

## 掀開台灣的真實面紗?探討閩南語連續劇《意難忘》

### 對馬來西亞華人觀眾之台灣印象形塑<sup>1</sup>

張煒珍<sup>2</sup>、林彥鴻<sup>3</sup>

#### 《摘要》

在當今全球化的媒體研究發展趨勢下，本研究逆向推展，探討開發中國家在電視劇文本的交流，形構何種族群熟悉感與整體社會的印象。以台灣民視電視公司製播閩南語連續劇《意難忘》做為探討對象，根據新聞報導與網路論壇觀察，該劇是首部帶動馬來西亞電視閩南語連續劇熱潮的台灣本土劇。民視閩南語連續劇《意難忘》自2004年9月播出後，根據國內閱聽收視率調查發現，《意》劇在台灣創下高收視率，並且在馬來西亞 AEC 頻道及其他華人地區的媒體管道中播映，也得到相當程度的反應。本研究核心乃針對《意》劇中所形塑的各種主觀的台灣金錢觀念、傳統家庭及當代政治議題之三項價值觀敘事，從馬來西亞華人閱聽眾收看《意》劇與否，探討是否對於台灣既有印象有所差異。

---

<sup>1</sup> 本文初稿曾在「2008 傳媒的公共性與產業發展學術研討會」中發表，並蒙會中評論人唐士哲教授之建議，及傳播與管理研究二位匿名評審的費心斧正。作者群亦感謝政治大學廣電系許瓊文教授、黃葳威教授、新聞系汪琪教授與南華大學傳播系程紹淳教授的鼓勵與指教。此外，並向熱心填答問卷的馬來西亞華裔網友致謝。

<sup>2</sup> 第一作者張煒珍為政治大學廣播電視研究所研究生。Email：96453020@nccu.edu.tw

<sup>3</sup> 第二作者林彥鴻為政治大學廣播電視研究所研究生。Email：tony740204@gmail.com 111

本研究依據「社會認知」領域中的「基模理論」輔助Muzafer Sherif等人所提出之「社會判斷理論」，透過副理論補助主理論的範疇和網路線上問卷進行海外調查的方式，調查馬來西亞華裔閱聽人自我的特定社會基模，比較觀眾與非觀眾對該劇之涉入程度，進而探討對台灣三種印象形塑之差異。在研究分析中，以《意》劇中的金錢觀念、傳統家庭及當代政治環境三項價值觀測驗主題為經，交叉比對分析為緯，並分析其該劇觀眾的接受、中立與拒絕緯度程度變化。而在本研究最後則是從研究過程中，彙整研究發現，進而延展華人閱聽眾研究的限制與建議。

關鍵字：社會認知、社會判斷理論、馬來西亞華人、《意難忘》、基模理論、  
網路問卷

## 壹、研究動機與目的

在當今全球化興起之脈絡下，主要歐美、日韓、澳大利亞與紐西蘭先進國家的媒體產業與訊息已開始擴散到世界各地區。以台灣為例，目前已在台灣青壯年年齡層閱聽眾中掀起「哈日」與「哈韓」現象，甚至有所謂的「韓流」一詞在台灣新聞播報中可時常耳聞。在吳金鍊、曾湘雲（2002）提到台灣女性收看韓劇的比例相當高，且以這些閱聽眾的「涉入程度」等級加以分析之。目前全球化與電視劇研究領域相當多元，如以政治經濟學來推估國內偶像劇如何推向海外華人世界（汪子錫，1995），以及趙庭輝（2006）在跨國偶像劇文本分析的研究中，涉獵偶像劇的青少年次文化之再現與建構。當媒體全球化的多元論述發展下，已朝向強權國家媒體文本(texts)對發展中國家及第三世界地區國家的迷文化、文化消費、置入性行銷、刻板印象等結構(structures)議題持續探索，甚至發展成當代傳播主流研究一環，然而對發展中國家或第三世界地區國家彼此間的跨文化及跨國際閱聽人研究的論述及探討相當有限。

基於近年來國內許多偶像劇已向海外的華人世界散播，並且透過衛星電視等媒體播映，所以在中國大陸、香港、澳門、馬來西亞等國皆有播映台灣的電視節目與戲劇作品，相對的，這些地區也就會有華人觀眾來收看台灣所拍攝的電視劇。首先，過往的研究，無論是對日、韓或美國連續劇滲入台灣的探討，不難發現不少研究者在消費行為出現之後再回頭探討台灣觀眾對他國的文化認同以及文本涉入程度。然而，我們卻忽略台灣所拍攝的電視劇（如偶像劇和閩南語連續劇）對於其他海外華人觀眾有何後續影響，也尚未針對東亞華人地區觀眾進行漸進式的閱聽眾調查，實屬可惜。

其次，秉持突破現有研究的窠臼，本研究另一動機是發掘目前國內尚未有閩南語連續劇對海外閱聽眾（尤其海外地區的華人）進行收視研究或調查，並透過馬來西亞《星洲日報》等媒體的報導發現到，雖然在馬來西亞並未明顯出現有關電視劇周邊商品的消費行為，但無可否認這些台灣電視文本已在該國華人收視圈

裡陸續受到廣大的迴響。故本文以研究團隊成員本身背景與收視習慣為前提，希冀透過《意難忘》<sup>4</sup>適逢在馬來西亞 AEC 頻道播出時，探討《意》劇有否對該國華人觀眾對台灣的印象產生影響。

台灣的電視劇暢行海外市場，已是不爭的事實。2001 年 7 月由中華電視公司（華視）製播的《流星花園》一劇在台灣創下收視佳績之後，帶動台灣的偶像電視劇不但大量發行 VCD、電視原聲帶等相關商品，同時也外銷到世界各地。電視劇做為大眾文化明顯地傳達出特定的文化價值，更在當今全球化的年代中建構其文化面貌，潛移默化地在世界各地的收視家庭形塑台灣的社會形貌。台灣的長壽閩南語連續劇《意難忘》自 2004 年 9 月 22 日起在民視製播同步進行下，到 2006 年 9 月 28 日，一共播出 526 集，歷經 378 天，在台灣最高收視率曾達 10.59 點<sup>5</sup>。雖然此劇遭到「歹戲拖棚」的批評，但依舊受到海外觀眾的追捧，就連一向習慣港式快節奏連續劇的馬來西亞觀眾，出乎意料的喜愛《意難忘》，而掀起了後續的閩南連續劇熱潮，其細節可從《星洲日報》中的下列引文略見一斑。《意》劇通過馬來西亞 Astro<sup>6</sup>寰宇衛視台在傍晚 6 點的黃金時段向其用戶公開播映，也讓措手不及的其他電視台紛紛以台灣閩南劇來對抗。台灣每集 90 分鐘的《意》劇在馬來西亞以 60 分鐘為一集，並無刪減任何的劇情，526 集的連續劇來到馬來西亞預估將分隔成 789 集，以每週在 AEC<sup>7</sup>頻道播放五天的方式來計算，推估將播映至 2008 年年底。而這段期間其他電視台，如 NTV7<sup>8</sup>頻道，陸續意識到台灣閩南連續劇的觀眾群之存在，紛紛引進其他的閩南語連續劇來搶灘，曾經播放的包括《台灣阿

<sup>4</sup> 《意難忘》一詞在本研究內文中則以“《意》劇”代稱之。

<sup>5</sup> 資料來源：sina 全球新聞 2007 年 9 月 9 日〈《意難忘》播滿一周 有人嫌囉嗦有人喊過癮〉：<http://news.sina.com/sinacn/205-000-103-107/2007-09-09/2008422375.html>

<sup>6</sup> Astro：寰宇電視，全名 Asian Satellite Television and Radio，是馬來西亞付費電視台，服務包括電視與電台廣播，從吉隆坡位於 Bukit Jalil 的全亞洲廣播中心(All Asia Broadcast Centre)通過 MEASAT 衛星把節目傳到馬來西亞、汶萊和印尼。

<sup>7</sup> AEC：全名 Asian Entertainment Channel，是 Astro 旗下的期中一個提供中文節目的頻道。

<sup>8</sup> NTV7：全名 Natseven TV Sdn. Bhd，是馬來西亞的無線電視台，1998 年 4 月正式全國廣播，當初為一家獨立私營電視臺，但在 2005 年被首要媒體首購。

誠》、《霹靂火》、《菅芒花也有春天》，至目前正在播放的尚有《世間路》、《天下第一味》、《愛》、《臺灣曼波-金水嫂》、《濟公》與《神機妙算劉伯溫》等。

由於 AEC 以《意難忘》打出漂亮一仗，逼使一向選播新加坡劇和韓劇的 NTV7，也於近期在下午時段播放閩南劇《富貴在天》，無獨有偶，此劇同樣取得不錯的反應。AEC 和 NTV7 這兩個頻道應該是看重北馬這塊“肥肉”，齊出奇招來爭奪另一批“福建觀眾”，果然他們的“閩南劇策略”正中觀眾下懷，取得不錯的回響。據 Astro 發言人表示，在傍晚 6 時至 7 時的時段，《意難忘》這部閩南劇是眾 Astro 頻道當中最多華人觀眾所收看的。

資料來源：馬來西亞《星洲日報》2006 年 6 月 23 日

閩南語連續劇藉此把台灣本土的閩南劇演員帶到馬來西亞會見劇迷，《意難忘》的五位主要演員也在 2007 年 5 月 25 日與 26 日在馬來西亞舉辦了《巨星金曲意難忘雲頂演唱會》（星洲日報，2007 年 5 月 1 日，娛樂版），顯現了台灣閩南語連續劇的魅力。自從《意》劇在馬來西亞播出後，八度空間<sup>9</sup>頻道製播閩南語電視教學節目，引起了廣泛的討論。更甚的情況，馬來西亞行動黨<sup>10</sup>發佈新聞，表示“特別在來屆<sup>11</sup>大選改編人民耳熟能詳的《意難忘》插曲—堅持<sup>12</sup>，希望再激起大家對行動黨的支持”（引自：光華日報電子新聞，2007 年 10 月 12 日），足見《意難忘》在馬來西亞華人社會裡所建立起的熟悉度與閩南語熱潮。

電視劇最為生動地體現了一個民族的「性情」，是從形式到內涵、情致、意蘊等等完全的民族化（鄭淑梅，2001）。連續劇在繁複的敘事過程中經由構築鮮明活潑的現實，而對社會現實予以強化與保證，並加上社群意識形成，並非屬完全同質現象，而會由於成員的社會屬性及其他因素而有不同（Silverstone, 1994, Groch,

<sup>9</sup> 八度空間：網址：<http://www.8tv.com.my/>

<sup>10</sup> 馬來西亞民主行動黨（簡稱行動黨），網址：<http://www.dapsarawak.com/menu/aboutdap1.php>

<sup>11</sup> 來屆：即“下屆”的意思。

<sup>12</sup> 〈堅持〉：《意難忘》片尾曲，作詞/作曲：江志豐，演唱：翁立友。收錄於「媽媽的背影」專輯，2005 年 4 月 7 日，上豪發行。

1994；盧嵐蘭，1996)。電視是人們了解世界的窗口，而連續劇更是一個儀式性的了解管道，但在跨國文本的管道流通之下，馬來西亞的觀眾正藉著連續劇的收看，而吸收了劇裡所傳達的台灣式生活觀念，價值判斷以及社會文化。本研究屬閩南語連續劇在馬來西亞華人觀眾收視之初探性研究。研究個案，以《意難忘》做為研究的閩南語連續劇為主軸，其個案選擇因素有三點。第一，據先前文中之論述與脈絡，因《意》劇在馬來西亞已在 Astro 寰宇衛視台播放逾三年之久，至今仍在播映階段，該劇不僅在華人觀眾群中擁有固定收看的劇迷，並且是多數華人眾所皆知的台灣閩南語連續劇。第二，《意》劇是近二十年來首部在馬來西亞傍晚六時至七時的黃金時段所播映之台灣閩南語連續劇，而這時段一向是港劇為鰲頭。本研究討論的是該劇中頻密出現的地痞流氓、對子女的管制、黑道兄弟義氣、以億元計算的商業交易額、殺人發火無惡不作的立委等故事劇情，所傳達出來的台灣社會意象，則是充滿權勢鬥爭、上下代恩怨不斷牽扯、個人力量可以超越社會秩序的劇情公式在長期播放的條件下，是否形塑出如劇中所投射的台灣社會。第三，根據第二點，藉由《意》劇分別推展金錢觀念、傳統家庭及當代政治環境之三項價值觀主題（請參考附錄 A），以驗證該劇對於馬來西亞華人觀眾對台印象影響與否，也反觀《意》劇是否誠如當地近期新聞報導般具有影響力。

