

## 壹、緒論

以涵化理論 (cultivation theory) 研究電視文化建構效果著稱於世的 Gerbner 曾指出：要研究電視的效果，不要問人們有關電視的問題，要問他們對人生的看法。也就是說，電視最重要的功能是建構人們的生活模式以及價值觀念。

-----張錦華，《媒介文化、意識型態與女性》

### 一、研究背景與動機

「只要我喜歡，有什麼不可以」是時下青少年最常掛在嘴邊的一句話，然而隨著這樣的價值觀而衍生出抽煙、蹺家、吸毒、打架等行為，便非我們所樂見的結果。隨著時代的演變，過去台灣地區民眾勤儉、孝順的美德也有些許的轉變，老一輩的長者重男輕女，現在社會則提倡男女地位平等，在農業時代，民眾三餐只求溫飽，現在則講求吃的好也要吃的健康，價值觀念的改變無疑地影響人們的行為與態度。

價值觀是一種獨特且持久的信念，是個人在行動時，藉以選擇的準則，因此價值觀會影響個體的行為 (陳秉璋、陳信木, 1990)。價值觀研究的重要性在於可以提供人們對組織文化、群體及社會規範的了解 (Reardon, 1991)。目前台灣社會正值新舊價值交替之時，許多舊有的觀念、想法在大眾傳播媒體 (電視、電影、廣播、網路、報紙) 推波助瀾的影響下，有了相當程度的轉變。例如：老少配挑戰了傳統兩性關係中男大女小的價值觀；哈日、哈韓風的興起讓人忘了歷史中的國仇家恨；豐胸、瘦身廣告不斷向廣大閱聽眾傳遞胸部大、身材瘦就是美的審美價值觀；網路產業、樂透彩券的出現讓許多年輕人一夕之間成了科技新貴、億萬富翁進而改變其工作及金錢價值觀。另一方面，深夜逗留在舞廳的搖頭族；穿著清涼的檳榔西施、辣妹；青少年流行穿耳洞、鼻環、舌環、刺青等行為的出現等，亦交雜出新舊價值觀念之間的差異。

價值觀的學習除了來自於父母、社會及學校教育外，透過大眾傳播媒體的學習也是不可忽略的來源之一。Lasswell 曾指出大眾傳播媒體具有守望環境、聯繫社會建立共識、傳遞文化等功能。在眾多媒體中，看電視無疑是最受國人歡迎的休閒活動 (康敏平, 1996: 89)，四十年來，電視早已不露痕跡的融入家庭作息，甚至成為每個人家庭生活的一部份，電視節目的影響力亦可說是無遠弗屆。

根據廣電基金於 2000 年執行完畢的調查報告指出<sup>1</sup>，台灣地區擁有電視機的家庭已經達 99.6%，其中家中擁有兩台或兩台以上的則超過半數，達 73.4%。過去一週未收看电视的非收視者僅佔 5.7%，且以老年人、低教育程度、低收入者的比例較高，而收視者的比例高達 94.3%，這項數據足以反映出電視已成為國內

---

<sup>1</sup> 廣電基金調查時間為 89/5/22~6/4，以台灣地區十三歲以上民眾做為調查對象，採「性別」、「年齡」及「居住縣市」之分層等比例隨機抽樣，有效樣本數為 6148 份，抽樣誤差為 ±3% (95% 的信賴區間)。

最強勢的傳播媒體，對民眾的生活有相當的影響力。另一方面，我國自 1993 年開放有線電視後，有線電視的安裝比例逐年上升，達 77.2%<sup>2</sup>，其中都會區的安裝比例高於非都會區，顯示現代人很難脫離電視的影響範圍（廣電基金，2000）。

雖然電視逐漸成為民眾生活中不可或缺的一部分，那麼過去以來，民眾收看电视的時間是否也相對地增加？主計處的一項調查資料中顯示，1987 年時的週一至週五，國人平均每日的收視長度為 2.26 小時；1995 年為 2.35 小時，而廣電基金在 2000 年的調查為 2.65 小時，至於週六及週日則為 3.25 小時（廣電基金，2000）。另外，觀眾最常收看电视的時段，集中在晚間六點至九點（康敏平，1996）。由此可知，上述數據也相當程度的反映了幾十年來台灣地區民眾看电视的時間逐年遞增，尤其是週六、週日兩天。至於最常收看电视的時段則集中在晚間八點至九點（廣電基金，2000）。

而在所有的電視節目類型中，戲劇節目無疑是最受觀眾喜愛的節目之一，我國在民國五十一年開始成立第一家電視台—台視，中視於五十八年開播，首先製播的國語連續劇「晶晶」轟動一時，至此連續劇站穩八點檔黃金時段，緊接著華視於民國六十年成立後，亦立即加入連續劇製作的行列中，六十三年製播的「保鏢」首開電視武俠劇之先河，連續播出二百五十六集，創下連續劇播映最長的紀錄，其他兩台在招架無力之餘，向新聞局表示不滿，新聞局乃開始對連續劇播出的集數、時數、送審方式等加以規定與限制（彭芸，1993）。根據廣電基金會（1999）針對台灣地區觀眾收視行為的研究指出，在晚間八點至九點黃金時段期間，觀眾收視最多的仍是「戲劇類」節目，其比例佔所有收視者的八成四之多。「戲劇類」節目部分，「無線四台」（台視、中視、華視及民視）收視者佔該時段戲劇節目總收視者的九成三之多；換言之，有線頻道推出的八點檔戲劇節目僅網羅到 6.7% 的觀眾。事實也指出，國內八點檔連續劇一直是無線電視台收視率最高的電視節目，從電視開播至今，即使是現在觀眾已有許多有線電視和衛星電視的選擇，卻還是無法改變這樣的電視生態（趙喬，1997：239）。

從電視文化研究的觀點來看，Gerbner & Gross（1976）相信，電視在現代社會的角色，早已超越了傳遞訊息和娛樂。張錦華（1994）也認為，透過電視訊息中意識形態的分析，電視不僅是塑造社會共識、社會意義及價值觀的文化活動，同時電視如何塑造有利於優勢權力結構的價值體系，也是能夠逐漸被觀眾理解與認同的。

因此，電視文化所積極反映的不僅僅是傳遞資訊與娛樂，它更被認為人們生活基礎的知識道德、價值觀念與宗教信仰的來源之一。賴國洲（1996）指出，在台灣社會中最能有效和持續詮釋、傳布、維護既存的主流社會價值體系的電視節目，主要是戲劇節目和新聞性節目。這兩類節目，清楚地展現當前台灣社會的主流社會價值，如女性意識、功利觀念、親子關係、城鄉區隔、階級刻板印象等等。

---

<sup>2</sup> 廣電基金調查結果顯示，有線電視安裝比例 89 年為 77.2%，未安裝/拒答佔 22.8%；有安裝比例較 88 年 74.6% 上升了 2.6%。資料來源：廣電基金 2000 年調查。

近幾年來，台灣電視劇也透過劇情、人物角色、對白與動作的安排，一再地建構當前社會動態與大眾的想法。Silverstone (1994) 曾明確地指出，在日常生活符號與儀式的建構中，電視扮演了關鍵的角色，同時也快速地變成日常生活常規的一部份。因此，利用電視媒介來向社會大眾傳播戲劇性內涵，其所能產生的影響力更應該是電視文化研究討論的重心 (蔡琰, 1996)。

但是電視節目的收視行為與觀眾的價值觀間究竟存有何種關係？一般說來，對於這種問題的看法可分為兩派，一派認為電視兼具了聲光效果，使得觀眾涉入的程度較深，在改變受眾態度的效果方面，電視勝於其他媒介 (黃玉容, 1994; 王石番, 1995; 李蕙, 2000; 林瑞端, 2001)。例如：在廣告中，產品藉由廣告的播送可改變消費者對於該產品既存的價值觀及態度，最後改變其消費行為 (林清河等人, 2001)；在電視劇中，人物角色處理事物的態度和行為，長久下來會潛移默化地影響觀眾對價值體系的認知 (Brinson, 1992)。這些藉由電視所傳遞的觀念可能在無形之中，影響了人們做為判斷事物的準則之一。另一派學者則認為，電視的效果有限，它會受到個人直接經驗和研究方法、工具、研究主題的影響，因此在改變人們的認知、態度及行為方面效果較有限 (Rössler & Brosius, 2001; Shrum, 2001)。

為了驗證這兩種觀點，過去三十年來，學者們進行了許多實證研究，研究發現，電視對不同年齡或地區的受眾，均具有顯著的涵化作用 (cultivation)。也就是說，一個人長時期接觸電視節目內容後，其認知、態度或行為，就愈會受到電視節目內容的潛移默化影響 (吳怡國, 1993; 車慶餘, 1998; Ishii et al., 1999)。但有些研究卻也顯示看電視的時間和涵化的效果並沒有顯著相關，反倒是個人直接經驗、收視動機、認知過程、和節目的類型及談論的議題和涵化效果的產生有顯著相關 (黃明明, 1994; 王旭, 2000; Rössler & Brosius, 2001)。這些研究所獲致的成果，雖不足以論斷前述兩派論點的對錯或解釋力，但至少已明顯指出：收看電視的「量」已經不是造成涵化效果的主要因素，電視的收視行為和認知、態度及行為之間，並不單純的是成直線式的因果關係。因為電視的收視行為可能受其他因素 (例如：個人直接經驗、收視動機、家庭收視環境) 的影響，這些因素除了可能直接影響觀眾價值觀，也可能影響觀眾選擇電視節目的行為，然後間接影響觀眾價值觀的形成。因此電視節目的暴露量與觀眾的價值觀間，絕非直線式的因果關係足以解釋。

本研究以 2000 年最受歡迎的電視連續劇「飛龍在天」<sup>3</sup> 做為研究對象，選擇

---

<sup>3</sup> 「飛龍在天」自民國 89 年 11 月 23 日起至 90 年 6 月 26 日止在民視八點檔播出，共播出 212 集；接下來又在同年 6 月 30 日起至 10 月 28 日止，於每週六、日兩天播出「飛龍在天」續集，總計播出 248 集。其收視率不僅蟬連八點檔時段連續劇的冠軍，同時更創下多項紀錄，例如：首創將新聞節目縮短提前於 19:45 分播出的連續劇、首創在週六及週日播出以及一個星期看七天八點檔的連續劇等等。資料來源：本研究整理。

該劇的原因在於，民視八點檔『飛龍在天』不同於幾個月就播送完畢之其他連續劇，該劇是國內這一、兩年來播出集數最多的連續劇，播出期間將近一年，造成長期間向觀眾傳播特定價值觀之事實，值得特別重視。此外，該劇在民視播出期間台灣地區不分男女、老幼、各階級及教育程度者均曾經收看該劇，因而東森電視台在該劇於民視下檔後，立即在同年的七月十六日於東森綜合台重播，並同時搭配「國語版」、「台語版」於不同時段播出，而「國語版」的『飛龍在天』，在新加坡當地播出後也造成極大的轟動和高收視率<sup>4</sup>。

『飛龍在天』在國內所創下的紀錄包括，在總集數（含續集）248集中，收視率領先其他無線三台長達245天，共280小時，連勝其他三家無線電視台（台視、中視、華視）十五檔連續劇<sup>5</sup>，更首開先例在週六、週日播出，以一星期看七天八點檔的作戰策略，劇情緊扣住觀眾的心，並保有打敗其他綜藝節目的紀錄；製作人周遊更因為製作該劇而獲得內政部部長張博雅頒發「關懷社會、鼓舞人心」的獎牌；同時該劇主題曲也榮獲好樂迪KTV閩南語歌曲點歌冠軍。在「飛龍」最風光之際，各台聞「龍」色變，即使下午重播時段的收視率，也贏過友台在八點檔播出的成績，當時影劇圈更有一句話：「『飛龍』的收視率第一名不是新聞，不是第一名才是新聞。」「飛龍」收視率戰績所向披靡可見一斑（黃瑜琪，2001/10/27 聯合晚報，9版）。

基於上述研究動機以及電視連續劇的收視對觀眾價值觀產生影響的重要性，本研究除了探究「飛龍在天」劇情中向觀眾傳遞了哪些價值觀？更進一步了解收看「飛龍在天」的觀眾群為哪些人，且具有何種價值觀？同時「飛龍在天」暴露量、涉入程度與「飛龍在天」劇中內容所傳遞的價值觀彼此之間的關連程度。

---

<sup>4</sup> 資料來源：網址：<http://2001/7/6http://tv.ettoday.com/2001/07/18/1115-512182.htm>，On-line Available：2001/11/1。

<sup>5</sup> 這15檔連續劇分別為台視「上錯樓梯睡錯床」、「春風」、「像霧像雨又像風」、「望鄉」、「流氓教授」；中視、「鈴蘭」、「上錯花轎嫁對郎」、「臥虎藏龍」、「偷龍轉鳳」、「情深雨濛濛」、「貞女、烈女、豪放女」；華視「女生向前走」、「西螺七崁」、「才子佳人乾隆皇」、「追妻三人行」。資料來源：本研究整理。

## 貳、文獻探討

### 一、理論架構

#### (一) 涵化理論

涵化研究最初是由葛伯納(Gerbner)領導,在 1967 年所進行一連串有關電視建構的暴力世界對閱聽人認知真實世界的影響,葛伯納及其同儕除了對電視進行內容分析外,也試著針對電視對閱聽人態度的影響加以測量。這一波的研究也引發日後涵化理論的成型。

李慧馨(1994:130)將涵化理論的發展分為三個時期,1967年 Gerbner 等人開始從事暴力素描(Violence Profile)的研究工作,到1978年發表的文化指標報告這階段稱為發展期;1980年後發表主流(mainstreaming)與回響(resonance)的概念修正,稱為挑戰期;1980年代末至今,涵化理論呈穩定發展狀態,研究主題已從電視暴力內容擴展到其他主題(如政治取向、少數團體、性別角色等)之涵化驗證,稱之為擴展期。1990年代後,涵化論研究的取向也將觸角延伸到新科技的使用、文化多樣化,同時也開始進行跨文化研究,比較在不同文化背景中,電視的涵化效果是否一致(Gerbner et al., 1994);另外有些學者也開始比較不同媒體之間的涵化效果,如 Reber, Chang & Yuhmiin(2000)比較電視和報紙有關犯罪新聞報導方面的涵化效果。

涵化理論,簡言之即是探討閱聽人看電視和對社會現實感知之間的關係,也就是說,經由觀眾的大量收視使用,電視所提供的價值觀、意識形態、觀點、宗教信仰和形象,有可能變成觀眾的世界觀,這一套價值標準得以成為文化主流時,電視所強調的價值觀念會被觀眾所接受,也得到他們的認同。該理論認為電視內容可以建構(涵化)閱聽人的世界觀。換言之,電視所建構的「符號世界」雖然與「真實世界」不同,但它卻影響了人們對真實世界的看法。看電視之所以值得研究,是因為電視的普及已經成為大眾社會化和獲得資訊的主要來源,它是人們學習的主要對象,是建構社會真實不可或缺的角色(Gunter & Svennevig, 1987; Lowery & DeFleur, 1995)。學者王石番(1995:205)亦持有相同的看法,他認為:

電視所建構的社會現實,同時以同樣的觀點讓所有的人感受到,不論性別、年齡、教育程度和階級。隱藏在電視劇中的世界觀宛若其他媒介所呈現的形象,電視提供的社會規則類似強而有力的社會化機構所灌輸的規則。電視獨有的特點是將共同文化規範予以標準化、隨時更新、強化內容,並和社會所有成員分享。所以,電視內容和意見的形成與改變似有不可分之關係。

由於媒體塑造人們的認知價值觀是 Gerbner 等人所進行涵化理論研究的核心。Gerbner 等人一方面長期蒐集分析電視暴力節目內容,另一方面則對閱聽人的社會真實認知觀念、意見及態度進行調查。涵化論提出電視具有「緩慢且累積的效果」(Newbold, 1995),同時他們發現電視的涵化效果現象為看電視愈多者,其對現實世界的認知也愈與電視所呈現的世界相符合。

Gerbner (1990) 涵化理論的基本假設認為電視所呈現的真實影響觀賞者對社會現實的信念，他認為就某種程度而言，電視是一種宰制的工具，它排除了觀眾的異質性，日積月累的傳遞了大量的訊息，因此，若持續的暴露在它所提供的資訊或消息來源，社會的價值體系和標準得以傳遞和確立。同時，媒介真實或符號真實必然也會和主觀的社會真實有所關連。因此，如果觀眾大量收看电视，媒介真實就有可能會影響個人主觀真實，甚至取代了主觀真實，進而影響到人們對真實世界的信念，這樣的歷程就稱為涵化 (Gunter, 1987: 6)。該理論發現，電視建構了社會真實，成為大眾學習符號系統、培養共識的主要來源。電視也提供了一連串的圖畫，讓人知道有什麼存在，什麼是重要的，什麼是對的 (Gerbner & Gross, 1976)。

Gerbner & Gross (1976) 在早期進行涵化效果研究時，重要的假設包含了以下兩點，首先就電視內容本質而言，電視充滿了刻板及重複的形象，反映了傳統價值、信念及行為；另一方面，就電視觀眾的本質來說，觀眾是不經選擇、習慣性地收看，也就是說，他認為看電視是一種儀式性的行為。王旭 (2000) 曾說明，由於 Gerbner 認為涵化效果是種線性關係，因此他在驗證涵化假設時，主張不區分所收視的節目種類、不考慮閱聽人收視電視的動機，認為閱聽人看電視時間的總長度，就足以做為反映電視涵化效果的指標。而後 Gerbner 將看電視的時間列為重要的變項，他認為經常收看电视者比少看電視者較傾向回答「電視答案」，也就是說看電視愈多的人，其世界觀與電視內容所呈現的答案愈一致，也愈容易受到電視的影響。這種看似簡單的操作方式，乃基於對電視節目和觀眾收視兩方面所假設的前提 (Shanahan & Morgan, 1999)。而早期的實證研究中也的確驗證了 Gerbner 的假設。在閱聽人對治安所持的觀感中發現，最常被用來做為涵化假設檢視有害怕犯罪 (fear of crime)、人際不信任 (mistrust)、和社會疏離 (anomie) 這三個主題 (王旭, 2000)。後續實證研究的結果顯示，上述這三個面向構成的「卑鄙世界」(mean world) 症候群和看電視時間之間，存有顯著的正相關 (Gerbner, et al., 1980; Diefenbach & West, 2001)。

然而，這些顯著的、線性的涵化效果，是在檢視看電視時間的長度 (自變項) 和對社會真實所持的觀感 (依變項) 時出現的。其研究發現遭到許多質疑和問題。一是認為電視收視與社會真實之間的關連，可能是種曲線關係 (Hughes, 1980, 轉引自王旭, 2000)。另一方面，電視收視與社會真實之間的顯著關連，可能來自其他因素對這兩個變項的共同影響，亦即，Gerbner 所宣稱的涵化效果其實並不存在 (王旭, 2000)。學者 McQuail 也曾就此問題提出他的看法，他認為符號結構、閱聽人行為以及閱聽人觀點之間假定的複雜性，是不可能以令人信服的方式來進行處理的，因為期間還有許多中介變項的存在，他認為要將任何「涵化」的過程和一般的社會化分開，是很困難的 (陳芸芸 譯, 2001: 653)。同時，也有某些合理的理由足以質疑「涵化」效果是否會在美國以外的地方發生，部分是因為電視內容和使用 (還有「真實世界」) 常常是不同的 (陳芸芸 譯, 2001: 652)。

儘管如此，McQuail 認為涵化理論看起來還是很有道理的。因為透過 Gerbner 涵化研究的發現可知，電視是當代最具影響力的媒介，其內容千篇一律，充滿了刻板印象，並不符合真實世界。觀眾日積月累地接受這種訊息，久而久之便會受其影響，對世界產生扭曲的印象。而觀眾受電視影響程度的深淺則視其電視暴露量而定。故，Gerbner 得出看電視愈多的人，其世界觀與電視內容所呈現的愈一致，也愈容易受到電視的影響。雖然由後續的實證研究中也發現收看電視的「量」已經不是造成涵化效果的主要因素，收看電視的「量」這部分並沒有獲得直接有力的支持，但涵化研究所代表的探索路線看起來並非全無影響力。因此，為繼續驗證這一點，本研究仍將觀眾收看電視的「時間長度」做為重要的自變項，預期觀眾收看「飛龍在天」的總時數或集數愈多，也就愈容易認同該劇劇中所傳遞價值觀念的假設。

## （二）、社會學習理論

由於電視機的售價不斷降低，電視也成為現代家庭必備品之一，看電視成為現代人最廉價的休閒活動，更成為家庭、學校和同儕團體之外，相當重要的社會化機構。涵化過程中有關個人「社會學習」的概念，說明電視在個人社會化過程中所扮演的重要角色。

基本上，Gerbner 認為電視是當代社會裡主要的文化機制。除了工作、睡眠之外，一般民眾花在看電視的時間最長。所以會有此一現象，應該是電視提供的節目內容對觀眾有相當大的吸引力。他並認為電視這個媒介，有非常接近宗教虔誠的特點（電視內容所傳達的教義會被觀眾無條件地服膺與認同），而主要的電視文本，對收視者而言，會灌輸及強化某些價值觀，電視多少已取代了同儕、父母和老師過去所扮演的角色（董素蘭等譯，2000）。由此說法看來，對觀眾本身來說，在看電視的過程中，他們可以獲得以前從未體驗過的經歷、想法，並可梳理成新的資訊。尤其是娛樂的內容，如戲劇節目或連續劇，除了好玩和讓觀眾覺得新奇有趣外，更可以培養對生活裡不熟悉事物的注意與印象。如同張錦華（1993）所言，電視劇具有傳播的社會化功能，這種社會化乃指透過節目所做的一種確保社會價值的功能，包括傳承文化或社會規範、強化社會整合、促進集體意識、溝通共同經驗等責任。

社會學習理論於 1971 年由 Bandura 提出，他反對人類的學習是源自刺激—反應（S-R）的模式。即使眾人所觀察的情境相同，所表現的反應也會不一樣。從社會學習的觀點來看，學習是透過兩種途徑產生的，一是直接經驗，另一個則是觀察學習。前者是透過個人實際的體驗而學習；後者則是透過觀察學習而發生，而媒體則是一般民眾觀察學習、模仿的對象之一，尤其是兒童常常會模仿電視人物說話、動作等言行舉止。在許多有關兒童、青少年與電視的相關研究中（Adler, 1980；Gunter & Svennevig, 1987；Clements & Nastasi, 1993；車慶餘, 1998）均顯示電視對觀眾提供了許多觀察學習的間接經驗，它也是影響個人態度、價值和行為的重要力量。

Harris (1999) 說明，觀察學習的過程有四個階段，這四個階段為 1.個人依照自己的需求，對媒體中某個角色的言行舉止產生注意；2.他必須能夠就所觀察的言行，默記在心中或在腦海中演練；3.產生重複行為，4.最後產生行為動機部分，則須依據內在或外在的獎賞來修正行為。王嵩音 (1993: 322) 指出，許多研究已顯示，單純的觀察便可以改變成人和兒童許多的行為。例如，兒童藉由觀察電影或電視中的人物，產生對不熟悉行為的學習，降低對陌生事物的恐懼感，進而模仿學習電視中人物處理事物的態度及方式。相關研究(李慧馨, 1994; Gunter, 1994; Swan, 1998; 林瑞端, 2001) 均認為藉由電視內容所獲得的學習效果，的確會影響個人的行為反應。

Gerbner & Gross 認為，電視文本是社會儀式與神話的基本結構，人們會不加懷疑地選擇接受此種與生俱有的象徵環境。就某種程度而言，觀眾在收看電視劇時，電視世界中所呈現的情節背景，是以一種自然的方式呈現，且來自於觀眾本身具備的「知識」(knowledge)。這種不經意的學習(incidental learning)可能受到劇中的故事和演員精湛演技相互作用下的影響而發生。電視劇中的世界，讓觀眾產生信服的力量和找到解決問題的答案。不像真實的人生，在電視劇中，問題永遠不會被遺留下來，獎賞和處罰同時也會被再現和澄清。這種遊戲規則很少改變，也一向為人熟知(Gerbner & Gross, 1976: 179)。

根據 Gerbner 等人的看法，電視要為「涵化」(cultivation) 以及「文化適應」(acculturating) 負上主要的責任，根據這種觀點，幾乎在所有的生活層面中，人們都系統性地暴露在一種經過篩選的社會觀下，並且依據這種社會觀來塑造其信念與價值。這種環境是如此地被電視所壟斷，因此電視教導的內容就一而再、再而三地被人們所學習(陳芸芸 譯, 2001: 153)。

蔡琰 (1997: 88) 也提出電視劇的虛構劇情，反映作者對現代社會生活的觀察與對真實人生的體驗，劇中凡情節與人物的安排，畫面影像與服裝佈景的設計，無處不顯露社會教化下之集體意識與社會主流價值，再現著社會生活的習性、道德、感情與價值觀。更重要的是，電視劇劇情顯示深植人心的普遍經驗與真實社會的一般共相，電視劇情節提供的戲劇經驗可以作為人們認知世界的一種方式。由此可看出，電視劇也是最能反映出通俗大眾價值觀念的節目形式之一。

誠如上述文獻所提及的內容，電視在我們的日常生活中已佔據了一個重要的位置，它也取代了親身經驗，而成為觀眾了解社會現實的主要情報來源，不論是由社會學習論或是涵化理論的觀點來看，觀眾的文化態度、價值觀與社會意識也因而同時接受了電視的「教化」。

但是，Gerbner 認為媒介的效果不在使觀眾產生行為改變，而是在加強灌輸社會主流思想與觀念，賦予各種事物的意義，例如：各項消息經由電視報導後，會讓觀眾認為此事就是事實，亦即在潛移默化中對社會現實產生不同的認同結果。這正說明了涵化理論強調的是「認同」的過程；而社會學習理論重視的是「觀察學習」的效果，該理論認為觀眾能藉由觀察各種事務，漸漸修正、學習，使自己成為合乎社會要求的「社會人」。

