

國立台灣大學社會科學院新聞研究所

碩士論文

The Graduate Institute of Journalism at National Taiwan University

Master Thesis

兒童選秀節目中的童星建構

——以【超級童盟會】為例

Image Construction of Child Star:

A Case Study of Taiwan's Child Talent Show, *Famous Children*

游絲涵

Yu, Ssu-Han

指導教授：王泰俐 博士

Advisor: Tai-Li Wang, Ph.D.

中華民國一百〇三年二月

February, 2014



謝辭



在過去三年半的日子裡，我是多麼盼望寫下這頁謝誌，總是不厭其煩地遙想自己寫謝誌的情景——我面帶笑容地輸入一個又一個要感謝的人名，鍵盤聲是那般清脆，我的心情是那麼雀躍，還有太陽溫暖的祝福灑落滿地。如此美好的時刻，想必會是永生難忘。但是，現實和預想不一樣。現在，外頭下著雨，即使門窗緊閉，雨還是滴答作響，加上那不知從哪裡竄入的冷風，讓我直打哆嗦。而我的臉，因為連日熬夜修改論文，只見疲憊，也就沒力氣去記住這個時刻；事實上，就算我精神飽滿，它還是會日漸模糊，甚至最後消失無蹤。如同那段論文寫不出來，所以自暴自棄的日子，回頭一看，臉頰上的淚水愈加朦朧，而當時揮之不去的休學念頭，也已到九霄雲外。最讓人不知所措的是，連現在的自己，也變得有些陌生了。然而，這一路上支持我的人的身影卻愈見清晰而熟悉。

謝謝我的家人，在我鬧脾氣的時候包容我，在我情緒低落的時候鼓勵我，你們永遠是最大最穩固的靠山，期望有一天我也能夠帶給你們滿滿的愛和安全感。謝謝指導教授、口試委員張錦華老師和簡妙如老師，以及所有我在研究所遇見的老師，當我迷失在浩瀚的知識宇宙時指引我方向。謝謝新聞所同學，看到你們對生活充滿熱情，我學會不輕言放棄。最後，謝謝所有受訪者，沒有你們，我不可能完成這篇論文。想要感謝的人很多，想說的話也很多，尤其你們給我的支持，是那般具體和真誠，所以請讓我向你們當面道謝，未能當面道謝的，也請你們在接到我的電話或書信時，能夠再聽我嘮叨幾句。

摘要



雖然在選秀節目熱潮席捲東西方之際，相關的文獻也如雨後春筍般冒出，兒童選秀卻鮮少被討論。然而新聞報導和社會輿論中，兒童選秀及兒童參賽者往往又是爭議的焦點。兒童參賽者往往被描繪成「早熟的小大人」，並且被看作是星爸星媽夢的受害者；而製作單位則被看成是剝削兒童及其家長的吸血鬼。

因此，本研究以童星早熟之爭議為起點，為有效回應媒體、社會對童星和節目製作單位的批評，透過分析台灣目前僅有的兒童選秀節目【超級童盟會】，從當事人的說法、生產的角度來檢視兒童選秀相關爭議。

首先透過文本分析，釐清節目中的童星建構，並討論該建構如何對立於台灣社會對兒童的認知和期待，即「浪漫童年」。接著，為了挖掘製作單位生產童星形象的情形，研究者實地參與錄影，並且訪談了參賽者、家長和製作單位，共十七位。最後，為了捕捉節目生產過程中，行動者和場域、以及行動者之間的互動情形，研究者借助Pierre Bourdieu日常生活言行理論中的概念，來詮釋蒐集到的訪談資料。

研究者在挖掘該節目的童星形象及其建構手法的時候，也和文獻爬梳過的兒童相關概念（例如兒童權利）對話，以討論兒童選秀相關爭議。透過分析【超級童盟會】場域，本研究發現收視率既是宰制該場域的象徵體系，也是控制行動者的生存心態，導致不論是參賽者及其家人，還是製作單位，對於勞動剝削皆是無感。

關鍵字: 童星、兒童選秀節目、浪漫童年、場域、生存心態、勞動剝削

Abstract

Although talent show industries and child contestants appear glistening, they are often blemished by media criticism and scholar critiques: the industries are accused of damaging children's development and destroying childhoods while child contestants carry condemnations of being precocious and acting like "small adults" along the shows. The competitors in *Famous Children*, a talent show aiming at children under 12, are no exceptions.

Instead of simply echoing with the aforementioned criticism, I will study this issue by including 'the accused' in my discussion, hoping to create a more complete picture of the program production of child talent shows and a better understanding of the debate on child stars.

In this study, I first examined the child images of *Famous Children* by conducting a text analysis on the program and discussed how they conflict with the mainstream of child/childhood in Taiwanese culture. Next, by interviewing 7 child contestants, 7 parents and 3 media professionals behind the scene, I collected data for an analysis of their participation in the program production. Then applying Pierre Bourdieu's "Field theory" to the interview data enabled me to explore the interactions among actors and between the actors and the field.

This research finds out two main child star images of *Famous Children* which challenge the existing and dominant "Romantic Childhood" but at the same time, reflect the changing landscape of the contemporary childhood. It also offers an insight into the production of the show, namely TV ratings as the "habitus" and the "symbolic violence" in this field.

Keywords: child star, child talent show, Romantic Childhood, Field, Habitus

目錄



謝辭.....	i
中文摘要.....	ii
英文摘要.....	iii
第一章 緒論.....	1
第一節 研究動機.....	1
第二節 研究背景.....	7
第三節 小結.....	18
第二章 文獻探討.....	20
第一節 童星.....	20
第二節 真人秀的現在進行式.....	32
第三節 選秀節目與素人明星.....	35
第四節 電視節目的生產與符號、市場的宰制.....	40
第五節 Bourdieu 之結構與主體的辯證.....	43
第三章 研究問題與方法.....	49
第一節 個案介紹.....	49
第二節 研究問題與架構.....	50
第三節 研究方法.....	54
第四章 【童盟會】中的童星建構.....	63
第一節 天才形象.....	63
第二節 超齡形象.....	71
第三節 小結.....	79
第五章 【童盟會】場域分析.....	84
第一節 競爭感.....	84
第二節 故事性.....	89
第三節 小結.....	101
第六章 對早熟批評的解讀.....	105
第一節 參賽者及其家人對早熟批評的解讀.....	105
第二節 製作單位對早熟批評的解讀.....	109

第七章 結論	113
第一節 研究發現.....	113
第二節 研究限制和建議.....	118
第三節 結語.....	121
參考書目	123
附錄	131

表目錄

表 1 目前在台灣播出的國外真人秀.....	13
表 2 曾在台灣播出的國外真人秀.....	15
表 3 台灣現有的選秀節目.....	16
表 4 本研究使用到的《兒童權利公約》.....	32
表 5 研究問題與理論概念對照表.....	52
表 6 兒童參賽者訪談名單.....	59
表 7 家長訪談名單.....	60
表 8 節目方訪談名單.....	60
表 9 訪談大綱之參賽者及其家人.....	61
表 10 訪談大綱之製作單位.....	62

圖目錄

圖 1 研究架構圖.....	51
圖 2 研究流程圖.....	53

第一章 緒論



第一節 研究動機

我是誰 Part One

可愛的天使？可憎的惡魔？

「希望大家不要討厭我。」小小彬說。

2010年小小彬旋風席捲台灣演藝圈，讓他一年賺進八百萬台幣。荷包滿滿的他，卻也飽受批評之苦。有網友在臉書上成立「反小小彬」社群，還有記者當面問他：「有人覺得常常在電視上看到你，覺得不想再看到你，你覺得咧？」（林淑娟、張雅文，2010.03.17）

童星似乎有讓人又愛又恨的特質。他們初次登上螢光幕，童言童語讓人愛不釋手，但是多曝光幾次之後，批評聲浪就開始湧現。在小小彬的例子中，甚至還出現反制的舉動；而面對沉重的提問，小小彬也只能期望大家不要討厭他。

其實，不僅童星是被批評的對象，他們的家人往往也必須承受眾多的質疑和謾罵。昔日童星楊小黎在訪問中說道：「就是有言論說那小童星為什麼不去死一死啊，或者是說這小童星看起來很做作、噁心，她爸媽一定只是把她當搖錢樹，什麼爛人之類的，就是連我父母一起罵」（研究者訪談，2012.01.20）。

然而，童星及其家人的聲音，不論在媒體報導中，還是傳播學術圈內，都相對微弱。也因此，研究者欲了解童星及其家人如何看待媒體和大眾對他們的批評。

更廣泛地說，研究者欲了解的對象是「螢幕上的兒童」及其家人。有鑑於小小彬並非特例，並不是他人氣高、活動邀約多，才招引媒體和社會大眾的抨擊；事實上，前述的媒體評論和社會輿論常見於大多數的「螢幕上的兒童」。換言之，出現在螢幕上的兒童容易遭受非議，即便他們並沒有家喻戶曉，甚至還沒達到明星的地位；然而在媒體和大眾的眼中，他們和童星一樣，身陷於複雜且負面的演藝環境裡，亟需被拯救。也因為如此，媒體和社會往往用相同的刻板印象來框架童星和螢幕上的兒童。當童星的「明星」地位和特質並不像成人明星那般被強調，而且螢幕上的兒童有著和童星相同的遭遇，兩者可視為同一目標群體，面對共同的命運。

由於本研究期望能較為全面地了解兒童與演藝環境、表演工作的關係，以及媒體和社會對這群在演藝圈中的兒童的認知，所以不侷限於某位童星的個案分析，也不拘泥於分析對象的知名度或經歷，統一以「童星」視之。



我是誰 Part Two

被迫長大的小孩？困在小孩身體裡的大人？

當媒體慣用「超齡」、「早熟」¹等字眼形容童星，並且一律將他們稱做「小大人」時（闕志儒，2012.08.25），年齡順理成章地成了唯一的評價標準，而興趣和才藝被踢出了討論範圍；每每兒童福利團體警告「過度早熟會對兒童的學校生活帶來負面影響」（林上祚，2010.01.24），並大聲疾呼把「正常的童年」還給童星，「兒童在學校學習」成了「正常童年」最理所當然的表徵，而所有違背此一表徵的兒童，自然而然被貼上「過著不正常童年」的標籤。

過著正常童年的一般兒童不要以為沒自己的事，因為社會能夠將童星排除在外，有賴於先行建立一套一般兒童以及正常童年的論述。也就是說，不論是童星／不正常的童年，還是一般兒童／正常的童年，都是社會建構的產物，並且在社會建構的產物層層堆疊之下，社會權力體系得以穩固（O'Connor, 2008）。於是，「什麼年紀該做／不該做什麼事」、「兒童應該是／不該是什麼樣」、「童年應該是／不該是什麼樣」成了大家一致付諸實行、不曾去質疑的常識。

Adora Svitak²認為，年齡並不能做為判斷一個人的行為或成就的基準點；而大人使用「幼稚」指稱兒童「不負責任」，只會「非理性思考」，是不妥的。在她看來，幼稚一詞是「年齡歧視的、維多利亞時代的用語」（age discriminative Victorian word）（Adora Svitak, 2010.02）。研究者認為，童星常被冠上的「早熟」，也帶有「年齡歧視」的成分，與「幼稚」同是大人對兒童的偏見；兩者在在複製「兒童就（該）是大人認定的模樣」，在在區分兒童「不像大人那般成熟、負責任、懂得理性思考」。於是，一旦仍處於兒童年紀的兒童有點大人樣了，就會被歸類成早熟，並且早熟有害兒童身心發展，所以大人必須挺身而出，社會必須群起撻伐。然而，只從大人的角度出發，而且一味地將兒童視作大人的反義詞，可能因此抹煞個別兒童的特殊性以及兒童群體的多樣性。

研究者認為，相較於膚色、種族歧視，年齡歧視顯得隱晦，一方面是因為它

¹ 相較於「超齡」，「早熟」更常被使用。但因為早熟往往帶有較大的負面意涵，超齡顯得相對中性一些，所以只有在為了反映、強調社會對童星的負面評價時，研究者才使用早熟，主要是在文獻和第六章，因為前者的討論多置於社會情境和文化脈絡，而後者針對常見的早熟批評進行討論。

² Adora Svitak 是一位美國作家，今年 16 歲。自小就喜愛閱讀和寫作的她，在 7 歲那年，因為上節目《早安美國》而成了家喻戶曉的人物。2010 年在 TED Conference 上，呼籲大人向小孩學習，並給予小孩更多的信任和發展空間。

鮮少為人談論，也就較不為人所知；二方面是因為它往往隱藏在層層保護論的遮蓋下，不容易被人察覺。如前述，兒童不論在生理行為，還是心理層次，皆因為年紀小，而受到諸多限制與規範³。尤其在「兒童保護論」的護航之下，生理的不成熟輕易地等同於心智的不成熟；而年齡成了唯一的評量標準。

研究者並不是反對兒童保護論，因為缺乏教育及社會經驗的兒童當然會需要大人的協助；然而，在保護論獨大的情況下，可能會導致過度保護，進而壓抑兒童的成長與發展。意思是，在一片大人聲浪中，傾聽兒童聲音顯得格外重要，而且迫切。同理，本研究認為在童星此一議題上，童星本身的聲音不僅需要被聽見，更需要被重視。

