

以同儕互動理論分析知識分享之影響因素

林孟源
嶺東科技大學資訊管理系
mydavid@teemail.ltu.edu.tw

童國偉
嶺東科技大學資訊管理系
evevonon@msn.com

摘要

目前關於知識分享的研究大多是利用LMS(Learning Management System)來進行分析和討論其成效，但是知識分享本身就是一種人與人直接的交流分享，所以用LMS這種平台的方式去分析影響分享知識的因素難免會無法找到其他影響的因素，因此本研究嘗試利用同儕互動之相關理論來對知識分享做一個研究。

本研究參考了眾多篇文獻，找到有關同儕互動之各種理論，在眾多理論中篩選出部分作為研究的構面因素，再經由發放問卷之方式來進行知識分享的研究，以及發現同儕互動在知識分享上之影響。

經實證分析發現，本研究假設的多數構面對於知識分享都有正向顯著影響。此一實證結果，可做為後續關於應用同儕互動理論在知識分享研究中學術與實務方面的參考與建議。

關鍵詞：知識分享、同儕互動、理性行為理論

1. 緒論

1.1 研究背景

在1996年聯合國經濟合作開發組織所公佈的「知識經濟報告」中指出，知識經濟將會改變全球的經濟活動，知識為提升生產力以及經濟的主動力。我國為因應這個時代趨勢，在2000年訂定「知識經濟方案」，希望能將我國的知識經濟以及成長力帶往一個新的里程碑。一個社會是由許多組織組織所構成，一個組織又是由許多人組成，組織的價值來自於人的知識，在知識社會中，人以及組織就是最重要的，如何管理以及提升知識和價值是一個極為重

要的議題。知識分作個人知識和組織知識，透過人們的知識交流便可提升組織的知識層次；然而組織無法自行產出知識，知識大多由人與人的互動產出，所以人們會因為哪些因素而影響分享知識的意願，是本研究要探討的議題。

1.2 研究動機

知識分享以前原本都是藉由口耳相傳或是實際的討論去進行互動或是傳授，在這個資訊的時代，不論各公司行號，或教育機構都會利用資訊教育平台去進行資訊的分享與討論。在知識管理中，科技並不是主要的因素，而是個工具，它提供了使用者一個輔助的功能。知識分享的重點在於人而不是科技，分享知識的是人，人的知識分享行為決定了擴散的效益。學生在學期間，透過活動的參與以及經驗交換中，建構個人思想觀念，這樣的過程就稱作同儕互動。本研究嘗試使用這種最直接的同儕互動來探討會影響知識分享的意願與因素，透過以上的研究分析有助於尋找出可提升組織知識成長影響的因素。

1.3 研究目的

隨著資訊科技百步如一日的發展，網際網路儼然成為現代人生活中不可缺少一個部份，其應用包羅萬象，包括電子佈告欄(Bulletin Board System; BBS)、全球資訊網(World Wide Web; WWW)、檔案傳輸協定(File Transfer Protocol; FTP)、終端機模擬程式(Telnet)、電子郵件(E-mail)和新聞群組(Newsgroup)等。人們皆藉由網路來傳遞資訊以及知識，到近期出現部落格(Blog)、維基百科(Wikipedia)和社會網路書籤(Social Bookmarking)以及社群網站(Social Networking)等，但是知識分

享之行為不應該是只有透過這些科技之形式，重點應該還是在於「人」的互動上面。本研究參考眾多文獻，找出有關同儕互動的各種理論，搭配計劃行為理論 (Theory of Planned Behavior, TPB)，試圖找出哪些是影響知識分享行為意願的顯著因素。

2. 文獻探討

2.1 同儕 (peer) 之定義

關於同儕之定義，各學者所提出的觀點雖然不同，但大致都是有共通的，根據韋式字典 (1996) 的定義為：「同儕」是指「在隸屬於在相同年紀、等級或是地位為基礎的團體中，與他人相同地位者」。而 Engling (1958) 則提出同儕關係為個人和同輩之間的交互關係。同儕關係又稱作「社會關係」或是「友伴關係」(馬藹屏, 1987)，意指同儕關係在社會或是學校之間的同学關係都是一個重要的互動。

2.2 同儕互動之定義

同儕互動是指年齡相近的個體，透過語言符號和活動的參與，彼此交換經驗和意見、提出疑問與相互質疑等互動行為，來建構個人思想觀念的過程 (林姿君, 2000)。

2.3 同儕互動之實例

加州大學柏克萊分校 (University of California, Berkeley) 是全美首屈一指的公立大學，每年有約四萬名來自世界各地的優秀學生申請進入這所學府，但最後只有九千人可以如願。儘管學生程度優異，該校依然設有「學生學習中心」，對於提高大學生學習成效絲毫不敢鬆懈。經過長期的實施發現有以下五點：

- 一、尊重學習獨特性
- 二、同儕學習之成效顯著
- 三、同學當小老師、學習動力倍增
- 四、協助新生度過學習轉換期

五、學習中心不是功課中心

2.4 知識分享

知識分享一直是知識管理中很重要的一個部份，若組織內的成員不分享知識，則整個組織便無法擁有充分的知識去執行、管理或創新，成員間亦無法激發更多的想法。許多組織無法成功執行知識管理便是內部成員不願分享。人性本好分享知識，人們不願分享知識大多是環境的因素，造成人們不願去分享知識的習慣，因此組織應該需要建立一個有利於知識分享的機制，如：組織文化、降低障礙的科技、以及促進知識分享的專人 (Hidding & Shireen, 1998)。Bostrom (1989) 認為有效率的知識分享可以視為是一種團體間綜效的產生，這種綜效被定義為人與人的相互了解與尊重。

知識分享的意願一般是指心裡與行為一致的狀態，也就是說，當組織成員有問題請教於你時，不會有所保留就傾囊相授，甚至是主動提供更多的知識給他人，這就是一種行為與心理一致的狀態。

在知識分享中有太多的因素會去阻礙其進行，這些因素可以統稱為「阻力」，這些阻力會使知識分享之行為速度減緩或無法順利進行，甚至會使知識在分享的過程中逐漸消失，這些都是組織中不樂於見到的。

2.5 計畫行為理論 (Theory of Planned Behavior)

2.5.1 意圖模式 (Intention-Based Model)