研究假設部份，在進研究調查過程前，以田耐青與楊美雪等（2003）研究論述為基礎（請參見下述之引文），首先針對馬來西亞的華人觀眾在收看《意》劇後，對台印象影響與否，又是何種印象影響，或者加強了他們哪些對台灣社會的認知，以比照未收看《意》劇之觀眾意見調查結果。

因為圖像傳播遠比單純的文字敘述，更會影響觀眾的情緒及感覺，圖像刻板印象通常佔有既定事實相當大的比重，而形成對某事物錯誤的觀念。而這些圖像會滯留在一個人的腦中一輩子。

資料來源：田耐青、楊美雪等譯，2003，《視覺傳播》，頁 89-106。

本研究在研究過程中首先以研究文獻回顧，透過廣泛蒐集各界文獻資料來探討目前國內外有關於全球化下的跨國的電視連續劇與電影之閱聽眾研究的進展與尚可研究之處。本研究以 Muzaffer Sherif 等所提出之「社會判斷理論」(social judgment theory)為主理論，透過該理論的閱聽人態度「涉入程度」之緯度，再者，以社會心理學領域中「社會認知」(social cognition)中的「基模理論」(schema theory)輔助，試追究馬來西亞華人觀眾觀看與否，對台印象也有是否影響。而在研究執行方法部分，本研究所設計的馬來西亞華人觀眾問卷調查，以網際網路調查為平台，採用非隨機的方式，並且使用網路問卷及滾雪球效應尋找受測者，再從閱聽人的基模及社會判斷理論等理論基礎來檢驗所調查之有效樣本，進而分析出研究結果。而在本文研究的後半部，乃提出本研究的各項限制、研究建議與問卷調查分析中的馬來西亞華人觀眾收看《意難忘》之劇情涉入程度與基模反應。

## 貳、文獻回顧

### 一、研究回溯與馬來西亞華人的離散背景

目前國內外當代傳播研究發展歷程下，眾多研究文獻皆主要探討國外主流社會或上層結構對他國閱聽眾有何影響，如迷文化、文化消費、置入性行銷、刻板印象、媒體再現等議題繞轉，而對於國內文本對他國閱聽眾的反應探索甚少，本研究推估可能有下列三項因素導致國內相關研究乏善可陳。第一，與研究者自我基模背景相關，在國外少有人脈或管道可直接獲得跨國閱聽眾之深度資訊，並且在取得相關資訊的過程中也頗具難度，而牽動執行研究中之各環節，故也影響研究質與量。第二，與當今媒體全球化發展脈絡有著密切關係，媒體全球化的擴張乃來自於歐美或是其他強權國家帝國主義的發展與殘留，媒介訊息仗勢強大的文化威力植入「開發中國家」(developing countries)及「低度開發國家」(under-developed countries)等第三世界(The Third World Countries)<sup>13</sup>地區，故當今媒體全球化下閱聽人之相關研究仍處於大多以強權國家文本對第三世界或開發中國家

<sup>13</sup> 「第三世界」(The Third World Countries)之相關論述：詳細請參見馮建三、程宗明譯(2005)，《傳播政治經濟學—再思考與再更新》，台北市：五南。頁 175-176。

閱聽人探討為主。最後，第三世界國家在國際平台發聲或展現的機會在以往難與強權國家(尤其以歐美地區為主)抗衡；但第三世界國家彼此之間可能有地區性的互相聯繫，並誠如邱貴英(2003)引用 Robertson(1995)的觀點提到在文化論述所呈現全球化與在地化的關係以「在地化」被視為「全球化」對立面，「全球化」與「在地化」的關係顯然錯綜複雜，難以透過純粹二元對立模式解釋之。而 Smith 早在 1990 年提到未來世界走向資訊全球化的世界，卻也讓具有同樣文化和語言背景的社群聯絡溝通更加便利，提供區域性或是弱勢族群建構認同的管道。故此跨文化傳播與交流現象的產生值得我們投入進行深度探討，亦是研究領域需要關切的範疇之一。

本研究基於上述三項觀點，殷盼能藉此研究機會發掘不同研究角度，並如在本研究前文中進行研究前之觀察，台灣地區閩南語連續劇《意難忘》，已在馬來西亞 Astro AEC 頻道播映，且具有一定程度的收視反應。故本研究之核心主題乃著重在探討台灣閩南語連續劇《意難忘》對於馬來西亞華人觀眾的印象顛覆與重塑部份，以得知台灣閩南語連續劇文本對馬來西亞華人觀眾在台灣印象形塑之影響。

首先，本文回溯馬來西亞華人與台灣華人之遷移歷史背景，透過史料探討兩地區華人的語言連繫。馬來西亞華人之源自背景可追溯十九世紀的四十年代中至五十年代的中國「強制勞工移民」<sup>14</sup>（林水椽、駱靜山，1984），陳以新（2008）把此現象則視為「貿易買賣」離散社群形式<sup>15</sup>。楊建成（1972）歸納四項論述，以統稱該時期馬來西亞華人為「過境之飛鳥」(Birds of Passage)<sup>16</sup>，而楊建成（1972）歸納因素如下：(1). 1930 年世界經濟大恐慌，馬來西亞政府開始限禁華人入境、(2). 1942 年至 1945 年日本佔領馬來西亞，華人移民停止、(3). 1949 年中共佔據大陸，及馬共在馬作亂，馬來西亞政府的反共立場，使華人不便返大陸、(4). 1957 馬來西亞聯邦獨立，華人紛紛申請公民權，願永久為馬來西亞多元種族。

<sup>14</sup> 「強制勞工移民」：請參見林水椽與駱靜山(1984)。《馬來西亞華人史》，頁 3。

<sup>15</sup> 請參見陳以新（2008）譯《離散與混雜》頁 13-45。

<sup>16</sup> 請參見楊建成(1972)《華人與馬來亞之建國：一九四六年-一九五七年》，頁 17-18。

林水椽與駱靜山（1984）更是根據上述因素，並深入提到因當時中國環境所逼<sup>17</sup>、華人本身求生本能及環境利於發展對華人所產生吸引力，再加上華南地區的閩粵<sup>18</sup>兩省瀕臨南中國海，地近南洋等內部因素，加上南洋的勞工產業、當時航運交通發達及南洋殖民地政府的寬待勞工政策等各種因素，因此當這兩省的人民被上述多重情勢所影響，便會遷移至南洋。上述華人遷徙南洋背景則形成「離散」(Diaspora)<sup>19</sup>文化，張錦忠（2004）即藉此理論描述十九世紀中葉以來自中國移居南洋及其他地區華人花果飄零與落地生根的現象。

而台灣所處的地理位置是東北亞與東南亞交界處，時常與這些地區國家有密切的交流與聯繫，基於華人在清末民初在南洋地區的遷移，故東南亞地區與台灣地區族群方面有許多類似之處，如語言使用等。馬來西亞主要有三大種族，巫族、華族、印族以及其他的少數族群與原住民族組成，截止 2006 年的統計，華族人口約有 625 萬 4 千人。馬來西亞的華人多數能說華語，除了華語以外，一些漢語方言也在不同地區甚為流行。如當地所謂廣東話、福建話、客家話、海南話、潮州話等等（郭熙，2005）。馬來西亞的福建話基本上和台灣的閩南語雷同，根據閩南方言和文化研究專家、廈門大學中文系教授周長楫在其 2002 年的著作《新加坡閩南話概說》概括地反映了新馬地區閩南話的基本面貌，指出南洋閩南話與福建閩南話基本相同，但在吸收了當地一些馬來話後創造了新興的辭彙。

回歸目前國內全球化脈絡下的電影與電視劇的研究，可大略發現主要偏向由外對內的闡述與研究居多。電視劇與電影之形象建構的部份，如黃吉村、劉宗其（2005）針對台灣哈日風潮，從文化認同、廣告中介效果與品牌態度的結構關係

<sup>17</sup> 清朝末葉，時有戰亂，而中國人口極多，糧食不足，人民應付不了苛捐雜稅（林水椽與駱靜山，1984）。

<sup>18</sup> 「閩」指「福建省」，「粵」指「廣東省」。

<sup>19</sup> 「離散」(Diaspora)：除本研究正文引用張錦忠(2004)的整理，尚有以下諸多專書論及離散文化。如陳芸芸譯(2004)《全球化下的傳播與文化》則以「離鄉背井而聚居的族群」為認知。宋國誠（2004）在《後殖民文學：從邊緣到中心》則指「離散」被用來指某大規模族群經戰爭或災難等因素的遷徙，一種整體走向零亂、文化碎片化、種族稀落化的狀態，以「花若離枝」來描繪此現象。詳細解說請參閱上述提供之文獻。陳以新譯(2008)《離散與混雜》從各脈絡解讀離散的形成，從社會、文化、性別拼湊族群離散的意涵。

模式。而郭良文（1997）在臺灣廣告中的認同建構則是以社會結構與社會心理基礎來探討廣告認同心理效應。楊欣穎、陳菩貞（2000）則是針對國內青少年族群觀看日本偶像劇後的文化認同與涉入程度上的角度探討，並提出關於「想看日劇急切程度」與認同程度有高度的相關聯性。或者從「迷」(fans)的基模針對日劇文本對台灣觀眾迷結構上有何差異(王敏如、何瑞芳、陳佳蓓 1999)。而林積慶(2006)則以跨國影視產品中的文化帝國主義現象為基礎論述，並結合消費理論與生活風格理論的兩者觀點，探討美國影集《六人行》(Friends)在台灣閱聽眾市場所引起的消費動機與解讀結果，以深度訪談的質性研究方法，剖析受訪者在生活風格上受到該齣影集有何種面向的影響。由上述可知，目前國內主要跨國戲劇之閱聽人研究仍以美國、日韓影集或戲劇為大宗，並採用質性或質量雙管齊下之並行方式進行初探性觀察與回溯。

根據上段文獻之回顧，本研究發現許多現象尚可持續追蹤，甚至試圖打破以往歐美或主流跨國視聽文本對他國閱聽眾之研究趨勢，我們也能從上述諸多學者學術論文研究中發現到，目前國內全球化脈戲劇與電視劇探索，似乎仍從以往的閱聽人消費觀點與文化現象誕生後，方才進行觀察與研究。然而，上述學術研究仍給予本研究在執行計劃時，有許多方向可加以反思與驗證。例如本研究將著重於探討馬來西亞華人觀眾收看台灣電視劇《意難忘》與非觀眾的三種價值觀比較，進而探討這兩群觀眾對台印象的基模認知上有何差異，希望透過本研究之分析，能以初探的角度發掘兩群觀眾之間對台印象的認知差異性。但礙於研究時間與空間上的限制，故研究方式則採用問卷分析法，結合網路線上問卷系統與滾雪球方式，以針對戲劇收視族群的基模加以驗證，並根據獲取的網路問卷資訊，以社會判斷理論區分觀眾收看涉入程度的高低以闡釋數據其中之意義。

## 二、基模理論與社會判斷理論之回溯與探討：

本研究在分析馬來西亞華人的台灣閩南語連續劇《意難忘》觀眾與非觀眾對於該劇之文本中所傳達出三大主要劇情價值觀念進行調查分析，對於台灣三種面

向的印象是否有所衝擊或改變。本研究的理論架構乃是根據社會心理學(social psychology)範疇中的社會認知(social cognition)之基模理論(schemas theory)，並應用基模的理論概念，結合穆薩佛·薛里夫(Muzafer Sherif)的「社會判斷理論」(Social Judgment Theory)，以衍生出《意》劇觀眾對該劇的涉入程度高低是否會影響原先對台的價值觀念，並比較與非觀眾兩者之間的差異性。

