



臺灣傳播調查資料庫的知識探索與利用

陶振超

2021/10/15



問卷發想過程

主題
架構規劃

問卷架構

二期四次
問卷研擬

二期五次
問卷研擬

2021 網調
問卷研擬

主題架構規劃： 我們需要五年重複一次的主題輪調與內容追蹤其變化？

調查主題	調查主題
主題素養與傳播	主題素養與傳播
網路使用行為	網路使用行為
媒體的娛樂與社交功能	媒體的娛樂與社交功能
政治傳播與公民傳播	政治傳播與公民傳播
風險與災害傳播	風險與災害傳播

- 優點：
 - (1) 有所遵循
 - (2) 記錄長期變化
- 缺點：
 - (1) 許多傳播事件無法預期其發生
例如：假新聞，trolling
 - (2) 許多新的媒體出現
追蹤 / 調查過去媒體使用意義並不高
 - (3) 主題時程與社會環境事件有差距

傳播資料庫：不變（媒體使用—變遷）與變（主題）

人口變數

媒介 / 內容

新傳播科技

主軸題組

幸福 / 寂寞
生活 / 人際滿意

價值系統

媒體評價 / 倚
賴 / 可信度

傳播資料庫：不變（媒

人口變數

媒介 / 內容

新傳播科技

價值系統

媒體評價 / 倚
賴 / 可信度

調查 題組類型	一般民眾		青少年		
	西元單年	西元雙年	高中	國中	國小
基本題組—受訪者差異	50	50	34	33	27
基本題組—媒體使用行為	38	38	37	37	34
基本題組—人際及通訊	12	12	10	10	10
基本題組—媒體特色題組	10	10	2	Na	Na
單年：網路 雙年：手機	8	8	11	11	11
單年：LINE, YT, 戲劇 雙年：FB, IG, 電玩	29	23	47	47	47
單年：裝置多工 雙年：社群多工	3	2	2	2	Na
基本與單雙年題組總計	150	143	143	140	129
主軸題組空間 (上限：一般民眾200題/高中170/國中160/國小140)	50	57	27	20	11

傳播資料庫：不變（媒

人口變數

媒介 / 內容

新傳播科技

價值系統

媒
束

生活延伸
文化涵養與美感養成
社交智能
專業智能
消費智能
公民智能

調查 題組類型	一般民眾		青少年		
	西元單年	西元雙年	高中	國中	國小
基本題組—受訪者差異	50	50	34	33	27
基本題組—媒體使用行為	38	38	37	37	34
基本題組—人際及通訊	12	12	10	10	10
基本題組—媒體特色題組	10	10	2	Na	Na
單年：網路 雙年：手機	8	8	11	11	11
單年：LINE, YT, 戲劇 雙年：FB, IG, 電玩	29	23	47	47	47
單年：裝置多工 雙年：社群上	3	2	2	2	Na
總計	150	143	143	140	129
0題/高 40)	50	57	27	20	11

主題架構規劃

7位傳播領域學者

專家座談會

佐以科技部「社會學門熱門及
前瞻學術研究議題調查計畫」

資料蒐集

- 1.次級資料
- 2.國際期刊關鍵字

2010-2015每篇關鍵字

- Journal of Communication
- Human Communication Research
- Journal of Computer-mediated Communication
- Communication Research

頻次分析

主題架構規劃—以使用者為出發點



二期整體的主題架構（ 50題 / 200題 ）

	正	負
個人	<ul style="list-style-type: none"> • 戲劇娛樂 • 電玩娛樂 • 不經意資訊接收 	<ul style="list-style-type: none"> • 戲劇成癮 • 遊戲成癮 • 網路社交焦慮
社交 / 群體	<ul style="list-style-type: none"> • 媒介使用與社會氛圍感知 • 媒介使用與社會信任 • 通訊/社群媒體與社會連結和社會資本 • 通訊/社群媒體與社會學習 • 社群媒體與社會動員 • 社群媒體、社會網絡與線上線下行為 	<ul style="list-style-type: none"> • 通訊/社群媒體與社會監控 • 網路霸凌 • 盲從 • 社群媒體與社會衝突學習

二期一到三次主題架構

	正	負
二期一次 Panel Wave I (個人)	<ul style="list-style-type: none"> • 戲劇娛樂 • 電玩娛樂 • 不經意資訊接收 	<ul style="list-style-type: none"> • 戲劇成癮 • 遊戲成癮
二期二次 (社交 / 群體)	<ul style="list-style-type: none"> • 媒介使用與社會氛圍感知 • 媒介使用與社會信任 • 通訊/社群媒體與社會連結和社會資本 • 社群媒體、社會網絡與線上線下行為 	<ul style="list-style-type: none"> • 社群媒體與社會衝突學習 • 通訊/社群媒體與社會監控 • 網路霸凌
二期三次 Panel Wave II (個人)	<ul style="list-style-type: none"> • 戲劇娛樂 • 電玩娛樂 • 不經意資訊接收 	<ul style="list-style-type: none"> • 戲劇成癮 • 遊戲成癮 • 新增:假新聞

第二期四五次：新興媒體可以延伸什麼？

	使用媒體帶來...	正面影響	負面影響
年輕人加抽 18—35歲 1000人	生活延伸 (二期四次)	自我延伸/美感經驗 文化參與/知識共創 線上學習/消費決策	形象壓力/自我混亂 科技孤獨/自我分離 網路成癮/從眾壓力 溝通壓力/科技分心
熟齡加抽 55歲以上 1000人	人際延伸 (二期五次)	社會支持/社交網絡 社交拓展/健康管理 成功老化/延緩衰老	情境崩解/社會倦怠 科技落差/隱私管理 人際衝突/人情壓力

第二

因為三年一次的
青少年於此年調查
年輕人題組可以進行
比較

新興媒體可以延伸什麼？

	使用經驗帶來...	正面影響	負面影響
年輕人加抽 18—35歲 1000人	生活延伸 (二期四次)	自我延伸/美感經驗 文化參與/知識共創 線上學習/消費決策	形象壓力/自我混亂 科技孤獨/自我分離 網路成癮/從眾壓力 溝通壓力/科技分心
熟齡加抽 55歲以上 1000人	人際延伸 (二期五次)	社會支持/社交網絡 社交拓展/健康管理 成功老化/延緩衰老	情境崩解/社會倦怠 科技落差/隱私管理 人際衝突/人情壓力

第二期調查主題總覽

調查	年份	一般民眾	加抽族群	定群追蹤	青少年	網路會員調查	調查主題
二期I	2017	V		Wave 1	V		個人功效與影響I
二期II	2018	V					人際互動社會感知
二期III	2019	V		Wave 2			個人功效與影響II
二期IV	2020	V	年輕 (18-35歲)		V		新傳播科技與生活延伸
二期V	2021	V	熟齡 (55歲以上)	Wave 3		V	新傳播科技與人際延伸



問卷發想過程

主題
架構規劃

問卷架構

二期四次
問卷研擬

二期五次
問卷研擬

2021 網調
問卷研擬

問卷架構：深藍色為每年必問

人口變數

媒介 / 內容

正面影響

幸福 / 寂寞
生活 / 人際滿意

價值系統

新傳播科技

負面影響

媒體評價

新議題

問卷架構

人口變數

媒介 / 內容

正面影響

幸福 / 寂寞
生活 / 人際滿意

價值系統

新傳播科技

負面影響

媒體評價

新議題

人口變數

- 性別
- 年齡
- 出生地
- 居住地
- 父母籍貫
- 婚姻狀況
- 教育程度
- 工作狀態
- 行業
- 工作類型
- 有無管理他人
- 收入

問卷架構

人口變數

媒介 / 內容

正面影響

幸福 / 寂寞
生活 / 人際滿意

價值系統

新傳播科技

負面影響

媒體評價

新議題

價值系統

- 自我導向
- 權力
- 安全
- 享樂
- 善行
- 成就
- 刺激
- 遵守
- 普世
- 傳統

問卷架構

人口變數

媒介 / 內容

正面影響

幸福 / 寂寞
生活 / 人際滿意

價值系統

新傳播科技

負面影響

媒體評價

新議題

媒介 / 內容

- **電視**：收看時間及內容、電視新聞收看時間及頻道
- **廣播**：收聽時間及內容
- **雜誌**：閱讀時間及內容
- **報紙**：閱讀時間、來源及內容；網路新聞閱聽時間、來源及內容
- **網路**：裝置上網時間(工作學習vs娛樂休閒)、上網動機
- **人際及通訊**：社會資本網絡大小、每日接觸人數及認識程度
- **娛樂媒介**：戲劇收看時間、電玩遊戲時間

問卷架構

人口變數

媒介 / 內容

正面影響

幸福 / 寂寞
生活 / 人際滿意

價值系統

新傳播科技

負面影響

媒體評價

新議題

新傳播科技

社群媒體

- Facebook
- Instagram
- Twitter
- LinkedIn
- 微博
- 噗浪
- 抖音
- ...

通訊軟體

- LINE
- FB message
- Wechat
- WhatsApp
- Hangouts
- Skype
- Facetime
- Telegram
- ...

影音平台

- YouTube
- 愛奇藝
- Netflix
- KKTV
- LINE TV
- Li TV
- Twitch
- ...

延伸題的單雙年分配

	單年(西元年，如2021)	雙年(西元年，如2020)
新傳播科技	Line、YouTube (使用動機、功能等延伸題)	FB、IG (使用動機、功能等延伸題)
內容	戲劇 (觀看動機、類型、成癮等延伸題)	電玩 (遊戲動機、類型、成癮等延伸題)
上網	上網 (網路成癮等延伸題)	手機上網 (手機成癮等延伸題)
多工	媒介多工	平台多工

問卷架構

人口變數

媒介 / 內容

正面影響

價值系統

新傳播科技

負面影響

媒體評價

新議題

幸福 / 寂寞
生活 / 人際滿意

依照年度主題增添：
成功老化

幸福/寂寞/生活/人際滿意

- 幸福感
- 快樂
- 寂寞
- 憂鬱
- 焦慮
- 身心倦怠
- 自尊
- 生活滿意度
- 工作滿意度
- 社交生活滿意度
- 健康滿意度
- 家庭狀況滿意度
- 人際關係狀況滿意度
- 經濟狀況滿意度

