

不同世代與性別閱聽人之偶像劇/鄉土劇消費意涵之差異性分析

An audience analysis of different generations and genders on trendy drama and native serial drama.

陳婷玉¹、杜巧玉(陳婷玉為南華大學傳播學系副教授，杜巧玉為南華大學傳播學系碩士班研究生)

摘要

民國 76 年解嚴之後，台灣開始走向民主化與多元文化的發展，過往政治對語言的打壓逐漸消弭。現今的民眾對於國語與閩南語的混合使用相當稀鬆平常，兩種語言夾雜使用，成為一般人經常的溝通模式，而不同世代對特定語言發音的節目偏好也逐漸被打破。過去既定觀念年輕人愛看偶像劇，熟年人則愛看鄉土劇的框架漸漸有打破趨勢。

尼爾森的收視率調查發現，國語連續劇收視群眾從四歲至五十五歲以上皆有，收視群眾在年輕、中年、熟年世代之中都有分佈，而鄉土劇也是如此。

本研究以深度訪談法進行研究，發現年輕、中年、熟年三個世代之戲劇消費情境與意涵並不相同：以偶像劇來說，年輕世代能善用電視與 3C 產品等收視戲劇，喜歡在不受干擾的情境“獨享”。對他們來說，偶像劇提供憧憬與幻想未來的空間，也是生活學習指導的方針；而中年世代，雖也能善

¹ Email: tychen@nhu.edu.tw



用電視與 3C 產品，但 3C 產品使用頻率較低。對他們來說偶像劇能緬懷過去與反思自我，而同時也是教育子女的工具；熟年世代則習慣以他們所熟悉的電視觀看戲劇，以再學習與適應社會的態度看待此種消費。另外，在鄉土劇方面，年輕世代會因居住環境影響他們觀看鄉土劇的管道，對他們來說鄉土劇誇張有趣超現實，可以帶給他們歡笑；而中年世代，則是利用鄉土劇來陪襯家事與調劑家庭間情感，並紓解壓力；熟年世代則認為鄉土劇反映真實，以較嚴肅、信任度高的態度來看待。

至於不同性別亦有收視的不同，女性慣於與他人分享、共同收看戲劇，並藉此增進人際互動，而男性則傾向獨自觀賞，亦不喜與人討論劇情或收視之感想。而即使並非家庭主婦，或尚未擁有婚姻，女性仍喜歡在收看戲劇時同時處理家務，男性的戲劇觀看則顯得專心而嚴肅。

關鍵詞：閱聽人、偶像劇、鄉土劇、世代、性別

Abstract: The oppression of native language in Taiwan had declined since the martial law abolished in 1987. People speak Mandarin and Taiwanese interchangeably as a common way of communication. The preference for watching different types of TV programs among different generations of people seemed to be changed. According to Nielsen, Mandarin dramas and Taiwanese dramas both possess younger and older audience. The study explored the consumption of different types of dramas(trendy dramas vs. native serial dramas)among young people, middle agers and mature agers



The young generation makes use of TV and the 3C product(computer, notebook, tablet, smart phone) to watch trendy dramas, they like to enjoy watching without interference, and trendy dramas provide them the imagination of the future they look forward to and the guidance for living.

The middle-agers watch the trendy dramas for reminiscence and self-reflection. They also use dramas to teach their children occasionally.

The mature agers are not familiar with the new technology, they watch trendy dramas on TV and learn about the modern lives nowadays.

The youngsters claimed that native serial dramas amused them by their absurdity and exaggeration; the mid-agers claimed they watch native dramas to relieve pressure. The females watch while they were doing housekeeping and males watch the dramas with their spouse and kids. Different from the youngsters, older people consider the native dramas represent the reality, they watch them seriously.

Female audience loves to watch dramas with others and to share feelings and interact with others while male viewers tend to watch alone and don't like to discuss the plots with others. Besides, females, housewives or not, and married or not, watch TV while they are doing housework. It seems that housekeeping is still women's obligation in the household.

Keywords: generation, gender, trendy dramas, native serial dramas, media consumption.



一、研究動機與研究問題

自從首部連續劇《晶晶》播出以來，台灣戲劇至今已有一百四十五年歷史。從瓊瑤劇、愛情劇、金庸武俠劇、古裝劇，至鄉土劇與偶像劇，戲劇類型越來越多樣。

1993 年有線電視修法，全面開放外來影視進口，戲劇和音樂於電視上播放（羅慧雯，1995）。1994 年中視播出日本連續劇《阿信》，成為首部八點時段播出的外來劇，播出以國語發音為主。此後，日本連續劇接連引入。

2000 年八大電視台播出首部韓劇《火花》。其後 2001 年《藍色生死戀》、《愛上女主播》等相繼於中視、緯來、衛視中文台播出。越來越多外來影視的進口，使得台灣戲劇受到打擊（陳姿伶，2008）。

2001 年《流星花園》播出，仿照日本趨勢劇模式，翻拍日本漫畫演出。同年《吐司男之吻》演出年輕人可能面臨的困難與困境，開啟偶像劇的本土化風格（陳怡君，2004）。爾後，《我的秘密花園》、《惡魔在身邊》都以求學與愛情為主軸。2008 年《命中注定我愛你》劇情跨入職場與家庭，類似的戲劇還有《敗犬女王》、《小資女孩向前衝》、《犀利人妻》等；此外，2013 年《兩個爸爸》更是加入了男性親職話題至戲劇中。

鄉土劇在 2000 年後開始蓬勃發展，民視《飛龍在天》，演出清末時期台灣的生活樣貌。三立《台灣阿誠》則刻畫台灣早年一夫多妻的家庭結構。2003 年三立電視台聘請香港編劇鄭文華先生製播《台灣霹靂火》，將港劇常出現的商場與黑道，融入鄉土劇，將鄉土劇背景發展至現代社會（程紹



淳，2010)。2004年民視《意難忘》，則演出男性奮鬥之故事。鄉土劇背景走入現代，而不再只是七〇年代或古裝時期，而是結合當今社會時事，與時俱進。

回首偶像劇與鄉土劇的發展，發現兩類戲劇都隨著時代而改變，而戲劇元素的變化，可能使閱聽人年齡層產生變動，收視率顯示(尼爾森，2013)，兩類戲劇的閱聽眾已擴展至不同年齡、性別，甚至成了闔家觀賞的大眾化文類，然而同一戲劇文本在不同年齡、性別、角色閱聽人眼中，也許蘊含相當不同的意義，其收視的角度可能也大不相同。

閱聽人在不同的社會結構與社會位置、角色當中，會影響其如何使用文本與接收文本(Morley, 1992; 陳婷玉，2008, 2009, 2012)。過去相關閱聽人分析已證實，不同世代(如林芳玫對日劇《阿信》的研究，1996)與性別(如李佩英對韓劇《大長今》的研究，2005)之閱聽人的解讀確實有差異，然而研究多著眼於單一面向與劇種，沒有跨性別、世代、文類的整體了解，亦非台灣本土之戲劇文本。本研究認為台灣本土戲劇閱聽人的世代與性別分析有其必要性。

晚近閱聽人概念已轉而強調閱聽個體賦予意義的能力，主要展現於閱聽人對文化產物(如戲劇)的利用、挪用與賦予意義的過程(de Certeau, 1984)。讀者很少完全被動接受文本意涵，而是去尋找他們自己的愉悅與個人意義。因此，本研究著眼於閱聽人的鄉土劇／偶像劇收視情境，以及如何看待其媒介消費（意涵），而不同世代與性別之閱聽人又有何差異呢？

另外，盧嵐蘭(2007)提醒我們閱聽人研究應探討其媒介使用與日常例行活動的關係，因媒介使用總是和其他的日常



活動有關，媒介消費不只是閱聽人使用媒體而已，它是閱聽人生活慣例與儀式的一部分，因此本研究亦關切閱聽人收看戲劇與其他生活中人、事、物的關聯性，與何人一起觀看、在何種環境(空間、時間)之下觀看、可能與哪些其他活動同時進行？

至於以何種設備來觀看電視方面，隨著網路寬頻科技的進步，多元的影音應用軟體已使得消費者可以藉由網路收看全球電視節目，尤其是成長在網路世代的年輕族群，由於網路電視的即時性與豐富內容，紛紛加入收視的行列(MIC 研究報告，2011)，因此本研究亦在描繪收視情境時，加以討論閱聽人觀看戲劇所選用之工具設備。

二、文獻探討

本章節將回顧與研究相關之理論與研究。首先說明「鄉土劇」與「偶像劇」的定義與發展，以釐清研究範圍。其次，說明本研究「世代」的定義與分界。最後回顧相關閱聽人研究。

(一)戲劇類型分析

不同的類型指的是文類，是藝術、音樂或文學作品的類目，因特定的風格、形式或內容為特徵來分類(曾鈺婷，2015)，而鄉土劇與偶像劇為目前台灣兩大戲劇類型。

(二)鄉土劇類型分析

鄉土劇主要以閩南語發音，但與其它閩南語劇種並不相同而自成一格，常描繪台灣在地市井小民生活與鄉村鄰里互相扶持的濃厚人情味為主，因戲劇充滿台灣本土意識之元素，故得其名(柯裕棻，2006；蔡琰，1998)。鄉土劇於週一至