以研究者家教一對國小生姊妹的經驗看來，不論是小四的妹妹，還是小六的姊姊，從穿著、言行舉止到思想，比起研究者國小的時候都來得「成熟」許多，也都可以被歸類到「早熟」。若直接負面評價她們的早熟表現，就不可能發掘背後的原因——資訊的吸收管道增加，使她們可以輕易接觸到五花八門的訊息，並且在大家都流行某種打扮、說話方式和用語時，同儕之間形成莫大的壓力。

總而言之，即使在 21 世紀的今天，對於兒童早熟的論述仍舊充斥著「以成人自身出發」，有失兒童原味的「關」點。研究者認為，當成人把自己關在自身的思考以及價值判準的框架裡，不僅可能錯失理解兒童想法的機會，還可能阻礙兒童多元發展。

此外，雖然研究者同意年齡可以拿來評價兒童，但是堅決反對它是唯一的評量標準，認為多方考量才能有效看見兒童的全貌，尤其每個兒童的情況不盡相同。舉例來說，家庭類型、成長背景、個性…，甚至在家中的排行，可能比年齡還要影響兒童的身心狀況。因此，本研究在試圖了解童星的表演經驗，以及他們和表演環境之間的互動情況時，不會只看年齡，成長環境、個人特質、社會觀感等等同樣重要。

總的來說，研究者認為兒童可被視作社會中的弱勢團體，他們不是被大人搶走發聲權，就是聲音小到聽不見，尤其當社會一致採取「兒童保護論」的立場，兒童附屬於成人的地位得到合理化；並且，當社會一致批評童星「早熟」、「過著不正常童年」的時候，「兒童應該有的樣子」得到認證，兒童弱勢的地位獲得強

³ 《兒童及少年福利法》是台灣社會特別針對兒童群體制定的法律，立法目的即是「促進兒童身心健全發展，保障其權益，增進其福利」（第一章第一條，《兒少法》）。該法條列了許多兒童「不得為」的行為，例如：禁止閱覽、收聽或使用足以妨害其身心健康之暴力、色情之出版品；並且規定父母及監護人有責任禁止兒童從事「不得為」的行為，若是沒盡到保護責任，還必須擔負罰則。然而，對於兒童「可為」的行為卻少有著墨。換句話說，該法對兒童的行為多有限制，而且「保護兒童」的意識強烈。

化。而童星，人數較兒童整體更為稀少，特殊性更為顯著，不論在數量，還是質量上，都是弱勢中的弱勢，因此更加容易陷入被排除在外的窘境。

有鑑於此，研究者期望能從童星的角度出發，讓他們自己說說：童星該是什麼樣、是否覺得自己早熟、是否覺得自己不同於一般兒童、演藝生活是否對學校生活造成困擾、又是怎麼樣的困擾…。畢竟，這一切的一切，不該是大人說了算。

我是誰 Part Three

兒童保護論中的弱者？兒童解放論中的強者？

即便本研究的初衷和終極目標都是「跳脫社會大眾、專家學者對兒童和『螢幕上兒童／童星』的看法，為兒童提供一個可以為自己說話的空間」，但是研究者認為，唯有確實反思過社會大眾和專家學者提出的擔憂和質疑，才可能創造出一個真正的討論空間。換句話說，雖然研究者質疑目前關於童星的輿論，因為它們立基於兒童保護論，忽略兒童／童年概念為社會建構此一事實，更造成兒童被客體化，甚至邊緣化，因而主張在童星議題上，研究者應脫離兒童保護論的思考路徑，以回歸童星的主體經驗；但是研究者也要強調，在和童星對話之前，著實有必要釐清佔居主流的「早熟論述」，及其理論基礎「兒童保護論」。

如本研究一開頭引述的新聞報導，童星經常被貼上「早熟」的標籤，也是被許多人討厭的「小大人」，因此，電視機前的家長擔心家中的小孩染上童星的早熟，同樣坐在電視機前的專家學者則質疑童星的父母親和製作單位，把小孩推進演藝圈的真正動機。而這些擔憂和質疑的背後其實是「兒童保護論」的思維。

該理論立基於生物發展論，認為兒童因為尚未發展「成熟」，所以不能為自己得到最好利益；相反地，發展成熟的成人熟知兒童的最佳利益為何，所以可以保護兒童，而在保護兒童的過程中，成人對兒童自由的干預是合理且符合道德的。然而，此種論述忽略社會環境對兒童的影響，似乎有把兒童排除在整體社會以外的嫌疑，如此一來，兒童在社會的位置不僅附屬於成人，甚至被隱形，其主體性也隨之消失。並且，在過度強調兒童的生理發展時，年齡自然而然地成為區分的標準，而不符合這些標準規定的兒童容易遭受批評，甚至被標籤化—童星正是如此。

童星仍在學齡階段，卻到教室之外從事演藝工作；他們處於身心尚未成熟的階段，卻在打扮和行為舉止上都表現成熟。面對童星「兒童成人化」，家長害怕家中小孩會有樣學樣，而專家學者則再再呼籲「還給他們正常的童年」。這種對「童年消逝」的焦慮其實在 80 年代就出現了。

Neil Postman 於 1982 年出版《童年的消逝》一書，從觀察電視科技對兒童

的改變和影響，提出了「兒童成人化」以及「童年消逝」的觀點。雖然他批評皮亞傑的認知發展理論缺乏歷史觀⁴，並承認兒童／童年概念是歷史和社會的產物，也花了很多的篇幅梳理該概念的形成，但是他認為童年「可能是文藝復興以來，人類歷史上最偉大的發明之一，可能是最具人性的理念」(Neil Postman, 1982／蕭昭君譯，1994：6)，因此，他強烈主張童年概念應該被保護。Postman 當時的觀察對象是看電視的兒童，而本研究的研究對象則是上電視表演的兒童。即便如此，「兒童成人化」的現象及其引起的擔憂和批評卻是有過之而無不及。試想，如果看電視就會被成人化，那麼，參與電視製作的兒童「被成人化」的危機不就更大了，例如因為表演的需要。

雖然兒童保護論仍居處主流，但近年來，兒童權利逐漸受到重視，因此在了解兒童保護論之後，也有必要討論「兒童解放論」，尤其在兒童保護論的論述框架之下，童星淪為客體，所以不論是他們身心發展的狀況，還是演藝事業的利益分配等等責任和權利(以及伴隨權利而來的權力)都落入父母親或監護人的手中。

簡單地來說，兒童解放論者反對兒童保護論者用生物發展的觀點限制兒童權利，因為他們認為兒童和童年的概念都是被社會建構出來的。而且他們質疑，當成人與兒童利益相衝突時，成人不一定會為兒童的最佳利益著想，所以不應該正當化、合法化，甚至道德化「成人保護兒童」此一論述，應該要訴諸「公平原則」，讓兒童與成人享有平等權利(沈寶濤，2006)。

不過，當兒童解放論者高喊兒童平權時，似乎有意地忽略了兒童身心發展的侷限，及其生理、心理狀態與成人的差異。換言之，雖然解放論者將社會環境納入考量，看到不同社會情境、文化對兒童形塑／成長造成的影響，間接地提升了兒童的社會位置，並凸顯了兒童的主體性，但是他們視而不見兒童與成人之間天生存在的差異。舉例來說，雖然此時兒童是自己的主人，可以為自己的身心發展狀況，以及演藝事業的利益分配負責，但是因為年紀小、缺乏特定能力而無法付諸完全的權利和責任，不僅會讓兒童權利淪為空泛的進步概念，更可能為兒童帶來傷害。如同 David Archard (1993) 在兒童能力和權利之間的關係的討論中所主張：「對於某些才能的具備與生物年齡有密切的關連，而對於權利的掌握又與是否具備這些才能有關」(Archard, 1993, as cited in David Buckingham, 2000／楊雅婷譯，2003：298)。意思是，雖然兒童的年齡並不直接與能力劃上等號，也就不直接對應到兒童可享有的權利，但不可否認地，「年齡的確對能力提供了一些

⁴ 皮亞傑認為兒童的發展是自然、普遍，而且循序漸進的；意思是，每個兒童都是在完成一個成長階段之後，進入下個階段，直到完成所有階段，就成為大人。這般說法既忽略了兒童概念的歷史性和社會性，也忽視了兒童本身的主體性和個體性。事實上，不只成長心理學有上述的盲點，七〇年代之前的人類學和社會學也都是如此，因為當時的研究者都是透過成年(adulthood)來理解童年(childhood)；對他們來說，兒童生活只不過是為未來的成人生活做準備，而兒童研究的目的僅在於進一步挖掘成人生活。(Allison, 2009)

廣泛的指標」(David Buckingham, 2000/楊雅婷譯, 2003: 298), 進而決定了兒童可以行使的權利範圍。

總的來說, 兒童保護論在劃分兒童和成人之間的差異時, 限縮了兒童可能的發展, 忽略了不同兒童之間的差異, 進而無法顧及兒童/童年概念的社會性; 但同時, 它確實地「保障」了兒童的發展空間和權利, 例如接受義務教育, 以及種種兒童福利。而兒童解放論在弭平兒童和成人之間的差距時, 忽視了兒童的先天限制, 並且因為過度強調兒童平權, 反而可能讓兒童陷入更大的危機, 例如商業支持兒童主張自身的權利, 然而當兒童獲得所謂的「自主消費者」的地位時, 不難發現商業的目的在於賺取兒童的錢; 但同時, 它確實地「解放」了兒童的附屬地位, 以及後天加諸在兒童身上的種種壓迫。在研究者看來, 正因為兒童保護論和兒童解放論各有缺陷, 所以更應該要相互辯證, 也因此, 在研究過程中, 研究者時時提醒自己不要陷入某一理論的思考框架, 而要致力於找出可能的出口, 尤其站在童星議題的諸多爭議面前, 選邊站是如此地誘人, 但危險。

我們是, 被消音了的主角

對童星的關注讓研究者注意到名叫【超級童盟會】的兒童選秀節目(以下簡稱【童盟會】)。該節目僅開放給 12 歲以下的兒童報名參加, 而且該節目的參賽者也被冠上前面提及的評語, 包括「超齡」、「早熟」和「小大人」等等, 所以是最佳的研究對象。

為了解該節目中的兒童, 以及媒體和大眾對他們的看法, 研究者大量閱讀與【童盟會】相關的新聞報導; 並發現, 不僅兒童參賽者被描繪成「正常童年的破壞者」, 節目的製作單位亦是如此。在報導中, NCC、兒童福利團體和兒童領域的專家學者不僅是主要發言者, 而且他們的意見往往直接被引用; 然而, 備受砲火攻擊的參賽者及其家人和節目製作單位, 卻少有發言的機會, 往往只有播出節目的電視台代為回應。簡言之, 參賽者及其家人和製作單位, 在正常童年以及其他節目爭議中, 都被消音了; 弔詭的是, 他們才是爭議中的主角。

本研究認為, 實地參與節目的參賽者及其家人, 和實際產製節目的製作團隊, 比起政府官員、學術研究人員, 甚至閱聽人, 都還要深入節目的生產核心, 所以與節目關係最為密切的他們不應該被忽略。有鑑於此, 除了聆聽兒童參賽者的聲音之外, 研究者也從製作單位的角度, 回應媒體和大眾的批評。尤其在一次課堂上, 一位曾經任職於友松傳播製作公司的學姊, 分享了製作電視節目的酸甜苦辣, 研究者因而有機會了解到這群服務於製作公司的媒體人不為人知的一面

⁵，於是研究者更加不能對他們及其說法視而不見。

還記得，學姊在經驗分享的結語中說道：「看節目時，請保持感恩的心」。這句話讓研究者印象深刻，也決定把製作單位加入本研究的討論中，尤其節目製作單位的實際經驗在學術論文中，往往不受重視。



總而言之，研究者不想像新聞報導中的專家學者，一味地批判節目內容的低俗，卻沒有考量到製作單位實際生產的困境；貶低節目價值的同時，卻沒有反省業界的實際運作不受政府和學術界重視的窘境。本研究期望藉由傾聽生產最前線的聲音，不僅避免特定的論述獨佔，進而縮短實作與理論的距離，以提供更為具體的改善方案。

第二節 研究背景

由於選秀節目是真人秀的子類型，而歌唱選秀又是選秀節目的其中一種，所以在討論【童盟會】及其兒童參賽者之前，首先綜觀兒童與真人秀的關係。

誰做主：家長為王

全世界，兒童參與真人秀的情形，可分成兩大類：第一類是，以兒童為中心的真人秀。在此類真人秀中，照遊戲規則來說，家長是不能參與的；意思是，兒童必須完全依靠自己的才藝和能力來獲取頭銜和獎金。第二種情況是，兒童與家長皆為節目內容的一部分，但是以家長為主；意思是，此類節目通常以家長的角度命名或設計節目。

