

臺灣少年媒體使用之現況分析

郭靜晃

湯允一

前言

少年進入十二歲之後，最常見的休閒活動是那些能反映自我意識的需求，為發展異性社會化關係和親密的溝通活動。而媒體的使用，例如看電視、閱讀、上網等，或者看電影、看MTV、上KTV，聚會和跳舞等活動提供他們相當機會獲得資訊，打發閒暇時間，或者提供與一些同伴相處的題材及活動機會，更令少年著迷及樂此不疲。少年之社會化除了家庭、學校、鄰里環境之三種主要環境影響之外，他們所出現商店、餐廳、公共運輸工具及聚集的場所，也是影響少年之第四類環境（The Fourth Environment），但是此類環境也常是被忽略的（Vliet, 1983）。雖然如此，第四類環境相關的訊息對少年是相當具吸引力的，所

以，媒體對於少年第四類環境的傳播與報導也深受少年的喜好，甚至也會廣為流行。

少年對媒體之使用更精確的說，像是一種休閒活動，不但可以提供少年之資訊與娛樂，也可以身兼社會化之多功能。藉由此種接觸，少年不但發展認知訊息，也可加深其社會化之功能。

本次報告之資料是根據一九九九年臺閩地區少年狀況之調查報告中所摘錄，樣本是以臺灣地區年滿十二歲未滿十八歲之青少年為母群體，運用隨機抽樣抽取自民國八十七年十二月三十一日前年齡滿十二歲至十八歲少年三五〇〇名（民國八十八年臺閩地區之少年身心狀況調查報告，內政部統計處，一九九九），為了配合少年媒體使用狀況之分析，問卷回收後，經統計得有效樣本計二一七六名，有效比率為六二・一七％。

本次調查之樣本分布以區域分北部地區（臺北縣市、桃園

N=2176

表一 少年基本資料統計表

項目	次數	百分比	項目	次數	百分比
區域分布			教育程度		
北部地區	1034	47.5	小學以下	39	1.8
中部地區	462	21.2	國中	1271	58.4
南部地區	554	25.5	高中	303	13.9
東部地區	101	4.6	高職	553	25.4
其他地區	25	1.1	大專以上	10	0.5
性別			現況		
男	1030	47.3	日間部	1788	82.2
女	1146	52.7	夜間部、第二部或補校	142	6.5
出生年			就業	92	4.2
70	409	18.8	正自修補習準備升學	60	2.8
71	364	16.7	正在找工作含準備就業	38	1.7
72	346	15.9	正接受職業訓練	15	0.7
73	446	20.5	健康不良	13	0.6
74	356	16.4	料理家務	10	0.5
75	255	11.7	其他	18	0.8

蘭縣、花蓮縣、臺東縣)一〇一名，佔四·六%；及其他地區(澎湖縣、金門縣)二十五名，佔一·一%。(參見表一)

受訪少年中，男生一〇三名，佔四七·三%；女生一一四名，佔五二·七%。抽樣年齡分布在十二至十七足歲之間，各年

縣、新竹縣市)一〇三四名，佔四七·五%；中部地區(苗栗縣、臺中縣市、南投縣、彰化縣、雲林縣)四六二名，佔二一·二%；南部地區(嘉義縣市、臺南市、屏東縣市、屏東縣)五五四名，佔二五·五%；東部地區(宜蘭縣、花蓮縣、臺東縣)一〇一名，佔四·六%；及其他地區(澎湖縣、金門縣)二十五名，佔一·一%。(參見表一)

年齡層本數約在十二—二〇%之間；受訪者半數以上(五八·四%)的教育程度為國中，就讀高職、高中者各佔二五·四%、一三·九%；目前正在日間部、夜間部、第二部或補校就讀的少年有一九三〇人，佔八八·七%，在就業之少年有九十二人(四·二%)，有二·八%正在自修、補習、準備升學，有一·七%正在找工作或準備就業考試。(參見表一)

本調查研究之少年表示他們和家人共處的時間也不少，最常與家人一齊做的事分別為看電視(佔八二·三%)，聊天或吃東西各佔(五二·〇%，四五·六%)，偶爾會一同出遊(佔一四·五%)，其餘為看電影、上MTV、一起去KTV、運動、閱讀或欣賞展覽之比例皆在一〇%以下。相對的，與知心朋友相處則以聊天(佔八〇·三%)，逛街(佔四七·九%)，通電話(佔四三·七%)，運動(佔三八·七%)，其次則為看電視、吃東西、看電影等，顯然的，少年與父母及朋友之互動系統在一起所做的是相當不同，但是，相同的是，少年與父母與同儕皆有一起共同使用媒體之經驗。(參見表二)