由文獻看來，Bandura (1971) 的社會學習理論和 Gerbner et al. (1976) 的涵化理論，同樣支持電視劇對個人行為的潛在影響，尤其強調電視劇強化個人刻板印象、影響個人侵略性、提供角色學習模仿與改變個人世界觀方面的能力。因此本研究繼續檢驗涵化理論以及社會學習論，探討觀眾的收視行為和對「飛龍在天」所傳遞價值觀認同程度之間的關係。本研究認為，「飛龍在天」的重度收視者及高涉入程度者會如同這兩個理論所言，因為長時期的收看和觀察學習，而較容易「認同」劇中所傳遞的價值觀。

## 二、相關文獻

然而觀眾價值體系認知上的轉變是否可歸因於收看電視連續劇？何種電視收視行為和具備哪些特質的觀眾較容易受電視影響？我們則必須從電視收視行為和涉入程度這二方面來加以探討。

### (一) 電視收視行為

如何探索、了解和預測觀眾的收視行為，一直是傳播學界關心的課題。有關電視收視行為的研究中，可發現研究重心都放在閱聽人如何使用電視的問題上，包括收視時數、收看次數、收視時段、收視動機、收看節目的類型、偏好節目的型態、共視對象等等 (Webster & Wakshlag, 1983; 曠湘霞, 1986; 蘇蘅, 1995; 1999; 蘇蘅、陳雪雲, 2000)。其中，最常被用來測量收視行為的方法有三種：分別是看電視所花的時間、節目的選擇 (偏好) 以及收看同一節目的頻率 (Lowery & Defleur, 1995)。除了以這三個變項來測量觀眾的收視行為外，其他學者所做的相關研究也很多，但由於研究對象及其所採用的工具不同，探討的內容和結果也不盡相同。

孫立群 (1998) 認為在當代認同的結構上、思想與行為形成上，電視扮演著重要的角色，因為它提供影像與形象給閱聽人可以認同與模仿學習，而電視暴露量的多寡，也會影響觀眾對於現實世界的認知。由於「飛龍在天」播出集數長，造成長期間向觀眾傳遞特定價值觀之事實，除了在八點檔時段播出外，也同時在民視和東森播出時，皆於隔日下午或早上重播前一日的內容，並長期受到台灣地區男女老少的喜愛。因而，觀眾除了收看八點檔的「飛龍在天」，也可能有收看重播的重覆暴露效果。故，觀眾收看「飛龍在天」的時數、次數、集數和收看民視與東森重播情形、是否收看續集等項目，都值得本研究做更進一步的探索。

### (二) 涉入程度

涉入的概念在 1947 年即由心理學者 Sherif 提出，他表示每個個體對不同的活動、事物、事件、理念等，都會有不同程度的涉入 (involvement) 狀態。透過這些狀態的研究，可進而了解在某個事件中個人的態度傾向為何 (Sherif, 1947, 轉引自蕭湘文, 1999: 84)。

涉入的觀念已經成為用來建構許多態度形成和改變理論的關鍵 (Petty & Cacioppo, 1986)。因此，涉入通常可以用來預測傳播行為的主動性 (蕭湘文, 1999: 84)。但是，涉入本身並沒有一個明確的定義，因為有關涉入的操作型定義會依據研究主題不同而有所不同，其應用的議題包含了媒體的涉入、廣告的涉

入及產品的涉入、情境涉入、購買決策涉入等等。McQuail (1997: 60) 也曾表示，觀眾的涉入感具有幾種意義，其測量方式也不只一種。

有關涉入的定義部分，學者 Zaichkowsky (1985) 認為涉入是個人基於本身的需求、價值及興趣，因而對某事物所感覺到的攸關程度。

Rosergren (1989) 表示，電視劇是最具幻想性的傳播內容，能提供代替性的經驗，使閱聽人和劇中人產生認同與互動關係，也就是一種涉入程度 (degree of involvement) 最深的關係。因此觀察劇中角色的扮演，常能有效的改變閱聽人的認知與態度，甚至行為。

蔡琰 (2000) 認為，電視劇作品透過鋪排、配音與剪接，一切都組織整理過後，才在觀眾眼前透過自己的心理作用轉換成為故事。透過想像、幻覺，觀眾就產生移情 (empathy) 和涉入 (involvement)。一般說來，觀眾正在進行的媒體經驗捕捉 (caught up) 或吸引時 (engrossed) 時，就是所謂的「涉入」。

量化研究中，一般說來都是依觀眾對媒介內容的注意程度加以測量。例如：Shoemaker et al. (1989) 將涉入的操作型定義分為五項，(1) 行為的涉入：媒介的使用頻率以及對媒介的依賴；(2) 認知的涉入：對特殊主題的注意；(3) 情感的涉入：對感興趣主題的態度；(4) 滿足的尋求：使用大眾媒介的理由；(5) 花費的認知努力。

另外，早期測量看電視的涉入程度時，研究者通常將觀眾看電視時的活動分成六種注意力程度，這六種注意力程度由高至低的排序為，注意電視螢幕：參與、積極地對電視節目或者對其他「注意電視內容的人」做出反應；消極地觀看（沒有做其他的事）；看電視時，同時做其他的活動（吃東西、編織等）；沒有注意電視螢幕：坐著看電視，但是也閱讀、談話或是注意電視之外的事；位在看電視的範圍內，但是並未正對著電視機，需要轉身過來看才行；沒有在房間裡，不能看到電視機，或是看到電視內容的影響程度 (Bechtel et al., 1972: 279, 轉引自陳芸芸譯, 2000: 198)。

然而，電視訊息本身不會單獨產生影響力，一定要同時考慮一些觀眾個人特質與情境因素，才能產生效果。例如：注意力、記憶能力與涉入程度，可能就是足以影響效果產生的變數 (Hawkins & Pingree, 1982; 轉引自陳尚永, 1998)。根據他們的看法，觀眾接觸電視時的涉入程度，才是真正造成傳播效果的主因。實證研究中，陳尚永 (1998) 檢視大學生的價值觀與收看電視時間長短、收看電視廣告情形以及電視廣告涉入程度三個主要媒介因素之關係時，也發現電視廣告涉入程度是影響大學生價值觀的最重要媒介因素。

誠如文獻所言，相較於收看電視的暴露量，涉入程度其實才是真正造成傳播效果的主因，相關實證研究中亦被證實 (陳尚永, 1998; 蕭湘文, 1999)。當觀眾收看電視節目時，若某個議題與他們切身的關連性愈強，此議題對他們也愈重要，同時他們也對此感到興趣時，其涉入感也就會愈高，這種涉入程度多少也會造成觀眾在某些觀念或態度上的改變。

透過上述學者對涉入的看法及定義後，我們發現有關電視劇「涉入程度」的

定義可以是觀眾透過想像、幻覺和劇中人產生認同，也可以說是觀眾對電視內容在心理上的互動情形，包括注意、專心、喜歡、認為重要或與自身相關的程度。McQuail (2001) 亦認為閱聽人若對於持續性的媒介經驗愈感到「熱衷」或「著迷」，便可以說其「涉入性」愈強。這也可以稱作「情感的激發」( affective arousal )。例如：向電視做「回應」( 例如：call in 表達自己的意見 ) 或與他人討論節目內容就是一種高涉入程度的表現 ( 游進忠, 1995 ; McQuail, 2001 )。

因此，本研究彙整了上述學者對「涉入程度」的定義後，將本文涉入的概念定義為：觀眾根據本身的需求、價值觀以及興趣，對於「飛龍在天」所表現的專心程度、重要性、喜歡程度、記憶程度、注意程度、對相關演員、參與 call in 贈獎的興趣程度、準時程度、與他人討論等共九種情形來衡量觀眾對於「飛龍在天」的涉入程度。換言之，我們認為若觀眾對「飛龍在天」的涉入程度愈高，也會愈「認同」該劇劇中所傳遞的價值觀。

### (三) 價值觀的定義與分類

#### (1) 價值觀的定義

「價值觀」一詞，不僅在日常生活中被廣泛的使用，在教育學、管理學、人類學、社會學、心理學中也一再地被研究、探討。但是價值觀究竟是什麼？價值觀是一種抽象的概念，其內涵十分廣泛，但因各學門學術立場及研究對象的不同，對於價值觀的定義亦互異。價值觀的定義雖因立論見解的不同而顯得不同，但從中外各學者對於價值觀的定義中予以分類，仍有共通之處，約可分為下列五大類：

表 1：價值觀的定義

分類標準	學 者	定 義
價值為知覺、信念	Rokeach ( 1973 ) England & Lee ( 1974 ) Robbins ( 1993 )	價值是一種持久的信念，這個信念使得個人或社會偏好某種特定的行為方式或存在的目的狀態，而較不喜歡與其相對或相反的行為方式或存在的目的狀態。
價值為目標或目的	寇龍華 ( 1969 ) 文崇一 ( 1994 )	價值代表一種行為的目的或方向，表現在人與人及人與環境的互動關係上。
價值為標準或規範	文崇一 ( 1989 ) Reardon( 1991 ); 蔡琰( 1996 )	價值觀就是一個社會或是一群人用來衡量事物和行為的標準。
價值為客體	Perry ( 1973 )	價值是客體所固有的本質，凡能引起人感興趣的事物就是價值。
價值為一種獨特的概念	陳秉璋、陳信木 ( 1990 ) 郭為藩、高強華 ( 1992 )	價值觀是一種對待互補性的概念或觀念，其擁有滿足人類需求能力的外在存有與追求滿足該需求的主觀認定，且當這兩者發生對待的互補關係時，價值觀念方才產生。

資料來源：本研究整理

綜合上述學者們的說法，從運作的層面而言，價值是選擇性行動情境中的表

現，意指事物的可欲性，以及個人的行動傾向；從性質方面來看，價值是被客體化的需求和偏好；從功能方面來看，價值具有指導個人行動，維持人格統整的功能（郭為藩、高強華, 1992）。因此，可以得知價值觀牽涉的範圍甚廣，它涉及的部份包含了好壞、善惡和優劣的判斷，價值觀也能主導有關人、事、物或目標的選擇行為。

楊國樞( 1989 )認為，個人不同層次之各種價值的組合，即形成價值系統( value system )，價值系統中的最高層次是價值取向( value orientation )。文崇一( 1992 )認為價值取向是一種國民性格，它可以反映出個人或集團的某些人格特質，價值取向與國民性格兩者之間無法截然劃分。蔡琰( 1996 : 24 )也提及電視劇中的角色多少被劇作家賦予某些特定的國民性格，換言之，文化價值觀念能夠由電視劇中具體呈現與傳遞。為配合電視劇的研究，本文採用蔡琰( 1996 )以及文崇一( 1989 )的定義，將價值視為一種標準或規範，也就是一個社會或是一群人用來衡量事物和行為的標準，本文以為根據這個定義應可作為本研究探討「飛龍在天」不同價值觀主題分析之起點。

## ( 2 ) 價值觀的分類

由於人類的價值觀念、內涵極為廣泛，層次亦複雜，加上本研究欲了解的價值觀分為觀眾個人價值觀與媒介內容價值觀兩部分，實有必要對價值觀加以分類說明。從表二的分類中可以發現，各家學派的不同，對價值觀的分類也不盡相同。由社會學的觀點來看價值觀，文崇一( 1992 )採用 Parsons 的分類法，將價值取向分為認知的( cognitive ) 評價的( appreciative ) 和道德的( moral ) 三類來討論中國人的價值取向，認知的部分包括傳統與權威；評價的部分包括重農與重功名；道德的部分包括忠孝仁義，這三大類所形成的中國國民性包含了權威、保守、依賴、順從、禮讓、謹慎、勤儉、忍耐、安分。

個人價值觀部分，表二的分類中，以 Rokeach 的分類最常被運用在價值觀的相關研究中，而楊國樞的分類則是唯一針對中國人的價值觀設計，他的價值觀分類也曾經被蔡琰( 1996 )運用在媒介內容價值觀的分析中。

楊國樞( 1994 : 72 )研究指出，中國人傳統的心理因素包括：一、遵從權威：強調在各種角色關係與社會情境中應遵守、順從、尊重及信賴權威。二、孝親敬祖：即孝事父母和敬祭祖先，尤以前者為重。三、安分守成：安分強調自守本分、與人無爭等面向；守成強調逆來順受。接受現實等面向。四、宿命自保：前者強調少管閒事以避免麻煩，保護自己與家庭；自保表現在積極方面則是自利。五、男性優越：其內涵代表男性優於及超越女性的態度。

另外，他認為中國人現代的心理因素包括：一、平權開放：強調在各種角色關係中與社會情境中應注重平等權力與開放的政治胸懷。二、獨立自顧：強調在生活與行為上獨立自主，儘量少受別人的影響。三、樂觀進取：包括樂觀的態度和信任的胸懷。四、尊重情感：強調各種人際關係都應以真實的感情做為主要依據。五、兩性平等：強調男女兩性在教育機會、擔任職務、社會地位以及性生活方面皆應平等。

關於媒介內容價值觀部分，蔡琰(1996)從朱岑樓與汪琪等人的研究中發現，在十多項中國人的價值觀中，均一再重複提及服從權威、中庸之道、尊重歷史和傳統等等。在眾多價值觀分類的量表中，蔡琰(1996:27)相信價值乃主體意圖與客體能力互動的產物，因此價值觀必定具有現在主體特定意圖之下的取捨行為。她並認為楊國樞(1994)的分類，最適合用來作為電視劇內容探討的研究，同時也將其運用在電視歷史劇價值觀的文本分析中。因此，本文採用楊國樞(1994)的價值觀分類法，逐一檢視「飛龍在天」劇中內涵究竟是偏向傳統或現代價值取向。

表 2：各學者對價值觀的分類

學 者	價 值 觀 的 分 類
Rokeach (1973)	1. 目的性的價值 (terminal values): 較持久。又可分為個人性價值 (牽涉自我中心、個人內在); 社會性價值 (社會中心、人際之間)。 2. 工具性的價值 (instrumental values): 可分為道德價值 (人際、罪惡感取向) 和能力價值 (個人、羞恥感取向)。
Perry (1926)	1. 哲學性的分類：指真、善、美等。 2. 心理學的分類：指肯定-否定，獨立-依賴，服從-攻擊，個人-社會等。 3. 歷史的分類：指認知的、道德的、經濟的、政治的、審美的、宗教的。
Rescher (1969)	將價值觀分為物質的、社會的、經濟的、知識的、政治的、道德的、審美的、宗教的、情緒的、專業的等十類。
Parsons (1962)	將價值觀分為認知的、評價的和道德的
楊國樞 (1994)	傳統價值觀：遵從權威、孝親敬祖、安分守成、宿命自保、男性優越。 現代價值觀：平權開放、獨立自願、樂觀進取、尊重情感、兩性平等

資料來源：本研究整理

至於個人價值觀部分，葉明義(1999)指出，最常用來衡量個人價值觀的量表有三種，價值量表 (List of Values, LOV)、價值觀與生活型態區隔 (Values and Lifestyle Segmentation, VALS) 以及 Rokeach 價值調查 (Rokeach Value Survey, RVS)。

Rokeach 的價值調查量表在消費者行為及傳播研究中曾被大量的使用，但由於價值調查量表 (RVS) 包含了十八個目的性價值和十八個工具性價值，同時也要求受試者依其對生活的重要性予以排列，但對於受試者而言，一些排列在中間的價值項目比起兩極的價值項目而言較缺少信度，也隱含了美國文化的偏見 (Claxton & McIntyre, 1996)。

根據 Kahle & Kennedy (1989) 與葉明義 (1999) 的比較指出，價值觀與生活型態區隔量表 (VALS) 是利用一連串關於消費者活動、興趣與意見的問題，將

消費者予以分群。原始 VALS 的量表有八百項問題，縮短版的量表則有三十六個問題，在實際應用上仍顯得過長也較易產生文化上的偏差。

而 List of Values (LOV) 價值觀量表，被證明與一生中重要事件如結婚、教育、工作等，有較密切的相關 (Beatty et al., 1985；轉引自葉明義，1999)，而且因其較接近人類的基本信念，所以不會隨著時間的潮流改變而必須加以修正 (Kahle & Kennedy, 1989)，對於受訪者而言 LOV 內容比較簡單，受訪者易於評估，也較容易執行與完成 (Beatty et al., 1985；轉引自葉明義，1999)。

由於一般人的短期記憶容量約為**五至九項資訊**，在評估價值觀的重要程度時，只有九項內容的 LOV 較容易讓受訪者記憶、衡量：RVS 與 VALS 的項目則過多，共有三十六項，易造成受訪者回答的負擔 (葉明義，1999)。經過以上的比較以及考量電話訪問時間上的限制，本文選擇使用 List of Values (LOV) 價值觀量表作為衡量個人價值觀之工具，以利本研究作更進一步的分析。

LOV 價值觀量表主要詢問受訪者對九個目的價值觀 (terminal values) 重要程度的評量。這九個目的價值觀分別是受尊重 (being well-respected)、安全感 (security)、成就感 (sense of accomplishment)、刺激冒險 (excitement)、自我滿足 (self-fulfillment)、歸屬感 (sense of belonging)、趣味人生 (fun and enjoyment in life)、自尊 (self-respect)、溫暖的人際關係 (warm relationships with others)。LOV 量表的使用方式大致可分為三種，一是詢問受訪者最重視及次重視的兩個價值觀，並以最重視的價值觀來區分受訪者；二是請受訪者將這九個價值觀作排序；三則是請受訪者將九個價值觀對受訪者重要程度一一做評量 (葉明義，1999)。本研究採用第三種方式做為個人價值觀的衡量方法。

#### (四) 收視行為、涉入程度、個人價值觀與媒介內容價值觀認同之關係

##### (1) 認同的定義

對於認同的定義，可以粗略地將認同研究分為二類，第一類的認同意義是表示贊同或同意；另一類的認同是指確認或歸屬 (張玉佩，1999：3)。

第一類的認同研究，將認同視為是表示贊同 (approval) 或同意 (agreement)。例如：蔡琰的 **消音的傳奇—電視古裝劇價值認同的啟示** 中，所謂的價值認同，即是相符於與古裝劇表現出的價值觀，這一類的認同研究，研究的對象多半屬於價值意識的判斷。

第二類認同研究，將認同意義為確認 (identification) 或歸屬 (belongingness)，確認是指一個存在物經由辨識自己的特徵，從而知道自己與他物之不同，肯定自己的個體性；而歸屬則是指一個存在物經由辨識自己與他物之共同特徵，從而知道自己的同類何在，肯定自己的群體性。關於集體認同的討論，多半是在這類定義之下。

另外，蘇蘅 (1994) 也指出，「認同」指人們認為電視主角是否和他(她)真實生活類似，這是根據 Bandura 的社會學習理論而來，即認同程度愈高，愈容易受電視中典型角色 (role model) 影響。同樣地，在「電視與社會」一書中亦提到 (陳芸芸譯，2000：212)

.....常常有一種假設認為，人們對電視螢幕上所發生的事情涉入較多，電視的效果將會比較大。假使他們和情節或劇中角色有密切的關係，看起來他們會更容易接受節目中所呈現的價值和態度。相反地，假如觀眾能夠保持和節目的距離，那麼他們將會對任何節目可能含有的意識形態內容更疏離，而且也會採取相反的立場.....某些文獻作者將疏離與涉入概念化的方式之一，是透過「認同」(identification)的觀念。它的概念是，觀眾愈認同某一個電視名人，它就會對電視節目的涉入愈深.....

一般來說，在討論戲劇內容所呈現的價值觀認同時，都是採取第一種定義，也就是表示贊同 (approval) 或同意 (agreement) 戲劇表現出的價值觀。由以上的闡述，本研究所指「認同」的定義則屬第一類。

然而，收視行為、涉入程度與媒介內容價值觀認同之間的關係究竟為何？楊欣穎、陳菩貞 (2000) 發現，青少年對日本偶像劇涉入程度中，日本偶像劇的涉入程度和對日本文化的認同呈正相關，但是相關性普遍不高，唯獨「想看日劇的急切程度」與認同程度具有普通偏高的相關性，所以看得久、看得多都不是造成對日本文化認同的關鍵，而是閱聽人本身對日本偶像劇的迫切需要性對文化認同的影響大，其餘的變項，包括「收看總時數」、「收看總年數」與「收看總部數」的影響都不大。陳婷玉、陳鈺琪 (2002) 也發現，有關日劇收視對於青少年愛情價值觀的影響，研究結果顯示，青少年日劇的暴露量對其愛情價值觀的影響並不大，反而涉入程度才是愛情價值觀的決定因子，即日劇涉入感愈高的青少年，其愛情價值觀與日劇所呈現者愈吻合，其中女生比男生的涉入程度高。

另外，林瑞端(2001)的研究也指出，青少年收看日本偶像劇與消費相關流行文化商品的消費行為，以及日本文化的認同程度之間有顯著的關連性；也就是說，青少年日本偶像劇的收看程度、涉入程度、收看動機愈高，則其購買日劇相關商品的頻率愈高，對日本文化的認同程度也愈高。

**由於個人價值觀如何影響媒介內容認同相關文獻缺乏，但個人價值觀的不同，的確影響了觀眾對媒介內容的認同，因此，本研究認為個人價值觀與媒介內容價值觀之間應有顯著相關性。**

由上述的研究可以概推收視行為、涉入程度、個人價值觀與媒介內容價值觀認同之間應存有顯著的正相關，但三者之間的相關性似乎都不高。

#### (五) 個人價值觀與人口統計變項

基本上，回顧過去有關電視收視或價值觀的研究，許多研究企圖找出閱聽人在人口統計變項上的差異，以及人口統計變項、電視收視、價值觀三者之間的關連性。

黃玉容 (1994) 的研究即發現大學生的價值觀念與選看電視新聞評估因素之關係部份，大學生的價值觀念會因就讀學院、年級、性別、宗教信仰、父母親職業、父親教育程度之不同而有差異，但不因成長地區、母親教育程度、省籍、全家月平均收入之不同而有所差異。而吳淑玲 (1996) 的研究顯示出，不同性別的

國中生，在理論價值、社會價值、政治價值以及審美價值方面有顯著差異，例如：理論價值部分，男生顯得較不用功，亦較不順從老師的勸告；社會價值部分，一般人總認為溫柔、有愛心、耐心、能幫助別人等項目都應該是女生應具備的。王旭（2000）的研究也發現在控制住籍貫後，本省籍閱聽人電視看得愈多、則愈傾向主張統一；而外省籍閱聽人的電視收視與統獨立場之間也的確呈現顯著的關連。

許多關於電視收視與價值觀的研究也發現，不同人口統計變項的受試者，的確對於電視收視和價值觀有不同的看法。Rokeach（1973）研究結果顯示，男生比女生更重視工具性價值，若依年齡進行分析後則發現青少年時期較重視與人際相關的社會價值與道德價值，較不重視個人與能力價值，但能力價值隨著年齡的增長則會愈受到重視。另外，在一項民眾接觸傳播媒介行為與社會價值態度關連性的研究中發現，在人口統計變項中，教育程度與民眾社會價值態度總分呈現顯著正相關，亦即，教育程度愈高者，其社會價值態度愈能適應現存的台灣社會環境。其次為性別、年齡、籍貫和婚姻型態。同時，該研究也發現電視媒介，無論在接觸程度、接觸時數和接觸內容型態在促進民眾改變其社會價值態度均不具任何的影響（楊孝榮，1987）。

此外，許多關於人口學變項與收視行為的選擇部分，蘇蘅（1995）發現男性較喜歡收看新聞類節目；女生則喜歡看迷你影集，本省閩南和大陸各省人每天看電視時數比客家籍和原住民來得多。廣電基金（2000）的調查發現「體育與新聞」族群中，有八成以上的收視者為男性；而「新知與哈日族」、「音樂與綜藝族」的收視者以女性居多，大專以上教育程度者較常收看體育、財經等新聞，而國中以下教育程度者則較常收看無線四台，較少看有線電視。電視文化研究委員會（1997）調查台北市國中生的收視行為時發現，國中生的收視情形會因父、母親職業的不同而有不同的收視情況。若其母親為民營事業職員、主管者；父親職業為受雇或自願勞務者，其子女有較高的重度收視比例。

至於個人價值觀、收視行為與對媒介內容價值觀的認同程度之關連性部分，本研究以為個人價值觀在收視行為與認同媒介內容價值觀之間，是個重要的中介變項，然而國內、外卻相當欠缺這部分的研究，實有必要將這個變項加入。根據楊孝榮（1987）的研究指出，時常看電視的人，89%以上具有傳統觀念，而非時常收看者具有傳統價值觀的僅有60%，這項資料顯示看電視不但不能促使人們趨向現代化，反而由於電視劇情內容強調傳統家庭觀念，而使得愈接觸電視的人愈具有傳統觀念。而電視質化的研究中也發現電視劇如何被解讀，乃是受到詮釋者的框架和觀眾價值觀影響，這些預存立場是不會輕易改變的。例如：Morley（1980）曾對二十八種不同團體的人播放一個時事紀錄片節目「全國」（Nationwide）進行研究，結果顯示，觀賞節目後，不同團體的人有不同的反應。Morley將這些反應劃分為三種型態，優勢（dominant）、協商（negotiated）與對立（oppositional）。再者，電視頻道數量的增加，也意味著觀眾有更多選擇的機會；更多的選擇意味著觀眾將依據自身的不同偏好，分化成愈來愈小的收視團體。這部分說明了觀眾

價值觀的不同的確會有不同的收視行為，而不同的收視行為會對媒介內容價值觀產生不同程度的認同，所以本研究根據上述相關論點概推出個人價值觀、收視行為與媒介內容價值觀的認同程度這三個變項之間具有顯著的關連性。

根據上述的研究發現，本研究預期閱聽人不同的人口統計變項，包括性別、年齡、籍貫、教育程度、職業、居住地、父親教育程度、父親職業與收入以及個人價值觀會和電視收視以及其所傳遞的價值觀具有某種程度的關連性。