舉例來說，被多國錄製在地版本、2011年春天在台灣的衛視合家歡台上播過的 Junior Masterchef 就屬於第一種類型。8 到 12 歲的參賽者在競爭成為最年輕的主廚過程中，從構想菜單、設計料理，到烹調、擺盤都必須獨自完成。很明顯，聚光燈下的焦點是兒童參賽者及其才能。另外，曾經引起美國社會一陣軒然大波的真人秀 Kid Nation，將四十名 8 到 15 歲的兒童聚集到一塊荒地上，自行建立一個可運作的社會。該節目的參賽者不僅被帶遠離他們的家長，製作單位也僅能提供「最少的協助」(minimal adult help)。顯而易見地，兒童參賽者一切都要靠自己，而他們也是所有的節目內容。

⁵ 在該次分享中，研究者得知，這些工作人員的薪水不多，但工作時間長；即便如此，還是有不少人想要把工作做好，希望能製作出既叫好又叫座的節目，但是製作預算低，再加上老闆通常只求賺錢，所以只會要求員工複製當下流行的節目，導致抄襲的歪風盛行。一言以蔽之，他們身處惡劣的產業環境，工作條件又不好，使得他們的理想和現實環境時常發生衝突，承受著巨大的壓力。

台灣常見的歌唱選秀比賽也屬於上述這個類型。但很大的不同是，在歌唱選秀節目上，參賽者的親友扮演相當重要的角色，因為不論在比賽現場，還是賽場外，都需要他們加油助陣和真情告白，才能確保參賽者贏得觀眾的支持和評審的青睞。而【童盟會】做為「台灣史上第一個專屬 12 歲以下小朋友的歌唱舞台」，雖然觀眾投票並不包含在定期比賽的計分內，但是比賽現場、敗部復活和人氣王票選都還是需要親友的幫忙。並且，與成人的歌唱選秀比賽一樣，親友及參賽者互動之間的真情流露往往是衝高收視率的重要橋段。簡言之，歌唱選秀節目旨在透過參賽者與觀眾建立密切的關係，以培養忠實的收視群，帶動最大的經濟效益，所以參賽者的自我揭露，及其家人的真情流露同樣重要。即便如此，歌唱選秀節目仍屬於第一類型「以參賽者為中心」的真人秀，畢竟參賽者缺乏真材實料的話，家人也無法錦上添花。

至於第二個類型「有兒童參與，但家長擔任主要角色」的真人秀，外國有好幾個作品，例如：I Know My Kid's a Star、Dance Moms、Toddlers & Tiaras 和 Jon & Kate Plus Ei8ht 等等，但是在台灣找不到半個。在這類真人秀裡，兒童的個人特質或才藝表現通常會被家長戲劇化或有爭議的發言、行徑，或者家長之間的爭鋒相對給蓋過，而淪為配合打造高收視率的工具(Caroline Carter, 2012.03.23; John Donovan, 2012.03.30)。也因此，此類節目中的兒童的自主性和權益往往引發爭議，包括家長是否觸及對孩童的剝削、製作單位是否違反童工法、現有的法規是否能保障兒童參賽者的安全和相關福利…等等。

事實上，以兒童為中心的真人秀也有上述的爭議，因為不論是參與該真人秀的表演合約，還是經紀約，都是父母親在簽。換句話說，家長在兒童與節目之間，總是占據重要，甚至必要的位置。兒童歌唱選秀節目也不例外。一旦父母親和節目簽約，兒童就失去了自己表演內容的擁有權和使用權，之後被經紀或唱片公司相中，也可能成為它們與父母之間的交易對象。總之，不論是哪種類型的兒童真人秀，參與其中的兒童都（容易）處於弱勢，關鍵就在於他們的年紀還小，從日常生活、社會規範到國家法律，都依附於家長。然而，並不是取消了這層依附關係，或是提升兒童在成人社會中的地位，就可以解決這些爭議，因為不論是主張保護兒童，所以反對兒童選秀；還是因為主張解放兒童，所以正當化種種對兒童的商業剝削，再再都是思考的盲點。因此，解決問題的關鍵在於，成人如何在兒童保護論和兒童解放論之間——更精確地說——在兒童的能力和權利之間劃上界線⁶。而在那之前，必須先讓兒童現身說法，因為做為爭議中的主角，他們的聲音已經被忽視、被代言了太久。

⁶ 參見上一節「我是誰 Part Three：兒童保護論中的弱者？兒童解放論中的強者？」。該討論有較為詳細的理論辯證。

誰做主：兒童我最大？

在台灣，兒童參加歌唱比賽節目的情形其實早在六〇年代就已經出現。開播於 1965 年的《五燈獎》是台灣第一個「由電視台製作或轉播的歌唱比賽節目」（陳亭瑜，2010），也是第一個兒童可以參與的歌唱比賽節目。雖然《五燈獎》不以「未來能夠成為大明星」號召民眾參與（陳亭瑜，2010），也不保證參賽就能夠出唱片，參賽者能夠拿到的僅是五度五關之後的五萬元，但是仍有多位參賽者在《五燈獎》演出後踏入演藝圈，例如歌手蔡小虎、蔡琴和張惠妹、主持人吳宗憲、男子團體 L.A.Boyz（王維玲，2010）；而兒童參賽者順利推出個人專輯或合輯的有：林俊逸、李曉雯、李曉霏、詹曼鈴、吳淑敏、邱心儀等人。不過，由於《五燈獎》僅提供獎金、沒有和唱片公司合作，節目定位在「單純邀請素人上電視表演與比賽」（陳亭瑜，2010），所以當時這些兒童參賽者並沒有引起媒體或社會負面的關注。

到了九〇年代，西方興起真人秀，從早期將一群民眾聚集在同一個屋簷下，進行 24 小時監控的節目，到愈來愈多樣化的節目類型，例如約會、才藝、競賽等等；歌唱選秀類型則是從 2000 年初開始流行。於 2003 年在美國 NBC 播出的 *America's Most Talented Kids*，可算做史上第一個兒童歌唱選秀節目。雖然 3 至 16 歲的參賽者不一定要表演唱歌，可以自由選擇其他種表演項目，例如舞蹈和魔術，但這是第一次兒童擁有專屬於自己的舞台；甚至在節目移到 Ion Television，製播第二季和第三季的時候，連評審也變成了兒童。整個舞台上，只剩下主持人是成人；而整個錄影現場，瀰漫著兒童之間惺惺相惜的氣氛，與一般選秀場上濃厚的較勁，有很大的不同。不過，隨著該節目在 2006 年結束，美國目前的選秀市場幾乎被成人占據⁷。在成人為主的比賽場上和市場運作中，兒童參賽者面對的挑戰和壓力想必比站在專門為自己設計的舞台上來得大。

2007 年，在台灣出現【童盟會】，號稱是「史上第一個專屬 12 歲以下小朋友的歌唱舞台」（超級童盟會官網，上網日期：2012 年 8 月 1 日）。由於該舞台預設為「兒童版的超級星光大道」，所以挪用《超級星光大道》的節目設計，除了定期舉辦的例行賽之外，還有男女生 PK、經典歌曲 PK、爸媽的偶像歌曲 PK 等比賽，也都會安插評審評分和講評；因此，相較於 *America's Most Talented Kids*，該節目的競賽意味頗為濃厚。但不同於成人選秀節目，它沒有提供高額的獎金或唱片合約，以吸引有志成為演藝圈明日之星的素人，也沒有讓民眾透過簡訊票選冠軍的計分機制，所以表面上，不如一般的選秀節目商業化。

然而，基於下列三個理由，它仍舊應該被歸類在選秀節目，也因此需要受到

⁷ *American Idol* 的年齡限制是 15 至 28 歲，該節目受歡迎的程度讓它從 2005 年到 2011 年連續七年登上尼爾森收視調查的「最想看的電視節目」；*The X Factor (U.S.)* 的年齡限制則是 12 歲以上；*America's Got Talent* 開放給所有年齡層。

相關檢視：第一，雖然沒有高額獎金⁸或唱片合約的獎勵制度，但是在比賽過程中，製作單位和電視台會簽下有潛力的參賽者，甚至許多在比賽中遭到淘汰的參賽者，還是能夠獲得廣告、節目和戲劇演出等等機會；第二，雖然節目強調提供小朋友「一個歌唱的舞台」，但是在號召小朋友參加的時候，例如節目宣傳和試唱會，都瀰漫著濃濃的選秀氣息，打著「讓你成為兒童界的 Number One」、「為歌壇閃耀小小星光」、「你就是下一個大明星」等等的標語；事實上，在節目上也常將參賽者冠上目前當紅偶像明星的稱號，例如「小蔡依林」；第三，節目的賽制完整，有週賽、月賽、季賽和年度總決賽，還加入人氣王、最佳人氣團體等等的票選。以上描述顯然與純粹比賽唱歌的節目不同，因為能從節目脫穎而出的往往是「除了歌唱能力，還具備明星潛力，並受到觀眾喜愛」的明日之星。

由於製作單位和觀眾的喜好如同一雙看不見的手，主導著節目的進行，使得該節目和行之有年的兒童選秀活動同樣，常常被批評是在「物化」、「消費」兒童，而節目和活動中的兒童也往往被形塑成「打扮和說話與大人無異」的「小大人」（闕志儒，2012.08.25）。不過，就在專家學者擔心兒童被過度商業化的時候，中國最新出現、以兒童表演為主要節目內容的《天才童聲》不僅創造高收視率，也得到正面的評價——此舞台上的兒童演出「像享受演唱會似的表演」（北京新浪網，2012.05.31）。

最大的原因或許就在，《天才童聲》自節目開播起，就強調「少年兒童的成長體驗和個性發揮」，所以它不只是迎合觀眾收視口味的「兒童歌唱秀」，「更是一檔適合大人和孩子一同觀看的兒童成長勵志節目」（百度百科，上網日期：2012年10月1日）。也因為如此，該節目少了成人評審團的檢視和評論，多了由明星來賓組成的「成長加油團」，總是給予台上的兒童支持和鼓勵，為孩子的演唱「保駕護航」（百度百科，上網日期：2012年10月1日）。再者，該節目沒有名次或獎金的機制，每一位小朋友都可以獲得一面獎牌，稱做「小天才獎」；若演唱的歌曲受觀眾歡迎，被票選為「最受歡迎的歌曲」，則可獲得獎品，例如某個英語教育機構的禮券。總之，比起【童盟會】，《天才童聲》少了競爭，似乎多了兒童一起享受表演的樂趣，就像孩子們在開場時唱的節目主題曲《成長，愛》：「有千萬雙手，托起明天太陽，托起孩子的夢想，…，伸出我們的雙手，一起來擁抱美好的世界，前方未知的地方，有我們夢想，…。愛，讓我們成長，學會快樂和分享，…。那份屬於你的時刻一定會閃亮」（百度百科，上網日期：2012年10月1日）。

不過，在競爭較少的舞台上，兒童能夠就此免於被商業化？那麼，大型的交響樂團現場伴奏、華麗的舞台和知名來賓的費用如何支付。在節目依舊需要對贊

⁸ 相較於《超級星光大道》和《超級偶像》的100萬冠軍獎金，【童盟會】第一名獲得的獎金是兩萬元（或是第一年度的冠軍獎金較高，是三萬元）。

助商、廣告商交代的同時，收視率必定在節目製作的考量範圍內。另外，在一片和樂融融的氣氛中，兒童就不可能是被消費的對象了嗎？那麼，兒童及其家長在節目上，大方貢獻日常生活點滴和內心話該如何理解。當兒童的好習慣、壞習慣、交友狀況…，全都成了節目中不可缺少的內容時，兒童、家長和他們生活的一切在觀眾收看、線上討論以及平時閒話家常的當下，都在被消費。換句話說，不是沒有高額獎金或唱片合約的利誘，就沒有競爭，就不會被商業化、被消費，也就不會被收視率牽制。因為不論東西方，也不論哪種類型的兒童選秀節目，「其初衷並不是為了豐富兒童的童年生活、給予兒童自我成長的舞臺，而是收視率、利益牟取和造星神話『三駕馬車』綜合驅動下的一場成人利潤的盛宴」（王海英，2011）。即便在 America's Most Talented Kids 的舞台上，兒童看似掌控一切；然而「被過度指導」（overly coached）的兒童演出和極度熱心的家長表現依舊常見（Alessandra Stanley, 2003.04.23）。最終，兒童似乎仍是站在舞台中央的配角。

一言以蔽之，不同的選秀舞台有著相似的問題。只是，在「怎麼樣的舞台對兒童比較好」的討論中，兒童始終缺少自己的台詞，因此，本研究特別強調兒童現身說法。雖然兒童的現身和發聲不等於兒童自主的展現，但是研究者認為兒童可以影響其所在的結構——不論是成人社會⁹，還是選秀節目場域，因為「在兒童自身的生活、那些兒童身邊的人的生活以及兒童所處的社會之中，兒童本身就是，也必須被看作是，主動的（active）」（James & Prout, 1990, as cited in Allison, 2009: 40）。

