

推薦一個新的社會學量化研究資料庫： 東亞社會調查（EASS）

張晉芬（中央研究院社會學研究所）

東亞社會調查（East Asian Social Survey, EASS）是由中國、日本、韓國及台灣的四個調查機構／計畫共同組成的一項跨國問卷調查計畫。^[1] 參與團隊分別是中國人民大學（中國社會調查 [Chinese General Social Survey, CGSS]）、日本大阪商業大學及東京大學（日本社會調查 [Japanese General Social Surveys, JGSS]）、韓國成均館大學（韓國社會調查 [Korean General Social Survey, KGSS]），及台灣中央研究院社會學研究所與調查研究專題中心（台灣社會變遷基本調查 [Taiwan Social Change Survey, TSCS]）。台灣團隊是由章英華教授代表，參與EASS的構想與創立工作。我個人因為參與2008年EASS問卷的研擬，應學會之邀，很榮幸有機會為學界同仁簡單介紹這個調查及資料庫。

EASS從2006年開始正式運作，每兩年更新一次調查主題。第一次的主題為「家庭」，2008年為「文化與全球化」，2010年為「健康」，2012年則為「社會資本」。前兩次調查的資料已經公開，讀者可以上網申請，下載使用。調查問卷的內容是經由各團隊成員每年至少兩次的面對面聚會討論而產生。在非開會期間，則透過電子郵件往來，交換意見。在程序上，是先由輪值的團隊提出問卷初稿；於各國進行預試之後，再進行修正。不論是預試或正式的問卷內容都以英文書寫，各團隊於其國內進行調查前，則再翻譯成本國文字。在日本，因為平均教育水準較高，所以有些題目採用留卷方式由受訪者自行填答，但除此之外，其餘題目和另外三個團隊的調查都是採用面對面訪問的方式進行。樣本的選取對象都是以全國人口為母體，進行分層式隨機抽樣；樣本具有代表性。為了方便使用者比對調查結果與各國的全國性統計數據，EASS仿照國際社會調查計畫（International Social Survey Programme, ISSP）^[2] 的作法，針對每次調查，各團隊都需提供Study Description Form。此外，也均需提供Study Monitoring Questionnaire，說明樣本來源、調查方式、拒訪率等訊息。以2008年的調查為例，各國最後的調查樣本數分別是：中國3,010人、日本2,160人、韓國1,508人、台灣2,067人。以下介紹2008年「文化與全球化」調查所涵蓋的主題，及部分題目的描述性統計結果。

「文化與全球化」此一調查主題的形成主要著眼於：不論是作為現實狀況、學術觀點或是輿論的尋常用語，「全球化」都是一個重要的議題。但是到目前為止，似乎仍缺乏大規模的調查資料可用，也較少看到量化分析的研究成果。而相對於總體經濟的快速發展及高科技產業產值的躍進，東亞地區的文化活動及影響卻較少受到學者的關注與研究。因此，東亞地區的民眾對於非本國人或其他民族文化的接收及觀感、對於全球化的態度，及個人的參與等，即成為本次調查的主題。依照問題順序，2008年EASS「文化與全球化」問卷所涵蓋的議題分別是：本地文化活動、東亞禮儀與差異、欣賞的朋友特質、價值觀、東亞認同、娛樂活動

