

# 臺灣傳播調查資料庫

第二期第五次調查計畫執行報告

張卿卿 陶振超 主編

計畫編號：MOST 108-2420-H-001-005-SS2

中央研究院人文社會科學研究中心

二〇二二年七月

## 第二期第五次參與委員

(除計畫主持人外，其餘依姓名首字筆劃排列)

張卿卿	計畫主持人	中研院人社中心特聘研究員
陶振超	共同主持人	陽明交通大學傳播與科技學系教授
吳泰毅	問卷規劃小組成員	陽明交通大學傳播研究所副教授
俞蘋	問卷規劃小組成員	陽明交通大學傳播與科技學系副教授
許詩嫻	問卷規劃小組成員	臺灣大學生物產業傳播暨發展學系助理教授
賴至慧	問卷規劃小組成員	中研院人社中心副研究員

## 第二期第五次網路固定樣本調查參與委員

(除計畫主持人外，其餘依姓名首字筆劃排列)

張卿卿	計畫主持人	中央研究院人社中心特聘研究員	
陶振超	共同主持人	陽明交通大學傳播與科技學系教授	
許瓊文 唐允中	問卷規劃小組成員	政治大學傳播學院教授 政治大學傳播學院博士候選人	第一波
陳靜君	問卷規劃小組成員	國防大學政治作戰學院新聞學系講師暨陽明 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	國立臺灣大學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	國立東華大學諮商與臨床心理學系副教授	第二波
陸彥親	問卷規劃小組成員	Assistant Professor, School of Media and Communication, Bowling Green State University	第二波

## 目錄

壹、	臺灣傳播調查資料庫簡介 .....	1
一、	本資料庫計畫背景 .....	1
二、	本資料庫歷年執行狀況 .....	2
三、	本資料庫前期資料學術發表情形 .....	2
四、	本資料庫推廣情形 .....	11
五、	「TCS 臺灣傳播調查資料庫」網站平台的內容建置情形.....	21
貳、	調查主題規劃 .....	32
一、	新傳播科技與人際延伸 .....	35
二、	新傳播科技之於生活與人際延伸的結果與調節變數 .....	42
三、	網路固定樣本調查主題：網路癮誘與脫序行為及社交展演 .....	44
參、	調查問卷規劃 .....	51
一、	面訪問卷規劃 .....	51
二、	第二期第五次問卷研擬過程 .....	53
三、	第二期第五次網路固定樣本調查問卷研擬過程 .....	57
肆、	調查整體規劃概述 .....	59
一、	一般民眾面訪調查 .....	59
二、	網路固定樣本調查 .....	62
伍、	第二期第五次：一般民眾調查 .....	63
一、	委託單位 .....	63
二、	抽樣設計.....	63
三、	預試調查執行 .....	65
四、	正式調查執行 .....	66
五、	資料檢核.....	70
六、	調查結果.....	72
七、	樣本加權.....	76
陸、	第二期第五次網路固定樣本調查執行結果 .....	82
一、	調查規劃.....	82
二、	調查執行結果 .....	83
柒、	調查單位介紹 .....	95
一、	委託過程.....	95
二、	執行單位介紹 .....	95
捌、	國際合作.....	97
一、	邀請外國學者擔任出題委員 .....	97
參考文獻.....		98

**附錄一 認知訪談結果紀錄彙整**

1-1. 第二期第五次一般民眾 105-119

**附錄二 預試結果紀錄彙整**

2-1. 第二期第五次一般民眾電訪預試問卷 120-129

2-2. 第二期第五次一般民眾電訪預試結果彙整 130-132

**附錄三 正式調查問卷**

3-1. 第二期第五次一般民眾正式調查問卷 133-190

3-2. 第二期第五次一般民眾正式調查問卷說明 191-231

3-3. 第二期第五次第一波網路固定樣本調查問卷 232-242

3-4. 第二期第五次第二波網路固定樣本調查問卷 243-254

**附錄四 問卷組概念與量表來源**

4-1. 第二期第五次一般民眾 255-272

4-2-1. 第二期第五次第一波網路固定樣本調查 273-281

4-2-2. 第二期第五次第二波網路固定樣本調查 282-289

**附錄五 一般民眾面訪調查樣本膨脹配置**

5-1. 第二期第五次一般民眾調查膨脹配置 290-295

**附錄六 歷年專題座談、電子報與展集**

6-1. 專題座談 296-300

6-2. 電子報 301-304

6-3. 展集 305

## 圖目錄

圖 1	中文宣傳酷卡樣張.....	12
圖 2	英文宣傳酷卡樣張.....	13
圖 3	傳播調查資料庫課堂宣傳照片.....	14
圖 4	傳播調查資料庫之臉書粉絲專頁.....	18
圖 5	踴新聞於其網站上刊登本資料庫的電子報.....	19
圖 6	節錄於傳播行為輪廓主題式報告.....	19
圖 7	傳播調查資料庫網站首頁改版前後差異.....	21
圖 8	響應式網頁設計(手機介面).....	22
圖 9	網站首頁-「電子報 (E-Newsletters)」.....	23
圖 10	網站首頁-「展集」.....	23
圖 11	網站首頁-「最新消息」.....	23
圖 12	網站首頁-「產業新聞」.....	23
圖 13	TCS 調查資料下載.....	24
圖 14	舊版「TCS 臺灣傳播調查資料庫」英文網站.....	25
圖 15	新版「臺灣傳播調查資料庫」英文網站.....	25
圖 16	傳播調查資料庫-電子報.....	27
圖 17	傳播調查資料庫-展集.....	29
圖 18	每週精選傳播產業新聞.....	31
圖 19	情境崩解衍生之雙元效果.....	37
圖 20	新傳播科技之於生活與人際延伸的影響.....	42

## 表目錄

表 1	傳播調查資料庫(2012~2021) 歷年主題與執行情況	1
表 2	中華傳播學會年會各年度專題座談發表概況	2
表 3	中華傳播學會專題座談發表(2020 年及 2021 年)	2
表 4	各期次調查資料發表期刊論文概況	4
表 5	論文收錄之資料庫及期刊	5
表 6	期刊論文發表(按作者筆劃與資料期次排序)	6
表 7	宣傳方式和與之對應的宣傳對象一覽表	11
表 8	科技部記者會發表主題(2015 年 7 月 15 日)	12
表 9	傳播調查資料庫課堂宣傳之列表(2019 下半年至今)	14
表 10	課堂宣傳回饋單整理	15
表 11	論文獎歷年獲獎名單	17
表 12	「臺灣閱聽人樣貌」專書收錄內容	20
表 13	傳播調查資料庫之歷年電子報主題(2019 年 11 月後)	27
表 14	傳播調查資料庫之歷年展集主題	29
表 15	二期四次與五次調查主題架構	33
表 16	二期五次針對不同對象的因應調查主題	34
表 17	「網路癮誘與脫序行為」子題說明	44
表 18	「社交展演」子題說明	48
表 19	資料庫整體題目架構	51
表 20	第二期第五次調查問卷規劃小組委員	53
表 21	第二期第五次問卷小組會議日程與議程要項	54
表 22	第二期第五次網路固定樣本調查問卷規劃小組委員	57
表 23	第二期第五次兩波網路固定樣本調查問卷會議日程與議程要項	58
表 24	資料庫各期次調查項目整理	59
表 25	資料庫歷年 55 歲以上樣本實際數量(一期三次至二期二次)	60
表 26	「訪員一問一答」與「受訪者自填」之訪問模式優缺點	61
表 27	新抽樣本之抽樣設計表	64
表 28	新抽樣本支援訪區村里	67
表 29	追蹤樣本支援訪區	68
表 30	延長訪期之訪區	68
表 31	新抽樣本填答模式	69
表 32	追蹤樣本填答模式	69
表 33	問卷作廢一覽表	69
表 34	電話複查案數統計	70

表 35	新抽樣本各填答模式完成案數.....	72
表 36	新抽樣本最適訪問結果統計表.....	73
表 37	追蹤樣本各填答模式完成案數.....	74
表 38	追蹤樣本最適訪問結果統計表.....	74
表 39	熟齡樣本預估完成案數與實際完成案數.....	76
表 40	新抽成功樣本的代表性檢定（未加權）.....	79
表 41	成功樣本的代表性檢定（加權）.....	80
表 42	網路固定樣本調查樣本概況（ $N=2,629$ ）.....	82
表 43	2021 第一波網路調查資料人口結構與母群人口結構比較表(加權 前).....	84
表 44	2021 第一波網路調查資料人口結構與母群人口結構比較表(加權 後).....	88
表 45	2021 第二波網路調查資料人口結構與母群人口結構比較表(加權 前).....	89
表 46	2021 第二波網路調查資料人口結構與母群人口結構比較表(加權 後).....	93

# 壹、 臺灣傳播調查資料庫簡介

## 一、 本資料庫計畫背景

自 2011 年臺灣傳播調查資料庫（以下簡稱本資料庫）成為科技部的獨立計畫以來，已經完成了第一期第一次到第五次、第二期第一次到第五次，共十年的調查，目前正在進行第十一年度之第三期第一次計畫。為了更深入且全面地掌握臺灣民眾傳播行為、媒體使用的變化與趨勢，本資料庫每年的調查問卷皆會保留固定的基本題組，並加入依據當年度社會現況所訂定的次主題題組。期望透過具代表性的調查，清楚描繪、記錄臺灣社會的媒體使用變遷，並建置完整豐富的傳播資料庫。

本資料庫的問卷規劃，大致可以分為四大部份，第一部份為每年詢問的「基本題組」，聚焦在傳播媒體接觸行為（固定主題包含：人際及通訊篇、報紙篇、雜誌篇、廣播篇、電視篇以及網路使用行為篇），第二部份為「媒體特色題組」，主要詢問民眾對媒體的評價，此二部份每年以相同的題目進行調查，不僅可以反應調查當下的民眾媒體使用行為，更可進行跨年度的資料比較，分析台灣民眾的媒體變化脈動。

第三部分為定期詢問的「新媒體使用行為題組」（例如：社群媒體、即時通訊軟體、戲劇、電玩等媒體），由於民眾對於這些新媒體的接受度日增，已經是現代人生活中重要的調劑品，因此透過定期的追蹤新媒體的使用行為，了解新媒體之趨勢與影響。

第四部份為「當年主軸題組」，每年根據當下台灣社會發展現況、國際傳媒趨勢，擬定當年度的重要調查方向，本資料庫曾透過企劃書徵求、審查、文獻蒐集，及邀請傳播領域專家學者加入研究團隊等方式，研擬問卷題目。

計畫開展至今，本資料庫已完成第一期共五年、第二期共五年的全臺調查訪談，各期次主題整理如下表 1。資料庫每年皆會公開前一年度的調查資料於計畫官網（「TCS 臺灣傳播調查資料庫」），至今已上架第一期共五次、第二期第一次至第四次資料，供大眾免費下載，內容包含資料釋出及引用辦法、抽樣方法、原始問卷、SPSS 資料檔、結案報告書。此外，本官網也提供圖像化主題報告、電子報，以圖表方式呈現調查結果，希望瀏覽對象除了研究者外，還可以觸及傳播業者與一般民眾。



表 1 傳播調查資料庫（2012~2021）歷年主題與執行情況

期次		年度	主題	面訪執行期間		完訪樣本數
第一期	第一次	2012	主題素養與傳播	2012/07/01~2012/09/10		2,000 份
	第二次	2013	網路使用行為	2013/06/10~2013/09/10		2,000 份
	第三次	2014	媒體的娛樂與社交功能	青少年	2014/05/03~2014/06/20	1,959 份
				一般民眾	2014/08/20~2014/11/30	2,013 份
	第四次	2015	政治傳播與公民傳播	2015/11/14~2016/01/15		2,002 份
第五次	2016	風險與災害傳播	2016/09/27~2016/11/30		2,098 份	
第二期	第一次	2017	媒體使用的個人功效與影響 I	青少年	2017/05/18~2017/06/29	1,852 份
				一般民眾	2017/08/23~2017/11/05	2,138 份
	第二次	2018	媒介使用與社會互動	2018/07/04~2018/10/11		2,028 份
	第三次	2019	媒體使用的個人功效與影響 II	2019/07/01~2019/10/20		追蹤樣本 1,272 份 新增樣本 728 份
	第四次	2020	新傳播科技與生活延伸	青少年	2020/11/11~2021/01/20	1,696 份
一般民眾				2020/09/21~2020/12/15	主樣本 2,109 份 加抽年輕樣本 459 份（與主樣本 18-35 歲樣本合併後總共 1,058 份）	
第五次	2021	新傳播科技與人際延伸	2021/08/30~2021/11/14		追蹤樣本 1,446 份 新增樣本 1,143 份 ※熟齡樣本合計共 1,099 份	

## 二、 本資料庫歷年執行狀況

傳播調查資料庫歷年主題與執行時間、完訪樣本數整理如上表 1，每年調查資料皆於隔年 7 月於「TCS 臺灣傳播調查資料庫」網站釋出，包含結案報告書、資料釋出及引用辦法、抽樣方法、原始問卷、SPSS 資料檔等，供大眾免費下載。

## 三、 本資料庫前期資料學術發表情形

### (一) 專題座談論文

本資料庫問卷規劃小組的成員每年皆會使用該期次的調查資料撰寫論文，並在中華傳播學會年會以專題座談的方式發表，歷年發表專題論文共 79 篇（如下表 2），並羅列 2020 年、2021 年與 2022 年中華傳播學會年會之專題座談主題、發表者、論文篇名於表 3，歷年整理請見附錄六。

表 2 中華傳播學會年會各年度專題座談發表概況

年度	資料期數	該年發表專題論文數
2013	一期一次	7
2014	一期二次	7
2015	一期三次	10
2016	一期四次	5
2017	一期五次	7
2018	二期一次	9
2019	二期二次	7
2020	二期三次	7
2021	二期四次	10
2022	二期五次	10
	總計	79

表 3 中華傳播學會專題座談發表(2020 年、2021 年及 2022 年)

年度	專題講座	臺灣傳播調查資料庫二期三次：媒體使用的個人功效與影響 II	
	年度	發表者	論文篇名
2020 中華 傳播學	專題一：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		
		賴至慧	Do Perceptions of Social Networks on Facebook Matter? A Study of Network Perceptions and Outcomes
		林日璇	Longitudinal social grooming transition patterns on Facebook, social capital,

年會	謝雨生	and well-being
	蔡欣怡	網路安全保護動機與行為探討
	<b>專題二：數位時代的政治傳播與新聞接收：追蹤調查的實證結果</b>	
	<b>發表者</b>	<b>論文篇名</b>
	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 Repertoires Over Time
	張卿卿	Fake News: Audience Perceptions and Concerted Coping Strategies
專題 講座	<b>臺灣傳播調查資料庫二期四次：新傳播科技與生活延伸</b>	
	<b>專題一：媒體使用與社會連結</b>	
年度	<b>發表者</b>	<b>論文篇名</b>
	張卿卿	手機側邊交談的雙歧社會體驗與心理健康
2021 中華 傳播學 年會	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
	<b>專題二：媒體使用與自我功效</b>	
	<b>發表者</b>	<b>論文篇名</b>
	林芝璇	The effect of communication apprehension on individuals' engagement with influencer communication
	陳怡璇	消費資訊尋求與購物效率的影響
	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
	<b>專題三：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</b>	
	<b>發表者</b>	<b>論文篇名</b>
	張郁敏	媒介多工與青少年消費決策信心
	張鳳琴	青少年網路健康素養與網路健康資訊搜尋行為之探討
	韓義興	以自我決定論探討青少年線上學習效能中介學習動機對幸福感之影響
	專題 講座	<b>臺灣傳播調查資料庫二期五次：新傳播科技與人際延伸</b>
<b>專題一：媒體使用及其影響</b>		
年度	<b>發表者</b>	<b>論文篇名</b>
	張卿卿	User-Type Differential Paths in a Media Effect Model：A Test of Drama Addiction for Different Motive-Driven Users
2022 中華 傳播學 年會	俞 蘋	Age Divides in News Verification？Antecedents and Outcomes of News Verification Across Lifespan
	陶振超	政治的世代差異:威權、反應性趨近動機、與防衛性熱情

專題二：媒體使用與成功老化	
發表者	論文篇名
賴至慧	Older Adults' Successful Aging : Social Networks via LINE and Beyond as Motivating Mechanisms
許詩嫻	施比受更有福:談討熟齡族群之給予行動對媒體自我效能、成功老化與幸福感之影響
吳泰毅	初探熟齡族群的網路健康識能與其對成功老化之影響
專題三：網路新興行為	
發表者	論文篇名
陳靜君 及 陶振超	誰在出征?檢視回聲室效應對網路論戰的影響
唐允中 及 許瓊文	我們與網路小白的距離
潘令妍	當取消成為利刃:以評估理論來剖析社群媒體抵制之動機、意圖和行為
鄭夏 及 陸彥親	Being social or being frank? An appraisal emotion account of willingness to self-censor on social media

## (二) 期刊論文

問卷規劃小組成員亦會將使用調查結果所撰寫之論文投稿至國內外期刊，另外，本計畫每年7月皆會公開釋出前一年度之調查資料問卷檔及SPSS檔讓其他學者或學生使用並投稿論文，截至2022年6月，發表期刊論文共53篇（各期次調查資料發表論文概況如表4），其中有17篇收錄於SSCI、1篇收錄於SCIE、29篇收錄於TSSCI、6篇則為其他（整理如表5）。所有期刊論文依年份列出於表6。

表4 各期次調查資料發表期刊論文概況

資料期數	期次調查主題	該調查發表期刊論文數
一期一次	主題素養與傳播	6
一期二次	網路使用行為	6
一期三次	媒體的娛樂與社交功能	10
一期四次	政治傳播與公民傳播	8
一期五次	風險與災害傳播	7
二期一次	媒體使用的個人功效與影響 I	9
二期二次	媒介使用與社會互動	3
二期三次	媒體使用的個人功效與影響 II	3

資料期數	期次調查主題	該調查發表期刊論文數
二期四次	新傳播科技與生活延伸	1
	總計	53

表 5 論文收錄之資料庫及期刊

收錄資料庫	期刊名稱 (按字母或筆畫順序)	期刊論文數
SSCI	Asian Journal of Communication	1
	Behaviour & Information Technology	1
	Communication and Critical/Cultural Studies	1
	Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking	1
	Digital Journalism	1
	Health Communication	1
	Health Promotion International	1
	International Journal of Communication	1
	Journal of Broadcasting & Electronic Media	1
	Journal of Computer-Mediated Communication	3
	New Media & Society	1
	Social Media+ Society	1
	Telematics and Informatics	1
	The Social Science Journal	1
Frontiers in Psychology	1	
SCIE	Online Information Review	1
TSSCI	中華傳播學刊	14
	台灣公共衛生雜誌	1
	東吳政治學報	1
	教育與心理研究	1
	傳播與社會學刊	6
	新聞學研究	6
其它	台灣研究	1
	資訊社會研究	3
	傳播文化	1
	傳播文化與政治	1
	總計	53

表 6 期刊論文發表(按作者筆劃與資料期次排序)

年份	作者	資料期數	期刊文章
2014	林日璇	一期一次	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。 <i>中華傳播學刊</i> ，25，99-132。(TSSCI)
	張卿卿	一期一次	從認知與情感雙歧檢視台灣民眾的廣告規避與趨近行為。 <i>中華傳播學刊</i> ，25，71-98。(TSSCI)
2015	徐美苓	一期一次	影響新聞可信度與新聞素養效能因素之探討。 <i>中華傳播學刊</i> ，27，99-136。(TSSCI)
	郭貞	一期一次	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。 <i>中華傳播學刊</i> ，27，139-165。(TSSCI)
	陶振超	一期一次	網際網路與友誼網絡：取代、擴大、或強化。 <i>傳播與社會學刊</i> ，34，57-88。(TSSCI)
	盧鴻毅	一期一次	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。 <i>傳播與社會學刊</i> ，34，89-115。(TSSCI)
	張郁敏	一期二次	跨世代行動上網與電視並用行為與動機。 <i>新聞學研究</i> ，124，83-116。(TSSCI)
	Lin, J. H. T.	一期二次	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)
2016	林淑芳	一期二次	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。 <i>傳播與社會學刊</i> ，37，25-56。(TSSCI)
	張卿卿	一期二次	以網路購物為例探討媒介作為娛樂的功能。 <i>中華傳播學刊</i> ，29，3-43。(TSSCI)
	Lin, J. H. T.	一期二次	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)
	王嵩音	一期三次	家長介入行為影響青少年網路正負面使用行為之研究。 <i>中華傳播學刊</i> ，30，31-59。(TSSCI)
	林淑芳	一期三次	青少年網路素養、家長介入、與網路使用經驗。 <i>中華傳播學刊</i> ，30，3-29。(TSSCI)
	張卿卿	一期三次	線上影音接收、傳散與產製上傳行為探討：多元動機之觀點。 <i>中華傳播學刊</i> ，30，61-107。(TSSCI)

年份	作者	資料期數	期刊文章
	張郁敏 蔡介元	一期三次	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。 <b>中華傳播學刊</b> ，30，109-139。(TSSCI)
2017	林日璇	一期三次	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。 <b>資訊社會研究</b> ，32，113-149。
	施琮仁	一期三次	台灣網路霸凌現況、原因與影響：以青少年族群為對象。 <b>中華傳播學刊</b> ，32，203-240。(TSSCI)
	陶振超	一期三次	社交媒體的動員力量：網絡機會模式之觀點。 <b>新聞學研究</b> ，131，49-86。(TSSCI)
	陶振超	一期三次	傳播個人性與動員：社交媒體比親身接觸、大眾媒體更有效。 <b>傳播與社會學刊</b> ，41，41-80。(TSSCI)
	王嵩音	一期四次	是「異議」？還是「疏離」？網路使用者的政治態度與政治參與。 <b>傳播文化</b> ，16，104-131。
	張卿卿	一期四次	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。 <b>中華傳播學刊</b> ，32，167-202。(TSSCI)
2018	林淑芳	一期四次	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。 <b>傳播與社會學刊</b> ，44，25-48。(TSSCI)
	鄧詠竹 曾子容 詹大千	一期五次	健康資訊傳播對民眾空氣汙染風險認知的影響。 <b>台灣公共衛生雜誌</b> ，37(4)，435-452。(TSSCI)
2019	吳岱芸	一期三次	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。 <b>中華傳播學刊</b> ，35，159-198。(TSSCI)
	王瀚 陳超	一期四次	台灣地區選民政黨認同的世代差異。 <b>台灣研究</b> ，1，50-59。
	Chao Chen, Yu Bai, Rui Wang	一期四次	Online political efficacy and political participation: A mediation analysis based on the evidence from Taiwan. <b>New Media &amp; Society</b> .21(8),1667-1696.(SSCI)
	林宗弘	一期五次	數位貧窮與天災風險資訊來源：來自臺灣傳播調查的證據。 <b>新聞學研究</b> ，138，131-162。(TSSCI)
	邱玉蟬 李芳盈	一期五次	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。 <b>中華傳播學刊</b> ，36，3-38。(TSSCI)
	俞 蘋	一期五次	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。 <b>新聞學研究</b> ，138，75-130。(TSSCI)

年份	作者	資料期數	期刊文章
	徐美苓	一期五次	風險感知、價值觀、議題傳播及空污防制行為意向。 <b>新聞學研究</b> ，138，25-74。(TSSCI)
	俞蘋	二期一次	有心或無意？：社群媒體上的新聞與政治資訊使用。 <b>中華傳播學刊</b> ，36，29-79。(TSSCI)
	Lai, C. H.	二期一次	Motivations, Usage, and Perceived Social Networks Within and Beyond Social Media. <i>Journal of Computer-Mediated Communication</i> . 24(3),126-145. (SSCI)
	Lai, H. M., Hsieh, P. J., Zhang, R. C.	二期一次	Understanding adolescent students' use of Facebook and their subjective wellbeing: a gender-based comparison. <i>Behaviour &amp; Information Technology</i> , 38, 533-548. (SSCI)
	Lin, J. H. T.	二期一次	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)
2020	Hsiao, C. C.	一期二次	Understanding content sharing on the internet: test of a cognitive-affective-conative model. <i>Online Information Review</i> . 44(7), 1289-1306. (SCIE)
	林聰吉 張一彬 黃妍甄	一期四次	政治興趣、網路政治參與以及傳統政治參與。 <b>東吳政治學報</b> ，38(1)，113-161。(TSSCI)
	Chang, C.	一期五次	Self-control-centered empowerment model: Health consciousness and health knowledge as drivers of empowerment seeking through health communication. <i>Health Communication</i> , 1-12.(SSCI)
	曾淑萍	二期一次	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。 <b>教育與心理研究</b> ，43 (2)，65-94。(TSSCI)
	Rebecca Ping Yu	二期一次	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)
	Yue Tan	二期一次	News framing of adolescents' use of Facebook in Taiwanese newspapers. <i>Communication and Critical/Cultural Studies</i> . 17(3), 322-338. (SSCI)
2021	陳延昇	一期三次	球迷、認同需求與運動媒介：運動賽事收看行為與娛樂經驗之影響因素分析。 <b>資訊社會研究</b> ，40，135-162。



年份	作者	資料期數	期刊文章
	Chen, C., Li, A. X., & Zhang, S.	一期四次	The gift of authoritarian experience: The determinants of online political efficacy in new democracies. <i>Telematics and Informatics</i> . 63, 101674.(SSCI)
	Yu-Chan Chiu,Fang-Ying Li	一期五次	Effects of the digital divide on the prevention of food risk in Taiwan. <i>Health Promotion International</i> .(SSCI)
	施琮仁	二期一次	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	二期一次	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> . 1-14. (SSCI)
	Hsu, L. J., Yueh, H. P., & Hsu, S. H.	二期二次	Subjective Social Capital and Loneliness for the Elderly: The Moderator Role of Line and Facebook Use. <i>Social Media+ Society</i> . 7(3),1-12. (SSCI)
	Rebecca Ping Yu	二期二次	The Emergence of Surveillance Culture: The Relationships between Facebook Privacy Management, Online Government Surveillance, and Online Political Expression. <i>Journal of Broadcasting &amp; Electronic Media</i> . 65(1), 66-87. (SSCI)
	Chang, C.	二期三次	Fake News: Audience Perceptions and Concerted Coping Strategies. <i>Digital Journalism</i> .9(5), 636-659. (SSCI)
	Lin, J. H. T., & Hsieh, Y. S.	二期三次	Longitudinal social grooming transition patterns on Facebook, social capital, and well-being. <i>Journal of Computer-Mediated Communication</i> .26(6), 320-342. (SSCI)
	Fangqi Zhong, Pengpeng Li & Jinchao Xi	二期三次	A Survey on Online Political Participation, Social Capital, and Well-Being in Social Media Users-Based on the Second Phase of the Third (2019) TCS Taiwan Communication Survey Database. <i>Frontiers in psychology</i> . 12, 730351. (SSCI)
	王教安 王嵩音	一期四次	信任媒體就信任政治？2003～2018 趨勢分析。《傳播文化與政治》，14，87-113。
2022	王嵩音	二期二次	臉書使用動機與行為對於社會資本的影響。《資訊社會研究》，42，123-150。

年份	作者	資料期數	期刊文章
	張郁敏	二期四次	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。 <i>新聞學研究</i> ，51，1-41。(TSSCI)

#### 四、 本資料庫推廣情形

本資料庫為了拓展知名度和增加使用率，主要以下列 11 種方式推廣：  
 (一) 記者會宣傳、(二) 研討會宣傳、(三) 工作坊、(四) 課堂宣傳、(五) 電子郵件推廣、(六) 碩博班論文獎、(七) 臉書粉絲專頁、(八) 每週產業新聞、(九) 產業合作、(十) 傳播行為輪廓圖像化主題式報告、(十一) 發行專書。資料庫每年依照各期不同狀況新增不同推廣方式，例如曾於 2015 年舉辦臺灣傳播調查研究成果發表記者會，廣邀媒體參與，讓更多學者、學子、產業界人士與民眾得知資料庫釋出资訊與內容，近期也積極爭取與傳播產業及國際單位合作，以及統整歷年資料庫調查以出版專書—「台灣民眾閱聽人樣貌：現象篇與理論篇」，描繪台灣特有的傳播圖像。針對不同的宣傳方式，與之對應的宣傳對象亦不相同，請見表 7。詳細推廣內容請見後續說明：

表 7 宣傳方式和與之對應的宣傳對象一覽表

對象 \ 方式	記者會宣傳	研討會宣傳	工作坊	課堂宣傳	電子郵件推廣	論文獎	臉書粉絲專頁	每週產業新聞	產業合作	圖象化報告	發行專書
傳播或相關領域學者	V	V	V				V				V
學生	V	V	V	V	V	V	V			V	V
資料庫會員	V	V	V				V	V		V	
一般民眾 (非資料庫會員)	V	V	V		V		V		V	V	
外國學者 與外國民眾		V									

##### (一) 記者會宣傳

鑑於臺灣傳播調查資料庫累積豐厚的學術能量，科技部於 2015 年 7 月舉辦「臺灣傳播調查資料庫研究成果發表會」，應邀平面、網路、廣播新聞等媒體，增加傳播調查資料庫的曝光機會，同時讓更多專家學者、學生、業者以及一般民眾可以透過媒體獲得傳播調查資料庫一期三次釋出资訊以及調查主題內容。

記者會由計畫主持人張卿卿老師與共同主持人陶振超老師一起主持，並邀請一期三次參與問卷小組之老師針對調查結果與研究發現進行發表及分享，分享內容請見表 8：

表 8 科技部記者會發表主題(2015 年 7 月 15 日)

臺灣傳播調查資料庫研究成果發表會	
分享人	分享主題
張卿卿	臺灣傳播調查資料庫簡介
王嵩音	青少年網路正負面使用行為影響因素
林淑芳	青少年網路素養與使用調查
施琮仁	青少年網路霸凌
林日璇	不得不用臉書：一成二青少年害怕錯過社交活動
陶振超	青少年的友誼網絡與傳播網絡

## (二) 研討會宣傳

### 1、國內研討會宣傳

為在國內學術社群推廣「臺灣傳播資料庫」，本計畫成員自 2012 年開始，每年皆於中華傳播學年會中發放中文宣傳酷卡，提供與會者自由索取。主持人並於該年度專題座談介紹本資料庫計畫背景、當年度執行成果，及宣傳本資料庫網站平台。中文宣傳酷卡如下圖 1 所示，在宣傳卡上面詳列了關於資料庫的資訊以及下載方式，提供使用者詳細的下載途徑。

**Taiwan Communication Survey (TCS)**  
臺灣傳播調查資料庫

科技部「臺灣傳播調查資料庫」為一長期性學術調查計劃，目的在深入追蹤及記錄臺灣民眾的傳播媒體使用行為變遷。調查內容除了媒體基本使用行為外，每年亦針對不同傳播子題新增研究題組，2012年（第一期第一次）至2021年（第二期第五次）的調查主題分別為：

主題素養與傳播 | 2012 網路使用行為 | 2013 媒體的娛樂與社交功能 | 2014 政治傳播與公民傳播 | 2015 風險與災害傳播 | 2016 媒體使用功效與影響I | 2017 媒介使用與社會互動 | 2018 媒體使用功效與影響II | 2019 新傳播科技與生活延伸 | 2020 新傳播科技與人際延伸 | 2021

每年調查資料結果，於次年7月公告在網站上。  
所有資料皆可從資料庫官方網站取得：<http://www.crctaiwan.nctu.edu.tw>

**歷年調查計畫簡介**

一、調查對象：  
1.一般民眾：具有本國國籍，設有戶籍，年齡在18歲及以上的民眾。  
2.青少年：具有本國國籍，設有戶籍的9-17歲國小、國中、高中/職的學生。

二、抽樣方法：  
1.一般民眾：採用分層多階段隨機抽樣法。  
2.青少年：採用分層兩階段叢集抽樣法。

三、歷年調查樣本數量

	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
一般民眾	2000份	2000份	2000份	2002份	2098份	2138份	2028份	2000份	2109份
加抽樣本	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	加抽年輕樣本 459份
青少年	NA	NA	1959份	NA	NA	1852份	NA	NA	1741份

四、連絡電話：02-2789-8166、電子郵件：crctaiwan@gmail.com

圖 1 中文宣傳酷卡樣張

## 2、國外研討會宣傳

國外宣傳部份，本資料庫亦從 2012 年開始印製英文宣傳酷卡（如圖 2）在國際傳播學會（International Communication Association, ICA）中發放，並於發表會會場介紹與推廣本資料庫網站平台。透過國際化的方式，讓資料庫能夠廣為國外學者使用。近年來由於新型冠狀病毒肺炎之影響，國際傳播學會研討會舉辦方式由實體轉為線上，因此無法到場發放宣傳酷卡，待疫情趨緩，研討會恢復為實體後，會再到現場發放宣傳酷卡。

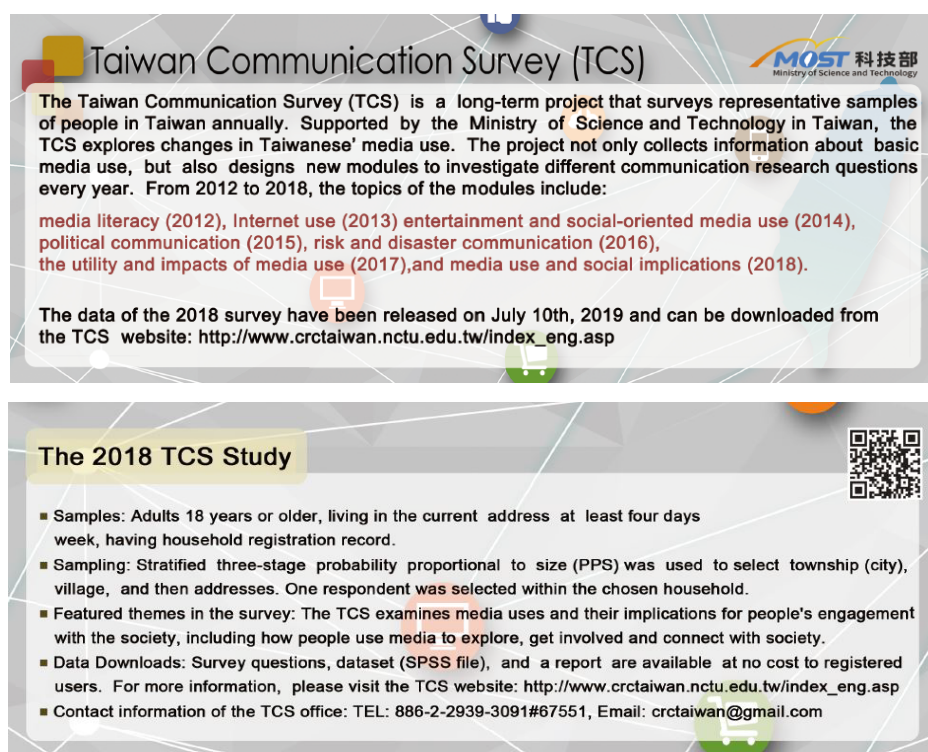


圖 2 英文宣傳酷卡樣張

### （三） 工作坊

本資料庫不定期會舉辦工作坊，廣邀不同領域的學者們進行學術研討，透過專業知識的切磋與交流，一起為學術領域締造更多的佳績和創新。

在二期五次計畫執行期間（2021 年），為了能更加瞭解該次的重要調查對象「熟齡族群」特質，於該年 1 月邀請政治大學企管系別蓮蒂特聘教授進行主題為「熟齡的幸福期望與老後生活挑戰—自主、健康、學習、享樂、陪伴、分享、出行等生活面向」之工作坊，透過別教授過往在學界與業界的寶貴經驗，分享熟齡族群特有的行為與想法，問卷小組委員亦將工作坊所獲取的知識應用於調查的問卷設計；此外，本次的工作坊，亦開放給一般民眾與學生共同參加，讓更多人能因此次演講而有更多的啟發。

此外，為了推廣本資料庫在學術上的應用價值，於 2021 年 10 月與「中研院 SRDA 學術調查研究資料庫」共同合辦「臺灣傳播調查資料庫之探究與實作」，邀請本資料庫的共同主持人陶振超教授帶領學員從調查對象、問卷架構及抽樣方

法等面向來探究臺灣傳播調查資料庫；亦邀請中研院社會所吳齊殷研究員，透過深入淺出的方式教導學員如何使用臺灣傳播調查資料庫的追蹤資料。

另外，本計畫問卷小組委員（中正大學傳播學系王嵩音教授、政治大學傳播學院施琮仁副教授）亦於 2021 年受「中研院 SRDA 學術調查研究資料庫」之邀，於其舉辦的「從生育、養育到教育—『學術調查研究資料庫』的價值與應用工作坊」中分享傳播調查資料庫的資料使用經驗與研究成果，藉此平台向更多大眾宣傳資料庫的應用價值與對社會的積極貢獻。未來，本資料庫亦會陸續籌辦各類工作坊，供學者、學子與一般大眾進修。

#### （四） 課堂宣傳

本資料庫每學期皆會向有修習傳播資料分析碩博班課程的同學介紹資料庫，鼓勵同學們多多運用此學術資源，像是可用於撰寫課堂報告、研討會論文或是碩博士論文，並邀請同學們投稿傳播調查資料庫的論文獎。為增強本資料庫的能見度，除了北部學校之外，亦到中南部有傳播相關科系的學校（例如：陽明交通大學、中正大學等）進行宣傳推廣，並加強對大學生的宣傳，例如：至大學部的研究方法課堂中宣傳。圖 3 為本計畫到各大專院校宣傳之照片，表 9 為 2019 年至 2021 年課堂宣傳之列表。

除此之外，為了提升宣傳推廣的品質，以及了解學生的需求，本資料庫也會在課堂宣傳結束後，請同學填寫回饋單，廣納學子的意見，以利推動本資料庫後續的相關發展，回饋單的內容與回饋請見表 10。



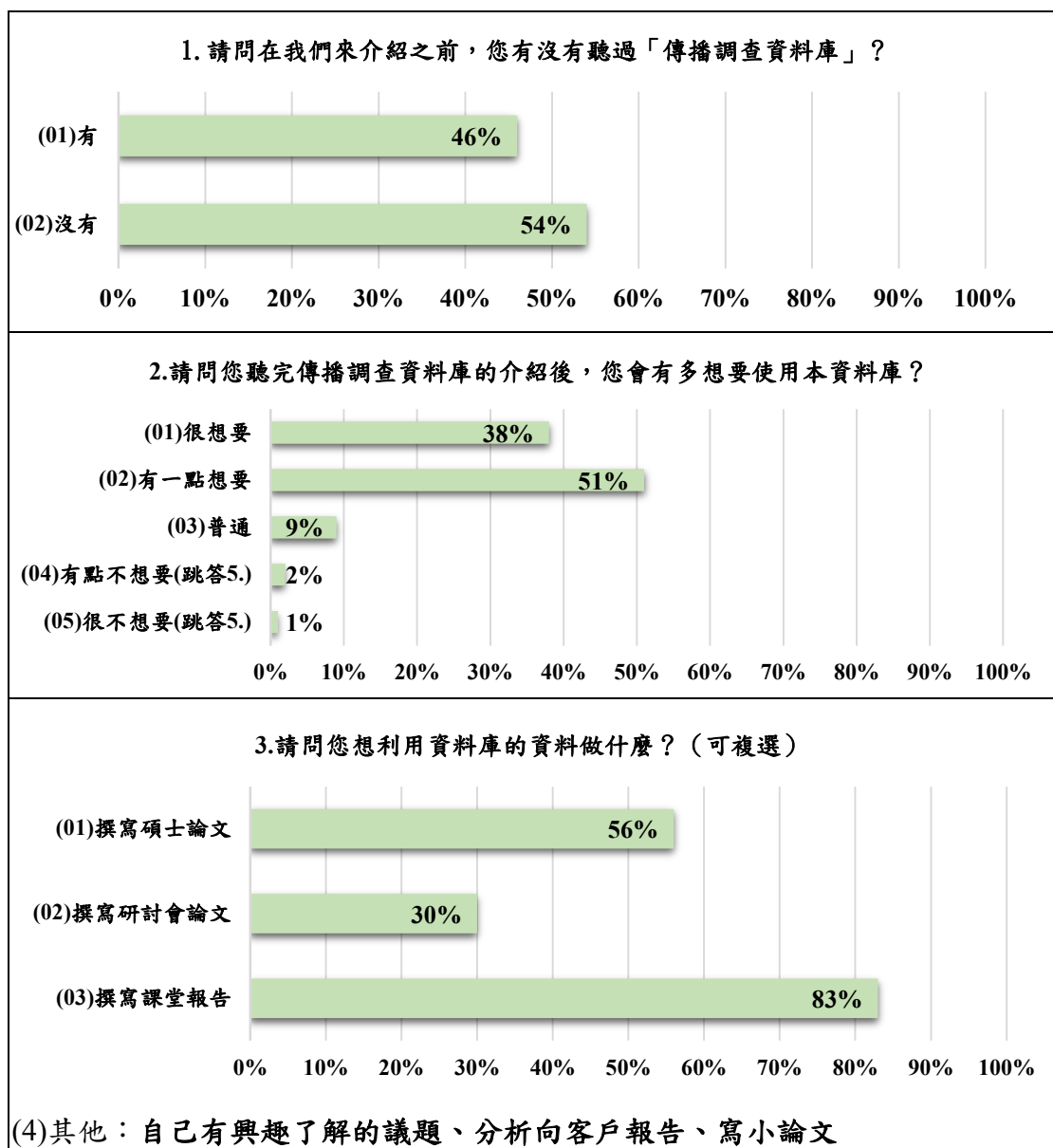
圖 3 傳播調查資料庫課堂宣傳照片

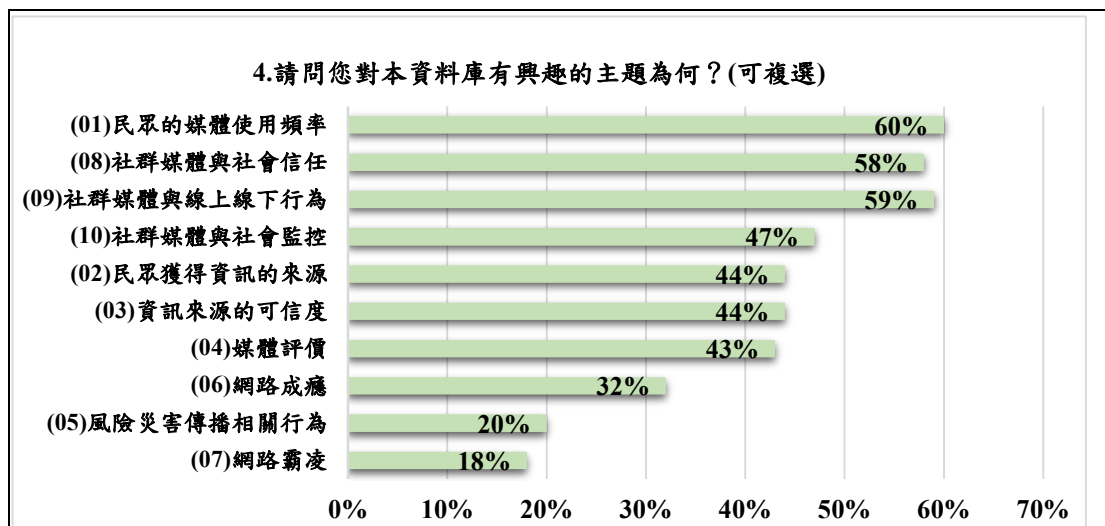
表 9 傳播調查資料庫課堂宣傳之列表(2019 下半年至今)

宣傳時間	宣傳學系/課程	宣傳對象	課堂人數
2019/10/24	政治大學傳播學院/傳播理論	碩博士	約 30 人
2019/11/18	政治大學傳播學院/研究方法	碩博士	約 15 人
2020/05/22	世新大學公共關係暨廣告學系/統計分析	碩博士	約 15 人
2020/10/20	政治大學傳播學院/研究方法	碩博士	約 15 人
2020/10/21	世新大學公共關係暨廣告學系/研究方法	碩博士	約 27 人
2021/03/23	世新大學公共關係暨廣告學系/統計分析	碩博士	約 8 人

2021/03/25	政治大學傳播學院/進階量化研究	碩博士	約 18 人
2021/11/24	政治大學傳播學院/傳播統計	大學部	約 28 人
2021/11/25	中正大學傳播學系/研究方法	大學部	約 48 人
2021/11/26	世新大學公共關係暨廣告學系/統計分析與市場研究	大學部	約 63 人
2021/11/29	陽明交通大學傳播與科技學系/傳播量化研究方法	碩博士	約 17 人
2021/11/30	政治大學傳播學院/研究方法	碩博士	約 29 人
2021/11/30	世新大學公共關係暨廣告學系/研究方法	碩博士	約 30 人

表 10 課堂宣傳回饋單整理(統計 2020/10、2021/03 和 2021/11 共 267 人)





5.請問您不想使用本資料庫的原因為何？(可複選)

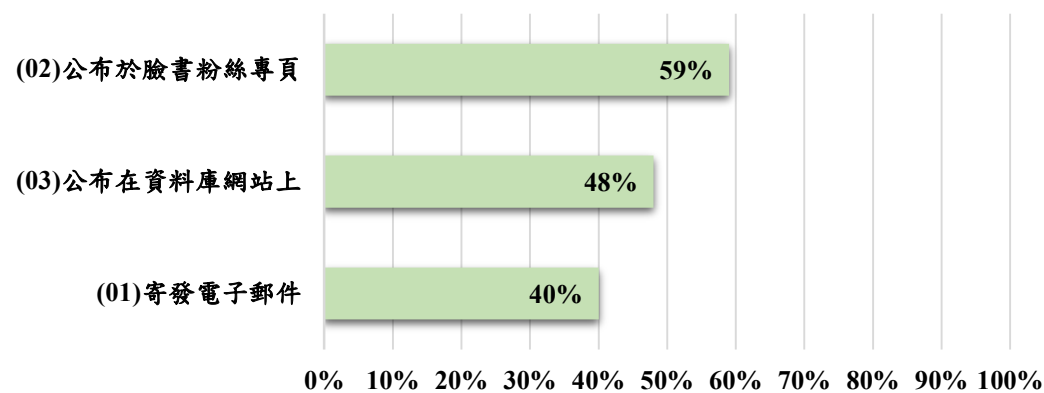
第 2 題答(1)、(2)、(3)者，不需回答本題

(1)跟我的論文無關(0%) (2)對調查的主題沒興趣(0%) (3)介紹不吸引人(0%)

6. 聽完介紹後，您覺得有哪些部分介紹不夠深入，還想再多瞭解？

開放題答案：能否調查其他議題嗎；可舉案例；想了解調查執行細節；想應徵面訪員；可能註冊後會比較瞭解；很深入了；講解清晰。

7.承上題，您希望透過哪些管道得知相關資訊？(可複選)



8. 請問您對於傳播資料庫是否有其他期許與建議嗎？

開放題答案：加入更多不同面向的主題；大量的文獻資料整理，讓人感到非常有趣；希望在戲劇可以提供固定幾年定期追蹤；希望能有視覺化的圖表；宣傳盡量加快；回饋單改線上填寫；期望傳播主題可以更廣一些；解釋得很詳細。

#### (五) 電子信件推廣

為了讓更多碩博班同學與相關領域的教授得知本資料庫，本資料庫規劃每年請國內大專院校相關系所之系辦人員協助發送推廣之電子信件，亦邀請曾參與本資料庫問卷規劃小組之成員協助以電子信件向相關人士介紹本資料庫。

#### (六) 論文獎



本資料庫經抽樣全臺民眾以進行傳播行為的面訪調查至今已邁入第 11 年，又每年依據當下社會情況搭配不同主題的調查，而使本資料庫擁有豐富多元、深入淺出的台灣民眾傳播行為紀錄，因此自 2017 年起特別舉辦論文獎，期待學子能以此資料庫為基礎，開展社會領域研究。至目前為止，已舉辦了 5 屆碩博士論文獎，每年 9 月新學期開學後即開始徵稿宣傳，徵稿約至隔年 3 月，並邀集審查委員評論各篇投稿文章以及選定獲獎文章，歷年獲獎名單請見表 11。

2021 年 9 月起為鼓勵更多學生利用本資料庫進行傳播領域研究，規劃論文獎徵稿對象分為「大學生」、「碩士生」、「博士生（含博士後研究員）」三組，每組規劃獨立獎項（首獎、優等、佳作），望能吸引更多學子投稿。

表 11 論文獎歷年獲獎名單

年份	徵稿對象	獎項	獲獎者	獲獎文章題目
2017	碩博士	優等	吳岱芸	從修復身心狀態觀點檢視臺灣青少年的電玩遊戲動機與行為
2020	碩博士	佳作	許瓏瀨	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

### （七） 臉書粉絲專頁

有鑑於全球及臺灣民眾使用臉書與社群網站的行為愈趨普遍，本資料庫於 2014 年 10 月開設臉書專頁（如圖 4 左），並邀請傳播領域及各界有興趣之學者、學子，及民眾按讚。本臉書專頁之推廣策略為以親切之內容，吸引各界人士關注傳播產業或學界新知，並進而認識、瞭解本資料庫，及使用本資料庫之調查數據。

本期臉書專頁內容大致有「產業新聞」、「電子報」、「節慶祝福」、「本計畫最新消息」等訊息。每則貼文皆以平易近人之文字及本資料庫自行製作之圖片（包含 gif 動態圖，如圖 4 右）構成，期望以活潑生動的方式將傳播相關消息及本資料庫的近況，分享給本資料庫的粉絲及臺灣民眾，並融入他們的日常生活中。

本計畫每週皆會經由「洞察報告」分析每則貼文之觸及人數與分享次數，發現「節慶祝福」、「恭賀得獎」等較歡樂、軟性的文章通常會有較高的觸及人數、分享轉發次數、按讚數。此外，我們也會邀請按讚貼文但尚未按讚的人對粉專按讚，令其獲取更多的傳播消息。

本資料庫專頁的粉絲人數正穩定成長。截至 2022 年 1 月 1 日粉絲人數已有 1861 人，未來亦會持續宣傳推廣，以增加本資料庫的知名度。



圖 4 傳播調查資料庫之臉書粉絲專頁

#### (八) 每週產業新聞

由於傳播科技快速發展，產業動態變化萬千，資料庫網站每日皆從各大新聞網站挑選傳播領域重要的四則新聞，整理並分享於網站及臉書粉絲專頁上，讓閱聽眾能即時掌握傳播產業之趨勢與走向。從 2019 年 10 月開始，每週也會從中精選 5 篇相關新聞，寄送給資料庫會員瀏覽查看精選傳播新聞，透過主動發送新聞的方式增加與會員的互動連結，同時並增加資料庫提供資訊之價值。

截至目前為止，本資料庫會員人數共有 4661 人，並有 2007 位會員(約 4 成)願意訂閱每週產業新聞。

#### (九) 產業合作

為了提高資料庫的能見度，除了與學術界的專家學者進行溝通交流外，我們亦積極尋求與各產業合作的機會，例如：2019 年年初與新興媒體網站「蹦新聞」達成協議，授權其能轉載本資料庫的電子報(如圖 5)，以利更多民眾能迅速獲取最新的臺灣傳播行為概況。



圖 5 踴新聞於其網站上刊登本資料庫的電子報

#### (十) 傳播行為輪廓主題式報告

本資料庫自 2021 年起，定期發送近 5 年（2015-2019 年）最新釋出資料之傳播行為輪廓主題式報告，透過視覺化圖片的方式呈現近 5 年的傳播行為變化（如圖 6），使讀者能快速掌握傳播行為趨勢，並藉此提供新聞業者撰寫傳播行為變化之可靠素材。

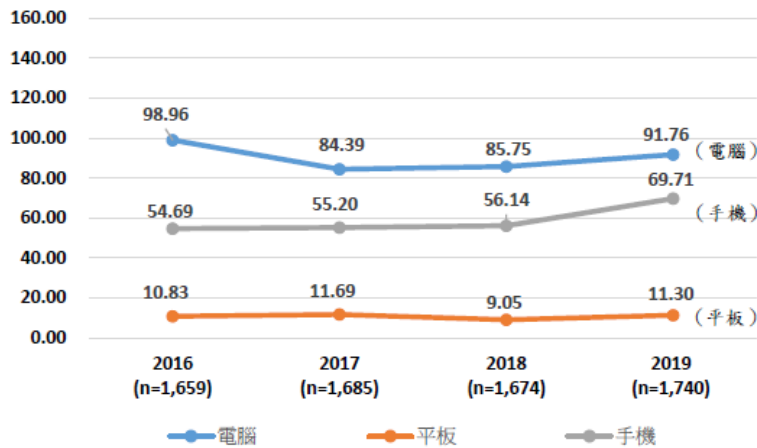


圖3、歷年民眾平均每天使用不同裝置進行「工作與學習」之上網時間（2016年-2019年，單位：分鐘）

圖 6 節錄於傳播行為輪廓主題式報告

#### (十一) 發行專書

自 2012 年開始至今本資料庫已開展 10 年的調查，主要著重於臺灣民眾傳播

行為調查，且因聚焦在「臺灣」民眾的連續性調查，更能呈現出近幾年臺灣在地民眾的傳播行為輪廓，亦累積不少深具學術價值之資料。因應此優勢，本資料庫於 2020 年出版臺灣傳播行為變遷之系列書籍——「臺灣民眾閱聽人樣貌：現象篇（上冊）與理論篇（下冊）」。

書籍章節的安排，分為「傳播行為變遷—現象篇」以及「傳播學術發展—理論篇」兩部份，請見表 12。「現象篇」部分根據歷年蒐集的傳播調查資料庫之基本題數據資料描繪臺灣民眾媒體閱聽行為輪廓，並分析歷年的轉變與闡述其意涵，有以下七個章節：(一)臺灣傳統媒體使用行為；(二)臺灣民眾之新聞閱聽情形、信任感知與評價；(三)臺灣民眾之人際溝通模式；(四)臺灣民眾之網路使用行為；(五)臺灣民眾之社群媒體使用行為；(六)臺灣民眾之影音娛樂閱聽行為；(七)臺灣民眾之數位遊戲遊玩行為。而「理論篇」部分，則收錄過去以資料庫為依據所撰寫的期刊文章，且具有理論價值者，將有五大類別：(一)社交篇；(二)素養篇；(三)政治傳播；(四)健康與風險；(五)數位生活，共收錄 11 篇文章。

透過本資料庫歷年蒐集到的數據進行台灣傳播現象的描繪，且藉由理論的解釋與現象發展的說明，來理解其行為的意涵，期許該專書能成為各大專院校傳播學院碩士相關課程的參考書籍，培育下一代傳播的學術尖兵。

表 12 「臺灣閱聽人樣貌」專書收錄內容

<b>臺灣閱聽人樣貌：現象篇</b>	
<b>第一章</b>	臺灣傳統媒體使用行為
<b>第二章</b>	臺灣民眾之新聞閱聽情形、信任感知與評價
<b>第三章</b>	臺灣民眾之人際溝通模式
<b>第四章</b>	臺灣民眾之網路使用行為
<b>第五章</b>	臺灣民眾之社群媒體使用行為
<b>第六章</b>	臺灣民眾之影音娛樂閱聽行為
<b>第七章</b>	臺灣民眾之數位遊戲遊玩行為
<b>臺灣閱聽人樣貌：理論篇</b>	
<b>社交篇：獨樂樂不如眾樂樂</b>	
<b>陶振超</b>	社交媒體的動員力量：網絡機會模式之觀點
<b>林日璇</b>	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
<b>素養篇：網路公民的生存之道</b>	
<b>林淑芳</b>	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
<b>徐美苓</b>	影響新聞可信度與新聞素養效能因素之探討
<b>政治傳播：「滑政」取寵的世界</b>	
<b>俞 蘋</b>	有心或無意？：社群媒體上的新聞與政治資訊使用

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
<b>健康與風險：攸關生命的資訊</b>	
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
林宗弘	數位貧窮與天災風險資訊來源：來自台灣傳播調查的證據
<b>數位生活：一波網路時代的浪潮</b>	
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
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
張郁敏	跨世代行動上網與電視並用行為與動機

## 五、「TCS 臺灣傳播調查資料庫」網站平台的內容建置情形

自臺灣傳播調查資料庫 (Taiwan Communication Survey, TCS) 於 2012 年開始進行調查時，便建立獨立網站，網站主要目的為釋出每期傳播調查的資料及引用辦法、抽樣方法、原始問卷、SPSS 資料檔、結案報告書等，供學界、產業界與一般民眾參考使用。為了使網站更貼近人性化的設計，方便使用者使用，本網站共經歷四個版本，分別為 2012 年第一版的「傳播產學知識家」、2014 年 5 月第二版的「科技部傳播調查資料庫」、2017 年 5 月第三版的「TCS 臺灣傳播調查資料庫」，以及 2020 年 5 月加入響應式網頁設計的第四版「臺灣傳播調查資料庫」，共經歷三次更新，最近一次改版與前期網站主要差異如下。

### (一) 新舊網站差異

#### 1、網站風格從可愛向量圖改為寫實成熟風

前期網站風格較為可愛討喜，本次改版一改前期的俏皮風格，轉為寫實成熟風，以襯托出本調查的專業性（見圖 7，左邊為舊版，右邊為新版）。



圖 7 傳播調查資料庫網站首頁改版前後差異

## 2、RWD 響應式網頁設計

隨著平板電腦和智慧型手機的普及，傳統網頁設計的方式已無法滿足所有瀏覽裝置，如：使用畫面較小的平板或智慧型手機瀏覽傳統網頁時，容易有頁面過寬所造成的瀏覽不便。為解決此窘境，本次改版以「響應式網頁設計(Responsive Web Design，簡稱 RWD)」的技術來製作網站，網頁能隨著使用者網頁瀏覽裝置解析度的大小，自動變化網頁的寬度及頁面配置，讓使用者在瀏覽網站時，能以最適合閱讀的格式呈現(見圖 8)。

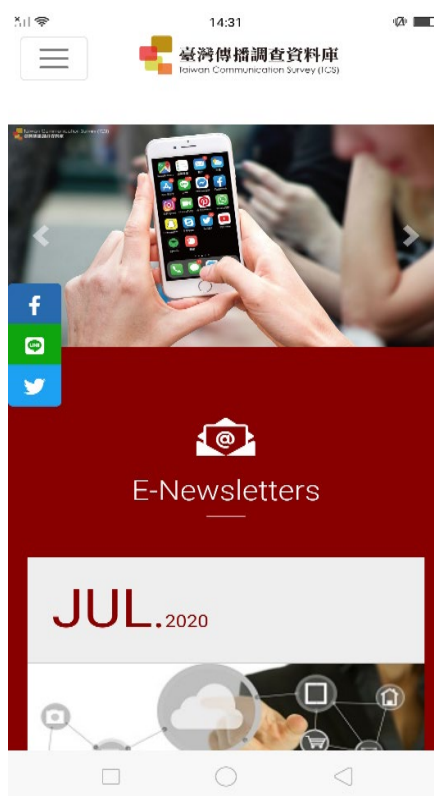


圖 8 響應式網頁設計(手機介面)

## 3、變更首頁電子報陳列形式

網站首頁電子報陳列部分，前期網站提供前 6 期最新的電子報，並以方塊形狀整齊的排列在首頁當中，為了使整體版面更有變化與設計感，新版網站首頁的電子報呈列形式改以左右滑動方式選取電子報，讓整體畫面顯得更活潑輕快(見圖 9)。



圖 9 網站首頁-「電子報 (E-Newsletters)」

#### 4、將「電子報」中的「展集」獨立出來，並陳列於首頁

前期「電子報」與「展集」皆共同羅列在「電子報」大項目中，然而兩者屬性不盡然相同，因此本次改版中將把「電子報」與「展集」分開陳列於首頁中（見圖 10）。



圖 10 網站首頁-「展集」

#### 5、將「最新消息」與「產業新聞」一併放到首頁

前期網站若使用者欲觀看「最新消息」與「產業新聞」，必須再點其他路徑才得以閱讀，其過程較為繁複，又此兩區的更新頻率甚高，為了讓使用者能直接快速的在首頁就能找到已更新的相關訊息，新網站已將此兩區域的內容移至到首頁，方便使用者能快速的選取（見圖 11、圖 12）。



圖 11 網站首頁-「最新消息」



圖 12 網站首頁-「產業新聞」

## 6、重整「TCS 資料下載頁面」架構

前期網站的「TCS 資料下載頁面」無法一頁綜覽所有期次的下載資料，為了讓使用者能對所有的資料一目瞭然，新網站採用人性化表格的呈現方式，並將資料分類為共同資料（包含結案報告書、資料釋出及引用辦法等）、一般民眾調查（包含抽樣方法、原始問卷檔、SPSS 資料檔）、青少年調查（包含抽樣方法、原始問卷檔、SPSS 資料檔），讓使用者能快速找到欲下載的檔案（見圖 13）。

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	第二期第四次 2021/7/22			
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							
	資料改版說明							
	資料使用說明							
一般民眾調查	抽樣方法							
	原始問卷檔							
	SPSS資料檔							
青少年調查	抽樣方法							
	原始問卷檔							
	SPSS資料檔							

圖 13 TCS 調查資料下載

## 7、英文網站改版新增部分

為了更有效地將資料庫推展至國際，資料庫的英文網站亦在本次改版擴增相關內容，增加的項目有「團隊介紹」、「TCS 調查簡介」等，網站內容與設計比前期網站相對多樣與豐富（見圖 14、圖 15）。





圖 14 舊版「TCS 臺灣傳播調查資料庫」英文網站



圖 15 新版「臺灣傳播調查資料庫」英文網站

## (二) 網站介紹

資料庫網站內容主要分為五大部分：第一為「最新消息」，第二為「關於我們」，第三是「傳播調查資料」，第四是「學術交流」，最後一個為「產業交流」。本資料庫網站具有豐富的學界與產業界資料，並以直覺化、視覺化之方式呈現，致力於將資料庫之調查問卷、數據等資料推廣給學界、產業界與對大眾傳播領域有興趣的民眾，並期許本資料庫能成為臺灣、亞洲，至全球傳播調查的指標。以下將詳細介紹網站內容：

### 1、「最新消息」專區

本網站第一個子頁為「最新消息」，內有定期更新之傳播領域學術界與產業界最新活動消息，其分類有「論文徵稿」、「學術活動」、「傳播競賽」，及「實務講座」。「論文徵稿」收錄臺灣各傳播或社會期刊、學刊，或研討會之徵稿訊息；「學術活動」為臺灣傳播及社會領域研討會報名資訊。而「傳播競賽」和「實務講座」則包含媒體、廣告，與行銷等業界相關講座、競賽之報名資訊。

### 2、「關於我們」專區

第二個子頁為「關於我們」，其分類有「計畫緣起」、「服務目標與對象」與「團隊介紹」。「計畫緣起」與「服務目標與對象」主要介紹本資料庫的緣起與目標，「關於我們」則是提供每年參與資料庫問卷研擬的專家學者之名單給大眾參考。

### 3、「傳播調查資料」專區

第三個子頁面為「傳播調查資料」，其分類為「TCS 調查簡介」、「TCS 調查資料下載」、「TCS 成果分享」、「TCS 電子報」與「TCS 展集」，以下分別介紹：

## (1) TCS 調查簡介

本區介紹各期次調查主題內容、母體、抽樣方法與樣本數量。

## (2) TCS 調查資料下載

本區是本資料庫網站經營的重點，內含「台灣社會變遷基本調查計畫」大眾傳播組資料及本資料庫第一期第一次至第五次、第二期第一次至第四次之各期資料，每期資料皆會提供以下之檔案：「附件：資料釋出及引用辦法」、「抽樣方法」、「原始問卷」、「SPSS 資料檔」、「結案報告書」。「TCS 成果分享」一區則收錄引用本資料庫調查內容及「台灣社會變遷大眾傳播組」的期刊論文專區，條列引用資料的期刊論文以供學界參考。

此外，本資料庫在每年釋出面訪資料時，會主動寄信告知會員，邀請他們下載使用，詳細信件內容如下（以二期四次調查資料於 2021 年 7 月釋出為例）：

親愛的會員、學者，您好：

臺灣傳播調查資料庫二期四次研究調查資料（調查時間 2020 年），自 2021 年 7 月 23 日起正式上線於資料庫官方網站（[www.crctaiwan.nctu.edu.tw](http://www.crctaiwan.nctu.edu.tw)），歡迎學者專家、實務業者及社會大眾上網瀏覽或下載 2020 年調查資料。本次調查主題為【**新傳播科技與生活延伸**】，調查對象分為「青少年（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）」和「一般民眾」，其中一般民眾又分為「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）」和「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）」。

本次「一般民眾調查（主樣本+年輕樣本）」抽樣方法為分層多階段隨機抽樣暨戶中抽樣法（Stratified Multi-Stage Probability Proportional to Size Sampling），「青少年調查」抽樣方法為分層兩階段叢集抽樣法（Two-stage stratified cluster sampling）。

一般民眾調查（主樣本+年輕樣本）」正式調查期間為 2020 年 9 月 21 日至 2020 年 12 月 13 日止，主樣本完成份數為 2109 份，年輕樣本完成份數為 459 份。「青少年調查」正式調查期間為 2020 年 11 月 11 日至 2021 年 1 月 19 日，完成份數為 1696 份。

竭誠歡迎各領域研究學者，下載與使用傳播調查資料庫二期四次的研究調查資料。

2020 年臺灣傳播調查資料庫二期四次研究調查資料下載網址：

<https://crctaiwan.dcat.nycu.edu.tw/AnnualSurvey.asp>

(若無法開啟網站，請先清除瀏覽器的紀錄)

如有任何疑問，請與資料庫專案助理聯繫，謝謝。

聯絡人：張小姐、葉小姐、曾小姐

E-mail：crctaiwan@gmail.com

### (3) TCS 成果分享

本區收錄引用本資料庫第一期與第二期調查內容及「台灣社會變遷大眾傳播組」的期刊論文專區，條列引用資料的期刊論文以供學界參考。

### (4) TCS 電子報

本區存有本資料庫之電子報，電子報為每月根據本資料庫已釋出的面訪調查資料進行數據分析、撰寫短文並輔以圖表說明的主題報告(圖 16)，從 2014 年 4 月發送電子報以來，至今已經發送了 98 期的電子報(各期電子報主題請見表 13，僅列出 2019 年 11 月後之電子報，歷年整理請見附錄七)。



圖 16 傳播調查資料庫-電子報

表 13 傳播調查資料庫之歷年電子報主題(2019 年 11 月後)

年份	月份	電子報主題
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

年份	月份	電子報主題
	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
	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差異
	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？
	7	「手機不離手？」台灣民眾使用手機之情形
	8	「用看的比玩的更過癮？」台灣青少年玩電玩遊戲及觀看遊戲直播之情形
	9	男女 IG 使用習慣大不同？
	10	青少年使用 IG 在幸福感及課業表現上的差異
	11	「國高中生與手機的距離？」台灣國高中生使用手機之情形
	12	「那些使用手機的時光」—台灣高中職生使用手機之情形
2022	1	青少年上網行為概況
	2	「YouTube 看什麼？」—台灣高中職生使用 YouTube 之情形
	3	國高中職生追劇之情況
	4	「您喜歡用 LINE 嗎？」_探討青少年使用 LINE 的行為與感受
	5	「你會一心二用嗎？」—台灣高中職生多工之情形

### (5) TCS 展集

展集則為每季統整使用資料庫發表的期刊論文，收納主題類似的文章，並為其撰寫簡介（圖 17），自 2016 年 3 月發送展集以來，至今已經發送 15 期的展集（各期展集主題請見表 14，僅列出 2019 年 11 月後之展集，歷年整理請見附錄

七)，提供各大專院校在學學生及傳播領域學者資料使用參考。展集與上述電子報之發送對象包含網站會員、傳播領域學者、社會科學相關社群學者。而自 2015 年 9 月起因應讀者之特性，將展集和電子報從原先貼近一般民眾的寫法，改以學術角度切入、編寫，以提供各大專院校在學學子及傳播領域學者使用參考。



圖 17 傳播調查資料庫-展集

表 14 傳播調查資料庫之歷年展集主題

年份	月份	展集主題
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
	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
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
	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
2021	9	科技部傳播調查資料庫展集第十四期： 我受的傷，你是否能看見？漫談青少年霸凌行為和現象
	12	科技部傳播調查資料庫展集第十五期： 網路與社群媒體使用如何促進政治參與？解析背後的 心理機制與歷史因素

#### 4、「學術交流」專區

「學術交流」專區之主要目標使用者為傳播及社會學界之學者專家，及相關領域之大學、碩博士生，其分類為「學術期刊」、「傳播文獻」、「學術相關網站」與「其他相關調查」，分類介紹如下：

##### (1) 學術期刊

本區收錄傳播領域主要期刊的最新出版內容，以及提供國內外傳播相關的學術期刊網站簡介，供使用者參考。

##### (2) 傳播文獻

定期更新 TSSCI 社會、傳播與管理期刊以及其他傳播相關期刊的文章簡介，本資料庫提供時間、作者、期刊三種不同類別的排序方式，另設置搜尋欄位，供學者、研究生、有興趣之民眾使用。本區收錄之期刊包含：中華傳播學刊、新聞學研究、廣播與電視、廣告學研究、調查研究—方法與應用、文化研究期刊、傳播研究與實踐、中山管理評論、管理評論、管理學報、傳播與社會、資訊社會研究與傳播管理學刊等期刊。

##### (3) 學術相關網站

本區整理並收錄傳播及社會領域相關之政府機關、學校單位、調查機構與非營利網站名稱、連結與簡介供使用者參考。

##### (4) 其他相關調查

本區統整全臺及國際上重要之調查網站連結，讓使用者透過本資料庫網站即可以便利地瀏覽其他相關調查。本資料庫收納的網站包括社會、家庭、教育及政治等相關領域的研究計畫。

#### 5.「產業交流」專區

資料庫網站內的產業取向網頁子題有三個，包含：「產業新聞」、「產業網站」與「行銷溝通案例網站」。提供傳播領域的學生、業界人士使用，亦讓有興趣之學者或民眾參考，以下針對此三大主題進行詳述。

##### (1) 產業新聞

為讓本網站使用者能掌握當下及歷史上的傳播消息，本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、分類後放於此頁面，讓閱聽眾能快速精確地掌握傳播產業趨勢與走向，此頁新聞分類有「產業動態」、「遊戲電競」、「數位科技」、「社群媒體」、「府院動態」、「資訊安全」等。且網站頁面上方設有搜尋 Bar，方便使用者可直接針對特定分類主題進行關鍵字搜尋，直接找到有興趣的類別進行閱讀。

此外每週也會從這些產業新聞中，精選出當週三篇最重要的新聞，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，並在貼文下方附上刊登該篇新聞的資料庫網站網址，此舉除了能增加與用戶間的互動外，亦能藉此將

使用者導回網站網頁端，提高網站造訪率。

最後，本資料庫亦於 2019 年 10 月開始，每周寄送「精選傳播產業新聞」（如圖 18）的電子郵件給願意訂閱電子報的資料庫會員，希望透過每周精選的產業新聞，讓會員能快速地知悉每週重要的傳播大事件，並藉此提高會員使用本資料庫網站的黏著度。



圖 18 每週精選傳播產業新聞

## (2) 產業網站

本區收錄傳播及社會領域相關產業界及媒體網站簡介、連結，以供使用者參考、搜尋。

## (3) 行銷溝通案例網站

此部分更精確地選擇與行銷溝通相關的公司或網站，放入其簡介及相關連結以讓使用者認識更多相關資源。

## 貳、 調查主題規劃

傳播調查資料庫一期的主題規劃鎖定政治傳播與災難傳播等特定主題，但與其他調查的重疊性稍高（例如：政治傳播相關調查有台灣社會變遷基本調查七期二次—公民與國家、台灣選舉與民主化調查、台灣政經傳播研究；災難傳播相關調查有台灣社會變遷基本調查六期四次—風險社會）。因此二期開始從使用者出發，前三年鎖定不同面向的媒介使用對於閱聽眾的正負面影響，後兩年則希望專注於新興媒體如何促發新的使用歷程，包括人們如何透過新興媒體的使用來拓展生活的範疇，或透過新興媒體的使用來促發人際不同面向的連結。

首先，新興媒體可以延伸人們的生活經驗，尤其是對於擅長使用這些媒體的年輕世代而言，影響更為深刻。透過網路與新興媒體的傳播特性，使閱聽眾待在家中也能增加生活體驗與技能，像是觀看朋友的旅遊分享、美妝教學影片、開放式課程、3C 商品開箱文等，無形中也強化了自身的文化涵養、生活智能、專業智能、及消費智能等，此為新興媒體能帶來拓展視野的效益。

再來，對於熟齡族群，更在意他們使用新興媒體所帶來人際延伸的益處，例如透過即時通訊軟體與親友聊天問候，彼此相邀出門踏青旅遊等社交活動，形成社會支持網絡；而情境崩解的負面影響，反而對熟齡族群來說可能是正面的情境延伸，能在社群媒體上接觸到年輕人的想法，促進思想的年輕化；另外學習網路上的健康知識，也能增強健康管理；或者是網路無遠弗屆的特性，即使子女離家工作也能透過新興媒體持續家庭溝通與互動。

藉由新傳播科技帶來的人際延伸（二期五次）的主題與概念面向，延伸出相關之結果變數與調節變數，如表 15 所示，針對不同對象的因應調查主題如表 16，主題概念面向、變數與文獻回顧詳如後所述。

另外，目前傳播調查資料庫所建置的「網路固定樣本調查」，可針對特定突發傳播相關議題進行探索（例如：網路不文明行為的應對態度及其影響、如何在社群媒體上展現自我等），預計規劃之主題概念面向與變數詳如後所述。



表 15 二期四次與五次調查主題架構

	主題	概念面向	與哪些新傳播科技有關	結果變數	調節變數
第一年	新傳播科技與生活延伸 (New communication technologies & life boundary expansion) (年輕人 18—35 歲加抽到 1000 人)	文化涵養與美感養成 (Culture & aesthetics)	YouTube, IG	<b>個人正向：</b> 快樂感、主觀幸福感、生活滿意度、成功老化因應、延緩衰老症狀 <b>個人負向：</b> 焦慮感、孤寂感、難以區隔受眾、過度保護隱私、形象管理壓力、網路成癮 <b>社會正向：</b> 契結型社會資本、橋接型社會資本、活躍社交參與、社交連結 <b>社會負向：</b> 社會倦怠、人際衝突、人情壓力、網路霸凌	主觀健康狀態與認知評估、 新傳播科技之自我效能、 新傳播科技之風險感知
		生活智能 (Life intelligence)	YouTube, Line		
		專業智能 (Professional intelligence)	YouTube		
		消費智能 (Consumption intelligence)	YouTube, Online live broadcast/stream		
第二年	新傳播科技與人際延伸 (New communication technologies & social boundary expansion) (55 歲以上熟齡族群預估 1000 人)	社會支持網絡 (Social support network/Confident network)	Line, Facebook		
		情境崩解/延伸 (Context collapse/extension)	Line, Facebook		
		社交活動 (動員與被動員) (Social activities coordination/mobilization)	Line, Facebook		
		媒體資訊作為健康管理 (Health coping with media information)	Health news shared by friends or incidentally exposed, health news programs		
		家庭溝通 (Family communication)	Line, Facebook		

表 16 二期五次針對不同對象的因應調查主題

期次 (年)	對象	訪問模式	調查主題
二期五次 (2021)	一般民眾 熟齡樣本預估 1000 份	面訪	新傳播科技與人際延伸
	網路會員	網路調查	網路癮誘與脫序行為
			網路社交展演

## 一、 新傳播科技與人際延伸

### (一) 人際延伸 (Social boundary expansion)

人際延伸 (social boundary expansion) 意指人們透過各種不同方式將其人際關係 (interpersonal relationship) 或社交圈 (social circle) 向外拓展，這樣的延伸將建構於對他人的社會接受程度 (social acceptance of others)，若個人對於社會與他人的接受度高，則其在人際延伸的範圍上亦將更加開闊 (Lorr & McNair, 1965)。過往研究中常提及人際延伸對於建構個人社會資本 (social capital) 與提升生理與心理健康狀態的重要性 (Arezzo & Giudici, 2017)，同時也強調個人若缺乏人際互動，對生、心理都會有顯著的不良影響與易觸發負面情緒和感受(例如：孤寂、沮喪、焦慮等) (Drageset, et al., 2011；Prieto-Flores, et al., 2011)，而此種負面影響在熟齡族群身上更顯重要。除此之外，人際延伸亦能添增個人在學習與成長的機會，透過人際延伸得以拓展視野，從不同人身上學習新事物。新傳播科技的出現扮演了強化角色，由於少了時間與空間的限制，讓個人從中獲取更多人際延伸機會，而在網路社群參與中，不僅能夠拓展知能，更重要的是取得自己在其中的新定位、新關係、以及新的投入與歸屬感受 (Talò, Mannarini, & Rochira, 2014)。

Leist (2013) 的研究說明人際延伸對熟齡族群在因應老化過程的重要性，更特別提及網路社群 (online communities) 在人際延伸中所扮演的角色，據研究結果指出：網路社群的出現，讓熟齡族群能夠不受時間與地點的限制，投身社群媒體或討論區，從中獲得更多社會接觸 (social contact) 的可能性，更重要的是，在生活中遭遇困難時，亦能從網路社群中隨時提供或汲取不間斷的社會支持 (social support) 力量；整體而言，克服寂寥感、釋放壓力、提升主控與自我效能感是新傳播科技所帶給熟齡群體的正向影響。然而，它的出現亦可能為熟齡族群帶來負面影響，例如：個資可能被他人誤用或盜用、容易接收錯誤資訊而受害等風險提高。

### (二) 新傳播科技對人際延伸的強化作用 (New communication technologies as the enhancer of social boundary expansion)

本研究認為新傳播科技對於人際延伸的強化作用可從「社會支持網絡/知己網絡 (social support network/confident network)」、「情境崩解/延伸 (context collapse/extension)」、「社交活動 (動員與被動員) (social activities coordination/mobilization)」、「媒體資訊作為健康管理 (health coping with media information)」、「家庭溝通 (family communication)」等五個人際延伸面向來進一步加以探討。

#### 1、社會支持網絡/知己網絡 (Social support network/ Confident network)

每個人都有屬於自己的社會支持網絡 (social support network)，網絡中包含：

配偶、子女、親戚或家庭成員、朋友等，透過這樣的網絡關係，個人能在其中汲取所需之各種不同面向的支持，例如：情感或資訊上的支持（Rains & Keating, 2011；Wright & Miller, 2010）；而知己網絡（confidant network）更是社會支持網絡中，對自己特別具有意義的一群人所組成（Litwin & Stoeckel, 2013；McPherson, et al., 2009），無論在生活中遇到好事、壞事或是難以對眾人啟齒的憂慮，這群人都可以完全放心分享的親密對象，有了這樣的網絡關係存在，亦能提升個人的生活品質與幸福感，降低抑鬱與焦慮感受（Silva, et al., 2018）。

新傳播科技的發展則讓人際網絡有更多機會向外延伸，人們可透過各種新型態管道與溝通方式來拓展個人的人際網絡，並從中尋求與獲得社會支持（Ellison, et al., 2011；Wright & Bell, 2003），而支持網絡的疆界與範圍也不再受到時間和空間限制，個人得以取得更多元的關係網絡與人際連結（Carr, et al., 2016）。Litwin 與 Stoeckel（2013）、Silva 等學者（2018）的研究更進一步提出知己網絡對於熟齡生活品質與幸福感的重要性，研究結果顯示：熟齡族群的身邊若缺乏知己網絡，相較於擁有知己網絡的，幸福感確實會較低；而透過新傳播科技的崛起，他們得以獲取更多元人際延伸管道，找尋到專屬於個人的知己網絡，添增生活的豐富與快樂，更能從中獲得各面向的社會支持感受，以利面對與排解老後的各種問題。

## 2、情境崩解/延伸（Context collapse/ extension）

所謂情境崩解（context collapse）意旨當不同的社會網絡與群體受眾同時出現在同一個互動場合，會讓人容易對受眾產生模糊、甚至扭曲的認識；一般社交媒體中的互動多依賴文字或圖片，面對面互動（face-to-face interaction）的情境線索（例如：表情、語調、手勢、身體語言…等）相對減少很多，常會帶來交流與理解上的阻礙與添增關係處理的複雜程度（Marwick & Boyd, 2011）。當人們處於新型態的社交媒體中，社交疆界（social boundary）亦開始拓展，有別於傳統媒介，在新傳播科技所分享的內容、訊息與動態，有機會能被更多人「同時」看見，個人發布的各項內容（包含：文章、照片或影片等）都必須在心裡先設想好觀眾（audience）會是誰（Litt, 2012；Marwick & Boyd, 2011），進而在處理社交媒體上的隱私問題，會變得更加小心翼翼且嚴格管理（Beam, et al., 2018；Child & Staracher, 2016；Vitak, 2012），例如：透過社群平台既有功能來設定各種不同觀看權限的社交圈（social circle）來管理貼文可以審視的人群範圍。

如同 Goffman（1959）在過去研究中所示，生活就像演戲一般有前台（front stage）與後台（backstage）之別，每個人都會想要在特定時間、場合、與個別群體間呈現出不一樣的自己，得以做好自我呈現（self-presentation）與印象管理（impression management）。然而，由於愈來愈多人使用共通平台，將導致社交圈重疊（overlap）與難以區隔（segmentation），在空間、時間與社交上的界線變得逐漸不明確的狀態下，情境崩解（context collapse）的狀態亦趨嚴重（Boyd, 2011）。一旦當同一社交媒體平台上出現過多不同的社交圈重疊，私人與公開、個人與集體的分野都不再清楚，反而會使人們不知該如何自處，導致不敢任意發文或轉貼內容。當人們不知道如何在同一平台上跟所有的朋友圈表現自己時，就會選擇不

