

中國文化大學新聞研究所

碩士論文

青少年收看綜藝類談話性節目與同儕人際
關係之研究



指導教授：湯允一

研究生：余素梅

中華民國九十七年十二月二十日

青少年收看綜藝類談話性節目與同儕人際關係之研究

研究摘要

本研究目的是在分析電視媒介對目前青少年的認知、態度、行為及生活各層面所產生的影響，以了解青少年收看談話性節目型態與同儕之間的互動關係。本研究選擇電視對青少年的教育功能及電視的娛樂功能做理論的敘述，這兩個範疇涵蓋了電視媒介對青少年影響的學術趨向。青少年雖然並非全盤地接收所有媒體所傳播的訊息，但媒體內容對建構青少年的生活、談話內容、人際關係及價值觀等都有高度的影響。例如：電視綜藝節目內容的羶色腥、綜藝節目的整人手法、電視暴力內容與近年來的青少年犯罪行為有關，雖然社會上不乏諸如此類的現象，但若大量現身在有傳播功能的媒體中，值得探討。

本研究採用青少年心理學、社會學及傳播學的觀點，探討高職學生的人際關係與同儕之間的互動。本研究以台北縣市六所公立高職與私立高職為研究對象，採問卷調查方式，共發放720份問卷，有效回收703份，所得資料以敘述性統計、因素分析、卡方檢定、獨立樣本t檢定、單因子變異數分析及皮爾森積差相關分析等統計方法進行統計分析，並以社會學習理論和社會交換理論為基礎，輔以問卷調查方式，將性別、年級、公立高職及私立高職等作為前置變項，歸納整理作為解釋說明行為動機和態度養成的因素。

研究結果發現，在人際關係七個因素當中，對於性別方面女生較男生容易受同儕、父母、媒體內容等因素的影響；在學校方面公立高職的學生以「活動分享」、「課業問題」和「在校表現」這三個因素而言，較私立高職的學生顯著。而調查結果發現，學生的「在校表現」愈好對於父母與師長之間的互動頻率就愈高。以年級而言，二年級比三年級學生和一年級學生受到綜藝類談話性節目議題內容更顯著。本研究也發現受試者在收視動機兩個因素而言，公立高職學生在收視動機的第二個因素「自我概念價值定向」這個因素當中比私立高職學生更為顯著。

A study on the influence of adolescents' viewing variety talk shows on their peer relationships

Abstract

The purpose of this study is to understand how talk-show viewing influences adolescents' peer relationships by analyzing television media's effects on young people's cognitions, attitudes, behaviors and other aspects of their lives. The discussion is conducted from two angles: television's educational function on adolescents, and its entertaining function. These two fields covered the academic trends of the studies on television media's impacts on juveniles. Even though they do not entirely intake all information from media, young people's lives, conversations, relationships and values are highly influenced by it. It is believed that the adult elements and pranks of variety shows are related to juvenile crimes, given that such phenomena do exist in the society, however, it still deserves discussions since they appear abundantly in broadcasting medias.

In this study, interpersonal relationships and peer interactions of vocational school students are observed from various points of view, including adolescence psychology, sociology and communication studies. Objects are students from six vocational schools in Taipei City and County, both public and private. Questionnaires are used as research method. Among the 720 questionnaires, 703 are valid. Obtained data were analyzed by statistics tools, including descriptive statistics, factor analysis, Chi-squares test, independent-sample t test, one-way ANOVA, Pearson's Product-moment Correlation. On the basis of social learning theory and social exchange theory, assisted with questionnaires, and with considerations of antecedent variables of genders, grades, public

or private schooling, we inducted affect factors that explain behavioral motives and attitudes.

As result, we discovered that, among the seven factors of peer cognitions, females have higher tendency to be influenced by peer, parents and media contents. On the subjects of ‘academic problems’ and ‘school performances,’ public students showed more concern than private ones. Compared with tenth and twelfth graders, eleventh graders are more obviously influenced by the contents of variety talk shows. Between the two factors of how viewing contents affect behaviors, we concluded that public students are more significantly effected in the second factor ‘self-concept orientation.’

Key words : TV viewing behavior, personal interaction, peer relationship, adolescent



目 錄

第一章	緒論	8
第一節	研究背景	8
第二節	研究動機	9
第三節	研究目的與問題	13
第二章	文獻探討	15
第一節	名詞釋義	15
第二節	國內談話性節目分類	20
第三節	社會學習理論與社會交換理論	23
第四節	青少年心理成長相關理論及研究	25
第三章	研究方法	35
第一節	研究架構	35
第二節	研究對象與抽樣架構	37
第三節	樣本描述	38
第四節	統計分析方法	39
第五節	因素分析	42
第四章	資料分析	50
第一節	性別、學校與不同年級對收視習慣的差異分析	50
第二節	性別、學校與不同年級對收視動機與人際關係的差異分析	52
第三節	收視動機與人際關係的相關分析	57
第五章	研究結果與討論	60
第一節	研究結果	60
第二節	研究討論	61
參考文獻	63
附錄一	問卷	68

表目錄

表 2-1	分析電視談話性節目五大類型	21
表 2-2	人生發展八階段	28
表 2-3	青少年自我認同狀態分類	30
表 3-3	抽樣個數分配表	38
表 3-3-1	觀察值處理摘要表	38
表 3-3-2	信度統計量表	39
表 3-5	KMO 與 Bartlett 檢定表	39
表 3-5-1	人際關係因素一活動分享分析表	43
表 3-5-2	人際關係因素二相處情形分析表	44
表 3-5-3	人際關係因素三勇於嘗試分析表	45
表 3-5-4	人際關係因素四同儕叮嚀分析表	46
表 3-5-5	人際關係因素五課業問題分析表	46
表 3-5-6	人際關係因素六情緒管理分析表	47
表 3-5-7	人際關係因素七在校表現分析表	47
表 3-5-8	收視動機因素一討論話題內容模仿分析表	48
表 3-5-9	收視動機因素二自我概念價值定向分析表	49
表 4-1	不同性別對收視習慣受誰影響、與誰觀看、收視時間的差異分析表	50
表 4-1-1	不同學校對收視習慣受誰影響、與誰觀看、收視時間的差異分析表	51
表 4-1-2	不同年級對收視習慣受誰影響、與誰觀看、收視時間的差異分析表	51
表 4-2	不同性別對於人際關係七個因素的獨立樣本 t 檢定	52
表 4-2-1	不同性別對於收視動機兩個因素的獨立樣本 t 檢定	53
表 4-2-2	不同學校對於人際關係七個因素的獨立樣本 t 檢定	53
表 4-2-3	不同學校對於收視動機因素一討論話題內容模仿因素的獨立樣本 t 檢定	54

表 4-2-4	不同學校對於收視動機因素二自我概念價值定向因素的獨立樣本 t 檢定	54
表 4-2-5	不同年級對人際關係七個因素的單因子變異數分析(ANOVA)	55
表 4-2-6	不同年級對於收視動機兩個因素的單因子變異數分析(ANOVA)	55
表 4-2-7	不同年級與人際關係因素三之「勇於嘗試」的事後檢定	56
表 4-3	收視行為兩個因素與人際關係七個因素相關分析表	57
表 4-3-1	人際關係七個因素和收視行為兩個因素經由控制性別、學校與年級後的淨相關分析表	58

圖目錄

圖 3-1	研究架構圖	
-------	-------	--



36

第一章 緒論

第一節 研究背景

二十世紀出生的人大多數都成長於媒體充斥的環境，跟著媒體資訊一起長大，學會從媒體影像中去學習，媒體提供具影響力的公共教學資源給這群年輕人，同時也影響青少年對於自我概念價值定向、同儕認同與人際關係的互動上，以及其他許多重要的觀念。他們透過媒體的傳播或是接收新資訊或是從事各種媒體所提供的娛樂功能，因此，電視對於個人的生活、思想、態度、行為甚至文化到其他整體面向，都具有廣泛深遠的影響。媒體的功能是伸張正義，傳遞訊息。但近年來蓬勃發展的傳播媒體或平面媒體中，其內容的呈現常見到有不同意涵的價值存在。

近年來電視已成為台灣青少年最常接觸的大眾媒體。根據 1999 年行政院調查統計，國內約有 70 % 的青少年每天都會觀看電視，而有 30 % 的青少年表示會收聽廣播；另有 30 % 的青少年表示有閱報的習慣，但其觀看、收聽、閱讀的內容，大多以影視新聞、流行歌曲、娛樂版等內容為主（吳翠珍，民 91）。根據廣電基金 2002 年的一項調查報告指出，國內青少年對於電視的使用率平均達九成以上。由調查結果顯示電視媒介對於台灣青少年的生活具有一定的影響力，看電視是主要的休閒活動之一。在電視節目的選擇上，許多調查研究發現綜藝節目是青少年最喜歡收看的節目類型之一（廣電基金，2002；蘇蘅、陳雪雲，2000；廖若渝，2000）。

青少年的定義若以年齡來界定，則青少年時期的開始最可早始於 12、13 歲，而青少年時期的結束可界定到 35 歲，甚至 40 歲。現代社會中，大學畢業剛進入勞力市場不久仍在研究所就讀，或開始建立自己家庭的人口層，也算是青少年(Lavinson, 1987; 轉引自吳素倩，1987)。由此推知，本研究之研究對象為「台北縣市高職生」亦屬於青少年時期的一部分。受試者均為高職一、二、三年級的在校學生。

第二節 研究動機

在台灣，經由過去的學者研究調查發現，除了三台外，台灣民眾常看或喜歡的有線頻道依序為：以台灣為主的區域頻道(TVBS、超視)(43.1%)、外國頻道(CNN、HBO、NHK)(40.9%)、本土頻道(31.3%)、華人為主的區域頻道(Stat TV、CTN)(29.5%)、及各地其他地方台(19.9%)。民眾最喜歡的三台節目類型依序為：新聞(43.9%)、連續劇或單元劇(18.1%)、綜藝節目(14.3%)、外國影集或長片(7.4%)。民眾最喜歡收看的第四台節目首推外國影集或長片(20.7%)，其次是新聞(12%)，第三為綜藝節目(9.0%)。由此可知，有線電視扮演了滿足民眾的媒介角色。

大眾媒介對於台灣青少年生活的影響力已不可否認。從青少年這一族群來看，媒介活動正是他們最主要的休閒方式。1990年一項調查發現，超過七成以上的青少年最常做的活動，仍然是看電視，可見大眾媒體傳播媒介對青少年的影響絕對不可忽視(邱莉玲，1990)。台灣於民國83年進行的研究顯示，台北都會地區青少年在周一到周五最主要的休閒活動依序是：看電視(71.7%)、聽音樂(廣播)(64.7%)、閱讀書報雜誌類(54.5%)、看錄影帶(19.9%)、打電動玩具(19.5%)、室內球類活動(10.4%)、飼養動物(7.4%)。而週末室內活動依序是：看電視(53.4%)、聽音樂(廣播)(36.6%)、閱讀書報雜誌類(27.7%)、看錄影帶(26.3%)、看電影(25.0%)、打電動玩具(24.7%)等(林東泰，1994)。

根據金車教育基金會(民85)，對都會區青少年寒假期間在家使用媒體休閒的調查報告指出，有74%青少年在假日時最常接觸的媒體是電視，其中最喜歡看「有線電視台」的佔53%，收看「無線電視台」的只佔18%，可知，收看有線電視節目已成為青少年最喜愛的媒體休閒活動了。看電視、電影、上網，已成為青少年日常生活中最重要的一環；青少年甚至透過螢光幕的資訊傳播和圖形變化來獲取新知及滿足需求(郭幼龍，1999)。

媒體功能當中電視具有娛樂性，綜藝節目內容提供了青少年主要的休閒娛樂以及生活中人際互動的重要話題，對於青少年的生活感受，對生活層面的滿意程度，

都有正面的助益。電視娛樂節目內容與廣告會影響個體的世界觀、文化價值、行爲、學習動機等，還會影響青少年和父母與同儕之間的互動，例如：看娛樂性節目會增強物質主義傾向與社會表達消費動機(蔡美瑛，1988:148-152)。陳曼嫻(2000)則是探討綜藝節目主持人用語對青少年流行用語的影響，發現有 88.4%的青少年認爲綜藝節目已成爲啓發並創造流行語的重要媒介；79.8%的青少年會將主持人的慣用語與延伸應用變化在不同的話題中；80.3%的青少年則認爲使用主持人的慣用語會讓自己有玩語言、文字遊戲的樂趣。因此，透過綜藝節目的收視行爲，青少年從中獲得許多流行用語，並從中建構屬於青少年的語言遊戲。

觀察綜藝節目的收視群以年輕學子居多，對於長期暴露在娛樂訊息下的觀眾來說，電視幾乎已經取代了其他活動，成爲提供他們資訊、價值觀的主要來源。而在節目內容不夠多元化的情況下，久而久之，觀眾所關心便僅侷限在影劇圈的是非、藝人的感情生活，以及影劇圈中許多虛幻不實的價值觀，於是在過度逃避沉浸於這些沒壓力的綜藝節目內容之下，而降低了社會參與的動機。此時，如果綜藝節目中過度強調負面的價值觀，將會形成錯誤的示範，並在無形中潛移默化了這些年輕的學子。

針對一九九九年台灣地區青少年媒介使用行爲之調查中發現，受訪者中有 69.4%的青少年每天收看電視；34.1%的青少年一週內至少閱報 1 至 2 次；32.5%的青少年每週收聽 1 至 2 次廣播。(沈慧聲、陳怡如，2003)

本研究以綜藝類談話性節目爲主，跳脫以往研究電影、電視皆以戲劇類節目爲研究對象，探究青少年收看綜藝類談話性節目內容所討論的主題運用於同儕團體的人際互動結果。

以談話性綜藝節目內容做分析，節目企劃要與流行新事物做細微觀察和整理，並邀請話題人物製造話題來發酵，並利用播出電視台新聞媒體之行銷手法，炒作當日新聞話題，抬高當集節目收視率。

在節目企劃的所有環節中，主持人魅力除了是吸引觀眾的主因外「決定來賓人選」是最重要的一環，考驗節目團隊的趨勢觀察力。例如：「康熙來了」播出至今製

造了許多話題，不單是因為請來許純美、李敖、吳宗憲、甚至連戰這樣的話題人物，更因兩個風格截然不同的主持人，相輔相成地製造出極高的娛樂效果，而成爲許多觀眾心目中的摯愛(台灣東森網路投票調查結果顯示，「康熙來了」以 65.07%的支持度，成爲網友心目中最的綜藝節目)。(CAREER 就業情報雜誌，339，2004)。

電視綜藝類談話性節目爲當代主要的電視綜藝節目類型，給予了話題討論更多的解讀空間，如果想要了解我們的綜藝類談話節目，提供青少年多少話題想像的空間、或是衝突的問題，這些綜藝節目就值得我們進一步去探究。