誰做主：收視率當道

「只要『創新成本』高於『抄襲成本』加上『風險』，抄襲行為就會持續不斷地發生，畢竟在資本主義的社會下，誰會在乎金鐘獎？商業利益永遠擺第一。」
（《啱報》記者謝佳慧，2007.12.02）

如研究動機中提到，不僅兒童（參賽者），節目的製作單位通常也缺乏發言的空間。然而，當媒體和大眾一味地批評他們，卻又不給他們機會發言，使爭論的焦點一直停留在節目的內容和設計可能如何傷害兒童（參賽者），但無法深入背後的原因。製作單位之所以無法做出「真正」專屬於兒童的選秀舞台，只能複製出「兒童版星光大道」，而且內容也不盡人意，進而到兒童參與真人秀的整體情形，其實都可追究至同一個始作俑者，即是收視率主導的生產邏輯。

在台灣，兒童參與真人秀的情形不如西方來得多，因為真人秀的形式單一，沒有廚藝競賽或生存考驗等節目類型，歌唱選秀節目是唯一的選擇。並且，在兒

⁹ 成人社會指的是成人為優勢階級的社會結構，由兒童保護論、「浪漫童年」等等建構、鞏固而成。「浪漫童年」概念詳見下一章文獻探討的第一部分。

童歌唱選秀節目以成人歌唱選秀節目為原型的情況下，一來，成人選秀節目的內容設計可能並不適合兒童；二來，成人選秀節目「缺乏創意」的特徵也連同複製到兒童選秀節目上。當成人真人秀的類型和內容深深影響兒童可以參與的真人秀時，為什麼台灣製播的真人秀類型如此有限、而且以歌唱選秀節目為主，成了關鍵問題。

原因有二：第一，東西方的文化差異。孫曉寧指出：「中國觀眾的電視欣賞習慣是，在公眾媒體上看到的，一定是要符合傳統道德標準、傳統審美的東西」（孫曉寧，2009：73）。因此，在西方成功的真人秀類型到了中國，不一定會成功；製作單位必須根據中國觀眾的收視習慣、道德標準、文化的意識型態等等的差異做修改。莊帷婷也提出類似的觀點，認為真人秀自西方傳進東方之後，發展出「亞洲式的真人實境」，以「符合且因應東方或亞洲觀眾的口味和喜好」（莊帷婷，2011：11）。

台灣的真人秀也呼應了上述學者的說法。以「電視欣賞習慣」為例，台灣觀眾和中國觀眾頗為相似。簡妙如在探討台灣本土真人秀的研究中指出，雖然節目的內容和拍攝看似開放，但是傳統的道德觀念才是節目核心，包括「譴責背叛者、強化特定族群與工作的刻板印象」（簡妙如，2008：105）。莊帷婷更進一步歸因，認為台灣觀眾深受儒家文化影響，對道德的重視使得早期「標榜偷拍」的真人秀失敗；並指出同受儒家文化影響的其他亞洲國家，例如韓國和日本，也都發展出較西方含蓄，而且強調正面思考的真人秀（莊帷婷，2011）。一言以蔽之，亞洲的真人秀反映了在地文化和價值。

事實上，即便在西方社會，也有學者同樣發現到，真人秀所倡導的真實和推動的社群價值，其實都奠基於傳統的價值觀和既存的意識型態，例如：個人主義（Cavender, 2004; Palmer, 2004；轉引自簡妙如，2008：105-6）。換句話說，不論東西方，真人秀的骨子裡都是當地社會特有和既有的價值和意識。如此一來，不同的社會有著相異的文化內涵，而不同的文化內涵造就不盡相同的真人秀特質。這點也呼應：在「八卦社會新聞的耳濡目染之下」，台灣發展出以「作假」為特色的真人秀，有別於強調真實的西方真人秀（簡妙如，2008：114）。

總而言之，基於文化的差異，國外真人秀的內容和類型不一定能迎合台灣當地觀眾，自然不能預期在台灣看到與國外相同種類的真人秀。只是，此點仍無法完全解釋台灣真人秀的高度同質，因為相較於其它亞洲國家，台灣的真人秀類型依舊顯得單調。為什麼台灣不能自行發展出多樣的真人秀類型呢？研究韓國真人秀的莊帷婷指出，「台灣由於文化工業規模較小，以及電視台大多短視近利的考量，除了歌唱比賽之外，幾乎沒有真正的實境節目存在」（莊帷婷，2011：12）。因此，接著討論盛行於台灣電視產業的抄襲風氣，這也是造成大人、兒童可以參

加的真人秀千篇一律都是歌唱比賽的第二個原因。

在台灣，自國外直接引進的真人秀遠比本土製做的真人秀節目來得多樣（表 1；表 2），而且他們的收視率也都不錯（簡妙如，2008）。意思是，台灣觀眾其實有選秀節目之外的收視胃口。然而，台灣的電視台和製作公司卻一味地複製選秀節目。尤其 2007 年第一屆《超級星光大道》創下最高收視率 7.11 之後，歌唱選秀節目一個接一個出現（王維玲，2010）；事實上，台灣目前有的真人秀全部都是選秀類型，而且去除在土豆網上播放的《今晚淘汰誰》，也先不算現在處於空檔階段的《超級模王大道》，除了《超級接班人》之外，其餘都是歌唱選秀節目（表 3）。

表 1 目前在台灣播出的國外真人秀

主題	名稱	現播出頻道
模特兒	超級名模生死鬥 (America's Next Top Model)	衛視合家歡台
跳舞	飛躍舞動:英國篇 (Got to Dance UK)	
廚藝	廚師當道美國版 (MasterChef US)	
	頂尖廚師之甜品大對決 (Top Chef: Just Desserts)	
指甲彩繪	貴婦美甲沙龍 (Nail Files)	
造型	超級名模造型師 (The Rachel Zoe Project)	
裝潢	頂級豪宅裝潢家 (Million Dollar Decorators)	
女性朋友	洛城女郎 (Girlfriend Confidential: LA)	
蛋糕	星球甜蜜客 (Planet Cake)	
	蛋糕姊妹淘 (The Cupcake Girls)	
	王牌蛋糕店 (Ace of Cakes)	
服裝	決戰時裝伸展台明星賽 (Project Runway: All-Star Challenge)	旅遊生活頻道
改造	完全改造：超級減重篇 (Extreme Makeover : Weightloss Edition)	

美食	帥哥廚師到我家 (Take Home Chef)	
穿搭	衣櫥糾察隊 (I've Got Nothing To Wear) 時尚大買家 (Shopaholic Showdown)	
極限障礙賽	百戰鐵人王 (Wipeout)	AXN
化妝	特效化妝大比拼 (Face Off)	
廚藝	最爛廚藝大比拼 (Worst Cooks In America)	
藝人	明星大搞笑 (I Got That a Lot)	
犯罪	驚險全紀錄 (Caught On Camera)	
歌唱	音樂達人 PK 讚 (The Voice)	
藝人	男女糾察隊 (ロンドンハーツ)	
住宅	全能住宅改造王 (大改造！劇的ビフォーアフター)	國興衛視
任務挑戰	黃金傳說 (いきなり！黄金伝説)	
藝人	惡女凱莎的玩樂人生 (Ke\$ha: My Crazy Beautiful Life)	MTV
男女交往	英倫玩咖日記 (Geordie Shore)	
義大利籍 美國人的生活	Jersey Shore 玩咖日記 (Jersey Shore)	
藝人	Running Man (런닝맨)	Channel V
廚藝	地獄廚房 (Hell's Kitchen)	
藝人	INFINITE 瘋狂遊戲 (Sesame Player)	

資料來源：維基百科；〈全球化的「更真實」狂熱：真人實境節目的心理技術〉，簡妙如，2008，《新聞學研究》，94：46-51；研究者整理後製表。

表 2 曾在台灣播出的國外真人秀

主題	名稱	首播	播出頻道
競賽	我要活下去 (Survivor)	2000.08	Much TV
配對	戀愛巴士 (戀愛觀察バラエティー あいのり)	2001.05	國興衛視
愛情考驗	誘惑島 (Temptation Island)	2001.07	衛視中文台
競賽	驚險大挑戰 (The Amazing Race)	2001.11	AXN
獸醫	獸醫新鮮人 (Vets in Practice)	2002	動物星球頻道
任務挑戰	誰敢來挑戰 (Fear Factor)	2002.03	AXN
素人改造	酷男的異想世界 (Queer Eye For the Straight Guy)	2004.09	旅遊生活頻道
競賽	叢林之王挑戰賽 (King of the Jungle)	2005	動物星球頻道
房屋改造	屋主不在家 (While you were out)		旅遊生活頻道
	公寓裝修大賽 (The Block)		
拳擊	鐵拳新人王 (The Contender)	2005.04	AXN
餐廳經營	夢幻餐廳爭霸戰 (My Restaurant Rules)	2005.05	旅遊生活頻道
企業領導人	誰是接班人 (The Apprentice)	2005.07	緯來育樂台
整型	整形手術台 (I Want a Famous Face)	2005.08	MTV
男模	獵男鬥陣秀 (Manhunt)	2005.10	Channel V
藝人布蘭妮	布蘭妮混亂天堂 (Chaotic)	2005.11	MTV
服裝設計	決戰時裝伸展台 (Project Runway)	2006.01	旅遊生活頻道
編輯	超級時尚編輯 (Stylista)	2008	Channel V

髮型設計	決戰三千髮絲 (Shear Genius)	2008.03	旅遊生活頻道
配對	宅男辣妹大配對澳洲版 (Beauty and The Geek Australia)	2012.04	衛視合家歡台

資料來源：維基百科；〈全球化的「更真實」狂熱：真人實境節目的心理技術〉，簡妙如，2008，《新聞學研究》，94：46-51；《真人實境節目的閱聽人解讀策略---以日本節目「戀愛巴士」的台灣閱聽人為例》，謝豫琦，2005，附錄一；研究者整理後製表。

表 3 台灣現有的選秀節目

主題	名稱	播出時間	播出頻道
歌唱	華人星光大道	2011.07.03~2012.01.08 (第一屆) 2012.08.26~2013.02.03 (第二屆) 2013.08.18~ (第三屆)	中視
	超級偶像	2007~	台視
	Super Star 我要當歌手	2013.05.26~	
	明日之星	2008~	民視
	超級紅人榜	2010~	三立台灣台
	超級歌喉讚	2013.03.30~	中視
跳舞	超級接班人	2013.03.23~	台視
女明星	今晚淘汰誰	2012~	土豆網
模仿	超級模王大道 ¹⁰	2012.02.26~2012.08.12 (第一屆) 2013.02.17~2013.08.11 (第二屆)	中視

資料來源：《實境選秀節目的夢想建構—以【超級星光大道】為例》，王維玲，2010，頁 3；〈8 選秀節目競爭 素人卻難圓明星夢〉，東森新聞，2012.05.29，取自 <http://0rz.tw/iTQ7P>；研究者整理後製表。

¹⁰ 《超級模王大道》和《華人星光大道》是相互接續的，一個播完，另外一個接著播，也就是說《超級模王》現在只是在第二季和第三季之間的空檔。所以這裡仍舊把它列出。

「如果我節目收視率不能贏你，沒關係，我就把同類型節目做到爛」

(製作人沈玉琳，2007)

到底為什麼台灣電視節目的同質性會這麼高？當大家都做同類型的節目時，台灣的電視圈會變得如何？更重要的是，對產業內的人員有何影響？

由於台灣的電視頻道多，現今又有更為多樣的媒體供閱聽眾選擇，所以電視節目的廣告收益市場就萎縮。當利潤被瓜分得所剩無幾，節目的製作經費自然也縮水。在市場白熱化、預算減少的情況下，低成本的真人秀成了歐美和台灣，以及其他亞洲國家，包括中國、新加坡和馬來西亞，共同的出路(王維玲，2010)。然而台灣不僅市場競爭激烈，還因為收視率主導市場、廣告主較電視台有議價優勢等原因，電視生態顯得更加險惡(林照真，2004.10.15)。也因此，在台灣，不僅低成本的真人秀氾濫，而且大多數是歌唱選秀節目，不如國外的真人秀種類豐富。而台灣的真人秀除了類型單一之外，內容也缺乏創意，並且為了在小數點之間殺出勝負，只能紛紛祭出戲劇化，甚至「灑狗血」的戰術(王筱君，2011.08.13)。

難道台灣的電視台、製作公司裡的人都沒有創意嗎？製作人詹仁雄在他一篇獲獎的文章中指出，目前中國投注在製作電視節目的資金比台灣來得充裕很多；他憂心，預算少，又瀰漫著「抄襲」、「單一」的產業環境，會讓帶著熱情和想法加入台灣電視產業的新血，因為找不到資源，缺乏施展的空間，而「慢慢的在全世界最密集電視網的地區，失去優勢」(詹仁雄，2011.09.05)。也就是說，台灣的電視圈內，不是沒有人才，也不是人才懶惰，而是缺少用武之地，尤其當理想不斷地被現實消磨，內心產生的衝突和矛盾更是令人同情。