表現，亦即不分享私人訊息來作回應，這也是在社群媒體中，私人的生活貼文越來越少的原因；或是愈來愈多人選擇移轉至相對較少人使用的社群媒體來保有自我隱私空間。

不過，在文獻回顧中我們也發現，過往研究中多加探討的是情境崩解所帶來的「網路疆界的混亂與焦慮」、「隱私管理與擔憂」或「同步公開揭露的壓力」…等負面效果，卻較少提及情境崩解也許可能透過延伸而帶來的正面影響。然而，情境崩解是否必然會伴隨負向效果、抑或是有產生正向效果的可能性？目前尚未有所定論，過往研究亦少有討論。本研究試圖推論：新傳播科技對於群眾所帶來的影響，特別是對於熟齡族群的影響，並非全然皆為負面的，反倒是會有正向助益的可能，例如：透過情境崩解/延伸，熟齡族群能拓展心境與視野、更加了解現代社會與年輕人的思維等。

對於情境崩解所衍生的效果(包含正向與負向)，本研究擬透過 Higgins(1997)調節焦點理論(regulatory focus theory)中所提及的雙元面向進一步加以論述，此理論中說明人們如何趨近積極目標與迴避消極目標的狀態，可用以闡釋新傳播科技所帶來「情境崩解的雙元效果」(如圖 19 所示)。其一，就情境崩解對人際延伸的影響而論，我們擬使用「預防焦點」來探討情境崩解可能造成的負面效果，包含：「難以區隔受眾」、「過度保護隱私」與「形象管理壓力」；其二，我們擬使用「促進焦點」來檢視情境崩解可能產生的正向效果，包含：「社交圈的拓展」、「新思維的學習」與「新事物的體驗」。

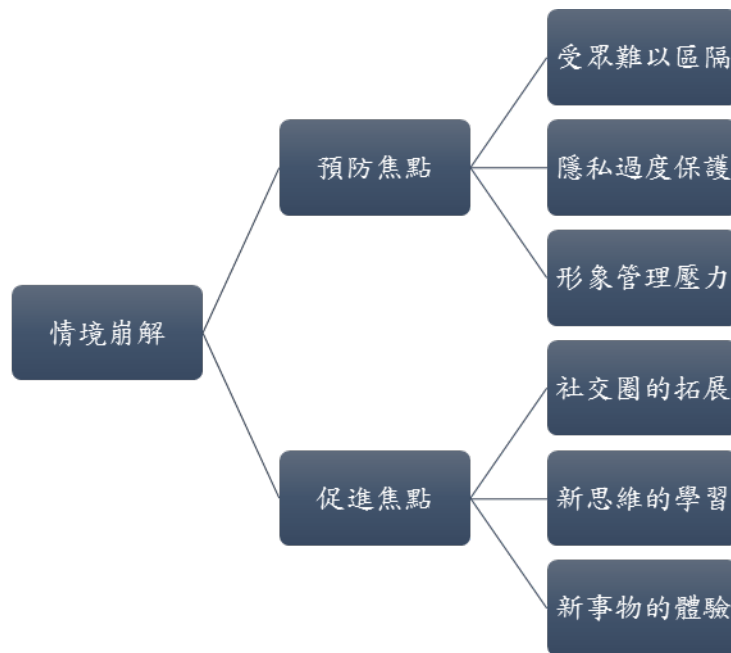


圖 19 情境崩解衍生之雙元效果

### 3、社交活動（動員與被動員）(Social activities coordination/mobilization)

社交活動(social activities)意旨與社會互動、與社會連結、以及高度參與社會活動，並且能在複雜的人際關係中進行有效的溝通與參與(Bassuk, et al., 1999)，

社交活動(動員與被動員)(social activities coordination/mobilization)則是用以說明人們主動邀約他人或被他人邀約,進而參與社交活動。過去研究中多提及社交活動對熟齡族群改善生活的重要性,例如:Fiori等學者(2006)的研究證實透過社交有機會讓長者增進自身與朋友及家人之間的連結關係,特別是朋友間的社交關係,對於提升個人心理健康很有幫助;而在Cattan等學者(2005)、Drageset(2004)與Tse(2010)的研究中則同步證實:透過社交活動參與建立社交網絡(social networks),確實有助於降低長者的社交隔離(social isolation)與孤獨感(loneliness),並能有效提升健康。

關於熟齡日常的活動類型,Glass等學者(1999)與Mendes de Leon等學者(2002)將其大致分類為三種,包含:社會型(social)(例如:上教堂、看電影戲劇、到餐廳用餐、觀看體育賽事、短程旅遊、玩牌、參與遊戲、或社會團體活動等)、健身型(fitness)(例如:游泳、散步、體能訓練等)、與產出型(productive)(例如:從事園藝活動、備餐、購物、有酬勞或無酬勞之社區工作、或從事其他類型志願工作等);而Lennartsson與Silverstein(2001)的研究中則將其劃分為四種類型:社交友誼型活動(social-friendship activities)(例如:拜訪友人或被友人探訪等)、社會文化型(social-cultural activities)(例如:看電影、戲劇、聽音樂會或參觀博物館、至餐廳用餐、參加讀書會等)、獨立久坐型(solitary-sedentary activities)(例如:看書、讀報、玩填字遊戲等)、獨立動態型(solitary-active activities)(例如:從事園藝活動、興趣嗜好)。

對熟齡族群而言,面對從工作到退休的生活轉折,無痛轉換人生安排和重心的過程實為相當艱鉅的挑戰,而在多數的日常活動中,社交活動參與將可能是改善他們的生活與健康的重要轉機。除了親友所給予的支持以外,若長者能沈浸於具有意義、且有活力的社交與休閒活動中,例如:從事志願服務、接觸社會、參與宗教活動、參與社交活動、擁有可投入的興趣和休閒,多數研究中已證實能有效地為晚年生活帶來各種好處,不僅能延緩衰老症狀、降低患病與死亡的風險,更能有效促進個人健康、提升生活滿意度(Bath & Gardiner, 2005; Bennett et al., 2006; Lennartsson & Silverstein, 2001; Ljungquist, et al., 1996; Rowe & Kahn, 1998; Welin, et al., 1992; Wolinsky, et al., 1995)。

網路科技進步與新媒體出現以後,社交活動(動員與被動員)的時間、地點與型態逐漸有所改變,而奠基於人際網絡、可立即口耳相傳的社交媒體(social media)則被認為是具有龐大且快速的動員力量的平台之一(陶振超, 2017)。社群網站(social network sites, SNSs)興起,讓使用者不論在何時何地皆能透過平台主動地接觸、集結與參與帶有各種目的的社交活動,抑或是針對各式議題發表個人言論;而各類型的企業與團體亦可開始透過網路媒介優勢(例如:易於迅速讓活動發酵且成本低廉)來聯繫、動員群眾,引導群眾參與集體活動,亦可宣傳活動理念、建立共識、與取得閱聽人關注等。至此,無論是個人理念表態或社交連結維繫,皆可透過新傳播科技來完成;因為網路,在日常生活中也更容易透過個人網絡被號召,而進行公共參與、社交聚會或消費決策等。

就熟齡群體而言，在過去對網路不甚熟悉的狀態下，他們仍多以實體為社交活動（動員與被動員）的平台，隨著時代演進、教育水平提升、希冀與晚輩同步溝通的需求，亦逐漸開始接觸與學習使用新傳播科技，拓展個人社交活動的範圍與可能性。而本研究認為，熟齡族群社交活動（動員與被動員）的面向大致上可劃分為五種，包含：人際與交往（例如：朋友拜訪、團體聯誼）、政治與倡議（例如：選舉造勢、遊行抗議）、商業與消費（例如：產品體驗、健康講座）、宗教與信仰（例如：定期團契、進香參拜）、進修與學習（例如：才藝興趣、科技使用）。

透過這些社交活動的參與，讓他們能從中建立與延伸人際網絡，並透過社群媒體上的持續互動，強化團體意識與凝聚力；然而，社交活動（動員與被動員）所帶來的影響，並非全然皆為正向的，除了正面的好處（例如：長者透過人際延伸得以延緩衰老症狀、降低患病與死亡風險、促進健康、或提升生活滿意度等），同時亦可能產生負面的影響（例如：因人情壓力而勉強自己參與活動、因網路溝通缺乏實體線索容易造成誤會與衝突、或因不適當的人際延伸而導致負面情緒等），則是我們必須再進一步深究的。

#### 4、媒體資訊作為健康管理（Health coping with media information）

關於健康管理與行為的研究中，健康資訊導向（health information orientation）與健康資訊能耐（health information competence）為個人選擇從事健康行為、主動搜尋與善用健康相關資訊、參與健康支持群體、建立個人健康信念…等重要影響因素。其中，「健康資訊導向」所指的是個人相較於大眾有更高傾向關注健康相關議題與資訊（Dutta & Feng, 2007；Dutta-Bergman, 2004），過往研究中亦顯示健康資訊導向較高的人，與他人相比，較易選擇預防性健康行為（preventive health behaviors），例如：正常作息、健康飲食、規律運動、減重瘦身…等，以維繫自身健康（Moorman & Matulich, 1993；Rimal, et al., 1999）。此外，這群人也較能接受看起來比較「健康」的廣告、品牌或產品（Dutta-Bergman, 2005）。

而「健康資訊能耐」則用以衡量個人對搜尋與使用健康相關資訊之自我能力（Gustafson, et al., 2005；Han, et al., 2012；Shaw, et al., 2008），本研究則認為有別於純粹關注健康相關資訊，健康資訊能耐更進一步地顯示出個人對於健康資訊的掌握程度。一般而言，健康資訊能耐較高的個人，在遇到與健康相關問題時能夠有效地因應；特別是在當自己、家人或親朋好友診斷出疾病或癌症等重大傷病之後想知道該如何應對、需要了解用藥需備的相關知識…等狀況下，個人會更有意願提升健康資訊能耐，並盡力做好健康管理（health care），且其將會有較高意願使用與健康相關的網路資訊平台或加入網路支持群體（support group）（Han et al., 2012；Shaw, et al., 2008；Ziebland, 2004）。

就熟齡族群而言，過去以傳統方式傳播的健康資訊，管道較受侷限，例如：僅透過閱讀特定報章雜誌、收聽廣播與收看電視頻道節目、或是經由親朋好友口耳相傳等，而近年來，隨著自身科技能力提升，使用新傳播科技的熟齡人數亦逐年增加，健康資訊傳遞管道更顯多元而豐富。Leist（2013）的研究結果亦指出：參與社群媒體確實能有效提升熟齡們的健康知識（health-related knowledge），特

別是在於疾病的預防與判斷、以及了解各種醫療處置方式等。然而，該如何在這些管道判讀辨識、掌握正確資訊？哪種資訊來源最可信？…等即為新傳播科技所帶來的待解議題—「健康資訊管理」。本研究認為「健康資訊管理」可透過「健康資訊導向」與「健康資訊能耐」此二變數來加以衡量，健康資訊管理程度較高的熟齡族群相較於較低的族群，當遇到健康問題時，能更快速地透過新傳播科技的各式管道尋找解答，且善用正確資訊的程度亦較高。

## 5、家庭溝通 (Family communication)

根據過去研究 (Fitzpatrick & Ritchie, 1994; Jaskiewicz, et al., 2017; Jones, et al., 2017; Koerner & Fitzpatrick, 1997; Koerner & Fitzpatrick, 2002; Ritchie & Fitzpatrick, 1990) 指出：家庭溝通模式理論 (family communication patterns theory) 所探討的是家庭成員之間互動與溝通的各種模式，通常會以兩種面向來做主要的劃分，其中「談話取向 (conversation-orientation)」所指的是家庭成員之間在參與討論各式各樣的話題時的開放程度，而「遵從取向 (conformity-orientation)」則是指家庭成員們在維持 (甚至是強迫) 彼此之間對於各種事物的看法、態度、價值觀與信仰等，使其須保持觀念一致性的意願有多強烈。

一般而言，從「談話取向」來看家庭溝通模式，Koerner 與 Fitzpatrick (1997) 認為：具有高度談話取向的家庭，彼此之間的對話與交流是自由、頻繁且多為自發性的，他們將溝通視為一種表達喜愛和愉悅的方式，並藉此獲得放鬆，當發生衝突的時候，也會試圖找到適用於所有成員的解決方案；反之，在低度談話取向的家庭，很多話題都是禁忌的，而彼此的溝通狀態通常亦是在有限制地被提出、討論。再者，從「遵從取向」來看家庭溝通模式則發現：在高度遵從取向的家庭，家庭溝通的目的通常是在尋求和諧、避免衝突，並試圖取得成員的服膺，在這樣的家庭中，成員間往往是階級與權力分明的；反之，在低遵從取向的家庭中，在溝通時則傾向於尊重成員彼此之間的異質性 (heterogeneity)，容許每個人都有自己的個性，並以獨立、平等為優先考量，而這樣的家庭通常也鼓勵個人尋求自身成長，且認為家庭外的友誼和關係與家庭內的是同等重要。

據 Fitzpatrick 與 Ritchie (1994) 的後續研究，進一步透過「談話取向」和「遵從取向」作為兩個軸線，將家庭溝通模式細分為四大類型，包含：一致型 (consensual)、多元型 (pluralistic)、保護型 (protective) 和放任型 (laissez-faire)。其中，談話取向和遵從取向都高的家庭屬於「一致型」，此模式承認且保留階級權威的壓力，又同時存在公開溝通與話題探究的利益；談話取向高、遵從取向低的家庭是屬於「多元型」，在這種家庭裡，溝通是開放而無限制的；談話取向低、而遵從取向高的家庭是屬於「保護型」，這類型溝通模式強調對權威的完全服從，不願跟彼此分享想法與感受；此外，談話取向和遵從取向皆低的家庭則屬於「放任型」，家庭成員很少參與彼此的事務且不干涉，於是，做任何決定都變得是很「個人」的事情。

新傳播科技的崛起，讓家庭溝通模式也進而有所改變，傳統的面對面溝通 (face-to-face communication)、過去可能不敢說出口的話語，透過不斷演進的溝



通管道而有了發聲的可能，而家庭關係的維繫與溝通型態塑造，也透過更加開放的知識汲取與傳播，而有了新的樣貌，傳統權威式、一言堂的溝通模式在現代已逐漸式微。再者，新型態的媒體不僅增添家庭成員之間互動機會，亦能有效提升溝通頻率、品質、滿意度、親子或祖孫之間的關係（Harwood, 2000；Taylor & Ledbetter, 2017），透過家庭成員的互動與溝通，亦將影響人們對於各項事務的決策，例如：消費決策（Palan, 1998）。

## 二、 新傳播科技之於生活與人際延伸的結果與調節變數 (Outcomes and moderators of new communication technologies to life & social boundary expansion)

有別於傳統的訊息媒介，新傳播科技低成本、無時空限制與多元樣態的特性使人們在生活與人際面向均能有寬廣的延伸性，然而，這樣的延伸效果並非全然皆為正面，新傳播科技之於生活與人際關係事實上是一把雙面刃，它為人們帶來了正向影響，但負面效果亦同步伴隨而生；Valkenburg 與 Peter (2007) 的研究中遂將網路溝通對人們福祉 (well-being) 的影響一分為二，並加以探討：其一，「刺激 (stimulation)」反應指的是網路溝通對於人們福祉能刺激正向影響，透過網路溝通即時且無地域限制的特性，人們可與既存朋友多些時間共處與互動，添增彼此間的友誼關係和品質；其二，「替代 (displacement)」反應則說明網路溝通會降低福祉，因為把多數時間耗費在網路上，反而使人們與既存友伴的互動時間減少，進而影響彼此之間的友誼關係與品質。然而，除了這些效果以外，還有哪些是值得進一步釐清與探討的？是我們希望繼續探索的方向。本研究試以兩個軸面（亦即個人—社會、正向—負向）將生活與人際延伸所帶來的結果區分為四大面向加以闡釋（如圖 20 所示），其中囊括：個人正向影響、社會正向影響、個人負向影響、與社會負向影響。

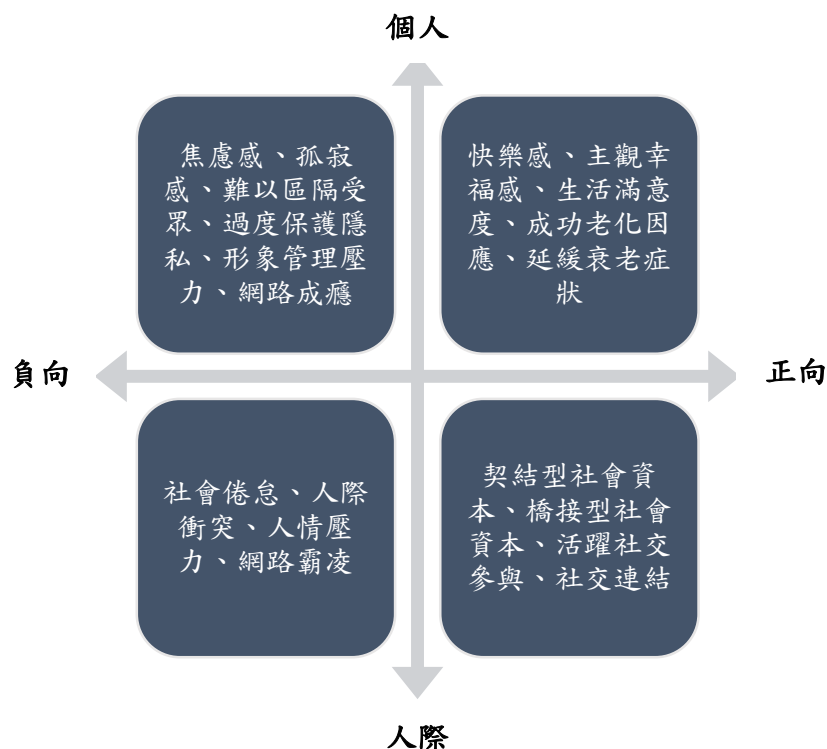


圖 20 新傳播科技之於生活與人際延伸的影響

### (一) 正向結果變數 (包括個人與人際)

整體而論，生活延伸可為人們增進知識汲取的能力、拓展視野與眼界、豐富

各種生活面向；而人際延伸不僅為人們增長結交合適新朋友的能力，亦能同步維繫舊有關係，以建構完整的社交支持系統與社會資本，此外，還能活絡社交參與的可能性。這些新傳播科技所帶來的正面影響不論就個人層面、或是社會層面均對人們福祉有極大貢獻。

本研究認為：就新傳播科技之於生活與人際延伸的「個人正向影響」而言，可使用「快樂感 (happiness)」、「主觀幸福感 (subjective well-being)」、與「生活滿意度 (life satisfaction)」等變數來加以探討 (Abdel-Khalek, 2006; Diener, Emmons, Larsen & Griffin, 1985; Heatherton & Polivy, 1991)；而針對面臨老化問題的熟齡族群，「成功老化因應 (successful aging coping)」與「延緩衰老症狀 (delaying aging symptoms)」則是我們更想進一步加以了解的新傳播科技對個人之正向效果。

再者，關於新傳播科技之於生活與人際延伸的「人際正向影響」，我們認為「契結型社會資本 (bonding social capital)」、「橋接型社會資本 (bridging social capital)」、「活躍社交參與 (active social engagement)」、以及「社交連結 (social connectedness)」是可多加探索的方向 (涂保民、黃月琴, 2017; Köbler, Riedl, Vetter, Leimeister & Krcmar, 2010; Williams, 2006)。

## (二) 負面結果變數 (個人與人際)

在深究新傳播科技之於生活與人際延伸的負面效果，統整自過去研究，我們認為新傳播科技所帶來的「個人負面影響」可從「焦慮感 (anxiety)」、「孤寂感 (loneliness)」、「難以區隔受眾 (difficulty in audience segmentation)」、「過度保護隱私 (privacy overprotecting)」、「形象管理壓力 (pressure of image management)」、「網路成癮 (internet addiction)」等變數來加以理解 (Bellman, Johnson, Kobrin & Lohse, 2004; Child, Pearson, & Petronio, 2009; Demetrovics, Szeredi & Rózsa, 2008; Marteau & Bekker, 1992)。

而其帶來的「人際負面影響」，則可試著從「社會倦怠 (social burnout)」、「人際衝突 (interpersonal conflict)」、「人情壓力 (pressure of owing one's favor)」、「網路霸凌 (cyberbullying)」等面向加以釐清 (涂保民、黃月琴, 2017; Feinberg & Robey, 2009; Patchin & Hinduja, 2006; Sengupta & Chaudhuri, 2011; Vandebosch & van Cleemput, 2009; Willard, 2007)。

## (三) 調節變數

除了上述所提及的新傳播科技所帶來的各面向之因果變數，本研究認為個人所自視的健康狀態與認知、自我效能、與風險感知程度等變數，會影響生活延伸和人際延伸的可能性與程度，因而我們提出「主觀健康狀態」(self-evaluated health status)、「新傳播科技之自我效能 (self-efficacy of new communication technologies)」與「新傳播科技之風險感知 (risk perception of new communication technologies)」可能為具影響力且重要的調節變數 (Dutta-Bergman, 2004; Engelberg, Flora & Nass, 1995; Hocevar, Flanagin, & Metzger, 2014; Kim, Lee, & Elias, 2015)。

### 三、 網路固定樣本調查主題：網路癮誘與脫序行為（Cyber Temptation & Deviance）及社交展演（Social Presentation）

#### （一）第一波主題：網路癮誘與脫序行為（Cyber Temptation & Deviance）

由於網路普及化，一般民眾每天使用網路的時間逐漸增加，生活也都跟隨著網路脈動和起伏，不僅言談間常出現網路中所發生或討論的大小事，即便是傳統報章媒體亦常大幅報導網路上所發生的議題，使得網路行為對人們與社會所帶來的影響日益提高。然而也因此，在網路出現的跟風、胡鬧、負面或惡意行為，常對社會造成許多不良反應，值得研究者更進一步地關注、理解和防範。第一波調查主軸所關切的即是當代常見的新世代網路行為，無論是有心或無意的、無論是善意或惡意的，皆是身處於網路世代的我們必須多加探索的，希望以此為主軸，找出當下值得思索與探討的議題，初擬八個面向子題，向傳播領域或其他相關領域學者徵求新增題組。八個面向的子題如表 17：

表 17 「網路癮誘與脫序行為」子題說明

子題	說明（可能探究的方向）
1-1 網路肉搜與起底 （Cyber manhunt/cyber cannibal）	集結眾人之力尋找特定的個人資訊，在網路世代中變得相對容易，以致於近年來常出現肉搜、起底或爆料等網路行為。但在尚未釐清事實前，即擅自搜尋及公開受害者個資或進行網路公審，截取或引用私人對話圖文、錄音錄影公開傳播或評論，甚至從網路世界延伸至現實生活中的指責或霸凌，常導致受害者及其家屬產生難以抹滅的身心壓力。在此一子題下，可以進一步探詢的議題包含：一般民眾是否普遍認為目前網路肉搜與起底的行為非常嚴重？此種行為與氛圍的盛行與擴散，會對個人與社會的哪些面向帶來不好的影響？喜歡探詢隱私或查找個資的行為是否與個人的人格特質或其使用社群媒體平台的風氣有關？
1-2 網路惡搞一嘲弄 （Cyber trolling-bad humor）	新型態網路與通訊科技的使用日益普及，無論是訊息、影片及圖片的後製與編輯都有很多工具或程式可協助完成，用來嘲弄受害者的方式變得更多樣化，常見方式有P圖（用修圖軟體製作圖文）及轉傳、惡作劇投票、成立反特定對象或群體的社團或粉絲頁等。這樣的圖文轉發及惡搞嘲弄行為有時甚至會讓人覺得很有趣、想不斷傳遞給更多網民，讓大家一起來嘲笑受害者，而此風氣並非社會所樂見。需進一步理解的是：一般民眾對網路惡搞嘲弄的圖文或影片是否會覺得有興趣、覺得很好笑、或產生其他感受？會採取什麼行動（例如：存檔、公開轉傳分享、私底轉傳分

子題	說明（可能探究的方向）
	<p>享）？民眾是否會想要參與網路惡搞嘲弄行為？什麼樣的動機會讓人想要編輯與後製相關圖文，一起加入惡作劇的行列？人們感知到網友惡搞嘲弄行為可能會帶來哪些不好的影響？這些都是值得加以探索的相關議題。</p>
<p><b>1-3 網路惡搞—攻擊 （Cyber trolling— flaming）</b></p>	<p>在網路普及的情境下，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。</p>
<p><b>1-4 網軍入侵（Cyber warriors/troopers）</b></p>	<p>網路言論自由使輿論操縱模式更細緻，透過建立眾多假帳號或組成網路推文及洗板部隊（即網軍），潛伏於網路與媒體中，撰擬內容、農場文或新聞，將想傳遞的觀點偷偷埋進貼文、留言，抑或是藉由網軍來轉移話題、洗刷掉不希望看見的觀點，刻意引導及煽動群眾，讓不知情者、或沒有時間深入研究細節的閱聽眾，直接跟隨著人多勢眾的網軍、被引領至想要的輿論風向。刻意埋藏的網路輿論風向，導致閱聽眾無法分辨事實真偽，實為網路世代常見、卻不樂見的行為。值得研究者深思的是，一般民眾在面對訊息充斥的情況下，是否能清楚辨識出哪些人是網軍？網軍可能有哪些辨識與判別的標準？民眾是否有感知到網軍入侵的現象、是否覺得很嚴重？民眾對於網軍入侵可能的感受、情緒和反應有哪些？民眾認為網軍入侵通常比較常發生在哪些網路或社群媒體平台？這些都是可以進一步思考的問題。</p>

子題	說明（可能探究的方向）
<b>1-5 正義魔人 (Social justice warriors)</b>	<p>網路世代中常見的正義魔人所指的是將自己所認同的社會觀點、宗教信仰或政治傾向等信念或意識，加諸於其他人身上、強迫他人也要與自己觀點一致的人；他們心中有自己的一把道德與正義量尺，凡是超出標準者，就會試圖使用鍵盤和網路管束與圍剿其他網友。伸張社會正義原是一件好事情，然而在網路世界中，少了實名制的包袱，讓正義魔人可以更容易揮舞正義與道德的量尺，驅使網友都必須接受他們的觀點，則非一種值得鼓勵的行為。在此子題下，可以關注的議題包含：一般民眾認為網路正義魔人具有哪些個人特質或常見的行為？民眾會不會相信、會不會感覺到受威脅、或是願不願意服膺正義魔人所堅持的想法、言論、意見和建議？正義魔人的出現，會對個人與社會帶來哪些正負面影響呢？</p>
<b>1-6 取消文化 (Unlike/unfollow culture)</b>	<p>取消文化指的是在網路與社群媒體中常見的共同抵制行為，某些知名人物、組織或企業因為發言或行為失誤，會被網友們集體抵制（如：拒看某藝人、拒買某產品或拒吃某餐廳），揪眾取消追蹤帳號或粉絲專頁。「取消」的目的是讓他們受到懲罰；更會開始惡意回覆與攻擊每篇發文和留言，進行公開羞辱、批評。網路上的取消文化賦予人們可以恣意評斷他人的權力，特別是在事實未明朗的狀況下，輿論風向就會驅使眾人盲目跟從「取消」行為，而少了公正客觀和理性的推論與評斷。而需要更進一步思考的是：一般民眾在網路上看到取消或抵制行為，會有什麼反應（例如：立即跟風、透過資訊蒐集分析後再做決定要不要抵制、還是完全不會跟隨）？而有不同反應的民眾，是否與個人的人格特質或價值有所關聯？此外，民眾是否認同藉由取消或抵制來懲罰知名人物、組織或企業？以上皆是可繼續探討的議題。</p>
<b>1-7 網路跟風效應 (Online bandwagon effect)</b>	<p>為了活絡社群媒體的氛圍、增加網路內容的自然觸及率、或是宣導某些觀念，有心人常會發起特殊、好玩有趣、讓人想要模仿的行動（如：關注漸凍人症的冰桶挑戰、像極了愛情系列文、製作迷因梗圖），並搭上流行時事來增加話題性與討論熱度。然而，網友們不經思索的跟風模仿行為，特別是負面行為或歪風，可能會對自身或社會帶來不良的影響或後果（如：將冰塊放入陰道的冰塊挑戰、抖音的昏迷挑戰）。而一般民眾是否有跟風過？比較會想要跟風哪些行為或活動？想要跟風的動機或目的有哪些？跟</p>

子題	說明（可能探究的方向）
	風行為與個人的人格特質或價值觀有關嗎？民眾是否有自覺到跟風可以帶來什麼樣的好處呢？民眾感知到跟風行為可能會對個人或社會帶來哪些正負面的影響？這些都是值得繼續探究的方向和議題。
<b>1-8 網路反社會行為</b> <b>（Online anti-social behaviors）</b>	反社會行為指的是一個人所表現出的各種行為，違反社會規範、倫理道德及法律的規定。反社會行為透過網路傳播，速度極快且難以有效預防，相較於傳統的傳播方式，常導致更嚴重之後果，特別是對於心智尚未成熟的幼童或青少年更容易造成諸多負面影響或從眾效應。常見的網路反社會行為包含：傳遞與模仿虐待、暴力、血腥、危險、酗酒、吸毒、恐怖攻擊等不當行為之圖文或影片、自殺宣告與誘餌約定、負面情緒感染、集體復仇行為等。需要進一步探討的是：一般民眾是否經常接觸到網路上的反社會行為？是否能夠辨識此類的反社會行為？經常在哪些網路或社群媒體平台接觸到反社會行為？民眾對反社會行為的態度與想法為何？民眾在意識到反社會行為的出現時，通常會選擇採取哪些行為，逃避還是制止？

## （二）第二波主題：社交展演（Social Presentation）

在網路與社群媒體發達的年代中，每個人都可以自由徜徉於虛擬世界，在各個網路平台中擁有許多不同的帳號、配置與管理不同的角色和形象。然而，人們在網路上的虛擬形象是否與現實中的自我有所差異？網路與社群媒體對於人們而言，是為了呈現最真實的自己、還是為了滿足現實中無法達成的夢境？這些不同行為背後的心理與動機非常有趣、也值得細細探索。第二波調查主軸主要關切的是網路與社群媒體上的社交展演（Social Presentation）心理和行為。希望以此為主軸，找出當下值得關注的議題，初擬八個面向子題，向傳播領域或其他相關領域學者徵求新增題組。八個面向的子題如表 18：

表 18 「社交展演」子題說明

子題	說明（可能探究的方向）
<p><b>2-1 形象管理與展演策略</b>  <b>（Image management strategies/presentation strategies）</b></p>	<p>在網路與社群媒體中，個人可以重新選擇與塑造與現實生活中相似或相異的虛擬形象，形象管理與展演策略就變得重要。在此一子題下，值得探討的包含：一般民眾是否會在同一個網路平台或社群媒體中擁有兩個或兩個以上的帳號？分別做哪些不同的用途？民眾是否認為自己在虛擬跟現實世界中的形象是一致的？若試圖呈現不一樣的形象其背後動機為何？民眾通常會採取哪些做法來管理自己不同的帳號與建立不同的形象？維持自己想要展現的形象為民眾所帶來的是正負面的影響？以上這些問題皆是可多加思索及探討的方向。</p>
<p><b>2-2 影像美編（Image editing）</b></p>	<p>在網路與社群媒體的虛擬世界中，影像美編是協助呈現自我美好形象的一個重要門檻。無論是日常生活、自拍、風景、美食的照片、影片等，每則影像都需要經過加工處理、上濾鏡、加文字以後才能發布在網路的完美世界中，甚至連熟齡族群也都開始瘋狂學習製圖與美編。而喜歡進行影像美編的民眾是否有特殊人口特質（性別、職業）或心理特質（人格特質、價值觀）？民眾通常會採用哪些工具、程式或技術等來進行影像美編？民眾是否在不同的網路與社群平台中，會應用不一樣影像美編方式？經過影像美編後的圖文或影片，民眾會透過哪些方式與人分享（公開貼文、只給朋友看、傳私人訊息）？會採取不同的行為是否與其人口特質與心理特質有關？這些都是值得進一步研究的議題。</p>
<p><b>2-3 社交環伺（Social surveillance）</b></p>	<p>社交環伺指的是在網路與社群媒體中觀察、蒐集與追蹤其他網友的行動、信念和喜好等相關訊息的行為。這些行為可能出自於社交關係的維持，增進人際互動的話題；亦可能是帶有目的性的跟蹤與搜索，試圖勾勒出對方的網路足跡；或是為避免觸碰到對方不可容許的底線（如：政治偏好差異、宗教信仰觀念）。一般民眾會進行哪種形式的社交環伺？會注意哪些社會線索（如：關注其家中成員、工作、發布哪些圖文影片、看哪些粉絲專頁、對哪些事物表達興趣）？一般民眾多常進行社交環伺？其關心對象為何？其動機與目的為何？</p>



子題	說明 (可能探究的方向)
<b>2-4 自我審視/監控 (Self-censoring/self-monitoring)</b>	<p>自我審視或監控指的是個人非常注重自己在網路與社群媒體中的言論、表現與形象，是否符合外界所規範且期待看到的樣子。高度自我監控的人對外在環境及反應是極為敏感的，他們會隨時控制自己的情緒，觀察一切表現是否符合外在需求。例如：當感覺到自己的網路文章寫得不夠好，會不斷編輯與修改；在推文、留言或轉發任何訊息時之前都會深思熟慮且慎重看待。在這個子題下，可以進一步研究的是：哪些人會對自己的網路言行採取較高的監控與把關？其動機為何？民眾在網路與社群媒體中的自我審視與監控程度是否與他在現實生活中是一致的？自我審視與監控通常會表現在哪些網路與社群媒體的行為上？自我審視或監控程度對個人可能帶來的影響、好處與壞處為何？</p>
<b>2-5 網路自我意識/閱聽眾感知 (Online self-awareness/perceived online audience)</b>	<p>在網路與社群媒體中，人們常會認知到虛擬與實體世界的不同，以及自己在網路世界中應該要扮演什麼樣的角色。在網路與社群媒體中的自我呈現，也常會因應不同的媒體平台和閱聽眾也會產生不一樣的改變。值得進一步探討的議題包含：一般民眾在網路發圖文或轉貼時，會不會在意看到的對象是誰？是否會先試想可能看到的對象會有哪些人？會不會針對不同人，發表或轉貼不同的內容？在不同網路與社群媒體平台發文、轉貼或分享時，是否會使用不一致的策略，例如哪些平台適合只發圖、哪些平台可以分享長篇文章？</p>
<b>2-6 社會比較/妒忌 (Social comparison/social jealousy)</b>	<p>人們通常有動機想要在網路與社群媒體上呈現與展示自己最好的一面，但難免會報喜不報憂，以致於讓網路上所出現的都是開心快樂、幸福美滿的正向畫面，擺上各自覺得值得驕傲與炫耀的事情（如：結婚生子、買房買車、成績優異、得獎）。過往研究中常發現：在網路與社群媒體出現以後，導致人們容易產生社會比較壓力與各種負面情緒感受。當自己看起來過得沒有比別人好，也會容易產生忌妒或不滿的心理。在這個子題下，值得進一步研究的是：一般民眾是否在網路與社群媒體中常見到他人炫耀自己所擁有的一切？看到別人炫耀時，民眾通常會有哪些情緒和反應，是否會有社會比較和妒忌的心理出現？看到網路上他人的炫耀，通常會讓民眾選擇採取哪些行為（例如：跟風、按讚、留言回應、取消追蹤或刪除好友）？這些都是可以繼續深思的方</p>

子題	說明（可能探究的方向）
	向。
<b>2-7 受歡迎程度感知</b> <b>（Perceived online popularity）</b>	<p>在網路與社群媒體中，為了取得看起來最受歡迎的狀態（如：粉絲眾多、按讚與推文數眾多、每篇圖文可立即獲得秒讚、秒推），人們會開始思考閱聽眾是誰？想像與猜測他們的偏好是什麼？甚至會為了符合閱聽眾喜歡，改變自己貼文的樣貌、甚至是調整在虛擬世界中的語氣和個性。在此脈絡下，可以探討的議題包括：民眾認為哪樣的網友是比較受歡迎的？是依照感知到的個性（例：幽默風趣）、所從事的活動（例：冒險遊憩）或所發表的言論？還是其與社群成員互動的情形（例如：看粉絲數、朋友留言情形）？民眾是否會採取特定的策略經營自己的受歡迎程度。</p>
<b>2-8 社會模仿/從眾（Social imitation/ conformity）</b>	<p>在網路與社群媒體中的社會模仿與從眾行為常會出現於人們看到某些人做某些事，就開始想要學習，且會因為愈來愈多人做同樣的事情，而跟著一起做，甚至不敢不做，擔心因此被孤立、或是被認為落伍了。值得進一步思考的是：一般民眾是否有模仿過網路或社群媒體中的某些行為？為什麼會想要模仿？在模仿了以後，會產生哪些感受、情緒或反應，是開心、滿足、還是懊悔？在網路或社群媒體中，模仿與從眾行為對民眾而言，比現實中來得困難還是簡單？以上皆是可繼續探討的相關議題。</p>

## 參、 調查問卷規劃

### 一、 面訪問卷規劃

傳播調查資料庫的問卷編排模式為每年詢問部分相同題目(包含基本題組與媒體特色題組)，雙年輪流詢問新媒體使用行為，記錄下臺灣民眾歷年媒體使用的變化。每年亦以公開徵求或邀請專家的方式召集傳播領域學者組成問卷規劃小組委員會，針對各期次之主題發想新興議題與建置相關理論。因此，問卷整體分為三大部分，如下表 19，各部分詳述如後。

表 19 資料庫整體題目架構

長期追蹤 (110 題)		雙年追蹤 (30 題)		每年變化 (70 題)	
基本題組	媒體特色	新媒體使用行為		當年主軸	
1. 基本狀況 2. 媒體使用行為 3. 人際溝通 4. 個人價值與狀態	1. 消息來源 2. 來源可信度 3. 媒體評價	單年： 如二期五	詢問基本題：	2012	主題素養與傳播
			1. FB		
			2. IG		
			3. 電玩		
			詢問長題組		
		4. Line	2014	媒體的娛樂與社交功能	
		5. YouTube			
		6. 戲劇			
		2015			政治傳播與公民傳播
		2016			
雙年： 如二期四	詢問基本題：	2017	媒體使用的 個人功效與影響 I		
	1. Line				
	2. YouTube				
	3. 戲劇				
	詢問長題組				
4. FB	2019	媒體使用的 個人功效與影響 II			
5. IG					
6. 電玩					
2020			新傳播科技與生活延伸		
2021				新傳播科技與人際延伸	

## （一） 基本題

### 1、基本狀況

在基本狀況部分，詢問受訪者之性別、出生年、出生地、戶籍地、父親籍貫、母親籍貫、婚姻狀況、教育程度、工作、行業、受雇狀態、管理員工與否、每月收入等客觀變項。

### 2、媒體使用行為

傳播媒體的使用習慣，反映出現代民眾對於媒體的喜好，將之分類為傳統媒體（報紙、雜誌、廣播、電視）與網路媒體，題目包含每週平均使用天數、一天平均使用時間、最常看的內容或類型、上網使用裝置、上網從事行為等。

### 3、人際溝通

人際溝通亦是傳播行為重要的一環，題目包含日常接觸人數、人際互動時間（分為面對面、電話、即時通訊軟體）等。

### 4、個人價值與狀態

個人價值與狀態部分，採用世界價值觀調查的部分題組，可作為該受訪者價值觀的依據，另外亦納入幸福感、社會資本、自尊、生活品質等題組，作為媒體使用行為之依變項。

## （二） 媒體特色題

媒體特色題組自第一期第三次調查始納入每年詢問的題目中。

### 1、消息來源

消息來源的題組詢問從事特定目的時之媒體使用習慣，特定目的包含放鬆或消遣、得到最新消息、最信賴的消息來源，而媒體選項則包含四類傳統媒體與網路媒體。

### 2、來源可信度

來源可信度即是民眾對於各類媒體報導之新聞可信程度評分，包含電視新聞、報紙新聞、廣播新聞、雜誌新聞、及網路新聞。

### 3、媒體評價

媒體評價詢問民眾對於台灣電視新聞及電視節目（如綜藝、戲劇、影集）亂象的看法，像是電視新聞可能有八卦化、商業化、不夠中立、重複報導等問題，而電視節目可能有置入性行銷太多、內容同質化等問題。

## （三） 新媒體使用行為單雙年題組

因應現代社會對於新興傳播媒體的使用率日益增加，為蒐集民眾對於新媒體的使用習慣，於第二期第四次開始納入調查，並依調查年度單年或雙年輪流詢問各類新媒體的相關議題。

依據台灣民眾社群媒體與即時通訊軟體的使用率，使用率最高的前五名依序是 LINE（81.3%）、臉書 Facebook（65.7%）、YouTube（60%）、臉書即時通訊軟

體 FB Messenger (39.8%)、IG (24%)，<sup>1</sup>所以認為有四種新媒體是台灣民眾經常使用的（臉書與臉書即時通訊軟體視為臉書），再加上歷年調查詢問的戲劇題組與電玩題組，新媒體題組共分為六部份：LINE、臉書、YouTube、IG、戲劇、及電玩。

新媒體使用行為每年皆詢問六類題組基本兩題（使用天數及使用時間），在調查年尾數為單數時（如二期五次將於 2021 年進行，年尾為單數），該年調查將另行詢問 LINE、YouTube、戲劇題組之延伸六題相關題目；在調查年尾數為雙數時（如二期四次將於 2020 年進行，年尾為雙數），該年調查將另行詢問 FB、IG、電玩題組之延伸六題相關題目，如上表 15。

#### （四） 當年主軸

傳播調查資料庫於調查規劃時會利用文獻探討、專家座談、或期刊關鍵字彙整等方式，探索當前學術界關心、對社會發展有影響之議題，訂為各期次之調查主軸，藉以建構出台灣獨特之傳播理論。本計畫第二期第五次主題為「新傳播科技與人際延伸」。

針對這些年度的重要主題則會以公開徵求的方式蒐集題目，請專家學者提供計畫書進行審查，審查時以符合主軸且有學術價值為考量，通過審查的專家學者則組成該期次調查之問卷規劃小組。藉由公開徵求的審查程序，希望能強化題目研究價值，並強化四大題組（基本題、媒體特色題、新媒體使用行為、當年主軸）題目間的連結。

## 二、 第二期第五次問卷研擬過程

### （一） 問卷規劃小組委員

第二期第五次調查主題為「新傳播科技與人際延伸」，確認主題後邀請與主題相關專長之專家學者組成問卷規劃小組，架構出題目的理論內涵，參與第二期第五次調查之小組委員如下表 20（除計畫主持人及共同主持人外，其餘委員依姓名首字筆劃排列）。

表 20 第二期第五次調查問卷規劃小組委員

張卿卿	計畫主持人	中央研究院人社中心特聘研究員
陶振超	共同主持人	陽明交通大學傳播與科技學系教授
吳泰毅	問卷規劃小組成員	陽明交通大學傳播研究所副教授
俞蘋	問卷規劃小組成員	陽明交通大學傳播與科技學系副教授
許詩嫻	問卷規劃小組成員	臺灣大學生物產業傳播暨發展學系助理教授

<sup>1</sup> 依據傳播調查資料庫第二期第二次（2018 年）一般民眾面訪調查結果。

賴至慧	問卷規劃小組成員	中央研究院人社中心副研究員
-----	----------	---------------

## (二) 問卷小組會議

第二期第五次問卷小組會議共召開五次(含認知訪談會議,如表 21),問卷小組成員就研究主題(新傳播科技與人際延伸)研擬新主題量表,針對主題找出值得研究的概念與可能關係,由於調查重點為熟齡族群,並且進行追蹤調查,故主題性質需適合熟齡族群作答,及能與前次追蹤題目結合為宜,每個議題的題目數目控制在 6 題,並且為受訪者易理解、抽象性低的題組。此次共分成四類子題:健康、素養、社交、世代。

表 21 第二期第五次問卷小組會議日程與議程要項

開會日期	開會內容	開會討論大綱
109/08/14	<b>第一次問卷小組會議:</b> 基本概況說明 主題分配	一、傳播調查資料庫簡介 二、問卷規劃小組委員工作 三、調查問卷編排 (一) 固定題組 (二) 追蹤題組 (三) 熟齡主題 四、二期五次主題: 新傳播科技與人際延伸 (一) 主題說明 (二) 子題面向 (三) 各子題分配:每人 6 題 五、計畫書格式及範本
109/11/06	<b>第二次問卷小組會議:</b> 新主題量表題組討論 依變項題組討論	一、新主題量表題組討論 (一) 健康 (二) 素養 (三) 社交 (四) 世代 二、依變項題組討論 (一) 受訪者差異:家中同住對象、退休、健康狀況、宗教信仰 (二) 人際傳播 (三) 參加社會團體 (四) 熟齡共同依變項: Communication about aging,

開會日期	開會內容	開會討論大綱
		Successful aging, Worried about aging, Death Anxiety 三、二期三主軸追蹤題加掛
109/11/27	<b>第三次問卷小組會議：</b> 新主題量表題組討論 基本題組修改討論 問卷初版確認	一、修改版新主題量表題組討論 二、二期四次調查執行問題與基本題修改 三、二期五次問卷初版確認 （一）確認題目呈現 （二）確認編排順序 （三）目前問卷題數及編排
110/01/08	<b>第四次問卷小組會議：</b> 電訪預試調查規劃 認知訪談事宜安排 資料庫推廣規劃	一、確認新主題量表題組與來源 二、電訪預試規劃及題目 三、安排認知訪談事宜 四、資料庫推廣計畫及規劃方向
110/02/05	<b>第五次問卷小組會議：</b> <b>認知訪談會議</b> 認知訪談問題 確定電訪預試問卷及正式調查問卷題目	一、認知訪談訪問總覽 二、認知訪談問題討論 三、問卷題數、編排及題目確認 四、二期五次調查後續時程規劃

### （三） 追蹤加掛題組

本計畫在第二期調查將執行三波次的追蹤調查，此次調查為第三波次追蹤調查，因此在問卷基本題組部分盡量維持與前兩波次相同之題目，以利進行三波次的資料分析。在追蹤加掛題組部分，礙於面訪問卷題目有限故無法納入所有以前加掛之題目，故邀請有意願參與第三波次調查之問卷小組委員提供研究計畫書確認資料使用之可行性，經審查後納入此次調查題組。

### （四） 認知訪談

在執行第二期第五次一般民眾電訪預試調查及面訪正式調查前，由問卷小組委員進行認知訪談以利發現題目問題並及早修正，此次總計訪問一般民眾 10 位，並於 2021 年 1 月 14 日至 1 月 31 日期間完成訪談。

第二期第五次調查重點熟齡族群（熟齡樣本預估達 1000 份），因此受訪者第一項條件為年滿 55 歲上，並且為確保訪談到不同教育程度、不同網路使用輕重程度的受訪者，問卷小組成員依照指定條件分配受訪者對象進行認知訪談。各問卷小組成員必須根據指定條件，尋找兩名受訪者進行認知訪談，並記錄下受訪時間及訪談期間遇到的問題。

認知訪談結束後，問卷小組成員於 2021 年 2 月 5 日召開認知訪談會議，各成員針對訪談所發現之問題進行問卷題目修改，認知訪談結果整理請見附錄一，

會議後確認一般民眾電訪預試問卷（附錄二）。

#### **（五） 電訪預試調查**

一般民眾電訪預試調查於 2021 年 3 月 10 日至 3 月 12 日執行，於訪員訓練時說明問卷及提醒電訪注意事項後開始調查，完成案數 215 案，部分填答 165 案，實際平均完成時間 19.7 分鐘。調查結束後由計畫小組與訪員討論預試問卷的檢討與改進，預試調查結果整理請見附錄二，修正後定稿一般民眾正式調查問卷請見附錄三，調查問卷之題組概念與量表來源請見附錄四。



### 三、 第二期第五次網路固定樣本調查問卷研擬過程

#### (一) 問卷規劃小組委員

第二期第五次網路固定樣本調查第一波主題為「網路癮誘與脫序行為」，第二波主題為「社交展演」，確認主題後於 2021 年 3 月公開徵求新增題組提案計畫書，審查後決定加掛題組並組成問卷規劃小組，架構出題目的理論內涵，參與第二期第五次網路固定樣本調查之小組委員如下表 22（除計畫主持人及共同主持人外，其餘委員分波次依姓名首字筆劃排列）。

表 22 第二期第五次網路固定樣本調查問卷規劃小組委員

張卿卿	計畫主持人	中央研究院人社中心特聘研究員	
陶振超	共同主持人	陽明交通大學傳播與科技學系教授	
許瓊文 唐允中	問卷規劃小組成員	政治大學傳播學院教授 政治大學傳播學院博士生	第一波
陳靜君	問卷規劃小組成員	國防大學政治作戰學院新聞學系講師暨陽明 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	國立臺灣大學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	國立東華大學諮商與臨床心理學系副教授	第二波
陸彥親	問卷規劃小組成員	Assistant Professor, School of Media and Communication, Bowling Green State University	第二波

#### (二) 問卷小組會議

問卷小組會議依調查波次分開進行，第一波及第二波調查各召開兩次（如表 23），問卷小組成員就新增題組及共同題討論修改建議，研擬適宜題目。

第一波調查主題為「網路癮誘與脫序行為」，由提案計畫書加入三類子題：「網路惡搞-嘲弄」、「網路惡搞-攻擊」及「取消文化」，另因調查時間（110 年 6 月至 7 月）正是台灣疫情嚴峻的時刻，網路上因疫情而充滿許多謾罵、對立的言論，相當適合納入第一波主題進行調查，故搜尋疫情相關文獻後加入疫情相關題組，例如疫情消息來源、疫情留言感受等題組，掌握疫情與網路脫序行為之間的影響，第一波問卷請見附錄三，題組概念與量表來源請見附錄四。

第二波調查主題為「社交展演」，由提案計畫書加入三類子題：「自我審視/監控」、「自我監控及網路自我意識」、「傳播科技平台之使用模式與自我展現」，調查時間為 110 年 8 月至 9 月，第二波問卷請見附錄三，題組概念與量表來源請見附錄四。

表 23 第二期第五次兩波網路固定樣本調查問卷會議日程與議程要項

開會日期	開會內容	開會討論大綱
110/05/14	第一波第一次問卷會議： 基本概況說明 主題討論	一、傳播調查資料庫簡介 二、問卷規劃小組委員工作 三、調查問卷編排 四、新增子題討論
110/05/28	第一波第二次問卷會議： 主題討論 問卷試作	一、調查問卷編排 二、新增子題討論：疫情題組 三、新增共同題組討論
110/07/02	第二波第一次問卷會議： 基本概況說明 主題討論	一、傳播調查資料庫簡介 二、問卷規劃小組委員工作 三、調查問卷編排 四、新增子題討論
110/07/16	第二波第二次問卷會議： 主題討論 問卷試作	一、調查問卷編排 二、新增子題討論 三、新增共同題組討論

## 肆、 調查整體規劃概述

在臺灣傳播資料庫第二期第四次與第五次的調查規劃部分，首先，針對全台灣民眾將延續前期的面對面訪談（face-to-face interview），但希望針對特殊年齡族群進行加抽（18-35 歲年輕人族群），以及 55 歲以上熟齡族群樣本預估為 1000 案，以更為深入地瞭解其媒體使用行為，也希望透過追蹤調查深入探索媒體使用的可能影響。其次，也考慮到特定族群（例如：9-17 歲青少年），因此另外規劃相關面訪調查。除此之外，由於網路的普及以及民眾媒體素養的提升，網路群組的設定為目前的趨勢，也希望透過網路群組的建置，進行即時性的相關調查。資料庫歷屆調查期次與調查項目整理如下表 24 所示。

表 24 資料庫各期次調查項目整理

調查期次	年份	一般民眾 面訪調查	加抽對象	定群 追蹤	自填 規劃	青少年 調查	網路 調查
第一期	一次	2012	V				
	二次	2013	V				
	三次	2014	V			V	
	四次	2015	V				
	五次	2016	V				
第二期	一次	2017	V	Wave 1	V	V	
	二次	2018	V		V		
	三次	2019	V	Wave 2	V		
	四次	2020	V	加抽年輕族群		V	
	五次	2021	V	熟齡族群樣本 預估 1000 案	Wave 3	V	V

### 一、 一般民眾面訪調查

資料庫自第一期第一次調查以來，每年皆會自全台各地區抽樣面訪 2000 名 18 歲以上一般民眾，蒐集歷年台灣民眾的媒體使用行為，藉由長時間的累積，期盼能勾勒出台灣民眾獨特的傳播趨勢與變化。而本次計畫除了持續調查全台代表性樣本之外，亦考慮到傳播使用行為有明顯的年齡區別，因此希望能蒐集特定年齡層的樣本，於是規劃在第二期第四次調查中另外進行年輕族群（18 至 35 歲）的加抽樣本調查，在第二期第五次調查中則規劃熟齡族群（55 歲以上）樣本至少達 1000 案，如此能在獲得全台灣各年齡層樣本之餘，還有充足的年輕人或熟齡族群樣本數進行特定年齡層議題之分析。又延續第二期第一次開始的追蹤樣本，

亦規劃於第二期第五次再次進行追蹤調查。

### (一) 二期五次熟齡族群樣本預估達 1000 案

熟齡族群的年齡設定為 55 歲以上(二期五次調查時間為 2021 年,即在 1966 年以前出生的民眾)。55 歲至 65 歲的民眾正值健康初老的階段,又被稱為「橘色世代」,將形容秋天燦爛的橘色取代形容白髮的銀色,表現出熟齡族群樂活的一面,而台灣這群熟齡民眾經歷過經濟起飛、教育水準提高,退休後積極規畫生活,也積極學習如何以新興媒體建構新的社交關係。對於熟齡族群來說,維持健康、維持收入、維持社交與照顧網絡是最重要的議題,如何在新傳播科技的幫助下,能有更完善的老年生活品質,亦展現出熟齡族群特殊的傳播行為模式。

依據資料庫第一期第三次至第二期第二次調查樣本年齡介於熟齡族群(55 歲以上)的實際人數(如表 25),推估欲達到 1000 份熟齡族群樣本數平均還需額外加抽 310 人,所以一開始的規畫為取 400 份作為加抽樣本數量。但由於二期三次追蹤樣本熟齡人口數比例偏高,預估合併二期五次新抽樣本的熟齡人口數可達 1000 案,因而取消二期五次的熟齡加抽。

表 25 資料庫歷年 55 歲以上樣本實際數量(一期三次至二期二次)

年齡層	一期三 2014	一期四 2015	一期五 2016	二期一 2017	二期二 2018	平均	加抽至 1000 人
55 歲 以上	630 人	653 人	728 人	735 人	704 人	690 人	缺少 310 人

### (二) 二期五次追蹤調查

長期追蹤樣本的傳播行為變化是非常珍貴的學術資料,本計畫在規劃第二期調查時預計執行三波次的追蹤調查,每波次間隔兩年,第二期第一次調查為第一波次,兩年後的第二期第三次調查為第二波次,再隔兩年後的第二期第五次調查為第三波次。

第一波次完成樣本數為 2,138 份,同意再訪數為 1,722 份,第二波次完成樣本數為 1,272 份,追訪成功率約為 74% (1,272/1,722),此次同意再訪數為 1,231 份,以預估追訪率 74%計算,完成三波次追蹤調查的樣本約有 911 份。

### (三) 二期五次訪問模式:「訪員一問一答」與「受訪者自填輔以訪員在旁協助」規劃

#### 1、目的

過去長期面訪調查的標準流程必須透過訪員口述題目、受訪者回答之一問一答模式,但是隨著國民教育程度增加及中文素養提升,讓受訪者聆聽複雜的問卷題目,可能已經不是最為恰當的方式。本計畫在第二期第一次(2017 年)至第三

次(2019年)調查時即採「訪員一問一答」與「受訪者自填輔以訪員在旁協助」兩種不同訪問模式的實驗，藉以了解不同訪問模式之優劣，並據實驗分析結論決定在二期五次調查時進一步更大規模的「受訪者自填」訪問，期望能藉本計畫調查，做為未來調查訪問方法改良之基礎，從而擬定最為精確、有效率的調查訪問方式。

## 2、二期一次至二期三次不同訪問模式對答題效應之分析結論

在二期一次及二期二次調查時，考慮到年紀大者在視力或數位工具能力上可能有侷限，故針對民國 51 年(含)以後出生的受訪者(因他們皆接受過九年義務教育，且約 55 歲之中壯年齡推測其使用平板較無障礙)進行隨機分組實驗，透過 CAPI 問卷系統隨機指定符合條件的受訪者的訪問方式，有一半是由「訪員一問一答」(簡稱面訪組)，另一半則是「受訪者自填輔以訪員在旁協助」(簡稱自填組)，而二期三次調查為追蹤調查，故讓追蹤樣本受訪者依其原來的訪問模式填答。

每次調查結束後，皆會分析兩種訪問模式對答題效應之影響，分別從「社會預期偏誤」、「樣本信度」、「訪問時間」、「受訪者問卷回饋」四大面向進行分析，結論整理如下：

- (1) 面訪組的答案在一些題目上較偏向社會預期、偏中性或不表態。
- (2) 在選項相對複雜的題型(如：選項很多等)，面訪組回答得較為詳盡。
- (3) 在信度上，兩組間則未呈現顯著差異，在二期一次及二期三次調查時自填組的一致性較高。
- (4) 二期一次與二期二次調查兩組訪問模式之平均訪問時間皆未呈現顯著差異，但在二期三次追蹤時，自填組的訪問時間顯著低於面訪組。
- (5) 在受訪者問卷回饋上，二期一次調查面訪組對問卷的評價較為偏簡單與好理解(但此部分仍是以面訪和自填填答)，但在二期二次及二期三次調查將問卷回饋部分改皆由訪員詢問後，自填組與面訪組之回應皆無顯著差異。

在上述分析結論為基礎下，整理「訪員一問一答」與「受訪者自填輔以訪員在旁協助」之訪問模式優缺點如下表 26：

表 26 「訪員一問一答」與「受訪者自填」之訪問模式優缺點

	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"> <li>● 訪員逐題唸題目，在受訪者有疑問時能立即說明題意，有較複雜題項時也能提醒受訪者仔細回答。</li> <li>● 受訪者像是與訪員在聊天，</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 受訪者以視覺理解題意，思考速度理論上比聽覺更快速，可以提升作答效率。而由二期一及二期二訪問平均時間並無顯著差異之結</li> </ul>

	<p>可建立信任度，較不易中途拒訪，進而也能提高受訪者接受後續訪問意願。</p>	<p>論，推測受訪者雖能較快理解題意，但有較長的時間思考題目的答案為何。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 受訪者自行閱讀理解題意，可降低訪員與受訪者的疲累感。</li> </ul>
<p><b>缺點</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 受訪者以聽覺理解題意，受訪員唸題時語速、咬字等影響思考。</li> <li>● 因訪員逐題唸題目較耗時間，且在長時間交談與思考下，受訪者易分心，且訪員與受訪者容易感到身心疲憊。</li> <li>● 因在訪員面前回答，故答案在可能較偏向社會預期、偏中性或不表態。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 受訪者可能未逐題審視問題或在不清楚理解題意時也不詢問訪員，而隨意填答案。</li> <li>● 受訪者填答時訪員在旁等候協助，受訪者與訪員之間較無互動。</li> </ul>

由於兩種訪問模式在樣本信度及問卷評價上並無顯著差異，因此本計畫認為受訪者自行填答問卷在未來是可行的訪問方式，但尚需解決自填受訪者遇到繁複題型時可能會跳過一些文字或選項的缺點，本計畫亦依此改變設計問卷內容及題型，例如：增加題目前顯示題說明，並研議自填訪問篩選條件及訪問流程，詳情請見第二期第五次一般民眾面訪調查小節中之訪問模式規劃部份。

## 二、 網路固定樣本調查

現在拜網路及通訊科技發展之賜，台灣民眾上網使用率已超過八成，資料庫希望也能利用此優勢建立「傳播調查資料庫網路固定樣本調查」，邀請曾參與年度面訪調查的民眾參加，利用發送小型網路問卷的方式針對特定突發傳播相關議題進行探索(例如：對現今網路霸凌行為的態度、如何在社群媒體上展現自我等)，可以用比較即時與符合成本的方式探索新興的傳播議題。此外，建置網路固定樣本調查也能讓調查更為彈性。首先，過去考量執行時間，必須將題數限制，很多傳播議題無法被探索，就可以利用此調查進行探討。其次，過去資料庫每年度的面訪調查都有題目過多的問題，若能建立起網路固定樣本調查將能分批探索，派發更多小型調查，如此能邀請更多學者專家參與資料庫，容納更多有趣的議題發想。

## 伍、 第二期第五次：一般民眾調查

### 一、 委託單位

本計畫考慮到傳播題型與題目的多樣性，以及錄音檔複查與嚴謹的執行程序能提高調查品質，因此委託中央研究院調查研究專題中心（以下簡稱調研中心）執行第二期第五次一般民眾面訪調查，確保資料蒐集品質與面訪過程執行的嚴謹性。

### 二、 抽樣設計

#### （一） 調查母體

##### 1、 預試調查

本計畫以年滿 55 歲及以上（民國 54 年 12 月 31 日前出生者）且家中有電話之民眾為調查母體；而調查訪問地區則為台灣地區（不含金門縣、連江縣及澎湖縣）。

##### 2、 正式調查

#### （1） 追蹤樣本

傳播調查資料庫第二期第一次調查時，表示願意再接受追蹤調查的受訪者共 1,722 人，於第二期第三次調查時進行首次追蹤調查。第二期第三次調查成功追蹤完訪 1,272 人，並以新抽樣本完訪 728 人，共計完訪 2,000 人。本次調查則以第二期第三次面訪調查時，表示願意再接受追蹤調查的受訪者，共 1,843 人，進行追蹤調查。

#### （2） 新抽樣本

以台灣地區具有本國國籍，<sup>2</sup>年齡在 18 歲及以上（民國 91 年 12 月 31 日前出生者）的一般民眾作為本次調查對象，並利用內政部提供戶籍地址為抽樣清冊（Sampling Frame），搭配戶中抽樣法於各中選地址家戶內符合前述年齡條件的常住人口裡抽取一人來訪問。<sup>3</sup>實際調查探訪時，若中選之地址為軍事單位、醫院、療養院、學校、職訓中心、宿舍、監獄等單位則不進行抽樣調查。

#### （二） 抽樣設計

---

<sup>2</sup> 不含澎湖縣、金門縣、連江縣。

<sup>3</sup> 常住人口係指最近三個月內居住該處一個禮拜四天以上之本國籍民眾。

## 1、預試調查

採分層三階段 RDD 抽樣法 (Stratified Three-Stage Random Digit Dialing Sampling)。其中，抽樣分層是運用市話千門用戶碼的使用率搭配過去五年間調研中心的電話調查撥號結果而分為四種層別，並依照實際調查的住宅接觸率等比例配置各層所需抽取的電話號碼數。<sup>4</sup>進行第一階段抽樣時，先將各分層內千門用戶碼做升冪排序，並累加使用量後進行等距抽樣 (Systematic Sampling) 抽出中選之千門用戶碼。第二階段將中選的千門用戶碼加上三個隨機產生的號碼即為中選的樣本電話。

## 2、正式調查

本計畫於新抽樣本抽樣時，採用抽樣分層及膨脹樣本的設計。前者是為了提高資料推估的精確度，而後者是為了避免訪查時因拒訪或無接觸等因素的干擾而致無法達成預計完成目標數。

## 3、抽樣分層

本計畫於抽樣時採用抽樣分層及膨脹樣本的設計。前者是為了提高資料推估的精確度，而後者是為了避免訪查時因拒訪或無接觸等因素的干擾而致無法達成預計完成目標數。

### (1) 抽樣分層

本計畫採用的抽樣分層是依據人文區位的人口結構及經濟變項，將台灣 358 個鄉鎮市區分為七個層級；為求實務調查之便利性，在抽樣執行時，合併了都市化層級最低的第六層與第七層，而以六個層級作為本次調查的抽樣分層架構。<sup>5</sup>

新抽樣本預計完成數為 1,100 案，在抽樣設計進行樣本配置時，先依據內政部戶政司所提供之民國 109 年 12 月人口統計資料來計算各層別的人口比例，並依此設計各層別所需抽取的鄉鎮市區數及村里數。新抽樣本應完成數共計 1,108 案，詳見表 27。

表 27 新抽樣本之抽樣設計表

層別	18 歲以上人口數	人口比例	樣本配置	鄉鎮總數	抽取鄉鎮數	抽取村里數	各村里應完成數	各層應完成數
1	2,158,323	10.95	120	17	11	2	6	132
2	5,674,450	28.78	317	26	23	2	7	322
3	4,541,836	23.04	253	44	18	2	7	252

<sup>4</sup> 抽樣分層說明，請參見：2019 年暨 2020 年電話調查抽樣分層報告.pdf  
URL：[https://survey.sinica.edu.tw/research/document/0102\\_2019.pdf](https://survey.sinica.edu.tw/research/document/0102_2019.pdf)

<sup>5</sup> 有關民國 103 年抽樣分層簡要說明請參考〈2014 年台灣鄉鎮市區類型之研析〉，中央研究院人文社會科學研究中心調查研究專題中心，URL=[http://survey.sinica.edu.tw/research/document/01\\_2\\_2014.pdf](http://survey.sinica.edu.tw/research/document/01_2_2014.pdf)。



層別	18歲以上人口數	人口比例	樣本配置	鄉鎮總數	抽取鄉鎮數	抽取村里數	各村里應完成數	各層應完成數
4	2,023,011	10.26	113	26	8	2	7	112
5	3,416,805	17.33	191	102	12	2	8	192
6	1,901,671	9.64	106	137	7	2	7	98
總數	19,716,096	100.00	1,100	352	79			1,108

## (2) 膨脹樣本

實務抽樣時是參照近期調研中心所執行的大型計畫完訪率來決定每一個中選地區的樣本膨脹倍數，<sup>6</sup>據以估算所需抽取的地址數。新抽樣本的樣本膨脹倍數介於 2.00 倍至 16.00 倍之間，共計抽出 5,019 案。樣本膨脹配置詳見附錄五。

## (三) 抽樣方法

採分層多階段 PPS 抽樣設計 (Stratified Multi-Stage Probability Proportional to Size Sampling, Stratified Multi-Stage PPS)，並搭配膨脹樣本及戶中抽樣機制，即各層內先採用等距抽樣法 (Systematic Sampling) 進行前三階段的抽取作業，最後再搭配戶中抽樣法。其中，第一階段的抽取單位為「鄉鎮市區」，第二階段的抽取單位為「村里」，第三階段的抽取單位為「地址」，而在第四階段為了讓受訪樣本的年齡層結構盡量貼近臺灣人口的母體結構，避免發生年輕樣本因接觸率低或參訪意願低而致完訪案數過低之問題，乃採用調整過的洪永泰 (2001) 提高年輕樣本中選率的戶中抽樣表，<sup>7</sup>請訪員在入戶後於各家戶抽選一位受訪對象。

## 三、 預試調查執行

為使正式調查訪問的問卷內容設計更為周延，易於讓受訪者理解，本計畫於民國 110 年 3 月 10 日至 3 月 12 日以電話訪問進行預試調查，總計完成 215 案。預試進行流程如下：第一天訪員報到後，向訪員說明問卷與訪問原則，再請訪員進行訪問；第三天俟訪員訪問結束，再集合訪員討論問卷及訪問狀況，俾利計畫小組能依據預試訪問結果與訪員意見，做為修改問卷之參見。

<sup>6</sup> 膨脹倍數參考「物質主義，後物質主義與新政治：世界價值觀第七波的台灣調查與亞洲國家的比較」、「建置臺灣法實證研究資料庫第五期實施計畫-台灣法文化與社會變遷調查正式」及「傳播調查資料庫第二期第四次調查」的主樣本完成狀況來估計。

<sup>7</sup> 為提高年輕樣本的中選機率，以洪永泰 (2001) 「提高年輕樣本中選率」的戶中抽樣表為母版，局部提高表內年輕樣本之中選機率。洪永泰，2001，〈戶中選樣之研究〉。頁 150-154，台北：五南。

## 四、 正式調查執行

調查執行前會先寄訪函通知受訪家戶，並行文行政及警政單位說明訪問期間將至該村里進行訪問，敬請各單位提供協助之相關事宜，盡可能為訪員預先排除可能的困難，以增加成功訪問的機會。

本次正式調查期間雖遇 COVID-19 疫情影響，但在訪員、計畫小組及調研中心的努力之下，新抽樣本及追蹤樣本分別完成 1,143 案及 1,446 案，圓滿達成預定目標。訪員結束訪問後，寄回所有的調查相關資料，包括平板電腦及電腦背包，並至網路上填寫工作滿意度調查表，完成訪問工作。正式調查的各項執行情況分述如下：

### (一) 調查日期

調查執行期間自民國 110 年 08 月 30 日至 11 月 14 日止，共計 11 週。

### (二) 調查人員訓練

依據訪員近期是否參訪調研中心之計畫，規劃參與訪員訓練課程的天數，未曾參與過調研中心調查計畫的訪員與自民國 109 年起未曾參與過調研中心調查計畫的訪員，需參加 8 月 27 日、8 月 28 日及 8 月 29 日三天的訪員訓練課程，內容包含工作流程說明與介紹、樣本名單使用原則、訪問紀錄填答補問與複查說明、CAPI 系統操作介紹及練習，並由種子教師帶領訪員進行分組練習。

若自民國 109 年起曾參與過調研中心調查計畫的訪員，則僅需參加 8 月 28 日及 8 月 29 日二天的訪員訓練課程，內容包含工作流程說明與介紹、問卷說明與記錄、訪問技巧與原則、個資法概念說明、CAPI 系統操作訓練及模擬訪問練習。訓練完畢隨即開始進行訪問工作。此次計畫，實際共有 66 位訪員參與。

### (三) 調查品質控管

#### 1、問卷錄音設置

為管控訪員訪問品質，確認訪員是否依照訪問原則進行訪問，新抽樣本於戶中抽樣及問卷訪問時進行錄音，請訪員依規定向家戶說明本次訪問會進行錄音並取得家戶同意後才可進行訪問；追蹤樣本於問卷訪問時進行錄音，請訪員依規定向受訪者說明本次訪問會進行錄音並取得家戶同意後才可進行訪問。調查期間，新抽樣本及追蹤樣本各有 1 位受訪者因拒絕錄音而未進行訪問。

#### 2、跟訪

調研中心為能掌控調查資料的品質及狀況，針對第一次參與訪問工作的新訪員或是久未參訪的訪員，聘請資深訪員協助跟訪（簡稱跟訪訪員），實地指導該名訪員，使訪員能快速地掌握訪問原則及技巧；此外，為了提供訪員心理上的支持，在調查執行後調研中心都會隨時致電關心其訪問狀況。而為瞭解跟訪成效，

於調查執行後第二週同時請跟訪訪員與新訪員填答「跟訪訪員/新訪員回報問卷」，藉由跟訪回報分析及意見回饋來瞭解新訪員的學習狀況及評估跟訪訪員的適用性。

### 3、資料回傳與檢核

本次使用 CAPI 系統訪問，為能快速掌握訪問進度，調研中心規定訪員訪問當日至少執行資料更新一次，將所有平板電腦內的調查資料同步至調研中心主機伺服器，俾利調研中心取得最新訪問數據。此外，訪員每週線上回傳資料後，調研中心均進行問卷與訪查紀錄的資料檢核及錄音複查作業，除列出不符合的訪問狀況及結果代碼紀錄外，並列出新抽樣本尚未完成三個不同天、兩個不同時段，追蹤樣本尚未完成五個不同天、三個不同時段進行訪查的個案，以寄發 Email 及簡訊通知等二種方式，告知訪員前述不符合狀況的個案，叮嚀訪員儘快進行查訪。

### 4、進度管理

在調查期間，除設定每週完訪目標請訪員努力達成外，從訪問期第二週開始，對於進度落後的訪員都會以電話和簡訊關心其訪問狀況。同時，調研中心也設置計畫討論區供訪員隨時於線上提問，期能快速解決訪員各種問題；亦會定期公布每個訪員的訪問進度，以互相激勵與督促。調查期間於 9 月 11 日遇璨樹颱風侵襲，部分縣市停班停課，協辦人員立即通知訪員暫緩訪問。考量調查期間遇疫情與颱風侵擾之故，全體訪員訪問進度因而順延一週結束。

### 5、訪員調配

協辦人員依據訪員回傳進度與訪問狀況，針對訪區完訪率較低且有機會再增加完訪案的地區，調配應對及說服能力較好的訪員進行支援訪問。本次共安排 23 位訪員支援新抽樣本 23 個訪區、追蹤樣本 10 個訪區，訪區如下表 28、表 29。因應部分訪區於訪期尾聲時完訪案數仍不足，故安排 7 位訪員延長訪期繼續探訪 8 個訪區，延長訪問的訪區如下表 30。所有訪問工作於 11 月 14 日結束，較原定訪期 11 月 7 日（已包含因疫情與颱風侵擾而順延一週）延長一週。調研中心在調查結束後，協辦人員依照訪員執行時的表現與態度，將數位訪員分列為觀察名單或不再邀請參訪名單。

表 28 新抽樣本支援訪區村里

基隆市信義區	桃園市龜山區
基隆市暖暖區	桃園市桃園區
基隆市安樂區	新竹市東區
臺北市南港區	新竹市北區
臺北市北投區	臺中市大雅區
臺北市士林區	臺中市北區
臺北市中山區	南投縣竹山鎮

臺北市內湖區	南投縣魚池鄉
新北市新店區	高雄市苓雅區
新北市汐止區	高雄市左營區
新北市三重區	屏東縣潮州鎮
新北市蘆洲區	

表 29 追蹤樣本支援訪區

臺北市士林區	新北市新店區
臺北市大同區	新北市蘆洲區
臺北市南港區	桃園市蘆竹區
新北市三重區	新竹市北區(竹北)
新北市中和區	臺中市北區

表 30 延長訪期之訪區

基隆市信義區	台中市大雅區
基隆市安樂區	南投縣魚池鄉
新北市板橋區	高雄市鳳山區
新北市新店區	屏東縣潮州鄉

## 6、錄音檔聽取及資料複查

### (1) 錄音檔複查

在調查執行期間，為了確保訪員能依照規定進行新抽樣本戶中抽樣說明、確認追蹤樣本身分及問卷訪問，安排專人利用錄音評核系統（Computer Audio-Recorded Interviewing, CARI 系統）聽取錄音檔，針對訪員犯錯部份進行立即糾正。本次訪問於戶中抽樣說明及問卷內容進行完整錄音，其中，戶中抽樣錄音檔共 2,435 案，問卷內容錄音檔共 2,801 案。聽取錄音檔之作業以二種方式進行：

- a. 聽取戶中抽樣錄音檔：僅新抽樣本需聽取戶中抽樣錄音檔，包含訪員進行戶中抽樣過程及詢問戶中抽樣協助者戶中抽樣詢問題（以下簡稱戶抽詢問題）T1-T6，共完成 263 案（10.8%）。
- b. 聽取問卷內容錄音檔：共完成 849 案（30.3%）。自填問卷聽取訪員確認受訪者自填資格流程是否符合規定，訪填問卷可聽取整份問卷，另外並針對轉換填答模式的個案進行查核，包括受訪者符合自填資格但全程訪填、不符合自填資格但全程自填及中途轉換填答模式（部分自填、部分訪填）。藉由錄音檔的聽取，在發現訪員有訪問程序等方面的問題時，則立即通知訪員務必

依照規定進行訪問。填答模式轉換狀況如下表 31、表 32。

表 31 新抽樣本填答模式

	符合自填條件		符合訪填條件		總計	百分比(%)
	次數	百分比(%)	次數	百分比(%)		
全程自填	790	95.07	1	0.32	791	<b>69.21</b>
全程訪填	32	3.85	309	99.04	341	<b>29.83</b>
部分自填、部分訪填	9	1.08	2	0.64	11	0.96
總計(橫百分比)	831	<b>(72.70)</b>	312	<b>(27.30)</b>	1,143	100.00

表 32 追蹤樣本填答模式

	符合自填條件		符合訪填條件		總計	百分比(%)
	次數	百分比(%)	次數	百分比(%)		
全程自填	846	94.00	0	0.00	846	<b>58.50</b>
全程訪填	38	4.22	546	100.00	584	<b>40.39</b>
部分自填、部分訪填	16	1.78	0	0.00	16	1.11
總計(橫百分比)	900	<b>(62.24)</b>	546	<b>(37.76)</b>	1,446	100.00

錄音檔複查過程中，共計 11 案(6 案為新抽樣本、5 案為追蹤樣本)問卷判定作廢，錯誤狀況詳見表 33。

表 33 問卷作廢一覽表

錯誤狀況	案數
訪問不確實、詢問不完整	1
訪問非受訪者	6
無法回答問卷题目的受訪者(如視障)	4

## (2) 電話補問複查與實地複查

調研中心針對錄音檔無法完成複查及需補問的個案，使用電腦輔助電話訪問系統 (computer-assisted telephone interviewing, CATI 系統) 及預先設計好的複查問卷進行電話複查及補問作業。調查期間因考量自填案問卷品質，亦將自填案列入補問，並增加電話複查人員及班次。調研中心電話複查及補問作業自 10 月 5 日起至 11 月 17 日共進行 16 天，電話複查員共計排班 51 人次。電話複查及補問樣本共匯入 1,087 案，成功複查 889 案 (81.8%)，各填答模式電話複查狀況詳表 34。

表 34 電話複查案數統計

填答模式	電話複查案數	成功複查案數	成功複查百分比
全程自填	812	655	80.7
全程訪填	263	224	85.2
部分自填、部分訪填	12	10	83.3
總計	1,087	889	81.8

## 7、資料安全保護

### (1) 資料管理與傳輸

為保障受訪者隱私權及維護調查資料安全，於訪員使用的平板電腦及資料傳輸作業上，採取了以下措施：

- a. 登入密碼設定限制須至少 8 位字元，英數混合，且密碼不可等同帳號。
- b. 具錯誤輸入 5 次即上鎖的機制。
- c. 平板電腦內的系統資料庫採用加密存取機制，他人無法任意解密讀取。
- d. 平板電腦進行線上(on-line)同步傳輸完訪資料至調研中心的主機伺服器時，是採用 SSL (安全通訊端層) 加密機制，以維護資料傳輸安全。

### (2) 內部管控程序

- a. 儲存調查資料的伺服器放置於調研中心機房，該處符合資訊安全管制規定，設有門禁管制及監視錄影系統；而系統與伺服器的連線使用也具有帳號密碼及存取控制管理。
- b. 依照調研中心規定，訪員只能使用調研中心配發之平板電腦進行訪問，不可採用紙本問卷。
- c. 調研中心提供予訪員之紙本樣本名單，內容資料為變造後之地址，無法直接識別個人。

## 五、 資料檢核

調研中心依照計畫小組需求進行資料檢核作業，包括不合理值檢核、邏輯檢核、開放欄位檢核等項目。本次是利用 IBM SPSS Statistics 25.0 for Windows 統計軟體撰寫檢核程式，檢核完成後再將檢核報表提供計畫小組判斷是否需要修改資料，反覆進行至資料不再需要修改為止。此外，為讓資料檢核更加嚴謹，於調查執行開始及結束各進行 2 次的資料複檢作業。複檢人員依據問卷及資料檢核項

目清單等資訊檢查與核對所有作業內容，反覆進行至作業無誤為止。本計畫所進行的資料檢核內容說明如下：

## (一) 檢核內容

### 1、問卷與訪問紀錄資料檢核

#### (1) 樣本名單檢核

檢核計畫小組提供追蹤樣本之樣本編號、市話、手機及地址是否重複。

#### (2) 不合理值檢核

針對不應出現的數字代碼進行查核。

#### (3) 邏輯檢核

就題目和答案間的邏輯關係加以檢驗，包括：

- a. 跳答題的檢核：項目包含「不該答而答」及「該答而未答」。
- b. 複選題的檢核：項目包含「『不知道』、『拒答』、『都沒有』選項不應與其他選項一同出現」及「回答複選題者，至少勾選一個選項」。
- c. 偏好次序題（如最喜歡、次喜歡…）的題目間不應有選項重複勾選現象。
- d. 填答模式檢核：項目包含「符合自填資格但採訪填模式訪問」及「符合訪填資格但採自填模式填答」。
- e. 其他邏輯檢核：羅列於資料檢核項目清單之項目。

#### (4) 開放欄位檢核

就題目和答案間的邏輯關係加以檢驗，包括：

- a. 選項有勾選「其他，請說明」者，應鍵入文字說明。
- b. 有鍵入文字說明者，選項應勾選「其他，請說明」。
- c. 鍵入的文字內容與選項敘述相同者，應歸入該選項。
- d. 檢查開放欄位文字說明是否因欄位不足被截斷。

#### (5) 提供開放題及開放欄位答案

調查期間定期提供資料檔供計畫小組確認開放題及開放欄位的文字說明。

### 2、訪查紀錄檢核

- (1) 檢核訪查紀錄中的歷次訪問結果代碼是否符合訪查邏輯。
- (2) 檢核訪員探訪時是否符合訪查天數與時段之規定。

## (二) 資料整理

調研中心依據計畫小組提供之修改資訊進行資料檔答案修正與歸類。

## 六、 調查結果

### (一) 新抽樣本

本次調查共抽取 5,019 案樣本，完成 1,143 案，各類填答模式之完成案數如表 35。另，依照 AAPOR 的計算方式，未加權的完訪率（response rate，RR1）為 24.96%，而拒訪率（refusal rate，REF1 為 11.20%）。<sup>8</sup>最適訪問結果如表 36。

表 35 新抽樣本各填答模式完成案數

填答模式	完成案數	百分比
全程自填	791	69.21
全程訪填	341	29.83
部分自填、部分訪填	11	0.96
總計	1,143	100.00

---

<sup>8</sup> 請參考：The American Association for Public Opinion Research. 2016 . Standard Definitions: Final Disposition of Case Codes and Outcome Rates for Surveys. 9th edition . AAPOR. 完訪率與拒訪率的計算方式為 AAPOR 所定義之 RR1 及 REF1。相關公式請參見附錄二。



表 36 新抽樣本最適訪問結果統計表<sup>9</sup>

AAPOR 代碼	狀況	人數	百分比	總百分比
<b>合格，有訪問</b>				
I	成功訪問	1,143	100.00	22.77
	小計	1,143	100.00	22.77
<b>合格，無訪問</b>				
R	中途拒訪	68	10.83	1.35
R	拒訪	445	70.86	8.87
NC	受訪者外出，調查期間不會回來	6	0.96	0.12
NC	受訪者外出，調查期間會回來	66	10.51	1.31
NC	無人在家_該戶完成戶抽，具有合格受訪者	1	0.16	0.02
O	受訪者語言不通	2	0.32	0.04
O	受訪者無法清楚瞭解題意或表達而無法接受訪問（如精神疾病等）	34	5.40	0.68
O	問卷作廢 <sup>10</sup>	6	0.96	0.12
	小計	628	100.00	12.51
<b>不知是否合格</b>				
UE	家戶於訪員未前去訪查前，即直接告知執行單位拒訪	10	0.36	0.20
UE	尚未篩選合格條件即中止	1,449	51.60	28.87
UE	無人在家	978	34.83	19.49
UE	管理員阻止	319	11.36	6.35
UE	空屋_調查期間	29	1.03	0.58
UE	非受訪者語言不通	3	0.11	0.06
UE	查無此地址	20	0.71	0.40
	小計	2,808	100.00	55.95

<sup>9</sup> 表中所列之最適訪問結果（final disposition）是依循 APPOR (2016) 的原則，在每位受訪者歷次接觸狀況中選擇一個最適當的訪問結果，選取程序有三：(1)以「有人接觸」的結果為最優先選擇；(2)以「能提供最大的資訊者」為次優先選擇；(3)既無「有人接觸」，也無「能提供最大的資訊者」時，以最後的接觸結果作為最終結果代碼。

<sup>10</sup> 包含因訪員訪問不確實或受訪者為視障人士而判定問卷作廢。

AAPOR 代碼	狀 況	人數	百分比	總百分比
<b>不合格</b>				
NE	政府機構、公司行號（非住家）、學校（含宿舍）、軍事單位、醫療院所、監獄、觀護所等單位	50	11.36	1.00
NE	空屋_調查期開始前	177	40.23	3.53
NE	無合格受訪者	213	48.41	4.24
	小計	440	100.00	8.77
	總計	5,019		100.00

## (二) 追蹤樣本

本次調查共追蹤 1,843 案樣本，完成 1,446 案，各類填答模式之完成案數如表 37。另，依照 AAPOR 的計算方式，未加權的完訪率（response rate, RR1）為 79.28%，而拒訪率（refusal rate, REF1）為 12.23%。最適訪問結果如表 38 所示。

表 37 追蹤樣本各填答模式完成案數

填答模式	完成案數	百分比
全程自填	846	58.50
全程訪填	584	40.39
部分自填、部分訪填	16	1.11
總計	1,446	100.00

表 38 追蹤樣本最適訪問結果統計表

AAPOR 代碼	狀 況	人數	百分比	總百分比
<b>合格，有訪問</b>				
I	成功訪問	1,446	100.00	78.46
	小計	1,446	100.00	78.46
<b>合格，無訪問</b>				
R	中途拒訪	14	3.71	0.76
R	拒訪	209	55.29	11.34
NC	受訪者外出	27	7.14	1.47

AAPOR 代碼	狀 況	人數	百分比	總百分比
NC	受訪者長期定居在國外（如結婚、移民等）	2	0.53	0.11
NC	受訪者不住在此地址，且無法聯絡到	54	14.29	2.93
NC	無人在家	22	5.82	1.19
NC	該地址查無此人	18	4.76	0.98
NC	空屋	3	0.79	0.16
O	語言不通_受訪者	2	0.53	0.11
O	受訪者無法清楚理解題意或表達而無法接受訪問（如精神疾病等）	19	5.03	1.03
O	死亡	1	0.26	0.05
O	查無此地址	2	0.53	0.11
O	問卷作廢 <sup>11</sup>	5	1.32	0.27
	小計	378	100.00	20.51
<b>不合格</b>				
NE	死亡_調查期開始前	17	89.47	0.92
NE	前次調查非受訪者本人受訪，計畫小組決議停訪	2	10.53	0.11
	小計	19	100.00	1.03
	總計	1,843		100.00

### （三） 熟齡樣本

本次調查規劃追蹤樣本與新抽樣本之熟齡樣本（55 歲以上）於合併後能達 1000 案。調查前置階段的規劃設計如下：

#### 1、追蹤樣本

以追蹤樣本完成率 74%來估算該樣本內預定可完成之熟齡樣本數（熟齡樣本佔追蹤樣本 47.6%），預估約可完成 649 案。

#### 2、新抽樣本

有鑑於 2020 年第二期第四次調查樣本之 10 歲年齡層人口比例完美貼近母體人口結構，故乃以該調查結果之熟齡人口比例（34.8%）來估計，即當預定完成一個樣本數為 1100 案且具全國代表性的樣本時，預估完成的熟齡人口數約為 382 案。

<sup>11</sup> 包含因訪員訪問不確實或受訪者為視障人士而判定問卷作廢。

由於追蹤樣本之熟齡人口數的比例偏高，約佔該樣本總人數之 47.6%，搭配一個 1100 案具全國代表性樣本之熟齡人口數，合併後的估計值約為 1031 案。本次調查實際結果為 1099 案，比原先預期多 68 案。各樣本之相關統計數值，請參見下表 39。

表 39 熟齡樣本預估完成案數與實際完成案數

	追蹤樣本	新抽樣本	合計
預估完成案數	649	382	1031
實際完成案數	692	407	1099

## 七、 樣本加權

本計畫針對新抽調查成功樣本加權作業使用之母體資料是由行政院內政部提供之民國 109 年 12 月人口統計資料。在資料收集完後，調研中心先檢查成功樣本的性別、年齡分組、教育程度及抽樣分層是否與母體人口結構一致。<sup>12</sup>由於新抽樣本採用分層多階段 PPS 抽樣設計，並搭配膨脹樣本及戶中抽樣機制，為補償此不等機率抽樣的問題，在資料處理上採不等機率加權的措施。此外，因為訪問失敗的問題可能會造成成功樣本偏離母體人口結構，因此，調研中心於不等機率加權作業完成後，利用母體資料來進行樣本代表性檢定，當檢定不通過時再採用多變項反覆加權法（raking）進行加權，使樣本與母體人口結構的分佈一致。相關加權說明如下：

### （一） 不等機率加權

#### 1、各分層裡每個地址的原中選機率

##### （1） 分層內各地址的原中選機率

$$f_{sel} = f_{\alpha} \times f_{\beta} \times f_r$$

$$= \frac{a_h B_{h\alpha}}{N_h} \times \frac{b_h C_{h\alpha\beta}}{B_{h\alpha}} \times \frac{c_h}{C_{h\alpha\beta}} = \frac{a_h b_h c_h}{N_h}$$

(PSU<sub>h</sub> × SSU<sub>h</sub> × TSU<sub>h</sub>)

##### （2） 膨脹樣本後各地址中選機率

<sup>12</sup> 教育程度：使用之母體是內政部戶政司提供民國 109 年單一年齡教育程度年終人口靜態統計報表。

$$\begin{aligned}
f_{(county)} &= f_{sel} \times \text{膨脹倍數}_{county} \\
&= \frac{a_h b_h c_h \times \text{膨脹倍數}_{county}}{N_h} \\
&= (\text{PSU}_h \times \text{SSU}_h \times \text{TSU}_h \times \text{膨脹倍數}_{county})
\end{aligned}$$

## 2、戶中抽樣中選率： $f_{hs}$

為反應抽樣設計、膨脹樣本及戶中人數而造成的中選機率差異，因此在資料處理上採不等機率加權的措施。以戶中抽樣中選率 ( $f_{hs}$ ) 與膨脹倍數 ( $f_{county}$ ) 的倒數相乘為加權權值，並使總加權權值反應回原成功樣本數 (sample base weights)，加權權值的計算公式如下：

$$W_{sel} = \frac{1}{f_{hs}} \times \frac{1}{f_{county}}$$

$N$  為母體數， $n$  為成功樣本數， $N_h$  為各分層母體數， $n_h$  為各分層樣本數，  
 $a_h$  為第  $h$  分層抽取的鄉鎮數， $b_h$  為第  $h$  分層各鄉鎮抽取的村里數，  
 $c_h$  為第  $h$  分層各村里的抽取地址數，  
 $a$  為第  $a$  個鄉鎮， $B_{ha}$  為第  $h$  分層第  $a$  鄉鎮的總人口數，  
 $C_{ha\beta}$  為第  $h$  分層第  $a$  鄉鎮第  $\beta$  村里的總人口數。

### (二) 多變項反覆加權

為使成功樣本結構與母體的人口結構趨近一致，用以降低無反應偏差，在完成前述不等機率加權權值後，隨即針對「性別」、「年齡分組」、「教育程度」與「抽樣分層」四個變項進行樣本代表性檢定 (卡方適合度檢定，Chi-Square Goodness of Fit Test)。由表 40 結果顯示新抽樣本於「教育程度」及「抽樣分層」偏離母體人口結構，因此，調研中心利用「性別」、「年齡分組」、「教育程度」及「抽樣分層」等四個人口基本變項進行「多變項反覆加權」。

計算公式如下：

$$W_i = W_{sel} \times \frac{N_c}{N} \times \frac{n}{n_c}$$

$N$  為母體數， $n$  為成功樣本數，

$N_c$  為各分類母體數， $n_c$  為各分類成功樣本數。

### (三) 資料加權檢測

調研中心以完成多變項反覆加權後所得之設計效果 (design effect) 來檢測加權損耗 (weighting loss) 與是否具有極端值，<sup>13</sup>結果顯示設計效果 ( $1 + L_{weighting}$ ) 為 2.06 (即加權損耗為 1.06，代表前述的加權作業使得因加權而產生的估計值變異數比採用簡單隨機抽樣時高出 106%)，故調研中心即針對加權權值 ( $W_i$ ) 進行權重削減 (weight trimming) 作業，直至因加權而導致的估計值變異數低於 50% 為止。<sup>14</sup>經處理後，加權損耗已降至 0.50 代表估計值的變異數會比採用簡單隨機抽樣時高出 50%。從表 41 結果得知，校正加權後之成功樣本與母體人口特徵均無顯著差異，表示加權過後成功樣本具有代表性。資料加權權值的描述性統計量如下所示。

樣本數 (n)	最大值 (Max)	最小值 (Min)	眾數 (Mode)	中位數 (Median)	平均數 (Mean)	變異數 (Variance)	標準差 (Standard Deviation)
1,143	3	0.3876	0.3876	0.7594	1	0.4997	0.7069

<sup>13</sup> 設計效果 (deff)  $\approx 1 + L_{weighting}$ 。加權損耗的計算公式如下：

$$L_{weighting} \approx CV^2(w) = \left\{ \frac{\sum_{i=1}^n w_i^2}{\left(\sum_{i=1}^n w_i\right)^2} \cdot n - 1 \right\} = \frac{S_w^2}{\bar{w}^2}$$

( $S_w$  = Standard Deviation)

Heeringa, Steve G., Brady West, & Patricia A. Berglund. 2017. Applied Survey Data Analysis. 2nd ed., pp. 48. London: Chapman & Hall.

