

影片訊息刺激值對 霸凌旁觀行為意向的影響

杜冠誼^{*} 華婉伃^{**} 吳文琪^{***}

摘要

目標：本研究之目的乃探討影片訊息刺激值對旁觀霸凌事件行為意向的影響。

方法：本研究採隨機分派控制組後測實驗設計，透過網路平台招募 18 歲以上且身為在學學生之網路使用者參與研究，最後共 486 位完成實驗。本研究使用 Qualtrics 線上問卷系統，依據研究對象的刺激尋求特質分數分為高低二組，再隨機分派至三個組別：兩個實驗組（觀看高訊息刺激影片組及觀看低訊息刺激影片組）與對照組（無觀看影片組）。之後，測量旁觀霸凌事件之行為意向，並運用多元線性複迴歸模型進行分析。

結果：在控制性別、刺激尋求特質、過去霸凌經驗及反霸凌態度後，觀看低訊息刺激影片的受試者相較於沒有觀看影片者表現出較高的霸凌事件中伸出援手意向，觀看高訊息刺激影片的受試者較沒有觀看影片者之伸出援手

* 國立臺灣師範大學健康促進與衛生教育學系碩士

** 國立臺灣師範大學健康促進與衛生教育學系碩士

*** 國立臺灣師範大學健康促進與衛生教育學系副教授（通訊作者），

E-mail: wENCHIWU@ntnu.edu.tw

通訊地址：台北市和平東路一段 162 號，連絡電話：02-77491731

投稿日期：2025 年 2 月 11 日；修改日期：2025 年 6 月 19 日；接受日期：2025 年 12 月 2 日

DOI: 10.7022/JHPHE.202512_(61).0004

意向沒有顯著差異。此外，觀看高或低訊息刺激影片不會提升增強霸凌和置身事外兩項旁觀反應。

結論：反霸凌影片中使用低度之影片訊息刺激值對提升閱聽人伸出援手的意願較為有效。建議未來設計霸凌防制宣導影片時可採用低影片訊息刺激值的影片，以確保核心訊息能夠有效傳達並被受眾接受。

關鍵詞：影片訊息刺激值、旁觀行為意向、霸凌事件

壹、前言

校園霸凌事件是長久以來的社會問題，且受到全世界關注。霸凌指在雙方權力不對等的情况下，具有傷害意圖，且重複多次或極有可能重複發生的直接或間接行為 (Olweus, 1994)。過去針對 83 個不同國家的研究顯示，霸凌盛行率介於 8% 至 46% (Biswas et al., 2020)，臺灣則有近七成 (66.4%) 兒少曾有接觸校園霸凌的經驗 (兒福聯盟, 2018)。研究發現霸凌行為與學生長期和短期的身心健康有關，且除了受害者外，旁觀者也可能遭受影響 (Menesini & Salmivalli, 2017; Vrijen et al., 2021)。由於霸凌事件會造成身體、心理和社會的傷害或痛苦 (Gladden et al., 2014; Olweus, 1994)，因此發展霸凌防制策略是各國關注的議題，臺灣也不例外。

在霸凌防制策略中，旁觀者的角色至關重要。當旁觀者協助或強化霸凌行為時，不僅會增加霸凌者的攻擊行為和霸凌事件的發生頻率，還會加重對受害者的負面影響，包括增加焦慮、憂鬱和減低自尊心 (Salmivalli, 2010; Salmivalli et al., 2011)。相反地，若旁觀者選擇幫助受害者，則能有效制止霸凌行為，並減少校園霸凌的發生 (Lynn Hawkins et al., 2001)。學者將霸凌事件中的旁觀行為大致區分為三類，即置身事外、增強霸凌，和伸出援手 (Salmivalli et al., 1996; Thornberg & Jungert, 2013)。研究顯示，當旁觀者選擇置身事外時，實質上是對霸凌行為的默許，並變相地鼓勵霸凌行為；反之如果旁觀者大聲喝止並採取適當行動，則是表現出對霸凌事件的抵制，可能會削弱霸凌者的地位並阻止霸凌行為。同時，當旁觀者給予受害者溫暖、關懷、支持與協助時，可減少霸凌事件對受害者的傷害 (Padgett & Notar, 2013; Thornberg et al., 2018)。然而，過去研究發現僅有 19% 的旁觀者會選擇幫助受害者 (Lynn Hawkins et al., 2001)。因此，各界嘗試採取不同介入方案以鼓勵旁觀者伸出援手的行為。

在各種介入方案中最普遍為人使用的是產製影片以鼓勵旁觀者伸出

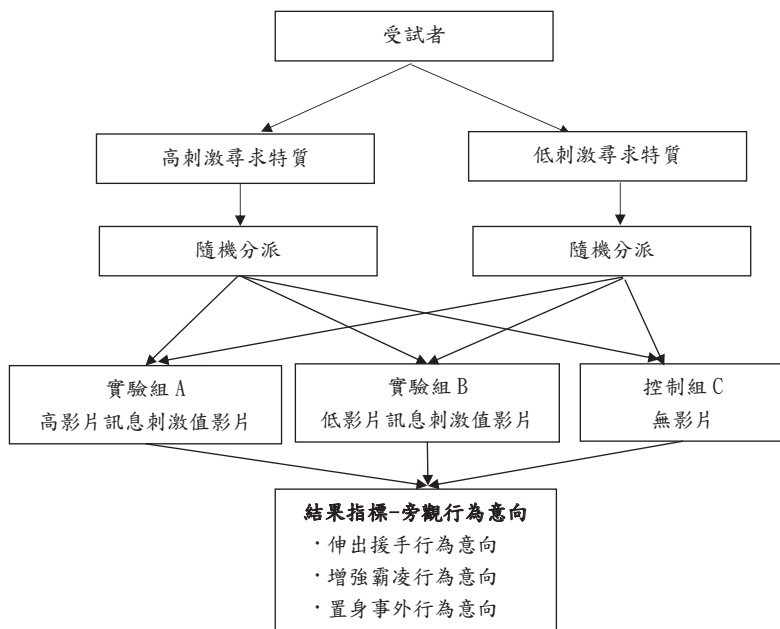
援手。例如，在著名的反霸凌防制計畫TakeCARE中，即以影片作為最主要的介入方案 (Jouriles et al., 2016; Sargent et al., 2017)。臺灣各級學校自2010年頒布校園霸凌防制準則後，便開始積極推動霸凌防制工作，並製作反霸凌影片上傳至各式網路平台，其中，最主要的傳播平台為YouTube。過去已有探討YouTube 影片效果的研究，主題涵蓋肥胖 (Yoo & Kim, 2012)、反菸 (Chung, 2015; Paek et al., 2010) 和營養資訊 (Batar et al., 2020) 等領域，然而，時常被放到社群平台供各個年齡層的人觀看的反霸凌影片，卻很少有研究探討其效果。

