

台灣地區民衆傳播行爲研究（一九八六）

謝瀛春

王石番

潘家慶

壹 研究背景與目的

十二年前，行政院國家科學委員會補助，由政大新聞研究所同仁合作的「台灣地區民衆的傳播行爲研究」，是我國新聞傳播學術界第一次有系統的大規模研究，經過十年的時間已不能充分提供現今傳播學者完整合宜的參考依據。因爲十年來，台灣地區不論在政治（如美國與中共建交）、社會（經濟犯罪增多、社會道德觀之改變及政府開放觀光簽證）及經濟（工商業面臨技術升級和科學管理之潮流壓力）等結構方面均有相當大的轉變，民衆的傳播行爲是否有所改變？傳播行爲與其他相關因素的關係又如何？這些問題需要重新探討，本研究希望對此能做縝密的探究。

十多年來，我國社會結構已有很大的改變，既然傳播學者根據實徵研究，說明傳播行爲與社會變遷有關係，探討現階段台灣地區民衆的傳播行爲自有其必要。尤其，就學術的研究來說，傳播行爲的研究正如其他行爲科學層面的研究，似乎是動態的，故應與時俱進，適時掌握情境，蒐集資料，建立檔案，充實社會科學資料內容。實際上很多社會科學家常將傳播行爲與政治行爲、或

其他社會行爲相提並論；也就是說，以傳播行爲作爲指標，以爲社會行爲的預測變項來考量。因此當企業管理學者研究消費行爲，政治學者探討政治行爲，心理學者討論態度形成，社會學者觀察社會行爲之時，以研究傳播行爲的結果與其他學科相互鑑衡，共同砥礪，來解釋社會現象，並提供決策單位參考，是很有意義的。

歷來傳播研究發現，傳播失效或效果不佳，往往起因於對閱讀大眾的傳播行爲模式缺乏充分而完整的了解。故先了解閱聽大眾的傳播行爲及有關的社經及人口學上背景資料，然後針對特定的問題（即議題設定 *agenda-setting*）分析民衆的反應，也探測民衆對資訊了解的過程與深度（如資訊差距 *information gap*），方能提出實徵資料，供當局作爲改進傳播政策的參考，並建立有價值的民衆傳播行爲模式。

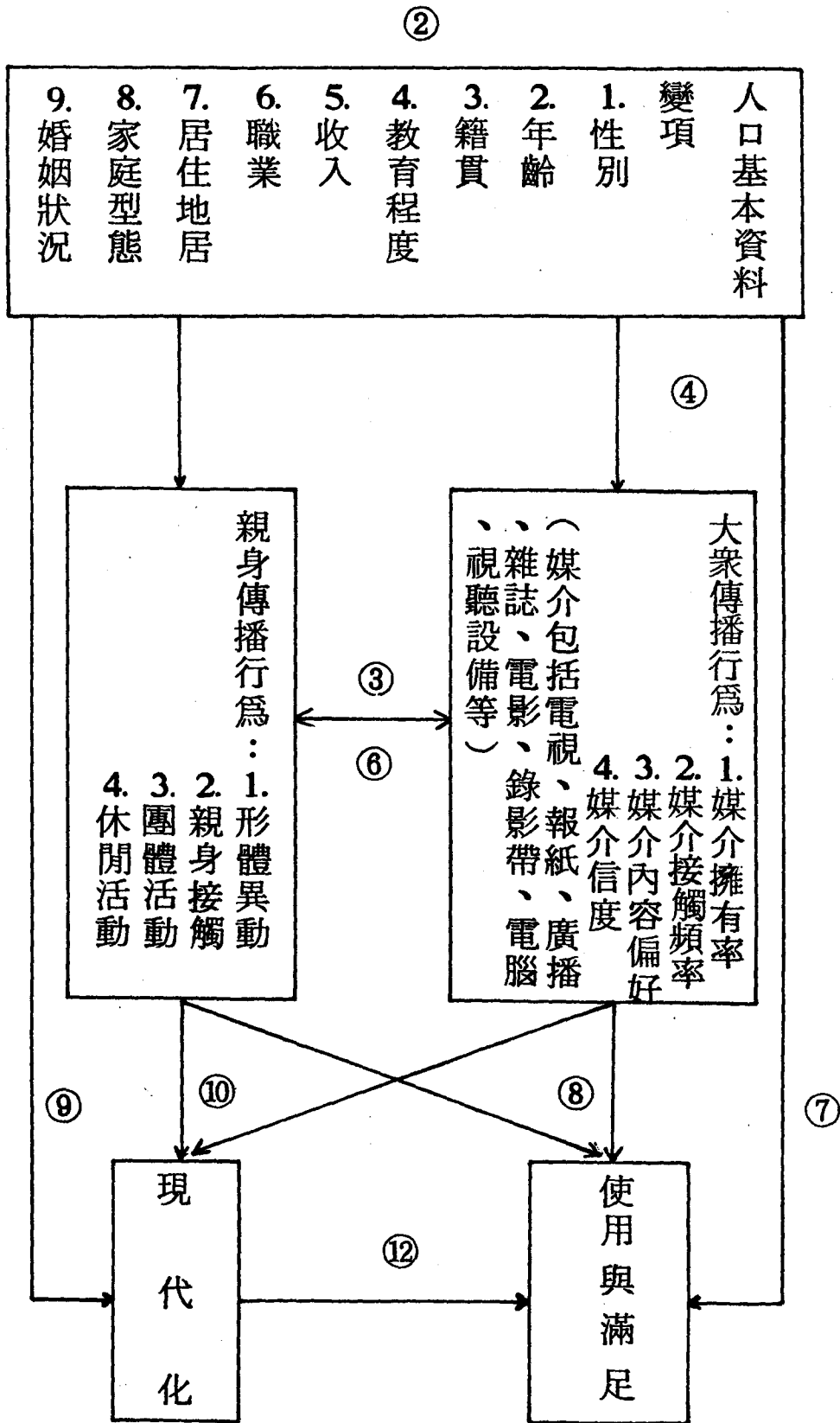
貳 傳播行爲研究設計

本研究旨在探討台灣地區民衆傳播行爲，先以人口基本特性檢視大眾傳播行爲，再探究大眾傳播行爲和親身傳播行爲關係；然後以人口特性探測其與大眾傳播媒介使用與滿足、現代性關係，進而探求傳播行爲與使用滿足、現代性之關係，最後乃檢視使用滿足與現代性的關聯。茲將研究架構，圖示如下。

自變項

中介變項

應變項



註：1. → 不同類變項的可能影響方向
 2. ↔ 同類變項的交互影響
 3. 圓圈內數值代表研究章節分配

叁 研究方法

本研究沿用十二年前（民國六十三年至六十四年）研究的研究方法——問卷調查法；透過問卷設計及訪員親身訪問，獲取有關台灣民衆傳播行爲的各項資料。

一、問卷設計

問卷設計之初，本研究的研究人員及研究助理先閱讀與本研究相關的理論、文獻，並參閱十二年前的同性質研究（指國科會資助的「台灣地區民衆傳播行爲研究」，民六十四年）及「政令宣導與媒體效用之調查研究」（賴光臨等，民七十三年）的問卷，主要以前者的問卷內容爲主要依據，然後分個人基本資料、大眾傳播行爲、動機與滿足、親身傳播行爲及現代化程度五項設計。然後根據預訪結果，開會再次逐項逐條討論，並修正問卷內容及題次安排（譬如問卷的個人基本資料列爲最後一項，即與十二年前的研究不同），於此問卷正式定稿。

本問卷依序分爲五個項目：

1. 大眾傳播行爲：本研究的大眾傳播行爲乃指民衆接觸電視、廣播、報紙、雜誌、電影、錄影機、家用電腦及組合式視聽設備等媒介的情形。近年來，錄影機、家用電腦及組合式視聽設備等新科技的媒介已普遍流行，本研究爲了解當前民衆接觸大眾媒介的情形是否因此新科技產生而

不同於十二年前的媒介接觸，因此在問卷中列有該三項十二年前未列的新媒介。在此項目下，另列三題有關媒介可信度的問題，共計三十八題。

2. 動機與滿足：本研究除了欲了解民衆接觸大眾傳播媒介的習慣之外，更希望了解民衆對大眾傳播媒介及其他方式傳播行爲（如宗教、活動、看書、聽演講等）的評價及使用動機和滿足程度。此項目共有十二題。題目內容與十二年前的問卷完全相同，僅排列順序有異。

3. 親身傳播行爲：包括個人的居住習慣、異動情形、人際接觸情形與習慣、社交情形與習慣、參加社區活動情形、參加團體活動情形及休閒時間的內容等。在此項中，本研究增列了十二年前研究所缺的「廟前街頭表演的布袋戲歌仔戲」及「街頭放映的露天電影或表演的電動花車節目」兩題，這是近年來民間盛行的一種傳播活動。此項目共二十三題。

4. 現代化程度量表：包括價值觀念及態度等問題，以「很不同意」、「不同意」、「同意」及「很同意」四個程度來表示個人現代化的程度。本研究根據十二年前的現代化程度量表予以修訂，並刪減爲三十六題，並增列三題。經過預訪後的資料分析，再予刪減爲二十五題。

5. 個人基本資料：包括個人性別、年齡、籍貫、教育程度、經濟狀況、職業、家庭形態及婚姻狀況等，共十一題。此項目較十二年前的問卷簡化；譬如經濟狀況的問題直接列明收入（一〇、〇〇〇元、二〇、〇〇〇元）而不以電話、電視或汽車等間接方式估計。

二、抽樣

本研究的調查範圍以台灣及澎湖行政區域爲主，不包括金門、馬祖、蘭嶼、綠島等島嶼。換言之，即台灣省所轄之各縣市（蘭嶼、綠島等除外）及台北市、高雄市的民衆爲本研究的研究對象。

根據內政部發佈的人口統計資料（民七十三年），台灣地區的總人口爲一八、七三二、九三八八（此爲樣本的母體），台灣省有一五、〇八二、八二一人（佔八〇·五%），台北市有二、三八八、三七三人（佔一二·八%），高雄市有一、二六一、七四三人（佔六·七%）。本研究的預定總樣本數爲一五〇〇人，根據各區人口比率的分配，台灣省的樣本數爲一、二〇八人（一五〇〇×八〇·五%），台北市爲一九二人（一五〇〇×一二·八%），高雄市爲一〇一人（一五〇〇×六·七%）。抽樣方式是採系統抽樣（如按人口密度決定樣本比率）與隨機抽樣混合法。