問卷架構

人口變數

媒介 / 內容

正面影響

幸福 / 寂寞
生活 / 人際滿意

價值系統

新傳播科技

負面影響

媒體評價

新議題

媒體評價

消息來源

- 放鬆或消遣時
- 獲取最新消息
- 最信賴的媒體

來源可信度

- 電視新聞
- 報紙新聞
- 廣播新聞
- 雜誌新聞
- 網路新聞

媒體評價

- 電視新聞最需解決的問題
- 電視節目最需解決的問題

問卷架構

人口變數

媒介 / 內容

正面影響

幸福 / 寂寞
生活 / 人際滿意

價值系統

新傳播科技

負面影響

媒體評價

突發新議題

新議題

二期五次

- 假新聞（第二次）

二期五次
網調一

- Covid-19媒體在coping
扮演角色

問卷架構—青少年

人口變數

媒介 / 內容

正面影響

幸福 / 寂寞
生活 / 人際滿意

價值觀

新傳播科技

負面影響

媒介使用

新興議題

- +父母婚姻狀況
- +父母教育程度
- +家人同住
- +學業成績

人口變數

青少年

- +父母介入行為

媒介 / 內容

正面影響

- +睡眠習慣

幸福 / 寂寞
生活 / 人際滿意

~~價值系統~~

新傳播科技

負面影響

- 不分年全部詢問

~~媒介價值~~

~~新議題~~



問卷發想過程

主題
架構規劃

問卷架構

二期四次
問卷研擬

二期五次
問卷研擬

2021 網調
問卷研擬

二期四次問卷研擬步驟

調查整體
安排

主軸題組
說明

成立問卷小
組委員會

確定
主軸題組

調查整體安排

	一般民眾2000	加抽 400	青少年1600	網路會員調查
二期四次	新抽(18歲以上)	1. 年輕族群(18-35歲) 2. 與主樣本年輕族群 合計可達1000樣本	1. 國小四到六年級 (9-12歲) 2. 國中 (12-15歲) 3. 高中 (15-17歲)	會員累積量未達目標
二期五次	1. 追訪(可接觸1851案) 2. 新抽(1100案)	無加抽熟齡族群(55歲以上)，因為追訪和新抽樣本推估已可達1000樣本	無	2629

二期四次問卷研擬步驟

調查整體
安排

主軸題組
說明

成立問卷小
組委員會

確定
主軸題組

主軸題組說明 I

文化涵養 與美感養成

說明(可能探究的方向)：

- 閱聽眾可以在家透過YouTube、Instagram 等社群媒體即時觀看各式展覽、音樂會、歌劇。
- 透過各類型不同的媒體工具與管道，可不斷地獲得各式資訊與刺激，進而**提升與建立美感**，且透過時間累積，逐漸養成一套專屬於自己的「**審美價值觀 (aesthetic value)**」

生活智能

說明(可能探究的方向)：

- 過去研究顯示，當民眾透過**媒體取得知識**，容易改變其對於該知識的態度與想法 (Brossard & Nisbet, 2007)
- 透過Wikipedia、YouTube 等平台主動提供與建立內容 (Khan, 2017)，在**全民參與知識共創 (cocreation)**與相互監控品質的方式來重塑生活智能各項內容。

主軸題組說明 I

文化涵養 與美感養成

生活智能

過去研究曾顯示新媒體與網路科技媒介的應用（例如：手機、行動應用程式 app）確實能帶給人們更多的文化參與機會（Chen, 2015），在家透過 YouTube、Instagram 等社群媒體即時觀看各式展覽、音樂會、歌劇等也不再是遙不可及的夢想；運用數位、網絡、互動性技術，可將不同時空使用新型態傳播科技的人群串連，進行集體式互動，並從中分享資訊與心得（Ryan & Jones, 2009）。由於網路與科技進展，僅能從實體獲得美感經驗的建構業已成往事，透過各類型不同的媒體工具與管道，可不斷地獲得各式資訊與刺激，進而提升與建立美感，且透過時間累積，逐漸養成一套專屬於自己的「審美價值觀 aesthetic value」，於此，透過新傳播科技所帶來的「文化涵養與美感養成」，將成為個人生活延伸方式之一。

主軸題組說明2

專業智能

說明(可能探究的方向)：

- 更多開放式教學平台（如Coursera、Edx等）的開發，讓全球民眾皆能坐在家中習得無遠弗屆的**各領域專業知識**
- 各領域專家逐漸願意在YouTube上分享教學影片，為眾人指點迷津，**降低專業領域知識門檻**，讓跨領域學習變得輕鬆而容易

消費智能

說明(可能探究的方向)：

- 透過網路及新傳播科技的傳播，有**更多管道能夠分享並討論消費訊息與知識**，例如:YouTuber的分享，讓民眾認識與宣傳新品牌與產品、協助他人挑選出最佳消費選擇、了解各種產品在哪個通路購買最好、或是服務品質評比。

二期四次問卷研擬步驟

提出完整10頁以上企劃書
包含：理論背景、概念定義與文
獻回顧、量表來源等

調查整體
安排

主軸題組
說明

成立問卷小
組委員會

確定
主軸題組

二期四次問卷研擬步驟

調查整體
安排

主軸題組
說明

成立問卷小
組委員會

確定
主軸題組

確定主軸題組

一般民眾

- 文化涵養與美感養成
- 社交智能
- 專業智能
- 消費智能
- 新增：公民智能
- 新增：政治智能

青少年

- 文化涵養與美感養成
- 社交智能
- 專業智能
- 消費智能
- 新增：（心理）健康智能

主軸題組及概念

類型	主題	概念	一般民眾	青少年
主軸題組： 新傳播科技 與生活延伸	文化涵養 與美感養成	觸及與評論能力、自製與傳散能力、線上美學不經意瀏覽、美學投入行為等	√	
	社交智能	邊欄傳播、正面社會經驗、負面社會經驗、自我拓展、自我抑制等	√	√
	專業智能	專業智能學習類型、內在動機、外在動機、社群參與感、學習成就、自我效能		√
	消費智能	網路名人傳播接觸、影響力感知、社群賦權、消費資訊尋求、購物效率等	√	
		媒介多工動機、任務相關媒介多工行為、資訊可診斷性、消費選擇信心等		√
	公民智能	網路公民推理能力、假訊息危害決知、事實查證行為等	√	
	政治智能	YouTube談話節目收視、享樂感、感知意見領袖、防衛動機、選擇性迴避等	√	
	健康智能	網路健康資訊搜尋行為、網路健康素養		√
	依變項	溝通憂慮、正念、從眾、自我決定動機等	√	√

主軸題組：青少年調查安排

題組	子題	青少年學制		
		國小	國中	高中
主軸題組	社交智能			V
	專業智能		V	V
	消費智能			V
	健康智能		V	V



問卷發想過程

主題
架構規劃

問卷架構

二期四次
問卷研擬

二期五次
問卷研擬

2021 網調
問卷研擬

二期五次問卷研擬步驟

調查整體
安排

主軸題組
說明

成立問卷小
組委員會

確定
主軸題組

調查整體安排

	一般民眾2000	加抽 400	青少年1600	網路會員調查
二期四次	新抽(18歲以上)	1. 年輕族群(18-35歲) 2. 與主樣本年輕族群 合計可達1000樣本	1. 國小四到六年 級(9-12歲) 2. 國中 (12-15歲) 3. 高中 (15-17歲)	會員累積 量未達目 標
二期五次	1. 追訪(可接觸 1851案) 2. 新抽(1100案)	無加抽熟齡族群(55歲 以上)，因為追訪和新 抽樣本推估已可達 1000樣本	無	2629

二期五次問卷研擬步驟

適宜追蹤調查分析
適宜熟齡族群調查

調查整體
安排

主軸題組
說明

成立問卷小
組委員會

確定
主軸題組

主軸題組說明 I

媒介素養

說明(可能探究的方向)：

- 媒體科技自我效能
- 相對科技效能
- 媒體科技恐懼 / 焦慮
- 新媒體社會支援
- 數位落差

ICT近用

說明(可能探究的方向)：

- ICT有用感知
- ICT態度 / 接受程度
- ICT使用 (動機)
- ICT抗拒 (原因)
- ICT近用 (access)

主軸題組說明2

媒介中介 社交/家庭 關係

說明(可能探究的方向)：

- 新媒體中介社會支持
- 新媒體中介社會網絡
- 新媒體中介家庭溝通
- 社會網絡數位程度
- 情境崩解/延伸
- Mixed Media Relationship
- 新媒體與社會比較
- 新媒體與生活擴展

媒介與 健康維持

說明(可能探究的方向)：

- 健康資訊接收管道
- 不同管道健康資訊可用性
- 健康資訊接收動機
- 新科技對於健康維持的功效

二期五次問卷研擬步驟

調查整體
安排

主軸題組
說明

成立問卷小
組委員會

確定
主軸題組

二期五次問卷研擬步驟

調查整體
安排

主軸題組
說明

成立問卷小
組委員會

確定
主軸題組

確定主軸題組

一般民眾

- 媒介素養
- ICT近用
- 媒介中介社交/家庭關係
- 媒介與健康維持
- 新增：世代差異

主軸題組及概念

類型	主題	概念
主軸題組： 新傳播科技與人際延伸	媒介素養	新媒體社會支持、接收及給予社會支持、媒體自我效能
	媒介中介社交/家庭關係	新媒體傳播網絡組成、混合媒體關係、傳播網絡同質性
	媒介與健康維持	網路健康適能、健康資訊處理行為(瀏覽、搜尋、分享)
	世代差異	認知年記、生命意義來源、政治制度信任、育兒價值觀(威權)
	熟齡依變項	生命階段、溝通老化、成功老化、死亡焦慮、宗教信仰、日常活動、身體健康情況等
追蹤題組	戲劇	意義動機、享樂動機
	假新聞	網路公民推理能力



問卷發想過程

主題
架構規劃

問卷架構

二期四次
問卷研擬

二期五次
問卷研擬

2021 網調
問卷研擬

2021 網調問卷研擬步驟

確認兩波次
網調主題

公開徵求
計畫書審查

成立問卷
小組委員會

確定
調查架構

最後
調查內容

確認兩波次網調主題

第一波： 網路癮誘與脫序行為

- 1-1網路肉蒐與起底
- 1-2網路惡搞一嘲弄
- 1-3網路惡搞一攻擊
- 1-4網軍入侵
- 1-5正義魔人
- 1-6取消文化
- 1-7網路跟風效應
- 1-8網路反社會行為

第二波： 社交展演

- 2-1形象管理與展演策略
- 2-2影像美編
- 2-3社交環伺
- 2-4自我審視/監控
- 2-5網路自我意識/閱聽眾感知
- 2-6社會比較/妒忌
- 2-7受歡迎程度感知
- 2-8社會模仿/從眾

確認兩波次網調主題

第一波： 網路癮誘與脫序行為

- 1-1 網路肉蒐與起底
- 1-2 網路惡搞—嘲弄
- 1-3 網路惡搞—攻擊
- 1-4 網軍入侵
- 1-5 正義魔人
- 1-6 取消文化
- 1-7 網路跟風效應
- 1-8 網路反社會行為

