

國立台東大學教育學系（所）

課程與教學在職專班

碩士論文

指導教授：黃琇屏 先生



雲林縣斗南鎮國小高年級學生電視  
收視行為與偶像崇拜之研究

研究生：黃淑萍 撰

中華民國九十八年八月

國立台東大學  
學位論文考試委員審定書

系所別：教育學系(所) 課程與教學碩士在職專班(暑)

本班 黃淑萍 君

所提之論文 雲林縣斗南鎮國小高年級學生電視收視行為與偶像崇拜之研究

業經本委員會通過合於  碩士學位論文 條件  
 博士學位論文

論文學位考試委員會：

謝瑞玲

(學位考試委員會主席)

鄭耀男

黃淑萍

(指導教授)

論文學位考試日期：98年08月15日

國立台東大學

附註：1.一式二份經學位考試委員會簽後，送交系所辦公室及註冊組或進修部存查。

2.本表為日夜學制通用，請依個人學制分送教務處或進修部辦理。

# 博碩士論文授權書

本授權書所授權之論文為本人在 國立臺東大學 教育學 系(所)  
課程與教學在職專班 九十八 學年度第 一 學期取得 碩 士學位之論文。

論文名稱：雲林縣斗南鎮國小高年級學生電視收視行為與偶像崇拜之研究

本人具有著作財產權之論文全文資料，授權予下列單位：

同意	不同意	單位
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	國家圖書館
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	本人畢業學校圖書館
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	與本人畢業學校圖書館簽訂合作協議之資料庫業者

得不限地域、時間與次數以微縮、光碟或其他各種數位化方式重製後散布發行或  
上載網站，藉由網路傳輸，提供讀者基於個人非營利性質之線上檢索、閱覽、下  
載或列印。

同意 不同意 本人畢業學校圖書館基於學術傳播之目的，在上述範圍內得再授  
權第三人進行資料重製。

本論文為本人向經濟部智慧財產局申請專利(未申請者本條款請不予理會)的附件之一，申請  
文號為：\_\_\_\_\_，請將全文資料延後半年再公開。

## 公開時程

立即公開	一年後公開	二年後公開	三年後公開
	<input checked="" type="checkbox"/>		

上述授權內容均無須訂立讓與及授權契約書。依本授權之發行權為非專屬性發行  
權利。依本授權所為之收錄、重製、發行及學術研發利用均為無償。上述同意與  
不同意之欄位若未勾選，本人同意視同授權。

指導教授姓名：黃曉萍 (親筆簽名)

研究生簽名：黃淑萍 (親筆正楷)

學 號：4596009 (務必填寫)

日 期：中華民國 98 年 8 月 19 日

1.本授權書(得自 <http://www.lib.nttu.edu.tw/theses/> 下載)請以黑筆撰寫並影印裝訂於書名頁之次頁。

2.依據 91 學年度第一學期一次教務會議決議:研究生畢業論文「至少需授權學校圖書館數位化，並至遲  
於三年後上載網路供各界使用及校內瀏覽。」

授權書版本:2008/05/29

## 謝 誌

在決定唸研究所之前，心中早已預料這將是一條漫長且辛苦的路；然而，這一路走來的點點滴滴，終將在完成學業之際，化成甜美豐碩的果實，永駐心頭！所有曾在身旁為我加油鼓勵的師長、家人、長官、同事、好友們，衷心的感謝你們，因為有了你們的陪伴與扶持，淑萍的論文才能順利如期完成。

最該感謝指導教授黃琇屏老師，黃老師不僅學識豐富，親切的教學態度更是惠我良多，常在批改論文回信中提到的那句「加油！」，確實帶給我許多精神上的支持與鼓勵；也非常感謝黃老師在繁忙的教學與研究工作之餘，仍總是耐心傾聽淑萍的問題，以及悉心指導淑萍的論文內容。

同時也感謝口試委員謝琇玲老師、鄭耀男老師，以及計畫審查委員黃振豐老師，因為您們的細心審閱與指導，才能讓淑萍的論文更加詳盡與完整。

我很幸運，在兼任導師與行政工作之際還能進修，這都得感謝本校謝秀滿校長的鼓勵，以及其他同仁這段日子以來的體諒與協助；感謝同窗好姊妹宥好、淑容、雅祺、鍾宜無私的分享，我會永遠懷念我們一起挑燈夜戰的日子，與話天南地北時，大夥那爽朗真誠的笑聲；還要感謝在本研究問卷施測的過程中，所有提供協助的學校、教師與小朋友們！

感謝先生信源的支持與體貼，不僅陪我在新婚期間撰寫論文、研討統計，更在我遭遇寫作困難時，給我最溫暖的關懷；也感謝我的父母與家人，他們總是作我最佳的避風港，默默的以行動支持著我，讓我可以無後顧之憂的完成此篇論文。

最後，謹以此論文獻給曾經幫助過我的人，因為有你們，我的人生有了新的里程碑，特此感激！

黃淑萍 謹誌 於臺東大學

九十八年八月

# 論 文 摘 要

本研究旨在瞭解國小高年級學生電視收視行為與偶像崇拜之現況、探討不同背景變項在電視收視行為與偶像崇拜的差異，以及電視收視行為與偶像崇拜之相關情形。

本研究以雲林縣斗南鎮 97 學年度的國小高年級學生為研究對象，研究方法為問卷調查法；研究工具為自編之「國小高年級學生電視收視行為與偶像崇拜問卷」，共計發出 328 份，實得有效問卷 321 份，以次數分配、描述統計、卡方考驗、 $t$  檢定、單因子變異數分析、皮爾森積差相關分析等統計方法分別驗證各研究假設。

本研究結果主要發現如下：

## 一、國小高年級學生電視收視行為與偶像崇拜之現況

- (一) 平日收視時間多於二小時的學生超過半數，假日則高達八成以上；最喜歡收看電影、偶像劇、卡通節目、綜藝節目、連續劇等類型；收視動機以目的性高於純娛樂性。
- (二) 最崇拜的偶像類型為影視明星、母親、父親、師長、同學朋友；崇拜偶像的原因從「表層性欣賞」提升到「實質性欣賞」；會關注偶像，也會表現崇拜行為，但並不至於到達狂熱追隨的崇拜程度。

## 二、不同背景變項的國小高年級學生在電視收視行為之差異情形

- (一) 國小高年級學生部分「收視類型」會因年級、性別、家庭社經地位不同而有顯著差異；國小高年級學生部分「收視動機」層面會因年級、性別不同而有顯著差異。
- (二) 男生平日收視時間比女生少，但假日比女生多很多。
- (三) 男生喜歡聲光效果刺激的節目，女生喜歡明星多、浪漫愛情、偏才藝的節目。
- (四) 單親家庭學生平日的收視時間最長。
- (五) 高社經地位的學生平日收視時間最少，但是最喜歡看知識性節目。
- (六) 六年級學生收視動機高於五年級學生；女生收視動機高於男生。

## 三、不同背景變項的國小高年級學生在偶像崇拜之差異情形

- (一) 不同年級、性別的國小高年級學生在「偶像崇拜」各層面都具有顯著差異。
- (二) 不同家庭結構的國小高年級學生在「偶像崇拜類型」層面有顯著差異。
- (三) 越低年級學生對父母、師長越崇拜；越高年級學生越崇拜影視明星。
- (四) 單親家庭學生比其他學生不崇拜父母親、影視明星，反而比較崇拜體育名人。

(五) 越高社經地位的學生越崇拜影視明星，但越不崇拜「師長」。

(六) 男、女生都欣賞偶像的內在特質，勝過對外貌的重視程度。

(七) 六年級學生偶像崇拜程度高於五年級學生；女生偶像崇拜程度高於男生。

四、國小高年級學生的「收視動機」與「偶像崇拜原因」有顯著正相關；國小高年級學生「收視動機」與「偶像崇拜程度」有顯著正相關。

最後，根據本研究結果提出具體建議，以供學生、家長、學校、社會各方面教育輔導以及未來相關研究參考之依據。

**關鍵詞：**國小高年級學生、電視收視行為、偶像崇拜。



## Abstract

The purpose of this thesis is to understand the phenomenon of the higher grades elementary school students' behavior of watching TV and adoring idols. Furthermore, how the different background cause the discrepancy and the relevance of the behaviors of watching TV and adoring idols will be discussed.

The objects of this study are the higher grades elementary school students of 2008 school year from Dounan Town of Yunlin County. The main method of this study is surveying. I have designed a survey in order to discuss the behavior of the higher grades elementary school students' watching TV and adoring idols. The survey was distributed 328 copies. 321 copies out of the 328 copies were valid. The data available form the surveys is analyzed by descriptive statistics, Chi-Square Test, Independent Samples T-Test, One-Way ANOVA, Pearson Product-Moment Correlation.

The main discoveries of this study are as follows.

1、The phenomenon of the higher grades elementary school students' behavior of watching TV and adoring idols.

(1) More than 50 % of the objects watch TV for more than 2 hours during the week days. During the holidays, the percentage is raised to higher than 80 % . The types of their favorite shows include movies, idol dramas, cartoons, talk shows, and soap operas. The purpose of watching TV is more than just being entertained.

(2) The types of idols are movie stars, parents, teachers, classmates and friends. The reasons of adoring idols have been upgraded from surface to deep. They pay close attention to their idols and show the adoring behavior, but it hasn't gone so far as to adore the idols with wild enthusiasm.

2、The discrepancy and the relevance of the behaviors of watching TV caused under the different background.

(1) Some of the types of the TV shows that the higher grades elementary school students watch are varied by grades, genders, and their social economic status. Some of the motivation of watching TV are varied greatly due to different grades and genders.

(2) During the week days, boys watch less TV than girls, but they do watch much more than girls during holidays.

(3) Boys prefer the shows filled with exciting sound and vision effects. On the other hand, girls prefer the shows talking about idols, romance, and arts.

(4) The students from the single parent family watch TV for longer time than other students.

(5) The students from the high SES families watch less TV than other students, but they love to watch the knowledgeable programs.

(6) The sixth graders have higher motivation of watching TV than the fifth graders. Girls have higher motivation than boys.

3、The discrepancy and the relevance of adoring idols caused under the different background.

(1) The higher grades elementary school students from different grades or genders' idol adoring behavior are differed from case to case.

(2) The higher grades elementary school students from different types of families have great difference in terms of the behavior of adoring idols.

(3) The lower graders tend to adore their parents and teachers as their idols. The higher graders tend to adore the idols from the media.

(4) The students from the single parent family tend not to adore their parents or artists from media, but they tend to adore the famous sports players.

(5) The students from the high SES families tend to adore the artists from the media, and tend not to adore their teachers.

(6) Girls and boys both tend to appreciate the inner beauty of the idol other than appreciating their appearance.

(7) The phenomenon of adoring idols among the sixth graders is more common than the fifth graders. The case of adoring idols among girls is more common than boys.

4、The higher grades elementary school students' "the motivation of watching TV" and "the reason of adoring idols" are highly interrelated. The higher grades elementary school students' "the motivation of watching TV" and "the level of adoring idols" are highly interrelated

Finally, according to the results of this study, I have some concrete educational and counseling suggestions for students, parents, schools, and the society. I hope this study can be the reference material for future related studies.

Key words: higher grades elementary school students, the behavior of watching TV, idol adoring behavior

# 目次

<b>第一章 緒論</b> .....	<b>1</b>
第一節 研究背景與動機 .....	1
第二節 研究目的與研究問題 .....	7
第三節 名詞釋義 .....	8
第四節 研究範圍與限制 .....	11
<b>第二章 文獻探討</b> .....	<b>13</b>
第一節 國小高年級學童的認知發展 .....	13
第二節 電視收視行為的相關理論 .....	16
第三節 電視收視行為的相關研究 .....	20
第四節 偶像崇拜的相關理論 .....	35
第五節 偶像崇拜的相關研究 .....	44
<b>第三章 研究設計與實施</b> .....	<b>53</b>
第一節 研究架構 .....	53
第二節 研究假設 .....	57
第三節 研究對象 .....	59
第四節 研究工具 .....	62
第五節 研究程序 .....	72
第六節 資料處理及統計方法 .....	74
<b>第四章 研究結果與討論</b> .....	<b>75</b>
第一節 國小高年級學生電視收視行為與偶像崇拜現況分析 .....	75
第二節 不同背景變項的國小高年級學生在電視收視行為之差異 .....	83
第三節 不同背景變項的國小高年級學生在偶像崇拜之差異 .....	108

第四節 國小高年級學生電視收視行為與偶像崇拜之相關探討 .....	129
<b>第五章 結論與建議 .....</b>	<b>131</b>
第一節 研究結論 .....	131
第二節 研究建議 .....	138
<b>參考文獻 .....</b>	<b>143</b>
中文部分 .....	143
西文部分 .....	150
<b>附錄資料 .....</b>	<b>151</b>
附錄一 國小高年級學生電視收視行為與偶像崇拜問卷 .....	151



## 表 目 次

表 2-3-1 兒童電視收視時間之相關研究一覽表 .....	24
表 2-3-2 收視類型相關研究一覽表 .....	27
表 2-3-3 收視動機相關研究一覽表 .....	32
表 2-4-1 學者專家對「偶像崇拜」所下相關定義摘要表 .....	37
表 2-4-2 學者專家對「認同」所下相關定義摘要表 .....	40
表 2-5-1 「偶像崇拜類型」結果整理一覽表.....	44
表 3-1-1 家庭社會經濟地位指數計算表.....	55
表 3-3-1 「國小高年級學生電視收視行為與偶像崇拜問卷」 施測學校人數及回收情形表 .....	60
表 3-3-2 正式問卷有效樣本之基本資料分析表 .....	61
表 3-4-1 專家效度名單 .....	63
表 3-4-2 預試問卷 項目分析 .....	67
表 3-4-3 預試問卷 收視動機因素分析 .....	68
表 3-4-4 預試問卷 偶像崇拜原因因素分析 .....	69
表 3-4-5 預試問卷 偶像崇拜程度因素分析 .....	70
表 3-4-6 預試問卷 信度分析 .....	71
表 4-1-1 國小高年級學生電視收視時間之基本統計表 .....	76
表 4-1-2 國小高年級學生喜歡的電視收視類型之基本統計表 .....	77
表 4-1-3 國小高年級學生喜歡的電視收視類型排名表 .....	78
表 4-1-4 電視收視動機平均數、標準差分析摘要表 .....	79
表 4-1-5 國小高年級學生崇拜的偶像類型之基本統計表 .....	80
表 4-1-6 國小高年級學生崇拜的偶像類型排名表 .....	81
表 4-1-7 國小高年級學生偶像崇拜原因之平均數、標準差分析摘要表 .....	82
表 4-1-8 國小高年級學生偶像崇拜程度之平均數、標準差分析摘要表 .....	82
表 4-2-1 不同年級學生在電視收視時間之卡方考驗摘要表 .....	83
表 4-2-2 不同性別學生在電視收視時間之卡方考驗摘要表 .....	84
表 4-2-3 不同家庭結構學生在電視收視時間之卡方考驗摘要表 .....	85
表 4-2-4 不同家庭社經地位學生在電視收視時間之卡方考驗摘要表 .....	86
表 4-2-5 不同年級學生在電視收視類型之卡方考驗摘要表 .....	87

表 4-2-6 不同性別學生在電視收視類型之卡方考驗摘要表 .....	88
表 4-2-7 男生喜歡的收視類型排名表 .....	89
表 4-2-8 女生喜歡的收視類型排名表 .....	90
表 4-2-9 不同家庭結構學生在電視收視類型之卡方考驗摘要表 .....	91
表 4-2-10 三代同堂學生喜歡的收視類型排名表 .....	95
表 4-2-11 雙親家庭學生喜歡的收視類型排名表 .....	95
表 4-2-12 單親家庭學生喜歡的收視類型排名表 .....	96
表 4-2-13 隔代教養學生喜歡的收視類型排名表 .....	97
表 4-2-14 依親家庭學生喜歡的收視類型排名表 .....	97
表 4-2-15 不同家庭社經地位學生在電視收視類型之卡方考驗摘要表 .....	99
表 4-2-16 低社經地位學生喜歡的收視類型排名表 .....	102
表 4-2-17 中社經地位學生喜歡的收視類型排名表 .....	102
表 4-2-18 高社經地位學生喜歡的收視類型排名表 .....	103
表 4-2-19 不同年級學生在電視收視動機之 <i>t</i> 檢定差異摘要表 .....	104
表 4-2-20 不同性別學生在電視收視動機之 <i>t</i> 檢定差異摘要表 .....	105
表 4-2-21 不同家庭結構學生在電視收視動機之單因子變異數分析摘要表 .....	106
表 4-2-22 不同家庭社經地位學生在電視收視動機之單因子變異數分析摘要表 .....	107
表 4-3-1 不同年級學生在偶像崇拜類型之卡方考驗摘要表 .....	109
表 4-3-2 不同性別學生在偶像崇拜類型之卡方考驗摘要表 .....	110
表 4-3-3 男生崇拜的偶像類型排名 .....	111
表 4-3-4 女生崇拜的偶像類型排名 .....	111
表 4-3-5 不同家庭結構學生在偶像崇拜類型之卡方考驗摘要表 .....	112
表 4-3-6 三代同堂學生崇拜的偶像類型排名 .....	115
表 4-3-7 雙親家庭學生崇拜的偶像類型排名 .....	115
表 4-3-8 單親家庭學生崇拜的偶像類型排名 .....	116
表 4-3-9 隔代教養學生崇拜的偶像類型排名 .....	116
表 4-3-10 依親家庭學生崇拜的偶像類型排名 .....	117
表 4-3-11 不同家庭社經地位學生在偶像崇拜類型之卡方考驗摘要表 .....	118
表 4-3-12 低社經地位學生崇拜的偶像類型排名 .....	120
表 4-3-13 中社經地位學生崇拜的偶像類型排名 .....	121
表 4-3-14 高社經地位學生崇拜的偶像類型排名 .....	121

表 4-3-15 不同年級學生在偶像崇拜原因之 $t$ 檢定差異摘要表 .....	122
表 4-3-16 不同性別學生在偶像崇拜原因之 $t$ 檢定差異摘要表 .....	123
表 4-3-17 不同家庭結構學生在偶像崇拜原因之單因子變異數分析摘要表 .....	124
表 4-3-18 不同家庭社經地位學生在偶像崇拜原因之單因子變異數分析摘要表 .	125
表 4-3-19 不同年級學生在偶像崇拜程度之 $t$ 檢定摘要表 .....	126
表 4-3-20 不同性別學生在偶像崇拜程度之 $t$ 檢定摘要表 .....	127
表 4-3-21 不同家庭結構學生在偶像崇拜程度之單因子變異數分析摘要表 .....	127
表 4-3-22 不同家庭社經地位學生在偶像崇拜程度之單因子變異數分析摘要表 .	128
表 4-4-1 收視動機與偶像崇拜原因之積差相關分析摘要表 .....	129
表 4-4-2 收視動機與偶像崇拜程度之積差相關分析摘要表 .....	130
表 5-1-1 研究假設與實證分析結果整理一覽表 .....	136



# 圖 目 次

圖 3-1 研究架構圖 .....	53
圖 3-2 研究流程圖 .....	73



# 第一章 緒論

時代進步與科技發展，促進了大眾傳播媒體的多元化。在這個時空背景成長的年輕人，自幼生長在這種影、音視聽效果繚繞的環境中，他們生活的娛樂來源以及學習的資訊內容，不再只是單純的只能從書籍文字、報章雜誌中獲得，其他一些具有聲光效果和影像魅力的傳播媒體，如：電視、電影、電腦...等，取而代之，成為時下年輕人日常生活中資訊來源最重要的管道，也讓他們的生活型態更加豐富。

廣電基金會（2000）調查指出，在台灣擁有電視機的家庭已經高達 99.6%的比例，顯示出「電視」是國內最大眾化的傳播媒體，對全民的日常生活有相當大的影響力，因此，現代人很難脫離電視；尤其現在有線頻道提供這麼多種類型節目，透過電視這個小螢幕來認識全世界一點也不困難。在這種長期習慣有電視陪伴的生活模式之下，青少年的電視收視行為難免可能會影響到偶像崇拜的類型選擇或是偶像崇拜的程度。

「偶像崇拜」的現象，在各個年齡層都可能發生，其中又以青少年族群最為熱衷，是青少年時期一種特殊的心理現象，但也是在他們同儕之間非常普遍的行為。

國小高年級學童正處於身心急遽發展的狂飆期，既不同於兒童，又不同於成人。在這期間，要不斷適應外界給予自己的期待，認知、情感、能力、人際關係等各方面都會變化，因而出現一些比較特殊的心理行為反應，如：親子衝突、情緒波動、叛逆行為、從眾行為等，所以青少年容易透過偶像崇拜來確定自我價值，尋求自我發展（鄭郁敦，1989）；偶像的出現可能會加速青少年的思想成熟，使其明白許多人生的道理。

本研究旨在探討「雲林縣斗南鎮國小高年級學生電視收視行為與偶像崇拜之研究」，本章共分為四節，第一節為研究背景與動機；第二節為研究目的與研究問題；第三節為名詞釋義；第四節則為研究範圍與限制，各節內容茲分述如下：

## 第一節 研究背景與動機

電視，被世人公認為二十世紀最偉大的發明之一；自從人類發明了電視之後，多數人的生活習慣就被改變了，對於資訊的傳遞功能也提升了許多。自從 1950 年代電視普及後，電視成為人類接觸多元世界的主要媒介，號稱「世界之窗」（張錦華，1999）。

憑藉著可以同時融合聲光、影像的特性，加上價格日趨平民化，電視已經深入每一個家庭，成為每個人每天生活中極重要的一部分。電視呈現的技術日益發展，黑白電視機已悄然消失，彩色電視早就是家家戶戶的基本配備，而數位電視、行動電視、網路電視等多功能型態的電視正迅速竄升，再配合上科技的發展以及社會的快速變遷，錄影帶、VCD、DVD 逐漸發明上市，全世界都已經生活在一個「電視時代」裡。

1962年10月10日由蔣宋美齡女士按鈕，台灣電視公司正式開播，開啓中華民國電視史。1993年有線電視法草案通過之後，有線電視臺如雨後春筍般林立，衛星電視頻道也日趨成熟，並擴張成為頻道族群的經營規模。1997年後，民視、公視相繼開播，更促使台灣地區多頻道的媒體環境成形，使得電視節目琳瑯滿目，新聞、戲劇、綜藝、卡通、體育、電影、文化、宗教、音樂...等，不僅增加了電視節目內容的多元性，也使得「看電視」成為現代人最受歡迎的休閒活動（伍至亮，2001）。

電視進入社會每一階層，深入每一家庭之後，已成了普遍且使用頻繁的媒體，也是最有說服力和影響力的大眾傳播工具（郭麗玲，1991）。以前，父母幾乎是學齡前兒童唯一的「社會化執行者」（socialization agents），但是自從電視媒體興起之後，電視也逐漸成為主要執行者之一，甚至被稱為「電子褓母」（electronic baby-sister）（呂鍾卿，1987），而小孩子們則不知不覺中成為了「電視兒童」；不管是都會、鄉村還是偏遠地區，許多父母都習慣讓放學後回家的孩童直接與卡通影片或電視節目相伴。電視提供了兒童與青少年在父母、同儕之外的認同機會，社會學習論者認為，楷模的行為特質會影響觀察者學習的歷程，例如：楷模的才能高、具有社會權力、專家身分或地位崇高...等，較容易吸引觀察者模仿，電視明星就是憑藉著本身迷人的特質，增進觀察者模仿、認同的動機，逐漸成為青少年主要認同的對象（林英貴，1987）。

行政院青年輔導委員會〔青輔會〕（2005）指出，從生理發展與心理變化來界定青少年，在學理、法理及實務上，對於青少年定義都有其不同的界定。世界各國對青少年的定義也都不盡相同，聯合國對青少年的界定為十五至二十四歲、歐盟為十五至二十五歲、世界衛生組織則為十至二十歲。我國青少年事務促進委員會在參考各部會意見，以及對學制、各種相關法律做一整體考量後，將「青少年」定義成「年齡為十二至二十四歲的人，當人們出現第二性徵時，從兒童期邁向成年期身心漸趨成熟的人生發展階段」；而國小高年級的學生正好落在此一階段中；再加上研究者現正在國小擔任高年級的導師，因此將研究對象設定在「國小高年級學生」。

現代兒童幾乎都是在電視的陪伴下成長，兒童在收看電視的過程中，許多言行舉止、態度、觀念都會深受電視節目內容的影響；而國小高年級學生身心發展尚未完全成熟、判斷力較成人差，且又適逢充滿好奇心、求知欲強的年紀，若是電視節目的內容缺乏了教育文化的價值，學生對於所收看的內容不經過濾就照單全收，這樣子的後果就十分令人憂心（郭麗玲，1991）；因此，探討國小高年級學生電視收視行為的現況為何，為本研究的研究動機之一。

隨著時代的進步，經濟的成長，資訊傳播迅速，人們在物質充裕的情形下，開始追求精神層面的成長，以滿足心理方面的各項需求。加上資訊傳播的快速便捷，多元且複雜的社會及各種外來文化的衝擊之下，青少年開始嚮往家庭、學校以外的生活以及尋找模仿、認同的對象，於是「偶像崇拜」便成為青少年成長過程中的熱門話題（林進材，2000；Raviv, Bar-Tal, Raviv & Ben-Horin, 1996）。

「偶像崇拜」是社會化的現象與發展的過程，是一種青少年生活中非常普遍的行為，透過對偶像的喜愛、想像、認同與模仿，來學習某些特定對象的言行舉止、服裝儀容、甚至是思想、價值觀念等心理作用與行為歷程，可藉此達到生活適應以及建立出屬於自我的目標。偶像崇拜即是一種認同的表現，想要學習、模仿其尊崇的對象或楷模，此偶像楷模包括想像中的偶像，如電影電視中的角色、小說人物等，以及實際生活中的人物，如父母、師長、同儕、影視明星等。在現今多元而複雜的社會中，由於科技進步、資訊傳播便捷、外來文化衝擊大，青少年有很多機會去模仿與學習他所崇拜的對象，想像自己就是對方，藉以滿足其心理需求，進而逐漸形成自己的自我概念與價值觀（張酒雄等人，1993）。

崇拜偶像並非是青少年的專利，不光只是青少年學生會有模仿、崇拜的對象，就連大人們在宗教信仰方面，也常會有「拜」偶像的傾向；其中，走火入魔的信徒更是大有人在，這從屢屢發生的宗教詐財事件中，就可以看出端倪。崇拜是人類的天性，每個人都有尋求榜樣的本能，只是每個人尋求榜樣的動機不一樣，方法也不一定是正確的；因此，年輕的學生們難免心中都會各自有其崇拜的偶像，對象可能是：父母、師長、歌星、演員、模特兒、運動選手、知名企業家、政治人物、或是他們生活周遭可能會接觸到的同學、親朋好友。

根據 Erikson 的發展危機論（theory of developmental crisis）中八個人格發展的階段來看，國小高年級學生正好落在 Erikson 的心理社會期中的第四期，這是一個由兒

童轉變為青少年必經的歷程，一個嘗試改變限制、打破依附束縛、並建立新認同的時期（Raviv et al, 1996）。他們會經由社會團體（如：家庭、同儕、師長）對自我的評價和態度來反觀自己、評價自己，形成對自我的觀點，因此會從尋求他人的認同行為上，來肯定自己。所以此階段的國小高年級學生模仿崇拜的對象範圍會先從認同父母親開始，再隨著年齡的增長，接觸的環境改變、擴大，逐漸將楷模學習、認同的人物擴展到如教師、長輩，或電視戲劇節目中的人物、電影中的偶像、歷史故事中的英雄人物等（呂錘卿，1987；郭為藩，1981）。

Erikson 認為青少年時期為人生成長過程中的一個關鍵時期，亦是人格發展過程中最重要的階段，因為此時期屬於「自我統合與角色混亂」期，青少年正值認同與角色混淆的階段，會遭遇到「統合危機」；這階段最大的困難在於澄清自我認同與生命的意義，如果無法達到認同的目標就會導致角色混淆（Corey, 1996）。

在商業考量之下，電視台製作節目時，內容常結合著戲劇、歌唱、綜藝、廣告，將偶像塑造成令人嚮往不已的人物，一舉手、一投足都充滿了無限的魅力，受到學生們瘋狂的喜愛；再利用傳播媒體的優勢，發行唱片、原聲帶、寫真集、辦演唱會、架部落格...等相關活動，透過電視、網路無遠弗屆的傳送，將偶像的所有點點滴滴都鉅細靡遺的呈現在粉絲眼前，企圖要網羅粉絲所有的心力與荷包。因此，在媒體報導有關青少年粉絲參加偶像的相關活動時，他們的表現不是萬頭鑽動、尖叫，就是盡情嘶吼...等喧鬧吵雜的情形，甚至還會出現脫序的現象，對偶像的迷戀表現出瘋狂的舉動。例如：「小貝夫妻賣香水 粉絲上演人肉大戰」（雅虎奇摩影劇中心，2008），令人看了不禁皺眉憂心，也讓人對於這些迷歌迷姊們「偶像崇拜」的行為留下極為深刻的印象。近年來常常出現的「哈日族」或「哈韓族」名稱，更具體指出青少年的「偶像熱」，已到了令一般成人難以理解的地步。

搭上奧運和選舉的時事熱潮，就連運動員、政治人物在經由電視頻道的強力放送之下，也成為學生們認同模仿、崇拜追逐的對象，席捲而成的魅力與周邊商業效益，一點都不輸給當紅的偶像明星。例如：從「《中華職棒季後賽》恰恰發威 「神」字了得」（麗台運動報，2008）、「王建民『超人氣』魅力 無法擋！」（李天助，2008）、「歐巴馬人氣旺 哥倫比亞樂透彩券也來沾光」（楊玫寧，2008）、「中華隊載譽歸國，球迷熱情接機」、「奧運銅牌陳葦綾 獲頒台南市榮譽市民」...等報導中就可以瞭解體育界和政治界的偶像有多受歡迎！因此，瞭解國小高年級學生偶像崇拜的現況為何，

為本研究動機之二。

青少年時期是生活領域與活動範圍逐漸擴大的時期，「同儕」成為青少年時期生活中重要的相處對象，此時，青少年的生活範圍正由家庭逐漸的向外擴展到同儕、學校團體，開始學習與家人以外的對象建立起關係。由於電視傳播媒體的快速發展與普及化，青少年們在繁重的課業壓力之餘，可以分享彼此對電視節目的興趣與感想、交換彼此喜愛的偶像訊息；在與同儕互相討論這些偶像之際，容易得到同儕的認同感，也滿足了青少年的各種心理需求，足以支援其應付課業壓力、降低對於現實生活的焦慮感，並且也會影響到自我價值觀的建立。

當「偶像」產生之後，由於崇拜偶像的強烈情感動力，偶像迷們必然會對偶像相關的所有資訊都有興趣，而去搜尋有關偶像的所有訊息，這時偶像背後的整個社會、文化就會反覆的展現在偶像迷面前，使他們能在短期內對偶像所處的社會、文化有所認識，進而產生情感與認同（李丁讚、陳兆勇，1998）。

個體在自我認同的過程中，需要統整自我本身與社會的需求，一方面對於自己的能力興趣、心理特質、價值體系、性別角色以及其他社會角色有清晰的認知；另一方面則希望能夠知道自己的能力，並依據自己的價值體系來確定努力的目標和方向，以期得以在社會上找到立足之處，並能自主的選擇及扮演合適的角色（張酒雄等人，1993）。然而，在此歷程中，個體一方面可能因為缺乏信心，所以需要認同的對象；另一方面也期望自己成為團體中的一員，所以必須追求一種團體共同認同的特質，於是，對偶像的崇拜行為也就顯現出來。

粉絲們為了支持偶像，漏夜排隊、苦苦等候、花光積蓄的這些舉動是否值得？或許每個人對於這方面的見解、看法都截然不同，但學生們若因為只是盲目的迷戀偶像，導致身心發展、人際關係、親子關係、學業學習等方面出現不切實際、敷衍了事的心態，是我們最不願意見到的負面結果，也是師長和父母所不能輕忽的重要課題。在父母、學者、教育專家的眼中，一定會擔心青少年偶像崇拜的行為會虛渡光陰，浪費寶貴的時間，並且獲得一些負面價值觀。

而偶像崇拜既然是青少年成長過程中的一種特殊心理現象，透過「偶像崇拜」的行為，青少年在思想觀念、言行舉止、自我概念和價值觀也會逐漸改變。如果「偶像崇拜」能夠產生正面積極的功能，對其自我概念的形成將會有所助益；反之，如果「偶像崇拜」得到的是負面的情緒和消極的行為，則對青少年的人格發展、價值觀念將會

產生不良的影響（姜韻梅，2003）。

電視媒體透過強大的傳播力量，為青少年提供了偶像崇拜的途徑，各種類型的偶像、楷模的認同行為也因此一一顯現，這些偶像在某方面或許可以提供兒童模仿、學習的一個方向，給予兒童了解自我概念並加強自我統合的意念，但是偶像的類型多樣且複雜，對於兒童的學習也未必完全是正面的楷模；總之，要如何讓學生在電視收視行為、偶像崇拜的概念有正向的發展，是值得研究的一個議題。基於青少年教育工作的實務需求，家長與教育工作者該如何幫助我們的孩子培養出良好的電視收視行為，讓兒童不至於盲目偶像崇拜，這些問題正是本研究所欲探討的重點。



## 第二節 研究目的與研究問題

### 一、研究目的

基於上述研究動機，本研究爲了深入探討國小高年級學生電視收視行爲與偶像崇拜的情形，研究者提出具體目的如下：

- (一) 瞭解國小高年級學生電視收視行爲與偶像崇拜之現況。
- (二) 探討不同個人背景變項的國小高年級學生在電視收視行爲上的差異。
- (三) 探討不同個人背景變項的國小高年級學生在偶像崇拜上的差異。
- (四) 探討國小高年級學生電視收視行爲與偶像崇拜的關係。

歸納研究所得結果，提出具體可行之建議，以提供相關教育單位及家長在教學與輔導方面之參考，以及日後研究者進行相關研究之參考。

### 二、研究問題

基於上述的研究目的，研究者提出本研究的研究問題如下：

- (一) 目前國小高年級學生電視收視行爲之現況爲何？
- (二) 目前國小高年級學生偶像崇拜之現況爲何？
- (三) 不同個人背景變項的國小高年級學生在電視收視行爲上的差異情形爲何？
- (四) 不同個人背景變項的國小高年級學生在偶像崇拜上的差異情形爲何？
- (五) 國小高年級學生電視收視行爲與偶像崇拜的相關情形爲何？

## 第三節 名詞釋義

本研究定名為「雲林縣斗南鎮國小高年級學生電視收視行為與偶像崇拜之研究」。茲將相關之重要名詞，包括：國小高年級學生、電視收視行為、偶像崇拜以及閱聽人等名詞，將說明及界定分述如下：

### 一、國小高年級學生

本研究中「國小高年級學生」係指九十七學年度（民國97年09月～民國98年06月）就讀於雲林縣斗南鎮國民小學五、六年級的學生。

### 二、電視收視行為

「電視收視行為」係指個人收看電視的習慣，例如：喜歡收看哪些類型的電視節目？平常收看電視的時間大約多久？本研究將「電視收視行為」界定為：「收視時間」、「收視類型」和「收視動機」等三項，依據本研究「國小高年級學生電視收視行為與偶像崇拜問卷」的第二部分「電視收視行為」作為調查學生電視收視行為的依據，分別說明如下：

#### （一）收視時間

- 1、本研究先依照國小高年級學生不同作息，區分為「平日」與「假日」兩種狀況：
  - （1）「平日」：星期一至星期五；
  - （2）「假日」：星期六、日或是其他例假日。
- 2、再由學生依據「平日」與「假日」兩種作息日，分別勾選自己收看電視的時數長短，調查時數的選項有以下五種：「一小時以內（包含沒看電視）」；「一～二小時」；「二～三小時」；「三～四小時」；「四小時以上」。

#### （二）收視類型

電視的發展由最初無線電視台的三個頻道，一直到今日高達百餘個頻道的有線電視出現，使得閱聽大眾所看到的節目類型，也越趨多樣化。根據廣電基金會（2001）所做的一份「臺灣地區3到18歲閱聽眾廣電媒體使用行為大調查」研究，其中將電視節目區分為十三類：卡通/兒童節目、綜藝/娛樂新聞/娛樂性談話/益智節目、流行音樂MTV/音樂節目、戲劇節目、新聞報導/新聞 call-in節目、體育節目、電影、生態保育/科學新

知節目、靈異節目、打鬥/血腥節目、清涼養眼（色情）節目、生活/休閒/流行資訊節目、烹飪節目。

本研究所指的「收視類型」即是參考廣電基金會（2001）節目的分類方式，再依目前國內的收視型態，將節目收視類型區分為以下十九類，分別為：

1、「連續劇」；2、「偶像劇」；3、「新聞節目」（新聞報導、時事call-in）；4、「娛樂性談話節目」；5、「體育節目」；6、「綜藝節目」（綜藝娛樂、益智競賽）；7、「電影、影集」；8、「歌唱節目」；9、「知識性節目」（教育/生態保育/風俗文化/科學新知）；10、「卡通節目」；11、「兒童節目」；12、「生活休閒資訊的節目」；13、「暴力血腥型態節目」；14、「靈異型態節目」；15、「色情節目」；16、「介紹美食的節目」；17、「烹飪節目」；18、「購物頻道」；19、「跟健康有關的節目」（醫療、養生保健）。

### （三）收視動機

參考許多相關研究（林瑞端，2001；陳以瑚，1982；陳君儀，2003；陳靜音，2003；劉幼琍，1997；Blumler, 1979, 引自陳麗鳳，2006），本研究將「收視動機」定義為收看電視節目的動機，並歸納成以下五個層面，分別為：「資訊蒐集」、「個人認同」、「人際關係」、「消遣娛樂」以及「生活習慣」。

## 三、偶像崇拜

張酒雄等人（1993）認為「偶像崇拜」是青少年間普遍的行為，透過對偶像的想像、模仿和學習，以滿足心理需求，進而形成自我概念與價值觀的過程。本研究的「偶像崇拜」係指個體對於某種類型人物，例如：影視明星、體育名人、政治人物、專業人士、同儕、父母師長、戲劇角色...等，產生認同感，並在認知、情感或行動上表現出喜愛，對其相關的人、事、物進行模仿、學習、欣賞，以及消費、蒐集...等各種行為表現。

本研究將「偶像崇拜」區分為：「偶像崇拜類型」、「偶像崇拜原因」和「偶像崇拜程度」等三項，依據本研究「國小高年級學生電視收視行為與偶像崇拜問卷」的第三部分「偶像崇拜」作為調查學生偶像崇拜行為的依據，分別說明如下：

### （一）偶像崇拜類型

參考相關研究（伍至亮，2001；吳瓊洳，1997；岳曉東，2000；姜韻梅，2003；

高士雄、姚曉瑛&徐素華，1997；陳祥裕、許歆宜，1998；張酒雄等人，1993；郭致君，2001），本研究將偶像崇拜的類型區分為十四種。

這十四種偶像崇拜類型分別為：1、父親；2、母親；3、師長；4、同儕；5、影視明星（包含演藝人員、模特兒）；6、體育名人；7、政治人物；8、卡通人物；9、書中的角色；10、戲劇中的角色；11、網路遊戲角色；12、歷史人物（實際存在過的古代聖賢）；13、傑出的企業家；14、專業人士。

## （二） 偶像崇拜原因

參考相關研究（林兆衛，2002；岳曉東，2000；姜韻梅，2003；高士雄等人，1997；陳燕珠，2004；郭致君，2001），本研究認為國小高年級學生在選擇偶像崇拜對象時的原因，大致上可以分為：「偶像的外貌」、「偶像的人格特質」、「偶像的專長」、「偶像的成就」、「同儕的認同」等這五個層面，分別說明如下：

- 1、偶像的外貌：國小高年級學生容易受到偶像的外表（如外型、身材、容貌）和時尚特質（如服裝打扮、肢體動作等）所吸引。
- 2、偶像的人格特質：欣賞偶像的人格特質（如性格、言行談吐、幽默感、風度等）。
- 3、偶像的專長：欣賞偶像本身具備的才能、才藝（如演技、歌聲、球技等）。
- 4、偶像的成就：尊敬、景仰事業成功、地位高、名聲好等有所成就的偶像人物。
- 5、同儕的認同：國小高年級學生欲使自己在同儕間立足，對於同儕共同認定的偶像，也顯現出認同行爲。

## （三） 偶像崇拜程度

McCutcheon, Lange, 與 Houran（2002）曾指出名人崇拜會受到社會多重因素交互作用所影響，所以不同背景變項的學生表現出來的偶像崇拜行爲也會不盡相同。

本研究參考姜韻梅（2003）和蕭淑穗（2007）的分類，將國小高年級學生投入在偶像崇拜的程度方面，大致上分為：「注意接受」、「偏愛執著」、「熱誠」、「堅信」等四個層面，並將此四層面定義及說明如下：

- 1、注意接受：學生能接受自己對於某種類型的人物產生自覺或不自覺的注意力，但是僅屬於表層的注意，還未有任何價值判斷。
- 2、偏愛執著：學生除了能接受自己對某類型人物產生的注意之外，目光還會專注、追隨於自己所注意的對象，並爲了此對象表現出更多積極的反應。

- 3、熱誠：學生除了對於自己所注意的對象表現出積極的反應、行為之外，還表現出狂熱的追隨態度，學習此對象的行為、思想，並加以內化成為自己的價值觀。
- 4、堅信：學生堅決認同此對象、表現出自我的執著，並且積極的想要使其他人認同自己的理念。

## 四、閱聽人

Brooker (2002) 認為「閱聽人」(audience) 是指一切傳播形式的對象，常用來指稱電影和電視的觀眾，是一個群體或大眾(王志弘、李根芳譯，2003)。「閱聽人」係指接受大眾傳播媒體所傳遞的節目訊息之對象；對於「閱聽人」的研究多半指「電視」方面，顯示在傳播媒體中「電視」的影響力深受重視；綜上所述，本研究將「閱聽人」定義為電視傳播媒體的傳播對象。

## 第四節 研究範圍與限制

本研究之問卷設計及研究實施過程中，雖然力求嚴謹完整，惟基於個人人力、物力、時間以及其他因素的影響，仍有缺失及不夠周延之處，茲就研究範圍與研究限制兩方面，分別敘述如下：

### 一、研究範圍

根據參考文獻資料顯示，會影響學生電視收視行為以及偶像崇拜的因素有很多，基於研究者的人力、物力與時間之限制，本研究僅對雲林縣斗南鎮的國小高年級學生做問卷調查，並以個人背景變項為研究變項來加以探討。

### 二、研究限制

(一) 本研究的研究對象僅為雲林縣斗南鎮國小高年級學生，取樣上無法涵蓋全體高年級學生，而且不同地區的學生在電視收視行為與偶像崇拜方面會有所差異，因此在做研究推論時，應秉持審慎客觀的態度，考慮區域及不同背景學生的差異性。