選樣之際，除了考慮人口密度的不同外，也顧及性別、山地同胞及年齡階層的比率（也是依各類人口的密度按比率抽取樣本）。

1. 選樣程序

本研究根據內政部編印的「中華民國台閩地區人口統計」（民七十三年）決定台灣省及台北市、高雄市的樣本數（共一五〇〇名），有二十三個樣本區：基隆市、新竹市、台中市、嘉義市、台南市、台北縣、宜蘭縣、桃園縣、新竹縣、苗栗縣、台中縣、彰化縣、南投縣、雲林縣、嘉

義縣、台南縣、高雄縣、屏東縣、台東縣、花蓮縣、澎湖縣、台北市及高雄市，然後依各縣市人口數所佔台灣總人口數的比率，分配其所應抽取的樣本人數（見內政部人口統計資料，民七十三年，頁五六四—五六七）。譬如基隆市有三五一、七〇七人，佔台灣省人口一五、〇八二、八二一的一二·三%，而台灣省的樣本總數爲一、二〇八人，基隆市的樣本人數則爲一、二〇八人×二·三%等於二十八人（四捨五入）（詳見表一）。

各縣市的樣本人數抽出後，再依其轄區內行政區域的人口密度多寡劃分爲高、中、低三區。人口密度的高、中、低區的劃分則以數字愈接近者列爲一區，高區者中以密度最高者爲樣本區，低區者中以密度最低者爲樣本區，中區者中以密度居中者爲樣本區，中區者中如爲偶數時則以隨機方式抽取其中之一爲樣本區（詳見表二）。

待各縣市的高、中、低密度區抽出後，各區仍以其所佔各區總人口數之比率分配其樣本數，譬如基隆市的高密度區爲仁愛區（有一六、五二四人，高區總人口有一六九、九三五五人，佔基隆市總人口之四八·三%），中密度區爲信義區（有三、八二〇人，中區總人口有九〇、四七一人，佔二五·七%），低密度區爲暖暖區（有一、〇四八人，低區總人口有九一、三〇一人，佔二六%），按人口比率分配，高區有二八人×四八·三%等於十四人（四捨五入），中區有二八人×二五·七%等於七人，低區有二八人×二六%等於七人。

然後依各區男女人口的比率分配其男女樣本數，譬如基隆市仁愛區的樣本數爲十四人，其男性有八九、三四五人（佔五二·六%），女性有八〇、五九〇人（佔四七·四%）。男性的樣本數

表一：台灣省及台北市、高雄市等二十三個樣本區的抽樣比率及人數

抽樣區域	各區的總人口	該區佔全省人口比率	最後抽樣人數
台灣省			
基隆市	351,707 人	2.3 %	28
新竹市	292,740 人	1.9 %	23
台中市	636,406 人	4.2 %	51
嘉義市	252,906 人	1.7 %	21
台南市	622,073 人	4.1 %	50
台北縣	2,514,191 人	16.7 %	202
宜蘭縣	447,707 人	3.0 %	36
桃園縣	1,160,709 人	7.7 %	93
新竹縣	365,837 人	2.4 %	29
苗栗縣	548,790 人	3.6 %	43
台中縣	1,064,776 人	7.3 %	88
彰化縣	1,203,970 人	8.0 %	97
南投縣	532,750 人	3.5 %	42
雲林縣	796,751 人	5.3 %	64
嘉義縣	574,712 人	3.8 %	46
台南縣	983,528 人	6.5 %	79
高雄縣	1,057,725 人	7.0 %	85
屏東縣	900,614 人	6.0 %	72
台東縣	279,829 人	1.9 %	23
花蓮縣	361,017 人	2.4 %	29
澎湖縣	104,083 人	0.7 %	8
台北市	2,388,374 人	12.8 %	192
高雄市	1,261,743 人	6.7 %	101

表二：高、中、低密度區包含的區域名單

密度高區 (共 27 區)	北市	城中區	高雄市	新興區	基隆	信義區
		龍山區		鹽城區		仁愛區
		松山區		旗津區		
		中山區		三民區		
		內湖區		楠梓區		
		木柵區	台中縣	平原市		
		北縣	永和市	嘉義市		
			三重市	台南市	中區	
			板橋市			
		桃園縣	桃園市	高雄縣	鳳山市	
		新竹市		宜蘭縣	羅東鎮	
		台中市	中區	花蓮縣	花蓮市	
			東區			
	密度中區 (共 25 區)	高雄市	小港區	新竹縣	竹東鎮	
		暖暖區	苗栗縣	苗栗市		
台北縣		新店市	台中市	南屯區		
		五股鄉	台中縣	烏日鄉		
		汐止鎮	彰化縣	彰化市		
桃園縣		龜山鄉		秀水鄉		
嘉義縣		朴子鎮	南投縣	南投市		
台南市		安南區	雲林縣	北港鎮		

(續)表二：高、中、低密度區包含的區域名單

密度中區	台南縣	永康鄉		林內鄉
		鹽水鎮	屏東縣	屏東市
	高雄縣	大社鄉	屏東縣	麟洛鄉
			宜蘭縣	蘇澳鄉
			台東縣	台東市
			澎湖縣	馬公市

密度低區

(共26區)	北 縣	石碇鄉	嘉義縣	東石鄉
		坪林鄉		番路鄉
		烏來鄉	台南縣	南化鄉
	桃園縣	觀音鄉	高雄縣	甲仙鄉
		復興鄉	屏東縣	滿州鄉
	新竹縣	橫山鄉		三地鄉
		峨眉鄉	宜蘭縣	三星鄉
	苗栗縣	西湖鄉	花蓮縣	鳳林鎮
		獅潭鄉		豐濱鄉
	台中縣	新社鄉	台東縣	成功鎮
	彰化縣	大城鄉		卑南鄉
	南投縣	水里鄉	澎湖縣	白沙鄉
		中寮鄉		
	雲林縣	古坑鄉		

爲十四×五二·六%等於七人（四捨五入），女性的樣本數則爲十四×四七·四%等於七人。有關各行政區域的男女人口總數請參考內政部人口統計資料（民七十三年，頁五四—一〇一）。

2. 樣本檢定

本研究採用Z測驗方法（即百分比測驗方法）來考驗樣本與母體間的差異與否，也就是了解本研究抽出的樣本是否能代表台灣地區的人口特色。抽出的樣本有一五〇三人，訪問及整理後得到有效樣本一四八七人。

以Z測驗方法檢定的有性別、年齡（見表四），其中男、女的樣本與母體間沒有顯著差異，顯示本研究的男、女樣本頗具代表性，這正是抽樣之時事先予以考慮的結果。至於年齡的Z測驗方法中，二〇～四〇歲及六〇歲以上的樣本均與母體有顯著差異，似乎在此二年齡階層中本研究樣本的代表性不夠。而四〇～六〇歲的樣本卻與母體無大差異，顯示這個年齡階層的樣本能反映台灣這個年齡階層的總人口。

雖然二〇～四〇歲及六〇歲以上的樣本與母體間有顯著差異，Z考驗值顯示二〇～四〇歲的樣本不夠，而六〇歲以上的樣本似乎又多了些。這可能是因爲問卷訪問多半是在白天進行，大多數二〇～四〇歲的人都在工作（上班或外出工作）；而留在家中的多數是老弱婦孺，因此訪問到的樣本就容易有年齡偏高的可能。本研究訪員訓練時，曾一再提醒訪員要注意年長者及婦女的樣本比例。

表四：樣本與母體間差異的檢定

變 項	樣本組 (百分比)	人口資料組 (百分比)	Z 分 數
性 別			
男	52.3	51.8	0.38
女	47.7	48.2	0.38
年 齡			
20 ~ 40 歲	53.8	58.0	- 3.25**
40 ~ 60 歲	30.9	30.0	0.75
60 歲以上	15.3	12.0	3.54**

** P < .01

肆 受訪者基本資料

本研究的有效問卷爲一四八七份，但在個人基本資料的各項因素中，有些受訪者沒有回答或拒絕回答其中的一項或數項，因此有些項目的總數不等於一四八七。

1. 性別

在一四八七份有效問卷中，有六人未答。一四八一一份問卷中，男性有七七五人，佔五二·三%；女性則有七〇六人，佔四七·七%。此與人口統計資料的比率相差甚微，足以反映台灣人口男女的比率。

2. 年齡

本研究以二〇歲以上者爲研究樣本。在受訪者中，以年齡在三一~四〇歲者最多，有四一七人，佔二八·一%，其次爲二〇~三〇歲者（有三八二人，佔二五·七%），而以七一歲以上者最少（六四人，佔四·三%）。

3. 籍貫

十一年前的研究有籍貫一項，本研究設計問卷之初，原擬摒棄此題（因省籍之差異在年輕一代中愈來愈不明顯，尤其是政府遷台後出生的一代已步入三、四十歲，籍貫就更顯得沒有比較的意思了），但爲了與十一年前的研究作對照，因此在問卷中仍列有籍貫一題。在一三七二份有效

問卷中，極大多數受訪者是本省籍（一一七四人，佔八五·六%），外省籍有一八三人，佔一三·三%，山地籍者有十五人，佔一·一%（此在抽樣時已預先照人口比率抽取）。

4. 教育程度

在一四八三位受訪者當中，小學程度者最多（有四七七人，佔三二·二%），其次為高中高職者（三三〇人，佔二二·三%），其後依序為初中、不識字、專科、大學、其他及研究所的。其中不識字者佔一一·九%，此與內政部的統計資料（佔九·一%）似乎高出不少（多了二·八%）。這可能是訪問多在白天進行，受訪者是年長及無工作者的情形較多。

5. 收入及收入階層

在一四五一位受訪者中，家庭每月收入在一〇、〇〇一—二〇、〇〇〇元者最多（佔三二·三%），其次是二〇、〇〇一—三〇、〇〇〇元者（佔二六·三%），再其次為三〇、〇〇一—四〇、〇〇〇元者（佔一一·三%），有二四四位受訪者的家庭每月收入在一萬元以下（佔一六·八%），在一四七八位回答者當中，有三四·七%的受訪者（五一二人）自認為其收入階層是中下收入或低收入。超過半數的受訪者自認為是中等收入（五七·八%），僅六人（佔〇·四%）認為是上等收入，此與前項收入在六萬元以上有五八人的情形出入頗大。

6. 職業與職務

本研究的受訪者中有四〇人及三八人未答此二題。在一四三八份有效問卷中，有四五四人（佔三一·六%）是無職業者，此現象似乎與訪問在日間進行有關聯，而訪員未控制樣本的職業代

