

國立政治大學傳播學院傳播碩士學位學程

碩士學位論文

公共電視平台戲劇節目觀眾接收分析：

「專家」與「素人」觀點

The Audience Reception Analysis of Drama Programs on  
Taiwan PTS : A Comparison Study of Experts and Novices



指導教授：鄭自隆 博士

研究生：楊寶儀 撰

中華民國一零九年五月

## 謝辭

首先，非常感謝我的家人讓我有機會來台灣唸書，大學本科四年再有幸來政大攻讀研究生，都是我的幸運。來到政大是我的夢想，從這裡畢業是我的追求與榮耀。

我的畢業之路有些坎坷，因為疫情的影響，我的論文一直受到不可控因素的阻礙，但如今能走到這裡，真的非常需要感謝一路陪伴我的教授，鄭自隆教授。遠距的輔導對我們都有難度都有挑戰，但教授您體諒我理解我，一路上不斷的支持與輔導，為和我交流輔導打了多少通電話，熬了您多少個日夜幫我審閱論文，我都深深地記在心裡，非常感激。沒有您，我恐怕沒法好好完成我的論文，真的非常感謝！

這一路上我還得到了很多人的幫助和支持：

感謝吳雨藍同學、林詠儀同學、郭婷同學、陳靜同學、方圓同學、崔正宜同學幫我為視訊器材、文件簽字等等奔走，是你們的幫助，讓遠在大陸的我有信心處理文書的操作；

感謝兩位助教，是你們總在我有疑慮有困難的時候幫我處理問題，給予我意見和幫助，為我的畢業勞心費神，謝謝您們；

感謝許安琪教授、羅文坤教授對我的論文悉心的指導和批閱，感謝您們體諒我在大陸無法返台口試的遺憾，真的感謝您們；

最後，真的很感謝在政大這段快樂的時光遇到的老師和同學們，很幸遇遇見林淑芳教授、劉慧雯教授、王亞維教授、鄭怡卉教授、鐘蔚文教授、孫秀惠教授、黃葳威教授、盧非易教授、陳瑪君小姐，謝謝您們讓我的求學之路非常幸福圓滿，受益匪淺。

再一次，感謝我所遇見，遇見即美好。下一個旅程，我會帶著你們給予我的愛，勇敢前行。

## 摘要

2019年，兩部台灣社會寫實電視劇在台劇市場中引發了輿論的熱潮，橫掃多個獎項，這兩部電視劇是分別來自公共電視台《我們與惡的距離》和中華電視公司的《俗女養成記》，一部嚴肅一部詼諧，不同風格的兩部電視劇，均成為社會討論熱點。

本研究從閱聽人接收分析中進行區別探討，探討專家與素人兩個面向分別對於電視劇《我們與惡的距離》和《俗女養成記》的看法。研究採內容分析，「專家」角度選取大媒體、報刊雜誌發表之內容為分析傳播內容，「素人」角度則以一般觀眾在Facebook官方劇集社交平台上的留言評論為內容進行分析。

研究結果發現 —

1. 專家關注信息特徵的穩健性，重視社會未來的發展走向。
2. 專家肯定演員對積極情緒作出表達。
3. 專家關注角色正面形象的討論，素人則關注角色負面形象，並以主觀意見評論。
4. 素人在乎角色情緒穩定性人格，專家則關注角色友善性與開放性。
5. 素人和專家均對「孩子」及「媒體」議題感興趣。

**關鍵詞：**接收分析、社會真實、電視劇、內容分析

## ABSTRACT

In 2019, two social realism drama caused the boom of public opinion in the Taiwan market, across multiple awards, the two TV series is from public television station " Our Distance from Evil " and " The Making of An Ordinary Woman " of Chinese television company, a serious a witty, different styles of two series, have become a hot social discussion.

This study makes a difference discussion from the analysis of audience reception, and discusses the views of experts and novices on the TV series "Our Distance from Evil" and " The Making of An Ordinary Woman " respectively. The research adopts content analysis. From the perspective of "experts", the content published by big media, newspapers and magazines is selected as the analysis of communication content, while from the perspective of "novice", the content is analyzed by the comments of ordinary viewers on the official social platform of Facebook.

Findings of the study -

1. Experts pay attention to the robustness of information characteristics and the future development trend of society.
2. Experts agree that actors express positive emotions.
3. Experts pay attention to the discussion of the positive images of the characters, while novices pay attention to the negative images of the characters and make subjective comments.
4. Novices care about the emotional stability of the characters, while experts care about the friendliness and openness of the characters.
5. Both novices and experts are interested in "children" and "media" issues.

**Keywords** : Receive analysis ; social reality ; TV drama ; content analysis

## 目次

第一章 緒論.....	1
第一節 研究動機.....	1
第二節 個案背景.....	3
第三節 研究目的.....	17
第二章 文獻探討.....	19
第一節 社會真實、媒介真實與主觀真實.....	19
第二節 戲劇與影評.....	24
第三節 閱聽人的接收分析.....	27
第三章 研究方法.....	33
第一節 研究架構.....	33
第二節 方法概述.....	34
第三節 樣本選取.....	35
第四節 類目建構及編碼.....	37
第五節 信度檢定.....	50
第四章 資料分析.....	52
第一節 專家素人的比較：《我們與惡的距離》.....	53
第二節 專家素人的比較：《俗女養成記》.....	64
第三節 專家與素人在兩劇間評論之比較.....	76
第五章 研究結論與建議.....	88
第一節 結論.....	88
第二節 研究建議.....	97
參考書目.....	98
中文部分.....	98
英文部分.....	101

## 表次

表 1-2-1 公視大事記.....	5
表 1-2-2 公視近五年獲獎電視劇資料.....	7
表 1-2-3 2019 年《我們與惡的距離》獲獎項目.....	12
表 1-2-4 兩劇比較.....	16
表 3-4-1 內容分析編碼表.....	46
表 3-5-1 信度檢測結果.....	50
表 4-1-1 素人&專家在《與惡》演員表現中「語言特徵」之卡方分析.....	53
表 4-1-2 素人&專家在《與惡》演員表現中「表演行為」之卡方分析.....	54
表 4-1-3 素人&專家在《與惡》演員表現中「情緒表達」之卡方分析.....	55
表 4-1-4 素人&專家在《與惡》明星地位與信息中「評論對象」之卡方分析.....	56
表 4-1-5 素人&專家在《與惡》演員表現中「娛樂取向」之卡方分析.....	57
表 4-1-6 素人&專家在《與惡》角色因素中「形象」之卡方分析.....	57
表 4-1-7 素人&專家在《與惡》角色因素中「人格特質」之卡方分析.....	58
表 4-1-8 素人&專家在《與惡》中「情節-負面」之卡方分析.....	59
表 4-1-9 素人&專家在《與惡》中「情節-正面」之卡方分析.....	60
表 4-1-10 素人&專家在《與惡》社會影響力中「輿論」之卡方分析.....	61
表 4-1-11 素人&專家在《與惡》社會影響力中「活動」之卡方分析.....	62
表 4-1-12 素人&專家在《與惡》社會影響力中「議題」之卡方分析.....	63
表 4-2-1 素人&專家在《俗女》演員表現中「外表容貌」之卡方分析.....	64
表 4-2-2 素人&專家在《俗女》演員表現中「語言特徵」之卡方分析.....	65
表 4-2-3 素人&專家在《俗女》演員表現中「表演行為」之卡方分析.....	65
表 4-2-4 素人&專家在《俗女》演員表現中「情緒表達」之卡方分析.....	66
表 4-2-5 素人&專家在《俗女》明星地位與信息中「評論對象」之卡方分析.....	67
表 4-2-6 素人&專家在《俗女》明星地位與信息中「娛樂取向」之卡方分析.....	67
表 4-2-7 素人&專家在《俗女》角色因素中「形象」之卡方分析.....	68
表 4-2-8 素人&專家在《俗女》角色因素中「人格特質」之卡方分析.....	69
表 4-2-9 素人&專家在《俗女》中「情節-負面」之卡方分析.....	70
表 4-2-10 素人&專家在《俗女》中「情節-正面」之卡方分析.....	71
表 4-2-11 素人&專家在《俗女》社會影響力中「輿論」之卡方分析.....	72
表 4-2-12 素人&專家在《俗女》社會影響力中「活動」之卡方分析.....	73
表 4-2-13 素人&專家在《俗女》社會公共議題中「議題」之卡方分析.....	74
表 4-2-14 素人&專家在《俗女》語言分類中「語言」之卡方分析.....	75
表 4-3-1 素人&專家在演員表現中「外表容貌」之卡方分析.....	76
表 4-3-2 素人&專家在演員表現中「語言特徵」之卡方分析.....	77
表 4-3-3 素人&專家在演員表現中「表演行為」之卡方分析.....	77
表 4-3-4 素人&專家在演員表現中「情緒表達」之卡方分析.....	78

表 4-3-5 素人&專家在明星地位與信息中「評論對象」之卡方分析 .....	79
表 4-3-6 素人&專家在明星地位與信息中「娛樂取向」之卡方分析 .....	80
表 4-3-7 素人&專家在角色因素中「形象」之卡方分析 .....	81
表 4-3-8 素人&專家在角色因素中「人格特質」之卡方分析 .....	81
表 4-3-9 素人&專家在中「情節-負面」之卡方分析 .....	82
表 4-3-10 素人&專家在中「情節-正面」之卡方分析 .....	83
表 4-3-10 素人&專家在社會影響力中「輿論」之卡方分析 .....	84
表 4-3-11 素人&專家在社會影響力中「活動」之卡方分析 .....	85
表 4-3-12 素人&專家在社會公共議題中「議題」之卡方分析 .....	86
表 4-3-13 素人&專家在語言類別中「語言」之卡方分析 .....	87



## 圖次

圖 3-1-1 研究流程圖 .....	33
---------------------	----





# 第一章 緒論

## 第一節 研究動機

戲劇，是一種非常重要的藝術傳播方式，從傳播的眼光去看戲劇是人類智慧所能設計的最好傳播模式。在一切傳播媒介中，電視是最適合於戲劇傳播的，與舞台或是銀幕相比，它所蘊含與釋放的力量要大得多（王洪鈞，1986）。而電視通常被認為是最有利的傳播媒介，因為它包含了視覺、聽覺以及畫面動作的傳遞，並且能觸及到範圍廣大的人群（Kotler，2017）。因此，人們的生活少不了電視，電視在現代社會的功能與角色，早就超越了僅是傳遞資訊或是傳遞娛樂的用途。電視不僅是一種塑造社會共識、社會意義和價值觀的文化活動，也是一種可以通過分析電視信息中的意識形態逐漸被受眾解構的文化活動（張錦華，1995）。

所謂戲如人生，人生如戲，戲劇與現實生活本來就存在互相模仿、互相影響改變的表現。戲劇的構成需要不斷與社會環境進行溝通交流，而在戲劇表現出來的形式中，便是社會與文化中共通的部分，是現實社會的縮影。然而劇本與現實之間依舊存在難以分割的借鑑與敘事的植入，電視劇中一些過往的經驗之談，鼓勵著人們在現實社會中不斷追求更高的社會價值，同時這些影視故事也反映著最簡單卻也最重要的生命形式（Berger，1967）。正如蔡琰（1999）所說，電視劇不但組成了我們的生活世界，更是提供了人們模仿的對象。

然而，當電視劇反應了社會問題，觀眾在收看這些作品時，不免會與劇情產生共鳴抑或是強烈的感覺，這是通過對劇情的接收，從劇情中連結了觀眾自我的情感與經歷所反噬出來的感受。蔡琰（2000）整合了多位傳播學者的觀點並指出：電視劇的內容代表著社會大眾的潛意識，其生動地投射出當今人們的思緒與慾望，電視所傳播的情感與意識型態與社會文化是相通的。觀眾並不需要親身經歷劇情中的故事，也同樣可以通過先驗的刺激泛化（Stimulus Generalization）與換位思考（transpositional consideration）得到感同身受。在觀看電視劇中，一百個

人心中有一百個哈姆列特，每一位閱聽人都能從戲劇文本中得到他們專屬意義的解讀。通過閱聽人的接收分析得知，閱聽人在觀看電視時，會夾雜著自己人生的閱歷、認知、態度與喜好，並且通過這些對電視內容做出選擇和接受，而這些選擇性的接收其實也會因外在環境的改變而有所變動（Morley，1992）。

鍾蔚文（1992）曾指出，專家和生手之間所擁有的知識數量和其串節（chunking）知識的能力和認知結構複雜的程度均不相同，這些因素也會導致他們觀賞電視劇的過程和結果。Novices 台灣學界一向譯為「生手」，但「生手」一詞略含貶抑，因此本研究以「素人」替換「生手」，「素人」一詞是為日本語，漢字寫作「素人」，意思是指外行，沒有經驗的人，非專家。而在中國清代文學作品中亦有章炳麟先生的《社會通論商兌》中：「宗法行于邨落素人，不行于都人士」的說法，其意思也是與專家相異的稱呼。如今的時代，網絡及白話文更多以「素人」稱呼更為普遍突出沒有經驗的人，非專家的人士，因此，本研究將以「素人」為「生手」此類閱聽人的代名詞。那麼當電視劇在專家與素人之間響應出的情感與思緒是否有特殊的意義？其意義代表了什麼？並且在這種可能存在的差異中是否蘊藏著一種隱密的社會脈絡？這些都是本研究關注的問題。

來自於柏克（Burke，1996）的戲劇理論就是嘗試用心理學的觀點去了解解言者的動機，然而在語言符號的藝術上，其使用是一種有目的的行動，而在語言符號中所呈現的戲劇內涵是滲透著言者的動機的，也就是表露了人們為什麼這麼說和這麼做的原因（林靜伶，1999）。語言的藝術往往是植入了個人的生活閱歷和主觀認知和感受的，而往往這樣的痕跡，越能夠真實地表現一個人內心的想法和他的理解與接受。

本研究借助台灣兩部熱映電視劇《我們與惡的距離》、《俗女養成記》為參考文本，以專家與素人對於兩部電視劇所產生的影視評價（簡稱：影評）進行分析，從當代影視作品呈現的社會現實開始滲透，利用閱聽人接收分析法分析專家與素人對於電視劇《我們與惡的距離》和《俗女養成記》的看法，從兩者影評的差異了解現今公共議題的社會發展脈絡。

## 第二節 個案背景

### 一、台灣電視產業的發展概述

台灣自 1961 年經濟飛速發展後，1962 年 2 月「教育實驗電視台」開播，電視產業發展由此拉開了序幕（李天澤，劉現成，1999）。當時電視著重於新聞與宣教節目的播出，全日只播五個小時，其中只有一小時是娛樂節目，一週七小時的娛樂節目中，共安排“電視劇場”、“溫暖人間”、“閩南語電視劇”三檔戲（陳飛寶、張敦財，1994）。此時，台灣的影視產業受著政府法令的限制，呈現寡占競爭的市場環境，媒體也多以台灣閱聽眾的需求和喜好為經營主張（楊欲奇，1998）。直至八十年代，台灣的影視市場仍然由老三台台灣電視公司（簡稱台視）、中華電視公司（華視）和中國電視公司（中視）瓜分。隨後，當錄影機開始在大眾生活中普及，俗稱的「第四臺」出現了，這也是台灣有線電視的前身（李天澤，劉現成，1999）。在 1990 年代台灣的衛星電視事業也開始陸續開放，只要民眾們在家中裝有衛星天線——「小耳朵」，皆可以收看到台灣以外地區的電視節目，隨後在 1993 年政府開放有線電視，原本多屬於非法的第四臺業者漸漸地轉化為有線電視系統業者，台灣電視市場從此進入到一個多頻道的環境，除了傳統的無線電視台之外，還包括了有線和衛星電視節目可以選擇，如此琳琅滿目的電視節目，使得閱聽眾觀看電視節目的選擇更加隨心，但台灣的電視市場可說是競爭劇烈，戰況如雲。許多電視台為了降低節目製作的成本一快速產製出節目供閱聽眾，開始大量引進外來節目，而政府也為了鼓勵本地媒體產業打造屬於自己的影視作品，在 1994 年就提出來了「亞太媒體中心」的發展計畫，企圖將台灣打造成一華語影視製作中心（彭芸，1998）。隨後在 1997 年第四家無線電視台民間全民電視台（簡稱民視）開播，1998 年公共電視台（以下簡稱公視）開播，形成台灣無線五台的局面（羅煥榮，2005）。

回看以往近三十年台灣電視劇的發展，從 90 年代大熱的古裝劇《戲說乾隆》、《新白娘子傳奇》，再到 2001 年成為全亞洲拍攝熱潮榜樣的台灣偶像劇《流星花園》，此後台灣的電視一直在偶像劇中沈浮，即便在 2008 年有了不錯成績的《命中註定我愛你》和 2011 年《我可能不會愛你》，但隨著台灣上百家電視台間的競爭，曾創下輝煌無數的台灣偶像劇漸漸不適合現代人的口味，大眾對於戲劇的需求變得越來越多元與高要求。然而在 2019 年異軍突起的兩部電視劇卻意外獲得大眾普遍的高評價，橫掃了多個獎項，甚至受到各地區民眾的注視和好評，這兩部電視劇就是《我們與惡的距離》和《俗女養成記》，這兩部分別由公視與華視打造的高品質電視劇在 2019 年迅速成為社會的熱議話題劇，重新讓大眾對台灣電視劇有了新的認知與高評價。

## 二、個案電視劇的挑選價值

本研究挑選均自 2019 年上映的電視劇《我們與惡的距離》和《俗女養成記》作為本次研究個案的電視劇樣本，兩部電視劇均以現代劇的形式以不同的戲劇風格將社會問題呈現，其均成為具有社會研究價值的電視劇樣本。

電視劇《我們與惡的距離》是由公視、CATCHPLAY 與 HBO 一起推出的社會寫實電視劇，共計十集，語言類型以國語為主，為現代社會寫實的都市劇情為戲劇背景。整部電視劇滲透多個社會現象，具備衝擊性的話題討論熱點，其中以無差別殺人、媒體亂象、被害人受害人心理、病識感等等為突出的社會議題做出劇情的延伸，另外在劇中不斷表現與穿插法律專業、社區服務、民生建設等社會結構發展的意識與建設，從中引發閱聽眾在觀看該電視劇能認識當前社會對於相關民生問題、法律完善與服務等等的建設程度，讓閱聽眾從這一現代劇中了解到社會發展的腳步。同時這部電視劇更為可貴之處是其犀利真實的戲劇呈現手法，真切地將具有爭議性的社會議題以戲劇的形式讓閱聽眾更易於理解接受，從而這些被放置於屏幕面前的社會議題有了關注的目光，也讓這些具備爭議的議題有了更直觀的討論空間。整部電視劇僅以拋出問題讓民眾擁有多樣化思考的空間，不界定

對與錯是與非，十分真實地表現當今人們的心理，從感知事件的多元角度的角色與行為的塑造，閱聽眾從這些人物角色、角色行為等等中讓事件的議題有了討論的空間，這讓該電視劇有了更加深層次的社會價值，其區別於一般偶像劇更為嚴肅認真地實現將需要被民眾理解於思考的社會問題呈現出來並且讓閱聽眾有了討論點。

另外一部電視劇《俗女養成記》是由台灣中華電視公司自製的電視劇集，本劇語言類別以台語為主，戲劇背景穿插於兩個時空，以第一女主的視覺將閱聽眾帶入戲劇場景，整部劇以溫情、喜劇的表現風格滲入當代中年未婚女性的社會現實問題，其中以詼諧幽默的方式以倒敘的手法呈現這一女主的成長經歷，大部分的採景選擇在台南鄉土人情味濃厚的九十年代，台南純樸的鄉下，三代同堂的家庭生活氛圍，女主陳嘉玲的出生成長側面表現了台灣飛速發展的那些日子，角色的選擇也在暗示著台灣經濟的同步成長，電視劇中呈現的大齡未婚女子婚姻愛情問題、當代女性的獨立自主問題等等都在展示著台灣發展的脚步，與電視劇《我們與惡的距離》一樣，戲劇表現中並未對社會議題發表實質性與偏向性的態度行為，而是利用了多個角色的人物性格、行為表現真實地反映民生的態度，這樣的電視劇讓研究更加具有客觀性，更能體現出接收分析呈現的討論態度的真實性與多樣性。

### 三、電視劇《我們與惡的距離》製作背景與內容介紹

#### (一) 台灣公共電視台之電視產業貢獻

緣起於1980年行政院長孫運璿提出公共電視臺的主張，台灣新聞局開始了籌備「公視」的建台工作，歷經十八年的立法風波，「公視」浴火而生，1998年7月1日公共電視正式開台，為了避免政治權衡的問題，公視在商業電視台百花齊放的強大壓力下，仍然需要經歷四年不做每日新聞的限制。

表 1-2-1 公視大事記

公視大事記
-------

時間	內容
1980	行政院長孫運璿提出公共電視臺的主張
1983	新聞局提出公視節目製作中心計畫草案
1984	新聞局設立公共電視製播小組
1986	財團法人廣電基金下設的公共電視節目製播組負責節目製作任務
1991	公視籌委會運作
1993	行政院將公共電視法送立法院審查
1996	公共媒體催生聯盟成立
1997	《公共電視法》三讀通過，附帶決議，2002年7月以前不可製作每日即時新聞
1998	第一屆公共電視董監事人選經立法院推舉的提名審查委員會審議通過
1998	財團法人公共電視文化事業基金會成立，公共電視台「開播」

\*資料來源：整理自「公視」官網公視建台歷史

也許正是因為政策的縮緊，不做新聞的電視台似乎缺少了對與民眾對收視的親民感與在地性，另外彼時商業電視台眾多，閱聽人對於收看的頻道選擇範圍甚廣，在此電視產業大環境的壓迫下，公視如何涅槃？其在面對種種刁難之下，更是催生呈現出一種「小而精」的產製特色。開台四年不得產製每日新聞，對於一個電視台而言，其承擔的挑戰難度不容小覷，但是公視卻有它積極開源的想法，不斷開發文學大戲、兒童節目、環保主題、紀錄片等等，節目製作親近民眾的生活，真心關愛兒童的成長以及重視台灣的生態保育，例如《我們的島——水的系列》、《水果冰淇淋》、《親親劇場》、《紀錄觀點》等都獲得很多獎項，政大教授吳翠貞說：「公視沒出來前，孩子看不到健康的兒童節目。」另外，1999年

播出的《人間四月天》更是打響了公視電視劇製作的響砲。不論是 2002 年後，公視重新開始製作每日新聞，還是推出新的電視節目，公視似乎都在前面四年收穫了一種對內容產值的尊重的用心，它知道，在一個起初不受青睞，並且充滿壓迫的環境下，公視必須從內容產製上順民意，抓民心，故此，內容故事的生產必須引人注目且具有深遠的社會討論性和價值。

另外，「公視」在台灣承擔的社會影響力也是舉足輕重的，一個公共電視台，扮演的是一個國家公共媒體的角色，如同公視面對自己身分的宣講中提到，他們是一個真正以民為尊的電視台。公視研究發展部經理侯惠芳曾對公視在台灣的本質做了說明，她表示，「公共電視台」中「公共」表示的意涵不等同於政府或國家，「公共」的意義在於人民，它的價值是體現在能夠將事物反映在人民的角度的，故此，不論做節目或是新聞都是以公共價值作為出發的初衷。這時，可以連繫到公視致力於環保、兒童教育等等發面的節目製作，它都在扮演著一個社會的紀錄者，一個時代的史官在紀錄著人們發生的事情。不論好壞，不論議題敏感與否，公視都致力於呈現社會的真實。

媒體是人們的引路人，公共媒體更是身負著公共文化服務的職責，扮演著「社會教師」的角色，將社會的全貌與積極的社會力量推向民眾（曲哲涵，2013）。從公視精心製作的連續劇可以看出，連續劇的製作不論從題材上構思還是拍攝的手法都十分用心，題材緊扣民眾的生活，利用戲劇呈現生活中不常被人看見的故事，公視一致延續著自身的節目規劃理念，即全世界公共電視節目共同的特色：以多元的視野、多樣的風貌和高品質的專業製作來服務公眾，促進教育文化發展。