本研究關注的是「綜藝類談話性節目」節目類型針對娛樂新聞所掀起的辛辣話題，以「來賓與主持人一對一的談話」爲主，也包括小群組討論的方式，同時也是邀請多個來賓一起參與討論的談話節目。例如：「康熙來了」以跳脫藩籬的做法，企圖製作一個挑戰談話性節目尺度的節目，除了主持人效果和笑點上滿足觀眾需求外，節目企劃內容才是收視率成功主因。挖掘藝人私密，挑戰八卦尺度，違反正規訪談方式，讓那些觀眾覺得不該會說出話題的搬上螢光幕，藝人的神秘感消除後，讓閱聽人對新事物的求知渴望更加強，便印證了使用與滿足理論，使閱聽人間接獲得電視娛樂功能。以下是兩個綜藝類談話性節目型態做概述：

一、節目名稱：兩代電力公司

節目型態：談話性綜藝節目

節目時長：九十分鐘

播出時段：每週六晚間十一點於 TVBS-G 頻道播出

製作方式：屬於棚內錄影，以座談及示範實作方式呈現

經營方式：TVBS 電視台內製節目

主持人：蔡康永

製作群：TVBS 節目製作部(聯意製作股份有限公司)製作小組

節目內容：節目採用上、下議院兩兩造成辯形式針對每週不同主題進行對話討論。曾經製播之主題有：重量級劈腿女王、是男友還是姊妹、本土夜店皇后、大男人怎麼樣？七年級該不該有性行爲？男生宿舍該不該留宿女生？……等

等火辣討論話題。

二、節目名稱：康熙來了

節目型態：談話性綜藝節目

節目時長：六十分鐘

播出時段：每週一至週五晚間十點於中天綜合台頻道播出

製作方式：屬於棚內錄影，以主持人和來賓對話的方式呈現

經營方式：中天電視台內製節目

主持人：蔡康永、徐熙娣

節目內容：屬於二元對話性質的中天綜合台「康熙來了」，曾經製播之主題有「女人不能在男人面前做的事」、兩性研究所大爆女藝人與另一半相處之道以及錄影主題是明星的求學之路等討論話題。

小結

在「康熙來了」成功的創下夜間時段的高收視率後，諸如：「國光幫幫忙」、「桃色蛋白質」、「麻辣天后宮」等綜藝類談話性節目猶雨後春筍般不斷冒了出來。根據ACNielsen 針對收視有線電視個人的調查結果顯示，自 2005 年 8 月至 11 月三個月間，TVBS-G 頻道所播出的「康熙來了」節目收視率實為同類節目之冠(0.6~0.8)，至研究者進行參與觀察之際其收視率依然經常獨占鰲頭，在該類節目中相當具有代表性。

第三節 研究目的與問題

本研究旨在探討青少年高職學生收看綜藝類談話性節目內容與其同儕之間人際發展和自我概念認同之關係。主要研究目的包括瞭解高職學生在收視行為對於收看綜藝類談話性節目內容的動機、頻率和人際關係發展與自我概念的現況。同時分析不同背景變項之高職學生在收視行為、人際關係與自我概念上的差異情形。驗證不同收視行為之高職學生在同儕團體人際認同、自我概念價值定向上的相關程度。

本研究主要探討青少年的「活動分享」、「相處情形」與「勇於嘗試」、「同儕叮嚀」、「課業問題」、「情緒管理」、「在校表現」七個同儕認同因素，並由不同背景變項，控制變項為性別、學校、年級，來探究其在「討論話題內容模仿」與「自我概念價值定向」之差異情形與關聯性。研究高職學生對於節目收視行為與其人際關係、自我概念之關係在同儕團體之間的態度，這些變項共包含七個層面，包括活動分享、相處情形、勇於嘗試、同儕叮嚀、課業問題、情緒管理、在校表現等架構而成。

基於上述研究動機與研究目的，本研究將藉由問卷調查與樣本回收的資料訊息，探討受測者在收視行為和人際關係同儕互動之間的相處情形以及對青少年影響的程度，並進一步瞭解綜藝類談話性節目議題內容對青少年的影響。

本研究將研究問題分述如下：

- 問題一：分析高職學生背景變項與人際關係七個因素和收視動機兩個因素的關係。
- 問題二：分析不同性別、學校、年級的青少年高職學生在收視綜藝類談話性節目之後對於同儕之間的相處情形是否有顯著差異？
- 問題三：受測者對於收視談話性節目議題內容的時間長短是否會對同儕人際關係發展產生影響？
- 問題四：探討高職學生收看談話性節目的頻率高低是否會對同儕人際關係發展產生影響？
- 問題五：高職學生在收視綜藝類談話性節目議題內容時與誰一起觀看受誰影響是否會對同儕人際關係發展產生影響？

問題六：瞭解高職學生個人不同背景因素(性別、學校、年級)與收視動機、人際關係之間是否有關聯性。



第二章 文獻探討

依據研究目的，文獻探討分成四個部分：首先爲了便於瞭解本研究的主題與說明，茲將研究中所出現的重要名詞加以定義，其次將電視節目的類型進行分類並說明「綜藝類談話性節目」的內容組成，再針對相關青少年心理學和人際關係的學說理論做說明，最後一個部分是探討青少年從收看「綜藝類談話性節目」內容中所獲得可和同儕之間互動的談話資料，把節目中所討論的主題與相關資訊與同學或朋友分享的結果將影響設計研究問題。

第一節 名詞釋義

一、青少年

所謂的青少年是人生介於兒童期到成年期之間的一個發展階段（江南發，1991），爲介於青春期開始到骨骼發育完成的一個生命時刻（Konopka,1973）。以我國「青少年事件處理法」及「少年福利法」明定「少年」指十二歲至十八歲之人。行政院青輔會（1985）之青少年白皮書則遷就人口學之五歲年齡層，且爲擴展涵蓋面，界定爲十歲至二十四歲之男女爲「青少年」。

就心理學而言，Hurlock 認爲青少年期乃於特定的社會環境之下，從「兒童行爲」轉變到「成人行爲」的過程中，謀求重新調適的邊界人狀態(Hurlock,1989)。由於個人、環境和文化差異因素的影響，青少年期年齡的起迄有不同的界定，王煥探和柯華葳(1999)綜合各家歸納出結論，認爲十二歲以上、不滿十八歲稱爲少年，十八歲以上至二十五歲則稱爲青年，今天研究青少年心理學學者的共識。

本研究參考以上觀點，研究對象爲青少年時期十五歲以上、不滿十八歲即將步入成年期的青少年，相當於目前學校中一、二、三年級的在學高職學生。

就艾利克森(Erikson,1998)的看法觀之，青少年面臨自我認同(self-identity)的危機。隨著生理的快速發展，青少年在心理上會渴求獨立，但因心智上未臻成熟所以

對許多事物一知半解，讓青少年對自己的努力產生質疑，於是很容易對自我們的角色產生認同上的困難，情緒往往是不安與衝突的。

心理學家 Maslow(引自李佩怡,1999)建立了動機的層級理論(Hierarchy Theory of Motivation)，將人的需求分為五個層級，分別是：生理需求(physiological needs)、安全需求(safety needs)、歸屬與愛的需求(belongingness and love needs)、被尊重的需求(esteem needs)及自我實現需求(self-actualization)，其中也說明了人際需求是人類的基本需要之一。

就馬斯洛(Maslow,1954)的需求理論而言，內容中強調每個人有「隸屬感」的需求，但這階段的孩子卻常覺得自己是邊緣人。

在認知發展方面，依據 Piaget 的認知發展觀點，青少年初期的認知發展正介於具體運思期(concrete operations)晚期與形式運思期(Formal operations)前期之間，逐漸開始發展抽象的認知理解能力，也漸漸學會抽象多元的思考模式，並開始具備科學與邏輯的能力，能去推導事物之間的因果關係，從生理與認知發展狀況而言，青少年都是介於一種過度性與邊緣性狀況，然而這階段又正是個體自我認同形成的關鍵時期(Cummons,1995)

就孔伯格(Kohlberg,1983)的道德推理發展階段而言，本研究將調查對象落在道德成規期，是希望透過具有該道德階段特質的青少年，探究其媒體使用行為是否會對他們的同儕人際關係造成影響。

二、綜藝節目

「綜藝節目」英文原名為 Variety Shows，顧名思義，其中的英文名稱與中文名稱均顯示「綜藝節目」涵蓋綜合、多樣內容的節目類型。國內對「綜藝節目」一詞雖延用多年，但其所指稱的實質意涵卻逐年改變，不同時期對於「綜藝節目」的定義亦多分歧，而「綜藝節目」定義與歸類之困難，蓋因其節目的多樣性與內容變化更新過於迅速之故(曾莉婷,2001)。

電視談話性綜藝節目最大的改變，在於觀眾的現身與話題的討論，迷人之處為娛樂聳動的話題，吸引觀眾的主動參與，講述個人經驗或情緒表達，並且集體現身，

不再是匿名、隱形的觀眾，與節目和主持人也具有對話的「互動性」(彭芸，2000：1-15；鍾起惠，1997：32-33)，藉由意見交流，電視談話性綜藝節目同時重塑文化認同與社會關係。

就商業的角度而言，談話性綜藝節目之所以流行，主要原因是因為製作成本的低廉(鍾起惠，1997；彭芸，2000)，衛視中文台節目製作人何雅章坦言「這種談話主題節目的製作費用，比起那種大型綜藝節目真的少得太多了，而且，只要建立一個固定的類型，以後只要換不同的主題，節目就可以一直做下去」(黃威融，1997)。娛樂性節目至今已成為台灣節目的類型之一，更是電視黃金時段的重要支柱，它代表電視公司的營收，也象徵電視的娛樂功能(關尙仁，1999)。

根據王素玲(2000)、鄭郁萌(2000)與林淑貞(2001：134)的研究，可歸納出現今的電視綜藝節目特色包含四項：節目取材廣泛，內容多元發展；迎合時代脈動，創造流行話題；節目成本增加，製作技術進步；以主持人為重，以收視率掛帥。

三、談話節目

談話節目(Talk Show)主要發源於美國，談話節目的定義眾說紛紜，基本上，只要在節目中具有「談話內容」都可稱之。談話性節目必須引起觀眾的互動興趣，話題經常是越軌、禁忌、衝突和二元對立的關係，如性別、種族、暴力、族群關係、緋聞、競選活動等，一般而言，議題尤其著重在性與暴力(Keao-Botkin，1996)，而根據亞當斯(Adams，1994)的研究，有三分之一的話題內容是以「不良的性別關係為內容」。

根據《廣電人》在〈綜藝節目類研討紀錄〉視脫口秀節目為「另類綜藝」，而觀眾現身為有線電視以來最大的變化，因為真實的觀眾流露出最自然的反應，而(孫聿新，1997，23-26)，鍾起惠(1997)將以公領域的新聞時事話題內容為主的稱為談話性新聞節目。所以，本研究視涉及私領域話題為談話性綜藝節目。

雙向溝通的節目是主持人與來賓之間的對談。談話節目近年來流行於各頻道中，尤其是主持人採用一對一的方式與來賓對談。受訪的來賓可分為政治人物、當紅演員或偶像歌手，甚至是一般大學校園裡特立獨行、標新立異勇於表達思想的大

學生。

四、認同

認同(identification)的概念最早出現在佛洛伊德(S. Freud, 1856~1939)夢的解析範疇中，此後逐漸擴展運用到其他領域。佛洛伊德描述「認同」為：「企圖去塑造一個人的自我，去學習被他人當作楷模的樣子。」並且認為此現象是在不知不覺中進行的。認同是經由學習、仿效楷模的行為或特徵，所呈現的一種心理狀態、外顯行為或社會化的過程。認同(identification)是當事者在有意或無意間，將楷模的價值內化為自己的價值，以致在思想、感覺或行動上呈現出一種趨向楷模的心理狀態或外顯行為(張春興，民 76)。

Bronfenbrenner (1960) 提出認同的意義包含三種：

- (1) 認同是一種行為，即透過楷模外顯的行動所表現的行為；
- (2) 認同式一種動機即行動向另一個人的傾向；
- (3) 認同是一種過程，即透過行為和動機學習的一種形式(朱龍祥，1997)。

五、價值觀

價值觀是一種個人或社會所偏好的概念，能滿足個體的生理或心理需求，是影響個人行為或指引生活目標的信念體系，具有獨特性及可變性，可作為對人或事物判斷的依據(簡茂發、何榮桂、張景媛，民 87)。

六、同儕團體

對多數青少年而言，除了家庭、學校之外，影響他們最深刻的社會化機構應屬同儕團體(Peer group) (Riesman, 1950)。同儕團體是青少年在此時期最主要的參考團體。由於同儕是青少年一同參與活動的主要對象，同儕彼此之間會透過活動參與發生相互影響 (Youniss & Smollar, 1985)。關於「同儕」的意義，在韋氏字典的定義是：與別人有相同立足點的人。Coleman(1961)則認為同儕是指一種同質的青少年文化，會帶著他們獨特的價值觀與地位系統(雷庚玲、曾慧芸，1999)。Gray 和 Tindall 認為同儕是指彼此分享互相熟悉的價值、經驗、生活及風格且年齡相近的人(轉引謝美英，1998)。所謂同儕團體是指由三個以上年齡、權力、地位大致相同的人所結合

而成，具相互性的群體（黃德祥，1990）。

在青少年階段，青少年逐漸擺脫家庭父母的影響，轉而追求朋友的認同進而行程同儕團體之形成，多半具有共同興趣、喜好、社會理想或社經地位、族群背景，以及人格特質等；在同儕關係中，彼此地位相等更是一個很重要的特質。而「同儕關係」是屬於人際關係的一種，對青少年來說，是影響最深的一環，有助於個體的發展及社會化。

青少年時期，同儕的影響是大於對父母的依賴，孩子面對生理、心理的轉變時，常常會有許多情緒，而同儕團體提供了情緒宣洩的管道。而且透過同儕，青少年也比較能建立自信，並肯定自己的價值（黃世杰，2003）。因此在學習階段。同儕團體可說是學生最大的精神支柱與學習友伴，身為組成份子，其角色的扮演具有相當的影響；爲了尋求認同與價值歸屬的滿足，同儕友伴的規範和氣氛對於青少年思想、行爲的型具有約束力和影響（邱怡萍，2002）。在青少年的社交過程中，同儕溝通是以平等、瞭解的方式，來交換相互的需求，不似父母或教師帶有權威及強制性，所以同儕關係日益密切，在彼此互動中增進歸屬感、相互學習、認識自我與他人，對認同和肯定自我的發展有重要的影響。李慧娟（2000）

七、人際關係

Schutz（1985）認爲人際關係是兩個或兩個以上的人爲了某種目的而產生的交互作用。國內學者張春興（1992）則認爲，人際關係是指人與人交感互動時存於人與人間的關係，人與人之間關係是心裡的，是對二人（或多人）都發生影響的一種心理性連結。而吳幸怡（1998）指出人際關係即爲個體與他人間的互動。許勝雄（1980）進一步將人際關係區分成靜態與動態兩觀點來說明，靜態是指人與人之間的關係；動態則是指人與人之間的交互作用有關人際關係發展的議題。綜言之，人際關係可以說是人和人之間爲達某種目的時，在互動中產生的心理連結。

