

研究論文

「救急」的媒介溝通效果：以災難新聞為例

羅雁紅、鍾宜珈

摘要

本研究探討新聞媒體如何在緊急事件下發揮媒介溝通效果而影響閱聽眾之助人意願。以電視災難新聞的不同特性為模擬情境影片，進行實驗操作，將向下比較視為中介變數，探討對立即直接利他意願之影響。結果顯示新聞媒體報導時，閱聽眾越感受到傳播出災難新聞特性，越會有社會比較效果，且向下比較發揮中介角色對立即直接利他意願產生正面影響。其中，急迫性具最大綜效。新聞媒體扮演社會教育的角色，另有助於緊急災難事件之相關協助。

關鍵詞：不確定性、立即直接利他意願、向下比較、災難新聞、急迫性

羅雁紅，中國文化大學廣告系副教授。研究興趣：消費者行為與閱聽眾心理學、文化創意產業管理與行銷、社會文化心理學。電郵：lyh12@faculty.pccu.edu.tw

鍾宜珈，交通大學傳播研究所碩士生。研究興趣：媒介效果研究、社群網站研究。電郵：yjiachung@gmail.com

論文投稿日期：2014年6月3日。論文接受日期：2015年8月4日。

Research Article

The Media Communicative Effect of Helping in an Emergency: An Example of Disaster News

Yen-Hung LO, Yi-Jia CHUNG

Abstract

The study develops the experimental scenario of a disaster news film and a questionnaire to test the communicative effects of the four different characteristics of disaster news on the audience's promptly directive altruistic intention via the mediating variable of social comparison. The research results showed that the news media communicated different characteristics of the disaster news. The more that the audiences perceived these characteristics, the more they reported a downward social comparison. In addition, the downward social comparison had a mediating effect on the promptly directive altruistic intention. Among the characteristics, urgency had the greatest effect on altruistic intention. The news media plays the role of social education and supplies relevant assistance when the emergent disaster occurs.

Yen-Hung LO (Associate Professor). Department of Advertising, Chinese Culture University, Taiwan. Research interests: consumer behaviors and psychology of audience, management and marketing of cultural and creative industry, social-cultural psychology.

Yi-Jia CHUNG (MA Student). Institute of Communication Studies, National Chiao Tung University, Taiwan. Research interests: media effect, social media studies.

Keywords: disaster news, uncertainty, promptly directive altruistic intention, downward social comparison, urgency

Citation of this article: Lo, Y.-H., & Chung, Y.-J. (2016). The media communicative effect of helping in an emergency: An example of disaster news. *Communication & Society*, 38, 37–82.

引言

近年來災難事件發生次數日益頻繁且對社會影響性越來越大，在災難事件中，「自然災難」特別受到關注，其於任何時間或地點都有可能無預警發生且有逐年增加之趨勢，一旦發生更造成人類生命與財產的嚴重損失，如：2009年臺灣的八八水災，其豪雨洪害重創台灣南部(楊永年，2009)。緊急的自然災難事件不但會對人類的身體、心理與財產造成威脅(羅廷瑛、張景媛，2001；許文耀，2003；吳治勳、陳淑惠、翁儷禎、吳英璋，2008)，亦會形塑一個國家的集體記憶(Birkland, 1997)，因此受到各國政府、學界及新聞媒體之重視，促動許多新聞傳播媒體的報導(林元輝，2000；Tanner, Friedman, Koskan, & Barr, 2009)。這些緊急的自然災難事件透過新聞媒介的報導後，常能在短時間內募集到大量的人力與物資，其是否扮演了一個媒介溝通之角色，讓認識或不認識的人有互動交流的機會，進而讓一方(如：閱聽眾)決定盡速作出幫助或不幫助另一方(如：受災戶)，換句話說，災難新聞是否傳播了某些特性讓閱聽眾感受到，進而願意協助他人的意願(在社會心理學稱之為利他意願)(Batson, 1987; Moore, Underwood, & Rosenhan, 1973; Weinstein & Ryan, 2010)，這種救急之行為意願為本研究欲深究之問題。

再者，許多例子亦發現作出此立即性捐款之利他行為之閱聽眾個人本身的經濟並非在社會上是很富裕的，新聞媒體在報導災難新聞時，閱聽眾在接收這樣的訊息之後，是如何解讀並作自我知覺考量(如：經濟、能力、時間等)，讓閱聽眾思考個體本身與受災戶或其他社會上的參考對象的訊息(Wood, 1996)，進而產生利他意願的結果？Wood(1996)稱此人際交流間的思考過程為社會比較過程。雖然過去國內外已有針對自然災難與利他之相關研究，有以情緒反應之同理心或同情心為探討變項(任慈，2011；Banfield & Dovidio, 2012; Einolf, 2012; Li, Li, Decety, & Lee, 2013)，然而這些研究重點並未針對電視新聞媒介或媒體角度，而以自然災難事件為重心。而Zagefka, Noor, & Brown(2013)以同理心探討災難新聞與利他之關係，唯使用平面報紙為研究素材；另Einolf(2012)研究也發現在自然災難發生時，認知面

向比情感面向更能預測實際助人行為。Shipley (2008) 指出社會比較與社會競爭變數在利他研究時，是個重要的影響因子。本研究有別於過去已探討之角度，更著重於媒體傳播訊息與閱聽者接受訊息後之處理過程及結果反應為重點，所以訊息處理之社會比較理論比情感或情緒為中介論點更適合本研究之目的。因此，除了探討災難新聞扮演媒介溝通之角色外，本研究將以閱聽眾感知角度，瞭解閱聽眾在接受災難新聞訊息後，進行內在人際交流的社會比較心理歷程，及對利他意願之影響，並根據上述研究問題與動機彙整出以下研究目的：

- (1) 探討閱聽眾感知到災難新聞所傳播之特性與立即性利他意願之關連性。
- (2) 探討閱聽眾感知到災難新聞所傳播之特性、社會比較及利他意願三者關係。
- (3) 以社會比較觀點建構災難新聞特性之媒介溝通效果模型。
- (4) 研究結果可提供新聞媒體、社會福利機構與閱聽眾救災與傳播教育之參考。

本研究範圍之考量基於電視為主要播放災難事件之媒介，相較於其他媒介更能深入家庭並能發揮極大之傳播效果(林照真，2009)，故本研究以「電視」為主要研究媒介。本研究基於研究目的主要探討媒體報導後，閱聽人願意助人之利他意願，因此媒介溝通效果也以此為限。

文獻回顧與探討

閱聽眾感知之自然災難新聞傳播特性

「災難」可定義為一發生於特定時空之事件，其影響範圍可導致人員傷亡、物質損毀、社會結構瓦解等負面結果(臧國仁、鍾蔚文，2000；Fritz, 1961；Hewitt, 1995；Kreps & Drabek, 1996)。災難伴隨之破壞力強且涉及範圍廣，其情境與成因亦有不同類別，如：自然災難、能量災難、原料災難、活動造成的災難、由長期且劇烈的疾病引發的災難、涉及複雜技術所引發的災難等(Singer & Endreny, 1993)。上述災難不論哪一類型，當發生時，都相當緊急，需要盡快處理，以降低

影響性，皆屬緊急事件；而近年天災不斷且有增加之趨勢，本研究將以「自然災難」作為主要探討議題，不探討涉及人為因素之災難。而自然災難廣泛定義為自然現象所造成之災害，包含了水、旱、病、蟲等因素所導致之災害，如：地震、海嘯、火災、水災、風災、雪災、冰暴、乾旱、土石流、海平面上升與地層下陷、火山爆發、蟲害等(薛理桂、吳宇凡，2011；Lemieux, 2014; Zagefka, Noor, Brown, de Moura, & Hopthrow, 2011)。

有學者針對廣泛性災難提到災難的共同特性，如：Chakravarty (2011) 與Feng & Hong (2008) 認為災難造成的負面後果，對人類的生命與財產可產生強烈衝擊。災難亦賦予政府設定政策議程的機會，相關處理也由政府主導，故經常成為政治作秀的舞台(林照真，2013；Healy & Malhotra, 2009; Schneider, 1995)。彭家發、馮建三、蘇蘅與金溥聰(1997)從災難事件本身特性歸納出災難具備強烈性、出乎意料之外及連續性。

另外，也有學者提出自然災難所具備之特性，如：Lewis (1988) 以決策情境觀點，認為自然災難具備高度風險、不確定性、高度變化、複雜衝突、行動取向、時機緊迫、資訊不全、溝通困難及後果難測的特性；Schneider (1995) 認為自然災難具備嚴重性、廣泛性與迫切性，Porfiriev (1998) 從災民角度出發，提出「連續性」概念，認為災民於自然災難發生之際，能夠迅速適應災難、持續地扮演災前既有的社會角色，透過對他人的責任感來克服自身的恐懼，投入救災工作以減輕自身損失，進而幫助其他災民。湯京平、蔡允棟與黃紀(2002)參考Lewis (1988)、Schneider (1995) 等學者定義，進而發展出自然災難之情境特質具備高度張力、急迫性、不確定性、連鎖反應性及衝突性。

本研究發現許多學者對於特性間之敘述並無多加著墨，有些泛指所有災難特性，而有些針對自然災難之特性，且特性之定義各有其見解，如：彭家發等(1997)與Porfiriev (1998) 所定義之「連續性」截然不同，前者從「災民對於災難的適應性」定義；後者從「媒體記者的連續追蹤」定義。也有多位學者提及相同意義之名詞，如：Chakravarty (2011) 與Feng & Hong (2008) 提出之「強烈性」、Perry (2007) 與Schneider (1995) 提出之「急迫性」等。或是不同特性名詞但其意涵有重疊之處，如：高

度風險 (Lewis, 1988) 與高度張力 (湯京平等, 2002) 等。由於定義分歧, 因此本研究將過去近 30 年關於自然災難與災難新聞特性之文獻作一整理歸納, 整體原則如下: (1) 需符合自然災難情境; (2) 將多位學者共同提到之特性予以保留 (某些特性只有一位或少數幾位學者提到之特性不予考慮); (3) 將名詞不一致但有共同意涵者進行歸納 (詳見表一)。本研究綜合各學者之研究結果, 發現一般災難與自然災難所具備之特性, 共得出五大類共同意涵, 因此, 自然災難特性涵蓋了: 強烈性、急迫性、不確定性、衝突性與連續性 (見表一)。但考量本研究主要著眼於自然災難本質, 涉及人員或政策等所導致之資訊不全、溝通不良、意見不合或後續投入等非自然災難因素之衝突性及部分連續性, 不進一步列入自然災難新聞傳播特性之討論。

災難新聞是大眾傳播媒體對某種災難事件的系列報導與重新建構, 其涉及災難本身, 也包含警告、復原努力之敘述、災難衝擊的統計等, 這些資訊影響大眾了解災難的形式、態度、理解以及回應 (蔡鶯鶯, 2010; Larson, 1980)。由此可知, 災難新聞報導在災難事件不僅扮演告知訊息的角色, 更影響閱聽人對整個災難事件的解讀。由於閱聽眾大都無法親自體驗到自然災難特性, 只能透過媒體對此自然災難所做之災難新聞來瞭解, 無法針對自然災難特性做衡量。故本研究結合自然災難本身特性與災難新聞概念, 發展出「自然災難新聞傳播特性」之名詞, 且定義為「自然災難事件在透過新聞媒體之溝通媒介報導與重新建構後所傳播出來之特性」。因此, 進一步將上述自然災難特性共同意涵轉化為自然災難新聞傳播特性, 並將有相同意涵之不同名詞, 提出一個新名詞以代表全體, 最終以「強烈性、急迫性、不確定性、連續性」為本研究之四種自然災難新聞傳播特性, 分別為: (1) 強烈性: 電視新聞媒體播報出自然災難事件本身的規模很大或事後帶來的衝擊、損害及傷害; (2) 急迫性: 電視新聞媒體傳播出自然災難具備突發性、救援時間緊急之狀況; (3) 不確定性: 電視新聞媒體呈現出此次自然災難的狀況與影響仍在變化中, 無法有效預測; (4) 連續性: 電視新聞持續觀察與報導自然災難的後續發展及處理情況 (見表一)。因此, 本研究將上述自然災難新聞傳播特性, 作為閱聽眾所接受之訊息, 針對其所感知及解讀災難新聞傳播特性的程度為主要衡量因素。