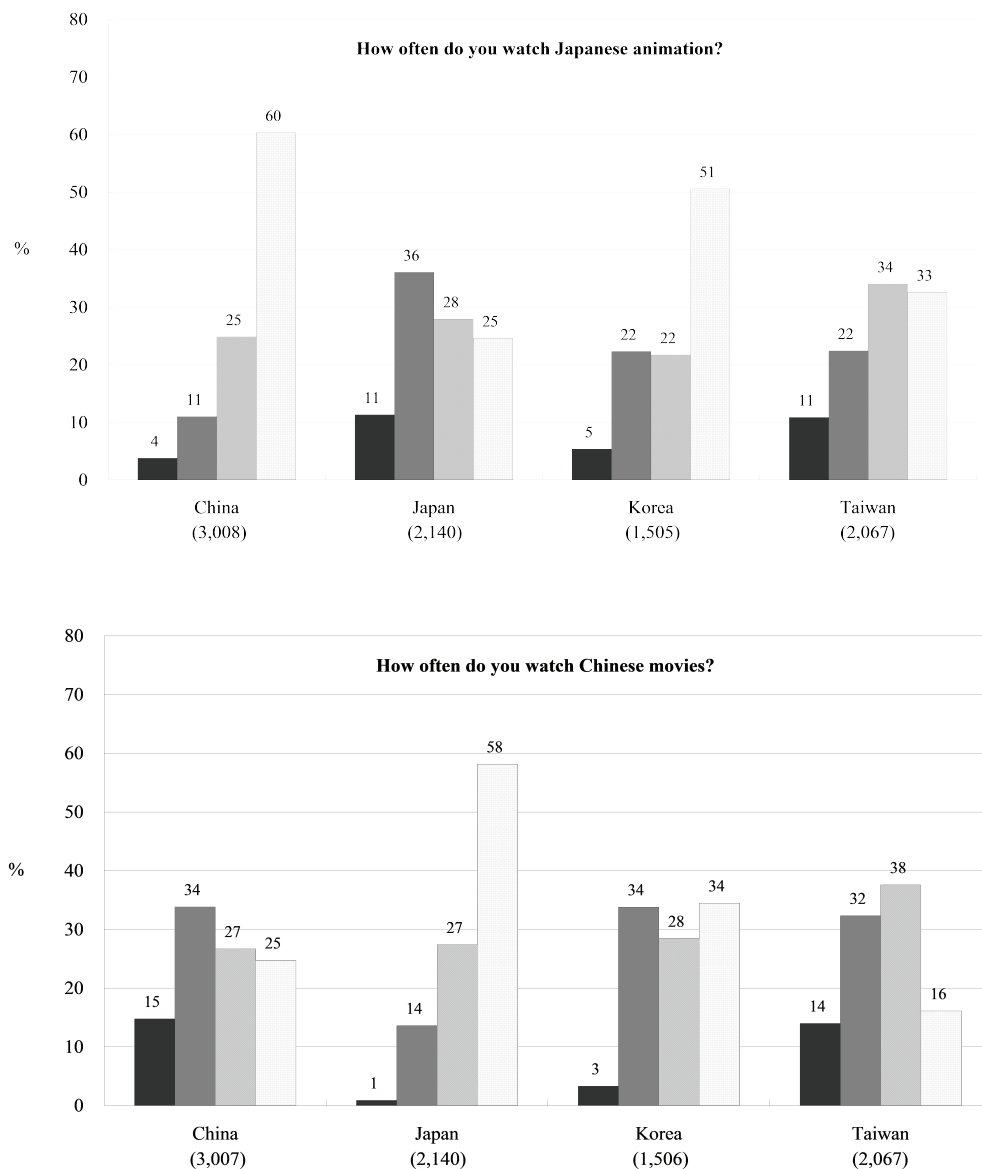
[1] EASS的官方網址：<http://www.eass.info/about/about01.php>

[2] ISSP的官方網址：<http://www.issp.org>

、全球知識、媒體使用、文化交流、與其他國家人的社會距離、國際遷移、對全球化與民族主義的態度、全球化整體評估、社會網絡及英語流暢性。以下選擇其中的三個主題，說明在這四個東亞國家的調查結果。所選擇的三個主題分別是：觀看東亞國家影視產品的頻繁程度，朋友、同事或鄰居出國參與性觀光活動的情形，及對於全球化影響的整體評估。（由於EASS問卷及資料檔是使用英文，下面的附圖也均用英文表示，未再翻譯成中文。）

1. 觀看東亞國家影視產品的頻繁程度

Figure 1共有三個直方圖，分別是受訪者觀看日本動畫、華語電影和韓國電視劇的頻率。綜合來看，台灣民眾對於不同國家與文化影視節目的接受度最高；中國人及韓國人觀看日本動畫的比例很低；日本人則不大觀看華語電影或韓劇。