詹仁雄(2011)同時也對收視率機制提出質疑，認為廣告主和電視台老闆應該要跳脫收視率數字的框架。林照真則進一步點出收視率思維和運作模式造成的傷害：當電視台只想著衝高收視率，因而一窩蜂地製做「譁眾取寵」的節目，會讓「整個社會賠上品味低俗的龐大成本」(林照真，2004.10.15)。最後，當中國的資源相對豐富許多的情況下，人才也可能紛紛出走中國(王筱君，2011.08.13；羅珮瑜、曾建勳，2011.07.11)。

在真人秀的例子中，可以發現中國製做的真人秀種類比台灣多很多，除了歌唱選秀類型之外，還有生存挑戰型的《生存大挑戰》、益智闖關型的《開心辭典》、職業應試型的《絕對挑戰》、生活技藝型的《超市大贏家》等等(尹鴻、陸虹，2007.01.08)，並不會只侷限在選秀一塊；接著，從選秀節目來看，中國投注的資源也多，不難看到台灣藝人被重金聘去當評審(闕志儒，2012.08.02)，而且在節目內容的設計上，也比台灣的有新意(今日新聞，2007.07.16)。看著以往模仿台灣製作節目的中國電視產業，現在夾帶豐厚的資金，逐漸長成強大的市場，不僅

業界人士憂心忡忡，文化部長龍應台在「2012 文化國是論壇」上，也表示「人才流失已成為台灣發展文創業的頭號議題」(邱莉玲，2012.07.20)。

總而言之，台灣電視圈陷入了收視率造成的惡性循環：廣告商強勢的議價，使得節目預算縮水，於是製作低成本節目，然而市場競爭過於激烈，所以節目之間互相抄襲、並且惡性競爭，使得節目內容既缺乏創意，又腥羶色，而節目品質降低的結果是讓整體產業顯得惡劣，廣告商最終得以持續用收視率主宰議價。因此，低成本的真人秀和內容相似的選秀節目是受害者，也是幫兇。而惡質的電視產業環境不僅對從業人員，對整個文化创意產業、和社會大眾也都帶來諸多負面影響和挑戰。

第三節 小結

在研究動機的討論裡，研究者有三點觀察：首先，螢幕上的兒童——包括選秀節目上的兒童參賽者，似乎都必須面對媒體和社會大眾對童星的刻板印象，例如他們早熟且世故、過著不正常的童年，並常被冠上「小大人」的稱號。而這當中牽涉到新聞媒體和社會大眾對兒童和童年的先行建構；意思是，新聞媒體和社會大眾建構出所謂的兒童及童年該有的模樣，並以此為唯一的參照點，使童星及其童年被對立化。然而，備受批評的他們卻缺少發言的空間。

再者，他們的家人也往往是輿論攻擊的對象；即便有發言的機會，他們的言論似乎容易被扭曲。雖然研究者一再主張聆聽童星及其家人的聲音，讓他們能夠和目前種種刻板印象對話，但同時也強調：真正的對話有賴於他們的現身說法，和處於光譜另一端的媒體報導、大眾輿論以及專家評論相互辯證。

第三，針對選秀節目【童盟會】來說，除了兒童參賽者及其家人之外，節目的製作單位也是箭靶；當節目被冠上「戕害參賽者的童年」、「剝奪兒童應有的權益」等罪名時，製作單位也就成了加害者。然而，在判定有罪之前，製作單位的想法和說法卻被忽略。他們和參賽者一樣，比起專家學者或政府官員都來得貼近節目產製的核心，卻乏人問津。上述「偏／瞥見」情形猶如冰山一角，沉在海平面下的才是最為龐大和影響重大的部分，也是研究者欲藉【童盟會】的兒童參賽者和節目製作單位，探索童星概念和選秀節目產製的區塊。

接著，透過研究背景的梳理，研究者注意到：第一，不論在以兒童為中心的真人秀，還是兒童（看似）握有掌控權的選秀現場，家長和製作單位似乎才是真正做主的人。因為尚未成年的兒童參賽者不僅缺少法律上的自主，在社會中，亦是需要被保護的對象，所以家長和其他成人通常能夠言正名順地介入他們的決定和行動。不過，成人之間有著不同的立場，經常是專家學者和政府官員聯合，指

責製作單位和家長罔顧兒童權益；加上媒體和大眾助陣，製作單位和家長似乎變成唯「二」的惡人。然而，有鑑於兒童／童年的概念是一種社會建構，所謂的對錯和善惡也就只是「是否服膺於該社會建構及其欲鞏固的秩序」——尤其在這些爭論之中，兒童參賽者始終缺少發言的機會，也就無法從他們的主體經驗出發，檢視上述對立的說法，使對立不得解決。

第二，由於經濟價值是節目製作的最大動力，兒童、家長和製作單位，某種程度上來說，其實是市場機制下的受害者。所以當社會一面倒譴責他們的時候，他們也就成了市場經濟和文化價值（即是「台灣社會中，保護兒童的傳統」）衝突下的代罪羔羊。

更不幸地是，市場主導節目的情形在台灣尤其畸形；單從選秀節目的抄襲歪風，就可窺知一二。由於台灣的頻道過多，市場競爭劇烈，再加上廣告商議價強勢，使得節目的製作風險提高，導致電視台和製作單位一窩蜂地選擇低成本的選秀節目；然而在製作預算緊縮的情況下，卻無能回應市場需求，一味地做歌唱節目。當大家都在做同樣的節目時，為了微不足道的收視率差距，只能訴諸腥羶色，使得節目品質下降、電視產業環境惡化，不僅讓從業人員必須面對更大的工作壓力和心理衝突，也讓廣告商繼續透過收視率主控議價。而收視率造成的惡性循環就此形成。受害的也就不只是參賽者及其家人和製作單位，整體社會同樣要付出代價。

綜言之，本研究從歌唱選秀節目的特質、【童盟會】的節目文本，以及參賽者的童星身份，探討【童盟會】中的童星形象如何對立於主流的兒童／童年概念；並且，透過觀察參賽者、家長和製作單位在節目場域中的互動，以及他們和該場域的關係，深入討論他們如何理解和解決可能的衝突，以回應前述常見的媒體批評和社會輿論。

第二章 文獻探討



第一節 童星

由於名氣之於童星，不如名氣對成人明星的定義和地位來得重要¹¹，所以名氣尚小的童星，甚至還稱不上明星的兒童，都容易遭致類似的批評，被歸類成「早熟」、「世故」、「過著不正常童年生活」的兒童。如前面在研究動機中所說，【童盟會】參賽者，即便還未成為真正明星，就已受到童星相關的批評；因此，本研究以童星為起始點，挖掘他們如何（被）不同於一般兒童，尤其當兒童與童星都是社會建構的產物，實有必要進一步了解該社會建構的形成經過及其背後的社會秩序。而釐清上述細節，有助於研究者理解【童盟會】兒童參賽者的特質與處境。

一、定義

根據教育部重編國語辭典修訂本的釋義，童星指的是「未成年的演員」；演員指的是「從事演藝工作的人員」；未成年則是指「還未發育成熟的年齡」——不過，對此年齡的界定並不一致。在《民法》中，未成年是未滿 20 歲者；《刑法》則規定未滿 18 歲是未成年；而專屬兒童和青少年的法律《兒少法》規定「兒童是未滿 12 歲以下的人」。因為研究者認同兒童和未成年不宜混為一談，所以本研究採用《兒少法》對兒童的定義，再搭配上教育部辭典的釋義，定義童星為「12 歲以下從事演藝工作的人」。

並且依據上述定義，研究者認為【童盟會】裡的兒童可視作童星。原因是：第一，該節目參賽者的年齡必須在 12 歲以下；第二，雖然參賽者上該節目並沒有領取通告費¹²，他們的表演也不完全是工作性質，但是在主持人口中，和觀眾眼中，他們就是小明星，而且他們在比賽過程中，往往會被經紀公司或其他節目的製作人相中，於是開始接通告、上節目；在踏上更多舞台的同時，演出的工作成分也就愈來愈顯著。

¹¹ 在上一章有提到，許多「螢幕上的兒童」並沒有很大的名氣，依然受到與童星一般的檢視和批評。然而，名氣對成人明星就相對地重要，例如成人明星還會區分 A、B、C 咖。

¹² 【童盟會】參賽者只會拿到車馬費 1350 元。



二、意義

1. 他者一、 正常的兒童 vs. 不正常的童星

在《童星的文化重要性》(The Cultural Significance of the Child Star)一書中，Jane O'Connor (2008) 透過論述分析法，梳理歷史資料、媒體報導、個人傳記等文本，釐清童星存在的原因，以及他們容易遭受媒體詆毀的宿命。研究發現，童星被視作「非凡的天才兒童」(divine wonder-child)，象徵「希望」和「完整」，也因此人們被他們吸引。此外，由於童年被視作一段遺失的美好時光，所以對人們來說，童星的自然和未墮落(uncorrupted)不僅使人嚮往，更讓人看見「人類的終極美好」(the ultimate goodness of people) (O'Connor, 2008: 142)。然而，當人們發現童星長大後，少了兒童「完美」和「救贖」¹³的光環，卻和所有人一樣脆弱、會犯錯，人們因此再也無法容忍童星的「特殊」。對比文化和社會規範下的一般兒童，童星因而被排除在同質的童年之外，被歸類成「不正常」，且被視為「童年的失敗者」，從此擔負被詆毀的「詛咒」(O'Connor, 2008: 139-143)。

顯而易見地，不正常的兒童／童年概念之所以能被認同、遵從和實行，有賴於「正常」的兒童／童年概念的先行建構。而所謂正常的童年應該和工作八竿子打不著，因為兒童理當在家庭或學校裡接受照顧和教育。在美國社會裡，兒童應該「只具備情緒的價值，但不該具有經濟效用」(emotionally priceless yet economically useless) (Zelitzer, 1985, as cited in O'Connor, 2008: 23)，而童年該是「一段不具生產力的時光」(O'Connor, 2008: 146)。因此，身在工作環境、能夠創造經濟價值的童星，理所當然地被排除在正常的兒童／童年之外。

同理，唯有在「天真的政治」(the politics of innocence) 被建立之後，「早熟的童星」才可能被他者化。O'Connor (2008) 引述 Anne Higonnet (1998) 的研究，指出當前美國社會對兒童／童年的理解、想像，甚至規範，皆奠基於十八世紀浪漫時期的藝術。Higonnet 藉由回顧歷史上不同時期的兒童畫像，發現十八世紀中期之前，兒童被詮釋為「小大人」(small adults)，除了身材的大小之外，與大人並無差別；但是，在一群被社會精英聘任的畫家，創造出一系列被歸類成「浪

¹³ O'Connor 在文中提到，某些兒童特別受到賞識和傾慕的情形，最早可以追溯到眾人對嬰兒耶穌的崇拜。也因此嬰兒耶穌「超乎自然的智慧」和「救贖」的形象是成人對兒童的嚮往；「純潔」和「希望」的形象則成為近代美國社會眾人對兒童最主要的想像 (O'Connor, 2008: 38)。而之後出現的天才兒童、兒童表演者和童星皆繼承了這些形象。

漫童年」(Romantic Childhood¹⁴)的畫作，並且在市場上造成流行之後，兒童不再是「有著嚴肅臉龐的小大人」，他們變身成「生活在無憂無慮、美麗、純真，但虛幻的童年世界」中，猶如「天使般的人物」(O'Connor, 2008: 29)。因此，身處充滿利益糾葛的表演世界，而且早熟世故的童星，當然不符合美國社會對兒童／童年認知與期待。

此外，Higonnet (1998) 的研究還指出，「浪漫童年」的成功與當時代的背景和價值有關。舉例來說，「對個體的內心價值的重視」使得兒童的價值從經濟轉移到精神層次；意思是，在此之前，兒童與大人無異，同樣工作以創造經濟價值，但現在，兒童與大人切割，他們的情緒和精神更被社會看重。於是，兒童不再是尺寸小一號的大人，而是與大人／長大的煩惱、現實世界都有所區隔的「正常的兒童」。而這項價值觀的移轉，在印刷術的發明¹⁵、識字率的提升、學校以及教育制度的建立之後 (Neil Postman, 1982／蕭昭君譯，1994)，進一步被強化；如前所述，兒童就該「只具備情緒的價值，但不該具有經濟效用」，也因此，他們「正常的童年」該是純真，而不是早熟世故；該是無憂無慮，而沒有經濟上的顧慮。又例如，「浪漫童年」也反映了「中產階級核心家庭構成社會基礎單位¹⁶」此一當代趨勢 (Higonnet, 1998, as cited in O'Connor, 2008: 29)。

一言以蔽之，「浪漫童年」下的「浪漫兒童」(romantic child) 在社會、性別

¹⁴ Higonnet 將一系列在十八世紀由英國肖像畫家發展出的兒童形象，稱作「浪漫童年」(Romantic Childhood)。她以雷諾茲 (Sir Joshua Reynolds) 的畫作《天真年齡》(The Age of Innocence) 為例，指出兒童身上潔白而且飄逸的服飾強化了他們的未發育和純潔，有別於成人強調性器的服裝設計；再配上身後的大自然景色，兒童／童年的天真形象顯得自然，並且「因為自然，所以顯得永恆，更因為永恆，而顯得不可改變」；但事實上，它是「被創造出來的」(invented) (Higonnet, 1998: 15)。