週五晚間八點播出，播出長度多為一小時，亦曾延長至二、三小時，播出集數達上百集之多，也稱之長壽劇（林彭鴻、張煒珍，2009）。鄉土劇刻畫出人們生活樣貌，戲劇元素多元，集長，為了吸引閱聽眾觀看，亦常安排吸引目光之劇情，使戲劇趨於雷同，形成「老梗」（蔡賀松，2011）。

目前定期播放鄉土劇的電視台，有「民視」和「三立」，皆是閩南語發音，但內容與風格卻不同，同時在演員、衣著風格、場景亦各有特色（程紹淳，2010）。民視以家庭戲劇為核心，多著墨婆媳與家庭關係，傾向傳統倫理與價值、信仰的鋪陳，如《夜市人生》、《風水世家》。而三立則為家族企業、企業聯姻、商業與職場利益鬥爭居多，如《天下父母心》、《世間情》等。

以往認為鄉土劇的閱聽眾皆為中、熟年族群，研究目標也多鎖定在中熟年族群，但根據近年尼爾森收視率調查顯示，觀看鄉土劇的閱聽人當中，固然以熟年居多，青壯年卻也有三四成的收視率（尼爾森媒體研究月刊，2013年1月）。而女性閱聽人則約為六成。因此，本研究將從不同世代年齡及不同性別出發，深入瞭解鄉土劇閱聽眾，並獲取世代/性別間觀看意涵之差異，補足過去文獻的不足。

(三)偶像劇類型分析

「偶像劇」是國語戲劇中的一種。國語連續劇歷經家庭倫理劇、瓊瑤、古裝武俠、花系列，轉變至今天的偶像劇。偶像劇一詞由來，眾說紛云，有說是日本趨勢劇而來，亦有認為是從90年代美國影集而來，亦指以時下年輕人的生活與潮流呈現的戲劇（陳貞吟，2009）。本研究的偶像劇是以國語發音為主，並以當紅明星主演，劇中多有情愛糾葛，服裝與造型符合當時潮流，並將當代年輕人熱門議題編入劇情。



台灣首部自製偶像劇「流星花園」是翻拍年輕人愛看的日本漫畫而來，播出後創下高收視率，捧紅了 F4 團體等眾多演員(汪俐，2007)。該劇之後，台灣偶像劇蓬勃發展，至今仍為國內重要劇種(吳怡國、姜易慧，2010)。

偶像劇發展至今已超過十年，戲劇題材從校園走向職場與婚姻(方韻鈞，2013)。與過去的國語戲劇相比，偶像劇貼近現實情境，並融入年輕人的生活型態與關切話題，隨著劇情的多元，也使得閱聽眾範圍隨之擴大。如 2010 年《犀利人妻》及 2013 年《親愛的，我愛上別人了》是以婚姻、外遇為內容。而 2011 年《小資女孩向前衝》則是以職場生活為背景。2009 年《拜犬女王》、2011 年《我可能不會愛你》、2012 年《螺絲小姐要出嫁》皆以三十歲熟男熟女生活為主軸，描述其階段所面臨的生活困境與憂慮。

偶像劇的早期觀看者，從年輕看到中年，編劇與觀眾一起成長(方圓，2012)，求學時期就看偶像劇，到了中年依然習慣觀看偶像劇。隨著偶像劇內容的改變，以及劇情的多元化，觀眾結構也可能改變。過去總認為該類戲劇是年輕人的專利。但收視率調查發現，三個世代觀眾比例相當(17~18%) (尼爾森媒體研究月刊，2013 年 1 月)。因此，本研究欲深入瞭解偶像劇閱聽眾世代間的不同消費意涵。

(四)世代分析

學者指出，社會原本有一套年齡的語意社會學，以個體的生長階段(童年→少年→青年→中年→老年)而非成長背景去賦予年齡的社會文化意義。然而台灣政治的轉變，由獨裁走向民主化，不同時代統治者有不同的政策，經濟、教育、社會面向都產生變化，進而影響台灣人民身心靈發展(林佳瑩、蔡毓智，2003)，因而謝杏慧(1999)認為同世代的人所



具有的同質性(相似的意見、態度與價值觀)，是源自於成長階段共同經歷了重大事件及社會轉型。劉維公(2003)於是提出一個更為統整的語意社會學；從不同年齡層的時代成長背景，共享的集體生活經驗與價值觀念，影響其對生活認知與實踐的方式，呈現出年齡的社會文化意涵。蘇建州與陳宛非(2006)並進一步指出，同一世代在相同的流行文化薰陶下，進而使得其消費行為趨於相似。

沈呂白(1998)認為在台灣 1950 年以後出生的嬰兒潮世代，成長塑型的階段仍是相當貧乏的時代，而蕭新煌(1995)則主張，以台灣發展經驗來說，1965 年是一個很關鍵的轉捩年代，該年工業生產淨值明顯超過農業，是台灣經濟結構大幅轉型的開端。也即 1965 年後出生的人(現今 50 歲以下)，從孩童時代就開始享有台灣成長的富裕化經驗。本研究參考蘇建州與陳宛非的世代畫分方式，採取台灣經濟發展之區分以及生命週期理論之結合，將 18 歲~至 65 歲的閱聽人區分為三個階段，分別為年輕世代(18-30 歲)，該階段受到同儕影響及未來人生規劃壓力所束縛，同時也是生長在 N 世代(net generation)，網際網路發達、個人自主意識成熟的年代，善用網路接收資訊；其次為中年世代(31-49 歲)，有結婚選擇或者婚後配偶的相處考量，一連串的生活改變，可能使得其身心理狀態複雜且多變，處於心情緊張、憂慮、喜憂參半的狀態。這個族群生長於台灣經濟快速發展的年代，生活條件良好，受九年義務教育洗禮，平均教育程度提升，並且處於電視與網路交疊的時代。熟年世代，50 歲以上至 70 歲，身體、體力逐漸衰退，進取心較差，具有較強的依賴性，且經常緬懷過去、樂道過往事蹟，以及腦海歷歷如繪往事。早年台灣人民思想保守，相當遵從傳統禮俗。這樣的畫分亦與晚近有關年齡與網路科技使用關聯性之調查研究(俞蘋，2015)相當吻合。



1.不同世代所處的政治背景

1945年國民政府播遷來台，實施戒嚴政策，台灣人民受到嚴格管制。權威統治下，反抗者受制裁，熟年世代生活身不由己，為了生存只得逆來順受，對自我欲求薄弱(邱高生、常如君，2004)。再加上，父權社會觀念濃厚，讓熟年世代觀念保守。解嚴後期，人民開始爭取權益，創辦《大學雜誌》、《美麗島雜誌》、1974年呂秀蓮女士提出新女性主義等多項事件形塑出中年世代對民主的追求，觀念已不若熟年世代保守，然而歷經權威抗鬥，也不像年輕世代自由，介於保守與自由之間。1987年解除戒嚴，個人擁有自主性(沙依仁，2007)，不受到政府牽制與打壓，重視自我，自我中心強，是為年輕世代性格。政治風氣的改變，同時也影響到台灣的經濟與教育發展，繼而影響台灣人民。

2.不同世代所處的經濟與媒體科技背景

早期台灣社會以農業為生，生活窮困，鄰居間互助合作，大家庭同住，使得熟年世代人際互動頻率高，社會參與感也高。而新媒體產品，則發展在熟年世代成長之後，因而必須學習適應；電視操作簡單，容易習得，電腦操作較為繁瑣，且對熟年世代而言是新事務，可能較為排拒。本研究中的三個世代，對科技最為冷漠的就是熟年世代(1963年以前出生)(邱高生、常如君，2004)。

1972年後農產下降，年輕人前往城市工作(于宗先、王金利，2009)。經濟逐漸「富裕化」(蘇建州、陳宛非，2006)，人民所得增加，中年世代體驗到經濟繁榮，消費力高。同時，電視的普及，中年世代懂得購買科技產品(如液晶電視、電腦、筆記型電腦、平板電腦、智慧型手機)，來滿足生活(邱高生、常如君，2004)。而求學時期電腦問世，求學與工作時，都接觸電腦，歷經微軟 MS Windows、Win 3.1、Win 95



Win98 等（游曉薇、陳姿香、廖純怡，2005）。

1990 年後台灣工資與土地上漲，產業紛紛外移。就業機會銳減，經濟繁榮卻就業萎縮（劉進興，2009）。雖不景氣，但自小生活優渥，被科技環繞的年輕世代，善於運用科技享受生活。

而根據最近的科技部台灣傳播調查顯示，網路的使用隨年齡而下降，18-29 歲的年輕族群，平常會使用網路的比率高達 99%，但 30-49 歲的中年族群，則降至 85.8%，50-69 歲的熟年世代，更只有四成(41.6%)的人平常會上網，70 歲以上的老年族群，則只有 8.5%使用網路(俞蘋，2015)；成長年代的媒體科技背景，確實影響不同世代的傳播科技使用。