在衡量行為意圖時，信念 (Beliefs)、態度 (Attitude) 和感覺 (Affection) 為最接近個體表現於外的實際行為。就此而言，當在預測個體從事某項行為的模式和發展時，應深入的瞭解個體對進行該行為時的意圖念頭 (Ajzen & Fishbein, 1975)。

過往研究顯示，曾有許多學者提出意圖模式來試圖探討行為意圖與態度、信念、

情感等個體心裡因素變數之間的互動關係。經過與實務之驗證後發現，以 Ajzen (1987b) 所提出的計劃行為理論最廣為被不同領域學者所接受與應用於不同研究領域。

2.5.2 理性行為理論 (Theory of Reasoned Action, TRA)

理性行動理論是由 Ajzen & Fishbein (1969) 年首先研究提出，理論主要研究目的是在於整合過去相關文獻對態度影響行為的諸多理論與架構。同時在行為意圖模式裡，Ajzen (1980) 的理性行動理論 (Theory of Reasoned Action, TRA) 也進一步加以闡釋，同時也受到很多重視並延伸其研究成果。理性行為理論 (TRA) 是一個觀念性的架構模型，但並未嚴格指定特別的個體信念或行為方式。現今對於有關各種態度或行為模式的研究顯示，研究者可以透過個體不同的行為找出與其具有相關聯的信念，同時再透過理性行為理論來加以驗證，並利用個別使用者的使用態度，便可加以推論某種信念在個體內部心理的被接受程度與影響。

因此，眾多理性行為理論相關文獻所欲表現的論點也進一步表達出，個人態度 (Attitude) 與主觀規範 (Subjective Norm, SN) 這是兩項影響個體於表現行為意圖時最重要的影響變數。

行為意圖架構模式認為在衡量個體的行為意圖時，是比信念、態度及感覺等因素更接近個體的實際行為表現。學者 Fishbein & Ajzen (1975) 於提出行為意圖模式後，Ajzen & Fishbein (1980) 提出理性行為理論 (TRA) 並且認為影響個體行為的前置關鍵因素變數是行為意圖此一方向，同時個體的行為意圖又會受到個體的行為態度或主觀規範，同時或個別的影響。

於 MIS 的研究領域中，理性行為理論 (TRA) 曾引起相當大的注意，許多研究已證實理性行為理論 (TRA) 能有效的預測觀察與解釋個體使用者使用資訊或相關系統的主要原因。理性行為理論 (TRA)

的基礎假說有三方面，第一，人們在進行事務時，大都是以理性方式來思考和運作，並且再以系統化的應用方式來運作既有的資訊；第二，此理論模式並不完全認同個體的社會行為模式，因這會受到有意識與無意識的引導所影響；第三，個體的行動是可被加以完全受自我控制的行為。根據以上之假說，發現學者 Fishbein & Ajzen 推論出個體的潛在意圖將會深入的影響著個體的行為模式，這是對進行特定行為的態度以及運作特定行為時的主觀規範將會在之前影響著個體的行為意圖的理論之模式。以下圖 1 是理性行為理論的架構圖。

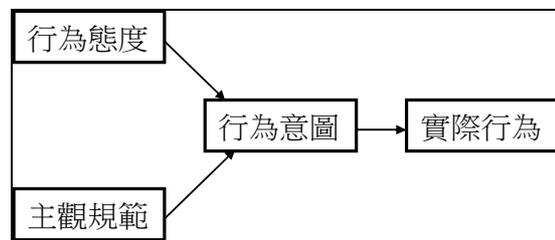


圖 1 理性行為理論

資料來源：(Ajzen & Fishbein, 1975)

2.5.3 計劃行為理論 (Theory of Planned Behavior, TPB)

學者 Ajzen (1991) 進一步提出，個體於某種情境之下，所表現出的行為並不完全被決定於個人態度與個人的主觀規範之間，有時會受到個體對該行為的「自我意志力控制」的影響。個體的許多表現於外的行為可以經由自我的意志力控制之下來進行。

根據上述發現，當個體行為越無法由自我來掌控時，自我意志力的控制就顯得愈來愈弱，當無法控制時，外顯干擾因素就會影響個體於執行該行為的能力。假如個體如上所述，則個體的態度、主觀規範和意圖，也就不能準確的來預測個體行為。為了加強在這方面的推論，學者 Ajzen (1991) 在理性行為理論 (TRA) 的架構中加入探討自我意志與認知的構面，而發展出計劃行為理論，如圖 2 所示。

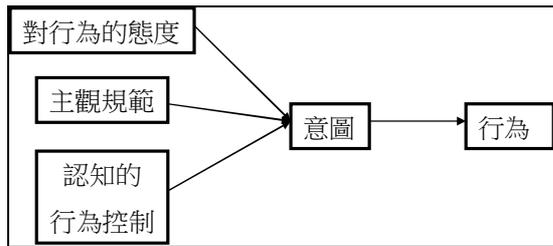


圖 2 計劃行為理論

資料來源：(Ajzen, 1991)

2.6 同儕互動之相關理論

張春興學者(2003)表示人際關係是一種人與人交流互動存在於彼此之間的關係，此種關係是對兩人或多人都會產生影響的一種心理性連結，社會心理學家所研究的人際關係主要是在友愛關係層面。故此處從各種同儕互動相關之關係理論著手，深入探討同儕間建立友愛關係的動力及方法。

2.6.1 人際需求理論 (Interpersonal Needs Theory)

又稱人際關係三向度理論 (Three-dimensional Theory)，主張一種關係的是否開始、建立或維持，全賴雙方所符合的人際需求程度，這是心理學家 William Schutz (1966) 所提出的理論，認為人類有三種最基本的人際需求，分別是愛、歸屬和控制的需求。愛的需求反映出一個人有表達愛和接受愛的慾望。歸屬的需求是希望在團體中被認同的慾望。控制的需求則是指個人希望成功地影響週遭人們的慾望。Schutz 認為人際關係的和諧來自於人們之間這三方面需求的相容與互補。

必須強調的是，人的需求有差異，而且人的需求會隨著時間而改變。當別人的需求和我們的需求明顯不同，而我們又不能理解時，我們會不清楚溝通到底出了什麼問題。所以溝通的良窳有賴雙方符合彼此人際需求的程度，而這也正是影響人際關係品質的重要因素之一。