影響影片效果的因素眾多，最關鍵的影響因素之一是影片訊息刺激值 (Message Sensation Value, MSV)。MSV指影片的視聽特徵所引起閱聽人在感官、情感和反應方面的程度 (Palmgreen et al., 1991)。過去研究發現，閱聽人的意念、想法、行為意圖等會受到MSV高低的影響 (Gladden et al., 2014)。根據資訊暴露理論 (Information Exposure Theory)，當影片的MSV越高，越能有效提升閱聽人的注意力，並促使大腦更深入的處理接收到的資訊，從而延長對廣告內容的記憶時間 (Donohew et al., 1998)。過去針對公益廣告效果的研究顯示，高MSV之公益廣告可以提高閱聽人對於影片內容的注意力、可信度和記憶力 (Biener et al., 2004; Keller & Block, 1995; Xu, 2017)。然而，部分學者對此持不同的看法。根據認知負荷理論 (Cognitive Load Theory)，人的認知資源有限，因此當影片的MSV過高，其強烈的聲光效果會增加認知負荷，進而降低閱聽人對影片主要訊息的注意力與記憶 (Sweller et al., 1998)。過去也有研究發現，高MSV廣告會產生過高的認知負荷，可能干擾閱聽人對宣導資訊的理解和溝通成效，進而影響學習效果 (Bolls et al., 2003; Indovina & Macaluso, 2007; Lang, 2006; Mayer & Moreno, 2003)。

綜上所述，目前鮮少有針對反霸凌議題為主之媒體效果研究，也尚未有研究探討影片MSV是否與旁觀行為意向有關聯。因此，本研究之目的乃探討反霸凌影片之MSV對旁觀者行為意向的媒體效果。

圖 1

研究架構暨實驗流程



為探討MSV的效果，本研究將控制其他影響因素。首先，影響MSV最主要的因素是閱聽人自身的刺激尋求特質 (Sensation Seeking)。刺激尋求特質指個體尋求不同變化、新奇、複雜且強烈的刺激感受及經驗，且為此經驗會願意冒身體上的、社會性的、法律上的、財務上的風險來滿足此需求 (Zuckerman, 1994)。本研究定義之刺激尋求特質，為閱聽人本身具有尋求不同變化的、新奇的、複雜的、強烈的刺激感受及經驗之程度。由於個體偏好的刺激程度不同，因此MSV對高刺激尋求者及低刺激尋求者的吸引程度也有所差異。例如，過去有研究發現具有高度刺激尋求特質者在觀看高MSV的影片後，較能有效接收影片所欲傳遞的內容 (Everett & Palmgreen, 1995; Palmgreen et al., 2001)。因此本研究透過隨機分配控制SS，以確保各組受試者之SS程度相去不遠。其次，與旁觀

行為意向有關的影響因素，包括性別、過去霸凌經驗以及反霸凌態度，亦納入為控制變項。就性別而言，過去研究發現女性有較高的伸出援手意願，男性則較易增強霸凌 (Rigby & Johnson, 2005)。此外，有被霸凌經驗和有較高的反霸凌態度者，有較高的機會伸出援手 (Menesini et al., 2003)，具有霸凌他人經驗者，則更傾向置身事外或增強霸凌 (Rigby & Johnson, 2006)。因此本研究亦將此三者納入模式予以控制。

貳、材料與方法

一、研究設計及研究對象

本研究採隨機分派控制組後測實驗設計 (Randomized Control-Group Posttest Design)，評估不同MSV程度的影片對旁觀行為意向之影響。由於本研究所使用之介入媒材為四分鐘左右的影片，前後測之間的時間不足以沖淡問卷之學習效應，因此僅進行後測，並納入沒有觀看影片的控制組作為比較基準，以釐清觀看影片之效果。此外，為了增加實驗組及對照組間的可比較性，採用隨機分派不同程度之MSV影片的方式進行實驗，此法與其他研究為探討不同MSV之戒菸宣導影片效果時進行實驗的方式相同 (Xu, 2015)。

本研究透過社群媒體(包括：Facebook、Line、Instagram、Dcard等)招募18歲以上在學學生填寫網路問卷及觀看影片，使用Qualtrics線上問卷平台設計整體實驗流程，當參與者完成刺激尋求特質 (SS) 量表填答並被隨機分派至實驗組後，問卷將自動跳轉至指定的影片播放頁面，無需由受試者額外開啟其他視窗或連結，確保受試者可於問卷中即時觀看影片，模擬其在日常網路環境中觀看影片的自然情境。SS量表之得分範圍為8至40分，組中點為24分。因此，根據文獻以24分為切點 (Hoyle, R.H., et al., 2002)，將受試者依其SS得分進行高低分組。SS得分為24分以上者進入高SS組(HSS)，其餘則分入低SS組(LSS)。隨後，將兩組受

試者隨機分派至高MSV影片組(HMSV)、低MSV影片組(LMSV)及無影片組(NON-MSV)，藉此增加各組受試者的可比較性。高MSV影片組及低MSV影片組的受試者需在看完分派的影片後，接續填答反霸凌態度量表、旁觀行為意向量表、過去霸凌經驗量表及自覺感官刺激質量表。無影片組則直接填答反霸凌態度量表、旁觀行為意向量表、過去霸凌經驗量表。

本研究通過國立臺灣師範大學研究倫理中心之審查(審查編號：202212HS007)，於112年4月至5月間進行收案。使用G power 3.1.9.7預估樣本數，運用多元線性迴歸模式，將 α 設定為0.05，檢定力(Power)設定為0.95，效應值(Effect size)設定為0.05，估計出有效樣本至少需481人，最終回收有效問卷486份。根據IRB規定，未成年受試者(18歲以下)在參與研究前需取得家長的同意書，然而，本研究採網路問卷以模擬受試者在日常生活中觀看影片的真实情境，因此無法在研究對象觀看影片前取得家長同意。為確保符合研究倫理並維持實驗的可行性，本研究僅選擇招募18歲以上的學生作為研究對象。

二、介入影片

根據Morgan與Paek所設計的MSV量表(Morgan et al., 2003; Paek et al., 2010)，共有12項指標評估影片之MSV大小，其中包括跳接數、視覺效果、慢動作、粗體或不尋常的顏色、強烈的圖像、聲音飽和度、背景音樂、大聲的/快速的音樂、聲音效果、演戲、非預期的形式和驚奇的結局等。各指標根據有無分別標記為1或0，12項分數加總計算後即為影片的MSV得分。