表一 自然災難新聞所傳播之特性

一般災難與自然災難事件特性之名詞	自然災難特性共同意涵	自然災難傳播特性名詞及定義
<ul style="list-style-type: none"> • Intensity (中文翻譯：強烈性) (彭家發等，1997；Chakravarty, 2011; Feng & Hong, 2008) • Seriousness (Schneider, 1995) • Stress (中文翻譯：高度張力) (湯京平等，2002) • Extensiveness (Schneider, 1995) • High risk (中文翻譯：高度風險) (Lewis, 1988) 	<p>自然災難所導致的負面影響很大，會造成環境、經濟、生命安全、負面情緒之損害。</p> <p>自然災難時常具備突發性、回應時間短暫以及救援時間緊迫之特性。</p>	<p>強烈性：電視新聞媒體播報出自然災難事件本身的規模很大或事後帶來的衝擊、損害及傷害。</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Urgency (中文翻譯：急迫性) (湯京平等，2002；Moe, Gehbauer, Senitz, & Mueller, 2007; Perry, 2007; Schneider, 1995; Sheu, 2007) • Short timing (中文翻譯：時機緊迫) (Lewis, 1988) • Action orientation (中文翻譯：行動取向) (Lewis, 1988) 	<p>自然災難時常具備無預警發生的特性、對人類生命安全與影響範圍也常難以預估。</p>	<p>急迫性：電視新聞媒體播報出自然災難具備突發性、救援時間緊急之狀況。</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Uncertainty (中文翻譯：不確定性) (湯京平等，2002；鄭宇君、陳百齡，2012；Barbarosoglu & Arda, 2004; Birkmann, 2006; Kaniasty & Norris, 2004; Takács, 2010) • Unexpectedness (中文翻譯：出乎意料之外) (彭家發等，1997) • Highly changeable (中文翻譯：高度變化) (Lewis, 1988) • Unpredictable consequences (中文翻譯：後果難測) (Lewis, 1988) 	<p>自然災難時常具備無預警發生的特性、對人類生命安全與影響範圍也常難以預估。</p>	<p>不確定性：電視新聞媒體呈現出此次自然災難的狀況與影響仍在變化中，無法有效預測。</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Conflict (中文翻譯：連鎖反應性) (湯京平等，2002；Majchrzak, Jarvenpaa, & Hollingshead, 2007) • Complication and conflict (中文翻譯：複雜衝突) (Cigler, 1999; Lewis, 1988) • Communication difficulty (中文翻譯：溝通困難) (湯京平等，2002) • Incomplete information (中文翻譯：資訊不全) (Lewis, 1988; Smart & Vertinsky, 1984) 	<p>自然災難所延伸之資訊不全、溝通不良、意見不合，通常涉及非自然災難因素所造成，如：政策、政府、組織與受災戶之間所導致之供需失調、溝通與救災過程的衝突。</p>	<p>衝突性：本研究不採用</p>

(續)表一 自然災難新聞所傳播之特性

一般災難與自然災難事件特性之名詞	自然災難特性共同意涵	自然災難傳播特性名詞及定義
<ul style="list-style-type: none"> • Principle of continuity (張宜君、林宗弘, 2012; Porfiriev, 1998) • Continuity (中文翻譯: 連續性) (彭家發等, 1997; 李春蘭、蔣立琦, 2010) • Link (中文翻譯: 連鎖反應性) (湯京平等, 2002) 	<p>自然災難發生後之發展常維持一段時間, 後續情況同時涉及自然災難本身變化、災民的調適與政府等非災難因素之影響。</p> <p>如: 持續坍塌、連續大雨及醫護人員照料、政府投入、災民情況等。</p> <p>自然災難因素</p>	<p>連續性: 電視新聞持續觀察與報導自然災難的後續發展及處理情況。</p>

註: 本研究製表。

利他意願

利他行為是一種自願、無私、增進他人福利之行為 (Batson, 1987; Moore, Underwood, & Rosenhan, 1973; Weinstein & Ryan, 2010)。過去學者研究利他有從同理心觀點 (Batson & Oleson, 1991; Batson, Eklund, Chermok, Hoyt, & Ortiz, 2007; Cialdini, Brown, Lewis, Luce, & Neuberg, 1997; Eisenberg & Miller, 1987)、正面情緒觀點 (Isen & Levin, 1972; Kahana, Bhatta, Lovegreen, Kahana, & Midlarsky, 2013; Lyubomirsky, King, & Diener, 2005; Post, 2005; Seligman & Csikszentmihalyi, 2000), 也有從負面情緒觀點進行分析 (Anderman, 1972; Brandstätter, 2000; Cialdini, Kenrick, & Baumann, 1982; Maner, DeWall, Baumeister, & Schaller, 2007)。楊牧貞、陳沐新 (2011) 進一步發現災難情境雖會導致負面情緒, 卻有助於利他意願之產生。丁仁傑 (1999) 認為利他助人行為主要分為非緊急性的利他助人行為與緊急性的利他助人行為, 前者涉及較長計劃之過程, 行動者的行為通常能維持較久; 後者涉及在一個偶發、獨立性事件, 個人對陌生人所需要的緊急援助而做出立即的利他行動反應。進一步推論社福機構之狀況, 其一般性募款較屬於非緊急性的利他, 而緊急事件, 如災難事件之緊急或急迫性較屬於緊急

性的利他助人行為。協助一般性貧窮的缺錢問題，常被認為是非緊急性事件的利他概念，換句話說，是長期性問題，很多民眾可能在評估自我能力後，自認幫不上忙或無法相對地長期承諾捐助而放棄，通常只有少數人願意幫助，此屬評估下有計劃之捐助，較具持續性。緊急性利他被認為「救急」的概念，民眾較傾向願意作出立即性回應來幫助「急」的情況，而過去針對自然災難或自然災難新聞與利他關係之相關研究也發現有正面影響(Banfield & Dovidio, 2012; Einolf, 2012; Li, Li, Decety, & Lee, 2013; Zagefka, Noor, & Brown, 2013)，進而推論出閱聽眾感知到自然災難新聞傳播特性的程度對利他意願會有正面影響。

利他行為對人、對企業，甚至對社會和國家皆具影響性，然而要產生利他行為，必須先有利他意願之產生。本研究所探討之利他意願，意指閱聽眾接觸媒介之後，產生一種願意幫助受災戶的行為意願，透過媒介的傳播、溝通進而對閱聽眾產生可能性之影響。媒介效果最早可從子彈理論談起，直至70年代的宏觀效果理論皆闡述大眾傳播效果的有效影響性。媒介溝通效果根植於此理論基礎，認為媒介對閱聽人之行為影響可分成認知、情感、行為三個階段。Lavidge & Steiner (1961) 所發展之傳播溝通效果模式，涵蓋六個循序漸進之行動步驟，此六步驟又可分為三種層次，分別是認知、情感與行為層次。認知層次意即閱聽人對訊息的知悉程度，情感層次則是閱聽人對訊息之態度，行為層次則指閱聽人對訊息的行為反應(Severin & Tankard, 1995, p. 18)。

本研究所探討之利他意願，在衡量構面部份是採用傳播效果中「認知、情感、行為」三階段中的「行為」部份。本研究不探討認知與情感部份，其原因為認知與情感之傳播效果衡量只限於個人內部層面效果之影響，然而就本研究目的而言，以衡量對於受災戶或社會上其他人可能表現之外顯行為意願為主要效果，故本研究之媒體傳播效果泛指閱聽眾在於接觸媒介之後所反映出願意幫助受災戶之行為意願，即為社會心理學領域所稱之利他行為意願。羅雁紅、鍾宜珈(2014)採用心理學利他意願觀點，針對閱聽眾在觀看身障者代言公益廣告後之效果進行探討，其中經因素分析後，利他意願區分為「直接利他意願」與「間接利他意願」。直接利他意願，包含捐款、捐贈物資、擔任義工或志工、參加募款與慈善義賣活動等；而間接利他意願，如：支持政府的

社會福利政策、支持社會福利團體的存在、鼓勵政府多編列預算來照顧社會福利機構等。若將其與丁仁傑(1999)之利他定義作一比較，可發現兩者描述之利他情境具關聯性，直接利他意願情境如同緊急性利他助人行為一般，個人在一種偶發、獨立之緊急事件對陌生人做出立即的利他行動反應以進行緊急援助；而間接利他意願則與非緊急性利他助人行為較相似，其涉及較長遠、非立即之援助。

因此，本研究將丁仁傑(1999)與羅雁紅、鍾宜珈(2014)對利他意願之定義與概念作一整合，將利他意願區分為「立即直接利他意願」(promptly directive altruistic intention [PDAI])與「非立即間接利他意願」(non-promptly indirective altruistic intention [NPIDAI])。「立即直接利他意願」定義為閱聽眾觀看災難新聞媒體播出後，表達有意願作出立即性幫助受災戶之行為，如：捐款。「非立即間接利他意願」定義為閱聽眾觀看災難新聞媒體播出後，願意以長期、間接性的支持協助受災戶，如：鼓勵政府多編列預算來協助救災。由於本研究主要探討緊急災難事件下「救急」之行為意願，因此本研究範圍以探討「立即直接利他意願」為主。

綜合以上，本研究推論出假設一：閱聽眾感知到自然災難新聞傳播特性的程度對立即直接利他意願有顯著性正面影響(見圖一)。

社會比較

社會比較是指當個人為了瞭解自己本身條件、意見好壞、能力高低時，會與他人進行社會比較(孫蓓如、鄭淑菁，2006；Buckingham, LeBeau, & Klein, 2011; Festinger, 1954; Lin & Kulik, 2002)。蔡佳靜(2004)發現在能力、不確定、負面事件與自我相關的情境下會產生社會比較。本研究所探討之災難事件即為「不確定」、「負面」情境之事件，另外有無「能力」協助受災戶亦是自我能力評估的情境，因此本研究推論出閱聽眾若收看此類新聞後會進行社會比較的訊息處理，故針對社會比較進行探討。

社會心理學家Festinger(1954)最早提出社會比較理論(social comparison theory)，其定義社會比較為個人面臨無法評估自己意見及能力的社會情境時，會嘗試與他人進行比較，並以此建立一個標準，降低

其不確定感；這種社會影響過程與人際之間的比較行為，可視為一種社會心理過程的概念層次。而基於自我改善的動機，個人會傾向在與「能力相關的向度」上，選擇比自己好的人進行比較，來獲取自己該如何改進的訊息，由於比較對象的表現較個人為佳，因此這種比較被稱之為「向上比較」(upward social comparison)。Wood, Taylor, & Lichtman (1985) 從乳癌病人的自我報告中，發現病人會主動提及比自己嚴重的其他病人，並宣稱相較於他們自己的狀況也不算太糟，此時病人的比較對象是「較自己處境為糟的人」，相對於Festinger的向上比較，這種社會比較被稱之為向下比較(downward social comparison)。儘管Festinger與Wood et al. 基於不同的比較動機下(前者以意見能力，後者以處境遭遇)各自發展了向上、向下比較，但兩者都是以個人為基礎去找相似條件下，優於或劣於自己的他人進行比較衡量。Kruglanski & Maysless (1990) 即是以才藝表現與人格特質作為自己與他人進行比較性的評估標準(如：自己的才藝表現比對方好)。此外，Wills (1991) 發現除了向上與向下比較外，亦有平行比較(或稱為對等比較)，但該比較只有在向上比較與向下比較都無法獲得評估時，才會去尋求的替代性訊息，故過去探討社會比較文獻多以向上與向下比較為主。Wood (1989) 認為實際日常生活中引發的社會比較動機可能相當多元，也會因不同情境變化而引發不同的行為目標，使個人選擇不同的比較面向，因此向上與向下比較是可以並存的，不過社會比較背後的心理需求會因個人所處的社會情境而有不同的展現方式，個體所比較的目標與衡量標準也並不總是一致(Van Yperen & Leander, 2014)，因此每一種社會比較形式很可能反映了個體在特定社會情境中所具有的獨特動機歷程。

本研究綜合Festinger (1954)、Wood (1989) 與Wood et al. (1985) 之定義，認為社會比較是一種人與人之間的比較性衡量，故在比較對象的界定上以「人」與「人」的比較為主，若對照到閱聽眾看完災難新聞影片播出後，推估可能影響「閱聽人」與「受災戶」的比較或是與「其他已捐助人、企業主之個人捐贈者」為比較對象，並以「經濟能力、社會地位能力、生活遭遇」為社會比較的評估標準，考量到「災難新聞」本身之新聞情境脈絡，主要以負面災情之呈現以及遭遇較坎坷之受災戶為

主，故本研究在比較對象的選擇上，採取「向下比較」為本研究主要研究的方向，並將「向下比較」定義為「個人會傾向於在與能力、生活遭遇相關的向度上，選擇比自己差的人進行比較」，也進而推論出假設二：閱聽眾感知到自然災難新聞傳播特性的程度對向下比較有顯著性正面影響（見圖一）。

另外，Helgeson & Mickelson (1995) 提出，個體因為考慮利他，而產生社會比較的動機，利用社會比較來進行要不要利他的決策評估，因此類推評估後之結果反應可能決定要利他或不利他之結果，而過去 Isen (1970)、Klein (2003) 在各自的研究中，皆提到實驗項目表現較好的受測者，在向下比較的情境下，都比較願意作出助人行為。另外，Brandstatter (2000)、Pemberton & Sedikides (2001) 針對較親近的同儕作社會比較及助人行為研究時，發現助人行為較少，那是因為同儕競爭，越親近的同儕，越會有競爭或忌妒情緒反應，怕協助之後同儕反而超越自己，相反地，對於不熟悉或比較不親近的人，反而比較願意作出助人行為，而後續在 Shipley (2008) 的研究中也發現社會競爭與社會比較對利他的影響，而本研究的情境即是狀況較好的閱聽眾，針對不認識且無競爭關係的受災戶進行評估，因此推論向下比較對利他意願有正面影響之假設三（見圖一）。

