

行政院國家科學委員會專題研究計畫 成果報告

老人與大眾傳播情境(2/2)

計畫類別：個別型計畫

計畫編號：NSC91-2412-H-004-002-

執行期間：91年08月01日至92年07月31日

執行單位：國立政治大學廣播電視學系

計畫主持人：蔡琰

共同主持人：臧國仁

報告類型：完整報告

處理方式：本計畫可公開查詢

中 華 民 國 93 年 2 月 16 日

行政院國家科學委員會補助專題研究計畫成果報告

老人與大眾傳播情境： 情感作用於老人解讀電視劇

計畫類別：個別型計畫 整合型計畫

計畫編號：90WFA 0200335

執行期間：90年8月1日至92年7月31日

計畫主持人：蔡琰

共同主持人：臧國仁

本成果報告包括以下應繳交之附件：

赴國外出差或研習心得報告一份

赴大陸地區出差或研習心得報告一份

出席國際學術會議心得報告及發表之論文各一份

國際合作研究計畫國外研究報告書一份

執行單位：政治大學廣電系

中華民國九十二年七月三十一日

行政院國家科學委員會專題研究計畫成果報告

計畫編號：90WFA 0200335

執行期限：90年8月1日至92年7月31日

主持人：蔡琰 國立政治大學廣電系

臧國仁 國立政治大學新聞系

計畫參與人員：李國榮 世新大學傳研所碩士班
謝宏暉 國立政治大學廣電所碩士班
潘美岑 國立政治大學廣電所碩士班
吳宗儒 國立政治大學廣電所碩士班
曾令儀 國立政治大學新聞系四年級
余炘倫 國立政治大學新聞系四年級
楊欣芳 國立政治大學新聞系四年級
劉佳旻 國立政治大學新聞系三年級
林楚彬 國立政治大學新聞系二年級

一、中文摘要

大眾傳播事業不只涵蓋電視劇、電影這些由虛構敘事構成的電子媒體，另如廣告、小說、漫畫、流行歌曲等普遍均以「感動」觀眾為訴求，而不以「資訊傳布」(如報告 5W1H)為訴求，也是極受重視的大眾媒體。而對眾多老人觀眾而言，電視劇與電影觀賞也不僅有資訊傳遞與移轉，他們追求的是更多的情感悸動。同理，研究大眾傳播情境中之情感對電視劇的解讀作用，不只是學術研究的課(難)題，也是現代社會對老人精神世界的關懷與探索。

以電視劇的製作、觀賞而言，感覺不但是手段也是目的。但是從編、導、演、製到觀眾之間，產製與消費電視劇文本的情感管道，或編碼、解碼的感性議題，乃基於人格、記憶及心理因素，先要於創作過程中喚起情感，再藉由觀眾對電視劇產生情感上的反應，才進入到意義詮釋的過程。只有當激動情愫之餘，才感受電視劇的意涵和情感傳播。

在電視劇與觀眾觀看的情境之間，所謂體驗，是一種評鑑觀看對象與自我情感之間相關向度和相關程度的動態心理過程。老人觀眾透過該劇體驗到自己融入劇中情境，是因為老人能對劇情投入深刻而難忘的情感。

關鍵詞：電視劇、老人、觀眾、心理學

Abstract

Programs and writings in television drama often appeal to the audience not by information but by passion and emotion. However, not enough theories in mass communications have tried to explain the processes of human affection with fictional stories. The purposes of this study are to explore a dimension of feelings from older adults when watching (and “reading”) television drama programs and from the interpretation of perception to draw a framework of a good production.

It is argued that personality, memory, empathy, association and media literacy all playing critical roles in the reading and creating of a good program. Affective channels of coding and decoding should intertwine intuitively in order for older adults to comprehend meaningful stories. The study explains psychological processes in watching programs aimed to entertain and conclude that for older adults to enjoy a TV drama certain emotional involvement and memory recall are required.

Keywords: TV Drama, older adults, audience, psychology

二、緣由與目的

哈佛藝術心理學教授安海姆（Rudolf Arnheim）指出，「我有充分理由認為，有這樣一些教育者，他們對於直覺（感性）沒有給予足夠的重視，甚至對之抱有輕蔑的態度。」（郭小平/翟燦譯，1992：17）安海姆認為，這種對學習的見解從心理學上來說是不正確的，從教育上來說是有害的，因為人類同時是感性的，也是理性的，過去只重視理性的知識傳授，對藝術及情感的議題很少觸及。姚蘭（1992）也指出，沒有任何文化能夠忽略感覺的重要，感覺是有智慧的動物做決定的時候所仰賴的精密工具，感覺是人類生活的必要內在導引。

我們從老人研究之中習得「感覺」是老人生活中非常重要的指標，而傳播研究的確較多注重資訊傳布的理性議題，忽略人類傳播中的感性議題。尹德瀚（2003）引述國外科學研究指出，行為科學研究看問題的觀點，已經從可觀察的外在生理或行為的實徵表現，轉變為觀察人際間情緒關係，以及個人之綜合情緒感覺。我們在研究中發現某些老人似乎容易進入電視劇所形構的世界中長吁短嘆，她憤世嫉俗之餘甚而涕泗滂沱或與劇中人講話。