第二波： 社交展演

網路普及的情境下，一對一或集體式惡搞攻擊行為從傳統媒介（如：面對面）移轉至網路媒介（如：社群媒體、即時通訊軟體或影音平台等）。此行為常見於加害者對特定或非特定的受害者透過網路進行騷擾、言語暴力、威脅恐嚇或羞辱行為，使得受害者心理受創、產生負面情緒和反應（如害怕、恐慌、焦慮等）。值得關注的是，一般民眾常見的惡搞攻擊行為有哪些形式？在網路與新型態媒體出現以後，一般民眾是否覺得惡搞攻擊行為變得比以前還嚴重？民眾經常接觸到哪些網路的攻擊行為？所扮演角色（受害者或旁觀者）？身為受害者或旁觀者，對於惡搞攻擊行為會產生哪些不同的反應？一般民眾認為應該如何預防或制止這種攻擊行為的發生？皆是後續需要多加了解和持續研究的相關議題。

2021 網調問卷研擬步驟

確認兩波次
網調主題

公開徵求及
計畫書審查

成立問卷
小組委員會

確定
調查架構

最後
調查內容

公開徵求及計畫書審查

公開徵求

- 於網站、粉專公告公開徵求說明
- 公開徵求時間:2021.03.22至2021.04.18

計畫書審查

- 提出10頁企劃書
- 邀請國內傳播領域學者審查計畫書

通知申請者錄取結果

- 於2021.05.03通知申請者錄取結果
- 最終兩波調查共收錄6份題組計畫書

2021 網調問卷研擬步驟

確認兩波次
網調主題

公開徵求
計畫書審查

成立問卷
小組委員會

確定
調查架構

最後
調查內容

2021 網調問卷小組委員會

註：除計劃主持人外，其餘分波次依姓名首字筆劃排列

張卿卿	計畫主持人	中研院人文社會科學研究中心特聘研究員	第二波
陶振超	共同主持人	陽明交通大學傳播與科技學系教授	第一波
許瓊文	問卷規劃小組成員	政治大學傳播學院教授	第一波
唐允中		政治大學傳播學院博士生	
陳靜君	問卷規劃小組成員	陽明交通大學應用藝術研究所博士生	第一波
潘令妍	問卷規劃小組成員	臺灣大學進修推廣學院事業經營碩士在職學位學程助理教授	第一波
李沐齊	問卷規劃小組成員	東華大學諮商與臨床心理學系副教授	第二波
Yanqin Lu	問卷規劃小組成員	Assistant Professor, Bowling Green State University School of Media and Communication	第二波
(陸彥親)			

2021 網調問卷研擬步驟

確認兩波次
網調主題

公開徵求
計畫書審查

成立問卷
小組委員會

確定
調查架構

最後
調查內容

確定調查架構

第一波：網路癮誘與脫序行為

- 1-1 網路肉蒐與起底
- 1-2 網路惡搞—嘲弄
- 1-3 網路惡搞—攻擊
- 1-4 網軍入侵
- 1-5 正義魔人
- 1-6 取消文化
- 1-7 網路跟風效應
- 1-8 網路反社會行為

第二波：社交展演

- 2-1 形象管理與展演策略
- 2-2 影像美編
- 2-3 社交環伺
- 2-4 自我審視/監控
- 2-5 網路自我意識/閱聽眾感知
- 2-6 社會比較/妒忌
- 2-7 受歡迎程度感知
- 2-8 社會模仿/從眾
- 新增2-9 傳播科技平台之使用模式與自我展現

2021 網調問卷研擬步驟

確認兩波次
網調主題

公開徵求
計畫書審查

成立問卷
小組委員會

確定
調查架構

最後
調查內容

最後調查內容：第一波

類型	主題	概念
疫情題組	新冠肺炎疫情	疫情資訊來源、關注網路留言行為、網路留言正負面內容及效應等
主題相關	網路惡搞—攻擊	網路攻擊行為、不文明留言
加掛主題	網路惡搞—嘲弄	負面及非負面、欺騙及非欺騙型的網路惡搞行為等
	網路惡搞—攻擊	回聲室、網路攻擊接受性、政黨極化、意識形態極化等
	取消文化	社群媒體抵制意圖/行為/議題/成效感知等

最後調查內容：第二波

類型	主題	概念
測試題組	人際傳播	情感性網絡
主題相關	自我審視/監控	社群媒體中的知覺控制
	形象管理與展演策略	網路互動技巧、網路自我呈現
加掛主題	自我審視/監控	社群媒體自我審查、社交媒體中的孤立恐懼、自我監控、刺激尋求等
	自我監控/ 網路自我意識	自我感迷失/疏離、現實感消失、多重角度觀點、正念、生命意義等
	傳播科技平台之使用模式與自我展現	使用模式(基本需求、社交需求、自我決定理論)等



二期四、五次調查執行

執行概況

委託單位

一般民眾
調查

青少年
調查

網路會員
調查

執行概況

調查	年份	一般民眾 (含加抽)	定群追蹤	青少年	網路會員 調查
二期四次	2020	<ul style="list-style-type: none"> 主樣本完成2,109份 年輕樣本完成459份 		完成1,696份 (國小446份、 國中582份、 高中職668份)	
二期五次	2021	執行中	執行中		<ul style="list-style-type: none"> 第一波完成1,008份 第二波完成996份



二期四、五次調查執行

執行概況

委託單位

一般民眾
調查

青少年
調查

網路會員
調查

委託單位 I

調查	年份	一般民眾 (含加抽)	定群追蹤	青少年	網路會員 調查
二期四次	2020	V (加抽年輕族群) 中研院 調研中心		V 台灣趨勢	
二期五次	2021	V (加抽熟齡族群) 中研院 調研中心	Wave 3 中研院 調研中心		V 計劃小組

委託單位2

中研院人社中心調查研究專題中心

訪問經驗 豐富

- 中研院調查研究專題中心已累積近十餘年的調查執行及資料處理經驗

執行大型 面訪

- 協助院內或國內其他學術單位辦理學術性調查

流程專業 嚴謹

- 執行調查過程中不論在問卷編制、抽樣過程、訪員訓練、調查執行的程序上皆有完善的作業流程

台灣趨勢研究股份有限公司

專業執行 單位

- 訪談經驗豐富，有控管執行人員，且一切流程均遵照簽約法規執行

傳播相關 背景

- 具備傳播背景
- 曾執行2014、2017青少年調查

認同 資料庫

- 尊重出題小組的規劃建議
- 認同調查價值



二期四、五次調查執行

執行概況

委託單位

一般民眾
調查

青少年
調查

網路會員
調查

一般民眾調查執行步驟

規劃及流程

抽樣設計
及方法

調查監督流程

樣本完訪數及
代表性檢定

規劃及流程

	二期四次		二期五次	
	新抽2000	加抽400	追訪1851	新抽1100
研究母體	18歲及以上	18歲至35歲	二期III願再訪者	18歲及以上
調查方式	皆採面對面訪問的方式，利用平板電腦搭配電腦輔助面訪調查系統(CAPI)進行訪問，每份完訪案皆需錄音。			
調查規則	1. 每家戶抽取一人來訪問。 2. 探訪須符 三天兩時段 規定。		1. 受訪者本人。 2. 探訪須符 五天三時段 規定。	同二期IV。

* 調查流程



一般民眾調查執行步驟

規劃及流程

抽樣設計
及方法

調查監督流程

樣本完訪數及
代表性檢定

抽樣設計及方法

	二期四次		二期五次	
	新抽2000	加抽400	追訪1851	新抽1100
樣本清冊	18歲以上 戶籍地址。		NA	同二期四次。
抽樣設計	分層多階段 PPS 抽樣 ，搭配膨脹樣本及戶中抽樣機制。		NA	同二期四次。
抽樣分層	19 個小分層。		NA	6 個分層。
膨脹樣本	倍數介於 1.69 倍至 9.13 倍之間，共計抽出 7,823 案。	倍數介於 3.5 倍至 37.5 倍之間，共計抽出 4,949 案。	NA	參考調研近年完成計畫估算抽取數。
戶中抽樣	調整過的 洪永泰(2001) 提高年輕樣本中選率的戶中抽樣表。		NA	同二期四次。

一般民眾調查執行步驟

規劃及流程

抽樣設計
及方法

調查監督流程

樣本完訪數及
代表性檢定

調查監督流程

資料檢核

- 每週將資料上傳並進行檢核（例如：不合理值檢核、邏輯檢核、開放題檢核），計劃小組依據檢核結果判斷。

錄音檔聽取 及資料複查

- 電話補問複查與實地複查：針對訪員回傳之成功完訪問卷，使用電腦輔助電話訪問系統及預先設計好的複查問卷進行電話複查及補問作業，並視情節輕重加重複查。

訪問過程全程錄音

- 專人聽取錄音檔，針對訪員犯錯部份進行立即糾正，並視狀況增加聽取錄音檔案數。本次整體複查案數為**1,534**案（含錄音檔、電話及實地複查），占完成案數的**59.7%**。

一般民眾調查執行步驟

規劃及流程

抽樣設計
及方法

調查監督流程

樣本完訪數及
代表性檢定

樣本完訪數及代表性檢定

	二期四次		二期五次	
	新抽2000	加抽400	追訪	新抽
完訪數(完訪率)	<u>2109(30.05%)</u>	<u>459(17.13%)</u>	NA	NA
檢定母體資料	108年度12月份人口統計資料		NA	NA
檢定人口結構	性別、年齡、教育程度及抽樣分層		NA	NA
代表性—原始資料	教育程度、抽樣分層偏離	V	NA	NA
代表性— <u>不等機率加權</u>	年齡、教育程度、抽樣分層偏離	抽樣分層偏離	NA	NA
代表性—多變項反覆加權	<u>V</u>	<u>V</u>	NA	NA

一般民眾調查執行：二期五次目前執行狀況

訪問模式

COVID-19因應措施

訪問模式比較

- 本計畫在二期一次、二次、三次調查時，進行**訪員一問一答**與**受訪者自填輔以訪員在旁協助**之兩種訪問模式差異的隨機分組實驗，整理出優缺點如下：

	訪員一問一答	受訪者自填輔以訪員在旁協助
優點	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 能說明困難題意。 ✓ 能提醒複雜題項。 ✓ 建立信任度，降低中途拒訪及提高追訪意願。 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 提升作答效率(視覺思考較快速)。 ※因實驗結果顯示二期一次、二次兩種模式之訪問平均時間無顯著差異，推測受訪者有較長時間思考。 ✓ 降低受訪者及訪員的疲累感。
缺點	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 訪員語速、咬字等易影響思考。 ✓ 逐題唸題耗時，且易分心、疲憊。 ✓ 受訪者答案可能較偏社會預期、偏中性或不表態。 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 受訪者可能隨意填答(未理解題意、跳過繁瑣選項等)。 ✓ 受訪者與訪員間較無互動。

