

臺北市國小高年級學童

收看電視益智猜謎節目動機之研究

第一章 緒 論

楊惠娥

第一節 前言

自從臺灣電視公司在民國五十一年開播以來，臺灣的電視事業發展十分迅速，影響範圍也日益擴大。十八年來，國內的電視臺已由一家增加到三家；電視機的架數更隨着經濟的成長而快速地增加。根據行政院主計處六十七年「臺灣地區家庭收支調查」的統計資料，臺灣幾乎平均每戶人家都有一臺電視機（註一）。可以說，電視已進入每一個家庭中，成爲最普遍的休閒活動媒介。

究竟電視在人們的生活中扮演了什麼角色？發揮了何種功能？產生了什麼效果？一直是爲人所關注的問題。

在過去三十多年，傳播學者或從電視媒介本身着眼，分析節目內容的影響效果；或從觀衆着眼，探

討他們的需求或動機。本研究擬採用第二種途徑，探討觀眾收看電視節目的動機。

第二節 研究動機與目的

第一項 「逃避」不足以解釋一切

根據「使用與滿足」的理論，觀眾看電視是因為電視節目能滿足他的心理需求；在打開電視機時，心中即充滿了期待。

過去許多傳播學者在討論傳播媒介——尤其是電影和電視——與觀眾的關係時，最常引用的概念，就是「逃避」(escape)。但是用「逃避」來涵蓋一切媒介內容的性質，或觀眾接觸媒介的動機，是過份籠統、過份簡單化了(McQuail, Blumler Brown, 1972:135~141)。

第二項 對不同類型的節目內容，應有不同的使用與滿足。國內對特定類型節目的使用與滿足研究尚屬罕見。

徐佳士等人(徐佳士、楊孝潔、潘家慶，民六十四年)，曾調查臺灣地區民衆接觸媒介的動機與滿足，假設一般民衆接觸大眾傳播媒介的動機可分爲十二類。結果發現在電視、報紙、電影、收音機及雜誌五種大眾傳播媒介中，最能滿足臺灣地區一般人需求的要推電視。在十二項需求中，除了「了解地方事情」這個需求外，其他十一項需求中，電視能分別滿足過半以上觀眾的需求。其中以「和家人朋友共享欣賞或團聚的樂趣」、「尋找快樂」、「滿足個人好奇心」三項需求的滿足，所佔的比例最高。

由於媒介的特性不同，一般人的接觸動機與滿足會有差異。在同一種媒介中，各類型內容性質上的

差異，對一般人的訴求也應有所不同，以電視來說，新聞節目、綜藝節目、社教節目的性質不同，觀眾的收看動機也應有所不同。所以本文作者認為這方面的研究，有必要也有價值。

國內過去有關電視與兒童的研究，多趨向於「效果研究」，探討電視媒介或特定類型節目如何影響兒童的生活作息、態度及認知發展等。例如曾虛白等（民五十九年）研究「電視對兒童的影響」、翁秀琪（民六十二年）研究「臺北市國民小學學童觀賞電視與其晚間作息的關係」等等。

這些研究幾乎都會指出個人因素是影響媒介暴露或干擾媒介效果的變項，也會針對此加以探討。但其本質仍是探討「媒介對人做些什麼」的效果研究。

有關電視特定類型節目的使用與滿足研究，僅有任玉（民六十一年）的「家庭主婦收看電視連續劇動機之研究」。她發現臺灣的家庭主婦們是為了獲得娛樂消遣及獲得日常生活問題的參考與指導而收看電視連續劇節目。同時，她們從連續劇中得到了情緒解脫、重溫舊夢、假想地參與這些感情上的滿足。她並且發現婦女的年齡、學歷、職業、居住地、籍貫等因素，會影響其收看連續劇的心理傾向。

至於電視其他類型節目使用與滿足的研究，國內尚付闕如。所以，作者選擇「電視益智猜謎節目」為研究題目，從使用與滿足的角度，來探討這類節目對觀眾的意義，並希望發現一些心理傾向或社會關係與收看動機的關聯性。

第三項 為什麼以益智猜謎節目為本研究的特定類型節目

作者選擇電視益智猜謎節目，有三點原因：

(一)從電視開播以來，益智節目一直佔有相當的比例：從早期的上上下下、一分一秒到後來的分秒世

界、頭腦體操、挑戰等。此一類型節目普遍為觀眾所熟悉。

(二)由於益智節目兼具趣味性、教育性、競賽性，觀眾收看的動機較為分歧和複雜。

(三)在國外使用與滿足這一類研究裏，曾幾次被做為研究題目，且已獲得多項發現（Herzog, 1940; McQuail, Blumler & Brown, 1972）。本研究希望以國內研究的結果，與國外過往的研究，做一比較和印證。

第四項 為什麼以國小高年級學童為研究對象

本研究以國小高年級學童為研究對象，基於二點原因

(一)從認知發展過程來說，這類節目對高年級兒童應具吸引力。因為一個人到了青春期後，由於年齡與心智的增長，需求愈來愈複雜。加上生活圈擴大、各種興趣與嗜好的成熟，這類節目的吸引力未必明顯。國小四年級以下的學童，由於所知有限，益智猜謎節目的問題往往超出他們理解的範圍。且其接受問卷測驗，有客觀上的限制，只好排除。國小高年級學童，大致已具備國民基本知識，而且正是好奇心重、求知慾強的時候，這類節目能滿足其認知上的需求（cognitive need）；更由於此類節目所具有的競賽（game）性質，理應相當能吸引其興趣。從三家電視臺先後推出由國小高年級學童參加的益智猜謎節目觀察，他們是這類節目的主要觀眾。

(二)根據以往的調查，這類節目是國小高年級兒童常看的節目。中國電視公司節目部在民國六十八年三、四月間所做「電視兒童節目調查報告」的資料顯示，在現有的兒童節目中，受歡迎的節目，依次為卡通、大頭腦等。該調查的受試者都是國小高年級學童，可見卡通影片及益智猜謎節目，很受國小高年

級學童的歡迎。

另外在中視研究收回的八百份由國小教師回答的問卷中，有三九·八%國小教師認為兒童最需要的是益智性節目，占所有節目類型中的第一位。多數的家長也持相同的看法。所以本調查以國小高年級學童為測驗對象。

第五項 本研究的自變項與應變項：

麥貴爾等 (McQuail, Blumler & Brown, 一九七二) 在英國里茲 (Leeds) 調查該地居民收看電視益智猜謎節目的動機，結果，發現主要可分為四大類：

- (一) 自我評估 (self-rating)
- (二) 尋求社會互動的基礎 (basis for social interaction)
- (三) 尋求興奮刺激的感覺 (excitement)
- (四) 吸取知識 (education)

此外，根據受試者的背景資料分析，他們發現觀眾的教育程度、年齡、社經地位、家庭人口數、社交能力、人際關係等，會影響觀眾收看的動機與滿足。

影響一般人接觸媒介的因素很多，舉凡個人的性別、教育程度、家庭社經地位，以及人格的每一層面、社會關係等，都會直接或間接地影響他對媒介的暴露及反應。

過去的傳播研究，喜歡根據原始的人口統計資料，將一般人分為若干類型，研究各種人口傳播行為的分佈。近年來，許多學者指出，性別、年齡、社經地位等人口統計變項，對一般人傳播行為的解釋力

不夠；而一般人的心理或社會變項毋寧是更有效的指標（Rosengren & Windahl 一九七二：一六七；McLeod & O'Keefe 一九七二：一二六）。

研究現代化的學者發現，一個國家由傳統社會進入現代化的「成就社會」，最顯著的特徵為國民具備了「他人導向」的社會性格（Riesman, Glazer & Denny 一九五〇）及「高度成就需求」（McClelland 一九五〇）。

所謂「他人導向」的社會性格，是指一個人對別人的行動和願望特別敏感，注意他人的看法，一切行為均以同儕的好惡為標準。因此，與同儕團體的關係，遂成為影響一個人動機及行為的重要因素。而所謂與同儕團體的關係，應包含三個層面：(一)親和動機(二)親身接觸(三)親身影響。