Wood (1996) 認為社會比較是一種過程，即個體思考個人本身及他人相關訊息之過程，其涵蓋三階段，分別是：獲得社會訊息 (acquiring)、考量社會訊息 (thinking about) 及對社會訊息的回應 (reacting to)。本研究呼應此觀點，認為在自然災難新聞訊息的閱聽下，電視新聞媒體傳播出自然災難新聞的特性，閱聽眾接收此特性的訊息，此過程為獲得社會訊息階段，也是從媒介角度轉為閱聽者角度之過程。而當閱聽眾接收此特性內容，於內在進行與他人(受災戶)的比較，此為考量評估社會訊息的中間階段。訊息評估的結果，是閱聽眾最後是否願意利他的決策，此為社會訊息回應的階段。其中「向下比較」之社會比較可能扮演中介角色作為內在與他人比較來評估訊息之過程，進而推論出假設四：閱聽眾感知到自然災難新聞傳播特性的程度會透過向下比較的中介，進而影響立即直接利他意願（見圖一）。運用此觀點建構出本研究概念性架構模式，其適當性也進一步檢驗，故推論出假設五（見圖一）。

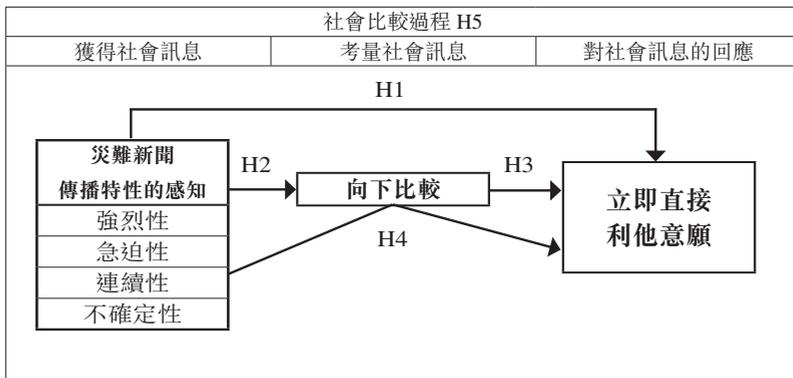
綜合以上，本研究認為在自然災難新聞報導的情境下，因為是一個負面災情事件、受災戶是不熟悉且無競爭的對象，所以採取社會比較之「向下比較」面向，並採用 Wood (1996) 的三階段社會比較過程之觀點來建構本研究架構。認為媒體在災難事件發生時，透由自然災難新聞的傳播，不僅扮演告知訊息的角色，更影響閱聽眾對整個災難事件的解讀，而經由上述文獻推論後可得知閱聽眾對於自然災難新聞傳播特性之感知，可能影響閱聽眾之向下比較心理過程，進而影響立即直接利他意願。

研究方法

研究架構與假設

基於前面文獻推論，發展出本研究之概念性架構模式及假設，如圖一：

圖一 研究架構圖



H1：閱聽眾感知到自然災難新聞傳播特性的程度對立即直接利他意願有顯著性正面影響。

H2：閱聽眾感知到自然災難新聞傳播特性的程度對向下比較有顯著性正面影響。

H3：閱聽眾進行向下比較的程度對立即直接利他意願有顯著性正面影響。

H4：閱聽眾感知到自然災難新聞傳播特性的程度會透過向下比較的中介，進而影響立即直接利他意願。

H5：社會比較理論所建構之災難新聞媒介溝通效果模型是適配的。

研究變數之操作型定義

本研究以閱聽眾進行向下比較的程度為中介變數，進而探討閱聽眾感知到自然災難新聞傳播特性的程度對立即直接利他意願之影響關係，以閱聽眾感知到自然災難新聞傳播出來之特性為自變數，立即直接利他意願為依變數。

I. 自變數

本研究以閱聽眾角度出發，自變數以閱聽眾所感知到自然災難新聞所傳播之特性為主。本研究歸納彭家發等(1997)、湯京平等(2002)、Lewis(1988)與Schneider(1995)對自然災難特性之定義與加入災難新聞意涵後，發展出本研究四種不同類別自然災難新聞傳播特性的操作型定義：(1)強烈性指「閱聽眾從災難新聞影片中，感受到此自然災難事件會導致自然棲地流失、人類生命與財產的耗損及心靈受創等的程度」；(2)急迫性指「閱聽眾從災難新聞影片中，感受到自然災難事件之緊急救援時間刻不容緩的程度」；(3)不確定性指「閱聽眾從災難新聞影片中，感受到自然災難事件的災害、受災範圍與後續發展無法有效掌握的程度」；(4)連續性指「閱聽眾從災難新聞影片中，感受到自然災難事件被持續性地追蹤及報導，閱聽眾能瞭解災難後續發展的程度」。依此操作型定義，採用李克特五點尺度量表進行衡量，程度越高，表示閱聽眾感知該新聞傳播特性越高；程度越低，表示感知該新聞傳播特性越低。

II. 中介變數

本研究根據Festinger(1954)、Wood(1989)與Wood et al.(1985)提出之「向下比較」作為中介變數。「向下比較」之操作型定義為「閱聽眾看完災難新聞影片後，有進行與影片受災戶及坎坷遭遇的人等進行比較的程度或情形」，仍採用李克特五點尺度量表進行衡量，分數越高，表示受訪者有進行向下比較的程度越高。

III. 依變數

本研究結合丁仁傑(1999)之概念與羅雁紅、鍾宜珈(2014)之定義，採取符合研究主題之「立即直接利他意願」為依變數，操作型定義

為「閱聽眾看完災難新聞影片後，有意願作出捐款等立即性助人行為的程度」，採用李克特五點尺度量表進行衡量，程度越高，表示助人之意願越高；程度越低，表示助人意願越低。

研究設計

本研究設計採模擬情境之新聞影片設計與問卷調查法。受測者在觀看完影片後，則馬上進行正式問卷的填寫。

研究步驟分為兩階段，各自安排時段進行情境新聞影片的播放與問卷的填寫。第一階段為情境影片發展階段，分為：樣本情境影片選取、具體操作化、操作檢定與正式實驗物選取。第二階段為問卷題項編製與發放，分為：問卷前測與正式問卷發放。正式問卷發放主要是測量閱聽眾看完正式的情境災難新聞影片所感受之災難新聞傳播特性、向下比較以及立即直接利他意願。

I. 研究對象與抽樣

本研究於2010年12月至2013年2月進行，透過學校、社區中心、私人中小企業及政府公家機關等網路管道發佈訊息，招募20-60歲之一般民眾參與研究，並從網路志願者的編號名單中，以每5號為一單位隨機進行樣本的選取，被挑選之受測者即被邀請親自參與各階段之研究。

1. 情境影片發展各階段之研究對象

本研究為確認新聞影片之內容效度及實驗物選取，首先請8位受測者針對研究者已收集之樣本影片進行指認，作為情境影片具體操作化的來源(說明詳見情境新聞影片發展及附錄一)。

另外，再請48位受測者針對已被研究者所具體操作化的影片進行強弱程度的評分，以便選出最弱與最強程度的情境影片，作為對照組與實驗組的代表性影片(說明詳見情境新聞影片發展及附錄二)。

最後，針對情境影片進行前測，以便執行情境影片的操弄檢定，所以邀請64位受測者，以奇數、偶數方式分配至對照組與實驗組。確認實驗組與對照組之情境影片具備區別效度，以作為正式實驗物選取(說明詳見情境新聞影片發展及附錄三)。

2. 問卷發放對象

問卷編製後，首先進行前測，由前測結果作為正式問卷修改之依據。因此，分為兩階段。

第一階段之前測樣本於網路挑選並允諾親自參加者共計127份，扣除無效樣本23份(研究缺席、問卷漏填、亂填共18份及有受災戶經歷者5份)，最後有效樣本為104份。為避免過去經驗產生之研究誤差，也將過去曾是受災戶經驗予以去除。

第二階段正式施測，主要實際測量受測者看完新聞影片感受之災難新聞傳播特性及向下比較與立即直接利他意願之程度，樣本數量則是根據2013年內政部統計處的人口數進行估計，得知20-60歲之一般民眾約為1,650萬人(內政部統計處，2013)，並採納95%的信心水準與6%抽樣誤差進行計算，得出本研究至少需抽取267份有效樣本，因此在隨機分配過程中共計選取近千份，另考量到性別、年齡為影響利他行為之因素(羅雁紅、鍾宜珈，2014)，故本研究透過跳號方式平衡男女數與年齡。允諾參加者有324份，扣除無效樣本36份(事後未到缺席者、問卷漏填、亂填共28份及有受災戶經歷者5份、緊急救難人員經歷者3份)，最後有效樣本共計288份。

此外，考量到情境新聞影片的播放需有一獨立空間且有來自全省各地之民眾，經詢問北、中、南三地區之私人及公家機關是否願意提供場地後，選擇具有獨立電腦播放空間之會議室進行本研究，以確保情境影片播放過程不受環境變數之干擾。

II. 情境新聞影片發展

1. 樣本情境影片的選取

本研究考量到自然災難發生時間點及代表性對於閱聽眾之記憶效果的影響，故選擇2010年12月以前台灣的幾個重大的自然災難，如：2009年12月19日的花蓮地震、2009年8月5日至10日的八八水災、2010年4月25日的國道山崩，而新聞影片來源取自民視、公視、原視、三立、中天、TVBS等各大電視新聞台之新聞資料庫(詳見附錄一)，研究者先將符合自然災難新聞定義之鏡頭剪輯成4分29秒的樣本情境新聞影片。本研究為了能呈現新聞傳播特性的完整與減少外部干

擾因素，並在畫面上進行處理，透過特效遮蓋兩旁走馬燈新聞、氣象資訊、新聞電視台與記者名等，使受測者專注於災難新聞傳播特性的表現上。

為確認此新聞影片之內容效度，本研究首先請8位受測者進行災難新聞影片的觀看，並個別對其進行深度訪談，觀看過程中請受測者指認出他們認為新聞影片中，有呈現出自然災難新聞傳播特性的片段，最後留下3分05秒的影片(詳見附錄一)。

2. 樣本情境影片的具體操作化

本階段為了讓自然災難新聞傳播的概念性定義，轉化成具體且可測量的操作型定義，因此進行具體操作化過程。首先將概念性定義所選取之上述樣本情境影片作為來源，每特性剪輯出各3支15秒左右的情境影片(見附錄二)。每支情境影片的時間長度是依據電視新聞實務操作建議(王泰俐，2006；陳東園、鄭貞銘，2007)，一則新聞長度平均約60-90秒內，主播口述部分約15-25秒，影片部分約在60秒內，本研究之自然災難的新聞需包含四大特性，因此每特性內容需在15秒以內，而目前選取的樣本情境影片長度為35-60秒(見附錄一)。為求每特性剪輯出的影片數量與長度皆相同，最後採取每一特性各3支程度不同之情境影片，每支平均為15秒，共計12支，作為具體操作化的測試影片(見附錄二)。

剛開始測試過程中，發現播放順序、性別會影響受測者填答的強弱程度，且影片中只要有一個鏡頭呈現出程度較強烈就傾向於給予高分等問題，因此進一步進行影片修正。透過不同程度影片之隨機播放(3種程度)與控制性別(2種性別)、年齡(4個年齡區間)，因此收集24倍數，共計48位受測者觀看上述之測試影片。觀看完每支影片後，針對影片傳播出每一特性的強弱程度作李克特五點尺度之評比(見附錄二)。最後依據每一特性中3支影片分數之高低進行操作型定義，分數越高，表示樣本情境影片傳播出的特性越強。將概念性定義完成具體操作化的程序。

3. 樣本情境影片的操弄檢定

為了選出後續問卷發放時所需觀看之正式實驗物，因此進行樣本

情境影片的前測。目前已有強弱程度不同的樣本情境影片，依據具體操作化的結果，將分數最低的四個特性，剪接為對照組的樣本情境影片；另將分數最高的四個特性剪接作為實驗組的樣本情境影片（見附錄三）。

為確認實驗組之樣本情境影片具備操弄效果與區別效度，因此與對照組進行操弄檢定。透過不同特性影片之隨機播放（4種特性）與控制性別（2種性別）、年齡（4個年齡區間），因此每組收集32位受測者。兩組受測者各自觀看完樣本情境影片以後，針對從影片中能感受到特性的同意程度作李克特五點尺度的評分，每一特性有兩題問項（見附錄三）。最後依據對照組和實驗組的分數進行操弄檢定，透過獨立樣本t檢定結果，強烈性（ $t = -24.06, p < .001$ ）、急迫性（ $t = -24.56, p < .001$ ）、不確定性（ $t = -19.50, p < .001$ ）、連續性（ $t = -18.72, p < .001$ ）皆達顯著差異，顯示實驗組在每一特性上皆有具操弄效果（見附錄三）。