(一)、基模理論：

在「社會認知」的範疇下，人們如何選擇、解析以及利用資訊，來對社會做判斷與決定(Aronson, Wolson,& Akert, 1994；李茂興、余伯泉譯，1995)。「基模」(Schema)基本上是一個我們腦海中組織世界知識的一個認知結構(張卿卿，1999)。而當我們在對於社會進行判斷與決定時，則會對於自己或周圍的社會世界均有一番理解與思考模式，其中又涉及到我們對於社會世界所建立的理論架構稱為「基模架構」(schemas)(Aronson, Wolson,& Akert, 1994；李茂興、余伯泉譯，1995)，而Fiske與Taylor(1991)闡述「基模」(schema)代表跟某種刺激有關的一組有組織、有結構意義的認知體。根據李茂興與余伯泉的論述：基模架構不僅是存在於我們腦中的認知結構，負責彙整各種主題的資訊，而且也包含我們的基本知識與印象。這個認知結構可幫助我們接收新得資訊並檢索腦海中儲存同一事件，相同或相類似的資訊(廖雅琴，2001)。Luke(1985)提到「認知之建構過程」、「收看時的情境」與「觀眾對電視符號的知識經驗」三者所形構的基模，乃是閱聽眾觀看電視的三項主要因素。

關於國內外「基模理論」被應用在媒體閱聽人研究範疇的文獻已有相當程度的質與量，例如張卿卿(1999)從基模脈絡透過實驗法方式分析台灣政壇女性候選人面對刻板印象的評估，並探討政治選民是否因女性候選人而產生刻板印象。而在李秀美(1999)的研究中，則是從基模裡論檢驗兒童認知能力、腦海印象與電視互動及觀看的暴力資訊處理過程。錢玉芬(2007)提到吳翠珍(1994)與王敏如(2000)分別以兒童對電視媒介特質的了解與兒童性別刻板印象提出研究發現。

Neuman(1991)在〈Literacy in the television age〉文中認為閱聽人在觀看電視時，基模的促動包括四種過程，闡釋基模的種類。而國外跨文化研究學者 Liebes 與 Katz 早在 1993 年則進一步針對電視劇《達拉斯》(Dallas)分析文化場域相異的觀眾對於該劇的當地風格與認知基模上的解讀模式，並且分析為何該劇在日本遭收視不佳<sup>20</sup>。而 Meirick 在 2006 年的文章中提到基模可以被應用在觀測媒體效果的自我與他人的感知。從上述扼要國內外基模學術研究議題可發現到，基模理論可被用來談論議題包羅萬象，依據測驗主題的不同範疇，基模測驗題目也就五花八門，但在文化與語言相近的跨國廣電或影音文本的閱聽人之文化認知基模層面探討則相當稀少，故本研究透過跨文化傳播的脈絡中，將以台灣閩南語連續劇的馬來西亞華人觀眾閱聽基模之探討，拓展其基模研究範疇。

承接上述的理論研究脈絡，以回歸到「基模」在本研究的應用面上論之。鄭麗玉(1993)以 Adams 與 Collins(1979)的理論架構中提出，「基模」主要假設是文章本身不具意義，只是提供聽者或讀者方向來使用自己儲存的知識提取和建構意義。換句話說，此部分與學者洛克(John Locke)為首的「經驗主義」(empiricism)有著相當大雷同之處，人類的一切知識(基模)是根據後天多重經驗建構而成。王敏如、何瑞芳、陳佳蓓(1999)引述 Luke(1989)的概念乃指出「『電視基模』是指就個人對電視文本的先前知識，可以幫助觀眾依其既有的認知架構來吸收消化新、舊訊息，而順利將媒介訊息解碼、並理解其內容(王敏如、何瑞芳、陳佳蓓，1999)」。本研究故以上述多位學者所論及之基模概念，整合運用在閱聽眾在判斷某一訊息時根據自我基模的因子，以檢視對於該於訊息的態度為何。在接下來的部份則以 Muzaffer Sherif 所提出「社會判斷理論」進一步探討。

## (二)、社會判斷理論：

本研究的觀眾基模之測試則是透過結合穆薩佛·薛里夫(Sherif, Muzaffer)<sup>21</sup>的

<sup>20</sup> 可參閱 Tamar Liebes 與 Elihu Katz (1993)，《The Export of Meaning》，pp68-81，130-139

<sup>21</sup> Sherif, M. (1906-1988)：中譯為穆薩佛·薛里夫，社會心理學家，生於土耳其，畢業於哈佛大學與哥倫比亞大學。Sherif, M.詳細背景請參見 Granberg, D.(1982)，〈Social Judgment Theory〉一文。

「社會判斷理論」(Social Judgment Theory)加以整合與應用。陳柏安等(2006)則提到穆薩佛·薛里夫 Sherif, Muzafer(1961)在「社會判斷理論」中說明, 當我們潛意識地分類「概念」, 一切在感知當下就發生, 而我們將每個新想法與自己現存觀點比較的方式衡量它們。而 Sherif, Muzafer(1961)又提到一種態度是意味著屬於某一範疇的特性反應, 態度轉變是顯露於這些特性反應的改變。早期學理上的研究應用乃在於 1960 年代美國總統大選時期, 社會判斷理論被應用在測驗美國西南部與西北部的大學生選民的態度轉變, 以及選舉前一個禮拜變更「自我涉入」(ego-involvement)之層級(Sherif, Sherif, & Nebergall, 1965; O'Keefe, 1990)。上述「態度」建立與轉變之過程則是透過閱聽人的「認知」與「基模」等深層層面影響進行。

接著進一步的解釋, 社會判斷理論提出人們將把每個新的想法與現存觀點比較以做衡量, 而態度將被此判斷認知而影響(Miller, 2002)。陳明珠(2002)在研究中提出了“他者文化”的差異再現過程中, 基於種族、膚色、歷史與文化的不同, 使到閱聽人對外來資訊的解讀將根據自身對身體印記的認同, 而產製「他者/異己」(the other)的認知。故此, 當跨國文本所傳遞的訊息被觀眾所認知的時候, 將與原有的社會觀點互相對照或同化, 進而創造儲存於思考範圍的印象。而這種從自身基模出發的對照或同化, 即可透過社會判斷理論檢視外, Eiser(1990)更提到該理論可在一些議題上賦予「描述等級」(descriptive ratings), 以區分出「贊同 / 接受(favorability)」與「非贊同 / 拒絕(unfavorability)」的差異層級。根據Muzafer Sherif(1961)所提出的社會判斷理論, 態度可分成三個區域(Sarup, Suchner, Gaylord, 1991), 第一個區域成爲「接受緯度」, 在此研究中, 我們把它定義成觀眾所認知和形塑的文化印象; 第二個區域是「拒絕緯度」, 定義爲觀眾所不認同的文化印象; 至於在問卷上標記的沒意見則被定義爲「中立緯度」。以下是研究者將本研究所認定之社會判斷理論之三種「態度」(attitudes)區域所設下的意義標竿: 「馬來西亞華人觀眾受看閩南語連戲劇《意難忘》後所形成的對台印象之差異性與改變程度。」, 共分三項態度緯度層次, 茲分述如下:

1.接受緯度(the latitude of acceptance)：

《意》劇觀眾會隨著意難忘的劇情及呈現之影像，對台印象而有所改觀，甚至顛覆自己原先基模所認定的台灣印象。（認為《意難忘》反映了台灣的真實社會，會隨著《意難忘》的劇情及呈現之影像，而形塑對台的印象。）

2.中立緯度(the latitude of refection)：

《意》劇觀眾認為意難忘反映了台灣的部份真實社會，並不會完全隨著《意難忘》的劇情及呈現之影像，而對台印象而有所改觀，對台灣的經驗比較傾向原有的社會基模。

3.拒絕緯度(the latitude of noncommitment)：

認為《意難忘》並沒有反映真實的台灣社會，基於對台灣的真實接觸經驗，並不會隨著意難忘的劇情及呈現之影像，而對台印象而有所改觀。上述緯度也將觀眾的基模與背景因素也納入分析參考依據。

本研究認為當閱聽眾在進行所謂的判斷與認定的動作的時候，固然可以透過涉入緯度的高低來區分其涉入情形，但是我們則必須以更微觀的角度來檢視閱聽眾是如何根據特定基模因子來判斷本研究問題設定價值觀念議題及《意難忘》一劇所傳達出來之意義。最後，並透過上述研究理論基礎，來檢視馬來西亞華人觀眾收看《意難忘》後的對台印象之「內隱人格」：(implicit personality)<sup>22</sup>是否在此狀況下有所強化與否現象的產生，這部份將在本研究後文中詳述與解析。

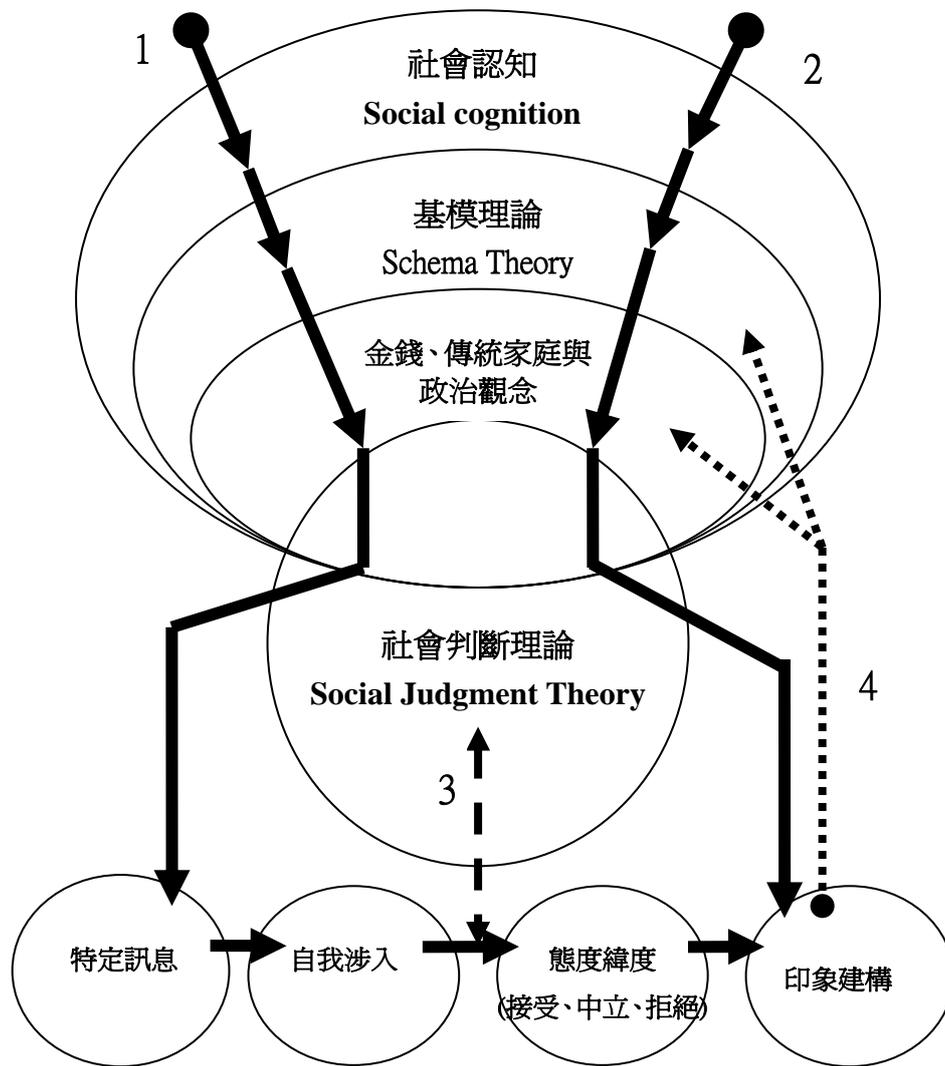
圖一是本研究從理論架構面上來歸納探討，本研究在執行文獻探討時發現穆薩佛·薛里夫(Muzafer Sherif)的「社會判斷理論」乃屬於心理學之領域，該理論發源自心理學的範疇，許多深層的意涵與面向可彼此觸及與涵蓋。「基模理論」屬