我國近年來致力於國家現代化運動，已有相當成就。國民性格中的「他人導向」與「成就需求」，是值得探討的變項。因此本研究以兒童的「成就動機」、「親和動機」、「親身接觸」、「親身影響」為研究的自變項，而以「收看動機」為研究的應變項。

在收看動機方面，以二種方式歸類：(一)依心理需求分為「追求遲延性滿足的收看動機」與「追求立即性滿足的收看動機」；(二)依社會需求分為「接觸性收看動機」與「逃避性收看動機」。

第六項 研究目的與研究設計

綜合本節所述，本研究的目的在於(一)蒐集國小高年級學童收看電視益智猜謎節目（包括「小小精頭腦」、「大頭腦」、「小小奪標」、「小小分秒世界」、「挑戰」等）的動機類型。(二)探討兒童的成就動機、親和動機、親身接觸、親身影響和收看動機間的關係。研究模式可以圖示如下：

性別 社經地位

遲延性滿足 立即性滿足

成就動機

收

親和動機

看

親身接觸

動

親身影響

機

接觸性動機 逃避性動機

【註解】

註一：根據行政院主計處六十七年度「臺灣地區家庭收支調查」，臺灣地區共有彩色電視機一五八七三三八架，黑白電視一七四八四五九架，若以全省三百三十多萬戶人家計算，則幾乎平均每戶人家都有一架電視機。

第二章 假 設

八

兒童與青少年使用媒介主要的參考團體是同儕團體。他們與同儕團體的關係會影響其使用媒介的習慣。個人與同儕團體的關係，可從三個層面來討論：(一)親和動機，屬於心理需求的層面，指個人渴望與他人互動的心理需求。(二)親身接觸，屬於行為的層次，是個人與他人互動的頻次。(三)親身影響，屬於效果的層次，指個人與同儕的整合程度，即個人接受別人以及為別人接受的程度。此外，個人對於成功的定義，是根據參考團體的定義。成就動機高的人。在使用媒介時，會從中吸收「有用」的資料，以達成參考團體的期望。所以，成就動機也會影響個人使用媒介。基於以上理由，本研究以親和動機、親身接觸、親身影響及成就動機為自變項，探討他們如何影響國民小學兒童收看益智猜謎節目的動機。

第一節 親和動機、親身接觸、親身影響和收看動機的關係

一、親和動機：

親和動機是希望和其他人保持良好的關係，以及希望為他人喜愛，為他人接受的一種內驅力 (Young Lesson 一九七三)。多數學者都同意，人類的親和需求 and 生理需求同等重要，或僅次於生理需求 (Maslow 一九七〇)。

親和動機是因爲耽心被疏離而產生的。從正面言，是想與他人建立友好關係；從反面言，是害怕被別人拒絕或排斥。這兩種心理狀況合成親和的需求。簡言之，親和動機愈強者，耽心被疏離的焦慮程度愈高；與他人建立友好關係的慾望也愈強（Atkinson, Heynes & Veroff, 一九五四；French & Chadwick, 一九五六）。

佩爾林（Pearlin 一九五九）曾經研究「心理壓力」與收看電視逃避動機的關係。他指出，造成心理壓力的來源之一，是個人對「朋友」的定義及態度。研究結果，發現那些自我防禦很深，對朋友較不友好、較不信任以及不喜歡有太多朋友的觀眾，比較常藉着收看電視節目逃避現實的「壓力」。反之，對朋友較好、較信任以及較喜歡交朋友的人，較少以電視爲逃避的工具。

由親和動機的理論和以往的研究發現，本研究提出下面的假設：

假設一：親和動機的高低和「接觸性收看動機」的高低呈正相關。

假設二：親和動機的高低與「逃避性收看動機」的高低呈負相關。

二、親身接觸：

一個人的生活中，若有許多與他人互動的機會，在接觸媒介時往往存在着尋求與他人互動資料的心理，媒介內容可提供他在事後與朋友談話的題材；他使用媒介的當時，也是他與朋友共同從事的活動。

麥貴爾等人的研究發現，收看電視益智猜謎節目的觀眾中，以大家庭的成員及擁有衆多左鄰右舍好友的人在獲得社會互動基礎的滿足方面分數最高。在這些人的生活環境中，有更多與他人互動的機會。所以，他在接觸媒介時，尋求與他人互動基礎的動機比他人更爲強烈。

由此，本研究提出下面的假設：

假設三：親身接觸的多寡與「接觸性收看動機」的高低呈正相關。

假設四：親身接觸的多寡與「逃避性收看動機」的高低呈負相關。

三、親身影響

過去許多研究都指出，個人與同儕的整合程度會影響其傳播行爲，包括媒介的選擇、內容的偏好以及暴露的時間等。

希默威等人 (Himmelweit, Oppenheim & Vince 一九五八) 發現，獨生子或父母外出工作的兒童，並非看電視看得最兇的兒童；倒是一些不容易結交朋友、缺乏安全感的兒童，花較多時間看電視。兒童若自覺被同伴所排擠，就會花較多時間看電視。賴爾和赫夫曼 (Lytle & Hoffman 一九七二)、墨里 (Murray 一九七二) 以及約翰史東 (Johnstone 一九七四) 的研究，都發現人際關係不好的兒童，往往成爲電視的「耽溺者」。他們藉看電視節目來逃避現實環境的挫折和壓力。

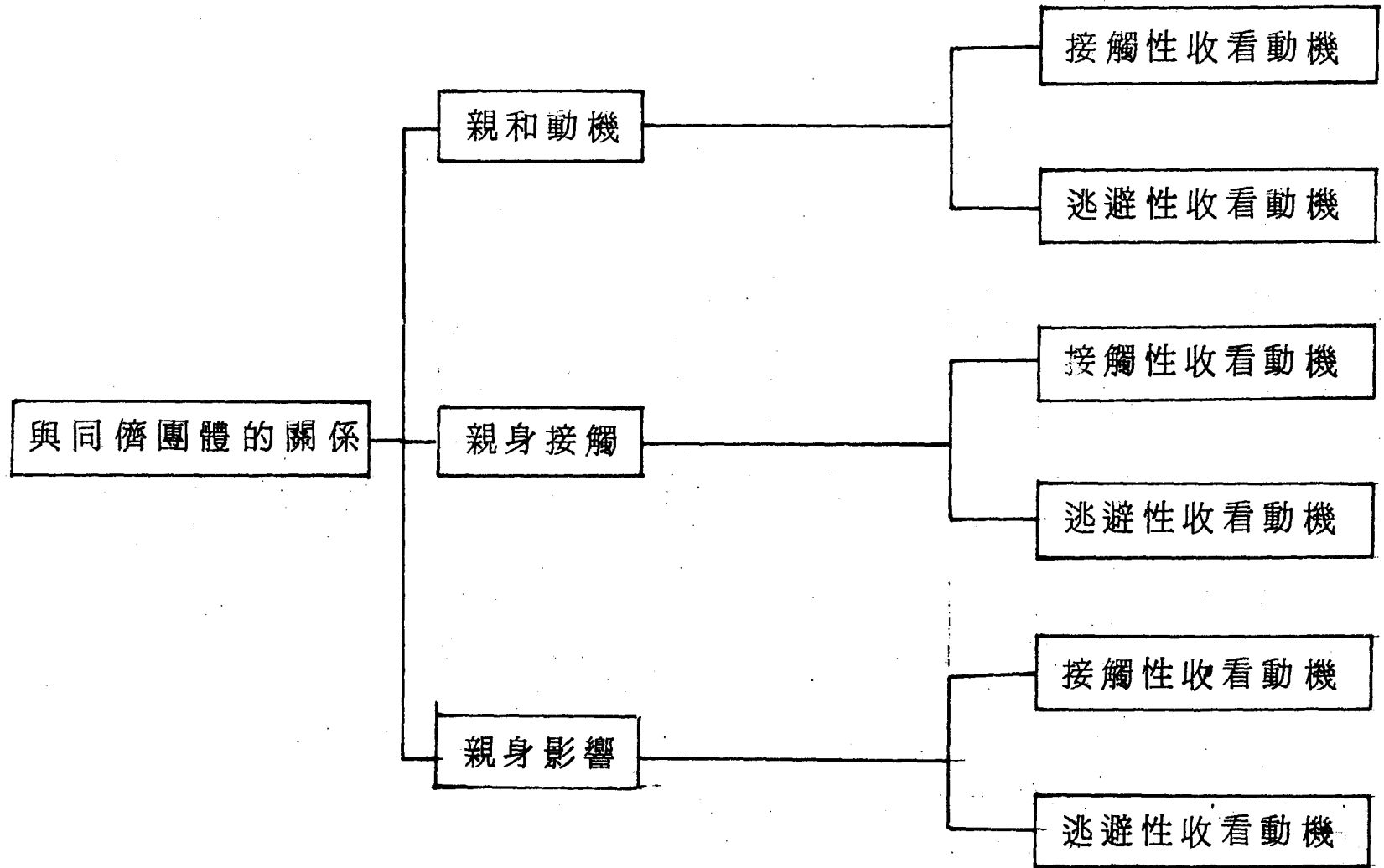
「合羣兒童」和「不合羣兒童」的媒介暴露時間有差異，而且他們對媒介內容的喜好也有所不同。合羣兒童將媒介視爲與玩伴互動資料的來源；不合羣兒童對媒介的經驗主要是滿足幻覺，所以喜歡能助長其幻覺的內容，如暴力或探險的題材 (Riley & Riley 一九五二)。