(二) 本研究採用「問卷調查法」來探討國小高年級學生在電視收視行為與偶像崇拜的相關情形。問卷中有部分的問題會涉及個人對自己表現的評價，受試者在填答時

可能會有自我防衛心理，或者是考慮到社會大眾一般的期許，而對題目的反應較有所保留；而且受試者個人的知覺與實際反應或多或少都會有些差異，在填答時也可能會受到個人當時情緒、認知等因素的影響，對於問卷內各題目的解釋也可能有所偏差。

（三）本研究僅以電視收視時間、電視收視類型、電視收視動機來探討電視收視行為，在變項的解釋變異量上可能會有所不足。

（四）偶像崇拜是滿足心理需求的投射行為，本研究僅以偶像崇拜類型、偶像崇拜原因、偶像崇拜程度來探討偶像崇拜的行為，在變項的解釋變異量上可能會有所不足。

（五）本研究係採用問卷調查法，並由研究者自行前往各施測班級施測。高年級學生對於文字敘述的理解能力應當足夠，若還有遇到學生不明瞭題意時，研究者會即時指導說明。但在施測過程中，學生仍容易因外在因素的影響而干擾作答結果，加上研究者因為不熟悉學生狀況，可能無法即時發現並協助處理。

（六）本研究採用問卷調查法探討國民小學高年級學生電視收視行為及偶像崇拜的現況、不同背景變項中電視收視行為與偶像崇拜之差異，以及探求變項彼此間的相關情形；雖然量化的資料可以快速輸入，但是許多外在變項未能完全加以控制，如果能加入觀察、訪談等其他方法，將可得到更深入、更完整之研究資料。

## 第二章 文獻探討

本章旨在探討有關電視收視行為與偶像崇拜的相關理論及研究，以作為研究架構以及資料蒐集的基礎。首先先瞭解國小高年級學童的認知發展；再探討與電視收視行為相關的理論；接著分析電視收視行為的相關研究；然後再探討偶像崇拜與認同的意義及理論基礎；最後彙整偶像崇拜的相關研究。藉由相關文獻的整理與探討，期能與本研究做相關比較，以做為研究問題的理論依據。各節內容茲分述如下：

### 第一節 國小高年級學童的認知發展

在探討國小高年級學童的電視收視行為與偶像崇拜之前，必須先瞭解其認知發展特徵為何。所謂的「認知發展」，是指個體在適應環境的活動中，對事物的認識及其對情境的思維方式與能力表現，隨著年齡的增長而逐漸改變的歷程（張春興，1996）。楊幸真（1993）的研究指出，認知發展會對兒童的電視基模有顯著影響。以下針對國小高年級學童，以Piaget的認知發展理論、Bruner的認知發展理論，以及訊息處理論來做說明。

#### 一、Piaget 的認知發展理論

Piaget（Jean Piaget, 1896—1980）的認知發展理論，主要依據心理發展階段，分析知識結構的重組過程，同時探討時間、空間、因果、推理等其他觀念的形成，以及智力在不同身心發展階段所表現的特質，並且表明人類認知能力與知識組成的發展程序（林朝鳳，1986）。認知發展的觀念是以「發展」的角度去分析認知活動是如何發生以及為何會發生的一門學說；其本質是在確認個體的行為，對自然環境與社會環境適應的表現，認知的行動就是個體對知覺環境組織及其適應的動作（伍振鶯等人，2000）。

Piaget認知的理論架構，是建立在幾個關鍵性的概念基礎之上，也就是「基模」、「組織」、「適應」、「同化」、「調適」、「平衡」，說明如下：

- 1、基模：基模是屬於認知的的基本單位，可視為個體與周圍環境事物接觸時，為個體吸收知識的基本架構，其所表現出來的基本行為型態；「基模」是人類在處

理資訊時的先驗概念或先前知識，是累積而成的認知架構(鄭翰林編譯，2001)。

2、組織：個體在處理周圍事物時，能統合運用身體和心智功能，進而達到目的的活動歷程。

3、適應：Piaget以「同化」和「調適」來說明人類適應的過程；「適應」就是透過同化和調適，個體認知結構或基模主動改變以適應環境的歷程：

(1) 同化：同化是個體以其既有的基模或認知結構去處理問題或吸收新經驗，並融於個體原有的認知結構或經驗之中；所以同化是擴大認知結構的過程。

(2) 調適：調適是指個體遇到新情境時，其既有的基模或認知結構無法同化新知識時，則改變已有之認知結構，以符合環境要求，並藉以獲得平衡。

Piaget認為個體的認知發展係由「同化」與「調適」進行交互作用而成。

4、平衡：平衡是指同化和調適之間保持均衡的狀況，是一種自我調節成能適應的歷程，這種均衡的狀況，常因新問題情境的出現而破壞，並使個體處於不平衡、不適應的狀態。個體一旦面臨失衡，會促使基模產生調適歷程，達成新平衡。

Piaget認為一個兒童的認知發展可分為四個階段，各時期是連續呈現的，前後順序不變：1、「感覺動作期」：零至二歲；2、「前運思期」：二至七歲；3、「具體運思期」：七至十一歲；4、「形式運思期」：十一歲以上。而一個兒童的認知發展，雖必定經歷上述的四個時期，但是它的發展速率並非一成不變，其階段的遷移速度可藉由經驗的注入，以及思考的啓迪，而加速向前推進(李宜賢等人，2002)。

本研究主要探討的對象是國小高年級學生，在Piaget的認知發展階段中是屬於第四階段—「形式運思期」：十一歲以上，「形式運思期」的特徵有：1、運用抽象符號從事思考活動；2、假設演繹、邏輯推理、驗證；3、利用原理原則解決問題(命題推理和組合推理)；4、關心未來和意識型態問題，已有計劃能力。

Piaget認為孩子的認知發展是一連串獲得簡單到複雜知識的歷程，強調認知發展的過程是一種階段性的循序漸進方式，兒童會在每階段發展出不同的認知能力，用不同的方式思考，但是每位兒童發展階段成長速度不同，需針對個別差異實施個別化教學。

## 二、Bruner 的表徵系統論

Bruner 認為一個兒童的認知發展可以分為三期：1、「動作表徵期」；2、「形象表徵期」；3、「符號表徵期」。

本研究主要探討對象是國小高年級學生，在Bruner的表徵系統論中屬於第三期—「符號表徵期」：十一歲以上，特徵為：運用符號、語言來獲得知識和經驗。

Bruner認為學習可以提早符號表徵期的來臨：學習和成熟對認知發展同等重要，經由學習可提早學習預備度的來臨。Bruner提倡發現式學習：重視認知歷程的教學，個體主動發現、探索事項變化，是構成學習的條件（張春興，1996）。

### 三、訊息處理論

兒童觀看電視時的認知建構過程至少包括三種心智運作過程，而這一連串的心智運作過程，是以「基模」的方式來接觸電視內容（吳知賢，1998；林好芳，2005；陳巧燕，2002；陳靜音，2003）：

#### （一）訊息處理階段

張春興（1996）認為訊息處理是用以解釋個體在環境中，如何經由感官察覺、注意、辨識、轉換、記憶等內在心理活動，以吸收並運用知識的歷程。

此運作過程包含四階段：1、注意力（attention）：兒童在觀看電視時，會集中注意力蒐集訊息，經由感官的接收（如眼睛注視、耳朵傾聽等）搜尋節目資訊；2、編碼（encoding）：兒童將電視訊息譯碼成個人所能接收的符號或表徵方式；3、儲存（storage）：以自己的認知模式製碼，並組織存取訊息；4、檢索（retrieval）：日後需要運用這些資料時，人腦就會主動去檢索或提取已製碼並存取的訊息。

#### （二）解讀階段

此階段是兒童將上述訊息處理過程所得的節目資訊進行合理化解釋，包括：

- 1、歸因（attribution）：對劇中人物行為所進行的解釋，歸因可說明兒童對節目內容的理解程度。
- 2、推論（inference）：兒童將節目內容未出現的部分嵌入已有的認知基模中，以完成對某事件的圓滿解釋，但是兒童若缺乏這方面的舊有知識或基模，則他就無法做此推論。
- 3、統合（integration）：在歸因或推論的過程中，兒童將好幾個畫面或場景連貫統合起來，才能獲得結論的過程。

### （三）評鑑階段

兒童在觀看電視內容之後的反應，僅會選取自己有興趣的部分，以自己的認知來解釋電視節目呈現的內容，再加以評價之。

由上述理論可知，觀看電視是一複雜的認知過程，兒童的認知發展會影響其解讀電視所傳送的訊息，「基模」會引導兒童注意電視的表面形式內容，更將接收到的訊息進一步解釋與評斷，可見年齡愈大的兒童愈能處理複雜的電視訊息。

## 第二節 電視收視行為的相關理論

現今社會的兒童及青少年生活在充斥著電視符號的環境中，社會化的環境也由家庭、學校逐漸轉移重心至電視工業上（馬瑜婷，2007）。美國「全國暴力原因及防制委員會」在 1969 年的研究發現，電視對兒童最大的影響在於改變了兒童的學習過程，從傳統的「家庭教育→學校教育→社會教育」的學習過程，轉變成「電視教育→家庭教育→學校教育→社會教育」（吳知賢，1990）。

電視已經普及到成為大眾社會化和獲得資訊的主要來源，是人們學習的主要對象，亦是建構社會真實不可或缺的角色（王嵩音譯，1993）。綜上所述，電視已經在台灣社會大部分的家庭中扮演不可或缺的角色，電視媒體對於國小學童的影響不容忽視。本節將探討國小高年級學童與電視傳播媒體的互動關係與相關研究，以瞭解國小高年級學童電視收視行為之現況。

### 一、國小學童與電視傳播之相關理論研究

兒童在觀看電視時必須透過知覺、記憶、轉換、製碼等心智活動，以瞭解電視畫面所呈現出來的意義；同時電視媒體也提供兒童學習新知的機會，教導兒童在生理、認知、情感、價值、道德與社會等方面的訊息（吳知賢，1993）。

兒童對於電視媒體傳達的訊息到底是主動吸收，發展出屬於自己的詮釋邏輯？還是被動地接受，電視播出什麼內容就接受什麼？這兩種相對論點的閱聽人研究，分別為「效果研究」與「使用與滿足研究」，研究重心都是在探討閱聽人面對電視訊息時的「主動性」或「被動性」。在早期的研究中，閱聽人被視為被動的資訊接收者，電視媒體則展現強大無比的影響力；之後經過長期的演變與修正，這類研究逐漸偏向閱

聽人主動解讀和詮釋媒介訊息。效果研究的風貌也從短期、立即、強大、表面的效果，轉變為長期、間接、不一致的效果（翁秀琪，1992）。

### （一）傳播效果理論研究

早期的大眾傳播研究以「效果研究」為主，學者在從事效果研究時所用的調查方法都受到當代社會心理學的「刺激—反應理論」深遠之影響。「效果研究」重點在探討電視對於兒童的直接影響力，先假設媒體掌控了電視內容，使電視內容存在著單一、固定而且是媒體欲傳達的意義，再討論這些意義對兒童產生的效果；在這種情況下，兒童是被動的資訊接收者，而且是較容易受到電視媒體傷害的一群（朱全斌，2001；林好芳，2005；張文強，1997；曠湘霞，1986）。

以下探討三種效果研究，分別為「簡單刺激—反應模式」、「涵化理論」、「社會學習理論」：

#### 1、簡單刺激—反應模式（simple S-R model）

Ibid主張大眾傳播媒體有著無孔不入的巨大傳播效果，將兒童視為被動的、消極的、毫無抵抗力的接收者，認為媒體傳播的訊息一發出，兒童便會全盤接受，就像是有刺激、就會有反應一樣，效果立即而直接；因此，兒童極容易受到傳播媒體的操弄與影響，淪為媒介宣傳的犧牲品（引自林秀芬，2000）。

#### 2、涵化理論

涵化理論（Cultivation Theory）由 Gerbner（1980）提出，是傳播研究上有關電視效果研究最久、最廣泛的研究計畫。所謂的涵化(cultivation)，指的是觀眾長期觀看同一電視節目傳達出來的訊息，最後被灌輸了相同的世界觀與價值觀（羅世宏譯，2000）；亦即閱聽人在長期收看電視節目內容後，會越認同電視節目中傳達的價值觀、意識型態、觀點等訊息，閱聽人的言行舉止也越會受到節目內容的潛移默化影響，使得認知建構漸漸和電視傳播內容趨近一致（車慶餘，1998；周君蘭，2001；Ishii et al., 1999）。

Gerbner 與 Gross 針對電視的潛移默化功能提出幾個論點：（1）電視內容的本質：充滿刻板及重複的形象，反映傳統價值、信念及行為；（2）電視觀眾的本質：被動地、不經選擇、習慣性收看千篇一律的內容；看電視幾近一種儀式化的行為；（3）涵化差異（cultivational differentiation）：電視暴露量（看電視的多寡）會影響個人對世界的看法，看電視越多的人，其世界觀與電視內容所呈現的越一致（引自黃明明，1994）。

Gerbner認為電視是兒童最容易接觸到的傳播媒體，兒童會被動、習慣性的接受電視訊息，當他們還沒有學會如何選擇節目內容時，就不知不覺養成了收視的習慣；隨著年齡增長，這習慣不僅會繼續保持，甚至還會強化（引自魏延華，2000）。

國內對電視暴力的相關研究也證實了涵化理論，吳知賢（1990）研究電視暴力對兒童社會態度的影響，發現越經常收看电视的兒童，越喜歡收看暴力型節目；車慶餘（1998）研究電視暴力和國小學童侵略行為的關聯，發現收看电视暴力行為的頻率和侵略行為之間有正相關，這些都可以說明涵化作用的影響。

### 3、社會學習理論

社會學習理論（Social Learning Theory）由 Albert Bandura提出，他反對兒童的學習是源自刺激—反應（S-R）的模式，認為兒童對周圍人、事、物的觀察，會影響到兒童的學習與發展，就算是觀察相同的情境，不同個體表現出來的反應也會不一樣。從社會學習的觀點來看，人類的學習會經由兩種途徑產生，一是個人直接經驗，會透過個人實際的體驗而學習；二是觀察學習，即透過對楷模（model）的觀察、模仿與內化，兒童會展現出觀察學習的行為結果。在許多實證研究中，以「觀察學習」所得到的支持較多（車慶餘，1998；陳靜音，2003；黃明明，1994；Bandura, 1977）。

觀察學習的過程有四階段交織而成，分別為「注意」→「保持」→「再生」→「動機」（Bandura, 1977）：

- 1、注意：兒童依照自己的興趣與需求，對電視中某角色的言行舉止產生注意；
- 2、保持：兒童就所觀察到的該言行舉止，在心中保持記憶或在腦海中演練；
- 3、再生：在適當的時機或場合，行為重複產生；
- 4、動機：最後產生該行為會出現的動機，再依內在或外在的獎賞來修正該行為。

Bandura認為由大眾傳播媒體提供的訊息是另一種社會學習的重大資源。從電視傳播的效果及廣泛性來看，許多楷模的行為模式會透過電視傳送；當兒童從電視上獲得的視聽訊息越多，影響就會越大。兒童在收看电视時，會觀察電視人物的言行舉止，進而認同、模仿，甚至是受到替代、增強等作用的影響，學得一些價值觀。在兒童與電視的相關研究（車慶餘，1998）中，顯示電視對兒童提供了許多觀察學習的間接經驗，也是影響個人態度、價值和行為的重要力量。

單純觀察便可以改變成人和兒童許多的行為。例如，兒童藉由觀察電視人物，產生對不熟悉行為的學習，降低對陌生事物的恐懼感，進而模仿、學習電視人物處理事

情的態度與方式（王嵩音譯，1993）。也有相關研究認為藉由電視內容所獲得的學習效果，的確會影響個人的行為反應（林瑞端，2001）。

由於兒童的心智年齡尚未足夠成熟，電視節目播映的暴力內容一直以來都被學者視為對他們具有極大的影響力（林好芳，2005）；Berkowitz（1986）認為大眾媒體提供給兒童間接的觀察學習經驗，不只在於攻擊行為的模仿，也牽涉了資訊傳達的「最初效果」（priming effect），也就是說，兒童能從收視的過程中獲得想法。舉例來說，曾在台灣社會轟動一時的八點檔連續劇「台灣霹靂火」，因為劇情走向太過於偏向社會寫實，劇中人物經常以暴力解決問題，在戲劇播出期間造成許多青少年爭相模仿劉文聰的經典台詞「送你一支番仔火和一粒雞蛋糕」諸如此類暴力的行為，令社會大眾十分憂心電視媒體帶來的負面效應，會影響到許多孩子人格發展偏差化。吳翠珍、楊幸真（1992）也認為，兒童在接觸電視暴力後，會因為認同而產生模仿，因而對暴力表示較多的贊同或是容易採取暴力的態度來解決問題。

## （二）使用與滿足理論

「使用與滿足理論」係由 Katz（1959）首先提出，他認為過去傳播效果研究過於偏重探討「媒體對人們做了什麼」（what do media do to people），而建議應將研究焦點轉移至「人們如何使用媒體」（what do people do with the media）（引自陳麗鳳，2006）。因此，「使用與滿足理論」強調閱聽人是主動的媒體使用者，透過使用媒體，閱聽人可以主動尋求資訊，以滿足其自身的某種需要。也就是說，「使用與滿足理論」的核心概念在於閱聽人是主動的，他們了解自己的興趣與動機，可以選擇吸收、或拒絕傳播媒體不同面向的訊息。

「傳播效果理論」研究太過於重視電視傳播的力量，只單從兒童「被動」的角度來探討，但是，閱聽人並非永遠處在被動接受的立場，兒童也可能會主動的收看電視來滿足自身需求（蔡佳倩，2008）。林好芳（2005）則認為「使用與滿足理論」關注的重點在於兒童使用電視的類型、喜歡的電視內容、看電視的時間及使用的動機與滿足狀況等，相較於「傳播效果理論」只重視電視對兒童的影響，「使用與滿足理論」更重視兒童的主導性。

近年來，兒童是被動收視者的觀念已逐漸獲得改善，取而代之的，是以積極的行為看待兒童的理解歷程，將兒童視為主動的閱聽人。兒童的主動性展現在兩個層面上，

一是可以依照自身需求主動選擇需要的媒體或資訊，二是具有主動詮釋電視媒介訊息的力量（張文強，1997）。

## 二、小結

由以上相關文獻可知，簡單刺激—反應模式、涵化理論和社會學習理論同樣都認為電視會對個人行為產生影響，「簡單刺激—反應模式」將兒童視為被動、消極的資訊接收者，認為媒體傳播的訊息一發出，兒童便會全盤接受；「涵化理論」認為兒童會被動地接受電視節目傳達的訊息，強調電視長期的潛移默化效果會為兒童帶來影響；「社會學習論」重視兒童透過觀察學習、經由電視內容所獲得的學習效果，會影響個人的行為反應。電視在我們的日常生活中扮演了一個重要的角色，也取代親身經驗，成為閱聽人了解社會動態的主要資訊來源；不論是由「簡單刺激—反應模式」、「涵化理論」還是「社會學習理論」的觀點來看，電視傳播媒體所傳達的訊息，必會帶給兒童影響，兒童的個人價值觀與意識型態也都會受到電視的「教化」與影響。

相較於「傳播效果理論」認為閱聽人被動接收媒體訊息，只重視電視會對閱聽人造成影響，「使用與滿足理論」強調閱聽人是主動的媒體使用者，基於某種動機，閱聽人會透過使用媒體，來主動尋求資訊，以解決或滿足自身的需求。

現代生活中的兒童喜愛收看電視是無庸置疑的事實，但是，兒童在收看電視節目時，並不會特別去思考或挑選節目，如果長時間收看節目，極有可能會受到電視內容的影響；若是電視節目傳達的訊息有所偏差時，對兒童的身心發展更容易產生不良的後果，因此，不管是基於「傳播效果理論」或「使用與滿足理論」，電視節目中所傳達的價值觀，都應經過審慎規劃，避免影響兒童身心健全發展。

## 第三節 電視收視行為的相關研究

隨著數位匯流以及2008年台灣的無線電視台全面數位化後，數位內容的流通更為便利；以往大眾傳播媒體的傳播方式，日後將會被視訊所取代，閱聽人也掌握了更大的主動權（陳麗鳳，2006）；因此，探討兒童的電視收視行為是必要的。

透過電視收視行為的相關研究中，可發現研究重心幾乎都放在閱聽人如何使用電視的問題上面，包括：收視時數、收看次數、收視時段、收視動機、收視類型、共同收視對象...等等（曠湘霞，1986；蘇蘅，1999）。本研究用來探討電視收視行為的面

向有三個，分別是：看電視所花的時間（收視時間）、選擇收看何種節目（收視類型）以及爲什麼要看該節目（收視動機）。

## 一、收視時間的相關研究

家家戶戶有電視機已經是現代社會中非常普遍的現象。廣電人市場研究（2004）發表的「2003年台灣地區電視觀眾研究」中指出，台灣地區（不含離島）整體的平均電視擁有率爲99.0%，兩台以上電視機的平均擁有率爲60.3%，在擁有電視機的家庭中，每戶平均擁有1.88台的電視機。由於電視媒體的普及率及曝光率高，不僅大人容易受到吸引，兒童更是電視的基本收視群，將看電視視爲日常生活的重心，因此對於收視時間的調查研究，一直是專家學者關心的課題。

尼爾遜收視率公司（A.C. Nielsen Company）（1978）調查發現，自1966年以來，兒童看電視的時間逐年增加，其中二～五歲的兒童每週看電視28小時38分鐘，平均每天四小時以上；六～十一歲的兒童每週看電視26小時4分鐘，平均每天在三小時半以上。

陳備（1979）研究指出，都市兒童比鄉村兒童每天看電視的時間高出30分鐘以上，平均每人所花費的時間在1小時50分左右；郭爲藩（1979）研究發現，兒童看電視的時間平均約1小時52分，男生約2小時，女生約1小時43分（引自王振堆，1990）。

陳世敏（1986）研究發現，台灣兒童看電視時間平均高達3.46小時，並且只要電視有節目在播放，就有兒童在看電視（引自黃明明，1994）。

張杏如（1987）研究幼稚園大班到國小高年級各年段學生的電視收視時間，結果爲：1、幼稚園大班學生週一至週五收視時間爲1.925小時，週六、日爲2.998小時；2、國小低年級學生週一至週五收視時間爲1.877小時，週六、日爲2.996小時；3、國小中年級學生週一至週五收視時間爲1.638小時，週六、日爲2.984小時；4、國小高年級學生週一至週五收視時間爲1.994小時，週六、日爲3.351小時（引自伍至亮，2001）；研究結果顯示國小高年級學生不管在週一至週五還是週六、日的收視時間都領先其他年段的學生。

羅四維（1987）以兒童可以看電視看到多晚來做爲研究兒童收視時間的依據，研究結果爲：1、比例最高的爲「可以看電視看到晚上9:00」，佔了28%；2、其次爲「無限制」，佔了23%；3、「一天只能看30分鐘」者僅佔5%（引自伍至亮，2001）。

謝瀛春（1995）在「台灣民眾傳播行爲概述報告」中指出，有62%的民眾將看電

視當成平日最主要的休閒活動，國人平均看電視的時間則以每天一～三小時為最多。

Share指出，大眾傳播對兒童發展有影響，尤其是電視的影響最大。以一般2～12歲美國兒童而言，每天大約有3小時看電視的時間，他們從電視中學習電視人物的個性、特質及生活習慣，並從電視中了解社會環境；兒童觀看電視的時間太長，無形中會減少和父母一起從事其他活動的時間，和朋友一起讀書、遊戲的時間也會因而減少，因此，大眾傳播的潛在影響不僅只有影響到兒童本身的社會行為，也會影響到同儕間互動與親子相處的模式（引自陳美芬，1995）。

吳翠珍（1998）在 1995年所完成的「國內自製兒童節目內容呈現方式與學習效果研究報告」中指出，台灣兒童平日平均花二～三小時收看電視，相當於一年大約花一千多個小時在收看電視，與每年坐在教室裡的時間（一千二百個小時）相差不多，而這寶貴的一千多個小時的收視類型依序分別是「卡通」、「綜藝節目」、「連續劇」、「電影頻道與影集」；每個兒童除了上學、睡覺以外的其餘時間，大約就奉獻了三分之一給電視節目。

吳知賢（1998）的研究指出，目前台灣社會中一般家庭以看電視為最基本的休閒活動，平均每天電視的開機時間約有7個小時之多。

我國兒童每天平均看電視的時間至少半小時～三小時，周末則達三～五小時或更高，而一年中近三個月的寒、暑假，更是收看電視的高峰期（蘇蘅，1999）。

兒童福利聯盟執行長馮燕指出，多項調查都顯示「看電視」已經是時下台灣兒童最經常性的休閒娛樂，超過半數的兒童在晚間九點半以後仍然還有在看電視，有一成的孩子則是持續看電視看到十一時左右（引自梁欣怡，2000）。

許毓容（2001）在 2000 年出爐的「3～18 歲閱聽眾廣電媒體使用行為大調查」中也提到，在被調查的5526位兒童及青少年中，非收視者僅僅只佔4.3%，收視者高達95.7%；而在調查收視者一週收看的天數方面，將近三分之二的收視者表示自己天天都會收看電視。

伍至亮（2001）的研究也發現，國小高年級學生在星期一至四的平常上課日，看電視時間超過二小時的達52.3%，星期六看電視時間超過二小時的人數比例高達68.6%，足以見得電視已是現今兒童每日不可或缺的物質與精神依靠。

台灣有線視訊寬頻網路發展協進會調查發現，幼兒最常收看的電視時段集中於晚間6：00～8：00及傍晚的4：00～6：00，且有將近八成的受訪幼兒表示每天都在看電

視（引自黃葳威、林紀慧，2001）。

廣電基金會（2002）在 2001 年對全國觀眾所做的「電視行為大調查報告」中也指出，台灣地區平均每人每日（週一到週五）看電視的時間為 153.4 分鐘（約 2.6 小時），假日（週六、日）的平均收視時數更高達 190.4 分鐘（約 3.2 小時）。

廣電人市場研究（2004）發表「2003 年台灣地區電視觀眾研究報告」中指出，至 2003 年為止，台灣家庭的電視普及率幾乎接近 100%，台灣觀眾每日的平均收視時間為 174 分鐘。觀眾的平日收視長度以一～二小時為多，2000 年以二～五小時為多，2001 年則減少為以一～二小時為主，2002 年再度增加為二～五小時，2003 年觀眾平日平均收視長度為二.五小時，五年的平日收視長度的變化大約都集中在一～五小時之間；在假日收視方面，台灣地區觀眾的收視長度皆以三～五小時為主，其次為五小時以上，再者為二～三小時和一～二小時，與平日收視長度比較，觀眾的假日收視長度明顯增多。台灣觀眾中 4～19 歲的收視群平日收視時間為 130.5 分鐘，週末則增至 187.8 分鐘。

林好芳（2005）針對屏東縣史努比國小十位四年級學童研究發現，大部分兒童在假日比平日收視的時間還長，男、女兒童在週一至週五收視時間的差異不大，但是在週六、週日收視時間明顯相差懸殊，女童收視時間比男童多。

孫保瑞與黃士怡（2005）針對桃園縣市國小學生研究發現，國小學生星期一至星期五：只看 30 分鐘到 1 小時者有 24.8%；看 1～2 小時的人為 27%；2～3 小時者有 22.5%；3 小時以上者有 21%。

2005 年的兒童傳播權調查報告研究中指出，台灣學童在非假日的收視時數平均一日高達 2.3 小時，假日時則提高為 2.8 小時，也就是說，台灣學童每週花在看電視的時間上高於 17 小時（兒童福利聯盟文教基金會，2006）。

媒體視讀推廣中心針對新竹市新科國中國一 122 位學生問卷調查結果研究顯示，學生平日看電視 2 小時以內佔約七成；週末每天看電視 3 小時以上的人數即近五成、看 2～3 小時的也有 24%；顯示學生適逢週末的收視時間會倍增（李岱恩，2008）。

媒體視讀推廣中心調查報告指出，國小兒童在平日收看電視 1 小時以下約佔 82%；假日收視時間 1 小時以下僅佔 40%，1～2 小時從平日的 14% 升至 43%，2～3 小時從平日的 4% 升至 17%，顯示兒童在假日的收視時間明顯增加（劉潔茹，2009）。

茲將以上收視時間的相關文獻，綜合如表 2-3-1 所示：

表2-3-1 兒童電視收視時間之相關研究一覽表

研究者	年代	研究對象	研究發現		
尼爾遜 收視率 公司	1978	兒童	1、二~五歲的兒童每週看電視 28 小時 38 分鐘，平均每 天四小時以上。 2、六~十一歲的兒童每週看電視 26 小時 4 分鐘，平均 每天在三小時半以上。		
陳備	1979	都市兒童 VS 鄉村兒童	都市兒童比鄉村兒童每天看電視的時間高出 30 分鐘以 上，平均每人所花費的時間在 1 小時 50 分左右。（引自 王振堆，1990）		
郭為藩	1979	兒童	1、兒童看電視的時間平均約 1 小時 52 分。 2、男生約 2 小時。 3、女生約 1 小時 43 分。（引自王振堆，1990）		
陳世敏	1986	台灣兒童	看電視時間平均高達 3.46 小時。（引自黃明明，1994）		
張杏如	1987	幼稚園大 班到國小 高年級學 生（引自伍 至亮，2001）	年段	週一至週五收視時間	週六、日收視時間
		大班	1.925 小時	2.998 小時	
		1-2 年級	1.877 小時	2.996 小時	
		3-4 年級	1.638 小時	2.984 小時	
5-6 年級	1.994 小時	3.351 小時			
羅四維	1987	兒童 （引自伍至 亮，2001）	可以收視到多晚	百分比	
			無限制	23%	
			一天30分鐘	5%	
			到晚上 7:00	22%	
			到晚上 7:30	6%	
			到晚上 8:00	7%	
			到晚上 9:00	28%	
到晚上 10:00	10%				
不明確	1%				
吳翠珍	1998	台灣兒童	平日平均花二~三小時收看電視。		
許毓容	2001	3~18 歲	非收視者僅僅只佔 4.3%，收視者高達 95.7%。		

表2-3-1 兒童電視收視時間之相關研究一覽表（續）

研究者	年代	研究對象	研究發現
伍至亮	2001	國小高年級學生	1、星期一至四的平常上課日，看電視時間超過二小時的達 52.3%。 2、星期六看電視時間超過二小時的人數比例高達 68.6%。
台灣有線視訊寬頻網路發展協進會	2001	幼兒	最常收看的電視時段集中於晚間 6：00～8：00 及傍晚的 4：00～6：00，且有將近八成的受訪幼兒表示每天都在看電視。（引自黃葳威、林紀慧，2001）
廣電基金會	2002	全國觀眾	1、平均每人每日（週一到週五）看電視的時間為 153.4 分鐘（約 2.6 小時）。 2、假日（週六、日）的平均收視時數更高達 190.4 分鐘（約 3.2 小時）。
廣電市場研究	2004	4～19 歲	1、平日收視時間為 130.5 分鐘。 2、週末則增至 187.8 分鐘。
林好芳	2005	屏東縣史努比國小十位四年級學童	大部分兒童在假日比平日收視的時間還長，男、女兒童在週一至週五收視時間的差異不大，但是在週六、週日收視時間明顯相差懸殊，女童收視時間比男童多。
孫保瑞、黃士怡	2005	桃園縣市國小學生	國小學生星期一至星期五：只看 30 分鐘到 1 小時者有 24.8%；看 1～2 小時的人為 27%；2～3 小時者有 22.5%；3 小時以上者有 21%。
兒福聯盟文教基金會	2006	台灣學童	1、非假日的收視時數平均一日高達 2.3 小時。 2、假日時則提高為 2.8 小時。
李岱恩	2008	新竹市新科國中 122 位學生	平日看電視 2 小時以內佔約七成；週末每天看電視 3 小時以上的人數即近五成、看 2～3 小時的也有 24%；顯示學生適逢週末的收視時間會倍增
劉潔茹	2009	國小兒童	1、平日收看電視 1 小時以下約佔 82%。 2、假日收視時間 1 小時以下僅佔 40%，1～2 小時從平日的 14% 升至 43%，2～3 小時從平日的 4% 升至 17%，顯示兒童在假日的收視時間明顯增加。
Share		2～12 歲	每天大約有 3 小時看電視的時間。（引自陳美芬，1995）

資料來源：研究者整理

由以上文獻可知，看電視幾乎是每個孩子最常做的休閒活動，孩子們看電視的時間往往遠大於其他作息時間；如果看電視變成了習慣，甚至已經「上癮」，只會讓孩子的學習狀況變得更加被動，缺乏克服困難、解決問題的能力；所以，看電視不是不好，只是收視時間應該懂得節制，以免造成生活作息大亂。

## 二、收視類型的相關研究

由於電視型態的發展迅速，由最初無線電視台的三個頻道，一直到今日高達百餘個頻道的有線電視出現，其中更是包含了多種類型的節目，使得閱聽人可以選擇收看的節目類型，也愈來愈多元化。欲探討兒童的電視收視行為，兒童喜愛收看哪些類型的電視節目是值得探究的。

Rubin在1981年研究人們收看電視的動機時，將電視節目分為十類，分別為：兒童節目、喜劇節目、警探節目、競賽節目、電視影片、新聞節目、日間連續劇、體育節目、專訪節目以及音樂綜藝節目。到了1982年，Rubin 研究老年人的電視收視行為時，將節目類型增加至十四類，增加的種類為：新聞雜誌性節目、舞台劇、宗教節目及通俗片（引自陳叔光，1988）。

陳以瑚（1982）探討台北市民收看電視動機研究中，將電視節目分為十八類，依序是：綜藝歌唱節目、歌仔戲、國語連續劇、公共服務與社教節目、國劇、新聞氣象報告、體育節目、外國節目、婦女節目、警探節目、卡通節目、單元劇、自製的兒童節目、台語連續劇、聯播節目、古典音樂節目、才藝競賽節目、新聞雜誌性節目。

行政院新聞局廣播電視處建議將電視節目分為十七類：公共服務與社教節目、聯播節目、綜藝與歌唱節目、新聞及氣象報告、國語連續劇、地方戲曲、台語連續劇、警探節目、國劇、新聞雜誌性節目、卡通影片、才藝競賽節目、體育節目、外國節目、單元劇、婦女節目、週六與週日連續劇（引自康敏平，1996）。中華民國電視年鑑則將電視節目分為八種類型：新聞節目、戲劇節目、綜藝節目、音樂節目、影集、公共服務節目、教育文化節目、教育電視（引自康敏平，1996）。

吳翠珍（1998）在 1995年所完成的「國內自製兒童節目內容呈現方式與學習效果研究報告」中指出，台灣兒童平日平均花二～三小時收看電視，相當於一年大約花一千多個小時在收看電視，與每年坐在教室裡的時間（一千二百個小時）相差不多，而這寶貴的一千多個小時的收視類型依序分別是「卡通」、「綜藝節目」、「連續劇」、「電影頻道與影集」；每個兒童除了上學、睡覺以外的其餘時間，大約就奉獻了三分

之一給電視節目。

根據廣電基金會（2001）所做的一份「臺灣地區3到18歲閱聽眾廣電媒體使用行為大調查」研究，其中則將電視節目區分為十三類：卡通/兒童節目、綜藝 /娛樂新聞 /娛樂性談話 /益智節目、流行音樂 MTV/音樂節目、戲劇節目、新聞報導/新聞 call-in 節目、體育節目、電影、生態保育 /科學新知節目、靈異節目、打鬥/血腥節目、清涼養眼（色情）節目、生活/休閒/流行資訊節目、烹飪節目。

伍至亮（2001）研究發現，國小高年級學生最喜愛的節目類型為電影、卡通與戲劇。另外對於靈異、綜藝等節目類型，學生也頗為喜愛。

廣電人市場研究（2004）將電視節目分為新聞、戲劇、綜藝、兒童卡通、體育、電影、財經、社教和其他等九類，兒童卡通類型節目之主要收視群為4到19歲。

台灣地區許多研究指出兒童最喜歡的節目型態為卡通（吳翠珍，1998；李秀美，1995；林好芳，2005；許毓容，2001；陳靜音，2003；劉潔茹，2009），是因為卡通內容豐富多變、活潑逗趣、人物個性鮮明，而且畫面色彩鮮麗、聲光效果絢麗、以及音樂動感，極易滿足兒童好奇、愛作夢的心，極少兒童不喜愛卡通節目。但是，年級越高的男女生，有偏好影集、綜藝、連續劇等其他型態的趨向（李秀美，1995；吳知賢，1993；楊幸真，1993）。

茲將以上收視類型的相關文獻，綜合如表2-3-2所示：

表 2-3-2 收視類型相關研究一覽表

研究者	年代	研究對象	收視類型
陳以瑚	1982	台北市民	綜藝歌唱節目、歌仔戲、國語連續劇、公共服務與社教節目、國劇、新聞氣象報告、體育節目、外國節目、婦女節目、警探節目、卡通節目、單元劇、自製的兒童節目、台語連續劇、聯播節目、古典音樂節目、才藝競賽節目、新聞雜誌性節目等十八類。
行政院 新聞局 廣播電 視處			公共服務與社教節目、聯播節目、綜藝與歌唱節目、新聞及氣象報告、國語連續劇、地方戲曲、台語連續劇、警探節目、國劇、新聞雜誌性節目、卡通影片、才藝競賽節目、體育節目、外國節目、單元劇、婦女節目、週六與週日連續劇等共十七類。（引自康敏平，1996）

表 2-3-2 收視類型相關研究一覽表（續）

研究者	年代	研究對象	收視類型
中華民國電視年鑑			新聞節目、戲劇節目、綜藝節目、音樂節目、影集、公共服務節目、教育文化節目、教育電視等共八類。（引自康敏平，1996）
吳翠珍	1998	台灣兒童	平日平均花二~三小時收看電視，而收視類型依序是「卡通」、「綜藝節目」、「連續劇」、「電影頻道與影集」。
廣電基金會	2001	3~18 歲	電視節目區分為十三類：卡通/兒童節目、綜藝 /娛樂新聞 /娛樂性談話 /益智節目、流行音樂 MTV/音樂節目、戲劇節目、新聞報導/新聞 call-in 節目、體育節目、電影、生態保育 /科學新知節目、靈異節目、打鬥/血腥節目、清涼養眼（色情）節目、生活/休閒/流行資訊節目、烹飪節目。
伍至亮	2001	國小高年級學生	國小高年級學生最喜愛的節目類型為電影、卡通與戲劇。另外對於靈異、綜藝等節目類型，學生也頗為喜愛。
廣電人市場研究	2004		將電視節目分為新聞、戲劇、綜藝、兒童卡通、體育、電影、財經、社教和其他等九類。
林好芳	2005	屏東縣史努比國小十位四年級學童	兒童最喜歡的節目型態為卡通，收看卡通是兒童每天必做的事情，時間佔了收看電視節目的時間中的極大比例。
Rubin	1981		兒童節目、喜劇節目、警探節目、競賽節目、電視影片、新聞節目、日間連續劇、體育節目、專訪節目以及音樂綜藝節目等十類。（引自陳叔光，1988）
Rubin	1982	老年人	以上十類再加上新聞雜誌性節目、舞台劇、宗教節目及通俗片等共十四類。（引自陳叔光，1988）

資料來源：研究者整理

由以上文獻可知，電視每天提供各種類型的節目訊息給兒童時，一些與現實生活道德觀有差異的訊息，例如：暴力、衝突、謊言、情色...等，容易傳遞給無法正確判斷是非善惡的兒童，極有可能會對兒童的行為、道德與認知造成負面教育。因此，為人師長者需建立區分節目類別的依據，才能培養學生對節目內容的判斷力，正確教導孩子選擇有益的節目，避免受到不當的電視節目內容影響。

### 三、收視動機的相關研究

閱聽人基於社會或心理需求，會對電視節目內容產生期望，因此會運用電視媒體可以呈現的型態，例如：收視類型、節目內容、收視時間...等，來表現對於自身需求的滿足感；雖然接觸相同的傳播媒體，但是不同的個體會有不同的動機。所以探討兒童的收視動機對於探討他們的電視收視行為而言，就極為重要。

Robinson (1967) 首先指出人們收視廣電節目的主要動機包括：「實用性」、「自我防禦」、「價值表達」、「求知功能」（引自林瑞端，2001）。

McQuail, Blumler, 與 Brown (1972) 提出收看电视節目有四種動機：1、「資訊蒐集」：獲得資訊、知識並發表意見；2、「個人認同」(Personal identity)：包括追求行為的認同、價值強化；3、「人際關係」(Personal relationships)：包括幫助與人交談、各種友誼的社交互動；4、「逸樂消遣」：包括逃避問題和例行公事、放鬆心情和打發時間（引自劉貞秀，1994；游進忠，1995）。

Katz et al. (1973) 自許多相關文獻中整理出個人接觸大眾媒體的需求，並歸納為五大類：1、「認知需求」：情報、知識；2、「情感需求」：情緒、娛樂；3、「個人整合需求」(personal integrative needs)：信心；4、「社會整合需求」(social integrative needs)：地位；5、「消除緊張的需求」(tension release needs)；Greenberg (1974) 發現，英國兒童收看电视的動機為：打發時間、遺忘與逃避現實、學習事物、了解自我、尋求刺激、放鬆心情、解除寂寞以及習慣（引自陳麗鳳，2006）。

徐佳士等人 (1975) 在探究十二項動機和五種大眾傳播媒體之研究中提出，十二項動機為：增加新知見聞、滿足個人的好奇心、尋求解決困難的方法、尋求快樂、打發時間、尋求購物參考、與家人共享欣賞或團聚的樂趣、增加與人談話資料、了解別人對各種事物的看法、間接與社會接觸、了解地方事情及知道國家和世界大事、了解

地方事情；五種大眾傳播媒體為：電視、報紙、電影、收音機、雜誌。在五項傳播媒體中，「電視」是最能滿足台灣地區民眾需求的媒體，因為在十二項動機中，除了「了解地方事情」之外，有 50% 以上的民眾表示其他十一項動機都能由電視中獲得滿足。研究中並指出，佔比例最高的是「與家人朋友共享欣賞或團聚的樂趣」、「尋找快樂」、「滿足好奇心」等三項動機需求的滿足。

Blumler (1979) 由諸多實證研究中歸納出閱聽人對媒體的使用是基於以下四種動機與需求：「資訊蒐集功能」、「個人的認同」、「人際關係」、「娛樂」；由此可見，閱聽人與大眾媒體之間互動關係的重要性（引自陳麗鳳，2006）。

楊孝榮 (1979) 研究國中生、高中生的收視動機，結果發現其主要的收視動機依序為：增加新知見聞、可以知道國家與世界大事、尋找快樂、和家人共同享受欣賞的樂趣、可以瞭解別人的生活狀況、思想觀念及對於各國事物的看法。由此顯示，在學學生收視電視之動機傾向於求知的動機，而非消遣娛樂的動機（引自林瑞端，2001）。

Hofstetter (1980) 探討公共事務及娛樂節目的動機共有六項，依重要性高低排列為：知曉學習、有參與感、覺得有影響力、尋求刺激、忘卻煩惱及緊張、消除寂寞（引自陳麗鳳，2006）。