---

<sup>22</sup> 「內隱人格理論」(implicit personal theory)：指我們會應用一種基模架構去判斷別人會有哪些特質。例如有個人很親切，我們的內隱人格理論會讓我們認為對方可能也很大方。Kim 與 Rosenberg(1980) 提到人們可利用對別人的少許觀察作為起點，再運用自我的基模架構，對此人或某些人之特質形構成較完整的了解與形象。詳細請參見 Aronson, E., Wolson, T. D., Akert, R. M. (1994)；李茂興、余伯泉譯 (1995)，頁 186-188。

於「社會認知」中的一環，乃是閱聽眾的生活背景與複雜環境因子所構成，本研究則選取這些基模中之三項觀念（指金錢觀念、傳統家庭與當代政治環境）來談。再者，透過這三項共同基模元素，區分某特定媒體文本觀眾（線 No. 1）與非觀眾（線 No. 2）的社會判斷理論之觀點，並檢視觀眾對於特定訊息（messages，即指《意》劇劇情）自我涉入緯度(ego-involvement)（線 No. 3），並分析出其接受、中立與拒絕的緯度，最後觀眾與非觀眾的印象建構則可能再成為自己的基模（線 No. 4）。而本研究則藉由相關基模理論（副理論）與社會判斷理論（主理論）的理論加以整合與應用，以此兩項理論交集與互補方式，檢視本研究的研究主題與方向，讓本研究所應用之理論論述基礎建立在較具完整的理論紮根下。

圖一：本研究理論架構模型圖



資料來源：研究者自行繪製

## 參、研究問題意識

本研究有以下二項之問題意識，乃針對本研究的問題架構而聚焦核心議題。

一、驗證台灣閩南語連續劇《意難忘》是否對馬來西亞華人的觀眾與非觀眾在對台灣之「金錢價值觀念」、「家庭傳統觀念」與「政治與權力觀念」印象的形塑有其差異性。

二、透過社會判斷理論之分析，檢驗馬來西亞華人觀眾在該劇之涉入程度情況，並且探討對台灣社會三種印象之接受緯度(金錢價值觀念、家庭傳統觀念與政治)。

## 肆、研究方法

問卷設計題目以《意難忘》中所呈現的三種主要價值觀念，並轉化成概念性的價值觀測驗，冀望能夠藉此了解馬來西亞《意難忘》觀眾與非觀眾對此三大價值觀念有何差異。

首先，在華人傳統的「家庭」觀念中來切入問卷設計題目方面，張善楠(2000)在《轉變中的華人價值觀》中集結文崇一(1972)與黃光國(1988)<sup>23</sup>的論述而推論出，在華人家庭價值觀中，父母有絕對的權威管理家庭裡的財產，家長對於家庭個別成員的行為負有責任，因此有許多冒犯社會規範的事情，處罰可能直接或間接的連累及整個家族或宗族(張善楠，2000)。而張善楠又論及到 Goode(1963)的概念，由於在家族的大架構中，父母與子女的關係是綿延不斷的，下輩子所擁有的每一件事情都來自上一輩，像是一種無法完全還清的債務。根據張善楠的結論，因此如何教化「孝順」的子女，逐漸是父母或長輩的道德上的責任。「孝」的觀念，歷經不同的朝代，逐漸成為中國人日常生活教化最重的部份(張善楠，

<sup>23</sup> 請分別參考文崇一(1972)的〈從價值取向談中國國民性〉，該文章收錄於李亦園、楊國樞編(1994)《中國人的性格》一書，頁49-89。以及黃光國(1988)所編著《儒家思想與東亞現代化》一書。

2000)。本研究則以參考張善楠的項目分析設計的理論架構下，衍生出傳統華人家庭觀念的問題設定。而「政治觀念」部分則是源自《意》劇所呈現的立委權力之觀念為主。根據上述論述反觀本研究所要測驗出馬來西亞華人觀眾收看《意難忘》後對該劇所呈現的三種價值觀念如何解讀與判斷。本研究網路問卷之設計題目分三大部分，主要區分「家庭觀念」、「金錢概念」、「政治觀念」三大部分（請參考附件 A）。

由於本研究的研究方向與目標偏向連戲劇的海外觀眾基模與對外印象的形塑之調查，考量到研究時間與空間上的限制，故以網際網路問卷調查為主。

### 一、取樣：

馬來西亞由多元種族組合而成，但本研究的調查對象是佔全馬來西亞人口 25%（馬來西亞統計局，2006）<sup>24</sup>的華裔人士，因此在考量了成本與效率之後，決定採用非隨機的方式，並且使用網路問卷來尋找受訪者。

本研究使用校園網路問卷，通過在馬來西亞中文論壇上（參考表一）發出邀請參與問卷調查的訊息，以自願抽樣和滾雪球的方式尋找受測者。2007年12月25日，研究者把問卷連接和參與調查邀請的訊息放上以下的論壇，並且在2008年1月5日關閉連結，共計12天：

表一：網路問卷論壇一覽表

	論壇	首頁網址
1	馬來西亞佳禮論壇 <sup>25</sup> — 中文版	<a href="http://chinese.cari.com.my/">http://chinese.cari.com.my/</a>
2	爆米花論壇	<a href="http://www.ericsoo.com/">http://www.ericsoo.com/</a>

<sup>24</sup> 馬來西亞統計局(Department of Statistic, Malaysia)，詳細資料參閱網址：  
<http://www.statistics.gov.my/>

<sup>25</sup>佳禮論壇：佳禮來自馬來語“Cari”，意思為尋找，以提供搜尋為特色。中文版成立於2000年6月，推動和鼓勵國人在網路上以中文交流，目前是馬來西亞最大的中文論壇之一，註冊會員達六萬多人，平均每天新增約1萬5千個帖子（即“發文”）。

3	縱雲網	<a href="http://zywang.com/forum/">http://zywang.com/forum/</a>
4	酷樂超級論壇	<a href="http://wind.kuule.info/">http://wind.kuule.info/</a>
5	嘛嘛檔中文論壇	<a href="http://www.mamakdang.com/forum/">http://www.mamakdang.com/forum/</a>
6	MyForum 論壇	<a href="http://myforum.cgcstation.com/index.php">http://myforum.cgcstation.com/index.php</a>
7	馬來西亞伊樂園中文論壇	<a href="http://www.e-traderland.net/">http://www.e-traderland.net/</a>
8	記憶河中文論壇	<a href="http://www.jyhforum.com/index.php">http://www.jyhforum.com/index.php</a>

資料來源：研究者自行繪製

本研究較早前採用了專家測試的方式做前測，並做為修訂問卷的參考，而在調查階段總共回收到 440 份問卷，排除沒完整填寫之樣本，有效樣本共 213 份。

表二：問卷回收率統計

回收問卷	440 份
登入問卷，並完整填答	213 份
登入問卷，但沒完整回答	227 份
有效樣本比例	48.41%

資料來源：研究者自行繪製

本研究的選樣過程分為兩個樣本模式：

(一) 立意/自願抽樣：

選定馬來西亞擁有超過六萬華人的註冊用戶，以及最多華人使用，並且有《意》劇討論區的論壇「佳禮中文論壇」為主，以懸掛廣告的方式把網路問卷掛在首頁，邀請論壇用戶填寫問卷。

(二) 雪球抽樣：

邀請已知的《意》劇觀眾填寫問卷，並且請受測者邀集身邊所認識之觀眾，依此類推。研究者將以撥打電話或發出電子函件邀請參與問卷調查。

本文屬於初探性研究，但參考過去台灣對日韓劇所做的跨文化研究之相關文獻、研究方法和問卷量表以設計封閉式問卷，進而分析馬來西亞華人觀眾原有社會認知基模、收視《意》劇之涉入程度，以探討其對台灣社會印象形塑的關連性。

## 二、問卷設計：

本研究之問卷設計共分成四個部份。

第一部分：基模測量。測量受測者本身的價值觀與生活文化。此部分的問題包括個人、家庭和社會之認知與價值認同。這部份的問題範圍包括「權力－名望」、家庭觀念。這部份關於金錢態度的測量，參考 Yamauchi 與 Templer (1982)所發展出來一套純心裡計量的金錢態度量表，全名為 Money Attitude Scale (MAS)量表中的「權力－名望」構面為衡量金錢態度工具，共有 9 道問題。關於家庭觀念的量表，本研究參考盧國慶（2002）的〈現代親子倫理之建構－以台灣地區為例〉問卷設計量表。

第二部份：台灣印象測量。測量受測者對台灣人價值觀與生活文化的印象，此部分的問題使用部分一的問題和問題排序，以做對比。

第三、四部份：測量受測者收看閩南語連續劇和《意》劇的收視行為與涉入程度，乃參考王敏如、何瑞芳、陳佳蓓（1999）在〈觀眾腦海中的日劇圖像--日劇迷與非日劇迷之比較〉的涉入問卷，基於該問卷測試對一般日劇的涉入程度，但本研究僅針對《意難忘》進行調查，而對問題做出部分修改。這部份的問題也包括了受測者評估該劇最能反映真實台灣社會的部份，以及自我評量《意》劇是否讓受測者進一步的了解台灣。

第五部份：基本人口資料，包括「年齡」、「教育程度」、「性別」、「慣用語言」等。本研究預期的回收問卷達 200 份，《意》劇觀眾與非觀眾的樣本各在 100 份左右，並將在達到樣本數量的時候關閉網路問卷系統。

## 伍、研究分析與發現

本研究的 213 份的有效樣本當中，101 位是男性，另外 112 位是女性。多數受測者的年齡明顯低於 35 歲，大部分的受測者年齡介於 19 至 25 歲，共有 114 人，

其次是介於 26 至 30 歲，共有 43 人，而年齡低於 18 歲的受測者共有 33 人。至於受測者的教育程度，以大專生居多，共佔了 91 人，其次是學院<sup>26</sup>生，佔了 63 人，接著是中學生，佔了 43 人。本研究的 213 位受測者當中，非觀眾的教育程度皆達中學程度以上。此外，觀眾與非觀眾的語言使用能力並沒有太大的差異性。至於過去三年內曾親自到過台灣的人數是 41 人，而沒有到過台灣的有 172 人。213 人當中，觀眾 56 人，非觀眾則是 157 人，比例是 1: 2.8，接近三人當中就有一人是《意》劇的觀眾。

表 2.1：《意難忘》觀眾與非觀眾的受訪者在自我基模下所形塑的個人社會印象。

	觀眾 N=56	非觀眾 N=157	t 值
1. 我會利用錢來使其他人為我做事	4.07	4.12	-0.18
2. 我認為金錢是終極的表徵	4.32	4.36	-0.15
3. 我會比較尊重一個比我有錢的人	4.98	5.51	-2.13*
4. 雖應以事蹟評斷他人是否成功，但我還是容易以擁有金錢多寡定義成功	4.79	4.82	-0.11
5. 我總是試圖去攀附那些比我會賺錢的人	5.27	5.50	-0.92
6. 無論父母如何不好，仍然要求另一半(配偶)善待他們	3.11	2.76	1.32
7. 我會放棄個人志向，達成父母的心願	4.41	4.71	-1.22
8. 奉養父母使他們生活更為舒適	1.80	1.82	-0.09
9. 為了顧及父母面子，會為他們說些好話	2.93	2.95	-0.08
10. 為了傳宗接代，至少生一個兒子	3.66	3.93	-0.90
11. 我會做些讓家族感到光榮之事	2.86	2.51	1.31
12. 政治人物會利用錢來使人為他做事	1.86	1.99	-0.64
13. 政治人物會為了私人恩怨而對付他人	2.18	2.48	-1.31
14. 政治人物與黑道有著密切關係	3.27	3.04	0.82
15. 政治人物會私吞國款	2.18	2.59	-1.85