<sup>14</sup> Valliant, Richard, Jill A. Dever, & Frauke Kreuter. 2018. Practical Tools for Designing and Weighting Survey Samples. 2nd ed., pp. 396, 411. New York: Springer.

表 40 新抽成功樣本的代表性檢定（未加權）

變項		樣本		母體	卡方值
		人數	百分比	百分比	
性別	男性	553	48.38	49.08	0.2245
	女性	590	51.62	50.92	
年齡分組	18-29 歲	227	19.86	17.99	8.4351
	30-39 歲	214	18.72	17.44	
	40-49 歲	209	18.29	18.96	
	50-59 歲	186	16.27	18.20	
	60-69 歲	189	16.54	15.66	
	70 歲及以上	118	10.32	11.75	
教育程度	小學及以下	109	9.53	11.67	53.2313***
	國中/初中	93	8.14	11.52	
	高中/職	291	25.46	27.61	
	專科	108	9.45	11.75	
	大學/研究所	542	47.42	37.45	
抽樣分層	第一層	163	14.26	10.95	25.9786***
	第二層	337	29.49	28.78	
	第三層	242	21.17	23.04	
	第四層	84	7.35	10.26	
	第五層	218	19.07	17.33	
	第六層	99	8.66	9.64	

註：1.成功樣本總數為 1,143 人，而樣本代表性檢定只針對有效回答樣本進行，不包含「不知道」、「拒答」等無反應選項及其他等無法歸納之選項。

2. \* :  $p < 0.05$     \*\* :  $p < 0.01$     \*\*\* :  $p < 0.001$

表 41 成功樣本的代表性檢定（加權）

變項		樣本		母體	卡方值
		人數	百分比	百分比	
性別	男性	558	48.82	49.08	0.0317
	女性	585	51.18	50.92	
年齡分組	18-29 歲	211	18.46	17.99	1.4378
	30-39 歲	208	18.20	17.44	
	40-49 歲	211	18.46	18.96	
	50-59 歲	203	17.76	18.20	
	60-69 歲	184	16.10	15.66	
	70 歲及以上	126	11.02	11.75	
教育程度	小學及以下	123	10.77	11.67	3.8042
	國中/初中	126	11.03	11.52	
	高中/職	309	27.06	27.61	
	專科	126	11.03	11.75	
	大學/研究所	458	40.11	37.45	
抽樣分層	第一層	137	11.98	10.95	3.9884
	第二層	328	28.70	28.78	
	第三層	262	22.92	23.04	
	第四層	101	8.84	10.26	
	第五層	208	18.20	17.33	
	第六層	107	9.36	9.64	

註：加權後樣本有效人數性別為 1,143 人、年齡分組為 1,143 人、教育程度為 1,142 人、抽樣分層為 1,143 人。加權後總人數與未加權樣本不同，是因小數點四捨五入的差異。



#### (四) 變異數估計 (Variance Estimation) 的適用性檢定

在多階段的複雜抽樣設計中，變異數的估計往往比較複雜。因此，在分析複雜抽樣調查資料時，為了簡化計算，通常會採近似值 (approximation) 的方式來估計變異數。目前大多數統計套裝軟體在處理複雜抽樣調查資料時，所預設的方式為 Taylor series linearization (簡稱 TSL)；由於 TSL 是一個估計的近似值，因此，在使用前必須先檢測該估計值是否正確或落入可接受的範圍內。此項檢測是以每個集群樣本的變異係數 (coefficient of variation, cv) 來檢測；<sup>15</sup>實務操作時，即是用加權權數變項來計算。若  $cv < 0.10$ ，代表 TSL 的估計正確；不過， $cv < 0.20$  是還可以容忍的範圍 (Kish 1965)。<sup>16</sup>普遍是以 0.15 為判定基準。

經計算，本調查資料的 cv 值為 0.0209，故使用者可採用 TSL 進行變異數估計。

---

<sup>15</sup>  $cv = \frac{se(\bar{w})}{\bar{w}} = \frac{S_w}{\bar{w}\sqrt{n}}$  (  $se$  = Standard Error )

<sup>16</sup> Kish, Leslie. 1965c. Survey Sampling. New York: Wiley.

## 陸、 第二期第五次網路固定樣本調查執行結果

### 一、 調查規劃

#### (一) 調查對象

網路固定樣本調查樣本來自 2017 至 2020 年進行全臺面訪時有意願繼續接受追蹤訪問之受訪者，來源包含以下三群，共 2629 人（統計至 2021 年 3 月）：

- 1、完成二期一次青少年調查且願意再訪者（現已滿 18 歲者）：共 119 人。
- 2、完成二期三次面訪調查且願意再訪者：共 511 人（加入比例約 25.55%）。
- 3、完成二期四次面訪調查且願意再訪者：共 1,999 人（主樣本有 1,608 人，加入比例 76.24%；加抽年輕樣本有 391，加入比例 85.19%）。

進一步比較網路固定樣本調查樣本與 2020 年二期四次一般調查樣本的差異，分析結果顯示：在性別方面，網路固定樣本調查與一般調查樣本並無顯著差異存在，均以女性占比為多；在年齡區間方面，兩者樣本均以 20 至 39 歲為主，而顯著差異則是存在於 40 至 49 歲（網路固定樣本調查樣本於此年齡段之占比多於一般調查樣本）以及 60 歲以上（網路固定樣本調查樣本於此年齡段之占比少於一般調查樣本）；在出生縣市方面，無顯著差異存在，兩者樣本均以北北基宜以及中彰投地區之占比為最多；若依教育程度來看，兩者樣本有顯著差異，但均以專科/大學/碩士/博士之占比為最多（網路固定樣本調查樣本於此教育程度之占比多於一般調查樣本），此外，於自修/小學以及國中（初）中/初職此二個教育程度中，網路固定樣本調查樣本之占比少於一般調查樣本。網路固定樣本調查樣本概況如下表 42。

表 42 網路固定樣本調查樣本概況（N=2,629）

變數	類別	人數	占比
性別	男	1,231	46.82%
	女	1,398	53.18%
	小計	2,629	100.00%
年齡區間	18-19 歲	72	2.74%
	20-29 歲	637	24.23%
	30-39 歲	611	23.24%
	40-49 歲	489	18.60%
	50-59 歲	360	13.69%
	60-69 歲	278	10.57%
	70 歲以上	182	6.92%
	小計	7,887	299.99%

變數	類別	人數	占比
出生縣市	北北基宜	765	29.10%
	桃竹苗	362	13.77%
	中彰投	477	18.14%
	雲嘉南	472	17.95%
	高屏	409	15.56%
	花東	68	2.59%
	外島(澎湖、金門及連江)	10	0.38%
	其他(非台灣、不知道或拒答)	66	2.51%
	小計	18,403	699.98%
教育程度	不識字	24	0.91%
	自修/小學	134	5.10%
	國中(初)中/初職	169	6.43%
	高中普通科/高中職業科/高職/士官學校	576	21.91%
	專科/大學/碩士/博士	1,725	65.61%
	拒答	1	0.04%
	小計	39,435	1499.96%

## (二) 資料蒐集平台

網路固定樣本調查使用網路調查平台 Qualtrics 進行，此平台能建立多種問題類型(共 15 種題型變化)、多螢幕同步的調查研究，對於使用不同裝置的上網者而言，問卷皆能調整以較佳的方式呈現。另外 Qualtrics 可用多種模式發送問卷(電郵、網頁連結等)，有利於追蹤網調問卷進度並進行催收。

## (三) 調查執行規劃

確認調查題目後，即進行問卷設置，並由問卷小組委員及助理共同測試問卷並修改，完成後於預定調查起始日派發問卷。

因應調查對象留有不同聯絡資訊，針對僅留有手機號碼或電子信箱之調查對象，分別由簡訊或電子郵件寄送問卷連結給受訪者；針對留有手機號碼及電子信箱之調查對象，則會寄送簡訊與電子郵件，期能藉多管道接觸調查對象。

調查期間每週皆會寄送兩次催收信，並將催收排在不同時段(例如：中午 12 點、下午五點等)、工作日及假日等，提醒受訪者填答問卷。

## 二、 調查執行結果

### (一) 第一波調查(主題：網路癮誘與脫序行為)

#### 1、調查日期

第一波網路調查於 2021 年 6 月 23 日寄發問卷，至 7 月 22 日結束調查，共計四週。

## 2、樣本大小

填答樣本數為 1080 份（由手機簡訊連結開啟調查者 623 份，由電子信箱連結開啟調查者 457 份），扣除非網調固定樣本者、重複填答者及未通過注意力偵測題者，最終完成之有效樣本數為 1,004 份（填答率為 38.2%）。

## 3、調查執行

本計畫原規劃調查期間為二週（至 7 月 7 日截止），考量到樣本數尚未充足，故延長調查期間為四週，並有更改寄送調查連結的方式（針對留有手機號碼與電子信箱的研究對象寄送調查連結的方式，原規劃僅以電子信箱寄送調查連結，後改為除了電子信箱之外，亦以手機簡訊寄送調查連結）、修改調查連結信件內容等措施，望能增加問卷填答率。最終有效樣本為 1,004 份。

## 4、樣本加權

### (1) 資料加權說明

資料加權的母群依據為內政部戶政司 2021 年度 7 月份人口統計資料，並使用主計總處 2020 年人力運用調查資料檔為推算 18 至 19 歲各教育程度人口數的依據。在資料收集完成後，先以卡方適合度檢定（Chi-Square goodness of fit test）方法檢查是否成功樣本的「性別」、「年齡」、「教育程度」及「居住地區」四項變項與母群人口結構一致，檢定之後發現網路調查樣本在前述四項變項的分配狀況皆偏離母群人口結構（如表 43 所示），因此採多變項反覆加權法（raking）進行加權，使樣本與母群人口結構的分佈一致。

表 43 2021 第一波網路調查資料人口結構與母群人口結構比較表(加權前)

變項		樣本		母群	檢定結果	
		人數	百分比	百分比	卡方值	p-Value
性別	男性	408	40.64%	49.09%	28.73	$p < 0.05$
	女性	596	59.36%	50.91%		
年齡	18-29 歲	281	27.99%	17.78%	288.81	$p < 0.05$
	30-39 歲	285	28.39%	17.15%		
	40-49 歲	221	22.01%	19.05%		
	50-59 歲	127	12.65%	18.14%		
	60-69 歲	71	7.07%	15.77%		
	70 歲及以上	19	1.89%	12.11%		
教育程度	高中及以下	156	15.54%	58.05%	854.49	$p < 0.05$
	專科	120	11.95%	10.42%		

變項	樣本		母群	檢定結果	
	人數	百分比	百分比	卡方值	p-Value
大學	559	55.68%	24.89%	45.26	$p < 0.05$
研究所 (碩、博士)	169	16.83%	6.64%		
北北基宜 1	63	6.27%	5.89%		
北北基宜 2	212	21.12%	15.81%		
北北基宜 3	92	9.16%	8.24%		
北北基宜 4	17	1.69%	1.99%		
桃竹苗 1	56	5.58%	5.93%		
桃竹苗 2	58	5.78%	7.5%		
桃竹苗 3	17	1.69%	2.57%		
中彰投 1	33	3.29%	4.61%		
中彰投 2	66	6.57%	6.36%		
中彰投 3	56	5.58%	6.3%		
中彰投 4	22	2.19%	2.12%		
雲嘉南 1	54	5.38%	4.61%		
雲嘉南 2	59	5.88%	5.99%		
雲嘉南 3	41	4.08%	3.77%		
高屏澎 1	55	5.48%	5.59%		
高屏澎 2	50	4.98%	4.92%		
高屏澎 3	33	3.29%	5.47%		
花東 1	12	1.20%	1.24%		
花東 2	5	0.50%	1.09%		

說明：本次網路調查成功樣本數為 1,004 人。樣本代表性檢定只針對有效回答樣本進行，不包含不知道、拒答等無反應項目。性別、年齡、教育程度三項變項的有效樣本數皆為 1,004 人；有 2 位受訪者回答不知道居住地區鄉鎮而無法計算、1 位受訪者設籍於非抽樣分層地區而排除，因此檢定居住地區樣本數為 1,001 人。

## (2) 母群資料說明

### a. 性別、年齡人口數

取自內政部戶政司 2021 年 7 月「村里戶數、單一年齡人口」資料集。性別母群參數是將 18 歲男、女人口數分別加總；年齡母群參數則依 18-29 歲、30-39 歲、40-49 歲、50-59 歲、60-69 歲，以及 70 歲以上分為六類，分別加總各年齡層之人口數。

### b. 教育程度

取自內政部戶政司 2020 年 12 月「15 歲以上現住人口按性別、年齡、婚姻狀況及教育程度分(含同婚)」資料集。由於該資料集的教育程度為 5 歲

一組的統計資料，故同時採用主計總處 2020 年人力資源調查資料集，計算該資料集內 18-19 歲受訪者在各教育程度之比例，再將此比例乘以前述教育程度資料集內的 18-19 歲人口數，得到 18-19 歲各教育程度人數分佈，最後再加上教育程度資料集內 20 歲以上的人口數，得到 18 歲以上教育程度人口數的母群參數。計算公式如下：

$$POP_{\text{edu,age18up}} = POP_{\text{age1819}} \times POP_{\text{prop2020}}_{\text{edu,age1819}} + POP_{\text{edu,age20up}}$$

其中：

$POP_{\text{edu,age18up}}$	18 歲以上各教育程度人口數，edu 分為高中及以下、專科、大學、研究所
$POP_{\text{age1819}}$	18-19 歲人口數
$POP_{\text{prop2020}}_{\text{edu,age1819}}$	主計總處 2020 年人力資源調查資料集內，18-19 歲各教育程度人口比例，edu 分為高中及以下、專科、大學、研究所
$POP_{\text{edu,age20up}}$	20 歲以上各教育程度人口數

因填寫網路調查問卷者的教育程度相較於母群教育程度人口結構為高，為反映此特殊分布之狀況，在計算加權時有別於傳統教育程度五分類的方方式，改為將高中及以下之教育程度分為一類、專科學歷、大學學歷、研究所（碩士、博士）學歷各分為一類，並將母群人口與調查樣本依此四類教育程度分別計算結構比例，再辦理樣本代表性檢定、計算加權值。

### c. 居住地區人口數

取自內政部戶政司 2021 年 7 月「村里戶數、單一年齡人口」資料集，並將各村里依照鄉鎮市區抽樣分層分為北北基 1、北北基 2、…、花東 2 等共 19 類<sup>17</sup>，再依照各鄉鎮市區所屬分層分別加總。

本次網路調查問卷的受訪者分別來自台灣傳播調查資料庫第二期一次、三次與四次面對面訪問調查的受訪者；因各次調查問卷題型不同，我們以該次問卷中詢問現住地或長住地等題目作為判斷居住地區的標準。各波次受訪者居住地區判準題目說明如下：

項次	執行波次	問卷題號	題目與說明	備註
1	二期一次 (2017 年)	A4_1	請問您十五歲以前，在哪裡住最久？(縣市)	青少年樣本 (9-17 歲)
		A4_2	請問您十五歲以前，在哪裡住最久？(鄉鎮市區)	

<sup>17</sup> 有關民國 103 年抽樣分層簡要說明請參考〈2014 年台灣鄉鎮市區類型之研析〉，中央研究院人文社會科學研究中心調查研究專題中心，URL=[http://survey.sinica.edu.tw/research/document/01\\_2\\_2014.pdf](http://survey.sinica.edu.tw/research/document/01_2_2014.pdf)。

2	二期三次 (2019年)	city	居住地區	18歲以上受訪者
3	二期四次 (2020年)	A3 A4city A4town	請問您現在的居住地是否為戶籍地？ 請問您的戶籍所在地是？（縣市） 請問您的戶籍所在地是？（鄉鎮市區） 說明： 若 A3 回答「是」，則依面對面訪問調查執行當時的抽樣分層判斷受訪者之居住地。 若 A3 回答「否」，則依 A4city、A4town 題目之答案判斷受訪者居住地。	主樣本 (18歲以上) 與 年輕樣本 (18-35歲)

### (3) 資料加權計算公式

為使成功樣本人口結構具有代表性並符合母群人口結構，在完成前述卡方適合度檢定後，即針對「性別」、「年齡」、「教育程度」與「居住地區」等四個偏離母群人口結構變項辦理「多變項反覆加權法」(raking)，計算加權值，使樣本使用權值加權後能符合母群人口結構。計算公式如下：

$$weight = \frac{N_i}{N} \times \frac{n}{n_i}$$

其中：

$N$	母群人口數
$N_i$	各變項分類之母群人口數
$n$	成功樣本數
$n_i$	各變項分類之母群人口數

依上述公式計算後，各變數加權後之樣本代表性檢定結果如表 44 所示：

表 44 2021 第一波網路調查資料人口結構與母群人口結構比較表(加權後)

變項		樣本		母群	檢定結果	
		人數	百分比	百分比	卡方值	p-Value
性別	男性	493	49.05%	49.09%	0.00	$p = 0.986$
	女性	512	50.95%	50.91%		
年齡	18-29 歲	161	16.02%	17.78%	3.81	$p = 0.577$
	30-39 歲	164	16.32%	17.15%		
	40-49 歲	193	19.20%	19.05%		
	50-59 歲	188	18.71%	18.14%		
	60-69 歲	173	17.21%	15.77%		
	70 歲及以上	126	12.54%	12.11%		
教育程度	高中及以下	584	58.11%	58.05%	0.01	$p = 1.000$
	專科	104	10.35%	10.42%		
	大學	249	24.78%	24.89%		
	研究所(碩、博士)	68	6.77%	6.64%		
居住地區	北北基宜 1	59	5.87%	5.89%	0.00	$p = 1.000$
	北北基宜 2	159	15.82%	15.81%		
	北北基宜 3	83	8.26%	8.24%		
	北北基宜 4	20	1.99%	1.99%		
	桃竹苗 1	60	5.97%	5.93%		
	桃竹苗 2	75	7.46%	7.5%		
	桃竹苗 3	26	2.59%	2.57%		
	中彰投 1	46	4.58%	4.61%		
	中彰投 2	64	6.37%	6.36%		
	中彰投 3	63	6.27%	6.3%		
	中彰投 4	21	2.09%	2.12%		
	雲嘉南 1	46	4.58%	4.61%		
	雲嘉南 2	60	5.97%	5.99%		
	雲嘉南 3	38	3.78%	3.77%		
	高屏澎 1	56	5.57%	5.59%		
	高屏澎 2	49	4.88%	4.92%		
	高屏澎 3	55	5.47%	5.47%		
	花東 1	12	1.19%	1.24%		
花東 2	11	1.09%	1.09%			



說明：本次網路調查成功樣本數為 1,004 人。樣本代表性檢定只針對有效回答樣本進行，不包含不知道、拒答等無反應項目。性別、年齡、教育程度三項變項的有效樣本數皆為 1,004 人；有 2 位受訪者回答不知道居住地區鄉鎮而無法計算、1 位受訪者設籍於非抽樣分層地區而排除，因此檢定居住地區樣本數為 1,001 人。

## (二) 第二波調查 (主題：社交展演)

### 1、調查日期

第二波網路調查於 2021 年 8 月 13 日寄發問卷，至 9 月 6 日結束調查，共計三週

### 2、樣本大小

填答樣本數為 1191 份 (由手機簡訊連結開啟調查者 1000 份，由電子信箱連結開啟調查者 191 份)，扣除非網調固定樣本者、重複填答者及未通過注意力偵測題者，最終完成之有效樣本數為 992 份 (填答率為 37.7%)。

### 3、調查執行

執行方式同第一波網路調查，故不再此贅述。

### 4、樣本加權

#### (1) 資料加權說明

資料加權的母群依據為內政部戶政司 2021 年度 9 月份人口統計資料，並使用主計總處 2020 年人力運用調查資料檔為推算 18 至 19 歲各教育程度人口數的依據。在資料收集完成後，先以卡方適合度檢定 (Chi-Square goodness of fit test) 方法檢查是否成功樣本的「性別」、「年齡」、「教育程度」及「居住地區」四項變項與母群人口結構一致，檢定之後發現網路調查樣本在前述四項變項的分配狀況皆偏離母群人口結構 (如表 45 所示)，因此採多變項反覆加權法 (raking) 進行加權，使樣本與母群人口結構的分佈一致。

表 45 2021 第二波網路調查資料人口結構與母群人口結構比較表(加權前)

變項		樣本		母群	檢定結果	
		人數	百分比	百分比	卡方值	p-Value
性別	男性	412	41.53%	49.09%	22.68	$p < 0.05$
	女性	580	58.47%	50.91%		
年齡	18-29 歲	228	22.98%	17.66%	215.01	$p < 0.05$
	30-39 歲	281	28.33%	17.05%		
	40-49 歲	227	22.88%	19.11%		
	50-59 歲	149	15.02%	18.11%		

變項		樣本		母群	檢定結果	
		人數	百分比	百分比	卡方值	p-Value
	60-69 歲	82	8.27%	15.81%		
	70 歲及以上	25	2.52%	12.26%		
教育程度	高中及以下	184	18.55%	58.05%	679.19	$p < 0.05$
	專科	145	14.62%	10.42%		
	大學	510	51.41%	24.89%		
	研究所（碩、博士）	153	15.42%	6.64%		
居住地區	北北基宜 1	60	6.05%	5.85%	41.35	$p < 0.05$
	北北基宜 2	205	20.67%	15.80%		
	北北基宜 3	95	9.58%	8.25%		
	北北基宜 4	15	1.51%	1.99%		
	桃竹苗 1	55	5.54%	5.94%		
	桃竹苗 2	59	5.95%	7.51%		
	桃竹苗 3	18	1.81%	2.57%		
	中彰投 1	31	3.13%	4.62%		
	中彰投 2	62	6.25%	6.37%		
	中彰投 3	56	5.65%	6.30%		
	中彰投 4	27	2.72%	2.12%		
	雲嘉南 1	48	4.84%	4.61%		
	雲嘉南 2	60	6.05%	5.99%		
	雲嘉南 3	40	4.03%	3.77%		
	高屏澎 1	52	5.24%	5.59%		
	高屏澎 2	54	5.44%	4.92%		
	高屏澎 3	37	3.73%	5.48%		
	花東 1	10	1.01%	1.24%		
花東 2	5	0.50%	1.09%			

說明：本次網路調查成功樣本數為 992 人。樣本代表性檢定只針對有效回答樣本進行，不包含不知道、拒答等無反應項目。性別、年齡、教育程度三項變項的有效樣本數皆為 992 人；有 2 位受訪者回答不知道居住地區鄉鎮而無法計算、1 位受訪者設籍於非抽樣分層地區而排除，因此檢定居住地區樣本數為 989 人。。

## (2) 母群資料說明

### a. 性別、年齡人口數

取自內政部戶政司 2021 年 9 月「村里戶數、單一年齡人口」資料集。性別母群參數是將 18 歲男、女人口數分別加總；年齡母群參數則依 18-29 歲、30-39 歲、40-49 歲、50-59 歲、60-69 歲，以及 70 歲以上分為六類，分

別加總各年齡層之人口數。

### b. 教育程度

取自內政部戶政司 2020 年 12 月「15 歲以上現住人口按性別、年齡、婚姻狀況及教育程度分(含同婚)」資料集。由於該資料集的教育程度為 5 歲一組的統計資料，故同時採用主計總處 2020 年人力資源調查資料集，計算該資料集內 18-19 歲受訪者在各教育程度之比例，再將此比例乘以前述教育程度資料集內的 18-19 歲人口數，得到 18-19 歲各教育程度人數分佈，最後再加上教育程度資料集內 20 歲以上的人口數，得到 18 歲以上教育程度人口數的母群參數。計算公式如下：

$$POP_{\text{edu,age18up}} = POP_{\text{age1819}} \times POP_{\text{prop2020}}_{\text{edu,age1819}} + POP_{\text{edu,age20up}}$$

其中：

$POP_{\text{edu,age18up}}$	18 歲以上各教育程度人口數，edu 分為高中及以下、專科、大學、研究所
$POP_{\text{age1819}}$	18-19 歲人口數
$POP_{\text{prop2020}}_{\text{edu,age1819}}$	主計總處 2020 年人力資源調查資料集內，18-19 歲各教育程度人口比例，edu 分為高中及以下、專科、大學、研究所
$POP_{\text{edu,age20up}}$	20 歲以上各教育程度人口數

因填寫網路調查問卷者的教育程度相較於母群教育程度人口結構為高，為反映此特殊分布之狀況，在計算加權時有別於傳統教育程度五分類的方方式，改為將高中及以下之教育程度分為一類、專科學歷、大學學歷、研究所（碩士、博士）學歷各分為一類，並將母群人口與調查樣本依此四類教育程度分別計算結構比例，再辦理樣本代表性檢定、計算加權值。

### c. 居住地區人口數

取自內政部戶政司 2021 年 7 月「村里戶數、單一年齡人口」資料集，並將各村里依照鄉鎮市區抽樣分層分為北北基 1、北北基 2、…、花東 2 等共 19 類，<sup>18</sup>再依照各鄉鎮市區所屬分層分別加總。

本次網路調查問卷的受訪者分別來自台灣傳播調查資料庫第二期一次、三次與四次面對面訪問調查的受訪者；因各次調查問卷題型不同，我們以該次問卷中詢問現住地或長住地等題目作為判斷居住地區的標準。各波次受訪者居住地區判準題目說明如下：

項次	執行波次	問卷題號	題目與說明	備註
1	二期一次 (2017 年)	A4_1	請問您十五歲以前，在哪裡住最久？(縣市)	青少年樣本 (9-17 歲)

<sup>18</sup> 有關民國 103 年抽樣分層簡要說明請參考〈2014 年台灣鄉鎮市區類型之研析〉，中央研究院人文社會科學研究中心調查研究專題中心，URL=[http://survey.sinica.edu.tw/research/document/01\\_2\\_2014.pdf](http://survey.sinica.edu.tw/research/document/01_2_2014.pdf)。

		A4_2	請問您十五歲以前，在哪裡住最久？（鄉鎮市區）	
2	二期三次 (2019年)	city	居住地區	18歲以上受訪者
3	二期四次 (2020年)	A3 A4city A4town	請問您現在的居住地是否為戶籍地？ 請問您的戶籍所在地是？（縣市） 請問您的戶籍所在地是？（鄉鎮市區） 說明： 若 A3 回答「是」，則依面對面訪問調查執行當時的抽樣分層判斷受訪者之居住地。 若 A3 回答「否」，則依 A4city、A4town 題目之答案判斷受訪者居住地。	主樣本 (18歲以上) 與 年輕樣本 (18-35歲)

### (3) 資料加權計算公式

為使成功樣本人口結構具有代表性並符合母群人口結構，在完成前述卡方適合度檢定後，即針對「性別」、「年齡」、「教育程度」與「居住地區」等四個偏離母群人口結構變項辦理「多變項反覆加權法」(raking)，計算加權值，使樣本使用權值加權後能符合母群人口結構。計算公式如下：

$$weight = \frac{N_i}{N} \times \frac{n}{n_i}$$

其中：

$N$	母群人口數
$N_i$	各變項分類之母群人口數
$n$	成功樣本數
$n_i$	各變項分類之母群人口數

依上述公式計算後，各變數加權後之樣本代表性檢定結果如表 46 所示：

表 46 2021 第二波網路調查資料人口結構與母群人口結構比較表(加權後)

變項		樣本		母群	檢定結果	
		人數	百分比	百分比	卡方值	p-Value
性別	男性	481	48.39%	49.09%	0.19	$p = 0.660$
	女性	513	51.61%	50.91%		
年齡	18-29 歲	159	16.01%	17.66%	3.30	$p = 0.654$
	30-39 歲	163	16.37%	17.05%		
	40-49 歲	190	19.06%	19.11%		
	50-59 歲	184	18.51%	18.11%		
	60-69 歲	169	17.00%	15.81%		
	70 歲及以上	130	13.06%	12.26%		
教育程度	高中及以下	576	57.92%	58.05%	0.01	$p = 1.000$
	專科	105	10.52%	10.42%		
	大學	248	24.89%	24.89%		
	研究所(碩、博士)	66	6.67%	6.64%		
居住地區	北北基宜 1	58	5.84%	5.85%	0.00	$p = 1.000$
	北北基宜 2	157	15.77%	15.80%		
	北北基宜 3	82	8.24%	8.25%		
	北北基宜 4	20	1.99%	1.99%		
	桃竹苗 1	59	5.94%	5.94%		
	桃竹苗 2	75	7.50%	7.51%		
	桃竹苗 3	26	2.56%	2.57%		
	中彰投 1	46	4.61%	4.62%		
	中彰投 2	63	6.36%	6.37%		
	中彰投 3	63	6.30%	6.30%		
	中彰投 4	21	2.11%	2.12%		
	雲嘉南 1	46	4.61%	4.61%		
	雲嘉南 2	59	5.98%	5.99%		
	雲嘉南 3	37	3.76%	3.77%		
	高屏澎 1	55	5.58%	5.59%		
	高屏澎 2	49	4.92%	4.92%		
	高屏澎 3	54	5.47%	5.48%		
	花東 1	12	1.24%	1.24%		
花東 2	11	1.09%	1.09%			

說明：本次網路調查成功樣本數為 992 人。樣本代表性檢定只針對有效回答樣本進行，不包含不知道、拒答等無反應項目。性別、年齡、教育程度三項變項的有效樣本數皆為 992 人；有 2 位受訪者回答不知道居住地區鄉鎮而無法計算、1 位受訪者設籍於非抽樣分層地區而排除，因此檢定居住地區樣本數為 989 人。

## 柒、 調查單位介紹

### 一、 委託過程

由於計畫主持人張卿卿教授於 2018 年 8 月自國立政治大學借調至中央研究院人文社會研究中心擔任特聘研究員兼調查研究專題中心（以下簡稱調研中心）執行長，本資料庫第二期第四次及第五次計畫，由原先執行單位政治大學廣告系改為中央研究院人文社會研究中心，而計畫主持人作為調查研究專題中心執行長，對調研中心之業務職掌熟稔，本計畫考慮到傳播題型與題目的多樣性，以及錄音檔複查與嚴謹的執行程序能提高調查品質，因此將第二期第四次與第五次一般民眾面訪調查改由調研中心執行，確保資料蒐集品質與面訪過程執行的嚴謹性。

本計畫於 2019 年 11 月 12 日向調研中心申請委辦第二期第四次一般民眾面訪調查並排定於 2020 年 9 月 21 日至 12 月 6 日進行正式調查，且於 2020 年 7 月 15 日計畫小組與調研中心舉辦該調查之委託會議後開展調查事宜；本計畫也已於 2020 年 4 月 28 日向調研中心申請委辦第二期第五次一般民眾面訪追蹤調查並排定於 2021 年 7 月 19 日開始正式調查，後因新冠肺炎疫情三級警戒之故延期至 8 月 30 日才開始正式調查。

### 二、 執行單位介紹

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，協助院內或國內其他學術單位辦理學術性調查，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。調研中心身為調查研究的領航者，不但有責任將多年的經驗集結，而且也深知將知識成果分享並推廣於學術界的重要性。基於這樣的理念，調研中心提供的學術諮詢及推廣服務包括：

- 1、調查設計與執行的諮詢及訓練服務
- 2、資料處理及使用的諮詢與推廣
- 3、定期舉辦多樣性的學術活動
- 4、發行各類型調查研究與實務的出版品

調研中心的主要業務之一，在於協助院內或國內其他學術單位辦理學術性調查，並提供執行調查所需方法之諮詢。歷來協辦之調查研究計畫以社會科學為主，但也包含生物科學。辦理項目包括：

- 1、調查計畫的預算編列
- 2、抽樣設計與抽樣
- 3、調查人力的招募與訓練
- 4、調查執行的管控

## 5、執行報告的撰寫

為了因應各類研究的需求，調研中心提供面訪調查、電話調查、網路調查、郵寄調查、焦點團體討論會等服務。同時採用多種先進的調查設備，輔助各項調查的執行，以提升調查資料品質、降低調查成本。近年來，調研中心積極發展標準化之電話調查品質管理系統，並分別於 2006 年、2009 年獲得經濟部標準檢驗局驗證通過，發予 ISO9001：2000 及 ISO9001：2008 品質管理系統證書（編號 3SBY001）。調研中心在開發面訪調查系統（CAPI）方面亦不斷進行維護與修正，發展出豐富的邏輯設定模式以及可錄音版本的調查系統。



## 捌、 國際合作

為強化本資料庫與國際的連結，提供更多樣化的資料供專家學者使用，在第二期計畫期間積極蒐集外國大型資料庫資訊、討論與外國大型資料庫的合作機會（如：世界網路計畫）、進行國際比較之媒體（YouTube）使用的前導研究等，此次也邀請到外國學者擔任第二期第四次調查的出題委員，說明如後。

### 一、 邀請外國學者擔任出題委員

每當有來訪的外國學者時，本計畫皆會積極的向他們介紹傳播調查資料庫，徵求推廣與合作的機會，並歡迎他們參與每年度的一般民眾或青少年調查。第二期第五次網路固定樣本調查以公開方式徵求加掛題組計畫書，則有美國鮑林格林州立大學（Bowling Green State University）的媒體與傳播（School of Media and Communication）助理教授陸彥親投稿並獲選。

## 參考文獻

- 于若蓉 (2005)。〈樣本流失與勞動參與：華人家庭動態資料庫的分析〉。《調查研究—方法與應用》，第 18 期，頁 45-72。
- 涂保民、黃月琴 (2017)。〈行動即時通訊 (LINE) 與親師溝通—探究影響教師接受之正、負向影響因子〉，《資訊社會研究》，33，115-146。
- 陶振超 (2017)。〈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。
- Abdel-Khalek, A. M. (2006). Measuring happiness with a single-item scale. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 34(2), 139-150.
- Anduiza, E., Cristancho, C., & Sabucedo, J. M. (2014). Mobilization through online social networks: the political protest of the indignados in Spain. *Information, Communication & Society*, 17(6), 750-764.
- Arezzo, M. F., & Giudici, C. (2017). Social capital and self perceived health among European older adults. *Social Indicators Research*, 130(2), 665-685.
- Aron, A., & Aron, E. N. (1996). Love and the expansion of the self: The state of the model. *Personal Relationships*, 3, 45-58
- Aron, A., Norman, C. C., & Aron, E. N. (1998). The self-expansion model and motivation. *Representative Research in Social Psychology*, 22, 1-13.
- Bassuk, S. S., Glass, T. A., & Berkman, L. F. (1999). Social disengagement and incident cognitive decline in community-dwelling elderly persons. *Annals of Internal Medicine*, 131, 165-173.
- Bath, P. A., & Gardiner, A. (2005). Social engagement and health and social care use and medication use among older people. *European Journal of Ageing*, 2(1), 56-63.
- Beam, M. A., Child, J. T., Hutchens, M. J., & Hmielowski, J. D. (2018). Context collapse and privacy management: Diversity in Facebook friends increases online news reading and sharing. *New Media & Society*, 20(7), 2296-2314.
- Bearden, W. O., Hardesty, D. M., & Rose, R. L. (2001). Consumer self-confidence: Refinements in conceptualization and measurement. *Journal of Consumer Research*, 28(1), 121-134.
- Belk, R. W. (2013). Extended self in a digital world. *Journal of Consumer Research*, 40(3), 477-500.
- Bellman, S., Johnson, E. J., Kobrin, S. J., & Lohse, G. L. (2004). International differences in information privacy concerns: A global survey of consumers. *The Information Society*, 20(5), 313-324.
- Bennett, D. A., Schneider, J. A., Tang, Y., Arnold, S. E., & Wilson, R. S. (2006). The effect of social networks on the relation between Alzheimer's disease pathology and level of cognitive function in old people: a longitudinal cohort study. *The Lancet Neurology*, 5(5), 406-412.
- Boyd, D (2011). Social network sites as networked publics: Affordances, dynamics, and implications. In: Papacharissi Z (ed.) *A Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*. New York and London: Routledge, pp. 39-58.
- Brossard, D., & Nisbet, M. C. (2007). Deference to scientific authority among a low information public: Understanding US opinion on agricultural biotechnology. *International Journal of Public Opinion Research*, 19(1), 24-52.

- Carpenter, C. J., & Spottswood, E. L. (2013). Exploring romantic relationships on social networking sites using the self-expansion model. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1531–1537.
- Carr, C. T., Wohn, D. Y., & Hayes, R. A. (2016). As social support: Relational closeness, automaticity, and interpreting social support from paralinguistic digital affordances in social media. *Computers in Human Behavior*, 62, 385–393.
- Cattan, M., White, M., Bond, J., & Learmouth, A. (2005). Preventing social isolation and loneliness among older people: A systematic review of health promotion interventions. *Ageing & Society*, 25(1), 41–67.
- Chelminski, P., & Coulter, R. A. (2007). On market mavens and consumer self-confidence: a cross-cultural study. *Psychology & Marketing*, 24(1), 69–91.
- Chen, W. (2015). A moveable feast: Do mobile media technologies mobilize or normalize cultural participation?. *Human Communication Research*, 41(1), 82–101.
- Child, J. T., Pearson, J. C., & Petronio, S. (2009). Blogging, communication, and privacy management: Development of the blogging privacy management measure. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 60(10), 2079–2094.
- Child, J. T., & Starcher, S. C. (2016). Fuzzy Facebook privacy boundaries: Exploring mediated lurking, vague-booking, and Facebook privacy management. *Computers in Human Behavior*, 54, 483–490.
- Clayton, R. B., Leshner, G., & Almond, A. (2015). The extended iSelf: The impact of iPhone separation on cognition, emotion, and physiology. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 20(2), 119–135.
- de Kerviler, G., & Rodriguez, C. M. (2019). Luxury brand experiences and relationship quality for Millennials: The role of self-expansion. *Journal of Business Research*, in press.
- Demetrovics, Z., Szeredi, B., & Rózsa, S. (2008). The three-factor model of Internet addiction: The development of the Problematic Internet Use Questionnaire. *Behavior Research Methods*, 40(2), 563–574.
- Dewey, J. (1934/1980). *Art as Experience*. New York: Berkley.
- Diener, E. D., Emmons, R. A., Larsen, R. J., & Griffin, S. (1985). The satisfaction with life scale. *Journal of Personality Assessment*, 49(1), 71–75.
- Drageset, J. (2004). The importance of activities of daily living and social contact for loneliness: a survey among residents in nursing homes. *Scandinavian Journal of Caring Sciences*, 18(1), 65–71.
- Drageset, J., Kirkevold, M., & Espehaug, B. (2011). Loneliness and social support among nursing home residents without cognitive impairment: A questionnaire survey. *International Journal of Nursing Studies*, 48(5), 611–619.
- Dutta, M. J., & Feng, H. (2007). Health orientation and disease state as predictors of online health support group use. *Health Communication*, 22(2), 181–189.
- Dutta-Bergman, M. (2003). Trusted online sources of health information: Differences in demographics, health beliefs, and health-information orientation. *Journal of Medical Internet Research*, 5(3), e21.
- Dutta-Bergman, M. J. (2004). Primary sources of health information: Comparisons in the domain of health attitudes, health cognitions, and health behaviors. *Health Communication*, 16(3), 273–288.
- Dutta-Bergman, M. J. (2005). Psychographic profiling of fruit and vegetable consumption: The role of health orientation. *Social Marketing Quarterly*, 11(1), 19–35.

- Elhai, J. D., Levine, J. C., Dvorak, R. D., & Hall, B. J. (2016). Fear of missing out, need for touch, anxiety and depression are related to problematic smartphone use. *Computers in Human Behavior*, 63, 509–516.
- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2011). Connection strategies: Social capital implications of Facebook-enabled communication practices. *New Media & Society*, 13(6), 873–892.
- Engelberg, M., Flora, J. A., & Nass, C. I. (1995). AIDS knowledge: Effects of channel involvement and interpersonal communication. *Health Communication*, 7(2), 73–91.
- Featherstone, M. (2007). *Consumer Culture and Postmoderism*. Los Angeles, CA: Sage.
- Feinberg, T., & Robey, N. (2009). Cyberbullying: Intervention and prevention strategies. *National Association of School Psychologists*, 38(4), 22–24.
- Fiori, K. L., Antonucci, T. C., & Cortina, K. S. (2006). Social network typologies and mental health among older adults. *The Journals of Gerontology Series B: Psychological Sciences and Social Sciences*, 61(1), P25–P32.
- Fitzpatrick, M. A., & Ritchie, L. D. (1994). Communication schemata within the family: Multiple perspectives on family interaction. *Human Communication Research*, 20(3), 275–301.
- Gil de Zúñiga, H., Weeks, B., & Ardèvol-Abreu, A. (2017). Effects of the news-finds-me perception in communication: Social media use implications for news seeking and learning about politics. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 22(3), 105–123.
- Glass, T. A., de Leon, C. M., Marottoli, R. A., & Berkman, L. F. (1999). Population based study of social and productive activities as predictors of survival among elderly Americans. *BMJ*, 319(7208), 478–483.
- Goffman E (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Garden City: Doubleday.
- Gordon, C. L., & Luo, S. (2011). The personal expansion questionnaire: Measuring one's tendency to expand through novelty and augmentation. *Personality and Individual Differences*, 51(2), 89–94.
- Gummerus, J., Liljander, V., & Sihlman, R. (2017). Do ethical social media communities pay off? An exploratory study of the ability of Facebook ethical communities to strengthen consumers' ethical consumption behavior. *Journal of Business Ethics*, 144(3), 449–465.
- Gustafson, D. H., McTavish, F. M., Stengle, W., Ballard, D., Hawkins, R., Shaw, B., et al. (2005). Use and impact of eHealth system by low-income women with breast cancer. *Journal of Health Communication*, 10(1), 194–218.
- Han, J. Y., Kim, J. H., Yoon, H. J., Shim, M., McTavish, F. M., & Gustafson, D. H. (2012). Social and psychological determinants of levels of engagement with an online breast cancer support group: Posters, lurkers, and nonusers. *Journal of Health Communication*, 17(3), 356–371.
- Harwood, J. (2000). Communication media use in the grandparent-grandchild relationship. *Journal of Communication*, 50(4), 56–78.
- Heatherton, T. F., & Polivy, J. (1991). Development and validation of a scale for measuring state self-esteem. *Journal of Personality and Social Psychology*, 60(6), 895–910.
- Higgins, E. T. (1997). Beyond pleasure and pain. *American psychologist*, 52(12), 1280–1300.
- Hocevar, K. P., Flanagin, A. J., & Metzger, M. J. (2014). Social media self-efficacy and information evaluation online. *Computers in Human Behavior*, 39, 254–262.

- Hobbs, L., & Kelly, L. (2017). The heart of the educator: Aesthetic experience shaping knowledge, identity, and passion. In *Exploring Emotions, Aesthetics and Wellbeing in Science Education Research* (pp. 55–82). Springer, Cham.
- Hoffner, C. A., Lee, S., & Park, S. J. (2016). “I miss my mobile phone!”: Self-expansion via mobile phone and responses to phone loss. *New Media & Society*, 18(11), 2452–2468.
- Howard, P. N., & Massanari, A. (2007). Learning to search and searching to learn: Income, education, and experience online. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(3), 846–865.
- Jacobsen, T., & Beudt, S. (2017). Stability and variability in aesthetic experience: a review. *Frontiers in Psychology*, 8, 143–156.
- Jaskiewicz, P., Combs, J. G., Shanine, K. K., & Kacmar, K. M. (2017). Introducing the family: A review of family science with implications for management research. *Academy of Management Annals*, 11(1), 309–341.
- Jones, S. M., Bodie, G. D., & Koerner, A. F. (2017). Connections between family communication patterns, person-centered message evaluations, and emotion regulation strategies. *Human Communication Research*, 43(2), 237–255.
- Jung, E. H., & Sundar, S. S. (2016). Senior citizens on Facebook: How do they interact and why?. *Computers in Human Behavior*, 61, 27–35.
- Khan, M. L. (2017). Social media engagement: What motivates user participation and consumption on YouTube?. *Computers in Human Behavior*, 66, 236–247.
- Kim, J., Lee, C., & Elias, T. (2015). Factors affecting information sharing in social networking sites amongst university students: Application of the knowledge-sharing model to social networking sites. *Online Information Review*, 39(3), 290–309.
- Kirschner, P. A. (2015). Facebook as learning platform: Argumentation superhighway or dead-end street?. *Computers in Human Behavior*, 53, 621–625.
- Köbler, F., Riedl, C., Vetter, C., Leimeister, J. M., & Kremer, H. (2010). Social connectedness on Facebook: An explorative study on status message usage. In *Proceedings of 16th Americas Conference on Information Systems (AMCIS)* (pp. 1–11).
- Koerner, A. F., & Fitzpatrick, M. A. (1997). Family type and conflict: The impact of conversation orientation and conformity orientation on conflict in the family. *Communication Studies*, 48(1), 59–75.
- Koerner, A. F., & Fitzpatrick, M. A. (2002). Toward a theory of family communication. *Communication Theory*, 12(1), 70–91.
- Kolikant, Y. B. D. (2010). Digital natives, better learners? Students’ beliefs about how the Internet influenced their ability to learn. *Computers in Human Behavior*, 26(6), 1384–1391.
- Leary, M. R. (2007). Motivational and emotional aspects of the self. *Annual Review of Psychology*, 58, 317–344.
- Lee, S., Bai, B., & Busser, J. A. (2019). Pop star fan tourists: An application of self-expansion theory. *Tourism Management*, 72, 270–280.
- Lee, C. J., & Scheufele, D. A. (2006). The influence of knowledge and deference toward scientific authority: A media effects model for public attitudes toward nanotechnology. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 83(4), 819–834.
- Leist, A. K. (2013). Social media use of older adults: A mini-review. *Gerontology*, 59(4), 378–384.
- Lennartsson, C., & Silverstein, M. (2001). Does engagement with life enhance survival of elderly people in Sweden? The role of social and leisure activities. *The*

- Journals of Gerontology Series B: Psychological Sciences and Social Sciences*, 56(6), S335–S342.
- Litt, E. (2012). Knock, knock. Who's there? The imagined audience. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 56(3), 330–345.
- Litwin, H., & Stoeckel, K. J. (2013). Confidant network types and well-being among older Europeans. *The Gerontologist*, 54(5), 762–772.
- Ljungquist, B., Berg, S., & Steen, B. (1996). Determinants of survival: An analysis of the effects of age at observation and length of the predictive period. *Aging Clinical and Experimental Research*, 8(1), 22–31.
- Loibl, C., Cho, S. H., Diekmann, F., & Batte, M. T. (2009). Consumer self-confidence in searching for information. *Journal of Consumer Affairs*, 43(1), 26–55.
- Lorr, M., & McNair, D. M. (1965). Expansion of the interpersonal behavior circle. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2(6), 823–830.
- Markus, H., & Wurf, E. (1987). The dynamic self-concept: A social psychological perspective. *Annual Review of Psychology*, 38, 299–337.
- Marsh, E. J., & Rajaram, S. (2019). The digital expansion of the mind: Implications of internet usage for memory and cognition. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 8(1), 1–14.
- Marteau, T. M., & Bekker, H. (1992). The development of a six-item short-form of the state scale of the Spielberger State–Trait Anxiety Inventory (STAI). *British Journal of Clinical Psychology*, 31(3), 301–306.
- Marwick, A. E., & Boyd, D. (2011). I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, context collapse, and the imagined audience. *New Media & Society*, 13(1), 114–133.
- Mattingly, B. A., & Lewandowski Jr, G. W. (2014). Broadening horizons: Self-expansion in relational and non-relational contexts. *Social and Personality Psychology Compass*, 8(1), 30–40.
- McPherson, M., Smith-Lovin, L., & Brashears, M. E. (2009). Models and marginals: Using survey evidence to study social networks. *American Sociological Review*, 74(4), 670–681.
- Mendes de Leon, C. F., Glass, T. A., & Berkman, L. F. (2003). Social engagement and disability in a community population of older adults: The New Haven EPESE. *American Journal of Epidemiology*, 157(7), 633–642.
- Moorman, C., & Matulich, E. (1993). A model of consumers' preventive health behaviors: The role of health motivation and health ability. *Journal of Consumer Research*, 20(2), 208–228.
- Palan, K. M. (1998). Relationships between family communication and consumer activities of adolescents: An exploratory study. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 26(4), 338–349.
- Parra-López, E., Bulchand-Gidumal, J., Gutiérrez-Taño, D., & Díaz-Armas, R. (2011). Intentions to use social media in organizing and taking vacation trips. *Computers in Human Behavior*, 27(2), 640–654.
- Patchin, J. W., & Hinduja, S. (2006). Bullies move beyond the schoolyard: A preliminary look at cyberbullying. *Youth Violence and Juvenile Justice*, 4(2), 148–169.
- Prieto-Flores, M. E., Forjaz, M. J., Fernandez-Mayoralas, G., Rojo-Perez, F., & Martinez-Martin, P. (2011). Factors associated with loneliness of noninstitutionalized and institutionalized older adults. *Journal of Aging and Health*, 23(1), 177–194.

- Rains, S. A., & Keating, D. M. (2011). The social dimension of blogging about health: Health blogging, social support, and well-being. *Communication Monographs*, 78(4), 511–534.
- Redies, C. (2015). Combining universal beauty and cultural context in a unifying model of visual aesthetic experience. *Frontiers in Human Neuroscience*, 9, 218.
- Ritchie, L. D., & Fitzpatrick, M. A. (1990). Family communication patterns: Measuring intrapersonal perceptions of interpersonal relationships. *Communication Research*, 17(4), 523–544.
- Rimal, R. N., Flora, J. A., & Schooler, C. (1999). Achieving improvements in overall health orientation: Effects of campaign exposure, information seeking, and health media use. *Communication Research*, 26(3), 322–348.
- Rowe, J. R., & Kahn, R. L. (1998). *Successful Aging*. New York: Pantheon Books.
- Ryan, D. & Jones, C. (2009). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation*. London, UK; Philadelphia, Pa: Kogan Page.
- Schrader, D. E. (2015). Constructivism and learning in the age of social media: Changing minds and learning communities. *New Directions for Teaching and Learning*, 2015(144), 23–35.
- Sengupta, A., & Chaudhuri, A. (2011). Are social networking sites a source of online harassment for teens? Evidence from survey data. *Children and Youth Services Review*, 33(2), 284–290.
- Shaw, B. R., DuBenske, L. L., Han, J. Y., Cofta-Woerpel, L., Bush, N., Gustafson, D. H., & McTavish, F. (2008). Antecedent characteristics of online cancer information seeking among rural breast cancer patients: An application of the Cognitive-Social Health Information Processing (C-SHIP) model. *Journal of Health Communication*, 13(4), 389–408.
- Silva, P., Delerue Matos, A., & Martinez-Pecino, R. (2018). Confidant Network and Quality of Life of Individuals Aged 50+: The Positive Role of Internet Use. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 21(11), 694–702.
- Stamatopoulou, D. (2004). Integrating the philosophy and psychology of aesthetic experience: Development of the Aesthetic Experience Scale. *Psychological Reports*, 95(2), 673–695.
- Talò, C., Mannarini, T., & Rochira, A. (2014). Sense of community and community participation: A meta-analytic review. *Social Indicators Research*, 117(1), 1–28.
- Taylor, S. H., & Ledbetter, A. M. (2017). Extending media multiplexity theory to the extended family: Communication satisfaction and tie strength as moderators of violations of media use expectations. *New Media & Society*, 19(9), 1369–1387.
- Tse, M. M. Y. (2010). Therapeutic effects of an indoor gardening programme for older people living in nursing homes. *Journal of Clinical Nursing*, 19(7-8), 949–958.
- Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2007). Online communication and adolescent well-being: Testing the stimulation versus the displacement hypothesis. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1169–1182.
- Vandebosch, H., & van Cleemput, K. (2009). Cyberbullying among youngsters: Profiles of bullies and victims. *New Media & Society*, 11(8), 1349–1371.
- van Ingen, E., & Wright, K. B. (2016). Predictors of mobilizing online coping versus offline coping resources after negative life events. *Computers in Human Behavior*, 59, 431–439.
- Vitak, J. (2012). The impact of context collapse and privacy on social network site disclosures. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 56(4), 451–470.

- Wang, Y. S., Wang, H. Y., & Shee, D. Y. (2007). Measuring e-learning systems success in an organizational context: Scale development and validation. *Computers in Human Behavior*, 23(4), 1792–1808.
- Welin, L., Larsson, B., Svärdsudd, K., Tibblin, B., & Tibblin, G. (1992). Social network and activities in relation to mortality from cardiovascular diseases, cancer and other causes: a 12 year follow up of the study of men born in 1913 and 1923. *Journal of Epidemiology & Community Health*, 46(2), 127–132.
- Williams, D. (2006). On and off the 'Net: Scales for social capital in an online era. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(2), 593–628.
- Willard, N. E. (2007). *Cyberbullying and Cyberthreats: Responding to the Challenge of Online Social Aggression, Threats, and Distress*. Champaign, IL: Research Press.
- Wolinsky, F. D., Stump, T. E., & Clark, D. O. (1995). Antecedents and consequences of physical activity and exercise among older adults. *The Gerontologist*, 35, 451–462.
- Wright, K. B., Bell, S. B., Wright, K. B., & Bell, S. B. (2003). Health-related support groups on the Internet: Linking empirical findings to social support and computer-mediated communication theory. *Journal of Health Psychology*, 8(1), 39–54.
- Wright, K. B., & Miller, C. H. (2010). A measure of weak-tie/strong-tie support network preference. *Communication Monographs*, 77(4), 500–517.
- Yin, X. (2005). New trends of leisure consumption in China. *Journal of Family and Economic Issues*, 26(1), 175–182.
- Ziebland, S. (2004). The importance of being expert: The quest for cancer information on the Internet. *Social Science & Medicine*, 59(9), 1783–1793.



## 附錄一、認知訪談結果紀錄彙整

第二期第五次一般民眾認知訪談所遇問題及建議（如遇到的問題類似，其問題僅會列出一次）

題號	二期五次一般民眾 認知訪談題目	問題及建議
NA	媒體使用時間題（例如：電視、雜誌、網路使用時間等）	<b>【建議】</b> 1. 詢問媒體使用時，每題單位（一週、一個月、昨天等）不太一樣，建議用紅色標示。 2. 易混淆的關鍵字（如：電視新聞、網站新聞）亦用紅色標示。
NA	有提到工作相關的題目（例如：上網工作時間、對工作的滿意度等），若當志工是否算是工作？	<b>【建議】</b> 1. 二期三次之前的調查中，工作定義為「有支薪的工作」，二期四次則放寬為「依受訪者自行認定」。 2. 此次調查題目以熟齡族群為目標群體，擔任志工可能是多數熟齡受訪者的共同經驗，若將志工時間納入工作時間可能會造成分析的偏誤（工作時間很長），故將志工從工作中排除，並在題目中提到工作時標註「有支薪」。
A7a	請問您有幾個小孩？	<b>【建議】</b> 因此次調查題目以熟齡族群為目標群體，故新增「生命階段」概念，屆時釋出資料時要分類好受訪者的生命階段變數。
A7b	請問您最小的小孩幾歲？	
B7	您最常看哪一台電視新聞？	<b>【問題】</b> 若受訪者回答民視，訪員是否須追問是「民視」、「民視台灣台」、「民視第一台」？ <b>【建議】</b> 1. 同系列有兩個以上選項時請訪員追問，若追問後受訪者說不出來，請訪員選「最大台的」（ex 民視），沒有最大台的選「有新聞台的」（ex:三立新聞台）。 2. 須請訪員追問的選項可框起來，另外受訪者答不出來的話應選的答案用粗黑標記。 3. 確認最新版節目表，沒有播新聞的話刪除。
B8	最近一個月您經常看下列哪幾種類型的電視節目？	<b>【問題】</b> 1. 受訪者表示會看烹飪教學的節目，不確定是歸類於(02)生活消費類或是(10)知識教育類，

題號	二期五次一般民眾 認知訪談題目	問題及建議
		<p>須釐清選項內涵。</p> <p>2. 受訪者回答「社區營造」,但沒有適合的選項,經詢問之後,才了解是指新聞專題報導。</p> <p><b>【建議】</b></p> <p>1. 因大部分人主要是抱著娛樂的心態在看電視上的烹飪教學節目,應是生活消費類,若用 YouTube 搜尋來看則比較偏向是真的要學習實作,故在舉例中的美食改為「美食烹飪」。</p> <p>2. 在新聞類的舉例加上專題報導。</p>
C4	請問您有沒有在聽 Podcast (播客) ?	<p><b>【問題】</b></p> <p>受訪者不懂何謂 Podcast,並感到陌生。</p> <p><b>【建議】</b></p> <p>1. 增加問卷提示說明,並放上最常見的 Podcast 平台圖像提示。</p> <p>2. 若受訪者不懂,表示他沒使用,訪訓時也會和訪員說明。</p>
D2	請問您大約每週有幾天會使用手機(不管有沒有上網),只算實際有在用的時間(包括通話、聽音樂、玩遊戲、看新聞、看影片、看臉書等,所有透過手機做的事情。)?	<p><b>【問題】</b></p> <p>1. D1 問有沒有自己的手機,接著問 D2,受訪者可能只想到使用自己手機的情情,但有許多熟齡會使用別人(配偶、家人)的手機且媒體使用行為更多。</p> <p>2. 目前問法為篩出「有手機但沒有用的人」須保留 0 天的選項,但因熟齡主要可能使用情形為一兩個禮拜或一個月用一次,可能會歸於 0 天。</p> <p><b>【建議】</b></p> <p>題目建議修改為「...使用手機(不管有沒有上網,不限自己的或其他人的手機) ...」。</p>
E5	我們想要知道在您有上網的那一天,您透過下列不同裝置上網時間的長短。會分別針對工作和休閒分開詢問。	<p><b>【問題】</b></p> <p>須另外解釋使用上網「工作、學習」跟「娛樂與休閒」。有可能因為已退休,對於「工作」、「學習」的定義要有比較多的時間思考。而「娛樂」、「休閒」即使在他們的生活中有,但是可能就字面上而言,受訪者並不覺得與自己的日常生活相</p>

題號	二期五次一般民眾 認知訪談題目	問題及建議
		<p>關。</p> <p><b>【建議】</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 因此次訪問對象是老人，若他當志工則資料變得他的工作時間很長，故此次把工作訂為有支薪的狀況。</li> <li>2. 原來學習是「有學習新知識的」，但這樣很難認定是必須要上網的，故將學習改為「課業」。</li> <li>3. 改成「工作或課業所需」和「工作或課業所需以外（例如：休閒娛樂）」。</li> </ol>
E7	請問您平均每月在網路上消費大概花多少錢？（例如：購物、購買遊戲點數、下載音樂或電影等）	<p><b>【問題】</b></p> <p>網路「消費」被認為是手機「費率」，須另外解釋說明題目。。</p> <p><b>【建議】</b></p> <p>消費後面加註「買東西」。</p>
E8(06)	不管您是怎麼樣的人，網路上的人都可以接受您。	<p><b>【問題】</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 受訪者不清楚「什麼樣的人」是什麼意思。</li> <li>2. 受訪者誤解為「接受網路他人」。</li> </ol> <p><b>【建議】</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 原文 People accept me for who I am online. 翻譯應是指網路上的我。</li> <li>2. 因此題為追蹤題，不宜修改，故增加括號說明：不管您(在網路上)是怎麼的人，網路上的人都可以接受您。</li> </ol>
E8(07)	您因為上網而翹了課或工作遲到。	<p><b>【問題】</b></p> <p>受訪者已退休在家，但做很多家務或照料家庭工作，家務是否亦算工作？</p> <p><b>【建議】</b></p> <p>依前述建議工作為「有支薪的工作」，將在題目中加註有支薪，故家務工作不算。</p>
E8(08)	沒上網時您覺得自己毫無價值，但在網路世界中您覺得自己很有價值。	<p><b>【問題】</b></p> <p>受訪者不懂是指哪方面的價值。</p> <p><b>【建議】</b></p> <p>加註台語說明：沒上網時您覺得自己毫無價值（台：沒啥路用），但在網路世界中您覺得自己</p>

題號	二期五次一般民眾 認知訪談題目	問題及建議
		很有價值。
E9	<p>請問下面有哪些事情是您知道如何做的？</p> <p>(01)怎麼下載或儲存網路上的圖片</p> <p>(02)打哪些關鍵字可以搜尋到想要的資訊</p> <p>(03)怎麼設定哪些人可以看到您分享的內容，哪些人不行</p> <p>(04)怎麼在圖片、音樂或影片加上新的內容(例如：做梗圖、長輩圖、照片加工等)</p> <p>(05)怎麼用手機下載應用程式 (APP)</p> <p>(88)其他 (請說明)：_____</p>	<p><b>【建議】</b></p> <p>1. 題目修改：你知道怎麼做下面這些事情。</p> <p>2. 選項修改：</p> <p>(01)下載或儲存網路上的圖片</p> <p>(02)打關鍵字搜尋想要的資訊</p> <p>(03)設定哪些人可以看到您分享的內容，哪些人不行</p> <p>(04)在圖片、音樂或影片加上新的內容(例如：做梗圖、長輩圖、照片加工等)</p> <p>(05)用手機下載應用程式 (APP)</p> <p>3. 刪除其他之開放題。</p>
F1a	請問您每個月平均有幾天會看紙本雜誌 (不算網路雜誌) ？	<p><b>【問題】</b></p> <p>受訪者表示一年才看幾次 (無法精算次數)，且不知道如何換算為每個月平均，因此受訪者回答不知道。。</p> <p><b>【建議】</b></p> <p>若最近一個月都沒有看 (原則：題目區間都沒有使用)，請訪員選 0 天。</p>
G3	您看紙本報紙、新聞網站，或以 App 看新聞經常看下列哪幾種內容？	<p><b>【問題】</b></p> <p>受訪者回答「地方新聞」，但選項沒有。。</p> <p><b>【建議】</b></p> <p>地方新聞屬「(01)時事新聞類」，加入地方新聞舉例並置於國際新聞之前。</p>
H1b	請問在您平常一天接觸的人當中，有多少人是「面對面」接觸(包括點頭、打招呼、講話，對方是認識或不認識的都算) ？	<p><b>【問題】</b></p> <p>1. 須重複唸題目，且須另外解釋說明題目。</p> <p>2. 受訪者對於人際題組想很久，不好回答。</p> <p><b>【建議】</b></p> <p>若受訪者說算不人數，可加一題請訪員詢問人數區間，依過去答案分為 5 個級距。H1d 網路上接觸人數亦做同樣修改。</p>

題號	二期五次一般民眾 認知訪談題目	問題及建議
I3	請問您最常看哪些類型的戲劇節目？	<p><b>【問題】</b> 受訪者一開始以電視台來回答，回答了「民視」、「大愛」，不確定是不是需要訪員繼續詢問，還是自行定義電視台的主要戲劇種類為哪一種，比如民視就是鄉土劇，大愛就是溫馨劇。。</p> <p><b>【建議】</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 將目前的分類再分出大類，相同類型的放在一起當舉例，可減少選項，會較好答。</li> <li>2. 若受訪者無法分類，則多加一題追問：您最近最常看的三齣戲劇，直接填答戲劇名稱，不用分類戲劇類型。</li> </ol>
I4	請問您為何會想看戲劇節目？	<p><b>【問題】</b> 受訪者回答「習慣」，並且認為不是「打發時間」。</p> <p><b>【建議】</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 增加選項「習慣」。</li> <li>2. 錯字修改：選項(15)怕大家「再」討論...應是「在」。</li> </ol>
J1	請問當您想要放鬆或消遣的時候，您會優先使用下列哪種媒體？	<p><b>【建議】</b> 網路的選項應註記包含使用電腦、手機、平板等選項，後續 J2, J3 亦同。</p>
J5	請試著回想您上週看新聞的狀況，下列哪些是您碰到的情形？	<p><b>【問題】</b> 「(03)政治或商業力介入的新聞」和「(04)報導看起來像新聞，但實際卻是廣告」兩者似有重疊。</p> <p><b>【建議】</b> 商業力介入需舉例，因此題為追蹤題，故增加括號說明：(03)政治或商業力(企業)介入的新聞。</p>
假新聞題幹	您可能聽過，最近有許多被捏造的新聞（又稱假新聞或假消息），在網路上流傳。請問下面這些關於假新聞（或假消息）問題，您的看法為何？	<p><b>【問題】</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 受訪者提出疑問「詐騙訊息算嗎？」。</li> <li>2. 題幹有提到「...被捏造的新聞，在網路上流傳...」；是否不會上網的人可跳過此大題？</li> </ol> <p><b>【建議】</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 假新聞要有更白話的解釋。</li> <li>2. 因為人際間還是會流傳，沒用網路者不跳題。題目改成「最近有許多被捏造的新聞（又稱</li> </ol>

題號	二期五次一般民眾 認知訪談題目	問題及建議
		假新聞或假消息) 被傳來傳去」。
J6a	您覺得假新聞在您生活中有多普遍？	<b>【建議】</b> 「(03)普通」和「(04) 普遍」的名稱過於接近，但因此題為追蹤題目，建議不改。
J7	您認為下列哪些人或單位，在防範假新聞流傳的工作上需負起責任？	<b>【問題】</b> 須釐清選項間的差異。 <b>【建議】</b> 1. 「(03)記者」改為第二個選項。因記者與「(01) 撰寫或發佈假新聞的人」皆為特定對象。 2. (04)選項「社會大眾」改為「一般社會大眾」。
J8a	媒體上經常流傳許多假新聞（或稱假消息），您覺得這會對社會造成什麼樣的影響？	<b>【問題】</b> 受訪者不懂(03)社會成本的意思，須另外解釋。 <b>【建議】</b> 增加社會成本的舉例。
K4d	請問您平常會在 LINE 上做什麼？	<b>【建議】</b> 1. 不好理解選項「(03)免費通話功能」，增加括號說明指講電話。 2. 不好理解選項「(10)分享圖文給別人」，改為轉傳或分享。 3. 不懂選項「(12)使用 LINE Pay」，增加括號說明指用 LINE 付錢。
K4e	請問您使用 LINE 之後，會不會有下列感受？	<b>【建議】</b> 不好理解選項「(06)看到新訊息，但沒有回應朋友或家人（已讀不回），會造成他們的誤會」，改為「沒有馬上回應朋友或家人」。
K5	請問您透過 LINE 跟下列哪些人聊天或互動（包含傳訊息、照片、影片、貼圖等）的頻率為何？ (01) 家人或熟識的朋友 (02) 朋友或點頭之交（如：同事、鄰居）	<b>【問題】</b> 1. 題目跟答案沒對應到。 2. 「熟識的朋友」跟「朋友」有重疊。 <b>【建議】</b> 1. 題目改為：「請問您多常透過 LINE 跟下列這些人聊天或互動？」 2. 「朋友」改成「普通朋友」。
K6	請問您認為您在 LINE 上聯絡的人，他們之間相似（如：想法、生	<b>【問題】</b> 1. 題目不好理解。

題號	二期五次一般民眾 認知訪談題目	問題及建議
	活背景)的程度為何?	<p>2. 受訪者認為他不知道朋友的想法、背景如何，所以也不知道他們之間的相似程度。</p> <p><b>【建議】</b> 題目修改為：請問您認為您在 LINE 上經常聯絡的人，他們之間在想法、生活背景上像不像？。</p>
K7	請問您平常會聯絡的人當中（不論用什麼方式），有多少是透過 LINE 之外的方式（比如：電話、Email、臉書）跟您聯絡？	<p><b>【問題】</b></p> <p>1. 題目不好理解，「透過 LINE 之外」會以為是在問 LINE。</p> <p>2. 「熟識的朋友」跟「朋友」有重疊。</p> <p><b>【建議】</b></p> <p>1. 題幹修改為：我們想了解您平常會聯絡的人當中，除了用 LINE，是否還會用其他方式（比如：電話、Email、臉書）跟您聯絡。</p> <p>2. 「朋友」改成「普通朋友」。</p>
K8d	請問您平常會在 YouTube 上做什麼？	<p><b>【問題】</b></p> <p>跳題邏輯是否為若回答 K8d(01)為「是」者，則需要填寫 K8h；無則跳題。</p> <p><b>【建議】</b></p> <p>1. 不懂選項「(05)瀏覽自動推薦的影片」，增加說明指沒搜尋前所有跳出來的影片。</p> <p>2. 不懂選項「(07)瀏覽發燒影片」，增加說明指 YouTube 發燒影片特區的影片。</p> <p>3. 跳題部分，受訪者可能不常上傳影片，故 K8d 沒有想到，而出現前後不一致的問題，但是可接受的。</p>
K8e.	請問您平常會在 YouTube 上看什麼內容？	<p><b>【問題】</b></p> <p>受訪者回答會看知名網路名人的影片，但認為那個人不是網紅，所以不算網紅影片。</p> <p><b>【建議】</b></p> <p>1. 若受訪者無法分類，可請訪員詢問他看什麼頻道，鍵入其他。</p> <p>2. 網紅影片是指特地追網紅、看影片的情況，網紅可能涵蓋很多種類的影片。</p> <p>3. 新增選項：商品開箱或介紹、旅遊。</p>

題號	二期五次一般民眾 認知訪談題目	問題及建議
LA1(07)	您重視冒險，想要過刺激的生活。	<p><b>【問題】</b> 過去與現在的差異：受訪者過去很重視冒險、刺激，但年長遇到一些事就不會了。</p> <p><b>【建議】</b> 1. 增加說明是指「現在」這個時間點。 2. 題幹修改：…，您覺得這些描述跟現在的您像不像？</p>
LA2(01)	您同不同意，您目前的生活和您想要的生活不會差太遠。	<p><b>【建議】</b> 受訪者須想很久才能回答，但題目沿用已久，故建議不修改，並增加括號說明：差不多。</p>
LA2(03)	您同不同意，您已經得到您人生想要的。	<p><b>【建議】</b> 受訪者須想很久才能回答，但題目沿用已久，故建議不修改，以增加上下引號將「想要的」特別註明。</p>
LA2(07)	您同不同意，當您覺得孤單時，您可以找到其他人說話。	<p><b>【建議】</b> 受訪者覺得他不會孤單，建議增加不適用的選項。</p>
LA2(09)	您同不同意，經由和別人的來往，會讓您對於「跟您不一樣的人」在想些什麼感到興趣。	<p><b>【問題】</b> 「跟您不一樣的人」、「在想些什麼」、「感到興趣」等三件事放在同一個句子裡太過複雜。。</p> <p><b>【建議】</b> 增加實際的例子（尤其是適合老人的舉例）當作補充。</p>
LA2(10)	您同不同意，經由和別人的閒聊，會讓您對世界上所發生的事情感到好奇。	<p><b>【問題】</b> 「世界上所發生的事情」對受訪者可能過於抽象。</p> <p><b>【建議】</b> 增加實際的例子（尤其是適合老人的舉例）當作補充。</p>
LA3	您覺得您對別人而言，有多重要？	<p><b>【問題】</b> 受訪者想很久才能回答，認為不知道別人想法。</p> <p><b>【建議】</b> 1. 題目修改：請問您覺得您對周遭的人而言，有多重要？</p>



