

西方世界媒介的娛樂功能

Donald R. Browne 作

陳炳宏 譯

壹 前言

娛樂可能是大眾傳播媒介最重要的一項功能，然而由於大眾傳播媒介娛樂功能的定義難下，相對地也甚難對它作一詳細的解析。譬如，娛樂是否與解脫 (relaxation)、精神放鬆 (distraction)、逃避 (escape)，和愉悅 (pleasure) 等同義呢？我們是否經常藉由娛樂而獲得訊息？我們是否不能透過社會價值來加強它的功能呢？

大眾傳播媒介在西方世界是如此到處可見，幾乎人人能閱讀，而且有能力購買報紙、雜誌、精裝書、收音機、電視機及看電影，把大眾傳播媒介用來「娛樂」的情形到處一樣，即使是不花錢，同樣可從朋友間的閒談中，教堂作禮拜等方式獲得訊息，所以大眾傳播媒介很難有大家都認可的意義。

爲了便於分析，本文將「娛樂節目」界定爲：取悅 (amusement) 大眾、使閱聽人逃避 (escape) 身心壓力的節目，包括戲劇、遊戲及益智競賽、綜藝節目及音樂節目，但排除運動節目（因

爲它屬於提供資訊的節目)。

如何運用大眾傳播媒介發揮其娛樂功能，在西方各國中都差不多，儘管如此，一些訊息內容仍有不同，而這些差異便是本文分析的基礎。首先，我們先看有關法令與政策，再觀察娛樂媒介本身的發展運作情形。

貳 相關法令與政策

即使法令像丹麥一樣的寬鬆，或像澳洲一樣的嚴謹，但對於大眾傳播的色情問題，各國都有著相同的困擾。一般而言，西方各國很少有直接對傳播媒介娛樂用途下禁令的，而有關的禁令，也大都是針對有聲媒介而非紙上媒介，不過這些禁令的內容也都很空泛，且甚少提及處罰問題。這種例子有：日本規定涉及身心殘障者問題之節目，要表達關愛之心；德國要求節目避免傳播有違道德的觀念；美國則要求暴力情節不可過多；加拿大規定節目要富國家觀念。

不管各種法令、規章，或準則都不會鼓勵只傳播某類娛樂節目，因此許多傳播公司，向外國配額節目在電視甚至廣播中播出，許多國家亦進口配額的外國影片，且一些國外的連載漫畫、漫畫書、娛樂性雜誌也都享有無限制的進口優待。這種進口配額制度刺激國內的影片(或節目)的生產，但却無法促使生產更多的具備文化特色之節目，像日本、英、澳等的電視節目主持人，看起來即與美國電視主持人無大差異。

雖然如此，還是有傳播組織會主動製作反映國家文化的娛樂節目，特別是社會上的一些小團體，如宗教、文化種族和雙語系的團體，但有關法令却很少明白地加以鼓勵。有些國家會有專門給少數民族看的報紙或大眾媒介，然而這種媒介並沒有相關法令來保護，且其資金來源幾乎全靠銷售與廣告之收入。一九七〇年代美國所謂“Blaxploitation”的電影就是專門拍給少數人看的。有許多廣播電視仍將這類給少數人看的節目排除於節目表外，但有時仍要視有關業者的態度而定，如澳洲這類冷門節目，皆由政府資助，而美國則以商業經營型態為主。

西方國家很少由官方來約束大眾傳播之娛樂節目，他們常有許多民間委員會來監督傳播媒介，像報業評議會 (press council) 即由市民及教授組成監督團體，電檢委員會 (movie censorship committee) 亦由各縣市、鄉村、州都有，負責分級的工作，其他尚有由民衆自行組成的團體來約束電視上的色情與暴力節目（英、美、日皆有），以上除電檢委員會有相關法令加以支持外，其他團體都缺乏強制執行的權力。

叁 大眾傳播媒介

大眾傳播媒介在西方世界各國都非常普遍，但儘管有這種普遍性 (universality)，其間仍存有許多不同處。

一、報紙：

西方世界的報紙幾乎都是私人經營的，而且很少有娛樂的篇幅。報紙連載漫畫由美國居領導地位，加拿大居次，而英、法、歐洲國家的數量又較少，且其作品均來自美國（如泰山、白朗黛），部份西歐國家（法國最多）也有連載小說，其作品大多是古典文學作品，其他尚有方塊猜字，以及一些引人遐思的美女照片，除此之外，西方報紙就很少有娛樂篇幅了。

二、雜誌：

與報紙相同，大多是私人經營，而近三十年來成長率驚人，由一九五一至一九八一年 *Mirrors Press Guide* 公布的發行量即可得知，這類成長快速的雜誌多屬於特定對象的，如家庭主婦、廚師等。雜誌的功能是娛樂或是資訊尚有待深入討論，但像讀者文摘這種兼具娛樂及資訊的雜誌，即有全球性的發行量，一九七〇年代末，光是美國以外的銷售量即達一千一百五十萬份，遍行三十二國，並有十三種語文版本。