表性也是造成此項偏差的可能因素。在受訪人當中，除無職業者外，以從事製造業者最多（二二九人，佔一五·九%），其次為從商者（二〇九人，佔一四·五%），再其次為從事社會團體及個人服務業者（一七九人，佔一二·五%）。

如果考慮個人從事工作的職務分類時，無業及從事家管者的比率更高（有五五一人，佔三八·二%，總數為一四四〇人），其次為生產及有關工人運輸設備操作工及體力工（一八一一人，佔一二·六%），再其次為買賣工作人員（一六七人，佔一一·六%）。

7. 家庭型態

有效問卷為一四八二份當中，多數的受訪者的家庭型態為小家庭（九八六人，佔六六·五%），大家庭者有四九六人，佔三三·五%。由此資料顯示，台灣地區民衆至少有三分之一的人生活在大家庭中。

8. 婚姻狀況

在一四八二位受訪者當中，以已婚者居極大多數，有一二四二人，佔八三·八%，未婚者佔一四·五%，結過婚者佔一·七%，此項資料與內政部的人口統計資料相差甚為懸殊；未婚者佔五五·一%（總人口為一八、七九〇、五三八），已婚者為四〇·九%。分析原因可能是因為訪問多半在白天進行，未婚者留在家中的可能性較低，或因訪員未嚴格謹守樣本代表性的訪問原則。

伍 民衆傳播行為

本節所指民衆傳播行爲，乃本研究所得有效樣本一四八七位成年受訪者，在大衆傳播媒介及親身傳播兩項習慣的累積資料。所謂大衆傳播，本研究考查了民衆有關電視、收音機、報紙、雜誌、電影、錄影機等項媒介暴露習慣。討論的範圍包括了民衆在這些媒介方面的擁有率、接觸頻率、內容偏好、以及整體的可信度。在親身傳播行爲方面，包括了受訪者個人形體異動、人際親身接觸、團體活動、以及個人休閒活動。

一、大衆傳播行爲

1. 媒介擁有率

本研究有效樣本一四八七個受訪家庭中，計有一四六〇家擁有電視機，申言之，電視的普及率是九八·一三%（見表六）。其中一五一家有黑白電視，佔有效樣本的一·一%（見表七），擁有彩色電視的顯然比較普遍，有效樣本中的一四〇六戶都有一台以上彩色電視機，擁有率爲九四·七%。其中一〇〇五（六七·七%）戶人家擁有一台彩視，二八九（一九·五%）戶人家擁有兩台彩視，八八（五·九%）戶人家擁有三台彩視，十六（一·一%）人家擁有四台彩視，擁有五台以上彩視的有八戶（〇·六%）。整體而言，平均每家庭擁有一·四台電視機。

受訪人在收音機方面的擁有率是八五%，也就是說有效樣本中一二六五人擁有至少一台收音機。就受訪人家庭而言，每家平均有一·七台收音機，且四五%受訪家庭擁有兩台以上收音機。

（見表八）

就報紙而言，受訪人中每天收到報紙的有一一七六人，佔有效樣本的七九·二%。平均每戶人家擁有一·三九份報紙，且二六·八%受訪家庭擁有兩份以上的報紙（見表九）。同時擁有報紙的受訪人中有八四·六%是訂閱的，零買的只佔一〇·一%。（表一〇）

在雜誌方面，經常擁有雜誌的共有五一八人，佔有效樣本的三五·三%；申言之，社會中可能有多數人（六四·七%）沒有雜誌。然在收到雜誌的受訪人中，擁有兩份以上雜誌的却佔全部受訪者的一六·七%；收到外文雜誌的則佔二·八%（見表十一）。而在他們收到的雜誌中，以時報週刊（一三四人）及讀者文摘（九三人）最多（見表十二），各佔有雜誌的一四·八%及一〇·三%。看雜誌受訪人中，訂閱的最多佔五一·九%，其次是零買的四二·九%，再次是贈閱的三〇·一%（見表十三）。

錄放影機是近五年在台灣地區開始普及的，本研究的發現是，擁有錄放影機的受訪者有五三六人，佔全部有效樣本的三六·四%。（見表六）

隨著傳播科技的發展，台灣地區因為生活的富裕使得人們有更高的購買力，象徵著一個資訊社會到來的前夕，其中一項重要設備即家用電腦。在本研究的受訪人中有九九人的家庭擁有電腦，佔受訪者的六·七%。而這些擁有者通常以打電動玩具，作教學、學習的用途比較多，約佔百分之五十以上。（表十四）

此外，擁有組合式的視聽設備的家庭，也有九九人，佔有效樣本的六·八%。（表六）

2. 媒介接觸

表六 媒介擁有率

	電 視	收音機	報 紙	雜 誌	錄影機	家 用 電 腦	組 視 合 聽	新聞學研究
擁有 戶數	1460	1265	1176	518	536	99	99	
百分 比	98.31	85.07	79.2	35.3	36.4	6.7	6.8	

表七 民衆擁有電視機分析

	黑 白 電 視		彩 色 電 視	
	次 數	百分比	次 數	百分比
無	1333	89.8	78	5.3
1 台	143	9.6	1005	67.7
2 台	8	0.5	289	19.5
3 台			88	5.9
4 台			16	1.1
5 台以上			8	0.6

n = 1484

n = 1484

表八 民衆擁有收音機

	次 數	百分比
無	222	15.0
1台	604	40.9
2台	318	21.5
3台	159	10.8
4台	100	6.8
5台以上	84	5.9
n = 1487		

表九 民衆擁有報紙份數

	次 數	百分比
無	308	20.7
1份	780	52.5
2份	284	19.1
3份	82	5.5
4份	21	1.4
5份以上	12	0.8
n = 1487		

表十 民衆閱報的來源（複選）

	次 數	百分比
零 置	120	10.1
借 閱	87	7.4
訂 閱	997	84.6
贈 閱	93	7.9
經 常 買	9	0.8
其 他	74	6.3
n = 1179		

表十一 民衆擁有雜誌情形

	中 文 雜 誌		外 文 雜 誌	
	次 數	百分比	次 數	百分比
無	985	66.2	1447	97.2
1份	253	17.0	28	1.9
2份	137	9.2	12	0.9
3份	60	4.0		
4份	28	1.9		
5份以上	24	1.6		
n = 1487			n = 1487	

表十二 民衆擁有較多雜誌名稱
(複選：僅列十份以上)

名 稱	次 數	百 分 比
時報週刊	134	14.8
讀者文摘	93	10.3
全球地理雜誌	11	1.2
吾愛吾家	41	4.5
美 華	10	1.1
婦女雜誌	14	1.5
姊 妹	17	1.9
儂 儂	12	1.3
家庭月刊	24	2.7
新 女 性	11	1.2
牛 頓	12	1.3
天 下	25	2.8
消費者報導	12	1.3
雙 十 園	15	1.7
電視週刊	23	2.5

n = 905

表十三 民衆擁有雜誌來源

	次 數	百分比
零 買	222	42.9
借 的	95	18.3
訂 閱	269	51.9
贈 閱	156	30.1
其 他	55	10.6

n = 797

表十四 個人電腦用途（複選）

	次 數	百分比
打電動玩具	54	54.5
資料儲存	15	15.1
商用	9	9
文字處理	5	5
教學學習	51	51.5
研究	11	11.1
沒什麼用途	1	1
其他	5	5

n = 99

一般而言，受訪者有效樣本中（見表十五），每天接觸電視媒介的人佔六六·五%（九八九人），幾乎從不看的人佔六·五%（九六八人）。不看電視者多數原因是沒有時間（佔五三·八%）。在收看電視的受訪人中，以經常收看一小時者為數最多（三三·二%），其次是以看兩小時以內的為多（三〇·三%），收看三小時以內的也不少（十七·五%）。到了週末收看的時數有增加的傾向，其中較多的是收看兩小時以內的最多（二五·四%），收看四小時以上的人數顯著增加，合計共佔二一·三%。受訪人通常在晚上八點看電視的人數最多，有一〇七八人，為有效樣本的八九·一%，其次是晚上八點至九點，有八一〇人（六〇·二%），第三是中午十二點至二點，四六三人收看，佔有效樣本的七一·六%。

收聽廣播的習慣方面（見表十六），每天收聽的人是三三一人，佔有效樣本的二二·五%。不聽廣播的人幾過半數，受訪者中七二二人不聽廣播，為有效樣本的四九%。不聽廣播的原因中，以沒時間為主（四〇·二%），其次是沒興趣（二五·八%）。收聽廣播的受訪人中，多數每天聽一小時（四八·八%），聽兩小時以內的人數其次（二〇·六%）。受訪者最常在下午二至四時收聽收音機（四〇·八%），次為上午八至十時（三九·三%），再次為晚上一〇至十二時（三四·五%），可見收聽廣播通常在電視播映的「死角」；如果電視時間延長，廣播接觸的時間又會是另外一番面貌了。受訪人除了在家收聽廣播（七九%），也常在工作場所，或行進中的車輛上傾聽廣播。

受訪者看報紙的情況是（見表十七），每天看報的人有九五六人，佔有效樣本的六四·七%

表十五 民衆收看電視情形

	次 數	百分比
每週看電視情形 (N = 1487)		
幾乎從不看	96	6.5
很少看看	151	10.2
偶爾看看	150	10.1
時常看看	101	6.8
每天看看	989	66.5
不看電視原因 (N = 117)		
沒電	18	15.4
節目不佳	7	6.0
沒興趣	20	17.1
沒時間	63	53.8
其他	9	7.7
平日每天收看時數 (N = 1363)		
1 小時內	453	33.2
1 ~ 2 小時	413	30.3
2 ~ 3 小時	238	17.5
3 ~ 4 小時	141	10.3
4 ~ 5 小時	73	5.4
5 ~ 6 小時	25	1.8
6 小時以上	20	1.5
週末週日收看時數 (N = 1318)		
1 小時內	282	21.4
1 ~ 2 小時	335	25.4
2 ~ 3 小時	244	18.5
3 ~ 4 小時	177	13.4
4 ~ 5 小時	111	8.4
5 ~ 6 小時	81	6.2
6 ~ 7 小時	21	1.6
7 小時以上	67	5.1
收看電視的時段 (複數)		
早上 6 ~ 8 點	36	6.1
早上 8 ~ 10 點	6	1.1
早上 10 ~ 12 點	19	3.6
中午 12 ~ 2 點	463	71.6
下午 2 ~ 4 點	21	3.2
下午 4 ~ 6 點	29	4.6
晚上 6 ~ 8 點	1078	89.1
晚上 8 ~ 10 點	810	60.2
晚上 10 ~ 12 點	225	16.4