<sup>26</sup> 學院：未升等為大學的私立學府，學生一般銜接海外大學課程以獲取受承認之學士學位。

一.「觀眾」與「非觀眾」欄中的數字為平均數

二.編碼的方式：對個人的社會印象（1=非常同意；2=相當同意；3=稍微同意；4=不知道；5=稍微不同意；6=相當不同意；7=非常不同意）

三.\*p<.05； \*\*p<.01； \*\*\*p<.001

問卷中的部分一測試受訪者在本身原有的基模下對個人社會印象的形塑，這部份的測試目的是成為基模的檢驗，以鑑定馬來西亞《意》劇的觀眾與非觀眾是否擁有相近的基模。此外，通過此部分的評量，才能在後續的部份測試出在相近的基模之下，《意》劇是否影響了馬來西亞觀眾對台灣所形塑出的社會印象。簡言之，擁有相近基模的《意》劇觀眾與非觀眾，是否在個人認知的社會印象上沒有顯著性的差異，但通過《意》劇所傳遞出的訊息，而讓這兩組人對台灣的印象有顯著性的認知差異。

表 2.1 所呈現的是馬來西亞《意》劇的觀眾與非觀眾對個人社會所形塑的印象。除了在【我會比較尊重比我有錢的人】這個選項上有顯著性的差異以外，觀眾的 4.98 平均值接近「稍微不同意」，而非觀眾的 5.51 則接近「相當不同意」的印象，其他的選項都沒有顯著性。

表 2.2：《意難忘》觀眾與非觀眾的受訪者對台灣所形塑的社會印象。

	觀眾 N=56	非觀眾 N=157	t 值
1. 台灣人會利用錢來使其他人為他做事	2.93	3.31	-2.04*
2. 台灣人認為金錢是終極的表徵	2.57	3.37	-4.09***
3. 台灣人會比較尊重一個比他有錢的人	2.84	3.31	-2.17*
4. 雖應以事蹟評斷他人是否成功，但台灣人還是容易以擁有金錢多寡定義成功	2.73	3.32	-2.99**
5. 台灣人總是試圖去攀附那些比他會賺錢的人	2.77	3.34	-2.73**
6. 無論父母如何不好，台灣人仍然要求另一半	3.07	3.44	-2.04*

(配偶)善待他們			
7. 台灣人會放棄個人志向，達成父母的心願	3.55	3.89	-1.68
8. 台灣人奉養父母使他們生活更為舒適	3.11	3.45	-1.72
9. 台灣人為了顧及父母面子，為他們說些好話	3.00	3.40	-2.03*
10. 為了傳宗接代，台灣人至少生一個兒子	2.68	3.31	-2.98**
11. 台灣人會做些讓家族感到光榮之事	2.80	3.09	-1.39
12. 台灣的立委會利用錢來使人為他做事	2.23	2.57	-1.59
13. 台灣的立委會為了私人恩怨而對付他人	2.25	2.61	-1.64
14. 台灣的立委與黑道有著密切關係	2.25	2.65	-1.86
15. 台灣的立委會私吞國款	2.30	2.70	-1.85

一. 「觀眾」與「非觀眾」欄中的數字為平均數

二. 編碼的方式:對台灣人的社會印象(1=非常同意;2=相當同意;3=稍微同意;4=不知道;5=稍微不同意;6=相當不同意;7=非常不同意)

三. \*p<.05; \*\*p<.01; \*\*\*p<.001

表 2.2 是表 2.1 的一個對照測量表，比較這兩個表可獲得《意》劇觀眾與非觀眾對自身社會和台灣社會所形塑出的印象差異。

表 2.2 的前五道問題測試的是權力—名望的面向，即容易用金錢來影響他人、視金錢為成功象徵。【台灣人會利用錢來使其他人為他做事】、【台灣人認為金錢是終極的表徵】、【台灣人會比較尊重比他有錢的人】、【雖應以事蹟評斷他人是否成功，但台灣人還是容易以擁有金錢多寡定義成功】以及【台灣人總是試圖去攀附比他會賺錢的人】這五道問題皆達顯著水平，《意》劇觀眾比非觀眾更傾向於認為台灣人用金錢來影響他人和視金錢為成功象徵。

問題 6 到 11 題測試的是傳統家庭觀念的面向，僅有三題達到顯著標準，即是【無論父母如何不好，台灣人依然要求另一半（配偶）善待他們】、【台灣人為了顧及父母面子，為他們說些好話】以及【為了傳宗接代，台灣人至少生一個兒子】。因此，《意》劇觀眾比非觀眾更傾向形塑台灣人比較傳統家庭觀念的印象。

最後四道問題詢問受訪者對台灣政治環境的印象，皆未達到顯著標準。表示《意》劇觀眾與非觀眾對台灣政治環境所形塑的印象並沒有不同。

整合表 2.1 和 2.2 的《意》劇觀眾在原有基模下對自身社會和接受《意》劇訊息下對台灣社會所形塑的社會印象，列表如下以方便做比較：

表 2.3：《意》劇觀眾對自身社會和台灣社會所形塑的社會印象。

	《意》劇觀眾	
	自身社會	台灣社會
1. 利用錢來使其他人做事	4.07	2.93
2. 認為金錢是終極的表徵	4.32	2.57
3. 會比較尊重一個有錢的人	4.98	2.84
4. 雖應以事蹟評斷他人是否成功，但還是容易以擁有金錢多寡定義成功	4.79	2.73
5. 總是試圖去攀附那些會賺錢的人	5.27	2.77
6. 無論父母如何不好，仍然要求另一半(配偶)善待他們	3.11	3.07
7. 會放棄個人志向，達成父母的心願	4.41	3.55
8. 奉養父母使他們生活更為舒適	1.80	3.11
9. 為了顧及父母面子，為他們說些好話	2.93	3.00
10. 為了傳宗接代，至少生一個兒子	3.66	2.68
11. 會做些讓家族感到光榮之事	2.86	2.80
12. 政治人物會利用錢來使人為他做事	1.86	2.23
13. 政治人物會為了私人恩怨而對付他人	2.18	2.25
14. 政治人物與黑道有著密切關係	3.27	2.25
15. 政治人物會私吞國款	2.18	2.30

從上述表 2.1、表 2.2 和表 2.3 中，本研究發現《意》劇的觀眾與非觀眾在相近的基模下，對自我的社會印象並沒有顯著的差異，但《意》劇的觀眾在接收了電視連續劇文本所描述的社會形貌之後，這兩組受測者對台灣社會在「金錢」和「傳統家庭」的印象有顯著的差異。

本研究爲了更進一步的探討《意》劇對觀眾基模與社會判斷的影響，同時進行了另一部份的測量，也即是測試受測者在三年內親身接觸台灣的經驗是否會構成爲對台灣社會印象形塑的條件之一。測試結果呈現在表 2.4。

表 2.4：受測者在三年內是否曾到過台灣，對台灣所形塑的社會印象。

	有到過 N=41	沒到過 N=172	t 值
1. 台灣人會利用錢來使其他他人爲他做事	3.41	3.16	1.19
2. 台灣人認爲金錢是終極的表徵	3.44	3.09	1.54
3. 台灣人會比較尊重一個比他有錢的人	3.44	3.13	1.36
4. 雖應以事蹟評斷他人是否成功，但台灣人還是容易以擁有金錢多寡定義成功	3.44	3.10	1.49
5. 台灣人總是試圖去攀附那些比他會賺錢的人	3.44	3.13	1.39
6. 無論父母如何不好，台灣人仍然要求另一半(配偶)善待他們	3.37	3.34	0.14
7. 台灣人會放棄個人志向，達成父母的心願	3.93	3.77	0.68
8. 台灣人奉養父母使他們生活更爲舒適	3.44	3.34	0.43
9. 台灣人爲了顧及父母面子，爲他們說些好話	3.37	3.28	0.39
10. 爲了傳宗接代，台灣人至少生一個兒子	3.37	3.09	1.16
11. 台灣人會做些讓家族感到光榮之事	3.00	3.02	-0.08
12. 台灣的立委會利用錢來使人爲他做事	2.44	2.49	-0.23
13. 台灣的立委會爲了私人恩怨而對付他人	2.51	2.51	0.00
14. 台灣的立委與黑道有著密切關係	2.66	2.52	0.58
15. 台灣的立委會私吞國款	2.63	2.59	0.19

- 一. 「有到過」與「沒到過」欄中的數字爲平均數
- 二. 編碼的方式:對台灣人的社會印象 (1=非常同意; 2=相當同意; 3=稍微同意; 4=不知道; 5=稍微不同意; 6=相當不同意; 7=非常不同意)

三. \*p<.05；\*\*p<.01；\*\*\*p<.001

上述的數據顯示，受測者是否在三年內到過台灣對他們所形塑之台灣人金錢觀念、傳統家庭觀念與政治環境並不存有顯著性的差異。

表 2.5：《意》劇觀眾與非觀眾認為他們所收看的《意》劇讓他們進一步認識台灣。

受測者	期望 個數	意難忘讓你對台灣的社會有進一步的認識						
		非常 同意	相當 同意	稍微 同意	不知道	稍微不 同意	相當不 同意	非常不 同意
觀眾 N=56	個數	9	10	20	8	4	3	2
	%	16.1%	17.9%	35.7%	14.3%	7.1%	5.4%	3.6%
非觀眾 N=157	個數	6	7	12	85	10	3	34
	%	3.8%	4.5%	7.6%	54.1%	6.4%	1.9%	21.7%
總和 N=213	個數	15	17	32	93	14	6	36
	%	7.0%	8.0%	15.0%	43.7%	6.6%	2.8%	16.9%

Pearson 卡方值=64.511，p=.000<.05

表 2.5 是測試《意》劇觀眾與非觀眾認為他們所收看的《意》劇讓他們進一步了解台灣的程度。自變項受測者有兩個類別，分為觀眾與非觀眾，依變項「進一步認識」有七個類別，分別是「非常同意」、「相當同意」、「稍微同意」、「不知道」、「稍微不同意」、「相當不同意」和「非常不同意」。χ<sup>2</sup> 值為 64.511，自由度為 6，已達到 0.05 的顯著水準，表示觀眾與非觀眾在「是否能進一步認識台灣」的七個意見選項之間彼此有顯著的差異。觀眾群裡，有 35.7% 的受測者「稍微同意」《意》劇讓他們進一步認識台灣，其次是 17.9% 選擇了「相當同意」。非觀眾有 43.7% 選擇了「不知道」，其次是 16.9% 選擇了「非常不同意」。

表 2.6：《意》劇觀眾與非觀眾認為他們所收看的《意》劇反映了真實的台灣整體社會。

受測者	期望 個數	意難忘劇中反映了真實的台灣整體社會						
		非常 同意	相當 同意	稍微 同意	不知道	稍微不 同意	相當不 同意	非常不同 意
觀眾 N=56	個數	10	13	12	15	2	4	0
	%	17.9%	23.2%	21.4%	26.8%	3.6%	7.1%	.0%
非觀眾 N=157	個數	4	7	16	104	6	5	15
	%	2.5%	4.5%	10.2%	66.2%	3.8%	3.2%	9.6%
總和 N=213	個數	14	20	28	119	8	9	15
	%	6.6%	9.4%	13.1%	55.9%	3.8%	4.2%	7.0%

Pearson 卡方值=52.538， $p=.000<.05$

表 2.6 是測試《意》劇觀眾與非觀眾認為他們所收看的《意》劇反映真實台灣的程度。自變項受訪者有兩個類別，分為觀眾與非觀眾，依變項「反映真實台灣」有七個類別，分別是「非常同意」、「相當同意」、「稍微同意」、「不知道」、「稍微不同意」、「相當不同意」和「非常不同意」。χ<sup>2</sup>值為 52.538，自由度為 6，並已達到 0.05 的顯著水準，表示觀眾與非觀眾對「是否反映真實台灣」的七個意見選項之間彼此有顯著的差異。觀眾群裡，有 35.7% 的受測者「稍微同意」《意》劇讓他們進一步認識台灣，其次是 17.9% 選擇了「相當同意」。非觀眾有 43.7% 選擇了「不知道」，其次是 16.9% 選擇了「非常不同意」。

本研究在上述的表 2.5 和表 2.6 中同時把非觀眾的意見納進來參考，主要是因為觀察到《意》劇被編排在黃金時段，同時也是老少咸宜的連續劇，不排除「非觀眾」會受到身為「觀眾」的家人，甚至其他人的影響，對《意》劇產生某種程度的印象。