本研究乃根據此MSV量表，針對YouTube上的反霸凌影片進行MSV評分，並將其照MSV得分排序。同時，參考Langworthy等人的研究(Langworthy, 2017)，為避免因影片過長而影響受試者的觀看專注度，刪除時長超過4分鐘之影片，篩選流程如圖2所示。本研究剔除個人呼籲、

社會實驗及歌曲等形式影片，接著，篩選出含有伸出援手行為的影片，並選取MSV得分最高(10分)和最低(1分)的影片各一部，作為高MSV組(Sagar, 2011)及低MSV組(楊雅鈞，2015)的實驗影片。

高MSV組之影片擁有較豐富的聲光效果，給人較強的視覺衝擊，且背景音樂與影片中情境較契合。該影片劇情為一位學生遭受霸凌，在孤立無援的情況下選擇舉槍自盡，接著，影片將時間倒帶，有一群人在受害者被霸凌時站出來幫助他，最終挽回一條生命。此片內容伴隨著強烈音效與較多影片跳接數，帶領觀看者有高潮起伏的情緒。低MSV組之影片則聲光效果較弱、視覺上無明顯衝擊、背景音樂較單一，影片中的人物移動速度較慢。該影片劇情為一位學生背對螢幕遭受霸凌，被人用各式物品攻擊，接著，有一群人出來幫助受害學生，並以文字方式呼籲旁觀者伸出援手。此片內容與劇情較簡單、鏡頭跳接數較少，為一鏡到底的模式作為呈現。

三、研究工具

本研究所使用之研究工具分為觀看介入影片前後兩部分。觀看介入影片前的問卷題目包括性別及SS量表，觀看介入影片後則包括過去霸凌經驗、旁觀行為意向及反霸凌態度。本研究之工具經過專家進行專家效度檢視(平均內容效度指標值為0.92)後，招募45名受試者進行預試。根據預試資料分析結果進行修改，確立翻譯適切性及題目適用性後，始形成正式問卷。各變項之測量工具分述如下。

(一)結果指標：旁觀行為意向

本研究之旁觀行為意向乃參考簡彤恩所改編自Thornberg與Jungert發展之學生旁觀者介入行為意向量表(Student Bystander Behavior Scale)(簡彤恩，2022；Thornberg & Jungert, 2013)。此部分共6題，包括伸出援手、增強霸凌、置身事外三個構面，以測量受試者以旁觀者身分處於霸凌事件時，其採取伸出援手、增強霸凌、置身事外三種旁觀行為的可

能性，題目敘述如：「我會阻止霸凌事件」。此部分皆使用李克特五點量表計分，選項為「0=完全不符合」至「4=完全符合」，三個構面的總分均介於0~8分，總分越高表示該受試者在面對霸凌事件時越有可能採取該類旁觀行為。由於各構面下皆為兩題，故採用Spearman-Brown coefficient計算內部一致性(Eisinga et al., 2013)。伸出援手的Spearman-Brown係數=0.78、相關性 $\gamma=0.64$ ；增強霸凌的Spearman-Brown係數=0.81、相關性 $\gamma=0.68$ ；置身事外的Spearman-Brown係數=0.83、相關性 $\gamma=0.71$ 。

(二)控制變項

1. 刺激尋求特質(SS)

本研究所使用的刺激尋求量表(Sensation Seeking Scale, SSS)改編自Eysenck與Zuckerman設計的第五版刺激尋求量表，以及Holye等人的修訂版量表(Hoyle et al., 2002)。此部分量表包括經驗尋求、厭倦感受、刺激與冒險尋求與反抑制(失控)四個構面，以測量閱聽人本身具有尋求不同變化的、新奇的、複雜的、強烈的刺激感受及經驗之程度，共8題，題目敘述如：「我喜歡尋求新奇及刺激的體驗，即使他們是違法的」。此部分皆使用李克特五點量表計分，選項為「1=非常不同意」至「5=非常同意」，量表總分介於8~40分，分數越高代表該受試者的刺激尋求特質越高。根據受試者之填答結果進行信度分析，此量表之內部一致性Cronbach's α 值為0.78。

2. 性別

性別分為男女兩類。

3. 就學階段

就學階段分為「高中職及大專院校」及「研究所」兩類。

4. 反霸凌態度

本研究之反霸凌態度的題目(Anti-Bullying Attitudes Towards Bullying)翻譯自Salmivalli與Voeten的研究(Salmivalli & Voeten, 2004)，共10題，題目敘述如：「我認為應該試著幫助被霸凌的受害者」、「我認為加

入霸凌是錯誤的」。此部分皆使用李克特五點量表計分，選項為「0=非常不同意」至「4=非常同意」，其中有4題為反向計分，將各項目得分加總後即為總分。量表總分介於0~40分，分數越高表示對霸凌事件越持反對態度。根據受試者之填答結果進行信度分析，此量表之內部一致性Cronbach's α 值為0.83。

5. 過去霸凌經驗

此量表譯自Nicolaidis的研究(Nicolaidis et al., 2002)，用以測量受試者的霸凌受害經驗、霸凌他人經驗，及旁觀霸凌事件經驗，共3題，分別代表一個變項。霸凌受害經驗題目敘述為：「您在學校時被霸凌過嗎？」，霸凌他人經驗題目敘述為：「您上學的時候有沒有霸凌過別人？」，旁觀霸凌事件經驗題目敘述為：「在學校時是否見過有人被霸凌？」此部分均使用李克特四點量表，選項為「1=從來沒有」至「4=經常」，分數越高表示受試者在學期間越常涉入霸凌事件。

6. 自覺感官刺激值

本研究之自覺感官刺激值題項引用自國內學者修改，並進行翻譯、潤飾的自覺感官刺激值量表 (Perceived Message Sentation Value, PMSV) (林素真，2013)。此量表使用17組正負向形容詞，以測量受試者認為其所觀看的反霸凌影片的感受程度。選項為1至5，正負向形容詞舉例為1代表負向形容詞的最低值(如「非常普通」)，5代表正向形容詞的最高值(如「非常獨特」)，2~4的選項則代表介於「非常普通」與「非常獨特」間的感受程度，量表總分介於17~85分。根據受試者之填答結果進行信度分析，此量表之內部一致性Cronbach's α 值為0.93。

(三)統計分析

將問卷資料回收後，進行有效問卷資料之譯碼、鍵入、校對與轉碼，並以SPSS 26.0進行統計分析。在描述性統計方面，類別變項以次數分析及百分比進行描述，連續變項則以平均數、標準差等加以描述。在推論