根據以往的研究發現，本研究提出下面的假設：

假設五：親身影響的大小與「接觸性收看動機」的高低呈正相關。

假設六：親身影響的大小與「逃避性收看動機」的高低呈負相關。

本節研究模式如下..



第二節 成就動機與收看動機的關係

成就動機是指個人對於自己認為重要或是有價值的工作，不但願意去做而且力求達到完美地步的一種內在心理歷程（張春興，民六十五年：四一九）。

成就動機高的人，其抱負水準也高，不以現狀為滿足；希望經由自己的努力獲致將來更大的成功。為了達到目標，他可以放棄眼前的享受，積極求取知識，改進自我，追求將來的成功。所以高成就動機，表現在使用媒介方面，是一種追求遲延性滿足的動機。

根據朱謙（Chu 一九六七）的定義，所謂遲延性滿足，就是個人為了將來獲得更大的報償而延緩目前享受的傾向。

施蘭姆（Schramm 一九四九：二五九——二六九）認為，人在選擇新聞時，往往期望獲得報償。報償可分為二類：一類是立即性報償（immediate reward），亦即佛洛伊德（Freud）所謂基於「快樂原則」（pleasure principle）所得的報償；另一類是遲延性報償（delayed reward），亦即根據「現實原則」（reality principle）所獲得的報償。

施蘭姆認為，對於犯罪、體育、人情味、娛樂性等報導，讀者不必親身參與，在閱讀時就可得到一種替代性的經驗，產生一種立即性的滿足。

至於公共事務、經濟、社會、政治等報導，讀者閱讀時可能覺得枯燥乏味或受到威脅。但這些資料却可讓讀者獲得生活環境的消息，為生活預作準備以便適應。這些報導提供的是遲延性的報償。

以往學者的研究，發現成就動機和媒介內容的偏好有關：成就動機高的人，偏向於選擇媒介中可提

供遲延性滿足的材料；成就動機低的人，偏向於選擇媒介中提供立即性滿足的材料。（Rees 一九六七：六八八；朱邦賢，民國六十六年）。

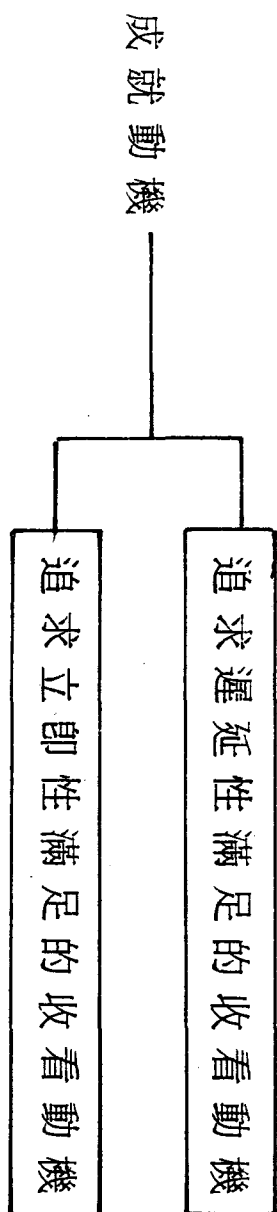
史特勞斯（Straus 一九六二：三二八——三三五）也發現追求遲延性滿足的程度與成就動機呈正相關。將社會經濟地位及智力程度等因素控制起來；追求遲延性滿足的程度與成就動機，仍呈顯著的正相關。

由成就動機的理論及以往的研究發現，本研究提出下面的假設：

假設七：成就動機的高低與「追求遲延性滿足的收看動機」的高低呈正相關。

假設八：成就動機的高低與「追求立即性滿足的收看動機」的高低呈負相關。

研究模式圖示如下：



第四節 性別與家庭社經地位干擾成就動機與收看動機的關係

一、性別影響收看動機與成就動機

性別是影響人們使用媒介的因素之一。過去的研究指出男性喜歡媒介的硬性內容，女性喜愛軟性內容。

這種性別差異，是因為男女在社會化過程中獲取的社會價值不同。

在我們的社會中，女孩子被認為應將興趣放在家庭，男孩子則被期望在事業上有成就。長久暴露在這種暗示下，形成男女兩性興趣上的差異。由於男女對媒介的接觸動機不同，所以，對媒介內容偏好亦不相同。

一般說來，女性較傾向於從媒介中追求立即性滿足；男性則較傾向於追求遲延性滿足。

此外，男女兩性由於社會化過程不同，其成就動機高低亦有差異。一般而言，男性由於在社會化過程中，經常被寄以較高的期望，所以其自我的期望水準較高，追求成功的機率亦較強。所以，其成就動機較女性高。

性別因素影響成就動機的高低、亦影響收看動機趨向追求遲延性滿足或追求立即性滿足。因此，在探討成就動機與收看動機的關係時，本研究進一步控制性別的因素。研究時將男女生分開，分別求其成就動機與收看動機的關聯性。並在假設七、八之後，提出下面兩個副假設：

假設七A：成就動機的高低，與「追求遲延性滿足的收看動機」的高低正相關，在控制性別的因素後仍然成立。

假設八A：成就動機的高低，與「追求立即性滿足的收看動機」的高低負相關，在控制性別因素後仍然成立。

二、家庭社經地位影響收看動機與成就動機：

過去許多研究都發現，家庭社經地位與使用印刷媒介呈正相關；與使用圖像媒介呈負相關。(Himmelfeit Oppenheim & Vince 一九五八；Bailey 一九五九；Greenberg & Dominick 一九六八；Wade 一九七一；陳達羣，民六十五年)。另外，家庭社經地位也影響媒介內容的選擇。史奈德 (Schneider & Suerre 一九六五：一四二—一四九) 發現，經濟地位低者，閱讀書籍雜誌時，較偏向於立即性滿足的追求。個中道理，正如他們喜歡現鈔而不喜歡支票一樣。他並且認為「遲延性滿足」的能力，是中產階級有別於低層階級的特徵。

這些研究的結果指出，家庭社經地位高者，在使用媒介時，傾向於追求遲延性的滿足；家庭社經地位低者，傾向於追求立即性的滿足。

此外，家庭社經地位的高低亦會影響兒童成就動機的高低。羅伯斯 (Roberts 一九七三) 指出，在美國，父母的使用媒介行為可能反映他們對兒童社會化時所傳遞的價值取向。因此，會轉而影響兒童使用媒介。一般而言，家庭社經地位的高低與使用印刷媒介呈正相關，與使用圖像媒介呈負相關。這反映了美國中產階級崇尚工作、活動、自我增進和計劃的規範，也反映了勞工階級缺少向上移動性、自我增進的努力和好逸惡勞的習慣。因此，在高社經地位家庭中社會化的兒童，其成就動機較高；在低社經地位家庭中社會化的兒童，其成就動機較低。

