

行政院國家科學委員會專題研究報告

建構兒童閱聽人：兒童媒介論域分析

Constructing the Children Audience—Tracking Media

Discourses on Children

計畫編號：NSC 90-WFA-02-000-88

90-2412-H-004-013

計畫主持人：吳翠珍

國立政治大學廣電所副教授

研究助理：林育賢

吳宗儒

國立政治大學廣電所

中華民國九十一年十二月

第一章 研究背景

背景之一：探訪「金花的秘密」

2000年11月27、28日兩天，台灣大眾媒體，從晚報、日報、電子報到無線及有線電視新聞都以不小的篇幅對於未來二十一世紀的少女形象進行議題建構。十四歲的少女王瞳獲國內最大的美容塑身企業的眷顧，成為廣告身價五億的美體代言人。這個名為「金花的秘密」的電視廣告強調塑身美容需從年輕開始(14歲)，畫面上少女初發育的身材，經過人為雕塑，呈現了驚豔群倫，前所未有的玲瓏曲線；平面媒體上則多以少女王瞳的自訴：「我現在腿變細了、皮膚白了、胸部更大些，不必在胸罩內加海綿墊了！」加以註解兒童當事人的自我評價。

截至12月20日，不到一個月的時間內，上述的媒體文本出現了2627次(勁報，89年12月20日)，也引發了學者們的二極論述--「還童的女性？弱智的男性？」(張錦華、黃浩榮，中國時報89年12月18日民意論壇)與「老化的媒體批評·弱智的女性主義」(卡維波，中國時報，89年12月21日，民意論壇)。

背景之二：鍍金的兒童

中華民國89年所更換的新鈔上，取下了歷史政治人物蔣中正，更替上了兒童形象。新鈔中的千元紙幣上出現了五位小學生，二男三女，前景中二女二男注視並指著一顆地球儀，背景則有一位女孩正在使用一架顯微鏡。展現出兒童與科技的未來感。伍佰元的紙鈔上則印有10個少棒男生，看似正歡欣鼓舞地慶呼勝利，頗有憶往1970年代台灣少棒馳名國際的集體記憶印象。

上述兩個事例，一個在大眾媒體上藉影音符號與文字符號，以狂風驟雨之姿，建構兒童的媒體形象，引發成人對兒童形象的議論並形成論述；另一個則以隱涵但深入的曲徑，把國家對未來主人翁的形象放入日常生活中時時見得到的紙幣上，每天每個人總要上看幾次。究竟兒童(廣義界定15歲以下)在各種媒體上是如何再現，在恆長的歷史長河裡，經濟、文化、社會、家庭、教育的嬗變中，兒童媒體再現形貌的流變又為何？而論域的流變又包藏了怎樣的社會意涵？這

是這個研究所冀望能探索的議題。本研究希望藉由媒介論域的分析與爬梳，建構兒童閱聽人的媒體再現。

研究問題如下：

- 1.若干時間點上媒體中的兒童是何形貌？兒童作為一個論域客體在媒介上是如何被紀錄？

第二章 文獻探討

(一) 誰是兒童？

兒童與童年是個非普遍也非定性的概念，往往是隨著不同的時間與空間而流變。以中國為例，成人對兒童的規訓從禮書家訓的「成人、兒童分道」(如要求父親與教師避免與小孩親近，以增加恐怖，學生才能油然而生起畏懼與順服)，到孔子的「長者為尚主義」(有事，弟子服其勞，有酒食，先生饌)，到朱子的「功能主義論」(小孩子不要去熱鬧的地方，不要養寵物，不要嬉玩，作些無益之事，到宋程子的「嚴刑峻罰主義」(待小孩就像訓練狗一樣)等等作為(熊秉真，2000)，足見兒童的概念因時、因地、因人文社會環境不同而變動不拘。

而上述兒童教養集體意識的產生與文化實踐在文字時代，大致仰賴文字傳播與口語傳播而嵌入個體的生活實踐中。大眾媒介興起後，藉由快速與廣傳的媒介論域特性，加速促成兒童概念樣貌質或量的變化。Neil Postman(1985)在消逝的童年一書中，對於兒童與童年自中世紀以降所產生的變化，尤其是電子媒介(電視)的普及之後的鉅變，Postman作了歷史的與社會推衍，語帶預警地昭示，電視的媒體特質再加上社會使用(social use)的結果，語文符號為重而產製出的童年概念與實踐，將(已)受到強力衝擊。Postman倒沒有進一步去描繪失去了的童年的兒童們的樣貌，或者正值傳播科技風起雲湧之際，質變正在進行中，彼時仍言之過早。

