

變動的媒體 行動的兒童

變動的媒體科技，為兒童帶來多元的媒體關係，本調查探究處於數位世代的兒童，如何擁抱多元的媒體科技，並發展出多樣貌的媒體使用型態，又如何展現積極的創用力。

2009 全國兒童媒體使用行為調查報告



計畫主持人：吳翠珍
(政大廣電系副教授)
2009/12/21

主辦單位  富邦文教基金會

執行調查  政大傳播學院媒體素養研究室

2009 年全國兒童媒體使用行為調查報告

主辦單位： 富邦文教基金會

執行單位： 政治大學傳播學院媒體素養研究室

計畫主持人：吳翠珍（政治大學廣電系副教授/傳播學院媒體素養研究室召集人）

研究助理：

1. 量化部分：王秀儀
2. 質化部分：翁孝綦
3. 統整彙編：賴慧玲

說明：如須引用本調查報告，請註明完整出處

吳翠珍（2009）。2009 年全國兒童媒體使用行為調查報告。台北：富邦文教基金會。

目次

目次	I
表次	III
圖次	V
第一章 緒論	1
第一節、研究緣起	1
第二節、研究目的	3
第二章 文獻回顧	4
第一節、國內文獻回顧	6
第二節、國外文獻回顧	7
第三節、新媒介趨勢	13
一、兒童與手機	13
二、兒童、網路與部落格	15
三、兒童與電動玩具與線上遊戲	16
第三章 研究方法	17
第一節、問卷抽樣程序	17
第二節、資料處理	17
第三節、分析方法	18
第四章 資料分析	19
第一節、樣本基本資料分佈說明	19
第二節、媒體使用行為描述性分析	21
第三節、媒體使用時間之分析	30
第四節、兒童媒體使用行為及目的之總覽	41
第五節、父母介入、性別、年級、區域與媒體使用行為交叉分析	44
第六節、媒體使用時間與區域、性別、年級之分析	57
第五章 討論	65
第一節、媒體的使用	65
一、最重要的媒體	65

二、網路世代新網民.....	65
三、手機擁有低齡化，挪用多於正用.....	68
四、電視.....	69
五、父母中介.....	70
六、性別與年齡.....	70
第六章 數位媒體中的兒童—質化觀察	72
第一節、質化資料的需求.....	72
第二節、研究步驟.....	72
第三節、研究分析.....	73
個案一.....	73
個案二.....	80
第四節、脈絡的釋義.....	88
一、女生不能不說的祕密.....	88
二、男生的虛擬與真實的霸凌.....	92
第五節、小節.....	94
第七章 結論與建議	95
第一節、結論.....	95
第二節、建議.....	98
參考書目.....	103
一、中文部分.....	103
二、英文部分.....	104

附錄一：兒童媒體使用行為問卷

附錄二：狗狗媒體使用日記 9 月 18 日-9 月 24 日

附錄三：興興媒體使用日記 10 月 11 日-10 月 17 日

表次

表 2.1：2007-2008 媒體使用行為調查國內外文獻回顧.....	11
表 4.1：週末上網時間交叉分析	32
表 4.1：週末上網時間交叉分析	32
表 4.2：週間看電視時間交叉分析	34
表 4.3：性別與一週閱讀報紙時間交叉表	36
表 4.4：一週讀報紙時間與區域交叉表.....	37
表 4.5：性別與一星期讀雜誌時間交叉分析	38
表 4.6：一星期看漫畫時間	39
表 4.7：兒童各項媒體使用平均時間一覽表	40
表 4.8：父母管制媒體使用時間與年級交叉表.....	45
表 4.9：父母管制媒體時間與性別交叉表	45
表 4.10：父母管制媒體使用時間與區域交叉表.....	46
表 4.11：年級與是否擁有手機 交叉表.....	46
表 4.12：年級與幾歲擁有第一支手機交叉表	47
表 4.13：年級與每個月手機費 交叉表.....	48
表 4.14：年級與家中有無網路 交叉表.....	48
表 4.15：年級與是否擁有部落格交叉表.....	48
表 4.16：性別與是否擁有手機 交叉表.....	49
表 4.17：性別與幾歲擁有第一支手機 交叉表.....	49
表 4.18：性別與每個月手機費交叉分析.....	50
表 4.19：性別與是否擁有部落格 交叉表.....	50
表 4.20：性別與幾歲開始上網交叉表.....	51
表 4.21：區域與是否擁有手機 交叉表.....	52
表 4.22：區域與幾歲有第一支手機 交叉表	53
表 4.23：區域與每個月手機費 交叉表.....	54
表 4.24：區域與是否擁有部落格交叉表.....	55
表 4.25：區域與最常用什麼設備打電玩交叉表.....	56
表 4.26：性別與區域平均媒體使用時間.....	57
表 4.27：區域與所使用媒體時間 ANOVA.....	58
表 4.28：性別與使用媒體時間平均數差異檢定.....	59
表 4.29：年級與使用媒體時間平均數差異檢定.....	61
表 4.30：父親職業與媒體使用時間 ANOVA 分析.....	62
表 4.31：各媒體使用時間相關分析	64
表 5.1：青少兒童心目中最重要媒體.....	65
表 5.2：青少兒媒體使用時間.....	66
表 5.3：青少年兒童是否有網友比例.....	67

表 5.4：青少兒上網主要活動及功能.....	67
表 5.5：青少兒手機使用行爲.....	69
表 5.6：青少兒最喜愛的前三名電視節目類型.....	69
表 5.7：父母是否限制使用網路.....	70
表 6.1：狗狗週間生活作息（98 年 11 月 16 日）.....	74
表 6.2：狗狗週末生活作息（98 年 11 月 15 日）.....	75
表 6.3：興興週間生活作息（98 年 11 月 27 日）.....	80
表 6.4：興興週末生活作息（98 年 11 月 28 日）.....	81

圖次

圖 2.1：1995～2006 年台灣行動電話用戶規模.....	5
圖 2.2：世界區域網際網路使用者統計.....	15
圖 4.1：受訪者性別百分比.....	19
圖 4.2：受訪者國小就讀年級.....	19
圖 4.3：受訪者區域分布.....	20
圖 4.4：父親職業.....	20
圖 4.5：母親職業.....	21
圖 4.6：是否擁有自己的手機.....	21
圖 4.7：幾歲擁有自己的手機.....	22
圖 4.8：最常講手機的對象.....	22
圖 4.9：每週發簡訊則數.....	23
圖 4.10：每月手機花費金額.....	23
圖 4.11：家中電腦台數.....	24
圖 4.12：家中是否可以上網.....	24
圖 4.13：幾歲開始上網.....	25
圖 4.14：家人陪同上網.....	25
圖 4.15：最常上網的地點.....	26
圖 4.16：是否網路交友.....	26
圖 4.17：對於與網友外出的態度.....	27
圖 4.18：家中是否有有線電視.....	27
圖 4.19：收看電視的地點.....	28
圖 4.20：一起收看電視的對象.....	28
圖 4.21：兒童是否收看公共電視.....	29
圖 4.22：最常使用何種設備打電玩？.....	29
圖 4.23：每天花多少時間講手機.....	30
圖 4.24：週間上網時間.....	31
圖 4.25：週末上網時間.....	32
圖 4.26：週間收看電視時間.....	33
圖 4.27：週末收看電視時間.....	34
圖 4.28：週間打電動時間.....	35
圖 4.29：週末打電動時間.....	35
圖 4.30：一星期看報紙時間.....	36
圖 4.31：一星期閱讀雜誌時間.....	37
圖 4.32：一星期看漫畫時間.....	38
圖 4.33：週間與週末主要媒體使用時間之比較.....	40
圖 4.34：兒童心目中最重要媒體.....	41

圖 4.35：兒童最常使用手機之目的	42
圖 4.36：兒童最常上網之目的.....	42
圖 4.37：兒童最常使用部落格之目的	43
圖 4.38：兒童喜愛電視節目之類型	43
圖 4.39：父母管制媒體使用之類型	44
圖 4.40：父母管制兒童媒體使用活動	45
圖 6.1：照片	88
圖 6.2：照片.....	89
圖 6.3：照片.....	90
圖 6.4：照片.....	91
圖 6.5：照片.....	92
圖 7.1：媒體素養教育內涵.....	101
圖 7.2：數位兒童的媒體樂活.....	102

2009「全國兒童媒體使用行為調查」

第一章 緒論

六年級女生狗狗上網之後就會馬上登入及時通，同時經營自己的部落格或者逛逛別人的部落格，她說：「部落格對我來講超重要，重要到爆！因為在部落格上，我會知道比在學校更多事情。」狗狗與學校的其他八個好朋友合組「九支棒棒糖」，他們也為自己的小團體申請了一個共同的部落格，裡面除了放他們九個人在學校上課或是一起出遊的相片之外，部落格成為他們共有的祕密基地，在裡面進行聯繫或排擠的活動。她說：「我打一篇文章，讓大家很關注的話，大家會帶到學校來討論，讓大家都知道，像是被人搶，就會有很多人跑去搶那個搶我的人。」

對六年級男生興興來說，最重要的媒體就是網路，他說：「最重要的事情是開即時通，再來是用無名，如果時間充足就玩線上遊戲。」開始使用及時通後，他的生活圈因而大大擴展，除了與學校同學聯絡之外，他還和已經畢業的學長姊透過及時通保持聯繫，他說：「本來我的人際範圍就是這麼小（比出一個小圈），五年級，用及時通之後，人際範圍就擴大了，原本只有四分之一的人，現在認識的人多了四倍。我在學校的地位和身份，還有別人對我說話的口氣也都不了。」

第一節 研究源起

根據內政部兒童局統計，截至 98 年 6 月止，台灣一共有 2,875,434 十二歲以下的兒童。狗狗與興興的媒體活動是台灣兒童媒體生活之剪影，看似形樣清楚，但是內在一片漆黑，彷彿是一個黑盒子。內政部兒童局 2005 年之《台閩地區兒童及青少年生活調查報告》報告書中便提到，以「核心家庭」為主的兒童比例正在下降(內政部兒童局，2005 年)；家戶內 12 歲以下兒童人數逐漸減少而呈現「少子化」之趨勢。這種家中僅有「獨生子」或「獨生女」的少子現象也讓父母將更多資源投注在單一孩子的身上。根據內政部之統計，孩童平均一個月個人花費大約在 1500 元，家庭每月支出在兒童身上大約需 3000 元。

該報告書中也指出，兒童課後上才藝班的趨勢不減，但是在補習的科目上，從 1995、2000 及 2004 年的以「珠心算、數學」為主，轉而以加強「外語」為主，提升外語能力成為台灣父母因應「全球化」趨勢加強兒童的學習活動。不管是學齡前或學齡後，孩童主要的休閒場所仍是以住家為主，特別是學齡兒童遊戲時間大約在「2 小時以內」，與「兒童之兄弟姊妹」同遊比例最高。而家庭型態為祖

孫二代(隔代教養)的學齡兒童的遊戲同伴,則是以「自己」獨自玩的比例最高。而兒童所參與之休閒活動以「視聽型活動」最多。根據研究發現,學齡兒童休閒活動訊息來源是以「電視、廣播媒體」最高,佔 58.38%,報章雜誌,僅佔 26.47%。電視對民眾需求越來越重要,也改變家庭休閒生活,家庭成爲一休閒場所。」(內政部兒童局,2005 年)。

而在《2007 年台灣青少兒網路使用調查報告書》(白絲帶工作站,2007)中進一步指出,「網路與電腦」已經成爲青少年與兒童在家使用比例最高的電子設備(佔 59.3%)。特別是在現今數位媒體廣泛使用的社會裡,兒童下課後的休閒娛樂不再是三五成群的打躲避球,而是轉變成在家三五成群地遠距打電動、聊天等。由此可見,電子媒體對於成長發展的孩童是不可或缺的娛樂與資訊來源,其可能的影響備受關注。

二十一世紀是數位媒體新科技的時代。許多研究指出二十世紀中在兒童媒體世界幾乎絕對重要的電視,已經面臨手機、i-pod、電視遊樂器、及時訊息、多人互動式電動與網路遊戲、虛擬情境、以及網路上的社會網絡分時競爭。面對新媒體佈下的天羅地網,首當其衝的便是身在媒體網絡世界的科技原住民—兒童。全世界的兒童無時無刻不受到這些媒體之影響。沈浸在媒體汪洋中的兒童,其身心發展受到的影響,是許多家長、教育者與學者們關注的焦點。晚近媒體與兒童研究重大議題,也聚焦在數位媒體對兒童的影響效果上。諸多持較爲樂觀的學者認爲,數位媒體是兒童「社會化」突然存在的「機構」,其重要性不下於正規的教育機構「學校」,是他們學習活動「第二課程」。

兒童是網路世代下的「原住民」,他們誕生在互動媒介的土壤中(Gee, 2008)。自一九八 0 年代若干對媒體與兒童(童年)的衝擊有歷史性觀察的學者,如 Postman(1982),指出,所謂的「童年」與「兒童」的概念早在新媒體(特別是電視)的影像再現中變質,兒童已經不再擁有天真無邪的童年,而「童年的消逝」,預示著兒童直接躍入成人的世界中,成人與兒童之間的界線逐漸模糊不清。不過,在悲觀與樂觀學者論點間有一個共同的擔憂,那就是兒童無法分辨在媒體中的真實與虛構(The Future of Children, 2008)。如何集合跨領域的研究與應用,理解當代兒童與媒體的關係,共同探索兒童面對新媒體的實然面與應然面,冀期兒童樂在媒體環境中正向的成長,是所有關注媒體與兒童影響的人士共同努力的課題。

本次調查以 9 到 12 歲兒童為主要對象，透過兒童之媒體使用行為的量化資料與質化描述，希望得以勾勒出各種媒體與學齡兒童日常生活互動之樣貌，並試圖進入兒童的生活脈絡中，瞭解各種媒體對於兒童生活與人際關係之影響。

第二節 研究目的

富邦文教基金會秉持對兒童議題的關注，在過去數年來，持續進行全國性青少年兒童的媒體使用行為調查。在 2004 年進行「全國青少年媒體使用行為調查」，其中特別關注網路行為及網路成癮的趨勢。次於 2008 年進一步探討青少年數位媒體（如網路）使用與傳統媒體之間的關係，以比較青少年使用新舊媒體的趨勢消長。今年(2009)，富邦文教基金會延續同樣的課題，針對國小三年級至六年級之國小學童進行全國性媒體使用行為調查，將關注的焦點向下延伸至學齡兒童媒體使用行為的形貌，除了透過問卷調查外我們更由二個田野觀察對於兒童使用媒體的現況鋪陳出具體的媒體生活圖像，並從這些拼圖中試圖厚描台灣學齡兒童的媒體文化形貌。

本次調查與觀察具體的研究目的為：

- 一、瞭解兒童在手機、網際網路、電視、報紙、雜誌的使用時間。
- 二、探討兒童手機、網際網路、電視、報紙、和雜誌的使用內涵與目的。
- 三、瞭解父母對兒童媒體使用的介入狀況。
- 四、厚描兒童的數位媒體生活及其社會與文化實踐。
- 五、瞭解兒童在新興媒體的線上活動—包括手機、電玩與部落格。
- 六、以性別、年級、地區及父母介入等變項，進一步瞭解兒童媒體使用行為的交互影響。

第二章 文獻回顧

無人能自絕於媒體，媒體已經超越物件的本質，是社會材質 (social material)，而成爲環境，如同陽光、水、空氣，是生命與生活的要素；媒體更是教育環境，人人透過媒體認識世界，體認人、事、地、物與自己的關係。無論我們是否認識到媒體對自己的影響，我們與他人都在都透過複雜的媒體互動所建立與型塑的社會關係，再將這些關係整合成爲日常生活的樣貌 (吳翠珍、陳世敏，2007)。舉凡較早之報紙、雜誌、廣播、電視、錄影帶、CD，到晚近的電腦網路和行動電話等新媒體，各式各樣的媒體無時無刻以不同的形構延展我們的生活。

自從網路問世以來，由於其媒介本質之多樣性、互動性以及上網成本持續降低，使得近幾年網路使用者大幅度的成長。台灣兩千三百萬人口中，每 2 個人中便有 1 人使用網路上網。根據台灣資策會的研究數據顯示，截至 2009 年 3 月底爲止，台灣有線寬頻用戶達 493 萬戶，電話撥接用戶數爲 64 萬戶，學術網路(TANet)用戶數爲 444 萬人，行動網路用戶數爲 1,617 萬戶。經常上網人口高達 1,057 萬人，網際網路連網應用普及率將近五成 (46%)，而此項調查中之「經常上網人口」，乃針對有登錄網路帳號的使用者，可以預見，家中若有成員共享網路的情況下，上網人數應該超越此數字(資策會，2009)。而在台灣網路資訊中心(TWNIC) 2009 年最新調查，台灣地區上網人口到達 1580 萬人，民眾上網率近七成 (68.94%)，其中兒童上網人口更是數年內攀升到 160 萬人(佔兒童人口的 55%)。而在十二歲以下兒童上網的比例也高達六成以上 (61.66%) (TWNIC, 2009)。

行動媒體 (如手機) 更是近年改變人類媒體使用行爲最重要與隨身的科技之一，根據資策會的資料 (如圖 2.1)，台灣地區行動電話用戶數普及率從 1996 年的 4.5% 持續上升至 2003 年的 114.5%，之後雖略有下降，但在 2006 年仍有 101.6% 的普及率，意味著幾乎每一個人都擁有一個門號。有了行動電話，人類得以超越「有線」的限制，隨時進行通話與各種的新式傳播行爲，除了最基本的通話功能之外，MP3、相機、手機上網等功能也讓行動電話儼然成爲個人貼身之多媒體物件，稱之爲皮膚媒體 (skin media) 差可比擬手機的貼身性。



1995~2006年台灣行動電話用戶規模

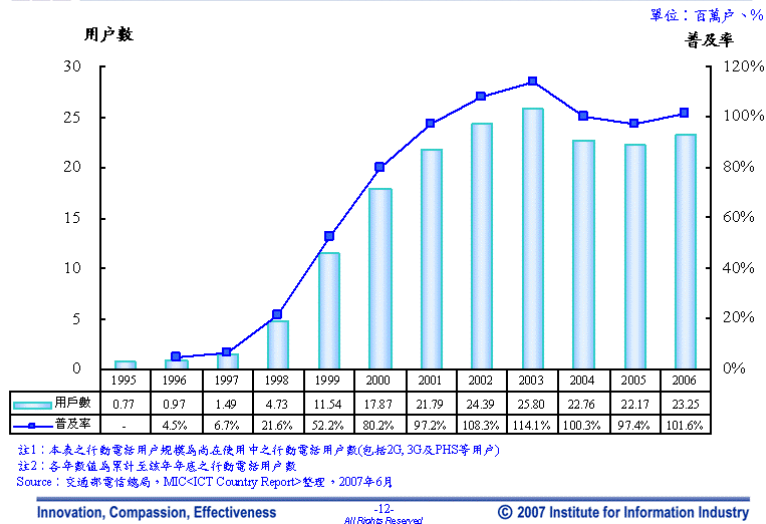


圖 2.1 1995~2006 年台灣行動電話用戶規模 (資料來源：資策會)

相關研究顯示，手機不但是青少年「發聲」之管道，也是其社交虛擬空間。鄰近的日本青少年，手機的擁有率甚至高達九成¹，在台灣 2008 年富邦全國青少年媒體使用行為調查中 (富邦文教基金會，2008)，也有近七成的國高中生擁有手機。青少年擁有手機趨勢應是持續上攀。另一值得關注的面向是，擁有手機也開始出現低齡化的趨勢，台灣學齡兒童擁有手機的現象及其相關的傳播行為也是我們關注的焦點之一。

美國凱瑟家庭基金會(The Henry J. Kaiser Family Foundation)於 2005 年三月的調查報告中，將 8-18 歲之青少年稱為 M 世代(generation M)，亦即媒體世代(Media Generation)，從家裡的家庭電視到小至隨身攜帶之手機，M 世代中的兒童一天有超過四分之一的時間是沈浸在各種媒體的環境裡。大量且多元的媒體選擇，兒童如何分配他們有限的時間流連於媒體世界之中，成為最值得關心的問題。

此章共分為三小節，主要為國內外研究文獻之回顧。在第一節中，本研究擬回顧國內最近期 (2006-2008 年間)，具代表性之青少年兒童媒體使用行為調查。第二節為參考國外近期 (2006-2008 年間) 相關調查之內容及方向，試圖架構出本調查研究之基礎，第三節針對各類新興媒介與兒童的相關研究加以審視分析發展與研究趨勢。

¹林憬屏 (2008 年 1 月 11 日報導)。法新社。取自

<http://tw.news.yahoo.com/article/url/d/a/080111/19/ror9.html>

第一節 國內文獻回顧

富邦文教基金會於 2008 年，針對國中、高中、高職生，進行的青少年媒體使用行為調查，全面性瞭解青少年上網、看電視、打手機、讀報章雜誌、及聽廣播之使用行為。結果顯示，電視（佔 97.3%）及網路（佔 90.2%）是青少年最常使用的媒體。

青少年一週使用網路時間為 16.1 小時、看電視 15.36 小時、使用手機 4.94 小時。在 08 年的研究調查中顯示，青少年一週媒體使用時間總數為 43.7 小時。基本上，上網不受性別、年齡、地區之影響，也沒有顯著的城鄉差距。不過，與傳統平面媒體相比，七成的青少年於一週內平均每天看報時間只有 18.3 分鐘，是網路使用時間的五分之一。在性別上女生讀報紙的比例高於男性。

在父母介入方面，將近四成二的父母親對於青少年上網行為完全無限制；而有 48% 的父母對於孩子看電視完全無限制，約有 27.5% 的父母僅限制看電視時間。

網路活動中，有上網的青少年約有 48.7% 擁有使用網路相簿，52.7% 有使用部落格。調查發現，部落格有性別化之趨勢。女性熱中於使用相簿及部落格之比例皆約為男性之兩倍。

另外行動媒體方面，手機是青少年人人不離手的最重要的貼身媒體。將近七成三的青少年擁有手機，平均 1.3 年汰換一支手機，通話費平均約為 325 元，並且大部分(八成)是由父母親支付通話費。青少年使用手機最常用來通話、設鬧鐘、聽 MP3。

近幾年台灣兒童媒體使用行為相關調查研究，除了富邦文教基金會長期追蹤青少年兒童媒體使用行為之外，尚有金車文教基金會對青少年例假日所做的「青少年網路休閒問卷調查」，與雅虎 Yahoo 和賽門鐵克(Symantec)之網路安全調查及市場調查公司進行「台灣地區網路及媒體使用基礎調查」（創市際市場研究顧問公司，2008）全台灣網路使用人口與相關研究。

金車教育基金會於 2005-2008 年針對全台十八所學校，兩千八百名小五、小六，國、高中一、二年級的學生，進行「青少年網路休閒問卷調查」（金車教育基金會，2008）。研究發現，青少年上網的時間很長，平均每週守在電腦螢幕達 22 小時，高中職更超過 28 小時。上網最常作的事情不是查資料，而是玩電腦遊戲、線上聊天、下載影音。進行線上遊戲時，青少年也常遇到「偷拐搶騙」，像

是別人在線上遊戲中搶怪獸得分、中毒被盜、被騙等，甚至搶別人的遊戲圖等。令人擔心的是，有七成五的青少年出現網路沉迷的徵兆，六成七只要網路斷線，就感到心情不好。

另外，賽門鐵克(Symantec)發表之「2009 年諾頓線上生活」報告，也針對網路安全進行調查。「諾頓線上生活報告(Norton Online Living Report)」(SYMC, 2009)顯示，現今的網際網路使用者覺得生活幸福感，有近十分之七的成年人表示網際網路改善了他們的人際關係。家長最擔憂的還是孩子們的上網情況，因為孩子回報上網的時間幾乎是家長所認知的兩倍；孩子上網時，大部分都沒有家長陪同。大約有 24% 的人甚至會在網路上分享祕密。有 25% 的孩子與父母在網路上「做朋友」，甚至敞開心門消除線上代溝，而有 10% 的孩子會使用即時通訊(IM)和社交網路、電子郵件之類的技術來聯繫其祖父母。

這三份皆為國內於去年 2008 年發表的研究報告。報告中多以數位媒體-網路為關心的焦點，研究的方向包含兒童或青少年媒體使用行為的時間與空間調查與網路安全的管理問題。總觀各個研究結果顯示，兒童青少年上網有低齡化的趨勢、而大半兒童及青少年對於管理及網路安全的知識仍然不足。

第二節 國外媒體文獻回顧

在國外方面，晚近兒童與媒體使用研究包括有 2008 英國 ofcom (Office of Communications)《媒體素養研究監看與青少年媒體使用》(Media Literacy Audit and Young People Media Usage Survey)、英國拜倫評論(Byron review)之《數位世界的兒童》(Safer Children in a Digital World)、2007 凱瑟家庭基金會(Kasier Family Foundation)《父母、孩子與媒體》(Parents, Children and Media)及 2008 兒童未來基金會(The Future of Children)出版的《孩童和電子媒介》(Children and Electronic Media)等。這些調查報告聚焦於兒童青少年的數位電子媒體，包括網路、手機、電視遊樂器、MP3 及數位相機。各個研究結果發現，數位媒體，包括網路、手機、電視遊樂器、MP3 及數位相機，已經成為青少年媒體使用之主流工具，兒童則偏好透過電視與網路進行電玩及線上遊戲。

一、英國 Ofcom 的研究

英國 Ofcom「媒體素養研究監看與青少年媒體使用」2008 年的研究，以年齡、性別、城鄉差距及父母親的社會經濟地位四個變項，探索其如何影響青少年的媒體使用行為 (Ofcome, 2008)。

研究結果顯示，在年齡方面，兒童在五歲時已經善於看電視、打電動與上網的媒體活動；隨著年齡和性別社會化過程，兒童的媒體使用轉為如網路、手機、MP3 和數位相機較具個人化並且比較複雜操作的媒體，特別是兒童的年齡與使用手機關係趨勢顯著，年齡越大，使用網路與手機的比率越高。另外，8-11 歲孩童個人的房間裡平均有 4 種媒體；12-15 歲則達 6 種媒體，此數字顯示兒童房間多媒體活動明顯增加，房間儼然成為多媒體的中心，這與富邦 2008 年的調查相當一致，數位臥室的現象日益明顯。而同一個時間裡使用一個以上的媒體多工 (multi-tasks) 現象，年齡越高，多工情形越多。

Ofcom 的研究中，在性別方面，男生最不想錯過打電動遊戲機，女生最不想錯過看電視。但是，隨著年齡增長，年齡越大的女生最不想錯過手機。父母的社經地位是預測兒童使用網路多寡的變項。如果家裡沒電腦者，上網時間相對減少。在兒童媒體使用與媒體素養的面向中，許多青少年兒童會以電視類型評斷電視內容的真實性，如新聞訊息是真的，電視影集不是真的，但是一般孩童都相信網路上看到的資訊。年齡越大如 12-15 歲青少年，上新的網站會諮詢他人或瞭解這是什麼網站。在電視與網路比較中發現，青少年較相信網路提供的訊息，而電視只是娛樂性質。另外，研究發現青少年並不喜歡電視廣告。

在父母的管制與中介行為方面，父母關心網路安全甚於電視內容安全，網路交友缺乏安全機制也讓父母擔心，使得父母管制逐年增加。令人關注的是，青少年本身認為暴力遊戲軟體影響其行為，但是相關研究並未能證實。兒童最有興趣的是網上遊戲；女生比男生會從事具有創意的網路活動例如分享資訊。而兒童上網行為，在城鄉差距上並不顯著，這也與台灣的調查(富邦文教基金會，2008)一致。

二、Byron Review

英國的獨立調查評論機構拜倫評論(Byron Review)於 2008 年進行青少年媒體使用行之研究，著重遊戲媒體影響的優勢與風險評估。該研究以 5-17 歲的青少年兒童、其父母、非營利組織與資料庫為對象，調查兒童最常使用的兩項媒體—線上遊戲與電玩遊戲機。研究發現，有暴力的電玩與網路遊戲對孩童會產生負面影響，因此專家呼籲產官學界與家中的父母應需聯手建立新的安全網來維護孩子在媒體使用時所遇到的風險(Byron, T., 2008)。

英國拜倫評論指出，在線上遊戲方面，兒童和青少年可能下載不良訊息而不自覺，推論兒童和青少年缺乏判斷下載訊息的好壞能力與經驗，必且指出兒童覺

得即使有風險仍願意和第一次網路上認識的人見面。報告建議修定相關媒體政策與法律來保障孩童在上網與玩電動的安全，特別關注線上遊戲。電玩也有正面的影響，在一般的電動玩具裡，可以幫助孩童獲得樂趣、放鬆、發展新的技能。教育方面的遊戲機可以幫助孩童學習與聯繫朋友。

英國有三分之一的十歲的孩童，每天平均打電動 3 小時，犧牲的多是睡眠時間、午休時間。而家長對於電玩的內容多表擔心，因為暴力成分太多而擔心影響孩童的發展。因此，如何導引孩童到適當的網站遊戲入口玩對的電動遊戲，讓孩童開開心心的上網，平平安安的下線，需靠家長的介入。

英國拜倫評論在 2008 年進行「數位世界的兒童」的調查研究，主要鎖定在兒童最常使用的兩項媒體，網路與遊戲軟體為主，並探討它的優勢與風險（負面影響）。拜倫評論的調查結論整理如后：

- (一) 雖然目前沒有證據顯示，網路導致青少年接觸不良的內容如有關性方面的資訊，但是此種發展趨勢有可能是負面的。
- (二) 青少年對使用科技非常有自信，但是他們並不能判斷那些訊息可以相信或不能相信。不同年齡階段的孩童或許無法處理有些具有風險的問題。
- (三) 即使知道有風險，許多孩童有時還是會和第一次認識的網友碰面。接觸陌生人仍然是網上一大問題。
- (四) 由於網路上可以匿名，因此網路上霸凌或惡意行爲，可能會一傳再傳，而讓許多人感到不適。
- (五) 許多人在網路上線和下線的行爲並不一致。
- (六) 青少年上傳資料時，並沒有意識到有人會刻意保留其相關資料，並產生不當的使用。

三、美國凱瑟家庭基金會

另外，美國凱瑟家庭基金會(Kaiser Family Foundation)的研究主要以父母為受訪對象，其關切的主題為父母的子女媒體使用與管控的議題。父母擔憂網路上性與暴力相關內容。大半父母皆認為他們盡力檢查兒童生活中所使用的媒體內容。受訪父母也認為能過濾涉兒童使用媒體的內容與設備還不夠好，但仍具有制衡之效果。不過，父母們也認為，在家時他們已經盡力地保護他們的孩子免於受到媒體負面的影響(Kaiser Family Foundation, 2007)。

四、兒童未來基金會 (The Future of Children, 2008)

兒童未來基金會(The Future of Children)，是由普林斯頓大學威爾森學院公共

與國際事務與布魯金研究中心(Brooking Research Center)合作的研究期刊，2008 年出版《兒童與電子媒體》(Children and Electronic Media)專刊，分別以媒體趨勢、媒體素養、媒體與兒童心理發展、網路上青少年社交關係、使用媒體風險、社會行銷活動與兒童媒體使用、從廣告和行銷看兒童消費以及兒童媒體政策九大主題，匯集成專家學者研究報告而集結成刊。其中，在媒體趨勢中，學者一致指出二十世紀中在媒體世界一枝獨秀的電視媒體，已經面臨手機、i-pod、電視遊樂器、及時訊息、多人互動式電動遊戲、虛擬情境、網路上的社會網絡還有電子郵件的強勢競爭。美國的兒童在在都受到這些媒體的影響。研究指出幾乎所有兒童的家裡都有電視和收音機，並且有一半的兒童房間有電視、大部分的兒童都能接觸到網路和電動玩具並也多半擁有手機和 i-pod，並且媒體有交互使用的情形。例如，在電腦上看電視、在手機上網等，特別是青少年對媒體持續性長時的使用。易言之，除了睡覺以外，媒體使用幾乎成爲美國兒童最常進行的活動。

茲將國內外文獻整理成一覽表，請見下表：

表 2.1 2007-2008 媒體使用行為調查國內外文獻回顧

	國內			
執行單位	賽門鐵克	創市際	金車教育基金會	政大數位文化行動研究室
調查主題	線上網路生活報告	台灣地區網路及媒體使用基礎調查	青少年網路休閒問卷調查	兒童網路安全趨勢報告
調查分類	電子數位媒體	電子數位媒體	電子數位媒體	電子數位媒體
媒體	電腦與上網	上網	上網	上網
調查時間	2009	2008	2008	2005-2008
方法	線上調查	電訪	問卷調查	訪問
對象	成人與兒童	兒童與成人	國中至大學	國小三至六年級
樣本	9000 / 2614	1800	2800	13,000
年齡	(8-17 歲)	10 歲以上	10-16 歲	12 歲以下
調查結果	1. 電視仍是兒童最愛 2. 九成兒童上網做功課 3. 兒童平均每星期花 3 小時發簡訊 4. 兩成三的兒童使用推推王服務	1. 10-14 歲者上網率有八成 2. 上網教育程度為初中者有三成	1. 五成七的青少年在國小就沉迷電玩 2. 青少年上網的時間平均每週守在電腦螢幕達 22 小時，高中職超過 28 小時 3. 六成七只要網路斷線，就感到心情不好	1. 兒童上網低齡化趨勢 2. 12 歲以下的兒童上網人數突破 160 萬人 3. 一成七的小學生天天上網

表 2.1 (續)

	國外			
執行單位	Ofcom (英)	Byron Review (英)	Kaiser Foundation (美)	Future of Children (美)
調查主題	媒體素養研究監看與青少年媒體使用	數位世界的兒童	父母、孩子與媒體	孩童和電子媒介
調查分類	電子數位媒體	電子數位媒體	電子數位媒體	電子數位媒體
媒體	電腦與上網遊戲機電視手機	上網遊戲機	上網電視廣告電影廣播	上網
調查時間	2008	2007	2007	2008
方法	面訪	綜合調查	電話訪問	綜合性研究
對象	兒童及其父母	兒童、父母、非營利組織資料庫	6個城市焦點團體父母與兒童	文獻整理 貫時性調查
樣本	2068	資料整合	1008	100-6000
年齡	8-15 歲	5-17 歲	2-17 歲	兒童與青少年
調查結果	<p>1.英國兒童使用新科技：網路、手機、MP3和數位相機逐年增加</p> <p>2.女生比男生更喜歡用網路與他人聯繫</p> <p>3.8-11 歲的孩童房間裡平均有 4 個媒體設備</p> <p>4.兒童依照類型相信電視內容是真的</p> <p>5.虛擬社會空間增加兒童創作活動</p>	<p>1.兒童和青少年可能下載不良訊息而不自覺</p> <p>2.兒童和青少年沒有能力判斷其下載的訊息的好壞</p> <p>3.兒童瞭解即使有風險仍願意和第一次網路上認識的人見面</p>	<p>1.父母擔憂網路性與暴力相關內容</p> <p>2.父母認為媒體有助於孩童認知與學習</p> <p>3.父母認為 V-Chip 有效防止暴力影音</p> <p>4.管制媒體使用設備不完美卻有制衡效果。</p> <p>5.父母有意識在家盡力保護兒童不受媒體的不良影響</p>	<p>1.兒童媒體使用電子媒體是無可阻礙的趨勢</p> <p>2.使用電子媒體與肥胖症有關</p> <p>3.電子媒體與青少年性初體驗有關</p> <p>4.電子媒體的廣告與酗酒有關</p>

