

第六節 推廣輔導與心理衛生觀念

本節探討有關大專、高中（職）、國中及國小四個層級的輔導工作人員在「推廣輔導及心理衛生觀念」部份的意見，結果如表4-6-1至表4-6-5所示。以下即根據問卷調查的結果及座談意見，分別就宣導媒體及宣導活動的知道及使用情形、幫助程度及缺失情形等幾部份分別說明如下：

一、宣導媒體部份

1. 各類宣導媒體的知道及使用情形

由表4-6-1可以看到有超過一半的宣導媒體，有五成以上的輔導人員表示不知道，其中在視、聽媒體部份，除了海闊天空校園廣播站有五成的受試者聽過外，其餘的媒體有六成一到七成六的受試者表示不知道；在文字媒體部份，除了學生輔導通訊較為人知外，其餘的則有一成八到三成六的受試者表示不知道。整體而言，受試者對於文字媒體的知道程度要優於視、聽媒體，其中又以學生輔導通訊的知道程度最高，可能是教育部大量發行，並且主動寄發到各級輔導單位，在人手一冊的情況下自然提升了學生輔導通訊的知道程度，所以，主辦單位的主動出擊是為增加宣導功能的重要因素，而在視、聽媒體部份，不論是電視影集、廣播節目、或錄影帶則只有不到四成的受試者知道，顯示各種宣導媒體，尤其是視、聽媒體本身的廣告宣傳是需要加強的。

其次，在知道卻沒有使用過的題項上發現，有超過一半的媒體，有二成到三成的受試者知道但卻沒有使用過，從表4-6-2可以看到沒有使用過的原因，其中不論大專、高中（職）、國中、國小四個層級的受試者皆認為缺乏目錄說明、不瞭解其內容及功能以及使用不方便是為其沒有使用的主要原因，而在鉤選的人數比例上，前述的三個選項及學校沒有設備的選項上皆以小學層級的受試者所佔的比例最高，顯示所製作的宣導媒體在內容上可能較不符合小學層級的需求，且在學校

設備上，相較於其他層級，小學層級亦可能較受忽略，因此，建議在未來製作宣導媒體時，應儘量顧及各層級的需求，以讓宣導工作能向下紮根，達到全面性推廣的功能。另外，從整體的角度來看，缺乏目錄說明、不瞭解其內容及功能分別佔36.6%及21.9%，是為沒有使用原因的第一及第二位，顯示未來在製作媒體時，宜增加此媒體的目錄說明及內容介紹，讓使用者能了解其內涵，以增進其使用機會；其次，使用不方便及學校沒有設備則佔17.3%及12%，是為沒有使用原因的第三及第四位，顯示若干輔導人員雖然知道這些媒體，但可能因為宣導資料存放其他處室，借閱不便或流通管道不順暢等因素造成媒體資料因使用不方便而未被使用，另外，學校沒有相關的設備，例如：視聽器材、視聽教室，或器材場地借閱不便等亦是使得媒體資料未被使用的原因；另外，在沒有可用之處的選項上只有4%的受試者鉤選，顯示多數的受試者都肯定輔導工作六年計劃所製作安排的媒體內容，只是在內容、功能上欠缺說明，以及學校沒有相關設備造成使用不方便等因素，使得這些媒體雖然有用，但卻沒有多加利用。所以，要提高宣導媒體的使用率，除了需要廣為宣傳讓消費者知道外，對於媒體的內容介紹、適用的對象、情境等亦需要有簡要說明，以讓消費者清楚媒體的內涵及適用時機以方便其使用，另外，對於媒體使用的相關設施亦應同時配合，如此才不致造成製作了媒體卻乏人問津，或是有供給有需求的情況下卻缺少了接觸媒介而使得媒體無法發揮功能的遺憾！

2. 各類宣導媒體的幫助程度

在幫助程度的題項上可以看到各種宣導媒體其幫助程度的平均數分佈在2.8到3.3之間（見表4-6-1），均高於中數2.5，顯示受試者認為各種媒體對於心理衛生與輔導觀念的推廣皆很有幫助，其中文字媒體的助益程度又優於視、聽媒體，全部都高於3.1，表示在宣導媒體上，以文字類型的呈現方