表 1-2-2 公視近五年獲獎電視劇資料

推出時間(年/月)	連續劇名稱	性質	獲獎
2019/06	《噬罪者》	劇集改編自楊念純的作品《越界》	2019 年文化部優良劇本

2019/05	《生死接線員》	台灣首部「器捐移植協調師」的職人劇	
2019/03	《我們與惡的距離》	社會寫實劇	公視史上收視率第三高的戲劇節目；第 54 屆金鐘獎戲劇節目獎；豆瓣 2019 年度榜單評分最高華語劇集；釜山國際影展「亞洲內容獎」最佳編劇獎等等
2018/09	《20 之後》	公視 20 週年特製	第 54 屆金鐘獎多項獎項提名
2018/09	《雙城故事》	凱擘影藝首次與 Netflix 共同支持的跨國製作都市情感劇	第 54 屆金鐘獎多項獎項提名
2018/08	《憤怒的菩薩》	改編自日籍臺裔小說家陳舜臣同名小說《憤怒的菩薩》台灣時代劇	第 54 屆金鐘獎喜劇類節目攝影獎



2018/07	《你的孩子不是你的孩子》	改編自作家吳曉樂的同名小說	第 54 屆金鐘獎美術設計獎；單元「貓的孩子」獲第 54 屆金鐘獎電視電影獎
2018/06	《奇蹟的女兒》	時代迷你劇，改編自台灣作家楊青矗的小說《工廠女兒圈》	第 54 屆金鐘獎迷你劇集獎
2017/09	《麻醉風暴 2 》	醫療推理劇	第 53 屆金鐘獎美術設計獎；多項獎項提名
2017/07	《他們在畢業的前一天爆炸 2 》	社會公共議題迷你劇	第 53 屆金鐘獎迷你劇集獎；多項獎項提名
2017/04	《通靈少女》	劇改編自編導於 2013 年創作的學生劇展作品《神算》；公視與 HBO Asia、新加坡稜聚傳播 (InFocus Asia) 首次國際合製的原創戲劇，也是 HBO	締造公共電視歷來的戲劇收視最高紀錄；第 52 屆金鐘獎迷你劇集獎，多項獎項提名；第 22 屆亞洲電視大獎多項提名

		Asia 首部台灣製 播且全中文發音 的影集	
2016/07	《紫色大稻埕》	改編文學劇	第 52 屆金鐘獎多 項提名；第 22 屆 亞洲電視大獎多 項提名
2015/12	《一把青》	改編文學劇	第 51 屆金鐘獎戲 劇節目獎，燈光 獎，美術設計獎 獎，多項提名；第 22 屆亞洲電視大 獎最佳戲劇編劇 獎等等
2015/04	《麻醉風暴》	醫療推理劇	第 50 屆金鐘獎電 視電影獎，電視電 影編劇獎等，多項 提名
2014/07	《16 個夏天》	原創概念劇	第 50 屆金鐘獎戲 劇節目獎，戲劇 節目導演獎等， 多項提名

\*資料來源：本研究整理

從以上整理的連續劇資料來看，台灣公共電視台一直以來秉持著將社會現況、貼近民生的議題作為戲劇的產製源點，從歷年來的獲獎經歷來看，戲劇在內容產

製方面深得人心，從中也可以反映出公視在社會公共議題上的關注和用心，那種文化的積澱與釋放，摒棄了很多電視台連續劇製作上功利的想法的，並非一味順應著當代潮流的走向，而是將更多生活的問題撥開解析，以連續劇的手法反饋。同時優質的連續劇內容是培養著閱聽人的接收習慣和能力，有內涵的連續劇其實也是帶動社會發展的一股動力，然而公視在其中的位置就像一指路的明燈，慢慢帶領民眾向前，把社會問題戲劇化，引領人們的思考，這正是公共電視台的偉大之處。

## （二）《我們與惡的距離》播放之概況

《我們與惡的距離》於 2019 年 3 月 24 日在台灣開播，於同年 4 月 21 日播畢，其是公視、CATCHPLAY 與 HBO 一起推出的社會寫實電視劇。2019 年 3 月 8 日婦女節，劇組公布舉辦「女性限定特映會」的訊息，並與當日在台北華山光點舉辦活動，邀請 133 位女性一同觀影第一集。在 3 月 23 日至 31 日舉辦的第 41 屆金穗獎中，《我們與惡的距離》首集擔任開幕片。首播期間，CatchPlay 的播放系統一度承受高播放度負荷，而在第五、六集播放之際，CatchPlay 的用戶比播放前一日要多出 30 倍，而在公視方面因《我們與惡的距離》劇集的播放，會員數在這短短不到一個月的時間內激增將近一倍。另外在 2019 年上海電影節中，中國大陸騰訊公司宣佈了購入《我們與惡的距離》的中國大陸版權，並在 2019 年 6 月 24 日起在騰訊視頻播出刪減劇本，同年的十月，此劇也於日本付費有線電視「衛星劇場」、日本影音平台「U-NEXT」播出，隨即也將在美國 HBO 的多個串流平台播出。

此劇可稱為台劇近年來新的里程碑，大陸豆瓣評分高達 9.5，權威影評網站 IMDb 給出 9.6 的高分。劇集的第九集、第十集的收視成為全劇最高峰，在台灣達到收視率 2.91 和 3.4，可以推算在台灣地區估計有 130 萬人在同步觀看，其創作的收視成績在公視戲劇中排行第三位，前兩名則分別是 2017 年的收視率為 4.04 的《通靈少女》與 2009 年的收視率為 4.03 的《痞子英雄》。在 2019 年第 54 屆電視金鐘獎中，《我們與惡的距離》入圍了 14 項提名，最終一舉拿下了六

個獎項，分別是戲劇節目獎、戲劇節目導演獎、戲劇節目女主角獎、戲劇節目男配角獎、戲劇節目女配角獎以及戲劇節目編劇獎。

表 1-2-3 2019 年《我們與惡的距離》獲獎項目

序號	獲獎項目	獲獎人	獲獎內容
1	第 54 屆電視金鐘獎	-	戲劇節目獎
2	第 54 屆電視金鐘獎	賈靜雯	戲劇節目女主角獎
3	第 54 屆電視金鐘獎	溫昇豪	戲劇節目男配角獎
4	第 54 屆電視金鐘獎	曾沛慈	戲劇節目女配角獎
5	第 54 屆電視金鐘獎	林君陽	戲劇節目導演獎
6	第 54 屆電視金鐘獎	呂蒔媛	戲劇節目編劇獎
7	2019 年釜山國際影展	呂蒔媛	「亞洲內容獎」最佳編劇獎
8	第 2 屆亞洲影藝創意大獎	李俊宏	最佳剪輯
9	第 2 屆亞洲影藝創意大獎	呂蒔媛	最佳原創編劇
10	豆瓣 2019 年度榜單	-	評分最高華語聚集

\*資料來源：本研究整理

### (三) 《我們與惡的距離》劇情簡介

《我們與惡的距離》由林君陽執導，呂蒔媛編劇，賈靜雯、溫昇豪、吳慷仁、曾沛慈、林哲熹等主演。全劇以近年代台灣的多起社會事件為題材，透過「無差別殺人事件」社會案件串起事件關係人之間的聯繫，以多個人物，加害者、加害者家屬、被害人家屬、辯護律師、精神疾病患者等角度剖析台灣社會集體記憶中的深處與隱藏傷口，從中描繪事件發展的脈絡。

全劇的故事以品味新聞台編輯台主管宋喬安（賈靜雯飾）為事件的主要發展人物，其兒子是二年前李曉明無差別殺人事件的罹難者，劇情以宋喬安與先生劉昭國（溫昇豪飾）對於失去兒子的狀態為發展軸，夫妻兩人因現實的悲痛漸行漸

遠，夾雜在他們生活中的還有他們正值青春期的女兒，同時李曉明的辯護律師王赦（吳慷仁飾），在李曉明死刑定讞之後，仍想要了解其犯罪動機，不斷將不同故事的人物連結在一起，不同面向的故事因此連結在一起，呈現了一個多維度複雜的社會狀態，而身處於這裡的他們，如何繼續向生活前行，成為了劇情的發展路徑。

#### 四、電視劇《俗女養成記》製作背景與內容介紹

##### （一）台灣中華電視公司之電視產業貢獻

中華電視公司成立於 1971 年 10 月 31 日，前身是教育電視臺。華視響應政府媒體公共化政策，2006 年在「無線電視公股釋出條例」通過後於 7 月 1 日正式加入「台灣公共廣播電視集團」，發揚公共價值及擴大公共服務成為華視的經營使命。華視對於節目戲劇的製作指標為「打造優質新華視，看見台灣生活的表情，開創媒體新價值」，製作多貼近時下閱聽人的生活面，旨在表現出台灣社會的潮流趨勢、時尚家庭倫理的方向，深入市井民生，從民生的愛恨離愁呈現現代的千姿百態。

華視自 2018 年首獲文化部「優質台語影音計畫」補助製播的《俗女養成記》就是一個巨大的表現，收視拿下全國同時段冠軍，並榮登網路 2019 年度 10 大台劇。同系列華視還推出了多部優質台語戲劇節目：金選劇場《寸尺》、《重聚》、《我的阿北同學》、《青春魯蛇物語》、《夏之橘》、《蘇爺爺的肖像畫》、《忘川》、《失父招領》8 部電視電影與生活情境劇《鬥陣來鬧熱》均廣受各界好評。不論是戲劇節目還是為社會民生議題出力，縱少不了華視的鼎力參與，多年來持續與政府及公益團體合作，為弱勢族群發聲，製播多項公共服務類節目，讓小眾弱勢群體得到社會的正視，例如 2011 年舉辦「相信希望 FIGHT&SMILE」募款晚會為日本地震、核災募款；2014 年，攜手公視、緯來、紅十字會一起發起「全民祈福、天佑台灣、高雄再起賑災」募款晚會等等。在教育文化的電視貢獻上，華視也十分重視，創辦的「華視體育教育文化頻道」是臺灣唯一不插播廣告，播

放純教育文化類的節目，同時製播的「國中國文」、「國小國語文」教學影片、「十二年國民基本教育適性揚才列車均質化成果實施計畫影片」、「名人講堂」等等都是以公共教育理念為初衷，為實現廣大學子皆有所學的大同理念。與此同時更有公共作為在於從 2000 年起製播系列東南亞語言教學節目，長期投入關懷新住民族群文化；2015 年更首創新住民新聞，以幫助新住民融入臺灣社會。

一個電視台，以廣闊胸襟、社會利益為經營理念，製播原則，反映出的不僅僅只是華視所表現出來的產業貢獻，更大所表露的是一個社會對於公共議題的寬容、自由、正義之心。

## （二）《俗女養成記》播放之概況

《俗女養成記》是台灣中華電視公司於 2019 年上映的自製電視劇集。此劇改編自作家江鵝的同名散文，由嚴藝文編導，金馬影后謝盈萱、溫昇豪、藍葦華等主演。此劇於 2019 年 8 月 4 日首播，同日 CATCHPLAY 於網路獨家同步上架。

此劇自開播以來網絡搜索量一直不斷攀升，據 Google Trends 搜尋趨勢的數據，不論是「俗女」抑或是「俗女養成記」的關鍵字，自開播 8 月 4 日以來一直大幅度增長。依據尼爾森收視數據得知，此劇在華視首播全體收視達到 1.04，到了完結篇收視更高達 2.08，超 48.8 萬人觀看，在網路平台的觀看次數也成長超過 50%。另外，《俗女養成記》自 8/4 首播到 9/1 完結篇，華視共累積了 215.5 萬不重覆觀眾。在網絡上的收視，據 CATCHPLAY 的公關說，「俗女養成記」與 2019 年上半年大熱的戲劇《我們與惡的距離》有著旗鼓相當的觀看次數，兩齣戲的反應都相當熱烈。值得關注的還有 9/1 完結篇當天的直播活動「俗女養成記直播見面會」，見面會於晚間 9 點 15 分在《俗女養成記》粉專、華視粉專舉辦映前直播，晚間 11 點 30 分接續完結篇後於華視主頻、《俗女養成記》粉專、華視粉專舉辦映後直播，「直播見面會」在華視主頻收視率高達 1.20，超過 26.4 萬人觀看。截至 2019 年 9 月 3 日 14:30，《俗女養成記》粉專在「映前直播」累積約 2.3 萬觀看、共 300 則留言、27 次分享；而與華視主頻同步上線的「映後

直播」，互動數高達 4.8 萬觀看、3207 則留言、232 次分享。更讓人激動的是，《俗女養成記》創下了華視 13 年以來自製劇最佳收視的成績。

### （三）《俗女養成記》劇情簡介

《俗女養成記》講述的是一位台南女人陳嘉玲的故事，故事穿插在現實與回憶的兩個時空中進行敘事。陳嘉玲國小六年級在台南老家的成長經歷與現實生活 30 歲的遭遇為故事線，透過記憶地不斷回放與重置現實，將當今女性成長中會發生的故事，於情節對白和與周遭人物的故事連結巧妙地表現出來，其中包含了女性在社會中遭受的年齡歧視、社會傳統教育、婚姻與自由戀愛等等問題，全劇多以本土台語為對白，幽默詼諧的故事作為時間軸上的串連，劇情貼近真實的本土記憶，輕鬆且能引人回味與思考，引發許多觀眾的共鳴。

劇中陳嘉玲受著傳統的社會教育，但確活得另類，她勇敢捨棄需要屈服的愛情，遠走他鄉北漂尋求夢想，打破職場上的趨炎附勢，勇敢做自己。一個「另類」的陳嘉玲讓原本早已嵌套於人心的社會女性成長教科書有了不一樣的发展面向，但每一處的改變與扭曲確是如此的自然，輕鬆愉悅的情節搭配溫情的對白，讓觀眾感覺一切都發生得如此真實與理所當然。平凡的劇情，不平凡的陳嘉玲賦予了《俗女養成記》獨具一格的味道。

## 五、兩劇比較

通過以上對兩部電視劇的內容及製作背景的總結闡述，可以看出，兩部電視劇的戲劇背景是有所不同的，戲劇特質與其反應的社會意義也不一樣，《我們與惡的距離》偏向新聞社會寫實類型，主要呈現社會現況一些隱密不為眾人皆曉的嚴肅社會議題，其中更是以 2012 年台南湯姆熊隨機殺人案，2014 年台北鄭捷隨機殺人事件等為歷史原型再進行改編；而《俗女養成記》更多傾向於對於大齡女子在舊時代成長的經歷，雖是以散文作品改編至劇本，通過戲劇劇作的手法刻畫人物故事，但她的成長也反應了台灣社會進步的結果，很多細節的呈現均是以時代背景的發展再進行電視劇的呈現。即便兩部電視劇有不太相似的戲劇內容背景，

但其呈現的社會問題皆是以社會真實案例做出的戲劇處理呈現的電視劇文本，反饋的均是社會寫實的社會題材，兩者有相似的地方，也有區別的地方，這也為研究增加了對比的豐富性。

表 1-2-4 兩劇比較

比較	《我們與惡的距離》	《俗女養成記》
語言	國語	台語
劇型	社會寫實	喜劇
議題	精神障礙造成犯罪問題	高齡未婚婦女面臨之社會壓力
故事背景	城市	城鄉
原著	以台灣真實案例為原型創作劇本（2012年台南湯姆熊隨機殺人案，2014年台北鄭捷隨機殺人事件等）	書名：《俗女養成記》 作者：江鵝 出版商：大塊文化 出版年代：2016年
劇長（集）	十集	十集
最高收視率	3.40	2.08

\*資料來源：本研究整理



### 第三節 研究目的

台灣從 2000 年開始興起偶像劇以來，過去十九年來林林種種的偶像劇多達 300 多部，但能夠引起熱潮的偶像劇並不多，觀眾對於偶像劇的審美顯然已進入疲勞狀態。然而，據胡智鋒（2016）所說，當今電視劇藝術欣賞的主體是社會各階層的觀眾，一部電視劇它的戲劇性足夠強，必然能在戲劇表達的某些方面打動觀眾的心。其中之一就是，電視劇中所反映的內容，觸碰了當今時下的熱點之事或是敏感之處。台灣公共電視台與台灣中華電視公司憑藉對於社會現況獨到的觀察眼光，抓住了現今社會的議題痛點，以戲劇電視劇的形式賦予議題呈現給大眾熟悉的機會，成就出一番以戲論觀點、評是理的平台。

電視劇之所以能夠給觀眾帶來一種親切感，主要在於電視劇的寫實主義精神。寫實主義指的是一種戲劇慣例，戲劇成為一種「真實世界」的再現，劇中有性格鮮明的人物角色、可以辨別的熟悉的生活場景，以及看起來真實的社會問題（羅世宏，2004）。

隨著現今社會越來越重視社會矛盾和現象，觀眾的觀賞口味也在不斷升級，情情愛愛的偶像劇已然不在滿足觀賞的需求，優質的社會寫實類型的影視作品正強勢搶佔著觀眾的眼球。正如影評人李星文所言（2018）：「即便如今觀眾趣味變化大，新舊媒體型態更迭快，市場交易不確定性的增加，但社會寫實類型的戲劇確依舊是家家皆有需求。」越是貼近生活，展現真實社會矛盾和問題的影視作品越發引起觀眾的關注和社會的熱議。《我們與惡的距離》、《俗女養成記》都是 2019 年台灣備受矚目的社會寫實電視劇，不論是輿論熱度、收視口碑都取得非常好的成績。大量的影視評價文章席捲整個社交平台 and 輿論媒介，對於專家與素人的影評反映了對戲劇評鑑的兩種面向，而這兩個面向是否是社會矛盾，社會問題進化的脈絡表徵？這兩方的影評對於構造社會脈絡有什麼樣的意義？產生這樣異同的評價的原因是什麼？

綜觀之，本研究的主要目的在於：

- (1) 接收分析的因素如何影響閱聽人對社會寫實電視劇的解讀？
- (2) 對於《我們與惡的距離》，專家和素人其接收分析的形態是否有差異？在哪些地方有差異？
- (3) 對於《俗女養成記》，專家和素人其接收分析的形態是否有差異？在哪些地方有差異？



## 第二章 文獻探討

### 第一節 社會真實、媒介真實與主觀真實

第一節以探討社會真實、媒介真實與主觀真實間的聯繫與爬梳順序脈絡為主，分別針對三種「真實」做探討以及三種「真實」間存在必然關聯與發展空間作為文獻探討第一部分的理論基礎。

#### 一、何謂真實

何謂真實 reality，這個問題總是呈現一個眾說紛紜的狀態。Simmel(1959)以「康得哲學論」解釋真實是個體認知和群體相互關係發展而形成的社會綜合體，在特定的情境和習慣下，真實通過交互操作呈現出不同的狀態。Simpson(1960)指出塗式觀點的真實，指真實是個體在社會情境中的一種撲朔迷離的形象，它是由多種、多個社會「有機體」相互運作而產生，並且隨時可以因為元素的相互碰撞而產生變化。陳瑞麟(2007)曾以「真之多元論」來表示真實的多元組合，其主張「真」擁有多元、異質的意義，會在不同的實例中呈現「符合」、「融貫」、「實效」、「真實性約定」(Convention T)等等不同的意義或概念。所謂「符合論」其主張真相的判準是「命題符合事實者為真」；而融貫論者則表示命題與相關命題間呈現互相吻合則為真，其就是「融貫」；實效論則主張當一命題為真時，它可以產生實踐上的效用；而「真實性約定」，則被設想做為真實性的基本公理，就是所有真命題的共通模式。

如今，我們通常經歷於三種不同的真實情境之中(鍾蔚文，1992)，第一種真實是社會真實(social reality)，指的是事件的真相，其中對於何謂真實的真相，往往是難以辨別的；第二種真實是媒介真實(media reality)，指的是媒介所呈現出來的事件情境，媒介真實往往夾雜守門的傾向，往往難以做到全方位事實的澄清；第三種真實是主觀真實(subjective reality)，是個人對於事件的主觀認知，

其會依據個人的經驗、知識等等得出自我認知的真實的判斷，也可能會受到媒體中介的報導而使接收變得搖擺不定。

## 二、從社會真實到媒介真實

社會的真實是一種客觀真實的存在，其獨立於個人經驗之外，無須驗證即以常識(common sense)或事實(fact)的形式出現，即可能是一種不會反應(react)或涉及意義建構及解釋的世界(Semin & Fiedle, 1988)。但同時由於人是社會的產物，而社會是人所構建的，社會的真實同樣是一個人類意識內化與主體外化不斷循環往復的過程(戴育賢, 1994)。

現象社會學者 Berger 和 Luckman(1966)在「真實的社會建構：一個知識社會學的觀點」(The Social Construction of Reality :A Treatise in the Sociology of Knowledge)一書中表示社會真實的「正身」(Dingan Sich)是無法被完全釐清的，人類所能夠感知的社會真實都是某種形式建構的結果，即社會真實需要透過媒介真實從而邁進人類的認知和社會行為當中。然而這樣過程往往需要通過建構與詮釋得到真實的再現，因為事實是沒有實際意義的，須要通過故事框架進行組織使其擁有脈絡的連貫性，當然在這一過程中通常會涉及選擇或排除某些內容的表達，但這些被故事框架之下的內容也是事實的一部分(Gamson, 1989)。

媒介真實通常也被稱為「符號真實」(symbolic reality)，所謂的符號可以是文學、藝術及報導等等的形式，媒介真實透過媒介文本來呈現事件的狀態，在建構媒介真實中，媒介形式在獨立於所傳播的特定內容的前提下，可以表現出獨特的符號系統，這些符號系統既塑造了所傳播的內容，也塑造了人們所接受的內容，而電視，因為它在很大程度上依賴於一種「圖像符號系統」，其傳達了不同於其他媒體的信息，而且它的視覺信息需要較少的主動處理(Salomon, 1981)。可以理解為，電視媒介傳達的社會真實在一定程度上是較為具體刻畫社會真實的，其符號攜帶的圖像傳播意義對於大眾來說是具有深刻度的，故此電視對於大眾的影響是與眾不同的。

### 三、從媒介真實到主觀真實

從媒介真實到主觀真實，其實就是認知的歷程，個人在處理資訊時，外來的訊息必須加上閱聽人的推論和詮釋，才能成為個人主觀的認知(鍾蔚文,1992)。對於電視藝術來說，當圖像成為藝術文本向大眾呈現時，每個閱聽眾在觀看同一部電視劇時，都會利用自身的看法去理解文本，這是媒介真實與主觀真實之間對於真實在不同性質立場上再現的差異點。

所謂真實的所在，其實也是世界規則性的誕生，這種規則性被人類以語言和知識的形式呈現，故此語言和知識視為一種真實的再現(黃瑞祺,2001)。法國著名「後現代理論」(Postmodernism)大師 Derrida (1981) 曾以「解構理論」掀起了詮釋學改革的熱潮，德希達認為，文學、音樂、建築等等各種藝術的創作，就藝術製作者或閱聽人來說都具備了多重的意涵，當作品產生成為可被解讀的「文本」(text)時，這些意涵就會隨著閱聽人自我的理解得到專屬其接收的真實。以 Geiger (1949) 「意識型態論」的角度，對於閱聽人來說，真實就是個人的意識型態，而意識型態卻是非邏輯的、有方法論上謬誤的。也就是說，當媒介將社會真實還原時，傳到閱聽人身上的過程，閱聽人的意識形態會自然地透露出個人客觀性的同時，也不難避免地將文本遊經自己的「情緒理性」，潛意識地加入主觀的結果，形成專屬的主觀真實。故此，對於閱聽人來說，觀看一部電視劇，就像在解讀一份來自於媒介傳達社會真實的「文本」，而將電視節目指稱為「文本」，其意義也在於電視與書寫文本由著異曲同工的內容性質，電視閱聽眾必須運用讀一本書所要利用的某些技巧、期待、態度以及源自於閱讀所帶來的樂趣與心情，密切地追蹤節目內容的發展(Abercrombie, 1996)。閱聽眾對文本閱讀的同時其實也在進行寫作，他們會帶著自己固有的文化背景、歷史脈絡或政治興趣，在閱讀的過程中進行批判、詮釋，這樣的過程將會重構文本的意涵(廖慶華,2005)。