人本心理學家 Maslow (1954) 提出人類需求理論，從最基本的的生理需求開始，依序向上為安全需求、愛與歸屬需求、自尊需求到最頂端的自我實現需求，而人際需求是緊接在基本生理需求滿足後就會出現(黃慧真譯，民 79)。McAdams 與 Losoff (1984) 指出以一個「特定友誼動機」作為一個性格向度來看，認為個體藉由發展人際關係以獲得其內在酬賞價值動機的滿足，若個體被剝奪發展適當社會關係的機會，這一類被孤立的個體會有寂寞、抑鬱的情緒感受(黃牧仁譯，民 88)。幼兒有愛人及被愛的需求，愛人使幼兒得到自信與快樂，被愛讓幼兒有安全感，感受到團體的歸屬與肯定 (Ajzen, I., 1980)。

2.6.2 社會交換理論 (Social Exchange Theory, 簡稱 SET)

這個理論通常經由報酬與代價、結果評價、結果協調及公平交換等四方面，被應用在人們的社會交往中，其中公平交換意指社會交換理論認為只有在人們覺得社會關係很公平的時候，才能得到最大的滿足，這也就是說，一個人不希望被人利用，也不希望占別人便宜(侯玉波，2003)。

Dwyer (2000) 指出社會交換理論是人類行為的經濟模型，它之所以有經濟色彩是在於它提出了「關係是基於關係人之間報償與代價的互換，而最令人滿意與最持久的關係涉及了以最低的代價換來最大的報償」，它受到最基本的批評卻在於人們並不一定總是用理智來衡量得失，因為人們有可能會去愛而不求回報。

Verderber 與 Verderber (1986) 指出以平等的態度溝通，是對他人的一種尊重，當人們彼此平等對待，而不是顯露出高人一等的姿態時，關係才能成長。陳禮中 (2002) 也認為友誼是相對互惠的，你怎麼待人，別人才會有對等的回饋和相互欣賞、讚美、尊重與肯定，必須把對方看成為「主體」，如此才會建立同儕之間正向互動的關係，而藉著此種關係促進彼此健康的認知與發展，開放心胸一起學習並攜手

解決問題，繼而擬定計畫、設定目標、創造一個美好的人生，如此的人際關係才會充實，也更具意義。

2.6.3 依賴理論 (Attachment Theory)

所謂依賴理論又稱作「依附理論 (attachment theory)」是：Bowly 在 1947 年所提出之嬰兒及幼兒期對於母親的愛之需求的理論，其認為從出生到三歲間需有母愛的撫育及愛護，若嬰、幼兒此方面遭到剝奪其生、心理及社會發展均會有極大的損害。

依附理論 (Dependency Theory) 指一個人對一另特定他人永久的情感連結，依附具有識別性與特殊性，可在任何年齡發生，嬰兒在剛出生時，最先與最常接觸人是照顧他的人，一般說來就是母親，當嬰兒能藉由逐漸熟悉父母親的面孔時，形成一種緊密的依賴關係，這就是所謂的依附關係，當嬰幼兒 (6~12 月) 與母親產生最原始的情感連結 (affectional bond)，其現象為與母親親近則高興，母親與之分離則感到不安、焦慮，會害怕陌生人。

而愛情關係是一種男女雙方情感的連結，強調的是彼此的互動，當兩人在一起時會有愉快的情緒，而在分離時會感到不捨和思念，行為上互相依賴，情感上彼此牽動，這種關係很像嬰幼兒和父母親所建立的依附關係 (attachment relationship)。

這種親密關係建立的型態 (pattern) 會影響到未來和異性親密關係 (愛情關係) 的建立，當然也會影響到面臨愛情關係結束時，所採取的態度和處理方法。這是目前社會心理學新興課題 (愛情關係) 之重要理論之一，意味愛情關係既有相關理論形成，亦即表示愛情關係是可以控制的。

心理學家 Kelly 在 1983 年指出，關係是兩個人彼此能夠影響對方，並且相互依賴；這也就是說，只有當兩個人之間能夠相互影響與依賴的時候，我們才能認定他們之間存在著關係 (侯玉波，2003)。因此我們可以說當雙方能夠互相影響對方，才

可以說雙方是存在關係，我們從上面得到了一個可能可以放進構面的因素，依賴。

2.6.4 人際吸引過程

人際吸引指的是一個人的外貌、能力、個性、地位等等條件上擁有的優勢，擁有越多良好特質的人越能吸引別人主動來接近。人都喜歡美好的人事物，當出現一個擁有吸引我們目光焦點的人時，我們自然就會被對方吸引。當優點或優勢越多，便會吸引更多人去接近他，那他社交範圍就會更容易擴大。反之，就會難以擴大人際關係。影響人際吸引力的有以下幾點：

一、美貌：美貌常是開始時構成吸引力最重要的基礎。

二、接近性：吸引力最明顯的決定性因素是接近性 (proximity)；它是一種地理上的靠近性。

三、相似性：這是彼此在特質 (如身家背景、興趣、態度、價值觀) 上的相似性越高越有可能相互吸引。

相似性可藉由學者 Heider (1958) 提出的平衡理論 (balance theory)。平衡理論的基本前提是不平衡的狀態或情況有向平衡的方向改變的趨勢。平衡理論若以圖形來表示平衡與不平衡的狀態，可包括個人 (P)、他人 (O) 與某些事物或觀念 (X)。這三者的關係可由所形成的三角形加以表示，以符號「+」表示正的關係，以符號「-」表示負的關係，其中 4 種是平衡的結構，4 種是不平衡的結構，見下圖 4：

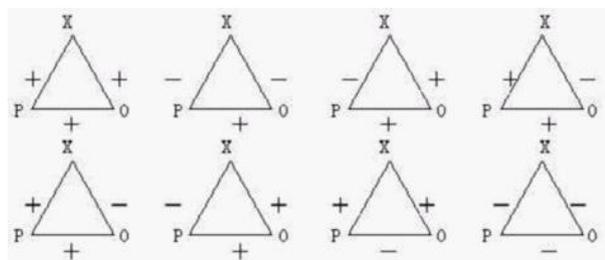


圖 4 P-O-X 關係圖

資料來源 Heider (1958)