3.不同世代所處的教育背景

過去社會環境紛亂，民生困苦，受教育者少，讓年長的熟年世代沒有就學機會，以致對於領導者政策逆來順從。

1970 年代台灣經濟成長，生活水平提高，開始重視教育。根據《中華民國統計資訊網，2016》，民國 68 年高級中等教育的在學率平均為 45.27%；而民國 78 年平均 70.80%，十年之間就提高了 25%之多，到了民國 87 年，高中在學率已達 83.34%，顯示本研究中的中年世代(1964~1983 年出生者)，其教育人口不斷攀升，且男女權益走向平等，成為尊崇禮教、改變台灣社會最多的世代。

年輕世代受教育年數越來越長。根據遠見雜誌在 2012 年的研究所大調查，當年度大學畢業生 22.7 萬人，而每 3.7 位大學畢業生就有 1 人會成為碩士。如今的碩士在學人數比十年前多出一倍，看在四、五年級生的眼中，這是很驚人的



比例(林佩萱, 2011), 年輕世代是三個世代中, 教育程度最高的世代。

教育程度提高, 對外界訊息的接受度越高(林妙娟, 1992)。黃心瑜(2008)研究台北市長青院高齡者收看電視節目, 發現教育程度高中以下, 偏好「鄉土劇」較多; 而「大專畢(肄)業級以上」偏好「外國節目」「警探律師動作劇」較多。據此, 教育程度影響閱聽人觀看戲劇的類型。

台灣政治影響經濟與教育, 同時也因政策影響人民生活使用的語言。語言的不同, 亦影響閱聽人觀看戲劇種類的習慣。

4. 不同世代所處的語言背景

台灣擁有過南島語系、閩南語、客語、日語、華語(國語或普通話)等多種語言。日本統治初期(1895-1945), 以閩南語溝通, 日治晚期皇民化運動, 禁說閩南語改說日語。二次大戰後, 國民政府播遷來台(1945之後), 實施「國語運動」, 禁止說閩南語, 違者罰錢並掛「狗牌」(管仁健, 2005)。1980年爭取「母語權」, 掀起母語復振運動。1992年國民小學加入「鄉土教學活動」課程, 成為正式課程的一部份(尤玉文, 2002)。

上述台灣社會政策對語言的影響, 讓熟年世代中較年長者會說日語也會閩南語, 而外省人則使用國語。後來因日語使用不普遍, 使得熟年世代常以閩南語作溝通; 而中年世代受九年國民教育, 其戰略目的之一在於統一民族文化, 使全國國民具備共同的語言、文字, 在這樣的語言政策下, 國語逐漸取得主導地位。本研究中的中年世代, 幼時多經歷禁說台語的國民義務教育。九十年代以來, 語言政策解禁, 母語復振運動興起, 教育單位開始重視鄉土語言, 國小開設鄉土



語言課程，使得年輕世代在校園既學習國語，也學閩南語(或其他族語)。對年輕世代來說，學閩南語(客語、其他族語)象徵本土意識，而非受政策壓迫使然。

(五)閱聽人研究典範的轉向

早期使用與滿足理論，強調閱聽人使用媒體的目的與動機，多半採問卷調查法，以數據解釋個人行為(張玉佩，2002)。晚期該理論提出閱聽人的主動性，從社會心理學角度出發，瞭解不同閱聽人收視行為之差異，但忽略文化、歷史與社會結構(邱慧仙，2008)，缺乏閱聽人所處的社會脈絡與日常生活。

Morley 的《全國觀眾》研究，發現不同種族、教育、職業的閱聽人存有差異性解讀(Morley,1980,馮建三，1995)。Fiske 則提出文本多義性，認為閱聽人有自我的見解，享用獨特的文本解讀策略(Fiske, 1994, 陳姿伶，2008)。

「接收分析」(reception analysis) 著重閱聽人對文本意義的解讀與詮釋，認為閱聽人是積極主動個體，會自我詮釋文本，擷取及選擇自己所要看的內容，並隨閱聽人本身處境與體驗，轉變其詮釋(李佩英，2005)。接收分析強調社會學變項與情境脈絡等對閱聽人解讀的影響(陳姿吟，2008)，其後更轉向以民族誌學方法來理解閱聽人(Alasuutari, 1999)。而近年來個體的社會實踐受到關注(王宜燕，2012)，認為閱聽人的日常生活與媒體關係相當複雜，包含媒介使用、媒介經驗，媒介脈絡。透過閱聽人所處的環境接觸戲劇，與生活連結，創造出閱聽人的消費意涵。盧嵐蘭(2007)認為，透過閱聽人日常生活，能夠貼近閱聽人去認識其媒介消費，並瞭解媒介如何成為人們日常生活中具特定意涵的事件。



Abercrombie 指出人們在日常談話中也會參考戲劇，運用角色和事件來表達他們所要闡述的事情。甚至，利用戲劇代替談話，以填補談話時的窘境（引自陳芸芸譯，2004）。這樣的人際互動方法，是增加人們安全感來源之一。再者，人們使用媒體，不僅有較多的話題與他人分享，同時也可以透過媒體，熟悉所處的環境（黃葳威，1999），以培養自己生存的本能，維持生存的意義與自我認同。

本研究以日常生活觀點出發，獲知閱聽人的認知與情感，其社會位置、人際關係、習慣等，以瞭解閱聽人在變動的社會中，如何增生意義，產生多重定位（Ang,1996）。

(六)相關研究回顧

過去戲劇相關研究，舉凡港劇、大陸劇、韓劇、日本趨勢劇、鄉土劇、偶像劇都曾被鑽研過，本研究將過去國內對於世代或性別有關的戲劇研究進行整理，如下：

1.世代相關戲劇收視研究

趙培華（2000）研究青少年（13-21歲）對日劇的觀看和解讀，發現日劇對青少年而言，能夠獲得愉悅和抒發。曹蜀宜（2005）探討青少年對本土偶像劇的消費，發現青少年會對喜歡的偶像劇或偶像，引發消費慾望，進而影響青少年的自我認同。陳怡君（2004）從生活風格探討年輕人對台灣偶像劇的觀賞，發現年輕人認為偶像劇，不但能反映時下生活，也希望自己也能與戲劇人物一樣獨特有想法。

而鄉土劇方面，楊乃女（2009）分析《天下第一味》的BBS論壇，發現鄉土劇是青年（28-33歲）創作與惡搞的來源，利用戲劇的聳動來創作。而吳羿嬌（2011）的《夜市人生》研究發現青、中壯與老年觀看鄉土劇的動機有差異，老年人



收視頻率較多，中年則為陪伴長輩，然而該研究為量化研究，難以深入得知其媒體消費意涵。

綜觀過去國內研究，雖針對不同世代收看各種劇種有研究挹注，卻只著眼於單一世代(單一族群)或單一劇種。本研究企圖針對不同世代觀眾對不同本土劇種的消費情境與收視意涵，進行統整性的剖析，並試圖描繪不同世代性別閱聽人的收視樣貌。

2. 性別相關戲劇收視研究

楊維倫(2003)研究日劇閱聽人，發現男女日劇迷對日劇的解讀有差異，女性投入感情；男性則喜愛非愛情相關的題材。李佩英(2005)針對韓劇《大長今》發現，男女閱聽人對「長今」角色的解讀有不同詮釋，女性認為大長今鼓舞女性，打破男權；而男性的詮釋則聚焦在大長今的事業奮鬥上，並未強調其性別。而陳怡君(2004)從生活風格看年輕人偶像劇的觀賞，發現女性比男性重視物質享受，而男性則是比女性追求創新挑戰。

張雅婷(2008)分析韓劇《我叫金三順》閱聽人，發現女性屬於參考型收視，容易將戲劇與生活連結；而男性則專注拍攝手法、演技、情節、服裝等層面，以察覺出戲劇的虛假性，屬於批判型收視。不同性別對同一文本的解讀大異其趣的研究多有累積，可參考陳婷玉(2008、2009、2012)。

三、研究方法

本研究以質性的閱聽人研究探討台灣偶像劇與鄉土劇的不同收視觀眾群，涵蓋年輕、中年、熟年世代，乃至性別。研究對象從 18 歲開始，目標鎖定觀看偶像劇與鄉土劇之閱



聽人，將世代分為：年輕世代：18 歲至 29 歲、中年世代：30 歲至 49 歲、熟年世代：50 歲以上，以此剖析不同世代觀看戲劇的消費意涵。

(一)資料收集方法

Morley (1992) 認為，深度訪談法是閱聽人研究中值得參考採用的方法，而且大部分的學者也將深度訪談視為一種對話及社會行動，它的目的在於取得正確的資訊，或了解訪談對象對真實世界的看法、態度與感受（齊力、林本炫，2005）。其優點在於結構與彈性的結合、研究者深入的探問技巧及雙方互動，並在訪談過程中試圖創造出新想法的特點（藍毓仁譯，2008）。本研究為得到研究對象的媒介消費論述與背景，採取半結構性的訪談方式，誘發受訪者在訪談互動過程中，為研究者重建其收看偶像劇與鄉土劇的情境。

本研究受訪者為有收視鄉土劇/偶像劇習慣者，若非收視完整一部戲，亦收視大部分集數，有些甚至亦收看重播。一般而言，觀眾的暴露量高、涉入感深、忠誠度高、對節目也有較高的認同。受訪者的徵得，以研究者的人際網絡與校園為優先，其次進入社區及鄉鎮居民。