至於漫畫雜誌，歸屬娛樂性媒介則應無異議，不論是進口或翻譯的漫畫，西方國家皆很流行，這類漫畫很少有教育功能，但這也不能否認讀者可能由漫畫中學習到道德觀念等正面社會規範

三、電影：

雖然電影已發展出其他用途（如新聞及紀錄影片），但娛樂仍是電影最主要的目的之一，即使在數十年前即有所謂的藝術電影，但一般電影仍是以迎合大眾需要為主。電視的發明搶走不少電影觀眾，促使澳、紐等國利用政府出面來外救電影的頹亡，即使如此電影公司仍以私人經營為主，而由政府組成的委員會（Film Board），負責審查本國及進口的影片（包括剪片、定級，像美國的R級影片即規定要十七歲以上者才得觀賞，並由父母陪同）。西方國家是電影的出口國（法、瑞、西德、義、英、美等國最盛），但他們却少有法令限制影片出口的內容。

四、廣播：

至今廣播仍是以娛樂為主（雖然它在發明之初是用在很多用途上），目前各國皆有自己的廣播台。至於私人經營的廣播業成長率同樣驚人，如英國IBA十年間就有三十六家商業電台，一九八〇年預計有七十家。大多數商業電台皆播放過多的娛樂節目（尤其是流行音樂），即使是非商業性節目也會加上流行音樂的插播。

廣播是傳遞新聞事件最具時效性的工具，但一般人仍以收聽音樂為主，在電視發明以前，收音機節目很少有變化，許多國家不論國營或民營，大多播放廣播劇，西歐的電台有自己的樂團，

且時有創作性作品問世，而BBC也有廣播猜獎節目、連續劇與喜劇。大部份國家對電台的節目皆有明文規定，但至於節目的內容則不加干涉，頂多偶而對某些有性意識及吸毒的歌曲表示一下「關切」而已。

五、電視

電視時代來臨之前，正是廣播全盛時期，所以當時很少廣播業者願意從事電視製作，使得當時（三十年前）電視節目都是步廣播的後塵去發展，然而今天電視在全世界是居首位，也是最好的娛樂媒介（如早先以教育爲主的電台，現也走向娛樂性了），這也導致許多電視台與廣播及電影公司合作經營。

很少西方國家只有一家電視台，像美國境內就有上千家，電視的財務來源與管理法令皆和廣播相仿，雖然電視節目最容易受到政府官員、宗教界、教育工作者及父母等的批評，同時在國會聽證會上，報紙社論、雜誌專題及書刊主題上常常要求對電視加以諸多限制，但法令向來也沒改變多少，反而是一些公司本身的規章成爲個別的遵循標準。

肆 媒介內容之比較

媒介娛樂節目其實沒有一致認同的定義，也沒有一致認同的分類，本文以下將依媒介的內容

作為分類的標準，而不以製作意願或觀眾的認知為依據。

一、以國家歷史為型態：

用歷史背景作為娛樂內容的情形相當普遍，如美國「大西部」的背景、法國卡通有關高盧人（Gauls）和羅馬人（Roman）的事件等。在某種範圍內，歷史是作為一種劇情點綴說明，所以很難告訴大眾什麼是真的，什麼是假的，同時歷史劇也可反映出一些文化背景，如西部牛仔對抗印第安人，基督教徒和回教徒的紛爭等。

把歷史摻到娛樂節目內，這種情形很少會產生正確的教育作用，歷史背景往往只是用來作為增加故事的說明性，因為其目的僅著眼於使閱聽人同笑同悲，至於有何學習作用則幾乎是不可能的。傳播業者一方面不願改變觀眾心中認定的歷史，一方面也可能根本不知何為真正的歷史，其次歷史在其眼中也不甚重要，反觀共產國家則視歷史為最重要的因素，在電影中、電視、小說及歌曲中，包括蘇聯、東德、捷克等共產國家，特別喜歡採用二次大戰期間各國人民反抗壓迫的歷史背景作為娛樂內容的背景。

二、以藝術文化為型態：

這包括流行音樂、民謠、爵士、古典樂、芭蕾舞、繪畫、雕刻及戲劇等。廣播對流行音樂的播放情形前已述及，電視更為普遍。一般而言，英、法、西德以及美加的公共節目負責提供大量的