表 2.7：《意》劇觀眾因不同的涉入程度而與「是否反映真實」的選項有顯著的差異。

	個數	平均數	標準差	標準誤差異
零集	110	4.23	1.25	0.12
<100集	70	3.74	1.24	0.15
>100集	9	3.22	0.83	0.28
>200集	6	2.17	0.75	0.31
>300集	6	2.17	1.94	0.79
>400集	1	1.00	.	.
>500集	11	2.73	1.68	0.51
總和	213	3.82	1.38	0.09

群組之前的平方和是 75.766，F 值=7.880 (p=.000<.05)

《意》劇觀眾在不同的涉入程度下，也既是在收看不同的集數程度下對《意》劇是否反映了真實的台灣存有差異。根據表 2.7，從收看零集到集數逐漸增加至收看多過 300 集的觀眾，在《意》劇「是否反映真實」的選項中，分數逐漸下降，也更趨向認同「反映真實」的看法。由於在本研究中收看多於 400 集的觀眾僅有一位，因此不足具有分析的代表性。收看多於 500 集的觀眾，則沒有持續的下降。

表 2.8：受測者認為《意》劇最能反映出的真實部分。

受測者	期望個數	反映真實的部分			
		傳統家庭觀念	金錢觀念	政治環境	不知道
觀眾 N=56	個數	31	12	10	3
	%	55.4%	21.4%	17.9%	5.4%
非觀眾 N=157	個數	27	22	7	101
	%	17.2%	14.0%	4.5%	64.3%
總和 N=213	個數	58	34	17	104
	%	27.2%	16.0%	8.0%	48.8%

Pearson 卡方值=62.182，p=.000<.05

表 2.8 是受測者認為《意》劇最能反映出的真實部分。自變項受測者有兩個類別，分為觀眾與非觀眾，依變項「反映真實的部分」有四個類別，分別是「傳統家庭觀念」、「金錢觀念」、「政治環境」和「不知道」。χ<sup>2</sup> 值為 62.182，自由度為 3，並已達到 0.05 的顯著水準，表示觀眾與非觀眾在「反映真實的部分」的四個意見選項之間彼此有顯著的差異。觀眾群裡，有 55.4% 的受測者認為《意》劇反映了真實的傳統家庭觀念，其次是 21.4% 選擇了「金錢觀念」、17.9% 選擇了「政治環境」。非觀眾有 64.3% 選擇了「不知道」，其次是 17.2% 選擇了「傳統家庭觀念」。

表 2.5、表 2.6 和表 2.8 同時納入非觀眾為自變項，讓非觀眾自行評量《意》是否讓他們了解台灣的程度、《意》劇是否反映真實台灣社會與最能反映出的真實部分，主要原是因為《意》劇的非觀眾雖然沒有直接接收電視連續劇的文本訊息，但不排除會從其他的媒介例如報章新聞、電視廣告、或者通過人際傳播間接的對《意》劇有所想法，因此一併納入以供參考。

## 陸、信度

本研究以問卷中《意難忘》觀眾與非觀眾的受訪者對台灣所形塑的社會印象之量表來測試建構效度和信度。其研究結果的 KMO 取樣適當性統計量值為 0.904，根據 Kaiser 提出 KMO 值的決策標準（吳明隆，2007），故本研究所編製的量表具有「適合進行因素分析」的建構效度。

效度：

Kaiser-Meyer-Olkin 取樣適切性量數。		.904
Bartlett 球形檢定	近似卡方分配	2558.279
	自由度	105
	顯著性	.000

較高的信度與效度值是一份適切的量表所要具備的三大特徵，因此為了進一步了解問卷的可靠性與有效性，本研究也進行了信度考驗。由於本研究的量表採

用李克特量表，因此本研究的印象量表皆以 Cronbach's 的 Alpha 值來檢測。本研究把信度分成觀眾與非觀眾兩部份和，並以以下為測試結果：

信度：

總量表 (共 213 人)	
印象構面	Cronbach's Alpha 值
金錢觀念	0.936
家庭觀念	0.841
政治與權力	0.954

觀眾 (共 56 人)		非觀眾 (157 人)	
印象構面	Cronbach's Alpha 值	印象構面	Cronbach's Alpha 值
金錢觀念	0.939	金錢觀念	0.930
家庭觀念	0.880	家庭觀念	0.817
政治與權力	0.947	政治與權力	0.956

由以上信度考驗報表，可以發現觀眾為受測者的分量表 Alpha 係數分別為 0.939、0.880 和 0.947，非觀眾為受測者的分量表 Alpha 係數是 0.930、0.817 和 0.956，而總量表的 Alpha 係數是 0.936、0.841 和 0.954，根據蘇韻蓉（2006）所列的信度參考範圍，數值範圍介於 0.7 至 0.9 落在「很可信」的接受程度內，代表此量表的信度頗佳。

## 柒、結論

本文結論部分，則以理論與研究結果進行對話的方式整合，希望透過閱聽人基模與收視《意》劇與否，是否影響其社會判斷的過程可能性，並提出研究數據加以實證該國閱聽人原先基模與收視《意》劇後對所定其金錢觀念、傳統家庭及當代政治環境三項價值觀念有何差異性，以藉此勾勒出理論與理論間的互補之微妙關係，以及突顯閱聽人的基模測驗執行上在本研究之重要性，進而導論閱聽人

研究的範疇則必須包融更多元的學科與異國文化交會等環境因子，讓閱聽人研究的範疇更臻於寬廣。

首先，閱聽人有其透過生活經驗與在其成長過程中受大眾媒體或各種傳播管道所傳遞的訊息而對社會有所認知和形塑其印象。本研究的基模測試在研究主題的範圍內證實了處在同一社會的閱聽人在原有的基模下擁有相近的自我社會印象，《意》劇的觀眾組和非觀眾組在個人社會印象沒有顯著之差異。但轉移到「他者／異己」(the other)的社會印象認知，閱聽人（觀眾）在他者社會的再現過程中接收電視連續劇的文本訊息後，並在不同程度的自我涉入程度下對他者社會產生了不同強度和態度的緯度，從而建構他者之社會印象。本研究中的閱聽眾（觀眾）與非觀眾所經的途徑不同（請參考圖一：本研究理論架構模型圖），因此在自我社會印象中沒有顯著差異的基模上，卻形塑了顯著差異的他者社會印象。

其次，本研究結果發現《意》劇的觀眾與非觀眾對台灣的印象存有差異的是「金錢觀念」與「傳統家庭觀念」兩大部分，至於對台灣的「政治環境」卻沒有顯著的差異性。故此，歸納上述研究發現之結果，在「政治環境」部分，本研究推論馬來西亞華人閱聽眾可能透過電子與平面媒體等媒體的新聞資訊播報及轉播，容易獲悉台灣政壇當局之概況與脈動，故推估當地華人閱聽眾受其他媒體影響其該相關既有基模的形塑之可能性。

再者，關於本研究所指涉的「真實台灣」乃是根據馬來西亞華人觀眾針對本研究從《意》劇所挑選出三大觀念，進行問卷調查後所歸納之概念。歸結「社會判斷理論」的論述，整體而言，在「《意》劇是否反映真實台灣」的問題上，我們可發現該劇觀眾裡有 62.6%落在「接受緯度」，10.7%落在「拒絕緯度」，26.8%落在「中立緯度」。由此可知，因《意》劇對其該觀眾群有著一定程度的影響，故《意》劇對馬來西亞的觀眾形塑了觀眾所認知為「真實台灣」的「金錢觀念」與「傳統家庭觀念」兩項層面。「社會判斷理論」在本研究中扮演細分「馬來西亞華人觀眾從《意》劇對台灣印象」的「接收、中立與拒絕」三種態度緯度，透過該理論的

「自我涉入程度」範疇檢視，使不僅能夠從研結果中得證明該國華人觀眾的對台印象形塑乃受到該劇的影響，並且根據本研究表 2.7 顯示，從看小於一百集的觀眾印象得分（平均數得分是 3.74）到大於三百集的觀眾印象得分（平均數得分是 2.17），以本研究最初的給分設計（1、2、3 是接受緯度；4「不知道」為中度緯度；5、6、7 是拒絕緯度）視之，那麼也證實看越多集的觀眾，接收緯度就越明顯，越能認為《意》劇反應的即是真實的台灣。

然而，另一項重要發現乃是本研究之受測者在填答自身社會與台灣社會的價值觀比較上，對台灣三項社會的分數均呈現顯著的較低評價，也既認為台灣人相較於傾向視「金錢」為成功的象徵，以及擁有較為傳統的華人家庭觀念。這個顯著性顯現了本研究最終所討論的「內隱人格」(implicit personal) 的現象，對於本研究而言，「內隱人格」的產生即驗證《意》劇對於該國華人觀眾已開始利用自己的基模架構去形成對台灣的印象與特質。換句話說，本研究根據《意》劇之該國華人觀眾調查顯示（尤其「金錢觀念」與「傳統家庭觀念」），當地華人觀眾之原有基模觀念即認為普遍局勢皆屬如此，而本研究分析出該國《意》劇之華人觀眾對於台灣社會的「金錢觀念」與「傳統家庭觀念」兩大印象，皆比原先「金錢觀念」與「傳統家庭觀念」自我基模 (self-schemas) 測驗上，具有相當幅度地認同與肯定，這種透過電視劇劇情描繪，透過自我電視基模架構來對他者建立起印象之過程，亦能論定《意》劇「強化」該國華人觀眾的「內隱人格」，而非觀眾的反應則未明顯呈現受到該劇之影響，而有強化「內隱人格」之跡象。至於該劇觀眾是否有「月暈效應」(halo effect)<sup>27</sup>的現象產生，則必須額外再進行深層研究探討之。

本研究從社會心理學的範疇：「基模理論」，從觀察馬來西亞華人觀眾原先自我基模，來比對對台印象之基模，進而交叉比對觀眾與非觀眾之判斷與認知差異性，進而運用社會判斷理論中的三個態度區域，以透過社會判斷涉入取徑 (social

---

<sup>27</sup> 「月暈效應」(halo effect)：意指根據觀察到的少數特質形持整體評價，然後再推測其他未曾觀察到的特質。詳細請見鄭麗玉、陳秀蓉、危芷芬、留佳莉 (2006)，頁 280。142

judgment-involvement approach) 的方式進行當地《意》劇觀眾之態度分析，從中探討閱聽眾的基模與接受文本訊息與否，進入探索本研究設定之觀念層面上的判斷程度為何。本研究首先得知受測者的原先基模觀念，進而交叉比對分析，試透過實證的方式以達研究過程之可信度與說服力，並發現在社會判斷理論執行上更突顯「基模」測驗在執行問卷題目設計的重要性，以達在此邏輯架構下建構出態度緯度測量之態度量表。

最後，李茂興與余伯泉譯（1995：131）引用 Gissing 在 1903 年所言：「我們的心靈創造著週遭的世界，並且即使我們肩並肩徜徉在同一處草原上，我的眼睛所看到的永遠不同於你所看到的。」<sup>28</sup>以做結論。本研究者認同 Gissing(1903)這段話之前半部份，我們日常生活 (everyday life) 環境形塑出每個人不同的基模，進而推論出不同的閱聽人對於眼前所看或解讀的訊息會截然不同，然而本研究認為後半部份的論述則明顯欠缺考量到「相同基模或基模重疊」部分，本研究則發現到固然所有閱聽人基模背景均不盡相同，但卻可發現同一訊息被一群有接收的觀眾收看，其對該劇之觀念涉入程度卻有明顯的相同反應，而這些現象為何又會發生在不同的閱聽眾的基模之間？這是值得我們再持續深入探索與省思的議題。

有別以往的傳統閱聽人研究之範疇，本研究則以基模理論與社會判斷理論來執行閱聽人研究，卻礙於研究時間與空間上等限制因素考量，故以網路線上問卷調查為主要研究方式。然而，根據接著本文最後所引述之研究限制，若下述諸限制皆無礙，本研究建議尚可透過質性焦點訪談進行前測，並透過問卷等量化研究方式雙管齊下，以達獲取更深層基模意見與拓展更廣闊之範疇。殷盼透過本研究之初探性研究，採用非當今主流閱聽人研究理論，透過主副相關理論相互應用在研究方法上執行上的模式，以微薄之力，在全球化、區域化與離散文化發展的脈絡下，基於閱聽眾的文化接近性 (cultural proximity) 所致地緣文化市場 (geo-cultural