主觀真實的形成，也滲透著個人知識的利用，閱聽人接觸媒介在於增加新知，而處理媒介訊息時，也必須使用知識(鍾蔚文,1992)。但同時人在經歷這樣主

觀真實的建構時，往往可以通過來自於人的認知基模與腳本來得到主觀事實的形成，基模與腳本的存在讓人可以通過它們來解釋環境，人們可以憑藉對過往類似經歷的瞭解來作情景的解釋（Shelly, 1997），有時候基模可以填補空隙與知識，幫助人解釋與評量新的訊息。所以，人們對於藝術文本的解釋與接收是一個多元詮釋的過程，Derrida（1981）曾提出「延異理論」來解釋這種詮釋多元性質的原因，他指出文本的語言是無法準確指明其所要表達的意義，只能指涉與之相關的概念，不斷由它與其他意義的差異而得到標誌，從而使意義得到延緩。因此，文本的意涵永遠是相互關聯的，卻不是可以自我完成的。換句話說，閱聽人處於不同的心情、角度或者其年齡、知識儲備等等差異，在詮釋文本時都會產生理解的差別，每一個相同的文本又可以對應出多種差異。這也是本研究想針對《我們與惡的距離》、《俗女養成記》對於專家與素人之間產生何種差異所想探究的問題。

#### 四、小結

電視是現代社會中影像的主要來源，在社會中，我們是進行著我們的生活，不過並不是活在真實的世界中，而是活在「影像」或是「真實的再現」中（Abercrombie, 1996）。不論是從社會真實中提取訊息建構出的媒介真實，此種真實都必然是受到社會發展脈搏所衍生出來的狀態，它有它存在的必然性，另外通過媒介真實的詮釋，閱聽人對於媒介傳播文本的解讀，主觀真實又擁有了另外一層更加具有內涵與多元的社會真實的解釋。電視訊息給了閱聽眾大量的社會資訊，並且是人們生活中最日常的一種媒介使用渠道，它所發出的訊息，更可建構出人們的「世界觀」（郭碧純，2005）。故此，社會客觀性的真實通過電視媒進行真實還原，再到閱聽眾對媒介訊息文本的理解，每一個過程都是一種社會意義的表達，複雜與多變，更是閱聽眾對電視文本反映社會真實的現實表達方式，這種表露出來的態度與行為正是電視賦予閱聽眾價值觀的表現。

通過整理社會真實、媒介真實與主觀真實的聯繫，我們更從中了解到電視劇對於閱聽眾側面的巨大影響，利用這一點，本研究認為探討電視劇文本《我們與

惡的距離》、《俗女養成記》這樣社會寫實電視劇在專家與素人兩類閱聽眾的關於理解的詮釋與表達變得更加具有社會價值意義，本研究可以針對專家與素人兩類閱聽眾對於電視劇文本的觀點爬梳「真實」帶給他們影響的內容和程度，並且可以從觀察他們雷同與差異的部分深入其意義。



## 第二節 戲劇與影評

以上文獻探討的第一節，回顧了社會真實在媒介與閱聽人接收中的過程，第二節以戲劇與影評關係作為重點，以定義社會寫實主義電視文本為基礎做討論，對於針對社會寫實主義電視劇所作出的影評的意義與價值作理論性的參考調研。本研究的第二節將深入了解戲劇製作與社會問題間存在的關聯性質，並延展至語藝的批評意義，影評的功能及洞悉其具有的社會意義，通過結合戲劇與影評的進一步分析，了解到專家與素人對電視劇《我們與惡的距離》和《俗女養成記》分別對其做出評價的初步認知。

### 一、社會寫實主義的電視文本

對於社會寫實電視文本的定義，借助蕭伯納在《論問題劇》一文中，闡明他對社會問題的理解：人的感情與人類的制度發生衝突的產物（黃嘉德，1989），可以知道寫實主義電視文本所提供的，基本上是世界的建構，一種對真實的看法（Abercrombie, 1996）。然而電視戲劇文本不僅僅只是對真實的描述，而且也在社會進步的現實事件發生的過程中，給閱聽人框架出事件的樣貌，為閱聽人提供社會的資訊。因此，電視是擁有一種「即時」的本質的（Feuer, 1983），換一個角度來看，電視寫實節目的特徵其實並非只是單純得進行寫實的呈現，更為重要的是它利用戲劇本身存在的虛構的性質去描繪，更可以說是還原社會的真實，所有類別的電視戲劇都非常努力地試著表達真實的感覺（Abercrombie, 1996）。正如人類學者 Clifford Geertz (1973)曾說，藝術的效力來自於藝術是將日常生活經驗進行轉化，並且將此表現為可被人類理解的，也因此，藝術自日常生活中擷取素材和材料，我們的生活也會因為藝術作品帶來的啟發而變得更清晰易懂。

回看本研究所選取的兩部電視劇《我們與惡的距離》以及《俗女養成記》，它們都擁有社會寫實問題劇非常鮮明的兩大特徵：一是對社會問題的揭示，《我們與惡的距離》電視劇中針對了多個方向的社會現實問題，不論是無差別殺人的



討論還是法律維權的正義與人性的挑戰等等情節都掀開了社會那不為人知，不忍提及醜陋的一面，另外《俗女養成記》中對於女性婚姻自由、職場平等等社會公共議題也貫穿了整個電視劇的情節呈現。因此，在社會寫實電視劇中，電視戲劇所呈現的戲劇模式的社會狀況，也並非只是生搬硬套地描繪自然表現，而是呈現人的意願與所處的環境所發生的衝突（谷容林，2003），而在電視劇中將社會問題的呈現也歸功於社會寫實問題劇與眾不同的劇作技巧，這也是其第二個主要特徵，在此一劇作技巧中，常會以故事性的回溯式手法與辯論的成分來塑造戲劇的寫實性：《俗女養成記》中不斷穿插回憶與現實的劇情，以回溯與返回現實的來回構面，大大增強劇情的緊張感和戲劇性，引起閱聽人追看下去的激動；電視劇《我們與惡的距離》中，不斷拋出社會公共議題，但每一個劇情都沒有講議題的結果非常明確地定案，劇情在其中的作用只是在幫助閱聽眾去思考劇情，而並非給他們蓋棺定論，這種不斷助推閱聽眾去思考的情節，會讓他們產生真實的幻覺，讓觀看電視劇的你同樣感到若有其事，從而達到理性批判的目的。然而，這些「手段」並非企圖誤導閱聽眾，只是因為描述社會真實的方式並不可能是唯一的、純潔的與完全正確的，正如本論文將在第三章節提及閱聽人的接收分析（解碼）的操作時，並不可能做到完全客觀地解釋文本，也如第一章節對於媒介真實還原社會真實的過程的闡述說明，媒介所呈現的真實是經過不可避免的省略、擇取的動作。

## 二、戲劇的影響與影評的生產

社會寫實電視劇具有高度的社會真實還原性，並且它能让閱聽眾透過這些劇情更加深入地了解社會的各個面貌。影像的再現真實常常會帶動社會的思考，不論這些戲劇是真實事件的還原，還是改編，它都能帶來一些社會觀念的觸動與思考，根本上是因為其在社會觀念層面的深層影響，即影視作品打開了一個理性認知的話語通道，從而建構了人們把握現實矛盾的新的認識觀念（劉濤，2018）。戲劇的呈現通常攜帶著某種既定的話語形式，在這些話語的交叉中它們在編織著

劇情與表露出傳播效果，在接收效果的同時，我們作為閱聽眾也在形成對於戲劇文本不通風認知緯度和批評方法。實際上，例如《我們與惡的距離》、《俗女養成記》這些社會寫實電視劇之所以能夠深刻地在社會上引起熱議，一方面是因為題材本身觸及到了具體的「現實痛點」，另一方面其實離不開網絡影評在社會公共議題建構上的話語影響。

通常情況下，「影評」主要是針對電影文本所做評論的稱呼，影片的分析在本質上是一項在平常不過的活動，在非系統化的形式下，任何電影觀眾在觀賞影片中都會產生對影像的分析互動 (Aumont & Marie, 1996)，而在這樣的過程中，往往是語藝批評的過程，其為了解語藝過程，對符號行為與符號產物做系統性的檢視與解釋的過程 (Sonja Foss, 1996)，而語藝批評的對象是語藝產物，實際分析的內容即為文本 (林靜伶, 1999)。語藝是一種藝術，是人類運用文字來形成他人的態度及勸誘他人形成動作的方式 (Burke, 1970)，總的來說，語藝是一種關切語言作為說服工具的藝術，而語藝批評指的是對語藝論述的批評 (林靜伶, 1999)。換句話說因為在觀賞戲劇文本時，閱聽眾尤其會將片中的一些組成元素抽離出來，只專注於某一個畫面、某一個情節片段，這些片段具有對閱聽人深刻的說服面向，而關於對其做出帶有分析性的特定視覺的論述產物便構成了影視評論。

語藝批評的過程通常涵蓋兩個層面的分析，分別是內在與外在的，內在與外在的分析處於一種互動、互相融合的過程，而外在分析通常指對與文本相關的背景的分析；內在分析則指對文本本身進行分析，語藝批評的功能在於生產出後設的知識，引發我們對於習以為常的語藝行為進行再一次的反思與咀嚼，從長遠的社會進步來看，語藝批評產生的知識價值在於紀錄社會變遷與提供了解相似個案的參考資料，從近一步的貢獻來看，語藝批評的結果有望能成為批判與改變社會的一股力量 (林靜伶, 2000)。當然因為 E 世代的進步，這些影視評論更多地出現在網絡上，而這些網絡影評可視為是一種高度媒介化的評論形式，即一種基於互聯網思維和邏輯而存在併發揮作用的評論 (劉濤, 2018)。

### 第三節 閱聽人的接收分析

第三節借助第一、二節的文獻疏理，延展至本研究重點關於閱聽人的接收分析的探討，將閱聽人的接收分析鎖定在專家與素人之間，從電視閱聽人的起源出發，深入閱聽人接收分析的發展與步驟的文獻整理，建構出閱聽人接收分析的大致脈絡，引出本研究重點探討對象專家閱聽人與素人閱聽人的觀點。本研究透過第一章節對「真實」傳輸的爬梳，第二章節關於戲劇與影評價值的理解，將在本章節從閱聽人接收分析的基礎上，了解電視劇文本對閱聽人理解、認知與接收的影響關係，希望藉此可以為針對專家與素人對於社會寫實電視劇《我們與惡的距離》、《俗女養成記》文本解讀有一定深刻的認知。

#### 一、電視閱聽人的起源

閱聽人的概念，最早係指一群觀賞戲劇、比賽、景觀或表演的人，即是「在特定地點的實體人群」（McQuail, 1987）。然而，根據 Allor（1988）的看法，閱聽人的存在是難以琢磨的，它不存在於任何真實的空間，只存在於分析性的言語中。閱聽人可以透過不同以及彼此重疊的方式來進行定義，其是一種抽象與具有爭議性的本質，並且「閱聽人」這個詞彙所指涉的意涵是隨著社會脈絡演變與對特定形式媒介供應物而具有分歧且漸變的特性的。

隨著時代的發展，印刷術的誕生，電子媒體的出現，各種公共傳播的普及化與媒體社會責任問題的日益受社會重視，閱聽人的內涵也開始有了不一樣的含義（黃葳威，2004）。針對本研究對於電視劇文本對閱聽人的相關研究，本研究針對電視閱聽人作探討。

電視閱聽人學術研究的歷史，可以劃分為三個階段：效果、使用與滿足、以及解碼（Abercrombie, 1996）：

（一）階段一：傳統效果的研究

關於傳統效果的研究持續於一九五零年代間，其假設是為了要驗證電視對觀眾是否具有直接影響力。研究從早期對於閱聽人的看法是視其只是傳播效果下的反應物、被操弄的傀儡，並沒有自主性的「不知情的靶子」(unwitting target)(McQuail,1997)，隨即提出來「皮下注射理論」或「子彈理論」證明效果的絕對強度。但隨著研究的深入，普遍「沒有效果」的發現越來越頻繁，Defleur(1975)指出，此種「沒有效果」的反應與傳播效果有限論的「個人差異說」相似，另外不同社會族群亦會現實不同的反應，此也和「社會範疇說」呼應，並且其狀況更適合於「社會關係說」上的應用。另外，在《人們的抉擇》(The People' Choice)一書中，Lazarsfeld(1944)等人分析熱衷政治事務與選舉的選民發現，這些人常藉由大眾傳播媒體或人際網絡等消息來源獲得相關訊息，這些手握資訊的人成為了「意見領袖」(opinion leader)，無形中「兩級傳播」(two-step flow)正在發揮效果。因此，研究的發展開始傾向於閱聽人並非是一張白紙，任由媒體操控，閱聽人擁有一些自我固有的態度和想法，這些都會左右媒介效果影響力的程度。正如 Bauer(1964)在他著名的《固執的受眾》(The Obstinate Audience)一文中所說的：「以往的問題是訊息如何作用于受眾」，而現在的問題是「受眾如何使用訊息」，這種突出受眾在傳播中主導地位的受眾理論就是受眾本位論。而受眾意識還只是從傳播者出發所體現的對受眾的考察，而非以受眾為基礎來指導傳播。

## (二) 階段二：使用與滿足

下一個關於閱聽人的研究，是針對「使用與滿足」，它嘗試觀察閱聽人對電視做了什麼，此理論促使了媒介萬能論轉向媒介有限論，漸漸地打破了媒體無所不能的壟斷地位。Bauer(1964)率先發表了對於閱聽人是主動的言論，稱閱聽人往往因為需要解決問題而會積極地尋求相關的訊息來幫助自己。這引發了研究的重心從媒介效果論向「使用與滿足」邁進，「使用與滿足」的研究開始考慮媒體的內容，並且不只研究片面的態度改變，還包括了更加廣泛的關於閱聽眾知識、行為與思想等等的面向。

「使用與滿足」包含三要件：1、閱聽人是主動的，使用媒體時受到目的導向的；2、閱聽人的需求滿足與媒體選擇是大眾傳播過程最重要的部分；3、媒體接觸並非是唯一能滿足個人需求的活動，大眾媒體面臨著其他活動的競爭。需求是心理傾向、社會因素和環境條件的綜合產物，（Katz & Gurevitch, 1973）它激勵著媒體的使用，關於個人接觸大眾媒體的需求，可以概括為五大類，分別是認知需求、情感需求、個人整合需求、社會整合需求和紓解緊張的需求（羅世宏，2000）。總的來說，閱聽人是主動的，他們有權選擇觀看的節目，並將節目內容賦予意義已達到滿足他們的需求。然而，關於對「使用與滿足」理論的爭議確是喋喋不休的，Elliot(1974)則認為使用與滿足的研究仍然有所侷限，其重點關注個人，而忽略了社會體系的功能。而引起最多爭議的是「非理論性質」(atheoretical)的批評，其批評角度在於理論的研究取向或研究架構並未具備足夠的嚴謹性(Palmgreen, 1984)，並且對於「使用」、「滿足」等名詞，大多是由研究者自行解釋並未給予操作性定義 (Swanson, 1977)。

### （三）階段三：解碼

對於「使用與滿足」的批評，還有指向其並未解釋對於閱聽眾面對電視節目的解讀，而這也衍生出「解碼」的研究分析。這種研究途徑主要假設觀賞電視實際上就是一種解碼的過程（Hall, 1980）。閱聽人在收看電視的同時，是在不斷分解內容，並且提煉出自己熟知的知識點進行吸收的。而解碼的過程一直伴隨在社會脈絡的發展之中。一個人如何解讀或詮釋、或賦予一個電視節目意涵，是依賴於閱聽眾本身的社經地位以及內容被收看與言論的環境左右的(Abercrombie, 1996)。其探討的是傳播訊息來源製碼系統與閱聽眾的解碼系統，在社會環境的介入之下三者互動的關係（Morley, 1992）。

## 二、閱聽人的接收分析

電視的圖像和信息會充斥我們的感官，但大多數都不會留下什麼深刻的痕跡，除非它們與我們個人或文化體驗產生共鳴，這樣即便是片刻，當這些時刻與我們

個人經歷或文化經歷產生共震時，這些感受便會特別顯現，並且這些影像便會銘刻在我們的記憶中(Bird, 2003)。閱聽人常被界定為多義性的文本詮釋者(Fiske, 1983)，不同的人對於文本的理解和反應都有其獨特的一面。多義性的內涵在於千人千面式的理解，其也對應著電視媒體在建構文本有其必然的複雜性，其因應社經地位不同的人得到文本接收與理解的多元化。

Hall(1980)曾將電視話語的接收和傳播過程細化為三個階段：第一階段可被稱作是電視文本意義的生產階段，即是製碼的階段。閱聽人在觀看電視中被製作者利用了社會主流價值、態度和信念來對其進行意識形態的植入，佔據主導地位的是製作人的意識，閱聽人根據著製作人編制的參考代碼對電視訊息進行被動解碼，但對於成品的影響，往往夾雜著閱聽人的主觀詮釋，具有了多義性；第二階段是解碼的階段，在這一階段，佔據主導地位的是閱聽人自我的世界觀和意識，摩利(Morley, 1980)利用實證研究證實將閱聽人對於解碼的反應分成了三種型態，分別是：優勢(dominant)、協商(negotiated)與對立(oppositional)。「優勢」指的是閱聽人對於文本的反應是透過他們對於社會主流價值的認同感和認知態度所表現出來的，其完全接受訊息內容的內涵意義；「協商」指的是與社會主流價值共存，但不乏爭議的態度；「對立」則顯而易見地是利用相悖的思考方式去理解文本的詮釋意義。這一階段強調了閱聽人在電視觀看中的積極主動性，同時也把以電視為代表的文化研究從單一的文本研究引向了閱聽人民族誌研究(audience ethnography)，證實了閱聽人並不是白紙一張，只是被動地片面接收訊息，而文本的意義和價值也不僅僅局限於文本本身的詮釋，而是滲透在閱聽人與文本之間相互作用的過程中。第三階段表示的是電視話語的彌散與重組(王磊, 2003)，強調將媒介走向媒介研究，研究不僅僅是針對製碼和解碼，而是延伸至媒體的文化位置和社會表達領域(Alasuuturi, 1999)。換句話說，閱聽人在觀看電視文本的同時，通過咀嚼文本，重現的行為態度的表達也正是真實還原出文本的社會價值，因此，研究不再僅重視媒介訊息，更需要了解媒介的文化對於閱聽人反身性(reflexivity)的影響。

霍爾提出的接收分析對於理解閱聽人與文本之間的關係有非常大的研究貢獻，他反對了純粹以文本為研究中心而忽略了解閱聽人的傳統效果研究，並且拒絕了僅僅關注閱聽人對於文本解讀而忽略文本隱含意義和價值的使用與滿足的研究，而接收分析則關注的是閱聽人與文本之間的互動接觸，包含對閱聽人的解碼、意義生產和感知與態度的表達(盧嵐蘭，2008)。

### 三、素人與專家閱聽人

閱聽人深處於不同的種族、階級、職業，當一群具有相同社會位置的閱聽人聚集一起時，他們會因為類似的生活經驗而形成一個「詮釋社群」(Fishman, 1980)，在「社群」中，他們依附著同一套感知與解讀訊息的方式，因此會使其產生相似的「詮釋」。但是在每一個社群中，其實聚集著多種社群元素的存在，在接收與解讀文本的同時，這些不同元素的作用是的解碼更具複雜，這也使得詮釋的社群是多樣化的。

專家是指在特定領域中具有專業知識的人，他們具有在該領域中有效思考問題的能力。通常專家與素人間存在著六種差異(Bransford, 2000)：1.專家能注意到素人所不在意的信息特徵和有意義的信息模式；2.專家擁有大量的內容知識，且對知識的組織方式反映出了專家對學科的理解深度；3.專家的知識不是停留在表面淺顯孤立的事實或命題，而是能反映出應用的情境；4.專家能夠輕而易舉地從自身吸收的內容知識中擷取出重要的內容；5.專家在他們熟識的領域擁有一定的發言權，但不代表他們都有教導人的能力；6.專家能對新環境的適應表現出靈活性，其擁有的知識及規則較容易使用及靈活轉變，因此常常能做出最佳的選擇來解決問題(荊其誠，1989)。具體的表現在，專家與素人在呈現及使用有關知識時有所不同，素人多以語法而非以語義為基礎呈現和使用概念，例如，素人常借語助詞來表達自己對某個知識點的情緒或表達自己對事物的主觀意見，故同類事物之間關係較少，而專家則相反，因此敘述知識內容時更具有表達的邏輯思維(林崇德，1996)，。而在表達形式上，專家多采用抽象的內在表徵，而素人

較傾向於使用具體的內在表徵（王甦、汪安勝，1992），換言之，素人多會在某個區域進行細節討論，而專家則會從大局的觀察出發再入細節查探。此外，素人和專家兩者對問題的注意與編碼方式也存異，素人多是根據事物的表象來知覺問題，而專家則是根據問題解決時使用的規則或原理來解決問題（Sternberg，1990）。

因此本研究所針對「專家」和「素人」的定義視研究問題作針對性的操作性定義，「專家」閱聽人以各大媒體編輯文章作為「專家」角度影評；「素人」閱聽人影評內容則以 Facebook 電視劇官方網站之以個人帳號為名義發表之內容信息。本研究旨在奠基於戲劇理論中呈現社會真實的可能性，利用接收分析探討專家閱聽人與素人閱聽人對於電視劇文本的解讀，從閱聽人解碼與製碼的過程中進一步對專家和素人的影視評價進行探討，希望藉由分析兩者影評，探究出專家和素人對於社會寫實電視劇《我們與惡的距離》、《俗女養成記》的觀影感受異同的成因，推演出社會發展的基本脈絡。



### 第三章 研究方法

#### 第一節 研究架構

本研究之流程架構圖如圖 1-4-1 所示，首先搜集兩部電視劇《我們與惡的距離》、《俗女養成記》製作與播放的背景信息，再爬梳關於閱聽人接收分析與社會真實、媒介真實與主觀真實的相關文獻，另外分別疏理專家與素人分別對兩部電視劇所做出語意表達的內容，以內容分析的研究方法進行對比研究，以此建構類目以分析從而深切了解到社會發展的脈絡。

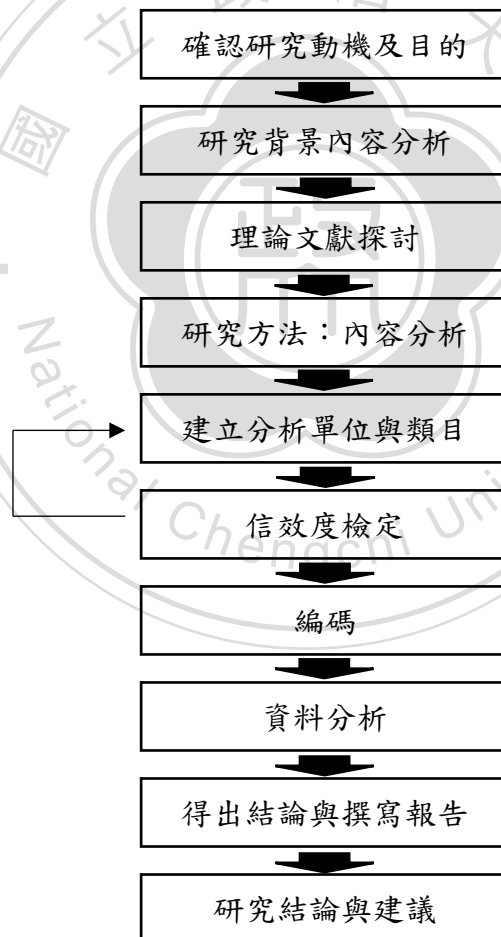


圖 3-1-1 研究流程圖

## 第二節 方法概述

為分析專家閱聽人與素人閱聽人分別對於社會寫實電視劇《我們與惡的距離》、《俗女養成記》的影視評價與解讀，推敲兩者分別對兩部電視劇的閱聽接收狀況的異同，從而整理出當今人們對於社會現象的感受與推演出社會發展的變化趨勢，因此，本研究將利用內容分析來作為探討問題的研究方法。

內容分析的研究方法主要是分析人們製作以及傳播了什麼（Kerlinger，1973），是關於探究「什麼」（What）的問題，其主要的研究對象是以訊息的實質內容為主的，即是有系統地測量有關人們行動所產出或儲存的材料、傳播的內容，或者傳播媒體的人工產物的方法（王石番，1991），其對於母群的推論必須是以為母群製作的內容為根據，而針對「文本」內容做出研究的方法。內容分析具有系統、客觀和量化三大特徵，最常應用於就一個時間點或多個時間點觀察描述傳播的內容，並比較不同時間點的趨勢，或是描述社會變遷（蘇蘅，2018），其用於趨勢的研究實際上可以針對不同時間區間的傳播內容，予以全盤且具備意義的歷史性觀察（王石番，1991）。另外，內容分析研究方法其優點在於具有高的信度和低介入性，從另一角度去看，分析結果更是具有一定的穩定性和參考價值。

