可以信賴許多同事。		
				修正情形	維持原題		
5	9	1		原始題目	能夠見到同事，是我期待工作的原因之一。	100%	保留
				專家	專家六：比較少有這種情緒；建議改成：能夠和同		

DOI:10.6814/NCCU202000804

				意見	事聊天，是我期待工作的原因之一。		
				修正情形	維持原題		
6	5	5		原始題目	我不覺得工作上的同事會是真正的朋友。	100%	保留
				專家意見	1.專家二：刪除「工作上的」。 2.專家五：我不「認為」工作上的同事會是真正的朋友。 3.專家七：我覺得工作上的同事不會是真正的朋友。 4.專家八：我不覺得在我工作場所中，任何一位同事會是真正的好朋友。 5.專家十：此題為反向題，除非必要，否則建議修正為正向題型，例：我覺得工作上的同事會是真正的朋友。		
				修正情形	將反向題修改為正向題：我認為同事能成為真正的朋友。		

參、工作投入量表：

一、活力

題號	適合	修正後適合	不適合		意見回饋	適合比例	保留/刪除
1	5	5		原始題目	在工作中，我感到迸發能量。	100%	保留
				專家意見	1.專家一：「迸發」讓填答者很難理解，建議改為充滿能量或散發能量。 2.專家三：建議「迸發能量」要解釋說明。 3.專家四：在工作中，我充滿能量。 4.專家七：在工作中，我感到充滿能量。 5.專家八：在工作中，我感到自己充滿能量。		
				修正情形	修改為：在工作中，我感到自己充滿能量。		
2	5	4	1	原始題目	在工作中，我感覺強大並有活力。	90%	保留

DOI:10.6814/NCCU202000804

				專家意見	1.專家一：「強大」很難理解，建議可改為動力十足。 2.專家二：不清楚「強大」的意思，建議可用更容易理解的字詞。 3.專家三：在工作中，我感覺強大且幹勁十足。 4.專家四：此題與第一題類似。 5.專家七：在工作中，我感覺內心強大且有活力。		
				修正情形	修改為：在工作中，我感覺幹勁十足且有活力。		
3	8	2		原始題目	每當早上起床，我便想去工作。	100%	保留
				專家意見	專家三：每當早上「一」起床，我便想去工作。 專家八：每天一大早，我就想要去工作。		
				修正情形	修改為：每當早上一起床，我就想要去工作。		

二、奉獻

題號	適合	修正後適合	不適合		意見回饋	適合比例	保留/刪除
1	7	2	1	原始題目	我對工作充滿熱情。	90%	保留
				專家意見	1.專家三：和「奉獻」較無關係。 2.專家五：建議列入「活力」構面。 3.專家十：建議更換題目或更換描述方式。		
				修正情形	此為國外引用多年之量表，具良好信效度。「奉獻」的構面定義為：積極強烈地投入於工作中，經歷體驗到意義感、熱情、靈感、自豪和挑戰。爰經討論修改為：我的工作很有意義，讓我充滿熱情。		
2	5	4	1	原始題目	我的工作激勵著我。	90%	保留
				專家意見	1.專家三：和「奉獻」較無關係。 2.專家五：.建議列入「活力」構面。 3.專家七：我的工作會激勵我。 4.專家八：我把工作當作是我主要的興趣。		

DOI:10.6814/NCCU202000804

					5.專家十：建議更換題目或更換描述方式。		
				修正情形	1.此為國外引用多年之量表，具良好信效度。「奉獻」的構面定義為：積極強烈地投入於工作中，經歷體驗到意義感、熱情、靈感、自豪和挑戰。 2.爰經討論修改為：我的工作很有價值，讓我願意接受挑戰。		
3	8	1	1	原始題目	我對於我的工作感到驕傲。	90%	保留
				專家意見	1.專家三：和「奉獻」較無關係。 2.專家十：建議更換題目或更換描述方式。		
				修正情形	1.此為國外引用多年之量表，具良好信效度。「奉獻」的構面定義為：積極強烈地投入於工作中，經歷體驗到意義感、熱情、靈感、自豪和挑戰。 2.爰經討論修改為：我對於我的工作能對學校有所貢獻，感到自豪。		