題號	二期五次一般民眾 認知訪談題目	問題及建議
		2. 提示說明周遭的人包括家人、朋友。
LA4	有些人實際年齡 20 歲，心裡卻覺得自己像 30 歲；相反地，有些人實際年齡 30 歲，心裡卻覺得自己像 20 歲。 請問您覺得自己心裡像是____歲的人	<b>【建議】</b> 題目可簡化，改為：請問您覺得自己心裡像是幾歲的人？
LA5	請問下面哪些事情讓您覺得自己的生命是有意義的？ (02)人生成就 (03)自我接納 (04)自我成長 (05)自我價值 (07)家庭關係 (08)朋友關係 (09)親密關係 (10)幫助他人 (11)宗教信仰 (12)公平正義	<b>【問題】</b> 題目和選項文字需更口語、好理解。 <b>【建議】</b> 1. 題目建議改為「做到下列什麼，會讓你覺得生命有意義？」。 2. 選項建議全部都改動詞開頭： (02)人生有成就 (03)接受現在的自己 (04)自己有在進步 (05)找到自我價值 (07)家庭關係和諧 (08)朋友關係和諧 (09)伴侶關係親密 (10)有能力幫助他人 (11)有宗教信仰 (12)被公平對待
LA6(01)	跟朋友講內心話會讓您覺得不自在。	<b>【建議】</b> 受訪者表示不會跟朋友講內心話，無法選擇，增加「不適用」選項，不會講及沒有內心話的人可以選擇。
LA6(02)	您喜歡已經習慣的日常事務，這樣生活比較沒有壓力。	<b>【問題】</b> 題目不易理解，且受訪者有不同想法：同意，但同時也認為即使換個環境也能接受。 <b>【建議】</b> 題目改為：你每天都做習慣的事情，這樣生活比較沒有壓力。
LA8	請問您同不同意以下說法：	<b>【問題】</b>

題號	二期五次一般民眾 認知訪談題目	問題及建議
	<p>無論台灣的政治制度有什麼缺點，對我們來說，它仍是最佳的制度。</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 受訪者問題目中的「我們」是指什麼？</li> <li>2. 題目不好理解，須解釋意思，儘管解釋完後還是不太確定。</li> </ol> <p><b>【建議】</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 題目改為：無論臺灣的選舉制度有什麼缺點，對您來說，它仍是最好的制度。</li> <li>2. 補充提示說明。</li> </ol>
LA9	<p>人們覺得小孩應該擁有的特質很多。</p> <p>(01) 請問您覺得「獨立自主」或「敬重長輩」哪一個特質對小孩來說比較重要？</p> <p>(02) 請問您覺得「自立自強」或「乖巧順從」哪一個特質對小孩來說比較重要？</p> <p>(03) 請問您覺得「好奇心強」或「進退得宜」哪一個特質對小孩來說比較重要？</p> <p>(04) 請問您覺得「善解人意」或「守規矩」哪一個特質對小孩來說比較重要？</p>	<p><b>【問題】</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 受訪者會以為是在問他小孩。</li> <li>2. 須釐清小孩的定義：是否有年齡限制或是受訪者自己的小孩都包括在內？</li> <li>3. 回答不知道及拒答直接歸入(03)不確定，還是需訪員追問(04)(05)？</li> </ol> <p><b>【建議】</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 題幹改為：人們覺得一個小孩應該要有的特質很多。</li> <li>2. 增加提示說明： <ul style="list-style-type: none"> <li>● 小孩是指國中以下的小孩；不是問自己的小孩。</li> <li>● 回答不知道及拒答直接歸入(03)不確定，不需追問。</li> </ul> </li> </ol>
M1	<p>當您面對使用新媒體的困難時（如：協助購買、安裝或使用新的電腦/手機/APP/臉書/LINE），在您周遭有多少人能提供真正的幫助？</p>	<p><b>【建議】</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 題目改為：當您使用數位媒體遇到困難時（如：購買、安裝或使用新的電腦/手機/APP/臉書/LINE），在您周遭有多少人能提供真正的幫助？</li> <li>2. 增加提示說明： <ul style="list-style-type: none"> <li>● 列出新媒體的定義。</li> <li>● 「不使用新媒體者」或是「沒有困難」，都填不適用。</li> </ul> </li> </ol>
M2	<p>在過去一年中，您多常在情感上幫助任何家人、朋友或鄰居（如：主動問候、陪伴閒聊、拜訪、支持</p>	<p><b>【問題】</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 須另外解釋說明題目。</li> <li>2. 受訪者分不清楚情感幫助跟實質幫助；施跟</li> </ol>

題號	二期五次一般民眾 認知訪談題目	問題及建議
	安慰) ?	受有點難分。
M3	在過去一年中，您多常在實質上幫助任何家人、朋友或鄰居(如：個人照顧、家務協助、照顧孩子或年長者、給予像法律/健康/工作等專業資訊) ?	<b>【建議】</b> 1. 修改題目順序： M2→M4→M3→M5(情感上幫助他人→情感上得到幫助→實質上幫助他人→實質上得到幫助)。
M4	在過去一年中，您多常從家人、朋友或鄰居身上得到情感上的幫助(如：主動問候、陪伴閒聊、拜訪、支持安慰) ?	2. 新增提示說明：情感幫助及實質幫助需定義。
M5	在過去一年中，您多常從家人、朋友或鄰居身上得到實質上的幫助(如：個人照顧、家務協助、照顧孩子或年長者、給予像法律/健康/工作等專業資訊) ?	
M6	對於朋友或親戚，您多常協助他們使用數位媒體或科技產品？	<b>【問題】</b> 問題。 <b>【建議】</b> 增加提示說明： <ul style="list-style-type: none"> <li>● 「數位媒體」之解釋與定義。</li> <li>● 若受訪者本身不使用數位媒體或科技產品，應歸入(01)從來沒有。</li> </ul>
M7	有些人在使用網路、社群媒體或即時通訊軟體時，會遇到一些困難： (01) 當您遇到這些使用上的困難時，您多有信心能夠解決？ (02) 當您的朋友或親戚遇到這些使用上的困難時，有多少信心能替他們解決這些問題？ (03) 當新的數位媒體出現時，您多有信心能使用它？	<b>【問題】</b> 1. 題幹「網路、社群媒體或即時通訊軟體」與下列題目中敘述「數位媒體」不一致。 2. 受訪者對「信心」一詞有疑惑，須另外解釋說明題目。 <b>【建議】</b> 1. 您多有信心改為「你有沒有信心(台：自信)」 2. 增加提示說明： <ul style="list-style-type: none"> <li>● 「網路、社群媒體或即時通訊軟體」之解釋與定義。</li> <li>● 「數位媒體」之解釋與定義。</li> </ul>
M8	您是否同意下列的說法？	<b>【建議】</b>

題號	二期五次一般民眾 認知訪談題目	問題及建議
	<p>(01) 當您有健康方面的疑問時，您知道如何上網找尋答案。</p> <p>(02) 您知道網路上哪裡可以找得到對您有幫助的健康資訊。</p> <p>(03) 您知道如何運用網路上找到的健康資訊幫助自己。</p> <p>(04) 您會使用網路或社群媒體蒐尋跟健康醫療有關的資訊。</p> <p>(05) 在使用網路或社群媒體時，您會特別注意跟健康醫療有關的資訊。</p> <p>(06) 在網路或社群媒體上看到與健康醫療有關的資訊，您會轉傳給親朋好友知道。</p>	<p>受訪者回答此題組時會提到頻率，也以為題目是在問頻率，建議修改為頻率量表，比較符合題意跟使用者情境。</p> <p>受訪者表示(01)(02)題目相似。</p> <p><b>【建議】</b> 題目修改：</p> <p>(01) 當您有健康方面的疑問時，您知道如何使用網路找尋答案。</p> <p>(02) 您知道網路上哪裡可以找得到對您有用的健康資訊。</p> <p>(03) 您知道如何運用網路上找到的健康資訊幫助自己。</p> <p>M9.當您在使用網路或社群媒體時，請問您多常會留意跟健康醫療有關的資訊？</p> <p>M10. 當您在使用網路或社群媒體時，請問您多常會主動蒐尋跟健康醫療有關的資訊？</p> <p>M11. 當您在網路或社群媒體上看到與健康醫療有關的資訊時，請問您多常會轉傳給親朋好友知道？</p>
LB1(02)	當您講到您人生的故事時，您常常提到變老的快樂和收穫。	<b>【問題】</b> 年輕人不會覺得「變老」，是否僅適合熟齡族群作答？
LB1(04)	您會擔心自己變老這件事。	<b>【建議】</b> 年輕人也會變老，建議不改。
LB1(03)	現在年紀的您和過去(年紀)的您一樣快樂。	<b>【問題】</b> 受訪者覺得過去跟現在都不快樂。 <b>【建議】</b> 題目修改：現在年紀的您比過去(年紀)的您更快樂。
LB1(05)	您會擔心人死後去哪裡。	<b>【建議】</b> 需更口語、好理解，題目修改：您會擔心人過世後去哪裡。
LB3a	請問您目前參加哪些團體？	<b>【問題】</b> 受訪者會參與里民活動，但選項中沒有。

題號	二期五次一般民眾 認知訪談題目	問題及建議
		<p><b>【建議】</b> 選項(09)增加「村里團體」。</p>
LB3b	請問您平常會從事哪些活動？	<p><b>【建議】</b> 訪訓時要強調(08)與(09)的區別，(09)因為舉例時應放「必須要跟別人一起運動」的項目，因此沒放入爬山（可自己爬山也可與朋友一起爬山）。</p>
LB4	<p>請問您昨天花多少時間作下面的事情？</p> <p>(01) 吃飯睡覺</p> <p>(02) 上班、上課或打工</p> <p>(03) 逛街、採買（指實體；包含上市場買東西、買菜等）</p> <p>(04) 與家人朋友相聚（指實體）</p>	<p><b>【問題】</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>跟朋友一起吃飯或買菜是否可以重複計算(01)(04)或(01)(03)。</li> <li>做菜時間是否也算在吃飯睡覺的項目裡面？</li> </ol> <p><b>【建議】</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>看主要目的是吃飯還是採買，則歸類到該項的時間。</li> <li>(01)題目建議訪員將吃飯、睡覺分開詢問後再進行加總，或是區分成兩題。</li> <li>(03)括號內舉例改為：指實際出門逛街買東西、不包含線上購物。</li> <li>(04)括號內舉例改為：指實際面對面的相聚。</li> <li>增加提示說明： <ul style="list-style-type: none"> <li>● 回答模糊時間的話應如何追問？</li> <li>● 吃飯不包含烹飪，睡覺包含睡午覺。</li> <li>● 依當時主要目的判斷吃飯或是聚會而分，總數不超過 24 小時。</li> </ul> </li> </ol>
LB5a	請問您家中，包含您本人在內，現在有幾個人住在一起？	<p><b>【建議】</b> 要加訪員說明，「您家中」是指受訪者現在住的地方，避免在外租屋者以為是指原生家庭。。</p>
LB5b	請問您家裡現在有哪些人住在一起？	<p><b>【建議】</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>題目修改為：請問現在有哪些家人跟您住在一起？</li> <li>增加選項：沒有和家人同住。</li> </ol>
LB5c	請問在您的家人、親戚或朋友裡面，有沒有現在在做下列這些工	<p><b>【問題】</b> 「消防隊員」是否與「警察」為同一類？</p>

題號	二期五次一般民眾 認知訪談題目	問題及建議
	作的人？	<p><b>【建議】</b> 增加提示說明：消防員和警察不同類，若只認識消防員則算沒有。</p>
LB6(02)	整體而言，您對於您的工作滿不滿意？	<p><b>【問題】</b> 受訪者已退休在家，但做很多家務或照料家庭工作，家務是否亦算工作？</p> <p><b>【建議】</b> 依前述建議工作為「有支薪的工作」，將在題目中加註有支薪，故家務工作不算。</p>
LB9	整體來說，您對您目前的家庭狀況滿不滿意？	<p><b>【問題】</b> 受訪者覺得自己沒有家庭。</p> <p><b>【建議】</b> 增加「不適用」的選項。</p>
LB14(01)	請問您過去一年看幾次醫生？	<p><b>【問題】</b> 受訪者很難回答出「過去一年」看醫生的次數。</p> <p><b>【建議】</b> 增加提示說明：如果算不出來，就問受訪者過去一個月看醫生次數，再乘 12。</p>
LB17	請問是哪一個政黨？	<p><b>【問題】</b> 受訪者認為題目敏感。</p> <p><b>【建議】</b> 此題改為受訪者自填。</p>
O1	請問您現在有沒有在工作？	<p><b>【問題】</b> 已退休在家，但做很多家務或照料家庭工作，答案應算「(08)已經退休」還是「(09)家庭主婦且沒有工作」？</p> <p><b>【建議】</b> 增加提示說明：「退休」或「家庭主婦沒有工作」由受訪者自行認定。</p>
O1a	請問您什麼時候退休的？	<p><b>【問題】</b> 受訪者回答 20 多年前，所以可能受訪者會不確定自己退休的明確年份。</p> <p><b>【建議】</b> 1. 題目建議改為：「請問您民國幾年退休</p>

題號	二期五次一般民眾 認知訪談題目	問題及建議
		的？」；答案建議標註「民國_____年」。 2. 若無法準確回答可回答較籠統的答案選項。
O1b	請問您預計什麼時候會退休？	<p><b>【問題】</b> 目前選項級距最高級為「十年以上」，對於 20 至 40 歲的人應該都只會選這個級距。</p> <p><b>【建議】</b> 1. 增加「不會退休」的選項。 2. 改為預計幾歲退休。</p>
O2	請問您的行業：	<p><b>【建議】</b> 公務人員加在(16)的舉例。</p>
O3a	請問您現在的工作屬於哪一類？	<p><b>【問題】</b> 社區發展協會點難界定是否為受僱於公家單位。</p> <p><b>【建議】</b> 建議可以加一個選項為「受僱於非營利機構」。</p>
O4a	請問您的生活費都是誰負責的？	<p><b>【問題】</b> 若領退休年金者，生活費是否算國家負責？。</p> <p><b>【建議】</b> 增加提示說明：自己負責包含薪水、儲蓄、年金等。</p>

## 附錄二、預試結果紀錄彙整

### 2-1. 第二期第五次一般民眾電訪預試問卷

您好，這裡是台北中央研究院，為了了解**民眾的日常生活**，正在進行一項學術研究的電話訪問。  
我們撥打的電話都是由電腦隨機抽取出來。  
耽誤您幾分鐘，跟您請教一些問題，謝謝！

為了保障您的權益，在接下來的訪問中，將進行錄音，我們也會遵守個人資料保護法的規定，保護您所提供的答案，所有資料都只用於學術研究，並在訪問結束後**三個月內**將可識別個人身份的資料銷毀。

若您在訪問過程中改變心意或有任何問題，都可以隨時告訴我，謝謝！

Y 1 請問您是民國哪一年出生的？

\_\_\_\_\_年 **【若回答 97 不知道、98 拒答者，續答 Y 1 \_\_ 1】**

**【回答 97 不知道、98 拒答者才需答此題】**

Y 1 \_\_ 1 請問您今年大概幾歲？

(01)55 歲~59 歲 (02)60 歲~64 歲 (03)65 歲~69 歲 (04)70 歲以上 (97)不知道 (98)拒答

Y 2 請問您的教育程度是（包含肄業、就學中）？

- |                  |               |             |
|------------------|---------------|-------------|
| (01)無            | (02)自修        | (03)小學      |
| (04)國（初）中        | (05)初職        | (06)高中普通科   |
| (07)高中職業科        | (08)高職（高商、高工） | (09)士官學校    |
| (10)五專           | (11)二專        | (12)三專      |
| (13)軍警專修班        | (14)軍警專科班     | (15)空中行專    |
| (16)空中大學         | (17)軍警官校或大學   | (18)技術學院、科大 |
| (19)大學           | (20)碩士        | (21)博士      |
| (88)其他（請說明）_____ |               | (97)不知道     |
| (98)拒答           |               |             |

提示說明：

1. 教育程度指的是一「最高學歷」的那一個，也就是肄業或畢業或就學中的學歷都算。
2. 若受訪者回答是初中，請進一步確認是初中還是初職；若回答是高中，請進一步確認是普通科、職業科或高職。
3. 若受訪者回答是專科，請區分五專、二專、三專。
4. 由於有些學校改制，其改制前後的校名可能不同，請以受訪者畢業當時的文憑為主。例如：受訪者當初是五專畢業，但現在這所五專改制為大學，請訪員勾選「(10)五專」。
5. 若受訪者最高學歷在國外取得，例如：在菲律賓的大學畢業，請勾選「(19)大學」。



1 請問您大約每週有幾天使用 LINE（包含 LINE today、購物等）？

\_\_\_\_\_天 **【0 天跳答第 5 題；數值題，不知道鍵入 97、拒答鍵入 98】**

提示說明：

1. 若出現不夠明確的答案，則統一取「中間值」，例如3-5天，請訪員填「4」天；4-5天，則填「4.5」天。
2. 若無法歸類於選項或不足0.5天（例如一個月使用不到1天）請訪員先鍵入97（不知道），再將完整情形填於開放題紀錄表中。

2\_\_1 請問您多常透過 LINE 跟家人或熟識的朋友聊天或互動（包含傳訊息、照片、影片、貼圖等）？

**【請唸選項 01-04】**

(01) 從來沒有 (02) 很少 (03) 有時 (04) 經常 (97) 不知道 (98) 拒答

2\_\_2 請問您多常透過 LINE 跟普通朋友或點頭之交（如：同事、鄰居）聊天或互動（包含傳訊息、照片、影片、貼圖等）？

**【請唸選項 01-04】**

(01) 從來沒有 (02) 很少 (03) 有時 (04) 經常 (97) 不知道 (98) 拒答

3 請問您認為您在 LINE 上經常聯絡的人，他們之間在想法上像不像？

**【請唸選項 01-05】**

- (01) 完全不像
- (02) 不像
- (03) 普通
- (04) 像
- (05) 非常像
- (97) 不知道
- (98) 拒答

提示說明：

受訪者回答「普通」不需再追問。

4\_\_1 請問您平常會聯絡的家人或熟識的朋友當中，有多少人是除了用 LINE，還會用其他方式（例如講電話、Email、臉書）跟您聯絡？

**【請唸選項 01-05】**

(01) 完全沒有 (02) 少數 (03) 半數 (04) 大多數 (05) 全部 (97) 不知道 (98) 拒答

4\_\_2 請問您平常會聯絡的普通朋友或點頭之交（如：同事、鄰居）當中，有多少人是除了用 LINE，還會用其他方式（例如講電話、Email、臉書）跟您聯絡？

**【請唸選項 01-05】**

(01) 完全沒有 (02) 少數 (03) 半數 (04) 大多數 (05) 全部 (97) 不知道 (98) 拒答

5 當您使用數位媒體遇到困難時（如：購買、安裝或使用新的電腦/手機/APP/臉書/LINE），在您周遭有多少人能提供真正的幫助？

\_\_\_\_\_人 **【填答範圍 0-999，超過 999 人則鍵入 9991；不適用鍵入 9990、不知道鍵入 9997、拒答鍵入 9998】**

提示說明：

1. 「數位媒體」指能在觀看、分享、儲存、撰寫、修改各式數位化資訊（包括文字、圖片、影像等）的媒體，包含數位裝置（如：電腦、手機、平板等）及數位平台（如：社群媒體、影音平台、網站或軟體等）。
2. 若受訪者沒有使用數位媒體或使用時沒有遇到困難請鍵入(9990)不適用。

6\_\_1 在過去一年中，您多常在**情感上**幫助任何家人、朋友或鄰居（如：主動問候、陪伴閒聊、拜訪、支持安慰）？

**【請唸選項 01-04】**

- (01)從來沒有
- (02)很少
- (03)有時
- (04)經常
- (97)不知道
- (98)拒答

6\_\_2 過去一年中，您多常從家人、朋友或鄰居那裡得到**情感上**的幫助（如：主動問候、陪伴閒聊、拜訪、支持安慰）？

**【請唸選項 01-04】**

- (01)從來沒有
- (02)很少
- (03)有時
- (04)經常
- (97)不知道
- (98)拒答

6\_\_3 在過去一年中，您多常在**實質上**幫助任何家人、朋友或鄰居（如：個人照顧、家務協助、照顧孩子或年長者、經濟或物質上的幫助、給予像法律/健康/工作等專業資訊）？ **【請唸選項 01-04】**

- (01)從來沒有
- (02)很少
- (03)有時
- (04)經常
- (97)不知道
- (98)拒答

6\_\_4 過去一年中，您多常從家人、朋友或鄰居那裡得到**實質上**的幫助（如：個人照顧、家務協助、照顧孩子或年長者、經濟或物質上的幫助、給予像法律/健康/工作等專業資訊）？

**【請唸選項 01-04】**

- (01)從來沒有
- (02)很少

- (03)有時
- (04)經常
- (97)不知道
- (98)拒答

7 對於朋友或親戚，您常不常協助他們使用數位媒體或科技產品？

**【請唸選項 01-04】**

- (01)從來沒有
- (02)很少
- (03)有時
- (04)經常
- (97)不知道
- (98)拒答

提示說明：

1. 若受訪者沒有使用數位媒體或科技產品請選(01)從來沒有。
2. 「數位媒體」指能在觀看、分享、儲存、撰寫、修改各式數位化資訊（包括文字、圖片、影像等）的媒體，包含數位裝置（如：電腦、手機、平板等）及數位平台（如：社群媒體、影音平台、網站或軟體等）。

8\_\_1 有些人在使用網路、社群媒體或即時通訊軟體時，會遇到一些困難。

當您遇到這些使用上的困難時，您有沒有信心【台：自信】能夠解決這些問題？

**【請唸選項 01-05】**

- (01)完全沒信心 (02)沒信心 (03)普通 (04)有信心 (05)很有信心
- (06)不會使用網路 **【跳答 8\_2 題、9\_1~9\_6 題】**
- (97)不知道 (98)拒答

提示說明：

1. 「社群媒體」是指一種可以提供多種方式讓用戶與朋友公開互動的媒體，互動方式包括：閱讀朋友動態、貼文、發表自己的想法或生活近況等。例如：臉書、Instagram 等；「即時通訊軟體」是指可以與人聯絡或聊天（非公開、私下）、互傳訊息（文字、圖片、語音）或視訊的軟體等。例如：LINE、FB 聊天室（Messenger）、Skype、微信等。
2. 受訪者回答「普通」不需再追問。

8\_\_2 當您的朋友或親戚遇到這些使用上的困難時，您有沒有信心【台：自信】能替朋友或親戚解決這些問題？

**【請唸選項 01-05】**

(01)完全沒信心 (02)沒信心 (03)普通 (04)有信心 (05)很有信心 (97)不知道 (98)拒答

提示說明：

受訪者回答「普通」不需再追問。

8\_\_3 當新的數位媒體出現時，您有沒有信心【台：自信】能使用它？

**【請唸選項 01-05】**

(01)完全沒信心 (02)沒信心 (03)普通 (04)有信心 (05)很有信心 (97)不知道 (98)拒答

提示說明：

1. 「數位媒體」指能在觀看、分享、儲存、撰寫、修改各式數位化資訊（包括文字、圖片、影像等）的媒體，包含數位裝置（如：電腦、手機、平板等）及數位平台（如：社群媒體、影音平台、網站或軟體等）。
2. 受訪者回答「普通」不需再追問。

9\_\_1 當您在使用網路或社群媒體時，請問您多常會留意跟健康醫療有關的資訊？

**【請唸選項 01-04】**

- (01)從來沒有
- (02)很少
- (03)有時
- (04)經常
- (97)不知道
- (98)拒答

9\_\_2 當您在使用網路或社群媒體時，請問您多常會主動蒐尋跟健康醫療有關的資訊？

**【請唸選項 01-04】**

- (01)從來沒有
- (02)很少
- (03)有時
- (04)經常
- (97)不知道
- (98)拒答

9\_\_3 當您在網路或社群媒體上看到與健康醫療有關的資訊時，請問您多常會轉傳給親朋好友知道？

**【請唸選項 01-04】**

- (01)從來沒有
- (02)很少
- (03)有時
- (04)經常
- (97)不知道
- (98)拒答

接下來想詢問您同不同意下列的說法：

9\_\_4 當您有健康方面的疑問時，您知道如何使用網路找尋答案。

**【請唸選項 01-05】**

(01) 非常不同意 (02)不同意 (03)普通 (04)同意 (05)非常同意 (97)不知道 (98)拒答

提示說明：

受訪者回答「普通」不需再追問。

9\_\_5 您知道網路上哪裡可以找得到對您有用的健康資訊。

**【請唸選項 01-05】**

(01) 非常不同意 (02)不同意 (03)普通 (04)同意 (05)非常同意 (97)不知道 (98)拒答

提示說明：

受訪者回答「普通」不需再追問。

9\_\_6 您知道如何運用網路上找到的健康資訊幫助自己。

**【請唸選項 01-05】**

(01) 非常不同意 (02)不同意 (03)普通 (04)同意 (05)非常同意 (97)不知道 (98)拒答

提示說明：

受訪者回答「普通」不需再追問。

接下來想詢問您同不同意下列的說法：

10\_\_1 您同不同意跟朋友講內心話會讓您覺得不自在。

(01)非常不同意 (02)不同意 (03)普通 (04)同意 (05)非常同意 (90)不適用 (97)不知道 (98)拒答

提示說明：

1. 受訪者回答「普通」不需再追問。

2. 若受訪者不會跟朋友講內心話、沒有內心話請選(90)不適用。

10\_\_2 您同不同意您每天都做習慣的事情，這樣生活比較沒有壓力。

(01)非常不同意 (02)不同意 (03)普通 (04)同意 (05)非常同意 (97)不知道 (98)拒答

提示說明：

受訪者回答「普通」不需再追問。

10\_\_3 您同不同意您樂於嘗試新的事物來拓展您的生活經驗。

(01)非常不同意 (02)不同意 (03)普通 (04)同意 (05)非常同意 (97)不知道 (98)拒答

提示說明：

受訪者回答「普通」不需再追問。

1 0\_\_4 您擔不擔心您的朋友與您變得疏遠。

(01)非常不擔心 (02)不擔心 (03)普通 (04)擔心 (05)非常擔心 (97)不知道 (98)拒答

提示說明：

受訪者回答「普通」不需再追問。

1 1 您同不同意無論臺灣的選舉制度有什麼缺點，對您來說，它仍是最好的制度。

(01)非常不同意 (02)不同意 (03)普通 (04)同意 (05)非常同意 (97)不知道 (98)拒答

提示說明：

受訪者回答「普通」不需再追問。

1 2\_\_1 您同不同意當您講到您的年紀或覺得自己老了，您感到很難過。

(01)非常不同意 (02)不同意 (03)普通 (04)同意 (05)非常同意 (97)不知道 (98)拒答

提示說明：

受訪者回答「普通」不需再追問。

1 2\_\_2 您同不同意當您講到您人生的故事時，您常常提到變老的快樂和收穫。

(01)非常不同意 (02)不同意 (03)普通 (04)同意 (05)非常同意 (97)不知道 (98)拒答

提示說明：

受訪者回答「普通」不需再追問。

1 2\_\_3 您同不同意現在年紀的您比過去年紀的您更快樂。

(01)非常不同意 (02)不同意 (03)普通 (04)同意 (05)非常同意 (97)不知道 (98)拒答

提示說明：

受訪者回答「普通」不需再追問。

1 2\_\_4 您擔不擔心自己變老這件事。

(01)非常不擔心 (02)不擔心 (03)普通 (04)擔心 (05)非常擔心 (97)不知道 (98)拒答

提示說明：

受訪者回答「普通」不需再追問。

1 2\_\_5 您擔不擔心人過世後會去哪裡。

(01)非常不擔心 (02)不擔心 (03)普通 (04)擔心 (05)非常擔心 (97)不知道 (98)拒答

提示說明：

受訪者回答「普通」不需再追問。

1 2\_\_6 您同不同意您害怕面對死亡。

(01)非常不同意 (02)不同意 (03)普通 (04)同意 (05)非常同意 (97)不知道 (98)拒答

提示說明：

受訪者回答「普通」不需再追問。

1 3 請問您覺得自己心裡像是幾歲的人？

\_\_\_\_\_ 歲【填答範圍 0-120，超過 121 歲則鍵入 991；不知道鍵入 997、拒答鍵入 998】

1 4 您害不害怕台海兩岸在不久的將來會發生戰爭？

(01)一點都不害怕

(02)不害怕

(03)普通

(04)害怕

(05)非常害怕

(97)不知道

(98)拒答

人們覺得一個小孩應該要有的特質很多。

1 5\_\_1 請問您覺得「獨立自主」或「敬重長輩」哪一個特質對小孩來說比較重要？

(01)獨立自主

(02)敬重長輩

(03)不確定

(04)兩項都不重要

(05)兩項都重要

提示說明：

1. 小孩指國中(含)以下的小孩。

2. 小孩並非問受訪者自己的小孩。

3. 若受訪者答不知道及拒答請直接選(03)不確定，不需追問。

4. 若受訪者選不出來，再追問是(03)不確定、(04)兩項都不重要還是(05)兩項都重要。

1 5\_\_2 請問您覺得「自立自強」或「乖巧順從」哪一個特質對小孩來說比較重要？

- (01)自立自強
- (02)乖巧順從
- (03)不確定
- (04)兩項都不重要
- (05)兩項都重要

提示說明：

1. 小孩指國中(含)以下的小孩。
2. 小孩並非問受訪者自己的小孩。
3. 若受訪者答不知道及拒答請直接選(03)不確定，不需追問。
4. 若受訪者選不出來，再追問是(03)不確定、(04)兩項都不重要還是(05)兩項都重要。

1 5\_\_3 請問您覺得「好奇心強」或「進退得宜」哪一個特質對小孩來說比較重要？

- (01)好奇心強
- (02)進退得宜
- (03)不確定
- (04)兩項都不重要
- (05)兩項都重要

提示說明：

1. 小孩指國中(含)以下的小孩。
2. 小孩並非問受訪者自己的小孩。
3. 若受訪者答不知道及拒答請直接選(03)不確定，不需追問。
4. 若受訪者選不出來，再追問是(03)不確定、(04)兩項都不重要還是(05)兩項都重要。

1 5\_\_4 請問您覺得「善解人意」或「守規矩」哪一個特質對小孩來說比較重要？

- (01)善解人意
- (02)守規矩
- (03)不確定
- (04)兩項都不重要
- (05)兩項都重要

提示說明：

1. 小孩指國中(含)以下的小孩
2. 小孩並非問受訪者自己的小孩。
3. 若受訪者答不知道及拒答請直接選(03)不確定，不需追問。
4. 若受訪者選不出來，再追問是(03)不確定、(04)兩項都不重要還是(05)兩項都重要。



1 6 請問您覺得您對周遭的人（像是家人、親戚、朋友）而言，有多重要？

**【請唸選項 01-04】**

(01)一點都不重要

(02)有一點重要

(03)重要

(04)非常重要

(97)不知道

(98)拒答

**【17\_1 至 17\_5 總時數不得超過 24 小時】**

1 7.請問您昨天花多少時間作下面的事情？【數值題，請訪員填入數字】

(01) 吃飯（包含三餐加宵夜；不包含吃點心、下午茶及烹飪做菜時間）

\_\_\_\_\_ 時 \_\_\_\_\_ 分 【中途拒訪鍵入 95，不知道鍵入 97，拒答鍵入 98】

(02) 睡覺（包含睡午覺）

\_\_\_\_\_ 時 \_\_\_\_\_ 分 【中途拒訪鍵入 95，不知道鍵入 97，拒答鍵入 98】

(03) 上班、上課或打工

\_\_\_\_\_ 時 \_\_\_\_\_ 分 【中途拒訪鍵入 95，不知道鍵入 97，拒答鍵入 98】

(04) 逛街、採買（指實際出門逛街買東西、上市場買東西、買菜等；不包含線上購物）

\_\_\_\_\_ 時 \_\_\_\_\_ 分 【中途拒訪鍵入 95，不知道鍵入 97，拒答鍵入 98】

(05) 與家人朋友相聚（指實際面對面的相聚）

\_\_\_\_\_ 時 \_\_\_\_\_ 分 【中途拒訪鍵入 95，不知道鍵入 97，拒答鍵入 98】

提示說明：

1. 此題組請依行為當時主要目的判斷吃飯或是聚會而分（例如：若跟家人一起吃飯，請依受訪者主要目的是「與家人朋友相聚」或是「吃飯」來分類時間；若跟朋友一起逛街，請依受訪者主要目的是「與家人朋友相聚」或是「逛街、採買」來分類時間。），總時數不得超過 24 小時。
2. 若受訪者分不出來主要目的為何，請訪員記錄時間總和（例如：與家人朋友相聚是相聚+吃飯時間總和），再將完整情形填於開放題紀錄表中。
3. 若受訪者回答為非整數，請訪員取「中間值」，如當受訪者回答：「2~3 小時」，訪員則記錄為「2 時 30 分」。若受訪者回答無中間值的歸類，如 2 個多小時，需追問是接近三小時還是兩個小時多一點，若是兩個小時多一點，則再取中間值填入「2 時 15 分」；接近三小時則填入「2 時 45 分」。

## 2-2. 第二期第五次一般民眾電訪預試所遇問題及建議（如遇到的問題類似，其問題僅會列出一次）

題號	二期五次一般民眾 電訪預試題目	問題及建議
1	請問您大約每週有幾天使用 LINE（包含 LINE today、購物等）？	<p><b>【問題】</b> 括號內文字（LINE today、購物）有點多餘，且講到購物反而讓民眾覺得沒有在 LINE 上購物</p> <p><b>【建議】</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>括號內文字可放在提示說明，若民眾有詢問再依提示說明回答。</li> <li>可將括號內文字改為傳訊息較容易理解。</li> </ol>
2_1	請問您多常透過 LINE 跟家人或熟識的朋友聊天或互動（包含傳訊息、照片、影片、貼圖等）？	<p><b>【問題】</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>用「多常」詢問 55 歲以上民眾較不容易理解，且用台語較難詢問。</li> <li>「互動」難理解，只傳貼圖是否算？</li> <li>受訪者回答「每天」，是否就算「經常」？</li> </ol> <p><b>【建議】</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>將「多常」改為「有沒有、會不會、常不常」，因訪員還是會唸選項（面訪是出示提示卡），改後民眾較容易理解題目，也可以回答得出頻率。</li> <li>修改題目語句，及增加提示說明。</li> <li>建議 2_1 可接續 4_1（皆為家人或熟識的朋友）；2_2 可接續 4_2（皆為普通朋友或點頭之交），這樣民眾較容易回答。</li> </ol>
2_2	請問您多常透過 LINE 跟普通朋友或點頭之交（如：同事、鄰居）聊天或互動（包含傳訊息、照片、影片、貼圖等）？	<p><b>【建議】</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>因每個人對同事、鄰居的熟識程度不同，有些民眾認為同事不算普通朋友或點頭之交，因此舉例可拿掉。</li> <li>括號舉例在題目中間，容易造成唸題目時受訪者聽不懂，建議括號皆置於題目最後，或放在提示說明。</li> </ol>
3	請問您認為您在 LINE 上經常聯絡的人，他們之間在想法上像不像？	<p><b>【問題】</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>「經常聯絡的人」、「他們之間」較難理解（是指誰）？</li> <li>「想法」較籠統，是對於哪方面的想法？是否有確切定義？</li> </ol> <p><b>【建議】</b> 修改題目語句，及增加提示說明。</p>
4_1	請問您平常會聯絡的家人或熟識的朋友當中，有多少人是除了用 LINE，還會用其他方式（例如講電話、Email、臉書）跟您聯絡？	<p><b>【問題】</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>民眾會誤解為用 LINE 以外的方式聯絡的人，並覺得此題和 2_1 題很像。</li> <li>「半數」、「多數」不好理解。</li> </ol> <p><b>【建議】</b></p>

題號	二期五次一般民眾 電訪預試題目	問題及建議
		<ol style="list-style-type: none"> <li>建議改為：「除了用 LINE，還會不會用其他方式跟您聯絡？」</li> <li>建議選項可改為「一半」，或改問「多少人」。</li> </ol>
5	<p>當您使用數位媒體遇到困難時(如：購買、安裝或使用新的電腦/手機/APP/臉書/LINE)，在您周遭有多少人能提供真正的幫助？</p>	<p><b>【問題】</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>民眾皆無法直接回答人數，要補充說明是家人、朋友或周圍的人。</li> <li>若是去電信行(如：神腦，現在也有免費諮詢)詢問店員是否也算？</li> <li>括號內的舉例太長，民眾容易混淆。</li> </ol> <p><b>【建議】</b> 修改題目語句，及增加提示說明。</p>
6_1	<p>在過去一年中，您多常在情感上幫助任何家人、朋友或鄰居(如：主動問候、陪伴閒聊、拜訪、支持安慰)？</p>	<p><b>【問題】</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>可改為「你會不會、你常不常」的方式詢問。</li> <li>民眾容易忽略「情感上」的幫助，以為是問幫助別人而已，到後面問實質幫助時才發現這題答錯。「情感上」不好理解。</li> <li>6_1 到 6_4 題目太長，較多冗詞贅字，導致 60 至 70 歲以上民眾較難理解題目在問什麼，也容易在這題就中途拒訪。</li> </ol> <p><b>【建議】</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>修改題目語句，及增加提示說明。</li> <li>重新審視題目並減少冗詞贅字，例如將「任何」拿掉。</li> </ol>
8_1	<p>有些人在使用網路、社群媒體或即時通訊軟體時，會遇到一些困難。當您遇到這些使用上的困難時，您有沒有信心【台：自信】能夠解決這些問題？</p>	<p><b>【建議】</b> 重新審視系列題組並減少冗詞贅字。</p>
9_4	<p>當您有健康方面的疑問時，您知道如何使用網路找尋答案。</p>	<p><b>【問題】</b> 9_4 至 9_6 民眾對於同不同意較難理解，因此沒辦法回答。</p> <p><b>【建議】</b> 建議改為「您知不知道」較容易理解，或改為頻率問句。</p>
10_1	<p>您同不同意跟朋友講內心話會讓您覺得不自在。</p>	<p><b>【問題】</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>10_1 到 10_3 問同不同意會覺得卡卡的。</li> <li>民眾認為朋友分很多層次，好朋友講內心話不會覺得不自在。</li> </ol> <p><b>【建議】</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>建議可改為「覺得自在或不自在？」或是「會不</li> </ol>

題號	二期五次一般民眾 電訪預試題目	問題及建議
		會」。 2. 建議您同不同意可放最後，怕民眾忘記是要回答什麼。
11	您同不同意無論臺灣的選舉制度有什麼缺點，對您來說，它仍是最好的制度。	<b>【問題】</b> 1. 民眾無法理解題意。 2. 民眾疑問:最好的制度是和什麼制度比較？ <b>【建議】</b> 修改題目語句，及增加提示說明。
12_2	您同不同意當您講到您人生的故事時，您常常提到變老的快樂和收穫。	<b>【建議】</b> 「收穫」不好理解，建議改為「成就」，台語也比較好翻譯。
12_3	您同不同意現在年紀的您比過去年紀的您更快樂。	<b>【建議】</b> 建議簡化：現在的您比過去的您更快樂。
12_6	您同不同意您害怕面對死亡。	<b>【建議】</b> 建議問法改為：您害不害怕。
13	請問您覺得自己心裡像是幾歲的人？	<b>【建議】</b> 可多一個選項是「與現在年齡一樣」
14	您害不害怕台海兩岸在不久的將來會發生戰爭？	<b>【建議】</b> 1. 建議選項(01)一點都不害怕，可以改成完全不害怕。 2. 臺海兩岸台語很難懂，建議可刪除「台海」，「兩岸」就好，若民眾不理解，訪員再解說。
17	請問您昨天花多少時間作下面的事情？ (01) 吃飯(包含三餐加宵夜；不包含吃點心、下午茶及烹飪做菜時間) (02) 睡覺(包含睡午覺) (03) 上班、上課或打工 (04) 逛街、採買(指實際出門逛街買東西、上市場買東西、買菜等；不包含線上購物) (05) 與家人朋友相聚(指實際面對面的相聚)	<b>【問題】</b> 1. 吃飯邊吃邊聊天，吃了兩個小時，這樣要把聊天時間扣掉嗎？ 2. 民眾跟家人一整天出門，有吃飯也有聚會，沒辦法區隔時間。 <b>【建議】</b> 1. 建議 17(01)和 17(04)括號放在提示說明。 2. 17(04)括號放不包含線上購物即可。

3-1. 第二期第五次一般民眾正式調查問卷

【自填者條件篩選：民國 45 年以後出生 (A1.& A1a.)，教育程度高中職(含肄業)以上 (A8.)，會上網 (E1.)，無視覺、閱讀障礙或上肢障礙者。】

A1. 請問您是民國哪一年出生的？(出生年以身分證上的為主)

民國\_\_\_\_\_年【跳答至 A8.】【範圍-11 到-1,1-91】

(97)不知道【續答至 A1a.】  (98)拒答【續答至 A1a.】

提示說明：若不知道出生年，請依生肖及現在大約幾歲，再由生肖表查詢出生年。

【A1 答(97)不知道或(98)拒答者需回答 A1a.】

A1a. 請問您今年大概幾歲？

- (01)18 歲~19 歲
- (02)20 歲~24 歲
- (03)25 歲~29 歲
- (04)30 歲~34 歲
- (05)35 歲~39 歲
- (06)40 歲~44 歲
- (07)45 歲~49 歲
- (08)50 歲~54 歲
- (09)55 歲~59 歲
- (10)60 歲~64 歲
- (11)65 歲~69 歲
- (12)70 歲及以上
- (97)不知道
- (98)拒答

A8. 請問您的教育程度是(包含肄業、就學中)：

改制前後的校名不同，請以畢業當時的文憑為主。例如：當初是五專畢業，但現在改制為大學，請勾選「(09)五專」。

- |   |                                      |                                      |
|---|--------------------------------------|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> (01)無            | <input type="checkbox"/> (02)自修      | <input type="checkbox"/> (03)小學      |
| <input type="checkbox"/> (04)國(初)中/初職     | <input type="checkbox"/> (05)高中普通科   | <input type="checkbox"/> (06)高中職業科   |
| <input type="checkbox"/> (07)高職(高商、高工)    | <input type="checkbox"/> (08)士官學校    |                                      |
| <input type="checkbox"/> (09)五專           | <input type="checkbox"/> (10)二專      | <input type="checkbox"/> (11)三專      |
| <input type="checkbox"/> (12)軍警專修班        | <input type="checkbox"/> (13)軍警專科班   | <input type="checkbox"/> (14)空中行專    |
| <input type="checkbox"/> (15)空中大學         | <input type="checkbox"/> (16)軍警官校或大學 | <input type="checkbox"/> (17)技術學院、科大 |
| <input type="checkbox"/> (18)大學           | <input type="checkbox"/> (19)碩士      | <input type="checkbox"/> (20)博士      |
| <input type="checkbox"/> (88)其他，請說明：_____ | <input type="checkbox"/> (97)不知道     | <input type="checkbox"/> (98)拒答      |

E1.請問您平常會不會利用電腦、平板或手機上網（例如：用 LINE、臉書、YouTube、用手機 app 看即時新聞、玩線上麻將遊戲等）？

1. 「上網」是指用電腦、平板、手機連上網路。
2. 若眼睛沒有看螢幕就不算（例如：只是連上網路下載影片）。

(01)會       (02)不會     (97)不知道     (98)拒答

**【符合自填條件者】**

這份問卷主要是為了瞭解台灣民眾對於媒體使用習慣及態度等相關問題，接下來整份問卷，都由您自己填答。

填答時，如果「看不懂題目意思」、「找不到想選的答案」、或「不知道如何輸入數字或文字」等，都可以隨時問我！

**【請訪員將平板電腦交給受訪者開始自填，並進行平板操作教學】**

**【不符合自填條件者，由訪員一問一答進行訪問】**

我們訪問的目的在於了解台灣民眾對於媒體使用習慣及態度等相關問題。這次訪問是採用一問一答的方式，大部分的問題都是選擇題，我們會將題目仔細唸給您聽，您再告訴我們您覺得最合適的答案是哪一項。

## A、基本狀況

A2. 請問您在哪一個縣市出生？

若為國外出生，則請在(88)其他欄位中填寫「該國家名稱」。

- (01)基隆市     (02)台北市     (03)新北市     (04)桃園市     (05)新竹縣  
 (06)新竹市     (07)苗栗縣     (08)南投縣     (09)台中市     (10)彰化縣  
 (11)雲林縣     (12)嘉義縣     (13)嘉義市     (14)台南市     (15)高雄市  
 (16)屏東縣     (17)宜蘭縣     (18)花蓮縣     (19)台東縣     (20)澎湖縣  
 (21)金門縣     (22)連江縣     (88) 其他，請說明\_\_\_\_\_     (97)不知道  
 (98)拒答

A3. 請問您現在的居住地是否為戶籍地？

- (01)是    **【跳答至 A5.】**     (02)否     (97)不知道     (98)拒答

A4. 請問您的戶籍所在地是（以身分證上的為主）？ **【地區題】**

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> (01)基隆市__區       | <input type="checkbox"/> (02)台北市__區     |
| <input type="checkbox"/> (03)新北市__區       | <input type="checkbox"/> (04)桃園市__區     |
| <input type="checkbox"/> (05)新竹市__市(鄉鎮)   | <input type="checkbox"/> (06)新竹縣__市(鄉鎮) |
| <input type="checkbox"/> (07)苗栗縣__市(鄉鎮)   | <input type="checkbox"/> (08)台中市__區     |
| <input type="checkbox"/> (09)彰化縣__市(鄉鎮)   | <input type="checkbox"/> (10)南投縣__市(鄉鎮) |
| <input type="checkbox"/> (11)雲林縣__市(鄉鎮)   | <input type="checkbox"/> (12)嘉義市__區     |
| <input type="checkbox"/> (13)嘉義縣__市(鄉鎮)   | <input type="checkbox"/> (14)台南市__區     |
| <input type="checkbox"/> (15)高雄市__區       | <input type="checkbox"/> (16)屏東縣__市(鄉鎮) |
| <input type="checkbox"/> (17)台東縣__市(鄉鎮)   | <input type="checkbox"/> (18)花蓮縣__市(鄉鎮) |
| <input type="checkbox"/> (19)宜蘭縣__市(鄉鎮)   | <input type="checkbox"/> (20)澎湖縣__市(鄉鎮) |
| <input type="checkbox"/> (21)金門縣__市(鄉鎮)   | <input type="checkbox"/> (22)連江縣__市(鄉鎮) |
| <input type="checkbox"/> (29) 其他，請說明_____ | <input type="checkbox"/> (97)不知道        |
|   | <input type="checkbox"/> (98)拒答         |

A5. 請問您父親是哪裡人（以籍貫為主）？

籍貫以父親的爸爸為主。例如：若父親的爸爸是台灣閩南人、媽媽是台灣客家人，應勾選「(01)台灣閩南(河洛)人」。

- (01)台灣閩南(河洛)人  
 (02)台灣客家人  
 (03)大陸各省市（戰後來台的人或其後代）  
 (04)台灣原住民  
 (05)台灣新住民（經過跨國通婚而移民來台的非大陸籍新住民）  
 (06)大陸籍配偶（開放兩岸探親後在台灣生活的配偶）  
 (88) 其他，請說明\_\_\_\_\_
- (97)不知道  
 (98)拒答

A6. 請問您母親是哪裡人（以籍貫為主）？

籍貫以母親的爸爸為主。例如：若母親的爸爸是台灣閩南人、媽媽是台灣客家人，應勾選「(01)台灣閩南(河洛)人」。

- (01)台灣閩南(河洛)人
- (02)台灣客家人
- (03)大陸各省市（戰後來台的人或其後代）
- (04)台灣原住民
- (05)台灣新住民（經過跨國通婚而移民來台的非大陸籍新住民）
- (06)大陸籍配偶（開放兩岸探親後在台灣生活的配偶）
- (88)其他，請說明\_\_\_\_\_
- (97)不知道
- (98)拒答

A7. 請問您的婚姻狀況是？（提示卡 1）

- (01)單身且從沒結過婚
- (02)已婚且與配偶同住
- (03)已婚但沒有與配偶同住（因工作或求學暫時分開兩地居住）
- (04)分居（已婚夫妻因感情不睦而分居兩地）
- (05)同居（結婚前、離婚後或配偶去世後，目前與伴侶同居）
- (06)離婚
- (07)配偶去世
- (88)其他（例如配偶失蹤數年），請說明\_\_\_\_\_
- (97)不知道
- (98)拒答

A7a. 請問您有幾個小孩（包含懷孕中尚未出生的小孩）？\_\_\_\_\_個

超過 50 個請鍵入 91

(97)不知道  (98)拒答 【範圍 0 到 50，超過 50 則鍵入 91；不知道鍵入 97、拒答鍵入 98】

**【A7a 答案大於 0 者需回答 A7b.】**

A7b 請問您最小的小孩幾歲？\_\_\_\_\_歲 【範圍 1 到 99，懷孕中尚未出生鍵入 990，不到一歲鍵入 991，不知道鍵入 997，拒答鍵入 998】

懷孕中尚未出生請鍵入 990，不到一歲請鍵入 991。

未足歲請以足歲回答（例如：一歲半請填入一歲）。

(990)懷孕  (991)不到一歲  (997)不知道  (998)拒答



## B、傳播行為（電視篇）

**【顯示題】** 接下來將詢問您有關「看電視」的題目。請注意：

- 「看電視」必須真的在看或在聽才算有看。若只是開著沒在注意，不算有看。
- 用網路方式「同步收看」電視頻道的節目也算。  
「同步收看」是指收看的節目無法讓您暫停、快轉、倒退，也無法自己任意選擇想看的片段。

B1. 請問您每星期的**星期一到星期五**，平均有幾天會看電視？**【數值可輸入小數點，僅能輸入.5，數值範圍:0-5】**

若為區間請取「中間值」，例如：3~4天，填「3.5」天。

(00)0天 **【跳答至 B3.】**       (01) \_\_\_\_\_ 天       (97)不知道       (98)拒答

B2. 在您有看電視的星期一到星期五，您一整天大概會看多久？**【時(00-23)；分(00-59)】**

若為區間請取「中間值」，例如：2~3小時，填「02(時)30(分)」。

若2個小時多一點，可填入「02 15」；2小時多接近3小時：可填入「02 45」。

\_\_\_\_\_ 時 \_\_\_\_\_ 分       (97)不知道       (98)拒答

B3. 請問**星期六和星期日**兩天，您大概有幾天會看電視？**【數值可輸入小數點，僅能輸入.5，數值範圍:0-2】**

若為區間請取「中間值」，例如：1~2天，填「1.5」天。

(00)0天 **【跳答至 B5.】**       (01) \_\_\_\_\_ 天       (97)不知道       (98)拒答

**【若 B1.與 B3.都填 0，請跳答至 C 顯示題】**

B4. 星期六和星期日有看電視的那一天，您一整天大概會看多久？**【時(00-23)；分(00-59)】**

若為區間請取「中間值」，例如：2~3小時，填「02(時)30(分)」。

若2個小時多一點，可填入「02 15」；2小時多接近3小時：可填入「02 45」。

\_\_\_\_\_ 時 \_\_\_\_\_ 分       (97)不知道       (98)拒答

B5. **每週**七天中，您平均有幾天會**看電視新聞**（包含在網路上同步看電視新聞直播）？**【數值可輸入小數點，僅能輸入.5，數值範圍:0-7】**

若為區間請取「中間值」，例如：3~4天，填「3.5」天。

答案無法填答時（例如：一個月只看1天）或沒有每週看，請鍵入95。

**【提醒您在前面題目回答：週一至週五平均看(貼 B1)天電視，週六至週日平均看(貼 B3)天電視】**

(00)0天 **【跳答至 B8.】**       (01) \_\_\_\_\_ 天

(95)沒有每週看       (97)不知道       (98)拒答

B6. 您如果有看**電視新聞**的那一天，您一整天大概會看多久？**【時(00-23)；分(00-59)】**

若為區間請取「中間值」，例如：2~3小時，填「02(時)30(分)」。

若2個小時多一點，可填入「02 15」；2小時多接近3小時：可填入「02 45」。

\_\_\_\_\_ 時 \_\_\_\_\_ 分       (97)不知道       (98)拒答

B7. 您最常看哪一台**電視新聞**? (單選)(提示卡2)

同色選項表示該電視台有系列頻道，請再確認是哪一台，例如：答「TVBS」，請辨別是TVBS新聞台還是TVBS。

若會看不同台的電視新聞，請用您一天「看最久」的那台來回答。

(95)不一定  (97)不知道  (98)拒答

<input type="checkbox"/> (01)TVBS新聞台(55台, 24小時新聞台)	<input type="checkbox"/> (18)民視新聞台(24小時新聞台)	<input type="checkbox"/> (37)BBC世界新聞台
<input type="checkbox"/> (02)TVBS(56台)	<input type="checkbox"/> (19)民視	<input type="checkbox"/> (38)Channel NewsAsia
<input type="checkbox"/> (03)三立新聞台(24小時新聞台)	<input type="checkbox"/> (20)民視台灣台	<input type="checkbox"/> (39)CNBC Asia
<input type="checkbox"/> (04)三立台灣台	<input type="checkbox"/> (21)民視第一台	<input type="checkbox"/> (40)CNN
<input type="checkbox"/> (05)三立財經台 (iNEWS)	<input type="checkbox"/> (22)年代新聞	<input type="checkbox"/> (41)NHK
<input type="checkbox"/> (06)八大第一台	<input type="checkbox"/> (23)東森財經新聞	<input type="checkbox"/> (42)TFC
<input type="checkbox"/> (07)中天新聞	<input type="checkbox"/> (24)東森新聞	<input type="checkbox"/> (43)TV5MONDE
<input type="checkbox"/> (08)中視新聞台(24小時新聞台)	<input type="checkbox"/> (25)非凡新聞(24小時新聞台)	<input type="checkbox"/> (44)VTV4台
<input type="checkbox"/> (09)中視	<input type="checkbox"/> (26)非凡商業台	<input type="checkbox"/> (45)半島英語新聞台
<input type="checkbox"/> (10)中視菁采台	<input type="checkbox"/> (27)客家電視台	<input type="checkbox"/> (46)阿里郎電視台 Arirang TV
<input type="checkbox"/> (11)中視經典台	<input type="checkbox"/> (28)原住民族電視台	<input type="checkbox"/> (47)彭博財經頻道 Bloomberg TV
<input type="checkbox"/> (12)公視	<input type="checkbox"/> (29)壹電視新聞	<input type="checkbox"/> (48)德國之聲電視台
<input type="checkbox"/> (13)公視3台	<input type="checkbox"/> (30)華視新聞資訊台(24小時新聞台)	<input type="checkbox"/> (49)歐洲新聞台 Euronews
<input type="checkbox"/> (14)公視台語台	<input type="checkbox"/> (31)華視	<input type="checkbox"/> (50)AMC
<input type="checkbox"/> (15)台視新聞台(24小時新聞台)	<input type="checkbox"/> (32)新唐人亞太台	<input type="checkbox"/> (51)人間衛視
<input type="checkbox"/> (16)台視	<input type="checkbox"/> (33)靖天資訊台	<input type="checkbox"/> (52)大愛
<input type="checkbox"/> (17)台視財經台	<input type="checkbox"/> (34)寰宇新聞台(24小時新聞台)	<input type="checkbox"/> (53)大愛二台
	<input type="checkbox"/> (35)寰宇新聞台灣台(24小時新聞台)	<input type="checkbox"/> (54)好消息
	<input type="checkbox"/> (36)寰宇財經台	<input type="checkbox"/> (55)緯來體育台
		<input type="checkbox"/> (88)其他，請說明____ 開放欄位

B8. **最近一個月**您經常看下列哪幾種類型的**電視節目**? (可複選)(提示卡3)

括號內只是舉例，若有符合括號內其中一項就可以選。

- (01)新聞類 (例如：社會新聞、即時新聞、氣象、體育新聞、國際新聞、政治新聞、交通資訊、專題報導)

- (02)生活消費類（例如：觀光旅遊、美食烹飪、消費購物）
- (03)戲劇電影（例如：戲劇、電影、影集）
- (04)綜藝娛樂（例如：綜藝、音樂歌唱、影視娛樂、益智競賽、舞蹈）
- (05)家庭體育醫藥（例如：體育節目、醫療衛生保健、家庭生活）
- (06)卡通動漫（例如：卡通、兒童節目、動畫）
- (07)文化藝術類（例如：藝術文化、命理、風水、占卜、宗教、傳統藝術、文學小說、古典音樂、展覽資訊、設計/繪畫、藝術欣賞、表演藝術）
- (08)政論性節目（例如：時事評論、政論性談話節目）
- (09)財務金融類（例如：財經股市、企管行銷）
- (10)知識教育類（例如：知識、資訊科技、社教節目、學術或思想、歷史新知、教學節目、法令服務）
- (11)求職
- (88)其他，請說明\_\_\_\_\_開放欄位
- (97)不知道
- (98)拒答

## C、傳播行為（廣播篇）

**【顯示題】** 接下來將詢問您有關「聽廣播」的題目。請注意：

- 「聽廣播」不管專心聽或一邊做事一邊聽都算（例如：通勤、開車、工作、做家事）。
- 不論是用收音機聽、或用網站、手機 APP 等「同步收聽」都算。  
「同步收聽」是指收聽的節目無法讓您暫停、快轉、倒退，也無法自己任意選擇想聽的片段。
- 這裡的廣播不包含 Podcast（播客）。

C1. 請問您**每週**平均有幾天會聽廣播？**【數值可輸入小數點，僅能輸入.5，數值範圍:0-7】**

若為區間請取「中間值」，例如：3~4 天，填「3.5」天。

答案無法填答時（例如：一個月只聽 1 天）或沒有每週聽，請鍵入 95。

- (00)0 天 **【跳答至 C4.】**       (01) \_\_\_\_\_ 天  
 (95)沒有每週聽     (97)不知道     (98)拒答

C2. 請問您如果有聽廣播的那一天，您一整天大概會聽多久？**【時(00-23)；分(00-59)】**

若為區間請取「中間值」，例如：2~3 小時，填「02 (時) 30 (分)」。

若 2 個小時多一點，可填入「02 15」；2 小時多接近 3 小時：可填入「02 45」。

- \_\_\_\_\_ 時 \_\_\_\_\_ 分     (97)不知道     (98)拒答

C3. 您聽廣播經常聽或經常聽到以下哪幾種類型的節目？（可複選）（提示卡 4）

括號內只是舉例，若有符合括號內其中一項就可以選。

- (01)新聞類（例如：社會新聞、即時新聞、氣象、交通服務、國際新聞、政治新聞）  
 (02)生活消費類（例如：觀光旅遊、美食、消費購物、賣藥）  
 (03)廣播劇  
 (04)綜藝娛樂（例如：流行音樂歌曲）  
 (05)家庭體育醫藥（例如：醫療衛生保健、家庭生活、體育賽事轉播）  
 (06)兒童節目  
 (07)文化藝術類（例如：古典音樂、傳統藝術、藝術文化、展覽資訊、設計/繪畫、藝術欣賞、表演藝術、命理、風水、占卜、宗教）  
 (08)政論性節目（例如：時事評論、政論性談話節目、Call-In 節目）  
 (09)財務金融類（例如：財經股市、企管行銷）  
 (10)知識教育類（例如：知識、資訊科技、教學節目、社教節目）  
 (11)求職  
 (88) 其他，請說明 \_\_\_\_\_  
 (97)不知道  
 (98)拒答

C4. 請問您有沒有在聽 Podcast（播客）？**【E1.回答 2 者，不需回答此題】**

- (01)有       (02)沒有       (03)沒聽過 Podcast     (97)不知道     (98)拒答

提示說明：

- Podcast（播客）是收聽「聲音節目」的平台，通常是以網頁或 APP 播放器播放，如 Apple Podcasts、Spotify、KKBOX、Chrome（網頁端播放）、Google Podcasts 等。

2. 台灣知名 Podcast 節目有「Gooaye 股癌」、「百靈果 NEWS」、「台灣通勤第一品牌」等。

## D、手機使用

**D【顯示題】** 接下來將詢問您有關「使用手機」的題目。請注意：

1. 不論傳統型或智慧型手機都算。
2. 除了講電話外，這裡有「使用手機」是說眼睛必須看著手機螢幕，只要是透過手機做的事情都算。
3. 包含上網行為（用 LINE、看網路影片等）和非上網行為（傳簡訊、照相、看相簿照片等）。

D1. 請問您平常有沒有在使用手機？

- (01)有，主要使用自己的手機（門號名字是別人的也算）
- (02)有，主要使用父母、朋友等其他人的手機
- (03)沒有 **【跳答至 E 顯示題.】**
- (97)不知道
- (98)拒答

D2. 請問您大約**每週**有幾天會使用手機（不論是自己的手機或其他人的手機都算）？**【數值可輸入小數點，僅能輸入.5，數值範圍:0.5-7】**

若為區間請取「中間值」，例如：3~4 天，填「3.5」天。

答案無法填答時（例如：一個月只使用 1 天）或沒有每週使用，請鍵入 95。

- (01) \_\_\_\_\_ 天
- (95)沒有每週使用
- (97)不知道
- (98)拒答

D3. 請問在您有使用手機的那一天，您一整天大概使用多久，只算眼睛有看著螢幕的時間？**【時(00-23)；分(00-59)】**

包含上網（用 LINE、看網路影片等）和非上網（看手機相簿等）行為的時間總合。

若為區間請取「中間值」，例如：2~3 小時，填「02 (時) 30 (分)」

若 2 個小時多一點，可填入「02 15」；2 小時多接近 3 小時：可填入「02 45」。

- \_\_\_\_\_ 時 \_\_\_\_\_ 分  (97)不知道  (98)拒答

**E、網路使用情形 【E1 選(02)、(97)、(98)則跳至 F 顯示題】**

**【顯示題】** 接下來將詢問關於您最近一個月每週「上網」情況的題目。請注意：

1. 「上網」是指用電腦、平板或手機連上網路，  
例如：用 LINE、Facebook、用 YouTube 看影片、瀏覽新聞、查資料、玩線上遊戲等。
2. 若眼睛沒有看螢幕就不算（例如：用 YouTube 聽音樂，但沒在看 MV、聽 Podcast、只是連上網路下載影片）。

E2. 請問您**每週**平均有幾天會透過**電腦**上網（不含手機、平板上網）？**【數值可輸入小數點，僅能輸入.5，數值範圍:0-7】**

若為區間請取「中間值」，例如：3~4 天，填「3.5」天。

答案無法填答時（例如：一個月只用電腦上網 1 天）或沒有每週用，請鍵入 95。

- (00)0 天     (01) \_\_\_\_\_ 天  
 (95)沒有每週用     (97)不知道     (98)拒答

E3. 請問您**每週**平均有幾天會透過**平板**上網？**【數值可輸入小數點，僅能輸入.5，數值範圍:0-7】**

若平板有門號可以撥號碼打電話，請歸類於手機。

若平板沒有通話功能，請歸類於平板。

若為區間請取「中間值」，例如：3~4 天，填「3.5」天。

答案無法填答時（例如：一個月只用平板上網 1 天）或沒有每週用，請鍵入 95。

- (00)0 天     (01) \_\_\_\_\_ 天  
 (95)沒有每週用     (97)不知道     (98)拒答

E4. 請問您**每週**平均有幾天會透過**手機**上網（例如：用 LINE、看 YouTube，只算有用手機上網的天數）？

**【數值可輸入小數點，僅能輸入.5，數值範圍:0-7】**

**【D1 答 3 不需回答此題】**

若為區間請取「中間值」，例如：3~4 天，填「3.5」天。

答案無法填答時（例如：一個月只用手機上網 1 天）或沒有每週用，請鍵入 95。

- (00)0 天     (01) \_\_\_\_\_ 天  
 (95)沒有每週用     (97)不知道     (98)拒答

**【顯示題】**我們想要知道在您有上網的那一天，您分別透過**電腦**、**平板**、**手機**上網的時間長短，並會針對「**工作或課業所需**」的時間和「**工作或課業所需以外**」的時間分別詢問。請先仔細閱讀以下文字，再繼續填答：

1. 工作是指有**支薪**的工作，沒有支薪的家務工作或當志工不算。
2. 課業是指有**交學費**的上課（含課後練習），例如：學語言、在職專班等。
3. 「**工作或課業所需以外**」是指上網進行休閒娛樂、看網路新聞、跟親友用 LINE 聊天等。
4. 若上網的時間很分散，只要有空就會上網，如：通勤、睡前等，請將這些時間進行加總。

若為區間請取「**中間值**」，例如：2~3 小時，填「02 (時) 30 (分)」。

若 2 個小時多一點，可填入「02 15」；2 小時多接近 3 小時：可填入「02 45」。

	(E5a.)電腦	(E5c.)平板	(E5e.)手機
工作或課業所需	<p>在您有上網的那一天，您一整天利用<b>電腦</b>上網<b>工作或課業所需</b>的時間大概有多久(只算您上網時眼睛有在看螢幕的時間)? (提示卡5)</p> <p>_____時_____分</p> <p><b>【E2.答0者，不需回答此題】</b></p> <p><input type="checkbox"/> (97)不知道 <input type="checkbox"/> (98)拒答</p>	<p>在您有上網的那一天，您一整天利用<b>平板</b>上網<b>工作或課業所需</b>的時間大概有多久(只算您上網時眼睛有在看螢幕的時間)? (提示卡5)</p> <p>_____時_____分</p> <p><b>【E3.答0者，不需回答此題】</b></p> <p><input type="checkbox"/> (97)不知道 <input type="checkbox"/> (98)拒答</p>	<p>在您有上網的那一天，您一整天利用<b>手機</b>上網<b>工作或課業所需</b>的時間大概有多久(只算您上網時眼睛有在看螢幕的時間)? (提示卡5)</p> <p>_____時_____分</p> <p><b>【D1答3不需回答此題】【E4.答0者，不需回答此題】【貼題D3答案】</b></p> <p><input type="checkbox"/> (97)不知道 <input type="checkbox"/> (98)拒答</p>
工作或課業所需以外 (例如娛樂休閒)	<p>(E5b.)扣除<b>工作或課業所需</b>的上網時間後，您一整天使用<b>電腦</b>上網的時間大概有多久? (提示卡5)</p> <p>_____時_____分</p> <p><b>【E2.答0者，不需回答此題】</b></p> <p><input type="checkbox"/> (97)不知道 <input type="checkbox"/> (98)拒答</p>	<p>(E5d.)扣除<b>工作或課業所需</b>的上網時間後，您一整天使用<b>平板</b>上網的時間大概有多久? (提示卡5)</p> <p>_____時_____分</p> <p><b>【E3.答0者，不需回答此題】</b></p> <p><input type="checkbox"/> (97)不知道 <input type="checkbox"/> (98)拒答</p>	<p>(E5f.)扣除<b>工作或課業所需</b>的上網時間後，您一整天使用<b>手機</b>上網的時間大概有多久? (提示卡5)</p> <p>_____時_____分</p> <p><b>【D1答3不需回答此題】【E4.答0者，不需回答此題】【貼題D3答案】</b></p> <p><input type="checkbox"/> (97)不知道 <input type="checkbox"/> (98)拒答</p>



E6. 請問您是否會因下列原因上網（包括用手機、平板或電腦上網）？（可複選）（提示卡 6）括號內只是舉例，若有符合括號內其中一項就可以選。

- (01)維繫友誼與他人保持聯絡（傳 LINE、滑臉書等）
- (02)娛樂消遣（玩遊戲、看卡通動漫、看電影、戲劇、看直播、聽音樂、交友軟體、追星、命理占卜、打發時間、無聊）
- (03)獲得時事/新聞/政府資訊（搜尋關鍵字、看新聞、看政府資訊、天氣資訊）
- (04)獲得生活休閒資訊（美食、觀光旅遊、醫療衛生保健、家庭生活、親子婚姻關係、交通資訊）
- (05)理財消費購物（看理財資訊、網路購物、理財管理、繳費、財經股市）
- (06)工作（有支薪）或學習（語言學習、線上課程、使用文書處理軟體、學習各種軟體）
- (88)其他，請說明\_\_\_\_\_
- (97)不知道
- (98)拒答

E7. 請問您平均**每個月**在網路上消費（買東西）大概花多少錢？（例如：購物、購買遊戲點數、下載音樂或電影等）【數值題，範圍 0-100000。超過最大值則填 999991】

若算不出來，請回想最近一個月的網路消費情形。

若每個月消費的價格不一定（有時幾百塊、有時幾千塊），則以平均計算。

超過 10 萬元請鍵入 999991。

\_\_\_\_\_元  (999991)超過 10 萬元  (999997)不知道  (999998)拒答

E8. 請問您同不同意下列說法？（提示卡 7）

		非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意	(97)不知道	(98)拒答
(01)	沒有辦法上網時，您會很想上網。	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(02)	您會因為不能使用網路而感到沮喪、心情不好、或覺得緊張，但是只要能上網，這些情況就會改善。	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(03)	您經常藉由網路來擺脫生活中令人煩惱的事。	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(04)	您在網路上可以自由自在地做自己想做的事。	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(05)	如果您認識一個人，透過網路互動會比面對面互動，讓您更能認識這個人。	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(06)	不管您（在網路上）是怎麼樣的人，網路上的人都可以接受您。	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

		非常 不同意	不同 意	普通	同意	非常 同意	(90) 不適 用	(97) 不知 道	(98) 拒答
(07)	您因為上網而翹了課或工作（有支薪）遲到。	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

E8(07) 提示說明：

若沒有上課或上班，請點選選項中的「不適用」。

		非常 不同 意	不同 意	普通	同意	非常 同意	(97)不 知道	(98)拒 答
(08)	沒上網時您覺得自己毫無價值，但在網路世界中您覺得自己很有價值。	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(09)	因為上網讓您錯過了真實生活中的社交活動。	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

E9. 您知道怎麼做下面這些事情嗎（可複選）？（提示卡 8）

- (01) 下載或儲存網路上的圖片
- (02) 打關鍵字搜尋想要的資訊
- (03) 設定哪些人可以看到您分享的內容，哪些人不行
- (04) 在圖片、音樂或影片加上新的內容（例如：做梗圖、長輩圖、照片加工等）
- (05) 用手機下載應用程式（APP）
- (90) 都不知道怎麼做
- (97) 不知道
- (98) 拒答

## F、傳播行為（雜誌篇）

**【顯示題】**接下來將詢問您有關「看雜誌」的題目。請注意：

1. 「紙本雜誌」是指有固定刊名、定期出版、裝訂成書的印刷讀物，  
例如：天下雜誌、康健雜誌、空中英語教室、ELLE 她雜誌。  
但是廣告、商品型錄（DM）不算。
2. 「網路雜誌」是紙本雜誌的電子版本，可以在網站或 APP 上閱讀。

F1a.請問您**每個月**平均有幾天會看**紙本雜誌**（網路雜誌不算）？**【數值可輸入小數點，僅能輸入.5，數值範圍:0-31】**

若為區間請取「中間值」，例如：3~4 天，填「3.5」天。

答案無法填答時（例如：一年只看 1~3 天）或沒有每個月看，請鍵入 95。

- (00)0 天 **【跳答至 F2a.】**       (01)\_\_\_\_\_ 天  
 (95)沒有每個月看     (97)不知道     (98)拒答

F1b.請問您如果有看**紙本雜誌**（網路雜誌不算）的那一天，您一整天大概會看多久？

**【時(00-23)；分(00-59)】**

若為區間請取「中間值」，例如：2~3 小時，填「02 (時) 30 (分)」。

若 2 個小時多一點，可填入「02 15」；2 小時多接近 3 小時：可填入「02 45」。

\_\_\_\_\_ 時 \_\_\_\_\_ 分     (97)不知道     (98)拒答

F2a.請問您**每個月**平均有幾天會在**網路上**看雜誌？**【數值可輸入小數點，僅能輸入.5，數值範圍:0-31】**

**【E1.回答 2 者，不需回答此題】**

若為區間請取「中間值」，例如：3~4 天，填「3.5」天。

答案無法填答時（例如：一年只看 1~3 天）或沒有每個月看，請鍵入 95。

- (00)0 天 **【跳答至 F3.】**       (01)\_\_\_\_\_ 天  
 (95)沒有每個月看     (97)不知道     (98)拒答

**【若 F1a.與 F2a.都填 0，請跳答至 G 顯示題.】**

F2b.請問您如果有看**網路雜誌**的那一天，您一整天大概會看多久？**【時(00-23)；分(00-59)】****【E1.回答 2 者，不需回答此題】**

若為區間請取「中間值」，例如：2~3 小時，填「02 (時) 30 (分)」。

若 2 個小時多一點，可填入「02 15」；2 小時多接近 3 小時：可填入「02 45」。

\_\_\_\_\_ 時 \_\_\_\_\_ 分     (97)不知道     (98)拒答

F3. 您看雜誌（包含紙本和網路雜誌）經常看下列哪幾種內容？（可複選）（提示卡9）

括號內只是舉例，若有符合括號內其中一項就可以選。

- (01)新聞類（例如：社會新聞、國際新聞、時事評論、政治新聞）
- (02)生活消費類（例如：觀光旅遊、美食、消費購物、時尚流行趨勢、美妝、化妝、汽車）
- (03)綜藝娛樂（例如：影視娛樂、流行音樂歌曲、電玩、漫畫）
- (04)家庭體育醫藥（例如：醫療衛生保健、家庭生活、體育、寵物）
- (05)文化藝術類（例如：藝術文化、展覽資訊、設計/繪畫、居家/建築設計、藝術欣賞、表演藝術、文學小說、命理、風水、占卜、宗教、古典音樂、手工藝）
- (06)財務金融類（例如：財經股市、企管行銷）
- (07)知識教育類（例如：科學、知識、資訊科技、公共事務、學術或思想、教學、法令）
- (08)求職
- (88)其他，請說明\_\_\_\_\_
- (97)不知道
- (98)拒答

## G、傳播行為（報紙篇）

**【顯示題】** 接下來將詢問您有關「看紙本報紙」的題目。請注意：

「紙本報紙」是指定期出刊（通常是每天或每週）的紙本印刷讀物，一般會有針對國內、國際、地方新聞的報導，也有體育、娛樂等其他主題的版別。

G1a. 請問您**每週**平均有幾天會看紙本報紙？**【數值可輸入小數點，僅能輸入.5，數值範圍:0-7】**

若為區間請取「中間值」，例如：3~4 天，填「3.5」天。

答案無法填答時（例如：一個月只看 1 天）或沒有每週看，請鍵入 95。

- (00)0 天 **【跳答至 G2 顯示題.】**       (01)\_\_\_\_\_天  
 (95)沒有每週看     (97)不知道     (98)拒答

G1b. 請問您如果有讀紙本報紙的那一天，您一整天大概會看多久？**【時(00-23)；分(00-59)】**

若為區間請取「中間值」，例如：2~3 小時，填「02 (時) 30 (分)」。

若 2 個小時多一點，可填入「02 15」；2 小時多接近 3 小時：可填入「02 45」。

\_\_\_\_\_ 時 \_\_\_\_\_ 分     (97)不知道     (98)拒答

G1c. 請問您經常看哪幾份紙本報紙？（可複選）（提示卡 10）

- |   |   |   |
|---|---|---|
| <input type="checkbox"/> (01)自由時報             | <input type="checkbox"/> (12)臺灣時報（高雄市）    | <input type="checkbox"/> (24)台中時報（臺中市）        |
| <input type="checkbox"/> (02)聯合報              | <input type="checkbox"/> (13)青年日報         | <input type="checkbox"/> (25)巨報(嘉義縣、嘉義市)      |
| <input type="checkbox"/> (03)中國時報             | <input type="checkbox"/> (14)Taipei Times | <input type="checkbox"/> (26)台灣教會公報           |
| <input type="checkbox"/> (04)經濟日報             | <input type="checkbox"/> (15)台灣時報         | <input type="checkbox"/> (27)基督教論壇報           |
| <input type="checkbox"/> (05)工商時報             | <input type="checkbox"/> (16)電子時報         | <input type="checkbox"/> (28)天主教週報            |
| <input type="checkbox"/> (06)更生日報（花蓮、<br>臺東縣） | <input type="checkbox"/> (17)Taiwan News  | <input type="checkbox"/> (29)前鋒招標日報           |
| <input type="checkbox"/> (07)人間福報             | <input type="checkbox"/> (18)東方快報（花蓮縣）    | <input type="checkbox"/> (30)國語週刊             |
| <input type="checkbox"/> (08)大紀元時報            | <input type="checkbox"/> (19)台灣新生報        | <input type="checkbox"/> (31)台灣立報             |
| <input type="checkbox"/> (09)中華日報（臺南<br>市）    | <input type="checkbox"/> (20)China Post   | <input type="checkbox"/> (32)都會時報             |
| <input type="checkbox"/> (10)國語日報             | <input type="checkbox"/> (21)馬祖日報         | <input type="checkbox"/> (33)The Affairs 週刊編集 |
| <input type="checkbox"/> (11)旺報               | <input type="checkbox"/> (22)金門日報         | <input type="checkbox"/> (34)真晨報              |
|   | <input type="checkbox"/> (23)民眾日報（高雄市）    | <input type="checkbox"/> (88)其他，請說明____       |
|   |   | <input type="checkbox"/> (97)不知道              |
|   |   | <input type="checkbox"/> (98)拒答               |

**【顯示題】** 接下來將詢問您有關「看網路新聞」的題目。請注意：

「網路新聞」是指將新聞內容放上網路，不論是文字或影音都算。

1. 文字的包括新聞網站（例：東森新聞網）、手機 app（例：整合網路新聞 app）。
2. 影音的包括上傳在 YouTube 上非直播的電視新聞。

G2a. 請問您**每週**平均有幾天會**上網看新聞**？**【數值可輸入小數點，僅能輸入.5，數值範圍:0-7】****【E1.回答 2 者，不須回答此題】**

若為區間請取「中間值」，例如：3~4 天，填「3.5」天。

答案無法填答時（例如：一個月只看 1 天）或沒有每週看，請鍵入 95。

(00)0 天 **【跳答至 G3】**     (01)\_\_\_\_\_ 天

(95)沒有每週看     (97)不知道     (98)拒答

**【若 G1a.與 G2a.都填 0，請跳答至 H1a.】**

G2b. 請問您如果有**上網看新聞**的那一天，您一整天大概會看多久？**【時(00-23)；分(00-59)】****【E1.回答 2 者，不須回答此題】**

若上網看新聞的時間不一定，則以「發生頻率較高」的時間為依據。

例如有出門跟沒出門看網路新聞的時間不一定，

請回想一週當中是出門的天數多、還是不出門的天數多，

再回想那天的使用時間。

若為區間請取「中間值」，例如：2~3 小時，填「02 (時) 30 (分)」。

若 2 個小時多一點，可填入「02 15」；2 小時多接近 3 小時：可填入「02 45」。

\_\_\_\_\_ 時 \_\_\_\_\_ 分     (97)不知道     (98)拒答

G2c\_1. 請問您經常看哪幾個**網站或平台**的新聞？（可複選）**【E1.回答 2 者，不須回答此題】****【選項隨機出現】****【請將平板電腦交給受訪者，由受訪者自行填答】**

共分為五類網站選項，將分題詢問。

以下為第一類：「社群媒體、入口網站及整合新聞」的選項

括號內只是舉例，若有符合括號內其中一項就可以選。

若都在 YouTube 看新聞，請回想有看哪些頻道的新聞並點選。

若是在臉書上出現什麼新聞、就看什麼新聞，請選「社群媒體」。

<input type="checkbox"/> 社群媒體(例如：臉書、推特)	<input type="checkbox"/> 百度新聞
<input type="checkbox"/> 即時通訊軟體(例如：LINE Today、WeChat 微信)	<input type="checkbox"/> 騰訊新聞網
<input type="checkbox"/> Yahoo!新聞	<input type="checkbox"/> PChome(網路家庭)
<input type="checkbox"/> Microsoft edge 新聞	<input type="checkbox"/> 整合網路新聞 App (例如：台灣電視台支援各大新聞、台灣最新即時新聞)
<input type="checkbox"/> msn(微軟 msn 臺灣新聞)	<input type="checkbox"/> 卡提諾狂新聞
<input type="checkbox"/> Google 新聞	<input type="checkbox"/> (90)以上都沒有
<input type="checkbox"/> BBS(電子佈告欄)	<input type="checkbox"/> (97)不知道
	<input type="checkbox"/> (98)拒答

G2c\_2.請問您經常看哪幾個網站或平台的新聞？（可複選）【請將平板電腦交給受訪者，由受訪者自行填答】

以下為第二類：「電視新聞網站」的選項

【E1.回答2者，不須回答此題】【選項隨機出現】

若都在 YouTube 看新聞，請回想有看哪些頻道的新聞並點選。

<input type="checkbox"/> ETtoday 新聞雲	<input type="checkbox"/> 台視新聞網
<input type="checkbox"/> EBC 東森財經新聞	<input type="checkbox"/> 民視新聞網
<input type="checkbox"/> EBC 東森新聞	<input type="checkbox"/> 華視新聞網
<input type="checkbox"/> CTI 中天快點 TV	<input type="checkbox"/> 公視新聞網
<input type="checkbox"/> 壹新聞 Next TV	<input type="checkbox"/> 年代新聞
<input type="checkbox"/> TVBS 新聞網	<input type="checkbox"/> 非凡新聞
<input type="checkbox"/> 三立新聞網	<input type="checkbox"/> 大愛電視
<input type="checkbox"/> 中視新聞	<input type="checkbox"/> 大紀元新聞網
	<input type="checkbox"/> (90)以上都沒有
	<input type="checkbox"/> (97)不知道
	<input type="checkbox"/> (98)拒答

