

國立交通大學

傳播研究所

碩士論文

音樂娛樂節目閱聽人之接收分析

Reception analysis of music-entertainment program

audience

1896

研究生：許瀨文

指導教授：郭良文 博士

中華民國 九十六年 十二月

音樂娛樂節目閱聽人之接收分析

**Reception analysis of music-entertainment program  
audience**

研究生：許瀨文

Student: Ching-Wen Hsh

指導教授：郭良文 博士

Advisor: Liang-Wen Kuo Ph. D



**Submitted to Institute of Communication Studies  
National Chiao Tung University**

**in partial Fulfillment of the Requirements**

**for the Degree of**

**Master**

**in**

**Communication Studies**

**June, 2007**

**Hsinchu, Taiwan, Republic of China**

**中華民國 九十六年 十二月**

# 音樂娛樂節目閱聽人之接收分析

研究生：許瀨文

指導教授：郭良文 博士

國立交通大學傳播研究所碩士班

## 【中文摘要】

本研究之目的，希望可以探討音樂娛樂節目閱聽人，在受到情境脈絡的影響下，如何解讀節目訊息的過程，並深入了解閱聽人從中獲得的意義與愉悅為何。在理論上，本研究以接收分析的角度出發，意圖探討情境脈絡與影響解讀之間的關係，在研究設計上採取了深度訪談的方法，作為蒐集研究資料的主要途徑。研究結果發現音樂娛樂節目的參與來賓與閱聽人在擁有相似的社會位置，且受到閱聽人個人經驗與基模的影響下，因而產生「形成凝聚力」、「對現實的激勵」、「認同與共鳴」等收視意涵；此外，不同情境脈絡的影響，閱聽人亦會有差異性的解讀型態，而獲得不同的意義與愉悅，本研究的結論希望提供學術界新的研究方向，當節目具有「參與性」與「互動性」的特色時，對閱聽人情感層面的解讀上，是更為重要且具有影響性。

**關鍵詞：**音樂娛樂節目、接收分析、閱聽人、愉悅

# **Reception Analysis of Music-Entertainment Program Audience**

**STUDENT: CHING-WEN HSU      ADVISOR: LIANG-WEN KUO PH.D.**

**Institute of Communication Studies**

**NATIONAL CHIAO TUNG UNIVERSITY**

## **【ABSTRACT】**

The purpose of this research is to explore how the audiences interpret the context of music-entertainments program under the influence of context. In this research, reception analysis is used to assist within this research, special research interests are placed on the relationship between context and interpretation. An in-depth interview is used, 20 teenagers were interviewed and data gathered from these interviews were analyzed. The result shows that the performers who participate in the music-entertainments program and the audience both have the same social position. And the influenced by the audiences' experience and schema, thus bring the meaning of inspire, identification, and resonance for audiences. Besides, the audiences also have different interpretation type under the context. This result could provide a new point of view for communication academic to respect the program which has the feature of interaction and participation.

**Keywords: music-entertainments program, reception analysis, audience, pleasure**

## 誌 謝

首先，謝謝我的指導老師郭良文教授，在進行論文的過程中，感謝您一路上辛苦的指導，著實讓我獲益良多，研究所期間，不論是在課堂或是待人處事上，都非常感謝您給予我的教導；也謝謝口試委員張玉佩老師以及朱旭中老師，感謝您們擔任學生的口試委員，並且不辭辛勞地一早來聽學生口試，謝謝您們給予這本論文許多寶貴的意見，使得這本論文在內容上得以更加完善。

謝謝阿香，口試前陪我去拜拜、買蛋糕、幫我準備咖啡…等，口試當天謝謝妳熱心的幫忙，好在有妳陪我，讓我能緩和心中不安的情緒，實在是太謝謝妳啦！也謝謝如涵，若不是有妳好心的借我竹軒住，我可能無法那麼順利在一早進行口試吧！謝謝妳提供的床、棉被和枕頭，讓我能安穩地迎接口試天的來臨，在研究所期間，我們一起出遊的時光，真是開心且令人懷念，之後一定要再計劃去更多的地方玩喔！還有，要謝謝相惠，特地幫我詢問住宿的事情，研究所這段期間常常向妳借機車，心中真的很感謝你的幫忙，我的搭擋書帆，謝謝妳一直以來的幫忙，謝謝所上其他同學，一起上課、導讀、聚餐的日子，是令人開心的學生生活。

謝謝美文、宛宜、韻珊、珮嘉，雖然無法深刻體會，但總是常給我加油打氣，每當和妳們聚在一起時，真的很愉快也很高興，希望妳們以後的假都可以排在同一天啦，還有佩蓉，謝謝妳陪伴我這麼久了，即使工作繁忙，對我也從來沒有少過一點關心，謝謝妳，也希望妳事業愛情一切都能順利。

謝謝秉陞，在研究所期間，你對我的付出，實在是難以用言語形容，不論是實質或是心理層面上，這一切的一切，我都銘記在心，真的很感謝有你陪我，謝謝鴨鴨、小新寶寶、熊熊、成龍大哥等好朋友，跟你們在一起時最無憂無慮了，真開心，還有 lucky、綸綸，謝謝你們多年來的陪伴，謝謝 lucky 最後努力的堅持著，辛苦你了，我很愛很想你們，你們要乖乖唷！

最後，要謝謝我的家人，感謝爸媽對我的付出，要跟您們說聲對不起，在這段期間包容我的任性、壞脾氣，謝謝爸爸每天好辛苦好辛苦地賺錢；謝謝媽媽每天辛苦地準備豐盛美味的晚餐；謝謝可愛地阿嬤，常叮嚀我專心唸書就好；謝謝哥哥，不懂時有人可以詢問的感覺真好，謝謝我的家人對我無怨無悔的支持與付出，希望您們永遠身體健康，這是我最大的心願，我愛您們。

許瀚文

僅致

# 目錄

第一章	緒論.....	1
第一節	研究背景.....	1
一、	「綜藝節目與閱聽人」.....	1
二、	「Channel [V]新節目之熱潮」.....	2
第二節	研究動機與目的.....	5
一、	「閱聽人的選擇與解讀」.....	5
二、	「有關電視綜藝節目內容討論的侷限性」.....	7
第二章	文獻探討.....	11
第一節	每日的電視 每日的生活.....	11
一、	電視影響閱聽人什麼.....	11
二、	電視作為社會性使用之意義.....	12
(一)	結構性電視使用.....	12
(二)	關係性電視使用.....	13
三、	青少年媒介使用情形.....	13
四、	台灣綜藝節目之演變.....	14
第二節	接收分析研究.....	16
一、	接收分析典範.....	16
(一)	協商的意義—文本與閱聽人.....	16
(二)	接收分析相關研究.....	18
(三)	閱聽人解讀位置.....	19
(四)	情境脈絡之影響.....	22
三節	閱聽人與媒介的互動.....	27
一、	閱聽眾與媒介的互動.....	28
二、	閱聽眾意義產製與愉悅的獲得.....	29
(一)	意義的產製.....	30
(二)	愉悅的獲得.....	30
四節	小結.....	36
第三章	研究方法.....	38
第四章	研究背景分析.....	48
第一節	節目發展源起.....	48
一、	節目相關介紹.....	49
二、	節目單元內容介紹.....	50
三、	節目單元的結構特色.....	56
四、	節目參與來賓特質分析.....	57
第二節	五種單元類型中的共同呈現.....	59
第三節	節目中人員互動現象分析.....	62

第五章	音樂娛樂節目閱聽人收視原因與動機.....	64
第一節	閱聽人為何而看.....	64
一、	「有意圖的閱聽人」之「與自我相似性」.....	64
二、	「有意圖的閱聽人」之「社交功用」.....	65
三、	「習慣性收視的閱聽人」之「消遣娛樂」.....	67
四、	「習慣性收視的閱聽人」之「個人偏好」.....	68
第二節	閱聽人為什麼而看.....	69
一、	「與生活貼切能製造話題」.....	69
二、	「抒發經驗與感受」.....	70
三、	「收視的再循環」.....	71
四、	「喜愛節目中的角色」.....	73
第六章	閱聽人詮釋與情境脈絡之關連.....	75
第一節	閱聽人本身經驗性解讀與社會位置.....	75
一、	間接形成儀式性表現.....	76
二、	形成一股凝聚力.....	78
三、	對現實生活的激勵.....	80
第二節	音樂娛樂節目收視情境.....	82
一、	三者的互動.....	82
二、	現實與夢想之平衡.....	86
第三節	音樂娛樂節目賦予的意義與愉悅.....	88
一、	「產生認同與共鳴」.....	88
二、	「幻想是美麗的、現實是殘酷的」.....	89
三、	「她」像我自己.....	91
四、	「窺視的快感」.....	93
第七章	結論.....	94
第一節	研究發現與結論.....	94
一、	與理論之對話.....	94
二、	閱聽人解讀型態與情境脈絡之關連.....	95
三、	從情境脈絡中獲得之愉悅.....	97
第二節	研究貢獻.....	98
一、	延伸閱聽人詮釋電視文本的研究.....	98
二、	重視此類型電視節目對閱聽人之影響性.....	99
三、	在理論層次方面.....	99
四、	提供國內綜藝電視節目製作方向的參考.....	100
第三節	研究限制與建議.....	101
參考文獻	.....	103
中文部份	.....	103
英文部分	.....	107

附錄.....110  
訪談大綱 .....110





## 表格目錄

表格 1：國內有關電視節目之相關研究.....	7
表格 2：國內有關電視節目之相關研究.....	9
表格 3：受訪者資料.....	43

## 圖表目錄

圖表 1：「才藝淘汰賽／生力軍選拔賽」單元節目畫面.....	52
圖表 2：「美眉調查局」單元節目畫面.....	53
圖表 3：「美眉造型大賽」單元節目畫面.....	54
圖表 4：「美眉私生活大突擊」單元節目畫面.....	55
圖表 5：「出道回顧」單元節目畫面.....	56
圖表 6：「我愛黑澀會」節目場景畫面.....	59
圖表 7：「我愛黑澀會」節目內容畫面.....	60
圖表 8：「我愛黑澀會」節目內容畫面.....	61
圖表 9：「我愛黑澀會」節目內容畫面.....	62



# 第一章 緒論

## 第一節 研究背景

### 一、「綜藝節目與閱聽人」

電視是現代人生活重要的媒介之一，學者林東泰（1994）指出，生活在台北都會地區的人們，在周一至周五和周末最主要的休閒活動之中，收看電視的行為是佔了最高的比例，邱莉玲（1990）的研究調查發現，超過七成以上的青少年最常做的活動是看電視，不僅成人喜愛看電視，看電視行為儼然形成青少年最常與家人一起從事的休閒之一。而青少年所收看的節目當中，又以綜藝娛樂類節目遠遠高於戲劇類或新聞類的節目，許多調查發現，綜藝節目乃是兒童與少年最喜歡收看的節目類型之一（廣電基金會，2002；廖若渝，2000），綜藝節目的支持者多半是涉世不深的學生族群，以上所述均顯示出青少年不僅愛看綜藝節目，相較起其他閱聽眾族群與其他類型節目而言，更是經常性的收看。

綜藝節目在忙碌的現代社會中，往往能提供放鬆心情、博君一笑的效果，綜觀各種電視節目類型當中，唯獨綜藝節目能包含整人胡鬧、明星打歌、模仿競賽、整人活動等各種單元類型於一身，閱聽眾不但可以藉由搞笑輕鬆的節目內容，來放鬆外在工作或課業上的壓力之外，刺激感官的節目內容，又正好符合青少年的需求，如此一來，是綜藝節目收視量居高不下的重要因素之一，此外，綜藝節目在某種程度上，亦是領導著社會流行文化的風潮，諸如：過去曾極為流行的董月花的客家國語、以及著名藝人曾說過的口頭禪等等，因此，綜藝節目對整體社會而言，是具有一定的地位與影響力。

綜藝節目除了具備於樂效果之外，也必須相當程度顧及綜藝節目的內容，所可能產生的社會效應，以避免對兒童或青少年造成不良的示範與影響，許多學者擔心，在收視率掛帥的商業競爭前提下，當今綜藝節日常以模仿、競賽、表演及整人的方式來刺激收視率，反映當前電視環境的偏差現象，媒體識讀推廣中心（1997）的調查發現，有四成青少年認為，綜藝節目主持人在節目中捉弄藝人的行為並無不妥，過半數的青少年會覺得節目內容有趣且好笑，也表示在周遭的同學會以類似綜藝節目的方式來捉弄他人。

廣電基金會（2000）亦針對青少年所收看的綜藝節目，做出收視節目內容質與量的調查，調查結果發現，目前各大型綜藝節目多屬於拼盤式的主題綜藝單元，亦即一個綜藝節目是由數個不同主題的單元拼湊而成的，在綜藝節目的各個單元類型中，整人節目雖然並非是觀眾心中的最愛，但是對此單元類型的多數擁

護者，卻有近乎四成的比例是 13 至 19 歲的青少年觀眾，青少年在觀看綜藝節目的量極多，但是綜藝節目內容在質的方面，卻顯得乏善可陳，似乎沒有發揮綜藝節目寓教於樂的本質。

即便如此，綜藝節目的魅力依然有增無減，除了有線及無線電視台播放的綜藝節目受到青少年的喜愛之外，播放流行音樂為主的 MTV<sup>1</sup>與 Channel [V]娛樂電視台，更是鎖定青少年為主要的收視群，在 MTV 中可以看到各個歌手的音樂錄影帶、年輕 VJ 特有的主持風格、介紹時下流行時尚玩樂、玩世不恭的台詞、對特殊搖滾演唱會的推廣、有關樂團的新聞與紀錄片等，這些都讓 MTV 受到年輕觀眾的歡迎，並且成為推廣新型搖滾樂以及搖滾樂手的領導者，而 Channel [V]娛樂電視台也是主要播放華語流行音樂為主，主要對象為台灣的年輕觀眾，並於 2006 年起改稱「Channel [V] 娛樂台」([V]娛樂)，以下針對 Channel [V]娛樂電視台頻道的背景、頻道走向與節目風格作一初步的了解。

## 二、「Channel [V]新節目之熱潮」

Channel [V]是一個國際性的音樂頻道，隸屬於星空傳媒，在東亞、東南亞、南亞、中東地區等地多個國家播放。關於 Channel [V]的[V]是代表什麼意義呢？起初，最廣泛的說法是 V 代表勝利(victory) 另一種說法是 V 是隨機取的字母，就像習語 xyz 一樣，再者，V 是指羅馬數字 5，可能因為星空傳媒的前身衛視當時只有 5 個頻道，即中文台、電影台、體育台、國家地理頻道與 Channel [V]，因此，Channel [V]取名可能借用第 5 頻道之意思，不管其代表著何種意義，隨著星空傳媒頻道的變化，這個名稱便只是一個代號，已經不再具有實質意義<sup>2</sup>。

Channel [V]頻道主要是播放英文主流音樂和一些區域性語言的歌曲，其中在中國與台灣主要播放華語流行音樂為主，主要的收視對象為台灣的年輕觀眾，Channel [V]與 MTV (Music Television) 都是屬於「音樂電視頻道」<sup>3</sup>，早期 Channel [V]的節目內容包含幾種形式：(1) 普普風：以播放各種音樂錄影帶為主；(2) [V]接客：請歌手或藝人擔任特別主持人的音樂錄影帶節目；(3) 音樂飆榜：是

---

<sup>1</sup>全球音樂電視臺，也稱音樂電視網（英語：Music Television，MTV）是一個原本專門播放音樂錄影帶，尤其是搖滾樂的有線電視網。MTV 後來也播放觀眾對象鎖定在青少年和青年上的許多不同型態的節目。MTV 在 1985 年之後為維亞康姆集團所擁有。

<sup>2</sup> 資料參考來源：「維基百科」(Wikipedia)。

<sup>3</sup> 「音樂電視頻道」以播放音樂錄影帶為主，所謂的音樂錄影帶 (Music Video) 是一種搭配整首音樂（通常大部分是歌曲）的短片或影片。現代的音樂錄影帶主要是為了作為宣傳音樂唱片而製作出來。音樂錄影帶正確的簡稱為 MV，在台灣等地區，早年曾以 MTV 一詞稱呼音樂錄影帶，一般認為應是受到 MTV 頻道（音樂電視網）的影響，不過近年來已開始改稱 MV，而音樂錄影帶具有多樣化的內容表現，可以包括所有影片創作的形式，像是動畫、真人動作影片、紀錄片等。

屬於綜合性音樂排行榜節目<sup>4</sup>。

Channel [V]在 2006 年起以更改節目名稱為「Channel [V]娛樂台」( [V]娛樂)，主要是增加播放節目內容的多樣化，以配合 Channel [V]在台灣的節目改革，現時在台灣的 Channel [V]除了播放音樂節目外，也開始製播了其他節目，像是動畫、綜藝、電視劇等節目。

2006 年起，Channel [V]頻道開始有所轉型，首度開始製播了不同於介紹流行音樂為主的節目，「我愛黑澀會」節目因而產生，這是台灣 Channel [V]娛樂台所播出的第一個綜藝節目，稱為音樂娛樂節目。「我愛黑澀會」是於 2005 年 8 月 1 日開始播映，節目主題與該台另一節目「模范棒棒堂」相似（模范棒棒堂是於 2006 年 8 月 14 日開始播映），是以招募多位青少女參加節目演出，並以明星養成為最初的目標。「我愛黑澀會」從 2005 年 8 月 1 日起首播至今，播出集數已超過 500 集，並與「模范棒棒堂」並列為 Channel [V]收視率最高的節目，是台灣 Channel [V]目前巔峰收視率最高的節目<sup>5</sup>。

節目自播出後就造成廣大青少年的喜愛與熱烈回響，節目內容和人物成為時下年輕人最為熱烈討論的話題之一，節目不但擁有高人氣的收視率，更於 2007 年首次入圍金鐘獎。在 2006 年 7 月 4 日播出「2006 年中評比（下）」時，也以 0.98 的高收視率，首次進入 AGB 尼爾森的個人收視排行，也是台灣 Channel [V]目前巔峰收視率最高的節目，此外，在 2006 年 8 月，更以 1.13 破 1 的收視率擠進收視榜第 44 名，也是台灣 Channel [V]開台 12 年以來，第一次進榜的輝煌成績。

「我愛黑澀會」節目靠著一票七年級女生的魅力，讓台灣掀起一股黑澀會熱潮，以模仿日本早安少女組的風格，在台灣播出後極受歡迎，黑澀會與棒棒堂的流行，如同是明星育成節目一般，也吸引不少台灣少男少女競相報名，一圓星夢。節目的走紅相對的造成台灣其他綜藝節目的模仿與跟進，像是其他電視台的綜藝節目內容，抄襲「我愛黑澀會」與「模范棒棒堂」的選秀製作模式，如：台視 5566 主持的少年特攻隊（模仿黑澀會特別節目）以及華視綜藝大乃霸、東森娛樂台的明星高校等，由此均可以反映出時下觀眾對於此節目的熱愛。

而節目迅速地竄紅，亦引起其他國家的跟進模仿，目前在中國火紅的廣東衛視「天使明星匯」、重慶衛視「娛樂星工場」的「明星大學堂」單元，和 CCTV-6 的「演藝學堂」等節目，疑似抄襲台灣「我愛黑澀會」，上述節目有十幾位美眉一字排開，不但制服像、布景像，連和藝人互動的方式都雷同<sup>6</sup>。

<sup>4</sup>資料參考來源：「維基百科」(Wikipedia)。

<sup>5</sup>資料參考來源：「維基百科」(Wikipedia)。

<sup>6</sup>資料參考來源：葉宜欣(民 96 年 4 月 26 日)，聯合報。

我愛黑澀會吸引了很多台灣少女參與，尤其，已有成員因為參與節目，現今已經晉身成台灣 Channel [V]娛樂台的 VJ，此外，2005 年末和 2006 年 11 月，九位黑澀會美眉以及六名棒棒堂男孩也陸續脫穎而出，分別組團以及拆成小團體推出 EP+DVD 及寫真集，並獲邀參演該台其他節目，以及到其他電視台宣傳。粉絲們不但為偶像建立大量無名與部落格，更自行組織後援會。而 Channel [V] 節目總監張世明（Andy）、節目主持人「陳建洲」（演藝圈外號黑人）與「范瑋琪」（演藝圈外號范范）等亦知名度大增，擁有許多粉絲和後援會<sup>7</sup>。

短期間內，高收視率的情況下，又接連製作出偶像劇單元，在 2007 年，總監張世明安排模范棒棒堂成員的阿本和我愛黑澀會成員的小薰，拍攝中視及八大電視台製作的偶像劇—「18 禁不禁」，二人因此迅速竄紅，模范棒棒堂成員阿本更得到 2007 年「樂派對」<sup>8</sup>的演出機會，並成為模范棒棒堂已組團出道的 6 人以外，第一個正式以獨立藝人身分出道的模范棒棒堂成員。

同年，[V]娛樂和民視合作，製作偶像劇黑糖瑪奇朵，由我愛黑澀會及模范棒棒堂成員領銜主演，分別於民視無線台及衛視中文台播出。不僅如此，除了拍攝多部偶像劇之外，節目帶起的熱潮亦影響其他綜藝節目的內容，如：我愛澀會與模范棒棒堂常被其他綜藝節目當作模仿搞笑的題材，例如中天電視全民大悶鍋的悶鍋黑澀會及悶鍋棒棒堂，還有三立都會台完全娛樂的偶愛胖胖堂等。

但是，在節目走紅之後，亦有許多相對的問題產生，像是台灣網路論壇跟 BBS 出現對 Channel [V]的批評，對該頻道濫播我愛黑澀會及模范棒棒堂產生反感，甚至批判「Channel [V]」已非專業音樂頻道。亦有觀眾批評節目內定力捧人選、偏袒、懷疑節目做假、淘汰賽及新生徵選不公等等。而節目成員坦率、無厘頭、又辛辣的形式風格，也常產生些負面的影響，遭受到觀眾的批評與反彈，如：VJ 大牙在接受記者採訪時，就曾說過藝人不需要讀書的言論，而備受批評。

也有傳出節目作假嫌疑，之前節目中 Channel [V]「我愛黑澀會」曾被爆建中學生與美眉進行智力測驗比賽時，故意答錯國中程度問題，讓美眉隊獲勝，為節目收視率做假<sup>9</sup>。

我愛黑澀會節目引發諸多熱潮，節目內容呈現的特有風格，雖然受到青少年的熱烈喜愛，但亦引起不少的問題，有家長擔心在這節目內容衝斥的環境下，青少年是否因節目內容而影響了價值觀，但也有青少年認為，節目中成員表現的無厘頭風格，正是符合時下青少年的想法，當青少年在觀看節目的同時，亦是與節

<sup>7</sup>資料參考來源：「維基百科」(Wikipedia)。

<sup>8</sup>由知名飲料企業 Le Tea 與 Channel 娛樂電視台所共同主辦的演唱會，演唱會名稱為『樂派對—Le Party』。

<sup>9</sup>資料參考來源：傳育邦(民 96 年 6 月 8 日)，聯合報。

目中成員一同進行遊戲、比賽等單元，在這過程中漸漸與參與節目的來賓培育出了革命情感。

從以上所論述的現象可以得知，音樂娛樂節目擁有特定的收視族群，在今日的電視生態中，對青少年而言儼然占有重要的地位，而音樂娛樂節目所製播的綜藝節目—「我愛黑澀會」，短時間開播內造成青少年廣大的迴響與支持，青少年不僅喜愛觀看，透過觀看的過程中也產生屬於自己的解讀與感受，對節目內容做出不同的詮釋，因此，在音樂娛樂節目內容的充斥下，閱聽人究竟處於怎麼樣的接收訊息環境，閱聽人收看音樂娛樂節目的動機，以及閱聽人從節目訊息中獲得了怎樣的意義與愉悅，而其所處的社會文化脈絡又如何影響閱聽人的對節目訊息的解讀，都是值得深入探討與研究。

## 第二節 研究動機與目的

經由上述得知，收看綜藝節目是現代人重要的休閒活動之一，以往閱聽人喜歡收看綜藝節目的原因，不外乎是節目內容輕鬆、有趣，可以舒緩生活中的壓力，從節目內容中獲得博君一笑的效果，然而，Channel [V]的主要收視對象設定為台灣的年輕觀眾，在節目轉型之後，增加節目風格的多樣性，納入了綜藝、動畫與電視劇等新的節目內容，齊下製播的新節目—「我愛黑澀會」，自開播後立刻引發一股熱潮。

閱聽人不僅僅只是單純喜愛節目的內容，在每日觀看的過程中，閱聽人亦逐漸對參與節目中的成員產生熱情與支持感，音樂娛樂節目其呈現方式不同於以往傳統綜藝節目的內容形式，除了節目主持人，還有固定的節目來賓，而節目來賓主要是由閱聽人所組成的，這樣新奇的節目組合模式與內容呈現，不但吸引了閱聽眾的好奇心，並且獲得廣大閱聽眾的迴響，反應出極佳的收視率，綜上所述，本研究歸納出兩項因素，來說明研究之動機與目的。

### 一、「閱聽人的選擇與解讀」

在萬能效果研究中，研究假設閱聽人為均質的大眾，屬於被動且相互隔離、分散的個體，因此，閱聽人會受到皮下注射（hypodermic）的媒體影響，亦受到媒體左右，特別重視媒體內容，也就是媒體訊息與效果的研究範圍，代表研究如宣傳與廣告的研究。

接下來在媒介有限效果的時期，推翻了原先媒介力量強大的角色，因為學者開始發現，傳播媒介很難改變一般人的態度與行為，研究者想要知道為什麼媒介沒有了效果，後來發現閱聽人與媒介的關係必須納入中介變相的考量，爾後使用

與滿足的研究取向開始萌芽，此研究屏除了傳統的效果研究，轉而功能性的分析閱聽人使用媒體的主動動機為何，不過在此階段，閱聽人的主動性仍然停留在媒體使用的動機層面。

而 1970 年代，主動的閱聽人概念逐漸興起，認為閱聽人可以主動選擇使用何種媒介，也具有主動詮釋文本的力量，閱聽人的研究開始重到重視（張文強，1997）。直到 1980 年代，被稱為閱聽人研究新趨勢的接收分析理論，真對閱聽人的接收、解讀進行廣泛地探討，並平衡使用與滿足的偏廢，考慮閱聽人解讀或詮釋文本訊息的方式。接收分析主張，閱聽人視為意義的產製者，閱聽人會以自身其體驗到的社會或文化環境的經驗，來解讀和詮釋媒體文本，因此強調閱聽人和文本相互影響的互動過程。

閱聽人與文本互動的解讀結果，是近幾年來閱聽人研究取向接收分析的主要論點（何天立，1998）。重點在於同時強調閱聽人與文本的重要性，此論點之主旨在於：一方面認為閱聽人具有主動詮釋文本的力量，而另一方面閱聽人也可能在解讀的過程中，受到文本的引導與影響，如文本的意識形態、內容均可能影響閱聽人朝著某特定的方向進行詮釋，意義是由閱聽人論域與文本論域所協商而成。當出於探討閱聽人論域對解讀的影響時，將會考慮到閱聽人多重的社會位置、日常生活脈絡、情境等因素，視閱聽人對文本的接收解讀是其社會文化的實踐，因此可以說接收分析特別重視閱聽人的日常生活的文化取向（翁秀琪，1993）。

因此，閱聽人會依據自身文化或生活經驗，對文本作出不同的詮釋與解讀，閱聽人與文本互動的概念，Livingstone（1989）提出了進一步的看法，她認為由於閱聽人的個別經驗不同，即使同時對文本進行開放的詮釋，彼此間產生的詮釋結果亦會有所差異，因此，傳統效果研究中，「傳播者—訊息—接收者」的線性模式已被「閱聽人—文本」的互動關係給取代。

多數從事接收分析研究的學者認為，閱聽人是具有主動性不再是消極被動的角色，其具有的詮釋力量可能影響媒介的效果。閱聽人對於文本內容的詮釋，不僅和他們的社會認知有關，亦即與他們的認知基模有關，基於個人的生活經驗、累積的生活知識的差異，因此，閱聽人在處理訊息時，所能活化的基模結構亦有所不同，這也就是造成閱聽人在詮釋相同的文本時，會產生不同的解讀結果，也就是差異性解讀。

音樂娛樂節目能夠讓閱聽人不只是作為被動、觀看者的角色，反之，閱聽眾可以主動參與節目，音樂娛樂節目首度提供閱聽人可以展現主動參與的具體行為，閱聽人對於節目呈現出的訊息解讀，不但可以親身體驗甚至能夠與現實生活相結合，這也說明了為何本研究希望嘗試以質性的研究取向，將音樂娛樂節目的內容視為多元、開放、並具有多重意義的文本，當閱聽人在解讀節目訊息時，如

何與自身的社會位置與個人經驗相互結合，其閱聽人所處的情境脈絡又將如何影響訊息的解讀。

此外，本研究認為閱聽人不只是單純地收看音樂娛樂節目，而是不同社會位置的閱聽人會根據所處的生活經驗，加以對節目內容產生差異性的解讀與詮釋，觀看音樂娛樂節目的動機可能並非單純地出於無聊、打發時間；音樂娛樂節目對閱聽人的意義可能也不只是簡單地作為一種消遣的娛樂罷了，本研究希望將音樂娛樂節目與閱聽人之間，兩者視為一個動態互動的過程，藉由接收分析的研究取徑，探索閱聽人與文本兩者之間將如何產製多重的意義，當閱聽人視為能夠主動參與的個體時，閱聽人在擁有多重的社會位置與文化經驗的情境脈絡下，是否對音樂娛樂節目內容產生差異性的解讀與詮釋。

## 二、「有關電視綜藝節目內容討論的侷限性」

以往有關討論電視節目種類的研究甚多，舉凡包括綜藝節目、電視連續劇、日韓劇、偶像劇、電視卡通等，然而，在這些研究當中，研究取徑卻多是以量化研究為主，譬如探討生活風格與閱聽人的收視行為的研究、有關綜藝節目的色情與暴力的內容效果研究、電視暴力與暴力基模對學童情緒、態度與行為之影響、閱聽人對綜藝節目的使用與滿足研究等，諸多研究多半均是著重在效果論的基準上，主要的研究目的不外乎是希望了解各種電視節目，對閱聽人產生何種影響與效果。

但有關閱聽人如何解讀、為何詮釋之研究卻明顯缺乏，但仍有部分相關研究的取徑是採取社會文化的批判取徑，其討論的焦點較偏重於在閱聽人的價值觀影響、女性意涵、刻板印象、對媒介的消費與認同等研究，而閱聽人如何對訊息產生詮釋、什麼因素會影響閱聽人解讀等問題上卻未被探討，本研究整理相關探討電視節目的研究如下表 1。

表格 1：國內有關電視節目之相關研究

作者	出版年代	論文名稱
陳信榮	1998	電視觀眾遙控器使用行為之研究－兼論其對主流節目策略之意義
王敏如	1999	閱聽人與電視劇互動情形之探索：以兒童詮釋連續劇性別刻板印象為例
李昶儀	2000	電視綜藝節目與青少年次文化形成之研究-由



吳宗憲現象剖析青少年的電視解碼		
周君蘭	2001	電視收視與價值觀認同之關連性分析--以「飛龍在天」為例
葉惠鳳	2002	大眾傳播媒體性別訊息融入性別平等教育團體對青少年性別平等觀念與態度之研究
陳玉珍	2002	澎湖縣國小教師對電視媒體中性別意識型態的解讀與性別平等教育實施態度之研究
康紀漢	2002	電視談話性叩應節目的內容與收視率之關聯性研究
張菁峰	2003	青少年崇拜偶像歌手之原因與受其偏差行為影響之研究
陳怡如	2003	綜藝節目色情與暴力內容效果——以台北市國民中學學生為例
楊青雲	2003	兒童收看電視、親子共視行為與親子互動的關聯性之研究
趙家齡	2003	青少年電視使用行為與流行文化偏好關聯性研究
李蘭英	2003	台灣與日本娛樂性節目中女性意涵之研析
李雅雯	2004	老人人格特質、寂寞感與休閒行為及電視收視行為之關聯性研究
黎玉霞	2005	暴力基模與電視暴力對學童情緒、態度及行為之影響
陳滢潔	2005	電視購物頻道閱聽人使用與滿足之研究
陳麗鳳	2005	閱聽人收看電視節目類型、收視型態與收視行為之研究
吳素文	2006	大學生韓劇收視行為對文化認同與愛情價值觀影響之調查研究

由表格 1 可以得知，傳統對於電視節目的相關研究，仍脫離不了將研究焦點放置於效果層面，討論有關閱聽人的收視行為、節目內容是否影響閱聽人價值觀、是否對閱聽人產生刻板印象、電視內容的意識形態如何傳達給閱聽人進而產生影響等，反之，對於閱聽人主動解讀的行為、節目內容對閱聽人產生的意義、閱聽人是否從節目中獲得愉悅為何，往往都被忽略討論。

現今作為消費媒介主體的閱聽人，更應該關注於閱聽人作為主體，並且擁有主動消費媒介的權力，以及閱聽人周遭的論域對解讀可能產生的影響性，實須探討閱聽人的詮釋，才可以真正了解閱聽人節目訊息對閱聽人的產生何種社會意涵，而透過閱聽人自身特有的情境脈絡，分析其與閱聽人從節目訊息中獲得的意義與愉悅之關連性為何。

由上述可以得知，對綜藝節目相關的文獻，多半以討論綜藝節目內容可能對閱聽人帶來的影響或效果為主，有關閱聽人對節目內容解讀的研究，過往研究中較為常見的是以日、韓劇或連續劇為主，過去探討有關閱聽人解讀的研究，其研究內容大多將焦點放置於日劇或韓劇上面，對於有關綜藝節目的閱聽人之研究，相關討論卻尚付之闕如，本研究整理相關閱聽人的研究如下表 2：

表格 2：國內有關電視節目之相關研究

作者	出版年代	論文名稱
蘇宇鈴	1998	虛構的敘事／想像的真實：日本偶像劇的流行文化解讀
趙培華	2000	台灣青少年對日本偶像劇的觀看、解讀與消費
曾維瑜	2000	閱讀日本偶像劇：《東京愛情故事》文本及《蕾娜塔報導》使用者
趙培華	2000	台灣青少年對日本偶像劇的觀看、解讀與消費
林瑞端	2000	媒介、消費與認同：台灣青少年收看日本偶像劇之效果研究
林逸睿	2002	越界的日本流行文化現象：「哈日族」十五人的生活風格實例研究

楊維倫	2002	情境脈絡與台灣日劇迷的收視經驗
鄭智銘	2003	日劇在台所引發哈日風潮之研究
卓珍仔	2003	青年學生收看韓劇的文化認同與消費行為
耿慧茹	2003	解讀的互文地圖：台灣偶像劇之收視經驗探討
劉伊倩	2004	韓劇閱聽人研究－以台北女性為例
林詩宜	2005	台韓婆媳劇婆媳形象再現的比較研究
蔡佳玲	2005	韓劇風潮及韓劇文化價值觀之相關性研究：從文化接近性談起
王保仁	2006	媒體流行文化影響青少年認同與消費---以日韓偶像劇為例
曾惠文	2006	韓劇迷收看韓劇後對韓劇及韓國文化的認知及態度之研究
江佳霖	2006	閱聽人價值觀與收視韓劇的相關性研究
劉容襄	2006	青少年對電視偶像劇之觀點研究：次文化的觀察
郭家平	2007	台灣女性韓劇迷的收視經驗及認同過程

透過表格 2 可以發現，有關閱聽人解讀、消費、收視經驗的探討，多半將焦點放置在日、韓劇上、或是偶像劇，但是，相關研究與報導均顯示，綜藝節目最主要的閱聽人卻是以青少年為主，相關文獻對於閱聽人解讀的討論，其討論主題多半以外來流行的日劇、韓劇、偶像劇等戲劇類節目為主，對於閱聽人如何解讀綜藝節目之呈現的訊息研究卻付之闕如，鮮少有研究針對國內製作的綜藝節目，進行有關閱聽人如何詮釋綜藝節目內容的討論上多作著墨。