¹⁵ Neil Postman 在《童年的消逝》一書中，闡述媒體的發明和變遷如何影響兒童／童年概念的誕生和發展。他指出，因為印刷術的發明與普及，兒童／童年才得以出現，但是在一系列電子媒體的發明之後，成人與兒童之間的分界又逐漸模糊，尤其電視影響甚鉅。而此類「媒體科技如何影響內容(包括媒體、社會及文化內容)」的觀點不僅在他之後的著作《娛樂至死》再次出現，在當代兒童與媒體的研究中，也為多位學者重視 (Buckingham, 2000; Hengst, 2000; Livingstone, 1998; as cited in Prout, 2008)；對他們而言，媒體和兒童／童年的關係是「是持續變動，而且相互作用的」(Prout, 2008: 21)，所以格外關注媒體對兒童／童年概念的形塑。

¹⁶ Higonnet 發現「浪漫童年」畫作中，兒童的社會地位／身分不再是重點——不同於以往強調兒童模特兒長大之後的社會地位／身份 (the future adult social status of child models)，它們不反映階級，至多只能和中產階級產生連結，意思是，光著手腳在大自然中的兒童——而且穿著白色——卻能保持一塵不染，正符合中產階級的「充足乾淨和缺乏欲望」(affluent cleanliness and absence of want) 形象。Higonnet 也指出，在社會地位／身分退位的同時，「年齡」取而代之 (Higonnet, 1998: 24-5)。

／慾和心理等層面上¹⁷，都是純真的——或許無知來得更為貼切，相異於成人在這些方面的成熟和有經驗。於是，兒童從此成為相對於成人的群體，童年的概念就此被建構在成人的反面；並且當兒童／童年，不論在物質上或文化上，都依附於成人／成年時，兩者的權力關係以及他們在社會中的相對位置就此成形。而童星，在牴觸兒童／童年概念的同時，也破壞了成人／兒童的分界，因而成為被兒童、成人，乃至整體社會所排斥的「他者」。另外，「浪漫童年」的概念自社會精英開展、在中產階級裡流行，最後為整體社會共同實行，不僅從此奠定美國近代社會對兒童／童年的規範和文化，同時也再次確立社會階級之間的權力關係；意思是，當社會精英和中產階級皆奉行「浪漫童年」以及兒童／成人二元論時，「將名氣和財富置於兒童福祉之前」的勞工階級（O'Connor, 2008: 69），再次被貶到低下的社會位置。而被排除在兒童之外的童星，被視作「勞工階級的產物」（O'Connor, 2008: 69）；童星與勞工階級文化的構連使得他們淪為社會弱勢，也就容易遭受歧視。

2. 他者二、集體慾望 vs. 戀童癖

然而，即便童星處處挑戰兒童／童年概念、成人／兒童界線，他們依舊存在；甚至有愈來愈多的兒童出現在大大小小的螢幕上，並且在不同螢幕的轉換之間，離社會認知中「正常的兒童／童年」愈來愈遠，而且成人似乎是幕後黑手。

舉例來說，透過部落格、Youtube，家長開始把小孩的照片或影片上傳，所以出現了「最受歡迎的親子育兒部落格」、「寶貝家庭親子網的親子日記」等等，讓家長可以隨意公開小孩的日常生活；有些時候還因此取得星爸星媽、童星的入場券，例如于卉喬，從一支由爸爸上傳，內容是她又哭又笑的 Youtube 影片，水汪汪的大眼睛從網路紅到《你猜你猜你猜猜猜》、《康熙來了》和《SS 小燕之夜》等綜藝節目，目前臉書粉絲團更累積了粉絲 94 萬人。如果社會反對兒童早熟，也厭惡他們與工作（上通告）、經濟價值（車馬費和通告費）扯上關係，那麼為何兒童仍可見於各式各樣的螢幕上、面臨可能提早社會化的險境呢？而且弔詭的是，他們背後站的往往就是成人，包括家長、節目製作單位，還有螢幕前的觀眾。

原因是，童年猶如美麗的過往，儘管成人如何地懷念，卻再也回不去了的過

¹⁷ Higonnet 以勞倫斯（Sir Thomas Lawrence）的畫作 *Mrs. John Angerstein and her son John Julius William* 為例，指出成人與兒童之間的迥異。從該畫作，觀者並無法辨別兒子威廉的性別，因為他和母親穿著類似的衣服，乍看之下都是白色的高腰禮服，不過高腰的設計凸顯了母親豐滿的胸部，這說明了成人與兒童在性別／慾上的相異，亦即兒童在性別／慾上的天真；再者，兒子的視線遠離觀者，並沒有注意到觀者，也彷彿沒有任何意念似的，然而母親朦朧的雙眼卻直視觀者，搭配她那濕潤而顯得閃亮的嘴唇，成人與兒童在性別／慾上的差異再次顯現，同時也帶出了兩者另一個相異處，即是兒童在心理層次上的天真；最後加上註釋 16 的論點（兒童與社會地位無關），兒童正是「社會地、性別／慾地和心理地天真」（being socially, sexually, and psychologically innocent）（Higonnet, 1998: 24）。

去，這份懷舊情感使得成人被兒童及其童年所吸引。不過，「神聖化的童年」沒有賦權兒童，反而讓不符合成人（對兒童）期待的兒童，淪落成「童年的失敗者」（O'Connor, 2008: 139）；並且，「具體化童年的純潔和天真」讓兒童更可能陷入「性濫用和剝削」的危機（Warner, 1994, as cited in O'Connor, 2008: 30-1），因為他們的天真往往會被色情化（O'Connor, 2008）。

James Kincaid（1992）指出，身體的裸露常被用來表現兒童的天真，所以兒童表演者往往會全裸或部分裸露他們的身體，因而使得他們的表演和形象與色情沾上關係。然而，光是裸露並不等於色情。關鍵在於，當天真做為一種吸引眾人眼光的工具（Higonnet, 1998, as cited in O'Connor, 2008: 29），裸露成為一種手段，以「觸動成人對那隨成年而失去的美麗和純潔的懷舊之情」時（Higonnet, 1998; Kincaid, 1992, as cited in Warwick, 2012: 245），表演也就染上一層顏色；再者，雖然基於兒童／成人二元論，純潔的兒童與「性」全然無關，但是具備性別、性慾和性知識的成人，也因此得以將性的意義，透過有色的眼光投射，任意地附加到兒童身上，形成兒童被色情化的宿命¹⁸（Kincaid, 1992, as cited in O'Connor, 2008: 31; Kincaid, 1996, as cited in Higonnet, 1998: 38）。簡言之，由於表演的目的在於吸引成人的凝視¹⁹，而且表演者的價值建構在觀眾的觀看，所以天真的裸露變成了激發慾望的色情，純潔的兒童遭致色情化。

更進一步，當成人有色的凝視可以帶來經濟利益時，兒童及其童年可能淪為商業的獵物。然而，利用兒童賺取金錢，是不被美國社會和文化允許的。所以，即使人們嚮往童星的純真和美好，於情於理都「應當」無法接受他們。進而在慾望的驅動和規範的壓抑之下，讓戀童癖者做為代罪羔羊，合理化人們對兒童的凝視和消費（Kincaid, 1992, as cited in O'Connor, 2008: 31）。換句話說，人們對兒童身體的凝視其實是「文化規範（cultural norms），而不是文化例外（cultural exceptions）」（Richard D. Mohr, 1996, as cited in Higonnet, 1998: 155）。看見尿布廣告中，嬰兒粉嫩又圓嘟嘟的屁股，人們不自主地微笑，甚至對畫面上逗弄嬰兒的媽媽投以羨慕的眼光；看見身穿國標舞衣的小女孩，肚子有點突出，但她認真地扭動著小小的身軀，還是逗得觀者邊微笑邊讚嘆。事實上，不懂得欣賞兒童純真和美好的人，會讓人覺得難以親近，還可能引人側目。

總的來說，簡化的二元分類讓人看不見兒童的複雜性，及其與社會、文化的構連和互動，並且在概念的狹隘框架中，兒童的意義可以輕易地被挾持，進而使兒童淪為被攻擊、被利用的對象。將集體的慾望簡化成戀童癖的偏好，同樣落入了分類的圈套，讓人一方面忽視兒童／童年所代表的社會和文化意義，二方面也

¹⁸ 根據 Kincaid 的說法，「當童年如同一塊空白的石板，成人就可以自由地投射他們的幻想到兒童身上」（Kincaid, 1996, as cited in Higonnet, 1998: 38）。

¹⁹ 十八世紀，音樂神童不僅吸引人們的眼光，還可以創造娛樂和金錢價值；從此，「大眾對非凡兒童的胃口」（the public appetite for remarkable children）就一直存在（O'Connor, 2008: 41）。

讓童星在這場利益的角力賽中的處境更為堪憂——透過他者化和邊緣化，甚至汙名化——奠基在所謂正常的兒童／童年論述上的批評聲浪，往往會模糊討論的焦點，使得童星的工作環境、福利等更為重要的議題淪為配角。



3. 他者三、兒童的夢想舞台 vs. 成人的金錢遊戲

許多專家學者一直以來都十分關注兒童／童年被商業化的情形，不過，他們往往採用兒童保護論的視角，而看不見兒童的主體性和能動性。也因此，兒童在商業遊戲中，總飾演被剝削的對象，童星則負責扮演家長和商人的賺錢工具。換句話說，兒童和童星的客體化以及被動／甚至被害的形象，「總是那麼自然地」讓他們淪為成人之間、商業利益之下的附屬品和犧牲品。

舉例來說，以兒童為目標市場開發而成的消費性產品，許多時候會被視作商業對兒童的操縱和剝削。Russell 和 Tyler 在一份英國化妝品《女生天堂》(Girl Heaven) 的個案研究中，分析女孩透過該化妝品，建構自我認知的情形。他們擔憂該產品對「童年女性氣質」(childhood femininity) 的「商業挪用」(commercial appropriation)，會使女孩變得早熟，並且在提早察覺到「性」的情況下，開始在意自己的性吸引力 (Russell & Tyler, 2002, as cited in O'Connor, 2008: 148)。然而，該產品的成功似乎暗示著女孩並不如成人那般看重天真此一童年特質，對早熟也不如成人那般排拒。同時，也再次證明，在早熟相關討論和爭議中，兒童通常是缺席的；他們只是「被關注的對象」(object of concern)，卻不是能夠「代表自我的主體」(subject of self-representation) (O'Connor, 2008: 148)。

對童星而言，他們的發言權也往往被剝奪；甚至透過媒體報導或自傳出版，童星沒能享受童年、長大不學好、被社會排擠等負面故事，構成了大眾對他們的刻板印象，並進一步形成「自成一格的文類」(stylised genre)——由「落魄到有錢，再回到落魄的敘事模式」(rags-to-riches-to-rags narrative)，以及野心勃勃的雙親和經紀人組合而成。此文類的流行，讓大眾確信過早成名、演藝環境等等對兒童的傷害 (O'Connor, 2008: 24)，也讓家長和商人被視為加害者。

然而，商人對兒童的剝削卻也可能是不爭的事實。趙霞 (2011) 觀察一央視綜藝選秀節目並評論：「在競爭日益激烈而勝出殊為不易的當代傳媒娛樂界，通過挪用依附在現代童年概念上的諸多意義並對它進行市場和消費邏輯的改造、收編與重新呈現，這類節目把兒童的形象順利轉化成了一種生產的資本」(趙霞，2011：150)。

同時她也發現，在這類節目上，兒童「為了求新立異的需要」，其表演有「成人化傾向」；她擔心兒童對成人行為的模仿一旦「越過兒童自身的精神需求，變

成消費文化時代一種景觀商品的承載物時」(趙霞, 2011: 151), 兒童的身與心都會受到傷害。在研究者看來, 這樣的說法其實本身就預設了某種兒童形象, 即「自十八世紀, 逐漸發展成熟的『現代童年觀』(浪漫童年)」。換句話說, 當趙霞質疑兒童應該不會跳國標舞、會跳也不會比成人跳得好, 她就已經為兒童畫下「不如成人」、「只會做某些特定事情」的形象了。

研究者認為, 既然節目上呈現的兒童是一「景觀」, 其真偽及其對兒童表演者的影響, 都有待商榷。而商榷的唯一途徑正是把兒童表演者納入討論, 也就是, 賦予他們主體地位, 讓他們可以為自己說話。許多時候, 反而得到了出乎意料的說詞²⁰。總而言之, 研究者並不否認兒童剝削的可能性, 相反地, 研究者就是因為重視兒童的權益, 所以才一再強調挖掘兒童主體經驗的必要性。意思是, 在研究者眼中, 兒童確實是「被消費的對象」——他們既被製作單位當作生財的工具, 也是觀眾的娛樂商品。只是, 如果這一切就像一場利益交換的遊戲, 研究者認為, 要深入思考的是: 兒童從這場遊戲中獲得了什麼? 又, 失去了什麼? 而不是劈頭就幫兒童預設了「被害人」的立場; 研究者一再強調, 兒童主體和社會結構之間存在著相互作用的關係, 所以兒童可以再製, 也可能重製社會結構。