傳播媒體經驗：

受訪少年在使用報紙之傳播媒體的情形方面，一成的少年表示他們從不看報紙，也有三成的少年每天都看，而一週看一、二次的有三四·一%；每次看報紙的時間並不長，大多在十五分鐘以內或十六—三十分鐘，分別佔三七·五%、三八·四%；而閱

及娛樂（五五・六％），其次為打發時間（三二・二％）與增加同儕談話之題材（二九・〇％）。（參見表三）

在電視節目觀看情形方面，蠻高比例（六九・四％）的少年表示他們每天都收看電視，而從來不看電視的只有一・五％；平均看電視的時間是三十分至二小時，佔五三・六％，花二至四小

表二 少年與家人及同儕之互動經驗次數分布表 N=2176

項目	次數	%	項目	次數	%
◎和家人一起作什麼			◎知心同學和朋友做什麼		
聊天	1132	52.0	聊天	1748	80.3
看電視	1790	82.3	逛街	1043	47.9
看電影	187	8.6	通電話	951	43.7
看MTV、KTV	82	3.8	運動	842	38.7
運動	201	9.2	看電視	363	16.7
吃東西	992	45.6	吃東西	339	15.6
郊遊	315	14.5	看書	234	10.8
閱讀	76	3.5	看電影	154	7.1
跳舞	49	2.3	郊遊	90	4.1
欣賞展覽	88	4.0	跳舞	52	2.4
其他	83	3.8	欣賞藝文活動	48	2.2
			其他	103	4.7

◎表複選題，總加百分比不等於100

讀內容以影視娛樂版為主，佔七六・八％，其次為體育版（三四・七％）及社會版（三三・四％），再其次為漫畫（二〇・二％）、家庭生活版（一九・三％）、資訊科技版（二三・八％）、政治版（一一・七％）、及文學小說版（一・三％），其餘類別所佔百分比皆在一成以下。少年看報紙之目的主要在於獲取資訊（六七・二％）

表三 少年使用報紙媒體經驗之次數分布表

項目	次數	%	◎報紙內容 (N=1949)	次數	%
多久看一次報紙			政治	228	11.7
每週一、二次	742	34.1	社會	651	33.4
每週三、四次	353	16.2	大陸	36	1.8
每週五、六次	192	8.8	影視娛樂	1497	76.8
每天看	662	30.4	體育	676	34.7
從來不看	227	10.4	消費理財	83	4.3
花多少時間			衛生保健	156	8.0
從來不看	227	10.4	家庭生活	376	19.3
15分鐘以內	817	37.5	觀光旅遊	151	7.8
16-30分鐘	835	38.4	資訊科技	269	13.8
31-60分鐘	241	11.1	地方報導	122	6.3
61-75分鐘	27	1.2	廣告	109	5.6
76-90分鐘	9	0.4	藝術文化	178	9.1
90-120分鐘	5	0.2	文學小說	221	11.3
二小時以上	15	0.7	學術思想	37	1.9
◎傳媒目的為何（報紙）(N=1949)			宗教	18	0.9
獲取新資訊	1312	67.2	命理風水	49	2.5
娛樂目的	1085	55.6	漫畫	394	20.2
增加與同儕談話的題材	567	29.0	其它	40	2.1
打發時間	628	32.2			
老師指定	338	17.3			
別人在看時順便	265	13.6			
其它	72	3.7			

◎表複選題，總加百分比不等於100

時看電視的佔二五・四％；所收看的電視節目內容以劇集（連續劇、單元劇等）（四二・〇％）、卡通（四一・五％）和歌唱綜藝節目（四〇・二％）為主，其次為體育節目（三三・三％）、MTV頻道（三一・六％）、和時事評論與新聞氣象（二四・七％），其他類型節目皆在一成以下。受訪少年看電視之主要目的為娛樂（七七・八％），其他為獲取新資訊（五六・一％），打發時間（四六・九％），和增加與同儕談話之題材（四一・一％）。（參見表四）

在國際網路使用方面，半數以上的受訪少年表示他們從不上網，佔五七·二%，每週上網一、二次的有二八·七%；每次平均上網的時間在二小時之內（三十分—一小時佔一八·七%，一—二小時佔一〇·八%），而使用的網站類型以搜尋引擎為主，佔