第二節 國內談話性節目分類

談話性節目主要發源於美國，1960 年代以新聞性話題為主的談話性節目開啓了美國電視節目的熱潮，叩應(call-in)和面對面(interview)的對談形式使觀眾可以發表對時事、體育和娛樂新聞的意見，節目中並邀請名人(celebrity)參與話題的討論，美國當時的政治、經濟、文化呈現多元發展，東西對立、冷戰、職業運動、嘻皮文化、反戰風潮甚至人類登陸月球，豐富的議題提供談話節目源源不絕且精彩的、引人入勝的內容，直到現在，談話性節目仍佔有電視頻道不小的版圖，中外皆然。談話性節目的定義眾說紛紜，廣義上只要節目具有「談論話題」內容都可稱之。

「談話性節目」意指企圖透過訪談方式提供觀眾各種有關食衣住行育樂各方面資訊的節目類型，其訪談主題多與現實生活息息相關，並藉以提高節目收視率。電視談話性綜藝節目於 1997 年開始出現另一波上電視公開隱私的流行風，成為綜藝節目的主要類型(黃威融，1997)。所謂「電視談話性節目」意指節目進行方式以有某個特定談到主題為主，節目開始由主持人引言，並邀請來賓以閒聊的方式進行一對一或一對多的對談，其中並無夾雜任何表演或遊戲。演藝人員當特別來賓或政治人物或政商名流現身上節目參與話題討論，公開私人秘密，以麻辣禁忌的話題為主，尤其是瘦身美容的議題或是八卦新聞不具證實的小道消息為引述的議題，而「女星瘦身美容經驗」及「名人緋聞私生活」的話題在社會風潮的帶動之下，進入電視談話節目內容成為一股流行的現象。

依據台灣目前電視節目的分類以談話性綜藝節目的內容特質與敘事觀點，可分為個人型式(personality-type)談話性節目及議題型式(issue-type)談話性節目。分類情形如表 2-1 所示。前者主要基於二元對話，後者重點放在團體討論。談話性節目類型依參與者的性質又可分為以下三類，第一種分類只有專家參加，第二種分類是一般人與專家參加，第三種是只有一般人參加。(引自楊意菁，2002)

表 2-1 分析電視談話性節目五大類型

類型	特色	代表性節目
娛樂名人談話綜藝 (entertainer-celebrity-talk-variety) :	表現幽默、音樂以及平凡的不正式訪問。請名人分享經驗	封面人物 小燕有約 康熙來了
名人訪問 (visit-to-the-famous) :	以探測名人的家居生活及內心世界，有時呈現 LIVE。	真情指數 沈春華 LIFE SHOW 娛樂@亞洲
長型式的討論 (long-form-round-talk) :	以討論公共議題及社會問題為主，出現爭辯與不同意見。	2100 全民開講 大話新聞 新聞挖挖哇 今夜那裡有問題
性別談話形式 (sex-talk-form) :	以性別為主要訴求，如呈現女性議題談話節目。	女人我最大 美麗藝能界 美麗達人
法庭式談話性 (the-video-talk-trial) :	一般人由於特別行動，變成有名，這類談話節目使之呈現於千萬觀眾面前接受質詢，以及回答問題。	並無代表性及題目，但之前『小鄭與莉莉』事件曾以類似的形式開單元性特別節目。

資料來源：Himmelstein(1984)；轉引自楊意菁(2002)。

台灣的談話性節目可分為以下幾種類型：

(一)開放 Call-in 新聞性談話節目

此類節目的主持人通常先與來賓討論針對以新聞議題與新聞時事為討論的標的，這類節目的主持人通常先與來賓針對新聞議題進行討論然後再加入觀眾的 call-in 討論，例如：TVBS 的「全民開講」、三立的「八點大小聲」、民視的「頭家來開講」、GTV 的「大家來審判」、中天的「新聞驚爆眼」、環球電視台的「火線話題」、中華電視台的「華視新聞廣場」等節目。

(二)娛樂性談話性節目

此類談話性節目主要以影劇、娛樂、生活、休閒為主題，節目內容主要以多樣的生活素材為「談話主題」進行討論，包括瘦身減肥話題、戀愛話題，購屋問題或交通等話題，例如：中天娛樂台的「康熙來了」、TVBS-G「兩代電力公司」、東森「開運鑑定團」、衛視中文台「麻辣天后宮」、MUCH TV「世界大不同」、「男女大不同」、「命運大不同」三立「于美人 Fun 電」等節目。近年來興起專為女性設計的談話性節目，例如：女人我最大、美麗藝能界等等。

(三)新聞性談話節目

這類節目大多討論政治時事議題(雖然並非以娛樂為主，但談話性質卻較為輕鬆幽默)現場並沒有觀眾也沒有 call-in 的觀眾，純粹是邀請名人(通常是政治人物、資深媒體工作者、學者專家)參與討論。例如：中視「文茜小妹大」、年代產經台「頭條追蹤」、TVBS 的「新聞夜總會」、MUCH TV「台灣心聲」、衛視中文台「新聞 e 點靈」、「新聞駭客」、超視「新聞挖挖哇」等節目。

(四)名人專訪談話性節目

藉由主持人與特別來賓一對一深入訪談，以瞭解個人奮鬥過程的名人專訪節目，例如：沈春華 LIFE SHOW、小燕有約、真情指數、封面人物、娛樂@亞洲等等。

綜合以上節目內容的分類，可看出國內關於談話性節目的研究，主要以政治或新聞時事的談話性節目內容為主，以溝通行動理論探討談話節目的論述過程，諸如林巧婷 (1998) 的研究說明新聞性電視叩應談話節目是結合電話叩應並且邀請各種立場的人物代表到節目現場面對面談話，衍然有公眾論壇的形式，但其所呈現的討論品質以溝通行動理論為分析架構，探討新聞性叩應談話節目成為公共領域的可能性。高瑞松 (1996) 的研究結果顯示政治性的談話節目內容是透過結構功能的觀點，探討政治性叩應電視節目內容：主持人的守門過程；來賓的政治說服；觀眾對節目內容的反應。或許大部分的研究是以量化研究為主，研究重點也著重在政治話題的比例、來賓和觀眾的特質和媒體公共領域空間，例如：許文宜 (1994) 首先探討在節目裡「打電話」的人 (caller)，於研究中探討其人口學特徵、打電話的動機、

包括相關媒介使用行爲及其間的關聯性。以上這些研究大部分屬於政治、新聞性的談話性節目，而沒有觸及私領域、個人經驗的談話性綜藝節目，並無以文化研究的角度深入探討談話性節目本身的類型特質、節目流程安排、參與角色以及所代表的社會意涵。

本研究認爲收視行爲對青少年身心發展的影響日益重要，若能對相關議題進一步釐清，則有關單位在制訂青少年相關輔導政策時將有所依據。所以從目前國內電視綜藝類談話性節目，依照談話性節目內容的議題討論取向討論其差異與關聯性，將節目分爲新聞性和娛樂性兩大類。新聞性電視談話性的談論主題大多是政治、經濟、社會等重大新聞議題；娛樂性電視談話性節目以影劇、娛樂、生活型態及休閒活動爲談論主題。本研究以電視綜藝類談話性節目與探討政治新聞時事的節目做區隔，因爲綜藝類的談話節目除了觸及私領域的個人經驗之外，也帶有綜藝節目娛樂性的特質，可以吸引年輕的收視族群，所以研究對象以目前的青少年高職學生爲主。

第三節 社會學習理論和社會交換理論

依據本研究主題，文獻探討內容包含青少年心理學中的同儕互動相關理論和青少年成長心理之相關理論加以探討並採用「Bandura 的社會學習論和 Thibaut 與 Kelly 所倡立的社會交換理論」的觀點，來探討青少年學生收看綜藝類談話性節目之動機、頻率與同儕人際關係發展的關聯性。

所謂同輩通常是指年齡相仿的初級團體(primary group)，而同儕(peer)意即在團體中年齡或社會地位、能力相仿之其他人。同儕團體平常所從事的活動，易使其成員在態度上也會有某種傾向，例如同儕的看法或行爲，對成員而言會有某種程度上的影響。在心理學當中有提到同儕關係被認爲是青少年社會關係發展歷程中重要的經驗，許多研究亦顯示了此一關係對個人的身心、社會發展具有相當程度的影響，透過「同儕關係」，少年喜歡與他們從事一些相同興趣的活動。透過 Bandura 所謂的增強與模範的學習歷程，習得許多社會化的行爲(曾華源、郭靜晃，1999)。

同儕互動之相關理論

(一) 社會學習理論

Bandura 所發展的社會學習理論，兼顧認知因素與環境因素對個體行為的影響。根據此理論，青少年透過觀察歷程就能進行學習，經由觀察學習示範者(model)的行為，成為觀察者的「楷模」，再經由自我系統(self-system)的作用，觀察者「模仿」了被觀察者的行為表現，編碼存在於個體內部，進而顯現相似的行為，此種觀察學習歷程稱為「模仿的歷程」(黃德祥，1994)。在這樣的理論中，楷模的對象、自我系統的作用對個體行為的學習產生影響，而非僅是環境或是認知單一層次就可以對行為產生影響。根據 Bandura 所提出的觀察學習與模仿，所謂的觀察學習係指個體以旁觀者的身分，觀察別人的行為表現，即可獲得學習。而模仿係指個體在觀察學習時，向社會情境中某個人或團體行為學習的歷程(張春興，1995)。因此觀察學習與模仿均在強調個體、行為與環境三者之間的交互作用。

Bandura(1986)認為「若以社會學習理論來看，人的本質是在生理的限制之下，人類有非常大的潛能。這些潛能可經由直接或觀察而來的經驗，形成許多不同的行為模式」。社會學習理論最重要的概念即在於「替代學習(vicarious learning)」，亦即人類可以經由觀察他人的行為和行為結果，來學得某些行為和學得什麼情況下能表現出此行為。另一個重要的概念則是「獲得(acquisition)和表現(performance)的區分」，人類在習得行為之後不一定會立刻表現出來，一般只在個人有足夠動機的情況下，才會表現所習得的行為。

採取社會學習理論來看同儕的重要性 Ollendick 與 Schmidt(1987)的研究指出，同儕對於充實、增進和改善個人的社會技巧、行為傾向和自我歸因是非常重要的。以社會學習理論來看，任何一個能被觀察到的他人，都能提供「替代學習」的機會，然而同儕是最大宗的「替代學習」的樣本，能幫製助個人充實其行為庫的多樣性。同儕也常是個人用來比較自己的「能力」的樣本，個人對自己的能力有準確的評價時，較能有效評估是否要在某場合中「表現」出他的能力，而「同儕」是評估自己能力最易取得的效標之一。

本研究根據 Bandura 的社會學習理論(social learning theory)角度來看，青少年的自我概念是靠著與社會環境互動過程而建立出一套個體對自我有關態度、情感的參考架構，並依照此架構來表現行爲(Bandura,1969)。因此，青少年在具備了有同理與利他行爲與觀念的前提下，並依此架構表現助人或利他的行爲，亦產生了服務或模仿他人從事志願服務的動機。

(二) 社會交換理論

社會交換理論(exchange theory)是由 Thibaut 與 Kelly 在 1958 年(Homans,1961；Thibaut & Kelly,1992)所提出，認為在人際交往互動的關係中，可藉由酬賞(reward)和成本(cost)的交換加以了解。Thibaut 與 Kelly 將人類的行爲視為一種經濟性的活動，個體從彼此的互動關係中獲得酬賞，但也需付出成本(李美枝，1995)。就社會交換理論而言，人類行爲基本上受制於趨樂避苦的動機，藉著自我的行爲表現，個人試圖影響他人表現能帶給自己快樂的行爲。所以當青少年在家庭中無法獲得溫暖與支持，容易向外在其他關係中尋求情感上的保證或支持，透過與同儕的群集活動上建立認同感，即為其中的一個可能(Whitbeck, Hoyt, Miller & Kao, 1992)。當青少年在家中得不到父母的認可及接納，很容易將感情寄託在同儕團體上，就會去結交背景相同興趣相投的朋友，以尋求慰藉和刺激；反之，當青少年與父母有較強的依附關係時，比較不會和問題青少年在一起。

第四節 青少年心理成長相關理論及研究

青少年成長心理之相關理論

Erikson 認為青少年期是人生發展中非常重要的階段，此階段的發展任務是對自我的認同 (Self-identity)：

(一) 青少年渴望獨立自主，希望擁有自由，但是當自己的價值觀與外在的觀點有落差時，會出現沮喪或退縮的現象，甚至與外界保持距離，生活在自己的世界裡。

(二) 青少年也追求重要他人的認同，非常在意同儕對他的評價，為了獲得認

同，他們有時會放棄自己的不同意見，在尋求別人的認同與追求自我獨立之前追求平衡點，在統合自我與他人的角色期望中，如果較為順利，青少年的人格發展會較為成熟。身為青少年的父親及母親，彼此要同心協力，相互支持與鼓勵，透過每日與孩子閱讀。分享或休閒運動的活動中，陪著孩子一起度過這一段青澀少年路，每個孩子都需要父母的信任與祝福，請鼓勵他們練習展翅飛翔，並相信家庭永遠是孩子心中最甜蜜，最溫暖的地方。

Erikson 對人類發展的看法，基本上仍依循著精神分析論的精神，他認為一個人必需要有「活力(vital)」，才能算是健康的。他對人類發展的基本概念是「一個人在成長的過程中，必然會面對許多內在和外在的衝突。而一個有活力的人在經歷這些危機(crisis)的過程中，會一再的從每一次面對危機的經驗之中，增加自己的內在一致感、增進自己好的判斷能力以及自己『做得好(to do well)』的能力。這裡所謂的『做得好』，是以個人自己的標準或以對他來說重要的他人之標準來評斷的」(Erikson,1968)。此「重要他人」可以是父母、親人、偶像或同儕等等，而「重要他人」在個人發展上所扮演的角色可以是一種模範或是重要的外在標準。

Erikson 並不排斥傳統精神分析的性心理(psychosexual)發展概念，但是他認為，人類發展上的衝突主要是心理社會性(psychosocial)的。他將心理社會發展分為八個階段，每個階段都有一個主要的「發展任務」，此八個階段依序為 1.基本的信任與不信任(出生到 1 歲、1 歲半)；2.自主與羞怯、懷疑(1 歲、1 歲半到 3 歲)；3.主動與內就(3 到 6 歲)；4.勤勉與自卑(6 歲到青春期)；5.認同與認同混淆(青春期到成年前期)；6.親密與孤立(成年前期)；7.創作生產與停滯(中年期)；8.統合與絕望(老年期)。

Erikson(1968)認為整個發展過程是依循著一種「生命過程的漸變原則(epigenetic principle)」，也就是每個東西的發展都有一個「基本藍圖」，而此東西各個部份會依此藍圖在恰當的發展順序下漸漸的衍生出來，等到所有個別部份都發展出來之後，則會形成一個功能性的整體(functional whole)。

在 Erikson 的心理社會發展觀點中，同儕對個人來說是「重要的他人」，而在青少年時期時特別的重要。依心理社會發展論，青少年時期個人所面臨的是「自我認

同危機(identity crisis)」的階段，也就是說他們在此階段中，必須一再的調整自己的價值系統、對自己的基本信念、職業傾向以及對社會要求的因應等等自我結構，以形成一種自我的整體感。Erikson 認為在此階段中，同儕對個人的發展上最重要的影響是因為「同儕」一樣是處於此發展階段上不可避免的價值衝突狀態中，所以彼此之間能一再互相檢測，是否在混亂的衝突中仍能維持一定的狀態。也因為面臨一樣的發展任務，所以同儕相互之間的互動，也能幫助彼此撫平在此階段中所經驗到的不舒服情緒。