因此，藉由內容分析研究方法能描繪傳播的態度於行為反應，從傳播內容於趨勢間了解傳播者意圖的特性，本研究將使用內容分析的研究方法，探究專家閱聽人與素人閱聽人分別以兩部電視劇文本為根因，生產的傳播內容其蘊含的意義，通過檢定閱聽人傳播訊息的異同，描述訊息存在的意義與其背後隱含的社會變遷趨勢。

### 第三節 樣本選取

出自台灣公共電視台的社會寫實電視劇《我們與惡的距離》和台灣中華電視公司自製的電視劇《俗女養成記》，均為 2019 年斬獲多個獎項的台灣本土自製電視劇，兩部電視劇所引發的社會討論十分熱烈，電視劇《我們與惡的距離》在 2019 年第 54 屆電視金鐘獎中入圍 14 項提名，拿下了六大獎項；電視劇《俗女養成記》創下華視 13 年以來自製劇最佳收視的成績。兩部電視劇不論在各大媒體報導十分熱烈，民眾在社交平台上更是對兩部電視劇的討論十分踴躍。因此，本研究以關於兩部電視劇的相關劇情、社會公共議題、人物角色等為中心，收集各大媒體報導內容和民眾在 Facebook 官方劇集社交平台上的留言評論作為分析的傳播內容。

內容即是適當的分析單元，所謂的分析單元就是指分析文本的訊息元素（蘇蘅，2018）。本研究的分析單元有兩個角度，一為以專家閱聽人角度的各大媒體報導內容本研究在樣本選擇上以台灣地區報紙報導為主，據 2020 年第二季【潤利艾克曼公司】媒體大調查報告，【報紙閱讀率】調查結果重點分析顯示，【7 天報紙閱讀率】前五位為自由時報、聯合報、蘋果日報與中國時報，其中聯合報與中國時報的閱讀率總計超過 10%，分別為第二名（6.70%）與第四名（3.70%），且聯合報與中國時報分別於 1951 年及 1950 年創刊，讀者涵蓋甚廣且較其他報紙有更更深度報導的角度，因此專家閱聽人報紙部分採用中國時報及聯聯合報列入分析。二為以素人閱聽人角度的是一般觀眾在 Facebook 官方劇集社交平台上的留言評論。因為兩部電視劇均為 2019 年的作品，分析時間的基點以放映時間起至 2019 年 12 月 31 日資料為主，即《我們與惡的距離》為 2019 年 3 月 24 日至 12 月 31 日止；《俗女養成記》為 2019 年 8 月 4 日至 12 月 31 日止。而聶國維（2002）提出內容分析之分析單位可分為計量量與歸納單位兩類，因此本研究為：

(一) 計量單位：以一篇/評論為計量單位。

(二) 歸納單位：媒體報導的內容與一般觀眾所作的評論留言往往涵蓋多個議題的訊息，因此本研究在分析以專家閱聽人角度的各大媒體報導內容時，以其討論的核心內容配合文章標題為主要分析單元，一篇新聞報導或公開聲明往往不只有一種議題資訊，其中包含事件中各種目的與議題，所以本研究在分析專家閱聽人報導內容上，採取以標題為主要分析單位，閱讀文章提及內容為分析內容，依標題及正文的不同性質而歸於不同的類目中。而以素人閱聽人角度的是一般觀眾在 Facebook 官方劇集社交平台上的留言評論則以主題詞組及發表評論內容為主。

抽樣步驟採用簡單隨機抽樣法，依各評論或文章出現時間序從舊到新編號，分派給研究母體樣本的每一單元獨一無二的號碼，等距抽樣，隨機抽取第一個樣本號碼，所選取代表號碼的樣本即為分析單元。本研究以評論字數在 100 字及以上設定為樣本選取的標準，得到有效樣本數據：在電視劇《我們與惡的距離》篩選數據中，得到素人評論 894 則，專家評論 374 則；電視劇《俗女養成記》的篩選數據中，得到素人評論 265 則，專家評論 69 則；

依照等距抽樣法，已知母體大小，根據樣本數(N)，從樣本清單中有系統地選區間隔一定距離(n)的單元當作樣本， $n=M/N$ ，從母體中，每隔 n 個間距，抽出研究樣本，直到樣本數 N 的需要即停止抽樣動作，第一個樣本編號由亂數表提供，根據本研究需求，在母體樣本中，素人與專家樣本在電視劇《我們與惡的距離》及《俗女養成記》中各抽取 60 則樣本，即共計研究樣本 240 則。

#### 第四節 類目建構及編碼

內容分析的核心工作是建構類目，分類媒介內容。實則內容分析是一種編碼的操作，把文本的原始資料轉換成標準的形式進行分析。早期關於內容分析方法的研究可以追溯到 1952 年 Berelson 的《傳播研究內容分析》(Content Analysis in Communication Research)，其講述了類目的建構應具體而有意義。而隨後在關於內容分析類目構建原則的研究上，Budd (1967) 表明了內容類目具有適宜性、窮盡和互斥三要件，Stemple (1981) 則認為建構類目必須要注意符合研究目的、功能性、可操縱性等三個原則。本研究則以王石番 (1991) 歸納整理的建構類目原則為基準，即其具有九大原則：符合研究目的、反映研究問題、窮盡、互斥、獨立、單一分類原則、功能性、可操縱性和合乎信效度。簡而言之，一個符合研究目的的分析單位可以且只能放置於一個構建的類目中，形成類目項的互斥，放置操作不影響其他類項的動作。另外，窮盡性表示所有內容項目都能全部納入設定的類目當中，且必須可以探測到研究問題。最後，類目的數量應適當且不同編碼者對類目分類的意見應有普遍一致性。

本研究出發點由電視劇《我們與惡的距離》、《俗女養成記》為橫軸，以社會寫實電視劇閱聽人的接收分析研究為切入點，作為探討專家觀眾和素人觀眾觀點產生的基礎架構。縱軸以專家閱聽人和素人閱聽人的接收內容結果作為研究的主要方面，分別重點以角色、情節與主題、社會因素、語言的類別方向做細化研究。

## 一、角色

電視劇中以陳述多個角色間的矛盾和衝突來達到戲劇的效果，觀眾可以相互比較，於電視劇文本間構建親密度，從中發現並選擇電視劇中喜愛的角色，然而觀眾對於角色的反應是對該劇感受的中心。Cohen (1999) 表示有三種因素可以解釋觀眾對電視角色的看法：

### (一) 與演員有關的因素 (Character-Related Factors)

觀眾與角色之間的關係，通常表現在幾個角色屬性中：外表容貌、語言特徵、行為、情緒表達等 (Hoffner & Cantor, 1991)。角色的一顰一笑都會帶動觀眾進入戲劇，例如《紅樓夢》中林黛玉的殘弱形象與薛寶釵的果敢能幹都能在角色的語言表達、動作表現等等中滲透給觀眾，讓觀眾對此角色產生一定的認知。本研究參考觀眾對角色屬性的關注點，選取角色的「外表容貌」、「語言特徵」、「表演行為」、「情緒表達」等作為角色類目中與演員有關因素單元的類目。

類目「外表容貌」的定義以演員表現出來角色的時尚感或具有年代復古風格為標尺展現，觀眾對角色的接收結果可以分為標尺進行如下劃分：

- a 時尚
- b 年代感
- c 兩者皆有
- d 沒有

一般而言，「語言特徵」最為顯現的為語言的風格。語言風格是指人們在進行交往時，根據不同的交際場合、目的、任務及交際者的秉性和素質而採用的不同的語言素材和方式。可分四類：日常口語體風格、應用文體風格、藝術文體風格和個人的語言風格，本研究將類目「語言特徵」的標尺以差異最明顯的兩類為標尺進行劃分，即以專業術語、嚴謹字句為主要表達方式的話術闡述觀點的「專業措詞」或用確切的字眼直接陳述，或用白描，不加修飾的白話文或方言為言語

特色的「日常口語」，即在專家與素人作出討論與報導中是否出現對於角色表達台詞類型或者專家與素人對於角色作出評論話術類型的選擇，以下列方式劃分：

- a 專業措詞
- b 日常口語
- c 兩者皆有
- d 沒有

「行為表演」實質上就是「表演行為」，任何「表演行為」都是表演給觀眾看的，而表演給人看的表演其實就是「演出」，其是演員和觀眾共同完成和共同參與的「事件」（Hermann, 2012）。本研究站在觀眾感受與「演出」表現傳達中進行類目的劃分，即以「投入」、「跳戲」為主要劃分標尺，如下：

- a 投入
- b 跳戲
- c 兩者皆有
- d 沒有

本研究中角色與觀眾共同滋生的「情緒表達」可以體現在基於戲劇角色作出積極或消極言論情緒的表現方式，指定如下劃分：

- a 積極
- b 消極
- c 兩者皆有
- d 沒有

## （二）明星地位（Star Status）

關於演員本身的個人魅力是觀眾對於電視劇角色一個非常重要的感官緯度，若是角色由名人去扮演，通常會更容易引起觀眾的注意力，且引發強烈的情感反應。本研究考量到演員扮演者對觀眾有一定的影響，故此以「演技」、「評論對象」、「娛樂取向」作為本環節的類目。

演員運用各種技術和手法創造形象使得戲劇更加鮮活，更貼近真實再現，而表演的技巧是觀眾接收戲劇內容的關鍵，以「演技」為類目，劃分「演技突出」、「演技拙劣」的標尺，如下顯示：

- a 演技突出
- b 演技拙劣
- c 兩者皆有
- d 沒有

「名人演員」的出演往往會激起閱聽人的關注，而「新人演員」有時也會引起觀眾的好奇，從演員資歷的討論也是觀眾對戲劇接收結果的體現，因此，本研究於「評論對象」類目作如下標尺劃分：

- a 名人演員
- b 新人演員
- c 兩者皆有
- d 沒有

熱門戲劇往往會帶動很多明星的周邊信息曝光，對於戲劇演員娛樂周邊新聞的討論度也可以體現觀眾對戲劇的投入程度，進行表現為觀眾接收戲劇結果的一種體現，因此如下劃分：

- a 明星正面信息
- b 明星負面信息

### (三) 角色因素 (Role Factors)

關於閱聽人對電視劇文本的理解，其實是根據他們自己對現實生活的經驗和戲劇的理解來建構對於角色的連貫表達，對於戲劇文本的反應不單單只是由於文本的吸引力而決定，也取決於觀眾自己如何看待情節中的角色。一些角色具有很特殊的形象或者人格特質的，通常會給觀眾留下很深的印象，因此本研究構建角色因素的「形象」、「人格特質」類目。



本研究對於角色因素類別類目劃分以「形象」、「人格特質」為主，類目「形象」主要以角色表現的人物形象鮮明與突出為標尺的劃分，因此，在「形象」類目，做此劃分：

- a 體現角色正面形象
- b 體現角色負面形象
- c 兩者皆有
- d 沒有

人格是個人在對人、對己及周遭事物等方面所展現出來的專屬個性，它是穩定且獨特的特質模式（張春興，2000）。人格特質是指在組成人格的因素中，能引發人們行為和主動引導人的行為，並使個人面對不同種類的刺激都能做出相同反映的心理結構，且此特質會持續出現在不同情境中以適應不同的環境（Costa & McCrae, 1992）近年來，研究者們在人格描述模式上形成了較為一致的認識，提出了人格的大五模式(Big-Five personality traits)，其稱大五性格模型或五因素模型(The Five Factor Model, FFM)，其將人格特質分為：外向性(extraversion)：外向活潑、有領導力；嚴謹性(conscientiousness)：守規矩、負責認真；友善性(agreeableness)：值得信賴，友善相處；開放性(openness to experience)：開闊胸襟，充滿想像力和好奇心；情緒穩定性(neuroticism)：敏感，容易緊張和擔心。在本研究中，對於類別「人格特質」採取大五模式中的五種特質作為角色「人格特質」的標尺，因此，做如下標尺劃分：

- a 角色外向性特質
- b 角色嚴謹性特質
- c 角色友善性特質
- d 角色開放性特質
- e 角色情緒穩定性特質
- f 兩者以上
- g 沒有

## 二、情節與主題

Politi (1921) 曾經將戲劇的場景分成三十六種，分別是懇求、拯救、復仇、內親復仇、追蹤、災難、不幸的受害者、反叛、創業、誘拐、迷惑、爭取、內哄、骨肉相爭、瘋狂、為愛犯罪、犧牲、懺悔等等，這三十六種情境充斥了整個故事發展主題的可能，同時閱聽人所表達的傳播內容也是一個主題的表示，同樣存在多種的可能。Karpman (1968) 表示，人們時刻都在無意識地表達自己感受、思想、行為等等的資訊，結合本研究素人與專家在發表傳播內容物中也可分為多種情境感受，故此本研究以「迷惑」、「犧牲」、「愛情」、「懺悔」、「爭取」、「瘋狂」、「倫理」、「謊言」、「正義」、「原諒」為類目。其中，可將以上 12 種情節主題依據戲劇中的情感性質分為「正面」和「負面」兩大類，其中「愛情」與「倫理」為具有兩面詞性的中性詞，而在本研究將兩者歸納為正面情節中作研究，即得出「正面」為「愛情」、「爭取」、「倫理」、「正義」、「原諒」；「負面」為「迷惑」、「犧牲」、「懺悔」、「瘋狂」、「謊言」。

在「情節與主題」的類目中，主要以閱聽人的評論中是否體現出對上述選取的十二種類目進行討論，分成負面情節與正面情節兩類，因此標尺的劃分均以如下例子展現，負面情節為：

- a 對「迷惑」情節的討論
- b 對「犧牲」情節的討論
- c 對「懺悔」情節的討論
- d 對「瘋狂」情節的討論
- e 對「謊言」情節的討論
- f 兩者以上
- g 沒有

正面情節的類目作以下標尺的分類：

- a 對「愛情」情節的討論

- b 對「爭取」情節的討論
- c 對「倫理」情節的討論
- d 對「正義」情節的討論
- e 對「原諒」情節的討論
- f 兩者以上
- g 沒有

### 三、社會影響力

「關係」是社會交往的基礎，人與人之間依靠「關係」來建立聯繫，形成社交網絡（陳昭暉，2015）。在社交網絡中，人們雖是作為個體的身體存在，但行為與想法確是實實在在地受到外界的干擾，早在 1974 年 Neumann 就提出了沈默螺旋的概念，這樣的理論基於大多數個人會盡量讓自己避免單獨持有某一個信念或態度而產生孤立情況的假設，因此，人們對於發表的觀點和想法往往會受到他人意見的影響。在這種社會環境之下，個體的行為不再僅由自身思考出發，而是更多受到外界的影響，這種就是社會影響力。同時，人是群聚動物，對於社會發生的一切事物，人們是無法忽視的，我們每天都在參與各種各樣的社會活動中，即便上下班搭乘地鐵公交、參與商場促銷活動、觀看新聞閱讀雜誌等等，這些都是人們彼此無意識地接近對方，適應社會大流的反應，因此，在這種群聚環境下沉浸的我們，也在受到這些社會影響力的反饋，我們的想法與行為也會隨著這些社會活動而產生討論與進化。本研究總結兩部社會寫實電視劇涉及的社會元素，建立以「獲獎」、「輿論」、「活動」的類目。

一部戲劇的成功與否還體現在它的社會影響力上，本研究以「獲獎」、「輿論」、「活動」的面向去概括專家與素人在戲劇的社會影響力方面的表現，做出以下標尺的劃分，「獲獎」類目部分：

- a 肯定戲劇獲獎能力
- b 對獲獎抱持懷疑態度

c 兩者皆有

d 沒有

「輿論」類目部分：

a 回應正面社會輿論

b 回應負面社會輿論

c 兩者皆有

d 沒有

「活動」類目部分：

a 對戲劇線上活動的討論

b 對戲劇線下活動的討論

c 兩者皆有

d 沒有

#### 四、社會公共議題

2019年國研院科政中心團隊耗時半年，從智庫研析、業界建言、產學研專家建議、媒體報導以及公共政策網路參與平台等資料來源，蒐整各種台灣民眾可能關心的社會課題，其中包括環境、勞動權益、新聞品質與倫理、性別認同、教養觀念、婚育等等，本研究參考國研院科政中心公布的課題內容及結合《我們與惡的距離》和《俗女養成記》中表現出來的社會公共議題作參考，構建「婚姻」、「教育」、「性別」、「孩子」、「死亡」、「法律」、「媒體」的類目。

標尺劃分的形式與「情節與主題」的類目一致，均在表現專家與素人在兩部電視劇的環境在呈現的對社會公共議題的探討，故此，標尺的劃分以如下為例：

a 對「婚姻」的討論

b 對「教育」的討論

c 對「性別」的討論

d 對「孩子」的討論

e 對「死亡」的討論

f 對「法律」的討論

g 對「媒體」的討論

h 兩者以上

i 沒有

## 五、語言

根据 2009 年所发表的《台湾年鉴》，台湾民众约有 73%能够说台湾话。台語作為台灣本土語言，佔據較大部分的觀看人群台式的電視劇仍然是台灣電視劇中一個重要的組成因素，但是為了讓台灣製作的電視劇走得更遠，能夠利用語言魅力吸引更多人，台製電視劇也有很大一部分由國語主導，同時閱聽人發表的內容中也有台語與國語的區別。關乎語言元素的探討，本研究中的本研究以電視劇「國語」、「台語」作為類目。

在類目的劃分中均體現為對於電視劇語言製作的討論與否，做出如下例子標尺的劃分：

a 對戲劇語言「國語」的討論

b 對戲劇語言「台語」的討論

c 兩者皆有

d 沒有

表 3-4-1 內容分析編碼表

自變項	類目	標尺	說明
社會寫實電視劇	(01) 電視劇	a 《我們與惡的距離》 b 《俗女養成記》	本研究對於社會寫實電視劇的選取為《我們與惡的距離》和《俗女養成記》
閱聽人	(02) 閱聽人	a 專家 b 素人	本研究以探究專家與素人閱聽人對於《我們與惡的距離》和《俗女養成記》接收分析結果為研究目的
因變項	類目	標尺	說明
A 角色 演員表現	(03) 外表容貌	a 時尚 b 年代感 c 兩者皆有 d 沒有	評論中角色外表容貌、語言表達的特徵，如評論台詞的措詞或對戲中語言的討論、表演行為、透過角色表現出來的情緒，如角色表達出的憤怒、哀傷、快樂等。
	(04) 語言特徵	a 專業措辭 b 日常口語 c 兩者皆有 d 沒有	
	(05) 表演行為	a 投入 b 跳戲 c 兩者皆有 d 沒有	
	(06) 情緒表達	a 積極 b 消極 c 兩者皆有 d 沒有	
			評論中可能出現的關鍵字
			「年代感」、「有態度」、「真摯」、「寫實」、「揪心」、「感動」、「療癒」、

明星地位與信息	(07) 演技	a 演技突出 b 演技拙劣 c 兩者皆有 d 沒有	閱聽人發表內容關於電視劇中演員的個人魅力、表演能力、娛樂花邊新聞等等。	「金句」、「大神級演技」、「戲精」、「老仙角」、
	(08) 評論對象	a 名人演員 b 新人演員 c 兩者皆有 d 沒有		
	(09) 娛樂取向	a 明星正面信息 b 明星負面信息 c 兩者皆有 d 沒有		
角色因素	(10) 形象	a 體現角色正面形象 b 體現角色負面形象 c 兩者皆有 d 沒有	電視劇中角色的形象：談諧、親切、搞笑、執著等等。	「溫馨」、「獨立女性」、「開朗又堅強」、「女力滿點」
	(11) 人格特質	a 角色外向性特質 b 角色嚴謹性特質 c 角色友善性特質 d 角色開放性特質 e 角色情緒穩定性特質 f 兩者以上 g 沒有		
B 情節與主題	情境討論主題	(12) 負面 a 對「迷惑」情節的討論 b 對「犧牲」情節的討論 c 對「懺悔」情節的討論 d 對「瘋狂」情節的討論 e 對「謊言」情節的討論 f 兩者以上	戲劇的情境充斥了整個故事發展主題的可能，同時閱聽人所表達的傳播內容也是一個主題的表示，通過研究專家與素人對不同戲劇場景的討論，得到	「同理」、「一命抵一命的省思」、「糾結」、「眾生皆是罪人」、「戲是鏡子」、「承擔」、「理解」、「使命感」

			g 沒有	情境討論中對情節內容的接收結果。	
		(13) 正面	a 對「愛情」情節的討論 b 對「爭取」情節的討論 c 對「正義」情節的討論 d 對「倫理」情節的討論 e 對「原諒」情節的討論 f 兩者以上 g 沒有		
C 社會因素	社會影響力	(14) 獲獎	a 肯定戲劇獲獎能力 b 對獲獎抱持懷疑態度 c 兩者皆有 d 沒有	電視劇獲獎情況、電視劇造成的社會輿論、電視劇延伸出此線上線下的互動反饋。	「台劇驕傲」、「社會質感的進步」、「華語劇自後的淨土」、「與社會對話」、「首度跨國際平台合作」、「人性的挑戰」、「本土力道的電視劇」
		(15) 輿論	a 回應正面社會輿論 b 回應負面社會輿論 c 兩者皆有 d 沒有		
		(16) 活動	a 對戲劇線上活動的討論 b 對戲劇線下活動的討論 c 兩者皆有 d 沒有		



	社會公共議題	(17) 議題	<p>a 對「婚姻」的討論</p> <p>b 對「教育」的討論</p> <p>c 對「性別」的討論</p> <p>d 對「孩子」的討論</p> <p>e 對「死亡」的討論</p> <p>f 對「法律」的討論</p> <p>g 對「媒體」的討論</p> <p>h 二者以上</p> <p>i 沒有</p>	從電視劇中表現出來的社會公共議題所延伸至專家/素人對於社會公共議題的討論。	「媽寶」、「價值觀」、「廢死議題」、「病人無病識感」
D 語言類別	語言分類	(18) 語言	<p>a 對戲劇語言「國語」的討論</p> <p>b 對戲劇語言「台語」的討論</p> <p>c 兩者皆有</p> <p>d 沒有</p>	鑑於《與惡》和《俗女》的語言形式，篩選出國語與台語。	「不懂台劇但看字幕也覺得有趣」 「看台劇學台語」

## 第五節 信度檢定

信度檢測的存在主要是確保研究資料在觀察、測量和分析的過程中受到無關因素的影響而造成結果的污染（蘇蘅，2019）。而內容分析研究方法的成功關鍵在於編碼員彼此在編碼過程的一致性，一致性越低信度越低，即不同編碼員在分析相同的文本時，得出的編碼內容呈現出一致性，此為編碼員信度。本研究採取 Holsti (1969) 提出的一般信度係數分析公式檢測編碼者之間的信度，公式如下：

$$CR (\text{信度係數}) = 2M / (N1 + N2)$$

M 指的是編碼員完全同意的數目；N1 指的是第一個編碼員應有的同意數；N2 指的是第二個編碼員應有的同意數。另外，本研究也將觀測 Cohen' s Kappa 係數以觀察有多少個編碼於編碼者間編碼相符的比例，當 Cohen' s Kappa 係數達 0.80 及以上時即是表示信度到達可以接受的程度，公式如下：

$$\text{Cohen' s Kappa 係數} = n * (\text{平均相互同意度}) / 1 + [(n-1) * \text{平均相互同意度}]$$

n 為參與編碼人員數目（Krippendorff, 1980；王石番，1989）。

本研究除研究者本身之外，將選取兩名分別來英國格拉斯哥大學金融學和中國文化大學資訊管理學研究生同學擔任編碼員。從 240 則樣本中依照各樣本前 6 組數據的原則共抽出 24 則(約 1/10)，三位編碼員獨立對其進行編碼，再將三者結果進行交叉對比，依照 Holsti(1969)的信度檢驗工具得出本研究編碼表信度。