由於家庭社經地位的高低影響成就動機的高低，亦影響收看動機的趨向追求遲延性滿足或追求立即性滿足。因此，在探討成就動機與收看動機的關聯時，爲了消除家庭社經地位因素的干擾，本研究進一

步控制家庭社經地位的因素。分析時將高家庭社經地位兒童與低家庭社經地位兒童分開，分別求其成就動機與收看動機的關聯性。並在假設七、八之後，提出下面兩個副假設。

假設七B：成就動機的高低，與「追求遲延性滿足的收看動機」的高低正相關，在控制家庭社經地位的因素後仍然成立。

假設八B：成就動機的高低與「追求立即性滿足的收看動機」的高低負相關，在控制家庭社經地位的因素後仍然成立。

第三章 研究方法

第一節 問卷設計

本研究的問卷分爲七部份：

第一部份：個人基本資料，包括性別、學校。

第二部份：兒童收看电视益智猜謎節目的情形，包括對於各個電視益智猜謎節目（如「小小精頭腦」、「大頭腦」等）兒童是否收看及收看的程度；以及在七類電視節目中（新聞評論節目、外國影集及長片、綜藝節目、電視劇及連續劇、益智猜謎節目、卡通影片、社教節目）兒童喜歡看益智猜謎節目的程度。

第三部份：兒童收看益智猜謎節目的動機。收看動機測量表，包括三十四個敘述題目（statements），係作者譯自麥貴爾等人（McQuail, Blumler & Brown 一九七二）的研究，並加以修訂而成。

麥貴爾等人的動機量表是邀集數位電視益智猜謎節目的固定觀眾做錄音訪問，根據他們陳述的收看動機或滿足的資料，分析整理而成四十個題目。由於該研究的訪問對象為成人，作者將其中不適用於國小高年級學童的題目加以刪除。如「它使我回想起從前在學校的日子」、「孩子們能從中學得到很多知識」等，均刪除，剩下三十四個題目。每個題目後面，依次有「非常適合」、「還算適合」、「不太適合」、「非常不適合」四個答案，請受試者就其收看益智猜謎節目的情形，選擇一個答案。並依下述配分法計分：選「非常適合」者給四分，選「還算適合」者給三分，選「不太適合」者給2分，選「非常不適合」者給一分。

第四部份：個人的親身影響。本量表係作者參考朱邦賢在民國六十六年發表的「雜誌讀者閱讀動機與滿足的研究」一文中量表刪訂而成，用來測量兒童接受別人及被別人接受的程度。如「你是否接受別人的勸告」、「別人是否接受你的勸告」等。量表共包括九個題目，每一題後都有「幾乎從沒有」、「很少」、「時常」、「幾乎總是」等四個答案。除了七、八兩題外，答「幾乎從沒有」的給一分，答「很少」的給二分，答「時常」的給三分，答「幾乎總是」的給四分。七、八兩題，答「幾乎從沒有」的給四分，答「很少」的給三分，答「時常」的給二分，答「幾乎總是」的給一分。九題的總分，便是親身影響變項的分數。

第五部份：個人的親身接觸。本量表係作者參考「臺灣地區民衆傳播行為研究」（徐佳士、楊孝潔、潘家慶，民六十四年）的親身接觸量表刪訂而成，用來測量兒童和同儕互動的頻次，如「你是否常去同學家做功課或玩耍」等。量表共包括五題，計分法與第四部份同。五題的總分，即為親身接觸變項的分數。

第六部份：個人的親和動機。本量表採用黃國彥、鄭慧玲、楊國樞（民六十七年）所修訂的愛德華個人喜好量表（EPPS）中親和需求的部份，用來測量兒童對同儕親和的意願程度，如「你樂於替朋友做事」等。量表共有七題，請受試者就每個題目，在「非常不如此」、「相當不如此」、「有點不如此」、「還算如此」、「相當如此」、「非常如此」中選一個最適合的答案，分別給予六、五、四、三、二、一分。七題的總分即為親和動機變項的分數。

第七部份：個人的成就動機。因為調查對象是國小高年級學童，倘欲測其成就動機，自以學業成就動機最為適當。本研究所謂的成就動機，即指「學業成就動機」而言。本研究所採用的「學業成就動機量表」，是美國密蘇里大學教授羅素（Ivan C. Russell）所編製，由林邦傑（民六十年）譯成中文、修訂後用以研究我國國民中學學生學業成就與人格特質的關係。量表包括二十八個題目，受試者依照自己的情況答「是」或「否」。其中一、二、四、七、八、十、十二、十三、十四、十七、十九、二十一、二十二、二十四、二十五、二十六、二十八答「是」以及三、五、六、九、十一、十五、十六、十八、二十、二十三、二十七答「否」的各給一分，反之，則給零分。二十八題的總分便是學業成就動機變項的分數。

第二節 預試

預試於民國六十八年三月間舉行。預試對象是古亭國小五年級學生五十名。預試採用集體測驗（group test）的方式，由學生自行填寫答案，但鼓勵其就題意不清楚或作答方式不明白之處舉手發問。

預試的目的有三：

- (一)測量作答問卷所需時間。
- (二)修改文字，以適合國小五年級學童的理解程度。
- (三)檢查各量表題目是否具有鑑別力。問卷收回後，檢查每一個題目答案的分佈狀態，是否有過於偏頗的現象。有則修改題目或逕予廢除。

第三節 抽樣

本研究僅以臺北市國小高年級學童為樣本總體抽樣，同時為顧及學童家庭社經地位的差異，採立意抽樣（purposive sampling）方式，分別選取一般家庭社經地位較高的城中區西門國小、松山區的敦化國小、民生社區的民族國小、古亭區的國語實小以及一般家庭社經地位較低的木柵安康社區內的明道國小、松山區的三興國小、雙園區的東園國小。

學校選定後，在各校內依隨機方式抽取五年級兩班學生為施測對象。

第四節 資料收集

正式問卷測驗於民國六十八年六月間舉行，由作者與另一主試人持問卷至各校，以課堂集體測驗方式進行。由學生自行填寫答案，待全班作答完畢收回。大約費一堂課時間。蒐集資料前後達二週，計得問卷六百一十一份。

第五節 資料處理與統計分析

收回受試學童所答問卷，經過檢查後，剔除作答不完全的廢卷，實際列入統計處理的問卷共五百八十九份。其中男性學童三百零四人，女性學童二百八十五人；高家庭社經地位的學童三百七十六人，低家庭社經地位的學童二百一十三人。

有效問卷經整理後，即進行符碼化打卡，最後以電腦（SPSS）處理分析：

統計方法：

(一)百分比：有關樣本的基本特徵，如性別、學校的分佈情況以百分比統計。有關收看益智猜謎節目的情形亦以百分比統計。

(二)集羣分析（cluster analysis）：收看益智猜謎節目的動機，以集羣分析分為幾個基本類型。先就所有的項目求出一個二四乘以三四的相關係數矩陣，然後依照一種集羣分析的方法（McQuitty's elementary linkage analysis 一九五七），將所有項目分為若干集羣，使每一集羣內項目間的平

均相關係數達於最大程度，而不同集羣內項目間相關係數達於最小程度。每一個項目均被分派到某一集羣，且只屬於該集羣（雖然其中某些特殊的項目可能同時適合於一個以上的集羣）。

(三)簡單相關：有關自變項（親和動機、親身接觸、親身影響、成就動機）和應變項（收看動機）間的關係，以簡單相關統計。

(四)淨相關：親和動機、親身接觸、親身影響和收看動機的關係，進一步以淨相關統計。

第六節 量表的內部一致性考驗與受試答案的離散情形

本研究的親和動機、親身接觸、親身影響、學業成就動機等量表題目，先以百分比統計答案的分佈情形，並未發現答案過度集中或偏頗的題目。

其次，就量表的內部一致性進行考驗：

(一)親身影響：就單項和總和的相關係數考驗其內部的一致性，計有一(〇·四三七九)、二(〇·四五四八)、三(〇·五〇七七)、四(〇·五二三八)、五(〇·五四八二)、六(〇·六一八一)、八(〇·四九〇八)、九(〇·四五六二)等題達到標準(〇·四〇·八之間)。