第三節 新媒介趨勢

在數位科技匯流的發展趨勢下，許多媒體研究學者面臨如何定義「媒體」之窘境。傳統媒體，無論內容或形式，在在都因新的表達形式的出現而轉變或式微。因此，許多新興媒體，可視為舊有傳統媒體的延伸。這些新興的數位媒體創造跨越時空、使用者與傳播者互動的可能，掙脫舊媒體之藩籬。一種新出現的資訊載體，其受眾達到一定的數量，這種資訊載體即可稱之為「新媒體」(邱誌勇，2006：94)。許多人嘗試釐清新媒介的特性，羅吉斯(Rogers)從下列角度指出新科技的三種關鍵特質：(1)互動性；(2)個人化程度以及小眾化的本質；(3)新傳播體系的非同步(asynchronous)本質（意指不再受到時間的束縛）。「新媒介」的特質，容許傳播行為脫離地理與組織的限制，也因此開啓了另類認同與網絡形成的基礎。若從新媒介研究的主要範疇（依使用、內容和脈絡）可劃分為(1)人際傳播媒介(interpersonal communication media)；(2)互動遊戲媒介(interactive play media)；(3)資訊搜尋媒介(information search media)；(4)集體參與式媒介(collective participatory media)。又若從個別使用者之角度，「新」媒介與「舊」媒介則可由以下特定面向來劃分：(1)互動性的程度；(2)使用者所經驗的「社會臨場感」(social presence)（或者「社交」(sociability)）的程度；(3)自主性的程度；(4)愉悅的程度；(5)私人化的程度。(陳芸芸、劉慧雯，2001)。大體而言，「互動性」與因此特性而延展出的社交與社群活動便是新興媒體最大的特徵。

一、兒童與手機

媒體的新生態產生的匯流文化（convergence culture），孩童浸泡在其中，在新舊媒體交互作用與結交、混用中，高度參與的數位傳播行為成為當代的兒童媒體使用特徵。

在青少年兒童媒體使用行為研究中，主要從兩個層面來剖析。一為父母與孩子之間、二為青少年兒童同儕之間，藉此探討手機在此社會關係中所扮演之角色。由於手機在兒童青少年的普及率急速竄升，因此研究者所觀察與關心的面向擴展至資訊尋求、連結性、自創性、類社交、詮釋性與參考程度(Takahashi, 2008)

Rakow and Navarro 1993 研究中顯示，手機是一種社會控制。許多父母親為了確定孩童人身安全，以手機來進行對孩童之社會控制。手機便有“遠端遙控母職”(remote motherhood)之稱號。對家長而言，手機是一種管理。讓孩童使用手機，

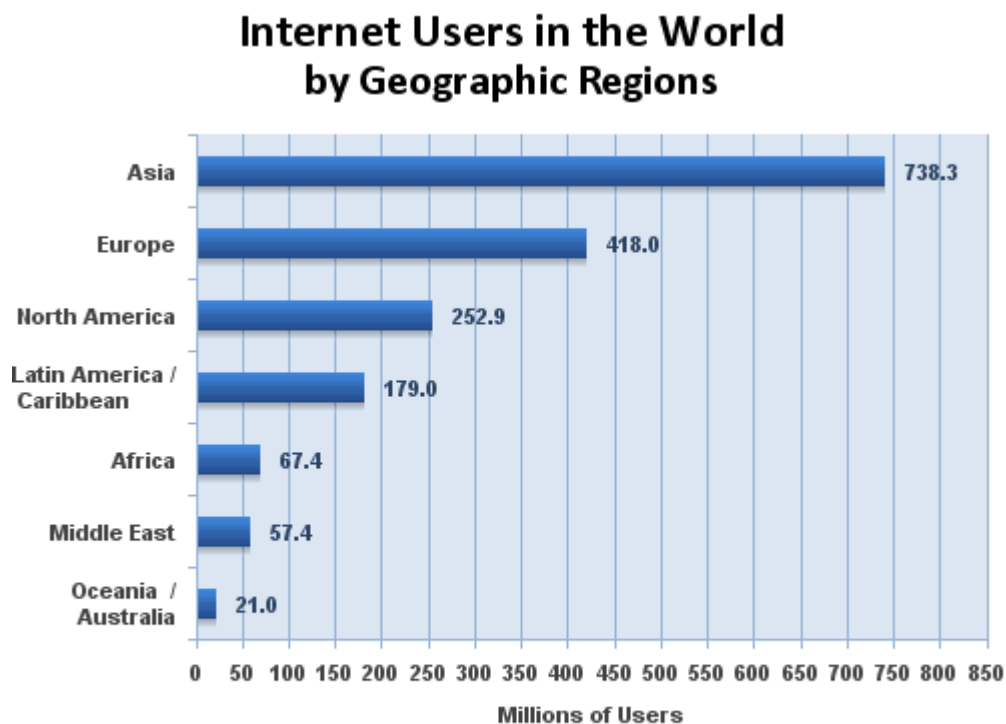
是一種運用科技管理孩子獨立成長的方式，Ling and Yttri 在 1999 年研究中指出，手機是協調每日生活事務很重要的機制。手機裝有個人的行事曆、個人喜愛的音樂、相片還有通過的電話與簡訊紀錄，就像一本「電子日誌」般，手機記載了個人每日生活的點點滴滴。對青少年兒童而言，手機是一種認同：手機的使用可以界定其個人關係網絡社交圈的界限。Ling (2000) 針對手機在青少年間普及率特別高的北歐研究發現，青少年會渴望與同儕接觸，因此手機成為宣示自己所屬的社會團體的情感性媒介。而在日本有 2% 擁有手機的人坦承只跟也有手機的人結交朋友，而沒有手機的學生有 4% 覺得很丟臉。因此手機也是青少年是友誼網絡間產生認同感的來源。英國 Taylor & Harper (2003) 觀察英國青少年與手機使用之研究，也有類似之結果。

另外，Ling 等人在相關研究中發現，手機像是青少年孩童的門面(Ling, 2002; Fortunati et al., 2003; Fournati, 2005)，它展演出自我的個性，並宣示其個人流行的象徵 (Henin & Lobet-Maris, 2003)。另外，手機也是情緒抒發的工具。對許多青少年兒童而言，手機成為家人情緒上的支柱。(Castelain-Meunier, 1997; Ling, 2005b; Russo Lemor, 2005)。手機也是一種服務，孩童有任何需求，一通電話，父母親便展開溫馨接送情，手機也成為協調公共運輸之好幫手。不過，手機也可是一種社會抵抗與逃離。Oksman and Rautiainen(2002) 的研究中顯示，當父母之社會控制過於嚴密時，青少年便以手機開關，來抵制父母的監控。而手機費用多寡也往往成為父母與孩童新興衝突的來源之一。但是藉著手機費的計較，孩童也可能在此衝突過程中，學習到協商的策略並開始養成對消費的意識與責任感。不過手機在社會關係中有正面功能，亦有負面的功能。許多青少年及孩童，因為過度重心放在手機上，而變得自我中心。手機有無來電顯示，成為影響自我情緒之重要因素。而手機產生的社會期待—希望即刻性的回覆與反應，也往往造成社會關係的誤解與緊張(Chen, 2004)。

根據資策會之調查結果顯示，國內擁有行動電話普及率早已經在 2006 年超過百分之百，而富邦基金會手機在 2008 年富邦全國青少年媒體使用行為調查中也發現 73.3% 的國高中生擁有自己的手機，因此，青少年擁有手機不但是必然之趨勢，孩童低齡化擁有手機的可能性也逐漸顯著。目前手機使用已經朝向網路及視訊整合方向發展，未來手機將成為個人整合之行動媒體，其影響力應為持續關注之焦點。

二、兒童、網路與部落格

網際網路在九〇年代之後成為全球各地日常生活中不可獲缺的新興媒介。根據線上網際網路世界統計資料顯示，截至 2009 年九月底為止，全世界上網人數超過 17 億人 (1,733,993,741)，其中亞洲地區之使用者為全球之冠。請參見圖 2.2。



Source: Internet World Stats - www.internetworldstats.com/stats.htm
Estimated Internet users are 1,733,993,741 for September 30, 2009
Copyright © 2009, Miniwatts Marketing Group

圖 2.2 世界區域網際網路使用者統計

手機與網際網路被視為過去 15 年來改變社會動態最重要的數位媒介 (Livingstone, 2005)。在 Flanagin and Metzger(2001)的研究中，顯示網際網路是一種多面向科技(multidimensional technology)，在某種程度上類似其他較為傳統的媒體：如對話的特徵扮演著個人化媒介科技的角色（如 e-mail），而資訊傳遞及資訊接受的特徵則類似以往的大眾媒體。網際網路除了具備部分傳統媒體之特性，結合了其互動性、無遠弗屆的內容、廣大的閱聽眾及全球性的傳播本質，無疑使得網路與以往之「舊」媒體有著明顯之區隔。網際網路中部落格對於青少年兒童的社交活動行為產生極大的改變。鄭國威（2007：23）指出，部落格也被認為是一種個人表達的方式，提供了一個「私人的，受保護的空間」，部落格的作者可以藉此與其他人溝通，同時保有控制權。部落格被用來做為作者想法和心情的敘述，讓個性與價值觀浮現於文字上，即使僅只是網路鏈結和文章評論，亦代表作

者將個人的喜好及在意的事情公開記錄於網路上。許多研究部落格學者認為，這種具個人私密性之虛擬社交空間，讓孩童可以逃離父母親之管制（Livingstone, 2005）。換言之，許多父母親往往不清楚孩子在網路上的社交圈有哪些人？其又與誰正在交往？Delaunay 之最新田野研究（in Livingstone, 2005）顯示，許多父母親也認為上孩子的部落格就像是偷看孩子的日記與侵犯其隱私權。但是青少年孩童又將其私密的記事張貼於網站上，顯現出其對於公私領域混沌之處。相關法國的部落格研究個案中，也發生高中生在校園中為老師拍照，並在部落格上自行添加搞笑的對話，供其他同學流覽而遭退學。無辜的學生卻表示在部落格的行為屬於個人行為，他們壓根也想不到老師家長會去訪問個人部落格，進而對他們提出異議。在本次調查中，將以質化研究更細部討論部落格之相關議題與國內兒童部落格之發展。

三、兒童與電動玩具與線上遊戲

Sherry 2001 年的研究指出線上遊戲具有緊密的人際互動、擬真實的遊戲背景與規則和高度涉入性及虛擬世界的多元幻想，因此線上遊戲對青少年兒童身心發展具有極重要的影響力。國內相關研究也一再證實，青少年兒童對於媒體使用行為之目的主要為休閒娛樂性質，其中孩童們最喜愛的活動便是電玩。而網際網路的線上遊戲更常常讓青少年兒童成為茶不思飯不想的迷「網」少年。線上遊戲與電動玩具是當今孩童不可避免的休閒娛樂媒介，而線上遊戲也非家長所擔憂全然帶有負面的媒介效果。也有諸多研究進一步針對線上遊戲作內容分析、學習行為與認知行為的觀察。Salin and Zimmermany（2003）的研究，強調電動玩具與線上遊戲之本質在於遊玩，因此他們認為玩的過程與玩的遊戲內容應該分開來看。因為在玩的過程孩童其實可以學習解決問題的策略與能力。（Gee, 2003, 2005; Shaffer et al., 2004）電玩與線上遊戲也可作為一種學習系統，端看使用者如何應用。威斯康辛大學教授 David Shaffer 及 Kelly Beckett 便研發一種知識的遊戲（epistemic game）發展一套結合學習性質的系統性遊戲可以刺激孩童對都市規劃活動之連結。也有學者探討線上遊戲成癮的指標來理解青少年兒童對於媒體使用如何影響情緒與健康。另外 Bransfor 等學者在 2000 年的研究中，透過電玩去觀察孩童認知行為包括行動與目的間的學習過程與模擬經驗的認知。例如以電動玩具學習婚禮的社會儀式與意義。參與的玩家可以在其中重新組合相關元素去建構孩童想像的世界。由上可知，電玩與線上遊戲之正面學習功能尚待探索與析釐。

第三章 研究方法

本研究除了問卷調查外，並以手機和網路兩種新媒體的特質切入，進行四個個案的田野調查，試圖探討兒童新興媒體與傳統大眾媒體之使用，並由社會調查與文化研究的取徑希冀能對於兒童媒體使用行為的現況能有更深一層之理解。

本調查案的問卷架構，主要是以參考ofcom為主，並輔以國內相關研究，形成問卷架構，問卷設計以兒童媒體使用情況、及其對媒體重要性與依賴度而草擬，問題力求簡單不複雜，所以其中問卷題目多以單選與複選為主，僅有少數題目以滿意度的方式詢問其態度，問卷設計仍以普遍瞭解兒童使用媒體的概況為主，及相關趨勢是否有所增長。

本章主要分節說明問卷抽樣之程序、抽樣誤差、資料處理及運用SPSS統計軟體主要分析方法之說明。

第一節 問卷抽樣程序

本次全國兒童媒體使用行為調查，依據教育部統計處97學年度「台澎金馬地區公立國民小學」之清冊為母體。²茲將離島部分予以刪除，在刪除外島包括澎湖、金門、連江縣後，台灣本島國民小學數目為2587所。本次調查係採用分層抽樣進行抽樣。首先，計算出各縣市之國小校數比例後，再依照22縣市國小校數比例，抽出相對應之國小學校數目，最後共抽出72所小學，然後依照亂數分配，由各學校隨機抽出三至六年級之班級共72班。於2009年6月15日至7月1日間，針對國小三四五六年級學童進行問卷調查。每班發放問卷數乃依照班級實際人數發放15-30份問卷。總計本次調查共發出1879份問卷，回收1699份，回收率達90.4%，有效問卷份數共計1699份。此抽樣在95%之信賴水準下，抽樣誤差不超過正負2.43百分點。相關抽樣之國小學校請參見附錄一。本研究共抽取1699個有效樣本，在95%的信心水準下，最大抽樣誤差不超過正負百分之三(2.43%)。

第二節 資料處理

回收之紙本問卷資料首先以按照行政區域分類，並在每一份問卷上逐一編注

²台灣地區公立國小共有 2,654 所，學童人數達將近一百七十萬人 (1,677,303)。其中，男童數共有 875,034 人，女童數則為 802,269 人，男童與女童之比例為 1.09 : 1。

流水號。確定回收份數 1699 份後，先按照標準統一之「編碼簿」，逐一將問卷以人工方式編碼於問卷上，再將資料輸入於 SPSS 統計軟體系統。若遇其他填寫之填充題，以紀錄表紀錄之。全數輸入完成之後由人工以統計軟體 SPSS 輔助檢核邏輯矛盾處，若發現矛盾處則調閱原始問卷加以比對修改，以確保資料輸入之正確性。

第三節 分析方法

本次調查由於對象為國小學童，在題目設定題意上，均著重簡明及方便作答。資料分析方式，主要以敘述統計、交叉分析及卡方檢定、Pearson r 相關及單因子變異數分析 ANOVA 及 t 檢定為主。其分析方法說明如下：

一、敘述統計(Descriptive Statistics)

以次數分配及百分比分布，描述兒童媒體使用之行爲、時間、及重要性及受訪孩童之樣本基本資料。

二、列聯表分析(Contingency Tables)

分析受訪孩童與媒體使用行爲之獨立性，並進一步探討性別、年級、區域、父親職業與父母中介等交叉分析。

三、相關分析(Correlation Analysis)

瞭解兒童網路媒體使用時間與其他媒體使用時間之相關性，以瞭解兒童在媒體使用者對於其他媒體時間之替代或互補情形。

四、t 檢定及變異數分析(t-test & Analysis of Variance, ANOVA)

進行推論統計並檢定不同年級、區域、性別、父親職業在媒體使用之時間上是否有差異。

第四章 資料分析

本章主要為調查結果之資料分析，一共分為六小節依序說明。第一節首先就樣本基本資料分佈說明，其次在第二節中，將逐題說明媒體使用行為之描述分析；第三節為媒體使用時間分析及總覽。第四節為兒童媒體使用行為及目的總覽。第五節為以父母介入、年級、性別、地區進行交叉分析，以瞭解孩童媒體使用行為在使用時間、媒體使用之行為與使用媒體之目的上之關係及卡方檢定；第六節則以 ANOVA 單因子變異數分析及 t 顯著性檢定以及 Pearson r 相關分析 (Correlation Analysis) 檢定媒體使用行為與時間上的差異與相關性。

第一節 樣本基本資料分佈說明

一、受訪人數、性別與年級與區域分佈狀態

本節首先針對樣本基本資料進行描述性說明，本次接受 2009 全國兒童媒體使用行為調查的受訪兒童人數共計 1699 人，其中男童人數略多女童，計 860 人 (51.47%)，女童 811 人 (48.53%)。受訪學童中，中年級三、四年級學童佔 41.02%，高年級五、六年級學生，佔總體完成調查資料近六成 (58.98%)。相關詳細資訊請見下圖 4.1、圖 4.2。

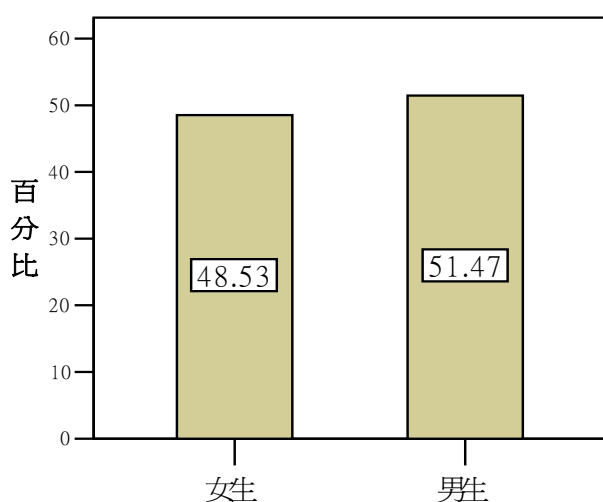


圖 4.1 受訪者性別百分比

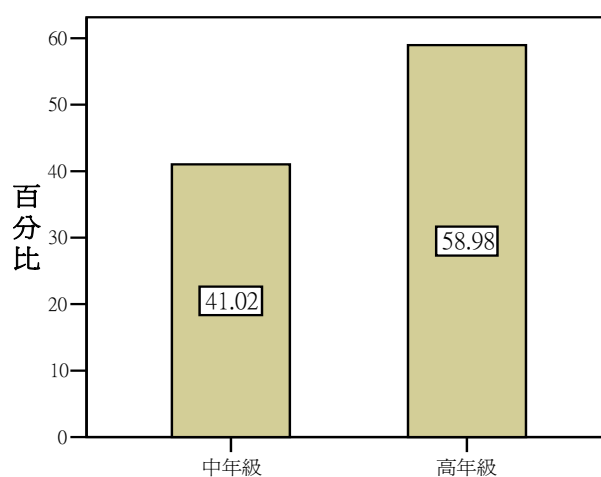


圖 4.2 受訪者國小就讀年級

在本次受訪者中，北部地區學童佔 33.6%，中部地區 24.7%，南部地區則佔

33.1%，東部地區為 8.5%，符合母群體的分配比例。請參見圖 4.3。

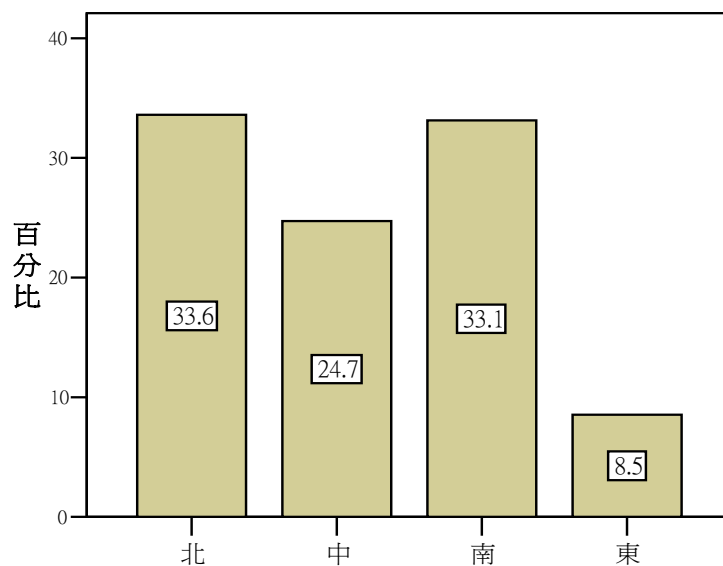


圖 4.3 受訪者區域分布

二、父母親職業

在本次調查中，學童父親之職業以技術工及有關工作比例最高佔 24.2%，比例最少者為技術員與助理專業人員佔 1.1%。詳細之父親職業類別百分比請參見下圖 4.4。

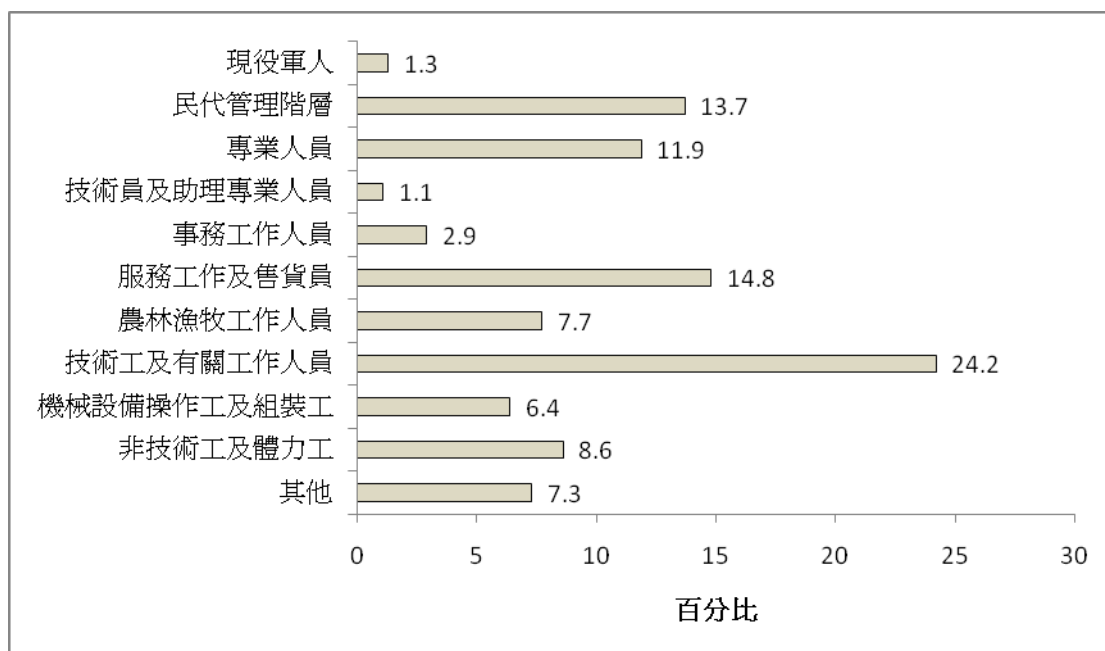


圖 4.4 父親職業

而母親的職業部分，以家管比例最高，佔 22.4%，服務與銷售員居次佔 21.4

%，軍人則僅佔 0.1%。詳細之母親職業類別百分比請參見下圖 4.5。

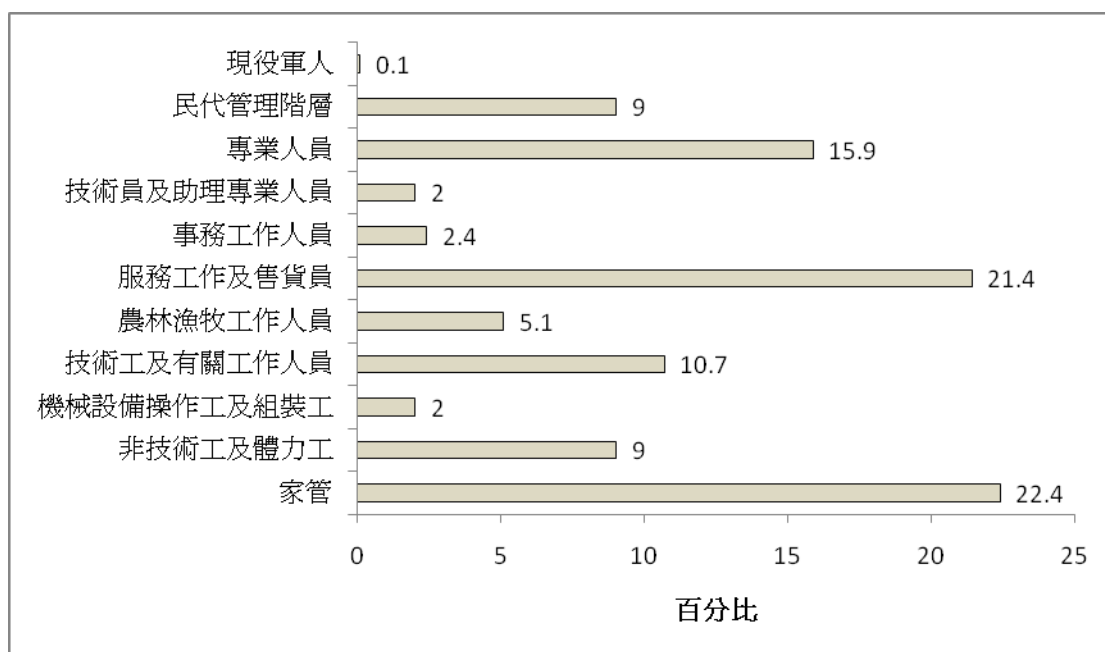


圖 4.5 母親職業

第二節 媒體使用行為描述性分析

一、手機

台灣有將近三成（29%）的兒童是擁有手機，請見圖 4.6。

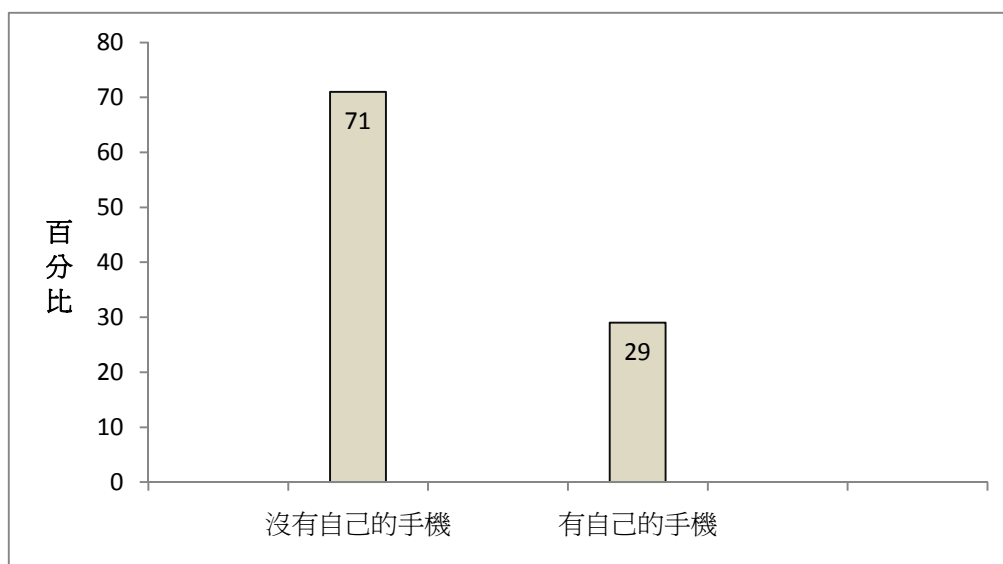


圖 4.6 是否擁有自己的手機

而在本次調查中未滿十歲就擁有第一支手機的兒童，佔擁有手機者 29.3%。此

結果顯示，父母親於子女進入國小中年級以前便給予手機使用比率高達近三成，而十歲時又有近 24%的兒童開始擁有自己的手機。易言之，十歲以前就有過半的兒童（53.1%）擁有第一支手機，而 11 歲擁有手機者是二成。請見圖 4.7。

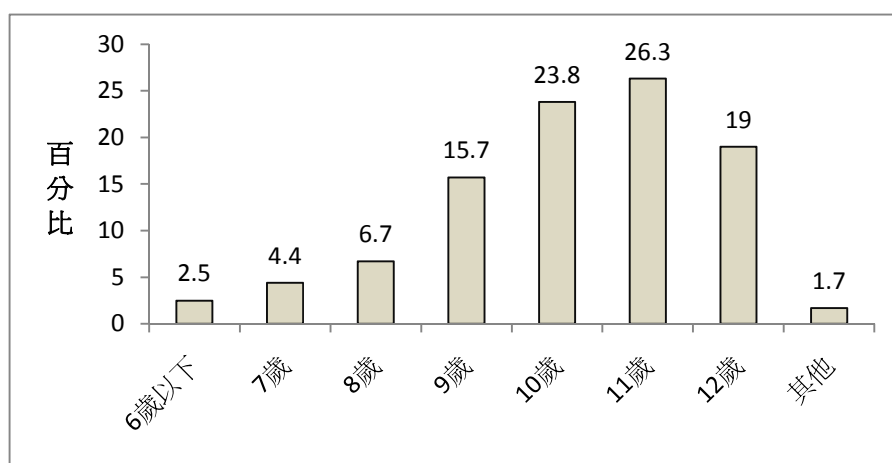


圖 4.7 幾歲擁有自己的手機

最常講行動電話的對象：調查發現兒童打手機最常是打給家人（61.3%），其次為同學朋友（30.3%），再次之才是其他對象（8.4%）。請參見圖 4.8。

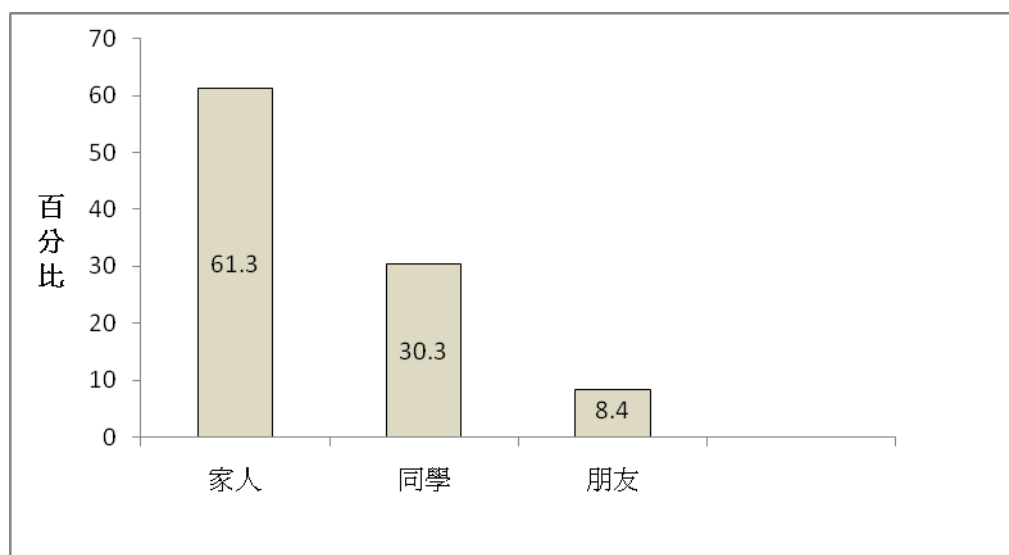


圖 4.8 最常講手機的對象

每週發簡訊則數：有大約一半的兒童（50.2%）表示並不會使用手機發簡訊。每週發一到三則簡訊則佔將近四成左右(37.9%)，近一成（9.3%）的兒童則是每週發

4 到 6 則簡訊，每週發約 7 到 13 則簡訊的佔 2.7%。請參見圖 4.9。

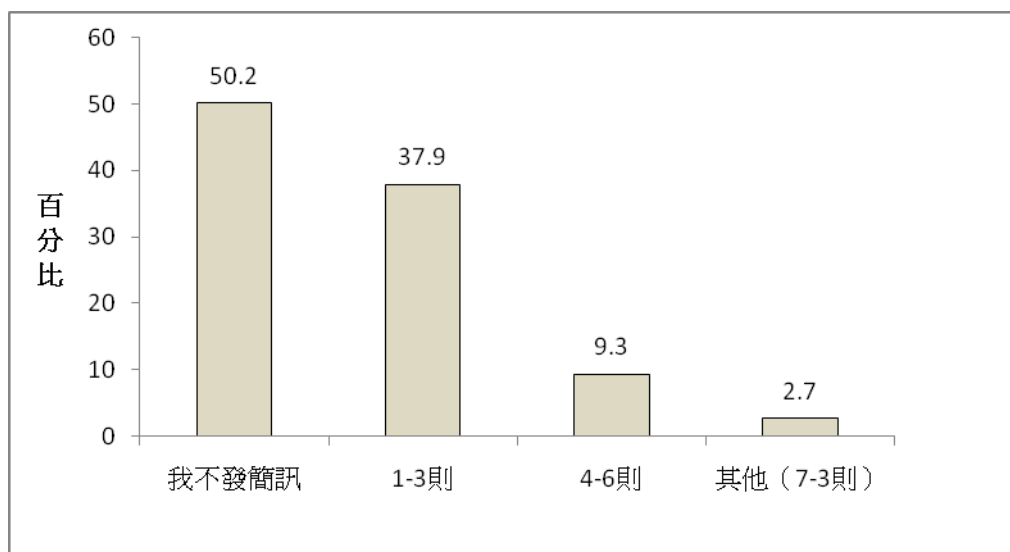


圖 4.9 每週發簡訊則數

每個月的手機花費：由常理推估，兒童手機費用大多由父母付費而非自己付費，因此，將近四成擁有手機的小朋友並不知道自己每個月的行動電話花費。知道自己手機費用的學童中有 20.5%的兒童每月手機費用介於 200-399 元比例最高。超過一成五(16.2%)的兒童每月手機費用為 1-99 元之間；而每月手機通話費用花費 100-199 元者，則佔 15.8%。大約有 4.9%的學童每個月手機費超出 400 元到 900 元之間。請見圖 4.10。