Rubin (1981) 研究四～八十九歲受訪者，發現人們收看電視動機有九項：打發時間、習慣、為了作伴、尋求刺激、為了收看某些特定節目、放鬆心情、為了獲得消息及學習、逃避及忘卻現實生活、娛樂及和家人、朋友一起看（引自曠湘霞，1986）。

陳以瑚 (1982) 在探討台北市民收看電視動機之研究中發現，依動機強度排列依序為：為了獲得消息及學習新事物、為了看某些特定的節目、為了娛樂、為了放鬆心情、藉著看電視陪伴家人或朋友、為了打發時間、因為看電視是我的一種習慣、為了使自己不覺得孤單、為了忘卻現實生活、為了找刺激。

Rubin 與 Perse (1987) 將閱聽人的電視收視動機，分為「儀式性使用」(ritualized television viewings) 和「工具性使用」(instrumental television viewings)，分別將這二種類型的動機、態度、行為說明如下（引自陳麗鳳，2006）：

(一) 儀式性使用：媒體的使用是閱聽人固定或習慣性的行為，只是為了打發時間、排遣煩悶而已。

1、動機：消磨時間。

2、態度：不感覺媒體內容與自己的生活很接近。

3、行爲：消極、未經選擇的使用媒體，不專心涉入且容易分心。

(二) 工具性使用：閱聽人在選擇或者使用媒體時都有其特定目的。

1、動機：追求刺激、娛樂、資訊的滿足。

2、態度：相信媒體內容是真實的，感覺媒體內容已很接近。

3、行爲：有目的的使用媒體，使用媒體的涉入程度深，且主動、有選擇性的使用。

潘家慶等人(1993)對台灣地區民眾傳播行爲的研究的調查發現，台灣區最能滿足民眾的七種媒體依序是：電視、報紙、第四台、雜誌、收音機、錄音機與電影；而一般民眾使用媒體的動機依序爲：「獲取新知見聞」、「了解國家和世界大事」、「了解地方事物」、「尋找快樂」、「和家人朋友共享閱聽和欣賞的樂趣」(引自陳麗鳳，2006)。

劉幼琍(1997)針對客家族群對廣電媒體使用與滿足的調查發現，研究對象的動機需求依序爲「尋求快樂、排遣時間」、「獲取新知」以及「與人交換訊息」。

兒童收看電視的主要動機，除了是因爲無聊可以打發時間，以及看電視變成習慣之外，主要是爲了娛樂、放鬆心情以及學得一些常識，和增進同學間談論的話題和人際關係(蘇蘅，1999)。

廣電基金(1999)針對觀眾實際收視節目，發現收視者主要動機依序爲：喜歡戲劇情節、節目主題、打發時間、想知道世界大事、符合興趣、新聞報導詳實、節目資訊多元化、因爲家人看我也看、喜歡特定人物、尋找娛樂、尋求資訊及新知識...等。

林瑞端(2001)針對台灣青少年收看日本偶像劇之效果研究，將收看動機歸納爲四類：「尋求資訊及社會互動」、「情感抒發與文化想像」、「休閒娛樂」、「欣賞劇情與偶像」。其中女生比男生較爲重視「情感抒發與文化想像」、「休閒娛樂」、「欣賞劇情與偶像」的動機。15~18歲高職生較爲重視「尋求資訊及社會互動」，因爲可以增加與別人談話的題材，以及做爲日常生活的參考。19~25歲大學生的收視動機則比較偏向「休閒娛樂」，係爲了可以消遣及打發時間等。

陳君儀(2003)將公共電視的收視動機分爲八項，分別爲：「吸收新知」、「生活娛樂」、「學習」、「放鬆心情」、「打發時間」、「忘掉煩惱」、「對特定內容感到興趣」、「不小心轉到」等。

陳靜音(2003)將四年級學童看卡通的動機歸納爲四項，分別爲：「忘掉現實、放鬆自己」、「減少寂寞、打發時間」、「滿足幻想、同儕互動的話題」、「休閒生活的重心」。

茲將以上收視動機的相關文獻，綜合如表2-3-3所示：

表 2-3-3 收視動機相關研究一覽表

研究者	年代	研究對象	收視動機
徐佳士等人	1975		增加新知見聞、滿足個人的好奇心、尋求解決困難的方法、尋求快樂、打發時間、尋求購物參考、與家人共享欣賞或團聚的樂趣、增加與人談話資料、了解別人對各種事物的看法、間接與社會接觸、了解地方事情及知道國家和世界大事、了解地方事情。
楊孝榮	1979	國、高中生	依序為：增加新知見聞、可以知道國家與世界大事、尋找快樂、和家人共同享受欣賞的樂趣、可以瞭解別人的生活狀況、思想觀念及對於各國事物的看法。(引自林瑞端，2001)
陳以瑚	1982	台北市民	依動機強度排列依序為：為了獲得消息及學習新事物、為了看某些特定的節目、為了娛樂、為了放鬆心情、藉著看電視陪伴家人或朋友、為了打發時間、因為看電視是我的一種習慣、為了使自己不覺得孤單、為了忘卻現實生活、為了找刺激。
潘家慶等人	1993	台灣地區民眾	依序為：獲取新知見聞、了解國家和世界大事、了解地方事物、尋找快樂、和家人朋友共享閱聽和欣賞的樂趣。(引自陳麗鳳，2006)
劉幼琍	1997	客家族群	依序為：尋求快樂、排遣時間、獲取新知、與人交換訊息。
蘇蘅	1999	國小學童	無聊可以打發時間、看電視變成習慣之外、為了娛樂、放鬆心情、學得一些常識、增進同學間談論的話題和人際關係。
廣電基金	1999		依序為：喜歡戲劇情節、節目主題、打發時間、想知道世界大事、符合興趣、新聞報導翔實、節目資訊多元化、因為家人看我也看、喜歡特定人物、尋找娛樂、尋求資訊及新知識.....等。
林瑞端	2001	10 位 15 ~ 25 歲的學生	尋求資訊及社會互動、情感抒發與文化想像、休閒娛樂、欣賞劇情與偶像。

表 2-3-3 收視動機相關研究一覽表（續）

研究者	年代	研究對象	收視動機
陳君儀	2003	公共電視 觀眾	吸收新知、生活娛樂、學習、放鬆心情、打發時間、忘掉煩惱、對特定內容感到興趣、不小心轉到。
陳靜音	2003	四年級學 童	忘掉現實、放鬆自己；減少寂寞、打發時間；滿足幻想、同儕互動的話題；休閒生活的重心。
Robinson	1967		實用性、自我防禦、價值表達、求知功能。（引自林瑞端，2001）
McQuail et al.	1972		資訊蒐集、個人認同、人際關係、逸樂消遣。（引自劉貞秀，1994；游進忠，1995）
Katz et al.	1973		認知需求、情感需求、個人整合需求、社會整合需求、消除緊張的需求。（引自陳麗鳳，2006）
Greenberg	1974	英國兒童	打發時間、遺忘與逃避現實、學習事物、了解自我、尋求刺激、放鬆心情、解除寂寞及習慣。（引自陳麗鳳，2006）
Blumler	1979	閱聽人	資訊蒐集、個人認同、人際關係、娛樂。（引自陳麗鳳，2006）
Hofstetter	1980		依動機重要性高低排列為：知曉學習、有參與感、覺得有影響力、尋求刺激、忘卻煩惱及緊張、消除寂寞。（引自陳麗鳳，2006）
Rubin	1981	四～八十 九歲受訪 者	打發時間、習慣、為了作伴、尋求刺激、為了收看某些特定節目、放鬆心情、為了獲得消息及學習、逃避及忘卻現實生活、娛樂及和家人、朋友一起看。（引自曠湘霞，1986）
Rubin & Perse	1987	閱聽人	1、儀式性使用的動機：消磨時間。 2、工具性使用的動機：追求刺激、娛樂、資訊的滿足。（引自陳麗鳳，2006）

資料來源：研究者整理

由以上相關文獻可知，國內外的收視電視動機有許多相似之處。閱聽人通常是在一種「自動駕駛」(automatic pilot)的情況下接觸大眾媒體 (Donohew et al., 1984, 引自陳麗鳳, 2006)。對於兒童而言，在接觸電視媒體時，大多數的情況並非是經過考慮或是真的目的才收看的，也就是說，兒童僅是基於習慣或是打發時間就會收看電視，有目的或是需求時也能透過收看電視來解決；因此，對於電視節目內容的把關以及教育兒童在電視節目類型的選擇上，就顯得更為重要。

#### 四、小結

從本節相關文獻的數據得知，許多兒童看電視的時間遠遠超過他們遊戲或看書的時間；看電視已經是現代兒童一項的習慣行爲，電視顯然已成為兒童和青少年生活中不可或缺的必需品。美國學者 Marie Winn 曾把電視比喻為「插電的毒品」(The Plug in Drug)，意指閱聽人一旦陷入其中就會難以自拔 (引自吳知賢, 1993)。

電視是所有傳播媒體中，和兒童日常生活經驗最為貼近的一種；電視的聲光影音效果和各式各樣的節目內容，常會深深吸引兒童的目光，兒童們除了觀看兒童節目外，也會花費不少時間在收看其他的節目類型上，所以電視內容所呈現出來的意識型態對於兒童的認知影響極大。

國小高年級學生心智發展尚未完全成熟，判斷是非的能力不夠，且又處於對各界事物充滿好奇心的年紀，常常會不經過濾就照單全收電視節目所播映的內容。然而，許多電視節目的製作，卻往往只重視收視率，收視率愈高，代表吸引的觀眾人數愈多，但是這樣譁眾取寵的節目卻不見得是適合他們觀賞的；因此，對於電視這種有巨大影響力的媒體工具，我們應該要教導孩子們在電視節目的選擇上需特別留意，好好重視並審慎運用這樣多功能的大眾傳播媒體，而為人師長者對於電視節目內容的把關以及作好電視收視教育，就顯得更為重要。

## 第四節 偶像崇拜的相關理論

青少年崇拜偶像的現象，是其形成發展自我價值觀念的過程，也是其尋求自我認同的歷程。個體透過把別人或團體當作崇拜的對象，想像自己就是對方，或享有對方的尊榮，以獲得心理上的滿足，而認同的危機也得以渡過（張酒雄、陳枝烈、簡慶哲、張淑美，1993）。因此，青少年時期的「偶像崇拜」也是一種社會化的歷程。

岳曉東（2007）認為大多數人在成長的過程中，或多或少都曾經有過偶像崇拜甚至是「追星族」的青春歲月，崇拜過程理智或是狂熱，或許會有程度上的差異，但不可否認，偶像崇拜文化是青少年心理發展的必要過程。

因「偶像崇拜」至今尚無任何理論可以完整涵括與解析，經檢視國內外的相關研究論述得知，「偶像崇拜」的概念是從「認同」理論延伸而來，故本節就「偶像崇拜」與「認同」的意義、理論基礎作相關探討，以瞭解「偶像崇拜」的心理成因與行為。

### 一、偶像崇拜的意義與內涵

所謂「偶像」（idol）一詞，在《漢語大字典》中解釋為「泥塑或木雕的人像」（岳曉東，1999），本來是為宗教信仰而塑造，用以膜拜的神像。後來衍生為對聖賢、偉人們，立德、立言、立功之行為，表示尊敬之意，以及作為個人勤勉追隨的目標，所以才有「偶像崇拜」一詞（鄭慶宗，1989）。不管是中國或西方，對於「偶像」的原始說法，都是與宗教信仰有關的神偶；至於「偶像崇拜」則由對「偶像」的崇敬或膜拜，衍生為對聖賢、偉人佳德懿行的推崇，而有自我激勵、學習仿效之作用；因此，「偶像」又可視為「典型在夙昔」的「典型」、「典範」、「楷模」等，相當於英文的「typical model」（陳美芬，1996；張酒雄等人，1993）。

隨著時代的變遷與社會的多元化，「偶像」在個人主義盛行的風氣下，已不限於原來認定的典範或楷模人物；個人可依自身喜好，選擇任何對象做為模仿、崇拜或追求的偶像。再加上大眾傳播媒體的宣傳，「偶像」的類型包羅萬象，從傳統的典範或楷模人物轉變為影視明星、體育明星、父母、師長、同儕、名人及虛構人物...等，都可被稱為「偶像」（張酒雄等人，1993；Raviv et al, 1996）。

「偶像」在現今社會的意義，大多已不再是指神像，脫離原始人類對大自然神威的崇拜，而是成為一種受人喜愛、學習的對象或是模式。「偶像」的意義發展至今更

多元化，有的泛指不分古今中外，只要是個人心目中所認同的對象均可被視為「偶像」（張春興，1989）；有的指的是一種喜愛的模式或對象（model），但卻不一定是指「楷模」（typical model）（朱龍祥，1996；張酒雄等人，1993）。綜上可知，「偶像」係指青少年最愛慕、欽羨的人物，或是最想成爲的對象。陳祥裕、許昕宜（1998）將「偶像」定義爲「國小高年級學童最想成爲的楷模」，包括想像中的偶像，如電影、電視中的角色、故事書、卡通及小說的人物等；以及實際生活中的人物，如父母、師長、同儕朋友、親人、影視明星、運動健將、公眾人物等。

根據國內的文獻資料整理顯示，「偶像崇拜」一詞在《心理學辭典》中發現類似的概念是「認同人人物」（Identification figure）或「英雄崇拜」（Hero worship）（張春興，1989），而在《牛津高級英英、英漢雙解辭典》中，則是以「Idolatry」、「To idolize」、「Idolization」來詮釋中文的「偶像崇拜」，意指對某人或某事物的過分崇拜（The worship of idols; excessive devotion to or admiration of someone or something）（張芳杰，1985）。

所謂「偶像崇拜」，並不只是一種單純的心理行爲，也是一種具有特定意義的社會文化現象。在偶像崇拜的行爲當中，必定伴隨著高度的「認同」與「涉入」，甚至帶有某種「過度」的意涵（簡妙如，1996，引自黃顛穎，2002）。這種現象是青少年尋求自我認同及社會化的過程，個體透過模仿或學習所認同的對象，改變自己的思想觀念、言行舉止進而形成自我的價值觀念（林清江，1981）。林進材（2000）也提出偶像崇拜是青少年社會化的一個重要歷程。

「偶像崇拜」已逐漸變得多元化，崇拜者與被崇拜者之間的關係可近可遠，其意義可以神聖也可以生活化；「偶像崇拜」可以說是認同他人的表現，讓個體耳濡目染下受到認同對象的影響，在認知、情感與行動上表現極度喜愛、亟欲在各方面表現上，達到與崇拜對象一模一樣的傾向（蔡州宙，1999）。

Raviv 等人（1996）針對以色列的青少年對流行歌手的崇拜所做的研究中表示「偶像崇拜」（idolization）是過度消費所崇拜歌手的音樂、蒐集其基本資料加以模仿、崇拜反映出對其音樂的激賞。Cheng（1997）對香港青少年的研究中則認爲偶像崇拜（idolatry）是過份愛慕或讚揚、欣賞某人，且在青少年階段最容易出現此種行爲。

張酒雄等人（1993）則認爲「偶像崇拜」可以說是社會化發展的現象和過程，也就是人們認同某一些特定人物，經由學習、模仿此人物的言行舉止、服裝打扮、思想態度、價值觀等的心理作用及歷程，以滿足心理層面、生活適應、建立自我概念。岳

曉東（2000）針對香港與大陸學生偶像崇拜差異之調查研究中指出，偶像崇拜可謂個人對其特別欽佩人物的社會認同和情感依戀。郭致君（2001）認為「偶像崇拜」是指個體對某偶像人物具有強烈的愛慕、認同之心理傾向，並積極投入偶像本文的模仿、仰慕、消費、創作等崇拜行為之現象。

姜韻梅（2003）認為「偶像崇拜」可以包含下列三個要素：

（一）偶像崇拜是個人表示同意他人的一種行為

即是個體對他人的思想、感受及行為由接受進而讚許、認同的一種心理過程，在這過程進行當中，個體同時也對贊同的他人表現出愛慕、讚揚的傾向。

（二）偶像崇拜是個人模仿他人的一種行為

經由偶像崇拜的過程，個人在不知不覺中或有意識下，去增強或套取個體所贊同的對象其思想、行為舉動，使自己表現出與崇拜對象類似或一樣的行為舉止。

（三）偶像崇拜是個人經價值內化、產生情感的替代感受，建立自我概念的過程

即是個體在表現出對他人的喜愛、讚許的觀感之後，再藉由學習、模仿的過程，由肯定他人價值、認同他人特定的言行舉止、改變自我價值觀的心理作用及歷程，進而確認自我、認識自我。

茲將以上相關文獻，綜合如表2-4-1所示：

表2-4-1 學者專家對「偶像崇拜」所下相關定義摘要表

作者	年代	對偶像崇拜所下的相關定義
林清江	1981	偶像崇拜是青少年尋求自我認同及社會化的過程，個體透過模仿或學習所認同的對象，改變自己的思想觀念、言行舉止進而形成自我的價值觀念。
張酒雄 陳枝烈 簡慶哲 張淑美	1993	偶像崇拜是社會化發展的現象和過程，是一種經由喜歡、學習、模仿、認同某一些特定現象的言行舉止、服裝打扮、思想態度、價值觀等的心理作用及歷程，以滿足心理層面、生活適應、建立自我概念的目標。
簡妙如	1996	偶像崇拜並不只是單純的心理行為，也是一種具有特定意義的社會文化現象。在偶像崇拜的行為中，必定伴隨著高度的「認同」與「涉入」，甚至帶有某種「過度」的意涵（引自黃顛穎，2002）。

表2-4-1 學者專家對「偶像崇拜」所下相關定義摘要表（續）

作者	年代	對偶像崇拜所下的相關定義
蔡州宙	1999	偶像崇拜可以說是認同他人的表現，讓個體耳濡目染下受到認同對象的影響，在認知、情感與行動上表現極度喜愛、亟欲在各方面表現上，達到與崇拜對象一模一樣的傾向。
林進材	2000	偶像崇拜是青少年社會化的一個重要歷程。
岳曉東	2000	偶像崇拜可謂是個人對其特別欽佩人物的社會認同和情感依戀。
郭致君	2001	偶像崇拜是指個體對於某些偶像人物具有強烈的愛慕、認同之心理傾向，並積極投入對偶像的模仿、仰慕、消費、創作等崇拜行為之現象。
姜韻梅	2003	「偶像崇拜」可以包含下列三個要素：1、是個人表示同意他人的一種行為；2、是個人模仿他人的一種行為；3、是個人經由價值內化、產生情感的替代感受，建立自我概念的一種過程。
Raviv et al.	1996	偶像崇拜是過度消費所崇拜歌手的音樂、蒐集其基本資料加以模仿、崇拜反映出對其音樂的激賞。
Cheng	1997	偶像崇拜是過份愛慕或讚揚、欣賞某事或某人，且在青少年階段最容易出現此種行為。

資料來源：研究者整理

由以上相關文獻得知，學者們對偶像崇拜分析的意義，可以將「偶像崇拜」的概念界定為是從「認同」理論得來，指的就是認同某些特定對象的特定行為，例如：言行舉止、服裝打扮、思想觀念、生活態度等，並加以模仿、學習；也可以說偶像崇拜是指對某特定人物產生欣賞、喜愛或滿足自我的心理需求，而積極投入對特定對象的學習、模仿、消費、追隨的行為，藉由這種歷程來建立完整的健全自我概念。因此，研究者認為「偶像崇拜」即是個人在表現出對他人的認同感之後，再藉由學習、模仿的過程，由肯定他人價值、認同他人言行舉止，進而內化、改變自我價值觀的心理作用及歷程。

## 二、認同的意義

認同 (identification) 的概念最早起源於佛洛伊德 (S. Freud, 1856—1939) 的心理分析理論，他是將此運用在夢的解析範疇中，然後逐漸擴展運用到其他領域。Freud 描述「認同」為：「努力去塑造一個人的自我 (Ego)，去表現被他選為楷模的人所表現的形式，而且是在不知不覺的狀況中進行。」(Kagan, 1986; Mussen, 1960, 引自陳燕珠，2004)，可見得「認同」是一種學習、表現出楷模行為的作用。

(一) Bronfenbener (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、認同是一種動機，即行動像另一個人的傾向；
- 3、認同是一種過程，即透過行為和動機學習的一種形式 (引自朱龍祥，1996)。

(二) 學者根據不同的理論，對認同也提出不同的定義 (呂錘卿，1987；張酒雄等人，1993；張智雅，2000)，研究者將之歸納如下：

1、認同是一種價值內化的過程

根據 Kagan (1958)、Bronfenbener (1960)、Bandura (1969) 等人為認同所作的定義，認同 (identification) 是指當事者在有意或無意間，將楷模的價值內化成自己的價值，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。

2、認同是一種行為傾向，趨向於楷模的行為表現

Simon (1957) 認為「認同」是「想成為某人的傾向」(引自陳燕珠，2004)。張春興 (1987) 認為認同是一種傾向，其定義為「個體常有想做某人的傾向，這種對他人的整個人格所產生的全面性、持久性的模仿學習即為認同」。

3、認同是一種社會化的過程

社會學習論者，認為認同楷模的過程，即是一種社會化的過程；「認同」是兒童社會化的基本過程，從孩提時期以父母或週遭親友為主要的仿效認同對象，到透過視訊科技媒體接觸到外在刺激的楷模後，兒童認同對象會隨著年齡和視野的增長而不斷的改變。Bandura (1969) 指出認同是將一個人的思想、感受與行動採取所認同的楷模型式展現出來。李長貴 (1984) 指出認同是在社會化程序中，選擇他人的行為，內化於自己行為體系中。

#### 4、認同是一種心理歷程

Feilitzten 與 Linne (1975) 指出認同係一種心理過程，使其和楷模相似的知覺。這種過程是個體意識或潛意識的需求增強和擴大其認同楷模的過程。Bulcock 與 Stallybass 認為社會心理學上的認同，是將自己或其他參照團體，緊密連結在一起，並採取她們的目標和價值，及設法分享他人或團體經驗的過程。換言之，他們認為個體受到認同楷模的影響，而想要或力求表現該楷模的價值理念與行為的過程或方式（引自張酒雄等人，1993）。

Frith (1996) 指出有時認同指的是一種特殊經驗，描述的是一個社會過程、一種互動的形式，也是一種美學的過程；認同是個人對其生命中重要人物的社會接受和情感依戀。此種認同在兒童期主要對父母，在青少年期主要針對某些過分強化或理想化的人物。Woodward (1997) 認為個人的認同是在回答「我是誰」的問題，確認時空的存在，藉此來認識自我、肯定自我。Hall (1996) 則指出認同的進行是個體在建構自己與建構對其他群體的認知，並看其中是否擁有一些共同的起源或共同分享的特質。

蔡榮貴 (1979) 指出認同是個人有意或無意去增強或擴大自我認同體 (identity) 的一種過程。林英貴 (1987) 認為明星認同是個體想成為明星，而在人格上產生全面性、持續性的模仿學習，明星認同的發生包括認知上的判斷、肯定明星價值，並藉價值內化、產生情感上的替代感受，並以行為表現出來的三方面整體的作用。呂錘卿 (1987) 認為「認同」是個體所表現的感覺、思想或行動和別人相同的一種過程。

茲將以上相關文獻，綜合如表 2-4-2 所示：

表 2-4-2 學者專家對「認同」所下相關定義摘要表

作者	年代	對認同所下相關定義
蔡榮貴	1979	認同指的是個人有意或無意去增強或擴大自我認同體的一種過程。
林英貴	1987	認同是個體在人格上產生全面性、持續性的模仿學習，包括認知上的判斷、肯定他人價值，並藉價值內化、產生情感上的替代感受，並以行為表現出來的三方面整體的作用。
張春興	1987	個體常有想做某人的傾向，這種對他人的整個人格所產生的全面性、持久性的模仿學習即為認同。

表 2-4-2 學者專家對「認同」所下相關定義摘要表（續）

作者	年代	對認同所下相關定義
呂錘卿	1987	認同是個體所表現的感覺、思想或行動和別人相同的一種過程。
李長貴	1993	認同是在社會化的程序中，選擇他人的行為，內化於自己的行為體系中。
江宜樺	2000	認同有三種意義，第一種是同一、等同，第二種是確認、歸屬，第三種是表示贊同、同意。（引自姜韻梅，2003）
Kagan	1958	認同是努力塑造一個人的自我，讓發生在崇拜對象的事情就像是發生在自己身上一樣。
Gerwits & Stingle	1968	認同是兒童獲得某一重要人物（楷模）的價值理念、角色和良心。（引自陳燕珠，2004）
Bandura	1969	認同是將一個人的思想、感受與行動採取所認同的楷模型式展現出來。
Feilitzen & Linne	1975	認同係一種心理過程，使其和楷模相似的知覺。
Frith	1996	認同有時指的是一種特殊的經驗，所描述的是一個社會過程、一種互動的形式，也是一種美學的過程。
Hall	1996	認同的進行是個體在建構自己與建構對他人或對其他群體的認知，看其中是否擁有一些共同的起源或共同分享的特質。
Woodward	1997	個人的認同是在回答「我是誰」的問題，確認自己在時空的存在，來認識自我、肯定自我。

資料來源：研究者整理

由以上文獻得知，研究者認為所謂的「認同」代表著個人表現出和他人同樣的思想、行為、感覺之過程，係經由模仿、學習楷模的行為特徵，所呈現出來的一種心理狀態、外顯行為或是社會化的歷程。

### 三、認同的理論基礎

#### (一) 心理學觀點

Freud 的心理分析學派認為「認同」起於人格結構中本我、自我、超我三者由衝突趨於協調的結果，用以解釋兒童的超我或良心的發展。Freud 認為兒童戀親情結是過度性的正常現象，男童由嫉妒父親擁有母親，而產生閹割恐懼，遂轉成盡量模仿父親的行為，並內化變成自己人格的一部分，此種模仿而內化形成個人人格特質的過程，就是「認同」；女童亦是如此（張春興，1988）。

Erikson（1963）的理論是青春期認同概念發展的基礎，許多研究都藉此延伸或擴充認同的意義。在心理社會的發展階段中提及青少年在這個時期的特質為「認同與角色混淆」，所以，青少年在界定自我角色的過程中，模仿的對象特別重要。「個體認同」是偶像崇拜相關的重要概念問題，亦即青少年在尋求自我認同欲擺脫父母的影響時，也需要有喜歡的形象來引導（Zastrow, 1994, 引自陳燕珠，2004），而偶像出色的外貌、才藝、成就等，便提供青少年參考的模範，他們會以不同的方式呈現對偶像的認同，例如模仿其穿著打扮、行為特質等。

#### (二) 社會心理學觀點

把自我視為和個人所屬的社群關係，強調認同的產生，部分是透過自我，部分是和團體成員有關。根據 Erikson（1950），「認同」是由一系列的認同衝突、混淆、危機所形成，自我使用不同的方式來建構「認同」，扮演自己。「認同」是被激發出來的，並非由平穩、有秩序的過程所產生。認同發展的過程包含一個人的能力、興趣、選擇及價值的探索，這些探索通常發生在與團體成員的關係上；我們「認同」於許多團體，並因此而成長（引自陳燕珠，2004）。

#### (三) 社會學習論

以社會學習理論來解釋認同的動機，個人會特別認同某一楷模，是在於模仿彼此間交互作用所產生的行為結果而定。因此模仿的行為是否能建立，將視兩者的關係如何而定，亦是透過學習理論的效果率或增強理論的觀點來解釋模仿和認同（張春興，1988）。認同與社會學習理論中幾個概念相似或極為雷同，以下便分別簡要說明之：

##### 1、認同與模仿

張春興（1988）認為認同與模仿本質上相同，只是程度上的差異而已。Konlberg 指

出認同與模仿不同在於：認同是一種動機傾向，而個體與楷模行為的相似性，即使楷模不在時也會發生，則模仿則無（引自高士雄等人，1997）。認同是進一步或深一層的模仿，是學習行為內化的歷程；從態度的組成而言，由模仿而得者多屬態度的行為性成分，由認同而得的態度，則除行為成分外，帶有很深的情感性成分。此外，模仿的楷模或偶像，常是具體的人物，而認同的對象則可以是抽象的；模仿大都屬於外在的、表面的、直接的模擬，較偏重在行為的學習；而認同多屬內在的、深層的、間接的，較涉及內在意義的學習。因此，認同行為可能是模仿，但模仿行為就不一定都是認同（簡慶哲，1990）。

## 2、認同與內化

內化（Internalization）是指經由社會學習歷程，由外控（External control）而變為內控（Internal control）的歷程。在內化中有兩種重要學習歷程，一為模仿，一為認同（張春興，1988）。可見內化包含認同與模仿，範圍較廣。內化是由個人渴望去做的動機，是對社會影響最持久的一種反應（張酒雄等人，1993）。

## 3、觀察學習

觀察學習（Observational learning）或稱替代學習（Vicarious learning）係指觀察者觀察楷模的行為及該種行為增強的過程，產生模仿楷模的行為，而完成學習表現，是社會學習的歷程，這就是替代學習。換言之，觀察、模仿、認同只是層次上的差別，有時候亦難於清楚分別，尤其是模仿必有觀察，而認同過程中也會有觀察模仿的作用（郭為藩，1981）。

## 四、小結

「偶像崇拜」是對於特定對象景仰佩服的行為表現，也是成長中不可避免的一個過程，青少年藉著對偶像的崇拜，透過模仿或學習所認同的對象，改變言行舉止，進而形成自我的價值觀念（林清江，1981）。在社會化的過程中，青少年藉著觀察和模仿「楷模」的行為來學習，故「偶像」的行為具有極大的影響力。

身為許多人「偶像」的奧運國手蘇麗文 2008 年在接受 TVBS 新聞台「十點不一樣」的專訪節目中，對「偶像」下了一個定義，她強調：「偶像，不只是用來崇拜的，而是用來超越的。」的確，如果因為「認同」而有了「崇拜」的對象，並將之視為人生努力超越的一個目標，不僅可以有學習、跟進的對象，也可趁早勾勒出人生的藍圖。

## 第五節 偶像崇拜的相關研究

本節就偶像崇拜類型、偶像崇拜原因、偶像崇拜程度、以及偶像崇拜的其他相關研究逐一探討，以瞭解國小高年級學生偶像崇拜之現況，期能透過相關的文獻整理，教導孩子建立正向積極的偶像崇拜價值觀。

### 一、偶像崇拜的類型

岳曉東（1999）將偶像崇拜行爲分爲：榜樣崇拜（極其教育性、政治性）；師長崇拜（包括父母與長輩）和三星崇拜（包括歌星、影星、體育明星）。

陳祥裕與許昕宜（1998）將「偶像」定義爲「國小高年級學童最想成爲的楷模」，包括想像中的偶像，如電影、電視中的角色、故事書、卡通及小說的人物等；以及實際生活中的人物，如父母、師長、同儕朋友、親人、影視明星、運動健將、公眾人物等。姜韻梅（2003）將國小高年級學生崇拜的「偶像類型」分爲：影視明星、歌手主持人、政治人物、運動員、其他類型等五類。

簡慶哲（1990）的研究中所指「認同對象」爲經試驗性研究後，歸納出的八種人物類型，包括：父親、母親、其他親人、師長、同儕、明星、公眾人物、歷史人物。

呂錘卿（1987）將「認同」定義爲「像某人一樣」、「想要學習某人」的願望，「認同」對象則以楷模稱之，分爲 1、實在楷模：包括老師、親戚、朋友；2、符號楷模：包括歷史人物、故事人物、卡通人物、漫畫人物、影視歌星演員及新聞人員等六類。

茲將關於「偶像崇拜類型」的實徵性研究，結果整理如表2-5-1所示：

表 2-5-1 「偶像崇拜類型」結果整理一覽表

研究者	年代	研究對象	研究問題	研究結果
林英貴	1987	台北縣市國 二學生	誰是你長大後最想學習 追求的模範人物？	師長、電視明星、親人、父母、 朋友、社會名流
簡慶哲	1990	高雄地區國 二學生	誰是你想學習模仿的人 物？  作文如果要寫「我最崇拜 的人」你會寫誰？	同儕、父親、明星、母親、歷 史人物、公眾人物、師長、卡 通人物  父親、歷史人物、母親、明星、 師長、同儕、公眾人物、卡通 人物

表 2-5-1 「偶像崇拜類型」結果整理一覽表（續）

研究者	年代	研究對象	研究問題	研究結果
張酒雄 等人	1993	高雄市國一至國三學生	誰是你最崇拜的偶像？	影視明星、父親、母親、歷史人物、同學朋友、公眾人物、卡通小說人物、師長
曾文志、 劉玲君	1995	全國國中、高中職、專科及高雄少輔院學生	你/妳最喜歡的偶像人物是誰？	運動員、影視明星、父母親、同學朋友、兄弟姐妹
吳淑玲	1996a	高雄市國二學生	你最崇拜的偶像是誰？	影視明星、卡通人物、公眾人物、母親、歷史人物、同學朋友、父親、師長、其他親人
陳美芬	1996	台東地區國小學童	誰是你最崇拜的對象？	影視明星、卡通人物、公眾人物、父親、母親、歷史人物、同學朋友、親戚、師長
吳瓊洳	1997	南部七縣市國中生	你最崇拜的偶像是誰？	影視歌星、運動員、不崇拜偶像、卡通漫畫人物、同學朋友、母親、父親、歷史人物、老師
高士雄 等人	1997	台東縣國小高年級學生	誰是你最崇拜的對象？	明星人物、親友、公眾人物、卡通人物、歷史人物
陳祥裕、 許昕宜	1998	台北市高年級學生	誰是我最崇拜的偶像？	影視明星、卡通小說人物、母親、父親、同學朋友、歷史人物、公眾人物、師長
郭致君	2001	台北地區國中學生	我最崇拜的偶像是誰？	影視明星、卡通小說人物、父親、母親、同學朋友、運動員、不崇拜偶像、歷史人物、師長
伍至亮	2001	高高屏國小高年級學生	你心裡最崇拜或是最想學習、模仿的對象是誰呢？	父親、母親、師長、其他親人、同學/朋友、影視明星、體育健將、公眾人物、歷史人物、卡通人物、故事人物、影片角色
姜韻梅	2003	中部地區國小高年級學生	你最崇拜的偶像是誰？	歌手、主持人；影視明星；其他；運動員；政治人物

資料來源：研究者整理

根據相關學者的研究（伍至亮，2001；朱龍祥，1996；吳淑玲，1996a；呂錘卿，1987；吳瓊洳，1997；林兆衛，2002；林英貴，1987；岳曉東、張宙橋，2002；高士雄等人，1997；陳祥裕、許歆宜，1998；張酒雄等人，1993；曾文志、劉玲君，1995；簡慶哲，1990）顯示，研究者將青少年崇拜的偶像類型分析歸納為七大類，分述如下：

- （一）明星偶像：包括歌星、影星、運動明星等。
- （二）政治偶像：包括名政治家、政府官員及軍事將領等。
- （三）知識型偶像：包括著名科學家、文學家、藝術家、音樂家等。
- （四）公眾人物偶像：包括商人、專業人士。
- （五）非名人類偶像：包括親戚家人、同儕和師長等。
- （六）歷史人物偶像（實際存在過）：如孔子、劉備、岳飛等。
- （七）虛擬人物偶像（純屬虛構）：如超人、孫悟空、哈利波特、柯南等。

由以上文獻可知，「影視明星」已成為青少年偶像崇拜的主流，青少年偶像崇拜的類型以影視明星所佔比率為最高；隨著時代變遷，「師長」在各項調查研究中的排序有了大幅的變動，遠遠落於其他偶像類型之後，甚至常常是居於末位（吳淑玲，1996b；吳瓊洳，1997；陳美芬，1996；郭致君，2001；陳祥裕、許歆宜，1998；張酒雄等人，1993）；可見今日教師的地位已經變更，學生已不再將教師列為推崇愛戴的對象。另外，還可發現父親、母親受到崇拜的比例已逐年下降，尤以父親的名次下降更快。唯父母雖然已不再是青少年主要的崇拜對象，但在青少年心中仍佔有一席之地（陳美芬，1996；郭致君，2001）。在偶像崇拜類型中，「父母」及「師長」的排名已大幅往下降，「影視明星」有日漸凌駕於其他偶像類型的趨勢；研究者推論，是由於時代快速變遷，科技與傳播發展速度日益加速，在大眾傳播媒體的渲染下，認同對象日益多元化，對青少年的價值觀及認同感方面造成影響。

## 二、偶像崇拜的原因

研究者參考多數學者專家的研究文獻，將國小高年級學生選擇偶像崇拜的原因大致上分為「偶像的外貌」、「偶像的人格特質」、「偶像的專長」、「偶像的成就」、「同儕的認同」等五類，並將之整理歸納，說明如下：

### （一）偶像的外貌

國小高年級學生容易受到偶像的外表（如外型、身材、容貌）和時尚特質（如服

裝打扮、肢體動作等)所吸引,而影響選擇偶像崇拜的動機(朱龍祥,1996;吳淑玲,1996b;林兆衛,2002;高士雄等人,1997;姜韻梅,2003;陳美芬,1996;郭致君,2001);因此,偶像的「外貌」是影響國小高年級學生選擇偶像崇拜的主因之一。

## (二) 偶像的人格特質

即是欣賞偶像本身之性格、言行談吐、為人、幽默感、風度等顯現出來的人格特質,帶給國小高年級學生快樂的感覺,可以舒緩其情緒、壓力,也是成為吸引他們選擇偶像崇拜的原因之一(吳淑玲,1996b;高士雄等人,1997;姜韻梅,2003;陳美芬,1996;郭致君,2001)。

## (三) 偶像的專長

偶像本身具備的演技、歌聲、球技等才能、才藝,使國小高年級學生心生羨慕,產生欽佩、愛慕之心,深深吸引著他們;因此成為選擇偶像崇拜時的原因(朱龍祥,1996;吳淑玲,1996b;林兆衛,2002;高士雄等人,1997;姜韻梅,2003;陳美芬,1996;郭致君,2001;Raviv et al.,1996)。

## (四) 偶像的成就

國小高年級學生會尊敬、景仰事業成功、地位高、名聲好等有所成就的偶像人物(高士雄等人,1997;姜韻梅,2003;郭致君,2001;Raviv et al.,1996)。

## (五) 同儕的認同

依據 Maslow的「需求層次論」,青少年同儕間有愛與隸屬關係,會尋求一個認同的偶像,透過談論偶像的話題,來形成同儕間溝通管道,以建立認同感與歸屬感,加強人際關係互動。同儕對於偶像的傳播有一定的影響力,透過模仿同學們崇拜偶像,可以在一致性、相似性、普遍性與常態性中得到滿足和安全感(朱龍祥,1996;李姿蓉,2006;高強華,1993;陳祥裕、許昕宜,1998;張酒雄等人,1993)。

一般來說,青少年在一開始崇拜偶像時,大部分都只是「表層性欣賞」,特點是欣賞偶像人物的外貌(如:容貌、身材、髮型、服飾、動作等),可能導致對偶像認知的「光環效應」(Halo Effect),也就是把偶像的一切都看得盡善盡美,即使他們有什麼缺點,也會被淡化、甚至視而不見;所以欣賞一個偶像的外貌,只能給人帶來美的感受。而認同一個偶像的內在特質,則可謂「實質性欣賞」,特點是欣賞偶像的人格特質(如:性格、言行談吐、為人、幽默感、風度等),會導致對偶像認知的「聚

焦效應」(Focusing Effect)，以客觀、理性地看待偶像的價值，才會將偶像所代表的精神內化為自我成長的動力；所以偶像崇拜的理想化過程，應該是一個由表及裡，由欣賞到認同的發展過程(岳曉東，2002)。

### 三、偶像崇拜的程度

「偶像崇拜」這個現象是用強烈的情感色彩支配青少年的內心世界，使他們向所崇拜的偶像深深傾倒，產生強烈的情感共鳴，而且青少年會以一種頗為直觀的、非理性的、神秘化和神聖化的社會認知來看待偶像人物，對他們實施直接性模仿、全盤性接受和沉緬式依戀，可使青少年產生某種超現實的自我情感體驗，排斥現實生活內容，迷戀或嚮往遠離現實的人格形象和生活方式(岳曉東，1999)。

McCutcheon, Lange, 與 Houran (2002) 曾指出名人崇拜會受到社會多重因素交互作用所影響，所以不同背景變項的學生表現出來的偶像崇拜行為也會不盡相同。

陳燕珠(2004)將偶像崇拜程度分為三種：「自利行為的崇拜」—低程度偶像崇拜：是一種利己主義的行為，單純注意有關偶像的消息，屬於表層性欣賞；「社會化特質的崇拜」—中程度偶像崇拜：偶像崇拜呈現社會化的特質，不同的社會環境會產生不同類型偶像；「多重因素混合的崇拜」—高程度偶像崇拜：個體會對偶像的成敗表現出同理心、過度認同偶像、強迫性的行為、迷戀偶像的生活細節等行為。

本研究參考姜韻梅(2003)和蕭淑穗(2007)的分類，將國小高年級學生投入在偶像崇拜的程度方面，大致上分為：「注意接受」、「偏愛執著」、「熱誠」、「堅信」等四個層面，並將此四層面定義及說明如下：

- 1、注意接受：學生能接受自己對於某種類型的人物產生自覺或不自覺的注意力，但是僅屬於表層的注意，還未有任何價值判斷。
- 2、偏愛執著：學生除了能接受自己對某類型人物產生的注意之外，目光還會專注、追隨於自己所注意的對象，並為了此對象表現出更多積極的反應。
- 3、熱誠：學生除了對於自己所注意的對象表現出積極的反應、行為之外，還表現出狂熱的追隨態度，學習此對象的行為、思想，並加以內化成為自己的價值觀。
- 4、堅信：學生堅決認同此對象、表現出自我的執著，並且積極的想要使其他人認同自己的理念。

#### 四、偶像崇拜的其他相關研究

##### （一）就「年紀」因素而言

陳美芬（1996）的研究發現國小四年級的學童以認同父親者居多，六年級學童則以認同卡通漫畫或故事性人物最多。呂錘卿（1987）的研究則指出兒童的年級愈低，愈傾向對父母的認同，且來自於母親的影響比父親為大；對符號楷模而言，幼稚園兒童偏向對卡通人物及故事人物的認同，二年級學生偏向卡通人物及歷史人物的認同，五年級學生則偏向歷史人物及影視歌星演員的認同；認為年級愈大的學生受到影視明星的影響也愈大。張酒雄等人（1993）的研究發現年級愈低的國中生愈崇拜母親、其他親人、同學朋友、影視明星等人物，而年級愈高的國中生，則愈崇拜公眾人物、師長、卡通人物等。但也有研究指出不同年級的國中學生在偶像類型的崇拜上並沒有顯著差異（郭致君，2001）。高士雄等人（1997）的研究指出，兒童偶像崇拜的情形會隨著每一個階段的品味不同而改變，高年級兒童偶像崇拜類別依序為明星人物、親友，但兩者間的差異在三倍以上；陳祥裕、許昕宜（1998）的研究則發現國小高年級兒童所崇拜的偶像以影視明星最多，卡通人物次之。由上述研究結果可知，國小兒童在不同年齡所認同的對象也會不同，年級越小越容易受卡通人物吸引，年級越大越傾向崇拜影視明星。

