

# 我國兒少節目製播品質提升研究計畫--慕尼黑國際兒少節目影展 (Prix Jeunesse)的啟發慕尼黑兒童雙年影展

計畫主持人：林惠玲

協同主持人：黃聿清、藍淑芬

「兒童」向來都是傳播研究的重點，理由不外乎是因為兒童的心智發展未臻成熟，最容易受到媒介內容的影響，過去數十年的研究也都顯示：這一族群易受媒體暴力、色情內容的傷害。再加上電視媒介深入一般民眾生活，「看電視」被視為兒童主要休閒活動之一，甚至有「電視保姆」之喻。電視播送的內容對孩童個體思想和行為的塑造影響甚鉅，往往只是瞬間，其內容就可能引發不良的示範或造成後續不當的效應，基此，實有必要重視電視節目對兒童所產生之影響。

為能提供臺灣兒童更多元、更具創意的電視節目及電影作品，以豐富孩童視野，本計畫期望透過「慕尼黑兒童雙年影展」無償提供影片到世界各地，與業界、學界進行研討交流及教育訓練的 SUITCASE 機制，把優質的兒少影視作品引進臺灣，供影視工作人員進行觀摩與學習，並透過兒童影展活動為臺灣兒童打開一扇通往國際的視窗，認識各國多元文化；同時也試圖能藉由國內兒童觀影研究的進行，激勵臺灣的影視創作團隊能共同為臺灣的孩童打造一個寓教於樂、健康安全的傳播環境。

因此，本計畫旨在結合「國際觀摩交流」、「專業教育訓練」、「兒童觀影研究」三大活動，觀摩及引介國外兒童節目最新的傳播製作知識與技術，同時達成國內「兒童節目製作核心人才培育」與「兒童影片與內容研究」之多元目標，透過本計畫在三大面向之實施成果，將有助於提供文化部未來在輔導國內兒童節目業者之製作、海內外節目行銷，以及進行人才培育等國際文化交流模式建立之參考依據。

## 一、計畫緣起

「兒童」向來都是傳播研究的重點，理由不外乎是因為兒童的心智發展未臻成熟，最容易受到媒介內容的影響，過去數十年的研究也都顯示：這一族群易受媒體暴力、色情內容的傷害。再加上電視媒介深入一般民眾生活，「看電視」被視為兒童主要休閒活動之一，甚至有「電視保姆」之喻。電視播送的內容對孩童個體思想和行為的塑造影響甚鉅，往往只是瞬間，其內容就可能引發不良的示範或造成後續不當的效應，基此，實有必要重視電視節目對兒童所產生之影響。

近幾年，臺灣兒童媒體使用行為調查研究也發現，媒體在兒童的生活中，不論是使用時間、重要性或依賴程度都在大幅的攀升中。自電視普遍進入每個家庭後，兒童已經成為電視的基本觀眾，每天花費不少時間觀看電視，兒童長期在電視的薰染下，自然對他們的身心發展有深遠的影響。

J. B. Thompson (1990) 從社會互動的角度探討電視時，認為電視的互動性影響有四個層面：其一，電視促成跨越時空的互動；其二，電視由於預設了閱聽人，因而影響個體的行為；其三，電視透過媒介而影響人們對他人的行為方式；其四，電視影響個體在訊息接收之過程中的互動方式。

### (一) 促成跨越時空的互動

電視超越我們的經驗世界，常不停的播出各式各樣的現實，雖然它提供我們認識世界的線索與適應現代社會的方法，不過，真實事件經由電視影像呈現，卻多少涵涉人為的因素。Harper (2003) 在他的文章中說到：相機鏡頭看見的東西和人類眼睛所看到的東西並不完全相同—有些會像顯微鏡一樣誇大一個人的視覺範圍；有些會看得比一般的視域更寬；有些又像是望遠鏡一般。這類視覺敘事便是經過選擇和決定的結果。