三、專注

題號	適合	修正後適合	不適合		意見回饋	適合比例	保留/刪除
1	8	2		原始題目	當我專心努力工作時，我覺得很開心。	100%	保留
				專家意見	1.專家四：當我專心努力工作，便覺得很開心。 2.專家九：當專心努力工作時，我覺得很開心。		
				修正情形	修改為：當我專心努力工作，便覺得很開心。		
2	8	2		原始題目	我沉浸在我的工作中。	100%	保留
				專家意見	1.專家七：我會沉浸在我的工作中。 2.專家十：與題 3 意思接近，建議調整句子，例：我沉浸在我的工作中時，不易受到外在因素影響。		
				修正情形	修改為：我時常沈浸在自己的工作中。		
3	7	2	1	原始	我工作的時候，很專心投入。	90%	保留

DOI:10.6814/NCCU202000804

				題目			
				專家意見	1.專家四：與題 2 很像。 2.專家八：我在工作時，會達到忘我的境界。 3.專家十：與題 2 意思接近		
				修正情形	此為國外引用多年之量表，具良好信效度。在用語上爰維持原題。		

國立政治大學 National Chengchi University

DOI:10.6814/NCCU202000804

附錄四 預試問卷

臺北市國民小學兼任行政教師社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入之關係研究

敬愛的教育先進您好：

感謝您百忙中協助填寫本問卷，本研究旨在瞭解臺北市國民小學兼任行政教師「社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入」之現況。煩請依您個人感受與實際狀況逐題作答，填答資料採不記名方式，僅供學術研究之用，敬請安心填答。懇請您將本問卷填妥後交回貴校協助發放問卷人員彙整，由衷感謝您的協助，謹致上萬分謝忱！敬祝

教安

國立政治大學教育學院學校行政碩士在職專班

指導教授：郭昭佑 博士

研究生：王惠瑩 敬啟

【第一部分：基本資料】

請依個人實際現況勾選，於適當的選項打「✓」，每題皆須填答，請勿遺漏。

1.性別：（1）□男　（2）□女

2.年齡：（1）□35 歲（含）以下（2）□36 歲~45 歲（3）□46 歲（含）以上

3.婚姻狀況：（1）□已婚　（2）□未婚

4.最高學歷：（1）□師專、師範校院畢業（2）□一般大學（含師資班、教育學程、40 學分班）畢業（3）□研究所以上畢業

5.行政年資：（1）□5 年（含）以下（2）□6~10 年（3）□11~15 年（4）□16 年（含）以上

6.兼任行政職務：（1）□教師兼任主任　（2）□教師兼任組長

7.學校規模：（1）□12 班（含）以下（2）□13~24 班（3）□25~48 班（4）□49 班（含）以上

8.學校歷史：（1）□30 年（含）以下（2）□31 年~60 年（3）□61 年（含）以上

DOI:10.6814/NCCU202000804

【第二部分：社群媒體使用行為】

1. 此部分在於瞭解您的社群媒體使用行為，本問卷以「LINE」為研究主體，請依照您實際的觀察與感受，於每一題的選項中，將符合程度圈選出來，例：1 2 3 4 ⑤。
2.每題均需作答，且均需圈選一個數字，並請避免每題皆圈選同一個程度。

		非常不符合	不符合	普通	符合	非常符合
1.	LINE 是我和他人溝通交流的重要管道。	1	2	3	4	5
2.	我希望大家都能使用 LINE，以利彼此互動溝通。	1	2	3	4	5
3.	我喜歡用 LINE 和別人互動溝通。	1	2	3	4	5
4.	LINE 能夠幫助我與他人建立良好的社交關係。	1	2	3	4	5
5.	因為大家多使用 LINE 互動，所以我也跟著使用。	1	2	3	4	5
6.	如果不能使用 LINE 和別人互動，我會很失落。	1	2	3	4	5
7.	我常常加入 LINE 的各類官方帳號(例如：公共、生活服務及品牌購物...等)以獲取各項資訊或活動訊息。	1	2	3	4	5
8.	我會每天在 LINE 上閱覽、收看新聞。	1	2	3	4	5
9.	我會時時查看 LINE 好友的貼文串動態。	1	2	3	4	5
10.	我會使用 LINE 的傳遞檔案功能於工作的聯繫溝通。	1	2	3	4	5
11.	我會使用 LINE 的記事本功能於工作上。	1	2	3	4	5
12.	我會使用 LINE 的相簿功能於工作上。	1	2	3	4	5
13.	我覺得使用 LINE 的語音通話或視訊功能和他人進行工作溝通，方便又經濟。	1	2	3	4	5
14.	我覺得將同事加為 LINE 聯絡人及加入工作群組，有助於工作溝通聯繫。	1	2	3	4	5

