

國立交通大學

理學院科技與數位學習學程

碩士論文

台灣五至八年級學生在社會性網絡中的隱私知識、隱私態度、隱私在意程度及隱私行為之探究—以

Facebook 及無名小站為例

A Survey of Privacy Knowledge, Privacy Attitude, the Degree of Privacy Concern, and Privacy Behavior on Social Network Sites for Taiwan's Fifth to Eighth Graders—A Case Study of Facebook and Wretch

研究生：許惠晴

指導教授：周 倩 教授

中華民國 一百零一 年 七 月

台灣五至八年級學生在社會性網絡中的隱私知識、隱私態度、隱私在意程度及隱私行為之探究—以 Facebook 及無名小站為例

A Survey of Privacy Knowledge, Privacy Attitude, the Degree of Privacy Concern, and Privacy Behavior on Social Network Sites for Taiwan's Fifth to Eighth Graders—A Case Study of Facebook and Wretch

研究生：許惠晴

Student：Hui-Ching Hsu

指導教授：周 倩

Advisor：Chien Chou, Ph.D



Degree Program of E-Learning

July 2012

Hsinchu, Taiwan, Republic of China

中華民國一百零一年七月

台灣五至八年級學生在社會性網絡中的隱私知識、隱私態度、隱私在意程度及隱私行為之探究—以 Facebook 及無名小站為例

研究生：許惠晴

指導教授：周 倩

國立交通大學理學院科技與數位學習學程

摘要

本研究主要以五年級到八年級學生為對象，旨在瞭解學生隱私知識、隱私態度、隱私在意程度以及隱私行為四個隱私構面，是否會因為性別、年級、使用的社群網站不同而產生差異現象，以及瞭解學生平日與假日使用社群網站之時間與四個隱私構面間是否存在相關性。

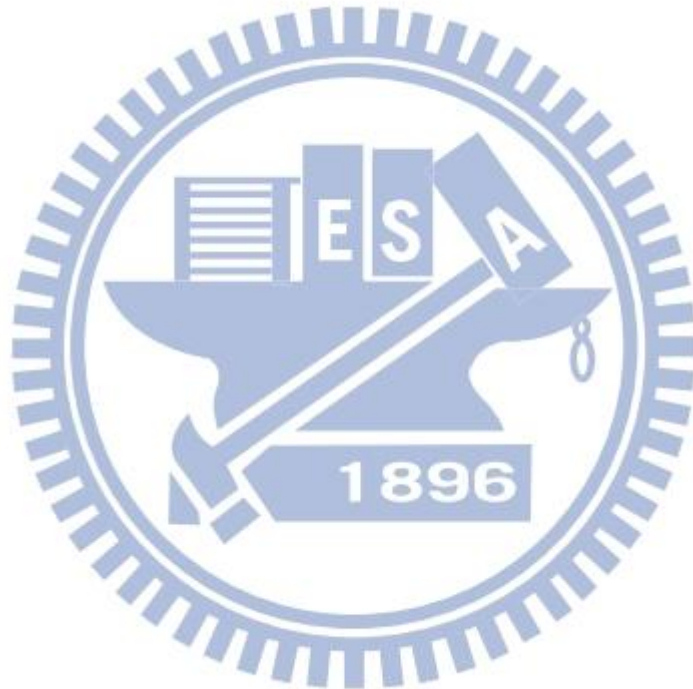
本研究採立意抽樣問卷調查法，使用研究者自編之「國中小學生隱私知識、隱私顧慮及隱私行為問卷」，研究樣本為五年級到八年級的學生，共蒐集 425 份有效問卷，並透過單因子多變量變異數分析、成對相依樣本 t 檢定、皮爾森積差相關分析以及路徑分析等統計方法，分析所得之問卷資料，接著依據分析的結果提出相關建議以供未來研究之參考。本研究主要結果如下：

- 一、隱私知識：性別對於隱私知識無差異存在；八年級的 Facebook 使用者其隱私知識表現較差；平日與假日使用社群網站時間與隱私知識間無相關性。
- 二、隱私態度：性別對於隱私態度無差異存在；年級較低的 Facebook 使用者其隱私態度較為謹慎；平日與假日社群網站使用時間與隱私態度間無相關性。
- 三、隱私在意程度：女生的無名小站使用者其隱私在意程度較高；五年級的 Facebook 使用者其隱私在意程度較八年級來得高；無名小站使用者之假日網路使用時間愈長，隱私在意程度愈低。
- 四、隱私行為：性別、年級不影響隱私行為表現，平日與假日社群網站使用時間也與隱私行為間無相關性。

五、隱私態度與隱私在意程度對於隱私行為有正向效果，且隱私態度會透過隱私在意程度對隱私行為產生間接的效果。

最後，本研究針對結果，對學校教師以及後續相關研究者提出建議。

關鍵詞：隱私知識、隱私態度、隱私在意程度、隱私行為



A Survey of Privacy Knowledge, Privacy Attitude, the Degree of Privacy Concern, and Privacy Behavior on Social Network Sites for Taiwan's Fifth to Eighth Graders—A Case Study of Facebook and Wretch

Student : Hui-Ching Hsu

Advisor: Chien Chou, Ph.D

Degree Program of E-Learning College of Science, National Chiao Tung
University

Abstract

The purpose of this study was to investigate whether or not student's four privacy dimensions (privacy knowledge, privacy attitude, the degree of privacy concern, and privacy behavior) will be influenced by their gender, grades, and different social network sites. In addition, this study also probed if there were relations existing between Internet usage time on weekdays and weekends and the preceding four privacy dimensions.

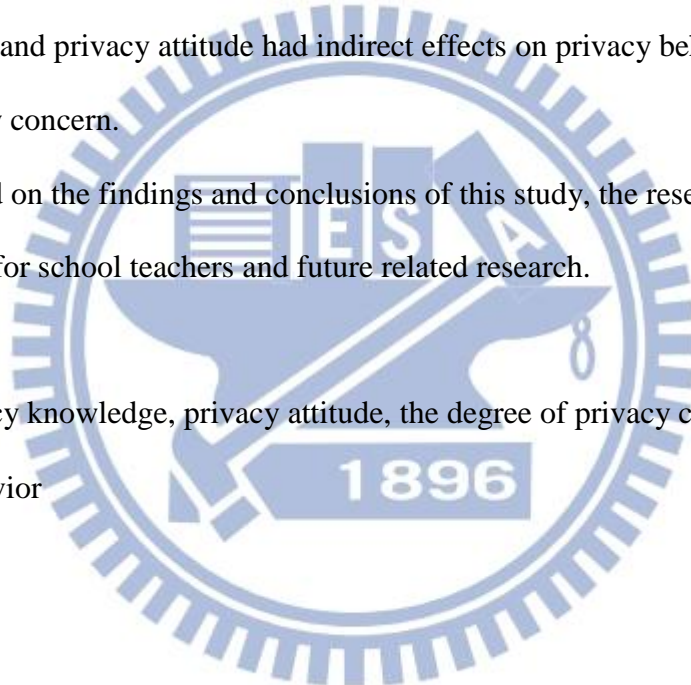
This study used stratified purposive sampling method and a questionnaire developed by the researcher. The participants were 425 students from fifth to eighth grades. The applied analysis methods included one-way MANOVA, paired-sample t test, Pearson product-moment correlation coefficient, and path analysis. According to results, the researcher makes relevant recommendations for future studies. The major findings are as follows:

1. Privacy knowledge: Gender had no impact on privacy knowledge; eighth grade Facebook users expressed worse performances on privacy knowledge; there were no relation between Internet usage time on weekdays/ weekends and privacy knowledge.
2. Privacy attitude: Gender had no impact on privacy attitude; Facebook users with lower grade were more cautious on privacy attitude; there were no relation between Internet usage time on weekdays/ weekends and privacy attitude.

3. Privacy concern: Female Wretch users had higher level on the degree of privacy concern ; fifth-grade Facebook users' degree of privacy concern were higher than the eighth grade ones; The more Internet usage time on weekends of Wretch user, the less degree of their privacy concern.
4. Privacy behavior: Gender and grades had no impact on privacy behavior, and there were also no relation between Internet usage time on weekdays/ weekends and privacy behavior.
5. Privacy attitude and the degree of privacy concern had positive effects on privacy behavior, and privacy attitude had indirect effects on privacy behavior via the degree of privacy concern.

Finally, based on the findings and conclusions of this study, the researcher proposed some suggestions for school teachers and future related research.

Keywords : privacy knowledge, privacy attitude, the degree of privacy concern, privacy behavior



誌 謝

畢業了，心中百感交集，很開心終於完成了學業，也體驗到邊工作邊念書的辛苦。讀研究所的過程中經歷了很多事情，讓我對人生產生了不一樣的看法，想法變得比較成熟，也感謝所有曾經幫助我的人，很感謝你們的付出，我才能順利畢業。

首先感謝的是我的指導教授—周倩老師，由衷感謝老師的指導與協助，在老師不斷細心修改之下，我的論文才能漸漸成形。此外，周老師是個非常好的傾聽者，也會分享她的人生經驗，不僅是課業上，在心靈上都是很棒的老師。同時也要感謝口試委員游森期老師與孫之元老師提供的寶貴意見，讓這份論文能更完整。

我還要感謝我的同學們，特別是就讀博士班的慧娟，感謝妳在統計上給我的協助，教了我很多觀念，為我解答許多困惑，給我很大的幫助。當然還有可愛的詩玲與佩娟妹妹，在求學的過程中有妳們的陪伴讓我的生活充滿歡樂，尤其是詩玲義不容辭地幫我印製、發放問卷，更令我十分感動。同樣感謝的是身為人母的大學好友盈琇，謝謝妳幫我找尋問卷發放對象，也給我很多關懷、溫暖與包容。另外要感謝其他幫我發放問卷的同學、同事及老師們，國小好友惠涓、阿簡老師、慧宜、景茹及其他未曾謀面的老師們，有你們的幫忙我才能順利完成論文。

最後，我要感謝我親愛的家人。首先是我的父母，感謝你們對我從小到大的關愛，尤其是在我求學期間不辭辛勞的接送，讓我能兼顧工作與課業，你們為孩子的付出非常偉大，也是我生命中最重要的人。再來是我可愛的妹妹，謝謝你為我加油打氣與陪伴。我愛你們。

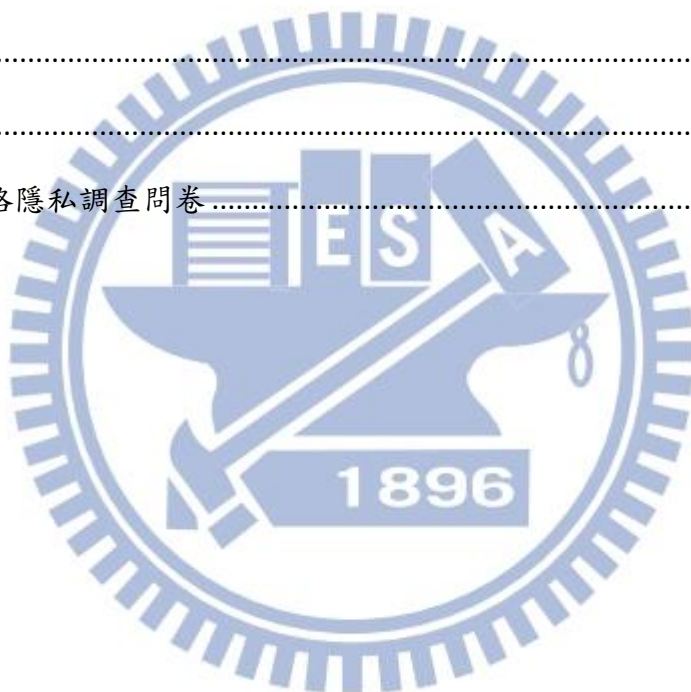
惠晴 謹誌

2012年7月18日

目 錄

中文摘要	i
英文摘要	iii
誌謝	v
目 錄	vi
表目錄	viii
圖目錄	xi
第一章 緒論	1
第一節 研究動機	1
第二節 研究背景	3
第三節 研究目的	5
第四節 研究問題	6
第二章 文獻探討	7
第一節 網路隱私	7
第二節 社會性網絡服務與隱私的關係	19
第三章 研究方法與設計	28
第一節 研究流程及方法	28
第二節 研究設計及架構	29
第三節 研究對象與抽樣方式	31
第四節 研究工具	33
第五節 資料處理	37
第四章 研究結果與分析	39
第一節 隱私態度量表之探索性因素分析 (EFA)	39
第二節 樣本基本資料與各分量表現況分析	44

第三節	不同社群網站使用者於隱私面向之差異分析	59
第四節	同時擁有無名小站與 Facebook 帳號的使用者之隱私態度差異分析	70
第五節	隱私知識、隱私態度、隱私在意程度、隱私行為之路徑分析	71
第五章	結論與建議	75
第一節	研究結論	75
第二節	研究限制	81
第三節	未來研究之建議	81
參考文獻	84
中文部分	84
英文部分	87
附錄一	社群網路隱私調查問卷	92



表目錄

表 1-2-1	臺灣地區 12 歲以上曾經上網人數推估比較—依年齡層分.....	4
表 2-1-1	各年段資訊教育之學習內涵與具備的能力.....	17
表 2-2-1	無名小站 VIP 功能表.....	21
表 2-2-2	Alexa 網站統計之臺灣前十大流量排名.....	23
表 2-2-3	各年齡層使用 Facebook 及無名小站的比例.....	25
表 3-3-1	個人線上部落格使用情形—按地區分.....	31
表 3-3-2	問卷樣本回收情形.....	32
表 3-4-1	使用社交網站之態度量表題項敘述.....	35
表 3-4-2	隱私在意程度量表之題項敘述.....	36
表 3-4-3	隱私行為量表之題項敘述.....	37
表 4-1-1	隱私態度量表之項目分析統計結果摘要(無名小站使用者).....	40
表 4-1-2	無名小站使用者隱私態度之因素分析結果.....	41
表 4-1-3	隱私態度量表之項目分析統計結果摘要(Facebook 使用者).....	42
表 4-1-4	Facebook 使用者隱私態度之因素分析結果表.....	43
表 4-2-1	學生性別與年級分布情形.....	45
表 4-2-2	學生擁有 Facebook 與無名小站帳號分布情形.....	45
表 4-2-3	不同性別學生擁有 Facebook 與無名小站帳號分布情形.....	46
表 4-2-4	不同年級擁有社群網路帳號分布情形.....	47
表 4-2-5	不同社群網路使用者受同儕影響使用與否之統計.....	48
表 4-2-6	好友名單為熟識者的分布情形.....	48
表 4-2-7	學生開始接觸網路時間分布情形.....	49
表 4-2-8	無名小站使用者平日使用時間情形分布.....	50
表 4-2-9	無名小站使用者假日使用時間情形分布.....	51

表 4-2-10	Facebook 使用者平日使用時間情形分布.....	52
表 4-2-11	Facebook 使用者假日使用時間情形分布.....	53
表 4-2-12	各題隱私知識對錯分布情形.....	54
表 4-2-13	各年級於各題隱私知識正確與否表現情形分布.....	55
表 4-2-14	各年級之隱私知識總答對題數情形分布.....	56
表 4-2-15	受測學生在 Facebook 上輸入資料之人數統計(按百分比高低排列).....	56
表 4-2-16	受測學生在無名小站上輸入資料之人數統計(按百分比高低排列).....	57
表 4-2-17	受測學生在不同網路社群上輸入資料個數分布情形.....	58
表 4-2-18	受測學生填寫不實資料情形之人數統計.....	59
表 4-3-1	不同性別無名小站使用者於隱私知識、隱私態度、隱私在意程度、隱私行為之各題項平均數、標準差分析.....	61
表 4-3-2	無名小站使用者不同隱私面向的性別差異分析.....	62
表 4-3-3	不同年級無名小站使用者於隱私知識、隱私態度、隱私在意程度、隱私行為之各題項平均數、標準差分析.....	63
表 4-3-4	無名小站使用者不同隱私面向的年級差異分析.....	64
表 4-3-5	無名小站使用者的平日網路使用時間與隱私知識、隱私態度、隱私在意程度、隱私行為間之相關分析.....	64
表 4-3-6	無名小站使用者的假日網路使用時間與隱私知識、隱私態度、隱私在意程度、隱私行為間之相關分析.....	65
表 4-3-7	不同性別 Facebook 使用者於隱私知識、隱私態度、隱私在意程度、隱私行為之各題項平均數、標準差分析.....	66
表 4-3-8	Facebook 使用者不同隱私面向的性別差異分析.....	67
表 4-3-9	不同年級 Facebook 使用者於隱私面向及各題項平均數、標準差分析.....	68
表 4-3-10	Facebook 使用者於隱私知識、隱私態度、隱私在意程度、隱私行為之年級差異分析.....	69

表 4-3-11	無名小站使用者的平日網路使用時間與隱私知識、隱私態度、隱私在意程度、 隱私行為間之相關性.....	70
表 4-3-12	無名小站使用者的假日網路使用時間與隱私知識、隱私態度、隱私在意程度、 隱私行為間之相關性.....	70
表4-4-1	在不同社群網站上的隱私態度之成對相依樣本t檢定比較分析.....	71
表4-5-1	無名小站使用者各構念路徑分析之直接與間接效果.....	72
表4-5-2	Facebook使用者各構念路徑分析之直接與間接效果.....	74
表5-1-1	性別、年級在不同社群網站上與隱私在意程度間之結果.....	76



圖目錄

圖 1-2-1	個人曾經上網率—依受訪者年齡分.....	4
圖 2-2-1	2009 年 Facebook 不重複使用人數.....	24
圖 3-1-1	研究流程圖.....	28
圖 3-2-1	研究概念圖.....	30
圖 4-5-1	無名小站使用者之隱私構念路徑圖.....	71
圖 4-5-2	修正後之無名小站使用者之隱私構念路徑圖.....	72
圖 4-5-3	Facebook 使用者之隱私構念路徑圖.....	73
圖 4-5-4	修正後之 Facebook 使用者之隱私構念路徑圖.....	74



第一章 緒論

第一節 研究動機

近年來電腦與網路十分普及，根據財團法人台灣網路資訊中心（Taiwan Network Information Center, TWNIC）公布的「2010年臺灣寬頻網路使用調查報告」結果指出，台灣地區約有77%的家庭可以上網，12歲以上民眾半年內接觸過網路的比例接近70%，且台灣地區民眾曾經上網比例有逐年增加趨勢，而平日未上網及假日未上網比例分別由4.19%及16.68%降為1.95%和11.42%，顯現出網路的使用已成為現代人生活的一部分。

網路技術發展至今，功能不斷推陳出新，且具有匿名、互動、便利、跨國、互惠、自治等特性（陳煌勳，2005），讓使用者更方便傳輸與接收各種資訊，並可彼此分享資訊、充分自由地表達其言論，也使得網路資源不斷擴增。網路的使用不僅是單方面資訊的提供，Web2.0的服務架構提供了資訊分享的功能，讓網路使用者彼此能做雙向的溝通，開啟新的網路使用方式，改變使用者的網路行為，彼此間能產生互動。根據創市際市場研究顧問公司之調查（2009）指出，網路使用者最常使用的網路類型為入口網站（佔97.96%），大部分以瀏覽、搜索資訊為主，但緊追在後的社群網路（佔88.57%）卻佔了使用者總上網時間的32.3%，高於入口網站的27.3%，可見社群網路的魅力，讓使用者願意停留較多的時間。

學者Massari（2010）認為社群網站有如此大吸引力，是因為網路已大大提升使用者與其他有共同興趣個體間相遇、互動及保持聯繫的能力，其指出藉由Web2.0提供整合服務、資訊以及溝通工具，例如撰寫部落格、照片和影片分享、離線後的社會活動組織及報告（organization and report of offline social events），鼓勵了社會互動，這些方式也讓使用者更容易去整合並分享網路內容及應用，且增加線上社群意識（the sense of online social community），產生對線上社群的認同。

的確，在浩瀚的網路世界裡，有上百億的網頁資料庫，供現代人瀏覽使用，然而 Web2.0 的流行，帶來眾多開放多元的個人訊息分享，卻也引發了一連串的隱私問題，最常見的問題如：垃圾郵件 (SPAM)、個人資料外洩、身分盜用、網路監聽、電子郵件監看、匿名隱私侵害、網路跟蹤 (cyber-stalking) 及近日來當紅的話題—「人肉搜尋」等。

以「人肉搜尋」為例 (human flesh search engine) 指的是結聚眾網友的力量，透過網路搜尋引擎用人工操作方式進行資料查詢、比對、篩檢以找到人物或事件的真相 (Wikipedia, 無日期-d; 呂耀懷 & 張海濱, 2009), 像是「大陸最帥的乞丐—犀利哥」(大陸新聞中心, 2010 年 3 月 3 日), 以及台灣的「實踐舒淇」(生活中心, 2010 年 3 月 6 日), 這些事件皆是網友覺得有趣且為滿足個人的好奇心, 在未經當事人許可下拍下其照片並發佈在網路上, 引發更多網友熱烈討論、進行更多的網路搜索, 並揭露了受害者的相關訊息, 造成個人隱私大量曝光。其實, 「人肉搜尋」的目的不一定是為了滿足個人好奇心, 進而窺探別人的隱私, 如 2010 年四月發生護士拍下逗弄老人的影片, 以及新竹某中學女學生拍下自己踢護欄入河的影片, 都是因為護士與女學生當事人自行放上網路後, 被網友轉載到台大批踢踢 BBS 站上, 引起站上網友的不滿及討論。儘管當事人在事件曝光後迅速撤下影片, 但網路互動、便利的特性, 使得影片不斷被迅速轉載。總言之, 網友發動人肉搜尋, 合力找出並蒐集當事者的詳細資料, 但往往這些資料不只是真實姓名, 有時連正確的工作地點及學校科系都有, 讓當事人皆後悔在網路上公開相關的資訊及影片 (生活中心, 2010 年 4 月 7 日; 彭清仁, 2010)。

的確, 網路就像是一把雙刃劍, 它能使生活便利, 加速資訊的流通, 讓我們的世界成為「資訊社會」, 但是卻也引發新的顧慮 (Buchanan, Paine, Joinson, & Reips, 2006), 隱私即為一例。大量的線上資訊會讓一個人無所遁形, 只要在網路上留下「足跡」, 任何有心人士都能藉由網路的搜索功能, 迅速地查清個人的相關資訊, 使個人產生的資料已無法確實受到隱私權的保護。面對這個網路資料庫迅速擴展, 網路連線、搜尋速度越來越快的年代, 我們該如何維護個人資訊, 成為目前最重要的課題。

國內與網路隱私相關的研究，多著墨在網路交易等商業行為的隱私調查，且研究對象以一般民眾或成年人為主，例如陳彥邦(2000)以台灣百大商業性質網站為研究對象，調查 20 歲到 30 歲的臺灣地區上網民眾的隱私顧慮；吳佳純(2001)研究購物網站隱私權政策對消費者購買意圖的影響等。此外，也有多篇探討網路隱私保護之相關法律機制與政策研究，例如詹文凱(1998)的「隱私權研究」、陳煌勳(2005)「網路隱私權保護之研究」和徐新隆(2005)透過研究比較國際與國內隱私權保護之法律，對政府相關個人資料保護政策提出建議。國內青少年多自小使用社群網站，近年亦有相關實證研究，探討其對於網路隱私之態度與行為，例如楊明君(2010)「臺北縣國小高年級學童使用部落格之自我揭露與人際關係之研究」、李秀芳(2010)「國小高年級學生使用部落格之網路倫理研究」等，但此議題還有探索的空間，值得進一步的研究。

鑑於上述的新聞事件及其他類似的社會案件，我們可以發覺網路使用者對於個人網路行為可能衍生的後果警覺性似乎不夠高，筆者身為教育第一線的教師，對於學生在網路上的行為與態度甚為好奇，尤其是學生對於網路隱私的知覺性是否足夠，以及他們能否察覺隱私交付時的風險，以避免造成隱私侵害。張瑞雄(2010)指出學校應該從小培養學生隱私的概念，避免學生在網路上隨意揭露個人資料，造成侵害；教師也應教導學生保護與尊重他人隱私。因此，本研究想藉由調查學生在網路上的行為、態度及對於網路隱私的構念，瞭解學生目前的網路隱私揭露態度與行為，讓老師與家長對於青少年的網路行為給予適切的引導。

第二節 研究背景

根據教育部 92 年制訂的九年一貫課程綱要(教育部，無日期)，為因應科技與資訊的發展，因此培養學生使之具有「運用科技與資訊」的基本能力，其內涵為「讓學生瞭解資訊科技並能利用電腦、網路，進行資料的溝通、處理、分析、展示與搜尋」，且依據分段能力指標，早在小學三、四年級就需有「能由電話、報紙、圖書、網路與媒體獲得資訊」的能力，而 TWNIC 2010 年的調查(財團法人台灣網路資訊中心，2010a)也

發現，12 歲以上民眾曾經上網之比率為 72.56%，且上網比例較去年 2009 年增加，當中 12 到 19 歲這階段的民眾以高達 100% 的個人曾上網比例最高（見圖 1-2-1 與表 1-2-1），表示這階段民眾具備上網能力的成效，與教育部課程綱要實行理念相符。



*括弧內數字為抽樣誤差，單位：%

圖 1-2-1 個人曾經上網率—依受訪者年齡分

資料來源：財團法人台灣網路資訊中心（2010a）

表 1-2-1 臺灣地區 12 歲以上曾經上網人數推估比較—依年齡層分

項目 年齡層	99 年 1 月 母體人數	個人曾上網				增減 百分點	抽樣 誤差
		99 年 1 月		98 年 1 月			
		人數	百分比	人數	百分比		
12~14 歲	916,081	916,081	100.00	944,722	97.16	2.84	±0.00%
15~19 歲	1,688,222	1,688,222	100.00	1,673,015	99.45	0.55	±0.00%
20~24 歲	1,507,615	1,493,444	99.06	1,465,724	97.24	1.82	±1.24%
25~34 歲	4,020,549	3,856,533	95.92	3,924,087	93.63	2.29	±1.60%
35~44 歲	2,848,841	3,206,631	83.31	3,001,381	84.15	-0.84	±3.06%
45~54 歲	3,701,732	2,357,113	63.68	2,184,352	58.93	4.75	±3.94%
55 歲以上	4,535,955	1,151,891	25.39	995,011	22.77	2.62	±3.05%
總計	20,218,984	14,669,915	72.56	12,188,292	70.95	1.61	±1.56%