Erikson(1968)的心理社會發展論強調，少年時期與他人建立親密的人際關係是必須解除的人生危機之一。少年階段不僅要和家庭保持良好的關係。也要尋求同儕團體的認可，此時著重在家庭外也能擁有和諧的人際互動與情感交流，其目的在建立信任感、親密感，並從人際交往過程中獲得學習成長、認同發展的機會（黃德祥，1994）。對高職生來說，人際互動的發展除了同儕團體的認同外，還有對家人的親密需求以及尋求師長肯定的心情。在此時，與同儕影響力同等重要的家人與師長，也會是左右少年情緒與心情的另一個因素。因此，高職女生正值人生發展的重要階段，若未能與重要他人建立良好的、親密的關係，所造成的人生危機可能會導致憂鬱。

Erikson 是受 Freud 學說影響很大的精神分析與人類發展研究者，因為他修正了 Freud 的理論，所以被稱為「新弗洛伊德主義者」(David Popenoe 1991 著,劉雲德譯)。Erikson 的理論與 Freud 同樣建立於個人和臨床的經驗，而非來自於科學性的實徵研究。他未能考慮社會和文化對男性、女性的不同影響。他將男性的發展視為其常模，並對於心理學產生深遠的影響。美國社會學家 Erikson(1977)在「兒童期與社會」(Childhood & Society)一書中，提出了「人生發展八階段」的理論(the eight stages in the human life cycle)，來描述人類發展的八個不同階段，每個階段都會有不同的「危機」，個人如果能克服這些危機，便可重建自我。在這八個發展階段中，青少年階段更是人生風暴期，此時的青少年遭遇到許多棘手問題，而又得於短期內解決，因此心理上產生極端動盪與不平衡現象。這八個發展階段，如表 2-2 所示：

表 2-2 人生發展八階段

階段	年歲	發展危機	重要人際關係	心理形成	有利發展結果
嬰兒期	0~1	信任/懷疑	母親	獲得/回報	驅力/希望
幼兒期	1~2	自主/害羞	父母	放手/抓握	自制力/意志力
兒童期	3~5	積極/犯罪感	家庭	認真/敷衍	方向/目的
學齡期	6~12	勤勉/自卑	鄰居/學校	競爭/合作	方法/能力
青少年	12~20	認同/混淆	同儕團體	肯定/否定	奉獻/忠貞
青年期	20~30	親密/孤立	友誼/競爭	失去自我/ 從別人中發現 自我	親和
中年期	30~64	創造力/停滯	家庭	創建/照顧	生產/照顧
老年期	65 以上	統合/失望	氣味相投者	享受成功/ 面對失敗	自制/智慧

資料來源：Erik H. Erikson (1977)

青少年的情感重心已經由依賴家庭轉向同儕，他們非常重視「別人眼中的我」，而不在乎「自己眼中的我」，缺乏自我認同，對自己缺乏信心，對自己何去何從也缺乏適當的了解。

在人類發展的每一個階段，個人必定會遭受由年齡所引起社會前途改變的問題。Erikson 的這個理論認為，每一個體成爲一個成熟的人，由嬰兒至老死，必然經歷以上每一階段的充份發展。無論其文化背景如何，都反應在其環境中逐步經歷此人生八階，以達到最後的圓滿。社會環境變遷常帶給個人許多的不安，因而造成憂慮和壓力；這都來自於個人突然失去一個明確的、既有的自我，Erikson 稱這種情形爲認同危機（謝高橋，1989）。雖然如 Popenoe 所說的，依據 Erikson 的理論，個人發展的每個階段都可以用「認同危機」來定義（David Popenoe 1991 著,劉雲德譯），但是自我認同的關鍵時期卻是在青少年的時候。

個人社會化過程除了受到家庭教育的影響之外，隨著兒童年齡的成長，同儕團體對個人發展人格有重大的影響。同儕團體與家庭教育或學校學習環境不同，其特

色為同伴地位相當平等，由年齡、性別與社會身份相若，思想較相近，可以享受父母和教師禁止的事情，例如性知識等。青少年是位於兒童期與成年期間的一段過渡時期，在這個階段青少年脫離了童稚時候，開始面對許多的角色轉變和新角色的衝擊，同時在生理上他們也進入了「青春期」，他們對於自己在這樣一個劇烈轉變階段中所扮演的角色非常容易產生混淆以及迷惘。同儕團體對個人的人格發展有重要的影響力，個人縱得良好的家庭生活也會在不良的同儕關係影響下，形成人格失調問題。青少年時期是同儕團體達到最高潮時期。青少年有專屬他們自己的詞語、符號、英雄、價值等…從某些觀點而言，青少年有反抗成人的目標。形成社會上青少年次文化。Erikson 指出，個人認同 (identity) 的形成是經由一段心理社會懸宕 (psychosocial moratorium) 的過程發展而來的，在這段時期中青少年被期望要去面對生活上、角色上的改變，並且最後要對這些改變作出承擔 (commitments)，以及建立清晰的自我認同 (Kamptner, 1988)。

換言之，青少年時期的危機是「自我認同」和「角色混淆」，這一個危機的基礎一方面是來自於青少年必須為即將來到的成年期預作準備，並且要去接受角色轉變後的社會要求，另一方面則來自於青少年自己的身體變化 (Liebert 等人著,游恆山等人編譯,1991)，在這樣劇烈的角色、生理的轉變時刻，促使得青少年產生了「我是誰？」(Who am I?)，以及「我將來會成為什麼樣的人？」的疑問。

Erikson 的自我認同形成理論提出之後，受到許多學者的注意及研究，學者們大多同意自我認同形成的發展過程在青少年時期是相當重要的，在學者們對艾利克森的心理社會發展理論的闡譯中，最受到注目的就是 Marcia(1989)所提出的四種自我認同形成狀態。

Erikson 所提出的心理發展之危機中，青少年期是第五個，此時期的危機是認同與認同混淆 (identity vs. identity confusion)，在此階段的任務是完成自我認同，去確認自我，自我會將能力、需求與慾望組織，並幫助它們調整，不僅適應社會的要求，並使成年時愛與工作的能力成為可能。青少年期之前，Erikson 提出了四個階段，但僅有嬰兒期的危機「信任與不信任」將發展擺在關係的經驗之上。然而其後的任務

則明顯的變成朝向分離的個體化，直至成年期的發展任務親密感的建立，關係的發展才再次出現，關係的發展在中間形成斷層，除了嬰兒期所發展的關係外，其後至成年期前，Erikson 就不會再對關係的發展多加著墨。

Marcia(1989)根據 Erikson 的自我認同形成理論，把個體自我認同狀態依「危機」(crisis)和「擔當」(commitment)兩個層面來分為四種認同類型- (1) 認同達成 (identity achievement)；(2) 順服認同 (foreclosure)；(3) 認同混淆 (identity diffusion)；(4) 懸宕認同 (moratorium)，見下表 2-3：

表 2-3 青少年自我認同狀態分類
認同危機的經驗

	有	沒有
已有擔當	達成認同 Identity-achievement	順服認同 Foreclosure
還沒有擔當	認同混淆 Identity Diffusion	懸宕認同 Moratorium

資料來源：Kuo (1989a; 1989b)

Erikson 所提出的自我認同形式成理論是一個多重而且複雜的概念，歷來已經有許多學者努力將它轉化成可以量化的概念，並且發展出各種評量工具來進行研究；例如 Marcia (1988) 的自我認同狀態晤談法，用晤談 (interview) 的方式來搜集資料，但是費時，費力以及過於主觀是其缺點 (Simmons, 1973)。此外，學者們也發展出問卷來測量青少年的自我認同狀態，例如康斯坦德諾普 (Constantinople, 1969) 的「人格發展量表」，艾德士 (Adams et al, 1979) 等人發展出「自我認同狀態的客

觀測量」量表 (OM-EIS)，1984 年時更將其問卷的評量層面再加以擴展 (EOM-EIS) (Grotevant & Adams, 1984)。除了以上所舉的例子之外，學者們針對自我認同概念的某一個面向或配合其研究而設計的問題、量表或其他測量工具等實不可勝數。

截至目前為止，尚無任何一項單一的評量方式可以涵括全部的自我認同概念，學者們發展出來的各種評量方式也各有其所長 (江南發，民 71 年)，所以在每個研究中學者們也僅能夠就其研究性質及研究條件的限制來選擇比較適合的測量工具。

國內研究者把 Erikson 的認同發展理論應用到實證研究上的還很少。江南發在他的碩士論文中指出，以往國外學者對自我認同發展的研究裡，自我認同狀態和人格發展的關係是非常重要的探究層面，學者們的研究大多是探討青少年自我認同發展對他們的焦慮 (anxiety)、道德判斷能力 (moral reasoning) 等方面的影響較多。

從以往的研究結果，我們大概可以知悉，自我認同達成的青少年，他們的情緒比較成熟穩定，焦慮感比較低、比較能自尊自重、比較少具權威性格、比較具有主見、道德判斷的發展層次比較高，而且認知型式也屬於「沈著型」。至於自我認同混淆的少年，他們的人格特質顯示焦慮感比較高、較缺乏自尊、有高度的權威性格、遇事不能自主、道德判斷停留在較低的層次，他們的認知型式則較屬於「衝動型」 (江南發，民 71 年)。顯然地，自我認同發展對青少年的人格、行為影響很大。

由於青少年時期，個體非常關心他們的身分或別人對他們的認可，而且產品形象也是自我形象表達、以及影響他人對個體看法的重要因素之一，所以郭貞把 Erikson 的理論應用到青少年的「符碼式消費行為」上 (symbolic consumption behavior) (Cheng & Kuo, 1986)。郭貞在其所作的幾個研究中發現，「自我認同達成」與「順服認同」的青少年比其他兩種認同狀態的青少年，善於運用產品形象來表達及澄清自我形象 (Kuo, 1989a; 1989b)。

Kohlberg 的道德推論設定了六個階段，並將這六個階段分成三個層次，道德成規前期 (階段一、二)，道德成規期 (階段三、四)，道德成規後期 (階段五、六)。其所使用對於道德成規期的推理指的是遵從或支持社會或權威的規則和期望，只是單純的因為事實上它們是社會的規則、期望、或規範。這種道德成規式的推理表現

在道德發展的第三、四階段。

Kohlberg 的道德推理發展階段將青少年的道德發展層級分為六個階段三個層次：

(一)道德成規前期(pre conventional level)：規則由他人制定，極端服從權威，根據行為結果作判斷。

階段一：懲罰與服從導向；為了避免處罰而服從規範，盲從權威，認為不受罰即是好行為。

階段二：工具性相對主義導向；為了酬賞和回報而遵守規範，以物質條件的交換觀點來看人際關係，認為能滿足自己和他人的需求即是好行為。

(二)道德成規期(conventional level)：個體會遵循家庭、團體的規則與標準，忠於所屬團體。

階段三：人際和諧或好孩子導向；為避免別人反對或不悅而遵守規範，取悅、幫助那些讚賞自己的人即是好行為。開始以行為動機來判斷道德事件。

階段四：法律和秩序導向；尊重人權和法律，維持社會秩序。

(三) 道德成規後期(post-conventional level)：「好」是由個人選擇的一般性標準而定義，根據較合理化、人性化的道德原則作判斷。

階段五：社會契約導向；為維持社會福祉、尊重公平判決而遵守規範，依理性慎重的考慮來修正法律規範條文，以做合理運用。

階段六：普遍倫理原則導向；放諸四海皆準的倫理原則；運用嚴謹的思考，藉良心以自律，不墨守成規戒條，建立道德原則。

Rest (1979)的道德發展論說建立，界定議題測驗(Defining Issues Test,簡稱D.I.T.)，基本上是以 Piaget 和 Kohlberg 的理論為基礎的紙筆測驗。內容是 Rest 設計若干與道德判斷困境有關的議題，要求受試者界定其重要性，從而了解受試者本身的道德判斷能力。D.I.T.包括六個兩難的故事，每個故事都提供十二個可用解決此矛

盾衝突的議題，這些議題反應了不同的道德階段。

認知建構發展觀點舉例說明，以 Piaget 的觀點為例。

Piaget 的發展理論最廣為人知的是他的認知發展階段論，他認為孩子的認知發展會循序從「知覺運動期(sensor-motor stage)」、「前運思期(pre-operational stage)」、「具體運思期(concrete operational stage)」到「形式運思期(formal operation stage)」。但在探討其發展理論中對同儕關係的看法時，從發展的基本概念來看會比較容易。

Piaget 的發展觀點有兩個基本的前提，一個是「孩子會嘗試著主動去建立自己對『知識』的理論，而非單純被動的從已學會這些知識的他人處得來」；另一個則是「孩子能學得的事物會受限於他之前已經學得的事物。」而另一個孩子學習知識的起源，來自於兩個歷程：「適應(adapting)」和「組織(organizing)」簡言之，孩子在「適應」這個世界的過程中，將所得到的知識「組織」起來，行程他個人的知識理論。Piaget 認為這樣的歷程之中，主要有兩個認知機制在運作，分別為「類化(assimilation)」和「同化(accommodation)」。「類化」可以解釋為「將新得的資訊或經驗整合進已存有的知識組織之中」，但若新的知識或經驗和舊有的知識結構是不相容、不平衡(disequilibrium)的，則「同化」的機制會運作，亦即個人會「修正已存有的知識組織來應對新得的知識或經驗」從上述的歷程當中我們可以推論，新知識或新經驗對孩子的學習是重要的，而且這些新的知識和經驗不能超出孩子原有的知識和經驗所能整合的程度太遠。

Piaget (1952)認為，同儕經驗嘗試著去處理相互之間在解決問題上發生的歧見，能有助於各自的認知功能發展。在同儕之間有不同的意見，能夠讓孩子了解到，對相同的一個問題，可以有不同的觀點去看待。Piaget 並強調僅是單純、被動的尤其伙伴告知或示範新的或較佳的解決問題的方法，並不能造成認知功能的發展。重要的是在互動的過程之中，孩子本身的思考受到了衝擊，讓他能夠了解到舊有的認知策略是有問題或比較沒有效率的，進而修正舊的或形成新的策略。