性統計方面，以ANOVA單因子變異數分析，進行組間差異比較，並採用多元線性複迴歸分析，進行納入控制變項後之介入效果分析。

參、結果

一、樣本特性

各組受試者背景變項之分布如表1所示。三組受試者間的SS比例相近，在統計上無顯著差異。在各組中，受試者的性別均以女性為主，就學階段則以就讀高中職及大專院校者居多。性別、就學階段、過去霸凌經驗之受害經驗、霸凌他人經驗及旁觀霸凌經驗在三組中皆無顯著差異。此外，反霸凌態度之平均分數在三組中亦沒有顯著差異。由此可知經隨機分派後，三組在各個控制變項上的特徵相近，具可比較性。

根據本研究測量之結果，高MSV組的自覺訊息感官刺激值顯著高於低MSV組($P=0.013$)。由此可見，研究團隊所選之高MSV影片，研究對象亦認為其具有高MSV的特徵。

表1

各組受試者背景變項之分布

影片訊息刺激值 (MSV)	組A 觀看高MSV影片組 (N=157)	組B 觀看低MSV影片組 (N=156)	組C 無觀看影片組 (N=173)	P值
	N (%)	N (%)	N (%)	
刺激尋求特質(SS)				0.951
低SS	77 (49.0%)	76 (48.7%)	82 (47.4%)	
高SS	80(51.0%)	80 (51.3%)	91 (52.6%)	
性別				
男	40 (25.5%)	40 (25.6%)	52 (30.1%)	0.565
女	117 (74.5%)	116 (74.4%)	121 (69.9%)	

(續下表)

表1 (續)

就學階段				
高中職及大專院校	126 (80.3%)	119 (76.3%)	131 (75.7%)	0.571
研究所	31 (19.7%)	37 (23.7%)	42 (24.3%)	
過去霸凌經驗				
有霸凌受害經驗	46 (29.3%)	59 (37.8%)	68 (39.3%)	0.129
有霸凌他人經驗	23 (14.6%)	32 (20.5%)	41 (23.7%)	0.114
有旁觀霸凌經驗	120 (76.4%)	125 (80.1%)	131 (75.7%)	0.599
	Mean (SD)	Mean (SD)	Mean (SD)	P
反霸凌態度	3.14 (0.56)	3.22 (0.53)	3.27 (0.51)	0.090
自覺訊息感官刺激值	56.53 (11.59)	53.13 (12.38)	NA	0.013

二、影片影片訊息刺激值(MSV)的效果

MSV與旁觀行為意向之關係如表2及圖2所示。結果可以發現與控制組相比，低MSV影片組有較高的伸出援手行為意向($F=3.6$ ， $P=0.028$)。三組在增強霸凌行為意向和置身事外行為意向上則均無顯著差異。

表2

旁觀行為意向與MSV之關係

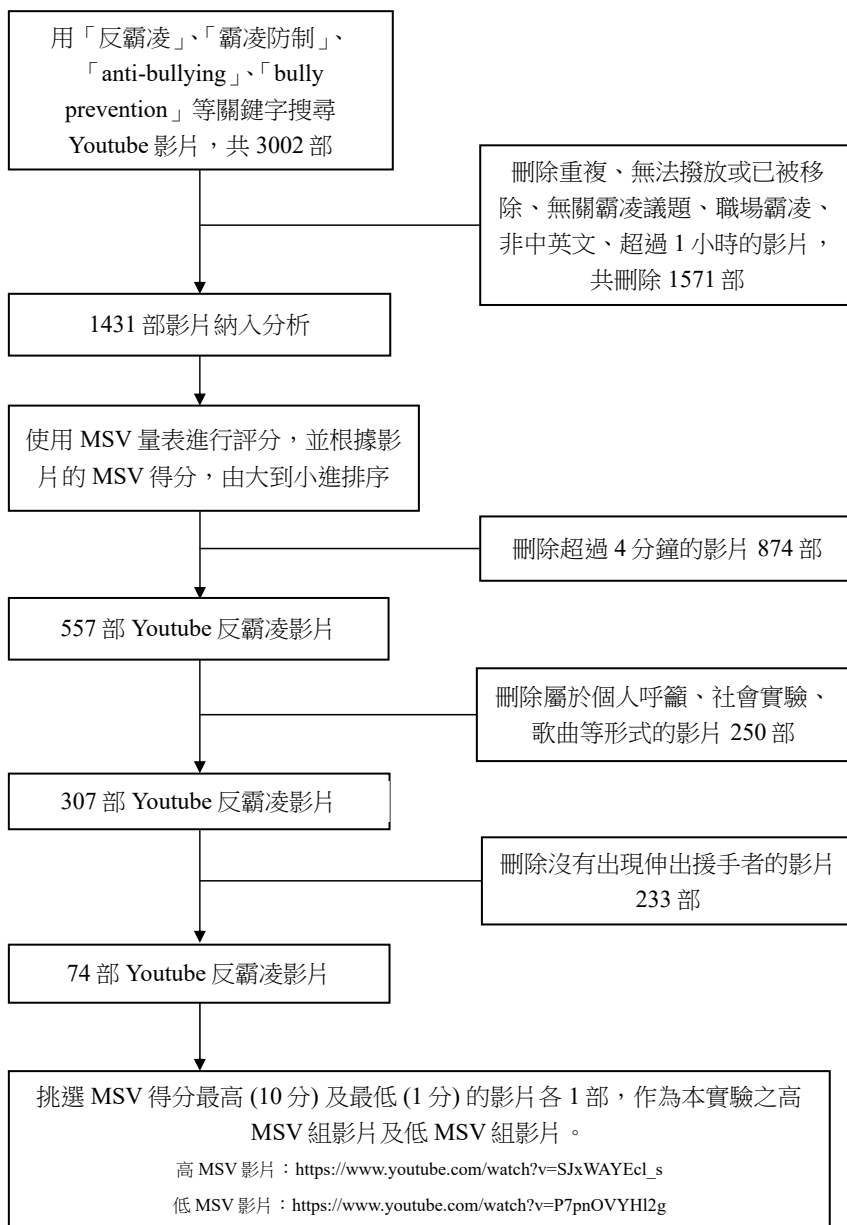
	伸出援手行為意向 Mean (SD)	增強霸凌行為意向 Mean (SD)	置身事外行為意向 Mean (SD)
影片訊息刺激值 MSV			
A組： 觀看高MSV影片組	3.84 (0.71)	1.44 (0.69)	2.79 (0.95)
B組： 觀看低MSV影片組	3.92 (0.71)	1.56 (0.76)	2.79 (1.04)
C組： 無觀看影片組	3.71 (0.73)	1.58 (0.77)	2.88 (1.00)
Post hoc	B > C*		