##### （二）就「性別」因素而言

張酒雄等人（1993）研究發現國中男生以崇拜父親、歷史人物為多，而國中女生中則以崇拜母親、影視明星為主要類型。在國外文獻部分，Raviv 等人（1996）的研究結果亦發現，青少年女生和男生都傾向崇拜男性偶像。Freedman-Doan（1997）研究青少年認同和社會文化如何塑造自我的研究中發現，歐裔美國人（European-American）青少年女生會認同男性著名英雄，而非裔美國人（African-American）青少年則會選擇家庭成員作為認同對象（引自姜韻梅，2003）。在教育部委託高雄師大調查的「青少年對偶像、流行歌曲、流行用語的看法與態度」的結果發現，青少年第一崇拜的人物是運動員（曾文志、劉玲君，1995）。伍至亮（2001）研究發現，男生崇拜同儕、體育健將、卡通人物的程度比女生高；女生則對影視明星的崇拜比男生高。由以上研究結果顯示「性別」會影響青少年選擇不同的崇拜或認同對象，但也有部分研究結果顯示男女生對偶像崇拜的類型沒有顯著差異存在（吳淑玲，1996b；吳瓊洳，1997）。

### （三）就「親子互動」因素而言

依據 Maslow 的「需求層次論」，人有愛與隸屬的需求，若青少年在家人親友中無法滿足這個需求，則青少年可能會傾向於大眾傳播媒體尋求滿足；看電視較多的兒童，與親友家人關係多半都不很和諧，這類兒童較容易受他們所觀賞到的電視內容影響；孩童在親子關係不愉快的挫折下，電視人物可能成為替代的認同楷模，或逃避的寄託（李姿蓉，2006；Feilze & Linnun, 1975, 引自林英貴，1987；Rosenberg, 1965, 引自林英貴，1987）。

### （四）就「家庭經濟地位」因素而言

張酒雄等人（1993）研究大高雄地區的國中生發現，家長職業為農、工、商者的學生，偶像崇拜的類型以影視明星居多，而家長職業為漁業者，以崇拜父、母親者為多。陳美芬（1996）的研究則指出家長的職業、父母親的教育程度，會影響學生對認同對象的選擇，例如父親為白領人員、工商的學生，皆以認同卡通漫畫或故事性人物、父親居多；而父母親教育程度愈低的學生，其所認同的對象以影視明星居多。郭致君（2001）調查研究大台北地區的國中生發現，來自中高家庭社經地位的青少年以崇拜「政治人物」的人數居多，崇拜「影視明星」的人數明顯少於來自中低家庭社經地位者。身分妒羨論與社會權力論可用來解釋學生偶像崇拜行為與社經地位的關係，低社經地位學生比較會羨慕電視上光鮮亮麗的偶像明星，因為明星的一夕成名，時尚多金，物質享受與富華的生活方式，都為歌迷所羨慕，大眾媒體也以明星為時裝潮流的指標，帶給歌迷無限憧憬，激起他們編織明星夢；中社經與高社經地位學生則無顯著差異（朱龍祥，1996；李姿蓉，2006；林英貴，1987）。

## 五、電視收視行為與偶像崇拜之相關研究

由於國小學童無論在心理、社會、生理等方面的發展都不夠成熟，再加上許多兒童長時間收看電視，電視已在兒童的生活中佔了如此大的份量，更容易會受到外界偶像崇拜的影響；故電視收視行為與偶像崇拜之相關研究是值得探究的。

蔡榮貴（1978）以問卷調查法對國小兒童進行研究，探討兒童觀賞電視對認同學習的影響。他發現多數兒童選擇與自己同性別的電視人物作為認同對象，不過有少數的女孩子選擇異性作為認同對象；另外，超過半數的兒童對於電視明星都有模仿的行動。

為，顯示電視明星普遍受兒童注意，而且電視內容和人物都是個體認同的重要來源。

林英貴（1987）在「臺北地區國中生電視明星認同研究」中指出：「電視明星」是青少年追尋認同以肯定自我的重要目標；他的研究發現：收視時間隨著明星認同層次遞增，越認同明星者，收視時間也比較高；臺北地區的國中生電視明星認同程度高者，收視時間也比較高。他認為電視明星訊息是藉著電視聲光影像而傳播，故而收看電視必為明星認同的前提。

Feillitzan 與 Linne（1975）在北歐大眾傳播與兒童認同的研究發現，兒童大多數認同於媒體上的兒童人物，支持看電視與認同的正向關係，看電視較多者也比較認同電視人物，父母親對兒童的認同較具決定性的影響；但兒童與父母、親人、玩伴關係較不和諧時，電視人物則成為替代的認同對象（張酒泉，1993，引自伍至亮，2001）。

郭為藩（1981）在「電視影響兒童社會學習之研究」中，以實驗法探討卡通影片對兒童性別角色的認定、認同作用與符合社會行為的規範學習，研究結果發現：兒童有較認同於同性電視卡通人物之傾向。「電視角色」在兒童喜愛的人物之中，超過父母而居於第一位；在「誰最偉大」的層面，「電視角色」則僅次於父、母，居於第三。

李美枝（1986）以問卷調查法調查國小高年級男女學童共五百三十七人，研究結果發現：兒童列舉最喜歡像他一樣的電視人物，均為節目中的主角或第一主持人；男生對電視人物的認同比女生有更明顯的同性偏好，女生則比較有交叉性別認同的傾向。

瞿海源（1989）指出，電視上三類熱門人物是傳播界的從業人員、影視歌壇明星、和重要政治人物，而影視明星似乎對於現代人具有更強的吸引力。

伍至亮（2001）探討國小高年級學生自我概念、電視收視行為、偶像崇拜之間的關係，結果顯示性別、學校區域、家庭狀況與社經地位影響學生的偶像崇拜行為，收視時間較短，對於具有教育性節目接受度較高，對正面性偶像的崇拜程度也較高。收視時間愈長的學生，對影視明星、影片角色的崇拜愈高，對母親和師長的崇拜愈低。

## 六、小結

由於社會快速變遷，電視傳播媒體發展迅速，不僅強化青少年接收到許多偶像的相關訊息，也增強了青少年對影視明星崇拜的程度；電視媒體已經成為人們觀察學習的重要途徑。電視的興起與普及，讓兒童在觀看電視的過程中，許多言行舉止、觀念態度都會受到電視節目內容的影響。

電視可以創造一些熱門人物並賦予他們名氣，這些人物又可以透過電視媒體來獲得人氣。透過電視媒體的運作，這些人物具有一定的知名度，在媒體的炒作下，也造成一群支持者，就是所謂的影迷、歌迷，然後透過團體的從眾心理，形成一種對電視公眾人物的偶像崇拜。

過分甚至盲目的崇拜偶像，的確會對青少年引發不少負面影響，但是與其要從道德規範的角度來看待，倒不如通過偶像認知榜樣化，引導青少年理智客觀、實事求是地看待偶像，從中發現自己潛藏的素質。也就是說，身為教育工作者或是家長的「成年人」，不應一昧的只以高高在上的道德姿態去批判他們的行為，而是應瞭解要如何引導青少年在成長的過程中，學會理智地「偶像崇拜」，從崇拜偶像轉變為榜樣學習。

透過前述的文獻整理資料，我們可以得知，在偶像崇拜的類型中，「父母」及「師長」的排名已大幅往下降，反而是「影視明星」有日漸超越於其他偶像類型的趨勢，其中因素值得你我深思。

兒童電視收視行為與偶像崇拜有一定的相關性存在，兒童接觸電視時間多少，會影響其接收明星訊息的多寡；收視時間高者，對於電視上的影視明星的認同程度越高。電視節目傳達的訊息，或是影視明星帶給社會大眾的形象觀感，在在都有可能影響到兒童的價值觀念形成，進而形成人格特質。因此，親師在節目的選擇方面就不得不慎重，對於良好電視收視習慣的培養，以及建立正向積極的偶像崇拜行為，也顯得格外重要。

然而，偶像們在大眾傳播媒體上公開傳達給觀眾的觀念、一言一行，都有可能深深植入學生的腦海中，影響到學生自我概念的 formed；令人擔憂的是，現行法令卻無法明確規範與限制公眾人物的言行舉止。因此，為人師長者要如何引導學生、幫助學生澄清正確的價值觀，建立良好的電視收視行為，避免學生受到偶像崇拜所帶來不良的影響，讓偶像崇拜成為一股正面積極的力量，應是我們這些站在教育現場的基層教師們，所迫切需要瞭解與防範的。

# 第三章 研究設計與實施

根據本研究動機、目的與文獻探討所整理之相關資料，作為本研究之研究架構，並依據研究架構擬以「國小高年級學生電視收視行為與偶像崇拜問卷」來進行問卷調查，蒐集相關資料，再以統計方法進行分析之。本章節包括研究架構、研究假設、研究對象、研究工具、研究程序及資料處理及統計方法等六部份，各節內容茲分述如下：

## 第一節 研究架構

根據本研究動機、目的及文獻探討，針對國小高年級學生的電視收視行為與偶像崇拜設計本研究的研究架構，如圖 3-1 所示，以瞭解各變項之間的關係，本研究以個人背景變項為自變項，包含年級、性別、家庭結構、家庭社經地位等四個層面；電視收視行為與偶像崇拜為依變項，以探討自變項與依變項間的相關性。電視收視行為包含收視時間、收視類型、收視動機等三部分；偶像崇拜包含偶像崇拜類型、偶像崇拜原因、偶像崇拜程度等三部分。茲根據研究目的和文獻探討，將研究架構圖示如下：

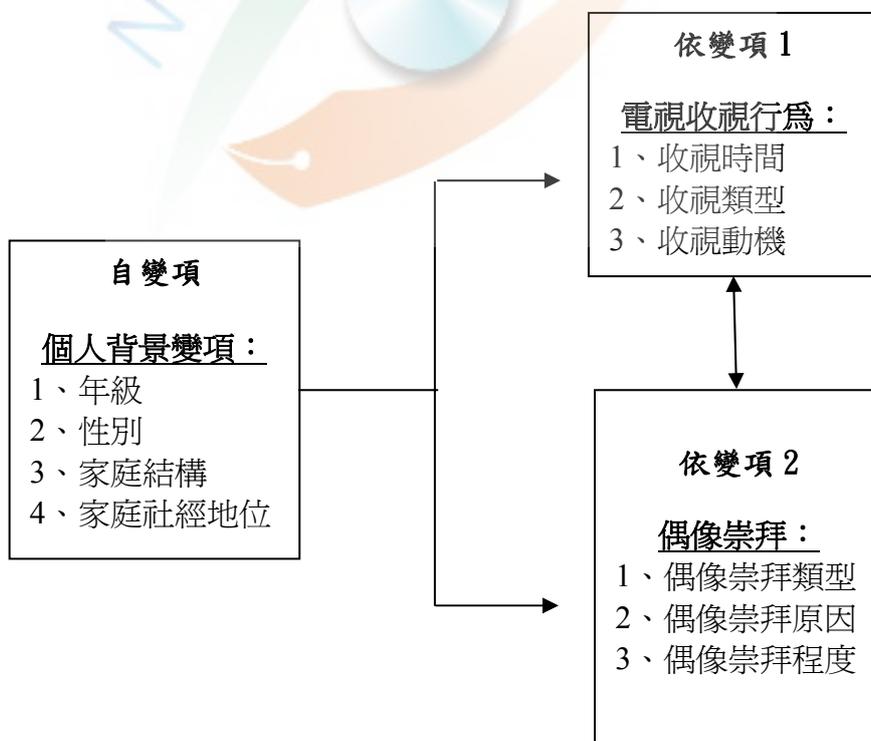


圖 3-1 研究架構圖

茲將本研究架構涵蓋之變項，分別說明如下：

## 一、個人背景變項

本研究定名為「雲林縣斗南鎮國小高年級學生電視收視行為與偶像崇拜之研究」，是以「學生」為研究單位來分析，因此，本研究所採用的個人背景變項包含學生的年級、性別、家庭結構、家庭社經地位等四項為變項，進行差異分析；依本研究問卷第一部份「個人基本資料」所調查的內容定義之。

### (一) 學生年級

區分為「國小五年級」與「國小六年級」。

### (二) 學生性別

區分為「男生」與「女生」。

### (三) 家庭結構

將學生與父母居住的生活概況，區分為以下五類：

- 1、三代同堂家庭學生：學生與父母親以及祖父母同住。
- 2、雙親家庭學生：學生與父母親同住。
- 3、單親家庭學生：學生僅與父親或母親其中一方同住。
- 4、隔代教養家庭學生：學生未與父母親同住，但與祖父母或外祖父母同住。
- 5、依親家庭學生：學生未與父母親、祖父母、外祖父母同住，但是與其他親戚同住。

### (四) 家庭社會經濟地位

指一個人或一個家庭的社會經濟地位 (Social Economic Status)，用來區分社會階級，通常係根據教育程度、職業及經濟收入等客觀標準來區分。

本研究根據林生傳 (1996) 參考 Hollingshead (1958) 設計的「兩因素的社會地位指數」(Two Factor Index of Social Position) 區分法，參照我國社會實況修訂方法，將職業類別與教育程度分五級，並取父母中得分高者作為樣本得分後，將職業等級高的分數乘以「7」加上教育程度高的分數乘以「4」後的加權分數 (第一級：5分；第二級：4分；第三級：3分；第四級：2分；第五級：1分)，做為家庭社會經濟地位指數。

$$\text{家庭社會經濟地位指數} = \text{職業指數} \times 7 + \text{教育指數} \times 4$$

1、職業類別—參考王小惠(1990)之「職業聲望分類表」與我國現今的職業概況，研究者將職業類別區分為五個等級，以第一級之職業聲望地位為最高，其餘依序遞減：

- (1) 第一級：高級主管或專業人員。
- (2) 第二級：管理監督人員或中小學教育人員。
- (3) 第三級：技術工人、一般公務人員、職員、買賣工作、服務工作。
- (4) 第四級：勞動工人。
- (5) 第五級：其他，如失業、退休、無職業。

2、家長教育程度—參考現行教育學制與林生傳(1996)之分類，研究者將父母教育程度區分為五個等級，其分類以第一級之教育程度聲望地位為最高，其餘依序遞減：

- (1) 第一級：研究所以上，得有碩士、博士學位者。
- (2) 第二級：大學或專科畢業。
- (3) 第三級：高中或高職畢業。
- (4) 第四級：國中畢業。
- (5) 第五級：國小畢業或未受正式教育。

表3-1-1為家庭社會經濟地位指數的計算方式，整理如下：

表 3-1-1 家庭社會經濟地位指數計算表

教育程度	教育指數	職業等級	職業指數	家庭社經地位指數	家庭社會經濟地位等級	
第五級	1	第五級	1	家庭社會經濟地位指數 = 職業指數 × 7 + 教育指數 × 4	11~29	低社經地位家庭
第四級	2	第四級	2		30~40	中社經地位家庭
第三級	3	第三級	3			
第二級	4	第二級	4		41~55	高社經地位家庭
第一級	5	第一級	5			

資料來源：研究者整理。參考林生傳(1996)。高雄：復文圖書出版社。

家庭社會經濟地位指數最高為55，最低為11；研究者因考量到研究地區為農村，以及日後進行統計工作的方便性，故將家庭社經地位分為三組，分別為：高社經地位家庭（社經地位指數大於 40）；中社經地位家庭（社經地位指數介於 30~ 40 之間者），低社經地位家庭（社經地位指數小於或等於 29）。

## 二、電視收視行為

電視收視行為包含「收視時間」、「收視類型」、「收視動機」等三部分。

### (一) 收視時間

先依照國小高年級學生的不同作息，區分為「平日」（星期一至星期五）與「假日」（星期六、日或是其他例假日）等兩種狀況；再由學生依據「平日」與「假日」兩種作息日，分別勾選自己收看電視的時數長短，調查時數的選項有以下五種選項：「一小時以內（包含沒看電視）」；「一～二小時」；「二～三小時」；「三～四小時」；「四小時以上」。

### (二) 收視類型

分為：1、連續劇；2、偶像劇；3、新聞節目；4、娛樂性談話節目；5、體育節目；6、綜藝節目；7、電影；8、歌唱節目；9、知識性節目；10、卡通節目；11、兒童節目；12、生活休閒資訊的節目；13、暴力血腥型態節目；14、靈異型態節目；15、色情節目；16、介紹美食的節目；17、烹飪節目；18、購物頻道；19、跟健康有關節目。

### (三) 收視動機

收視動機共分為「資訊蒐集」、「個人認同」、「人際關係」、「消遣娛樂」、「生活習慣」等五個層面。

## 三、偶像崇拜

偶像崇拜包含「偶像崇拜類型」、「偶像崇拜原因」、「偶像崇拜程度」三部分。

### (一) 偶像崇拜類型

內容分別為：1、父親；2、母親；3、師長；4、同儕；5、影視明星；6、體育名人；7、政治人物；8、卡通人物；9、書中的角色；10、戲劇中的角色；11、網路遊戲角色；12、歷史人物；13、傑出的企業家；14、專業人士。

### (二) 偶像崇拜原因

偶像崇拜原因共分為「偶像的外貌」、「偶像的人格特質」、「偶像的專長」、「偶像的成就」、「同儕的認同」等五個層面。

### (三) 偶像崇拜程度

偶像崇拜程度分為「注意接受」、「偏愛執著」、「熱誠」、「堅信」等四層面。

## 第二節 研究假設

根據上述的研究目的與研究架構，本研究提出下列研究假設：

### 假設一：不同背景變項的國小高年級學生在電視收視行為各層面有顯著差異

- 假設 1-1：不同年級的國小高年級學生在「收視時間」方面有顯著差異。
- 假設 1-2：不同性別的國小高年級學生在「收視時間」方面有顯著差異。
- 假設 1-3：不同家庭結構的國小高年級學生在「收視時間」方面有顯著差異。
- 假設 1-4：不同家庭社經地位的國小高年級學生在「收視時間」方面有顯著差異。
- 假設 1-5：不同年級的國小高年級學生在「收視類型」方面有顯著差異。
- 假設 1-6：不同性別的國小高年級學生在「收視類型」方面有顯著差異。
- 假設 1-7：不同家庭結構的國小高年級學生在「收視類型」方面有顯著差異。
- 假設 1-8：不同家庭社經地位的國小高年級學生在「收視類型」方面有顯著差異。
- 假設 1-9：不同年級的國小高年級學生在「收視動機」方面有顯著差異。
- 假設 1-10：不同性別的國小高年級學生在「收視動機」方面有顯著差異。
- 假設 1-11：不同家庭結構的國小高年級學生在「收視動機」方面有顯著差異。
- 假設 1-12：不同家庭社經地位的國小高年級學生在「收視動機」方面有顯著差異。

### 假設二：不同背景變項的國小高年級學生在偶像崇拜各層面有顯著差異

- 假設 2-1：不同年級的國小高年級學生在「偶像崇拜類型」方面有顯著差異。
- 假設 2-2：不同性別的國小高年級學生在「偶像崇拜類型」方面有顯著差異。
- 假設 2-3：不同家庭結構的國小高年級學生在「偶像崇拜類型」方面有顯著差異。
- 假設 2-4：不同家庭社經地位的國小高年級學生在「偶像崇拜類型」方面有顯著差異。
- 假設 2-5：不同年級的國小高年級學生在「偶像崇拜原因」方面有顯著差異。
- 假設 2-6：不同性別的國小高年級學生在「偶像崇拜原因」方面有顯著差異。
- 假設 2-7：不同家庭結構的國小高年級學生在「偶像崇拜原因」方面有顯著差異。
- 假設 2-8：不同家庭社經地位的國小高年級學生在「偶像崇拜原因」方面有顯著差異。

假設 2-9：不同年級的國小高年級學生在「偶像崇拜程度」方面有顯著差異。

假設 2-10：不同性別的國小高年級學生在「偶像崇拜程度」方面有顯著差異。

假設 2-11：不同家庭結構的國小高年級學生在「偶像崇拜程度」方面有顯著差異。

假設 2-12：不同家庭社經地位的國小高年級學生在「偶像崇拜程度」方面有顯著差異。

### **假設三：國小高年級學生的「收視動機」與偶像崇拜具有顯著相關**

假設 3-1：國小高年級學生的電視收視行為之「收視動機」層面在「偶像崇拜原因」層面達顯著相關。

假設 3-2：國小高年級學生的電視收視行為之「收視動機」層面在「偶像崇拜程度」層面達顯著相關。



## 第三節 研究對象

本研究之主要目的在探討雲林縣斗南鎮不同背景變項的國小高年級學生在電視收視行為與偶像崇拜之現況和差異情形，以及電視收視行為與偶像崇拜之相關關係。研究對象需具備符合國小高年級階段的識字能力與相關閱讀程度。本研究之預試樣本及正式施測樣本，分別敘述如下：

### 一、預試樣本

本研究的預試部分，為求較高的信度與效度，除了邀請專家學者進行專家效度之外，擬以雲林縣東勢鄉東勢國民小學五、六年級各一個班級，共 55 名學生作為預試對象，進行「國小高年級學生電視收視行為與偶像崇拜預試問卷」之測試，以瞭解本問卷之可用性，並作為正式問卷修正的參考。藉由預試分析的結果，瞭解問卷各題題意是否明確、描述方式是否恰當；實施時間為 98 年 4 月，將回收問卷去除填答不完整者，實得有效問卷 54 份，回收率為 100%，有效率為 98.2%。再以 SPSS For Windows 12.0 中文版套裝統計軟體進行項目分析、因素分析及信度分析，以作為正式問卷修正的參考。

### 二、正式施測樣本

依雲林縣教育處九十七學年度(97年09月~98年06月)國民小學統計資料顯示，雲林縣斗南鎮共有六所國民小學，依照班級數多寡排序為：僑真國小、斗南國小、文安國小、石龜國小、大東國小，以及重光國小。

本研究先採「叢集抽樣」方式，依照學校班級數的規模，抽選出 25 班以上代表學校「僑真國小」、13~24 班代表學校「石龜國小」、12 班以下代表學校「大東國小」；其次，再以這三所學校的高年級班級數比例(3:1:1)，隨機抽出施測班級，分別為：僑真國小五、六年級各三班；石龜國小五、六年級各一班；大東國小五、六年級各一班，共計 10 班，並由研究者親自前往學校進行這 10 個班級的正式問卷施測。

本研究正式問卷共計發出 328 份，回收 326 份，去除填答不完全者，實得有效問卷 321 份，回收率為 99.4%，有效率則達 97.86%。

以表 3-3-1 說明本研究正式問卷施測的學校人數及回收情況。

表3-3-1 「國小高年級學生電視收視行為與偶像崇拜問卷」施測學校人數及回收情形表

施測學校名稱	問卷發出數	回收份數	可用份數
僑真國小	201	199	196
石龜國小	67	67	67
大東國小	60	60	58
合計	328	326	321

問卷回收之後，再以SPSS For Windows 12.0中文版套裝統計軟體，進行統計分析，藉由統計分析結果，考驗各研究假設，完整呈現本研究結果，並以文字描述詳細分析於第四章的研究結果與討論。

### 三、研究對象背景資料分析

「個人背景資料」旨在統計並分析學生各項基本資料，分為：「學生年級」、「學生性別」、「家庭結構」、「家庭社會經濟地位」等四個層面。

「學生年級」分為五、六兩個年級；「學生性別」分為男、女生；「家庭結構」分為三代同堂、雙親家庭、單親家庭、隔代教養、依親家庭等五種家庭狀況；「家庭社會經濟地位」分為低、中、高等三種社會經濟地位。

#### （一）年級和性別

本研究樣本的基本資料顯示，在就讀年級方面，五年級學生有 158 人，佔 49.4%；六年級則有 162 人，佔 50.6%；五、六年級學生比例約為 0.98：1。在性別方面，男生有 161 人，佔 50.2%；女生有 160 人，佔 49.8%，男、女生人數也約為 1.01：1；顯示在「年級」變項和「性別」變項的樣本取樣方面非常平均，受試的樣本也極具有代表性。

#### （二）家庭結構

家庭結構方面，以「三代同堂」和「雙親家庭」所佔人數最多，皆為 140 人，共佔

87.5%；其餘依序為「單親家庭」(9.4%)、「隔代教養」(2.5%)、「依親家庭」(0.6%)。

### (三) 家庭社經地位

在家庭社經地位方面，以中社經地位所佔學生人數最多(53.3%)，其次為低社經地位(29.9%)，高社經地位僅佔16.8%，這和雲林縣斗南鎮家長的職業大都務農有關，學生的家庭經濟能力大致上而言並不優渥，甚至是偏低。

茲將以上不同背景變項的學生基本資料，綜合如表3-3-2所示：

表 3-3-2 正式問卷有效樣本之基本資料分析表

個人背景變項	基本資料	人數	有效百分比
年級	(1) 五年級	158	49.4%
	(2) 六年級	162	50.6%
性別	(1) 男生	161	50.2%
	(2) 女生	160	49.8%
家庭結構	(1) 三代同堂家庭	140	43.75%
	(2) 雙親家庭	140	43.75%
	(3) 單親家庭	30	9.4%
	(4) 隔代教養	8	2.5%
	(5) 依親家庭	2	0.6%
家庭社經地位	(1) 低社經地位	96	29.9%
	(2) 中社經地位	171	53.3%
	(3) 高社經地位	54	16.8%

## 第四節 研究工具

本研究採用問卷調查法，研究者根據本研究目的、文獻探討及參考相關問卷，並諮詢相關專家學者之意見，編製問卷，以求本研究所需之相關資料。

### 一、問卷編製依據及編製流程

#### (一) 問卷編製依據

爲了瞭解國小高年級學生之電視收視行爲與偶像崇拜的關係，本研究工具擬以自編的「國小高年級學生電視收視行爲與偶像崇拜問卷」進行施測，內容包含三大部分，分別是「個人基本資料」、「電視收視行爲」及「偶像崇拜」。將問卷編製依據分述如下：

##### 1、個人基本資料

第一部份「個人基本資料」旨在統計並分析學生各項基本資料；依照研究目的與研究架構，本研究將個人基本資料分成學生年級、學生性別、家庭結構、家庭社經地位等四個背景變項。

##### 2、電視收視行爲

第二部分「電視收視行爲」旨在瞭解國小高年級學生的電視收視行爲概況，分爲「收視時間、收視類型、收視動機」三個方面；本問卷依據研究主題之需要，參考國內文獻（伍至亮，2001；林好芳，2005；林瑞端，2001；陳君儀，2003；許毓容，2001）編製而成的。

##### 3、偶像崇拜

第三部分「偶像崇拜」旨在瞭解國小高年級學生的偶像崇拜概況，分爲「偶像崇拜類型、偶像崇拜原因、偶像崇拜程度」三個方面；本問卷依據研究主題之需要，參考國內文獻（林好芳，2005；姜韻梅，2003；郭致君，2001；陳燕珠，2004；劉曉倫，2001；蕭淑穗，2007）編製而成的。

#### (二) 問卷編製流程

首先，依據研究目的，研擬問卷之大綱內容，並參考國內相關文獻，以做爲編製問卷初稿的依據。請指導教授及專家學者進行初稿審查，修改問卷初稿後，進行問卷預試。本研究工具經信度、效度分析之後再修改，完成正式問卷。

## 二、建立專家效度

爲求本研究問卷之內容效度，除了本研究之指導教授評析之外，研究者特別擬請專家學者進行「國小高年級學生電視收視行爲與偶像崇拜問卷（專家效度）」審查，以進行專家效度檢證；依據指導教授及專家們的寶貴意見，修改題目及內容敘述，編製成預試問卷。本研究專家效度人員名單，共計有 6 位，詳見表 3-4-1 所示。

表 3-4-1 專家效度名單（依專家姓氏筆劃排列）

專家姓名	服務單位	職稱
陳慧璋	雲林縣石龜國民小學	教務主任
黃振豐	國立臺東大學教育學系	助理教授
黃琇屏	國立臺東大學教育學系	副教授
謝志松	雲林縣國民教育輔導團	資訊教育輔導員
謝秀滿	雲林縣石龜國民小學	校長
謝琇玲	義守大學師資培育中心	教授

## 三、問卷編製的內容

本研究問卷的內容分爲三大部分：第一部份爲「個人基本資料」、第二部分爲「電視收視行爲」、第三部分爲「偶像崇拜」。本研究問卷分別說明如下：

### （一）個人基本資料

第一部份「個人基本資料」旨在統計並分析學生各項基本資料，分爲：學生年級、學生性別、家庭結構、家庭社經地位等四個變項，分別說明如下：

- 1、學生年級：分成「國小五年級」與「國小六年級」二個類別。
- 2、學生性別：分成「男生」與「女生」二個類別。
- 3、家庭結構：將學生與父母居住的生活概況，區分爲以下五類：「三代同堂家庭」、「雙親家庭」、「單親家庭」、「隔代教養家庭」、「依親家庭」。
- 4、家庭經濟地位：分成「低社經地位」、「中社經地位」、「高社經地位」等三類。

## (二) 電視收視行為

第二部分「電視收視行為」旨在瞭解國小高年級學生的電視收視行為概況，分為「收視時間、收視類型、收視動機」三個方面，分別說明如下：

### 1、收視時間

(1) 先依照國小高年級學生的不同作息，區分為「平日」（星期一至星期五）與「假日」（星期六、日或是其他例假日）等兩種狀況。

(2) 再由學生依據「平日」與「假日」，分別勾選自己收看電視的時數長短，調查時數的選項有以下五種選項：「一小時以內（包含沒看電視）」；「一～二小時」；「二～三小時」；「三～四小時」；「四小時以上」。

### 2、收視類型

收視類型分別為：連續劇、偶像劇、新聞節目、娛樂性談話節目、體育節目、綜藝節目、電影、歌唱節目、知識性節目、卡通節目、兒童節目、生活休閒資訊的節目、暴力血腥型態節目、靈異型態節目、色情節目、介紹美食的節目、烹飪節目、購物頻道、跟健康有關的節目。

### 3、收視動機

本研究的收視動機共分為五個子層面，分別為：「資訊蒐集」、「個人認同」、「人際關係」、「消遣娛樂」、「生活習慣」。各子層面包含內容如下：

- (1) 資訊蒐集：學習新知識。
- (2) 個人認同：喜歡該節目的劇情、喜歡該節目裡面的影視明星。
- (3) 人際關係：陪伴家人一起觀看、可以增加同儕討論話題。
- (4) 消遣娛樂：讓生活增加一些娛樂、打發時間。
- (5) 生活習慣：已經成爲一種收視習慣。

## (三) 偶像崇拜

第三部分「偶像崇拜」旨在瞭解國小高年級學生的偶像崇拜概況，分為「偶像崇拜類型、偶像崇拜原因、偶像崇拜程度」三個方面，分別說明如下：

### 1、偶像崇拜類型

內容分別為：1、父親；2、母親；3、師長；4、同儕；5、影視明星；6、體育名

人；7、政治人物；8、卡通人物；9、書中的角色；10、戲劇中的角色；11、網路遊戲角色；12、歷史人物；13、傑出的企業家；14、專業人士。

## 2、偶像崇拜原因

本研究的偶像崇拜原因共分五個子層面，分別為：「偶像的外貌」、「偶像的人格特質」、「偶像的專長」、「偶像的成就」、「同儕的認同」。

## 3、偶像崇拜程度

本研究的偶像崇拜程度共分四個子層面，分別為：「注意接受」、「偏愛執著」、「熱誠」、「堅信」。

# 四、填答與計分方式

本研究採用問卷調查的方法進行研究，填答方式為受試者根據最真實的情況或感受，勾選出最符合真實想法的選項。

本問卷的第一部分「個人基本資料」，由填答者依照自己的狀況，真實的勾選最符合自己的選項，作為本研究背景變項相關分析之用。

本問卷的第二、三部分「電視收視行為」和「偶像崇拜」，填答選項皆採 Likert 五點式量表，選項由左至右為：「完全不同意」、「少部分同意」、「部分同意」、「大部分同意」、「完全同意」，受試者在這五個選項中勾選最符合自己真實想法的答案，計分依序給予 1 分、2 分、3 分、4 分、5 分。在「電視收視行為」方面，填答得分愈高者，表示學生愈傾向該項收視行為，而「偶像崇拜」方面，填答得分愈高者，表示學生愈傾向該項偶像崇拜行為。

# 五、問卷預試的實施與分析

本研究之問卷經研究者與指導教授討論、修改之後，並經由專家效度檢證之後，完成預試問卷之編製。為進一步確認問卷的可用性，乃進行預試的實施工作。

本研究選取雲林縣東勢鄉東勢國民小學五、六年級各一班，共 55 名學生進行預試，以瞭解本問卷之可用性，並作為正式問卷修正的參考；預試實施時間為 98 年 4 月，將回收的問卷扣除填答不完整者，實得有效問卷為 54 份，回收率為 100%，有效率為 98.2%。

除了本預試問卷的「收視類型」和「偶像崇拜類型」這兩個部分屬於現況調查，預試的其他部份將利用 SPSS For Windows 12.0 中文版套裝統計軟體進行項目分析、因素分析及信度分析，茲就預試分析的結果說明如下：

### （一）項目分析

在「決斷值」(critical ratio；簡稱 CR 值)方面，先將可用之預試問卷選取得分較高者，以及得分較低者各 27%作為高分組與低分組的分組界限，再將這兩組的得分，經過資料統計後，以  $t$  檢定考驗高低二組得分在每個題項的差異，求得  $t$  值為決斷值，做為問卷題項捨棄與否之依據；如果題項的  $t$  值達到顯著水準 ( $p < .05$ )，就表示這個題項能鑑別出不同受試者的反應程度，可予以保留；反之，則該題項予以刪除。

本預試問卷項目分析詳見表3-4-2：「收視動機」部份共有9題，只有第9題未達.05的顯著水準，故予以刪除；至於「偶像崇拜原因」部份的18題，「偶像崇拜程度」部份的30題，所有題項都達顯著水準 ( $p < .05$ )，故所有題目皆可保留。

表3-4-2 預試問卷 項目分析

「收視動機」部份		「偶像崇拜原因」部份		「偶像崇拜程度」部份	
題號	<i>t</i>	題號	<i>t</i>	題號	<i>t</i>
1	3.594**	1	7.301**	1	4.613**
2	3.563**	2	6.884**	2	6.028**
3	7.088**	3	8.068**	3	4.775**
4	3.871**	4	5.099**	4	5.127**
5	4.342**	5	7.963**	5	6.799**
6	6.584**	6	11.024**	6	7.320**
7	5.234**	7	5.627**	7	12.592**
8	3.699**	8	3.252**	8	3.851**
9	1.173	9	9.337**	9	3.651**
備註：		10	4.274**	10	3.915**
第9題未達.05顯著水準		11	3.464**	11	5.759**
故予以刪除		12	4.564**	12	5.593**
		13	5.100**	13	5.243**
		14	6.355**	14	3.901**
		15	5.644**	15	10.027**
		16	7.215**	16	13.572**
		17	3.716**	17	5.579**
		18	4.114**	18	2.796**
				19	6.345**
				20	6.525**
				21	7.408**
				22	6.412**
				23	4.951**
				24	5.384**
				25	7.296**
				26	4.946**
				27	3.781**
				28	7.618**
				29	2.563*
				30	5.397**

\* $p < .05$  \*\* $p < .01$

## (二) 因素分析

因素分析主要目的在於考驗問卷的建構效度 (construct validity)。KMO 是 Kaiser-Meyer-Olkin 的取樣適當性量數，根據學者 Kaiser (1974) 的觀點，如果 KMO 值 < .5 時，不宜進行因素分析；由表 3-4-3、表 3-4-4、表 3-4-5 可知，「收視動機」、「偶像崇拜原因」、「偶像崇拜程度」的 KMO 值分別為 .682、.737、.727，表示這三個部份都適合進行因素分析 (引自吳明隆，2005)。

由本預試問卷「收視動機」因素分析的結果共得到五個因素，分別以「資訊蒐集」、「個人認同」、「人際關係」、「消遣娛樂」、「生活習慣」等名稱命名。進行因素分析的結果由表 3-4-3 顯示：「資訊蒐集」構面能解釋的變異量為 19.428%，「個人認同」構面能解釋的變異量為 18.019%，「人際關係」構面能解釋的變異量為 16.364%，「消遣娛樂」構面能解釋的變異量為 15.962%，「生活習慣」構面能解釋的變異量為 12.867%，合計五個因素能解釋的累積變異量為 82.640%，如表 3-4-3 所示。

表 3-4-3 預試問卷 收視動機因素分析

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy= .682			
次構面	特徵值	解釋變異量%	累積解釋變異量%
資訊蒐集	1.554	19.428	19.428
個人認同	1.442	18.019	37.447
人際關係	1.309	16.364	53.811
消遣娛樂	1.277	15.962	69.772
生活習慣	1.029	12.867	82.640

由本預試問卷「偶像崇拜原因」因素分析的結果共得到五個因素，分別以「偶像的外貌」、「偶像的人格特質」、「偶像的專長」、「偶像的成就」、「同儕的認同」等名稱命名。進行因素分析的結果由表 3-4-4 顯示：「偶像的外貌」構面能解釋的變異量為 19.066%，

「偶像的人格特質」構面能解釋的變異量為 15.876%，「偶像的專長」構面能解釋的變異量為 14.700%，「偶像的成就」構面能解釋的變異量為 14.256%，「同儕的認同」構面能解釋的變異量為 11.505%，合計五個因素能解釋的累積變異量為 75.403%，如表 3-4-4 所示。

表 3-4-4 預試問卷 偶像崇拜原因因素分析

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy= .737			
次構面	特徵值	解釋變異量%	累積解釋量%
偶像的外貌	3.432	19.066	19.066
偶像的人格特質	2.858	15.876	34.942
偶像的專長	2.646	14.700	49.642
偶像的成就	2.566	14.256	63.898
同儕的認同	2.071	11.505	75.403

由本預試問卷「偶像崇拜程度」因素分析的結果共得到四個因素，分別以「注意接受」、「偏愛執著」、「熱誠」、「堅信」等名稱命名。進行因素分析的結果由表 3-4-5 顯示：「注意接受」構面能解釋的變異量為 20.747%，「偏愛執著」構面能解釋的變異量為 19.458%，「熱誠」構面能解釋的變異量為 15.170%，「堅信」構面能解釋的變異量為 9.912%，合計四個因素能解釋的累積變異量為 65.288%，如表 3-4-5 所示。

表 3-4-5 預試問卷 偶像崇拜程度因素分析

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy= .727					
次構面	題號	因素負荷量	特徵值	解釋變異量%	累積解釋量%
注意接受	19	0.796	6.224	20.747	20.747
	1	0.792			
	13	0.766			
	7	0.626			
	25	0.613			
	6	0.496			
偏愛執著	22	0.822	5.838	19.458	40.206
	21	0.771			
	26	0.751			
	11	0.744			
	29	0.718			
	5	0.682			
	12	0.653			
	16	0.648			
	8	0.648			
	14	0.581			
	15	0.546			
	20	0.544			
	28	0.541			
	23	0.532			
27	0.483				
熱誠	9	0.799	4.551	15.170	55.375
	18	0.789			
	10	0.673			
	2	0.600			
	3	0.530			
堅信	24	0.771	2.974	9.912	65.288
	17	0.713			
	30	0.697			
	4	0.590			

### (三) 信度分析

經過項目分析及因素分析之後，為考驗問卷的可靠性與穩定性，進行信度分析，以 *Cronbach α* 係數為指標進行「內部一致性」考驗，獲得內部一致性係數 (*Cronbach's α*)。各構面的結果由表 3-4-6 結果呈現：在「收視動機」部份，整體收視動機  $\alpha = .703$ ；在「偶像崇拜原因」部份，整體偶像崇拜原因  $\alpha = .919$ ；在「偶像崇拜程度」部份，整體偶像崇拜程度  $\alpha = .952$ ；顯示本問卷具有穩定的信度，詳見表 3-4-6。

表 3-4-6 預試問卷 信度分析

構面	<i>Cronbach's α</i> 值
整體收視動機	.703
整體偶像崇拜原因	.919
整體偶像崇拜程度	.952

## 第五節 研究程序

本研究之研究程序，可分為以下幾個階段依序進行：

### 一、確定研究主題、動機、目的及研究對象

在確定本研究主題之前，先閱讀國內外專家學者的相關著作，研究者再依據研究背景與研究動機，與指導教授討論之後，接著擬定研究主題與相關細節。

### 二、相關文獻蒐集與探討

確定研究主題與範圍之後，即開始聚焦地蒐集、閱讀主題相關文獻及過去的相關研究，進而加以綜合整理與分析所蒐集的相關資料與文獻，作為研究之基礎理論依據並著手研究計畫之擬定。

### 三、擬定研究架構與研究流程

根據本研究動機、目的與文獻探討所整理之相關資料，初步擬定研究架構，界定各變項的研究範圍與性質，設計出研究架構並構思其研究方法，進行研究流程的排定。

### 四、撰寫研究計畫並進行論文計畫審查

研究計畫的內容為將緒論、文獻探討、研究設計與方法的部分加以擬定，以釐清研究概念並修正其研究架構，在指導教授與口試委員的指導下，針對論文計畫缺漏之處加以修正，擬定預試問卷初稿，以使本研究立下基礎並更為成熟完整。

### 五、編製預試問卷並進行預試

根據本研究動機、目的與文獻探討所整理之相關資料，編製預試問卷，請指導教授及專家學者評析，將其問卷內容給予建議並修正。將修正完成的問卷進行預試，將預試所得到的資料進行信度、效度分析，再加以修改，以獲得本研究所需要的正式問卷。

### 六、正式問卷調查與資料處理

正式問卷施測時，由研究者親自到各校施測。問卷回收之後，再將資料建檔，以SPSS For Windows 12.0中文版套裝統計軟體進行量化統計分析。

### 七、撰寫研究論文

經由統計資料分析與探討，綜合歸納研究結果，佐以詳細地文字描述，作成研究結果與結論，並撰寫研究報告。請指導教授及口試委員審閱之後，依照指導教授及口試委員們的意見予以修改論文內容，再請指導教授做最後審核，以完成本研究論文。