DOI:10.6814/NCCU202000804

【第三部分：職場友誼】

1.此部分主要在瞭解您於學校工作職場中，與同事認識、交流與解決問題情形、私下交談的機會，以及職場外來往、人際網路互動信賴程度。
2.請依照您實際的觀察與感受，於每一題的選項中，將同意程度圈選出來，例：1 2 3 4 ⑤；每題均需作答，且均需圈選一個數字，並請避免每題皆圈選同一個程度。

		非常不符合	不符合	普通	符合	非常符合
1.	我有機會了解我的同事。	1	2	3	4	5
2.	我有機會和同事一起解決問題。	1	2	3	4	5
3.	在學校裡，我有機會與同事私下交談閒聊。	1	2	3	4	5
4.	我的學校鼓勵同事之間彼此交流互動。	1	2	3	4	5
5.	在學校工作職場中，我與同事之間有發展良好友誼的機會。	1	2	3	4	5
6.	只要工作完成，同事間常會有非正式的交談機會。	1	2	3	4	5
7.	在工作中，我和同事建立了深厚的友誼。	1	2	3	4	5
8.	在工作場所外，我會與同事有社交活動。	1	2	3	4	5
9.	我會向同事傾訴心情。	1	2	3	4	5
10.	我覺得多數的同事都可以信任。	1	2	3	4	5
11	能夠見到同事，是我期待工作的原因之一。	1	2	3	4	5
12	我認為同事能成為真正的朋友。	1	2	3	4	5

政 治

DOI:10.6814/NCCU202000804

【第四部分：工作投入】

1.此部分主要在瞭解您於學校工作職場中，對於工作投入的情形程度。
2.請依照您實際的觀察與感受，於每一題的選項中，將同意程度圈選出來，例：1 2 3 4 ⑤；每題均需作答，且均需圈選一個數字，並請避免每題皆圈選同一個程度。

		非常不符合	不符合	普通	符合	非常符合
1.	在工作中，我感到自己充滿能量。	1	2	3	4	5
2.	在工作中，我感覺幹勁十足且有活力。	1	2	3	4	5
3.	每當早上一起床，我就想要去工作。	1	2	3	4	5
4.	我的工作很有意義，讓我充滿熱情。	1	2	3	4	5
5.	我的工作很有價值，讓我願意接受挑戰。	1	2	3	4	5
6.	我對於我的工作能對學校有所貢獻，感到自豪。	1	2	3	4	5
7.	當我專心努力工作，便覺得很開心。	1	2	3	4	5
8.	我時常沈浸在自己的工作中。	1	2	3	4	5
9.	我工作的時候，很專心投入。	1	2	3	4	5

ional Chengchi Univers

【問卷至此結束，煩請檢視是否填答完整，由衷感謝您費心填答 ！】

DOI:10.6814/NCCU202000804

附錄五 正式調查問卷

臺北市國民小學兼任行政教師社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入之關係研究

敬愛的教育先進您好：

感謝您百忙中協助填寫本問卷，本研究旨在瞭解臺北市國民小學兼任行政教師「社群媒體使用行為、職場友誼與工作投入」之現況。煩請依您個人感受與實際狀況逐題作答，填答資料採不記名方式，僅供學術研究之用，敬請安心填答。懇請您將本問卷填妥後交回貴校協助發放問卷人員彙整，由衷感謝您的協助，謹致上萬分謝忱！敬祝

教安

國立政治大學教育學院學校行政碩士在職專班

指導教授：郭昭佑 博士

研究生：王惠瑩 敬啟

【第一部分：基本資料】

請依個人實際現況勾選，於適當的選項打「✓」，每題皆須填答，請勿遺漏。

1.性別：（1）□男　（2）□女

2.年齡：（1）□35 歲（含）以下（2）□36 歲~45 歲（3）□46 歲（含）以上

3.婚姻狀況：（1）□已婚　（2）□未婚

4.最高學歷：（1）□師專、師範校院畢業（2）□一般大學（含師資班、教育學程、40 學分班）畢業（3）□研究所以上畢業

5.行政年資：（1）□5 年（含）以下（2）□6~10 年（3）□11~15 年（4）□16 年（含）以上

6.兼任行政職務：（1）□教師兼任主任　（2）□教師兼任組長

7.學校規模：（1）□12 班（含）以下（2）□13~24 班（3）□25~48 班（4）□49 班（含）以上

8.學校歷史：（1）□30 年（含）以下（2）□31 年~60 年（3）□61 年（含）以上

DOI:10.6814/NCCU202000804

【第二部分：社群媒體使用行為】

1. 此部分在於瞭解您的社群媒體使用行為，本問卷以「LINE」為研究主體，請依照您實際的觀察與感受，於每一題的選項中，將符合程度圈選出來，例：1 2 3 4 ⑤。
2.每題均需作答，且均需圈選一個數字，並請避免每題皆圈選同一個程度。