4. 正式情境影片的選擇

本研究透過樣本情境影片的前測結果，選取具備實驗效果的實驗組四支特性影片，結合為一支正式的情境影片。此影片作為後續問卷發放時，給予受測者觀看的實驗物。

III. 問卷題項編製

本研究依據操作型定義編製問卷內容，問卷設計採用李克特五點尺度量表（數值從1：「非常不同意」，到5：「非常同意」，分數越高，表示同意程度越高），問卷內容主要分為閱聽眾感知災難新聞傳播特性之程度、閱聽眾進行向下比較程度、立即直接利他意願與人口統計變數四部份。

問卷發放分為二階段，第一階段為問卷前測階段，問卷題項編製為閱聽眾感知災難新聞傳播特性之程度共8題、閱聽眾進行向下比較之程度4題、立即直接利他意願4題，人口統計變數7題。此階段之有效樣本總計104份。樣本分配為男53人，女51人；年齡區間為20–30歲共計36人、30–40歲為21人、40–50歲為26人、50–60歲為21人；教育程度以大學專科最多（64.4%）；職業以學生（25%）、服務業（21.2%）、軍公教（17.3%）為主；收入以5萬至10萬區間（27.9%）、3萬至5萬（25%）

居多；子女數以無(57.7%)及兩個為主(30.8%)。經前測結果僅將傳播特性8題之題項增加「從新聞影片中」的文字敘述及人口統計變數「曾擔任緊急救難人員之經歷」1題後為正式問卷(見附錄四)。

第二階段之正式問卷內容為閱聽眾感知災難新聞傳播特性之程度共8題，包含強烈性(衡量的範例：從新聞影片中，我能感受到災難造成生命與財產損失的情況)、急迫性(衡量的範例：從新聞影片中，我能感受到災難呈現出救援時間很緊急)、不確定性(衡量的範例：從新聞影片中，我能感受到災難呈現出救災的風險可能性)、連續性(衡量的範例：從新聞影片中，我能感受到新聞影片針對災難事件有作持續觀察與報導的情況)。閱聽眾進行向下比較之程度共4題(衡量的範例：看完新聞影片後，我會想到受災戶的遭遇比我可憐)。立即直接利他意願共4題(衡量的範例：我願意以捐贈金錢的方式幫助受災戶)。人口統計變數共8題(衡量的範例：性別、年齡、教育程度、職業、平均月收入、子女數、過去是否曾為受災戶經歷、過去是否曾擔任緊急救難人員經歷)(見附錄四)。

IV. 資料分析與統計

本研究為檢驗假設，採用SPSS 20.0以及AMOS 20.0統計分析軟體進行資料分析，方法共採用：(1)描述性統計分析；(2)信度分析；(3)效度分析；(4)簡單迴歸分析；(5)多元迴歸分析；(6)結構方程式。

統計分析結果

描述性統計與信、效度分析

正式問卷之有效樣本總計288份，性別、年齡分佈平均，男女各為144人，20-60歲中，每10歲的年齡區間人數皆為72人，教育程度以大學專科最多(63.2%)；職業以服務業(22.2%)、軍公教(19.8%)及學生(18.1)佔多數，其中大部分樣本的收入在3萬至5萬(26.7%)、5萬至10萬區間(28.5%)，子女數以無(51.0%)及兩個佔多數(36.1%)。

本研究之問卷以李克特五點尺度量表進行設計，故Cronbach's

alpha 信度係數法適合進行測量，結果顯示閱聽眾感知災難新聞傳播特性之程度 α 值為 .71，閱聽眾進行向下比較之程度為 .81，立即直接利他意願為 .80， α 值皆達 .70 以上，表示問卷設計具良好可信度。

本研究採用探索性因素分析進行檢驗，將先測量 KMO 值及進行 Bartlett 球形考驗，達顯著始可進一步進行因素分析，每一題的因素負荷量必須達 .50 以上才採用，結果顯示閱聽眾感知災難新聞傳播特性程度之 KMO 值為 .63，Bartlett 球形考驗結果顯示達顯著 ($\chi^2 = 693.02, p < .001$)，最大變異數轉軸法將閱聽眾感知災難新聞傳播特性程度萃取出四個因子(強烈性、急迫性、不確定性、連續性)，累積解說總變異量為 80.91% (見附錄四)；閱聽眾進行向下比較程度之 KMO 值為 .72，Bartlett 球形考驗達顯著 ($\chi^2 = 444.17, p < .001$)，閱聽眾進行向下比較程度共萃取出一個因子，解說總變異量為 64.61% (見附錄四)；立即直接利他意願之 KMO 值為 .68，Bartlett 球形考驗結果顯示達顯著 ($\chi^2 = 522.19, p < .001$)，立即直接利他意願取出一個因子，解說總變異量為 56.01% (見附錄四)。以上三變數之 KMO 值皆大於 .50 且球形考驗皆達顯著，故適合進行因素分析，而因素分析結果亦顯示，各變數構面及題項皆符合原設計要求，且每題項之因素負荷量為 .74-.91，解說總變異量為 56.01%-80.91%，皆高於 50% 以上，顯示問卷內容具良好效度 (見附錄四)。

救急之媒介溝通效果檢定

本研究為驗證假設一、二，採用多元迴歸之逐步分析檢視各變數之關係 (見表二)。資料分析結果顯示假設一：閱聽眾感知災難新聞傳播特性程度對立即直接利他意願有顯著性正面影響之驗證為部份成立。閱聽眾感知災難新聞傳播特性中，強烈性和連續性對立即直接利他意願無顯著性影響，其他特性有顯著性影響，又以不確定性效果最強，解釋力達 10% ($\beta = .23, p < .001, R^2 = .10$)，意即閱聽眾越能感知災難新聞傳播出來的不確定性，會越有意願作出立即直接利他行為，使其願意做出捐款、捐物資、擔任義工等利他行為。

假設二：閱聽眾感知災難新聞傳播特性程度對閱聽眾進行向下比

較之程度有顯著性正面影響為部份成立。閱聽眾感知災難新聞傳播特性中除了「不確定性」對向下比較無顯著性影響外，其他特性皆有顯著性正面影響；其中又以「急迫性」及「強烈性」對向下比較的影響最強，然而以急迫性的解釋力最大，達19% ($\beta = .29, p < .001, R^2 = .19$)，意即閱聽眾越能感知災難新聞傳播出來的急迫性，越會進行向下比較之心理運作，較容易促使閱聽眾與身分、遭遇等條件較自己差的對象進行比較。

表二 災難新聞傳播效果之多元迴歸分析

	向下比較			立即直接利他意願		
	β	R^2	SE	β	R^2	SE
強烈性	.29***	.09	.08	.09	.00	.09
急迫性	.29***	.19	.08	.21**	.04	.09
不確定性	-.03	.00	.05	.23***	.10	.06
連續性	.15**	.02	.04	.08	.00	.05

註：本研究製表。小數點2位數以下四捨五入。

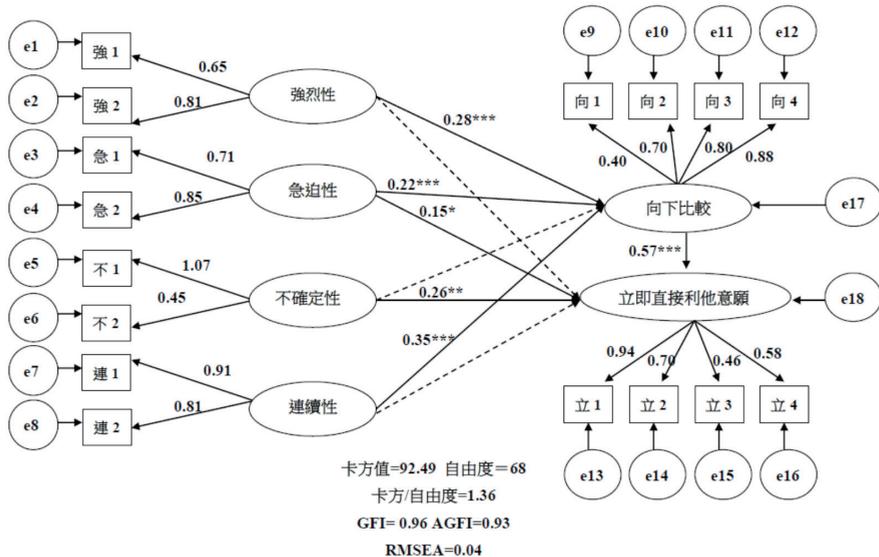
* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

本研究為驗證假設三，採用簡單迴歸分析，資料分析結果顯示，假設三：閱聽眾進行向下比較程度對立即直接利他意願有顯著性正面影響之驗證為成立。閱聽眾進行向下比較程度對立即直接利他意願有正向預測力，解釋力達20% ($\beta = .45, SE = .05, p < .001, R^2 = .20$)，意即閱聽眾若與身分、遭遇等條件較自己差的對象進行越多的比較後，則會越願意做出捐款、捐物資、擔任義工等利他行為。

本研究為驗證假設四：閱聽眾感知災難新聞傳播特性程度會透過向下比較的中介效果進而影響立即直接利他意願；假設五：社會比較理論所建構之災難新聞媒介溝通效果模型是適配的，透過結構方程式 (structural equation modeling) 探討各變數之因果關係。在進行結構方程式之前，首先進行驗證性因素分析 (confirmatory factory analysis)，結果顯示 $\chi^2 (67) = 89.45, N = 288, p > .05$ ，顯示理論模式與觀察值資料在卡方值為不顯著下，表示模式是相同即適配；此外， $GFI = .96$ ， $AGFI = .93$ ，兩數值皆大於 .90； $RMR = .02$ ， $RMSEA = .03$ ，皆小於 .05，顯示本研究之潛在變數 (強烈性、急迫性、不確定性、連續性) 確

定能夠被觀察變數所代表，模型中的潛在變數也在兩個以上 (Bollen, 1998)，故適合進行結構方程式之分析 (結果以圖二表示之)。

圖二 標準化迴歸係數之結構方程式模型圖



註：本研究繪製。小數點2位數以下四捨五入。

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

根據結構方程式資料分析結果，得知假設四之驗證為部分成立。在中介效果部分，除了「不確定性」以外，其餘閱聽眾感知災難新聞傳播特性都會透過「向下比較」的中介效果進而影響立即直接利他意願，意即「強烈性」($\beta = .28, p < .001$)、「急迫性」($\beta = .22, p < .001$)與「連續性」($\beta = .35, p < .001$)，都會引發閱聽眾與身分、遭遇等條件較自己差的對象進行比較，再進一步正向影響捐款、捐物資、擔任義工等利他意願。值得注意的是，雖然向下比較對不確定性和立即直接利他意願沒有扮演中介效果，但它和「急迫性」($\beta = .15, p < .05$)一樣，都能夠對立即直接利他意願產生直接效果；而且，不確定性的直接效果最大，效果達26%之解釋變異量。「連續性」，是所有閱聽眾感知的災難新聞特性裡，間接效果最強的特性，其間接效果可達20%之解釋變異量；而急迫性對於閱聽眾之助人意願扮演最大的影響力，總效果可達28%之解釋變異量 (見表三)。

表三 結構方程式之路徑分析整理

路徑		標準化迴歸係數	CR	直接效果	間接效果	總效果
強烈性	向下比較	.28***	3.64			
急迫性	向下比較	.22***	2.85			
不確定性	向下比較	-.05	-.79			
連續性	向下比較	.35***	5.10			
向下比較	PDAI	.57***	6.86			
強烈性	PDAI	.09	1.23		.16	.16
急迫性	PDAI	.15*	1.98	.15	.13	.28
不確定性	PDAI	.26**	2.97	.26		.26
連續性	PDAI	-.10	-1.40		.20	.20

註：本研究製表。小數點2位數以下四捨五入。

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

進一步從結構方程式的各項絕對配適指標來看， $\chi^2(68) = 92.49$ ， $df = 68$ ， $N = 288$ ， $p > .05$ ，未達顯著差異標準； $\chi^2 / df = 1.40$ ，小於2-3； $GFI = .96$ ， $AGFI = .93$ ，兩者數值皆大於.90； $RMSEA = .04$ ，小於.05，都達配適標準，顯示本研究所提之理論模式與觀察值資料為適配。由此結果可得知，社會比較理論基礎能夠有效地解釋災難新聞之媒介溝通效果之結構方程式模型，因此假設五之驗證為成立。

結論與建議

研究結論

本研究歸納整理災難新聞文獻特性後，將閱聽眾感受到災難新聞所傳播出來之特性共歸納出四項特性，分別為：「強烈性」、「急迫性」、「不確定性」與「連續性」；而上述四項特性與向下比較及利他意願之關係，結果如下：

I. 閱聽眾感知災難新聞傳播特性程度會影響向下比較

過去研究指出個體自發性的社會比較幾乎涵蓋了日常生活中所有重要的向度，從選擇何種訊息、與誰比較，以及如何比較等都是個體表現出高度的選擇性的偏好，而這些變項之間也有著明顯的交互作

用，也就是說，個體確實會因為面臨不同的事件而對社會比較的向度與方向有著明顯的偏好(林以正，1999)。其中，在能力、不確定、負面事件或自我相關比較情境相對弱勢的情況，不論是學生或非學生樣本，都可能會影響向下比較(蔡佳靜，2004；林秀芬，2011；林素真，2013；Wills, 1991)，顯示閱聽眾感知到災難新聞所傳播出來的各種特性，提供了各種情境，確實會影響向下比較。