表 3-5-1 信度檢測結果

編碼員交叉對比	相互同意度	平均相互同意度	信度
A&B	0.81	0.88	0.96
A&C	0.92		
B&C	0.90		

依照上述公式得出信度檢驗結果，计算出编码员 A 与编码员 B 之相互同意的为 0.81，编码员 A 与编码员 C（研究者）之相互同意度为 0.92，编码员 B 与编码员 C（研究者）之相互同意度为 0.90，平均相互同意度為 0.88，进而计算出本研究内容分析编码表信度为 0.96，符合信度研究可接受之要求。



## 第四章 資料分析

本章以內容分析法針對素人閱聽人及專家閱聽人在社會寫實電視劇《我們與惡的距離》、《俗女養成記》中的評論內容進行分析。其中針對素人閱聽人的影評資料自兩部戲的開播日起始至2019年12月31日止，以兩部電視劇在Facebook官方公共主頁評論為主；專家閱聽人的影評資料自兩部戲的開播日起始至2019年12月31日止，以聯合報與中國時報兩個報紙報導為主。

以統計方法分析編碼後資料並依本研究之研究問題，分為兩部分進行探討。第一部分為基本資料分析，分為三個小節進行敘述，第一小節為電視劇《我們與惡的距離》專家與素人閱聽人之間的比較；第二小節為電視劇《俗女養成記》專家與素人閱聽人之間的比較；第三小節則將電視劇《我們與惡的距離》、《俗女養成記》作為選取參考母群的一個整體，分析素人與專家閱聽人在這一母群文本的差異，另外於各類別撰寫評論的數目、專家對於各類別撰寫報導數目、兩兩影評資料數量的分布變化的比較以及卡方分析顯示兩者差異分別利用卡方檢測分析。第二部分為對影評資料進行文本分析，通過文本分析深入兩類閱聽人在接收社會寫實電視劇進行反饋的含義與異同，深刻理解接收分析的因素是如何影響閱聽人對社會寫實電視劇的解讀。

## 第一節 專家素人的比較：《我們與惡的距離》

### 壹、 角色

#### 一、 電視劇《我們與惡的距離》閱聽人分類與演員表現

##### (一) 外表容貌

在「外表容貌」這一類目中，素人閱聽人並未在這一類目作討論，而專家閱聽人關於對「時尚」標尺的討論則有 6 則，佔《我們與惡的距離》電視劇閱聽人影評討論樣本總數的 100%，則表示在「外表容貌」這一類目中，以電視劇《我們與惡的距離》為討論樣本，素人閱聽人並未討論角色的「外表容貌」，而有討論的則體現在專家閱聽人，但在討論的標尺上專家閱聽人則僅在「時尚感」的標尺上作出了討論，故此以接收分析的角度做出判斷，再此類目中，素人閱聽人並未對此類目做出電視劇語言的彌散與重組，素人在對此類目的接收中並沒有深刻的體驗，而反觀專家閱聽人，其在「時尚」標尺更為鮮明地進行了解碼與製碼的過程，最終經過電視語言的滲透，重組了再次反映的語言，及專家報導的表現。

##### (二) 語言特徵

從下表 4-1-1 中可以看出：在電視劇《我們與惡的距離》中，專家與素人的分類樣本對於 A 類別「角色」演員表現的「語言特徵」類目中，素人對「專業措辭」及「兩者皆有」的討論則數僅為 0 則與 1 則，而專家同樣在這兩標尺上的討論則數僅為 2 則與 0 則，表示格內值〈cell<5〉超過總格數 20%以上者，卡方統計不具意義。

表 4-1-1 素人&專家在《與惡》演員表現中「語言特徵」之卡方分析

分類	類目	語言特徵 (%)			總計	$\chi^2$	P 值
		專業措辭	日常口語	兩者皆有			
閱聽人分	素人	0 (0.0)	6 (85.7)	1 (14.3)	7 (100.0)	3.091	0.213

類	專家	2 (28.6)	5 (71.4)	0 (14.3)	7 (100.0)		
	總計	2 (14.3)	11 (78.6)	1 (7.1)	14 (100.0)		
格內值〈cell<5〉超過總格數 20%以上者，卡方統計不具意義。							

### (三) 表演行為

從下表 4-1-2 中可以看出:在電視劇《我們與惡的距離》中，專家與素人的分類樣本對於 A 類別「角色」演員表現的「表演行為」類目中，素人與專家閱聽人在「跳戲」標尺的討論則數均接近零，格內值〈cell<5〉超過總格數 20%以上者，卡方統計不具意義，但從數據百分比如此明顯的情況可以看出，素人與專家對角色表演行為「投入」的佔比均在 90%以上，表示素人與專家閱聽人均表示對角色表演行為上投入的態度表示贊同，他們的影評與報導反映了演員在電視劇角色演繹的神情、態度、表現行為上均能很好地表達人物的形象與情感，在接收分析中展示出專家與素人閱聽人他們在接收電視語言、演員角色表達中得到了很深層的共鳴，認為角色的表達是真實有感，故此作出了對表演行為「投入」的討論。

表 4-1-2 素人&專家在《與惡》演員表現中「表演行為」之卡方分析

分類	類目	表演行為(%)		總計	$\chi^2$	P 值	
		投入	跳戲				
閱聽人 分類	素人	10 (90.9)	1 (9.1)	11 (100.0)	0.861	0.353	
	專家	9 (100.0)	0 (0.0)	9 (100.0)			
總計		19 (95.0)	1 (5.0)	20 (100.0)			
格內值〈cell<5〉超過總格數 20%以上者，卡方統計不具意義。							

### (四) 情緒表達

從下表 4-1-3 中可以看出:在電視劇《我們與惡的距離》中，專家與素人的分類樣本對於 A 類別「角色」演員表現的「情緒表達」中表現出顯著差異( $p < 0.05$ )，

意味著專家與素人的分類樣本對於角色的「情緒表達」表現出差異性，素人討論中「積極」的討論數佔比為 35.9%，計 14 則，；在「消極」的討論數佔比為 41%，計 16 則；「兩者皆有」佔 23.1%，為 9 則，共計 39 則；專家在「積極」的討論數佔比為 73.1%，計 19 則，；在「消極」的討論數佔比為 19.2%，計 5 則；「兩者皆有」佔 7.7%，為 2 則，共計 26 則。從卡方分析結果檢視數據可知，在討論「角色」的類目中，對於角色產生情緒表達在專家和素人閱聽人間存在談論或發表上的差異，素人在對與角色衍生產生的情緒較為平均，而在專家閱聽人的角度，他們則更加傾向與發表對角色的積極言論，從接收分析的角度去看，專家閱聽人對電視劇中展示角色的表達接收以及專家在對此進行基於角色的情緒表達分解與詮釋中較傾向以積極正面的情緒來作報導。

表 4-1-3 素人&專家在《與惡》演員表現中「情緒表達」之卡方分析

分類	類目	情緒表達(%)			總計	$\chi^2$	P 值
		積極	消極	兩者皆有			
閱聽人分類	素人	14 (35.9)	16 (41.0)	9 (23.1)	39 (100.0)	8.723	0.013*
	專家	19 (73.1)	5 (19.2)	2 (7.7)	26 (100.0)		
總計		33 (50.8)	21 (32.3)	11 (16.9)	65 (100.0)		

\*  $P < 0.05$  \*\*  $P < 0.01$

## 二、電視劇《我們與惡的距離》閱聽人分類與明星地位與信息

### (一) 演技

在「演技」這一類目中，素人閱聽人並未在「演技拙劣」及「兩者皆有」這兩個標尺上作討論，而素人閱聽人關於對「演技突出」標尺的討論則有 10 則，專家閱聽人有 16 則，表示在「演技」這一類目中，以電視劇《我們與惡的距離》為討論樣本，專家與素人閱聽人均對演員演技突出這一表現表示贊同。

### (二) 評論對象

從下表 4-1-4 中可以看出:在電視劇《我們與惡的距離》中,專家與素人的分類樣本對於 A 類別「明星地位與信息」的「評論對象」類目中,素人在「新人演員」、「名人演員」及「兩者皆有」的標尺上討論則數均接近零,格內值〈cell<5〉超過總格數 20%以上者,卡方統計不具意義,但從數據百分比如此明顯的情況可以看出,專家閱聽人在「名人演員」的報導則數多達 37 則,佔「評論對象」專家報導數樣本的 84.1%,而專家對「新人演員」的報導則數為 3 則,兩者皆有討論的則數有 4 則,表示專家閱聽人更傾向於對名人演員的報導,而素人則對評論對象並無突出的表現,由此可知,在「評論對象」的這一標尺專家對電視劇傳達信息更為的關注,專家會反饋出更多經由其解碼所得的製碼信息作再一次的信息傳遞。

表 4-1-4 素人&專家在《與惡》明星地位與信息中「評論對象」之卡方分析

分類	類目	評論對象(%)			總計	$\chi^2$	P 值
		名人演員	新人演員	兩者皆有			
閱聽人 分類	素人	3 (75.0)	0 (0.0)	1 (25.0)	4 (100.0)	1.200	0.549
	專家	37 (84.1)	3 (6.8)	4 (9.1)	44 (100.0)		
總計		40 (83.3)	3 (6.3)	5 (10.4)	48 (100.0)		

格內值〈cell<5〉超過總格數 20%以上者,卡方統計不具意義。

### (三) 娛樂取向

從下表 4-1-5 中可以看出:在電視劇《我們與惡的距離》中,專家與素人的分類樣本對於 A 類別「明星地位與信息」的「娛樂取向」類目中,素人在「明星正面信息」、「明星負面信息」及「兩者皆有」的標尺上討論則數均接近零,格內值〈cell<5〉超過總格數 20%以上者,卡方統計不具意義,但從數據百分比如此明顯的情況可以看出,專家閱聽人在「明星正面信息」的報導則數達到 30 則,佔「評論對象」專家報導數樣本的 81.1%,而專家對「明星負面信息」的報導則



數為 3 則，兩者皆有討論的則數有 4 則，表示專家閱聽人更傾向於對明星正面信息的報導，而素人則對娛樂取向並無突出的表現，由此可知，在「娛樂取向」的這一標尺專家對明星的正面信息的處理表現更為突出。

表 4-1-5 素人&專家在《與惡》演員表現中「娛樂取向」之卡方分析

分類	類目	娛樂取向(%)			總計	$\chi^2$	P 值
		明星正面 信息	明星負面 信息	兩者皆 有			
閱聽人 分類	素人	2 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (100.0)	0.461	0.794
	專家	30 (81.1)	3 (8.1)	4 (10.8)	37 (100.0)		
總計		32 (82.1)	3 (7.7)	4 (10.3)	39 (100.0)		

格內值〈cell<5〉超過總格數 20%以上者，卡方統計不具意義。

### 三、電視劇《我們與惡的距離》閱聽人分類與角色因素

#### (一) 形象

從下表 4-1-6 中可以看出：在電視劇《我們與惡的距離》中，專家與素人的分類樣本對於 A 類別「角色」角色因素的「形象」中不會表現出顯著性( $p>0.05$ )，意味著專家與素人的分類樣本對於角色因素的「形象」均表現出一致性，並沒有差異性。

表 4-1-6 素人&專家在《與惡》角色因素中「形象」之卡方分析

分類	類目	形象(%)			總計	$\chi^2$	P 值
		體現角色正 面形象	體現角色負 面形象	兩者皆 有			
閱聽 人分	素人	11 (29.7)	13 (35.1)	13 (35.1)	37 (100.0)	1.942	0.379

類	專家	8 (36.4)	4 (18.2)	10 (42.5)	22 (100.0)		
	總計	19 (32.2)	17 (28.8)	23 (39.0)	59 (100.0)		
* $P < 0.05$ ** $P < 0.01$							

## (二) 人格特質

從下表 4-1-7 中可以看出:在電視劇《我們與惡的距離》中,專家與素人的分類樣本對於 A 類別「角色」角色因素的「人格特質」中不會表現出顯著性 ( $p > 0.05$ ), 意味著專家與素人的分類樣本對於角色因素的「人格特質」均表現出一致性, 並沒有差異性。

表 4-1-7 素人&專家在《與惡》角色因素中「人格特質」之卡方分析

分類	類目	人格特質(%)					總計	$\chi^2$	P 值	
		角色 外向 性特 質	角色 嚴謹 性特 質	角色 友善 性特 質	角色 開放 性特 質	角色 情緒 穩定 性特 質				兩者 以上
閱 聽 人 分 類	素 人	4 (5.6 3)	10 (14.0 8)	15 (21.1 3)	10 (14.0 8)	22 (30.9 9)	10 (14.0 8)	71 (100. 0)	1.6 02	0.9 01
	專 家	3 (5.7 7)	8 (15.3 8)	11 (21.1 5)	11 (21.1 5)	12 (23.0 8)	7 (13.8 2)	52 (100. 0)		
	總 計	7 (5.6 9)	18 (14.6 3)	26 (21.1 4)	21 (17.0 7)	34 (27.6 4)	17 (13.8 2)	123 (100. 0)		
* $P < 0.05$ ** $P < 0.01$										

## 貳、情節與主題

### 一、電視劇《我們與惡的距離》閱聽人分類與負面情節主題

從下表 4-1-8 中可以看出:在電視劇《我們與惡的距離》中,專家與素人的分類樣本對於 B 類別「情節與主題」角色因素的「情節-負面」中格內值 < cell < 5 >

超過總格數 20%以上，卡方統計不具意義，但從數據百分比可以看出素人閱聽人對「瘋狂」情節的討論更為突出，擁有 13 則討論，佔比 33.3%；而專家在「迷惑」、「犧牲」、「懺悔」、「瘋狂」的情節討論中則較為平均。

表 4-1-8 素人&專家在《與惡》中「情節-負面」之卡方分析

分類	類目	情節-負面(%)					總計	$\chi^2$	P 值	
		對「迷惑」情節的討論	對「犧牲」情節的討論	對「懺悔」情節的討論	對「瘋狂」情節的討論	對「謊言」情節的討論				兩者以上
閱聽人分類	素人	11 (28.2)	5 (12.8)	6 (15.4)	13 (33.3)	1 (2.6)	3 (7.7)	39 (100.0)	2.793	0.732
	專家	6 (17.6)	6 (17.6)	6 (17.6)	9 (26.5)	2 (5.9)	5 (14.7)	34 (100.0)		
總計		17 (23.3)	11 (15.1)	12 (16.4)	22 (30.1)	3 (4.1)	8 (11.0)	73 (100.0)		

格內值〈cell<5〉超過總格數 20%以上者，卡方統計不具意義。

## 二、電視劇《我們與惡的距離》閱聽人分類與正面情節主題

從下表 4-1-9 中可以看出：在電視劇《我們與惡的距離》中，專家與素人的分類樣本對於 B 類別「情節與主題」角色因素的「情節-正面」中不會表現出顯著性( $p>0.05$ )，意味著專家與素人的分類樣本對於角色因素的「情節-正面」均表現出一致性，並沒有差異性。

表 4-1-9 素人&專家在《與惡》中「情節-正面」之卡方分析

分類	類目	情節-正面(%)					兩者以上	總計	$\chi^2$	P 值
		對「愛情」情節的討論	對「爭取」情節的討論	對「正義」情節的討論	對「倫理」情節的討論	對「原諒」情節的討論				
閱聽人分類	素人	7 (13.5)	10 (19.2)	10 (19.2)	9 (17.3)	11 (21.2)	5 (9.6)	52 (100.0)	3.068	0.689
	專家	9 (19.1)	7 (14.9)	7 (14.9)	11 (23.4)	6 (12.8)	7 (14.9)	47 (100.0)		
總計		16 (16.2)	17 (17.2)	17 (17.2)	20 (20.2)	17 (17.2)	12 (12.1)	99 (100.0)		

\*  $P < 0.05$  \*\*  $P < 0.01$

### 參、社會因素

#### 一、電視劇《我們與惡的距離》閱聽人分類與社會影響力

##### (一) 獲獎

在「獲獎」這一類目中，素人與專家閱聽人並未在標尺「對獲獎抱持懷疑態度」及「兩者皆有」上作出討論與報導，而「肯定戲劇獲獎能力」的相關報導與評論共計 25 則，素人 9 則，專家 16 則，表示不論專家閱聽人還是素人閱聽人，在討論到「獲獎」的標尺上，兩者均反映出對戲劇獲獎表示肯定態度。

##### (二) 輿論

從下表 4-1-9 中可以看出：在電視劇《我們與惡的距離》中，專家與素人對社會輿論的回應呈現出顯著差異( $p < 0.01$ )，意味著專家與素人的分類樣本對於社會因素「輿論」表現出差異性，素人討論中「回應正面社會輿論」的討論數佔比為 23.3%，計 10 則，；在「回應負面社會輿論」的討論數佔比為 55.8%，計 24 則；「兩者皆有」佔 20.9%，為 9 則，共計 43 則；專家在「回應正面社會輿論」

的討論數佔比為 57.8%，計 26 則；在「應負面社會輿論」的討論數佔比為 33.3%，計 15 則；「兩者皆有」佔 8.9%，為 4 則，共計 45 則。從卡方分析結果檢視數據可知，在討論「輿論」的類目中，素人較會回應負面社會輿論，而專家較傾向於回應正面社會輿論，這也可以表示，在對與戲劇的接收解碼與製碼的過程中，素人較會對負面的社會輿論產生討論的興趣，更願意作出分享討論；而在專家閱聽人的角度，他們更傾向於表達與回應正面的社會輿論。

表 4-1-10 素人&專家在《與惡》社會影響力中「輿論」之卡方分析

分類	類目	輿論(%)			總計	$\chi^2$	P 值
		回應正面社會輿論	回應負面社會輿論	兩者皆有			
閱聽人分類	素人	10 (23.3)	24 (55.8)	9 (20.9)	43 (100.0)	11.071	0.004**
	專家	26 (57.8)	15 (33.3)	4 (8.9)	45 (100.0)		
總計		36 (40.9)	39 (44.3)	13 (14.8)	88 (100.0)		

\*  $P < 0.05$  \*\*  $P < 0.01$

### (三) 活動

從下表 4-1-10 中可以看出：在電視劇《我們與惡的距離》中，專家與素人的分類樣本對於 C 類別「社會因素」的「活動」類目中，素人在「對戲劇線上活動的討論」、「對戲劇線下活動的討論」及「兩者皆有」的標尺上討論則數均接近零，格內值〈cell<5〉超過總格數 20%以上，卡方統計不具意義，但從數據百分比如此明顯的情況可以看出，專家閱聽人在「對戲劇線上活動的討論」的報導則數達到 16 則，佔「活動」專家報導數樣本的 51.6%，對「對戲劇線下活動的討論」的報導則數為 11 則，百分比 35.5%，兩者皆有討論的則數有 4 則，佔比 12.9%。從百分比數據分析可得，專家閱聽人對於戲劇線上線下活動均有作出討論，相較於素人，討論的傾向性更高。

表 4-1-11 素人&專家在《與惡》社會影響力中「活動」之卡方分析

分類	類目	活動(%)			總計	$\chi^2$	P 值
		對戲劇線上活動的討論	對戲劇線下活動的討論	兩者皆有			
閱聽人分類	素人	2 (66.7)	0 (0.0)	1 (33.3)	3 (100.0)	1.958	0.376
	專家	16 (51.6)	11 (35.5)	4 (12.9)	31 (100.0)		
總計		18 (52.9)	11 (32.4)	5 (14.7)	34 (100.0)		

格內值〈cell<5〉超過總格數 20%以上者，卡方統計不具意義。

## 二、電視劇《我們與惡的距離》閱聽人分類與社會公共議題

從下表 4-1-11 中可以看出：在電視劇《我們與惡的距離》中，專家與素人的分類樣本對於 C 類別「社會因素」角色因素的「議題」中格內值〈cell<5〉超過總格數 20%以上，卡方統計不具意義，但從數據百分比如此明顯的情況可以看出，不論專家還是素人閱聽人均未對「性別」議題作出討論或報導；而素人在「法律」及「媒體」議題的討論中佔比較高，分別為 14 則及 17 則，佔比分別為 17.9%和 21.8%；在專家閱聽人的角度，對「媒體」議題的報導則較為突出，則數 11 則，佔比 26.2%。

表 4-1-12 素人&專家在《與惡》社會影響力中「議題」之卡方分析

分類	類目	議題(%)								總計	$\chi^2$	P 值
		對「婚姻」的討論	對「教育」的討論	對「性別」的討論	對「孩子」的討論	對「死亡」的討論	對「法律」的討論	對「媒體」的討論	兩者以上			
閱聽人分類	素人	7 (9.0)	13 (16.7)	0 (0.0)	12 (15.4)	8 (10.3)	14 (17.9)	17 (21.8)	7 (9.0)	78 (100.0)	3.109	0.795
	專家	5 (11.9)	4 (9.5)	0 (0.0)	7 (16.7)	7 (16.7)	5 (11.9)	11 (26.2)	3 (7.1)	42 (100.0)		
總計		12 (10.0)	17 (14.2)	0 (0.0)	19 (15.8)	15 (12.5)	19 (15.8)	28 (23.3)	10 (8.3)	120 (100.0)		

格內值〈cell<5〉超過總格數 20%以上者，卡方統計不具意義。

#### 肆、語言類別

##### 一、電視劇《我們與惡的距離》閱聽人分類與語言分類

在「語言」這一類目中，素人與專家閱聽人在標尺「對戲劇語言「台語」的討論」及「兩者皆有」上作出的評論近乎零，且並未對戲劇語言「台語」作出討論。另外，專家與素人閱聽人在「國語」的討論度幾乎為零，而對「台語」的討論度也十分低，因此在這一類目中專家與素人在電視劇《我們與惡的距離》中並未有可比較表現。

## 第二節 專家素人的比較：《俗女養成記》

### 壹、角色

#### 一、電視劇《俗女養成記》閱聽人分類與演員表現

##### (一) 外表容貌

從下表 4-2-1 中可以看出：在電視劇《俗女養成記》中，專家與素人的分類樣本對於 A 類別「角色」的「外表容貌」類目中，素人與專家閱聽人在「時尚」標尺上討論則數均接近零，格內值〈cell<5〉超過總格數 20%以上，卡方統計不具意義，但從數據百分比如此明顯的情況可以看出，素人閱聽人在角色的外表容貌「年代感」的討論則數達到 10 則，而專家對「年代感」的報導則數僅為 1 則，從數據分析可得，素人閱聽人對於角色外表容貌具有「年代感」的討論更為強烈，表示在接收電視語言中，素人對於角色表現出來的年代感的外表容貌更加地在意，他們會較專家閱聽人更有興趣去處理接收到的這些電視語言與媒介真實。

表 4-2-1 素人&專家在《俗女》演員表現中「外表容貌」之卡方分析

分類	類目	外表容貌(%)		總計	$\chi^2$	P 值
		時尚	年代感			
閱聽人 分類	素人	1 (9.1)	10 (90.9)	11 (100.0)	0.099	0.753
	專家	0 (0.0)	1 (100.0)	1 (100.0)		
總計		1 (8.3)	11 (91.7)	12 (100.0)		

格內值〈cell<5〉超過總格數 20%以上者，卡方統計不具意義。

##### (二) 語言特徵

從下表 4-2-2 中可以看出：在電視劇《俗女養成記》中，專家與素人的分類樣本對於 A 類別「角色」演員表現的「語言特徵」類目中，素人對「專業措辭」的討論則數僅為 1 則，專家為 0 則，格內值〈cell<5〉超過總格數 20%以上，卡



方統計不具意義。但根據數據顯示，專家在「日常口語」的報導則數為 14 則，遠高於素人的 3 則，表示在素人與專家對於角色反應的語言特徵中，專家對於角色表達的日常口語，例如日常對話的台詞，更有討論報導的傾向性。

表 4-2-2 素人&專家在《俗女》演員表現中「語言特徵」之卡方分析

分類	類目	語言特徵(%)		總計	$\chi^2$	P 值
		專業措辭	日常口語			
閱聽人 分類	素人	1 (25.0)	3 (75.0)	4 (100.0)	3.706	0.054
	專家	0 (0.0)	14 (100.0)	14 (100.0)		
總計		1 (5.6)	17 (94.4)	18 (100.0)		

格內值〈cell<5〉超過總格數 20%以上者，卡方統計不具意義。

### (三) 表演行為

從下表 4-2-3 中可以看出：在電視劇《俗女養成記》中，專家與素人的分類樣本對於 A 類別「角色」角色因素的「表演行為」中格內值〈cell<5〉超過總格數 20%以上，卡方統計不具意義。從表中數據可以看出，專家與素人閱聽人對於「表演行為」跳戲的討論均接近為零，更多的討論表現在「投入」的角度上。