G2c\_3.請問您經常看哪幾個網站或平台的新聞？（可複選）【請將平板電腦交給受訪者，由受訪者自行填答】

以下為第三類：「電子報網站」的選項

【E1.回答2者，不須回答此題】【選項隨機出現】

<input type="checkbox"/> 聯合新聞網 UDN	<input type="checkbox"/> 天下雜誌每日報
<input type="checkbox"/> 自由時報	<input type="checkbox"/> 立報傳媒
<input type="checkbox"/> 中時新聞網	<input type="checkbox"/> 苦勞網
<input type="checkbox"/> 蘋果新聞網	<input type="checkbox"/> 四方報
<input type="checkbox"/> 經濟日報	<input type="checkbox"/> 臺灣醒報
<input type="checkbox"/> 工商時報	<input type="checkbox"/> 民報
<input type="checkbox"/> Taipei Times 台北時報	<input type="checkbox"/> (90)以上都沒有
	<input type="checkbox"/> (97)不知道
	<input type="checkbox"/> (98)拒答

G2c\_4.請問您經常看哪幾個網站或平台的新聞？（可複選）【請將平板電腦交給受訪者，由受訪者自行填答】

以下為第四類：「獨立媒體及通訊社網站」的選項

【E1.回答2者，不須回答此題】【選項隨機出現】

<input type="checkbox"/> CNA 中央通訊社	<input type="checkbox"/> 地球圖輯隊
<input type="checkbox"/> The News Lens(關鍵評論網)	<input type="checkbox"/> 癮科技 Cool3c
<input type="checkbox"/> 報導者 The Reporter	<input type="checkbox"/> 科技新報 TechNews
<input type="checkbox"/> 公民新聞(PEOPO)	<input type="checkbox"/> iThome
<input type="checkbox"/> PNN 公視新聞議題中心	<input type="checkbox"/> INSIDE
<input type="checkbox"/> 風傳媒	<input type="checkbox"/> 新頭殼 Newtalk

<input type="checkbox"/> 端傳媒	<input type="checkbox"/> 環境資訊電子報
<input type="checkbox"/> 上下游新聞市集	<input type="checkbox"/> 鉅亨新聞網
<input type="checkbox"/> 公民行動影音紀錄資料庫	<input type="checkbox"/> 匯流新聞網 CNEWS
<input type="checkbox"/> NOW news(今日新聞)	<input type="checkbox"/> (90)以上都沒有
	<input type="checkbox"/> (97)不知道
	<input type="checkbox"/> (98)拒答

G2c\_5.請問您經常看哪幾個**網站或平台**的新聞？（可複選）【請將平板電腦交給受訪者，由受訪者自行填答】

以下為第五類：「國際媒體網站」的選項

【E1.回答2者，不須回答此題】【選項隨機出現】

- BBC
- CNN
- NHK
- CBC News
- 華爾街日報
- (90)以上都沒有
- (97)不知道
- (98)拒答

G2c\_6.若您有看一些**其他網站或平台**的新聞，請在下方填入（都沒有請填0）【請將平板電腦交給受訪者，由受訪者自行填答】【E1.回答2者，不須回答此題】

\_\_\_\_\_

G3. 您看紙本報紙、新聞網站，或以 App 看新聞經常看下列哪幾種內容？（可複選）（提示卡 11）

括號內只是舉例，若有符合括號內其中一項就可以選。

- (01)時事新聞類（例如：社會新聞、頭版焦點、地方新聞、國際新聞、氣象、時事評論、政治新聞、交通資訊、大陸新聞）
- (02)生活消費類（例如：觀光旅遊、美食、消費購物）
- (03)綜藝娛樂（例如：影視娛樂、益智競賽）
- (04)家庭體育醫藥（例如：醫療衛生保健、家庭生活、體育新聞）
- (05)文化藝術類（例如：藝術文化、展覽資訊、設計/繪畫、藝術欣賞、表演藝術、命理、風水、占卜、文學小說、宗教）
- (06)財務金融類（例如：財經股市、企管行銷）
- (07)知識教育類（例如：科技新知、教學、政令宣傳）
- (08)求職
- (88) 其他，請說明\_\_\_\_\_
- (97)不知道
- (98)拒答

提示說明：

選項(05)的宗教報紙有：台灣教會公報、人間福報、創價新聞、基督教論壇報、天主教週報、台灣醒報、國度復興報。



## H、傳播行為（人際及通訊篇）

H1a. 您經常會一起討論「個人」的重要問題或分享心事的人，有幾位？【範圍:0-500】

若為區間請取「中間值」後四捨五入，例如：10~15 人，填「13」人。

請填寫整數，若超過 500 人請點選特殊碼 991。

\_\_\_\_\_ 位  (991)超過 500 人  (997)不知道  (998)拒答

**【顯示題】** 接下來將詢問您有關「平常與人接觸和認識程度」的題目。請注意：

1. 「接觸」指的是有一來一往的互動，例如：互相打招呼、聊天。
2. 「認識」指的是彼此知道對方，可以互相認出、叫出對方的稱呼（不一定要知道完整名字，例如：張先生也算）。

但如果只有單方面知道，就不算認識。

H1b\_1. 請問在您**平常一天**固定會接觸的人當中，有多少人是「面對面」接觸？（包括互相點頭、打招呼、講話，對方是認識或不認識的都算）【範圍:0-999】

「平常」指的是週一至週五間「固定」會接觸到的人（例如家人、朋友、同事），沒有固定接觸的不算（例如路人）。

若在服務業、運輸業、零售業等，每天會遇到不同客人，若沒有固定接觸到的就不算。

請填寫整數，若超過 999 人請點選特殊碼 9991。

\_\_\_\_\_ 人 **【回答 0 者，跳答至 H1d\_1.】**

(9991)超過 999 人  (9997)不知道  (9998)拒答

H1b\_2. 請問在您**平常一天**固定會接觸的人當中，大概有多少人是「面對面」接觸？**【H1b\_1 回答 9997 或 9998 者，須回答此題】**

(01) 0 人 **【跳答至 H1d.】**

(02) 1 到 2 人

(03) 3 到 5 人

(04) 6 到 10 人

(05) 11 人以上

(97)不知道 **【跳答至 H1d.】**

(98)拒答 **【跳答至 H1d.】**

H1c. 承上題，這些「面對面」接觸的人裡面，大概有多少是您認識的？（提示卡 12）

(01)幾乎全部都認識

(02)大部分認識

(03)大概一半認識，一半不認識

(04)大部分不認識

(05)幾乎全部都不認識

(97)不知道

(98)拒答

提示說明：

「不認識」但會面對面接觸的對象可能為警衛、公車司機等。

H1d\_1. 請問在您**平常一天**固定會接觸的人當中，有多少人是在「**網路上**」接觸？（例如在臉書、LINE、線上遊戲平台互相傳訊息或貼圖，對方認識或不認識您都算）【E1.回答2者，不須回答此題】【範圍:0-999】

有互相傳訊息或貼圖才算，只在您聯絡清單上但沒有互動就不算。

如果您在 LINE 群組傳訊息，有回應的人才算，沒回應的人不算。

請填寫整數，若超過 999 人請點選特殊碼 9991。

\_\_\_\_\_ 人 【回答 0 者，跳答至 I 顯示題.】

(9991)超過 999 人  (9997)不知道  (9998)拒答

H1d\_2. 請問在您**平常一天**固定會接觸的人當中，大概有多少人是在「**網路上**」接觸？【H1d\_1 回答 9997 或 9998 者，須回答此題】

「**網路上接觸**」指在網路上一來一往互傳訊息或貼圖。

(01) 0 人 【跳答至 II.】

(02) 1 到 5 人

(03) 6 到 10 人

(04) 11 到 20 人

(05) 21 人以上

(97)不知道 【跳答至 II.】

(98)拒答 【跳答至 II.】

H1e. 承上題，這些「**網路上**」接觸的人裡面，大概有多少是您認識的？【E1.回答2者，不須回答此題】（提示卡 12）

「**認識**」指的是彼此知道對方，在現實生活中可以互相認出、叫出對方的稱呼（不一定要知道完整名字，例如：張先生也算）。

但如果只有單方面知道，就不算認識。

(01)幾乎全部都認識

(02)大部分認識

(03)大概一半認識，一半不認識

(04)大部分不認識

(05)幾乎全部都不認識

(97)不知道

(98)拒答

提示說明：

「**不認識**」但有**在網路上接觸的對象可能為網紅**。

H1f. 請問在您**平常一天**固定會接觸的人當中，其中有幾個人，是會「**面對面**」接觸，也會在「**網路上**」接觸？【H1b 或 H1d 回答 0 者、E1.回答 2 者，不須回答此題】【範圍:0-999。超過最大值則填 9991】【提醒您在前面回答「**面對面**」接觸的人有：貼題 H1b\_1 或 H1b\_2 及提醒您在前面回答「**網路上**」接觸的人有：H1d\_1 或 H1d\_2 所選答案】

請填寫整數，若超過 999 人請點選特殊碼 9991。

\_\_\_\_\_ 人  (9991)超過 999 人  (9997)不知道  (9998)拒答

## I、傳播行為（戲劇、電玩篇）

**【顯示題】** 接下來將詢問您有關「看戲劇」的題目。請注意：

1. 「戲劇」是指有故事劇情的節目，例如：鄉土劇、偶像劇、韓劇、日劇、影集、歌仔戲、京劇、卡通、電影等。
2. 不論在電視、網路影音平台（例如：愛奇藝、Netflix 等），或是從網路上下載來看的都算。

I1. 請問您**每週**平均有幾天會看戲劇節目？**【數值可輸入小數點，僅能輸入.5，數值範圍:0-7】**

若沒有固定看戲劇，例如：看到喜歡、有興趣的戲劇才看或追，現在沒看到喜歡的就沒看，請回答最近一週看戲劇的天數。

若為區間請取「中間值」，例如：3~4 天，填「3.5」天。

答案無法填答時（例如：一個月只看 1 天）或沒有每週看，請鍵入 95。

(00)0 天 **【跳答至 I7\_0 顯示題.】**  (01) \_\_\_\_\_ 天

(95)沒有每週看  (97)不知道  (98)拒答

I2. 在您有看戲劇節目的那一天，您一整天大概會看多久？**【時(00-23)；分(00-59)】**

若為區間請取「中間值」，例如：2~3 小時，填「02 (時) 30 (分)」。

若 2 個小時多一點，可填入「02 15」；2 小時多接近 3 小時：可填入「02 45」。

若看劇的時間不一定，則以「發生頻率較高」的時間為依據。

例如：平日跟假日看戲劇的時間不一樣，請依「平日」看的時間為答案。

\_\_\_\_\_ 時 \_\_\_\_\_ 分  (97)不知道  (98)拒答

I3a. 請問您最常看哪些類型的戲劇節目？（可複選）（提示卡 13）

括號內只是舉例，若有符合括號內其中一項就可以選。

- (01)家庭（家庭劇、鄉土）
- (02)古裝（宮廷劇、武俠、穿越劇、歷史劇）
- (03)喜劇
- (04)愛情文藝（愛情文藝、情慾）
- (05)懸疑驚悚（懸疑推理、犯罪、驚悚、靈異、恐怖、復仇）
- (06)職場社會（社會寫實、職場、校園、軍教）
- (07)動作冒險（動作冒險、英雄）
- (08)催淚（溫馨、催淚、悲劇）
- (09)科幻魔法（科幻、奇幻魔法）
- (10)興趣（料理美食、運動、音樂）
- (11)勵志（勵志、傳記）
- (12)醫療戰爭（醫療、戰爭、災難）
- (13)權力鬥爭（權力鬥爭、政治）
- (88)其他，請說明\_\_\_\_\_
- (97)不知道
- (98)拒答

提示說明：

若都固定看某電視頻道的戲劇，請在(88)其他中說明是哪個頻道、哪個時段。

I3b1. 請列出您最近看的三個戲劇節目（至少一個）。【I3a 回答 97 或 98 者，須回答此題】

若不知道劇名，請說明頻道及播出時段。

請先鍵入一個，若還有看其他戲劇請按「確定」後繼續鍵入。

1. \_\_\_\_\_  (97)不知道  (98)拒答

I3b2. 請列出您最近看的三個戲劇節目。【I3b1.有回答者，須回答此題】

若不知道劇名，請說明頻道及播出時段。

若沒有看其他戲劇請選(90)沒有看

2. \_\_\_\_\_  (90)沒有看  (97)不知道  (98)拒答

I3b3. 請列出您最近看的三個戲劇節目。【I3b2.選(90)者，不須回答此題】

3. \_\_\_\_\_  (90)沒有看  (97)不知道  (98)拒答

若不知道劇名，請說明頻道及播出時段。

若沒有看其他戲劇請選(90)沒有看

I4a. 請問您主要透過什麼管道收看戲劇節目？

【提醒您在前面題目回答：貼題 B1.與 B3.所選答案】

(01)電視頻道（例如：民視、台視、中視）【b1=0&b3=0,不能選此答案】

(02)網路影音平台（例如：YouTube、Netflix、愛奇藝、LINE TV 等）【E1.答 2 者，不能選擇此選項；跳答 I5】

(88)其他，請說明\_\_\_\_\_ 【跳答 I5】

(97)不知道 【跳答 I5】

(98)拒答 【跳答 I5】

I4b. 請問是下列哪一種類型的電視頻道？

(01)只有無線電視頻道

(02)有線電視頻道與無線電視頻道

(03)衛星電視

(04)MOD（數位機上盒）

(88) 其他，請說明\_\_\_\_\_

(97)不知道

(98)拒答

I5. 請問您為何會想看戲劇節目？（可複選）（提示卡 14）

(01)因為看戲劇節目很享受

(09)可以從戲劇中知道別人如何過生活

(02)可以讓人開心

(10)可以從戲劇中瞭解各行各業

(03)可以讓人放鬆

(11)可以從戲劇中知道歷史故事

(04)可以打發時間

(12)因為看戲劇時會覺得好像有人陪伴

(05)因為無聊沒事做

(13)因為喜歡裡面的演員

(06)可以暫時拋開生活壓力

(14)可以跟朋友討論戲劇的內容

(07)可以從戲劇中瞭解人生的意義

(15)怕大家在討論某些戲劇時不知道他們在講什麼

- (08) 可以從戲劇中探索關係（親情、友情、愛情）的意義
- (16) 習慣
- (88) 其他，請說明\_\_\_\_\_
- (97) 不知道  (98) 拒答

I6. 請問您同不同意下列說法？（提示卡 15）

		非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意	(97)不知道	(98)拒答
(01)	您心裡常常想著沒看完的戲劇節目後面結局會是如何。	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(02)	您花在看戲劇節目的時間經常超過自己預計的時間。	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(03)	您一看戲劇節目，就停不下來。	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(04)	您喜歡看一齣戲是因為它具啟發性。	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(05)	您喜歡看一齣戲是因為它很有娛樂性。	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**【顯示題】** 接下來將詢問您有關「玩電玩遊戲」的題目。請注意：

「電玩遊戲」是指要用電腦、手機、平板或遊戲機才可以玩的遊戲，不論需不需要連上網路都算。

I7. 請問您**每週**大約會玩幾個小時的電玩遊戲（包含：手機、電腦、Facebook 臉書、大型多人線上角色扮演遊戲及電動、掌上型遊戲機（例如：Switch）、VR 虛擬實境（需配戴頭戴顯示器）、AR 擴增實境（例如：寶可夢 Pokemon Go！））？**【數值可輸入小數點，僅能輸入.5，數值範圍:0-140】**

只算真正有在玩遊戲的時間，若眼睛沒有看螢幕就不算（例如：只是掛著但沒在玩）。

若玩電玩遊戲時間不一定（例如：工作忙碌時，玩電玩遊戲的時間比較少），

請回答「最近一週」玩電玩遊戲的時數。

若為區間請取「中間值」，例如：2~3 時，填「2.5」時。

- (00) 0 時  (01) \_\_\_\_\_ 時  (997) 不知道  (998) 拒答

提示說明：「數獨」是用手機、平板、電腦等裝置玩的話才算電玩遊戲。

## J、媒體評價

接下來將詢問您關於媒體的問題，請您依實際行為回答下列問題。

J1. 請問當您想要**放鬆或消遣**的時候，您會優先使用下列哪種媒體？（單選）（提示卡 16）

**【提醒您前面題目回答】：**

星期一至星期五您有看電視 B1 天；星期六至星期日您有看電視 B3 天。

您有看報紙的天數是 G1a 天。

您有聽廣播的天數是 C1 天。

您有看雜誌的天數是 F1a 天。

您 E1 用網路。

- (01) 電視 **【B1.與 B3.答 0 者，不能選擇此選項】**
- (02) 報紙（紙本） **【G1a.答 0 者，不能選擇此選項】**
- (03) 廣播 **【C1. 答 0 者，不能選擇此選項】**
- (04) 雜誌（紙本） **【F1a.答 0 者，不能選擇此選項】**
- (05) 網路（包括手機、電腦、平板上網） **【E1.答 2 者，不能選擇此選項】**
- (88) 其他，請說明 \_\_\_\_\_
- (90) 都不會
- (97) 不知道
- (98) 拒答

提示說明：

1. 若依情況不同，則以「較頻繁」或「時間較長」為選擇依據。
2. 若覺得這些媒體都沒差別，可在(88)填答「沒差別」。
3. 若沒有使用任何上面選項列出的媒體，也回答不出其他媒體，請選「(90)都不會」。

J2. 請問您想要**得到當下最新消息**時，您會優先使用以下哪一個媒體？（單選）（提示卡 16）

**【提醒您前面題目回答】：**

星期一至星期五您有看電視 B1 天；星期六至星期日您有看電視 B3 天。

您有看報紙的天數是 G1a 天。

您有聽廣播的天數是 C1 天。

您有看雜誌的天數是 F1a 天。

您 E1 用網路。

- (01) 電視 **【B1.與 B3.答 0 者，不能選擇此選項】**
- (02) 報紙（紙本） **【G1a.答 0 者，不能選擇此選項】**
- (03) 廣播 **【C1. 答 0 者，不能選擇此選項】**
- (04) 雜誌（紙本） **【F1a.答 0 者，不能選擇此選項】**
- (05) 網路（包括手機、電腦、平板上網） **【E1.答 2 者，不能選擇此選項】**
- (88) 其他，請說明 \_\_\_\_\_
- (90) 都不會
- (97) 不知道
- (98) 拒答

提示說明：

1. 若依情況不同，則以「較頻繁」或「時間較長」為選擇依據。

2. 若覺得這些媒體都沒差別，可在(88)填答「沒差別」。
3. 若沒有使用上面選項列出的媒體，也回答不出其他媒體，請選「(90)都不會」。
- J3. 請問在下列這些媒體中，哪一個是您最信賴的消息來源？（單選）（提示卡 16）  
 「最信賴的消息來源」指的是您覺得從這個來源獲得的新聞、資訊等是最能相信的。
- (01)電視
- (02)報紙（紙本）
- (03)廣播
- (04)雜誌（紙本）
- (05)網路（包括手機、電腦、平板上網）
- (88) 其他，請說明\_\_\_\_\_
- (91)沒有可以相信的
- (97)不知道
- (98)拒答

提示說明：

1. 若覺得這些媒體都沒差別，請在「(88)其他」填答「沒差別」。
2. 若覺得選項列出的媒體都不可信賴，請選「(91)沒有可以相信的」。

- J4. 如果 0 分代表最不可以相信，100 分代表最可以相信，60 分代表及格，請您對下列台灣媒體所報導新聞的整體表現給一個分數。（這題請就您的一般印象來評分，沒有在使用沒關係，沒有標準答案。）（提示卡 17）
- (1) 電視新聞可信度有幾分？\_\_\_\_\_分  (997)不知道  (998)拒答
- (2) 報紙（紙本）新聞可信度有幾分？\_\_\_\_\_分  (997)不知道  (998)拒答
- (3) 廣播新聞可信度有幾分？\_\_\_\_\_分  (997)不知道  (998)拒答
- (4) 雜誌（紙本）新聞可信度有幾分？\_\_\_\_\_分  (997)不知道  (998)拒答
- (5) 網路新聞可信度有幾分？\_\_\_\_\_分  (997)不知道  (998)拒答

提示說明：

1. 若覺得不同家報紙、不同台電視新聞的可信度不同，請就整體感覺來評分。
2. 請先就一般印象評分，若真的無法回答再鍵入「(997)不知道」。

- J5. 請試著回想您上週看新聞的狀況，下列哪些是您碰到的情形？（可複選）（提示卡 18）
- (01)錯誤的新聞
- (02)偏頗（指不公正的偏袒其中一方）的新聞
- (03)政治或商業力（企業）介入的新聞
- (04)報導看起來像新聞，但實際卻是廣告
- (05)嘲諷式（酸人）的新聞
- (06)上週或平常沒有在看新聞
- (90)都沒有碰到上述情形
- (97)不知道
- (98)拒答

**【顯示題】** 接下來將詢問您有關「假新聞」的題目。請注意：

1. 您可能聽過，最近有許多被捏造的新聞（又稱假新聞或假消息）被傳來傳去。
2. 「假新聞」指的是有人刻意虛構、故意流傳的錯誤新聞或消息，要來誤導大眾。

請問下面這些關於假新聞（或假消息）問題，您的看法為何？

J6a. 您覺得假新聞在您生活中有多普遍？（提示卡 19）

- (01)非常不普遍    (02)不普遍    (03)普通    (04)普遍    (05)非常普遍  
 (97)不知道    (98)拒答

J6b. 您覺得假新聞造成的影響有多嚴重？（提示卡 20）

- (01)非常不嚴重    (02)不嚴重    (03)普通    (04)嚴重    (05)非常嚴重  
 (97)不知道    (98)拒答

J6c. 您覺得您可不可能受到假新聞影響？（提示卡 21）

- (01)非常不可能    (02)不可能    (03)普通    (04)可能    (05)非常可能  
 (97)不知道    (98)拒答

J7. 您認為下列哪些人或單位，在防範假新聞流傳的工作上需負起責任？（可複選）（提示卡 22）

- (01)撰寫或發佈假新聞的人（例如：支持特定政黨的人）  
 (02)記者  
 (03)傳播媒體（例如：電視、報紙、網路等）  
 (04)一般社會大眾  
 (05)社群媒體平台（例如：臉書Facebook）  
 (06)政府相關官員  
 (07)網路搜尋引擎公司（例如：谷歌Google）  
 (08)沒有人或單位需要負責【與選項01.-.07.互斥】  
 (88) 其他，請說明\_\_\_\_\_
- (97)不知道  
 (98)拒答

J8a. 媒體上經常流傳許多假新聞（或稱假消息），您覺得這會對社會造成什麼樣的影響？（可複選）（提示卡 23）

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> (01)造成政治對立       | <input type="checkbox"/> (06)造成社會恐慌、混亂              |
| <input type="checkbox"/> (02)造成社會對立       | <input type="checkbox"/> (07)讓社會充斥不正確資訊             |
| <input type="checkbox"/> (03)提高社會成本       | <input type="checkbox"/> (08)讓有心人士容易操作輿論            |
| <input type="checkbox"/> (04)影響選舉結果       | <input type="checkbox"/> (09)產生網路霸凌等負面影響            |
| <input type="checkbox"/> (05)政府政策推行受阻礙    | <input type="checkbox"/> (10)沒有任何影響【與選項 01.-.09.互斥】 |
| <input type="checkbox"/> (88) 其他，請說明_____ |   |
| <input type="checkbox"/> (97)不知道          | <input type="checkbox"/> (98)拒答                     |

提示說明：

選項(03)的社會成本指的是整個社會因為一些人的錯誤而付出很大的代價。  
 民眾若被假新聞誤導，會浪費很多不必要的人力與資源，來彌補這個錯誤。



J8b. 媒體上經常流傳許多假新聞（或稱假消息），您覺得這會對**民眾**造成什麼樣的影響？（可複選）（提示卡 24）

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> (01)誤導民眾         | <input type="checkbox"/> (05)讓民眾無法分辨資訊正確與否          |
| <input type="checkbox"/> (02)扭曲民眾的價值觀     | <input type="checkbox"/> (06)讓民眾對社會的信任降低            |
| <input type="checkbox"/> (03)浪費民眾時間       | <input type="checkbox"/> (07)讓民眾成為誤傳訊息的人            |
| <input type="checkbox"/> (04)讓民眾對公共事務冷漠   | <input type="checkbox"/> (08)沒有任何影響【與選項 01.-.07.互斥】 |
| <input type="checkbox"/> (88) 其他，請說明_____ |   |
| <input type="checkbox"/> (97)不知道          | <input type="checkbox"/> (98)拒答                     |

J9. 媒體上經常流傳許多假新聞（或稱假消息），您覺得這會對您**自己**造成什麼樣的影響？（可複選）（提示卡 25）

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> (01)誤導自己         | <input type="checkbox"/> (05)讓我無法分辨資訊正確與否           |
| <input type="checkbox"/> (02)扭曲我的價值觀      | <input type="checkbox"/> (06)讓我對社會的信任降低             |
| <input type="checkbox"/> (03)浪費我的時間       | <input type="checkbox"/> (07)讓我成為誤傳訊息的人             |
| <input type="checkbox"/> (04)讓我對公共事務冷漠    | <input type="checkbox"/> (08)沒有任何影響【與選項 01.-.07.互斥】 |
| <input type="checkbox"/> (88) 其他，請說明_____ |   |
| <input type="checkbox"/> (97)不知道          | <input type="checkbox"/> (98)拒答                     |

J10. 您會透過下列哪些方式來確認您接觸到的新聞是不是假新聞？（可複選）（提示卡 26）

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> (01)依自己的知識、經驗等判斷   | <input type="checkbox"/> (05)參考那則新聞下方的留言<br>【E1.答 2 者，不能選擇此選項】                             |
| <input type="checkbox"/> (02)不會輕易相信，保持觀望    | <input type="checkbox"/> (06)使用「事實查核機制」（例如：「台灣事實查核中心」、「美玉媛」等事實查核單位。）<br>【E1.答 2 者，不能選擇此選項】 |
| <input type="checkbox"/> (03)與親朋好友討論        | <input type="checkbox"/> (07)搜尋那則新聞的相關訊息<br>【E1.答 2 者，不能選擇此選項】                             |
| <input type="checkbox"/> (04)聽取專業人士對那則新聞的判斷 | <input type="checkbox"/> (08)搜尋是否有澄清那則新聞的相關資訊<br>【E1.答 2 者，不能選擇此選項】                        |
| <input type="checkbox"/> (88) 其他，請說明_____   |  |
| <input type="checkbox"/> (97)不知道            | <input type="checkbox"/> (98)拒答  |

提示說明：

事實查核機制（Fact-Checking）指的是透過第三方組織，依照國際標準，對可疑的訊息進行查核，查核後會公告該訊息的真假，來抑制假新聞和錯誤訊息的傳播。

J11a. 您過去有沒有遇到過假新聞？

- |  |
|--|
| <input type="checkbox"/> (01)有遇到過假新聞                     |
| <input type="checkbox"/> (02)從未遇過假新聞【跳答至 J12_0 顯示題.】     |
| <input type="checkbox"/> (03)不知道有沒有遇過假新聞【跳答至 J12_0 顯示題.】 |
| <input type="checkbox"/> (98)拒答                          |

J11b. 遇到假新聞，您會如何處理？（可複選）（提示卡 27）

- (01)就算知道是假新聞，也不會做任何事
- (02)不會再看該則新聞
- (03)不會再看該新聞來源的報導
- (04)在留言區舉發該則新聞為假新聞【E1.答 2 者，不能選擇此選項】
- (05)分享澄清該則新聞的貼文【E1.答 2 者，不能選擇此選項】
- (06)連絡發佈假新聞的人，請他們刪除該新聞
- (07)提醒親友該則新聞為假新聞
- (08)與親友討論該則新聞
- (88) 其他，請說明\_\_\_\_\_
- (97)不知道
- (98)拒答

**【J12\_0 顯示題】** 接下來將詢問您有關「網路訊息」的題目。請注意：

「網路訊息」指的是在網站、LINE、FB、YouTube 等網路平台上收到的訊息，  
例如：在 LINE 收到的新聞或短文，內容可能包含時事、優惠、新知、趣聞等。

J12. 下列關於當您在網路上看到或收到訊息時的反應，請問您的同意程度為何？（提示卡 28）【E1. 回答 2 者，不需回答此題組】

		非常 不同意	不同意	普通	同意	非常 同意	(97) 不知道	(98) 拒答
(01)	您會注意這些訊息有沒有清楚標註來源（包含媒體、政府組織、網紅等）。	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(02)	您會思考這些訊息有沒有證據支持。	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

提示說明：

1. (02)「有證據支持」指的是有提供統計數字或圖表、專家說明解釋、可信任的來源等。

**K、新媒體使用行為（即時通訊軟體、社群媒體及影音平台）【E1.回答2者，不需回答此題組，直接跳至 LA1.】**

K1a. 請問您**最近一個月**有沒有使用下列**即時通訊軟體**（不論是透過手機、平板或電腦都算，要使用APP或網頁版才算）？（可複選）（提示卡 29）

<input type="checkbox"/> (01) LINE 	<input type="checkbox"/> (05) Hangouts 
<input type="checkbox"/> (02) FB Messenger (臉書聊天室) 	<input type="checkbox"/> (06) Skype 
<input type="checkbox"/> (03) 微信 Wechat 	<input type="checkbox"/> (07) Facetime 
<input type="checkbox"/> (04) WhatsApp 	<input type="checkbox"/> (08) Telegram 
	<input type="checkbox"/> (88) 其他，請說明_____
	<input type="checkbox"/> (90)都沒有
	<input type="checkbox"/> (97)不知道
	<input type="checkbox"/> (98)拒答

提示說明：










「即時通訊軟體」指的是

可用來與人聯絡或聊天（非公開、私下）、互傳訊息（文字、圖片、語音）或視訊等軟體。例如：LINE、FB 聊天室等。

K1b. 請問您**最近一個月**有沒有使用下列**社群媒體**？（可複選）（提示卡 30）

若只是在 LINE、FB、IG 上看到標註抖音（TikTok）的影片，不算有使用，有用抖音 APP 或在網頁版上觀看才算有使用。

不論是透過手機、平板或電腦使用社群媒體都算。








<input type="checkbox"/> (01)臉書 (Facebook) 	<input type="checkbox"/> (05)微博 
<input type="checkbox"/> (02)Instagram 	<input type="checkbox"/> (06)噗浪 (Plurk) 
<input type="checkbox"/> (03)推特 (Twitter) 	<input type="checkbox"/> (07)抖音 (TikTok) 
<input type="checkbox"/> (04)LinkedIn 	<input type="checkbox"/> (08) Dcard 
	<input type="checkbox"/> (09) PTT 
	<input type="checkbox"/> (88) 其他，請說明_____
	<input type="checkbox"/> (90)都沒有
	<input type="checkbox"/> (97)不知道
	<input type="checkbox"/> (98)拒答

提示說明：

「社群媒體」指的是  
提供多種讓用戶互動的方式（公開），  
像是看朋友的動態、自己 Po 文、按讚、留言等平台。  
例如：臉書、Instagram 等。

K1c. 請問您**最近一個月**有沒有使用下列**影音平台**？（可複選）（提示卡 31）

若是在 LINE 上看到 YouTube 影片，有點開 YouTube 網頁或 APP 才算有使用。  
不論是透過手機、平板或電腦使用影音平台都算。

<input type="checkbox"/> (01)YouTube 	<input type="checkbox"/> (05)LINE TV 
<input type="checkbox"/> (02)愛奇藝 	<input type="checkbox"/> (06)Li TV 
<input type="checkbox"/> (03)Netflix 網飛 	<input type="checkbox"/> (07)Twitch 
<input type="checkbox"/> (04)KKTV 	<input type="checkbox"/> (88)其他，請說明____
	<input type="checkbox"/> (90)都沒有
	<input type="checkbox"/> (97)不知道
	<input type="checkbox"/> (98)拒答

**【K1b.沒回答(01)者，跳至 K3a.】**

K2a. 請問您大約**每週**有幾天使用臉書（Facebook）？【數值可輸入小數點，僅能輸入.5，數值範圍:0.5-7】

若為區間請取「中間值」，例如：3~4 天，填「3.5」天。

答案無法填答時（例如：一個月只看 1 天）或沒有每週用，請鍵入 95。

- (01)\_\_\_\_\_天  
 (95)沒有每週用  (97)不知道  (98)拒答

K2b. 請問在您有使用臉書（Facebook）的那一天，您一整天大概使用多久（真的有在用臉書的時間）？【時(00-23)；分(00-59)】

若為區間請取「中間值」，例如：2~3 小時，填「02 (時) 30 (分)」。

若 2 個小時多一點，可填入「02 15」；2 小時多接近 3 小時：可填入「02 45」。

若用臉書的時間不一定，則以「發生頻率較高」的時間為依據。

例如：平日跟假日用臉書的時間不一樣，請依「平日」看的時間為答案。

若使用時間很分散，只要有空就會用，請盡量回想在什麼場合會用臉書，  
如：通勤、睡前等，將這些時間進行加總。

\_\_\_\_\_ 時 \_\_\_\_\_ 分  (97)不知道  (98)拒答

**【K1b.沒回答(02)者，跳至 K4a.】**

K3a. 請問您大約**每週**有幾天使用 Instagram（IG）？【數值可輸入小數點，僅能輸入.5，數值範圍:0.5-7】

若為區間請取「中間值」，例如：3~4 天，填「3.5」天。

答案無法填答時（例如：一個月只看 1 天）或沒有每週用，請鍵入 95。

(01) \_\_\_\_\_ 天

(95)沒有每週用  (97)不知道  (98)拒答

K3b. 請問在您有使用 Instagram (IG) 的那一天，您一整天大概使用多久（真的有在用 Instagram (IG) 的時間）？【時(00-23)；分(00-59)】

若為區間請取「中間值」，例如：2~3 小時，填「02 (時) 30 (分)」。

若 2 個小時多一點，可填入「02 15」；2 小時多接近 3 小時：可填入「02 45」。

若用 IG 的時間不一定，則以「發生頻率較高」的時間為依據。

平日跟假日用 IG 的時間不一樣，請依「平日」看的時間為答案。

若使用時間很分散，只要有空就會用，請您盡量回想在什麼場合會用 IG，如：通勤、睡前等，將這些時間進行加總。

\_\_\_\_\_ 時 \_\_\_\_\_ 分  (97)不知道  (98)拒答

**【K1a.沒回答(01)者，跳至 K8a.】**

K4a. 請問您大約每週有幾天使用 LINE？【數值可輸入小數點，僅能輸入.5，數值範圍:0.5-7】

用 LINE 包含與親友傳訊息、通話、看 LINE today 新聞、用 LINE 購物等。

若為區間請取「中間值」，例如：3~4 天，填「3.5」天。

答案無法填答時（例如：一個月只用 1 天）或沒有每週用，請鍵入 95。

(01) \_\_\_\_\_ 天

(95)沒有每週用  (97)不知道  (98)拒答

K4b. 請問在您有使用 LINE 的那一天，您一整天大概使用多久（真的有在用 LINE 傳訊息、通話、看 LINE Today 的時間）？【時(00-23)；分(00-59)】

平日跟假日用 LINE 的時間不一定，則以「發生頻率較高」的時間為依據。

若使用時間很分散，只要有空就會用，請您盡量回想在什麼場合會用 LINE，如：通勤、睡前等，將這些時間進行加總。

若為區間請取「中間值」，例如：2~3 小時，填「02 (時) 30 (分)」。

若 2 個小時多一點，可填入「02 15」；2 小時多接近 3 小時：可填入「02 45」。

\_\_\_\_\_ 時 \_\_\_\_\_ 分  (97)不知道  (98)拒答

K4c. 請問下面哪些是您使用 LINE 主要的原因或動機（可複選）？（提示卡 32）

(01)聯絡事情

(02)維持與親友之間的關係

(03)交新朋友

(04)與朋友分享心情

(05)與朋友分享生活點滴

(06)怕漏掉親友間發生的事情或話題

(07)查看一些您有興趣的人的動態資訊

(08)接觸有興趣的事物

- (09)工作（有支薪）或課業所需
- (10)獲得新資訊
- (11)學習新事物
- (12)記錄生活點滴（例如：旅遊、食物、健身等拍照上傳）
- (13)分享時事或發表個人評論展現您個人特色
- (14)逃避學校或工作（有支薪）的事情
- (15)打發時間
- (16)娛樂
- (17)習慣
- (88) 其他，請說明\_\_\_\_\_
- (97)不知道
- (98)拒答

K4d. 請問您平常會在 LINE 上做什麼（可複選）？（提示卡 33）

- (01)傳文字訊息給別人
- (02)傳語音訊息給別人
- (03)使用免費通話功能（講電話）
- (04)傳送貼圖或表情符號（emoji）
- (05)傳送照片
- (06)傳送影片
- (07)傳送位置訊息
- (08)瀏覽他人傳來的訊息
- (09)瀏覽他人傳來的圖文（包含梗圖、長輩圖等）
- (10)轉傳或分享圖文給別人（包含梗圖、長輩圖等）
- (11)瀏覽新聞頁面（LINE Today）
- (12)使用 LINE Pay（用 LINE 付錢）
- (13)購買貼圖及主題
- (88) 其他，請說明\_\_\_\_\_
- (97)不知道
- (98)拒答

K4e. 請問您使用 LINE 之後，會不會有下列感受？（可複選）（提示卡 34）

- (01)可以很方便地與朋友、家人聯絡
- (02)看轉傳的訊息（例如：笑話、影片、心靈小品）是一種生活樂趣
- (03)可以很方便地獲得新聞資訊
- (04)可以了解群組中朋友、家人的動態或近況
- (05)可以增加您參加活動的機會（例如：朋友聚會、爬山郊遊）
- (06)看到新訊息，沒有馬上回應朋友或家人（已讀不回），會造成他們的誤會
- (07)大家轉傳的訊息很煩人（例如：早安圖、笑話、健康資訊、勸世文）
- (08)用 LINE 很花時間
- (09)群組中常有一些無關緊要的訊息
- (10)群組有太多活動邀約讓您很困擾

(88) 其他，請說明\_\_\_\_\_

(97) 不知道

(98) 拒答

K5a. 請問您常不常透過 LINE 跟家人或熟識的朋友聯絡（例如傳訊息、照片、影片、或傳貼圖等）？（提示卡 35）

(01) 從來沒有 【K5a. 回答(01)者，跳至 K6a.】

(02) 很少

(03) 有時

(04) 經常（例如：每天都會聯絡）

(97) 不知道

(98) 拒答

K5b. 那這些您平常會透過 LINE 聯絡的家人或熟識的朋友當中，有沒有人除了用 LINE，還會用其他方式跟您聯絡（其他方式例如用電話、Email、臉書、Skype、Wechat 微信與面對面等）？有多少人？（提示卡 36）

(01) 全部都沒有

(02) 少數的人有

(03) 一半的人有

(04) 大多數的人有

(05) 全部都有

(97) 不知道

(98) 拒答

K6a. 請問您常不常透過 LINE 跟普通朋友或點頭之交聯絡？（提示卡 37）

普通朋友或點頭之交就像是不熟的同事或鄰居。

用 LINE 聯絡，例如：傳訊息、照片、影片、或傳貼圖等。

(01) 從來沒有 【K6a. 回答(01)者，跳至 K7.；K5a. 及 K6a. 皆回答(01)者，跳至 K8a.】

(02) 很少

(03) 有時

(04) 經常（例如：每天都會聯絡）

(97) 不知道

(98) 拒答

K6b. 那這些您平常會透過 LINE 聯絡的普通朋友或點頭之交當中，有沒有人除了用 LINE，還會用其他方式跟您聯絡？有多少人？（提示卡 38）

其他方式指的是電話、Email、臉書等，不是用 LINE 的方式。

普通朋友或點頭之交就像是不熟的同事或鄰居。

(01) 全部都沒有

(02) 少數的人有

(03) 一半的人有

(04) 大多數的人有

- (05)全部都有  
 (97)不知道  
 (98)拒答

K7. 請問您認為您剛才提到在 LINE 上有聯絡的人，包含家人、熟識的朋友、普通朋友或點頭之交等，互相認識彼此嗎？（提示卡 39）

「認識」指的是彼此知道對方是誰，可以互相認出及叫出對方的稱呼（不一定要知道完整名字，例如：張先生）。

- (01)他們沒有任何人彼此認識  
 (02)少數的人彼此認識  
 (03)一些人彼此認識  
 (04)大多數的人彼此認識  
 (05)幾乎所有人彼此認識  
 (97)不知道  
 (98)拒答

**【K1c.沒回答(01)者，跳至 K9a.】**

K8a. 請問您大約每週有幾天使用 YouTube？【數值可輸入小數點，僅能輸入.5，數值範圍:0.5-7】

若沒有固定看 YouTube（例如：看到喜歡、有興趣的影片才會看），

請回想「最近一週」看 YouTube 的天數。

若為區間請取「中間值」，例如：3~4 天，填「3.5」天。

答案無法填答時（例如：一個月只用 1 天）或沒有每週用，請鍵入 95。

- (01)\_\_\_\_\_天  
 (95)沒有每週用  (97)不知道  (98)拒答

K8b. 請問在您有使用 YouTube 的那一天，您一整天大概使用多久（真的有在看 YouTube 的時間）？【時(00-23)；分(00-59)】

若用 YouTube 的時間不一定，則以「發生頻率較高」的時間為依據。

例如：平日跟假日用 YouTube 的時間不同，請依「平日」用的時間為答案。

若用的時間很分散，只要有空就會用，請您盡量回想在什麼場合會用 YouTube，例如：通勤、睡前等，將這些時間進行加總。

若為區間請取「中間值」，例如：2~3 小時，填「02 (時) 30 (分)」。

若 2 個小時多一點，可填入「02 15」；2 小時多接近 3 小時：可填入「02 45」。

\_\_\_\_\_ 時 \_\_\_\_\_ 分  (97)不知道  (98)拒答

K8c. 請問下面哪些是您使用 YouTube 主要的原因或動機（可複選）？（提示卡 40）

- (01)讓您和別人比較有話題  
 (02)接觸想法和興趣相同的網友  
 (03)提供其他人資訊  
 (04)接觸有興趣的事物



- (05)獲得新資訊
- (06)學習新事物（如跳舞、唱歌、料理）
- (07)學習專業性知識（如統計、開放式課程）
- (08)讓您知道現在社會上發生什麼事
- (09)獲得商品資訊
- (10)了解政治議題
- (11)了解新聞時事
- (12)發現現在的流行趨勢
- (13)經營或管理自己的頻道展現個人特色
- (14)逃避學校或工作（有支薪）的事情
- (15)打發時間
- (16)娛樂
- (17)習慣
- (88) 其他，請說明\_\_\_\_\_
- (97)不知道
- (98)拒答

K8d. 請問您平常會在 YouTube 上做什麼（可複選）？（提示卡 41）

- (01)上傳自己製作的影片
- (02)在影片下方留言
- (03)看直播時在聊天室和別人（包含直播主與網友）互動
- (04)看直播（例如：遊戲實況、演唱會等）
- (05)瀏覽自動推薦的影片（例如：沒有主動搜尋，但 YouTube 會依照您的喜好列出建議觀看的影片，吸引您看更多影片）
- (06)看影片
- (07)瀏覽發燒影片（例如：YouTube 的發燒影片特區中會排序列出近期最熱門的影片）
- (08)看別人在影片下方的留言
- (09)觀看追蹤頻道推出的影片
- (10)訂閱有興趣的頻道
- (11)建立播放清單（含公開和不公開）
- (88) 其他，請說明\_\_\_\_\_
- (97)不知道
- (98)拒答

K8e. 請問您平常會在 YouTube 上看什麼內容？（可複選）（提示卡 42）

- |  |  |   |
|--|--|---|
| <input type="checkbox"/> (01)網紅影片                        | <input type="checkbox"/> (14)趣味模仿（如：抖肩舞） | <input type="checkbox"/> (27)政論節目       |
| <input type="checkbox"/> (02)遊戲影片（包含遊戲實況、看 YouTuber 玩遊戲） | <input type="checkbox"/> (15)綜藝節目        | <input type="checkbox"/> (28)現場直播頒獎典禮   |
| <input type="checkbox"/> (03)動漫                          | <input type="checkbox"/> (16)影集          | <input type="checkbox"/> (29)紀錄片        |
| <input type="checkbox"/> (04)搞笑影片                        | <input type="checkbox"/> (17)舞蹈          | <input type="checkbox"/> (30)成人性愛（色情網站） |
| <input type="checkbox"/> (05)商品、美食開箱或介紹                  | <input type="checkbox"/> (18)現場直播演唱會     | <input type="checkbox"/> (31)最新科技       |

- |   |                                   |  |
|---|-----------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> (06)旅遊                           | <input type="checkbox"/> (19)記者會  | <input type="checkbox"/> (32)經驗分享類 (如：TED) |
| <input type="checkbox"/> (07)主題教學 (如：手帳、手工藝、做菜、樂器學習、軟體學習) | <input type="checkbox"/> (20)音樂會  | <input type="checkbox"/> (33)美容美妝          |
| <input type="checkbox"/> (08)語言教學                         | <input type="checkbox"/> (21)音樂劇  | <input type="checkbox"/> (34)時尚            |
| <input type="checkbox"/> (09)音樂(包含 MV)                    | <input type="checkbox"/> (22)翻唱   | <input type="checkbox"/> (35)醫療保健          |
| <input type="checkbox"/> (10)電影                           | <input type="checkbox"/> (23)運動賽事 | <input type="checkbox"/> (36)廣告            |
| <input type="checkbox"/> (11)微電影                          | <input type="checkbox"/> (24)動物   | <input type="checkbox"/> (37)粉絲、歌友記者會      |
| <input type="checkbox"/> (12)偶像劇                          | <input type="checkbox"/> (25)家庭影片 | <input type="checkbox"/> (88) 其他，請說明：      |
| <input type="checkbox"/> (13)卡通                           | <input type="checkbox"/> (26)新聞節目 | <input type="checkbox"/> (97)不知道           |
|   |                                   | <input type="checkbox"/> (98)拒答            |

提示說明：

1. (01)網紅影片是指特地追網紅、看他拍攝的影片 (例如：某網紅每週五晚上會上新影片，就會特地週五晚上留時間收看)，網紅影片可能會涵蓋很多類型的影片，可以複選。
2. 內容類型請依自己認定為主。
3. 若無法分類，請回想您最常觀看的 YouTube 頻道，並在其他欄位中說明。

K8f. 請問您常不常分享或轉寄網路影音/影片？ (提示卡 43)

- (01)從來沒有 **【跳答至 K8h.】**
- (02)很少
- (03)有時
- (04)經常
- (97)不知道
- (98)拒答

K8g. 請問您會轉貼/轉寄或與他人分享什麼影音內容？ (可複選) (提示卡 44)

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> (01)讓人生氣的        | <input type="checkbox"/> (07)有用的            |
| <input type="checkbox"/> (02)讓人開心的        | <input type="checkbox"/> (08)讓人覺得美的         |
| <input type="checkbox"/> (03)讓人覺得好笑的      | <input type="checkbox"/> (09)奇聞軼事 (關於新奇的事物) |
| <input type="checkbox"/> (04)讓人感動的        | <input type="checkbox"/> (10)關於驚悚的事物        |
| <input type="checkbox"/> (05)有創意的         | <input type="checkbox"/> (11)偶像相關影片         |
| <input type="checkbox"/> (06)發人深省的        | <input type="checkbox"/> (12)關於帥哥、美女的影片     |
| <input type="checkbox"/> (88) 其他，請說明_____ |   |
| <input type="checkbox"/> (97)不知道          |   |
| <input type="checkbox"/> (98)拒答           |   |

K8h. 請問您常不常上傳自己製作的影音/影片到 YouTube 與他人分享？ (提示卡 45)

- (01)從來沒有 **【跳答至 K9a.】**

- (02)很少
- (03)有時
- (04)經常
- (97)不知道
- (98)拒答

K8i. 請問您會上傳什麼自己製作的內容至 YouTube？（可複選）（提示卡 46）

- (01)搞笑影片
- (02)現場活動
- (03)居家影片
- (04)旅遊
- (05)聚會
- (06)惡搞影片
- (07)趣味模仿
- (08)現場音樂會
- (09)動物影片
- (10)翻唱影片
- (11)行車紀錄影片
- (12)偶像相關影片
- (13)特定興趣主題影片（例如：遊戲實況、遊戲破關影片、歌唱舞蹈影片、鐵路影片）
- (88) 其他，請說明\_\_\_\_\_
- (97)不知道
- (98)拒答

K9a. 請問您有沒有透過網路蒐尋、瀏覽、點閱或觀看和「政治與公共事務」有關的新聞、訊息或影片？【E1.回答 2 者，不需回答此題】

- (01)有
- (02)沒有 【跳答至 K10a.】
- (97)不知道
- (98)拒答

K9b. 請問您常不常透過下列平台在網路上蒐尋、瀏覽、點閱或觀看和「政治與公共事務」有關的新聞、訊息或影片？（提示卡 47）【E1.回答 2 者，不需回答此題】

		從來沒有	很少	有時	經常	(97)不知道	(98)拒答
(01)	社群媒體（如：臉書、Instagram、推特等）？	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(02)	影音平台（如：YouTube、優酷、抖音等）？	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(03)	通訊軟體（如：LINE、Skype、FB messenger 等）？	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(04)	新聞網站（如：ETtoday 新聞雲、聯合新聞網等）？	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

K10a. 請問您有沒有透過網路轉貼、轉寄或分享和「政治與公共事務」有關的新聞、訊息或影片？【E1.回答 2 者，不需回答此題】

- (01)有
- (02)沒有 【跳答至 K11a.】
- (97)不知道
- (98)拒答

K10b. 請問您常不常透過下列平台在網路上轉貼、轉寄或分享和「政治與公共事務」有關的新聞、

訊息或影片？（提示卡 47）【E1.回答 2 者，不需回答此題】

		從來 沒有	很少	有時	經常	(97)不 知道	(98)拒 答
(01)	社群媒體（如：臉書、Instagram 等）？	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(02)	影音平台（如：YouTube、優酷等）？	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(03)	通訊軟體（如：LINE、FB messenger 等）？	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(04)	新聞網站（如：ETtoday 新聞雲、聯合新聞網等）？	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

K11a. 請問您有沒有透過網路發佈和「政治與公共事務」有關的訊息（包含製作影片或評論新聞）？【E1.回答 2 者，不需回答此題】

- (01)有
- (02)沒有 【跳答至 LA1.】
- (97)不知道
- (98)拒答

K11b. 請問您常不常透過下列平台在網路上發佈和「政治與公共事務」有關的訊息（包含製作影片或評論新聞）？（提示卡 47）【E1.回答 2 者，不需回答此題】

		從來 沒有	很少	有時	經常	(97)不 知道	(98)拒 答
(01)	社群媒體？	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(02)	影音平台？	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(03)	通訊軟體？	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(04)	新聞網站？	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

LA、個人價值（第一部分）

LA1. 接下來我會用一些句子描述人，您覺得這些描述跟現在的您像不像？（提示卡 48）

		很不 像您	有點 不像您	有點 像您	很像您	(97) 不知道	(98) 拒答
(01)	重視新點子和創造力，用自己的方式做事。	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(02)	重視財富，想要擁有許多錢和昂貴的東西。	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(03)	重視居住安全，避免任何可能的危險。	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(04)	重視追求快樂，寵愛自己。	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(05)	會幫助周圍的人，且在意他們過得好不好。	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(06)	成功很重要，想要讓別人知道自己的成就。	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(07)	重視冒險，想要過刺激的生活。	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(08)	重視舉止合宜，別人認為不好的事您不會去做。 舉止合宜指的是「行為符合社會的要求」。	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(09)	重視環境保護，關心大自然。	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(10)	重視傳統，會遵循宗教與家庭傳下來的習俗。	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

LA2. 請問您同不同意下列說法？（提示卡 49）

		非常 不同意	不同意	普通	同意	非常 同意	(97) 不知道	(98) 拒答
(01)	您目前的生活和您想要的生活不會差太遠 （差太多）。	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(02)	目前您的一切生活狀況都很棒。	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(03)	您已經得到您人生「想要的」。	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(04)	若人生可以重來一次，您會想要換一個跟現在 不一樣的人生。	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(05)	當您遇到困難時，您能找到信賴的人幫您解決 問題。	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(06)	當您有私密的問題時，有人可以讓您放心的聊 一聊。	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

		非常 不同意	不同意	普通	同意	非常 同意	(90) 不適用	(97) 不知道	(98) 拒答
(07)	當您覺得孤單時，您可以找到其他人說 話。 若不覺得孤單，請選(90)不適用。	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

		非常 不同意	不同意	普通	同意	非常 同意	(97) 不知道	(98) 拒答

(08)	經由和別人的來往，會讓您想要嘗試新事物。(例如：跟朋友來往，知道他常常去爬山，也會想要去爬山)	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(09)	經由和別人的來往，會讓您對於「跟您不一樣的人」在想些什麼感到興趣。(例如：跟不同興趣、不同生活背景、或是不同年紀的朋友來往，也會想去了解他們的想法)	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(10)	經由和別人的閒聊，會讓您對世界上所發生的事情感到好奇。(例如：和朋友閒聊時，可能會聊到一些台灣或是外國的事物與新聞，您也會好奇這些事情)	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

LA3. 請問您覺得您對周遭的人而言，重不重要？(周遭的人像是家人、親戚、朋友) (提示卡 50)

- (01)一點都不重要
- (02)有一點重要
- (03)重要
- (04)非常重要
- (97)不知道
- (98)拒答

LA4. 請問您覺得自己心裡像是幾歲的人？

超過 121 歲請選特殊碼 991；與現在年齡一樣請選特殊碼 990。

\_\_\_\_\_ 歲【填答範圍:1-120，超過 121 歲請設特殊碼 991；與現在年齡一樣請設特殊碼 990，不知道請設特殊碼 997、拒答請設特殊碼 998】

- (990)與現在年齡一樣
- (991)超過 121 歲
- (997)不知道
- (998)拒答

LA5. 做到下列什麼，會讓您覺得生命有意義？(可複選)【請將平板電腦交給受訪者，由受訪者自行填答】

【選項隨機出現(以上皆非不用隨機，放在最後一項)】

【綁定邏輯：回答以上皆非，無法選(01)-(12)】

- (01)過得快樂
- (02)人生有成就
- (03)接受現在的自己
- (04)自己有在進步
- (05)找到自我價值
- (06)人生有目標
- (07)家庭關係和諧
- (08)朋友關係和諧
- (09)伴侶關係親密

- (10)有能力幫助他人
- (11)有宗教信仰
- (12)被公平對待
- (13)以上皆非
- (97)不知道
- (98)拒答

LA6\_1 跟朋友講內心話時，請問您覺得自不自在？（提示卡 51）

- (01)非常不自在
- (02)不自在
- (03)普通
- (04)自在
- (05)非常自在
- (90)不適用
- (97)不知道
- (98)拒答

提示說明：

若「不會跟朋友講內心話」或是「沒有內心話」，請選(90)不適用。

LA6\_2 您每天都做習慣的事情，這樣生活比較沒有壓力，請問您同不同意？（提示卡 52）

- (01)非常不同意
- (02)不同意
- (03)普通
- (04)同意
- (05)非常同意
- (97)不知道
- (98)拒答

LA6\_3 請問您喜不喜歡嘗試新的事物來拓展您的生活經驗？（提示卡 53）

- (01)非常不喜歡
- (02)不喜歡
- (03)普通
- (04)喜歡
- (05)非常喜歡
- (97)不知道
- (98)拒答

LA6\_4 請問您擔不擔心您的朋友與您變得疏遠？（提示卡 54）

- (01)非常不擔心
- (02)不擔心
- (03)普通
- (04)擔心

- (05)非常擔心
- (97)不知道
- (98)拒答

LA7. 請問您害不害怕兩岸在不久的將來會發生戰爭？（提示卡 55）

- (01)完全不害怕
- (02)不害怕
- (03)普通
- (04)害怕
- (05)非常害怕
- (97)不知道
- (98)拒答

提示說明：

兩岸指的是「台灣」和「中國」，也就是台灣海峽的兩岸。

LA8. 無論台灣的選舉制度有什麼缺點，對您來說，它仍是最好的制度，請問您同不同意？（提示卡 56）

- (01)非常不同意
- (02)不同意
- (03)普通
- (04)同意
- (05)非常同意
- (97)不知道
- (98)拒答

提示說明：

1. 「選舉制度」指台灣定期舉行的總統副總統、立法委員、地方行政首長與民意代表選舉。
2. 「最好的制度」是指和「心中理想的制度」比較。



人們覺得一個小孩應該擁有的特質很多。

LA9\_1 請問您覺得「獨立自主」或「敬重長輩」哪一個特質對小孩來說比較重要？

小孩泛指國中以下的小孩

- (01)獨立自主
- (02)敬重長輩
- (03)不確定/不知道/拒答
- (04)兩項都不重要
- (05)兩項都重要

LA9\_2 請問您覺得「自立自強」或「乖巧順從」哪一個特質對小孩來說比較重要？

小孩泛指國中以下的小孩

- (01)自立自強
- (02)乖巧順從
- (03)不確定/不知道/拒答
- (04)兩項都不重要
- (05)兩項都重要

LA9\_3 請問您覺得「好奇心強」或「進退得宜」哪一個特質對小孩來說比較重要？

小孩泛指國中以下的小孩

- (01)好奇心強
- (02)進退得宜
- (03)不確定/不知道/拒答
- (04)兩項都不重要
- (05)兩項都重要

LA9\_4 請問您覺得「善解人意」或「守規矩」哪一個特質對小孩來說比較重要？

小孩泛指國中以下的小孩

- (01)善解人意
- (02)守規矩
- (03)不確定/不知道/拒答
- (04)兩項都不重要
- (05)兩項都重要

## M、新媒體及網路使用行為

**【顯示題】** 接下來將詢問您有關「數位媒體」的題目。請注意：

「數位媒體」包含：

1. 數位裝置（例如：電視、電腦、手機、平板、VR、電玩遊戲機等）、
2. 數位平台（例如：社群媒體、影音平台、網站或軟體等）。

M1. 當您使用數位媒體（例如：電視、手機、網路、社群媒體等）遇到困難時，在您周遭有多少認識的人能提供幫助？（困難例如：想買新電腦不知道怎麼選、不會操作手機 app 等） **【填答範圍 0-999，超過 999 人請設特殊碼 9991】**

請填寫整數，超過 999 人請點選特殊碼 9991。

若自己不使用數位媒體或使用時沒有遇到困難請選(9990)不適用。

\_\_\_\_\_人  (9990)不適用  (9991)超過 999 人  (9997)不知道  (9998)拒答

提示說明：花錢獲得幫助不算在內，但如果是找認識的店員免費幫忙或諮詢就算。

M2. 在**過去一年**中，您常不常在**實質上**幫助家人、朋友或鄰居？（提示卡 57）

實質上的幫助像是照顧個人、孩子或年長者、協助家務、給予金錢或物質幫助、給予法律/健康/工作等專業資訊。

- (01)從來沒有
- (02)很少
- (03)有時
- (04)經常
- (97)不知道
- (98)拒答

M3. 在**過去一年**中，您常不常從家人、朋友或鄰居那裡得到**實質上**的幫助？（提示卡 57）

實質上的幫助像是照顧個人、孩子或年長者、協助家務、給予金錢或物質幫助、給予法律/健康/工作等專業資訊。

- (01)從來沒有
- (02)很少
- (03)有時
- (04)經常
- (97)不知道
- (98)拒答

M4. 在**過去一年**中，您常不常在**情感上**幫助家人、朋友或鄰居？（提示卡 57）

情感上幫助像是主動問候、陪伴閒聊、拜訪、支持安慰等。

- (01)從來沒有
- (02)很少
- (03)有時
- (04)經常
- (97)不知道
- (98)拒答

M5. 在**過去一年**中，您常不常從家人、朋友或鄰居那裡得到**情感上**的幫助？（提示卡 57）

情感上幫助像是主動問候、陪伴閒聊、拜訪、支持安慰等。

- (01)從來沒有
- (02)很少
- (03)有時
- (04)經常
- (97)不知道
- (98)拒答

M6. 對於朋友或親戚，您常不常協助他們使用數位媒體？（提示卡 57）

- (01)從來沒有（例如：不會協助或本身不使用數位媒體）
- (02)很少
- (03)有時
- (04)經常
- (97)不知道
- (98)拒答

M7. 有些人在使用網路、社群媒體或即時通訊軟體時，會遇到困難：（提示卡 58）

		完全 沒信心	沒信心	普通	有信心	很有 信心	(97) 不知道	(98) 拒答
(01)	當您遇到這些困難時，您有沒有信心能夠解決這些問題？【E1.回答2者，不需回答此題】	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(02)	當您的朋友或親戚遇到這些困難時，您有沒有信心能替他們解決這些問題？【E1.回答2者，不需回答此題】	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(03)	當新的數位媒體出現時，您有沒有信心能使用它？	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

提示說明：

1. 「社群媒體」指的是提供多種讓用戶互動的方式（公開），可以用來看朋友的動態、自己發文章、按讚、留言等的平台。例如：臉書、Instagram 等。
2. 「即時通訊軟體」指的是可以與人聯絡或聊天（非公開、私下），可以用來互傳訊息（文字、圖片、語音）或視訊等的軟體。

例如：LINE、FB 聊天室等。

**【E1.回答 2 者，不需回答 M8.至 M11.】**

M8. 接下來請以您自己的想法作答：（提示卡 59）

		非常 沒能力	沒能力	普通	有能力	非常 有能力	(97) 不知道	(98) 拒答
(01)	當您有健康方面的疑問時，您有能力使用網路找尋答案。	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(02)	您有能力在網路上找到對您有用的健康資訊。	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(03)	您有能力運用網路上找到的健康資訊幫助自己。	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

M9. 當您在使用網路或社群媒體時，請問您常不常留意跟健康醫療有關的資訊？

（提示卡 60）

- (01)從來沒有
- (02)很少
- (03)有時
- (04)經常
- (97)不知道
- (98)拒答

M10. 當您在使用網路或社群媒體時，請問您常不常主動蒐尋跟健康醫療有關的資訊？

（提示卡 60）

- (01)從來沒有
- (02)很少
- (03)有時
- (04)經常
- (97)不知道
- (98)拒答

M11. 當您在網路或社群媒體上看到與健康醫療有關的資訊時，請問您常不常轉傳給親朋好友知道？（提示卡 60）

- (01)從來沒有
- (02)很少
- (03)有時
- (04)經常
- (97)不知道
- (98)拒答

## LB、個人價值（第二部分）

LB1\_1 當您講到您的年紀或覺得自己老了，您會不會感到很難過？（提示卡 61）

- (01)完全不難過
- (02)不難過
- (03)普通
- (04)難過
- (05)非常難過
- (97)不知道
- (98)拒答

LB1\_2 當您講到您人生的故事時，您常不常提到變老的快樂和收穫？（提示卡 62）

- (01)從來沒有
- (02)很少
- (03)有時
- (04)經常
- (97)不知道
- (98)拒答

LB1\_3 現在（年紀）的您比過去（年紀）的您更快樂，請問您同不同意？（提示卡 63）

- (01)非常不同意
- (02)不同意
- (03)普通
- (04)同意
- (05)非常同意
- (97)不知道
- (98)拒答

LB1\_4 請問您擔不擔心自己變老這件事？（提示卡 64）

- (01)完全不擔心
- (02)不擔心
- (03)普通
- (04)擔心
- (05)非常擔心
- (97)不知道
- (98)拒答

LB1\_5 請問您擔不擔心人過世後去哪裡？（提示卡 64）

- (01)完全不擔心
- (02)不擔心
- (03)普通
- (04)擔心

- (05)非常擔心
- (97)不知道
- (98)拒答

LB1\_6 請問您害不害怕面對死亡？（提示卡 65）

- (01)完全不害怕
- (02)不害怕
- (03)普通
- (04)害怕
- (05)非常害怕
- (97)不知道
- (98)拒答

LB2. 請問您目前的宗教信仰（可複選）？（提示卡 66）

- (01)佛教
- (02)道教
- (03)民間信仰
- (04)一貫道
- (05)回教（伊斯蘭教）
- (06)天主教
- (07)基督教
- (08)沒有宗教信仰
- (09)其他，請說明\_\_\_\_\_
- (97)不知道
- (98)拒答

LB3a. 請問您目前參加哪些團體（可複選）？（提示卡 67）

括號內只是舉例，若有符合括號內其中一項就可以選。

- (01)宗親會
- (02)職業團體（例如：工會、農會、商會）
- (03)宗教團體（例如：慈濟基金會）
- (04)同鄉會
- (05)康樂團體（例如：土風舞、早覺會、運動團體等）
- (06)校友會
- (07)社會團體（例如：獅子會、扶輪社、青商會、學術團體、社區大學、婦女團體）
- (08)村里團體、社區管理委員會、社區發展協會或自治會、社區守望相助隊
- (09)政黨團體
- (10)志願團體（例如：義工、志工、義警）
- (11)慈善團體（例如：家扶基金會、世界展望會）
- (12)醫療疾病團體（例如：癌症相關病友團體）
- (13)其他團體（請說明）：\_\_\_\_\_
- (90)都沒有

(97) 不知道

(98) 拒答

LB3b. 請問您平常會從事哪些活動？（可複選）（提示卡 68）

括號內只是舉例，若有符合括號內其中一項就可以選。

- (01) 宗教活動/儀式
- (02) 擔任特定職位（例如：校長、議員）而必須參與的活動
- (03) 志願服務（例如：做義工或志工）
- (04) 上課與學習/夜間課程（例如：上社區大學、社區運動中心課程等）
- (05) 文化藝術活動（例如：去博物館、畫廊、劇院、電影院、或音樂表演）
- (06) 靜態遊戲（例如：打麻將、下棋、打各式牌類等）
- (07) 拜訪朋友和親戚
- (08) 一個人運動（例如：自己重訓、游泳等）
- (09) 跟別人一起運動（例如：打網球、打乒乓球等）
- (10) 個人的休閒嗜好（例如：閱讀、聽音樂、唱歌）
- (11) 日常家務（例如：自己動手做東西、裝潢維修、佈置家裡）
- (12) 參與手作活動（例如：陶藝、繪畫）
- (13) 其他活動，請說明：\_\_\_\_\_
- (90) 都沒有
- (97) 不知道
- (98) 拒答

**【LB3b 答(03)者，需回答此題】**

LB3c. 請問您一週當志工的時間有幾小時？【數值題，填答範圍 1-140，不到一小時鍵入 1、997 不知道 998 拒答】

不到一小時請鍵入 1。

\_\_\_\_\_小時

LB5a. 請問您家中（目前住的地方），包含您本人在內，現在有幾個人住在一起？【範圍:1-100。超過最大值則填 991，戶抽專案需貼題戶抽合格人數】

請填寫整數，超過 100 人請點選特殊碼 991。

\_\_\_\_\_位  (991) 超過 100 人  (997) 不知道  (998) 拒答

提示說明：

此題的「家」是指目前住的地方，可能是原生家庭、結婚後搬出來住、或租屋處等。

<input type="checkbox"/> (01) 父	<input type="checkbox"/> (14) 岳母
<input type="checkbox"/> (02) 母	<input type="checkbox"/> (15) 已婚的兄弟姊妹
<input type="checkbox"/> (03) 配偶/同居伴侶	<input type="checkbox"/> (16) 已婚兄弟姊妹的配偶
<input type="checkbox"/> (04) 子	<input type="checkbox"/> (17) 祖父/母
<input type="checkbox"/> (05) 女	<input type="checkbox"/> (18) 外祖父/母
<input type="checkbox"/> (06) 未婚的兄弟姊妹	<input type="checkbox"/> (19) 曾祖父/母

<input type="checkbox"/> (07) 媳婦	<input type="checkbox"/> (20) 姪/甥
<input type="checkbox"/> (08) 女婿	<input type="checkbox"/> (21) 伯叔/伯叔母
<input type="checkbox"/> (09) 孫子/孫女	<input type="checkbox"/> (22) 舅父/舅母
<input type="checkbox"/> (10) 外孫/外孫女	<input type="checkbox"/> (23) 姑父/姑母
<input type="checkbox"/> (11) 公公	<input type="checkbox"/> (24) 姨丈/姨母
<input type="checkbox"/> (12) 婆婆	<input type="checkbox"/> (25) 沒有和家人同住【與選項 01-24.互斥】
<input type="checkbox"/> (13) 岳父	<input type="checkbox"/> (88) 其他，請說明_____

LB5b. 請問現在有哪些家人跟您住在一起？（可複選）（提示卡 69）

【LB5a.回答 1 者，不需回答此題】

LB5c. 請問在您的家人、親戚或朋友裡面，有沒有現在在做下列這些工作的人？（可複選）（提示卡 70）

- (01) 大公司或大企業老闆
- (02) 清潔工
- (03) 美髮師或理髮師
- (04) 律師
- (05) 汽車維修工
- (06) 警察（不包含消防員）
- (07) 縣市議員
- (08) 新聞記者
- (09) 醫生
- (90) 以上皆無
- (97) 不知道
- (98) 拒答

LB6. 以下想要問您對一些事物的滿意程度。（提示卡 71）

		非常 不滿意	不滿意	普通	滿意	非常 滿意	(97) 不知道	(98) 拒答
(01)	整體而言，您對於您的生活滿不滿意？	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

		非常 不滿意	不滿意	普通	滿意	非常 滿意	(90) 不適用	(97) 不知道	(98) 拒答
(02)	整體而言，您對於您的工作（有支薪） 滿不滿意？ 若目前沒有工作，請選「不適用」	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(03)	整體而言，您對於您的社交生活滿不滿意？ 若無社交生活，請選「不適用」	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

		非常	不滿意	普通	滿意	非常	(97)	(98)
--	--	----	-----	----	----	----	------	------



		不滿意				滿意	不知道	拒答
(04)	整體而言，您對自己目前的健康狀況滿不滿意？	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(05)	整體而言，您對自己滿不滿意？	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

LB7. 整體而言，您覺得目前的日子過得快不快樂？（提示卡 72）

- (01) 非常不快樂
- (02) 不快樂
- (03) 普通
- (04) 快樂
- (05) 非常快樂
- (97) 不知道
- (98) 拒答

LB8. 整體而言，您覺得目前的您寂不寂寞？（提示卡 73）

- (01) 非常不寂寞
- (02) 不寂寞
- (03) 普通
- (04) 寂寞
- (05) 非常寂寞
- (97) 不知道
- (98) 拒答

LB9. 整體來說，您對您目前的家庭狀況滿不滿意？（提示卡 74）

如果 0 代表非常不滿意，10 代表非常滿意，從 0 到 10 之間，請您選一個最符合自己感受的數字。

0

10

（非常不滿意） ----- （非常滿意）

- (90) 沒有家庭/不適用  (97) 不知道  (98) 拒答

LB10. 整體來說，您對您目前的人際關係狀況滿不滿意？（提示卡 74）

如果 0 代表非常不滿意，10 代表非常滿意，從 0 到 10 之間，請您選一個最符合自己感受的數字。

0

10

（非常不滿意） ----- （非常滿意）

- (97) 不知道  (98) 拒答

LB11. 整體來說，您對您目前的經濟狀況滿不滿意？（提示卡 74）

如果 0 代表非常不滿意，10 代表非常滿意，從 0 到 10 之間，請您選一個最符合自己感受的數字。

0

10

（非常不滿意） ----- （非常滿意）

(97)不知道  (98)拒答

請根據您自己的實際狀況，回答下列問題。

LB12a. 您多常覺得身體很累？（提示卡 75）

- (01)從來沒有
- (02)很少
- (03)有時
- (04)經常
- (97)不知道
- (98)拒答

LB12b. 您多常覺得心裡很累（像是覺得無奈、挫折）？（提示卡 75）

- (01)從來沒有
- (02)很少
- (03)有時
- (04)經常
- (97)不知道
- (98)拒答

LB13. 在過去七天內，您大概有幾天曾發生下列情況？（提示卡 76）

		0天	1天	2天	3天	4天	5天	6天	7天	(97) 不知 道	(98) 拒答
(01)	有做事時提不起勁或沒有樂趣的狀況？	0 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>	7 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(02)	有心情低落、沮喪或絕望的狀況？	0 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>	7 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(03)	有緊張、焦慮或不安的狀況？	0 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>	7 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(04)	有對周圍的人事物擔心個沒完的狀況？	0 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>	7 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

接下來，想要了解您的一些健康基本狀況。

LB14\_1. 請問您過去一年看幾次醫生？（提示卡 77）

- (01) 0 次
- (02) 1-5 次
- (03) 6-10 次
- (04) 11-15 次
- (05) 16 次以上
- (97) 不知道
- (98) 拒答

提示說明：

如果一年算不出來，請回想過去一個月看醫生的次數，再乘 12。

LB14\_2. 請問您體重多少？【請將平板電腦交給受訪者，由受訪者自行填答】

【數值可輸入至小數點後第一位，數值範圍:10-200，超過 200 請設特殊碼 991】

可填寫至小數點後第一位，超過200公斤請點選特殊碼991。

\_\_\_\_\_公斤

(991)超過200公斤  (997)不知道  (998)拒答

LB14\_3. 請問您身高多少？【請將平板電腦交給受訪者，由受訪者自行填答】

【數值可輸入至小數點後第一位，數值範圍: 50-250，超過 250 請設特殊碼 991】

可填寫至小數點後第一位，超過250公分請點選特殊碼991。

\_\_\_\_\_公分

(991)超過250公分  (997)不知道  (998)拒答

LB15. 在目前國內的政黨中，請問您有沒有偏向哪一個政黨？【請將平板電腦交給受訪者，由受訪者自行填答】

(01) 有 **【跳答 LB17.】**  (97) 不知道  
 (02) 沒有  (98) 拒答

LB16. 那相對來說，請問您有沒有稍微偏向哪一個政黨？【請將平板電腦交給受訪者，由受訪者自行填答】

(01) 有  (97) 不知道 **【跳答 O1.】**  
 (02) 沒有 **【跳答 O1.】**  (98) 拒答 **【跳答 O1.】**

LB17. 請問是哪一個政黨？【請將平板電腦交給受訪者，由受訪者自行填答】

(01) 國民黨  (19) 時代力量  
 (02) 民進黨  (20) 社會民主黨  
 (03) 新黨  (21) 台灣民眾黨  
 (04) 親民黨  (90) 其他政黨，請說明\_\_\_\_  
 (05) 台聯  (97) 不知道 **【跳答 O1.】**  
 (06) 無黨團結聯盟  (98) 拒答 **【跳答 O1.】**  
 (09) 綠黨  
 (15) 人民民主陣線  
 (18) 樹黨

LB18. 請問，您偏向**【貼題 LB17.】**這個政黨的程度是很強，普通，還是有一點？

【請將平板電腦交給受訪者，由受訪者自行填答】

(01) 很強  (94) 看情形  
 (02) 普通  (95) 無意見  
 (03) 有一點  (97) 不知道  
 (98) 拒答

## O、工作狀況篇

O1. 請問您現在有沒有在工作（有支薪）？（提示卡 78）

- (01)有工作：全職（一週至少 30 小時）【跳答 O1b.】
- (02)有工作：兼職（含家庭主婦有兼職或打工者）【跳答 O1b.】
- (03)有工作：不固定（打零工、臨時工）【跳答 O1b.】
- (04)有工作：幫忙家裡的事業【跳答 O1b.】
- (05)沒有工作（選項 08,09,10 以外的原因）【跳答 O4a.】
- (06)學生/進修在學（含在職專班）：沒有工作【跳答 O1b.】
- (07)學生/進修在學（含在職專班）：有工作【跳答 O1b.】
- (08)沒有工作：已退休【跳答 O1a\_1.】
- (09)沒有工作：家庭主婦【跳答 O4a.】
- (10)沒有工作：高齡、身心障礙、生病不能工作（例如：無退休年齡上限的工作，因高齡而不繼續工作）【跳答 O4a.】
- (11)服兵役：義務役【跳答 O1b.】
- (12)服兵役：(研發)替代役【跳答 O1b.】
- (88) 其他，請說明\_\_\_\_\_【跳答 O1b.】
- (97)不知道【跳答 O2.】
- (98)拒答【跳答 O2.】

**【O1 答(08)者，需回答此題】**

O1a\_1.請問您民國幾年退休的？ 民國\_\_\_\_\_年【跳答 O4a.】

- (997)不知道【續答 O1a\_2.】  (998)拒答【續答 O1a\_2.】

O1a\_2.請問您大概幾年前退休的？【跳答 O4a.】

- (01) 退休不到 1 年
- (02) 1(含)~5 年前退休
- (03) 6(含)~10 年前退休
- (04) 11(含)~15 年前退休
- (05) 16(含)~20 年前退休
- (06) 退休已經 20 年以上
- (97) 不知道
- (98) 拒答

**【O1 答(01)-(04)、(06)-(07)、(11)-(12)、(88)者，需回答此題】**

O1b. 請問您預計幾歲退休？【填答範圍:1-120，超過 121 歲請設特殊碼 991；不知道請設特殊碼 997、拒答請設特殊碼 998】

若無退休規劃，會持續工作到不能做為止，請鍵入 990。

超過 121 歲請鍵入 991

\_\_\_\_\_歲  (990)不會退休  (991)超過 121 歲  (997)不知道  (998)拒答

**【O1 答(01)-(04)、(07)、(88)、(97)、(98)者，需回答此題】**

O2. 請問您的行業：（提示卡 79）

(A)  (01) 農林漁牧業

(B) 工業

(02) 礦業及土石採取業

(03) 製造業

(04) 電力及燃氣供應業

(05) 用水供應及污染整治業

(06) 營建工程業

(C) 服務業

(07) 批發及零售業

(08) 運輸及倉儲業

(09) 住宿及餐飲業

(10) 出版、影音製作、傳播及資通訊服務業

(11) 金融及保險業

(12) 不動產業

(13) 專業、科學及技術服務業

(14) 支援服務業

(15) 教育業

(16) 公共行政及國防（公務員）；強制性社會安全

(17) 醫療保健及社會工作服務業

(18) 藝術、娛樂及休閒服務業

(19) 其他服務業

(88) 其他，請說明 \_\_\_\_\_

(97) 不知道

(98) 拒答

**【O1 答(01)-(04)、(07)、(88)、(97)、(98)者，需回答此題】**

O3a. 請問您現在的工作屬於哪一類？（提示卡 80）

(01) 雇主（指有雇用其他人幫助工作，要發薪水給員工）

(02) 自雇（指工作的雇主就是自己）

(03) 受雇於私營機構（例如：私立學校、私人事業等）

(04) 受雇於公家機構（例如：公立學校、政府機構）

(05) 受雇於公營機構（例如：台電、中油等）

(06) 受雇於非營利機構（例如：基金會、財團法人、漁會、農會、黨營事業等）

(88) 其他，請說明 \_\_\_\_\_

(97) 不知道

(98) 拒答

**【O3a.答(02)者，不需回答此題】**

**【CAPI 拆成兩題詢問，先詢問是否有管理別人(題號:O3b)，若有，再詢問有幾位(題號:O3b\_1)】**

O3b.請問在工作上，您有沒有管理別人？**【數值題，範圍:1-5000。超過最大值請設特殊碼 9991】**

請填寫整數，超過 5000 人請點選特殊碼 9991。

- (01)有\_\_\_\_\_人
- (02)沒有
- (9991)超過 5000 人
- (9997)不知道
- (9998)拒答

O4a. 請問您的生活費都是誰負責的？

- (01)全部都是家人負責
- (02)全部都是自己負責（例如：使用個人薪水、儲蓄、年金等）
- (03)一部分是自己負責、一部分是家人負責
- (88) 其他，請說明\_\_\_\_\_
- (97)不知道
- (98)拒答

O4b. 請問您個人平均**每個月**所有的（稅前）收入差不多有多少？（包括：薪資、年終獎金、年節分紅、加班費、執行業務收入、自營收入、投資利息、房租、退休金、政府津貼給付、或父母/小孩給予的生活費等收入）**【請將平板電腦交給受訪者，由受訪者自行填答】**

此題完全是為了研究，絕對保密且絕對和政府無關，也不可能因此而碰到麻煩，請放心。若能協助配合，資料完整而正確，就可以帮助大家瞭解台灣社會的狀況，對大家都有好處。

- |   |   |   |
|---|---|---|
| <input type="checkbox"/> (01)無收入            | <input type="checkbox"/> (02)1 萬元以下         | <input type="checkbox"/> (03)1 萬元以上至 2 萬元   |
| <input type="checkbox"/> (04)2 萬元以上至 3 萬元   | <input type="checkbox"/> (05)3 萬元以上至 4 萬元   | <input type="checkbox"/> (06)4 萬元以上至 5 萬元   |
| <input type="checkbox"/> (07)5 萬元以上至 6 萬元   | <input type="checkbox"/> (08)6 萬元以上至 7 萬元   | <input type="checkbox"/> (09)7 萬元以上至 8 萬元   |
| <input type="checkbox"/> (10)8 萬元以上至 9 萬元   | <input type="checkbox"/> (11)9 萬元以上至 10 萬元  | <input type="checkbox"/> (12)10 萬元以上至 11 萬元 |
| <input type="checkbox"/> (13)11 萬元以上至 12 萬元 | <input type="checkbox"/> (14)12 萬元以上至 13 萬元 | <input type="checkbox"/> (15)13 萬元以上至 14 萬元 |
| <input type="checkbox"/> (16)14 萬元以上至 15 萬元 | <input type="checkbox"/> (17)15 萬元以上至 16 萬元 | <input type="checkbox"/> (18)16 萬元以上至 17 萬元 |
| <input type="checkbox"/> (19)17 萬元以上至 18 萬元 | <input type="checkbox"/> (20)18 萬元以上至 19 萬元 | <input type="checkbox"/> (21)19 萬元以上至 20 萬元 |
| <input type="checkbox"/> (22)20 萬元以上至 30 萬元 | <input type="checkbox"/> (23)30 萬元以上        | <input type="checkbox"/> (98)拒答             |
| <input type="checkbox"/> (97)不知道            |   |   |