*: $P<0.05$

採用Least Significant Difference (LSD)進行事後檢定

圖 2

影片篩選流程



再進一步控制性別、過去霸凌經驗和反霸凌態度後(見表3)，相較於沒有看影片者而言，觀看低MSV影片組有顯著較高的伸出援手行為意向($\beta=0.099$, $P=0.028$)，但觀看高MSV影片者與沒有觀看影片者之伸出援手行為意向則沒有顯著差異。意即，當受試者觀看低MSV之影片，可提升他們在霸凌事件中伸出援手的意願，然而觀看高MSV之影片對伸出援手的意願並無太大幫助。

另外，無論觀看何種程度之MSV影片，均不會顯著影響受試者的增強霸凌行為意向及置身事外行為意向(見表3)。與沒有觀看影片的受試者相比，觀看高MSV影片組會減少他們的增強霸凌行為意向($\beta=-0.014$, $P=0.826$)，觀看低MSV影片組則會減少置身事外行為意向($\beta=-0.018$, $P=0.706$)，然而，此二者均未達顯著效果。

肆、討論

本研究結果顯示，觀看低MSV影片之受試者顯著提升他們在霸凌事件中伸出援手的意願，與認知負荷理論及過去研究結果一致(Bolls et al., 2003; Indovina & Macaluso, 2007; Lang, 2006; Mayer & Moreno, 2003; Sweller et al., 1998)。過去研究發現，由於低MSV的公益廣告能夠刺激與記憶編碼和認知處理相關的大腦區域，廣告中的核心訊息更容易被閱聽人記住。相較之下，高MSV的公益廣告會活化大腦中的視覺處理區域，使大腦無法專注在處理廣告內容，進而干擾閱聽人對宣導資訊的記憶和學習效果(Langleben et al., 2009; Seelig et al., 2014)。因此，本研究中觀看高MSV影片的受試者，可能因受到影片中強烈的聲光效果影響，未能提高他們伸出援手的意願。

此外，根據恐懼訴求理論(Fear Appeal Theory)，唯有適度的恐懼才能使閱聽人接受訊息中的建議，過高的恐懼訴求反而會引起人們的防衛心理，導致其忽視或否認訊息中的威脅(Janis, 1967; Ray & Wilkie,

表3
MSV與旁觀行為意向之迴歸分析

變項	伸出援手行為意向			增強霸凌行為意向			置身事外行為意向		
	Beta	SE	P 值	Beta	SE	P 值	Beta	SE	P 值
模式一									
MSV (LMSV / NON)	0.209^{**}	0.079	0.009	-0.020	0.082	0.804	-0.087	0.110	0.427
MSV (HMSV / NON)	0.136	0.079	0.087	-0.142	0.082	0.084	-0.086	0.110	0.434
調整後的R ²	0.011			0.003			-0.002		
模式二									
MSV (LMSV / NON)	0.152[*]	0.069	0.028	0.055	0.064	0.392	-0.039	0.102	0.706
MSV (HMSV / NON)	0.034	0.069	0.628	-0.014	0.064	0.826	0.024	0.102	0.818
SS (HSS / LSS)	-0.147[*]	0.058	0.012	0.021	0.054	0.698	0.102	0.085	0.233
性別 (男 / 女)	-0.090	0.066	0.891	0.047	0.061	0.443	-0.111	0.098	0.258
就學階段 (高中職及大專院校 / 研究所)	0.202^{**}	0.069	0.004	0.166[*]	0.064	0.010	-0.083	0.103	0.419
霸凌受害經驗 (有 / 無)	-0.118	0.066	0.072	-0.038	0.061	0.533	0.096	0.097	0.319
霸凌他人經驗 (有 / 無)	-0.150	0.085	0.077	0.383^{***}	0.078	<0.001	0.376^{**}	0.125	0.003
旁觀霸凌經驗 (有 / 無)	0.053	0.073	0.467	-0.071	0.068	0.295	0.090	0.107	0.404
反霸凌態度	0.614^{***}	0.060	<0.001	-0.738^{***}	0.055	<0.001	-0.572^{***}	0.088	<0.001
調整後的R ²	0.253			0.403			0.141		

註：1. 模式一為未納入控制變項之迴歸模型，模式二為納入控制變項後之迴歸模型。
2. MSV為影片訊息刺激值，NON為無觀看影片組別，LMSV為觀看低影片訊息刺激值影片，HMSV為觀看高影片訊息刺激值影片。SS為刺激尋求特質，LSS為低度刺激尋求，HSS為高度刺激尋求。
3. Beta：迴歸係數，SE：標準誤
4. ^{*}：p < .05，^{**}：p < .01，^{***}：p < .001

1970)。心理抗拒理論(Psychological Reactance Theory)則指出，當一個人認為自己被迫接受某種觀點時，會產生抵抗心理，進而拒絕接受，甚至做出與訊息中期望行為相反的反應(Brehm & Brehm, 1981; Youn & Kim, 2019)。在本研究中，高MSV影片的強烈聲光效果和視覺衝擊可能增加了其恐懼效果和強迫感，使受試者傾向拒絕影片中欲傳遞的訊息，即拒絕增加其伸出援手的意願。此結果顯示宣導影片中適度的視覺和聲音效果更可能有效地傳遞訊息，過度的刺激反而適得其反，減少影片對閱聽人行為改變的影響。因此，若希望達到較佳的效果，在設計宣導影片時應考量避免一味增強聲光效果，而造成買櫝還珠之憾。

根據Bandura所提出社會學習理論(Social Learning Theory)，閱聽人在觀看暴力影片後，出現暴力行為的機率可能會增加(Bandura et al., 1961; Bandura & Walters, 1977)。有研究發現，媒體對於暴力行為的呈現與描述可能會促使閱聽人學習，並增加其長期與短期的攻擊行為(Bushman & Huesmann, 2006; Gentile et al., 2011)。因此，本研究為更嚴謹的探討媒體效果，將置身事外和增強霸凌行為納入分析，以確認閱聽人在觀看影片後是否會學習並模仿不良行為。結果顯示受試者在觀看影片後，其置身事外與增強霸凌行為意向之平均分數較無觀看影片者低，雖未達顯著差異，但仍表示反霸凌影片不會增加閱聽人採取負面行為的意向。

在本研究中，低SS的受試者更傾向於在霸凌情境中伸出援手，此結果與過去研究一致。研究顯示低SS的人通常有較多的親社會行為，也具有較高的同理心(Gomà-i-Freixanet, 1995)，因此在面對霸凌事件時，他們會更傾向伸出援手。此外，不具有霸凌受害經驗的受試者也更願意在霸凌情境中伸出援手，與過去研究的發現一致。研究顯示有受害經驗的人會出於對霸凌事件的恐懼、壓力等負面情緒，因而傾向被動旁觀霸凌事件(Huang et al., 2016)。最後，越持反霸凌態度的受試者越可能在目睹霸凌事件時伸出援手，與認知一致性理論相符。根據認知一致性理