訪談於 2013 年 2 月至 5 月進行，訪談對象包含：大學生八名，上班族十名、家庭主婦一名、自行創業兩名及退休人士兩名，共二十三名。為了確保資料的準確性，二十三位受訪者皆親自面訪，且訪談過程全程錄音，每位受訪者至少訪問 40 分鐘以上。

(二)受訪者背景描述

本研究所徵集到的受訪者年齡介於 21 歲至 76 歲之間，



以下為本研究受訪者的簡介及其偶像劇或鄉土劇的觀看情形的描繪。

【編號 1】

女性 56 歲，國中學歷，曾任職紡織業，婚後專職於家庭，子女皆長大成人進入職場。與鄰居（編號 2 號）共同承接居家代工工作。聽得懂國語與閩南語，但以閩南語溝通居多，是閩南人。家中設備有電視兩台，及子女的電腦，但受訪者不會使用，主要觀看的節目有，民視鄉土劇及新聞台，看過《意難忘》、《父與子》、《夜市人生》等。

【編號 2】

女性 54 歲，國中學歷，曾任職於紡織業，婚後專職家庭，與受訪者編號 1 號為好朋友兼鄰居，子女皆長大成人。懂國語與閩南語，溝通以閩南語居多，家中設備有電視與電腦，電腦則是兒子的。主要觀看新聞及鄉土劇，由於家中並沒裝設有線電視，只能看民視戲劇。看戲劇多以自己看居多，偶爾外出會和朋友一起看。看過《意難忘》、《愛》、《娘家》、《夜市人生》等，對於鄉土劇有一套見解，認為當今鄉土劇情節都與《意難忘》雷同，感覺像是翻版。

【編號 3】

男性 76 歲，國小學歷，職業為鑿井師傅。觀看節目有台語新聞、鄉土劇，主要都以民視台觀看居多。吃飯看鄉土劇，家人都會陪同觀看。聽得懂國語、閩南語、日語，平日溝通以閩南語居多。看過《娘家》、《父與子》、《夜市人生》等。

【編號 4】

男性 70 歲，國小學歷，會日語，同時也會閩南語，但



不會國語。年輕務農自產自銷，閩南人，育有三子，皆已成家立業。觀看電視的時間以中午時段居多。看過《意難忘》、《父與子》、《夜市人生》等。

【編號 5】

女性 32 歲，大學學歷，任職行政人員。聽得懂國語和閩南語，平常溝通以國語和閩南語混雜使用。觀看電視節目有綜藝節目、新聞台、偶像劇、鄉土劇。觀看鄉土劇時，以電視收視為主，而偶像劇則會視情況而定，有時會使用網路觀看。

【編號 6】

女性 47 歲，高職學歷，曾任職於診所助理，目前為家庭主婦。育有兩女。懂得閩南語與國語，平日溝通以閩南語居多，是位閩南人。信奉基督教。家中設備有電腦與電視。有時自己獨自在家觀看，有時女兒和丈夫會一起看。看過《小資女孩向前衝》、《愛上兩個我》、《風水世家》、《父與子》。

【編號 7】

男性 49 歲，高職學歷，育有兩女一子。懂國語與閩南語，平常溝通以閩南語居多，國語則較少。家中設備有電視三台。觀看電視時間為晚上吃飯時間及假日在家空檔，會與妻子一起觀看鄉土劇。觀看過的鄉土劇有《娘家》、《風水世家》、《意難忘》。

【編號 8】

男性 43 歲，高職學歷，育有一子。懂國語與閩南語，平常溝通以閩南語居多，閩南人。目前自行開業，營業時間沒客人時，就會看電視打發時間。常常會用電腦搜尋電影來看。因太太在看鄉土劇，因此跟著看。看過《意難忘》、《愛》、



《娘家》、《父與子》等。

【編號 9】

女性 23 歲，大學生，居住家中。懂國語與閩南語，平日慣用閩南語與國語。家中有電視四台，客廳及房間各有一台。平常會與阿嬤一起觀看鄉土劇，阿嬤愛民視。自己則偏愛三立。

【編號 10】

女性 23 歲，大學生，目前外宿學校宿舍。懂國語與閩南語，平日溝通視對象與環境而定，與家中長輩交談以閩南語為主，在學校則多說國語，閩南人。家中設備有電視三台，電腦兩台。會與媽媽看鄉土劇和偶像劇。上大學後，觀看偶像劇多，鄉土劇少。看過《夜市人生》、《霹靂火》、《我可能不會愛你》等。

【編號 11】

男性 22 歲，大學生，原生家庭在台北，目前外宿學校宿舍。在家時，會用電視觀看鄉土劇，居住學校宿舍則用電腦看鄉土劇。懂國語與閩南語，平日慣用國語，是位客家人。受訪者到嘉義求學後，才開始接觸鄉土劇，原生家庭沒有觀看，因此只觀看過《世間情》。

【編號 12】

男性 23 歲，大學生，原生家庭在新竹。目前外宿校外自行租屋。懂國語與閩南語，平常慣用國語，閩南語次之，閩南人。家中有電視兩台，電腦兩台。看過《小資女孩向前衝》、《風水世家》等。



【編號 13】

女性 53 歲，高職學歷，目前任職於服務業-清掃人員，育有一女一子。懂國語與閩南語，平常慣用國語，客家人。家中設備有電視一台、筆電一台、桌上型電腦一台，皆設置於客廳。觀看戲劇時，電視及電腦皆會使用，看過《惡作劇二吻》、《犀利人妻》。

【編號 14】

女性 51 歲，高職學歷，目前任職公司會計人員。懂國語、閩南語及日語，慣用語閩南語，是位閩南人。家中設備有電視三台，電腦兩台，自己則有一台平板。觀看戲劇時，以電視為主，偶而會用平板。看過《父與子》、《夜市人生》、《風水世家》、《小資女孩向前衝》等。觀看偶像劇是受到女兒影響，而鄉土劇則是自己主動觀看，丈夫有時會一起看。

【編號 15】

男性 53 歲，高職學歷，目前任職貿易公司，育有兩子一女。懂國語、閩南語及廣東話，慣用國語，閩南人。家中設備有電腦一台、平板一台、電視兩台。看過《犀利人妻》、《痞子英雄》、《兩個爸爸》、《白色巨塔》等。

【編號 16】

男性 65 歲，國中學歷，曾任送貨員，目前已退休。懂國語與閩南語，慣用閩南語，閩南人。家中電視有兩台，設置在不同樓層。看過《白色巨塔》、《痞子英雄》、《廉政英雄》。

【編號 17】

受訪者女性 45 歲，碩士學歷，任職於出版社。育有一女一子。懂國語與閩南語，慣用為國語，閩南人。家中電視有一台、電腦一台，皆設置在客廳中。觀看偶像劇時，會和



兒女一起看，而鄉土劇則是和婆婆觀看。看過《夜市人生》、《我可能不會愛你》、《犀利人妻》等。

【編號 18】

女性 43 歲，雙碩士學歷，國中教師，育有兩子。懂國語與閩南語、客家語，慣用國語，客家人。家中設備無電視，僅有電腦，經常上網搜尋電視劇觀看。看過《犀利人妻》、《白色巨塔》等。

【編號 19】

男性 49 歲，五專學歷，台塑相關企業員工，育有兩女。懂得閩南語與國語，平日溝通以閩南語居多，偶而會混雜國語，閩南人。家中設備有電視一台、電腦一台。看過《小資女孩向前衝》、《愛上兩個我》、《風水世家》，女兒和妻子都會一起觀看。

【編號 20】

男性 42 歲，碩士學歷，國小教務主任，育有一女一子。懂國語與閩南語，慣用國語，閩南人。家中設備有電視及電腦，習慣使用電視觀看戲劇，電腦為輔。看過《新兵日記一》、《新兵日記二》。

【編號 21】

女性 22 歲，大學生，懂國語與閩南語，慣用國語，閩南人。家中設備有電視一台，電腦兩台，自己有一台。觀看戲劇主要以電視觀看，電腦則較少。奶奶會看三立台鄉土劇。看過《我可能不會愛你》、《親愛的我愛上別人了》、《真愛找麻煩》、《世間情》。



【編號 22】

女性 23 歲，大學生，外宿學校宿舍。懂國語與閩南語，慣用國語，閩南人。家中設備有電視一台、電腦兩台。在家中時。看過《夜市人生》、《犀利人妻》、《兩個爸爸》等。

【編號 23】

男性 24 歲，研究生，外宿學校宿舍。懂國語與閩南語，慣用國語，閩南人。受訪者表示，由於父親身為軍人，非常講究生活作息，高中時曾經因觀看戲劇吵過架。看過《真愛趁現在》、《真愛找麻煩》、《犀利人妻》。

四、資料分析與討論

本研究旨在探討不同世代與不同性別閱聽人收視偶像劇／鄉土劇的消費意涵，首先討論閱聽人觀看戲劇的行為與情境，瞭解閱聽人觀看戲劇選用之工具及其收視環境，其次瞭解閱聽人對該戲劇的消費意涵。