## 3-2. 第二期第五次一般民眾正式調查問卷說明

題號	問卷題目	提示卡	題目說明
A1	請問您是民國哪一年出生的？	無	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 其出生年以身分證上的為主。</li> <li>2. 若受訪者不知道自己的出生年，請訪員依生肖及現在大約幾歲，再由生肖表查詢出生年。</li> <li>3. 若受訪者不清楚自己現在幾歲，回答「97不知道、98拒答」者，請續問A1a.題。</li> <li>4. 若受訪者是民國前出生，請訪員輸入「-」加上年次。如：民國前一年出生，請輸入「-1」。</li> </ol>
A1a.	請問您今年大概幾歲？	無	
A8.	請問您的教育程度是(包含肄業、就學中)：	無	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 指「最高學歷」的那一個，畢業、在學中、肄業都算。</li> <li>2. 若學校改制，其改制前後的校名可能不同，請以受訪者畢業當時的文憑為主。</li> <li>3. 若受訪者最高學歷在國外取得，請點選與台灣相對應的教育程度，若無法對應請點選「(88)其他」並請記錄清楚。</li> <li>4. 選項說明： <ul style="list-style-type: none"> <li>(03)小學：包括民教班及日據時代之公學校。</li> <li>(04)國(初)中：包括日據時代之高等科。</li> <li>(05)初職：日據時代的職業科，只讀兩年，與現在讀三年的高職不同。也包括台灣光復後的初職(讀3年)。</li> <li>(13)軍警校專修班：是讀一年；(14)軍警校專科班：則是讀二年。</li> <li>(18)技術學院、科大：就讀二年制、四年制的技術學院、科技大學，畢業文憑是拿學士學位。若就讀技術學院或科技大學中的五專、二專部，則請分別歸類到五專、二專的選項中。</li> <li>(19)大學：包含日夜間部。</li> <li>(20)碩士、(21)博士：包含在職專班。</li> <li>(88)其他：若受訪者所回答的教育程度不在選項中(例如：神學院)，請點選此選項並記錄清楚。</li> </ul> </li> </ol>

題號	問卷題目	提示卡	題目說明
			5. 若受訪者回答是高中，請進一步確認是普通科或職業科。
E1.	請問您平常會不會利用電腦、平板或手機上網（例如：用LINE、臉書、YouTube、用手機app看即時新聞、玩線上麻將遊戲等）？	無	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 請提醒受訪者使用LINE來打電話、與親友視訊、看Facebook訊息、使用手機App查詢公車動態、透過平板或電腦上網看影片（YouTube等）都算。</li> <li>2. 「上網」是指用電腦、平板、手機連上網路。</li> <li>3. 若眼睛沒有看螢幕就不算（例如：只是連上網路下載影片）。</li> </ol>
前導語	<p><b>受訪者自填且訪員協助：</b> 這份問卷主要是為了瞭解台灣民眾對於媒體使用習慣及態度等相關問題，接下來整份問卷，都由您自己填答。 填答時，如果「看不懂題目意思」、「找不到想選的答案」、或「不知道如何輸入數字或文字」等，都可以隨時問我！</p> <p><b>訪員一問一答：</b> 我們訪問的目的在於了解台灣民眾對於媒體使用習慣及態度等相關問題。這次訪問是採用一問一答的方式，大部分的問題都是選擇題，我們會將題目仔細唸給您聽，您再告訴我們您覺得最合適的答案是哪一項。</p>	無	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 這段前導語請務必逐字逐句讀出。</li> <li>2. <b>【受訪者符合自填條件】：</b>請訪員將平板電腦交給受訪者開始自填，並進行X1平板操作教學。 但如果受訪者不熟悉/不會操作平板電腦、有視覺及閱讀障礙、有上肢障礙者可改由訪員一問一答。 除上述情況，符合自填條件者若希望由訪員一問一答，請訪員盡量說服受訪者自填。</li> <li>3. <b>【受訪者不符合自填條件】：</b>由訪員一問一答的方式進行，則不能讓受訪者拿平板電腦自填。請向受訪者說明：每個問題都沒有正確答案，只要回答覺得最合適的答案就好。 若受訪者表示不知道或拒答，請訪員盡量說服，說服後仍然無法回答或拒答，則依情況填答特殊碼，請勿過度追問或強迫回答，避免造成受訪者的困擾，並降低受訪者排斥填寫問卷的可能性。</li> </ol>
X1	接下來由我先簡單為您介紹平板電腦及系統的填寫方式	無	受訪者自填需此步驟。
A2.	請問您在哪一個縣市出生？	無	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 若縣市劃分有調整，請將該地區對照為目前劃分縣市。</li> <li>2. 若受訪者為國外出生，則請在其他欄位中填寫「該國家名稱」。</li> </ol>
A3.	請問您現在的居住地是否為戶籍地？	無	
A4.	請問您的戶籍所在地是（以身分證上的為主）？	無	以身分證上的為主，可請受訪者查看身分證，若受訪者真的不確定，請訪員皆填不



題號	問卷題目	提示卡	題目說明
			知道。
A5.	請問您父親是哪裡人（以籍貫為主）？	無	1. 若受訪者答台灣人，請追問是閩南人、客家人、還是原住民。
A6.	請問您母親是哪裡人（以籍貫為主）？	無	2. 若受訪者說父親/母親的爸爸是台灣閩南人、媽媽是台灣客家人，所以不知道父親/母親應該屬於哪一邊時，請以受訪者父親/母親的 <b>爸爸</b> 為主，所以此例應點選「(01)台灣閩南(河洛)人」。 3. 「(03)大陸各省市」指戰後來台之外省籍人士或其後代，另外金門、馬祖屬「福建省」故亦點選(03)。 4. 「(05)台灣新住民」指跨國通婚而移民來台的 <b>非大陸籍</b> 之新住民；「(06)大陸籍配偶」指兩岸開放探親後通婚而移民來台的 <b>大陸籍</b> 配偶。 5. 若受訪者答原住民，請追問是哪一族，須為已正名的16族才能點選「(04)台灣原住民」，非16族者則請點選「(88)其他」並說明。
A7.	請問您的婚姻狀況是？	1	1. 請出示提示卡1給受訪者選擇。 2. 「(03)已婚但沒有與配偶同住」指因為工作或求學暫時分開兩地居住之情形。 3. 「(04)分居」是指夫妻兩人因 <b>感情不睦</b> 而分居兩地的狀態，如因為工作或求學暫時分開兩地居住，並不算分居，選擇(03)。 4. 如果受訪者離婚之後目前與前夫同居，請點選「(05)同居」。如果受訪者的配偶已去世，但目前與人同居，請點選「(05)同居」。 5. 若受訪者的配偶失蹤數年，婚姻狀況請點選「(88)其他」並請記錄清楚。
A7a	請問您有幾個小孩（包含懷孕中尚未出生的小孩）？	無	包含受訪者懷孕中但尚未出生的小孩。 此題範圍0-50，超過50則鍵入91。
A7b	請問您最小的小孩幾歲？	無	1. 若受訪者最小的小孩還在懷孕中尚未出生，請鍵入990；若最小的小孩小於1歲，鍵入991。 2. 未足歲請以足歲回答（例如：1歲半請填入1歲）。
顯示題	接下來將詢問您有關「看電視」	無	此處顯示題說明「看電視」的定義：

題號	問卷題目	提示卡	題目說明
	<p>的題目。請您先仔細閱讀以下文字，再繼續填答：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>「看電視」必須真的在看或在聽才算有看。若只是開著沒在注意，不算有看。</li> <li>用網路方式「同步收看」電視頻道的節目也算。「同步收看」是指收看的節目無法讓您暫停、快轉、倒退，也無法自己任意選擇想看的片段。</li> </ol>		<ol style="list-style-type: none"> <li>「看電視」若只是開著沒在注意，不算。請提醒受訪者看電視是用眼睛和耳朵接受影音訊息，若眼睛沒有看著螢幕，則不算「看電視」；另外，訊息類型是從電視台直接播放，而不是錄影帶或DVD。</li> <li>使用電視機以外的方式「同步」收視電視頻道的節目也算，如用網路收看電視頻道正在播放的節目；「非同步」收看電視節目則不算。</li> </ol>
B1.	請問您每星期的星期一到星期五，平均有幾天會看電視？	無	<ol style="list-style-type: none"> <li>此題是在詢問最近一個月看電視的情況。</li> <li>數值可輸入小數點，僅能輸入.5，數值範圍:0-5。</li> <li>如果受訪者回答3、4天，請取「中間值」為3.5天。</li> <li>「不知道」請輸入97(不知道)，「拒答」請輸入98(拒答)。</li> </ol>
B2.	在您有看電視的星期一到星期五，您一整天大概會看多久？	無	<ol style="list-style-type: none"> <li>請確認答案符合常理，例如一天看電視超過18個小時，似乎不合常理，請再追問確認。</li> <li>依觀看時數於欄位填入數值，例如：看1小時2分鐘請填0102，以此類推。</li> <li>若受訪者回答為非整數，請取「中間值」，如當受訪者回答：「2~3小時」，訪員則填入為「0230」。若無中間值的歸類，如2個多小時，需追問是接近3小時還是2個小時多一點，若是兩個小時多一點，則再取中間值填入「0215」；接近三小時則填入「0245」。</li> <li>若受訪者回答禮拜一到禮拜四都是三小時，禮拜五是六小時，則以發生頻率較高(天數較多)為那天來問收看時間(不是算觀看最長的時間)。因此是三小時。</li> <li>如果回答0時0分，請跳回B1改填0天。</li> <li>「不知道」請於時和分皆選不知道，即9797，「拒答」請於時和分皆選拒答，即9898。</li> </ol>
B3.	請問星期六和星期日兩天，您大	無	<ol style="list-style-type: none"> <li>如果說周末可能不在家，請追問是在</li> </ol>

題號	問卷題目	提示卡	題目說明
	概有幾天會看電視？		<p>家比較多還是出去比較多，如果是出去玩比較多請填0天。</p> <p>2. 數值可輸入小數點，僅能輸入.5，數值範圍:0-2，其餘填答注意事項與B1相同。</p>
B4.	星期六或星期日有看電視的那一天，您一整天大概會看多久？	無	<p>1. 若受訪者表示假日收看電視的時間不固定，請訪員以30分鐘為一個單位詢問受訪者。</p> <p>2. 若受訪者表示禮拜六看5小時，禮拜天看3小時，<b>頻率一樣(都是一天)則以平均計算</b>(不是算觀看最長的時間)。因此是4小時。</p> <p>3. 依觀看時數於欄位填入數值，其餘填答事項與B2相同。</p>
B5.	每週七天中，您平均有幾天會看電視新聞(包含在網路上同步看電視新聞直播)？	無	<p>1. 如果受訪者用網路看新聞台，同步收看(不能自行暫停或快轉節目)的話算是電視新聞，沒有同步收看的話就算是網路新聞。</p> <p>2. 此題是在詢問<b>最近一個月</b>看電視新聞的情況。</p> <p>3. 請確認答案符合常理，例如受訪者平日大概2天看電視，假日大概1天看電視，若此題答7天都有看電視新聞似乎不合常理，請再追問確認【CAPI上有貼題B1及B3答案】。</p> <p>4. 數值可輸入小數點，僅能輸入.5，數值範圍:0-7，其餘填答事項與B1相同。</p> <p>5. 若受訪者一個月只看一天，即每週0.25天，答案無法填答的話，請鍵入95(沒有每週看)。</p>
B6.	您如果有看電視新聞的那一天，您一整天大概會看多久？	無	依觀看時數於欄位填入數值，其餘填答事項與B2相同。
B7.	您最常看哪一台電視新聞？(單選)	2	<p>1. 請受訪者先自行回想，若想不到再出示提示卡。</p> <p>2. 同顏色的選項表示該電視台有系列頻道，請訪員再確認是哪一台，例如：答「TVBS」，請辨別是TVBS新聞台(55台，24小時新聞台)還是TVBS(56台)。</p> <p>3. 若受訪者回答不一定，例如中午和晚上看不同台電視新聞，請訪員先追問是中午看比較久，還是晚上看比較久，</p>

題號	問卷題目	提示卡	題目說明
			<p>用比較久的來回答；追問後若真的回答不出來時再點選「(95)不一定」。</p> <p>4. 如果受訪者回答都沒有看，請訪員追問是都沒有看電視新聞還是選項裡沒有看的電視新聞台？若是沒有看電視新聞請跳回B5選擇0天，若是選項裡沒有看的電視新聞台，請選擇「(88)其他」並記錄清楚受訪者看的電視新聞台。請勿在「(88)其他」欄位中填寫都沒有。</p>
B8.	最近一個月您經常看下列哪幾種類型的電視節目？（可複選）	3	<ol style="list-style-type: none"> <li>請出示提示卡給受訪者選擇。</li> <li>使用電視機以外的方式「同步」收視電視頻道的節目也算，如用網路收看電視頻道正在播放的節目；「非同步」收看則不算。</li> <li>如果受訪者回答都沒有看，請訪員追問是都沒有看電視節目(含新聞節目)還是選項裡沒有看的電視節目類型？若是沒有看電視節目請跳回B1及B3皆選擇0天，若是選項裡沒有受訪者看的電視節目類型，請選擇「(88)其他」並記錄清楚。請勿在「(88)其他」欄位中填寫都沒有。</li> <li>(07)文化藝術類中的「藝術文化」，例如：展覽資訊、設計/繪畫、藝術欣賞、表演藝術。</li> <li>(10)知識教育類中的「學術或思想」，例如：在講歷史新知的節目。</li> <li>若受訪者無法看提示卡，需請訪員直接唸出選項後括號內容說明。</li> <li>括號內只是舉例，若有符合括號內其中一項就可以選。</li> </ol>
顯示題	<p>接下來將詢問您有關「聽廣播」的題目。請您先仔細閱讀以下文字，再繼續填答：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>「聽廣播」不管專心聽或一邊做事一邊聽都算（例如：通勤、開車、工作、做家事）。</li> <li>不論是用收音機聽、或用網站、手機APP等「同步收</li> </ol>	無	<p>此處顯示題說明「聽廣播」的定義：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>這裡所指的聽廣播，包括在各種情況下聽到的，不論是專心聽、一邊做事一邊聽、搭交通工具時聽、因為學校要求或因為任何學習需求而聽，或是開車時隨手打開收音機都算在內。</li> <li>請提醒受訪者聽廣播不限於用收音機，透過手機內建、廣播APP或用網路同步聆聽電台也算。</li> </ol>

題號	問卷題目	提示卡	題目說明
	<p>聽」都算。「同步收聽」是指收聽的節目無法讓您暫停、快轉、倒退，也無法自己任意選擇想聽的片段。</p> <p>3. 這裡的廣播不包含 Podcast (播客)。</p>		
C1.	<p>請問您每週平均有幾天會聽廣播 (包含:線上收聽。一邊做事一邊聽也算) ?</p>	無	<p>1. 此題是在詢問最近一個月聽廣播的情況。</p> <p>2. 數值可輸入小數點,僅能輸入.5,數值範圍:0-7,其餘填答事項與B5相同。</p>
C2.	<p>請問您如果有聽廣播的那一天,您一整天大概會聽多久?</p>	無	<p>依收聽時數於欄位填入數值,其餘填答事項與B2相同。</p>
C3.	<p>您聽廣播經常聽或經常聽到以下哪幾種類型的節目? (可複選)</p>	4	<p>1. 請出示提示卡給受訪者選擇,其餘填答事項與B8相同。</p> <p>2. 經常聽是指常常收聽廣播或固定時間聽廣播;經常聽到是指到店家或是其他地方不經意聽到的廣播。</p> <p>3. 括號內只是舉例,若有符合括號內其中一項就可以選。</p>
C4.	<p>請問您有沒有在聽Podcast (播客) ?</p>	無	<p>1. Podcast (播客) 是收聽「聲音節目」的平台,通常是以網頁或APP播放器播放,如 Apple Podcasts、Spotify、KKBOX、Chrome (網頁端播放)、Google Podcasts等。</p> <p>2. 台灣知名Podcast節目有「Gooaye 股癌」、「百靈果NEWS」、「台灣通勤第一品牌」等。</p> <p>3. 若受訪者不知道Podcast是什麼,不須特別解釋,可點選「(03)沒聽過Podcast」。</p>
顯示題	<p>接下來將詢問您有關「使用手機」的題目。請您先仔細閱讀以下文字,再繼續填答:</p> <p>1. 不論傳統型或智慧型手機都算。</p> <p>2. 除了講電話外,這裡有「使用手機」是說眼睛必須看著手機螢幕,只要是透過手機做的事情都算,包含上網行為(用 LINE、看網路影片等)和非上網行</p>	無	<p>此處顯示題說明「使用手機」的定義:</p> <p>1. 「使用手機」指除了講電話之外,眼睛須看著手機螢幕才算,若用手機放音樂,但眼睛沒有看螢幕,則不算使用手機。</p> <p>2. 若手機門號名字是別人的(例如:父母、配偶等),但該手機平常是自己使用的仍算有使用手機。</p>

題號	問卷題目	提示卡	題目說明
	為(傳簡訊、照相、看相簿照片等)。		
D1.	請問您平常有沒有在使用手機?	無	
D2.	請問您大約每週有幾天會使用手機(不論是自己的手機或其他人的手機都算)?	無	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 此題是在詢問最近一個月使用手機的情況。</li> <li>2. 請訪員強調此題是詢問用手機的天數,包含上網行為(如用LINE聊天、看網路影片等)和非上網行為(如照相、看相簿照片等),所有透過手機做的事情。</li> <li>3. 數值可輸入小數點,僅能輸入.5,數值範圍:0-7,其餘填答事項與B5相同。</li> </ol>
D3.	請問在您有使用手機的那一天,您一整天大概使用多久,只算眼睛有看著螢幕的時間?	無	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 包含用手機上網(用LINE、看網路影片等)和非上網(看手機相簿等)行為的時間總合。</li> <li>2. 若受訪者回答他隨時隨地都在使用手機,請訪員試著以「扣除法」的方式詢問真的使用時間,例如:(1)先扣掉受訪者睡眠時間→(2)再扣除平常從事不能用手機的時間→(3)以扣除以上行為的剩餘時間填答。</li> <li>3. 依使用時數於欄位填入數值,其餘填答事項與B2相同。</li> </ol>
顯示題	<p>接下來將詢問關於您最近一個月每週「上網」情況的題目。請您先仔細閱讀以下文字,再繼續填答:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 「上網」是指用電腦、平板或手機連上網路,例如:用LINE、Facebook、用YouTube看影片、瀏覽新聞、查資料、玩線上遊戲等。</li> <li>2. 若眼睛沒有看螢幕就不算(例如:用YouTube聽音樂,但沒在看MV、聽Podcast、只是連上網路下載影片)。</li> </ol>	無	<p>此處顯示題說明「上網」的定義:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 使用LINE、臉書、YouTube等社群媒體、看影片、瀏覽新聞、查資料、寄email、玩線上遊戲等的網路行為。</li> <li>2. 若上網裝置(電腦/平板/手機)一打開就是連線上網的狀態,需再追問受訪者實際從事以上這些網路行為的天數或時間。</li> <li>3. 若是掛網下載影片(沒有做其他網路行為),則不算。</li> </ol>
E2.	請問您每週平均有幾天會透過電腦上網(不含手機、平板上網)?	無	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 電腦包含桌上型電腦及筆記型電腦,不含手機及平板。</li> <li>2. 數值可輸入小數點,僅能輸入.5,數值範圍:0-7,其餘填答事項與B5相同。</li> <li>3. 若受訪者回答「沒有電腦」,請填答0</li> </ol>

題號	問卷題目	提示卡	題目說明
			天。
E3.	請問您每週平均有幾天會透過平板上網？	無	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 平板為更簡易使用的電腦，能完成大部分的電腦功能，螢幕尺寸也接近電腦尺寸。若受訪者無法分辨行動裝置是平板或是手機，請確認該行動裝置是否有通訊功能（撥號碼打電話），若有手機通訊功能請歸類為「手機」。</li> <li>2. 數值可輸入小數點，僅能輸入.5，數值範圍:0-7，其餘填答事項與B5相同。</li> <li>3. 若受訪者回答「沒有平板」，請填答0天。</li> </ol>
E4.	請問您每週平均有幾天會透過手機上網（例如：用LINE、看YouTube，只算有用手機上網的天數）？	無	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 沒有SIM卡的手機亦為手機，若其用wifi連線從事上網行為也算手機上網。</li> <li>2. 此題與D2的區別在於僅詢問使用手機從事「上網行為（如用LINE聊天、看網路影片等）」的天數。</li> <li>3. 數值可輸入小數點，僅能輸入.5，數值範圍:0-7，其餘填答事項與B5相同。</li> </ol>
顯示題	<p>我們想要知道在您有上網的那一天，您分別透過電腦、平板、手機上網的時間長短，並會針對「工作或課業所需」的時間和「工作或課業所需以外」的時間分別詢問。請先仔細閱讀以下文字，再繼續填答：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 工作是指有支薪的工作，沒有支薪的家務工作或當志工不算。</li> <li>2. 課業是指有交學費的上課（含課後練習），例如：學語言、在職專班等。</li> <li>3. 「工作或課業所需以外」是指上網進行休閒娛樂、看網路新聞、跟親友用LINE聊天等。</li> <li>4. 若上網的時間很分散，只要有空就會上網，如：通勤、睡前等，請將這些時間進行加總。</li> </ol>	5	<p>此處顯示題說明「工作」及「課業」的定義，在下個題組將以「工作或課業所需」的時間和「工作或課業所需以外」的時間分別詢問各裝置的上網時間。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 有支薪的工作包含正職、兼職、打工等等，家務工作或當志工沒有薪水則不算。</li> <li>2. 課業是指有交學費的上課（含課後練習），例如：學語言補習班、研究所、在職專班等，如果受訪者是使用免費課程自學（沒有學費）的話則不算。</li> </ol>
E5a	在您有上網的那一天，您一整天利用電腦上網工作或課業所需的	5	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 請依受訪者是學生或非學生調整詢問課業或是工作。詢問順序為E5a→</li> </ol>

題號	問卷題目	提示卡	題目說明												
	時間大概有多久（只算您上網時眼睛有在看螢幕的時間）？		E5b→ E5c→ E5d→ E5e→ E5f												
E5b	扣除工作或課業所需的上網時間後，您一整天使用電腦上網的時間大概有多久？	5	<table border="1" style="margin-left: 20px;"> <thead> <tr> <th></th> <th>電腦</th> <th>平板</th> <th>手機</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>工作課業</td> <td>E5a</td> <td>E5c</td> <td>E5e</td> </tr> <tr> <td>工作課業以外</td> <td>E5b</td> <td>E5d</td> <td>E5f</td> </tr> </tbody> </table>		電腦	平板	手機	工作課業	E5a	E5c	E5e	工作課業以外	E5b	E5d	E5f
	電腦	平板	手機												
工作課業	E5a	E5c	E5e												
工作課業以外	E5b	E5d	E5f												
E5c	在您有上網的那一天，您一整天利用平板上網工作或課業所需的時間大概有多久（只算您上網時眼睛有在看螢幕的時間）？	5	2. E5a、E5c、E5e問的是透過電腦/平板/手機工作或學習的時間長度，而不是問工作時間用電腦/平板/手機的時間。												
E5d	扣除工作或課業所需的上網時間後，您一整天使用平板上網的時間大概有多久？	5	3. 若受訪者使用的是「網路吃到飽」方案，並回答24小時上網，請訪員試著以扣除法的方式(扣除睡眠及非網路行為時間)詢問真的認真上網時間。												
E5e	在您有上網的那一天，您一整天利用手機上網工作或課業所需的時間大概有多久（只算您上網時眼睛有在看螢幕的時間）？	5	4. 若受訪者回答他的上網時間很分散，只要有空就會拿行動裝置上網，訪員需請受訪者盡量回想多半在何種場合會利用行動裝置上網，如：通勤、午休，並詢問這些行為的時間長短，並盡量將這些分割的時間進行加總。												
E5f	扣除工作或課業所需的上網時間後，您一整天使用手機上網的時間大概有多久？	5	5. 若受訪者因為使用習慣(例如：電腦、手機、平板一直輪流使用)很難計算個別的使用時間，請受訪者回想昨天三種裝置的使用時間。 6. 若受訪者回答不一定(例如：有出門跟沒出門使用電腦的時間不一定)，則以「發生頻率較高」為詢問該天使用時間依據。 7. E5e 及 E5f 相加應小於或等於 D3(手機使用的時間)。 8. <b>請注意E5a、E5b兩題合計總上網時間請勿超過24小時。E5c、E5d兩題及E5e、E5f亦同。</b> 9. 依使用時數於欄位填入數值，其餘填答事項與B2相同。。												
E6.	請問您是否會因下列原因上網（包括用手機、平板或電腦上網）？（可複選）	6	1. 請出示提示卡給受訪者選擇。 2. 請提醒受訪者使用任何裝置(手機、平板或電腦)上網都算。 3. 若受訪者無法看提示卡，需請訪員直接唸出選項後括號內容說明。 4. 括號內只是舉例，若有符合括號內其中一項就可以選。 5. 如果受訪者回答這些原因都沒有，請訪員追問是否有其他原因而想要上												



題號	問卷題目	提示卡	題目說明
			網，並記錄在「(88)其他」欄位中；若受訪者真的回答不出其他原因，請點選「(97)不知道」，請勿在「(88)其他」欄位中填寫都沒有。
E7	請問您平均每個月在網路上消費（買東西）大概花多少錢？（例如：購物、購買遊戲點數、下載音樂或電影等）	無	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 若受訪者計算不出平均每月在網路上消費多少錢，請受訪者回想最近一個月的網路消費情形。</li> <li>2. 受訪者每個月消費的金額不一定（有時幾百塊、有時幾千塊），則以平均計算。</li> <li>3. 只要在網路上有購買產品、服務等都算（如投保、購買門票、火車票等等都算）。</li> <li>4. 超過10萬元請點選特殊碼999991。</li> <li>5. 「不知道」與「拒答」請點選特殊碼。</li> </ol>
提示語	請問您同不同意下列說法？	7	1. 請出示提示卡給受訪者選擇。
E8(01)	沒有辦法上網時，您會很想上網。	7	2. 此題組E8(01)到E8(09)都是詢問受訪者對於自己上網行為的想法，請受訪者依自身經驗回答即可。
E8(02)	您會因為不能使用網路而感到沮喪、心情不好、或覺得緊張，但是只要能上網，這些情況就會改善。	7	3. 訪員詢問受訪者此題組的方式為：出示提示卡給受訪者選擇，若受訪者選擇「(03)普通」不需要再追問。
E8(03)	您經常藉由網路來擺脫生活中令人煩惱的事。	7	4. E8(07)是詢問翹課或工作遲到，若受訪者沒有上課或上班，請點選隱藏選項中的「不適用」。
E8(04)	您在網路上可以自由自在地做自己想做的事。	7	
E8(05)	如果您認識一個人，透過網路互動會比面對面互動，讓您更能認識這個人。	7	
E8(06)	不管您（在網路上）是怎麼樣的人，網路上的人都可以接受您。	7	
E8(07)	您因為上網而翹了課或工作（有支薪）遲到。	7	
E8(08)	沒上網時您覺得自己毫無價值，但在網路世界中您覺得自己很有價值。	7	
E8(09)	因為上網讓您錯過了真實生活中的社交活動。	7	
E9.	您知道怎麼做下面這些事情嗎（可複選）？	8	此題是了解民眾使用網路的能力，若受訪者對選項有疑惑，不需要特別解釋。
顯示題	接下來將詢問您有關「看雜誌」的題目。請您先仔細閱讀以下文字，	無	此處顯示題說明「看雜誌」的定義。

題號	問卷題目	提示卡	題目說明
	再繼續填答： 1. 「紙本雜誌」是指有固定刊名、定期出版、裝訂成書的印刷讀物，例如：天下雜誌、康健雜誌、空中英語教室、ELLE她雜誌。但是廣告、商品型錄(DM)不算。 2. 「網路雜誌」是紙本雜誌的電子版本，可以在網站或APP上閱讀。		
F1a.	請問您每個月平均有幾天會看紙本雜誌(網路雜誌不算)？	無	1. 此題是在詢問最近一個月看紙本雜誌的情況，且與其他媒體使用題不同，是詢問每個月看紙本雜誌的天數。 2. 數值可輸入小數點，僅能輸入.5，數值範圍:0-31，其餘填答事項與B5相同。
F1b.	請問您如果有看紙本雜誌(網路雜誌不算)的那一天，您一整天大概會看多久？	無	依看的時數於欄位填入數值，其餘填答事項與B2相同。
F2a.	請問您每個月平均有幾天會在網路上看雜誌？	無	1. 天下、商業周刊...等雜誌的網站和APP，或是從社群媒體點連結進去觀看的網路雜誌都列入計算。 2. 此題是在詢問最近一個月看網路雜誌的情況，且與其他媒體使用題不同，是詢問每個月看網路雜誌的天數。 3. 數值可輸入小數點，僅能輸入.5，數值範圍:0-31，其餘填答事項與B5相同。
F2b.	請問您如果有看網路雜誌的那一天，您一整天大概會看多久？	無	依看的時數於欄位填入數值，其餘填答事項與B2相同。
F3.	您看雜誌(包含紙本和網路雜誌)經常看下列哪幾種內容?(可複選)	9	請出示提示卡給受訪者選擇，其餘填答事項與B8相同。
顯示題	接下來將詢問您有關「看紙本報紙」的題目。請您先仔細閱讀以下文字，再繼續填答： 「紙本報紙」是指定期出刊(通常是每天或每週)的紙本印刷讀物，一般會有針對國內、國際、地方新聞的報導，也有體育、娛樂等其他主題的版別。	無	此處顯示題說明「看紙本報紙」的定義。 1. 請提醒受訪者此題問的是紙本報紙，例如在便利商店購買、早餐店提供、或是受訪家戶或公司有訂購的紙本報紙。 2. 看報紙是指透過眼睛看到文字獲得資訊。
G1a.	請問您每週平均有幾天會看紙本報紙？	無	1. 此題是在詢問最近一個月看紙本報紙的情況。

題號	問卷題目	提示卡	題目說明
			2. 數值可輸入小數點，僅能輸入.5，數值範圍:0-7，其餘填答事項與B5相同。
G1b.	請問您如果有讀紙本報紙的那一天，您一整天大概會看多久？	無	依看的時數於欄位填入數值，其餘填答事項與B2相同。
G1c.	請問您經常看哪幾份紙本報紙？ (可複選)	10	1. 請受訪者先自行回想，若想不到再出示提示卡。 2. 此題為複選題，只要受訪者平常會看就可以點選。 3. 如果受訪者回答都沒有看，請訪員追問是都沒有看報紙還是選項裡沒有看的報紙？若是沒有看報紙請跳回G1a選擇0天，若是選項裡沒有看的報紙，請選擇「(88)其他」並記錄清楚受訪者看的報紙。請勿在「(88)其他」欄位中填寫都沒有。
顯示題	接下來將詢問您有關「看網路新聞」的題目。請您先仔細閱讀以下文字，再繼續填答： 「網路新聞」是指將新聞內容放上網路，不論是文字或影音都算。 1. 文字的包括新聞網站(例：東森新聞網)、手機 app(例：整合網路新聞 app)。 2. 影音的包括上傳在 YouTube 上非直播的電視新聞。	無	此處顯示題說明「看網路新聞」的定義。 請提醒受訪者此題問的是上網看新聞，用新聞網站、LINE TODAY新聞、或以App看新聞，包含文字、影音都算，但是MOD的新聞頻道(屬電視新聞)不算。
G2a.	請問您每週平均有幾天會上網看新聞？	無	1. 此題是在詢問最近一個月上網看新聞的情況。 2. 數值可輸入小數點，僅能輸入.5，數值範圍:0-7，其餘填答事項與B5相同。
G2b.	請問您如果有上網看新聞的那一天，您一整天大概會看多久？	無	1. 若上網看新聞的時間不一定，則以「發生頻率較高」的時間為依據。例如有出門跟沒出門看網路新聞的時間不一定，請回想一週當中是出門的天數多、還是不出門的天數多，再回想那天的使用時間。 2. 依閱聽/觀看時數於欄位填入數值，其餘填答事項與B2相同。
G2c_1	請問您經常看哪幾個網站或平台的 新聞？(可複選) 共分為五類網站選項，將分題詢問。	無	1. G2c_1至G2c_5的選項皆為隨機出現，故無提示卡，可出示平板給受訪者自行填答，若受訪者無法操作平板的話，請訪員唸出選項。

題號	問卷題目	提示卡	題目說明
	以下為第一類：「社群媒體、入口網站及整合新聞」的選項		2. 括號內只是舉例，若有符合括號內其中一項就可以選。
G2c_2	請問您經常看哪幾個網站或平台的新聞？（可複選） 以下為第二類：「電視新聞網站」的選項	無	3. 此題為複選題，只要受訪者平常會看就可以點選。 4. 不論受訪者用新聞網站，或以App看新聞都納入計算。
G2c_3	請問您經常看哪幾個網站或平台的新聞？（可複選） 以下為第三類：「電子報網站」的選項	無	5. 若受訪者表示都在YouTube看新聞，請詢問他有看哪些頻道的新聞並點選，若選項中沒有，請選擇「(88)其他」並記錄清楚。
G2c_4	請問您經常看哪幾個網站或平台的新聞？（可複選） 以下為第四類：「獨立媒體及通訊社網站」的選項	無	6. 若受訪者回答，他都在臉書頁面上有什麼新聞看什麼新聞，請點選「社群媒體（例如：臉書、推特）」。
G2c_5	請問您經常看哪幾個網站或平台的新聞？（可複選） 以下為第五類：「國際媒體網站」的選項	無	
G2c_6.	若上述選項都沒有，請在下方填入您有看的其他網站或平台的新聞。	無	1. G2c_1至G2c_5皆答以上都沒有者，須回答此題。 2. 如果受訪者回答都沒有看，請訪員追問是都沒有看網路新聞還是選項裡沒有受訪者看新聞的網站？若是沒有看網路新聞請跳回G2a選擇0天，若是選項裡沒有受訪者看新聞的網站，則在G2c_6.欄位填入受訪者看的其他網站或平台的新聞。請勿在「(88)其他」欄位中填寫都沒有。
G3.	您看紙本報紙、新聞網站，或以App看新聞經常看下列哪幾種內容？（可複選）	11	1. 請出示提示卡給受訪者選擇，其餘填答事項與B8相同。 2. 「(05)文化藝術類」中的宗教內容，多出現在宗教性質報紙如：台灣教會公報、人間福報、創價新聞、基督教論壇報、天主教週報、台灣醒報、國度復興報。
H1a.	您經常會一起討論「個人」的重要問題或分享心事的人，有幾位？	無	1. 若受訪者回答不夠明確的答案，則統一取「中間值」，並且四捨五入至整數位，例如10~15人「請填13人(中間值12.5，有小數點時四捨五入)」。 2. 超過500人請填991；「不知道」與「拒答」請點選特殊碼。

題號	問卷題目	提示卡	題目說明
顯示題	<p>接下來將詢問您有關「平常與人接觸和認識程度」的題目。請您先仔細閱讀以下文字，再繼續填答：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>「接觸」指的是有一來一往的互動，例如：互相打招呼、聊天。</li> <li>「認識」指的是彼此知道對方，可以互相認出、叫出對方的稱呼（不一定要知道完整名字，例如：張先生也算）。但如果只有單方面知道，就不算認識。</li> </ol>	無	<p>此處顯示題說明本調查中對於人際互動「接觸」和「認識」的定義。</p>
H1b_1	<p>請問在您平常一天固定會接觸的人當中，有多少人是「面對面」接觸（包括互相點頭、打招呼、講話，對方是認識或不認識的都算）？</p>	無	<ol style="list-style-type: none"> <li>「平常」指的是週一至週五間「固定」會接觸到的人（例如家人、朋友、同事），沒有固定接觸的不算（例如路人）。</li> <li>若受訪者在服務業、運輸業、零售業等（例如：餐廳、計程車司機、7-11店員、銀行櫃檯行員、警衛…等），每天會遇到不同客人，若沒有固定接觸到的則不納入計算。</li> <li>若受訪者回答不夠明確的答案，則統一取「中間值」，並且四捨五入至整數位，例如10~15人「請填13人(中間值12.5，有小數點時四捨五入)」。</li> <li>若受訪者回答不一定，則以「發生頻率較高」為詢問該天互動人數依據。</li> <li>超過999人請填9991；「不知道」與「拒答」請點選特殊碼。</li> <li>若受訪者回答「9997不知道、9998拒答」者，請續問H1b_2題。</li> </ol>
H1b_2	<p>請問在您平常一天固定會接觸的人當中，大概有多少人是「面對面」接觸？</p>	無	
H1c	<p>承上題，這些「面對面」接觸的人裡面，大概有多少是您認識的？</p>	12	<ol style="list-style-type: none"> <li>請出示提示卡給受訪者選擇。</li> <li>「不認識」但會固定面對面接觸的對象可能為警衛、公車司機等。</li> </ol>
H1d_1	<p>請問在您平常一天固定會接觸的人當中，有多少人是在「網路上」接觸？（例如在臉書、LINE、線上遊戲平台互相傳訊息或貼圖，</p>	無	<ol style="list-style-type: none"> <li>「平常」指的是週一至週五間「固定」在網路上接觸的人，例如：和公司同事往返電子郵件（E-mail）。</li> <li>「網路上接觸」的定義：有進行一來</li> </ol>

題號	問卷題目	提示卡	題目說明
	對方認識或不認識您都算)		<p>一往的互動，像是回覆訊息或貼圖，如果只是列在連絡清單但沒有互動，就不算接觸。</p> <p>3. 若有網路聊天的群組(像是LINE群組)，計算方法為群組內有與自己一來一往互動的人才能算進本題的人數，因此若在LINE群組中，僅是在發出的訊息旁顯示的已讀人數，則不算入接觸人數中。</p> <p>4. 若受訪者在網路上經營網拍、拍賣商品等工作，回覆客人訊息或服務客人，則不納入計算。</p> <p>5. 其餘說明與H1b相同。</p> <p>6. 若受訪者回答「9997不知道、9998拒答」者，請續問H1d_2題。</p>
H1d_2	請問在您平常一天固定會接觸的人當中，大概有多少人是在「網路上」接觸？	無	
H1e	承上題，這些「網路上」接觸的人裡面，大概有多少是您認識的？	12	<p>1. 請出示提示卡給受訪者選擇。</p> <p>2. 「認識」指的是彼此知道對方，在現實生活中可以互相認出、叫出對方的稱呼(不一定要知道完整名字，例如：張先生也算)。但如果只有單方面知道，就不算認識。</p> <p>3. 「不認識」但有在網路上接觸的對象可能為網紅。</p>
H1f.	請問在您平常一天固定會接觸的人當中，其中有幾個人，是會「面對面」接觸，也會在「網路上」接觸？	無	<p>1. H1f的填答範圍最小是0，最大為在H1b_1和H1d_1中取最小值。例如:若受訪者於H1b_1答20人；H1d_1答10人，則H1f不能大於10人(因H1d網路接觸人數僅10人)。</p> <p>2. H1b_1(面對面接觸)、H1d_1(網路上接觸)、H1f(面對面+網路)三題是指同一天接觸的人。</p> <p>3. 超過999人請填9991；「不知道」與「拒答」請點選特殊碼。</p>
顯示題	<p>接下來將詢問您有關「看戲劇」的題目。請您先仔細閱讀以下文字，再繼續填答：</p> <p>1. 「戲劇」是指有故事劇情的節目，例如：鄉土劇、偶像劇、</p>	無	此處顯示題說明「看戲劇」的定義。

題號	問卷題目	提示卡	題目說明
	<p>韓劇、日劇、影集、歌仔戲、京劇、卡通、電影等。</p> <p>2. 不論在電視、網路影音平台（例如：愛奇藝、Netflix等），或是從網路上下載來看的都算。</p>		
I1.	<p>請問您每週平均有幾天會看戲劇節目？</p>	無	<p>1. 此題是在詢問<b>最近一個月</b>看戲劇的情況。</p> <p>2. 若受訪者說沒有固定看戲劇（例如：看到喜歡、有興趣的戲劇才追，現在沒看到喜歡的就沒看），請訪員詢問最近一週收看戲劇的天數。</p> <p>3. 數值可輸入小數點，僅能輸入.5，數值範圍:0-7，其餘填答事項與B5相同。</p>
I2.	<p>在您有看戲劇節目的那一天，您一整天大概會看多久？</p>	無	<p>1. 若受訪者回答看劇的時間不一定，則以「發生頻率較高」為詢問該天看劇時間依據。例如：平日跟假日看戲劇的時間不一樣，請依「平日」看的時間為答案。</p> <p>2. 依觀看時數於欄位填入數值，其餘填答事項與B2相同。。</p>
I3a	<p>請問您最常看哪些類型的戲劇節目？（可複選）</p>	13	<p>1. 請出示提示卡給受訪者選擇。</p> <p>2. 括號內只是舉例，若有符合括號內其中一項就可以選。</p> <p>3. 若都固定看某電視頻道的戲劇，請在「(88)其他」中說明是哪個頻道、哪個時段。</p> <p>4. 如果受訪者回答都沒有看，請訪員追問是都沒有看戲劇還是選項裡沒有受訪者看的戲劇類型？若是沒有看戲劇請跳回I1選擇0天，若是選項裡沒有受訪者看的戲劇類型，請選擇「(88)其他」並記錄清楚受訪者看的戲劇類型。<b>請勿在「(88)其他」欄位中填寫都沒有。</b></p> <p>5. 選項舉例說明：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 家庭劇：描寫發生在家庭成員間的故事，著重於親情、家族成員互動、家庭倫理等劇情。</li> <li>● 宮廷劇：指以古代朝廷或後宮為主要戲劇場景，並以勾心鬥角為</li> </ul>

題號	問卷題目	提示卡	題目說明
			<p>主要情節的戲劇類型。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 穿越劇：劇情有出現時空穿越、靈魂穿越等，使角色可以在不同時空或背景下發展超現實的劇情。</li> <li>● 歷史劇：關於「歷史事件」或「歷史人物」的故事，或是戰爭歷史等在某個歷史背景下發展故事的戲劇。</li> <li>● 復仇：指因為自己或親朋好友曾經被傷害過，所以想替自己或他人出一口氣，讓加害者付出代價的劇情。</li> <li>● 社會寫實：故事可能改編自社會中真實發生過的事件，並呈現社會黑暗面的劇情，深入探討社會現象和文化議題。</li> <li>● 軍教：發生在軍中的故事，主要以知名戰記（如古寧頭戰役）、軍中生活、軍人間情誼等為題材的戲劇類型。</li> <li>● 權力鬥爭：在講人跟人之間勾心鬥角的故事，通常是為了搶奪權力、地位或金錢，彼此用陰謀詭計算計對方。</li> </ul> <p>6. 若受訪者回答「97不知道、98拒答」者，請續問I3b題。</p>
I3b1至 I3b3	請列出您最近看的三個戲劇節目（至少一個）。	無	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 若受訪者不知道劇名，請說明頻道及播出時段。</li> <li>2. 請受訪者回答至少一個戲劇節目，若受訪者最近只看一個戲劇，請在I3b2及I3b3題選擇「(90)沒有看」。</li> </ol>
I4a	請問您主要透過什麼管道收看戲劇節目？	無	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 若受訪者是看電視頻道固定時段播放的戲劇，請選「(01)電視頻道」。</li> <li>2. 若受訪者是利用網路，可以在任何時段選擇自己想看的戲劇來觀看，不會受到播出時段限制，請選「(02)網路影音平台」。</li> <li>3. 若受訪者不懂線上影音串流平台的意思，則可說明是利用電腦、平板、手機等非電視的裝置在網路上</li> </ol>



題號	問卷題目	提示卡	題目說明
			看戲劇的意思。 4. 若訪員及受訪者無法分類，請在「(88)其他」中說明是利用什麼管道看戲劇。
I4b	請問是下列哪一種類型的電視頻道？	無	(04)MOD (數位機上盒)：指將特定訊號轉換成另一種訊號的設備，大致可分為接收有線電視 (Cable)、衛星 (Satellite)、地面廣播 (Terrestrial) 以及網路 (IP/DSL) 等四種訊號。常見的數位機上盒如：中華電信MOD、安博盒子、小米盒子或OVO (如Gt TV 亞太電信) 等。
I5	請問您為何會想看戲劇節目？ (可複選)	14	此題詢問受訪者觀看戲劇節目的動機，請受訪者依自身想法回答即可。
提示語	請問您同不同意下列說法？	15	1. 請出示提示卡給受訪者選擇。
I6(01)	您心裡常常想著沒看完的戲劇節目後面結局會是如何。	15	2. 此題組I6(01)到I6(05)都是詢問受訪者對於觀看戲劇節目的想法，請受訪者依自身經驗回答即可。
I6(02)	您花在看戲劇節目的時間經常超過自己預計的時間。	15	3. 訪員詢問受訪者此題組的方式為：
I6(03)	您一看戲劇節目，就停不下來。	15	出示提示卡給受訪者選擇，若受訪者選擇「(03)普通」不需要再追問。
I6(04)	您喜歡看一齣戲是因為它具啟發性。	15	
I6(05)	您喜歡看一齣戲是因為它很有娛樂性。	15	
顯示題	接下來將詢問您有關「玩電玩遊戲」的題目。請您先仔細閱讀以下文字，再繼續填答： 「電玩遊戲」是指要用電腦、手機、平板或遊戲機才可以玩的遊戲，不論需不需要連上網路都算。	無	此處顯示題說明「玩電玩遊戲」的定義。 1. 電玩遊戲包含線上遊戲跟單機遊戲，用任何裝置 (如手機、平板、電腦、PS4、Switch、VR顯示器等) 以及玩任何遊戲類型都算。 2. 掌上型遊戲機 (例如：Switch)，連接到電視或電腦也算是有玩 Switch (電玩)。
I7	請問您每週大約會玩幾個小時的電玩遊戲 (包含：手機、電腦、Facebook 臉書、大型多人線上角色扮演遊戲及電動、掌上型遊戲機 (例如：Switch)、VR 虛擬實境 (需配戴頭戴顯示器)、AR 擴增實境 (例如：寶可夢 Pokemon Go!))？	無	1. 此題與前面詢問使用時間的問法不同，直接請訪員詢問一週 <b>玩電玩遊戲的總時數</b> ，可請受訪者先回想平日玩的時數再加上假日玩的時候，最後再加總起來。 2. 此題是在詢問 <b>最近一個月</b> 玩電玩遊戲的情況，若受訪者說玩的時間不一定 (例如工作忙碌時玩遊戲時間比較少)，請他回答 <b>最近一週玩電玩遊戲總</b>

題號	問卷題目	提示卡	題目說明
			<p><b>時數。</b></p> <p>3. 「數獨」是用手機、平板、電腦等裝置玩的話才算電玩遊戲。</p> <p>4. 只算真正有在玩遊戲的時間，若眼睛沒有看螢幕就不算（例如：只是掛著但沒在玩）。</p> <p>5. 依玩電玩遊戲的時數於欄位填入數值，範圍 0到168，間隔0.5小時，請確認答案符合常理，例如一週玩電玩超過64個小時，似乎不合常理，請再追問確認。</p>
提示語	<p>接下來將詢問您關於媒體的問題，請您依實際行為回答下列問題。</p>	無	
J1.	<p>請問當您想要放鬆或消遣的時候，您會優先使用下列哪種媒體？（單選）</p>	16	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 請出示提示卡給受訪者選擇。</li> <li>2. 若受訪者回答沒差別，請記錄在「(88)其他」，原因可填上「沒差別」。</li> <li>3. 若受訪者回答不一定，則以「發生頻率較高」或「使用時間較長」為選擇媒體依據。</li> <li>4. 若受訪者是看網路新聞或網路雜誌，請選(05)網路。</li> <li>5. 此題會顯示受訪者前面看電視、看報紙、聽廣播、看雜誌及使用網路的天數。例如：受訪者選擇「看電視」，但顯示看電視的天數為0，請訪員再追問是否有看電視。若受訪者有看電視，請訪員跳回前面題目修改答案。</li> <li>6. 選項「電視」無法點選，是因為受訪者「看電視的天數為0」；選項「報紙(紙本)」無法點選，是因為受訪者「看報紙的天數為0」；若選項「廣播」無法點選，是因為受訪者「聽廣播的天數為0」；若選項「雜誌(紙本)」無法點選，是因為受訪者「看雜誌的天數為0」；若選項「網路」無法點選，是因為受訪者選擇「沒有上網」。若受訪者前面回答錯誤，請訪員跳回前面題目修改答案。</li> <li>7. 若受訪者沒有使用任何上面選項列出的媒體，也回答不出其他想要放鬆或</li> </ol>

題號	問卷題目	提示卡	題目說明
			消遣時使用的媒體，請點選特殊碼「(90)都不會」。
J2.	請問您想要得到當下最新消息時，您會優先使用以下哪一個媒體？（單選）	16	填答事項與J1相同。
J3.	請問在下列這些媒體中，哪一個是您最信賴的消息來源？（單選）	16	<ol style="list-style-type: none"> <li>請出示提示卡給受訪者選擇。</li> <li>「最信賴的消息來源」指的是您覺得從這個來源獲得的新聞、資訊等是最能相信的。</li> <li>若受訪者覺得這些媒體都沒差別，請在「(88)其他」填答「沒差別」。</li> <li>若受訪者覺得選項列出的媒體都不可信賴，請選特殊碼「(91)沒有可以相信的」。</li> </ol>
提示語	如果0分代表最不可以相信，100分代表最可以相信，60分代表及格，請您對下列台灣媒體所報導新聞的整體表現給一個分數。（這題請就您的一般印象來評分，沒有在使用沒關係，沒有標準答案。）	17	<ol style="list-style-type: none"> <li>請出示提示卡給受訪者選擇。</li> <li>此題組會分別詢問五大媒體（電視、報紙、廣播、雜誌、網路）新聞的可信度，其中報紙跟雜誌都是指「紙本」的，非紙本的報紙跟雜誌請歸類於網路。</li> <li>若受訪者表示「沒有」看電視、「沒有」看報紙、「沒有」聽廣播「沒有」看雜誌或「沒有」上網，所以不知道如何打分數，請受訪者就一般印象評分。</li> <li>若受訪者表示不同家報紙、不同台電視新聞的可信度不同，請受訪者就整體感覺來評分。</li> <li>如果受訪者真的答不出來，該選項請填「(997)不知道」或「(998)拒答」。</li> </ol>
J4(01)	電視新聞可信度有幾分？	17	<ol style="list-style-type: none"> <li>若受訪者上週或平常沒有看新聞，請選「(06)上週或平常沒有在看新聞」。</li> <li>若受訪者上週有看新聞，但沒碰到(01)到(05)的情形，請選「(90)都沒有碰到上述情形」。</li> </ol>
J4(02)	報紙(紙本)新聞可信度有幾分？	17	
J4(03)	廣播新聞可信度有幾分？	17	
J4(04)	雜誌(紙本)新聞可信度有幾分？	17	
J4(05)	網路新聞可信度有幾分？	17	
J5	請試著回想您上週看新聞的狀況，下列哪些是您碰到的情形？（可複選）	18	<ol style="list-style-type: none"> <li>若受訪者上週或平常沒有看新聞，請選「(06)上週或平常沒有在看新聞」。</li> <li>若受訪者上週有看新聞，但沒碰到(01)到(05)的情形，請選「(90)都沒有碰到上述情形」。</li> </ol>
顯示題	<p>接下來將詢問您有關「假新聞」的題目。請您先仔細閱讀以下文字，再繼續填答：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>您可能聽過，最近有許多被捏造的新聞（又稱假新聞或假消息）被傳來傳去。</li> <li>「假新聞」指的是有人刻意</li> </ol>	無	此處顯示題說明「假新聞」的定義。

題號	問卷題目	提示卡	題目說明
	虛構、故意流傳的錯誤新聞或消息，要來誤導大眾。		
提示語	請問下面這些關於假新聞（或假消息）問題，您的看法為何？	無	1. 請出示提示卡給受訪者選擇。 2. 此題組 J6a 到 J6c 是詢問受訪者對於「假新聞」之普遍性、嚴重性、影響性的想法，請受訪者依自身經驗回答即可。
J6a	您覺得假新聞在您生活中有多普遍？	19	3. 訪員詢問受訪者此題組的方式為：出示提示卡給受訪者選擇，若受訪者選擇「(03)普通」不需要再追問。
J6b	您覺得假新聞造成的影響有多嚴重？	20	
J6c	您覺得您可不可能受到假新聞影響？	21	
J7	您認為下列哪些人或單位，在防範假新聞流傳的工作上需負起責任？（可複選）	22	請出示提示卡給受訪者選擇。
J8a	媒體上經常流傳許多假新聞（或稱假消息），您覺得這會對社會造成什麼樣的影響？（可複選）	23	1. 請出示提示卡給受訪者選擇。 2. 選項(03)的社會成本指的是整個社會因為一些人的錯誤而付出很大的代價。例如：民眾若被假新聞誤導，會浪費很多不必要的人力與資源，來彌補這個錯誤。
J8b	媒體上經常流傳許多假新聞（或稱假消息），您覺得這會對民眾造成什麼樣的影響？（可複選）	24	請出示提示卡給受訪者選擇。
J9	媒體上經常流傳許多假新聞（或稱假消息），您覺得這會對您自己造成什麼樣的影響？（可複選）	25	請出示提示卡給受訪者選擇。
J10	您會透過下列哪些方式來確認您接觸到的新聞是不是假新聞？（可複選）	26	1. 請出示提示卡給受訪者選擇。 2. 選項(06)的事實查核機制（Fact-Checking）是透過第三方組織，依照國際標準，對可疑的訊息進行查核，查核後會公告該訊息的真假，來抑制假新聞和錯誤訊息的傳播。例如：台灣事實查核中心、美玉姨、MyGoPen 麥擱騙、CoFacts 真的假的、蘭姆酒吐司或其他民間第三方查核假新聞的單位。
J11a	您過去有沒有遇到過假新聞？	無	
J11b	遇到假新聞，您會如何處理？（可複選）	27	請出示提示卡給受訪者選擇。
顯示題	接下來將詢問您有關「網路訊息」的題目。請您先仔細閱讀以下文	無	此處顯示題說明「網路訊息」的定義。

題號	問卷題目	提示卡	題目說明
	字，再繼續填答： 「網路訊息」指的是在網站、LINE、FB、YouTube等網路平台上收到的訊息，例如：在LINE收到的新聞或短文，內容可能包含時事、優惠、新知、趣聞等。		
提示語	下列關於當您在網路上看到或收到訊息時的反應，請問您的同意程度為何？	28	1. 請出示提示卡給受訪者選擇。 2. 此題組J12(01)到J12(02)都是接觸到網路訊息後可能會有的反應，請受訪者依自身經驗回答即可。
J12(01)	您會注意這些訊息有沒有清楚標註來源(包含媒體、政府組織、網紅等)。	28	3. 訪員詢問受訪者此題組的方式為：出示提示卡給受訪者選擇，若受訪者選擇「(03)普通」不需要再追問。
J12(02)	您會思考這些訊息有沒有證據支持。	28	4. J12(02)中「有證據支持」，是指在訊息裡有提供統計數字、專家說明解釋、超連結或圖表等。
K1a	請問您最近一個月有沒有使用下列即時通訊軟體(不論是透過手機、平板或電腦都算，要使用APP或網頁版才算)?(可複選)	29	1. 「即時通訊軟體」指的是可用來與人聯絡或聊天(非公開、私下)、互傳訊息(文字、圖片、語音)或視訊等軟體。例如：LINE、FB聊天室等。 2. 請出示提示卡給受訪者選擇，如果受訪者對於不認識的即時通訊軟體有疑問，可直接說「這是即時通訊軟體的一種」即可，不需要特別解釋。 3. 受訪者只要最近一個月有用過就可以點選。 4. 如果受訪者回答都沒有使用，請點選「(90)都沒有」，請勿在「(88)其他」欄位中填寫都沒有。
K1b	請問您最近一個月有沒有使用下列社群媒體?(可複選)	30	1. 「社群媒體」指的是提供多種讓用戶互動的方式(公開)，像是看朋友的動態、自己Po文、按讚、留言等平台。例如：臉書、Instagram等。 2. 若受訪者是在LINE、FB、IG上看到標註抖音(TikTok)的影片，不算有使用。有下載抖音(TikTok)APP或在網頁版上觀看才算有使用抖音(TikTok)。 3. 不論是透過手機、平板或電腦使用社群媒體都算。 4. 其餘填答事項與K1a相同。
K1c	請問您最近一個月有沒有使用下	31	1. 若是在LINE上看到YouTube影片，有

題號	問卷題目	提示卡	題目說明
	列影音平台？（可複選）		<p>點開YouTube網頁或APP才算有使用。</p> <p>2. 不論是透過手機、平板或電腦使用影音平台都算。</p> <p>3. 填答事項與K1a相同。</p>
K2a	請問您大約每週有幾天使用臉書（Facebook）？	無	<p>1. 請提醒受訪者此題問的是<b>使用臉書</b>，像是看別人的動態、分享或照片等，以及自己發動態、分享或照片等所有使用臉書的情況，但是<b>不包含臉書聊天室(聊天室是即時通訊軟體而不是社群媒體)</b>。</p> <p>2. 此題是在詢問<b>最近一個月</b>使用臉書的情況。</p> <p>3. 數值可輸入小數點，僅能輸入.5，數值範圍:0.5-7(因為受訪者在K1b有回答臉書，所以不能答0天)，其餘填答事項與B5相同。</p>
K2b	請問在您有使用臉書（Facebook）的那一天，您一整天大概使用多久（真的有在用臉書的時間）？	無	<p>1. 若用臉書的時間不一定，則以「發生頻率較高」的時間為依據。例如：平日跟假日用臉書的時間不一樣，請依「平日」看的時間為答案。</p> <p>2. 若使用時間很分散，只要有空就會用，請盡量回想在什麼場合會用臉書，如：通勤、睡前等，將這些時間進行加總。</p> <p>3. 依使用時數於欄位填入數值，其餘填答事項與B2相同。</p>
K3a	請問您大約每週有幾天使用Instagram（IG）？	無	<p>1. 請提醒受訪者本題問的是<b>使用IG</b>，像是看別人的照片和分享等，以及自己發的照片和分享等所有使用IG的情況，並且<b>包含IG聊天功能(俗稱小盒子或紙飛機)</b>。</p> <p>2. 此題是在詢問<b>最近一個月</b>使用IG的情況。</p> <p>3. 數值可輸入小數點，僅能輸入.5，數值範圍:0.5-7(因為受訪者在K1b有回答IG，所以不能答0天)，其餘填答事項與B5相同。</p>
K3b	請問在您有使用 Instagram（IG）的那一天，您一整天大概使用多久（真的有在用 Instagram（IG）的時間）？	無	<p>1. 若用IG的時間不一定，則以「發生頻率較高」的時間為依據。例如：平日跟假日用IG的時間不一樣，請依「平日」看的時間為答案。</p> <p>2. 若使用時間很分散，只要有空就會用，</p>

題號	問卷題目	提示卡	題目說明
			<p>請您盡量回想在什麼場合會用IG，如：通勤、睡前等，將這些時間進行加總。</p> <p>3. 依使用時數於欄位填入數值，其餘填答事項與B2相同。</p>
K4a	請問您大約每週有幾天使用LINE？	無	<p>1. 請提醒受訪者本題問的是<b>使用LINE</b>，像是和親友傳訊息、通話、視訊、看LINE Today新聞、用LINE購物等所有使用LINE的情況。</p> <p>2. 此題是在詢問<b>最近一個月</b>使用LINE的情況。</p> <p>3. 數值可輸入小數點，僅能輸入.5，數值範圍:0.5-7(因為受訪者在K1a有回答LINE，所以不能答0天)，其餘填答事項與B5相同。</p>
K4b	請問在您有使用 LINE 的那一天，您一整天大概使用多久（真的有在用 LINE 傳訊息、通話、看 LINE Today 的時間）？	無	<p>1. 若用LINE的時間不一定，則以「發生頻率較高」的時間為依據。</p> <p>2. 若使用時間很分散，只要有空就會用，請您盡量回想在什麼場合會用LINE，如：通勤、睡前等，將這些時間進行加總。</p> <p>3. 依使用時數於欄位填入數值，其餘填答事項與B2相同。</p>
K4c	請問下面哪些是您使用 LINE 主要的原因或動機（可複選）？	32	<p>1. 請出示提示卡給受訪者選擇。</p> <p>2. 此題是在詢問受訪者「為什麼」要使用LINE，請受訪者依自身想法回答即可。</p> <p>3. 請勿在「(88)其他」欄位中填寫都沒有。</p>
K4d	請問您平常會在 LINE 上做什麼（可複選）？	33	<p>1. 請出示提示卡給受訪者選擇。</p> <p>2. 此題是在詢問受訪者在LINE上「做什麼」事情，請受訪者依自身經驗回答即可。</p> <p>3. 受訪者只要最近一個月有做過該件事情就可以點選。</p> <p>4. 請勿在「(88)其他」欄位中填寫都沒有。</p>

題號	問卷題目	提示卡	題目說明
	<p>5. 選項(09)(10)中的「梗圖」就像是時事搞笑圖片，如：</p> 		<p>6. 選項(09)(10)中的「長輩圖」為用風景照、花朵、動物照等加上問候語或勵志名言做成的圖片，如：</p> 
K4e	<p>請問您使用 LINE 之後，會不會有下列感受？（可複選）</p>	34	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 請出示提示卡給受訪者選擇。</li> <li>2. 此題是在詢問受訪者日常使用LINE的感受，請受訪者依自身經驗作答即可。</li> <li>3. 選項(01)到(05)是較為正面的感受，選項(06)到(10)是較為負面的感受。</li> <li>4. 請勿在「(88)其他」欄位中填寫都沒有。</li> </ol>
K5a	<p>請問您常不常透過 LINE 跟家人或熟識的朋友聯絡（例如傳訊息、照片、影片、或傳貼圖等）？</p>	35	<p>請出示提示卡給受訪者選擇。</p>
K5b	<p>那這些您平常會透過 LINE 聯絡的家人或熟識的朋友當中，有沒有人除了用 LINE，還會用其他方式跟您聯絡（其他方式例如用電話、Email、臉書等）？有多少人？</p>	36	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 請出示提示卡給受訪者選擇。</li> <li>2. 此問題分兩層，先詢問用LINE聯絡的家人或熟識的朋友中，有沒有人還會用其他方式聯絡，若受訪者答「沒有」，請選「(01)全部都沒有」。</li> <li>3. 若受訪者回答「有」，再接著詢問有多少人，並選擇相應答案，例如：會用LINE聯絡的10個家人或熟識的朋友，他們也全部都會用電話或臉書聯絡你，則可以選「(05)全部都有」。</li> </ol>
K6a	<p>請問您常不常透過 LINE 跟普通朋友或點頭之交聯絡？</p>	37	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 請出示提示卡給受訪者選擇。</li> <li>2. 普通朋友或點頭之交就像是不熟的同事或鄰居。</li> <li>3. 因簡化題幹，用LINE聯絡意思同K5a，是指傳訊息、照片、影片、或傳貼圖等行為。</li> </ol>



題號	問卷題目	提示卡	題目說明
K6b	那這些您平常會透過 LINE 聯絡的普通朋友或點頭之交當中，有沒有人除了用 LINE，還會用其他方式跟您聯絡？有多少人？	38	<ol style="list-style-type: none"> <li>請出示提示卡給受訪者選擇。</li> <li>此問題分兩層，填答事項與K5b相同。</li> </ol>
K7	請問您認為您剛才提到在 LINE 上有聯絡的人，包含家人、熟識的朋友、普通朋友或點頭之交等，互相認識彼此嗎？	39	<ol style="list-style-type: none"> <li>請出示提示卡給受訪者選擇。</li> <li>「認識」指的是彼此知道對方是誰，可以互相認出及叫出對方的稱呼（不一定要知道完整名字，例如：張先生）。</li> </ol>
K8a	請問您大約每週有幾天使用 YouTube？	無	<ol style="list-style-type: none"> <li>請提醒受訪者本題問的是使用 <b>YouTube</b>，必須眼睛看著螢幕才算，像是看影片、看直播、上傳影片等眼睛有注視YouTube的情況才算，若只是透過YouTube聽音樂，眼睛沒有盯著螢幕，則不算使用YouTube。</li> <li>此題是在詢問最近一個月使用YouTube的情況。</li> <li>若受訪者說沒有固定看YouTube(例如：看到喜歡、有興趣的影片才會看，或是需要他人協助操作等)，請訪員詢問最近一週看YouTube的天數。</li> <li>數值可輸入小數點，僅能輸入.5，數值範圍:0.5-7(因為受訪者在K1c有回答YouTube，所以不能答0天)，其餘填答事項與B5相同。</li> </ol>
K8b	請問在您有使用 YouTube 的那一天，您一整天大概使用多久（真的有在看 YouTube 的時間）？	無	<ol style="list-style-type: none"> <li>若受訪者回答不一定，則以「發生頻率較高」為詢問該天使用YouTube時間為依據。例如：平日跟假日用YouTube的時間不同，請依「平日」用的時間為答案。</li> <li>若用的時間很分散，只要有空就會用，請您盡量回想在什麼場合會用YouTube，例如：通勤、睡前等，將這些時間進行加總。</li> <li>依使用時數於欄位填入數值，其餘填答事項與B2相同。</li> </ol>
K8c	請問下面哪些是您使用 YouTube 主要的原因或動機（可複選）？	40	<ol style="list-style-type: none"> <li>請出示提示卡給受訪者選擇。</li> <li>此題是在詢問受訪者「為什麼」要使用YouTube，請受訪者依自身想法回答即可。</li> <li>請勿在「(88)其他」欄位中填寫都沒</li> </ol>

題號	問卷題目	提示卡	題目說明
			有。
K8d	請問您平常會在 YouTube 上做什麼 (可複選) ?	41	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 請出示提示卡給受訪者選擇。</li> <li>2. 此題是在詢問受訪者在 YouTube 上「做什麼」事情。</li> <li>3. 受訪者只要最近一個月有做過該件事情就可以點選，請受訪者依自身經驗回答即可。</li> <li>4. 請勿在「(88)其他」欄位中填寫都沒有。</li> </ol>
K8e	請問您平常會在 YouTube 上看什麼內容? (可複選)	42	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 請出示提示卡給受訪者選擇。</li> <li>2. 此題是在詢問受訪者在 YouTube 上「看什麼類型」的影片，請受訪者依自身經驗回答即可。</li> <li>3. 受訪者只要最近一個月有看過該類型的影片就可以點選，內容類型依受訪者自己認定為主。</li> <li>4. 選項(01)網紅影片是指特地追網紅、看他拍攝的影片 (例如：某網紅每週五晚上會上新影片，就會特地週五晚上留時間收看)，網紅影片可能會涵蓋很多類型的影片，可以複選。</li> <li>5. 若無法分類，請回想您最常觀看的 YouTube 頻道，並在其他欄位中說明。</li> <li>6. 請勿在「(88)其他」欄位中填寫都沒有。</li> </ol>
K8f	請問您常不常分享或轉寄網路影音/影片?	43	請出示提示卡給受訪者選擇。
K8g	請問您會轉貼/轉寄或與他人分享什麼影音內容? (可複選)	44	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 請出示提示卡給受訪者選擇。</li> <li>2. 請勿在「(88)其他」欄位中填寫都沒有。</li> </ol>
K8h	請問您常不常上傳自己製作的影音/影片到 YouTube 與他人分享?	45	請出示提示卡給受訪者選擇。
K8i	請問您會上傳什麼自己製作的內容至 YouTube? (可複選)	46	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 請出示提示卡給受訪者選擇。</li> <li>2. 請勿在「(88)其他」欄位中填寫都沒有。</li> </ol>
K9a	請問您有沒有透過網路蒐尋、瀏覽、點閱或觀看和「政治與公共事務」有關的新聞、訊息或影片?	無	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 請出示提示卡給受訪者選擇。</li> <li>2. K9到K11是有關「政治與公共事務」的題組。</li> </ol>
提示語	請問您常不常透過下列平台在網路上蒐尋、瀏覽、點閱或觀看和「政治與公共事務」有關的新聞、	47	<ol style="list-style-type: none"> <li>3. K9題組詢問受訪者透過網路蒐尋、瀏覽、點閱或觀看「政治與公共事務」相關的新聞、訊息或影片的經驗，若</li> </ol>

題號	問卷題目	提示卡	題目說明
	訊息或影片？		K9a回答沒有此經驗，會跳過K9b(01)至K9b(04)。
K9b(01)	社群媒體（如：臉書、Instagram、推特等）？	47	
K9b(02)	影音平台（如：YouTube、優酷、抖音等）？	47	
K9b(03)	通訊軟體（如：LINE、Skype、FB messenger等）？	47	
K9b(04)	新聞網站（如：ETtoday新聞雲、聯合新聞網等）？	47	
K10a	請問您有沒有透過網路轉貼、轉寄或分享和「政治與公共事務」有關的新聞、訊息或影片？	無	1. 請出示提示卡給受訪者選擇。 2. K10題組詢問受訪者透過網路轉貼、轉寄或分享「政治與公共事務」相關的新聞、訊息或影片的經驗，若K10a回答沒有此經驗，會跳過K10b(01)至K10b(04)。
提示語	請問您常不常透過下列平台在網路上轉貼、轉寄或分享和「政治與公共事務」有關的新聞、訊息或影片？	47	
K10b(01)	社群媒體（如：臉書、Instagram等）？	47	
K10b(02)	影音平台（如：YouTube、優酷等）？	47	
K10b(03)	通訊軟體（如：LINE、FB messenger等）？	47	
K10b(04)	新聞網站（如：ETtoday新聞雲、聯合新聞網等）？	47	
K11a	請問您有沒有透過網路發佈和「政治與公共事務」有關的訊息（包含製作影片或評論新聞）？	無	1. 請出示提示卡給受訪者選擇。 2. K11題組詢問受訪者透過網路發佈「政治與公共事務」相關的新聞、訊息或影片的經驗，若K11a回答沒有此經驗，會跳過K11b(01)至K11b(04)。
提示語	請問您常不常在網路上發佈和「政治與公共事務」有關的訊息（包含製作影片或評論新聞）？	47	
K11b(01)	社群媒體？	47	
K11b(02)	影音平台？	47	
K11b(03)	通訊軟體？	47	
K11b(04)	新聞網站？	47	
提示語	接下來我會用一些句子描述人，您覺得這些描述跟現在的您像不像？	48	1. 請出示提示卡給受訪者選擇。 2. 此題組LA1(01)到LA1(10)是詢問受訪者的價值觀，請受訪者依自己認為的看法回答即可。 3. 訪員詢問受訪者此題組的方式為：出示提示卡給受訪者選擇，若受訪者選
LA1(01)	重視新點子和創造力，用自己的方式做事。	48	
LA1(02)	重視財富，想要擁有許多錢和昂	48	

題號	問卷題目	提示卡	題目說明	
	貴的東西。		擇「(03)普通」不需要再追問。	
LA1(03)	重視居住安全，避免任何可能的危險。	48	4. LA1(08)舉止合宜可以進一步解釋為「行為符合社會的要求」。	
LA1(04)	重視追求快樂，寵愛自己。	48		
LA1(05)	會幫助周圍的人，且在意他們過得好不好。	48		
LA1(06)	成功很重要，想要讓別人知道自己的成就。	48		
LA1(07)	重視冒險，想要過刺激的生活。	48		
LA1(08)	重視舉止合宜，別人認為不好的事您不會去做。	48		
LA1(09)	重視環境保護，關心大自然。	48		
LA1(10)	重視傳統，會遵循宗教與家庭傳下來的習俗。	48		
提示語	請問您同不同意下列說法？	49		1. 請出示提示卡給受訪者選擇。 2. 此題組 LA2(01)到 LA2(04)是詢問受訪者對目前生活幸福感的想法，請受訪者依自己認為的看法回答即可。 3. 訪員詢問受訪者此題組的方式為：出示提示卡給受訪者選擇，若受訪者選擇「(03)普通」不需要再追問。
LA2(01)	您目前的生活和您想要的生活不會差太遠（差太多）。	49		
LA2(02)	目前您的一切生活狀況都很棒。	49		
LA2(03)	您已經得到您人生「想要的」。	49		
LA2(04)	若人生可以重來一次，您會想要換一個跟現在不一樣的人生。	49		
LA2(05)	當您遇到困難時，您能找到信賴的人幫您解決問題。	49	1. 請出示提示卡給受訪者選擇。 2. 此題組 LA2(05)到 LA2(10)為「社會資本」的概念，請受訪者依自身經驗回答即可。 3. 訪員詢問受訪者此題組的方式為：出示提示卡給受訪者選擇，若受訪者選擇「(03)普通」不需要再追問。 4. LA2(07)題若受訪者不覺得孤單，無法回答此題的話，可選擇「(90)不適用」。	
LA2(06)	當您有私密的問題時，有人可以讓您放心的聊一聊。	49		
LA2(07)	當您覺得孤單時，您可以找到其他人說話。	49		
LA2(08)	經由和別人的來往，會讓您想要嘗試新事物。(例如：跟朋友來往，知道他常常去爬山，也會想要去爬山)	49		
LA2(09)	經由和別人的來往，會讓您對於「跟您不一樣的人」在想些什麼感到興趣。(例如：跟不同興趣、不同生活背景、或是不同年紀的朋友來往，也會想去了解他們的想法)	49		
LA2(10)	經由和別人的閒聊，會讓您對世界上所發生的事情感到好奇。(例	49		

題號	問卷題目	提示卡	題目說明
	如：和朋友閒聊時，可能會聊到一些台灣或是外國的事物與新聞，您也會好奇這些事情)		
LA3	請問您覺得您對周遭的人而言，重不重要？(周遭的人像是家人、親戚、朋友)	50	請出示提示卡給受訪者選擇。
LA4	請問您覺得自己心裡像是幾歲的人？	無	此題詢問受訪者的心理年齡，可能會跟實際年齡一樣，或者更大或更小歲數，若心理年齡和實際年齡一樣，請填特殊碼990；若心裡年齡超過120歲請選特殊碼991。
LA5	做到下列什麼，會讓您覺得生命有意義？(可複選)	無	1. 此題雖選項繁複，但因設計選項隨機出現，故無提示卡，可出示平板給受訪者自行填答，若受訪者無法操作平板的話，請訪員唸出選項。 2. 選項「(13)以上皆非」請點入特殊碼中點選。
LA6_1	跟朋友講內心話時，請問您覺得自不自在？	51	1. 請出示提示卡給受訪者選擇。
LA6_2	您每天都做習慣的事情，這樣生活比較沒有壓力，請問您同不同意？	52	2. 訪員詢問受訪者此題組的方式為：出示提示卡給受訪者選擇，若受訪者選擇「(03)普通」不需要再追問。
LA6_3	請問您喜不喜歡嘗試新的事物來拓展您的生活經驗？	53	3. LA6_1若「不會跟朋友講內心話」或是「沒有內心話」，請選「(90)不適用。」
LA6_4	請問您擔不擔心您的朋友與您變得疏遠？	54	
LA7	請問您害不害怕兩岸在不久的將來會發生戰爭？	55	1. 請出示提示卡給受訪者選擇。 2. 訪員詢問受訪者此題組的方式為：出示提示卡給受訪者選擇，若受訪者選擇「(03)普通」不需要再追問。 3. 兩岸指的是「台灣」和「中國」，也就是台灣海峽的兩岸。
LA8	無論台灣的選舉制度有什麼缺點，對您來說，它仍是最好的制度，請問您同不同意？	56	1. 請出示提示卡給受訪者選擇。 2. 訪員詢問受訪者此題組的方式為：出示提示卡給受訪者選擇，若受訪者選擇「(03)普通」不需要再追問。 3. 「選舉制度」指台灣定期舉行的總統副總統、立法委員、地方行政首長與民意代表選舉。 4. 「最好的制度」是指和「心中理想的制度」比較。
提示語	人們覺得一個小孩應該擁有的特	無	1. 此題組 LA9_1 到 LA9_4 為「育兒價

題號	問卷題目	提示卡	題目說明
	質很多。		<p>值觀」的概念，請受訪者依自身對於小孩的想法回答即可。</p> <p>2. 此處的小孩泛指國中以下的小孩，不是指受訪者自己的小孩，因此沒有小孩的人也可以作答。</p> <p>3. 若受訪者無法從兩項特質中擇一，再詢問是兩項都重要還是兩項都不重要。</p>
LA9_1	請問您覺得「獨立自主」或「敬重長輩」哪一個特質對小孩來說比較重要？	無	
LA9_2	請問您覺得「自立自強」或「乖巧順從」哪一個特質對小孩來說比較重要？	無	
LA9_3	請問您覺得「好奇心強」或「進退得宜」哪一個特質對小孩來說比較重要？	無	
LA9_4	請問您覺得「善解人意」或「守規矩」哪一個特質對小孩來說比較重要？	無	
顯示題	<p>接下來將詢問您有關「數位媒體」的題目。請您先仔細閱讀以下文字，再繼續填答：</p> <p>「數位媒體」包含：</p> <p>1.數位裝置（例如：電視、電腦、手機、平板、VR、電玩遊戲機等）、</p> <p>2.數位平台（例如：社群媒體、影音平台、網站或軟體等）。</p>	無	此處顯示題說明「數位媒體」的定義。
M1	當您使用數位媒體（例如：電視、手機、網路、社群媒體等）遇到困難時，在您周遭有多少認識的人能提供幫助？（困難例如：想買新電腦不知道怎麼選、不會操作手機 app 等）	無	<p>1. 若受訪者遇到困難時是花錢尋求幫助不算在內，例如：手機壞掉花錢請店員維修就不算，但如果是找認識的店員免費幫忙或諮詢就算。</p> <p>2. 若受訪者認識且能提供幫助的人超過999人，請選特殊碼9991。</p> <p>3. 若受訪者不使用數位媒體或使用時沒有遇到困難請選(9990)不適用。</p>
M2	在過去一年中，您常不常在實質上幫助家人、朋友或鄰居？	57	<p>1. 請出示提示卡給受訪者選擇。</p> <p>2. 實質上的幫助像是照顧個人、孩子或年長者、協助家務、給予金錢或物質幫助、給予法律/健康/工作等專業資訊。</p> <p>3. 此題詢問受訪者<b>幫助親友</b>的頻率。</p>
M3	在過去一年中，您常不常從家人、朋友或鄰居那裡得到實質上的幫助？	57	<p>1. 請出示提示卡給受訪者選擇。</p> <p>2. 實質上的幫助像是照顧個人、孩子或年長者、協助家務、給予金錢或物質幫助、給予法律/健康/工作等專業資訊。</p> <p>3. 此題詢問受訪者<b>接受親友幫助</b>的頻</p>

題號	問卷題目	提示卡	題目說明
			率。
M4	在過去一年中，您常不常在情感上幫助家人、朋友或鄰居？	57	1. 請出示提示卡給受訪者選擇。 2. 情感上幫助像是主動問候、陪伴閒聊、拜訪、支持安慰等。 3. 此題詢問受訪者 <b>幫助親友</b> 的頻率。
M5	在過去一年中，您常不常從家人、朋友或鄰居那裡得到情感上的幫助？	57	1. 請出示提示卡給受訪者選擇。 2. 情感上幫助像是主動問候、陪伴閒聊、拜訪、支持安慰等。 3. 此題詢問受訪者 <b>接受親友幫助</b> 的頻率。
M6	對於朋友或親戚，您常不常協助他們使用數位媒體？	57	1. 請出示提示卡給受訪者選擇。 2. 如果受訪者不會協助親友使用數位媒體，請選「(01)從來沒有」；如果受訪者本身沒有使用數位媒體，以致於不會協助親友使用，也是選「(01)從來沒有」。
提示語	有些人在使用網路、社群媒體或即時通訊軟體時，會遇到困難：	58	1. 請出示提示卡給受訪者選擇。
M7(01)	當您遇到這些困難時，您有沒有信心能夠解決這些問題？	58	2. 「社群媒體」指的是提供多種讓用戶互動的方式（公開），可以用來看朋友的動態、自己發文章、按讚、留言等的平台。例如：臉書、Instagram等。
M7(02)	當您的朋友或親戚遇到這些困難時，您有沒有信心能替他們解決這些問題？	58	3. 「即時通訊軟體」指的是可以與人聯絡或聊天（非公開、私下），可以用來互傳訊息（文字、圖片、語音）或視訊等的軟體。例如：LINE、FB聊天室等。 4. 訪員詢問受訪者此題組的方式為：出示提示卡給受訪者選擇，若受訪者選擇「(03)普通」不需要再追問。 5. M7(01)詢問受訪者自己解決困難的信心；M7(02)詢問受訪者協助親友解決困難的信心。
M7(03)	當新的數位媒體出現時，您有沒有信心能使用它？	58	1. 請出示提示卡給受訪者選擇。 2. 訪員詢問受訪者此題組的方式為：出示提示卡給受訪者選擇，若受訪者選擇「(03)普通」不需要再追問。
提示語	接下來請以您自己的想法作答：	59	1. 請出示提示卡給受訪者選擇。
M8(01)	當您有健康方面的疑問時，您有能力使用網路找尋答案。	59	2. 此題組 M8(01)到 M8(03)為「網路健康識能」的概念，請受訪者依自身經驗回答即可。
M8(02)	您有能力在網路上找到對您有用的健康資訊。	59	3. 訪員詢問受訪者此題組的方式為：出