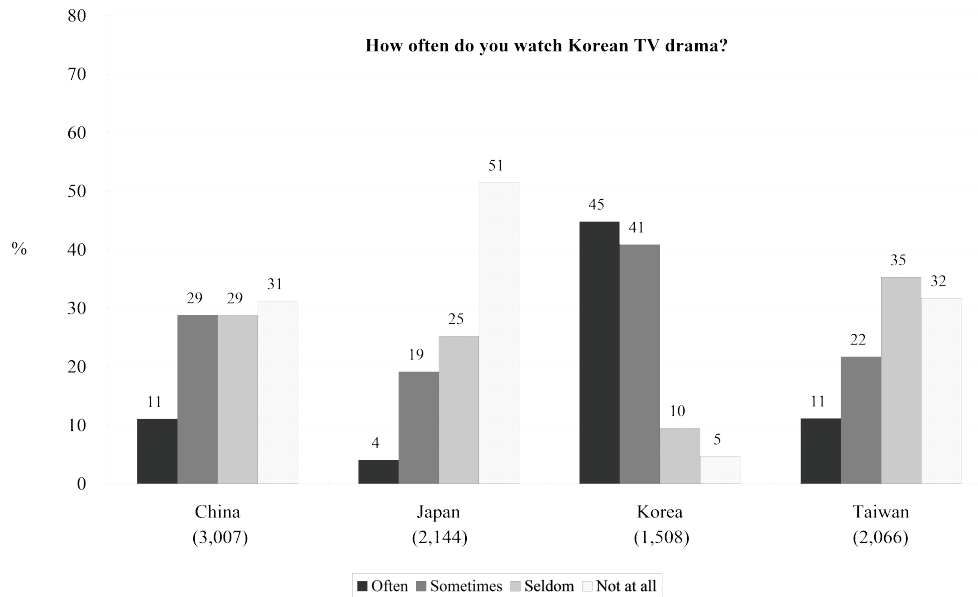


Figure 1. Local Cultural Activities of East Asians

Source: East Asian Social Survey, 2008 – Globalization and Culture (<http://www.eass.info>)

2. 朋友、同事或鄰居出國參與性觀光活動的情形

在全球化的議題中，出國觀光是一個重要的衡量指標。根據文獻和新聞報導，許多東亞國家民眾在出國觀光時，都曾參與過色情活動，或者主要目的之一就是從事「性觀光」。由於這是一個敏感性的話題，問卷中避開詢問受訪者本人和其家人，改問朋友、同事或鄰居（FCN）群中參與的人數規模。在各國代表進行問卷討論時，針對這個題目是否要被納入，曾經引起很多反對聲音與辯論。反對者認為這個問題太尷尬，很多人可能傾向回答不知道或拒答。但後來由於預試的結果還不錯，受訪者對於該題並未特別表現反感，因此終被納入正式問卷中。Figure 2是關於受訪者的FCN參與性觀光的人數規模。綜合來看，日本受訪者回答不知道的比例最高，其次是中國。中國及韓國的受訪者都有高比例表示沒有FCN從事性觀光。相對而言，台灣受訪者似乎較為知曉（或較願意回答）FCN從事性觀光的規模：大約有7%的受訪者回答自己的FCN中有很多人從事性觀光，21%回答有些人，約有19%回答有、但很少。如果不論人數規模大小，台灣受訪者中合計回答知道有此行為的比例大約為48%。中國、日本及韓國受訪者在這三項的合計比例則低很多，分別為4%、29%及30%。