資料來源：財團法人台灣網路資訊中心（2010a）

由 TWNIC 「歷次個人及家庭上網行為調查趨勢分析」(2010b) 指出，家庭上網率及民眾使用網路時間逐年漸增，由此可看出網路在國人日常生活中扮演相當重要的角色；且根據富邦文教基金會(吳翠珍，2009) 調查國小三至六年級學童的結果指出，大約 95% 的學童家中擁有電腦設備，且其中有 84.4% 的電腦可以連上網路，城鄉差距也不明顯，學童每週上網時間為 10.96 小時，因此在兒童及青少年心目中，打電腦與上網已成為排名第一的媒體活動，與其生活息息相關。藉由網路，兒童及青少年可傳送即時訊息及資訊(如：e-mail、MSN、即時通)、購物、娛樂、繳費、搜尋及查看資訊、連絡遠方的親朋好友等，上述網路應用能力的成效易見，但是「資訊教育」此重大議題的課程目標中亦強調「培養學生使用資訊與網路科技的正確態度」，因此網路素養成為科技發達後所產生的新議題。在這網路發達的時代，使用者擁有正確的網路倫理素養才能保護自己、避免紛爭，因此近年來愈來愈多學者開始重視網路倫理相關議題並著手進行研究。

而網路倫理涵蓋多層面多元，網路隱私為其中一種，如本研究中的動機所述，國內對於學生的網路隱私相關研究不多；加上富邦文教基金會(吳翠珍，2009) 調查也指出高年級學童超過半數擁有個人部落格，但網路隱私研究中針對於網路社群上的隱私態度及行為研究亦不多見。為了避免學生因為不瞭解網路行為可能衍生的後果，造成自身或他人隱私受到侵害，因而本研究欲探討青少年目前具備的隱私概念是否正確，以及其面對網路社群的隱私態度、行為是否會造成自身隱私受到侵害。

第三節 研究目的

本研究主要的目的在探討學生個人變項，包含性別、年級、平日與假日社群網路使用時數等潛在因素，是否會造成學生在隱私知識、隱私態度、隱私在意程度及隱私行為等構念上產生差異，以及針對使用不同社群網路的使用者其研究結果是否一致，並進一步探究其影響因素與相互之關係，使教師能瞭解學生對隱私的看法及網路隱私行為，給予正確的網路隱私相關教學。

第四節 研究問題

根據上述研究目的，本論文以無名小站和 Facebook 之使用者為例，瞭解其在社群網路上之隱私知識、隱私行為、隱私在意程度及隱私行為，將研究問題分述如下：

一、國、中小學生在各隱私構面上之現況

- (一) 探究不同性別、年級的社群網站使用者在隱私知識、隱私態度、隱私在意程度與隱私行為間之差異
- (二) 探究不同使用者平日與假日使用社群網站時間與隱私知識、隱私態度、隱私在意程度以及隱私行為之關係

二、隱私構面間的關係

探究使用者在社群網路上的隱私知識、隱私態度、隱私在意程度與隱私行為間相互之關係，及不同社群網路上之相互關係是否一致。



第二章 文獻探討

本研究主題是為了探討青少年使用社會性網絡服務引發的隱私問題，為了瞭解不同網路使用者的隱私概念、隱私態度、隱私在意程度及隱私行為，本章分成「網路隱私」及「社會性網絡服務與隱私的關係」兩個部分來探討。

第一節 網路隱私

網路隱私 (Internet privacy) 指的是在網路這個媒介上的隱私，是資訊隱私 (Information privacy) 其中一種類型 (Wikipedia, n.d.-b, n.d.-c)。談到網路隱私，須先瞭解隱私的概念。隱私概念涵蓋了哲學、心理學、社會學、經濟學、政治學等多方面 (Clarke, 2006)，相當複雜，但是對於隱私的研究還是可以分為下列 4 個子項目 (Hsu, 2006)：

1. 隱私的本質 (the nature of privacy)：關於隱私的內容及定義。
2. 隱私風險 (privacy risk)：對隱私可能造成侵害的行為。
3. 隱私保護 (privacy protection)：保護隱私的方法意即 Buchanan 等學者於 2006 研究中所提到的採取保護隱私之一切行為，在本研究裡則解釋為隱私行為。
4. 隱私顧慮 (privacy concerns)：對於隱私的感知，即個人對隱私的看法與見解，在本研究裡隱私顧慮也可解釋為與隱私相關的態度 (Buchanan et al., 2006)，即隱私態度以及對隱私在意的程度。

根據以上的分類，本節將藉由相關文獻研究，將隱私網路再分成四個部分來探討，而隱私有風險時常會使隱私受到侵害，所以將「隱私侵害」(privacy intrusion) 這個項目與「隱私風險」一併討論。

一、由隱私的本質來看網路隱私

「隱私」與「隱私權」為不同的概念，在研究隱私之前，須先區分二者的差別，詹文凱 (1998) 的研究認為「隱私是隱私權所保障的客體」(主體為個人)，他認為「隱私」是一種事實的描述性概念，指的是「個人領域的事物」；而「隱私權」是為了保護「隱

私」這個概念所引發並行使的權利，以回復或修補隱私。所以隱私權的本質來自於「隱私」，只是多了權利的行使，因此本研究從隱私權的探討中瞭解其所保障的「隱私」概念。

Clarke (2006) 的研究指出，隱私權不單只是維持「個人空間 (personal space)」以避免被其他人或組織干擾的權益 (interest)，其研究更深入探討隱私權，並將其分成四個面向來看：與個人相關的隱私權 (privacy of the person)、個人行為的隱私權 (privacy of personal behavior)、個人通訊隱私權 (privacy of personal communications)、個人資料隱私權 (privacy of personal data)。Clarke 表示，以現今的電腦處理能力與通訊發展來看，資訊隱私權密切結合了「個人通訊隱私權」與「個人資料隱私權」，而「個人通訊隱私權」指的是在不被其他人或組織監視下，利用通訊媒體可以彼此溝通的權益，「個人資料隱私權」指儘管某個體之個人資料被其他團體所擁有，他／她仍可宣稱與其相關的資料不能自動提供給其他人或組織，也就是個體必須對資料的使用有相當程度的控制能力。

由Clarke (2006) 研究隱私權及其保護的對象—「隱私」來看，基於現今科技發展，「資訊隱私」為個人運用媒體來交流、傳達的個人私密資訊，「資訊隱私權」則為個人對與自身相關資訊的控制權。

隱私的概念在不同年代、領域上，依據其背景、情況，學者的定義也不盡相同，對於隱私的定義不容易有完整且絕對的定論。陳彥邦 (2000) 將隱私權整理成五個範疇：

1. 對於自身資訊的控制權。
2. 屬於自主權 (autonomy) 的一種。
3. 個性與性格的表達。
4. 隱私權概括了「私密」(secrecy)、「匿名」(anonymity)、「獨處」(solitude) 等元素。
5. 是個人日常生活中，免於被其他人或組織不當干預的權利。

陳煌勳（2005）將隱私權分成四個理論來說明：

1. 獨處權理論：指不受干擾的權利。
2. 親密關係理論：保障與公眾事務劃分之親密關係（intimacy），此親密關係具高度個人屬性。
3. 資訊保留權理論：對於未文字化、與個人相關之資訊給予保密，且可選擇性公開。
4. 一般人格權理論：為維持個人人格使其完整，個體對其人格之主張所做的決定，此為隱私權的權利本質。

劉碩強（2007）之研究歸納出的六個理論，除了與陳煌勳（2005）的四個理論相同外，又再整理出Moor於1997年提出的「控制／限制隱私存取理論」及Tavani於1999年提出的「控制理論及限制理論」。然而，這兩個理論含義似乎相反，前者強調隱私受到保護，所以不需控制權就能擁有隱私，後者則強調要掌控資訊才能具有隱私。雖此兩位學者所持之觀點不同，然而由這兩個理論可顯示出隱私權中的「控制」概念。Yao、Rice和Wallis（2007）則整理Jourard、Bennett、Westin等人的研究後，定義出與隱私相關的最主要的三個關鍵要素：決策的自主權（the autonomy of decision making）、關於個人的資訊（information about one's self）及這些個人資訊的傳遞過程（process of communicating this information）。

雖然隱私因看法而有不同的分類，但細究其內容，其主要概念皆來自Warren及Brandeis（1890）在《The right to Privacy》一書中，將隱私權定義為「right to life」、「right to be let alone」，也就是表達出隱私是「一種生活的權利，且也是一種不為他人侵犯並享有其獨處、不受干擾的權利」，此理念為大多數人所強調的精神。而後來Westin（1968）指出隱私除了具有獨處性（solitude）外，還有保留（reserve）、匿名（anonymity）、親密（intimacy）性，其也認為隱私權是一個人可以處理控制個人資料的能力，即個人決定與自己相關的資訊在什麼樣的情況下可以被交流、存取。

基於上述討論，本研究定義隱私權為：個人根據情況擁有個人資料的決定權，個人

資訊係指個體私密的資訊，其具有匿名性且不受干擾，個體可以自主決定在什麼樣的情況下是否要將與自己相關的資訊傳遞給其他人、機關、團體或組織，且可決定他們獲取資訊的程度。

Lessig (2002) 認為隱私權就像控制著作權 (copyright) 一樣的方式去控制與自己相關的隱私資訊，所以個體可以控制哪些對象在何時可以獲取哪些相關資訊，也就是取決於情況來使用。Brandimarte、Acquisti、Loewenstein 及 Babcock (2009) 研究認為隱私的概念與控制 (control) 的概念有些重疊，不過 Tavani & Moor (2001) 認為，與其說是控制，不如說是限制性地存取 (restricted access) 個人資訊的方式更為適切。Tavani 及 Moor (2001) 認為控制與隱私需兼備，並非擁有控制權就代表擁有隱私權，且喪失隱私也不是就喪失了隱私的控制權。他們認為對隱私較合理的看法是：即使隱私的擁有者沒有能力去控制它，還是要維護敏感的個資使其是私密的。舉例來說：學生接受國民教育，入學時必須提供真實姓名、身分證號碼、地址、連絡電話等詳細的個人資料給學校，對於必須填寫的資料不具有控制權，只能據實填寫，但學生會希望校方能妥善管理這些資料，重視學生的隱私權。

總結來說，網路隱私是資訊隱私中的一種類型，且為個人對自己在網路上的相關資料擁有限制性存取的權利；個人資料是私密的、匿名的，當個體決定在網路上公開與自己的相關資料後，他可以控制要揭露哪些資料，也可以控制以什麼樣的形式揭露在什麼樣的地方，但藉由現今資訊科技的傳遞，很難完全控制並保護資料被干擾 (intrusion)、誤用或被什麼樣的人蒐集 (information gathering) (Brandimarte et al., 2009 ; Tavani & Moor, 2001)，所以網路使用者必須接受他們所公開的個人資料已經不再具有私密性 (private) 的概念 (Brandimarte et al., 2009)。因此，為了保障隱私，我們在揭露的同時必須考量到可能導致的隱私風險，藉由這層顧慮，採取應有的保護措施。

二、隱私風險及隱私侵害

「風險」是一個不確定事件的產物及此事件結果可能造成的嚴重性 (Zimmer, Arsal,

Al-Marzouq, & Grover, 2010), 在事前就可預知到結果的可能狀況 (吳姿瑩, 2006), 而這個可預知的風險即為「知覺風險」(perceived risks)。吳姿瑩 (2006) 之研究認為青少年決定是否提供個人資料給網站時會進行風險與利益評估, 當知覺風險產生, 使得青少年察覺到危險而採取對應行為來降低風險, 但是當知覺利益高於知覺風險時, 隨著利益程度愈高, 則提供個人資料的意願愈高, 她的研究發現網路使用經驗越久、越常上網的少年都比較容易為了知覺利益提供個人資料, 而利益獲取程度高並不表示隱私風險低, 隱私有可能因此遭遇到風險, 使個人私密資料受到侵害。Krasnova、Kolesnikova 和 Guenther (2009) 的研究也指出, 儘管使用者已經察覺到平台上可能發生的隱私風險, 但線上社會網絡 (online social network) 的使用者還是會在尋找樂趣的過程中 (即獲取知覺利益時) 揭露個人資料。

Featherman 和 Pavlou (2003) 的研究將隱私風險 (privacy risks) 定義為「喪失個人資訊控制權的可能性」, 舉例來說, 當個人資訊在當事人不知情或不允許的狀況下被使用, 就會造成隱私風險。所以網路隱私風險指的是在網路上交付的個人資料可能在不知情或當事人不同意的情況下, 被政府、企業、公家或私人機構取得、儲存、使用、資料探勘、分享、買賣、分析, 並有可能丟失、被竊取或誤用 (Buchanan et al., 2006), 而潛在性的危險就會造成隱私侵害 (privacy invasion)。

青少年在網路上因為遇到風險造成的與隱私侵害有: 駭客、透露個人資訊 (giving out personal information)、隱私侵犯 (privacy invasion)、及不受歡迎的接觸 (invasions of privacy and unwelcome contact, 如垃圾郵件及病毒)、網路跟蹤 (cyberstalking)、騷擾 (Staksrud, Livingstone, & Haddon, 2007)、盜用身分 (identity theft) (Govani & Pashley, 2007), 其中盜用身分算是一種網路跟蹤 (Sheridan & Grant, 2007)。網路跟蹤意即利用 e-mail、網路或其它電子通訊設備等去跟蹤另外一個人, 而「跟蹤」一般涉及多次的騷擾或恐嚇他人 (Reno, 2002)。網路跟蹤的意思不僅僅意味著瀏覽對方的線上個人檔案, 它也是一種以近乎「迷戀」的模式去觀察別人, 很有可能導致暴力行為 (Grimmelmann, 2008), 舉例來說: 跟蹤者可以藉由 Facebook 上的個人資料去收集被害者的資料, 比如:

AIM 帳號（一種 AOL 的服務），因為 AIM 不像 MSN 帳號需要得到對方同意才能加入朋友名單，所以跟蹤者可以把受害者加入名單後，等受害者上線後進行跟蹤行為（Gross, Acquisti, 2005）或是騷擾等，此外，像是寄垃圾信件給受害人也構成網路跟蹤（Sheridan & Grant, 2007）。

隱私侵害的項目很多，「教師網路素養與認知網站」（www.eteacher.edu.tw）把隱私侵害分類成四種常見的侵害型態（無日期）：

1. 不合理的干擾私人領域：例如不斷的寄 e-mail 造成使用者的困擾。
2. 公開私人事實性的訊息：一些受害人非自行公開的個人資料被其他人、組織或媒體公布在網路上。
3. 使用真實的訊息，造成錯誤的印象：例如網路新聞報導校園色狼，卻植入一張與該事件無關連的某位男性照片，使觀看該新聞的網友誤以為照片中的人物為此報導中的校園色狼。
4. 未經授權盜用個人的名稱或肖像：如冒用網路美女的照片及名字在網路上交友。

除上述型態，依據任文瑗、范錚強和許通安（2006）更整理簡榮宗在 1998 年與邱惠雯於 2001 年的研究後，提出隱私最常被侵害的五種類型並各舉一例說明：

1. 通訊內容隱私之侵害：公司未告知員工的狀況下，監看電子郵件或 MSN 等通訊內容。
2. 個人資料隱私之侵害：網站未經會員許可，將會員的個人資料賣給其他網路廣告商。
3. 個人屬性隱私之侵害：網路行為受到有心者的監視。
4. 匿名隱私之侵害：禁止以網路匿名的形式在網路上發表內容。
5. 新興科技對隱私之侵害：以網路瀏覽器的 cookies 記錄搜集使用者的上網行為。

三、隱私顧慮

近十幾年以來，網路使用者越來越注重網路上的隱私與安全問題(Metzger & Docter, 2003; Yao et al., 2007)。當察覺隱私可能遭受風險時，就會產生隱私顧慮 (privacy concerns)，也就是與隱私相關的態度 (Buchanan et al., 2006)。Qin、Kim、Tan 及 Hsu (2009) 的研究認為隱私顧慮如同知覺風險，當知覺風險降低，使用者較有意願提供個人資訊，且隱私顧慮也較低，反之亦然，因此隱私顧慮對使用者的行為有限制性的影響。關於隱私顧慮的影響因子 (factor) 研究很多，但卻有不同的定論，分別以性別、年齡、網路使用年資三個因子來說，Youn (2005) 的研究指出女生隱私顧慮較男生高，且年紀會對隱私顧慮程度造成影響，不過在他 2008 年研究父母的影響與青少年態度對於網路上的隱私保護中，顯示性別、年齡與隱私顧慮間的關係不顯著 (Youn, 2008)，而接續在 2009 年針對七年級 (12 到 13 歲) 做的研究卻指出女生有較強烈的隱私顧慮，不過網路使用年資、網路使用頻率以及隱私知識對於隱私顧慮無顯著影響 (Youn, 2009)。而 Miyazaki 及 Fernandez 在 2001 年的研究中則提出網路使用頻率愈高，隱私顧慮程度愈低。Turow 與 Nir 於 2000 年針對 10 到 17 歲的樣本進行研究後根據結果認為，男孩容易傾向為了可以得到免費的禮物，較女孩更容易在網路上洩漏個人資料，且指出年紀較低的孩童與男孩的隱私顧慮程度較低。有趣的是，Paine、Reips、Stiege、Joinson 及 Buchanan (2007) 的研究發現年紀較大的使用者，隱私顧慮程度較高，但卻指出性別對於隱私顧慮無顯著影響；相反的，Moscardelli 及 Divine (2007) 的研究卻指出女性的隱私顧慮較高，但年齡在隱私顧慮上無顯著差異，且網路使用頻率愈高，其隱私顧慮愈高，不過網路使用頻率與隱私顧慮關係恰好與 Miyazaki 及 Fernandez (2001) 研究的結論相反。根據上述的研究，雖然結論各異，但性別、年齡、網路使用時間等因素可能還是會影響使用者的隱私顧慮。

不同的人因為不同的覺察力 (perceptions) 與價值觀 (values)，也就會有不同程度的隱私顧慮 (Buchanan et al., 2006; Hsu, 2006)。顧慮的來源雖迥異，不過 Smith、Milberg 和 Burke (1996) 研究指出最主要的四個隱私顧慮因素：

1. 蒐集 (collection)：對大量蒐集並儲存個人資訊到資料庫的顧慮。
2. 錯誤 (errors)：對蓄意使個人資料錯誤或缺失的顧慮。
3. 未經許可的再次使用 (unauthorized secondary use)：再次使用的顧慮有二個層面，分為內部 (internal) 與外部 (external)。內部層面指的是在單一組織內部，依據某一目的蒐集的個人資料，在未經被蒐集者的同意下，使用在其他目的；外部層面則為，依某目的蒐集的個人資料，在未經當事人同意下，被組織外部再度使用。
4. 不適當的存取 (improper access)：未經資料擁有者同意下，其個人資料被他人或其他組織取得、瀏覽或使用的顧慮。

在上述這些因素之下，使得個體在提供個人資料時會產生疑慮而採取保護措施。因隱私顧慮主要的特點是渴望使個人隱私不被其他人掌握，並有當與別人連繫的時候不受干擾 (interference) 的能力 (Buchanan et al., 2006)，所以為了避免網路隱私被侵擾，使用者會採取一些手段來保護自己的個人隱私，例如：註冊會員時填寫假資料。Jupiter Media Metrix (JMM) 在 2002 年時的調查報告指出，雖有 70% 的美國消費者擔憂網路隱私，表示網路隱私已引起使用者的重視，但只有 40% 連一半都不到的網路使用者，在註冊帳號填寫資料前會先瀏覽該網站的隱私聲明 (劉芳梅，2002)。因此，Buchanan 等人 (2006) 指出，隱私顧慮不僅僅是一種態度，須同時考量到隱私的態度與相關行為。舉例來說：當電腦受到病毒感染可以看成是隱私被侵犯，因為我們的顧慮，也為了避免電腦受到攻擊而致使個人隱私受到侵害，因此會使用防毒軟體來預防。顧慮使人們採取措施防範，但卻也因為知道採取了措施，反而導致其顧慮程度降低。Paine 等人 (2007) 發現有人宣稱他們不會顧慮隱私是因為他們已經採取隱私保護措施。

四、隱私保護

隱私保護 (privacy protection) 是與網路隱私相關的一種行為，即一般的注意事項與技術保護 (Buchanan et al., 2006)。由於對於隱私的概念與範圍並無法完全的定義，所以更需要保障個人隱私，陳彥邦 (2000) 研究也發現網站的「安全及服務因素」會降低網路使用者的隱私顧慮，提高使用者交付個人資料的意願，所以網站可以藉由加強「網路安全機制」及周全的「隱私權保護政策」達到隱私保護。當網路使用者感受到隱私有風險時，依據他們產生的隱私顧慮，會採取相關措施來保護隱私避免遭受侵害，根據研究結果發現，隱私顧慮程度與隱私保護行為間有正向關係，意即隱私顧慮程度愈高，使用者愈傾向採取較多的隱私保護行為 (Milne, Rohm & Bahl, 2004; Milne & Gulnan, 2004)。潘明君 (2004) 報導指出 The Customer Respect Group 在 2004 年的調查中，發現有三成的網友會考量到網站隱私保護政策，若隱私保護政策無法讓他們安心，便會拒絕提供個人資料，且僅有 4% 的使用者不會瀏覽或查詢相關隱私說明，由此不僅顯示出網路使用者隱私顧慮的提升，也顯現出使用者會因應狀況採取適當的隱私保護措施。Youn (2009) 的研究也發現具隱私顧慮的青少年會尋求網站所提供的隱私聲明 (privacy statement)，並藉由閱讀內容來應付隱私風險。但是根據吳姿瑩 (2006) 調查 13 到 18 歲的少年之研究，發現當少年面臨風險時，會採取閱讀網站隱私權政策的使用者有 58.3%，不過研究結果卻顯示閱讀網站隱私政策與少年提供個人資料意願高低無相關，只有具備較高說服知識的少年，為了藉由留下個人資料換取更多利益，才會閱讀網站的隱私權政策，以降低知覺風險；吳姿瑩 (2006) 也指出當少年面對知覺風險與利益評估時，年齡越長的少年較會採取保護行為，像是提供假的身分資料、離開網站、保留部分資料、選擇使用其他不需提供個人資料的網站，且女性較男性易採取其他人意見以降低風險。但 Pain 等人 (2007) 的研究卻指出，性別、年齡對於受訪者在使用網路時會採取行動以保護自己的隱私方面，並無顯著差異，顯示性別、年齡不影響使用者的隱私行為，但每週上網次數愈多以及網路使用年資愈久的使用者，愈會採取行動保護隱私，也發現受訪者雖顧慮自己的網路隱私卻也不會採取任何措施，是因為受訪者不知道如何提高他們的網路隱私。

五、教育部課程綱要重大議題之資訊教育

為提升國民素質及提高國家競爭力，教育部從民國八十六年即成立「國民中小學課程發展專案小組」，頒布國民中小學的課程綱要，並於九十二年實施九年一貫課程，且教育部認為現今為資訊化社會，具備資訊知識與應用能力是每個國民應該擁有的能力，為使學生能正確使用資訊科技，培養健全的社會價值觀，應將學生應具備的知識、技能與素養做一系列的課程規劃，因此在課程綱要中將資訊教育納入重要議題之一，且因時制宜，教育部遂逐步進行九二綱要內容修訂，並於民國九十七年公布九七課綱，於一百零一年學年度施行。本研究調查在一百零一年學年度前進行，因此文獻探討部分針對九二課綱的資訊教育做進一步的詳細探討。

資訊教育議題規劃學生須具有下面五種核心能力：

1. 資訊科技概念的認知
2. 資訊科技的使用
3. 資料的處理與分析
4. 網際網路的認識與應用
5. 資訊科技與人文素養的統整

其中，與本研究最為相關的為「資訊科技與人文素養的統整」能力，此核心能力目標為「應用資訊科技提升人文關懷、促進團隊和諧」，且此能力的培養規劃從第二學習階段一三、四年級開始，而一、二年級並未安排專門資訊教育課程，教育部是希望低年級的學童能從其他課程中結合資訊科技，瞭解多媒體與網路資源的有趣性及能引發主動學習的興趣，因此直至三年級才開始規劃資訊教育課程，即俗稱的電腦課。下表 2-1-1 為各年段在「資訊科技與人文素養的統整」核心能力中，應習得的學習內涵以及所具備的資訊能力。

表 2-1-1 各年段資訊教育之學習內涵與具備的能力

課程綱要 施行年段	學習內涵	具備的資訊能力
三、四 年級	資訊倫理（一）	5-2-1 認識網路規範，瞭解網路虛擬特性，並懂得保護自己。
	資訊倫理（二）	5-3-1 瞭解與實踐資訊倫理，遵守網路上應有的道德與禮儀。
	資訊相關法律（一）	5-3-2 認識網路智慧財產權相關法律，不侵犯智財權。
五、六 年級	資訊相關法律（二）	5-3-3 認識網路隱私權相關法律，保護個人及他人隱私。
	網路世界正負面的影響	5-3-4 善用網路分享學習資源與心得。瞭解過度使用電腦遊戲、bbs、網路交友對身心的影響；辨識網路世界的虛擬與真實，避免網路沉迷。
七、八 年級	認識網路犯罪	5-4-1 瞭解網路犯罪型態，避免誤觸法網及受害。
	正確使用網路的態度	5-4-2 適時應用資訊科技，透過網路培養合作學習、主動學習的能力。
	善用網路科技 擴大人文關懷	5-4-3 建立科技為增進整體人類福祉的正確觀念，善用資訊科技作為關心他人及其他族群的利器。

資料來源：教育部（無日期）

六、國內外青少年網路隱私之相關研究

國內針對學生的網路隱私態度與行為的研究，常伴隨「資訊網路倫理素養」議題來探討，像是黃誌坤（2006）研究國小五年級生的網路倫理教學對於網路倫理之培養是否有正面的影響；尹玫君（2004）以國小五、六年級學生為對象，探討學生資訊倫理態度和行為；葉淑菁（2003）的「國小學童網路使用行為與網路倫理態度之研究」等。針對隱私的探討則有針對高中生之相關研究，例如：吳淑娟（2003）針對高中職學生調查資訊隱私自我規範能力，並探究他們是否尊重其他網路使用者的資訊隱私權；以及針對國中小青少年的網路隱私研究，像是吳姿瑩（2006）研究少年的網路隱私揭露行為與風險、