(二) 尋找媒體上的兒童

以兒童為傳播研究的對象，多集中在閱聽人面向與文本分析兩類，而且二者的關係相當密切，大都以媒介效果為論述目地。除了一般的兒童媒介使用行為調查或觀察外，配合文本分析的比對，研究目的傾向歸納文本的負面呈現，如血腥暴力、粗鄙語言、性愛畫面等的出現頻率與兒童媒介接觸量二者之間的相關程度。其中暴力影響的研究自1970年以降，研究者的關心程度不輟；除暴力影響外，尚有廣告的勸服對兒童消費行為的研究等。

澳洲 Luke(1990)嘗試以美國學術論文作為兒童論域分析對象。從 1950 至 1980 的傳播學術論文中擷取出以兒童為研究對象的論文加以分析，從歷史的角度切割，歸納出四個階段的特質與重點：

- 1.1917－1953 的兒童的電影、廣播、漫畫傳播行為
- 2.1948－1959 的兒童的電視觀看
- 3.1960－1969 的行為學派下的兒童論述建構
- 4.1970－1979 的認知學派下的兒童論述建構

Luke 在結論時論及 1950 年以降的傳播有關兒童閱聽人的學術論述的確把兒童視為一個被動的刺激與反應制約下的產物。至 1980 年止，兒童作為一個主動閱聽人的概念幾乎是不存在的。

在上述這些為數頗眾的兒童與媒介研究中，有一類的研究則顯得相對地稀有，那就是兒童本身在媒體中如何被再現的論述。換言之，兒童在媒體上的總體圖像仍然是模糊不清的。而人們心目中兒童與媒體上兒童的同與異，以及二者之間的差異又如何能在社會關係中相互影響的論述則付之闕如。

涵化研究主導者 Gerbner 跨時的文本分析雖以暴力指標著稱，事實上由 Gerbner 所主導的「文化指標計畫」(Cultural Indicators Project)，自 1969 年起，每年錄存一周美國三個聯播網 ABC、CBS 與 NBC 的節目，並自 1992 年起加上 Fox 的節目，試圖由一週的文本裡建立媒介文化的參考指標。在 1999 年由 UNESCO 所發行的 Children and Media Violence Yearbook，Gerbner 發表了電視黃金時段中的兒童形象(The Image of Children in Prime Time Television)。報告指出，從 1994 至 1997 年的文本分析發現，男生(不論是兒童或青少年)出現的比率要高於女生；男生高於真實人口比率而女生則低於實際人口比率。另一個與性別有關的發現是，無論是青少年(13 至 18 歲)、成年(19 至 30 歲)、壯年(31 至 40 歲)以及中老年(41 至 61 歲)，電視上涉及性行為(包括口語與肢體兩類表現方式)的女生比例高於男生，唯一的例外是高齡男性(66 歲以上)角色涉及性行為的要遠高於高齡女性(Gerbner, 1999)。

由於文化指標計畫所關照的面向龐雜，舉凡性別、族裔、年齡、職業、暴力、酒精與藥物濫用、性行為的媒介再現等都是分析紀錄的對象，兒童青少年只是指標中的一小部份，因此並未全面性以兒青相關議題作進一步的分析，而且分析兒童再現的主要文本只限於電視文本。

另外，Kunkel 與 Smith (1999)也針對美國報紙與電視新聞中的兒童再現進行研究。從 1993 年的資料顯示，從一整月的報紙(包括美國五大報：Atlanta Constitution, Chicago Tribune, Houston Chronicle, Los Angeles Times, 以及 New York Times)與三家聯播網的晚間新聞裡，總計有 840 條報紙新聞與 109 則電視新聞論及兒童與青少年。經過類目化後，研究者發現兒童青少年成為新聞焦點的主要新聞類型是罪犯與暴力新聞，尤其是百餘則的電視新聞裡，約有半數是涉及犯罪與暴力；而報紙在報導兒童、青少年涉及暴力與犯罪的幅度也佔了三成左右的則數。與兒童青少年攸關的公共政策如教育、家庭、文化、健康等議題，除了教育類佔兩成之外，其餘題目報導的比例並不高。事實上，兒童青少年的家庭、健康與經濟議題佔全部新聞版面或時間不到 6%。

上述研究固然點出兒青在媒體上再現的「比重」與再現的「區域」，縱然本研究計畫至此尚未能周延地對相關文獻加以全面性地探討，但是粗略得知的是，或由於媒體涵蓋的種類有所偏好，再者歷時性的資料不足，立體的兒童青少年的媒體再現的形貌仍然過於模糊。具體而言，檢視目前研究資料，在這個議題上仍存有多處空窗，亟待補白之處如后：