表四 少年使用電視媒體經驗之次數分布表

項目	次數	%	◎電視節目內容 (N=2143)	次數	%
多久看一次電視			時事評論與新聞氣象	528	24.7
每週一、二次	224	10.3	消費理財	42	2.0
每週三、四次	239	11.0	衛生保健	37	1.7
每週五、六次	169	7.8	社教	38	1.8
每天看	1511	69.4	劇集	899	42.0
從來不看	33	1.5	體育	713	33.3
花多少時間			歌唱綜藝	861	40.2
從來不看	33	1.5	競賽	191	8.9
少於30分鐘	134	6.2	古典音樂舞蹈	55	2.6
30分-2小時	1167	53.6	民俗藝術	22	1.0
2-4小時	553	25.4	其他藝術性節目	33	1.5
4小時以上	289	13.3	談話性/CALL IN	63	2.9
項目	次數	百分比	卡通	889	41.5
◎傳媒目的為何(電視) (N=2143)			命理風水	20	0.9
獲取新資訊	1196	56.1	購物頻道	69	3.2
娛樂目的	1659	77.8	MTV 頻道	677	31.6
增加與同儕談話的題材	876	41.1	其它	86	4.0
打發時間	1000	46.9			
老師指定	137	6.4			
別人在看時順便	385	18.1			
其它	79	3.7			

◎表複選題，總加百分比不等於100

七六·二%，其次為電玩網站（三三·〇%）和媒體網站（二九·九%），再其次為電腦資訊介紹網站（二七·五%）和圖書資料查詢網站（二一·一%），而不適合未成年者觀看的成人網站，

有七·八%的受訪少年會進入。少年上網的主要目的為獲取新資訊（五八·〇%）、娛樂（四八·三%）、再者為增加與同儕談話的題材（二八·八%）和打發時間（二八·五%）。（參見表五）

表五 少年使用網際網路媒體經驗之次數分配表

項目	次數	%	◎網站類型 (N=933)	次數	%
多久上一次網			搜尋引擎	709	76.2
每週一、二次	625	28.7	媒體網站	278	29.9
每週三、四次	177	8.1	成人網站	73	7.8
每週五、六次	66	3.0	電玩網站	298	32.0
每天上網	65	3.0	政府機關網站	37	4.0
從不上網	1243	57.2	圖書資料查詢網站	103	11.1
花多少時間上網			電腦資訊介紹網站	163	17.5
從不上網	1243	57.2	其它	72	7.7
少於30分鐘	206	9.5			
30分-1小時	407	18.7			
1-2小時	235	10.8			
2-4小時	61	2.8			
四小時以上	24	1.1			
◎傳媒目的為何(網路) (N=933)					
獲取新資訊	621	58.0			
娛樂目的	517	48.3			
增加與同儕談話的題材	308	28.8			
打發時間	305	28.5			
老師指定	129	12.1			
別人在聽時順便	82	7.7			
其它	126	11.8			

◎表複選題，總加百分比不等於100

對於廣播節目，有二四·四%的受訪少年表示他們從不聽廣播，每天聽的有二一·二%，而每週聽一、二次的有三三·五%；平均每次聽廣播的時間約一—三個小時，佔三三·三%，而

結語

少於一小時的也有三一·一%；所收聽的廣播節目內容以綜藝歌唱節目為主，佔七〇·四%，其次為談話性/Call In節目（二九·六%）與輕音樂（二九·〇%），再其次為空中教學節目（一七·四%）、體育節目（一五·六%）、古典音樂節目（一二·五%）、及時事評論與新聞氣象（一二·〇%），其餘類型節目所佔比例皆在一成以下。少年使用廣播媒體之主要目的為娛樂（五五·八%），獲取新資訊（四一·七%），和打發時間（三九·五%），其次為增加與同儕講話之題材（二四·四%）。（參見表六）

綜合上述調查研究，吾人發現，少年對媒體使用之比例頻繁；而且接觸之資訊內容也較屬於逸樂取向及流行層面的訊息。也可以說，媒體佔據少年大部分之休閒時間，其目的仍以娛樂、獲取新資訊為大多數，其次則為打發時間及增加與同儕相處談話之題材。此外，少年也表示他們大多數接觸之內容還是以體育及歌唱綜藝，其次則為社會及卡通資訊為主。