利益的評估，但隱私揭露行為是泛指網路各種應用，並非特定在某一類型的網站。

以本研究針對的 OSN（線上社會網絡，Online Social Network）為範疇進行文獻搜集可發現，國外對於青少年網路隱私的研究較多，可能原因是目前最熱門的幾個線上社會網絡皆來自國外（如：Facebook、MySpace、Twitter 等），遂引起諸多學者關注。如 Debatin、Lovejoy、Horn 和 Hughes（2009）針對使用 Facebook 的大學生研究他們對隱私的覺察、知覺利益與風險，結果發現 Facebook 已經與大學生的日常生活整合，且對線上社會性網絡的知覺利益遠大於揭露個人資料的風險，除非自身經歷過隱私侵害才會改變原本寬鬆的隱私設定。Youn（2009）之研究以中學生為調查對象，指出資訊揭露的隱私知覺風險會增加隱私顧慮，然而資訊交流提供的知覺利益卻會降低隱私顧慮，這個結果與 Debatin 等人（2009）的發現一致，而 Youn（2009）也指出學生會採取風險應對行為（risk-coping behaviors），像是尋求父母或是老師的建議來面對隱私顧慮，以防資料洩漏，並保護他們的隱私不會被數位行銷者（e-marketers）所利用。Lenhart 及 Madden（2007）之研究則藉瞭解青少年個人檔案分享對象或分享的個人資料項目，以調查青少年使用 MySpace 或 Facebook 時的個人檔案資料管理行為，他們也發現性別會造成不同的看法與隱私行為，以及年紀較大的少年會分享較多的個人資料，且較年輕的少年較傾向使用假的個人資料，但卻也有研究顯示性別及年齡不會造成隱私行為的差異（Carina et al., 2007），這一方面值得進一步的研究。此外還有 Chai、Bagchi-Sen、Morrell、Rao 及 Upadhyaya（2009）研究中學生在網路上的私人資訊分享行為（private-information-sharing behavior）；Gross 和 Acquisti（2005）研究大學生在 Facebook 的隱私揭露、隱私保護等隱私相關行為，發現同儕壓力（peer pressure）與從眾行為（herding behavior）也是影響揭露行為的因素；Fogel 以及 Nehmad（2009）研究大學生使用 Facebook 與 MySpace 的冒險行為、對網站的信任與隱私顧慮，以瞭解大學生為何會在網路社群建置個人檔案等網路隱私研究。

綜合以上所述，國外針對青少年與 Online Social Network（線上社會性網絡）的網路隱私相關研究，大多以最熱門的 Facebook 及 MySpace 為例，因此有不少文獻研究可

以參考借鏡。現今國內使用 Facebook 等 Online Social Network 的使用者也日益增加，且擁有部落格的學童也超過半數，然而目前國內關於網路隱私的相關研究仍顯不足，故本研究欲收拋磚引玉之效，期盼能獲得更多學者、教育工作者的重視。

七、小結

網路隱私是在網路媒介上私密、親暱的個人相關資訊，具有匿名性及不受打擾的獨處性。個體有其權力選擇保留或在網路上揭露個人資料，且能決定公開的方式、對象、內容、網站等，也就是個體享有其隱私的控制權。在揭露隱私前，因個體的知覺風險，可預料隱私揭露後所造成的隱私侵害，而引發個體的隱私顧慮，使個體採取相關的隱私保護行為，例如以閱讀隱私保護政策、提供假資料等方式來保護個人隱私。當隱私風險程度較高，則隱私顧慮程度也因應提高，使得個人揭露隱私的意願降低。但影響隱私風險與顧慮的因素並非只有知覺風險，當知覺利益大於知覺風險時，個體往往會因為獲取大且多的利益而忽視存在的隱私風險，產生個人隱私揭露的行為，導致隱私侵害的可能。

由過去文獻研究發現，使用者面對知覺風險大於隱私風險時，會選擇揭露個人資料，尤其是男性的隱私顧慮較低，所以揭露的資訊較多。此外影響隱私揭露的因素眾多，年齡、網路使用次數、同儕壓力、從眾行為等都會造成影響。但由於國內對青少年網路隱私的研究不多，而國內外的國情、教育、文化不同，對於這些因素是否如國外研究所述會造成國內青少年的隱私揭露行為還有待研究。

第二節 社會性網絡服務與隱私的關係

本小節分成三個部分來探討 Facebook 與無名小站的這類社會性網絡服務的概念及其與隱私的相互關係。

一、社會性網絡服務的定義與介紹

社會性網絡服務 (Social Network Services, SNS) 是一種線上社會網絡 (Online social network, OSN)，張惠蓉和曾鈺振 (2009) 之研究指出，社會性網絡服務是一種建立在網路基礎上，以看得見的網路連結，顯示社交狀態的服務，它提供使用者在其系統內公開或半公開個人資訊，展示與其有連結的其他使用者。提供社會性網絡服務的網站稱為「社會網絡網站」 (Social network sites, SNSs)，簡稱社群網站，像是：Facebook、MySpace、無名小站，這類型的網站已吸引數百萬的使用者，大部分的人將網站與日常生活整合 (Boyd & Ellison, 2007)。Boyd 及 Ellison (2007) 指出不同社會性網絡服務的用戶群和提供的服務功能有很大的差別，整合不同社群網站的特點，歸納出社群網站涵蓋的內容包含：個人檔案、好友名單、私人訊息、評論 (comments)、照片分享、影片分享、內建的部落格、即時通訊技術等。

而「部落格」就是「網誌」，一詞來自 Blog 音譯，部落格的使用者可以稱作「部落客」或「格主」。Nardi、Schiano、Gumbrecht 和 Swartz (2004) 探討部落客使用部落格的五大動機分別為：1. 記錄個人生活點滴 (to document my life)，2. 表達個人評論與意見 (as commentary)，3. 抒發個人情感達到情緒發洩 (as catharsis)，4. 透過部落格寫作整理思緒 (as muse) 5. 藉由部落格與其他人交流意見 (as community forum)。藉著表達、展示自己的生活和想法，透過部落格與其他人產生社會互動，加上網路匿名性的特點，使得原本不敢發表評論或個性害羞的人，也能在部落格上暢所欲言。

Boyd 及 Ellison (2007) 的研究定義了社會性網絡服務的架構與特性，他們指出：社會性網絡服務是在系統上提供一種可見的檔案，要求使用者填妥一系列關於個人資料的問題，像是：年紀、興趣、所在地、「關於我 (about me)」的介紹等，讓這些答案與個人檔案做整合，且大部分的網站都會鼓勵使用者上傳個人照。個人檔案被其他人檢視程度多寡的決定權，依每個 SNS 網站的預設值 (default) 及使用者的謹慎度有不同的能見度 (visibility)，且與其他使用者建立關係的方式也不一定相同。以本研究的「無名小站」及 Facebook 為例，這裡指的無名小站其設定功能是以一般非付費會員的權限來看，

因為根據 TWNIC (2010a) 調查指出，有 92.82% 的使用者未曾付費使用網路服務社群，付費會員只有少數。付費的無名小站金卡及超級金卡會員的相簿、網誌、影音多了「好友保護」功能（見表 2-2-1），「好友保護」指的是使用者可以設定權限給自己好友名單中的朋友，讓某些內容僅限好友讀取，與設密碼不同的是，密碼設定可能遭破解而導致私密內容被有心人士讀取。

表 2-2-1 無名小站 VIP 功能表

頻道	功能類別	一般會員	銀卡會員	金卡會員	超級金卡會員
服務費用	30 天	免費	NT\$88	NT\$188	不提供
	365 天	免費	NT\$499	NT\$1,000	NT\$2,000 /\$3,000 /\$4,000
相簿	相簿容量	150 MB	1,200 MB	6,000 MB	12,000 MB/ 18,000 MB/ 24,000MB
	特寫王	✓	✓	✓	✓
	相簿廣告	✓	×	×	×
	好友保護相簿	×	×	✓	✓
	誰來我家	10 筆	50 筆	150 筆	150 筆
網誌	共同作者上限	200 個	400 個	1,000 個	1,000 個
	隱藏網誌密友上限	200 個	400 個	1,000 個	1,000 個
	網誌回應上限	2,000 篇	6,000 篇	60,000 篇	120,000 篇
	好友保護	×	×	✓	✓
好友	好友名單上限	100 個	150 個	500 個	1000 個 / 2000 個 / 4000 個
	編輯好友頁標題	×	×	✓	✓
	與我為友	20 個	無限	無限	無限
	好友名單分類上限	5 種	15 種	50 種	50 種
影音	影音好友保護	×	×	✓	✓
個人資料 (名片)	人氣計數器	×	✓	✓	✓
留言版	人氣計數器	×	✓	✓	✓

資料來源：無名小站（無日期）

以無名小站的隱私預設為例，若是開放給一般大眾，不一定要成為無名小站的會員才擁有瀏覽的權利，像會員的名片檢視程度只有「開啟」及「關閉」兩個選擇，名片裡的資料項目大部分的預設皆為顯示，除了生日、Email 等各通訊連絡方式（如：MSN、Yahoo！即時通、Skype 等）則預設為隱藏，無名小站的建立關係模式（即與對方成為好友的模式）為單方確認，不需要對方同意，使用者只需輸入對方帳號即可。不過名片有三個保護設定，可以決定是否開放右鍵讓使用者複製個人資料、是否開放個人資料讓「找朋友」服務搜尋，以及是否開放 E-mail 讓「找朋友」服務搜尋。無名小站「找朋友」的服務可以藉由性別、年齡、身高、體重、星座、血型、興趣、職業、就讀的國高中及匯入 Yahoo！奇摩即時通訊、MSN、E-mail 資料等來找尋朋友。

另外，以 Facebook 為例，原本其預設是個人資料可被同一網絡（network）的會員讀取，網絡指的是同一個公司及學校的使用者，但加入網絡需藉由該工作或學校電子郵件來確認，不過因為 Facebook 隱私問題一直以來倍受爭議，所以目前的預設值有些許改變，且隱私限制設定操作也比較簡易。非 Facebook 會員可以藉由搜尋引擎（如：Google），找到並瀏覽少許的個人資料，但如果要進一步獲取資訊，則需註冊成會員。與無名小站很大不同的是，Facebook 的好友關係成立需要雙方確認。

Acquisti 和 Gross（2006）指出，近幾年來線上社會網絡的會員迅速增加，這些網絡提供具吸引力的方式供會員進行互動與溝通，也使得愈來愈多的個人資料被披露在網站上（Govani & Pashley, 2007），且根據行政院研究發展考核委員會（2010）調查發現，在所有年齡層當中，年齡愈低的人（即 12-20 歲）其連絡名單中百分之百為熟人的比例最低，表示年齡低的網路社群使用者加入陌生人的比例最高，愈容易將隱私洩露給陌生人，因此隱私和安全成為此年齡層之使用者亟需注意的重要議題。因此以下就 Facebook 與無名小站兩部分來分述社會網路服務與隱私相關問題。

二、Facebook

Facebook 中文翻譯成「臉書」，靠著「開心農場」在台灣 2009 年 6 月甫推出中文介面就迅速竄紅（盧昭燕、李雪莉，2009）。根據 Alexa 網站（2012b）的流量排名，Facebook 流量為目前排名全球第二大；以台灣流量排名來看（2012a），Facebook 也是第二名，無名小站則為第六名，不過台灣前十大流量排名中（見表 2-2-2），無名小站為台灣第二大流量的社交網站。依據 ARO 創市際 2009 年 12 月的數據顯示，在台灣 Facebook 的不重複的使用人數達到 8,897,170 人，與同年 1 月相比，增加 837 萬人（創市際市場研究顧問公司，2010）（見圖 2-2-1），至 2011 年 7 月，使用人數更成長到 1185 萬人（創市際市場研究顧問公司，2011），且超越無名小站的使用人數。Facebook 使用者成長如此快速的原因，創市際認為主要是提供的「應用程式服務」好玩（蘇文彬，2009a），不論實際因素是否為好玩，應用程式服務可能更重要。根據創市際在 2011 年做的應用程式統計調查排名，不論排名次序，所有的應用程式都有「互動」的功能，以排名第一的開心水族箱來說，若開心水族箱只是單純的養魚遊戲，遊戲的過程就像是點滑鼠的練習一樣，但結合了偷寶物、送魚飼料、幫朋友餵魚等功能，可以與其他網友進行更進一步的互動，使 Facebook 的開心水族箱成為了 2011 年排名第一的網路遊戲（創市際市場研究顧問公司，2012）。

表 2-2-2 Alexa 網站統計之台灣前十大流量排名

名次	網站	名次	網站
1	Yahoo!	6	無名小站
2	Facebook	7	PIXNET 痞客邦
3	Google 繁體中文搜尋	8	伊莉心情車站
4	Google	9	巴哈姆特電玩資訊站
5	YouTube	10	Windows Live

資料來源：www.alexa.com（2012）



圖 2-2-1 2009 年 Facebook 不重複使用人數

資料來源：創市際市場研究顧問公司（2009）

Facebook 始於 2004 年 2 月，起先僅限美國哈佛學生使用，直到 2006 年 9 月才開放給一般使用者，在美國只要使用者年滿 13 歲，擁有有效 e-mail 即可申請（Facebook 網站; Wikipedia, 無日期-a）。Facebook 可以讓大學生在上面建置個人檔案，可以和其他使用者分享許多不同類型的資料，是一個很受大學生歡迎的社會網絡，在台灣，根據模範市場研究顧問股份有限公司（TNS Research International，TNS RI）於 2010 年針對 13 到 22 歲的年輕人做調查後發現，國中生使用無名小站的比例較 Facebook 高，而高中生則是兩個社群網站使用人數比例差不多，Facebook 則較無名小站受大學生的歡迎（見表 2-2-3）。個人檔案包含了姓名、性別、生日、血型、相片、手機號碼、就讀學校、家鄉居住地、政治立場、宗教信仰、好友名單、求學歷程、興趣（如：喜歡的電影、音樂、休閒活動...）等，提供了大量的個人資訊欄位，用戶可以依實際需求選擇填寫任何他想與人分享的資訊及隨時更新他們的資訊。Fogel 和 Nehmad（2009）調查指出，有四分之三的學生會在社交網站上建立個人資料，其中四分之三的个人資料是建置在 Facebook 上。

表 2-2-3 各年齡層使用 Facebook 及無名小站的比例

年齡層	使用 Facebook 比例	使用無名小站比例
國中生	20.3	29.5
高中生	38.9	37.6
大學生	46.0	35.9

資料來源：TNS RI (2010)

Facebook 雖提供方便之網路應用，但卻也存在許多隱私顧慮，Govani 和 Pashley (2007) 研究發現，即使學生可以查覺提供個人身分資料給所有其他不認識的大學生可能會發生的後果，像是身分盜竊或網路跟蹤，然而他們覺得提供這些資訊給 Facebook 沒什麼大不了，而且儘管他們也知道 Facebook 可以設定隱私的權限，他們卻也不採取任何步驟去保護他們的資料。Fogel 和 Nehmad (2009) 調查發現 Facebook 使用者揭露電話號碼的比例大約 10% (資料是 2007 年蒐集的)，較 2006 年 Acquisti 及 Gross 調查得到的 24% 低，顯示出使用者比以前有較高的隱私顧慮，但是值得注意的是使用者提供的資料不論是電話還是家中住址，其資料的隱私權限並非僅限朋友取得，還是開放給所有人。

使用者願意在 Facebook 公開個人資訊之原因，可能是因為他們期待從公開揭露得到的好處能超過他們察覺到可能造成的損失 (Gross & Acquisti, 2005)。以學生使用的目的來看，他們使用 Facebook 最主要的原因是朋友的推薦及方便其他人與自己保持聯繫，為了尋找自己的同學也超過 50%。因為同儕都在使用 Facebook，當朋友分享與他相關的資訊，也會讓使用者覺得自己有義務分享；為了讓與自己認識的人能更方便的找到自己，或是讓使用者本身可以容易得找到其他人，以及更容易的與朋友保持聯繫等因素，所以提供資料讓使用者覺得獲取的利益大於喪失隱私所需付出的成本，因此，儘管有 40% 的使用者會限制哪些分類的人可以看到什麼樣的資料，大部分的使用者還是會與所有人分享他的個人資訊 (如：手機號碼) (Govani & Pashley, 2007)。Debatin、Lovejoy、

Horn 及 Hughes (2009) 在他們研究中指出，熟悉 Facebook 設定的使用者仍然會接受其他人為「朋友」，而且他們接受為朋友的人有可能只是從其他人口中聽過或者是完全不認識的人，因此，大部分的 Facebook 上都有一大群的「朋友」可以取得廣泛且大量上傳的資訊，像是全名、生日、家鄉及豐富的照片。

對於隱私的揭露，Acquisti 和 Gross (2006) 以及 Fogel 和 Nehmad (2009) 研究發現男性較女性具有冒險行為 (risk taking behaviour)，換言之，女性比男性有較高的隱私顧慮及較低的身分資訊揭露行為。對於交友邀請，女性也會比男性更小心翼翼，所以男性的好友數目會比女性多。但 Lenhar 以及 Madden (2007) 的調查卻指出男生較女生有更高的機率會提供錯誤的個人資料，而且年紀越小的受訪者也傾向於提供假的個人資料，年紀越大的受訪者則可能會揭露較多的個人資料。

三、無名小站

無名小站成立於 2003 年，從開始的 19,000 名會員，在 2007 年加入 Yahoo! 奇摩後迄今 2009 年 10 月，會員人數已突破 650 萬人 (蘇文彬, 2009b)。無名小站的服務有：名片、相簿、網誌、嘀咕、留言、好友、影音、揪團等功能。

讓無名小站從小規模的 BBS 站到如今屹立不搖的地位，其成功關鍵就是相簿與部落格的結合 (郭芷婷, 2004)，此外部落格的回應功能與留言板也增加了網友間的互動。無名小站創始人兼現任總監簡志宇提到，無名小站在 2008 年推出嘀咕、誰來我家、揪團等功能，也成功增加網友互動黏著度 (蘇湘雲, 2009)，卻也引起其他網友的隱私顧慮，原本提供此功能的用意是希望可以藉由閱讀同一個網誌，增加原本互不認識的網友有相互認識的機會，然而此舉導致使用者留下到訪的足跡，使得使用者有隱私受到侵害的感覺，所以在網友的反對聲浪下，2008 年 2 月增加了「誰來我家」的關閉功能，當選擇關閉時會同時關閉兩個功能，意即不論是去拜訪別人的網誌還是被別的使用者拜訪都不會留下記錄；2009 與 2010 年增加其他調整功能，將關閉的選項分成「誰來我家」與「我去誰家」，讓使用者可以分開設定，且為了避免色情廣告濫用「誰來我家」，還增加

檢舉功能（無名小站公告專區，2008a，2008b，2009，2010；趙郁竹，2008）。

此外，無名小站的「名片」功能可能會揭露個人訊息，儘管使用者在名片中沒有透露個人資訊或者是使用者關閉名片功能，但仍有洩漏隱私的風險。林英發與陳寬達（2008）因 2007 年臺灣駭客年會上 XDite 的演示，引發研究無名小站的真實姓名洩漏危機，因為無名小站提供「好友暱稱」功能，可以讓使用者描述好友，而大部分的使用者會將好友分類，尤其是分類到真實社會相識（real-world acquaintances）的好友，因為知道對方的真實姓名、就讀過的學校及科系或是工作地點、職業，可以從分類及描述導致非自願姓名（個人資料）洩漏。此外，林英發與陳寬達（2008）研究無名小站自我透露狀況（self-disclosure）發現，男性使用者的自我透露狀況較女性高，且年齡愈低的使用者自我透露程度也較高。



第三章 研究方法與設計

第一節 研究流程及方法

一、研究流程

本研究主要在探討以國中、小學生為對象，其不同性別、年段、平日與假日網路使用時間是否對隱私知識、隱私態度、隱私在意程度及隱私行為造成差異或具相關性，並進一步想瞭解隱私知識、隱私態度、隱私在意程度與隱私行為間的關係，以及在不同的社群網站上，使用者的隱私知識、隱私態度、隱私在意程度與隱私行為是否有差異。故進行網路隱私、社會性網絡服務與隱私的關係等相關文獻蒐集與研究分析，以利於本研究架構確立及問卷題目設計之進行。

接下來，本研究者利用問卷調查法進行研究施測，問卷設計流程包含擬定初步問卷、問卷測試及修改、發放正式問卷，最後將蒐集到的問卷資料輸入統整並進行統計分析後，以驗證假設，並提出結論與研究建議的撰寫，研究流程如圖 3-1-1：

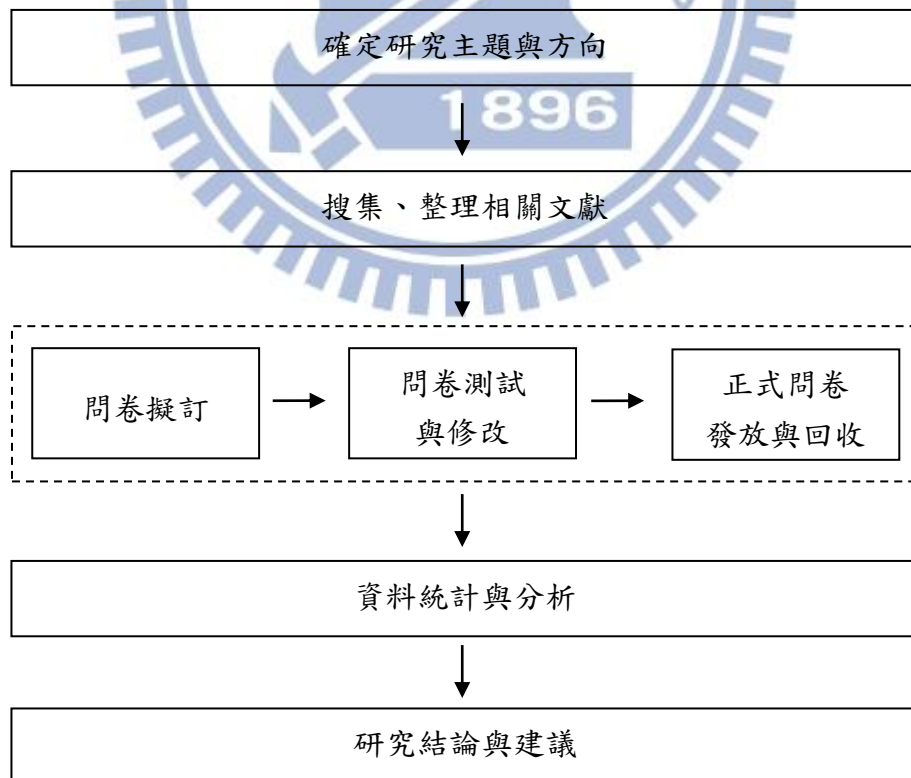


圖 3-1-1 研究流程圖

二、研究方法

本研究旨在探究國中、小學生其隱私概念、隱私態度及隱私在意程度對個人隱私行為的影響，依照研究目的及問題，採用文獻分析法及問卷調查法，由文獻分析探討青少年在使用社會性網絡時，其隱私在意程度、隱私知識與隱私態度及隱私揭露行為之間的關係，以此為研究問題，並設計問卷，進行統計分析。

第二節 研究設計及架構

一、研究設計

本研究的問題主要是來探討學生在使用線上社會性網絡時的行為與態度對於隱私行為的影響，採用問卷調查法讓學生以自陳方式填寫。

本研究調查工具設計出四大隱私構面，分別為(1)隱私知識;(2)隱私態度;(3)隱私在意程度;(4)隱私行為。第一個隱私知識構面包含5個題項，皆為隱私相關的案例，藉此瞭解受測者是否具備正確的網路隱私概念。而本研究中的隱私在意程度指的是：使用者對提供不同項目的個人資料之在意程度，屬於隱私顧慮中的一環，因此將隱私顧慮分成「隱私態度」與「隱私在意程度」兩個構面，並在問卷中歸類在同一大題，隱私態度構面是根據文獻並以青少年為研究對象，整理出「隱私風險」、「隱私顧慮」、「同儕壓力」三個主要不同類別，欲瞭解青少年對隱私的看法，而第三個構面則是為了進一步瞭解學生對於不同項目的隱私資料類型在意程度高低，若是在意程度高，則表示隱私態度較為謹慎。第四個構面為隱私行為，藉由學生自我陳述以瞭解他們的隱私實際做法。最後由以上的第一、二及三構面程度高低來探討對第四個構面的影響。

二、研究架構

本研究根據研究目的、研究問題、文獻探討結果，藉此探究國中小學生的隱私知識、態度及行為，研究設計如 3.2.1 所述，主要是由四大構面來探討，而研究概念如圖 3-2-1

所示：

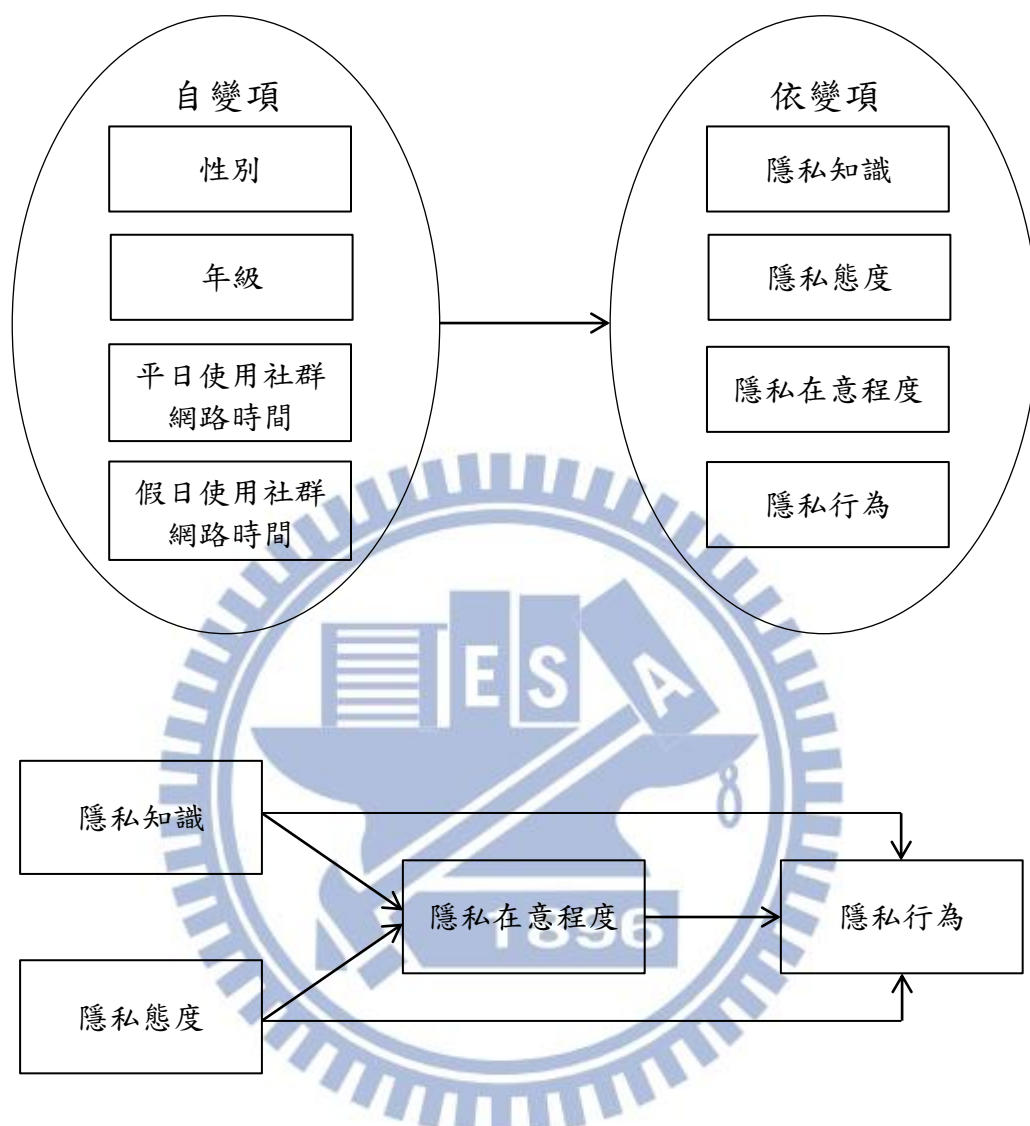


圖 3-2-1 研究概念圖

本研究架構首先調查學生年紀、性別、平日及假日使用社群網站時間，以分析其是否會造成隱私知識、隱私態度、隱私在意程度及隱私行為的差異，並進一步分析隱私知識、隱私態度、隱私在意程度是否也會直接對隱私行為造成影響，且由於隱私知識與隱私態度為較概括的普遍概念，具有這兩個概念可能會影響使用者對個人資料項目的在意程度，因而欲探究隱私知識與隱私態度是否會透過隱私在意程度對隱私行為造成影響。