判斷三角關係是平衡或是不平衡，其根據為三角形三邊符號必須相乘為正；不平衡則三角形三邊符號相乘為負。

由上可見，不平衡狀態會導致認知結構中的各種變化，所以，態度可以憑藉這種不平衡的關係而形成和改變。

對態度的相似性會造成影響的有下列變項：

一、 兩人意見相同議題的比率：彼此贊同的議題比率越高，越可能成為好友。

二、 態度的顯著性 (salience) 或重要性：在顯著的態度意見的一致性對決定彼此的關係是重要的。

三、 相互喜愛的程度：是否我們感覺到我們喜歡的人也喜歡我們。

張春興(2003)提到在整個人際關係發展的過程中，依人際間彼此吸引的過程來看可概分為五個階段，友誼即在此過程中形成，其中第四階段對人開放自我心理歷程的做法即為自我表露，人際關係發展到彼此都能自我表露的程度時，就到了友誼的階段；而第五階段則是把友誼當做愛情的基礎來推論，實際上未必盡然，從友誼發展為愛情只代表部分事實，不能概括說明一切男女相愛的情況。

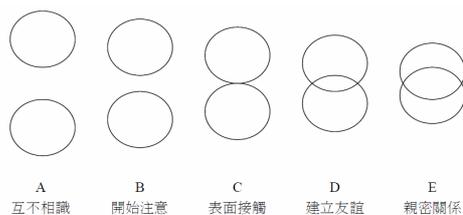


圖3 人際關係的發展

註：採自現代心理學(頁592)，張春興，2003。台北：東華。

2.6.5 社會滲透理論—自我表露

侯玉波(2003)提到儘管有許多方法可以用來與他人發展親密關係(如結交朋友)，但在心理學家看來自我表露無疑是最常用也是最有效的方法；然而，自我表露也具有疏遠與他人關係的作用；此外，多

項研究結果顯示人們的自我表露傾向受文化的影響很大，也與性別有關。Richard(2002/2006)提到隨著年紀漸長，青少年對朋友的自我表露程度漸增。Rubin等人(1998)也指出青少年的友誼是否穩定，親密與自我表露是友誼的指標。事實上在許多心理學家看來，一個人是否有適當的自我表露是他的人格健康與否的重要指標。

2.6.6 行為學派—社交技巧訓練

社交技巧訓練是一種引導學習社會行為的方法，重視學生對社會行為的瞭解，並且大量利用視覺教材來達到教學目的。

Meyers 與 Nelson(1986)認為想在社會上被接受，個人特質和社交技巧是非常重要的項目，也就是說，個人特質和社交技巧是受歡迎與否的重要標準。Berndt 與 Keefe(1995)也認為親密的友誼可能與青少年的社會技巧有關。Richard(2002/2006)指出青少年缺乏個人化與安全認同，因此他們從身邊尋求朋友，從朋友身上獲取力量，並學習必要的人格與社交技巧、建立個人的界限及社會的定義，這有助於他們成為較廣闊的成人世界的一部分。而社交技巧的相關理論都強調社會技巧是經由學習而得(黃德祥，1998)。許雅嵐(2002)也建議學生訓練社交技巧。

此外，根據李佳霽(2009)學者之研究證明了「社交技巧」在同儕關係的建立上扮演著重要角色。具有交朋友適當與不適當策略的知識在建立被同儕接納的關係上是重要的(Wentzel & Erdly, 1993)。這些策略知識和洞悉能力相當實用，因為青少年可自此發展出合乎同儕期望的行為風格，成為發展正向同儕關係的重要基礎(East et al., 1992)。蘇秋碧(2000)指出兒童不適當的行為表現是導致其被同儕拒絕的普遍性行為表徵，導致兒童被同儕拒絕的真正原因是因為這些行為表現觸犯了團體中的規範，或是侵犯到他人身體、財物、人格和自由，甚至可能是因為其本身和同儕相處時本身缺乏社會認知能力、社交技巧和

學業能力所引起。由此可知，和友伴發展親密關係的方法有很多，而巧妙地運用社交技巧能夠讓同儕關係更加美好。

一般而言，受歡迎的青少年能被人接受是因為他們的外表整齊、打扮得體、長相好看、社交能力上能發展高度的社交技巧，以及性格上喜愛和別人一起參與多種活動，而且友善愉快、風趣外向、精力充沛 (Rice & Dolgin, 2002/2004)。

除了增進社交技巧之外，參加校內社團以及校外各種社交活動也是青少年尋求社會接受度的其他方法 (Dubois & Hirsch, 1993)。研究發現想獲得歸屬感是參與校外活動的最重要動機 (Bergin, 1989)。因為年輕人和朋友在一起做事覺得樂趣最多，和朋友在一起，他們覺得自由自在、刺激、有參與感 (Diane & Sally, 1992/1994)。

3 研究方法

3.1 研究流程

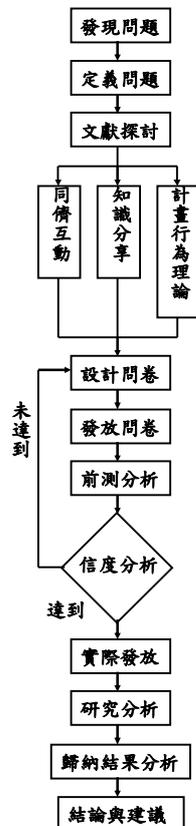


圖 5 研究流程圖

資料來源 本研究整理

3.2 研究對象

本研究欲探索之議題為同儕之間的互動是否對於知識分享會產生影響，所以鎖定的族群自然為學生族群。本研究設定為嶺東科技大學資訊管理系之學生，包含大學部以及二技部之學生。

3.3 研究工具

為了解同儕互動於知識分享互動的行為之影響因素，本研究採用問卷調查法以及使用 SPSS 統計套裝軟體進行後續的分析探討。

本研究的研究變項包括計劃行為理論的構面搭配同儕互動之相關理論共計三大構面，十個影響因素。採用態度的重要性以及顯著性來解釋對行為的態度，利益關係、歸屬感和補充以及滿足的需求來解釋主觀規範，依賴、愛慕、感覺、表達能力和接近性以及相似性來解釋認知的行為控制。問卷記分採用 Likert 五點量尺，每題有 5 個選項，分別以 1、2、3、4、5 表示，數字越小表示該選項較符合填答者的情形或看法。