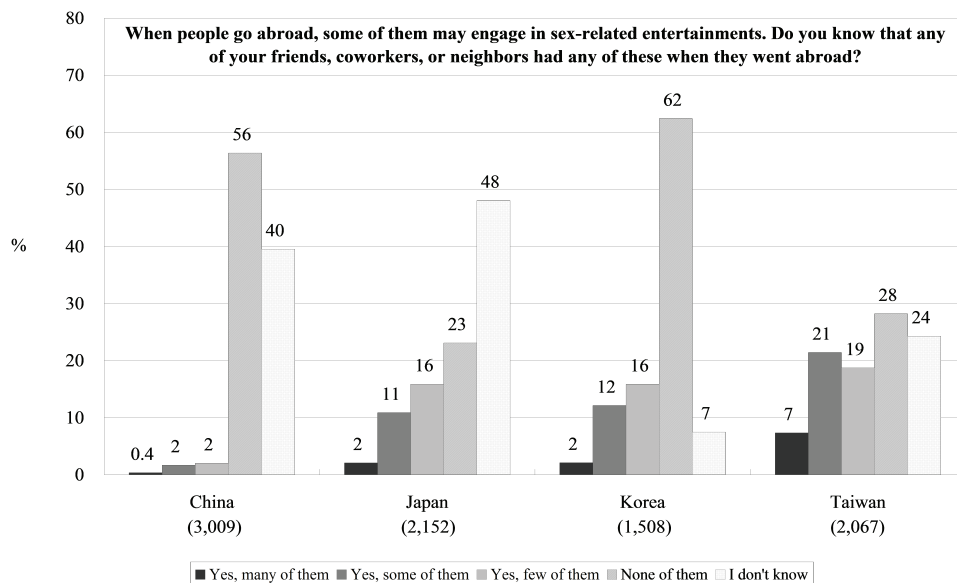
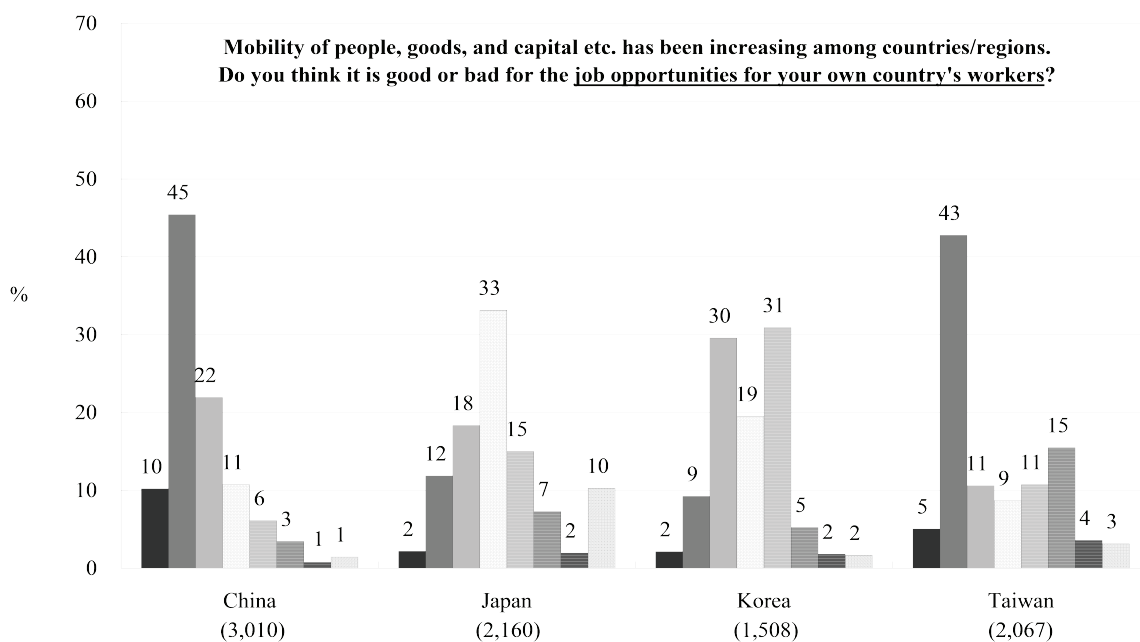
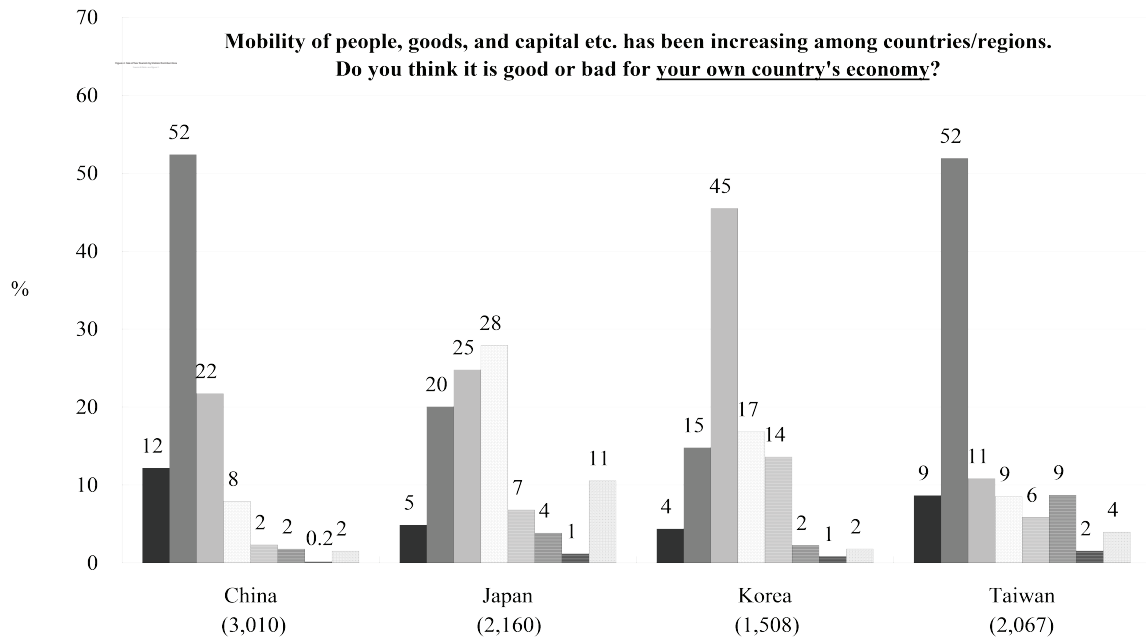