第三節 研究對象與抽樣方式

本研究主要探討國中、小學生使用線上社會網絡之觀念知識、態度及行為，並瞭解其相關性，包含隱私知識、隱私態度、隱私在意程度及隱私行為。研究的對象係指台灣地區國小五、六年級及國中七、八年級的學生。茲將研究所抽取的正式樣本說明如下。

本研究施測對象為台灣區國中小學生，學生分佈年級為五年級到八年級（國小五、六年級以及國中一、二年級），五、六年級各抽選六個班級，七、八年級各抽選五個班級。由於時間與經濟成本的限制，採用非隨機抽樣方法的便利取樣。本研究先將台灣分成北區、中區及南區三個區域，北區包含基隆市、新北市、台北市、桃園縣、新竹市、新竹縣、宜蘭縣、花蓮縣；中區包含苗栗縣、台中市、彰化縣、南投縣、雲林縣；南區包含嘉義市、嘉義縣、台南市、高雄市、屏東縣及台東縣，本研究之區域劃分因研究限制因素，不包括離島的金門縣、澎湖縣、連江縣及馬祖。每一個區域至少選取五到八年級各 1 個班級，依研考會 99 年度個人家戶數位落差調查報告（見表 3-3-1）中社群網站參與情形，「都沒有參與社群網站」情形以北部及中部區域較少，且其中使用部落格及 Facebook 的情形也以北部和中部地區所佔比率較高，為達到取得大量樣本的目的，所以每個年級第 4 到 6 個抽取班級選定為北、中兩區，且由於限制因素，因此絕大部分的樣本為在該區域所抽樣國中、國小各 1 學校中的兩個年段。

表 3-3-1 個人線上部落格使用情形—按地區分

項目別	樣本數 (人)	社群網站參與情形						
		MSN (%)	部落格 (%)	Facebook (%)	Twitter (%)	Plurk (%)	批踢踢 (%)	都沒有 (%)
總計	11,346	48.8	34.9	41.1	2.7	7.5	10.5	35.1
台灣省	9,096	47.8	35.0	40.8	2.6	7.4	9.6	35.8
北部地區	3,923	50.8	35.6	43.9	3.0	7.9	10.9	33.7
中部地區	2,705	46.2	34.5	39.6	2.3	6.6	8.3	36.4
南部地區	2,296	45.1	34.5	37.5	2.2	7.6	9.1	38.1
東部地區	272	40.7	35.3	35.9	2.8	6.6	8.8	42.3
金馬地區	49	51.7	36.4	38.3	2.8	7.8	11.2	34.5

資料來源：行政院研究發展考核委員會（2010）

本研究之正式樣本包括國中六所共十個班級，分別為北區的南港高中附設國中部七、

八年級，光華國中七、八年級，南華國中七、八年級；中區的彰泰國中八年級、彰安國中七年級；南區明義國中七、八年級。國小有七所共十二個班級，分別為北區溪口國小五、六年級，仁和國小五、六年級，祥安國小五、六年級；中區竹南國小五、六年級，鹿東國小五、六年級；南區賢北國小五年級、林森國小六年級。

研究問卷共發放 742 份，實際回收 691 份，問卷回收率為 93.1%，去除 181 份未使用無名小站或 Facebook，以及 85 份多題漏寫或出現矛盾的無效問卷，合計有效問卷 425 份，問卷樣本回收情形如表 3-3-2 所示。

表 3-3-2 問卷樣本回收情形

學校名稱	年級	發送問卷數量	問卷回收數量	回收率 (%)
南港高中附設國中部	七	35	35	100.0
南港高中附設國中部	八	35	34	97.1
光華國中	七	35	31	88.6
光華國中	八	35	32	91.4
南華國中	七	30	28	93.3
南華國中	八	30	23	76.7
彰泰國中	七	35	32	91.4
彰安國中	八	35	34	97.1
明義國中	七	40	36	90.0
明義國中	八	40	34	85.0
國中小計		350	319	91.1
國中無效問卷			109	
國中有效問卷			210	
溪口國小	五	32	32	100.0
溪口國小	六	35	35	100.0
仁和國小	五	30	25	83.3
仁和國小	六	30	30	100.0
祥安國小	五	30	27	90.0
祥安國小	六	32	32	100.0
竹南國小	五	35	35	100.0
竹南國小	六	35	34	97.1
鹿東國小	五	31	31	100.0
鹿東國小	六	32	32	100.0
賢北國小	五	35	29	82.9
林森國小	六	35	30	85.7
國小小計		392	372	95.6
國小無效問卷			157	
國小有效問卷			215	
合計		742	691	93.1
無效問卷			266	
有效問卷			425	

第四節 研究工具

本研究採用問卷調查法，利用研究者自編「社群網路隱私調查問卷」進行資料蒐集，使用的研究工具依序為學生個人基本資料、隱私知識量表、隱私態度量表、隱私在意程度量表以及隱私行為量表。本研究工具以便利取樣的方式，抽取彰化縣國小六年級同一班學生當中的七名學生來檢視問卷的可讀性。學生樣本分類為「有使用無名小站但未曾使用過 Facebook」，「有使用 Facebook 但未曾使用過無名小站」，「同時使用無名小站及 Facebook」，「未曾使用過無名小站以及 Facebook」共四類型。其目的在於檢視問卷施測過程、研究工具的可行性，確保問卷語句之通順可被學生理解，並根據結果修改研究工具。以下茲就問卷研究工具編制歷程及內容逐一敘述。

一、學生個人基本資料

基本資料項目共 9 大題（請參見附錄一第一部分「個人基本資料」），包括受試者性別、年齡、就讀年級、開始接觸網路時間、是否使用無名小站、使用或不使用無名小站的原因是否受同儕因素影響、是否使用 Facebook、使用或不使用 Facebook 的原因是否受同儕因素影響、使用無名小站或 Facebook 的時間。其中使用或不使用無名小站（或 Facebook）的原因是否受同儕因素影響的選項中，回答有使用無名小站（或 Facebook）的選項較沒有使用無名小站（或 Facebook）的多一道子題，此題之項目依好友名單為熟人比例來區分，使用李克特式（Likert-scale）五點量表（包含：全部都是熟人、大部分是熟人、有些是熟人、幾乎不是熟人、全部都不是熟人等五組），此題項勾選「全部都是熟人」，得 5 分；勾選「有些是熟人」，得 4 分；勾選「有些是熟人」，得 3 分；勾選「幾乎不是熟人」，得 2 分；勾選「全部都不是熟人」，得 1 分。得分越高，表示隱私態度越謹慎。

二、隱私知識

本研究第二部分的隱私知識包含 5 道題目，每道題目由受試者判斷是否侵犯隱私並敘述其依據之理由，題目分別敘述如下：

1. 小華覺得自己跟晶晶在「Yahoo! 即時通」上的聊天內容很有趣，所以小華決定把他們聊天的內容貼在自己的部落格上，小華的行為是否侵犯到晶晶的隱私呢？
2. 小恩在部落格上公開了他自己的個人資料，結果小恩幾天後在某個討論區，發現班上同學阿澤轉貼他所公開的個人資料，請問阿澤是否侵犯了小恩的隱私呢？
3. 小明偷拍了幾張小慈的照片，在沒有得到小慈的允許下，小明把照片放到網路相簿上，小明的這個行為是否侵犯了小慈的隱私呢？
4. 小英打開網路信箱後，看到許多不知名且沒看過的網站寄發的廣告信，這些廣告信是否侵犯了小英的隱私呢？
5. 小陳在網路上瀏覽到美美的相簿，看到相簿有鎖密碼，在好奇心驅使下猜了密碼，他猜中後看完所有的相片，小陳的行為是否侵犯了美美的隱私呢？

計分方式為答對一題得二十分，答錯不倒扣分數，分數越高表示受試者對網路隱私的概念越好。

三、隱私顧慮

本研究問卷第三部分為隱私顧慮，採自陳量表，此部分分成二大構面量表組題，第一組為受試者使用無名小站或 Facebook 的「隱私態度」，一共有 15 題，其中反向題有 9 題，題號分別為 1、2、4、6、7、8、13、14、15（詳見表 3-4-1）；第二組為受試者對個人隱私資料之項目提供給網站或公開在網路上時的「隱私在意程度」，一共有 16 題，第二組的題目無任何反向題（見表 3-4-2）。兩組評分方式皆採用李克特式（Likert-scale）四點量表，受試學生依據個人實際態度及狀況勾選，第一組由「非常同意」到「非常不同意」加以評量，其中勾選「非常同意」得 4 分、「同意」得 3 分、「不同意」得 2 分、「非常不同意」得 1 分，若為反向題，則勾選「非常同意」得 1 分、「同意」得 2 分、「不

同意」得3分、「非常不同意」得4分；第二組由「非常在意」到「非常不在意」加以評量，其中勾選「非常在意」得4分、「在意」得3分、「不在意」得2分、「非常不在意」得1分。兩組分別計算總分，總分越高，表示受試者越在意個人隱私，顯示受試者的隱私態度較為謹慎。

表 3-4-1 使用社交網站之態度量表題項敘述

類別	題號	題項敘述	態度類別
正向題	3	我認為讓陌生人看到我公開在網站上的個人資料是危險的。	隱私風險
	5	我認為只有我的朋友可以看到我公開的個人資料。	同儕壓力
	9	我會擔心我在網站上的個人資料有錯誤。	隱私顧慮
	10	我會擔心網站把我的個人資料挪做別的用途。	隱私顧慮
	11	我會擔心網站把我的個人資料賣給其他網站。	隱私顧慮
	12	我會擔心我的個人資料在我不同意的狀況下，被其他人取得、使用或瀏覽。	隱私顧慮
反向題	1	我認為我的個人資料公開在網路上是安全的。	隱私風險
	2	我認為我的個人資料公開在網路上是無所謂的。	隱私風險
	4	我認為在網路上認識及結交新朋友是有趣的。	同儕壓力
	6	看到我的朋友公布自己的資料，我也應該要跟他一樣公布這些資料。	同儕壓力
	7	當朋友叫我公開個人資料的時候，我會聽他的。	同儕壓力
	8	我認為我所擁有的朋友數量可以證明我是受歡迎的。	同儕壓力
	13	為了結交新朋友，我會詳細填上我的個人資料。	同儕壓力
	14	為了讓人更瞭解我，我會詳細填上我的個人資料。	隱私顧慮
	15	為了成為網站的會員，我認為我應該詳細填寫個人資料。	隱私顧慮

表 3-4-2 隱私在意程度量表之題項敘述

題號	題項敘述
1	真實姓名
2	宗教信仰
3	血型
4	星座
5	出生年月日
6	家裡電話號碼
7	個人照片
8	就讀學校
9	家中住址
10	職業（如：學生）
11	興趣
12	身分證字號
13	電子信箱
14	手機電話號碼
15	郵遞區號
16	常用代稱（例如：英文名字、綽號）

四、隱私行為

本研究第四部分為隱私行為，採自陳量表，3、4、6 題為可複選題，第 3、4 兩題分別為瞭解在兩個不同社群網站上輸入資料的行為，皆有 10 個可勾選的項目，第 6 題有 12 個可勾選項目。題目分別敘述如下：

3. 你在 Facebook 上輸入了哪些資料呢？
4. 你在無名小站上輸入了哪些資料呢？
6. 承上題，你故意寫錯的資料有哪些？

以上 3 題，不加以計分，採敘述性統計方式，以勾選的項目來瞭解學生實際隱私行為，並藉由學生實際輸入的隱私資料，分析樣本對個人資料之重視程度。

1、2、5、7、8 題為量表，題目如表 3-4-3，評分方式也採李克特式（Likert-scale）四點量表，受試學生依據個人實際行為勾選，由「總是如此」到「從不如此」加以評量，

勾選「總是如此」得4分、「經常如此」得3分、「偶爾如此」得2分、「從不如此」得1分，其中第8題為反向題，勾選「總是如此」得1分、「經常如此」得2分、「偶爾如此」得3分、「從不如此」得4分。

表 3-4-3 隱私行為量表之題項敘述

題號	題項敘述
1	你在確認交友之前，會先看對方的個人資料嗎？
2	對方的資料若很清楚的呈現（例如：出現他的照片、名字、學校、電話、e-mail等），會讓你較放心答應他的交友邀請嗎？
5	你在網路上會故意填寫不實的資料嗎？
7	你對你的資料會使用加密設定嗎？（如：設網路相簿密碼、使用 Facebook 的隱私設定等）
8	你曾經受到好朋友的影響而會更常使用無名小站或 Facebook 嗎？

第五節 資料處理

本研究在回收調查問卷後，用電腦統計套裝軟體 SPSS 12.0 以及 Mplus 6.12 來進行資料處理，採用的統計分析方法分述如下：

一、描述性統計 (Descriptive statistic)

將問卷資料收集後，以描述性統計歸納並以次數分配、平均數、標準差、百分比來描述各變項的基本統計資料，以此分析受試者學生的個人基本資料如性別、就讀年級、年齡；網路使用行為如開始接觸網路時間、是否使用無名小站、好友名單狀況、是否使用 Facebook、是否受好友影響使用該社群網站、平均平日及假日使用無名小站的時間、平均平日及假日使用 Facebook 的時間。

二、單因子多變量變異數分析 (One-Way MANOVA)

以單因子多變量變異數分析考驗性別以及年段兩個變項，在隱私知識、隱私態度、

隱私在意程度與隱私行為四個構面中平均數的差異顯著度，若達顯著，則根據進一步單變量 F 考驗結果，進行 Scheffe（雪費）事後考驗來比較該構念中兩組變項間是否有顯著差異。

三、成對相依樣本 t 檢定

以成對相依樣本 t 檢定比較同時擁有無名小站及 Facebook 帳號的受測者，在隱私態度構念的差異，求出受試者在各試題平均數的差異顯著性。

四、相關分析

以皮爾森積差相關分析（Pearson Product-Moment Correlation）法來分析平日使用社群網站時間以及假日使用社群網站時間與隱私知識、隱私態度、隱私在意程度與隱私行為四個構念間的相關程度。

五、路徑分析（Path analysis）

用路徑分析工具 Mplus，檢定構念間潛在假設關係，以驗證本研究提出的假設概念圖。

第四章 研究結果與分析

本章的內容主要在描述受測學生樣本之個人基本資料、問卷結果統計，並進一步針對隱私知識、隱私態度、隱私在意程度及隱私行為進行路徑分析。本章一共分為五節，第一節為「隱私態度量表」之探索性因素分析（exploratory factor analysis, EFA），並依據結果修正量表以進行之後的分析探討；第二節為樣本基本資料及各分量之分析；第三節將受測樣本分成無名小站使用者樣本與 Facebook 使用者樣本兩組，分別在隱私知識、隱私態度、隱私在意程度及隱私行為上進行差異分析或相關分析；第四節為同時擁有無名小站與 Facebook 的使用者樣本在隱私態度上的差異分析；第五節為以路徑分析檢測隱私知識、隱私態度、隱私在意程度及隱私行為之間的關係。

第一節 隱私態度量表之探索性因素分析（EFA）

本研究分別對「無名小站使用者」及「Facebook 使用者」兩組樣本在「隱私態度量表」上進行探索性因素分析，以檢驗此量表之效度，並用 Cronbach's α 檢驗其信度。在探索性因素分析方面，使用主軸因子分析法（principal axis factoring）萃取，以及直交轉軸最大變異法（varimax method），選擇特徵值（eigenvalue）大於 1 且因素負荷量大於 0.4 的題項。以下分成兩小節，分別對「無名小站使用者」與「Facebook 使用者」兩組樣本做「隱私態度量表」之因素分析。

一、無名小站使用者的隱私態度量表之因素分析

本「隱私態度量表」一共 15 題，已做好反向題的重新計分，填答方式採用李克特式（Likert-scale）四點量表，得分越高表示隱私態度越謹慎，各題項及總量表的平均數皆高於四點量表中位數 2.5 分（ $(2+3)/2=2.5$ ），表示無名小站使用者樣本的隱私態度趨於謹慎。

進行因素分析前，首先針對「隱私態度量表」進行項目分析，其目的在於評估量表中各項目之適切性，在此使用極端組比較法，此法運用樣本極端組平均數差異檢定(t-test)以鑑定項目是否具鑑別度。經檢驗後發現，僅第9題未達顯著，其餘14題的決斷值(t值)皆達.05的顯著水準，表示題目具有良好的鑑別度。各題項之平均數、標準差與極端組平均數差異檢定結果詳見表4-1-1。

表 4-1-1 隱私態度量表之項目分析統計結果摘要（無名小站使用者）

項目	平均數	標準差	決斷值
1. 我認為我的個人資料公開在網路上是安全的。	3.20	0.74	11.35
2. 我認為我的個人資料公開在網路上是無所謂的。	3.39	0.72	11.02
3. 我認為讓陌生人看到我公開在網站上的個人資料是危險的。	3.36	0.73	8.89
4. 我認為在網路上認識及結交新朋友是有趣的。	2.39	0.88	6.96
5. 我認為只有我的朋友可以看到我公開的個人資料。	2.64	0.89	2.56
6. 看到我的朋友公布自己的資料，我也應該要跟他一樣公布這些資料。	3.40	.062	9.22
7. 當朋友叫我公開個人資料的時候，我會聽他的。	3.59	0.55	10.78
8. 我認為我所擁有的朋友數量可以證明我是受歡迎的。	3.05	0.81	4.55
9. 我會擔心我在網站上的個人資料有錯誤。	2.55	0.90	0.75
10.我會擔心網站把我的個人資料挪做別的使用途。	3.32	0.89	11.49
11.我會擔心網站把我的個人資料賣給其他網站。	3.21	0.97	11.08
12.我會擔心我的個人資料在我不同意的狀況下，被其他人取得、使用或瀏覽	3.32	0.89	10.15
13.為了結交新朋友，我會詳細填上我的個人資料。	3.22	0.78	10.71
14.為了讓人更了解我，我會詳細填上我的個人資料。	3.22	0.80	8.79
15.為了成為網站的會員，我認為我應該詳細填寫個人資料。	2.99	0.85	10.33
總量表	3.12	0.37	--

本量表經項目分析後刪除第9題，將剩餘14題進行探索性因素分析，取樣適切值(Kaiser-Meyer-Olkin measure of sampling adequacy, KMO)為0.782，Bartlett球形檢定值為1325.416 ($p < .05$)，表示此樣本資料適合進行因素分析。本研究者以主軸因子分析法及最大變異法做直交轉軸後，刪除4、5、8共3題，萃取出三個因素，分別命名為「同

「同儕壓力」、「隱私顧慮」與「隱私風險」。因素一「同儕壓力」(五題)的因素解釋量為 20.63%；因素二「隱私顧慮」(三題)的因素解釋量為 18.49%；因素三「隱私風險」(三題)的因素解釋量為 17.35%；總累積解說變異量為 56.47%。

接著進行Cronbach's α 信度分析，各因素之內部一致性的 α 值分別為0.790、0.853、0.831，整體量表的 α 值為0.802，而整體Cronbach's α 值大於0.8，顯示這份隱私態度量表信度良好，具有相當程度的內部一致性。詳細因素分析結果如表4-1-2所示：

表 4-1-2 無名小站使用者隱私態度之因素分析結果

因素	項目	因素負荷量		
		1	2	3
同儕 壓力	13.為了結交新朋友，我會詳細填上我的個人資料。	0.86	0.04	0.03
	14.為了讓人更了解我，我會詳細填上我的個人資料。	0.72	-0.01	0.10
	15.為了成為網站的會員，我認為我應該詳細填寫個人資料。	0.63	0.04	0.19
	7.當朋友叫我公開個人資料的時候，我會聽他的。	0.49	0.07	0.26
	6.看到我的朋友公布自己的資料，我也應該要跟他一樣公布這些資料。	0.49	0.05	0.27
隱私 顧慮	11.我會擔心網站把我的個人資料賣給其他網站。	0.06	0.90	0.12
	12.我會擔心我的個人資料在我不同意的狀況下，被其他人取得、使用或瀏覽。	0.02	0.76	0.13
	10.我會擔心網站把我的個人資料挪做別的用途。	0.04	0.75	0.14
隱私 風險	1.我認為我的個人資料公開在網路上是安全的。	0.27	0.10	0.80
	2.我認為我的個人資料公開在網路上是無所謂的。	0.18	0.13	0.78
	3.我認為讓陌生人看到我公開在網站上的個人資料是危險的。	0.17	0.24	0.66
變異數百分比 (%)		20.63	18.49	17.35
累積解說總變異量 (%)		56.47		
KMO 值		.782		
Barlett 球形檢定		1325.416 ($p < .05$)		
內部 Cronbach's α 值		.790	.853	.831
Cronbach's α 值		.802		

二、 Facebook 使用者的態度量表之因素分析

本量表之因素分析步驟與無名小站使用者的組別做法一致，先做好反向題的重新計分，本量表僅第4題的平均數小於量表中位數2.5分，顯示在「我認為在網路上認識及結交新朋友是有趣的」題項上，Facebook使用者樣本之態度比較不謹慎，表示受測者在Facebook上的交友態度比較寬鬆。其餘14個題項與總量表的平均數皆大於中位數2.5，整體看來，受測者在Facebook上的隱私態度也是趨於謹慎。

進行項目分析後，根據樣本極端組平均數差異檢定（t-test）的結果，除第5題外，剩餘的11題的決斷值皆達小於.05的顯著水準，表示題目對受測者而言，具有良好的鑑別度。各題項之平均數、標準差與極端組平均數差異檢定結果詳見表4-1-3。

表 4-1-3 隱私態度量表之項目分析統計結果摘要（Facebook 使用者）

項目	平均數	標準差	決斷值
1. 我認為我的個人資料公開在網路上是安全的。	3.23	0.75	11.70
2. 我認為我的個人資料公開在網路上是無所謂的。	3.45	0.70	10.99
3. 我認為讓陌生人看到我公開在網站上的個人資料是危險的。	3.42	0.78	10.25
4. 我認為在網路上認識及結交新朋友是有趣的。	2.38	0.91	5.46
5. 我認為只有我的朋友可以看到我公開的個人資料。	2.58	0.99	0.40
6. 看到我的朋友公布自己的資料，我也應該要跟他一樣公布這些資料。	3.44	0.59	10.91
7. 當朋友叫我公開個人資料的時候，我會聽他的。	3.58	0.61	10.03
8. 我認為我所擁有的朋友數量可以證明我是受歡迎的。	3.12	0.83	6.37
9. 我會擔心我在網站上的個人資料有錯誤。	2.59	0.93	2.61
10. 我會擔心網站把我的個人資料挪做別的用途。	3.30	0.93	12.38
11. 我會擔心網站把我的個人資料賣給其他網站。	3.18	1.02	11.51
12. 我會擔心我的個人資料在我不同意的狀況下，被其他人取得、使用或瀏覽	3.30	0.93	10.82
13. 為了結交新朋友，我會詳細填上我的個人資料。	3.25	0.76	12.42
14. 為了讓人更了解我，我會詳細填上我的個人資料。	3.25	0.80	8.63
15. 為了成為網站的會員，我認為我應該詳細填寫個人資料。	2.99	0.89	10.62
總量表	3.14	.372	--

經過項目分析刪除第5題後，將其餘的14題進行因素分析，以主軸因子分析法及最大變異法做直交轉軸，KMO值為0.782，Barlett球形檢定值為1523.843 ($p<.05$)。根據分析結果，刪除4、8、9共3題，萃取出三個因素。值得注意的是，兩個不同社群網站使用者組別經因素分析後，剩餘的題項一致且三個因素構念所涵蓋的題項也一致。由於因素構念一致，因此將萃取出的三個因素也命名為「同儕壓力」、「隱私風險」與「隱私顧慮」。分析各因素的因素解釋量：因素一「同儕壓力」(五題)的因素解釋量為20.69%；因素二「隱私風險」(三題)的因素解釋量為18.41%；因素三「隱私顧慮」(三題)的因素解釋量為17.67%；總累積解說變異量為54.01%。

最後將三個因素分別做Cronbach's α 信度分析，其內部一致性的 α 值分別為0.796、0.832、0.838，整體量表的 α 值為0.782，整體Cronbach's α 值大於0.7接近0.8，顯示此隱私態度量表信度良好，也具有相當程度的內部一致性。詳見表4-1-4。

表 4-1-4 Facebook 使用者隱私態度之因素分析結果表

因素	項目	因素負荷量		
		1	2	3
同儕 壓力	13.為了結交新朋友，我會詳細填上我的個人資料。	0.87	0.08	0.02
	14.為了讓人更了解我，我會詳細填上我的個人資料。	0.78	0.07	-0.06
	15.為了成為網站的會員，我認為我應該詳細填寫個人資料。	0.65	0.19	0.00
	7.當朋友叫我公開個人資料的時候，我會聽他的。	0.45	0.29	0.07
	6.看到我的朋友公布自己的資料，我也應該要跟他一樣公布這些資料。	0.44	0.35	0.06
隱私 風險	2.我認為我的個人資料公開在網路上是無所謂的。	0.17	0.82	0.10
	1.我認為我的個人資料公開在網路上是安全的。	0.22	0.77	0.06
	3.我認為讓陌生人看到我公開在網站上的個人資料是危險的。	0.14	0.69	0.22
隱私 顧慮	11.我會擔心網站把我的個人資料賣給其他網站。	0.02	0.07	0.83
	10.我會擔心網站把我的個人資料挪做別的使用。	0.01	0.12	0.78
	12.我會擔心我的個人資料在我不同意的狀況下，被其他人取得、使用或瀏覽。	0.00	0.13	0.76
變異數百分比(%)		20.69	18.41	17.67
累積解說總變異量(%)		56.76		
KMO 值		.782		
Barlett 球形檢定		1523.843 ($p<.05$)		
內部 Cronbach's α 值		.796	.832	.838
Cronbach's α 值		.782		