因此，本研究基於在探討電視節目內容範圍上的侷限性，以及過往討論有關電視節目的文獻中，並非針對綜藝節目的內容，將閱聽人解讀的層面納入作討論，因此，本研究好奇的是音樂娛樂節目不但是隸屬於綜藝節目的一環，其在節目內容的呈現與形式上也有著與以往不同的創新性，閱聽人如何看待節目中所呈現的訊息，在觀看的過程中，閱聽人如何產生意義與愉悅，以及個人所處的情境脈絡因素，將如何影響解讀與詮釋，上述所提及之問題實為值得深入討論的議題。

## 第二章 文獻探討

本章共分為三節，將針對與研究問題相關的文獻資料，進行說明與討論。第一節先說明電視與日常生活間的關係，主要了解電視媒介對閱聽人的影響以及電視作為社會使用之意義；第二節則探討接收分析研究，說明接收分析典範之意涵，以及進行影響解讀因素之相關討論，在此部分，將對重要的接收分析相關研究作一介紹，並說明閱聽人的解讀位置與情境脈絡之影響；第三節將說明閱聽人與文本間的互動關係，了解閱聽眾與媒介互動的原因及關係為何，以及閱聽人意義的產製與愉悅的獲得。

### 第一節 每日的電視 每日的生活

#### 一、 電視影響閱聽人什麼

「我們成功地創造人類史上最偉大的科技發明——電視，使之完美，並傳到世界各地，電視能用來做什麼？電視能把娛樂帶進每個家庭，儘管電視是可移動的家具，卻是繼谷騰堡（J. Gutenberg）後到漫畫問世以來的獨一無二的偉大貢獻。」

——霍金斯（R. M. Hutchins）前民主研究機構中心主席

當代的大眾傳播媒體中，電視由於其結合了動態影音與靜態文字的媒體特質，因而對閱聽人產生了多元和深遠的影響性。目前台灣地區擁有電視媒介的普及率高達百分之九十八，平均每戶有 1.6 台電視機（潘家慶，1990），電視不僅提供一般民眾新視野、新娛樂，更進一步改變家庭和個人的休閒生活型態；同時，電視也提供娛樂、傳遞文化、增進知室等多項功能，更肩負有社會教育的實質責任。許義雄（1985）曾指出，台灣地區家庭的生活休閒型態，以「全家共同一起看電視」為排名之首，由此觀之，電視媒介遠比學校教育更能提供豐富、多元且多面向的知識與資訊。

美國傳播學者 Gerbner（1976）指出，電視是美國文化中相當重要的一部分，美國觀眾在毫無選擇餘地下，日以繼夜收看的情況下，藉著「儀式化」、「重複」的過程，長期下來，電視所建構的符號世界卻嚴重影響人們對真實社會的認知。他因此提出兩種假設：（1）持續暴露於電視內容，會影響人的信念和對社會的理解。（2）人們心目中的社會面貌，會和電視偏差內容的表達一致（黃明月，1995）。因此，電視媒體對社會中的個體由其是尚處於發展階段的青少年，有著潛藏的社會作用（吳翠珍，1997），Gerbner 於其進行的一系列涵化研究中發現，

電視是當代最具影響力的媒介，其內容千篇一律的充滿暴力及刻板印象，並不符合真實的世界，觀眾日積月累接收這種訊息，久而久之便會受到影響，而影響程度則視電視暴露量而定（轉引自黃明明，1994）。

社會學習論的巨擘 Bandura 過去也曾對於透過大眾媒體的學習，以發展中的兒童為對象做了許多研究，他認為兒童容易受到電視人物言行舉止的影響，進而造成態度以及價值觀的改變（Bandura, 1997）。電視具有大量、普遍的特質，其所影響的效果是長期的、隱性的，閱聽眾在接收電視所創造的符號環境時，一方面也同時接收了電視所呈現的符號性學習，閱聽眾可以對電視內容進行觀察學習，但是電視卻無法提供實際的回饋來修正學習者的行為。

由此觀之，電視與每日關係密切，研究電視即是研究每日生活，收看電視行為即是一種文化實踐，它所牽涉的不只是「進行收視」（doing it），而是「如何進行收視」（ways of doing it）。電視媒體存在於每個家庭中，家庭中的不同個體，更是以不同的方式在消費電視，擁有著不同的收視模式，而本研究的目的是在於了解觀看音樂娛樂節目的閱聽個體，其收視的動機與目的為何，而閱聽人所處的社會位置與情境脈絡之下，呈現何種解讀方式，有關這部分將在第二節中會進行相關探討。

## 二、 電視作為社會性使用之意義

就電視本身而言，它可以提供若干社會性作用，電視的收視行為並非在真空條件下進行，其收視行為往往伴隨著其他活動一同進行，通常是和家庭中的行為模式相結合所構成的行為，包括吃飯、作家事或功課。學者 J. Lull（1990）認為電視的社會性使用可分為兩大類型：「結構性電視使用」與「關係性電視使用」。

### （一） 結構性電視使用

#### 1、 環境性作用

所謂環境性作用是指電視可以做為一種背景聲音或作為陪伴與娛樂，借由電視提供個人或團體所需要的背景音效，可以伴隨家中的例行工作一同進行，其所提供的影音效果為創造一個活潑環境的要素。

#### 2、 規則性作用

指電視的定時播映可作為一種對時的工具，如同一個行為調節器，可以提醒閱聽人用餐時間、就寢時間、家事時間、寫作業時間等（蕭育純，1998）。Lull 聲稱電視為「時間活動的標點」（Punctuation of time and activity）。此外，

電視的內容也可為人們提供談話型態，提供溝通所需要的素材，收看電視本身也成為一個權威者給予他人的一種鼓勵或獎品，在家中通常是指父母與子女間的關係，因此，收看電視經常是與義務、責任和其他活動相關的。

## （二）關係性電視使用

若閱聽人將電視的使用和生活型式的安排結合，Lull 認為可以分為四個主要的作用（轉引自秦嘉菁，1999）。

- 1、 促進溝通：人們可借助電視來說明經驗、也可利用觀看電視之經驗作為溝通的共同基礎，甚至還可以利用看電視來打開話題和減少焦慮。
- 2、 親密與逃避的媒介：人們可借看電視而與其他人建立進一步的關係，或作為躲避他人的手段，即電視既可已成為維繫人際關係的工具，也可以作為暫時終止關係的藉口。
- 3、 提供社會學習：人們可以從電視中學到社會文化設定的價值觀，乃至具體而為的行為，對許多人而言，電視被廣泛的視為一個學習的資源，電視提供的資訊甚至可以取代學校。現今父母會鼓勵子女收看益智節目、公共電視等較具有教育意義的節目，期待隱含在電視節目中的價值級主題，可被用來教育其子女（Katzman, 1972）。
- 4、 能力或支配的強化：人們由電視所獲得的學習，可進一步增強自己的角色或強化自己的認識，進而穩固其權威，或藉此而發揮守門的功能。另外，家庭中使用電視時，會有一套支配的策略，也就是決定收看哪電視節目的決策過程，或是收室中產生意見不合時，可以觀察看出庭中成員間的溝通與互動模式（蕭育純，1998）。

## 三、青少年媒介使用情形

廣電基金會從事電視收視行為調查，每年以 6000 人的樣本規模進行調查。經由其一系列的調查發現，電視的吸引力是廣泛、早期且持續的，媒介吸引力、節目偏好、人際影響與父母的管制為媒介使用的影響要素。邱莉玲（1990）的調查發現，超過七成以上的青少年最常做的活動式看電視，郭靜晃（2001）探討青少年的休閒需求亦發現，看電視是 12 至 17 歲的少年最常與家人一起從事的行為（82.3%）。台北都會地區在周一至周五和周末最主要的休閒活動之中，看電視也佔了最高的比例（林東泰，1994）。

廣電基金會於 2001 年的「電視收視行為調查」顯示，高達 94.2% 的 13 歲及以上的民眾表示平常有收看电视的習慣，除廣電基金會外，台北市少五會與父，除廣電基金會外，台北市少年輔導會與富邦文教基金會在 2002 年亦針對台北市國一至高一的 1250 位學生，進行「少年 TV 大公開」的問卷調查，該調查結果發現，少年平均每天看電視時間為 2.6 小時，電視上癮中度及嚴重者佔有八成之多，八成七少年認為「看時事及新聞性的節目可以讓我更了解社會現實面」，六成三少年同意「電視內容中奮鬥成功的劇情是會在真實生活中出現」，有五成左右的少年表示會仿效電視節目中出現的人物各性及其與家人和朋友相處的方式（轉引自方鳳琪，2003）。

然而調查中發現，收視者所收看的節目當中，綜藝娛樂類節目的青少年收視比率為 27.9%，遠高於戲劇類和新聞類的節目，顯示在目前電視媒體所提供的三大主流節目類型當中，青少年是綜藝娛樂類節目的主要收視族群之一（廖若渝，2000），另一研究中指出，台灣青少年最常收看的節目依序是：國內的綜藝節目（61%）、日本卡通（45%）、和國片（25.1%）（蘇蘅、陳雪雲，2000），青少年對於國內綜藝節目的評價也最高。另外在廣電基金會於 2001 年的「電視收視行為調查」中亦顯示出觀眾最喜歡的前五個節目類型分別為：新聞與氣象報導（38.2%）、西洋電影（19.4%）、綜藝節目（18.3%）、台語劇（18.2%）、以及自製國語劇（13.7%），其中，綜藝節目和自製國語劇喜好者的年齡層較輕，大多為學生族群；若以觀眾最常收看的節目而言，國中生以電影類、綜藝類和靈異節目的收視居多，而高素質學生的收視則以電影類、綜藝類和音樂節目為主（轉引自方鳳琪，2003）。

從以上的諸多調查可以發現，無論是最愛收視抑或是最常收視的節目類型中，綜藝節目都名列其中，顯示出青少年不僅愛看綜藝節目，相較起其他類型節目而言，更是經常性的收看，青少年重度收視<sup>10</sup>電視儼然已成為常態，莫季雍（2001）認為傳播媒介的使用不純然是個人的行為，收視習慣與節目的選擇都會收到鄰近的親友的影響，也會經由與他人的討論而影響對內容的解讀。

#### 四、台灣綜藝節目之演變

電視綜藝節目為晚上八點至十一點間在無線、有線電視台播放之台灣綜藝節目，舉凡遊戲、競賽、歌舞表演、才藝表演、訪談問話、話題討論、男女聯誼、短劇等節目型態，均屬於綜藝節目的範圍（林淑貞，2001）。

<sup>10</sup>廣電基金所做的研究指出，兒童及青少年為綜藝節目主要的收視群，以收看电视量的多寡而言又分為三種等級，分別是：「重量級」收視者乃指一週平均收看四個小時及以上的綜藝節目者；「輕量級」收視者則指一週平均收看時數少於四個小時；「不確定」收視者乃指無法明確回答一週平均收看綜藝節目時間長度者，其中又以「重量級」收視者所佔的比率為最高。

國內綜藝節目發展至今，已有近四十年的歷史，從早期的綜藝節目多以大牌歌星為節目主持人，到現今的內容主持人多已能帶動氣氛、控制場面、反應快且能模仿搞笑者為佳，不僅從以往以大牌歌星的知名度來包裝節目轉變成注重與觀眾的互動為主，新視代主持人又以直接、淺白、無厘頭似的語言，廣為青少年喜愛並相繼模仿與傳頌，甚至蔚為風潮。

吳知賢（2002）指出，這種不拘形式的語言百無禁忌，鮮活生動的捕捉社會現況，使長久壓抑在主流文化及學術霸權之下緊繃的心情得以紓發，閱聽眾借由觀看得到滿足與愉悅，特別符合新世代年輕人的胃口，成為語言創新及顛覆異化的另類表現。

綜藝節目在忙碌的現代社會中，往往能提供放鬆心情、博君一笑的效果，此外，綜藝節目在某種程度上領導著社會流行文化的風潮，特別是表現在日常對話與用語上，諸如：董月花的客家國語、著名藝人的口頭禪等，因此，綜藝節目對整個社會來說仍具有其一定的地位與影響力。在台灣，學生的課業相當繁重，使得青少年往往在念書之餘，皆想借由各種娛樂方式來放鬆心情。

而在各種的電視節目之中，目前集整人胡鬧、打歌及情色於一身的綜藝節目，其刺激感官的節目內容又正好符合青少年的需求，如此一來，青少年的電視綜藝節目收視量自然居高不下。因此，在目前收視率掛帥的綜藝生態中，這些綜藝節目因而能獲得這群小觀眾的賞識，從眾多競爭者中脫穎而出，姑且不論其內容及目的是否得大家的認同，如此的收是型態，使得綜藝節目的內容逐漸年輕化，內容無法滿足年長觀眾之需求，而使其逐漸流失。

不僅綜藝節目收視的量居高不下，其收視的品質也逐漸下滑。李昶儀（2001）從綜藝節目主持人吳宗憲所引發的現象切入，探討國中生對該現象所呈現之綜藝節目解讀，研究發現當代的國中生長期暴露在電視媒介之下，對於綜藝節目的戲謔手法習以為常，節目內容在娛樂化的包裝之下，無形之下所傳達的價值觀念，對國中生產生潛移默化的效果，構成了次文化的形成（轉引自方鳳琪，2003）。

另外，與綜藝節目相關的研究面向包含「綜藝節目主持人與青少年次文化」，如：陳蔓嫻（2001）探討綜藝節目主持人吳宗憲的用語和青少年流行用語之間的關係；「媒體識讀研究方面」，如：林淑貞（2001）分析電視綜藝節目的內容，探討國小學童的電視綜藝節目收視情形及對綜藝節目內容的看法；「性別研究方面」，如：曾莉婷（2001）針對晚間綜藝節目作內容分析，探討其性別間權力的不平等狀態與複製父制兩性關係的情形；以「敘事觀點分析談話性的類型特質」，如：嚴玉鳳（2001）則探討電視綜藝節目談話性的類型特質與敘事觀點，分析性別反串話題的互動過程。



目前各大型綜藝節目多屬於拼盤式<sup>11</sup>的主題綜藝單元，台灣綜藝節目的經營方式往往包含著多元的內容與形式，由廣電基金會在 2000 年對觀眾收視情形所作的調查研究中發現，目前綜藝節目的主要單元包含七項，分別為：競賽、訪談、模仿、表演、資訊、溫馨及整人單元。而模仿單元（33.0%）受到觀眾喜愛的比率最高，整人單元（15.8%）則是最不討喜的。

另外，廣電基金會為了能更進一步了解觀眾對各種類型單元內容的期待，研究中設計六項綜藝單元可能應該具備的條件，分別請收視者在這些項目上的重要性打分數，業者亦能從觀眾對各單元中給分較高的項目，窺知日後在設計相關單元節目內容時，應該在什麼成分或元素上多加施力與著墨。整體而言，「競賽」、「資訊」及「溫馨」單元，首重“能提供有教育性的資訊”；「訪談」及「表演」單元尤須注重“能引起觀眾共鳴”；「模仿」及「整人」單元則必須強調“娛樂效果”。

由此可知，表演單元所需兼顧的要件最多，綜藝節目若欲做出一個成功的表演單元，必須在許多環節上皆設想周到才較易引起觀眾的迴響。廣電基金會亦對研究結果得出幾項結論，描繪出優質綜藝節目應具備的條件應有下列五項：（1）尤重試場區隔，進而掌握收視對象特質；（2）主持技巧專業，且現場氣氛掌握恰當；（3）單元的編排節奏須協調而緊湊，扣人心弦；（4）內容需寓教於樂，適合闔家觀賞；（5）視覺畫面包括服裝造型、佈景道具、導播運鏡轉場、後製剪輯特效等處理，仍需努力。

## 第二節 接收分析研究

### 一、接收分析典範

#### （一）協商的意義—文本與閱聽人

被視為「閱聽人研究的新趨勢」—接收分析，在理論部份企圖整合社會科學和人文學的理論觀點，在方法學上則同時對閱聽人與媒介內容作資料的蒐集，而研究旨趣則在閱聽人解碼（decoding）的探討（Jensen & Rosengren, 1990）。接收分析典範強調意義是透過文本與閱聽人協商而來，閱聽人具有主動建構意義與歡愉的能力，此種主動性來自閱聽人本身的主體意識，亦是閱聽人批判思考的展現。

<sup>11</sup>所謂「拼盤式」的主題綜藝節目，指的是一個綜藝節目是由數個不同主題的單元加以拼湊而成的，內容具有多樣性質，也可隨意變化增加或減少。

接收分析最特別的地方在於它視閱聽人為有能力自文本中解讀意義的主體，並強調文本的意義來自文本與閱聽人互動的結果，考慮到閱聽人解讀或詮釋文本訊息的方式，故強調製碼與解碼兩端應該同時研究。因此，接收分析主張文本的意義並非固定不變的，文本的意義發生在收訊文本的當下，閱聽人並非只是文本的消費者，更能主動建構意義，透過自身詮釋的動作，去發掘出作品的深層意涵，顯露出潛藏在文本內的意義，閱聽人是以其體驗到的主觀的社會或文化環境來詮釋媒體文本。此外，接收分析不僅避免把閱聽人當成「文化祭品」，強調閱聽人在解讀上的主動形象；同時他亦不忽略媒介正文的力量，即是文本中可能出現的意識型態和霸權，避免陷入唯心主義<sup>12</sup>之中（轉引自翁秀琪，2003）。

接收分析典範肯定人有主動拒絕外來意義結構框架的可能性，並積極尋求少數抗拒主流優勢意義之閱聽人類型，試圖從中了解閱聽人對主流意識形態的對抗（轉引自張玉佩，2004：45）。另外，對於閱聽人的主動特質及其與文本的互動情形，文化研究學者 Stuart Hall（1980）提出製碼／解碼的模式（encoding／decoding model）來加以說明，Hall 認為閱聽人具有主動詮釋的能力，會根據本身的認知結構及經驗給與訊息內容相異的解讀，顛覆了傳統統治霸權體系的觀點，同時因為文本是多重的，會不斷變化及延伸意義，如同 Fiske（1986）強調文本的多義性，在既存的主體位置與文本本身之間，閱讀電視文本是一個協商的過程，而這樣協商的平衡權力來自於讀者。

文化研究的學者反對主流劇情一定可以將其意識型態完全加諸於閱聽人身上的想法，也堅決反對創造單一、預設的位置，電視文本與閱聽人關係的相反看法，可以稱為「優勢閱聽人」（dominant audience）觀點，它將文本視為非整體的，雖然文本中無可避免的具有優勢的意義，但同時也是多義的，包含有若干可能性的解讀意涵，因此，閱聽人有其詮釋的範圍，閱聽人並非被動，而是積極主動的討論和分析文本，閱聽人不只具備文本多樣詮釋的能力，他們也積極地抵抗這些文本中所蘊含的優勢意義（Abercrombie 著，陳芸芸譯，2004）。

文化研究的學者認為，閱聽人在觀看電視時，會伴隨著社會歷史與自身的價值信仰，對文本中的意識型態作選擇性的接收或抗拒（轉引趙培華，2000）。因此，閱聽人之所以可能產生相似或相異的解讀，其所屬多重的社會位置、生活脈絡、主體經驗等複雜的複雜的社會文化背景有關，不能夠單純的歸於一種因素下作解釋，當然，文本的意義對解讀也具有一定的影響力，不能夠忽略特定文本對閱聽人可能產生的解讀影響，故在傳播的過程中，製碼與解碼的意義並不會全然的契合，換言之，不同的閱聽人對文本的意義建構亦不相同，接收分析研究的重要性在於，對於閱聽人如何將解讀活動放置於實際生活脈絡之中，並探討可能影響閱聽人解讀的複雜因素，甚至產生對文本反映的主流意識形態提出顛覆或抗拒

---

<sup>12</sup> 「唯心主義」（idealism）在此指的是：媒介正文的取決全由閱聽人的解讀所決定。

的行為。

## （二）接收分析相關研究

閱聽人理論主要典範中，「接收分析」(reception analysis) 關心閱聽人對文本意義的解讀，其中最重要的課題包括，哪些因素影響閱聽人的解讀結果，與日常生活脈絡的關係為何，以及閱聽人如何解讀、與文本互動，甚至建構出不同的意義，本文希望利用上述面向，分析閱聽人對音樂娛樂節目的解讀，以下先介紹過去與接收分析的相關研究。

Stuart Hall 於 1973 年所發表名為《電視論域的置碼與解碼》(Encoding and Decoding in the TV Discourse) 一文中指出，閱聽人具備解碼的能力，而其解碼的過程不一定等同於製碼者所欲傳遞的訊息，他視閱聽人為有能力自文本中解讀意義的主體，Hall 的模式雖然看似簡單，但其用簡要的方式表明收訊在文本的重要性，若與早期的傳播模式相較起來，Hall 的「製碼與解碼」模式並非那麼具有原創性的改變，就像其它舊有模式一般，接收分析的架構與其他的大眾傳播模式相近，譬如：接收分析沒有連結電視或是其它媒體當作其為社會結構的一環，也未指出媒體訊息是本質上，或是閱聽人接收後才有影響的，但是，Hall 卻將模式的研究方法提升至符號學的研究方法，訊息不在單單被視為一個封包 (package) 的訊息；相反地，節目製作者製碼、訊息接收者解碼，傳達的訊息與接收的訊息之間其意義，並不是那麼明辨可析的，而且，不同的接收者其解讀的訊息也不盡相同，Hall 並不駁斥媒介訊息有影響的論點，但是，他用符號學的架構取代一般的刺激反應架構，成為其研究閱聽人詮釋媒體文本的架構。

因此，Hall 的研究無疑是關於閱聽人主動性研究的先驅，Hall 提出了閱聽人解碼的三種理念模式（本研究在下一章節將會討論），延續 Hall 的概念，David Morley 在 1980 年的著作《全國觀眾》(The Nationwide Audience)，這項研究原本為英國伯明罕大學「當代文化研究中心」(Centre for Contemporary Culture Studies, CCCS) 計劃中的一環，目的在於檢視閱聽人對於電視訊息特定的詮釋，和其社會位置階級間的關係。

在此時期，Hobson(1982)《十字路口》(Crossroads: The Drama of Soap Opera) 觀眾研究，也與 Morley 抱持著相同的觀點，相信閱聽人有能力處理電視文本，此外，Ien Ang (1985)《朱門恩怨》(Watching Dallas) 研究也認為，閱聽人對於文本的詮釋具有其顛覆和革命性的意義，並非完全落入被動於臣服的角色，如他分析一群觀看電視劇後的觀眾的信件後提出，「逃避的愉悅」與「通俗劇想像的觀點」，Ang 指出，「逃避」的觀眾，並非「逃避現實，而是在玩弄現實…在這樣的遊戲中，一個人可以討論虛構與真實的界線，使其流動不定。在這樣的遊戲當中，所謂的歡愉就是在想像中參與了虛構的世界」(Ang, 1985: 49)。

通俗劇的想像力是一種收看方式的闡連，並在日常生活中的存在經驗中；在生活的歡笑與痛苦中；勝利與失敗中，發現一個具有深刻意義與涵義的世界，誠如她所說：「…閱聽人明顯的偏好確實是受限於所提供的範圍，但這並不是說 Dallas 的消費視一種被動與順從的型態，事實上，觀眾投入了許多情緒與力量在文本當中，並且從中感受到愉悅」（Ang, 1985：24）。

在這部份，Radway（1987）針對羅曼史女性讀者的研究發現，閱聽人得到對「愛情的歡愉、共生的圓滿、自我認同的確認」幻想之滿足。有六成受訪者表示，偶爾需要先讀小說的結局，以確保這本小說不會拒絕她們所想要得到的滿足，而「在闔上書本的當下，她們可以相信，男人和婚姻對女人終究是件好事；這種情緒上的滿足，使她們回到日常生活的責任後，對自己的價值產生信心，並且相信自己有能力處理她知道必須面對的事情」（Radway, 1987：184）。

Press（1991）在其《女性觀看電視》（Women Watching Television）的研究中，探討了社會結構和閱聽人如何解讀間的關聯，Press 訪問了中產階級和勞工階級的女性，分析她們的背景，以及其對性別意義的態度、看電視的經驗和偏好。在研究中發現，中產階級女性在看電視時，不同於勞工階級的女性，她們使用不同的標準來評價節目和確認電視的特質，勞工階級的女性對於她們認為真實的畫面高度的肯定，而中產階級的女性卻不認為電視是真實的；另外，中產階級女性對於電視中的女性形象與自我認同形象相近，反之，勞工階級的女性則有對立的解讀傾向（轉引自湯允一等譯，2004）

Stacey（1994）分析一群年齡多在六十歲以上且多屬於勞工階級的英國白人婦女，於 1940 年至 1950 年代進電影院觀看好萊塢電影的情形。她發現好萊塢電影提供了一種烏托邦的可能性，對於閱聽人所經驗的社會問題，提供、演出了一種文本解決的方式，另外，好萊塢電影中美國女星的開朗、果敢的特質，讓她們開始思索抵抗英國傳統對女性角色的約束與限制，即「將觀看電影視為一個意義協商的過程，去協商好萊塢電影的優勢意義，非消極的被定義為文化祭品」（Stacey, 1994：12；轉引自郭慈芬，2005）。

### （三）閱聽人解讀位置

Hall（1973）發表的（Encoding／Decoding）一文，跳脫早期在法國哲學家 Althusser 結構主義的意識形態理論影響下，認為文本結構將主導閱聽人訊息接收結果的看法，轉而主張傳播系統會事先建構論述符碼而形成「偏好閱讀」（preferred reading）的可能（魏玟，1999）。然而符號意義並非全然由媒體的語言結構和形式產生，而主要是透過閱聽人的解讀來實踐，亦即須透過閱聽人的解碼過程重新詮釋其社會意義而得（Hall, 1973；轉引自陳慕君，2003）。

Hall (1980) 進一步分析閱聽人的詮釋結果與文本的意識形態，發現閱聽人的解讀與文本的意識型態不一定相同，文本的多義 (polysemic) 並不完全的多元 (plurastic)，閱聽人的詮釋仍是有其限制的，因此，Hall 認為閱聽人面對編製成碼的訊息建立在三種不同的價值體系上：

- I. 「主流文化主導權立場」 (dominant-hegemonic position)：閱聽人從媒介訊息直接、完全取得訊息其中隱含的意義，並且從經過製碼的符號參考角度，進行對訊息的解碼。
- II. 「協商式符碼或立場」 (negotiated code or position)：閱聽人透過自身的處境判斷，主流文化立場對事件的主導性定義，但是也保留權利，針對局部性的狀況，進行協商式的應用，雖然承認世界上確實存在有主導性定義，但仍舊會在特定的情況下，表示對這些規則有所例外。
- III. 「對立符碼立場」 (oppositional code position)：閱聽人了解到媒介訊息已遭建構，但會以其它另類的參考架構來重新全部檢視訊息，閱聽人會對訊息採取反對的立場解讀，甚至這種解讀的方式會與原本訊息所欲傳達給閱聽人的意圖正好相反 (轉引自張君玫，2001)。

Morley 於 1980 年首將 Hall 三種解讀策略的分析架構，應用於經驗性研究——「《全國》觀眾」，該研究分為兩階段進行，第一階段為製碼過程研究，即對《全國》這個公共事務評論節目進行文本分析，探討該節目之視聽論域如何建構閱聽人意識型態或常識。第二階段為解碼過程研究，Morley 運用團體討論法 (group discussion)，訪問依「社會人口學變項」及「涉入正式 (如學校)、非正式 (如青少年次文化) 文化結構制度情形」所區分的二十九組《全國》節目閱聽人，根據 Hall 的三種解讀型態架構，去分析檢視不同社會階級及種族背景的閱聽人，在解讀《全國》的異同情形，結果發現閱聽人的解讀型態與其社經地位並無直接的相關。

Morley 隨後出版的書中修正：閱聽人的解碼方式並非直接取決於其社會階級的位置，而是在社會位置上加上「特定的論述位置」，進而產生了特定的解讀 (Morley, 1980)，對於閱聽人與文本間互動的概念，Livingstone (1989) 亦提出了更進一步的看法，她認為由於閱聽人的個別經驗不同，即使同時對文本進行開放的詮釋，彼此間產生的結果亦會不同。如同 Hall 所提及的「由於個人處於不同的位置 (position)，已經無法以一個整體、固定、完全的自我來看待個人的主體性，而是將產生斷裂、不完整的多重自我、多重認同之多重的主體性」 (Reimer, 1995；轉引自陳慕君，2003)。

閱聽人對於相異的文本，均能主動進行詮釋，如同林芳玫 (1996) 與

Livingstone (1991) 研究閱聽人對電視連續劇的詮釋、Hoijer (1992) 研究閱聽人對新聞的解讀，以及 Radway (1984) 對羅曼史及愛情小說的解讀，均可發現閱聽人具有主動性的概念是成立的 (何天立, 1998; 轉引自王敏如, 1999)。但是誠如前面文獻所提及，由於閱聽人的個體差異，因此在詮釋文本時會出現不同的解讀結果，換言之，不同的閱聽人若同時針對文本進行開放的詮釋，則彼此間將會產生差異的結果。

因此，無論是閱聽人個體或群體的解讀差異，均可從人口學因素及心理學因素兩方面來加以探討。在人口學方面，Ang (1985) 和 Morley (1992) 針對連續劇的女性觀眾進行研究，研究結果發現女性通常對於連續劇文本涉入情形較為深，亦較容易引發深入的想法和感覺；而 Radway (1984) 以愛情小說的讀者進行研究，發現家庭主婦會藉由閱讀羅曼史來享受短暫的愉悅，由此可知，性別與種族均會影響閱聽人的詮釋，不同詮釋間的差異並非僅只源自於閱聽人的個別差異，還包含上述所提及的「詮釋社群」的觀念，Fish (1980) 指出，閱聽人身處不同的種族、階級、職業，一群某社會位置相同的閱聽人會因為類似的生活經驗而形成一個「詮釋社群」，擁有一套共享的詮釋策略，制約他們思考與感知事物的方式，使其對同一個訊息有著類似的詮釋 (Lindolf, 1991)。

此外，就社會心理學的論點而言，Livingstone 亦認為閱聽人對於文本中角色的詮釋，與他們本身的社會認知有關，亦即與他們的認知基模<sup>13</sup>有關，閱聽人在面對複雜的社會情境時，基於個人的生活經驗、累積的個人知識相異，閱聽人會根據自身的社會認知結構與文本互動，因此，閱聽人在處理訊息時所活化的基模結構亦有所不同，造成閱聽人在詮釋相同文本時會有不同的解讀結果產生。如 Brown 和 Schulze (1990) 在研究閱聽人解讀 Madonna MTV 錄影帶時發現，同樣觀看相同的 MTV 文本，但由於迷與不迷 Madonna 的閱聽人，其本身先前知識和認知結構的差異，因此他們所展現出的詮釋結果是不相同的 (Real, 1996)。

Hoijer (1992) 的研究亦有相似的結果發現，他認為閱聽人的先前知識及認知基模是影響詮釋的重要因素，先前知識豐富的閱聽人在詮釋文本時，通常會涉入較為深層的認知活動，因此，能對文本引發較深入的想法和感覺。而先前 Morley 所提及的「特定的論述位置」概念，與 Fish (1980) 曾以「詮釋社群」(interpretative community) 的觀念來解釋閱聽人的社會位置對理解文本的影響亦有其共同之處。

換言之，閱聽人詮釋文本的角色與他們本身的社會認知有關，若進一步延伸

---

<sup>13</sup> 「基模」：對接收或提取知識有「引導性」的作用，將會影響個人對事物的感知、記憶以及推論。其定義為，在知識或經驗的具體化過程中，人類運用某種產製性的想像形式，以便將事物的理解能夠歸化，並運用於多重的感知類目；而「基模理論」(Schema Theory) 是指，在某一知識領域內，累積對某一客體的知識而成的認知架構，包含某些概念和這些概念屬性及其間相互連結的關係。

詮釋社群的概念，閱聽人所擁有的社會位置不僅僅只有一個，所以，閱聽人將處於多重詮釋社群之中，並擁有多樣的詮釋策略。當閱聽人被某一文本召喚（interpellated）的同時，這些不同的詮釋社群位置，均會於其解碼過程中運作，使閱聽人的解讀情形更為複雜，不易歸類。

透過上述的研究可以發現，閱聽人身處於個人特定的文化脈絡與接收情境中，閱聽人除了意義的解讀，還會透過想像、遊戲、比較等各種策略，獲得愉悅、安頓、自信與認同等感受與認知。若希望深入了解閱聽人如何解讀音樂娛樂節目，探討影響閱聽人作出此解讀產生的複雜因素是有其必要性的，必須將閱聽人的解讀活動放進其實際的生活脈絡當中作討論，因此必須進一步考慮閱聽人的多重社會位置、個人情境、社會文化脈絡等因素的影響。而本研究將在下一章節中，進一步探討閱聽人所處的情境脈絡，如何影響閱聽人的解讀經驗與詮釋策略。

#### （四）情境脈絡之影響

Fiske（1989）認為，閱聽人雖然呈現主動性，但是也並非可以自由地詮釋劇情的結構，閱聽人解讀所受的限制有兩種：第一種是文本本身，第二種是加諸於閱聽人成員之上的社會力量，這些外在的社會力量，可以對閱聽人形成態度、意見與信念，進而影響閱聽人對電視節目的了解與詮釋的社會力量（Abercrombie 著，陳芸芸譯，2004）。文化研究的論點也認為，閱聽人的解讀型態會受到閱聽人本所處的情境脈絡影響，不應該忽視閱聽人所經歷的社會文化環境，對其主體閱聽經驗及意義建構的影響，在此章節中本研究茲將探討情境脈絡的意涵，以及針對影響閱聽人解讀的因素分述如下。

##### 1. 觀視情境

Morely 於 1980 及 1986 年所進行的兩項研究，從《全國觀眾》研究（The Nationwide Audience）轉變到《家庭電視》（Family Television）研究，以深度訪談和參與觀察的方式，實際進入到觀眾家中的客廳進行研究，在研究的過程中，訪談了居住於倫敦南區是中心的 18 個白人勞工，中下階級的家庭，其中有兩個重要的研究發現，其一是家庭中的男性與女性表現出不同的收看行為和風格，男性觀眾受訪者表示，他們看得很專心，而女性觀眾受訪者則表示她們通常看得心不在焉。

在此之前，Hobson（1982）對於英國肥皂劇《十字路口》（Crossroads）所作的研究中，也有類似的結果，Hobson 採用民族誌學的方法，進入閱聽人的家中，在一般平常的時間，和這些觀看節目的閱聽人一起看電視，在收看節目的同時，與閱聽人交談並進行觀察，而後在節目結束後，再與這些觀看的閱聽人進行對話。Hobson 發現，在陪同受訪者一起觀看《十字路口》（Crossroads）時，

有諸多因素都使得婦女們無法專心收看，力如：家務、家庭責任以及家庭成員的期待等，居家環境不僅影響了婦女專心的程度，也影響了觀看節目的觀點，家庭主婦在觀看電視的情境通常處於一種「一心多用」的狀態下，包含上述許多因素，造成家庭主婦在觀看時亦會同時進行其它事務，斷斷續續的觀視過程也會影響其對節目內容的解讀方式（Storey, 1999；張君攻譯，2001）。

Morely（1986）認為這樣的現象，可以從兩性在大部分家庭情境中的關係和擔任的責任來解釋，男性在家裡之所以能夠自由盡情的專心收看電視，不同於女性而言，心情是責無旁貸的心態下來進行收視，原因是因為家庭是男性在外工作一整天之後，可以獲得休息和鬆弛的地方，但是，就女性而言，即使是職業婦女，家庭對她們而言依然是工作勞動的地方，所以女性在觀看電視的同時，通常就伴隨著其它的家務事一同進行。再者，Morely 從研究中發現，大多數家庭中的男性視遙控器的掌握者，遙控器的掌握給與男性愉悅與些許的權力，成為一種文化霸權的來源（Lewis, 1991），但是這並非他們是男人的生物因素，而是男人是家庭中賺錢養家的角色，這是一個必要的部分原因，如果這個條件不存在，那麼家庭內的權力關係類型之改變將會更為醒目（Morley, 1986；馮建三譯，1995）。