本研究之研究流程圖，如圖3-2所示：

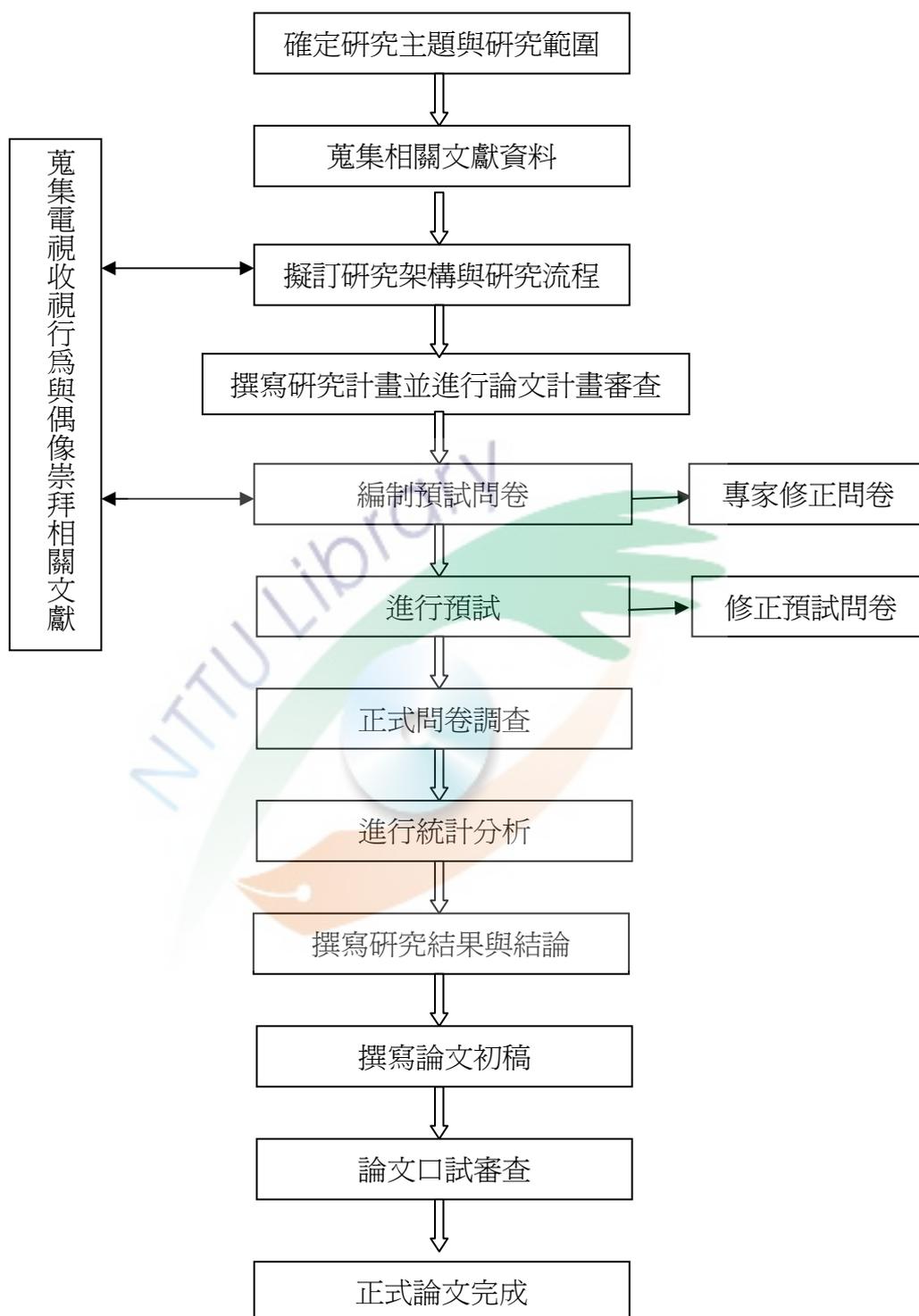


圖 3-2 研究流程圖

## 第六節 資料處理及統計方法

本研究在問卷回收之後，先扣除無效問卷，再將有效問卷建檔，並以 SPSS For Windows 12.0 中文版套裝統計軟體依照研究架構與研究問題分析，本研究的統計方法包括：次數分配、描述統計、卡方考驗、 $t$  檢定、單因子變異數分析、皮爾遜積差相關分析，分述如下：

### 一、次數分配 (frequencies)

以次數分配計算各選項的填答人數，並求出填答人數的百分比，以分析樣本在各變項中的分佈情形。

### 二、描述統計 (descriptives)

透過問卷選項填答的答案來計算平均數及標準差，以描述國小高年級學生在電視收視行為及偶像崇拜各層面的分佈情形。

### 三、卡方考驗 (Chi-Square Test)

分析不同個人背景變項的國小高年級學生在「收視時間」、「收視類型」、「偶像崇拜類型」等各層面上是否有差異，以卡方考驗進行分析；考驗假設 1-1、1-2、1-3、1-4、1-5、1-6、1-7、1-8、2-1、2-2、2-3、2-4。

### 四、 $t$ 檢定 (t-test)

分析不同「年級」與「性別」的國小高年級學生在「收視動機」及「偶像崇拜原因」、「偶像崇拜程度」等各層面上是否有差異，以  $t$  考驗進行分析；考驗假設 1-9、1-10、2-5、2-6、2-9、2-10。

### 五、單因子變異數分析 (One-Way ANOVA)

檢驗不同「家庭結構」與「家庭社經地位」的國小高年級學生在「收視動機」及「偶像崇拜原因」、「偶像崇拜程度」等各層面上是否有差異，若達顯著差異，則進一步採用 *Scheffe'* 進行事後比較；考驗假設 1-11、1-12、2-7、2-8、2-11、2-12。

### 六、皮爾遜積差相關分析 (Pearson Product-Moment Correlation)

以皮爾遜積差相關考驗國小高年級學生的「收視動機」在「偶像崇拜原因」與「偶像崇拜程度」等各層面是否有顯著相關存在；考驗假設 3-1、3-2。

## 第四章 研究結果與討論

本研究的正式問卷經統計軟體分析之後，依據研究架構和研究假設，將所得的結果結合文獻探討，逐節分析與討論。本章共分為四節，第一節為國小高年級學生電視收視行為與偶像崇拜之現況分析；第二節探討不同背景變項的國小高年級學生在電視收視行為之差異情形；第三節探討不同背景變項的國小高年級學生在偶像崇拜之差異情形；第四節探討國小高年級學生電視收視行為與偶像崇拜之相關情形。各節內容茲分述如下：

### 第一節 國小高年級學生電視收視行為 與偶像崇拜現況分析

本節旨以次數分配及描述統計來瞭解國小高年級學生電視收視行為與偶像崇拜之現況，以全體受試學生在電視收視行為及偶像崇拜各方面之統計結果來討論；統計結果及討論內容分述如下：

#### 一、國小高年級學生電視收視行為之現況

「電視收視行為」係指個人收看電視的習慣，例如：喜歡看哪些類型的電視節目？平常收看電視時間大約多久？依據本研究「國小高年級學生電視收視行為與偶像崇拜問卷」的第二部分「電視收視行為」，包含「收視時間」、「收視類型」、「收視動機」等三個層面之得分為依據。

##### （一）「電視收視時間」現況分析

收視時間先依照學生的不同作息，區分為「平日」與「假日」兩種作息日，再由學生分別勾選自己收看電視的時數長短，調查時數的選項有以下五種選項：「一小時以內（包含沒看電視）」；「一～二小時」；「二～三小時」；「三～四小時」；「四小時以上」。表 4-1-1 為國小高年級學生電視收視時間之基本統計表，從表中可看出：

- 1、平日看電視時間超過二小時的學生人數有超過一半（52.9%），假日看電視超過二小時的學生人數更是高達八成以上（82.9%）；研究者推論，國小高年級學生下午放學後很快就可以完成家課，其餘看電視的時間往往比讀書時間多，所以看電視已經成為現代兒童最經常做的休閒娛樂；這和過去相關研究者的研究結

果（伍至亮，2001；吳翠珍，1998；孫保瑞、黃士怡，2005；廣電人市場研究，2004）大致上相符合。

- 2、本研究中平日看電視超過三小時的學生為 26.4%，到了假日卻高達 57.4%，比平日明顯增加為 2.2 倍之多，顯示大部分學生假日的收視時間遠比平日還多，這和許多相關研究（李岱恩，2008；林好芳，2005；劉潔茹，2009）結果一致。研究者推論，雲林縣務農的家長居多，和一般上班族不同，他們假日也需要耕作，沒辦法在家陪孩子；而國小高年級學生的功課常在星期五就能完成，假日上才藝班的比例也不多，導致假日在家的收視時間會比平日長很多。

表 4-1-1 國小高年級學生電視收視時間之基本統計表

	(1) 1 小時 以內	(2) 1~2 小時	(3) 2~3 小時	(4) 3~4 小時	(5) 4 小時 以上	合計
平日（週一 到週五）	15.9%	31.2%	26.5%	9.0%	17.4%	100%
假日	4.7%	12.5%	25.5%	23.4%	34.0%	100%

## （二）「電視收視類型」現況分析

由於電視傳播媒體普及率高，家家戶戶都擁有電視，而且電視開機率也居高不下，不僅大人容易受到吸引，現代學生更是電視的忠實客群。表 4-1-2 為國小高年級學生對不同的電視收視類型喜歡程度的基本統計。再將受試者對不同類型節目喜歡程度所給的分數算出該類型的平均得分，以平均數的高低來排名，排名表如表 4-1-3 所示。由表 4-1-2、表 4-1-3 可以得知：

- 1、學生最喜歡的收視類型前十名依序為：電影、偶像劇、卡通節目、綜藝節目、連續劇、娛樂性談話節目、知識性節目、歌唱節目、體育節目、兒童節目。
- 2、學生最不喜歡的收視類型前五名依序為：色情節目、購物頻道、暴力血腥型態節目、烹飪節目、介紹美食的節目等類型。
- 3、標準差最大的類型是靈異型態節目，最小的是色情節目，顯示出喜歡看靈異節目的人多、不喜歡看的人也多；而大多數的學生都不喜歡看色情節目（82.2%）。

研究者推論，因為「電影」拍攝手法精緻、劇情緊湊刺激、場面浩大，再加上有多個電影專屬頻道，所以「電影」成為多數學生的最愛。而台灣偶像劇自從「流星花園」

走紅後，一直受到各方矚目和大眾喜愛，因而掀起一股收視熱潮。至於卡通節目，多數兒童都很喜歡，不但內容活潑逗趣、人物鮮明，而且畫面聲光效果絢麗，極易滿足兒童視聽享受；這和過去相關研究者的研究結果（吳翠珍，1998；李秀美，1995；林好芳，2005；許毓容，2001；陳靜音，2003；劉潔茹，2009）大致上相符合。

表 4-1-2 國小高年級學生喜歡的電視收視類型之基本統計表

節目類型	完全不同意	少部份同意	部份同意	大部份同意	完全同意	合計
1 連續劇	7.2%	15.6%	27.4%	21.2%	28.7%	100%
2 偶像劇	8.4%	15.3%	16.5%	18.1%	41.7%	100%
3 新聞節目	17.8%	25.5%	29.0%	14.3%	13.4%	100%
4 娛樂性談話節目	12.1%	18.4%	23.1%	22.1%	24.3%	100%
5 體育節目	18.4%	22.1%	20.2%	15.6%	23.7%	100%
6 綜藝節目	5.3%	11.5%	24.6%	30.8%	27.7%	100%
7 電影	4.1%	12.8%	18.4%	24.7%	40.0%	100%
8 歌唱節目	12.8%	21.6%	23.4%	20.0%	22.2%	100%
9 知識節目	12.8%	18.4%	24.0%	25.2%	19.6%	100%
10 卡通節目	5.6%	15.4%	20.7%	21.9%	36.4%	100%
11 兒童節目	19.3%	22.1%	29.0%	14.3%	15.3%	100%
12 生活休閒資訊節目	17.8%	26.2%	30.2%	13.4%	12.5%	100%
13 暴力血腥型態節目	49.5%	14.3%	15.9%	8.1%	12.1%	100%
14 靈異型態節目	34.6%	15.6%	16.5%	11.5%	21.8%	100%
15 色情節目	82.2%	11.2%	2.2%	2.2%	2.2%	100%
16 美食節目	22.1%	26.2%	26.5%	11.8%	13.4%	100%
17 烹飪節目	24.8%	29.8%	19.1%	14.1%	12.2%	100%
18 購物頻道	41.1%	30.2%	14.3%	7.5%	6.9%	100%
19 跟健康有關節目	19.9%	27.4%	22.4%	13.4%	16.8%	100%

表 4-1-3 國小高年級學生喜歡的電視收視類型排名表

排名	節目類型	平均數	標準差
1	電影	3.84	1.20
2	偶像劇	3.69	1.36
3	卡通節目	3.68	1.26
4	綜藝節目	3.64	1.16
5	連續劇	3.49	1.25
6	娛樂性談話節目	3.28	1.34
7	知識性節目	3.21	1.30
8	歌唱節目	3.17	1.34
9	體育節目	3.04	1.44
10	兒童節目	2.84	1.31
11	新聞節目	2.80	1.27
12	跟健康有關的節目	2.80	1.36
13	生活休閒資訊節目	2.77	1.25
14	靈異型態節目	2.70	1.56
15	介紹美食的節目	2.68	1.31
16	烹飪節目	2.59	1.33
17	暴力血腥型態節目	2.19	1.43
18	購物頻道	2.09	1.21
19	色情節目	1.31	0.81

### (三) 「電視收視動機」現況分析

現今的電視媒體如此普及，收看相同電視節目的觀眾這麼多，但是不同的觀眾就有可能是源自於不同的收視動機，所以分析學生的收視動機就可以瞭解他們是基於什麼樣的理由，才會去收看節目。

本研究的收視動機共分為五個子層面，分別為：「資訊蒐集」、「個人認同」、「人際關係」、「消遣娛樂」、「生活習慣」。表 4-1-4 為國小高年級學生在整體收視動機與各子層面的描述統計分析，由此可以發現：國小高年級學生在本問卷的電視收視動機部分，每題平均得分為 3.36，標準差為 0.75；且在整體收視動機與各子層面的得分數都頗為高分

(全都超過中間值 3.0)。各子層面依得分的平均數大小依序為：「個人認同」、「資料蒐集」、「消遣娛樂」、「生活習慣」、「人際關係」；這和楊孝榮(1979)的研究結果：學生的收視動機傾向於求知動機，而非消遣娛樂動機(引自林瑞端, 2001)相近，也和許多相關研究(陳以瑚, 1982；劉幼琍, 1997；廣電基金, 1999)大致符合。

表 4-1-4 電視收視動機平均數、標準差分析摘要表

層面	題數	平均數	標準差	排序
資料蒐集	1	3.48	1.22	2
個人認同	2	3.61	1.15	1
人際關係	2	3.10	1.02	5
消遣娛樂	2	3.41	0.97	3
生活習慣	1	3.13	1.40	4
整體 收視動機	共 8 題	3.36	0.75	

## 二、國小高年級學生偶像崇拜之現況

本研究「國小高年級學生電視收視行為與偶像崇拜問卷」的第三部分「偶像崇拜」，包含「偶像崇拜類型」、「偶像崇拜原因」和「偶像崇拜程度」等三個部分的得分，作為調查學生偶像崇拜行為的依據。

### (一) 「偶像崇拜類型」現況分析

本研究將偶像崇拜的類型區分為十四種，分別為：1、父親；2、母親；3、師長；4、同儕；5、影視明星(包含演藝人員、模特兒)；6、體育名人；7、政治人物；8、卡通人物；9、書中的角色；10、戲劇中的角色；11、網路遊戲角色；12、歷史人物(實際存在過的古代聖賢)；13、傑出的企業家；14、專業人士。

表 4-1-5 為國小高年級學生崇拜的偶像類型基本統計表。再將受試者對不同類型偶像所填答的選項，計算出該偶像類型的得分，以平均數高低來排名，排名見表 4-1-6：

本研究結果發現，國小高年級學生崇拜的偶像類型前五名依序為：影視明星、母親、父親、師長、同學朋友，其中所佔比率最高為影視明星，這和許多研究的結果相同(吳淑玲, 1996a；吳瓊洳, 1997；高士雄等人, 1997；張酒雄等人, 1993；郭致君, 2001；

陳美芬，1996；陳祥裕、許歆宜，1998）。研究者推論，這是因為電視傳播媒體發展迅速，影視明星在媒體的炒作下，容易吸引許多影迷、歌迷，不僅讓學生接收到許多明星的影音資訊，也強化他們對於影視明星的崇拜。

許多國內的研究結果顯示：「父母」及「師長」在偶像崇拜類型的排名大幅下降，甚至敬陪末座（吳淑玲，1996a；吳瓊洳，1997；張酒雄等人，1993；郭致君，2001；陳美芬，1996；陳祥裕、許歆宜，1998；曾文志、劉玲君，1995）。但在本研究中，「母親」、「父親」、「師長」排名卻僅次於「影視明星」。研究者認為，這是因為雲林縣斗南鎮屬於農村，人情味濃，家庭結構多為三代同堂或雙親家庭（共佔 87.5%），學生和父母親相處的機會較多，來自於雙親的關懷、教育也較健全，大多數學生性情純樸、家庭觀念重，因此對於「父母」及「師長」仍很崇拜、敬重。

表 4-1-5 國小高年級學生崇拜的偶像類型之基本統計表

崇拜類型	完全不同意	少部份同意	部份同意	大部份同意	完全同意	合計
1 父親	5.3%	15.3%	21.5%	19.9%	38.0%	100%
2 母親	6.5%	10.3%	20.2%	20.2%	42.7%	100%
3 師長	10.3%	13.1%	22.1%	18.4%	36.1%	100%
4 同學朋友	8.7%	13.1%	25.2%	19.9%	33.0%	100%
5 影視明星	7.5%	11.8%	16.8%	16.5%	47.4%	100%
6 體育名人	17.8%	17.4%	18.4%	18.7%	27.7%	100%
7 政治人物	59.2%	21.2%	10.6%	3.7%	5.3%	100%
8 卡通人物	24.4%	16.9%	21.3%	14.4%	23.1%	100%
9 書中角色	17.1%	15.3%	22.4%	19.3%	25.9%	100%
10 戲劇角色	11.2%	13.1%	21.8%	18.1%	35.8%	100%
11 網路遊戲角色	26.8%	22.1%	16.8%	10.0%	24.3%	100%
12 歷史人物	15.9%	16.3%	20.0%	20.3%	27.5%	100%
13 傑出企業家	23.1%	20.6%	22.2%	15.6%	18.4%	100%
14 專業人士	21.5%	19.6%	21.8%	17.8%	19.3%	100%

表 4-1-6 國小高年級學生崇拜的偶像類型排名表

排名	崇拜類型	平均數	標準差
1	影視明星	3.84	1.33
2	母親	3.82	1.27
3	父親	3.70	1.26
4	師長	3.57	1.36
5	同學朋友	3.55	1.30
6	戲劇角色	3.54	1.38
7	歷史人物	3.27	1.43
8	書中角色	3.21	1.42
9	體育名人	3.21	1.46
10	卡通人物	2.95	1.49
11	專業人士	2.94	1.42
12	傑出企業家	2.86	1.42
13	網路遊戲角色	2.83	1.53
14	政治人物	1.75	1.12

## (二) 「偶像崇拜原因」現況分析

本研究的「偶像崇拜原因」共分爲五個子層面，分別爲：「偶像的外貌」、「偶像的人格特質」、「偶像的專長」、「偶像的成就」以及「同儕的認同」。

表 4-1-7 爲國小高年級學生在整體偶像崇拜原因與各子層面的描述統計分析，由表中數據可以看出，國小高年級學生在本問卷的「偶像崇拜原因」部分，每題平均得分數爲 3.36，標準差爲 0.87；除了在「同儕的認同」這個子層面得分數 2.70 稍低之外，在「整體偶像崇拜原因」以及其餘各子層面中，得分數都頗爲高分，而且分數也都很集中。

國小高年級學生在本問卷的「偶像崇拜原因」各子層面依照得分的平均數大小排名依序爲：「偶像的人格特質」、「偶像的專長」、「偶像的成就」、「偶像的外貌」、「同儕的認同」；研究者推論，是因爲國小高年級學生開始進入形式運思期之後，會開始關心未來和意識型態問題、重視崇拜對象的內在人格特質，例如：幽默言談、個性，以及內涵、專長、才華、成就...等所謂的「實質性欣賞」，反而「偶像的外貌」、「同儕的認同」等較爲表層性質的崇拜原因則排名殿後；這和姜韻梅（2003）、高士雄等人（1997）的研

究結果一致。

表 4-1-7 國小高年級學生偶像崇拜原因之平均數、標準差分析摘要表

層面	題數	平均數	標準差	排序
偶像的外貌	3	3.00	1.24	4
偶像的人格特質	8	3.65	0.94	1
偶像的專長	3	3.46	1.08	2
偶像的成就	2	3.22	1.24	3
同儕的認同	2	2.70	1.25	5
整體 偶像崇拜原因	共 18 題	3.36	0.87	

### (三) 「偶像崇拜程度」現況分析

本研究的「偶像崇拜程度」共分成四個子層面，分別為：「注意接受」、「偏愛執著」、「熱誠」、「堅信」。表4-1-8為國小高年級學生在整體偶像崇拜程度與各子層面的描述統計分析，由表中數據可以看出，國小高年級學生在本問卷的「偶像崇拜程度」部分，每題平均得分數為2.54，標準差為0.92。國小高年級學生在「注意接受」、「偏愛執著」、「熱誠」、「堅信」這四個子層面的得分數都低於中間值（3.00），其中，又以「熱誠」層面的得分數為最低。

國小高年級學生在本問卷的「偶像崇拜程度」各子層面依照得分的平均數大小排名依序為：「偏愛執著」、「堅信」、「注意接受」、「熱誠」；表示國小高年級學生會關注自己所崇拜的偶像，也會表達出崇拜偶像的行為，但並不至於到達狂熱追隨的崇拜地步。

表 4-1-8 國小高年級學生偶像崇拜程度之平均數、標準差分析摘要表

層面	題數	平均數	標準差	排序
注意接受	6	2.49	1.02	3
偏愛執著	15	2.72	1.01	1
熱誠	5	1.98	0.88	4
堅信	4	2.67	1.13	2
整體 偶像崇拜程度	共 30 題	2.54	0.92	

## 第二節 不同背景變項的國小高年級學生在電視

### 收視行為之差異

本節旨在探討不同背景變項的國小高年級學生在電視收視行為之「收視時間」、「收視類型」、「收視動機」三方面的差異情形，分別依照「年級」、「性別」、「家庭結構」、「家庭社經地位」等背景變項敘述如下：

#### 一、不同背景變項的國小高年級學生在電視收視時間之差異比較

##### (一) 不同「年級」學生在電視收視時間之差異比較

表 4-2-1 為不同年級學生在電視收視時間的卡方考驗摘要表，從表中可以得知：

- 1、不管在平日或假日，不同年級的學生在「收視時間」方面都沒有顯著差異，因此，假設 1-1 不成立，表示學生的收視時間不會因為在不同年級而有所差異。
- 2、六年級學生在假日收視超過二小時的佔了 84.6%，大於平日（59.2%）；五年級學生在假日收視超過二小時的則是佔了 81%，遠遠大於平日（46.2%）；研究者推論，這是因為五年級學生平日通常比較早睡，導致收視時間較短，但許多學生在假日會增加收視時間，就會和六年級學生的收視時間差不多。

表 4-2-1 不同年級學生在電視收視時間之卡方考驗摘要表

	收視時間	(1) 五年級	(2) 六年級	$\chi^2$
平日(週一至週五)	(1) 1 小時以內	20.3%	11.7%	8.862
	(2) 1~2 小時	33.5%	29.0%	
	(3) 2~3 小時	25.9%	26.5%	
	(4) 3~4 小時	7.0%	11.1%	
	(5) 4 小時以上	13.3%	21.6%	
假日	(1) 1 小時以內	5.1%	4.3%	4.65
	(2) 1~2 小時	13.9%	11.1%	
	(3) 2~3 小時	29.1%	22.2%	
	(4) 3~4 小時	23.4%	23.5%	
	(5) 4 小時以上	28.5%	38.9%	

## (二) 不同「性別」學生在電視收視時間之差異比較

表 4-2-2 為不同性別學生在電視收視時間的卡方考驗摘要表，從表中可以得知：

- 1、不管在平日或假日，不同性別的學生在「收視時間」方面都沒有顯著差異，因此，假設 1-2 不成立，表示國小高年級學生的電視收視時間，不會因為性別不同而有所差異。
- 2、男、女生在假日的收視時間都比平日收視時間多。
- 3、本研究發現「男生平日的收視時間少於女生，但在假日時反而勝過女生許多」，這和伍至亮（2001）的研究結果相符合；但與林好芳（2005）針對十位四年級學生（五男五女）的研究結果：「男、女生在平日收視時間差異不大，但女生在假日的收視時間明顯比男生多」有所出入。研究者推論，這可能是因為：在林好芳（2005）的研究中，五位男生假日較常出外遊玩，故收視時間比女生少；而本研究和伍至亮（2001）的研究對象都是高年級學生，假日較少高年級女生愛看的連續劇，所以男生的收視時間才會比女生多。

表 4-2-2 不同性別學生在電視收視時間之卡方考驗摘要表

收視時間	(1) 男生	(2) 女生	$\chi^2$	
平日(週一 到週五)	(1) 1 小時以內	13.0%	18.8%	
	(2) 1~2 小時	36.6%	25.6%	
	(3) 2~3 小時	22.4%	30.6%	7.675
	(4) 3~4 小時	10.6%	7.5%	
	(5) 4 小時以上	17.4%	17.5%	
假日	(1) 1 小時以內	3.7%	5.6%	
	(2) 1~2 小時	9.9%	15.0%	
	(3) 2~3 小時	29.2%	21.9%	3.976
	(4) 3~4 小時	23.6%	23.1%	
	(5) 4 小時以上	33.5%	34.4%	

## (三) 不同「家庭結構」學生在電視收視時間之差異比較

表 4-2-3 為不同家庭結構學生在電視收視時間的卡方考驗摘要表，從表中可得知：

- 1、不管在平日或假日，不同家庭結構的學生在「收視時間」方面都沒有顯著差異，因此，假設 1-3 不成立；表示國小高年級學生的電視收視時間，不會因為家庭

結構不同而有所差異。

- 2、平日時，單親家庭學生的收視時間最長，明顯多於其他四類家庭結構的學生。假日時，其他四類家庭結構的學生的收視時間會比平日增加；反而單親家庭學生在假日的收視時間和平日較為相近。研究者推論，這是因為多數的單親家長都必須為了家計辛苦工作、賺錢養家，因此，單親家庭學生放學之後常常沒大人陪伴，甚至可能獨自在家，所以不管在平日或假日的收視時間都很長。

表 4-2-3 不同家庭結構學生在電視收視時間之卡方考驗摘要表

收視時間	(1)三代同堂	(2)雙親家庭	(3)單親家庭	(4)隔代教養	(5)依親家庭	$\chi^2$
平日 (週一到週五)	(1) 1 小時以內	12.9%	16.4%	26.7%	12.5%	0.0%
	(2) 1~2 小時	32.9%	32.9%	23.3%	12.5%	0.0%
	(3) 2~3 小時	24.3%	27.1%	23.3%	50.0%	100.0%
	(4) 3~4 小時	11.4%	7.1%	3.3%	25.0%	0.0%
	(5) 4 小時以上	18.6%	16.4%	23.3%	0.0%	0.0%
假日	(1) 1 小時以內	3.6%	5.0%	6.7%	0.0%	0.0%
	(2) 1~2 小時	13.6%	12.1%	10.0%	12.5%	0.0%
	(3) 2~3 小時	23.6%	25.0%	33.3%	37.5%	50.0%
	(4) 3~4 小時	25.0%	20.7%	23.3%	37.5%	50.0%
	(5) 4 小時以上	34.3%	37.1%	26.7%	12.5%	0.0%

#### (四) 不同「家庭社經地位」學生在電視收視時間之差異比較

表 4-2-4 為不同家庭社經地位學生在收視時間的卡方考驗摘要表，從表中可得知：

- 1、不管在平日或假日，不同家庭社經地位的學生在「收視時間」方面都沒有顯著差異，因此，假設 1-4 不成立；表示國小高年級學生的電視收視時間，不會因為家庭社經地位不同而有所差異。
- 2、高、中、低三種社經地位學生假日收視時間都高於平日，但是高社經地位的學生平日收視時間最少、假日增加收視時間的比例最多。研究者推論，因為高社經地位學生的家長通常比較注重課業學習，因此，在平日會比較要求孩子複習功課、約束孩子看電視的時間，到了假日，才會開放讓孩子看久一點電視。

表 4-2-4 不同家庭社經地位學生在電視收視時間之卡方考驗摘要表

收視時間		(1)低社經	(2)中社經	(3)高社經	$\chi^2$
平日(週一到週五)	(1) 1 小時以內	11.5%	16.4%	22.2%	10.128
	(2) 1~2 小時	35.4%	30.4%	25.9%	
	(3) 2~3 小時	25.0%	24.0%	37.0%	
	(4) 3~4 小時	8.3%	10.5%	5.6%	
	(5) 4 小時以上	19.8%	18.7%	9.3%	
假日	(1) 1 小時以內	3.1%	5.3%	5.6%	4.985
	(2) 1~2 小時	10.4%	11.7%	18.5%	
	(3) 2~3 小時	29.2%	26.3%	16.7%	
	(4) 3~4 小時	24.0%	22.8%	24.1%	
	(5) 4 小時以上	33.3%	33.9%	35.2%	

## 二、不同背景變項的國小高年級學生在電視收視類型之差異比較

### (一) 不同「年級」學生在電視收視類型之差異比較

表 4-2-5 為不同年級學生在電視收視類型之卡方考驗摘要表，從表中得知：

- 1、五、六年級學生在「偶像劇」、「暴力血腥節目」、「靈異型態節目」、「歌唱節目」、「電影」等收視類型方面，具有顯著差異；因此，假設 1-5 部份成立。
- 2、在偶像劇、暴力血腥節目、靈異節目等收視類型喜歡程度方面，六年級學生明顯高於五年級學生。五年級學生則是在電影、歌唱節目等收視類型方面明顯高於六年級學生。研究者推論，六年級學生因為開始進入青春期的階段，所以對於較刺激的暴力血腥節目、靈異節目會較有興趣，教師對於這些情形需多加留意，以避免造成打鬥、暴力行為養成，或者是怪力亂神的現象困惑著孩子。

表 4-2-5 不同年級學生在電視收視類型之卡方考驗摘要表

節目 類型	(1) 五年級					(2) 六年級					$\chi^2$
	完全不 同意%	少部份 同意%	部份同 意%	大部份 同意%	完全 同意 %	完全不 同意%	少部份 同意%	部份同 意%	大部份 同意%	完全 同意 %	
連續 劇	8.9	16.6	24.2	21.0	29.3	5.6	14.2	30.2	21.6	28.4	2.643
偶像 劇	10.8	21.0	18.5	13.4	36.3	6.2	9.9	14.2	22.2	47.5	15.263**
新聞	22.9	24.8	25.5	13.4	13.4	12.3	26.5	32.7	14.8	13.6	6.730
談話 節目	14.6	17.2	25.5	22.3	20.4	9.9	19.1	21.0	21.6	28.4	4.454
體育 節目	15.9	21.7	21.0	13.4	28.0	21.0	21.6	19.8	17.9	19.8	4.500
綜藝 節目	7.0	15.3	21.7	28.0	28.0	3.7	8.0	27.2	33.3	27.8	6.978
電影	5.8	12.2	12.8	24.4	44.9	2.5	13.0	24.1	25.3	35.2	9.477*
歌唱 節目	15.3	21.7	17.8	17.2	28.0	10.6	21.1	29.2	22.4	16.8	11.316*
知識 節目	10.8	16.6	24.2	24.8	23.6	14.2	20.4	24.1	25.3	16.0	3.637
卡通	7.0	15.3	18.5	19.7	39.5	4.4	15.6	23.1	23.8	33.1	3.265
兒童 節目	21.7	19.7	24.8	17.2	16.6	17.3	24.1	33.3	11.7	13.6	5.562
生活 節目	21.7	24.2	26.8	13.4	14.0	13.6	28.4	33.3	13.6	11.1	5.179
暴力 節目	53.5	12.1	15.9	3.2	15.3	45.7	16.7	15.4	13.0	9.3	13.872**
靈異 節目	42.7	14.6	11.5	9.6	21.7	27.2	16.0	21.6	13.6	21.6	11.666*
色情 節目	81.5	13.4	1.9	1.9	1.3	82.7	9.3	2.5	2.5	3.1	2.631
美食 節目	26.1	24.8	24.8	10.8	13.4	17.9	27.8	27.8	13.0	13.6	3.281
烹飪 節目	29.0	25.8	21.3	10.3	13.5	20.4	34.0	16.7	17.9	11.1	8.651
購物 頻道	45.9	26.1	13.4	6.4	8.3	36.4	34.0	15.4	8.6	5.6	4.996
健康 節目	21.0	26.1	20.4	12.1	20.4	19.1	28.4	24.1	14.8	13.6	3.396

\* $p < .05$  \*\* $p < .01$

## (二) 不同「性別」學生在電視收視類型之差異比較

表 4-2-6 為不同性別學生在電視收視類型之卡方考驗摘要表，表 4-2-7、4-2-8 分別為男、女生喜歡的收視類型排名，從這三個表中可以得知：

- 1、男、女生在偶像劇、體育節目、連續劇、暴力血腥節目、購物頻道、歌唱節目、生活休閒資訊節目、新聞節目、烹飪節目、綜藝節目等收視類型方面，具有顯著差異，因此，假設 1-6 大部份都成立。
- 2、男生最喜歡的收視類型前五名依序為：電影、卡通節目、綜藝節目、體育節目、偶像劇，最不喜歡的收視類型為：色情節目、購物頻道、烹飪節目。女生最喜歡的收視類型前五名依序為：偶像劇、連續劇、綜藝節目、電影、卡通節目，最不喜歡的收視類型為：色情節目、暴力血腥型態節目、購物頻道。
- 3、男生比女生喜歡收看新聞節目、體育節目、生活休閒資訊節目、暴力血腥節目等收視類型；女生比男生喜歡收看偶像劇、連續劇、購物頻道、歌唱節目、烹飪節目、綜藝節目等收視類型。研究者推論，這是因為男生通常喜歡聲光效果比較刺激的節目，例如：新聞、體育、暴力血腥等收視類型，而女生則通常比較喜歡明星多、浪漫性質、有感情戲、偏向才藝等收視類型。

表 4-2-6 不同性別學生在電視收視類型之卡方考驗摘要表

節目 類型	(1) 男生					(2) 女生					$\chi^2$
	完全不 同意%	少部份 同意%	部份同 意%	大部份 同意%	完全 同意 %	完全不 同意%	少部份 同意%	部份同 意%	大部份 同意%	完全 同意 %	
連續 劇	11.8	14.9	36.0	17.4	19.9	2.5	16.3	18.8	25.0	37.5	29.408**
偶像 劇	14.3	21.7	21.1	13.7	29.2	2.5	8.8	11.9	22.5	54.4	41.933**
新聞	24.2	25.5	23.6	13.0	13.7	11.3	25.6	34.4	15.6	13.1	11.212*
談話 節目	14.9	19.9	19.9	20.5	24.8	9.4	16.9	26.3	23.8	23.8	4.252
體育 節目	9.9	15.5	21.1	17.4	36.0	26.9	28.8	19.4	13.8	11.3	40.476**
綜藝 節目	8.7	12.4	23.0	26.7	29.2	1.9	10.6	26.3	35.0	26.3	9.662*
電影	4.4	8.8	17.5	23.8	45.6	3.8	16.9	19.4	25.6	34.4	6.997
歌唱 節目	18.0	24.2	21.1	15.5	21.1	7.5	18.9	25.8	24.5	23.3	12.053*
知識 節目	13.7	15.5	30.4	23.0	17.4	11.9	21.3	17.5	27.5	21.9	8.699

表 4-2-6 不同性別學生在電視收視類型之卡方考驗摘要表（續）

節目 類型	(1) 男生					(2) 女生					$\chi^2$
	完全不 同意%	少部份 同意%	部份同 意%	大部份 同意%	完全 同意 %	完全不 同意%	少部份 同意%	部份同 意%	大部份 同意%	完全 同意 %	
卡通 節目	6.9	11.3	23.9	20.1	37.7	4.4	19.4	17.5	23.8	35.0	6.502
兒童 節目	21.7	21.7	28.0	14.9	13.7	16.9	22.5	30.0	13.8	16.9	1.737
生活 節目	22.4	19.3	29.8	16.1	12.4	13.1	33.1	30.6	10.6	12.5	11.600*
暴力 節目	37.9	16.1	17.4	10.6	18.0	61.3	12.5	14.4	5.6	6.3	21.598**
靈異 節目	29.8	14.3	20.5	13.0	22.4	39.4	16.9	12.5	10.0	21.3	6.265
色情 節目	80.7	11.8	3.1	1.9	2.5	83.8	10.6	1.3	2.5	1.9	1.740
美食 節目	28.6	25.5	24.2	10.6	11.2	15.6	26.9	28.8	13.1	15.6	8.393
烹飪 節目	31.7	26.7	15.5	15.5	10.6	17.7	32.9	22.8	12.7	13.9	10.702*
購物 頻道	49.7	30.4	8.7	5.0	6.2	32.5	30.0	20.0	10.0	7.5	15.839**
健康 節目	23.0	28.6	21.7	9.3	17.4	16.9	26.3	23.1	17.5	16.3	5.801

\* $p < .05$  \*\* $p < .01$

表 4-2-7 男生喜歡的收視類型排名表

排名	節目類型	平均數	標準差
1	電影	3.98	1.18
2	卡通節目	3.70	1.27
3	綜藝節目	3.55	1.27
4	體育節目	3.54	1.37
5	偶像劇	3.22	1.43
6	娛樂性談話節目	3.20	1.40
7	連續劇	3.19	1.25
8	知識性節目	3.15	1.27
9	歌唱節目	2.98	1.41
10	靈異型態節目	2.84	1.53

表 4-2-7 男生喜歡的收視類型排名表（續）

排名	節目類型	平均數	標準差
11	兒童節目	2.77	1.32
12	生活休閒資訊節目	2.77	1.31
13	跟健康有關的節目	2.70	1.38
14	新聞節目	2.66	1.34
15	暴力血腥型態節目	2.55	1.52
16	介紹美食的節目	2.50	1.31
17	烹飪節目	2.47	1.36
18	購物頻道	1.88	1.16
19	色情節目	1.34	0.84

表 4-2-8 女生喜歡的收視類型排名表

排名	節目類型	平均數	標準差
1	偶像劇	4.18	1.10
2	連續劇	3.79	1.18
3	綜藝節目	3.73	1.03
4	電影	3.70	1.21
5	卡通節目	3.66	1.26
6	歌唱節目	3.37	1.24
7	娛樂性談話節目	3.36	1.27
8	知識性節目	3.26	1.33
9	新聞節目	2.94	1.18
10	兒童節目	2.91	1.31
11	跟健康有關的節目	2.90	1.33
12	介紹美食的節目	2.86	1.28
13	生活休閒資訊的節目	2.76	1.19
14	烹飪節目	2.72	1.29
15	靈異型態節目	2.57	1.59
16	體育節目	2.54	1.32
17	購物頻道	2.30	1.23
18	暴力血腥型態節目	1.83	1.23
19	色情節目	1.28	0.78

### (三) 不同「家庭結構」學生在電視收視類型之差異比較

表 4-2-9 為不同家庭結構學生在電視收視類型之卡方考驗摘要表，表 4-2-10、4-2-11、4-2-12、4-2-13、4-2-14 分別為三代同堂家庭、雙親家庭、單親家庭、隔代教養家庭、依親家庭等各種家庭結構學生喜歡的收視類型排名，從這些表中可以得知：

- 1、不管是哪一種收視類型的節目，不同家庭結構的國小高年級學生在「收視類型」方面都沒有顯著差異，因此假設 1-7 不成立。
- 2、「三代同堂」和「雙親家庭」學生喜歡的收視類型前五名（電影、卡通節目、綜藝節目、偶像劇、連續劇）都相同，只是排名略有變化；最不喜歡的收視類型都是色情節目、購物頻道、暴力血腥型態節目。研究者推論，這是因為三代同堂和雙親家庭平時家中都會有長輩在，學生和長輩有較多的機會共視，長輩們或多或少都會注意孩子的收視情形，教導孩子慎選節目、避免收看不良的節目，所以這兩種家庭結構學生喜歡收視的類型會較為相近。
- 3、單親家庭學生喜歡收看體育節目，是唯一收視類型前五名有體育節目的。至於依親家庭學生不喜歡靈異型態節目，研究者推論，則可能是因為依附在親戚家，不是跟自己的父母親居住，難免會比一般孩子更沒有安全感，所以不喜歡收看鬼怪、神秘等靈異型態節目。

表 4-2-9 不同家庭結構學生在電視收視類型之卡方考驗摘要表

類型	家庭結構	(1) 三代同堂	(2) 雙親家庭	(3) 單親家庭	(4) 隔代教養	(5) 依親家庭	$\chi^2$
1 連續劇	完全不同意%	5.7	7.1	10.0	0.0	50.0	21.681
	少部份同意%	20.7	11.4	6.7	25.0	50.0	
	部份同意%	28.6	26.4	30.0	25.0	0.0	
	大部份同意%	17.9	26.4	20.0	0.0	0.0	
	完全同意%	27.1	28.6	33.3	50.0	0.0	
2 偶像劇	完全不同意%	8.6	9.3	6.7	0.0	0.0	17.463
	少部份同意%	17.9	12.9	6.7	50.0	0.0	
	部份同意%	17.9	15.7	13.3	0.0	50.0	
	大部份同意%	14.3	22.1	20.0	12.5	0.0	
	完全同意%	41.4	40.0	53.3	37.5	50.0	

表 4-2-9 不同家庭結構學生在電視收視類型之卡方考驗摘要表（續）

類型	家庭結構	(1) 三代同堂	(2) 雙親家庭	(3) 單親家庭	(4) 隔代教養	(5) 依親家庭	$\chi^2$
3 新聞節目	完全不同意%	17.1	17.9	20.0	12.5	0.0	10.111
	少部份同意%	27.9	24.3	16.7	25.0	100.0	
	部份同意%	29.3	29.3	26.7	37.5	0.0	
	大部份同意%	15.0	12.9	20.0	12.5	0.0	
	完全同意%	10.7	15.7	16.7	12.5	0.0	
4 娛樂談話節目	完全不同意%	11.4	10.7	16.7	12.5	50.0	20.329
	少部份同意%	20.0	18.6	10.0	25.0	0.0	
	部份同意%	19.3	25.0	36.7	0.0	50.0	
	大部份同意%	23.6	22.1	23.3	0.0	0.0	
5 體育節目	完全不同意%	17.1	20.7	13.3	12.5	50.0	14.114
	少部份同意%	22.1	20.0	26.7	37.5	50.0	
	部份同意%	25.0	18.6	6.7	12.5	0.0	
	大部份同意%	12.9	18.6	16.7	12.5	0.0	
	完全同意%	22.9	22.1	36.7	25.0	0.0	
6 綜藝節目	完全不同意%	3.6	7.1	3.3	0.0	50.0	21.964
	少部份同意%	11.4	9.3	16.7	25.0	0.0	
	部份同意%	20.0	31.4	20.0	12.5	0.0	
	大部份同意%	32.1	30.0	30.0	25.0	50.0	
7 電影	完全不同意%	2.9	4.3	3.3	12.5	50.0	21.087
	少部份同意%	15.7	9.4	13.3	25.0	0.0	
	部份同意%	16.4	21.6	16.7	12.5	0.0	
	大部份同意%	27.9	23.7	23.3	0.0	0.0	
8 歌唱節目	完全不同意%	12.9	12.9	16.7	0.0	0.0	24.809
	少部份同意%	25.0	18.7	23.3	12.5	0.0	
	部份同意%	18.6	29.5	13.3	25.0	100.0	
	大部份同意%	24.3	16.5	20.0	0.0	0.0	
	完全同意%	19.3	22.3	26.7	62.5	0.0	