#### (六) 大眾傳播媒介內容價值觀之相關研究

陳尚永(1998)指出，有關價值觀之研究非常多，其研究趨向大抵包括三大類：一是將價值觀看作是一個單一變數，單獨探討其定義與特質；第二種研究是將價值觀當作自變數，探討其對一個人各層面(如：政治、經濟)認知、態度與行為的影響；第三種研究則是將價值觀當作應變數，檢討影響價值觀的個人特質(如：個性、動機)與社會結構因素(如：家庭學校及大眾傳播媒介)。上述三大類有關價值觀之研究，以第一類最多，且多集中在人類學與心理學的探討(如：文崇一，1989；楊國樞，1989；1994)；第二類研究則以社會心理學(如：Rokeach, 1973)及管理學(如：Gutman, 1982)為中心；第三類研究為數最少，尤其針對大眾傳播媒介與價值觀的實證關連性研究並不多見。因此，本研究針對電視收視與價值觀的認同程度進行關連性分析，以「飛龍在天」價值觀認同程度當成應變項，屬於上述分類法的第三類；同時也嘗試將個人價值觀做為中介變項，以進一步了解個人價值觀與「飛龍在天」價值觀認同程度兩者間的關係。

關於傳播內容之社會價值觀分析的研究，電視劇部份以內容分析法來進行的研究相當多，例如：郭江東(1978)以立意抽樣的方式抽出六齣連續劇進行內容分析法，分析1976年三家電視台所播出連續劇中家庭價值取向的變遷，研究中將家庭價值分為家庭意識、養育子女、親子關係、婚姻模式、處世態度這五個層面，其中連續劇中對親子關係、婚姻模式的處理是現代取向；養育子女和處世態度式傳統取向；國語連續劇較傾向現代取向，台語連續劇較傾向傳統取向。

蔡琰(1996)則是針對「包青天」和「劉伯溫傳奇」這兩齣歷史古裝劇各抽出16集進行內容分析，探討劇中內容可能形塑哪一類社會哲學價值體系，研究結果發現兩劇皆共同傳播較多傳統價值意識(遵從權威、孝親敬祖、安分守成、宿命自保、男性優越)，而忽略了若干重要的現代價值意識(平權開放、獨立自願、樂觀進取、尊重感情、兩性平等)。

一般而言，傳統的內容分析法應用在電視劇的文本分析中較為常見，但是也有以現象學或論述心理學來探討電視劇，例如：蔡琰(1995)以現象學的方法發掘電視單元劇中所傳播的意識型態與社會價值觀。研究發現，單元劇呈現出作者意識到的社會對立與競爭，描寫傳承式的漠視法紀與混淆是非價值觀念，同時也發現電視劇在反映社會真實與呈現娛樂性和教育性方面，各劇集之間均呈顯著差異。該研究在將樣本單元劇依內容架構分為親友篇、法警篇及歷史類三種類型比較時，發現這三種單元劇的娛樂功能、教育功能與社會真實程度有顯著的不同，代表這三種單元劇分別職司不同的電視傳播功能，其中歷史單元劇中最缺乏社會

寫實與教育功能。

盧嵐蘭（1996）則結合現象心理學及論述心理學來探討國內八點檔連續劇與社群意識的內在關係。研究結果顯示國內八點檔連續劇明顯地建構出複雜且具價值取向的人際關係與社會情境。連續劇中往往突顯個人情感，多忽略個體所屬的社會文化情境；也有不少的連續劇只著重個別角色的思想行為，將個體抽離所屬的實際脈絡，或將脈絡大幅簡化。

而夏士芬（1994）的研究則是以民國七十五年為分期點，她研究七十五年前後二期的電視連續劇與社會指標的關連，結果發現前後二期連續劇之內容價值體系出現頻率，除了愛情價值觀外，其他並無顯著差異。連續劇內容多傳達正面的價值觀，多在親情、愛情、仁義和逃避上打轉，並以二分法來突顯善惡的差異，劇中人物多少具有「完美」的個性，忽略了人的真實個性。

除了電視劇外，卡通片部分的研究中，黃明月（1995）曾以三家電視台所播放的卡通影片為樣本，用內容分析法並配合文本分析對二十三部電視卡通進行研究。研究發現三家電視台所播放的卡通全部都是國外製作的產品，卡通影片的內容價值取向以關懷他人為主，其次為關懷負自我（自私、自利、衝動等），最後則為關懷社會取向。卡通影片的內容價值取向和決策者的性別和年齡有關，男性傾向關懷社會；女性傾向關懷他人。

另外，也有一些研究是以報紙、電影和故事書做為研究的對象。例如：湯克遠（1980）針對1968、1972、1976年的中國時報家庭版進行內容分析，研究的主題也是家庭價值觀；研究的價值類目分為性與性別價值、家庭倫理價值及物質生活價值這三種。結果發現中國時報的家庭版所反映的價值取向，由傳統取向朝現代取向發展。

在電影研究部分，張玉佩（1996）採取柏克(Kenneth Burke)所提出的戲劇五因分析方法(pentad)，試圖找出臺灣電影再現的社會規範與價值觀，分析樣本以1983年到1994年十二部的金馬獎最佳劇情片；研究結果發現，電影中的社會規範多半針對女性制定。影片中對於性行為的態度成為評判好壞女人的標準；好女人經常犧牲自己；而壞女人則運用感情作為交易的手段。而電影所再現出的世界，是一個充滿壓抑的社會，人們順從命運的安排，忍受社會種種壓迫，呈現宿命論的傾向。整體而言，這十二部金馬獎最佳劇情片也顯示，電影複頌社會既存價值與規範，變相維護既有的威權體制，成為國家意識形態運行的機制之一。

而在故事書部份，鍾玉鳳（1996）共選取三百六十二冊圖畫書，瞭解近十年出版的圖畫故事書所傳遞的價值觀。研究結果發現：圖畫故事書所傳達的價值觀具有多元性，兼顧個人、家庭和社會，對兒童的社會化具有正向的作用。在全文主題的呈現上，以社會的「友誼」為最多數，其次為家庭「親情」的描寫，個人的「成就」居於第三。圖畫故事書內容語句所傳播的價值，出現次數以社會的居多，社會的類目則以「助人」、「慈悲」、「感恩」居多數，而以「寬容」、「公德」、「守信」三類目為數最少。其次為個人的項目，類目上是以「禮貌」、「聰明」、「勇敢」三者的出現率較高。而以「堅忍」、「誠實」、「有恆」的出現率最少。最後

為家庭的價值，以表現父母的「慈愛」佔大半，其次為「孝順」；出現次數最少的是夫妻間的「恩愛」。

另外，以調查法來進行價值觀研究的相關文獻有：黃玉容（1994）研究台北地區大學生價值觀與選看新聞評估因素之關連性，結果發現大學生接觸電視之時間、接觸晚間新聞氣象的頻率、時間皆因人口特性的不同而有所差異，但收看電視新聞的專心程度則不因人口特性的不同而有所差異。而大學生的價值觀念會因就讀學院、年級、性別、宗教信仰、父母親職業、父親教育程度之不同而有差異，但不因成長地區、母親教育程度、省籍、全家月平均收入之不同而有所差異。

范淑娟（1991）結合內容分析法與調查法，進行兒童電視收視行為與職業性別刻板印象之關連性研究。研究結果發現，就職業認識方面而言，她發現兒童電視收視行為對其職業認識程度不具影響力。無論收看節目多與寡，兒童對各種職業了解認識的情況並無差異。反而是家庭的社經地位背景才是影響兒童對職業認識的關鍵因素；研究中也發現高社經地位的兒童比低社經地位的兒童更能正確認識各項職業。另外，在職業刻板印象方面，研究發現收視行為的確會影響兒童對職業合適度的評估，收看連續劇愈多的兒童，有比低收視者高估女性職業人數和女性職業聲望的趨勢。最後，兒童的性別與父母親職業性別刻板印象也左右了兒童的看法。

而以涵化觀點分析台灣民眾電視收視與國族認同的關連性研究中，王旭（2000）檢視中研院於1990和1995年進行的兩次以台灣全區為抽樣範圍的調查數據，發現就個人層面（指的是民眾在對於國族認同上形成態度或做出決定時，主要考量與自身有關的因素，而與社會上其他人無關）與國族認同而言，不論是90或95年調查資料分析的結果，在控制住人口變項後，其與電視收視之間的關連都不顯著，電視在建構個人層面社會真實上沒有顯著的涵化作用。但就社會層面（指的是民眾在形成態度或做出決定時，主要考量的是社會大眾，而非個人自身的情形）的國族認同而言，其與閱聽人電視收視之間的關連，在90年有顯著的正向連結，看電視的時間愈長、有愈主張統一的傾向；但95年的關連則不顯著。

以上各篇關於傳播內容之社會價值觀分析的研究中，不論是用內容分析法或是調查法進行的研究，我們發現在電視劇、故事書、電影或報紙的研究中，都顯示出價值觀具有多元性。隨著時代的演進，仍可注意到一些社會既存價值與規範一再地被複頌。相關文獻也指出國內八點檔連續劇明顯地建構出具價值取向的人際關係與社會情境，但連續劇內容所傳達的價值觀，並未因時間的變換而有改變。顯然，如同部分文化學者所批評的，連續劇向來缺乏突破性（夏士芬，1994）。

另外調查法所進行的研究中可看出，人口變項、收視行為、涉入程度等變項的差異，會導致閱聽眾對媒介內容產生價值觀認同程度的不同。就涵化觀點而言，收視的「量」雖不是造成涵化效果的主要因素，但卻也不能否認其所產生的影響力。由於目前國內關於傳播內容價值觀的研究多以內容分析法進行文本分析，能同時結合閱聽眾部分的研究相當少見。因此，本研究嘗試以質化取向的價

值觀主題分析來分析「飛龍在天」的文本，並輔以電話調查法來探究閱聽眾電視收視與價值觀認同之間的關連，以彌補這方面研究的不足。

### 三、研究假設

學者蔡琰（1996）曾指出，電視劇除了具有明示宣傳的傾向外，另外也隱含感染性的思想，它能透過一些耳熟能詳的人物與故事，一再重新詮釋值得人們相信的生活觀念與價值體系。但從台灣的八點檔電視連續劇中，我們發現電視劇卻過於窄化人生和社會的主題，僅集中於少數面向，在主題呈現方面常以二分法來構形劇中角色，例如：善、惡；公理正義、邪惡仇恨，而劇中的結局終究是離不開邪不勝正，好人有好報、壞人通常不會有好下場等等。再者，影響連續劇製作的因素，向來都以商業利益、收視率高低為考量，這點由許多收視率高的連續劇中，經常以原班人馬、相同主題再推出續集的情形中足資印證。

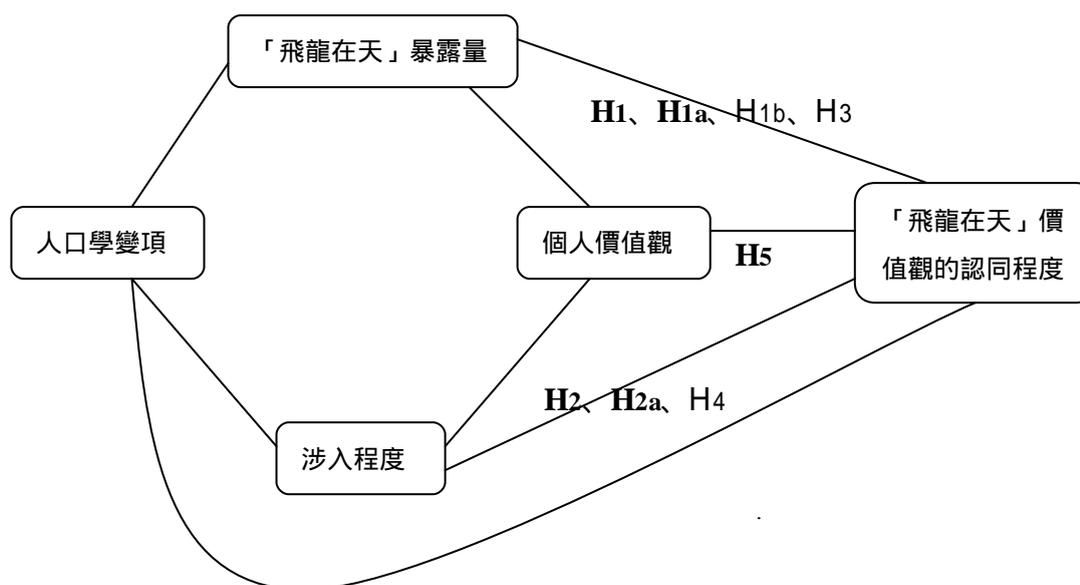
然而，此處也出現一個吊詭的問題，那就是每當這些相似的戲劇情節一而再、再而三的重複上演，觀眾依舊會被劇中的情節所吸引，而戲劇最終的結局也符合觀眾的期望，這些觀眾也繼續期待下一個類似的劇情再次上演。電視台在製作這些情節類似的電視劇後，常辯稱觀眾愛看是主因。然而，觀眾的品味卻有可能是因長期認同劇中的角色、內化劇中的價值觀而養成的，這三者其實已形成一個惡性循環。

由於電視劇是採連續播放的方式，在某些慣用的情節、對白中已對閱聽眾形成一種影響深遠的意識型態塑造機器，電視劇在逐日、逐月逐年的播放內容中，創造了儀式性的對話與情節，傳遞了製播者本身所認同的價值觀，長期下來，觀眾很有可能會被電視劇之虛構劇情所引導。因此，本研究認為當電視劇所演出的戲劇性情境、角色間的溝通模式與日常生活和真實生活現象愈接近時，觀眾認同劇中價值與行為的可能性愈高。

因而，電視劇中傳遞的價值觀和閱聽眾的看法是進行電視文化研究時不可忽略的重點。職是之故，本研究選取 2000 年最受國人歡迎的電視劇「飛龍在天」做為研究樣本，並結合電視劇價值觀主題分析以及閱聽眾電話調查進行相關分析。

本研究架構以個人價值觀做為中介變項、人口統計變項做為前置變項，「飛龍在天暴露量」與涉入程度做為自變項，「飛龍在天」傳遞之價值觀的認同程度為應變項。

本研究的架構與假設如下圖所示：



依據過去文獻資料顯示，收看電視愈多者，似乎愈容易受到電視影響( Gerbner et al., 1994 )。由於「飛龍在天」本身隱含了許多特定價值觀之訊息，觀眾在長期收視情況下，有可能形成與電視訊息相類似的價值觀。本研究依相關文獻而發展出下列五點假設，分述如下：

H1：「飛龍在天暴露量」與閱聽人認同「飛龍在天」所傳遞之價值觀間有顯著正相關。

H1a：高收視的觀眾，對於「飛龍在天」強調價值觀之認同程度，高於低收視的觀眾。

H1b：「有看飛龍在天」的觀眾比「沒有看飛龍在天」的觀眾較認同「飛龍在天」所傳遞的價值觀。

H2：觀眾的涉入程度與閱聽人認同「飛龍在天」所傳遞之價值觀間有顯著正相關。

H2a：高涉入程度的觀眾，對於「飛龍在天」強調的價值觀之認同程度，高於低涉入程度的觀眾。

H3：控制「個人價值觀」這個變項後，「飛龍在天暴露量」與閱聽人認同「飛龍在天」所傳遞之價值觀間有顯著的相關。

H4：控制「個人價值觀」這個變項後，涉入程度與閱聽人認同「飛龍在天」所傳遞之價值觀間有顯著的相關。

H5：不同個人價值觀的閱聽人對「飛龍在天」所傳遞之價值觀有顯著的差異。

## 參、研究方法

為了解觀眾的媒體暴露量與「飛龍在天」傳遞之價值觀認同程度兩個變項之間的關係，本研究採用價值觀主題分析法與電話調查訪問兩種方法進行，前者用來分析「飛龍在天」劇中所傳遞的價值觀；後者則用以探討觀眾對「飛龍在天」的收視行為與其所傳遞之價值觀的認同程度。

### 一、價值觀主題分析部分

#### (一) 抽樣及樣本

本研究以「飛龍在天」該齣連續劇作為抽樣的母體，「飛龍在天」自民國八十九年十一月二十三日起至九十年六月二十六日止在民視八點檔播出，共播出二百一十二集。本研究依亂數表方式隨機抽出四十二集<sup>6</sup>（佔該劇 1/5 的集數），在該劇播出期間以側錄方式錄下所抽出的集數，做為分析樣本。其次將所蒐集到的樣本數，依序進行主題分析，進行主題分析時是以一個價值觀做為分析的單位，並從抽出的集數中，各情節段落表現出的整體意涵、台詞進行登錄。

#### (二) 登錄表

本研究所採用的價值觀登錄表（附錄一）是蔡琰（1996）依據楊國樞（1994：72-76）調查中國傳統與現代價值觀的結果設計而來，她並將此價值觀登錄表應用於電視歷史劇文本的分析。本文依此為依據，紀錄以及分析「飛龍在天」劇中所傳遞的價值觀主題。採用價值觀主題分析的理由，在於筆者認為揭露隱藏在電視劇中的價值觀念是本研究最重要的目的，尤其是，本研究要了解「飛龍在天」文本中哪些價值觀被視為理所當然，且一再被產製。由於整理出來的價值觀相當地多，因此再從四十二集的分析樣本中，隨機抽出十四集，最後以這十四集中相同價值觀出現次數超過八集以上之價值觀（附錄三），做為本研究進行電話調查的題項。

本研究登錄表分為二部分。第一部分登錄「飛龍在天」劇中情節內容呈現的價值觀主題。在情節內容部分，是以觀看「飛龍在天」錄影帶方式記錄及分析劇中呈現的價值觀。由於每個人對於價值觀的看法相當多元分歧，為了避免研究發現會被登錄員主觀價值體系以及經驗影響，因此在開始登錄之前，研究者與另一位登錄員曾事先任意抽選五集樣本，做初步試答及預測若干重要價值觀類目。共同觀看「飛龍在天」樣本錄影帶與編碼過程中，發現在確認價值觀主題部分，出現不易立即適切回應的狀況，但經過兩人討論多次後，即能明確肯定劇中所呈現的價值觀主題應歸屬於何類。而後，經過雙方對價值觀主題類目的形成達成共識後，才共同完成登錄表上有關價值觀的問題與形成若干個重要價值觀主題類目。第二部分則依楊國樞（1994）調查中國傳統與現代價值觀的結果，檢視「飛龍在

---

<sup>6</sup>這 42 集分別是 43、86、128、170、212、4、38、72、106、139、173、206、14、41、68、95、122、148、175、201、10、32、54、75、96、118、160、181、31、48、65、82、99、116、133、150、166、183、200、205、11、24。

天」情節內容中所傳遞的價值觀屬於傳統或是現代的哪些項目。

至於，電話問卷調查有關媒介內容價值觀設計的基礎，是由研究者根據「飛龍在天」價值觀主題分析部分所呈現的結果設計得來，個人價值觀部分則採用 LOV 量表進行施測。

### （三）信度檢驗

由於登錄表上整理出來的價值觀類目相當多，因此研究者從四十二集的分析樣本中，再隨機抽出十四集，隨後進行信度檢驗，信度計算方式採用王石番（1995：312）的公式計算，係求相互同意的編碼次數與總編碼數的比率，最後編碼者的相互同意度為 0.86，信度為 0.92。

## 二、電話調查訪問部份

### （一）研究對象與抽樣方法

進行量化研究時，反映母體的統計代表性相當重要。在考量研究者的時間、人力及經費後，決定採用電話調查訪問法來蒐集受眾的資料。電話訪問法和郵寄法、人員親自訪問法比較之下，其具有快速、成本低、效率好、時間容易控制等優點，同時在樣本數的控制及獲取資料的安逸度上均屬中等（王石番, 1995；Glynn et al., 1999；Gunter, 2000）。

本研究選定居住在台北市及嘉義縣這兩個地區十五歲以上，且足以正確辨識價值觀的民眾作為研究訪問對象。根據《台北市統計要覽》及《嘉義縣統計要覽》2000 年的統計資料指出，截至 2000 年底台北市及嘉義縣十五歲以上的人口分別為，台北市 2,460,977 人、嘉義縣 455,843 人。只選定台北市及嘉義縣這兩個地區的原因在於，許多中、南部的民眾都是民視的忠實觀眾，同時台北市及嘉義縣這兩個地區是典型都市與鄉村的代表，在本研究中可作一對照。

本研究抽樣方式分為二個步驟，一為台北市、嘉義縣的住宅電話簿系統取樣法及加一法，用以決定欲訪的電話號碼；另一則為戶中抽樣<sup>7</sup>，以了解受訪戶中人口的性別、長幼的狀況，以符合本研究抽取樣本的人口學變項之分布（如：性別、年齡）等均有被抽到的機會，避免抽樣誤差。本次電訪是由研究者以及傳播相關科系的大學生共十位擔任訪員，為提昇受訪的成功率、增加樣本的可信度及縮短調查的時間，所有的電訪員事先都已接受二天的訪員訓練及實務操練。本研究在九十一年四月十三日至十四日進行前測，以修改問卷的措辭與題項，正式施測期間於九十一年四月十六至三十日進行，訪問時間為每天晚上的六點半至十點以及週六和週日下午兩點至五點半，扣除非人為因素（包括空號、傳真機、暫停使用、電話忙線中……等）之後，至四月三十日訪問結束時，最後獲得有效樣本三百一十八份。

---

<sup>7</sup> 本研究所採用的戶中選樣方式是由政大選研中心洪永泰所設計的「LD<sub>8</sub> 戶中選樣法」，以戶中合格的受訪者人數及電話尾碼加一法相互搭配，選定受訪對象。（附錄四）

## (二) 樣本檢定

在實際訪問的有效樣本中，共成功完成訪問台北市的居民 164 名，嘉義縣居民 154 名。本研究首先就訪問成功樣本與母群體的社會人口學特徵作適合度檢定，項目包括性別、年齡（表 3）。台北市部分：依據台北市政府主計處統計，截至 2000 年底，台北市男性人數有 1,309,308 人，佔 49.5%；女性人數有 1,337,166 人，佔 50.5%；台北市人口中，年齡介於十五至六十四歲共有 1,863,960 人，六十五歲以上有 247,825 人。卡方檢定結果顯示訪問樣本與母群體在性別 ( $\chi^2 = 0.22, p > 0.05$ ，不顯著) 年齡 ( $\chi^2 = 2.143, p > 0.05$ ，不顯著) 的分布上皆無差異。嘉義縣部分：依據中華民國台閩人口統計季刊統計，截至 2000 年底，嘉義縣男性人數有 296,936 人，佔 52.8%；女性人數有 265,369 人，佔 47.2%；嘉義縣人口中，年齡介於十五至六十四歲共有 386,077 人，六十五歲以上有 69,766 人。卡方檢定結果顯示訪問樣本與母群體在性別 ( $\chi^2 = 0.417, p > 0.05$ ，不顯著) 年齡 ( $\chi^2 = 1.909, p > 0.05$ ，不顯著) 的分布上皆無差異。受訪者樣本基本資料（表 4）。

### 三、問卷內容

參考相關文獻及「飛龍在天」價值觀主題分析後，本研究設計出一份用來進行電訪調查的問卷（附錄二）。問卷內容共區分為五大部份，第一部份是收視行為；第二部份是涉入程度；第三部份是觀眾個人價值觀；第四部份是「飛龍在天」價值觀的認同程度；第五部份是基本人口變項資料（包括：性別、居住地區、年齡、籍貫、教育程度、父親教育程度、職業、父親職業、個人收入）。

#### (一) 各變項的測量

有關各變項的操作型定義說明如下：

第一部分：問卷的第 1~8 題是受訪者收看「飛龍在天」的情形，相關的題目包括：每天花多少時間看電視、每週收看「飛龍在天」的次數、過去一週內每次收看「飛龍在天」完整看完的次數、每次收看「飛龍在天」的時間、總共看了幾集、收看民視及東森重播「飛龍在天」的次數和收看「飛龍在天」續集的次數。給分標準依受訪者回答情形給予 1 至 5 分。

本研究將 2~8 題依受訪者回答情形加總計分後，收看者總分最高分為 28 分，最低分為 8 分。總分介 8-14 分者定義為「輕度收視者」；得分介於 15~21 分者，定義為「中度收視者」，得分介於 22-28 分者，定義為「重度收視者」。

第二部分：問卷的第 9~17 題是觀眾收看「飛龍在天」的「涉入程度」，本研究相關的題項共 9 題包括：專心程度、重要程度、喜歡程度、記憶程度、注意程度、準時情形、和其他人討論情形、相關演員的訊息和 call in 送獎金或獎品活動感興趣程度。

給分標準則依據觀眾收看「飛龍在天」的涉入程度分別給予 1 至 4 分。上述九題得分加總後，總分最高分為 36 分，最低分為 9 分。得分介於 9~17 分者定義為「低涉入程度者」；介於 18~26 分者，定義為「中涉入程度者」；介於 27~36 分者，定義為「高涉入程度者」。

第三部分：問卷的第 18~26 題是詢問受訪者個人價值觀，本研究使用 List of Values ( LOV ) 價值觀量表作為衡量個人價值觀之工具。

LOV 價值觀量表包含了受尊重、安全感、成就感、刺激冒險、自我滿足、歸屬感、趣味人生、自尊、溫暖的人際關係共九個項目，請受訪者依重要性程度給予評分 1=非常不重要，7=非常重要。分數愈高表示該項價值觀對其本身愈重要。

第四部分：問卷的第 27~46 題是「飛龍在天」價值觀的認同程度。此部分是由「飛龍在天」劇中主要價值觀呈現之敘述句所組成，請受訪者針對 20 項敘述句從「非常不同意」到「非常同意」的五個選項中選出一項，以代表其真正的感受及同意程度。其中「1 分」表示「非常不同意」，「5 分」表示「非常同意」，分數愈高表示受訪者愈認同該項價值觀。

第五部分：問卷的第 47~55 題是受訪者的基本人口資料，包括性別、居住地區、年齡、籍貫、教育程度、父親教育程度、職業、父親職業與個人收入。

#### (二)、信度檢驗

問卷內容部分：在研究上常以統計係數 Cronbach alpha 來衡量同一類題項之內在一致性。一般認定 Cronbach alpha 係數的接受限度是 0.7 ( Hair et al., 1998 )。本研究以 4/13~14 日進行前測所得之 50 份有效問卷進行信度檢驗。表 5 為本研究之信度值表，各變項的值均大於 0.7。