- 因兩種模式在樣本信度及問卷評價上無顯著差異，故認為受訪者自填可在二期五次調查實施，並改善自填缺點。

自填訪問模式輔助措施

- **問卷內容及題型設計**：為利自填受訪者填答，重新審視題目進行編修。

修改重點	說明
精簡題目	刪減冗詞贅字、重複語句等，題目簡潔不造成思考負擔。
精簡提示說明	簡化提示說明，並將重要說明置於「題目下方，選項上方」，避免受訪者漏看。
題目重點醒目提示	將需特別注意的字詞或選項以 紅字 、 藍字 或 粗體 標記。
顯示題說明定義	為在訪員不說明的前提下讓受訪者了解題目定義，故在題組開始前以顯示題方式呈現定義。
繁複選項拆開詢問	為避免受訪者忽略繁複選項，故分類選項分別詢問。 例如：網路新聞網站分類「 電視媒體 」、「 電子報 」等。

「訪員輔佐自填」訪問模式流程

■ 輔佐式自填身分篩選條件

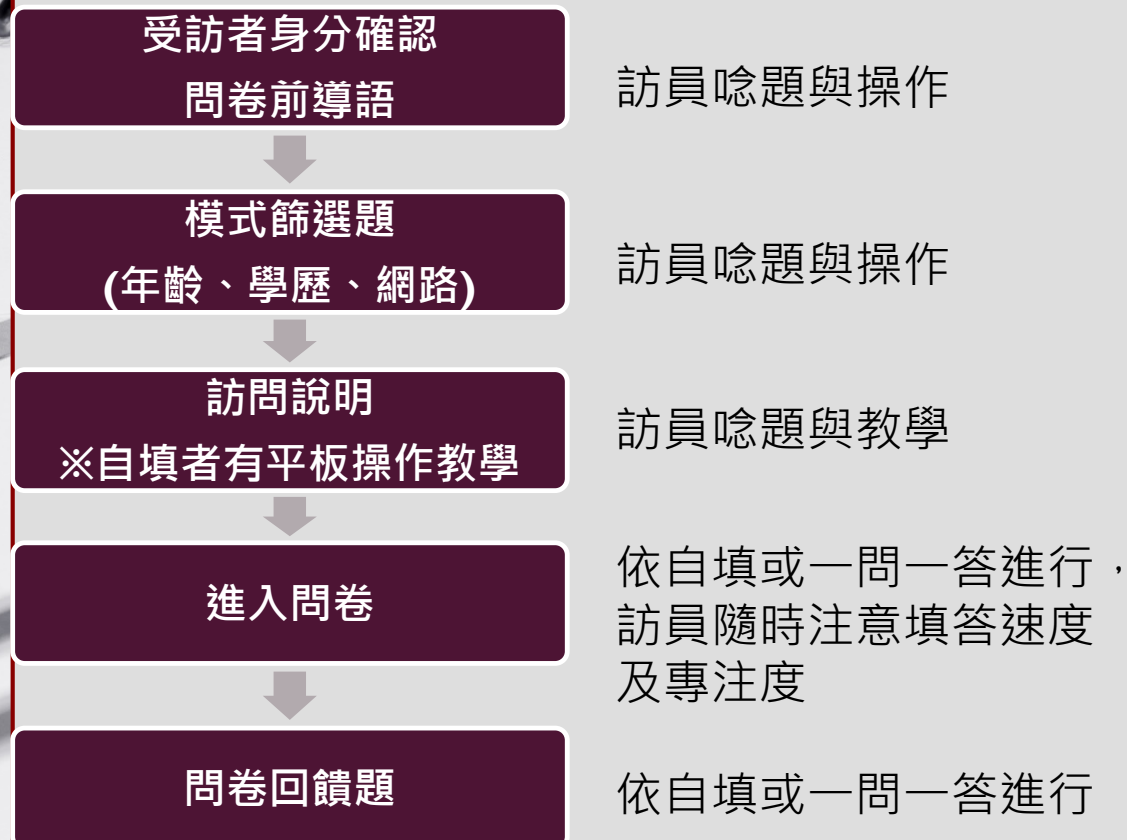
1. 必要條件

輔佐式自填：受訪者年齡**65歲以下**、學歷為**高中職(含)以上**、**有用網路**、無視覺/閱讀及上肢障礙者。

訪員一問一答：其餘受訪者。

2. 特殊情況：自填條件受訪者不熟悉或不曾操作平板、或表達眼睛不舒服無法繼續，可改由訪員一問一答。

■ 輔佐式自填訪問流程設計



一般民眾調查執行：二期五次目前執行狀況

訪問模式

COVID-19因應措施

因應COVID-19延期調查

- 在疫情穩定與可控制下，訪員會依照**原規劃(面訪)**執行。
- 若**疫情持續嚴峻**，追蹤樣本將採**多模式調查(視訊訪問或網路調查)**，新抽樣本因為未能事先確定訪問對象，將延期至疫情減緩至能面訪後再執行。





二期四、五次調查執行

執行概況

委託單位

一般民眾
調查

青少年
調查

網路會員
調查

青少年調查執行步驟

規劃及抽樣

調查監督流程

樣本完訪數及
代表性檢定

規劃及抽樣

	青少年1600
調查對象	全國的高中職、國中、國小抽出 62所學校 ，並針對抽出班級中之 9-17歲學生 進行調查訪問。
調查方式	線上填答問卷並使用問卷平台 Qualtrics 進行調查。
抽樣設計	分層兩階段叢集抽樣法 。
抽樣分層	6 個分層。

* 調查流程



青少年調查執行步驟

規劃及抽樣

調查監督流程

樣本完訪數及
代表性檢定

調查監督流程

■ 調查監督：

1. 資料檢核：包含事實檢核及邏輯性檢核。
2. 助理跟訪：視狀況至各調查學校跟訪，其中因為國小生較不理解問題且有較多疑問，因此國小學校皆有跟訪。

■ 資料複查：

從受訪者所填寫之基本資料中隨機抽取問卷，進行電話複查。本次調查共完成**160**份問卷之複查，複查過程並未發現有問卷不確實之狀況。

青少年調查執行步驟

規劃及抽樣

調查監督流程

樣本完訪數及
代表性檢定

樣本完訪數及代表性檢定

	青少年1600
有效樣本	<u>1696</u> (國小446份、國中582份、高中職668份)
檢定母體資料	109年度12月份人口統計資料
檢定人口結構	性別、年齡及鄉鎮市區分層
代表性—原始資料	年齡及鄉鎮市區偏離
代表性—多變項反覆加權	<u>V</u>



二期四、五次調查執行

執行概況

委託單位

一般民眾
調查

青少年
調查

網路會員
調查

網路會員調查執行步驟

調查規劃及流程

調查執行時程

規劃及流程

	網路會員調查(第一波、第二波皆同)
研究母體	<p>目前網路會員共分三群，共2629人：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 二期一次青少年調查願追訪且已滿18歲者119人。 2. 二期三次一般民眾調查願追訪者511人。 3. 二期四次一般民眾調查願追訪者1999人 (主樣本1608人、年輕樣本391人)
預計完成數	預計完成率45%，可完成 1183 案。
資料蒐集平台	以網路調查平台 Qualtrics 進行。

* 調查流程



網路會員調查執行

調查規劃及流程

調查執行時程

執行時程

波次	徵求發出 / 截止	審查	問卷會議	調查時間	催收	填答人數 (填答率)
第一波	徵求3/22 截止4/18	審查 4/19-5/2 公布 結果 5/3	第一次5/14 第二次5/28	派發問卷6/23(三) 調查截止7/21(三) 共計四週	共8次，分中午及下午 第一週:6/26(六)、6/29(二) 第二週:7/2(五)、7/4(日) 第三週:7/9(五)、7/13(二) 第四週:7/16(五)、7/20(二)	1008人 (38.34%)
第二波			第一次7/2 第二次7/16	派發問卷8/13(五) 預計截止9/6(一) 共計三週	預計共6次，分中下午 第一週:8/17(二)、8/20(五) 第二週:8/23(一)、8/26(四) 第三週:8/31(二)、9/3(五)	996人 (37.89%)



推廣

電子報
展集
圖像化報告

產業新聞
臉書粉專

課堂宣傳
論文獎

TCS網站

推廣總覽

	學者	學生	業界
工作坊	✓	✓	
電子報	✓	✓	✓
展集		✓	
圖像化報告			✓
產業新聞		✓	✓
臉書粉專	✓	✓	✓
課堂宣傳		✓	
論文獎		✓	
TCS網站	✓	✓	✓
研討會成果分享	✓		

資料庫推廣—電子報

- **電子報**是每月根據已釋出的資料，分析、撰寫短文並輔以圖表說明的主題報告。
- 截至目前已出版**87篇**電子報

年份	月份	電子報主題	資料來源
2019	11	你還在用臉書嗎？—觀察臉書使用者之瀏覽、分享、發文行為	二期二次
	12	你常看新聞嗎？—探討台灣民眾觀看新聞之習慣與問題	
2020	1	「可以不要再Line 我了嗎？」—民眾對Line 負面觀感分析	
	2	「那些使用臉書的事」-台灣民眾使用臉書行為	
	3	「網」住你的心-全台民眾上網行為觀察	
	4	手機族與電腦族的上網娛樂型態比較	
	5	「她和他不同」-台灣民眾男女網路行為差異	
	6	臺灣民眾對五大媒體之評價	

資料庫推廣—電子報

年份	月份	電子報主題	資料來源	資料來源
2020	7	電視管道和影音串流平台管道之追劇行為比較	二期三次	之瀏
	8	「以假亂真」-台灣民眾遇到假新聞之情形		新聞
	9	網路如虎口！熟齡族群要小心網路安全		對
	10	臉書使用者的發文與回應頻率		用臉
	11	臉書都是“老人”在用？淺談社群媒體使用行為的世代差異		觀察
	12	「你喜歡玩電玩嗎？」-電玩行為與性別關係初探		交
2021	1	為什麼女人喜歡追劇、男人喜歡打電動？	二期三次	行為
	2	不同類型網路名人之粉絲性別、年齡層及黏著度分析		
	3	偵測與處理，讓65+熟齡族告別假新聞危害		
	4	台灣民眾人際溝通及日常接觸的情形		
	5	宅在家瘋網購—性別與年齡層差異是否存在？		
	6	男女使用「社群媒體」行為大不同？		