表 4-2-3 素人&專家在《俗女》演員表現中「表演行為」之卡方分析

分類	類目	表演行為 (%)		總計	$\chi^2$	P 值
		投入	跳戲			
閱聽人 分類	素人	13 (92.9)	1 (7.1)	14 (100.0)	0.525	0.469
	專家	7 (100.0)	0 (0.0)	7 (100.0)		
總計		20 (95.2)	1 (4.8)	21 (100.0)		

格內值〈cell<5〉超過總格數 20%以上者，卡方統計不具意義。

#### (四) 情緒表達

從下表 4-2-4 中可以看出:在電視劇《俗女養成記》中,專家與素人的分類樣本對於 A 類別「角色」演員表現的「情緒表達」中表現出顯著( $p < 0.01$ ),意味著專家與素人的分類樣本對於角色的「情緒表達」表現出差異性,素人討論中「積極」的討論數佔比為 48.6%,計 17 則,;在「消極」的討論數佔比為 31.4%,計 11 則;「兩者皆有」佔 20%,為 7 則,共計 35 則;專家在「積極」的討論數佔比為 80.6%,計 29 則,;在「消極」的討論數佔比為 2.8%,計 1 則;「兩者皆有」佔 16.7%,為 6 則,共計 36 則。從卡方分析結果檢視數據可知,在討論「角色」的類目中,對於角色產生情緒表達在專家和素人閱聽人間存在談論或發表上的差異,素人在對與角色衍生產生的情緒較為平均,而在專家閱聽人的角度則更加傾向與發表對角色的積極言論。

表 4-2-4 素人&專家在《俗女》演員表現中「情緒表達」之卡方分析

分類	類目	情緒表達(%)			總計	$\chi^2$	P 值
		積極	消極	兩者皆有			
閱聽人分類	素人	17 (48.6)	11 (31.4)	7 (20.0)	35 (100.0)	11.529	0.003**
	專家	29 (80.6)	1 (2.8)	6 (16.7)	36 (100.0)		
總計		46 (64.8)	12 (16.9)	13 (18.3)	71 (100.0)		

\*  $P < 0.05$  \*\*  $P < 0.01$

## 二、電視劇《俗女養成記》閱聽人分類與明星地位與信息

### (一) 演技

在「演技」這一類目中,素人與專家閱聽人並未在「演技拙劣」及「兩者皆有」這兩個標尺上作討論,而素人閱聽人關於對「演技突出」標尺的討論則有 15 則,專家閱聽人有 22 則,表示在「演技」這一類目中,以電視劇《俗女養成記》為討論樣本,專家與素人閱聽人均對演員演技突出這一表現表示贊同。

(二) 評論對象

從下表 4-2-5 中可以看出:在電視劇《俗女養成記》中，專家與素人的分類樣本對於 A 類別「明星地位與信息」的「評論對象」中格內值〈cell<5〉超過總格數 20%以上，卡方統計不具意義。但從下表數據中可得知，專家與素人閱聽人在「評論對象」中均突出表現在對「名人演員」的討論與報導中，素人與專家閱聽人的討論與報導則數分別為 15 則與 26 則，佔比分別為 78.9%及 60.5%，表示閱聽人均對名人演員有更大的討論興趣度。

表 4-2-5 素人&專家在《俗女》明星地位與信息中「評論對象」之卡方分析

分類	類目	評論對象(%)			總計	$\chi^2$	P 值
		名人演員	新人演員	兩者皆有			
閱聽人 分類	素人	15 (78.9)	0 (0.0)	4 (21.1)	19 (100.0)	3.444	0.179
	專家	26 (60.5)	6 (14.0)	11 (25.6)	43 (100.0)		
總計		41 (66.1)	6 (9.7)	15 (24.2)	62 (100.0)		

(三) 娛樂取向

從下表 4-2-6 中可以看出:在電視劇《俗女養成記》中，專家與素人的分類樣本對於 A 類別「明星地位與信息」的「娛樂取向」中格內值〈cell<5〉超過總格數 20%以上，卡方統計不具意義。但從下表數據中可得知，專家與素人閱聽人在「娛樂取向」中均突出表現在對「明星正面信息」的討論與報導中，其中專家對此報導的則數更多，為 27 則，素人則為 6 則，表現出專家更加偏向性地對「明星正面信息」進行報導。

表 4-2-6 素人&專家在《俗女》明星地位與信息中「娛樂取向」之卡方分析

分類	類目	娛樂取向(%)	總計	$\chi^2$	P 值
----	----	---------	----	----------	-----

		明星正面 信息	明星負面 信息	兩者皆 有			
閱聽人 分類	素人	6 (85.7)	1 (14.3)	0 (0.0)	7 (100.0)	2.137	0.344
	專家	27 (69.2)	3 (7.7)	9 (23.1)	39 (100.0)		
總計		33 (71.7)	4 (8.7)	9 (19.6)	46 (100.0)		

格內值〈cell<5〉超過總格數 20%以上，卡方統計不具意義。

### 三、電視劇《俗女養成記》閱聽人分類與角色因素

#### (一) 形象

從下表 4-2-7 中可以看出：在電視劇《俗女養成記》中，專家與素人的分類樣本對於 A 類別「角色」的「形象」類目中格內值〈cell<5〉超過總格數 20%以上，卡方統計不具意義。但從下表數據顯示，素人在「體現角色正面形象」與「體現角色負面形象」的則數數量與佔比較為平均，分別為 12 則與 11 則，「兩者皆有」的則數有 4 則，佔比 14.8%；而對比專家閱聽人，專家閱聽人在「體現角色正面形象」的報導為 16 則，佔比 50%，其次較高值為「兩者皆有」的報導，則數 12 則，單純「體現角色負面形象」的報導僅為 4 則。由此可知，專家閱聽人較傾向於對明星正面信息的報導或者同一報導體現角色的正負面，而素人則對角色正負面形象討論較為平均，較少出現同一則討論涉及正負面兩種角色形象。

表 4-2-7 素人&專家在《俗女》角色因素中「形象」之卡方分析

分類	類目	形象(%)			總計	$\chi^2$	P 值
		體現角色 正面形象	體現角色 負面形象	兩者皆 有			
閱聽人分 類	素人	12 (44.4)	11 (40.7)	4 (14.8)	27 (100.0)	7.468	0.024*
	專家	16 (50.0)	4 (12.5)	12	32		

				(37.5)	(100.0)		
總計	28 (47.5)	15 (25.4)	16 (27.1)	59 (100.0)			
格內值〈cell<5〉超過總格數 20%以上，卡方統計不具意義。							

## (二) 人格特質

從下表 4-2-8 中可以看出：在電視劇《俗女養成記》中，專家與素人的分類樣本對於 A 類別「角色」的「人格特質」類目中格內值〈cell<5〉超過總格數 20%以上，卡方統計不具意義。但從下表數據顯示，素人閱聽人在演員表現角色的「人格特質」的討論中，較傾向對角色呈現敏感，容易緊張和擔心的人格類型作出討論，其討論則數為 13 則，佔比 40.6%，而在專家的角度對於角色呈現情緒穩定性特質的報導則數則佔比不如素人，為 14.3%。專家閱聽人在角色呈現外向性、友善性及開放性討論與報導更為突出，三者者分別為 16 則、19 則和 20 則，佔比為 20.8%、24.7%和 26.3%。

表 4-2-8 素人&專家在《俗女》角色因素中「人格特質」之卡方分析

分類	類目	人格特質(%)						總計	$\chi^2$	P 值
		角色外向性特質	角色嚴謹性特質	角色友善性特質	角色開放性特質	角色情緒穩定性特質	兩者以上			
閱聽人分類	素人	4 (12.5)	2 (6.3)	4 (12.5)	8 (25.0)	13 (40.6)	1 (3.1)	32 (100.0)	12.192	0.032*
	專家	16 (20.8)	2 (2.6)	19 (24.7)	20 (26.3)	11 (14.3)	9 (11.7)	77 (100.0)		
總計		20 (18.3)	4 (3.7)	23 (21.1)	28 (25.7)	24 (22.0)	10 (9.2)	109 (100.0)		

格內值〈cell<5〉超過總格數 20%以上，卡方統計不具意義。

## 貳、情節與主題

### 一、電視劇《俗女養成記》閱聽人分類與負面情節主題

從下表 4-2-9 中可以看出：在電視劇《俗女養成記》中，專家與素人的分類樣本對於 B 類別「情節與主題」角色因素的「情節-負面」中格內值〈cell<5〉超過總格數 20%以上，卡方統計不具意義。但從下表數據顯示，素人閱聽人較會對情節「瘋狂」與「迷惑」作出討論，佔比分別為 42.1%和 31.6%；而專家閱聽人則在「瘋狂」情節中表現出突出的討論度，則數 16 則，佔比 51.6%。

表 4-2-9 素人&專家在《俗女》中「情節-負面」之卡方分析

分類	類別	情節-負面(%)						總計	$\chi^2$	P 值
		對「迷惑」情節的討論	對「犧牲」情節的討論	對「懺悔」情節的討論	對「瘋狂」情節的討論	對「謊言」情節的討論	兩者以上			
閱聽人分類	素人	6 (31.6)	1 (5.3)	1 (5.3)	8 (42.1)	2 (10.5)	1 (5.3)	19 (100.0)	0.643	0.986
	專家	8 (25.8)	2 (6.5)	1 (3.2)	16 (51.6)	3 (9.7)	1 (3.2)	31 (100.0)		
總計		14 (28.0)	3 (6.0)	2 (4.0)	24 (48.0)	5 (10.0)	2 (4.0)	50 (100.0)		

格內值〈cell<5〉超過總格數 20%以上者，卡方統計不具意義。

## 二、電視劇《俗女養成記》閱聽人分類與正面情節主題

從下表 4-2-10 中可以看出：在電視劇《俗女養成記》中，專家與素人的分類樣本對於 B 類別「情節與主題」角色因素的「情節-正面」中格內值〈cell<5〉超過總格數 20%以上，卡方統計不具意義。但從下表數據顯示，素人閱聽人對情節「倫理」表現出較突出的討論興趣，則數為 11 則，佔比 45.8%；專家閱聽人則在情節「倫理」和「愛情」中討論度較為熱烈，則數均超過 20 則。

表 4-2-10 素人&專家在《俗女》中「情節-正面」之卡方分析

分類	類目	情節-正面(%)						總計	$\chi^2$	P 值
		對「愛情」情節的討論	對「爭取」情節的討論	對「正義」情節的討論	對「倫理」情節的討論	對「原諒」情節的討論	兩者以上			
閱聽人分類	素人	5 (20.8%)	4 (16.7%)	1 (4.2%)	11 (45.8%)	1 (4.2%)	2 (8.3%)	24 (100.0%)	6.428	0.267
	專家	20 (23.5%)	15 (17.6%)	1 (1.2%)	23 (27.1%)	2 (2.4%)	4 (28.2%)	85 (100.0%)		
總計		25 (22.9%)	19 (17.4%)	2 (1.8%)	34 (31.2%)	3 (2.8%)	26 (23.9%)	109 (100.0%)		

格內值〈cell<5〉超過總格數 20%以上者，卡方統計不具意義。

## 叁、社會因素

### 一、電視劇《俗女養成記》閱聽人分類與社會影響力

### (一) 獲獎

在「獲獎」這一類目中，素人與專家閱聽人並未在標尺「對獲獎抱持懷疑態度」及「兩者皆有」上作出討論與報導，而「肯定戲劇獲獎能力」的相關報導與評論共計 18 則，素人 6 則，專家 12 則，表示不論專家閱聽人還是素人閱聽人，在討論到「獲獎」的標尺上，兩者均反映出對戲劇獲獎表示肯定態度。

### (二) 輿論

從下表 4-2-11 中可以看出：在電視劇《俗女養成記》中，專家與素人的分類樣本對於 C 類別「社會因素」的「輿論」中表現格內值〈cell<5〉超過總格數 20% 以上，卡方統計不具意義。但從下表數據顯示，素人閱聽人並未對正面社會輿論作出討論，而在在「回應負面社會輿論」的討論數佔則比 93.3%，計 14 則；「兩者皆有」佔 6.7%，為 1 則，共計 15 則；專家閱聽人在「回應正面社會輿論」的討論數佔比為 43.8%，計 21 則，；在「應負面社會輿論」的討論數佔比為 35.4%，計 17 則；「兩者皆有」佔 20.8%，為 10 則，共計 48 則。

從卡方分析結果檢視數據可知，在討論「輿論」的類目中，素人偏向回應負面社會輿論，而專家在回應社會正反面輿論中報導較為平衡，由此以接收分析的角度出發可作出分析，素人閱聽人較會對電視劇中反映的社會負面輿論作出反應，當隱藏在社會間不知名的社會真實現象透過媒介呈現再次成為了社會真實，素人閱聽人更會有興趣去生產屬於自己的內容；而專家閱聽人所接受與傳遞的信息是一個均衡的表達，保持了反饋的中和性。

表 4-2-11 素人&專家在《俗女》社會影響力中「輿論」之卡方分析

分類	類目	輿論(%)			總計	$\chi^2$	P 值
		回應正面社會輿論	回應負面社會輿論	兩者皆有			
閱聽人分類	素人	0 (0.0)	14 (93.3)	1 (6.7)	15 (100.0)	15.667	0.000**
	專家	21 (43.8)	17 (35.4)	10 (20.8)	48 (100.0)		



總計	21 (33.3)	31 (49.2)	11 (17.5)	63 (100.0)		
格內值〈cell<5〉超過總格數 20%以上者，卡方統計不具意義。						

### (三) 活動

從下表 4-2-12 中可以看出：在電視劇《俗女養成記》中，專家與素人的分類樣本對於 C 類別「社會因素」的「活動」類目中，素人在「對戲劇線下活動的討論」及「兩者皆有」的標尺上討論則數均接近零，格內值〈cell<5〉超過總格數 20%以上者，卡方統計不具意義，但從數據百分比如此明顯的情況可以看出，專家閱聽人在「對戲劇線上活動的討論」及「對戲劇線下活動的討論」的報導則數均為 9 則，佔「活動」專家報導數樣本的 45%，從百分比數據分析可得，專家閱聽人對於戲劇線上線下活動均有作出討論，相較於素人，討論的傾向性更高。

表 4-2-12 素人&專家在《俗女》社會影響力中「活動」之卡方分析

分類	類目	活動(%)			總計	$\chi^2$	P 值
		對戲劇線上活動的討論	對戲劇線下活動的討論	兩者皆有			
閱聽人分類	素人	9 (81.8)	1 (9.1)	1 (9.1)	11 (100.0)	4.50 0	0.10 5
	專家	9 (45.0)	9 (45.0)	2 (10.0)	20 (100.0)		
總計		18 (58.1)	10 (32.3)	3 (9.7)	31 (100.0)		
格內值〈cell<5〉超過總格數 20%以上者，卡方統計不具意義。							

### 二、電視劇《俗女養成記》閱聽人分類與社會公共議題

從下表 4-2-13 中可以看出：在電視劇《俗女養成記》中，專家與素人的分類樣本對於 C 類別「社會因素」角色因素的「議題」中格內值〈cell<5〉超過總格數 20%以上，卡方統計不具意義，但從數據百分比可以看出，素人在「教育」及「孩子」議題的討論中佔比較高，分別為 10 則及 8 則，佔比分別為 33.3% 和 26.7%；

在專家閱聽人的角度，對「婚姻」、「教育」、「性別」及「孩子」議題的報導呈現較一致的狀態且較為突出，分別則數為 12 則、10 則、13 則、13 則，佔比分別為 19.7%、16.4%及 21.3%，而兩類閱聽人對於「死亡」並未作任何議題討論或報導。

表 4-2-13 素人&專家在《俗女》社會公共議題中「議題」之卡方分析

分類	類目	議題(%)							總計	$\chi^2$	P 值	
		對「婚姻」的討論	對「教育」的討論	對「性別」的討論	對「孩子」的討論	對「死亡」的討論	對「法律」的討論	對「媒體」的討論				兩者以上
閱聽人分類	素人	5 (16.7)	10 (33.3)	2 (6.7)	8 (26.7)	0 (0.0)	1 (3.3)	4 (13.3)	0 (0.0)	30 (100.0)	7.820	0.252
	專家	12 (19.7)	10 (16.4)	13 (21.3)	13 (21.3)	0 (0.0)	1 (1.6)	8 (13.1)	4 (6.6)	61 (100.0)		
總計		17 (18.7)	20 (22.0)	15 (16.5)	21 (23.1)	0 (0.0)	2 (2.2)	12 (13.2)	4 (4.4)	91 (100.0)		

格內值〈cell<5〉超過總格數 20%以上者，卡方統計不具意義。

## 肆、語言類別

### 一、電視劇《俗女養成記》閱聽人分類與語言分類

從下表 4-2-14 中可以看出：在電視劇《俗女養成記》中，專家與素人的分類樣本對於 D 類別「語言分類」的「語言」中格內值〈cell<5〉超過總格數 20%以上，卡方統計不具意義，但從數據百分比可以看出，素人與專家閱聽人在標尺「對戲劇語言「國語」的討論」上作出的評論均為零，而在專家閱聽人的角度，則突出表現在對對戲劇語言「台語」的討論。

表 4-2-14 素人&專家在《俗女》語言分類中「語言」之卡方分析

分類	類目	語言(%)		總計	$\chi^2$	P 值
		對戲劇語言「台語」的討論	對戲劇語言「國語」、「台語」的討論兩者皆有			
閱聽人分類	素人	4 (66.7)	2 (33.3)	6 (100.0)	2.758	0.097
	專家	7 (100.0)	0 (0.0)	7 (100.0)		
總計		11 (84.6)	2 (15.4)	13 (100.0)		

格內值〈cell<5〉超過總格數 20%以上者，卡方統計不具意義。

### 第三節 專家與素人在兩劇間評論之比較

#### 壹、角色

##### 一、閱聽人分類與演員表現

##### (一) 外表容貌

從下表 4-3-1 中可以看出：在電視劇《我們與惡的距離》與《俗女養成記》中，專家與素人的分類樣本對於 A 類別「角色」的「外表容貌」類目中，格內值〈cell<5〉超過總格數 20%以上，卡方統計不具意義，但從數據百分比如此明顯的情況可以看出，素人閱聽人在角色的外表容貌「年代感」的討論則數達到 10 則，佔「活動」專家報導數樣本的 90.9%，而專家對「年代感」的報導則數僅為 1 則；在「時尚」的標尺中，專家則有 6 則報導，佔比 85.7%，而素人只有 1 則。從數據分析可得，素人閱聽人對於角色外表容貌具有「年代感」的討論更為強烈，而專家則更傾向於對角色外表容貌「時尚」標尺的討論。這也可以說明，在兩部電視劇的樣本中，素人閱聽人更傾向於討論角色外表容貌的「年代感」，專家則偏向「時尚」的報導。

表 4-3-1 素人&專家在演員表現中「外表容貌」之卡方分析

分類	類目	外表容貌(%)		總計	$\chi^2$	P 值
		時尚	年代感			
閱聽人分類	素人	1 (9.1)	10 (90.9)	11 (100.0)	10.568	0.001**
	專家	6 (85.7)	1 (14.3)	7 (100.0)		
總計		7 (38.9)	11 (61.1)	18 (100.0)		

格內值〈cell<5〉超過總格數 20%以上者，卡方統計不具意義。

## (二) 語言特徵

從下表 4-3-2 中可以看出：在電視劇《我們與惡的距離》與《俗女養成記》中，素人對「專業措辭」的討論則數僅為 1 則，專家與素人對於「專業措辭」與「日常口語」兩者皆有的討論與報導近乎零，格內值〈cell<5〉超過總格數 20% 以上，卡方統計不具意義。但根據數據顯示，專家閱聽人在「日常口語」的報導中則數為 19 則，素人則有 9 則，表示在素人與專家對於角色反應的語言特徵中，均表現出對於角色表達的日常口語具有突出的討論。

表 4-3-2 素人&專家在演員表現中「語言特徵」之卡方分析

分類	類目	語言特徵%			總計	$\chi^2$	P 值
		專業措辭	日常口語	兩者皆有			
閱聽人分類	素人	1 (9.1)	9 (81.8)	1 (9.1)	11 (100.0)	1.972	0.373
	專家	2 (9.5)	19 (90.5)	0 (0.0)	21 (100.0)		
總計		3 (9.4)	28 (87.5)	1 (3.1)	32 (100.0)		

格內值〈cell<5〉超過總格數 20% 以上者，卡方統計不具意義。

## (三) 表演行為

從下表 4-3-3 中可以看出：在電視劇《我們與惡的距離》與《俗女養成記》中，專家與素人的分類樣本對於 A 類別「角色」角色因素的「表演行為」中格內值〈cell<5〉超過總格數 20% 以上，卡方統計不具意義。從表中數據可以看出，專家與素人閱聽人對於「表演行為」跳戲的討論均接近為零，更多的討論表現在「投入」的角度上，素人擁有 23 則，專家擁有 16 則。

表 4-3-3 素人&專家在演員表現中「表演行為」之卡方分析

分類	類目	表演行為(%)		總計	$\chi^2$	P 值
		投入	跳戲			

閱聽人分類	素人	23 (92.0)	2 (8.0)	25 (100.0)	1.346	0.246
	專家	16 (100.0)	0 (0.0)	16 (100.0)		
總計		39 (95.1)	2 (4.9)	41 (100.0)		
格內值〈cell<5〉超過總格數 20%以上者，卡方統計不具意義。						

#### (四) 情緒表達

從下表 4-3-4 中可以看出：在電視劇《我們與惡的距離》與《俗女養成記》中，專家與素人的分類樣本對於 A 類別「角色」演員表現的「情緒表達」中表現出顯著( $p < 0.001$ )，意味著專家與素人的分類樣本對於角色的「情緒表達」表現出十分顯著的差異性，素人討論中「積極」的討論數佔比為 41.9%，計 31 則；在「消極」的討論數佔比為 36.5%，計 27 則；「兩者皆有」佔 21.6%，為 16 則，共計 74 則；專家在「積極」的討論數佔比為 77.4%，計 48 則；在「消極」的討論數佔比為 9.7%，計 6 則；「兩者皆有」佔 12.9%，為 8 則，共計算 62 則。從卡方分析結果檢視數據可知，在討論「角色」的類目中，對於角色產生情緒表達在專家和素人閱聽人間存在談論或發表上的差異，素人在對與角色衍生產生的情緒較為平均，而在專家閱聽人的角度則更加傾向與發表對角色的積極言論。

表 4-3-4 素人&專家在演員表現中「情緒表達」之卡方分析

分類	類目	情緒表達(%)			總計	$\chi^2$	P 值
		積極	消極	兩者皆有			
閱聽人分類	素人	31 (41.9)	27 (36.5)	16 (21.6)	74 (100.0)	18.776	0.000***
	專家	48 (77.4)	6 (9.7)	8 (12.9)	62 (100.0)		
總計		79 (58.1)	33 (24.3)	24 (17.6)	136 (100.0)		
* $P < 0.05$ ** $P < 0.01$ *** $P < 0.001$							

## 二、閱聽人分類與明星地位與信息

### (一) 演技

在「演技」這一類目中，素人閱聽人並未在「演技拙劣」及「兩者皆有」這兩個標尺上作討論，而素人閱聽人關於對「演技突出」標尺的討論則 25 則，專家閱聽人有 38 則，表示在「演技」這一類目中，以電視劇《我們與惡的距離》及《俗女養成記》為討論樣本，專家與素人閱聽人均對演員演技突出這一表現表示贊同。

### (二) 評論對象

從下表 4-3-5 中可以看出：在電視劇《我們與惡的距離》和《俗女養成記》中，專家與素人的分類樣本對於 A 類別「明星地位與信息」的「評論對象」中不會表現出顯著性( $p>0.05$ )，意味著專家與素人的分類樣本對於明星地位與信息的「評論對象」均表現出一致性，並沒有差異性。

表 4-3-5 素人&專家在明星地位與信息中「評論對象」之卡方分析

分類	類目	評論對象(%)			總計	$\chi^2$	P 值
		名人演員	新人演員	兩者皆有			
閱聽人 分類	素人	18 (78.3)	0 (0.0)	5 (21.7)	23(100.0)	2.669	0.264
	專家	63 (72.4)	9 (10.3)	15 (17.2)	87 (100.0)		
總計		81 (73.6)	9 (8.2)	20 (18.2)	110 (100.0)		