- 1.點不足構不成面---兒童青少年的媒體再現除了黃金時段，報紙與電視新聞外，仍然有諸多重要的呈現來源與管道，如平面與電子的廣告文本、以兒童為目標對象的教育文化節目(通常都會排在非黃金時段播出)；另外兒童接觸最多，影響至深，透過教育機構的機制而深度閱讀的訓示性素材---教科書也是再現兒童的重要媒介。許多可能構成社會對兒童印象的社會集體意識來源尚待考掘。
- 2.單面不足以形構整體---單一時間點的資料，缺乏累積，無法得知時間變項

的影響是如何產生，更因缺乏前因而無法推演後果，對資料的詮釋至為不利。易言之，這類的研究尚缺乏「史觀」的取徑，只著重在「史料」的整理與分析，在缺乏歷史流變的紀錄下，因此無法全觀地賦予資料深入的意義。

爲了更完整地呈現與建構兒童閱聽人的媒體論域，並能詮釋論域所代表的意涵，顯然在資料的徵集與分析的取徑上必須擴充方能達成。以下再就本研究幾個重要的概念加以簡述。

(三) 論域分析

Jame Gee(1990)從社會語言學的觀點探討論域(discourse)的概念。Gee 主張論域是指在特定時間與空間下，藉由說話、書寫、閱讀、行爲、互動、信仰、價值的社會認同，展現與組織特殊論域也因此創造「社會位置」(觀點)(social positions)，進而強制人們依據該位置的表徵特質或成規，加上個人特有的風格與創意，展現說話、聽言、閱讀、書寫、思考、信念與價值判斷。易言之，個體在社會中的所言所行所思，是不由自主地受到社會中藉由各類媒介的論述所規訓。

Gee(1996: 132)依傅柯的說法，勾勒出論域的本質：

- 1.論域潛藏意識型態。
- 2.論域一旦形成則排拒內部的批判也斥絕自我督律，因爲與論域相左的價值與言說會被拒絕在論域之外。
- 3.每種論域所創造出的社會位置都是獨一無二、有排他性的。
- 4.論域爲了彰顯其特殊的特質，包括規範、概念、立場或價值，不惜貶抑其他論域。
- 5.論域與社會權力的配置、社會階級的結構有關，社會中優勢論域的團體往往附帶有高的社會財貨的獲取機會。

也如傅柯(Foucault, 1972; 1977)所言，所有的論域皆爲歷史的產物。沒有任何文字論述是在歷史脈絡之下，也不能脫離真實產製的政治之外出(the politics of truth production)

媒體論域作為集體意識的再現(media discourse as representation of collective conscience)

法國社會學家涂爾幹(Emile Durkheim, 1858-1917)指稱社會中個體透過集體的再現(collective representations)來建構對外在世界集體性的瞭解。而集體的再現是以物質(如建築、律法等)與非物質(如價值與規範)的社會事實(social fact)加以展現。而社會成員所共有的信念與情感即是承續社會的集體意識(collective conscience)(Durkheim, 1951; 1964)。由傳播的角度來看，在眾多產製與再現真實的社會制度與機制中，媒介是其中最重要的機制之一。尤其在二十世紀末，傳播科技大幅地跨越了有限空間與時間的門檻，其再現社會事實的威權地位日漸固築。從二十世紀初的報業到今日電子媒介的無所不在，媒介已成為具有文化權威的常日知識建構者(cultural authority of the production of common knowledge)。

而在媒體產製的常日知識中，有關於兒童與青少年的論域形貌為何，至今仍缺乏全觀性的討論。特別引人省思並待梳理的是，媒介上所再現的兒童形象如何投射成人對兒童與童年的集體意識。

(四)集體記憶

記憶如果是一個人們集體社會行為作用而產生的經驗貯藏室，那麼人們必然涉及時時刻刻的「進貨」，也就涉及「貨源」——誰或者透過哪些管道、由哪些社會機制，提供了集體記憶的出貨？依國內學者蕭阿勤(1997)的說法，集體記憶之所以可以被再建構與形塑的原因是人們對於事物的認知常常需要藉由文化傳播媒介來接觸並賦予意義，也因此造就了傳播媒介在集體的產製材質上提供了強有力的歷史意識來源。因為媒介在守望環境、告知資訊提供大眾娛樂的過程中，在在都在扮演篩選與過濾記憶的角色，決定何者該去、何者該留、為誰(那個優勢團體)而說故事。基於這種議題建構的機制與大量傳播的可及性，大眾傳播媒體如報紙、廣播、電視遂成為當代社會創造、保留與詮釋集體記憶的重要工具之一。