式要比以視覺及聽覺類型的呈現方式對受試者更有幫助，其原因可能是來自於書報手冊敘述較為清楚也較易保存，消費者可以依自己的需要閱讀，同時亦可收存起來，待有需要時再隨時拿出來查看，不像電視或廣播節目，雖然呈現較為生動活潑，但消費者必需配合其播出時段，且對於某些重要觀念也無法依消費者本身的需要而重複觀看，所以，對消費者言文字媒體要比視、聽媒體在心理衛生及輔導觀念的推廣上更易發揮功效。其實，各類型的宣導媒體均有其優、缺點，文字媒體較易保存，視、聽媒體則較為生動，如果在製作媒體時能將二者結合在一起，亦即除生動活潑的視、聽媒體外，同時亦製作一份內容相當的文字媒體，如此當可滿足消費者不同的需求，以提升媒體之推廣功能。

3. 各類宣導媒體的缺失

至於各種宣導媒體有何缺失？從表4-6-3可以看到幾近一半的受試者認為宣傳太少以致不知道是為其主要缺失，就如表4-6-1所呈現的各種宣導媒體中有一半以上的媒體不為受試者所知道，所以，加強宣傳工作，儘可能讓消費大眾能知道我們所製作的各種媒體，實為推廣工作的首要條件；其次，有三成七的受試者認為沒有管道獲得是為其缺失，此點亦和表4-6-2所提到使用不方便及學校沒有設備是為其知道卻沒有使用的原因相一致；另外，有27.2%的受試者認為播放時間不恰當，有20.1%的受試者認為媒體內容不生動以及有17.5%的受試者認為內容太教條化，而在此二選項上，皆是以國中層級的受試者所鉤選的比例最高，顯示宣對象為國中澀級的學生時，尤應特別注意媒體內容的呈現方式，最後僅有7.6%及6.3%的受試者認為內容難以應用及與主題不合。整體而言，所製作的媒體，其在需求性及應用性上大致受到受試者的肯定，惟媒體內容的呈現方式應力求生動活潑，避免教條化，未來在製作媒體時，宜邀請輔導領域、傳播領域的專家學者及實務工作者共

同協商製作，可配合真人真事，或以卡通形式等各種不同類型的方式呈現，力求多樣性，以增加媒體的吸引力，尤其重要的是多加宣傳，讓消費者不但知道有此媒體，同時在時間上及管道上亦能方便使用，讓所製作的媒體能充份被利用，如此，方能發揮媒體宣導之功能。

二、宣導活動部份

1. 各類宣導活動的知道及使用情形

由表4-6-4可以看到受試者對各類宣導活動的知道程度差異很大，分佈在18.9%到68.6%之間，其中以系列演講、座談及電影欣賞的知名度最高，僅有不到兩成的受試者表示不知道，可能是因為在各類宣導活動中以系列的演講、座談所辦理的場次最多有關，而有近七成的受試者表示不知道大專院校輔導主任座談，最主要的原因在於此項宣導活動僅辦了北、中、南、東區共四場，而且其對象為大專院校輔導主任所致；另外，有高達四成到六成的受試者表示不知道「青春、陽光、歡笑」演唱會，以及「心中有愛--溫柔對待」溫馨故事徵文活動，可能是因為此兩類活動辦理的場次較少，以及宣傳廣告不夠所致，所以，未來舉辦各類宣導活動時，除了考量辦理的場次外，如同宣導媒體一樣，宣導工作本身的廣告宣傳亦是需要加強的。

其次，在知道但沒有參與的題項中可以看到，有一半的宣導活動只有兩成到三成的受試者表示知道但沒有參加，顯示所辦理的宣導活動是有價值及意義的，能夠吸引近八成的受試者在知道後實際去參與，但仍有某些的宣導活動參與的比率不高，例如有近七成的受試者表示沒有參與輔導工作六年計劃徵文，有四成的受試者沒參與「心中有愛--溫柔相待」溫馨故事徵文，有五成左右的受試者沒有參與「青春、陽光、歡笑」演唱會，究其原因，可能是徵文比賽的活動類型僅能吸引某些

特定族群，所以，雖然受試者知道有此活動，但卻未必有興趣去參與，而演唱會亦需配合地點與時間，且這些活動主要吸引的對象是學生，而受試者為輔導人員，所以參與情形可能不若學生來的踴躍。