Hobson 的研究開啟了閱聽人研究中對閱聽人生活情境的重視，其研究亦揭示出家庭主婦如何接收在父權體制下她們次等的地位，並允許她們的電視興趣只是一個次要的角色，但是也有其它的家庭主婦認識到並且反抗這樣的父權體制，電視就成為她們反抗的部分，如同 Morely（1986）的研究中發現到，女性在收看電視時所獲得的愉悅，往往呈現出逃避的意味，而這種經由肥皂劇其它電視節目所達到的逃避愉悅，會讓女性心中感到罪惡感，女性會藉由觀看電視的時刻，試圖建構一個脆弱且短暫的藩籬，好以暫時擺脫加諸在她們身上的家庭角色的期盼、家庭責任等，但是在此時此刻，女性還是會時時想到她們在家庭中的責任與勞務。

由此可知，家庭是觀眾最主要收看電視的地方，以現今電視的普遍性而言，電視即是一種家庭媒體，電視是在家不會受到特別重視的、可以私底下與家人朋友一同觀賞的，Abercrombie（1996）指出，電視是構成家人日常生活的方式，許多家人的活動都是圍繞著電視而進行，就電視的關係性運用而論，電視擔任著一種傳播的促進者（陳芸芸譯，2000）。所以，觀眾在家中收看電視當下的情境，便成為影響他們的收視行為與經驗的重要因素。

## 2. 社會位置

「詮釋社群」的概念可以用來解釋閱聽人的社會位置對理解文本的影響，Fiske（1980）指出，只有各種觀看的方式（the way of seeing），沒有任何一種讀法是正確或自然，沒有任何一種的詮釋是優於他者的，位置相同的閱聽人會因為類似的生活經驗而形成詮釋社群，彼此間擁有一套共享的詮釋策略，詮釋社群



為閱讀提供了特定的脈絡，如此一來，文本的意義永遠是一種情境中的意義，在特定脈絡中產生（Storey, 1999；張君玫譯，2001）。

前述曾提及 Morley 於 1986 年在《家庭電視》研究中發現，由於個人所處的社會位置不同，因此將會表現出不同的收看模式，如果從表面看來，似乎男性在電視時式呈現專心的狀態，反之，女性由於許多外在干擾因素，則以心不在焉的方視收看，但是 Gray（1992）認為，若要解釋收看模式的性別差異，就必須要考到兩性在家庭情境中，傳統上所佔有的不同位置，而這些不同位置都是屬於個人的社會位置，而非本質或自然的範疇，除非我們在詮釋這些收看模式時，回歸到普遍的家庭情境與社會權力關係中，否則很容易對男性與女性的收看行為，作出本質化<sup>14</sup>的詮釋，若能就社會環境中或權力關係下去探討閱聽人行為，才能真正理解其差異性顯現的真正意涵。

1980 興起的文化研究，亦將研究焦點放在閱聽人所製造的意義，試著去了解不同階級、種族、性別或年齡位置的閱聽人，如何在社會中宏觀的權力關係脈絡下產製意義，閱聽人不在被視為是逆來順受者，會依造媒介文本所安排的位置去解讀。

Morley（1980）指出，閱聽人並不是完全被本所設定的閱聽主體，反之，閱聽人具有自己得的符碼庫、有自身過往的經驗，同時也是受到周圍其他領域的社會內容所影響的詮釋主體，Morley 所作的全國研究似乎驗證了 Hall 的模型，希望透過社會人口學因素，與相同節目素材之不同詮釋，試圖去瞭解不同社會背景的閱聽人，會如何詮釋節目素材，兩者之間存有怎麼樣的關係。

Hall 於 1980 年提出製碼／解碼模式時曾明確指出，閱聽人解讀的差異會受到文本結構的影響，但也和閱聽人所處的階級、性別、種族或年齡等社會位置有關，Hall 的看法與 Morely 的研究結果如出一轍，其結果發現，閱聽人的觀看電視行為並非在真空下進行，閱聽人會將自身其它生活領域的討論與再現經驗一併帶入觀看的過程，我們得知媒介的訊息，並非孤立地和閱聽人發生關係，當然，閱聽人解讀位置和階級關係並非絕對的存在，還必須加上特定的論述位置才是造成特殊的解讀方式之要點。

Tulloh and Moran（1986）在探討澳洲 1980 年代中葉的電視劇《鄉村醫院》（A Country Practice），之所以受到廣泛歡迎時，他們和九個不同學校的學生討論其中一集，〈失業：有礙健康〉（Unemployment-A Health Hazard），其文本上大致是描述失業的問題。一群十三、四歲，來自中產階級學校的學生宣稱，他們喜歡這個影集在於具有教育的價值，這些男生並沒有對劇中的失業者表示同

---

<sup>14</sup>所謂「本質化」的詮釋是指，將男性與女性的收視行為差異，全部歸因於兩性天生性別上的差異。

情，反而認為這些人之所以失業，是因為沒有在學校好好學習，沒有認真接受教育，因此表示自己要努力接受教育，否則未來會像劇中人物一般（Storey, 1999；張君玫譯，2001）。

而相反的，Tulloh and Moran（1986）亦發現，另外一群學生對於這一集的內容，作出了相當不同的詮釋。原因在於這一群學生所就讀的學校，有相當多的移民與勞工階級人口，他們的父母也多處於失業的狀態。Tulloh and Moran（1986）指出，這些學生因為目睹每天辛苦賺錢付房租的父母親，與那些中產階學生所身處的情況很不一樣，所以對於劇中失業者的痛苦完全能感同身受，並且將劇中失業的情形視為一年四季都必須要面對的日常狀況，那並非是暫時性的，另外他們也完全沒有提到可以靠著教育和文憑來避免失業（Storey, 1999；張君玫譯，2001）。

國內的研究方面，趙培華（2000）曾針對特定年齡族群的閱聽人，探討台灣青少年對日本偶像劇的觀看、解讀和消費，所進行的一份本土性的研究，研究發現，青少年在解讀某些戲劇文本時，會依據自己本身的價值觀來作判斷，如果戲劇中所傳達的意念與自己的相符的話，他們就比較能夠接受劇中所欲傳達的想法。Pecheux（1982）將此現象稱之為「交叉論述」（interdiscourse），Pecheux認為由於我們生存在不同論述與不同訊息體系的領域中，我們必然也身嵌在這些不同的體系之間（Morley, 1992；轉引自馮建三譯，1995）。

因此，閱聽人在解讀文本時，閱聽人所擁有生活領域的再現經驗與觀點，多少會與他們所身處的社會位置有關連，陳怡君（2004）在探討年輕人的生活風格觀點如何響他對台灣偶像劇的解讀，亦指出年輕人會受到自己生活風格的影響，即使屬於同一個世代，或是擁有類似的出身背景，具有共通的行為風格模式，對於理解與評價台灣偶像劇時，其觀感又會有所差異。由上述可知，當閱聽人在收看电视時，電視文本也必須與來自他處的論述中競爭；換言之，閱聽人回應媒介的方式，會受到先前在其它生活領域中所獲得的論述與觀點的影響（轉引自馮建三譯，1995）。

閱聽人不可能只生活在一個領域中，所佔有的社會位置也一定不只一個，因為閱聽人會同時具有多重身分，根據性別、年齡、或職業等不同而身處在多個不同的社會位置上，閱聽人在解讀文本時會根據不同的社會位置給與一套的詮釋策略。綜合上述，根據 Comer（1991）的看法，探討影響閱聽人如何接收、使用文本的情境脈絡因素主要可從三個面向來討論。第一，從社會學的角度，也就是以閱聽人的人口學特徵而論，例如不同階級、性別、種族或教育程度等的閱聽人，因為處在不同社會結構與位置當中，可能在理解文本上就會產生不一樣的意義；第二，從民族誌學的角度，例如探討接觸文本的環境、空間與時間等，如何影響閱聽人理解的過程；第三，屬於閱聽人個人的經驗與知識，閱聽人會將這些帶進收視的過程中（轉引自 Hoijer, 1990）。

Hoijer (1992) 以收看電視為例，儘管觀眾在收看電視時，可能是與其他人一起並會與他們相互交談，然而影響觀眾理解電視文本的基本情境脈絡，觀眾本身所擁有的先前經驗或知識仍具有主要的影響力，而這些觀眾的先前經驗與知識，也同時是組成其內心複雜認知結構（如同認知基模）的一個重要元素。因此，觀眾先前的經驗會影響解讀的結果，其所擁有的認知結構亦會產生差異性的詮釋，而本研究在探討音樂娛樂節目閱聽人的解讀方式同時，不同閱聽人個體的生活經驗產生何種解讀的差異，亦是不容忽略的重要影響因素。

### 3. 閱聽人經驗

Hoijer (1992) 指出，閱聽人會依據先前知識、過去的生活經驗來接收和理解電視文本的內容，閱聽人會根據他們認知結構或是基模中所累積的經驗來接收文本與建構意義，又依造閱聽人經驗層次的不同，可以將經驗劃分為：普遍經驗（universal experience）、文化經驗（cultural experience）以及個人經驗（private experience）：

#### (1) 普遍經驗（universal experience）

普遍經驗是一種人類之所已為人，所共同分享的一些過程與體驗。例如，人類每日的生活循環，如進食、睡眠等行為；或是生命的循環，如一生中生老病死的經歷，都是屬於人們普遍經驗中的範疇。當然，一些人類從小到大的基本行動亦包含在內，例如，受養育、教育、結婚等過程。

#### (2) 文化經驗（cultural experience）

文化經驗指的是那些個人生存在一個社會、文化或次文化中所應具備的經驗，也就是社會中的個人其社會化的內容，例如社會規範、社會價值觀、生活習慣、習俗等。而一個人的文化經驗也會因為各人所屬的性別、年齡、社會階層，或甚至是居住地區、職業的不同，體驗到不一樣的價值觀、習慣等，而擁有不同的文化經驗。

#### (3) 個人經驗（private experience）

個人經驗是完全屬於個人所用有的獨特經驗。沒有任何人的個人經驗會是完全相同的，甚至生長在同一個家庭的成員也是如此，因為每一個人所接觸的人事物或遭遇的經歷都不盡相同，再者，個人也會因為其個性、價值觀、態度等個人特質上的不同，而擁有獨一無二的個人經驗。因此，Hoijer (1990) 認為，閱聽人個別不同的生活史（life history），會讓閱聽人在文本訊息的接收上，也就是閱讀或收視的經驗，有所不同（轉引自楊維倫，

2003)。

閱聽人對一文本產生認知的過程，會依造上述所說的三種經驗範疇，作出差異化的詮釋。學者郭良文針對「台灣廣告中認同之建構」的研究中提出，個人的經驗或歷史經驗與廣告認同的形成有著密切的關係，例如，地域疆界與國家認同類型個廣告，重視個體所熟悉的人物地貌，並強調鄉土經驗與歷史過去，正是奠基在記憶類的社會心理因素之上（郭良文，1998）。

如同 Hoijer (1992) 也曾針對 14 位來自不同社會背景的人，探討他們對於觀看科學性雜誌節目的收訊形態，其結果發現，「普遍經驗」中的一般收訊型態，較注重節目內容處理人類共同分享的日常生活經驗和社會普遍觀點；「文化經驗」中的差異性收訊型態，則是突顯出人們會基於不同的社會文化歷史，以不同的認知基模和理解框架去詮釋節目的內容，表現出社會文化的多元性；「個人經驗」中的差異收訊型態，則應驗了個人擁有不同的生活方式，自然會以不同的認知基模和理解框架去詮釋節目的內容。

雖然 Hoijer (1992) 歸納出三種人們的經驗，藉以說明閱聽人的先前經驗會影響他們建構的意義，以及如何接收文本，形成差異性的詮釋，但這並不表示三種經驗是可以完全加以區分的，因為彼此之間都存在著某種程度的重疊性，而且是相互影響的。

綜觀過去探討觀眾收看电视的行為與經驗的相關文獻發現，很少研究提及觀眾對於整體社會情境的觀察與體認，會如何影響他們的收視經驗，接收分析的研究經常是在巨觀的層次上，強調社會位置或是觀視情境對閱聽人解讀可能造成的影響，直到瑞典學者 Hoijer 提出微觀層次的閱聽人心裡認知結構也會影響閱聽人的接收，才完整的探討了情境脈絡影響閱聽人解讀的因素。蔡琰 (2000) 亦指出，觀眾會從電視劇中，獲得意義產製的線索，而意義產製的過程也會與社會情境相互關連。

觀眾在觀看電視、接收文本時，處於不同社會位置的觀眾，會受到該特定位置社會化的影響，進而產生不同的思想、態度和經驗，閱聽人會將文本內容與自身所處的情境脈絡相互連結，因此，詮釋出不同的文本意義，產生所謂差異化的詮釋，反映出不同的社會意義。本研究下一部分將探討文本與閱聽眾的互動，檢視閱聽人與文本互動的過程中，將如何產生意義與愉悅，其觀眾的觀看情境、社會位置與閱聽人經驗，又將如何影響閱聽人的解讀與愉悅得獲得。

### 第三節 閱聽人與媒介的互動

本小節分為兩部份，第一部分先說明閱聽眾與媒介互動的原因與關係為

何；第二部份則說明閱聽眾與媒介互動下，將會產生的各種行為實踐與經驗現象，承接上述所探討之閱聽人的解讀型態，會受到其本身所處的情境脈絡影響，探討閱聽人的主體閱聽經驗及意義建構為何，以及感受到的愉悅類型。

## 一、閱聽眾與媒介的互動

根據 McQuail (1997) 及 Selby & Cowdery (1995)，觀眾與媒體文本互動的原因有四點（轉引自蔡琰，2000）：

### 1. 娛樂消遣 (diversion)：

使用媒體的目的是為從日常工作或問題中逃脫出來，藉以使用媒體來放鬆情緒。觀眾從例行生活或問題逃避出來，轉換到具有娛樂性質的電視節目，敘事者因而獲得機會接近觀眾，而觀眾也藉由媒體追求情緒解放，雙方都對彼此感到滿意，進而產生製播與接收的互動。

### 2. 個人關係 (personal relationship)：

觀眾會在電視節目中，追求短暫的陪伴，電視具有社會意義的實用目的，兩者之互動建立在個人與社會的互利關係上。

### 3. 個人主體性 (personal identity)：

電視節目與觀眾產生自我查核檢閱，探索現實、增強特定價值意識的現象，這點是屬於個人認同上的互動。

### 4. 監督 (surveillance)：

觀眾從電視劇中獲得社會資訊，雙方產生彼此互相需求的關係。

近幾年來不論是實證研究或持批判理論的學者，均開始注意閱聽人建構文本亦譯的過程，並肯定閱聽人具有主動詮釋文本訊息的能力，另外，學者對於閱聽人的概念亦由過去認為閱聽人是消極被動的消費者，轉而認為閱聽人是主動積極的文本意義產製者，同時，閱聽人會將對媒介的消費視為一種社會實踐，而整合於他門的日常生活當中 (Ang, 1990)。閱聽人的地位有了重大的改變，傳統效果研究中的線性模式「傳播者—訊息—接收者」已被「閱聽人—文本」的互動關係所取代 (林芳玫，1996)。閱聽人對於文本不再只有單方面接收訊息的關係，如今不但主動選擇媒介訊息，更會依循自身所處的情境脈絡來加以解讀文本、建構多元意義，閱聽人與文本間的關係，已從單向的給予接收關係，

轉變成能與文本雙向互相交流的互動關係。

以電視劇而言，Matelski(1999)認為電視劇與觀眾互動的關係有下列三點：

(1) 電視劇具有時間性的「組織」(the organization of time)，觀眾每日會在固定的時段聚集在電視機前，然而電視劇會提供一個「規律的儀式(ritual of regularity)」。敘事者表現這項規律儀式的重要方式，就是允許觀眾隨時加入劇情，縱使有些情節段落跳過未曾看到，一旦再次回到電視機前，仍可立即追朔故事發展情節。

(2) 電視劇提供觀眾一種對「未來」的感覺(the sense of future)。當電視劇情發展下去時，不論主要角色是否相同，總是缺少真正的結局，觀眾會不得不期待下一場情節，並且會不斷地期待。

(3) 特定的故事內容和角色演員的熟悉度，也能深深吸引觀眾，觀眾也可藉此接觸較多由電視劇所提供的光鮮影視世界(轉引自蔡琰，2000)。

觀眾會從電視劇中，獲得意義產製的線索，然而意義產製的過程也會與社會情境相互關連，閱聽人在觀看時會受到電視內容的影響，個人受益於電視的諸多建議，隨之會將劇中人物之行為與反應模式儲存於自身的生活行為與反應模式的「資料庫」中，一旦生活需要特定行為與反應時，「資料庫」就能夠成為一個參考的模式，從中提取適當行為與反應加以運用。因此，Meyrowitz(1985)指出，電視劇所提供的內容是觀眾平日經驗不到的生活模式，讓觀眾有機會學習到不同角色的情感與動機，藉以協助了解他人的觀點，並預測真實生活中，其他人遭遇相同情境的行為與反應。

音樂娛樂節目雖然並非如同連續劇一般，有連續不斷地的劇情內容，能讓觀眾每日產生對新劇情的期待，但是，音樂娛樂節目的內容卻是與青少年的生活環境具有高度相關連性，更能引發閱聽人觀看的期待，而節目內容不僅結合了青少年現今生活中的流行事物與活動，節目以帶狀的播放形式與閱聽人長期的觀看下，閱聽人對參與節目的成員也產生一定的熟悉度，並陪著節目中的成員一起成長，對於節目中人員的行為表現，逐漸產生認同感，在這過程當中亦造就了閱聽人與節目成員間難以形容的革命情感。

## 二、閱聽眾意義產製與愉悅的獲得

關於閱聽人與文本互動所產生的各種行為實踐與經驗現象，相關研究多以意義(meaning)與愉悅(pleasure)為探究的主要面向(Turner, 1990; 轉引自

簡妙如，1996）。本研究依循文化研究的觀點，分別對意義與愉悅的概念與分類作相關討論，並探討閱聽人如何產生意義與愉悅，從文本中所獲得的意義與愉悅又從何而來。

## （一）意義的產製

意義產製與愉悅感受，其實兩者之間並不全然能夠明顯區別與劃分，因為兩者之間都有其相互關連之處。Fiske（1989）指出，流行文化與大眾媒體的出現，提供了人們意義與愉悅的來源，所謂的愉悅就發生在人們利用本身的資源來創造意義的過程。因此，Fiske（1989）主張，大眾在消費文本或商品的同時，會依照自身所處的社會環境與生活個人經驗來賦予意義，並且能從中獲得愉悅感。簡妙如（1996）認為，「愉悅」指的比較是閱聽人與文本互動下，所產生的歡愉感受；而「意義」則是指人們對於自我行動和所處的社會關係之間，產生的特定詮釋。因此，不論是意義或是愉悅，其產生的原因是來自於閱聽人與文本間互動的關係，而意義和愉悅的產生，又與閱聽人所處的情境脈絡有關。

由此觀之，意義的產製並不是當閱聽眾坐在電視螢幕前或是接觸文本，開始進行收看或接觸動作的那一瞬間就立即產生的，意義的產製是一個持續的過程，遠超過收看或接觸的當時，當閱聽眾閱讀或收看流行文本時，他們自身就已經創造了意義，而且是由閱聽人本身的主體性所創造出來的，而非文本本身所賦予的，這種意義與閱聽眾的日常經驗和社會角色有著很大的關連性。

Croteau 和 Hoynes（1999）指出，媒體文本必須提供給觀眾意義與愉悅，閱聽眾所產製的意義是利用文本與日常生活之間的相關性構築而成，而愉悅源自於以閱聽人為依據的意義產生（湯允一譯，2001）。換言之，閱聽人的意義與感受，與閱聽人所處的情境脈絡有關，閱聽人被視為意義的生產者，意義的產製只有置於日常生活情境中才能被理解。

## （二）愉悅的獲得

### 1. 愉悅的本質與來源

閱聽人接近與解讀文本，通常主要是因為文本可以帶給他們歡愉的感覺。Fiske（1987）認為，電視節目「在解讀當下變成一種文本，是指當電視節目和觀眾產生互動時，所能激發來的意義和愉悅。」閱聽人之所以收看電視的動機，往往是希望能和文本互動所產生並獲得愉快感受。Stephenson（1988）亦認為，閱聽人接觸媒介的目的，往往是為了追尋原始的傳播愉悅（communication pleasure）（轉引自黃秋碧，1998）。此外，Stephenson（1988）更進一步提出，愉悅是「得意喜悅的心境」以及「全神貫注地沉浸於活動」。因此，愉悅指的是

閱聽人的各種歡愉情緒，例如快樂、喜悅、滿足和亢奮等感受（Fiske, 1989；陳正國譯，1993）。

Ang（1985）也提出類似的想法，他認為閱聽人喜愛某些訊息文本甚至入迷的原因，即是因為感受到了某些愉悅，然而，愉悅除了是快樂、喜悅、滿足和亢奮等感受之外，也包含一些其他的情緒。Tannebaum（1985）提出，閱聽人的愉悅是來自某些情緒的喚起。他指出閱聽人會重覆收看文本，主要是希望能得到愉悅（pleasure）和放鬆（relaxation），也是因為某些情緒被喚起而產生的行為，這些行為包括熟悉感（familiarity）、確定感（certainty）、回憶（memory）、懷舊（nostalgia）、幻想（fantasy）、儀式（ritual）等。這些情緒的喚起，也就在說明閱聽人的愉悅感受是如何產生的，這種情緒的喚起，往往帶來一種令閱聽人樂在其中的感覺，而樂在其中的感覺可能綜合了不同種類的感受，不容易以簡單清楚的方式劃分。

Fiske（1989）根據人們快感的來源與性質，將愉悅分為閃躲／誣衊（evasion／offensiveness）的愉悅以及創造（productivity）的愉悅。前者指的是躲避社會教條與權力，屬於自然狀態下的身體（body）歡愉；而後者則是因為閱聽人主動將文本與自身生活連結在一起所產生的。此外，簡妙如（1996）延續 Fiske 對庶民愉悅分類的觀點，以閱聽人和文本不同的互動狀態，進一步說明愉悅的兩種本質—感官的愉悅和創造的愉悅。具體地說，簡妙如（1996）將這兩種愉悅的內涵加以延伸發揮，並認為閱聽人在接觸文本時，首先產生的是與意識形態無關的感官愉悅，這是一種接收當下的心情反應，不需要自身處境或社會結構連結，是直接產生的。對於這種感官的愉悅，Bourdieu 亦認為，流行愉悅是被立即的情感或感官涉入於愉悅客體所標寫出來的（轉引自林芳玫 1994）。

創造的愉悅就是生產意義的愉悅，環繞著社會認同及社會關係而產生的。當上述的感官愉悅發生後，閱聽人的情緒受到引發，並開始思索，經歷生產意義（meaning production）的過程，才發生所謂的創造性愉悅。這時的愉悅，便不同於感官的愉悅，並非純粹由文本觸發，而是由閱聽人自行從文本創造相關意義而產生的，對於閱聽人來說，產生思索並創造意義，必須與他們的生活脈絡進行對話，這個過程往往牽涉到他們的背景、性別、教育、社會位置等差異，因此顯得相當複雜。也就是說，創造的愉悅是基於閱聽人主動將文本與所處的狀態，例如生活經驗、社會關係、社會位置等連結起來所產生的。以日劇迷為例，她們會將情感涉入劇情當中，經由將情節、劇中人物與自身的經驗、狀態加以連結，在過程中獲得到創造的愉悅。

愉悅所喚起的，可能是閱聽人的正面情緒，亦有可能是負面情緒，諸如逃避現實的愉悅、感傷悲劇的愉悅等，無論愉悅將喚起閱聽人何種類型的愉悅，都是閱聽人願意接近媒介文本並使用的動機。Fiske（1989）強調，將愉悅作此劃分，並不表示愉悅皆如此「獨立」的出現在閱聽人經驗中（陳正國譯，1993）。閱聽



所感受到的愉悅，應該是感官的愉悅與創造的愉悅兩者相互影響下所產生的。

## 2. 愉悅的類型

前述關於感官愉悅以及創造愉悅的討論，是藉以說明愉悅本質在概念層上的區別。關於愉悅的類型，回顧過去的文獻，歸納出愉悅的本質在觀察的層次上，可以分為「期待與推測的愉悅」、「悲劇與宣洩的愉悅」、「幻想與逃避的愉悅」、「抵抗的愉悅」共四種愉悅類型，以下將分別說明：

### (1) 期待與推測的愉悅

Matelski (1999) 指出，電視劇提供觀眾一種對「未來」發展期待的感覺 (the sense of future) (轉引自蔡琰，2000)。當電視連續劇的劇情不斷在發展時，劇迷會不斷期待著後續的情節，因為缺乏真正的結局，所以當劇中情節有新的發展時，劇迷便會享受著期待下一集的快感，例如，當有新的人物加入在劇中時，劇迷們會更為期待瞭解這個人物會為劇情或劇中人物的關係，帶來什麼影響與衝擊。

這種有特殊情形的情節出現時，往往都發生在每集連續劇的最末，這也是為什麼每集電視劇的最後，都會安排一個高潮或具有不確定性的事件發生，來引發觀眾對後續劇情的高度期待，吸引觀眾持續收視，而觀眾也會對於後續劇情加以揣測。

如同 Fraser 指出，漫畫迷閱讀漫畫的愉悅，是來自觀看敘事規則操作的方式，其故事內容是否在他們的預料中進行，通常最後的快樂結局，會提供漫畫迷一種期待中的愉悅，這正是因為文本內容實現她們所期待的閱讀樂趣 (黃秋碧，1998)。

而電視連續劇亦是，電視連續劇經常提供觀眾超越觀賞行為的機會，讓劇迷能模擬劇中的角色或內化情感，以自我的經驗針對電視劇情節發展或結局加以預測，因而在觀賞過程中感受到愉悅與滿足 (蔡琰，2000)。Spence (1995) 對婦女收看肥皂劇所作的研究發現，婦女在等待廣告的過程中，亦為觀看的諸多愉悅來源之一，愉悅並非來自劇情的揭曉，對婦女們而言，在觀看、等待的過程卻是令她們更為興奮的，許多的滿足均來自一種等待中的興奮。

由此可知，電視劇迷會根據他們已知的訊息，從他們在真實世界中的觀察與經驗，來推測或議論故事的發展，音樂娛樂節目不像電視劇一樣，有著持續發展的情節，但是，在音樂娛樂節目的每個單元中，均會採分割的形式，將最後結果或是精采部分留置廣告之後，讓閱聽人在等待的過程中產生期待，例如，在「才藝淘汰賽／生力軍選拔賽」的單元中，會將比賽的結果放置節目的末端，在廣告

前製造緊張的氣氛，以吸引觀眾的胃口，並在準備公布淘汰名單時進入廣告，觀眾的心情將與節目內容一同起伏，並會推測猜想待會將是誰會被淘汰，對廣告後的節目內容產生高度觀看的期待。

## (2) 悲劇與宣洩的愉悅

朱光潛（1987）指出，有學者將悲劇愉悅歸因於安全感、自我優越，甚至是一種原始情感中野蠻的惡意。因為在劇中看到比自己強勢的人遭遇苦難，會因為自己的安全和優越而感到欣喜，但是有另一派的學者認為，人們從觀看悲傷、痛苦中獲得愉悅，是因為他同情受苦的人。

在情境悲慘時，需要的是同情和憐憫，而閱聽人若能在這些需要同情的地方，付出同情、表達憐憫，那麼愉悅感便會產生。如同後者的觀點而言，悲劇之愉悅是來自於表現各方面都表現的比我們強的人，所遭受到痛苦與災難時，大大突顯出我們比他們更好的命運，觀眾並不是喜歡看別人受苦，而是悲劇的愉悅來自於苦難在閱聽人心中所喚起的憐憫之心，但是，如果同情帶來的不是愉悅而是痛苦，人必定就會躲避一切的痛苦，而不願對受難者或弱者付出同情與憐憫之心（朱光潛，1987）。

Ang（1985）指出，當《Dallas》觀眾在收看該劇時，往往被引發出一種認命妥協的情緒，也就是悲觀消極的人生觀，認為生命的特質就是永無止盡地在悲喜間波動，在不斷地走下坡與重新振作間擺盪，面對劇中凡俗人生的生老病死，觀眾會以情感宣洩的方式來感受其意義。Ang（1985）在瞭解劇迷後發現，每當觀眾收該劇時，就感覺自己好像逃離了真實的世界（flight from reality），Ang提出「悲劇的感知結構」（tragic structure of felling）來指稱這種電視肥皂所引發的愉悅感受，觀眾藉由與劇中人一同哭泣，讓壓抑已久的情緒得以抒發，自己在現實生活中所遭受的不順利、不好的情緒似乎也都瓦解了。

因此，電視劇迷會將自己投入戲劇的虛構情境當中，因劇情的起伏而情緒波動，音樂娛樂節目不像電視劇般有許多不同情節的高潮起伏，但是設定各種主題單元的內容中，參與成員時而表現出歡樂氣氛，時而表現出遭受到挫折的情緒，加上參與節目的成員自我表達心中感受，參與的來賓或評審也會給予建議和批評，讓觀眾與參與成員的情感合而為一、並且感同身受，藉此來體會各種悲喜的遭遇與情感，並在過程中達到宣洩情緒的目的，獲得愉悅感。

## (3) 幻想與逃避的愉悅

Inge（1974）指出，幻想可以擬真，更重要的是，可以成為現實的緩衝，為實際生活中的衝突與困境作情感的治療（轉引自黃秋碧，1998）。Novitz（1987）亦提出，閱聽人能從虛構敘事中獲得愉悅，是因為人具備想像的能力，可以進出於

虛構敘事的想像世界，「假想」（making-believe）虛構敘事的真實（轉引自蔡琰，2000）。

愉悅的感受一旦脫離特定的感官滿足，而被幻想、想像、或夢想所中介之後，變具有無止境的發展潛力與空間。Ang（1996）認為，幻想的愉悅來自於幻想提供觀賞者一種在日常生活當中達不到的滿足，透過幻想，閱聽人可以踰越本身的束縛而去探索別人，達到自己想要的情境、認同與生活，幻想情景本身是否真實並不重要，重要的是這些幻想情境是在閱聽人的生活當中達不到的。因此，閱聽人在觀看戲劇節目時，常尋找的是一個不存在的幻想世界，然而用這種方式來「逃避」的觀眾，並不是在逃避現實，而是在玩弄現實，而其中的愉悅就是在想像中參與了虛構的世界，使得虛構與真實的界線流動不定。

Radway（1987）指出，女性在閱讀羅曼史的過程中，認為羅曼史與真實生活不相同的經驗，使讀者得到一種替代性的需求滿足，感受自己像是故事中的女主角，受到照顧（轉引自林佳樺，2003）。Radway（1987）進一步指出，這種愉悅的感受，主要來自於女性在閱讀行為中，趕到能夠逃脫出現實的框框之外，女性讀者表示，她們看重閱讀行為更甚於文本的內容，因此這種愉悅主要是來自於女性感覺自身逃離了現實生活的家庭責任，透過閱讀行為，她們得到解放。而林芳玫（1994）研究瓊瑤小說讀者，同樣也發現了女性在浪漫愛的氛圍裡面，找到一種共鳴感與替代性的參與感。

當實際的人生不完美或遭遇困境時，在虛構的故事中總能夠獲得解決。正如同 Buckingham（1987）所認為，肥皂劇最適合的比喻是一種集體遊戲，觀眾本身是其中重要的參與者，觀眾知道自己在玩一個遊戲，藉由不斷跨越虛構與真實的界線，從中得到樂趣（Storey, 1999；張君玫譯，2002）。

Livingstone（1998）在研究觀眾為何喜愛收看肥皂劇時則發現，觀眾可能具有一種「逃避」的心裡，他們藉由幻想性的涉入，以逃避進入到劇中繽紛的世界，滿足自己的夢想與慾望。電視劇迷知道真實與虛構世界之間的距離，但是他們仍然願意遊戲於兩者之間，這是一種流動的狀態，體驗到戲如人生、人生如戲的感受，他們如此的經驗是對此虛構世界的想像式參與，並因而獲得愉悅的感覺。

Buckingham（1987）曾對英國青少年觀賞《東區邊緣人》（EastEnders）所做的研究中發現，受訪者嘲笑、質疑節目對世界的再現，並使之成為看電視的樂趣，但是這種對節目的批評，和他們對節目的喜愛並不牴觸，反而形成另外一種樂趣（Storey, 1999；張君玫譯，2002）。

這種愉悅類似 Fiske 借用 Freud 的「淫窺癖」（voyeurism）觀點所探討的電影觀賞的權力與愉悅（轉引自蔡琰，2000），指出那些少年藉著彼此之間的討論，試圖理解與思考他們似懂非懂的成人世界，產生了一種偷窺的樂趣，並提供討論

禁忌話題的方式。這種觀影者的「權力」展現，使他們就像是從一扇窗外面窺視窗內人物的私生活一般，那些青少年觀賞者，雖然不能實際經歷成人世界的生活，但是透過觀看電視的呈現，感覺好像偷偷地經歷了那一切。

閱聽人會藉由觀看電視劇將自己原本有限的生活世界往外擴展，從中得到愉悅感受，Hobson（1982）對英國肥皂劇《十字路口》（Crossroads）觀眾的訪問中發現，觀眾對於肥皂的觀賞與解讀，必然受她們所處的觀看情境所影響，如同上述所說的研究發現，閱聽人可以將肥皂劇中的世界加以整合，並重新融入她們現有的生活環境之中，不斷地將自己的家庭生活與故事中的人物角色互動與討論，玩一種奇想的遊戲（Storey, 1999；張君攻譯，2002）。

總結來說，電視劇能夠讓劇迷遁入另外一個想像的空間，使他們暫時擺脫真實世界與日常生活中的壓力，閱聽人藉由收看音樂節目的過程中，從中獲得幻想與逃避的機會，他們觀看音樂節目時所產生的愉悅，並不限於觀看當時的感官經驗，前面已經提到，愉悅的內涵之所以複雜，是因為閱聽人的解讀會與他們的生活脈絡結起來，藉此，閱聽人在現實生活中的所有困境、不安全感、不穩定與不確定的感覺，都可以經由觀看電視劇的過程，在幻想與想像中參與虛構的完美世界，獲得暫時的彌補。

#### （4） 抵抗的愉悅

Matelski（1982）認為，女性觀眾在潛意識層面喜歡並且需要壞女人，他以精神分析的角度來詮釋美國電視肥皂劇的「壞女人」（villainess），結果發現，女性觀眾會藉由觀看壞女人為了追求自身的利益而野心勃勃的從事許多陰謀，壞女人可以滿足了女性觀眾對於權力的幻想，讓女性觀眾克服了本身是女人的被動性與無力感（轉引自林芳玫，1994）。

因此，婦女收看肥皂劇具有一種否定（negation）的作用，否認了社會典型型態，由以男性為主的娛樂型態，反而形成一種女性主義的美學，女性讀者所經驗的，是一個全然不同的敘事愉悅（Matelski, 1982，轉引自簡妙如，1996）。女性收看、討電視劇的樂趣之一，即是她們採取抵抗詮釋的樂趣，女性主動積極的愉悅（active pleasure），是肯定她們自己在「巧妙地反抗主流文化」中，運作女性文化的連結，這是女性所關心的文化，也是被父權觀點所熟知但卻遭貶抑的文化。