資料庫推廣—電子報

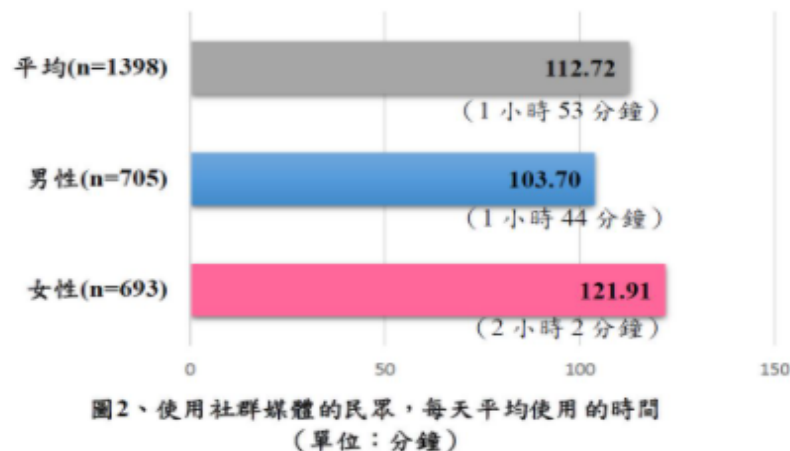
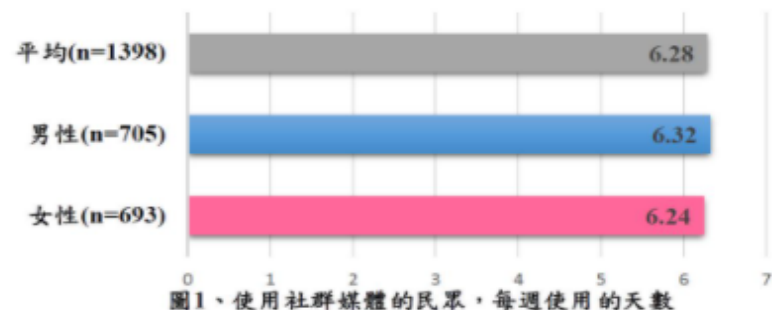
年份	月份	電子報主題
2020	7	電視管道和影音串流平台管道之追劇行為比較
	8	「以假亂真」-台灣民眾遇到假新聞之情形
	9	網路如虎口！熟齡族群要小心網路安全
	10	臉書使用者的發文與回應頻率
	11	臉書都是“老人”在用？淺談社群媒體使用行為的世代異
	12	「你喜歡玩電玩嗎？」-電玩行為與性別關係初探
2021	1	為什麼女人喜歡追劇、男人喜歡打電動？
	2	不同類型網路名人之粉絲性別、年齡層及黏著度分析
	3	偵測與處理，讓65+熟齡族告別假新聞危害
	4	台灣民眾人際溝通及日常接觸的情形
	5	宅在家瘋網購—性別與年齡層差異是否存在？
	6	男女使用「社群媒體」行為大不同？

男女使用「社群媒體」行為大不同？

近年來，社群媒體的使用風潮席捲了人們的生活，不論是在吃飯、搭車、行走、交談等活動中，幾乎可見人們使用社群媒體的蹤跡。根據過往的研究指出，女性比男性平均花更多的時間在社群媒體且更積極地使用它們〔註1〕。本期電子報透過「科技部傳播調查資料庫第二期第三次（2019年）：媒體使用的個人功效與影響II」（ $N=2,000$ ），初步分析不同性別的台灣民眾使用社群媒體行為的差異。

女性每天使用社群媒體的時間高於男性

有使用社群媒體的台灣民眾（ $n=1398$ ）每週平均有6.28天會用，而男、女性每週使用的天數並無顯著差異〔註2〕。每天平均使用的時間為1小時53分鐘，且女性的平均使用時間顯著高於男性〔註3〕，呼應了首段提及的女性比男性花更多時間在使用社群媒體，請見圖1、圖2。



資料庫推廣—展集

年份	月份	展集主題	收錄文獻
2019	11	科技部傳播調查資料庫展集第十期： 健康風險傳播：善用電視管道，驅動分享行為	<ul style="list-style-type: none"> • 鄧詠竹、曾子容、詹大千 (2018；使用2016年TCS資料) • 林宗弘 (2019；使用2016年TCS資料) • 俞蘋 (2019；使用2016年TC資料) • 徐美苓 (2019；使用2016年TCS資料)
	12	科技部傳播調查資料庫展集第十一期：社群網站上的數位社交足跡看社交動機、行為與對主觀幸福感影響	<ul style="list-style-type: none"> • 賴至慧 (2019；使用2017年TCS資料) • 林日璇 (2019；使用2017年TCS資料) • 賴慧敏、謝碧容、張仁誠 (2019；使用2014年TCS資料)

資料庫推廣—展集

年份	月份	展集主題	收錄文獻	查資料	收錄文獻
2020	5	科技部傳播調查資料庫展集第十二期：以賦能理論觀點重探電玩遊戲之影響	<ul style="list-style-type: none"> 林日璇 (2014；使用2012年TCS資料) 吳岱芸 (2019；使用2014年TCS資料) 	查資料：善用動分享	<ul style="list-style-type: none"> 鄧詠竹、曾子容、詹大千 (2018；使用2016年TCS資料) 林宗弘 (2019；使用2016年TCS資料) 俞蘋 (2019；使用2016年TC資料) 徐美苓 (2019；使用2016年TCS資料)
	12	科技部傳播調查資料庫展集第十三期：健康促進知行合一：從食安與健康資訊傳播到實踐行為	<ul style="list-style-type: none"> 盧鴻毅 (2015；使用2012年TCS資料) 邱玉蟬、李芳盈 (2019；使用2016年TCS資料) 俞蘋 (2019；使用2016年TCS資料) 	查資料期：社交位社交機、行為與對主觀幸福感影響	<ul style="list-style-type: none"> 賴至慧 (2019；使用2017年TCS資料) 林日璇 (2019；使用2017年TCS資料) 賴慧敏、謝碧容、張仁誠 (2019；使用2014年TCS資料)

資料庫推廣—展集

年份	月份	展集主題	收錄文獻
2020	5	科技部傳播調查資料庫展集第十二期：以賦能理論觀點重探電玩遊戲之影響	<ul style="list-style-type: none"> 林日璇 (2014；使用：) 吳岱芸 (2019；使用：)
	12	科技部傳播調查資料庫展集第十三期：健康促進知行合一：從食安與健康資訊傳播到實踐行為	<ul style="list-style-type: none"> 盧鴻毅 (2015；使用：) 邱玉蟬、李芳盈 (2019；使用：) 俞蘋 (2019；使用：)

科技部傳播調查資料庫展集第十三期：健康促進知行合一：從食安與健康資訊傳播到實踐行為

資料庫背景與本期簡介

科技部傳播調查資料庫展集收錄了使用該資料庫（或該資料庫前身：臺灣社會變遷基本調查計畫——大眾傳播組）所發表的期刊論文，規劃此展集目的是為了讓讀者有系統地了解如何應用傳播資料庫資料研究不同的傳播行為，並建構相關理論，藉以推廣傳播資料庫的使用。

本次展集主題鎖定「健康促進知行合一：從食安與健康資訊傳播到實踐行為」，共收錄盧鴻毅（2015；媒體報導的健康資訊重要性及可信度感知對健康資訊尋求行為的影響）；邱玉蟬、李芳盈（2019；傳播不平等與健康不平等：資訊來源對食安風險感知與預防行為的影響）；俞蘋（2019；健康與傳播理論觀點：食品安全資訊接收管道、風險認知與感知、資訊分享管道與預防措施間的模型建構）等三篇文章。

本期內容介紹

潘令妍

中央研究院人文社會科學研究中心博士後研究員

國立臺灣大學國際企業學系暨研究所博士

過往研究發現：擁有較多食安與健康資訊的民眾，較容易採取與食安和健康相關的行為，因此傳遞相關資訊，對於全民吃得安心、活得健康，確實頗有助益（邱玉蟬、李芳盈，2019；俞蘋，2019）。然而，研究者亦發現數位差距（digital divide）與傳播不平等（communication inequality）的現象會導致一般民眾在接收健康與食安資訊時產生落差（邱玉蟬、李芳盈，2019）；亦即社經條件（包含教育程度、平均月收入）愈高者，相較於社經條件低者，愈可能同時使用多元媒體（電視和網路）來取得更多與食安及健康相關的資訊。為了消弭這樣的差距，研究者試圖從線上（如：網路）與線下（如：電視或報紙等）媒體的多元面向來理解食安與健康的資訊傳播（邱玉蟬、李芳盈，2019；俞蘋，2019）。破除數位差距與傳播不平等狀態下的食安與健康資訊傳播，可讓資訊傳播範圍更加全面且深入人心，更重要的是建立健康意識、讓民眾有能力汲取正確的健康知識、多關注與健康相關的事物，才會願意採行更多與健康促進相關的行為（包含：注重食安、多吃蔬菜水果、或是常常運動等）。

資料庫推廣—圖像化報告

- 圖像化報告：本資料庫於2021年起，定期發送近五年最新釋出資料之傳播行為輪廓主題式報告。截至目前已出版**5**篇圖像化報告。

年份	月份	圖像化報告主題	資料來源
2021	2	主題一：2019年傳統媒體使用行為數據概況	2015-2019年TCS資料
	3	主題二：2015-2019年網路使用行為數據概況	
	4	主題三：2015-2019年電玩遊戲行為數據概況	
	5	主題四：2015-2019年觀劇行為數據概況	
	6	主題五：2019年民眾對假新聞觀感之分析	

資料庫推廣—圖像化報告

- 圖像化年起，出資料報告。像化報

民眾遇到假新聞之處理方式

2019 年民眾遇到假新聞之處理方式



圖2、遇到假新聞，你會如何處理？(N=2000，可複選)

註1：N表示該年度調查之總樣本數。

註2：icons made by Freepik on www.flaticon.com

資料來源

2015-2019年TCS資料



推廣

電子報
展集
圖像化報告

產業新聞
臉書粉專

課堂宣傳
論文獎

TCS網站

資料庫推廣— 產業新聞I

- 資料庫每日皆從各大新聞網站中挑選傳播領域重要的四則新聞，編輯、分類後放於網站中。
- 新聞分類有：
 - (1) 產業動態
 - (2) 電玩競技
 - (3) 數位科技
 - (4) 社群媒體
 - (5) 國際動態
 - (6) 調查報告等。

#	資訊標題	登錄日期
1	【產業動態】NCC抽驗15款台灣熱銷手機資安，僅iPhone一次就通過	2021-07-08
2	【社群媒體】與Twitter越來越像？Facebook準備推出類「推文串」介面功能	2021-07-08
3	【國際動態】美國將立法保障手機等產品使用者，能自行或透過第三方業者維修權益	2021-07-08
4	【國際動態】控言論審查違憲，川普將 Facebook、Twitter、YouTube 告上法院	2021-07-08
5	【數位科技】微軟 Teams 推出小團隊專屬的線上視訊會議新功能	2021-07-07
6	【社群媒體】開發人員爆料：Instagram 疑將「部署 NFT」功能	2021-07-07
7	【國際動態】遠距工作、線上活動增加，數據顯示疫情造成全球排碳量回升	2021-07-07
8	【產業動態】滴滴出行App違反蒐集使用個人資訊，遭中國網信辦要求下架	2021-07-06
9	【國際動態】Facebook、Google、Twitter 揚言退出香港，避免員工因用戶行為遭刑事調查	2021-07-06
10	【產業動態】對抗網路犯罪，趨勢科技攜手聯合國UNODC	2021-07-06
11	【國際動態】川普團隊開發的社群平台「GETTR」，6月於兩大手機平台推出	2021-07-05
12	【數位科技】定位App「Zenly」變成交友軟體？網友勸：不要連路人都亂加	2021-07-05

資料庫推廣—產業新聞2

- 從2019年9月起，每週發送「每週精選新聞」的電子郵件給會員，希望透過精選的產業新聞，讓會員能快速地了解每週重要的傳播大事件。

編輯室報告

傳播科技變化萬千，即日起，我們將每周寄送近期發生的傳播新聞，讓大家能夠快速掌握國內外傳播大小事。本周精選產業新聞（2021.7.1-2021.7.7）如下：



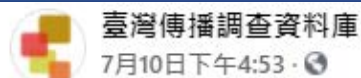
年輕人疫苗施打意願太低！英國政府宣布和Tinder、Bumble合作，提高接種者交友配對機率
英國自6月7日起開放30歲以下成人接種疫苗，...