2. 各類宣導活動的幫助程度

在幫助程度的題項上可以看到，各類宣導活動其幫助程度的平均數分佈在2.71到3.17之間（見表4-6-4），均高於中數2.5，顯示受試者普遍認為各類宣導活動對於心理衛生與輔導觀念的推廣很有幫助，尤以系列演講、座談及電影欣賞以及輔導計劃說明會的幫助程度最高，平均數均高於3，可能是因為系列演講、座談的活動方式較為一般人接受，而且辦理的場次多，內容涵概廣，消費者在配合自己的時間、依照自己的需要狀況下選擇參加，其所感受到的助益程度必也相對提升。另外，值得一提的是受試者認為輔導計劃說明會對心理衛生及輔導觀念的推廣幫助很大，可能是因為受試者為輔導人員，是為輔導工作六年計劃的第一線執行者與參與者，需要對六年計劃的內涵與目的瞭解清楚才能有效推廣，但在輔導實務人員的座談會上，許多輔導人員就指出：輔導工作六年計劃的推動帶給輔導室很大的壓力負擔，但輔導工作人員卻未必都能瞭解這些工作推動的目的，而且實務工作人員對於輔導工作六年計劃的內容也未必完全瞭解，因此，如何讓這些第一線人員充份瞭解輔導工作六年計劃的內涵與目的，實為推動宣導工作的先決條件，而輔導計劃說明會便是依此目的而設計，所以，未來在推動各種宣導活動時，可以增加辦理計畫說明會的場次，以讓所有參與及執行人員能瞭解其要義並能有效的推廣。

3. 各類宣導活動的缺失

在宣導活動的缺失部份，從表4-6-5中可以看到有一半的受試者認為宣傳太少以致不知道是為其主要缺失，此結果和宣導媒體的缺失一致，所以，加強宣導活動本身的廣告宣傳，

讓消費者知道有此活動是為辦理推廣工作的首要條件。其次，有近四成的受試者認為宣導活動的缺失在於活動地點並未兼顧各區域，可能是各類宣導活動在推行時，採取重點式推廣而未顧及全面，且在活動執行時亦需考量能配合之場地、設備，而使得若干區域被忽略，所以，未來在推動類似活動時，在經濟因素能配合的狀況下，亦需考量活動地點的均勻分配，讓各區域的消費者皆有參與的機會，以達到心衛生及輔導觀念的全面性推廣。另外，有17.3%的受試者認為活動方式缺少變化，有14.8%的受試者認為活動的時間不恰當，10.8%的受試者認為主題缺乏宣導功能，以及7.5%的受試者認為活場地不恰當，雖然認為這些缺失的比率均未超過兩成的受試者，但在辦理活動前如能先做需求評估，瞭解大多數消費者喜歡的活動方式、時間及地點，配合其需求辦理，當可減少以上的缺失，以增加消費者的參與率，提升宣導活動的功效。

綜合上述資料，於推廣心理衛生與輔導觀念方面有下列幾個現象：

1. 輔導人員對各類宣導媒體、活動的知道情形普遍不盡理想。然而，讓大眾知道推廣媒介是為在推廣工作中的首要條件，所以，未來在進行宣導工作時，加強媒體、活動本身的廣告宣傳是有其必要的，尤其主辦單位如能主動出擊，必可增加宣傳之功效。

2. 輔導人員對各類媒體知道但未使用的原因主要在於媒體缺乏目錄及不瞭解其功能。所以，未來在製作媒體時，應增加媒體的目錄說明及內容介紹，讓使用者能瞭解其內涵，以增進其使用機會。

3. 在幫助程度部份，輔導人員普遍認為各類媒體及活動皆有助於心理衛生及輔導觀念的推廣，唯文字媒體的幫助程度稍優於視、聽媒體，系列演講及座談、輔導計劃說明會的助益程

度亦較其他類型之宣導活動為高，所以，未來在進行推廣工作時，可考量文字媒體與視、聽媒體相輔相成，以及增加活動場次，並主動辦理說明，讓大眾能清楚瞭解宣導工作的意義，進而增加其參與的意願。

4. 不論在宣導媒體或是宣導活動上，輔導人員認為最主要的缺失在於宣傳太少以致不知道，所以，加強宣傳應為未來進行宣導工作的首要項目，其次，沒有管道獲得宣導媒體以及宣導活動未兼顧各區域亦為輔導人員普遍表示的缺失所在，所以，未來進行推廣工作時，於媒體方面如能主動寄發媒體資料於各相關單位，必能增進大眾對媒體的知道及使用程度，於活動方面則考量均勻分配，讓一般大眾皆有參與的機會，方能達到心理衛生及輔導觀念的全面性推廣。