女性可以藉由觀看肥皂劇，認為肥皂劇帶給她們一種「嘉年華會式的歡愉」（camivalesque），藉由笑、愉悅跨越現實與幻想之間的界線，如同跨越了日常生活與肥皂劇文本之間的界線，不僅藉由裝扮來進行角色的轉換，更對嘉年華會之外的世界惡意模仿及嘲諷，它到轉了社會規範，並創造了內外顛倒的世界（Brown, 1994；陳正國譯，1994）。

由此觀之，電視劇迷若在社會、生活情境中，處於弱勢或受壓抑的位置與狀態時，畢可能再收看電視劇，便可能在收看電視劇時，表達出他們抵抗的態度。當電視劇呈現出在現實生活中應該受到壓抑，但卻在劇中表現強勢的人物時，例如，女性在劇中擔任女強人，或是男主內女主外的情況，同樣處在受壓抑位置的電視劇迷在收看時，便會表示贊同與認同劇中人物的表現，以滿足他們對於權力的幻想，實際上是對現實中的強勢表達一種反對、抵抗的態度。這正符合 Radway (1984) 對羅曼史女性讀者的研究發現，透過閱讀羅曼史，閱聽人得到對愛與需要的滿足和歡愉，以及自我認同的確認，女性閱聽人認為，在身為太太與母親的角色限制下，透過閱讀及購買的行為可以建立自我的空間，是一種從供養者的需求中解放。

#### 第四節 小結

我們可以了解在閱聽人的收視及閱讀經驗與感受中，大部分的愉悅經驗與感受都與閱聽人在接收媒介文本產製意義時的情境脈絡有關，電視文本並非無限制地開放，閱聽人的詮釋並非無限多種，而是在某特定範圍中呈現出的多樣性，因此，本研究認為，若要深入了解音樂節目閱聽人的解讀型態，是必須建立在對於閱聽眾的深入分析上，唯有從閱聽眾的角度出發，深刻的描繪他們如何接收、理解文本，也就是閱聽眾收視時所獲得的想法與感受，對文本有進一步產生的體會等收視經驗。

經由上述文獻整理可以發現，接收分析強調的是文本與閱聽人兩方都具有產製意義的能力，而意義是經由雙方相互影響下所產生的，文本不在具有完全掌控的能力，反之，閱聽人也並非處於被動地接收媒介訊息的狀態，閱聽人會經由各人所屬的特定脈絡位置下去解讀所接收的媒介訊息，當閱聽人與媒介文本互動時，閱聽人所處的整體生活、社會情境亦是影響解讀的重要因素，閱聽人自身所處的生活領域與再現經驗一併將帶入觀看媒介、解讀媒介訊息的過程，在此，媒介訊息已和閱聽人周遭的社會情境相互連結，並且相互影響。

當然，閱聽人在面對複雜的社會情境時，會基於個人的生活經驗、累積的個人知識，根據自身的社會認之結構與文本作互動，而本研究的目的是希望探討受到情境脈絡的影響下，閱聽人如何解讀音樂娛樂節目的訊息，將閱聽人的解讀行動實際放入實際的生活脈絡之中做討論。

本研究中首先會先探討閱聽人的收看動機與持續收看之目的，了解閱聽人收看音樂娛樂節目的經驗、動機、頻率與自身對節目的感覺、評價與好惡程度等，主要是針對閱聽人對節目所產生的想法與感受作一詳細探討，並將此部分相關討論與閱聽人在身處環境下所產生的解讀意涵相互連結，當閱聽人受到多重的社會位置、個人過往經驗的不同、活化基模結構的不同，以及所處的觀視情境與社會

文化脈絡之影響下，在諸多因素交互作用的情況下，閱聽人又將如何解讀音樂娛樂節目訊息。

意義的產製必須置於情境脈絡中才能被探討，當媒介與閱聽人處於互動的狀態之下，媒介訊息會釋出意義讓閱聽人接收，閱聽人亦會將訊息意義置入自身的生活脈絡中做解碼，兩方在互相交換、解碼的情況下，閱聽人將會從中得出意義得產製並獲得愉悅，因此，閱聽人所產製的意義是利用文本與日常生活之間的相關性構築而成的，而愉悅源自於閱聽人為依據的意義所產生，除了針對情境脈絡如何影響閱聽人解讀作討論外，對於閱聽人在觀看音樂娛樂節目時，如何從媒介訊息中產製意義與獲得愉悅感受，亦是研究中所欲關注的面向。

此外，閱聽人對文本有主動詮釋的力量，當然文本訊息亦會對閱聽人產生詮釋的影響，閱聽人可能會受文本內容的引導，而接受文本所欲傳達的價值觀與意識形態，進而影響對文本的詮釋結果，不管如何，雙方均是處於一種拉力賽的狀態，本研究在第三章將擬出欲執行研究的方法，並在後續章節中介紹節目背景、內容、人物與特色，以及閱聽人訪談作研究分析。



## 第三章 研究方法

本章共分為四節，首先在第一節先敘述本研究採取的研究途徑，即以質化的研究取向進行研究；第二節探討本研究所採取的研究方法，說明為何使用深度訪談的研究方式，其所採用的意義為何；第三節則介紹本研究的研究設計，包括深度訪談對象的選擇、依據，以及訪談過程及大綱等，分別作簡潔的概略性介紹；最後，將說明本研究資料分析的原則與步驟。

### 第一節 研究途徑

本研究主旨在探討音樂娛樂節目閱聽人的收視經驗，了解音樂娛樂節目中的符號，將會賦予閱聽人何種社會意涵，而閱聽人又如何詮釋節目中所呈現出的符號內容，產生何種解讀型態。雖然本研究探討的現象屬於閱聽人日常生活中對媒體產生的行為表現，但是，主流量化的閱聽人研究並不能真正地探索出閱聽人收視行為其背後深層的涵意，而本研究所關注的是閱聽人內在心理層面的收視經驗及解讀意涵，因此，本研究將採取質化研究（*qualitative research*）的途徑來進行分析。

學者林芳玫在「閱聽人研究—質化與量化研究方法比較」一文中指出，閱聽人研究的主流是效果研究以及使用與滿足研究這兩大領域，而研究方法上都是以問調查與量化統計為主（轉引自李佩英，2006）。雖然量化研究的優點是精確，可經由驗證來看假設是否成立，但是缺點卻是將複雜的社會現象化約為自變項和依變項，這些變項本身的社會意涵是缺乏概念上的探討，使得量化研究抽離具體的社會情境，其得出的研究發現往往是複製主流社會對於弱勢團體不利的迷思與刻板印象，未能探討形成社會現象背後的結構性因素（林芳玫，1996c：10）。

質化研究在認識論的基礎上屬於自然論主義（*naturalisticism*）的思考模式，強調要在自然情境中，探索行動者對社會事實的解讀，尋求人類生活世界中的行動意義（郭良文、林素甘，2001）。由於質化研究取向源自於現象學的傳統，主張每個個體都有其獨特性質，研究者只有透過被研究者的立場，才能了解這些生活經驗對被研究對象者而言，其意義為何（潘淑滿，2002）。因此，我們了解到質化研究的重點在於兩項—「親身的參與」與「意義的尋找」。

#### 1. 「親身的參與」

質化研究中，江明修（1992）指出，研究者必須親身參與研究的過程，理解行動者主觀的意義與建構，透過人與人日常的生活的活動、共同經驗的價值與分享，以建構出多元的真相。換言之，質化研究是一個建立在研究者和被研究者充分互動基礎上的探討方式（王雅各，2001）。強調的是從被研究者的角度，去了

解它們的內在世界的意義，以對於複雜的社會現象進行詮釋。因此，質化研究關注相互主觀意義分享，強調要透過被研究者的眼睛去看世界，才能了解社會、真實的來龍去脈，增進對事件的多重因素和真相的了解，進而挖掘深層的社會文化意義（郭良文、林素甘，2001）。

## 2. 「意義的尋找」

質化研究中除了注重研究者的親身參與，與被研究者擁有共同的經驗價值並相互分享之外，劉仲冬（1996）指出，質化研究之所以強調，透過被研究者的眼睛看世界，是因為社會真實已經經過被研究者的解釋，所以研究者必須能夠掌握被研究者的解釋，才能明瞭其行事的動機。而意義的尋找在於透過實際與閱聽人接觸，而非以量化的「假設—檢驗」形式得出結構性的分析，質化研究簡單來說，是屬於「發現取向」的研究途徑，通常沒有預設理論架構和假設，並具有高度的開放性與彈性。另一方面，質性研究在了解事件或行為時，傾向將事件放置在發聲的場景或網絡中去觀察，企圖對事件的始末作通盤整體的了解，其目的是藉助對現象或事件背景、情境的了解，去解釋現場或事件對行動者的意義（劉仲冬，1996）。

由上述觀點可知，質化研究不但注重當事者的內在經驗和解釋觀點的過程，並強調從整體社會情境脈絡來理解社會現象或事件，其中更包含「意義的尋找」與「親身的參與」兩項特性，因此，根據本研究的目的，決定採用質化的研究途徑來進行研究。

## 第二節 研究方法

本研究採取深度訪談法的方式，借由研究者與受訪者的接觸、互動與訪問，了解音樂娛樂節目之閱聽人，將如何解讀以及影響解讀因素為何。由於深度訪談的研究方法是一種會話與社會運動，它的目的在於取得正確的資訊，或瞭解訪談對象對於所身處之世界的看法、態度與感受（王仕圖、吳慧敏，2003）。

而深度訪談法亦允許研究者，根據每位受訪者自身的意見與經驗情況的不同，提出不同的問題，因此，研究者可以攫取到不同受訪者的意見、價值與感受，同時，一些受訪者主體的人生經驗或是無法經由直接觀察到的事件，可以藉由訪談的內容發覺受訪者如何對周遭世界的意義詮釋過程而建立意識與行動的關聯（林芳玫，1996）。由此可見，深度訪談法為本研究或取有關音樂娛樂節目閱聽人之個體的經驗與感受的有效途徑。

### （一） 深度訪談法

深度訪談，是在訪問者和受訪者之間對研究的概略計畫互動，採用較少但具



有代表性的樣本，研究者透過口語的雙向溝通過程，輔以聆聽與觀察，共同建構出社會現象的本質與行動的意義。在本質上是由訪問者建立對話的方向，再針對由受訪者所提出的若干特殊主題加以追問，在理想的情況是由受訪者負責大部份的談話（Babbie, 1998，李美華譯：p.454，轉引自周甫亮，2001）。

在日常生活中，深度訪談是最常用被用來了解周遭世界的方法，呈現方式並非是一對一的對答，就像是聊天一樣，研究者並不會事先設定回應的答案類別，是採取一種彈性原則卻有目的的談話過程。畢恆達（1993）亦認為深度訪談是社會科學中，用以研究意義的常見方法，Morely（1992）亦指出深度訪談法是閱聽人研究值得採用的方法，深度訪談可以提供研究者精確的切入問題點，可以直接探究閱聽人的意識、價值與態度。相較於量化調查法，深度訪談更能讓研究者有機會學習到未曾看見或未曾聽見的另外一種詮釋（Glesne & Peshain, 1992；轉引自陳向明，2002）。

Mishler（1986）指出訪談是一種交談行動，它不是將在訪談之前就將以存在的客觀事實挖掘出來，而是不斷地在互動的過程中創造出新的意義，是受訪者與訪談者共同建構意義的過程。Lindolf（1995）亦認為深度訪談是一種受訪者與訪談者社會實踐的過程，訪談問題並非為蒐集資料的工具，而是整個訪談過程的開端，對話是深度訪談最重要的部分，透過受訪者與訪談者之間的對話、互為主體性，以創造出共同建構的訪談結果，而非客觀的事實（轉引自楊維倫，2003）。

林芳玫（1996）提出質話訪談的五項基本原則，包括「（1）重視日常生活的實際經驗；（2）從受訪者訪談內容中探索其意識（consciousness）與行動（action）之間的關連；（3）將訪談視為互動的過程，是研究者與研究對象之間的互為主體性；（4）研究過程以及其結果具有 empowerment 的潛力；（5）研究者對自己的立場具有反思性（self-reflexivity）。」深度訪談是一種新的義意產製的過程，而不應該被視為一種單方面的意義挖掘，因此受訪者的在場與其參與其中的必然性並不被視為是不好的，只是在訪問的過程中，研究者要自知自己的言行和立場，可能造成的影響，以及受訪者看法對研究者可能造成的影響有充分的自覺，並時時抱持著反思的態度。

另外，深度訪談的研究者可以透過反映式的對話，隨時反省對話內容，並適時提出適當的問題，發掘更多更深的資料，同時受訪者在訪談過程中居主角發言的地位，對於訪談內容有不清楚的地方，可以隨時提出疑問（朱柔若譯，2000）。

## （二） 半結構訪談

胡幼慧（1998）認為訪談的方式，可以分為「非結構式」、「半結構式」和「結構式」三種，非結構式訪談是以日常生活閒聊的方式或是對知情人士／專家訪談方式來獲得資料，半結構式是以訪談大綱來引導訪談的進行，結構式訪談則

是運用研究技術來進一步澄清認知或決策活動。

半結構式訪談的形式較結構式訪談形式來得有彈性，研究者會事前列出感興趣的主題，作為訪談進行時的主引，但在其實際訪談時的用字遣詞、問題形式語發問順序上較有彈性，非結構化的訪談解除了正式訪談的標準化程序，或問題順序可能產生的僵化問題，非結構式的訪談較多是以日常生活方式的會話進行的，但不同於日常生活會話的是，它仍是一個有控制的對話，是針對研究者的研究興趣而進行的談話，其目的是為了能瞭解受訪者對其生活與世界經驗的詮釋（王仕圖、吳慧敏，2003）。

進一步來說，認為結構化訪談，也稱為標準化訪談，原理是對於所有的受訪者，給予的問題、數目與問題順序都是一樣的，當受訪者清楚被訪者的資料背景時，此種訪談方法較適合被採用（Lofland, 1971）；而非結構化訪談最具彈性，完全取決於訪問者與受訪者互動的自然過程中，問題與答案自發性的顯現。

一般而言，這種訪談的發生也屬於參與觀察法的一部分，受訪者有時甚至不會察覺到他們正在被訪談。由於非結構化訪談的目標是去發現「將要發生的事」，故訪談者不應有預設立場，或有預設性的答案存在（Lofland, 1971）；在半結構化訪談方面，此一形式介於前二者之間，訪談者會在訪談前事先擬定訪談大綱及相關問題，以開放式問答的方式，由受訪者針對特定議題回答一系列結構式問題，在這種訪談模式之下，為求能深入探得更多資訊，訪問者可以隨時增加或調整問題的順序（胡幼慧，1998；轉引自謝秉陞，2007）。

本研究將探索閱聽人的收視經驗與解讀型態，藉以了解音樂娛樂節目對閱聽人賦予閱聽人何種意涵，而深度訪談最大的優點在於可以針對較為敏感的問題，做更深入且詳盡的了解，研究者可以彈性地探索受訪者的想法，並獲得受訪者較為詳細的意見、價值和感受，此外，面對面的深度訪談，可以透過在訪問的過程中，捕捉和觀察受訪者回答問題時的反應和內容，進而針對與研究目的相關的面向，進行更深入的追問，與受訪者評等對話的關係以及反映式的互動過程，更能有效的深入了解受訪者的收視經驗和解讀方式，而配合採用半結構式訪談法，在訪談前會事先擬好訪談大綱，在實際訪談中依造大綱上的題組順序進行訪問，若是在訪談過程中發現與研究相關之議題，則可進一步隨時調整與研伸問題，探究與詢問受訪者的想法。

基於上述，本研究所使用的深度訪談法，是以半結構式的訪談方式為主，除了可以控制訪問過程，亦可以減少訪談時間，並能確保訪談品質，讓訪談的進行能與研究主題密切相關，且能讓受訪者盡量不被本研究的訪談問題所影響，能夠經由研究者與受訪者積極且良好地互動，最終能針對於研究問題討論、協商出答案，以得到深入且詳盡的資料。

### 第三節 研究設計

#### 一、 訪談對象界定與選擇

##### (一) 訪談樣本的選取依據

林正安(2003)指出,青少年對「音樂偏好的勢力」有增加的趨勢。又根據2000年東方消費者行銷資料庫 EICP (Eastern Integrated Consumer Profile) 調查指出,青少年再 MTV 與華人音樂台各佔百分之五十與四十四的比例,Channel V 在音樂台中排行第三(轉引自趙家齡,2003)。

由此可知,青少年是收看音樂性節目比例最高的年齡層,青少年是電視主要的收視群,且收視時間遠超過一般閱聽眾,本研究在訪談對象的選取上,主要以青少年為主要的受訪對象,綜合諸位學者對青少年<sup>15</sup>的定義,青少年的範圍大約是介於11至24歲之間,而本研究為了避免受訪者年齡過輕,對於訪談問題有無法理解之處,導致資料品質降低或統整上與其它訪談內容差異性過大,因此,本研究將選定的研究對象年齡提高到15至24歲的青少年,較為符合研究所需。

Patton(1990)指出質化研究的抽樣重點,是需要有深度的立意抽樣(轉引自胡幼慧、李美華,1996)。本研究訪談對象的選擇上,因為考量到性別的因素可能亦是造成解讀的差異原因之一,因此,並沒有設限性別的差異,主要是希望能接觸到擁有不同經驗或文化背景的人,但是,本研究將研究對象條件除了設定為15至24歲的青少年外,另外還增設了受訪者必須有「持續觀看」節目經驗的條件,至於所謂的「持續觀看」之定義,本研究將之操作化定義為「並非指一定要每一集節目都準時收看,而是指從開始收看節目起的那時刻,之後還有持續地在收看與討論」,這樣的意義主要是過濾掉可能是因為一時的好奇心,或是透過朋友介紹而去收看的閱聽人,其收看時間可能只是一、二集,或是在有意無意的情況下轉台收看,其目的是希望了解音樂娛樂節目吸引閱聽人持續觀看的原因與動力何在,並與閱聽人如何解讀並從中獲得意義與愉悅相互扣連。

##### (二) 抽樣方法選擇

在抽樣上,本研究採取滾雪球方式與網路招募。首先,招募受訪者的方法其一是利用在 BBS 版上發表文章,公開徵求受訪者,希望能徵求到對此議題具有

---

<sup>15</sup>國內研究青少年的定義中,黃文三(1997)界定11歲到17歲為青少年前期;17到22為青少年後期;而陸汝斌(1998)亦曾指出,整個13到21歲都可稱之為青少年時期,其中,13-16歲為青少年早期;17-21歲為青少年晚期。

高度興趣且主動的受訪者；此外，研究者透過認識的朋友、同學或親戚等，利用親朋好友介紹以及滾雪球<sup>16</sup>的方式，尋找符合本研究樣本定義的受訪者進行訪談，並請受訪者介紹他們認識其它符合受訪條件的人員，為了避免滾雪球抽樣產生樣本同質性的問題，本研究不設限性別的差異，並且盡力將受訪者的年齡分佈達到較為平均的狀態，本研究進行正式訪談時間是從 2007 年 6 月至 2007 年 9 月進行，共計募集到的訪問人數為二十人，每位受訪者進行訪談的時間約為二個小時至二個半小時之間。

進行資料分析前，首先對於研究中所募得的受訪者背景作一簡單的介紹：本研究進行正式訪談時間是從 2007 年 6 月至 2007 年 9 月期間陸續地進行，訪談過程總計一共招募二十位受訪者進行訪談，其中有十三名女性及七名男性，其受訪者的年齡均符合研究所需的年齡限制範圍—15 至 24 歲之內，其學歷均分布在高中職及大專較多，並有七位受訪者是從首播時開始收看，以下為受訪者的基本資料呈現：

表格 3：受訪者資料

受訪者編號	性別	年齡	學歷	職業	已觀看時間
1	女	17	高中	學生	一年
2	女	16	高職	學生	約一年
3	女	17	專科	學生	首播時開始收看
4	女	20	大學	學生	一年半
5	男	23	大學	服役中	七、八個月
6	女	16	高職	學生	約兩年
7	女	17	專科	學生	一年又九個月
8	男	15	高職	學生	約一年
9	男	19	專科	學生	首播時開始收看
10	男	19	大學	學生	約一年
11	女	22	大學	待業中	六個月
12	男	20	大學	學生	五、六個月
13	男	22	大學	服役中	約一年半
14	男	19	專科	學生	首播時開始收看
15	女	24	大學	兼職工作	首播時開始收看
16	女	17	專科	學生	首播時開始收看
17	女	16	專科	學生	約兩年

<sup>16</sup> 滾雪球抽樣：將一個人(通常是資料提供者)當作來源，來尋找其他的資料提供者，這些資料提供者再幫研究者引介其他人，一直持續下去，滾雪球抽樣的優點在於，它能夠幫忙研究者找到是何其研究問題的樣本；但是，此方法亦有其缺失，即是透過這樣便利的方式，可能造成各樣本之間因為彼此的連結性，而產生樣本偏頗的問題(Lindlof, 1995)。

18	女	21	大學	學生	七個月
19	女	15	高職	學生	首播時開始收看
20	女	16	高職	學生	首播時開始收看

## 二、 訪談程序的進行

本研究的深度訪談由研究者擔任訪問者，在進行訪談之前，研究者會先與受訪者取得連繫，一方面向受訪者說明訪談的目的、簡述訪談大綱，以及向受訪者說明訪談內容資料所呈現的方式，主要採匿名的方式為主，以便讓受訪者安心；另一方面，在訪談前先與受訪者取得連繫，主動告知本研究之目的，讓受訪者對訪談主題以及進行方式有所了解及準備，讓研究者和受訪者對彼此的身分背景有初步的認識，雙方在訪談進行時就能達到良好且協調的溝通方式，對訪談的進行是一大助益。

在訪談的過程中，研究者必須要做簡短的田野摘要記錄。這些記錄包括：對受訪者的觀察、對周遭情境的觀察、對訪談過程內容與過程的觀察（潘淑滿，2003）。除了在訪談之前，先與受訪者進行連絡並讓對方初步了解訪談的目的，再者，為了讓受訪者能夠輕鬆、自然地表露心理層面的想法及態度，訪談地點以舒適為主要考量原則，訪談地點皆選為咖啡店。

而在訪談的一開始會先與受訪者閒聊，之後，再進入研究主題進行訪問，以降低受訪者尷尬或緊張不安的心理，訪問進行時，研究者將會以訪談大綱為主，並依受訪者的回答加以追問、變更問題，訪談內容會以錄音筆全程錄製，除了有助於訪談資料的完整真確性，在整理訪談資料時，可以針對受訪者回答文意不清楚之處，加以回顧原始訪談內容。

由於訪談並非是和受訪者閒聊就能獲得對研究目的有貢獻的資料，為了避免訪談內容過於龐雜，造成資料分析上的混亂，因此，訪談時擬定一份與研究目的、研究問題相關的大綱是有其必要性的，蕭育純（1999）指出，當訪談人數眾多時，就需要某種程度的組織性與系統性，這樣才能確保所有的受訪者都有被問到相同的概念問題。

## 三、 訪談問題大綱

訪談問題大綱是依據研究目的與研究問題擬定而成，訪談問題的擬定方式是按造每個研究問題的範圍，擬定相關子題以構成整份訪談大綱，總共包含三個部份。

本研究主要歸納出之研究問題為：

1. 閱聽人為何收看音樂娛樂節目？其持續收看行為之意義為何？
2. 情境脈絡因素如何影響閱聽人對音樂娛樂節目的解讀？
3. 閱聽人如何詮釋音樂娛樂節目訊息，並從中獲得的意義與感受的愉悅為何？

### **(一) 喜愛收看音樂娛樂節目的原因**

此部分包括詢問受訪者收看音樂娛樂節目的歷史、經驗、動機、頻率、喜歡的單元、喜歡的特色、以及個人對音樂娛樂節目的感覺、評價、好惡程度等。

1. 觀看音樂娛樂節目的動機為何？
2. 對於音樂娛樂節目的第一印象、感覺為何？
3. 觀看至今一段時間後，對音樂娛樂節目印象、感覺為何？
4. 最喜歡/不喜歡音樂娛樂節目中的哪個單元？為什麼？
5. 音樂娛樂節目最吸引你的地方為何？為何喜歡觀看？
6. 音樂娛樂節目與其他綜藝或娛樂節目有什麼不同之處？
7. 請問你個人認為音樂娛樂節目有何特色？

### **(二) 觀看音樂節目時的互動情形**

此部份主要詢問受訪者收看音樂娛樂節目時身處的環境，會如何影響收看時所接收到的節目內容，包含當時情境、專注程度、人際討論、與實際生活之連結、個人對音樂娛樂節目的參與來賓之看法與感覺等。

1. 觀看時通常是自己單獨看、或是和家人、朋友同看？
2. 觀看時或觀看後會不會與他人討論？為什麼？
3. 若會討論，通常都會討論些什麼話題，哪一類較多，為什麼？
4. 觀看時所呈現的情況，通常是專心的收看還是亦會做其他的事情？
5. 音樂娛樂節目中的哪個單元最能引起你的興趣？
6. 對於參加音樂娛樂節目中的人員有何想法、感覺為何？
7. 當看到音樂娛樂節目中有參與人員被淘汰時，想法或感覺為何？
8. 對於參加的人員不但在螢幕前呈現真實的一面，並且勇於努力表現自己的行為，你認為如何？
9. 對於音樂娛樂節目中所呈現出的節目內容形式是否有特別的感覺或想法。

### (三) 音樂娛樂節目賦予閱聽人的意義及愉悅為何

此部份希望能深入了解閱聽人心理層面之想法與感受，包含詢問音樂娛樂節目對受訪者產生的意義為何、音樂娛樂節目對受訪者的重要性、希望從音樂娛樂節目中獲得什麼意義等相關問題。

1. 觀看音樂娛樂節目時，您有何想法及感覺？請描述一下。
2. 觀看音樂娛樂節目時帶給您怎樣的樂趣？
3. 音樂娛樂節目在平日生活中扮演了什麼角色？
4. 音樂娛樂節目對你個人而言有無任何意義？
5. 您有希望從音樂娛樂節目中得到什麼嗎？
6. 是否會因為看了此節目而興起參加的興趣？又原因為何？
7. 觀看時自己是否也融入節目內容中？
8. 是否會將音樂娛樂節目的內容與您現實生活中結合，形成一些參考依據？請舉例說明。
9. 是否覺得參與音樂娛樂節目中的人員跟自己很相似？若是，呈現在何種方面上？請舉例說明。
10. 如何看待音樂娛樂節目，請簡單敘述。

### 第四節 資料分析的原則與步驟

質化資料分析並沒有固定的原則與步驟，對於受訪者的訪談內容，研究者可以創造出深度詮釋的可能性，而在分析訪談資料時，再度的仔細比較與評估受訪者與研究者雙方的看法，本研究在資料分析的策略上，參考學者 Creswell (1998) 所歸納出的資料分析策略，作為執行時的參考依據，而資料分析策略並非呈現線性的動作，反而是在研究期間來回不斷交錯的運用，重複的檢證和思考資料分析的過程。

1. 資料的回溯：瀏覽所有的研究資料，以便對於整體資料形成一個初步的想法與感覺。
2. 初步發現與歸納：寫下研究者瀏覽資料所得到的發現、看法與反應，對資料進行初步的整理與分類，並作出摘要重點。
3. 思考並了解資料內容：研究者對於研究資料過程進行省思，將受訪者回答的內容重新置入訪談的過程及情境中，重新加以檢視及反思，並仔細思考其中的含意。
4. 發展類目及關鍵字：根據研究所得到的資料，發展出重要的類目及關鍵字，統一作為分類資料的依據和標準。
5. 簡化並重組資料：將資料去蕪存菁的步驟，將累贅的資料刪除、

淘汰，選擇主要的核心資料，並與相關範疇資料做相互整合的動作，已達到資料簡化的目的。

6. 連結類目：將類目相互連結，發覺類目的相關聯性，邏輯順序和分析的架構。





## 第四章 研究背景分析

Channel [V]製播的「我愛黑澀會」是屬於帶狀<sup>17</sup>性質的音樂娛樂節目，在周一至周五的十點播出一小時的節目內容，從 2005 年 10 月至 2006 年 10 月，總計已播出節目級數為 286 集，節目中又以不同的單元內容相互輪替作為主要播出形式，本章將在第一部分進行節目相關介紹，將會對「我愛黑澀會」此一節目作初步的了解，包含介紹節目內容概述、節目名稱由來，以及主持人與參與節目的成員等。

在 286 集中本研究將節目內容大致分成八種單元類型，分別是（1）才藝淘汰賽／生力軍選拔賽、（2）美眉調查局、（3）偶像宣傳節目與互動、（4）美眉趣味競賽、（5）美眉造型大賽、（6）母姊會等特別企畫、（7）美眉私生活大突擊、（8）出道回顧。而本研究採立意抽樣的方式，尤以與觀眾互動層面較多的因素來加以考量與篩選，選取其中的（1）才藝淘汰賽／生力軍選拔賽、（2）美眉調查局、（3）美眉造型大賽、（4）美眉私生活大突擊、（5）出道回顧，五種單元類型為主，並從 286 集中的此五種類型裡各挑選一集，一共五集，在第二部份針對節目內容意涵進行討論。

### 第一節 節目發展源起

2006 年起，原本只播放音樂相關節目的 Channel [V]頻道開始有所轉型，首度開始製播了不同於介紹流行音樂為主的節目，包含綜藝、動畫等節目，因此電視台旗下的綜藝節目—「我愛黑澀會」因而產生，這是台灣 Channel [V]娛樂台所播出的第一個綜藝節目，稱為音樂娛樂節目。「我愛黑澀會」是於 2005 年 8 月 1 日開始播映，節目主題與該台另一節目「模范棒棒堂」相似（模范棒棒堂是於 2006 年 8 月 14 日開始播映），是以招募多位青少女參加節目演出，並以明星養成為最初的目標<sup>18</sup>。

Channel [V]所製作的新節目—「我愛黑澀會」及「模范棒棒堂」，內容顛覆於傳統節目的表現方式，以一群少男少女為主軸的娛樂節目，不同於傳統的綜藝節目，多樣化且新鮮的節目內容，自 2005 年 8 月 1 日，音樂娛樂節目製播以來，短時間內開播至今，已造成廣大青少年的喜愛，節目內容和人物成為熱烈討論的話題。由於 Channel [V]是率先製作「我愛黑澀會」此一節目，播出後因節目風

<sup>17</sup>「帶狀性質」：一般節目性質分成帶狀和塊狀。帶狀節目，禮拜一到禮拜五都會播的節目；塊狀節目，一星期播一次的節目。例如周一至周五晚上 9:00 降就算帶狀，或是星期一至三下午 3:00 這也算帶狀；若一星期只有一天的節目則叫塊狀，通常一周撥出三天以上就可以稱帶狀節目。

<sup>18</sup>資料參考來源：「維基百科」(Wikipedia)。

格受到青少年喜愛，節目收視率表現不俗，因此進而接著「我愛黑澀會」節目的播出時段後，又於 2006 年 8 月 14 日製播另一同型態的節目—「模范棒棒堂」，此兩種節目是採用相同的表現手法，呈現出風格類似的雙胞胎節目，只是在參與節目中的青少年性別上作出區隔。

## 一、 節目相關介紹

### (一) 節目內容風格與呈現

「我愛黑澀會」節目內容主要以類似學校上課的性質呈現，因此，在節目中會有類似學校角色的呈現，像是主持人由藝人陳建州（演藝圈外號黑人）擔任，在節目中不但是主持人的身份，還擁有了類似學校「老師」的角色，而參與節目中的成員除了本身是節目來賓的身份外，亦擁有學校裡「學生」的角色，這是節目的風格產生這樣的特色，而節目的參加者是由選拔賽中選出，主要以十四至二十歲的女生為主，節目走向仿照日本演藝人員「早安少女組」<sup>19</sup>模式，在節目中多被稱做為「美眉」，這個節目主要走向是訓練參與節目中的來賓（美眉）們進入演藝圈以及歌手的跳板。

由於節目內容的呈現風格，是類似學校上課的情形，因此，節目裡會出現一些與學校禮儀雷同的儀式與行為產生，譬如在參與節目的來賓當中，會選出一位成員擔任學校裡「班長」的角色，其所要做的事情就如同在學校中班長應負責的事情一樣，在上課時必須請全班同學起立跟老師問好，因此，當每次節目進行的一開始，擔任班長角色的節目來賓，就會帶著節目中的所有成員，一同起立並大聲呼喊「老師好」的上課口號，而「老師」指的就是藝人陳建州，亦是節目中的固定主持人，而節目中也會有類似學校的課堂「助教」的角色出現。

「我愛黑澀會」節目裡原本是邀請藝人擔任助教的角色，現在是由曾經是參與節目的來賓，現在已經從節目中出道的成員—「大牙」<sup>20</sup>，擔任節目的固定助教，目前現階段節目中是由二十位七年級學員組成「黑澀會」，在「老大」黑人的領導下，每集將邀請到不同的藝人、帥哥助教共同傳授不同議題的課程，而本節目最終宗旨是要成為台灣版的「早安少女組」，讓每一位有明星夢的年輕女孩

---

<sup>19</sup> 「早安少女組」：(日文：モーニング娘。又常被簡稱為 Morning 娘、M 娘、魔娘或 MM)，是一個日本知名的女子流行歌曲偶像組合，組成團員多為年輕少女，出道於 1998 年。「早安少女組」是女性偶像歌唱品牌 Hello! Project 旗下的首要組合，而 Hello! Project 則是大型經紀公司 Up-Front Agency 旗下的品牌。目前（2007 年）有 9 位成員，年齡從 13 歲到 20 歲不等。該團體年齡差距最大時曾高達 15 年。團內組成成員會隨時間而變動，原本的團員「畢業」另行出道後，再以選秀會的方式補入新人。

<sup>20</sup> 「大牙」：本名周怡君，藝名大牙，畢業於華岡藝校。因為參加節目我愛黑澀會中表現出色，成為黑澀會中第一位出道的美眉，現為台灣 Channel[V]娛樂台的 VJ、「我愛黑澀會」節目助教，並為專輯「我愛黑澀會」之黑澀會美眉成員之一，亦參與電視偶像劇的演出。

們有更快且安全的方式進入演藝圈。通常在節目邀請的貴賓進場前，參加者都會大聲喊「Woo～」，被稱之為「最高榮譽」<sup>21</sup>，節目的官方網站「woo.com.tw」也因此得名。

而「我愛黑澀會」節目是如何選取參與節目的來賓，主要是透過「美眉淘汰賽」的單元，來新增選入或淘汰參與節目中的來賓，自 2005 年 10 月起，大約每一個月，我愛黑澀會即舉辦「美眉淘汰賽」來決定要淘汰的參加者。由參加節目者表演才藝，並邀請評審決定優勝及淘汰名單。每次的淘汰賽會決定三位左右的優勝及淘汰 1~3 位參賽者，而參加者獲得三次以上優勝就不必參加淘汰賽，年中與年末會舉辦評比活動，表現優異者可以獲得獎賞，此外，也有不定期舉辦的甄選及被淘汰成員的「敗部復活賽」。

## （二） 節目名稱由來

「我愛黑澀會」節目於 2005 年 7 月 29 日在 Channel [V]正式開播，節目的宣傳方式是以藝人陳建州(演藝圈外號黑人)於 2005 年 7 月 29 日成立黑澀會，在勁辣學生學團的簇擁下，搭乘著加長型凱迪拉克敞篷車現身記者會，並以學團老大之姿態，號召七年級學員宣誓入會，誓師大會上學員們插黑旗宣讀三戒：不遲到早退（準時收看節目之意）、不偷吃劈腿（不轉台之意）、不扭捏作態（發揮愛現本性之意），入會過程猶如到了黑幫現場，唯獨不同的是，節目中多加了短裙、粉紅辣妹的元素進去，因此稱為「我愛黑澀會」<sup>22</sup>。