媒體使用在當代青少兒的生活中扮演了相當重要的角色，甚至可以說，當代青少兒的生活環境就是媒體環境，而其中電子媒體的角色更是日益重要。媒體提供了關於家庭、交友、性別、性愛、暴力、飲食、價值觀、宗教、教育…等等的重要資訊。

李普曼 (Walter Lippmann) 認為，人類的作為並非以確定或直接經驗的知識為基礎，而是基於腦海中的世界圖像 (pictures in our heads)，這個圖像往往是他人提供

給我們的，也經常誤導人們對世界應該有的正確看法。

## (二) 影響個人認知、行為與能力

### 1. 社會學習

兒童在早年所建立的習慣、態度、行為與價值觀，會成為往後人格發展與社會化的基礎。正由於兒童時期認知與人格發展尚未成熟，尤其在生理、認知、感情、價值、道德與社會各方面的發展均處於重要的決定期。

因此，學者班度拉（Bandura）的「社會學習理論」強調，個體不一定要有直接的學習經驗，也不需要增強的作用，只要觀察示範者（model）的行為結果，即可獲得學習，並將此訊息保留，只要有適當的誘因出現，個體即可表現出所觀察到的行為。要觀察兒童是否因看電視而產生學習，實際上需要先觀察兒童看什麼電視，再分析兒童觀看的文本，並持續配合非參與觀察資料，包括家庭與學校活動，方能窺見社會學習的形成。

班度拉（Bandura, 1967）曾說過：「電視問世之後，人們的眼界因而拓寬，電視提供了許多符號示範的作用，使人們得以藉此學習到社會角色的扮演。」社會學習理論也認為，人們有能力從觀察他人言談舉止裡，學習各種行為方式。例如：兒童可觀察電視中對於性別角色行為方式的詮釋，並且於自己的實際生活裡模仿。

歐美學者如 David Morley (1991)、Roger Silverstone (1994), James Lull (1990) 等人，自 1980 年代起強調電視研究必須在其行為發生的主要情境—家庭中來探索。尤其重要的是，兒童的電視觀看無論是「獨視」或「共視」，其觀看的社會情境因素與觀看時的詮釋行為，具有多面向互動與交互影響的可能，並進而形塑了電視觀看的意義建構。

無論兒童觀看電視的時間長短為何、看什麼節目，從中瞭解到什麼意涵，兒童主動釋義的角色未曾增減。但由於兒童的世界觀尚不完整，因此，在其觀看電視的過程中與之共視者對電視文本的中介作用或不中介，則成為形塑意義的重要變項(吳翠珍, 1998)。

Eke 與 Croll (1981) 研究兒童的收視行為發現，兒童並非被動的接收者，他們有自己的一套意義建構的認知機制，在收看電視的同時，兒童會強化自身的認知能力，以

主動處理訊息並進行文本的詮釋。

電視被廣泛的視為一個學習資源，Lull 也指出電視媒介是提供資訊的重要來源。父母會鼓勵子女收看遊戲、益智節目、公共電視…等替代學校經驗，也就是說隱含在電視節目中的價值及主題，被父母親用來教育其子女。

## 2. 刻板印象

兒童社會化強調行為價值與動機的發展，多發生於具高度情感（如家庭、同儕團體）與高度權力（如學校）的場所。童年時期父母為兒童社會化的主要影響來源，父母會依據他們自身的社會及心理需要、社會階級，與對子女的期望來對待子女。此外，媒介也會影響兒童對性別的思考方式，尤其電視不斷傳遞相似的職業及角色印象，將使兒童的性別角色模式彈性降低。