老人觀眾觀看電視劇不是因為他們需要資訊或是需要學習社會角色，本文即探索人類的感性經驗如何在解讀電視劇意義時，與她的理性經驗（如基於記憶之選擇、分析、區辨）交織，剖析老人觀看電視劇時知覺與情感如何活動於老人人格與心靈。

三、結果與討論

傳播不是只有商業或政治的目的與利益，而電視傳播之中有很大的一部份，傳播者與受播者之間交換的不是商業或政治的影響，不是純然的資訊，而是人類共通的情感。電視的戲劇節目與新聞節目不同，電視劇原本就設計來要撥動觀眾的情感的，資訊的提供不是戲劇的重點。戲劇節目永遠以「動人」、「感人」為號召，甚至總要以「賺人熱淚」、「痛澈心肺」、「笑

得翻倒」、「哭斷肝腸」為宣傳。

我們知道社會人依據大眾傳播媒介所得的故事，描繪人類生活與傳播的原型，老人基於人格、媒介素養、經驗、情緒、聯想、涉入等變項，接收電視劇敘事所提供的情緒渲染，理解他的經驗世界與社會現象。老人們的情感和理智是並存於觀看電視的接收和解讀過程的。看戲、看電影、看電視劇都是真實的生活經驗，是真實，而有時甚至強烈，的情緒撥動。這是一個情感傳播的問題。喜歡看電視劇的觀眾不會對劇中的虛情假意嗤之以鼻，看過的戲劇節目還要再看一遍。故事真實與否，資訊重要與否，不是戲劇傳播的重點。人類思維所具有的知覺能力，如區別、比較、選擇，都不解釋情感傳播現象，在戲劇世界裡重要的是觀眾透過一齣劇，體驗到自己融入劇中假扮的感性境界，觀眾對故事中人情世故的發展投入了難忘的情緒。

劉慧雯（1998）轉述 Stephenson，許多以人口學變項或是以市場機制來區分閱聽人的研究將閱聽人視為是可加以分類、區隔、或是可以概括的一群收視/收聽的人。然而真的想要理解閱聽人，應該將真正坐在電視機前的那個「當下經驗的人」（the immediate experienced）作為討論的對象。也就是說，我們應該把焦點放在個別閱聽人在日常生活中依照各自特殊生活經驗所形成的豐富媒介經驗上。如劉慧雯（1998：p.40）所述，（老人）觀眾是一個在日常生活中對傳播內容做出反應行動的「活生生的人」，他有自己的觀看位置，基於自己的生活經驗來和媒介內容產生關係。老人的記憶在這樣的過程之中扮演著某種特別角色（洪蘭，2001）。我們知道，每十年就是一個世代，與我們相隔三個到四個世代的老人們，擁有與年輕人不同的共有文化；他們經驗窮困的少年時期，顛沛流離的成長時期。在他們人生的成熟時期經驗戰爭和高壓政治。他們是一群真正知道飢餓 知道戰亂的人；他們渡過疾病，渡過恐懼，他們經驗過失落（黃芳田譯，2000）老人的生命未在兒童或青年時期被光電科技渲染，他們的步調緩慢不只是因為生理機能，還因為從小經驗著步行而非

磁浮高鐵，經驗著文字而非電腦 3D 影像。老人觀眾在看電視劇時候的情感反應，不可能跟兒童觀眾、青年觀眾完全等同，因為他們的視覺記憶是廣闊的田園而非擁擠的高樓；他們的聽覺記憶是地方戲曲而非重金屬樂團；他們對故事原型的理解仍然停留在忠孝節義的價值世界。對老人而言，與記憶不符的電視劇，媒介的不過是新奇或厭倦。

我們認為，電視劇的「創作」和「觀看」同是心理過程，是一種情感經歷，一種經驗的驗證，更是一種審美體驗。這種經歷、體驗普遍存在於作者、觀眾面對虛構敘事（小說、電視劇、電影）之間。坊間有關創作和審美心理的文獻很多，如胡家祥（2000）、楊恩寰（1993）、Langer（劉大基譯，1991）、李西建（1992）、Winner（陶東風譯，1997）、Arnheim（郭小平/翟燦譯，1992；李長俊譯，1985）都充分提示以電視劇的製作、觀賞而言，感覺是手段，感覺也是目的。本文發現，老人看電視劇時的人格傾向可解釋其接收與詮釋動機。換言之，解讀素養是老人接收與詮釋過程中歧異頗大的變項，與其經驗及記憶內容、學習能力相關。最後，電視劇審美體驗對老人而言應是一種被電視劇喚起的情感，電視劇作為「流動性視聽符號的總體結構」，在某些環節中一定會置入感動觀眾的機制，提供詮釋意義動人之線索。