表 4-6-1 宣導媒體的使用情形

| 宣 導 媒 體 | 不知道 | 知道沒 使用過 | 使用過 | 幫助程度 平均數 |
|------------------|-------|------------|-------|-------------|
| 陪孩子一起成長—國民小學家長手冊 | 36.4% | 28.6% | 35.0% | 3.25 |
| 陪他走過少年時—國民中學家長手冊 | 33.6% | 22.0% | 44.2% | 3.18 |
| 學生輔導通訊 | 7.3% | 7.8% | 84.7% | 3.25 |
| 輔導計畫報導 | 17.9% | 12.3% | 69.6% | 3.10 |
| 電視影集—少年檔案 | 64.4% | 26.2% | 9.4% | 2.99 |
| 電視影集—愛愛的日記 | 65.8% | 27.7% | 9.4% | 2.88 |
| 心理輔導與學生輔導之辯(錄影帶) | 75.2% | 17.6% | 7.2% | 2.93 |
| 生命的謳歌—璞玉專案錄影帶 | 68.7% | 22.0% | 9.3% | 2.93 |
| 廣播—輔導與人生 | 61.7% | 29.2% | 9.1% | 2.98 |
| 廣播—歡樂電波 | 76.3% | 19.5% | 4.2% | 2.77 |
| 廣播—為我歡喜為我憂 | 74.1% | 22.8% | 3.1% | 2.83 |
| 海闊天空校園廣播站 | 49.9% | 16.6% | 33.3% | 2.91 |

表4-6-2 宣導媒體知道卻沒有使用的原因

| 選項 | 大專 | | 高中、職 | | 國中 | | 國小 | | 總數 | |
|-----------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|
| | 勾選 人數 | 百分 比 | 勾選 人數 | 百分 比 | 勾選 人數 | 百分 比 | 勾選 人數 | 百分 比 | 勾選 人數 | 百分 比 |
| | 112 | | 170 | | 280 | | 197 | | 777 | * |
| 學校沒有設備 | 13 | 11.6 | 18 | 10.6 | 31 | 11.1 | 30 | 15.2 | 93 | 12.0 |
| 使用不方便 | 10 | 8.9 | 34 | 20.0 | 46 | 16.4 | 42 | 21.3 | 134 | 17.3 |
| 不瞭解其內容、功能 | 26 | 23.2 | 33 | 19.4 | 57 | 20.4 | 50 | 25.4 | 169 | 21.9 |
| 缺乏目錄說明 | 32 | 28.6 | 63 | 37.1 | 99 | 35.4 | 80 | 40.6 | 283 | 36.6 |
| 沒有可用之處 | 7 | 6.3 | 12 | 7.1 | 5 | 1.8 | 7 | 3.6 | 32 | 4.1 |
| 其他# | 13 | 11.6 | 17 | 10.0 | 39 | 13.9 | 19 | 9.6 | 91 | 11.8 |

*總人數包含服務單位未填答者，故達777人

#其他意見

1. 資料未送達，無法使用 (15)
2. 時間無法配合 (11)
3. 宣導資料存放其他處室(如訓導處、教務處、教具室、圖書館等)，未知會輔導室 (10)
4. 工作繁忙，沒有時間使用 (7)
5. 沒有課程可以配合使用 (5)
6. 無場地(教室)、設備可配合使用 (3)
7. 對象多以國中生為主，不適合其他層級使用 (3)
8. 不適用 (3)
9. 缺乏說明及有系統性的使用引導 (2)
10. 欠缺經費 (1)
11. 廣播收訊不良或收聽不到 (1)
12. 與課程無關 (1)
13. 不完整 (1)
14. 不清楚播出時間 (1)
15. 缺乏人力 (1)