依據皮亞傑（Jean Piaget）的「認知發展理論」，11歲以上是兒童的「形式運思期」（formal operational stage）。在這個階段期間，兒童較能以概念的、抽象的、或合於形式邏輯的思考方式解決問題，他們不必靠具體事物的幫忙，即能以抽象的語言符號從事邏輯推理。對發展中的兒童而言，電視上的性別角色描述正提供他們一個直接接觸的管道。研究證實：兒童電視觀看量的多寡與其性別角色態度及性別角色社會化密切相關，觀看電視的兒童要比沒有觀看電視的兒童具有較強烈的性別刻板化態度，而大量觀看電視的兒童不僅會增加其性別刻板印象與性別歧視態度，且會將他們認同的媒介模式與個人的認知相結合，並表現出與其喜愛的電視角色一致的行為。

蔡琰（1994）曾針對國內連續劇進行研究，發現無論何種類型的連續劇，即使劇中敘述的故事主題不同，但在整體的敘事結構上仍會出現相同的文化性主題或刻板印象。電視劇對正處於學習性別角色階段的兒童來說，此種刻板印象的結構呈現可能會影響他們對於性別角色的想法，甚至有可能塑造他們對於社會中兩性應有行為的認知與期待。

至於在兒童收看電視的時間及習慣方面，鄭植榮（1979）以問卷調查的方式，研究國小學童對職業角色的認識與其接觸的大眾媒介有何關聯，結果發現收看電視時間愈長的兒童，在職業的認知及選擇上愈受到傳統性別刻板印象的限制。

范淑娟（1991）曾就8點檔國語連續劇對兒童職業認識的影響研究，結果發現兒童

電視收視行為與職業刻板印象有所關聯，亦即兒童因收看電視多寡的差異而影響其對職業的看法與判斷。該研究雖證實電視對於觀眾的認知，的確具有影響力，但是，這種影響卻非萬能。

### **3.閱讀能力**

近年來，大眾傳播學者經常批評兒童看電視時間過長，衍生許多相關問題，如美國凱楓教育基金會（2003）公布的調查報告指出：長時間看電視或電腦對提高兒童閱讀能力有嚴重影響。

這項調查是針對 6 個月到 6 歲大的兒童進行，結果顯示，65%的兒童生活和活動的地方都有電視機；48%的 6 歲兒童擁有自己的電腦，70%的 4 到 6 歲兒童使用過電腦，在 2 歲以下的兒童中，43%的孩子每天都看電視。美國兒童每天要在電視機、電子遊戲機或電腦面前度過至少 2 個小時的時間，而閱讀書本的時間只有 39 分鐘。報告指出，臥室中有電視機的兒童以及在家中長時間看電視的兒童，很少有時間閱讀書本或從事室外活動，更少有時間提高自己的閱讀能力和培養自己的閱讀習慣，在閱讀上有也就會遇到更多的困難。

#### **（三）影響對待他人的行為方式**

##### **1.暴力行為**

美國孩童每天平均收看電視的時間為 3-4 個小時，電視對孩童發展價值系統和行為修正方面有強大的的影響力。然而，目前電視有很多暴力的節目，會使孩童對暴力產生害怕的心理，逐漸接受暴力就是解決問題的一種方式，藉由觀看電視來模仿學習，及認同暴力受害者或加害人的某些特色。有些人認為電視暴力的衝擊，可能立即呈現在孩子的行為表現，甚至於可能在數年之後仍然出現，即使家庭的氣氛沒有暴力的傾向，年幼的孩童仍會受到影響（湯金樹，2003）。

##### **2.人際溝通**

Lull 將電視視為一環境資訊，藉由電視提供持續的背景音效，此音效是電視機前的個人或團體所需要的。電視可以伴隨家事以及家中例行工作的進行，電視所提供的影、音效果都是創造一個活潑環境的要素，這一個「活性化電視機」，使閱聽人得以藉