(一)閱聽人的觀看行為與情境

電視的普及與網路的迅速流通，觀看戲劇不再只能在電視上，還可以用其他 3C 產品，隨時觀看戲劇。在利用科技產品來消費影音內容方面，一個產業的智庫 MIC(Market Intelligence & Consulting Institute，產業情報研究所)的數位生活研究群(2011)，曾進行相關調查，發現網路電視族群(購買網路寬頻影音付費節目，如中華電信 Channel，或收看 P2P 網路電視，如 PPS)，以男性居多，居住於北部，年齡以 21-30 歲居多，每個月可支配金額五千至一萬元，許多仍為在學學生，此族群正是數位成長 N 世代(net generation)，隨著網路服務興起一同成長，對於創新網路服務接受度高。網路電視族群(會使用電腦、筆電、平板透過網路收視)從年齡分布來



觀察，有超過半數的比重集中在 21-30 歲(55.9%)(本研究中的年輕世代(18-30 歲)即屬於此社群)，其次是 31-40 歲，比例為 24.8%，41-50 歲的比例陡降至 8.3%，而 51 歲以上的使用者則低於 2%，由此可見，看戲劇所使用的設備與網路技術，應亦有世代間的差異。再者，人們生活在世界上，無法不與人互動，與媒體接觸發生在社會情境與日常生活中(盧嵐蘭，2007)。研究調查發現，收看網路電視族群，有 27.6%是夫妻與小孩同住，15.8%則為三代同堂，這些家庭中年輕人的收視亦可能影響與之同住的較年長家人(如協助使用 3C 產品觀賞戲劇)。

(二)「偶像劇」觀看工具與情境—世代差異

1、電視與電腦並用的年輕世代—獨享

看偶像劇我會用電視、電腦。用電腦時，我會視窗開著戲劇，同時兼玩小遊戲(編號 23，21 歲/學生，男)。

我用電腦去看偶像劇。在家裡，用電視看，會跟家人一起看(編號 22，23 歲/學生，女)。

我會用電視看偶像劇，但是要追劇的話，我就會用電腦看，我自己在家裡看，家人都不愛看偶像劇(編號 21，22 歲/學生，女)。

年輕世代，多為學生，往返於原生家庭與學校之間，觀看戲劇之工具隨之變動，如居住學校或自行租屋，以電腦觀看，在家則是電視。年輕世代善用各種 3C 產品，同時，也會在觀看戲劇的同時，玩電腦小遊戲，兩件，甚至更多事情同時進行，屬於「雙螢」，甚至「多螢」接收，顯示年輕世代對於新科技的得心應手與分心的特殊消費型態。



2、電視與電腦通用的中年世代—親子互動

我會用電視跟電腦看偶像劇.....我會跟小孩一起看，或者邊做事，邊聽電視聲音。我們家電視擺在電腦旁，所以只要轉個頭就可以看到電視，也可以聽到電視聲音(編號17，45歲／出版社編輯，女)。

我看偶像劇是用電視看，或者是用 Youtube 看。已婚的人，當然在家裡看囉，跟我兒子一起看(編號20，40歲／小學老師，男)。

假日我會在家裡用電視看偶像劇，跟我老婆還有女兒一起看(編號19，49歲／台塑服務，男)

我通常是一個人看偶像劇的，用電腦看。我曾經也有跟我姪女一起看(編號18，45歲／國中老師，女)。

中年世代生長在電視與電腦的過渡時期，對於電視相當熟悉，對電腦也不陌生。中年世代會用電視觀看戲劇，也能用電腦收看。對中年世代來說，收看戲劇是家庭生活的一環，是與配偶、孩子共度的時光，以之培養親子關係，創造家庭和諧。

3、偏好電視收看、自在享受戲劇的熟年世代

看到好看的偶像劇，我會轉電視來看。有時候，我會叫我兒子幫我從網路找，用我的ipad看(編號14，51歲／會計，女)。

用電視看偶像劇，有的時候我用電腦看。電視廣告時，我就去洗碗、收衣服。但我很迷一部戲時就用電腦。我們家每個人都顧一台，我在客廳顧電視，兒子顧筆電，我先生



顧電腦（編號 13，53 歲／服務業，女）。

我都是用電視看偶像劇。我們家一人看一台電視，你看你的，我看我的（編號 16，65 歲／送貨員退休，男）。

我都是在一樓客廳看電視。看的時候，我老婆、兒子、女兒在的話，都會跟我一起看（編號 15，53 歲，貿易商業務經理，男）。

熟年世代觀看偶像劇多在客廳觀看，屬於家庭公共空間，意味著自己觀看戲劇，也不介意家人一起觀看，當然這個族群亦可能是家中最具權威者，因而可以擁有客廳電視之使用權。而一些熟年女性觀看偶像劇，除了會使用電視之外，也會用電腦、平板等新媒體，尤其是透過晚輩的協助；熟齡男性則似乎較依賴電視，顯示出男性與女性的不同。然而由於本研究的熟年世代受訪者中，女性多為輕熟齡的五十幾歲，而男性則為已邁向老年的六、七十歲，因而較難以對照比較，究竟是性別抑或年齡造成差異，可能必須更深入探究。另外，熟齡世代可能因空閒時間較多，因而常會獨自看電視，但多位熟齡受訪者亦表示，會與晚輩一同收視。

(三)「鄉土劇」觀看工具與情境—世代差異

1、隨環境變換媒體的年輕世代

我在房間看鄉土劇的。看鄉土劇的時候，電視跟筆電都會開著，我坐在電腦前，邊看電視邊跟朋友聊劇情。有的時候也會弄報告（編號 9，23 歲／學生，女）。

在家，我會跟我媽媽一起看鄉土劇，在學校自己宿舍看（編號 10，23 歲／學生，女）。



我都是自己看鄉土劇。家人不愛看鄉土劇，只有我在看。在家裡，自己在房間看。到宿舍就電腦裝電視盒看（編號 11，22 歲／學生，男）。

用電視看鄉土劇，電視視窗看起來比較大，而且我在外面租房子，可以自己看電視，邊看電視邊吃東西（編號 12，23 歲／學生，男）。

年輕世代常往返家庭與學校之間，觀看戲劇受到環境影響，使年輕世代觀看戲劇隨著環境而轉換其觀看方式。年輕世代觀看鄉土劇主要都以電視為首選，其次是電腦。年輕世代認為電視畫面比較大，觀看起來較舒適。可以一邊看電視，也可以一邊做其他的事，比方說看電視，吃東西，或者跟朋友聊天、寫作業等，年輕世代不僅觀看戲劇，也可以雙螢、多螢使用媒體，進行不同活動。正如資訊趨勢預測家 Don Tapscott(1998)所言：「透過數位媒體的使用，網路世代不僅發展出自有的格局，更對社會文化產生巨大衝擊。戰後嬰兒潮退位了，網路世代正以前所未有的方式，積極地學習、玩樂、溝通、工作、消費及創造社群。」(引自陳曉開、袁世珮譯)。事實上，調查已經指出，對年輕人而言，多螢生活(電視、手機、平板、電腦...)已成新常態(李至和，2016)。

2、電視陪襯家事與家人的中年世代

我回家的時候會跟家人一起看鄉土劇。會邊吃東西、或弄個東西，就連洗澡時也會開著電視（編號 5，32 歲／行政工作，女）。

看鄉土劇會邊做家事，整理房子，折衣服。如果我女兒在的話，也會跟我一起看鄉土劇或偶像劇（編號 6，48 歲／



家庭主婦，女)。

鄉土劇主要是我老婆在看，我就跟著看，吃飯的時候看(編號 7，49 歲/木材業，男)。

我太太看《風水世家》，我就跟著看，民視我們都有在看，但沒有每天看，忙碌就不能看。(編號 8，43 歲/機車行服務，男)。

中年世代鄉土劇收視以電視為主，雖然會使用電腦，但似乎不會用來看鄉土劇。對中年世代來說，鄉土劇可以讓他們陪伴配偶或子女，透過戲劇情節來增進彼此溝通機會，化解尷尬。此外，也是生活的陪襯工具；一邊看電視，一邊處理家務事、吃飯、洗澡等。此種分心式的收視，對中年世代來說可以節省時間，娛樂時，也可以做例行家務事，化解無聊、乏味、煩悶、尷尬等各種時刻。

3、鄉土劇做伴的熟年世代

用電視看的鄉土劇，有的時候我女兒跟孫子都會跟我一起看，吃飯的時候看。有時會看著看著就睡著(編號 3，76 歲/鑿井退休，男)。

我只看民視的，其他國語我聽不懂。平常時，我都是自己住，自己看鄉土劇。看的時間幾乎都是中午(編號 4，76 歲/務農，男)。

我用電視看鄉土劇，平常自己看，我老公都去朋友家聊天(編號 1，56 歲/紡織退休轉代工，女)。

看鄉土劇常在一樓看，有的時候女兒在家的話，她也會來



跟我一起看，一起聊天(編號 2, 54 歲／紡織退休轉代工，女)。

看鄉土劇的熟年世代，大部分都已經進入退休階段，長期待在家中，平日生活簡單，早上出門找朋友聊天，參加老人聚會，晚上待在家裡看電視，無形之中看電視成了熟年世代平日最佳良伴。退休後，生活範圍縮小，居家環境成了熟年世代活動最為頻繁的空間，平日可能獨自觀看鄉土劇，偶爾會有子女陪伴，但並非常態。由於晚輩繁忙經常不在身邊，熟年世代孤單，所以鄉土劇間接也成了他們排遣孤寂的工具。