(二)親身接觸：就單項與總和的相關係數考驗其內部一致性，五題的單項與總和的相關係數分別為〇·五四三九，〇·六〇五一，〇·五一六九，〇·五〇五五，〇·五〇八三，全部達到標準(〇·四〇·八之間)。

(三)親和動機：就單項與總和的相關係數考驗其內部一致性，七題的單項與總和的相關係數分別是〇

·七四七〇，〇·七三三八，〇·七四七三，〇·七五一六，〇·六六二三，〇·七二四三，〇·六三四五，全部達到標準（〇·四〇·八之間）。

(四)學業成就動機：本測驗的折半相關係數高達〇·九四五。

各自變項量表受試回答總分的離散情形，見表三之一。

表三之一：各自變項量表受試回答總分的離散情形表

	親和動機	親身接觸	親身影響	成就動機
平均數	34.999	12.285	21.554	13.799
標準差	6.130	2.021	3.078	2.336
最小值	7	6	11	7
最大值	42	20	30	20
全距	35	14	19	13

第四章 資料分析

第一節 兒童收看電視益智猜謎節目的情形

表四~一 兒童喜歡看益智猜謎節目的程度

順位 節目類別	第 1 第		第 2 第		第 3 第		第 4 第		合 計	百分比
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比		
新聞評論節目	38	6.5%	46	7.8%	75	12.7%	85	14.4%	244	41.4%
外國影集及長片	36	6.1%	68	11.7%	117	19.0%	106	18.0%	327	55.7%
綜 藝 節 目	9	1.5%	35	5.9%	66	11.2%	81	13.8%	191	32.4%
電視劇及連續劇	21	3.6%	93	15.8%	94	16.0%	91	15.4%	299	50.8%
益智猜謎節目	84	14.3%	216	36.7%	115	19.5%	71	12.1%	486	82.5%
卡通影片	386	65.5%	92	15.6%	46	7.8%	37	6.3%	561	95.2%
社 教 節 目	17	2.9%	39	6.6%	75	12.7%	117	15.5%	248	42.1%

一、兒童喜歡看益智猜迷節目的情形

由表四一二的統計數字可以看出，在七類電視節目中，益智猜迷節目是僅次於卡通影片，為兒童最喜歡看的節目。

在本研究的調查對象中，有一四·三%的人將益智猜迷節目選為最喜歡看的節目；三六·七%的人選為第二喜歡看的節目；一九·五%的人選為第三喜歡看的節目；一二·一%的人選為第四喜歡看的節目，合計有八二·五%的人選為七類節目中最喜歡看的前四名。

由表四一二的數字顯示，在七類節目中，最受兒童喜愛的是卡通影片，有六五·五%的人將卡通影片選為最喜歡看的節目；共有九五·二%將益智猜迷節目選為七類節目中最喜歡看的前四名。（受測兒童在填答喜愛七類節目中那一類之前，先填答常看七類節目中那一類）。

二、兒童收看各益智猜迷節目的情形

表四～二 兒童收看益智猜謎節目頻率

	從不看	有時看	經常看	每次都看
小小精頭腦	7.3%	66.5%	23.2%	3.1%
大頭腦	3.1%	57.1%	37.8%	7.1%
小小奪標	1.7%	44.5%	40.9%	12.5%
小小分秒世界	7.8%	68.9%	18.0%	4.5%
挑戰	4.2%	24.2%	34.0%	33.1%

第二節 兒童收看電視益智猜謎節目動機的類型

兒童收看益智猜謎節目的動機，經集群分析後，可分為下列幾種類型：

- 一、求取新知及自我評估，譬如他（她）說：
 - (一)我能從這些節目中學得很多東西。
 - (二)我的確學了一些新的東西。

(三)我覺得自己進步了。

(四)我喜歡探討新知識。

(五)我發現自己知道的出乎意料的多。

(六)有些題目太深了，我覺得跟不上。

二、尋求娛樂，譬如他（她）說：

(一)這些節目使家人團聚一起，共享樂趣。

(二)這些節目的比賽是令人興奮的。

(三)這些節目具有娛樂性。

(四)我喜歡這些節目熱鬧的聲音充滿室內。

三、尋求社會互動的基礎，譬如他（她）說：

(一)我覺得好像自己在比賽一樣。

(三)我喜歡同家人一起想答案。

(二)節目完後，我會回想其中的一些問題。

(四)我可以和參加節目的小朋友比賽。

四、尋求刺激，譬如他（她）說：

(一)我喜歡看一些真正的高手，展露他們知識的淵博。

(二)我喜歡的一方真的獲勝時，我覺得很高興。

(三)我喜歡競爭激烈的比賽，真夠刺激。

（四）猜對答案時，我覺得很痛快。

這些分析，可說明益智猜謎節目對觀眾的訴求是多重的，正如赫佐格所說「它們不同的層面，對不同的人有不同的訴求力。」（Herzog, 一九四〇）。

我國國小高年級學童收看電視益智猜謎節目的動機，主要可分為四種類型。第一類動機包括了麥貴爾等人所謂的「求取新知」及「自我評估」。

第二類動機可稱為「尋求娛樂」的動機。這些節目被認為是有娛樂性的，節目中的比賽令人興奮。當兒童寂寞時，節目中熱鬧的聲音，能發揮陪伴的作用；當家人共同收看時，這種老少咸宜性質的節目，能使閤家團聚一起，共享樂趣。

第三類動機可稱為「尋求社會互動的基礎」。在收看時，兒童可以同家人一起想答案；節目完後，盼望和別人討論這些節目，可見這些節目提供了人際互動的基礎。本集群中，互動的對象不限於生活環境中的人（如家人、朋友），還包括節目中的人。兒童能將自己溶入節目中，和節目中的人互動。

第四類動機可稱為「尋求刺激」。益智猜謎節目的競賽性質，容易激起刺激興奮的感覺。例如節目中出現真正的高手，大顯身手；或競爭激烈的比賽，都會讓觀眾覺得刺激過癮。而個人猜對答案，或是預測得勝者正確時，也會有興奮的感覺。

本研究以個人的心理需求為區分標準，可知兒童收看益智猜謎節目的動機中，第一類「求取新知與自我評估」及第三類「尋求社會互動的基礎」具有遲延性滿足的性質；第二類「尋求娛樂」與第四類「尋求刺激」具有立即性滿足的性質。

本研究並以個人的社會需求為區分標準，可知兒童收看益智猜謎節目的動機中，第一類「求取新知與自我評估」是個人尋求對所處環境認知的增加，與應付環境挑戰能力的增進；第三類「尋求社會互動的基礎」是尋求與環境中其他人的接觸。這兩者屬於「接觸性動機」。第二類「尋求娛樂」與第四類「尋求刺激」可視為「逃避性動機」。但此處「逃避」應作廣義解釋，不僅包括消極從收看電視益智猜謎節目尋求刺激以「逃避」現實生活的煩惱或壓力；也包括主動從其中尋求快樂，以調劑身心或解除寂寞，達到轉移（diversion）的效果。

這兩種歸類方式，是針對兩類目自變項不同性質而做的區分。根據成就動機的特質，將收看動機，依心理需求分為「追求遲延性滿足」與「追求立即性滿足」兩種。根據親和動機、親身接觸、親身影響的特質，將收看動機，依社會需求分為「接觸性收看動機」與「逃避性收看動機」。這二種歸類所使用的名稱不同，但包含的內容却一致。「追求遲延性滿足的收看動機」，亦可稱之為「接觸性收看動機」，包含「求取新知與自我評估」以及「尋求社會互動基礎」的收看動機。「追求立即性滿足的收看動機」，亦即「逃避性收看動機」，包含「尋求娛樂」與「尋求刺激」的收看動機（註一）。

第三節 親和動機、親身接觸、親身影響、成就動機與收看電視益智猜謎節目動機的關聯性

表四~三 親和動機、親身接觸、親身影響、成就動機與收看動機的相關係數

(N = 588, * 表示顯著, $\alpha = .001$)