<sup>28</sup> 本句是 Gissing, G. 在 1903 年所創作之，其原文為「It is the mind which creates the world about us, and even though we stand side by side in the same meadow, my eyes will never see what is beheld by yours.」，原文收入於 Gissing, G.(1982)的 *The private papers of Henry Ryecroft* 一書中。

markets) 體系形成之概念<sup>29</sup>，殷盼藉此開拓台灣與其它海外華語使用地區之傳播訊息互通的相關研究視野。更冀望爾後有更多學者、專家能著力於相關跨國閱聽人研究，並整合運用多元社會科學研究範疇，促使讓閱聽人研究之範疇與多元科學的交融而向外擴展，以拼湊出更多元、更具深度的閱聽人研究地圖。

## 捌、研究限制

本研究執行研究過程中，已發現在執行上的困難度與限制，故在本文的最後則是提出以下四點目前研究限制與相關建議，供學界爾後有志於著力於本範疇研究之學者參考。

首先在研究調查工具使用方面，由於本研究的受測者是馬來西亞的華人觀眾，礙於研究空間、時間與研究經費上的因素限制，因此僅能透過網路線上問卷來進行問卷調查，採用初探性的探討，尙且無法針對馬來西亞非網路使用者進行實地調查與訪談。

其次，在方法論與調查結果方面，本研究不排除尙有其他的外在因素或文本訊息影響受測者對台灣所形塑的印象，例如是否親身接觸台灣社會以及從其他的媒體中介管道獲取台灣社會的訊息，惟礙於研究調查和題數規模之限制，故本研究擇取對受測者最有直接影響的【三年內是否曾到過台灣】的條件來檢測該劇是否可被視為影響社會印象的主要因素。

再者，本研究執行網路問卷所使用的調查工具，乃是透過某大學電算中心所提供的網路問卷系統，該系統由於適逢新建立與開放啓用之時期，線上執行過程中，缺乏穩定性，甚至不定時在問卷調查時期中進行維護，不排除導致受訪者在填寫問卷中遭到中斷干擾，或者發生無法開啓問卷連結頁面之情況，而可能產生干擾問卷受測者變數難以掌握。

---

<sup>29</sup> 詳細資料請參閱劉現成（2004）《跨越疆界：華語媒體的區域競爭》，頁 12。

由於網路使用者的同質性高、年齡層較低、教育水平較高，導致年長者與教育水平較低的觀眾樣本量相對較低，因此本研究無法經由各年齡層和教育水平之間的條件差異，進而直接分析馬來西亞觀眾對台灣印象的形塑狀況，乃無法做廣泛的推論。經上述情形，以致於在執行網路問卷過程中有漏網之魚、遺珠之憾的可能性。

最後，本研究使用網路問卷之量化測量方式，並且採用封閉式問題。因此，本研究之問卷在問題設計方面，根據《意難忘》劇中所呈現的諸多意象中，因本研究的核心問題意識架構，故僅針對金錢觀念、家庭觀念和政治人物形象之三面向提問，故無法得知受測者對台灣社會的其他印象。

## 玖、未來研究建議

在本研究的最後則根據上述之研究限制以提出相關論述呼應。首先，由於本研究僅針對台灣閩南連續劇《意難忘》之馬來西亞華人觀眾的對台印象分析。實際上，目前陸續在馬來西亞電視頻道公開播放之台灣閩南連續劇，尚有《世間路》、《天下第一味》、《愛》、《臺灣曼波-金水嫂》、《濟公》和《神機妙算劉伯溫》等劇，根據馬來西亞網路新聞報導及相關論壇留言觀察大略得知（如，星洲互動網，2007、星洲部落格，2006、爆米花論壇，2006等），諸多上述閩南語連續劇皆在當地有相當程度之收視。盼爾後之深入研究，可從其他台灣閩南語連續劇，以及在其他國家播映之閩南語連續劇作為主體，以進行更深層的跨國電視文本之閱聽人研究分析與探討。

其次，馬來西亞的華人觀眾除了收視閩南連續劇，年輕的觀眾同時也收看台灣的綜藝節目和偶像劇。本研究建議尚可從綜藝節目，偶像劇來探討這些媒介內容讓馬來西亞的觀眾形塑了怎樣的台灣印象，再允以比照閩南語連續劇收視之判斷與解讀，在循序漸進的研究過程中，以力求拼湊與整合相關範疇之地圖。

再者，關於華人閱聽眾之視聽調查研究，除考量到研究過程諸多限制外，其相關研究理論採用，也足以影響研究的主軸與結果。本研究以心理學研究「社會認知」(social cognition)中「基模理論」(schemas theory)為副理論，以彌補主理論「社會判斷理論」(social judgment theory)未涉及之面向，透過核心概念得以透過研究進行與理論驗證中，領悟傳播理論仍需結合其他領域學科加以應用。由於華人閱聽眾研究乃近幾年逐漸受到重視，基於社會科學在歐美蓬勃發展由來已久，傳播理論及閱聽人研究方式的思維架構大多尚未論及華人閱聽眾傳統價值觀念、教育薰陶、政治經濟等追尋脈絡。故本研究建議，在執行華人閱聽眾收視聽之調查研究時，需把華人特有的基模背景、大環境下的脈絡納入討論與觀察之中，並整合與驗證歐美傳播理論的範疇，方能論及更深層之核心議題。

最後，當後續研究得以摒除時間、空間及研究經費限制時，建議可採用隨機調查的方式，配合開放性的問題，甚至透過焦點團體訪談或深度訪談加以輔佐，以研究這些媒介內容是如何影響當地華人閱聽眾對台灣的印象形塑，並且試找出接觸該媒介內容的前後差異與變相，以達研究可獲得更深層之資料與結果。

本研究屬初探性質之研究，故盼所提出的現象和整理分析，能激起拋磚引玉的作用，讓學者與專家得以參考，並在這脈絡下持續給予關注，並適切地延伸精湛的論述。

## 參考文獻

- 文崇一（1972）。《中國人的性格》。台北：桂冠。
- 王敏如、何瑞芳、陳佳蓓（1999）。〈觀眾腦海中的日劇圖像--日劇迷與非日劇迷之比較〉，「1999年中華傳播學會研討會」論文。
- 王敏如（2000）。《閱聽人與電視劇互動情形之探索：以兒童詮釋連續劇性別刻板印象為例》。世新大學傳播研究所碩士論文。
- 汪子錫（1995）。《由本土、區域到華人傳播圈：台灣電視劇產銷的政經分析》。輔仁大學大眾傳播研究所碩士論文。
- 李秀美（1999）。〈兒童電視素養對暴力訊息解讀的影響---一個基模取向的研究〉，《教學科技與媒體》，45：3-14。
- 宋國誠（2004）。《後殖民文學：從邊緣到中心》。台北市：擎松。
- 吳翠珍（1994）。〈兒童之電視釋意基模初探〉。《新聞學研究》，48：1-41。
- 吳金鍊、曾湘雲（2002）。〈從韓劇的風行看台灣閱聽眾的文化認同—以新竹市為例〉，「2002年中華傳播學會研討會」論文。
- 吳明隆（2007）。《SPSS 統計應用學習實務：問卷分析與應用統計》。台北縣：加樺。
- 邱貴英（2003）。〈尋找「台灣性」：全球化時代鄉土想像的基進政治意義〉，《中外文學》，32(4)：45-65。
- 林水椽、駱靜山（1984）。《馬來西亞華人史》。吉隆坡：馬來西亞留台校友會聯合總會。

林積慶（2006）。〈「六人行」(Friends) 與我同在：以生活風格觀點探討台灣觀眾對美國影集「六人行」之在地消費與解讀〉，「2006年中華傳播學會研討會」論文。

周長楫（2000）。《新加坡閩南話概說》。廈門：廈門大學。

郭良文（1998）。〈台灣近年來廣告中認同之建構--解析商品化社會的認同與傳播意涵〉，《新聞學研究》，57：127-157。

郭熙（2005）。〈馬來西亞：多語言多文化背景下官方語言的推行與華語的拼爭〉，《暨南學報 (哲學社會科學版)》，27(3)：87-94

陳明珠（2002）。〈媒體再現與認同政治〉，「2002 年中華傳播學會研討會」論文。

黃光國（1988）。《儒家思想與東亞現代化》。台北市：巨流。

黃吉村、劉宗其（2005）。〈文化認同下異國形象廣告效果之探討--以哈日風潮為例〉，《中山管理評論》，13(2)：417-449。

張卿卿（1999）。〈女性候選人在選舉中的優劣勢---以八十六年台北縣縣長候選人周荃為例〉，《選舉研究》，6：111-141。

張善楠（2000）。《轉變中的華人價值觀：教育、政治與社會結構之互動》。台北市：商鼎。

張錦忠（2004）。〈回歸文化、離散台灣與旅行跨國性：「在台馬華文學」的案例〉，《中外文學》，33(7)：153-166。

楊建成（1972）。《華人與馬來亞之建國》。台北市：中國學術著作獎助委員會。

楊欣穎、陳菩貞（2000）。〈從日本偶像劇的風行看台灣青少年的文化認同〉，「2000

年中華傳播學會研討會」論文。

廖雅琴（2001）。〈從閱聽人觀感詮釋電視廣告文本意義：初探泛亞電信系列廣告作品〉，《商業設計學報》，5：231-258。

劉現成（2004）。《跨越疆界：華語媒體的區域競爭》。台北市：亞太。

鄭麗玉（1993）。《認知心理學》。台北市：五南。

鄭麗玉、陳秀蓉、危芷芬、留佳莉（2006）。《心理學》。台北市：五南。

鄭淑梅（2001）。〈在傳統的鏈條上—論電視劇審美的道德化現象〉，《文藝研究》，2001(2)：58-62。

趙庭輝（2006）。〈偶像劇《流星花園》的文本分析：青少年次文化的建構與再現〉，《藝術學報》，78：101-123。

盧嵐蘭（1996）。〈國內八點檔國語連續劇與社群意識：一個理論層面的探討〉。台北市：文化總會電研會。

盧國慶（2002）。〈現代親子論理之建構—以台灣地區為例〉，「2002年兩岸研究生學術論文研討會」論文。

錢玉芬（2007）。《傳播心理學 Communication psychology》。台北縣：威仕曼文化。

蘇蘅（1994）。〈青少年閱讀漫畫動機與行為之研究〉，《新聞學研究》，48：123-145。

蘇韻蓉（2006）。《台灣大學生金錢態度、理財認知與信用卡使用行為之研究—以新竹某私立大學學生為例》。中華大學經營管理研究所碩士論文。

戴育賢（2006）。《金錢態度、理財認知與消費性貸款行為之研究》。中華大學科

技管理研究所碩士論文。

Adams, M. J., & Collins A. (1979). *A schema-theoretic view of reading*. In R. O. Freedle (Ed.), *New direction in discourse processing*. Norwood, NJ: Ablex.

Aronson, E., Wilson. T. D. & Akert, R. M. (1994). *Social psychology : the heart and the mind*. New York, NY : HarperCollins College Publishers.

Aronson, E., Wilson, T. D., & Akert, R. M.(1995)。 *社會心理學 (Social psychology : the heart and the mind.)* (李茂興、余伯泉譯)。台北市：揚智文化。(原著1994年出版)

Eiser, J. R. (1990). *Social Judgment*, Books / Cole, Pacific Grove, CA. 53-76.

Fiske, S. T., & Taylor, S. E. (1991). *Social cognition*(2<sup>nd</sup> ed.). New York: McGraw-Hill.

Gissing, G. (1982). *The private papers of Henry Ryecroft*. Brighton, Sussex, England : Harvester Press.

Goode, W. J. (1963). *World revolution and family patterns*. London: The Free Press of Glencoe. 312-313.