(四)觀看情境之性別差異---人際互動式觀看的女性與個人式觀看的男性

在家裡看偶像劇感覺比較拘束，所以我都不常在家裡看，經常是回宿舍，只有自己的空間觀看，在宿舍不用太拘束，要哭、要笑、要跳、隨便我...情緒的發洩，讓人看到會不好意思，就是不太願意表達自己的情緒給別人知道。我不會跟人家看，也不會討論，但是我會把感受 po 文在 Facebook 上面，有的人會問我發生什麼事，我就會說只是在看影片。我覺得討論是沒有必要的(編號 23, 21 歲／學生，男)。

看偶像劇都不用跟人家討論，這種東西不需要討論，嗜好不一樣。，就不用再去討論了(編號 16, 65 歲／送貨員退休，男)。

我有幾個好朋友都喜歡看鄉土劇，看鄉土劇的時候就會一邊聊一邊看，就一直用 Facebook 講，留言可以好幾百篇(編號 9, 23 歲／學生，女)。



我會跟我媽媽用電視看鄉土劇。然後到學校就跟朋友討論鄉土劇（編號 10，23 歲／學生，女）。

朋友來找我吃飯的時候，我們都會討論鄉土劇（編號 5，32 歲／行政工作，女）。

跟我女兒一起看可以邊看邊聊天，很開心（編號 6，48 歲／家庭主婦，女）。

女性常與他人（如長輩、晚輩、朋友）一起觀看戲劇，並藉此與人互動，觀看亦不只觀看，還會一起討論；而男性（似乎除了中年世代之外）則喜歡自己一人觀看戲劇，認為和其他人一起觀看，會不自在，很拘束，情緒無法適當抒發，甚至認為不同偏好容易引起爭執。此現象似乎與傳統社會建構男性認同有關；男性被認為喜歡收看新聞、政治、體育等媒體內容，而女性則多偏好綜藝、戲劇等文本。本研究中的男性受訪者顯示一種非常隱私、個人化的收視，不習慣與他人一起收看，也不喜歡與他人討論劇情，他們不願意展露因戲劇而被挑起的情緒，雖然有時會在其他平台(如 FB)上揭露，卻顯得相當隱晦。

(五)閱聽人的戲劇消費意涵

閱聽人的社會位置、角色決定其賦予文本的意義，並彰顯他們的企圖與社會實踐（陳婷玉，2012），不同世代閱聽人有其殊異的消費意涵與社會實踐。

1. 「偶像劇」的消費意涵

(1)藉偶像劇體驗人生的年輕世代

對年輕世代來說，收看偶像劇有兩種意義；給予他們懂



憬與幻想未來的空間，以及提供年輕世代生活指導的方針，讓年輕人借鏡與反省。

(1) 偶像劇的憧憬與幻想

《我可能不會愛你》的愛情可以滿足我對愛情的慾望及期望。大仁哥（角色名）跟程又青（角色名）太甜蜜了。然後程又青的工作態度，不管是家庭，事業都是個 queen，很想學習（編號 22，23 歲／學生，女）。

劇中經理叫史特龍（角色名），碰到事情，不會當下解決，會把所有相關的證物，人證都找齊，才處理。如果我以後當上主管，一定要像他（編號 24，23 歲／學生，男）。

年輕世代有些尚未出過社會，或剛入社會。對於職場涉入不深。觀看偶像劇，可以讓他們認識職場，並提供未來生活的想像空間，期許自己能夠像劇中人物擁有愛情與事業。年輕世代透過此戲劇來描摹自我的未來生活，建構未來人生方向。

(2) 偶像劇作為年輕世代生活學習的指導

前陣子，我剛好遇到感情問題，看到《真愛趁現在》講愛情，我很有感受，看完後回來反省。回想那段感情是不是因為有些誤解才導致分手（編號 23，24 歲／學生，男）。

偶像劇比較會鼓舞人心。標題小資女孩，就是要叫年輕人花錢要節省（編號 24，23 歲／學生，男）。

我看《犀利人妻》是因為我姑姑家庭有過離婚，我希望看了戲劇之後，可以學習一些婚姻的事情，避免外遇（編號 22，21 歲／學生，女）。



對年輕世代而言，觀看偶像劇是追隨潮流，也是體驗人生。年輕世代年紀尚輕，歷練少，對於人生許多的經歷尚無法體會。從戲劇中學習如何經營愛情、做人處事、以及職場倫理等。曾有受訪者表示，由於親戚曾有過破碎婚姻，因此對於婚姻的劇情，會特別關注，希望透過戲劇瞭解婚姻，以做為前車之鑑，防止婚姻破碎之事發生在自己身上。

(3)以偶像劇反思及教育晚輩的中年世代

對中年世代來說，觀看偶像劇有兩種意義；偶像劇提供教育晚輩的素材以及緬懷過去與反思自我，戲劇劇情與過往經驗重疊，因而產生共鳴。

(a) 偶像劇作為教育晚輩最好的題材

我會播 Youtube，讓學生用看的，他們自己去體會，導出正義感，就會生氣這個偷錢的人（編號 20，42 歲／國小老師，男）。

女兒看到人家嫁有錢人就說好好喔。我就會跟我女兒說，你學習戲劇女主角麻，，不要看人家有錢就好，要拘謹一點（編號 19，49 歲／台塑服務，男）。

我在跟孩子看偶像劇時，不會給孩子講一些大道理，戲劇內容就可以溝通，一來了解他們的想法，二來也間接傳達我想要說的話。有些話，透過觀看偶像劇就可以道出（編號 17，45 歲／出版社編輯，女）。

偶像劇內容包羅萬象，舉凡親情、愛情、友情，廣泛涵蓋生活中各種面向，以至於「老少咸宜」。跨世代收視的戲劇，讓家庭裡平日鮮少交集的中、青少世代，藉此有了共同



話題，雙方有了溝通的場域，可以培養感情，互相瞭解。中年世代認為，戲劇的呈現方式，間接讓晚輩接受長輩的勸誡，是優越的教育素材。

(b) 藉偶像劇緬懷過去與反思自我

我看《新兵日記》...因為回憶有關。我以前也當過兵，所以我對這齣戲還蠻有興趣的，且也是在成功嶺（編號 20，42 歲／國小老師，男性）。

《我可能不會愛你》程又青（角色名）跟男友吵架，全身淋濕回家，媽媽看到安慰她，這時候感覺像我在跟我媽媽對話，平常不會去跟我媽媽說什麼（編號 17，45 歲／出版社編輯，女）。

小三問題，像是我朋友，同事，嫂嫂跟哥哥，看到戲劇的演出後，讓我體會到老公外遇的心情（編號 18，43 歲／國中老師，女）。

偶像劇中所演出的某些片段，可能與中年世代過去經驗重疊，其熟悉感讓中年世代回想起過去。過去不敢做的事情，不敢表達出的感受，透過戲劇演出，也許讓中年世代得到替代性體驗，以不同樣貌再次經歷，從中獲得紓解與釋放。有受訪者就表示，戲劇演出了自己在現實生活中不敢表達的情感，從中獲得心靈釋懷。收視偶像劇，不但勾起中年世代的回憶，也洞察其未曾察覺之感受。

(4) 藉偶像劇適應社會與再學習的熟年世代

看《痞子英雄》我就可以思考是誰在當壞人，誰在做壞事！（編號 16，65 歲／送貨員退休，男）



看偶像劇，可以讓我了解現在年輕人的想法，有時候我兒子跟女兒的行為我都摸不透，常常吵架。(編號 15，53 歲／貿易商業務員，男)。

我結婚之後就進入家庭當先生的會計，沒有機會再到外面工作，所以看這齣戲可以多少了解，女性在職場上的成就(編號 14，51 歲／會計師，女)。

熟年世代對於社會的變遷有深切的體悟，意識到學習的必要性，抱持著學習的心態觀看偶像劇，接納當代觀念與想法。退休後的熟年世代依偎在家庭，與晚輩接觸是最頻繁的互動，如若不了解晚輩，世代間就容易產生隔閡與衝突。因此學習認識現代社會勢在必行，不斷更新自己看待社會及年輕世代的樣貌，讓自己適應與過去不同的環境與思維。

2. 「鄉土劇」的消費意涵

(1) 鄉土劇營造逗趣生活的年輕世代

鄉土劇裡面有那種非常好笑的橋段，看到好笑的幾乎都會笑吧。(編號 11，22 歲／學生，男)。

鄉土劇感覺跟生活很貼切，有些內容還蠻誇張的，比如說吵架吵得很兇，感覺無聊，但其實又很有趣(編號 12，23 歲／學生，男)。

鄉土劇我覺得誇張，就覺得好看。印象最深刻的劇情就是有一個女生，闖進男生的房子，去浴室用男生的沐浴乳，然後對著沐浴乳說，這是誰的味道，發展很奇怪，很好笑(編號 9，23 歲／學生，女)。