表 1 各構面定義以及出處

構面	定義	出處
1 態度的重要性	在知識分享的行為中，態度的重要性，是否會影響行為的持續意圖，態度構面以禮貌、激勵性、回應、開心為主要態度進行剖析。	Heider (1958)
2 態度的顯著性	在知識分享的行為中，態度的顯著性，是否會影響行為的持續意圖，態度構面以禮貌、激勵性、回應、開心為主要態度進行剖析。	Heider (1958)

3	利益關係	探討利益關係在知識分享的持續意圖是否有影響性。	Heider (1958)
4	歸屬感	探討在知識分享的行為中，歸屬感是否會影響持續分享的意圖。	William Schutz
5	補充以及滿足的需求	探討補充以及滿足的需求對於知識分享持續意圖的影響力。	Winch (1958)
6	依賴	在知識分享持續意圖中，依賴是否會對其行為產生影響。	Kelly (1983)
7	愛慕	在知識分享持續意圖中，愛戀是否會對其行為產生影響。	William Schutz
8	感覺	在知識分享持續意圖中，感覺是否會對其行為產生影響。	Heider (1958)
9	表達能力	在知識分享持續意圖中，表達能力是否會對其行為產生影響。	侯玉波 (2003) Rubin (1998)
10	接近性以及相似性	在知識分享持續意圖中，接近性以及相似性是否會對其行為產生影響。	張春興 (2003)

3.4 研究模型

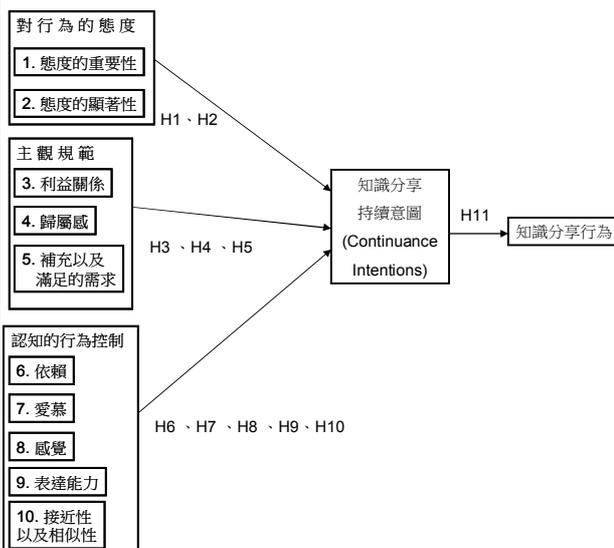


圖 5 研究模型圖

資料來源 本研究整理

由圖 5 可做出以下各點的假說：

H1：態度的重要性會對知識分享持續意圖產生正向影響。

H2：態度的顯著性會對知識分享持續意圖產生正向影響。

H3：利益關係會對知識分享持續意圖產生正向影響。

H4：歸屬感會對知識分享持續意圖產生正向影響。

H5：補充以及滿足的需求會對知識分享持續意圖產生正向影響。

H6：依賴會對知識分享持續意圖產生正向影響。

H7：愛慕會對知識分享持續意圖產生正向影響。

H8：感覺會對知識分享持續意圖產生正向影響。

H9：表達能力會對知識分享持續意圖產生正向影響。

H10：接近性以及相似性會對知識分享持續意圖產生正向影響。

H11：知識分享持續意圖會對知識分享行為產生正向影響。

3.5 資料收集

本研究問卷之資料收集，主要根據嶺東科技大學之資訊管理系學生，透過直接發放當場回收之方式，此方式可以得到較多的有效問卷，確保實驗樣本數之充足。共發放 324 份，回收 261 份，回收率為 80%。

3.6 資料分析方式

本研究使用 SPSS 為主要分析工具，分別進行敘述性統計分析、信度分析、效度分析以及相關分析。

4 資料分析

4.1 描述性統計

個人資料分為：性別、年齡、收入、教育程度、職業。

一、受測者性別部份：

從表 1 可以得知，受測者性別大多是男性，佔 56.3%，女性則為 43.7%。

表 2 受測者性別統計表

資料來源 本研究整理

性別	次數	百分比	累積百分比
男	147	56.3	56.3
女	114	43.7	100.0
總和	261	100.0	

二、受測者年齡部份：

從表 2 可以得知，受測者年齡大多落在 15-19 歲之間，佔有 65.5%，其次為 20-25 歲之間，有 32.2%，最少的為 26-30 歲之間，僅有 2.3%。

表 3 受測者年齡部份

資料來源 本研究整理

年齡	次數	百分比	累積百分比
15-19 歲	171	65.5	65.5

20-25 歲	84	32.2	97.7
26-30 歲	6	2.3	100.0
總和	261	100.0	

三、受測者收入部份：

從表 3 可以得知，受測者收入大多是落在 5000 元以下這個範圍，佔有 39.1%，其次為 5001~10,000 元，有 30.7%，再來為 10,001~15,000 元，有 26.4%。

表 4 受測者收入部份

資料來源 本研究整理

收入	次數	百分比	累積百分比
5000 元以下	102	39.1	39.1
5001~10,000 元	80	30.7	69.8
10,001~15,000 元	69	26.4	96.2
15,001~20,000 元	5	1.9	98.1
20,001~25,000 元	2	0.8	98.9
25,001~30,000 元	2	0.8	99.7
50,001 元以上	1	0.3	100.0
總和	261	100.0	

4.2 信度與效度分析

本研究採用套裝軟體 SPSS 12 作為分析的工具，首先先進行樣本的效度檢測，如下圖：

KMO 與 Bartlett 檢定

Kaiser-Meyer-Olkin 取樣適切性量數。		.677
Bartlett 球形檢定	近似卡方分配	2555.462
	自由度	946
	顯著性	.000

KMO 值 >0.6 ，顯著性也 <0.05 ，本樣本效度為足夠的。

再來針對各構面信度做分析，採用 Lee J. Cronbach (1951) 所發展的 Alpha 係數，可測量內部一致性，作為信度的指標，依分類，可分作三類：低信度：Alpha < 0.35 。