因此，Piaget 認為這樣的互動很難發生在孩子與大人(或其他有較高地位的人)之間，因為在這樣關係中，孩子常常單向的被動接受大人的指導或結論，也就是說

孩子並沒有太多機會去進行「同化」和「類化」的歷程。

Parker, Rubin, Price 與 DeRosier(1995)依據近 20 年來相關研究的結果，整理出下列五點認知建構發展觀點對「同儕」的看法：

- (1) 有些孩童自己單獨無法解決的問題，在其他同儕一起處理時能夠解決。而經由前、後測，這些孩童真的能顯現認知能力上的成長，而這些能力上的成長在大多數的情境下是穩定且能被驗證的。
- (2) 重要的是同儕之間要能提出「不同」的觀點，當兩個孩子對某一事物的看法相同時，認知功能的成長並不顯著。
- (3) 同儕之間的觀點不同會發生認知上的衝突，而不同類型的認知衝突會造成不同程度的認知功能成長。若同儕在解決問題的討論過程當中，能去注意到對方思考的邏輯，並能在對方的邏輯中尋求解決「觀點不同所造成的衝突」的方式時，成長最為顯著。
- (4) 孩童也能從某些能力上較成熟的同儕學得到一些解決問題的方式，造成認知能力成長。
- (5) 當孩子對自己的處理問題的方式較有信心時，在和某些能力上較不成熟的同儕之互動當中(例如：教較不成熟之同儕如何處理該問題)，能獲得成長。反之，當孩子對自己的處理問題的方式較沒有信心時，則在和某些能力上較不成熟的同儕之互動當中，可能會表現出能力退化之情形。

Piaget 認為青少年認知發展階段為形式運作期 (formal operation)：

(一) 隨著年齡的增長，記憶力與專注力比以前好，吸收資訊的能力比以前快，思維更細膩，對於事物已經可以邏輯思維，推理能力越來越強，可以思考出更多的可能性，是人生中最好的學習階段之一。

(二) 對於父母或老師的觀點與指示，開始出現質疑，甚至不再接納與認同，猜想太多而脫離現實，遇事喜歡論辯，因此與父母或老師容易產生衝突，有時也會對自己的價值觀、愛情觀、生涯規劃等產生懷疑，但也是對於外界認知價值與自我價值觀開始進行整合的時候。

第三章 研究方法

本研究主要是探討青少年在收視綜藝類談話性節目內容之後對同儕之間人際關係的影響，且以個人為研究單位的研究方法(Babbie, 1997)，希望藉由部分代表性樣本藉以推論其他高職學生的收視情形對同儕之間人際關係的影響。為能全面性地瞭解變項之間相互影響運作的整體實際狀況，對本研究而言，問卷調查法是較為適合的研究方式，而問卷調查則是調查研究方法中最主要且最常被使用的研究方式之一。同時，在眾多研究方法中，「問卷調查法」相當適合用於蒐集有關「人」或者「人的行為」的相關資料。

因此，本研究採用問卷調查研究方法，希望藉由樣本中青少年高中職學生自我填答，了解學生的收視行為，以及討論節目主題相關內容之後對同儕間人際關係造成的影響，並採取統計分析方法驗證量化分析結果，最後利用問卷調查量表之結果推論至學生行為是否與本研究假設相符合。

本研究所進行之「問卷調查法」，問卷調查法乃是以所得資料以 SPSS 電腦套裝程序進行統計分析，並將分析結果加以解釋，提出結論與建議，供相關研究人員及單位參考。

第一節 研究架構

根據前章的文獻敘述，本研究主要探討青少年收看綜藝類談話性節目和同儕之間人際關係是否有密切的關聯性，依據研究目的與相關問題，從文獻中探討不同的人口變項包括性別、年級和學校，應變項為青少年收看電視談話性節目的收視行為所影響的人際發展和同儕認同。

以下是研究架構，將整體架構呈現如圖 3-1 所示：

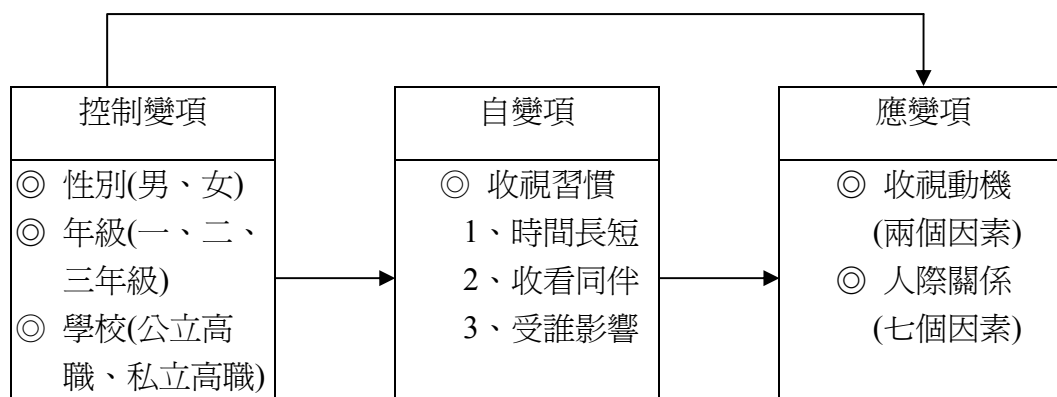


圖 3-1 研究架構

各研究變項之操作型定義說明

本節係針對本研究之研究架構中各變項進行操作型定義。各變項之操作型定義分述如下：

一、控制變項：前置變項為透過問卷調查內容得到受訪者之人口統計資料，包含受訪者之性別、年級、學校等面向。

二、自變項：由文獻中得知前人研究結果顯示個人媒體使用行為會受到同儕或親朋好友的影響，例如：家庭成員或學校裡的師長同學等等。自變項通常為受訪者使用電視媒體之行為，包含收視媒體的時間、次數、頻率及動機等面向。本研究經由問卷調查回收的結果發現與文獻探討的結果相同。本研究的自變項為收視習慣(行為)是指受訪者使用電視媒體的行為，包含收視時間長短、收看同伴、受誰影響等面向。

三、應變項：包含收視動機兩個因素和人際關係七個因素。

四、同儕關係(peer relation)的定義：「個人在某一同儕團體當中的社會狀態(social status)」，簡單的說就是某一個人在某一個同儕團體中受歡迎或被討厭的情況。例如：個人在班上的受歡迎程度，或是在所屬社團內受歡迎程度。例如：同儕之間或朋友在表達想法或討論議題時會重視朋友的回應及支持。

第二節 研究對象與抽樣架構

本研究採用問卷調查法，包括抽樣、問卷調查內容的編製、樣本的描述與資料的統計等過程，在研究方法的部份，採用 SPSS for Windows V.12.0 的版本研究。初步探討前人學者相關研究後，採用分層立意抽樣法及隨機抽樣方式抽選訪問對象。前人研究顯示，青少年學生看電視主要是爲了消遣打發時間，並希望從電視中獲得流行的資訊，所以有選擇性的看電視節目，由收視相關的節目中得到流行的消息。透過問卷調查的方式對青少年學生發予問卷施測。本研究目的是在探討不同性別及學校、年級之青少年對媒體使用與同儕認同之間差異之影響。探討不同性別及學校、年級之青少年對選擇綜藝類談話性節目之影響。

本研究以台北縣市六所公立高職及私立高職九十六學年度註冊的在學學生爲受試者，年齡層分佈於 15 到 18 歲之間。問卷施測方式爲採用李克特量表並由研究者親自到各校請班級導師協助實問題卷調查。主要樣本的選取以各校學生總數按比率採簡單隨機抽樣，抽取一、二、三年級共 720 名男女學生，受試對象男、女生分別爲 325 人及 378 人，所得資料於問卷回收後，首先扣除不完整問卷以及重複填答的無效問卷得到有效問卷 703 份及無效問卷 17 份，以因素分析、卡方檢定(chi-square test)、獨立樣本 t 檢定考驗、F 檢定、變異數分析(ANOVA)、相關分析等統計方法予以分析處理。

本研究以問卷調查的方式探討台北縣市高職學生之性別、年級、學校類別、同儕人際關係等個人、家庭、學校背景因素不同的學生，在自我概念價值定向與觀看行爲頻率動機的差異情形。從研究對象收回的問卷中閱讀、歸納、整理相關文獻，以建立研究之理論架構。

第三節 樣本描述

本研究以隨機抽樣的方式抽取台北市立大安高級工業職業學校、台北縣國立泰山高級中學、台北縣立鶯歌高級工商職業學校、私立協和高級工商職業學校、私立能仁高級家事商業職業學校、台北縣私立樹人女子家商共六所公立高職和私立高職一、二、三年級 324 位男生及 378 位女生共 702 位學生進行信度分析，六所學校分層隨機抽樣的性別和年級個數如表 3-3 所示：

表 3-3 抽樣個數分配表

樣本總數	年級	校別	個數	男生	女生
702	一	公立	109	73	36
		私立	125	34	91
	二	公立	117	73	44
		私立	108	31	77
	三	公立	56	43	13
		私立	187	70	117

資料來源：本研究整理

信度分析主要是用來描述及檢測問卷調查是否具有可信度，由資料數據表 3-3-1 與表 3-3-2 所列可知此問卷調查有可信度，信度分析顯示量表總信度 98.6% 在 0.7 以上，可信度 Cronbach's Alpha 值為 0.819，顯示內部一致性高，表示信度十分可信。

表3-3-1 觀察值處理摘要表

		個數	%
觀察值	有效	693	98.6
	排除(a)	10	1.4
	總計	703	100.0

a 根據程序中的所有變數刪除全部遺漏值。

表3-3-2 信度統計量表

Cronbach's Alpha 值	項目的個數
.819	32

第四節 統計分析方法

本研究以「問卷調查量表」為主要研究工具；問卷正式施測前，先施以 100 份前測，針對問卷之語意、用詞及內容進行「表面效度」之檢測，再予以進行問卷修正，由豐富理論背景與實務經驗的指導教授，針對問卷修正；經檢定修改後再用 SPSS12.0 版電腦套裝軟體進行分析並依編碼的問卷，針對本研究之目的與研究問題，進行資料之編碼轉換。

原始問卷經考驗其信度與效度後，剔除並修正不適合之問卷內容後，完成正式問卷；再針對經適當抽樣方式之對象予以施測。回收之有效問卷則進行資料分析與解釋。

本研究選用 Likert Scale 五等量表測量青少年對節目內容的喜好、收視動機、與同儕之間議題討論等互動行為的關聯性。再配合基本資料，人口學之性別、年級、學校等變項，將蒐集之相關資料以統計結果做分析比較關聯性，藉以概推電視媒體綜藝類談話性節目對青少年人際關係之影響。

基於本研究題目，青少年看綜藝類談話性節目與同儕人際之間的關聯分析，實際運用的方法除了有因素分析、皮爾森的積差相關之外，還包含了卡方檢定、獨立樣本 t 檢定、單因子變異數分析(ANOVA)等。

運用時機如下：

1. 樣本特徵的描述(Frequency)：用於變項與變項間的關聯性或差異性分析，如次數分配表；百分比或是平均數、標準差等，對變項的特質作描述。
2. 卡方檢定(Chi-square test)：此統計量是 Karl Pearson 在 1904 年首先提出的。卡方統計量是用途很廣的統計量，能夠應用在許多不同類型的檢定中；假設母體

元素依兩種不同屬性做一分類，利用卡方檢定以判斷這兩種屬性分類是否獨立。

3. 獨立樣本 t 檢定：當兩變項尺度為名目或次序尺度，而另一個為等距或等比尺度，且觀察樣本彼此無任何相關時採用之。
4. 單因子變異數分析(ANOVA)：變相中，多個群體間平均數的差異性顯著檢定。以 t 檢定和 F 檢定分析人口學變項與收看動機、觀看行為之關係。
 - (1)當人口學變項分成兩類時，用 t 檢定。
 - (2)而當人口學變項分成兩類以上時，則改採用因子變異數分析 (analysis of variance)中的 F 檢定。

本研究設定的顯著水準是：

- (1)若 $P > 0.05$ 表示不顯著；
- (2)若 $P < 0.05$ 表示顯著，以*代表；
- (3)若 $P < 0.01$ 表示很顯著，以**代表；
- (4)若 $P < 0.001$ 表示極顯著，以***代表。

本研究以「隨機抽樣」抽出台北縣市六所公私立高職九十六學年度註冊的在學學生為受試者，再以「分層系統抽樣」(stratified-systematic sampling)的方式來進行樣本的選取以各校學生總數按比率隨機抽樣。受試對象男、女生分別為 325 人及 378 人，年齡層分佈於 15 至 18 歲間。問卷施測方式為採用李克特量表並由研究者親自郵寄問卷至各校請班級導師協助實問卷調查。所得資料以描述性統計與單因子變異數分析法和獨立樣本 t 檢定來分析比較。

一、因素分析

因素分析(factor analysis)是從眾多變數中，萃取出若干共同的因素。因素分析之目的在於簡化複雜的情況。將彼此相關之變數轉化為少數具概念化意義的因素。本研究利用主成份分析法(Principal Component Analysis)來決定因素萃取之方法以估計因素負荷量，再以最大變異數轉軸法求出因素負荷量，針對媒體使用程度之各衡量變數來進行因素萃取，進而萃取較適合之衡量變數來探討本研究之主題。

二、信度分析

信度分析用於測量問卷題目之可信度，亦即衡量結果的一致性或穩定性。透過信度檢驗，可以了解研究問卷是否適當，以作為改善修正之依據，並可避免做出錯誤之判斷與推論。本研究利用 Cronbach's α 係數檢測研究中固定制式量表的信度針對問卷中媒體使用、個人特質採用程度上的概念進行信度檢測。

三、描述性統計分析

利用問卷中人口變項部分來探討樣本之集中趨勢、分布狀況等。人口變項包含受訪者學校、年級、性別等做分析。

四、變異數分析

變異數分析(ANOVA, analysis of variance)主要目的在控制一個或多個自變項，以了解這個或這些變對於單一變項的效果。用以探討人口統計變項的不同是否會造成與其他變項之間的差異。為了進一步確認造成變異之來源，必須檢定各變數之間平均數是否相等，一般常用 Tukey HSD、Scheffe 法、LSD 多重比較法進行統計檢定。本研究利用單因子變異數分析來探討前置變項、收視內容影響行為與同儕關係之採用程度是否相關。若具有相關性，則進一步利用 LSD 多重比較法進行統計檢定。在變異數分析及 LSD 法中，顯著水準的值在.05 以下表示有顯著差異。

五、皮爾森積差相關

皮爾森積差相關(Pearson's product-moment correlation)探討兩個變項之間關係的強度，本研究用於探討高職生收視電視談話性節目與同儕之間人際關係之關聯。本研究以人際關係和同儕認同為共變項，進而探討其對於前置變項不同性別、年級、學校的關係。在相關分析中，顯著水準的值在.05 以下表示相關係數即可採信。

六、淨相關

淨相關(partial correlation)用來探討兩個連續變項之間的關係時，利用控制變項的方法，將可能影響這兩個變數的第三個變項效果排除，所得到的純淨相關，表示兩個變項間的關聯強度。本研究使用淨相關探討在皮爾森積差相關(Pearson's product-moment correlation)中顯示有相關的兩個變項，排除人口統計變項影響之後的淨相關係數是否仍具有顯著度。

第五節 因素分析

本研究利用主成份分析法來決定因素萃取之方法以估計因素負荷量，再以最大變異數轉軸法求出因素負荷量，針對同儕認同七個因素成份包括同儕之間活動分享、同儕生活相處情形、勇於嘗試尋求刺激、同儕之間善意叮嚀、同儕討論課業問題、好朋友的情緒管理、好朋友的在校表現之各衡量變數來進行因素萃取，進而萃取較適合之衡量變數來探討本研究之主題。根據 Kaiser 指出，因素分析之判準為因素負荷量達 0.90 以上屬極佳的；0.80 以上為良好的；0.70 以上為中度的；0.60 以上為普通的；0.50 以上為可接受的而小於 0.50 則為無法接受的 (Kaiser, 1974)。