表 5：各變數 Cronbach alpha 信度值

變 項	Cronbach alpha 係數
收視行為	.8568
涉入程度	.9150
個人價值觀	.8751
「飛龍在天」價值觀的認同程度	.8588

#### 四、分析方法

本研究所獲得的資料，以 SPSS10.0 進行統計分析，所採用的統計方法如下所列：

- (一)、描述性統計分析：此部份包括了受訪者的收視行為、涉入程度以及人口變項、個人價值觀、「飛龍在天」價值觀認同程度方面的分布情形。
- (二)、卡方分析：主要是用來分析人口學變項在暴露量、涉入程度和「飛龍在天」價值觀認同程度等變項之間的差異。
- (三)、t-test 檢定：用來分析性別與居住地區在暴露量、涉入程度和「飛龍在天」價值觀認同程度等各變項之間的差異情形。
- (四)、單因子變異數分析 ( one-way ANOVA )：用來分析年齡、籍貫、教育程度、職業、父親教育程度、父親職業、收入等人口統計變項與暴露量、涉入程度、「飛龍在天」價值觀認同程度等變項之間的差異。

(五)、皮爾森積差相關分析 (Person Product-Moment correlation)：檢驗暴露量、涉入程度、個人價值觀與對「飛龍在天」所傳遞價值觀認同程度之間的相關性。

## 肆、資料分析與解釋

### 一、「飛龍在天」價值觀主題分析部分：

此部分是由研究者和另一位登錄員分析十四集<sup>7</sup>「飛龍在天」劇情後的結果，由於該劇出現的價值觀頗多，經討論後決定以這十四集中價值觀出現次數超過八集以上的價值觀，列入問卷設計的題項。經整理歸類的結果，顯示出「飛龍在天」共呈現了情愛、性別角色、忠孝、仇恨、人情義理、團結合作、遵從權威、社會秩序、寬恕、及安分守成等十個主題共二十個敘述句，茲分述如下：

- (1) 情愛：真心相愛的人就應該在一起。  
為了愛情可以犧牲一切。
- (2) 性別角色：男人應承擔家庭大部分的責任。  
女人應遵守三從四德。
- (3) 忠孝：對國家社會盡忠的人應受到尊敬。  
不要讓父母為自己擔心。
- (4) 仇恨：為達到目標可以不管所使用的方法是否光明正大。  
背叛者都不會有好下場。  
有仇必報的觀念是正確的。
- (5) 人情義理：社會上應該要有正義與公理。  
朋友有困難時應伸出援手。  
邪惡永遠無法戰勝正義。
- (6) 團結合作：同心協力才能成大事。
- (7) 遵從權威：晚輩應聽從長輩的話。  
晚輩應尊敬長者。
- (8) 社會秩序：國家社會的安定很重要。  
人與人之間應該要和平相處。
- (9) 寬恕：知錯能改的人應該被原諒。
- (10) 安分守成：有些事情只要盡人事、聽天命就可以了。  
善惡的報應不是人能決定，而是天註定。

由於「飛龍在天」劇情大綱是以江湖恩怨為主軸，並揉合男女之間的愛恨情仇的電視古裝劇。透過上述幾個較突出的價值面向可以發現，劇中明顯呈現出有仇報仇、有恩報恩、正邪對立、勸善懲惡的基本訴求，藉由劇中「忠義堂」和「霸台會」這正、反兩派所代表的正義、公理/邪惡、是非不分傳遞出特定的價值觀念，最終的結局也揭示了邪不勝正，人們終究是要回歸正途的理念。這樣固定的模式可由過去國內八點檔中窺知一斑。

若我們將「飛龍在天」劇中十個價值觀主題再進一步分析，可發現「飛龍在天」劇中正、反兩派主題明顯形成強烈對比，代表正義的一方「忠義堂」一再地

---

<sup>7</sup> 這 14 集分別是 43、72、212、54、133、183、11、75、96、160、48、65、148、68。

強調保家衛國、遵從權威、服從長者的指示，維護社會秩序的安定與和平、重視忠孝仁義等中國傳統固有的儒家思想；另一方面，反派的角色中則展現了人性自私自利、枉顧法律，為求目的不擇手段的一面。整體而言，「飛龍在天」所突顯的價值主題可由以下幾點看出。

#### （一）社會秩序的穩定：

劇中所強調秩序與治安部分，凸顯了台灣人對正義與法律的重視程度。夏士芬（1994）就曾指出，「包青天」一劇之所以會受到廣大閱聽眾的喜愛，歸因於人們對現今社會缺乏正義極度不滿的象徵。因為在人的社會中，正義很重要，秩序也很重要。對既得利益者來說，要如何維持既成的社會階級秩序更重要，所以肯定秩序的人大都追求社會安定（黃文雄，1993：151）。

這種中國人固有的「秩序情結論」，張德勝（1989：159）從歷史發展的角度觀察發現，

由於春秋戰國時的社會秩序大亂，使得先秦諸子將注意力集中在對社會秩序的維繫這個主題上，……因而整個中國文化的形貌（configuration），就是由「追求秩序」這個主題統合起來。如前所言，儒家正是以建立秩序為終極關懷，由此發展出來的一套學說，以及以之為準則的行為模式，可說是正中下懷。這種「秩序情結」之所以能於傳統時代脫穎而出，長時間成為國家意識型態，相信這是最主要的原因。

由「飛龍在天」劇中亦可發現強調秩序與治安的情節：

飛龍：「忠義堂最重要的任務，就是要維護江湖的和平，讓人們過著安定的生活。」（133集）

阿火師：「霸台會再這樣搗亂下去，老百姓將無安定的生活，我們一定要想辦法解決……。」

（148集）

飛龍：「社會上一定要有正義和公理，否則老百姓將沒有辦法過著安定的生活。」（65集）

蔡琰（1995）由電視歷史劇的研究中發現，台灣目前現有類型之電視劇，的確在戲劇手法與娛樂效果之外特別強調秩序與治安。然而，正因電視劇如此強調秩序與治安，也多漠視了現代社會的改革與變遷，當整個社會的結構規範以及人們的價值觀都在轉變時，電視劇卻未能順應時代潮流，而轉變戲劇內容。蔡琰認為（1996）電視劇若只重述特定的保守主流意識，規避多元與爭議的題材，將使觀眾無從了解文化與社會互動的脈絡，電視劇改進社會的步調也將變得緩慢。

#### （二）獨特的人情義理觀：

本研究在人情義理的價值觀中，發現台灣人獨特的「人情」、「恩情」和「恩義」價值意識。在戲劇中有關人情的規範包括了在平常的時候，人必須謹言慎行、謙和有禮、不突顯自己也不得罪別人，盡量和別人維持良好的人際關係；而「恩情」和「恩義」的價值體系，從父母之恩至天地、眾生之恩，不但範圍極為廣泛，內容也無所不包。黃光國（1990）曾就「人情」的表現做出詮釋，他認為人情的

精神基礎即是仁的實踐，包含父子、母子及朋友之間的關係，例如朋友有困難，你去幫助他，就是所謂的人情味，也就是仁的表現。

鳳姐：「忠義堂已經被魏永來所毀，飛龍他們現在正需要大家幫忙找個安身的地方，我一定要想辦法幫助他們……。」（75集）

「友煌由夢中醒，鳳姐一旁照顧他。鳳姐表示，『你是我救的』，友煌表示，『我必須去尋找我自己，但你的恩情永不忘』。」（48集）

「義理」部分，社會學者姬岡勤認為「義理」可以分成「對好意的回報」、「對契約的履行」、「信賴的呼應」與「道義」等四種類型（黃文雄, 1993）。筆者以為在「飛龍在天」中人與人的「義理」是建立在「道義」上。

飛龍：「我們『忠義堂』都是有情有義的人，絕對不可能做出違背正義的事情，……，這其中必定有詐……。」（48集）

不論是對國家，亦或是對個人而言，我們也察覺出「義理」是無法單獨行動的，經常要與「人情」成對，同進同出。所以「人情義理」時常被看成「公與私」的原理，人情是私，義理是公，義理也一直存於國家社會組織之中。

然而，正因為戲劇一再強調人情義理觀，劇中也經常發生「情、理、法」；「法、理、情」這樣公、私不分的情況。這種中國人特有的人情義理觀，在「飛龍在天」劇中乃過於強調集體主義。也由於「人情義理」的關係，劇中人物所表現出來的性格是事事順從謙讓；否則就是偏差行為；相反地，個人主義在此就被忽略。

### （三）仇恨、因果報應觀：

就仇恨的價值面向而言，黃文雄（1993）曾指出「恩」同「仇」是互為表裡的對應概念。中國古代，在「恩怨」、「善惡」的報答、報復想法中，道家思想與儒家思想也有明顯的對立。儒家反對道家的「以德報怨」，認為以怨報怨則民有所懲，以德報德則民有所勸。所以採用以德報德、以怨報怨來達成勸善懲惡的效果。而這部分的價值意識在「飛龍在天」中更是常見，尤其是劇中人仇恨的觀念都很強烈。例如：藉由公平對抗不公平、好人對抗壞人、善良對抗邪惡、忠貞對抗背叛的情節描述，一再地傳遞仇恨與報仇的價值觀。

飛龍在牢中，受盡苦頭，連飯也沒得吃，但飛龍告訴自己，再困苦潦倒的日子，他都過了，他一定要撐過去，靠自己的力量為爹及忠義堂報仇。（54集）

飛虎向玉紅表示，「再給我點時間，魏永來竟想傷害你，我非報此仇不可，發誓要他終生後悔，淒慘落魄。」（43集）

黃光國（1990）認為報仇的觀念之所以會流行於中國傳統社會，可能與當時缺乏公正的司法體系有關，他更進一步地推論，中國人報恩和報仇的對象，不僅

限於個人，而是擴及到和當事者有關的家族系統，甚至朋友、國家，這與中國人缺乏獨立個體恐怕是相關的。文崇一（1990）也指出這種負面的「報」似乎很流行於武俠小說或電影，尤其是武俠劇中「報仇」幾乎成為唯一的劇情。這一點可由「飛龍在天」劇情中，以台灣艋舺世代相傳的武館「忠義堂」內師兄弟之間的內鬥開始展開一連串的報仇行為中得到明證。

仇恨天說道：「我又回來台灣了，這次我一定要將忠義堂的人全部消滅，稱霸台灣。」（65集）  
飛龍喃喃說：「我會為您報仇，與明秀、玉紅重振忠義堂。」（43集）

另一方面，「飛龍在天」劇中也包含了「因果報應」的思想：

魏永來踉蹌而行，因被打而跌跌撞撞，蹣跚撞到黃母，黃母驚愕不已，黃母哼，「你也有今天？是你的報應！當初忠義堂毀你手，雖無證據萬里被你所害，但你做的，就讓老天爺做審判，我倒覺飛虎對你夠仁慈了」。玉樹聽聞魏永來被逐出總兵府，把他打一頓，魏永來好慘，四周還響起民眾的鼓掌聲（48集）。

黃母：「魏永來你壞事都做盡了，難道不怕遭到報應嗎？」（160集）

俗諺「善有善報、惡有惡報，不是不報，時候未到」在戲劇手法中展露無遺。當中，「報」的規範是極重要的一環。在「飛龍在天」中人與人的社會關係，莫不建立在「報」的規範上。「報」在傳統中國社會有五種概念：報恩、報仇、還報、果報與業報。「報」的功能，小至與個人相關連，大至可以影響政治上的運作，「報」也是社會關係的基礎，它可以維持社會的安定與和諧（韋政通, 1990）。筆者以為藉由戲劇的呈現，觀眾在恩恩怨怨、因果報應的電視世界中，也發現了自我，得到了真實的自由。

當戲劇宣揚報仇的觀念時，根據研究指出，電視劇應用不平、不法、不智的境遇與選擇，提供觀眾一個不同於現實生活而且虛構的劇中社會，讓觀眾藉劇情反省公平的原則、法紀的重要，從人物角色的選擇與結局中獲得經驗與智慧。這也是為什麼電視劇中往往將夢幻成真、窮人翻身、好人好報；劇中的世界永遠以道德戰勝邪惡，公理正義取代不平與憤恨的原因（蔡琰, 1996a；1997a）。

但這部份似乎和現實世界的情形並不相符，在現實世界中好人並不一定有好報，壞人也不一定會遭到報應。電視劇虛構的劇情中，將複雜的人物，以極其單純的二分法分成「好人」或「壞人」，在這種劇中人物角色涇渭分明觀念之下，太過武斷，也對觀眾產生了不良的示範。但這種一刀兩斷式的人物觀，在現今的電視劇中迄今還極為流行，表面上看來善惡、清濁分明，可是善惡到底是什麼？概念並不明確，價值基準也沒有一定的尺度。

#### （四）情愛與性別角色觀：

情愛與性別角色的價值觀中，夏士芬（1994）曾檢視民國七十一年至八十二年八點檔連續劇內容中的價值觀，結果發現在情愛這一項中，十年來均沒有顯著

變化，也就是說，在連續劇中情愛這個價值觀一直是其所強調的主題。其中，由情愛衍生出的性別角色價值觀中，我們可以發現，電視劇經常將女性刻畫成既傳統又保守、性別角色地位上大多呈現男尊女卑地位不平等的現象。這種男女兩性地位、權力的差異，其實也再製著社會控制模式。

飛虎毀了魏家祖先牌位，艷秋跌撞進來，玉紅扶起她，勸她躺下別動到胎氣，艷秋求飛虎勿毀魏家神位，飛虎嗤之以鼻！艷秋轉而求飛虎讓她出去找父與母，飛虎不肯並說，「你腹中是我骨肉，你給我留下！」(47集)

玉紅哭：「怎樣才肯放飛龍？飛虎說，『答應做我的女人？』玉紅表示，我嫁飛虎非我所願，是為了替飛龍保命」(47集)

其中，在男女情愛糾葛部分，展現手法是三角戀情、單戀、暗戀、或雙方彼此相愛但卻又得不到眾人的祝福。例如該劇在播出時「龍英配」、「虎英配」、「煌秀戀」就曾引起廣大的觀眾及網友爭相討論與參與票選。但戲劇最終的結局，仍是依觀眾的喜好做配對，圓了觀眾希望看到「有情人終成眷屬」的結局。

最近網路上盛傳"玉龍戀"與"煌秀戀"，網友們不但看好，還極力要將他們送作堆！原來這"玉龍戀"與"煌秀戀"是民視八點檔『飛龍在天』裡的賈靜雯(飾演玉紅)、江宏恩(飾演飛龍)與黃維德(飾演友煌)、張鳳書(飾演明秀)。製作單位日前拍攝一場"世紀婚禮"，讓江宏恩、賈靜雯與張鳳書、黃維德及李國超、劉曉憶這三對佳偶有情人終成眷屬，歡天喜地的完成婚姻大事<sup>8</sup>。

「飛龍在天」關於男女情愛部分，劇中男女主角受盡戰亂、被人追殺、復仇、身世與感情等等的磨難，在最終的結局中，飛龍和劍英、友煌和牡丹共結連理，宛如童話故事裡的王子和公主，過著幸福快樂的日子。但真實生活中，一般人的情感生活並非如同戲劇中所呈現那麼曲折離奇，這顯示連續劇中男女情愛的情節和現實世界脫離太多也相差太遠，連續劇中劇情總是高潮迭起，為的就是要吸引觀眾能繼續收看。

#### (五) 遵從權威與忠孝觀：

忠孝與遵從權威在實踐上，是傾向利己主義、以個人為中心的。四維八德中亦揭示了「忠勇為愛國之本」、「孝順為齊家之本」，而以忠孝為首，是為了維持封建體制的道德價值體系。忠、孝與遵從權威（包含對父母、長者、丈夫、道德、規範、傳統）並不光只是約束君臣、主從、長幼之間的關係，而是強調絕對的服從與奉祀的關係，不允許對既存權威做任何批判性的檢討或評價，這樣的權威性格在「飛龍在天」中傳遞的是只有服從沒有異議的單向倫理關係。

---

<sup>8</sup> 資料來源：<http://www.tws.com.tw/starfiles/news/83.htm> On-line available：2001/12/15

黑豹：「老爺你對我有恩，你叫我往東，我不敢往西，就算是要我賠上這一條命，我也願意」（133集）。

天九：「無論如何，師叔所說的話，我們一定要遵守，不能違背他的意思」。（96集）

就孝道部分而言，因為傳統中國社會環境中，認為「百善孝為先」，因此其規範性特別強烈。使得傳統孝道成為確切不移的規範，同時也具有很高的社會性與強制性。影響所及，常會忽略子女與父母的個別差異。「飛龍在天」中可以明顯看出不管父母、長輩的好壞，為人子女或屬下只有遵從、順從、盡忠，絕不可以有所差池。

黃萬里對飛龍說：「天下無不是的父母，你的父母當初會選擇拋棄你，一定有不得已的苦衷，你要原諒他們」（11集）。

魏永來對豔秋說：「你是我生的，你和飛虎所生的小孩就是魏家的骨肉，無論如何這個小孩一定要姓魏，絕不能姓黃……你不能違背我的意思」（75集）。

文崇一（1994：57）曾指出，這種遵從權威性格的養成其實是經由學習而來的，它的特徵包含了服從天、長者和有政治、社會地位的人；尊重過去的知識和經驗；順從已有的社會規範；看重團體的名譽和利益，忽視個人；個人的生活方式必須接受團體的安排，它的極端就是「君要臣死，不得不死；父要子亡，不敢不亡」。他同時也認為權威的反面就是服從，服從久了或慣了，人就很容易變成一種馴服、依賴、缺乏勇氣和創造力的性格。

「飛龍在天」中我們可以察覺到極端權威性格的展現，那就是「君要臣死，不得不死；父要子亡，不敢不亡」以及出現服從、盡忠職務與誓死效忠主子的情節，當這些情節不斷地反覆強化儒家所建立的權威性格，我們注意到大眾媒介，尤其是歷史劇，基本訊息是保守的，仍然鼓勵傳統的價值與思想體系，漠視任何主要文化的變遷（蔡琰, 1996）。此種強調遵從權威的觀念，所形成的權利不平等完全否定改革式的變動，在現代社會中，傳統孝道的規範性與強制性其實已逐漸式微，子女與父母間的差異因素（例如：父母親會尊重子女、子女也有自己的想法）所產生的影響日益增大。然而這種想法在古裝劇與歷史劇中卻一再地被漠視。

#### （六）安分守成的人生觀：

在大多數的台灣人心中，大都有盡其在己、聽天由命的信念，由於天命不可預知與預期，而我一定要盡其在我，然後再聽天由命，最後才可以心安理得地說「謀事在人、成事在天」（徐秀華, 1991）。徐秀華的說法道出了台灣人保守安定的心理，這種保守安定的心態可以由人們對安全感的需求、和熟悉的人交往、對不確定的事加以忽視或逃避以及不喜歡刺激冒險中發現。楊國樞亦（1994）認為，安分強調自守本分、與人無爭、少知為妙及不做非分之想等面向；守成強調逆來順受、接受現實、不求進取等面向。

在「飛龍在天」中，劇中人物角色抱持著「盡人事、聽天命」的想法，而「命」

顯現的是上天對人的安排，這種「認命」的觀點，對於劇中人的行為影響有很多方面，例如：一旦遇到挫折，便認為是命中註定；既然是命中註定，再努力也是白費力氣。

惠娘：「玉紅、明秀的死是她們命中註定，只怪她們命薄，怨不得別人」(133集)。

飛龍：「我們已經做好萬全準備了，接下來只能盡人事、聽天命了」(160集)。

這種安分守成與認命觀也的確多少反映了現實生活中人們的處境、生活態度與保守安定的心理。整體而言，「飛龍在天」劇中，特別強調的價值觀經歸納後呈現出男女之間的情愛、性別角色、仇恨，同時也傳遞了中國傳統的儒家思想忠孝、仁義、秩序、遵從權威等價值觀，並同時搭配寬恕、團結合作與安分守成的人生觀。由觀察整理出來的十個價值主題中進一步分析，可發現「飛龍在天」呈現的人際關係與做人方式，包括了要重恩情、講義氣、守承諾、寬恕別人、盡忠職守、尊敬長者、孝順父母等。這些價值主題基本重複敘述著中國固有道德信念中追求義理的氣節，和重情重義的處事原則。但劇中最具特色的則是仇恨以及善惡報應的思想。

由此可知，電視將社會中主導的價值規範，不斷地以各種形式具象化在千百萬人每日觀看的節目中，包括新聞、廣告、戲劇與綜藝節目等。藉由「飛龍在天」劇中傳遞的價值觀，我們也察覺電視劇通常有一套明顯而共通的價值體系，這些價值體系的特點，在於不斷「強化」中國傳統文化固有的價值意識以及顯現創作者對社會變化感到不安，將新的文化變動想像為威脅，而劇情中也多描述社會秩序的穩定，缺少社會變遷的描述。此種手法呈現在觀眾眼前的仍是以宣揚中國傳統固有價值觀念，著重描寫傳統價值觀念為主。

但由這十個價值觀主題呈現中，也發現忠孝、遵從權威、社會秩序、性別角色等價值觀，這些價值觀原本就是具社會性以及共享性的特質；換言之，不管閱聽眾有沒有收看「飛龍在天」，也不管觀眾的價值觀是否受到「飛龍在天」文本訊息的影響，上述這些價值觀經常出現於電視劇的文本中，且一直是閱聽眾重視的價值觀。再者電視劇中出現的價值觀不僅只限定於「飛龍在天」這齣連續劇；台灣的戲劇節目一直是很附庸主流價值觀。也正因為如此，使得本研究的受訪者認同「飛龍在天」傳遞之價值觀相當高，忠孝、遵從權威、社會秩序、性別角色等價值觀也在古裝劇中一再地出現。

總之，透過上述價值觀主題可以發現，「飛龍在天」劇中很喜歡用二分法來解決問題。如此一來，所遭遇的問題就會比較少，然而當問題本身還得不到徹底的解決時，往往新的問題又產生了。上述價值觀念，就它積極的一面來說，乃鼓勵人們建立一種和諧的、謙讓的和誠實的人際關係，但它並不會教導人們突破舊有藩籬，創造合理的新規範。這樣的缺點會使一些對社會有遠見的人裹足不前，只得在舊有的規範中因循下去，這也使得個人的性格受到更大的壓力。

當歷史劇不斷地藉由戲劇手法建構出可以讓觀眾共享的行為、道德與價值觀

念時，蔡琰（1996）認為它除了讓觀眾在精神上宣洩終結罪惡與剷除不義的渴望外，觀眾事實上亦復頌著忠孝節義的價值觀。長久下來，觀眾持續地經由電視劇的文本，被說服去尋求以及享受文本所傳遞這樣熟悉性的價值觀，增強他們對所處社會傳統價值的認同。例如：「飛龍在天」劇中亦可發現忠孝仁義、誠信、遵從權威等傳統價值觀，而這些價值觀也普遍獲得閱聽眾的認同。

二、「飛龍在天」呈現的傳統、現代價值內涵部分：

本研究依楊國樞（1994）傳統、現代的價值分類法，逐一檢視「飛龍在天」劇情內容呈現的傳統、現代價值觀。研究結果發現，從該劇中觀察到相當多傳統價值觀。其中九個遵從權威價值觀中出現了六種，分別是「父母」、「長者」、「丈夫」、「道德」、「規範」、「傳統」。九個孝親敬祖價值觀中也出現了六種，分別是「勿使父母擔憂」、「願為父母做事」、「尊重父母意見」、「善加侍奉公婆」、「親自供養父母」、「繼承父母志業」。十個安分守成價值觀中出現了四種，分別是「自守本分」、「不做非份之想」、「逆來順受」和「接受事實」。六個宿命自保價值觀中出現了二種，分別是「利用關係以謀工作」、「把握機會做官發財」。最後在十一個男性優越價值觀中出現了二種，分別是「家庭中妻子應順從丈夫」以及「男主外女主內」最為理想。

現代價值觀中，十一個平權開放中出現了「人民可以批評官吏」、「子女可以向父母理論」和「求學與就業可離鄉背井」這三種。十一個獨立自顧中只出現「為追求個人目標得罪別人沒有關係」這一種。十一個樂觀進取中呈現了五種價值觀，分別為「相信大多數人都誠實可信」、「積極進取的精神」、「相信個人努力可以克服惡劣環境」以及「相信個人可以建立美滿家庭」。三個尊重感情中只出現「相愛為結婚因素」。四個兩性平等中也只出現「夫妻雙方在人格獨立方面平等」這部分。

整體而言，「飛龍在天」呈現的傳統價值觀在四十五個項目中，共呈現了二十個項目，以遵從權威和孝親敬祖出現比例最高；現代價值觀中在全部三十九個項目中，呈現了十一個項目，多集中在樂觀進取。「飛龍在天」在所有的價值觀中以傳統價值觀出現最多，這部分也和多位研究者的看法一致（郭江東, 1978；蔡琰, 1996），亦即，電視劇訊息基本上贊同現有社會規範（prosocial），鼓勵傳統價值觀。

由於楊國樞（1996）所設計的價值量表中，現代價值觀共三十九項中，有許多是無效的類目，因此造成本研究的結果發現，「飛龍在天」劇中呈現的價值觀，以傳統價值觀出現較多，現代價值觀出現較少。儘管如此，在電視古裝劇中，仍以傳統價值觀出現最多。

三、電話調查部分：

（一）樣本描述

調查結果顯示，本研究樣本中每三個人有一人過去沒有收看「飛龍在天」；大部分的受訪者每天花一小時至三小時看電視；約有八成的受訪者每週都至少有一、兩次會完整地看完「飛龍在天」；六成的受訪者收看集數低於一百集，但每

次至少花超過三十分鐘以上的時間收看「飛龍在天」。收看重播情形部分，近四成八的受訪者會於隔天收看民視重播的「飛龍在天」，也有近三成的受訪者表示會收看東森重播的「飛龍在天」。可見「飛龍在天」經過民視八點檔播出以及隔日的重播後，受訪者會再次收看東森重播的人數，有逐漸下滑的趨勢，最後有半數的受訪者表示會在週末收看「飛龍在天」續集（表 5-1 至 5-8）。