打擊單一身材審美！Pinterest 禁所有種類的減肥廣告
為了杜絕錯誤的減肥迷思與有害身體的宣傳，...

資料庫推廣— 產業新聞 & 臉書粉專

- 每週也會從這些產業新聞中，精選出當週3篇最重要的新聞，搭配活潑生動的自製圖片，在官方臉書粉絲專頁上發布貼文。

The image shows the Facebook profile page of the Taiwan Communication Survey (TCS). The header features a large photo of five young adults (three men and two women) smiling and looking at various electronic devices like a tablet, a laptop, and a smartphone. The background of the photo is decorated with icons representing technology, communication, and data. Below the photo is the profile picture, which is a stylized logo consisting of four colored squares (red, yellow, green, and blue) arranged in a larger square. The name of the page is "臺灣傳播調查資料庫" (Taiwan Communication Survey Database), and the bio is "@communicationsurvey · 教育研究中心". There is a blue button labeled "發送訊息" (Send Message). Below the bio are navigation tabs: "首頁" (Home), "關於" (About), "相片" (Photos), "評論" (Comments), and "更多" (More). On the right side, there are buttons for "已說讚" (Like) and a search icon. The main content area shows a post titled "關於" (About) with a map of the location: "11529 臺北市台北市南港區研究院路二段128號 人文社會科學研究中心 A202室" (11529 Taipei City, Neihu District, No. 128, Sec. 2, Rm. A202, Institute of Human and Social Sciences Research Center). Below the map is a text box with information about the website's purpose and a link to "查看全部" (View All). The post also includes a description of the survey's history and a link to "查看更多" (View More). At the bottom of the post, it shows "1,696人說這讚" (1,696 likes) and "1,753人在追蹤" (1,753 followers). To the right of the main content area, there is a section for "建立貼文" (Create Post) with options for "相片 / 影片" (Photo / Video), "打卡" (Check-in), and "標註朋友" (Tag Friends). Below this is a section for "置頂貼文" (Pinned Post) showing a post from November 5, 2020, announcing the release of two books: "臺灣閱聽人樣貌 現象篇 (上冊)" (Taiwan Audience Profile: Phenomenon Chapter, Volume 1) and "臺灣閱聽人樣貌 理論篇 (下冊)" (Taiwan Audience Profile: Theory Chapter, Volume 2).



臺灣傳播調查資料庫

7月10日下午4:53 · 🌐

產業

#產業新聞 | 美學者：社群帶來的全球影響，與氣候危機

在最新《美國國家科學院院刊》的一篇論文中，假新聞研究理學家、氣候科學家、生物科學家、心理學家等17位專家群轉發的假新聞不斷加劇既有的社會問題，因此社群媒體機可謂與氣候變遷危機、公共衛生危機同等重要🔥，人類域合作來處理此一議題。..... 查看更多



臺灣傳播調查資料庫

6月30日下午7:50 · 🌐

電子報

#電子報 | 男女使用「社群媒體」行為大不同？

近年來，社群媒體的使用風潮席捲了人們的生活，不論是在吃飯、搭車、行走、交談等活動中，幾乎可見人們使用社群媒體的蹤跡。本期電子報透過「科技部傳播調查資料庫第二期第三次（2019年）：使用的個人功效與影響II」（N = 2,000），初步分析不同性別台灣民眾使用社群媒體行為的差異。

點入傳播資料庫 觀看詳細電子報內容：
https://www.crctaiwan.nctu.edu.tw/ResultsShow_detail.....

圖片來源：iStock

男女使用「社群媒體」行為大不同



臺灣傳播調查資料庫

5月28日下午6:15 · 🌐

最新消息

公告 | 2020 臺灣傳播調查資料庫論文獎得獎名單 🏆

將 將 將 將 ~ 2020論文獎評選結果出爐囉🎉
到底本屆論文獎得獎者是誰呢？評委們對於本屆論文又有什麼看法呢？一起來看看吧！

2020論文獎評選結果：
https://www.crctaiwan.nctu.edu.tw/news_detail.asp?N_ID=1448

2020
臺灣傳播調查資料庫
論文獎

佳作

國立臺灣大學生物產業傳播暨發展學系碩士
許瓏瀾

— 論文題目 —

為什麼我們使用LINE：即時通訊使用者類別、年齡、社會資本和孤獨感之探究

首獎、優等從缺



推廣

電子報
展集
圖像化報告

產業新聞
臉書粉專

課堂宣傳
論文獎

TCS網站

資料庫推廣—課堂宣傳

- **時間**：每學期開學初
- **地點**：國內傳播/調查領域之碩博班課程
- 利用發送酷卡、介紹資料庫網站、解說資料下載步驟等，鼓勵同學們多多運用及參加論文獎。



資料庫推廣—論文獎

- 為了鼓勵學子能以本資料庫為基礎，展開社會領域研究，因此特別舉辦碩、博士論文獎。
- 9月新學期開學後即開始徵稿宣傳，徵稿約至隔年2月底，並邀集審查委員評論各篇投稿文章以及選定獲獎文章。
- 2020年論文獎由許瓏瀞(台大生傳系碩士)獲得佳作。





推廣

電子報
展集
圖像化報告

產業新聞
臉書粉專

課堂宣傳
論文獎

TCS網站

TCS網站：平台規劃

全國性傳播一
手資料調查之
蒐集

傳播產學界相關
資源的查詢與連結

傳播學術與
實務二手資料
彙集

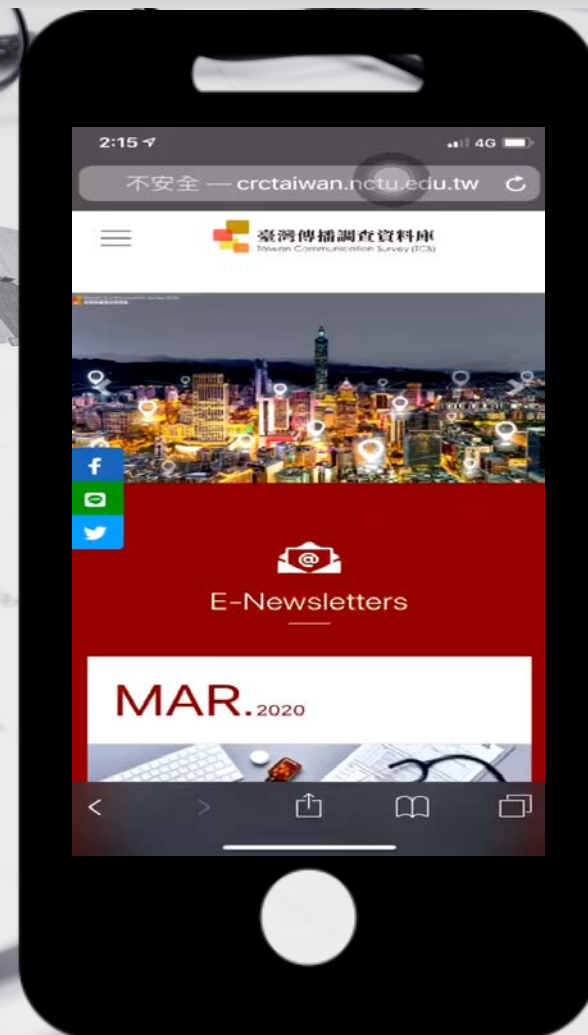
資料庫網站
平台架設

TCS網站：響應式網頁設計

電腦版



手機版



TCS網站：最新消息

[最新消息](#)[關於我們](#)[傳播調查資料](#)[學術交流](#)[產業交流](#)[相關連結](#)

最新消息

[家](#) / [最新消息](#) / [ALL](#)

點選「最新消息」，其內容為與傳播有關的徵稿、學術、演講資訊等與傳播有關的活動訊息

ALL

×

#

公告日期 / 標題

1

2020-11-03

「臺灣民眾閱聽人樣貌：現象篇（上冊）與理論篇（下冊）」出版了！
臺灣傳播調查資料庫 -

2

2021-07-13

《邁向疫後新生活》台日數位科技發展與創新應用研討會【線上研討會】
臺灣日本關係協會科技交流委員會 - 2021-08-05 截止

3

2021-07-07

智慧應用微軟C#工程師就業養成班
資策會數位教育研究所 - 2021-07-09 截止

4

2021-07-07

《選舉研究》徵稿訊息



TCS網站：團隊介紹

最新消息

關於我們

傳播調查資料

學術交流

產業交流

相關連結

🏠 / 關於我們 / 團隊介紹

團隊介紹

關於我們



團隊介紹

點選頁籤「關於我們」的子頁面
「團隊介紹」，其內容為每年參與問卷討論的委員

第四次參與學者名單(2020年)

計畫主持人

張卿卿

中研院人文社會科學研究中心特聘研究員

問卷規劃小組成員

林芝璇

政治大學傳播學院副教授

問卷規劃小組成員

張鳳琴

國立臺灣師範大學健康促進與衛生教育學系教授

問卷規劃小組成員

蕭丞傑

世新大學公共關係暨廣告學系副教授

共同主持人

陶振超

國立陽明交通大學傳播與科技學系教授

問卷規劃小組成員

陳怡璇

中正大學傳播學系助理教授

問卷規劃小組成員

潘令妍

國立臺灣大學國際企業學系暨研究所博士

施珠仁

政治大學傳播學院副教授

問卷規劃小組成員

張郁敏

政治大學傳播學院教授

問卷規劃小組成員

韓義興

政治大學傳播學院助理教授

TCS網站：調查簡介

最新消息

關於我們

傳播調查資料

學術交流

產業交流

相關連結

傳播調查資料

TCS調查簡介

TCS調查簡介

第二期第四次

點選頁籤「傳播調查資料」的子頁面
「TCS調查簡介」，其內容為每年調
查之大綱

1.調查對象：

(1)一般民眾調查：

- A.主樣本：具有中華民國國籍、設有戶籍、年齡在18歲及以上，且最近三個月每週至少4天以上住在住居地址者。
- B.年輕樣本：具有中華民國國籍、設有戶籍、年齡在18歲至35歲，且最近三個月每週至少4天以上住在住居地址者。