## （三） 主持人與成員

主持人是由藝人陳建州，外號黑人的一位明星擔任，而現今節目中的成員中，包含已經出道的 9 位，總共有 50 位成員參與節目，而已經順利出道的 9 位成員，也分別組成兩組隊伍作相互的競爭，星空傳媒經紀公司將九位「黑澀會美眉」分為「甜心轟炸機」、「粉紅高壓電」兩組，比照早安少女組的次團體模式做良性競爭，之後，這九位「黑澀會美眉」再度合併，目前次團體模式已告一段落。因此，在廣義的黑澀會美眉指參加我愛黑澀會錄影的所有成員，狹義的黑澀會美眉則專指正式出道的九位美眉（常稱"九妞妞"，目前因其中一位成員單飛，故改稱"八妞妞"）。

## 二、 節目單元內容介紹

研究者在研究期間，從 2005 年 10 月至 2006 年 10 月期間選取五種單元類型的節目，試圖探討節目內容如何呈現，並用以作為輔佐與受訪者的訪談資料相互分析，資將各五種單元類型的內容描述整理如下。

<sup>21</sup>資料參考來源：「維基百科」(Wikipedia)。

<sup>22</sup>資料參考來源：「維基百科」(Wikipedia)。

## （一）「才藝淘汰賽／生力軍選拔賽」

「才藝淘汰賽」單元對於參與節目的來賓而言，是最為重要的單元之一，由於節目主要走向是訓練參與節目中的來賓（美眉）們進入演藝圈以及歌手的跳板，因此，對參與節目的來賓而言是在節目中具體展現出表演行為，借由比賽模式進行的過程，將會產生可以成為參與節目的來賓之一，表現優良或不佳者，也均會有所獎勵及懲罰，像是，優勝三次就可以晉級不用再參加淘汰比賽，若評審們認為表現不佳者，將會取消參與節目的錄影資格，因此稱為淘汰賽；而「生力軍選拔賽」是近期的新單元內容，顧名思義生力軍的目的在於選出新的藝人，不同於淘汰賽只是對已參與節目的來賓，經由評審評分後再決定來賓離開或留下的舉動，而「生力軍選拔賽」則是讓參與的來賓獲得出道機會的一種比賽，藉由比賽過程讓評審選出具有出道資格的來賓。

這個單元的呈現過程中，由於是透過比賽的方式進行，因此，在節目中會請到三位專業的評審，通常節目裡會請到知名的舞蹈老師、音樂製作人、節目或活動的名主持人、歌星、以及此節目的製作總監等，來輪流替換擔任評審的角色，由於「生力軍選拔賽」是希望選出可能出道的新人，所以特別加入三位已經出道的黑澀會來賓，擔任「學姐」的角色，讓已出道的「前輩」來觀看這些即將出道的「新人」。

每位要上台表演的來賓除了跟評審們打招呼之外，亦會主動和「學姊」問好，顯示出在節目中，參與節目的來賓其地位是有著先後順序的，就像在學校生活一般，低年級的學生會尊稱高年級的學生為「學長」和「學姐」，這樣的稱謂不僅是代表著一種禮貌，稱謂還包含有先來後到的意思，在這個節目中，先來參加的來賓擁有較多的經驗，後面新進入的參與來賓自然要秉持著虛心求教的心態，對「學姐」要有禮貌，「學姐」也會給予新人一些建議，不論年齡的大小如何，先參與節目者就是地位比較高的「前輩」。





圖表 1：「才藝淘汰賽／生力軍選拔賽」單元節目畫面<sup>23</sup>

## (二) 「美眉調查局」

結合時下討論的流行話題，以參與節目中的來賓為對象，然後透過街頭觀眾民調的方式，票選出話題討論的結果，訪問觀眾的主題內容通常會配合時下青少年或電視內容流行的熱門話題，譬如在某個時期綜藝節目特別喜愛討論有關明星素顏、化妝前後差最多的藝人等麻辣話題，而「美眉調查局」也曾經製作了類似的單元，訪問一百名路人最想看參與節目的哪位來賓素顏，通常主題內容不一，主要是端看時下青少年流行討論的議題為主，此一單元會與閱聽眾產生高度的互動性，亦是最直接與觀眾接觸的一個單元，發想出觀眾感興趣的話題，並實地走上街頭詢問觀眾對參與節目來賓的想法。

在此單元中，藉由訪問路人的方式，滿足觀眾的好奇心，譬如若以「最想看哪位黑澀會美眉素顏」的主題，節目將會調查路人的意見，彙整出最想看誰素顏的前五名來賓名單，在公佈名單之前，也會讓節目中的來賓和擔任節目裡的助教發表自己的意見，此時，鏡頭就會帶到全體參與節目的來賓，觀眾亦可以在這個時刻猜想哪位來賓在名單之上，以實際訪問路人的舉動，亦間接滿足了電視機前觀眾可能希望看到或想要知道的事情，當觀眾在收看節目並跟著節目內容一起公佈名單的同時，正是與節目內容產生互動的時刻。



<sup>23</sup> 圖片引用來源網站：<http://www.youtube.com/>



圖表 2：「美眉調查局」單元節目畫面<sup>24</sup>

### (三) 「美眉造型大賽」

結合觀眾感興趣的流行時尚議題，或是當紅的電視節目、戲劇，讓節目中的人員用具體行動來展現，譬如結合偶像劇內容，配合偶像劇的主題讓參與節目的人員進行服裝創意活動，並請偶像擔任評審，進行比賽。

在此單元中，有時節目內容會配合歌手發片宣傳時期，抑或是配合當時熱門偶像劇節目的宣傳活動，若以上述兩者而言，節目內容製作走向就會配合歌手專輯的特色或是偶像劇內容，製做出模仿比賽或是偶像劇女主角造型大賽，除此之外，節目製作單位亦會引發新話題的風潮，像是在一集節目中的造型主題即是「全台灣女生學校制服大車拼」，製作單位通常會選擇與學校生活相關的話題與活動，將節目內容與學校生活結合，產生高度的關聯性，讓同樣身為是學生的閱聽眾，能將觀看的節目內容融入自己的生活當中。

<sup>24</sup>圖片引用來源網站：<http://www.youtube.com/>



圖表 3：「美眉造型大賽」單元節目畫面<sup>25</sup>

#### （四）「美眉私生活大突擊」

這個單元攝影鏡頭將由棚內轉向參與節目來賓的日常生活中，在此單元中，會去探訪不同節目來賓的居家生活，也將觀眾的視線帶入節目來賓的私生活處，觀看視野不再只是侷限於攝影棚內，滿足觀眾的好奇心。

節目的一開始，節目主持人會以類似出外景的形式，而參與節目來賓位被告知的情形下，突然地造訪參與節目來賓的住處，藉由此單元，觀眾可以看到參與節目來賓不同於螢光幕前的一面，由於參與節目的來賓大多仍然是學生的身份，因此，在褪去五光十色的螢幕後，其學校真實的日常生活行為，原本是無法得知的，透過此單元內容，便可以讓觀眾了解參與節目來賓的真實生活層面，主持人會環顧來賓的家裡環境，然後針對來賓房間的擺設、整潔、私人物品等，一一翻查詢問來賓。



<sup>25</sup>圖片引用來源網站：<http://www.youtube.com/>

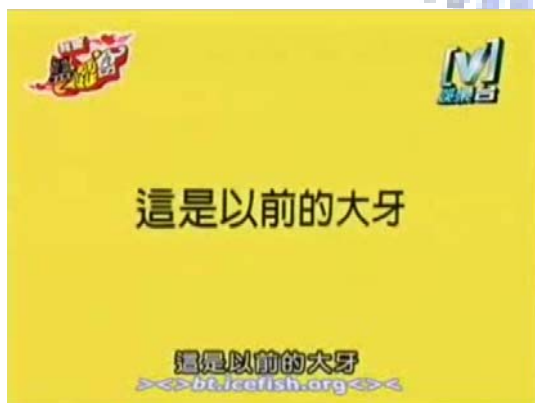


圖表 4：「美眉私生活大突擊」單元節目畫面<sup>26</sup>

### （五）「出道回顧」

此單元內容的呈現是讓已經順利出道成為藝人的來賓，回顧之前最初參與節目時的種種片段，包含經歷過多次的淘汰賽和考驗，才有今日的成果，這是與觀眾緊密接合的一種形式呈現，當觀眾每日的收看節目，日久自然與節目中的來賓培養出共同的情感，出道回顧的單元會讓持續觀看節目的觀眾，產生諸多的迴響與共鳴。

當已順利出道成為藝人的來賓再度回到節目中時，觀看著節目中播放的影片，影片中歷歷在目的內容，一點一滴都是過去辛苦努力的付出，才能換得今日的成果，藉由影片的內容表達出「付出必定會有收穫」的一種意涵，而此時站在節目中擔任助教角色的來賓，正是最好的例子，一方面可以藉此激勵正在參與節目的來賓，隱含著她們在將來也會有成功的那一刻，一方面也溫暖了觀眾的心情，觀眾的心情將會隨著節目內容起伏，讓觀眾認同參與節目來賓的努力及用心。



<sup>26</sup>圖片引用來源網站：<http://www.youtube.com/>





圖表 5：「出道回顧」單元節目畫面<sup>27</sup>

### 三、 節目單元的結構特色

「我愛黑澀會」節目中，每集播出的內容不一：或邀請藝人、SBL 職籃球員來講述各種主題內容，諸如「表演課」、「音樂課」、「體育課」；或舉辦「基本學測」（類似智力測驗的遊戲或競賽）、「真心換絕情」、「美眉大挑戰」、「野蠻遊戲」、「美眉愛演戲」、「美眉趣味競賽」、「美眉調查局」、「美眉偵查庭」、「美眉大告解」；或到室外舉行「爆笑運動會」，甚至會有一些符合時事的「特別企劃」，像是「母親節特別企畫」等。

節目內容並無特定的形式內容，反而是集合各種綜藝節目中可能出現的單元，在節目中輪流播放，節目中以多變化的單元內容，呈現給閱聽眾一種多元化與新鮮感，綜合各種綜藝節目可能出現的單元形式，將之集合作為節目內容的主要核心，在此，節目企圖傳達給閱聽眾一種豐富且多樣的節目風格，當音樂娛樂節目以多種單元內容串連而成，譬如有淘汰比賽、造型模仿大賽、調查局、節日特別企畫、出道回顧…等；在各單元當中因而會存在著各種情緒，諸如緊張刺激、興奮好玩、無奈悲傷、感動喜悅…等。

當閱聽眾透過觀看各類型單元內容的行為，內心亦跟隨著節目內容，產生情緒上的起伏波動，並且在心中產生共振與回響，不同於單一類型的綜藝節目，其對閱聽眾情緒上的影響效果，可能只侷限於單一層面，而綜藝節目大多又以輕鬆的節目內容作為主要的呈現，因此，閱聽眾對於節目內容呈現，較無產生明顯的共鳴或變化，音樂娛樂節目單元的結構特色在於，採取豐富的單元內容，可以讓閱聽眾透過觀看產生各種情緒上的反應，進而讓閱聽眾對節目內容產生認同與喜愛。

<sup>27</sup> 圖片引用來源網站：<http://www.youtube.com/>

此外，「我愛黑澀會」節目內容主要是類似學校上課的性質呈現，以多樣化的單元內容呈現，亦有類似學校課堂模式的意義存在，在學校課程內容的安排上，必須包含能符合德、智、體、群、美，五大核心要素，主要目的就是希望能讓學生均衡的發展，而「我愛黑澀會」節目由於仿造學校上課的形式呈現，因此，在節目單元類型的呈現上，亦是比擬學校以多種元素來展現，讓整體節目更能呈現出學校氛圍。

#### 四、 節目參與來賓特質分析

本研究試圖歸納參與音樂娛樂節目來賓的特質呈現，以三點面向分述如下：

##### (一) 「大膽展現自我」(身材、外貌與才藝)

參與節目的來賓，在年齡上大至介於 14 歲至 20 歲，在七年級的世代中，參與節目的來賓大膽的展現出屬於自我的風格，根據節目的安排，參與節目來賓必須穿上節目所給予規定的服裝(類似學校制服的上衣加短裙造型)，藉由服裝的特色，試圖展現出年輕女生的姣好身材，但是，卻與真實學校制服呈現出反差與對比，學校制服通常給一般人中規中矩的形象，學生一旦穿上制服，其個人的行為舉止亦代表著學校的形象(如同一般人看到綠色的制服即會馬上聯想到台北市第一女子高級中學)，制服不僅代表個人亦是代表學校所享有的聲譽。

而節目內容雖仿造學校上課的形式呈現，同時規定參與節目來賓著裝的打扮，但是，穿上如同學校制服的參與節目來賓，卻更突顯出自我的作風，她們在節目中大膽地展現她們的身材與美貌，呈現出熱情、年輕、活潑有活力的一面，為了節目表演需求，甚至是穿著「制服」表演熱舞、歌唱或其它才藝等，盡可能地表現出自己的專長。

在此情況之下，似乎訴說著雖然她們現在身份只是單純的學生，但是，生活一樣可以很多彩多姿，即使是作為學生的角色，在面臨課業或升學壓力之外，依然可以展現出自我想法與風格，她們想要展現的是，另一種屬於學生身份、但卻不一樣的表現，可以有別於現實生活中，學生因外在現實造成的壓力，而可能漸漸消逝的熱情與活力。

##### (二) 「不怕批評、敢說敢作」

基於上述，參與節目來賓可能強烈地想要表現出屬於她們的獨特風格，在參與節目單元的活動中，不但常常會口無遮攔，亦或是行為舉止表現的不得體，這樣負面的形象，與傳統上節目應有的行徑大不相同，對於她們而言，在節目中是沒有形象可言，為了因應節目單元，她們在節目中不惜扮醜、做鬼臉、做出另類

的表演，雖然視覺上可能會令人感覺不舒服，但也總能使觀眾開懷大笑，為了配合節目的效果，參與節目來賓的行為與缺點總是會被觀眾放大來看，但是，她們卻能自嘲自身的缺點，作為節目的另類話題，譬如：黑澀會美眉「MeiMei」<sup>28</sup>的體重問題常常成為討論的焦點；「丫頭」<sup>29</sup>的娃娃音特色，也是常被主持人拿來開玩笑的話題之一。

有時，在節目單元活動的進行時，參與來賓與主持人的對話應答上，常常都會讓電視機前的觀眾感到很可笑與無知，對此，參與節目的來賓也曾遭受到網友或是觀眾的撻伐，但當觀眾或網友表達出不滿的意見時，她們總是也能給予回應，並會在節目上表達出將會接受來自各方面的批評與意見，表現出敢作且不怕批評的勇氣。

當然，這樣的行為表現，觀眾是持著正反都有的評價，但是，當觀眾以一種不屑、瞧不起、或覺得太離譜的想法出現時，也就是參與節目的來賓已將一般人眼中的缺點轉變為個人的賣點，可能亦是造成吸引更多觀眾目光，也讓觀眾又愛又恨的原因之一。

### (三) 「呈現給觀眾正面的訊息」

透過節目中單元—「才藝淘汰賽」或「生力軍選拔賽」的呈現，參與節目的來賓試圖表現出積極的學習與求知慾望，這樣的節目單元，通常是當參與節目的來賓表演完才藝後，會請專業的評審講評，讓參與節目來賓知道她們表演的優缺點為何，更由於節目是不斷地在進行「才藝比賽」，讓參與的來賓每個人都必須繼續的學習其它的才藝，以增進自己的專長。

評審通常會提出自己個人對參與來賓表演的意見與看法，讚賞與以往相比其進步之處，並期許未來可以精進的地方，當評審在講評時，參與來賓們往往都會全神貫注，仔細聆聽，當自我的表現受到讚揚與肯定時，參與的來賓會表現出喜極而泣的行為，透過情感的流露，似乎表達出她們辛苦的努力得到了專業評審的認可，並且勉勵自己日後表現能越來越突破自我，在在都欲傳達出正面訊息給電視機前的觀眾，其意涵表示參與節目的來賓，在節目中也是不斷地努力學習；面對每次表演可能產生的挑戰；並接受失敗時可能遭受到的抨擊與批評等意見。

---

<sup>28</sup> 「MeiMei」：本名郭婕祈，原名郭潔琪，後改名郭婕祈，藝名 MeiMei。喬治商職電影電視科畢業，因為參加節目《我愛黑澀會》出名，在我愛黑澀會中因表現亮眼，被選中為第一批正式出道的九位黑澀會美眉成員之一。

<sup>29</sup> 「丫頭」：原名詹雅文，藝名丫頭。畢業於台北市私立中興高中，因在我愛黑澀會中因表現亮眼，被選中為第一批正式出道的九位黑澀會美眉成員之一，目前仍活躍於台灣電視圈。最大的特色就是講話有十分明顯的娃娃音。

## 第二節 五種單元類型中的共同呈現

上述已將欲分析的五種節目單元類型做詳細的內容介紹，經由節目畫面片段的擷取，可以得知每個單元的主要內容與特色以及欲表現出的意義，在五種單元類型當中，可歸納以下三點來說明每個單元的內容中所展現出的符號具與符號義為何，而節目中所呈現的符號意涵又如何與閱聽人構連產生意義，分別說明如下：（1）場景結構、（2）參與來賓行為分析與稱謂使用、（3）節目中口號的使用。

### 一、 場景佈置

音樂娛樂節目是隸屬於綜藝節目的類型，錄影場景主要是以攝影棚為主，不同於廣告或連續劇，可能出現多種類型的背景元素，其場景呈現的元素是固定且鮮少變更的，在五種類型單元中，場景佈置均採用粉紅色系為主，其中，重要的元素呈現即是擁有專門給參與節目來賓的坐位，此坐位編排的方式如同學校中的課堂教室一般，也類似於電影院坐位的排列方式，採取由低向高漸層的排列形式。

「坐位的排列方式」是符號具，其象徵意亦代表著一種作為學生身份、守秩序（一人一位）、整齊劃一、聽從老師的話等符號義，在節目中參與節目中的來賓如同扮演一位學生的角色，配合節目內容類似學校上課的情形呈現，攝影棚內的整體環境也可視為是一種符號具，符號義則是象徵著學校教室、在這必須受到管教、一種規訓等意涵，因此，參與節目者既是來賓的角色，在深層象徵意義上亦是「學生」的角色。



圖表 6：「我愛黑澀會」節目場景畫面<sup>30</sup>

<sup>30</sup>圖片引用來源網站：<http://www.youtube.com/>

## 二、 參與來賓行為分析與稱謂使用

每個參與節目的來賓在節目中都會擁有屬於自己的坐位，在節目進行中若當主持人提出問題詢問參與的來賓時，想回答的來賓必須先舉手後，等待主持人點到自己時才可發表自己的意見，發言完畢後鏡頭會給予來賓特寫，並在字幕上標明來賓的名稱、年齡、身高與體重等個人資料，此外，在節目中，參與節目來賓必須穿著規定的服裝，規定穿著的服裝被稱之為「制服」，每位來賓都擁有一套自己的「制服」，在胸前會掛有個人專屬的「名牌」，名牌上標示著來賓名稱與年齡。

在此，節目中出現的「坐位」、「制服」與「名牌」就是符號具，也就是實體物，而「舉手發言」、「穿著制服」的行為也是一種符號具，當「坐位」加上「舉手發言」與「掛上名牌」加上「穿著制服」所象徵的意義，則是代表著正在上課的學生、乖巧聽話、服從上課規矩（坐在自己的位置、舉手後發言）、遵守團體秩序（穿著共同的服裝）、有屬於自己的身份學號（名牌）等符號義，是屬於抽象的意義。



圖表 7：「我愛黑澀會」節目內容畫面<sup>31</sup>

<sup>31</sup>圖片引用來源網站：<http://www.youtube.com/>

而節目中的主持人被稱為「老師」，參與節目的來賓則被稱為「學生」，當有新進參與節目的來賓時，主持人便會向全班給予介紹，新來賓在節目中則被稱為「新生」，在節目中，「老師」與「學生」的稱謂都是屬於符號具，其意涵是象徵著要有禮貌、尊師重道、並且虛心求教的符號義，節目中有與主持人相互搭擋的助理主持人，節目中的稱謂為「助教」，「新生」與「助教」這兩種符號具，其深層的意涵就象徵著代表著課堂上老師的助理、前輩或學長姐的身份、先來後到的順序等符號義。有「新生」必定會有「舊生」，舊生當中會產生一位發號施令者，發號施令者在節目中的稱謂為「班長」，而在節目開始前，擔任「班長」角色的來賓，就必須帶領著「全班」成員，向老師與助教實行應有的禮儀。



圖表 8：「我愛黑澀會」節目內容畫面

### 三、節目中口號的使用

節目一開始，擔任「班長」角色的來賓會大聲呼喊「同學們上課啦」、「歡迎我們的老師黑人、助教某某」（擔任助教的人員會不定時的更換），待節目主持人與助理出現後，主持人就會大聲喊著「我愛黑澀會上課啦」、「同學們請坐」的口號。





圖表 9：「我愛黑澀會」節目內容畫面<sup>32</sup>

節目中所使用的口號，是透過一位參與的來賓呈現，在所有參與的來賓之中，鏡頭會特寫擔任班長職位，並且專門呼喊口號的這位來賓，這是一個符號具，其意涵在於暗示一個班上的代言人，發號施令者就是班長，即使擔任班長職位的來賓跟其他參與的來賓，在服裝上並沒有什麼不同，但是，當所有參與節目的來賓都安靜寧聽擔任班長職位的那位來賓的發言，鏡頭先特寫呼喊口號的來賓，再慢慢將鏡頭拉遠拍攝全部參與的來賓，其符號義傳達出這是一個有秩序、每個人都具備禮貌並且能夠虛心求教的環境，亦是節目中所欲傳達出的意涵。

上述的五種節目單元中，所呈現出的符號具與符號意涵，都與學校的生活情形有極高的關聯性，攝影棚內就如同課堂教室一般，而參與節目的來賓不論是在現實生活中的身份，亦或是節目中所扮演的角色，均是學生的身份，節目中所使用的服裝、道具、節目主持人與參與來賓的稱謂等，反映了真實生活中學校生活的情況。本研究希望了解節目內容為何如此呈現，其所具有的意義為何，除了文本分析之外，也對音樂娛樂節目觀看者進行深度訪談，本研究將在第五、六、七章節分別分析訪談的結果，並配合文本分析的內容，探討閱聽人如何解讀節目訊息。

### 第三節 節目中人員互動現象分析

#### 一、 融洽與良好的氣氛(師生關係)

不論是哪一種單元類型的呈現，在節目一開始進行時，主持人與參與節目的來賓都會表達出良好的互動情形，所謂的良好互動，指的是雙方（主持人與參與節目來賓）對彼此的稱謂與談話的互動情形。首先，節目的一開始，主持人便會與參與節目來賓相互彼此問候與打招呼，此種情況下，試圖表現出參與來賓不但

<sup>32</sup>圖片引用來源網站：<http://www.youtube.com/>

具有禮貌，並且與主持人維持著一股和諧的氣氛，透過稱謂（老師與學生）的使用，似乎呈現出師生間的一種融洽關係。

節目進行的過程中，主持人會與參與來賓討論話題、形成高度的互動，而不論是參與節目來賓內心的個人情感或是想法，都可以放心的告訴主持人，與之分享、交換想法，不用擔心或害怕自己的想法被否定或是遭受到嘲笑，主持人在接收參與節目來賓所告知的訊息時，往往都會以輕鬆詼諧的方式，來回應參與節目來賓的問題，不論是無厘頭想法、個人意見或人際關係等話題，或是將自身經歷過的體驗與她們分享，使氣氛通常都維持在歡樂愉快的狀態之下。

這與現實生活中師生之間的關係，似乎在某種層面上形成了反差與對比，在真實生活中師生的關係似乎保持著一定的距離，畢竟老師的責任是必須管教與督導學生的課業與行為，因此，學生對老師會有某種程度上的戒心，亦很難將內心真正的情感告知老師並一同分享感受，一方面學生會認為老師與自己年齡之間的差距，對於他們的想法較不能感同身受；另一方面也可能由於深怕自己的想法會遭受到否定或換來責罵等，因此，節目中是圖呈現出融洽與良好的師生關係，讓電視機前的觀眾，在收看時所能察覺到的將是另一種層面的感受。

## 二、 話題以青少年興趣、個人情感、人際關係問題為主

節目中的各個單元內容大多圍繞在青少年的興趣與人際相處、溝通的話題上，每個單元內容的出發點都是以青少年為主體，討論她們現今時下的想法、行為、打扮風格、追求的流行事物等等，除了發掘參與節目來賓的興趣與喜好外，在部分單元內容中，亦將同儕間關心的個人情感或是人際相處的問題，作為討論話題的焦點，依據某單元內容的主題，主持人會讓參與節目的來賓各自發言，每個人都可以表達出自己的想法，討論的主題會不定時的更換，譬如：「你覺得誰最愛耍大牌？」、「誰的個性最難相處？」等有關人際關係的話題，透過節目單元的安排，有時是採取匿名的方式，有時讓路人票選等形式進行。

這樣的單元內容，將青少年重視的同儕關係拿出來討論，涉及到個人情感的部份往往是扣人心弦的、且引人關注的，尤其當某個參與來賓被大家責難，或是訴說著自己的苦衷與難過之處，其他參與節目者亦會給予安慰的意見或寬大的原諒，在此，主持人往往會扮演一個公平公正的角色，不會偏袒於某一方，但是對於兩方都會提出並給予正面的鼓勵與意見，最終大家（參與節目的來賓）將呈現出一種彼此真誠對待，並且沒有互相勾心鬥角的完美結局，電視機前的觀眾看了或許會感到質疑，但是，若在現實生活中遇到類似的情況時，心理的某種層面上，亦會期待這樣完美的情形能出現在真實生活中。



## 第五章 音樂娛樂節目閱聽人收視原因與動機

本研究將分別在第五、第六章分別說明深度訪談資料分析的結果。第五章先探討閱聽人收視音樂娛樂節目的原因與動機，瞭解閱聽人為何而看、為何而喜愛的觀看心態；第六章中則進一步說明可能影響閱聽人解讀的因素，分別探討閱聽人解讀與情境脈絡之關聯，在此將分為兩部分談論：第一部份先分析閱聽人經驗性與社會位置所造成的解讀差異；第二部份分析觀視情境的影響，分析的重點在於瞭解閱聽人對文本的多義解讀的來源與因素，將討論觸角延伸到閱聽人的日常生活實踐中；最後，則綜合第一、二部份之分析，深入探討閱聽人觀看音樂娛樂節目所獲得的意義與愉悅為何，在此章節中將整理出四種面向加以分別作說明。

### 第一節 閱聽人為何而看

閱聽人的收視選擇和他的動機及態度有關。Ferguson 及 Perse (1993) 曾指出，閱聽人收視行為的選擇動機有兩種意涵：分別是「有意圖的閱聽人」及「習慣性收視的閱聽人」。「有意圖的閱聽人」亦即有目的，有選擇地暴露在某種媒介內容之下，動機多半是尋求資訊娛樂或刺激，這種收視行為閱聽人通常會表現的比較主動，閱聽人比較有知覺，而且比較有計劃地收視；「習慣性收視的閱聽人」則將收看电视當成一種打發時間的行為，是一種自然而然的生活習慣，閱聽人相對之下較不主動，也不太選擇節目，閱聽人通常將電視單純的視為一種媒介，而無視其節目內容，由於儀式性的收視較不選擇節目，所以其暴露的節目類型會比「有意圖的閱聽人」較為多種。

饒淑梅(1994)研究國中學生的收視動機，經過因素分析的瞭解，可分為「了解社會事務」、「增進人際溝通」、「尋找娛樂」等三個主要因素。劉幼琍與林美惠(1997)對台灣地區原住民的收視動機研究中，指出「尋求快樂」、「排遣時間」、「獲取新知」為主要因素。本研究根據十八位受訪者的意見綜合整理，將受訪者觀看音樂娛樂節目的動機，歸類於兩種意涵之下一「有意圖的閱聽人」及「習慣性收視的閱聽人」分別作討論，其中，又以「與自我相似性」與「社交功用」兩項因素，來說明「有意圖的閱聽人」；而以「消遣娛樂」與「個人偏好」兩項因素，則是解釋於「習慣性收視的閱聽人」。

#### 一、「有意圖的閱聽人」之「與自我相似性」

電視就像是一扇窗口，引領觀眾對周遭生活世界的人事物有更多的認識與了解，由於音樂娛樂節目中，除了節目內容所呈現的方式與以往不盡相同之外，音樂娛樂節目中參與節目的人物是以青少年為主，對於此點，部分受訪者認為這是

一個能提高他們收看節目的吸引力之一。像受訪者 3 號表示：

「第一次看到這節目的時候，就覺得很特別，他不是找藝人去上節目，而是找一些年輕人去參加這個節目，看這個節目是想一探究竟吧，看到跟自己一樣都是學生的人參加，就還蠻讓我想看的。」（受訪者 3，女，17 歲，首播時收看）

如同李美枝（1993）指出，志同道合的人常常能成為好朋友，因為人與人交往時會看彼此的態度或價值觀是否類似。雖然觀看音樂娛樂節目的閱聽人並非真正認識參與節目中的人物，但是，音樂娛樂節目中的人物，不僅在年齡層面上與受訪者相仿，其參與者所擁有或表現出來的想法及態度，也與部分受訪者的感受有著相重疊的層面。

而受訪者 7 也認為，不同於以往的綜藝節目，他表示，看到參與節目來賓的年齡與身份，讓他覺得或許生活周遭的朋友與同學可能也有參加節目的機會。

「不是三台普通那種綜藝節目，純粹是請藝人來模仿或比賽等，或是玩一些活動，不是光請藝人上節目就很不一樣啊，這會讓我想看，有點像是你周遭的人或是跟你可能差不多年齡的人去上這個節目，有一些新的 idea 我覺得很不一樣。」（受訪者 7，女，17 歲，一年又九個月）

如同偶像一般，青少年對於喜愛的偶像，除了會認同他的偶像特質之外，例如歌聲、才華、外表等，對歌手對事物的看法，或是處事的態度，可能也會產生愛屋及烏的心理，參與音樂娛樂節目中的人員，雖然並非是偶像的身分，但更是以真實身分的方式來參與節目中活動的進行，在同樣與觀看者均為在學學生的身份之下，更能引起閱聽眾的共鳴，如同受訪者 14 號表示，在觀看參與節目中人員的表演時，對她們所述說的表演內容或是其背後的辛苦皆表持贊成及認可的想法，並覺得深有同感。

「其實我覺得她們參加的人都還蠻用心的耶，可能不是我們想的那麼簡單吧，我和我朋友每次看完都會有很深的感觸。」（受訪者 14，男，19 歲，首播時收看）

## 二、「有意圖的閱聽人」之「社交功用」

Lull（1990）認為看電視成了一種人們用來當作有效經驗知識相互溝通的方式，例如，對於一個受忽略的兒童而言，其使用電視即為了透過對電視內容的瞭解而進入成人的對話。Moore（1993）對此也有相同的見解，他指出家庭主婦與家庭好友、或街訪鄰居，若定時聚在一起閒聊連續劇，可以拓展社交網路，建立

友誼和尋求認同。

「上課已經很無聊了，功課壓力又大，總不能每次聊天都是在聊功課的事情啊，不可能的，所以我們朋友間就會閒聊看了什麼電視啊，有什麼好玩的或爆笑的，大家會一起閒聊，尤其是當新節目出來時，大家一定是先聊新節目的啊，若你不知道或是還沒看過，自然而然就插不上話了吧，聽別人講又聽不太懂啊，就會想要去看啊，免得別人會覺得你很遜。」（受訪者 8，男，15 歲，約一年）

「跟別人聊天的時候就可以聊這個話題啊，也會比較有趣，我好奇心比較重啊，只要一有新的節目我就會去看看，看節目是在播什麼，然後隔天可以跟我朋友們講，有時她們還不知道有新的節目，或是不知道有哪些是新人進來等等，我就可以跟她們說，她們就會說我是電視節目的萬事通，其他人若是有興趣的也會來問我啊，我就可以跟她們一起討論了。」（受訪者 16，女，17 歲，首播時收看）

由此可知，電視是傳播的促進者，電視內容可以影響談話的模式，提供人際間溝通所需要的素材，部分受訪者認為，觀看音樂娛樂節目的動機，並非是因為觀看者本身對節目的喜好或是好奇心的驅使下去行動，對部分受訪者而言，具有工具性的社交功能，反而是觀看該節目的主要動機，受訪者希望藉由觀看音樂娛樂節目，可以增進人際溝通，節目內容可以亦可提供豐富的談論題材。

部分受訪者認為，觀看音樂娛樂節目時，藉由談論節目內容可以增進人際間的溝通，不同於此，也有受訪者認為，透過與朋友談論音樂娛樂節目的內容，可以藉由彼此間具有相同興趣，而化解在以往彼此之間可能產生過的尷尬與不悅，如受訪者 2 則認為：

「我是為了要和我一個朋友閒聊才看的，恩之前我跟班上一個同學有點嘔氣，然後冷戰了一陣子，本來兩人講話都很奇怪又尷尬，後來講一會後突然跟她閒聊到節目中好笑的事，然後不知怎麼的突然就聊的很起勁，變的跟以前一樣，也一起笑很開心，本來跟她很尷尬的，沒想到後來就因為聊相同的話題聊得很開就和好了，很奇妙吧，我也沒想到會這樣，可能聊一些輕鬆有趣的電視話題，會讓兩人之間的氣氛變的比較好吧。」（受訪者 2，女，16 歲，約一年）

由上述訪談資料，可以得知如同 Hobson（1990）對女性銷售員的的職場生活研究中發現，她們在休息的時間內，常常談論電視節目，為了不落單，甚至還會刻意地去看電視。電視節目中的劇情、角色、主題…等都能豐富人際間的對話，例如，青少年會以利用對電視節目故事及角色的認識，作為解釋她們所討論譯題的參照。

此外，電視對環境氣氛的改善也大有助益，例如電視可以立刻引起話題的討論，當有不愉快的對話發生時，可以藉由電視節目的討論話題，將大家的注意力集中在電視節目話題的討論上，如受訪者 2 號表示，本來與朋友兩人間尷尬的氣氛，藉由彼此間談論相同的話題，以轉變彼此間的詭異氣氛，因此，閱聽人有時為了維持彼此間的友誼，或增進談話的題材，將會有目的性的使用媒介。

### 三、「習慣性收視的閱聽人」之「消遣娛樂」

當然，使用媒體的目的也可能是純粹為了從日常生活中的壓力、不安與煩躁中逃脫出來，電視具備影音效果，不論是劇情緊湊的連續劇或是另讓人博君一笑的綜藝節目，都能讓觀眾感到情緒的放鬆，暫時紓緩自己疲憊的身心，觀眾會從每日的例行生活中逃離出來，轉換到具有娛樂性質的電視節目，部分受訪者表示，藉由觀看音樂娛樂節目，可以讓自己打發時間，沉浸在歡笑之中，暫時將自身抽離現實的生活環境當中。

「就是打發時間吧，我最喜歡看綜藝節目類的電視了，因為很輕鬆又不需要很專心的收看，當初也是因為覺得這個節目好像很有趣，反正我十一點也沒事，剛好可以休息，邊看電視邊作其他的事，久了就成了我固定看的電視節目了。」（受訪者 10，男，19 歲，約一年）

在此部分受訪者均認為，音樂娛樂節目內容可以提供作為一種消遣娛樂的活動，受訪者本身並無特別的目的，主動去選擇媒介，而是單純的儀式性使用，藉由觀看音樂娛樂節目可以獲得暫時的休憩，達到放鬆身心的效果，有時藉著觀看音樂娛樂節目，作為例行生活事務的分水嶺。

如同受訪者 17 指出，藉由收看音樂娛樂節目，當作是每日生活行事的分水嶺，將收看行為等同於其它日常生活中該辦事項，對於受訪者而言，形成了一種註記符號。

「想要看動機喔，就通常是當作休息，我會把它當成是一個分界點，因為平常八九點的時段，有時我還有晚上的課，一回來我不會馬上去整理東西或是洗澡之類的，我會邊看電視邊吃宵夜，因為已經累一整天了啊，有時想到晚上有我會想看的電視節目，心情就會變的比較好，比較不會那麼煩躁，特別累的時候會覺得時間過得特別快，每次播完我就知道我該去洗澡了」（受訪者 17，女，16 歲，約兩年）