II. 閱聽眾感知災難新聞傳播特性程度會影響立即直接利他意願

林秀芬(2011)在國人重大災難捐募行為研究中，亦證實在災難規模、嚴重性大、災區情況嚴重以及媒體報導越多的情境下，募捐到的資源會越多；此外，人們在緊急情境或是弱勢者呈現出需要幫忙或捐助的情況下，亦願意做出利他行為(羅雁紅、鍾宜珈，2014；Baron & Byrne, 2000, pp. 337-373)。因此，本研究認為閱聽眾感知到了災難新聞中，各種災情慘重、災民遭遇困境與急需救助的情境，而這些情境確實能夠影響閱聽眾願意幫助他人的意願。

III. 向下比較會影響立即直接利他意願

過去研究證實個體會藉由社會比較的訊息來瞭解情境的適切性，並藉以調整自己行為表現(林以正，1999)。蔡佳靜(2004)更進一步發現社會比較的方向對自我知覺有顯著影響，向下比較會提高自我知覺，而自我知覺對正面情感有顯著的正面影響，對負面情感有顯著的負面影響，因此向下比較能影響閱聽眾助人為快樂之本的正面情感進而幫助他人，對立即直接利他意願有顯著性正面影響。向下比較和利他意願的關係探討，在以往的研究中，並沒有很多實證研究支持，而本研究結果發現到向下比較對立即直接利他意願的正面影響，可對此領域提供更進一步的補充。

IV. 向下比較發揮中介效果影響立即直接利他意願

過去研究顯示，受測者的個人特質，如：自尊高低(Jussim, Yen, & Aiello, 1995)、自我構念(Kemmelmeier & Oyserman, 2001)，會影響社會比較中的自我評價；而比較焦點(Mussweiler, 2001)、比較面向的相關性(Stewart, Chipperfield, Ruthig, & Heckhausen, 2013; Tesser, 1988)會

影響與調節自我於社會比較過程中的同化和對比效果，呼應林秀芬(2011)研究結果，證實人們會願意做出捐款行為的考量因素，除了災難、社會與勸募單位等因素外，亦包含個人經驗值、個人與家庭之經濟狀況之考量。因此，本研究認為閱聽眾在感知新聞傳播特性時，經歷了自我能力(包含：遭遇、經濟、地位)的衡量過程，並在衡量自我能力後，認為對方相較於自己差時，更需要幫助，故影響閱聽眾之立即直接利他意願。

V. 社會比較能夠詮釋災難新聞媒介溝通效果模型

根據結構方程模型分析結果顯示，以社會比較理論觀點所建構之災難新聞媒介溝通效果模型能被有效地詮釋，顯示閱聽眾能感受到新聞媒體在播報災難新聞過程中，所傳播出來的災難新聞傳播特性，閱聽眾在接收訊息後，進行向下比較之評估過程，進而影響立即直接助人意願，因此社會比較的自我評估過程於「救急」的媒介溝通效果模型中扮演重要的角色。

討論

此外，本研究根據結構方程式之分析結果，進一步探討各變數之間的影响關係，並將較特別的發現進行討論：

I. 向下比較為重要心理歷程

根據結構方程式結果顯示，本研究中，閱聽眾感知到災難新聞傳播特性程度大多會透過向下比較的中介效果發揮影響力，也就是說，閱聽眾感知災難新聞傳播特性時，大體上都會願意進行捐款等立即直接幫助，最關鍵的原因就在於他們會經歷一段認知與判斷的過程，衡量相較於自己，對方是否更不足、更需要幫助，故閱聽眾面臨緊急事件的相關新聞時，不論感受到新聞傳播出來的畫面有多強烈、多急迫等，重要的是，這些閱聽眾所感受到的傳播特性要能夠有效影響閱聽眾的向下比較認知途徑，才更能夠有效地影響閱聽眾做出捐款、捐物資、擔任義工等立即直接利他意願。

II. 急迫性為最大的總效果

本研究主要發現閱聽眾感知災難新聞傳播特性程度中，「急迫性」為最大的總效果；由此可得知，不論是新聞畫面所傳播出來之特性有多強烈，只要當閱聽眾感知此事件（災難新聞）屬於「緊急」事件，就能產生強大的「救急」意願，願意做出立即性回應進行幫助，也回答了最初之研究疑問。此結果也呼應了任慈（2011）之研究，其認為救急相較於救窮之情境，受災戶在生活水平、經濟各方面之變化較劇烈，透過媒體可獲得民眾短時間內較多關注。另外，本研究也推估此與當地俗語所說的「人有救急不救窮」深植人心的文化價值有關，閱聽眾直覺認為救急是人之常情，可行之善，若在能力有限之下，也應以救急為優先。因此，此結果是否有文化因素，為台灣文化下的結果？建議後續可針對跨文化比較之研究做探討。

III. 不確定性對立即直接利他意願的直接效果最強

古步鋼、簡徐芬（2013）提到人類自古面對各式各樣的風險，包含自然災害、疾病和意外傷害等。因此，過去針對災難的研究有以災難風險分析角度出發。而黃俊儒（2013）提出不同類型的風險類型，具有不同程度及性質的不確定性。所以本研究所探討的自然災難這類風險，具有相當程度的不確定性，針對不確定性對人的後續影響為本研究的目的之一，本研究能延續過去研究較少探討之處，也提供對此領域進一步了解。而研究結果顯示，「不確定性」是所有自變數中唯一一個沒有透過中介效果就直接影響立即直接利他意願的特性，而且是直接效果最強的一項特性，意即閱聽眾在接收一個具突發性、無法預知風險或受難者生死未卜的緊急狀況時，大多會毫不考慮、願意幫助他人，研究結果與過去研究觀點符合，「不確定性」確實於災難事件的傳播與溝通扮演重要角色（鄭宇君、陳百齡，2012）。推估閱聽眾在觀看到自然災難新聞時，皆知這個災難事件已發生，無法補救過去，但還能搶救未來，所以對於未來的變化或是生死未卜仍有挽救機會，不馬上救助，可能會喪失機會，因此沒有透過社會比較中介的資訊處理，就有立即直接助人的意願。而此情形與急迫性有相似之處，因此急迫性的總效果中來自於直接效果的部分，也應有相同原因。

IV. 連續性對立即直接利他意願的間接效果最強

本研究結果顯示，「連續性」是所有自變數中唯一一個只透過中介效果影響立即直接利他意願的特性，而且是間接效果最強的一項特性，即閱聽眾在接收一個關於連續報導的新聞時，只有透過「向下比較」的評估過程後，才會願意進行助人行為。推估可能的原因在於最初報導時，已有捐助或已考慮暫不捐助，所以後來的連續報導唯有使閱聽眾持續關注與評估災情的發展，必須在衡量自身能力與條件以後，了解助人是否能實踐且確實有需要時，閱聽眾才較願意進行助人行為；但一旦評估後，仍有後續需要，就會很有意願幫忙，因此強度也最強。

實務建議

本研究分別針對新聞傳播領域與社會福利機構進行實務建議：

I. 新聞傳播領域

本研究主要貢獻在於自然災難新聞內容若真實呈現出與自然災難本質有關之內容，其本身會影響閱聽眾產生立即直接利他意願的事實，而本研究之立即直接利他意願，涵蓋了捐款、捐贈物資、擔任義工或志工幫助受災戶等直接利他行為，除有助於災後重建、物資與人力的募集等相關協助工作，也就是透過媒介的資訊傳播功能，負起社會責任。羅雁紅、鍾宜珈(2014)也發現已有利他行為者，再次利他之意願較高，且電視的傳播效果也會對兒童之生理、情緒與行為造成影響(潘家慶，1985)，特別是在電視對兒童社會化影響的部分(王玲寧、郝燕燕，2011)，而本研究透過播放自然災難新聞及其他人之捐贈利他行為，進而可啟發兒童與青少年早期利他行為之形塑(Li, Li, Decety, & Lee, 2013)，達到社會教育的傳播效果。進一步依據研究成果給予媒體實務上之建議：

1. 新聞主題選擇

本研究結果發現向下比較對立即直接利他意願有顯著性影響，建

議每日新聞主題事件，可選擇善行案例來報導，讓大眾了解到社會上仍有需要幫助的人，同時也看到有一些人，不論經濟狀況如何，仍進行助人行為（如：一元便當阿嬤、陳樹菊菜販捐款等案例之揭露與報導），此有助於社會良善風氣之仿效。另外，急迫性或緊急事件都需要媒體在時間點上，做即時的傳播，因此媒體也可在主題選擇上給予這些訊息被揭露的機會與平台，讓閱聽眾聚焦於此事件上，扮演社會協助的角色。

2. 自然災難新聞內容

新聞媒體除透過自然災難的強烈性，提供給民眾此災難之正確詳實訊息外，也可透過不確定性達到預警功能。黃俊儒(2013)的研究中指出媒體在報導災難不確定性時，應以確定方式呈現，亦即閱聽眾對於災難之不確定性已恐有焦慮不安之虞，若媒體能夠透過專業訊息（如：氣象台等）的提供，增加新聞內容的明確性，而明確預告此災難的可能有變化情形，可讓閱聽眾提早心理準備及謹慎處理，達到協助功能，也讓願意幫助者得到更快資訊，在仍有可能挽救之情形下及時搶救。而連續性可協助民眾對自然災難持續關注及守望，經由新聞報導使自然災難造成之傷害降至最低。

因此建議自然災難新聞在內容呈現上，可適時呈現當時情況並提供多角度與多層次的新聞報導內容（陳憶寧，2011；林照真，2013；Olson & Gawronski, 2010）。

3. 鏡頭選擇與剪輯

自然災難新聞特性可以人道優先為原則，本研究在前測影片剪輯及受訪者指認等步驟中，發現若媒體播放受難者家屬哭泣及情緒之表情、聲音、旁白、字幕皆可以馬上引起受訪者感受到該特性與程度變強之情形。本研究透過平衡其他影片之測試結果，其實發現不需一再重複播放災民等情感面向，閱聽眾仍可感知災難之狀況。所以透過鏡頭之剪輯，可避免新聞鏡頭造成災民二次傷害（行政院新聞局，1999）。

4. 連續追蹤報導

研究結果顯示連續性的間接幫助效果最強，建議媒體業者可從後

續報導進行改善，意即新聞的後續報導是對社會大眾負責的行為，透過連續性的追蹤報導，能夠讓幫助及被幫助的人，感受與瞭解到救災的後續發展以及善心是否實踐，更重要的是反應受災戶是否仍需要協助之狀況，除了讓社會大眾瞭解整個災難事件的發展脈絡，也讓人們正視並關切災難議題，知悉生命之可貴(蔡琰、臧國仁，2003)，並讓助人者評估後，知覺到仍有持續助人之重要。

II. 社會福利機構之募款

本研究結果發現到急迫性是最大之總效果，而對應到現今社會有救急不救窮之現象，許多社會福利機構，時常面臨到資金不足或資源需求等狀況，在募款過程中卻屢遭碰壁、效果不彰。本研究認為可能是方法不對，也可能是未將困難之處呈現，或是困難處呈現的方式未能使閱聽眾感受到急需幫助，歸因為長期問題，是窮的問題，以致無法進一步讓閱聽眾產生立即直接利他意願，因此建議社會福利機構若有資源上的需求時，可先將緊急的狀況真實呈現出來，羅雁紅、鍾宜珈(2014)即在公益廣告代言人的研究結果中，發現弱勢團體自身出來代言的公益廣告相較於名人代言，對利他行為影響更為顯著。因此社會福利機構若需要募款，可將目前遭遇的困境、弱勢者的遭遇或是需要物資的情形真實呈現出來，提醒民眾社會上還有比自己遭遇或狀況差的人，正需要立即幫助之需求，因為這個社會上仍有很多人願意發揮愛心幫助需要急需幫助的人。當然，若能配合連續性的方式(如：新聞媒體的後續報導或是網路日誌式的發文活動)，更能讓幫助者、被幫助者以及社會大眾都能持續關注此訊息，適時運用傳播媒體發揮正面的影響性，作為後續持續之協助。

研究限制與後續研究建議

I. 本研究所探討之自然新聞傳播特性範疇僅限於緊急事件，且社會比較面向主要聚焦在向下比較，而利他意願則針對立即利他助人意願的主軸上進行研究，建議後續研究可將此主題擴大到向上比較以及非立即利他助人意願之面向進行全面性之探討。

II. 本研究已針對自然災難新聞特性、向下比較、利他意願三者關係作探討，並獲得驗證，如引言所提，過去研究曾探討自然災難或自然災難新聞、同理心與利他之關係，後續研究者可進一步釐清災難新聞、向下比較、同理心與利他四者之整體關聯性，同理心是否為自然災難情境下，於社會比較評估後之認知與情感反應，而利他意願為行為意圖之反應結果，有待進一步驗證。

III. 本研究受限於經費與剪接技術，只能針對自然災難新聞的整合性成果作測試，與實際電視自然災難新聞之情境仍有差異，而王泰俐(2006)確實也發現到電視新聞的感官製作手法、敘事模式、新聞排序會影響到閱聽眾的認知，建議可商請專業的剪接師及後製人員協助，未來針對自然災難特性與新聞製作的主播口白、字幕、背景音樂、受災戶之情緒聲音等因素有更好的處理，可針對電視新聞上述之實務製作因素與傳播特性的感受作關聯性的探討。

IV. Zagefka, Noor, & Brown (2013) 發現閱聽眾認為是自然或人為因素造成之災難事件，在捐贈行為有所差異，而本研究所研究之災難新聞，主要以「自然災難」為主，後續研究可針對其他類型之災難進行探討(如：空難類型)，瞭解透過社會比較後，在助人行為上是否具備差異。

V. 本研究所呈現出來自然災難新聞情境影片的急迫性與受眾在真實環境中觀看的即時新聞仍有所差異，受限於要在自然災難實際發生時，馬上進行測量仍有一定程度之困難，且考量人道倫理因素，故以情境影片的操作方式進行利他意願的效果評估。

參考文獻

中文部份 (Chinese Section)

丁仁傑 (1999)。《社會脈絡中的助人行為：臺灣佛教慈濟功德會個案研究》。

臺北：聯經。

Ding Renjie (1999). *Shehui mailuo zhong de zhuren xingwei: Taiwan fojiao ciji gongdehui gean yanjiu*. Taipei: Lianjing.