題號	問卷題目	提示卡	題目說明
M8(03)	您有能力運用網路上找到的健康資訊幫助自己。	59	示提示卡給受訪者選擇，若受訪者選擇「(03)普通」不需要再追問。
M9	當您在使用網路或社群媒體時，請問您常不常留意跟健康醫療有關的資訊？	60	1. 請出示提示卡給受訪者選擇。 2. 此題組 M9 到 M10 為「健康資訊處理行為」的概念，分別詢問「留意」、「主動搜尋」、「轉傳」行為的頻率，請受訪者依自身經驗回答即可。
M10	當您在使用網路或社群媒體時，請問您常不常主動蒐尋跟健康醫療有關的資訊？	60	
M11	當您在網路或社群媒體上看到與健康醫療有關的資訊時，請問您常不常轉傳給親朋好友知道？	60	
LB1_1	當您講到您的年紀或覺得自己老了，您會不會感到很難過？	61	1. 請出示提示卡給受訪者選擇。 2. 訪員詢問受訪者此題組的方式為：出示提示卡給受訪者選擇，若受訪者選擇「(03)普通」不需要再追問。
LB1_2	當您講到您人生的故事時，您常不常提到變老的快樂和收穫？	62	請出示提示卡給受訪者選擇。
LB1_3	現在（年紀）的您比過去（年紀）的您更快樂，請問您同不同意？	63	1. 請出示提示卡給受訪者選擇。 2. 訪員詢問受訪者此題組的方式為：出示提示卡給受訪者選擇，若受訪者選擇「(03)普通」不需要再追問。
LB1_4	請問您擔不擔心自己變老這件事？	64	
LB1_5	請問您擔不擔心人過世後去哪裡？	64	
LB1_6	請問您害不害怕面對死亡？	65	
LB2	請問您目前的宗教信仰(台語:信什麼教)(可複選)？	66	請出示提示卡給受訪者選擇。
LB3a	請問您目前參加哪些團體(可複選)？	67	1. 請出示提示卡給受訪者選擇。 2. 括號內只是舉例，若有符合括號內其中一項就可以選。
LB3b	請問您平常會從事哪些活動？(可複選)	68	
LB3c	請問您一週當志工的時間有幾小時？	無	1. 若受訪者LB3b題有答「(03)志願服務」者，需回答此題。 2. 請四捨五入至整數小時，若受訪者回答「不到一小時」請鍵入1。
LB5a	請問您家中(目前住的地方)，包含您本人在內，現在有幾個人住在一起？	無	1. 此題的「家」是指目前住的地方，可能是原生家庭、結婚後搬出來住、或租屋處等。 2. 此題人數包含受訪者「本人」，因此受訪者獨居的話，請填寫整數，1位。 3. 若受訪者加上同住家人超過100人，請



題號	問卷題目	提示卡	題目說明
			點選特殊碼991。
LB5b	請問現在有哪些家人跟您住在一起？（可複選）	69	1. 請出示提示卡給受訪者選擇。 2. 此題和上題相同是指目前住的地方，可能是原生家庭、結婚後搬出來住、或租屋處等。 3. 若受訪者目前和朋友居住，沒有和家人親戚同住，此題請選「(25)沒有和家人同住」。
LB5c	請問在您的家人、親戚或朋友裡面，有沒有現在在做下列這些工作的人？（可複選）	70	1. 請出示提示卡給受訪者選擇。 2. 若受訪者沒有家人、親戚或朋友在做下列工作，請點選特殊碼(90)以上皆無。
提示語	以下想要問您對一些事物的滿意程度。	71	1. 請出示提示卡給受訪者選擇。 2. 此題組LB6(01)到LB6(05)為「滿意度」的題組，請受訪者依自身經驗回答即可。
LB6(01)	整體而言，您對於您的生活滿不滿意？	71	3. 訪員詢問受訪者此題組的方式為：出示提示卡給受訪者選擇，若受訪者選擇「(03)普通」不需要再追問。
LB6(02)	整體而言，您對於您的工作（有支薪）滿不滿意？	71	4. LB6(02)題中的工作是指有薪水的工作，當志工不算，若受訪者目前沒有工作（沒有領薪水），請選「不適用」。
LB6(03)	整體而言，您對於您的社交生活滿不滿意？	71	5. LB6(03)題詢問社交生活，若受訪者覺得他沒有社交生活，無所謂滿不滿意，請選「不適用」。
LB6(04)	整體而言，您對自己目前的健康狀況滿不滿意？	71	
LB6(05)	整體而言，您對自己滿不滿意？	71	
LB7	整體而言，您覺得目前的日子過得快不快樂？	72	1. 請出示提示卡給受訪者選擇。 2. 訪員詢問受訪者此題組的方式為：出示提示卡給受訪者選擇，若受訪者選擇「(03)普通」不需要再追問。
LB8	整體而言，您覺得目前的您寂不寂寞？	73	
LB9	整體來說，您對您目前的家庭狀況滿不滿意？	74	1. 請出示提示卡給受訪者選擇。 2. 此題組LB9到LB11亦為「滿意度」的題組，但此部分為0分至10分的量表，請受訪者依自身經驗回答即可。
LB10	整體來說，您對您目前的人際關係狀況滿不滿意？	74	3. 0代表非常不滿意，10代表非常滿意，從0到10之間，請受訪者選一個最符合他感受的數字。
LB11	整體來說，您對您目前的經濟狀況滿不滿意？	74	4. LB9題詢問家庭狀況，若受訪者沒有家庭，請選「(90)沒有家庭/不適用」。
提示語	請根據您自己的實際狀況，回答下列問題。	75	1. 請出示提示卡給受訪者選擇。 2. 此題組LB12a和LB12b為「身心倦怠」

題號	問卷題目	提示卡	題目說明
LB12a	您多常覺得身體很累？	75	的概念，請受訪者依自身經驗回答即可。 3. 以最近一個月內的情況來回答該題。
LB12b	您多常覺得心裡很累（像是覺得無奈、挫折）？	75	
提示語	在過去七天內，您大概有幾天曾發生下列情況？	76	
LB13(01)	有做事時提不起勁或沒有樂趣的狀況？	76	1. 請出示提示卡給受訪者選擇。 2. 此題組LB13(01)至LB13(04)為「憂鬱與焦慮」的概念，請受訪者依過去七天內自身經驗回答即可。
LB13(02)	有心情低落、沮喪或絕望的狀況？	76	
LB13(03)	有緊張、焦慮或不安的狀況？	76	
LB13(04)	有對周圍的人事物擔心個沒完的狀況？	76	
提示語	接下來，想要了解您的一些健康基本狀況。	無	
LB14_1	請問您過去一年看幾次醫生？	77	1. 請出示提示卡給受訪者選擇。 2. 如果一年算不出來，請回想過去一個月看醫生的次數，再乘12。
LB14_2	請問您體重多少？	無	1. 考慮此題較為隱私，故請將平板交由受訪者自行填答，如果受訪者不會操作平板，可由訪員協助填答。 2. 體重可填寫至小數點後第一位，若超過200公斤請點選特殊碼991。
LB14_3	請問您身高多少？	無	1. 考慮此題較為隱私，故請將平板交由受訪者自行填答，如果受訪者不會操作平板，可由訪員協助填答。 2. 身高可填寫至小數點後第一位，若超過250公分請點選特殊碼991。
LB15	在目前國內的政黨中，請問您有沒有偏向哪一個政黨？	無	此題詢問受訪者是否有政黨傾向，若受訪者答「沒有」、「不知道」、「拒答」，則須續問LB16。
LB16	那相對來說，請問您有沒有稍微偏向哪一個政黨？	無	
LB17	請問是哪一個政黨？	無	因考慮這兩題較為敏感，故請將平板交由受訪者自行填答，如果受訪者不會操作平板，可由訪員協助填答。
LB18	請問，您偏向這個政黨的強度是很強，普通，還是有一點？	無	
O1.	請問您現在有沒有在工作（有支薪）？	78	請出示提示卡給受訪者選擇。
	1. 此題是問現在、目前的工作狀況。 2. 「工作」是指：不論是受雇者、自營作業者或是為家庭事業工作，有領到		8. 特殊工作狀況的分類，請以受訪者認定為主（例如，受訪者是瑜珈老師，每週授課時間只有20小時，但認為自己是有

題號	問卷題目	提示卡	題目說明
	<p>薪水者，至少每週工作一小時。學生兼職或臨時打工都算是工作。</p> <p>3. 如果受訪者有兩份以上的工作，則以<b>收入較高</b>的那份來回答；若收入都差不多，則以<b>年資較久</b>的那一份來回答。</p> <p>4. 如果回答「目前是為家庭事業工作，但有領薪水」，請點選「選項(01)有工作：全職」。若受訪者回答「目前為家庭事業工作，是偶爾去，但有領薪水」，請點選「選項(02)有工作：兼職」。</p> <p>5. 如果受訪者回答「目前是為家庭事業工作，但沒有領薪水」，雖然不是領實際薪資，但生活支出應都是由家庭負擔，故還是請點選「選項(04)有工作：幫忙家裡的事業」。</p> <p>6. 在校生派至校外實習或建教合作，每週工作15小時或以上，無論是否有支薪，都算是有工作，這是教育和勞力市場的定義。例如：建教生A畢業前一年到校外的實習，每週實習的工作時數為16小時，算是有工作；夜校生B晚上在學校上課，白天有正式的全職或兼職工作，都可算是有工作的狀態。皆選(07)學生 / 進修在學（含在職專班）：有工作。</p> <p>7. 選項(11)(12)服兵役，請注意若受訪者為女性則不可選擇「(11)義務役」、「(12)（研發）替代役」；女性從事志願役者，請選「(01)有工作：全職」。</p>		<p>全職工作，請點選「(01)有全職工作」。如遇無法歸類的情況時，請點選「(88)其他」，並詳細記錄受訪者答案。</p> <p>9. 選項題意說明：</p> <p><b>(01)有工作：全職</b>：一週工作至少30小時。</p> <p><b>(02)有工作：兼職</b>：有固定的兼差、打工（算時薪或論件計酬）。若家庭主婦有兼職或打工，也請點選此選項。</p> <p><b>(03)有工作：不固定（打零工、臨時工）</b>：工作不固定的人，例如臨時工。</p> <p><b>(06)學生/進修在學（含在職專班）：沒有工作</b>：全職學生且沒有另外兼差或打工。</p> <p><b>(07)學生/進修在學（含在職專班）：有工作</b>：目前是學生，但有全職或兼職工作。例如：學生兼家教，或夜間部學生且白天有全職工作。</p> <p><b>(09)沒有工作：家庭主婦</b>：全職家庭主婦且沒有另外兼差打工，則歸入此類。若家庭主婦本身有兼職、部份工時的工作，則需歸類至「(02)有兼職工作」。</p> <p><b>(10)沒有工作：高齡、身心障礙、生病不能工作</b>：「高齡不能工作」是指在無退休上限的行業工作的人，因為高齡而不繼續工作。例如，自己開小吃攤或農林漁牧經營者，因為高齡而決定不工作。</p>
O1a_1	請問您民國幾年退休的？	無	<p>1. O1題答「(08)沒有工作：已退休」者需回答此題。</p> <p>2. 若受訪者已經忘記是民國幾年退休的，答「(997)不知道」或「(998)拒答」者，續答O1a_2題。</p>
O1a_2	請問您大概幾年前退休的？	無	
O1b	請問您預計幾歲退休？	無	<p>1. O1題答「(01)-(04)有工作」、「(06)-(07)學生」、「(11)-(12)服兵役」、「(88)其他」者需回答此題。</p> <p>2. 若無退休規劃，會持續工作到不能做為止，請選特殊碼「(990)不會退休」。</p> <p>3. 若超過120歲才退休，請選特殊碼</p>

題號	問卷題目	提示卡	題目說明
			「(991)超過120歲」。
	<p>請問您的行業：</p>	79	<p>職業可明顯區分的請訪員正確歸類，若訪員不確定或不清楚是歸類在哪一個選項，請於其他(88)欄位中填寫清楚，由計畫小組分類。</p> <p>以下為去年訪訓訪員所提出之行業疑問，歸類如下：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 貿易公司請歸類為選項(07)批發及零售業。</li> <li>2. 面訪員請歸類為(013)專業、科學及技術服務業</li> <li>3. 保姆請歸類為(019)其他服務業</li> <li>4. 加油站請歸類為(07)批發及零售業</li> </ol>
O2.	<p>選項題意說明：</p> <p><b>(01)農林漁牧業：</b>從事農作物栽培、畜牧、農事及畜牧服務、造林、伐木及採集、漁撈及水產養殖等之行業。不包括：從事農、林、漁、牧業相關之生物科技研發歸入「自專業、科學及技術服務業」。</p> <p><b>(02)礦業及土石採取業：</b>從事石油、天然氣、砂、石及黏土等礦物及土石之探勘、採取、初步處理（如碎解、洗選等處理作業）及準備作業（如除土、開坑、掘鑿等礦場工程）等之行業。</p> <p><b>(03)製造業：</b>從事以物理或化學方法，將材料、物質或零組件轉變成新產品，不論使用動力機械或人力，在工廠內或在家中作業，均歸入製造業。此外，產品實質改造、翻新、重製作業、組件組裝、產業機械及設備之維修與安裝亦歸入本類；而機械設備之專用零組件製造與其所屬機械設備主體製造原則上亦歸入本類；非專用零組件如原動機、活塞、電動機、電器配件、活閥、齒輪、軸承等製造，則亦歸入本類。</p> <p>不包括：</p> <p>木竹砍伐、農產品之初步處理歸入「農、林、漁、牧業」之適當類別。</p> <p>礦物及土石之初步處理歸入「礦業及土石採取業」之適當類別。</p> <p>廢棄物清除或處理歸入「用水供應及污染</p>		<p><b>(08)運輸及倉儲業：</b>從事以運輸工具提供客貨運輸及其運輸輔助、倉儲、郵政及快遞之行業；附駕駛之運輸設備租賃亦歸入本類。</p> <p><b>(09)住宿及餐飲業：</b>從事短期或臨時性住宿服務及餐飲服務之行業。</p> <p><b>(10)出版、影音製作、傳播及資通訊服務業：</b>從事出版、影片及電視節目製作、後製、發行與影片放映，聲音錄製及音樂發行，廣播及電視節目編排與傳播，電信、電腦程式設計、諮詢及相關服務、資訊服務等之行業。</p> <p><b>(11)金融及保險業：</b>從事金融服務、保險、證券期貨及金融輔助等活動之行業。</p> <p><b>(12)不動產業：</b>從事不動產開發、經營及相關服務之行業。</p> <p><b>(13)專業、科學及技術服務業：</b>從事專業、科學及技術服務之行業，如法律及會計、企業管理及管理顧問、建築及工程服務、技術檢測及分析、研究發展、廣告及市場研究、專門設計及獸醫服務等。</p> <p><b>(14)支援服務業：</b>從事支援企業或組織營運之例行性活動（少部分服務家庭）之行業，如租賃、人力仲介及供應、旅行及相關服務、保全及偵探、建築物及綠化服務、行政支援服務等。</p> <p><b>(15)教育業：</b>從事正規教育體制內之各級學校與體制外之教育服務，以及教育輔助服務之行業；軍事學校及法務機構附設學校亦歸入本類。</p>

題號	問卷題目	提示卡	題目說明
	<p>整治業」之適當類別。</p> <p>於建築工地從事建造及組裝作業歸入「營建工程業」之適當類別。</p> <p>從事購入大包裝商品(如桶裝酒)並分裝為小包裝(如瓶裝酒)再轉售歸入「批發及零售業」之適當類別。</p> <p><b>(04)電力及燃氣供應業</b>：從事電力、氣體燃料及蒸汽供應之行業。</p> <p><b>(05)用水供應及污染整治業</b>：從事供水供應、廢水及污水處理、廢棄物清除及處理、污染整治之行業；資源回收物分類及處理成再生原料亦歸入本類。</p> <p><b>(06)營建工程業</b>：從事建築及土木工程之興建、改建、修繕等及其專門營造之行業；附操作員之營造設備租賃亦歸入本類。</p> <p><b>(07)批發及零售業</b>：從事有形商品之批發、零售、經紀及代理之行業；銷售商品所附帶不改變商品本質之簡單處理，如包裝、清洗、分級、摻混、運送、安裝、修理等亦歸入本類。</p>		<p><b>(16)公共行政及國防(公務員)</b>；<b>強制性社會安全</b>：提供公共行政管理與服務之政府機關、民意機關及國防事務等；<b>強制性社會安全事務</b>、享有特權及豁免權之國際組織及外國機構亦歸入本類。</p> <p><b>(17)醫療保健及社會工作服務業</b>：從事醫療保健及社會工作服務之行業。</p> <p><b>(18)藝術、娛樂及休閒服務業</b>：從事創作及藝術表演，經營圖書館、檔案保存、博物館及類似機構，博弈、運動、娛樂及休閒服務等之行業。</p> <p><b>(19)其他服務業</b>：從事以上分類以外服務之行業，如宗教、職業及類似組織、個人及家庭用品維修、洗衣、美髮及美容美體、殯葬及相關服務、家事服務等。</p>
O3a.	請問您現在的工作屬於哪一類？	80	選項(01)「雇主」與選項(02)「自雇」，兩者差異是雇主有雇用其他人幫助工作，而自雇的人沒有。譬如，薪水如果是靠自己(如做生意小販)就是自雇，而雇主則要發薪水給自己或給別人者。
O3b.	請問在工作上，您有沒有管理別人？	無	1. 「不知道」與「拒答」請點選特殊碼。 2. 超過5000人請填9991。
O4a	請問您的生活費都是誰負責的？	無	
O4b	請問您個人平均每個月所有的(稅前)收入差不多有多少？(包括：薪資、年終獎金、年節分紅、加班費、執行業務收入、自營收入、投資利息、房租、退休金、政府津貼給付、或父母/小孩給予的生活費等收入)	無	1. 因考慮這題較為敏感，故請將平板交由受訪者自行填答，如果受訪者不會操作平板，可由訪員協助填答。 2. 當受訪者對於問到收入狀況而有疑心時，訪員應設法予以排除。可以說明對一個人收入的瞭解完全是為了研究，絕對和政府無關，受訪者絕對不可能因此而碰到麻煩；我們也絕對保密，請他放心。也可以進一步說明如果我們能得到受訪者的合作，資料完整而正確，就可以幫助大家瞭解台灣社會的狀況，對大家都有好處。
P1.	我們的老師可能想要知道我們是	無	若為追蹤樣本，此題會顯示前一次調查受

題號	問卷題目	提示卡	題目說明
	否確實來做了訪問，請您將您專門用來通話用的有線電話號碼或手機號碼告訴我們好嗎？（區碼若無請選「無」，手機或電話若無請填0）		訪者所留下的聯絡資訊，請訪員核對確認。
P1_1	請確認以下資訊是否正確，若正確請按「確定」，若有誤則請訪員協助修改。 【電話1】 手機：【貼題電話1手機】 市話：區碼：【貼題電話1區碼】電話號碼：【貼題電話1電話號碼】分機：【貼題電話1分機】 【電話2】 手機：【貼題電話2手機】 市話：區碼：【貼題電話2區碼】電話號碼：【貼題電話2電話號碼】分機：【貼題電話2分機】	無	
P1a	請問您使用的家用市內電話中，平常會用來接聽的電話號碼有幾個？	無	沒有安裝市內電話請填「0」個，「不知道」請鍵入97，「拒答」請鍵入98
P1b.	請問您經常使用的手機號碼有幾個？	無	沒有手機號碼請填「0」個，「不知道」請鍵入97，「拒答」請鍵入98
P1c.	請問您現在這個手機號碼是哪家電信公司？	無	
ZE1	我們的訪問就到此結束，非常感謝您接受我們的訪問，謝謝！ 若為視訊訪問，請確認商品卡寄送地址：【貼題訪問地址】 (01)以面訪完成訪問，並當場將500元商品卡提供給受訪者。 (02)以視訊完成訪問，將500元商品卡寄送到訪問地址。 (03)以視訊完成訪問，將500元商品卡寄送到此地址(收件人必須為受訪者本人)：_____。		【追蹤樣本適用】 請務必讀出訪問結束的結尾語，並將 <b>500元商品卡</b> 提供給受訪者。
ZE1	我們的訪問就到此結束，非常感謝您接受我們的訪問，謝謝！ 若為視訊訪問，請確認商品卡寄送地址：【貼題訪問地址】 (01)以面訪完成訪問，並當場將		【新抽樣本適用】 請務必讀出訪問結束的結尾語，並將 <b>200元商品卡</b> 提供給受訪者。

題號	問卷題目	提示卡	題目說明
	<p>200元商品卡提供給受訪者。</p> <p>(02)以視訊完成訪問，將200元商品卡寄送到訪問地址。</p> <p>(03)以視訊完成訪問，將200元商品卡寄送到此地址(收件人必須為受訪者本人)：_____。</p>		
P2.	<p>請問您願不願意未來再次接受我們的訪問？</p>	無	<p><b>【新抽樣本適用】</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 請拿出追蹤同意書說明未來將持續來拜訪或以網路問卷形式寄發問卷，並進行說服。</li> <li>2. 受訪者講完電子信箱和手機號碼後，請訪員複述一次確認。</li> <li>3. 電子信箱需確認數字與英文的分別(例如：數字0和英文字母O)，及最後有沒有「.tw」。</li> <li>4. 若受訪者不願意提供聯絡資訊，請向其說明：「我們只進行學術調查，不會有商業推銷的行為。您每次協助填寫完網路問卷後，我們會提供一份禮卷給您。」</li> <li>5. 受訪者必須留下手機、Email或市話三種聯絡方式中的任何一種，並簽名表示同意，繼續追蹤同意書才算成立。</li> <li>6. 若受訪者願意接受追蹤，且確實留下必要的連絡資訊，並以簽名同意未來的追蹤訪問，才能將商品卡100元致贈給受訪者(有留下手機、Email或市話其中之一即可)。</li> </ol>
P2a.	<p>請問您的姓名？(請訪員依同意書上受訪者姓名鍵入)</p>	無	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 受訪者簽名的時候，除非特殊狀況如因不識字、生病或殘疾等無法簽名而需使用蓋章，否則一律務必請受訪者簽正楷中文、且可以正確辨識的全名。</li> <li>2. 請訪員確認受訪者在同意書上簽署的姓名是否與訪員鍵入的相同。</li> </ol>

## 3-3. 第二期第五次第一波網路固定樣本調查問卷

1. 請問您的性別是？

 (01)男  (02)女

2. 請問您是民國哪一年出生的？ 民國\_\_\_\_\_年

3. 請問您在哪一個縣市出生？

- (01)基隆市  (02)台北市  (03)新北市  (04)桃園市  (05)新竹縣  
 (06)新竹市  (07)苗栗縣  (08)南投縣  (09)台中市  (10)彰化縣  
 (11)雲林縣  (12)嘉義縣  (13)嘉義市  (14)台南市  (15)高雄市  
 (16)屏東縣  (17)宜蘭縣  (18)花蓮縣  (19)台東縣  (20)澎湖縣  
 (21)金門縣  (22)連江縣  (88)其他（請說明）\_\_\_\_\_

4. 請問您的教育程度是（包含肄業、就學中）：

- (01)無  (02)自修  (03)小學  
 (04)國（初）中  (05)初職  (06)高中普通科  
 (07)高中職業科  (08)高職（高商、高工）  (09)士官學校  
 (10)五專  (11)二專  (12)三專  
 (13)軍警專修班  (14)軍警專科班  (15)空中行專  
 (16)空中大學  (17)軍警官校或大學  (18)技術學院、科大  
 (19)大學  (20)碩士  (21)博士  
 (88)其他（請說明）\_\_\_\_\_

5. 請問您每週平均有幾天會上網（包含：使用 LINE、查詢公車動態 APP、上網看影片等）？

\_\_\_\_\_ 天

6. 請問在您有上網的那一天，您一整天因為「工作（有支薪）或課業所需」而上網的時間大概有多久？

\_\_\_\_\_ 時 \_\_\_\_\_ 分

7. 請問在您有上網的那一天，您一整天因為「工作或課業所需以外（例如：休閒娛樂）」而上網的時間大概有多久？









\_\_\_\_\_ 時 \_\_\_\_\_ 分













8. 請問您是否會因下列原因上網（包括用手機、平板或電腦上網）？（可複選）

- (01)維繫友誼與他人保持聯絡（傳 LINE、滑臉書等）
- (02)娛樂消遣（玩遊戲、看卡通動漫、看電影、戲劇、看直播、聽音樂、交友軟體、追星、命理占卜、打發時間、無聊）
- (03)獲得時事/新聞/政府資訊（搜尋關鍵字、看新聞、看政府資訊、天氣資訊）
- (04)獲得生活休閒資訊（美食、觀光旅遊、醫療衛生保健、家庭生活、親子婚姻關係、交通資訊）
- (05)理財消費購物（看理財資訊、網路購物、理財管理、繳費、財經股市）
- (06)學習或工作（有支薪）（語言學習、線上課程、使用文書處理軟體、學習各種軟體）
- (88)其他（請說明）：\_\_\_\_\_
- (90)都沒有 【與選項(01)-(88)互斥】






9. 請問您最近一個月有沒有使用下列即時通訊軟體（不論是透過手機、平板或電腦都算）？（可複選）

<input type="checkbox"/> (01)LINE 	<input type="checkbox"/> (05)Hangouts 
<input type="checkbox"/> (02)FB Messenger (臉書聊天室) 	<input type="checkbox"/> (06)Skype 
<input type="checkbox"/> (03)微信 Wechat 	<input type="checkbox"/> (07)Facetime 
<input type="checkbox"/> (04)WhatsApp 	<input type="checkbox"/> (08)Telegram 
<input type="checkbox"/> (88)其他（請說明）_____	<input type="checkbox"/> (90)都沒有 【與選項(01)-(88)互斥】

10. 請問您最近一個月有沒有使用下列社群媒體（不論是透過手機、平板或電腦都算）？（可複選）

<input type="checkbox"/> (01)臉書 (Facebook) 	<input type="checkbox"/> (06)噗浪 (Plurk) 
<input type="checkbox"/> (02)Instagram 	<input type="checkbox"/> (07)抖音/TikTok 
<input type="checkbox"/> (03)推特 (Twitter) 	<input type="checkbox"/> (08)PTT 
<input type="checkbox"/> (04)LinkedIn 	<input type="checkbox"/> (09)Dcard 
<input type="checkbox"/> (05)微博 	<input type="checkbox"/> (10)Pinterest 
<input type="checkbox"/> (88)其他（請說明）_____	<input type="checkbox"/> (90)都沒有 【與選項(01)-(88)互斥】

11. 請問您**最近一個月**有沒有使用下列影音平台（不論是透過手機、平板或電腦都算）？（可複選）

<input type="checkbox"/> (01)YouTube 	<input type="checkbox"/> (05)LINE TV 
<input type="checkbox"/> (02)愛奇藝 	<input type="checkbox"/> (06)Li TV 
<input type="checkbox"/> (03)Netflix 網飛 	<input type="checkbox"/> (07)Twitch 
<input type="checkbox"/> (04)KKTV 	<input type="checkbox"/> (08)friDay 影音 
<input type="checkbox"/> (88)其他（請說明）_____	<input type="checkbox"/> (90)都沒有 <b>【與選項(01)-(88)互斥】</b>

12. 在疫情期間，您主要透過下列哪些管道瞭解疫情的消息？（可複選）

**【除「其他」和「都沒有」外，選項隨機出現】**

- 電視新聞
- 報紙（紙本）
- 網路新聞（例如：聯合新聞網、ETtoday 東森新聞雲、手機新聞 app 等）
- 社群媒體 **【第 10 題選擇(90)都沒有者，無法顯示此選項】**
- LINE **【第 9 題沒有選擇(01)LINE 者，無法顯示此選項】**
- YouTube **【第 11 題沒有選擇(01)YouTube 者，無法顯示此選項】**
- 網路論壇（例如：PTT、Dcard 等）
- 其他，請說明：\_\_\_\_\_
- 都沒有 **【跳至 15(01)題】【與上述選項互斥】**

**【第 12 題答「網路新聞」、「社群媒體」、「LINE」、「YouTube」或「網路論壇」之一者，需答此題】**

13(01).承上題，您多常在這些平台上關注其他人針對疫情或疫情相關新聞的留言？

- (01)從來沒有
- (02)很少
- (03)有時
- (04)經常

13(02).您覺得這些人針對疫情（或疫情相關新聞）的留言，是否有下列情形發生？

- (01)鼓勵言論（例如：台灣加油）
- (02)支援言論（例如：購買商品讓店家存活）
- (03)幽默言論（例如：苦中作樂化解焦慮）
- (04)呼籲政治團結言論（例如：放棄藍綠爭議一起救災）
- (05)社會融合言論（例如：要大家不要歧視染疫人士）
- (06)科普言論（例如：以民眾能懂的方式解釋疫苗功能）
- (07)有資訊性的言論
- (08)其他，請說明：\_\_\_\_\_
- (09)沒有上述這些情形發生 **【與選項(01)至(08)互斥】**
- (10)不知道 **【與選項(01)至(09)互斥】**

13(03).您覺得看這些人的疫情相關留言，對您而言有什麼幫助？

- (01)知道如何防疫
- (02)瞭解疫情
- (03)安撫情緒
- (04)知道別人在想甚麼
- (05)其他，請說明：\_\_\_\_\_
- (06)沒有任何幫助【與選項(01)至(05)互斥】
- (07)不知道【與選項(01)至(06)互斥】

13(04).您覺得這些人針對疫情（或疫情相關新聞）的留言，是否有下列情形發生？

- (01)情緒謾罵
- (02)抵制言論（例如：要大家不追蹤某些粉絲專頁）
- (03)惡搞言論（例如：嘲笑、諷刺、酸言酸語）
- (04)政治性對罵（例如：藍綠對罵、兩岸對罵）
- (05)社會對立言論（例如：拒絕住雙北的人到他的縣市）
- (06)不科學言論（例如：推薦偏方對抗新冠肺炎）
- (07)錯誤資訊
- (08)其他，請說明：\_\_\_\_\_
- (09)沒有上述這些情形發生【與選項(01)至(08)互斥】
- (10)不知道【與選項(01)至(09)互斥】

13(05).您覺得看這些人的疫情留言，對您而言有什麼壞處？

- (01)讓您無所適從
- (02)讓您對疫情狀況感到混亂
- (03)讓您心情煩亂
- (04)讓您被別人想法誤導
- (05)其他，請說明：\_\_\_\_\_
- (06)沒有任何壞處【與選項(01)至(05)互斥】
- (07)不知道【與選項(01)至(06)互斥】

【第 12 題答「社群媒體」者，需答此題】

14(01). 若您是在**社群媒體**上瞭解疫情的消息，請問您主要是透過下列哪些來源得知訊息？（可複選）

- (01)親朋好友
- (02)政府機關或官員（例如：疾病管制署-1922 防疫達人、蔡英文總統等）
- (03)新聞媒體（例如：Facebook 新聞等）
- (04)專家（例如：醫療類、法律類、財經類或教育類等）
- (05)其他，請說明：\_\_\_\_\_

**【第 12 題答「LINE」者，需答此題】**

14(02). 若您是在 LINE 上瞭解疫情的消息，請問您主要是透過下列哪些來源得知訊息？

(可複選)

- (01) 政府機關 (例如：疾管家、衛生福利部等)
- (02) 新聞媒體 (例如：民視、自由電子報等)
- (03) LINE today
- (04) 親朋好友
- (05) 其他，請說明：\_\_\_\_\_

**【第 12 題答「YouTube」者，需答此題】**

14(03). 若您是在 YouTube 上瞭解疫情的消息，請問您主要是透過下列哪些來源得知訊息？(可複選)

- (01) 政府機關 (例如：看「衛生福利部疾病管制署」直播等)
- (02) 新聞媒體
- (03) YouTuber (例如：網紅)
- (04) 其他，請說明：\_\_\_\_\_

15(01). 在疫情期間 (最近一個月)，您是否有減少出門或到公共場所？

- 有
- 沒有 **【跳至 16 題】**

15(02). 當您減少出門時，您是否會使用下列方式安排休閒時間？是的話，請打勾。

**【除「其他」外，選項隨機出現】**

- 看電視節目
- 透過訂閱制串流服務追劇或看電影 (例如：Netflix 等)
- 使用社群媒體 (例如：臉書、IG 等)
- 使用即時通訊軟體 (例如：LINE、FB 聊天室等)
- 玩遊戲 (例如：手機遊戲、電腦遊戲、Switch 等)
- 看直播 (例如：Twitch、17 等)
- 看 YouTube (例如：網紅影片、遊戲影片、搞笑影片、MV 等)
- 瀏覽網路購物平台 (例如：蝦皮、PChome、MOMO 等)
- 看網路論壇 (例如：PTT、Dcard 等)
- 聽 Podcast 或廣播
- 聽音樂串流平台 (例如：KKBOX、Spotify 等)
- 看線上課程 (例如：Hahow 好學校等)
- 其他，請說明：\_\_\_\_\_

題號		非常 不滿意	不 滿意	普通	滿 意	非常 滿意
(03)	整體而言，您對於政府目前處理疫情的方式滿不滿意？	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>

**【顯示題】**

網路上有些惡搞會對人造成傷害，有些不會對人造成傷害，我們會分別詢問您。

首先，想詢問您**不會對人造成傷害**的網路惡搞。

16. 您是否曾經在網路上參與過**不會對人造成傷害**的任何網路惡搞？（例如：說沙威瑪是一種動物、挑網友的留言錯字，像是：是「在」不是「再」）

(01)是

(02)否 **【跳答至 18 題】**

17(01). 您是否有做過**騙人，但不會對人造成傷害**的惡搞（例如：說沙威瑪是一種動物）？

(01)是

(02)否

17(02). 您是否有做過**不是騙人，且不會對人造成傷害**的惡搞（例如：挑網友的留言錯字，像是：是「在」不是「再」）？

(01)是

(02)否

18. 您是否曾經在網路上參與過**會對人造成傷害**的任何網路惡搞（例如：假裝成別人對網友進行詐騙、污辱網友的外貌來激怒對方）？

(01)是

(02)否 **【跳答至 20(01)題】**

19(01). 您是否有做過**騙人，且會對人造成傷害**的惡搞（例如：假裝成別人對網友進行詐騙）？

(01)是

(02)否

19(02). 您是否有做過**不是騙人，但會對人造成傷害**的惡搞（例如：污辱網友的外貌來激怒對方）？

(01)是

(02)否

20.

題號		不可以接受	有點不可以接受	普通	稍微可以接受	可以接受
(01)	為了讓討厭的人知道他不屬於您的團體，在網路上罵他，您覺得可不可以接受？	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
(02)	為了獲得想要的，在網路上罵人，您覺得可不可以接受？	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>

## 【注意力偵測題 1】

21a. 請問您通常使用手機做哪些事情？（可複選）

常常有人在回答問題的時候，沒有一個字一個字閱讀，隨意的回答，讓我們的調查結果有錯誤。為了確認您有用心在讀題目，而且有讀到這裡，請您在這個題目的選項中，點「其他」，並請在「請說明」中填入「已讀」兩個字。感謝。

- 接電話
- 看影片
- 查 LINE
- 查時間
- 查地圖
- 其他，請說明：\_\_\_\_\_

22.

題號		從來沒有	很少	有時	經常
(01)	在網路世界中，您多常看到別人留言用髒話或不好聽的話？	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>
(02)	在網路世界中，您多常看到別人兇那些激怒他的人？	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>
(03)	在網路世界中，您多常看到別人罵他討厭的人？	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>
(04)	在網路世界中，您多常看到別人開一些不雅的玩笑？	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>
(05)	在網路世界中，您多常看到別人回覆其他人的意見時，用諷刺的方式？	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>

23.

題號		從來沒有	很少	有時	經常
(01)	在網路世界中，您多常留言會用髒話或不好聽的話？	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>
(02)	在網路世界中，您多常會兇那些激怒您的人？	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>
(03)	在網路世界中，您多常會罵您討厭的人？	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>
(04)	在網路世界中，您多常會開一些不雅的玩笑？	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>
(05)	在網路世界中，您回覆別人的意見時，多常會用諷刺的方式？	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>

24. 接下來我們想要了解您接觸「政治與公共事務」相關新聞或訊息的情形。

題號		從來沒有	很少	有時	經常
(01)	您多常看與自己意見不同的內容?	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>
(02)	您多常透過網路搜尋來查證內容?	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>
(03)	您多常透過紙本報紙或電視新聞來查證內容?	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>
(04)	您多常因網路搜尋結果而改變對議題的看法?	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>
(05)	針對較少接觸的新聞來源，您多常會進行確認?	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>

25.

題號		不可以接受	有點不可以接受	普通	稍微可以接受	可以接受
(01)	當別人在網路上和您意見不同時，對他們講一些挑釁的話，您覺得可不可以接受?	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
(02)	當別人在網路上討論政治話題時，對他們講一些挑釁的話，您覺得可不可以接受?	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
(03)	在網路上罵那些攻擊您看法的人，您覺得可不可以接受?	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
(04)	在網路上罵那些和您意見不同的人，您覺得可不可以接受?	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>

26. 下列關於不文明留言（例如：罵人、酸人等）的一些情形，您覺得多常會發生？

題號		從來沒有	很少	有時	經常
(01)	這類的留言多常會影響其他人也留下不文明的留言？	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>
(02)	這類的留言多常會讓其他人增加不文明留言？	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>
(03)	其他人多常會被這類的留言激怒而留下更多不文明的留言？	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>

**【顯示題】**

社群媒體抵制行為：指的是當名人說不該說的話、做不該做的事（例如：愛莉莎莎宣傳錯誤療法），網民會利用社群媒體抵制他們，包含取消關注、拒看、或是留言發文指責。

27.

	非常不想	不想	普通	想	非常想
當名人說不該說的話、做不該做的事，您多想透過社群媒體抵制他們？	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>

28. 當名人說不該說的話、做不該做的事，您採取過哪些抵制行為？（可複選）

- (01) 取消關注他們的粉專或帳號
- (02) 拒絕觀看他們的發文或影音
- (03) 在網路上留言或發文指責他們
- (04) 其他（請說明）：\_\_\_\_\_

(05) 沒有做過上述的抵制行為 【與選項(01)至(04)互斥，跳答至 37a.題】

29. 您曾經因為名人做了哪些事情，而抵制他們？（可複選）

- (01) 歧視特定國家、種族或性別
- (02) 有不同的政治意識型態或價值觀
- (03) 不表態支持重要的社會議題
- (04) 做出不道德、不正當或不合法行為
- (05) 其他（請說明）：\_\_\_\_\_

30.

題號		完全沒有效	沒有效	普通	有效	非常有效
(01)	為了讓名人改變不好的行為，您覺得透過社群媒體抵制有沒有效？	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>

31.

題號		從來沒有	很少	有時	經常
(01)	參加社群媒體抵制之前，您多常會設身處地想像被抵制的心情？	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>

32. 透過社群媒體抵制名人，您覺得對他們的傷害嚴不嚴重？

- (01) 非常不嚴重
- (02) 不嚴重
- (03) 普通
- (04) 嚴重
- (05) 非常嚴重

33. 參加社群媒體抵制，對您來說重不重要？

- (01) 非常不重要
- (02) 不重要
- (03) 普通
- (04) 重要
- (05) 非常重要

34.

題號		非常少	有點少	普通	有點多	非常多
(01)	參加社群媒體抵制，您覺得對您的損失有多少（例如：「取消關注」會失去很多重要訊息）？	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>



35. 過去您參加社群媒體抵制時，一起參加的人多不多？

- (01) 非常少
- (02) 有點少
- (03) 普通
- (04) 有點多
- (05) 非常多

36.

題號		從來沒有	很少	有時	經常
(01)	當社群媒體發生抵制時，您的朋友多常會批評那些不參加的人？	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>

**【注意力偵測題 2】**

37a. 請問彩虹有幾個顏色？

- (1) 3 個 (2) 4 個 (3) 5 個 (4) 6 個 (5) 7 個

**【此題正確答案為(05)7 個】**

38 以下想要問您對一些事物的滿意程度。

題號		非常不滿意	不滿意	普通	滿意	非常滿意
(01)	整體而言，您對於您的生活滿不滿意？	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
(02)	整體而言，您對於目前台灣社會滿不滿意？	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>

39

題號		非常不快樂	不快樂	普通	快樂	非常快樂
(01)	整體而言，您覺得目前的日子過得快不快樂？	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>

40. 若 0 代表非常冰冷，100 代表非常溫暖，請問國民黨讓您感到溫暖的程度？

0

100

(非常冰冷) ----- (非常溫暖)

41. 若 0 代表非常冰冷，100 代表非常溫暖，請問民進黨讓您感到溫暖的程度？

0

100

(非常冰冷) ----- (非常溫暖)



3-4. 第二期第五次第二波網路固定樣本調查問卷

1. 請問您的性別是？

(01)男  (02)女

2. 請問您是民國哪一年出生的？民國\_\_\_\_\_年【填答範圍:1-92】

3. 請問您在哪一個縣市出生？

(01)基隆市  (02)台北市  (03)新北市  (04)桃園市  (05)新竹縣  
 (06)新竹市  (07)苗栗縣  (08)南投縣  (09)台中市  (10)彰化縣  
 (11)雲林縣  (12)嘉義縣  (13)嘉義市  (14)台南市  (15)高雄市  
 (16)屏東縣  (17)宜蘭縣  (18)花蓮縣  (19)台東縣  (20)澎湖縣  
 (21)金門縣  (22)連江縣  (88)其他（請說明）\_\_\_\_\_

4. 請問您的教育程度是（包含肄業、就學中）：

(01)無  (02)自修  (03)小學  
 (04)國（初）中  (05)初職  (06)高中普通科  
 (07)高中職業科  (08)高職（高商、高工）  (09)士官學校  
 (10)五專  (11)二專  (12)三專  
 (13)軍警專修班  (14)軍警專科班  (15)空中行專  
 (16)空中大學  (17)軍警官校或大學  (18)技術學院、科大  
 (19)大學  (20)碩士  (21)博士  
 (88)其他（請說明）\_\_\_\_\_

5. 請問您每週平均有幾天會上網（包含：使用 LINE、查詢公車動態 APP、上網看影片等）？

(01)\_\_\_\_\_天【填答範圍:0.5 天至 7 天】

6. 請問在您有上網的那一天，您一整天因為「工作（有支薪）或課業所需」而上網的時間大概有多久？

\_\_\_\_\_時\_\_\_\_\_分









7. 請問在您有上網的那一天，您一整天因為「工作或課業所需以外（例如：休閒娛樂）」而上網的時間大概有多久？

\_\_\_\_\_時\_\_\_\_\_分











8. 請問您是否會因下列原因上網（包括用手機、平板或電腦上網）？（可複選）

- (01)維繫友誼與他人保持聯絡（傳 LINE、滑臉書等）
- (02)娛樂消遣（玩遊戲、看卡通動漫、看電影、戲劇、看直播、聽音樂、交友軟體、追星、命理占卜、打發時間、無聊）
- (03)獲得時事/新聞/政府資訊（搜尋關鍵字、看新聞、看政府資訊、天氣資訊）
- (04)獲得生活休閒資訊（美食、觀光旅遊、醫療衛生保健、家庭生活、親子婚姻關係、交通資訊）
- (05)理財消費購物（看理財資訊、網路購物、理財管理、繳費、財經股市）
- (06)學習或工作（有支薪）（語言學習、線上課程、使用文書處理軟體、學習各種軟體）
- (88)其他（請說明）：\_\_\_\_\_
- (90)都沒有 【與選項(01)-(88)互斥】





9. 請問您最近一個月有沒有使用下列即時通訊軟體（不論是透過手機、平板或電腦都算）？（可複選）

<input type="checkbox"/> (01)LINE 	<input type="checkbox"/> (05)Hangouts 
<input type="checkbox"/> (02)FB Messenger （臉書聊天室） 	<input type="checkbox"/> (06)Skype 
<input type="checkbox"/> (03)微信 Wechat 	<input type="checkbox"/> (07)Facetime 
<input type="checkbox"/> (04)WhatsApp 	<input type="checkbox"/> (08)Telegram 
<input type="checkbox"/> (88)其他（請說明）_____	<input type="checkbox"/> (90)都沒有 【與選項(01)-(88)互斥】

10. 請問您最近一個月有沒有使用下列社群媒體（不論是透過手機、平板或電腦都算）？（可複選）

<input type="checkbox"/> (01)臉書 （Facebook） 	<input type="checkbox"/> (06)噗浪（Plurk） 
<input type="checkbox"/> (02)Instagram 	<input type="checkbox"/> (07)抖音/TikTok 
<input type="checkbox"/> (03)推特（Twitter） 	<input type="checkbox"/> (08)PTT 
<input type="checkbox"/> (04)LinkedIn 	<input type="checkbox"/> (09)Dcard 
<input type="checkbox"/> (05)微博 	<input type="checkbox"/> (10)Pinterest 
<input type="checkbox"/> (88)其他（請說明）_____	<input type="checkbox"/> (90)都沒有 【與選項(01)-(88)互斥】

11. 請問您**最近一個月**有沒有使用下列**影音平台**（不論是透過手機、平板或電腦都算）？  
（可複選）

<input type="checkbox"/> (01)YouTube 	<input type="checkbox"/> (05)LINE TV 
<input type="checkbox"/> (02)愛奇藝 	<input type="checkbox"/> (06)Li TV 
<input type="checkbox"/> (03)Netflix 網飛 	<input type="checkbox"/> (07)Twitch 
<input type="checkbox"/> (04)KKTV 	<input type="checkbox"/> (08)friDay 影音 
<input type="checkbox"/> (88)其他（請說明）_____	<input type="checkbox"/> (90)都沒有 <b>【與選項(01)-(88)互斥】</b>

**【第 10 題答都沒有者不需回答 12 至 13 大題】**

12. 請問您同不同意下列說法？

題號		非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
(01)	在社群媒體上，如果您覺得網友們可能會不同意您的想法，您會避免表達。	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
(02)	在社群媒體上向跟您觀點不一樣的人表達意見，是容易的。	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
(03)	在社群媒體上，看到有人表達跟您不一樣的觀點時，您會直接告訴他。	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>

13.

題號		完全不擔心	不擔心	普通	擔心	非常擔心
(01)	在社群媒體上，如果讓大家知道您對於爭議性政治議題的觀點，您擔不擔心 <b>別人會迴避跟您來往</b> ？	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
(02)	在社群媒體上，如果讓大家知道您對於爭議性政治議題的觀點，您擔不擔心 <b>別人會改變對您的看法</b> ？	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>

14. 過去一個月內，您的夢中出現關於「社群媒體」的比例有多少？

請直接填入數字：\_\_\_\_\_%

（如果您不記得夢，或者如果您的夢沒有出現社群媒體，請填入「0」。）

15.

題號		從來沒有	很少	時常	非常頻繁	總是
(01)	請回想過去一個月內，您多常在夢中時，發現自己表現得很不像自己，感覺自己好像個陌生人一樣？	0 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>

**【第 9 及 10 題答都沒有者，不須回答 16 至 19 題】**

16.

題號		LINE	Facebook Messenger (臉書聊天室)	Facebook	Instagram
(01)	在用哪個平台時，您最容易覺得有人陪伴？	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(02)	在哪個平台上，您覺得自己最受歡迎？	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**16\_1. 【若只有使用一個平台，則改為下方題幹】**

題號		是 (1)	否 (0)
(01)	您是否覺得用 LINE/ Facebook Messenger (臉書聊天室) / Facebook/ Instagram，讓您覺得有人陪伴？	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(02)	您是否覺得用 LINE/ Facebook Messenger (臉書聊天室) / Facebook/ Instagram，讓您覺得自己受歡迎？	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

17. 您覺得您用哪個平台，

題號		LINE	Facebook Messenger (臉書聊天室)	Facebook	Instagram
(01)	最容易讓您接觸到您要接觸的朋友或家人？	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(02)	最容易讓朋友關注到您的近況？	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(03)	最容易讓您掌握朋友近況？	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(04)	最容易讓您得到社交樂趣？	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(05)	最容易讓您跟上大家的活動？	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**17\_1. 【若只有使用一個平台，則改為下方題幹】**

您是否覺得用 LINE/ Facebook Messenger (臉書聊天室) / Facebook/ Instagram，

題號		是 (1)	否 (0)
(01)	讓您容易接觸到您要接觸的朋友或家人？	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(02)	讓朋友容易關注到您的近況？	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(03)	讓您容易掌握朋友近況？	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

(04)	讓您容易得到社交樂趣？	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(05)	讓您容易跟上大家的活動？	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

18.

題號		LINE	Facebook Messenger (臉書聊天室)	Facebook	Instagram
(01)	您覺得用哪個平台與人溝通，您覺得最有自信？	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(02)	您覺得用哪個平台與人溝通，您覺得最自在沒負擔？	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

18\_1. 【若只有使用一個平台，則改為下方題幹】

題號		是 (1)	否 (0)
(01)	您是否覺得用 LINE/ Facebook Messenger (臉書聊天室) / Facebook/ Instagram 與人溝通，讓您覺得有自信？	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(02)	您是否覺得用 LINE/ Facebook Messenger (臉書聊天室) / Facebook/ Instagram 與人溝通，讓您覺得自在沒負擔？	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

【若只有使用一個平台，則此題答案為受訪者所使用的媒體】

19.

題號		LINE	Facebook Messenger (臉書聊天室)	Facebook	Instagram
(01)	若您只能保留一個平台，您會保留哪一個？	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

【注意力偵測題 1】

19a. 請問您通常使用手機做哪些事情？（可複選）

常常有人在回答問題的時候，沒有一個字一個字閱讀，隨意的回答，讓我們的調查結果有錯誤。為了確認您有用心在讀題目，而且有讀到這裡，請您在這個題目的選項中，點「其他」，並請在「請說明」中填入「已讀」兩個字。感謝。

- 接電話
- 看影片
- 查 LINE
- 查時間
- 查地圖
- 其他，請說明：\_\_\_\_\_

【第 9 或 10 題答都沒有者不需回答 20 至 21 大題】

20. 接下來想要詢問您使用社群媒體（例：臉書）或通訊軟體（例：LINE）這些「平台」的經驗，請問您同不同意下列說法？

題號		非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
(01)	在使用這些平台時，您會在意別人覺得您是怎樣的人。	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
(02)	在這些平台上更新近況前，您會在心中想像其他人看到的反應。	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>

21.

題號		非常不重要	不重要	普通	重要	非常重要
(01)	在這些平台上，讓別人知道您對政治議題熱衷，有多重要？	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
(02)	在這些平台上，讓別人知道您有很多朋友，有多重要？	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
(03)	在這些平台上，讓別人知道您的生活多彩多姿，有多重要？	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>

22.

題號		能力很不好	能力不好	普通	能力好	能力很好
(01)	在網路上，您覺得自己與人互動的能力好不好？	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
(02)	在網路上，您覺得自己表達想法的能力好不好？	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>

23.

題號		從來沒有	很少	有時	經常
(01)	當您和其他人在一起時，您多常會刻意做一些事情來讓他們開心？	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>
(02)	和一群人在一起時，您多常成為這群人中的焦點？	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>

24.

題號		從來	很少	有時	經常



		沒 有			
(01)	您多常會因為好玩而做一些危險的事情？	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>
(02)	您多常做一些刺激的事情，即使它們是危險的？	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>

**【25 大題隨機呈現】**

25. 下列題目是關於一般人在日常生活中可能有的奇特經驗。

請回想過去一個月內，您多常有這些經驗？

題號		從 來 沒 有	很 少	時 常	非 常 頻 繁	總 是
(01)	當您在動的時候，感覺上好像動作不是由自己所控制，也因此覺得自己像一部「機器人」那樣「自動反應」且機械化。	0 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>
(02)	您無法適當地感受用自己的手所碰觸的東西，因為感覺上在碰觸東西的人好像並不是自己。	0 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>
(03)	當哭泣或大笑時，您似乎沒有感受到一絲情緒。	0 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>
(04)	突然某個瞬間，您發覺自己對家人與好友，感覺不到一點感情。	0 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>
(05)	對於發生在您身上某些事情的記憶，覺得都跟自己無關，好像自己從來不曾參與過那些事一樣。	0 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>
(06)	最近剛做過的事情，您覺得好像早在很久以前就發生了。例如：今天早上才做的某件事，感覺像是好幾個星期前所做的。	0 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>
(07)	周圍環境給您分離或虛幻的感覺，好像自己與外在世界之間有隔著一層薄幕。	0 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>
(08)	突然某個瞬間，您有種奇怪的感覺，好像自己不是真的存在、或自己被排除在這個世界之外。	0 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>

**【注意力偵測題 3】**

25a. 請問總統府在哪個縣市？ **【選項隨機呈現】**

高雄市、桃園市、台北市、台南市、台中市、新竹縣、苗栗市、花蓮縣、宜蘭縣、南投縣

**【此題正確答案為台北市】**

26. 您經常會一起討論「個人」的重要問題或分享心事的人，有幾位？（請填寫數字即可）  
\_\_\_\_\_位

- 27.承上題，  
請依照這一位  
請依照這兩位  
請依照這三位  
請依照這四位  
請依照這五位

【上述為 26 題小於 5 位以下題幹】

請列舉出其中五位【26 題大於 5 位以上題幹】

來回答下列問題：

**(01)第一位：**

(a)他的名字（可填寫暱稱即可）：\_\_\_\_\_

(b)他是您的什麼人？（單選）：\_\_\_\_\_

<input type="checkbox"/> (01)男女朋友	<input type="checkbox"/> (13)子女
<input type="checkbox"/> (02)配偶	<input type="checkbox"/> (14)媳婦
<input type="checkbox"/> (03)朋友	<input type="checkbox"/> (15)女婿
<input type="checkbox"/> (04)同學	<input type="checkbox"/> (16)公婆
<input type="checkbox"/> (05)同事	<input type="checkbox"/> (17)岳父母
<input type="checkbox"/> (06)兄弟姊妹	<input type="checkbox"/> (18)孫子/孫女
<input type="checkbox"/> (07)兄弟姊妹的配偶	<input type="checkbox"/> (19)外孫/外孫女
<input type="checkbox"/> (08)表兄弟姐妹	<input type="checkbox"/> (20)姪/甥
<input type="checkbox"/> (09)堂兄弟姐妹	<input type="checkbox"/> (21)曾祖父/母
<input type="checkbox"/> (10)父	<input type="checkbox"/> (22)鄰居
<input type="checkbox"/> (11)母	<input type="checkbox"/> (88)其他(請說明) _____
<input type="checkbox"/> (12)祖父/母或外祖父/母	

(c)您平常會透過下列哪些管道跟他聯絡？（可複選）

- (01)面對面  
 (02)市內電話  
 (03)行動電話或簡訊（需付費）  
 (04)網路（例如：LINE、Facetime、臉書聊天室、Wechat 等）

**(02)第二位：**

(a)他的名字（可填寫暱稱即可）：\_\_\_\_\_

(b)他是您的什麼人？（單選）：\_\_\_\_\_

<input type="checkbox"/> (01)男女朋友	<input type="checkbox"/> (13)子女
<input type="checkbox"/> (02)配偶	<input type="checkbox"/> (14)媳婦
<input type="checkbox"/> (03)朋友	<input type="checkbox"/> (15)女婿

<input type="checkbox"/> (04)同學	<input type="checkbox"/> (16)公婆
<input type="checkbox"/> (05)同事	<input type="checkbox"/> (17)岳父母
<input type="checkbox"/> (06)兄弟姊妹	<input type="checkbox"/> (18)孫子/孫女
<input type="checkbox"/> (07)兄弟姊妹的配偶	<input type="checkbox"/> (19)外孫/外孫女
<input type="checkbox"/> (08)表兄弟姐妹	<input type="checkbox"/> (20)姪/甥
<input type="checkbox"/> (09)堂兄弟姐妹	<input type="checkbox"/> (21)曾祖父/母
<input type="checkbox"/> (10)父	<input type="checkbox"/> (22)鄰居
<input type="checkbox"/> (11)母	<input type="checkbox"/> (88)其他(請說明) _____
<input type="checkbox"/> (12)祖父/母或外祖父/母	

(c)您平常會透過下列哪些管道跟他聯絡？（可複選）

- (01)面對面
- (02)市內電話
- (03)行動電話或簡訊（需付費）
- (04)網路（例如：LINE、Facetime、臉書聊天室、Wechat 等）

**(03)第三位：**

(a)他的名字（可填寫暱稱即可）：\_\_\_\_\_

(b)他是您的什麼人？（單選）：\_\_\_\_\_

<input type="checkbox"/> (01)男女朋友	<input type="checkbox"/> (13)子女
<input type="checkbox"/> (02)配偶	<input type="checkbox"/> (14)媳婦
<input type="checkbox"/> (03)朋友	<input type="checkbox"/> (15)女婿
<input type="checkbox"/> (04)同學	<input type="checkbox"/> (16)公婆
<input type="checkbox"/> (05)同事	<input type="checkbox"/> (17)岳父母
<input type="checkbox"/> (06)兄弟姊妹	<input type="checkbox"/> (18)孫子/孫女
<input type="checkbox"/> (07)兄弟姊妹的配偶	<input type="checkbox"/> (19)外孫/外孫女
<input type="checkbox"/> (08)表兄弟姐妹	<input type="checkbox"/> (20)姪/甥
<input type="checkbox"/> (09)堂兄弟姐妹	<input type="checkbox"/> (21)曾祖父/母
<input type="checkbox"/> (10)父	<input type="checkbox"/> (22)鄰居
<input type="checkbox"/> (11)母	<input type="checkbox"/> (88)其他(請說明) _____
<input type="checkbox"/> (12)祖父/母或外祖父/母	

(c)您平常會透過下列哪些管道跟他聯絡？（可複選）

- (01)面對面
- (02)市內電話
- (03)行動電話或簡訊（需付費）
- (04)網路（例如：LINE、Facetime、臉書聊天室、Wechat 等）

**(04)第四位：**

(a)他的名字（可填寫暱稱即可）：\_\_\_\_\_

(b)他是您的什麼人？（單選）：\_\_\_\_\_

<input type="checkbox"/> (01)男女朋友	<input type="checkbox"/> (13)子女
<input type="checkbox"/> (02)配偶	<input type="checkbox"/> (14)媳婦
<input type="checkbox"/> (03)朋友	<input type="checkbox"/> (15)女婿
<input type="checkbox"/> (04)同學	<input type="checkbox"/> (16)公婆
<input type="checkbox"/> (05)同事	<input type="checkbox"/> (17)岳父母
<input type="checkbox"/> (06)兄弟姊妹	<input type="checkbox"/> (18)孫子/孫女
<input type="checkbox"/> (07)兄弟姊妹的配偶	<input type="checkbox"/> (19)外孫/外孫女
<input type="checkbox"/> (08)表兄弟姐妹	<input type="checkbox"/> (20)姪/甥
<input type="checkbox"/> (09)堂兄弟姐妹	<input type="checkbox"/> (21)曾祖父/母
<input type="checkbox"/> (10)父	<input type="checkbox"/> (22)鄰居
<input type="checkbox"/> (11)母	<input type="checkbox"/> (88)其他(請說明) _____
<input type="checkbox"/> (12)祖父/母或外祖父/母	

(c)您平常會透過下列哪些管道跟他聯絡？（可複選）

- (01)面對面
- (02)市內電話
- (03)行動電話或簡訊（需付費）
- (04)網路（例如：LINE、Facetime、臉書聊天室、Wechat 等）

**(05)第五位：**

(a)他的名字（可填寫暱稱即可）：\_\_\_\_\_

(b)他是您的什麼人？（單選）：\_\_\_\_\_

<input type="checkbox"/> (01)男女朋友	<input type="checkbox"/> (13)子女
<input type="checkbox"/> (02)配偶	<input type="checkbox"/> (14)媳婦
<input type="checkbox"/> (03)朋友	<input type="checkbox"/> (15)女婿
<input type="checkbox"/> (04)同學	<input type="checkbox"/> (16)公婆
<input type="checkbox"/> (05)同事	<input type="checkbox"/> (17)岳父母
<input type="checkbox"/> (06)兄弟姊妹	<input type="checkbox"/> (18)孫子/孫女
<input type="checkbox"/> (07)兄弟姊妹的配偶	<input type="checkbox"/> (19)外孫/外孫女
<input type="checkbox"/> (08)表兄弟姐妹	<input type="checkbox"/> (20)姪/甥
<input type="checkbox"/> (09)堂兄弟姐妹	<input type="checkbox"/> (21)曾祖父/母
<input type="checkbox"/> (10)父	<input type="checkbox"/> (22)鄰居
<input type="checkbox"/> (11)母	<input type="checkbox"/> (88)其他(請說明) _____
<input type="checkbox"/> (12)祖父/母或外祖父/母	

(c)您平常會透過下列哪些管道跟他聯絡？（可複選）

- (01)面對面

- (02)市內電話
- (03)行動電話或簡訊（需付費）
- (04)網路（例如：LINE、Facetime、臉書聊天室、Wechat 等）

28. 以下想要問您對一些事物的滿意程度。

題號		非常 不滿意	不 滿意	普 通	滿 意	非常 滿意	目前 沒有 工作
(01)	整體而言，您對於您的生活滿不滿意？	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	
(02)	整體而言，您對於您的社交生活滿不滿意？	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	
(03)	整體而言，您對於您的工作（有支薪）滿不滿意？	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>
(04)	整體而言，您對自己滿不滿意？	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	
(05)	整體而言，您對自己目前的健康狀況滿不滿意？	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	

29.

題號		非常 不快樂	不 快樂	普 通	快 樂	非常 快樂
(01)	整體而言，您覺得目前的日子過得快不快樂？	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>

30.

題號		非常 不寂寞	不 寂寞	普 通	寂 寞	非常 寂寞
(01)	整體而言，您覺得目前的您寂不寂寞？	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>

31. 整體來說，您對您目前的**家庭狀況**滿不滿意？

如果 0 代表非常不滿意，10 代表非常滿意，從 0 到 10 之間，請您選一個最符合自己感受的數字。

0

10

(非常不滿意) ----- (非常滿意)

32. 整體來說，您對您目前的**人際關係狀況**滿不滿意？

如果 0 代表非常不滿意，10 代表非常滿意，從 0 到 10 之間，請您選一個最符合自己感受的數字。

0

10

(非常不滿意) ----- (非常滿意)

33. 整體來說，您對您目前的**經濟狀況**滿不滿意？

如果 0 代表非常不滿意，10 代表非常滿意，從 0 到 10 之間，請您選一個最符合自己感受的數字。

0

10

(非常不滿意) ----- (非常滿意)

4-1. 第二期第五次一般民眾調查問卷題組概念及量表來源

A 題項列表：基本狀況

題號	題目	測量概念	量表來源
A1	請問您是民國哪一年出生的？（出生年以身分證上的為主）	出生年份	一期一次自行發展；沿用傳播調查資料庫一期一次至二期四次
A2	請問您在哪一個縣市出生？	出生縣市	
A3	請問您現在的居住地是否為戶籍地？	居住地	一期一次自行發展；沿用傳播調查資料庫一期四次至二期四次
A4	請問您的戶籍所在地是（以身分證上的為主）？	戶籍地	
A5	請問您父親是哪裡人（以籍貫為主）？	父親祖籍	一期一次自行發展；沿用傳播調查資料庫一期一次至二期四次
A6	請問您母親是哪裡人（以籍貫為主）？	母親祖籍	
A7	請問您的婚姻狀況是？	婚姻狀況	
A7a	請問您有幾個小孩（包含懷孕中尚未出生的小孩）？	生命階段(life stage)	改自 Frey, R. M., Xu, R., & Ilic, A. (2017), Allen, T. D., & Finkelstein, L. M. (2014)
A7b	請問您最小的小孩幾歲？		
A8	請問您的教育程度是（包含肄業、就學中）	教育程度	一期一次自行發展；沿用傳播調查資料庫一期一次至二期四次

B 題項列表：傳播行為（電視篇）

題號	題目	測量概念	量表來源
B1	請問您每星期的星期一到星期五，平均有幾天會看電視？	平常日電視收看時間	一期一次自行發展；沿用傳播調查資料庫一期一次至二期四次
B2	在您有看電視的星期一到星期五，您一整天大概會看多久？		
B3	請問星期六和星期日兩天，您大概有幾天會看電視？	週末電視收看時間	
B4	星期六或星期日有看電視的那一天，您一整天大概會看多久？		
B5	每週七天中，您平均有幾天會看電視新聞（包含在網路上同步看電視新聞直播）？	電視新聞收看時間	
B6	您如果有看電視新聞的那一天，您一整天大概會看多久？		
B7	您最常看哪一台電視新聞？	電視新聞收看頻道	
B8	最近一個月您經常看下列哪幾種類型的電視節目？	電視收看內容	

C 題項列表：傳播行為（廣播篇）

題號	題目	測量概念	量表來源
C1	請問您每週平均有幾天會聽廣播？	廣播收聽時間	一期一次自行發展；

C2	請問您如果有聽廣播的那一天，您一整天大概會聽多久？		沿用傳播調查資料庫一期一次至一期二次、一期四次至二期三次
C3	您聽廣播經常聽或經常聽到以下哪幾種類型的節目？	廣播收聽內容	一期一次自行發展； 沿用傳播調查資料庫一期一次至一期二次、一期四次至二期二次
C4	請問您有沒有在聽 Podcast (播客)？	有無使用 Podcast	本期問卷小組自行發展

D 題項列表：手機使用

題號	題目	測量概念	量表來源
D1	請問您平常有沒有在使用手機？	有無使用手機	一期一次自行發展； 沿用傳播調查資料庫一期三次至二期三次
D2	請問您大約每週有幾天會使用手機（不論是自己的手機或其他人的手機都算）？		
D3	請問在您有使用手機的那一天，您一整天大概使用多久，只算眼睛有看著螢幕的時間？	手機使用時間	一期二次自行發展； 改自傳播調查資料庫一期二次

E 題項列表：網路使用情形

題號	題目	測量概念	量表來源
E1	請問您平常會不會利用電腦、平板或手機上網（例如：用 LINE、臉書、YouTube、用手機 app 看即時新聞、玩線上麻將遊戲等）？	有無上網	改自一期三次自行發展； 沿用傳播調查資料庫一期三次至二期三次
E2	請問您每週平均有幾天會透過電腦上網（不含手機、平板上網）？	電腦上網時間	一期一次自行發展； 沿用傳播調查資料庫一期一次、一期三次、一期五次至二期三次
E3	請問您每週平均有幾天會透過平板上網？	平板上網時間	
E4	請問您每週平均有幾天會透過手機上網（例如：用 LINE、看 YouTube，只算有用手機上網的天數）？	手機上網時間	
E5a	在您有上網的那一天，您一整天利用電腦上網工作或課業所需的時間大概有多久（只算您上網時眼睛有在看螢幕的時間）？	電腦上網工作 學習時間	一期二次自行發展； 沿用傳播調查資料庫一期二次至二期三次
E5b	扣除工作或課業所需的上網時間後，您	電腦上網娛樂	



題號	題目	測量概念	量表來源
	一整天使用電腦上網的時間大概有多久？	休閒時間	
E5c	在您有上網的那一天，您一整天利用平板上網工作或課業所需的時間大概有多久（只算您上網時眼睛有在看螢幕的時間）？	平板上網工作 學習時間	
E5d	扣除工作或課業所需的上網時間後，您一整天使用平板上網的時間大概有多久？	平板上網娛樂 休閒時間	一期四次自行發展； 沿用傳播調查資料庫一期四次 至二期三次
E5e	在您有上網的那一天，您一整天利用手機上網工作或課業所需的時間大概有多久（只算您上網時眼睛有在看螢幕的時間）？	手機上網工作 學習時間	一期二次自行發展； 沿用傳播調查資料庫一期二次 至二期三次
E5f	扣除工作或課業所需的上網時間後，您一整天使用手機上網的時間大概有多久？	手機上網娛樂 休閒時間	一期四次自行發展； 沿用傳播調查資料庫一期四次 至二期三次
E6	請問您是否會因下列原因上網（包括用手機、平板或電腦上網）？	網路使用動機	改自一期一次自行發展；沿用 傳播調查資料庫二期三次
E7	請問您平均每個月在網路上消費（買東西）大概花多少錢？（例如：購物、購買遊戲點數、下載音樂或電影等）	網路消費金額	改自台灣社會變遷五期四次大 眾傳播組；沿用傳播資料庫一 期二次至一期三次、二期一次 至二期二次
E8(01)	沒有辦法上網時，您會很想上網。		
E8(02)	您會因為不能使用網路而感到沮喪、心情不好、或覺得緊張，但是只要能上網，這些情況就會改善。	網路成癮 (Internet addiction- Obsession)	改自 Demetrovics, Z., Szeredi, B., & Rózsa, S. (2008). ; 沿用傳播資料庫二期一次、三 次
E8(03)	您經常藉由網路來擺脫生活中令人煩惱的事。		
E8(04)	您在網路上可以自由自在地做自己想做的事。		
E8(05)	如果您認識一個人，透過網路互動會比面對面互動，讓您更能認識這個人。	線上認知 (Online Cognition)	改自 Davis, R. A., Flett, G. L., & Besser, A. (2002). ; 沿用傳播資料庫二期一次、三 次
E8(06)	不管您（在網路上）是怎麼樣的人，網路上的人都可以接受您。		
E8(07)	您因為上網而翹了課或工作（有支薪）遲到。		
E8(08)	沒上網時您覺得自己毫無價值，但在網路世界中您覺得自己很有價值。	負面影響 (Problematic Internet Use)	改自 Caplan, S. E. (2002) ；沿用傳播資料庫二期一次、 三次
E8(09)	因為上網讓您錯過了真實生活中的社交活動。		

題號	題目	測量概念	量表來源
E9	您知道怎麼做下面這些事情嗎？	網路技巧 (Internet Skills)	改自 Van Deursen AJAM, Helsper EJ and Eynon R (2016)

F 題項列表：傳播行為（雜誌篇）

題號	題目	測量概念	量表來源
F1a	請問您每個月平均有幾天會看紙本雜誌（網路雜誌不算）？	雜誌閱讀時間	沿用傳播調查資料庫一期一次至二期三次
F1b	請問您如果有看紙本雜誌（網路雜誌不算）的那一天，您一整天大概會看多久？		
F2a	請問您每個月平均有幾天會在網路上看雜誌？	網路雜誌閱讀時間	
F2b	請問您如果有看網路雜誌的那一天，您一整天大概會看多久？		
F3	您看雜誌（包含紙本和網路雜誌）經常看下列哪幾種內容？	網路雜誌閱讀內容	沿用傳播調查資料庫一期一次至二期二次

G 題項列表：傳播行為（報紙篇）

題號	題目	測量概念	量表來源
G1a	請問您每週平均有幾天會看紙本報紙？	報紙閱讀時間	沿用傳播調查資料庫一期一次至二期三次
G1b	請問您如果有讀紙本報紙的那一天，您一整天大概會看多久？		
G1c	請問您經常看哪幾份紙本報紙？	報紙閱讀內容	
G2a	請問您每週平均有幾天會上網看新聞？	網路新聞閱讀時間	
G2b	請問您如果有上網看新聞的那一天，您一整天大概會看多久？		
G2c_1 至 G2c_5	請問您經常看哪幾個網站或平台的新聞？	網路新聞閱讀內容	
G2c_6	若您有看一些其他網站或平台的新聞，請在下方填入（都沒有請填0）		
G3	您看紙本報紙、新聞網站，或以 App 看新聞經常看下列哪幾種內容？	新聞閱讀內容	沿用傳播調查資料庫二期二次至二期二次

H 題項列表：傳播行為（人際及通訊篇）

題號	題目	測量概念	量表來源
H1a	您經常會一起討論「個人」的重要問題或分享心事的人，有幾位？	社會資本：網路大小 (Social Capital: Network Size)	改自 Campbell, S. W., & Kwak, N. (2011). Franke, S. (2005). 沿用傳播調查資料庫一期五次至二期三次
H1b_1	請問在您平常一天固定會接觸的人當	日常接觸	沿用台灣社會變遷五期一次綜

題號	題目	測量概念	量表來源
	中，有多少人是「面對面」接觸（包括互相點頭、打招呼、講話，對方是認識或不認識的都算）？		合問卷、沿用傳播調查資料庫二期一次至二期三次
H1c	承上題，這些「面對面」接觸的人裡面，大概有多少是您認識的？		改自傳播調查資料庫二期三次
H1d_1	請問在您平常一天固定會接觸的人當中，有多少人是在「網路上」接觸？（例如在臉書、LINE、線上遊戲平台互相傳訊息或貼圖，對方認識或不認識您都算）		沿用傳播調查資料庫一期五次至二期三次
H1e	承上題，這些「網路上」接觸的人裡面，大概有多少是您認識的？		改自傳播調查資料庫二期三次
H1f	請問在您平常一天固定會接觸的人當中，其中有幾個人，是會「面對面」接觸，也會在「網路上」接觸？		改自傳播調查資料庫二期三次

## I 題項列表：傳播行為（戲劇、電玩篇）

題號	題目	測量概念	量表來源
I1	請問您每週平均有幾天會看戲劇節目？	戲劇收看時間	沿用傳播調查資料庫一期一次、一期三次、二期一次
I2	在您有看戲劇節目的那一天，您一整天大概會看多久？		
I3a	請問您最常看哪些類型的戲劇節目？	戲劇收看內容	
I3b1 至 I3b3	請列出您最近看的三個戲劇節目（至少一個）		
I4a	請問您主要透過什麼管道收看戲劇節目？		
I4b	請問是下列哪一種類型的電視頻道？	戲劇收看管道	改自傳播調查資料庫二期一次、二期三次
I5	請問您為何會想看戲劇節目？	戲劇觀看動機	改自 Rubin, A. M. (1981)；沿用傳播調查資料庫二期三次
I6(01)	您心裡常常想著沒看完的戲劇節目後面結局會是如何。	戲劇成癮 (addiction)	改自 Lemmens, J. S., Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2009) 及 Horvath (2004).；沿用傳播調查資料庫二期一次、二期三次
I6(02)	您花在看戲劇節目的時間經常超過自己預計的時間。		
I6(03)	您一看戲劇節目，就停不下來。		
I6(04)	您喜歡看一齣戲是因為它具啟發性。	幸福感 (eudaimonic)	Oliver, M. B. and A. A. Raney (2011). 沿用傳播調查資料庫二期三次
I6(05)	您喜歡看一齣戲是因為它很有娛樂性。	享樂感 (hedonic)	
I7	請問您每週大約會玩幾個小時的電玩遊戲（包含：手機、電腦、Facebook 臉書、大型多人線上角色扮演遊戲及電動、掌上	數位電玩使用時間	改自傳播調查資料庫二期一次

題號	題目	測量概念	量表來源
	型遊戲機（例如：Switch）、VR 虛擬實境（需配戴頭戴顯示器）、AR 擴增實境（例如：寶可夢 Pokemon Go!））？		

## J 題項列表：媒體評價

題號	題目	測量概念	量表來源
J1	請問當您想要放鬆或消遣的時候，您會優先使用下列哪種媒體？	信賴的媒體管道	參考 Center for the Digital Future (2013) 自行發展
J2	請問您想要得到當下最新消息時，您會優先使用以下哪一個媒體？		
J3	請問在下列這些媒體中，哪一個是您最信賴的消息來源？		
J4	如果 0 分代表最不可以相信，100 分代表最可以相信，60 分代表及格，請您對下列台灣媒體所報導新聞的整體表現給一個分數。（這題請就您的一般印象來評分，沒有在使用沒關係，沒有標準答案。）	新聞媒體可信度	沿用社會變遷五期四次大眾傳播組、沿用傳播調查資料庫一期二次、一期四次至二期三次
J5	請試著回想您上週看新聞的狀況，下列哪些是您碰到的情形？（可複選）	常見新聞問題	參考 2018 Digital News Report 與 Fake News and Social Media 2018 自行發展
J6a	您覺得假新聞在您生活中有多普遍？	假新聞普遍性	
J6b	您覺得假新聞造成的影響有多嚴重？	假新聞嚴重性	
J6c	您覺得您可不可能受到假新聞影響？	假新聞敏感性	
J7	您認為下列哪些人或單位，在防範假新聞流傳的工作上需負起責任？（可複選）	防範假新聞的負責單位	
J8a	媒體上經常流傳許多假新聞（或稱假消息），您覺得這會對社會造成什麼樣的影響？（可複選）	假新聞對社會的影響	
J8b	媒體上經常流傳許多假新聞（或稱假消息），您覺得這會對民眾造成什麼樣的影響？（可複選）	假新聞對民眾的影響	
J9	媒體上經常流傳許多假新聞（或稱假消息），您覺得這會對您自己造成什麼樣的影響？（可複選）	假新聞對自己的影響	
J10	您會透過下列哪些方式來確認您接觸到的新聞是不是假新聞？（可複選）	假新聞確認	
J11a	您過去有沒有遇到過假新聞？	假新聞經驗	
J11b	遇到假新聞，您會如何處理？（可複選）	假新聞處理	
J12(01)	您會注意這些訊息有沒有清楚標註來源	網路公民推理	

題號	題目	測量概念	量表來源
	(包含媒體、政府組織、網紅等)。	能力(Lateral reading)	沿用傳播調查資料庫二期三次
J12(02)	您會思考這些訊息有沒有證據支持。	網路公民推理能力(Evidence analysis)	

## K 題項列表：新媒體使用行為

題號	題目	測量概念	量表來源
K1a	請問您最近一個月有沒有使用下列哪些即時通訊軟體（不論是透過手機、平板或電腦都算，要使用 APP 或網頁版才算）？	即時通訊軟體使用類型	改自傳播調查資料庫二期三次
K1b	請問您最近一個月有沒有使用下列社群媒體？	社群媒體使用類型	
K1c	請問您最近一個月有沒有使用下列影音平台？	影音平台使用類型	
K2a	請問您大約每週有幾天使用臉書（Facebook）？	Facebook 使用時間	改自傳播調查資料庫一期二次至二期一次
K2b	請問在您有使用臉書（Facebook）的那一天，您一整天大概使用多久（真的有在用臉書的時間）？	Facebook 使用時間	改自傳播調查資料庫一期二次至二期一次；沿用傳播調查資料庫二期二次
K3a	請問您大約每週有幾天使用 Instagram（IG）？	IG 使用時間	改自傳播調查資料庫二期二次
K3b	請問在您有使用 Instagram（IG）的那一天，您一整天大概使用多久（真的有在用 Instagram（IG）的時間）？	IG 使用時間	改自傳播調查資料庫二期二次
K4a	請問您大約每週有幾天會使用 LINE？	LINE 使用時間	沿用傳播調查資料庫二期二次
K4b	請問在您有使用 LINE 的那一天，您一整天大概使用多久（真的有在用 LINE 傳訊息、通話、看 LINE Today 的時間）？	LINE 使用時間	沿用傳播調查資料庫二期二次
K4c	請問下面哪些是您使用 LINE 主要的原因或動機？	LINE 使用動機	改自 Kross, E., Verduyn, P., & Demiralp, E. VP (2013). Ross, C., Orr, E. S., Sisic, M., Arseneault, J. M., Simmering, M. G., & Orr, R. R. (2009) Gülnar, B., Balçı, Ş., & Çakır, V. (2010). 沿用傳播調查資料庫二期四次
K4d	請問您平常會在 LINE 上做什麼？	LINE 使用功能	沿用傳播調查資料庫二期四次
K4e	請問您使用 LINE 之後，會不會有下列	LINE 群組正面	沿用傳播調查資料庫二期二

題號	題目	測量概念	量表來源
	感受？	與負面效應	次、參考改自涂保民、黃月琴 (2017)
K5a	請問您常不常透過 LINE 跟家人或熟識的朋友聯絡 (例如傳訊息、照片、影片、或傳貼圖等)？	LINE 傳播網絡組成(network composition)	Gil de Zúñiga & Valenzuela (2011); Cho & Hung (2015)
K5b	那這些您平常會透過 LINE 聯絡的家人或熟識的朋友當中，有沒有人除了用 LINE，還會用其他方式跟您聯絡 (其他方式例如用電話、Email、臉書、Skype、Wechat 微信與面對面等)？有多少人？	混合媒體關係 (mixed-media relationships)	參考 McPherson, M. Smith-Lovin, L. Brashears, M.E. (2006) 自行發展、改自傳播調查資料庫二期三次
K6a	請問您常不常透過 LINE 跟普通朋友或點頭之交聯絡？	LINE 傳播網絡組成(network composition)	Gil de Zúñiga & Valenzuela (2011); Cho & Hung (2015)
K6b	那這些您平常會透過 LINE 聯絡的普通朋友或點頭之交當中，有沒有人除了用 LINE，還會用其他方式跟您聯絡？有多少人？	混合媒體關係 (mixed-media relationships)	參考 McPherson, M. Smith-Lovin, L. Brashears, M.E. (2006) 自行發展、改自傳播調查資料庫二期三次
K7	請問您認為您剛才提到在 LINE 上有聯絡的人，包含家人、熟識的朋友、普通朋友或點頭之交等，互相認識彼此嗎？	LINE 傳播網絡同質性 (network homogeneity)	Sohn & Choi (2019)
K8a	請問您大約每週有幾天使用 YouTube？	YouTube 使用時間	改自傳播調查資料庫二期二次
K8b	請問在您有使用 YouTube 的那一天，您一整天大概使用多久 (真的有在看 YouTube 的時間)？	YouTube 使用時間	改自傳播調查資料庫二期二次
K8c	請問下面哪些是您使用 YouTube 主要的原因或動機？	YouTube 使用動機	Hanson, G., & Haridakis, P. (2008)； 改自傳播調查資料庫一期三次
K8d	請問您平常會在 YouTube 上做什麼？	YouTube 使用功能	改自傳播調查資料庫二期四次
K8e	請問您平常會在 YouTube 上看什麼內容？	YouTube 觀看內容	改自傳播調查資料庫一期三次
K8f	請問您常不常分享或轉寄網路影音/影片？	影音分享—主動	改自傳播調查資料庫一期三次
K8g	請問您會轉貼/轉寄或與他人分享什麼影音內容？		
K8h	請問您常不常上傳自己製作的影音/影片到 YouTube 與他人分享？	影音製作上傳	