中信度： $0.35 < \text{Alpha} < 0.70$ 。高信度： $\text{Alpha} > 0.70$ 。本研究各變相之信度分析如下所述。

H1：態度的重要性會對知識分享持續意圖產生正向影響。

信度統計量

Cronbach's Alpha 值	以標準化項目為準的 Cronbach's Alpha 值	項目的個數
.770	.773	4

H2：態度的顯著性會對知識分享持續意圖產生正向影響。

信度統計量

Cronbach's Alpha 值	以標準化項目為準的 Cronbach's Alpha 值	項目的個數
.795	.797	4

H3：利益關係會對知識分享持續意圖產生正向影響。

信度統計量

Cronbach's Alpha 值	以標準化項目為準的 Cronbach's Alpha 值	項目的個數
.828	.826	4

H4：歸屬感會對知識分享持續意圖產生正向影響。

信度統計量

Cronbach's Alpha 值	以標準化項目為準的 Cronbach's Alpha 值	項目的個數
.769	.776	4

H5：補充以及滿足的需求會對知識分享持續意圖產生正向影響。

信度統計量

Cronbach's Alpha 值	以標準化項目為準的 Cronbach's Alpha 值	項目的個數
.743	.756	4

H6：依賴會對知識分享持續意圖產生正向影響。

信度統計量

Cronbach's Alpha 值	以標準化項目為準的 Cronbach's Alpha 值	項目的個數
.823	.822	4

H7：愛慕會對知識分享持續意圖產生正向影響。

信度統計量

Cronbach's Alpha 值	以標準化項目為準的 Cronbach's Alpha 值	項目的個數
.827	.828	4

H8：感覺會對知識分享持續意圖產生正向影響。

信度統計量

Cronbach's Alpha 值	以標準化項目為準的 Cronbach's Alpha 值	項目的個數
.756	.764	4

H9：表達能力會對知識分享持續意圖產生正向影響。

信度統計量

Cronbach's Alpha 值	以標準化項目為準的 Cronbach's Alpha 值	項目的個數
.722	.728	4

H10：接近性以及相似性會對知識分享持續意圖產生正向影響。

信度統計量

Cronbach's Alpha 值	以標準化項目為 準的 Cronbach's Alpha 值	項目的個數
.808	.808	4

H11：知識分享持續意圖會對知識分享行為產生正向影響。

信度統計量

Cronbach's Alpha 值	以標準化項目為 準的 Cronbach's Alpha 值	項目的個數
.896	.896	4

由以上可知本研究之信度都均大於 0.70，顯示此問卷的信度頗佳。

4.3 相關性分析

相關性分析主要是分析研究所提出的各個構面之間相關的程度，在依研究架構將同儕互動各理論與知識分享間的相關進行分析，在研究假說中我們欲探討各構面與知識分享構面之間的相關性，其分析整理結果如表 5 所示。

表 5 相關性分析結果

資料來源 本研究整理

		知識持續分享意圖
態度的重要性	Person 相關	.170
	顯著性 (雙尾)	.052
態度的顯著性	Person 相關	.052
	顯著性 (雙尾)	.632
利益關係	Person 相關	.140
	顯著性 (雙尾)	.201
歸屬感	Person 相關	.386 (**)
	顯著性 (雙尾)	.000
補充以及 滿足的需求	Person 相關	.541 (**)
	顯著性 (雙尾)	.000
依賴	Person 相關	.514 (**)

	顯著性 (雙尾)	.000
愛慕	Person 相關	.269 (*)
	顯著性 (雙尾)	.012
感覺	Person 相關	.303 (**)
	顯著性 (雙尾)	.005
表達能力	Person 相關	.246 (*)
	顯著性 (雙尾)	.022
接近性	Person 相關	.432 (**)
以及相似性	顯著性 (雙尾)	.000

		知識分享行為
知識持續分享意圖	Person 相關	.686 (**)
	顯著性 (雙尾)	.000

因此問卷分析顯示在研究假說 H1 到 H11 的結果如下表 6 所示。

表 6 各假說結果

資料來源 本研究整理

假說	構面解說	驗證結果
H1	態度的重要性會對知識分享持續意圖產生正向影響	不成立
H2	態度的顯著性會對知識分享持續意圖產生正向影響	不成立
H3	利益關係會對知識分享持續意圖產生正向影響	不成立
H4	歸屬感會對知識分享持續意圖產生正向影響	成立
H5	補充以及滿足的需求會對知識分享持續意圖產生正向影響	成立
H6	依賴會對知識分享持續意圖產生正向影響	成立
H7	愛慕會對知識分享持續意圖產生正向影響	部份成立

H8	感覺會對知識分享持續意圖產生正向影響	成立
H9	表達能力會對知識分享持續意圖產生正向影響	部份成立
H10	接近性以及相似性會對知識分享持續意圖產生正向影響	成立
H11	知識分享持續意圖會對知識分享行為產生正向影響	成立

5 結論

本研究所探討的議題為同儕互動理論相關的構面因素對於知識分享是否有影響，結果顯示出 11 個構面中有 3 個不成立，分別是：H1：態度的重要性會對知識分享持續意圖產生正向影響和 H2：態度的顯著性會對知識分享持續意圖產生正向影響以及 H3：利益關係會對知識分享持續意圖產生正向影響。

假說 H1 以及 H2 未成立的原因可能為本研究所定義之態度因素「禮貌」、「激勵」、「回饋反應」以及「開心」此四種因素不能完全定義到「態度」這個構面，造成態度的重要性以及顯著性假說不成立。

假說 H3 未成立之原因應該是「利益關係」對於學生此族群影響真的不大，若今天研究是針對已有利益交流的同儕間互動去進行探討，「利益關係」影響的成分可能會較大。

假說 H4 成立，在一個團體生活中，使人以及從他人感受到有歸屬感，都會使人有被肯定的感覺，由此可知讓人感受到歸屬感會對於知識分享持續意圖造成正向的影響。

假說 H5 成立，人的本性都是喜好分享以及分享知識，因此補充他人的知識以及滿足自己對於知識的需求，都會對於知識分享持續意圖產生正向的影響。

假說 H6 成立，人是一種群居的個體，不可能離羣居索，因此互相依賴是一個很

重要的因素，特別對於人們知識交流的互動中更為重要，由此可知依賴會對知識分享持續意圖產生正向的影響。

假說 H7 部分成立的原因可能為研究族群為青年（16 歲至 25 歲之間），若是實驗族群設定於青少年族群（約 12 至 18 歲）或是壯年（26 歲至 35 歲之間）勢必會得到更有趣的結果。大膽假設「愛慕」此構面因素會隨著年齡增長而逐漸不顯著或是隨著年齡降低而逐漸顯著。