三立電視股份有限公司 (2011)。《921大地震官司打9年！判國賠1.1億 北市府上訴 民眾罵凌遲【影片】》。臺北：三立。

- Sanli dianshi gufen youxian gongsi (2011). *921 dadizhen guansi da 9nian! Pan guopei 1.1yi Beishifu shangsu Minzhong ma lingchi* (Film). Taipei: Sanli.
- 中天電視股份有限公司(2009)。《凌晨1:36地牛翻身！花蓮規模6.3地震【影片】》。臺北：中天。
- Zhongtian dianshi gufen youxian gongsi (2009). *Lingchen 1:36 diniu fanshen! Hualian guimo 6.3 dizhen* (Film). Taipei: Zhongtian.
- 公共電視台(2010)。《國道山崩超過24小時 挖土機持續開挖【影片】》。臺北：公視。
- Gonggong dianshitai (2010). *Guodao shanbeng chaoguo 24xiaoshi Watuji chixu kaiwa* (Film). Taipei: Gongshi.
- 內政部統計處(2013年5月4日)。《102年第四週(101年底人口結構分析)》。上網日期：2013年5月15日。取自<http://sowf.moi.gov.tw/stat/week/list.htm>。
- Neizhengbu tongjichu (May 4, 2013). *102nian disizhou 101nian di renkou jiegou fenxi*. Shangwang riqi: May 15, 2013. Retrieved from <http://sowf.moi.gov.tw/stat/week/list.htm>.
- 王玲寧、郝燕燕(2011年7月)。〈誰來伴我成長？電視對大陸農村兒童社會化影響：以河南為例〉，「2011中華傳播學會流行文化與娛樂科技年會」論文，臺灣，新竹。
- Wang Lingning, Hao Yanyan (July 2011). *Shui lai banwo chengzhang? Dianshi dui dalu nongcun ertong shehuihua yingxiang: yi Henan weil*. 2011 Zhonghua chuanbo xuehui liuxing wenhua yu yule keji nianhui lunwen. Taiwan: Xinzhu.
- 王泰俐(2006)。〈電視新聞「感官主義」對閱聽人接收新聞的影響〉，《新聞學研究》，第86期，頁91-133。
- Wang Taili (2006). *Dianshi xinwen "ganguan zhuyi" dui yuetingren jieshou xinwen de yingxiang*. *Xinwenxue yanjiu*, 86, 91-133.
- 古步鋼、簡徐芬(2013)。〈澳洲政府風險管理設計與運作：以Comcover經驗探討〉，《公共治理季刊》，第1卷，第2期，頁85-97。
- Gu Bugang, Jian Xufen (2013). *Aozhou zhengfu fengxian guanli sheji yu yunzuo: yi Comcover jiangyan tantao*. *Gonggong zhili jikan*, 1(2), 85-97.
- 行政院新聞局(1999)。〈媒體在重大事件中的角色和功能〉，《新聞鏡周刊》，第573期，頁6-45。
- Xingzhengyuan xinwenju (1999). *Meiti zai zhongda shijian zhong de juese he gongneng*. *Xinwenjing zhoukan*, 573, 6-45.

- 行政院農業委員會水土保持局 (2009)。《用一生守護家鄉的人土石流防災專員【影片】》。臺北：民視。
- Xingzhengyuan nongye weiyuanhui shuitu baohiju (2009). *Yong yisheng shouhu jiaxiang de rentu shiliu fangzai zhuan yuan* (Film). Taipei: Minshi.
- 任慈 (2011)。《對緊急和窮困受害者的捐助行為》。交通大學管理科學系碩士論文。
- Ren Ci (2011). *Dui jinji he qiongkun shouhaizhe de juanzhu xingwei*. Jiaotong daxue guanli kexuexi shuoshi lunwen.
- 吳治勳、陳淑惠、翁儷禎、吳英璋 (2008)。〈台灣九二一地震災難暴露對青少年創傷後壓力反應及社會關係的影響之性別差異〉，《中華心理學刊》，第50卷，第4期，頁367–381。
- Wu Zhixun, Chen Shuhui, Weng Lizhen, Wu Yingzhang (2008). Taiwan jiueryi dizhen zainan baolu dui qingshaonian chuangshang hou yali fanying ji shehui guanxi de yingxiang zhi xingbie chayi. *Zhonghua xinli xuekan*, 50(4), 367–381.
- 李春蘭、蔣立琦 (2010)。〈災難應變：護理人員應有的知能〉，《護理雜誌》，第57卷，第3期，頁5–10。
- Li Chunlan, Jiang Liqi (2010). Zainan yingbian: huli ren yuan yingyou de zhineng. *Huli zazhi*, 57(3), 5–10.
- 林元輝 (2000)。〈日本阪神地震的傳播檢討〉。《新聞學研究》，第62期，頁183–186。
- Lin Yuanhui (2000). Riben banshen dizhen de chuanbo jiantao. *Xinwenxue yanjiu*, 62, 183–186.
- 林以正 (1999)。〈華人的社會比較：比較什麼？與誰比較？為何比較？〉，《本土心理學研究》，第11期，頁93–125。
- Lin Yizheng (1999). Huaren de shehui bijiao: bijiao shenme? Yu shui bijiao? Weihe bijiao? *Bentu xinlixue yanjiu*, 11, 93–125.
- 林秀芬 (2011)。《國人重大災難募捐行為之研究：以中華民國紅十字總會為例》，政治大學商學院經營管理碩士學程非營事業管組碩士論文。
- Lin Xiufen (2011). *Guoren zhongda zainan mujuan xingwei zhi yanjiu: yi zhonghua minguo hongshizi zonghui weili*. Zhengzhi daxue shangxueyuan jingying guanli shuoshi xuecheng feiyong shiye guanzu shuoshi lunwen.
- 林素真 (2013)。〈第三人效果：社會向下比較過程的自利偏差〉，《新聞學研究》，第116期，頁1–46。

- Lin Suzhen (2013). Disanren xiaoguo: shehui xiangxiang bijiao guocheng de zili piancha. *Xinwenxue yanjiu*, 116, 1-46.
- 林照真(2009)。〈電視媒體與災難管理：災難新聞的倫理困境〉，《廣播與電視》，第31期，頁55-79。
- Lin Zhaozhen (2009). Dianshi meiti yu zainan guanli: zainan xinwen de lunli kunjing. *Guangbo yu dianshi*, 31, 55-79.
- 林照真(2013)。〈台灣電視新聞之災難報導：以莫拉克風災為例〉，《新聞學研究》，第115期，頁141-185。
- Lin Zhaozhen (2013). Taiwan dianshi xinwen zhi zainan baodao: yi molake fengzai weili. *Xinwenxue yanjiu*, 115, 141-185.
- 原住民族電視台(2011)。《重建分工大不同 災後重建兩樣情【影片】》。臺北：原視。
- Yuanzhu minzu dianshitai (2011). *Chongjian fengong da butong Zaihou chongjian liangyangqing* (Film). Taipei: Yuanshi.
- 高雄縣政府(2010)。《莫拉克風災 重建家園紀錄片【影片】》。臺北：民視。
- Gaoxiong xianzhengfu (2010). *Molake fengzai Chongjian jiayuan jilupian* (Film). Taipei: Minshi.
- 孫蓓如、鄭淑菁(2006年10月)。〈多重社會比較：社會比較中個人相對表現對自我評價的影響〉，「中國社會心理學會2006年學術研討會」論文，中國，安徽。
- Sun Qianru, Zheng Shujing (October 2006). *Duochong shehui bijiao: shehui bijiao zhong geren xiangdui biaoqian dui ziwo pingjia de yingxiang*. *Zhongguo shehui xinli xuehui 2006nian xueshu yantaohui lunwen*. Zhongguo: Anhui.
- 許文耀(2003)。〈資源流失、因應、社會支持與九二一地震災民的心理症狀之關係〉，《中華心理學刊》，第45卷，第3期，頁263-277。
- Xu Wenyaoyao (2003). Ziyuan liushi, yinying, shehui zhichi yu jiueryi dizhen zaimin de xinli zhengzhuang zhi guanxi. *Zhonghua xinli xuekan*, 45(3), 263-277.
- 張宜君、林宗弘(2012)。〈不平等的災難：921地震下的受災風險與社會階層化〉，《人文及社會科學集刊》，第24期，頁193-231。
- Zhang Yijun, Lin Zonghong (2012). Bupingdeng de zainan: 921 dizhen xia de shouzai fengxian yu shehui jiecenghua. *Renwen ji shehui kexue jikan*, 24, 193-231.
- 陳東園、鄭貞銘(2007)。《新聞編輯與採訪》。臺北：空大。
- Chen Dongyuan, Zheng Zhenming (2007). *Xinwen bianji yu caifang*. Taipei: Kongda.

- 陳憶寧(2011)。〈電視新聞戲劇化效果研究：由議題設定與收視動機角度來看〉，《新聞學研究》，第109期，頁77-120。
- Chen Yining (2011). Dianshi xinwen xijuhua xiaoguo yanjiu: you yiti sheding yu shoushi dongji jiaodu lai kan. *Xinwenxue yanjiu*, 109, 77-120.
- 湯京平、蔡允棟、黃紀(2002)。〈災難與政治：九二一地震中的集體行為與災變情境的治理〉，《政治科學論叢》，第16期，頁137-162。
- Tang Jingping, Cai Yundong, Huangji (2002). Zainan yu zhengzhi: jiueryi dizhenzhong de jiti xingwei yu zaibian qingjing de zhili. *Zhengzhi kexue luncong*, 16, 137-162.
- 黃俊儒(2013)。〈科學傳播中「確定」與「不確定」的敘事：以莫拉克風災之系列報導為例〉，《科技醫療與社會》，第19期，頁73-116。
- Huang Junru (2013). Kexue chuanbo zhong “queding” yu “buqueding” de xushi: yi molake fengzai zhi xilie baodao weili. *Keji yiliao yu shehui*, 19, 73-116.
- 彭家發、馮建三、蘇蘅、金溥聰(1997)。《新聞學》。臺北：空大。
- Peng Jiafa, Feng Jiansan, Su Heng, Jin Pucong (1997). *Xinwenxue*. Taipei: Kongda.
- 楊永年(2009)。〈八八水災救災體系之研究〉，《公共行政學報》，第32期，頁143-169。
- Yang Yongnian (2009). Baba shuizai jiuzai tixi zhi yanjiu. *Gonggong xingzheng xuebao*, 32, 143-169.
- 楊牧貞、陳沐新(2011)。〈利他意願在調節負向情緒上的效果〉，《教育心理學報》，第42期，頁701-718。
- Yang Muzhen, Chen Muxin (2011). Lita yiyuan zai tiaojie fuxiang qingxu shang de xiaoguo. *Jiaoyu xinli xuebao*, 42, 701-718.
- 慈濟人文志業中心(2008)。《新希望的起點—杉林成家全紀錄【影片】》。臺北：大愛。
- Ciji renwen zhiye zhongxin (2008). *Xin xiwang de qidian—shanlin chengjia quan jilu* (Film). Taipei: Daai.
- 臧國仁、鍾蔚文(2000)。〈災難事件與媒體報導：相關研究簡述〉，《新聞學研究》，第62期，頁143-151。
- Zang Guoren, Zhong Weiwen (2000). Zainan shijian yu meiti baodao: xiangguan yanjiu jianshu. *Xinwenxue yanjiu*, 62, 143-151.
- 潘家慶(1985)。〈從傳播效果看兒童與電視〉，《中國論壇》，第229期，頁28-30。
- Pan Jiaqing (1985). Cong chuanbo xiaoguo kan ertong yu dianshi. *Zhongguo luntan*, 229, 28-30.