鄉土劇還會搭配時事，灑狗血。裡面常常出現吵架的畫面，



他們吵架的方式很溜，感覺好笑又很有趣（編號 10，23 歲／學生，女）。

年輕世代觀看鄉土劇常以歡樂、逗趣的心態觀看。不論男女在觀看鄉土劇時，常以好笑、有趣的字眼來形容，認為鄉土劇以一種寫實的內容來貼近閱聽人生活，再以誇張超現實的情節或角色行為來搏君一笑，讓年輕世代猶如看喜劇、看熱鬧般的心情，清楚將戲劇與現實生活區隔。

(2) 藉鄉土劇調劑生活、舒解壓力的中年世代

放鬆心情，什麼事情都不用做，然後有時候可以看著看著就睡著了。...我會看鄉土劇是因為我老婆愛看（編號 7，49 歲／木材業，男性）。

在機車行，一邊看電視一邊等客人上門。我太太她都看民視，她愛看，我就跟著看鄉土劇（編號 8，43 歲／機車行服務，男）。

反正就是亂演，不知道在演什麼，可是又很愛看。不用花大腦，然後還可以邊看邊整理自己的房間（編號 5，32 歲／行政工作，女）。

讓我無聊的時候，也有事情做，比較不會都是在做家裡的事情感到厭煩啊（編號 6，48 歲／家庭主婦，女）。

中年世代肩負家庭責任，長輩與子女都要照顧，生活壓力大，因而找尋紓解壓力的方法，此時觀看鄉土劇成了他們的抒壓管道。鄉土劇對觀眾沒有注意力與腦力的嚴格要求，是無壓力的媒介消費，這讓在家庭與工作壓力下生活的中年世代得以舒緩。此外，對中年世代男性，收看鄉土劇也是陪



伴家人的方式。

(3)將鄉土劇視為生活寫照的熟年世代

我比較喜歡看古老的，忠實的東西...。現在做的比較西
華華拉（亂七八糟拉）。變成這樣，所以現在的電視劇我
就有點不大喜歡。較不忠實啦。我平常時都看台語的拉，
國語我聽不懂我就沒再看。鄉土劇《風水世家》結束後，
就接著看《龍飛鳳舞》，常常看鄉土劇，就很高興啊（編
號4，76歲／務農，男）。

看鄉土劇之後都會自己罵自己"肖ㄟ"都看這，就像人家說
的作戲空，看戲慙，人家播什麼我們就看什麼，我們就願
意讓他欺騙，就很愛看（編號1，56歲／紡織退休轉代工，
女）。

鄉土劇就以平常戲在看啊，古人在說的，戲台上有這個人，
戲台下就有這種人。（編號2，51歲／紡織退休轉代工，
女）。

熟年世代走向退休生活，不用打拚事業，也不用養育子
女，過著安逸生活，生活沒了重心，電視成了他們依賴的良
伴。熟年人看鄉土劇沒有戲謔或嘲諷的眼光，而是認真、在
意、滲人性高地觀看，認為戲劇中所呈現的人與事，在現實
生活中必然也有此人，受訪者道出台語俗諺《戲台上有什麼
樣的角色，在實際生活中也就有那樣的人》，顯示鄉土劇是
他們認定的真實世界樣貌。另外，部分熟年世代，只聽得懂
日語和閩南語，而國語則聽不懂，以致影響他們選擇閩南語
戲劇觀看。



五、結論與討論

正所謂「人生如戲，戲如人生」，戲劇是由人類創造，出自於人類思維，難免會與人的生活雷同。屏風表演班創辦人李國修說：「戲劇是濃縮反映人生」。而戲劇不僅能獨自觀賞，也能與家庭成員共享（陳芸芸譯，2000）。加以網路科技的進步，給予收視更多便利性。

觀看戲劇的管道，除了電視之外，3C 產品（電腦、筆電、平板、手機）都能觀賞。本研究發現三個世代觀看戲劇，皆有其慣用的媒體工具。以鄉土劇來說，三個世代觀看都以電視為主，其次才是電腦等 3C 產品。年輕世代認為，鄉土劇內容不緊湊，隨時觀看都能理解。中年世代則認為就因緊湊度不高，觀看不用放置太多的心力而得以放鬆，以電視觀看居多。而熟年世代，則因對 3C 產品不熟悉，且新媒體資訊不斷更新，讓他們無法全面吸收（蘇敬雯，2013），產生心理障礙，不願學習使用，進而使用熟悉的工具（陳世勳，2011）。

反觀偶像劇，閱聽人認為該劇種緊湊度高，架構完整，每段情節都相當重要，一旦遺漏，就可能會看不懂。往往使得閱聽人在電視播映時間之外，到網路搜尋，線上觀看，甚至還會重複觀看。除此，偶像劇貼近現代都會生活的流行元素（方韻鈞，2013），本就是以年輕人為目標收視群，而本研究發現觀看偶像劇的人，不論男女老少，都會不同程度的使用電視與 3C 產品，即使不甚熟悉新媒體的中、熟年世代，也可能經晚輩的協助而使用電腦、平板電腦來收視。

至於觀看場域，年輕世代常喜歡在獨自的空間，他們享受自我，這與成長在電腦時代有關，網路提供虛擬空間，讓



使用者透過其管道進行交友、購物與發表言論。這讓年輕世代習於享受獨處，觀看戲劇似乎也不例外，他們認為旁邊沒有人，較自在，也較能抒發情緒。而中年世代，身為家庭的中堅世代，需照顧家人，與長輩或晚輩互動頻繁，使得中年世代常以“共視”的模式觀看。而熟年世代，則習慣在共享的空間(如客廳)當中觀看戲劇，早年農業生活常需共享生存，使得熟年世代對於自我空間的渴求度較低(邱高生、常如君，2004)。因此觀看戲劇，熟年人較不會講求獨處，反而希望大家一起觀看。

戲劇被閱聽人消費觀看，進而挪用、轉換、賦予新的意義，鑲嵌閱聽人的日常生活、角色期待，進行閱聽人個體的社會實踐(陳婷玉，2012)。以鄉土劇而言，年輕世代認為鄉土劇貼近生活，舉凡新聞事件都能被戲劇運用，平凡的事務，被編撰成誇張、超乎尋常的情節，感覺奇怪卻有趣，鄉土劇成為歡樂來源。中年世代則將鄉土劇視為陪伴家人與紓解壓力的工具；不緊湊的戲劇，隨時可插入觀看，得以達到放鬆舒緩的功效。熟年世代對鄉土劇情節的看待卻是與年輕世代大異其趣，他們將之當真、涉入深，看到不合倫理、情理的劇情，會激發「正義感」及嚴正的批判，他們認真看待鄉土劇，認為其“反映”真實人生。

在偶像劇方面，年輕世代認為戲劇提供他們體驗人生，並增加對未來的憧憬與幻想空間，同時也是生活的指導方針，透過戲劇學習處世之道。

過去研究指出，成年子女與父母看電視，作為關懷與孝道的實踐，而長輩則在與晚輩共視的過程中，傳達對子女的期許(陳婷玉，2012)。據此，本研究也發現，中年世代會以鄉土劇來陪伴長輩與伴侶；而利用偶像劇來教導晚輩，傳



達他們的價值觀。除了陪伴、教育之外，虛構的戲劇也可能滲入某人的生命經驗，進而觸動其感受（王薏茹，2008）。在偶像劇中，中年世代看到與自己過去經驗雷同之情節，會回憶緬懷過往，反思自己的生命歷程。熟年世代似乎察覺自身的想法與晚輩，甚至整個社會之間的差異，而把偶像劇視為適應變動的社會，瞭解年輕人想法的工具。由此可看出不同世代在消費戲劇時，不僅是休閒娛樂，也蘊含著每個世代的獨特意義與功能；不同世代從他們的成長經驗與生活脈絡，對戲劇賦予了不同的價值，使戲劇能「為其所用」，以遂行其社會實踐(de Certeau, 1984; 陳婷玉，2012)。

在性別面向，女性善於結合媒介消費與人際互動，借用戲劇來與家人、朋友同樂、聊心事、說想法、扯八卦。而男性(除了中年世代)則是喜歡獨自觀賞，認為一旁有人，情緒會受到束縛，甚至可能因想法不同，引發爭執。和女性相比，男性較不願意將情緒表露，可能認為那是懦弱的表現，亦不欲大肆宣揚自己觀看戲劇的事實，因傳統的性別刻板印象中，男性應該看新聞體育等硬性文本，女性則愛看戲劇、綜藝等軟性文本（陳芸芸譯，2004）。

儘管時代變遷，女性得以外出工作，家庭不再是女性生活的唯一場域。過去研究指出，女性習慣分心方式收視（distracted viewing）是因為女性為家庭主婦，工作與生活結合，以致無法鬆懈專心看電視。但多年後的今天，職業婦女不斷增加，女性依然利用觀看電視時，同時處理家務，即使不是家庭主婦，也是邊看電視邊做家事。顯現家務在女性的心中仍是義務，現今的女性不但要工作還要處理家務，仍然無法像男性一樣，讓“家”成為休息放鬆的地方。

本研究整合過去有關閱聽人的研究，並擴大探討範圍至



台灣兩大劇種；偶像劇與鄉土劇，將年輕世代、中年世代、熟年世代觀看戲劇的動機逐一分析闡述，並納入性別的收視分析。從訪談資料發掘若干觀看戲劇的特質與習慣。透過多元的世代與性別比較，呈現出戲劇在不同世代與性別社群中殊異的消費意涵。