而受訪者 4 亦有持有類似的看法：

「通常沒有想那麼多耶，就是無聊去看的，會與朋友聊昨晚節目播的內容，有時很忙或沒時間的話，就不會去看了，就跟其他節目一樣，

當作是我自己在休息娛樂的節目表一樣，然後中間我會安排作一些該做的事情，像是報告，報告做完時間差不多就是下一個我想看的節目要演的時間。」（受訪者 4，女，20 歲，約一年半）

這樣的結果如同 Lull 聲稱電視為「時間活動的標點」（Punctuation of time and activity）之意涵。蕭育純（1998）認為閱聽人會將電視作為一種規則性的使用，指出電視的定時播映可作為一種對時的工具，如同一個行為調節器，可以提醒閱聽人用餐時間、就寢時間、家事時間、寫作業時間等。

#### 四、「習慣性收視的閱聽人」之「個人偏好」

閱聽人在選擇媒介時，即使收視動機是出自習慣性使然，閱聽人本身的人個特質偏好亦是影響收視動機的原因之一，部分受訪者意見表示，他們觀看音樂娛樂節目並無任何明顯的動機，通常是根據自己本身對電視節目內容的偏好來決定要不要觀看此節目。

「因為我喜歡看綜藝節目類的東西，不管是誰主持的或是哪一台，只要是這種類型的我就喜歡看，我不喜歡看連續劇，總覺得很拖泥帶水，對啊，因為他算是綜藝節目的一種吧，我本身也喜歡看音樂台，節目內容也比較多樣化嘛。」（受訪者 5，男，23 歲，七、八個月）

「自己喜歡看吧，不是一定是要看誰，就是喜歡看這種類型的電視，很輕鬆啊又好笑，也不需要花費什麼精神去看，而且內容也很多種啊，還有一個好處就是，你今天沒看明天也能看，不會覺得斷掉或是少了某些精彩的部分，又不像連續劇一樣，雖然現在的連續劇也不會說今天沒看就看不懂啦，但是就是不喜歡那種非得要一直看才會有結果的感覺，最多她們比賽就分成上下集啊，啊明天在看就知道結果啦，不會給你拖太久啦。」（受訪者 18，女，21 歲，七個月）

台北市少年輔導會與富邦文教基金會在 2002 年針對台北市國一至高一的 1250 位學生，進行「少年 TV 大公開」的問卷調查的研究中發現，台灣收視者所收看的節目當中，綜藝娛樂類節目的青少年收視比率為 27.9%，遠高於戲劇類和新聞類的節目，顯示在目前電視媒體所提供的三大主流節目類型當中，青少年是綜藝娛樂類節目的主要收視族群之一（轉引自廖若渝，2000）。

由於音樂娛樂節目屬於綜藝節目的類型之一，綜藝節目多屬於拼盤式的主題綜藝單元，沒有連續劇般緊湊的劇情，不會造成一間斷就無法將劇情連貫的困擾，或是錯失精彩鏡頭的窘境，音樂娛樂節目又以多種單元類型的播出方式，閱聽人表示自己對於此種類型節目的喜愛，將產生觀看的動機。

## 第二節 閱聽人為什麼而看

先前本研究已將閱聽人觀看音樂娛樂節目的動機分為有意圖性收視及習慣性收視兩種類型分別作討論，發現有意圖收視動機的閱聽人，會由於自身覺得與參與節目中的人物具有某種層面上的相似性，例如年齡及身分，或是可以作為一種社交功用，像是能提高話題談論的豐富性，而產生主動觀看音樂娛樂節目的行為；反之，習慣性收視的閱聽人，動機較為單純，純粹藉由電視作為消遣娛樂或是出自於自身觀看電視節目種類的喜好為主要因素。

由於本研究所選取的對象，其觀看時間均長達半年以上，有些受訪者甚至是首播就定時收看的忠實觀眾，因此，在這節當中本研究將進一步的探討閱聽人持續觀看的原因及目的，音樂娛樂節目如何能夠持續地吸引觀眾的收看，以便深入瞭解閱聽人在持續收看的過程中，其對於音樂娛樂節目的意義理解過程及看法為何。

Lull (1990) 對於家庭生活及電視的使用提供了一個新的視野及觀點，Lull (1990) 認為閱聽人將電視的使用和生活型式的安排結合，可以分為四個主要的部分：(1) 促進溝通：人們可借助電視來說明經驗、也可利用觀看電視之經驗作為溝通的共同基礎；(2) 親密與逃避的媒介：電視既可已成為維繫人際關係的工具，也可以作為暫時終止關係的藉口；(3) 提供社會學習：電視被廣泛的視為一個學習的資源，電視提供的資訊甚至可以取代學校；(4) 能力或支配的強化：人們由電視所獲得的學習，可進一步增強自己的角色或強化自己的認識，進而穩固其權威，或藉此而發揮守門的功能。

本研究根據 Lull (1990) 的電視使用的原因，將受訪者持續觀看音樂娛樂節目的原因和目的區分為：「與生活貼切能製造話題」、「抒發經驗與感受」、「收視的再循環」、「喜愛節目中的角色」等幾項，分別加以說明。

### 一、「與生活貼切能製造話題」

電視的使用是為了方便溝通，Lull (1990) 指出，電視中的角色、故事及主題是被閱聽人所利用，在與他人溝通時，能夠做為彼此理解的參照經驗。人們通常會利用電視節目和劇中人物、角色來製造彼此的共通點，以便清楚明白正在討論的話題。

如同受訪者 7 就提及：「除了覺得很好看之外，其實有時候我們也會覺得裡面的人有某部分跟我們蠻像的，像是一些想法啊個性啊，或是一些行為其實是跟我們很像的。」(受訪者 7，女，17 歲，一年又九個月) 受訪者表示，與他人聊天時，若與節目內容產生相似的共通點時，會讓話題的討論性更為豐富，部分受

訪者亦提出，此話題若與家人分享，可能會因彼此間想法的不同，而覺得不太恰當。

因此，音樂娛樂節目中呈現多樣化的單元，其豐富的節目內容亦是閱聽人作為閒聊的話題之一。更有受訪者更直接表明看電視的重要性，如受訪者 6 提出：

「因為我覺得看電視很重要耶，因為大家最常聊電視的內容，昨天換換愛（按：偶像劇名稱）播到哪啦，哪個韓劇要開始演啦，幾點要播啦等等，我想只要是跟我們比較有關係的節目我們都會很有興趣吧，可能是比較生活化吧，或是比較真實，所以可以聊到很多很多話也不會覺得沒意義。」（受訪者 6，女，16 歲，約兩年）

閱聽人會依其不同的目的而使用電視，也會經常利用電視訊息，以製造和一同收視的他人、或未曾收視的他人擁有共同談話的主題，電視內容變得有助於談話及互動的產生，由其若當節目的內容與閱聽人的生活環境具有高度相關連性時，自然可以營造出更多感興趣的話題，增添話題的豐富度，由訪談內容可以得知，受訪者認為音樂娛樂節目中的各個單元中的內容可能就是閱聽人在日常生活中的現實寫照，與日常生活貼切的節目內容，自然而然形成彼此間對話的開端，成為閱聽人日常對話材料之一。

如同受訪者 15 與 13 都認為，音樂娛樂節目中的單元內容，呈現出生活化且真實的一面：

「我最喜歡看其中的調查局單元，我覺得很真實啊，就會一直想看，有些時候的內容也是我們在生活中又愛又怕的部份，想說她們怎麼敢播啊，那個單元就是素顏大調查啊，我和我朋友們都很喜歡看，這節目好看就是在這吧，說出了現實生活中我們女生最害怕的心聲，不過她們也真有勇氣，有時她們很無奈的表情，我們看了也能夠體會。」（受訪者 15，女，24 歲，首播時收看）

「節目裡的內容都很生活化啊，好玩所以就還蠻持續在看的，譬如女生卸妝後的差異，這其實是我們平常很想知道的，像這種內容今年就開始很流行啊，就是要讓我們看到生活化的一面啊…還有像其它單元有播什麼類似朋友之間的心結啊，這我也看的很多了，因為就跟我女朋友和她朋友之間的事是一樣的，就很符合現實生活中的情形。」（受訪者 13，男，22 歲，約一年半）

## 二、「抒發經驗與感受」

Morley (1980) 指出，閱聽人在收看電視時，會將先前已經得自於其他生活

領域的再現經驗與觀點，帶入觀看的過程，並且在無意識的情況下，篩選與比較各種經驗，以選擇適當的觀點來接收文本。

「我會覺得我跟她們很像，其實有些事就很像我周遭的一些朋友會發生的一樣，通常我看完後隔天去學校都會找我朋友討論，問她你是不是也會這樣，交換一下昨天看了我們的感受，或是跟她說，其實我也有這種想法，可以拉近朋友間的距離耶，因為聊到共同的事物，會更了解對方，我會跟她說我的想法，她也能了解，覺得彼此的關心更接近了，友情又更好了。」（受訪者 1，女，17 歲，一年）

閱聽人並非是被文本所設定的閱聽主體，閱聽人擁有屬於自己的符碼庫，有過往的經驗，同時也是受到周為其他領域的社會內容所影響的詮釋主體（馮建三譯，1995）。像是受訪者 11 則會在接收音樂娛樂節目內容的過程時，將節目內容與自身在現實生活中曾有過的體驗與之連結，此時，受訪者即是對文本採取主動的選擇，並對此文本作出意義的解讀。

「很常看耶，常常有些時候看了我還蠻感慨的，我之前也是有被朋友誤會過，所以看到電視的時候，就特別心有戚戚焉，總覺得她講的情形跟我的好像喔，會想看說那之後變成怎麼樣，怎麼解決的，就我能體會她那樣的感覺啦，看完也知道喔原來這樣會讓別人誤會，所以通常我都會看的特別投入，很像是自己的事情一樣。」（受訪者 11，女，22 歲，六個月）

「看完之後可以讓我心情變好啊，除了好看之外，可能有些事情是我現在沒有辦法去做的，像是唱唱歌或練舞，因為沒有多餘的時間，有時家人也不准，當心裡覺得很嘔的時候去看電視後心情就會變的比較好，因為電視裡的人正在做我喜歡做的事情啊，做我想做的事情，我自己沒有辦法做就只好看看電視解悶囉。」（受訪者 20，女，16 歲，首播時收看）

音樂娛樂節目內容與真實生活中緊密接合，音樂娛樂節目的內容，可以讓閱聽人抒發自我在現實生活中所遇到的挫折、壓力、煩悶或不安等不悅的心情，不論是與他人分享自我的感受或是一吐心中的煩悶，閱聽人都可藉由觀看音樂娛樂節目來得到滿足以及排除外在壓力，亦是促使閱聽人持續收視的原因之一。

### 三、「收視的再循環」

Lull 曾引用 Lyle (1972) 的說法，認為電視早被廣泛的是為是一個學習的資源，Lull 亦提出，電子媒介不但是提供資訊的重要來源，早期的對肥皂劇的研究證明了，這些通俗劇提供了閱聽人在日常生活中行事的建議。雖然受訪者是基於



多種因素才持續地收看音樂娛樂節目，但是，有部分受訪者表示，持續地收看音樂娛樂節目是基於多種因素之下的，譬如節目內容好看、感到新鮮好奇、亦或是喜愛主持人的主持風格等，閱聽人的收視行為其實就是一個不斷循環的過程，亦可稱之為文化活動，也是人類的生活，因此，本研就將此類閱聽人的持續收視原因歸因於收視的再循環。

「一直看的原因說不出個所以然耶，我覺得內容很有趣，然後黑人（按：節目主持人）有時也蠻好笑的，整體節目的感覺也都不錯，比較沒有讓我覺得不滿意的地方吧，大致上都還可以，就覺得 OK 這個節目以後還可以繼續看下去吧。」（受訪者 9，男，19 歲，首播時收看）

「我會在將該做的事情，幾乎都在十一點前做完，像是洗澡或是洗衣服等瑣事，很固定一般啊，就算這節目沒有劇情的連貫性，但是少看一天就覺得怪怪的，好像什麼事情該做卻沒做，或是忘了做什麼事的感覺，總之看過之後就覺得還是要每天看會比較好。」（受訪者 17，女，16 歲，約兩年）

收視的再循環可能由於諸多原因造成環環相扣，由訪談內容可以得知，即使受訪者有時覺得節目無聊或是浪費時間，但是依然會持續的收看音樂娛樂節目，閱聽人對音樂娛樂節目產生上癮，並會增強持續收視的動力，如同受訪者 2 提到，會自然而然的轉到該台，並開始收看；受訪者 4 亦認為即使出現浪費時間的想法，轉到該台的行為還是會產生。

「有時候會覺得好像沒必要看，其實在那個時間我可以做其他的事情，或是明天早起今天可以早睡一點，但是不知道為什麼，我就還是很自然的將電視轉到那台，坐在床上等開始，就算今天的內容沒什麼或是有點累了，我還是會想看還是會去做吧。」（受訪者 2，女，16 歲，約一年）

「可能會有點浪費時間吧，畢竟沒那麼閒，有時會覺得無聊沒意義，但是我還是會去看，不知道很自然的去轉台。」（受訪者 4，女，20 歲，約一年半）

特別的是，研究中得知女性收視的再循環會相較於男性明顯，主要原因可能是歸咎於女性觀眾喜愛收視連續劇與綜藝節目較男性觀眾來的多，連續劇看了一集之後，由於劇情的連貫性就會想在看下一集，雖然音樂娛樂節目並非連續劇般，每天會有後續的情節發生，但是音樂娛樂節目有時一集的製作過程，會將此集的單元內容分成上下兩集，讓觀眾產生期待的感覺，亦對明日節目中將呈現出怎樣的精彩結果產生期待的心理。

如同受訪者 18 提到，她會期待每天音樂娛樂節目的內容，是否會令她感興趣的內容：

「本來不會天天想看，不知道從什麼時候開始就固定每天都會看了，如果今天的內容比較有趣，就會讓我更期待明天要播什麼單元，那如果今天的普普或是有點小無聊，我就會想說可能明天會比較好看一點吧，明天就還是會看。」（受訪者 18，女，21 歲，七個月）

#### 四、「喜愛節目中的角色」

部分受訪者表示，節目中角色是影響他們持續觀看音樂娛樂節目的重要因素，Cohen（1999）的研究中得知，明星地位與明星的個人魅力是影響青少年對電視角色解讀的重要因素。雖然音樂娛樂節目中的參與來賓，並非全都屬於明星身份，但是，其個人特質亦會影響閱聽人的解讀。

「我一直看是因為喜歡她們的作風，我覺得很自然啊不做作啊，很多事情她們都敢去嘗試耶，她們又不是笨蛋，也會知道這樣做可能帶來的後果就是被觀眾狂罵吧，可是為了節目效果她們還是照做，我覺得還蠻有勇氣的啦，有些女生一定不敢。」（受訪者 12，男，20 歲，五、六個月）

音樂娛樂節目中的參與人物並非以明星的角色呈現，但是，本研究認為參與音樂娛樂節目的人物所展現出來的特質，亦會影響著閱聽人對於該角色的解讀。

「我喜歡看其中的才藝競賽，她們都會把所學的拿出來表現，有些我覺得真的表演得很不錯，很有水準，所以我會想一直看下去，有時我覺得她們還蠻努力的，我會期待之後是不是可以看到有更好或更屌的表演出現啊。」（受訪者 16，女，17 歲，首播時收看）

Dion(1972)的研究顯示，人們認為長得好看的人具有較正面的特質。Sprecher 更發現在兩性吸引的各種特質中，發現不管是男性或女性，外在的吸引還是無所不在的影響，遠比其他特質來的重要（轉引自朱龍祥，1997）。

因此，就如同受訪者 8 表示，參與節目的來賓的外貌，是可以吸引他收看的動力之一：

「喜歡看節目中的女生，我覺得有些很漂亮，是我喜歡的類型，我就是依這個類型找尋女朋友的啦，也沒有這麼嚴重啦，就是挺漂亮的啊，所以喜歡看看她們，看了也賞心悅目啊。」（受訪者 8，男，15 歲，約一年）

「因為我喜歡大牙（按：參加節目錄影的人員），因為她的個性我覺得跟我還蠻像的，就是其他人覺得她對事情要求都很多，我也是這樣啊，認識我的朋友都知道，我看似好像很愛發號司令，但是其實我只是想把事情做到最好而已，我也沒有一定要當老大啊，我聽了她講的原因之後，我覺得根本就是我的翻版嘛，就覺得跟我好像。」（受訪者3，女，17歲，首播時收看）

研究中發現，參與節目中人員的外貌是會影響閱聽人持續觀看因素之一，另外，參與音樂娛樂節目中的人員雖然並非是偶像身分，但是，為了因應節目單元，她們不惜扮醜、裝笨、甚至是大開自己缺點的玩笑等不計形象的表演，正是符合閱聽人所愛的無厘頭的作風，諸多受訪者認為，參與節目的人員表現得非常率真且自然不做作，充滿親和力的感覺，也因此增添許多閱聽人持續觀看的目光。

綜合上述可以發現，閱聽人認為音樂娛樂節目內容與生活貼近，因此能製造出豐富的談論話題，而閱聽人亦能藉由觀看節目內容轉換成抒發自我的情緒與感受的一個管道，音樂娛樂節目表現出的風格、對參與節目中人員的喜愛，抑或是閱聽人已對觀看節目產生上癮，形成收視的再循環，都是持續收看音樂娛樂節目的原因。



## 第六章 閱聽人詮釋與情境脈絡之關連

### 第一節 閱聽人本身經驗性解讀與社會位置

Thompson (1990) 認為，大眾媒介傳遞的文本經過每個獨特個體接收，將會被置於特定的社會歷史脈絡中進行理解，個體將文本與自我生活相連結，並賦予意義，這種部分挪用的過程因人而異，並且形成多元且分歧的解讀。因此，閱聽人與媒介文本的互動，即意義的產製以及愉悅等收視經驗，並不是在真空的環境下完成，而是在閱聽人所身處的整體生活、社會情境當中進行，閱聽人的觀看電視行為也並非獨立的運作，閱聽人會將自身其它生活領域的討論與再現經驗一併帶入觀看的過程，我們得知媒介的訊息，並非孤立地和閱聽人發生關係。

根據 Corner (1991) 的看法，當閱聽人身處在不同社會結構與位置當中，可能在理解文本上就會產生不一樣的意義，除此之外，屬於閱聽人個人的經驗與知識，閱聽人會將這些帶進收視的過程中。

若從社會人口學的角度，也就是以閱聽人的人口學特徵而論，不同詮釋間的差異並非僅只源自於閱聽人的個別差異，還包含「詮釋社群」的觀念，Fish (1980) 指出，閱聽人身處不同的種族、階級、職業，一群某社會位置相同的閱聽人會因為類似的生活經驗而形成一個「詮釋社群」，擁有一套共享的詮釋策略，制約他們思考與感知事物的方式，使其對同一個訊息有著類似的詮釋 (Lindolf, 1991)。「詮釋社群」的概念可以用來解釋閱聽人的社會位置對理解文本的影響，而此概念又與 Morley (1980) 提出所謂閱聽人的解碼方式，並非直接取決於其社會階級的位置，而是在社會位置上加上「特定的論述位置」，進而產生了特定的解讀之想法如出一轍。換言之，閱聽人詮釋文本的角色與他們本身的社會認知有關，閱聽人將處於多重詮釋社群之中，並擁有多樣的詮釋策略。

而以社會心理學的論點而言，當 Brown 和 Schulze (1990) 在研究閱聽人解讀 Madonna MTV 錄影帶時發現，同樣觀看相同的 MTV 文本，但由於迷與不迷 Madonna 的閱聽人，其本身先前知識和認知結構的差異，因此他們所展現出的詮釋結果是不相同的 (Real, 1996)。Hoijer (1992) 的研究亦有相似的結果發現，他認為閱聽人的先前知識及認知基模是影響詮釋的重要因素，他以收看電視為例，觀眾本身所擁有的先前經驗或知識，對於影響觀眾理解電視文本的基本情境脈絡，是具有主要的影響力。

當閱聽人在面對複雜的社會情境時，基於個人的生活經驗、累積的個人知識相異，閱聽人會根據自身的社會認知結構與文本互動，因此，閱聽人在處理訊息時所活化的基模結構亦有所不同，造成閱聽人在詮釋相同文本時會有不同的解讀

結果產生。

本研究在探討音樂娛樂節目閱聽人的解讀方式同時，研究目的是希望能深入了解閱聽人如何解讀音樂娛樂節目，探討影響閱聽人作出此解讀產生的複雜因素，將閱聽人的解讀活動放進其實際的生活脈絡當中，因此，除了進一步考慮閱聽人的多重社會位置、個人情境、社會文化脈絡等因素的影響之外，還必須考慮到位置相同的閱聽人可能會因為類似的生活經驗，而形成詮釋社群，如此一來，閱聽人所擁有的社會位置將不僅僅只有一個，閱聽人是將處於多重交錯的詮釋社群之中，並擁有多樣的詮釋策略。

另外，閱聽眾先前的經驗與知識，亦是組成其內心複雜認知結構的一個重要元素，基於個人的生活經驗、累積的個人知識相異，閱聽人會根據自身的社會認知結構與文本互動，是否造成差異化的詮釋的來源，亦是必須討論的影響因素之一。在本小節中將分為：「間接形成儀式性表現」、「形成一股凝聚力」、「對現實生活的激勵」來討論。

## 一、 間接形成儀式性表現

「儀式」，傳統是指對具有宗教或傳統象徵意義的活動的總稱。儀式的表現具有一定的時段、特定的場合，與個人或團體判斷有關；可以由個體、群體或團體組織主持和組織進行；既可以在任意場合或特定的場合，也可以面向公眾、私人場合或特定人群。儀式既可以僅限於特定團體，也可以限定於宗教或社會事務。

而電視作為儀式性的觀視行為，提供一種意義建構的通路，媒體有時是類似扮演儀式慶典的角色，關鍵性的假設在於特定的事件可能是由特定的社會機構所贊助，藉由電子媒體所表現，讓閱聽人接收，因此它們扮演了定期的社會聚集的角色，電視與宗教的類似之處在於它們的社會功能，將定義世界和合法化社會秩序的模式，呈現出持續重複的樣子。

閱聽人會透過電視學習到相似的模式(Hoover, 1988; Lutgendorf, 1990b)，並運用在日常生活上，譬如以球迷而言，儀式化的活動不只是展現在球迷觀看的行為上，還包含了穿著球衣，喝著特別的食物和飲料，履行規律的準備活動，週期性的重複著活動。電視文本的結構透過節目，與家庭中的活動產生一致性和協調性，儀式化的方式可以將平常的一日轉換成具有特殊意涵的節日，儀式的發言是藉由符號象徵意涵的活動所展現出意義。

研究結果發現，受訪者藉由觀看音樂娛樂節目，將會以節目內容中的種種象徵與表現方式來感受外在真實的世界，如受訪者 18 表示：「我是覺得說看到她們在節目內容表演啊比賽啊，就跟我們平常要面對的測驗啊感覺很像。」；又說「很像白天我們得要面對測驗，晚上在節目中她們得要面對淘汰賽是一樣的，測

驗不好就補考、重修，她們若是表演不好的話，就會有敗部復活或是就被淘汰。」

在此，受訪者將節目內容與現實生活中的情況形成緊密地結合，對節目中的「才藝淘汰賽／生力軍選拔賽」單元，與學校生活裡的測驗、考試行為，產生聯想性的意涵，當受訪者藉由持續觀看的行為，自然形成每日生活形式的一部份後，影響受現實生活中的處境，產生了強化或更新信念與想法，受訪者 18 又提出：

「我怎麼覺得她們也就是跟我們一樣啊，總是有重複再重複的事情得要她們去做，就像我們考試也一樣的。」（受訪者 18，女，21 歲，七個月）

此外，受訪者甚至會將現實生活中所遭遇到的困境、挫折，與節目內容相結合，讓閱聽眾在媒介與現實兩者間，相互轉換角色。

受訪者亦提到，在面對真實生活的困境時，會將真實生活的情況與節目內容呈現相互作對照，對自我遭遇到的情況提出解釋與安慰，如受訪者 17，提出自己對於學校生活的想法，受到音樂娛樂節目內容影響時說道：

「其實老實說啦，我是個很討厭學校環境的人啦，本來我只想逃避，可是後來我發現，其實大家都有自己的事得做，在討論我愛黑澀會啊，她們也很像是在上課，我覺得她們（按：參加節目錄影的人員）也是在對自己的事情負責吧，後來我想想這其實跟現實生活也很像啊，因為不管在哪裡，總是會有壓力，即使你在大家都羨慕的演藝圈，就跟節目中一樣，也是會出現我們一般生活中可能發生的情形。」（受訪者 17，女，16 歲，約兩年）

「不是只是喜歡看節目的內容而已啦，因為像是真心話啊，淘汰賽等，這些單元我都很喜歡看，除了好看好笑之外，有時也會讓我想到，譬如像是朋友間的相處啊，難免會有自私的情形發生，若是換成我遇到這種情況時，我會怎麼做呢，總覺得這些問題也是常常會發生在我們周遭的啦，看節目還真像是在看自己同學間的問題哩，難怪人家常說什麼戲如人生，人生如戲的話。」（受訪者 1，女，17 歲，一年）

由於儀式性或表現性的傳播，依賴於共同的認識和情感，當受訪者經由持續收看的行為，與參與節目中的來賓一同進行節目內容，如同陪著她們一起成長，從最初默默無名的平凡人，到現今經由無數集節目中的努力，蛻變成藝人，都深深參與其中，造就了受訪者與參與來賓的革命情感。

「我是有一直在看的啊，當有人順利出道或成為 VJ 時，我都看過那些人之前的表現，若是有持續在看的話，其實，當她們（按：參加節

目錄影的人員)順利被簽約時,我都可以覺得很感動,因為這真的不是一天兩天的事情,那種感覺,就連我看了都會有那種,太棒了,終於成功了,而我的職業是工作,所以在公司上也是這樣,我的努力不知道什麼時候才有回報,但是我覺得少抱怨的做下去,希望也有被賞識的機會。」(受訪者 15,女,24 歲,首播時收看)

音樂娛樂節目內容中呈現出的種種象徵,讓閱聽眾感受到外在真實世界,並肯定人們在某些價值與意義秩序中的象徵位置,除了讓內心感受到情感的層面之外,受訪者曾經在現實生活中遭遇過的情境,藉由音樂娛樂節目內容,得以抒發受訪者內心的困難與不如意之處。

此外,Matelski (1999)認為電視劇乃一具有時間性的組織(the organization of time),觀眾們每天在固定時段齊聚在電視機前,容許電視劇提供一個「規律的儀式(ritual of regularity)」,而表現儀式的方式,就是允許觀眾「加入」劇情,與之對話(蔡琰,2000)。

「我在學校都會和班上同學討論嘛,而且同學也幾乎都有在看,也不是說是每天都一定得看啦,可是要是真的沒去看的話,還真覺得有點不自在,我就是會想去打開電視,每天幾乎都事先把功課寫完,然後看一下書,就會去看電視休息一下,也差不多就是十一點上下,就是很自然地一種作息了啦,哪天沒看就不知道最新消息了啊,那這樣別人說什麼你也不知道,那會覺得很無聊。」(受訪者 9,男,19 歲,首播時收看)

「每天大家一定會閒聊的東西,這是一定要去知道的啊,就好像變成早上要吃早餐、中午要吃午餐是一樣的感覺,每天要吃飯、洗澡、上課,每天晚上回家後就要看電視啊,看完隔天再去學校討論,大家都是這樣的吧,我想差不多不會有什麼例外,因為這是很平常不過的事啊。」(受訪者 10,男,19 歲,約一年)

在日常生活的符號與儀式的建構中,受訪者觀看音樂娛樂節目儼然成為一種規律且固定的收視行為,受訪者用以節目內容的編排方式,成為安排他們的日常生活作息。

## 二、 形成一股凝聚力

當閱聽人作為一個社群時,這個社群的成員將會共享某些價值觀、語言或興趣,使他們面對社會事件時,會塑造出同一社群成員所認定的社會真實。研究結果發現,除了學校友人之外,部分受訪者亦會加入奇摩家族會員,透過網際網路認識與受訪者同樣喜愛節目的其他閱聽眾,Mitra (1997)指出,藉由網際網路

所形成的群體，亦可以稱之為詮釋社群，不管事實體或是虛擬的形式，這種社群的特色將會反應在他們共同的語言，以及他們享有的共同興趣與實踐上。

「當然有啊，家族裡我認識了很多好朋友，大家因為喜歡這個節目，想要支持所以都加入了家族，家族裡沒有人再亂罵，大家都是往好的一面看，並且鼓勵她們，在家族上認識的人也幾乎都還在唸書啊，我們都會分享彼此在學校的情形，或者是有什麼煩惱的問題、各自喜歡的事物或休閒，因為興趣相同，聊起天來就會覺得很有默契啊。」（受訪者 7，女，17 歲，一年又九個月）

「雖然和家族的朋友是在網路上才認識的，我們也沒有認識很久啦，以前也不知道對方的興趣啊喜歡什麼的，但是可能因為我們兩人都喜歡看這個節目，剛好又加入家族，也看很久了，所以慢慢地就變得很要好。」（受訪者 3，女，17 歲，首播時收看）

亦有受訪者認為，雖然沒有參加家族，但是與朋友都共同喜歡節目的風格與特色，因此會主動想去收看。

如受訪者 12 提出：

「我沒有參加家族，有點麻煩啦，反正我朋友就都有在看啦，可能沒有家族的人那麼著迷，可是他們可能是特定喜歡節目裡的某個人吧，我和我朋友到沒有特定喜歡誰吧，但是，雖然我沒有參加家族，但我朋友們我們喜歡的都應該是節目的風格啊或是特色吧，若是這種類型的節目，我和朋友們都會喜歡，就會想要主動去看看。」（受訪者 12，男，20 歲，五、六個月）

「我會參加家族是因為已經有認識的人在裡面，跟她們很熟了，因為我們都很合也還蠻談得來的，有時我們也會在家族中分享經驗，像是討論區那一塊，雖然大家沒有都是同所學校，但是老實說我和家族的朋友感情不會輸給學校朋友呢，有時候甚至比較喜歡和家族認識的朋友聊心事。」（受訪者 16，女，17 歲，首播時收看）

Hoijer (1990) 認為，閱聽人個別不同的生活史，會讓閱聽人在文本訊息的接收上，也就是閱讀或收視經驗有所不同，閱聽人在解讀文本時會根據不同的社會位置給與一套的詮釋策略，當閱聽人處於這種共享的語言與興趣的情形下，可以交換與分享彼此的言談與興趣，對於節目內容的詮釋，得以產生「志同道合」的朋友。除了擁有參加同樣家族的身份之外，受訪者因為擁有相似身份或社會位置，更容易能與他人一同分享自我感受與興趣，相互抒發彼此間的想法，受訪者認為與同樣屬於學生身份的他人，較會產生類似的解讀與詮釋。



「當學生的可以體會當學生的壓力，雖然大人會說什麼做學生最好，哪來的壓力，可是我們也是有壓力的啊，只是程度上跟大人是不太能比較的，就像我爸媽不會覺得她們有什麼好累的，只是上節目還會表演不好嘍，哪有這麼難的，可是我爸媽又不是她們，怎麼可以這樣說，學生有學生可能有的壓力，這真的是要當你是學生你才能深刻的體會，我覺得啊就是站在別人的立場想。」（受訪者 1，女，17 歲，一年）

因為同屬於學生身分的因素，受訪者 8 也提到，對於參與節目來賓可能必須付出的辛苦與努力，能夠感同身受：

「對啊，有時候她們（按：參加節目錄影的人員）會因為學校的課業或是外務，而表演得不好，這些我都能體會，我想課業壓力本來就不小了，加上她們（參加節目錄影的人員）還要錄影，錄影時間也不一定，這樣總是會沒有辦法十全十美的吧，這樣應該是課業和表演可能無法兩方都顧好吧。」（受訪者 8，男，15 歲，約一年）

「認真想的話，她們（按：參加節目錄影的人員）的辛苦應該是可以體會的，因為在節目上好像都是開開心心的，但是這應該是節目所需要的，辛苦是我們看不到的，就拿我自己來想就好了，假如我跟家人說想全心全意投入演藝圈，不管是放棄或是要兼顧學業的話，都沒有想像中的那麼簡單，真正做起來是會有很多難處的。」（受訪者 14，男，19 歲，首播時收看）

閱聽人會將電視上所發生的事情與自己的生活串聯在一起，並對螢幕中的人的遭遇愈能感同身受，以青少年為主軸的音樂娛樂節目，在同屬於學生的身分下，受訪者對參與節目中人員增添一份親近與熟悉感，對其想法與行為也更能體會。

Hoijer (1992) 亦曾提到，閱聽人會根據過去生活經驗，去接收、理解劇情的內容，而這樣的先前經驗成為一個認知結構或是基模。Hoffner and Cantor (1991) 認為，真實生活的經驗或知識，有助於閱聽人去了解電視劇中角色的行為、動機、與心理狀態。訪談內容中，受訪者以自身學到的知識或曾經歷過的體驗為出發點，進而認同並相信參與節目中的人員所付出的努力，日後一定會有收穫。

### 三、 對現實生活的激勵

「有一個部份是我個人很喜歡的，我喜歡看他們參加節目的人，每次淘汰賽的時候賣力的表演，有句話不是說，十年寒窗苦讀無人問，一

舉成名天下知嗎，我覺得參加節目的人一定也有這樣的想法，這個比賽不是只辦一次而已嘍，但是，我相信應該是有這個機會的，只是一定不多，之前在準備大學推甄時，也是每次面試時都要盡全力地去表現自己，你也不知道到底哪家學校比較喜歡你或討厭你，但是就只能抱著必死的決心豁出去了。」（受訪者 15，女，24 歲，首播時收看）

閱聽人在解讀文本時，閱聽人所擁有生活領域的再現經驗與觀點，多少會與他們所身處的社會位置有關連，當閱聽人在收看電視時，電視文本也必須與來自他處的論述中競爭。

如同受訪者 9 將過往曾學習到的知識，拿來套用在節目內容上：

「我們以前學的啊，像是大人說的什麼只要努力就一定有機會成功，類似這種勵志的話，我覺得很符合節目的意義，像是大牙（按：參加節目錄影的人員）每次的表演好像都蠻難的，要不就是很特別，特地去學的，果然付出就會有收穫啦，現在出道是 VJ 了，有時我還想說說不定我現在再努力一點，也許可以考上插大呢，用這個來勉勵自己一下。」（受訪者 9，男，19 歲，首播時收看）

受訪者表示觀看音樂娛樂節目時，亦會將日常生活中所獲得的比賽或求職經驗與之對照，如受訪者 11 在這個部份提到她曾經有過的工作經驗時說道：「節目裡在這麼多人裡面，那些人好像都很像，這時候就必須要有自己的特色，或是做更大膽的表演，在適當的時機表現出來，就像我去面試的時候一樣，不把握機會的話，可能要再等下次的機會不知道要等到哪時候了。」（受訪者 11，女，22 歲，六個月），當受訪者參考電視角色的行為，來回應媒介的方式並自我詮釋生活所遭遇到的事件時，正是受訪者受到先前在其它生活領域中所獲得的論述與觀點的影響。

亦有受訪者以過往比賽經驗提出看法，受訪者 6 說道：

「那個我覺得淘汰賽是很現實的，就是在當下時課就要把之前她們（按：參加節目錄影的人員）練習過的表現出來吧，如果你不在那個時候表現的話，那就失去平常練習的意義了，當然有些人也是會因為緊張而凸挫，可是當真正要淘汰時評審們也不會心軟的，就像之前我參加過學校辦的歌唱比賽也是一樣啊，那時我因為太過緊張了，結果忘詞，但是終究還是被淘汰啦。」（受訪者 6，女，16 歲，約兩年）