	親和動機	親身接觸	親身影響	成就動機
求取新知與 自我評估	$r = .2775^*$ S = .001	$r = .1867^*$ S = .001	$r = .2607^*$ S = .001	$r = .3038^*$ S = .001
尋求娛樂	$r = .1611^*$ S = .001	$r = .1590^*$ S = .001	$r = .1330^*$ S = .001	$r = .1523^*$ S = .001
尋求社會 互動基礎	$r = .2605^*$ S = .001	$r = .1930^*$ S = .001	$r = .2742^*$ S = .001	$r = .2864^*$ S = .001
尋求刺激	$r = .1082$ S = .009	$r = .1064$ S = .010	$r = .1070$ S = .009	$r = .1843^*$ S = .001

本研究自變項（親和動機、親身接觸、親身影響、成就動機）與（求取新知與自我評估、尋求娛樂、尋求社會互動的基礎、尋求刺激等收看動機）的關聯情形，見表四之三。現將各自變項與應變項的關聯情形分別分析如下：（分析時剔除未收看過電視益智猜謎節目的一名受試人，樣本總數為五八八，相關統計結果，以 $P \cdot 001$ 為顯著（*表示顯著）。

第一項 親和動機與接觸性收看動機的關聯性：

- 一、親和動機與「求取新知與自我評估」收看動機呈正相關 $r = .2775$ ，顯著。
 - 二、親和動機與「尋求社會互動基礎」收看動機呈正相關， $r = .2605$ ，顯著。
- 由一、二的結果顯示，假設一（親和動機的高低與接觸性收看動機的高低呈正相關）得到支持。

第二項 親和動機與逃避性收看動機的關聯性：

- 一、親和動機與「尋求娛樂」收看動機呈正相關， $r = .1611$ ，顯著。
 - 二、親和動機與「尋求刺激」收看動機二者間相關係數不顯著，趨向於無關。
- 由一、二的結果顯示，假設二（親和動機的高低與逃避性收看動機的高低呈負相關）未獲支持。
- 比較假設一與假設二，親和動機似較能解釋接觸性收看動機，較不能解釋逃避性收看動機。

第三項 親身接觸與接觸性收看動機的關聯性：

- 一、親身接觸與「求取新知與自我評估」收看動機呈正相關， $r = .1867$ ，顯著。
 - 二、親身接觸與「尋求社會互動基礎」收看動機呈正相關， $r = .1930$ ，顯著。
- 由一、二的結果顯示，假設三（親身接觸的多寡與接觸性收看動機的高低呈正相關）得到支持。

第四項 親身接觸與逃避性收看動機的關聯性：

一、親身接觸與「尋求娛樂」收看動機呈正相關， $r = .1590$ ，顯著。

二、親身接觸與「尋求刺激」收看動機間相關係數不顯著，趨向於無關。

由一、二的結果顯示，假設四（親身接觸的多寡與逃避性收看動機的高低呈負相關）未獲支持。

比較假設三與假設四，親身接觸似較能解釋接觸性收看動機，較不能解釋逃避性收看動機。

第五項 親身影響與接觸性收看動機的關聯性：

一、親身影響與「求取新知與自我評估」收看動機呈正相關， $r = .2607$ ，顯著。

二、親身影響與「尋求社會互動基礎」收看動機呈正相關， $r = .2742$ ，顯著。

由一、二的結果顯示，假設五（親身影響的大小與接觸性收看動機的高低呈正相關）得到支持。

第六項 親身影響與逃避性收看動機的關聯性：

一、親身影響與「尋求娛樂」收看動機呈正相關， $r = .1330$ ，顯著。

二、親身影響與「尋求刺激」收看動機二者間相關係數不顯著，趨向於無關。

由一、二的結果顯示，假設六（親身影響的大小與逃避性收看動機的高低呈負相關）未獲支持。

比較假設五與假設六，親身影響似較能解釋接觸性收看動機，較不能解釋逃避性收看動機。

第七項 「親和動機、親身接觸、親身影響」與「接觸性收看動機、逃避性收看動機」的關聯性。

從以上假設一與假設二比較，假設三與假設四比較，假設五與假設六比較，得知由親和動機、親身接觸、親身影響三個研究層面所構成「與同儕團體的關係」此一因素，對接觸性收看動機較有解釋力，

對逃避性收看動機較缺乏解釋力。

這種情形顯示了下列兩點意義：

(一)從兒童的「與同儕團體的關係」，我們只能看出他的「接觸性收看動機」，至於兒童的「逃避性收看動機」，其主要的影響可能來自「非同儕團體」因素。因此，欲了解兒童的「逃避性收看動機」情形，必須在非同儕團體的因素中去找具有解釋力的因素。

(二)兒童收看動機的性质，相對而言，逃避性收看動機具有「自我」傾向的內導性質；接觸性收看動機則具有「人際」傾向的外導性質。「與同儕團體的關係」是屬於「人際」傾向的外導性質的因素。所以，對接觸性收看動機具有解釋力，對逃避性收看動機則無。由此可以推論，若欲了解兒童逃避性動機的情形，不但得在非同儕團體因素中去找具有解釋力的因素，而且，所謂具有解釋力的因素，必定是具有「自我」傾向的內導性質。

另外，就「與同儕團體的關係」因素與「接觸性收看動機」的關聯性而言，由於「與同儕團體的關係」因素是由親和動機、親身接觸、親身影響三個研究層面所構成。這三個層面並非截然互斥，而是相互重疊的。那就有必要探討各個單一層面在除去另兩個層面的交互影響（interaction）後與接觸性收看動機的關聯性，以進一步了解在「與同儕團體的關係」因素中，真正對兒童接觸性收看動機產生影響的，究竟是那一個層面。

因此，本研究進一步就「親和動機」、「親身接觸」、「親身影響」與「接觸性收看動機」的關聯情形，做淨相關分析。

表四～四 親和動機、親身接觸、親身影響與接觸性收看動機的淨相關係數

(N = 588, 表示顯著, $\alpha = .001$)

	親和動機(3)	親身接觸(4)	親身影響(5)
求取新知與自我評估(1)	$r_{13.45} = .1839^*$ S = .001	$r_{14.35} = .0639$ S = .123	$r_{15.34} = .1578^*$ S = .001
尋求社會互動的基礎(2)	$r_{23.45} = .1590^*$ S = .001	$r_{24.35} = .0682$ S = .099	$r_{25.34} = .1782^*$ S = .001

表四～四顯示：

(一)親和動機與「求取新知與自我評估」收看動機，經排除親身接觸與親身影響後的淨相關係數，為 $r = .1839$ ，顯著。

(二)親和動機與「尋求社會互動基礎」收看動機，經排除親身影響後的淨相關係數為 $.1590$ ，顯著。

(三)親身接觸與「求取新知與自我評估」收看動機，經排除親和動機與親身影響後的淨相關係數為 $r = .0639$ ，不顯著。

(四)親身接觸與「尋求社會互動基礎」收看動機，經排除親和動機與親身影響後的淨相關係數為 .0628，不顯著。

(五)親身影響與「求取新知與自我評估」收看動機，經排除親和動機與親身接觸後的淨相關係數為 -.1578，顯著。

(六)親身影響與「尋求社會互動基礎」收看動機，經排除親和動機與親身接觸後的淨相關係數為 .1782，顯著。

從上述分析看，就「與同儕團體的關係」三個研究層面與「接觸性收看動機」的關聯性形而言，真正具有解釋力的，是「親和動機」與「親身影響」；「親身接觸」並不具有解釋力。

這種情形顯示的意義是：

兒童只要對同儕團體有較高的「親和動機」與「親身影響」，對益智猜謎節目就會有較高的「接觸性收看動機」，不一定得與同儕團體有較多的「親身接觸」。換言之，兒童只要對同儕團體有相當的參考 (reference) 作用，而不必有實質上的互動 (親身接觸)。或者說，只要對同儕團體有互動的意願，或自認與同儕有相當程度的整合，而不一定在實際生活中有互動行為，其對益智猜謎節目的收看動機即具有接觸性。由此可知推論：即使是與同儕團體缺乏實質互動的兒童，也可以「預期」從收看益智猜謎節目中，獲得「社會互動」的滿足。因此，我們可以肯定，電視媒介的確是人的一種延伸 (extension)，確實具有提供「替代性互動與接觸」的功能。