表4-6-3 宣導媒體所具有的缺失

| 選 項 | 大 專 112 | | 高 中、職 170 | | 國 中 280 | | 國 小 197 | | 總 數 777 * | |
|------------|------------|---------|--------------|---------|------------|---------|------------|---------|--------------|---------|
| | 勾選 人數 | 百分 比 | 勾選 人數 | 百分 比 | 勾選 人數 | 百分 比 | 勾選 人數 | 百分 比 | 勾選 人數 | 百分 比 |
| 媒體內容太教條 | 11 | 9.8 | 31 | 18.2 | 61 | 21.8 | 29 | 14.7 | 135 | 17.5 |
| 媒體內容不生動 | 18 | 16.1 | 31 | 18.2 | 72 | 25.7 | 30 | 15.2 | 155 | 20.1 |
| 媒體內容難以應用 | 5 | 4.5 | 8 | 4.7 | 17 | 6.1 | 19 | 9.6 | 49 | 6.3 |
| 主題與需求不合 | 5 | 4.5 | 20 | 11.8 | 17 | 6.1 | 15 | 7.6 | 59 | 7.6 |
| 宣傳太少，以至不知道 | 52 | 46.4 | 73 | 42.9 | 136 | 48.6 | 100 | 50.3 | 368 | 47.6 |
| 播放時間不恰當 | 19 | 17.0 | 38 | 22.4 | 75 | 26.8 | 76 | 38.1 | 210 | 27.2 |
| 沒有管道獲得 | 40 | 35.7 | 60 | 35.3 | 108 | 38.6 | 71 | 35.5 | 286 | 37.0 |
| 其他# | 6 | 5.4 | 4 | 2.4 | 8 | 3.2 | 6 | 3.0 | 27 | 3.5 |

*總人數包含服務單位未填答者，故達777人

#其他意見

1. 不實用，缺乏大專程度之錄影帶 2
2. 內容缺乏吸引力 2
3. 播音設備欠佳 2
4. 廣播節目時段不易配合 1
5. 工作交接時經驗傳承欠佳 1
6. 使用不方便 1

表4-6-4 宣導活動的參與情形

| 宣 導 活 動 | 不知道 | 知道但 沒參與 | 參 與 | 幫助程度 平均數 |
|---------------------|-------|------------|-------|-------------|
| 系列演講、座談及電影欣賞 | 18.9% | 21.3% | 59.8% | 3.17 |
| 輔導計畫說明會(含六年輔導計畫說明會) | 22.2% | 25.2% | 52.4% | 3.05 |
| 大專院校輔導主任座談 | 68.6% | 21.7% | 9.7% | 2.81 |
| 輔導工作六年計畫徵文 | 22.4% | 67.4% | 10.2% | 2.71 |
| 「心中有愛--溫柔對待」溫馨故事徵文 | 56.9% | 40.8% | 2.3% | 2.73 |
| 「青春、陽光、歡笑」演唱會 | 41.0% | 52.6% | 6.4% | 2.83 |

表4-6-5 宣導活動的缺失

| 選 項 | 大 專 (113) | | 高中、職 (169) | | 國 中 (278) | | 國 小 (197) | | 總 數 (777*) | |
|------------|--------------|---------|---------------|---------|--------------|---------|--------------|---------|---------------|---------|
| | 勾選 人數 | 百分 比 | 勾選 人數 | 百分 比 | 勾選 人數 | 百分 比 | 勾選 人數 | 百分 比 | 勾選 人數 | 百分 比 |
| 主題缺乏宣導功能 | 10 | 8.8 | 23 | 13.6 | 22 | 7.9 | 26 | 13.2 | 83 | 10.8 |
| 活動方式缺少變化 | 21 | 18.6 | 22 | 13.0 | 51 | 18.3 | 40 | 19.8 | 133 | 17.3 |
| 活動時間不恰當 | 11 | 9.7 | 19 | 11.2 | 44 | 15.8 | 30 | 18.8 | 114 | 14.8 |
| 活動場地不恰當 | 5 | 4.4 | 8 | 4.7 | 21 | 7.6 | 22 | 11.2 | 58 | 7.5 |
| 活動地點未兼顧各區域 | 26 | 23.0 | 58 | 34.3 | 117 | 42.1 | 82 | 41.1 | 291 | 37.7 |
| 宣傳太少，以至不知道 | 46 | 40.7 | 91 | 53.8 | 133 | 47.8 | 102 | 50.8 | 379 | 49.2 |
| 其他# | 3 | 2.7 | 5 | 3.0 | 8 | 2.9 | 7 | 3.6 | 23 | 3.0 |

*總人數包含服務單位未填答者，故達777人

#其他意見

- . 派別人參與
- . 無機會參加
- . 演唱會活動歡笑過後，留下滿場表坂及一輛輛呼嘯而過的機車，何來教育的功能(國中)
- . 無時間配合
- . 學校家長皆注重智能的成就(國小)
- . 有好媒體出版期盼製作單位能寄發為荷(國中)
- . 偏遠地區無法參與(國中)
- . 未必有時間參加(國中)
- . 學生有課業上的壓力，老師有教學進度的壓力，以致對生活輔導方面無法
- . 盡全力配合活動，以達功效(國小)