\*  $P<0.05$  \*\*  $P<0.01$

### (三) 娛樂取向

從下表 4-3-6 中可以看出：在電視劇《我們與惡的距離》和《俗女養成記》中，專家與素人的分類樣本對於 A 類別「明星地位與信息」的「娛樂取向」中格內值 (cell<5) 超過總格數 20%以上，卡方統計不具意義。但從下表數據中可得知，專家與素人閱聽人在「娛樂取向」中均突出表現在對「明星正面信息」的討

論與報導中，其中專家對此報導的則數更多，為 57 則，素人則為 8 則，表現出專家更加偏向對「明星正面信息」的報導。

表 4-3-6 素人&專家在明星地位與信息中「娛樂取向」之卡方分析

分類	類目	娛樂取向(%)			總計	$\chi^2$	P 值
		明星正面 信息	明星負面 信息	兩者皆 有			
閱聽人 分類	素人	8 (88.9)	1 (11.1)	0 (0.0)	9 (100.0)	1.844	0.398
	專家	57 (75.0)	6 (7.9)	13 (17.1)	76 (100.0)		
總計		65 (76.5)	7 (8.2)	13 (15.3)	85 (100.0)		

格內值〈cell<5〉超過總格數 20%以上者，卡方統計不具意義。

### 三、閱聽人分類與角色因素

#### (一) 形象

從下表 4-3-7 中可以看出：在電視劇《我們與惡的距離》和《俗女養成記》中，專家與素人的分類樣本對於 A 類別「角色」的「形象」類目中表現出顯著 ( $p < 0.05$ )，意味著專家與素人的分類樣本對於角色的「形象」表現出差異性，從下表數據顯示，素人在「體現角色正面形象」與「體現角色負面形象」的則數數量與佔比較為平均，分別為 23 則與 24 則，「兩者皆有」的則數有 17 則，佔比 26.6%；而對比專家閱聽人，專家閱聽人在「體現角色正面形象」的報導為 24 則，佔比 44%，其次較高值為「兩者皆有」的報導，則數 22 則，單純「體現角色負面形象」的報導僅為 8 則。由此可知，專家閱聽人較傾向於對明星正面信息的報導或者同一報導體現角色的正負面，而素人則對角色正負面形象討論較為平均，較少出現同一則討論涉及正負面兩種角色形象。



表 4-3-7 素人&專家在角色因素中「形象」之卡方分析

分類	類目	形象(%)			總計	$\chi^2$	P 值
		體現角色 正面形象	體現角色 負面形象	兩者皆 有			
閱聽 人分 類	素人	23 (35.9)	24 (37.5)	17 (26.6)	64 (100.0)	7.871	0.020*
	專家	24 (44.4)	8 (14.8)	22 (40.7)	54 (100.0)		
總計		47 (39.8)	32 (27.1)	39 (33.1)	118 (100.0)		

\*  $P < 0.05$  \*\*  $P < 0.01$

(二) 人格特質

從下表 4-3-8 中可以看出：在電視劇《我們與惡的距離》和《俗女養成記》中，專家與素人的分類樣本對於 A 類別「角色」的「人格特質」類目中表現出顯著( $p < 0.05$ )，意味著專家與素人的分類樣本對於角色的「形象」表現出差異性，從下表數據顯示，素人閱聽人在演員表現角色的「人格特質」的討論中，較傾向對「角色情緒穩定性特質」的人格類型作出討論，其討論則數為 35 則，佔比 34%，而在專家的角度對於角色呈現情緒穩定性特質的報導則數則佔比不如素人，為 23 則，佔比 18.1%。專家閱聽人在角色呈現友善性及開放性討論與報導更為突出，兩者則數均在 30 則左右，佔比約 24%。

表 4-3-8 素人&專家在角色因素中「人格特質」之卡方分析

分類	類目	人格特質(%)					總計	$\chi^2$	P 值	
		角色 外向 性特 質	角色 嚴謹 性特 質	角色 友善 性特 質	角色 開放 性特 質	角色 情緒 穩定 性特 質				兩者 以上
閱 素		8	12	19	18	35	11	103	12.2	0.03

聽人分類	人	(7.8)	(11.7)	(18.4)	(17.5)	(34.0)	(10.7)	(100.0)	37	2*
	專家	19 (15.0)	8 (6.3)	30 (23.6)	31 (24.4)	23 (18.1)	16 (12.6)	127 (100.0)		
總計		27 (11.7)	20 (8.7)	49 (21.3)	49 (21.3)	58 (25.2)	27 (11.7)	230 (100.0)		
* $P < 0.05$ ** $P < 0.01$										

## 貳、情節與主題

### 一、閱聽人分類與負面情節主題

從下表 4-3-9 中可以看出：在電視劇《我們與惡的距離》和《俗女養成記》中，專家與素人的分類樣本對於 B 類別「情節與主題」角色因素的「情節-負面」中不會表現出顯著性( $p > 0.05$ )，意味著專家與素人的分類樣本對於角色因素的「情節-負面」均表現出一致性，並沒有差異性。

表 4-3-9 素人&專家在中「情節-負面」之卡方分析

分類	類目	情節-負面(%)						總計	$\chi^2$	P 值
		對「迷惑」情節的討論	對「犧牲」情節的討論	對「懺悔」情節的討論	對「瘋狂」情節的討論	對「謊言」情節的討論	兩者以上			
閱聽人分類	素人	17 (29.8)	6 (10.5)	6 (10.5)	21 (36.8)	3 (5.3)	4 (7.0)	57 (100.0)	1.211	0.944
	專家	14 (21.9)	8 (12.5)	7 (10.9)	25 (39.1)	5 (7.8)	5 (7.8)	64 (100.0)		
總計		31 (25.6)	14 (11.6)	13 (10.7)	46 (38.0)	8 (6.6)	9 (7.4)	121 (100.0)		
* $P < 0.05$ ** $P < 0.01$										

## 二、閱聽人分類與正面情節主題

從下表 4-3-10 中可以看出：在電視劇《我們與惡的距離》和《俗女養成記》中，專家與素人的分類樣本對於 B 類別「情節與主題」角色因素的「情節-正面」中不會表現出顯著差異( $p>0.05$ )，意味著專家與素人的分類樣本對於角色因素的「情節-正面」均表現出一致性，並沒有差異性。

表 4-3-10 素人&專家在中「情節-正面」之卡方分析

分類	類目	情節-正面(%)						總計	$\chi^2$	P 值
		對「愛情」情節的討論	對「爭取」情節的討論	對「正義」情節的討論	對「倫理」情節的討論	對「原諒」情節的討論	兩者以上			
閱聽人分類	素人	12 (16.0)	14 (18.7)	10 (13.3)	20 (26.7)	12 (16.0)	7 (9.3)	75 (100.0)	7.34	0.197
	專家	29 (25.9)	22 (19.6)	8 (7.1)	34 (30.4)	8 (7.1)	11 (9.8)	112 (100.0)		
總計		41 (21.9)	36 (19.3)	18 (9.6)	54 (28.9)	20 (10.7)	18 (9.6)	187 (100.0)		

\*  $P<0.05$  \*\*  $P<0.01$

## 叁、社會因素

### 一、閱聽人分類與社會影響力

#### (一) 獲獎

在「獲獎」這一類目中，素人與專家閱聽人並未在標尺「對獲獎抱持懷疑態度」及「兩者皆有」上作出討論與報導，而「肯定戲劇獲獎能力」的相關報導與評論共計 43 則，生 15 則，專家 28 則，表示不論專家閱聽人還是素人閱聽人，在討論到「獲獎」的標尺上，兩者均反映出對戲劇獲獎表示肯定態度。

## (二) 輿論

從下表 4-3-10 中可以看出：在電視劇《我們與惡的距離》和《俗女養成記》中，專家與素人的分類樣本對於 C 類別「社會因素」的「輿論」中表現出顯著差異( $p < 0.001$ )，意味著專家與素人的分類樣本對於社會影響力的「輿論」表現出十分顯著的差異性。從卡方分析結果檢視數據可知，素人閱聽人較傾向回應與討論「負面社會輿論」，其則數為 38 則，佔比達 65.5%，而在「回應正面社會輿論」或「兩者皆有」的則數上則一致為 10 則；而專家在回應社會正反面輿論中報導較為平衡，由此以接收分析的角度出發可作出分析，素人閱聽人較會對電視劇中反映的社會負面輿論作出反應，而專家則對社會輿論的正負面報導較為平衡。

表 4-3-10 素人&專家在社會影響力中「輿論」之卡方分析

分類	類目	輿論(%)			總計	$\chi^2$	P 值
		回應正面社會輿論	回應負面社會輿論	兩者皆有			
閱聽人分類	素人	10 (17.2)	38 (65.5)	10 (17.2)	58 (100.0)	18.056	0.000**
	專家	47 (50.5)	32 (34.4)	14 (15.1)	93 (100.0)		
總計		57 (37.7)	70 (46.4)	24 (15.9)	151 (100.0)		

\*  $P < 0.05$  \*\*  $P < 0.01$  \*\*\*  $P < 0.001$

## (三) 活動

從下表 4-3-11 中可以看出：在電視劇《我們與惡的距離》和《俗女養成記》中，專家與素人的分類樣本對於 C 類別「社會因素」的「活動」類目中，素人在「對戲劇線下活動的討論」及「兩者皆有」的標尺上討論則數均小於 5 則，格內值  $\langle \text{cell} < 5 \rangle$  超過總格數 20% 以上者，卡方統計不具意義，但從數據百分比如此明顯的情況可以看出，專家閱聽人在「對戲劇線上活動的討論」及「對戲劇線下活動的討論」的報導則數為 25 則和 20 則，佔「活動」專家報導數樣本的 49% 和 39.2%，較為平均。從百分比數據分析可得，專家閱聽人對於戲劇線上線下活

動均有作出討論，相較於素人，討論的傾向性更高且對於線上線下的報導分配較為平均。

表 4-3-11 素人&專家在社會影響力中「活動」之卡方分析

分類	類目	活動(%)			總計	$\chi^2$	P 值
		對戲劇線上活動的討論	對戲劇線下活動的討論	兩者皆有			
閱聽人分類	素人	11 (78.6)	1 (7.1)	2 (14.3)	14 (100.0)	5.286	0.071
	專家	25 (49.0)	20 (39.2)	6 (11.8)	51 (100.0)		
總計		36 (55.4)	21 (32.3)	8 (12.3)	65 (100.0)		

格內值〈cell<5〉超過總格數 20%以上者，卡方統計不具意義。

## 二、閱聽人分類與社會公共議題

從下表 4-3-12 中可以看出：在電視劇《我們與惡的距離》和《俗女養成記》中，專家與素人的分類樣本對於 C 類別「社會因素」的「議題」中表現出顯著差異( $p < 0.05$ )，意味著專家與素人的分類樣本對於社會影響力的「輿論」表現出差異性。從卡方分析結果檢視數據可知，素人在「教育」、「孩子」及「媒體」議題的討論中佔比較高，分別為 23 則、20 則及 21 則；在專家閱聽人的角度，對「孩子」、「媒體」及「婚姻」議題的報導呈現較為突出，分別則數為 20 則、19 則、17 則。

表 4-3-12 素人&專家在社會公共議題中「議題」之卡方分析

分類	類目	議題(%)								總計	$\chi^2$	P 值
		對「婚姻」的討論	對「教育」的討論	對「性別」的討論	對「孩子」的討論	對「死亡」的討論	對「法律」的討論	對「媒體」的討論	兩者以上			
閱聽人分類	素人	12 (11.1)	23 (21.3)	2 (1.9)	20 (18.5)	8 (7.4)	15 (13.9)	21 (19.4)	7 (6.5)	108 (100.0)	16.126	0.024*
	專家	17 (16.7)	14 (13.7)	13 (12.7)	20 (19.6)	7 (6.9)	5 (4.9)	19 (18.6)	7 (6.9)	102 (100.0)		
總計		29 (13.8)	37 (17.6)	15 (7.1)	40 (19.0)	15 (7.1)	20 (9.5)	40 (19.0)	14 (6.7)	210 (100.0)		

\*  $P < 0.05$  \*\*  $P < 0.01$

#### 肆、語言類別

##### 一、閱聽人分類與語言分類

從下表 4-3-13 中可以看出：在電視劇《我們與惡的距離》和《俗女養成記》中，專家與素人的分類樣本對於 D 類別「語言分類」的「語言」類目中，中格內值 (cell < 5) 超過總格數 20% 以上，卡方統計不具意義。但從數據百分比可以看出，素人與專家閱聽人在標尺「對戲劇語言「國語」的討論」上並未作出評論，而在素人與專家閱聽人在對戲劇語言「台語」的討論更為突出。

表 4-3-13 素人&專家在語言類別中「語言」之卡方分析

分類	類目	語言(%)		總計	$\chi^2$	P 值
		對戲劇語言「台語」的討論	對戲劇語言「國語」、「台語」的討論兩者皆有			
閱聽人分類	素人	5 (71.4)	2 (28.6)	7 (100.0)	0.788	0.375
	專家	8 (88.9)	1 (11.1)	9 (100.0)		
總計		13 (81.3)	3 (18.8)	16 (100.0)		

格內值〈cell<5〉超過總格數 20%以上者，卡方統計不具意義。



## 第五章 研究結論與建議

### 第一節 結論

根據第一章第三節研究目的出發，本研究主要針對兩類閱聽人素人與專家其在兩部社會寫實電視劇《我們與惡的距離》、《俗女養成記》的觀點評論與報導探究專家與素人在接收分析結果下是否存在異同及推論產生異同的原因。

由於專家與素人他們在社經地位、接收知識、表達內涵等等接收方式和處理形式上存在本質的社會群體的分別，因此，結合第二章提及的素人與專家存在的六種差異，反觀在本研究中的體現，基於接收分析理論結合內容分析的研究方法，整理出以下五點結論：

#### 一、專家關注信息特徵的穩健性，重視社會未來的發展走向。

根據理論，我們得知專家會更在意信息的特徵與其蘊藏的信息模式，結合第四章資料分析結果顯示，這一特徵差異體現在討論「輿論」的類目中，在電視劇《我們與惡的距離》的樣本中，素人較會回應負面社會輿論，而專家較傾向於回應正面社會輿論；而在《俗女養成記》中雖然卡方分析因為樣本數量的原因不具有意義，但從百分比中也可以看出，素人對於刺激性更加強烈的負面輿論更為主動；在兩劇的數據結果明顯反映出差異，專家在回應社會正反面輿論中報導較為平衡，他們的報導具有一定的發言權與權威性，因此在討論社會正負面輿論時，他們所持有的正負面比重更為均衡，這也表現出專家在創造社會發展脈絡的動作中既要抱持人民群眾對生活的積極態度，也要披露一些負面需要改進的社會現象，專家承擔了對社會發展穩步推動的引路人，重視從大局的觀察出發再入細節查探；而在素人與的角度，其更多為對還需改善的社會問題進行討論，他們的角色是不斷創出問題，在某個問題進行知識與見解的交流，以大眾的輿論趨勢去給予專家甚至政府去改善這些負面的輿論面。



## 二、專家肯定演員對積極情緒作出表達。

根據第四章資料分析結果顯示，不論是分別在電視劇《我們與惡的距離》或《俗女養成記》，還是在兩部電視劇中絕體現出專家與素人閱聽人在演員表現中基於角色所產生的情緒正負面情緒表達產生顯著差異，其均表現出專家閱聽人更加傾向與發表對角色的積極言論，而素人所產生的言論情緒較為平衡。這也顯示出專家較能對接收的事物進行情緒化的處理，表現出對新環境的靈活適應性，其擁有的知識與技能能幫助其更好地吸收角色帶來的正負面情緒，因此反應會較為積極。

「《我們與惡的距離》為女主角賈靜雯睽違 15 年重返台劇之作，我這次非常榮幸，一拍就是引起大家關注的戲，所謂的好戲，不只是大製作，而是深入人心，她相當感謝劇中所有的對手演員，尤其是飾演她先生的溫昇豪，兩人戲裡始終走不出兒子因無差別殺人事件喪命的傷痛，導致家庭關係瀕臨危機，賈靜雯認為「宋喬安」在家庭跟職場上都承受了很大壓力，因此她給這個角色設定了故作逞強又冷漠的個性，劇中的昭國是喬安身後最大的後盾，雖然她選擇故意忽略，不管對她怎樣的冷言冷語，昭國還是永不放棄。一旁的溫昇豪說：「雖然我的妻子走不出傷痛，可是人生應該繼續往前走，我仍盡力扮演一個好丈夫、好爸爸的角色。最後還笑誇這跟我本人還蠻像.....影視雙帝吳慷仁挑戰演出法扶律師，他為了維護當事人應有的人權、為了追求事件的真相而疲於奔命，卻使得家庭關係岌岌可危，這回他與周采詩搭擋演夫妻，吳慷仁表示：「劇中由這個律師搭起橋樑，試著要用他認為的方法，因為他也不知道答案。」周采詩則大讚吳慷仁的演技，直言：「我把自己當全新的新人跟著他一起學習。」兩人常一起討論劇本，與編劇一起集體創作，「壓力滿大的，希望夫妻的火花可以更細緻。」劇中懷孕的周采詩，殺青後真的懷孕，她也笑稱，拍這檔戲等於先幫自己做了預習功課.....曾沛慈與林哲熹劇中扮演姐弟，因為弟弟患了思覺失調症，讓他們的平凡寧靜的生活瞬間變調。林哲熹演出前，花時間與真實病友相處，「病友有跟我分享他們的心境、生活的困難與掙扎，希望自己能夠詮釋出他們內在的痛苦」。曾沛慈也坦言，接演前，一度懷疑自己做不做得得到，「很慶幸在這個角色得到了力量，哲熹跟陳好真的就像我的弟弟、妹妹，就是因為這樣的真實，希望這樣的改變可以真實發生在社會上.....林子晞也表示，當初一看到劇本及得知堅強的陣容後，即便自己演出篇幅不是最多，深感不能錯過這個機會，也期待與觀眾分享討論劇中的生命議題。」（中國時報，2019 年 3 月 27 日）

### 三、專家關注角色正面形象的討論，素人則關注角色負面形象，並以主觀意見評論。

經過卡方分析結果得知，專家和素人閱聽人在角色因素中的「形象」討論中存在差異，以第四章第三節兩劇的閱聽人分類卡方分析可得到，專家閱聽人較傾向對角色的正面形象做出報導，而素人對於角色的正負面形象討論程度更為平均，並無太大的傾向性。從文本分析兩者的討論區別可以發現，素人較會借語助詞或網絡名詞對負面角色形象進行修飾討論，藉此來表達自己對該內容的情緒或表達自己對事物的主觀意見，而專家表達與報導內容更具有表達的邏輯性。

「.....曾經差點崩離的這家人果然重新找回愛，喬喬飾演的天晴也找回了笑容，她對爸媽說想要去露營，因為天彥常說很懷念我們一起露營時，一起看星星、抓魚、還有烤肉，爸爸說等暑假，媽媽宋喬安則說想去就去，幹嘛等！跟爸爸商量這兩天。一家人快樂出遊，一起露營、野餐、放風箏、騎單車，當宋喬安騎車騎到一半停下時，眼前浮出之前天彥邊騎車畫面，他邊騎邊對媽媽說的：媽，你看，希望就在雲後面喔！騎不動了就往前看，加油.....」（中國時報，2019年5月1日）

「.....更感人的一趴，是嘉玲帶著永森到家裡吃飯，嘉明也帶著另一半佑仔一起到來，陳竹昇飾演的爸爸，與阿佑深深一的握手，無聲勝有聲，對兒子性向與戀情的理解、包容、接受，甚至祝福，都在不言中。」（中國時報，2019年9月2日）

「.....《俗女養成記》短短10集篇幅，言簡意賅地示範了一次再精準不過的雅俗共賞，言之有物。第9集交代阿嬤這段往事內在心聲的一場戲，楊麗音對著她以為熟睡了謝盈萱喃喃地說著「好想在走之前...再從『陳李月英』做回『李月英』」的「最後的願望」，「閃回（flashback）剪輯」、「敘事人稱切換」等手法高明佳妙至極，而透過這段戲，不停走回歲月去直面成長中的自己進行對話的陳嘉玲，在勇敢地剝落原生家庭如影隨形堆棧在她身上的，因善意的愛和期許所殘留的「陰影」的同時，最後才恍然大悟：這些在她的「養成記」裡舉足輕重的大人們，其實也曾度過了她們不足為外人道的，養成過程裡的「被期許，被規範，被制約」。神來之筆

的一首歌、一個陳年的事件，讓整齣《俗女養成記》的意涵縱深倍比地拓展、衍伸了，格外發人深省……」（聯合報，2019年9月28日）

「……嘉玲的爸爸價值觀很正確，還好有這樣的爸爸嘉玲才能成為一個女強人。如果都聽媽媽的話，嘉玲就會被訓練的乖乖的，不是活潑勇敢的她很喜歡阿爸也很心疼阿爸……」（素人，2019年8月25日）

「……生蠔哥：從危險心靈後遇見了你，就一直關注著你的作品跟角色，十多年以來，劉昭國是我見過你飾演的角色中，最貼近一般人，最真實、也最沒有演戲痕跡的角色，是我最喜歡的角色……」（素人，2019年4月8日）

#### 四、素人在乎角色情緒穩定性人格，專家則關注角色友善性與開放性。

根據資料分析結果顯示，素人與專家對於在兩部電視劇中，體現出了對角色人格特質的差異，素人對於角色呈現敏感、擔憂的人格特質會更為關注；而專家對於值得信賴的友善人格及開闊胸襟的開放性人格更加具有報導與討論的偏向性。

「一開始覺得很成熟，甚至從一個小孩口中說出來還有點出戲。不過自己回想一下自己，她不過是把身為家裡“小孩”身份的內心講出來而已。在雙親之間，孩子很容易就被當成夾心餅乾的餡，變成長輩尋求自我認同的管道，因為他們認為小孩子的話沒有錯。無關年齡，你一天是小孩，永遠是小孩，責任就是當長輩的和事佬……」（素人，2019年3月25日）

「……劉昭國在收天彥的遺物，宋喬安說自己是冰箱，天晴說你為什麼不跟天彥一起死掉，應思悅和凱子坦承弟弟是精神分裂，王律師的正義與面對家人的心力交瘁……」（素人，2019年3月31日）

「……尤其是飾演她先生的溫昇豪，兩人戲裡始終走不出兒子因無差別殺人事件喪命的傷痛，導致家庭關係瀕臨危機，賈靜雯認為「宋喬安」在家庭跟職場上都承受了很大壓力，因此她給這個角色設定了故作逞強又冷漠的個性，「劇中的昭國是喬安身後最大的後盾，雖然她選擇故意忽略，不管對她怎樣的冷言冷語，昭國還是永不放棄。」一旁的溫昇豪說：「雖然我的妻子走不出傷痛，可是人生應該繼續往前走，我仍盡力扮演一個好丈夫、好爸爸的角色。」……」（中國時報，2019年3月27日）

「.....丁美媚／王赦：為了家庭你可以犧牲多少？隱忍，自認為這是最好的方法。可是，你又能維持多久呢？完全拋開自我真的是件好事嗎？對孩子來說，又是個良好的教育方式嗎？某方面來說，婚姻確實需要在自我與生活中取捨，但絕對是在兩人達成共識後再開始「執行」，丁美媚和王赦所面臨的問題，象徵著所有邁入婚姻、結婚生子的夫妻的困境，是個值得深思的課題.....」（聯合報，2019年10月1日）

## 五、素人和專家均對「孩子」及「媒體」議題感興趣。

本研究電視劇樣本《我們與惡的距離》及《俗女養成記》均為社會寫實電視劇，劇中涉及多個社會議題，而根據第四章資料分析結果所知，專家與素人閱聽人在「孩子」及「媒體」的社會議題上均表現出較高的討論興趣程度。這也表示素人與專家在觀看電視中受到電視劇中社會議題劇情的影響，呈現的媒介真實激發了閱聽人對社會主流價值、態度和信念的解碼，其中不斷呈現優勢、協商與對立的反應型態，閱聽人在接收這些資訊的時候也在不斷地製造新的訊息，可以說是對電視資訊的咀嚼重現。因此除了分析關於專家與素人對於「議題」這一標尺的差異性外，了解媒介文化對於閱聽人反身性的影響及其造就了怎樣的言論趨勢也是十分重要的價值體現。通過文本的仔細分析得到，在《我們與惡的距離》中關於「孩子」的議題通常在對於受害或加害家庭中孩子的成長問題，在《俗女養成記》中則體現孩子在舊社會年代與現代交錯的時空中成長的收穫和感悟。而對於「媒體」的社會討論，兩部戲都不乏對現今盜版影片的抵制聲援，而在《我們與惡的距離》電視劇中則更加體現了對媒體亂象等媒體缺失的社會議題討論。