台灣地區民衆傳播行為研究 (一九八六)

表十六 民衆收聽廣播情形

	次 數	百分比
每天聽廣播情形 (N = 1473)		
幾乎不聽	722	49.0
很少聽	193	13.1
偶爾聽	153	10.4
常常聽	74	5.0
每天聽	331	22.5
不聽廣播原因 (N = 722)		
沒收音機	176	24.4
節目不佳	11	1.5
沒興趣	186	25.8
沒時間	290	40.2
其他	59	8.2
每天收聽廣播時 (N = 717)		
聽1小時以下	350	48.8
聽1~2小時	148	20.6
聽2~3小時	57	8.0
聽3~4小時	50	7.0
聽4~5小時	18	2.5
聽5~6小時	27	3.8
聽6小時以上	67	9.3
常於何時段聽廣播 (複選) N = 751		
上午 6~8 點	104	13.8
上午 8~10 點	232	30.9
上午 10~12 點	164	21.8
中午 12~2 點	100	13.3
下午 2~4 點	176	23.4
下午 4~6 點	121	16.1
晚上 6~8 點	54	7.2
晚上 8~10 點	111	14.8
晚上 10~12 點	181	24.1
午夜以後	61	8.1
常於何處聽廣播 (N = 743)		
家裡	587	79.0
商店	26	3.5
工作場所	87	11.7
鄰居	0	0
車上	36	4.9
隨身	3	0.4
其他	4	0.5

表十七 民衆看報習慣

	次 數	百分比
每週看報情形 (N = 1477)		
幾乎都不看	333	22.5
很少看看	50	3.4
偶爾看看	82	5.6
常常看看	56	3.8
每天看看	956	64.7
不看報原因 (N = 345)		
沒有報紙	74	21.4
內容欠佳	1	0.3
沒興趣	27	7.8
沒時間	70	20.3
不識字	151	43.8
其他	22	6.4
每天看報時長 (N = 1138)		
半小時以內	521	45.8
30分~1小時	387	34.0
1~2小時	187	16.4
2~3小時	30	2.6
3小時以上	13	1.1
最常在什麼時間看報 (N = 1453)		
早上 6~8 點	343	23.1
早上 8~10 點	270	18.2
早上 10~12 點	100	6.7
中午 12~2 點	202	13.6
下午 2~4 點	64	4.3
下午 4~6 點	48	3.2
晚上 6~8 點	131	8.8
晚上 8~10 點	133	8.9
晚上 10~12 點	82	5.5
午夜以後	17	1.1
其他	63	4.2
最常在何處看報 (N = 1147)		
家裡	968	84.4
公共閱報欄	4	0.4
圖書館	3	0.3
鄰居	15	1.3
工作場所	143	12.5
其他	14	1.2

，幾乎不看的人佔二二·五%。他們不看的原因主要是不識字（四三·八%），其次是沒有報紙（二一·四%），再次是沒時間（二〇·三%），可見識字率對報紙成長的關係。受訪人每天看報的時間在半小時以內的最多（四五·八%），其次爲一小時（三四%）。受訪人常在早上六~八點看報紙（二三·一%），其次依序是早上八~一〇點（一八·二%），中午一二~二點（一三·六%）。看報地點除以在家看最多外（八四·四%），通常較多在工作場所看報（一二·五%）。

受訪者閱讀雜誌的情況是（見表十八），每天看的只有四〇人（佔二·七%），偶而看的比較多（一八·五%），過半數的人八二七位（五六·七%）幾乎從來不看雜誌，考其原因主要是沒有訂閱（三七%），其次是沒有時間（二六·二%），再次是不識字（一七·五%）。一般人通常一星期看雜誌的時間在一小時以下的最多，佔三六·一%。雜誌的閱讀通常以在家看的人最多外（七三·九%），其次就是在工作場所閱讀了（一三·四%），在圖書館看雜誌的人並不多（四·三%）。

受訪人看電影的情況是（見表十九），平常每週看的很少，只有二四人，佔有效樣本的一·六%；而常常看的有一五二人，佔一〇·三%，但有六七·八%的人幾乎從不看電影（九九六六人）。看電影的受訪者，通常與家人一齊觀看較多（四九·六%），次爲與朋友一齊去看（三五·七%），自己獨個兒去看的並不多（一三·二%）。

在觀賞錄影帶習慣方面（見表二〇），每天看的有四八人，佔有效樣本的一·三%；常常看

的也有五〇人（佔三·四%）；受訪者通常是每週看一、二小時的居多數（二六·八%）。他們最常在晚上八時至十二時觀賞（四三·八%），其次是晚上八時至十時（三三·八%），再次是下午二、四時（一九·三%）。

3. 媒介內容偏好

(一) 電視

受訪人在本研究的訪問中，表示他們常看的電視節目順序是：國語連續劇最多（二五·六%），其次新聞及氣象（一七·八%），第三是地方戲劇（一三%），第四是競賽節目（一一·六%）（見表二一）。本題由於是複選題，故出現次數超過有效樣本數。

本研究再以「您最喜歡看的電視節目」來求證，發現受訪人最喜歡的節目順序，也與常看的節目順序相同：國語連續劇（二五·一%）最多，次為新聞及氣象（一四·九%），第三為地方戲劇（一三·一%），第四是競賽節目（八·二%）。

電視媒介一方面在人們心目中與經營觀念中，娛樂性比重甚高；另一方面、中外皆然，民衆最常獲取新聞的管道就是電視。因此本研究特別對「電視新聞」單獨考察，我們發現，絕大多數的受訪人（一二四六人）有收看電視新聞的習慣，佔受訪者有效樣本的八三·八%；不曾收視的只有一一·三%的人。收看電視新聞的民衆，多半在晚間收看，佔有效樣本的八七·四%；而收看電視的習慣，不一定的人居多（三六·六%），但台視新聞略佔優勢，收看的人在三台之中居首，佔答問者的三二·三%。

表十八 民衆看雜誌習慣

	次 數	百分比
每日看雜誌情形 (N = 1458)		
幾乎從不看	827	56.7
很少看	73	5
偶爾看看	269	18.5
常常看看	249	17.1
每天看	40	2.7
不看雜誌原因 (N = 840)		
沒有訂閱	311	37.0
內容欠佳	8	1.0
沒興趣	127	15.1
沒有時間	220	26.2
不識字	147	17.5
其他	27	3.2
一星期看多久雜誌 (N = 585)		
1 小時以下	211	36.1
1 ~ 2 小時	129	22.1
2 ~ 3 小時	63	10.8
3 ~ 4 小時	52	8.9
4 ~ 5 小時	35	6.0
5 ~ 6 小時	18	3.1
6 ~ 7 小時	17	2.9
7 小時以上	60	10.3
通常在何處看雜誌 (N = 633)		
家裡	468	73.9
書報攤	9	1.4
書店	13	2.1
圖書館	27	4.3
鄰居家	4	0.6
工作場所	85	13.4
其他	27	4.3

表十九 民衆看電影習慣

	次 數	百分比
平日看電影情況 (N = 1470)		
幾乎都不看	996	67.8
很少看	195	13.3
偶爾看	103	7.0
常常看	152	10.3
每週都看	24	1.6
與誰一齊看 (N = 476)		
自己去看	63	13.2
與朋友一起看	170	35.7
與家人一起看	236	49.6
其他	7	1.5

表二〇 民衆觀賞錄影帶習慣

	比 數	百分比
觀賞錄影帶情形 (N = 1471)		
幾乎不看	382	26.0
很少看	197	13.4
偶爾看	133	9.0
常常看	50	3.4
每天看	48	3.3
沒有錄影機	661	44.9
每天觀賞時間 (N = 384)		
看 1 小時以下	27	7.0
看 1 ~ 2 小時	103	26.8
看 2 ~ 3 小時	52	13.5
看 3 ~ 4 小時	48	12.5
看 4 ~ 5 小時	25	6.5
看 5 ~ 6 小時	33	8.6
看 6 ~ 7 小時	9	2.3
看 7 ~ 8 小時	19	5.0
看 8 小時以上	68	17.7
通常觀賞的時段 (N = 384)		
上午 6 ~ 8 點	5	1.3
上午 8 ~ 10 點	24	6.2
上午 10 ~ 12 點	15	3.9
中午 12 ~ 2 點	22	5.7
下午 2 ~ 4 點	74	19.3
下午 4 ~ 6 點	40	10.4
晚上 6 ~ 8 點	25	6.5
晚上 8 ~ 10 點	130	33.8
晚上 10 ~ 12 點	168	43.8
午夜以後	48	12.5

表二一 民衆對電視內容偏好

	次 數	百分比
民衆常看的電視節目(N=2279)		
新聞	477	17.8
地方	349	13.0
國語	73	2.7
國語六日	386	25.6
週體	70	2.6
婦綜	11	0.4
新聞	7	0.3
育女藝	20	4.5
雜誌	195	7.3
外國	147	5.5
電公	10	0.4
競兒	30	1.1
教宗	69	2.6
歌電	311	11.6
其	25	0.9
	6	0.2
	1	0.03
	20	0.7
	4	0.2
	68	2.5
民衆最喜歡看的電視節目(N=1226)		
新聞	197	14.9
地方	174	13.1
國語	20	1.5
國語六日	333	25.1
週體	61	4.6
婦綜	9	0.7
新聞	5	0.4
育女藝	44	3.3
雜誌	86	6.5
外國	70	5.3
電公	5	0.4
競兒	19	1.4
教宗	40	3.0
歌電	109	8.2
其	10	0.8
	2	0.2
	1	0.1
	10	0.8
	1	0.1
	30	2.3
不看電視新聞(N=1404)		
不	1246	83.8
看	158	11.3
何時段看電視新聞(N=1242)		
晨	25	2.0
午	83	6.7
晚	1085	87.4
夜	49	3.9
常看那一台新聞(N=1237)		
台	400	32.3
中華	231	18.7
不	153	12.4
	453	36.6

台灣地區民衆傳播行爲研究(一九八六)

(二) 廣播

收聽廣播的民衆，對節目的愛好以國語歌曲爲最，在七四五位常聽廣播的受訪者之中，佔二〇·一%；第二喜歡是輕音樂，佔一六%；第三是綜合性節目，佔收聽者的一四·四%；第四是閩南語歌曲，佔一二%；收聽廣播新聞與氣象者第五，佔收聽者的九·四%（見表二二）。