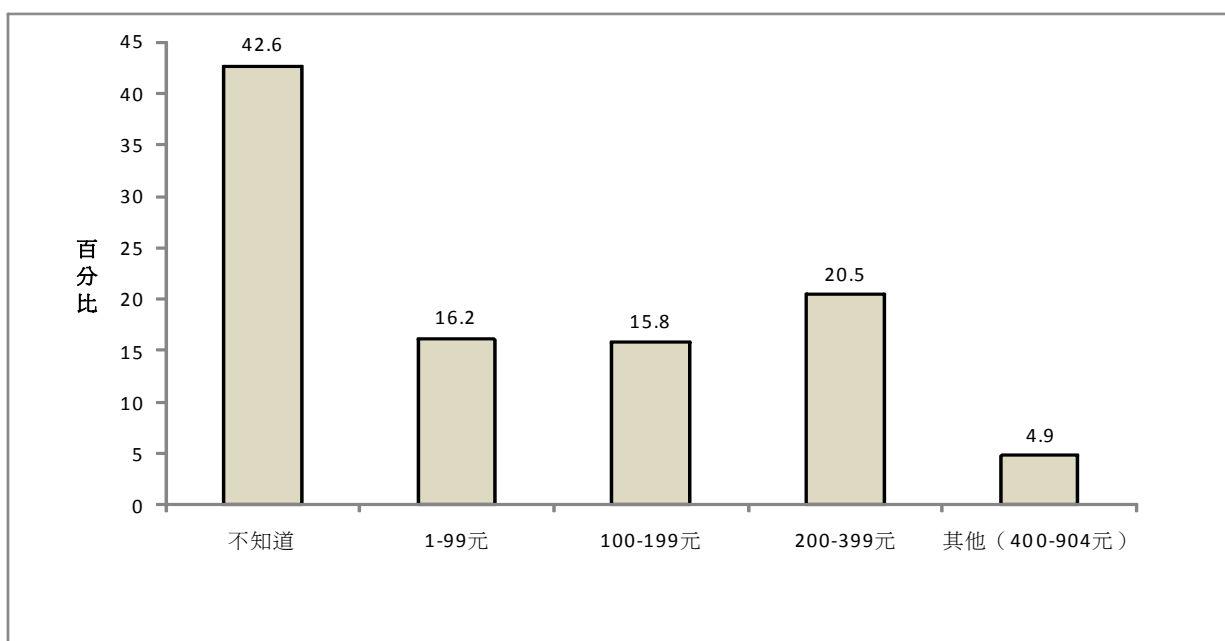


圖 4.10 每月手機花費金額

二、上網行爲

在本年度的兒童媒體使用行爲調查結果中發現，家庭內擁有電腦的兒童，達 95.3%，此一結果顯示，目前國內學童家庭內呈現漸趨「家家有電腦」的現象。對於擁有電腦之受訪兒童，在本次調查中更進一步詢問以下相關題目。

(一) **家中電腦台數**：家中擁有一台電腦者佔五成（51.2%），兩台電腦者佔 25.7%，擁有三台電腦者則佔 10.3%。整體而言，家中擁有兩台以上電腦者則佔 43.9%。請參見圖 4.11。

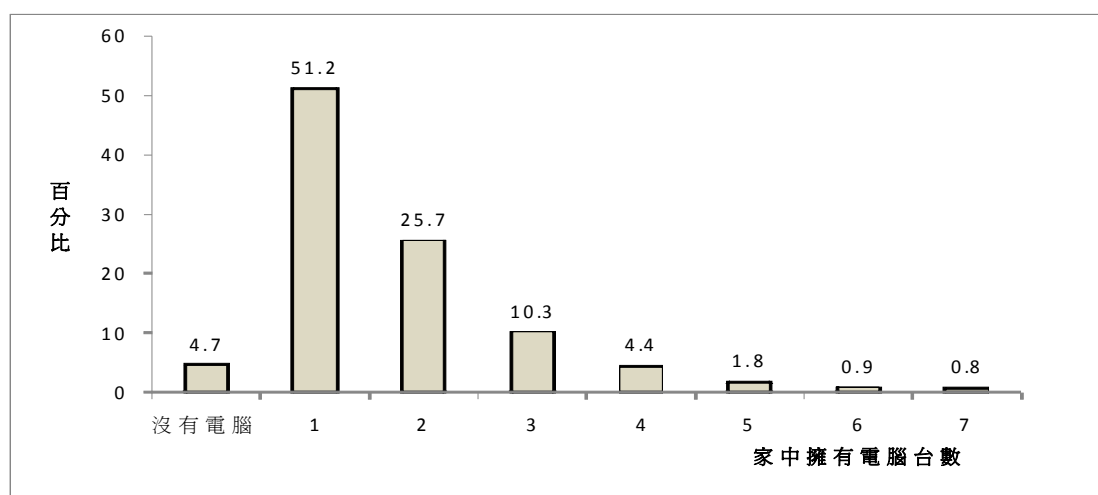


圖 4.11 家中電腦台數

(二) **家中電腦是否可以上網**：本次調查發現，學童家中電腦可以上網的情況目前亦是相當普及，高達 84.4%的學童家長是可以上網的，請參見圖 4.12。

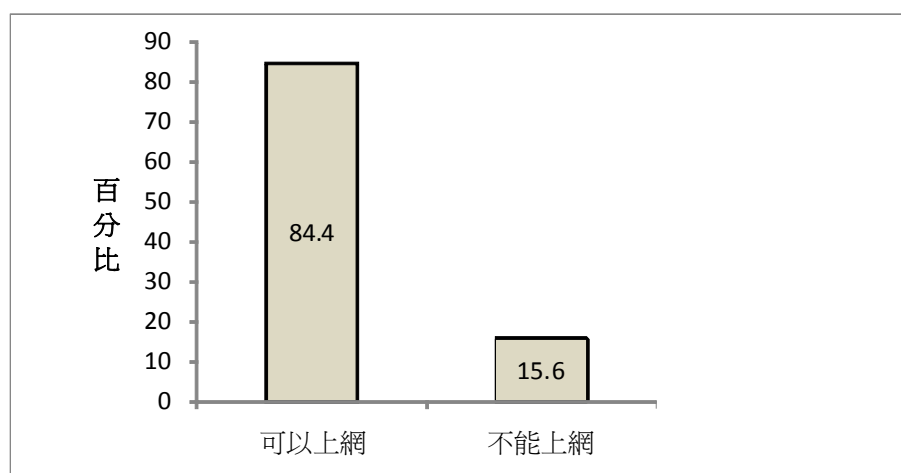


圖 4.12 家中是否可以上網

(三) **開始上網年齡**：本次調查發現兒童開始上網之年齡，比例最高的是自七歲開始上網，佔 23.2%，並集中在八歲到十歲之間，十歲以前就上網的學童達

88.1%，而到十一、二歲才開始上網之比例則較低，分別為 6.8%與 2.8%。顯示兒童上網年齡日趨早化，可能與學校的資訊課程年級下移有關。請見圖 4.13。

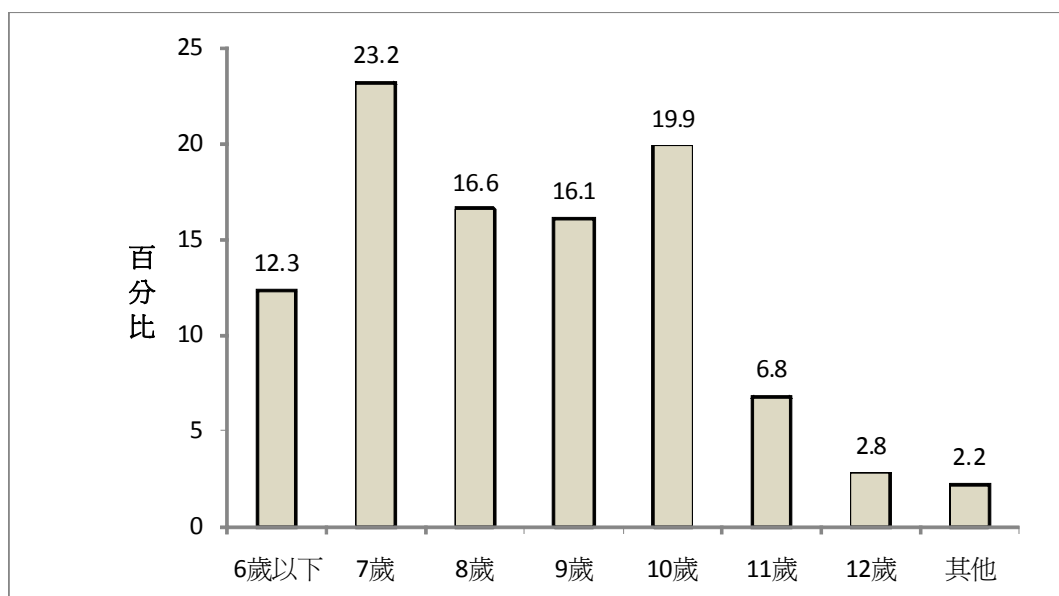


圖 4.13 幾歲開始上網

(四) 家人是否陪同上網：受訪者表示上網時經常有家人陪同佔 10.4%，而家人幾乎沒有或偶爾有的比例佔近九成。此結果顯示，多數兒童上網時，大多是無家人陪同的。請見圖 4.14。

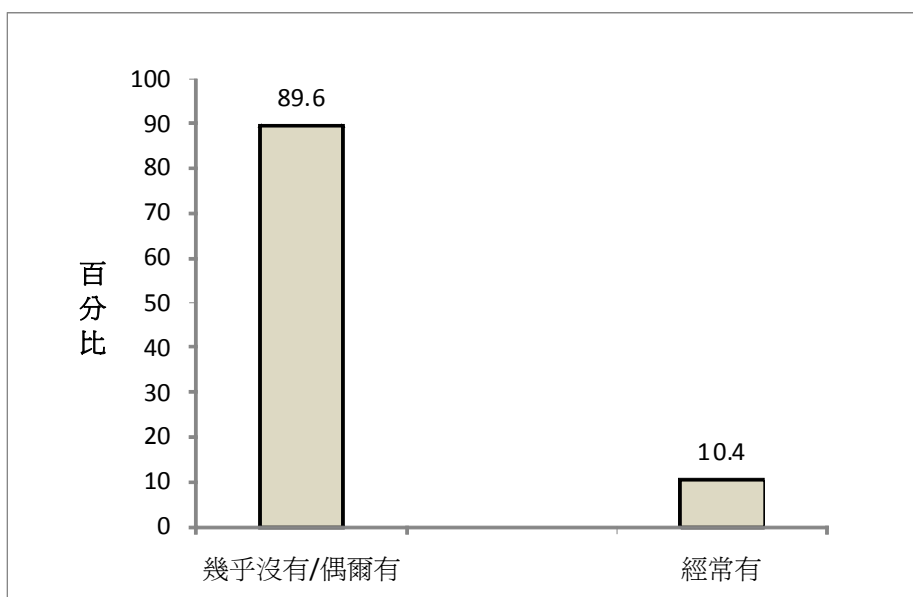


圖 4.14 家人陪同上網

(五) 最常上網的地點：家裡是兒童最常上網的地點（76.5%）。其次為學校（12.3%）。其他地方比例則偏低。請見圖 4.15。

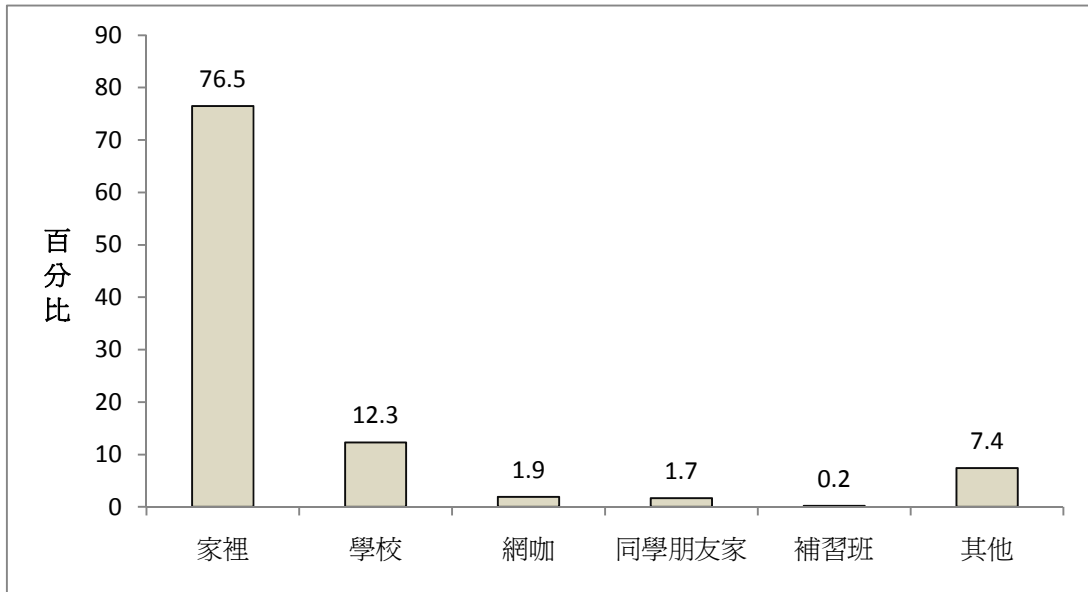


圖 4.15 最常上網的地點

三、部落格與交網友

本次調查發現目前四成一（41%）的兒童擁有自己的部落格。調查發現有將近七成三（73.3%）的兒童沒有在網路上進行交友，有 20.7%的兒童表示曾在網路上交朋友，但不曾與網友外出或通電話。3.4%的受訪者則表示其曾經與網友通電話。值得關切的是有 1.3%的兒童則反應其曾經與網友外出，另有 1.3%的兒童曾與網友講電話並外出。請見圖 4.16

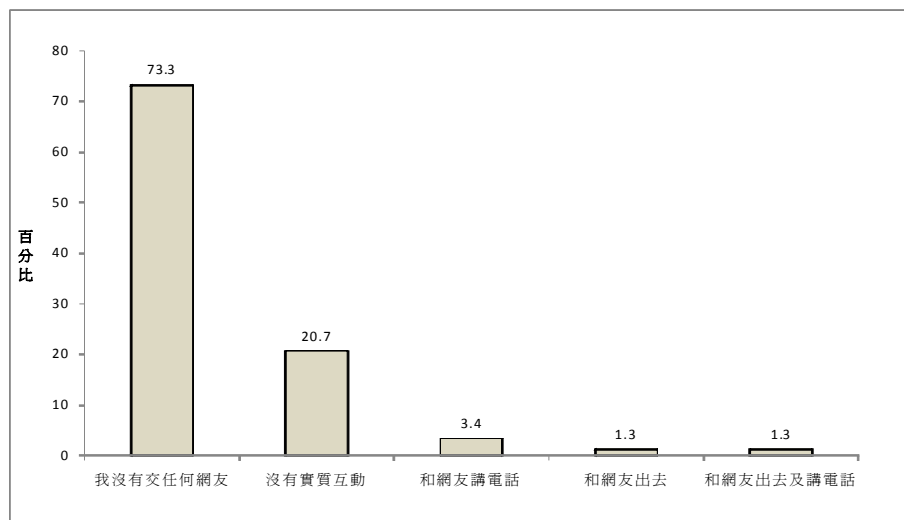


圖 4.16 是否網路交友

兒童表達對於與網友外出的感知，有 74.7% 的受訪者認為會有危險或感到害怕。而覺得平常或喜歡與網友外出，佔 9.5%。請見圖 4.17。

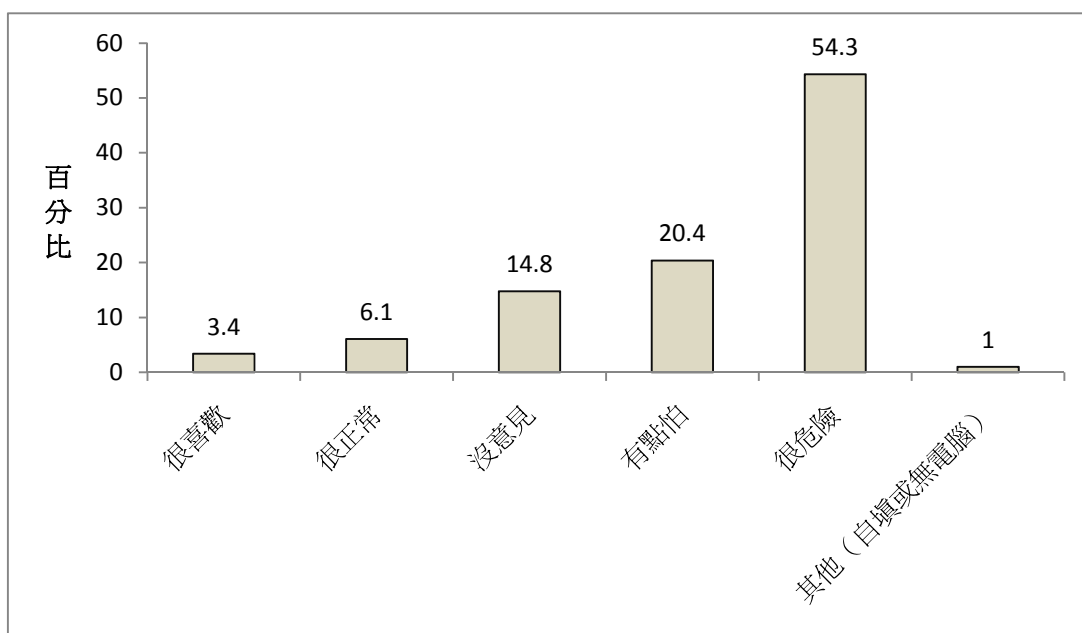


圖4.17 對於與網友外出的態度

四、電視與電動

(一) **電視收視行爲**：在本次調查中發現，國小學童家中擁有有線電視者，佔76.6%。沒有有線電視者佔23.4%。請參見圖4.18。本次調查家中訂有線電視的比例偏低（如2008年國家通訊傳播委員會的調查為83.4%）。

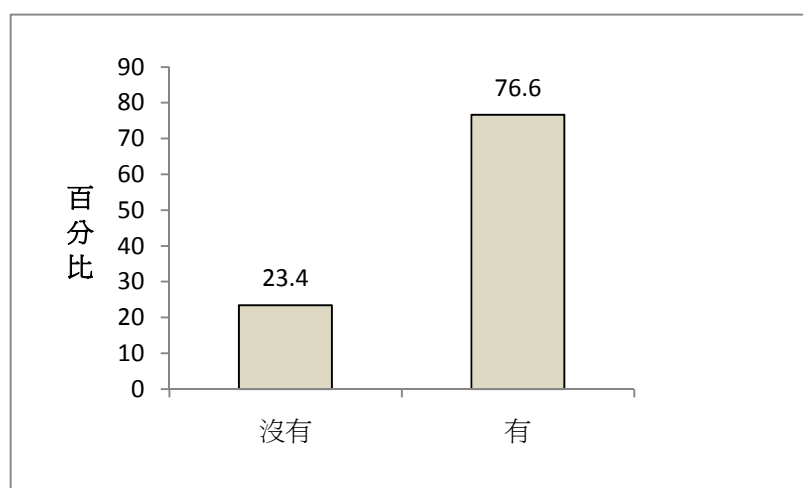


圖4.18 家中是否有有線電視

(二) **收看電視的地點**：國小學童近八成（80.1%），在家中客廳看電視。也

有14.5%小朋友在自己的房間看電視。請見圖4.19。

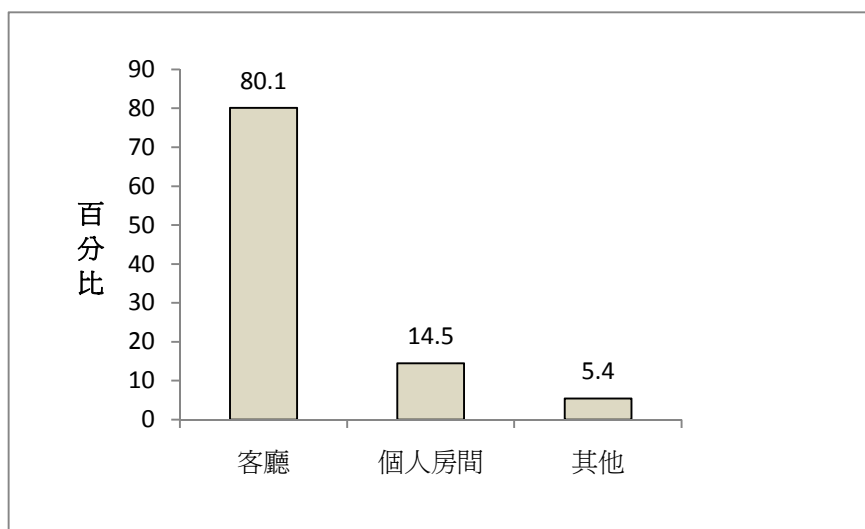


圖4.19 收看電視的地點

(三) 共同收看電視的對象：國小學童看電視佔六成多與家人看電視，其中與父母者佔22.9%，與兄弟姊妹者佔39.8%，另外許多小朋友填寫其它欄時表明是與爸媽兄弟姊妹一起看電視，因此與家人看電視比例應該超過六成，而家人陪伴自己看電視者，僅佔22.9%。請見圖4.20。

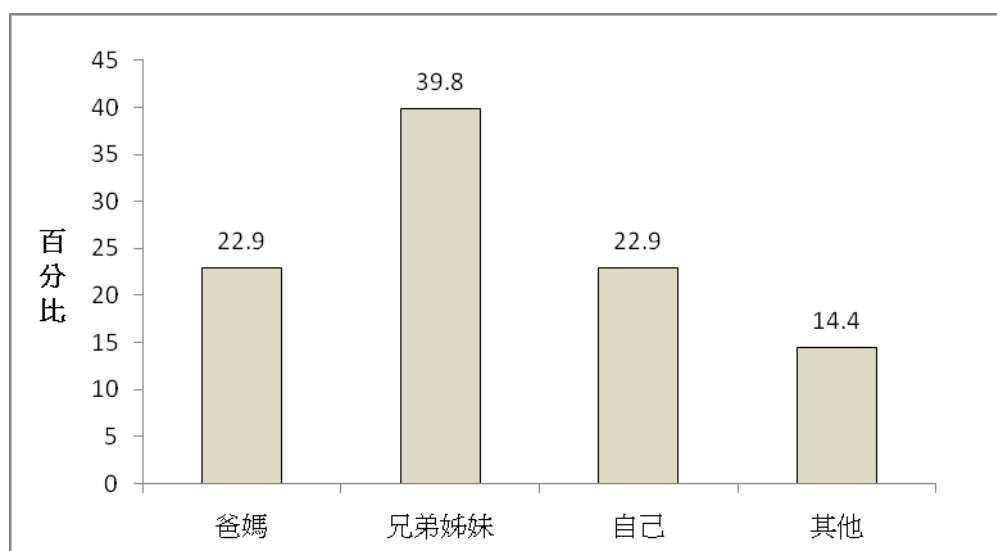


圖4.20 一起收看電視的對象

(四) 是否收看公共電視節目頻道：經常看公共電視者佔20.9%，偶爾看則有39.8%，很少看者佔19.9%，幾乎沒有看為9%。沒看過公視節目者，佔10.4%，請參見

圖4.21。

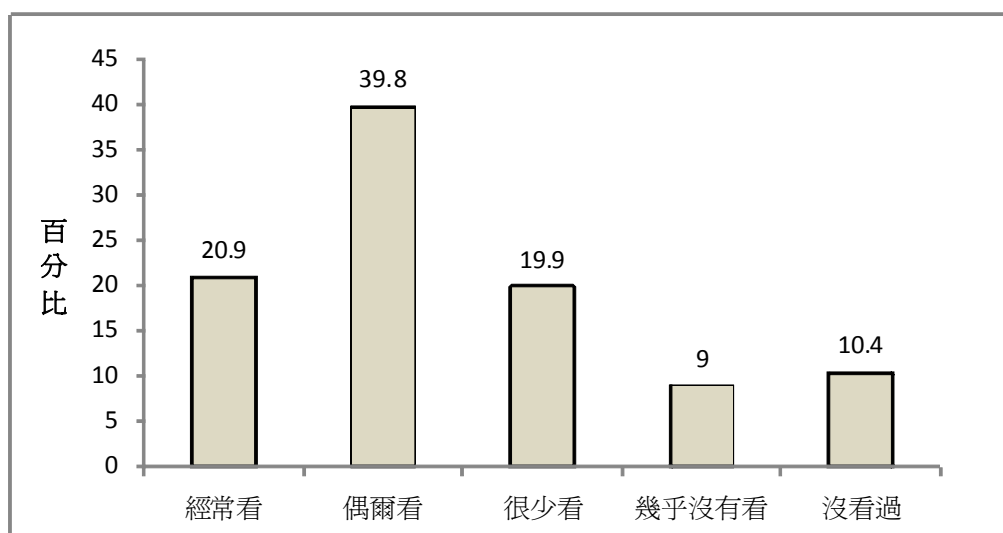


圖4.21 兒童是否收看公共電視

(五) 本次調查詢問用何種設備打電玩：以電腦來打電玩者佔六成一，比例最高。其次為以電視玩電動遊戲者，佔7.8%。再次之則是掌上遊樂器者，佔6.5%。以手機打電動者，則佔4.7%。請見圖4.22。

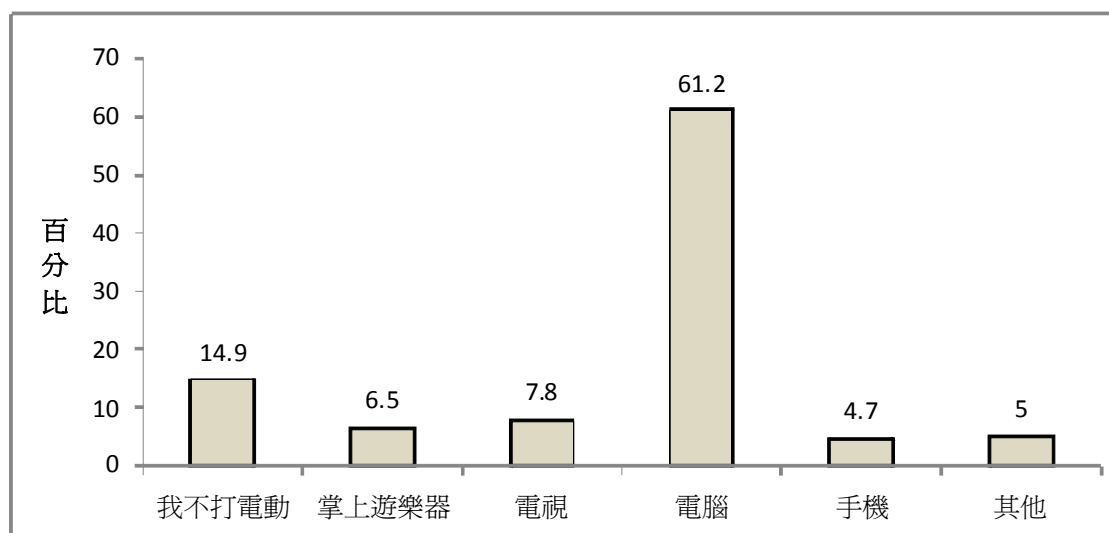


圖 4.22 最常使用何種設備打電玩？

第三節 媒體使用時間之分析

一、手機使用時間

每天花多少時間講手機？有手機的兒童，每天打行動電話所花的總時間，比例最高的是 10 分鐘內，佔 85.6%。請參見圖 4.23。

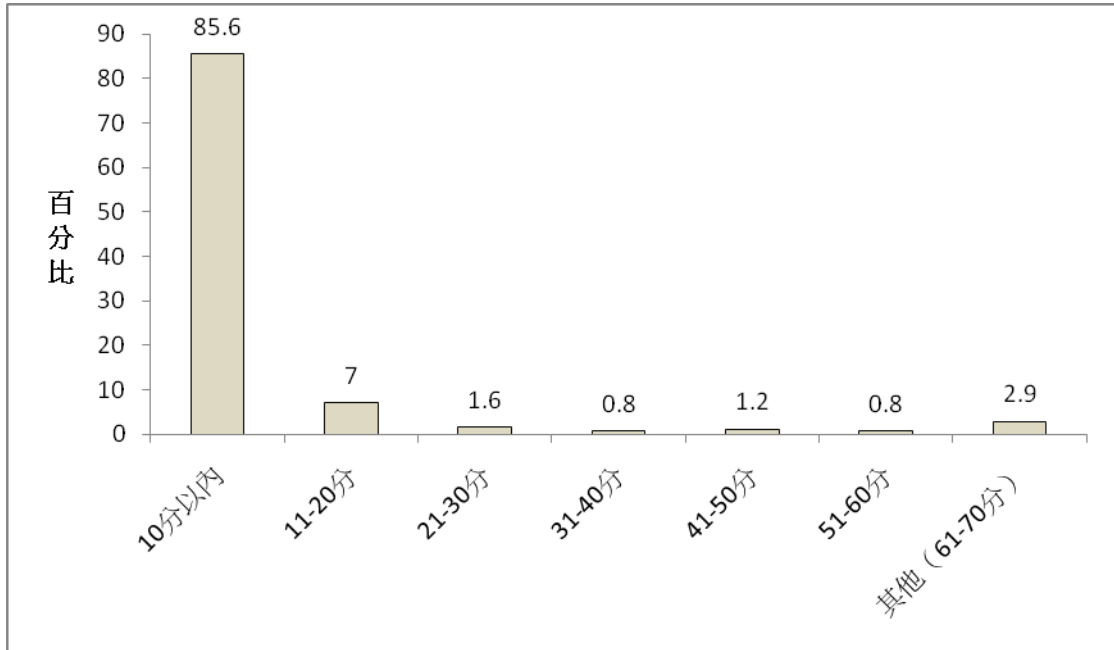


圖 4.23 每天花多少時間講手機

二、週間與週末上網使用時間

學童在週間花多少時間上網？週間有 27.7% 的學童每天上網時數在 30 分鐘內。亦有接近兩成（19.1%）的兒童週間上網時數在超過兩個小時以上。近三成（28.6%）的學童並沒有在週一到週五上學日其間上網。詳見圖 4.24。

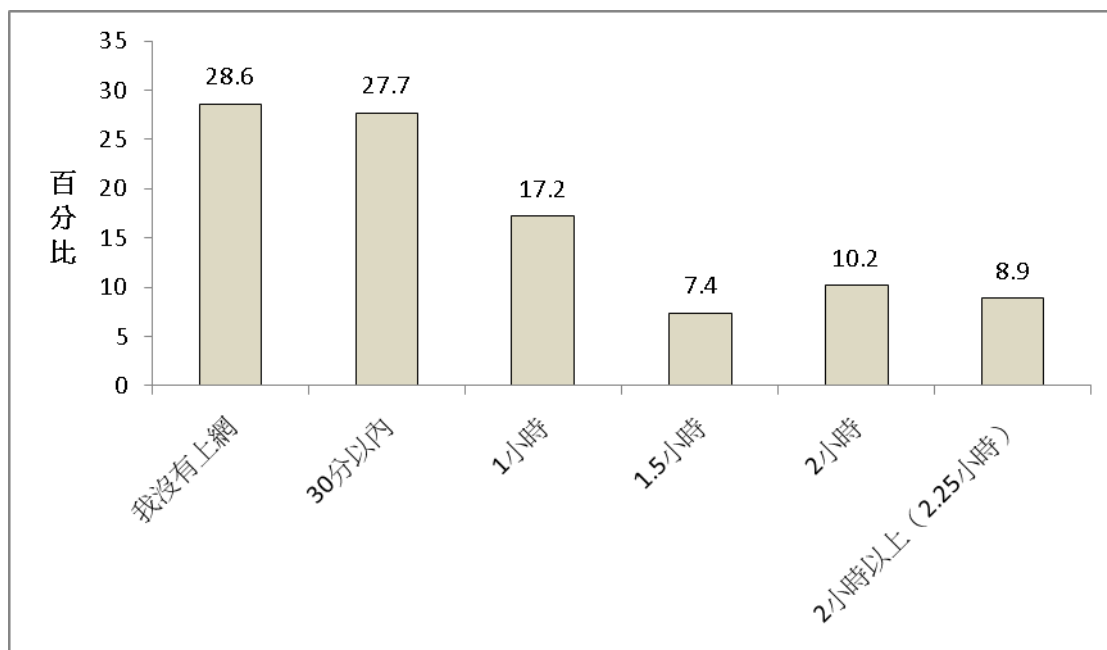


圖 4.24 週間上網時間

週末（週六、週日）學童花多少時間上網？雖然週末假日期間兒童上網比例大幅提高，但仍有 19.2% 的兒童表示週末是不會花時間上網的。而將近四成(38.8%)的兒童週末的上網時數達兩個小時以上。本題調查結果發現，學童於週末時間上網，高出平日週間的上網時數。請見圖 4.25。

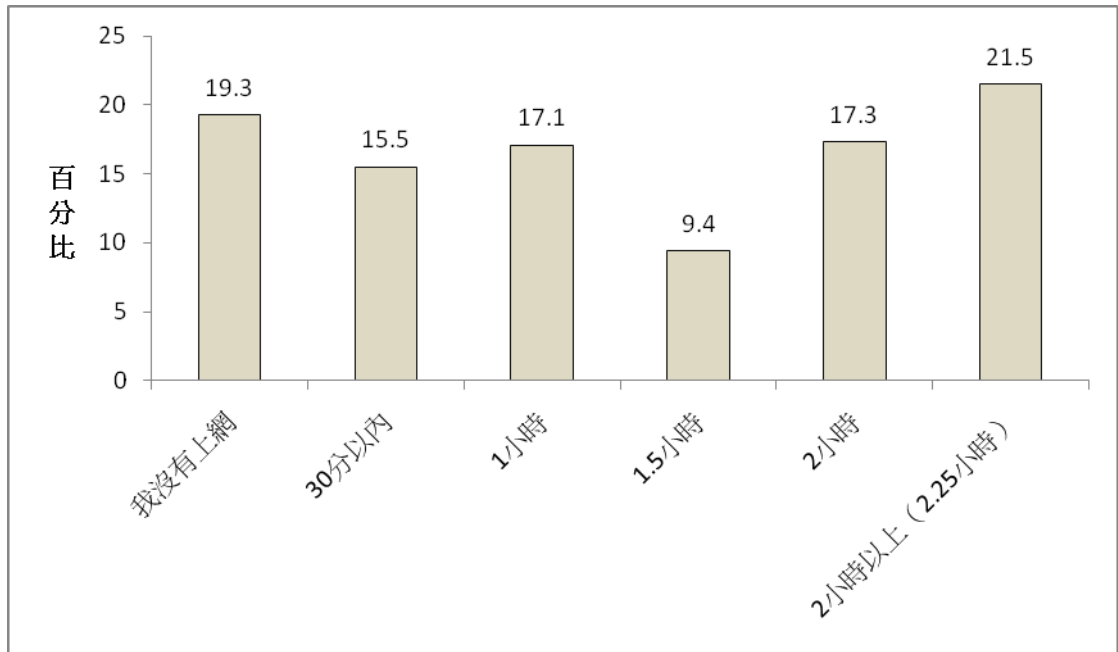


圖 4.25 週末上網時間

若將學童之性別與週末是否上網，由交叉表之百分比分佈來看，女童在星期六、日中，以不上網者為最多數，佔 21.1%，其次是 1 小時者，佔 19.7%，接著是 30 分以內者，佔 18.7%，至於其他上網時間也佔 15% 左右；而男童則以 2 小時以上者為最多數，佔 30.0%，其次是 2 小時者，佔 18.1%，接著是不上網者，佔 17.0%，至於 30 分以內者和 1 小時者也分別佔 12.7% 及 14.6%。請參見表 4.1。

表4.1 週末上網時間交叉分析

		週末上網時間					Total	
		我沒有上網	30分以內	1小時	1.5小時	2小時以上		
	女生內的 n=	170	150	158	90	136	100	804
	%	21.1%	18.7%	19.7%	11.2%	16.9%	12.4%	100.0%
	男生內的 n=	143	107	123	64	152	252	841
	%	17.0%	12.7%	14.6%	7.6%	18.1%	30.0%	100.0%
Total	性別 n=	313	257	281	154	288	352	1,645
	%	19.0%	15.6%	17.1%	9.4%	17.5%	21.4%	100.0%