古典樂，西歐有些國家每週至少有一次電視音樂會（演奏、芭蕾舞、歌劇），甚至也曾每週表演兩、三次，而對於非西方的音樂節目，電視與廣播亦不排斥。綜合來看，英美偏好流行樂，西歐偏好古典樂、芭蕾舞及歌劇。而內容嚴肅（serious）的小說及劇本同樣亦會被廣播、電影、電視、報紙所採用，不過這類節目往往有政府的補助，或非商業性的資金來源。英BBC公司在1980年即不顧成本地編寫了四十本劇集。雖然如此，電視台仍特別重視低成本與可保證賺錢的節目（由模仿以前成功的例子著手），這種節目通常是商業性劇集、喜劇和綜藝節目（內容包括迷你劇與橋劇）。

至於美與西歐對採用已完成的小說或劇本的態度略有差異，歐洲國家是儘可能忠於原著，而美國則喜將原著加以改編，但仍用原名。整體而言，西方世界雖有商業掛帥的意味，但仍有些西方國家會主動贊助藝術活動，攝製有關即將沒落或消失的傳統文化、手藝品、舞蹈等的紀錄片。

三 以少數種族為型態：

西方國家中有各種不同的少數民族，而大眾媒介對這方面所提供的娛樂也具多樣性，但印刷媒介在這方面貢獻最少，只有少數美國報紙有描寫墨西哥裔及黑人的漫畫，但這種只給少數民族看的作品，由經濟觀點來看，篇幅實不會太多。

這種經濟性的因素，使得大多數民營傳播機構對這類節目之製作興趣缺缺，同時少數民族不夠多，居住區也不夠集中亦為原因之一，有些少數民族人士財力也不雄厚，即使有錢投資這類節

目，但也不能保證能有利潤。其中流行樂是唯一的例外，像美國的黑人音樂，這類音樂在美國及西方國家廣泛地流行，姑且不論這類音樂是否能反映黑人文化，但至少它被大多數人接受了。在電視節目方面，某些節目（特別是美國）也用黑人演員和黑人環境作節目，但往往遭嚴厲的批評，因為都是些描寫黑人懶惰、愚笨及丑角的老套節目。

利用非營利性的傳播媒介，來對少數民族提供服務是較理想的方式，如BBC 每週會播幾小時的節目給當地南亞及黑人居民收聽的歌曲、詩集、劇集等節目，澳洲也有提供給當地土人和歐洲移民收看的節目。但是這些例子大都只限於音樂，很少是要使大多數人來解決少數民族文化

的節目，一般來說，西方國家對少數民族的瞭解是很貧乏的，在所有媒介中，情況較好的是電影界（指政府補助的電影公司），加拿大國家電影委員會，製作許多有關愛斯基摩人的生活的短片，澳洲有時也會做一些劇情片來描寫土著文化，但也都只是些鳳毛麟角。

四 以外國文化爲型態：

基於經濟（銷售）因素，許多西方國家會對某些國外文化賦予相當的關注。美國電影在第一次世界大戰就曾席捲歐洲市場，華德狄斯耐卡通在歐洲開拓市場相當成功，連帶它的漫畫書也很暢銷。美國的廣播節目很少外銷（加拿大例外），而其電視節目在五〇年代即開始外銷，各國雖也外銷節目，但都難與美國抗衡，另外漫畫書、連載漫畫、雜誌等也都有外國市場，像「花花公子」(playboy) 雜誌不僅西方世界到處有賣，且造成一股模仿的熱潮。

五〇年代初期，美國電影大量減產，給英、法、義、瑞典等國有發展的機會，五〇年代末、六〇年代初許多國家對美國電視節目採取限額進口，六〇年代末期英、日、西德積極促銷自己國家的電視節目給其他國家，對美國產生不少威脅。自從六〇年代英國披頭四及滾石合唱團，七〇年代瑞典的阿巴合唱團興起後，美國的流行歌曲便又面臨了激烈的競爭。

目前各國的娛樂節目大多數是採用混合式（即本國及外國節目同時存在），並且有增加的趨勢，然而閱聽人實在很難從這些節目中去瞭解其他的文化，因為某國出品的娛樂節目未必具有該國的特色，而這種缺乏國家特色的節目又往往較有國際市場，這種利益最後將導致各國降低具備國家特色之節目的生產量。

五、以社會道德為型態：

大眾傳播媒介尚有一項功能，即扮演社會的一面鏡子。有許多爭論集中在討論媒介是否應建立新的社會觀，還是只要遵循舊有制度即可？但不可否認的是媒介與社會道德有密切關係，因為西方世界的媒介內容多採本國當時的生活為背景，而很少用歷史劇作節目。而許多娛樂節目也較喜歡採都市為背景，而忽略郊區、鄉村等題材，這雖然也是在反映西方生活的方式，但在人口數量，地方和環境的表現上則失去均衡。

從事娛樂方面的傳播業者通常否認他們企圖表現他們所要求的社會道德，除非某些基本的社會價值，如好人有好報，惡人有惡報等。西方媒介最愛爭議的就是它所反映事實的真相，有關司