表 3-5 KMO 與 Bartlett 檢定表

Kaiser-Meyer-Olkin 取樣適切性量數。	.866	
Bartlett 球形檢定	近似卡方分配	5107.056
	自由度	435
	顯著性	.000

本研究以青少年收視綜藝類談話性節目進行分析，主要探討影響青少年看電視節目內容的主要因素，經由表 3-5 Bartlett 球形檢定的結果達到顯著，表示母體數的相關矩陣有共同因素存在，適合做因素分析，取樣適切性數量大於 0.6 表示具有分析效果，顯著性為 0.00。

以下為本研究爲了要證實所設計問卷調查內容確實存在測某一潛在特質，並釐清潛在特質的內在結構，能夠將一群具有共同特性的測量分數，抽離出背後潛在構念的分析，採用因素分析 (factor analysis)。並且使用主軸因素法 (principal axis factors) 目的在於主軸因素法是分析變項間的共同變異量而非全體變異量。其計算方式是將相關矩陣中的對角線，由原來的 1.00 改用共同性 (communalities) 來取代。目的在抽出一系列互相獨立的因素。第一個因素解釋最多的原來變項間共同變異量；第二個因素解釋除去第一個因素解釋後，剩餘共同變異量的最大變異；其餘因

素依序解釋剩餘的變異量中最大部分。直到所有的共同變異被分割完畢為止。

本研究從人際關係的構面經由因素分析萃取出七個成份，且各衡量題目因素負荷量均大於 0.5，代表該構面題目合乎研究需求。(如表 3-5-1)

人際關係七個因素成份分析表

表 3-5-1 人際關係因素一活動分享分析表

因素名稱	因素負荷量	特徵值	解釋變異量
因素一：活動分享 (11)當別人欺負你的時候，你的好朋友會替你反擊 (9)好朋友會告訴我，做決定之前要多方面加以考慮 (20)你的好朋友若從綜藝類談話性節目內容中得知新的資訊或有趣的議題，會與你分享 (10)好朋友告訴我，決定一件事應多徵求大家的意見 (7)我的好朋友會推薦或借刊物給我看	0.657 0.621 0.593 0.569 0.513	6.364	20.528%

因素一主要由「正義反擊、處事思維、議題分享、徵求意見、刊物推薦」五個相關程度較高的變數所構成，故將此因素命名為『活動分享』。其因素負荷量介於 0.513 至 0.657 之間，特徵值為 6.364，可解釋變異量為 20.528%。

表 3-5-2 人際關係因素二相處情形分析表

因素名稱	因素負荷量	特徵值	解釋變異量
因素二：相處情形			
(2)我和好朋友會談有關家人衝突的問題	0.799	2.612	8.426%
(1)我和好朋友會談到與父母的相處情形	0.770		
(3)我和好朋友會談到我曾經做過而感到罪惡的事情	0.672		
(4)我和好朋友會談到我在學校裡遭遇的問題	0.538		

因素二主要由「家人衝突、父母相處、罪惡行為、學校遭遇」四個相關程度較高的變數所構成，故將此因素命名為『相處情形』。其因素負荷量介於 0.538 至 0.799 之間，特徵值為 2.612，可解釋變異量為 8.426%。



表 3-5-3 人際關係因素三勇於嘗試分析表

因素名稱	因素負荷量	特徵值	解釋變異量
因素三：勇於嘗試			
(28)好朋友喜歡模仿一些綜藝節目中的危險動作	0.701	1.497	4.828%
(30)好朋友會模仿綜藝類談話性節目的表演跟你分享	0.641		
(29)好朋友喜歡參加放縱而狂歡的聚會或團體活動	0.602		
(18)只要是新鮮或刺激的事物，即使有危險性，你的好朋友也會找你去嘗試	0.555		
(27)好朋友會在你面前與他人辯論爭議性的問題	0.508		

因素三主要由「危險模仿、分享表演、放縱狂歡、尋求刺激、據理力爭」五個相關程度較高的變數所構成，故將此因素命名為『勇於嘗試』。其因素負荷量介於 0.508 至 0.701 之間，特徵值為 1.497，可解釋變異量為 4.828%。

表 3-5-4 人際關係因素四同儕叮嚀分析表

因素名稱	因素負荷量	特徵值	解釋變異量
因素四：同儕叮嚀			
(23)好朋友常告訴你在團體中不要表現出你的不滿	0.639	1.457	4.702%
(24)好朋友常告訴你少管閒事，以免惹上麻煩	0.568		
(19)當你有疑惑時，好朋友會以「你將來就會明白」的方式來回答你	0.567		
(15)你的好朋友告訴你，不要與人爭論以免觸怒別人	0.524		

因素四主要由「消極表現、低調行事、有惑不答、沉默不爭」四個相關程度較高的變數所構成，故將此因素命名為『同儕叮嚀』。其因素負荷量介於 0.524 至 0.639 之間，特徵值為 1.457，可解釋變異量為 4.702%。

表 3-5-5 人際關係因素五課業問題分析表

因素名稱	因素負荷量	特徵值	解釋變異量
因素五：課業問題			
(5)如果我的功課有不懂的地方，會請朋友幫助我	0.736	1.297	4.183%
(21)你的好朋友會和老師或同學討論課業	0.539		

因素五主要由「課業解惑、討論課業」兩個相關程度較高的變數所構成，故將此因素命名為『課業問題』。其因素負荷量介於 0.539 至 0.736 之間，特徵值為 1.297，可解釋變異量為 4.183%。

表 3-5-6 人際關係因素六情緒管理分析表

因素名稱	因素負荷量	特徵值	解釋變異量
因素六：情緒管理			
(12)你的好朋友很容易被激怒	0.777	1.299	3.965%
(14)你的好朋友容易和他人起衝突	0.717		
(13)你的好朋友會對他人感到不耐煩	0.589		

因素六主要由「易怒個性、暴力性格、缺乏耐心」三個相關程度較高的變數所構成，故將此因素命名為『情緒管理』。其因素負荷量介於 0.589 至 0.777 之間，特徵值為 1.299，可解釋變異量為 3.965%。

表 3-5-7 人際關係因素七在校表現分析表

因素名稱	因素負荷量	特徵值	解釋變異量
因素七：在校表現			
(25)你的好朋友常因為功課或考試表現優異而受老師的讚美	0.616	1.101	3.550%
(22)好朋友會認為學生就應該好好用功讀書	0.591		
(26)你的好朋友常擔任班上的幹部或小老師	0.588		

因素七主要由「在校表現、認真學習、熱心服務」三個相關程度較高的變數所構成，故將此因素命名為『在校表現』。其因素負荷量介於 0.588 至 0.616 之間，特徵值為 1.101，可解釋變異量為 3.550%。

收視動機兩個因素成份分析表

表 3-5-8 收視動機因素一討論話題內容模仿分析表

因素名稱	因素負荷量	特徵值	解釋變異量
因素一： 討論話題內容模仿			
(6)你是否曾經想要從綜藝類談話性節目所傳播的議題內容實現自己的夢想？	0.779	2.142	26.770%
(5)你是否曾經想要模仿或學習綜藝類談話性節目所傳播的議題內容？	0.754		
(7)你想要和同儕朋友說明自己在綜藝類談話性節目中所學得的議題及內容，並表達自己的想法	0.737		
(9)我希望能與同儕朋友分享我在綜藝類談話性節目中取得的資訊或生活話題	0.550		

收視動機成份分析因素一主要由「內容實現、模仿欲望、議題討論、話題分享」四個相關程度較高的變數所構成，故將此因素命名為『討論話題模仿內容』。其因素負荷量介於 0.550 至 0.779 之間，特徵值為 2.142，可解釋變異量為 26.770%。

表 3-5-9 收視動機因素二自我概念價值定向分析表

因素名稱	因素負荷量	特徵值	解釋變異量
因素二： 自我概念價值定向			
(10)當我在同儕間發表我的言論或想法時，我會期望獲得朋友的回應與支持	0.660	1.885	23.557%
(12)我期望自己擁有好的人際關係	0.651		
(11)我會在同儕之間呈現完美的自己	0.581		
(8)我對自己在校與同儕的互動很滿意	0.538		

收視動機影響行為成份分析因素二主要由「期望回應、人際滿分、完美自尊、同儕互動」四個相關程度較高的變數所構成，故將此因素命名為『自我概念價值定向』。其因素負荷量介於 0.538 至 0.660 之間，特徵值為 1.885，可解釋變異量為 23.557%。



第四章 資料分析

本章內容主要根據問卷資料和統計後結果等相關資料進行分析，並將逐一於下列各節說明，第一節是性別、學校與不同年級對收視習慣的差異分析，說明取樣的母體數探討問卷題目經因素篩選後的各項因素的差異。第二節是性別、學校與不同年級對收視動機兩個因素與人際關係七個因素的分析結果。第三節是收視動機與人際關係的相關分析。在統計方法的運用上，本研究所採用的方式為卡方檢定(chi-square test)、獨立樣本 t 檢定(t-test)、單因子變異數分析(One Way ANOVA)分析及相關分析四種，說明青少年收看綜藝類談話性節目影響人際關係和同儕認同之分析研究結果。

第一節 性別、學校與不同年級對收視習慣的差異分析

卡方考驗(Chi-squared test)是Karl Pearson首先提出的，在問卷調查中最常用由卡方考驗做為假設考驗的工具。本節使用卡方檢定來探討兩個設變項的關係程度以獨立性考驗(Test of Independence)分析所得資料瞭解二變項之間關聯程度。

表4-1 不同性別對收視習慣受誰影響、與誰觀看、收視時間的差異分析表

	你喜歡看有關綜藝類談話性節目是受到什麼人的影響？	你在收看有關綜藝類談話性節目時，通常會與誰一起觀看？	你收看有關綜藝類談話性節目的次數，通常一週看幾次？
Mann-Whitney U 統計量	59004.000	60651.500	57233.500
Wilcoxon W 統計量	130635.000	132282.500	128864.500
Z 檢定	-1.039	-.306	-1.650
漸近顯著性 (雙尾)	.299	.759	.099

a 分組變數：性別

由表4-1得知考驗的統計數卡方值在不同性別方面未達顯著，表示不同的性別在收視習慣的分佈並沒有不同，兩個變項相互獨立。

表4-1-1 不同學校對收視習慣受誰影響、與誰觀看、收視時間的差異分析表

	你喜歡看有關綜藝類 談話性節目是受到什 麼人的影響？	你在收看有關綜藝類談 話性節目時，通常會與誰 一起觀看？	你收看有關綜藝類談話 性節目的次數，通常一週 看幾次？
Mann-Whitney U 統計量	58072.000	60318.500	55670.000
Wilcoxon W 統計量	138272.000	106374.500	135870.000
Z 檢定	-1.092	-.112	-1.954
漸近顯著性 (雙尾)	.275	.911	.051

a 分組變數：學校

由表 4-1-1 得知考驗的統計數卡方值在不同學校方面未達顯著，表示無論是公立學校學生或私立學校的學生在收視行為與習慣方面例如收看談話性節目是受到什麼人的影響？平時習慣與誰一同觀看節目？或是收視時間的長短的分佈沒有不同，表示兩個變項相互獨立。

表4-1-2 不同年級對收視習慣受誰影響、與誰觀看、收視時間的差異分析表

	你收看有關綜藝類談 話性節目的次數，通常 一週看幾次？	你在收看有關綜藝類談 話性節目時，通常會與誰 一起觀看？	你喜歡看有關綜藝類 談話性節目是受到什 麼人的影響？
卡方	3.654	.982	2.301
自由度	2	2	2
漸近顯著性	.161	.612	.316
Monte Carlo 顯著性	.144(a)	.590(a)	.313(a)
顯著性			
95% 信賴 下界 區間	.118	.554	.279
上界	.170	.627	.347

a 以具開始種子 1335104164 的 703 樣本表格為基礎。

b Kruskal Wallis 檢定

c 分組變數：年級

由表4-1-2得知資料分析的結果說明考驗的統計數卡方值在不同年級方面均未達顯著，表示無論是公立高職或私立高職一、二、三年級的學生在收視行為與習慣方面例如收看談話性節目的頻率或是平時習慣與誰一同觀看節目？甚至於收視節目時是收到誰的影響其分佈沒有不同，表示變項之間是相互獨立的。

第二節 性別、學校與不同年級對收視動機與人際關係的差異分析

本節利用獨立樣本 t 檢定(t-test)與單因子變異數分析(One Way ANOVA)來檢驗受訪者性別、學校與不同年級在收視動機兩個因素與人際關係七個因素上是否有顯著差異。

表4-2 不同性別對於人際關係七個因素的獨立樣本t檢定

檢定名稱	性別	平均數	t	自由度	顯著性(雙尾)
活動分享	男生	.2492800	5.881	300	.000
	女生	-.3842118			
相處情形	男生	-.1153445	-3.643	300	.000
	女生	.3039551			
勇於嘗試	男生	.0165833	2.023	300	.044
	女生	-.1517772			
同儕叮嚀	男生	-.0266259	2.201	300	.028
	女生	-.1969401			
課業問題	男生	-.0509869	-2.118	300	.035
	女生	.0704693			
情緒管理	男生	-.0452654	.590	300	.555
	女生	-.0757985			
在校表現	男生	-.0134544	1.675	300	.095
	女生	-.1067659			

由表4-2整理顯示，人際關係七個因素的獨立樣本t檢定項目包括活動分享、相處情形、勇於嘗試、同儕叮嚀、課業問題、情緒管理、在校表現等七個因素，本節探討受測者男生與女生在同儕團體中是否會因透過綜藝類談話性節目議題內容的呈現而在同儕團體中的表現有顯著差異。就整體獨立樣本 t 檢定(t-test)的數據結果發現，受測者男生女生在活動分享t值為 $t_{(300)} = 5.881$ ， $P < .05$ 、在相處情形 $t_{(300)} = -3.643$ ， $P < .05$ 、在勇於嘗試因素t值為 $t_{(300)} = 2.023$ ， $P < .05$ 、同儕叮嚀因素t值為 $t_{(300)} = 2.201$ ， $P < .05$ 、在課業問題因素上t值為 $t_{(300)} = -2.118$ ， $P < .05$ 五個因素上有顯著差異。

表4-2-1 不同性別對於收視動機兩個因素的獨立樣本t檢定

檢定名稱	性別	平均數	t	自由度	顯著性(雙尾)
討論話題內容模仿	男生	13.71	.768	700	.440
	女生	13.51			
自我概念價值定向	男生	10.53	3.792	634.586	.000
	女生	9.67			

由表4-2-1數據得知，不同性別的受試者經由獨立樣本t檢定可知男生、女生在收視動機兩個因素的檢定項目包括討論話題內容模仿和自我概念價值定向，其中自我概念價值定向這個因素在受試者性別男生、女生上有呈現顯著差異，其t值為 $t_{(634.586)} = 3.792$ ， $P < .05$ 。所顯示男生、女生在性別上對於媒體使用的「自我概念價值定向」是有差異，並且達顯著水準。