表 4-2-9 不同家庭結構學生在電視收視類型之卡方考驗摘要表（續）

類型	家庭結構	(1) 三代同堂	(2) 雙親家庭	(3) 單親家庭	(4) 隔代教養	(5) 依親家庭	$\chi^2$
9 知識節目	完全不同意%	12.1	12.1	16.7	12.5	50.0	13.372
	少部份同意%	20.7	17.1	6.7	37.5	50.0	
	部份同意%	26.4	22.9	23.3	0.0	0.0	
	大部份同意%	22.1	27.9	30.0	25.0	0.0	
	完全同意%	18.6	20.0	23.3	25.0	0.0	
10 卡通節目	完全不同意%	4.3	5.7	13.8	0.0	0.0	17.586
	少部份同意%	12.9	17.9	17.2	12.5	0.0	
	部份同意%	20.9	18.6	31.0	12.5	0.0	
	大部份同意%	22.3	22.1	13.8	25.0	100.0	
	完全同意%	39.6	35.7	24.1	50.0	0.0	
11 兒童節目	完全不同意%	17.1	20.0	26.7	12.5	50.0	13.604
	少部份同意%	27.1	17.9	23.3	0.0	50.0	
	部份同意%	26.4	33.6	16.7	50.0	0.0	
	大部份同意%	14.3	13.6	16.7	12.5	0.0	
	完全同意%	15.0	15.0	16.7	25.0	0.0	
12 生活休閒資訊節目	完全不同意%	16.4	19.3	16.7	25.0	0.0	15.375
	少部份同意%	30.7	22.9	23.3	25.0	0.0	
	部份同意%	29.3	32.9	20.0	25.0	100.0	
	大部份同意%	10.7	15.7	20.0	0.0	0.0	
	完全同意%	12.9	9.3	20.0	25.0	0.0	
13 暴力血腥節目	完全不同意%	48.6	48.6	53.3	50.0	100.0	8.209
	少部份同意%	13.6	16.4	10.0	12.5	0.0	
	部份同意%	12.9	17.9	20.0	25.0	0.0	
	大部份同意%	10.7	6.4	6.7	0.0	0.0	
	完全同意%	14.3	10.7	10.0	12.5	0.0	
14 靈異型態節目	完全不同意%	27.9	40.7	26.7	50.0	100.0	21.781
	少部份同意%	15.7	15.0	23.3	0.0	0.0	
	部份同意%	16.4	17.1	20.0	0.0	0.0	
	大部份同意%	12.9	12.1	6.7	0.0	0.0	
	完全同意%	27.1	15.0	23.3	50.0	0.0	

表 4-2-9 不同家庭結構學生在電視收視類型之卡方考驗摘要表（續）

類型	家庭結構	(1) 三代同堂	(2) 雙親家庭	(3) 單親家庭	(4) 隔代教養	(5) 依親家庭	$\chi^2$
15 色情節目	完全不同意%	82.1	82.1	83.3	75.0	100.0	8.816
	少部份同意%	10.7	10.0	16.7	25.0	0.0	
	部份同意%	1.4	3.6	0.0	0.0	0.0	
	大部份同意%	2.1	2.9	0.0	0.0	0.0	
	完全同意%	3.6	1.4	0.0	0.0	0.0	
16 美食節目	完全不同意%	17.1	25.7	30.0	25.0	0.0	10.878
	少部份同意%	27.9	26.4	16.7	25.0	50.0	
	部份同意%	26.4	27.1	26.7	12.5	50.0	
	大部份同意%	12.1	10.7	16.7	12.5	0.0	
	完全同意%	16.4	10.0	10.0	25.0	0.0	
17 烹飪節目	完全不同意%	20.1	28.8	33.3	12.5	0.0	20.640
	少部份同意%	33.8	27.3	20.0	25.0	50.0	
	部份同意%	19.4	21.6	10.0	0.0	50.0	
	大部份同意%	12.9	12.2	26.7	25.0	0.0	
	完全同意%	13.7	10.1	10.0	37.5	0.0	
18 購物頻道	完全不同意%	41.4	41.4	36.7	37.5	50.0	12.248
	少部份同意%	27.9	32.9	33.3	12.5	50.0	
	部份同意%	16.4	12.1	16.7	12.5	0.0	
	大部份同意%	7.1	8.6	0.0	25.0	0.0	
	完全同意%	7.1	5.0	13.3	12.5	0.0	
19 健康節目	完全不同意%	21.4	18.6	20.0	12.5	50.0	19.712
	少部份同意%	25.0	32.1	13.3	37.5	50.0	
	部份同意%	20.0	21.4	36.7	25.0	0.0	
	大部份同意%	12.9	15.7	3.3	25.0	0.0	
	完全同意%	20.7	12.1	26.7	0.0	0.0	

表 4-2-10 三代同堂學生喜歡的收視類型排名表

排名	節目類型	平均數	標準差
1	電影	3.82	1.18
2	卡通節目	3.79	1.21
3	綜藝節目	3.78	1.13
4	偶像劇	3.62	1.39
5	連續劇	3.38	1.26
6	娛樂性談話節目	3.30	1.36
7	知識性節目	3.14	1.28
8	歌唱節目	3.13	1.33
9	體育節目	3.02	1.40
10	靈異型態節目	2.94	1.58
11	跟健康有關的節目	2.87	1.43
12	介紹美食的節目	2.84	1.32
13	兒童節目	2.84	1.30
14	生活休閒資訊的節目	2.74	1.24
15	新聞節目	2.73	1.22
16	烹飪節目	2.66	1.31
17	暴力血腥型態節目	2.28	1.50
18	購物頻道	2.10	1.23
19	色情節目	1.34	0.90

表 4-2-11 雙親家庭學生喜歡的收視類型排名表

排名	節目類型	平均數	標準差
1	電影	3.88	1.18
2	偶像劇	3.71	1.35
3	卡通節目	3.64	1.29
4	連續劇	3.58	1.22
5	綜藝節目	3.51	1.15
6	娛樂性談話節目	3.29	1.31
7	知識性節目	3.26	1.30
8	歌唱節目	3.17	1.32
9	體育節目	3.01	1.45

表 4-2-11 雙親家庭學生喜歡的收視類型排名表（續）

排名	節目類型	平均數	標準差
10	兒童節目	2.86	1.31
11	新聞節目	2.84	1.30
12	生活休閒資訊的節目	2.73	1.21
13	跟健康有關的節目	2.71	1.28
14	介紹美食的節目	2.53	1.26
15	烹飪節目	2.47	1.30
16	靈異型態節目	2.46	1.49
17	暴力血腥型態節目	2.14	1.37
18	購物頻道	2.03	1.16
19	色情節目	1.31	0.80

表 4-2-12 單親家庭學生喜歡的收視類型排名表

排名	節目類型	平均數	標準差
1	偶像劇	4.07	1.26
2	電影	3.90	1.21
3	綜藝節目	3.67	1.18
4	連續劇	3.60	1.30
5	體育節目	3.37	1.54
6	知識性節目	3.37	1.38
7	卡通節目	3.17	1.36
8	歌唱節目	3.17	1.49
9	娛樂性談話節目	3.07	1.26
10	生活休閒資訊的節目	3.03	1.40
11	跟健康有關的節目	3.03	1.45
12	新聞節目	2.97	1.38
13	靈異型態節目	2.77	1.52
14	兒童節目	2.73	1.46
15	介紹美食的節目	2.60	1.35
16	烹飪節目	2.60	1.45
17	購物頻道	2.20	1.32
18	暴力血腥型態節目	2.10	1.40
19	色情節目	1.17	0.38

表 4-2-13 隔代教養學生喜歡的收視類型排名表

排名	節目類型	平均數	標準差
1	歌唱節目	4.13	1.25
2	卡通節目	4.13	1.13
3	連續劇	3.75	1.39
4	娛樂性談話節目	3.75	1.75
5	綜藝節目	3.75	1.28
6	電影	3.50	1.69
7	烹飪節目	3.50	1.60
8	偶像劇	3.38	1.51
9	兒童節目	3.38	1.30
10	知識性節目	3.13	1.55
11	體育節目	3.00	1.51
12	靈異型態節目	3.00	2.14
13	新聞節目	2.88	1.25
14	介紹美食的節目	2.88	1.64
15	生活休閒資訊的節目	2.75	1.58
16	購物頻道	2.63	1.60
17	跟健康有關的節目	2.63	1.06
18	暴力血腥型態節目	2.13	1.46
19	色情節目	1.25	0.46

表 4-2-14 依親家庭學生喜歡的收視類型排名表

排名	節目類型	平均數	標準差
1	偶像劇	4.00	1.41
2	卡通節目	4.00	0.00
3	電影	3.00	2.83
4	歌唱節目	3.00	0.00
5	生活休閒資訊的節目	3.00	0.00
6	綜藝節目	2.50	2.12
7	介紹美食的節目	2.50	0.71
8	烹飪節目	2.50	0.71

表 4-2-14 依親家庭學生喜歡的收視類型排名表（續）

排名	節目類型	平均數	標準差
9	新聞節目	2.00	0.00
10	娛樂性談話節目	2.00	1.41
11	連續劇	1.50	0.71
12	體育節目	1.50	0.71
13	知識性節目	1.50	0.71
14	兒童節目	1.50	0.71
15	購物頻道	1.50	0.71
16	跟健康有關的節目	1.50	0.71
17	暴力血腥型態節目	1.00	0.00
18	靈異型態節目	1.00	0.00
19	色情節目	1.00	0.00

#### （四）不同「家庭社經地位」學生在電視收視類型之差異比較

表 4-2-15 為不同家庭社經地位學生在電視收視類型之卡方考驗摘要表，表 4-2-16、4-2-17、4-2-18 分別為低、中、高三種家庭社經地位學生喜歡的收視類型排名，從這些表中可以得知：

- 1、不同家庭社經地位的國小高年級學生在「歌唱節目」和「知識性節目」這兩個收視類型方面，具有顯著差異；因此，假設 1-8 部份成立。
- 2、不同家庭社經地位的學生，收視類型前幾名都有電影、卡通節目、綜藝節目、偶像劇，只是排名略有變化；至於最不喜歡的收視類型都是色情節目、購物頻道、暴力血腥型態節目。
- 3、在「知識性節目」方面，依照得分高低依序為高社經、中社經、低社經，其中，高社經地位的學生明顯高於中、低社經學生；研究者推論，因為高社經地位學生的家長通常比較關心孩子的教育，注重孩子知識方面的學習情形，所以讓孩子看電視也會選擇比較偏重知識性的節目來觀看。

表 4-2-15 不同家庭社經地位學生在電視收視類型之卡方考驗摘要表

節目類型	家庭社經	(1) 低社經	(2) 中社經	(3) 高社經	$\chi^2$
1 連續劇	完全不同意%	10.4	3.5	13.0	11.590
	少部份同意%	18.8	15.2	11.1	
	部份同意%	29.2	28.1	22.2	
	大部份同意%	15.6	24.0	22.2	
	完全同意%	26.0	29.2	31.5	
2 偶像劇	完全不同意%	10.4	5.8	13.0	10.971
	少部份同意%	14.6	12.3	25.9	
	部份同意%	15.6	17.5	14.8	
	大部份同意%	16.7	20.5	13.0	
	完全同意%	42.7	43.9	33.3	
3 新聞節目	完全不同意%	17.7	15.2	25.9	9.092
	少部份同意%	33.3	22.8	20.4	
	部份同意%	24.0	32.7	25.9	
	大部份同意%	11.5	16.4	13.0	
	完全同意%	13.5	12.9	14.8	
4 娛樂性談話節目	完全不同意%	14.6	11.7	9.3	6.710
	少部份同意%	17.7	16.4	25.9	
	部份同意%	20.8	23.4	25.9	
	大部份同意%	17.7	25.1	20.4	
	完全同意%	29.2	23.4	18.5	
5 體育節目	完全不同意%	22.9	17.0	14.8	8.119
	少部份同意%	26.0	21.6	16.7	
	部份同意%	16.7	21.1	24.1	
	大部份同意%	15.6	17.0	11.1	
	完全同意%	18.8	23.4	33.3	
6 綜藝節目	完全不同意%	5.2	5.3	5.6	7.187
	少部份同意%	17.7	8.8	9.3	
	部份同意%	19.8	25.7	29.6	
	大部份同意%	28.1	31.6	33.3	
	完全同意%	29.2	28.7	22.2	

表 4-2-15 不同家庭社經地位學生在電視收視類型之卡方考驗摘要表 (續)

節目類型	家庭社經	(1) 低社經	(1) 中社經	(1) 高社經	$\chi^2$
7 電影	完全不同意%	5.2	4.1	1.9	6.153
	少部份同意%	16.7	11.8	9.3	
	部份同意%	20.8	15.9	22.2	
	大部份同意%	18.8	27.6	25.9	
	完全同意%	38.5	40.6	40.7	
8 歌唱節目	完全不同意%	21.9	8.8	9.3	19.013*
	少部份同意%	22.9	20.0	24.1	
	部份同意%	16.7	24.1	33.3	
	大部份同意%	13.5	23.5	20.4	
	完全同意%	25.0	23.5	13.0	
9 知識節目	完全不同意%	24.0	8.8	5.6	18.654*
	少部份同意%	15.6	19.9	18.5	
	部份同意%	25.0	23.4	24.1	
	大部份同意%	16.7	28.7	29.6	
	完全同意%	18.8	19.3	22.2	
10 卡通節目	完全不同意%	4.2	6.5	5.6	9.534
	少部份同意%	10.4	16.6	20.4	
	部份同意%	19.8	21.9	18.5	
	大部份同意%	18.8	24.9	18.5	
	完全同意%	46.9	30.2	37.0	
11 兒童節目	完全不同意%	14.6	19.3	27.8	7.847
	少部份同意%	22.9	22.2	20.4	
	部份同意%	29.2	28.7	29.6	
	大部份同意%	13.5	17.0	7.4	
	完全同意%	19.8	12.9	14.8	
12 生活休閒資訊節目	完全不同意%	25.0	14.0	16.7	7.595
	少部份同意%	28.1	26.3	22.2	
	部份同意%	25.0	32.2	33.3	
	大部份同意%	9.4	15.2	14.8	
	完全同意%	12.5	12.3	13.0	

表 4-2-15 不同家庭社經地位學生在電視收視類型之卡方考驗摘要表 (續)

節目 類型	家庭社經	(1) 低社經	(1) 中社經	(1) 高社經	$\chi^2$
13 暴力 血腥 節目	完全不同意%	47.9	48.5	55.6	3.647
	少部份同意%	17.7	12.9	13.0	
	部份同意%	13.5	18.7	11.1	
	大部份同意%	8.3	8.2	7.4	
	完全同意%	12.5	11.7	13.0	
14 靈異 型態 節目	完全不同意%	31.3	32.2	48.1	10.289
	少部份同意%	11.5	17.5	16.7	
	部份同意%	18.8	18.1	7.4	
	大部份同意%	11.5	11.7	11.1	
	完全同意%	27.1	20.5	16.7	
15 色情 節目	完全不同意%	82.3	82.5	81.5	3.876
	少部份同意%	10.4	11.7	11.1	
	部份同意%	4.2	1.2	1.9	
	大部份同意%	2.1	2.3	1.9	
	完全同意%	1.0	2.3	3.7	
16 美食 節目	完全不同意%	25.0	19.9	24.1	7.624
	少部份同意%	30.2	24.0	25.9	
	部份同意%	16.7	31.6	27.8	
	大部份同意%	12.5	11.7	11.1	
	完全同意%	15.6	12.9	11.1	
17 烹飪 節目	完全不同意%	25.0	21.9	33.3	7.856
	少部份同意%	29.2	32.0	24.1	
	部份同意%	14.6	20.7	22.2	
	大部份同意%	16.7	12.4	14.8	
	完全同意%	14.6	13.0	5.6	
18 購物 頻道	完全不同意%	39.6	41.5	42.6	5.720
	少部份同意%	32.3	29.8	27.8	
	部份同意%	15.6	13.5	14.8	
	大部份同意%	5.2	9.9	3.7	
	完全同意%	7.3	5.3	11.1	

表 4-2-15 不同家庭社經地位學生在電視收視類型之卡方考驗摘要表（續）

節目類型	家庭社經	(1) 低社經	(1) 中社經	(1) 高社經	$\chi^2$
19 跟健康有關節目	完全不同意%	22.9	18.7	18.5	5.448
	少部份同意%	30.2	28.1	20.4	
	部份同意%	16.7	24.6	25.9	
	大部份同意%	15.6	11.7	14.8	
	完全同意%	14.6	17.0	20.4	

\* $p < .05$

表 4-2-16 低社經地位學生喜歡的收視類型排名表

排名	節目類型	平均數	標準差
1	卡通節目	3.94	1.21
2	電影	3.69	1.28
3	偶像劇	3.67	1.42
4	綜藝節目	3.58	1.23
5	娛樂性談話節目	3.29	1.43
6	連續劇	3.28	1.32
7	兒童節目	3.01	1.33
8	歌唱節目	2.97	1.50
9	靈異型態節目	2.92	1.61
10	知識性節目	2.91	1.43
11	體育節目	2.81	1.44
12	新聞節目	2.70	1.27
13	跟健康有關的節目	2.69	1.37
14	烹飪節目	2.67	1.40
15	介紹美食的節目	2.64	1.39
16	生活休閒資訊的節目	2.56	1.30
17	暴力血腥型態節目	2.20	1.43
18	購物頻道	2.08	1.19
19	色情節目	1.29	0.74

表 4-2-17 中社經地位學生喜歡的收視類型排名表

排名	節目類型	平均數	標準差
1	電影	3.89	1.18
2	偶像劇	3.84	1.27
3	綜藝節目	3.70	1.13

表 4-2-17 中社經地位學生喜歡的收視類型排名表（續）

排名	節目類型	平均數	標準差
4	連續劇	3.60	1.16
5	卡通節目	3.56	1.26
6	歌唱節目	3.33	1.28
7	娛樂性談話節目	3.32	1.31
8	知識性節目	3.30	1.24
9	體育節目	3.08	1.42
10	新聞節目	2.89	1.23
11	生活休閒資訊的節目	2.85	1.21
12	兒童節目	2.82	1.29
13	跟健康有關的節目	2.80	1.34
14	介紹美食的節目	2.74	1.27
15	靈異型態節目	2.71	1.53
16	烹飪節目	2.63	1.31
17	暴力血腥型態節目	2.22	1.42
18	購物頻道	2.08	1.19
19	色情節目	1.30	0.81

表 4-2-18 高社經地位學生喜歡的收視類型排名表

排名	節目類型	平均數	標準差
1	電影	3.94	1.09
2	卡通節目	3.61	1.32
3	綜藝節目	3.57	1.11
4	連續劇	3.48	1.38
5	知識性節目	3.44	1.19
6	體育節目	3.31	1.46
7	偶像劇	3.28	1.48
8	娛樂性談話節目	3.13	1.26
9	歌唱節目	3.04	1.16
10	跟健康有關的節目	2.98	1.39
11	生活休閒資訊的節目	2.85	1.25
12	新聞節目	2.70	1.38
13	兒童節目	2.61	1.37
14	介紹美食的節目	2.59	1.28
15	烹飪節目	2.35	1.25
16	靈異型態節目	2.31	1.56
17	購物頻道	2.13	1.32
18	暴力血腥型態節目	2.09	1.47
19	色情節目	1.35	0.91

### 三、不同背景變項的國小高年級學生在電視收視動機之差異比較

#### (一) 不同「年級」學生在電視收視動機之差異比較

表 4-2-19 為不同年級學生在電視收視動機之  $t$  檢定差異摘要表，由表中可以得知：

- 1、不同年級的國小高年級學生，在「收視動機」的「個人認同」、「人際關係」、「生活習慣」等層面具有顯著差異，而在「資料蒐集」和「消遣娛樂」及「整體收視動機」等層面則沒有顯著差異；因此，假設 1-9 部份成立。
- 2、國小六年級學生在「個人認同」、「消遣娛樂」、「生活習慣」以及「整體收視動機」等層面的平均得分都高於五年級學生；但是在「資料蒐集」與「人際關係」這二個層面的平均得分，則是五年級學生高於六年級學生。研究者推論，這是因為六年級學生做什麼事、看什麼電視都比較容易有個人的主見，因此，整體而言，六年級學生的收視動機高於五年級學生。

表 4-2-19 不同年級學生在電視收視動機之  $t$  檢定差異摘要表

層面	題數	年級	人數	平均數	標準差	$t$ 值
資料蒐集	1	(1) 五	157	3.60	1.30	1.707
		(2) 六	162	3.36	1.15	
個人認同	2	(1) 五	156	3.46	1.21	-2.471*
		(2) 六	162	3.77	1.04	
人際關係	2	(1) 五	157	3.21	1.10	1.970*
		(2) 六	161	2.99	0.93	
消遣娛樂	2	(1) 五	157	3.41	1.01	-0.112
		(2) 六	162	3.42	0.93	
生活習慣	1	(1) 五	157	2.96	1.44	-2.353*
		(2) 六	162	3.32	1.34	
整體收視動機	共8題	(1) 五	156	3.34	0.78	-0.436
		(2) 六	161	3.38	0.72	

\* $p < .05$

#### (二) 不同「性別」學生在電視收視動機之差異比較

表 4-2-20 為不同性別學生在整體收視動機與各子層面之  $t$  檢定摘要表，由表中可知：

- 1、不同性別的國小高年級學生，在「收視動機」的「個人認同」、「人際關係」以及「整體收視動機」等層面有達到顯著差異，而在「資料蒐集」、「消遣娛樂」和

「生活習慣」這三個層面沒有達到顯著差異；因此，假設 1-10 部份成立。

2、國小高年級女生除了在「資料蒐集」層面的平均得分以些微差距落後給男生之外，其餘子層面和「整體收視動機」層面的平均得分都高於男生；整體而言，國小高年級女生的收視動機高於男生。研究者推論，這是因為國小高年級女生比男生早進入青春期，所以這個階段的女生比男生更需要情感的抒發，包括家人、以及同儕之間情感的維繫，以及自身的休閒娛樂與個人認同價值的強化。

表 4-2-20 不同性別學生在電視收視動機之  $t$  檢定差異摘要表

層面	題數	性別	人數	平均數	標準差	$t$ 值
資料蒐集	1	(1) 男	161	3.484	1.22	0.024
		(2) 女	160	3.481	1.24	
個人認同	2	(1) 男	160	3.28	1.20	-5.315**
		(2) 女	160	3.94	0.99	
人際關係	2	(1) 男	160	2.95	1.04	-2.534*
		(2) 女	160	3.24	0.99	
消遣娛樂	2	(1) 男	161	3.35	0.99	-1.143
		(2) 女	160	3.48	0.95	
生活習慣	1	(1) 男	161	3.04	1.41	-1.244
		(2) 女	160	3.23	1.38	
整體	共 8	(1) 男	159	3.21	0.78	-3.476**
收視動機	題	(2) 女	160	3.50	0.70	

\* $p < .05$  \*\* $p < .01$

### (三) 不同「家庭結構」學生在電視收視動機之差異比較

表 4-2-21 為不同家庭結構學生在整體收視動機與各子層面之單因子變異數分析摘要表，由表中結果可以看出：「資訊蒐集」、「個人認同」、「人際關係」、「消遣娛樂」、「生活習慣」等五個子層面以及「整體收視動機」層面， $F$  值都沒有達到顯著水準；也就是說，不同家庭結構的國小高年級學生在「收視動機」各子層面及整體收視動機層面都沒有顯著差異。因此，本研究假設 1-11 不成立。

表 4-2-21 不同家庭結構學生在電視收視動機之單因子變異數分析摘要表

層面	變異來源	SS	df	MS	F
資料蒐集	(1) 組間	4.348	4	1.087	0.723
	(2) 組內	473.602	315	1.503	
	(3) 總和	477.950	319		
個人認同	(1) 組間	0.677	4	0.169	0.127
	(2) 組內	417.260	314	1.329	
	(3) 總和	417.937	318		
人際關係	(1) 組間	3.286	4	0.821	0.781
	(2) 組內	330.354	314	1.052	
	(3) 總和	333.639	318		
消遣娛樂	(1) 組間	4.773	4	1.193	1.264
	(2) 組內	297.449	315	0.944	
	(3) 總和	302.222	319		
生活習慣	(1) 組間	18.244	4	4.561	2.372
	(2) 組內	605.706	315	1.923	
	(3) 總和	623.950	319		
整體 收視動機	(1) 組間	2.180	4	0.545	0.959
	(2) 組內	177.900	313	0.568	
	(3) 總和	180.080	317		

#### (四) 不同「家庭社經地位」學生在電視收視動機之差異比較

表 4-2-22 為不同家庭社經地位學生在整體收視動機與各子層面之單因子變異數分析摘要表，由表中結果可以看出：「資訊蒐集」、「個人認同」、「人際關係」、「消遣娛樂」、「生活習慣」等五個子層面以及「整體收視動機」層面， $F$  值都沒有達到顯著水準；也就是說，不同家庭社經地位的國小高年級學生在「收視動機」各子層面及整體收視動機層面都沒有顯著差異。因此，本研究假設 1-12 不成立。

表 4-2-22 不同家庭社經地位學生在電視收視動機之單因子變異數分析摘要表

層面	變異來源	<i>SS</i>	<i>df</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>
資料蒐集	(1) 組間	2.831	2	1.415	0.943
	(2) 組內	477.325	318	1.501	
	(3) 總和	480.156	320		
個人認同	(1) 組間	1.629	2	0.814	0.620
	(2) 組內	416.683	317	1.314	
	(3) 總和	418.312	319		
人際關係	(1) 組間	0.177	2	0.089	0.084
	(2) 組內	333.820	317	1.053	
	(3) 總和	333.997	319		
消遣娛樂	(1) 組間	1.292	2	0.646	0.681
	(2) 組內	301.766	318	0.949	
	(3) 總和	303.058	320		
生活習慣	(1) 組間	8.181	2	4.091	2.108
	(2) 組內	617.059	318	1.940	
	(3) 總和	625.240	320		
整體 收視動機	(1) 組間	0.722	2	0.361	0.633
	(2) 組內	180.098	316	0.570	
	(3) 總和	180.820	318		

## 第三節 不同背景變項的國小高年級學生 在偶像崇拜之差異

本節旨在探討不同背景變項的國小高年級學生在偶像崇拜之「崇拜類型」、「崇拜原因」、「崇拜程度」三方面的差異情形，分別依照「年級」、「性別」、「家庭結構」、「家庭社經地位」等背景變項敘述如下：

### 一、不同背景變項的國小高年級學生在偶像崇拜類型之差異比較

本研究將偶像崇拜的類型區分為十四種，分別為：1、父親；2、母親；3、師長；4、同儕；5、影視明星（包含演藝人員、模特兒）；6、體育名人；7、政治人物；8、卡通人物；9、書中的角色；10、戲劇中的角色；11、網路遊戲角色；12、歷史人物（實際存在過的古代聖賢）；13、傑出的企業家；14、專業人士。

#### （一）不同「年級」學生在偶像崇拜類型之差異比較

表 4-3-1 為不同年級學生在偶像崇拜類型之卡方考驗摘要表，從表中得知：

- 1、五、六年級學生在「父親」、「母親」、「師長」、「政治人物」、「書中的角色」、「歷史人物」、「傑出企業家」、「專業人士」等偶像崇拜類型方面具有顯著差異，而且五年級學生的得分都高出六年級學生許多；因此，假設 2-1 大部份成立。本研究發現，越低年級的學生對父母、師長越崇拜，且對母親的崇拜會大於父親和師長，這和呂錘卿（1987）的研究結果大致符合。
- 2、在「影視明星」、「卡通人物」、「戲劇角色」、「網路遊戲角色」等偶像崇拜類型方面，六年級學生得分則略高於五年級學生。顯示越高年級的學生越崇拜影視明星，這和呂錘卿（1987）、張酒雄等人（1993）的研究結果一致。

表 4-3-1 不同年級學生在偶像崇拜類型之卡方考驗摘要表

偶像 類型	(1) 五年級					(2) 六年級					$\chi^2$
	完全不 同意%	少部份 同意%	部份同 意%	大部份 同意%	完全同 意%	完全不 同意%	少部份 同意%	部份同 意%	大部份 同意%	完全 同意 %	
父親	3.8	9.5	17.1	19.0	50.6	6.8	21.0	25.3	21.0	25.9	23.760**
母親	5.7	5.7	17.7	16.5	54.4	7.4	14.8	22.2	24.1	31.5	19.741**
師長	7.6	8.9	17.1	20.3	46.2	13.0	17.3	27.2	16.0	26.5	19.524**
同學 朋友	7.0	11.4	22.2	20.9	38.6	10.5	14.8	28.4	18.5	27.8	6.146
影視 明星	10.1	12.0	16.5	17.1	44.3	4.9	11.7	17.3	15.4	50.6	3.716
體育 名人	15.8	15.2	15.2	22.2	31.6	19.8	19.8	21.6	14.8	24.1	7.415
政治 人物	58.2	17.7	10.1	5.1	8.9	59.9	24.7	11.1	2.5	1.9	10.770*
卡通 人物	28.7	15.3	19.7	14.0	22.3	20.4	18.5	22.8	14.8	23.5	3.175
書中 角色	13.9	15.2	18.4	19.0	33.5	20.4	15.4	26.5	19.8	17.9	11.983*
戲劇 角色	15.8	10.8	20.3	19.0	34.2	6.8	15.4	23.5	17.3	37.0	7.819
網路 遊戲 角色	25.9	24.7	15.2	10.1	24.1	27.8	19.8	18.5	9.3	24.7	1.577
歷史 人物	13.3	12.7	19.0	19.0	36.1	18.6	19.9	21.1	21.1	19.3	12.512*
傑出 企業 家	17.7	19.0	20.3	20.3	22.8	28.6	22.4	24.2	10.6	14.3	13.043*
專業 人士	17.1	14.6	24.1	17.7	26.6	25.9	24.7	19.8	17.3	12.3	16.121**

\* $p < .05$  \*\* $p < .01$

## (二) 不同「性別」學生在偶像崇拜類型之差異比較

表 4-3-2 為不同性別學生在偶像崇拜類型之卡方考驗摘要表，表 4-3-3、4-3-4 分別為男、女生崇拜的偶像類型排名，從這三個表格的結果可以得知：

- 1、男、女生在「父親」、「師長」、「同學朋友」、「影視明星」、「體育名人」、「戲劇角色」、「網路遊戲角色」、「歷史人物」、「傑出企業家」等偶像崇拜類型方面，具有顯著差異；因此，假設 2-2 大部份成立。
- 2、男生最崇拜的偶像類型前五名依序為：母親、影視明星、歷史人物、體育名人、父親，最不崇拜的偶像類型為：政治人物、傑出企業家、卡通人物。女生最崇拜的偶像類型前五名依序為：影視明星、母親、戲劇角色、父親、同學朋友，

最不崇拜的偶像類型為：政治人物、網路遊戲角色、傑出企業家。

- 3、男生比女生更崇拜「體育名人」、「網路遊戲角色」、「歷史人物」、「傑出企業家」等偶像類型。研究者推論，這是因為男生對於刺激、熱血澎湃的體育活動、網路遊戲和歷史忠孝仁義故事較為熱衷。
- 4、女生比男生更崇拜「父親」、「師長」、「同學朋友」、「影視明星」、「戲劇角色」等偶像類型。研究者推論，則是因為多數女生比男生乖巧聽話、崇拜師長之故；此一研究結果和伍至亮（2001）、張酒雄等人（1993）的結論大部份相符；另外，女生較為嚮往浪漫的偶像劇、較為認同影視明星，此現象與許多研究結果（林英貴，1987；姜韻梅，2003；張酒雄等人，1993；郭致君，2001）一致。

表 4-3-2 不同性別學生在偶像崇拜類型之卡方考驗摘要表

偶像 類型	(1) 男生					(2) 女生					$\chi^2$
	完全不 同意%	少部份 同意%	部份同 意%	大部份 同意%	完全同 意%	完全不 同意%	少部份 同意%	部份同 意%	大部份 同意%	完全 同意%	
父親	8.7	16.8	24.2	18.0	32.3	1.9	13.8	18.8	21.9	43.8	12.017*
母親	8.7	11.8	21.7	19.3	38.5	4.4	8.8	18.8	21.3	46.9	4.844
師長	14.9	14.3	23.0	15.5	32.3	5.6	11.9	21.3	21.3	40.0	9.937*
同學 朋友	15.5	15.5	28.0	16.1	24.8	1.9	10.6	22.5	23.8	41.3	28.434**
影視 明星	12.4	12.4	23.6	14.9	36.6	2.5	11.3	10.0	18.1	58.1	27.809**
體育 名人	15.5	9.9	20.5	17.4	36.6	20.0	25.0	16.3	20.0	18.8	21.689**
政治 人物	59.6	19.9	10.6	4.3	5.6	58.8	22.5	10.6	3.1	5.0	0.645
卡通 人物	24.4	13.1	24.4	13.1	25.0	24.4	20.6	18.1	15.6	21.3	4.972
書中 角色	19.9	14.3	23.6	16.1	26.1	14.4	16.3	21.3	22.5	25.6	3.5
戲劇 角色	17.4	16.1	24.2	17.4	24.8	5.0	10.0	19.4	18.8	46.9	25.125**
網路遊 戲角色	18.0	15.5	17.4	11.2	37.9	35.6	28.8	16.3	8.8	10.6	40.719**
歷史 人物	11.8	15.5	18.6	19.3	34.8	20.1	17.0	21.4	21.4	20.1	10.312*
傑出企 業家	20.5	16.8	28.0	13.7	21.1	25.8	24.5	16.4	17.6	15.7	10.212*
專業 人士	18.6	19.9	23.6	16.8	21.1	24.4	19.4	20.0	18.8	17.5	2.44

\* $p < .05$  \*\* $p < .01$

表 4-3-3 男生崇拜的偶像類型排名

排名	崇拜類型	平均數	標準差
1	母親	3.67	1.33
2	影視明星	3.51	1.41
3	歷史人物	3.50	1.41
4	體育名人	3.50	1.46
5	父親	3.48	1.33
6	師長	3.36	1.44
7	網路遊戲角色	3.35	1.55
8	同學朋友	3.19	1.38
9	戲劇角色	3.16	1.42
10	書中角色	3.14	1.46
11	專業人士	3.02	1.40
12	卡通人物	3.01	1.50
13	傑出企業家	2.98	1.41
14	政治人物	1.76	1.15

表 4-3-4 女生崇拜的偶像類型排名

排名	崇拜類型	平均數	標準差
1	影視明星	4.18	1.15
2	母親	3.98	1.19
3	戲劇角色	3.93	1.23
4	父親	3.92	1.16
5	同學朋友	3.92	1.11
6	師長	3.78	1.25
7	書中角色	3.29	1.38
8	歷史人物	3.04	1.42
9	體育名人	2.93	1.42
10	卡通人物	2.89	1.48
11	專業人士	2.86	1.43
12	傑出企業家	2.73	1.42
13	網路遊戲角色	2.30	1.32
14	政治人物	1.73	1.10

### (三) 不同「家庭結構」學生在偶像崇拜類型之差異比較

表 4-3-5 為不同家庭結構學生在偶像崇拜類型之卡方考驗摘要表，表 4-3-6、4-3-7、4-3-8、4-3-9、4-3-10 分別為三代同堂家庭、雙親家庭、單親家庭、隔代教養家庭、依親家庭等各種家庭結構學生崇拜的偶像類型排名表，從這些表格中可以得知：

- 1、不同家庭結構的國小高年級學生在「母親」、「師長」這兩個偶像崇拜類型方面，具有顯著差異；因此，假設 2-3 部份成立。
- 2、除了「單親家庭」的學生之外，其餘四種家庭結構學生崇拜的偶像類型前五名內都有父親、母親、影視明星，只是排名略有變化；研究者推論，這是因為單親家庭學生長期只和父母親其中一位生活，而單親家長通常會為了家計、忙於工作，所以孩子長期缺乏雙親的溫暖，自然會對父母有疏離感，所以不欣賞自己的父、母親；而且因為家庭狀況特殊，多數單親家庭學生都較同齡孩子獨立、成熟，崇拜偶像明星的情形也較少。另外，單親家庭學生最崇拜體育名人，和他們喜歡收看體育類型節目互相呼應。

表 4-3-5 不同家庭結構學生在偶像崇拜類型之卡方考驗摘要表

類型	家庭結構	(1) 三代同堂	(2) 雙親家庭	(3) 單親家庭	(4) 隔代教養	(5) 依親家庭	$\chi^2$
1 父親	完全不同意%	4.3	5.0	13.3	0.0	0.0	14.124
	少部份同意%	13.6	15.0	20.0	37.5	0.0	
	部份同意%	25.0	19.3	20.0	0.0	50.0	
	大部份同意%	20.0	22.1	10.0	25.0	0.0	
	完全同意%	37.1	38.6	36.7	37.5	50.0	
2 母親	完全不同意%	6.4	3.6	23.3	0.0	0.0	29.464*
	少部份同意%	11.4	11.4	3.3	0.0	0.0	
	部份同意%	22.9	18.6	13.3	37.5	0.0	
	大部份同意%	17.9	20.7	23.3	50.0	0.0	
	完全同意%	41.4	45.7	36.7	12.5	100.0	
3 師長	完全不同意%	10.0	8.6	23.3	0.0	0.0	28.059*
	少部份同意%	15.0	13.6	0.0	12.5	50.0	
	部份同意%	22.1	17.9	33.3	50.0	50.0	
	大部份同意%	13.6	25.0	13.3	0.0	0.0	
	完全同意%	39.3	35.0	30.0	37.5	0.0	

表 4-3-5 不同家庭結構學生在偶像崇拜類型之卡方考驗摘要表（續）

類型	家庭結構	(1) 三代同堂	(2) 雙親家庭	(3) 單親家庭	(4) 隔代教養	(5) 依親家庭	$\chi^2$
4 同學朋友	完全不同意%	7.1	10.7	6.7	0.0	50.0	18.965
	少部份同意%	17.9	10.0	6.7	12.5	0.0	
	部份同意%	24.3	25.7	33.3	12.5	0.0	
	大部份同意%	15.0	22.1	30.0	37.5	0.0	
	完全同意%	35.7	31.4	23.3	37.5	50.0	
5 影視明星	完全不同意%	5.7	7.9	13.3	12.5	0.0	7.923
	少部份同意%	13.6	10.0	13.3	12.5	0.0	
	部份同意%	15.7	19.3	13.3	12.5	0.0	
	大部份同意%	15.7	15.7	23.3	12.5	50.0	
	完全同意%	49.3	47.1	36.7	50.0	50.0	
6 體育名人	完全不同意%	18.6	19.3	6.7	25.0	0.0	24.379
	少部份同意%	17.9	17.1	6.7	37.5	100.0	
	部份同意%	17.9	17.1	30.0	12.5	0.0	
	大部份同意%	14.3	22.9	20.0	12.5	0.0	
	完全同意%	31.4	23.6	36.7	12.5	0.0	
7 政治人物	完全不同意%	60.0	57.1	56.7	87.5	50.0	14.113
	少部份同意%	21.4	23.6	13.3	12.5	0.0	
	部份同意%	11.4	9.3	13.3	0.0	50.0	
	大部份同意%	1.4	5.7	6.7	0.0	0.0	
	完全同意%	5.7	4.3	10.0	0.0	0.0	
8 卡通人物	完全不同意%	21.6	27.1	20.0	37.5	0.0	15.646
	少部份同意%	13.7	15.7	33.3	25.0	50.0	
	部份同意%	21.6	22.1	20.0	0.0	50.0	
	大部份同意%	15.8	13.6	13.3	12.5	0.0	
	完全同意%	27.3	21.4	13.3	25.0	0.0	
9 書中角色	完全不同意%	17.1	18.6	13.3	12.5	0.0	12.881
	少部份同意%	14.3	16.4	10.0	25.0	50.0	
	部份同意%	27.9	18.6	20.0	12.5	0.0	
	大部份同意%	17.9	21.4	16.7	12.5	50.0	
	完全同意%	22.9	25.0	40.0	37.5	0.0	

表 4-3-5 不同家庭結構學生在偶像崇拜類型之卡方考驗摘要表 (續)

類型	家庭結構	(1) 三代同堂	(2) 雙親家庭	(3) 單親家庭	(4) 隔代教養	(5) 依親家庭	$\chi^2$
10 戲劇角色	完全不同意%	7.9	15.0	6.7	12.5	50.0	17.059
	少部份同意%	12.1	12.1	16.7	25.0	50.0	
	部份同意%	24.3	20.7	23.3	0.0	0.0	
	大部份同意%	18.6	18.6	20.0	0.0	0.0	
	完全同意%	37.1	33.6	33.3	62.5	0.0	
11 網路遊戲角色	完全不同意%	23.6	27.9	33.3	25.0	50.0	4.669
	少部份同意%	22.9	22.1	16.7	25.0	50.0	
	部份同意%	16.4	17.9	16.7	12.5	0.0	
	大部份同意%	10.0	10.0	10.0	12.5	0.0	
	完全同意%	27.1	22.1	23.3	25.0	0.0	
12 歷史人物	完全不同意%	12.2	15.7	23.3	37.5	50.0	15.068
	少部份同意%	18.7	17.1	6.7	0.0	0.0	
	部份同意%	23.7	17.1	16.7	25.0	0.0	
	大部份同意%	18.0	22.9	20.0	12.5	50.0	
	完全同意%	27.3	27.1	33.3	25.0	0.0	
13 傑出企業家	完全不同意%	18.7	25.0	30.0	50.0	0.0	22.611
	少部份同意%	23.7	17.1	16.7	25.0	100.0	
	部份同意%	25.9	20.7	20.0	0.0	0.0	
	大部份同意%	11.5	20.7	16.7	0.0	0.0	
	完全同意%	20.1	16.4	16.7	25.0	0.0	
14 專業人士	完全不同意%	15.0	25.0	26.7	50.0	50.0	24.072
	少部份同意%	27.1	12.9	13.3	25.0	50.0	
	部份同意%	22.1	22.9	20.0	12.5	0.0	
	大部份同意%	16.4	21.4	10.0	12.5	0.0	
	完全同意%	19.3	17.9	30.0	0.0	0.0	

\* $p < .05$

表 4-3-6 三代同堂學生崇拜的偶像類型排名

排名	崇拜類型	平均數	標準差
1	影視明星	3.90	1.31
2	母親	3.77	1.28
3	父親	3.73	1.22
4	戲劇角色	3.66	1.30
5	師長	3.57	1.39
6	同學朋友	3.55	1.33
7	歷史人物	3.28	1.38
8	體育名人	3.23	1.51
9	書中角色	3.16	1.39
10	卡通人物	3.12	1.51
11	專業人士	2.99	1.35
12	網路遊戲角色	2.93	1.54
13	傑出企業家	2.92	1.39
14	政治人物	1.71	1.10

表 4-3-7 雙親家庭學生崇拜的偶像類型排名

排名	崇拜類型	平均數	標準差
1	母親	3.94	1.19
2	影視明星	3.84	1.33
3	父親	3.74	1.25
4	師長	3.64	1.31
5	同學朋友	3.54	1.32
6	戲劇角色	3.44	1.44
7	歷史人物	3.29	1.43
8	書中角色	3.18	1.45
9	體育名人	3.14	1.45
10	專業人士	2.94	1.44
11	傑出企業家	2.86	1.43
12	卡通人物	2.86	1.49
13	網路遊戲角色	2.76	1.51
14	政治人物	1.76	1.11