論，個體傾向於維持其信念和行為之間的一致性，因此持有強烈反霸凌態度的受試者更可能主動介入霸凌事件並幫助受害者(Norman, 1975)。

過去探討反霸凌議題影片的相關實驗(如TakeCARE計畫)顯示，學生在觀看與旁觀者介入行為有關的影片後，伸出援手的意願有所提升(Jouriles et al., 2016; Sargent et al., 2017)。然而，這些研究多是在教室內進行，受試者觀看影片並填寫問卷的環境與他們平常獨自在網路觀看影片的情境存在差異，且可能導致霍桑效應，進而影響結果的真實性。相較之下，本研究採用網路收案的方式進行，使受試者在自己熟悉的環境中，以日常觀看影片的方式參與實驗。此種實驗設計更貼近他們日常使用媒體的情境。因此，本研究的結果提供了更為真實的數據，也在方法學上進一步彌補了過去研究的不足，並且降低了實驗設計對受試者行為的干擾。

本研究有以下之研究限制。一是本研究非隨機抽樣，因此結果在外推至其他族群時仍須謹慎。本研究對象以18歲以上之在學有使用網路的學生為主，建議未來研究可以國小和國高中學生為主進行實驗設計。二是由於研究者無法找到由臺灣拍攝之高刺激值影片，因此研究所使用之高MSV影片來自國外。然而，因兩部影片均沒有台詞，僅有背景音效，影片長度相仿，且重點均在強調伸出援手的重要性。再者，在分析自覺訊息感官刺激值後，確立兩組受試者能夠明確辨識出兩部影片MSV的高低。因此，研究 果仍具相當 考價值。此外，本研究所採用之影片受限於現成影片的限制，較難操控影片角色、內容、時長、拍攝手法等變因，未來研究若有經費能自己拍攝影片，將更能控制與影片拍攝及內容有關的變因，或可釐清反霸凌影片內容編排差異的效果。

伍、結論與建議

本研究證實在霸凌議題中，影片之MSV與旁觀行為有顯著關聯。結

果發現，觀看低MSV影片即可提升觀眾伸出援手的意願，觀看到高MSV的影片則沒有顯著效果。基於研究結果，建議未來在設計反霸凌影片時，應避免過度追求視覺及聲光效果，而應該著重影片剪輯乃以能清晰傳達影片內容為主，以利有效地引發旁觀者的共鳴和伸出援手的行為。

致謝

本研究感謝所有參與計畫之受試者，使研究順利進行。

參考文獻

一、中文部分

- 林素真(2013)。反毒公益廣告對感官刺激尋求程度不同者的影響。《中國廣告學刊》，18，35-62。
- [Lin, S.-J.(2013). The Effect of Anti-drug PSAs on Viewers with Different Sensation-Seeking Tendency. *The Journal of Advertising*, 18, 35-62]
- 兒童福利聯盟(2018)。台灣校園霸凌防治現況調查。兒童福利聯盟研究調查報告。 https://www.children.org.tw/publication_research/research_report/2237
- [Child Welfare League Foundation (2018). *Taiwan School Bullying Prevention Status Survey*. Child Welfare League Foundation research report.]
- 楊雅鈞[Yang YaJun] (2015，11月27日)。防制校園霸凌背影[影片]。YouTube。 <https://www.youtube.com/watch?v=P7pnOVYHl2g>
- [Yang, Y.-J.(2015). *Prevention of school bullying: Beiying* [Video]. YouTube.]
- 簡彤恩(2022)。虛擬實境在校園霸凌旁觀者行為以及道德勇氣研究之應用[未出版碩士論文]。國立陽明交通大學。
- [Jian, T.-E.(2022). *Using Virtual Reality Technology to Investigate Bystanders' Behaviors and Moral Courage in School Bullying* [Unpublished master's thesis]. National Yang Ming Chiao Tung University.]

二、英文部分

- Bandura, A. & R.H. Walters (1977). *Social learning theory* (Vol.1). Englewood Cliffs Prentice Hall.
- Bandura, A., Ross, D., & Ross, S. A. (1961). Transmission of aggression through imitation of aggressive models. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 63(3), 575-582. <https://doi.org/10.1037/h0045925>
- Batar, N., Kermen, S., Sevdin, S., Yıldız, N., & Güçlü, D. (2020). Assessment of the Quality and Reliability of Information on Nutrition After Bariatric Surgery on YouTube. *Obesity surgery*, 30(12), 4905-4910. <https://doi.org/10.1007/s11695-020-05015-z>

- Biener, L., Ji, M., Gilpin, E. A., & Albers, A. B. (2004). The impact of emotional tone, message, and broadcast parameters in youth anti-smoking advertisements. *Journal of health communication*, 9(3), 259-274. <https://doi.org/10.1080/10810730490447084>
- Biswas, T., Scott, J. G., Munir, K., Thomas, H. J., Huda, M. M., Hasan, M. M., David de Vries, T., Baxter, J., & Mamun, A. A. (2020). Global variation in the prevalence of bullying victimisation amongst adolescents: Role of peer and parental supports. *EClinicalMedicine*, 20, 100276. <https://doi.org/10.1016/j.eclinm.2020.100276>
- Bolls, P. D., Muehling, D. D., & Yoon, K. (2003). The effects of television commercial pacing on viewers' attention and memory. *Journal of Marketing Communications*, 9(1), 17-28. <https://doi.org/10.1080/1352726032000068032>
- Brehm, S. S., & Brehm, J. W. (1981). *Psychological reactance: A theory of freedom and control*. Academic Press.<https://doi.org/10.1016/C2013-0-10423-0>
- Bushman, B. J., & Huesmann, L. R. (2006). Short-term and long-term effects of violent media on aggression in children and adults. *Archives of pediatrics & adolescent medicine*, 160(4), 348-352. <https://doi.org/10.1001/archpedi.160.4.348>
- Chung, J. E. (2015). Antismoking campaign videos on YouTube and audience response: Application of social media assessment metrics. *Computers in Human Behavior*, 51(Pt A), 114-121. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.04.061>
- Donohew, L., Lorch, E. P., & Palmgreen, P. (1998). Applications of a theoretic model of information exposure to health interventions. *Human communication research*, 24(3), 454-468. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.1998.tb00425.x>
- Eisinga, R., Grotenhuis, M.t, & Pelzer, B. (2013). The reliability of a two-item scale: Pearson, Cronbach, or Spearman-Brown?. *International journal of public health*, 58(4), 637-642. <https://doi.org/10.1007/s00038-012-0416-3>
- Everett, M. W., & Palmgreen, P. (1995). Influences of sensation seeking, message sensation value, and program context on effectiveness of anticocaine public service announcements. *Health Communication*, 7(3), 225-248. https://doi.org/10.1207/s15327027hc0703_3
- Fishbein, M., Hall-Jamieson, K., Zimmer, E., von Haeften, I., & Nabi, R. (2002).