(三) 報紙

民衆最喜歡閱讀報紙內容，以社會新聞列名爲一，佔看報民衆的三二·三%；第二喜歡的是副刊，佔閱報者的一三·九%；第三是國內政治新聞，佔閱報者的一二·五%；第四是愛看國際要聞，佔讀報者的九·九%（見表二三）。

(四) 雜誌

受訪者最喜歡閱讀的雜誌，根據資料顯示（見表二四），閱讀雜誌的受訪者中，最喜歡的類型是綜合性與新聞性雜誌，他們各佔閱讀雜誌者的二七%；其次喜歡的是婦女家庭類，佔一二·一%；第三是經濟生活類雜誌，佔六·四%；以下依次爲影劇類、科技類、藝文類等。

(五) 電影

受訪人最喜歡看的電影片是愛情文藝片，佔常看電影者的一九·八%；第二是詼諧的喜劇片，佔一五·六%；第三是科幻片，佔一二·一%；第四是警探片、佔一一·七%；第五是武俠片，佔九·二一%。

若以電影出品的國別而論，喜歡看外國片的較多，佔愛看電影者的五二·六%，愛看港台出

表二二 民衆對廣播內容偏好

	次 數	百分比
新 聞 氣 象	70	9.4
評 論	11	1.5
空 中 教 學	13	1.8
古 典 音 樂	11	1.5
西 洋 歌 曲	55	7.4
閩 南 語 歌 曲	89	12.0
國 語 歌 曲	149	20.1
輕 音 樂	119	16.0
綜 合 節 目	107	14.4
歌仔、地方戲	19	2.6
國 劇	4	0.5
民 俗 藝 術	25	3.4
國 樂	3	0.4
廣 播 劇	21	2.8
衛 生 保 健	3	0.4
法 令 服 務	0	0
交 通 服 務	1	0.1
政 令 宣 傳	3	0.4
體 育 節 目	1	1.5
其 他	27	3.6

N = 741

表二三 民衆對報紙內容偏好

	次 數	百 分 比
社 論 短 評	42	3.7
專 欄	10	0.9
國 際 要 聞	113	9.9
國 內 政 治 新 聞	143	12.5
地 方 新 聞	89	7.8
科 技 新 聞	11	1.0
文 教 新 聞	7	0.6
財 經 新 聞	24	2.1
社 會 新 聞	368	32.3
體 育 新 聞	30	2.6
家 庭 生 活 版	39	3.4
影 藝 版	55	4.8
副 刊	158	13.9
每 週 專 刊	1	0.1
廣 告	3	0.3
其 他	48	4.2

N = 1141

表二四 民衆對雜誌類型的偏好

	次 數	百分比
新 聞 類	128	27.1
綜 合 類	129	27.3
婦 女 與 家 庭	57	12.1
藝 文 類	20	4.2
休 閒 類 體 育	7	1.5
科 技 類	21	4.5
經 濟、生 活 類	30	6.4
政 論 類	15	3.2
教 育 類	9	1.9
保 健 類	7	1.5
農 畜 類	16	3.4
宗 教 類	8	1.7
影 劇 類	22	4.7
其 他	1	0.2
學 術 期 刊	2	0.4

N = 472

產的國片則佔四七·四%（見表二五）。

(六) 錄影帶

受訪者最喜歡看的錄影帶類型（見表二六），以武俠片居冠，佔常看錄影帶者的一九·六%；其次是警探片，佔一六·〇%；第三是愛情文藝片，佔一五·六%；第四是社會寫實片，佔八·七%。

錄影帶的喜好，就國別而言，西片最受歡迎，佔常看者的二九·五%；次為國產帶，佔二四%；第三是港帶，佔二二·一%；日片居第四位，佔一八·六%。

4. 媒介可信度

媒介在一般民衆心目中的可以信賴程度，本研究提出三個問題來考查，首先是詢問受訪人所獲得的新聞，通常來自那一種傳播媒介、或人際通道（即本問卷中的「別人說的」），依表二七資料顯示，五一·六%受訪人獲得的新聞來自電視，這是他們第一來源；但新聞來自報紙居第一位的，也有四三·一%，比較而言，報紙是民衆新聞獲取的第二來源；收聽廣播新聞被列為第三次序的人數較多，佔受訪者的三七·一%，而較多受訪人也認為「別人說的」是他們消息來源的第三位（佔二七%）。從雜誌中獲取新聞的受訪人，多數把雜誌列在第五位，佔受訪人的三八·三%。值得注意的是「聽別人說的」，多數人認為是第三來源；整體比較來看，別人告知的消息也是第三來源。

第二個考查項目，本研究希望受訪人，就整體印象，表示他們對媒介的品評順序，我們稱之

表二五 民衆對電影類型的偏好

	次 數	百分比
類型區別 (N = 480)		
愛情文藝片	95	19.8
科幻片	58	12.1
恐怖片	23	4.8
社會寫實片	34	7.1
警探片	56	11.7
成人電影	5	1.0
諷諧片	75	15.6
戰爭片	33	6.9
體育競技片	5	1.0
音樂舞蹈片	4	0.8
西部牛仔片	11	2.3
宗教片	2	0.4
卡通片	1	0.1
武俠片	44	9.2
災難片	3	0.6
其他	1	6.5
國別 (N = 462)		
國片 (含港片)	219	47.4
外國片	243	52.6

表二六 民衆對錄影帶內容偏好

	次 數	百分比
錄影帶內容類型 (N = 424)		
愛情文藝片	66	15.6
科幻片	22	5.2
恐怖片	25	5.9
社會寫實片	37	8.7
警探片	68	16.0
成人電影	3	0.7
諷諧片	32	7.6
戰爭片	20	4.7
體育競技片	8	1.9
音樂舞蹈片	10	2.4
西部牛仔片	5	1.2
宗教片	2	0.5
卡通片	5	1.2
武俠片	83	19.6
災難片	4	0.9
教學片	7	1.7
其他	27	6.4
出產地區 (N = 425)		
國片	102	24.0
港片	94	22.1
日片	79	18.6
西片	25	29.5
本國電視節目	8	1.9
其他	17	4.0

表二七 媒介可信度

新聞來源順序	雜誌		報紙		電		視		收音機		別人說的		其他	
	人數	%	人數	%	人數	%	人數	%	人數	%	人數	%	人數	%
新聞來源順序	n=994		n=1281		n=1396		n=1075		n=1220					
第1位	9	0.9	552	43.1	720	51.6	51	4.7	129	10.6				
第2位	34	3.4	530	41.4	555	39.8	109	10.1	140	11.5				
第3位	277	2.7	111	8.7	76	5.4	399	37.1	330	27.0				
第4位	292	29.4	72	5.6	18	1.3	320	29.8	317	26.0				
第5位	381	38.3	10	0.8	23	1.6	189	17.6	198	16.2				
第6位	1	0.1	6	0.5	4	0.3	7	0.7	6	0.5				
媒介整體表現評鑑	n=1144		n=1315		N=1398		n=1182							
第1信任	34	3.0	253	19.2	1076	77	70	5.9						
第2信任	57	5.0	794	60.4	247	17.7	226	19.1						
第3信任	346	30.2	222	16.9	44	3.1	569	48.1						
第4信任	707	61.8	46	3.5	31	2.2	317	26.8						
民衆最希望保留媒介選擇 n=1462	46	3.1	333	22.8	1017	69.6	66	4.5						

爲「第一信任」、「第二信任」……等順序。表三十二顯示，七七%的受訪人以電視爲第一順序的「最」信任，另外六〇·四%的人較信賴報紙，第三順序爲廣播，受訪人中四八·一%作如此評價。另有六一·八%的受訪人把雜誌列爲第四可信賴的媒介。

第三個考查項目是，如果只能保留一種媒介，那麼受訪人會選擇那一種媒介呢？結果六九·六%的受訪人選擇電視，二二·八%的人選擇報紙，四·五%的人選擇收音機，只有三·一%的人選擇雜誌。這個結果與以往中外研究有相同的趨向。

二、人際傳播行爲

在人際傳播行爲的考察中，本研究用二三個題目分別討論四類問題：一是受訪人的形體異動情形，這一類可以直接塑造一個人的萬國性，或說廣濶的眼界、世界觀。第二類是人際親身接觸，看一看受訪人與別人接觸的方式及溝通的情形。第三類是個人參加團體活動集會活動情形；第四類爲個人平常從事休閒活動情形。

檢視人際傳播行爲的問題、統計的分佈多寡，單從表面的數字來看，並無特殊意義。它必須在不同的研究中加以比較，或是找出和其他變數之間的關聯性，方能顯示它們的涵義，這是任何讀者在看到百分比的分佈情形時，必須小心注意的，同時讀者也應知道本研究的努力目標，不在一次研究作論斷，只希望建立累積資料，提供長期比較的基礎。

1. 形體異動

受訪人在現住地已住的年數，依資料顯示（見表二八）是一到五年、及五到一〇年的最多，各約二三·八%和二三·〇%，如果合併則佔有效問卷的四六·八%。不過我們反過來看，在現住地住了四十年以上的，則有近十分之一的比重（九·九%）。

受訪人自幼居住最久的地方則以鄉村最多，佔有效樣本的五二·五%，充分顯示出台灣社會的轉型特徵之一（這可以對照受訪人現住的地區分佈，表二八一，可得到明證）。因為受訪人現住在高密度的都市佔有效樣本的四七·四%，這是台灣社會人口向都市集中的顯著象徵。

問及受訪人「是否離開現住地，到別的地方去」，答「偶爾」與「時常」出去的人各佔一四·一%與一五·四%，「很少出去」的佔四〇·五%，「從未離開」的有二八%，應該是一個合理的分佈情況，且必須與過去研究比較方能顯出意義。

鑑於國民經濟日有進步，國內旅遊也是一項重要異動指標，本研究資料顯示，最近一年內參加國內旅遊一次的有一一·三%；旅遊在二~四次的合佔一八·四%；五次以上的旅遊者佔有一〇·三%。

至於出國的情形，答稱出過國的，佔有效樣本的一四·六%。出過國的受訪人，去過的國家地區，以去日本、韓國的最多，佔五四·四%，其次是東南亞，第三是美國、加拿大。

2. 親身接觸

民衆與他人親身接觸的情形，在本研究首先要了解人們平日與誰接觸較頻繁，在家人、鄰居、同事、同學、親戚、朋友、與客戶各類接觸的情形中，資料顯示（表二九），受訪人經常接觸