媒體（例如報紙、電視、廣播及最近的電腦網際網路）被視為少年社會化的代理機構之一，其對少年是相當有吸引力的。它不但可以同時讓所有人獲得最快速的訊息，這也是它本身主要地所被設計的原因——傳遞各種資訊。少年與同儕互動的主要目的乃在發展共同的興趣來成就其歸屬感（Sense of Belonging）以及藉由與同儕對自己的回應來加深更了解自己的自我概念（Csikzentmihalyi & Larson, 1984; Gottman & Mattetal, 1986; Husman, 1992; Zarabany, Hartmann, & Rankin, 1990）。雖然，媒體的正面功能乃在給予少年社會化重要的資訊，可以幫助少年習得社會傳遞的訊息，也可幫助少年增加同儕互動的題材。但是，不可諱言的，媒體亦可能對少年帶來負面的影響。Beal (1994) 提出影片、錄影帶、音樂也會傳送不良之訊息給少年。所以說來，媒體如同水一般，其能載舟也能覆舟。最重要的是媒體內容

表六 少年使用廣播媒體經驗之次數分佈表

項目	次數	%	◎廣播節目內容 (N=1646)		
多久聽一次廣播			時事評論與新聞氣象	197	12.0
每週一、二次	708	32.5	空中教學	286	17.4
每週三、四次	318	14.6	衛生保健	65	3.9
每週五、六次	159	7.3	法令服務	22	1.3
每天聽	461	21.2	交通服務	107	6.5
從來不聽	530	24.4	綜藝歌唱節目	1159	70.4
花幾小時聽廣播			輕音樂	477	29.0
從來不聽	530	24.4	古典音樂	205	12.5
少於1小時	676	31.1	體育	257	15.6
1-3 小時	724	33.3	廣播劇	57	3.5
3-5 小時	154	7.1	民俗藝術	21	1.3
5-7 小時	45	2.1	其他藝術性節目	17	1.0
7 小時以上	47	2.2	談話性/CALL IN	487	29.6
◎傳媒目的為何（廣播） (N=1646)			其它	42	2.6
獲取新資訊	701	41.7			
娛樂目的	937	55.8			
增加與同儕談話的題材	410	24.4			
打發時間	663	39.5			
老師指定	126	7.5			
別人在使用時順便	310	18.5			
其它	92	5.5			

◎表複選題，總加百分比不等於100

之管制。

或言，媒體最大的限制是不能帶給少年深層及長久的宣傳效果 (Zastrow & Krist-Ashman, 1987)。然而，媒體仍應扮演其社會教育的功能來傳遞正面及較具深層教育的內涵。因此，筆者建議未來有關了解少年使用媒體之議題可朝下列方向進行：

一、如何改進媒體的內容，並且要發展適合少年此年齡階段之優質媒體內容（媒體之分級制）。

二、針對不同媒體之使用方法與目的，教育老師、父母等成人協助輔導少年對媒體使用。

三、傳播業者規範及提供少年健康及正面之訊息內容，或由政府立法規範，或促請媒體業者自律。

四、編研少年及兒童對媒體識讀能力之工具，以更了解少年與兒童對媒體之使用情形。

（本文作者：郭靜晃現任中國文化大學社會福利學系教授；湯允一現任中國文化大學大眾傳播學系教授）

參考文獻：

- Beal, C. R. (1994). *Boys and Girls: The Development of Gender Roles*. New York: McGraw-Hill.
- Csikszentmihalyi, M., & Larson, R. (1984). *Being An Adolescent*. New York: Basic Books.

Gottman, J. M., & Mettetal, G. (1986). Speculations about Science and

Acquaintanceship throughout Adolescence. In H. C. Triandis & J.

W. Berry (Eds.), *Handbook of Cross-cultural Psychology* (Vol. 2, pp. 25-55). Boston: Allyn and Bacon.

Huslman, W. (1992). Constraints to Activity Participation in Early Adolescence. *Journal of Early Adolescence*, 12, 280-299.

Vliet, W. V. (1983). Exploring the Fourth Environment. *An Examination of the Home Range of City and Suburban Teenagers*. *Environment and Behavior*, 15 (5), 567-588.

Zarabaty, J. L., Hartmann, O., & Rankin, D. (1990). The Psychological Functions of Preadolescent Peer Activity. *Child Development*, 61, 1067-1080.

Zastrow, C. & Krist-Ashman (1987). *Understanding Human Behavior and the Social Environment*. Chicago IL: Nelson-Hall Publishers. p. 505