總結而言，檢驗以不同組別針對「隱私態度量表」進行因素分析的結果可以發現，雖然無名小站與 Facebook 使用者各別的累積解說變異量、KMO 值、Barlett 球形檢定及 Cronbach's α 數值皆不相同，但萃取出的三個因素與各因素的題項結果卻具有一致性，即表示對於兩組不同社群網路使用者而言，此「隱私態度量表」有良好信度，表示此量表可以給本研究中不同兩群體樣本使用，並進行之後的差異分析及路徑分析。

第二節 樣本基本資料與各分量表現況分析

本研究為更了解樣本結構，分別以整體與各組擁有不同帳號之使用者（只有無名小站帳號、只有 Facebook 帳號，以及同時擁有兩個不同社群網站帳號）進行分析。樣本的人數、性別、年級、開始接觸網路時間、好友名單分布情形、受同儕而使用社群網站與否、平日使用網路時間與假日使用網路時間、隱私知識正確與否、網站上輸入資料及填寫不實資料等基本資料描述如下。

一、性別與年級的分布情形

本研究回收的問卷扣除無效問卷後，擁有社群網站帳號的有效樣本共 425 份，以性別來看，男生樣本為 202 人，佔全體樣本的 47.5%；女生樣本為 223 人，佔全體樣本的 52.5%。以年級來看，五年級有 106 人，佔全體之 24.9%；六年級有 109 人，佔全體之 25.7%；七年級有 102 人，佔全體之 24.0%；八年級有 108 人，佔全體之 25.4%。

進一步統計各年級的男、女生樣本分布情形為：五年級男生 58 人，佔五年級全體之 54.7%，五年級女生 48 人，佔五年級全體之 45.3%；六年級男生 53 人，佔六年級全體之 48.6%，六年級女生 56 人，佔六年級全體之 51.4%；七年級男生 47 人，佔七年級全體之 46.1%，七年級女生 55 人，佔七年級全體之 53.9%；八年級男生 44 人，佔八年級全體之 40.7%，八年級女生 64 人，佔八年級全體之 59.3%。整合各年級性別、年級的分布情形如表 4-2-1 所示。

表 4-2-1 學生性別與年級分布情形

項目	年級								總和 (n=425)	
	五年級 (n=106)		六年級 (n=109)		七年級 (n=102)		八年級 (n=108)			
	人數	百分比%	人數	百分比%	人數	百分比%	人數	百分比%	人數	百分比%
男生	58	54.7	53	48.6	47	46.1	44	40.7	202	47.5
女生	48	45.3	56	51.4	55	53.9	64	59.3	223	52.5
合計	106	24.9	109	25.7	102	24.0	108	25.4	425	100.0

二、 擁有 Facebook 及無名小站帳號的分布情形

本小節先統計各樣本擁有帳號統計情形，接續進一步統計不同性別及年級之擁有帳號的分布情形。

本研究有效樣本 425 人，以人次來計算，擁有 Facebook 帳號的樣本有 342 人，擁有無名帳號的樣本有 294 人。進一步分類樣本，只有 Facebook 帳號的樣本有 131 人(30.8%)，只有無名帳號的樣本有 83 人(19.5%)，同時擁有 Facebook 及無名小站帳號的樣本有 211 人(49.7%)，顯示將近五成的樣本同時擁有二個社群網站帳號，且以擁有 Facebook 帳號的比例較高，與第二章文獻探討中，Facebook 為台灣第二大流量的實際狀況符合，擁有帳號分布情況如表 4-2-2 所示。

表 4-2-2 學生擁有 Facebook 與無名小站帳號分布情形

項目	Facebook 帳號				總和(人)	
	有		沒有			
	人數	百分比%	人數	百分比%		
無名小站 帳號	有	211	49.7	83	19.5	294
	沒有	131	30.8			131
人數總和(人)		342		83		425

(一) 擁有 Facebook 及無名小站帳號的樣本性別分布情形

以男生來看，只有無名小站帳號的樣本有 27 人，佔男生全體樣本之 13.4%；只有 Facebook 帳號的樣本有 78 人；佔男生全體樣本之 38.6%；同時擁有二個社群網站帳號的樣本有 97 人，佔男生全體樣本之 48.0%。以女生來看，只有無名小站帳號的樣本有 56 人，佔女生全體樣本之 25.1%；只有 Facebook 帳號樣本的有 53 人，佔女生全體樣本之 23.8%；同時擁有二個社群網站帳號的樣本有 114 人，佔女生全體樣本之 51.1%。男、女生樣本都是同時擁有二個社群網站帳號的人比例較高，但在只擁有一個社群網站帳號情形下，男生擁有 Facebook 帳號的比例較高，而女生則是擁有無名小站帳號的比例略高，詳細分布情形如表 4-2-3 所示。

表 4-2-3 不同性別學生擁有 Facebook 與無名小站帳號分布情形

項目	只有無名小站的帳號 (n=83)		只有 Facebook 的帳號 (n=131)		同時擁有兩個帳號 (n=211)	
	人數	佔男(女)生%	人數	佔男(女)生%	人數	佔男(女)生%
男生	27	13.4	78	38.6	97	48.0
女生	56	25.1	53	23.8	114	51.1

(二) 擁有 Facebook 及無名小站帳號的樣本年級分布情形

以五年級來看，只有無名小站帳號的有 7 人，佔五年級全體樣本之 6.6%；只有 Facebook 帳號的樣本有 57 人，佔五年級全體樣本之 53.8%；同時擁有二個社群網站帳號的樣本有 42 人，佔五年級全體樣本之 39.6%；六年級只有無名小站帳號的樣本有 22 人，佔六年級全體樣本之 20.2%；只有 Facebook 帳號的樣本有 36 人，佔六年級全體樣本之 33.0%；同時擁有二個社群網站帳號的樣本有 51 人，佔六年級全體樣本之 46.8%；七年級只有無名小站帳號的樣本有 25 人，佔七年級全體樣本之 24.5%；只有 Facebook 帳號的樣本有 19 人，佔七年級全體樣本之 18.6%；同時擁有二個社群網站帳號的樣本有 58 人，佔七年級全體樣本之 56.9%；八年級只有無名小站帳號的樣本有 29 人，佔八

年級全體樣本之 26.9%；只有 Facebook 帳號的樣本有 19 人，佔八年級全體樣本之 17.6%；同時擁有二個社群網站帳號的樣本有 60 人，佔八年級全體樣本之 55.6%。結果顯示，除了五年級樣本只有 Facebook 帳號的比例較高外，其餘年級皆是同時擁有二個社群網站帳號的比例較高。值得注意的是，國中七、八年級使用無名小站的比例高於使用 Facebook 的比例，也與文獻探討中 TNS RI 於 2010 的調查結果符合。詳細樣本年級之帳號擁有分布情形如表 4-2-4 所示。

表 4-2-4 不同年級擁有社群網路帳號分布情形

年級	只有無名小站的帳號 (n=83)		只有 Facebook 的帳號 (n=131)		同時擁有兩個帳號 (n=211)	
	人數	百分比%	人數	百分比%	人數	百分比%
五	7	6.6	57	53.8	42	39.6
六	22	20.2	36	33.0	51	46.8
七	25	24.5	19	18.6	58	56.9
八	29	26.9	19	17.6	60	55.6

三、因受同儕影響而使用社群網站的樣本分布情形

只有無名小站帳號的樣本中，是因為有好朋友或同學才使用無名的有 62 人 (74.7%)；只有 Facebook 帳號的樣本中，是因為有好朋友或同學才使用 Facebook 的有 97 人 (74.0%)；同時擁有兩個社群網站帳號的樣本中，是因為有好朋友或同學才使用無名的有 164 人 (77.7%)，是因為有好朋友或同學才使用 Facebook 的有 150 人 (71.1%)。根據調查顯示，七成以上的學生是受同儕影響才開始使用該社群網站，而當中又以無名小站的使用受同儕影響的比例略高於 Facebook 的使用者，樣本是否受同儕影響的分布情形如表 4-2-5 所示。

表 4-2-5 不同社群網路使用者受同儕影響使用與否之統計

同儕影響 與否	只有無名小站 的帳號 (n=83)		只有 Facebook 的帳號 (n=131)		同時擁有兩個帳號 (n=211)			
					無名小站帳號		Facebook 帳號	
	人數	百分比%	人數	百分比%	人數	百分比%	人數	百分比%
受同儕影響	62	74.4	97	74.0	164	77.7	150	71.1
非同儕影響	21	25.6	34	26.0	47	22.3	61	28.9

四、 好友名單情形分布

表 4-2-6 為各組好友名單是否為熟識者的分布情形。比較只擁有一個社群網站帳號的受測樣本，顯示好友名單中「全部都是現實生活中所認識的人」的比例，以擁有無名小站帳號的樣本較高，佔該組樣本的 55.4%。比較同時擁有兩個帳號的受測樣本，也是無名小站上的好友名單中「全部都是現實生活中所認識的人」的比例較高，佔該組的 47.4%。本題採用李克特式 (Likert-scale) 五點量表，選擇依序是「全部都是」、「大部分是」、「有些是」、「幾乎不是」、「全部都不是」，計分方式依序為 5、4、3、2、1 分，則該量表的中位數為 3 分。由各組平均數來看 (4.31、3.93、4.24、3.79)，均大於量表中位數 3 分，顯示樣本之好友名單上傾向是自己在現實生活中所認識的人。

表 4-2-6 好友名單為熟識者的分布情形

好友名單為 熟識者與否	只有無名小站 的帳號 (n=83)		只有 Facebook 的帳號 (n=131)		同時擁有兩個帳號 (n=211)			
					無名小站帳號		Facebook 帳號	
	人數	百分比%	人數	百分比%	人數	百分比%	人數	百分比%
全部都是	46	55.4	44	33.6	100	47.4	57	27.0
大部分是	22	26.5	48	36.6	76	36.0	86	40.8
有些是	11	13.3	28	21.4	24	11.4	41	19.4
幾乎不是	3	3.6	8	6.1	8	3.8	20	9.5
全部都不是	1	1.2	3	2.3	3	1.4	7	3.3
平均數	4.31		3.93		4.24		3.79	
標準差	0.92		1.00		0.90		1.05	

五、 網路接觸時間分布

受測學生樣本開始接觸網路的時間以「國小三至四年級」為多數，有 188 人，佔全體樣本 44.2%；依次是「國小一至二年級」，有 103 人，佔全體樣本 24.2%；「國小五至六年級」，有 36 人，佔全體樣本 8.5%；「國小以前」有 95 人，佔全體樣本 22.4%；「升上國中以後」有 3 人，佔全體樣本 0.7%。根據資料統計，有 386 人（佔全體 90.8%）在就讀國小五年級以前（即從國小以前到國小 3-4 年級之間）即開始接觸網路，此結果合乎九年一貫資訊教育的能力指標中，三、四年級應具有「能由電話、報紙、圖書、網路與媒體獲得資訊」的能力，開始接觸網路時間的詳細分布情形如表 4-2-7 所示。

表 4-2-7 學生開始接觸網路時間分布情形 (n=425)

接觸網路時間	人數	百分比%	累積百分比%
國小以前	95	22.4	22.4
國小 1-2 年級	103	24.2	46.6
國小 3-4 年級	188	44.2	90.8
國小 5-6 年級	36	8.5	99.3
升上國中以後	3	0.7	100.0

六、 平日使用無名小站或 Facebook 的時間分布

表 4-2-8 為受測學生平日使用無名小站時間的情況分布，從表中得知受測學生樣本數共有 294 人，平日平均使用時間為 0.71 小時。根據分類並統計結果發現，平日使用時間為 0 小時的人數佔 34% 為最多，顯示有三成多的學生平日是不使用無名小站的。另外，在假日使用時間方面，使用者假日平均使用時間為 1.76 小時，其中使用時間為 0 小時的人數降為 4.1%，且假日有六成以上的學生假日使用時間超過 1 小時，平日則不到四成，而假日以使用 1 小時的人數佔 31.3% 為最多，結果顯示受測學生於假日使用無名小站的時間明顯比平日多（詳見表 4-2-9）。

表 4-2-8 無名小站使用者平日使用時間情形分布 (n=294)

平日使用時間	人數	百分比%	累積百分比%	平均時數	標準差
4.00小時	4	1.4	1.4		
3.00小時	8	2.7	4.1		
2.50小時	1	0.3	4.4		
2.00小時	27	9.2	13.6		
1.60小時	1	0.3	13.9		
1.50小時	6	2.0	16.0		
1.00小時	64	21.8	37.8		
0.67小時	1	0.3	38.1		
0.60小時	1	0.3	38.4	0.71	0.83
0.50小時	67	22.8	61.2	小時	
0.40小時	1	0.3	61.6		
0.33小時	1	0.3	61.9		
0.30小時	3	1.0	62.9		
0.25小時	1	0.3	63.3		
0.20小時	5	1.7	65.0		
0.10小時	3	1.0	66.0		
0.00小時	100	34.0	100.0		

表 4-2-9 無名小站使用者假日使用時間情形分布 (n=294)

假日使用時間	人數	百分比%	累積百分比%	平均時數	標準差
10.00小時	3	1.0	1.0		
9.00小時	2	0.7	1.7		
8.00小時	3	1.0	2.7		
7.00小時	1	0.3	3.1		
6.00小時	6	2.0	5.1		
5.00小時	13	4.4	9.5		
4.50小時	1	0.3	9.9		
4.00小時	7	2.4	12.2		
3.50小時	4	1.4	13.6		
3.00小時	25	8.5	22.1		
2.50小時	2	0.7	22.8		
2.00小時	38	12.9	35.7	1.76	1.87
1.50小時	5	1.7	37.4	小時	
1.00小時	92	31.3	68.7		
0.67小時	1	0.3	69.0		
0.60小時	1	0.3	69.4		
0.50小時	65	22.1	91.5		
0.33小時	2	0.7	92.2		
0.30小時	1	0.3	92.5		
0.25小時	1	0.3	92.9		
0.20小時	5	1.7	94.6		
0.10小時	4	1.4	95.9		
0.00小時	12	4.1	100.0		

表 4-2-10 為使用者平日使用 Facebook 時間的情況分布，從表中得知受測學生樣本數共有 342 人，平日平均使用時間為 0.86 小時，其中平日使用時間為 1 小時的人最多，佔 28.1%。另外，在假日使用時間的方面，使用者假日平均使用時間為 1.78 小時，以使用 1 小時佔 28.7% 為最多，有 74.3% 的學生假日使用 Facebook 的時間至少一個小時以上，平日使用 Facebook 時間在一個小時以上的學生則不到五成 (48.8%)，表示受測學生於假日使用 Facebook 的時間也比平日多，詳細結果如表 4-2-11。

表 4-2-10 Facebook 使用者平日使用時間情形分布 (n=342)

平日使用時間	人數	百分比%	累積百分比%	平均時數	標準差
5.00小時	2	0.6	0.6		
4.00小時	3	0.9	1.5		
3.00小時	13	3.8	5.3		
2.00小時	43	12.6	17.8		
1.50小時	8	2.3	20.2		
1.00小時	96	28.1	48.2		
0.80小時	1	0.3	48.5		
0.68小時	1	0.3	48.8		
0.50小時	70	20.5	69.3	0.86	0.89
0.33小時	1	0.3	69.6	小時	
0.30小時	1	0.3	69.9		
0.25小時	2	0.6	70.5		
0.20小時	2	0.6	71.1		
0.16小時	1	0.3	71.3		
0.14小時	1	0.3	71.6		
0.10小時	3	0.9	72.5		
0.00小時	94	27.5	100.0		

表 4-2-11 Facebook 使用者假日使用時間情形分布 (n=342)

假日使用時間	人數	百分比%	累積百分比%	平均時數	標準差
12.00小時	1	0.3	0.3		
10.00小時	2	0.6	0.9		
9.00小時	1	0.3	1.2		
8.00小時	3	0.9	2.0		
7.50小時	1	0.3	2.3		
7.00小時	1	0.3	2.6		
6.00小時	4	1.2	3.8		
5.00小時	16	4.7	8.5		
4.50小時	1	0.3	8.8		
4.00小時	15	4.4	13.2		
3.50小時	2	0.6	13.7		
3.00小時	36	10.5	24.3		
2.50小時	6	1.8	26.0	1.87	1.78
2.00小時	53	15.5	41.5	小時	
1.50小時	13	3.8	45.3		
1.20小時	1	0.3	45.6		
1.00小時	98	28.7	74.3		
0.67小時	1	0.3	74.6		
0.60小時	2	0.6	75.1		
0.50小時	61	17.8	93.0		
0.30小時	1	0.3	93.3		
0.25小時	2	0.6	93.9		
0.20小時	7	2.0	95.9		
0.16小時	1	0.3	96.2		
0.10小時	4	1.2	97.4		
0.00小時	9	2.6	100.0		

值得注意的是，不論是無名小站使用者還是 Facebook 使用者，在假日使用社群網站的使用時間皆較平日長，使用時間為 0 小時的比例也驟降，且都在假日出現使用時間超過十個小時的使用者，顯示不同社群網站使用者在假日使用社群網站的時間均較平日來得多。整體而言，平日與假日的使用社群網站時間，皆為 Facebook 使用者的平均時數較長。

七、學生隱私知識分數統計分析

隱私知識共五題，全對的樣本人數有 7 人，佔全體樣本的 1.7%；答對 4 題的有 125 人，佔全體樣本的 29.4%；答對 3 題的有 210 人，佔全體樣本的 49.4 人；答對 2 題的有 76 人，佔全體樣本的 17.9%；答對 1 題的有 6 人，佔全體樣本的 1.4%；全答錯的只有 1 人，佔全體樣本的 0.2%。

每題答對的人數、百分比如表 4-2-12。第 3 題答對的比例最高，達 98.8% 的正確率，顯示多數學生都知道在沒得到對方允許的情況下，拍攝對方肖像並任意公開的行為會侵犯個人隱私。第 1 題答對比例次高，顯示多數學生了解，即使是聊天內容，只要將不屬於自己的資訊公開在自己的部落格上，都會侵犯對方個人隱私。第 5 題約有四分之三的正确率，顯示大部分學生知道猜密碼的行為極可能侵害對方隱私。第 2 題答錯的人數最多，顯示很高比例的學生無法察覺到當自行公開揭露個人資料後，其個人資料即喪失隱私權，即表示學生不瞭解當其他人轉載自己揭露之個人資料並不構成隱私侵害。第 4 題答錯的人數次多，顯示多數學生不能察覺廣告信已侵害個人隱私。

表 4-2-12 各題隱私知識對錯分布情形 (n=425)

題號	題目	答對		答錯	
		人數	百分比%	人數	百分比%
1	將聊天的內容貼在自己部落格上	399	93.9	26	6.1
2	自行公開個人的隱私，被他人轉載	68	16.0	357	84.0
3	偷拍相片，且放到個人相簿	420	98.8	5	1.2
4	廣告信是否造成隱私侵害	107	25.2	318	74.8
5	猜密碼並瀏覽照片	329	77.4	96	22.6

不同年級的正確率詳見表 4-2-13 所示，所有年級在第一題答對的比率都能達到九成；第二題則是五年級表現最好，答對率佔全體五年級樣本的 20.8%，八年級次之，答對率佔全體八年級樣本的 18.5%，表現最差是七年級，答對率佔全體七年級樣本的 10.8%；第三題的表現以五年級最好，答對率達到 100%，且表現情形依年級越高而遞

減，八年級表現最差；第四題的表現最好是六年級，答對率佔全體六年級樣本的 31.2%，再來是五年級，答對率佔全體五年級樣本的 28.3%，表現最差是八年級，答對率佔全體八年級樣本的 18.5%；第五題的表現最好是五年級，答對率佔全體五年級樣本的 91.5%，表現情形依年級越高而表現結果遞減，八年級表現最差，答對率佔全體八年級樣本的 63.0%。整理各年級總答對題數表現（見表 4-2-14），顯示五年級有超過九成的學生樣本總答對題數超過 3 題（91.5%），六年級有將近九成的學生樣本答對題數超過 3 題（89.0%），而七、八年級則只有七成受測樣本答對題數超過 3 題（70.7%、70.3%），根據本研究之結果顯示，七、八年級答對題數的比例明顯低於五、六年級。

表 4-2-13 各年級於各題隱私知識正確與否表現情形分布

題號		五年級 (n=106)		六年級 (n=109)		七年級 (n=102)		八年級 (n=108)	
		人數	百分比%	人數	百分比%	人數	百分比%	人數	百分比%
		1	答對	97	91.5	103	94.5	98	96.1
	答錯	9	8.5	6	5.5	4	3.9	7	6.5
2	答對	22	20.8	15	13.8	11	10.8	20	18.5
	答錯	84	79.2	94	86.2	91	89.2	88	81.5
3	答對	106	100.0	108	99.1	101	99.0	105	97.2
	答錯	0	0.0	1	0.9	1	1.0	3	2.8
4	答對	30	28.3	34	31.2	23	22.5	20	18.5
	答錯	76	71.7	75	68.8	79	77.5	88	81.5
5	答對	97	91.5	97	89.0	67	65.7	68	63.0
	答錯	9	8.5	12	11.0%	35	34.3	40	37.0

表 4-2-14 各年級之隱私知識總答對題數情形分布

答對題數	五年級			六年級			七年級			八年級		
	人數	百分比 (%)	累積百分比 (%)	人數	百分比 (%)	累積百分比 (%)	人數	百分比 (%)	累積百分比 (%)	人數	百分比 (%)	累積百分比 (%)
5	2	1.9	1.9	2	1.8	1.8	2	2.0	2.0	1	0.9	0.9
4	40	37.7	39.6	39	35.8	37.6	22	21.6	23.6	24	22.2	23.1
3	55	51.9	91.5	56	51.4	89.0	48	47.1	70.7	51	47.2	70.3
2	8	7.5	99.0	11	10.1	99.1	28	27.5	98.2	29	26.9	97.2
1	1	0.9	100.0	1	0.9	100.0	2	2.0	100.0	2	1.9	99.1
0	0	0.0	100.0	0	0.0	100.0	0	0.0	100.0	1	0.9	100.0

八、 擁有 Facebook 帳號的樣本隱私行為統計分析

本研究結果顯示，在擁有 Facebook 的受測學生樣本中(n=342)，關於樣本在 Facebook 上輸入資料的部分，最多樣本會輸入的項目是常用代稱，共 223 人 (65.2%)，其次是興趣，共 209 人 (61.1%)，接著是真實姓名，共 192 人 (56.1%)；最少樣本會輸入的項目是家中住址，共 28 人 (8.2%)，其次是家中電話，共 30 人 (8.8%)，接著是手機電話，共 32 人 (9.4%)，其餘詳細情形見表 4-2-15。

表 4-2-15 受測學生在 Facebook 上輸入資料之人數統計 (按百分比高低排列)

項目	人數	百分比 (%)
常用代稱	223	65.2
興趣	209	61.1
真實姓名	192	56.1
個人照片	144	42.1
自我介紹	140	40.9
就讀學校	115	33.6
宗教	40	11.7
手機電話	32	9.4
家中電話	30	8.8
家中住址	28	8.2

九、學生在無名小站上的隱私行為統計

在擁有無名小站的受測學生樣本中 (n=294)，關於樣本在無名小站上輸入資料的部分，最多樣本會輸入的項目是暱稱，共 249 人 (84.7%)，其次是興趣，共 227 人 (77.2%)，接著是喜歡的，共 188 人 (63.9%)；最少樣本會輸入的項目是個人照片，共 131 人 (44.6%)，其次是職業，共 142 人 (48.3%)，接著是學歷，共 145 人 (49.3%)。詳細情形如表 4-2-16。

針對不同社群網站使用者統計總輸入資料個數 (見表 4-2-17)，本研究結果發現超過一半的無名小站使用者總輸入個數在六個以上 (55.8%)，遠高於 Facebook 使用者的累積百分比(9.9%)，以平均數來看，無名小站使用者的平均輸入個數為 5.97 個；Facebook 使用者則為 3.37 個，顯示無名小站使用者願意輸入資料項目的平均總個數較多。

表 4-2-16 受測學生在無名小站上輸入資料之人數統計 (按百分比高低排列)

項目	人數	百分比 (%)
暱稱	249	84.7
興趣	227	77.2
喜歡的	188	63.9
生日	182	61.9
討厭的	177	60.2
血型	159	54.1
關於我	154	52.4
學歷	145	49.3
職業	142	48.3
個人照片	131	44.6

表 4-2-17 受測學生在不同網路社群上輸入資料個數分布情形

輸入個數	無名小站使用者 (n=294)			Facebook 使用者 (n=342)		
	人數	百分比%	累積百分比%	人數	百分比%	累積百分比%
10	36	12.2	12.2	3	0.9	0.9
9	35	11.9	24.1	1	0.3	1.2
8	41	13.9	38.1	5	1.5	2.6
7	34	11.6	49.7	7	2.0	4.7
6	18	6.1	55.8	18	5.3	9.9
5	27	9.2	65.0	49	14.3	24.3
4	27	9.2	74.1	60	17.5	41.8
3	32	10.9	85.0	81	23.7	65.5
2	23	7.8	92.9	72	21.1	86.5
1	20	6.8	99.7	45	13.2	99.7
0	1	0.3	100.0	1	0.3	100.0
平均輸入個數		5.97			3.37	
標準差		2.87			1.76	

十、學生填寫不實資料情形統計

排除問卷第四部份隱私行為選項 5 勾選從不如此的受測學生樣本後，本研究統計剩餘的無名小站使用者、Facebook 使用者以及整體樣本，分別為 247、287 以及 350 位學生樣本，調查其不實資料填寫之情形。以無名小站使用者來看，最多填寫不實資料前三名分別為身分證字號（179 人，72.5%）、家中電話（159 人，64.4%）、真實姓名（140 人，56.7%）；以 Facebook 使用者來看，最多填寫不實資料前三名分別為身分證字號（193 人，67.2%）、生日（168 人，58.5%）、家中電話（164 人，57.1%）；以整體樣本來看，樣本故意填寫錯誤資料的項目最多為身分證字號，共 237 人（67.7%），其次為家中電話，共 209 人（59.7%），接著為生日，共 203 人（58.0%）。而無名小站使用者、Facebook 使用者以及整體樣本最少填寫不實資料的前三名項目及順序都相同，分別為個人興趣、職業、星座。根據結果顯示，三個不同分類樣本故意填寫錯誤資料的項目第一名都是身

分證字號，且三個群體皆約佔七成比例的樣本故意填寫不實，表示多數人不願意提供真實的身分證字號。詳細樣本填寫不實資料情形如表 4-2-18。

表 4-2-18 受測學生填寫不實資料情形之人數統計

項目	無名小站使用者 (n=247)		Facebook 使用者 (n=287)		整體樣本 (n=350)	
	人數	百分比%	人數	百分比%	人數	百分比%
身分證字號	179	72.5	193	67.2	237	67.7
家中電話	159	64.4	164	57.1	209	59.7
生日	134	54.3	168	58.5	203	58.0
真實姓名	140	56.7	148	51.6	197	56.3
家中地址	132	53.4	142	49.5	183	52.3
郵遞區號	84	34.0	95	33.1	119	34.0
血型	55	22.3	68	23.7	84	24.0
電子信箱	57	23.1	62	21.6	84	24.0
就讀過及正在就讀中的學校名稱	60	24.3	66	23.0	84	24.0
星座	41	16.6	51	17.8	64	18.3
職業	34	13.8	44	15.3	53	15.1
個人興趣	29	11.7	40	13.9	47	13.4