受訪者收看「飛龍在天」的涉入程度：在本研究樣本中，由於有一百零三人沒有收看「飛龍在天」，因此不需回答，有效樣本為二百一十五人。

整體而言，大部分的受訪者收看「飛龍在天」時是專心的，完全不專心的只佔少數；近七成的受訪者認為收看「飛龍在天」對他們而言不怎麼重要；也有六成四的受訪者表示還算喜歡「飛龍在天」這部連續劇，完全不喜歡的只佔少數；九成五以上的受訪者對「飛龍在天」的劇情還有點印象，完全不記得的不到百分之五；五成二的受訪者對於「飛龍在天」劇情的變化相當注意；有六成的受訪者通常都不怎麼準時收看連續劇，非常準時的也只有少數人，佔百分之六；七成六的受訪者通常都有與他人討論「飛龍在天」的習慣。興趣程度部分，七成以上的受訪者對於演出「飛龍在天」相關演員訊息都還算感興趣；但只有一成三的受訪者對於參加「飛龍在天」call in 送獎金或獎品活動感興趣（表6-1至6-9）。

個人價值觀部分：在個人價值觀中，受訪者表示溫暖的人際關係、自尊、受尊重及安全感是其日常生活中最重要的價值觀。整體而言，受訪者在九項個人價值觀中，有八項的平均分數均超過五分，只有刺激冒險這一價值觀分數低於五分，可見受訪者認為冒險生活的重要程度較低（表 7-1）。

「飛龍在天」價值觀認同程度部分：整體而言，受訪者對於二十項媒介內容價值觀的敘述句，有七項偏向同意。價值觀認同程度平均分數最高的是不要讓父母為自己擔心，其次是國家社會的安定很重要、人與人之間應該要和平相處，由此可見孝順和安定、和平是受訪者認為最重要的價值觀念。接著依序為同心協力才能成大事、社會上應該要有正義和公理、晚輩應尊敬長輩、朋友有困難時應伸出援手等部分。這些價值觀主題包括團結合作、人情義理、遵從權威（表 8-1）。

在三百一十八份有效樣本中，受訪者對於二十項媒介內容價值觀認同分數，平均分數為 72.01 分，其中最低分為 50 分；最高分為 98 分。若將受訪者之認同分數以 10 分為一組，透過（表 8-2）可見，受訪者對於二十項媒介內容價值觀認同分數分布在 70-79 分為最多，佔了四成五。受訪者分數低於 59 分者，和得分高於 90 分者，皆不到百分之六。近六成的受訪者給分高於 70 分以上，受訪者對「飛龍在天」劇中所傳遞價值觀認同程度頗高。

樣本基本人口資料描述：本研究樣本的分佈狀況結果呈現於（表 4）。樣本中男女各半，年齡集中在 20-49 歲之間，且以本省閩南人居多。教育程度方面：受訪者學歷專科/大學以上將近半數；受訪者父親教育程度部分，以國小以及不識字者最多。職業部分：受訪者職業以服務業佔大多數，收入多集中 30,001-50,000 元間。

## (二) 假設檢定

### (1) 暴露量與閱聽人認同「飛龍在天」傳遞價值觀之關連性分析

為了解受訪者暴露量與閱聽人認同「飛龍在天」傳遞價值觀之關連性，本研究將「收視行為總分」與「飛龍在天」價值觀認同程度總分進行相關分析，結果顯示 ( $r=0.202, **P<0.01$ )，研究假設 H1 成立。之後將受訪者有收看「飛龍在天」的行為依照每週收視情形共 7 題加以測量，將這 7 題的分數加總後分為三群：總得分介於 8-14 分的歸為「輕度收視」；15-21 分歸為「中度收視」；22-28 分歸為「重度收視」。而分群的標準是依照受訪者回答的情形，來決定三種收視程度。由 (表 9-1) 中可知輕度收視者最多，其次為中度收視者、重度收視者。

在「飛龍在天」價值觀認同程度部分，則依受訪者回答情形予以計分，最後將二十項價值觀得分加總計算後，得出受訪者對於「飛龍在天」價值觀認同程度之總分。將「收視程度」與「飛龍在天」價值觀認同程度之總分，進行單因子變異數分析，結果發現，受訪者的收視程度與「飛龍在天」傳遞的價值觀認同程度之總分有顯著差異 ( $F=4.347, *P<0.05$ )。再經雪費檢定進一步分析發現，重度收視者 ( $\bar{X}=76.27$ ) 的「飛龍在天」價值觀認同程度之總分比中度 ( $\bar{X}=73.12$ ) 與輕度 ( $\bar{X}=71.50$ ) 高。由此可知，收看「飛龍在天」較頻繁的收視者比少看者，對於「飛龍在天」所傳遞之價值觀的認同程度較高 (表 9-2)，研究假設 H1a 成立。

再將「有看飛龍在天」之受訪者與「沒有看飛龍在天」受訪者與閱聽人認同「飛龍在天」傳遞價值觀之總分進行 t 檢定，檢定後發現兩者間呈現顯著的差異 ( $t=-2.333, *P<0.05$ ) (表 9-2-1)。亦即，「有看飛龍在天」受訪者之得分 ( $\bar{X}=72.72$ ) 較「沒有看飛龍在天」受訪者 ( $\bar{X}=70.54$ ) 高。也就是說，「有看飛龍在天」受訪者對於「飛龍在天」所傳遞價值觀的認同程度較「沒有看飛龍在天」受訪者高，研究假設 H1b 成立。

### (2)、涉入程度與閱聽人認同「飛龍在天」傳遞價值觀之關連性分析

本研究將「涉入程度總分」與閱聽人認同「飛龍在天」傳遞價值觀之總分進行相關分析，結果顯示 ( $r=0.245, **P<0.01$ )，研究假設 H2 成立。之後再將受訪者收看「飛龍在天」的涉入程度依照問卷設計中九項題目加總後，分為三群：總得分介於 9-17 分的歸為「低涉入」；18-26 分歸為「中度涉入」；27-36 分歸為「高涉入」。而分群的標準是依照受訪者回答的情形，來決定三種涉入程度。由 (表 9-3) 中可知中度涉入者最多，其次為低涉入者、高涉入者。

將「涉入程度」與閱聽人認同「飛龍在天」傳遞價值觀之總分進行單因子變異數分析，結果發現，「飛龍在天」的涉入程度與閱聽人認同「飛龍在天」傳遞價值觀之總分有顯著差異 ( $F=9.839, **P<0.01$ )。再經雪費檢定進一步分析發現，高涉入者 ( $\bar{X}=77.56$ ) 對於「飛龍在天」價值觀認同程度之總分比中度涉入者 ( $\bar{X}=72.83$ ) 與低涉入者 ( $\bar{X}=70.08$ ) 高；中度涉入者對於「飛龍在天」價值觀認同程度之總分也比低涉入者高。由此可知，「飛龍在天」涉入程度愈深者，對於其所傳遞之價值觀認同程度也愈高 (表 9-4)，研究假設 H2a 成立。

### (3) 暴露量、涉入程度與個人價值觀的相關分析

本研究將受訪者「收視行為總分」與「個人價值觀總分」進行相關分析，結果顯示 ( $r=-0.038, P>0.05$ )，兩個變項間沒有顯著關連。再將受訪者「涉入程度總分」與「個人價值觀總分」進行相關分析，結果顯示 ( $r=0.036, P>0.05$ )，兩個變項間也沒有顯著關連 (表10-1)。

#### (4)、暴露量與涉入程度的相關分析

分析結果顯示，收視行為總分與涉入程度總分兩者之間呈現顯著高度正相關 ( $r=0.789, **P<0.01$ )，為了解兩者的關係，將「收視行為總分」與「涉入程度」進行單因子變異數分析，結果發現，「飛龍在天」的「收視行為總分」與「涉入程度」有顯著差異 ( $F=110.385, **P<0.01$ )。再經雪費檢定進一步分析發現，高涉入程度者 ( $\bar{X}=21.59$ ) 的收視行為總分比中度涉入程度者 ( $\bar{X}=15.16$ ) 和低涉入程度者 ( $\bar{X}=10.42$ ) 高。由此可知對「飛龍在天」涉入程度較深的受訪者，其暴露量也較高。

#### (5) 個人價值觀與閱聽人認同「飛龍在天」傳遞價值觀之相關分析

將「九項個人價值觀之總分」與閱聽人認同「飛龍在天」傳遞價值觀之總分進行相關性分析，結果發現，兩者間具有顯著的正相關 ( $r=0.217, **P<0.01$ ) (表7-2)，假設 H5 成立。

以相關程度來看，個人價值觀與閱聽人認同「飛龍在天」傳遞價值觀相關性最高的是「歸屬感」，其次依序為「溫暖的人際關係」、「安全感」、「成就感」、「自尊」、「受尊重」、「趣味人生」。由此可知，受訪者認為「歸屬感」、「溫暖的人際關係」、「安全感」價值觀對其愈重要者，其就會愈認同「飛龍在天」所傳遞之價值觀 (表7-4)。

為進一步探究個人價值觀對閱聽人對「飛龍在天」價值觀認同程度的影響，本研究依Homer & Kahle (1988) 的分法，將九項個人價值觀分為內在價值觀 (自我滿足、刺激冒險、成就感、自尊)、外在價值觀 (歸屬感、受尊重、安全感) 以及人際間價值觀 (趣味人生、溫暖的人際關係) 三大類。再將「內在價值觀」、「外在價值觀」、「人際間價值觀」與閱聽人認同「飛龍在天」傳遞價值觀之總分進行相關性分析，結果發現，「外在價值觀」與閱聽人認同「飛龍在天」傳遞價值觀之總分相關係數最高 ( $r=0.248, **P<0.01$ )，其次為「人際間價值觀」 ( $r=0.214, **P<0.01$ )，「內在價值觀」 ( $r=0.137, *P<0.05$ ) (表7-3)，這亦說明受訪者認為「外在價值觀」 (歸屬感、受尊重、安全感) 對其愈重要者，則會愈認同「飛龍在天」所傳遞之價值觀。

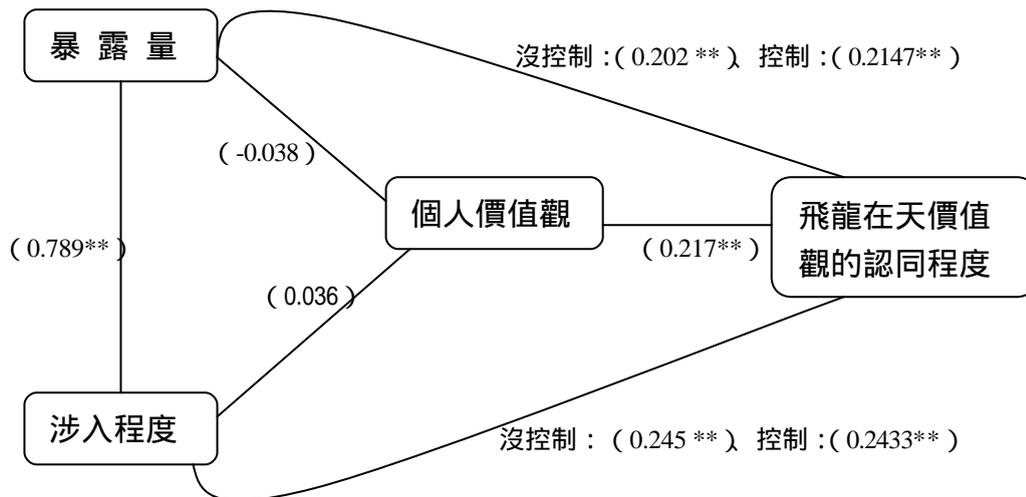
本研究同時發現，重視內在價值觀者，對「飛龍在天」的暴露量較高；重視人際間價值觀者，對「飛龍在天」的涉入感較深。個人價值觀總分較高者，則會愈認同「飛龍在天」所傳遞的價值觀。由此可得出，閱聽眾個人價值觀不同確實影響對「飛龍在天」的認同。

#### (6)、控制個人價值觀變項後，暴露量、涉入程度與閱聽人認同「飛龍在天」傳遞價值觀的相關分析

為避免「飛龍在天」暴露量、涉入程度與閱聽人認同「飛龍在天」傳遞價值

觀的顯著相關性來自於個人價值觀這個中介變項的干擾，因此將個人價值觀變項控制後，再一次對「飛龍在天」暴露量、涉入程度與「飛龍在天」價值觀認同程度進行相關分析。結果顯示，「飛龍在天」暴露量 ( $r=0.2147$ ,  $**P<0.01$ )、涉入程度 ( $r=0.2433$ ,  $**P<0.01$ ) 與閱聽人認同「飛龍在天」傳遞價值觀之間依舊呈現顯著的正相關。這也證實了收看「飛龍在天」愈多者、涉入程度愈深者，無論其個人價值觀為何，則愈認同「飛龍在天」所傳遞的價值觀。

綜上所述，各研究假設結果如下圖所示：



「飛龍在天」暴露量、涉入程度、個人價值觀均與閱聽人認同「飛龍在天」所傳遞價值觀之間呈現顯著正相關，研究假設H1、H2、H3、H4、H5均成立。

#### (7)、人口統計變項與收視行為之分析

本研究運用交叉分析、卡方檢定、t檢定與單因子變異數分析，探討人口學變項（包括性別、年齡、籍貫、居住地、收入、職業、教育程度、父親職業、父親教育程度）與受訪者收看「飛龍在天」的情形是否有差異。

人口變項與是否有看「飛龍在天」之分析，經卡方檢定後顯示（表11-1），居住地 ( $\chi^2=6.807$ ,  $df=1$ ,  $**P<0.01$ )、教育程度 ( $\chi^2=11.99$ ,  $df=4$ ,  $*P<0.05$ )、父親教育程度 ( $\chi^2=13.344$ ,  $df=3$ ,  $**P<0.01$ )、收入 ( $\chi^2=8.596$ ,  $df=3$ ,  $*P<0.05$ ) 出現顯著差異。換言之，受訪者會因居住地、教育程度、父親教育程度、收入之不同，與其是否收看「飛龍在天」有差異。

至於人口變項與收看「飛龍在天」收視行為分數部分：「飛龍在天」收視行為的2-8題加總後所得之分數，即是有收看「飛龍在天」收視行為的分數。將人口學變項與「收視行為分數」進行 t 檢定、單因子變異數分析，檢驗不同性別、居住地、年齡、教育程度、籍貫、職業、收入、父親教育程度、父親職業的受訪者在收看「飛龍在天」收視行為分數上的差異。

由 t檢定中發現，性別、居住地區和收看「飛龍在天」收視行為分數上並沒有顯著的差異（表11-2）。另外，經單因子變異數分析發現，年齡、父親教育程

度、教育程度、職業和收看「飛龍在天」收視行為分數上有顯著的差異(表11-3)。再經雪費檢定進一步分析後發現，年齡部分，50-64歲受訪者的收視行為分數( $\bar{X}=16.37$ )較20-34歲( $\bar{X}=13.12$ )高。65歲以上受訪者的收視行為分數( $\bar{X}=17.76$ )較20-34歲( $\bar{X}=13.12$ )高。教育程度部分，國小以下受訪者的收視行為分數( $\bar{X}=17.74$ )較專科/大學( $\bar{X}=13.07$ )、研究所( $\bar{X}=10.80$ )高。職業中，服務業受訪者的收視行為分數( $\bar{X}=13.90$ )、學生的收視行為分數( $\bar{X}=13.09$ )較家管的收視行為分數( $\bar{X}=18.75$ )低。

由此可知，住在嘉義縣的受訪者比住在台北市的受訪者傾向於收看「飛龍在天」的次數和集數多，同時收看的時間也較長。可見城鄉的差距的確會影響閱聽眾的電視收視情形。此外，年齡愈長者也比年齡較輕者較常收看「飛龍在天」。至於，教育程度為國小以下、職業為家管的受訪者也傾向於收看「飛龍在天」次數較多。

#### (8)、人口統計變項與涉入程度之分析

本研究將「飛龍在天」涉入情形的九個題目加總後所得之分數，即是有收看「飛龍在天」涉入程度的分數。將人口學變項與「涉入程度分數」進行 t 檢定、單因子變異數分析，檢驗不同性別、居住地、年齡、教育程度、籍貫、職業、收入、父親教育程度、父親職業的受訪者在收看「飛龍在天」涉入程度分數上的差異。

由 t 檢定中發現，性別、居住地區和收看「飛龍在天」涉入程度分數上並沒有顯著的差異(表12-1)。另外，經單因子變異數分析發現，年齡、教育程度和收看「飛龍在天」涉入程度分數上有顯著的差異(表12-2)。再經雪費檢定進一步分析後發現，年齡部分，50-64歲受訪者的涉入程度分數( $\bar{X}=21.74$ )較20-34歲( $\bar{X}=18.68$ )高。65歲以上受訪者的涉入程度分數( $\bar{X}=23.14$ )較20-34歲( $\bar{X}=18.68$ )高。教育程度部分，國小以下受訪者的涉入程度分數( $\bar{X}=23.08$ )較專科/大學( $\bar{X}=19.15$ )、研究所( $\bar{X}=17.50$ )高。

由此可知，受訪者收看「飛龍在天」的涉入程度分數會因年齡與教育程度不同而有差異，50-64歲和65歲以上受訪者的涉入程度分數高於20-34歲的受訪者。國小以下受訪者的涉入程度分數較專科/大學、研究所高。而涉入程度分數並不會因籍貫、職業、收入、父親教育程度、父親職業的不同而有差異。

#### (9)、人口統計變項與「飛龍在天」價值觀認同程度之分析

本研究將受訪者對於「飛龍在天」價值觀認同程度的十個主題共二十項價值觀加總計分後所得之分數，即是受訪者收看「飛龍在天」價值觀認同程度的分數。再將人口學變項與「飛龍在天」價值觀認同程度分數進行 t 檢定、單因子變異數分析。

由 t 檢定中發現，性別、居住地區和「飛龍在天」價值觀認同程度分數上並沒有顯著的差異(表13-1)。另外，經單因子變異數分析發現，教育程度和父親教育程度與「飛龍在天」價值觀認同程度分數上有顯著的差異(表13-2)。再經

雪費檢定進一步分析後發現，教育程度部分，國小以下受訪者的媒介內容價值觀認同程度分數（ $\bar{X}=77.50$ ）較高中/職（ $\bar{X}=71.68$ ）、專科/大學（ $\bar{X}=70.70$ ）、研究所（ $\bar{X}=68.67$ ）高。

由此可知，受訪者對於「飛龍在天」價值觀認同程度分數會因教育程度與父親教育程度的不同而有差異，國小以下受訪者的價值觀認同分數較高中/職、專科/大學、研究所高。而「飛龍在天」價值觀認同程度分數並不會因年齡、籍貫、職業、收入、父親職業的不同而有差異。

最後，在所有的人口學變項中，本研究發現教育程度這個變項不論是在暴露量、涉入程度以及閱聽人認同「飛龍在天」所傳遞之價值觀上，皆出現顯著差異。這也就是說，教育程度這個變項最能解釋閱聽人認同「飛龍在天」所傳遞之價值觀。從研究結果中亦發現，教育程度較低的受訪者比起教育程度較高的受訪者認同「飛龍在天」所傳遞之價值觀。

## 伍、結論與建議

### 一、研究發現

#### (一)、價值觀主題分析部分：

本研究採用價值觀主題分析法對 2000 年最受國人歡迎的連續劇「飛龍在天」進行分析，研究結果發現「飛龍在天」呈現了情愛、性別角色、忠孝、仇恨、人情義理、團結合作、遵從權威、社會秩序、寬恕、及安分守成等十個價值觀主題。尤其強調社會秩序的穩定、重情重義的人情義理觀、仇恨及因果報應觀、男尊女卑的情愛與性別角色觀、遵從權威與忠孝觀以及安分守成的人生觀等六大面向。

除了上述六大價值觀面向外，經由研究中也發現「飛龍在天」呈現的傳統價值觀以遵從權威和孝親敬祖出現項目最多；現代價值觀中多集中在樂觀進取。亦即，「飛龍在天」在所有的價值觀中以傳統價值觀出現最多，忽略現代價值。

#### (二)、電話調查部分：

##### (1)、受訪者收看「飛龍在天」的情形

本研究樣本中，每三個人有二人過去曾收看「飛龍在天」，且以住在嘉義縣、教育程度為國小以下、職業是以家管、學生、收入為15000元以下，且父親教育程度愈低者，收看「飛龍在天」次數愈多。

Barwise & Ehrenberg (1988) 指出，電視是一種大眾的、低涉入的媒體，電視的低涉入特質，顯示在影集和連續劇忠誠度的缺乏上。本研究發現，近六成的受訪者收看「飛龍在天」總集數低於一百集，收看集數超過二百集以上者不到百分之十，由這樣的數據看來，也印證了觀眾通常對於連續劇的忠誠度不高。

就收視程度而言，屬於中度/重度的受訪者，以65歲以上、學歷國小以下、職業為家管者居多。McQuail (1997) 指出，偏好視聽媒體勝過印刷媒體的民眾，通常是教育程度和收入較低的一群，而經常收看電視者通常較常在家，同時也較有時間，這些人通常是家庭主婦、失業者、老年人等等。這顯示性別、居住地、職業和教育程度與收視程度有關，本研究亦證實此種看法。

##### (2)、受訪者收看「飛龍在天」的涉入程度

整體而言，九成以上的受訪者在收看電視劇時是相當專心的，而認為收看「飛龍在天」對他們而言是重要的，以65歲以上、國小以下的受訪者最多；同時國小以下的受訪者會準時收看的比例也最高；至於會注意「飛龍在天」劇情的發展以高中/職的受訪者最多；年齡介於50-64歲者也較有興趣參加「飛龍在天」call in 送獎金或獎品活動。康敏平 (1996) 研究曾發現，喜歡收看閩南語連續劇的收視族群以51歲以上、勞工、農林漁牧、小學及不識字者居多。這部分結果和康敏平的研究發現頗為相似。最後受訪者收看「飛龍在天」的涉入程度會因年齡與教育程度不同而有差異，50-64歲和65歲以上受訪者的涉入程度高於20-34歲的受訪者；國小以下受訪者的涉入程度較專科/大學、研究所高。

##### (3) 受訪者的個人價值觀

在九項個人價值觀部分，受訪者表示「溫暖的人際關係」、「自尊」、「受尊重」及「安全感」是日常生活中最重要的價值觀。以相關程度來看，這九項個人價值

觀與「飛龍在天」傳遞之價值觀認同程度最高的是「歸屬感」、其次依序為「溫暖的人際關係」、「安全感」、「成就感」、「自尊」、「受尊重」、「趣味人生」。當中，以「外在價值觀」（歸屬感、受尊重、安全感）與「飛龍在天」傳遞之價值觀認同程度相關性最高；也就是說，受訪者若愈重視「外在價值觀」，對於「飛龍在天」所傳遞之價值觀的認同程度就愈高。其中，重視內在價值觀者，對「飛龍在天」的暴露量較高；重視人際間價值觀者，對「飛龍在天」的涉入感較深。

#### （4）受訪者對於「飛龍在天」價值觀的認同程度

整體而言，受訪者對於「飛龍在天」劇情中傳遞之價值觀認同程度部分，認同程度平均分數最高的是不要讓父母為自己擔心，其次是國家社會的安定很重要、人與人之間應該要和平相處，由此可見孝順和安定、和平是受訪者認為最重要的價值觀念。其次依序為同心協力才能成大事、社會上應該要有正義和公理、晚輩應尊敬長輩、朋友有困難時應伸出援手等部分。這些價值觀主題包括團結合作、人情義理、遵從權威。

若進一步觀察則可發現，這些價值觀皆是人們所共同享有的價值觀，也就是說，不管閱聽眾是否收看「飛龍在天」，他們對於上述價值觀的認同程度皆相差不遠。由此也可證實，電視文本的確強調一些固有主流的價值觀，這些主流價值觀儘管隨著時代的演變，或是受訪者在性別、教育程度的差異，皆不會造成人們對這些主流價值觀有立即性的改變。因此，本研究的受訪者對於二十項「飛龍在天」價值觀認同分數中，以分布在 70-79 分最多，近六成二的受訪者給分高於 70 分以上，受訪者認同「飛龍在天」所傳遞之價值觀頗高。

#### （5）「飛龍在天」暴露量、涉入程度、個人價值觀與閱聽人認同「飛龍在天」所傳遞價值觀之相關分析

本研究發現，「飛龍在天」暴露量、涉入程度、個人價值觀與「飛龍在天」價值觀認同程度之間呈現顯著正相關。重度收視者對於「飛龍在天」價值觀之認同程度比中度/輕度者高。高涉入程度者對於「飛龍在天」價值觀之認同程度也比中/低涉入程度者高。可見，重度收視者、高涉入程度者以及較重視「外在價值觀」的受訪者，對於「飛龍在天」價值觀之認同程度較高。即使控制住個人價值觀變項後，「飛龍在天」暴露量、涉入程度和「飛龍在天」價值觀認同程度之間依舊呈現顯著正相關，這也說明了無論其個人價值觀為何，重度收視者、高涉入程度者愈會認同「飛龍在天」所傳遞的價值觀。

#### （6）、「飛龍在天」暴露量與涉入程度的相關分析

本結果顯示，收視行為總分與涉入程度總分兩者之間呈現顯著高度正相關。進一步分析發現，高涉入程度者的收視行為總分比中度涉入程度者和低涉入程度者高。由此可知對「飛龍在天」涉入程度較深的受訪者，其暴露量亦多。

## 二、研究討論

### (1)、研究結果方面

電視效果的研究，多年來已有許多發現，但是對於電視收視與媒介內容價值觀認同程度之間的實證研究並不多見。本研究以曾經創下國內八點檔連續劇多項冠軍記錄的「飛龍在天」為研究對象，以進一步了解電視收視行為與閱聽人認同「飛龍在天」所傳遞價值觀之間的關係。

本研究發現，高/低收視程度、高/低涉入程度以及個人價值觀不同的受訪者，對「飛龍在天」價值觀認同程度上有顯著差異，可見「飛龍在天」暴露量、涉入程度以及個人價值觀影響了觀眾對「飛龍在天」價值觀的認同程度。即使在控制了個人價值觀這個變項後，「飛龍在天」暴露量、涉入程度與「飛龍在天」價值觀認同程度三者之間依舊呈現顯著正相關。