表二八 受訪人形體異動情形

		人 數	百 分 比	合計(N=)
在現住地址已住年數	1 ~ 5 年	328	23.8	1377
	6 ~ 10 年	317	23.0	
	11 ~ 15 年	145	10.5	
	16 ~ 20 年	123	1.7	
	21 ~ 25 年	103	7.5	
	26 ~ 30 年	111	8.1	
	31 ~ 35 年	62	4.5	
	36 ~ 40 年	50	3.6	
	41 ~ 50 年	70	5.0	
	50 年 以 上	68	4.9	
自幼居住地最久的地方	鄉 村	775	52.2	1486
	城 鎮	315	21.2	
	都 市	389	26.2	
	國 外	7	0.5	
經常離開現住地到別的地方去	從 未	416	28.0	1486
	很 少	602	40.5	
	偶 爾	209	14.1	
	時 常	229	15.4	
	每 天	30	2.0	
最近一年內國內旅遊次數	0 次	880	59.9	1469
	1 次	166	11.3	
	2 次	149	10.1	
	3 次	89	6.0	
	4 次	34	2.3	
	5 次 以 上	151	10.3	
是否出過國	是	215	14.6	1475
	否	1260	85.4	
大約幾次	1 次	98	44.74	888
	2 次	39	17.8	
	3 次	23	10.5	
	4 次	13	5.93	
	5 次 以 上	34	15.52	
	不 記 得	12	5.47	
去過那裏(複選)	北美(美國、加拿大)	62	28.8	215
	東北亞(日本、韓國)	117	54.4	
	東南亞(港、新、泰、菲、馬、印)	94	43.7	
	歐 洲	22	10.2	
	中 南 美 洲	8	3.7	
	非 洲	7	3.2	
	其 他 地 區	13	6.0	

新聞學研究

九〇

表二八一 受訪者現住地區分佈

人口密度	次 數	百分比
高	705	47.4
中	518	34.9
低	263	17.7

n = 1486

表二九 受訪人親身接觸情形

跟別人接觸的情形		人 數	百分比	合計(N=)	
家 人 鄰 居 同 事 同 學 親 戚 朋 友 客 戶 其 他 人	經 常	1356	91.4	1484	
	偶 爾	70	4.7		
	很 少	45	3.0		
	從 未	13	0.9		
	鄰 居	經 常	759	52.5	1447
		偶 爾	339	23.4	
		很 少	326	22.5	
		從 未	23	1.6	
	同 事	經 常	527	37.8	1395
		偶 爾	169	12.1	
		很 少	216	15.5	
		從 未	483	34.6	
同 學	經 常	172	12.3	1402	
	偶 爾	241	17.2		
	很 少	519	37.0		
	從 未	470	33.5		
親 戚	經 常	472	33.4	1415	
	偶 爾	547	38.7		
	很 少	359	25.4		
	從 未	37	2.6		
朋 友	經 常	703	49.6	1417	
	偶 爾	406	28.7		
	很 少	261	18.4		
	從 未	47	3.3		
客 戶	經 常	431	31.8	1357	
	偶 爾	119	8.8		
	很 少	122	9.0		
	從 未	685	50.5		
其 他 人	經 常	8	16.3	49	
	偶 爾	9	18.4		
	很 少	3	6.1		
	從 未	28	57.1		
經常向別人請教問題	經 常	322	21.7	1481	
偶 爾	442	29.8			
很 少	428	28.9			
從 未	289	19.5			
經常有人向你請教問題	經 常	274	19.4	1410	
偶 爾	447	31.7			
很 少	404	28.7			
從 未	285	20.2			
工作上，常與人溝通、協調	經 常	502	36.1	1390	
偶 爾	252	18.1			
很 少	185	13.3			
從 未	451	32.4			
經常到別人家聊天	經 常	206	14.5	1423	
偶 爾	281	19.7			
很 少	654	46.0			
從 未	282	19.8			
經常有人到家裡聊天	經 常	341	24.7	1379	
偶 爾	428	31.0			
很 少	477	34.6			
從 未	133	9.6			
經常打電話找朋友聊天	經 常	209	15.2	1372	
偶 爾	363	26.5			
很 少	445	32.4			
從 未	355	25.9			
經常有朋友打電話找你聊天	經 常	245	17.8	1376	
偶 爾	411	29.9			
很 少	410	29.8			
從 未	310	22.5			
您寫信的習慣	時 常	79	5.6	1424	
偶 爾	155	10.9			
很 少	493	34.6			
從 不	697	48.9			

台灣地區民衆傳播行爲研究（一九八六）

的人，第一是家人（九一·四%），其次是鄰居（五二·五%），第三是朋友（四九·六%），以下依次為同事（三七·八%）、親戚（三三·四%）、客戶（三一·八%）以及同學（一二·三%）。

受訪人經常向別人請教問題、或是別人向他請教問題的情形，在資料的分佈中，皆以「偶爾」有此情形為較多數，分別是二九·八%及三一·七%。如果把「經常」與「偶爾」合併，則兩種情況皆超過五〇%。這顯示請教問題，純屬一種雙途傳播的行爲。

在工作上，受訪人需要與別人溝通及協調的情況是，經常要與別人協調溝通的為多數，佔三六·一%；而「從不需要」的也佔三二·四%。

在無目的的溝通交往情形上，一般受訪者有較多說明，他們「很少」到別人家「聊天」，或有人到自己家來聊天，其所佔的比重各為四六·〇%及三四·六%。反之，「經常」到別人家聊天的情況（一四·五%）比有人到家裏來的（二四·七%）要少得多。

電信傳播及以後，人們最常應用的人際通道可能就是電話聯繫了。在資料分佈中顯示，「經常」打電話去「聊天」、或有人打來的情況並不很多，比重各佔一五·二%和一七·八%。但說「偶爾」有此情況的就較多了，打電話去的有二六·五%，別人打來的有二九·九%。從不利用電話聊天的各佔二五·九%、和二二·五%。

傳統的人際連繫方式是以書信往返為主，我們問：「你有寫信的習慣嗎？」結果是「從不寫

」的佔最多，佔四八·九%；「很少寫」的三四·六%，「偶爾寫」的只有一〇·九%，而「時常寫」的最少，只佔五·六%。

3. 團體活動

人際傳播活動中，個人與社區、團體的關係可以顯現傳播活動的另一個面向（見表三〇）。本研究首先詢問受訪人，在自己居住的村里中認識多少人，答稱「大多認識」的人居多數，佔有效樣本的三七·八%，這跟我們一般體認的都市型態不大一樣，也許是本研究小鄉鎮和鄉村樣本，比大都會為多所致（見表二八一）。

經常出席里民大會的民衆，佔受訪有效樣本的三三·七%，且在他們的經歷中，參加五次以上佔四四·七%。

此外每月參加宗教性集合二次的人高居四八·五%，而不參加者是有效樣本的五六·四%。民衆參加社團活動的情況，大體而言，最多的是職業性團體集會，受訪人中有五四·五%，參加了如農會、工會、漁會、商會與同業公會等團體活動。其次是宗教性集會（四五·五%），再次是參加政黨、休閒團體活動、校友會等集體活動。

個人與團體的另一種交往方式，在中國社會可以「請客」、「被請客」的頻率來測量。一個月內受訪者請客一次的，佔有效樣本的四三·五%，五次以上的仍有九·九%。而「被請客」的更多，一個月作客一次的有三二·六%，五次以上的也有一二·二%，可見這類應酬活動比較頻繁。

表三〇 受訪人團體活動情形

		人 數	百分比	合計(N=)
您住的村里中，認識多少人	都不認識	21	1.4	1469
	很少認識	309	21.0	
	認識一部分	466	31.7	
	大多認識	556	37.8	
	全部認識	117	8.0	
您經常出席里民大會	是	495	33.7	1468
	否	973	66.3	
出席次數	1 次	84	15.5	1364
	2 次	107	19.8	
	3 次	64	11.8	
	4 次	22	4	
	5 次	22	4	
	5 次以上	242	44.7	
每月參加幾次宗教性聚會	1 次	177	31.6	1287
	2 次	272	48.5	
	3 次	32	5.8	
	4 次	38	6.8	
	5 次	11	2.0	
	5 次以上	31	5.5	
參加那些社團活動(複選)	宗親會	67	7.3	
	校友會	154	30.0	
	同鄉會	70	14.5	
	宗教聚會	211	45.5	
	慈善團體	44	9.5	
	職業團體	261	54.5	
	政黨	173	32.6	
	休閒團體	152	32.2	
	學術團體	42	9.4	
	其他團體	58	12.8	
無	131	64.3		
上個月請客幾次	1 次	158	43.5	1217
	2 次	95	26.1	
	3 次	46	12.7	
	4 次	16	4.4	
	5 次	12	3.3	
	5 次以上	36	9.9	
上個月作客幾次	1 次	243	32.6	1244
	2 次	207	27.8	
	3 次	130	17.5	
	4 次	40	5.4	
	5 次	43	5.8	
	5 次以上	91	2.2	

4. 休閒活動

民衆每一星期休閒時間，依資料顯示（見表三一），平均每週約有一七七·一八分，約爲每週二九·五三小時，每天應有四·二二小時。

休閒時間中，民衆多半從事的活動以「看電視」爲最多，佔出現頻率（本題爲複選題，故不以百分爲總和）的八九·七%，其次是「看報」，佔七二·八%；第三多是爲「和家人或親友聊天」，佔六九·九%；第四是「陪小孩玩」，佔五七·八%；第五是「看書」，佔四〇·五%；以下依次是「聽廣播」、「訪友」、「種樹、養花、釣魚」等。

受訪者對廟前街頭的布袋戲、歌仔戲的觀賞情況是，從不看的人居多數（六六·二%），其次是很少看的（二一·八%）。而街頭所放映的露天電影或流行中的「電動花車」，除了多數人（七一·一%）從不看，另有一九%的人很少看，換言之常常觀賞的人並不很多。

陸 結 論

一、主要發現

一九七四年七月政大新聞研究所首次的「台灣地區民衆傳播行爲」調查後，本研究於一九八六年初再度進行第二次實地調查。時間相隔幾乎十二年後，研究人員希望能知道民衆的大衆傳播行爲，以及人際親身接觸有了什麼改變？本研究將受訪樣本由一千增加到一千五百；問卷內容並