三、週間與週末看電視使用時間

有關國小學童週間看電視時間，有大約 8.6% 的小朋友是不看電視的。平常日收看電視 30 分鐘內者，佔 22.2%。1 小時者，佔 20.4%，1.5 小時者，佔 12.7%，而 2 小時者為 22.5%，2.25 小時以上者為 13.58%。請見圖 4.26。

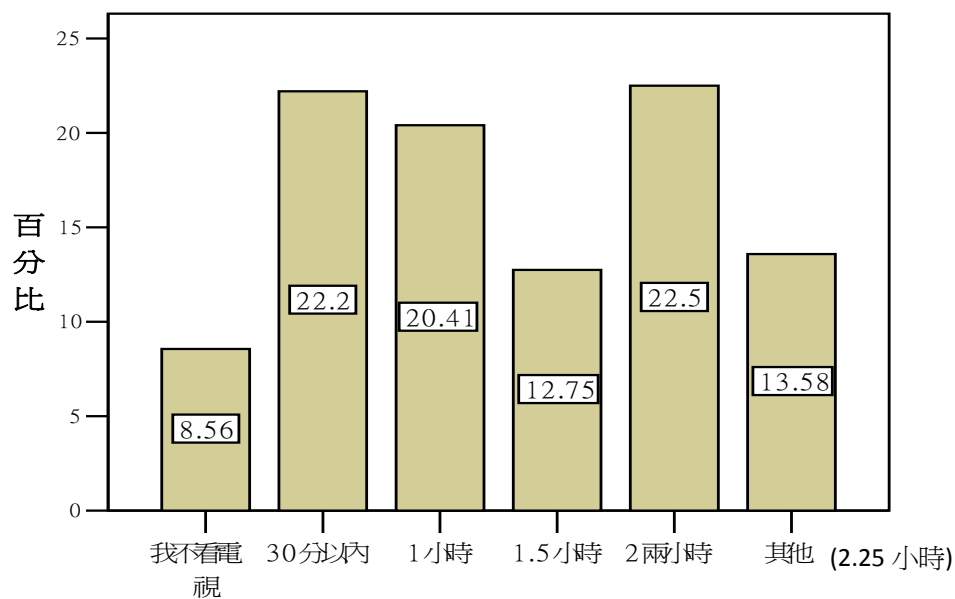


圖4.26 週間收看電視時間

從百分比分佈來看，各地區學生星期一到星期五看電視時間有差別。北部地區和中部地區的學生看電視時間以 1 小時居多，其比例分別為 21.5% 和 22.5%；南部地區的學生則以 30 分鐘以內居多，佔 24.5%；東部地區的學生則以 2 小時居多，佔 23.2%。請見表 4.2。

表4.2 週間看電視時間交叉分析

		星期一五看電視時間						Total
		我不看電視	30分以內	1小時	1.5小時	2小時	2小時以上	
區域	個數	46	120	121	66	118	92	563
	北部內的%	8.2%	21.3%	21.5%	11.7%	21.0%	16.3%	100.0%
	個數	32	91	93	49	92	57	414
	中部內的%	7.7%	22.0%	22.5%	11.8%	22.2%	13.8%	100.0%
	個數	46	135	98	75	133	65	552
	南部內的%	8.3%	24.5%	17.8%	13.6%	24.1%	11.8%	100.0%
	個數	19	25	29	23	33	13	142
	東部內的%	13.4%	17.6%	20.4%	16.2%	23.2%	9.2%	100.0%
Total	個數	143	371	341	213	376	227	1,671
	區域內的%	8.6%	22.2%	20.4%	12.7%	22.5%	13.6%	100.0%

週末時間，國小學童看電視的時間，2小時以內總共佔72.5%。其中，30分鐘者，佔12.2%，1小時者，佔14.3%，1.5小時者，佔13%，2小時者佔33%。但是其他2小時以上者，佔23.8%，請參見圖4.27。

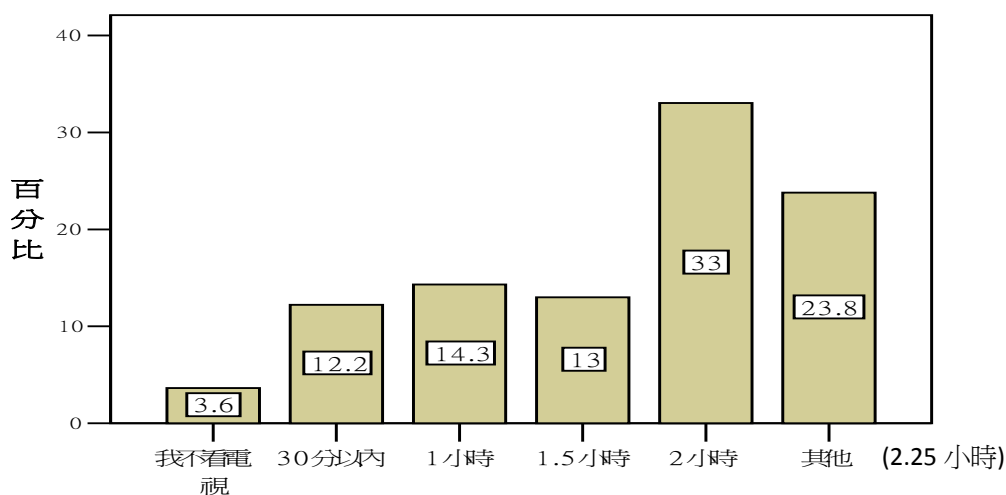


圖4.27 週末收看電視時間

四、週間與週末打電動使用時間

週間國小學童打電動花費之時間：本次調查結果發現兒童有打電動者佔有七成。時間在30分鐘內者，佔24.7%，1小時者，佔13.7%，1.5小時7.9%，2小時者，佔12.1%，其他則佔10.6%。請見圖4.28。

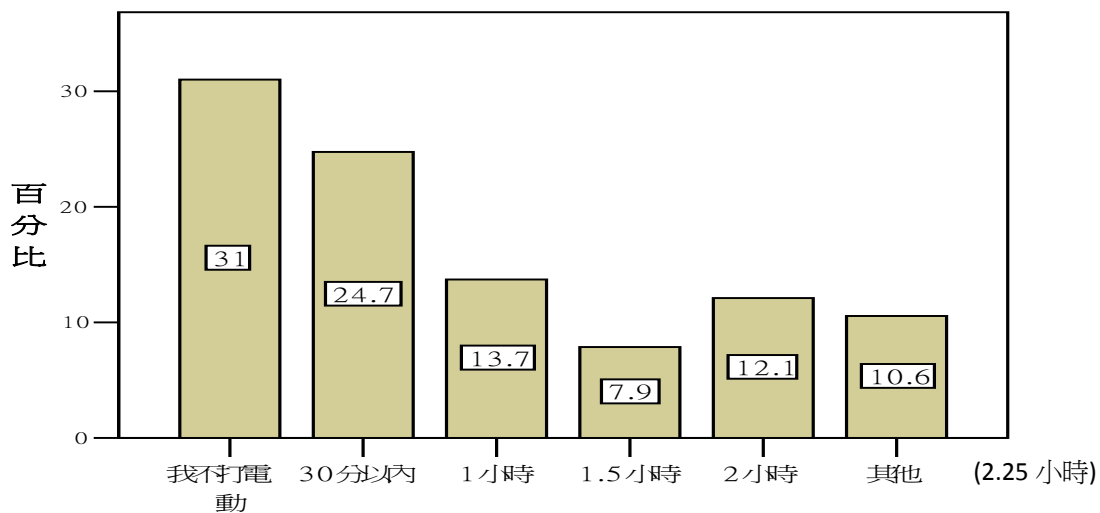


圖4.28 週間打電動時間

週末國小學童（星期六和星期天）花費在打電動的時間：週末不打電動者佔17.83%；30分以內佔18.54%；1小時者佔16.29%；1.5小時者佔8.41%；2小時者佔19.73%。兩小時以上或其他者佔19.19%。假日打電動時間明顯增加。請見圖4.29。

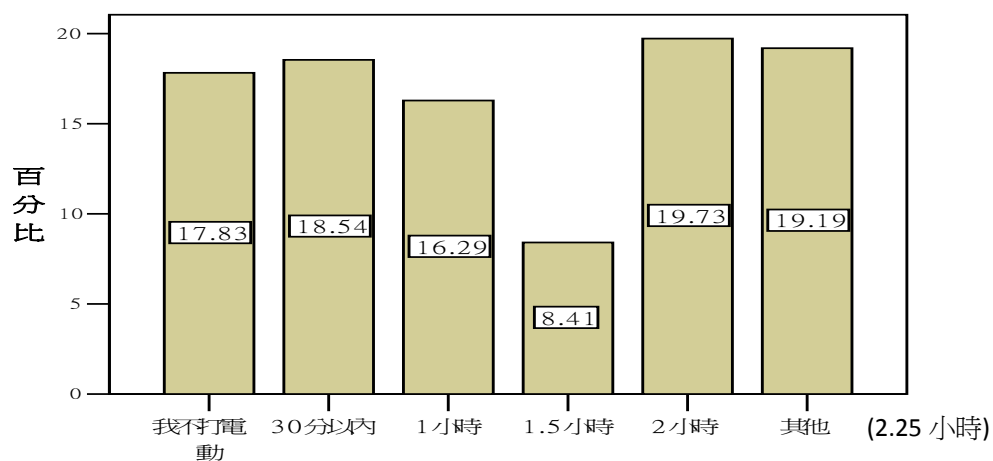


圖 4.29 週末打電動時間

五、一星期閱讀報章雜誌與看漫畫時間

(一) 讀報

國小學童有大約五成七，有讀報紙習慣，但是一星期讀報紙時間不到 30 分者，佔 32%，30 分-60 分以內者，佔 23.2%。請見圖 4.30。

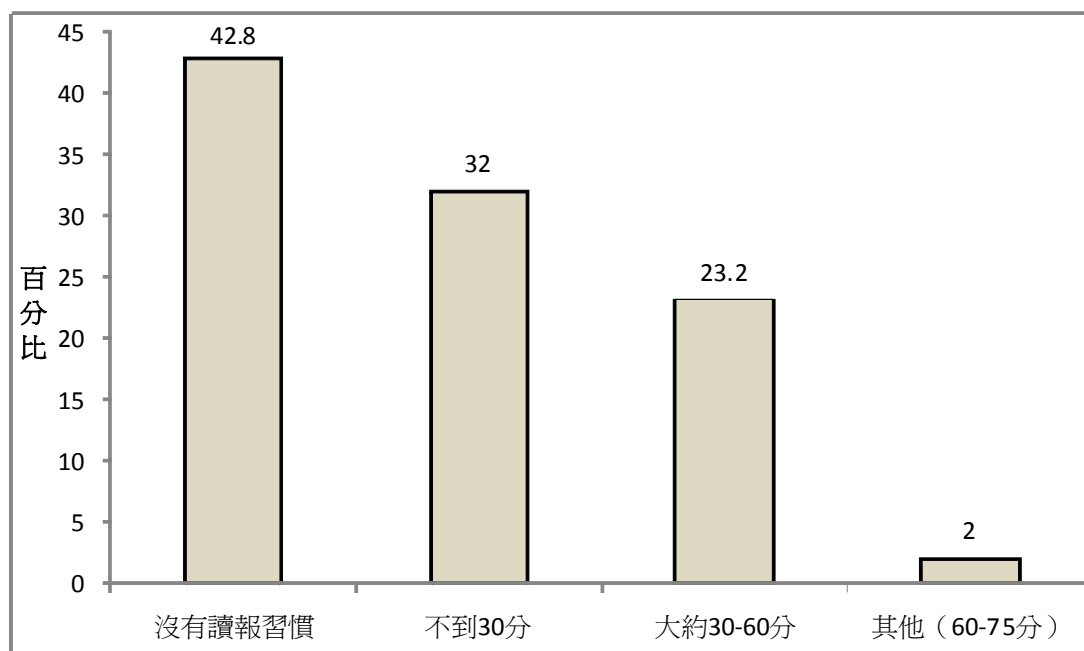


圖 4.30 一星期看報紙時間

如將性別與閱讀報紙的時間之交叉表百分比分佈來看，男女生大部分沒有讀報的習慣，其中男生不讀報的比例 48.6% 高於女生(36.5%)。在讀報時間方面，男、女生讀報時間大部分不到 30 分鐘，其次是大約 30-60 分鐘。請參見表 4.3。

表4.3 性別與一週閱讀報紙時間交叉表

		一星期讀報紙時間				總和
		沒有讀報習慣	不到30分	大約30-60分	其他	
性別	女生	個數 296	284	214	16	810
		女生內的% 36.5%	35.1%	26.4%	2.0%	100.0%
	男生	個數 415	251	172	16	854
		男生內的% 48.6%	29.4%	20.1%	1.9%	100.0%
總和		個數 711	535	386	32	1664
		性別內的% 42.7%	32.2%	23.2%	1.9%	100.0%

從區域來看，各地區學生沒有讀報習慣者佔四成以上；其次是不到30分鐘者，大約佔三成左右；接著是大約30-60分鐘者，大約佔二成五左右，見表4.4。

表4.4 一週讀報紙時間與區域交叉表

		一星期讀報紙時間				Total
		沒有讀報習慣	不到 30 分	大約 30-60 分	其他	
區域	個數	231	187	141	11	570
	北部內的%	40.5%	32.8%	24.7%	1.9%	100.0%
	個數	186	135	90	7	418
	中部內的%	44.5%	32.3%	21.5%	1.7%	100.0%
南部內的%	個數	242	181	124	12	559
	個數	65	39	38	3	145
東部內的%	個數	44.8%	26.9%	26.2%	2.1%	100.0%
	個數	724	542	393	33	1,692
Total	區域內的%	42.8%	32.0%	23.2%	2.0%	100.0%

(二) 讀雜誌

國小學童，每星期的雜誌閱讀大約花不到30分者佔22.2%，而30分到60分者，佔12.7%。沒有閱讀雜誌習慣者則高達63.4%。請見圖4.31。

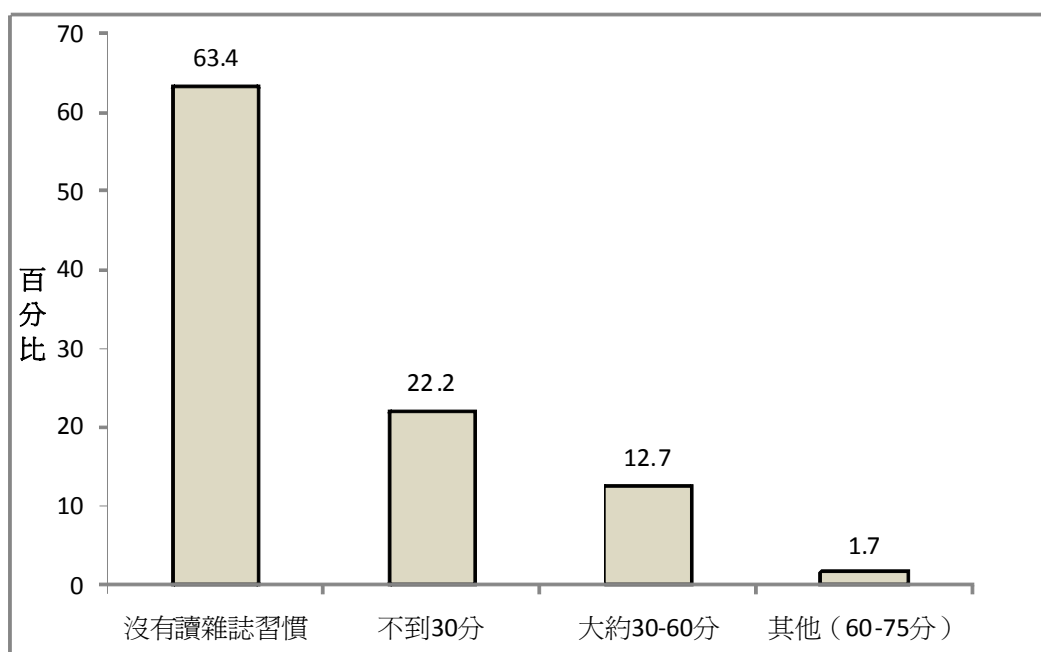


圖 4.31 一星期閱讀雜誌時間

國小學童對於雜誌的閱讀上，如由與性別之交叉表百分比分佈來看，男女生大部分沒有讀雜誌的習慣，其中男生的比例 69.0%高於女生(57.8%)。在讀雜誌時間方面，男、女生讀雜誌時間大部分不到 30 分鐘，其次是大約 30-60 分鐘，最後才其他時間。請參見表 4.5。

表4.5 性別與一星期讀雜誌時間交叉分析

		一星期讀雜誌時間				總和
		沒有讀雜誌習慣	不到30分	大約30-60分	其他	
性別 女生	個數	465	198	127	14	804
	性別內的 %	57.8%	24.6%	15.8%	1.7%	100.0%
男生	個數	580	168	80	13	841
	性別內的 %	69.0%	20.0%	9.5%	1.5%	100.0%
總和	個數	1045	366	207	27	1645
	性別內的 %	63.5%	22.2%	12.6%	1.6%	100.0%

(三) 漫畫

國小約有五成六的學童沒有看漫畫的習慣。大部分有看漫畫者，約花一個小時以內者共佔41%。其中，不到30分鐘者，佔22%，30-60分鐘者，佔19%。請見圖4.32。

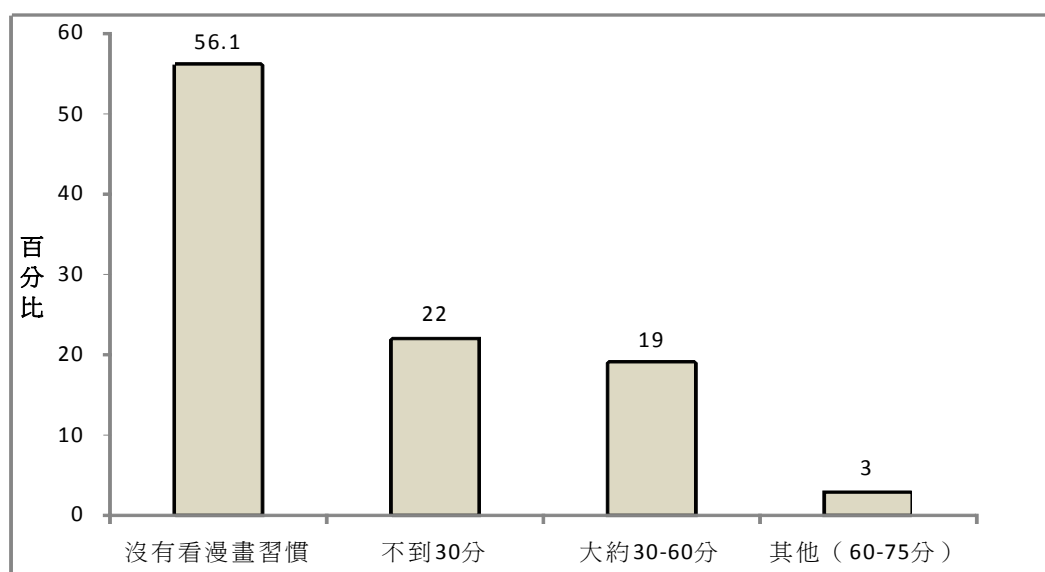


圖 4.32 一星期看漫畫時間

若從區域來學童每週看漫畫時間發現，各地區學生沒有看漫畫習慣者佔五成以上，比例最高。北部地區學生一星期看漫畫的時間以大約30-60分鐘為主；其餘地區則不到30分鐘為主。請見表4.6。

表 4.6 一星期看漫畫時間

		一星期看漫畫時間				Total
		沒有看漫畫習慣	不到 30 分	大約 30-60 分	其他	
區域 北	個數	323	113	114	17	567
	北部內的%	57.0%	19.9%	20.1%	3.0%	100.0%
中	個數	243	80	78	13	414
	中部內的%	58.7%	19.3%	18.8%	3.1%	100.0%
南	個數	294	138	107	19	558
	南部內的%	52.7%	24.7%	19.2%	3.4%	100.0%
東	個數	84	39	20	1	144
	東部內的%	58.3%	27.1%	13.9%	0.7%	100.0%
Total		944	370	319	50	1,683
區域內的%		56.1%	22.0%	19.0%	3.0%	100.0%

六、媒體使用時間總覽

根據本次研究之結果顯示，孩童每天平均講手機的時間近 9 分鐘；星期一至五週間每天平均上網花費大約 40 分鐘；而到了假日時，上網平均時間增多至 64 分鐘；而星期一至星期五，孩童每天平均花費大約 1 個小時看電視，而假日時看電視的平均時間增長至 1 小時 24 分。在使用媒體進行的活動上，本次調查發現，孩童每天平均花費大約 43 分鐘打電動，假日則是超過一個小時，為 63 分鐘。而在平面媒體的使用上，孩童每星期平均花大約 17 分鐘閱讀報紙，看漫畫的時間則不到 15 分鐘，每星期讀雜誌的時間僅僅 10 分鐘。此調查結果顯示，由於電腦上網普及率高達近八成，及家家有電視電腦的情況下，兒童使用傳統平面媒體行為明顯地下降。請參見表 4.7。另列出上網、看電視與打電動週間與週末時間比較。請見圖 4.33。

表 4.7 兒童各項媒體使用平均時間一覽表

媒體行為		每天/分鐘	每週/分鐘
1.手機時間		8.91	62.37
2.上網時間	週間	40.11	200.55
	週末	64.22	128.44
	平均	47.00	
3.電視時間	週間	64.03	320.15
	週末	84.83	169.66
	平均	69.97	
4.打電動時間	週間	42.74	213.70
	週末	63.04	126.08
	平均	48.54	
5.一星期閱讀報紙時間		2.39	16.71
6.一星期看漫畫時間		2.01	14.05
7.一星期讀雜誌時間		1.48	10.33
總計			1244.22 分鐘
總計		180.3	21 小時 13 分

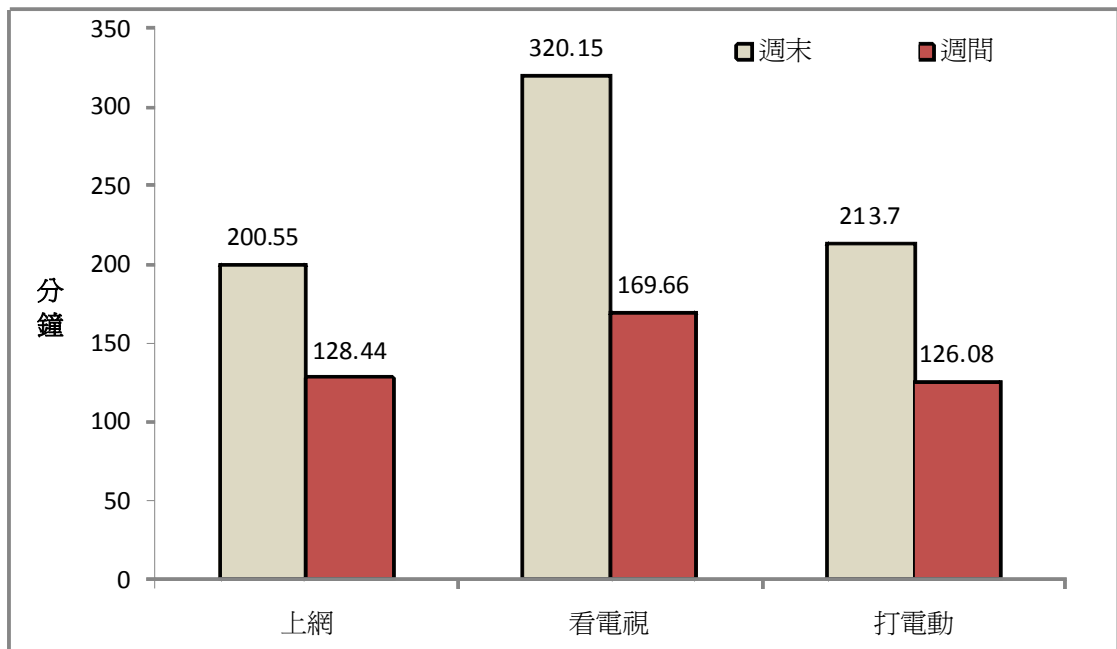


圖 4.33 週間與週末主要媒體使用時間之比較

第四節 兒童媒體使用行為及目的之總覽

一、在媒體重要性方面

國小學童認為最重要的媒體依序為：第一、電腦(1348，27.7%)，第二、電視(897，18.5%)，第三、MP3(788，16.2%)，第四、數位相機、第五是掌上型電玩、第六是漫畫書、孩童認為最不重要的媒體是報紙雜誌。請參見圖4.34。

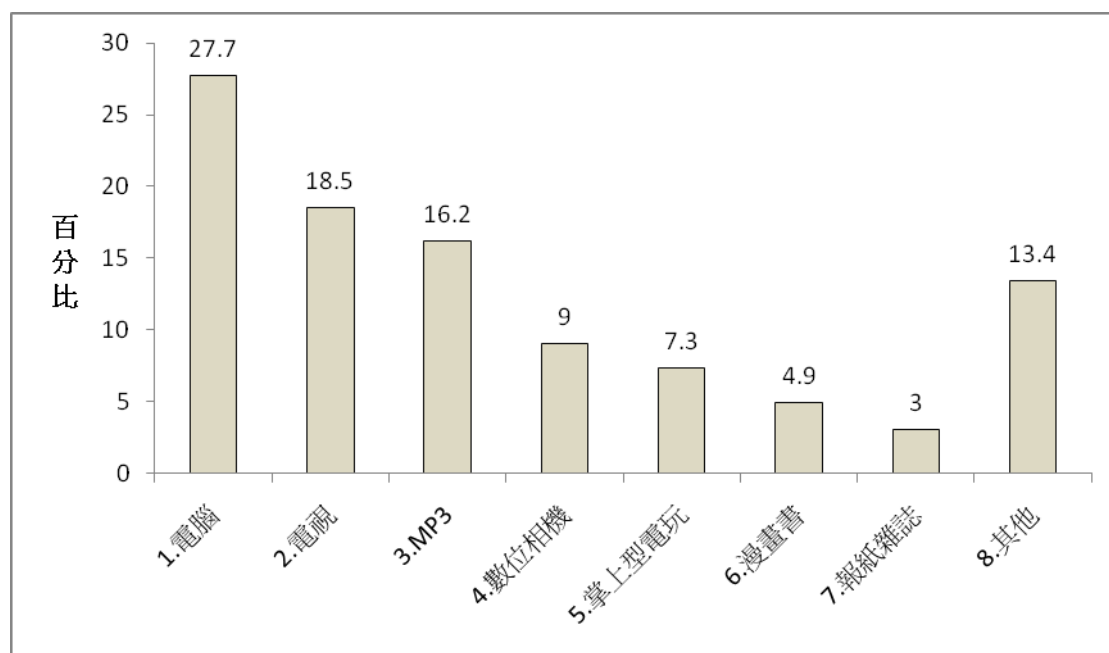


圖4.34 兒童心目中最重要媒體

二、媒體使用之目的分析

(一) 手機

國小學童最常用手機進行，第一、聽音樂（23%），第二、講電話(20.6%)，第三、打電動(16.7%)，其他使用之目的請參見下圖4.35。

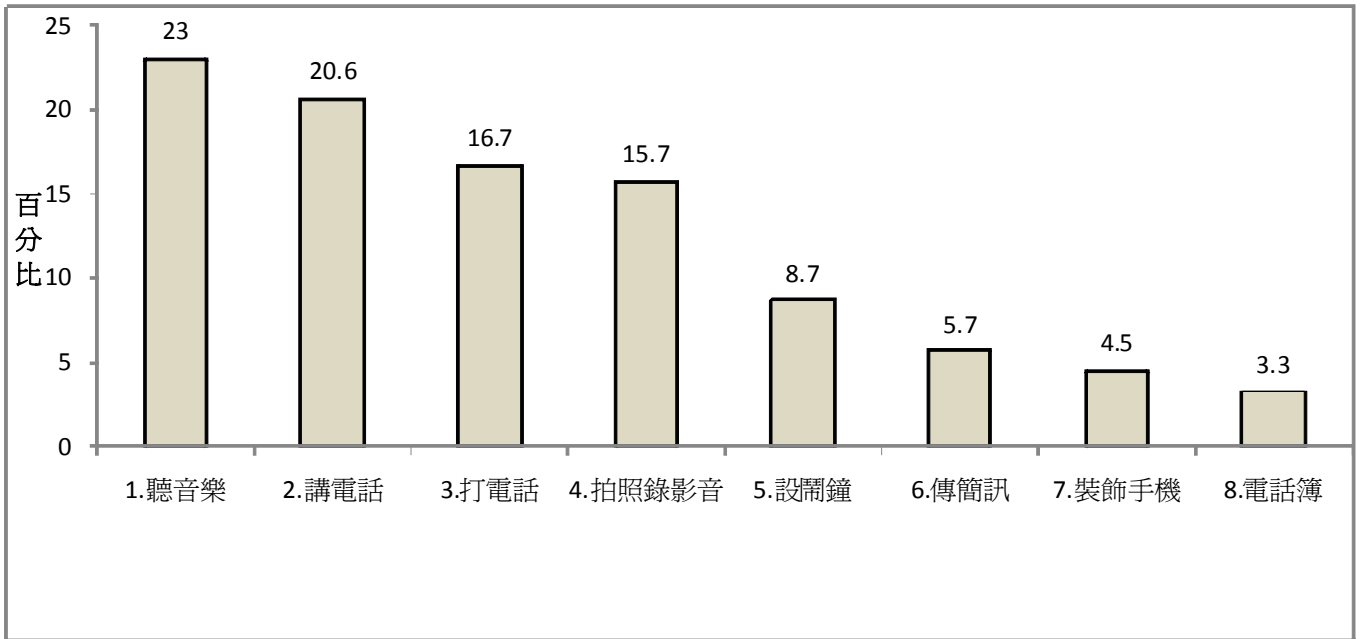


圖4.35 兒童最常使用手機之目的

(二) 上網

國小學童上網最常做的事情，依序為第一、打電動(28.3%)，第二、下載音樂影片(19.5%)，第三、線上聊天(17.2%)。其他上網之目的請參見圖4.36。

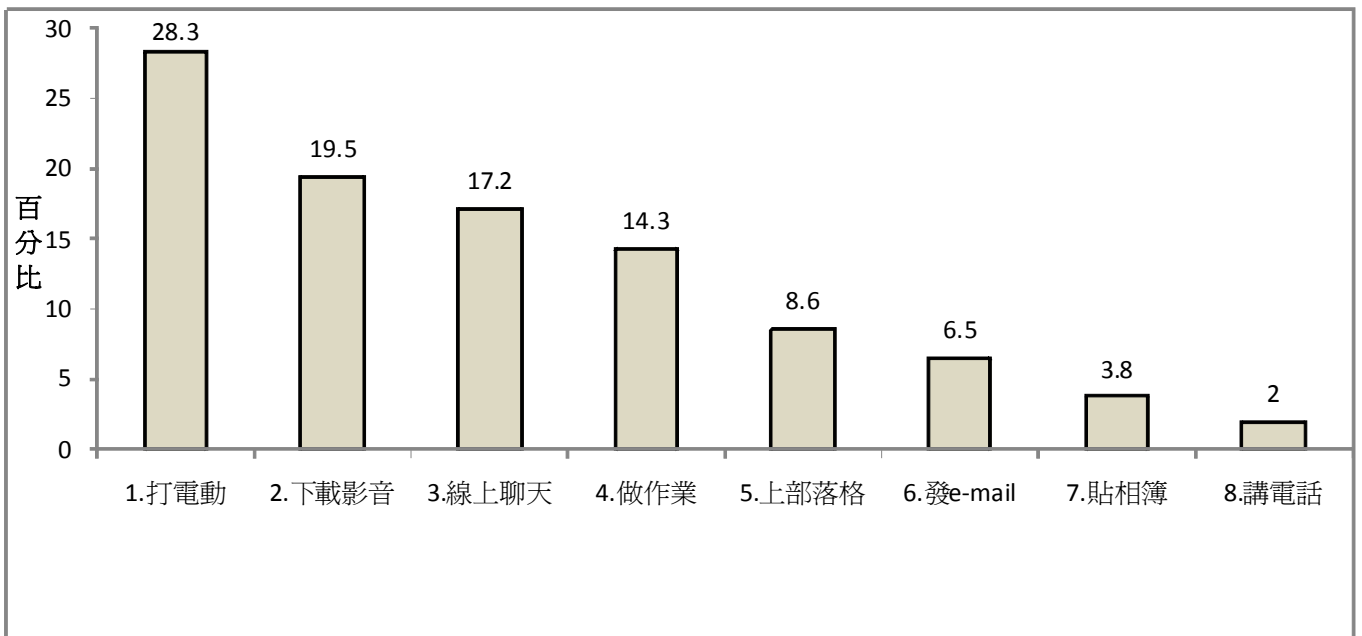


圖4.36 兒童最常上網之目的

(三) 部落格

國小學童在部落格上最常做的三件事依序為，第一、設計桌面(22.2%)，第二、上傳照片(21.5%)，第三、寫文章(19.5%)。請參見圖4.37。

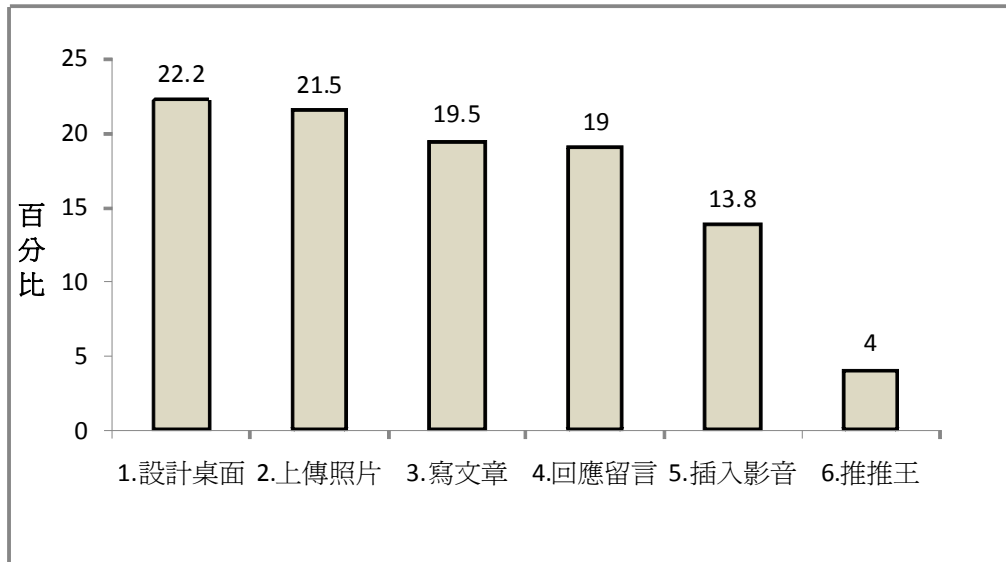


圖4.37 兒童最常使用部落格之目的

(四) 電視類型

國小學童最常看的電視節目類型，第一、卡通兒童節目(23.2%)，第二、電影(18.8%)第三、連續劇(17.6%)第四、綜藝節目(17%)第五、音樂節目(9.3%)第六、新聞節目(7.3%)第七、知識節目(6.8%)請參見圖4.38。