表 4-3-8 單親家庭學生崇拜的偶像類型排名

排名	崇拜類型	平均數	標準差
1	體育名人	3.73	1.23
2	書中角色	3.60	1.45
3	影視明星	3.57	1.45
4	同學朋友	3.57	1.14
5	戲劇角色	3.57	1.30
6	母親	3.47	1.59
7	父親	3.37	1.50
8	歷史人物	3.33	1.58
9	師長	3.27	1.51
10	專業人士	3.03	1.61
11	網路遊戲角色	2.73	1.60
12	傑出企業家	2.73	1.48
13	卡通人物	2.67	1.32
14	政治人物	2.00	1.39

表 4-3-9 隔代教養學生崇拜的偶像類型排名

排名	崇拜類型	平均數	標準差
1	同學朋友	4.00	1.07
2	母親	3.75	0.71
3	影視明星	3.75	1.58
4	戲劇角色	3.75	1.75
5	父親	3.63	1.41
6	師長	3.63	1.19
7	書中角色	3.38	1.60
8	網路遊戲角色	2.88	1.64
9	歷史人物	2.88	1.73
10	卡通人物	2.63	1.77
11	體育名人	2.50	1.41
12	傑出企業家	2.25	1.75
13	專業人士	1.88	1.13
14	政治人物	1.13	0.35

表 4-3-10 依親家庭學生崇拜的偶像類型排名

排名	崇拜類型	平均數	標準差
1	母親	5.00	0.00
2	影視明星	4.50	0.71
3	父親	4.00	1.41
4	同學朋友	3.00	2.83
5	書中角色	3.00	1.41
6	師長	2.50	0.71
7	卡通人物	2.50	0.71
8	歷史人物	2.50	2.12
9	體育名人	2.00	0.00
10	政治人物	2.00	1.41
11	傑出企業家	2.00	0.00
12	戲劇角色	1.50	0.71
13	網路遊戲角色	1.50	0.71
14	專業人士	1.50	0.71

#### (四) 不同「家庭社經地位」學生在偶像崇拜類型之差異比較

表 4-3-11 為不同家庭社經地位學生在偶像崇拜類型之卡方考驗摘要表，表 4-3-12、4-3-13、4-3-14 分別為低、中、高三種家庭社經地位學生崇拜的偶像類型排名表，從這些表中可以得知：

- 1、不管是哪一種偶像的類型，不同家庭社經地位的國小高年級學生在「偶像崇拜類型」方面都沒有顯著差異，因此假設 2-4 不成立。
- 2、不同家庭社經地位的學生，收視類型前幾名都有影視明星、母親、父親、同學朋友、戲劇中的角色，只是排名略有變化。至於在「影視明星」方面的平均得分依序為高社經、中社經、低社經；這和李姿蓉（2006）、郭致君（2001）的研究結果「低社經地位學生比較會崇拜電視上光鮮亮麗的偶像明星」不同。研究者推論，這是因為高社經家庭的學生經濟能力比較優渥，較有能力上網追星、購買明星相關商品，所以對於影視明星較為崇拜。

3、「師長」在低社經和中社經地位學生的崇拜類型排名都在第四名，高社經地位學生卻將「師長」排在第八名，明顯落後於低社經和中社經地位的學生。研究者推論，這可能是因為高社經地位的家長學歷高、職業佳，對於自我較有優越感，在待人處事方面有著自視甚高的態度，進而影響到孩子對長輩不夠敬重、尊崇。

表 4-3-11 不同家庭社經地位學生在偶像崇拜類型之卡方考驗摘要表

節目類型	家庭社經	(1) 低社經	(2) 中社經	(3) 高社經	$\chi^2$
1 父親	完全不同意%	8.3	4.1	3.7	5.375
	少部份同意%	18.8	14.0	13.0	
	部份同意%	20.8	20.5	25.9	
	大部份同意%	16.7	22.2	18.5	
	完全同意%	35.4	39.2	38.9	
2 母親	完全不同意%	6.3	7.0	5.6	4.106
	少部份同意%	14.6	8.2	9.3	
	部份同意%	16.7	21.1	24.1	
	大部份同意%	18.8	21.6	18.5	
	完全同意%	43.8	42.1	42.6	
3 師長	完全不同意%	9.4	9.4	14.8	5.779
	少部份同意%	14.6	10.5	18.5	
	部份同意%	19.8	23.4	22.2	
	大部份同意%	16.7	20.5	14.8	
	完全同意%	39.6	36.3	29.6	
4 同學朋友	完全不同意%	5.2	9.4	13.0	6.954
	少部份同意%	17.7	11.7	9.3	
	部份同意%	20.8	28.1	24.1	
	大部份同意%	19.8	19.3	22.2	
	完全同意%	36.5	31.6	31.5	
5 影視明星	完全不同意%	9.4	6.4	7.4	6.386
	少部份同意%	15.6	10.5	9.3	
	部份同意%	15.6	18.1	14.8	
	大部份同意%	10.4	18.1	22.2	
	完全同意%	49.0	46.8	46.3	

表 4-3-11 不同家庭社經地位學生在偶像崇拜類型之卡方考驗摘要表 (續)

節目類型	家庭社經	(1) 低社經	(2) 中社經	(3) 高社經	$\chi^2$
6 體育名人	完全不同意%	18.8	18.1	14.8	6.651
	少部份同意%	22.9	14.0	18.5	
	部份同意%	15.6	21.6	13.0	
	大部份同意%	16.7	18.1	24.1	
	完全同意%	26.0	28.1	29.6	
7 政治人物	完全不同意%	58.3	59.6	59.3	3.672
	少部份同意%	19.8	21.1	24.1	
	部份同意%	11.5	11.7	5.6	
	大部份同意%	3.1	3.5	5.6	
	完全同意%	7.3	4.1	5.6	
8 卡通人物	完全不同意%	20.0	27.5	22.2	9.593
	少部份同意%	21.1	12.3	24.1	
	部份同意%	18.9	22.2	22.2	
	大部份同意%	11.6	15.8	14.8	
	完全同意%	28.4	22.2	16.7	
9 書中角色	完全不同意%	19.8	14.6	20.4	3.177
	少部份同意%	13.5	15.2	18.5	
	部份同意%	22.9	24.0	16.7	
	大部份同意%	17.7	20.5	18.5	
	完全同意%	26.0	25.7	25.9	
10 戲劇角色	完全不同意%	11.5	10.5	13.0	6.557
	少部份同意%	12.5	13.5	13.0	
	部份同意%	26.0	19.9	20.4	
	大部份同意%	10.4	21.1	22.2	
	完全同意%	39.6	35.1	31.5	
11 網路遊戲角色	完全不同意%	28.1	24.6	31.5	13.071
	少部份同意%	16.7	26.3	18.5	
	部份同意%	19.8	18.1	7.4	
	大部份同意%	6.3	11.7	11.1	
	完全同意%	29.2	19.3	31.5	

表 4-3-11 不同家庭社經地位學生在偶像崇拜類型之卡方考驗摘要表（續）

節目類型	家庭社經	(1) 低社經	(2) 中社經	(3) 高社經	$\chi^2$
12 歷史人物	完全不同意%	13.5	17.6	14.8	9.660
	少部份同意%	17.7	16.5	13.0	
	部份同意%	21.9	21.2	13.0	
	大部份同意%	13.5	22.4	25.9	
	完全同意%	33.3	22.4	33.3	
13 傑出企業家	完全不同意%	28.1	21.2	20.4	7.514
	少部份同意%	19.8	19.4	25.9	
	部份同意%	21.9	24.7	14.8	
	大部份同意%	10.4	18.2	16.7	
	完全同意%	19.8	16.5	22.2	
14 專業人士	完全不同意%	27.1	18.7	20.4	9.908
	少部份同意%	19.8	19.3	20.4	
	部份同意%	24.0	20.5	22.2	
	大部份同意%	9.4	23.4	14.8	
	完全同意%	19.8	18.1	22.2	

表 4-3-12 低社經地位學生崇拜的偶像類型排名

排名	崇拜類型	平均數	標準差
1	母親	3.79	1.31
2	影視明星	3.74	1.44
3	同學朋友	3.65	1.28
4	師長	3.63	1.38
5	戲劇角色	3.54	1.41
6	父親	3.52	1.36
7	歷史人物	3.35	1.44
8	書中角色	3.17	1.46
9	體育名人	3.08	1.48
10	卡通人物	3.07	1.51
11	網路遊戲角色	2.92	1.59
12	專業人士	2.75	1.46
13	傑出企業家	2.74	1.47
14	政治人物	1.81	1.21

表 4-3-13 中社經地位學生崇拜的偶像類型排名

排名	崇拜類型	平均數	標準差
1	影視明星	3.88	1.28
2	母親	3.84	1.25
3	父親	3.78	1.22
4	師長	3.64	1.32
5	戲劇角色	3.57	1.36
6	同學朋友	3.52	1.30
7	書中角色	3.27	1.38
8	體育名人	3.24	1.46
9	歷史人物	3.15	1.41
10	專業人士	3.03	1.38
11	卡通人物	2.93	1.51
12	傑出企業家	2.89	1.37
13	網路遊戲角色	2.75	1.44
14	政治人物	1.71	1.07

表 4-3-14 高社經地位學生崇拜的偶像類型排名

排名	崇拜類型	平均數	標準差
1	影視明星	3.91	1.29
2	母親	3.83	1.24
3	父親	3.76	1.21
4	同學朋友	3.50	1.37
5	歷史人物	3.50	1.45
6	戲劇角色	3.46	1.40
7	體育名人	3.35	1.46
8	師長	3.26	1.44
9	書中角色	3.11	1.50
10	專業人士	2.98	1.45
11	傑出企業家	2.94	1.47
12	網路遊戲角色	2.93	1.69
13	卡通人物	2.80	1.39
14	政治人物	1.74	1.15

## 二、不同背景變項的國小高年級學生在偶像崇拜原因之差異比較

### (一) 不同「年級」學生在偶像崇拜原因之差異比較

表 4-3-15 為不同年級學生在整體偶像崇拜原因與各子層面之  $t$  檢定差異摘要表，由表中結果可以看出：

- 1、不同年級的國小高年級學生，只有在「偶像崇拜原因」之「偶像的外貌」層面具有顯著差異，而在「偶像的人格特質」、「偶像的專長」、「偶像的成就」、「同儕的認同」，以及「整體偶像崇拜原因」等層面都沒有達到顯著差異；因此假設 2-5 部份成立。
- 2、國小六年級學生在「偶像的外貌」、「偶像的專長」、「偶像的成就」、「同儕的認同」以及「整體偶像崇拜原因」等層面的平均得分都高於五年級學生；只有在「偶像的人格特質」層面的平均得分，約略低於五年級學生。顯示六年級的學生選擇偶像時較為重視外表、才能、成就以及同儕朋友的意見，而五年級學生則較為重視偶像的人格特質。

表 4-3-15 不同年級學生在偶像崇拜原因之  $t$  檢定差異摘要表

層面	題數	年級	人數	平均數	標準差	$t$ 值
偶像的外貌	3	(1) 五	157	2.74	1.29	-3.750**
		(2) 六	162	3.25	1.14	
偶像的人格特質	8	(1) 五	156	3.68	0.97	0.472
		(2) 六	162	3.63	0.91	
偶像的專長	3	(1) 五	157	3.44	1.11	-0.518
		(2) 六	162	3.50	1.05	
偶像的成就	2	(1) 五	157	3.21	1.32	-0.207
		(2) 六	161	3.24	1.17	
同儕的認同	2	(1) 五	157	2.63	1.28	-0.929
		(2) 六	161	2.76	1.22	
整體 偶像崇拜原因	共 18 題	(1) 五	157	3.31	0.91	-0.896
		(2) 六	162	3.40	0.84	

\* $p < .05$  \*\* $p < .01$

## (二) 不同「性別」學生在偶像崇拜原因之差異比較

表 4-3-16 為不同性別學生在整體偶像崇拜原因與各子層面之  $t$  檢定差異摘要表，由表中可以得知：

- 1、不同性別的國小高年級學生在「整體偶像崇拜原因」層面及各子層面都具有顯著差異；因此研究假設 2-6 成立。
- 2、國小高年級女生在「整體偶像崇拜原因」層面以及每一個子層面的平均得分都明顯高於男生，而且男、女生在各子層面得分的平均數大小排序都是：「偶像的人格特質」、「偶像的專長」、「偶像的成就」、「偶像的外貌」、「同儕的認同」。從以上研究結果可以推論，不管國小高年級的男生、還是女生在偶像崇拜時，都是較為欣賞內在特質，對於外貌的重視程度較低。

表 4-3-16 不同性別學生在偶像崇拜原因之  $t$  檢定差異摘要表

層面	題數	性別	人數	平均數	標準差	$t$ 值
偶像的外貌	3	(1) 男	161	2.63	1.26	-5.544**
		(2) 女	160	3.37	1.11	
偶像的人格特質	8	(1) 男	161	3.36	1.02	-5.734**
		(2) 女	159	3.93	0.75	
偶像的專長	3	(1) 男	161	3.20	1.16	-4.472**
		(2) 女	160	3.73	0.93	
偶像的成就	2	(1) 男	161	3.04	1.31	-2.675**
		(2) 女	159	3.41	1.15	
同儕的認同	2	(1) 男	161	2.54	1.27	-2.321*
		(2) 女	159	2.86	1.20	
整體 偶像崇拜原因	共 18 題	(1) 男	161	3.09	0.93	-5.823**
		(2) 女	160	3.63	0.72	

\* $p < .05$  \*\* $p < .01$

## (三) 不同「家庭結構」學生在偶像崇拜原因之差異比較

表 4-3-17 為不同家庭結構學生在整體偶像崇拜原因與各子層面之單因子變異數分析摘要表，由表中結果可以看出：「偶像的外貌」、「偶像的人格特質」、「偶像的專長」、「偶像的成就」、「同儕的認同」等五個子層面以及「整體偶像崇拜原因」層面， $F$  值都沒有達到顯著水準；也就是說，不同家庭結構的國小高年級學生在「整體偶像崇拜原因」

及各子層面都沒有顯著差異。因此，研究假設 2-7 不成立。

表 4-3-17 不同家庭結構學生在偶像崇拜原因之單因子變異數分析摘要表

層面	變異來源	SS	df	MS	F
偶像的外貌	(1) 組間	4.383	4	1.096	0.706
	(2) 組內	488.617	315	1.551	
	(3) 總和	493.000	319		
偶像的人格 特質	(1) 組間	1.944	4	0.486	0.549
	(2) 組內	277.762	314	0.885	
	(3) 總和	279.706	318		
偶像的專長	(1) 組間	0.755	4	0.189	0.159
	(2) 組內	372.717	315	1.183	
	(3) 總和	373.472	319		
偶像的成就	(1) 組間	1.818	4	0.454	0.292
	(2) 組內	488.290	314	1.555	
	(3) 總和	490.108	318		
同儕的認同	(1) 組間	5.622	4	1.405	0.906
	(2) 組內	486.828	314	1.550	
	(3) 總和	492.450	318		
整體偶像崇 拜原因	(1) 組間	1.621	4	0.405	0.527
	(2) 組內	242.140	315	0.769	
	(3) 總和	243.761	319		

#### (四) 不同「家庭社經地位」學生在偶像崇拜原因之差異比較

表4-3-18為不同家庭社經地位學生在整體偶像崇拜原因與各子層面之單因子變異數分析摘要表，由表中結果可以看出：「偶像的外貌」、「偶像的人格特質」、「偶像的專長」、「偶像的成就」、「同儕的認同」等五個子層面以及「整體偶像崇拜原因」層面，F值都沒有達到顯著水準；也就是說，不同家庭社經地位的國小高年級學生在「整體偶像崇拜原因」及各子層面都沒有顯著差異。因此，研究假設2-8不成立。

表 4-3-18 不同家庭社經地位學生在偶像崇拜原因之單因子變異數分析摘要表

層面	變異來源	<i>SS</i>	<i>df</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>
偶像的外貌	(1) 組間	0.902	2	0.451	0.291
	(2) 組內	493.097	318	1.551	
	(3) 總和	493.999	320		
偶像的人格 特質	(1) 組間	3.688	2	1.844	2.106
	(2) 組內	277.534	317	0.876	
	(3) 總和	281.222	319		
偶像的專長	(1) 組間	0.117	2	0.058	0.050
	(2) 組內	374.117	318	1.176	
	(3) 總和	374.233	320		
偶像的成就	(1) 組間	2.059	2	1.029	0.664
	(2) 組內	491.216	317	1.550	
	(3) 總和	493.274	319		
同儕的認同	(1) 組間	1.729	2	0.865	0.555
	(2) 組內	493.971	317	1.558	
	(3) 總和	495.700	319		
整體偶像崇 拜原因	(1) 組間	0.727	2	0.363	0.474
	(2) 組內	243.887	318	0.767	
	(3) 總和	244.614	320		

### 三、不同背景變項的國小高年級學生在偶像崇拜程度之差異比較

#### (一) 不同「年級」學生在偶像崇拜程度之差異比較

表 4-3-19 為不同年級學生在整體偶像崇拜程度與各子層面之 *t* 檢定差異摘要表，由表中結果可以看出：

- 1、不同年級的國小高年級學生，在「注意接受」、「偏愛執著」、「熱誠」以及「整體偶像崇拜程度」等層面都具有顯著差異；只有在「堅信」層面沒有達到顯著

差異；因此，假設 2-9 大部分成立。

- 2、國小六年級學生在「注意接受」、「偏愛執著」、「熱誠」、「堅信」以及「整體偶像崇拜程度」等層面的平均得分都高於五年級學生，顯示六年級學生對偶像崇拜的程度及行為高於五年級學生。

表 4-3-19 不同年級學生在偶像崇拜程度之  $t$  檢定摘要表

層面	題數	年級	人數	平均數	標準差	$t$ 值
注意接受	6	(1) 五	157	2.34	1.01	-2.601**
		(2) 六	161	2.64	1.03	
偏愛執著	15	(1) 五	156	2.55	1.03	-3.092**
		(2) 六	159	2.90	0.96	
熱誠	5	(1) 五	157	1.84	0.84	-2.685**
		(2) 六	162	2.11	0.91	
堅信	4	(1) 五	156	2.64	1.14	-0.518
		(2) 六	162	2.71	1.13	
整體	共 30	(1) 五	157	2.40	0.92	-2.673**
偶像崇拜程度	題	(2) 六	162	2.68	0.89	

\* $p < .05$  \*\* $p < .01$

## (二) 不同「性別」學生在偶像崇拜程度之差異比較

表 4-3-20 為不同性別學生在整體偶像崇拜程度與各層面之  $t$  檢定摘要表，由表可知：

- 1、不同性別的國小高年級學生在「注意接受」、「偏愛執著」以及「整體偶像崇拜程度」等層面都具有顯著差異；但是，在「熱誠」、「堅信」這兩個層面沒有顯著差異；因此，假設 2-10 大部分成立。
- 2、國小高年級女生在「整體偶像崇拜程度」層面以及每一個子層面的平均得分都高於男生，而且標準差都比男生得分低；顯示國小高年級女生對偶像崇拜的程度高於男生。此結果與郭致君（2001）「女生比男生容易對偶像表現出狂熱與執著」的研究結果相同，但與姜韻梅（2003）的結果不同。

表 4-3-20 不同性別學生在偶像崇拜程度之  $t$  檢定摘要表

層面	題數	性別	人數	平均數	標準差	$t$ 值
注意接受	6	(1) 男	160	2.30	1.03	-3.459**
		(2) 女	160	2.69	0.98	
偏愛執著	15	(1) 男	160	2.48	1.01	-4.451**
		(2) 女	157	2.97	0.95	
熱誠	5	(1) 男	161	1.91	0.88	-1.421
		(2) 女	160	2.05	0.87	
堅信	4	(1) 男	161	2.56	1.15	-1.678
		(2) 女	159	2.78	1.11	
整體 偶像崇拜程度	共 30 題	(1) 男	161	2.35	0.93	-3.686**
		(2) 女	160	2.72	0.87	

\* $p < .05$  \*\* $p < .01$

### (三) 不同「家庭結構」學生在偶像崇拜程度之差異比較

由表 4-3-21：不同家庭結構學生在整體偶像崇拜程度與各子層面之單因子變異數分析摘要中，可以看出：「注意接受」、「偏愛執著」、「熱誠」、「堅信」及「整體偶像崇拜程度」等層面， $F$  值都沒有達到顯著水準；亦即，不同家庭結構的國小高年級學生在「偶像崇拜程度」各層面都沒有顯著差異。因此，研究假設 2-11 不成立。

表 4-3-21 不同家庭結構學生在偶像崇拜程度之單因子變異數分析摘要表

層面	變異來源	$SS$	$df$	$MS$	$F$
注意接受	(1) 組間	4.383	4	1.096	0.706
	(2) 組內	488.617	315	1.551	
	(3) 總和	493.000	319		
偏愛執著	(1) 組間	1.944	4	0.486	0.549
	(2) 組內	277.762	314	0.885	
	(3) 總和	279.706	318		
熱誠	(1) 組間	0.755	4	0.189	0.159
	(2) 組內	372.717	315	1.183	
	(3) 總和	373.472	319		

表 4-3-21 不同家庭結構學生在偶像崇拜程度之單因子變異數分析摘要表（續）

層面	變異來源	<i>SS</i>	<i>df</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>
堅信	(1) 組間	1.818	4	0.454	0.292
	(2) 組內	488.290	314	1.555	
	(3) 總和	490.108	318		
整體 偶像崇拜程度	(1) 組間	5.622	4	1.405	0.906
	(2) 組內	486.828	314	1.550	
	(3) 總和	492.450	318		

#### (四) 不同「家庭社經地位」學生在偶像崇拜程度之差異比較

由表4-3-22：不同家庭社經地位學生在整體偶像崇拜程度與各子層面之單因子變異數分析摘要中，可以看出：「注意接受」、「偏愛執著」、「熱誠」、「堅信」及「整體偶像崇拜程度」等層面，*F*值都沒有達到顯著水準；不同家庭社經地位的國小高年級學生在「偶像崇拜程度」各層面都沒有顯著差異；因此，研究假設2-12不成立。

表 4-3-22 不同家庭社經地位學生在偶像崇拜程度之單因子變異數分析摘要表

層面	變異來源	<i>SS</i>	<i>df</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>
注意接受	(1) 組間	0.902	2	0.451	0.291
	(2) 組內	493.097	318	1.551	
	(3) 總和	493.999	320		
偏愛執著	(1) 組間	3.688	2	1.844	2.106
	(2) 組內	277.534	317	0.876	
	(3) 總和	281.222	319		
熱誠	(1) 組間	0.117	2	0.058	0.050
	(2) 組內	374.117	318	1.176	
	(3) 總和	374.233	320		
堅信	(1) 組間	2.059	2	1.029	0.664
	(2) 組內	491.216	317	1.550	
	(3) 總和	493.274	319		
整體 偶像崇拜程度	(1) 組間	1.729	2	0.865	0.555
	(2) 組內	493.971	317	1.558	
	(3) 總和	495.700	319		

## 第四節 國小高年級學生電視收視行為與偶像崇拜之相關探討

本節統計結果分析旨在瞭解國小高年級學生電視收視行為之「收視動機」層面與「偶像崇拜原因」、「偶像崇拜程度」層面的相關情形，以皮爾遜積差相關進行考驗，並探討各層面兩兩之間的相關情形。

### 一、國小高年級學生收視動機與偶像崇拜原因之相關情形

國小高年級學生電視收視行為之「收視動機」與偶像崇拜之「偶像崇拜原因」整體層面與各子層面之相關分析結果摘要如表4-4-1所示。

表 4-4-1 收視動機與偶像崇拜原因之積差相關分析摘要表

崇拜原因 收視動機	偶像的外 貌	偶像的人 格特質	偶像的專 長	偶像的成 就	同儕的認 同	整體偶像 崇拜原因
資料蒐集	0.097	0.351**	0.226**	0.253**	0.206**	0.305**
個人認同	0.508**	0.497**	0.509**	0.339**	0.358**	0.568**
人際關係	0.209**	0.369**	0.317**	0.361**	0.360**	0.403**
消遣娛樂	0.281**	0.228**	0.249**	0.249**	0.239**	0.302**
生活習慣	0.347**	0.214**	0.263**	0.205**	0.196**	0.299**
整體 收視動機	0.453**	0.506**	0.486**	0.430**	0.422**	0.580**

\* $p < .05$  \*\* $p < .01$

由表 4-4-1 收視動機與偶像崇拜原因之積差相關的分析摘要，可以得知：

- (一) 「資料蒐集」與「偶像的人格特質」、「偶像的專長」、「偶像的成就」、「同儕的認同」、「整體偶像崇拜原因」等各層面具有顯著正相關；與「偶像的外貌」層面則未達顯著相關。
- (二) 「個人認同」、「人際關係」、「消遣娛樂」、「生活習慣」及「整體收視動機」等各層面都與「整體偶像崇拜原因」及其各子層面具有顯著正相關。
- (三) 「個人認同」與「整體偶像崇拜原因」的相關程度最高 ( $r = 0.568$ )；「資料蒐集」與「偶像的外貌」的相關程度最低 ( $r = 0.097$ )。
- (四) 國小高年級學生的「收視動機」各層面與「偶像崇拜原因」各層面大致上都有

達顯著正相關，表示國小高年級學生收視動機越高，偶像崇拜原因得分就會越高，故本研究假設 3-1 獲得支持。

## 二、國小高年級學生收視動機與偶像崇拜程度之相關情形

國小高年級學生電視收視行為之「收視動機」與偶像崇拜之「偶像崇拜程度」整體層面與各子層面之相關分析結果摘要如表4-4-2所示。

表 4-4-2 收視動機與偶像崇拜程度之積差相關分析摘要表

收視動機 \ 崇拜程度	注意接受	偏愛執著	熱誠	堅信	整體偶像崇拜程度
資料蒐集	0.168**	0.181**	0.088	0.187**	0.178**
個人認同	0.362**	0.503**	0.221**	0.302**	0.444**
人際關係	0.338**	0.333**	0.285**	0.284**	0.349**
消遣娛樂	0.214**	0.265**	0.183**	0.166**	0.245**
生活習慣	0.145**	0.287**	0.201**	0.128*	0.242**
整體收視動機	0.387**	0.489**	0.302**	0.329**	0.457**

\* $p < .05$  \*\* $p < .01$

由表 4-4-2 可知：

- (一) 「資料蒐集」與「注意接受」、「偏愛執著」、「堅信」、「整體偶像崇拜程度」等各層面都具有顯著正相關；與「熱誠」層面則未達顯著相關。
- (二) 「個人認同」、「人際關係」、「消遣娛樂」、「生活習慣」以及「整體收視動機」等各層面都與「整體偶像崇拜程度」及其各子層面具有顯著正相關。
- (三) 「個人認同」與「偏愛執著」的相關程度最高 ( $r = 0.503$ )；「資料蒐集」與「熱誠」的相關程度最低 ( $r = 0.088$ )。
- (四) 國小高年級學生的「收視動機」各層面與「偶像崇拜程度」各層面大致上都有達顯著正相關，表示國小高年級學生收視動機越高，偶像崇拜程度得分就會越高，故本研究假設 3-2 獲得支持。

# 第五章 結論與建議

本研究旨在瞭解國小高年級學生電視收視行為與偶像崇拜之現況、探討不同背景變項在電視收視行為與偶像崇拜的差異，及電視收視行為與偶像崇拜之相關情形。本研究依照研究架構與研究問題編修研究工具，以自編的「國小高年級學生電視收視行為與偶像崇拜問卷」進行問卷調查，再以統計方法分別驗證各研究假設，並逐一做相關討論。

本章將第四章的研究結果加以歸納，做成研究結論，並提出具體建議，以供學生、家長、學校、社會各方面教育輔導以及未來相關研究參考之依據。

## 第一節 研究結論

本節依據第四章各節的統計分析結果與討論，歸納彙整成研究結論，茲分述如下：

### 一、國小高年級學生電視收視行為與偶像崇拜之現況

#### (一) 電視收視行為

##### 1、電視收視時間普遍都很長

平日看電視時間超過二小時的學生人數有超過一半（52.9%），假日看電視超過二小時的學生人數更是高達八成以上（82.9%）；大部分學生在假日比平日的收視時間還長；顯示看電視已經成為國小高年級學生最經常做的休閒娛樂。

##### 2、電視收視類型最喜歡「電影」、「偶像劇」、「卡通節目」

國小高年級學生最喜歡的收視類型前十名依序為：電影、偶像劇、卡通節目、綜藝節目、連續劇、娛樂性談話節目、知識性節目、歌唱節目、體育節目、兒童節目；學生最不喜歡的收視類型前五名依序為：色情節目、購物頻道、暴力血腥型態節目、烹飪節目、介紹美食的節目等類型。

##### 3、目的性收視動機高於純娛樂收視動機

國小高年級學生在各層面的收視動機都很高，依序為：「個人認同」、「資料蒐集」、「消遣娛樂」、「生活習慣」、「人際關係」，顯示國小高年級學生有目的、求知的收視動機高於純娛樂動機。

## (二) 偶像崇拜

### 1、偶像崇拜類型

「影視明星」是國小高年級學生最崇拜的偶像類型，而「母親」、「父親」、「師長」的排名僅次於「影視明星」；本研究顯示農村家庭結構多為三代同堂或雙親家庭，大多數學生性情純樸、尊師重道，對於「父母」及「師長」仍很崇拜、敬重。

### 2、偶像崇拜原因

國小高年級學生的偶像崇拜原因依序為：「偶像的人格特質」、「偶像的專長」、「偶像的成就」、「偶像的外貌」、「同儕的認同」；顯示學生崇拜偶像的原因已經從「表層性欣賞」提升到「實質性欣賞」。

### 3、偶像崇拜程度

國小高年級學生的偶像崇拜程度在各子層面的得分依序為：「偏愛執著」、「堅信」、「注意接受」、「熱誠」；表示國小高年級學生會關注自己所崇拜的偶像，也會表達出崇拜偶像的行為，但並不至於到達狂熱追隨的崇拜地步。

## 二、不同背景變項的國小高年級學生在電視收視行為之差異情形

### (一) 電視收視時間

不同背景變項的國小高年級學生在平日或假日的「收視時間」都沒有顯著差異。

在年級方面，五年級學生平日收視時間比六年級少，但在假日時卻與六年級相近；在性別方面，男生平日的收視時間少於女生，但在假日時反而超過女生許多；在家庭結構方面，單親家庭學生在平日的收視時間最長，但假日時與其他學生的收視時間一樣都很長；在家庭社經方面，高社經地位的學生平日收視時間最少，但在假日增加收視時間的比例最多。

### (二) 電視收視類型

不同背景變項的國小高年級學生在「收視類型」方面的差異情形如下：

1、五、六年級學生在「偶像劇」、「暴力血腥節目」、「靈異型態節目」、「歌唱節目」、「電影」等收視類型方面具有顯著差異。

2、男、女生在偶像劇、體育節目、連續劇、暴力血腥節目、購物頻道、歌唱節目、生活休閒資訊節目、新聞節目、烹飪節目、綜藝節目等收視類型方面具有顯著差異。

3、不同家庭結構學生在「收視類型」方面都沒有顯著差異。

4、不同家庭社經地位的國小高年級學生在「歌唱節目」和「知識性節目」這兩個收視類型方面具有顯著差異。

在年級方面，六年級學生因為開始進入青春期，所以對於浪漫的偶像劇、較刺激的暴力血腥節目、神秘的靈異節目比五年級學生來得更有興趣，教師對於這些情形需多加留意，以避免造成打鬥、暴力行為養成，或者是怪力亂神的現象困惑著孩子。在性別方面，男生比女生喜歡收看聲光效果較刺激的新聞節目、體育節目、生活休閒資訊節目、暴力血腥節目等收視類型；女生比男生喜歡收看偶像劇、連續劇、購物頻道、歌唱節目、烹飪節目、綜藝節目等浪漫、愛情、才藝等收視類型。

在家庭結構方面，三代同堂和雙親家庭學生因為和長輩一起收看電視的機會多，長輩們多少都會注意孩子的收視情形，教導孩子慎選節目、避免收看不良的節目，故喜歡的收視類型前五名都是：電影、卡通節目、綜藝節目、偶像劇、連續劇，只是排名略有變化；最不喜歡的收視類型都是色情節目、購物頻道、暴力血腥型態節目；單親家庭學生比其他家庭結構的學生喜歡收看體育節目；依親家庭學生容易比一般的孩子更沒有安全感，最不喜歡靈異型態節目。在家庭社經方面，高社經地位學生比中、低社經地位的學生更喜歡知識性節目。

### （三）電視收視動機

不同背景變項的國小高年級學生在「收視動機」方面的差異情形如下：

1、五、六年級學生在「收視動機」的「個人認同」、「人際關係」、「生活習慣」等層面具有顯著差異，而在「資料蒐集」和「消遣娛樂」及「整體收視動機」等層面則沒有顯著差異。

2、男、女生在「個人認同」、「人際關係」以及「整體收視動機」等收視動機層面具有顯著差異，而在「資料蒐集」、「消遣娛樂」和「生活習慣」這三個收視動機層面沒有達到顯著差異。

3、不同家庭結構的學生在「收視動機」各層面都沒有達到顯著差異。

4、不同家庭社經地位的學生在「收視動機」各層面都沒有達到顯著差異。

在年級方面，六年級學生的收視動機普遍高於五年級學生，在「個人認同」、「消遣娛樂」、「生活習慣」以及「整體收視動機」等層面的平均得分比五年級高；但是在

「資料蒐集」與「人際關係」這二個層面的平均得分則比五年級低。在性別方面，國小高年級女生除了「資料蒐集」的收視動機比男生稍低之外，其餘各層面的收視動機都比男生高，顯示女生在收看電視時會有較高的收視動機。

### 三、不同背景變項的國小高年級學生在偶像崇拜之差異情形

#### (一) 偶像崇拜類型

不同背景變項的國小高年級學生在「偶像崇拜類型」方面的差異情形如下：

1、五年級學生比六年級學生更崇拜「父親」、「母親」、「師長」、「政治人物」、「書中的角色」、「歷史人物」、「傑出企業家」、「專業人士」等類型，且都具有顯著差異。

2、男、女生在「父親」、「師長」、「同學朋友」、「影視明星」、「體育名人」、「戲劇角色」、「網路遊戲角色」、「歷史人物」、「傑出企業家」等偶像崇拜類型方面有顯著差異。

3、不同家庭結構的國小高年級學生在「母親」、「師長」這兩個偶像崇拜類型方面具有顯著差異。

4、不同家庭社經地位學生在「偶像崇拜類型」方面都沒有顯著差異。

在年級方面，越低年級的學生對父母、師長越崇拜，而且對母親的崇拜會大於父親和師長；而越高年級的學生崇拜影視明星的程度會越明顯。

在性別方面，因為男生對於刺激、熱血澎湃的體育活動、網路遊戲和歷史忠孝仁義故事較為熱衷，故比女生更崇拜「體育名人」、「網路遊戲角色」、「歷史人物」、「傑出企業家」等偶像類型；而多數女生比男生乖巧聽話、尊敬師長、嚮往浪漫愛情、影視明星，故比男生更崇拜「父親」、「師長」、「同學朋友」、「影視明星」、「戲劇角色」等類型。

在家庭結構方面，單親家庭學生長期缺乏雙親的溫暖、易對父母有疏離感，且較同齡孩子獨立、成熟，所以偶像崇拜對象明顯和其他家庭結構的學生不同，他們不崇拜父母親、影視明星，反而最崇拜體育名人，這和他們喜歡收看體育類型節目的結果一致。

在家庭社經方面，高社經地位學生經濟能力比較優渥，較有能力購買明星相關商品，所以對於影視明星較為崇拜；但是他們崇拜「師長」的比例明顯落後於低社經和中社經地位學生。

## (二) 偶像崇拜原因

不同背景變項的國小高年級學生在「偶像崇拜原因」方面的差異情形如下：

1、五、六年級學生只有在「偶像崇拜原因」之「偶像的外貌」層面具有顯著差異，而在「偶像的人格特質」、「偶像的專長」、「偶像的成就」、「同儕的認同」，以及「整體偶像崇拜原因」等層面都沒有達到顯著差異。

2、不同性別的國小高年級學生在「偶像崇拜原因」各層面都具有顯著差異。

3、不同家庭結構的國小高年級學生在「偶像崇拜原因」各層面都沒有顯著差異。

4、不同家庭社經地位的國小高年級學生在「偶像崇拜原因」各層面都無顯著差異。

在年級方面，六年級學生在「偶像的外貌」、「偶像的專長」、「偶像的成就」、「同儕的認同」以及「整體偶像崇拜原因」等層面的得分都高於五年級；只有在「偶像的人格特質」原因的得分略低於五年級。顯示六年級學生在崇拜偶像時，比較重視偶像的外表、才藝、成就，也會顧慮到同儕朋友的意見，而五年級學生則較為重視偶像的人格特質。

在性別方面，國小高年級男、女生的偶像崇拜原因依序都是：「偶像的人格特質」、「偶像的專長」、「偶像的成就」、「偶像的外貌」、「同儕的認同」；表示不管男、女生在偶像崇拜時，都會從「表層性欣賞」提升到「實質性欣賞」，他們欣賞偶像的內在特質，勝過對外貌的重視程度。

## (三) 偶像崇拜程度

不同背景變項的國小高年級學生在「偶像崇拜程度」方面的差異情形如下：

1、不同年級的國小高年級學生，在「注意接受」、「偏愛執著」、「熱誠」以及「整體偶像崇拜程度」等層面都具有顯著差異；只有在「堅信」層面沒有達到顯著差異。

2、不同性別的國小高年級學生在「注意接受」、「偏愛執著」以及「整體偶像崇拜程度」等層面都具有顯著差異；但是，在「熱誠」、「堅信」這兩個層面沒有顯著差異。

3、不同家庭結構的國小高年級學生在「偶像崇拜程度」各層面都沒有顯著差異。

4、不同家庭社經地位的國小高年級學生在「偶像崇拜程度」各層面都無顯著差異。

國小六年級學生偶像崇拜程度高於五年級學生，顯示年級越大越容易表現出偶像崇拜的行為；國小高年級女生偶像崇拜程度高於男生，表示女生比男生更容易表現出對偶像的狂熱崇拜與執著。

#### 四、國小高年級學生電視收視行為與偶像崇拜之相關情形

##### (一) 國小高年級學生的收視動機與偶像崇拜原因有顯著正相關

國小高年級學生的「收視動機」各層面與「偶像崇拜原因」有顯著正相關，表示國小高年級學生看電視的動機會和偶像崇拜的原因有密切關係。其中，「個人認同」動機與「整體偶像崇拜原因」的相關程度最高；「資料蒐集」動機與「偶像的外貌」原因的相關程度最低。

##### (二) 國小高年級學生收視動機與偶像崇拜程度有顯著正相關

國小高年級學生的「收視動機」各層面與「偶像崇拜程度」有顯著正相關，表示國小高年級學生看電視的動機會和偶像崇拜的程度有密切關係。其中，「個人認同」動機與「偏愛執著」的相關程度最高；「資料蒐集」動機與「熱誠」的相關程度最低。

#### 五、研究假設考驗結果

根據第四章的討論與實證分析結果，將各研究假設的考驗結果整理如表5-1-1所示：

表5-1-1研究假設與實證分析結果整理一覽表

研 究 假 設	考驗結果
假設 1-1：不同年級的國小高年級學生在「收視時間」方面有顯著差異。	不成立
假設1-2：不同性別的國小高年級學生在「收視時間」方面有顯著差異。	不成立
假設1-3：不同家庭結構的國小高年級學生在「收視時間」方面有顯著差異。	不成立
假設1-4：不同家庭社經地位的國小高年級學生在「收視時間」方面有顯著差異。	不成立
假設 1-5：不同年級的國小高年級學生在「收視類型」方面有顯著差異。	部份成立
假設1-6：不同性別的國小高年級學生在「收視類型」方面有顯著差異。	部份成立
假設1-7：不同家庭結構的國小高年級學生在「收視類型」方面有顯著差異。	不成立
假設1-8：不同家庭社經地位的國小高年級學生在「收視類型」方面有顯著差異。	部份成立
假設 1-9：不同年級的國小高年級學生在「收視動機」方面有顯著差異。	部份成立
假設1-10：不同性別的國小高年級學生在「收視動機」方面有顯著差異。	部份成立
假設1-11：不同家庭結構的國小高年級學生在「收視動機」方面有顯著差異。	不成立
假設1-12：不同家庭社經地位的國小高年級學生在「收視動機」方面有顯著差異。	不成立

表5-1-1研究假設與實證分析結果整理一覽表（續）

研 究 假 設	考驗結果
假設 2-1：不同年級的國小高年級學生在「偶像崇拜類型」方面有顯著差異。	部份成立
假設2-2：不同性別的國小高年級學生在「偶像崇拜類型」方面有顯著差異。	部份成立
假設2-3：不同家庭結構的國小高年級學生在「偶像崇拜類型」方面有顯著差異。	部份成立
假設2-4：不同家庭社經地位的國小高年級學生在「偶像崇拜類型」方面有顯著差異。	不成立
假設2-5：不同年級的國小高年級學生在「偶像崇拜原因」方面有顯著差異。	部份成立
假設 2-6：不同性別的國小高年級學生在「偶像崇拜原因」方面有顯著差異。	成立
假設2-7：不同家庭結構的國小高年級學生在「偶像崇拜原因」方面有顯著差異。	不成立
假設2-8：不同家庭社經地位的國小高年級學生在「偶像崇拜原因」方面有顯著差異。	不成立
假設 2-9：不同年級的國小高年級學生在「偶像崇拜程度」方面有顯著差異。	部份成立
假設2-10：不同性別的國小高年級學生在「偶像崇拜程度」方面有顯著差異。	部份成立
假設2-11：不同家庭結構的國小高年級學生在「偶像崇拜程度」方面有顯著差異。	不成立
假設2-12：不同家庭社經地位的國小高年級學生在「偶像崇拜程度」方面有顯著差異。	不成立
假設 3-1：國小高年級學生的電視收視行為之「收視動機」層面在「偶像崇拜原因」層面達顯著相關。	成立
假設3-2：國小高年級學生的電視收視行為之「收視動機」層面在「偶像崇拜程度」層面達顯著相關。	成立

## 第二節 研究建議

根據本研究歸納所得到的研究結論，研究者提出以下幾點建議，以供學生、家長、學校、社會各方面教育輔導以及未來相關研究參考之依據。

### 一、對國小高年級學生之建議

#### (一) 養成良好收視習慣，建立正確收視行為

本研究結果顯示，國小高年級學生收視時間普遍都很長，孩子們看電視的時間遠大於其他作息時間。然而，節目內容良莠不齊，孩子們長時間收看電視，有可能會接收到節目釋放出來、不利於學生身心發展的訊息，導致近年來青少年模仿電視劇情節犯罪、自殺等社會事件層出不窮；另外，小朋友也容易因為看電視太久姿勢不良，而造成眼睛傷害...等，在在都顯示出建立正確收視行為的重要性。

因此，研究者建議國小高年級學生做好個人收視行為管理，學習如何有計劃性的收看電視，懂得如何安排自己的收視時間，正確選擇適宜的電視節目，並且能夠判斷收視內容的是非對錯，養成良好的收視習慣來幫助自己學習成長。