六、未來研究建議

本研究雖然積極尋找各年齡層、世代受訪者，但在熟年世代的性別受訪者選取上仍有缺憾，即男性為已邁入老年而女性則為輕熟齡的五十幾歲，未來研究可增加並平衡輕熟齡及老年世代的受訪者，以釐清他們對戲劇的消費及意涵，亦可更深入探究他們與晚輩共同收視的樣貌。另外，受訪者的日常慣用語彙是否亦會影響其偶像劇/鄉土劇的收視意涵，亦可深入剖析。

年輕世代可說是鄉土劇的新興收視族群，未來的研究可以持續關注年輕世代的收視與其詮釋的深層意涵，如這些年齡層的閱聽人所謂有趣、好笑、無聊意指什麼？戲劇讓他們覺得有趣、好笑的原因為何？如能剖析跨世代對有趣、好玩的解讀及想像，應更能增加閱聽人研究的複雜度與豐富性。



參考文獻

中文部分

中華民國統計資訊網(2016)。〈各級教育學齡人口在學率〉。
檢索日期:2016年2

月17日。取

自:[http://www.stat.gov.tw/ct.asp?xItem=15423&CtNode=3635
&mp=4](http://www.stat.gov.tw/ct.asp?xItem=15423&CtNode=3635&mp=4)

于宗先、王金利(2009)。《台灣人口變動與經濟發展》。台北：聯經。

方圓(2012)。〈台灣偶像劇轉型之道：從夢幻走向現實〉。《中國網》(娛樂頻道)，2012.08.12。

方韻鈞(2013)。《台灣戲劇中女性職場角色的變與不變》。南華大學傳播學研究所碩士論文。

尤玉文(2002)。台灣國小教科書中國家認同概念之演變——以1949年後之社會與音樂教科書為例。國立新竹師範學院國民教育研究所碩士論文。

王宜燕(2012)。〈閱聽人研究實踐轉向理論初探〉。《新聞學研究》，113，39-75。

王薏茹(2008)。〈人生大戲李國修認真對待〉。巨報新聞，2008.08.22。引自
http://www.gbo.com.tw/gbo_news/index.jsp?id=24。

尼爾森媒體研究(2013)。尼爾森媒體研究月刊(2013年1月)。



取

自:<http://www.magazine.org.tw/ImagesUploaded/news/13611679656730.pdf>

李至和(2016)。〈尼爾森調查，多螢生活成新常態〉，《聯合新聞網》，取自:<http://udn.com/news/story/6/1538949>。

吳怡國、姜易慧(2010)。〈初探兩岸合拍偶像劇之發展與困境〉。《淡江人文社會學刊》，44:2-25。

吳羿嬌(2011)。〈連續劇觀賞者收視動機、收視行為與生活品質之相關研究—以民視夜市人生為例〉。大葉大學休閒事業管理學系碩士班。

李佩英(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〉。交通大學傳播研究所。

沙依仁(2005)。《人類行為與社會環境》。台北：五南。

林妙娟(1992)。〈山胞婦女的教育需求之探討〉。《農業推廣文彙》，37: 137-143。

林佳瑩、蔡毓智(2003)。〈臺灣地區不同世代生命週期中重大生活變遷之比較性研究〉。論文發表於臺灣社會學會主辦之臺灣社會學會年會。

林芳玫(1996)。《女性與媒體再現》。台北：巨流。

林佩萱(2011)。〈職場新思維：有工作經驗在讀碩士更值錢〉。《遠見雜誌》2011年9月號。檢索日期：2015年12月12日。



取自:http://store.gvm.com.tw/article_content_18831.html

邱高生、常如君（2004）。《熟年世代—台灣 50~64 歲生活型態族群研究》。台北：統一夢公園。

邱慧仙（2008）。《閱聽人研究方法用之初探：以國內傳播學期刊為分析對象（1998-2007）》。世新大學傳播研究所博士班。

柯裕棻（2006）。國科會計畫「1960 年代『電視機』的文化意涵：科技生產、國民教育、與現代生活」，執行期間 2006 年 8 月-2007 年 7 月。台北市：政治大學新聞系。

俞蘋（2015）。〈平常會使用網路的台灣成年人少於七成〉。科技部傳播調查資料庫。上網時間:2015/10/01，取自：http://www.crctaiwan.nctu.edu.tw/ResultsShow_detail.asp?RS_ID=33

張玉珮（2002）。〈當代閱聽人之理論重構試論閱聽人的思辨能力〉。國立政治大學新聞系博士論文。

張雅婷（2008）。〈探討閱聽人對韓劇《我叫金三順》的解讀研究〉。國立交通大學傳播研究所。

陳芸芸譯（2004）。《電視與社會》（原書作者 Nicholas Abercrombie）。台北：韋伯。

陳怡君（2004）。〈從生活風格觀點探討年輕人對台灣偶像劇的觀賞〉。世新大學傳播研究所碩士論文。

陳姿伶（2008）。〈台灣年輕男性韓劇閱聽人的收視經驗〉。



國立台灣師範大學大眾傳播研究所碩士論文。

陳婷玉(2008)。背叛！台灣女性如何解讀電影《斷背山》：一個接收分析研究。《電影欣賞學刊》，136，149-164。

陳婷玉(2009)。真人版 vs. 卡通版：年輕女性的 A 片經驗詮釋與文本偏好研究，《台灣性學學刊》，15(2)，17-34。

陳婷玉(2012)。〈愛就是陪他們「看電視」！—成年子女的電視消費與新孝道實踐〉。《廣播與電視》。第三十四期，頁 25-53。

陳曉開、袁世珮譯(1998)。《N 世代: 主導二十一世紀數位生活的新新族群》(原書作者 Don Tapscott)。台北：麥格羅希爾。

馮建三譯(1995)。《電視、觀眾與文化研究》(原書作者 David Morley)。台北：遠流。

游曉薇、陳姿香、廖純怡(2005)。〈Net-generation、網路世代〉。《網路社會學通訊期刊》，49。

<http://www.nhu.edu.tw/~society/e-j/49/49-10.htm>
(2014/11/20)。

程紹淳(2009)。《媒體市場區域化下被錯置的文化消費與生產：以民視的「鄉土劇」《意難忘》為例》。嘉義縣：南華大學傳播系。

曾鈺婷(2015)。〈詞條解釋，辭條: 文類〉，《師範大學全人教育百寶箱》。上網日期: 2015 年 9 月 30 日。取



自:hep.ccic.ntnu.edu.tw/browse2.php?s=4。

黃心瑜 (2008)。〈台北市長青學苑高齡者觀看電視戲劇節目與生活型態關係之研究〉。國立臺灣師範大學社會教育學系在職進修碩士班。

黃葳威 (1999)。《文化傳播》。台北：正中書局。

楊乃女 (2009)。〈社群、BBS 與「鄉土劇」的流行：以《天下第一味》為例〉。《高雄師範大學學報》，第 26 期。

管仁健 (2005)。台灣的霸權國語與悲情方言。管仁健網誌，2005.12.31。引自
<http://mypaper.pchome.com.tw/kuan0416/post/1281895814>。

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。

劉進興 (2009)。台灣的就業問題。《新世紀智庫論壇》，第 46 期，2009.06.30。

蔡賀松 (2011)。〈蔡阿嘎 10 秒影展諷鄉土劇 3 老梗：失憶+車禍+DNA〉。ETtoday 新聞雲，2011.12.14。上網日期 2014.12.05。引自
<http://www.ettoday.net/news/20111214/12551.htm>。

蔡琰 (1998)。《鄉土劇性別及族群刻板意識分析》。台北：電視文化研究委員會。

盧嵐蘭 (2007)。《閱聽人與日常生活》。台北，五南。



羅慧雯 (1995)。〈台灣進口日本影視產品之歷史分析〉。國立政治大學新聞研究所碩士論文。

蘇建州、陳宛非 (2006)。〈不同世代媒體使用行為之研究：以 2005 東方消費者行銷資料庫為例〉。《資訊社會研究》**10**：205-234。

MIC 研究報告(2011)。〈付費影音內容偏好分析－數位電視族、網路電視族〉。取自：
<http://mic.iii.org.tw/aisp/reports/reportdetail.asp?sid=0&iid=0&did=53864&docid=CDOC20110317005>

英文部分

Alasuutari, P. (1999). Introduction: Three phases of reception studies. In P. Alasuutari (Ed.). *Rethinking the Media Audience*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Ang, I. (1996). *Living room wars: Rethinking media audiences for a postmodern world*. New York, NY: Sage.

de Certeau, M. (1984). *The practice of everyday life*. Berkeley: University of California Press.

Fiske, J (1991). Moments of television: neither the text nor the audience. In E. Seiter, H, Borchers, G, Krentzner, & E. Warth (Eds.). *Remote Control :Television, Audiences, and Cultural Power*. London, Routledge.

Morley, D. (1980). *The 'Nationwide' Audience: Structure and*



Decoding. London: Routledge

Morley, D. (1992). Interpreting television: the Nationwide audience. In D. Morley (Ed.). *Television Audience and Culture Studies*. London, Routledge.