實證過程中得出此三者之間具有顯著正相關，（雖然相關性並不高，相關係數都低於 0.3，屬於低度相關）。這樣的結果支持了先前的一些研究發現，例如，林瑞端(2001)的研究指出，青少年日本偶像劇的收看程度、涉入程度、收看動機愈高，則其購買日劇相關商品的頻率愈高，對日本文化的認同程度也愈高。郭幼龍（1999）發現台灣民眾對電影涉入程度中的「重要性」、「興趣程度」、「蒐集相關資訊的意向」與「再度觀看電影之意願」以及「口碑」之間，存有非常顯著的正相關。本研究認為，造成上述三個變項之間相關程度皆不及 0.3 的原因，有可能是因為本研究調查時間為九十一年四月十六日至三十日，距離「飛龍在天」全部播映完畢的時間已經有九個月之久，由於時間上的因素，因而造成研究結果相關性偏低；同時，閱聽人的電視收視與媒介內容價值觀認同程度之間是一長期累積持續的歷程，無法在短期間內看出兩者之間的關連性。

另外，在人口統計變項中也發現，教育程度這個變項與「飛龍在天」價值觀認同程度之間有顯著差異，國小以下受訪者對「飛龍在天」價值觀認同分數皆較高中/職、專科/大學、研究所高。文崇一（1989：73）指出，教育不僅能灌輸人們新的知識，同時也將社會價值傳給人們，受教育者往往不知不覺中就學得了許多新的價值觀念，對事物的看法也有別於不曾受過教育者。本研究所發現的結果，也與這種說法頗為雷同。

根據楊孝榮（1987）在一項民眾接觸傳播媒介行為與社會價值態度關連性的研究中指出，在人口統計變項中，教育程度與民眾社會價值態度總分呈現顯著正相關，同時，他也發現電視媒介，無論在接觸程度、接觸時數和接觸內容型態在促進民眾改變其社會價值態度均不具任何的影響。但這與本研究之發現不符合，在本研究中，教育程度與「飛龍在天」價值觀認同程度總分呈現顯著負相關；亦即，教育程度愈高者對「飛龍在天」價值觀認同程度總分愈低。本文認為有部分原因可能是本研究教育程度高的受訪者，都是年輕人所以容易接納現代價值觀。由於「飛龍在天」所傳遞之價值觀多屬於傳統價值觀，老年人、教育程度低者的思想通常較保守、傳統，因此對於「飛龍在天」價值觀認同程度總分比起教育程度高者來得高。

綜上所述，本研究發現暴露量、涉入程度這兩個變項與「飛龍在天」價值觀認同程度之間的關係，涉入程度這個變項比暴露量更能解釋兩者之間的關係。如同陳婷玉、陳鈺琪（2002）提出的研究發現，看電視的總時數，對涵化效果而言，根本就不是好指標，唯有與應變數有直接相關的電視內容，才有可能形成涵化效果。所以，收看「飛龍在天」的「質」比「量」來的重要。只有當閱聽人將收看「飛龍在天」視為重要、有意義並與日常生活貼近時，「飛龍在天」所傳遞之價值觀才能獲得閱聽人較程度的認同。另外，人口學變項中，教育程度則是最能解釋受訪者認同「飛龍在天」所傳遞的價值觀。

## （2）、研究理論方面

本研究以涵化理論與社會學習為理論基礎。基本上，這兩個理論有許多共通之處，例如：兩者均認為電視是人們學習如何做一個社會人的重要來源之一。涵化理論認為觀眾若長期收看電視節目，且在毫無壓力的情境下，容易不經意的學習（incidental learning），相信電視所描繪的世界，而形成與電視內容一致的價值觀念。而社會學習論強調，觀眾即使沒有親身接觸的經驗，透過電視內容的觀察學習，可得知電視劇中人物角色處理事物的看法與想法，進而產生學習仿效的效果。

本研究發現，高收視者比低收視者更認同「飛龍在天」所傳遞的價值觀，這部分印證了 Gerbner 的電視涵化效果論。由此結果看來，本研究也再次印證「媒介效果有限論」，證實電視媒體的確在導引觀眾的價值觀具有影響力，但是，這種影響力並非萬能。因為電視收視與閱聽人對媒介內容價值觀認同之間受到其他許多因素的干擾，例如：收視習慣、收看節目類型、研究主題、工具、方法等等，這些因素也往往影響了電視的效果（Rössler & Brosius, 2001）。

另外，就社會學習理論而言，本研究發現，收視者的確會經由電視學習對事物以及人生的看法。雖然，研究中並未涉及閱聽眾認知、態度、行為的轉變，但「飛龍在天」的暴露量的確影響了閱聽眾認同「飛龍在天」所傳遞的價值觀，這兩個變項間具有顯著正相關卻是不爭的事實。這部分也說明了，電視的確是觀眾學習模仿對象來源之一，同時，它也會灌輸及強化某些價值觀。透過戲劇節目內容所傳遞之價值觀，本研究也指出了電視最重要的功能是建構人們的生活模式以及價值觀念，電視媒介的確是除了父母、社會以及學校教育外，人們學習最重要的來源之一。

總之，經由本研究的實證驗證，上述理論架構的思考模式，應可提供未來研究者新的想法，以進一步了解電視收視與媒介內容價值觀認同間相關問題。

## 三、研究限制與建議

閱聽人的電視收視與媒介內容價值觀認同之間是一長期累積持續的歷程，如能以長期性研究，蒐集更多次資料來進行研究將更臻完善。但由於受限於資源和研究規模，本研究是以橫斷式一波資料（one-wave cross-sectional data）來進行研究。本研究已經盡量使受訪者能分佈於各個年齡層，以戶中抽樣的方式來選取不同型態受訪者，以使各年齡層的受訪者較具代表性。

其次，研究樣本與對象的限制部分，本研究因受限於資源和研究規模，因此研究樣本只選定「飛龍在天」進行分析，但這並不能推及所有的電視劇，如能以長期性研究，蒐集更多電視劇資料來進行，研究將更臻完善。至於研究對象則選定居住在台北市及嘉義縣地區十五歲以上的閱聽人，因受限於人力、物力及財力的因素，故無法針對台灣地區進行全省電話訪問研究，使得本研究的結果只能推論台北市及嘉義縣的居民。

研究問卷設計部分，本研究的變項著重在個人價值觀、人口學變項、收視行為、涉入程度以及媒介價值觀認同之間的關連上。問卷中所使用的價值觀量表以及相關題項都經過參考相關文獻和前測修改後才進行應用。雖經多次討論和修改才確定問卷題項，這些題目在信度檢定上都獲致不錯的反應，但畢竟這些題目在國內仍然算是初步應用，還需要更多研究運用，才能更確定其信度、效度。

最後，由於價值觀本身就是複雜多變，很難加以量化測量，本研究雖以個人價值觀、人口學變項、收視情形和涉入程度來測量，還是難以探究觀眾心理上較深層的認同。此外，電視收視和媒介價值觀認同之間並非純然的直線因果關係，中間存在灰色地帶，個人價值觀、電視收視和媒介價值觀認同之間是個循環的過程，孰為因、孰為果，並無定論。而關於媒介內容價值觀之間的脈絡分析，究竟有哪些價值觀一起出現，本研究並未深入探討，建議後續研究者可朝這一方面多加著墨。

## 參考書目

- 文崇一 (1989)。《中國人的價值觀》。台北：東大圖書股份有限公司。
- 文崇一 (1990)。 報的迭替流變 ，余德慧編，《中國人的世間遊戲—人情與世故》。台北：張老師月刊編輯部。頁 14-19
- 文崇一 (1994)。 從價值取向談中國國民性 ，楊國樞、李亦園編，《中國人的性格》。台北：中央研究院民族研究所。頁，49-89。
- 王旭 (2000)。 台灣地區民眾電視收視與國族認同之間的關聯—涵化觀點的分析 ，「2000 國際華語廣播電視文化性節目觀摩與研討會」論文。台北：政治大學廣播電視學系主辦。
- 王嵩音譯 (1993) 《傳播研究里程碑》。台北：遠流。原書 Lowery, S. A. & Defleur, M, L, 1988, Milestones in Mass Communication Research: Media Effects 2<sup>nd</sup>, N. Y.: Longman Publishing Group.
- 王石番 (1995)。《民意理論與實務》。台北：黎明文化事業公司。
- 李蕙 (2000)。 電視戲劇對家庭教育之正面功能 ，《成人教育》，55，頁 17-22。
- 李慧馨 (1994)。 涵化理論回顧與前瞻 - 1967 到 1993 ，《廣播與電視》，1 (4)，頁 129-143。
- 車慶餘 (1998)。《電視新聞暴力內容對台北市國民中小學生影響效果之探討》。台北：文景書局。
- 韋政通 (1990)。 報的概念古今談 ，余德慧編，《中國人的世間遊戲—人情與世故》，頁 5-13。台北：張老師月刊編輯部。
- 吳怡國 (1993)。 Television and the Value Systems of Taiwan's Adolescents: A Cultivation Analysis. 《廣播與電視》，1 (2)，頁 31-52。
- 吳淑玲 (1996)。 國中學生偶像崇拜與價值關係之研究 (上)，《教育資料文摘》，37 (3)，頁 166-190。
- 吳淑玲 (1996)。 國中學生偶像崇拜與價值關係之研究 (下)，《教育資料文摘》，37 (4)，頁 157-175。
- 林清河、施坤壽、許家銘 (2001)。 消費者決策型態與價值觀之研究—台灣地區大學生之實證研究 ，《國家科學委員會研究會刊：人文及社會科學》，11 (1)，頁 16-29。

- 林瑞端(2001)。《媒介、消費與認同：台灣青少年收看日本偶像劇之效果研究》。台北：世新大學傳播研究所碩士論文。
- 范淑娟(1991)。《兒童電視收視行為與性別刻板印象之關聯性研究》。台北：政治大學新聞研究所碩士論文。
- 夏士芬(1993)。《連續劇內容之價值體系與社會指標的關聯分析》。台北：文化大學新聞研究所碩士論文。
- 孫立群(1998)。《日本卡通對青少年消費文化影響之研究》。台北：政治大學新聞研究所碩士論文。
- 徐秀華(1991)。從社會結構看中國人的性格及價值觀，〈《傳習》〉，9，頁133-152。
- 黃玉容(1994)。《觀眾價值觀與選看電視新聞評估因素之關聯性研究—以台北地區大學生為例》。台北：政治大學新聞研究所碩士論文。
- 黃明月(1995)。《我國電視卡通影片內容價值取向研究報告》。台北：電視文化研究委員會。
- 黃明明(1994)。電視新聞暴力內容對兒童之涵化效果初探，〈《新聞學研究》〉，48，頁63-98。
- 黃光國(1990)。報的個體與群體，余德慧編，〈《中國人的世間遊戲—人情與世故》〉。台北：張老師月刊編輯部。頁20-27
- 黃瑜琪(2001/10/27)。《飛龍在天所向披靡》，聯合晚報，9版。
- 黃文雄(1993)。《台灣人的價值觀》。台北：前衛出版社。
- 康敏平(1996)。台灣地區民眾電視節目收視行為研究，〈《世界新聞傳播學院學報》〉，6，頁89-113。
- 陳秉璋、陳信木(1990)。《價值社會學》。台北：桂冠。
- 陳芸芸 譯(2000)。《電視與社會》。台北：韋伯文化。(原書作者 Nicholas Abercrombie)。
- 陳芸芸 譯(2001)。《最新大眾傳播理論》。台北：韋伯文化。(原書作者 Denis McQuail)。
- 陳尚永(1998)。影響台灣地區大學生價值觀之媒介因素探討—以電視廣告為例，「1998年媒介與環境學術研討會論文」，台北：輔仁大學。

- 陳婷玉、陳鈺琪 (2002)。日本偶像劇收視與青少年價值觀及日本文化認同之影響，「2002年中華傳播學會研討會論文」，台北：世新大學。
- 寇龍華 (1969)。《當前國民價值觀念及行為模式的分析》。台北：教育部文化局調查報告。
- 郭江東 (1978)。《家庭價值取向之變遷：傳統與現代—電視連續劇的分析研究》。台北：政治大學新聞研究所碩士論文。
- 郭為藩、高強華 (1992)。《教育學新論》。台北：正中。
- 郭幼龍 (1999)。民眾對台灣電影的評價與電影消費行為關係之研究，《新聞學研究》，60期，頁39-92。
- 張錦華 (1993)。電視與文化研究，《廣播與電視》，1(1)，頁1-13。
- 張錦華 (1994)。《媒介文化、意識型態與女性—理論與實例》。台北：正中。
- 張玉佩 (1996)。《臺灣電影再現的社會規範與價值觀》。台北：輔仁大學大眾傳播研究所碩士論文。
- 張玉佩 (1999)。當認同遇到隱喻—談隱喻在認同塑造的運作，「1999年中華傳播學會研討會論文」，台北：世新大學。頁1-19。
- 張德勝 (1989)。《儒家倫理的秩序情結：中國思想的社會學詮釋》。台北：巨流。
- 湯克遠 (1980)。《從報紙家庭版看台灣社會價值觀念之演變—以中國時報為例》。台北：政治大學新聞研究所碩士論文。
- 彭芸 (1993)。連續劇的反省，《文訊月刊》，52，頁16-17。
- 游進忠 (1995)。《台北市民眾收看有線電視新聞之動機與滿足研究》。台北：政治大學新聞研究所碩士論文。
- 葉明義 (1999)。消費者宗教性、價值觀與商店評估準則之關連，《中山管理評論》，7(3)，頁771-794。
- 董素蘭、林家蓉、葉蓉慧 合譯 (2000)。《大眾傳播理論精華》，台北：學富文化。
- 電視文化研究委員會 (1997)。《台北市國中生收視行為調查報告》。台北：電視文化研究委員會。

- 楊國樞 (1994)。 傳統價值觀與現代價值觀能否同時並存？ ，《中國人的價值觀—社會科學觀點》。台北：桂冠。頁 65-120。
- 楊孝榮 (1987)。《傳播媒介的社會功能》，頁 103-139。台北：聯經出版社。
- 楊欣穎、陳菩貞 (2000)。 從日本偶像劇的風行看台灣青少年的文化認同 ，「2000 年中華傳播學會研討會論文」，台北：世新大學。
- 趙喬 (1997)。 單元連續劇與女性意識—從中日連續劇比較談起 ，《輔仁學誌—文學院之部》，26，頁 239-259。
- 廣電基金 (2000)。 2000 年台灣地區電視收視行為大調查 (上)，《廣電人》8 月份，頁 6-9。
- 廣電基金 (2000a)。 2000 年台灣地區電視收視行為大調查 (下)，《廣電人》9 月份，頁 14-23。
- 廣電基金 (1999)。 無線戲劇與有線戲劇收視比較分析 ，《廣電人》10 月份，頁 56。
- 蔡琰 (1995)。 電視劇的教育娛樂功能與劇中意識型態分析 ，《廣播與電視》2 (2)，頁 55-74。
- 蔡琰 (1996)。 電視歷史劇價值系統與社會意識分析 。台北：電視文化研究委員會。
- 蔡琰 (1996a)。 古裝電視劇的訊息公式 ，《政治大學學報》，72 期。台北：政治大學。
- 蔡琰 (1997)。 消音的傳奇---電視古裝劇價值認同的啟示 。《新聞學研究》，第 56 期，頁 85-104。
- 蔡琰 (1997a)。 電視時裝劇類型與情節公式 。《中華傳播研究集刊》，第 1 期。台北：政治大學。
- 蔡琰 (2000)。《電視劇：戲劇傳播的敘事理論》，台北：三民書局。
- 盧嵐蘭 (1996)。《國內八點檔國語連續劇與社群意識：一個理論層面的探討》。台北：電視文化研究委員會。
- 賴國洲 (1996)。《電視文化與社會意識》。台北：電視文化研究委員會。
- 鍾玉鳳 (1996)。《近十年圖畫故事書內容價值觀之分析研究》。台北：文化大學兒童福利學研究所碩士論文。
- 曠湘霞 (1986)。《電視與觀眾》。台北：三民書局。頁 45-51。

蕭湘文 ( 1999 )。 大學生媒體之使用與政治涉入程度之關聯性研究 , 《民意研究季刊》 , 208 , 頁 79-104。

蘇蘅、陳雪雲 ( 2000 )。 全球化下青少年收看本國及外國電視節目之現況及相關影響研究 , 《新聞學研究》 , 64 , 頁 103-138。

蘇蘅 ( 1999 )。《台北市兒童收看日本卡通與消費相關產品的關連分析》。台北：電視文化研究委員會。

蘇蘅 ( 1995 )。《開放天空下的文化衝擊—台灣民眾收看外國節目研究報告》。台北：電視文化研究委員會。

蘇蘅 ( 1994 )。 青少年閱讀漫畫動機與行為之研究 , 《新聞學研究》 , 48 , 頁 123-145。

英文部分：

Adler, R. R. ( 1980 ). The effects of television advertising on children. Lexington, Mass : Lexington Books.

Bandura, A. ( 1971 ) . Social Learning. Moristown, N. J. : General Learning Press.

Barwise, P. & Ehrenberg, A. ( 1988 ) . Television and its Audience. London : Sage.

Beatty, S. E., Kahle, L. R., Homer, P. M., & Misra, S. ( 1985 ) . Alternative measurement approaches to consumer values: The List of Values and Rokeach Value Survey. Psychology and Marketing, 2, 181-200.

Brinson, S. L. ( 1992 ) . TV fights : Women and men in interpersonal arguments on prime-time television dramas. Argumentation & Advocacy. 29 ( 2 ) , 89-105.

Claxton, R. P. & McIntyre, R. P. ( 1996 ) . Cognitive style as a potential antecedent to values. Journal of Social Behavior & Personality, 11 ( 2 ) , 355-374.

Clements, D. H., & Nastasi, B. K. ( 1993 ) . Electronic media and early childhood education. In B. Spodek ( Eds. ) , Handbook of research on the education of young children. N. Y. : Macmillan.

Diefenbach, D. L. & West, M. D. ( 2001 ) . Violent Crime and Poisson Regression : A Measure and a Method for Cultivation Analysis. Journal of Broadcasting & Electronic Media, 45 ( 3 ) , 432-445

England, G. W. & Lee, R. ( 1974 ) . The relationship between managerial values and managerial success in the United States, Japan, India, and Australia. Journal of Applied Psychology, 59, pp.411-419.

- Gerbner, G., Gross, L. & Signorielli, N. ( 1994 ) . Growing Up with Television : The Cultivation Perspective. In Jennings Bryant & Dolf Zillmann( Eds. ), Media Effects Advances in theory and research. pp.17-42. Hillsdale, NJ : Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- Gerbner, G. ( 1990 ) Epilogue: Advancing on the path of righteousness. In N. Signorielli & M. Morgan ( Eds. ) , Cultivation analysis : New directions in media effects research. Pp. 249-262. Newbury Park, CA : Sage.
- Gerbner, G. ( 1980 ) . Aging with Television: Images on Television Dramas and Conceptions of Social Reality. *Journal of Communication*, 30 (1), 37-47.
- Gerbner, G. & Gross, L. ( 1976 ) . Living with Television: The violence profile. *Journal of Communication*, 26, 173-199.
- Glynn, C. J., Herbst, S., O'keefe, G. J. & Shapiro, R. Y.( 1999 ) . Public Opinion. pp.72-73. Boulder : Westview Press.
- Gunter, B. ( 1994 ) . The Question of Media Violence. In Jennings Bryant & Dolf Zillmann ( Eds. ), *Media Effects : Advances in theory and research*. pp.163-211. Hillsdale, NJ : Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- Gunter, B. & Svennevig, M. ( 1987 ) . Behind and in front of the Screen : television's involvement with family life. London : John Libbey & Company Ltd..
- Gunter, B. ( 1987 ) . Television and the Fear of Crime. London : John Libbey & Company Ltd..
- Gunter, B. ( 2000 ) . *Media Research Methods*. pp. 25-26. London : Sage.
- Gutman, J. ( 1982 ) . A means-end chain model based on consumer categorization processes. *Journal of Marketing*, 46, 60-72.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. ( 1998 ) . *Multivariate Data Analysis with readings*, 5<sup>th</sup> ed. pp. 118. NJ : Prentice-Hall Inc.
- Harris, R. J. ( 1999 ) . *A Cognitive Psychology of Mass Communication*. 3<sup>rd</sup>, pp. 20-21. Mahwah, NJ : Lawrence Erlbaum Associated, Inc.
- Homer, P. M., & Kahle, L. R. ( 1988 ) . A structural equation test of the value-attitude-behavior hierarchy. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54, 638-646.

- Ishii, K. Sum H. & Watanabe, S. ( 1999 ). Japanese and U.S. Programs in Taiwan : New Patterns in Taiwanese Television. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 43(3), 416-431.
- Kahle , L. R. & Kennedy, P. ( 1989 ) . Using the List of Value ( LOV ) to understand consumers. *Journal of Consumes Marketing*, 6 ( 3 ) , 5-12.
- Liebes, T. & Katz, E. ( 1993 ). *The export of meaning : Cross Cultural Readings of Dallas*. pp.30-33. N.Y. : Oxford University Press.
- Lowery , S. A. & DeFleur , M. L.( 1995 ). *Milestones in Mass Communication Research : Media Effects*, 3<sup>rd</sup> , N. Y. : Longman Publishers USA.
- McQuail, D. ( 1997 ) . *Audience Analysis*. Thousand Oaks, CA : Sage.
- Morley, D. ( 1980 ). *The Nationwide Audience : Structure and Decoding*. London, British Film Institute.
- Newbold, C. ( 1995 ) . *The Media Effects Tradition*. In Barrett, B. O. & Newbold, Chris ( Eds. ) , *Approaches to Media A Reader*. London : Hodder Headline Group.
- Parsons, T. & Shils, E. A. ( 1962 ) . *Values, Matives, and System of Action*. In Parsons, T. & Shils, E. A. ( Eds. ) , *Toward a General Theory of Action*. N. Y. : Harper.
- Perry, R. B. ( 1926 ) . *General theory of Value : its meaning and basic principles construed in terms of interest*. Pp. 693-694. Cambridge, Mass. : Harvard University Press.
- Perry, R. B. ( 1973 ) . *Value as an object of interest*. In Werkmeister, W. H. ( Eds. ) , *Historical Spectrum of Value Theories* ( pp. 113 ) . Lincoln, Nebrasha : Johnsen Pub. Co.,
- Petty, R. E. & Cacioppo, J, T. ( 1986 ) . *Communication and persuasion : Central and peripheral routes to attitude change*. New York : Springer-Verlag.
- Reardon, K. K. ( 1991 ) . *Persuasion In Practice*. Newbury Park : Sage.
- Reber, B. H. & Chang, Y. ( 2000 ) . *Assessing cultivation theory and public health model for crime reporting*. *Journal of Newspaper Research*, Fall , 21(4), 99-113.
- Rescher, N. ( 1969 ). *What is Value Change ? A Framework for Researcher*. In Baier, K. & Rescher, N. ( Eds. ) , *Values and the Future : the impact of technological change on American values*. ( pp. 8 ) . N. Y. : Free Press.
- Robbins, S. P.( 1993 ). *Organizational behavior : concepts, controversies and applications*. Englewood Cliffs, N. J. : Prentice-Hall.

- Rokeach, M. ( 1973 ) . The Nature of Human Value. N. Y. : Free Press.
- Rosengren, K. E. ( 1989 ) . Media Matter: TV Use in Childhood and Adolescence. Norwood, N.J.: Ablex Pub. Corp.
- Rössler, P. & Brosius, H-B. ( 2001 ). Do Talk Shows Cultivate Adolescents' Views of the World ? A Prolonged-Exposure Experiment. Journal of Communication, March, 143-163.
- Shanahan , J. & Morgan, M. ( 1999 ) . Television and its Viewers Cultivation Theory and Research. Cambridge University Press.
- Shoemaker, P. J., Schooler, C. & Danielson, W. A.( 1989 ). Involvement with the media : recall versus recognition of election information. Journal of Communication Research, 16 ( 1 ) , 78-103.
- Shrum, L. J. ( 2001 ) . Processing Strategy Moderates the Cultivation Effect. Human Communication Research, 27 ( 1 ) , 94-120.
- Silverstone, R. ( 1994 ) . Television and Everyday Life. London : Routledge.
- Swan, K. ( 1998 ) . Social Learning from Saturday Morning Cartoons. In Swan, K., & Meskill, C., & DeMaio, S. ( Eds. ) , Social Learning from Broadcast Television ( pp. 51-84 ) . Cresskill, NJ : Hampton Press, Inc.
- Webster , J. G. & Wakshlag, J. ( 1983 ) . A Theory of Television Program Choice. Communication Research, 10 ( 4 ) , 430-447.
- Zaichkowsky, J. L., ( 1985 ) . Measuring the Involvement Construct, Journal of Consumer Research, 12 ( 4 ) , 341-352.