4. 東、西兒童／童年零時差: 「浪漫童年」(Romantic Childhood)

兒童／童年的社會涵義和時代背景、文化價值觀密切相關, 意思是, 在同一時間, 不同文化對兒童／童年, 會賦予不同的社會意義; 反之亦然。舉例來說, 在十九世紀中期, 英國社會出現一連串針對兒童權益的立法, 例如 1876 年的《教育法》; 而這股對兒童權益的重視, 使社會開始關注童星處境, 甚至讓當時大眾對戲院童星的風靡退燒。然而, 在同一時期的美國, 「又唱又跳的娃娃」

(all-singing, all-dancing dolls) 卻搭上掏金熱 (O'Connor, 2008: 47), 撫慰掏金勞工們的思鄉／家之情。有鑑於此, 研究者必須回歸到台灣的社會和文化脈絡。

綜覽學術研究, 研究者發現, 探討到兒童／童年概念的學術論文主要集中在教育學或兒童文學領域。研究者雖然有大量閱讀相關文獻並請教相關學者, 但是他們的研究關懷和重心與研究者有所出入, 尤其他們並無法幫助研究者理解兒童或童星在台灣社會的處境, 因此不多做著墨, 僅此簡述: 教育學的學者在討論或利用兒童／童年概念時, 著重的是教育的設計和執行如何因應兒童不同於成人的身心狀態, 進而促進其發展, 眾多教育心理學的書籍即是例子; 而兒童文學的學者常從文學作品中, 梳理不同時期和作家對兒童形象的想像, 或探討作者本身的童年經驗與創作歷程的關係 (尤雅靜, 2009; 陳漢珍, 2008)。

²⁰ 例如, 社會大眾和專家學者批評兒童參賽者在節目上都選唱「大人的歌」, 但是所有兒童參賽者一致表示, 「平時就在聽這些歌了」。事實上, 一般兒童透過電視和網路也都在聽所謂的「大人的歌」。

為獲得具體的台灣兒童圖像以及建立童星討論的基礎，本研究首先從法律層面，勾勒台灣的兒童／童年概念，做為討論童星的參照點；接著從兒童與媒體的學術研究，以及童星相關的媒體報導，進一步了解媒體可能如何想像兒童和童星。

首先，我國法律以「年齡」做為評量標準，在《兒童及少年福利法》（以下簡稱《兒少法》）出現之前，在刑、民法中，兒童和青少年皆被歸在同一群體，以「未成年」一詞統稱。顯然，「成年與否」成了兒童／青少年和大人之間的法定差異，並服膺於「生理年齡等同於心智發展」的主張。然而，這般論點既簡化又危險，因為它讓所謂的成熟的大人得以合理干預兒童的發展和決策，進而使兒童的主體性陷入壓迫、甚至消失的危險。由於《兒少法》是我國針對兒童權利所做的明文規定，而且其立法目的正是為了「促進兒童身心健全發展，保障其權益，增進其福利」（第一章第一條，《兒少法》），所以本研究認為，相較於刑、民法，《兒少法》更能夠反映台灣兒童的面貌。

《兒少法》第四章〈保護措施〉自第二十六條到第二十九條，列舉了諸多「兒童不得為」的行為，例如：吸菸、飲酒、嚼檳榔、觀看、閱覽、收聽或使用足以妨害其身心健康之暴力、色情之出版品。這些有害兒童身心健康之出版品或電腦軟體或電腦網路不僅應該分級處置，另明文規定父母及監護人有責任禁止兒童從事上述「不得為」的行為。此外，從第三十條到第四十九條詳細規定父母、監護人、政府各級機關、法院以及媒體該如何保護兒童；如果沒有盡到保護責任，則必須擔負罰則。然而，對於兒童「可為」的行為卻少有著墨。

不難發現《兒少法》對兒童的行為多有限制，「保護兒童」的意識強烈，也就是說，從這部屬於兒童的法律看來，台灣社會瀰漫著一股「兒童保護主義」氛圍，就像 O'Conner 描繪的美國社會一樣，認定兒童心智尚未成熟，所以必須生活在一個與大人的險惡世界截然不同的保護圈內，而大人會為兒童把關一切。接著，基於保護兒童的心態，提早進入大人世界的童星，勢必引起社會大眾和專家學者的憂慮，進而大聲抨擊童星、家長和商人，再次呼應美國社會對童星與演藝環境的看法，同樣認為演藝圈對兒童有極度不良的影響（林上祚，2010.01.24；黃天如，2011.09.04；闕志儒，2012.08.25）。簡言之，早熟的童星不僅因為相異於社會規範和大眾認知中的一般兒童，而顯得異類，更在兒童保護論的一手遮天之下，承受著種種負面建構和評價。

藉由法律規章理出台灣兒童的輪廓，並以此初步刻劃台灣童星的形貌之後，本研究將焦點轉向媒體領域，畢竟本研究關懷的對象是童星。透過檢視媒體研究中的兒童，除了深入了解台灣的兒童形象和概念之外，也能釐清兒童與媒體研究的關係；並透過梳理童星相關的新聞報導，進一步描繪出新聞媒體和社會大眾眼中的童星樣貌。

目前關於兒童與媒體的研究，可略分如下：兒童如何收看电视或接收兒童節目或電影(蘇冠如, 2009)、這兩類文本如何影響兒童的認知發展(鐘尹萱, 2006)、這兩類文本可以如何幫助兒童學習(陳建榮, 2006)、以兒童為目標受眾的節目的製作情形為何(吳伊婷, 2011)、兒童節目或以兒童為題材的電影該做哪些改進(吳翠珍, 1995; 蘭美幸, 2002)、兒童使用網路的情形(許怡安, 2001; 翁孝綦, 2010), 以及電腦多媒體如何幫助兒童學習(徐智瑩, 2006; 蔡明晃, 2011)。上述研究主題和研究發現, 再次反映了台灣社會中兒童保護主義的主宰, 同時也觀察到兒童在研究中往往僅是被動的被研究對象²¹。總而言之, 真正以兒童為「主體」的媒體研究至今仍是缺乏的²², 遑論社會地位更為弱勢的童星。事實上, 研究者無法找到以童星為研究主題的中文學術資料, 卻蒐集到許多關於童星的新聞報導。

瀏覽這些報導後, 研究者發現內容以下列三種為主: 第一類是大力描寫童星的特殊才能, 例如能夠在三秒鐘內掉下眼淚, 以及觀眾如何受到「出眾的」童星的吸引(李志展, 2009.12.10; 華視新聞, 2011.09.28)。只不過一旦童星的才能和工作劃上等號, 亦即當童星靠才能賺進大把鈔票的時候, (部分)民眾開始覺得反感, 不再覺得他們可愛, 似乎隨著童星的才能/藝愈漸增進, 他們被社會輿論攻擊的風險也愈漸升高——這正是第二大類, 當童星愈來愈紅的時候, 社會上的負面情緒和評價也就愈來愈多, 所以媒體報導會引用兒童教育領域的專家學者以及兒童福利團體的發言, 表達對童星提早社會化的擔憂和同情(王雨晴、林淑娟, 2010.01.19; 林上祚, 2010.01.24); 最後一類是報導從前超人氣的童星, 長大後發展的種種不順遂, 塑造出童星「小時了了, 大必不佳」的形象, 進而以此告誡想要成為童星的兒童及其家長三思而後行(李銘宏、葉婉如, 2008.01.09; ETtoday 新聞雲, 2012.08.15)。上述發現與 O'Connor 的研究不謀而合。童星因為特殊才藝, 得以躍上螢光幕, 但是當人們意識到他們的經濟能力時, 批評聲浪開始出現, 他們不再是可愛且特別的小天使, 而是身材還小, 但內在很大人的奇怪綜合體; 並且在專家學者引述《兒少法》, 強加不正當性到童星身上, 以及媒體報導童星成年後誤入歧途等等的加持之下, 還給童星正常的童年成了正當而且自然的真理。簡言之, 不論東、西方, 童星因為逾越社會對兒童和童年的想像, 所以被視作不正常, 連帶他們的父母親和一起工作的製作單位, 都會遭受社會批評和排除。

²¹ 兒童也常是社工或醫療研究領域中的主題; 但弔詭的是, 即便兒童出現在各類型的研究, 不論在哪個學術領域, 他往往都只是缺乏主體的被研究者。

²² 近年來針對兒童使用新媒體(例如部落格、網路平台、互動多媒體等)的情形做成的研究, 有些會採用實驗法或觀察法, 甚至實際面對面訪談兒童, 例如翁孝綦的碩士論文《兒童日常生活中數位媒體使用: 以台灣學童部落格使用為例》。然而, 這類將兒童提升到主體位置的研究仍是少數。

對【童盟會】的兒童參賽者來說，雖然他們的表演不具工作性質，因為製作單位並沒有支付薪水，只有給微薄的車馬費²³，但是，他們的表演，包括台上的歌唱表現、與主持人和評審的互動，還有舞台下個人和家庭的故事，都是節目中不可或缺的內容，因此在他們（表演）具備經濟生產力的情況下，仍舊抵觸社會所認知的兒童／童年概念。再者，透過該節目，有些兒童參賽者可以取得唱片合約和拍戲機會（林上祚，2010.01.24；林淑娟，2011.10.10；張婷臻，2012.06.29；豪記唱片有限公司，2012.09.18），演藝工作的開始讓他們在定義上，離一般兒童、正常童年愈來愈遠。

綜言之，不論對東、西方社會來說，兒童的概念相對新穎，而且持續變動，然而在該概念的動態發展中，於社會文化和學術研究的層次上，始終都面臨同樣一個困境，即兒童的無聲；意思是，不論是先天，還是後天因素，兒童是「沒有聲音的群體」（李燕俐，2005：4）。也因為兒童本身「沒有聲音」，所以不論在社會還是研究裡，成人對他們的解釋成了獨大的聲音，而童星的無聲狀態也就有過之而無不及；事實上，先被成人他者化、再被兒童他者化的他們，不僅無聲，還是「異聲」。

三、從《兒童權利公約》看童星

童星之所以容易被詆毀，以及被冠上早熟的小大人、童年的破壞者等負面稱號，在於浪漫童年意識型態佔居主流。然而，浪漫童年做為社會建構，有其生成脈絡，更隱含權力關係，尤其在浪漫童年的論述下，兒童是絕對的客體，因為他們的定義和意義都建立在成人的反面。因此，研究者主張解構浪漫童年，跳脫保護論思維。如此一來，問題又回到：我們該如何看待兒童和童星呢？²⁴ 擁抱解放論嗎？如前面已討論到，解放論主張兒童平權，等於對兒童和成人之間的先天差異視而不見，和保護論一樣，都無法確實保障兒童，也都沒有真正尊重兒童。

那麼，是否能讓保護論和解放論互補長短，闢出一條「更符合兒童需求和利益」的思路呢？研究者認為，由聯合國大會通過的《兒童權利公約》（Convention on the Rights of the Child）²⁵ 值得借鏡，因為它除了「保護」（protection）和「供應」（provision）的權利之外，還納入了「參與」（participation）的權利。前兩者包括生存權、免受暴力、受教權等等，也就是說它認為兒童是需要社會提供保護

²³ 不論距離和人數，車馬費一律是 1350。意思是，不管是從南部上來，還是帶了龐大的加油團來錄影，都只有參賽者那份車馬費 1500，扣稅後剩下 1350 元。

²⁴ 從前面的文獻探討，即可清楚看見童星的意義取決於社會對兒童的定義。所以要回答「人們如何看待童星」，也就必須回答「人們該怎樣看待兒童」。

²⁵ 該公約簽於 1989 年，已為大多數聯合國成員國所認定，目前僅剩美國和索馬利亞尚未承認——為何這兩個國家沒有簽約，可參考《兒童遊戲權之研究——從聯合國兒童權利公約第三十一條檢視我國兒童遊戲權之保障》。

和福利的 becoming (成為人)；但是，它也賦予兒童發表意見、出席法庭、選擇宗教信仰和集會結社等權利，因為它承認兒童和所有人類一樣，是 being (人) (Freeman, 2011: 27)。簡言之，該公約的創舉在於它把「兒童從『被動客體』提昇為『有權擁有權力的主體』」(石鎮嘉, 2007: 2)，所以它保護兒童但不貶低兒童主體性；但同時，它不忽略兒童和成人的差異，而給予相關保護和福利。