第三節 不同社群網站使用者於隱私面向之差異分析

本節的差異分析將受測樣本區分成無名小站使用者(N=294)及 Facebook(N=342)使用者兩組，為瞭解該組樣本在性別、年級分別在隱私知識、隱私態度、隱私在意程度、隱私行為上是否有所差異，因此使用單因子多變量變異數分析(One-way MANOVA)，當整體分析結果達顯著差異時，接續進行單變量 F 考驗(ANOVA)，並將有顯著差異的變項再進行 Scheffe 事後考驗，做多重比較。且為瞭解受試學生平日網路使用時間與假日網路使用與隱私知識、隱私態度、隱私在意程度、隱私行為間的相關性，因此使用相關分析來檢視變項與四個構念間的相關程度。

一、無名小站使用者在隱私知識、隱私態度、隱私在意程度、隱私行為之性別差異分析

不同性別無名小站使用者在隱私知識總分、隱私態度量表、隱私在意程度量表及隱私行為量表之各題項之平均數、標準差如表 4-3-1 所示。由表中可以得知，男、女生在隱私態度量表之平均數皆為 3 分之上，而其中除了男生在第 15 題的平均數為 2.94 較低外，男、女生在其餘各題項之平均數皆超過 3 分，初步顯示男、女生的隱私態度趨於謹慎。在隱私在意程度上，男、女生之整體量表平均數皆大於量表中位數 2.5 分，而其中男、女生皆對「宗教信仰」、「血型」、「星座」、「職業」、「興趣」、「常用代稱」偏向不在意（量表的中位數 < 2.5 ），其餘在意項目中皆為「身分證字號」的平均數最高，表示男、女生皆對「身分證字號」的在意程度最高，且女生的平均數高於男生。



表 4-3-1 不同性別無名小站使用者於隱私知識、隱私態度、隱私在意程度、隱私行為之各題項平均數、標準差分析

題號	項目	男生		女生	
		平均數	標準差	平均數	標準差
隱私總分		63.17	14.45	61.44	16.49
A	隱私態度量表 (單題)	3.26	0.47	3.32	0.44
13	為了結交新朋友, 我會詳細填上我的個人資料。	3.17	0.81	3.26	0.75
14	為了讓人更了解我, 我會詳細填上我的個人資料。	3.19	0.80	3.25	0.80
15	為了成為網站的會員, 我認為我應該詳細填寫個人資料。	2.94	0.84	3.02	0.86
7	當朋友叫我公開個人資料的時候, 我會聽他的。	3.60	0.55	3.57	0.54
6	看到我的朋友公布自己的資料, 我也應該要跟他一樣公布這些資料。	3.44	0.63	3.38	0.61
11	我會擔心網站把我的個人資料賣給其他網站。	3.09	1.08	3.29	0.88
12	我會擔心我的個人資料在我不同意的狀況下, 被其他人取得、使用或瀏覽。	3.22	0.98	3.39	0.82
10	我會擔心網站把我的個人資料挪做別的使用途。	3.27	0.97	3.35	0.82
1	我認為我的個人資料公開在網路上是安全的。	3.21	0.83	3.19	0.67
2	我認為我的個人資料公開在網路上是無所謂的。	3.39	0.78	3.39	0.67
3	我認為讓陌生人看到我公開在網站上的個人資料是危險的。	3.35	0.82	3.38	0.67
B	隱私在意程度量表 (單題)	2.63	0.63	2.76	0.54
1	真實姓名	2.75	1.06	3.00	0.90
2	宗教信仰	1.92	0.96	1.95	0.88
3	血型	2.22	1.05	2.28	0.95
4	星座	2.20	0.98	2.15	0.94
5	出生年月日	2.87	1.09	2.94	1.01
6	家裡電話號碼	3.23	1.05	3.49	0.85
7	個人照片	2.94	1.12	3.08	0.96
8	就讀學校	2.57	1.11	2.60	0.97
9	家中住址	3.17	1.11	3.51	0.89
10	職業	2.22	1.03	2.29	0.95
11	興趣	2.05	1.00	2.06	0.89
12	身分證字號	3.26	1.16	3.63	0.84
13	電子信箱	2.82	1.11	2.87	1.00
14	手機電話號碼	3.03	1.15	3.43	0.92
15	郵遞區號	2.66	1.17	2.78	1.12
16	常用代稱	2.20	1.07	2.08	1.01
C	隱私行為量表 (單題)	2.51	0.51	2.57	0.48
1	你在確認交友之前, 會先看對方的個人資料嗎?	2.47	1.03	2.79	1.04
2	對方的資料若很清楚的呈現, 會讓你較放心答應他的交友邀請嗎?	2.29	1.03	2.22	1.01
5	你在網路上會故意填寫不實的資料嗎?	2.35	0.97	2.28	0.90
7	你對你的資料會使用加密設定嗎?	2.54	1.12	2.59	1.07
8	你曾經受到好朋友的影響而會更常使用無名小站或 Facebook 嗎?	2.92	1.03	2.96	0.92

註：量表 A：1=非常不同意、2=不同意、3=同意、4=非常同意；量表 B：1=非常不在意、2=不在意、3=在意、4=非常在意；量表 C：1=從不如此、2=偶而如此、3=經常如此、4=總是如此。

依表 4-3-2 的資料顯示，雖然在隱私面向上，不同性別的無名小站使用者在單因子多變量變異數分析 (One-way MANOVA) 考驗上未達顯著差異 (Wilk's $\lambda=0.974$, $p=.107>.05$)，但進一步單變量 F 考驗顯示：不同性別的受測者僅在隱私在意程度有顯著差異 ($F=4.309$, $p=.039<.05$)，且經 Scheffe 事後考驗發現，女生的隱私在意程度高於男

生。

表 4-3-2 無名小站使用者不同隱私面向的性別差異分析

變項	型 III 平方和	自由度	均方	F 檢定	事後比較
隱私知識	516.910	1	516.910	1.920	--
隱私態度	.233	1	.233	1.132	--
隱私在意程度	1.337	1	1.337	4.309*	女>男
隱私行為	.463	1	.463	2.041	--
隱私面向之 Wilk's λ 值		0.974			

* $p < .05$

二、無名小站使用者在隱私知識、隱私態度、隱私在意程度、隱私行為之年級差異分析

表 4-3-3 為不同年級無名小站使用者在隱私知識總分、隱私態度量表、隱私在意程度量表及隱私行為量表之各題項之平均數、標準差。五到八年級的隱私態度量表之平均數皆高於 3.0，顯示五到八年級生的隱私態度偏向謹慎。各年級隱私在意程度量表之平均數皆高於量表的中位數 2.5，大體而言各年級隱私在意程度偏高。隱私行為方面，只有六年級的隱私行為平均數小於量表的中位數。

表 4-3-3 不同年級無名小站使用者於隱私知識、隱私態度、隱私在意程度、隱私行為之各題項平均數、標準差分析

題號	項目	五年級		六年級		七年級		八年級	
		平均數	標準差	平均數	標準差	平均數	標準差	平均數	標準差
	隱私總分	66.42	13.68	65.50	14.11	58.82	16.12	58.15	16.53
A	隱私態度量表(單題)	3.27	0.93	3.23	0.77	3.27	0.65	3.16	0.81
13	為了結交新朋友,我會詳細填上我的個人資料。	3.12	1.03	3.19	0.81	3.29	0.69	3.24	0.74
14	為了讓人更了解我,我會詳細填上我的個人資料。	2.92	0.93	3.07	0.82	3.18	0.70	2.78	0.91
15	為了成為網站的會員,我認為我應該詳細填寫個人資料。	3.67	0.56	3.67	0.47	3.58	0.52	3.47	0.61
7	當朋友叫我公開個人資料的時候,我會聽他的。	3.45	0.71	3.45	0.60	3.39	0.54	3.36	0.64
6	看到我的朋友公布自己的資料,我也應該要跟他一樣公布這些資料。	2.98	1.20	3.12	1.01	3.34	0.86	3.28	0.88
11	我會擔心網站把我的個人資料賣給其他網站。	3.08	1.17	3.26	0.90	3.48	0.71	3.34	0.85
12	我會擔心我的個人資料在我不同意的狀況下,被其他人取得、使用或瀏覽。	3.24	1.01	3.25	0.93	3.39	0.87	3.35	0.80
10	我會擔心網站把我的個人資料挪做別的使用途。	3.14	0.94	3.25	0.68	3.27	0.59	3.13	0.80
1	我認為我的個人資料公開在網路上是安全的。	3.45	0.74	3.45	0.65	3.42	0.65	3.28	0.83
2	我認為我的個人資料公開在網路上是無所謂的。	3.43	0.84	3.33	0.82	3.43	0.59	3.29	0.73
3	我認為讓陌生人看到我公開在網站上的個人資料是危險的。	3.25	0.47	3.30	0.47	3.37	0.39	3.24	0.48
B	隱私在意程度量表(單題)	2.81	0.71	2.72	0.59	2.68	0.51	2.59	0.51
1	真實姓名	2.93	1.09	2.93	0.96	2.87	0.96	2.79	0.94
2	宗教信仰	2.10	1.01	1.96	0.94	1.88	0.86	1.79	0.82
3	血型	2.43	1.11	2.27	0.95	2.22	0.95	2.10	0.96
4	星座	2.51	1.09	2.13	0.91	2.02	0.84	2.04	0.89
5	出生年月日	3.12	1.12	2.88	1.02	2.87	1.03	2.75	1.00
6	家裡電話號碼	3.42	1.06	3.45	0.89	3.34	0.86	3.25	1.00
7	個人照片	3.05	1.06	2.98	1.06	3.04	0.99	2.98	1.04
8	就讀學校	2.76	1.07	2.59	1.02	2.54	1.01	2.44	1.04
9	家中住址	3.30	1.14	3.42	0.93	3.42	0.91	3.25	1.07
10	職業	2.40	1.13	2.35	0.93	2.11	0.86	2.18	1.00
11	興趣	2.26	1.11	1.94	0.81	1.93	0.85	2.09	0.95
12	身分證字號	3.40	1.14	3.48	0.97	3.58	0.86	3.37	1.08
13	電子信箱	2.91	1.17	2.93	0.99	2.95	0.96	2.60	1.05
14	手機電話號碼	3.25	1.14	3.28	1.03	3.38	0.97	3.06	1.06
15	郵遞區號	2.71	1.23	2.83	1.09	2.75	1.09	2.59	1.16
16	常用代稱	2.35	1.18	2.05	0.97	1.97	0.94	2.19	1.02
C	隱私行為量表(單題)	2.59	0.54	2.49	0.50	2.53	0.48	2.57	0.46
1	你在確認交友之前,會先看對方的個人資料嗎?	2.51	1.05	2.55	1.03	2.67	1.07	2.83	1.01
2	對方的資料若很清楚的呈現,會讓你較放心答應他的交友邀請嗎?	2.30	1.06	2.17	0.99	2.26	1.01	2.28	1.01
5	你在網路上會故意填寫不實的資料嗎?	2.25	1.02	2.26	0.92	2.39	0.87	2.35	0.93
7	你對你的資料會使用加密設定嗎?	2.72	1.23	2.44	1.13	2.59	0.96	2.54	1.02
8	你曾經受到好朋友的影響而會更常使用無名小站或 Facebook 嗎?	3.17	0.89	3.02	1.05	2.73	0.96	2.83	0.93

註：量表 A：1=非常不同意、2=不同意、3=同意、4=非常同意；量表 B：1=非常不在意、2=不在意、3=在意、4=非常在意；量表 C：1=從不如此、2=偶而如此、3=經常如此、4=總是如此。

由表 4-3-4 結果顯示，整體而言，不同年級的無名小站受測者在隱私知識、隱私態度、隱私在意程度、隱私行為有顯著差異 (Pillai's Trace=0.095, $p=.005<.05$)，進一步單變量 F 考驗顯示：不同年級的受測者僅在隱私知識分數有顯著差異 ($F=4.417$, $p=.005<.05$)，經 Scheffe 事後考驗則發現，各年級間的隱私知識分數並無明顯高低之分。

表 4-3-4 無名小站使用者不同隱私面向的年級差異分析

變項	型 III 平方和	自由度	均方	F 檢定	事後比較
隱私知識	3456.760	3	1152.253	4.417**	N.S.
隱私態度	.752	3	.251	1.218	--
隱私在意程度	2.361	3	.787	2.548	--
隱私行為	.766	3	.255	1.124	--
隱私面向之 Pillai's Trace 值	0.095**				

** $p<.01$

三、無名小站使用者的網路使用時間與隱私知識、隱私態度、隱私在意程度、隱私行為之相關分析

為瞭解無名小站使用者網路使用時間與隱私知識、隱私態度、隱私在意程度、隱私行為之間的關係，採用皮爾森相關分析法 (Pearson correlation) 探討網路使用時間與各變項間的相關程度，詳細情形如表 4-3-5 與表 4-3-6 所示，平日網路使用時間與隱私知識、隱私態度、隱私在意程度、隱私行為皆無相關性；假日網路使用時間除了與隱私在意程度呈現負向相關($r=-.165$, $p<.05$)外，與隱私知識、隱私態度以及隱私行為皆無相關性。

表 4-3-5 無名小站使用者的平日網路使用時間與隱私知識、隱私態度、隱私在意程度、隱私行為間之相關分析

變項	Pearson 相關	顯著性 (雙尾)
隱私知識	-.092	.176
隱私態度	-.038	.587
隱私在意程度	-.007	.923
隱私行為	.036	.598

表 4-3-6 無名小站使用者的假日網路使用時間與隱私知識、隱私態度、隱私在意程度、
隱私行為間之相關分析

變項	Pearson 相關	顯著性 (雙尾)
隱私知識	-.096	.156
隱私態度	-.123	.074
隱私在意程度	-.165	.015
隱私行為	-.029	.670

* $p < .05$

四、 Facebook 使用者在隱私知識、隱私態度、隱私在意程度、隱私行為之性別差異分析

不同性別的 Facebook 使用者在隱私知識、隱私態度、隱私在意程度、隱私行為之各題項的平均數及標準差，如表 4-3-7 所示。從表中可以得知，男、女生在隱私態度量表之平均數皆為 3 分之上，而其中除了男生在第 15 題的平均數為 2.97 較低外，男、女生在其餘各題項之平均數皆超過 3 分，初步顯示男、女生的隱私態度趨於謹慎。在隱私在意程度上，男、女生之整體量表平均數皆大於量表中位數 2.5 分，而其中男、女生皆對「宗教信仰」、「血型」、「星座」、「職業」、「興趣」、「常用代稱」偏向不在意（量表中位數 < 2.5 ），其餘在意項目中皆為「身分證字號」的平均數最高，表示男、女生皆對「身分證字號」的在意程度最高，且女生的平均數高於男生，此項隱私在意程度結果與無名小站使用者相同。

表 4-3-7 不同性別 Facebook 使用者於隱私知識、隱私態度、隱私在意程度、隱私行為之各題項平均數、標準差分析

題號	項目	男生		女生	
		平均數	標準差	平均數	標準差
	隱私總分	62.97	14.71	61.20	17.10
A	隱私態度量表 (單題)				
13	為了結交新朋友,我會詳細填上我的個人資料。	3.28	0.48	3.34	0.42
14	為了讓人更了解我,我會詳細填上我的個人資料。	3.18	0.80	3.32	0.71
14	為了讓人更了解我,我會詳細填上我的個人資料。	3.25	0.80	3.25	0.80
15	為了成為網站的會員,我認為我應該詳細填寫個人資料。	2.97	0.90	3.01	0.89
7	當朋友叫我公開個人資料的時候,我會聽他的。	3.61	0.61	3.55	0.62
6	看到我的朋友公布自己的資料,我也應該要跟他一樣公布這些資料。	3.49	0.59	3.40	0.60
2	我認為我的個人資料公開在網路上是無所謂的。	3.46	0.73	3.44	0.67
1	我認為我的個人資料公開在網路上是安全的。	3.25	0.80	3.22	0.69
3	我認為讓陌生人看到我公開在網站上的個人資料是危險的。	3.38	0.89	3.46	0.64
11	我會擔心網站把我的個人資料賣給其他網站。	3.03	1.11	3.33	0.88
10	我會擔心網站把我的個人資料挪做別的使用途。	3.23	0.98	3.37	0.87
12	我會擔心我的個人資料在我不同意的狀況下,被其他人取得、使用或瀏覽。	3.19	1.02	3.42	0.82
B	隱私在意程度量表 (單題)				
1	真實姓名	2.65	0.64	2.74	0.57
2	宗教信仰	2.74	1.05	2.95	0.96
2	宗教信仰	1.90	0.96	1.98	0.89
3	血型	2.19	1.05	2.29	0.96
4	星座	2.22	1.00	2.22	0.93
5	出生年月日	2.93	1.07	2.89	1.01
6	家裡電話號碼	3.27	1.03	3.47	0.85
7	個人照片	2.99	1.11	2.97	0.98
8	就讀學校	2.61	1.11	2.59	0.96
9	家中住址	3.20	1.11	3.44	0.94
10	職業	2.20	1.03	2.29	0.95
11	興趣	2.04	1.00	2.07	0.90
12	身分證字號	3.29	1.16	3.59	0.87
13	電子信箱	2.79	1.12	2.81	1.02
14	手機電話號碼	3.03	1.16	3.40	0.93
15	郵遞區號	2.71	1.17	2.77	1.11
16	常用代稱	2.19	1.07	2.11	1.04
C	隱私行為量表 (單題)				
1	你在確認交友之前,會先看對方的個人資料嗎?	2.50	0.50	2.57	0.50
2	對方的資料若很清楚的呈現,會讓你較放心答應他的交友邀請嗎?	2.45	1.04	2.74	1.04
2	對方的資料若很清楚的呈現,會讓你較放心答應他的交友邀請嗎?	2.27	1.04	2.32	1.01
5	你在網路上會故意填寫不實的資料嗎?	2.35	0.94	2.30	0.91
7	你對你的資料會使用加密設定嗎?	2.57	1.12	2.56	1.10
8	你曾經受到好朋友的影響而會更常使用無名小站或 Facebook 嗎?	2.88	1.06	2.96	0.93

註：量表 A：1=非常不同意、2=不同意、3=同意、4=非常同意；量表 B：1=非常不在意、2=不在意、3=在意、4=非常在意；量表 C：1=從不如此、2=偶而如此、3=經常如此、4=總是如此。

根據單因子多變量變異數分析 (One-way MANOVA)，整體而言，不同性別的 Facebook 受測者在隱私知識、隱私態度、隱私在意程度、隱私行為並無顯著差異，Wilk's $\lambda=0.984$ ， $p=0.247$ ，即表示 Facebook 受測者對於隱私知識、隱私態度、隱私在意程度、隱

私行為並不會因為性別的不同而有所差異，詳見表 4-3-8。

表 4-3-8 Facebook 使用者不同隱私面向的性別差異分析

變項	型 III 平方和	自由度	均方	F 檢定	p 值	事後比較
隱私知識	268.874	1	268.874	1.060	.304	--
隱私態度	.372	1	.372	1.829	.177	--
隱私在意程度	.758	1	.758	2.071	.151	--
隱私行為	.415	1	.415	1.652	.200	--
隱私面向 Wilk's λ 值		.984				

五、 Facebook 使用者在隱私知識、隱私態度、隱私在意程度、隱私行為之年級差異分析

不同年級的 Facebook 使用者在隱私知識、隱私態度、隱私在意程度、隱私行為之各題項的平均數及標準差，如表 4-3-9 所示。五到八年級的隱私態度量表之平均數皆高於 3.0 分，顯示五到八年級生的隱私態度皆偏於謹慎。各年級隱私在意程度量表之平均數皆高於量表的中位數 2.5，大體而言各年級隱私在意程度偏高。隱私行為方面，只有六年級的隱私行為平均數小於量表的中位數，此結果也與無名小站使用者一致。

表 4-3-9 不同年級 Facebook 使用者於隱私面向及各題項平均數、標準差分析

題號	項目	五年級		六年級		七年級		八年級	
		平均數	標準差	平均數	標準差	平均數	標準差	平均數	標準差
	隱私總分	66.46	13.65	64.60	14.85	59.22	17.00	56.71	16.77
A	隱私態度量表(單題)	3.36	0.46	3.35	0.42	3.37	0.41	3.15	0.49
13	為了結交新朋友,我會詳細填上我的個人資料。	3.38	0.83	3.31	0.74	3.30	0.61	2.96	0.76
14	為了讓人更了解我,我會詳細填上我的個人資料。	3.30	0.92	3.24	0.79	3.36	0.65	3.08	0.76
15	為了成為網站的會員,我認為我應該詳細填寫個人資料。	3.14	0.89	3.05	0.85	3.16	0.78	2.57	0.92
7	當朋友叫我公開個人資料的時候,我會聽他的。	3.62	0.70	3.64	0.48	3.61	0.52	3.43	0.69
6	看到我的朋友公布自己的資料,我也應該要跟他一樣公布這些資料。	3.51	0.63	3.47	0.59	3.40	0.57	3.37	0.58
2	我認為我的個人資料公開在網路上是無所謂的。	3.55	0.67	3.48	0.65	3.48	0.66	3.27	0.81
1	我認為我的個人資料公開在網路上是安全的。	3.31	0.82	3.28	0.69	3.31	0.61	3.01	0.79
3	我認為讓陌生人看到我公開在網站上的個人資料是危險的。	3.53	0.80	3.45	0.83	3.48	0.58	3.19	0.82
11	我會擔心網站把我的個人資料賣給其他網站。	3.10	1.20	3.21	0.93	3.22	0.97	3.20	0.91
10	我會擔心網站把我的個人資料挪做別的使用途。	3.29	1.04	3.32	0.87	3.30	0.89	3.27	0.89
12	我會擔心我的個人資料在我不同意的狀況下,被其他人取得、使用或瀏覽。	3.19	1.15	3.36	0.82	3.40	0.77	3.28	0.89
B	隱私在意程度量表(單題)	2.80	0.72	2.72	0.58	2.69	0.52	2.52	0.51
1	真實姓名	2.92	1.11	2.89	0.96	2.83	0.98	2.72	0.97
2	宗教信仰	2.12	1.02	1.94	0.93	1.94	0.86	1.71	0.80
3	血型	2.42	1.13	2.25	0.93	2.22	0.96	2.01	0.95
4	星座	2.53	1.09	2.16	0.93	2.09	0.83	2.03	0.88
5	出生年月日	3.14	1.13	2.89	0.98	2.84	1.00	2.71	0.98
6	家裡電話號碼	3.40	1.09	3.47	0.83	3.27	0.90	3.29	0.94
7	個人照片	3.04	1.07	2.98	1.07	3.01	0.99	2.87	1.07
8	就讀學校	2.81	1.08	2.59	1.03	2.58	0.98	2.38	1.04
9	家中住址	3.27	1.17	3.43	0.91	3.36	0.95	3.20	1.07
10	職業	2.40	1.12	2.32	0.93	2.16	0.84	2.04	0.97
11	興趣	2.26	1.10	1.92	0.82	2.01	0.87	1.99	0.94
12	身分證字號	3.36	1.17	3.52	0.93	3.52	0.91	3.37	1.09
13	電子信箱	2.90	1.17	2.92	1.00	2.91	0.99	2.46	1.04
14	手機電話號碼	3.21	1.16	3.29	1.06	3.40	0.95	2.94	1.04
15	郵遞區號	2.73	1.24	2.89	1.08	2.82	1.04	2.53	1.16
16	常用代稱	2.33	1.18	2.08	1.03	2.04	0.95	2.11	0.99
C	隱私行為量表(單題)	2.59	0.55	2.47	0.50	2.55	0.49	2.53	0.46
1	你在確認交友之前,會先看對方的個人資料嗎?	2.51	1.06	2.49	1.02	2.70	1.07	2.68	1.03
2	對方的資料若很清楚的呈現,會讓你較放心答應他的交友邀請嗎?	2.31	1.07	2.22	0.99	2.29	1.01	2.37	1.02
5	你在網路上會故意填寫不實的資料嗎?	2.27	1.02	2.25	0.87	2.49	0.85	2.32	0.91
7	你對你的資料會使用加密設定嗎?	2.72	1.24	2.41	1.13	2.60	0.99	2.49	1.02
8	你曾經受到好朋友的影響而會更常使用無名小站或 Facebook 嗎?	3.15	0.91	2.99	1.09	2.69	0.98	2.77	0.95

註：量表 A：1=非常不同意、2=不同意、3=同意、4=非常同意；量表 B：1=非常不在意、2=不在意、3=在意、4=非常在意；量表 C：1=從不如此、2=偶而如此、3=經常如此、4=總是如此。

根據表 4-3-10 的結果顯示，整體而言，不同年級的受測者在隱私知識、隱私態度、隱私在意程度、隱私行為有顯著差異 (Pillai's Trace =.116, $p=.000<.05$)，進一步單變量 F 考驗顯示：不同年級的 Facebook 受測者在「隱私知識」($F=7.449$, $p<.001$)、「隱私態度」($F=4.471$, $p=.004<.05$)及「隱私在意程度」($F=3.319$, $p=.020<.05$) 上有顯著差異。進一步進行 Scheffe 事後考驗發現，「五年級」的受測者比「七年級」與「八年級」的受測者，其隱私知識的觀念更正確，另外「六年級」的受測者也比「八年級」的受測者隱私知識的觀念更正確，而其他組別間則無顯著差異；「五年級」、「六年級」、「七年級」皆比「八年級」的受測者在網路態度上更為謹慎，其他組別間則無顯著差異；「五年級」的受測者對於隱私的在意程度比「八年級」的受測者來得高，而其他組別間則無顯著差異。

表 4-3-10 Facebook 使用者於隱私知識、隱私態度、隱私在意程度、隱私行為之年級差異分析

變項	型 III 平方和	自由度	均方	F 檢定	事後比較
隱私知識	5363.114	3	1787.705	7.449***	五年級>七、八年級； 六年級>八年級
隱私態度	2.655	3	.885	4.471**	五、六、七年級>八年級
隱私在意程度	3.582	3	1.194	3.319*	五年級>八年級
隱私行為	.677	3	.226	.897	--
隱私面向 Pillai's Trace 值	.116***				

* $p<.05$ ** $p<.01$ *** $p<.001$

六、Facebook 使用者在隱私知識、隱私態度、隱私在意程度、隱私行為之網路使用時間相關分析

根據皮爾森相關分析結果顯示，平日網路使用時間與假日網路使用時間都與隱私知識、隱私態度、隱私在意程度、隱私行為等均無相關性，詳細相關分析結果如表 4-3-11

以及表 4-3-12 所示。

表 4-3-11 Facebook 使用者的平日網路使用時間與隱私知識、隱私態度、隱私在意程度、
隱私行為間之相關性

變項	Pearson 相關	顯著性 (雙尾)
隱私知識	-.016	.773
隱私態度	-.057	.291
隱私在意程度	-.020	.718
隱私行為	.022	.688