假說 H8 成立，本研究所定義之「感覺」為情緒的焦慮以及自尊性的感受，由此構面可以發現情緒的高低以及使人感受到是否被肯定，會對於知識分享的持續意圖產生正向的影響。

假說 H9 部分成立的原因可能為人際關係間表達能力有時候會跟人的理解力有關係，表達能力雖然很重要，可是有時候不一定要有很順暢的表達方式就可以表達出來，所以表達能力跟知識分享持續意圖的相關性只有達到部份相關。

假說 H10 成立，同儕間的個性、習慣或是想法有時候會因為很相似而一起有很多互動，正所謂「物以類聚」。當習慣和想法等習性都很相近的話，對於知識的想法以及交流方式必定也會很接近，因此接近性以及相似性對於知識分享持續意圖的相關性自然很高。

假說 H11 成立，若同儕間皆持續進行著知識分享，則自己勢必也會跟進，進行持續分享知識的行為，這或許就是所謂的「風氣」，若培養起一股「風氣」，則學習及辦事成效必定事半功倍。

6 建議

在組織中人是最重要的資源，而知識分享是在組織中很重要的一種行為。透過人們的互動分享，可以增進組織內部的知識，激發更多組織成員的知識成長。

根據本研究結果，以「禮貌」、「激勵」、「回饋反應」以及「開心」此四種因素去定義「態度」構面應用於知識分享，並無

法顯示出其影響程度，因此後續研究可嘗試探討哪些因素可以定義出「態度」此構面，或是找尋出更好的構面去做影響程度的研究。

關於「利益關係」部分成立，後續研究可以根據「利益關係」搭配其他的構面，變更研究族群或針對年齡層較小或是較大的族群進行，想必可以發現「利益關係」此構面對於不同年齡層族群的影響程度；而「愛慕」此假說也可以根據年齡層不同的族群去進行探討。大膽假設「利益關係」會隨著年齡逐增而增加其影響程度，則「愛慕」此假說會根據年齡逐增而減少其影響程度。

表達能力假說在本研究中只有達到部份成立，可能表示學生族群認為表達能力不是很重要的。後續研究可以針對其他的族群去進行探討。本研究對象皆為學生，可能平時表達方式都是以數位方式，若是族群設定為經常以實體溝通居多族群，研究結果可能會跟著不同。

其餘假說皆成立的構面，可用於後續關於應用同儕互動理論在知識領域中學術與實務的參考與建議。

致謝

多少次在構思致謝詞的內容，但是看著論文本身仍然還有許多地方不完善，就打消了構思致謝內容的念頭。但是到實際要打致謝的時候，卻又辭窮不知道該打些什麼，心中有太多的感謝，感謝一路指導我的教授林孟源老師，從我不知道我的研究方向，猶如汪洋中的一條船，大海撈針似的尋找一個題目，老師又猶如黑夜中的一盞明燈，指引了我一個方向，使我順利的找到了一個喜歡的題目。在研究的過程中，也不時的給我鼓勵以及勉勵，在我的研究猶如脫韁野馬時，不時的拉我一把，使我的研究不致於脫離軌道。在我最後論文初稿完成時，也不吝的給我許多對於文句的修改、敘述方式等建議，種種的感謝實在是一言難以道盡。

其次要感謝的是在這段期間，陪伴著我

一起撰寫論文、尋找資料以及努力的研究室同學們，在最沮喪的時候有你們陪伴著我一起度過，在我需要幫助的時候即時伸出手的你們，在研究所的這些日子當中，認識你們是上天給我的恩賜。

最後我要感謝我的父母與兄長，感謝您們的栽培，使我衣食無缺而能專心在學習上，感謝您們的信任與支持，放心讓我完成這個人生中重大的決定，最後得以完成此篇論文，僅以本論文與一顆感謝的心，獻給您們。

參考文獻

- [1] 李佳霽，高中生親子關係、性別平等觀念及同儕關係之相關研究，國立嘉義大學家庭教育與諮商研究所碩士論文，2009。
- [2] 林姿君，同儕互動中閱讀策略使用歷程之探討-以國小四年級國語科小組討論為例。台北市立師範學院國民教育研究所碩士論文，未出版，台北市，2000。
- [3] 侯玉波，社會心理學，台北：五南，2003。
- [4] 侯嘉昌，知識工作者藉由部落格進行知識分享對壓力紓解之影響研究，大同大學資訊經營研究所碩士論文，2009。
- [5] 張春興，張氏心理學辭典，台北：東華，2002。
- [6] 張春興，現代心理學，台北：東華，2003。
- [7] 許雅嵐，國中班級同儕團體互動之研究，未出版之碩士論文，國立高雄師範大學，高雄，2002。
- [8] 陳禮中，人際大挑戰，台北：宇河，2002。
- [9] 黃德祥，青少年發展與輔導，台北：五南，1998。
- [10] 鄭玉珠，「別人能，我也能」--增進幼兒同儕互動技巧之策略，網路社會學通訊地 65 期，國立嘉義大學幼兒教育研究所，2007。
- [11] 蘇秋碧，國小六年級被同儕拒絕兒童其被同儕拒絕因素之研究，未出版之碩士論文，國立台中師範學院，2000。