受訪者 15 夠直接認為：「機會是要自己去爭取的，她們（按：參加節目錄影的人員）在節目也是一樣啊，若你都悶不吭聲的，那麼也不會有人理你，也不會有人知道你會什麼事情啊。」就跟現實生活中環境一樣，機會是要靠自己

去爭取的，她說道：

「有次主管突然問大家有沒有人對統計很在行的，不知道是怕要負責還是不好意思的，大家都沒有什麼回應，我就主動去跟主管說以前有上過類似的課，原來主管只是要我們去幫忙一下會計部而已，我覺得現在主管對我的印象好像加分很多，你把自己會表現出來其時會比較討喜，會比《一》在那好。」（受訪者 15，女，24 歲，首播時收看）

Hoijer (1990) 認為，閱聽人個別不同的生活史 (life history)，會讓閱聽人在文本訊息的接收上，也就是閱讀或收視的經驗，有所不同。許多受訪者表示，音樂娛樂節目可以與現實生活中的工作情形或比賽經驗相呼應，受訪者在職場上所體驗出的經驗與道理，可能會因為其個性、價值觀、態度等個人特質上的不同，而擁有獨一無二的個人經驗，不管所遭遇的經歷是否相同，受訪者可以藉由觀看音樂娛樂節目獲得對現實生活的激勵。

## 第二節 音樂娛樂節目收視情境

家庭是觀眾最主要收看电视的地方，Abercrombie (1996) 指出，電視是構成家人日常生活的方式，許多家人的活動都是圍繞著電視而進行，因此，觀眾在家中收看电视當下的情境，會影響他們的收視行為與經驗，故在本節當中，探討看電視的環境因素是否會對閱聽人造成解讀的影響。

在目前的受訪者當中，家中是主要的收視地點，其中，十一位受訪者表示會與家人一同收看音樂娛樂節目；另外七位受訪者，因為是在外面租房子的緣故，多半呈現獨自一人收看。當受訪者與家人一同收看音樂娛樂節目的情形下，可以發現受訪者會主動與媒介內容產生互動，並且與家人或朋友一同聊天討論，產生三者間互動的愉悅；若當受訪者一人獨自收看的情形下，受訪者會透過觀看情境，將自己的生活與音樂娛樂節目結合，創造意義並獲得愉悅。

### 一、 三者的互動

#### (一) 「家人」

電視的內容經常是被用來討論的焦點，電視的討論發生在許多環境中，例如，客廳、工作職場或學校環境等，當電視通常是在家庭的情境下收看時，有關電視內容的談論也經常發生在家庭中 (Abercrombie 著，陳芸芸譯，2004)。

「會啊，我會和我爸媽一起看，應該是我會拉著他們看，我覺得讓我

爸媽陪我一起看的話，可以讓他們知道現在的年輕人都在做些什麼，像是喜歡什麼，會做什麼休閒等等，我拉著他們陪我一起看時，他們就發現說原來現在年輕人很喜歡跳舞，跳舞也是一種正當的休閒活動，可以抒發身心壓力等等，讓它們可以接受我練舞的行為，或是偶爾要參加一些比賽等等，現在我媽偶爾還會嗆我說，節目上的人跳得比我好看，我很遜等等之類的話。」（受訪者3，女，17歲，首播時收看）

本研究發現當閱聽人與家人一同觀看音樂娛樂節目時，共同觀賞的收視情境下，可以促進家庭成員間的聯繫機會或是迴避，如同 Abercrombie (1996) 指出，電視可能是家庭和諧的來源，提供能展現出家庭溫暖與感情的機會，家人可以藉由電視內容，表達出開懷大笑或是同感憂傷的心情。

「雖然是蠻晚的節目，可是爸媽通常也不會太早睡，在客廳看電視的時候，如果是看一些新聞台的話，那就太無聊了，而且也不會有什麼話題好聊的，幾乎都是盯著電視看，因為新聞都是那些重複的東西，後來我幾乎每晚都準時收看的時候，我爸媽也是陪著我一起看，本來他們沒什麼反應，之後有幾次我媽可能是覺得好笑，還會提醒我時間到了，快要演了，反而聊了很多天，氣氛也很輕鬆。」（受訪者6，女，16歲，約兩年）

Newcomb (1974) 曾指出，電視戲劇節目是最大眾化的藝術(蔡琰, 1993)。電視為了能觸及觀眾的生活，其大眾化的特性顯現無遺，當受訪者與家人一同觀看音樂娛樂節目時，節目中的多樣化內容，可以製造出父母和子女雙方對話的開端，除此之外，當閱聽人與家人一同收看的情形下，受訪者會透過電視內容表達出心中的想法與感受，將此傳達給父母，受訪者3號認為：「觀看音樂娛樂節目，可以讓父母瞭解自己的休閒活動與生活興趣，可以促進良好且和諧的溝通，增進與家人的感情交流。」

## （二）「他人」

除了親子關係的建立，多數的女性受訪者表示，觀看音樂娛樂節目可以增進人際關係，豐富雙方間的談論話題，研究的結果發現，女性受訪者藉由觀看電視節目可以促進人際傳播，如同鍾翠玲(1999)的研究發現，肥皂劇的女性觀眾劇在一起討論時，會形成一種情感上具有凝聚關係的團體，在其中，女性藉著談甘苦和彼此交流情感，或是吐露心事等，是結合人際互動、聊天和情感支持的傳播。

「當然啦，我對這個節目的一些內容會產生自己的想法，像是美眉調查局這個單元，其實對我來說就覺得很寫實，像是被誤會啊或是比賽

時遭遇到的一些挫折，我以前也有過這樣的經驗，我會想跟我同學講，找她們一起討論，通常都會交換彼此的想法，或者是以前可能有些誤會。」（受訪者 20，女，16 歲，首播時收看）

Brown（1994）指出，當文本被女性消費時，此時就為女性活動劃定了女性專屬的空間，在其中女性會產製自己的愉悅，形成自身特有的文化。

當受訪者收看節目時，會與朋友產生一同分享感受，並運用自身的經驗對節目訊息形成解讀與詮釋，如受訪者 1 就對節目單元類型中的「出道回顧」說道：「其實她也是要很努力才能順利出道啊，和同學在聊天時我們都會覺得都會想要幫他加油打氣，…當然希望付出就要有收穫啊，如果真的努力過的話，就要表現出來，得到應有的獎勵啊，…不管做什麼事情，念書或是參加其他活動，甚至是打工也好，只要努力就會有回報的。」（受訪者 1，女，17 歲，一年）

但是，相對於女性而言，男性受訪者在觀看音樂娛樂節目時，較少產生自身經驗性的詮釋，與他人的談話內容也較容易侷限在「閒扯、沒有營養或無意義的對話」，但是，女性受訪者在觀看音樂娛樂節目，或與他人討論節目內容的同時，這樣的行為即是代表姐妹圈的參與，女性社群的建立。

如受訪者 10 就認為不會對節目哪個單元類型產生特別的想法，他說道：

「還好耶，我比較不會有什麼特別的感覺，對啊有時候我女朋友和他的姐妹淘都會幾哩瓜拉的說個不停，每個都在發表自己的想法，真是厲害，哪來那麼多想法啊，不過就是一些小事情啊，有什麼大不了的嘛，電視怎麼演就怎麼看囉，好看就好啦。」（受訪者 10，男，19 歲，約一年）

也有部分男性受訪者會以女生身份來解釋這樣的情況出現，受訪者 5 在提及與女朋友一同收看音樂娛樂節目時的情形說道：

「不會有什麼感覺，是這樣沒錯啦，可是有時要站在女生的角度想一下，女生本來不就是多愁善感的嗎，看了什麼情節都可以聯想成是自己，或是周遭朋友也有過類似的情形，反正啊就是會想很多很多，可能我不是女生的關係吧，但是我女朋友就會這樣。」（受訪者 5，男，23 歲，七、八個月）

討論音樂娛樂節目的內容或是分享家族的相關資訊等，這些事物是女性受訪者的興趣所在，研究發現女性受訪者亦容易動用自身的經驗來作為詮釋的資源，她們不會只侷限在文本內容，也毋須顧及主流知識觀的定義，由此產製的私密的、不合正統的、同儕間的知識與想法，具有帶給她們愉悅經驗的能力；

「當然會和朋友一起討論啊，這樣才比較有意思，而且其實每個人都會有自己的想法，有時你說了什麼話讓別人誤會，你自己也不知道，像是調查局時常常會有人被誤會或是彼此間有嫌隙等，我和朋友聊天時也會覺得替被誤會的人抱不平，因為批評者講的也很單方面啊，所以和我較好這攤的朋友們，都會覺得話有時不應該講的這麼白，這樣很容易就會造成誤會啊。」（受訪者 16，女，17 歲，首播時收看）

除此之外，部分女性受訪者表示，參與節目中人員的表現是值得鼓勵的，她們打破外在觀看的眼光，努力的表現出自我，不同於男性，具有相似年齡層的女性受訪者對這樣的行為，反而是給予正面且支持的想法，鍾翠玲（1999）曾指出，女性充滿友誼和團體內聚力的談話，正是將她們從男權無限宰制下，解放出來的主要力量。

「雖然我男朋友說她們（參加節目錄影的人員）好像都很假，但是我和我朋友們卻不這麼認為，我覺得她們表現的感覺是另一回事，畢竟大家都有自己的想法，但是，有勇氣去參加去在攝影機面前表演，我覺得就是很有勇氣啊，做自己想做的事其實也沒有什麼不好的吧，剛開始看時，我是沒有什麼感覺，純粹好笑無聊才看，但是看久了之後，對她們的一些表現其實也都覺得不錯啊，大膽的去表演至少比別人認為啊只是外表打扮的漂漂亮亮的而已好多了吧，至少我朋友們還有覺得還蠻努力的想法，不想讓觀眾覺得只是外在而已吧。」（受訪者 16，女，17 歲，首播時收看）

「這節目參加的都是女生啊，我覺得由都是女生組成一個節目很棒，不管是要做什麼，全不是由女生的角度出發，讓參加節目的人自由的去展現出她們自己的個性或想法，而且她們有些的努力是希望觀眾可以看的到的。」（受訪者 3，女，17 歲，首播時收看）

Gary 認為流行文本不僅是每日生活的一部分，也有助於與他人建立友情，尤其是大部分的女性傾向看電視後會討論節目內容，藉此和家人、朋友互相溝通，更成為女性分享日常生活經驗的場域（張錦華譯，2001）。

### （三）「媒介」

電視劇經常提供觀眾超越觀賞經驗的機會，讓觀眾模擬角色會內化情感，以自我經驗針對情節或是故事結局加以想像或聯想，因而在觀賞的過程中感到充實與滿足（蔡琰，1999）。音樂娛樂節目雖然並非像連續劇般，具有連續的劇情與特定的角色，但是音樂娛樂節目呈現的單元內容，如趣味競賽或是造型大賽等，可以讓閱聽眾一同參與節目進行的過程，因此，當閱聽眾在觀看節目遊戲進行的過程中，會產生與媒介文本互動的愉悅，多位受訪者提到，可以跟著節目內容一

同進行遊戲，參與的過程讓受訪者感覺到與節目的互動性提高。

「趣味競賽還蠻好玩的，就會跟著節目一起玩啊，像是黑人（按：節目主持人）在問問題的時候，我就會一起跟著搶答啊，答的會比她們（按：參加節目錄影的人員）還快，會問一些小常識，順便也可以考考我們的常識啊。」（受訪者 5，男，23 歲，七、八個月）

「對啊，趣味競賽很好看，有點算是益智的遊戲吧，有時還會分社會題、自然題、數學題等等的，看哪隊先搶答對的題數多，誰較早可已將三個連成一直線，那隊就贏了，我還會問我爸媽，他們也是一起想答案，不過通常也是都答錯，跟錄影現場一樣嘍。」（受訪者 2，女，16 歲，約一年）

此外，受訪者 12 亦認為，可以藉由節目內容的表現方式，來考驗自己的知識，因此，能與節目內容一同進行並產生互動。

「像這樣的單元，我就不會安安靜靜的看吧，當然要有點互動啊，有時會打電話給朋友，兩人邊聊天就一邊跟節目的遊戲一起玩，兩個人就在電話裡一問一答，哈有點笨，但是如果是遇到自己有興趣的題目，還會一直想答案哩，這樣還可以看看自己到底會不會。」（受訪者 12，男，20 歲，五、六個月）

音樂娛樂節目中的趣味競賽單元，有許多與日常生活相關的常識、知識、及時事等問題，遊戲過程中所塑造出的懸疑性和緊張感，自然引起觀眾的興趣及參與感，讓閱聽眾不但有參與節目的動力，更有與節目內容一同進行的欲望，融入於節目的氣氛之中，如受訪者 13 表示，因為自己興趣的關係，所以特別對節目中的趣味競賽感到興趣，更會參與節目過程，一同與節目進行互動問答，受訪者 13 說道：「我之前一直覺得我時事很強啊，有次在看趣味競賽時，有時事題，我朋友就問我，然後我就覺得很簡單啊，可是我說的答案居然是錯的，就被我同學糗。」（受訪者 13，男，22 歲，約一年半）

Fiske 和 Hartley（1978）指出，猜謎遊戲的節目對觀眾的魅力，是由於根植於某些愉悅，如競賽的敘事結構、勝利喜悅的代理、共享、奇觀、刺激、幽默、及搶在參賽者之前猜到答案等等（轉引自鄭明椿，1993）。

## 二、 現實與夢想之平衡

Hoijer（1990）指出，意義是在電視節目、社會現實情境、觀眾以及觀眾的生活、思想態度之間，複雜的交互關係下所產生。林芳玫（1994）針對喜愛瓊瑤的讀者所做的研究中發現，喜愛瓊瑤的讀者表示她的小說可以暫時紓解學校課業

壓力，進入一個愉快美麗的幻想世界，瓊瑤式愛情的強烈與誇張，不一定就意味著荒謬可笑，而是迎合觀眾心目中的理想與憧憬，吸引觀眾對戲劇人物與情節投注較多的感情。

音樂娛樂節目提供閱聽眾一個抒發課業壓力的管道，更藉由與學校神似的場景與人物身分，反而呈現出輕鬆有趣的內容，使這樣的情境是閱聽眾在現實生活中無法達成的，如此的反差對比之下，閱聽眾藉由虛與實的轉換，創造了想像的愉悅空間。

「課業的壓力也是很重的啊，在學校就是上課啊看書，回家後當然就不太想碰書本啦，所以休息的時間希望可以越輕鬆越好，看電視時有時也希望要是上課也可以這麼開心就好了，不過通常這樣想想心情也會變得比較輕鬆一點，說不定明天老師會少考一科或是給我們自習等，會把明天課堂情形想像成跟電視一樣有趣。」（受訪者 14，男，19 歲，首播時收看）

受訪者也會藉由收看音樂娛樂節目的內容，提供他們去發掘介於現實困境與理想憧憬的緊張與矛盾，同時激勵受訪者去學習克服與限制，如受訪者 2 在面對現實生活時，會將想法轉換成樂觀的一面，受訪者 2 說道：「其實我們老師有時也會學電視的內容，…我想上課的內容，大家這樣應該也會比較記得吧，…突然也會有上課也蠻有趣的想法出現，至少多了一點樂觀的想像吧。」（受訪者 2，女，16 歲，約一年）

而受訪者 20 在面對困境時的情形，更能將想法轉換成正面積極的態度去解決事情，他說道：

「你說煩的時候嘛，去做其他的事情，好像做完之後回頭想到還有很多書得唸，心裡難免還是覺得很鬱卒很煩躁，就會想拖啊，但心裡總是有那麼一點點期望啊，大家上課也可以不要那麼死氣沉沉的，有時我也會往好處想，像是老師在上課時或是碰到瓶頸時，我若想到電視的情形，心裡也比較不會那麼煩躁吧，心態上會比較能往好的方面去解決吧。」（受訪者 20，女，16 歲，首播時收看）

Baym (2000) 亦指出，肥皂劇迷能選擇自己的娛樂方式，並認為這對他們本身及文化是具有一定的價值，觀看，觀看的快樂不只來自精神的喪失 (mindlessness)，而是主動涉入電視劇所描繪出的型態。而在觀看音樂娛樂節目的過程中，能讓閱聽眾進入一個想像的空間，使他們暫時擺脫真實世界與日常生活中的壓力。



### 第三節 音樂娛樂節目賦予的意義與愉悅

意義產製與愉悅感受，其實兩者之間並不全然能夠明顯區別與劃分，因為兩者之間都有其相互關連之處。文化研究所探討的愉悅與意義，則會與「情境脈絡」(context)有關，因為文化研究關心的是社會與文化，並強調整體觀(holistic approach)，將文本與閱聽人置放在具體的生活脈絡中。因此，閱聽眾所產製的意義是利用文本與日常生活之間的相關性構築而成，而愉悅源自於以閱聽人為依據的意義產生(湯允一譯，2001)。

Ang (1985) 認為閱聽人喜愛某些訊息文本甚至入迷的原因，即是因為感受到了某些愉悅，Tannebaum (1985) 提出，閱聽人可能產生熟悉感(familiarity)、確定感(certainty)、回憶(memory)、懷舊(nostalgia)、幻想(fantasy)、儀式(ritual)等這些行為，也是由於某些情緒被喚起而產生的愉悅感。閱聽人接觸媒介的目的，往往是為了追尋原始的傳播愉悅，這些愉悅往往帶來一種令閱聽人樂在其中的感覺，而樂在其中的感覺可能綜合了不同種類的感受，不容易以簡單清楚的方式劃分。研究中發現，受訪者從音樂娛樂節目中獲得的意義與愉悅分為四種：「產生認同與共鳴」、「幻想與逃避現實」、「她像我自己」、「窺視的快感」。

#### 一、「產生認同與共鳴」

Ang (1985) 研究《朱門恩怨》(Dallas) 的觀眾，發現喜歡該劇的觀眾，認為劇中人物真實地反映了人性，她們因此感到與劇中人物同喜同悲，心情會隨著劇情起伏，這種進入劇情的感覺，使她們盡情釋放自己的情緒，因而獲得愉悅。音樂娛樂節目雖然並非電視劇，但是，閱聽眾與參與節目人員同屬青少年與學生身份，當音樂娛樂節目的收視者感到自己與參與節目的人員並無距離時，或看到節目中成員發生與自身情況相似時，反應出閱聽人在日常生活上可能發生的事情，藉著情感的投射，將自己與節目中人員連結起來，參與了她們的情感世界，產生認同與共鳴的感受，進而獲得愉悅。

「我看出道回顧都會想哭耶，真的，不知道是不是自己很愛哭，我覺得好感動喔，從一個不起眼的平凡人，經過一段時間的努力，現在變成 VJ 終於有收穫了，能夠完成自己的夢想真的很棒，這是需要付出努力與時間的，我看了真的感觸很深好感動喔。」(受訪者 17，女，16 歲，約兩年)

「看久了也就會希望她們(按：參加節目錄影的人員)最後都能順利出道啦，當然不是全部啦，就是那些真的有在努力的，每次比賽也都

有在進步的，或是很有個人特色給人感覺很好的，有人覺得這沒什麼，她們（按：參與節目錄影的人員）哪會紅或什麼的，但是，就我自己覺得，倒覺得這樣也是很棒，因為這也應該是她們最後的目標吧，就是成為藝人啊。」（受訪者 8，男，15 歲，約一年）

林芳玫（1994）指出，把自己投射到劇中和劇中角色合而為一，甚至可以和劇中人產生認同與共鳴的感受，主要是希望能夠獲得替代性的滿足。

如同受訪者 13 表示，自己有參加音樂娛樂節目的意願，但是基於現實生活中的因素，並不能做自己想做的事情，藉由觀看音樂娛樂節目，對此產生欣羨，並彌補自己無法實行夢想的缺憾。

「能自己做想做的事情，那種感覺真的很好，有時候我也有想要參加報名的衝動，但是都沒有那個勇氣去做，我想我父母一定不會答應的啦，當我看到她們（按：參與節目錄影的人員）在節目裡表演，說實在得我真的還蠻羨慕的，總之，就是會有羨慕他們的感覺。」（受訪者 13，男，22 歲，約一年半）

受訪者 7 也提到自身類似的情況：

「很多時候自己沒有辦法去做自己喜歡的事情吧，就像是參加社團，我喜歡跳 new jazz，但是我常常會因為參加社團而被我父母罵，所以有時候會覺得很無奈，當我看到在表演才藝時，尤其是跳舞我都會看得很仔細，可是，我爸媽不准我再去學舞了，唉，這真得是很令人羨慕她們（參與節目錄影的人員）。」（受訪者 7，女，17 歲，一年又九個月）

音樂娛樂節目中大量使用與現實生活相關的元素，諸如青少年喜愛的興趣，亦或是大膽地表現出自我個性，很容易使閱聽人拉近自己與文本之間的距離，讓閱聽人投入文本之中的世界，受訪者不僅對節目中人員所付出的努力與追求自己的夢想等行為感到認同，在現實生活裡受訪者想做但卻不敢或無法做的事情，透過觀看音樂娛樂節目來獲得替代性的補償，即使角色並非自己，仍可以在觀賞節目的過程中感到愉悅。

## 二、「幻想是美麗的、現實是殘酷的」

幻想之所以令人有愉悅的感覺，是因為幻想可以想像成真實，幻想可以擬真，但有時候卻是因為幻想能夠成為現實的緩衝區，緩衝了現實生活中的危險、衝突或困境，具有心靈和情感治療的功效（Inge, 1990；轉引自黃秋碧，1998）。Ang（1996）亦指出，幻想的愉悅來自於幻想提供觀賞者一種在日常生活當中達

不到的滿足，透過幻想，閱聽人可以踰越本身的束縛而去探索別人，達到自己想要的情境、認同與生活，幻想情景本身是否真實並不重要，重要的是這些幻想情境是在閱聽人的生活當中達不到的。

閱聽人往往都具有一種逃避的心理，他們藉由幻想性的涉入，以逃避、進入到劇中的繽紛世界，滿足自己的夢想與欲望，在觀看音樂娛樂節目的過程中，自行創造意義並獲得愉悅，受訪者認為在現實生活中所遭遇到的困境、不安全、不穩定與不確定的感覺，可以藉由觀看音樂娛樂節目的訊息，在幻想與想像中參與虛構的完美世界，而獲得暫時的彌補，受訪者提到音樂娛樂節目彌補了他們在現實生活中所遭遇到不確定的感覺，讓受訪者暫時擺脫真實世界與日常生活中的壓力，逃避他們的無助與茫然感。

「因為我是美容科系的吧，所以現在時下的妝是流行什麼我當然會想知道啊，節目裡有很多人可以讓我參考啊，好在我朋友都會給我意見，他們有次就說我的技巧化出來的妝就跟上節目一樣完美，代表我技術有進步，我那時真的超開心的，就會常常會把我的模特兒想像成是她們，然後非常得意的去化妝，好像我是幫節目裡的人化妝的彩妝師一樣，技術也如此的高超。」（受訪者 19，女，15 歲，首播時收看）

而也有受訪者則表示，因為個人個性的緣故，希望自己也能像參與節目的來賓一樣，擁有表現大方不怕他人的眼光的作風，藉由觀看音樂娛樂節目，受訪者 4 可以從中暫時獲得短暫的彌補與自我調劑想法，她說道：

「其實若當作一種休閒，這是很好笑的節目啊，可是我也不會討厭或排斥她們，反而有時我會認為她們其實很大方啊，在節目上表演，搞笑也不會怕觀眾罵，可以盡情地表現自我，是件很難得的事情吧，像我個性比較害羞，比較不喜歡跟別人聊天，總是這樣畏畏縮縮的，一點都沒辦法大方起來，就覺得她們很大方不怕別人講或罵的，可能我也應該學她們，不要那麼害怕別人的眼光，就大膽地說出自己的想法吧。」（受訪者 4，女，20 歲，一年半）

「平常沒有什麼休閒活動，因為我是獨生女的關係吧，我爸媽會管得比較嚴，所以晚上我朋友要去夜唱或是逛街什麼的，通常我都是不太能去的，但是白天上課有時晚上就會想要休息一下，看電視的時間就變得很重要，因為不會去想有關學校課業的事情，這樣明天的考試我才不會覺得很煩啊。」（受訪者 20，女，16 歲，首播時收看）

受訪者觀看音樂娛樂節目時，除了能夠暫時擺脫自身處於現實生活中的不確定、不安全感或是壓力之外，另一方面，音樂娛樂節目可以讓受訪者對未來存在

一種幻想，這種幻想是充滿了活力與希望。

音樂娛樂節目表現出青少年勇於展現自我風格的行為與想法，受訪者認為音樂娛樂節目可以讓他們感受到做自己的主人，未來想做的事情，可以由自己決定，如受訪者 14 認為：「如果可以朝自己的夢想去做的話，那當然就更好啦，也會變得很有幹勁，雖然現在很少人可以單純地做自己喜歡的事情吧，可能應該沒有那麼簡單，但我想這是一個前題吧。」（受訪者 14，男，19 歲，首播時收看）

受訪者 15 也有相同的看法，她認為能夠實際行動就是一種很棒的行為，她說道：

「自己當然是希望以後可以找到符合自己興趣的工作啊，可能是當舞蹈老師或是 OL，但是我覺得很重要的一點是，不要太拘束自己，我覺得很多事情都是可以去嘗試的啊，如果一直設限或是想太多的話，那就沒辦法跨出第一步了，而且去做就是一個很棒的行為了，有些人光想不敢去做，那就很沒有意義啊，不管結果是好是壞，至少自己當下想做什麼，可以自己去決定啊，畢竟是自己人生要自己過。」（受訪者 15，女，24 歲，首播時收看）

受訪者對於音樂娛樂節目，產生了幻想、逃避、宣洩等情緒，這些情緒都帶給她們愉悅的感受，他們會放任自己去經驗節目中那些看似不可能發生在自己生活中的經驗，在幻想的世界中，閱聽人可以盡情地享受與想像，進而獲得愉悅的感受。

### 三、「她」像我自己

Radway 認為羅曼史中與真實生活不相同的經驗，使讀者得到一種替代性的需求滿足，感受自己像故事中的女主角一般，受到照顧（轉引自林佳樺，2003）。而林芳玫（1994）研究瓊瑤小說讀者，同樣也發現了女性在浪漫愛的氛圍裡面，找到了一種共鳴感與替代性的參與。部分受訪者表示，觀看音樂娛樂節目時，會對節目中的人物產生投射作用，閱聽眾將節目的內容融入自己的現實生活當中，不斷地將自己的生活與節目中的人物角色互動與討論。Hobson（1982）指出，這樣的解讀型態，代表著閱聽人正在解讀真實生活中的問題，而不僅僅只是單純的逃避而已。

「有時候，她們會碰到的問題某部分其實跟我很像，像是彤彤（按：參與節目度影的人員），她曾經說她不太會與人相處，是自己個性的問題，我覺得我的個性就跟她很像，當她那樣講時，我也有感而發，因為這種感覺只有類似經驗的人才會懂得。」（受訪者 20，女，16

歲，首播時收看)

「我的個性是個很好強的人啦，我不喜歡自己好像不如別人的感覺，即使是團體活動，我覺得我跟汪汪（按：參與節目中錄影的人員）的個性很像，其實她之前表現都沒有說很突出的，可是我感覺得出來她應該也是對自己要求很高很嚴的人，我也是希望自己能有所進展有所改變，而不是自暴自棄。」（受訪者 3，女，17 歲，首播時收看）

除了個性與人際之間的關係之外，受訪者亦可從音樂娛樂節目中，學習到待人處事的方式，像是受訪者 6 表示：

「節目中有些人對事情的處理態度，其實我覺得我們看電視的可以學習一下，我也常常會遇到朋友故意拿我的身材開玩笑啊，但我覺得我要看開一點，我覺得這點那個 MeiMei（按：參與節目中錄影的人員）就做得很好啊，這樣別人講她，她也不會生氣或是自卑，反而會開自己的玩笑，這是可以讓我學習的地方。」（受訪者 6，女，16 歲，約兩年）

另外，還有受訪者 8 認為，參與節目中來賓所表現出的努力態度，是可以作為一個學習的榜樣：

「我想應該是她們很努力的態度吧，這是可以讓我們學習的，沒有特定指出是誰，若真要我指出一個的話，我想我會覺得是霸王花（按：參與節目中錄影的人員）吧，她雖然外表可能有人覺得不是那麼出色，但是她可以留在節目中那麼久，我覺得都是靠她的才藝加分很多，至少我覺得她很勇於嘗試，所以這點我是很佩服的。」（受訪者 8，男，15 歲，約一年）」

電視劇的內容可以給予女性觀眾一種因遊走於真實與虛幻而帶來的知識，使女性觀眾覺得能愉快地與他人分享自己思密的內心世界，這種分享與討論提供她們安全的出口，而這也是一種愉悅。觀看音樂娛樂節目時，受訪者會將現實生活所遇到的問題與節目內容相結合，節目中人員對事情的處理方式或態度，在受訪者心裡成為一種參考模式，抑或當成一種學習的榜樣，當受訪者遭遇到相似的問題或困難時，將會聯想到節目中人員若遭遇此種狀況，會如何解決，進而面對解決問題。

受訪者在觀看音樂娛樂節目時，會參考節目中人員的行為模式或是處事態度，將自己的生活與節目中的人物角色互動與討論，並實際應用在現實生活中所遭遇到的狀況，不是逃避反而學習如何解讀生活中的問題，除此之外，受訪者在觀看時亦會從中學習到了了解自己，參考節目中的人員，來詮釋自己生活中的事件。

#### 四、「窺視的快感」

音樂娛樂節目中的「美眉私密生活」單元，有別於傳統透過鏡頭觀看參與節目人員的錄影畫面，在這個單元中會將攝影鏡頭帶進參與節目人員的真實生活中，可以讓觀眾看到參與節目人員私底下的生活情形。這種愉悅類似 Fiske 借用 Freud 的「淫窺癖」(voyeurism) 觀點所探討的電影觀賞的權力與愉悅(轉引自蔡琰, 2000)。這種影者的「權力」展現，使他們就像是從一扇窗外面窺視窗內人物的私生活一樣，如同 Buckingham (1987) 研究英國青少年觀賞《東區邊緣人》(EastEnders) 發現，那些青少年雖然不能實際經歷成人世界的生活，但是透過觀看電視的呈現，感覺好像偷偷地經歷了那一切。

「那個單元很有趣啊，可以發現有些人家裡超漂亮的，根本是有錢人，還有些人的房間亂得跟什麼似的，就可以發現很多東西，看一下她們(按：參與節目中錄影的人員)平常私底下生活是什麼樣子的，是不是有什麼不為人知的一面或是怎樣的。」(受訪者 13，男，22 歲，約一年半)

「對啊，我是挺好奇的啊，所以這個單元我都會看，不知道耶，可能感覺就比較真實吧，有時候可以看到她們私底下邋邋的一面，沒化妝啊，沒有弄髮型啊等等，那還蠻好笑的，就好像你很想去看某個藝人在家生活的樣子，穿著睡衣帶著眼鏡，沒化妝沒有漂亮的衣服，就跟我們晚上在家的樣子是一樣的。」(受訪者 2，女，16 歲，約一年)

「我有時候會覺得那是假的耶，是製作單位事先就安排好說下次要去突襲誰的家，因為有時候會覺得這不太可能吧，如果家中有家人在呢那怎麼辦，所以有時我會覺得那是假的啦，就像是先安排好的節目內容是一樣的，不過有時也沒有想那麼多，自己也很想看看她們家中有什麼東西可以翻的。」(受訪者 20，女，16 歲，首播時收看)

受訪者認為將鏡頭帶進參與節目人員的私人生活中，可以滿足受訪者對參與節目人員的好奇心，透過鏡頭的帶領，讓受訪者去觀看、取笑他人的生活情形，甚至是質疑節目的真實性，並使之成為看電視的樂趣，並會將自己原本有限的生活世界往外擴展，從中得到愉快的感受。

## 第七章 結論

本研究的研究目的在於探討音樂娛樂節目的閱聽人，在觀看音樂娛樂節目的過程中，如何解讀節目呈現的訊息，包含閱聽眾收看音樂娛樂節目的原因為何；影響持續觀看的因素有哪些；觀看音樂娛樂節目時產生的互動為何；閱聽人所擁有的個人經驗與社會位置又造成何種的解讀差異；最後，閱聽人從音樂娛樂節目中所獲得哪些意義與愉悅。而本研究採用接收分析的研究取徑來探討音樂娛樂節目的閱聽人，如何解讀音樂娛樂節目中所呈現的訊息，除了對閱聽人進行深度訪談之外，更針對節目文本進行文本分析，探討出現在節目文本中的訊息如何影響閱聽人的解讀。

本章共分為三節，第一節根據資料分析以及訪談發現，歸納出研究結論；第二節提出本研究的研究貢獻；最後，說明研究限制與研究建議，提供未來給學界及實務界做為參考。

### 第一節 研究發現與結論

#### 一、 與理論之對話

Hall 於 1980 年提出製碼／解碼模式時曾明確指出，閱聽人解讀的差異會受到文本結構的影響，但也和閱聽人所處的階級、性別、種族或年齡等社會位置有關，因此產生「特定的論述位置」的觀點。

即閱聽人的觀看電視行為並非在真空下進行，閱聽人會將自身其它生活領域的討論與再現經驗一併帶入觀看的過程，特定的論述位置才是造成特殊的解讀方式之要點，此外，閱聽人會根據他們認知結構或是基模中所累積的經驗來接收文本與建構意義。本研究之目的乃在於探討情境脈絡對音樂娛樂節目閱聽人解讀之影響，而情境脈絡包含了閱聽人的社會位置、經驗與觀視情境共三個層面。經由訪談資料分析可以得知，閱聽人對音樂娛樂節目內容的解讀，會根據觀視情境、個人經歷與知識的不同，而形成差異性的詮釋。

本研究發現，音樂娛樂節目以學校上課的形式呈現，以各種單元類型輪流播放，作為主要的節目單元內容，而單元內容主題呈現多樣化且極具有討論性的特質，其原因在於，音樂娛樂節目單元類型的主題內容，均圍繞在青少年的興趣、流行事物、人際相處、同儕關係等面向上，對於青少年而言，可以將節目內容與自身的真實生活相互結合，形成一種參考的標準與來源。又由於音樂娛樂節目內容是以最日常化、生活化的呈現手法給閱聽人，讓閱聽人在收看的同時，便會用

屬於自身「特定的論述位置」的觀點加以解讀，並回溯過往認知結構，運用基模經驗與知識作為詮釋的基礎。

此外，音樂娛樂節目的參與來賓形象呈現，是比擬學校生活的角色，將整體節目營造出校園生活的環境，在此，作為觀看者的閱聽人，其真實世界中的社會位置是屬於學生身份，當節目中不斷地使用一般學校會使用的規範性稱謂與語句時（譬如：上課、老師好、學生、請坐、敬禮、進行測驗…等用詞），正是屬於學生身份的閱聽人，平日在學校生活裡最為熟悉的稱謂使用和句子，又加上參與音樂娛樂節目來賓的身份（在真實生活中均為在學學生）與特質顯現（年輕、大膽、打扮風格且無厘頭的作風），觀看者便會從自己的社會位置的情境脈絡中產生認同與共鳴，自然而然地融入節目營造出的「學校」氛圍裡。

如同 Hoijer (1992) 研究閱聽人對於電視內容的劇情理解發現，閱聽人會參考過去的經驗，來接收、理解、詮釋所收看的電視節目訊息，閱聽人的先前經驗，對日後所接收到的媒介訊息，將會形成一種參考與回憶。