四、計畫成果自評

基於前期研究，我們認為老人觀眾和情感議題，都是傳播界忽視的研究對象。目前已知閱聽人中花費最多時間與電視相處的特定族群就是老人（蔡琰/臧國仁，2003），而作為關注電視劇訊息與觀眾間關係的研究標的，我們也發現研究老人傳播現象是一個極有意義，也極有趣味的議題。相較於其他年齡族群，老人們除了健康問題之外，最凸顯的就是他們的情緒問題。過去基於社會科學理論與方法訓練，我們一直把*理性認知過程*作為影響傳播過程的途徑，如基於認知心理學所建構的傳播理論。但是從老人大眾傳播情境這樣的研究生案，我們領悟重要的*觀眾的情緒議題*

被忽略了。這個屬於人類感性傳播的現象目前看來有部分解釋散置於創作心理學、藝術心理學、情緒心理學、詮釋學、現象學、戲劇學。另一方面，老人觀眾的情緒問題也不適宜於用傳統的行為科學或社會科學資訊傳布理論、社會學習理論、或者涵化理論來解釋，文化理論或儀式行為的說法也不能使人完全信服。李澤厚（1987）、朱光潛（1993）、楊恩寰（1993）、Lazarus（李素卿譯，2001）等人論審美體驗以及情感的文獻中，都對涉入、移情（同理心）提出解釋，但解釋卻矛盾地建基於理性主義，透過可觀察的表徵，以認知心理學處理資訊的過程為藍圖，描述審美體驗的理性思維。我們認為如 Lazarus（李素卿譯，2001）從情緒角度來談美感經驗是一個值得傳播界繼續研討觀眾的方向。

目前看來，本文發掘觀眾面對電視敘事（虛構或紀實）如何能夠被符號感動也是一個值得繼續的議題。傳播理論在借重認知心理學強調的資訊傳布過程以及數學的資訊傳播理論之後，如何再從情緒心理學（psychology of emotion）、邏輯的情感理論（passion and reason）、藝術的完形心理學（Gestalt）三方面，繼續檢驗電視的戲劇傳播，辯證人類與媒介不僅只是傳布 5W1H 的資訊予取關係，人類尚透過媒介訊息溝通更多情感的意義。而認知心理學若未能充分解釋情感對詮釋故事的影響，我們可從心理學的其他派別，如人格心理學、藝術心理學（格式塔）、社會心理學以及情緒心理學一窺人類心靈的全貌，從而基於人類的感性思維補充觀看電視劇時情感悸動的理論。

目前我們的社會已經在民主和經濟上富裕到相當程度，應該繼續重視老人、婦幼、傷殘等弱勢族群的各式相關傳播問題。如郭惠芯（2003）提示，高齡社會老人身心安頓是一個複雜的需求，社會不應普遍簡化老人問題：我們不必看見退休老教授留書自殺，才知道老人被寂寞啃噬；不必看見愛滋老婦因疾病遭受棄養絕食而終，才知道社會對貧老病者的歧視和殘酷。傳播界若能多鼓勵非功利性目的的人文研究，應該在多元文化的氣氛之下開創新的傳播研究紀元。

五、參考文獻

- 尹德瀚 (2003), 「從男人看女人 性問題被高估」, 中國時報, 一月十九日國際新聞第十版。
- 朱光潛 (1993) 《悲劇心理學》, 台北: 駱駝。
- 李西建 (1992) 《審美文化學》, 湖北: 人民。
- 李長俊譯 (1985) 《藝術與視覺心理學》, Arnheim, R. *Art and Visual Perception: Apsychology of the Creative Eye*. 台北: 雄獅。
- 李素卿譯 (2001) 《感性與理性: 了解我們的情緒》。台北: 五南。(Lazarus, R. S. & B. N. Lazarus. (1994), *Passion and Reason : Making Sense of Our Emotions*. Oxford: Oxford University Press.)
- 李澤厚 (1987) 《審美心理描述》, 台北: 漢京。
- 姚蘭 (1992) 《了解自己的感受》, 台北: 桂冠圖書。
- 洪蘭譯 (2001) 《透視記憶》, Squire, L.R. & E. R. Kendel: *Memory: From Mind to Molecules*. 台北: 遠流。
- 胡家祥 (2000) 《審美學》, 北京: 北京大學。
- 郭小平/翟燦譯 (1992) 《藝術心理學新論》, Arnheim, R.: *New Essays on the Psychology of Art*. 台北: 商務。
- 郭惠芯 (2003) 「老人怎麼不見了」, 中國時報, 時論廣場, 1/20/2003。
- 陶東風等譯 (1997) 《創造的世界-藝術心理學》, Winner, E.: *Invented Worlds-The Psychology of Arts*. 台北: 田園城市文化。
- 黃芳田譯 (2000) 《可以這樣老去》 台北: 遠流。
- 楊恩寰 (1993) 《審美心理學》。台北: 五南。
- 劉大基等譯 (1991) 《情感與形式》 Langer, S.: *Feeling and Form*. 台北: 商鼎。
- 劉慧雯 (1998) 「電視廣告效果再探: 語言遊戲的觀點」, 國立政治大學新聞學系碩士論文。
- 蔡琰/臧國仁 (2003) 「老人觀眾與電視劇: 從老人之定義到人格心理學對閱聽人研究的啟示」, 傳播新視窗: 中華傳播學刊。3: 197-235。