(2)青少年調查：

全國的高中職、國中、國小抽出62所學校，並針對抽出班級中之9-17歲學生進行調查訪問

2.抽樣方法：

(1)一般民眾調查（主樣本+年輕樣本）：

- A.分層多階段隨機抽樣暨戶中抽樣法：
 - a.第一階段的抽取單位為「鄉鎮市區」
 - b.第二階段的抽取單位為「村里」
 - c.第三階段的抽取單位為「地址」
 - d.第四階段採洪永泰老師「提高年輕樣本」戶抽表，並局部調整。
- B.皆以18歲以上之設籍地址為母體進行地址抽樣。

(2)青少年調查：

- A.採用分層兩階段叢集抽樣法。
- B.依「台灣社會變遷基本調查計畫」第七期之鄉鎮市區分層方法進行分層，共區分為7層：都會核心、工商市區、新興市鎮、傳統產業市鎮、低度發展鄉鎮、高齡化鄉鎮、偏遠鄉鎮（考量可執行性，高齡化與偏遠鄉鎮合併為一層）。

TCS網站：調查資料下載

最新消息 關於我們 傳播調查資料 學術交流 產業交流 相關連結

傳播調查資料 → TCS調查資料下載

TCS調查簡介

點選頁籤「傳播調查資料」的子頁面「TCS調查資料下載」，其內容為每年調查的結果等相關檔案

台灣社會變遷 資料庫第一期 資料庫第二期

類目 登錄日期	第二期第一次 2018/7/9	第二期第二次 2019/10/25	第二期第三次 2020/7/8
共同資料			
結案報告書			
附件：資料釋出及引用辦法			
不同對象調查問卷內容彙整			

TCS網站：電子報

最新消息 關於我們 傳播調查資料 學術交流 產業交流 相關連結

傳播調查資料 → TCS電子報

TCS電子報

點選頁籤「傳播調查資料」的子頁面「電子報」，我們會每月發佈生活化的電子報

#	標題	
1	男女使用「社群媒體」行為大不同？	2021-06-30
2	【二期三次圖像化報告】主題五：2019年民眾對假新聞觀感之分析	2021-06-25
3	宅在家瘋網購-性別與年齡層差異是否存在？	2021-05-31
4	【二期三次圖像化報告】主題四：2015-2019年觀劇行為數據概況	2021-05-25
5	【二期三次圖像化報告】主題三：2015-2019年電玩遊戲行為數據概況	2021-05-07
6	台灣民眾人際溝通及日常接觸的情形	2021-05-04
7	偵測與處理，讓65+熟齡族告別假新聞危害	2021-04-09

TCS網站：產業新聞

最新消息 關於我們 傳播調查資料 學術交流 **產業交流** 相關連結

產業交流 → 產業新聞

點選「產業新聞」的子頁面，與產業接軌，可搜尋傳播產業相關新聞。

#	資訊標題	登錄日期
1	【產業動態】YouTube 總是推怪影片？這幾招幫你把演算法「校正回歸」	2021-07-11
2	【數位科技】COVID-19 通行證上線了！健保快易通 App 篩檢、接種紀錄一次看	2021-07-10
3	【國際動態】美國將立法保障手機等產品使用者，能自行或透過第三方業者維修權益	2021-07-08
4	【國際動態】控言論審查違憲，川普將 Facebook、Twitter、YouTube 告上法院	2021-07-08
5	【產業動態】NCC抽驗15款台灣熱銷手機資安，僅iPhone一次就通過	2021-07-08
6	【社群媒體】與Twitter越來越像？Facebook準備推出類「推文串」介面功能	2021-07-08
7	【數位科技】微軟 Teams 推出小團隊專屬的線上視訊會議新功能	2021-07-07

TCS網站：網站會員數

教師

會員數：4610
傳播學者：1081
社會學者：636
(截至2021.7.12)

學生

實務



發表成果分享

研討會
69篇

期刊論文
45篇

研討會發表：一期一次

■ 2013中華傳播年會「臺灣傳播調查資料庫」一期一次成果分享－臺灣民眾媒體使用面面觀

發表者	論文篇名
王嵩音	政治傳播行為的性別差異－跨年代分析
林日璇	社交媒體vs.線上遊戲：台灣成人網路使用、媒介慣習與人際互動
徐美苓	影響新聞可信度與新聞素養效能因素之探討
張卿卿	從認知與情感雙歧檢視臺灣民眾的廣告規避與趨近行為
郭 貞	Web2.0時代台灣消費者購物模式的轉變：檢驗AISAS 網路消費模式
陶振超	網際網路與友誼網絡：取代、擴大、或強化
盧鴻毅	資訊重要性及可信度對健康資訊尋求的影響

研討會發表：一期二次

■ 2014中華傳播年會「臺灣傳播調查資料庫」一期二次成果分享—臺灣民眾媒體使用面面觀

發表者	論文篇名
王嵩音	網路使用與公民參與之變遷研究
林日璇	依附類型與關係性滿足：從自我決定論剖析台灣成人社交網站使用、心理幸福感、及社會資本
林淑芳	網路素養、網路經驗、及生活滿意度關係之綜合探討
張郁敏	跨世代行動上網與電視並用行為與動機
張卿卿	媒介作為娛樂的功能：以網路購物為例探討
陳延昇	好心情與好玩：情緒動機對線上遊戲使用、享樂滿足與遊戲成癮之影響效果
陶振超	資訊分享的動員力量：網絡機會模式之觀點

研討會發表：一期三次

- 2015中華傳播年會「臺灣傳播調查資料庫」一期三次成果分享—臺灣民眾媒體使用的娛樂與社交功能

發表者	論文篇名
林日璇	台灣成人臉書態度、使用動機與心理幸福感
張郁敏	觸動點分析：民眾如何觀看與分享網路素人創作內容
張卿卿	線上影音使用、分享與上傳行為探討：多元動機之觀點
陳延昇	球迷程度與群體認同對運動賽事觀看行為之影響
陶振超	社交媒體對社會動員的雙重影響：連結的公民與號召行動

研討會發表：一期三次青少年

- 2015中華傳播年會「臺灣傳播調查資料庫」一期三次成果分享—青少年與網際網路

發表者	論文篇名
王嵩音	青少年網路正負面使用行為影響因素之研究
林日璇	不得不用：台灣青少年臉書使用動機、態度、感知人氣、及心理幸福感
林淑芳	台灣兒童與青少年網路素養
施琮仁	青少年網路霸凌現象與其影響因子
陶振超	友誼網絡與青少年行為

研討會發表：一期四次

- 2016中華傳播年會「臺灣傳播調查資料庫」一期四次成果分享—從選民特質探討政治傳播資訊接收和政治參與行為

發表者	論文篇名
王嵩音	是「異議」？還是「疏離」？網路使用者的政治態度與政治參與
林淑芳	政治意見領導力與網路政治討論
俞 蘋	網路時代下的兩種公民：主動、被動的網路政治使用與政治參與模式
張卿卿	雙歧與單歧選民選舉期間的媒體使用行為探討
陶振超	個人網絡交叉壓力與政治參與：社會網絡取徑的觀點

研討會發表：一期五次

- 2017中華傳播年會「臺灣傳播調查資料庫」一期五次成果分享—健康、風險與災難：傳播途徑與模式對於預防行為的預測

發表者	論文篇名
林宗弘	天災風險知覺的數位落差：來自臺灣傳播調查的證據
邱玉蟬	傳播不平等對食品風險感知與預防行為的影響
俞 蘋	食品安全資訊接收、風險認知與感知、資訊分享與防範行為間的模型建構：健康與傳播理論觀點
徐美苓	台灣民眾對空氣污染的風險感知、議題傳播及個人預防行動
張卿卿	健康賦權策略與健康傳播：健康意識與健康知識作為自我控制促因的模式
陶振超	人如何評估風險：可得性捷思法之觀點
詹大千	健康資訊傳播方式與信賴程度對於民眾空氣汙染風險認知與防護行為的影響

研討會發表：二期一次I

- 2018中華傳播年會「臺灣傳播調查資料庫」二期一次成果分享－媒體使用的功效與影響——人際：網路與社群(2-1)

發表者	論文篇名
林淑芳	烏來伯、鬼怪、或維斯洛特英雄？：自我建構與各國戲劇觀賞的關係
俞 蘋	有心或無意？社群媒體上的新聞使用
張卿卿	戲劇觀看時間與正負心理狀態關聯：動機決定論
陶振超	人如何面對政治分歧；選擇性暴露、偏見同化、與政治興趣

研討會發表：二期一次2

- 2018中華傳播年會「臺灣傳播調查資料庫」二期一次成果分享—媒體使用的功效與影響—人際：網路與社群(2-2)

發表者	論文篇名
林日璇 賴至慧	Strategic social grooming: Emergent social grooming styles on Facebook, social capital and psychological well-being (臉書發文要講什麼？臉書上的社交梳理類型、社會資本與心理幸福感。)
施琮仁	校園霸凌與網路霸凌：個人與情境因素的探討
曾淑萍	青少年霸凌者、被霸凌者及旁觀者之媒體使用行為、道理疏離與生活適應之關聯性探討
賴至慧 林日璇	從社群媒體貼文、追蹤與回應行為看社會網絡特質與社會資本
蔡欣怡	網路安全問題探討：網路安全保護，從動機談起

研討會發表：二期二次I

- 2019中華傳播年會「臺灣傳播調查資料庫」二期二次成果分享—媒介使用與社會互動—媒體使用與社會參與和社會關係(場次一)

發表者	論文篇名
張卿卿	要怎麼收成，先那麼栽：社群媒體使用動機如何提升社交滿意度並帶來幸福感
王嵩音	臉書使用動機與行為對於社會資本的影響
賴至慧	從臉書社團參與看個人線上線下的人際網絡、公民參與與社會資本落差

研討會發表：二期二次2

- 2019中華傳播年會「臺灣傳播調查資料庫」二期二次成果分享—媒介使用與社會互動—媒體使用與社會感知(場次二)

發表者	論文篇名
吳齊殷	閱聽人資訊使用的多元面貌：台灣民眾新聞訊息接收的剖繪分析
林淑芳	道德基礎傾向與社會危險感知
陶振超	情緒如何左右選舉預測；趨避理論之觀點
俞蘋	社群媒體時代的公民自由：社群媒體隱私管理與政府監控態度

研討會發表：二期三次I

- 2020中華傳播年會「臺灣傳播調查資料庫」二期三次成果分享—媒體使用的個人功效與影響II—數位時代的人際溝通與網路安全感知：追蹤調查的實證結果(場次一)

發表者	論文篇名
賴至慧	Do Perceptions of Social Networks on Facebook Matter? A Study of Network Perceptions and Outcomes
林日璇 謝雨生	Longitudinal social grooming transition patterns on Facebook, social capital, and well-being
蔡欣怡	網路安全保護動機與行為探討