- Avoiding the boomerang: testing the relative effectiveness of antidrug public service announcements before a national campaign. *American journal of public health*, 92(2), 238-245. <https://doi.org/10.2105/ajph.92.2.238>
- Gentile, D. A., Coyne, S., & Walsh, D. A. (2011). Media violence, physical aggression, and relational aggression in school age children: a short-term longitudinal study. *Aggressive behavior*, 37(2), 193-206. <https://doi.org/10.1002/ab.20380>
- Gladden, R.M., Vivolo-Kantor, A.M., Hamburger, M.E., & Lumpkin, C.D. (2014). *Bullying surveillance among youths: uniform definitions for public health and recommended data elements*, Version 1.0.
- Gomà-i-Freixanet, M. (1995). Prosocial and antisocial aspects of personality. *Personality and Individual Differences*, 19(2), 125-134. [https://doi.org/10.1016/0191-8869\(95\)00037-7](https://doi.org/10.1016/0191-8869(95)00037-7)
- Hawkins, D. L., Pepler, D. J., & Craig, W. M. (2001). Naturalistic observations of peer interventions in bullying. *Social Development*, 10(4), 512-527. <https://doi.org/10.1111/1467-9507.00178>
- Hoyle, R. H., Stephenson, M. T., Palmgreen, P., Puzles Lorch, E., & Donohew, R. L. (2002). Reliability and validity of a brief measure of sensation seeking. *Personality and Individual Differences*, 32(3), 401-414. [https://doi.org/10.1016/S0191-8869\(01\)00032-0](https://doi.org/10.1016/S0191-8869(01)00032-0)
- Huang, Z., Liu, Z., Liu, X., Lv, L., Zhang, Y., Ou, L., & Li, L. (2016). Risk Factors Associated with Peer Victimization and Bystander Behaviors among Adolescent Students. *International journal of environmental research and public health*, 13(8), 759. <https://doi.org/10.3390/ijerph13080759>
- Indovina, I., & Macaluso, E. (2007). Dissociation of stimulus relevance and saliency factors during shifts of visuospatial attention. *Cerebral cortex*, 17(7), 1701-1711. <https://doi.org/10.1093/cercor/bhl081>
- Janis, I. L. (1967). Effects of fear arousal on attitude change: Recent developments in theory and experimental research. *Advances in experimental social psychology*, 3, 166-224. [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60344-5](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60344-5)
- Jouriles, E. N., McDonald, R., Rosenfield, D., Levy, N., Sargent, K., Caiozzo, C.,

- & Grych, J. H. (2016). TakeCARE, a Video Bystander Program to Help Prevent Sexual Violence on College Campuses: Results of Two Randomized, Controlled Trials. *Psychology of violence*, 6(3), 410-420. <https://doi.org/10.1037/vio0000016>
- Keller, P. A., & Block, L. G. (1995). Increasing the persuasiveness of fear appeals: The effect of arousal and elaboration. *Journal of Consumer Research*, 22(4), 448-459. <https://doi.org/10.1086/209461>
- Lang, A. (2006). Using the Limited Capacity Model of Motivated Mediated Message Processing to Design Effective Cancer Communication Messages. *Journal of Communication*, 56, S57-S80. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00283.x>
- Langleben, D. D., Loughhead, J. W., Ruparel, K., Hakun, J. G., Busch-Winokur, S., Holloway, M. B., Strasser, A. A., Cappella, J. N., & Lerman, C. (2009). Reduced prefrontal and temporal processing and recall of high “sensation value” ads. *NeuroImage*, 46(1), 219-225. <https://doi.org/10.1016/j.neuroimage.2008.12.062>
- Langworthy, S. (2017). Do You YouTube? The Power of Brief Educational Videos for Extension. *The Journal of Extension*, 55(2), 24. <https://doi.org/10.34068/joe.55.02.24>
- Mayer, R. E., & Moreno, R. (2003). Nine ways to reduce cognitive load in multimedia learning. *Educational Psychologist*, 38(1), 43-52. https://doi.org/10.1207/S15326985EP3801_6
- Menesini, E., & Salmivalli, C. (2017). Bullying in schools: the state of knowledge and effective interventions. *Psychology, health & medicine*, 22(sup1), 240-253. <https://doi.org/10.1080/13548506.2017.1279740>
- Menesini, E., Codecasa, E., Benelli, B., & Cowie, H. (2003). Enhancing children's responsibility to take action against bullying: Evaluation of a befriending intervention in Italian middle schools. *Aggressive Behavior*, 29(1), 1-14. <https://doi.org/10.1002/ab.80012>
- Morgan, S. E., Palmgreen, P., Stephenson, M. T., Hoyle, R. H., & Lorch, E. P. (2003). Associations between message features and subjective evaluations of the sensation value of antidrug public service announcements. *Journal of Communication*, 53(3), 512-526. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2003.tb02605.x>
- Nicolaides, S., Toda, Y., & Smith, P. K. (2002). Knowledge and attitudes about

- school bullying in trainee teachers. *British Journal of Educational Psychology*, 72(1), 105-118. <https://doi.org/10.1348/000709902158793>
- Norman, R. (1975). Affective-cognitive consistency, attitudes, conformity, and behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 32(1), 83-91. <https://doi.org/10.1037/h0076865>
- Olweus, D.(1994). Bullying at school. In L. Rowell Huesmann (Ed.), *Aggressive behavior* (p. 97-130). Springer. https://doi.org/10.1007/978-1-4757-9116-7_5
- Padgett, Sharon & Notar, Charles. (2013). Bystanders are the Key to Stopping Bullying. *Universal Journal of Educational Research*, 1, 33-41. <https://doi.org/10.13189/ujer.2013.010201>
- Paek, H. J., Kim, K., & Hove, T. (2010). Content analysis of antismoking videos on YouTube: message sensation value, message appeals, and their relationships with viewer responses. *Health education research*, 25(6), 1085-1099. <https://doi.org/10.1093/her/cyq063>
- Palmgreen, P., Donohew, L., Lorch, E. P., Hoyle, R. H., & Stephenson, M. T. (2001). Television campaigns and adolescent marijuana use: Tests of sensation seeking targeting. *American Journal of Public Health*, 91(2), 292-296. <https://doi.org/10.2105/AJPH.91.2.292>
- Palmgreen, P., Donohew, L., Lorch, E. P., Rogus, M., Helm, D., & Grant, N. (1991). Sensation seeking, message sensation value, and drug use as mediators of PSA effectiveness. *Health Communication*, 3(4), 217-227. https://doi.org/10.1207/s15327027hc0304_4
- Ray, M. L., & Wilkie, W. L. (1970). Fear: The potential of an appeal neglected by marketing. *Journal of Marketing*, 34(1), 54-62. <https://doi.org/10.2307/1250296>
- Rigby, K., & Johnson, B. (2005). Student Bystanders in Australian Schools. *Pastoral Care in Education*, 23(2), 10-16. <https://doi.org/10.1111/j.0264-3944.2005.00326.x>
- Rigby, K., & Johnson, B. (2006). Expressed readiness of Australian schoolchildren to act as bystanders in support of children who are being bullied. *Educational Psychology*, 26(3), 425-440. <https://doi.org/10.1080/01443410500342047>
- Sagar Detroja [Sagar Detroja].(2011,July 1). *Anti-Bullying - Kill The Silence* [Video]. YouTube.https://www.youtube.com/watch?v=SJxWAYEcl_s