表 4-3-12 Facebook 使用者的假日網路使用時間與隱私知識、隱私態度、隱私在意程度、
隱私行為間之相關性

變項	Pearson 相關	顯著性 (雙尾)
隱私知識	-.069	.201
隱私態度	-.029	.598
隱私在意程度	-.094	.083
隱私行為	-.070	.198

第四節 同時擁有無名小站與 Facebook 帳號的使用者之隱私態度差異分析

本研究針對同時擁有無名小站與 Facebook 帳號的樣本 (n=211) 在「隱私態度」上進行差異分析，想了解同時擁有不同帳號的同一使用者，在使用不同的社群網站時，其隱私態度是否有差異。

此分析使用成對相依樣本 t 檢定，結果顯示，使用者分別在無名小站隱私態度的分數與在 Facebook 上隱私態度的分數之相關係數為 .946， $p < .001$ 達顯著水準，即表示在無名小站隱私態度越謹慎者，其在 Facebook 上隱私態度也越謹慎。而差異檢定之 t 值為 .126， $p = .900 > .05$ ，未達顯著水準。顯示同時擁有兩個帳號的使用者對於無名小站的隱私態度與 Facebook 的隱私態度並不會因為使用不同社群網站而有所差異。

表4-4-1 在不同社群網站上的隱私態度之成對相依樣本t檢定比較分析

變項	平均數	個數	標準差	平均數的標準誤	t 值	顯著性
無名小站上的隱私態度	3.2525	211	.45828	.03155	.126	.900
Facebook 上的隱私態度	3.2538	211	.45067	.03103		

第五節 隱私知識、隱私態度、隱私在意程度、隱私行為之路徑分析

為了更瞭解隱私知識、隱私態度、隱私在意程度及隱私行為之間的關係，本研究利用路徑分析瞭解隱私知識與隱私態度是否會透過隱私在意程度對社群網站使用者的隱私行為產生效果。本節探討同時擁有無名小站帳號及Facebook帳號的使用者樣本(n=211)之路徑分析結果，並討論之。

一、 無名小站使用者的路徑分析

針對無名小站使用者進行分析，分析結果發現(見圖4-5-1)，在路徑直接效果方面，「隱私態度」對「隱私在意程度」有正向顯著的效果($\beta=.259, p<.001$)；「隱私在意程度」對「隱私行為」有正向顯著的效果($\beta=.215, p=.001<.01$)；「隱私態度」對於「隱私行為」的直接效果是有正向顯著的($\beta=.142, p=.035<.05$)；「隱私知識」對於「隱私行為」($\beta=-.125, p=.055>.05$)、「隱私在意程度」($\beta=.064, p=.336>.05$)直接效果是不顯著的，表示使用者在無名小站上的「隱私知識」表現無法預測他們的「隱私在意程度」與「隱私行為」。

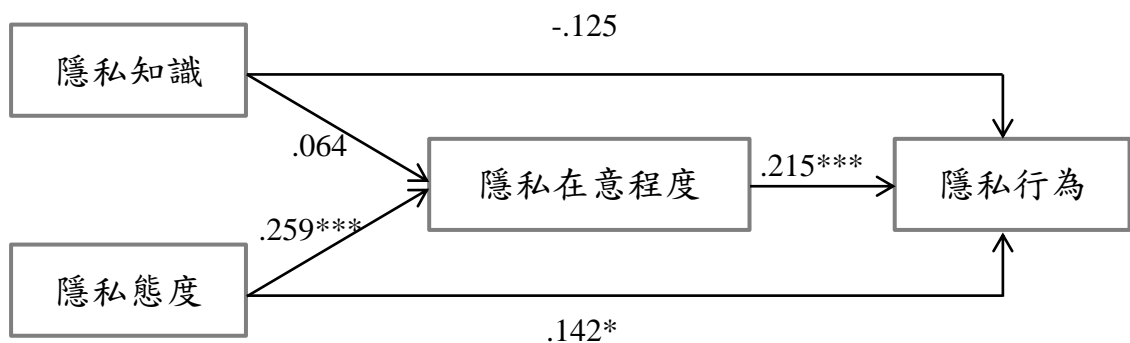


圖4-5-1 無名小站使用者之隱私構念路徑圖

就間接效果而言，根據表4-5-1的結果顯示，「隱私知識」對於「隱私行為」的間接效果無顯著（ $\beta=.014$ ， $p=.359>.05$ ），且總效果也不顯著（ $\beta=-.112$ ， $p=.095>.05$ ），因此，「隱私在意程度」在「隱私知識」對於「隱私行為」的預測中，不具有中介效果；「隱私態度」對於「隱私行為」的間接效果達顯著（ $\beta=.056$ ， $p=.013<.05$ ），且總效果也顯著（ $\beta=.198$ ， $p=.003<.01$ ），「隱私在意程度」具有中介效果，表示「隱私態度」會透過「隱私在意程度」對「隱私行為」間接產生效果。

表4-5-1 無名小站使用者各構念路徑分析之直接與間接效果

構念名稱	隱私在意程度		總效果
	直接效果	間接效果	
隱私知識	.064	.014	-.112
隱私態度	.259***	.056*	.198**
隱私在意程度	--	--	.215**

* $p<.05$ ** $p<.01$ *** $p<.001$

根據上述路徑分析之結果，得到修正後的路徑分析圖（詳見圖 4-5-2），由結果顯示，「隱私態度」及「隱私在意程度」會對「隱私行為」產生直接效果，且「隱私態度」會透過「隱私在意程度」對「隱私行為」造成效果，而「隱私態度」對於「隱私在意程度」也有直接效果。

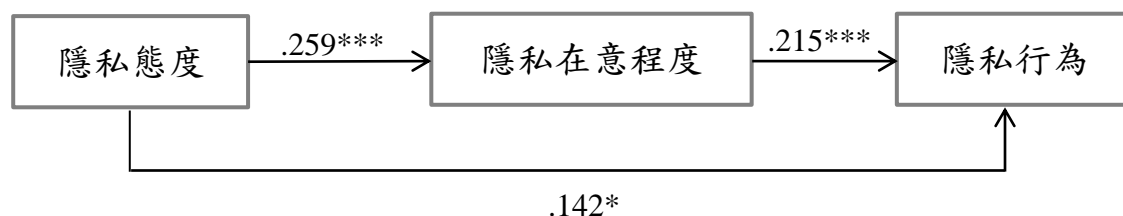


圖 4-5-2 修正後之無名小站使用者之隱私構念路徑圖

二、 Facebook使用者的路徑分析

本研究接著針對Facebook使用者進行分析，由分析結果發現，在路徑直接效果方面，「隱私態度」對「隱私在意程度」有正向顯著的效果（ $\beta=.213$ ， $p=.001<.05$ ）；「隱私知識」對於「隱私在意程度」直接效果是不顯著的（ $\beta=.062$ ， $p=.355>.05$ ）。「隱私態度」對「隱私行為」有正向顯著的效果（ $\beta=.146$ ， $p=.029<.05$ ）；「隱私在意程度」對「隱私行為」有正向顯著的效果（ $\beta=.221$ ， $p=.001<.05$ ）；「隱私知識」對於「隱私行為」有正向顯著的效果（ $\beta=-.129$ ， $p=.049<.05$ ），詳見圖4-5-3。

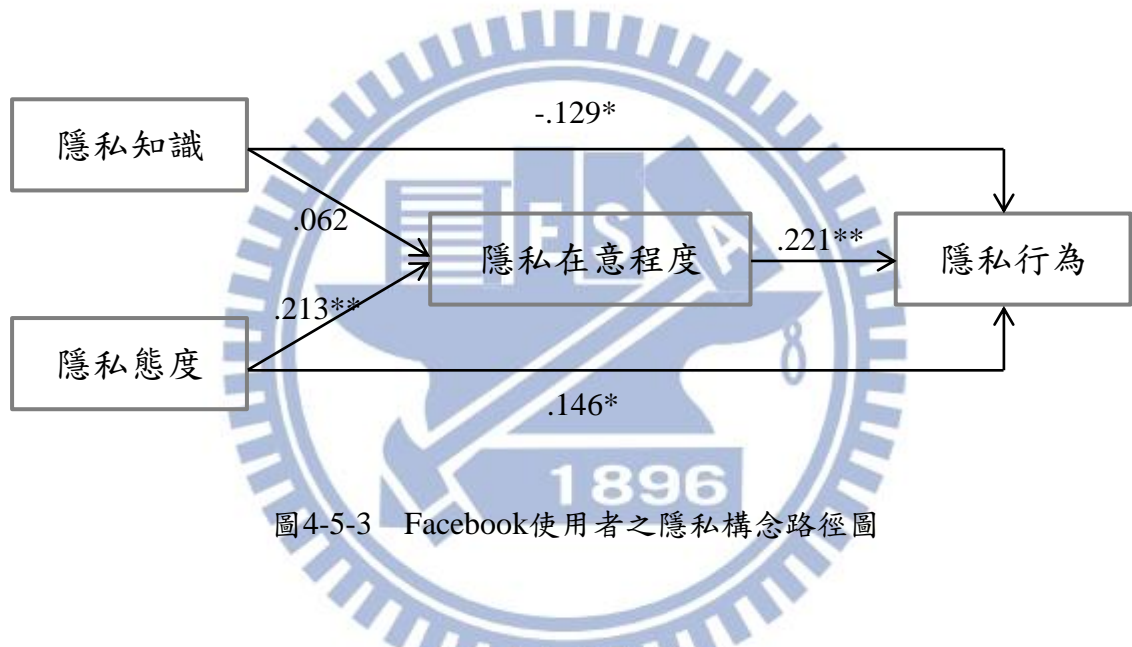


圖4-5-3 Facebook使用者之隱私構念路徑圖

就間接效果而言，「隱私知識」對於「隱私行為」的間接效果無顯著（ $\beta=.014$ ， $p=.374>.05$ ），且總效果也不顯著（ $\beta=-.115$ ， $p=.086>.05$ ），因此「隱私在意程度」在「隱私知識」對於「隱私行為」的效果中，不具有中介效果；「隱私態度」對於「隱私行為」的間接效果達顯著（ $\beta=.146$ ， $p=.029<.05$ ），且總效果也顯著（ $\beta=.193$ ， $p=.004<.01$ ），所以「隱私在意程度」具有中介效果，表示「隱私態度」會透過「隱私在意程度」對「隱私行為」間接產生效果（見表4-5-2）。

根據上述路徑分析之結果，得到修正後的路徑分析圖（詳見圖 4-5-4），由結果顯示，「隱私態度」、「隱私知識」及「隱私在意程度」會對「隱私行為」產生直接效果，且「隱私態度」會透過「隱私在意程度」對「隱私行為」造成產生效果，且「隱私態度」

對「隱私在意程度」有正面的效果。

表4-5-2 Facebook使用者各構念路徑分析之直接與間接效果

構念名稱	隱私在意程度	隱私行為		總效果
	直接效果	直接效果	間接效果	
隱私知識	.062	-.129*	.014	-.115
隱私態度	.213***	.146*	.047**	.193**
隱私在意程度	--	.221**	--	.221*

* $p < .05$ ** $p < .01$ *** $p < .001$

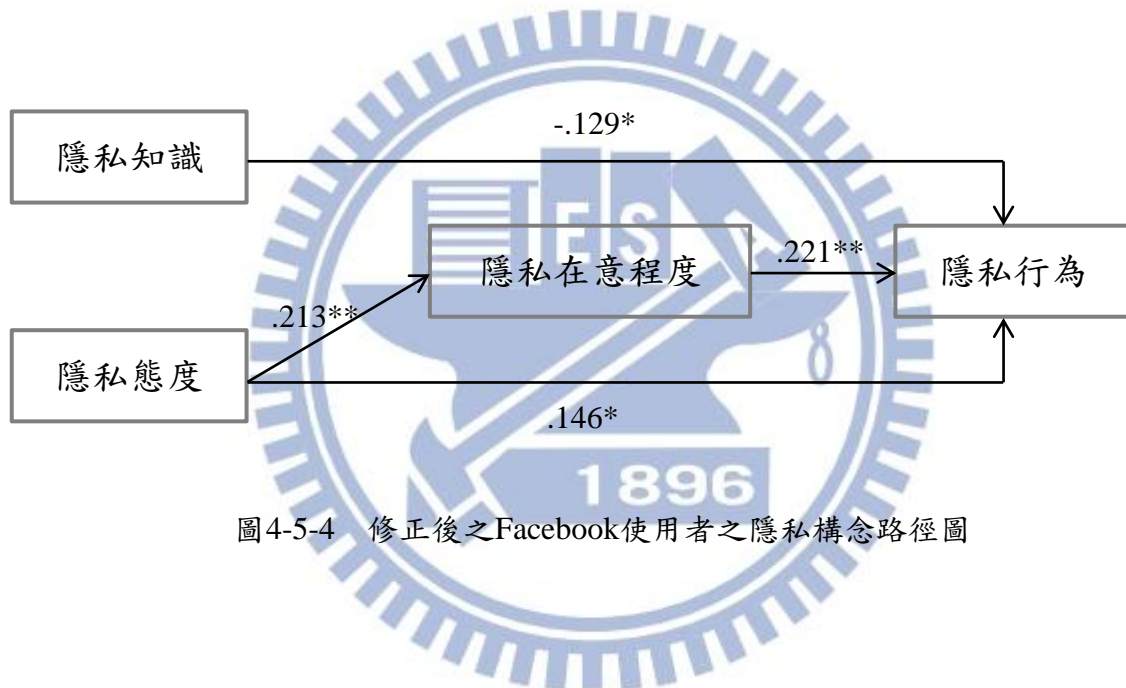


圖4-5-4 修正後之Facebook使用者之隱私構念路徑圖

第五章 結論與建議

本研究旨在瞭解五年級到八年級的學生在無名小站與 Facebook 上，不同學生的個人因素對於隱私知識、隱私態度、隱私在意程度態度以及隱私行為之影響，並探討此四個隱私構面之間的關係。本章共分三節，第一節將針對第四章的研究結果加以彙整並進行討論，第二節提出研究限制，並於第三節針對本研究之研究結果提出未來研究建議。

第一節 研究結論

本節將分別依照本研究提出之三個研究問題，先針對個人因素（性別、年級、平日與假日使用社群網站的時間）對隱私知識、隱私態度、隱私在意程度以及隱私行為之影響進行歸納與結論，進而探討四個構面之間的關係。

一、不同性別、年級的社群網站使用者在隱私知識、隱私態度、隱私在意程度與隱私行為間之差異

（一）隱私知識

在隱私知識方面，根據研究結果顯示，不同性別的社群網站使用者在隱私知識的表現上並沒有顯著差異，但不同年級的社群網站使用者在隱私知識的表現則達顯著，其中無名小站使用者雖然在隱私知識方面的表現有顯著，但事後比較結果呈現無組間差異；Facebook 使用者則是五年級學生的表現高於七年級與八年級，六年級學生的隱私知識表現高於八年級的學生。

（二）隱私態度

在本研究中，隱私態度為使用者對於網路的隱私顧慮（privacy concern）程度，不同性別的社群網站使用者在隱私態度上並無顯著差異；但不同年級的 Facebook 使用者在隱私態度上達顯著，其中五年級、六年級以及七年級之 Facebook 使用者的隱私顧慮程度都比八年級的 Facebook 使用者來得更高。

(三) 隱私在意程度

在隱私在意程度方面，根據研究結果顯示，不同性別、年級對於隱私在意程度皆達顯著及具有相關性。茲分述如下，並將結果整理於表 5-1-1。

- (1) 不同性別的無名小站使用者，在隱私在意程度方面的表現有顯著差異，女生的隱私在意程度較男生高；不同性別的 Facebook 使用者，在隱私在意程度方面的表現無顯著差異。
- (2) 不同年級的無名小站使用者，在隱私在意程度方面的表現未達顯著，不同年級的 Facebook 使用者在隱私在意程度方面的表現有顯著差異，五年級的在意程度較八年級的更高。

表 5-1-1 性別、年級在不同社群網站上與隱私在意程度間之結果

變項	無名小站使用者		Facebook 使用者	
	顯著性	比較結果	顯著性	比較結果
性別	顯著	女生 > 男生	不顯著	--
年級	不顯著	--	顯著	五年級 > 八年級

(四) 隱私行為

最後在隱私行為方面，根據本研究結果顯示，性別、年級對於不同社群網站使用者的隱私行為皆無顯著差異，與 Youn (2008) 研究指出，性別、年齡對於隱私顧慮不會造成差異之結論相符。

二、不同使用者平日與假日使用社群網站時間與隱私知識、隱私態度、隱私在意程度以及隱私行為之關係

(一) 隱私知識

依據研究結果顯示，平日使用社群網站時間以及假日使用社群網站時間與隱私知識之間無相關性存在。綜合前一小節性別、年級對於隱私知識之差異結果，探究除了年級外，性別、平日與假日使用社群網站時間對於隱私知識表現上無差異及無相關性之原因，本研究推測，教育部自民國九十二年即開始實施九二課綱，且將資訊教育納入六個重大議題之一，希望可以藉由資訊教育課程傳達學生資訊倫理與資訊相關法律的觀念，並能瞭解網路世界帶來的利弊且認識網路犯罪，期盼學生能正確使用網路具備正確的使用態度（教育部，無日期 a），因此從國小三、四年級開始規劃並進行課程，所以性別、平日社群網路使用時間及假日社群網路使用時間這三個變項，在隱私知識方面沒有造成明顯差異或產生相關的可能原因，是教育部實施課程綱要使多數學生具有隱私知識之概念。而根據表 2-1-1 得知，九二課綱規劃國小五、六年級應習得的內涵及習得後具備的四個能力中，有三個能力可協助學生填答隱私知識，分別為「瞭解與實踐資訊倫理，遵守網路上應有的道德與禮儀」、「認識網路隱私權相關法律，保護個人及他人隱私」與「認識網路隱私權相關法律，保護個人及他人隱私」，雖然七、八年級的學生或許已經學習過上述三項知識，但可能記憶不如五、六年級生甫才學習來得印象深刻，或者也可能因為資訊課程不列入段考項目之中，在課程教授完後，學生並沒有藉著複習加深記憶，所以五、六年級生在隱私知識的表現皆較八年級生為佳。另外，社群網站是近幾年才興起的網路應用，而其隱私則是近年來備受關注的議題，也可能五六年級學生的資訊課教師，在授課時加入了相關的概念。綜上所述，究竟是七、八年級未曾學過相關概念，還是他們已經遺忘，則是需要進一步探究的問題。

(二) 隱私態度

在隱私態度方面，平日使用社群網站時間以及假日社群網站使用時間也與隱私態度無相關性存在。綜合前一小節的結論，過去學者對於性別與年齡的研究並非持一致態度，Youn (2005, 2009) 的研究認為性別對隱私顧慮會產生差異，皆得出女生有較高隱私顧慮的結論，但對於年齡是否對於隱私顧慮產生影響的定論卻無一致結果，而 Paine 等人 (2007) 的研究則指出年齡對隱私顧慮會產生差異，但性別與隱私顧慮間卻無顯著關係。本研究的結果顯示，不同性別的社群網站使用者對於隱私態度無顯著差異，可能原因是現代學生在網路使用方面多半為從小就開始接觸網路，在本研究樣本中，有 22.4% 的樣本在國小以前就開始接觸使用網路，並有將近一半的比例 (46.6%) 是在國小三、四年級開始接受資訊教育課程以前就已接觸過網路，這年代的學生可以說都是「網路原住民」(Prensky, 2001)，因此無法從性別看出其隱私態度的差異。在年齡方面，根據本研究顯示，無名小站使用者的年級對隱私顧慮沒有影響，但年級較高的 Facebook 使用者其隱私顧慮較低，與 Turow 與 Nir (2000) 提出的研究結果，認為年紀較大的孩童對於個人隱私可能遭受到威脅的隱私顧慮程度較低一致，至於本研究中關於不同社群網站上呈現兩種不同結果之原因，是否與社群網站的功能、用途、形象、評價等有關，值得進一步探究。

(三) 隱私在意程度

根據研究結果顯示，無名小站使用者的假日社群網站使用時間與隱私在意程度有負向相關性。本研究的結果與 Miyazaki 及 Fernandez (2001) 提出的研究結論相符。本研究者推測其原因可能是當學生使用網路的時間越久，會使學生較容易認為自己有較高的網路熟悉度，敏感度可能變低，除了比較富有網路使用經歷外，也累積許多填寫個人資料的經驗，因此對於提供個人資料比較不在意。

先前的文獻探討指出女生有較高的隱私顧慮 (Youn, 2005, 2009; Moscardelli & Divine, 2007)，但 Paine 等人 (2007) 與 Youn (2008) 卻提出性別不會產生隱私顧慮差

異，而關於年齡的研究如同性別之研究，也有兩種不同的結論，根據本研究結果，在不同社群網站上，性別、年齡與隱私在意程度間的差異是否顯著也呈現兩種可能，可能與兩個社群網站功能、用途等因素有關，無名小站的功能主要是使用者藉由部落格、相簿與其他使用者產生互動，而 Facebook 主要以應用程度及遊戲之互動為主，使得性別對於無名小站使用者的隱私在意程度有明顯不同，且在使用 Facebook 的應用程度及遊戲前，需經過使用者允許應用程式存取該使用者之個人資料，使得年紀較大的學生因其使用經歷較久，顯得隱私在意程度較低；或是年紀較大的學生覺得他們可以保護自己，對於自己公佈在網路上的隱私訊息較不在意，但實際造成此不同狀況之原因值得未來繼續探究。

（四）隱私行為

最後在隱私行為方面，Youn (2005) 的研究指出，除了女生較男生容易使用假的個人資料，以及網路使用頻率較低的使用者易於尋求別人的幫助之外，性別、年齡、網路使用頻率對於大部分的隱私行為不會造成差異，而根據本研究結果顯示，性別、年級對於不同社群網站使用者的隱私行為皆無顯著差異，且平日社群網站使用時間與假日社群網站使用時間與隱私行為也無相關性，與 Youn (2005) 提出之結論大多相符。

至於造成學生個人因素不影響隱私行為的原因，本研究根據問卷結果推測，學生對於填寫社群網站使用時間的定義不甚有概念，見表 4-2-8、表 4-2-9、表 4-2-10 以及表 4-2-11 的結果可以發現，學生在平日使用社群網站時間高達四個小時，於假日使用時間甚至超過十二小時，因此猜測學生可能同時使用兩個社群網站，或者打開網頁後去從事別的活動，而非不間斷地使用該社群網站，所以不易找出社群網站使用時間與隱私行為間的相關性，且影響隱私行為的因素有很多，例如當學生決定是否分享其個人資料、是否填寫真實資料或者做其他決定前，考量的層面可能來自對於隱私顧慮程度之高低，也可能受到心情層面的影響等因素，抑或是因素之間的相互影響，也可做為未來研究的考量。

三、隱私知識、隱私態度、隱私在意程度與隱私行為間的關係

根據路徑分析結果（見圖 4-5-2 與圖 4-5-4）顯示，在不同社群網站上的隱私構面路徑大致相似，唯隱私知識與隱私行為間的顯著性略有差異，對於 Facebook 使用者而言，隱私知識對隱私行為有負向效果（ $p=.049<.05$ ），而對於無名小站使用者卻沒有顯著效果（ $p=.055>.05$ ），進一步檢視其 p 值，可發現二者皆在臨界值附近，本研究推測，台灣教育制度或許讓學生在成績方面可以有好的表現，但在面臨真實狀況時，往往無法將所學的知識與生活經驗互相結合，可能使得研究結果不易顯示隱私知識對於隱私態度、隱私在意程度與隱私行為的影響，因此是否造成影響，可以進一步研究其中造成差異的原因。

本研究探討隱私構面的關係，發現隱私態度與隱私在意程度會影響隱私行為。行為是態度的具體表現，態度愈謹慎、在意程度愈高的使用者在面臨交付個人資料時，可能會因為擔心個人資料被不當使用或被網站利用等心理因素，而影響其填寫意願，進一步會藉由填寫錯誤資料或只填寫願意揭露的個人資料來避免個人隱私遭侵害。而且隱私態度越謹慎，也會使隱私在意程度提高，並透過隱私在意程度進而影響隱私行為的表現，所以良好的隱私態度能讓使用者在揭露個人資訊時更為謹慎。換言之，良好的隱私態度會使學生隱私行為謹慎的機會隨之增加，而良好的隱私態度，也會因為學生隱私在意程度的提高，而影響隱私行為變得較為謹慎。

總體言之，不同性別在其隱私知識、隱私態度、隱私行為上無差異，但是對無名小站使用者而言，女生的隱私在意程度較男生高。不同年級在其隱私行為上無差異，但是對 Facebook 使用者而言，低年級學生的隱私知識表現較佳，且隱私態度以及隱私在意程度皆較高年級來得謹慎。而雖然社群網站使用時間在其隱私知識、隱私態度、隱私行為上無差異，但是對無名小站使用者而言，其假日網路使用時間越長，使得學生的隱私在意程度越低。而學生若有較良好的隱私態度，不僅使其有較高的隱私在意程度，隱私態度也會與隱私在意程度對隱私行為產生正面的效果。

第二節 研究限制

一、研究對象之限制

本研究的對象為國小及國中學生，但由於研究受到時間、人力與經費的限制，將研究對象範圍縮小至五到八年級生，無法涵蓋更多年級（例如九年級），且為了能使研究順利進行，而採用立意取樣的方式。即便如此，本研究者仍然在能力範圍內盡量做到區域平衡：本研究除離島地區外，將台灣地區分成北、中、南三區，每個區域至少抽取一所國小與國中，除中區七、八年級與南區國小五、六年級樣本就讀不同學校外，其餘每一所學校皆抽取兩個年級各一個班級樣本。總之，本研究之樣本仍然不是機率抽樣，代表性可能不足，所以會影響研究結果的推衍性。

二、樣本數量之限制

本研究發出的問卷有 742 份，實際回收 691 份，經篩選過後之有效問卷為 425 份，每個年級平均之樣本數只有約 100 份，無效問卷比例較高。而其主要原因是，每個班級使用無名小站及 Facebook 學生的人數不夠，且受到研究時程與人力發放不足之限制，未能繼續收集有效問卷，因而影響研究結果的有效性。

第三節 未來研究之建議

一、對教師教學之建議

根據本研究結果顯示，資訊教育課程的實施應該涵蓋相關的隱私知識，但是台灣教育主要以考試為導向，只要不是主要考試科目，可能會使學生保持著「聽過就好」的心態，且資訊素養與倫理等學習內涵，也難以藉由考試方式深植學生的印象。因此本研究者建議除了資訊教育課程外，其他各科領域教學也應融入相關資訊素養之內涵，並於不同年級教學中，重複灌輸學生曾經學習過的與新增加的隱私相關概念。且需教導學生在網路上的任何行為都可能是洩漏重要個人資訊的觀念，提高學生在面對資訊交付時的隱