法及警察方面的電視電影題材不僅本國多，進口的也不少，但內容對他們的描述也多是仁慈、專業、清廉、成功和專注於案情的形象；有關醫院的描述更是各國（英語系）皆同：醫生與護士是仁慈、有禮、專注且專業的精神化身，而事實上，警察、法官和醫生、護士也有不是如此的，但却少見表現於節目上。

再談到角色方面，像一些專業的職業，如醫生、律師、工程師等通常都是白人或男人擔任，少有女性或少數民族人士來擔任，而女性通常扮演家庭主婦，即使是職業婦女也是低階層的角色，即使參與管理工作，也被描寫成推諉責任給男人的角色。

六以暴力為型態：

暴力題材為害社會最受批評。有許多國家已開始從事研究暴力與傳播媒介的關係（美國甚至花費一百萬的研究金），但成就却相當有限，只知電視在某種情況下會刺激某類觀眾產生暴力行為，這項結論當然不會讓那些認為大眾傳播媒介會使人產生暴力行為的人士滿意，如老師、父母，及執法人員等。

無可否認的事實是，西方世界的暴力節目要多過共產國家。美國在電影、電視及漫畫中渲染暴力的情形最多；日本也出口很多暴力的卡通片，而日本暴力電視節目根本就是美、英、西德的翻版，這種情形導致日本民衆的抗議及國會的質詢，要求停止一切暴力節目，其實日本的犯罪率在西方世界中的是最低的，日本的情況只再度燃起大眾媒介和暴力關係的爭論而已。

不過仍有許多西方國家也對暴力節目加以控制：在電影方面，上映前先經過電檢處（*ship office*）審查，剪掉過於暴力的鏡頭，或禁演，或加以限級限制。在電視方面，英 BBC，IBA 規定午夜前（*mid-evening hours*）不准播暴力節目，以免兒童觀看；瑞典對少許的暴力則沒有限制時間，而美國在這方面是完全自由的，而只有一項自律性的法令（*Codes of Good Practice*）提醒美國傳播業者要自我約束。

七、以性爲型態

以性方面題材的傳播媒介娛樂節目與暴力內容，一樣遭到許多的責難，民間團體也指責這類節目鼓勵濫交，導致家庭不和，墮胎增加、婚前懷孕等敗壞之社會風氣，大眾傳播媒介實爲罪魁禍首。雖然沒有相當的科學研究報告指出，這類性題材與真實情形有多少關連，但吉勒曼（*Dorf Zillmann*）等都宣稱這種影響和前述暴力的情況一樣，且影響更久遠。

在檢查尺度上，依國而異，丹麥、瑞典顯然要比西班牙開放，而許多國家也都同意成人可以觀看這類節目，只要不讓兒童觀看即可，另外性交的鏡頭不可出現在公開場合及電視上，但有線電視即管不到。與暴力節目一樣，性娛樂節目在共產國家也是少見的。

伍 閱聽人

一般學者面臨一個困難，即他們缺乏有價值的分析資料，而某些統計資料只是提供（告知）閱聽人偏好何類節目、題材，却無法告訴我們爲什麼閱聽人喜歡這類節目，及對閱聽人有何影響等。其實西方各國閱聽人的口味皆差不多，描寫犯罪事件的電視劇節目，是最受青少年的歡迎，猜獎金智節目在西德、荷、英亦受歡迎，而較正式的音樂節目，即使放在黃金時段播出依然反應不佳，只好遭受冷落的命運。

電視的服務性節目，並非只考慮閱聽人觀賞人數的多寡，他們有時也作閱聽人喜好調查，將閱聽人最喜歡的節目分爲十級，結論顯示，閱聽人很少看的正統音樂節目却得到閱聽人給最高的評價，因此公共電視節目便有藉口播這類冷門節目，而商業性節目業者即不會作此類調查，因爲他們根本很少播正統音樂節目。

某些人口統計數字有時也很有趣，如美國看電影者大多是十至二十歲的年輕人，而瑞典的電影人口則不分年齡人人皆看，而廣播的聽衆在英、美民衆中，十餘歲時會特別傾向喜歡某個團體或個人的流行歌曲（如披頭四、滾石、貓王），而這往往會影響他們將來的生活。

目前在西方各國有專門對某個電視節目或影集作質的研究者，BBC及NHK往往把各項調查向大衆公布，其他國家（尤其是法國）往往只保留給自己內部的人作參考，至於比較性的研究

則更少了，其實如果能對全球性的節目，如「朱門恩怨」、「愛之船」等加以研究，並比較各國觀眾的反應程度，一定是很有價值的研究報告，可惜目前各國連國內的研究調查皆少見了，更何況是國際性的研究。

希望能有更多的人參與研究，西方國家的大眾傳播媒介與閱聽人有何相同，有何不同，為何相同，為何不同。