#### (二) 智慧選擇崇拜對象，學習各類成功典範

根據本研究結果，國小高年級學生崇拜的偶像類型仍然是影視明星最多，但是學生偶像崇拜的主要原因為：偶像的「人格特質」與「專長」、「成就」，顯示學生崇拜偶像的原因已經從外在的「表層性欣賞」提升到內在的「實質性欣賞」，偶像明顯已不再是以外形取勝。因此研究者建議，學生要理性的選擇崇拜對象，運用自己的智慧加以判斷，哪些成功的典範足以做為仿效的榜樣？在多方面瞭解偶像之後，便可以從中學習他們成功的特質，有利於自我正向價值觀的提升。

#### (三) 嘗試不同休閒活動，培養多元層面興趣

本研究顯示，很多國小高年級學生在放學後寫完回家功課，就開始沈浸於電視的聲光效果中，假日因為父母忙於工作，學生們的收視時間更是比平日多；其實除了一直守在電視機前面，還有很多事可以做。研究者建議，國小高年級學生可以利用課外時間，多方嘗試各種不同的休閒活動，例如：騎腳踏車、打籃球、聽音樂、閱讀課外書籍...等，取代部份看電視的時間，不僅有益身心健康，還可以培養自己更多元面向的興趣與專長。

## 二、對家庭教育之建議

### (一) 增加親子共視時間，塑造家庭和諧氣氛

本研究發現，國小高年級學生在「陪伴家人一起觀看」的收視動機方面居於末位，現代父母常忙碌於工作崗位，無法抽空陪孩子一同看電視，導致孩子只會胡亂收視，根本不會正確選擇有意義的節目；再加上現今社會電視頻道、節目類型都太多，孩子們處於繁雜的電視環境中，行為和人格都容易造成偏頗。因此，研究者建議，家長有空應該增加和子女共視的時間，在看電視的過程中，除了可以引導孩子如何選擇收視類型、建立正確的收視行為，也能增加親子之間共同談論的話題、增進親子互動的機會，對於家庭和諧氣氛的營造有很大的助益。

### (二) 父母樹立良好典範，發揮親職教育功能

本研究顯示，「父親」和「母親」名列國小高年級學生最崇拜偶像的前三名，而且年級越低的學生對父母越崇拜，可見父母親仍是學生心中認同的對象。父母是國小學生日常生活中最常接觸的重要人物，他們會學習、甚至模仿父母的言行舉止；因此，研究者建議，父母親應該避免暴力行為示範，凡事以身作則，成為子女仿效的好榜樣。

另外，本研究結果發現家庭結構對於學生的收視行為及偶像崇拜會有影響，家庭是個人接觸最早也影響最深的社會團體，許多孩子在家裡得不到愛與關懷，因而產生偏差行為，影響人格發展。所以，研究者建議父母要時常和孩子溝通、談心，傾聽孩子的聲音，瞭解孩子內心的想法與需求，善盡為人父母的職責，徹底發揮親職教育的功能。

### (三) 留意孩子交友情況，引導正向偶像崇拜

本研究顯示，國小高年級學生最崇拜的偶像類型是「影視明星」，同儕的力量對於偶像崇拜也會有影響。研究者建議，家長不應該一味的只以高高在上的姿態去批判孩子的偶像崇拜行為，而是應該留意孩子的交友狀況有沒有出現異常；並且發揮同理心，站在孩子的立場來看待「偶像崇拜」這個成長過程中的特殊現象，引導孩子在成長的過程中，學會理智地「偶像崇拜」，從崇拜偶像轉變為正向的榜樣學習。

## 三、對學校教育之建議

### (一) 舉辦各種才藝競賽，規劃多元體驗課程

本研究顯示，國小高年級學生選擇崇拜偶像的主要原因在於偶像的「人格特質」與

「專長」，顯示學生崇拜偶像不再只是因為偶像的外型，取而代之的，他們更崇拜偶像機智的反應、幽默的談吐，以及各種才藝。因此，研究者建議，學校可以多舉辦各種才藝競賽，例如：唱歌、跳舞、相聲、說故事、變魔術、體能闖關...等，鼓勵有才藝的學生來「秀」自己；或是規劃多元化的體驗課程，例如：請一些在各領域表現傑出的知名人士來演講分享他們的成功經驗。善用學生偶像崇拜的心理，營造楷模學習情境，讓他們從學校課程之外找到自信，藉此建立正向積極的偶像崇拜行為與提升自我概念。

## （二）建立師生良好互動，重視親師合作交流

本研究顯示，年級越低的學生對師長越崇拜。國小高年級階段的學生已經逐漸進入青春期的開始，開始會處處表現出自我的主見，有時候同儕的影響力甚至會勝過父母與師長。於是，教師於平常的生活教育及教學活動上，應該以身作則，身教、言教並重，成為學生學習的好榜樣，以尊重、關懷、肯定、支持的態度來對待這些高年級學生，學生得到來自師長的關懷與信任，自然能建立起良好的師生互動模式，對師長也會更敬重與崇拜。

而正值青春期的青少年，容易和父母鬧彆扭、起衝突，因此，教師更應該扮演親子之間的橋樑，積極和家長交流、溝通，分享與青少年的相處之道，也鼓勵家長踴躍參加學校舉辦的成長研習講座。在教育的路途上若能親師合作，共同為孩子的成長而努力，將會創造出親、師、生三贏的局面。

## （三）善用潛在課程設計，實施多元智能教學

本研究顯示，國小高年級學生最崇拜的偶像類型是「影視明星」，若是教師能與學生分享彼此看電視與崇拜偶像的經驗，傾聽他們內心的想法，將會更清楚學生電視收視行為與偶像崇拜的狀況。研究者建議，教師可以設計相關的潛在課程，在潛移默化中教導學生正確的認同與偶像崇拜的觀念；並善用溝通技巧，讓學生感受到師長不是想要干涉，只是關心他們收看電視和偶像崇拜的情形；教師可以多主動瞭解時下流行且受學生認同的對象，並適時針對他們的特質、專長和學生討論，這種類型的對象是不是值得我們仿效，讓學生在課堂上有抒發偶像崇拜心情的空間；更可以善用教學技巧，將偶像崇拜的正面意義融入在各領域裡，實施多元化的教學活動，引導學生正確的偶像崇拜。

## （四）尊重學生個別差異，提供傑出人物楷模

本研究顯示，不同背景變項的學生對於電視收視行為或是偶像崇拜類型會有顯著差異，教師都應尊重他們的個別差異；研究者建議，教師可以適時和學生分享各種傑出楷

模的人物故事，介紹世界各地、不同領域傑出人士的成功過程，說明這些楷模足以讓人見賢思齊或是值得令人仿效的努力事蹟，引導學生依照自己意志，正確選擇崇拜對象，藉以擴展更豐富的學習視野。

#### （五）關懷弱勢單親學生，鼓勵發展適性才能

本研究發現，單親家庭學生常因獨自在家，故平日和假日都花許多時間看電視，受到電視的影響甚鉅，且因長期與父母疏離，所以他們不太崇拜父母親與師長。研究者認為，其實像這類孩子更需要學校主動關心，例如他們喜歡看體育節目，學校就可以多鼓勵其發展適性才能；另外，導師應定期家訪、與家長聯繫，共同為孩子的成長而努力。

### 四、對社會教育之建議

#### （一）宣導電視分級制度，導正大眾傳播倫理

今日電視頻道高達百餘個，節目類型也很多種，一些與現實生活道德觀有差異的節目，例如：暴力、衝突、謊言、情色...等，容易傳遞不良訊息給無法正確判斷是非善惡的孩子，也極有會對孩子的言行舉止造成負面的影響。因此，研究者認為，相關單位建立電視分級制是必要的，對國人極具影響力的電視媒體應該配合政策，確實執行節目分級制。透過區分節目的級別，才能讓學生有依據來判斷節目是否適合收看，也才能正確教導學生選擇有益身心的節目。另外，大眾傳播媒體也應擔負社會責任，確實把關節目傳達給觀眾訊息之品質，多製作正向積極、溫暖人心的相關節目，審慎過濾暴力情節、避免社會不良示範，以發揮社會教育功能。

#### （二）邀請成功榜樣代言，從事愛心公益活動

電視媒體經常在節目的包裝之下創造出名人，透過電視播送而獲得高人氣，也獲得許多支持者的崇拜。研究者建議，相關單位可以請各領域成功的傑出人物來代言、從事愛心公益活動，憑藉著公眾人物的吸引力來拋磚引玉，號召更多學生與支持者一起響應各種公益活動，為這個社會付出自身微薄的心力，也讓學生的偶像崇拜行為更具正面意義，而不只是膚淺的「追星族」。

#### （三）建立正當休閒場所，善用社區資源網絡

建議政府相關單位整合社區網絡功能，善用社區資源，多設置正當休閒場所，例如：公園、球場、自行車道...等，以便學生在假日或是放學後可以善加利用，社區裡有了戶

外休閒場所，就可以鼓勵學生走出戶外，多嘗試戶外的休閒活動，閒暇時就不會只有看電視這種單一休閒娛樂，對於學生的身心健康有很有助益的。

## 五、對未來相關研究之建議

### （一）在研究樣本上

本研究僅以雲林縣斗南鎮學生為研究對象，區分三種學校規模之後，在各規模中抽一間學校，再以高年級班級數比例隨機抽出施測班級做為抽樣對象，共計發出 328 份問卷，不足以代表整個雲林縣斗南鎮的學生，而且研究結果可能受樣本所在地的特性限制而影響。如果未來在人力、時間及經費能夠配合的情況下，研究區域、樣本取樣數都應該再擴大，使研究結論更具效度，能推論到更大範圍。

### （二）在研究變項上

本研究選取年級、性別、家庭結構、家庭社經地位做為學生的個人背景變項，但是影響國小高年級學生電視收視行為與偶像崇拜的因素很多，未來研究可以考慮加入學生學業成就、網路使用行為、父母管教方式、親子互動...等因素作為研究變項。

本研究僅以收視時間、收視類型、收視動機來探討電視收視行為，在變項的解釋變異量上可能會有所不足。另外，偶像崇拜是滿足心理需求的投射行為，本研究僅以偶像崇拜類型、偶像崇拜原因、偶像崇拜程度來探討偶像崇拜的行為，在變項的解釋變異量上可能會有所不足。因此，未來相關研究建議應納入其他相關變項加以探討，以求更瞭解國小高年級學生電視收視行為與偶像崇拜。

### （三）在研究方法上

本研究採用問卷調查法，從蒐集資料、編製工具、分析研究結果都採用量的分析，藉以探討國民小學高年級學生電視收視行為及偶像崇拜的現況、不同背景變項中電視收視行為與偶像崇拜之差異，以及探求變項彼此間的相關情形；雖然量化的資料可以快速輸入，但是許多外在變項未能完全加以控制，未來在研究上如果能加入質性方法，如：觀察、晤談等其他方法來彌補量化數據的不足，將可得到更深入完整之研究結果。

### （四）在資料分析上

本研究蒐集的資料僅以次數分配、描述統計、卡方考驗、 $t$  檢定、單因子變異數分析、皮爾森積差相關等方式進行考驗，未來可採用不同的資料分析方式，例如迴歸分析、典型相關分析，以做進一步更深入的分析。

# 參考文獻

## 一、中文部分

- 王小惠（1990）。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，未出版，台北縣。
- 王志弘、李根芳譯（2003）。Brooker, Peter 原著（2002）。文化理論詞彙。台北：巨流。
- 王振堆（1990）。電視節目對兒童的影響。國教輔導，29（4），28-37。
- 王嵩音譯（1993）。Lowery, S. A. & Defleur, M. L. 原著（1998）。傳播研究里程碑。台北：遠流。
- 伍至亮（2001）。國小高年級學生自我概念與電視收視行為、偶像崇拜之研究。國立屏東師範學院國民教育研究所碩士論文，未出版，屏東縣。
- 伍振鷺、林逢祺、黃坤錦與蘇永明（2000）。教育哲學。台北：五南。
- 朱全斌（2001）。從主體、認同看質化的閱聽人研究。資訊傳播與圖書館學，7（4），69-79。
- 朱龍祥（1996）。流行音樂歌曲歌迷偶像崇拜的行為與心態初探。高雄醫學院行為科學研究所碩士論文，未出版，高雄市。
- 行政院青年輔導委員會（2005）。青少年政策白皮書綱領。台北：青輔會。
- 吳明隆（2005）。SPSS 統計應用學習實務—問卷分析與應用統計。台北：知城。
- 吳知賢（1990）。電視暴力對國小兒童社會態度之影響。台南師院學報，23，99-132。
- 吳知賢（1993）。國小兒童解讀卡通影帶的習慣---以『龍貓』為例。台南師範學院初等教育學報，6，131-168。
- 吳知賢（1998）。兒童與電視。台北：桂冠圖書。
- 吳淑玲（1996a）。國中學生偶像崇拜與價值觀關係之研究（上）。教育資料文摘，37（3），166-190。
- 吳淑玲（1996b）。國中學生偶像崇拜與價值觀關係之研究（下）。教育資料文摘，37（4），157-175。
- 吳翠珍（1998）。兒童收看電視卡通行為研究：兼論媒體素養。理論與政策，47，145-164。

- 吳翠珍、楊幸真（1992）。美國電視暴力對兒童之影響。**美國月刊**，7（4），117-130。
- 吳瓊洳（1997）。國中學生崇拜偶像之研究。**輔導通訊**，51，49-51。
- 呂錘卿（1987）。我國兒童認同對象之研究。國立台灣師範大學教育研究所碩士論文，未出版，台北市。
- 李丁讚、陳兆勇（1998）。衛星電視與國族想像：以衛視中文台的日劇為觀察對象。**新聞學研究**，56，9-34。
- 李天助（2008）。王建民「超人氣」魅力 無法擋！。**麗台運動報**。檢索日期：2008年11月25日，取自：<http://tw.news.yahoo.com/article/url/d/a/071123/13/otxz.html>
- 李秀美（1995）。兒童故事基模發展與電視卡通暴力訊息解讀之關聯性研究。國立政治大學新聞研究所碩士論文，未出版，台北市。
- 李宜賢、李翰林、黃志祥、楊婷舒、高慧芬、毛萬儀與魏渭堂（2002）。**兒童發展--理論與實務**。台北：永大。
- 李岱恩（2008）。青少年媒體近用行為調查報告。**媒體識讀教育**，74，7-9。
- 李姿蓉（2006）。青少年偶像崇拜傾向與崇拜延伸消費之研究。南台科技大學企業管理研究所碩士論文，未出版，台南縣。
- 李美枝（1986）。國小學生的父母教養方式、攻擊性及看電視習性的比較研究。**國立政治大學學報**，53，139-156。
- 李長貴（1984）。**社會心理學**。台北：台灣中華書局。
- 車慶餘（1998）。電視新聞暴力內容對台北市國小學生影響效果之探討。**傳播文化**，6，135-166。
- 兒童福利聯盟（2006）。**2005年兒童傳播權調查報告**。台北：兒童福利聯盟。
- 周君蘭（2001）。電視收視與價值認同之關連性分析—以「飛龍在天」為例。南華大學傳播管理學研究所碩士論文，未出版，嘉義縣。
- 岳曉東（1999）。偶像與榜樣選擇的代溝差異---香港和長沙成年人的見解。**香港社會科學學報**，15，27-51。
- 岳曉東（2000）。香港和內地青少年四類偶像和榜樣人物之選擇和認同差異分析。**青年研究學報**，6，152-167。
- 岳曉東（2002）。青少年偶像崇拜。**拓思德育期刊**，37，3-5。
- 岳曉東（2007）。**追星與粉絲：青少年偶像崇拜探析**。台北：香港城市大學出版社。

- 岳曉東、張宙橋(2002)。青少年明星崇拜與傑出人物崇拜：香港與內地1998-2001年的研究與思考。**青年研究學報**，10，133-145。
- 林生傳(1996)。**教育社會學**。高雄：復文圖書。
- 林兆衛(2002)。**台北都會區青少年偶像崇拜文化之研究**。國立台北師範大學教育研究所碩士論文，未出版，台北市。
- 林妤芳(2005)。**國小中年級兒童對卡通內容及暴力行為的解讀方式之研究**。屏東師範學院教育行政研究所碩士論文，未出版，屏東縣。
- 林秀芬(2000)。**國小兒童對電視廣告中意識型態的解讀—以性別刻板印象為例**。國立新竹師範學院國民教育研究所碩士論文，未出版，新竹市。
- 林清江(1981)。**教育社會學概論**。台北：五南圖書。
- 林朝鳳(1986)。皮亞傑的認知發展理論及其在幼兒教育上的意義。**師大學報**，31，75-105。
- 林進材(2000)。**成長路上親子行**。台北：商鼎文化。
- 林瑞端(2001)。**媒介、消費與認同：台灣青少年收看日本偶像劇之效果研究**。世新大學傳播研究所碩士論文，未出版，台北市。
- 林英貴(1987)。**台北地區國中生電視明星認同研究**。輔仁大學大眾傳播研究所碩士論文，未出版，台北縣。
- 姜韻梅(2003)。**國小高年級學生偶像崇拜與自我概念之研究**。國立台中師範學院國民教育研究所碩士論文，未出版，台中市。
- 孫保瑞、黃士怡(2005)。**國小學生電視收視行為調查研究**。**幼兒運動遊戲年刊**，1，77-86。
- 徐佳士、楊孝榮、潘家慶(1975)。**台灣地區民眾傳播行為研究**。台北：國立政大新研所。
- 翁秀琪(1992)。**大眾傳播理論與實證**。台北：三民書局。
- 馬瑜婷(2007)。**國小教師電視素養知能之研究**。國立台東大學教育研究所碩士論文，未出版，台東縣。
- 高士雄、姚曉瑛、徐素華(1997)。**國小高年級學童偶像崇拜類型之研究—以台東縣為例**。**社會科教育學刊**，7，136-157。
- 高強華(1993)。**青少年次級文化的瞭解與應用**。**台灣教育**，511，11-15。
- 康敏平(1996)。**台灣地區民眾電視收視行為研究**。**世界新聞傳播學院學報**，7(2)，

167-175。

- 張文強（1997）。閱聽人與新聞閱讀...閱聽人概念的轉變。**新聞學研究**，**55**，291-310。
- 張芳杰主編（1985）。**牛津高級英英、英漢雙解辭典**。台北：東華書局。
- 張春興（1987）。**心理學**。台北：東華書局。
- 張春興（1988）。知之歷程與教之歷程：認知心理學的發展及其在教育上的應用。**國立台灣師範大學教育心理學報**，**21**，17-38。
- 張春興（1989）。**張氏心理學辭典**。台北：東華書局。
- 張春興（1996）。**教育心理學：三化取向的理論與實踐**。台北：東華書局。
- 張酒雄、陳枝烈、簡慶哲、張淑美（1993）。國中學生偶像崇拜與自我概念、學業成就關係之研究。**高師大教育研究所教育學刊**，**10**，261-322。
- 張智雅（2000）。偶像崇拜與青少年認同--以台灣流行音樂歌迷為例。慈濟醫學院社會工作研究所碩士論文，未出版，花蓮縣。
- 張錦華（1999）。**媒介文化、意識型態與女性---理論與實例**。台北：正中。
- 梁欣怡（2000年11月20日）。兒盟發起監看，要揪電視爛節目。**民生報**，A1版。
- 許毓容（2001）。2000年台灣地區3~18歲閱聽眾廣電媒體使用大調查。**廣電人**，**82**，24-29。
- 郭為藩（1981）。電視影響兒童社會學習之研究。**師大教育所集刊**，**23**，25-98。
- 郭致君（2001）。台北地區國中生偶像崇拜行為及其相關因素之探討。國立政治大學教育研究所碩士論文，未出版，台北市。
- 郭麗玲（1991）。電視、兒童面面觀。**社教雙月刊**，**43**，63-65。
- 陳以瑚（1982）。臺北市民收看電視節目動機之研究。國立政治大學新聞研究所碩士論文，未出版，台北市。
- 陳巧燕（2002）。國小兒童廣告解讀形態與家庭文化之研究—以全球化廣告為例。國立屏東師範學院國民教育研究所碩士論文，未出版，屏東縣。
- 陳君儀（2003）。公共電視收視行為調查。南華大學非營利事業管理研究所碩士論文，未出版，嘉義縣。
- 陳叔光（1988）。電視節目收視行為之研究。國立台灣大學商學研究所碩士論文，未出版，台北市。
- 陳美芬（1996）。學童認同對象與自我觀念之關係研究。國立台東師範學院國民教育研

- 究所碩士論文，未出版，台東縣。
- 陳祥裕、許歆宜（1998）。國小高年級學童偶像崇拜情形與學業成績關係之研究。**傳習**，**16**，29-50。
- 陳燕珠（2004）。青少年自我概念、行爲困擾與偶像崇拜關係之研究—以台灣地區高職生爲例。國立暨南國際大學國際企業學系研究所碩士論文，未出版，南投縣。
- 陳靜音（2003）。國小兒童對卡通節目暴力行爲之解讀與社會真實性認知之研究。國立屏東師範學院國民教育研究所碩士論文，未出版，屏東縣。
- 陳麗鳳（2006）。北台人電視節目類型與收視型態之研究。**北台學報**，**29**，194-215。
- 曾文志、劉玲君（1995）。青少年對偶像、流行歌曲、流行用語之看法與態度調查報告。**學生輔導**，**41**，144-148。
- 游進忠（1995）。台北市民眾收看有線電視新聞之動機與滿足研究。政治大學新聞學研究所碩士論文，未出版，台北市。
- 雅虎奇摩影劇中心（2008）。小貝夫妻賣香水 粉絲上演人肉大戰。檢索日期：2008年10月23日，取自：<http://tw.news.yahoo.com/article/url/d/a/080928/17/16pex.html>
- 黃明明（1994）。電視新聞暴力內容對兒童之涵化效果初探。**新聞學研究**，**48**，63-98。
- 黃葳威、林紀慧（2001）。台灣幼教頻道收視行爲及幼教產品未來發展趨勢分析。台北：台灣有線視訊寬頻網路發展協進會。
- 黃顛穎（2002）。流行音樂歌手形象、偶像崇拜與消費行爲關係研究。國立中山大學傳播管理研究所碩士論文，未出版，高雄市。
- 楊幸真（1993）。由基模理論看兒童對電視訊息接收之理解與釋義。淡江大學教育資料科學研究所碩士論文，未出版，台北縣。
- 楊玫寧（2008）。歐巴馬人氣旺哥倫比亞樂透彩券也沾光。**法新社**。檢索日期：2008年10月23日，取自：<http://tw.news.yahoo.com/article/url/d/a/081023/19/185zq.html>
- 劉幼俐（1997）。客家族群對廣電媒體使用與滿足調查與評估研究。國立政治大學新聞研究所，未出版，台北市。
- 劉貞秀（1994）。有線電視新聞類型節目的使用與滿足研究。輔仁大學大眾傳播研究所碩士論文，未出版，台北縣。
- 劉潔茹（2009）。親子電視收視行爲調查報告。**媒體識讀教育**，**75**，10-12。
- 劉曉倫（2001）。國中學生崇拜影視明星行爲之相關因素研究。國立成功大學教育研究

- 所碩士論文，未出版，台南市。
- 廣電人市場研究（2004）。**2003年台灣地區電視觀眾研究**。台北：廣電人市場研究基金會。
- 廣電基金會（1999）。**全國電視收視行為調查**。台北：廣電基金會。
- 廣電基金會（2000）。2000年台灣地區電視收視行為大調查（上）。**廣電人**，8，6-9。
- 廣電基金會（2001）。**台灣地區3~18歲閱聽眾廣電媒體使用行為大調查**。台北：廣電基金會。
- 廣電基金會（2002）。**2001年台灣地區電視收視行為大調查**。台北：廣電基金會。
- 蔡州宙（1999）。**台北市國小高年級學生漫畫人物認同之研究**。台北市立師範學院國民教育研究所碩士論文，未出版，台北市。
- 蔡佳倩（2008）。**國小學童對電視卡通中性別意識型態解讀之研究—以台北市某國小中年級學童為例**。台北市立教育大學課程與教學研究所，未出版，台北市。
- 蔡榮貴（1978）。**電視對我國兒童教育之影響**。國立台灣師範大學教育研究所碩士論文，未出版，台北市。
- 蔡榮貴（1979）。**電視對我國兒童教育之影響**。**國立台灣師範大學教育研究所集刊**，21，281-399。
- 鄭慶宗（1989）。青春偶像青少年次級文化。**教與愛**，26，24-26。
- 鄭翰林編譯（2001）。**大眾傳播理論 Q&A**。台北：風雲論壇。
- 蕭淑穗（2007）。**國小高年級學童控制信念、自我概念、偶像崇拜行為與幸福感之相關研究**。國立臺南大學教育學系輔導教學碩士班碩士論文，未出版，台南市。
- 謝瀛春（1995）。一九九三年台灣民眾傳播行為概述。**傳播研究簡訊**，3，7。
- 瞿海源（1989）。**社會心理學新論**。台北：巨流圖書。
- 簡慶哲（1990）。**國中學生認同對象之研究**。國立高雄師範大學教育研究所碩士論文，未出版，高雄市。
- 魏延華（2000）。**高中女學生閱讀少女愛情漫畫與愛情態度之關聯**。世新大學傳播研究所碩士論文，未出版，台北市。
- 曠湘霞（1986）。**電視與觀眾**。台北：三民書局。
- 羅世宏譯（2000）。Werner J. Severin, James W. Tankard Jr.原著。**傳播理論：起源、方法與應用**。台北：五南。

麗台運動報(2008)。中華職棒季後賽恰恰發威神字了得。麗台運動報。檢索日期：2008年10月18日，取自：<http://tw.news.yahoo.com/article/url/d/a/081017/13/17u5h.html>

蘇蘅(1999)。台北市兒童收看日本卡通與消費相關產品的關聯分析。台北：文化總會電視研究委員會。



## 二、西文部分

- Bandura, A. (1969). *Principles of behavior modification*. New York: Holt, Rinehart & Winston Inc.
- Bandura, A. (1977). *Social learning theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Berkowitz, Leonard. (1986). *A survey of social psychology* (3<sup>rd</sup> ed.). New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Bronfenbrenner, U. (1960). Freudian theories of identification and their derivatives. *Child Development*, 31, 15-40.
- Cheng, S. (1997). Psychological determinants of idolatry in adolescents. *Adolescence*, 32(127), 687-692.
- Corey, G. (1996). *Theory and Practice of Counseling and Psychotherapy* (5<sup>th</sup> ed.). An International Thomson Publishing Company.
- Frith, S. (1996). Music and identity. In S. Hall & P. du Gay (Eds.), *Questions of cultural identity*, 108-127. London: Sage Publications.
- Gerbner, G. (1980). Aging with Television: Images on Television Dramas and Conceptions of Social Reality. *Journal of Communication*, 30 (1), 37-47.
- Hall, S. (1996). Introduction: Who needs identity. In S. Hall & P. du Gay (Eds.), *Questions of cultural identity*, 1-17. London: Sage Publications.
- Ishii, K., Sum, H., & Watanabe, S. (1999). Japanese and U.S. Programs in Taiwan: New Patterns in Taiwanese Television. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 43(3), 416-431.
- Kagan, J. (1958). The concept of identification. *Psychological Review*, 65 (5), 296-305.
- McCutcheon, L. E., Lange, R., & Houran, J. (2002). Conceptualization and measurement of celebrity worship. *British Journal of Psychology*, Feb 2002, 93, *ProQuest Psychology Journals*, 67-84.
- Raviv, A., Bar-Tal, D., Raviv, A., & Ben-Horin, A. (1996). Adolescent idolization of pop singers: Cause, expressions, and reliance. *Journal of Youth and Adolescent*, 35(5), 631-350.
- Woodward, K. (Ed.). (1997). *Identity and difference*. London: Sage Publications.

# (附錄一) 國小高年級學生電視收視行為與偶像崇拜問卷

親愛的同學：您好！

這份問卷不是考試卷，採不記名的方式作答，每個題目的選項都沒有對、錯之分；您所填寫的資料僅作學術研究之用，會完全保密，也不會作為任何成績用途，請放心作答！

請您仔細的閱讀每一道題目，根據您心中最真實的情形和想法依序作答。這份問卷需要您的配合才能完成，感謝您寶貴的意見與協助！敬祝

學業進步

國立臺東大學教育研究所課程與教學碩士班

指導教授：黃琇屏 博士

研究生：黃淑萍 敬上

中華民國九十八年五月

## 第一部份：個人基本資料

【填答說明】：請依據你個人的真實情形在\_\_\_\_\_中填寫答案或在□內打勾「√」。

1. 就讀年級：

- (1) 五年級       (2) 六年級

2. 性別：

- (1) 男生       (2) 女生

3. 家庭結構：（請問你平時的生活概況是與誰居住在一起？）

- (1) 與父母親以及祖父母同住（三代同堂）  
 (2) 與父母親同住  
 (3) 僅與父親或母親其中一位同住  
 (4) 未與父母親同住，但與祖父母或是外祖父母同住  
 (5) 未與父母親、祖父母、外祖父母同住，但是與其他親戚同住  
 (6) 其他情形（請說明）：\_\_\_\_\_

4. 父親教育程度：

- (1) 未受正式教育或國小     (2) 國中     (3) 高中職     (4) 大學、專科     (5) 研究所以上

5. 母親教育程度：

- (1) 未受正式教育或國小     (2) 國中     (3) 高中職     (4) 大學、專科     (5) 研究所以上

【填答說明】：（請參照下方的職業對照表選項填入號碼，如果父母有多項職業，請回答最主要的職業。例如：父親的工作是「農夫」，請填 6。如果不清楚怎麼選填，可以請教老師。）

6. 父親職業：\_\_\_\_\_

7. 母親職業：\_\_\_\_\_

1.已經退休	2.暫時失業	3.沒有職業	4. 畜牧業（養豬、雞…等）
5.工廠工人	6.農人	7.家庭主婦	8.一般公司工友
9.漁夫、船員	10.粗工零工	11.祕書	12.木工…等有技術的工人
13.水電工	14.護士	15.打字員	16.守衛管理員
17.司機	18.送貨員	19.美容美髮	20.電腦操作員
21.廚師	22.裁縫師	23.擺攤攤販	24.寺廟服務人員
25.保姆	26.業務推銷員	27.銀行職員	28.一般公司職員
29.批發商	30.郵差	31.船長	32.店員、服務生
33.做小生意	34.自己當老闆	35.音樂家	36.公家機關雇員工友
37.美術家	38.護士長	39.新聞記者	40.作家
41.代書	42.警察	43.公務人員	44.職業軍人
45.律師	46.會計師	47.工程師	48.中小學教育人員
49.醫師	50.教授學者	51.企業家	52.民意代表（立委、議員）
53.科學家	54.公司主管	55.政府官員	56.其他：_____（請寫）

## 第二部份：電視收視行為

【填答說明】：此部份目的在瞭解國小高年級學生的電視收視行為。內容包括「收視時間」、「收視類型」、「收視動機」等三個層面；請你在最適合的選項作答。

### （一）收視時間

1. 在平日（週一到週五）時，你每天收看電視的時間大約為：

- (1) 一小時以內（包含沒看電視）
- (2) 一～二小時
- (3) 二～三小時
- (4) 三～四以上
- (5) 四小時以上

2. 在假日（星期六、日，寒暑假或是其他例假日）時，你每天收看电视的時間大約為：

- (1) 一小時以內（包含沒看电视）
- (2) 一～二小時
- (3) 二～三小時
- (4) 三～四以上
- (5) 四小時以上

**(二) 收视類型**

針對以下各種不同類型的電視節目，關於你喜歡與否的程度，請圈選出最符合自己真實想法的選項，全部都是「單選題」。

若您圈「1」，表示您…完全不同意。	完	少	部	大	完
若您圈「2」，表示您…少部分同意。	全	部	分	部	全
若您圈「3」，表示您…部分同意。	不	分		分	
若您圈「4」，表示您…大部分同意。	同	同	同	同	同
若您圈「5」，表示您…完全同意。	意	意	意	意	意
請圈選一個適合的數字。					
1. 我喜歡收看「連續劇」。	1	2	3	4	5
2. 我喜歡收看「偶像劇」。	1	2	3	4	5
3. 我喜歡收看「新聞節目」。	1	2	3	4	5
4. 我喜歡收看「娛樂性談話節目」。	1	2	3	4	5
5. 我喜歡收看「體育節目」。	1	2	3	4	5
6. 我喜歡收看「綜藝節目」。	1	2	3	4	5
7. 我喜歡收看「電影」。	1	2	3	4	5
8. 我喜歡收看「歌唱節目」。	1	2	3	4	5
9. 我喜歡收看「知識性節目」。	1	2	3	4	5
10. 我喜歡收看「卡通節目」。	1	2	3	4	5
11. 我喜歡收看「兒童節目」。	1	2	3	4	5
12. 我喜歡收看「生活休閒資訊的節目」。	1	2	3	4	5
13. 我喜歡收看「暴力血腥型態節目」。	1	2	3	4	5
14. 我喜歡收看「靈異型態節目」。	1	2	3	4	5
15. 我喜歡收看「色情節目」。	1	2	3	4	5
16. 我喜歡收看「介紹美食的節目」。	1	2	3	4	5
17. 我喜歡收看「烹飪節目」。	1	2	3	4	5
18. 我喜歡收看「購物頻道」。	1	2	3	4	5
19. 我喜歡收看「跟健康有關的節目」。	1	2	3	4	5

### (三) 收視動機

針對以下各種不同的收視動機，關於你會選擇收看電視節目的動機或原因為何，請圈選出最符合自己真實想法的選項，全部都是單選題。

	完 全 不 同 意	少 部 分 同 意	部 分 同 意	大 部 分 同 意	完 全 同 意
若您圈「1」，表示您…完全不同意。					
若您圈「2」，表示您…少部分同意。					
若您圈「3」，表示您…部分同意。					
若您圈「4」，表示您…大部分同意。					
若您圈「5」，表示您…完全同意。 請圈選一個適合的數字。					
1. 我收看節目是爲了「要陪伴家人一起觀看」。	1	2	3	4	5
2. 我收看節目是因爲「可以增加和同學討論的話題」。	1	2	3	4	5
3. 我收看節目是因爲「可以學習到新的知識」。	1	2	3	4	5
4. 我收看節目是爲了「讓生活增加一些娛樂」。	1	2	3	4	5
5. 我收看節目是因爲「喜歡該節目的劇情」。	1	2	3	4	5
6. 我收看節目是因爲「喜歡該節目裡面的影視明星」。	1	2	3	4	5
7. 我收看節目是爲了要「打發時間」。	1	2	3	4	5
8. 我收看節目是因爲看該節目已經成爲一種收視習慣。	1	2	3	4	5

### 第三部份：偶像崇拜

【填答說明】：此部份目的在瞭解國小高年級學生的偶像崇拜概況。內容包括「偶像崇拜類型」、「偶像崇拜原因」、「偶像崇拜程度」等三個層面；請您在最適合的選項作答。

#### (一) 偶像崇拜類型

你心裡對於想崇拜或是想學習、模仿的對象有誰呢？，請圈選出最符合自己真實想法的選項，全部都是單選題。

	完 全 不 同 意	少 部 分 同 意	部 分 同 意	大 部 分 同 意	完 全 同 意
若您圈「1」，表示您…完全不同意。					
若您圈「2」，表示您…少部分同意。					
若您圈「3」，表示您…部分同意。					
若您圈「4」，表示您…大部分同意。					
若您圈「5」，表示您…完全同意。 請圈選一個適合的數字。					
1. 我崇拜我的父親。	1	2	3	4	5
2. 我崇拜我的母親。	1	2	3	4	5
3. 我崇拜的對象有師長。	1	2	3	4	5
4. 我崇拜的對象有同學朋友。	1	2	3	4	5
5. 我崇拜的對象有影視明星。	1	2	3	4	5
6. 我崇拜的對象有體育名人。	1	2	3	4	5

若您圈「1」，表示您…完全不同意。	完	少	部	大	完
若您圈「2」，表示您…少部分同意。	全	部	分	部	全
若您圈「3」，表示您…部分同意。	不	分		分	
若您圈「4」，表示您…大部分同意。	同	同	同	同	同
若您圈「5」，表示您…完全同意。	意	意	意	意	意
7. 我崇拜的對象有政治人物。	1	2	3	4	5
8. 我崇拜的對象有卡通人物。	1	2	3	4	5
9. 我崇拜的對象有書中的角色。	1	2	3	4	5
10. 我崇拜的對象有戲劇中的角色。	1	2	3	4	5
11. 我崇拜的對象有網路遊戲角色。	1	2	3	4	5
12. 我崇拜的對象有歷史人物。	1	2	3	4	5
13. 我崇拜的對象有傑出的企業家。	1	2	3	4	5
14. 我崇拜的對象有專業的人士。	1	2	3	4	5

## (二) 偶像崇拜原因

造成你選擇崇拜這些偶像的原因是什麼？請圈選出最符合自己真實想法的選項，全部都是單選題。

若您圈「1」，表示您…完全不同意。	完	少	部	大	完
若您圈「2」，表示您…少部分同意。	全	部	分	部	全
若您圈「3」，表示您…部分同意。	不	分		分	
若您圈「4」，表示您…大部分同意。	同	同	同	同	同
若您圈「5」，表示您…完全同意。	意	意	意	意	意
1. 我崇拜偶像是因為他（她）的外型很出色。	1	2	3	4	5
2. 我崇拜偶像是因為他（她）的穿著打扮吸引人。	1	2	3	4	5
3. 我崇拜偶像是因為他（她）的肢體動作吸引人。	1	2	3	4	5
4. 我崇拜偶像是因為他（她）的演技好。	1	2	3	4	5
5. 我崇拜偶像是因為他（她）能歌善舞。	1	2	3	4	5
6. 我崇拜偶像是因為他（她）的口才好，應對能力佳。	1	2	3	4	5
7. 我崇拜偶像是因為他（她）的個性幽默風趣。	1	2	3	4	5
8. 我崇拜偶像是因為他（她）很有運動細胞，體育表現出色。	1	2	3	4	5
9. 我崇拜偶像是因為他（她）的言行舉止有風度。	1	2	3	4	5
10. 我崇拜偶像是因為他（她）有智慧，頭腦聰明反應快。	1	2	3	4	5

若您圈「1」，表示您…完全不同意。	完	少	部	大	完
若您圈「2」，表示您…少部分同意。	全	部	分	部	全
若您圈「3」，表示您…部分同意。	不	分		分	
若您圈「4」，表示您…大部分同意。	同	同	同	同	同
若您圈「5」，表示您…完全同意。 請圈選一個適合的數字。	意	意	意	意	意
11. 我崇拜偶像是因為他（她）熱心公益，常常幫助需要幫助的人。	1	2	3	4	5
12. 我崇拜偶像是因為他（她）的人際關係良好。	1	2	3	4	5
13. 我崇拜偶像是因為他（她）的事業成功。	1	2	3	4	5
14. 我崇拜偶像是因為他（她）在社會上的名聲好。	1	2	3	4	5
15. 我崇拜偶像是因為他（她）很有個性，與眾不同。	1	2	3	4	5
16. 我會崇拜偶像是因為我的同學朋友也喜歡同一個偶像。	1	2	3	4	5
17. 我會崇拜偶像是因為我的親人也喜歡同一個偶像。	1	2	3	4	5
18. 我會崇拜偶像是因為他（她）的品性良好。	1	2	3	4	5

### （三）偶像崇拜程度

想一想你對於偶像崇拜的感覺或是相關行為，是否符合題目的內容？請圈選出最符合自己真實想法的選項，全部都是單選題。

若您圈「1」，表示您…完全不同意。	完	少	部	大	完
若您圈「2」，表示您…少部分同意。	全	部	分	部	全
若您圈「3」，表示您…部分同意。	不	分		分	
若您圈「4」，表示您…大部分同意。	同	同	同	同	同
若您圈「5」，表示您…完全同意。 請圈選一個適合的數字。	意	意	意	意	意
1. 同學朋友大都知道我崇拜的偶像是誰。	1	2	3	4	5
2. 我認為我的言行舉止有受到我的偶像影響。	1	2	3	4	5
3. 我會存錢花費在蒐集偶像的相關商品上。	1	2	3	4	5
4. 我會將我的偶像當成是我努力學習的榜樣。	1	2	3	4	5
5. 生活中有不愉快時，想起我的偶像就能讓我忘記這些不愉快的事。	1	2	3	4	5
6. 我會參加我的偶像舉辦的相關見面活動。	1	2	3	4	5
7. 我會主動告訴父母親我崇拜的偶像有哪些人。	1	2	3	4	5
8. 我不喜歡有人說我的偶像壞話。	1	2	3	4	5
9. 我曾經因為想參加偶像的相關見面活動，而和父母吵架。	1	2	3	4	5

若您圈「1」，表示您…完全不同意。	完	少	部	大	完
若您圈「2」，表示您…少部分同意。	全	部	分	部	全
若您圈「3」，表示您…部分同意。	不	分		分	
若您圈「4」，表示您…大部分同意。	同	同	同	同	同
若您圈「5」，表示您…完全同意。 請圈選一個適合的數字。	意	意	意	意	意
10. 我會常常攜帶我的偶像相關商品在身邊。	1	2	3	4	5
11. 當我收看我的偶像出現的節目時，我會感到很高興。	1	2	3	4	5
12. 我會想寫卡片給我的偶像。	1	2	3	4	5
13. 我的父母同意我去買偶像的相關商品。	1	2	3	4	5
14. 對於我的偶像有參與演出的戲劇，我會很期待劇情的發展。	1	2	3	4	5
15. 我覺得我喜歡和崇拜相同偶像的同學朋友相處在一起。	1	2	3	4	5
16. 我覺得接觸到我的偶像相關節目時會很快樂。	1	2	3	4	5
17. 我希望將來能跟我的偶像做一樣的工作，有一樣的表現。	1	2	3	4	5
18. 我認為我的偶像說的話比父母師長說的話更重要。	1	2	3	4	5
19. 我會主動和同學朋友交流偶像的相關商品。	1	2	3	4	5
20. 我經常不由自主地想起我的偶像。	1	2	3	4	5
21. 我會主動搜尋我的偶像相關的一切資訊，例如：聽音樂CD、 看報章雜誌、看電視節目、上網搜尋資料等。	1	2	3	4	5
22. 我會定時觀賞和我的偶像有相關的節目。	1	2	3	4	5
23. 當聽到別人說我的偶像壞話時，我會反駁。	1	2	3	4	5
24. 我會讓其他人知道我的偶像是我努力的目標。	1	2	3	4	5
25. 我喜歡和同學朋友討論和偶像相關的訊息。	1	2	3	4	5
26. 我會學習偶像的髮型和穿著打扮。	1	2	3	4	5
27. 我會學習偶像的說話方式和肢體動作。	1	2	3	4	5
28. 當我看到我的偶像有好表現時，會像我自己有好表現一樣的高興。	1	2	3	4	5
29. 我曾經因為我的偶像而影響到我的人際關係。	1	2	3	4	5
30. 我會因為我的偶像決定了我未來要努力的方向。	1	2	3	4	5

本問卷到此結束～請再檢查一遍是否遺漏！謝謝您！