私顧慮程度，並藉由常見的隱私侵害案例，讓學生更能察覺到隱私將遭受揭露的可能性，以強化學生採取隱私保護之行為，讓學生免於面臨大量揭露個人資料的風險，此外，更重要的是，教師不應該只偏重在知識的傳授，更應該導正學生的態度，才能讓學生擁有良好的態度，進而影響其隱私行為表現。

二、對後續研究之建議

(一) 研究變項方面

依據文獻探討與本研究結果顯示，性別與年齡等個人變項對於隱私面向的影響未能有相同結論，可能是因為研究主題與對象不同，導致各變項對於隱私構面影響的結果不同，此外隱私構面方面，如隱私知識可能受學生自我效能 (self-efficacy) 之因素影響，其自覺意識 (perceived awareness) 認為自己對於隱私很瞭解，但表現結果不如預期，因此建議未來研究設計能擴大研究主題與研究對象，以探究各變項與隱私構面間之影響，例如在年級上，未來研究可分別針對國小學生與國中學生對於隱私知識、隱私態度、隱私在意程度與隱私行為做進一步的研究探討，並了解兩個階段學生相關之差異，有助於教師或各教育相關單位的教學與執行。

(二) 研究對象方面

本研究抽取的對象為五到八年級的學生，地區不包含離島學校，且北、中、南三區抽取的學校數量不同，根據教育部課程綱要，從三年級即規劃資訊教育課程，因此建議未來之研究能將研究對象擴大至三年級到九年級學生，而研究地區能涵蓋離島及東部縣市，如此可以更瞭解全國學生的隱私概念、隱私態度、隱私在意程度與隱私行為。

(三) 研究工具方面

本研究所使用的量表工具，為研究者參閱國內外研究、文獻及觀察社群網站內容後編製而成，且進行專家審查，但可能有些面向未能涵蓋，也需要更多相關領域專家與學

者的審查與檢視，應可以發現更多隱私構面之相關問題，提供更多量表修改之建議，讓量表工具更具有整體性與代表性。

（四）研究方法方面

本研究主要採用的是量化分析，在受試者自行陳述填答時因無法控制受試者作答環境因素，以及受個人認知與社會期許之影響，而可能產生部分答題偏誤。而且，本研究只有量化資料分析，使得研究結果不夠完整深入，因此建議後續之研究除了使用機率抽樣外，亦可輔以深入訪談、參與觀察、個案研究等方法，兼採質化、量化並行之研究方式，方能對於學生的概念、想法、態度及行為能有更進一步的瞭解，以提升研究之完整性。



參考文獻

中文部分

- 大陸新聞中心 (2010 年 3 月 3 日)。被圍觀拍照很害怕，犀利哥放聲大哭。今日新聞。2010 年 5 月 11 日，取自 <http://www.nownews.com/2010/03/03/11490-2575478.htm>
- 尹玫君 (2004)。國小學生資訊倫理態度和行為的探討。南大學報，38 (2)，1-21。
- 生活中心 (2010 年 3 月 6 日)。媲美犀利哥，「實踐舒淇」遭母喪打擊。今日新聞。2010 年 5 月 11 日，取自 <http://www.nownews.com/2010/03/06/91-2576949.htm>
- 生活中心 (2010 年 4 月 7 日)。護士逗弄老人惹公憤，辯稱感情好，錯在影片 PO 上網。今日新聞。2010 年 5 月 29 日，取自 <http://www.nownews.com/2010/04/07/91-2588744.htm>
- 任文瑗、范錚強、許通安 (2006)。資訊隱私侵害行為意圖之研究。資訊、科技與社會，6 (2)，77-99。
- 行政院研究發展考核委員會 (2010)。新興網路議題調查報告。2010 年 5 月 22 日，取自 <http://www.rdec.gov.tw/public/Attachment/03258283071.pdf>
- 吳佳純 (2001)。購物網站隱私權政策、聲譽與信任對消費者購買意圖影響之研究。實踐大學企業管理研究所碩士論文，未出版，台北市。
- 吳姿瑩 (2006)。少年知覺風險與利益評估影響網路個人資料揭露之研究。國立臺北教育大學教育傳播與科技研究所碩士論文，未出版，台北市。
- 吳淑娟 (2003)。網路環境中青少年資訊隱私自我規範能力之探討。國立高雄師範大學資訊教育研究所碩士論文，未出版，高雄市。
- 吳翠珍 (2009)。2009 年全國兒童媒體使用行為調查報告。台北市：富邦文教基金會。
- 呂耀懷、張海濱 (2009)。「人肉搜索」的作用、風險及其控制。湖南工業大學學報 (社會科學版)，14 (6)，4-8。
- 李秀芳 (2010)。國小高年級學生使用部落格之網路倫理研究。國立臺東大學教育學所

- 碩士論文，未出版，臺東市。
- 林英發、陳寬達(2008)。無名小站中真實姓名洩漏的危機。**RUN!PC 旗標資訊月刊**，2。
- 徐新隆(2005)。數位時代下資訊隱私權問題之研究——以個人資料保護為中心。國立
台北大學法學系碩士論文，未出版，台北市。
- 財團法人台灣網路資訊中心(2010a)。2010年臺灣寬頻網路使用調查報告。2010年5
月6日，取自 <http://www.twNIC.net.tw/download/200307/1001e.pdf>
- 財團法人台灣網路資訊中心(2010b)。歷次個人及家庭上網行為調查趨勢分析。2010
年5月29日，取自 from <http://www.twNIC.net.tw/download/200307/1001d.pdf>
- 張惠蓉、曾鈺振(2009)。社交網站的跨文化分析比較：以台灣的無名小站與美國的 My
Space 為例。**電子商務學報**，11(3)，611-637。
- 張瑞雄(2010)。隱私觀念 從小培養。**聯合報**，A15版。
- 教育部(無日期)。92年國民中小學九年一貫課程綱要。2012年5月5日，取自
http://www.edu.tw/eje/content.aspx?site_content_sn=4420
- 教師網路素養與認知網站(無日期)。隱私的侵害。2010年5月23日，取自
<http://www.eteacher.edu.tw/iframe/mainSafety4.htm>
- 郭芷婷(2004)。網路相簿加部落格，燒出台灣無名火。**E 天下雜誌**，46，150-151。
- 陳彥邦(2000)。網路使用者之資訊隱私顧慮探討 - 採用行為意向模式。國立中山大學
資訊管理學系研究所碩士論文，未出版，高雄市。
- 創市際市場研究顧問公司(2009)。社群類別網站黏度高於入口網站，網友每天花 15 分
鐘 Facebook。2009年9月3日，取自
http://www.insightxplorer.com/news/news_10_27_09.html
- 創市際市場研究顧問公司(2010)。Facebook 應用程式 2009Q4 統計：開心農場最多人
使用！。2010年5月15日，取自
http://www.insightxplorer.com/news/news_02_09_10.html
- 創市際市場研究顧問公司(2011)。ARO 觀察-社群服務發展概況。2012年4月2日，

取自 <http://www.iama.org.tw/upload/ResourceReport/20110830105124836.pdf>

創市際市場研究顧問公司 (2012)。ARO 觀察-2011 年台灣網路使用概況。2012 年 4 月 2 日，取自 <http://www.iama.org.tw/upload/ResourceReport/20120203034846487.pdf>

彭清仁 (2010)。人肉搜尋無腦妹 1 小時見效，全民警察時代來臨。2010 年 5 月 29 日，取自 <http://news.pchome.com.tw/society/bcc/20100421/index-12718083216566121002.html>

1

無名小站公告專區 (2008a)。「誰來我家」功能隱私權爭議說明。2010 年 5 月 15 日，取自 <http://www.wretch.cc/blog/WretchFAQ/9179040>

無名小站公告專區 (2008b)。「誰來我家」關閉功能調整。2010 年 5 月 15 日，取自 <http://www.wretch.cc/blog/WretchFAQ/9179049>

無名小站公告專區 (2009)。「公告」誰來我家 & 網誌管理功能再進化。2010 年 5 月 15 日，取自 <http://www.wretch.cc/blog/WretchFAQ/9911160>

無名小站公告專區 (2010)。「公告」誰來我家檢舉功能上線。2010 年 5 月 15 日，取自 <http://www.wretch.cc/blog/WretchFAQ/12630992>

黃誌坤 (2006)。網路倫理教學之實驗研究：以國小五年級為例。屏東教育大學學報，24，231-270。

楊明君 (2010)。臺北縣國小高年級學童使用部落格之自我揭露與人際關係之研究。國立臺東大學教育所碩士論文，未出版，臺東市。

葉淑菁 (2003)。國小學童網路使用行為與網路倫理態度之研究。屏東師範學院國民教育研究所碩士論文，未出版，屏東市。

詹文凱 (1998)。隱私權之研究。國立台灣大學法律研究所博士論文，未出版，臺北市。

趙郁竹 (2008)。無名「誰來我家」功能惹隱私爭議。2010 年 5 月 15 日，取自 <http://www.ithome.com.tw/itadm/article.php?c=47520>

賓靜蓀、李宜蓁 (2009)。當 X 世代父母遇上 N 代小孩。親子天下，8，132-139。

- 劉芳梅 (2002)。多數上網者擔心線上隱私權問題。2010 年 5 月 11 日，取自 <http://www.find.org.tw/find/home.aspx?page=news&id=2155>
- 劉碩強 (2007)。網站可靠度與隱私權影響使用者交付個人資料意向之研究。國立中正大學資訊管理所碩士論文，未出版，嘉義市。
- 潘明君 (2004)。網站隱私保護政策會左右網站的被使用度與好感度。2010 年 5 月 11 日，取自 <http://www.find.org.tw/find/home.aspx?page=news&id=3084>
- 盧昭燕、李雪莉 (2009)。台灣新網路大戰。天下雜誌，436，88-91。
- 蘇文彬 (2009a)。創市際：Facebook 追過 Google 成台灣第三大網站。2010 年 5 月 15 日，取自 <http://www.ithome.com.tw/itadm/article.php?c=57098>
- 蘇文彬 (2009b)。無名加入 Yahoo! 奇摩兩年，會員變兩倍。2010 年 5 月 15 日，2010，取自 <http://www.ithome.com.tw/itadm/article.php?c=57441>
- 蘇湘雲 (2009)。談 Facebook、無名小站：偷菜遊戲並不創新。2010 年 5 月 15 日，取自 <http://www.nownews.com/2009/10/08/350-2516850.htm>

英文部分

- Acquisti, A., & Gross, R. (2006). *Imagined communities: Awareness, information sharing, and privacy on the Facebook*. In the Proceedings of Privacy Enhancing Technology (PET 2006), Cambridge, UK.
- Alexa. (2012a). *The top 500 sites in Taiwan*. Retrieved April 2, 2012, from <http://www.alexa.com/topsites/countries/TW>
- Alexa. (2012b). *The top 500 sites on the web*. Retrieved April 2, 2012, from <http://www.alexa.com/topsites>
- Boyd, d., & Ellison, N. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer Mediated Communication*, 13(1), 210-230.

- Brandeis, L., & Warren, S. (1890). The Right to Privacy. *Harvard Law Review*, 4(5), 193-220.
- Brandimarte, L., Acquisti, A., Loewenstein, G., & Babcock, L. (2009). *Privacy Concerns and Information Disclosure: An illusion of control hypothesis*. Poster, iConference 2009.
- Buchanan, T., Paine, C., Joinson, A., & Reips, U. (2006). Development of measures of online privacy concern and protection for use on the Internet. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 58(2), 157-165.
- Chai, S., Bagchi-Sen, S., Morrell, C., Rao, H., & Upadhyaya, S. (2009). Internet and Online Information Privacy: An Exploratory Study of Preteens and Early Teens. *IEEE Transactions on Professional Communication*, 52(2), 167.
- Clarke, R. (2006). *Introduction to dataveillance and information privacy, and definitions of terms*. Retrieved May 13, 2010, from <http://www.rogerclarke.com/DV/Intro.html>
- Debatin, B., Lovejoy, J. P., Horn, A. K., & Hughes, B. N. (2009). Facebook and Online Privacy: Attitudes, Behaviors, and Unintended Consequences. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 15(1), 83-108.
- Facebook.(n.d.). Retrieved July 12, 2010, from <http://www.facebook.com/>
- Featherman, M., & Pavlou, P. (2003). Predicting e-services adoption: a perceived risk facets perspective. *International Journal of Human-Computer Studies*, 59(4), 451-474.
- Fogel, J., & Nehmad, E. (2009). Internet social network communities: Risk taking, trust, and privacy concerns. *Computers in Human Behavior*, 25(1), 153-160.
- Govani, T., & Pashley, H. (2007). *Student awareness of the privacy implications when using Facebook*. Retrieved July 12, 2010, from <http://lorrie.cranor.org/courses/fa05/tubzhlp.pdf>
- Grimmelmann, J. (2008). Saving Facebook. *Iowa Law Review*, 94, 1137-1206.
- Gross, R.,& Acquisti, A. (2005). Information revelation and privacy in online social networks. *Proceedings of WPES'05 (pp. 71–80)*. Alexandria, VA: ACM.

- Hsu, C. (2006). Privacy concerns, privacy practices and web site categories. *Online Information Review*, 30(5), 569-586.
- Krasnova, H., Kolesnikova, E., & Guenther, O. (2009). *It Won't Happen To Me!: Self-Disclosure in Online Social Networks*. In AMCIS 2009 Proceedings, San Francisco, USA.
- Lenhart, A., & Madden, M. (2007). Teens, privacy & online social networks. *Pew Internet and American Life Project*, April, 18.
- Lessig, L. (2002). Privacy as property. *Social Research: An International Quarterly*, 69(1), 247-269.
- Massari, L. (2010). Analysis of MySpace user profiles. *Information Systems Frontiers*, 361-367.
- Milne, George R. and Mary J. Culnan. (2004). Strategies for Reducing Online Privacy Risks: Why Consumers Read (Or Don't Read) Online Privacy Notices. *Journal of Interactive Marketing*, 18 (3), 15-29.
- Milne, George R., Andrew J. Rohm, & Shalini Bahl. (2004). Consumers' Protection of Online Privacy and Identity. *Journal of Consumer Affairs*, 38 (2), 217-232.
- Miyazaki, Anthony & Ana Fernandez. (2001). Consumer Perceptions of Privacy and Security Risks for Online Shopping. *The Journal of Consumer Affairs*, 35(1), 27-45.
- Metzger, M., & Docter, S. (2003). Public opinion and policy initiatives for online privacy protection. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 47(3), 350-374.
- Moscardelli, Deborah M. and Richard Divine. 2007. Adolescents' Concern for Privacy When Using the Internet: An Empirical Analysis of Predictors and Relationships with Privacy-Protecting Behaviors. *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 35 (3), 232-252.
- Nardi, B., Schiano, D., Gumbrecht, M., & Swartz, L. (2004). Why we blog. *Communications of the ACM*, 47(12), 41-46.

- Paine, C., Reips, U., Stieger, S., Joinson, A., & Buchanan, T. (2007). Internet users' perceptions of 'privacy concerns' and 'privacy actions'. *International Journal of Human-Computer Studies*, 65(6), 526-536.
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants. *On the Horizon*, 9(5), 1-15.
- Qin, L., Kim, Y., Tan, X., & Hsu, J. (2009). The Effects of Privacy Concern and Social Influence on User Acceptance of Online Social Networks. *AMCIS 2009 Proceedings*, 321.
- Reno, J. (2002). *Cyberstalking: A new challenge for law enforcement and industry*. Retrieved May 13, 2010, from <http://www.usdoj.gov/criminal/cybercrime/cyberstalking.htm>
- Sheridan, L., & Grant, T. (2007). Is cyberstalking different? *Psychology, Crime & Law*, 13(6), 627-640.
- Smith, H., Milberg, S., & Burke, S. (1996). Information privacy: measuring individuals' concerns about organizational practices. *MIS quarterly*, 20(2), 167-196.
- Staksrud, E., Livingstone, S., & Haddon, L. (2007). *What Do We Know About Children's Use of Online Technologies? A Report on Data Availability and Research Gaps in Europe*. London: EU Kids Online (Deliverable 1.1).
- Tavani, H., & Moor, J. (2001). Privacy protection, control of information, and privacy-enhancing technologies. *ACM SIGCAS Computers and Society*, 31(1), 6-11.
- Turow, J., & Nir, L. (2000). *The Internet and the family 2000: The view from parents, the view from kids*. The Annenberg Public Policy Center reports series, 33. Philadelphia: Annenberg Public Policy Center, University of Pennsylvania.
- Westin, A. (1967). *Privacy and Freedom*. Atheneum Publishers, New York.
- Wikipedia. (n.d.-a). *Facebook*. Retrieved May 13, 2010, from <http://en.wikipedia.org/wiki/Facebook>

Wikipedia. (n.d.-b). *Information privacy* .Retrieved April 28, 2010, from

http://en.wikipedia.org/wiki/Data_privacy

Wikipedia. (n.d.-c). *Internet privacy*. Retrieved April 28, 2010, from

http://en.wikipedia.org/wiki/Internet_privacy

Wikipedia(n.d.-d). 人肉搜尋.Retrieved May 29, 2010, from

[http://zh.wikipedia.org/zh-tw/%E4%BA%BA%E8%82%89%E6%90%9C%E7%B4%](http://zh.wikipedia.org/zh-tw/%E4%BA%BA%E8%82%89%E6%90%9C%E7%B4%A2)

[A2](http://zh.wikipedia.org/zh-tw/%E4%BA%BA%E8%82%89%E6%90%9C%E7%B4%A2)

Yao, M., Rice, R., & Wallis, K. (2007). Predicting user concerns about online privacy. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 58(5), 710-722.

Youn, S. (2005). Teenagers' Perceptions of Online Privacy and Coping Behaviors: A Risk-Benefit Appraisal Approach. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 49 (1), 86–110.

Youn, S. (2008). Parental Influence and Teens' Attitude toward Online Privacy Protection. *The Journal of Consumer Affairs*, 42(3), 362-388.

Youn, S. (2009). Determinants of Online Privacy Concern and Its Influence on Privacy Protection Behaviors Among Young Adolescents. *Journal of Consumer Affairs*, 43(3), 389-418.

Zimmer, J., Arsal, R., Al-Marzouq, M., & Grover, V. (2010). Investigating online information disclosure: Effects of information relevance, trust and risk. *Information & Management* , 47 (2), 115-123.

附錄一 社群網路隱私調查問卷

親愛的同學，大家好：

這是一份學術性的研究調查問卷，研究主題是想瞭解你對於「無名小站」與「Facebook」的態度及行為，請以你真實經驗與直覺來回答。所有的資料僅供學術研究使用，答案沒有對與錯，與你的老師、父母、學業成績無關，請安心作答。你的答案對研究有重要的貢獻，謝謝你的參與及協助。

國立交通大學科技與數位學習專班

研究生：許惠晴

指導教授：周倩 博士

E-mail：huichingh@gmail.com

第一部分 個人基本資料：(請於□中打V即可)

1. 請問你的性別是？ 男 女
2. 你的年級？ 5 年級 (小五) 6 年級 (小六) 7 年級 (國一)
 8 年級 (國二)
3. 你從哪個階段開始接觸網際網路？
 1. 國小以前 2. 國小 1-2 年級 3. 國小 3-4 年級
 4. 國小 5-6 年級 5. 升上國中以後
4. 請問你有「無名小站」的帳號嗎？
 1. 有 2. 沒有
5. 依據上題回答來選擇你的題目並勾選答案，勾選「有」請回答(1)；勾選「沒有」請回答(2)。
 - (1) 勾選「有」無名小站帳號的人請回答下面 A.B 二個問題。
 - A. 請問你好友名單內的好友是你在加他為好友前就是現實生活中所認識的人嗎？
 1. 全部都是 2. 大部分是 3. 有些是 4. 幾乎不是 5. 全部都不是
 - B. 你使用無名小站的原因是因為好朋友或同學都在使用嗎？
 1. 是 2. 否
 - (2) 勾選「沒有」無名小站帳號的人，請問你不使用無名小站的主要原因是身旁沒有好朋友或同學在使用嗎？
 1. 是 2. 否
6. 請問你有使用「Facebook」嗎？
 1. 有 2. 沒有
7. 依據上題的回答來選擇你的題目並勾選答案，勾選「有」請回答(1)；勾選「沒有」請回答(2)。
 - (1) 勾選「有」使用 Facebook 的人請回答下面 A.B 二個問題。
 - A. 請問你的好友名單內的好友是你在加他為好友前就是現實生活中所認識的人嗎？
 1. 全部都是 2. 大部分是 3. 有些是 4. 幾乎不是 5. 全部都不是
 - B. 你使用 Facebook 的原因是因為好朋友或同學都在使用嗎？
 1. 是 2. 否
 - (2) 勾選「沒有」使用 Facebook 的人，請問你不使用 Facebook 的主要原因是身旁沒有好朋友或同學在使用嗎？
 1. 是 2. 否

8. 請問平常你使用「無名小站」或「Facebook」的時間大約多久？

無名小站：週一到週五，平均每日約____小時；週六、週日，平均每日約____小時。

Facebook：週一到週五，平均每日約____小時；週六、週日，平均每日約____小時。

第二部分 隱私知識

填答說明：以下的情境題要請教你對網路隱私相關知識的瞭解，依照你的直覺作答即可，每題只要勾選 1 個答案，並寫下你的理由。

1. 小華覺得自己跟晶晶在「Yahoo! 即時通」上的聊天內容很有趣，所以小華決定把他們聊天的內容貼在自己的部落格上，小華的行為是否侵犯到晶晶的隱私呢？
1.是 2.否
2. 小恩在部落格上公開了他自己的個人資料，結果小恩幾天後在某個討論區，發現班上同學阿澤轉貼他所公開的個人資料，請問阿澤是否侵犯了小恩的隱私呢？
1.是 2.否
3. 小明偷拍了幾張小慈的照片，在沒有得到小慈的允許下，小明把照片放到網路相簿上，小明的這個行為是否侵犯了小慈的隱私呢？
1.是 2.否
4. 小英打開網路信箱後，看到許多不知名且沒看過的網站寄發的廣告信，這些廣告信是否侵犯了小英的隱私呢？
1.是 2.否
5. 小陳在網路上瀏覽到美美的相簿，看到相簿有鎖密碼，在好奇心驅使下猜了密碼，他猜中後看完所有的相片，小陳的行為是否侵犯了美美的隱私呢？
1.是 2.否

第三部分 隱私顧慮

I、隱私態度填答說明：依照你現在擁有的帳號（若無名小站跟 Facebook 都有，兩個都勾選），請勾選出最符合你的答案，若兩個帳號都沒有的人，請假想擁有其中一個並勾選。

	公開在 無名小站上				公開在 Facebook 上			
	非常 同意	同意	不同意	非常 不同意	非常 同意	同意	不同意	非常 不同意
1. 我認為我的個人資料公開在網路上是安全的。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 我認為我的個人資料公開在網路上是無所謂的。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 我認為讓陌生人看到我公開在網站上的個人資料是危險的。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 我認為在網路上認識及結交新朋友是有趣的。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 我認為只有我的朋友可以看到我公開的個人資料。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	公開在 無名小站上				公開在 Facebook 上			
	非常 同意	同意	不同意	非常 不同意	非常 同意	同意	不同意	非常 不同意
6. 看到我的朋友公布自己的資料，我也應該要跟他一樣公布這些資料。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 當朋友叫我公開個人資料的時候，我會聽他的。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. 我認為我所擁有的朋友數量可以證明我是受歡迎的。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. 我會擔心我在網站上的個人資料有錯誤。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. 我會擔心網站把我的個人資料挪做別的用途。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. 我會擔心網站把我的個人資料賣給其他網站。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. 我會擔心我的個人資料在我不同意的狀況下，被其他人取得、使用或瀏覽。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. 為了結交新朋友，我會詳細填上我的個人資料。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. 為了讓人更瞭解我，我會詳細填上我的個人資料。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. 為了成為網站的會員，我認為我應該詳細填寫個人資料。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

II、填答說明：當下列資料要提供給網站或在網路上公開時，請依照你的直覺，勾選你的在意程度。

	非常 在意	在 意	不 在 意	非 常 不 在 意
1. 真實姓名	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 宗教信仰	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 血型	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 星座	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 出生年月日	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 家裡電話號碼	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 個人照片	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. 就讀學校	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. 家中住址	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. 職業（如：學生）	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. 興趣	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. 身分證字號	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. 電子信箱	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. 手機電話號碼	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. 郵遞區號	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. 常用代稱（例如：英文名字、綽號）	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

第四部分 隱私行為

填答說明：以下問題請教你對「Facebook」及「無名小站」的網路隱私行為，請你依照你的實際做法，勾選出最符合事實的答案，若沒有該網站帳號，請依直覺回答。

1. 你在確認交友之前，會先看對方的個人資料嗎？
1.總是如此 2.經常如此 3.偶爾如此 4.從不如此
2. 對方的資料若很清楚的呈現（例如：出現他的照片、名字、學校、電話、e-mail等），會讓你較放心答應他的交友邀請嗎？
1.總是如此 2.經常如此 3.偶爾如此 4.從不如此
3. 你在 Facebook 上輸入了哪些資料呢？（可複選）
1.放個人照片 2.真實姓名 3.興趣 4.宗教 5.手機電話
6.家中住址 7.就讀學校 8.家中電話
9.常用代稱（例如：英文名字、綽號） 10.自我介紹
4. 你在無名小站上輸入了哪些資料呢？（可複選）
1.放個人照片 2.暱稱 3.生日 4.血型 5.學歷
6.職業 7.興趣 8.喜歡的 9.討厭的 10.關於我
5. 你在網路上會故意填寫不實的資料嗎？
1.總是如此 2.經常如此 3.偶爾如此 4.從不如此
6. 承上題，你故意寫錯的資料有哪些？（可複選，第 5 題勾選「從不如此」的不用回答）
1.真實姓名 2.家中電話 3.郵遞區號 4.家中地址 5.星座
6.血型 7.職業 8.電子信箱 9.身分證字號
10.個人興趣（音樂、電影、偶像等）
11.生日（年、月、日，任何一項錯誤都算）
12.就讀過及正在就讀中的學校名稱
7. 你對你的資料會使用加密設定嗎？（如：設網路相簿密碼、使用 facebook 的隱私設定等）
1.總是使用 2.經常使用 3.偶爾使用 4.從不使用
8. 你曾經受到好朋友的影響而會更常使用無名小站或 Facebook 嗎？
1.總是如此 2.經常如此 3.偶爾如此 4.從不如此

※ 本問卷填達到此完畢，請再檢查一遍看是否有漏填的地方，非常感謝你的協助 ※