- 蔡佳靜(2004)。《比較心理對廣告效果之影響路徑探討》。中央大學企業管理研究所博士論文。
- Cai Jiaying (2004). *Bijiao xinli dui guanggao xiaoguo zhi yingxiang lujing tantao*. Zhongyang daxue qiye guanli yanjiusuo boshi lunwen.
- 蔡佳靜(2009)。〈同化？抑或對比？健康狀況的社會比較探討〉。《應用心理研究》，第44期，頁189–212。
- Cai Jiaying (2009). Tonghua? Yihuo duibi? Jiankang zhuangkuang de shehui bijiao tantao. *Yingyong xinli yanjiu*, 44, 189–212.
- 蔡琰、臧國仁(2003)。〈由災難報導檢討新聞美學的「感性認識」：兼談新聞研究向美學轉向的幾個想法〉，《新聞學研究》，第74期，頁95–119。
- Cai Yan, Zang Guoren (2003). You zainan baodao jiantao xinwen meixue de “ganxing renshi”: jiantao xinwen yanjiu xiang meixue zhuanxiang de jige xiangfa. *Xinwenxue yanjiu*, 74, 95–119.
- 蔡鶯鶯(2010)。〈921地震災後的社區報紙與培力〉，《新聞學研究》，第102期，頁177–227。
- Cai Yingying (2010). 921 dizhen zaihou de shequ baozhi yu peili. *Xinwenxue yanjiu*, 102, 177–227.
- 鄭宇君、陳百齡(2012)。〈溝通不確定性：探討社交媒體在災難事件中的角色〉，《中華傳播學刊》，第21期，頁119–153。
- Zheng Yujun, Chen Bailing (2012). Goutong bu quedingxing: tantao shejiao meiti zai zainan shijian zhong de jue. *Zhonghua chuanbo xuekan*, 21, 119–153.
- 薛理桂、吳宇凡(2011)。〈從日本311大地震看文化典藏單位在自然災害中所扮演的文化救援角色〉，《圖書館學與資訊科學》，第37卷，第2期，頁41–55。
- Xue Ligui, Wu Yufan (2011). Cong riben 311 dadizhen kan wenhua diancang dianwei zai ziran zaihai zhong suo banyan de wenhua jiuyuan jue. *Tushuguanxue yu zixun kexue*, 37(2), 41–55.
- 聯意製作股份有限公司(TVBS)(2009)。《莫拉克颱風 TVBS前線報告【影片】》。臺北：聯意。
- Lianyi zhizuo gufen youxian gongsi (TVBS) (2009). *Molake jufeng TVBS qianxian baogao* (Film). Taipei: Lianyi.
- 羅廷瑛、張景媛(2001)。〈921地震災區寄讀學童經歷地震災難及參與心理重建團體心理轉變之歷程分析〉，《教育心理學報》，第33卷，第1期，頁31–45。
- Luo Tingying, Zhang Jingyuan (2001). 921 dizhen zaiqu jidu xuetong jingli dizhen

zainan ji canyu xinli chongjian tuanti xinli zhuanbian zhi licheng fenxi. *Jiaoyu xinli xuebao*, 33(1), 31–45.

羅雁紅、鍾宜珈 (2014)。〈探討廣告主角對電視公益廣告效果之影響：以同理心為中介變項〉，《中國廣告學刊》，第19期，頁74–109。

Luo Yanhong, Zhong Yijia (2014). Tantaoguanggao zhujue dui dianshi gongyi guanggao xiaoguo zhi yingxiang: yi tonglixin wei zhongjie bianxiang. *Zhongguo guanggao xuekan*, 19, 74–109.

Baron, R. A., & Byrne, D. (2000)。《社會心理學》(曾華源、劉曉春譯)。臺北：紅葉文化。(原書Baron, R. A., & Byrne, D. [1997]. *Social psychology*. Needham Heights, MA: Allyn & Bacon.)

Baron, R. A., & Byrne, D. (2000). Shehui xinlixue (Zeng Huayuan, Liu Xiaochun translate). Taipei: Hongye wenhua. (Original Book: Baron, R. A., & Byrne, D. [1997]. *Social psychology*. Needham Heights, MA: Allyn & Bacon.)

Severin, W. J., & Tankard, J. W., Jr. (1995)。《傳播理論：起源、方法與應用》(羅世宏譯)。臺北：五南。(原書Severin, W. J., & Tankard, J. W., Jr. [1974]. *Origins, methods, and uses in the mass media*. Boston: Allyn & Bacon.)

Severin, W. J., & Tankard, J. W., Jr. (1995). Chuanbo lilun: qi yuan, fangfa yu yingyong (Luo Shihong trans). Taipei: Wunan. (Original Book: Severin, W. J., & Tankard, J. W., Jr. [1974]. *Origins, methods, and uses in the mass media*. Boston: Allyn & Bacon.)

英文部份 (English Section)

Anderman, D. (1972). Elation, depression, and helping behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 24, 91–101.

Banfield, J. C., & Dovidio, J. F. (2012). The role of empathy in responding to natural disasters: Comment on “who helps natural disaster victims?”. *Analyses of Social Issues and Public Policy*, 12(1), 276–279.

Barbarosoglu, G., & Arda, Y. (2004). A two-stage stochastic programming framework for transportation planning in disaster response. *Journal of the Operational Research Society*, 55(1), 43–53.

Batson, C. D. (1987). Pro-social motivation: Is it ever truly altruistic? *Advances in Experimental Social Psychology*, 20, 65–122.

Batson, C. D., & Oleson, K. C. (1991). Current status of the empathy-altruism hypothesis. *Review of Personality and Social Psychology*, 12, 62–85.

Batson, C. D., Eklund, J. H., Chermok, V. L., Hoyt, J. L., & Ortiz, B. G. (2007). An additional antecedent of empathic concern: Valuing the welfare of the person in need. *Journal of Personality and Social Psychology*, 93(1), 65–74.

Birkland, T. A. (1997). *After disaster: Agenda setting, public policy, and focusing events*. Washington, DC: Georgetown University Press.

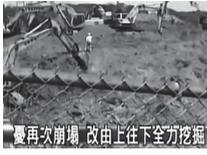
- Birkmann, J. (2006). Measuring vulnerability to promote disaster-resilient societies: Conceptual frameworks and definitions. In J. Birkmann (Ed.), *Measuring vulnerability to natural hazards: Towards disaster resilient societies* (pp. 9–54). India, New Delhi: TERI.
- Bollen, K. A. (1998). *Structural equations models*. New York: John Wiley & Sons, Ltd.
- Brandstätter, E. (2000). Comparison based satisfaction: Contrast and empathy. *European Journal of Social Psychology*, 30(5), 673–703.
- Buckingham, J. T., LeBeau, L. S., & Klein, W. M. (2011). The performance versus ability distinction following social comparison feedback. *Current Research in Social Psychology*, 16(7), 7.
- Chakravarty, A. K. (2011). A contingent plan for disaster response. *International Journal of Production Economics*, 134(1), 3–15.
- Cialdini, R. B., Brown, S. L., Lewis, B. P., Luce, C., & Neuberg, S. L. (1997). Reinterpreting the empathy–altruism relationship: When one into one equals oneness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 73(3), 481–494.
- Cialdini, R. B., Kenrick, D. T., & Baumann, D. J. (1982). Effects of mood on pro-social behavior in children and adults. *The Development of Prosocial Behavior*, 339–359.
- Cigler, B. A. (1999). Pre-conditions for the emergence of multicommunity collaborative organizations. *Review of Policy Research*, 16(1), 86–102.
- Einofo, C. J. (2012). Is cognitive empathy more important than affective empathy? A response to “who helps natural-disaster victims?”. *Analyses of Social Issues and Public Policy*, 12(1), 268–271.
- Eisenberg, N., & Miller, P. A. (1987). The relation of empathy to prosocial and related behaviors. *Psychological Bulletin*, 101, 91–119.
- Feng, L. H., & Hong, W. (2008). A quantitative expression for the magnitude and intensity of disaster of storm surges. *Natural Hazards*, 45(1), 11–18.
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7, 117–140.
- Fritz, C. E. (1961). Disaster. In R. K. Merton & R. A. Nisbet (Eds.), *Contemporary social problems* (pp. 651–694). New York: Harcourt, Brace & World.
- Healy, A., & Malhotra, N. (2009). Myopic voters and natural disaster policy. *American Political Science Review*, 103(3), 387–406.
- Helgeson, V. S., & Mickelson, K. D. (1995). Motives for social comparison. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 21, 1200–1209.
- Hewitt, K. (1995). Reaction paper: Excluded perspectives in the social construction of disaster. *International Journal of Mass Emergencies and Disasters*, 13(3), 317–339.
- Isen, A. M. (1970). Success, failure, attention, and reaction to others: The warm glow of success. *Journal of Personality and Social Psychology*, 15(4), 294–301.

- Isen, A. M., & Levin, P. F. (1972). Effect of feeling good on helping: Cookies and kindness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 21(3), 384–388.
- Jussim, L., Yen, H., & Aiello, J. R. (1995). Self-consistency, self-enhancement, and accuracy in reactions to feedback. *Journal of Experimental Social Psychology*, 31, 322–356.
- Kahana, E., Bhatta, T., Lovegreen, L. D., Kahana, B., & Midlarsky, E. (2013). Altruism, helping, and volunteering pathways to well-being in late life. *Journal of Aging and Health*, 25(1), 159–187.
- Kaniasty, K., & Norris, F. H. (2004). Social support in the aftermath of disasters, catastrophes, and acts of terrorism: Altruistic, overwhelmed, uncertain, antagonistic, and patriotic communities. *Bioterrorism: Psychological and Public Health Interventions*, 200–229.
- Kemmelmeier, M., & Oyserman, D. (2001). The ups and downs of thinking about a successful other: Self-construals and the consequences of social comparisons. *European Journal of Social Psychology*, 31, 311–320.
- Klein, W. M. (2003). Effects of objective feedback and “single other” or “average other” social comparison feedback on performance judgments and helping behavior. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 29(3), 418–429.
- Kreps, G. A., & Drabek, T. E. (1996). Disasters as non-routine social problems-2. *International Journal of Mass Emergencies and Disasters*, 14(2), 129–153.
- Kruglanski, A. W., & Mayseless, O. (1990). Classic and current social comparison research: Expanding the perspective. *Psychological Bulletin*, 108(2), 195–208.
- Larson, C. P. (1980). Efficacy of prenatal and postpartum home visits on child health and development. *Pediatrics*, 66, 191–197.
- Lavidge, R. J., & Steiner, G. A. (1961). A model for predictive measurements of advertising effectiveness. *The Journal of Marketing*, 59–62.
- Lemieux, F. (2014). The impact of a natural disaster on altruistic behaviour and crime. *Disasters*, 38(3), 483–499.
- Lewis, R. G. (1988). Management issues in emergency response. In K. C. Louise (Ed.), *Managing disaster: Strategies and policy perspectives* (pp. 163–179). Durham: Duke University Press.
- Li, Y., Li, H., Decety, J., & Lee, K. (2013). Experiencing a natural disaster alters children’s altruistic giving. *Psychological Science*, 24(9), 1686–1695.
- Lin, L. F., & Kulik, J. A. (2002). Social comparison and women’s body satisfaction. *Basic and Applied Social Psychology*, 24(2), 115–123.
- Lyubomirsky, S., King, L., & Diener, E. (2005). The benefits of frequent positive affect: Does happiness lead to success? *Psychological Bulletin*, 131, 803–855.
- Majchrzak, A., Jarvenpaa, S. L., & Hollingshead, A. B. (2007). Coordinating expertise among emergent groups responding to disasters. *Organization Science*, 18(1), 147–161.
- Maner J. K., DeWall, C. N., Baumeister, R. F., & Schaller, M. (2007). Does

- social exclusion motivate interpersonal reconnection? Resolving the porcupine problem. *Journal of Personality and Social Psychology*, 92(1), 42–55.
- Moe, T. L., Gehbauer, F., Senitz, S., & Mueller, M. (2007). Balanced scorecard for natural disaster management projects. *Disaster Prevention and Management*, 16(5), 785–806.
- Moore, B., Underwood, B., & Rosenhan, D. L. (1973). Affect and altruism. *Developmental Psychology*, 8, 99–104.
- Mussweiler, T. (2001). Focus of comparison as a determinant of assimilation versus contrast in social comparison. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 27, 38–47.
- Olson, R. S., & Gawronski, V. T. (2010). From disaster event to political crisis: A “5C+A” framework for analysis. *International Studies Perspectives*, 11(3), 205–221.
- Pemberton, M., & Sedikides, C. (2001). When do individuals help close others improve? The role of information diagnosticity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 81(2), 234–246.
- Perry, M. (2007). Natural disaster management planning: A study of logistics managers responding to the tsunami. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 37(5), 409–433.
- Porfiriev, B. N. (1998). Issues in the definition and delineation of disasters and disaster areas. In E. L. Quarantelli (Ed.), *What is a disaster? Perspectives on the question* (pp. 56–72). London: Routledge.
- Post, S. G. (2005). Altruism, happiness, and health: It’s good to be good. *International Journal of Behavioral Medicine*, 12, 66–77.
- Schneider, S. K. (1995). *Flirting with disaster: Public management in crisis situations*. Armonk, NY: M. E. Sharpe.
- Seligman, M. E. P., & Csikszentmihalyi, M. (2000). Positive psychology: An introduction. *American Psychologist*, 55, 5–14.
- Sheu, J. B. (2007). An emergency logistics distribution approach for quick response to urgent relief demand in disasters. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 43(6), 687–709.
- Shipley, A. (2008). Social comparison and prosocial behavior: An applied study of social identity theory in community food drives. *Psychological Reports*, 102(2), 425–434.
- Singer, E., & Endreny, P. M. (1993). *Reporting on risk: How the mass media portray accidents, diseases, disasters, and other hazards*. New York: Russell Sage Foundation.
- Smart, C., & Vertinsky, I. (1984). Strategy and the environment: A study of corporate responses to crises. *Strategic Management Journal*, 5(3), 199–213.
- Stewart, T. L., Chipperfield, J. G., Ruthig, J. C., & Heckhausen, J. (2013). Downward social comparison and subjective well-being in late life: The