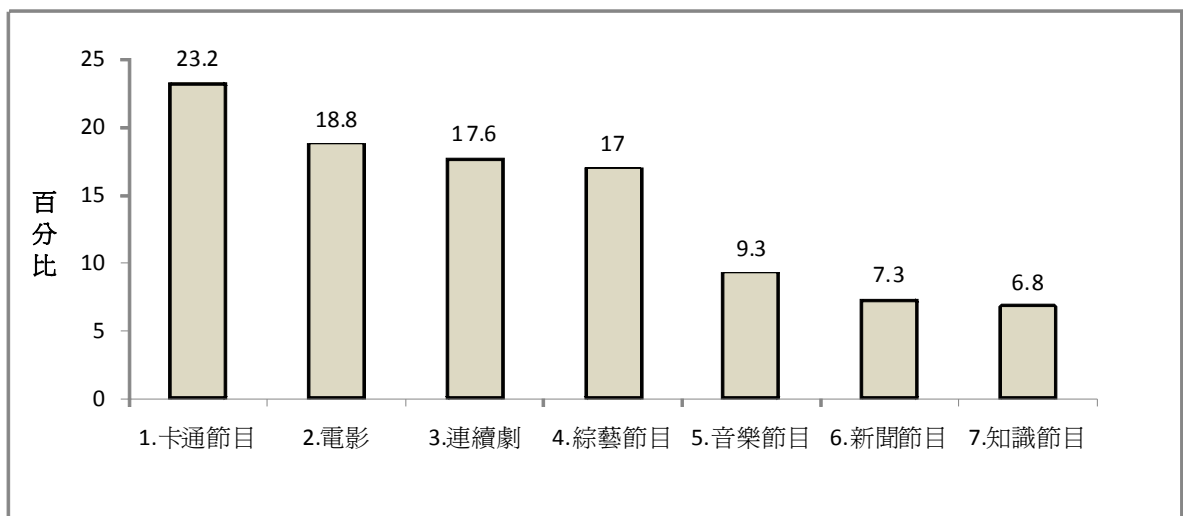


圖4.38 兒童喜愛電視節目之類型

第五節、父母介入、性別、年級、區域與媒體使用行為交叉分析

本節進一步將父母介入、年級、性別、區域四個主要變項與孩童媒體使用之行為作交叉分析。在父母介入方面，瞭解父母管制兒童媒體使用行為與時間，並與其它人口變項交叉來觀察在年級、性別、區域方面，父母管制上之分析。由於問卷中此父母介入之題目為多選題，故以兒童勾選項目之多寡來計算。最後並就父親職業與兒童是否擁有媒體作交叉分析。

在年級方面，國小三、四年級學童視為中年級生，另國小五、六年級為高年級生。在性別方面，分就學童男女之性別進行交叉分析。

在區域方面，以北、中、南、東區域進行分類，北部地區包含基隆、台北、桃園以及新竹之縣市，也就是按照一般區域分類慣例將新竹以北定義為北部地區。中部地區則為台中、彰化、南投之縣市；南部地區為雲林、嘉義、台南、高雄及屏東之縣市；最後東部因為人數過少，遂將宜蘭縣合併、連同花蓮、台東等縣市視為東部地區。

一、父母介入

(一) 父母管制兒童媒體使用時間

本次調查結果發現，父母管制孩童使用的媒體時間依序為：第一、使用電腦與上網(47.7%)，第二、看電視(26.0%) 第三、打電動(17.1%)第四、是講手機(9.3%)。請參見下圖4.39。

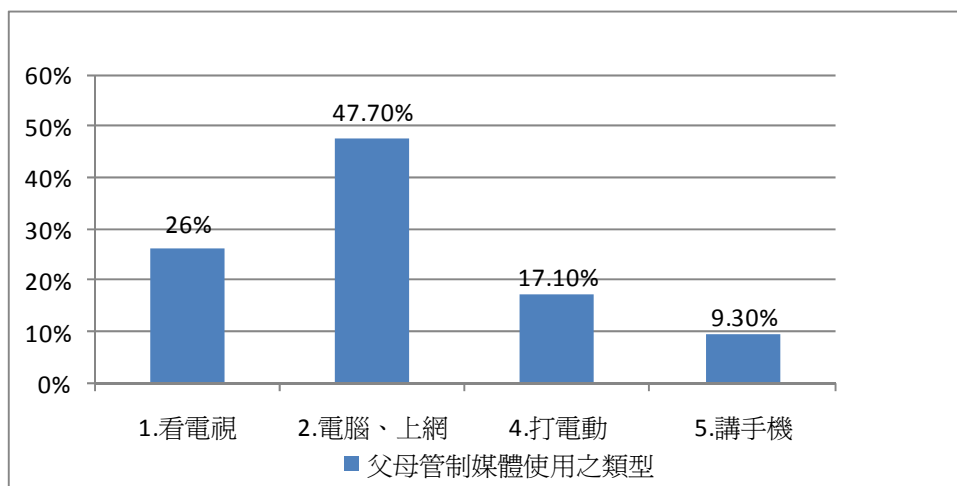


圖4.39 父母管制媒體使用之類型

(二) 父母管制兒童媒體使用內容

而在媒體的內容上，受訪的孩童大多認為，家中父母親的管制較為寬鬆。大

約有近七成孩童認為，父母親並沒有限制其媒體使用的內容。父母管制媒體內容依序為：第一、線上遊戲（31.3%）第二為看漫畫書（28.6%）；第三、看電視（21.3%）第四、上網（18.9%）。請參見圖4.40。

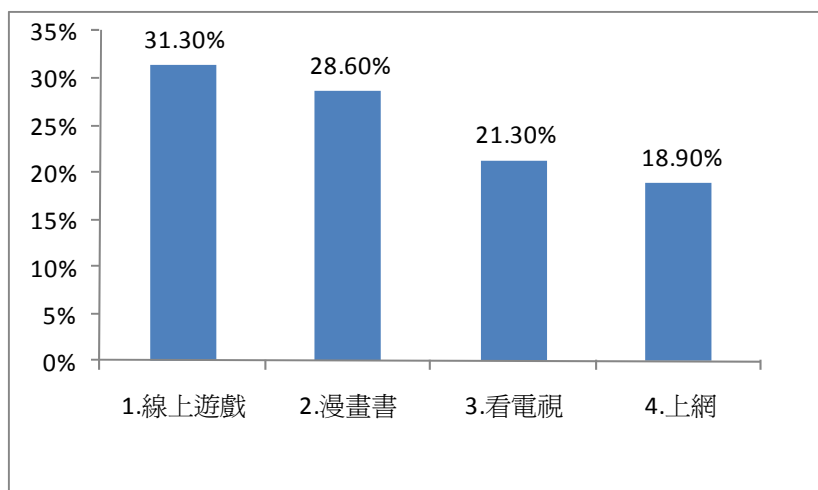


圖4.40 父母管制兒童媒體使用活動

(三) 父母介入與年級的關係

在年級方面，父母親最關注的仍是管制上網與電腦使用時間。有趣的是，高年級生各項媒體使用時被父母親管制之時間均嚴格中年級生。請見表4.8

表4.8 父母管制媒體使用時間與年級交叉表

管制媒體使用時間	打電動	看電視	上網 / 電腦	講手機
中年級	304	470	371	142
高年級	423	636	558	254
n=1659	(727)	(1106)	(929)	(396)

(四) 父母介入與性別的關係

若將父母管制媒體時間與性別、年級與區域進一步分析(以學童勾選票數計算)，結果發現，在性別方面，父母管制男童上網/使用電腦與打電動皆明顯嚴於對女童的管控。特別是父母限制男童打電動的時間，相較之下，父母對對女童有較嚴格的手機使用限制。請見表4.9。

表4.9 父母管制媒體時間與性別交叉表

管制媒體使用時間	打電動	看電視	上網/電腦	講手機
女	276	570	969	219
男	446	521	1043	173
n=1632	(722)	(1091)	(2012)	(392)

(五) 父母介入與區域之關係

在區域方面，各地區父母親管制媒體使用時間最多的仍為上網與電腦使用。其次為看電視。其中，北部父母親管制最為嚴格，在打電動與上網/使用電腦及手機使用皆嚴於其他地區。南部地區，父母親管制看電視時間則高於其他地區。請見表 4.10。

表4.10 父母管制媒體使用時間與區域交叉表

管制媒體使用時間	打電動	看電視	上網/電腦	講手機
北部	277	367	733	150
中部	178	277	527	80
南部	227	371	643	132
東部	45	91	128	34
n=1659	(727)	(1106)	(2031)	(396)

二、年級與擁有媒體之分析

(一) 年級與擁有手機之分析

雖然本次調查中學童擁有自己的手機約為三成。五、六年級生有三成三(33.9%)擁有手機，低年級中佔兩成(21.8%)擁有手機，經由卡方檢定，卡方值為28.578，顯著水準小於0.05，此一結果顯示高年級與兒童比中年級手機擁有比例較高。請參見表 4.11。

表4.11 年級與是否擁有手機 交叉表

		是否有自己的手機		總和	
		沒有自己的手機	有自己的手機		
年級	中年級	個數	534	149	683
		中年級內的 %	78.2%	21.8%	100.0%
高年級	個數	656	336	992	
		高年級內的 %	66.1%	33.9%	100.0%
總和	個數	1190	485	1675	
		年級內的 %	71.0%	29.0%	100.0%

卡方檢定

	數值	自由度	漸近顯著性 (雙尾)	精確顯著性 (雙尾)	精確顯著性 (單尾)
Pearson卡方	28.578(b)	1	.000		
連續性校正(a)	27.995	1	.000		
概似比	29.201	1	.000		
Fisher's精確檢定				.000	.000
線性對線性的關連	28.561	1	.000		
有效觀察值的個數	1675				

a 只能計算 2x2 表格

b 0格 (.0%) 的預期個數少於 5。最小的預期個數為 197.76。

(二) 年級與幾歲第一次擁有手機之分析

本次調查進一步分析擁有手機者發現，中年級有第一支手機的年齡依序為10歲(31.5%)、9歲(24.0%)和11歲(17.8%)，而高年級則是11歲(30.0%)、12歲(25.2%)和10歲(20.4%)。由此可見，10-11歲是大多數兒童有第一支手機的年齡。請見表4.12。

表4.12 年級與幾歲擁有第一支手機交叉表

年級		幾歲有第一支手機							Total	
		6歲以下	7歲	8歲	9歲	10歲	11歲	12歲		其他
中年級	個數	5	10	17	35	46	26	7	0	146
	中年及內的%	3.40%	6.80%	11.60%	24.00%	31.50%	17.80%	4.80%	0.00%	100.00%
高年級	個數	7	11	15	40	68	100	84	8	333
	高年級內的%	2.10%	3.30%	4.50%	12.00%	20.40%	30.00%	25.20%	2.40%	100.00%
Total	個數	12	21	32	75	114	126	91	8	479
	年級內%	2.50%	4.40%	6.70%	15.70%	23.80%	26.30%	19.00%	1.70%	100.00%

(三) 年級與每個月手機花費之分析

在每個月手機的花費上，中年級生在 1-99 元、100-199 元和 200-399 元等三種類型費用的百分比分佈相當平均，均佔 31.1%，而其他費用則為 6.6%。高年級則有高低之分，首先是 200-399 元(37.0%)、其次是 1-99 元(27.4%)、再者是 100-199 元(26.5%)，最後才是其他費用(9.1%)。但是在卡方檢定上年級與手機花費並不顯著。請

見 4.13。

表4.13 年級與每個月手機費 交叉表

			每個月手機費				Total
			1-99 元	100-199 元	200-399 元	其他	
年級	中年級	個數	19	19	19	4	61
		中年及內的%	31.1%	31.1%	31.1%	6.6%	100.0%
	高年級	個數	60	58	81	20	219
		高年級內的%	27.4%	26.5%	37.0%	9.1%	100.0%
Total		個數	79	77	100	24	280
		年級內的%	28.2%	27.5%	35.7%	8.6%	100.0%

(四)年級與擁有網路之分析

從百分比分佈來看，無論中、高年級，85%左右的人家中是可以上網的。請見表 4.14。

表4.14 年級與家中有無網路 交叉表

			家中有無網路		Total
			可以上網	不能上網	
年級		個數	577	97	674
		中年級內的%	85.6%	14.4%	100.0%
		個數	818	161	979
		高年級內的%	83.6%	16.4%	100.0%
Total		個數	1,395	258	1,653
		年級內的%	84.4%	15.6%	100.0%

(五)年級與擁有部落格之分析

從交叉表百分比分佈來看，中年級學童有自己的部落格佔 25.5%；高年級生則有 51.7%有自己的部落格。由交叉分析可知，高年級生則有自己的部落格之比例高於中年級學童，並於卡方檢定中達統計顯著水準。請參見下表 4.15。

表4.15 年級與是否擁有部落格交叉表

			是否有自己的部落格		Total
			沒有	有	
年級		個數	513	176	689
		中年級內的%	74.5%	25.5%	100.0%
		個數	478	512	990
		高年級內的%	48.3%	51.7%	100.0%
Total		個數	991	688	1,679
		年級內的%	59.0%	41.0%	100.0%

卡方檢定

	數值	自由度	漸近顯著性(雙尾)	精確顯著性(雙尾)	精確顯著性(單尾)
Pearson卡方	115.066(b)	1	.000		
連續性校正(a)	113.986	1	.000		
概似比	118.314	1	.000		
Fisher's精確檢定				.000	.000
線性對線性的關連	114.997	1	.000		
有效觀察值的個數	1679				

a 只能計算 2x2 表格 b 0格(.0%)的預期個數少於5。最小的預期個數為 282.33。

三、性別與擁有媒體之交叉分析

(一) 性別與擁有手機之分析

在女童方面，有自己的手機，佔30.9%，在男童方面，有自己的手機，佔27.0%。二者沒有差異。請見表4.16。

表 4.16 性別與是否擁有手機 交叉表

		是否有自己的手機		Total
		沒有自己的手機	有自己的手機	
性別	個數	554	248	802
	女童內的%	69.1%	30.9%	100.0%
	個數	617	228	845
	男童內的%	73.0%	27.0%	100.0%
Total	個數	1,171	476	1,647
	性別%	71.1%	28.9%	100.0%

(二) 性別與幾歲擁有第一支手機之分析

從百分比分佈來看，無論男女，大多數兒童擁有第一支手機的年齡主要在 11 歲時，其次是 10 歲，最後才是 12 歲。請見表 4.17。

表4.17 性別與幾歲擁有第一支手機 交叉表

		幾歲有第一支手機							Total		
		6歲以下	7歲	8歲	9歲	10歲	11歲	12歲		其他	
性別	女童	個數	4	12	16	39	63	68	39	3	244
		女童內的%	1.6%	4.9%	6.6%	16.0%	25.8%	27.9%	16.0%	1.2%	100.0%
	男童	個數	8	9	16	33	51	54	50	5	226
		男童內的%	3.5%	4.0%	7.1%	14.6%	22.6%	23.9%	22.1%	2.2%	100.0%
Total		性別%	12	21	32	72	114	122	89	8	470
			2.6%	4.5%	6.8%	15.3%	24.3%	26.0%	18.9%	1.7%	100.0%

(三) 性別與每個月手機費之分析

在女童中有手機花費中，手機月費為 200-399 元佔 40.1%，為最多數，其次是 1-99 元佔 27.2%，第三則是 100-199 元佔 23.8%。在男童方面有手機花費中，各類型手機月費的百分比分佈相當平均，除了其他佔 7.8%之外，其餘各佔三成。男、女童無差異。請見表 4.18。

表4.18 性別與每個月手機費交叉分析

		每個月手機費				Total
		1-99 元	100-199 元	200-399 元	其他	
性別	個數	40	35	59	13	147
	女童內的%	27.2%	23.8%	40.1%	8.8%	100.0%
	個數	39	40	39	10	128
	男童內的%	30.5%	31.3%	30.5%	7.8%	100.0%
Total	個數	79	75	98	23	275
	性別%	28.7%	27.3%	35.6%	8.4%	100.0%

(四) 性別與擁有部落格之分析

在女童方面，42.7%則有自己的部落格。在男童方面，39.6%有自己的部落格。女童所佔的比例較男童高一些但不顯著。請見表 4.19。

表4.19 性別與是否擁有部落格 交叉表

			是否有自己的部落格		Total
			沒有	有	
性別	女	個數	461	344	805
		女童內的%	57.3%	42.7%	100.0%
	男	個數	511	335	846
		男童內的%	60.4%	39.6%	100.0%
Total		個數	972	679	1,651
		性別%	58.9%	41.1%	100.0%

(五) 性別與上網之分析

若由性別與開始上網年齡之交叉表，百分比分佈來看，女童最常開始上網的年齡是10歲(23.1%)，接著是7歲(20.0%)、9歲(17.8%)和8歲(17.0%)，而男童最常開始上網的年齡則是7歲(26.2%)，接著是10歲(17.1%)、8歲(15.9%)、6歲以下(15.4%)和9歲(14.6%)。由此可見，男童上網年齡比女童早 ($X^2 = 36.328, P < 0.05$)。請參見下表 4.20。

表 4.20 性別與幾歲開始上網交叉表

			幾歲開始上網							Total	
			6 歲以下	7 歲	8 歲	9 歲	10 歲	11 歲	12 歲		其他
性別	女生	個數	69	155	132	138	179	64	18	20	775
		女童內的%	8.9%	20.0%	17.0%	17.8%	23.1%	8.3%	2.3%	2.6%	100.0%
	男生	個數	127	216	131	120	141	47	26	15	823
		男童內的%	15.4%	26.2%	15.9%	14.6%	17.1%	5.7%	3.2%	1.8%	100.0%
Total		個數	196	371	263	258	320	111	44	35	1,598
		性別%	12.3%	23.2%	16.5%	16.1%	20.0%	6.9%	2.8%	2.2%	100.0%

卡方檢定

	數值	自由度	漸近顯著性 (雙尾)
Pearson 卡方	36.328(a)	7	.000
概似比	36.633	7	.000
線性對線性的關連	2.538	1	.111
有效觀察值的個數	1598		

a 0 格 (.0%) 的預期個數少於 5。最小的預期個數為 16.97。

四、區域與擁有媒體之分析

(一) 區域與是否擁有手機之分析

北部地區學童擁有自己的手機百分比將近四成（38%），其餘地區學童擁有手機者比例較低。北部地區的兒童擁有自己手機者佔38.0%，東部地區的孩童次之(28.6%)，南部地區的兒童位居第三(25.4%)，最後才是中部地區(21.5%)。經由卡方檢定後，卡方值為36.564，顯著水準小於0.05，因此，交叉分析後之結果顯示，不同地區兒童是否擁有自己的手機是有顯著差異的。請參見下表4.21。

表4.21 區域與是否擁有手機 交叉表

		是否有自己的手機		總和
		沒有自己的手機	有自己的手機	
區域 北	個數	351	215	566
	北部內的 %	62.0%	38.0%	100.0%
中	個數	324	89	413
	中部內的 %	78.5%	21.5%	100.0%
南	個數	415	141	556
	南部內的 %	74.6%	25.4%	100.0%
東	個數	100	40	140
	東部內的 %	71.4%	28.6%	100.0%
總和	個數	1190	485	1675
	區域內的 %	71.0%	29.0%	100.0%

卡方檢定

	數值	自由度	漸近顯著性 (雙尾)
Pearson卡方	36.953(a)	3	.000
概似比	36.564	3	.000
線性對線性的關連	15.448	1	.000
有效觀察值的個數	1675		

a 0格 (.0%) 的預期個數少於 5。最小的預期個數為 40.54。

(二) 區域與幾歲擁有第一支手機

從百分比分佈來看，不論區域，學生擁有第一支手機的年齡約為 9~12 歲，北部地區和東部地區最常見的年齡是 10 歲，而中部地區和南部地區則是 11 歲。請見表 4.22。

表4.22 區域與幾歲有第一支手機 交叉表

		幾歲有第一支手機							Total		
		6歲以下	7歲	8歲	9歲	10歲	11歲	12歲		其他	
區域	北	個數	6	12	17	35	53	50	38	5	216
		北部內的%	2.8%	5.6%	7.9%	16.2%	24.5%	23.1%	17.6%	2.3%	100.0%
	中	個數	1	5	4	16	17	27	18	1	89
		中部內的%	1.1%	5.6%	4.5%	18.0%	19.1%	30.3%	20.2%	1.1%	100.0%
	南	個數	4	4	10	20	32	41	25	0	136
		南部內的%	2.9%	2.9%	7.4%	14.7%	23.5%	30.1%	18.4%	0.0%	100.0%
	東	個數	1	0	1	4	12	8	10	2	38
		東部內的%	2.6%	0.0%	2.6%	10.5%	31.6%	21.1%	26.3%	5.3%	100.0%
Total		個數	12	21	32	75	114	126	91	8	479
		區域內的%	2.5%	4.4%	6.7%	15.7%	23.8%	26.3%	19.0%	1.7%	100.0%

卡方檢定

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson卡方	19.003	21	0.585
概似比	22.272	21	0.384
線性對線性的關連	0.008	1	0.930
有效觀察值的個數	479		

a. 10 cells (31.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .63.

(三) 區域與每個月手機花費之分析

從百分比分佈來看，北部地區、南部地區和東部地區的學生每個月手機費主要集中在200-399元，其中北部地區佔35.4%、南部地區佔39.1%和東部地區佔52.9%。中部地區則集中在100-199元，佔34.7%，次為1-99元，佔32.7%。由此可見，中部地區學生的每個月手機費比其他地區來得少。請見表4.23。

表4.23 區域與每個月手機費 交叉表

		每個月手機費				Total	
		1-99 元	100-199 元	200-399 元	其他		
area	北	個數	36	34	45	12	127
		北部內的%	28.3%	26.8%	35.4%	9.4%	100.0%
	中	個數	16	17	12	4	49
		中部內的%	32.7%	34.7%	24.5%	8.2%	100.0%
	南	個數	23	24	34	6	87
		南部內的%	26.4%	27.6%	39.1%	6.9%	100.0%
	東	個數	4	2	9	2	17
		東部內的%	23.5%	11.8%	52.9%	11.8%	100.0%
Total		個數	79	77	100	24	280
		區域內的%	28.2%	27.5%	35.7%	8.6%	100.0%

卡方檢定

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson卡方	7.081	9	0.629
概似比	7.446	9	0.591
線性對線性的關連	0.083	1	0.774
有效觀察值的個數	280		

a. 4 cells (25.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.46.

(四) 區域與擁有部落格之分析

本次調查若以區域來進行交叉表分析，在擁有部落格方面的結果發現，擁有自己部落格比例最多的是中部地區學生(46.4%)、其次是北部地區學生(40.4%)、接著是東部地區學生(39.2%)，最後才是南部地區學生(37.9%)。卡方檢定值並未達統計顯著差異。請參見表 4.24。

表 4.24 區域與是否擁有部落格交叉表

		是否有自己的部落格		Total	
		沒有	有		
區域	北	個數	339	230	569
		北部內的%	59.6%	40.4%	100.0%
	中	個數	223	193	416
		中部內的%	53.6%	46.4%	100.0%
	南	個數	342	209	551
		南部內的%	62.1%	37.9%	100.0%
	東	個數	87	56	143
		東部內的%	60.8%	39.2%	100.0%
Total		個數	991	688	1,679
		區域內的%	59.0%	41.0%	100.0%

卡方檢定

	數值	自由度	漸近顯著性 (雙尾)
Pearson卡方	7.429(a)	3	.059
概似比	7.391	3	.060
線性對線性的關連	.887	1	.346
有效觀察值的個數	1679		

a 0格 (.0%) 的預期個數少於 5。最小的預期個數為 58.60。

(五) 區域與打電動之分析

從百分比分佈來看，電腦是各地區學生最常用來打電動的工具，其比例大約為六成左右。北、中和南部地區學生最常用來打電動的工具依序為電視、掌上遊樂器和手機，而東部地區學生則是手機、電視和掌上遊樂器。請見表 4.25。

表 4.25 區域與最常用什麼設備打電玩交叉表

		最常用什麼打電玩					Total
		我不打電動	掌上遊樂器	電視	電腦	手機	
區域	北 個數	71	45	48	356	19	539
	北部內的%	13.2%	8.3%	8.9%	66.0%	3.5%	100.0%
	中 個數	73	25	32	253	17	400
	中部內的%	18.3%	6.3%	8.0%	63.3%	4.3%	100.0%
南	個數	77	31	42	347	32	529
	南部內的%	14.6%	5.9%	7.9%	65.6%	6.0%	100.0%
東	個數	31	9	10	79	11	140
	東部內的%	22.1%	6.4%	7.1%	56.4%	7.9%	100.0%
Total	個數	252	110	132	1,035	79	1,608
	區域內的%	15.7%	6.8%	8.2%	64.4%	4.9%	100.0%

第六節 媒體使用時間與區域、性別、年級之分析

本節就區域、性別、年級與兒童媒體使用行為時間進行單因子ANOVA變異數之假設檢定及國小學童進行各項媒體使用時間之Pearson r 相關係數分析。茲將媒體使用時間與性別及區域列表呈現。請見下表4.26。

表 4.26 性別與區域平均媒體使用時間

平均媒體使用時間(分鐘)	女生	男生	北部	中部	南部	東部
多少時間講手機	7.9	9.9	8.9	10.4	8.5	6.9
星期一到五花多少時間上網	34.7	45.2	41.8	38.9	40.0	37.2
週六週日花多少時間上網	54.6	73.6	71.5	64.8	58.6	55.2
星期一到五花多少時間看電視	62.1	66.4	65.7	64.2	63.0	60.7
週六週日花多少時間看電視	85.3	84.7	86.6	87.8	82.5	78.5
星期一到五花多少時間打電動	34.8	50.2	45.7	41.3	43.3	33.3
週六週日花多少時間打電動	52.3	73.3	70.9	60.1	60.5	50.3
一星期多少時間讀報	18.6	14.9	17.5	15.8	16.4	17.4
一星期多少時間看漫畫	13.1	14.9	14.3	13.7	14.9	10.8
一星期多少時間讀雜誌	12.1	8.4	10.0	10.8	11.1	7.6
總量/分鐘	375.5	441.5	432.8	407.8	398.9	358.2

一、學童所在區域與所使用之媒體時間之單因子變異數分析檢定

在本年度之調查中發現，若將本次全國性調查學童所就讀之學校所在區域，區分為北部、中部、南部與東部，再分別與本次調查之各項媒體使用時間進行單因子ANOVA變異數分析統計檢定顯示。在週末假期上網時間上，有區域性的差異

($F=7.58$, $p<.000$)，進一步事後比較檢定，發現北部學童週末花在上網的時間(約71.5分鐘)高於南部(約58.6分鐘)與東部學童(約55.2分鐘)，達統計顯著差異，北部學童比南部學童週末平均多上網了近13分鐘，也比東部學童平均約多了16分鐘上網。但週一到週五之間各區域的學童在上網時間上並無顯著差異。

而星期一到星期五之間，以及週末假日，在打電動所花的時間上，達統計顯著差異($F=8.703$, $p<.000$)，事後比較檢定發現北部學童打電動時間不論週間或週末，皆高於東部學童所花的時間，平日北部(約45.6分鐘)平均多了東部(約33.3分鐘)約12分鐘，週末北部(約70.9分鐘)比東部(約50.3分中)平均多了20分鐘以上打電動。但北部學童與中部、南部學童則無顯著差異。其他媒體之花費時間方面學童的所在區域上並無顯著差異。詳細檢定結果請見下表。

表 4.27區域與所使用媒體時間ANOVA

變項	平均數 (標準差)	F值	P值	Post-hoc test
週一到週五花多少時間上網		.58	.67	
1.北	41.8 (45.58)			
2.中	38.88 (43.67)			
3.南	40.05 (43.67)			
4.東	37.24 (42.87)			
週六、週日花多少時間上網		7.58	<.001	北>南
1.北	71.47 (49.80)			北>東
2.中	64.76 (50.93)			
3.南	58.63 (50.82)			
4.東	55.25 (53.87)			
週一到週五花多少時間打電動		2.81	.04	北>東
1.北	45.67 (48.38)			
2.中	41.31 (46.7)			
3.南	43.30 (46.84)			
4.東	33.33 (41.73)			
週六、週日花多少時間打電動		8.70	<.001	北>中
1.北	70.91 (49.8)			北>南
2.中	60.14 (50.25)			北>東
3.南	60.46 (50.42)			
4.東	50.35 (49.54)			

二、學童性別與使用各媒體所花費時間之平均數差異性檢定

為瞭解國內學童不同性別是否在媒體使用時間上有所差異，以下針對所調查之資料進行獨立樣本 t 檢定。性別差異在媒體使用時間上，本次調查發現，在週一到週五上網時間上，男童平均所花約 45 分鐘的時間高於女童平均 34.6 分鐘，達統計顯著差異 ($t=-4.87$, $p<.001$)，平均男童比女童多上網將近 10.5 分鐘。

週末上網亦是男童平均所花之時間高於女童，男童平均約 73.6 分鐘，女童平均約 54.5 分鐘，達統計顯著差異 ($t=-7.72$, $p<.001$)，男童比女童平均多上網 19 分鐘左右。

在看電視上所花的時間，則是週一到週五男童花的時間會多於女童 ($t=-1.94$, $p=.053$)，男童平均約 66 分鐘比女童 62 分鐘多看電視 4 分鐘。而週末則統計上之顯著差異。

在打電動所花費的時間方面，男童無論是在週一到週五（平均約 50 分鐘），或者週末(六日)（平均 73.6 分鐘），所花費的打電動時間都高於女童，都達統計顯著差異 ($t=-6.74$, $p<.001$; $t=-3.66$, $p<.001$)，男童打電動時間分別比女童平日平均多 15 分鐘及週末多 21 分鐘。

在閱讀報紙與雜誌，每週所花的時間則是女童比男童多，達統計顯著差異 ($t=3.99$, $p<.001$; $t=4.36$, $p<.001$)，女童讀報（約 18.6 分鐘）與雜誌（約 12.1 分鐘）約較男童都多出 4 分鐘左右。而其他媒體如電視、使用手機與漫畫，男童與女童則無統計上之顯著差異。詳細結果請見下表 4.28。

表 4.28 性別與使用媒體時間平均數差異檢定

變項	平均數 (標準差)	T 值	P 值
花多少時間講手機		-1.85	.07
1.女生	7.86 (10.67)		
2.男生	9.93 (13.54)		
週一到週五花多少時間上網		-4.88	<.001
1.女生	34.67 (40.35)		
2.男生	45.18 (46.82)		
週六、週日花多少時間上網		-7.71	<.001
1.女生	54.59 (47.16)		
2.男生	73.63 (52.81)		
週一到週五花多少時間看電視		-1.94	.053
1.女生	85.31 (41.18)		
2.男生	66.37 (44.74)		
週六、週日花多少時間看電視		.27	.79
1.女生	52.32 (47.81)		

2.男生	73.26 (50.75)		
週一到週五花多少時間打電動		-6.74	<.001
1.女生	34.84 (42.65)		
2.男生	50.15 (49.55)		
週六、週日花多少時間打電動		-8.66	<.001
1.女生	52.32 (47.81)		
2.男生	73.26 (50.75)		
一星期花多少時間讀報		3.99	<.001
1.女生	18.63 (19.45)		
2.男生	14.88 (18.93)		
一星期花多少時間看漫畫		-1.8	.07
1.女生	13.13 (19.36)		
2.男生	14.89 (20.68)		
一星期花多少時間讀雜誌		4.36	<.001
1.女生	12.11 (18.08)		
2.男生	8.44 (15.93)		

三、學童年級與使用各媒體所花費時間之平均數差異性檢定

如依年級區分中年級（三、四年級）與高年級（五、六年級），來看不同年級之學童在各媒體的花費時間上是否有所差異。本次調查發現，在上網、電視、打電動的時間方面，高年級學不論是週一到週五或者週六、週日，在使用網路方面的時間達統計顯著高於中年級學童。

每週閱讀雜誌所花的時間，也是高年級學童所花的時間多於中年級學童，達統計顯著差異。在使用手機、閱讀報紙與漫畫所花的時間，則在中高年級間無顯著差異。

表 4.29 年級與使用媒體時間平均數差異檢定

變 項	平均數（標準差）	T 值	P 值
花多少時間講手機		.92	.36
1.中年級	9.8 (14.91)		
2.高年級	8.54 (10.93)		
週一到週五花多少時間上網		-4.55	<.001
1.中年級	34.36 (41.08)		
2.高年級	44.12 (45.92)		
週六、週日花多少時間上網		-4.8	<.001
1.中年級	57.14 (49.62)		
2.高年級	69.16 (51.50)		
週一到週五花多少時間看電視		-4.73	<.001
1.中年級	57.81 (44.52)		
2.高年級	68.37 (45.07)		
週六、週日花多少時間看電視		-6.17	<.001
1.中年級	77.07 (44.13)		
2.高年級	90.21 (41.02)		
週一到週五花多少時間打電動		-3.12	.002
1.中年級	38.52 (45.10)		
2.高年級	45.68 (48.07)		
週六、週日花多少時間打電動		-3.96	<.001
1.中年級	57.31 (48.09)		
2.高年級	67.03 (51.66)		
一星期花多少時間讀報		-1.44	.15
1.中年級	15.91 (18.89)		
2.高年級	17.28 (19.58)		
一星期花多少時間看漫畫		-.1	.92
1.中年級	14.0 (19.43)		
2.高年級	14.10 (20.52)		
一星期花多少時間讀雜誌		-2.6	.01
1.中年級	9.03 (16.6)		
2.高年級	11.23 (17.62)		

四、父親職業與學童各媒體使用時間單因子變異數分析檢定

若將父親職業與兒童各項媒體所花費之時間，進行單因子變異數分析檢定，學童於各媒體所花費之時間，是否會因為父親職業不同有所差異。

結果發現，在週一到週五花多少時間上網，父親職業不同之間在網路使用上時間上有所差異（ $F=2.46$ ， $p=.044$ ），由事後比較檢定來看，僅父親為專業人員與庶務人員兩組之間差異，接近顯著差異（ $p=.057$ ），庶務人員子女較專業人員子女平均週一到週五多上網10分鐘。

在週間看電視的時間上，父親職業不同之間在看電視時間上有所差異，達統計顯著差異（ $F=2.48$ ， $p=.042$ ）。由事後比較檢定結果來看，各組間則無顯著差異。

在週間花多少時間打電動上，父親職業不同子女在打電動時間上有所差異，達統計顯著差異（ $F=3.74$ ， $p=.005$ ）。由事後比較檢定結果來看，專業人員子女與庶務人員子女兩組之間差異，達到統計顯著差異（ $p=.012$ ），庶務人員子女週一到週五之間打電動時間比專業人員子女多13分鐘。

其餘媒體使用時間在不同父親職業上，經由單因子變異數分析檢定，並無顯著差異。詳細資訊請見下表4.30。

表4.30 父親職業與媒體使用時間ANOVA分析

變項	平均數（標準差）	F值	P值	Post-hoc test
週一到週五花多少時間電動		3.76	.01	
1.專業人士	36.26 (44.38)			庶務人員〉專業人員
2.庶務	49.59 (49.88)			
3.農林漁牧	46.72 (49.48)			
4.技術有關	42.5 (46.38)			
5.其他	38 (43.59)			