附錄一 登錄表

登錄員\_\_\_\_\_

集數 \_\_\_\_\_

第一部分、「飛龍在天」價值觀主題分析部分：

請以一句話寫出與「飛龍在天」價值觀相關之主題至少三項：

第二部分、請分析情節段落，就各段落表現出的整體意涵、台詞、戲劇主題等等討論下列價值觀是否呈現在「飛龍在天」劇中。

一、傳統價值體系

(一) 遵從權威：強調在各種角色關係與社會情境中應遵守、順從、尊重及信賴權威。權威的種類很多，在不同的關係與情境中，可以有不同形式的權威。

	無	有
父母		
長者		
丈夫		
首長		
國家		
道德		
規範		
傳統		
校規		

(二) 孝親敬祖：包括了孝事父母及敬祭祖先。

	無	有
傷害父母名譽		
勿使父母擔憂		
願為父母做事		
尊重父母意見		
善加侍奉公婆		
榮耀歸於父母		
父母在不遠遊		
親自供養父母		
繼承父母志業		

(三) 安分守成：安分強調自守本分、與人無爭等面向；守成強調逆來順受、接受現實等面向。

	無	有
自守本分		
與人無爭		
少之為妙		
懷疑自由		
不做非份之想		
逆來順受		
接受事實		
不求進取		
依賴親友		
厚古薄今		

(四) 宿命自保：前者強調少管閒事以避免麻煩，保護自己與家庭；自保表現在積極方面則是自利。

	無	有
掩護家人以脫刑責		
利用關係以謀工作		
把握機會做官發財		
託人關說以免受罰		
願意賄賂以求方便		
插隊以求自便		

(五) 男性優越：其內涵代表男性優於及超越女性的態度。

	無	有
家庭中妻子應順從丈夫		
男主外女主內最為理想		
工作中女人效能不如男人		
政治上女人參與應少於男人		
性生活上女人自由應少於男人		
女人應少在外面拋頭露面		
新娘是否為處女很重要		
女兒價值不如兒子		
女人婚後應冠夫姓		
女子不必受太多教育		
妻子不貞應受嚴厲處罰		

## 二、現代價值體系

(一) 平權開放：強調在各種角色關係中與社會情境中應注重平等權力與開放的政治胸懷。

	無	有
人民可以批評官吏		
學生可以和師長辯論		
子女可以向父母理論		
求學與就業可離鄉背井		
妻子信仰應受丈夫尊重		
非主政團體應監督政權		
開放與容忍的政治胸懷		
勿用媒體檢查制度		
婚姻痛苦則可離婚		
政治改革者可在公共場合演說		
教師講學自由不受政治干預		

(二) 獨立自願：強調在生活與行為上獨立自主，儘量少受別人的影響。

	無	有
只顧自己的事情		
少和鄰居打交道		
不必花太多時間與家人相處		
妻子應按自己的意思做決定		
鄰居吵架不必去勸		
結了婚不要和父母住在一起		
交異性朋友不必告訴父母		
住在都市可以省掉不必要的人情來往		
為追求個人目標得罪別人沒有關係		
成年子女賺的錢應都屬於自己		
去待遇較好的單位工作		

(三) 樂觀進取：包括樂觀的態度和信任的胸懷。

	無	有
科技進步帶來光明前途		
認為民主政治最適合時代需要		
認為只有自由貿易可以使經濟繁榮		
認為很多社會問題將來都可以解決		
相信大多數人都誠實可信		
相信少年犯可經由再教育而變好		
積極進取的精神		

相信個人努力可以克服惡劣環境		
相信個人可以建立美滿家庭		
認為個人應接受更高的教育		
應從工作中不斷學習新的事物		

(四) 尊重情感：強調各種人際關係都應以真實的感情做為主要依據。

	無	有
相愛為交友因素		
相愛為同居因素		
相愛為結婚因素		

(五) 兩性平等：強調男女兩性在教育機會、擔任職務、社會地位以及性生活方面皆應平等。

	無	有
夫妻雙方在人格獨立方面平等		
夫妻雙方在外出工作方面平等		
夫妻雙方在結交朋友方面平等		
夫妻雙方在冠用本姓方面平等		

論文問卷

您好!我是南華大學傳播管理學研究所的學生。為了瞭解「飛龍在天」的收視情形，進行這項學術性的調查研究。下面有許多問題，我們想知道您的意見。訪問約需十分鐘的時間，對於您的回答，我們將嚴格保密，請您安心作答。希望您協助我們完成這次研究。謝謝!

第一部份：收視行為

\_\_1. 請問你每天大約花多少時間看電視?

(1) 1 小時以下(2) 1 小時~3 小時以下 (3) 3 小時~5 小時以下 (4) 5 小時~7 小時以下 (5) 7 小時以上

\_\_2. 請問以前「飛龍在天」播出的時候，您每週收看的次數？

(1) 從不看 (跳答第三部分) (2) 偶爾看 (每週看一、二次) (3) 經常看 (每週看三、四次) (4) 每天看

\_\_3. 請問過去「飛龍在天」播出時，您一星期內每次會完整看完「飛龍在天」次數約有幾次？

(1) 從不會 (2) 偶爾會 (約一、二次) (3) 經常會 (約三、四次) (4) 每次都會看完

\_\_4. 若以 1 小時來計算，請問您過去每次花多少時間收看「飛龍在天」？

(1) 低於 15 分鐘 (0~25%) (2) 16 分鐘至 30 分鐘 (26~50%) (3) 31 分鐘至 45 分鐘 (51~75%) (4) 46 分鐘至 60 分鐘 (76%~100%)

\_\_5. 「飛龍在天」共播了 212 集，請問您看了幾集？

(1) 50 集以下 (2) 51~100 集 (3) 101~150 集 (4) 151~200 集 (5) 201 集以上

\_\_6. 請問您收看民視重播「飛龍在天」的情形？

(1) 從不看(2) 偶爾看 (每週看一、二次) (3) 經常看 (每週看三、四次) (4) 每天看

\_\_7. 請問您收看東森重播「飛龍在天」的情形？

(1) 從不看(2) 偶爾看 (每週看一、二次) (3) 經常看 (每週看三、四次) (4) 每天看

\_\_8. 「飛龍在天」續集在週六、週日播出時，請問您是否有收看？

(1) 從不看 (2) 偶爾看 (3) 每次都一定會看

第二部份：涉入程度

\_\_9. 請問你收看「飛龍在天」時專不專心？

(1) 完全不專心 (2) 不怎麼專心 (3) 還算專心 (4) 非常專心

\_\_10. 請問您認為收看「飛龍在天」，對您個人來說重不重要？

(1) 完全不重要 (2) 不怎麼重要 (3) 還算重要 (4) 非常重要

\_\_11. 請問您喜不喜歡收看「飛龍在天」？

(1) 完全不喜歡 (2) 不怎麼喜歡 (3) 還算喜歡 (4) 非常喜歡

\_\_12. 請問您還記得「飛龍在天」在演些什麼嗎？

(1) 完全不記得 (2) 不怎麼記得 (3) 有一點記得 (4) 記得非常清楚

\_\_13. 過去「飛龍在天」播出時，請問您有沒有在注意「飛龍在天」劇情的變化？

(1) 完全不注意 (2) 不怎麼注意 (3) 還算注意 (4) 非常注意

\_\_14. 請問你過去每次都有準時收看「飛龍在天」嗎？

(1) 完全不準時 (2) 不怎麼準時 (3) 還算準時 (4) 非常準時

\_\_15. 請問您過去看完「飛龍在天」後會不會和其他人討論？

(1) 從來沒有 (2) 很少 (3) 偶爾 (4) 經常

\_\_16. 請問您對於演出「飛龍在天」這部戲相關演員的訊息有沒有興趣？

(1) 完全沒興趣 (2) 不怎麼有興趣 (3) 還算有興趣 (4) 非常有興趣

\_\_17. 請問您對於參加「飛龍在天」call in 送獎金或獎品的活動有沒有興趣？

(1) 完全沒興趣 (2) 不怎麼有興趣 (3) 還算有興趣 (4) 非常有興趣

**第三部份：個人價值觀（請衡量以下價值觀對您日常生活的重要性程度）**

	非常 不重要	不重要	有點 不重要	普通	有點 重要	重要	非常 重要
18. 受尊重							
19. 安全感							
20. 成就感							
21. 刺激冒險							
22. 自我滿足							
23. 歸屬感							
24. 趣味人生							
25. 自尊							
26. 溫暖的人際關係							

**第四部份「飛龍在天」價值觀的認同程度（針對以下之敘述句，表達出您的看法）**

非常不同意    不同意    普通    同意    非常同意

	非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
情愛：					
27. 真心相愛的人就應該在一起					
28. 為了愛情可以犧牲一切					
性別角色：					
29. 男人應承擔家庭大部分的責任					

30. 女人應遵守三從四德					
忠孝：					
31. 對國家社會盡忠的人應受尊敬					
32. 不要讓父母為自己擔心					
仇恨：					
33. 為達到目標可以不管所使用方法是 否光明正大					
34. 背叛者通常都不會有好下場					
35. 有仇必報的觀念是正確的					
人情義理：					
36. 社會上應該要有正義和公理					
37. 朋友有困難時應伸出援手					
38. 邪惡永遠無法戰勝正義					
團結合作：					
39. 同心協力才能成大事					
遵從權威：					
40. 晚輩應聽從長輩的話					
41. 晚輩應尊敬長輩					
社會秩序：					
42. 國家社會的安定很重要					
43. 人與人之間應該要和平相處					
寬恕：					
44. 知錯能改的人應該被原諒					
安分守成：					
45. 有些事情只要盡人事、聽天命就可 以了					
46. 善惡的報應不是人能決定，而是天 註定					

第五部份 請您回答個人相關資料

\_\_47. 性別：(1) 男 (2) 女

\_\_48. 居住地區是：(1) 台北市 (2) 嘉義縣

\_\_49. 請問您的年齡：

(1) 15-19 歲以下 (2) 20-34 歲以下 (3) 35-49 歲以下 (4) 50-64 歲以下 (5) 65 歲以上

\_\_50. 請問您父親的籍貫是：

(1)本省閩南人(2)本省客家人(3)大陸各省市(4)原住民(5)其他

\_\_51.請問您的最高學歷是：

(1)國小以及不識字(2)國中(3)高中/職(4)專科/大學  
(5)研究所及以上

\_\_52.請問您父親的最高學歷是：

(1)國小以及不識字(2)國中(3)高中/職(4)專科/大學  
(5)研究所及以上

\_\_53.請問您的職業：

(1)工業(製造業、礦業及土石採取業、水電燃氣業、營造業)(2)軍、公、教(3)服務業(批發、零售或餐飲業、運輸倉儲或通信業、金融、保險或不動產業)(4)農、林、漁、牧業(5)商業及自由業(6)學生(7)家管(8)其他(含退休、無業/待業中)\_\_\_\_\_

\_\_54.請問您父親的職業：

(1)工業(製造業、礦業及土石採取業、水電燃氣業、營造業)(2)軍、公、教(3)服務業(批發、零售或餐飲業、運輸倉儲或通信業、金融、保險或不動產業)(4)農、林、漁、牧業(5)商業及自由業(6)學生(7)家管(8)其他(含退休、無業/待業中)\_\_\_\_\_

\_\_55.請問您每月收入：

(1)15,000元以下(2)15,001~30,000元(3)30,001~50,000元(4)50,001~70,000元(5)70,001~100,000元(6)100,001元以上



附錄三

價 值 觀	次 數
1. 有仇必報的觀念是正確的	14
2. 國家社會的安定很重要	13
3. 晚輩應聽從長輩的話	13
4. 不要讓父母為自己擔心	11
5. 晚輩應尊敬長輩	10
6. 社會上應該要有正義和公理	10
7. 朋友有困難時應伸出援手	10
8. 同心協力才能成大事	10
9. 對國家社會盡忠的人應受尊敬	10
10. 女人應遵守三從四德	10
11. 真心相愛的人就應該在一起	9
12. 為達到目標可以不管所使用方法是否光明正大	9
13. 背叛者通常都不會有好下場	9
14. 為了愛情可以犧牲一切	9
15. 男人應承擔家庭大部分的責任	8
16. 善惡的報應不是人能決定，而是天註定	8
17. 人與人之間應該要和平相處	8
18. 邪惡永遠無法戰勝正義	8
19. 有些事情只要盡人事、聽天命就可以了	8
20. 知錯能改的人應該被原諒	8

附錄四

LDs 戶中選樣程序表

戶中合格人數	其中男性人數	電話尾數	正取受訪者	替代受訪者
1 人	#	#	唯一合格者	#
2 人	0	#	最年輕女性	最年長女性
	1	奇數	唯一男性	唯一女性
	1	偶數	唯一女性	唯一男性
	2	#	最年輕男性	最年長男性
3 人	0	#	最年輕女性	最年長女性
	1	奇數	唯一男性	最年輕女性
	1	偶數	最年輕女性	唯一男性
	2	奇數	最年輕男性	唯一女性
	2	偶數	唯一女性	最年長男性
	3	#	最年輕男性	最年長男性
4 人	0	#	最年輕女性	最年長女性
	1	奇數	唯一男性	最年輕女性
	1	偶數	最年輕女性	最年長女性
	2	奇數	最年輕男性	最年長男性
	2	偶數	最年輕女性	最年長女性
	3	奇數	最年輕男性	最年長男性
	3	偶數	唯一女性	最年輕男性
	4	#	最年輕男性	最年長男性
4 人及以上	0	#	最年輕女性	最年長女性
	1	奇數	唯一男性	最年輕女性
	1	偶數	最年輕女性	最年長女性
	2	奇數	最年輕男性	最年長男性
	2	偶數	最年輕女性	最年長女性
	3	奇數	最年輕男性	最年長男性
	3	偶數	最年輕女性	最年長女性
	4	奇數	最年輕男性	最年長男性
	4	偶數	最年輕女性	最年輕男性
	5	奇數	最年輕男性	最年長男性
	5	偶數	最年輕男性	最年長男性

## 附錄五

### 「飛龍在天」劇情簡介【時代背景：清朝光緒年間．台灣（西元一八八五年）】

故事大綱：

清朝咸豐年末（西元 1860 年），大清因長期以來的閉關鎖國政策，國勢已盛極而衰，西方各國憑藉著船堅砲利，大舉入侵中國。在這個動亂的時代，一段恩怨糾葛的愛恨情仇、揉合著保家衛國的壯烈故事就此展開。

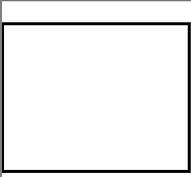
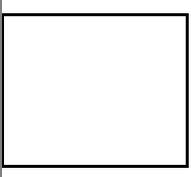
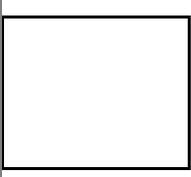
台灣艋舺「忠義堂」武館，世代相傳，濟弱扶傾，於地方上頗富威望。「忠義堂」大弟子魏永來，武藝超群但心胸狹隘、熱中名利，老館主年歲已高，因見永來心術不正，遂決定將館主之位交由二弟子黃萬里繼任。永來不堪受辱，憤而叛離師門投效清廷，並揚言誓報此仇！某日永來重回艋舺，竟以謀逆罪名率朝廷大軍攻打「忠義堂」，老館主危急間遣散眾弟子，自己則為永來所弒，「忠義堂」一夜被滅！萬里趕回師門時，驚見師門被滅、師父身亡，而師弟們均下落不明，連仇家是誰亦不得而知！萬里流浪全台四處探訪案情，卻始終音訊渺茫，心灰意冷之下，遂隱姓埋名，在雞籠一富商徐老爺家做護院。

徐老爺常年往返大陸福建經商，萬里與徐家大小姐惠娘日久生情，兩人珠胎暗結，生下一子。不料徐老爺返台得知真相後，大怒惠娘有辱門風，於是派人將萬里殺死，並狠心將孫子放水流走！惠娘大受打擊下變得渾渾噩噩，被徐老爺帶回福建，從此不知所蹤。原來當日萬里被殺重傷未死，被艋舺林姓大戶之女林阿雪所救，萬里傷癒後感恩圖報，遂娶阿雪為妻，並於艋舺重開「忠義堂」武館，繼承師門遺志，造福鄉里。二十五年後，已是清光緒十年（西元 1885 年），台灣正面臨法蘭西國的虎視眈眈，情勢緊張。此時萬里已將「忠義堂」經營得好生興旺，成為北台灣著名的武館，他與阿雪之子黃飛虎，風流倜儻、武藝高強，乃地方上有名的少年英雄。

萬里的連襟林逢春，當初入贅林家娶了阿雪之姐，繼承林家產業，成為艋舺有名的富商士紳，生有長女林玉紅，在日本留學；兒子林玉樹，在「忠義堂」學藝。這日乃玉紅從日本學成返鄉之日，玉紅的轎子經過菜市場時，忽見一人口販子竟命奴隸阿牛以口拖牛車，取悅觀眾，玉紅見阿牛渾身鞭傷，心下不忍，便將他買下帶回家。逢春久不見女兒，見她一回台灣便帶著一個乞丐回家，不悅下欲趕阿牛出門。玉紅無奈，便央求姨丈萬里收留阿牛，在武館打雜。阿雪早有意撮合飛虎與玉紅表兄妹兩人，不料阿牛出現後，玉紅竟對他百般關心，卻對飛虎不假辭色！心高氣傲的飛虎心懷憤懣，某日發現阿牛竟私下偷學武功，於是決定動用家法，將阿牛打斷雙腿趕出武館！

一波未平、一波又起，阿牛的身世真相會被揭開嗎？他和飛虎兩兄弟與玉紅間的三角戀情，會有什麼感人肺腑的發展呢？當年的永來重現江湖了，想不到他竟然已是手握重兵的台灣府總兵大人，而惠娘更竟然成了總兵夫人！這其中到底有什麼撲朔迷離的恩怨呢？「忠義堂」當年死傷失散弟子的後人陸續出現了，何明秀、謝友煌、杜直、李天九、張寶，這些英雄好漢之間會有什麼可歌可泣的故事？他們身上的香包又到底隱藏著什麼秘密？黃萬里與魏永來的恩怨該如何了結？法蘭西人終於侵略台灣了，誰能夠力挽狂瀾，救百姓於水火之中？

## 飛龍在天 人物介紹

	<p>黃飛龍 (江宏恩飾): 男, 廿五歲, 本名阿牛。剛健正直, 文武兼備, 義薄雲天, 廣結善緣, 因身世淒涼淪落為奴隸, 因緣際會之下抱起火爐留下了「飛龍在天」紋身, 而得以進入「忠義堂」為徒, 賜名黃飛龍。表面上是黃家武館新一代的大弟子, 實則是老館主黃萬里年輕時在外的私生子。</p>
	<p>黃飛虎 (黃少祺飾): 男, 廿三歲。外表玉樹臨風, 但個性孟浪輕浮, 行為乖張, 為萬里與阿雪之子, 武館少館主。對表妹林玉紅情根深種, 無奈玉紅與飛龍兩情相悅, 終因男女情愛及館主繼承之爭而與飛龍結下仇恨, 是手足, 也是宿敵。</p>
	<p>林玉紅 (賈靜雯飾): 女, 廿歲。艷艷大戶林家的千金小姐, 外貌秀麗大方, 因赴日留學, 思想新潮, 敢於主動追求愛情。個性較任性, 與飛龍相戀, 卻又有飛虎居間做梗, 情路走來萬分艱辛。</p>
	<p>白劍英 (賈靜雯飾): 女, 廿歲, 稱霸東南海域的海賊雄霸天之獨生女, 聰明伶俐, 備受寵愛, 天不怕地不怕的個性, 想作什麼就作什麼。長年跟著父親在海上, 略通醫術, 為了想和忠義堂一較高下, 開了一間武館「降龍伏虎館」, 與飛龍、飛虎的情愫糾葛。</p>
	<p>阿如 (小蓁飾): 女, 約廿歲, 白劍英的貼身丫環, 個性調皮少根筋, 對小姐唯命是從。</p>
	<p>何明秀 (張鳳書飾): 女, 廿二歲。美麗靈秀, 為打狗鄉下貧女, 為籌錢醫母病, 乃嫁人沖喜, 不料作了入門寡。個性堅強獨立, 心思細密, 無奈單相思愛上了飛龍, 因而掙扎於謝友煌的愛情中, 是當年「忠義堂」後人之一。</p>
	<p>金蘭花 (韓瑜飾): 女, 20 餘歲, 來自東瀛, 武藝高強深藏不露, 受義父仇恨天之託進行破壞忠義堂的活動, 後知曉自己實為忠義堂第八個香包的傳人, 才了解被義父所利用而深感悔恨。</p>
	<p>黃萬里 (崔浩然飾): 男, 五十歲。「忠義堂」武館館主, 於地方上頗具聲望。外表固執威嚴, 內心慈愛, 早年際遇坎坷, 身負師門大仇未報, 找到了失散的兒子飛龍後, 卻為武館帶來更大的危機! 與死敵魏永來恩怨情仇, 牽纏不清。</p>

	林逢春（李 滔飾）：男，四十餘歲。年輕時改姓入贅林家，即林阿雪的姊夫。妻逝，如願繼承林氏家業，表面行善，沽名釣譽，背地則是專幹違法的惡商，之後為永來所拉攏，陷溺越深不可自拔。
	徐惠娘（梁又南飾）：女，四十餘歲。飛龍生母，當年因與萬里戀情不容於父親，落得夫離子散的下場。後來在唐山嫁給了魏永來，回台灣之後，卻面臨了前夫、後夫仇深似海、以及與飛龍重逢，卻苦於不能相認的痛苦命運中。
	林阿雪（張 琴飾）：女，四十餘歲。萬里妻，自私、心眼狹小，凡事以兒子飛虎為中心，是非不明，無法接受萬里的過去，因愛生恨，間接造成了飛虎走入歧途、與家庭破裂的命運，是一個失敗的可憐女人。
	李天九（李國超飾）：男，廿餘歲。嗜賭如命，但個性純厚，對愛情有憧憬，是飛龍換帖的好兄弟。原非「忠義堂」後人，因緣際會下繼承了香包，成為六壯士之一。
	謝友煌（黃維德飾）：男，廿餘歲。內斂深沉，寡言木訥，身負血海深仇，為訪仇家下落，在鹿港縣衙擔任捕頭。因協助飛龍、玉紅逃避官府捉拿而去官，義氣過人。與明秀有情感發展，是當年「忠義堂」後人之一。
	魏豔秋（李佩怡飾）：女，十七歲，青春活潑，天真善良，為永來獨生女，更是飛龍同母異父的妹妹。與飛虎邂逅後陷入情網，無奈飛虎一心鍾情玉紅而不可得，僅將豔秋視為感情上的替代玩物，令豔秋痛苦不已。
	林玉樹（洪誠陽飾）：男，十八歲，玉紅的弟弟。奸惡，與飛虎同聲一氣，打擊飛龍。
	魏永來（龐祥麟飾）：男，五十餘歲。武藝絕倫、心機深沉，手段毒辣。原為萬里師兄，因受辱而叛離師門，投效清廷後將「忠義堂」滅門雪恨。後來在唐山娶惠娘為妻，受任台灣府總兵來台主持軍務，與萬里及師門後人相逢，為掩飾當年罪行不斷做惡，終難逃命運制裁。
	延輝（霍正奇飾）：男，廿餘歲，忠義堂第七個香包傳人，除了技高一籌的螳螂功外，還擁有編織"天蠶寶衣"的獨門絕活，卻也因此遭受魏永來對他的追殺。

	<p>玉兒（陳仙梅飾）：延輝的妹妹，年輕活潑、善體人意，與哥哥延輝為躲避魏永來的追殺，一路從唐山逃到台灣。</p>
	<p>鳳姐（岳虹飾）：忠義堂香包傳人之一，阿火師收她為乾女兒，成為忠義堂的女弟子之一。</p>
	<p>海霸天（王中皇飾）：白劍英的父親，當初因看不慣台灣官員作風離開台灣，擁有海上雄厚勢力而獨霸一方，後回到台灣欲鏟除異己，建立新霸業。</p>

資料來源：[www.tws.com.tw/tvpromote/html/dragon/dragon.main.htm](http://www.tws.com.tw/tvpromote/html/dragon/dragon.main.htm). On-line available：2002/7/5

表 3：樣本與母體的卡方檢定

( ) 代表百分比

		台北市		卡方檢定
		本研究抽樣資料	母體資料	
性別	男性	84 ( 51.2% )	1,309,308 ( 49.5% )	$\chi^2 = 0.22, df=1$ $p=0.639$ , 不顯著
	女性	80 ( 48.8% )	1,337,166 ( 50.5% )	
年齡	15~64 歲以下	151 ( 73.8% )	1,863,960 ( 70.7% )	$\chi^2 = 2.143, df=1$ $p=0.143$ , 不顯著
	65 歲以上	13 ( 6.3% )	247,825 ( 9.4% )	
		嘉義縣		卡方檢定
		本研究抽樣資料	母體資料	
性別	男性	77 ( 50% )	296,936 ( 52.8% )	$\chi^2 = 0.417, df=1$ $p=0.519$ , 不顯著
	女性	77 ( 50% )	265,369 ( 47.2% )	
年齡	15~64 歲以下	138 ( 72.6% )	386,077 ( 68.7% )	$\chi^2 = 1.909, df=1$ $p=0.167$ , 不顯著
	65 歲以上	16 ( 8.4% )	69,766 ( 12.4% )	

資料來源：中華民國 90 年台北市統計要覽；中華民國 89 年嘉義縣統計要覽

表 4：樣本之人口基本資料分佈表 ( N=318 )

變數	分類	樣本數	比例	變數	分類	樣本數	比例
性別	男	161	50.6 %	居住地區	台北市	164	51.6 %
	女	157	49.4 %		嘉義縣	154	48.4 %
年齡	15-19 歲	26	8.2 %	父親教育程度	國小以下	150	47.2 %
	20-34 歲	114	35.8 %		國中	57	17.9 %
	35-49 歲	88	27.7 %		高中職	64	20.1 %
	50-64 歲	61	19.2 %		專科/大學	43	13.5 %
	65 歲以上	29	9.1 %		研究所以以上	2	0.6 %
	missing				missing	2	0.6 %
籍貫	閩南人	216	67.9 %	教育程度	國小以下	46	14.5 %
	客家人	41	12.9 %		國中	39	12.3 %
	大陸各省人	54	17 %		高中職	77	24.2 %
	原住民	3	0.9 %		專科/大學	135	42.5 %
	其他	4	1.3 %		研究所以以上	21	6.6 %
職業	工業	70	22 %	父親職業	工業	66	20.8 %
	軍公教	11	3.5 %		軍公教	30	9.4 %
	服務業	85	26.7 %		服務業	34	10.7 %
	農林漁牧	22	6.9 %		農林漁牧	46	14.5 %
	商業及自由業	47	14.8 %		商業及自由業	44	13.8 %
	學生	43	13.5 %		家管	2	0.6 %
	家管	24	7.5 %		其他	94	29.6 %
	其他	16	5 %		missing	2	0.6 %

收 入	15,000 以下	81	25.5 %	
	15,001-30,000	61	19.2 %	
	30,001-50,000	121	38.1 %	
	50,001-70,000	37	11.6 %	
	70,001-100,000	9	2.8 %	
	100,001 以上	6	1.9 %	
	missing	3	0.9 %	