表4-2-2 不同學校對於人際關係七個因素的獨立樣本t檢定

檢定名稱	學校	t	自由度	顯著性(雙尾)
活動分享	公立高職	-.859	693.263	.000
	私立高職			
相處情形	公立高職	1.153	699	.062
	私立高職			
勇於嘗試	公立高職	-.742	699	.380
	私立高職			
同儕叮嚀	公立高職	.693	700	.085
	私立高職			
課業問題	公立高職	-3.535	700	.000
	私立高職			
情緒管理	公立高職	-.890	700	.374
	私立高職			
在校表現	公立高職	-2.076	652.848	.038
	私立高職			

根據問卷調查回收的數據結果由表4-2-2發現，本研究以公立高職和私立高職學生樣本做人際關係七個因素的獨立樣本t檢定可知，公立高職學生與私立高職學生在活動分享、相處情形、勇於嘗試、同儕叮嚀、課業問題、情緒管理、在校表現七個因素的表現中，公立高職的學生對於自己的活動分享、課業問題和在校表現較私立高職的學生有顯著的差異。「活動分享」其t值為 $t_{(693.263)} = -.859$ ， $P < .05$ 。「課業問題」其t值為 $t_{(700)} = -3.535$ ， $P < .05$ 。「在校表現」其t值為 $t_{(652.848)} = -2.076$ ， $P < .05$ 。

由以上數據推測，公立高職與私立高職的學生在教學環境與校方要求的管理方式不同之下，因此學生可能在「活動分享」、「課業問題」與「在校表現」三個因素上有顯著的差異。符合前人的入際關係研究結果，同儕認同度高的學生與師長的互動較良好次數也較頻繁，同時在校有良好的表現。

表 4-2-3 不同學校對於收視動機因素一討論話題內容模仿因素的獨立樣本 t 檢定

檢定名稱	學校	t	自由度	顯著性 (雙尾)
討論話題內容模仿	公立高職	0.814	132.253	.488
	私立高職			

表 4-2-4 不同學校對於收視動機因素二自我概念價值定向因素的獨立樣本 t 檢定

檢定名稱	學校	t	自由度	顯著性 (雙尾)
自我概念價值定向	公立高職	2.447	125.986	.016
	私立高職			

由上表 4-2-3 和 4-2-4 的數據顯示，公立高職與私立高職的學生對於自我概念價值定向的因素有顯著的差異，符合文獻所提，有自信與有成熟思想的學生在同儕團體中較易表現出自我概念價值定向。原因在於自信程度的不同，因此學生在「討論話題內容模仿」的差異不顯著卻在「自我概念價值定向」因素上有顯著的差異。

表 4-2-5 不同年級對人際關係七個因素的單因子變異數分析(ANOVA)

		平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	顯著性
活動分享	組間	3.883	2	1.942	.229	.796
	組內	5942.982	700	8.490		
	總和	5946.865	702			
相處情形	組間	54.040	2	27.020	2.777	.063
	組內	6792.417	698	9.731		
	總和	6846.456	700			
勇於嘗試	組間	143.674	2	71.837	3.727	.025
	組內	13455.527	698	19.277		
	總和	13599.201	700			
同儕叮嚀	組間	31.873	2	15.936	1.038	.355
	組內	10732.070	699	15.353		
	總和	10763.943	701			
課業問題	組間	4.245	2	2.123	.250	.779
	組內	5937.293	699	8.494		
	總和	5941.538	701			
情緒管理	組間	40.099	2	20.049	2.072	.127
	組內	6764.199	699	9.677		
	總和	6804.298	701			
在校表現	組間	2.790	2	1.395	.124	.884
	組內	7881.210	699	11.275		
	總和	7884.000	701			

由表4-2-5顯示不同年級的學生，對於同儕團體中的人際關係因素三「勇於嘗試」有顯著的差異。研究結果顯示無論是一、二、三年級的學生都希望透過不同的學習活動方式嘗試不同的經驗。

表4-2-6 不同年級對於收視動機兩個因素的單因子變異數分析(ANOVA)

		平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	顯著性
討論話題內容	組間	8.499	2	4.250	.366	.693
	組內	8111.616	699	11.605		
	總和	8120.115	701			
自我概念價值定向	組間	11.673	2	5.836	.656	.519
	組內	6221.045	699	8.900		
	總和	6232.718	701			

由表4-2-6可知不同年級的學生，對於收視動機兩個因素並沒有顯著差異。本研究利用單因子變異數分析來探討不同年級的學生對於人際關係七個因素與收視動機兩個因素的顯著差異時，由表4-2-5與表4-2-6數據顯示可知，無論是一、二、三年級的學生只有在人際關係因素三「勇於嘗試」有顯著差異， $F_{(2,698)}=3.727$ ， $P<.05$ 。且在表4-2-7事後檢定中可以發現，不同年級與人際關係因素三之「勇於嘗試」的F檢定，一年級的學生同時也比三年級的學長、學姐更勇於嘗試。原因可能是一年級的學生剛開始進入高中新環境，對於新的學習及其他的人事物都感到好奇而產生興趣，比較敢勇於嘗試新的活動安排或其他小組討論等等，而三年級學生是也許是有升學的壓力與就業的選擇，所以對於活動的參與不踴躍也較不願意做新活動的嘗試。

表 4-2-7 不同年級與人際關係因素三之「勇於嘗試」的事後檢定

	(I) 類別	(J) 類別	平均差異 (I-J)	標準誤	顯著性	事後檢定
LSD 法	一年級	二年級	-.219	.410	.594	一年級>三年級
		三年級	8.27	.403	.040	
	二年級	一年級	.219	.410	.594	二年級>三年級
		三年級	1.045	.407	.010	
	三年級	一年級	-.827	.403	.040	
		二年級	-1.045	.407	.010	

第三節 收視動機與人際關係的相關分析

相關係數主要是告訴我們變項間的相關程度是屬於高度相關或低度相關，並沒有檢定「自變項」對「依變項」影響，因此得到的相關係數（r 值）只能說明這兩個變項間是正相關、負相關，或者是無相關。不能解讀為自變項對依變項的影響。根據說明皮爾森相關係數在解讀上，正負表示的是相關的方向，而非相關的程度。r 值相關程度之高低，在正負 0.3 之間（即 0.3 至-0.3 之間）稱為低度相關；在正負 0.3-0.6 之間（即指介於 0.3 至 0.6，-0.3 至-0.6 之間）稱為普通相關；而在正負 0.6 至 0.9 之間（即指在 0.6 至 0.9，-0.6 至-0.9 之間）則稱為高度相關；若是 r 值為正負 1，即表示完全相關。

表4-3 收視行為兩個因素與人際關係七個因素相關分析表

	活動 分享	相處 情形	勇於 嘗試	同儕 叮嚀	課業 問題	情緒 管理	在校 表現	討論話題 內容模仿	自我概念 價值定向
活動分享	1.000							.252**	.248**
相處情形		1.000						.295**	.277**
勇於嘗試			1.000					.353**	.206**
同儕叮嚀				1.000				.268**	.224**
課業問題					1.000			.253**	.285**
情緒管理						1.000		.157**	.115**
在校表現							1.000	.153**	.209**
討論話題 內容模仿	.252**	.295**	.353**	.268**	.253**	.157**	.153**	1.000	.462**
自我概念 價值定向	.248**	.277**	.206**	.224**	.285**	.115**	.209**	.462**	1.000

** 在顯著水準為0.01時（雙尾），相關顯著。

* 在顯著水準為0.05 時（雙尾），相關顯著。

由表4-3所顯示可知高職學生在同儕團體中藉由「活動分享」、「相處情形」與「勇於嘗試」、「同儕叮嚀」、「課業問題」、「情緒管理」、「在校表現」七個因素在發展人

際關係時，會提到談話性節目內容的「討論話題內容模仿」及「自我概念價值定向」其顯著性為 $P < .05$ ，而 r 值均為相關於 0.01 水準時顯著。例如：學生在「活動分享」與「討論話題內容模仿」其相關程度為顯著之低度相關，其關聯性有達顯著。表示高職學生可能透過收視行為將談話性節目議題運用在同儕團體的討論中，也藉由話題討論增加與同儕之間的互動進而發展人際關係。

同時也從學生之間彼此的「相處情形」其 r 值為 0.238 ，顯著度為低度相關可知，部分結果與過去研究相似的原因之一可能是即使社會環境有變遷，青少年人際關係的發展還是有固定的相似模式。社會變遷也許會改變青少年獲得資訊的管道，但未必能改變人際關係的本質。所以平時大家在相處時討論的話題仍與收視的節目內容有關，並且影響自我概念價值定向，學生們願意勇於表達自己的意見和未來規劃，表示參與討論在同儕中的表現是活躍的。

表4-3-1 人際關係七個因素和收視行為兩個因素經由控制性別、學校與年級後的淨相關分析表

	活動 分享	相處 情形	勇於 嘗試	同儕 叮嚀	課業 問題	情緒 管理	在校 表現	討論話題 內容模仿	自我概念 價值定向
活動分享	1.000							.247**	.241**
相處情形		1.000						.298**	.288**
勇於嘗試			1.000					.347**	.184**
同儕叮嚀				1.000				.258**	.204**
課業問題					1.000			.252**	.296**
情緒管理						1.000		.156**	.111**
在校表現							1.000	.152**	.220**
討論話題 內容模仿	.247**	.298**	.347**	.258**	.252**	.156**	.152**	1.000	.464**
自我概念 價值定向	.241**	.288**	.184**	.204**	.296**	.111**	.220**	.464**	1.000

** 在顯著水準為 0.01 時（雙尾），相關顯著。

* 在顯著水準為 0.05 時（雙尾），相關顯著。

小結

以青少年高職學生的個人背景因素進行淨相關分析，例如：性別、學校、年級為自變項，人際關係為依變項，由表 4-3-1 顯示可知性別、學校與不同年級的學生分別在活動分享、相處情形、勇於嘗試、同儕叮嚀、課業問題、情緒管理、在校表現等七個因素對於「討論話題內容模仿」和「自我概念價值定向」皆有相關顯著。



第五章 結論與建議

本研究主要以在學的高職學生為研究樣本，以社會學習理論和青少年成長的相關理論為理論架構探討青少年在性別、學校與不同年級的變項之下，驗證收看綜藝類談話性節目之後對於同儕人際關係發展之差異與相關。本研究透過因素分析，將人際關係因素分為「活動分享」、「相處情形」、「勇於嘗試」、「同儕叮嚀」、「課業問題」、「情緒管理」、「在校表現」七個因素，收視動機因素分為「討論話題內容模仿」與「自我概念價值定向」兩個因素。

本章分為兩節，第一節為研究結果，將問卷調查回收後的資料分析結果進行歸納與整理，並回應本研究的問題；第二節為研究討論，將研究結果與過去的研究提出討論。



第一節 研究結果

由於國內並沒有以綜藝類談話性節目作為研究問題進而檢驗青少年心理學的理论或與人際關係在同儕團體之間的重要研究，因此，本研究採用問卷調查法以檢驗公立高職與私立高職的學生在性別、學校與不同年級對於收視習慣的差異，結果發現無論是收視時間的長短、與什麼人一同觀賞節目或是收看綜藝類談話性節目受誰的影響受試者高職學生在性別、學校與不同年級對收視習慣均無顯著差異。

在人際關係與收視動機的研究結果中發現青少年收看綜藝類談話性節目，就性別而言在人際關係七個因素中有五個因素有顯著差異，分別是「活動分享」、「相處情形」與「勇於嘗試」、「同儕叮嚀」與「課業問題」方面，這方面的研究結果從相處情形可知以女生較為顯著。女生相較於男生更容易與同儕產生互動，而且在收視動機因素的研究結果對於「自我概念價值定向」方面是有顯著差異，女生經由收視動機會使用節目內容所討論的議題增加與其他同儕之間的彼此互動，是受到收視內容的結果影響所致。

在不同學校的研究結果中發現，公立高職學生與私立高職學生在活動分享、相處情形、勇於嘗試、同儕叮嚀、課業問題、情緒管理、在校表現七個因素的表現有三個因素是顯著的，公立高職的學生對於自己的「活動分享」、「課業問題」和「在校表現」較私立高職的學生有顯著的差異。此研究結果與前人相符合，在校表現較好的學生在同儕團體中與師長及同學的互動較佳。公立高職學生較私立高職學生在拓展人際關係方面會嘗試與同儕討論節目議題內容來增加自己和其他同學的互動。

在人際關係與收視動機的研究結果發現不同年級的學生，對於同儕團體中的人際關係因素三「勇於嘗試」有顯著的差異。而在收視動機兩個因素並沒有顯著差異。研究結果顯示無論是一、二、三年級的學生都希望透過不同的學習活動方式嘗試不同的經驗。

所以本研究由受試者收視動機顯示，高職學生因為看電視的動機不同所看的節目類型有著差異，因此收視動機不同、收看節目類型不同的人，他們對於議題內容的偏好類型程度亦存在差異性，由研究結果推估，高職學生使用電視媒體的收視動機對發展人際關係與同儕認同有顯著的影響和相關性。

小結

本研究經由第四章資料分析結果得知目前針對青少年收看綜藝類談話性節目的收視習慣、收視動機等變項，可看出青少年對人際關係的拓展日趨重視。從青少年心理學的觀點來說，同儕的認同是青少年時期成長過程重要的依據，被同儕團體肯定或接受會比受到父母與師長的讚美更值得高興。

第二節 研究討論

電視娛樂性節目提供了青少年主要的休閒娛樂以及生活中人際互動的討論話題，對於青少年的生活感受，對生活其他層面的影響，有正面的助益。因此，學校

裡不同年級與不同性別的學生在同儕之間會透過談話性節目的議題與自己的好朋友分享，本研究在問卷調查的結果中得到有顯著性的數據。

本研究以問卷調查公立高職學生與私立高職學生在拓展人際關係方面會嘗試與同儕討論節目議題或內容來增加自己和其他同學的互動。這方面的研究結果從相處情形可知以女生較為顯著。在性別方面，男生、女生對於收視習慣及人際關係與收視動機方面有顯著差異，在學校方面，公立高職的學生與私立高職的學生對於收視動機方面的「自我概念價值定向」有顯著差異，研究顯示公立高職的學生較有自信，在同儕之間容易明確表達自己的想法，因此，在不同學校的變項中有顯著的差異。

小結

過去的研究顯示電視讓青少年在無限寬廣的視聽媒體中，盡情攝取未知與已知的資訊，而電視節目的內容更充斥著流行訊息，吸引青少年的目光，同時也影響了同儕人際關係、日常生活、消費習慣、言談舉止和待人處事等行動模式。因此，電視對青少年的行為確實會造成影響，電視在娛樂功能之外仍有傳遞訊息的提供，對於塑造青少年的生活型態、娛樂型態、流行趨勢及價值觀等皆有重要的影響，節目內容更牽動著青少年的喜好與認同。