表三一 受訪人休閒活動情形

		人數	百分比	合計(N =)
一週大約有多 少休閒時間	$\bar{X} = 1771.80$ 分			
多半從事那些 休閒活動(複 選)	和家人、親友聊天	876	69.9	
	運動	333	28.2	
	逛街	257	27.0	
	訪友	279	31.1	
	陪小孩玩	558	57.8	
	養花、種樹、釣魚	295	30.9	
	打牌	58	6.3	
	看電視	1093	89.7	
	看電影	159	13.1	
	聽廣播	328	33.0	
	看報	735	72.8	
	看雜誌	288	28.6	
看書	390	40.5		
看其他	163	15.6		
請問廟前街頭 表演的布袋戲 、歌仔戲，您 是	從不看	982	66.2	1483
	從很少看	323	21.8	
	偶爾看看	127	8.6	
	時常看看	40	2.7	
	每次看看	11	0.7	
街頭放映的電 動花車或露天 電影您是	從不看	1055	71.1	1484
	從很少看	282	19.0	
	偶爾看看	106	7.1	
	時常看看	33	2.2	
	每次看看	8	0.5	

參酌時代的變遷，略作修正與增刪；分析方法上也較上一次更爲精緻，本節將就這個圖像的輪廓，作一完整的描繪。

1. 大眾傳播行爲

在本研究有效樣本，一四八七位受訪的民衆資料中顯示，台灣地區民衆大眾媒介擁有率依次爲電視（九八·三一%）、收音機（八五·〇七%）、報紙（七九·二%）、錄影機（三六·四%）、雜誌（三五·三%）、家用電腦及組合視聽設備殿後，各佔六·七%。

就媒介的接觸頻率而言，民衆最常接觸的兩大媒介仍然是電視與報紙。每天都會看電視的人佔受訪者的六六·五%；而每天都讀報紙的人，也有六四·七%，情形甚爲接近。收看電視的民衆最多是收看一小時或一至二小時者，兩類觀眾各佔三三·二%與三〇·三%，合計是六三·五%，爲收看電視者的多數。不看電視者，多數表示沒有時間（五三·八%）。看報紙的民衆以每天看半小時爲多（四五·八%），不看報紙的主要原因是「不識字」（四三·八%）。

受訪民衆對於電視內容，比較偏好國語連續劇（二五·六%）；報紙內容比較喜歡社會新聞（三二·三%）；雜誌以綜合性和新聞性頗受歡迎（各佔二七%）、廣播內容比較喜歡國語歌曲（二〇·一%），電影的愛情文藝片、錄影帶的武俠片較受歡迎。

民衆平日新聞來源通道順序是：電視、報紙、廣播、人際傳播、雜誌。民衆對大眾媒介整體的印象，由調查顯示，民衆比較相信的次序是：電視、報紙、廣播、雜誌。若任民衆只有一種選擇，六九·六%的民衆保留電視媒介，二二·八%的民衆選擇報紙，四·五%民衆選擇收音機，

三·一%民衆選擇雜誌。

2. 人際傳播行爲

台灣地區民衆在個人形體異動方面：一般人在現住地住「一到五年」或「五到一〇年」的情況較多（二三%）；從小居住較久的地區則是鄉村；不常到外地的情況也比較多（四〇·五%）；不過一年以內參加國內旅遊的人則佔四〇·一%，而出國觀光的也有一四·六%。

民衆平日除與家人接觸最多，次爲鄰居、朋友。他們偶爾會向別人請教問題，或接受別人的討教。一般人很少到別人家，或有別人來家裡聊天。他們偶爾會以電話與人聊天，書信聯繫關係也不頻繁。

民衆與鄰居大多認識的有三七·八%，經常出席里民大會的人有三三·七%。團體活動中參加職業團體的比較多，其次是宗教性集會。每個月請客一次及作客一次的情況爲較多數。

一般民衆平日的休閒活動依序是：看電視、看報紙、與家人親友聊天、陪小孩玩、與看書等類。至於廟前街頭的布袋戲、歌仔戲、以及電動花車，多數人皆不觀賞。

3. 個人特性與傳播行爲

就大眾媒介的擁有率而言，年齡與收入是兩項顯著的因素；也就是說，年齡愈輕，收入愈多則媒介擁有率愈高。在媒介接觸方面，收入仍然是一個主要影響因素；申言之，收入多，媒介接觸率也高。當然因爲不同媒介接觸，也有不同的支配因素，如教育程度、居住地區都有關聯性。在媒介接觸時間方面，相關因素變得很複雜，也因爲不同媒介，分別與教育、收入、省籍、居住

地區、年齡、婚姻狀況等一個或多個因素相關。此外在媒介內容偏好方面，居住地和各類媒介內容偏好都有關係，性別除與錄影帶內容偏好無關，與其他媒介內容偏好也都有關聯。

在人際親身傳播方面，性別、年齡、籍貫、教育程度、收入、婚姻、居住地區等因素分別與人際親身傳播中的形體異動、親身接觸、團體活動、和休閒活動有不同關聯性。惟比較而言，男性、年紀較輕、教育程度高、收入好、未婚、並居住在都會區民衆，較常離開現住地，工作上較常與別人溝通；而女性則較常打電話與別人聯天。

受訪人的大眾媒介習慣和他們的親身傳播行爲乃是相互關聯的。特別是，接觸報紙、雜誌、收音機和電影等習慣，和「以電話和朋友聊天」、「向人請教」或「別人向自己請教問題」、「工作上與人協調溝通」等皆有顯著關聯。看電視及觀賞錄影帶，比較而言，並不構成人際親身傳播行爲的影響關鍵。

4. 大眾媒介的使用與滿足

台灣地區民衆使用大眾媒介的動機順序依次爲：「瞭解國家和世界大事」、「獲得新知和見聞」、「瞭解地方事務」等。最能滿足民衆需求的媒介次序是：電視、報紙、雜誌、收音機和電影。

非媒介活動中，最能滿足民衆需求的是「與朋友相聚」，其次是「沒有任何活動可以代替大眾媒介」，第三是「與家人相聚」。

經過因素分析所得，民衆三個動機因素是：增廣見聞、探求資料、和尋找快樂。從受訪者的

個人特性來看，不同的動機，分別受到不同且不等量的個人因素影響。比較而言，女性、年齡較輕、大陸籍、收入在中上、未婚、大專程度、住都會區的民衆爲了「增廣見聞」而接觸媒介。年齡較輕、收入中上、未婚、大專程度、都市居民認爲，使用媒介主要動機是「探求資料」。而山地籍、收入較豐、大專程度者，也常爲「尋找快樂」而接觸媒介。

從大眾傳播行爲來看，每天看報、看雜誌時間愈多，則其「探求資料」動機愈強；週末看電視時間與每天看報時間愈多，則其「增廣見聞」動機愈強；週末看電視時間愈多，則其「尋找快樂」動機越強。

5. 現代性和其他變數的關係

就受訪人的個人特性而言，除性別與現代性高低無關聯性外，其他變項都在不同的現代性項目中發生寄切的關聯性。一般而言，年紀較輕、外省籍、教育程度愈高、收入愈高、未婚者、以及住大都會區的人，他們的現代性也趨高。

從民衆的大眾傳播行爲來審視，各變項與現代性的關係，看不出有一種明顯趨勢；也就是說，不同的傳播行爲，與不同的現代性分類，各有其關聯性，但不能用簡約方式，找出一個明顯的突出關係。

民衆的親身傳播行爲則與現代性之間，可以找到一種明確、一致的關係；換句話說，住在都市、常旅遊國外、常離開現住地、從不看歌仔戲、布袋戲、電動花車、時常與別人在「請教問題」上有雙向交往者，時常會在工作上與人溝通，偶而寫信、時常打電話找人聊天的人，現代性有

趨高現象。

就民衆的媒介使用動機而言，人們「增廣見聞」與「探求資料」的動機、和現代性中對「政府職能」、「傳統價值」、「服從權威」、以及「家庭權威」等態度有顯著的相關性。比方說，民衆「增廣見聞」的動機愈高，則他們愈認爲「政府有保護環境的責任」、「維護消費者權益是大家的責任」、「國家大事大家都有責任」、和「人的窮富，未必由天註定」。民衆愈是認爲「探求資料」動機重要，則愈有反傳統價值意向，愈有參與趨向，愈有不服從權威傾向，而民衆「尋找快樂」的動機則與「政府職能」、「傳統價值」、「服從權威」、以及「家庭權威」四項現代因素有關。比方說，愈是有「尋找快樂」動機，則認爲「政府職能」愈重要，愈會有反傳統傾向，愈會有「家庭權威」傾向，而參與態度與觀念也愈強。

二、傳播行爲變動趨勢

本研究的目的之一，乃在建立台灣地區民衆傳播行爲的連續資料，從長期觀點，探測民衆大眾傳播行爲與個人親身傳播行爲變動的趨向。比較一九七四年政大新聞所的「台灣地區民衆傳播行爲研究」（報告發表是一九七五年，民國六十四年），顯然可以發現一些重要的變化。

1. 就大眾傳播行爲而言，民衆最常接觸的大眾媒介仍然是電視及報紙。媒介的擁有方面，各媒介的擁有率都有相當的進步（見表三二），其中電視由七九·七四%進步到九八·三一%；收音機成長由七〇·八九%進展到八五·〇七%；報紙由五五·三二%進步到七九·二〇%；雜誌

進步尤多，由九·一三%進步到三五·三%。

表三二 媒介擁有率

年度	電視	收音機	報紙	雜誌
一九七四	七九·七四	七〇·八九	五五·三三	九·一三
一九八六	九八·三一	八五·〇七	七九·二〇	三五·三

2. 在媒介接觸方面，一九七四年每天看電視的人有四一·六二%，而一九八六年則升高到六六·五%；收聽廣播則由每天的七·四三%進步到二二·五%；每天讀報的人也由三六·九五%進展到六四·七%，而每天看雜誌的人則由一·一二%進步到二·七%。（見表三三）

表三三 民衆每天接觸媒介的頻率

年度	電視	收音機	報紙	雜誌
一九七四	四一·六二	七·四三	三六·九五	一·一二
一九八六	六六·五	二二·五	六四·七	二·七

3. 民衆不接觸媒介的原因（見表三四），十二年前不看電視及不聽廣播多半因為沒有電視、

收音機；十二年後不接觸原因變成了「沒時間」為最多，這顯示了國民經濟的進步、擁有率增加，而個人卻因不同理由而忙碌，以致沒有時間去接觸。不看報紙前後原因都因為「不識字」，但百分比已然降低。