表5-1 受訪者每天看電視之時間(N=318)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1小時以下	73	23.0	23.0	23.0
1~3小時以下	145	45.6	45.6	68.6
3~5小時以下	86	27.0	27.0	95.6
5~7小時以下	9	2.8	2.8	98.4
7小時以上	5	1.6	1.6	100.0
Total	318	100.0	100.0	

表5-2 受訪者每週收看「飛龍在天」之次數(N=318)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 從不看	103	32.4	32.4	32.4
偶爾看	127	39.9	39.9	72.3
經常看	55	17.3	17.3	89.6
每天看	33	10.4	10.4	100.0
Total	318	100.0	100.0	

表5-3 受訪者每週會完整看完「飛龍在天」之次數(n=215)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 從不會	46	14.5	21.4	21.4
偶爾會	74	23.3	34.4	55.8
經常會	54	17.0	25.1	80.9
每次都看完	41	12.9	19.1	100.0
Total	215	67.6	100.0	
Missing System	103	32.4		
Total	318	100.0		

表5-4 受訪者每次收看「飛龍在天」的時間(n=215)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 低於15分鐘	38	11.9	17.7	17.7
16分鐘至30分鐘	47	14.8	21.9	39.5
31分鐘至45分鐘	49	15.4	22.8	62.3
46分鐘至60分鐘	81	25.5	37.7	100.0
Total	215	67.6	100.0	
Missing System	103	32.4		
Total	318	100.0		

表5-5 受訪者收看「飛龍在天」之總集數(n=215)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	50集以下	94	29.6	43.7	43.7
	51-100集	34	10.7	15.8	59.5
	101-150集	36	11.3	16.7	76.3
	151-200集	31	9.7	14.4	90.7
	201集以上	20	6.3	9.3	100.0
	Total	215	67.6	100.0	
Missing	System	103	32.4		
Total		318	100.0		

表5-6 受訪者過去每週收看民視重播「飛龍在天」的情形(n=215)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	從不看	113	35.5	52.6	52.6
	偶爾看	71	22.3	33.0	85.6
	經常看	21	6.6	9.8	95.3
	每天看	10	3.1	4.7	100.0
	Total	215	67.6	100.0	
Missing	System	103	32.4		
Total		318	100.0		

表5-7 受訪者過去收看東森重播「飛龍在天」的情形(n=215)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	從不看	153	48.1	71.2	71.2
	偶爾看	52	16.4	24.2	95.3
	經常看	7	2.2	3.3	98.6
	每天看	3	.9	1.4	100.0
	Total	215	67.6	100.0	
Missing	System	103	32.4		
Total		318	100.0		

表5-8 受訪者過去收看「飛龍在天」續集之情形(n=215)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	從不看	106	33.3	49.3	49.3
	偶爾看	87	27.4	40.5	89.8
	每次都一定會看	22	6.9	10.2	100.0
	Total	215	67.6	100.0	
Missing	System	103	32.4		
Total		318	100.0		

表6-1 受訪者收看「飛龍在天」的專心程度(n=215)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	完全不專心	13	4.1	6.0	6.0
	不怎麼專心	94	29.6	43.7	49.8
	還算專心	89	28.0	41.4	91.2
	非常專心	19	6.0	8.8	100.0
	Total	215	67.6	100.0	
Missing	System	103	32.4		
Total		318	100.0		

表6-2 受訪者認為收看「飛龍在天」的重要情形(n=215)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	完全不重要	69	21.7	32.1	32.1
	不怎麼重要	88	27.7	40.9	73.0
	還算重要	49	15.4	22.8	95.8
	非常重要	9	2.8	4.2	100.0
	Total	215	67.6	100.0	
Missing	System	103	32.4		
Total		318	100.0		

表6-3 受訪者喜歡「飛龍在天」的程度(n=215)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	完全不喜歡	5	1.6	2.3	2.3
	不怎麼喜歡	72	22.6	33.5	35.8
	還算喜歡	117	36.8	54.4	90.2
	非常喜歡	21	6.6	9.8	100.0
	Total	215	67.6	100.0	
Missing	System	103	32.4		
Total		318	100.0		

表6-4 受訪者對「飛龍在天」的記憶情形(n=215)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	完全不記得	9	2.8	4.2	4.2
	不怎麼記得	59	18.6	27.4	31.6
	有一點記得	120	37.7	55.8	87.4
	記得非常清楚	27	8.5	12.6	100.0
	Total	215	67.6	100.0	
Missing	System	103	32.4		
Total		318	100.0		

表6-5 受訪者收看「飛龍在天」的注意程度(n=215)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	完全不注意	19	6.0	8.8	8.8
	不怎麼注意	84	26.4	39.1	47.9
	還算注意	91	28.6	42.3	90.2
	非常注意	21	6.6	9.8	100.0
	Total	215	67.6	100.0	
Missing	System	103	32.4		
Total		318	100.0		

表6-6 受訪者準時收看「飛龍在天」的情形(n=215)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	完全不準時	54	17.0	25.1	25.1
	不怎麼準時	75	23.6	34.9	60.0
	還算準時	73	23.0	34.0	94.0
	非常準時	13	4.1	6.0	100.0
	Total	215	67.6	100.0	
Missing	System	103	32.4		
Total		318	100.0		

表6-7 受訪者與與人討論「飛龍在天」的情形(n=215)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	從來沒有	51	16.0	23.7	23.7
	很少	82	25.8	38.1	61.9
	偶爾	68	21.4	31.6	93.5
	經常	14	4.4	6.5	100.0
	Total	215	67.6	100.0	
Missing	System	103	32.4		
Total		318	100.0		

表6-8 受訪者對演出「飛龍在天」相關演員訊息的興趣程度(n=215)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	完全沒興趣	60	18.9	27.9	27.9
	不怎麼有興趣	100	31.4	46.5	74.4
	還算有興趣	47	14.8	21.9	96.3
	非常有興趣	8	2.5	3.7	100.0
	Total	215	67.6	100.0	
Missing	System	103	32.4		
Total		318	100.0		

表6-9 受訪者對於參加「飛龍在天」call in 贈獎之興趣程度(n=215)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	完全沒興趣	133	41.8	61.9	61.9
	不怎麼有興趣	53	16.7	24.7	86.5
	還算有興趣	24	7.5	11.2	97.7
	非常有興趣	5	1.6	2.3	100.0
	Total	215	67.6	100.0	
Missing	System	103	32.4		
Total		318	100.0		

表7-1 受訪者個人價值觀之次數分配表與平均數分析 (n=318)

		次數	百分比	累積百分比	平均數	標準差
受 尊	非常不重要	3	0.9	0.9	5.87	1.12
	不重要	2	0.6	1.6		
	有點不重要	6	1.9	3.5		
	普通	22	6.9	10.4		

重	有點重要	55	17.3	27.7		
	重要	130	40.9	68.6		
	非常重要	100	31.4	100		
安 全 感	非常不重要	3	0.9	0.9	5.87	1.12
	不重要	2	0.6	1.6		
	有點不重要	2	0.6	2.2		
	普通	33	10.4	12.6		
	有點重要	46	14.5	27		
	重要	132	41.5	68.6		
	非常重要	100	31.4	100		
成 就 感	非常不重要	3	0.9	0.9	5.69	1.15
	不重要	4	1.3	2.2		
	有點不重要	4	1.3	3.5		
	普通	31	9.7	13.2		
	有點重要	73	23	36.2		
	重要	123	38.7	74.8		
	非常重要	80	25.2	100		
刺 激 冒 險	非常不重要	11	3.5	3.5	4.48	1.44
	不重要	21	6.6	10.1		
	有點不重要	30	9.4	19.5		
	普通	104	32.7	52.2		
	有點重要	67	21.1	73.3		
	重要	63	19.8	93.1		
	非常重要	22	6.9	100		
自 我 滿 足	非常不重要	2	0.6	0.6	5.44	1.19
	不重要	4	1.3	1.9		
	有點不重要	8	2.5	4.4		
	普通	54	17	21.4		
	有點重要	84	6.4	47.8		
	重要	101	31.8	79.6		
	非常重要	65	20.4	100		
歸 屬 感	非常不重要	3	0.9	0.9	5.62	1.17
	不重要	2	0.6	1.6		
	有點不重要	3	0.9	2.5		
	普通	50	15.7	18.2		
	有點重要	65	20.4	38.7		
	重要	118	37.1	75.8		

	非常重要	77	24.2	100		
趣味人生	非常不重要	2	0.6	0.6	5.75	1.06
	不重要	2	0.6	1.3		
	有點不重要	2	0.6	1.9		
	普通	30	9.4	11.3		
	有點重要	75	23.6	34.9		
	重要	128	40.3	75.2		
	非常重要	79	24.8	100		
自尊	非常不重要	2	0.6	0.6	5.9	1.08
	不重要	2	0.6	1.3		
	有點不重要	7	2.2	3.5		
	普通	15	4.7	8.2		
	有點重要	67	21.1	29.2		
	重要	121	38.1	67.3		
	非常重要	104	32.7	100		
溫暖的人際關係	非常不重要	2	0.6	0.6	5.97	1.05
	不重要	0	0.6	0.6		
	有點不重要	4	1.3	1.9		
	普通	22	6.9	8.8		
	有點重要	61	19.2	28		
	重要	111	34.9	62.9		
	非常重要	118	37.1	100		

表7-2 個人價值觀總分與「飛龍在天」價值觀認同程度總分之相關性分析

		「飛龍在天」總分	個人價值觀總分
「飛龍在天」總分	Pearson Correlation	1.000	.217*
	Sig. (2-tailed)	.	.000
	N	318	318
個人價值觀總分	Pearson Correlation	.217*	1.000
	Sig. (2-tailed)	.000	.
	N	318	318

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

表7-3 內在、外在、人際間價值觀與「飛龍在天」價值觀認同程度之相關性分析

		媒介總和	內在價值	外在價值	人際價值
媒介總和	Pearson Correlation	1.000	.137*	.248**	.214*
	Sig. (2-tailed)	.	.015	.000	.000
	N	318	318	318	318
內在價值	Pearson Correlation	.137*	1.000	.712**	.598**
	Sig. (2-tailed)	.015	.	.000	.000
	N	318	318	318	318
外在價值	Pearson Correlation	.248**	.712**	1.000	.659**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.000
	N	318	318	318	318
人際價值	Pearson Correlation	.214**	.598**	.659**	1.000
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.
	N	318	318	318	318

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

表7-4 個人價值觀與「飛龍在天」價值觀認同程度之相關性分析(n=318)

個人價值觀	相關係數
受尊重	**0.173
安全感	**0.195
成就感	**0.189
刺激冒險	-0.02
自我滿足	0.091
歸屬感	**0.249
趣味人生	*0.142
自尊	**0.182
溫暖的人際關係	**0.243

\*\*P<0.01 , \*P<0.05

表8-1 受訪者對「飛龍在天」價值觀認同程度之次數分配與平均數分析(n=318)

		次數	百分比	累積百分比	平均數
真心相愛的人就應該在一起	非常不同意	1	0.3	0.3	3.74
	不同意	25	7.9	8.2	
	普通	72	22.6	30.8	
	同意	177	55.7	86.5	
	非常同意	43	13.5	100	
為了愛情可以犧牲一切	非常不同意	29	9.1	9.1	2.67
	不同意	125	39.3	48.6	
	普通	92	28.9	77.6	
	同意	63	19.8	97.5	
	非常同意	8	2.5	100	

	Missing	1	0.3		
男人應承擔家庭大部分的責任	非常不同意	5	1.6	1.6	3.63
	不同意	36	11.3	12.9	
	普通	85	26.7	39.6	
	同意	137	43.1	82.7	
	非常同意	55	17.3	100	
女人應遵守三從四德	非常不同意	22	6.9	6.9	3.29
	不同意	51	16	23	
	普通	90	28.3	51.3	
	同意	124	39	90.3	
	非常同意	31	9.7	100	
對國家社會盡忠的人應受尊敬	非常不同意	3	0.9	0.9	3.86
	不同意	15	4.7	5.7	
	普通	67	21.1	26.7	
	同意	172	54.1	80.8	
	非常同意	61	19.2	100	
不要讓父母為自己擔心	不同意	3	0.9	0.9	4.29
	普通	30	9.4	10.4	
	同意	156	49.1	59.4	
	非常同意	129	40.6	100	
為達到目標可以不管所使用方法是否光明正大	非常不同意	72	22.6	22.6	2.38
	不同意	124	39	61.6	
	普通	61	19.2	80.8	
	同意	51	16	96.9	
	非常同意	10	3.1	100	
背叛者通常都不會有好下場	非常不同意	7	2.2	2.2	3.43
	不同意	60	18.9	21.1	
	普通	82	25.8	46.9	
	同意	126	39.6	86.5	
	非常同意	43	13.5	100	
有仇必報的觀念是正確的	非常不同意	28	8.8	8.8	2.81
	不同意	106	33.3	42.1	
	普通	99	31.1	73.3	
	同意	69	21.7	95	
	非常同意	16	5	100	
社會上應該要有正義和公理	非常不同意	2	0.6	0.6	4.11
	不同意	5	1.6	2.2	

	普通	48	15.1	17.3	
	同意	164	51.6	68.9	
	非常同意	99	31.1	100	
朋友有困難時應伸出援手	非常不同意	1	0.3	0.3	4.01
	不同意	6	1.9	2.2	
	普通	56	17.6	19.9	
	同意	179	56.3	76.3	
	非常同意	75	23.6	100	
	missing	1	0.3		
邪惡永遠無法戰勝正義	非常不同意	15	4.7	4.7	3.19
	不同意	75	23.6	28.3	
	普通	98	30.8	59.1	
	同意	95	29.9	89	
	非常同意	35	11	100	
同心協力才能成大事	非常不同意	1	0.3	0.3	4.12
	不同意	3	0.9	1.3	
	普通	53	16.7	18	
	同意	160	50.3	68.5	
	非常同意	100	31.4	100	
	missing	1	0.3		
晚輩應聽從長輩的話	非常不同意	2	0.6	0.6	3.63
	不同意	29	9.1	9.7	
	普通	108	34	43.7	
	同意	124	39	82.7	
	非常同意	55	17.3	100	
晚輩應尊敬長輩	非常不同意	1	0.3	0.3	4.08
	不同意	7	2.2	2.5	
	普通	46	14.5	17	
	同意	175	55	72	
	非常同意	89	28	100	
國家社會的安定很重要	不同意	3	0.9	0.9	4.24
	普通	42	13.2	14.2	
	同意	148	46.5	60.7	
	非常同意	125	39.3	100	
人與人之間應該要和平相處	非常不同意	1	0.3	0.3	4.21
	不同意	2	0.6	0.9	
	普通	41	12.9	13.8	

	同意	158	49.7	63.5	
	非常同意	116	36.5	100	
知錯能改的人應該被原諒	非常不同意	1	0.3	0.3	3.78
	不同意	10	3.1	3.5	
	普通	94	29.6	33	
	同意	167	52.5	85.5	
	非常同意	46	14.5	100	
有些事情只要盡人事、聽天命 就可以了	非常不同意	9	2.8	2.8	3.43
	不同意	45	14.2	17	
	普通	98	30.8	47.8	
	同意	131	41.2	89	
	非常同意	35	11	100	
善惡的報應不是人能決定，而 是天註定	非常不同意	21	6.6	6.6	3.14
	不同意	77	24.2	30.9	
	普通	91	28.6	59.6	
	同意	93	29.2	89	
	非常同意	35	11	100	
	missing	1	0.3		

表8-2 受訪者對「飛龍在天」價值觀的認同程度分數之次數分配表  
(n=318)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
認同 分數	50-59分	17	5.3	5.3
	60-69分	105	33.0	38.4
	70-79分	145	45.6	84.0
	80-89分	46	14.5	98.4
	90-100分	5	1.6	100.0
Total	318	100.0	100.0	

表9-1 「飛龍在天」收視程度分類

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	輕度收視者	112	35.2	52.1
	中度收視者	73	23.0	86.0
	重度收視者	30	9.4	100.0
	Total	215	67.6	100.0
Missing	System	103	32.4	
Total	318	100.0		

表9-2收視程度與「飛龍在天」價值觀認同程度得分之變異數分析(n=215)

收視程度	平均數	F值	顯著性	雪費檢定
輕度收視	71.50	4.347	* 0.014	輕度/重度
中度收視	73.12			
重度收視	76.27			

\*P<0.05

表9-2-1是否收看「飛龍在天」與「飛龍在天」價值觀認同程度得分之分析(n=318)

媒介內容價值觀分數	平均數	t值	顯著性
有看	72.72	-2.333	*0.020
沒看	70.54		

\*P<0.05

表9-3 「飛龍在天」涉入程度分類

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	低涉入者	64	20.1	29.8	29.8
	中度涉入者	119	37.4	55.3	85.1
	高涉入者	32	10.1	14.9	100.0
	Total	215	67.6	100.0	
Missing	System	103	32.4		
Total		318	100.0		

表9-4涉入程度與「飛龍在天」價值觀認同程度得分之變異數分析(n=215)

涉入程度	平均數	F值	顯著性	雪費檢定
低涉入者	70.08	9.839	** 0.000	低涉入/高涉入
中度涉入者	72.83			中涉入/高涉入
高涉入者	77.56			

\*\*P<0.01

表10-1 收視行為總分、涉入程度總分與個人價值觀總分之相關分析

		收視總分	涉入總分	個人價值觀總分
收視總分	Pearson Correlation	1.000	.789**	-.038
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.580
	N	215	215	215
涉入總分	Pearson Correlation	.789**	1.000	.036
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.604
	N	215	215	215
個人價值觀總分	Pearson Correlation	-.038	.036	1.000
	Sig. (2-tailed)	.580	.604	.
	N	215	215	318

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

表11-1 人口變項與是否收看「飛龍在天」之交叉分析(n=318)

		沒看	有看	合計	卡方檢定
性別	男性	60	101	161	2=3.542, df=1, P>.05
	女性	43	114	157	
居住地	台北市	64	100	164	2=6.807, df=1, **P<.01
	嘉義縣	39	115	154	
年齡	15-19歲	6	20	26	2=5.393, df=4, P>.05
	20-34歲	39	75	114	
	35-49歲	35	53	88	
	50-64歲	15	46	61	
	65歲以上	8	21	29	
籍貫	閩南人	64	152	216	2=3.42, df=2, P>.05
	客家人	18	23	41	
	大陸各省市人	19	35	54	
教育程度	國小以下	7	39	46	2=11.99, df=4, *P<.05
	國中	10	29	39	
	高中/職	29	48	77	
	專科/大學	46	89	134	
	研究所	11	10	21	
父親教育程度	國小以下	38	112	150	2=13.344, df=3, **P<.01
	國中	16	41	57	
	高中/職	23	41	64	
	大專以上	24	21	45	
	工業	21	49	70	2=7.354, df=6, P>.05

職業	服務業	34	51	85	
	農林漁牧	7	15	22	
	商業及自由業	17	30	47	
	學生	10	33	43	
	家管	4	20	24	
	其他	10	17	27	
父親職業	工業	27	39	66	2=5.64, df=5, P>.05
	軍公教	11	19	30	
	服務業	9	25	34	
	農林漁牧	11	35	46	
	商業及自由業	11	33	44	
	其他	32	64	96	
收入	15000元以下	18	63	81	2=8.596, df=3, *P<.05
	15001-30000元	17	44	61	
	30001-50000元	44	77	121	
	50001元以上	23	29	52	

表11-2 性別、居住地區與收視行為分數之 t 檢定

收視行為分數		平均數	t值	顯著性
性別	男	14.27	-1.218	0.225
	女	15.10		
居住地區	台北市	14.08	-1.726	0.086
	嘉義縣	15.25		

表11-3 年齡、教育程度、籍貫、職業、收入、父親教育程度、父親職業與

收視行為分數之變異數分析

收視行為分數		平均數	F值	顯著性	雪費檢定
年齡	(1) 15-19歲	14.55	5.667	**0.000	(2)/(4)
	(2) 20-34歲	13.12			(2)/(5)
	(3) 35-49歲	14.36			
	(4) 50-64歲	16.37			
	(5) 65歲以上	17.76			
籍貫	(1) 閩南人	14.84	0.706	0.589	
	(2) 客家人	15.13			
	(3) 大陸各省市人	13.94			
	(4) 原住民	10.50			
	(5) 其他	16.33			
教育	(1) 國小以下	17.74	9.404	**0.000	(1)/(4)
	(2) 國中	15.62			(1)/(5)

程 度	(3) 高中/職	15.54			
	(4) 專科/大學	13.07			
	(5) 研究所	10.80			
父 親 教 育 程 度	(1) 國小以下	14.84	2.973	*0.02	
	(2) 國中	15.88			
	(3) 高中/職	14.80			
	(4) 專科/大學	11.79			
	(5) 研究所	9.00			
職  業	(1) 工業	14.92	3.060	**0.004	(3)/(7) (6)/(7)
	(2) 軍公教	13.00			
	(3) 服務業	13.90			
	(4) 農林漁牧	15.87			
	(5) 商業及自由業	14.27			
	(6) 學生	13.09			
	(7) 家管	18.75			
	(8) 其他	15.55			
父 親 職 業	(1) 工業	14.51	0.554	0.767	
	(2) 軍公教	14.58			
	(3) 服務業	14.08			
	(4) 農林漁牧	15.83			
	(5) 商業及自由業	13.85			
	(6) 家管	14.50			
	(7) 其他	14.95			
收  入	(1) 15000元以下	15.79	1.723	0.131	
	(2) 15001-30000元	14.59			
	(3) 30001-50000元	13.82			
	(4) 50001-70000元	16.00			
	(5) 70001-100000元	11.75			
	(6) 100001元以上	13.40			

\*\*P<.01

表12-1 性別、居住地區與涉入程度分數之 t 檢定

涉入程度分數		平均數	t 值	顯著性
性別	男	20.12	-1.037	0.301
	女	20.85		
居住地區	台北市	20.39	-0.309	0.758
	嘉義縣	20.61		

表12-2 年齡、教育程度、籍貫、職業、收入、父親教育程度、

父親職業與涉入程度分數之變異數分析

涉入分數		平均數	F值	顯著性	雪費檢定
年 齡	(1) 15-19歲	21.75	4.998	**0.001	(2)/(4) (2)/(5)
	(2) 20-34歲	18.68			
	(3) 35-49歲	20.51			
	(4) 50-64歲	21.74			
	(5) 65歲以上	23.14			
籍 貫	(1) 閩南人	20.47	1.108	0.354	
	(2) 客家人	21.96			
	(3) 大陸各省市人	20.00			
	(4) 原住民	15.00			
	(5) 其他	20.67			
教 育 程 度	(1) 國小以下	23.08	5.623	**0.000	(1)/(4) (1)/(5)
	(2) 國中	20.79			
	(3) 高中/職	21.40			
	(4) 專科/大學	19.15			
	(5) 研究所	17.50			
父 親 教 育 程 度	(1) 國小以下	20.59	1.928	0.107	
	(2) 國中	21.27			
	(3) 高中/職	20.88			
	(4) 專科/大學	18.21			
	(5) 研究所	14.50			
職 業	(1) 工業	20.94	1.178	0.317	
	(2) 軍公教	19.83			
	(3) 服務業	19.73			
	(4) 農林漁牧	21.00			
	(5) 商業及自由業	19.20			
	(6) 學生	20.45			
	(7) 家管	22.90			
	(8) 其他	21.27			
父 親 職 業	(1) 工業	20.18	0.459	0.838	
	(2) 軍公教	20.53			
	(3) 服務業	19.56			
	(4) 農林漁牧	20.74			
	(5) 商業及自由業	20.79			
	(6) 家管	16.50			
	(7) 其他	20.94			

收 入	(1) 15000元以下	21.48	1.545	0.177	
	(2) 15001-30000元	20.70			
	(3) 30001-50000元	19.64			
	(4) 50001-70000元	21.60			
	(5) 70001-100000元	17.75			
	(6) 100001元以上	18.00			

\*\*P<.01

表13-1 性別、居住地區與「飛龍在天」價值觀認同分數之 t 檢定

「飛龍在天」價值觀認同分數		平均數	t值	顯著性
性別	男	72.57	1.291	0.198
	女	71.44		
居住地區	台北市	71.74	-0.628	0.531
	嘉義縣	72.30		

表13-2 年齡、教育程度、籍貫、職業、收入、父親教育程度、父親職業與「飛龍在天」價值觀認同分數之變異數分析

認同分數		平均數	F值	顯著性	雪費檢定
年 齡	(1) 15-19歲	72.77	1.973	0.098	
	(2) 20-34歲	70.46			
	(3) 35-49歲	72.39			
	(4) 50-64歲	73.46			
	(5) 65歲以上	73.28			
籍 貫	(1) 閩南人	72.35	1.394	0.236	
	(2) 客家人	71.68			
	(3) 大陸各省市人	70.31			
	(4) 原住民	76.33			
	(5) 其他	77.00			
教 育 程 度	(1) 國小以下	77.50	8.349	**0.000	(1)/(3)
	(2) 國中	72.54			(1)/(4)
	(3) 高中/職	71.68			(1)/(5)

度	(4) 專科/大學	70.70			
	(5) 研究所	68.67			
父親教育程度	(1) 國小以下	73.39	3.457	**0.009	
	(2) 國中	72.37			
	(3) 高中/職	70.13			
	(4) 專科/大學	70.56			
	(5) 研究所	62.00			
職業	(1) 工業	71.60	1.704	0.107	
	(2) 軍公教	70.45			
	(3) 服務業	71.59			
	(4) 農林漁牧	73.95			
	(5) 商業及自由業	70.74			
	(6) 學生	71.98			
	(7) 家管	76.58			
	(8) 其他	71.44			
父親職業	(1) 工業	70.20	1.935	0.075	
	(2) 軍公教	70.13			
	(3) 服務業	71.15			
	(4) 農林漁牧	73.41			
	(5) 商業及自由業	72.02			
	(6) 家管	79.50			
	(7) 其他	73.23			
收入	(1) 15000元以下	73.20	1.307	0.261	
	(2) 15001-30000元	71.70			
	(3) 30001-50000元	71.81			
	(4) 50001-70000元	72.38			
	(5) 70001-100000元	68.22			
	(6) 100001元以上	67.17			

\*\*P<.01