參考文獻

中文書目

- 王小惠 (2000)。青少年收看電視新聞的動機、主動性及收看程度三者關聯性之研究。輔仁大學大眾傳播研究所碩士論文。
- 王枝燦 (2001)。同儕影響與青少年偏差行為之研究。東吳大學社會學研究所碩士論文。
- 王煥琛、柯華葳 (1999)。青少年心理學。台北：心理出版社
- 王櫻芬 (1997)。青少年對幫派犯罪問題的態度與看法研究。學生輔導，頁 50。
- 尹蘊華 (1975)。論家庭、學校，及同儕團體對兒童社會行為發展之影響。國教輔導，頁 14。
- 江中信 (2002)。人際傳播學。台北：風雲論壇。
- 江南發 (1994)。艾瑞克遜追尋自我統合的心路歷程。高市文教，3，20-27。
- 江朝貴 (2000)。從「檳榔西施」探討青少年的價值觀。學生輔導通訊，70 期，頁 26-43。
- 李天任、藍莘 (1995)。大眾媒體研究。台北：亞太。
- 吳知賢 (1992)。電視與兒童。台北：水牛出版社。
- 吳明隆 (2002)。SPSS 統計應用實務。台北：松崗電腦圖書出版。
- 吳博修 (1994)。單親家庭、家庭社會動力與青少年犯罪。社區發展季刊，頁 68。
- 沈慧聲、陳怡如 (2003)。無線電視台綜藝節目評析：暴力與色情。中華傳播學會 2003 年年會論文。
- 林巧婷 (1998) 新聞性電視叩應談話節目之論述過程分析--「以溝通行動理論」分析架構。國立師範大學社會教育學系碩士論文。
- 林東泰 (1997)。大眾傳播理論。台北，師大書苑有限公司。
- 林義男 (1995)。社會學，台北：巨流。
- 林清江 (1998)。教育社會學新論。台北：五南。

- 林彥伶 (2000)。廣電基金收視行為調查系列報導：電視綜藝節目收視行為研究。廣電人，62，56-57。
- 邱莉玲 (1990)。新人類與舊人類。卓越雜誌。67：78-99。
- 邱皓政 (2002)。量化研究與統計分析。台北：五南書局。
- 高瑞松 (1996)。政治性叩應電視節目內容的結構分析—以「2100 全民開講—大選大家談」為例。國立交通大學傳播研究所碩士論文。
- 翁秀琪 (2001)。大眾傳播理論與實證。台北：三民。
- 翁秀琪、陳世敏 (1989)。《國小、國中和高中學生的公視收視行為、滿意程度和休閒活動區隔化分析》。台北：廣電基金。
- 莊旻潔 (2002)。群體規範、認知、認同對產品態度與忠誠度的影響—以青少年偶像崇拜行為為例。國立政治大學國際貿易研究所碩士論文。
- 莫季雍、王旭、湯允一 (2000)。收視率調查改良芻議—供需分析與政策建議。台北：廣電基金。
- 湯允一、陳毓琪(2003)。〈台灣地區青少年電視使用、個人經驗與世界觀：一個涵化分析研究與討論〉。「2003 中華傳播協會研討會論文」，台北。
- 孫聿新 (1997)。〈製作人的進階三部曲〉。《廣電人》，25，23-24。
- 張春興、楊國樞 (1986)。心理學。台北：三民。
- 張春興 (1996)。現代心理學。台北：東華書局。
- 張酒雄、陳枝烈、簡慶哲、張淑美 (1993)。國中生偶像崇拜與自我概念、成就關係之研究。高雄師範大學教育研究所教育月刊，11，261-322。
- 許文宜 (1994)。我國廣播電台「電話交談」(call-in) 節目之研究—打電話者(caller) 的使用動機與媒介使用行為之關聯性分析，中國文化大學新聞研究所碩士論文。
- 陳怡如 (1992)。綜藝節目色情與暴力內容效果—以台北市國民中學學生為例。中國文化大學新聞研究所碩士論文。
- 陳錦玉 (2003)。閱聽眾對情感性訴求節目的『感動』反應研究：以三個名人專訪電視。世新大學傳播研究所碩士論文。

- 彭駕駢 (1985)。青少年問題探究。台北。巨流公司。
- 楊孝傑 (1979)。在學青少年收視電視節目型態分析，廣播與電視，36 期，頁 54-55。
- 楊意菁 (1999)。〈民意理論與研究取向：一個微觀巨觀多元層級觀點的整合〉。民意季刊 (八十八年夏季號)，209：1-33。
- 楊意菁 (2002)。公共／眾，民意與媒體再現：以民調報導與談話性節目為例。國立政治大學新聞研究所博士論文。
- 曾莉婷 (2001)。複製/父制的兩性關係--晚間綜藝節目內容分析。政治大學廣播電視研究所碩士論文。
- 廖若渝 (2000)。廣電基金收視行為調查系列報導：青少年的綜藝節目收視質與量。廣電人，66，58-59。
- 劉郁萌 (2000)。中日綜藝節目內容比較分析：以日本在台播放節目及國內三家無線電視台節目為例。第三屆媒介與環境研討會。台北：輔仁大學。
- 劉貞秀 (1995)。有線電視新聞類型節目的使用與滿足。輔仁大學大眾傳播研究所碩士論文。
- 蔡美瑛 (1992)。青少年傳播行為、自我認同與其消費行為關聯性之研究者。台北：政治大學新聞研究所碩士論文。
- 蔡美瑛 (1994)。電視廣告、消費者自我與特定品牌偏好傾向之關聯。廣告學研究，第四期。
- 蔡美瑛 (1998)。綜藝節目對塑造青少年次文化之影響，台北：文化總會電研會。
- 蔡敏光 (1985)。高中生行為適應問題之研究。國立台灣師範大學教育研究所碩士論文。
- 鍾蔚文 (1992)。從媒介真實到主觀真實。台北：正中書局。
- 鍾起惠 (1997)。《談話性節目分析》。廣電人，30，32-33。
- 廣電人 (2003.5.3)。“談話性節目到底有多少影響力？”。自由時報，自由廣場。
- 簡茂發、何榮桂、張景媛 (1998)。國中學生價值觀量表編制報告。教育心理學報，30 (2)，17-32。

- 關尚仁 (1999)。看優質綜藝休閒有品質，廣電人，49 期，頁 35-36。
- 顏裕峰 (1993)。國中生的社會興趣與同儕人際關係之研究，彰化師範大學輔導學系碩士論文。
- 羅文輝 (1988)。電視對青少年影響，報學，8 卷 1 期。
- 羅世宏譯 (2000)。傳播理論：起源、方法與應用。台北：五南。
- 蘇蘅 (1986)。傳播研究調查法。台北：三民。
- 蘇恆、陳雪雲 (2000)。「全球化下青少年收看本國及外國電視節目之現況及相關影響研究」，新聞學研究，64 期，頁 103-138。
- 廣電基金 (2000)。電視綜藝節目收視行為研究。廣電人，56 期，頁 54-57。
- 陳旻宏 (2004)。台灣綜藝談話性節目之娛樂探討~以「康熙來了」為例。CAREER 就業情報雜誌，339 期。
- 網路社會學通訊期刊 (2005)。45 期。
- Babbie 貝比 ,E. (1998)。社會科學研究方法(上)、(下)。李美華譯。台北：時英。
- Freud, Sigmund 佛洛伊德 (2000)。夢的解析。高申春等譯。台北：知書房。
- David Popenoe 戴維波普諾 (1991)。社會學。劉雲德譯。彭懷真校訂。台北：五南。
- Neil J. Smelser 尼爾,史美舍著 (1998)。社會學 Sociology。陳光中、秦文力、周素嫻合譯。台北：桂冠。(原作出版年：1997 年)。

英文書目

Erik Homburger Erikson(1977).Childhood and Society.New York :

Norton,Harmondsworth : Penguin, 1965.

Gilligan ,C. & Brown,L.M.(1992).Meeting at crossroads. Cambridge,Mass : Harvard University Press.

Himmelstein , Hal (1984) . Television Myth and The American Mind. New York: Praeger Scientific.

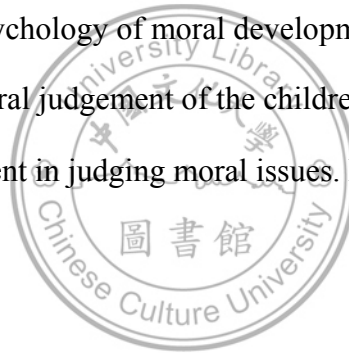
Hurlock ,E.B. (1989) .Personality development. New York : McGraw-Hill.

Kohlberg , L., Levine, C. And Hewar, A.(1983) . Moral Stages : a current formulation and respose to critics. New York : Karger.

Kohlberg, L. (1984). The psychology of moral development . New York : Harper &Row.

Piaget , J. (1965) . The moral judgement of the children. New York : Free Press.

Rest ,J.R.(1979). Development in judging moral issues. Minneapolis ,MN : University of Minnesota Press.



附錄一 問卷

問卷編號：_____

中國文化大學新聞研究所

【青少年收視行為與同儕人際關係研究調查】

親愛的各位同學，您們好：

本問卷調查的目的，主要是要了解青少年對於收看綜藝類談話性節目之後對於日常生活中人、事、物的看法。所以請您仔細閱讀問卷題目之後，**根據自己真正想法或實際收視行為**，誠實地回答問卷上的每個問題。在填答時請不要和同學討論，也不要參考別人的答案。各項答案無所謂「對」或「錯」，您的答案就是最好的答案。這份問卷資料我們會**完全保密，絕不會影響你的成績與任何評分**，所有問卷資料僅供學術研究，您可以放心填答。

祝您

一切平安、順心！

文化大學新聞研究所

指導教授：湯允一 博士

研究生：余素梅 敬啓

* 填答時請在適當空格上打勾；謝謝您的合作。

A 個人資料

1. 學校：公立高職 私立高職
2. 年級：一年級 二年級 三年級
3. 性別：男 女

B 家庭背景資料（單選）

1. 你父母目前的婚姻狀況如何？
 結婚 離婚 分居 同居但還沒有結婚
 失和但仍住在一起 喪偶（父或母一方死亡） 其他_____
2. 你的家庭目前是誰在賺錢？
 父親 母親 雙親 自己 沒有人賺錢 其他人
3. 目前你全家的總收入一個月大約多少？
 10000 元以下 10001 元~30000 元 30001 元~50000 元
 50001 元~100000 元 100001 元~150000 元 150001 元以上
 不知道

C 同儕之間人際關係

1 • 你是怎麼認識你的好朋友？

- 因同班而認識 是鄰居，所以認識 在遊樂場所認識的 經朋友介紹
 在街頭閒逛時認識的 參加活動認識的 是堂表兄弟姐妹，所以認識
 其他_____

2 • 你課外時間（例如放學後或例假日）常和好朋友在一起嗎？

- 幾乎每天都在一起 每星期有四、五天在一起
 每星期有二、三天在一起 每星期約只有一天在一起
 平均每月只有二、三天在一起 很少在一起

3 • 請描述你與朋友或同儕之間的相處情形，並依照實際的情況在空格內打勾

	總是	經常	偶爾	很少	從不
(1) 我和好朋友會談到與父母的相處情形	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(2) 我和好朋友會談有關家人衝突的問題	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(3) 我和好朋友會談到我曾經做過而感到罪惡的事情	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(4) 我和好朋友會談到我在學校裡遭遇的問題	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(5) 如果我的功課有不懂的地方，會請朋友幫助我	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(6) 我和好朋友會談到我未來升學或就業計畫	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(7) 我的好朋友會推薦或借刊物給我看	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(8) 我的好朋友會約我去看電影或唱 KTV	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(9) 好朋友會告訴我，做決定之前要多方面加以考慮	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(10) 好朋友告訴我，決定一件事應多徵求大家的意見	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(11) 當別人欺負你的時候，你的好朋友會替你反擊	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(12) 你的好朋友很容易被激怒	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(13) 你的好朋友會對他人感到不耐煩	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(14) 你的好朋友容易和他人起衝突	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(15) 你的好朋友告訴你，不要與人爭論以免觸怒別人	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(16) 當大家有不同意見時，你的好朋友喜歡你對他的觀點加以挑戰	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(17) 你的好朋友對沒有嘗試過的事物，會有一股想要嘗試看看的衝動	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(18) 只要是新鮮或刺激的事物，即使有危險性，你的好朋友也會找你去嘗試	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(19) 當你有疑惑時，好朋友會以「你將來就會明白」的方式來回答你	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(20) 你的好朋友若從綜藝類談話性節目內容中得知新的資訊或有趣的議題，會與你分享	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(21) 你的好朋友會和老師或同學討論課業	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- (22) 好朋友會認為學生就應該好好用功讀書
- (23) 好朋友常告訴你在團體中不要表現出你的不滿
- (24) 好朋友常告訴你少管閒事，以免惹上麻煩
- (25) 你的好朋友常因為功課或考試表現優異而受老師的讚美
- (26) 你的好朋友常擔任班上的幹部或小老師
- (27) 好朋友會在你面前與他人辯論爭議性的問題
- (28) 好朋友喜歡模仿一些綜藝節目中的危險動作
- (29) 好朋友喜歡參加放縱而狂歡的聚會或團體活動
- (30) 好朋友會模仿綜藝類談話性節目的表演跟你分享

D 媒體閱聽

請描述觀看綜藝類談話性節目的情形，請你依照實際的情況在空格內打勾

- 你喜歡看有關綜藝類談話性節目是受到什麼人的影響？
 自己想看 父親 母親 雙親 同學 鄰居 親戚
 兄弟姐妹 不喜歡看
- 你在收看有關綜藝類談話性節目時，通常會與誰一起觀看？
 自己獨自觀賞 與家人觀看 與親戚觀看 與同學觀看
 與鄰居觀看 不喜歡看
- 你收看有關綜藝類談話性節目的次數，通常一週看幾次？
 七次以上 五至六次 三至四次 一至二次
 沒有看
- 你看有關綜藝類談話性節目的動機是什麼？
 自己主動想了解內容 想把節目中的議題與朋友或同學討論
 想打發時間，沒有特別的動機 喜歡節目主持人的風格
 喜歡看節目編排的特別來賓 不喜歡看
- 你是否曾經想要模仿或學習綜藝類談話性節目所傳播的議題內容？
 總是 經常 偶爾 很少 從不
- 你是否曾經想要從綜藝類談話性節目所傳播的議題內容實現自己的夢想？
 總是 經常 偶爾 很少 從不
- 你想要和同儕朋友說明自己在綜藝類談話性節目中所學得的議題及內容，並表達自己的想法
 總是 經常 偶爾 很少 從不
- 我對自己在校與同儕的互動很滿意
 總是 經常 偶爾 很少 從不
- 我希望能與同儕朋友分享我在綜藝類談話性節目中取得的資訊或生活話題
 總是 經常 偶爾 很少 從不

- 10 • 當我在同儕間發表我的言論或想法時，我會期望獲得朋友的回應與支持
 總是 經常 偶爾 很少 從不
- 11 • 我會在同儕之間呈現完美的自己
 總是 經常 偶爾 很少 從不
- 12 • 我期望自己擁有好的人際關係
 總是 經常 偶爾 很少 從不

問卷到此結束，辛苦同學們的鼎力相助！

請您檢查每一題是否都有打勾或作答！謝謝您！