第八項 成就動機與追求遲延性滿足收看動機的關係：

表四、五顯示：

- (一)成就動機與「求取新知與自我評估」收看動機呈正相關， $r = .3038$ ，顯著。
 - (二)成就動機與「尋求社會互動基礎」收看動機呈正相關， $r = .2864$ ，顯著。
- 由一、二的結果顯示，假設七（成就動機的高低與追求遲延性滿足之收看動機的高低呈正相關）獲得支持。

性別會影響個人收看動機是趨向追求遲延性滿足或追求立即性滿足；性別亦會影響個人成就動機的高低。本研究在探討成就動機與追求遲延性滿足收看動機的關聯時，進一步控制性別因素的干擾，以確定成就動機與追求遲延性滿足收看動機的正相關，是真正存在，而非性別因素的影響所造成。

表四~五 成就動機與收看動機的相關係數——控制性別因素
 (男 = 304 , 女 = 285 , * 表顯著。 $\alpha = .001$)

自變項	應變項 性別	求取新知與 自我評估	尋求娛樂	尋求社會互 動基礎	尋求刺激
		成就 動機	男	$r = .2910^*$ $S = .001$	$r = .1418$ $S = .013$
	女	$r = .3311^*$ $S = .001$	$r = .1586$ $S = .007$	$r = .2990^*$ $S = .001$	$r = .2053^*$ $S = .001$

表四（五顯示）：

- 一、男生的成就動機與「求取新知與自我評估」的收看動機呈正相關， $r = .2910$ ，顯著。
 - 二、男生的成就動機與「尋求社會互動基礎」的收看動機呈正相關， $r = .2770$ ，顯著。
 - 三、女生的成就動機與「求取新知與自我評估」的收看動機呈正相關， $r = .3311$ ，顯著。
 - 四、女生的成就動機與「尋求社會互動基礎」的收看動機呈正相關， $r = .2990$ ，顯著。
- 由一、二、三、四的結果顯示，成就動機與追求遲延性滿足的收看動機，在控制性別的因素後，仍呈顯著正相關。假設七A（成就動機的高低與「追求遲延性滿足的收看動機」的高低呈正相關，在控制性別因素後仍然成立）得到證實。

另外，由於家庭社經地位的高低會影響個人收看動機趨向追求遲延性滿足或追求立即性滿足，亦會影響個人成就動機的高低。本研究在探討成就動機與追求遲延性滿足的收看動機關聯性時，進一步控制家庭社經地位的因素，以確定成就動機與追求遲延性滿足收看動機的正相關，是真正存在，而非家庭社經地位因素的影響所造成。

表四～六 成就動機與收看動機相關係數——控制社經地位因素

(高社經地位 = 376, 低社經地位 = 213 * 表顯著, $\alpha = .001$)

自變項 成就動機	應變項 社經地位		求取新知與 自我評估	尋求娛樂	尋求社會互 動基礎	尋求刺激
	高社經 地位	低社經 地位				
成就動機	高社經 地位		$r = .3492^*$ $S = .001$	$r = .1844^*$ $S = .001$	$r = .3105^*$ $S = .001$	$r = .1705^*$ $S = .001$
	低社經 地位		$r = .2131$ $S = .002$	$r = .1112$ $S = .106$	$r = .2365^*$ $S = .001$	$r = .1877$ $S = .006$

表四～六顯示：

一、家庭社經地位高者的成就動機與「求取新知與自我評估」的收看動機呈正相關, $r = .3492$, 顯著。

二、家庭社經地位高者的成就動機與「尋求社會互動基礎」的收看動機呈正相關, $r = .3105$, 顯著。

三、家庭社經地位低者的成就動機與「求取新知與自我評估」的收看動機二者間相關係數 $r = .2131$ ，不顯著，趨向於無關。

四、家庭社經地位低者的成就動機與「尋求社會互動基礎」的收看動機呈正相關， $r = .2365$ ，顯著。

由一、二的結果顯示，成就動機與追求遲延性滿足的收看動機，在高家庭社經地位的兒童彼此之間，仍呈正相關，相關係數達於顯著水準。

由三、四的結果顯示，在低家庭社經地位的兒童中，成就動機對追求遲延性滿足的收看動機只有部份解釋力。所以假設八A（成就動機的高低與「追求遲延性滿足的收看動機」的高低呈正相關），在控制家庭社經地位的因素後仍然成立）部份獲得支持。此一現象只出現在高家庭社經地位的兒童中。

第九項 成就動機與追求立即性滿足收看動機的關聯性：

一、成就動機與「尋求娛樂」的收看動機呈正相關， $r = .1523$ ，顯著。

二、成就動機與「尋求刺激」的收看動機呈正相關， $r = .1843$ ，顯著。

由一、二的結果顯示，假設八（成就動機的高低與「追求立即性滿足的收看動機」的高低呈負相關）未獲支持。

本研究的資料顯示，國小高年級學童的成就動機，與追求遲延性滿足的收看動機及追求立即性滿足的收看動機皆呈正相關。但成就動機與追求遲延性滿足收看動機的相關係數高於成就動機與追求立即性滿足的相關係數。

這可能歸因所謂遲延性滿足與立即性滿足只是一種相對的比較，而不是絕對的標準。所以，本研究測得收看動機的分類，只能算是相對性的遲延性滿足與相對性的立即性滿足。

由於本研究涉及電視益智猜謎節目，與差不多同時段播出的其他兒童節目（如卡通影片）相較，顯然傾向提供遲延性滿足的內容。所以，兒童在收看這類節目時，可能有尋求遲延性滿足的預存立場。因此，應變項所顯示的四個收看動機類型，其性質雖可相對區分出遲延性滿足和立即性滿足，但若以全部的電視節目為相互比較的標準，這四個類型的項目可能都趨向遲延性滿足。所以，本研究的資料顯示，成就動機與四類收看動機均呈正相關，而「求取新知與自我評估」與「尋求社會互動基礎」的收看動機，較「尋求娛樂」與「尋求刺激」的收看動機更傾向於追求遲延性滿足。因此，成就動機與前二者的相關係數高於成就動機與後二者的相關係數。這種情形正可以說明遲延性滿足與立即性滿足的相對觀念。

性別會影響收看動機追求遲延性滿足或立即性滿足，亦會影響成就動機的高低。本研究在探討成就動機與追求立即性滿足收看動機的關聯時，進一步控制性別的因素，以確定成就動機與追求立即性滿足收看動機的關聯真正存在，而非性別因素的影響力所造成。基於前述「遲延性——立即性」的相對觀念，假設七B（成就動機的高低與追求立即性滿足收看動機高低的負相關，在控制性別因素後仍然成立），應修正為：假設七B：（成就動機的高低與追求立即性滿足收看動機的高低的正相關，在控制性別的因素後仍然成立。）

由表四、五的資料顯示：

一、男生的成就動機與「尋求娛樂」的收看動機二者間相關係數未達顯著水準，趨向於無關。

二、男生的成就動機與「尋求刺激」的收看動機呈正相關， $r = .2113$ ，達顯著水準。

三、女生的成就動機與「尋求娛樂」的收看動機，二者間相關係數未達顯著水準，趨向於無關。

四、女生的成就動機與「尋求刺激」的收看動機呈正相關， $r = .2053$ ，達顯著水準。

由一、三的結果顯示，從成就動機與「尋求娛樂」收看動機是否相關觀察，在控制性別的因素後，男女都趨向無關。由二、四的結果顯示，在成就動機與「尋求刺激」收看動機，無論男女都呈正相關。假設七B部份獲得支持。成就動機與追求立即性滿足收看動機的正向關聯，在控制性別因素後，成就動機與「尋求娛樂」的正相關仍然成立；成就動機與「尋求娛樂」却變為趨向無關。這顯示原來的正相關是性別因素影響所造成的。