- [12] 建立「學生教學生」的同儕學習模式—加州大學柏克萊校區學生學習中心，<http://epaper.heeact.edu.tw/archive/2007/03/09/173.aspx>
- [13] Ajzen, I., & Fishbein, M. Bayesian analysis of attribution processes. *Psychological Bulletin*, 82 (2) ,1975, 261-277.
- [14] Ajzen, I. Communication and persuasion - central and peripheral routes to attitude-change - petty, re, cacioppo, jt. *Contemporary Psychology*, 32(12),1987b, 1009-1010.
- [15] Ajzen, I., & Fishbein, M. Prediction of behavioral intentions in a choice situation. *Journal of Experimental Social Psychology*, 5 (4) ,1969, 400.
- [16] Ajzen, I. Understanding events - affect and the construction of social-action - heise, dr. *Contemporary Psychology*, 25 (10) , 1980, 775-776.
- [17] Ajzen, I., & Fishbein, M. Bayesian analysis of attribution processes. *Psychological Bulletin*, 82 (2) , 1975, 261-277.
- [18] Ajzen, I. Understanding events - affect and the construction of social-action - heise, dr. *Contemporary Psychology*, 25 (10) , 1980, 775-776.
- [19] Ajzen, I. The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2),1991,179-211.
- [20] Ajzen, I. Message-attitude-behavior relationship - theory, methodology, and application -cushman, dp, mcphee, rd. *Contemporary Psychology*, 26 (12) ,1981, 964-966.
- [21] Ajzen, I., & Fishbein, M. Use and misuse of bayes theorem in causal attribution – don't attribute it to ajzen and fishbein either. *Psychological Bulletin*, 85 (2) ,1978, 244-246.
- [22] Ajzen, I., & Fishbein, M. Attitude-behavior relations - theoretical-analysis and review of empirical-research. *Psychological Bulletin*, 84 (5) ,1977, 888-918.
- [23] Ajzen, I. The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50 (2) , 1991, 179-211.
- [24] Ajzen, I., & Fishbein, M. Use and misuse of bayes theorem in causal attribution – don't attribute it to ajzen and fishbein either. *Psychological Bulletin*, 85 (2) , 1978, 244-246.
- [25] Ajzen, I., & Madden, T. J. Prediction of goal-directed behavior - attitudes, intentions, and perceived behavioral-control. *Journal of Experimental Social Psychology*, 22 (5) , 1986, 453-474.
- [26] Bergin, D. A. Student goals for out-of-school learning activities. *Journal of Adolescent Research*, 4, 1989, 92-109.
- [27] Berndt, T. J., & Keefe, K. Friends' influence on adolescents' adjustment to school. *Child Development*, 66 (5) , 1995, 1312-1329.
- [28] Blau, P. *Exchange and Power in Social Life*. New York: Wiley. 1964.
- [29] Bostrom, R.P. Successful application of communication techniques to improve the systems development process. *Information & Management*, 1989, 16 (5) :279-259.
- [30] Bright, A. D., & Fishbein, M. Application of the theory of reasoned action to the National Park Service's controlled burn policy. *Journal of Leisure Research*, 25 (3) , 1993, 263.
- [31] Davenport, T. H., & Prusak, L. *Working Knowledge: How Organizations Manage What They know*. Boston: Harvard Business School Press, 1998.
- [32] Davenport, T. H., & Voelpel, S. C. Strategic management in the knowledge economy. *Long Range Planning*, 2004, 37 (1) , 103-105.
- [33] Diane E. P., & Sally W. O. *發展心理學—人類發展* (黃慧真譯), 台北: 桂冠, 1994, 原著出版於 1992。
- [34] Dubois, D. L., & Hirsch, B. J. School/non-school friendship patterns in early adolescence. *Journal of Early Adolescence*, 13, 1993, 102-122.

- [35] Dwyer, D. *Interpersonal relationships*. New York: Routledge, 2000.
- [36] East, P., Lerner, R.M., Lerner, J. V., Soni, R. T., Ohannessian, C. M., & Jacobson, L. P. Early adolescent-peer group fit, peer relations, and psychosocial competence: A short-term longitudinal study. *Journal of Early Adolescence*, 12(2), 1992,132-152.
- [37] Fishbein, M., & Ajzen, I. Attitudes towards objects as predictors of single and multiple behavioral criteria. *Psychological Review*, 81 (1), 1974,59-74.
- [38] Hankins, M., French, D., & Horne, R. Statistical guidelines for studies of the theory of reasoned action and the theory of planned behaviour. *Psychology & Health*, 2000,15 (2), 151-161.
- [39] Heberlein, T. A., & Black, J. S. Attitudinal specificity and prediction of behavior in a field setting. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1976,33 (4), 474-479.
- [40] Hidding, G. & Shireen, M.C. Anatomy of a learning organization: Turning knowledge into capital at Anderson Consulting. *Knowledge and Process Management*, 1998,5 (1) : 3-13.
- [41] Jang, S., Hong, K., Bock, G. W., & Kim, I. Knowledge management and process innovation: The knowledge transformation path in Samsung SDI. *Journal of Knowledge Management*, 2002,6 (5), 479-485.
- [42] Jang, S., Hong, K., Bock, G. W., & Kim, I. Knowledge management and process innovation: The knowledge transformation path in Samsung SDI. *Journal of Knowledge Management*, 2002,6 (5), 479-485.
- [43] Kelly, H. H., & Thibaut, J. W. *The Social Psychology of Groups*. New York: John Wiley and Sons, 1959.
- [44] Meyers, J. E., & Nelson, W. M. III. Cognitive strategies and expectations as components of social competence in young adolescents. *Adolescence*, 1986, 21, 291-303.
- [45] Rice F. P., & Dolgin K. G., 青少年心理學連廷嘉、黃俊豪譯,台北：學富,2004 原著出版於 2002.
- [46] Richard M. L. 青少年心理學：青少年的發展、多樣性、脈絡與應用,黃德祥、薛秀宜、謝龍卿、洪佩圓、黃惠鈴、朱麗勳等譯,台北：心理。2006,原著出版於 2002.
- [47] Rubin, K. H., Bukowski, W., & Parker, J. G. Peer interactions, relationships, and groups. In W. Damon & N. Eisenberg (Eds.), *Handbook of child psychology: Social, emotional, and personality development*, 1998, (Vol. 3, pp. 619-700). New York: Wiley.
- [48] Shepherd, R. Commentary on Shepherd, R. & Towler, G. Nutrition knowledge, attitudes and fat intake: application of the theory of reasoned action. *Journal of Human Nutrition and Dietetics*; 5, 2007,387-397. *Journal Of Human Nutrition And Dietetics: The Official Journal Of The British Dietetic Association*, 20 (3), 1992, 170-170.
- [49] Szulanski, G. Exploring internal stickiness: Impediments to the transfer of best practice within the firm. *Strategic Management Journal*, 1996,17, 27-43.
- [50] Verderber, R. F., & Verderber, K. S. *Inter-act: Using interpersonal communication skills*. Belmont, CA: Wadsworth Pub. Co, 1986.
- [51] Wentzel, K. R., & Erdly, C. A. Strategies for making friends: Relations to social behavior and peer acceptance in early adolescence. *Developmental Psychology*, 29, 1993,819-826.