五、學童於各項媒體所花之時間相關分析

如將學童各項媒體所花之時間進行相關係數分析，發現學童在使用手機的時間與上網及打電動於統計上達顯著正相關（Pearson 相關係數值請見下表）。

而上網所花之時間除與使用手機具有正相關外，又與看電視、打電動、看漫畫所花的時間具有統計顯著正相關。

看電視與打電動具有統計顯著正相關外，亦與讀報紙的時間具顯著負相關。

打電動所花的時間與看漫畫時間亦存在正相關之關係，但與讀報所花之時間存

在統計顯著負相關之關係。

而學童在報紙、漫畫與雜誌的閱讀上則是存有統計顯著正相關的關係。詳細統計數值請見下表 4.31。

表 4.31 各媒體使用時間相關分析

		相關									
		多少時間 講手機	星期一到五花 多少時間上網	週六週日花多 少時間上網	星期一到五 花多少時間 看電視	週六週日花多 少時間看電視	星期一到五 花多少時間 打電動	週六週日花多 少時間打電動	一星期多少 時間讀報	一星期多少 時間看漫畫	一星期多少 時間讀雜誌
多少時間講手機	Pearson 相關	1	.114*	.099*	.085	.024	.114*	.111*	-.014	.062	-.014
	顯著性 (雙尾)		.013	.030	.065	.599	.012	.014	.759	.172	.758
	個數	485	481	481	476	478	481	484	483	483	480
星期一到五花多少時間上網	Pearson 相關	.114*	1	.581**	.271**	.158**	.573**	.419**	-.047	.098**	.000
	顯著性 (雙尾)	.013		.000	.000	.000	.000	.000	.053	.000	.987
	個數	481	1670	1661	1647	1649	1650	1660	1664	1657	1646
週六週日花多少時間上網	Pearson 相關	.099*	.581**	1	.222**	.236**	.447**	.628**	-.027	.107**	-.019
	顯著性 (雙尾)	.030	.000		.000	.000	.000	.000	.276	.000	.450
	個數	481	1661	1673	1648	1652	1653	1664	1667	1661	1650
星期一到五花多少時間看電視	Pearson 相關	.085	.271**	.222**	1	.569**	.356**	.288**	-.082**	.036	-.030
	顯著性 (雙尾)	.065	.000	.000		.000	.000	.000	.001	.141	.225
	個數	476	1647	1648	1671	1660	1650	1662	1667	1656	1646
週六週日花多少時間看電視	Pearson 相關	.024	.158**	.236**	.569**	1	.281**	.327**	-.039	.087**	-.007
	顯著性 (雙尾)	.599	.000	.000	.000		.000	.000	.109	.000	.786
	個數	478	1649	1652	1660	1677	1656	1667	1672	1662	1652
星期一到五花多少時間打電動	Pearson 相關	.114*	.573**	.447**	.356**	.281**	1	.643**	-.049*	.113**	.037
	顯著性 (雙尾)	.012	.000	.000	.000	.000		.000	.045	.000	.134
	個數	481	1650	1653	1650	1656	1677	1670	1673	1662	1652
週六週日花多少時間打電動	Pearson 相關	.111*	.419**	.628**	.288**	.327**	.643**	1	-.049*	.106**	-.004
	顯著性 (雙尾)	.014	.000	.000	.000	.000	.000		.043	.000	.864
	個數	484	1660	1664	1662	1667	1670	1688	1684	1673	1663
一星期多少時間讀報	Pearson 相關	-.014	-.047	-.027	-.082**	-.039	-.049*	-.049*	1	.175**	.383**
	顯著性 (雙尾)	.759	.053	.276	.001	.109	.045	.043		.000	.000
	個數	483	1664	1667	1667	1672	1673	1684	1692	1677	1667
一星期多少時間看漫畫	Pearson 相關	.062	.098**	.107**	.036	.087**	.113**	.106**	.175**	1	.162**
	顯著性 (雙尾)	.172	.000	.000	.141	.000	.000	.000	.000		.000
	個數	483	1657	1661	1656	1662	1662	1673	1677	1683	1669
一星期多少時間讀雜誌	Pearson 相關	-.014	.000	-.019	-.030	-.007	.037	-.004	.383**	.162**	1
	顯著性 (雙尾)	.758	.987	.450	.225	.786	.134	.864	.000	.000	
	個數	480	1646	1650	1646	1652	1652	1663	1667	1669	1673

*. 在顯著水準為0.05 時 (雙尾)，相關顯著。

**. 在顯著水準為0.01 時 (雙尾)，相關顯著。

第五章 討論

此章主要將本次調查研究分析結果與 2008 年國中與高中的媒體使用行為之調查結果綜合討論，分別以媒體使用、父母中介、性別與年齡及數位落差之議題，做全貌的呈現。

第一節 媒體的使用

數位媒體時代瞬時逼近，兒童與青少年是數位年代的原住民，其媒體行為乘浪順風而為。根據國內交通部統計處民國 90 年、92 年、94 年「臺灣地區民眾使用網際網路狀況調查報告」顯示，早期城鄉之間上網比例的確存在著明顯的差距。一般而言，西岸網路連結的比例高於東岸；北部上網率高於南部民眾。在今年的兒童媒體使用行為調查中，上網在北中南東區域間，並沒有顯著差異。在擁有手機部分，北部學童擁有手機較其他地區多。東部處於地理位置較為邊緣，兒童擁有手機年齡與北部相當，大約在 10 歲，中部和南部兒童則是 11 歲。在擁有部落格方面則是中部比例較高。易言之，從富邦在 2004 年與 2008 年、2009 年的青少年與兒童媒體使用行為調查中也發現國內數位城鄉差距並不明顯。

一、最重要的媒體

由 2008 與 2009 年富邦青少年與國小媒體使用行為調查顯示，青少年兒童心目中最重要媒體皆為電腦，而上網是青少年兒童最主要的媒體行為，線上遊戲則是青少年兒童最主要的媒體活動。請見表 5.1。

表 5.1 青少兒童心目中最重要媒體

最重要媒體序別	1	2	3
國小 (9-12 歲)	電腦 (網路)	電視	MP3
國中 (13-15 歲)	電腦 (網路)	電視	手機
高中職 (16-18 歲)	電腦 (網路)	手機	電視

二、網路世代新網民

由上可知兒童及青少年喜愛的媒體第一位皆是電腦，此顯示在兒童及青少年心目中，雖然電視仍然是兒青媒體使用的重要項目，但是電腦逐漸開始取代電視的地位之趨勢。青少年兒童上網趨勢幾乎是全球化的現象。

在國外，研究青少年兒童媒體行為調查，幾乎全部以「數位媒體」作為主軸，並直指兒童上網的媒體行為所衍生的親子互動與社會問題引起諸多的關注。兒童未來基金會(Future of Children)指出，網路上青少年社會關係與兒童心理發展在在都與媒體行為有所連動。在英國 Ofcom 「媒體素養觀察與青少年媒體使用」調查中，也顯示年齡與媒體使用行為相關。意即年齡越大者，操控媒介複雜性的能力越高。在中高年級的交叉分析中顯示，高年級生上網時間及擁有手機的比例皆比中年級學童要高。另外，根據英國 Ofcome 的研究發現，兒童在五歲時，已經善於看電視打電動和上網的媒體活動，而本調查結果也顯示，台灣兒童自七歲上網比例最高，上網低齡化的現象浮現，雖然台灣兒童開始上網年齡比國外研究結果五歲開始上網，年齡較晚一些。本次研究調查發現，兒童一週使用網路時間約 11 小時，看電視時間約 16 小時，打手機約 1 小時。而 2008 年青少年一週使用網路時間約 16.43 小時，看電視為 15.36 小時，打手機為 5.15 小時，兒童每週看電視時間比國高中生較長，但是在上網與打手機皆低於國高中生。請參見表 5.2。

表 5.2 青少兒媒體使用時間

媒體使用時間(小時)	上網	看電視	打手機	報紙	雜誌
國小(9-12 歲)	10.96	16.32	1.03	0.27	0.17
國中(13-15 歲)	14.28	15.35	3.84	3.11	4.41
高中職(16-18 歲)	18.58	15.36	6.45	3.46	4.47

網路可稱為全台青少年兒童最重要的媒體，而且不受性別、年齡及地區之影響。但若從使用時間來看以今年兒童調查結果看，男童特別是在週末期間，上網與打電動時間皆高於女性。而在年級方面，高年級學童不論是週間或週末，在使用網路時間高於中年級學童。年齡愈長，網化愈深。

整體而言，國小看電視的時間比國、高中來得長一些。國中階段上網時間與電視時間趨向等量，但是到高中職時則上網時間已多於電視，時達 3 小時。打手機時間也有相同趨勢，而且每個階段都大幅增加。顯而易見，個人性的媒體如手機、電腦、上網的重要性隨年齡層增高而加重。相較於數位媒體的長時間使用，傳統媒體如報紙與雜誌，無論國小、國中及高中高職一星期所花費的時間皆不高。新舊媒體使用時間的消長可見一斑。

國小兒童大約有九成五家中擁有電腦，其中並且有八成四(84.4%)的兒童家庭可以上網。國小兒童最常在家中上網，比例佔 76.5%。國小生交網友的比例佔

26.7%，其中，有交網友但不曾和網友出去或講電話佔 20.7%；而有交網友但曾和網友講電話的兒童佔 3.4%，和網友出去的佔 1.3%。有和網友去出及講電話為 1.3%。大約有七成三的兒童沒有任何網友。

2008 的調查則指出，大約有九成四以上的青少年在家中即可上網，最常在家中上網者佔 92.5%。近六成的青少年網路使用者有網友，其中，有交網友但不曾和網友出去或講電話國中生佔 35.2%，高中職生佔 30.6%；有交網友且曾和網友講電話的國中生佔 14.4%，高中職生佔 17.2%；和網友出去的國中生佔 1.4%，高中職生佔 2.2%；有和網友去出及講電話的國中生佔 5.2%，高中職生佔 11.8%。沒有任何網友的國中生佔 43.8%，高中職生佔 38.2%。請見表 5.3。

表 5.3 青少年兒童是否有網友比例

項目	國小	國中	高中職
是，我曾和網友見面及講電話	1.3%	5.2%	11.8%
是，我曾和網友見面	1.3%	1.4%	2.2%
是，我曾和網友講電話	3.4%	14.4%	17.2%
是，但我不曾和網友見面或講電話	20.7%	35.2%	30.6%
否，我沒有任何網友	73.3%	43.8%	38.2%
總百分比	100%	100%	100%

兒童上網最常做的事第一為打電動，第二是下載音樂影片，再者是線上聊天。國中生上網主要活動為 MSN 和即時通、其次則為下載檔案、第三是搜尋引擎。高中生上網主要活動為 MSN 其次則為下載檔案，第三則是搜尋引擎。請見表 5.4。

表 5.4 青少兒上網主要活動及功能

年級	1	2	3
國小	打電動	下載音樂影片	線上聊天
國中	MSN/即時通	下載檔案	搜索引擎
高中職	MSN/即時通	下載檔案	搜索引擎

整體看來台灣的兒童青少年對於上網的需求可分二類，一是及時通訊（線上聊天）的社交性需求，二是下載影音的功能性需求。本次調查四成一的兒童擁有部落格。而他們在部落格最常做的事情為設計桌面、上傳照片及寫文章，性別上沒差異。國中生部落格方面，43.6%有使用網際網路習慣的國中生目前有使用部落格；

女生目前仍持續使用部落格的有 66.2%，男生則為 31.4%。54.9%有使用網際網路習慣的高中生，目前有使用部落格，女性目前有使用部落格之比例為 69.6%，男性則為 45.7%，顯見，年齡越長，部落格越傾向是性別媒體，女生使用的活絡性比男生強。

三、手機擁有低齡化，挪用多於正用

而在手機方面，國小學童三成擁有手機。第一次擁有手機的年齡在 10-11 歲。在擁有手機者中，10 歲以下就有手機的兒童大約佔近三成，顯示擁有手機有低齡化的趨勢。兒童最常用手機來聽音樂，其次才是打電動和講電話。大多數兒童每週發 1-3 則簡訊（青少年每週發出 11 封以上簡訊）。兒童在手機的花費上多介於 200-399 元。此與 08 年富邦調查青少年手機使用一個月帳單大約 325 元相當。但是有四成二的兒童在手機花費都是由父母支付因此並不清楚費用多少。

在 2008 年的調查中，國中生約百分之六成一擁有自己的手機，女生擁有手機的百分比(67.9%)比男生(53.8%)要來的高。半數以上的國中生每週發送之簡訊不超過四封，一週發送之簡訊數中位數為 3.6，有 11.6%的國中生一週發超過 16 則簡訊，平均一天發送兩則以上。男生一週完全沒發簡訊之百分比為 37.5%，女生則為 27.5%，到國中階段，簡訊的發送量增加，而且女生發簡訊較為積極，而國小階段的簡訊挪用為聽音樂的機具。近七成的國中生上個月帳單是在 400 元以內，國中生單月手機帳單集中於 201~400 之間。有 55.3%的國中生最常通話的對象是同學與朋友，顯示手機在國中生同儕團體中之重要性，34.3%的國中生最常通話之對象為父母。

大約有九成的高中生，擁有自己的手機。其中，高中女生擁有自己手機之比例(91.1%)顯著高於男性(85.1%)。約半數高中生每週發送之簡訊不超過四則，有 15.2%的高中生一週發超過 16 則簡訊，平均一天發送兩則以上。近六成的高中生上個月帳單是在 400 元之間，高中生單月手機帳單集中於 201~400 之間。有近七成的高中生最常通話的對象是同學與朋友，最常通話之對象為父母的降為 17%。另外，男性最常和同學或朋友通話之百分比為 72.3%，女性則為 64.8%。

整體而言，兒童與青少年最常使用手機的場所是家裡。青少年手機通話主要對象為同學與朋友，手機的使用與擁有上，女生顯然比男生更積極。

表 5.5 青少兒手機使用行爲

年級	擁有手機	每週發簡訊	每月手機花費	通話對象
國小	29%	1.5	200-399	家人
國中	61%	3.6	201-400	同學/朋友
高中職	90%	4.0	201-400	同學/朋友

四、電視

電視內容偏好方面，2009 年、2008 年調查發現與 2004 年富邦青少年兒童媒體使用行爲皆顯示，卡通仍是國小、國中生心目中最喜愛的節目類型（2004 年爲第二名）。

國小生喜歡的類型，兒童喜歡的電視類型爲卡通節目(23.2%)，第二爲電影(18.8%) 第三是連續劇(17.6%)。其次分別爲綜藝節目（17%）、音樂節目(9.3%)、新聞節目（7.3%）及知識節目(6.8%)。

國中生最喜歡電視的節目類型，分別是卡通 (19.7%)，第二爲綜藝／娛樂／談話／益智類(17.6%)，第三則爲音樂／歌唱(15.9%)，其次則爲電影(14.6%)、連續劇(13.8%)、運動／體育(9.7%)。

高中生電視使用者最喜歡之節目類型是綜藝／娛樂／談話／益智類(22.8%)，第二爲電影(19.2%)，第三則爲卡通(14.3%)，其次則爲音樂／歌唱(13%)、運動／體育(11.6%)、連續劇(10.7%)。

整體而言，青少兒階段，喜愛的電視節目類型仍是以娛樂爲主。此與英國 Ofcom 的研究結果-青少年兒童將電視最爲娛樂消遣的媒介相同。

表 5.6 青少兒最喜愛的前三名電視節目類型

年級	1	2	3
國小(9-12 歲)	卡通(23.2%)	電影(18.8%)	連續劇(17.6%)
國中(13-15 歲)	卡通(19.7%)	綜藝／娛樂／談話 ／益智類(17.6%)	音樂／歌唱(15.9%)
高中職(16-18 歲)	綜藝／娛樂／談話 ／益智(22.8%)	電影(19.2%)	卡通(14.3%)

五、父母中介

美國凱瑟家庭基金會的 2007 年研究報告顯示，父母對於孩子媒體使用行為最擔憂的便是網路開放性所帶來的性與暴力的相關內容。英國 Byron Review 2007 年研究結果也顯示，網路安全是家長最擔心的，包括青少年兒童在意識到風險的情況下，仍然願意去結交網友。父母的擔憂往往成為介入青少年兒童媒體使用行為與時間的關鍵因素之一。

本次調查針對父母管制媒體使用活動及時間、媒體重要性及媒體使用之目的進行多選題的調查。調查顯示父母限制孩童使用量依序是使用電腦與上網 47.7%，其次為看電視（26.0%），接著是打電動（17.1%），最後是講手機（9.3%）。有七成兒童認為父母親並沒有限制其媒體使用內容。整體而言，青少年媒體使用行為受到父母的管制，父母關心網路安全甚於電視安全，兒童網路交友的態度日趨開放並漸有實質互動，值得家長與教育者注意。

在 2008 年的調查中，有 22.6% 的父母會限制國中生使用網路之時間及所瀏覽之網頁，35.8% 限制使用時間，5.3% 僅限制所瀏覽之網頁，亦即有過半數的父母會限制國中生瀏覽網際網路之時間，四成父母會限制所瀏覽網頁之內容，另有近四成父母不會對國中生使用網路之時間及瀏覽內容加以限制。

在高中部分，有 14.8% 的父母會限制高中生使用網路之時間及所瀏覽之網頁，34.3% 限制使用時間，2.7% 僅限制所瀏覽之網頁，亦即有約半數的父母會限制高中生瀏覽網際網路之時間，近兩成父母會限制所瀏覽網頁之內容，另有近五成父母不會對高中生使用網路之時間及瀏覽內容加以限制。請見表 5.7。

表 5.7 父母是否限制使用網路

項目	國小	國中	高中
是，限制使用時間及瀏覽之網頁	/	22.6	14.8
是，僅限制使用時間	51%	35.8	34.3
是，僅限制瀏覽網頁	/	5.3	2.7
否，不限制	49%	36.3	48.2
總和	100	100	100

六、性別與年齡

螢幕世代下的兒童，除了上網、手機媒體使用行為也出現低齡化的趨勢外，部落格是否有性別化的趨勢？

數位差距研究中，另一個重要人口變項便是「性別」，是許多學者用來解釋數位落差的重要變項（Halpern & Diane, 1996；Bimber, 2000）。一般來說，科技的確

有性別化的趨勢，男性似乎對資訊科技的接近與使用高於女性。今年調查結果也發現，男童開始上網的年齡為7歲，女童則為10歲。男童使用上網時間也高於女童，特別是玩線上遊戲與打電玩部分比女童來得高。而女童在傳統媒體例如報章雜誌上每星期花費共約31分鐘，使用的時間卻比男童(28分鐘)多近4分鐘。在部落格方面，09年調查發現，女童擁有部落格的比率略高於男童，但是並不顯著。但是隨著年齡增長，2008年調查青少年使用部落格狀況調查顯示，青少年有52.7%擁有使用部落格，其中女生更熱中於使用相簿及部落格（相簿：女生73.9%，男生39.8%；部落格：女生66.2%，男生31.4%），其持續使用相簿及部落格之比例皆約為男性之兩倍，隨年齡增長，部落格之機會比例也增高。2008年Ofcom研究顯示，隨著年齡增長，男生喜歡上網，女生喜歡擁有手機。因此，性別上，不同年齡層男生女生媒體使用行為有些微差異，但是相關研究結果顯示，「性別」影響對部分的媒體使用行為。

第六章 數位媒體中的兒童—質化觀察

第一節 質化資料的需求

根據本研究量化統計資料，現在國小學童認為最重要的三個媒體依序是電腦、電視和 MP3，電腦已經取代電視成為學童心目中最重要媒體，台灣目前學童家中擁有電腦者高達九成五，其中有八成四的家庭，電腦可以上網；這些學童上網最常做的事情依序分別是打電動、下載音樂影片和線上聊天。另外，我們也發現到有四成的兒童有在經營部落格，他們在部落格中設計自己的桌面、上傳相片、寫文章與回應留言，這都反映出現在的兒童在媒體的使用上不再僅止於被動的接收者，而成為一種積極自主的媒體活動。

悠遊在數位媒體的環境，已是國小學童生活中密不可分的一部份，本研究除了量化調查外，為了能夠進一步厚描學童的網路行為，透過質化觀察四位學童的日常生活與媒體使用行為，希望透過個案的觀察與訪談，能夠描繪出更細緻的媒體使用與其深植的脈絡。

第二節 研究步驟

一、 選擇家庭兒童樣本

本研究觀察個案共計四位，個案的來源，主要由訪員熟識的網絡中搜尋，其中兩位是訪員過去的學生，另外兩位是研究者親人朋友的子女。四位個案皆與研究者有相當的熟悉程度。基於研究者要進入家庭做侵入性的參與觀察，為求能自然的處於研究場域，觀察最真實的互動情形，因此採取便利取樣，俾於研究者進入家庭觀察（吳翠珍，1997）。

二、 直接觀察法

參與觀察法就是研究者進入研究對象的環境中，與研究對象發生面對面的社會互動，經過一段時間，以漸進的、有系統的方式蒐集資料之科學調查方法。其目的以累聚的方式從每日真實活動中，發覺人類生活在實質上和理論上的真相（陳順孝，1993：54）。

本研究的研究內容與過程如下：

1. 研究時程：

參與觀察法的進行時間為民國九十八年七月一日到十一月七日，共計四個月，每個受訪兒童，進行六次的駐家觀察，包含週間（週一到週五）任選三天，以及週末三天。觀察日期避開國定假日與學校月考。

2. 觀察項目：

- (1) .家庭結構-成員生活與觀看作息
- (2) .觀看環境-家中的媒體以及各種媒介使用習慣與易得性
- (3) .媒體使用行爲-使用的媒體與時間，使用的限制
- (4) .媒體使用的過程-兒童如何用媒體，以及透過媒體所以進行的活動
- (5) .觀察時兒童的行爲和言談
- (6) .兒童的媒體使用日記

三、 深度訪談法

訪談是「面對面的言辭交流，訪員嘗試由他人引出資訊、意義表達或信念」（Denzin, 1978:113）。而深度訪談就是針對研究問題，由訪員與受訪者作較具深度、較長時間的問答式討論。

深度訪談問卷採開放式問題，訪談的方式是依據結構性的標準化訪談（structured standardized interview），亦即預定讓所有受訪者獲得相同類型的資訊；並且深度訪談允許研究者對受訪者所回答的內容，再度提出問題來解答疑惑，因此，深度訪談的深入程度因時順境依據訪員與受訪者的關係而定。

深度訪談的前提是：問題的意義是標準化的，但是訪員闡述的用詞可以受訪者的觀點出發，例如針對兒童閱聽人這個族群，在兒童不能理解問題意涵時，訪員有必要使用兒童較能理解的口語或舉例來說明；問題的順序並不重要，可以由受訪者來決定先回答哪一個問題。最重要的是，要確保每一個問題的意義對所有受訪者都是相同的（Denzin, 1978）。

第三節 研究分析

本節由四位個案中選擇二個較具豐富性個案特質的兒童加以闡述，分別是小六男生與女生各一名。

一、個案一

(一) 基本資料：

匿名：狗狗（11 歲，女）

年級：台北縣，小學六年級

家中成員：父（工程師）、母（看護）、弟弟（五歲，幼稚園中班）。

家庭描述：核心家庭，家中成員同住。爸爸工作較忙碌，週間下班回家常是晚上十一點，爸爸回家後會看電視，因此家中成員不會跟爸爸搶電視，有時候會到爸媽房間去看。媽媽之前在眼科診所工作，後來因為要照顧家裡的小孩，辭去全職工作，現在在家裡附近社區做老太太的週間白天看護。家中子女的生活、教育多是由媽媽來管理，媽媽平時不會介入她的媒體選擇，但是媽媽很擔心她在學校和補習班交的朋友會影響她。狗狗五年級以前只有補英文一科，六年級開始，媽媽在別人介紹下，讓她到國中數學家教班去學數學，也因此狗狗認識很多就讀國中的大姊姊們，會透過 MSN、部落格和大姊姊們聊天、互傳短訊、交換日記。自己也介紹了好朋友到這家補習班去補習。

自今年（98）七月開始與個案家庭接觸，訪員與個案家庭已認識五年，個案是訪員過去任職的美語補習班學生。

(二) 個案生活作息

狗狗的生活作息大致分為二類：週間（週一至五）與週末，相當規則與制式，以下分別以表格呈現。

表 6.1 狗狗週間生活作息：（98 年 11 月 16 日）

時間	作息	媒體行爲	備註
06:00	起床		
06:45-07:00	出門		
08:30-17:00	上課	使用相機拍照	下課時使用
17:00-19:00	補習		一、四補數學 二、五補英文
19:30-20:30	晚餐		
20:30-21:30	做功課		
21:30-23:30	● 看電視	● 用部落格	

	<ul style="list-style-type: none"> ● 上網 ● 聽收音 (練習客語) 	<ul style="list-style-type: none"> ● 即時通和同學聊天 	
23:30	睡覺	傳簡訊	

表 6.2 狗狗週末生活作息 (98 年 11 月 15 日)

時間	作息	媒體行爲	備註
12:00	起床		
12:00-14:00	午餐		
14:00-18:00	<ul style="list-style-type: none"> ● 上網 ● 看電視 ● 講電話 	<ul style="list-style-type: none"> ● 用部落格 ● 即時通和同學聊天 ● 看偶像劇 ● 同學打到家裡或是打手機 	成績變差，這個時間會被禁止
18:00-20:00	晚餐		
20:00-20:30	洗澡		
21:00-22:00	看書		必須溫習功課
22:00	睡覺	傳簡訊	

由上二表得知在週間狗狗每天上學 8.5 小時，補習兩小時，做功課一小時，使用媒體（電視、上網、收音機）兩小時，睡覺 6.5 小時；週末使用媒體（電視、上網、收音機）4 小時，看書 1 小時，睡覺 14 小時。

(三) 狗狗媒體使用日記觀察

本研究透過媒體使用日記（附錄二），讓兒童在家中自行紀錄媒體使用狀況，並紀錄使用該媒體的心情指數，心情指數以 5 個笑臉 (☺) 作為最開心的使用心情，兒童可以依自己使用媒體的真實心情在笑臉上著色。

在 98 年 9 月 18 日至 9 月 24 日之間，一週使用電視 5 小時 10 分鐘、使用手機 1 小時 40 分鐘（同學打過來給她）、使用網路 11 小時、使用相機 1 小

時、使用收音機 3 小時 50 分鐘、使用雜誌 1 小時。

在 98 年 9 月 25 日至 10 月 1 日之間，一週使用電視 1 小時 10 分鐘、使用手機 2 小時 30 分鐘(同學打過來給她)、使用網路 7 小時、使用相機 8 小時 40 分鐘、使用 MP3 30 分鐘、使用收音機 3 小時 30 分鐘。

狗狗一週平均使用電視時間是 3 小時 10 分鐘、平均使用手機時間是 2 小時 10 分鐘、平均使用網路時間是 9 小時、平均使用相機時間是 4 小時 20 分、平均使用收音機時間是 3 小時 50 分鐘。

在各種媒體中，使用網路的時間是最長的，其次為相機，第三是電視，第四是收音機。

在網路的使用上，最常做的事情是張貼、回應部落格文章、更新相簿，同時會透過即時通與同學聊天；會使用網路來查找一些自己想知道的資料，例如找歌詞或完成學校作業。使用的地點是在家中書房，使用的時候，心情指數普遍都較高，特別是用即時通跟同學或學姐在說一些祕密（會討論當天在學校發生令她特別開心或是特別討厭的人事物）的時候。

在使用相機上，已經不記得何時開始有相機，但是是五年級以後才開始會帶相機至學校拍照。相機最常用來在學校與同學拍照，紀錄學校生活，也會和家人拍照，這些相片她會上傳至自己部落格中。使用的時候，心情指數都非常高，大多是在學校使用，會拍一些與同學的照片或是與同學外出的生活紀錄，與家人合照時就沒這麼開心。

在電視的使用上，主要觀看的電視節目有兩種，一種是娛樂型態節目，另一種是戲劇，以韓劇為主韓劇，也會觀看週末時候的偶像劇，例如現在台視週日晚間偶像劇-「下一站，幸福」。

在收錄音機的使用上，主要拿來在書房學習客語，是媽媽要求必須完成的。心情指數普通。

在使用手機上，最常用手機來傳簡訊，也會用來聽歌。最常是在睡前在自己房間與之前學校的學姐互傳短訊（有時候互相為對方在功課上或是生活上加油打氣；也有時候是聊各自學校發生的事情，討論這些事情會往返來回 20 多封簡訊），心情指數普通。

（四）個案媒體使用行爲：

下面特以媒體為類別，描述狗狗與個別媒體的脈絡化關係。

1. 電視

暑假相對上學其間，有較多時間可以看電視，主要是看晚上的連續劇「妻子的誘惑」，這是同學推薦她看的韓劇，之後媽媽也跟著一起定時收看；覺得這一齣韓劇裡女主角報復的手段很厲害，實在好看，所以就繼續收看。媽媽覺得因為剛好在暑假時間，晚上看連續劇是可以的開學以後就不行，這一齣戲的劇情又很高潮跌起，就跟著狗狗一起看。以下是幾段狗狗字數與電視或特定節目的互動。

「看電視可以看了一直笑，或是很生氣那種，就是，反正就是不會學到什麼知識那種，歡笑和淚水而已。」（11月17日，第二次訪談）

「平日看電視是寫完功課吧！現在都不行了。嗯…要很晚很晚才能看電視，可能那時候會覺得想睡覺就不會看了。週末會看電視，看到一半就被阻止。有好看就看吧！像上個週末，就看「下一站，幸福」。太讚了！」（11月17日，第二次訪談）

「我們（小團體成員）會討論（電視上的偶像劇），然後有人說好像很好看，就會去看，然後看了之後，好樣真的很好看就一直看下去。」（11月17日，第二次訪談）

「那時候「下一站，幸福」開始播的時候，他們（小團體成員）也有在討論，然後第一次討論的時候我也有聽到，然後她（小團體中的某個成員）第二次跟我講我就知道了，所以我就會去看。」（11月17日，第二次訪談）

「如果沒有看這個節目，就會變成他們（小團體成員）在一個小圈圈裡面，我在外面看他們聊天，就會融不入他們。會很孤單的那樣，他們會問說：『狗狗妳怎麼沒有看？』然後我就說：『妳在說什麼？我完全不知道。』」（11月17日，第二次訪談）

2. 電腦

開學之後，看電視的時間減少很多，星期一到星期五除了學校上課之外，還要去補習班補英文和數學，更少時間能夠使用電視，因此在課餘時間，多會選擇用電腦上網，來跟同學、朋友聊天也都固定會瀏覽同學部落格、更新自己

文章或是回應別人文章。

狗狗上網就會馬上登入即時通，跟同學聊天，逛其他人部落格同時更新自己的部落格。部落格是從四年級就開始經營，至今都會固定張貼文章或是更改版型。部落格的版型大約一個月會換一次，因為看膩了，換了之後會問好朋友覺得如何，朋友反應不好，就會在兩三天內馬上換掉。

「用部落格之後，可以認識到更多朋友，可以讓不認識的人來認識我，然後讓已經認識的人變得更好。」（11月17日，第二次訪談）

「部落格對我來講超重要，重要到爆，因為在部落格上，我會知道比在學校更多事情。」（11月17日，第二次訪談）

「例如說我打一篇文章，然後讓大家很關注的話，大家會帶到學校來討論，讓大家都知道，然後可能的話，被人嗆，就會有很多人跑去嗆那個嗆我的人。」（11月17日，第二次訪談）

「之前有一段時間因為A型流感在家自主隔離，就可以從部落格的相片裡知道他們在學校都在幹嘛。然後可以拍照片，可以跟他們聊天。然後後來看到很多人留言，就很感動，有的人懶得打文章，就會用回應。然後000就跟我說她有打一篇，叫我要去看，我就去看，他上面就寫說我怎麼那麼多天沒有去學校什麼的，然後有很多人的回應，我就一直感動到今天。」（11月17日，第二次訪談）

「在部落格的活動中打文章是最重要的，因為從文章可以看到很多事情。其次是相片，像是我那時候隔離，就可以看到他們都在幹嘛。接著是「回應」這個功能，表示我有看文章，如果有關我的，不論是誰我都一定會回，如果不關我的，那就看情況。」（11月17日，第二次訪談）

3.手機

五年級開始有手機，沒有拍照的功能，只會使用手機跟同學聊天或傳短訊，但是被要求不能超過月租費。在家多用室內電話和同學聊天，但是媽媽聽到她在聊天會制止（時間不一定，聽到會制止），她會請同學打她的手機跟她聊天。月租費大約是在兩百多元左右，很少拿來打電話，幾乎是拿來傳簡訊。

「不會用手機講，會用家裡電話講，每天不會超過十分鐘，媽媽會說不要講那麼久，電話是聊公事不是聊天用的，然後就被罵。在客廳講電話，講

一講被聽到就被罵。」（8月11日，第一次訪談）

4.數位相機

數位相機是家中成員共用的，狗狗有時會在媽媽同意下將相機帶到學校與同學合照，紀錄校園中生活點滴。數位相機是狗狗很重要的媒體之一，她會將所拍照片加以美工編輯，或是運用網路上的軟體製作 MV 與同學分享。

「帶相機去學校是因為好玩，但是之前老師允許大家帶相機到學校去，但是後來因為有人相機不見了，也有人的手機被人家用壞，所以就不能再帶了。」（11月17日，第二次訪談）

5.錄音機

特殊的行爲是使用錄音機學客語，是媽媽要求的。每天晚上固定時間會聽客語教材，但是有時候會把書攤開、收音機打開，卻做自己想做的事情，例如寫信。十一月底要參加客語檢定，因為媽媽認爲他的表哥表姊們都有參加，所以希望她也要去考。

（五）父母對於狗狗媒體使用的想法：

媽媽不會介入狗狗的媒體選擇，有時會跟著狗狗一起看她要看的電視節目。狗狗的錄音機使用行爲是來自媽媽的要求，爲了要參加客語檢定，因此需要每天定時收聽，但是狗狗不一定在聽錄音機學客語很專心，常會把書攤開來卻進行其他活動。在學校成績變差時候，媽媽會限制狗狗的媒體使用時間，原先可以自由在課餘時間使用媒體，會被禁止。媽媽也會沒收她的手機，但是若有來電或是短訊會交給她接聽。

「以前玩電腦的次數真的玩太久，以前如果十點鐘玩電腦的話她（媽媽）都不會管你要玩到幾點，反正妳要睡覺妳就自己去睡覺，但是現在十二點多就要去睡覺。」（11月17日，第二次訪談）

「像是最近因為考太爛了，所以就不常上線，也都不能看電視。」（11月17日，第二次訪談）

部落格是狗狗維繫學校的小團體情誼與彼此生活記憶交集的小房間，她在部落格中用自學的美工軟體編輯圖片，展示自己的創作，也會在部落格中放入自己製作的 MV 連結作爲贈送朋友的禮物，在網路的世界狗狗成爲一個積極參與傳播者，部落格是她的數位臥房，她邀請原有的朋友進入參觀、回應；更讓

有同樣喜好卻不認識的人，分享生活，結交朋友。部落格的另一個功能，是成為小團體進行差異社交的工具，小團體的成員會在部落格中進行排擠某個小團體成員，並爭取自己在小團體中友誼聲望。