家庭社經地位會影響收看動機追求遲延性滿足或立即性滿足，家庭社經地位亦影響兒童成就動機的高低。本研究在探討成就動機與追求立即性滿足收看動機的關聯時，進一步控制家庭社經地位的因素，以確定成就動機與追求立即性滿足收看動機的關聯真正存在，而非家庭社經地位因素的影響力所造成。

基於前述「遲延性——立即性」的相對觀念，假設八B：（成就動機的高低與追求立即性滿足收看動機高低的負相關，在控制家庭社經地位的因素後仍然成立），應修正為：假設八B：（成就動機的高低與追求立即性滿足收看動機高低的正相關，在控制家庭社經地位的因素後仍然成立）。

由表四（六）的資料顯示：

一、高家庭社經地位兒童的成就動機與「尋求娛樂」的收看動機呈正相關， $r = .1844$ ，達於顯著水準。

二、高家庭社經地位兒童的成就動機與「尋求刺激」的收看動機呈正相關， $r = .1705$ ，達於顯著水準。

三、低家庭社經地位兒童的成就動機與「尋求娛樂」的收看動機二者間相關係數不顯著，趨向於無關。

四、低家庭社經地位兒童的成就動機與「尋求刺激」的收看動機二者間相關係數不顯著，趨向於無關。

由一、三的結果顯示，在成就動機與「尋求娛樂」收看動機的關聯上，高家庭社經地位呈正相關，低家庭社經地位者則趨向無關。由二、四的結果顯示，在成就動機與「尋求刺激」收看動機的關聯上，高家庭社經地位者呈正相關，低家庭社經地位者則趨向無關。假設八B：（成就動機的高低與「追求立即性滿足收看動機」高低的正相關，在控制家庭社經地位的因素後仍然成立），部份獲得支持。此一現象僅存在於高家庭社經地位兒童中。

【註 解】

註 一：四類收看動機受試答案的離散情形：

	求取新知與自我評估	尋求娛樂	尋求社會互動基礎	尋求刺激
平均數	33.267	18.830	19.805	13.715
標準差	4.234	3.229	3.106	2.340
最小值	18	6	8	5
最大值	40	24	24	16
全距	22	18	16	11

第五章 結 論

第一項 兒童收看電視益智猜謎的動機類型

本研究發現，兒童收看電視益智猜謎節目的動機，主要可分為四種類型：求取新知與自我評估、尋求娛樂、尋求社會互動基礎、尋求刺激。

第二項 兒童與同儕團體的關係影響其收看動機：

就兒童與青少年的媒介行爲言，同儕團體是重要的參考團體。所以兒童與同儕團體的關係，會影響其使用媒介。本研究以「親和動機」、「親身接觸」、「親身影響」爲兒童「與同儕團體關係」的三個研究層面，探討他們與兒童收看電視益智猜謎節目的關聯性。分析結果，有下述發現：

一、兒童與同儕團體的關係，會影響其接觸性收看動機（包括「求取新知與自我評估」、「尋求社會互動基礎」）的高低，但對於逃避性收看動機（包括「尋求娛樂」、「尋求刺激」）則無解釋力。

這可從收看動機的「自我傾向」（reference to self）或「人際傾向」（reference to others）來觀察及探討其中原因。兒童的收看動機中，相對而言，接觸性收看動機具有人際關係的外導性質，而逃避性收看動機則具有自我傾向的內導性質。兒童與同儕團體的關係，包括親和動機、親身接觸、親身影響，是兒童與同儕互動的意願、機會及與同儕的整合程度，均是具有人際傾向的外導性因素。所以，對接觸性收看動機具有解釋力，對逃避性收看動機則否。欲瞭解影響兒童逃避性動機的因素，應在具有自我傾向的因素中尋求，如因人際關係不良或功課壓力所引起的挫折感或焦慮程度等。

二、由於親和動機、親身接觸、親身影響是「與同儕團體的關係」的三個層面，彼此之間對收看動機有交互作用存在。故分析時進一步以淨相關分析每單一層面，除去與其他兩個層面的重疊部份後，再探討收看動機的影響力。分析結果發現，真正對接觸性收看動機有解釋力的，是親和動機與親身影響，親身接觸則否。兒童只要對同儕團體有互動的意願，或自認對同儕團體的親身影響大，而不必在現實生活中與同儕團體有實質的互動，就會傾向於「接觸性」使用媒介。換言之，同儕團體只要對兒童具「參考

作用」，而不一定與兒童有實質頻繁的互動，就會使兒童在收看電視益智猜謎節目時，傾向於接觸性的收看動機。這也顯示這類電視節目能使人獲得「替代性的接觸」滿足。即使是親身接觸少的人，亦能「預期」從媒介中獲得社會互動的滿足。由此，我們更可確認媒介是人的延伸。

第三項 成就動機影響收看動機：

一、本研究的資料顯示兒童成就動機的高低與「追求遲延性滿足的收看動機」、「追求立即性滿足的收看動機」的高低皆呈正相關。此一結果驗證了假設七（成就動機的高低與「追求遲延性滿足的收看動機」的高低呈正相關）；却未能支持假設八（成就動機的高低與「追求立即性滿足的收看動機」的高低呈負相關）。

這可從兩方面來探討：

首先，從「遲延性滿足——立即性滿足」的相對性看：本研究對於收看動機遲延性滿足與立即性滿足的分類，是基於一種相對而非絕對的標準。若在擬定假設之初，能預先考慮益智猜謎節目在整個電視內容情境中的位置，應較能正確預測自變項與應變項的關聯。

所謂情境，可從二方面來探討，一是以全部的電視節目為相互比較的標準；一是以通常與該類型節目同時播出的其他節目為相互比較標準，來評定該類電視節目在「遲延性——立即性」連續標尺上的位置。

暫以本研究涉及之電視益智猜謎節目為例來觀察。

若以全部的電視節目為參考衡架，則在七類電視節目（新聞評論節目、外國影集及電視長片、綜藝

節目、電視劇及連續劇、益智猜謎節目、卡通影片、社教節目)中，該節目在「遲延性——立即性」的連續標尺上，趨向於遲延性滿足；若就與該類節目同時段之主要競爭對手卡通影片為比較標準，則其傾向於遲延性滿足亦十分明顯。因此，本研究的資料顯示，成就動機與四類收看動機均呈正相關，可見兒童看益智猜謎節目時，可能存有追求遲延性滿足的預存立場。然而在四類收看動機中，「尋求娛樂」、「尋求刺激」的收看動機，與「求取新知與自我評估」、「尋求社會互動的基礎」的收看動機相比較，前者可稱為立即性收看動機，後者可稱為遲延性收看動機。成就動機與前者雖呈正相關，其關係數仍低於成就動機與後者的關係數。

成就動機高的人也會尋求立即性滿足。雷斯(Rees, 1967)認為成就動機高的人，在發現實際自我(actual self)與理想自我(ideal self)之間有矛盾時，就會訴諸於遲延性的滿足，並從事各種活動來減少這種矛盾。但只要立即性的滿足不致於威脅到遲延性滿足時，高成就動機者和低成就動機者一樣接受立即性的滿足。本研究的結果顯示成就動機與立即性滿足亦呈正相關，說明成就動機高的人非但不會拒斥立即性滿足；且成就動機愈高，立即性滿足也愈高，惟其正關係數仍顯著低於成就動機與遲延性滿足的關係數。

二、成就動機與收看動機的關聯性，在控制了性別的因素後，本研究發現成就動機與「求取新知與自我評估」、「尋求社會互動的基礎」、「尋求刺激」等收看動機仍呈正向關聯存在，不因性別而有不同，但「尋求娛樂」的收看動機則失去解釋力。由此似可推論，是性別或其他因素影響「尋求娛樂」的收看動機，而非成就動機。

三、成就動機與收看動機的關聯性，在控制了家庭社經地位的因素後，本研究發現，成就動機對收看動機的解釋力僅存在於高家庭社經地位的兒童中。由此似可推論，影響低家庭社經地位兒童收看動機的，不是成就動機，可能是其他因素。