此建構他們的人際溝通（互動）。電視所提供的是一個家庭中的娛樂資源，而且是一個穩定的環境。

電視的使用可能同時對於人際間的聯繫或逃避產生作用及機會。與他人一同收看電視可以增進彼此的親密機會，而當過份投入收視本身時，也就是逃避行為的開始。

### 3.家庭互動

將電視視為一個行為調節器，它可以提醒閱聽人用餐時間、就寢時間、家事時間、家庭作業時間以及所有的家庭義務及活動時間，Lull 稱之為「時間及活動的標點」（punctuation of time and activity）。此外，「收看電視」本身也成為一個權威者（在家庭中，通常是指父母）給予他人（在家庭中，通常是指兒童）的一種鼓勵或獎品，例如：做完功課或指定家事等，所以收看電視經常是與義務、責任及其他活動相關的。

電視節目的劇情、角色、主題…等都能豐富家庭成員的對話，並且兒童會以電視為跳板，進入成人的對話之中。此外，電視對環境氣氛的改善也有助益，並且當家中有訪客時，電視可以提供持續的共通環境，訪客與主人可以進行「電視對話」（television talk）。電視同時還幫助一些家庭成員確定其態度及價值，特別是當媒體出現更多的爭議性節目。

孫曼蘋（1998）研究發現，家人邊看電視、邊聊天的情形在受訪家庭裡相當普及，電視內容甚至日後也常成家人談話題材。同時，父母藉著與子女談論因電視而引起的話題，由於經常觸及到道德或價值觀相關者，使得看電視成為家庭教化的重要一環。

#### （四）影響訊息接收過程

蔡琰（1994）的研究發現，兒童收看電視連續劇所形成的刻板印象，是指兒童收看電視連續劇的劇情，除了根據本身的先前知識及生活經驗來解讀看到的性別刻板訊息之外，亦會憑藉本身對故事情節及角色人物的「體認」、「偏好」及「認同」，而引發更深入的想法及感覺，這種感覺透過劇中人物故事的詮釋，不經意的學習到社會上過於簡化、負面、不完全的兩性關係。

王敏如（1999）以兒童詮釋連續劇性別刻板印象為例發現，兒童除了會根據本身的先前知識及生活經驗來解讀看到的性別刻板訊息之外，亦會憑藉本身對故事情節及角色

人物的「體認」、「偏好」及「認同」，而引發更深入的想法及感覺。

為了反擊電視刻板化的性別角色呈現，並探究性別刻板印象改變的可能，美國兒童節目「Freestyle」嘗試以正面描述的方式呈現兩性關係。節目評估發現，對男性與女性的反刻板印象（counter-stereotyped）描述，能使兒童對兩性刻板印象的態度與信念產生正面的改變效果，即非傳統的角色模式能提供替代性的行為示範。

相較於過去，這幾年來兒童比以前看了更多電視。兒童打一出生就生活在有電視的世界中(Gunter & McAleer, 1990)，它一方面為兒童打開更寬廣的視野，提供社會化模仿學習的資源；另一方面，它也可能提供兒童學習不良社會行為的機會。而電視的傳播滲透力是任何其他媒體所不及的，孩童又比成年人更容易受到影響，尤其在缺乏成人陪同收視引導的情況下，電視所提供直觀、零碎之資訊，可能誤導孩童對現實世界的認識，亦可能降低其思考及辨識能力。

## 二、計畫內容

為能提供臺灣兒童更多元、更具創意的電視節目及電影作品，以豐富孩童視野。本計畫期望透過「慕尼黑兒童雙年影展」無償提供影片到世界各地，與業界、學界進行研討交流及教育訓練的 SUITCASE 機制，把優質的兒少影視作品引進臺灣，供影視工作人員進行觀摩與學習，並透過影展活動為臺灣兒童打開一扇通往國際的視窗，認識各國多元文化，同時也試圖能藉由國內外兒少作品的交流，激勵臺灣的影視創作團隊能共同為臺灣的孩童打造一個寓教於樂、健康安全的傳播環境。

慕尼黑兒童雙年影展(Prix Jeunesse)，創立於 1964 年，由慕尼黑市政府、德國公共電視 ZDF，以及巴伐利亞公共電視共同主辦，2014 年將邁入 50 年了，這是一個結合「專業觀摩討論」及「兒童觀影研究」的影展，共有來自 80 多個國家、400 多名兒童電視節目製作人員參與。影展會提供最新的兒童發展研究報告、新形態兒童互動 A P P 展示等，本影展重視研究與討論，是這個影展最具特色之處。