Granberg, D. (1982).” Social Judgment Theory” . *Communication Yearbook* N0.6, M. Burgoon(ed.), Sage, Beverly Hills, CA. 304-305.

Griffin, E. A. (2006)。 *傳播理論 (A first look at communication theory, 5<sup>th</sup> ed.)*(陳柏安、林宜蓁、陳蓉萱譯)。台北：麥格羅希爾。(原著 2003 年出版)

Groch, S. A. (1994). “Oppositional Consciousness: Its Manifestation and Development.

- The Case of People with Disability.” *Sociological Inquiry*, 64(4), 369-395.
- Kalra, V. S., Kaur, R., Huntnyk, J.(2008)。 *離散與混雜 (Diaspora and hybridity.)* (陳以新譯)。台北縣永和市：韋伯文化。(原著 2005 年出版)
- Kim, M. P., Rosenberg, S. (1980).” Comparison of two structural models of implicit personality theory” . *Journal of Personality and Social Psychology*, 38, 375-389.
- Lester, P. M.(2003)。 *視覺傳播 (Visual communication : images with messages)* (田耐青、楊美雪等譯)。台北市：雙葉。(原作 1995 年出版)
- Lull, J.(2004)。 *全球化下的傳播與文化 (Media, communication, culture : a global approach.)* (陳芸芸譯)。台北市：韋伯文化國際。(原著 1995 年出版)
- Luke, C. (1985). Television discourse processing: A schema theoretic approach. *Communication Education*, 34(2), 91-105.
- Luke, T. W. (1989). *Screens of power: ideology, domination and resistance in informational society*. Urbana: University of Illinois Press.
- Liebes, T., & Katz, E. (1993). *The export of meaning : cross-cultural readings of Dallas*. Cambridge, U.K. : Polity Press. pp68-81; 130-139.
- Meirick, P. C. (2006), Media schemas, perceived effects, and person perceptions. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, Autumn2006, Vol. 83 Issue 3, 632-649.
- Miller, K. (2002). *Communication Theories:Perspective, Processes, and Contexts*.

Chapter 8: Theories of Message Processing. McGraw Hill.

Mosco, V. (2005)。 *傳播政治經濟學—再思考與再更新* (*The political economy of communication : rethinking and renewal.*) (馮建三、程宗明譯)。台北市：五南圖書。(原著 1996 出版)

Neuman, S. B. (1991). *Literacy in the television age*. Norwood, N. J. : Ablex. 74-78.

O' Keefe, D. J. (1990). "Social Judgment Theory" . *Persuasion: Theory and Research*, Sage, Newbury Park, CA. 29-44.

Robertson, R. (1995)." Glocalization: Time-Space and Homogeneity-Heterogeneity." *Global Modernities*. Eds. Mike Featherstone, Scott Lash and Roland Robertson. London, Thousand Oaks and New Delhi: Sage. 25-44.

Sherif, M. & Hovland, C. I. (1961). *Reactions to Communication and Attitude Change*, " *Social Judgment*" , pp146-176.

Sherif, C., Sherif, M., Nebergall, R. (1965). *Attitude and Attitude Change: The Social Judgment- Involvement Approach*, W. B. Saunders, Philadelphia. 219-246.

Smith, A. D. (1990)." Towards a Global Culture?" *Global Culture: Nationalism, Globalization and Modernity*. Ed. Mike Featherstone. Sage. 171-191.

Sarup, G., Suchner, R., Gaylord, G. (1991). "Contrast Effects and Attitude Change: A Test of the Two-Stage Hypothesis of Social Judgment Theory" , *Social Psychology Quarterly*, Vol.54. 364-372.

Silverstone, R. (1994). *Television and Everyday Life*. New York: Routledge.

Yamauchi, K. T., & Templer, D. I. (1982). The development of a money attitude scale.

*Journal of Personality Assessment*, 46(5), 522-528

意難忘官方網址：<http://www.ftvet.com.tw/Drama/unforgettable/>

sina 全球新聞：2007 年 9 月 9 日〈《意難忘》播滿一周 有人嫌囉嗦有人喊過癮〉

<http://news.sina.com/sinacn/205-000-103-107/2007-09-09/2008422375.html>

馬來西亞民主行動黨網址：<http://www.dapsarawak.com/menu/aboutdap1.php>

馬來西亞統計局網址：<http://www.statistics.gov.my/>

附錄：《意難忘》部份相關劇情

三大領域：金錢觀念、傳統家庭觀念與政治環境

意難忘三大領域之相關劇情		
領域	集數	相關劇情內容
金錢觀念	77	大中為讓雪蓮信任，一方面以信合社身分去法院申請對天成作假扣押，殺個勝天措手不及，另一方面，佯裝好人，出面對勝天表示願意幫忙處理貸款延期且也願考慮私人借款給勝天，並表示一切作為都是為雪蓮…
	93	大中要坤山小心處理花子，希望快點花錢消災… 坤山老奸，判斷花子應也會找秀慧開價碼，要大中擺平秀慧…
	154	勝志宴請天珠醫院董事，希望大家在董事會上支持素綾當董事長，並表示將來會開發醫院週邊土地，為董事謀取更大利益…
	181	進炮逼田中簽下兩億本票！田中簽下本票後，覺得已花錢消災…
	262	麗珠來要求素綾盡快簽定股權的合約，素綾硬是要反悔.. 麗珠只好說明天早上 10 點辦過戶，若推託那就將兩千萬退還，否則就要上法院.. 莉雯主動起問玉潔的狀況，光榮提想拿五百萬給玉潔.. 莉雯阿沙力認為如果錢就能擺平，把這件事了結，就給錢！素綾向麗珠表示，不想賣博愛醫院的股份，但也湊不出錢還.. 麗珠不信，你私人名下還有很多珠寶古董土地，別以為我不知..
家庭觀念	16	坤山要大中引見大野，並問起雪蓮的婚事細節，大中被問得無法回答，只好坦承林父不欲雪蓮入林家，且已再三逼迫他娶素綾的真相。
	20	大中雖已鐵了心要娶雪蓮，但不免為自己違抗父親感到憂慮與緊張。
	26	王母忙趕至小南國，驚見麗珠是酒家女，王母盤問麗珠，麗珠未設防，毫無招架力。
	27	王母說破麗珠事，並言明自己絕對不讓麗珠進門的立場，勝天為難！
	90	王母召開家庭會議，以小孩要報戶口、監獄環境複雜對小孩不好為由要勝天勸麗珠將監護權讓出。

	106	勝天堅持要讓孩子與麗珠團圓，王母不肯，母子大衝突。
	113	勝天答應王母仍會照顧弟弟，但會用其他方式，勝志不領情。
	117	素綾、勝志回到家，素綾因幫勝志籌到資金、加上以為肚中是男孩，認為對王家貢獻很多、地位提高而對王母趾高氣昂。
	119	醫生出來報告家屬是生女的，王母質疑問為何與之前產檢檢查報告與結果不一樣，生出女兒，急要護士解釋生出女生的原因，忽略素綾正在急救，賴桑麗卿見狀不滿，斥王母只關心小孩不理媽媽。
	129	王母則因久不見素綾懷孕，要求勝志陪素綾去檢查。
	212	進炮氣擱妞妞，不准妞妞與豪哥交往..
	233	麗珠軟性向婷開導與天助這段感情將不會有結果...除了表兄妹無法結合的因素外，勝天與勝志兩家感情一向不和睦，麗珠希望天助勿因愛情而放棄了事業。勝天對天助表示，只要不再跟婷在一起，明天就可回公司上班，且讓天助開始管理公司。
	246	但麗珠激烈反對，王家媳婦一定要是門當戶對，且對王家事業有幫助才可以，王母提醒麗珠不要變成 20 年前的她，麗珠楞言不可能，王母「人言看媳婦看婆婆」！這句俗話我過去不信，現在不得不信...天
	258	陳母意會到麗珠是要逼他母女出國，告訴麗珠，會禁止兩人再見面，但錢不會要。
	259	王母問天助要珊妮八字，若去合了不錯，這親事就結定了。
政治 與 權 力	109	進炮答應為勝志出口氣，安排將坤山移監至台東管訓，讓裡面人整他！
	119	勝天告訴他 K 和阿水，在嘉義，地盤都是蔡進炮的，「強龍不壓地頭蛇」，要阿水和他 K 放棄南部地盤北移(因現在政府重北偏南，北部發展大...)
	123	進炮先對每個人噓寒問暖一番，然後感謝五虎將順利讓雲嘉南地區幾個公共工程法案順利通過，絕對不會辜負大家的期望，大家魚幫水、水幫魚..

125	大中說，若進炮能利用關係，幫他打開通路，順利進入各大醫院的話，會給進炮高額的佣金和分紅！兩人談定合作。
147	阿玉為暗中幫哥哥阿水，宴請立院五虎將，告知五虎將，關於漂流木工程一案，炮哥請你們關照這家公司。
153	檢調單位持搜索票到進炮公司、家裡來大舉搜查，說進炮涉嫌關說、圍標、賄絡、收賄、盜取砂石、教唆殺人，進炮一概否認，仍高姿態說自己是立委，能耐我何，憑我關係，什麼都能擺平。
155	判決結果出，進炮獲不起訴處分，進炮又開始猖狂起來，指立委身分好用，下次一定要競選連任。
184	進炮與五虎將幾個、兄弟飲酒，慶祝無罪釋放，積極的布局下一屆立委選舉，希望能繼續擴大聲勢。
187	進炮交代阿玉，要阿玉好好坐鎮，若立委沒選上，屆時無法脫身，要阿玉鞏固樁腳。
224	進炮拿離婚協議書來給阿玉簽字，阿玉拒簽，表示選舉快到了，不想因此而斷絕自己的政治前途，進炮嗆就等阿玉選舉後事務處理好兩人就離婚！
242	阿玉對進炮展開霹靂行動，不但抄進炮的酒店，公共工程也不再發包給進炮，同時也要銀行抽銀根斷進炮的資金來源。

資料來源：本研究整理自《意難忘》官方網站---故事大綱 / 大綱分集  
<http://bobby.ftv.com.tw/drama/unforgettable/story.aspx?progid=1>

# A Study on “The Spirit of Love” Malaysian Chinese Audiences’ Impression towards Taiwan Society

Hooi-Tian Teoh, Wen-Hung Lin

## 《Abstract》

Under the globalization media research, this research was developed to treat about the effect of drama text interaction between the developing countries, and it shaped what type of ethnic familiarity and the overall society’s impression. The object of this research was “The Spirit of Love”, a drama in Southern Fujian language which produced by the Formosa TV, Taiwan. According the observation to news and web forum, under the influence of this drama, it brought in more and more similar dramas and first led the Taiwanese Southern Fujian language drama to be popular in Malaysia. “The Spirit of Love” broadcasted since September, 2004 in the channel of Formosa TV, yield high rating in Taiwan based on local rating research. Moreover it also received good response among the Chinese society during the broadcast in channel AEC, Malaysia. The core of this research was to investigate what is the impression towards Taiwan society by Malaysian Chinese audience and non-audience in the diffuse effects on perceptions that are shaped over an involvement of exposure to media messages, which the drama narratives mainly accentuated on the subjective value of money, traditional family and political agenda.

The main theory used in this research is the Social Judgment Theory, developed by Muzafer Sherif, auxiliary theory is the Schemas Theory derived from the Social Cognition field. We used online survey for the overseas survey purpose, investigated the particular social schemas of Malaysian Chinese audiences, compared the involvement level of receiving the messages from the drama and focused our study on the impression towards Taiwan between the audience and non-audience. In the depth discussion, the perspectives for value of financial, traditional family and political agenda from “The Spirit of Love” were the three parts of test subjects, due to the involvement level of messages receiving constructed the diversity for the impression towards Taiwan; further, we analyzed the changes for the latitude of acceptance, refection and non-commitment. Ultimately, this research worked out with some discovery during the process of research and brought up the limitations and suggestions against the Chinese audience research, to contribute as a reference and introspection for the following researcher.

**Keywords:** Malaysian Chinese, Online Survey, Social Cognition, Social Judgment Theory, Schemas Theory, “The Spirit of Love”