表三四 民衆不接觸媒介的主要原因

年度	電視	收音機	報紙	雜誌
一九七四	沒 有 (五〇・八八)	沒 有 (三九・一〇)	不 識 字 (五五・九三)	未 訂 閱
一九八六	沒 時 間 (五三・八)	沒 時 間 (四〇・二)	不 識 字 (四三・八)	未 訂 閱 (三七)

4. 民衆對於各項大眾媒介內容的偏好，電視連續劇一直是大眾比較偏好的，但偏好的情況已減弱，顯示觀眾的口味或許已逐漸多樣化。廣播中的國語歌曲一樣仍為聽眾所偏好，但偏好的情況已在減弱。報紙內容的偏好則由「國內外新聞」轉變為「社會新聞」，且偏好社會新聞的比重有增強傾向，這可能是報紙讀者增加、品味相對降低的結果，也可能是因於國內外新聞品質未能提昇。雜誌類別的偏好，十二年以前是綜合類，十二年後則「新聞類」快馬加鞭，和「綜合類」並駕齊驅，新聞和綜合類的愛好者一樣好，同佔二七%。電影的偏好並未改變，但也許是受電影

業下坡的影響，愛好文藝片的觀眾也相對地減少。（見表三五）

表三五 民衆對媒介內容偏好

年度	電視	收音機	報紙	雜誌	電影
一九七四	電視劇 (五四·二九)	國語歌曲 (四八·九八)	國內外新聞 (二八·九一)	綜合性 (三五·三八)	文藝 (四八·八八)
一九八六	電視劇 (二六·六)	國語歌曲 (二〇·一)	社會新聞 (三二·三)	新聞、綜合 (各佔二七)	文藝 (一九·八)

民衆最常接觸媒介的時間，由於前後兩次調查問卷對於時段設定稍有不同，所以無法作精確的比對，但是整體來看，民衆依然在黃金時段看電視的較多；聽收音機通常比較集中於上午電視未開播前；看報多在早晨九時以前。（參見表三六）

表三六 民衆最常接觸媒介的時間

年度	電視	收音機	看報
一九七四	7-9pm (七四·五二)	8-12a.m. (二四·五二)	9a.m. 以前 (二五·六一)
一九八六	6-8pm (八九·一)	8-10a.m. (三九·三)	6-8a.m. (二二·一)

6. 整體而言，民衆對媒介信度的評價次序，十二年來並無很大差別，其順序同爲電視、報紙、收音機、雜誌，且評價的人數都有增強的趨勢。（見表三七）

表三七 民衆對媒介信度之評價

年度	電 視	收 音 機	報 紙	雜 誌
一九七四	(七〇・〇三) 一	(三七・八) 三	(四七・四六) 二	(三三・〇三) 四
一九八六	(七七・〇) 一	(四八・一) 三	(六〇・〇四) 二	(六一・八) 四

7. 民衆面對只有一種媒介選擇時，大部份仍然以電視爲保留媒介，兩次皆超過半數，但一九八六年已略降，且選擇報紙及雜誌的人都增加了，顯示民衆的知識水準在提升。（見表三八）。

表三八 民衆對媒介唯一選擇

年度	電 視	收 音 機	報 紙	雜 誌
一九七四	七一・五五	四・九五	一五・三八	一・三七
一九八六	六九・六	四・五	二二・八	三・一

8. 從個人特性看，十二年前年齡與教育程度兩個因素與大眾傳播行爲具有顯著相關性；十二

年後，年齡與經濟因素則成爲兩類影響大眾傳播行爲的因素，這也許可以說明經濟成長的結果。

9. 再就民衆的親身傳播行爲比較來看（見表三九），前後可以比較的共有七項。十二年來民衆都認爲，他們很少「離開住地到別地方去」。十二年前很少「向別人請教問題」，十二年後則偶爾會「向別人請教問題」。過去很少「有人向你請教問題」，如今則偶爾會「有人向你請教問題」。十二年來「到別人家聊天」、或「有人來聊天」的情況都很少，其出現的頻率，一九八六年已有減少的情況。較多數民衆在十二年前，對本村里的人只「認識一部分」，如今則「大多認識」，不知是否爲樣本選擇的偏倚有關，因爲一九八六年研究選樣，樣本偏向低密度地區，低密度區屬小城鎮和鄉村，故有這種結果。十二年來，多數民衆都不曾出席里民大會，且一九八六年在比重上更形增加，六六·三%的人未參加過里民大會。

10. 在個人基本特性與親身傳播的相關性中，十二年來變動因素不多。申言之，兩次皆以男性、年紀較輕、高收入、高教育者、未婚、居住於城市的人，親身傳播活動比較頻繁。

11. 就媒介的使用而言，「獲得新知見聞」、「瞭解國家和世界大事」、「瞭解地方事務」十二年來同爲最先三項重要動機，只是在次序上略有變動。一九七四年，「獲得新知見聞」爲第一動機，而一九八六年「瞭解國家或世界大事」則躍昇爲第一動機，「瞭解地方事務」，前後兩次皆爲第三動機。（見表四〇）

12. 在五種大眾媒介滿足人們各種需求順序上，十二年來前兩項同爲電視、報紙；一九七四年第三位是收音機，一九八六年的則爲雜誌。而一九七四年第四位是雜誌，一九八六年則爲收音機

表三九 民衆親身傳播行爲比較

	1974	1986
是否經常離開住地到別地方去	很少 (44.9)	很少 (40.5)
經常向別人請教問題	很少 (40.59)	偶爾 (29.8)
經常有人向你請教問題	很少 (45.28)	偶爾 (31.7)
經常到別人家聊天	很少 (50.76)	很少 (46.0)
經常有人來家聊天	很少 (44.06)	很少 (34.6)
村里的人認識多少	認識一部分 (36.62)	大多認識 (37.8)
是否經常出席里民大會	否 (53.67)	否 (66.3)

台灣地區民衆傳播行爲研究（一九八六）

表四〇 民衆認爲「很重要」的媒介使用動機

	1974	1986
獲得新知見聞	1(38.81)	2(35.9)
尋找快樂	4(18.84)	6(21.4)
和家人、朋友共享閱讀和欣賞的樂趣	5(17.74)	8(19.3)
滿足個人好奇心	10(12.84)	10(14.8)
打發時間	7(14.66)	4(25.2)
了解別人對各種事物的看法	11(12.82)	9(17.3)
增加與別人談話的資料	8(14.27)	7(20.2)
尋求解決困難的方法	6(15.80)	11(14.3)
瞭解地方事務	3(21.97)	3(31.0)
瞭解國家和世界大事	2(31.33)	1(42.6)
尋找購物的參考資料	12(8.15)	12(11.4)
間接與社會接觸	9(13.65)	5(24.9)

。而電影兩次都是殿後。

13. 在非媒介活動中，十二年來它們能滿足民衆需求的三個次序相同，第一是「與朋友相聚」，第二是「沒有任何活動可以取代大眾媒介」，第三是「與家人相聚」。

14. 一般而言，個人特性中的年齡較輕、收入較豐、教育程度較高、住在都市的人，十二年來都一貫地比較喜歡藉媒介活動滿足不同需要。一九七四年性別中的「男性」是一個重要因素，一九八六年則性別因素一項已不太顯著，這或許正是女權提高的象徵。

15. 十二年前的研究發現是，教育和經濟程度是兩項與現代化程度關聯性最高的因素；十二年後，教育依然是影響較多現代性的因素，收入只在「政府職能」與「傳統價值」兩項關聯性比較顯著，可見收入普遍提高後，就不容易突出它的影響性。

以上各項比較數據，請參見民國六四年五月三十一日政大新聞研究所出版的國科會報告——「台灣地區民衆傳播行為研究」各章。

三、未來研究展望

如前所述，我們已經為台灣地區民衆傳播行為繪出了第二幅地圖，同時也用它和十二年前第一幅地圖作了一番比較。地圖並不能完全代表實際地形，但我們相信第二幅優於第一幅，將來第三幅又會比第二幅更好。

我們所以說第二幅優於第一幅，主要是我們曾經檢討了第一幅在繪製過程中的若干缺失，我

們也盡可能在第二次加以補正，故無論在樣本選擇、抽樣地區的普遍性、以及樣本數量、問卷的研製、訪問過程、乃至於分析方法都做了很多改變，儘管我們仍有不滿意的地方，特別是因爲若干變動，相對的在比較前後工作上有了些許困難。因此未來研究迫切需要的是內容、架構、乃至類目上的穩定性。

本研究增加的特色，如大眾傳播行爲和親身傳播行爲、傳播行爲與使用滿足、個人特性與現代性、以及使用滿足與現代性等四組關係的探究都是未來應該繼續研討的問題。這些資料的延續，可使本地區傳播行爲模式的建立更具深厚的基礎。

十二年前的研究是在一個大計劃——「我國大眾傳播與國家發展」之下連續進行橫斷及縱深的研究，本計劃則希望就「台灣地區大眾傳播與議題設定的研究」、「台灣地區資訊差距的研究」再分兩年進行研究，強化本地區傳播行爲的基本、總體資料。透過這些資料，必可爲本地區傳播行爲模式找出一條可以追綜的軌跡。研究人員希望，繼續研究能夠受到充分的鼓舞與鞭策。

此外，傳播行爲基本資料的建立，應該是持續不斷的，因爲有了連續數據才可能顯示社會變遷的指標。台灣地區的傳播研究及社會研究都非常需要這些資料的收集。我們希望，將來能每五年、甚至每三年做一次全島性的調查，如此獲取最新資料，方可得到可靠的變動曲線，不論對傳播學、社會科學研究的本土化，都是極爲重要的一部分。

最後，我們除了寄望類似研究繼續，並希望有更多分支團體傳播行爲研究能迅速展開，使分支與總體的研究結果相互印證，「地圖」就不祇是平面的，更會是立體的；不僅是表象的，也可

以深入地了解民衆傳播行爲，與他們私人、社會生活的互動過程。這對我國傳播理論的建立，是不可或缺的一些基本研究。

* 本文作者潘家慶為國立政治大學新聞系教授，王石番為新聞研究所副教授，謝瀛春為新聞系副教授。

* * 本文為國科會專題研究（NSC 75-0301-H004-02）報告節要。

* * * 研究人員對研究期間政大新聞所研究生林文政、王文玲、譚鳳珠、白富美擔任研究助理表示感謝。

* * * * 本文刊出承政大新聞所教授鄭瑞城協助審閱，並提卓見，研究人員表示謝忱。