二、個案二

第二位個案則是一位同樣小學六年級的男童興興。

(二) 基本資料：

匿名：興興（12 歲，男）

學校年級：桃園縣，小學六年級

家中成員：父（54 歲）、母（40 歲）、妹妹（10 歲，四年級）。

家庭描述：核心家庭，家中成員同住。家裡經營資源回收場。近幾年爸爸開始洗腎，較無法負擔回收場大量工作，於是媽媽就需要花更多時間在回收場的工作上，之前回收場遭小偷，因此現在爸媽晚上會住在回收場裡面。媽媽是柬埔寨華僑，興興在讀幼稚園以前曾經住在柬埔寨一小段時間，開始讀幼稚園以後就都是住在台灣，不是很常會回媽媽娘家，從幼稚園以後只回去過三次。家中的親戚雖沒有同住，但是爸爸那邊的親戚都居住在家裡附近；嬸嬸家在興興家隔壁，叔叔今年夏天因為溺水（兩家人出遊時堂哥溺水，叔叔去救他）離開人世；與堂哥（高中生）堂姐（一位大學生、一位專科學生）的感情很好，兩家人會一起過生日或是看影片，堂姐的男朋友也跟興興家人很熟悉，會幫興興家安裝一些軟體會是解決電腦上的問題。

興興目前是小學六年級學生，星期一、四要去補習班學英文到晚上八點鐘，星期二、五要上數學到晚上八點半，星期三學長笛到晚上八點。這些課程都是媽媽安排他去上課的。

自今年（98）九月開始與個案家庭接觸，個案是訪員親友家中子女的同班同學。

(二) 個案生活作息

興興的生活作息，大致分為兩類：週間（週一至週五）與週末，相當規則與制式，以下分別以表格呈現。

表 6.3 興興週間生活作息：（98 年 11 月 27 日）

時間	作息	媒體行為	備註
----	----	------	----

06:30	起床		
07:05-07:15	出門上學		
08:00-16:00	學校上課		
16:00-18:30	安親班寫作業		
18:30-20:30	補習		一、四：英文 二、五：數學 三：長笛
21:00-22:00	去媽媽的電腦班等媽媽		媽媽在學電腦，過去等媽媽一起回家
22:00-23:30	看電視、用電腦	<ul style="list-style-type: none"> ● 少年魔法法師- ● 加油桑尼 ● 用無名來寫網誌 	在爸媽房間裡同時進行
23:30	睡覺		

表 6.4 興興週末生活作息（98 年 11 月 28 日）

時間	作息	媒體行爲	備註
08:00	起床		
09:00-12:00	到回收場幫忙	一邊看電視	<ul style="list-style-type: none"> ● 天才衝衝衝 ● 海綿寶寶
12:00-13:00	午餐		
13:00-18:00	上網	<ul style="list-style-type: none"> ● 聊即時 ● 用無名（回文） ● 玩線上遊戲-唯舞 	
18:00-19:00	吃晚餐		
19:00-23:00	看電視、上網	<ul style="list-style-type: none"> ● 聊即時通 ● 用無名 	
23:00	睡覺	用 MP4 聽歌	梁靜如和林依晨的專輯

興興在週間每天上學 8 小時，安親班寫作業 2.5 小時，補習 2 小時，使用媒體（電視、上網）1.5 小時，睡覺 7 小時。在週末興興每天使用媒體（電視、上網）7 小時，睡覺 9 小時。

（三）興興媒體使用日記觀察（附錄三）

在 98 年 10 月 11 日至 10 月 17 日之間，使用電視 3 小時 5 分鐘，使用網路 10 小時 32 分鐘，使用 MP4 1.5 小時。

在 98 年 10 月 18 日至 10 月 24 日之間，使用電視 4 小時 50 分鐘，使用網路 11 小時 50 分鐘，使用 MP4 1.5 小時。

平均使用電視時間是 3 小時 58 分鐘，平均使用網路時間是 11 小時 11 分鐘，平均使用 MP4 時間是 1 小時 30 分鐘。

在各種媒體中，使用網路的時間是最長的，其次為電視，第三是 MP4。

在網路的使用上，興興最常做的事是上無名部落格張貼新的文章和閱讀別人給他的留言和回應，他也會到同學或朋友的部落格去瀏覽文章或是回應，在部落格活動時他的心情指數都是最高的。在瀏覽其他人的部落格同時，興興也會登入及時通聊天，在週間由於補習班下課回到家都已經較晚，和興興在及時通聊天的對象多是已經畢業目前就讀國中的學長姊，而週末比較常跟自己班上同學聊天。興興也會在網路上玩線上遊戲，目前他在玩得兩個線上遊戲分別是「跑跑卡丁車」和「唯舞」，玩線上遊戲時心情指數較高。

電視的使用上，興興平日觀看的電視節目主要有兩類，一類是卡通節目，例如「海綿寶寶」，一類是娛樂性質的電視節目，例如「娛樂百分百」、「天才衝衝衝」，收看電視節目時的心情指數普通。

有在使用 MP4 聽歌，使用的時段有兩個，一個是在安親班完成作業後用 MP4 來跟朋友玩猜歌遊戲，另外，在他睡前也會用 MP4 來聽歌，使用時候心情指數都很高。

（四）個案媒體使用行爲：

1. 電視

週間因為要上學還要安親補習，因此回到家時間較晚，能夠看電視的時間不多，較長收看娛樂性質的電視節目，最喜歡的一個電視節目是旅遊節目-「世界正美麗」，興興認為從該節目讓他學到很多其他地方的事物。興興收看電視節

目多是在家裡爸媽房間進行，有時候會同時使用網路。

「我看電視看『海綿寶寶』、『天才衝衝衝』還有『世界正美麗』-是介紹國外的，那個女生（節目主持人）叫鴨子，我還滿崇拜她的，口才非常的好。我對其他國家很有興趣，我有一個夢想是我想去別的國家看看。這樣我可以知道我不瞭解的國家，還有知道別的國家有什麼特色。」（11月25日）

「我最喜歡的是娛樂性質的節目，像是「天才衝衝衝」、「康熙來了」、「麻辣天后宮」，這種有話題聊又娛樂的節目；第二名是「世界正美麗」可以知道各個地方的事情，可以得到知識；第三是Disney Channel的節目；海綿寶 寶第四。」（11月14，第二次訪談）

2.電腦

小學一年及時就開始上網，上網是興興花最多時間的媒體行為，只要開電腦他就馬上連上網路登入及時通和開部落格。興興的上網行為主要可以分成三部分，一個是及時通聊天，一個是經營部落格，一個是玩線上遊戲。

「最重要的事情是開及時通，再來是用無名，第三，如果時間充足就是玩線上遊戲。」（11月14，第二次訪談）

(1)及時通

四年級開始用及時通，他會和同學以及學長姊聊天，學校同學多是在週末見不到面時聊天，而學長姊們多是在週間晚上聊一些學校發生的事情，有時候會透過及時通跟學長姊抱怨他在學校遭遇的事情。

「我每天上電腦就一定會開及時通和無名。」（11月14，第二次訪談）

「沒有及時通的人就會很像是懂電腦，我就會叫他們趕快去用，然後教他們怎麼用，教人的感覺很不錯。」（11月14，第二次訪談）

「現在我們班大概全部都有在用及時通了吧！，大概只有少部份那些沒地位的人才會沒有。」（11月14，第二次訪談）

「白天那些同學，我那些時間他們絕對不會上線。我是跟其他人講，是學長姊學長姊他們是晚上才能上線，因為他們現在念國中要上補習班上到晚上九點才回家。平日晚上是跟學長姊聊，同學是假日聊。」（11月14，第

二次訪談)

「及時通很重要，可以得到很多資訊。別人平常在學校不敢講的事情，都會在及時通跟我講出來。就是平常大家在學校心情不好的時候都不太講話，但是在及時通上面，就敢大膽講出來到底發生了什麼事。我有不開心的事情，我在學校是絕對不會講出來，但是回家開及時通之後，會有人主動跑過來問我發生什麼事情，我才會跟他們講。」(11月14，第二次訪談)

「本來我的人際範圍就是這麼小(比出一個小圈)，五年級，用及時通之後，人際範圍就擴大了，像是原本我只有四分之一的人，像現在就多了四倍，還有我在學校的地位和身份，還有別人對我說話的口氣也都不一樣了。」(11月14，第二次訪談)

「我會跟一些朋友講說，我在學校發生的事情，然後那些朋友就會去找那些朋友來談、理論，然後講一講他們就嚇到了。然後他們就知道原來不能小看我。」(11月14，第二次訪談)

「五年級開始就這樣了，原來三四年級對我不好的人，現在對我講話都必恭必敬。他們會怕我找那些人來談判他們會怕自己的自身(安危)會不保。」(11月14，第二次訪談)

「只是跟他們講說誰在學校對我不好，他們(學長姊還有一些朋友)就會過來幫我了，我沒有號召，我只是跟他們講是哪幾班的。」(11月14，第二次訪談)

「之前有一次(五年級)是我上完廁所走出來去洗手，有人平白無故看到我不爽就嗆我，他們說：『幹！那個傢伙揪什麼揪啊！你誰啊！』然後，我就說：『好，你這傢伙死定了。』我就在及時通上跟一個學長講而已喔，然後隔天，他們就烙七八個人就過來了。他們是六年級的，還有他們也有找一些國中生就是小混混來。我真的沒想到，我跟他們講一些哭哭的事情，他們真的會找一些我們學校或是年紀更大的人來，上次還有一次是高中學生來。事情有發生過兩三次吧！是五年級發生的。事情發生當下的感覺還不錯。討回一條公道感覺不錯。」(11月14，第二次訪談)

「好像我真的變成流氓了！他們現在這樣對我，應該以後我也不能跟他們講說我被誰怎樣了。他們應該會不敢，除了班上有一些人太欠揍。」(11

月 14，第二次訪談)

「他們不會啊！因為我太嬌弱了！哈哈！他們只是覺得幫學弟出口氣而已。他們絕對不會找我去幫忙的，除非是有些事情，幫他們跑腿或是買東西那種是我倒是可以幫忙的。」（11 月 14，第二次訪談）

「及時通還是比無名還要更重要，無名只是用來擴展自己人氣的輔助用具，還有抒發心情。」（11 月 14，第二次訪談）

(2)部落格

五年級開始經營部落格，是每天都一定會去的地方，雖然不是每天都有更新文章，但是他會回應每個人給他的留言。部落格的相簿中有他很多的自拍照片，興興表示放了很多自拍後，會讓他人氣提升的比較快。

「我的相機是和媽媽共用的相機。我放到無名上面自拍都是在家裡拍的，現在已經刪到剩下 185 張了，有一些是國中的時候要繼續拍。」（10 月 9 日，第一次訪談）

「去無名的時候會去看看，去看看別人家的文章就覺得很有意思，像上次流行流星花園，然後就去找到網友那邊的有流星花園，就是很迷戀流星花園，然後我就去那邊回覆文章，然後就交到朋友啦！」（10 月 9 日，第一次訪談）

「我在我無名打開網誌上面，會有「誰來我家」，會有所有來的人，然後就看到有一個人放「金賢重」（韓版流星花園裡面其中角色之一）的圖片，然後我點進去，看到他裡面全部都是金賢重的圖片，然後語法、歌全部都是金賢的，我就跟他交朋友了，因為我也愛看流星花園。」（10 月 9 日，第一次訪談）

「放自拍會讓我人氣增加很多，網友都會來看，都說我是小帥哥。」（11 月 14，第二次訪談）

「不管說我長的醜或長的帥都沒有關係，有回應就好。像我最近 po 一篇『煩惱』，大概有十幾個網友（不認識的人）過來回應我，跟我說不要想那麼多，反正日子總是要過的。感覺就是說他們對我的文章或是什麼有興趣，也會給我一些意見等等。也會知道在我的現實生活中，到底發生些什麼造成我什麼擾。有一些不認識的人的關心還有我的朋友們的認可。他們

的回應會讓我一整天心情都變好。」（11月14日，第二次訪談）

(3)線上遊戲

目前興興在玩的線上遊戲主要有兩個，一個是「唯舞」，一個是「跑跑卡丁車」。「唯舞」是他目前最喜歡的一個遊戲，這是一個跳舞的遊戲，裡面的音樂都是現在當紅的流行歌曲，配上歌詞，他可以一邊學新歌一邊玩遊戲，這個遊戲的設計，需要參與遊戲者找另一位線上玩家合組「情侶」，才能一起練舞，升級才會比較快，遊戲的設計還提供玩家「開房家」，可以在房間裡模擬一些互動。但是有些動作需要另外花錢買點數。興興曾經花上千元在買線上遊戲的點數上，這件事情讓媽媽很生氣。

「他買點數的話那些動作可以更真實。我現在用的話那些動作比較像是穿透過去的，不是那麼真實。你去買點數的話，它會自行動作，而且動作會比較真實有臨場感。（組成情侶或是家庭）就是經驗值會比較多。看你要不要，如果不要的話經驗值會比較少。」（10月9日，第一次訪談）

「分數夠高的話，你的情侶就可以玩「情侶」（可以進入房間玩親親、抱抱等）妳看我得到『未來的幸福』，是可以結婚用的。那是交配的時候用的，要收集到20個，心要到10個才能結婚。但是要先去開房間。」（10月9日，第一次訪談）

「人家會問說你現在在玩什麼遊戲？我就跟他講，人家會說，哇！這麼強。」（10月9日，第一次訪談）

3.MP4

MP4主要用來打發零星的空閒時間，在補習安親的空閒時間，就可以使用MP4跟同學互動，他最常做的事情就是和朋友一起放歌出來猜歌名。

「在安親班，或是在熬夜看書或是寫功課時聽，都是拿來無聊時候打發時間用。有MP4比較炫。」（11月14日，第二次訪談）

4.手機

三年及時後，媽媽讓他開始使用手機方便聯絡，但是開始用不久，電話費高達兩三千元，媽媽就講他電話改為預付卡的方式，一兩個月儲值300元左右。手機在五年級時被學校的導師沒收至今。擁有手機時，他除了和同學講電話、除短訊之外，也會用手機來上網，像是查一些資料。

「我手機被老師拿走了！班上有人去跟老師打小報告，然後我的手機就被老師拿走了。老師到現在都還沒有還我。手機是媽媽買的，是三年級暑假開始的。原本手機是給我去上課用的，後來朋友有手機就開始通訊用。手機是在五年級時候被沒收的，後來就是用預付卡，因為用月租費的話很貴。」（10月9日，第一次訪談）

「我的手機都是拿來傳簡訊、講電話或是拿來上網、用來查資料，像在安親班查自然的功課我就可以直接查還可以查我想知道的事情，不用再去跟主任借電腦教室的鑰匙，在那邊用電腦，不能查作業以外的東西，主任會去查你用了哪些網站。有手機做這些事情讓我覺得很驕傲，感覺我高高在上，很多人都會圍過來看。」（11月14日，第二次訪談）

（五）父母對於興興媒體使用的想法

媽媽並平常不會去管制興興看電視的節目或是時間，但是若他不願意協助家務，媽媽會限制他看電視的時間。

雖然興興會告訴媽媽她在部落格裡發生了哪些事情，媽媽仍然擔心興興在網路上那些會跟他「義氣相挺」的朋友是什麼人，為什麼會這麼做。因為想要知道興興在網路上都在做些什麼，媽媽從今年（98）暑假開始到電腦補習班去學習使用電腦和網路。

「他如果不去安親班，整天在家裡就都是電視啊！暑假沒有去安親班，他整天電腦都是開著的。他八點到十一點去集訓，十一點就回來了，其他時間都是電腦電視、電腦電視啦！他電腦開完，電視開然後聽，有時候瞄一下，你看他就是這樣子很浪費。」（10月9日，第一次訪談）

「我現在我也有電腦啦！可是我還沒有學到他那樣，我剛學而以嘛！然後就，有些我不懂然後問他，他不給你教。他叫我去看他的部落格啊。他有太多祕密不想讓我知道，像我不喜歡他去 Seven 那買遊戲的點數，我不喜歡給他玩，你看他花都買那幾千塊下去，以我發現就一千以上了，我沒有發現的不曉得。」（10月9日，第一次訪談）

「他很喜歡寫東西啦！寫那個部落格，他有叫我去看他的部落格，我就沒有空去看，學學電腦也沒有空去看，最近很忙，沒有空。」（10月9日，

第一次訪談)

第四節 脈絡的釋義

一、 女生不能不說的祕密

(一) 從展示到分享

1. 展示相同的文本

部落格的相簿中，有狗狗與同學們的合照共計有 212 張。這些相片中，並非全部都是出自狗狗拍攝，有些相片是同學自拍之後互相傳送給對方。相片中會有一些共同的文本，例如相似的動作，照片裡面的人物雖有不同，但是都會有相似的動作。

覺得好玩，大家就都會拍這樣的相片，應該是某個人喜歡拍，後來大家就跟著這樣拍。(11月17日，第二次訪談)



圖 6.1

2. 分享自己的創作

用網路上現成的軟體，選擇一些相片放入，或者加以編輯成自

己的作品或是 MV。有時候是同學的請託，有時候則會拿來當作禮物致贈給朋友。

「我看到別人部落格有這樣的圖片，就去問他怎麼做的，他就告訴我去哪裡用（下載某個軟體或是某個網站），可以拿來紀念一些事情，像是朋友生日就做一個 MV 送給她。」（8 月 11，第一次訪談）



圖 6.2



圖 6.3

(二) 同儕的聯繫與排擠

1. 同儕團體的聯繫

部落格是小團體維繫情誼與保持生活記憶交集的小房間，透過共同經營的部落格，可以分享小團體獨有的祕密空間。



我們是 九支棒棒糖 🍭🍭🍭🍭🍭🍭🍭🍭🍭

成員有:

孟仔·花痴·珊瑚·喜多·巫婆·狗狗·死周(周家宏)·布丁(黃奕傑)·仔屁(李宜霖)

就我們九個人

哈!

請大家多來我們家囉

我們會回訪滴o。

也請大家多多支持我們樂、🍭

..



圖 6.4

就是之前看到有朋友在別的學校成立八個什麼的，我們想了很久決定要叫「九支棒棒糖」，不過我們的部落格放相片比較多一點。我的文章還是寫在我的部落格多一些。（11月17日，第二次訪談）

不過在這裡，我們可以講我們自己的祕密。（11月17日，第二次訪談）

2. 同儕團體中的排擠

部落格中可透過網誌的書寫，用以排擠小團體中的某個成員，並且爭取自己在小團體中的友誼聲望。

November 19, 2009

091119-

你只會說我白目:

你就沒有錯麻?

如果你不說那句話

就不會照成現在的後果: (

我做錯事?

林品沂跟我說: 我之前非常討厭狗 現在卻成了要好的朋友

我聽某人說你做錯事,對他感到抱歉所以哭了!!

那你哭又有屁用阿?

我對你

努力挽回-又有什麼用?

挽回的卻只有破碎的友誼

一半好,一半壞

那我努力的代價到底是什麼?

我們已經大了!

在這六年級裡,我們分分合合

實現我的願望一次就好

讓我快快樂樂的不要有任何吵架

度過在小學的最後人生

我死了大家都不會在乎對吧!

死了最好:)

圖 6.5

例如,000很...,然後就可以打在無名文章,然後把000先不要加為好友,或者鎖起來,然後把文章改為只有好友能夠閱讀,然後呢,她就覺得很奇怪,然後大家都有回應,只有她沒有回應,她就會問其他人,其他人就會說我也不知道,其他人就會保住這個祕密不會說出去,等到我跟OXO比較好,就會把文章刪掉,他們(小團體成員)就會說,現在變好了,文章是不是該刪掉,他們會提醒我。(11月17日,第二次訪談)

二、 男生的虛擬與真實的霸凌

(一) 網路霸凌

在部落格中,不瞭解事情始末就先在某個人的部落格中噙聲,甚至還要相約到外面解決問題。

就有一天我發一篇文章之後，就有一個莫名其妙的人到我無名說我嗆他朋友一直一直嗆然後越找越多人，說我去嗆他們的朋友，說我還不趕快道歉，我就去找一些人來幫忙嗆，後來他們把一些資料給我看（指稱興興嗆人的文章），我就說神經病，有夠好笑的耶，又不是我，我就把我一些資料生日、血型給他們看，他就說抱歉啊！我誤會了！是別的學校的學生，他們還叫我去某個地方單挑。和解後我就把那篇文章刪掉了，那篇文章不值得我留戀。（11月14，第二次訪談）

對啊！媽媽很擔心，她擔心幹什麼？他們只是虛張聲勢，又不會真的跑來來找我。（11月14，第二次訪談）

（二） 從網路霸凌到校園霸凌

在部落格中的叫囂謾罵，透過及時通與其他朋友的聯繫，這些人真實的跑學校與謾罵的學生談判。

五年級的時候，我在我的部落格裡面寫了一篇文章，是在寫我們班一個人在上課時候說老師教錯了的事，然後就有一個人在我的無名寫：

「你以為你在學校有地位了不起喔！學生嗆老師應不應該啊？還這樣說老師，你們班是放牛班喔！還嗆老師。放牛班～放牛班～」，然後我就回他髒話，他就一直回一直回，後來我就在即時通線上跟畢業的幾個學長姊講，他們第一次是先去他的無名警告他，跟他說：「你再嗆我學弟試試看啊！膽子很大嘛！你再講我就去找你。」他就說：

「有種你就回來啊！來啊！你們來啊！」後來就說他們要來幾個人到學校跟那個人講，兩天之後他們就回來，然後他們就先來找我，我就跟他們講他是哪一班的，然後他們就去找他，而且那是上課時間，然後我就外找，然後我們班就全班傻眼，全班都心驚膽戰，以為是找我們班的，後來才知道是找別班的。是他們去處理的，也不是我去處理的，後來那個人就哭了，反正他有跟我道歉就對了，他那一天晚在他的無名裡寫到一篇「跟某某人說 sorry」，寫說不應該這樣講你的，對不起，我下次不會在這樣白癡了。（11月14，第二次訪談）

第五節 小結

從這兩個質化的個案，我們發現兒童在數位媒體時代中，除了自成一塊祕密天地，悠遊其中展示自己、發揮創意，更創造出一種獨特的社群生活來鞏固日常生活中的友誼。除此，也發現到學童在數位媒體時代中，網路霸凌的事件時有所聞，甚至這樣的虛擬霸凌會延伸至他們的校園生活成爲真的的校園霸凌事件。

第七章、結論與建議

本章針對調查結果提出結論與建議，冀期能深度理解兒童在生活脈絡中的數位媒體行爲，並提出學校與家庭教育上的因應之道。

第一節 結論

一、數位家庭時代到來 兒童九成五家家有電腦，八成四家中可上網

本次調查結果顯示，全國兒童擁有電腦高居九成五，其中可上網比率高達八成四，儼然「數位家庭」已然成形。結果顯示，兒童家中擁有電腦台數，也不再只是一台共享，調查發現家中擁有兩台以上電腦的家庭佔近四成四。電腦是兒童心目中最重要媒體，其次才是看電視和 MP3，也顯示電腦與上網等數位媒體的活動對當代兒童的重要性。

至於上網年齡，男童七歲開始上網，女童則是十歲開始上網。孩子上網主要的活動仍是「線上遊戲」，其次爲下載音樂與線上聊天。北部學童打電動時間不論週間或週末，皆高於東部學童所花的時間。

電腦與網路普及性與使用情況皆有低齡化趨勢，但是普遍而言，學童接觸電腦的年齡遠早於學校的正規教育，在幼兒園時就有接觸經驗。

二、三成學童有網友 七成不敢跟網友外出

有三成的孩童會在網上交友，其中 25% 是與網友講電話，雖然有 74.7% 兒童認爲與網友外出是危險或感到害怕，但是仍有 2.6% 曾與網友外出，若以母群體數比例推估，至少有上萬個小學生或和網友見面，而兒童見面若是單獨前往，又沒有知會家長，安全著實堪慮。網路的開放性雖然帶來更多的訊息與多元的互動，但是也引起更多不可測的風險是孩童無法預知及意識到的。

三、四成孩童擁有部落格 高年級最多 網上霸凌浮現

除了在網路上交友外，研究也顯示，有四成一孩童擁有自己的部落格。在部落格上面，孩童最常做的事爲設計桌面，其次爲上傳照片及寫文章與回應。2008 年富邦青少年媒體使用行爲調查發現部落格性別化之趨勢，女孩擁有部落格比男生要多，但是在今年兒童媒體使用行爲調查中，性別化的趨勢並不明顯。不過在區域上，國內中部地區孩童擁有部落格是最多。本研究的部落格質化個案研究中也發現，孩童在部落格與即時通上的虛擬社群，會有集結人氣幫

忙噙聲的事件發生，，有疑似網路霸凌的行爲，值得注意的是網路的虛擬霸凌會演變成實體霸凌的事件。但是孩童對於部落格的公共性、影響力與法律責任沒有警覺。

從樂觀角度看，兒童部落格的數位行動充分顯現主體性。兒童在部落格上自學、自創的圖文影音頗豐，值得教育者與家長注意關注並加以應用在學習層面。國外諾頓「線上生活報告」，便顯示有25%的孩子與父母在網路上「做朋友」。家長爲了了解自己孩子的上網使用行爲，以行動參與來展開另類的父母介入模式。上網與自己的孩子成爲虛擬空間的「平輩朋友」，藉此可由科技的中介，來了解兒童的傳播行爲，如此也可發展新親子關係的可能

四、新舊媒體差很大 兒童每週上網 5.5 小時，閱讀報章雜誌約半小時

在媒體使用時間方面，兒童一星期花在媒體使用的時間達 21 小時。兒童每天平均講手機的時間近 9 分鐘；上網時間每天平均花費大約 47 分鐘。

而在平面媒體的使用上，孩童每星期平均只花 17 分鐘閱讀報紙，看漫畫的時間則不到 15 分鐘，每星期讀雜誌的時間僅僅 10 分鐘。也就是說，孩童平均每星期閱讀書報雜誌不到半小時，每天不到 6 分鐘，顯然兒童看報紙讀雜誌越來越少。不過，在性別方面，女童每星期花時間在閱讀報紙與雜誌上面，要比男童來得多。而男童打電動的時間則比女童來得長。

從調查結果來看，兒童在報章雜誌閱讀時間日漸減少，幾乎也可以說兒童並沒有書籍閱讀習慣，但這不代表兒童們「不閱讀」。由於媒體匯流之故，資訊的呈現也不再能嚴格區分文字和影音，因此「閱讀」的內涵勢必因爲數位化匯流的趨勢而必須要擴大範疇，這是一個值得探討的方向。兒童青少年在網上的各種閱讀與創作不僅是涉及文字，也觀看影像與聆聽聲音。數位匯流乃不可逆之趨勢，兒童使用數位媒體的時間只會增多不會減少的前提下，教育部應該配合當前學童媒體使用習性，將「悅讀 101」計畫增加媒體種類的面向。

五、父母介入 時間管制多 內容管制少

本次調查發現，父母管制孩童使用的媒體時間依序爲使用電腦與上網(47.7%)，看電視(26.0%)、打電動(17.1%)與講手機(9.3%)。但是在內容上，父母管制媒體較爲寬鬆。大約有近七成孩童認爲，父母親並沒有限制其媒體使用的內容。

若以兒童主要媒體使用行爲上網而言，僅有一成兒童上網是經常有家人

陪伴，九成的兒童是沒有及偶爾有的家人陪同，顯然家長對兒童的網路活動瞭解不足。許多家長無法陪同孩童上網，可能是在時間上無法分身照應孩子的一舉一動，電腦與上網自然成爲「科技保姆」。父母似乎尚未體認到媒體對孩子的影響力與型塑力，宜多花時間注意孩子上網行爲。

在制度面上，政府應積極介入，建設一個安全的網路環境。目前經濟部工業局於 2007 年 1 月正式施行〈電腦軟體分級辦法〉，將電腦軟體分爲四級：限制級、輔導級、保護級、與普遍級。而電信業者也提供家長在家中電腦安裝守門員軟體，防堵部分色情網站，但卻無法防堵血腥、暴力的網路遊戲。

本次研究也發現，七成(70.7%)的兒童在正規課程後，皆參加課後補習，平均補習約 3.8 天，其中又以每週補習達五天比例最高。如果我們將一天 24 小時減去 8 小時睡眠，剩 16 小時，再扣掉上課與補習時間，兒童花在媒體使用上的時間佔閒暇的 75% 以上。

在媒體使用時間上最受關注便是打電動時間。根據調查結果顯示，每日打電動週間約爲 42 分鐘，週末則爲 63 分鐘，花費時間比例極高。2006 年兒童福利聯盟所做的台灣地區兒童少年上網行爲調查報告即已顯示，兒童玩網路遊戲比例將近九成。本次調查在複選題中，也同樣印證孩童最常使用上網行爲最重要的活動爲打電動，即所謂的線上遊戲。線上遊戲，爲網路連線遊戲，它乃利用網際網路傳輸的方式，所從事的社群與互動的遊戲，前述第二章文獻探討國內外相關研究時皆顯示，孩童玩線上遊戲，家長最擔心的便是成癮、暴力影響與孩童爲了打線上遊戲而犧牲睡眠的健康情緒問題。但是線上遊戲也有許多正面功能，值得進一步探討。許多研究發現，線上遊戲所具有的社會意涵包括線上遊戲也是青少年認同的來源，並且由遊戲互動學習、認知與模仿的線上遊戲可以成爲有效的社會化的機制。因此，在打電動時間上一方面除了需要父母的介入避免讓兒童爲迷「網」少年外，正向功能方面，線上遊戲是認知與社會化的過程，有助青少年人際關係的互動，如何與正規教育結合則有待進一步開展。

第二節 建議

一、數位兒童的媒體樂活

數位兒童的媒體樂活主要是運用多元活絡的網路行動，兒童能從平輩社交發展到垂直社交，加深同輩/儕的社交關係，並向上延展與不同年齡層的社交網路（學長、學姊）。經由即時通訊、部落格來互動情感支持與行動支援。本次調查質化研究個案中發現，女童運用部落格發展女生不能說的秘密的虛擬社交，同時主動產製內容，善用數位與互動特質。發展出多元的自創、自學的內容。男童則是在虛擬與實體界線模糊中，演變成爲虛擬與真實的霸凌事件的主體。

整體而言，兒童的網上活動具有下列特質：

1. **資訊尋求**—表層活動上，在網路世界裡兒童最主要的活動爲打電動、下載影音與聊天等，實質上，透過這些活動兒童們藉以獲得「資訊」作爲進入與維持我群的社會材質。資料顯示，男童傾向藉此維持人際關係，女童則是藉新媒體的私密性的聯繫溝通，在實質社群裡創造孤立性更強的小社群。
2. **抽離與連結**—兒童使用網路時，可以獲得從現實逸離，與我群跨時越境的連結。易言之，兒童可以身在家庭之間，或互動於家庭成員形式中，但是隨時的即時通訊可以瞬間逃逸，但不離席，全時（full-time intimate community）的親密社群因而存在。
3. **創造我群意識的世界**—網路上也是一個文化與符號消費的超級市場，因涉及偶像或者流行文化文本往往引發更強固與實質金錢消費。
4. **類社交活動的衍生**—幻想與心目中偶像、演員、藝人或者節目中的角色有類社交互動，並與共同興趣者（我群）在無實體社交的情境下，進行對話與。
5. **網路活動有「實體作用」**—兒童在網上的活動往往構築出新的分享空間與文化形式，藉此維持我群，建立彼此的忠誠度，也因此而被規範。
6. **參與感**—在品味趨同的我群中可以實現「公共參與感」，進行自我表達。

兒童青少年藉由網路的互動特質（即時通與部落格）跨越性別、年齡與次文化團體建立社會認同，必須進一步探索的是「認同」所帶來的影響。網路形構了一個最即時的發動體，具有動員性格。

兒童的樂用數位媒體行爲，其內涵正反效應兼具，教育者與父母如何感

知與因應實為重大議題。

二、類比世代父母的盲點

本研究也發現，許多家長無法了解孩童在數位媒體世界中的媒體活動對孩童的意義，更缺乏理解新媒體世代媒體活動的趣點（有趣）與去點（方向）的覺知與能力。父母世代由於是新科技的移民，無法真正理解作為數位媒體原住民兒童的網上樂活行動，採取禁絕的態度對應之，阻礙與加劇與孩子的科技鴻溝。家長無法也拒絕理解兒童在新媒體世代活動的內容，阻絕了孩子與父母共享媒體世界的機會。科技日新月異，類比父母與數位孩童間互動的鴻溝日漸加深中。數位父母的親職教育有待加強。

三、數位媒體對教育現場的衝擊與因應

自從數位化與互動媒體嵌入兒童的媒體世界後，兒童從「被動」的閱讀者、聆聽者，觀察者的角色，轉身成為「主動」參與的產製者。教育者與家長如何理解孩童「新媒體」、「混媒體」與「超社群」（hypersocial）行為與活動呢？

教學現場的教師們即使瞭解學生接觸的媒體內容，但多數無充分的時間，甚或缺乏足夠的媒體教育智能去教導學生樂用與善用媒體。現場的教師往往視兒童的媒體行為是「家庭領域」之事，殊不知兒童的媒體行動所滋生的價值已經帶入教室、潛入學習。

教育部已正視媒體帶來的影響力，預計民國 100 年將媒體素養正式納入中小學課程，以提升學童的媒體素養能力。根據富邦文教基金會與政大媒體素養研究室多年來從事媒體素養教師研習的經驗觀之，媒體教育師資來源是迫切需要解決的關鍵問題。除了持續進行在職的師培研習外，更重要的是在師培體系（如各地教育大學）的職前教師養成，應積極規劃與開設媒體素養教育學程，讓老師們接觸相關的概念與培養教學能力，方能確立媒體教育的學習品質與成效。

媒體課程是兒童重量級的第二課程，相關的影視、網路產品製作單位也有責任積極思考如何製作好的媒體產品。提供優良的影視節目與數位內容是國家對兒童傳播權益的文化給付，責無旁貸。

四、提供兒青安全的網路環境

為了打造一個能讓兒少在安全的環境中使用網路，日本於 2008 年，通過名為「青少人安心安全利用網路環境法」，希冀透過教育活動與過濾機制等措施，營造一個能讓未成年人安全使用的網路環境。該法於日本內閣府下設置名為「網路青少年有害資訊對策·環境架構推動會議」的組織，並由日本總理大臣直接擔任負責人並由相關部會首長擔任委員(郭戎晉，2009)。另外，歐盟在 2009 年一月，施行「網路安全計畫」(Safer Internet Programme)，試圖提高兒童、家長和教師對於網路的認識，並對其提供有關安全上網之諮詢服務。

數位兒童原住民的網路行爲，除電玩外，最活絡的活動之一就是網路的社群。透過即時通訊軟體與部落格或交友網站，如無名、facebook 等，兒童的交友由平行同儕的平面周圍擴展成垂直、跨齡的立體多面向交友網路，而網路霸凌現象隨即因應而生。網路霸凌泛指「利用網路或行動電話等電子媒介、傳達、散佈文字、圖像或形式等資訊內容，以便他人心中生畏懼或感到不愉快的行爲」(Wolak & Mitchell, 2007，引自郭戎晉，2009)。在本研究的個案上，我們進一步觀察到兒童的網路霸凌延燒至校園的實質霸凌，而家長與教師似尚未有所察覺與因應，其中尤其值得深入理解與思考的是，兒童本身對於網路霸凌，甚或因此而衍生的實體霸凌的經驗與態度，質化的觀察中，兒童的「施霸」與「被霸」的直接與間接經驗並不陌生，從中體驗到網路友情支持透過立體而輻射的網路關係串聯與併聯，可以瞬時轉變為實體的行動實踐「道上的朋友」，兒童由這種新形式的友誼，既遠且近，既虛且實，所得到的人際關係與獲得滿足的現象需要加以理解與詮釋。