「下跪不能換回九條人命，再對應「全天下沒有一個爸爸媽媽，會花二十年，去養一個殺人犯」那段，就哭了好幾次...為了生活沒空陪伴小孩又或是很多文章說不要把小孩管太嚴，太嚴、讓小孩獨立自主成長，又或是為了生活而沒空陪伴，父母好難當。雖然我還沒為人父母但就有這深深感受了，那麼已為人父母的是不是看了又是憂心重重呢.....在當今這個資訊爆炸的年代，或許以前就有這類的無差別殺人犯，但至少媒體還沒那麼發達、

資訊還沒傳播得那麼快，對於受害者家屬，無疑是最無奈、殘忍的二次傷害啊。」(素人，2019年3月31日)

「應思悅那句話：我永遠留一個房間給你。純粹是戲劇效果，真實社會的案例才不是那樣，別說姊弟，就算是母子，一次又一次入院出院，一次又一次破壞房間家具，騷擾鄰居，惡行惡狀，種種不堪的精神虐待，真相是：我永遠留一顆子彈給你。如果法律允許？我真想一槍斃了你！這才是二十年精障家屬的心聲，濫情只是讓大家痛苦更久！霹靂手段，菩薩心腸！」(素人，2019年4月7日)

「.....獎勵優良影像創作的金穗獎影展，將於今年3月23日至3月31日於光點華山電影館及府中15新北市紀錄片放映院舉行，策展人胡延凱表示，將邀請近一年來最受關注的電視劇《我們與惡的距離》擔任開幕片，這也是該影展41年來首次邀請電視劇首集擔任開幕片，「有名編劇呂蒔媛與公視共同開發這麼難得的好劇本，大慕影藝與曾獲金穗獎肯定的導演林君陽帶領嚴謹的製作團隊，不僅卡司陣容均是一時之選，從開拍至殺青，在網路上更引起大批網友熱烈討論，各版本前導片花、預告、幕後花絮，更因所欲探討的議題，引起多位KOL關注，相信在本屆放映更能激盪更多的討論.....」(中國時報，2019年4月3日)

「.....《俗女養成記》劇夯卻也連帶讓網路盜錄猖獗，導演嚴藝文對此呼籲：「很感謝大家對《俗女》的喜愛，看網路上盜錄的影片畫質很差，沒有辦法看到演員們細微表情的演出，相當可惜，希望大家能支持正版，也請大家多多支持台劇，讓這些優秀的演員有戲可以演。」而為了滿足觀眾希望看到重播的需求與反映，華從8月25日週日晚間9點半將重播第六帖，10點半播出全新第七帖.....」(中國時報，2019年8月19日)

## 六、理論對話

專家與素人對於電視劇文本的接收存在普遍差異的表現，同時也體現出專家與生手對於社會發展關注度的不一樣。通過第二章第三節的文獻耙梳Bransford(2000)，結合本研究針對專家和素人閱聽人在接收社會寫實電視劇的觀點差異可以總結得出，有個別的差異性是可以添加在之前各位學者的研究上進行再次的觀察的：

(一)「專家能注意到素人所不在意的信息特徵和有意義的信息模式」：專家在對於角色、情節與主題、社會因素、語言分類的類目中均會做出對該類目更具有視野性的報導，例如專家有機會與演員進行會談，了解角色演繹或明星對電視劇或議題的看法等等，其能掌握到除電視劇本身外更多的資訊；

(二)「專家擁有大量的內容知識，且對知識的組織方式反映出了專家對學科的理解深度」：因第一點提及到相較於素人，專家有更多的機會與途徑接觸電視劇相關的內容資訊，他們對整個宏觀的資訊有更深入的了解與掌握，更因為專家受到職業、社會、知識等因素的管制，他們的報導會更加系統清晰化、報導的遣詞造句更加規範，體現出社會專業的水平 and 一定的深度；

(三)「專家的知識不是停留在表面淺顯孤立的事實或命題，而是能反映出應用的情境」：這一方面我們可以到在對於「社會議題」上面的探討，素人更多的是提出社會問題進行指導建議的分享，而在專家的角度，更多的是接受了建議並且付諸於社會建設的行動當中去。例如涉及《我們與惡的距離》中對於法律法規的宣導、《俗女養成記》中台南地方旅遊業的發展和宣傳等等；

(四)「專家能夠輕而易舉地從自身吸收的內容知識中擷取出重要的內容」：從梳理研究樣本中可以發現，專家報導的層面會較為豐富多元，他媽的報導面向更多的閱聽眾，這裡的閱聽眾除了是對該電視劇的影迷閱聽人之外，還是廣大的群眾，因此在對於整理有關該電視劇資訊的同時，他們會更加精確、言簡意賅地闡述相關的內容並輔以相關資訊的釋出，例如《我們與惡的距離》中對於「死亡」議題的報導，專家會更加全面地先從產生改論點討論的源頭即《我們與惡的距離》該電視劇的戲劇背景內容進行簡要說明，再從該電視劇內容中擷取重要的內容進行議題的發散與討論；

(五)「專家在他們熟識的領域擁有一定的發言權，但不代表他們都有教導人的能力」：本研究並沒有探討專家報導內容下素人閱聽人對專家觀點的看法，但是在素人樣本基於 Facebook 官方劇集社交平台上的影評可以看出，部分素人對官方釋出的內容會有一定思考的偏向性，但闡述內容並非片面地應和報導內容，更多的是帶有閱聽人個人的觀點見解，這也應證了閱聽人是主動的，帶有心理傾向、社會因素和環境條件綜合需求的影響；

(六)「專家能對新環境的適應表現出靈活性，其擁有的知識及規則較容易使用及靈活轉變，因此常常能做出最佳的選擇來解決問題」：透過資料分析結果，專家對於電視劇所引出來的問題反響和權衡網路的輿論態度有較好的把控，例如涉及兩部電視劇的獲獎情況，專家都能較全面系統地在最快的時間內得到一個很好的結果總結，並將資訊公布，在處理「真實」中，其媒介製碼的速度是靈活快速的。

總的來說，專家對於某些信息特徵和具有意義的信息模式，會權衡對社會輿論與社會積極正面的走向，因此專家更會利用其具備的內容只是去進行深度的分析，遣詞造句會更加注意到普羅大眾的看法，帶有中立偏向積極的輸出，這也是一個社會媒體的普遍態度，不過多得傳播社會負面能量，這樣也有觀察其作法的兩面性，因為專家扮演的是一個具有發言權的社會人物，更多的決定權可能置於他們身上，一些社會真實通過媒介真實的製碼篩選，也許會有不同的結果產生，研究者認為，可以理解專家對於社會全局性把控的積極心理，但從本研究也可以觀察到素人會更傾向對負面輿論的討論，因此也可以證明，素人民眾有他們感知社會發展的標尺，他們會感嘆社會發展的進步，但也絕不會安於現狀，素人群眾對於「真實」有其一定的標註，有利有弊有黑有白才是他們認知的真實的社會，因此可以給電視製造業者們一些建議，現今素人群眾對於社會真實的戲劇接收程度更加開闊，他們有足夠的理智與見解去接納媒介所呈現的社會真實、媒介真實，故此在製作相關社會寫實電視劇中也可以適度地進行真實性呈現尺度的調整，而

專家在報導相關議題時也可以加入更多讓素人群眾發散思維提出建議的空間與平台。

另外，本研究者是一名陸生，在研究中對於兩部台劇及台灣專家與素人閱聽人的分析中，更多地是看到台灣媒體對於社會發展充滿的滿腔熱血與積極。首先是兩部電視劇的製作，所反應的社會真實與呈現給群眾的媒介真實具有極高的真實還原性，是戲亦是人生，高度地還原呈現讓社會充滿對完善與進步的追求。不論是《我們與惡的距離》還是《俗女養成記》都在大陸產生很多的討論反響，近年來這樣的電視劇也在不斷地生產，漸漸成為世界電視劇發展的主流，例如大陸的《都挺好》、《大江大河》、《沈默的真相》，還有日本的《凧的新生活》、《3年A班》等等。社會需要這些呈現理性的社會寫實電視劇去刺激社會的發展，讓專家與素人更好地進行觀點交流融合，這才是一個成熟進步社會的模樣。另外，更讓研究者感到歡喜的是，在爬梳大量素人討論影評資料中，發現台灣素人網民的素質、社會責任心、見解觀點都深深體現了台灣教育的高水平，大部分的影評客觀中立，體現個人的主管看法又不乏用詞禮貌得體，相信不論是戲劇製作業界人士抑或是從政人員，在觀察這類型社會寫實電視劇中也可以多點參考閱讀素人的討論觀點，更加貼近民生的態度與想法，也有益於對社會的發展搭建更多元更完善的體制，所謂三個臭皮匠勝過一個諸葛亮。



## 第二節 研究建議

本研究為探究素人與專家閱聽人在社會寫實電視劇中接收分析的異同及其對社會發展脈絡的意義，選取來自 2019 年優秀的社會電視劇《我們與惡的距離》和《俗女養成記》作為舉例樣本，藉由樣本資料的內容分析，探究社會真實、媒介真實與主觀真實的意涵，從接收分析的框架中了解言者發聲的意義。

研究採取內容分析與文本分析的手法，採計樣本數共計 240 筆數據，符合研究需要，但在一些類目的研究上，發現由于樣本數量存在局部偏向的差異導致個別類目分析有限，無法構成具有統計效力的結論，例如素人與專家在電視劇《我們與惡的距離》演員表現「語言特徵」中，格內值〈cell<5〉超過總格數 20% 以上，卡方統計分析結果不具統計效力，因此限制了對此類標尺的進一步分析；再者，針對素人閱聽人的樣本選取位置為 Facebook 官方劇集社交平台，其評論留言較可能受到平台發布內容的引導因此具有片面性與集中性的討論因素，導致樣本的討論方向可能存在一定的平台發布內容引導性；另外，因為兩部電視的戲劇製作內容的不一樣，可能會導致觀賞的素人閱聽人並非是一類社會認知的群眾，其詮釋與反饋的內容也會有一定差異性的影響。

本研究有如下建議供研究者參考：

1. 拓寬取樣範圍，如擴大取樣的母本，素人閱聽人的取樣除了在 Facebook 官方劇集社交平台上也可以嘗試在別的討論平台上進行收集，而專家閱聽人的報導則可蒐集多家報社或雜誌報刊進行整理。結合多個途徑的樣本資源，可以得出更為具體、全面、深入的研究成果。

2. 進一步的研究可以結合焦點團體訪談等質化研究方法，因為在素人閱聽人評論中蒐集的樣本資料存在傾向性的可能，而在類似訪談的質化研究中，可以針對研究對象自然融入地獲取第一手資料，方便觀察研究對象在真實情境中的表現，使得研究結果的解釋更飽滿與立體。

## 參考書目

### 中文部分

- 王小涵 (1967)。《漫談電視劇——兼及台視電視戲劇的演播》，《廣播與電視》，第4期，頁85-104。臺北市：中華民國廣播事業協會。
- 王洪鈞 (1986)。《談戲劇與傳播》。《廣播與電視》，第50期，頁40-42。臺北市：中華民國廣播事業協會。
- 王石番 (1991)。《傳播內容分析法——理論與實證》。臺北市：幼獅。
- 王宜燕，戴育賢譯 (1994)。《文化分析》。臺北市：遠流出版社。(原書：Wuthnow, Robert. [1990]. Cultural analysis.)
- 王磊 (2003)。《電視話語製碼解碼的三個階段：重新解读霍尔的电视话语制码解码理论》。《研究生專論》，第2期，頁75-77。
- 劉濤 (2018)。《超越「美学」：知识生产与网络影评的「社会学想象力」》。《當代電影》，第11期，頁33-39。
- 王甦、汪安聖 (1992)。《認知心理學》。北京大學出版社。
- 行政院新聞局 (2018)。《2017 影視廣播產業趨勢研究調查報告— 電影、電視及廣播產業》。行政院新聞局。
- 李天鐸，劉現成 (1999)。《亞太媒介圖志：無線/有線暨衛星電視的形構》。臺北市：亞太圖書。
- 李天鐸 (2006)。《全球競爭時代台灣影視媒體發展的策略與政策規劃委託研究 專案》。台北：行政院新聞局。
- 李雪莉 (2012)。《公視如何滿足人民期待》。《天下雜誌》，頁251。
- 曲哲涵 (2013)。《公共傳媒乃社會教師應傳播正能量》。《媒體時代》，第9期。
- 胡智鋒 (2016)。《電視藝術新論》。中國社會科學出版社。
- 林崇德、辛濤 (1996)。《智力的培養》。浙江人民出版社。
- 林靜伶 (1999)。《語藝批評——理論與實踐》。臺北市：五南圖書出版社。
- 林靜伶 (2000)。《語藝批評實踐與方法論的反思》。臺北市：五南圖書出版社。
- 荆其誠 (1989)。《再認、思維和學習的信息過程》。《心理科學通訊》

- 施百俊 (2014)。《故事與劇本寫作：文創、電影、電視、動漫、遊戲》。臺北市：五南圖書出版社。
- 陳芸芸、劉慧雯合譯 (2001)。《McQuail's 大眾傳播理論》。臺北：韋伯文化。(原書：McQuail, D. [2000]. Mass Communication Theory (4th ed.). London, UK: Sage)
- 陳芸芸譯 (2004)。《電視的社會學分析》。臺北市：韋伯文化。(原書：Abercrombie, Nicholas. [2001]. A sociological analysis of television.)
- 陳文俊譯 (2005)。《社會科學研究方法》，台北：雙葉書廊。(原書 Babbie, E. [1975]. The practice of social research. Wadsworth Publishing Co: Belmont.)
- 陳瑞麟 (2007)。《論「真」》。《思想》，第7期，頁1-17。
- 翁秀琪 (1993)。《閱聽人研究的新趨勢—收訊分析的理論與方法》，《新聞學研究》，第47期，頁1-15。
- 國家實驗研究院科技政策研究與資訊中心 (2019)。《我國百大社會課題調查研究》。
- 張飛寶，張敦財 (1994)。《台灣電視發展史》。福建：中國海風。
- 張錦華 (1994)。《傳播批判理論》。臺北市：黎明書局。
- 張錦華 (1994)：《媒介文化、意識形態與女性：理論與實例》，臺北市：正中。
- 張錦華 (1994)。《傳播批判理論》。臺北市：黎明書局。
- 張錦華譯 (1995)。《傳播符號學理論》。臺北市：遠流。(原書 Fiske, J. [1990]. Introduction to Communication Studies. London: Routledge.)
- 張春興 (2000)。教育心理學：三化取向的理論與實踐。台北市：東華。
- 張滿鈴譯 (2001)。《社會心理學》。臺北市：雙葉書廊。
- 程可拉、孫亞玲、王旭卿譯 (2013)。《人是如何學習：大腦、心理、經驗及學校》。華東師範大學。(原書：Brandsford, J.D [2002]. How people learn.)
- 黃葳威 (2004)。《閱聽人與媒體文化》。臺北市：揚智文化。
- 黃寒冰 (2015)。《論新媒介環境下的戲劇傳播與戲劇批評》。《浙江傳媒學院學報》，第22卷，第1期，頁17-22。
- 彭芸 (1998)。《國際傳播新焦點》。台北：風雲論壇。
- 曾慶端 (2008)。《中國電視劇藝術學研究方法論綱》。北京市：中國傳媒大學。
- 馮建三 (1996)。《電視，觀眾與文化研究》。臺北市：遠流出版社。
- 楊欲奇 (1998)。《影視節目國際行銷策略及活動之研究》。國立政治大學廣播電視研究所碩士論文。

- 蔡琰 (1994)。《電視單元戲劇與社會之關聯》，《新聞學研究》，第 49 期，頁 107-122。
- 蔡琰 (1994)。《電視單元戲劇與社會之關聯》，《新聞學研究》，第 49 期，頁 107-122。
- 蔡琰 (2000)。《電視劇：戲劇傳播的敘事理論》。臺北市：三民。
- 蔡琰 (2001)。《電視劇：戲劇傳播的敘事理論》。臺北市：三民書局。
- 鄭自隆 (2015)。《傳播研究與效果評估》。臺北市：五南圖書出版社。
- 廖慶華 (2005)。《真實與再現的爭議》。臺北：樹德科技大學，頁 1-13。
- 臧國仁 (1998)。《新聞真實建構的理論：新聞框架理論的觀點》。《傳播研究集刊》。
- 臧國仁 (1998)。《消息來源組織與媒介真實之建構——組織文化與組織框架的觀點》。《廣告學研究》，第 11 集，頁 69-116。
- 劉平君 (2011)。《客觀真實、多元真實與超真實：後現代社會的新聞認知》。《傳播與社會學刊》，第 18 期，頁 79-114。
- 劉盈君譯 (2017)。《行銷 4.0》。臺北市：天下雜誌。(原書：Kotler, P., Kartajaya, H. & Setiawan, I. [2017]. Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital.)
- 賴光臨 (1984)。《政令宣導與媒體效用之調查研究》，行政院新聞局專題研究。
- 盧嵐蘭 (2008)。《閱聽人論述》。臺北市：紅螞蟻圖書。
- 藏海群 (2005)。《走向綜合、全面的閱聽人理論》。中國學術期刊，頁 26-65。
- 戴育賢 (1994)。《大眾媒體與真實建構——次現象社會學的探討》。《新聞學研究》，第 48 期，頁 169-192。
- 鍾蔚文 (1992)。《從媒介真實到主觀真實：看新聞，怎麼看？看到什麼？》。臺北市：正中書局。
- 鍾蔚文 (1994)。《從媒介真實到主觀真實》。臺北市：正中書局。
- 羅世宏譯 (2004)。《文化研究—理論與實踐》。臺北市：五南圖書出版社。(原書 Barker, C. [2000]. Cultural Studies—Theory and Practice. London, Thousand Oaks and New Delhi: Sage.)
- 羅世宏譯 (2004)。《文化研究—理論與實踐》。臺北市：五南圖書出版社。(原書 Barker, C. [2000]. Cultural Studies—Theory and Practice. London, Thousand Oaks and New Delhi: Sage.)
- 羅煥榮 (2005)。《國內海外影視節目進入臺灣市場途徑、版權買賣及行銷策略分析》。世新大學傳播管理研究所碩士論文。
- 蘇蘅 (2019)。《傳播研究方法新論》。臺北市：雙葉書廊。

## 英文部分

- Abercrombie, N. et al. (1996). *In Audiences: a sociological theory of performance and imagination*, London: Sage.
- Allor, M. (1988). "Relocating the Site of the Audience" , *Critical Studies in Mass Communication* 5: 217-33.
- Alasuutari , P. (1999). *Rethinking the Media Audience*, Thousand Oaks, CA:Sage.
- Ang, I. (1985). *Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic Imagination*, London: Routledge.
- Bauer, R. (1964). "The Obstinate Audience: the Influence Process from the Point of View of Social Communication" , *American Psychologist* 19: 319-328.
- Berelson, B. (1952). *Content Analysis in Communication Research*, Glencoe, Ill: Free Press.
- Berger, P. L. et al. (1967). "The Social Construction of Reality" , *Garden City, NY: Doubleday*: 1-18.
- Bird, S.E. (2003). *The audience of everyday life: living in a media world*, New York : Routledge.
- Bransford, J.D. et al. (2000). *How expert differ from novices*, Washington, D.C.: National Academy Press.
- Burke, K. (1970). *The Rhetoric of Region: Studies in Logology*, Berkeley :University of California Press.
- Burke, K. (1996). *Language as Symbolic Action: Essays on Life, Literature, and Method*, Berkeley: University of California Press.
- Budd, R.W. et al. (1967). *Content analysis of communications*. New York: The macmillan Co.

- Costa, P.T. et al. (1992). *Revised NEO Personality Inventory (NEO PI-R) and NEO Five Factor Inventory (NEO-FFI)*, Odessa, Florida: Psychological Assessment Resources.
- Cohen, J.(1999). *Favorite characters of teenage viewers of Israeli Serials*, Journal of broadcasting & electronic media.
- Crawford, C.(2005). *Chris Crawford on interactive storytelling*, Taipei, Taiwan: GOTOP.
- Derrida, J. (1978). *Writing and Difference*, Chicago: University of Chicago Press.
- Fiske, J.(1986). “Television: Polysemy and Popularity” , *Critical Studies in Mass Communication* 3(4): 391-408.
- Fiske, J. (1987). *Television culture*, London, UK: Methuen.
- Fishman, M.(1980). *Manufacturing the news*, Austin: University of Texas.
- Gauntlett , D. & Hill, A. (1999). *TV Living: Television culture and everyday life*, New York: Routledge.
- Geertz, C. (1973). *Myth, Symbol and Culture*, New York.
- Goodhardt, G.J. et al. (1987). *The television audience : patterns of viewing : an update, USA : Gower.*
- Gurran, J.M.(1990). The new revisionism in mass communications research: Areappraisal, *European journal of communications*.
- Gunter, B. (1987). *Poor reception: Misunderstanding and forgetting broadcast news*, Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Hall, S. (1997) . “The Work of Representation, Representation: Cultural Representation and Signifying Practices” , *In S. Hall. (Ed.) London: 13-74.*
- Hall, S. (1980). “Encoding/Decoding:Culture, Media, Language” , *London, Hutchinson: 128 -139.*
- Hoffner, C. & Cantor, J. (1991). “Perceiving and Responding to Mass Media Characters. In Jennings Bryant and Dolf Zillmann(Eds.). *Responding To The Screen:*

- Reception and Reaction Processes”, *New Jersey, Lawrence Erlbaum Associates*:63-101.
- Holsti, O.R.(1969). *Content analysis for the social sciences and humanities: Reading, MA: Addison-Wesley Publishing.*
- Katz, E. et al. (1973). “On the use of the mass media for important things” , *American Sociological Review*, 38: 164-181.
- Karpman, S.B. (1968). “Fairy tales and script drama analysis” , *Transactional Analysis Bulletin*. 7(26): 39–43.
- Kerlinger, F.N. (1973). *Foundation of behavioral research*, New York: Holt, Rinehand and Winston.
- Krippendorff, K. (1980). *Content analysis: An introduction to its methodology*, London: Sage.
- Lazarafeld, P.F, Berelson, B.R., & Gaudet, H. (1944). *The people’s choice*, New York: Duell, Sloan, & Pearce.
- Maslow, A.H. (1943). *A Theory of Human Motivation*, Originally Published in Psychological Review.
- McQuail, Denis. (2000). *Mass communication theory: An introduction*, London: Sage.
- Morley , D. (1992) . *Television , Audiences and Cultural Studies*, London, New York : Routledge .
- Neumann, E. (1974). “The spiral of silence a theory of public opinion” , *Journal of communication*, 24(2): 43-51.
- Palmgreen, P. (1984). “Uses and gratifications: A theoretical perspective”, In R. N. Bostrom (Ed.), *Beverly Hills, CA: Sage*, 20-55.
- Polti, G. (1921). *The Thirty-Six Dramatic Situations*, Franklin, Ohio: James Knapp Reeve.
- Roscoe, J. et al.(1995). “The television audience: a reconsideration of the taken-for-granted terms ‘ active’ ‘social’ and ‘ critical’ ”, *European Journal of Communication*, 10(1): 87-108.

Semin, G.R., & Fiedle, K.(1988). “The cognitive functions of linguistic category in describing persons: Social cognition and language”, *Journal of Personality and Social Psychology*. 54(4): 558-569.

Simons, N.(2014). “Audience Reception of Cross- and Transmedia TV Drama in the Age of Convergence”, *International Journal of Communication* , 2220-2239.

Sternberg, R.J.(1990). *Intelligence and Cognition*, An International Review, John Wiley & Sons. Ltd.

Swanson, D. L. (1977). “The uses and misuses of uses and gratifications”, *Human Communication Research*, 3: 214-221.