		非常不符合	不符合	普通	符合	非常符合
1.	我希望大家都能使用 LINE，以利彼此互動溝通。	1	2	3	4	5
2.	我喜歡用 LINE 和別人互動溝通。	1	2	3	4	5
3.	LINE 能夠幫助我與他人建立良好的社交關係。	1	2	3	4	5
4.	因為大家多使用 LINE 互動，所以我也跟著使用。	1	2	3	4	5
5.	我常常加入 LINE 的各類官方帳號(例如：公共、生活服務及品牌購物...等)以獲取各項資訊或活動訊息。	1	2	3	4	5
6.	我會每天在 LINE 上閱覽、收看新聞。	1	2	3	4	5
7.	我會時時查看 LINE 好友的貼文串動態。	1	2	3	4	5
8.	我會使用 LINE 的傳遞檔案功能於工作的聯繫溝通。	1	2	3	4	5
9.	我會使用 LINE 的記事本功能於工作上。	1	2	3	4	5
10.	我會使用 LINE 的相簿功能於工作上。	1	2	3	4	5

DOI:10.6814/NCCU202000804

【第三部分：職場友誼】

1.此部分主要在瞭解您於學校工作職場中，與同事認識、交流與解決問題情形、私下交談的機會，以及職場外來往、人際網路互動信賴程度。
2.請依照您實際的觀察與感受，於每一題的選項中，將同意程度圈選出來，例：1 2 3 4 ⑤；每題均需作答，且均需圈選一個數字，並請避免每題皆圈選同一個程度。

		非常不符合	不符合	普通	符合	非常符合
1.	我有機會了解我的同事。	1	2	3	4	5
2.	我有機會和同事一起解決問題。	1	2	3	4	5
3.	在學校裡，我有機會與同事私下交談閒聊。	1	2	3	4	5
4.	我的學校鼓勵同事之間彼此交流互動。	1	2	3	4	5
5.	在學校工作職場中，我與同事之間有發展良好友誼的機會。	1	2	3	4	5
6.	只要工作完成，同事間常會有非正式的交談機會。	1	2	3	4	5
7.	在工作中，我和同事建立了深厚的友誼。	1	2	3	4	5
8.	在工作場所外，我會與同事有社交活動。	1	2	3	4	5
9.	我會向同事傾訴心情。	1	2	3	4	5
10.	我覺得多數的同事都可以信任。	1	2	3	4	5
11	能夠見到同事，是我期待工作的原因之一。	1	2	3	4	5
12	我認為同事能成為真正的朋友。	1	2	3	4	5

政 治

DOI:10.6814/NCCU202000804

【第四部分：工作投入】

1.此部分主要在瞭解您於學校工作職場中，對於工作投入的情形程度。
2.請依照您實際的觀察與感受，於每一題的選項中，將同意程度圈選出來，例：1 2 3 4 ⑤；每題均需作答，且均需圈選一個數字，並請避免每題皆圈選同一個程度。

		非常不符合	不符合	普通	符合	非常符合
1.	在工作中，我感到自己充滿能量。	1	2	3	4	5
2.	在工作中，我感覺幹勁十足且有活力。	1	2	3	4	5
3.	每當早上一起床，我就想要去工作。	1	2	3	4	5
4.	我的工作很有意義，讓我充滿熱情。	1	2	3	4	5
5.	我的工作很有價值，讓我願意接受挑戰。	1	2	3	4	5
6.	我對於我的工作能對學校有所貢獻，感到自豪。	1	2	3	4	5
7.	當我專心努力工作，便覺得很開心。	1	2	3	4	5
8.	我時常沈浸在自己的工作中。	1	2	3	4	5
9.	我工作的時候，很專心投入。	1	2	3	4	5

ional Chengchi Univers

【問卷至此結束，煩請檢視是否填答完整，由衷感謝您費心填答 ！】

DOI:10.6814/NCCU202000804