因為節目的內容與閱聽人的生活環境具有高度相關連性，閱聽人能將真實生活經驗的感知與節目內容的邏輯互相連結，閱聽人會根據他們認知結構或是基模中所累積的經驗來接收文本與建構意義，將有助於閱聽人去了解音樂娛樂節目中，來賓角色的行為、動機、與心理狀態。音樂娛樂節目閱聽人除了將自身所學到的知識或曾經歷過的體驗為出發點，與節目的內容連結形成解讀的不同之外，受訪者表示亦會藉由參考電視角色的行為，來詮釋自己生活中可能遭遇到不如意的事件或困難。

## 二、閱聽人解讀型態與情境脈絡之關連

Hall (1980) 曾分析閱聽人的詮釋結果與文本的意識形態，發現閱聽人的解讀與文本的意識型態不一定相同，文本的多義 (polysemic) 並不完全的多元 (plurastic)，閱聽人的詮釋仍是有其限制與模型的，因此，Hall 認為閱聽人面對編製成碼的訊息建立在三種不同的價值體系上，分別是：「主流文化主導權立場」、「協商式符碼或立場」、「對立符碼立場」。

本研究發現，音樂娛樂節目閱聽人在觀看節目的過程中，可以分別針對影響閱聽人解讀之情境脈絡因素作探討。

首先，影響閱聽人解讀之情境脈絡因素之一，即是閱聽人本身經驗性解讀與社會位置，在此點因素的影響下，研究結果發現，閱聽人解讀的位置多半採取「主流文化主導權立場」，去解讀音樂娛樂節中所呈現的訊息，主要原因是因為，閱聽人可以透過音樂節目的訊息中，獲得與自我相似性的回饋訊息，電視如同是一扇窗口，帶領著閱聽人進入這個窗口，了解周遭的環境事物，除了比較、參考劇



情與自身生活外，並且能從中獲得收視的喜悅。另外，受訪者亦認為，觀看音樂娛樂節目時，就好像看到類似自己的生活細節中，可能遇到的事情出現在節目中一樣，譬如現實生活中遭遇到挫折、與人相處的問題、人際關係的情況等，一旦節目內容與閱聽人的生活情境接近時，便能引起觀眾的共鳴與認同感。

「譬如像是朋友間的相處啊…總覺得這些問題也是常常會發生在我們周遭的啦，…看節目還真像是在看自己同學間的問題哩。」（受訪者 1，女，17 歲，一年）

「她們也很像是在上課…我覺得她們（按：參加節目錄影的人員）也是在對自己的事情負責吧…後來我想想這其實跟現實生活也很像啊，朋友也是這麼覺得…就跟節目中一樣，也是會出現我們一般生活中可能發生的情形。」（受訪者 17，女，16 歲，約兩年）

對音樂娛樂節目的閱聽人而言，在收看的過程中不僅能獲得愉悅，若當節目中參與的來賓出現了與自身的價值觀以及先前生活經驗相類似時，可以透過觀看音樂娛樂節目來獲得替代性的補償，即使角色並非自己，仍可以在觀賞節目的過程中感到愉悅，林芳玫（1994）指出，閱聽人將自己投射到劇中和劇中角色合而為一，甚至可以和劇中人產生認同與共鳴的感受，主要的目的是希望能夠獲得替代性的滿足。

此外，部分受訪者表示，由於所擁有的社會位置與參與節目的來賓相似，因此，觀看音樂娛樂節目時，會對節目中的人物產生投射作用，閱聽眾將節目的內容融入自己的現實生活當中，不斷地將自己的生活與節目中的人物角色互動與討論。

Hobson（1982）指出，這樣的解讀型態，代表著閱聽人正在解讀真實生活中的問題，而不僅僅只是單純的逃避而已。受訪者在觀看音樂娛樂節目時，會參考節目中人員的行為模式或是處事態度，將自己的生活與節目中的人物角色互動與討論，並實際應用在現實生活中所遭遇到的狀況，不是逃避反而學習如何解讀生活中的問題，除此之外，受訪者在觀看時亦會從中學習到了解自己，參考節目中的人員，來詮釋自己生活中的事件。

其二，影響閱聽人解讀的情境脈絡因素則是觀視情境，在此點因素的影響下，研究結果發現，閱聽人解讀的位置多半採取「協商式符碼或立場」。Hoijer（1990）認為，當閱聽人個別不同的生活史（life history），會讓閱聽人在文本訊息的接收上，也就是閱讀或收視的經驗，有所不同。透過觀看音樂娛樂節目，閱聽人會與三者產生互動—媒介、家人與他人。

研究結果發現，受訪者會與媒介產生互動，節目內容過程中所塑造出的懸疑性和緊張感，自然引起觀眾的興趣及參與感，讓閱聽眾不但有參與節目的動力，

更有與節目內容一同進行的欲望，參與的過程讓受訪者感覺到與節目的互動性提高，受訪者對節目訊息的解讀，並無產生直接的影響性。

反之，當受訪者處於與家人或友人一同觀看音樂娛樂節目的環境時，藉由與第三者閒聊或討論節目內容的過程中，可以獲得不同於自己的意見與想法，受訪者認為可以透過觀看音樂娛樂節目，進而讓父母瞭解自己的休閒活動與生活興趣為何，不但可以促進良好且和諧的溝通，更增進與家人的感情交流，而家人也會給予一些意見與想法。

此外，研究發現，不同於男性受訪者，當女性閱聽眾在觀看音樂娛樂節目時，較容易表達出自身經驗性的詮釋，對她們而言，這樣的討論行為即是代表姐妹圈的參與，女性社群的建立，因此，若當音樂娛樂節目的閱聽人，其觀視情境並非獨自一人的情況之下，並不會對音樂娛樂節目的訊息產生全盤性的接收，反之，她們會偏向以協商的方式，並與他人討論的過程中對節目訊息進行解讀。

Gary 指出，流行文本不僅是每日生活的一部分，也有助於與他人建立友情，尤其是大部分的女性傾向看電視後會討論節目內容，藉此和家人、朋友互相溝通，更成為女性分享日常生活經驗的場域（張錦華譯，2001）。

### 三、 從情境脈絡中獲得之愉悅

Croteau 和 Hoynes（1999）曾指出，媒體文本必須提供給觀眾意義與愉悅，閱聽眾所產製的意義是利用文本與日常生活之間的相關性構築而成，而愉悅源自於以閱聽人為依據的意義產生（湯允一譯，2001）。因此，閱聽人得到的意義與感受，與閱聽人所處的情境脈絡有關，意義的產製只有置於日常生活情境中才能被理解。

音樂娛樂節目閱聽人經由與自我相似的社會身份與過往基模的認知的理解與詮釋，會感到與劇中人物同喜同悲，心情會隨著劇情起伏，這種進入劇情的感覺，使她們盡情釋放自己的情緒，並產生了替代性的愉悅，閱聽人將自身從現實生活中達成的目標與行為，投射到與自我身份或個性相似的參與來賓身上，從參與來賓身上流露的特質中，閱聽人感受到了能與自我知識和經驗相呼應的行為展現，在閱聽人自己與文本距離的縮短下，透過觀看音樂娛樂節目來獲得替代性的滿足。

另一方面，音樂娛樂節目提供閱聽眾一個抒發課業壓力的管道，更藉由與學校神似的場景與人物身分，反而呈現出輕鬆有趣的內容，使這樣的情境是閱聽眾在現實生活中無法達成的，如此的反差對比之下，閱聽眾藉由虛與實的轉換，創造了想像的愉悅空間；對受訪者而言，這是與文本內容形成協商式的解讀，音樂娛樂節目賦予閱聽人幻想的愉悅，受訪者認為音樂娛樂節目彌補了他們在現實生

活中所遭遇到不確定的感覺，讓受訪者暫時擺脫真實世界與日常生活中的壓力，逃避他們的無助與茫然感，閱聽眾將節目的內容融入自己的現實生活當中，不斷地將自己的生活與節目中的人物角色互動與討論。Hobson (1982) 指出，這樣的解讀型態，代表著閱聽人正在解讀真實生活中的問題，而不僅僅只是單純的逃避而已。

閱聽人並非全盤的接收節目所傳遞的正面訊息，閱聽人自會根據自身的環境、想法等其它因素，來解讀音樂娛樂節目中所欲傳達給觀眾的訊息，受訪者表示，藉由觀看他們產生了幻想、逃避、宣洩等情緒，這些情緒都帶給他們愉悅的感受，他們會放任自己去經驗節目中那些看似不可能發生在自己生活中的經驗，但亦會將節目訊息帶入真實生活環境下做解讀，形成閱聽人個人的幻想世界中，閱聽人可以盡情地享受與想像，進而獲得想像的愉悅，此外，在其他單元的呈現中，更可獲得窺視的快感，滿足閱聽人在現實生活中的無奈與好奇心。

## 第二節 研究貢獻

本研究跳脫以往傳統對電視節目的效果研究，嘗試以接收分析的研究取徑，探討音樂娛樂節目的訊息賦予閱聽人何種意義、音樂娛樂節目的閱聽人如何詮釋此訊息，又節目所呈現的訊息如何影響音樂娛樂節目閱聽人的解讀，本研究歸納出學術界上以及實務界上的貢獻分別加以說明。

### 一、 延伸閱聽人詮釋電視文本的研究

本研究的目的是在探討音樂娛樂節目閱聽人的接收觀點，在研究的題材上具有獨特的創新性，延伸過去傳統研究中對於電視節目的討論面向，並設法彌補不足之處，以往針對綜藝類節目的相關研究中，大數的研究往往是將節目內容會對閱聽人產生何種影響，作為探討的重點，諸如節目中男女人物的形象是否會影響閱聽人的解讀，進而在閱聽人的腦海中形成刻板印象；羶色腥的節目內容是否會影響閱聽人的價值觀，在此類型的相關研究中，又以討論青少年價值觀來得最為豐富，另外，還有閱聽人崇拜影視明星的相關行為的相關研究等。

有關綜藝節目的研究大多集中於上述這幾點面向來進行討論，而多數研究皆是從傳統效果研究取徑作為出發點，利用數據代表閱聽人外在的顯著行為，來測量媒介是否真實產生效果，反之，作為主體觀看者的閱聽人本身，其研究就顯得相當匱乏；而其它與閱聽人相關討論的研究中，日劇與韓劇的盛行原因亦是常被研究的焦點，但多數卻集中在文化認同、消費行為、頻道經營、節目策略方針、以及迷群方面等的研究，對於閱聽人在收看日韓劇時，卻忽略閱聽人在內容上所產生解讀與獲得的意義與感受方面的討論。

本研究認為若要探討閱聽人在觀看或接收媒介訊息時，產生何種解讀、獲得何種意義、以及產生何種愉悅時，接收分析可以提供從整體環境脈絡中，去檢視閱聽人行為的研究取徑，意義來自閱聽人與文本兩方，且會隨著閱聽人本身的因素以及外在的社會文化脈絡之影響而有所不同，因此，本研究不再將探討面向侷限於效果論的範圍裡，而是希望能更深入瞭解音樂娛樂節目的閱聽人，對文本多義解讀的來源與因素，將討論觸角延伸到閱聽人的日常生活實踐中。

音樂娛樂節目自民國 94 年 8 月在台開播後，受到青少年觀眾熱烈的迴響，由於節目呈現出與傳統一般綜藝節目內容的不同走向的風格，傳統的綜藝節目中總是以演藝圈的明星作為主角，形成節目中的主要人物，在音樂娛樂節目中改為由電視機外的閱聽人能夠有主動參與的機會，以一群年約 15 至 20 歲不等的青少年作為節目的主體成員，也正因為這個原因，吸引了許多青少年對於這個節目的好奇心，滿足了青少年表現勇於嘗試的欲望，本研究企圖探討音樂娛樂節目吸引閱聽眾的主要原因，以及節目的訊息賦予閱聽人怎樣的意義與愉悅，而閱聽人既是作為一個觀看者，也可以成為一個參與者，閱聽人在兩者角色當中，又將如何解讀，嘗試以接收分析的取徑來探究結果。

## 二、 重視此類型電視節目對閱聽人之影響性

音樂娛樂節目的性質雖然屬於綜藝節目的一環，但是，經由研究發現，其節目內容對於閱聽人的影響性是更甚於一般綜藝節目的，尤其當節目內容與閱聽人生活經驗有相互扣連時，媒介內容的影響力並非只是單純地顯現在外在效果而已，由於國內是近幾年來才製作出可讓閱聽人參與報名的節目，電視節目對閱聽人的影響力，不再只是單向的效果給予，媒介擁有雙向互動的特色，讓閱聽人擁有主動的權力，閱聽人不但可以選擇收不收看這個節目，還可以選擇參不參與節目的內容。

傳統有關電視節目效果方面的研究，如今，在媒介內容有所改變的情況下，更應該重視具有參與性、以及高度互動性的節目，對閱聽人的影響不僅只侷限於想法或行為上的改變，而是閱聽人會將節目內容與真實生活作結合，看電視對閱聽人而言不再只是一種休閒、娛樂、打發時間的媒介使用行為，更是形成自我生活的一部分，個人情感的歸屬之一。

## 三、 在理論層次方面

由於接收分析的論點強調閱聽人與文本是一相互並重的過程，閱聽人在詮釋文本上具有主動性，另一方面閱聽人也可能在解讀的過程中，受到文本的引導與影響，如文本的意識形態、內容均可能影響閱聽人朝著某特定的方向進行詮釋，

意義是由閱聽人論域與文本論域所協商而成。

本研究基於此論點探討音樂娛樂節目與閱聽人之互動的關係，不同於國內以往對於綜藝節目內容的研究，往往將焦點放置於媒介如何影響、產生效果的取向，為研究綜藝節目注入了一股新的討論取向，而根據研究結果發現，音樂娛樂節目閱聽人具有主動詮釋文本的能力，對於閱聽人而言，並非是默默接收電視節目的訊息，反之，閱聽人會主動根據自身的社會位置與先前的個人經驗，對節目訊息產生屬於個人色彩的解讀。

經過訪談結果整理，本研究亦發現，音樂娛樂節目閱聽人不僅具有主動詮釋文本的能力，並且能挪用部份 Carey 所提出儀式的觀點，作為解釋閱聽人解讀的意涵，電視媒介表現儀式化的方式，可以將平常的一日轉換成具有特殊意涵的節日，儀式的發言是藉由符號象徵意涵的活動所展現出意義，音樂娛樂節目內容仿造學校生活模式呈現，將普通的綜藝節目轉換成具有學校氛圍的情境，當閱聽人透過持續觀看的行為，將節目內容與真實生活經驗感知作結合，音樂娛樂節目所呈現出的訊息、口號與行為表現，閱聽人會透節目內容中的種種象徵與表現方式來感受外在真實的學校環境，並肯定閱聽人在某些價值與意義秩序中的象徵位置，諸如在學校生活的身分。

#### 四、 提供國內綜藝電視節目製作方向的參考

在實務層面而言，本研究提供給電視實務界一個參考的標準，提供給節目製作者具體的方向，綜藝節目若欲做出一個成功的表演單元，必須在許多環節上皆設想周到才較易引起觀眾的迴響，除此之外，互動性及參與性高的節目內容，更能夠獲得閱聽眾喜愛，除了 Channel V 製播的「我愛黑澀會」節目具有互動性與參與性特色外，現今持續引發熱潮的「超級星光大道」節目亦是擁有同樣的特色，雖然兩者節目內容性質有所不同，但是，這兩個節目都是開放給一般觀眾報名參加，讓觀眾作為節目的主體，觀眾不但可以收看亦可參與，是觀看者也是參與者，「我愛黑澀會」的高收視率在反映了閱聽眾的需求，在未來的業界的實務需求上，重視並呼應閱聽人的需求，或許是未來節目內容製作可行的參考方向之一。

### 第三節 研究限制與建議

就理論層次而言，本研究採用的是接收分析的取徑來探討音樂娛樂閱聽人的解讀，在接收分析的理論意涵上，應該是閱聽人與文本並重，不僅針對閱聽人，亦要對文本進行分析與探討，本研究雖然有針對音樂娛樂節目的節目內容、文本型式、參與節目來賓、節目主持人與參與來賓互動情形作簡略地介紹與分析，然而本研究並未深入地分析音樂娛樂節目的文本，也因此不能全然地徹底了解閱聽人在收看音樂娛樂節目的過程中，在其解讀過程，是否會受到節目文本端所呈現出的意義與訊息的影響。

而本研究雖然有對音樂娛樂節目做相關的介紹與討論，試圖分析出節目內容表現的手法與涵意，但卻未將分析與閱聽人的訪談資料相互搭配，造成研究過程的重心仍然不免於以閱聽人的深度訪談內容作為主幹，因此，在建議未來的研究者，對未來做相關的研究時，對「文本」及「閱聽人」兩方面得探討都應深入著手進行，增加文本分析的研究方法，除了文本數量的選取上，其樣本內容與數量應符合代表性之外，更將文本分析的內容與深度訪談一起相互搭配，文本分析內容不但可以與訪談內容形成扣連，亦可讓受訪者加深對節目內容的印象，在資料的蒐集上的面向上，可能衍生出更為豐富且更加多元的資料，並讓資料相互對話，分析出更有意義與價值的研究發現。

在研究對象的選取上，本研究採立意抽樣以及滾雪球的方式，招募到年齡分布於 15 至 24 歲的 20 位青少年，在 20 位受訪者當中，其學歷均界於高中職或大專學院居多，少數幾位為畢業生或待業中人士，而受訪者的性別分布上是 13 名女性與 7 名男性。

本研究希望能夠了解音樂娛樂節目的閱聽人如何解讀節目訊息，以及從節目訊息中獲得何種意義與愉悅，雖然 20 位受訪者都是屬於收看音樂娛樂節目均長達半年以上的重度收視者，是有持續在收看的閱聽眾，在受訪者人口學變相的分布上，卻將研究對象侷限於屬於青少年族群的年齡層，造成本研究在針對音樂娛樂節目收視者相關的解讀與意義、愉悅等問題時，單就從青少年族群的訪談資料，可能無法獲得較為深入的探索與詮釋。

雖然，研究最初選擇研究對象的原因，是想要了解作為節目主體的青少年，相較於其它年齡層的閱聽人，觀看節目時可能會產生較為深刻且不同的詮釋，並且在研究對象性別的選取上，已盡力達到平衡之數目，但是，亦造成了這樣的詮釋可能無法概括至其它族群閱聽人的身上的困境，像是不同年齡層的族群，是否產生不同於青少年族群的解讀意涵；不同學歷或是處於非學生、擁有其它社會位置的閱聽人，其對節目的解讀是否產生差異，因此，本研究建議，在未來相關的研究上，可針對不同年齡層、擁有不同的社會位置或是不同學歷與經驗的閱聽人，以及閱聽人性別上的數量的平衡，來進行訪談的研究。

本研究嘗試針對閱聽人所處的觀看情境做相關的討論，其研究發現，閱聽人所處的觀看情境會有三種互動層面的影響，分別是與家人、他人和媒介的互動，雖然多數閱聽人是以家裡作為主要的觀視情境，但是閱聽人在對文本進行解讀時，不應單純地將觀視情境侷限於家庭環境之中，若將討論範圍擴大至外在的工作環境、公共場合或是其它地點來做相關的討論。

這樣的研究情境較少拿出來做討論，但是，閱聽人可能由於身處不同的地點亦會作出差異性的解讀，因此，本研究建議未來相關研究時，除了主要的家庭情境脈絡之外，針對研究目的與興趣的不同，亦可對公共場所或其他環境的接收情境作一探討，如此，閱聽人的觀看情境之討論面向較為全觀，亦能使資料的蒐集具有更佳的完整性。

此外，亦可以不同面向對音樂娛樂節目進行探討，本研究是以閱聽人的角度出發，針對閱聽人在觀看得過程中，如何受到情境脈絡之影響、產生不同解讀結果、獲得不同的意義與愉悅，作為主要探究的方向，建議未來或許亦可從產製面的角度作為思考點，分析節目製作的主要意涵與目的，企圖對閱聽人達成何種目標與影響。



## 參考文獻

### 中文部份

- 王雅各（2001）。〈綜論質性研究〉。《資訊傳播與圖書館學》，7(4)：15-36。
- 王小惠（1990）。《青少年收看電視新聞的動機、主動性及收視程度三者關聯性之研究》。輔仁大學大眾傳播研究所碩士論文
- 方鳳琪（2003）。《台灣青少年的媒體使用與其道德判斷之相關性—以電視綜藝節目和網路連線遊戲為例》。國立交通大學傳播研究所碩士論文。
- 方鳳琪、陳燕秋、徐偉倫（2002）。〈台灣青少年收看綜藝節目與其道德判斷之相關性研究〉。《廣播與電視》，19：59-97。
- 朱全彬（2001）〈從主體、認同看質化的閱聽人研究〉。《資訊傳播與圖書館學》，7：69-79。
- 江明修（1992）。〈社會科學多重典範的爭辯：試論質與量研究方法的整合〉。《國立政治大學學報》，64：315-344。
- 李美華譯（1998）。Babbie, E.（1998）著。《社會科學研究方法》。台北：時英。林彥伶（2000）。〈電視綜藝節目收視行為研究〉。《廣電人》，62：56-57。
- 李佩瑛（2005）。《韓劇「大長今」之接收分析研究：男女閱聽人對「長今」角色的解讀》。國立交通大學傳播研究所碩士論文。
- 何天立（1998）。《說、聽、看 MTV 故事的方法:探索閱聽人與音樂錄影帶敘事觀點的互動》。世新大學傳播研究所碩士論文。林彥伶（2000）。〈電視觀眾的「轉台行為」與「收視決定習慣」〉。《廣電人》，56：36-40。
- 吳翠珍（1993）。〈解毒電視？解讀電視！-談媒體素養教育中的電視識讀〉。《教學科技與媒體》，7：3-11。
- 吳心欣（1999）。《兒童電視觀看之性別刻板印象解讀形態研究》。國立政治大學廣播電視學研究所碩士論文。
- 林芳玫（1994）。〈觀眾研究初探—由「梅花三弄」談文本、解讀策略與大眾文化意識形態〉。《新聞學研究》，49：123-155。



- 林芳玫（1994）。《解讀瓊瑤愛情王國》。台北：時報。
- 林福岳（1996）。〈閱聽人地理學—以「民族誌法」進行閱聽人研究之緣起與發展〉。《新聞學研究》，52。
- 林東泰（1997）。《大眾傳播理論》。台北：師大書苑。
- 林瑞端（2000）。《媒介、消費與認同：台灣青少年收看日本偶像劇之效果研究》。世新大學傳播研究所碩士論文。
- 林淑貞（2001）。《國小兒童收看電視綜藝節目之情形、看法及電視綜藝節目識讀教學成效之探》。臺南師範學院國民教育研究所碩士論文。
- 胡幼慧（1996）。《質性研究理論、方法及本土女性研究實例》。台北：巨流。
- 胡幼慧、姚美華（1996）。《一些質性方法上的思考》。台北：巨流。
- 翁秀琪（1993）。〈閱聽人研究的新趨勢—接收分析的理論與方法〉。《新聞學研究》，47：1-12。
- 翁秀琪（2003）。《大眾傳播理論與實證》。台北：三民。
- 秦嘉菁（1998）。《電視劇中家庭概念之呈現方式及閱聽人解讀型態之研究—以「中視劇場—花系列」節目為例》。國立政治大學新聞研究所碩士論文。
- 唐維敏譯（1996）。Jensen, K. B. & Jankowski, N. W. 著。《大眾傳播研究方法—質化取向》。台北：五南。
- 唐維敏譯（1998）。Turner, G (1990) 著。《英國文化研究導論》。台北：亞太。
- 馮建三譯（1995）。Morley, D. (1992) 著。《電視、觀眾與文化研究》。台北：遠流。
- 張文強（1997）。〈閱聽人與新聞閱讀—閱聽人概念的轉變〉，《新聞學研究》，55：291-305。
- 張錦華（1994）。《媒介文化、意識型態與女性—理論與實例》。台北：正中。
- 陳芸芸譯（2000）。Abercrombie, N. (1996) 著。《電視與社會》。台北：韋伯。
- 陳芸芸譯（2000）。Lull, J. (2000) 著，《媒介、傳播與文化：全球化的途徑》。

台北：韋伯。

陳芸芸、劉慧雯譯（2001）。McQuail D.（2001）著。《最新大眾傳播理論》。  
台北：韋伯。

陳慕君（2003）。《從生活觀點探討公益彩卷消費者的彩卷消費與新聞解讀》。  
國立政治大學新聞所碩士論文。

郭慈芬（2004）。《千禧年的算命風潮 — 星座命理節目之閱聽人研究》。世新  
大學傳播研究所碩士論文。

郭良文、林素甘（2001）。（質化與量化研究方法之比較）。《資訊傳播與圖  
書館學》，7(4)：1-13。

郭良文等（2002）。（質化與量化研究方法之比較分析）。《資訊傳播與圖書  
館學》，7(4)：1-13。

湯允一等譯（2001）。Croteau.D. & Hoynes.W.（1999）著。《媒體/社會—產  
業，形象，與閱聽大眾》。台北：學富。

黃明明（1992）。《電視新聞暴力內容對兒童之涵化效果初探》。國立政治大  
學新聞研究所碩士論文。

黃秋碧（1998）。《漫畫閱讀之遊戲、快感經驗與社會實踐—以世新、政大學生  
為例》。世新大學傳播研究所碩士論文。

黃葳威（2004）。《閱聽人與媒體文化》。台北：揚智。

黃光玉（2004）。（以民族誌研究每日生活中的閱聽人）。《新聞學研究》，  
80：165-171。

楊維倫（2003）。《情境脈絡與日劇迷的收視經驗》。世新大學傳播研究所碩士  
論文。

廖克玲（1982）。《社會學習論巨匠—班度拉》。台北：允晨。

廖若瑜（2000）。（青少年的綜藝節目收視「質」與「量」）。《廣電人》，  
66：58-59。

趙培華（2000）。《台灣青少年對日本偶像劇的觀看、解讀與消費》。國立中山  
大學傳播管理研究所碩士論文。

劉仲冬（1996）。（量與質社會研究的爭議及社會研究未來的走向及出路）。

- 《質性研究 理論、方法及本土女性研究實例》，121-139。台北：巨流。
- 蔡琰（1993）。〈電視單元戲劇展現之社會〉。《廣播與電視》，1（3）：41-66。
- 蔡琰（2000）。《電視劇：戲劇傳播的敘事理論》。台北：三民。
- 鄭明椿譯（1993）。Fiske, J. & Hartley, J（1978）著。《解讀電視》。台北：遠流。
- 潘淑滿（2003）。《質性研究：理論與應用》。台北：心理。
- 盧嵐蘭（1996）。《國內八點檔國語連續劇與社群意識：一個理論層面的探討》。台北：電視文化研究委員會。
- 鍾珮琦譯（1995）。〈我在對這群人說話嗎？電視正文與接受理論的思辯〉。《當代》，110：34-41。
- 謝炫達（2001）。《「全球化廣告」的接收分析－影響閱聽人解讀型態之因素研究》。國立政治大學廣告研究所碩士論文。
- 謝秉陞（2006）。《高科技產業中公關與記者間之權力關係探討》。國立交通大學傳播研究所碩士論文。
- 蕭育純（1999）。《青少年電視收看歷程之探討》。台灣師範大學社會教育研究所碩士論文。
- 簡妙如（1996）。《過度的閱聽人：「迷」之初探》。中正大學電訊傳播研究所碩士論文。
- 魏 均（1999）。〈全球化脈絡下的閱聽人研究〉。《新聞學研究》，60：93-109。
- 關尚仁（1999）。〈看優質綜藝·休閒有品質〉。《廣電人》，51：35-36。
- 曠湘霞（1986）。《電視與觀眾》。台北：三民。
- 富邦文教基金會（2002）。《少年 TV 大公開》。Online Available:  
[[http://www.fubon.org/Youth/Item\\_Show.asp?Item\\_ID=28](http://www.fubon.org/Youth/Item_Show.asp?Item_ID=28)]
- 廣電基金會（2002）。《90 年電視收視行為大調查》。Online Available:  
[<http://www.bdf.org.tw/programs/media-research/mr.html>]
- 廣電基金會（2001）。《89 年 3-18 歲閱聽眾廣電媒體使用行為大調查》。Online Available: [<http://www.bdf.org.tw/programs/media-research/mr.html>]

## 英文部份

- Alasuutari, P. (1999). "Introduction: Three phases of reception studies", in P. Alasuutari (ed.) *Rethinking the media audience*, London: Sage.
- Ang, I. (1985). *Watching dollars: Soap opera and the melodramatic imagination*, New York: Methuen.
- Ang, I. (1991). *Desperately seeking the audience*. London: Sage.
- Ang, I. (1996). *Living room wars*. London: Routledge.
- Buckingham, D. (1987). *Public secrets: EastEnders and its audience*. London: British Film Institute.
- Brunsdon, C. & Morley, D. (1980). *The "Nationwide" audience: Structure and decoding*. London: British Film Institute.
- Carey, J. W. (1989). *Communication as culture: Essays on media and society*. NY: Routledge.
- Fiske, J. (1989). Moments of television: Neither the text nor the audience. In E. Seiter, H. Borchers, G. Kreuzner & E. M. Warth (Eds.), *Remote control: Television, audiences, and cultural power* (pp. 30-49). New York & London: Routledge.
- Fiske, J. (1991). *Television culture*. London: Routledge.
- Gray, A (1992). *Video playtime: The gendering of a leisure technology*. London: Routledge.
- Greswell, J. E. (1998). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five traditions*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Hall, S. (1980). Encoding and decoding. In S. Hall, D. Hobson, A. Lowe and P. Willis (eds.). *Culture, media, language*. London: Hutchinson.
- Hammersley, M. & Atkinson, P. (1983). *Ethnography: Principles in practice*. London: Routledge.
- Hobson, D. (1982). *Crossroad: The Drama of a soap opera*. London: Methuen.
- Hoijer, B. (1990). Studying viewers' reception of television programmes: Theoretical

and methodological consideration. *European Journal of Communication*, 5, 29-56.

Höijer, B.(1998). "Social psychological perspectives in reception analysis", in R. Dickinson, R. Harindranath, O. Linné (eds) *Approaches to audiences*, London: Arnold.

Jensen, K. B. (1991). "Reception analysis: Mass communication as the social production of meaning", in K. B. Jensen & N. W. Jankowski (eds) *A Handbook of qualitative methodologies for mass communication research* , London: Routledge.

Lewis, P. (1949). Television and teenagers. *Educational Screen*, 28, 159-161.

Livingstone, S. M. (1988). Why people watch soap opera: An Analysis of the explanations of British viewers. *European Journal of Communication*, 3, 55-80.

Lull, J. (1980). The social uses of television. *Human Communication Research*, 6, 197-209.

Lull, J. (1990). *Inside family viewing*, London: Hutchinson.

Lindlof, T. R. (1991). *The qualitative study of media audience. Journal of Broadcasting & Electronic Media*, vol. 35: 23-42.

Marshall, C. & Rossman, G. B. (1995). *Television designing qualitative research*. Thousand Oaks, CA: Sage.

McQuail, D., & Windahl, S. (1981). *Communication models for the study of mass communications*. London: New York: Longman.

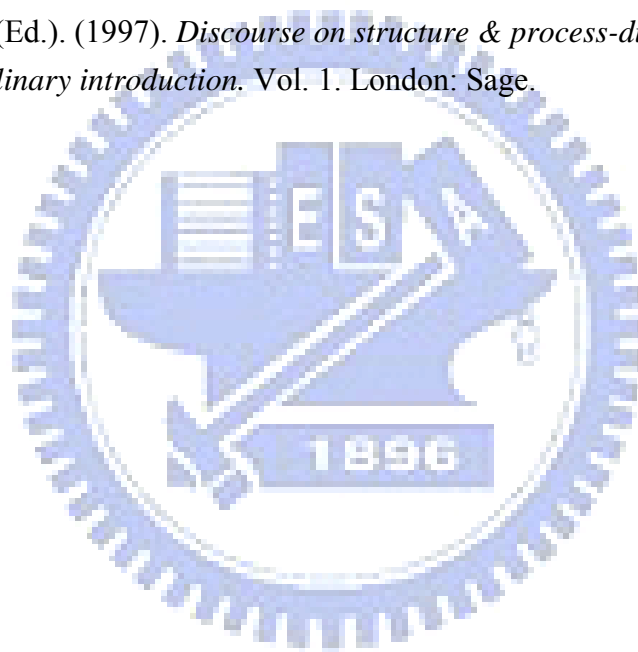
Morley, D. (1980). *The 'Nationwide' audience: Structure and decoding*. London: British Film Institute.

Morley, D. (1986). *Family television: Cultural power and domestic leisure*. London: Comedia.

Morley, D. (1990b). 'The construction of everyday life', in D. Swanson and D. Nimmo(eds) *New directions in political communication*, Newbury Park and London: Sage.

Morley, D. (1992). *Television and audiences and cultural studies*. London: Routledge

- Press, A. (1995). Class and gender in the hegemonic process: Class differences in Women's perceptions of television realism and identification with television characters. In O. Boyd-Barrett & C. Newbold (Eds.), *Approach to media: A Reader* (pp. 420-429). London: Arnold.
- Radway, J. (1987). *Reading the romance: Women, patriarchy, and popular literature*. London: Verso.
- Stacey, J. (1994). *Star gazing: Hollywood and female spectatorship*. London: Routledge.
- Stephenson, W. (1988). *The play theory of mass communication*. Chicago : University of Chicago Press.
- Van Dijk, T. A. (Ed.). (1997). *Discourse on structure & process-discourse studies: A Multidisciplinary introduction*. Vol. 1. London: Sage.



## 附錄

### 訪談大綱

#### 一、喜愛收看音樂娛樂節目的原因

1. 觀看音樂娛樂節目的動機為何？
2. 對於音樂娛樂節目的第一印象、感覺為何？
3. 觀看至今一段時間後，對音樂娛樂節目印象、感覺為何？
4. 最喜歡/不喜歡音樂娛樂節目中的哪個單元？為什麼？
5. 音樂娛樂節目最吸引你的地方為何？為何喜歡觀看？
6. 音樂娛樂節目與其他綜藝或娛樂節目有什麼不同之處？
7. 請問你個人認為音樂娛樂節目有何特色？

#### 二、觀看音樂節目時的互動情形

1. 觀看時通常是自己單獨看、或是和家人、朋友同看？
2. 觀看時或觀看後會不會與他人討論？為什麼？
3. 若會討論，通常都會討論些什麼話題，哪一類較多，為什麼？
4. 觀看時所呈現的情況，通常是專心的收看還是亦會做其他的事情？
5. 音樂娛樂節目中的哪個單元最能引起你的興趣？
6. 對於參加音樂娛樂節目中的人員有何想法、感覺為何？
7. 當看到音樂娛樂節目中有參與人員被淘汰時，想法或感覺為何？
8. 對於參加的人員不但在螢幕前呈現真實的一面，並且勇於努力表現自己的行為，你認為如何？
9. 對於音樂娛樂節目中所呈現出的節目內容形式是否有特別的感覺或想法。

#### 三、音樂娛樂節目賦予閱聽人的意義及愉悅為何

1. 觀看音樂娛樂節目時，您有何想法及感覺？請描述一下。
2. 觀看音樂娛樂節目時帶給您怎樣的樂趣？
3. 音樂娛樂節目在平日生活中扮演了什麼角色？
4. 音樂娛樂節目對你個人而言有無任何意義？
5. 您有希望從音樂娛樂節目中得到什麼嗎？

6. 是否會因為看了此節目而興起參加的興趣？又原因為何？
7. 觀看時自己是否也融入節目內容中？
8. 是否會將音樂娛樂節目的內容與您現實生活中結合，形成一些參考依據？請舉例說明。
9. 是否覺得參與音樂娛樂節目中的人員跟自己很相似？若是，呈現在何種方面上？請舉例說明。
10. 如何看待音樂娛樂節目，請簡單敘述。

#### 四、個人基本資料

1. 年齡
2. 性別
3. 教育程度
4. 職業