此外，慕尼黑兒童雙年影展更「無償」提供影片到世界各地，與業界、學界進行研討交流及教育訓練。光是 2011 年在亞太地區就辦過 10 場，包括北京、東京、紐西蘭、不丹、大馬士革、巴格達、烏茲別克等地。以北京為例，北京的 SUITCASE 集合了 150 位兒童電視從業人員及大專院校研究單位，共同看片討論，甚至將德國兒童戲劇節目及中國戲劇節目前 2 分鐘的節目內容拿來細細比較，例如前 2 分鐘看到的主題、主圖、主要人物關係…等。而在東京的 SUITCASE，則是和業者討論，藉由日本 311 大地震事件，兒童新聞的處理方式。SUITCASE 所需費用不多，僅需支付一位主持人的差旅費用，臺灣雖然從兒童影視工作的人員不多，但是可以結合影視相關大專院校學生，協助國內兒童影視工作者培養與世界同步的兒童節目製作能力與視野。

本計畫旨在結合「國際觀摩交流」、「專業教育訓練」、「兒童觀影研究」三大活動，引進兒童節目傳播製作知識與技術，同時達成「兒童節目製作核心人才培育」與「兒童影片與內容研習」之多元目標。故本專案之目的可具體陳述如下：

- 一、參與 2014 年慕尼黑兒童雙年影展進行實地觀摩及爭取交流機會：藉助影展觀摩與交流，引進國外兒童節目製作技術，提升本國兒童節目內容研發、產製之知識與技術能力。



- 二、辦理兒童節目產製人才培訓工作坊：運用慕尼黑兒童雙年影展 SUITCASE 合作機制，共同培育具備兒童節目傳播觀念、知識與技術之傳播核心人才，以提昇本土既有兒童節目製作人員之專業能力。
- 三、進行兒童觀影研究：結合兒童影展活動，進行兒童觀影研究，邀請兒童、家長、教育工作者共同欣賞慕尼黑兒童雙年影展交流影片，每場影片放映結束後，兒童節目製作人員將與觀眾進行討論，實際瞭解觀眾對影片主題、製作方式的意見與看法。
- 四、國際影視節目交流模式建議：結合本計畫之「國際觀摩交流」、「專業教育訓練」、「兒童觀影研究」三大活動，觀摩及引介國外兒童節目最新的傳播製作知識與技術，同時達成國內「兒童節目製作核心人才培育」與「兒童影片與內容研究」之多元目標，透過本計畫在三大面向之實施成果，將有助於提供文化部未來在輔導國內兒童節目業者之製作、海內外節目行銷，以及進行人才培育等國際影視節目交流模式建立時之參考依據。

### 三、預期效益

本計畫之預期成效如下：

- (一) 透過國際觀摩與交流可因應數位環境之兒童節目傳播形式與節目內容，使未來國內兒童節目傳播形式得與數位通訊與傳媒發展齊頭並進。
- (二) 落實本國兒童節目傳播內容研製核心人才培育，同時培育未來兒童節目傳播事業內容產製所需之設計、敘事與製作人才。
- (三) 使國內兒童節目傳播專業人才得以學習國外兒童節目敘事、知識與技術，並透過觀影研究聆聽國內兒童、家長與教育工作者對於本土既有之優質兒童節目之需求與期待。
- (四) 透過本計畫之過程，建立數位時代臺灣兒童節目傳播事業之產製技術與經驗整合，灌注未來兒童節目傳播業界持續進化之新能量。
- (五) 整合研究與交流成果，提供文化部未來在協助國內影視業者因應國際競爭及數位趨勢，加速國內影視產業升級，以及進行人才培育等國際影視節目交流模式建立時之參考依據。