題號	題目	測量概念	量表來源
K8i	請問您會上傳什麼自己製作的內容至 YouTube？		
K9a	請問您有沒有透過網路 <b>蒐尋、瀏覽、點閱或觀看</b> 和「政治與公共事務」有關的新聞、訊息或影片？	政治參與	改自一期二次、二期二次自行發展； 沿用傳播調查資料庫二期三次
K9b(01)	請問您常不常透過下列平台在網路上 <b>蒐尋、瀏覽、點閱或觀看</b> 和「政治與公共事務」有關的新聞、訊息或影片？ <b>社群媒體</b> （如：臉書、Instagram、推特等）？		
K9b(02)	<b>影音平台</b> （如：YouTube、優酷、抖音等）？		
K9b(03)	<b>通訊軟體</b> （如：LINE、Skype、FB messenger 等）？		
K9b(04)	<b>新聞網站</b> （如：ETtoday 新聞雲、聯合新聞網等）？		
K10a	請問您有沒有透過網路 <b>轉貼、轉寄或分享</b> 和「政治與公共事務」有關的新聞、訊息或影片？		
K10b(01)	請問您常不常透過下列平台在網路上 <b>轉貼、轉寄或分享</b> 和「政治與公共事務」有關的新聞、訊息或影片？ <b>社群媒體</b> （如：臉書、Instagram 等）？		
K10b(02)	<b>影音平台</b> （如：YouTube、優酷等）？		
K10b(03)	<b>通訊軟體</b> （如：LINE、FB messenger 等）？		
K10b(04)	<b>新聞網站</b> （如：ETtoday 新聞雲、聯合新聞網等）？		
K11a	請問您有沒有透過網路 <b>發佈</b> 和「政治與公共事務」有關的訊息（包含製作影片或評論新聞）？		
K11b(01)	請問您常不常在網路上 <b>發佈</b> 和「政治與公共事務」有關的訊息（包含製作影片或評論新聞）？ <b>社群媒體</b> ？		
K11b(02)	<b>影音平台</b> ？		
K11b(03)	<b>通訊軟體</b> ？		
K11b(04)	<b>新聞網站</b> ？		

LA、個人價值（第一部分）

題號	題目	測量概念	量表來源
LA1(01)	重視新點子和創造力，用自己的方式	自我導向（Self-	Schwartz（1992）World

題號	題目	測量概念	量表來源
	做事。	direction)	Value Survey
LA1(02)	重視財富，想要擁有許多錢和昂貴的東西。	權力 (Power)	
LA1(03)	重視居住安全，避免任何可能的危險。	安全 (Security)	
LA1(04)	重視追求快樂，寵愛自己。	享樂 (Hedonism)	
LA1(05)	會幫助周圍的人，且在意他們過得好不好。	善行 (Benevolence)	
LA1(06)	成功很重要，想要讓別人知道自己的成就。	成就 (Achievement)	
LA1(07)	重視冒險，想要過刺激的生活。	刺激 (Stimulation)	
LA1(08)	重視舉止合宜，別人認為不好的事您不會去做。	遵守 (Conformity)	
LA1(09)	重視環境保護，關心大自然。	普世 (Universalism)	
LA1(10)	重視傳統，會遵循宗教與家庭傳下來的習俗。	傳統 (Tradition)	
LA2(01)	您目前的生活和您想要的生活不會差太遠 (差太多)。	幸福感 (Well-being)	Diener, Emmons, Larson & Griffen (1985)
LA2(02)	目前您的一切生活狀況都很棒。		
LA2(03)	您已經得到您人生「想要的」。		
LA2(04)	若人生可以重來一次，您會想要換一個跟現在不一樣的人生。		
LA2(05)	當您遇到困難時，您能找到信賴的人幫您解決問題。	契結型社會資本 (Bonding social capital)	
LA2(06)	當您有私密的問題時，有人可以讓您放心的聊一聊。		
LA2(07)	當您覺得孤單時，您可以找到其他人說話。		
LA2(08)	經由和別人的來往，會讓您想要嘗試新事物。(例如：跟朋友來往，知道他常常去爬山，也會想要去爬山)	橋接型社會資本 (Bridging social capital)	Williams (2006)
LA2(09)	經由和別人的來往，會讓您對於「跟您不一樣的人」在想些什麼感到興趣。(例如：跟不同興趣、不同生活背景、或是不同年紀的朋友來往，也會想去了解他們的想法)		
LA2(10)	經由和別人的閒聊，會讓您對世界上所發生的事情感到好奇。(例如：和朋友閒聊時，可能會聊到一些台灣或是外國的事物與新聞，您也會好奇這些		



題號	題目	測量概念	量表來源
	事情)		
LA3	請問您覺得您對周遭的人而言，重不重要？（周遭的人像是家人、親戚、朋友）	重要感 (mattering)	Francis, Rikard, Cotten, & Kadylak (2019); Rosenberg & McCullough (1981)
LA4	請問您覺得自己心裡像是幾歲的人？	認知年紀 (Cognitive Age)	Barak and Schiffman (1981)
LA5	做到下列什麼，會讓您覺得生命有意義？	生命意義來源：能動與共生 (Agency/Communication)	Lambert, Stillman, Baumeister, Fincham, Hicks and Graham (2010)
LA6_1	跟朋友講內心話，請問您覺得自不自在？	Anxiety	Brennan, K. A., Clark, C. L., & Shaver, P. R. (1998)
LA6_2	您每天都做習慣的事情，這樣生活比較沒有壓力，請問您同不同意？	Approach vs. avoidance	Lockwood, P., Jordan, C. H., & Kunda, Z. (2002)
LA6_3	請問您喜不喜歡嘗試新的事物來拓展您的生活經驗？		Lockwood, P., Jordan, C. H., & Kunda, Z. (2002)
LA6_4	請問您擔不擔心您的朋友與您變得疏遠？	Avoidance	Brennan, K. A., Clark, C. L., & Shaver, P. R. (1998)
LA7	請問您害不害怕兩岸在不久的將來會發生戰爭？	戰爭恐懼 (Fear of war)	Feldman and Stenner (1997)
LA8	無論台灣的選舉制度有什麼缺點，對您來說，它仍是最好的制度，請問您同不同意？	對政治制度的政治信任 (political trust in the political system)	Craig, Niemi & Silver (1990), Mutz & Reeves (2005)
LA9_1	請問您覺得「獨立自主」或「敬重長輩」哪一個特質對小孩來說比較重要？	育兒價值觀 (Child-rearing values) ; 威權 (authoritarianism)	Feldman and Stenner (1997), Feldman and Johnston (2014)
LA9_2	請問您覺得「自立自強」或「乖巧順從」哪一個特質對小孩來說比較重要？		
LA9_3	請問您覺得「好奇心強」或「進退得宜」哪一個特質對小孩來說比較重要？		
LA9_4	請問您覺得「善解人意」或「守規矩」哪一個特質對小孩來說比較重要？		

M 題項列表、新媒體及網路使用行為

題號	題目	測量概念	量表來源
M1	當您使用數位媒體（例如：電視、手機、網路、社群媒體等）遇到困難時，在您周遭有多少認識的人能提供幫助？（困難例如：想買新電腦不知道怎麼選、不會操作手機 app 等）	接收到的媒體社會支持 (Received Media Social Support)	Kamin, Beyer, & Lang (2020)

題號	題目	測量概念	量表來源
M2	在過去一年中，您常不常在實質上幫助家人、朋友或鄰居（實質上的幫助像是個人照顧、家務協助、照顧孩子或年長者、經濟或物質上的幫助、給予像法律/健康/工作等專業資訊）？	給予的社會支持(Give Social Support)	改自 Deindl & Brandt (2015) Quan-Haase, Mo & Wellman (2017)自行發展
M3	在過去一年中，您常不常從家人、朋友或鄰居那裡得到實質上的幫助？	接收到的社會支持 (Received Social Support)	
M4	在過去一年中，您常不常在情感上幫助家人、朋友或鄰居（情感上的幫助像是主動問候、陪伴閒聊、拜訪、支持安慰）？	給予的社會支持(Give Social Support)	
M5	在過去一年中，您常不常從家人、朋友或鄰居那裡得到情感上的幫助？	接收到的社會支持 (Received Social Support)	
M6	對於朋友或親戚，您常不常協助他們使用數位媒體？	給予媒體社會支持 (Give Media Social Support)	
M7(01)	當您遇到這些困難時，您有沒有信心能夠解決這些問題？	媒體自我效能(Media Self-Efficacy)	改自 Bandura (2006); Vekiri & Chronaki (2008)
M7(02)	當您的朋友或親戚遇到這些困難時，您有沒有信心能替他們解決這些問題？		
M7(03)	當新的數位媒體出現時，您有沒有信心能使用它？		
M8(01)	當您有健康方面的疑問時，您有能力使用網路找尋答案。	網路健康識能(eHealth literacy)	Norman and Skinner (2006)
M8(02)	您有能力在網路上找到對您有用的健康資訊。		
M8(03)	您有能力運用網路上找到的健康資訊幫助自己。		
M9	當您在使用網路或社群媒體時，請問您常不常留意跟健康醫療有關的資訊？	健康資訊處理行為—瀏覽面向(health information processing behavior- scanning)	Shim et al. (2006)
M10	當您在使用網路或社群媒體時，請問您常不常主動蒐尋跟健康醫療有關的資訊？	健康資訊處理行為—蒐尋面向(health information processing behavior- seeking)	Ahadzadeh et al. (2015)
M11	當您在網路或社群媒體上看到與健康醫療有關的資訊時，請問您常不常轉傳給親朋好友知道？	健康資訊處理行為—分享面向(health information processing	Ryu et al. (2003)

題號	題目	測量概念	量表來源
		behavior- sharing)	

## LB、個人價值（第二部分）

題號	題目	測量概念	量表來源
LB1_1	當您講到您的年紀或覺得自己老了，您會不會感到很難過？	溝通老化 (Communication about aging-expressing optimism)	Gasiorek, J., Fowler, C., & Giles, H. (2015)
LB1_2	當您講到您人生的故事時，您常不常提到變老的快樂和收穫？		
LB1_3	現在（年紀）的您比過去（年紀）的您更快樂，請問您同不同意？		
LB1_4	請問您擔不擔心自己變老這件事？	擔心老化(Worried about aging)	改自 Guptaxy, M. A., & Schork, N. J. (1993)
LB1_5	請問您擔不擔心人過世後去哪裡？	死亡焦慮(Death Anxiety)	Thorson, J. A., & Powell, F. C. (1992)
LB1_6	請問您害不害怕面對死亡？		本期問卷小組自行發展
LB2	請問您目前的宗教信仰？	宗教信仰	參考台灣社會變遷 2016 第七期第二次：公民與國家組
LB3a	請問您目前參加哪些團體？	自願性團體(Voluntary community)	參考台灣社會變遷 2017 第七期第三次：社會階層組
LB3b	請問您平常會從事哪些活動？	日常活動(Activities)	改自 UCL (London, UK) Institute of Epidemiology & Health Care / Whitehall II longitudinal prospective cohort study (2015-2016 Questionnaire 12)
LB3c	請問您一週當志工的時數有幾小時？	擔任志工時數	本期問卷小組自行發展
LB5a	請問您家中（目前住的地方），包含您本人在內，現在有幾個人住在一起？	家中同住對象	參考台灣社會變遷 2017 第七期第三次：社會階層組
LB5b	請問現在有哪些家人跟您住在一起？		
LB5c	請問在您的家人、親戚或朋友裡面，有沒有現在在做下列這些工作的人？	社交網絡多元性/異質性 (Social Network Diversity/Heterogeneity)	改自台灣社會變遷 2019 第七期第五次：科技與風險組；Lin, Fu, & Hsung (2001); 林南、陳志柔、傅仰止 (2010); 傅仰止、張心潔 (2014)

題號	題目	測量概念	量表來源
LB6(01)	整體而言，您對於您的生活滿不滿意？	心理幸福感（表現自尊）	改自 Heatherton, T. F., & Polivy, J. (1991)；沿用傳播調查資料庫一期三次至二期三次
LB6(02)	整體而言，您對於您的工作（有支薪）滿不滿意？		
LB6(03)	整體而言，您對於您的社交生活滿不滿意？		
LB6(04)	整體而言，您對自己目前的健康狀況滿不滿意？	生活品質	沿用台灣社會變遷六期一次環境問卷
LB6(05)	整體而言，您對自己滿不滿意？	自尊（self-esteem）	Rosenberg, M. (1979)
LB7	整體而言，您覺得目前的日子過得快不快樂？	生活品質	沿用台灣社會變遷六期一次環境問卷
LB8	整體而言，您覺得目前的您寂不寂寞？	生活品質	沿用傳播調查資料庫二期二次至二期三次
LB9	整體來說，您對您目前的家庭狀況滿不滿意？如果 0 代表非常不滿意，10 代表非常滿意，從 0 到 10 之間，請您選一個最符合自己感受的數字。	家庭狀況	沿用台灣社會變遷六期一次問卷
LB10	整體來說，您對您目前的人際關係狀況滿不滿意？如果 0 代表非常不滿意，10 代表非常滿意，從 0 到 10 之間，請您選一個最符合自己感受的數字。	人際關係狀況	沿用台灣社會變遷六期一次問卷
L11	整體來說，您對您目前的經濟狀況滿不滿意？如果 0 代表非常不滿意，10 代表非常滿意，從 0 到 10 之間，請您選一個最符合自己感受的數字。	經濟狀況	沿用台灣社會變遷六期一次問卷
LB12a	您多常覺得身體很累？	身心倦怠(Personal Burnout)	沿用傳播調查資料庫二期三次；Kristensen et al., 2005
LB12b	您多常覺得心裡很累（像是覺得無奈、挫折）？		
LB13(01)	有做事時提不起勁或沒有樂趣的狀況？	憂鬱與焦慮 (Depression and Anxiety)	沿用傳播調查資料庫二期三次；Löwe et al., 2010:Patient Health Questionnaire-4 (PHQ-4)
LB13(02)	有心情低落、沮喪或絕望的狀況？		
LB13(03)	有緊張、焦慮或不安的狀況？		
LB13(04)	有對周圍的人事物擔心個沒完的狀況？		
LB14(01)	請問您過去一年看幾次醫生？	身體健康情況	沿用傳播調查資料庫一期五次
LB14(02)	請問您體重多少？	體重	
LB14(03)	請問您身高多少？	身高	

題號	題目	測量概念	量表來源
LB15	在目前國內的政黨中，請問您有沒有偏向哪一個政黨？	政黨認同	朱雲漢(2012)
LB16	那相對來說請問您有沒有稍微偏向哪一個政黨？		
LB17	請問是哪一個政黨？		
LB18	請問，您偏向這個政黨的程度是很強，普通，還是有一點？		

## O 題項列表：工作狀況

題號	題目	測量概念	量表來源
O1	請問您現在有沒有在工作（有支薪）？	工作狀態	沿用傳播調查資料庫一期一次至二期三次
O1a_1	請問您民國幾年退休的？	退休	本期問卷小組自行發展
O1a_2	請問您大概幾年前退休的？		
O1b	請問您預計幾歲退休？		
O2	請問您的行業：	行業	沿用傳播調查資料庫一期一次至二期三次
O3a	請問您現在的工作屬於哪一類？	工作類型	改自台灣社會變遷七期一次綜合問卷
O3b	請問在您工作上，您有沒有管理別人？	有無管理他人	
O4a	請問您的生活費都是誰負責的？	經濟自主 (financial independence)	改自 Xiao, J. J., Chatterjee, S., & Kim, J. (2014)
O4b	請問您個人平均每個月所有的（稅前）收入差不多有多少？	收入	沿用傳播調查資料庫一期一次至二期三次

## 參考文獻

- 林南、陳志柔、傅仰止，2010，〈社會關係的類型和效應：台灣、美國、中國大陸的三地比較〉，《台灣社會學刊》，第45期，頁117-162。
- 傅仰止、張心潔，2014，〈性別化的社會資本與配偶網絡〉，《社會科學論叢》，第8卷第2期，頁125-165。
- Allen, T. D., & Finkelstein, L. M. (2014). Work-family conflict among members of full-time dual-earner couples: An examination of family life stage, gender, and age. *Journal of occupational health psychology, 19*(3), 376.
- Ahadzadeh, A. S., Sharif, S. P., Ong, F. S., & Khong, K. W. (2015). Integrating health belief model and technology acceptance model: an investigation of health-related internet use. *Journal of Medical Internet Research, 17*(2), e45. doi:10.2196/jmir.3564
- Barak, Benny and Leon G. Schiffman (1981), "Cognitive Age: A Nonchronological Age Variable," in *Advances in Consumer Research*, Jerry C. Olsen, ed., Ann Arbor, MI: *Association for Consumer Research*, 7, 602-606.
- Brennan, K. A., Clark, C. L., & Shaver, P. R. (1998). Self-report measurement of adult attachment: An

- integrative overview. In J. A. Simpson & W. S. Rholes (Eds.), *Attachment theory and close relationships* (p. 46–76). The Guilford Press.
- Camerini, A. L., Gerosa, T., & Marciano, L. (2020). Predicting problematic smartphone use over time in adolescence: A latent class regression analysis of online and offline activities. *New Media & Society, 1-20*. doi: 10.1177/1461444820948809
- Campbell, S. W., & Kwak, N. (2011). Mobile communication and civil society: Linking patterns and places of use to engagement with others in public. *Human Communication Research, 37*(2), 207-222. doi:10.1111/j.14682958.2010.01399.x
- Caplan, S. E. (2002). Problematic Internet use and psychosocial well-being: development of a theory-based cognitive-behavioral measurement instrument. *Computers in human behavior, 18*(5), 553-575
- Cho, V., & Hung, H. (2015). Sending mobile messages to different social ties in modern urban life. *Information Technology & People, 28*(3), 544-459.
- Craig, S. C., Niemi, R. G., & Silver, G. E. (1990). Political efficacy and trust: A report on the NES pilot study items. *Political Behavior, 12*(3), 289-314. doi: 10.1007/BF00992337
- Davis, R. A., Flett, G. L., & Besser, A. (2002). Validation of a new scale for measuring problematic Internet use: Implications for pre-employment screening. *CyberPsychology & Behavior, 5*(4), 331-345.
- Deindl, C., & Brandt, M. (2015). Social exclusion and support between generations. (pp.161-168) In Börsch-Supan, A., Kneip, T., Litwin, H., Myck, M., & Weber, G. (Eds.). *Ageing in Europe- Supporting Policies for an Inclusive Society*. Walter de Gruyter GmbH & Co KG.
- Demetrovics, Z., Szeredi, B., & Rózsa, S. (2008). The three-factor model of Internet addiction: The development of the Problematic Internet Use Questionnaire. *Behavior Research Methods, 40*(2), 563-574.
- Feldman, S., & Johnston, C. D. (2014). Understanding the determinants of political ideology: Implications of structural complexity. *Political Psychology, 35*(3), 337-358. doi: 10.1111/pops.12055
- Feldman, S., & Stenner, K. (1997). Perceived threat and authoritarianism. *Political Psychology, 18*(4), 741-770. doi: 10.1111/0162-895x.00077
- Francis, J., Rikard, R. V., Cotten, S. R., & Kadylak, T. (2019). Does ICT Use matter? How information and communication technology use affects perceived mattering among a predominantly female sample of older adults residing in retirement communities. *Information, Communication & Society, 22*(9), 1281-1294.
- Franke, S. (2005). Measurement of social capital: Reference document for public policy research, 20 development and evaluation. Ottawa, Canada: Policy Horizons Canada.
- Frey, R. M., Xu, R., & Ilic, A. (2017). Mobile app adoption in different life stages: An empirical analysis. *Pervasive and Mobile computing, 40*, 512-527.
- Gasiorek, J., Fowler, C., & Giles, H. (2015). What does successful aging sound like? Profiling communication about aging. *Human Communication Research, 41*(4), 577-602.
- Gil de Zúñiga, H., & Valenzuela, S. (2011). The mediating path to a stronger citizenship: Online and offline networks, weak ties, and civic engagement. *Communication Research, 38*(3), 397-421.
- Guptaxy, M. A., & Schork, N. J. (1993). Aging-related concerns and body image: Possible future

- implications for eating disorders. *International Journal of Eating Disorders*, 14(4), 481-486.
- Gülınar, B., Balcı, Ş., & Çakır, V. (2010). Motivations of Facebook, You Tube and similar Web sites users. *Bilig*, 54, 161-184.
- Heatherton, T. F., & Polivy, J. (1991). Development and validation of a scale for measuring state self-esteem. *Journal of Personality and Social Psychology*, 60, 895-910.
- Kamin, S. T., Beyer, A., & Lang, F. R. (2020). Social support is associated with technology use in old age. *Zeitschrift für Gerontologie und Geriatrie*, 53(3), 256-262. <https://doi.org/10.1007/s00391-019-01529-z>
- Kross, E., Verduyn, P., & Demiralp, E. VP (2013). Facebook Use Predicts Declines in Subjective Well-Being in Young Adults. *PLoS One*, 8.
- Lambert, N. M., Stillman, T. F., Baumeister, R. F., Fincham, F. D., Hicks, J. A., & Graham, S. M. (2010). Family as a salient source of meaning in young adulthood. *The Journal of Positive Psychology*, 5(5), 367-376.
- Lemmens, J. S., Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2009). Development and validation of a game addiction scale for adolescents. *Media Psychology*, 12(1), 77-95.
- Lin, N., Fu, Y. C., & Hsung, R. M. (2001). Measurement techniques for investigations of social capital. *Social Capital: Theory and Research*, 57-81.
- Lockwood, P., Jordan, C. H., & Kunda, Z. (2002). Motivation by positive or negative role models: Regulatory focus determines who will best inspire us. *Journal of Personality and Social Psychology*, 83(4), 854-864. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.83.4.854>
- Mutz, D. C., & Reeves, B. (2005). The new videomalaise: Effects of televised incivility on political trust. *American Political Science Review*, 99(1), 1-15.
- McGrew, S. (2020). Learning to evaluate: An intervention in civic online reasoning. *Computers & Education*, 145, 103711. doi:<https://doi.org/10.1016/j.compedu.2019.103711>
- McPherson, M., Smith-Lovin, L., & Brashears, M. E. (2006). Social isolation in America: Changes in core discussion networks over two decades. *American sociological review*, 71(3), 353-375.
- Norman, C. D., & Skinner, H. A. (2006). eHEALS: the eHealth literacy scale. *Journal of Medical Internet Research*, 8(4), e27.
- Quan-Haase, A., Mo, G. Y., & Wellman, B. (2017). Connected seniors: How older adults in East York exchange social support online and offline. *Information, Communication & Society*, 20(7), 967-983.
- Rosenberg, M., & McCullough, B. C. (1981). Mattering: Inferred significance and mental Health among adolescents. *Research in Community and Mental Health*, 2, 163-182.
- Ross, C., Orr, E. S., Siscic, M., Arseneault, J. M., Simmering, M. G., & Orr, R. R. (2009). Personality and motivations associated with Facebook use. *Computers in Human Behavior*, 25(2), 578-586.
- Rubin, A. M. (1981). An examination of television viewing motivations. *Communication Research*, 8(2), 141-165.
- Ryu, S., Ho, S. H., & Han, I. (2003). Knowledge sharing behavior of physicians in hospitals. *Expert Systems with Applications*, 25(1), 113-122.
- Thorson, J. A., & Powell, F. C. (1992). A revised death anxiety scale. *Death Studies*, 16(6), 507-521.
- Van Deursen, A. J., Helsper, E. J., & Eynon, R. (2016). Development and validation of the Internet Skills Scale (ISS). *Information, Communication & Society*, 19(6), 804-823.

- Vekiri, I., & Chronaki, A. (2008). Gender issues in technology use: Perceived social support, computer self-efficacy and value beliefs, and computer use beyond school. *Computers & Education*, 51(3), 1392-1404
- Xiao, J. J., Chatterjee, S., & Kim, J. (2014). Factors associated with financial independence of young adults. *International Journal of Consumer Studies*, 38(4), 394-403.



## 4-2-1. 第二期第五次第一波網路固定樣本調查問卷題組概念及量表來源

## 【基本資料；4題】

題號	題目	測量概念	量表來源
1	請問您的性別是？	性別	一期一次自行發展； 沿用傳播調查資料庫一期一次 至二期三次
2	請問您是民國哪一年出生的？	出生年份	一期一次自行發展；
3	請問您在哪一個縣市出生？	出生縣市	沿用傳播調查資料庫一期一次
4	請問您的教育程度是（包含肄業、就學中）	教育程度	至二期三次

## 【網路使用行為；7題】

題號	題目	測量概念	量表來源
5	請問您每週平均有幾天會上網（包含：使用LINE、查詢公車動態 APP、上網看影片等）？	有無上網	一期一次自行發展； 改自傳播調查資料庫一期一次、 一期三次、一期五次至二期三次
6	請問在您有上網的那一天，您一整天因為「工作（有支薪）或課業所需」而上網的時間大概有多久？	上網工作 學習時間	一期二次自行發展； 改自傳播調查資料庫一期二次至 二期三次
7	請問在您有上網的那一天，您一整天因為「工作或課業所需以外（例如：休閒娛樂）」而上網的時間大概有多久？	上網娛樂 休閒時間	
8	請問您是否會因下列原因上網（包括用手機、平板或電腦上網）？	上網動機	改自一期一次自行發展；沿用傳 播調查資料庫二期一次、三次
9	請問您最近一個月有沒有使用下列即時通訊軟體（不論是透過手機、平板或電腦都算）？	即時通訊或 社群媒體或 影音平台使 用類型	二期二次自行發展； 改自傳播調查資料庫二期二次
10	請問您最近一個月有沒有使用下列社群媒體（不論是透過手機、平板或電腦都算）		
11	請問您最近一個月有沒有使用下列影音平台（不論是透過手機、平板或電腦都算）		

## 【疫情題目；12題】

題號	題目	測量概念	量表來源
12	在疫情期間，您主要透過下列哪些管道瞭解疫情的消息？	接觸疫情之來源	改自 Ihm, J., & Lee, C. J. (2021).
13(01)	承上題，您多常在這些平台上關注其他人針對疫情或疫情相關新聞的留言？	關注網路留言 行為	TCS 自行發展
13(02)	您覺得這些人針對疫情（或疫情相關新聞）的留言，是否有下列情形發生？	正面網路留言 效應	
13(03)	您覺得這些人的疫情相關留言，對您而	正面網路留言 內容	

題號	題目	測量概念	量表來源
	言有什麼幫助？		
13(04)	您覺得這些人針對疫情（或疫情相關新聞）的留言，是否有下列情形發生？	負面網路留言效應	
13(05)	您覺得看這些人的疫情留言，對您而言有什麼壞處？	負面網路留言內容	
14(01)	若您是在 <b>社群媒體</b> 上瞭解疫情的消息，請問您主要是透過下列哪些來源得知訊息？	接觸疫情之來源	改自 Ihm, J., & Lee, C. J. (2021).
14(02)	若您是在 <b>LINE</b> 上瞭解疫情的消息，請問您主要是透過下列哪些來源得知訊息？		
14(03)	若您是在 <b>YouTube</b> 上瞭解疫情的消息，請問您主要是透過下列哪些來源得知訊息？		
15(01)	在疫情期間（最近一個月），您是否有減少出門或到公共場所？	疫情媒體使用行為	改自 Chen, C. Y., Chen, I. H., Pakpour, A. H., Lin, C. Y., & Griffiths, M. D. (2021).
15(02)	當您減少出門時，您是否會使用下列方式安排休閒時間？是的話，請打勾。		
15(03)	整體而言，您對於政府目前處理疫情的方式滿不滿意？	心理幸福感（表現自尊）	改自 Heatherton, T. F., & Polivy, J. (1991)； 改自傳播調查資料庫一期三次至二期三次

【主題題組】

題號	題目	測量概念	量表來源
16	您是否曾經在網路上參與過不會對人造成傷害的任何網路惡搞？	非負面的網路惡搞行為	Bentley, L. A., & Cowan, D. G. (2021).; Chen, Y. (2018)
17(01)	您是否有做過騙人，但不會對人造成傷害的惡搞（例如：說沙威瑪是一種動物）？	非負面的欺騙型網路惡搞行為	Bentley, L. A., & Cowan, D. G. (2021).; Nycyk, M. (2017)(P68-70:Wizard Troll).; Chen, Y. (2018).; Cook, C., Schaafsma, J., & Antheunis, M. (2018).
17(02)	您是否有做過不是騙人，且不會對人造成傷害的惡搞（例如：挑網友的留言錯字，像是：是「在」不是「再」）？	非負面的非欺騙型網路惡搞行為	Bentley, L. A., & Cowan, D. G. (2021).; Nycyk, M. (2017)(P68-70:The 'Priggish' Grammar Troll). Chen, Y. (2018).; Cook, C., Schaafsma, J., & Antheunis, M.

18	您是否曾經在網路上參與過會對人造成傷害的任何網路惡搞（例如：假裝成別人對網友進行詐騙、污辱網友的外貌來激怒對方）？	負面的網路惡搞行為	Bentley, L. A., & Cowan, D. G. (2021); Chen, Y. (2018)
19(01)	您是否有做過騙人，且會對人造成傷害的惡搞（例如：假裝成別人對網友進行詐騙）？	負面的欺騙型網路惡搞行為	Bentley, L. A., & Cowan, D. G. (2021).; Nycyk, M. (2017) (P 68-70: The Fraud Troll). Chen, Y. (2018).; Cook, C., Schaafsma, J., & Antheunis, M.
19(02)	您是否有做過不是騙人，但會對人造成傷害的惡搞（例如：污辱網友的外貌來激怒對方）	負面的非欺騙型網路惡搞行為	Bentley, L. A., & Cowan, D. G. (2021).; Nycyk, M. (2017) (P 68-70: Snert Troll). Chen, Y. (2018).; Cook, C., Schaafsma, J., & Antheunis, M.
20(01)	為了讓討厭的人知道他不屬於您的團體，在網路上罵他，您覺得可不可以接受？ 修改自: When I don't like a person, I use the internet to make them feel like they do not belong in my group	主動激化型網路論戰的接受度 (Acceptability of controlled-proactive flaming)	改自 Runions, K. C. (2013); Runions, Bak, & Shaw (2017)
20(02)	為了獲得想要的，在網路上罵人，您覺得可不可以接受？ 修改自: Sometimes I can be mean to people online to get what I want		
22(01)	在網路世界中，您多常看到別人留言用髒話或不好聽的話？	網路攻擊行為 (Flaming behavior-Aggression)	改自 Hwang, et al., 2016 自行發展
22(02)	在網路世界中，您多常看到別人兇那些激怒他的人？	網路攻擊行為 (Flaming behavior-Intimidation)	
22(03)	在網路世界中，您多常看到別人罵他討厭的人？	網路攻擊行為 (Flaming behavior-Insults)	
22(04)	在網路世界中，您多常看到別人開一些不雅的玩笑？	網路攻擊行為 (Flaming behavior-Uninhibited language)	
22(05)	在網路世界中，您多常看到別人回覆其他人的意見時，用諷刺的方式？	網路攻擊行為 (Flaming behavior-Sarcasm)	
23(01)	在網路世界中，您多常留言會用髒話	網路攻擊行為	改自 Hwang, et al., 2016

	或不好聽的話？ In the community, I tend to use swear or harsh words.	(Flaming behavior-Aggression)	
23(02)	在網路世界中，您多常會兇那些激怒您的人？ In the community, I tend to intimidate people who get on my nerves.	網路攻擊行為 (Flaming behavior-Intimidation)	
23(03)	在網路世界中，您多常會罵您討厭的人？ In the community, I tend to insult people who I hate.	網路攻擊行為 (Flaming behavior-Insults)	
23(04)	在網路世界中，您多常會開一些不雅的玩笑？ In the community, I tend to make vulgar jokes.	網路攻擊行為 (Flaming behavior-Uninhibited language)	
23(05)	在網路世界中，您回覆別人的意見時，多常會用諷刺的方式？ In the community, I tend to make sarcastic remarks about others' opinion.	網路攻擊行為 (Flaming behavior-Sarcasm)	
24(01)	接下來我們想要了解您接觸「政治與公共事務」相關新聞或訊息的情形。您多常看與自己意見不同的內容 When looking for news or political information, how often, if ever, do you Read something you DISAGREE with?	回聲室(echo chambers)	改自 Dubois & Blank (2018); Dubois, Minaeian, Paquet-Labelle, & Beaudry (2020)；改自傳播調查資料庫二期一次、三次
24(02)	您多常透過網路搜尋來查證內容？ When looking for news or political information, how often, if ever, do you Try to confirm political information you found by searching online for another source?		
24(03)	您多常透過紙本報紙或電視新聞來查證內容？ When looking for news or political information, how often, if ever, do you Try to confirm political information by checking a major offline news medium?		
24(04)	您多常因網路搜尋結果而改變對議題的看法？ Thinking about recent searches you have done online using a search engine, how often have you discovered something that		

	CHANGED your opinion on a political issue?		
24(05)	<p>針對較少接觸的新聞來源，您多常會進行確認？</p> <p>When looking for news or political information, how often, if ever, do you Check a news source that's different from what you normally read?</p>		
25(01)	<p>當別人在網路上和您意見不同時，對他們講一些挑釁的話，您覺得可不可以接受？</p> <p>It's acceptable to say aggressive things to people who hold different opinions from your own.</p>	網路攻擊接受性(Acceptability of flaming)	改自 Hmielowski, et al., 2016
25(02)	<p>當別人在網路上討論政治話題時，對他們講一些挑釁的話，您覺得可不可以接受？</p> <p>It's acceptable to say aggressive things to people online when discussing politics.</p>		
25(03)	<p>在網路上罵那些攻擊您看法的人，您覺得可不可以接受？</p> <p>It's acceptable to insult people who attack your beliefs.</p>		
25(04)	<p>在網路上罵那些和您意見不同的人，您覺得可不可以接受？</p> <p>It's acceptable to insult people who hold different opinions from your own.</p>		
26(01)	<p><b>題幹：</b>下列關於不文明留言（例如：罵人、酸人等）的一些情形，您覺得多常會發生？</p> <p>這類的留言多常會影響其他人也留下不文明的留言？</p> <p>The comments I just read will influence others to leave uncivil comments. →Uncivil comments will influence others to leave uncivil comments.</p>		
26(02)	<p>這類的留言多常會讓其他人增加不文明留言？</p> <p>The comments I just read will increase the number of uncivil responses left by others.</p>		
26(03)	<p>其他人多常會被這類的留言激怒而留</p>		

	下更多不文明的留言？ Others will be inflamed by the comments I just read and leave uncivil comments.		
27	當名人說不該說的話、做不該做的事， 您多想透過社群媒體抵制他們？ 修改自 I am tempted to boycott XXX.	抵制意圖(boycott intention)	Lindenmeier, Schleer, & Pricl, 2012
28	當名人說不該說的話、做不該做的事， 您採取過哪些抵制行為？（可複選）	抵制行為(boycott behaviors)	自行發展
29	您曾經因為名人做了哪些事情，而抵制他們？（可複選）	抵制議題(topics of boycott)	自行發展
30(01)	為了讓名人改變不好的行為，您覺得透過社群媒體抵制有沒有效？ 修改自 Boycotts are an effective means to make a company change its actions.	抵制成效感知 (perceived boycott efficacy)	Sen, Gürhan-Canli & Morwitz, 2001; Klein, et al., 2004
31(01)	參加社群媒體抵制之前，您多常會設身處地想像被抵制的心情？ 修改自 Before criticizing somebody, I try to imagine how I would feel if I were in their place.	同理心(empathetic concern)	Huang, et al., 2012; Wang, et al., 2019
32	透過社群媒體抵制名人，您覺得對他們的傷害嚴不嚴重？ 修改自 Participants indicated how severe they would rate each cyberbullying act.	嚴重性感知(Perceived severity)	Luo & Bussey, 2019
33	參加社群媒體抵制，對您來說重不重要？ 修改自 This event is important to my life.	對個人的重要性 (Perceived importance)	Berntsen & Bohn, 2010; Boucher & Scoboria, 2015
34	參加社群媒體抵制，您覺得對您的損失有多少（例如：「取消關注」會失去很多重要訊息）？ 修改自 There is a lot for me to lose if I unfollow this BFP.	抵制成本 (boycott costs)	Tang & Chen, 2020
35	過去您參加社群媒體抵制時，一起參加的人多不多？	抵制規模感知 (perceived boycott size)	自行發展
36(01)	當社群媒體發生抵制時，您的朋友多常會批評那些不參加的人？ 修改自 My friends criticize other people if they don't use Facebook.	社會壓力(social pressure)	Halfmann & Rieger, 2019; Reinecke, Vorderer & Knop, 2014
38(01)	整體而言，您對於您的生活滿不滿意？	心理幸福感（表現自尊）	改自 Heatherton, T. F., & Polivy, J. (1991)；沿用傳播調查資料庫一期三次至二期三
38(02)	整體而言，您對於目前台灣社會滿不		

	滿意？		次
39(01)	整體而言，您覺得目前的日子過得快不快樂？	生活品質	沿用台灣社會變遷六期一次環境問卷
40	若 0 代表非常冰冷，100 代表非常溫暖， 請問國民黨讓您感到溫暖的程度？ difference between the feeling thermometer index of political parties of Democrat and Republican, which ranges from 0 to 100.	政黨極化 (partisan polarization)	改自 Wojcieszak & Rojas (2011); Lee, Choi, Kim, & Kim (2014)
41	若 0 代表非常冰冷，100 代表非常溫暖， 請問民進黨讓您感到溫暖的程度？ difference between the feeling thermometer index of political parties of Democrat and Republican, which ranges from 0 to 100		
42	針對台灣與中國大陸的關係，若 0 代表獨立，5 代表維持現狀，10 代表統一， 請問您認為自己的立場較偏向？ Respondents were asked to identify their ideological leanings on an 11-point scale	意識形態極化 (ideological polarization)	

【基本資料；2 題】

題號	題目	測量概念	量表來源
43	請問您的手機號碼是？	手機號碼	沿用傳播調查資料庫二期三次至二期四次
44	請問您的電子郵件 (Email) 是？	Email	

參考文獻

- 林佳怡 (2005)。新進人員與直屬主管及資深同事價值觀契合度對新進人員組織承諾之影響-並檢驗 [與主管交換關係] 及 [與同事交換關係] 之干擾效果 [未出版之碩士論文]。國立政治大學企業管理研究所。
- Bentley, L. A., & Cowan, D. G. (2021). The socially dominant troll: Acceptance attitudes towards trolling. *Personality and Individual Differences, 173*, 110628.
- Berntsen, D., & Bohn, A. (2010). Remembering and forecasting: The relation. *Memory & Cognition, 38*(3), 265-278.
- Boucher, C. M., & Scoboria, A. (2015). Reappraising past and future transitional events: The effects of mental focus on present perceptions of personal impact and self-relevance. *Journal of Personality, 83*(4), 361-375.
- Buckels, E. E., Trapnell, P. D., & Paulhus, D. L. (2014). Trolls just want to have fun. *Personality and individual Differences, 67*, 97-102.
- Chen, C. Y., Chen, I. H., Pakpour, A. H., Lin, C. Y., & Griffiths, M. D. (2021). Internet-related behaviors and psychological distress among schoolchildren during the COVID-19 school hiatus. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*.

- Chen, Y. (2018). "Being a butt while on the internet": Perceptions of what is and isn't internet trolling. *Proceedings of the Association for Information Science and Technology*, 55(1), 76-85.
- Cook, C., Schaafsma, J., & Antheunis, M. (2018). Under the bridge: An in-depth examination of online trolling in the gaming context. *New Media & Society*, 20(9), 3323-3340.
- Dubois, E., & Blank, G. (2018). The echo chamber is overstated: the moderating effect of political interest and diverse media. *Information Communication and Society*, 21(5), 729-745.  
<https://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1428656>
- Dubois, E., Minaeian, S., Paquet-Labelle, A., & Beaudry, S. (2020). Who to Trust on Social Media: How Opinion Leaders and Seekers Avoid Disinformation and Echo Chambers. *Social Media and Society*, 6(2), 1-13. <https://doi.org/10.1177/2056305120913993>
- Feldman, G. (2020). Personal Values and Moral Foundations: Examining Relations and Joint Prediction of Moral Variables. *Social Psychological and Personality Science*, May.  
<https://doi.org/10.1177/1948550620933434>
- Halfmann, A., & Rieger, D. (2019). Permanently on call: The effects of social pressure on smartphone users' self-control, need satisfaction, and well-being. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 24(4), 165-181.
- Hmielowski, J. D., Hutchens, M. J., & Cicchirillo, V. J. (2014). Living in an age of online incivility: Examining the conditional indirect effects of online discussion on political flaming. *Information, Communication & Society*, 17(10), 1196-1211.
- Huang, X., Li, W., Sun, B., Chen, H., & Davis, M. H. (2012). The validation of the Interpersonal Reactivity Index for Chinese teachers from primary and middle schools. *Journal of Psychoeducational Assessment*, 30(2), 194-204.
- Hwang, J., Lee, H., Kim, K., Zo, H., & Ciganek, A. P. (2016). Cyber neutralisation and flaming. *Behaviour & Information Technology*, 35(3), 210-224.
- Ihm, J., & Lee, C. J. (2021). Toward More Effective Public Health Interventions during the COVID-19 Pandemic: Suggesting Audience Segmentation Based on Social and Media Resources. *Health Communication*, 36(1), 98-108.
- Kang, J., Liu, C., & Kim, S. H. (2013). Environmentally sustainable textile and apparel consumption: the role of consumer knowledge, perceived consumer effectiveness and perceived personal relevance. *International Journal of Consumer Studies*, 37(4), 442-452.
- Kim, S. S., & Kim, Y. J. (2017). The effect of compliance knowledge and compliance support systems on information security compliance behavior. *Journal of Knowledge Management*, 21(4), 986-1010.
- Klein, J. G., Smith, N. C., & John, A. (2004). Why we boycott: Consumer motivations for boycott participation. *Journal of Marketing*, 68(3), 92-109.
- Lindenmeier, J., Schleer, C., & Priel, D. (2012). Consumer outrage: Emotional reactions to unethical corporate behavior. *Journal of Business Research*, 65(9), 1364-1373.
- Lee, J. K., Choi, J., Kim, C., & Kim, Y. (2014). Social Media, Network Heterogeneity, and Opinion Polarization. *Journal of Communication*, 64(4), 702-722. <https://doi.org/10.1111/jcom.12077>
- Luo, A., & Bussey, K. (2019). The selectivity of moral disengagement in defenders of cyberbullying: Contextual moral disengagement. *Computers in Human Behavior*, 93, 318-325.
- Nycyk, M. (2017). Trolls and Trolling: An Exploration of Those That Live Under The Internet Bridge.



- Reinecke, L., Vorderer, P., & Knop, K. (2014). Entertainment 2.0? The role of intrinsic and extrinsic need satisfaction for the enjoyment of Facebook use. *Journal of Communication*, 64(3), 417-438.
- Runions, K. C. (2013). Toward a conceptual model of motive and self-control in cyber-aggression: Rage, revenge, reward, and recreation. *Journal of youth and adolescence*, 42(5), 751-771.
- Runions, K. C., Bak, M., & Shaw, T. (2017). Disentangling functions of online aggression: The Cyber-Aggression Typology Questionnaire (CATQ). *Aggressive Behavior*, 43(1), 74-84.  
<https://doi.org/10.1002/ab.21663>
- Sen, S., Gürhan-Canli, Z., & Morwitz, V. (2001). Withholding consumption: A social dilemma perspective on consumer boycotts. *Journal of Consumer Research*, 28(3), 399-417.
- Schwartz, S. H. (2007). Basic human values: Theory, measurement, and applications. *Revue française de sociologie*, 47(4), 929.
- Tang, Z., & Chen, L. (2020). Exploring the drivers of brand fan page follower discontinuance intention: An adaptation of the Furneaux and Wade's framework. *Information Technology & People*, 33(5), 1381-1401.
- Wang, S., & Kim, K. J. (2020). Restrictive and Corrective Responses to Uncivil User Comments on News Websites: The Influence of Presumed Influence. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 64(2), 173-192.
- Wang, X., Yang, J., Wang, P., & Lei, L. (2019). Childhood maltreatment, moral disengagement, and adolescents' cyberbullying perpetration: Fathers' and mothers' moral disengagement as moderators. *Computers in Human Behavior*, 95, 48-57.
- Wojcieszak, M., & Rojas, H. (2011). Correlates of party, ideology and issue based extremity in an era of egocentric publics. *International Journal of Press/Politics*, 16(4), 488-507.  
<https://doi.org/10.1177/1940161211418226>

## 4-2-2. 第二期第五次第二波網路固定樣本調查問卷題組概念及量表來源

## 【基本資料；4題】

題號	題目	測量概念	量表來源
1	請問您的性別是？	性別	一期一次自行發展； 沿用傳播調查資料庫一期一次 至二期三次
2	請問您是民國哪一年出生的？	出生年份	一期一次自行發展；
3	請問您在哪一個縣市出生？	出生縣市	沿用傳播調查資料庫一期一次
4	請問您的教育程度是（包含肄業、就學中）	教育程度	至二期三次

## 【網路使用行為；7題】

題號	題目	測量概念	量表來源
5	請問您每週平均有幾天會上網（包含：使用LINE、查詢公車動態 APP、上網看影片等）？	有無上網	一期一次自行發展； 改自傳播調查資料庫一期一次、 一期三次、一期五次至二期三次
6	請問在您有上網的那一天，您一整天因為「工作（有支薪）或課業所需」而上網的時間大概有多久？	上網工作 學習時間	一期二次自行發展； 改自傳播調查資料庫一期二次至 二期三次
7	請問在您有上網的那一天，您一整天因為「工作或課業所需以外（例如：休閒娛樂）」而上網的時間大概有多久？	上網娛樂 休閒時間	
8	請問您是否會因下列原因上網（包括用手機、平板或電腦上網）？	上網動機	改自一期一次自行發展；沿用傳 播調查資料庫二期一次、三次
9	請問您最近一個月有沒有使用下列即時通訊軟體（不論是透過手機、平板或電腦都算）？	即時通訊或 社群媒體或 影音平台使 用類型	二期二次自行發展； 改自傳播調查資料庫二期二次
10	請問您最近一個月有沒有使用下列社群媒體（不論是透過手機、平板或電腦都算）		
11	請問您最近一個月有沒有使用下列影音平台（不論是透過手機、平板或電腦都算）		

## 【主題題組】

題號	題目	測量概念	量表來源
12(01)	在社群媒體上，如果您覺得網友們可能會不同意您的想法，您會避免表達。 It is difficult for me to express my opinion on social media if I think others won't agree with what I say.	社交媒体自我審查 (self-censoring on social media)	Hayes, A. F., Glynn, C. J., & Shanahan, J. (2005).
12(02)	在社群媒體上向跟您觀點不一樣的人表達意見，是容易的。 It is easy for me to express my opinion on social media to others who I think will disagree with me. (Reverse coding)		
12(03)	在社群媒體上，看到有人表達跟您不一樣的觀點時，您會直接告訴他。 If I disagree with others on social media, I have no problem letting them know it. (Reverse coding)		
13(01)	在社群媒體上，如果讓大家知道您對於爭議性政治議題的觀點，您擔不擔心別人會迴避跟您來往？ If your opinion about contentious political issues were to become widely known on social media, how concerned would you be that people would avoid you?	社交媒體中的孤立恐懼 (fear of isolation on social media)	Fox, J., & Holt, L. F. (2018); Neuwirth, et al., 2007
13(02)	在社群媒體上，如果讓大家知道您對於爭議性政治議題的觀點，您擔不擔心別人會改變對您的看法？ If your opinion about contentious political issues were to become widely known on social media, how concerned would you be that people would act differently toward you?		
14(01)	過去一個月內，您的夢中出現關於「社群媒體」的比例有多少？	社群媒體的夢 (Social Media Dreams)	Moverley et al., 2018
15	請回想過去一個月內，您多常在夢中時，發現自己表現得很不像自己，感覺自己好像個陌生人一樣？	夢中使用社群媒體與自我感喪失 (Depersonalization when Using Social Media in Dreams)	Lee, 2010; Lee & Kuiken, 2015
16(01)	在用哪個平台時，您最容易覺得有人陪伴？	Sense of relatedness	Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000)

16(02)	在哪個平台上，您覺得自己最受歡迎？	Perceived popularity	Chang, C. (2015).
17(01)	您覺得您用哪個平台，最容易讓您接觸到您要接觸的朋友或家人？	Contact efficiency	Chang, C. (2021).
17(02)	您覺得您用哪個平台，最容易讓朋友關注到您的近況？	Expression efficiency	
17(03)	您覺得您用哪個平台，最容易讓您掌握朋友近況？	Social surveillance	
17(04)	您覺得您用哪個平台，最容易讓您得到社交樂趣？	Social fun	
17(05)	您覺得您用哪個平台，最容易讓您跟上大家的活動？	Social Engagement	
18(01)	您覺得用哪個平台與人溝通，您覺得最有自信？	Self-determination theory(Competence)	Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000)
18(02)	您覺得用哪個平台與人溝通，您覺得最自在沒負擔？	Self-determination theory(Autonomy)	
19(01)	若您只能保留一個平台，您會保留哪一個？	倚賴性(Reliance)	自行發展
20(01)	接下來想要詢問您使用社群媒體（例：臉書）或通訊軟體（例：LINE）這些「平台」的經驗，請問您同不同意下列說法？ 在社群媒體上，您會在意別人覺得您是怎樣的人。 I'm mindful of how others may perceive me.	社群媒體中的知覺控制:影響 (Perception control on social media-Affect)	Keep, M., & Attrill-Smith, A. (2017).
20(02)	在社群媒體上更新近況前，您會在心中想像其他人看到的反應。 I have others' reactions in mind when I post updates to social media.	社群媒體中的知覺控制:認知 (Perception control on social media-Cognition)	
21(01)	在社群媒體上，讓別人知道您對政治議題熱衷，有多重要？ It is important to me that other people know that I am active in politics on social media.	網路自我呈現(All kinds of online self :Political self - presentation)	Lane, D. S.et al(2019).
21(02)	在社群媒體上，讓別人知道您有很多朋友，有多重要？ It is important to me that other people know that I have a lot of friends.	網路自我呈現(All kinds of online self:	
21(03)	在社群媒體上，讓別人知道您的生活多姿多姿，有多重要？ 改自 It is important to me that other people know that I am very social on social media.	Social self – presentation)	

22(01)	在網路上，您覺得自己與人互動的能力好不好？		
22(02)	在網路上，您覺得自己表達想法的能力好不好？ 改自 I get my ideas across clearly when I use CMC.	網路互動技巧(CMC interaction skills)	改自 Bubaš, G., Radošević, D., & Hutinski, Ž. (2003).
23(01)	當您和其他人在一起時，您多常會刻意做一些事情來讓他們開心？ When you're with other people, how often do you put on a show to impress or entertain them?	自我監控 (self-monitoring)	Connors, E. C. (2019)
23(02)	和一群人在一起時，您多常成為這群人的焦點？ When you're in a group of people, how often are you the center of attention?		
24(01)	您多常會因為好玩而做一些危險的事情？ How often the respondent did dangerous things for fun?	刺激尋求 (sensational-seeking)	Slater, M. D. (2003)
24(02)	您多常做一些刺激的事情，即使它們是危險的？ How often the respondent did exciting things even if they are dangerous?		
25(01)	下列題目是關於一般人在日常生活中可能有的奇特經驗。 請回想過去一個月內，您多常有這些經驗？ 改自 This questionnaire describes strange and 'funny' experiences that normal people may have in their daily life. We are interested in their: (a) frequency, i.e. how often have you had these experiences OVER THE LAST SIX MONTHS 當您在動的時候，感覺上好像動作不是由自己所控制，也因此覺得自己像一部「機器人」那樣「自動反應」且機械化。 When I move it doesn't feel as if I were in charge of the movements, so that I feel 'automatic' and mechanical as if I were a 'robot'.	「自我感喪失」向度一：奇異身體經驗 Depersonalization - Factor 1: Anomalous Body Experience / Unreality of self (II) + Perceptual alterations (III)	Sierra & Berrios, 2000; Sierra et al., 2005; Simeon et al., 2008

25(02)	<p>您無法適當地感受用自己的手所碰觸的東西，因為感覺上在碰觸東西的人好像並不是自己。</p> <p>I cannot feel properly the objects that I touch with my hands for it feels as if it were not me who were touching them.</p>		
25(03)	<p>當哭泣或大笑時，您似乎沒有感受到一絲情緒。</p> <p>When I weep or laugh, I do not seem to feel any emotions at all.</p>	<p>「自我感喪失」向度二：情緒麻木 Depersonalization - Factor 2: Emotional Numbing / Numbing (I)</p>	
25(04)	<p>突然某個瞬間，您發覺自己對家人與好友，感覺不到一點感情。</p> <p>Out of the blue, I find myself not feeling any affection toward my family and close friends.</p>		
25(05)	<p>對於發生在您身上某些事情的記憶，覺得都跟自己無關，好像自己從來不曾參與過那些事一樣。</p> <p>I feel detached from memories of things that have happened to me – as if I had not been involved in them.</p>	<p>「自我感喪失」向度三：奇異主觀回憶 Depersonalization - Factor 3: Anomalous Subjective Recall / Temporal disintegration (V)</p>	
25(06)	<p>最近剛做過的事情，您覺得好像早在很久以前就發生了。</p> <p>例如：今天早上才做的某件事，感覺像是好幾個星期前所做的。</p> <p>It seems as if things that I have recently done had taken place a long time ago. For example, anything which I have done this morning feels as if it were done weeks ago.</p>		
25(07)	<p>周圍環境給您分離或虛幻的感覺，好像自己與外在世界之間有隔著一層薄幕。</p> <p>My surroundings feel detached or unreal, as if there was a veil between me and the outside world.</p>	<p>「自我感喪失」向度四：與周圍環境的疏離 Depersonalization - Factor 4: Alienation from Surroundings / Unreality of surroundings (IV)</p>	
25(08)	<p>突然某個瞬間，您有種奇怪的感覺，好像自己不是真的存在、或自己被排除在這個世界之外。</p> <p>Out of the blue, I feel strange, as if I were not real or as if I were cut off from the world.</p>		

## 【人際網絡題組】

題號	題目	測量概念	量表來源
26	您經常會一起討論「個人」的重要問題或分享心事的人，有幾位？	社會資本：網路大小 (Social Capital: Network Size)	改自 Campbell, S. W., & Kwak, N. (2011). Franke, S. (2005). 沿用傳播調查資料庫一期五次至二期三次
27	承上題，請列舉出其中五位，並回答下列問題 (a) 他的名字（可填寫暱稱即可） (b) 他是您的什麼人？ (c) 您平常會透過下列哪些管道跟他聯絡？	情感性網絡 (affect-based)	蘇國賢（2020）
28(01)	以下想要問您對一些事物的滿意程度。整體而言，您對於您的生活滿不滿意？	心理幸福感 (表現自尊)	改自 Heatherton, T. F., & Polivy, J. (1991)；沿用傳播調查資料庫一期三次至二期三次
28(02)	整體而言，您對於您的社交生活滿不滿意？		
28(03)	整體而言，您對於您的工作（有支薪）滿不滿意？		
28(04)	整體而言，您對自己滿不滿意？	自尊 (self-esteem)	Rosenberg, M. (1979)
28(05)	整體而言，您對自己目前的健康狀況滿不滿意？	生活品質	沿用台灣社會變遷六期一次環境問卷
29(01)	整體而言，您覺得目前的日子過得快不快樂？		
30(01)	整體而言，您覺得目前的您寂不寂寞？	生活品質	沿用傳播調查資料庫二期二次至二期三次
31	整體來說，您對您目前的家庭狀況滿不滿意？ 如果 0 代表非常不滿意，10 代表非常滿意，從 0 到 10 之間，請您選一個最符合自己感受的數字。	家庭狀況	沿用台灣社會變遷六期一次問卷
32	整體來說，您對您目前的人際關係狀況滿不滿意？ 如果 0 代表非常不滿意，10 代表非常滿意，從 0 到 10 之間，請您選一個最符合自己感受的數字。	人際關係狀況	沿用台灣社會變遷六期一次問卷
33	整體來說，您對您目前的經濟狀況滿不滿意？ 如果 0 代表非常不滿意，10 代表非常滿意，從 0 到 10 之間，請您選一個最符合自己感受的數字。	經濟狀況	沿用台灣社會變遷六期一次問卷

## 【基本資料；2題】

題號	題目	測量概念	量表來源
33	請問您的手機號碼是？	手機號碼	沿用傳播調查資料庫二期三次至二期四次
34	請問您的電子郵件（Email）是？	Email	

## 參考文獻

- 蘇國賢 (2020)。臺灣個人核心網絡的變化：比較1997年與2017年的差異。《臺灣社會學刊》，67：63-134。
- Bubaš, G., Radošević, D., & Hutinski, Ž. (2003). Assessment of computer mediated communication competence: Theory and application in an online environment. *Journal of information and organizational sciences*, 27(2), 53-71.
- Chang, C. (2015). Self-construal and Facebook activities: Exploring differences in social interaction orientation. *Computers in Human Behavior*, 53, 91-101.
- Chang, C. (2021). Managing dual social presences via mobile-based sidebar conversation: Social experiences and relationship satisfaction. Paper presented at Chinese Communication Conference in Taipei.
- Connors, E. C. (2019). The social dimension of political values. *Political Behavior*, 1-22.
- Fox, J., & Holt, L. F. (2018). Fear of isolation and perceived affordances: The spiral of silence on social networking sites regarding police discrimination. *Mass Communication and Society*, 21(5), 533-554.
- Hayes, A. F., Glynn, C. J., & Shanahan, J. (2005). Willingness to self-censor: A construct and measurement tool for public opinion research. *International Journal of Public Opinion Research*, 17(3), 298-323.
- Heatherton, T. F., & Polivy, J. (1991). Development and validation of a scale for measuring state self-esteem. *Journal of Personality and Social Psychology*, 60, 895-910.
- Keep, M., & Attrill-Smith, A. (2017). Controlling you watching me: Measuring perception control on social media. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 20(9), 561-566.
- Lane, D. S., Lee, S. S., Liang, F., Kim, D. H., Shen, L., Weeks, B. E., & Kwak, N. (2019). Social media expression and the political self. *Journal of Communication*, 69(1), 49-72.
- Lee, M.-N. (2010). *Reflective awareness in dreams following loss and trauma*. Ph.D. dissertation at University of Alberta.
- Lee, M.-N., & Kuiken, D. (2015). Continuity of reflective awareness across waking and dreaming states. *Dreaming*, 25(2), 141-159.
- Moverley, M., Schredl, M., & Görizt, A. S. (2018). Media dreaming and media consumption—An online study. *International Journal of Dream Research*, 11(2), 127-34.
- Neuwirth, K., Frederick, E., & Mayo, C. (2007). The spiral of silence and fear of isolation. *Journal of communication*, 57(3), 450-468.
- Sierra, M., Baker, D., Medford, N., & David, A. S. (2005). Unpacking the depersonalization syndrome: An exploratory factor analysis on the Cambridge Depersonalization Scale. *Psychological Medicine*, 35(10), 1523-1532.
- Sierra, M., & Berrios, G. E. (2000). The Cambridge Depersonalisation Scale: A new instrument for the measurement of depersonalisation. *Psychiatry Research*, 93(2), 153-164.
- Simeon, D., Kozin, D. S., Segal, K., Lerch, B., Dujour, R., & Giesbrecht, T. (2008). De-constructing depersonalization: Further evidence for symptom clusters. *Psychiatry Research*, 157(1-3), 303-306.



- Slater, M. D. (2003). Alienation, aggression, and sensation seeking as predictors of adolescent use of violent film, computer, and website content. *Journal of communication*, 53(1), 105-121.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist*, 55(1), 68-78.

## 附錄五、傳播調查資料庫一般民眾調查樣本膨脹配置

## 5-1. 第二期第五次一般民眾正式調查新抽樣本各層別中選村里、膨脹倍數與樣本數

層別	鄉鎮市區名稱	村里別	應完成數	膨脹倍數	樣本數
1	高雄市鄉鎮市區 1	村里一	6	5.33	32
1	高雄市鄉鎮市區 1	村里二	6	5.33	32
1	高雄市鄉鎮市區 2	村里一	6	4.67	28
1	高雄市鄉鎮市區 2	村里二	6	4.00	24
1	高雄市鄉鎮市區 3	村里一	6	6.33	38
1	高雄市鄉鎮市區 3	村里二	6	6.33	38
1	新北市鄉鎮市區 1	村里一	6	6.67	40
1	新北市鄉鎮市區 1	村里二	6	7.33	44
1	臺中市鄉鎮市區 1	村里一	6	7.00	42
1	臺中市鄉鎮市區 1	村里二	6	5.33	32
1	臺中市鄉鎮市區 2	村里一	6	6.33	38
1	臺中市鄉鎮市區 2	村里二	6	6.33	38
1	臺北市鄉鎮市區 1	村里一	6	6.00	36
1	臺北市鄉鎮市區 1	村里二	6	6.00	36
1	臺北市鄉鎮市區 2	村里一	6	6.33	38
1	臺北市鄉鎮市區 2	村里二	6	7.00	42
1	臺北市鄉鎮市區 3	村里一	6	6.00	36
1	臺北市鄉鎮市區 3	村里二	6	6.67	40
1	臺北市鄉鎮市區 4	村里一	6	7.33	44
1	臺北市鄉鎮市區 4	村里二	6	8.00	48
1	臺南市鄉鎮市區 1	村里一	6	5.67	34
1	臺南市鄉鎮市區 1	村里二	6	5.67	34
2	桃園市鄉鎮市區 1	村里一	7	4.00	28
2	桃園市鄉鎮市區 1	村里二	7	4.57	32
2	桃園市鄉鎮市區 2	村里一	7	7.43	52
2	桃園市鄉鎮市區 2	村里二	7	7.43	52
2	高雄市鄉鎮市區 4	村里一	7	4.29	30

層別	鄉鎮市區名稱	村里別	應完成數	膨脹倍數	樣本數
2	高雄市鄉鎮市區 4	村里二	7	3.71	26
2	高雄市鄉鎮市區 5	村里一	7	6.29	44
2	高雄市鄉鎮市區 5	村里二	7	5.71	40
2	新北市鄉鎮市區 2	村里一	7	8.00	56
2	新北市鄉鎮市區 2	村里二	7	7.14	50
2	新北市鄉鎮市區 3	村里一	7	6.00	42
2	新北市鄉鎮市區 3	村里二	7	5.43	38
2	新北市鄉鎮市區 4	村里一	7	7.71	54
2	新北市鄉鎮市區 4	村里二	7	7.71	54
2	新北市鄉鎮市區 5	村里一	7	8.00	56
2	新北市鄉鎮市區 5	村里二	7	7.14	50
2	新北市鄉鎮市區 6	村里一	7	8.00	56
2	新北市鄉鎮市區 6	村里二	7	8.00	56
2	新北市鄉鎮市區 7	村里一	7	7.14	50
2	新北市鄉鎮市區 7	村里二	7	7.14	50
2	新北市鄉鎮市區 8	村里一	7	8.00	56
2	新北市鄉鎮市區 8	村里二	7	16.00	112
2	新竹市鄉鎮市區 1	村里一	7	3.71	26
2	新竹市鄉鎮市區 1	村里二	7	4.29	30
2	新竹市鄉鎮市區 2	村里一	7	6.29	44
2	新竹市鄉鎮市區 2	村里二	7	6.86	48
2	臺中市鄉鎮市區 3	村里一	7	6.86	48
2	臺中市鄉鎮市區 3	村里二	7	6.29	44
2	臺中市鄉鎮市區 4	村里一	7	6.86	48
2	臺中市鄉鎮市區 4	村里二	7	7.71	54
2	臺中市鄉鎮市區 5	村里一	7	4.57	32
2	臺中市鄉鎮市區 5	村里二	7	4.57	32
2	臺北市鄉鎮市區 5	村里一	7	6.29	44
2	臺北市鄉鎮市區 5	村里二	7	6.29	44
2	臺北市鄉鎮市區 6	村里一	7	7.43	52

層別	鄉鎮市區名稱	村里別	應完成數	膨脹倍數	樣本數
2	臺北市鄉鎮市區 6	村里二	7	7.43	52
2	臺北市鄉鎮市區 7	村里一	7	6.00	42
2	臺北市鄉鎮市區 7	村里二	7	6.29	44
2	臺北市鄉鎮市區 8	村里一	7	8.29	58
2	臺北市鄉鎮市區 8	村里二	7	7.43	52
2	臺北市鄉鎮市區 9	村里一	7	5.43	38
2	臺北市鄉鎮市區 9	村里二	7	5.43	38
2	臺北市鄉鎮市區 10	村里一	7	4.00	28
2	臺北市鄉鎮市區 10	村里二	7	3.71	26
2	臺南市鄉鎮市區 2	村里一	7	3.86	27
2	臺南市鄉鎮市區 2	村里二	7	2.57	18
3	苗栗縣鄉鎮市區 1	村里一	7	3.71	26
3	苗栗縣鄉鎮市區 1	村里二	7	3.71	26
3	桃園市鄉鎮市區 3	村里一	7	5.43	38
3	桃園市鄉鎮市區 3	村里二	7	5.43	38
3	桃園市鄉鎮市區 4	村里一	7	3.43	24
3	桃園市鄉鎮市區 4	村里二	7	3.43	24
3	桃園市鄉鎮市區 5	村里一	7	3.43	24
3	桃園市鄉鎮市區 5	村里二	7	3.14	22
3	高雄市鄉鎮市區 6	村里一	7	4.00	28
3	高雄市鄉鎮市區 6	村里二	7	3.71	26
3	高雄市鄉鎮市區 7	村里一	7	3.43	24
3	高雄市鄉鎮市區 7	村里二	7	3.14	22
3	新北市鄉鎮市區 9	村里一	7	5.14	36
3	新北市鄉鎮市區 9	村里二	7	5.14	36
3	新北市鄉鎮市區 10	村里一	7	4.57	32
3	新北市鄉鎮市區 10	村里二	7	4.57	32
3	新北市鄉鎮市區 11	村里一	7	5.71	40
3	新北市鄉鎮市區 11	村里二	7	5.71	40
3	新北市鄉鎮市區 12	村里一	7	4.57	32

層別	鄉鎮市區名稱	村里別	應完成數	膨脹倍數	樣本數
3	新北市鄉鎮市區 12	村里二	7	5.14	36
3	新竹縣鄉鎮市區 1	村里一	7	3.43	24
3	新竹縣鄉鎮市區 1	村里二	7	3.43	24
3	臺中市鄉鎮市區 6	村里一	7	4.29	30
3	臺中市鄉鎮市區 6	村里二	7	3.71	26
3	臺中市鄉鎮市區 7	村里一	7	3.43	24
3	臺中市鄉鎮市區 7	村里二	7	3.43	24
3	臺中市鄉鎮市區 8	村里一	7	4.29	30
3	臺中市鄉鎮市區 8	村里二	7	3.14	22
3	臺中市鄉鎮市區 9	村里一	7	3.43	24
3	臺中市鄉鎮市區 9	村里二	7	3.43	24
3	臺中市鄉鎮市區 10	村里一	7	3.71	26
3	臺中市鄉鎮市區 10	村里二	7	3.43	24
3	臺南市鄉鎮市區 3	村里一	7	2.29	16
3	臺南市鄉鎮市區 3	村里二	7	2.29	16
3	臺南市鄉鎮市區 4	村里一	7	2.57	18
3	臺南市鄉鎮市區 4	村里二	7	3.14	22
4	宜蘭縣鄉鎮市區 1	村里一	7	3.14	22
4	宜蘭縣鄉鎮市區 1	村里二	7	6.29	44
4	高雄市鄉鎮市區 8	村里一	7	3.43	24
4	高雄市鄉鎮市區 8	村里二	7	3.43	24
4	基隆市鄉鎮市區 1	村里一	7	2.86	20
4	基隆市鄉鎮市區 1	村里二	7	2.86	20
4	基隆市鄉鎮市區 2	村里一	7	2.86	20
4	基隆市鄉鎮市區 2	村里二	7	2.86	20
4	基隆市鄉鎮市區 3	村里一	7	2.86	20
4	基隆市鄉鎮市區 3	村里二	7	2.86	20
4	嘉義市鄉鎮市區 1	村里一	7	2.29	16
4	嘉義市鄉鎮市區 1	村里二	7	2.29	16
4	彰化縣鄉鎮市區 1	村里一	7	4.29	30

層別	鄉鎮市區名稱	村里別	應完成數	膨脹倍數	樣本數
4	彰化縣鄉鎮市區 1	村里二	7	4.29	30
4	臺南市鄉鎮市區 5	村里一	7	2.29	16
4	臺南市鄉鎮市區 5	村里二	7	2.29	16
5	屏東縣鄉鎮市區 1	村里一	8	3.75	30
5	屏東縣鄉鎮市區 1	村里二	8	3.75	30
5	苗栗縣鄉鎮市區 2	村里一	8	3.00	24
5	苗栗縣鄉鎮市區 2	村里二	8	3.00	24
5	桃園市鄉鎮市區 6	村里一	8	2.50	20
5	桃園市鄉鎮市區 6	村里二	8	2.50	20
5	高雄市鄉鎮市區 9	村里一	8	3.25	26
5	高雄市鄉鎮市區 9	村里二	8	3.25	26
5	彰化縣鄉鎮市區 2	村里一	8	3.25	26
5	彰化縣鄉鎮市區 2	村里二	8	3.25	26
5	彰化縣鄉鎮市區 3	村里一	8	3.25	26
5	彰化縣鄉鎮市區 3	村里二	8	3.25	26
5	臺中市鄉鎮市區 11	村里一	8	3.00	24
5	臺中市鄉鎮市區 11	村里二	8	3.00	24
5	臺中市鄉鎮市區 12	村里一	8	4.00	32
5	臺中市鄉鎮市區 12	村里二	8	4.00	32
5	臺東縣鄉鎮市區 1	村里一	8	2.50	20
5	臺東縣鄉鎮市區 1	村里二	8	2.50	20
5	臺南市鄉鎮市區 6	村里一	8	2.00	16
5	臺南市鄉鎮市區 6	村里二	8	2.00	16
5	臺南市鄉鎮市區 7	村里一	8	2.00	16
5	臺南市鄉鎮市區 7	村里二	8	2.00	16
5	臺南市鄉鎮市區 8	村里一	8	2.00	16
5	臺南市鄉鎮市區 8	村里二	8	2.00	16
6	南投縣鄉鎮市區 1	村里一	7	2.57	18
6	南投縣鄉鎮市區 1	村里二	7	2.57	18
6	南投縣鄉鎮市區 2	村里一	7	5.71	40

層別	鄉鎮市區名稱	村里別	應完成數	膨脹倍數	樣本數
6	南投縣鄉鎮市區 2	村里二	7	2.86	20
6	雲林縣鄉鎮市區 1	村里一	7	2.86	20
6	雲林縣鄉鎮市區 1	村里二	7	2.86	20
6	雲林縣鄉鎮市區 2	村里一	7	2.57	18
6	雲林縣鄉鎮市區 2	村里二	7	2.86	20
6	雲林縣鄉鎮市區 3	村里一	7	2.00	14
6	雲林縣鄉鎮市區 3	村里二	7	2.00	14
6	臺東縣鄉鎮市區 2	村里一	7	2.29	16
6	臺東縣鄉鎮市區 2	村里二	7	2.29	16
6	臺南市鄉鎮市區 9	村里一	7	2.00	14
6	臺南市鄉鎮市區 9	村里二	7	2.00	14

## 附錄六、歷年專題座談、電子報與展集

## 6-1. 傳播調查資料庫歷年專題座談

年度	專題講座	「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	
2013 中華 傳播學 年會	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	
年度	專題講座	「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	
2014 中華 傳播學 年會	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	
年度	專題講座	「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	
2015 中華 傳播學 年會	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	
			「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
<b>專題 講座</b>	「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	
<b>年度</b>	<b>發表者</b>	<b>論文篇名</b>
<b>2016 中華 傳播學 年會</b>	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
<b>專題 講座</b>	「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	
<b>年度</b>	<b>發表者</b>	<b>論文篇名</b>
<b>2017 中華 傳播學 年會</b>	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
<b>專題 講座</b>	「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)	
<b>年度</b>	<b>發表者</b>	<b>論文篇名</b>
<b>2018 中華 傳播學</b>	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

年會	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
	「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
專題 講座	「臺灣傳播調查資料庫」二期二次成果分享—媒體使用與社會感知	
年度	發表者	論文篇名
2019 中華 傳播學 年會	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社會資本的影響
	賴至慧	情緒如何左右選舉預測；趨避理論之觀點
	「臺灣傳播調查資料庫」二期二次成果分享—媒體使用與社會感知	
	發表者	論文篇名
	吳齊殷	閱聽人資訊使用的多元面貌：臺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	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
	俞 蘋	社群媒體時代的公民自由：社群媒體隱私管理與政治監控態度
專題 講座	臺灣傳播調查資料庫二期三次：媒體使用的個人功效與影響 II_專題一：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	
年度	發表者	論文篇名
2020	賴至慧	Do Perceptions of Social Networks on Facebook Matter? A Study of Network Perceptions and Outcomes

中華 傳播學 年會	林日璇	Longitudinal social grooming transition patterns on Facebook, social capital, and well-being
	謝雨生	
	蔡欣怡	網路安全保護動機與行為探討
	臺灣傳播調查資料庫二期三次：媒體使用的個人功效與影響 II_專題二：數位時代的政治傳播與新聞接收：追蹤調查的實證結果	
	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	
專題 講座	臺灣傳播調查資料庫二期四次：新傳播科技與生活延伸	
	專題一：媒體使用與社會連結	
年度	發表者	論文篇名
2021 中華 傳播學 年會	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
	專題二：媒體使用與自我功效	
	發表者	論文篇名
	林芝璇	The effect of communication apprehension on individuals' engagement with influencer communication
	陳怡璇	消費資訊尋求與購物效率的影響
	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
	專題三：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	
	發表者	論文篇名
	張郁敏	媒介多工與青少年消費決策信心
	張鳳琴	青少年網路健康素養與網路健康資訊搜尋行為之探討
韓義興	以自我決定論探討青少年線上學習效能中介學習動機對幸福感之影響	
專題 講座	臺灣傳播調查資料庫二期五次：新傳播科技與人際延伸	
	專題一：媒體使用及其影響	
年度	發表者	論文篇名
	張卿卿	User-Type Differential Paths in a Media Effect Model : A Test of Drama Addiction

<b>2022 中華 傳播學 年會</b>		for Different Motive-Driven Users
	俞蘋	Age Divides in News Verification ? Antecedents and Outcomes of News Verification Across Lifespan
	陶振超	政治的世代差異:威權、反應性趨近動機、與防衛性熱情
	<b>專題二：媒體使用與成功老化</b>	
	發表者	論文篇名
	賴至慧	Older Adults' Successful Aging : Social Networks via LINE and Beyond as Motivating Mechanisms
	許詩嫻	施比受更有福:談討熟齡族群之給予行動對媒體自我效能、成功老化與幸福感之影響
	吳泰毅	初探熟齡族群的網路健康識能與其對成功老化之影響
	<b>專題三：網路新興行為</b>	
	發表者	論文篇名
	陳靜君 及 陶振超	誰在出征?檢視回聲室效應對網路論戰的影響
	唐允中 及 許瓊文	我們與網路小白的距離
	潘令妍	當取消成為利刃:以評估理論來剖析社群媒體抵制之動機、意圖和行為
	鄭夏 及 陸彥親	Being social or being frank? An appraisal emotion account of willingness to self-censor on social media

## 6-2. 傳播調查資料庫歷年電子報主題

年份	月份	電子報主題
2014	4	從一個人觀看的媒體，就能預知他的政治參與，想拓展新人脈、認識新朋友 社群媒體恐怕幫不了你！
	5	10 年來媒體新聞報導的公正性愈來愈受到質疑，擔心人際互動不足 看看社群媒體能協助你什麼！
	6	40 歲以下的民眾社群媒體已取代 Email.....。
	7	新媒體與公民參與
	8	號召社會動員 「資訊分享」扮演重要角色
	9	進擊的滑世代：一心多用的媒體使用行為
	10	超越電腦！手機躍升為線上遊戲的主要平台裝置
	11	男女大不同：臺灣民眾網路技能與網路風險年度調查
	12	網購「便利性」高 臺灣民眾每月網購高達 2.12 次
2015	1	政黨色彩鮮明、同質性高，媒體被六成民眾視為社會亂源！
	2	上網？還是看電視？ 從媒體選擇看出年齡差異
	3	2014 年臺灣民眾媒體可信度創三次調查來最低
	4	你今天「賴」了嗎？台灣民眾最常用手機收發即時訊息！
	5	還在「網咖對戰」時代？現在國高中生最瘋休閒益智遊戲！
	6	2014 年台灣民眾傳播行為年度調查：還是「台灣戲劇」最對味
	7	「無網不利」：超過半數青少年透過網路找資訊、獲得娛樂並學習新事物！
	8	社交網站臉書最受台灣網友歡迎，instagram 較受女性喜愛！
	9	平常會使用網路的台灣成年人少於七成
	10	台灣青少年父母教育程度與其網路使用差異
	11	50 歲以上網族群超過五成使用社群網站
	12	全台上網成年人中 超過七成曾分享線上影音/影片
2016	1	全台上網成年人中 超過七成利用多種平台看新聞
	2	台灣父母親對青少年子女的網路介入模式探討
	3	青少年上網時間、父母介入頻率、校園霸凌經驗和網路霸凌經驗的關係
	4	強化或補償？父母親教育程度與青少年社交網站使用的關係
	5	男女有別？：臺灣青少年的性別與玩數位電玩的動機、頻率與方式
	6	父母網路介入模式與臺灣青少年數位電玩使用經驗
	7	社群網站公民運動訊息傳播與個人政治、社會背景的關係
	8	社群媒體使用者的政治參與行為
	9	臺灣民眾透過媒體接收公共事務頻率與其公民參與程度

年份	月份	電子報主題
	10	對於媒體資訊種類選擇，男女大不同？！
	11	年輕人和中年人在網路上發表政治相關看法的比例較高
	12	台灣民眾的主流意見氣候與意見表達意願之關係
2017	1	過度使用電子產品對個人評估滿意度之影響
	2	電視要看哪一台?民眾政黨立場與選擇性接觸媒體傾向關係之初探
	3	台灣各年齡層及不同性別民眾接受政治訊息之媒體管道差異
	4	從年齡、居住地、以及網路使用剖析台灣民眾的政治知識程度
	5	社群媒體使用動機及其與社交滿意度的關聯
	6	台灣民眾媒體使用行為變遷初探-2012年至2016年
	7	民眾與食品安全議題之關係
	8	臺灣民眾的颱風、水災資訊來源及來源可信度分析—以傳播調查資料庫一期五次為例
	9	危害健康的隱形殺手—空氣汙染
	10	地震後訊息分享模式與性別之關係
	11	臺灣民眾的健康傳播特性
	12	你幸福嗎
2018	1	台灣民眾對電視媒體之評價
	2	台灣不同區域民眾在空汙議題上的態度與行為差異
	3	心內話
	4	數位時代中，民眾的媒體使用行為與評價
	5	以台灣電視、網路與社群媒體的使用族群來看新型態數位落差
	6	不同地區民眾對颱風、水災之網路資訊的態度與信任程度
	7	青少年電玩行為初探
	8	性別與社群媒體使用動機、行為的關係
	9	「你，為何上癮？」—探討青少年的電玩動機
	10	Z世代青少年之網路使用情形調查
	11	校園後宮甄嬛傳：青少年霸凌行為之調查
	12	「沒辦法，我就是想上網」- 臺灣民眾網路使用習慣大調查
2019	1	看電視、上網，還是兩種都要？

年份	月份	電子報主題
	2	青少年自尊、學業成績與霸凌之探討
	3	我喜歡當面和你講話—觀察「臺灣民眾最常與人溝通的方式」
	4	探討台灣各年齡層之媒介娛樂生活型態—以戲劇節目、電玩遊戲為例
	5	不同性別的青少年使用社群媒體之類型與動機
	6	寂寞寂寞就好—青少年的人際互動與內心世界
	7	台灣民眾手機使用習慣調查
	8	消息來源差異與民眾信任政府訊息之間的關係
	9	你今天 line 了嗎？
	10	「電視與你的美好旅程」—台灣民眾觀看電視行為
	11	你還在用臉書嗎？—觀察臉書使用者之瀏覽、分享、發文行為
	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
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
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差異
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？

年份	月份	電子報主題
	6	男女使用「社群媒體」行為大不同？
	7	「手機不離手？」台灣民眾使用手機之情形
	8	「用看的比玩的更過癮？」台灣青少年玩電玩遊戲及觀看遊戲直播之情形
	9	男女 IG 使用習慣大不同？
	10	青少年使用 IG 在幸福感及課業表現上的差異
	11	「國高中生與手機的距離？」台灣國高中生使用手機之情形
	12	「那些使用手機的時光」—台灣高中職生使用手機之情形
2022	1	青少年上網行為概況
	2	「YouTube 看什麼？」—台灣高中職生使用 YouTube 之情形
	3	國高中職生追劇之情況
	4	「您喜歡用 LINE 嗎？」_探討青少年使用 LINE 的行為與感受
	5	「你會一心二用嗎？」—台灣高中職生多工之情形



## 6-3. 傳播調查資料庫歷年展集主題

年份	月份	展集主題
2016	3	科技部傳播調查資料庫展集第一期： 網路媒體使用與人際互動、社會資本的關聯
	7	科技部傳播調查資料庫展集第二期： 媒體使用與政治態度、認知與行為的關係
	8	科技部傳播調查資料庫展集第三期： 媒體素養的前因與潛在後果
2017	3	科技部傳播調查資料庫展集第四期： 年輕世代的網路使用特徵、經驗與素養
	7	科技部傳播調查資料庫展集第五期： 線上分享自製內容的過程、動機與影響
	10	科技部傳播調查資料庫展集第六期： 政治傳播的新紀元
2018	3	科技部傳播調查資料庫展集第七期： 從「可信度」解讀假新聞現象 不容小覷的個人因素
	10	科技部傳播調查資料庫展集第八期： 網路與選舉：政治或公民參與的網路／社群圖像
2019	7	科技部傳播調查資料庫展集第九期： 以網絡連結觀點看社群媒體的外圍效應(peripheral effect)
	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
	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
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
	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
2021	9	科技部傳播調查資料庫展集第十四期： 我受的傷，你是否能看見？漫談青少年霸凌行為和現象
	12	科技部傳播調查資料庫展集第十五期： 網路與社群媒體使用如何促進政治參與？解析背後的心理機制與歷史因素