【註】媒體素養教育概介

媒體素養最早始自英國。1930 年代起，英國便將媒體教育視為正式教育體系的重要任務，由現場教師將媒體教育與現有學科加以整合，以培養學生文化品味為核心。法國、日本、美國、澳洲、西班牙、菲律賓、香港、加拿大也自 1960 年，陸續在公民教育中開設媒體生產、文本分析、閱讀聽眾訊息解讀與意義建構的課程。大部分意識到媒體影像的巨大影響力的國家，早已經將媒體教育納入正規教育體系中，其中加拿大、澳洲、英國皆在正規教育裡融入媒體教育，例如，加拿大的語藝課程中有 1/4 是與媒體教育相關。而亞洲的日本、香港持續關心媒體教育的需求，把大眾媒介稱為是「看不見的學校」(invisible

school)或是同步學校(parallel school)。而以英國典範的媒體素養教育推廣，主要將媒體教育以「誰生產媒體文本?」「媒體文本形式為何?」「媒體文本如何被產製?」「閱聽人如何理解文本?」「目標閱聽人為何?」「本文如何再現真實?」來解讀；另外，加拿大安大略省的媒體教育以索引，包括「媒體訊息是人為建構的」、「媒體建構了真實」「閱聽人自我詮釋媒體內容的意義」「媒體具有商業性質」「媒體具有社會政治意義」「媒體內容含有意識形態與價值觀」「媒體訊息的形式與內容密不可分」「學習者應學會欣賞每種媒介獨特的美學形式。」來推廣其核心概念。而隨著影像傳播與數位資訊時代的來臨，媒體素養與媒體識讀(media literacy) 成為各國公民教育的重要一環。

國內根據教育部 91 年公布的《媒體教育政策白皮書》對媒體素養的定義，媒體素養教育是一種『優質公民』的教育，目的是在造就在民主社會中，對無所不在的資訊，具有主體意志、獨立思考的辜民。此目標乃為了培養人民具有解放(liberating)和賦權(empowerment)意涵。此包括，個人心智不被媒體左右，進而個人有自主能力去分辨、選擇和產製良性的訊息。

簡言之，媒體識讀教育就是要實踐傳播權，特別是兒童的傳播權，更需要行動，而行動不只是兒童，而是與兒童相關所有的人，社會乃至國家。

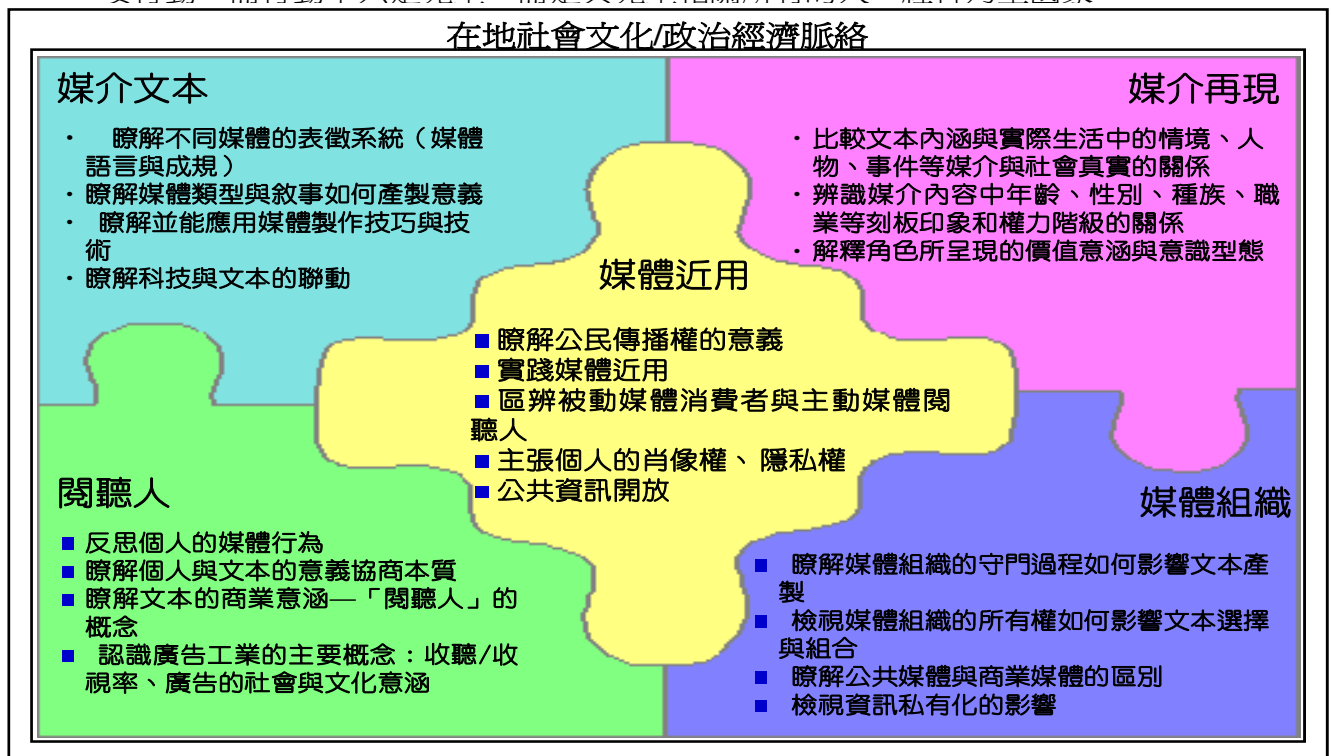


圖 7.1 媒體素養教育內涵

首先從探索自己與媒體的關係開始，接著了解媒體的特質（符號與意義），然後能夠從「樂用」—愉悅地使用媒體—出發，進而學習詮釋、分析媒體訊息，評估媒體對個人與社會的影響力，並能運用媒體增強學習成效，還能進一步從自己的觀點產製媒體訊息，並以媒體近用的方式參與公共事務，與社會互動。讓兒童親自投入媒體創作的重要意義在於，兒童在企劃與產製媒體訊息的同時，對媒體的本質將有更深一層的了解，且能實際體會媒體的影響力，真正從「樂用」出發，到「近用」的終極目標，而在表達自我觀點時還能與其他社群充分溝通，增進社會成員彼此之間的了解，共創健康的媒體社區。請參見下圖 7.2。

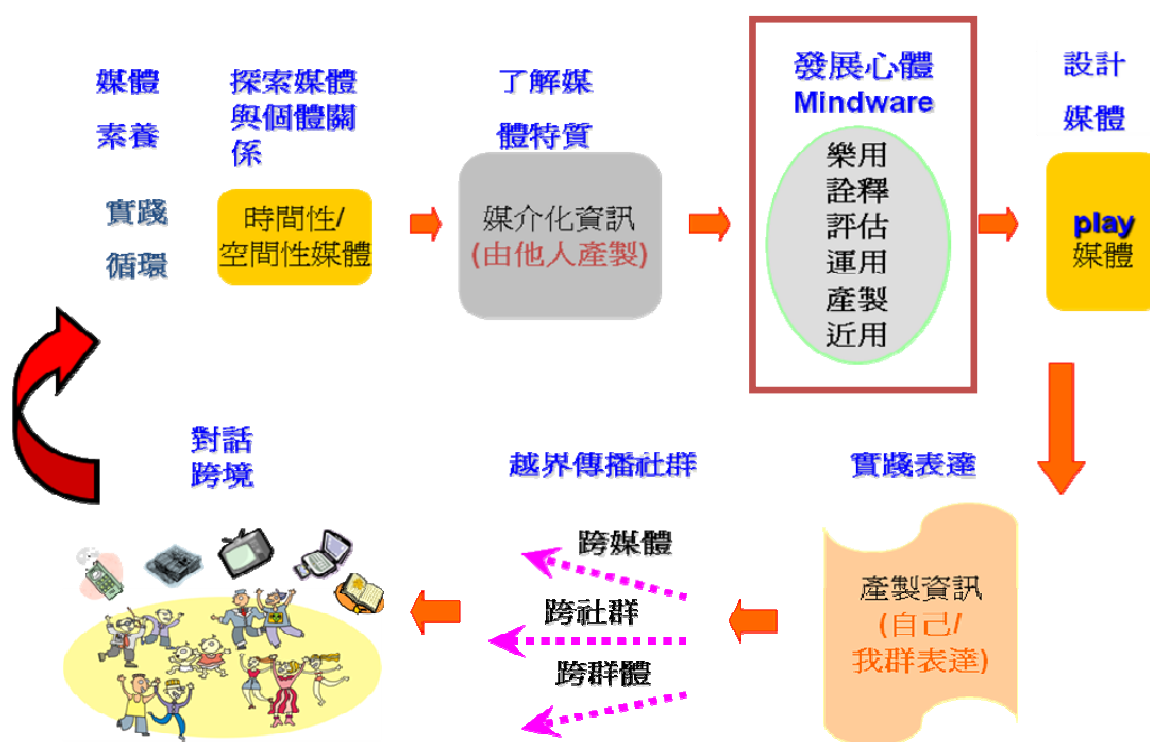


圖 7.2 數位兒童的媒體樂活

參考書目

一、中文部分

- TWNIC (2009)。98年「台灣寬頻網路使用調查」報告。2009年12月1日取自 http://www.myhome.net.tw/2009_03/event01.htm。
- 內政部兒童局(2005)。九十四年台閩地區兒童及青少年生活狀況調查報告書(兒童報告書)。台中：內政部兒童局。
- 白絲帶工作站(2007)。台灣青少兒網路使用調查報告。2009年12月1日取自 http://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:ujVNayOfLMgJ:www.rtv.nccu.edu.tw/vhuang/2007_research.pdf+%E5%8F%B0%E7%81%A3%E9%9D%92%E5%B0%91%E5%85%92%E7%B6%B2%E8%B7%AF%E4%BD%BF%E7%94%A8%E8%AA%BF%E6%9F%A5%E5%A0%B1%E5%91%8A&hl=zh-TW&pid=bl&srcid=ADGEEShYu-bw0_s4cThGDsMK-T9RIOmG0n19y4Njnzje6NdzweJkfMKi5zoJlJpl_1iAeA9QuNpmOcH1aGAghD7m_4hoEuC-rDAOE-Jquf53fCyo0snY3fXZuHB7qLegd7cQbPBhD-9&sig=AHIEtbQHK8tsc1--PNYG-UhhqyD5mY0K-g
- 吳翠珍、陳世敏(2007)。媒體素養教育。台北市：巨流。
- 吳翠珍(1997)。兒童家庭電視觀看行為之社會實踐 I。行政院國家科學委員會專題研究計畫成果報告。
- 邱誌勇主編(2006)。數位媒體與科技文化。台北市：遠流。
- 金車教育基金會(2008)。青少年網路休閒問卷調查。2009年7月6日取自：http://www.kingcar.org.tw/news_txt.asp?NewsID=376&NewsType=1
- 陳芸芸、劉慧雯(譯)(2001)。最新大眾傳播理論。台北：韋伯文化事業出版社。(Denis McQuail, 2000)
- 陳順孝(1993)。台灣報社編輯的守門行為：一個參與觀察法的個案研究。文化新研所碩士論文。
- 郭戎晉(2009)。初探「網路霸凌」(Cyber Bullying)衍生之法律議題。科技法律透析，24(4)。
- 創市際市場研究顧問公司(2008)。台灣地區網路及媒體使用基礎調查。98年6月1日取自：

http://www.insightxplorer.com/specialtopic/crossmedia_200712_2.html

富邦文教基金會（2008）。**2008 全國青少年媒體使用行為調查報告**。台北：富邦。

資策會（2009）。我國網際網路用戶數調查。**資策會 FIND/經濟部技術處「科技化服務價值鏈研究與推動計畫」**。2009年11月30日取自
<http://www.find.org.tw/find/home.aspx?page=many&id=224>

鄭國威（2007）。**閱聽人 2.0—部落客來了**。國立中正大學電訊傳播研究所碩士論文。

蕭昭君譯（1994）。**童年的消逝**。台北：遠流。（原書：Postman, N. [1982].
The Disappearance of Childhood.）

二、英文部分

Bimber, B. (2000), Measuring the Gender Gap on the Internet. *Social Science Quarterly*, 81(3): 868-876.

Byron, T. (2008). *Safer Children in a digital world: A summary for children and young people*. Retrieved Jun. 15, 2009, from
<http://www.dfes.gov.uk/byronreview/>

Castelain-Meunier, C. (1997) .The Paternal Cord: Telephone Relationships Between “Non-Custodial” Fathers and their Children, in *The Future European Telecommunications User Home and Work Group (eds) Blurring Boundaries: When are Information and Communication Technologies Coming Home? COST248 Report*, Telia, Farsta.

Denzin, N. K. (1978). *The research Act*. McGraw-Hill Book Company.

Flanagin, A. J., & Metzger, M. J. (2001). Internet use in the contemporary media environment. *Human Communication Research*, 27, 153-181.

Gee, J. (2008). Learning theory, video games, and popular culture. In Drotner, K., & Livingstone, S. (Eds.)(2008). *The International Handbook of Children, Media and Culture*. Lodon:Sage

Halpern and Diane, F. (1996), Changing Data, Changing Minds: What the Data on Cognitive Sex Differences Tell Us and What We Hear. *Learning and Individual Differences*, 8(1): 73-82.

- Kaiser Family Foundation(2007). *Parents, children & media: A Kaiser Family Foundation Survey*. Retrieved Jun. 1, 2009, from <http://www.kff.org/entmedia/upload/7638.pdf>
- L. Fortunati, 2005. "The mobile phone as a technological artefact," In: P. Glotz, S. Bertschi, and C. Locke (editors). *Thumb culture: The meaning of mobile phones for society*. Bielefeld: Transcript Verlag.
- L. Fortunati, J. Katz, and R. Riccini, 2003. *Mediating the human body: Technology, communication and fashion*. Mahwah, N.J.: Lawrence Erlbaum Associates.
- Ling R. and B. Yttri. (1999). Nobody sits at home and waits for the telephone to ring: Micro and hyper-coordination through the use of the mobile telephone. In Katz., J.E. and M. Aakhus (Eds). *Perpetual Contact: Mobile communication, Private Talk, and Public Performance*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Ling, R.(2000). The impact of the mobile telephone on four established social institutions. *ISSE1200conference of the International Society for the study of European Ideas*, August, 14-18. Norway: Bergen.
- Livingstone, S. (2005) Mediating the public/private boundary at home: Children's use of the internet for privacy and participation. *Journal of Media Practice*, 6(1), 41-51.
- Ofcom(2008). *Media Literacy Audit - Report on UK children's media literacy*. Retrieved Jun. 15, 2009, from http://www.ofcom.org.uk/advice/media_literacy/medlitpub/medlitpubrss/ml_childrens08/ml_childrens08.pdf
- Oksman, V. & Rautiainen, P. (2002) *.Perhaps It Is a Body Part. How the mobile phone become an organic part of the everyday lives of children and adolescents: a case study of Finland.*
- Rakow, L. & Navarro, V. (1993). Remote Mothering and the Parallel Shift: Women Meet the Cellular Telephone. *Critical Studies in Mass Communication*, 10.
- Roberts, D.F., Foehr, V.G., and Rideout, V.(2005). *Generation M: Media in the lives of 8-18 year-olds*. From The Henry J. Kaiser Family Foundation Web site: <http://www.kff.org/entmedia/upload/Generation-M-Media-in-the-Lives-of-8-18-Year-olds-Report.pdf>
- Salin, K., & Zimmerman, E. (2003). *Rules of play*. Cambridge, MA: MIT Press.

- SYMC (2009) .*Norton Online Living Report*. Retrieved Dec. 10, 2009, from http://www.nortononlineliving.com/documents/NOLR_Report_09.pdf.
- Taylor, A. S., & Harper, R. (2003). The gift of the gab? A design oriented sociology of young people's use of mobiles. *Computer Supported Cooperative Work*, 12(3), 267-296.
- The Future of Children (2008) .*Children and electronic media*. 18(1). Retrieved May 20, 2009, from http://futureofchildren.org/futureofchildren/publications/journals/journal_details/index.xml?journalid=32
- Toshie Takahashi (2008). Japanese young people, media and everyday life: Towards the internationalizing of media studies. In Drotner, K., & Livingstone, S. (Eds.). (2008). *The International Handbook of Children, Media and Culture*. London: Sage.



2009 全國

兒童媒體使用行為調查

小朋友你好，這份問卷是要瞭解你個人上網、打手機、看電視、打電動、聽廣播及看報章雜誌等問題。提醒你，這不是考試，我們只是想要知道你平常如何使用這些媒體。你所填寫的答案，都會保密。希望你能誠實地填寫，題目裡有單選、複選或填空題，請看清楚再作答。

謝謝你！^O^

委託單位：富邦文教基金會

研究單位：國立政治大學傳播學院 媒體素養研究室 吳翠珍教授

第一部分：基本資料

1 我是國小幾年級？

①3年級 ②4年級 ③5年級 ④6年級

2 我是 ①女生 ②男生

3 我一星期有多少天參加課後補習？

(包括才藝班、安親班、課輔班、英語班或是音樂、運動班)

①我沒有補習 ②1天 ③2天 ④3天

⑤4天 ⑥5天 ⑦6天 ⑧7天

4 我是民國幾年出生？_____年 (請填寫)

5 我爸爸的工作是_____ (請填寫)

6 我媽媽的工作是 _____ (請填寫)



填寫方式：以下是單選題，請在□前打勾



第二部分：打手機

7 我有沒有自己的手機？

- ①沒有 (填沒有者，請跳答 13 題) ②有

8 我幾歲時有第一支手機？

- ①6 歲以下 ②7 歲 ③8 歲 ④9 歲 ⑤10 歲
⑥11 歲 ⑦12 歲
⑧其他，_____

9 我每天大約花多少時間講手機？

- ①10 分鐘以內 ②11-20 分鐘 ③21-30 分鐘
④31--40 分鐘 ⑤41-50 分鐘 ⑥51-60 分鐘
⑦其他，請填 __ 小時 __ 分

10 我最常和誰講手機？

- ①家人 ②同學朋友 ③其他人____

11 我一星期大約會發幾則簡訊？

- ①我不發簡訊 ②1-3 則 ③4-6 則 ④其他，____則

12 我手機每個月的費用大約是

- ①不知道 ②1-99 元 ③100-199 元



④ 200--399 元

⑤ 其他，請填寫 _ _ _ _ _ 元

第二部份：上網

13 我家是否有電腦？(包括桌上型和筆記型電腦)

① 沒有電腦 ② 有， _ _ _ 台

14 我家能不能上網？

① 可以 ② 不可以

15 我從幾歲開始上網？

① 6 歲以下 ② 7 歲 ③ 8 歲 ④ 9 歲

⑤ 10 歲 ⑥ 11 歲 ⑦ 12 歲 ⑧ 其他， _ _ _

16 星期一到星期五上學時，我每天大約花多少時間上網？

① 我沒有上網 ② 30 分以內 ③ 1 小時

④ 1 小時半 ⑤ 2 小時

⑥ 2 小時以上，請填寫 _ _ _ 小時 _ _ _ 分

17 星期六日，我大約花多少時間上網？

① 我沒有上網 ② 30 分以內 ③ 1 小時

④ 1 小時半 ⑤ 2 小時

⑥ 2 小時以上，請填寫 _ _ _ 小時 _ _ _ 分

18 我家人是否會陪我一起上網？

- ①幾乎沒有 ②偶爾有 ③經常有

19 我最常在哪裡上網？

- ①家裡 ②學校 ③網咖 ④同學朋友家 ⑤
補習班 ⑥其他 _ _ _

20 我是否有自己的部落格？

- ①沒有 ②有

21 我有沒有在網路上交過網友（以前不認識的）？

- ①我沒有交任何網友
②有，但我不會和網友出去或講電話
③有，我曾經和網友講電話
④有，我曾經和網友出去
⑤有，我曾經和網友出去及講電話

22 你覺得和在網路上認識的網友（以前不認識的）一起出去感覺如何？

- ①很喜歡 ②很正常 ③沒意見
④有點怕 ⑤很危險

第三部分：看電視和打電動



23 我家是否有 有線電視 (第四台) ?

- ①沒有 ②有

24 星期一到星期五上學時，我每天大約花多少時間看電視？

- ①我不看電視 ②30 分以內 ③1 小時 ④1

小時半 ⑤2 小時

⑥其他，請填寫 _ 小時 _ _ 分

25 星期六日，我大約花多少時間看電視？

- ①我不看電視 ②30 分以內 ③1 小時 ④1

小時半 ⑤2 小時

⑥其他，請填寫 _ 小時 _ _ 分

26 我最常在哪裡看電視？

- ①客廳 ②個人房間 ③其他，請說明____

27 我最常和誰一起看電視？

- ①爸媽 ②兄弟姊妹 ③自己 ④其他，請說明____

28 我有看過公共電視的節目？

- ①經常看 ②偶爾看 ③很少看

④幾乎沒有看 ⑤沒看過

29 我最常在下面哪一個電視台看兒童節目或卡通？

①迪士尼頻道 Disney

②Animax 動畫台

③MoMo 親子台

- ④東森 YoYo 台
- ⑤卡通頻道 Cartoon Network
- ⑥其它，請說明 _ _ _ _ _

30 星期一到星期五上學，我每天大約花多少時間打電動？

(包括電視、電腦、網路、掌上型、手機)

- ①我不打電動 ②30 分以內 ③1 小時 ④1
小時半 ⑤2 小時
- ⑥其他，請填寫 _ _ 小時 _ _ 分

31 星期六假日，我大約花多少時間打電玩？

(包括電視、電腦、網路、掌上型、手機)

- ①我不打電動 ②30 分以內 ③1 小時 ④1
小時半 ⑤2 小時
- ⑥其他，請填 _ _ 小時 _ _ 分

32 我最常用什麼來玩電動遊戲？

- ①我不打電動 ②掌上型遊樂器 ③電視 ④
電腦 ⑤手機

小朋友，看一看有沒有漏掉 如果沒有請繼續下面題目 加油！



第四部分 看漫畫和讀報章雜誌

33 我一星期大約花多少時間在讀報紙？

- ①我平時沒有讀報紙習慣 ②不到 30 分鐘
- ③大約 30 分鐘-1 小時之間
- ④其他，__ 小時 __ 分

34 我一星期大約花多少時間在看漫畫？

- ①我平時沒有看漫畫習慣 ②不到 30 分鐘
- ③大約 30 分鐘-1 小時之間
- ④其他，__ 小時 __ 分

35 我一星期大約花多少時間在讀雜誌？

- ①我平時沒有讀雜誌習慣 ②不到 30 分鐘
- ③大約 30 分鐘-1 小時之間
- ④其他，__ 小時 __ 分

第五部份 多選題

小朋友請注意！以下題目可勾選多個答案喔！

36 下面哪些事，我爸媽會管我使用多久時間？請在前面打勾

- ①打電動 ②看電視 ③上網
- ④用電腦 ⑤講手機

37 下面哪些內容，我爸媽會管我 不能玩 或 不能看？請在前面打勾

①上網 ②線上遊戲

③電視節目 ④漫畫書

38 對我而言，下面哪 3 樣東西最重要？（請只選 3 項）

①手機 ②MP3 ③掌上型遊戲機 ④數位相機

⑤電視 ⑥電腦 ⑦漫畫書 ⑧報紙雜誌

39 我最常用手機來做哪 3 樣事情？（請只選 3 項）

①講電話 ②打電動 ③傳簡訊 ④拍照/錄影音

⑤聽音樂 ⑥設鬧鐘 ⑦收音機 ⑧裝飾手機

⑨電話簿 ⑩其他，請說明____

40 我上網最常做哪 3 樣事？（請只選 3 項）

①打電動 ②做作業 ③下載音樂或影片

④線上聊天如 MSN 或即時通 ⑤上部落格

⑥貼相簿 ⑦收發電子郵件

⑧講電話 ⑨其他，請說明____

41 我最常在部落格上做哪 3 樣事？（請只選 3 項）

①上傳相片 ②插入影音 ③寫文章

④設計桌面 ⑤回應留言 ⑥Fun P (推推王)

⑦其他，請說明____

42 我最常看哪 3 類電視節目？（請只選 3 項）

- ①卡通或兒童節目 ②電影 ③連續劇
- ④綜藝節目 ⑤新聞節目 ⑥音樂節目
- ⑦知識節目 ⑧其他，請說明____



填完了嗎？再看一遍有沒有漏掉的地方

如果沒有，填完後請繳回給老師，謝謝！

狗狗媒體使用日記 9 月 18 日-9 月 24 日：

日期：	98 年 9 月 18 日 星期五					
時間	使用的媒體	內容/活動	地點	和誰一起	使用時候的心情指數	備註
20:00-22:00	上網	1.無名小站（張貼、回應文章） 2.使用 MSN 聊天	書房	自己	☺☺☺	
21:30-23:00	手機	傳簡訊、拍照	自己房間	自己（傳給學姐）	☺☺☺☺☺	

日期：	98 年 9 月 19 日 星期六					
時間	使用的媒體	內容/活動	地點	和誰一起	使用時候的心情指數	備註
08:30-12:00	電視	看娛樂節目	家裡客廳	弟弟	☺☺☺	
13:00-21:30	相機	拍照	學校、家中	朋友	☺☺☺☺☺	中間時間有出門
21:00-21:50	收錄音機	練習客語	自己房間	自己	☺	媽媽要求

日期：	98 年 9 月 20 日 星期日					
時間	使用的媒體	內容/活動	地點	和誰一起	使用時候的心情指數	備註
12:00-13:00	上網	無名小站（張	書房	自己	☺	

		貼、回應文章) 使用 MSN 聊天				
14:00-14:30	MP3	聽歌	自己房間	自己	☺	

日期：	98 年 9 月 21 日 星期一					
時間	使用的媒體	內容/活動	地點	和誰一起	使用時候的心情指數	備註
20:00-22:00	電視	看韓劇-妻子的誘惑	客廳	自己	☺☺	
23:00-23:30	收錄音機	練習客語	自己房間	媽媽	☺	

日期：	98 年 9 月 22 日 星期二					
時間	使用的媒體	內容/活動	地點	和誰一起	使用時候的心情指數	備註
07:00-07:10	相機	上課拍照	學校	朋友	☺☺☺☺☺	Happy 指數 100%
20:00-21:00	手機、雜誌	一邊用手機聽歌 一邊看流行雜誌	自己房間	自己	☺☺☺	
21:00-22:00	收錄音機	練習客語	自己房間	自己	☺	

日期：	98 年 9 月 23 日 星期三					
時間	使用的媒體	內容/活動	地點	和誰一起	使用時候的心情指數	備註
12:00-16:00	上網	1.無名小站(張	自己房間	自己、朋友	☺☺☺☺	

		貼、回應文章) 2.使用 MSN 聊天 3.查資料				
--	--	---------------------------------	--	--	--	--

日期：	98 年 9 月 24 日 星期四					
時間	使用的媒體	內容/活動	地點	和誰一起	使用時候的心情指數	備註
21:00-22:00	收錄音機	練習客語	房間	自己	☺	

狗狗媒體使用日記 9 月 25 日-10 月 1 日：

日期：	98 年 9 月 25 日 星期五					
時間	使用的媒體	內容/活動	地點	和誰一起	使用時候的心情指數	備註
21:00-22:00	上網	1.無名小站（張貼、回應文章） 2.使用 MSN 聊天 3.查歌詞（五月天-知足）	書房	自己	☺☺☺	
23:00-23:30	收錄音機	練習客語	自己房間	自己	☺	

日期：	98 年 9 月 26 日 星期六					
時間	使用的媒體	內容/活動	地點	和誰一起	使用時候的心情指數	備註
08:00-09:00	相機	拍照	家中客廳	家人	☺	

10:00-10:30	上網	玩線上遊戲-跑跑卡丁車	書房	弟弟	☺☺☺	
-------------	----	-------------	----	----	-----	--

日期：	98年9月27日 星期日					
時間	使用的媒體	內容/活動	地點	和誰一起	使用時候的心情指數	備註
15:00-17:00	上網	1.MSN 2.無名 3.線上遊戲-跑跑卡丁車 4.聽歌	書房	弟弟	☺☺☺☺	
19:00-19:10	手機	傳簡訊	客廳	朋友	☺☺☺	
19:20-21:00	收錄音機	練習客語	自己房間	自己	☺☺	
21:00-21:10	電視	娛樂節目-天才衝衝衝	客廳	家人	☺	

日期：	98年9月28日 星期一					
時間	使用的媒體	內容/活動	地點	和誰一起	使用時候的心情指數	備註
20:00-21:00	電視	韓劇-妻子的誘惑	客廳	全家	☺	
22:00-23:00	上網	1.MSN 2.無名 3.查手機資料	書房	自己	☺	
23:20-24:00	收錄音機	練習客語	自己房間	自己	☺	
01:00-01:30	手機	手機傳簡訊	自己房間	自己	☺	

日期：	98年9月29日 星期二					
時間	使用的媒體	內容/活動	地點	和誰一起	使用時候的心情指數	備註
22:00-23:00	上網	1.MSN 聊天 2.無名	書房	自己	☺	

日期：	98年9月30日 星期三					
時間	使用的媒體	內容/活動	地點	和誰一起	使用時候的心情指數	備註
12:00-17:00	上網	1.MSN 聊天 2.無名	書房	自己	☺☺☺☺☺	
20:00-21:00	收錄音機	練習客語	自己房間	自己	☺☺	

日期：	98年10月1日 星期四					
時間	使用的媒體	內容/活動	地點	和誰一起	使用時候的心情指數	備註
20:00-21:00	電視	韓劇-妻子的誘惑	客廳	全家	☺	
21:00-22:00	上網	1.MSN 2.無名 3.查資料-武則天	書房	自己	☺	
23:00-24:00	手機	傳簡訊	房間	自己	☺	

附件二：

興興媒體使用日記 10月11日-10月17日：

日期：	98年10月11日 星期日					
時間	使用的媒體	內容/活動	地點	和誰一起	使用時候的心情指數	備註
9:30-10:30	電視	看 GTV 八大綜合台-娛樂百分百	客廳	自己	☺☺☺	
15:00-16:00	上網	用無名發文章和看文章	爸媽房間	自己	☺☺☺☺☺	
19:00-20:30	上網	聊即時通（跟豪豪、小影、鬼妞聊天）	爸媽房間	自己	☺☺☺	

日期：	98年10月12日 星期一					
時間	使用的媒體	內容/活動	地點	和誰一起	使用時候的心情指數	備註
11:20-12:00	上網	電腦課（美程式修圖）、逛部落格（無名）	學校電腦教室	同學	☺☺	無名是偷偷用的
22:30-23:00	上網	<ul style="list-style-type: none"> ● 用無名發文章 ● 聊即時通（跟學長姊聊） 	爸媽房間	自己	☺☺☺☺	

日期：	98年10月13日 星期二					
-----	---------------	--	--	--	--	--

時間	使用的媒體	內容/活動	地點	和誰一起	使用時候的心情指數	備註
6:30-07:00	電視	海綿寶寶	客廳	妹妹	☺☺☺	
16:30-18:00	MP4	聽梁靜茹和林依晨的歌	安親班	同學	☺☺☺☺☺	
20:50-21:37	上網	用無名發文	媽媽的電腦班	自己	☺☺☺☺	在等媽媽下課一起回家

日期：	98年10月14日 星期三					
時間	使用的媒體	內容/活動	地點	和誰一起	使用時候的心情指數	備註
06:30-07:05	電視	海綿寶寶	客廳	妹妹	☺☺	
21:10-22:15	上網	● 用無名發文章、看留言	爸媽房間	自己	☺☺☺☺	

日期：	98年10月15日 星期四					
時間	使用的媒體	內容/活動	地點	和誰一起	使用時候的心情指數	備註
06:30-07:00	電視	海綿寶寶	客廳	妹妹	☺☺☺	
21:10-22:15	上網	● 用無名發文章	媽媽電腦班	妹妹	☺☺☺	

日期：	98年10月16日 星期五					
時間	使用的媒體	內容/活動	地點	和誰一起	使用時候的心情指數	備註
06:30-07:00	電視	海綿寶寶	客廳	妹妹	☺☺☺	

日期：	98年10月17日 星期六					
時間	使用的媒體	內容/活動	地點	和誰一起	使用時候的心情指數	備註
10:30-14:00	上網	<ul style="list-style-type: none"> ● 無名-看文章 ● 玩線上遊戲-唯舞 	爸媽房間	自己	☺☺☺	

興興媒體使用日記 10月18日-10月23日：

日期：	98年10月18日 星期日					
時間	使用的媒體	內容/活動	地點	和誰一起	使用時候的心情指數	備註
09:30-11:00	上網	<ul style="list-style-type: none"> ● 無名-看文章 ● 玩線上遊戲-唯舞 	爸媽房間	自己	☺☺☺☺	
19:30-21:00	電視	看天才衝衝衝			☺☺	

日期：	98年10月19日 星期一					
時間	使用的媒體	內容/活動	地點	和誰一起	使用時候的心情指數	備註
20:50-22:00	上網	<ul style="list-style-type: none"> ● 無名-發文 	爸媽房間	自己	☺☺☺	

日期：	98年10月20日 星期二					
時間	使用的媒體	內容/活動	地點	和誰一起	使用時候的心情指數	備註
06:30-07:00	電視	看海綿寶寶	客廳	妹妹	☺☺	
21:00-22:00	上網	無名-發文	爸媽房間	自己	☺☺☺☺	

日期：	98年10月21日 星期三					
-----	---------------	--	--	--	--	--

時間	使用的媒體	內容/活動	地點	和誰一起	使用時候的心情指數	備註
20:30-22:30	上網	玩線上遊戲-跑跑卡丁車、唯舞	爸媽房間	自己	☺☺	

日期：	98年10月22日 星期四					
時間	使用的媒體	內容/活動	地點	和誰一起	使用時候的心情指數	備註
06:40-07:00	電視	看海綿寶寶	客廳	妹妹	☺☺☺☺☺	
21:30-21:40	上網	看無名留言	爸媽房間	自己	☺☺	

日期：	98年10月23日 星期五					
時間	使用的媒體	內容/活動	地點	和誰一起	使用時候的心情指數	備註
06:30-07:00	電視	看海綿寶寶	客廳	妹妹	☺☺	

日期：	98年10月24日 星期六					
時間	使用的媒體	內容/活動	地點	和誰一起	使用時候的心情指數	備註
10:00-15:30	上網	<ul style="list-style-type: none"> ● 用無名發文 ● 玩線上遊戲-唯舞 	爸媽房間	自己	☺☺☺☺	
19:00-21:00	電視	看天才衝衝衝	客廳	自己	☺☺☺	

24:00-01:30	MP4	聽梁靜茹和郭靜的歌	自己房間	自己	☺☺☺	
-------------	-----	-----------	------	----	-----	--