這些媒體素材所代表的是不同影響與形塑兒童的因素，它們之間對兒童的基

本概念是一致相合抑或存有重大歧異？而這些文化力量在生活實踐的層面又是如何？不同價值的角力結果又為何？究竟成人在創造這些媒體素材時，兒童的主客體位置與角度是如何展現，又如何透過論域加以賦予意義？媒介上再現的兒童到底是象徵性的兒童或真實的白描？要回答上述問題並不容易，涉及多元角度的勾勒，而勾勒之前必須有豐富的史料與持續建構新的、未來的資料方能竟事一二。

第三章 研究方法

爲了能較完整地呈現與建構兒童閱聽人的媒體再現，並爲進一步詮釋其所根植的社會意涵，本研究擬由內容分析切入，在續由論域分析加以彰顯文本之脈絡。

一、論域分析

論域分析爲展現論域的社會材質(social material)個性(Jensen, 1995)，本研究擬由論述分析的三個面向來加以概念化：①文本(text)、②論述實踐(discourse practice)以及③共時與歷時的社會文化實踐(sociocultural practice)。

1. 社會認知取向的論述分析-van Dijk 的新聞論述分析

van Dijk(1985, 1988)的新聞分析試圖在文本分析與社會文化分析之間建立詮釋的連結，特別強調新聞產製與讀者理解二者的社會認知過程(process of social cognition)。van Dijk 以巨觀結構(又稱主題結構，macro-structure, thematic structure)與超結構(又稱基模結構，super structure, schematic structure)來展現文本、新聞產製以及新聞理解三者如何在文化與社會實踐相互連動，而重要的社會關係往往藉由重複的日常運作造就而成。本研究關心的是，兒童的媒體論述，若加以細細分析，抽絲剝繭後媒介化的兒童究竟在主題結構與基模結構上呈現何種“社會關係”？兒童的概念及其相對於其他社會團體的社會位置又在哪裡？

2. 批判分析取向的論域分析-Fairclough 的傳播事件分析(critical discourse analysis of a communication event)

Fairclough(1995)從社會理論的角度並基於語言的社會本質的觀點提出操作性的批判取向的論述分析。以“批判”字眼稱之的原因在於呼應 Bourdieu(1977)的說法－認爲社會意識(如文化消費與品味)，特別是語言的使用(如媒介語言)在在都是受制於不爲人所意識到的語言權力行使的因果。

論域分析一向爲社會理論學者/分析者(如 Foucault, 1972; Fraser, 1989)與語言學者(van Dijk, 1985; Stubbs, 1983)所用，強調語言符號的“說”與“

文”(spoken and written)。Fairclough 則採由社會符號語言的觀點，把論域的研究範圍擴及凡產製意義的符號活動(semiotic activities which produce meanings)，包括圖像、電影、流動影像、圖表等視覺影像與非語文的傳播行爲，如手勢、姿勢等。本研究假設語言、文字與動態與靜影像皆是社會中所賴以凝聚與形塑社會關係的重要意義產製的來源，這些符號的使用與展示是根植於社會與歷史情境的行動(socially and historically situated mode of action)。

依 Fairclough 的說法，進行媒介批判分析的單位一從一個傳播事件(communicative event)著眼，分析的面向(個人覺得稱爲”景深”更達意)是從文本、論域實踐(包括文本產製與文本消費)，以及社會文化實踐三個層次來解構與建構。所謂傳播事件的批判分析可以影像語言的鏡頭構圖來比擬：文本分析即是以”特寫”(close-up)的視角對文本加以解剖呈現細部理肌；並以中景(medium shot)對論域實踐中的傳播鏈的兩端—訊息產製與閱聽人的文本消費進行比較分析；再接著把鏡頭拉出，以”客觀的全景”(establishing long-shot)的廣角來鋪陳前述面向二者相互的關係與位置，進而拼出一個傳播事件的全貌。

二、主要變項定義

爲了能有系統化的瞭解台灣媒體對兒童再現的面貌，本先期研究首先針對報紙與電視新聞(含廣告)加以蒐集與分析。

(一) 兒童：

本研究則是以兒童的年齡作爲定義依據，將 0 歲(新生兒)到 15 歲者視爲本研究所指稱的「兒童」。因此，在樣本收集過程中，僅收集內容中有明確交代或可明確辨識爲 15 歲以下兒童的新聞與廣告文本。

(二) 形象再現：