- moderating role of perceived control. *Aging & Mental Health*, 17(3), 375–385.
- Takács, M. (2010). Multilevel fuzzy approach to the risk and disaster management. *Acta Polytechnica Hungarica*, 7(4), 91–102.
- Tanner, A., Friedman, D. B., Koskan, A., & Barr, D. (2009). Disaster communication on the internet: A focus on mobilizing information. *Journal of Health Communication*, 14(8), 741–755.
- Tesser, A. (1988). Toward a self-evaluation maintenance model of social behavior. *Advances in Experimental Social Psychology*, 21, 181–228.
- Van Yperen, N. W., & Leander, N. P. (2014). The overpowering effect of social comparison information on the misalignment between mastery-based goals and self-evaluation criteria. *Personality and Social Psychology Bulletin*.
- Weinstein, N., & Ryan, R. M. (2010). When helping helps: Autonomous motivation for prosocial behavior and its influence on well-being for the helper and recipient. *Journal of Personality and Social Psychology*, 98(2), 222.
- Wills, T. A. (1991). Similarity and self-esteem in downward comparison. In J. Suls & T. A. Wills (Eds.), *Social comparison: Contemporary theory and research* (pp. 51–78). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Wood, J. V., Taylor, S. E., & Lichtman, R. R. (1985). Social comparison in adjustment to breast cancer. *Journal of Personality and Social Psychology*, 49, 1169–1189.
- Wood, J. V. (1989). Theory and research concerning social comparisons of personal attributes. *Psychological Bulletin*, 106(2), 231–248.
- Wood, J. V. (1996). What is social comparison and how should we study it? *Personality and Social Psychology Bulletin*, 22, 520–537.
- Zagefka, H., Noor, M., & Brown, R. (2013). Familiarity breeds compassion: Knowledge of disaster areas and willingness to donate money to disaster victims. *Applied Psychology*, 62(4), 640–654.
- Zagefka, H., Noor, M., Brown, R., de Moura, G. R., & Hoptthrow, T. (2011). Donating to disaster victims: Responses to natural and humanly caused events. *European Journal of Social Psychology*, 41(3), 353–363.

附錄一 樣本情境影片的選取

自然災難新聞傳播特性	給予受訪者自然災難新聞傳播特性說明	受訪者指認出影片傳播出來具備自然災難新聞特性之範例片段	八位受訪者皆認為具備特性片段的總秒數(共計3分05秒)
強烈性	請你指認出你覺得影片中有呈現出天災造成嚴重傷害或損害的片段		共35秒
急迫性	請你指認出你覺得影片中有呈現出這個天災來得很突然，救災是刻不容緩的片段		共60秒
不確定性	請你指認出你覺得影片中有呈現出天災的發生與影響難以預料的片段		共35秒
連續性	請你指認出你覺得影片中有呈現出新聞持續報導天災後續狀況的片段		共55秒

資料來源：慈濟人文志業中心(2008)。《新希望的起點-杉林成家全紀錄【影片】》。臺北：大愛；中天電視股份有限公司(2009)。《凌晨1:36地牛翻身！花蓮規模6.3地震【影片】》。臺北：中天；行政院農業委員會水土保持局(2009)。《用一生守護家鄉的人土石流防災專員【影片】》。臺北：民視；聯意製作股份有限公司(TVBS)(2009)《莫拉克颱風TVBS前線報告【影片】》。臺北：聯意；公共電視台(2010)。《國道山崩超過24小時挖土機持續開挖【影片】》。臺北：公視；高雄縣政府(2010)。《莫拉克風災重建家園紀錄片【影片】》。臺北：民視；三立電視股份有限公司(2011)。《921大地震官司打9年！判國賠1.1億北市府上訴民眾罵凌遲【影片】》。臺北：三立；原住民族電視台(2011)。《重建分工大不同 災後重建兩樣情【影片】》。臺北：原視。註：本研究製表。

附錄二 樣本情境影片的具體操作化

說明：各位受訪者您好，我們今天會播放一些新聞影片給你看，會請你針對一些影片的片段進行評分，每一個片段的說明會依序為你介紹。

A. 強烈性介紹：請你針對接下來的這支新聞影片進行評分，評分內容以你認為影片中有呈現出天災造成嚴重傷害或損害的情況。分數以1-5分進行給分，分數越高，表示你認為影片傳遞出來這個天災是越嚴重的。

A1		A2		A3	
1 2 3 4 5		1 2 3 4 5		1 2 3 4 5	

B. 急迫性介紹：請你針對接下來的這支新聞影片進行評分，評分內容以你認為影片中有呈現出這個天災來得很突然，救災是刻不容緩的片段。分數以1-5分進行給分，分數越高，表示你認為影片傳遞出來這個天災是越急迫的。

B1		B2		B3	
1 2 3 4 5		1 2 3 4 5		1 2 3 4 5	

C. 不確定性介紹：請你針對接下來的這支新聞影片進行評分，評分內容以你認為影片中有呈現出天災的發生與影響難以預料的片段。分數以1-5分進行給分，分數越高，表示你認為影片傳遞出來這個天災是越不確定、越難預料的。

C1		C2		C3	
1 2 3 4 5		1 2 3 4 5		1 2 3 4 5	

D. 連續性介紹：請你針對接下來的這支新聞影片進行評分，評分內容以你認為影片中有呈現出新聞持續報導天災後續狀況的片段。分數以1-5分進行給分，分數越高，表示你認為影片傳遞出來這個天災是越有連續追蹤的。

D1		D2		D3	
1 2 3 4 5		1 2 3 4 5		1 2 3 4 5	

附錄三 樣本情境影片的操弄檢定

說明：請就你剛才所看的影片，依照您同意程度進行勾選，1表示非常不同意，5表示非常同意，分數越高，表示同意程度越高。

對照組 (32受測者)	實驗組 (32受測者)	操弄檢定
<p>強烈性低</p> 	<p>強烈性高</p> 	<p>$t = -24.06,$ $p < .001$</p>
<p>1. 我能感受到災難會造成生命與財產的慘重損失。 2. 我能感受到災難會造成強烈的心理、生理傷害。</p>	<p>1. 我能感受到災難會造成生命與財產的慘重損失。 2. 我能感受到災難會造成強烈的心理、生理傷害。</p>	<p>強烈性高 (4.50) > 強烈性低 (1.81)</p>
<p>急迫性低</p> 	<p>急迫性高</p> 	<p>$t = -24.56,$ $p < .001$</p>
<p>1. 我能感受到災難呈現緊急等待救援的情況。 2. 我能感受到黃金救援時間很急迫。</p>	<p>1. 我能感受到災難呈現緊急等待救援的情況。 2. 我能感受到黃金救援時間很急迫。</p>	<p>急迫性高 (4.50) > 急迫性低 (1.81)</p>
<p>不確定性低</p> 	<p>不確定性高</p> 	<p>$t = -19.50,$ $p < .001$</p>
<p>1. 我能感受到受難者生死未卜的情況。 2. 我能感受到救災的風險可能性。</p>	<p>1. 我能感受到受難者生死未卜的情況。 2. 我能感受到救災的風險可能性。</p>	<p>不確定性高 (4.39) > 不確定性低 (1.98)</p>
<p>連續性低</p> 	<p>連續性高</p> 	<p>$t = -18.72,$ $p < .001$</p>
<p>1. 我能感受到新聞影片針對災難作持續觀察與報導。 2. 我能感受到新聞媒體對災難事件作連續性的追蹤。</p>	<p>1. 我能感受到新聞影片針對災難作持續觀察與報導。 2. 我能感受到新聞媒體對災難事件作連續性的追蹤。</p>	<p>連續性高 (4.31) > 連續性低 (2.11)</p>

註：以上數值經四捨五入後，取至小數點第二位。

附錄四 正式問卷之題項與因素分析

第一部分：災難新聞傳播特性之題項、因素構面、因素負荷量與解釋變異量整理表

題項	因素 1	因素 2	因素 3	因素 4
8. 從新聞影片中，我能感受到新聞媒體對災難事件作連續性的追蹤。	.91	.07	.08	.09
7. 從新聞影片中，我能感受到新聞影片針對災難事件有作持續觀察與報導的情況。	.90	.13	-.03	.14
4. 從新聞影片中，我能感受到災難呈現出黃金救援時間是刻不容緩的。	.14	.87	.12	.08
3. 從新聞影片中，我能感受到災難呈現出救援時間很緊急。	.06	.87	.17	.14
6. 從新聞影片中，我能感受到災難呈現出救災的風險可能性。	-.18	.12	.88	.10
5. 從新聞影片中，我能感受到受難者生死未卜的情況。	.29	.19	.80	.07
1. 從新聞影片中，我能感受到災難造成生命與財產的損失。	.23	-.02	.01	.86
2. 從新聞影片中，我能感受到災難造成災民嚴重的心理與生理傷害。	-.00	.29	.17	.82
特徵值	1.48	1.84	1.66	1.49
解釋變異量	22.99%	20.73%	18.65%	18.54%
累積解釋變異量	22.99%	43.72%	62.37%	80.91%
因素命名	連續性	急迫性	不確定性	強烈性

第二部分：向下比較之題項、因素構面、因素負荷量與解釋變異量整理表

題項	因素 1
3. 看完新聞影片後，我會想到現今社會上，仍有許多經濟能力比我困苦的人。	.83
4. 看完新聞影片後，我會想到現今社會上，仍有許多社會地位比您低階的人。	.82
2. 看完新聞影片後，我會想到受災戶的遭遇比我可憐。	.82
1. 看完新聞影片後，我會覺得自己比受災戶還幸福。	.74
特徵值	2.58
解釋變異量	64.61%
累積解釋變異量	64.61%
因素命名	向下比較

第三部分：立即直接利他意願之題項、因素構面、因素負荷量與解釋變異量整理表

題項	因素1
4. 我願意參加募款、慈善義賣等活動進行幫助	.83
3. 我願意以擔任義工或志工的方式幫助受災戶	.82
1. 我願意以捐贈的金錢方式幫助受災戶	.82
2. 我願意捐贈受災戶所缺乏的物資	.82
特徵值	2.58
解釋變異量	56.01%
累積解釋變異量	56.01%
因素命名	立即直接利他意願

註：以上數值經四捨五入後，取至小數點第二位。

第四部份：此部份是關於您的個人基本資料，僅供本研究統計分析使用，絕不對外做其他用途，敬請安心填寫。

個人基本資料				
一、性別	<input type="checkbox"/> 男	<input type="checkbox"/> 女		
二、年齡	<input type="checkbox"/> 20-30歲	<input type="checkbox"/> 31-40歲	<input type="checkbox"/> 41-50歲	<input type="checkbox"/> 51-60歲
三、教育程度	<input type="checkbox"/> 小學以下	<input type="checkbox"/> 國、高中職	<input type="checkbox"/> 大學專科	<input type="checkbox"/> 研究所以上
四、職業	<input type="checkbox"/> 軍公教	<input type="checkbox"/> 農、林、漁、牧業		<input type="checkbox"/> 製造業
	<input type="checkbox"/> 營建業	<input type="checkbox"/> 運輸、倉儲、通信業		<input type="checkbox"/> 家管
	<input type="checkbox"/> 服務業	<input type="checkbox"/> 商業	<input type="checkbox"/> 學生	<input type="checkbox"/> 其他_____
五、平均月收入	<input type="checkbox"/> 1萬以下	<input type="checkbox"/> 1-3萬	<input type="checkbox"/> 3-5萬	<input type="checkbox"/> 5-10萬
	<input type="checkbox"/> 10萬以上			
六、子女數	<input type="checkbox"/> 0個	<input type="checkbox"/> 1個	<input type="checkbox"/> 2個	<input type="checkbox"/> 3個以上
七、過去是否曾為受災戶 經歷	<input type="checkbox"/> 無	<input type="checkbox"/> 有		
八、過去是否曾擔任緊急 救難人員	<input type="checkbox"/> 無	<input type="checkbox"/> 有		

本文引用格式

羅雁紅、鍾宜珈(2016)。〈「救急」的媒介溝通效果：以災難新聞為例〉。《傳播與社會學刊》，第38期，頁37-82。