- Salmivalli, C. (2010). Bullying and the peer group: A review. *Aggression and Violent Behavior, 15*(2), 112-120. <https://doi.org/10.1016/j.avb.2009.08.007>
- Salmivalli, C., & Voeten, M. (2004). Connections between attitudes, group norms, and behaviour in bullying situations. *International Journal of Behavioral Development, 28*(3), 246-258. <https://doi.org/10.1080/01650250344000488>
- Salmivalli, C., Lagerspetz, K., Björkqvist, K., Österman, K., & Kaukiainen, A. (1996). Bullying as a group process: Participant roles and their relations to social status within the group. *Aggressive Behavior, 22*(1), 1-15. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1098-2337\(1996\)22:1<1::AID-AB1>3.0.CO;2-T](https://doi.org/10.1002/(SICI)1098-2337(1996)22:1<1::AID-AB1>3.0.CO;2-T)
- Salmivalli, C., Voeten, M., & Poskiparta, E. (2011). Bystanders matter: associations between reinforcing, defending, and the frequency of bullying behavior in classrooms. *Journal of clinical child and adolescent psychology, 40*(5), 668-676. <https://doi.org/10.1080/15374416.2011.597090>
- Sargent, K. S., Jouriles, E. N., Rosenfield, D., & McDonald, R. (2017). A High School-Based Evaluation of TakeCARE, a Video Bystander Program to Prevent Adolescent Relationship Violence. *Journal of youth and adolescence, 46*(3), 633-643. <https://doi.org/10.1007/s10964-016-0622-z>
- Seelig, D., Wang, A. L., Jagannathan, K., Loughhead, J. W., Blady, S. J., Childress, A. R., Romer, D., & Langleben, D. D. (2014). Low message sensation health promotion videos are better remembered and activate areas of the brain associated with memory encoding. *PloS one, 9*(11), e113256. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0113256>
- Sweller, J., van Merriënboer, J. J. G., & Paas, F. G. W. C. (1998). Cognitive architecture and instructional design. *Educational Psychology Review, 10*(3), 251-296. <https://doi.org/10.1023/A:1022193728205>
- Thornberg, R., & Jungert, T. (2013). Bystander behavior in bullying situations: Basic moral sensitivity, moral disengagement and defender self-efficacy. *Journal of Adolescence, 36*(3), 475-483. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2013.02.003>
- Thornberg, R., Wänström, L., & Jungert, T. (2018). Authoritative classroom climate and its relations to bullying victimization and bystander behaviors. *School Psychology International, 39*(6), 663-680. <https://doi.org/10.1177/>

0143034318809762

- Vrijen, C., Wiertsema, M., Ackermans, M. A., van der Ploeg, R., & Kretschmer, T. (2021). Childhood and Adolescent Bullying Perpetration and Later Substance Use: A Meta-analysis. *Pediatrics*, 147(3), e2020034751. <https://doi.org/10.1542/peds.2020-034751>
- Xu J. (2015). Designing messages with high sensation value: when activation meets reactance. *Psychology & Health*, 30(4), 423-440. <https://doi.org/10.1080/08870446.2014.977280>
- Xu, J.(2017). *Message Sensation Value in Health and Risk*. *Oxford Research Encyclopedia of Communication*. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.305>
- Yoo, J. H., & Kim, J. (2012). Obesity in the new media: a content analysis of obesity videos on YouTube. *Health communication*, 27(1), 86-97. <https://doi.org/10.1080/10410236.2011.569003>
- Youn, S., & Kim, S. (2019). Understanding ad avoidance on Facebook: Antecedents and outcomes of psychological reactance. *Computers in Human Behavior*, 98, 232-244. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.04.025>
- Zuckerman, M., Behavioral expressions and biosocial bases of sensation seeking. 1994: Cambridge university press

The Effects of Message Sensation Value on Bystander's Behavior Intentions of Intervening Bullying Incidents

Kuan-Yi Tu* Wan-Yu Hua** Wen-Chi Wu***

Abstract

Objectives: This study investigates the effects of message sentiment value (MSV) on bystanders' intentions to intervene in bullying incidents.

Methods: This study employed a randomized control-group post-test design. Participants were internet users aged 18 and above who were current students recruited through an online platform. A total of 486 participants completed the experiment. Using the Qualtrics online survey system, participants were categorized into high and low sensation-seeking groups based on their sensation-seeking trait scores and then randomly assigned to one of three groups: two experimental groups (high-MSV video group and low-MSV video group) and a control group (no-video group). Afterward, their behavioral intentions to intervene in bullying incidents as bystanders were measured and multiple linear regression analyses were conducted.

Results: After controlling for gender, sensation-seeking traits, past bullying experiences, and anti-bullying attitudes, participants who watched low-MSV videos demonstrated a higher intention to intervene in bullying incidents compared

* Master, Department of Health Promotion and Health Education, National Taiwan Normal University, Taiwan

** Master, Department of Health Promotion and Health Education, National Taiwan Normal University, Taiwan

*** Associate Professor, Department of Health Promotion and Health Education, National Taiwan Normal University, Taiwan (Corresponding author), E-mail: wenchiwu@ntnu.edu.tw

to those who did not watch any videos. However, participants who watched high-MSV videos did not show a significantly higher intention to intervene than the no-video group.

Conclusions: Using low message sensation value in anti-bullying videos is more effective in enhancing viewers' willingness to intervene. It is recommended that future designs of anti-bullying awareness videos consider using low MSV videos to ensure that the core message is effectively conveyed and received by the audience.

Key words: bullying incidents, bystander behavior intentions, message sensation value