Figure 2. Size of Sex Tourism by Visitors from East Asia

Source & Note: see Figure 1.

3. 對於全球化影響的整體評估

全球化代表著跨越國境的文化、經濟及人員來往頻率，以及可能產生的競爭和社會風險。EASS問卷中利用三個題目反映受訪者對於全球化的態度。就對本國經濟而言，中國和台灣的受訪者都有高比例認為影響是非常好或好（分別為64%及61%），遠高於日本（25%）及韓國（19%）。類似的跨國分配型態也出現在對於工作機會和環境的影響。韓國受訪者認為全球化衝擊本國人工作機會和環境的比例遠高於其他三個國家。不論哪一題，日本受訪者回答「無所謂好不好」的比例都是四國中最高。可以說，中國和台灣受訪者對於不同面向全球化的評估都是相當正面的。



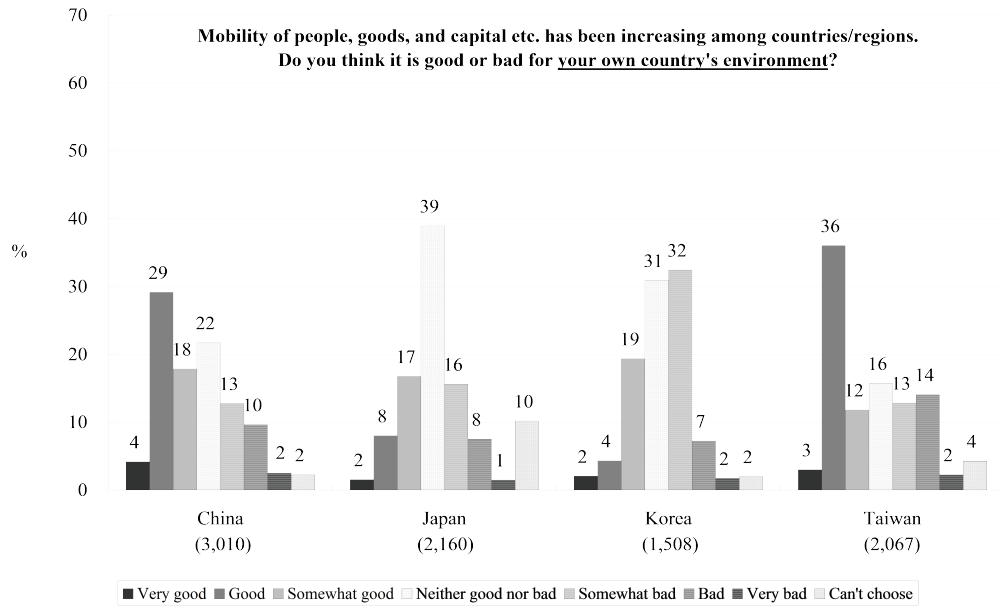


Figure 3. Overall Evaluation about Globalization by East Asians

Source & Note: see Figure 1.