研討會發表：二期三次2

- 2020中華傳播年會「臺灣傳播調查資料庫」二期三次成果分享—媒體使用的個人功效與影響II—數位時代的政治傳播與新聞接收：追蹤調查的實證結果（場次二）

發表者	論文篇名
林淑芳	怒轉貼文：情緒對政治資訊分享、社群媒體人物關注、與政治討論之影響
陶振超	偏見同化與態度極化：單向或雙向？
俞蘋	Identifying Changes in Online News Repertories Over Time
張卿卿	Fake News: Audience Perceptions and Concerted Coping Strategies

研討會發表：二期四次I

- 2021中華傳播年會「臺灣傳播調查資料庫」二期四次成果分享—新傳播科技與生活延伸—媒體使用與社會連結(場次一)

發表者	論文篇名
張卿卿	手機側邊交談的雙歧社會體驗與心理健康
陶振超	網紅解除了你的心防？以趨避理論檢視娛樂說服
施琮仁	不實訊息的辨認與事實查核行為：公民推理能力的角色

研討會發表：二期四次2

- 2021中華傳播年會「臺灣傳播調查資料庫」二期四次成果分享—新傳播科技與生活延伸—媒體使用與自我功效(場次二)

發表者	論文篇名
林芝璇	The effect of communication apprehension on individuals' engagement with influencer communication
陳怡璇	Too much information to make an efficient consumer decision? An examination of product information seeking, consumer knowledge, and social media influencer exposure
蕭丞傑	我在雲端欣賞美：探討社群媒體情境中藝術美學體驗之前因與影響
潘令妍	從人際影響到自我感知：探討新媒體的日常生活美學化過程

研討會發表：二期四次—青少年

- 2021中華傳播年會「臺灣傳播調查資料庫」二期四次成果分享—新傳播科技與生活延伸—從外在資訊尋求到內在需求滿足：青少年線上媒介使用行為面貌(場次三)

發表者	論文篇名
張郁敏	Z世代媒介多工動機與消費決策信心：從眾、任務相關性與資訊可診斷性之調節連續中介效果
張鳳琴	Adolescents' online health information seeking: the role of eHealth literacy and psychological distress
韓義興	以自我決定論探討青少年線上學習需求滿足幸福感及成就感之影響



發表成果分享

研討會
69篇

期刊論文
45篇

29篇TSSCI
13篇SSCI
1篇SCIE

期刊發表：一期一次(6篇)

■ 第一期第一次期刊論文發表列表

發表者	論文篇名
林日璇	社交媒體 vs. 線上遊戲：台灣成人網路使用、媒介慣習與人際互動。中華傳播學刊，25，99-132。(TSSCI)
徐美苓	影響新聞可信度與新聞素養效能因素之探討。中華傳播學刊，27，99-136。(TSSCI)
郭貞	Web 2.0時代台灣消費者購物模式的轉變: 檢驗AISAS 網路消費模式。中華傳播學刊，27，139-165。(TSSCI)
張卿卿	從認知與情感雙歧檢視台灣民眾的廣告規避與趨近行為。中華傳播學刊，25，71-98。(TSSCI)
陶振超	網際網路與友誼網絡：取代、擴大、或強化。傳播與社會學刊，34，57-88。(TSSCI)
盧鴻毅	媒體報導的健康資訊重要性及可信度感知對健康資訊尋求行為的影響。傳播與社會學刊，34，89-115。(TSSCI)





期刊發表：一期二次(6篇)

■ 第一期第二次期刊論文發表列表

發表者	論文篇名
林日璇	The role of attachment style in Facebook use and social capital: Evidence from university students and a national sample. <i>Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking</i> , 18(3), 173-180. (SSCI)
	Need for relatedness: a self-determination approach to examining attachment styles, Facebook use, and psychological well-being. <i>Asian Journal of Communication</i> , 26(2), 153-173. (SSCI)
林淑芳	台灣民眾網絡素養調查：網絡素養、網絡經驗及生活滿意度關係之綜合探討。傳播與社會學刊，37，25-56。(TSSCI)
張郁敏	跨世代行動上網與電視並用行為與動機。新聞學研究，124，83-116。(TSSCI)
張卿卿	以網路購物為例探討媒介作為娛樂的功能。中華傳播學刊，29，3-43。(TSSCI)
Hsiao, C. C.	Understanding content sharing on the internet: test of a cognitive-affective-conative model. <i>Online Information Review</i> . 44(7), 1289-1306. (SCIE)

期刊發表：一期三次(9篇)

■ 第一期第三次期刊論文發表列表(icon表示為使用青少年資料)

發表者	論文篇名
王嵩音	家長介入行為影響青少年網路正負面使用行為之研究。中華傳播學刊，30，31-59。(TSSCI) 
林日璇	你怎麼加臉書「好友」？連結策略與感知社會支持及心理幸福感的關聯性。資訊社會研究，32，113-149。(TSSCI)
林淑芳	青少年網路素養、家長介入、與網路使用經驗。中華傳播學刊，30，3-29。(TSSCI) 
施琮仁	台灣網路霸凌現況、原因與影響：以青少年族群為對象。中華傳播學刊，32，203-240。(TSSCI) 
張卿卿	線上影音接收、傳散與產製上傳行為探討：多元動機之觀點。中華傳播學刊，30，61-107。(TSSCI)
張郁敏 蔡介元	網路素人創作內容決策歷程與觸動點分析：循序樣式探勘技術之應用。中華傳播學刊，30，109-139。(TSSCI)
陶振超	社交媒體的動員力量：網絡機會模式之觀點。新聞學研究，131，49-86。(TSSCI)
	傳播個人性與動員：社交媒體比親身接觸、大眾媒體更有效。傳播與社會學刊，41，41-80。(TSSCI)
吳岱芸	從「暫時擴張自我界限」觀點檢視台灣青少年的電玩遊戲動機與行為。中華傳播學刊，35，159-198。(TSSCI) 

期刊發表：一期四次(6篇)

■ 第一期第四次期刊論文發表列表

發表者	論文篇名
王嵩音	是「異議」?還是「疏離」? 網路使用者的政治態度與政治參與。傳播文化，16，104-131。
林淑芳	社群媒體與政治公民參與：網路政治討論頻率與政治討論異質性的中介角色。傳播與社會學刊，44，25-48。(TSSCI)
張卿卿	政黨雙歧不確定的糾結：成因、決策過程、媒體接收與行為意向。中華傳播學刊，32，167-202。(TSSCI)
王瀚、陳超	台灣地區選民政黨認同的世代差異。台灣研究，1，50-59。
林聰吉 張一彬 黃妍甄	政治興趣、網路政治參與以及傳統政治參與。東吳政治學報，38(1)，113-161。(TSSCI)
Chao Chen Yu Bai Rui Wang	Online political efficacy and political participation: A mediation analysis based on the evidence from Taiwan. <i>New Media & Society</i> . 21(8), 1667-1696.(SSCI)


期刊發表：一期五次(6篇)

■ 第一期第五次期刊論文發表列表

發表者	論文篇名
鄧詠竹 曾子容 詹大千	健康資訊傳播對民眾空氣汙染風險認知的影響。台灣公共衛生雜誌，37(4)，435-452。(TSSCI)
徐美苓	風險感知、價值觀、議題傳播及空污防制行為意向。新聞學研究，138，25-74。(TSSCI)
俞 蘋	健康與傳播理論 觀點：食品安全資訊接收管道、風險認知與感知、資訊分享管道與預防措施間的模型建構。新聞學研究，138，75-130。(TSSCI)
林宗弘	數位貧窮與天災風險資訊來源：來自臺灣傳播調查的證據。新聞學研究，138，131-162。(TSSCI)
Chang, C.	Self-control-centered empowerment model: Health consciousness and health knowledge as drivers of empowerment seeking through health communication. <i>Health Communication</i> , 35(12), 1497-1508.(SSCI)
邱玉蟬 李芳盈	傳播不平等與健康不平等：資訊來源對食安風險感知與預防行為的影響。中華傳播學刊，36，3-38。(TSSCI)

期刊發表：二期一次(4篇)I

■ 第二期第一次期刊論文發表列表

發表者	論文篇名
Lai, H. M. Hsieh, P. J. Zhang, R. C.	Understanding adolescent students' use of Facebook and their subjective wellbeing: a gender-based comparison. <i>Behaviour & Information Technology</i> , 38, 533-548. (SSCI) 
Lin, J. H. T.	Strategic Social Grooming: Emergent Social Grooming Styles on Facebook, Social Capital and Well-Being. <i>Journal of Computer-Mediated Communication</i> . 24(3), 90-107. (SSCI)
Lai, C. H.	Motivations, Usage, and Perceived Social Networks Within and Beyond Social Media. <i>Journal of Computer-Mediated Communication</i> . 24(3), 126-145. (SSCI)
俞蘋	有心或無意？：社群媒體上的新聞與政治資訊使用。中華傳播學刊。(TSSCI)

期刊發表：二期一次(5篇)2

發表者	論文篇名
Rebecca Ping Yu	Use of Messaging Apps and Social Network Sites Among Older Adults:A Mixed-Method Study. <i>International Journal of Communication</i> , 14,4453-4473.(SSCI)
曾淑萍	青少年校園霸凌經驗、道德疏離與生活滿意度關聯性之探討。教育與心理研究，43 (2)，65-94。(TSSCI) 
Yue Tan	News framing of adolescents' use of Facebook in Taiwanese newspapers. <i>Communication and Critical/Cultural Studies</i> , 17(3),322-338. (SSCI) 
施琮仁	公與私的交會：探討社交媒體、網路霸凌與自我觀感之關聯性。傳播與社會學刊，56，93-125。(TSSCI) 
X Zheng Y Lu	News consumption and affective polarization in Taiwan:The mediating roles of like-minded discussion and relative hostile media perception. <i>The Social Science Journal</i> . (SSCI)

期刊發表：二期二次(I篇)

■ 第二期第二次期刊論文發表列表

發表者	論文篇名
Rebecca Ping Yu	The Emergence of Surveillance Culture: The Relationships between Facebook Privacy Management, Online Government Surveillance, and Online Political Expression. <i>Journal of Broadcasting & Electronic Media</i> , 65(1), 66-87 (SSCI)

期刊發表：二期三次(2篇)

■ 第二期第三次期刊論文發表列表

發表者	論文篇名
Lin, J.-H. Hsieh, Y. H.	Longitudinal social grooming transition patterns on Facebook, social capital, and well-being. <i>Journal of Computer-Mediated Communication</i> .(SSCI) (本論著未刊登但已被接受)
Chang, C.	Fake News: Audience Perceptions and Concerted Coping Strategies. <i>Digital Journalism</i> , 9(5), 636-659 (SSCI)



謝謝聆聽