研究者認為，《兒童權利公約》可以用來消解兒童被客體化的危險。過去當我們把兒童視為客體時，他們只有被保護的權利，使得他們的需求和權益往往是成人說了算，更使得兒童—成人的權力關係十分不對等。如文獻提到，一旦兒童的意義建構在成人的反面，他們就可能淪為成人任意附加價值、投射欲望的對象 (Higonnet, 1998)，而這些正是兒童被客體化、甚至他者化的危險。童星做為兒童中的弱勢，其處境也就顯得更為凶險。然而，《兒童權利公約》於前言即寫道：「本公約之簽約國遵照聯合國憲章所揭示之原則，認為承認所有人類社會成員所擁有的固有尊嚴與平等之不可剝奪的權利，才能鞏固世界的自由、正義與和平之基礎」(李園會, 2000: 56)。換句話說，兒童的主體地位獲得了認可，他們不再只是相對於成人、以成年為終極目標的 becoming，而是擁有尊嚴、享有平等的 being。也因此，任何侵害到兒童或童星的尊嚴和人權的作為，都違背了該公約²⁶；並且，當兒童做為「人」生活在任何社會裡，他們(和成人)的差異不再被看作失序甚至危險，需要被抹煞，而會是值得重視的特殊文化。

同樣地，當童星(包括本研究對象【童盟會】參賽者)做為主體時，被剝削的情形或許就可以減輕。例如，《兒童權利公約》第三條第一款規定：「所有關係兒童之事務，無論是否由公司社會福利機構、法院、行政當局或立法機關所主持，均應以兒童之最佳利益為優先考量」(李園會, 2000: 61-2)。所以說，當兒童淪為實現節目效果的工具時，他們可以主張「兒童之最佳利益」，抵抗商業利益的侵擾，尤其該公約第三十二條也規定：「簽約國承認兒童有免受經濟剝削之權利，和避免從事妨礙其接受教育機會，或對兒童健康與身體上、心理上、精神上、道德上與社會發展上有害之勞動之權利」(李園會, 2000: 96)。又例如，根據《兒童權利公約》第十二條和第十三條，兒童擁有「自由表意的權利」(the right to freedom of expression)²⁷，「應該被告知、參與和商議一切會影響他們生活的決定」(Kellett, 2005: 4)；因此，不論是家長還是製作單位，都必須擔負起「告知義務」，提供參賽者需要的一切資料(例如比賽可能遭遇的壓力和辛苦、錄影情況等等)，參賽者才決定要不要參賽。即使開始比賽了，只要參賽者需要任何資料，家長和製作單位也都有責任提供。如此一來，【童盟會】參賽者的參賽意願獲得保障，也降低他們做為家長追逐星夢的工具的風險。當然，家長還是可能不顧孩

²⁶ 不過，台灣並非聯合國會員國，所以無法簽約，也就不受《兒童權利公約》規範。即便如此，在去年的「國際兒童人權日」，立委王育敏和蕭美琴召開記者會，呼籲政府「保障兒童人權，讓聯合國兒童權利公約國內法化」(陳沂庭, 2013.11.20)。

²⁷ 詳見聯合國兒童基金會網站 <http://www.ohchr.org/EN/ProfessionalInterest/Pages/CRC.aspx>

子意願，搬出「都是為孩子好」這類藉口，但是在「兒童之最佳利益」原則下，不只家長，所有成人的作為只要可能影響孩子福利和權益，都必須經得起檢視。再加上，該公約還規定「兒童有權知道自己的權利」（公約第四十二條）²⁸，所以在孩子知道自己擁有的權利之後，家長要強迫孩子參與選秀，會變得困難，因為孩子的利益不再是家長說了算。

一言以蔽之，《兒童權利公約》對兒童權利的重視和主張，使得「兒童開始被視作『主體』或『參與者』，而不是『物體』」（Kellett, 2005：5），不僅呼應本研究的初衷，更提供了不同於保護論和解放論的新視角，即兒童界既是 becoming 也是 being。雖然也有一些學者對於《兒童權利公約》提出質疑，包括它是否顯得「歐洲中心」（"eurocentric"）、忽略了各地兒童及其童年的差異（Freeman, 2011：27）；還有，該公約中不同類型的權利是否互相衝突、供應和保護的權利是否與參與的權利相互矛盾等等（David Buckingham, 2000／楊雅婷譯，2003：296），但他們對於該公約賦予兒童人權，皆給予很大的肯定。

研究者閱讀《兒童權利公約》時也發現，就像保護論者和解放論者在「為兒童好」的討論上出現分歧，該公約涵括的三種權利在「兒童之最佳利益」上也產生衝突。但是，《兒童權利公約》納入了參與的權利，兒童獲得主體地位，被視為「人」（being），確實是一大躍進。研究者認為，每種觀點都有其預設立場，並且往往同時具有優點和缺點，所以接下來，應該要靠更多的個案研究和案例分析，才能一步步劃出「能力和權利」該有的對應關係，即具備什麼樣的能力，才能擁有什麼樣的權利，而年齡只會是其中一個參考值。並且，不只是「兒童之最佳利益」，《兒童權利公約》在「意思能力」、「隱私」、「經濟剝削」以及「如何是妨礙接受教育機會」、「如何是有害兒童身心發展」上，都沒有細緻的解釋，所以透過個案的累積，才能彌補此一不足。也因此，欲解決兒童選秀相關爭議，分析目前台灣唯一的兒童選秀節目【童盟會】勢在必行。

²⁸ 為了讓兒童也能了解《兒童權利公約》，聯合國兒童基金會網站上有適合兒童閱讀的版本，詳見：http://www.unicef.org/rightsite/484_540.htm

隨著研究者深入【童盟會】場域，在後續的討論裡，除了上述法條之外，還會再增加，所以最後列出本研究使用到的法條，方便讀者相互參照。表 4：

第三條	第一款 ²⁹	所有關係兒童之事務，無論是否由公司社會福利機構、法院、行政當局或立法機關所主持，均應以兒童之最佳利益為優先考量。(P.61-2)
第十二條	第一款	簽約國應使有意思能力之兒童 (the child who is capable of forming his or her own views) 就與其自身有關事務有自由表意之權利，其所表示之意思應依其年齡大小與成熟程度予以權衡。(P.71)
第十三條	第一款	兒童應有自由表意之權利，該權利應包括以言辭、書寫或印刷、藝術形態或透過兒童自己決定的媒介，不受國境限制地尋取、接受、傳達任何資訊與意思。(P.72)
第十六條	第一款	兒童之隱私、家庭、住家或信函不可恣意或非法干預，其信用與名譽亦不可受到非法侵害。(P.75)
第三十二條	第一款	簽約國承認兒童有免受經濟剝削之權利，和避免從事妨礙其接受教育機會，或對兒童健康與身體上、心理上、精神上、道德上與社會發展上有害之勞動之權利。(P.96)
第四十二條		簽約國保證以適當積極方法，使成年人和兒童同樣知道本公約之各項原則與條款。(P.107)

資料來源：《兒童權利公約》，李園會，2000：61-96；研究者整理後製表。

第二節 真人秀的現在進行式=素人參與+商業操作

由於歌唱選秀節目是真人秀的子類型，所以在內容和風格上多少會一脈相承。首先大致了解真人秀形成的脈絡和主要特徵，之後再深入歌唱選秀的個別特色，以有建立完整的節目面貌。

真人秀生成時代大概在 1980 年代末期。當時因為電視頻道增加、閱聽眾分化、廣告收益分散、節目製作預算減少，美國電視圈正面臨莫大的壓力，而真人秀不僅製作成本較為低廉，並且仗著高收視率和話題性，容易外銷，所以逐漸占據美國電視圈的黃金時段，之後更席捲全球 (Collins, 2008；王維玲，2010)。

相較於其他電視文本，真人秀的發展歷史並不長，加上種類多元、混雜，所以定義分歧 (費翠，2008)；不過，仍可歸納出幾點，為多數學者認同的特徵，

²⁹ 雖然第二款通常是補充或強調第一款，但對於「兒童之最佳利益」、「意思能力」、「隱私」、「經濟剝削」以及「如何是妨礙接受教育機會」、「如何是有害兒童身心發展」都沒有做更進一步的解釋。所以鑑於第一款即指出了該法條的主旨和精神，研究者也就不列出第二款。讀者若有興趣，請見李園會的《兒童權利公約》。

包括：第一，利用輕便的錄音或錄影設備記錄或團體的生活點滴；第二，使用戲劇化的手法模擬、重建真實；第三，從製作到宣傳皆強調真實性（Kilborn, 1994，轉引自王維玲，2010：7）。

在難有一個清楚的定義的情況之下，則是有學者依據真人秀的內容分出下列六種次類型，包括：實境戲劇節目、羅曼史、比賽秀／競賽、犯罪／警察、資訊性和才藝（Nabi, Stitt, Halford & Finney, 2006，轉引自王維玲，2010：7）。而近年來，才藝類型的真人秀廣受世界各地觀眾喜愛，台灣也不例外；自 2005 年起就有各式各樣的才藝真人秀，主題包括舞蹈、歌唱、模特兒走秀等等。

然而，在才藝真人秀發展一段時間之後，雖然仍舊強調真實性，但是真實性的特色已變成商業化的包裝手法——從企劃、表演到宣傳往往都經過設計和加工。即便強調真實的真人秀已經失真，而顯得格外奇怪，但是在商業利益的驅動下，此類訴求設計和包裝的真人秀類型反而成為主流（費翠，2008）。換句話說，主流的真人秀已不再強調「真實世界」的場景，而是電視螢幕裡的「人工情境」；而節目中的人物，也不再是被動的「非自願者」，而是主動、自願的「參與者」（謝豫琦，2004，2005；費翠，2008）。

從研究者實地參與【童盟會】的錄影經驗看來，確實如此。參賽者的挑選、主持人的口白、甚至是評審的講評，都受劇本的引導和指導，實在不真實；研究者甚至有種被欺騙的感覺，因為投入的精力和感情，成了節目設計和包裝的一部分、成了情感經濟中的一環。王維玲（2010）指出，選秀節目的觀眾雖然獲得較大的「能動性」，但是在其「品味」被「商品化」的同時，也可能成為被剝削的對象。換句話說，不同於以往的觀眾及其收看經驗，選秀節目的觀眾較能夠參與節目的產製，創造更為主動的收視體驗，卻也因此容易陷入節目商業操作的圈套。

其實，不論是電視機前面的觀眾，還是錄影現場的參賽者親友，都在節目的生產過程中，提供了自願而且廉價的勞動，也就間接成了節目和製作單位的資本（簡妙如、劉昌德，2009；王維如，2010）。舉例來說，在【童盟會】的錄影現場，參賽者的親朋好友必須聽從製作單位的指示，在適當的時間、搭配適當的情緒拍手叫好。有時候沒達到製作單位的要求，還必須重複好幾次，然而他們沒有車馬費，只有錄影前的一人一個便當，即便錄影總是從中午錄到晚上，有些時候甚至到半夜。事實上就連台上的參賽者，也是這麼一群自願、廉價的勞動者，不僅在比賽期間投入的時間、付出的精力和情感，和獲得的車馬費或獎品往往不成正比，更要自行負擔諸多伴隨比賽而至、生理和心理上的壓力（簡妙如、劉昌德，2009；王維玲，2010）。

目前已有多位學者研究選秀節目閱聽人的收視情形：Charles Fairchild 用「注意力經濟學」指出選秀節目的出現和發展不僅與電視產業的供應面有關，更與需求面密切相關；他援引諾貝爾經濟學家 Hebert Simon 提出的「注意力經濟學」概念，解釋選秀節目及其廣告商透過多媒體的整合和運用，以有效集中閱聽人分散的注意力，進而建立「持久、彈性、逐步成長的消費關係」(Fairchild, 2007: 359)。簡妙如、劉昌德 (2009) 則是從「閱聽人商品論」出發，檢視選秀節目的閱聽人的勞動情形，指出閱聽人生產與勞動並不完全為資本家掌控，所以和參賽者、節目工作人員的「勞工」身分有所不同，是「不受控制的勞動者」(簡妙如、劉昌德，2009：15-17)。還有，數筆碩士論文(張惠嵐，2008；陳政佑，2009；鐘至函，2009；王維玲，2010)皆針對《超級星光大道》的閱聽人進行研究，例如：王維玲 (2010) 的研究發現，閱聽人在節目「夢想論述」的建構中，扮演著重要的角色，當他們逐漸了解參賽者之後，往往會投入更多的時間和心力，並且透過多樣的媒體管道來討論節目內容，不僅讓製作單位獲得免費而且多元的節目內容(譬如閱聽人主動為參賽者建立的部落格內容或各式各樣的活動)，也讓節目的品牌變得更加有名和穩固。王維玲在同一份研究中，也探討該選秀節目的參賽者參與節目「『追求夢想』、『夢想成真』的論述建構」(王維玲，2010：15)；她發現，即使勞動與報酬不等值，參賽者仍會不斷被節目的夢想論述召喚，並將比賽期間的種種辛苦，視作邁向明星之路途上的必要考驗，而他們多數人的挫敗和堅持，以及少數人的成功，感動閱聽人的同時，也帶動節目的收益。然而，此類針對參賽者做成的研究(王維玲，2010；陳亭瑜，2010)，相較於閱聽人分析，就少了許多。因此，本研究會從參賽者的角度，切入選秀節目的運作，探討參賽者參與節目建構的情形。

另外，從上述的文獻回顧，也可看到，兒童參與選秀的情形並未受到關注；可能的原因是，如研究動機提到的，台灣缺少兒童選秀節目，而且最大宗的歌唱類型選秀節目又以成人參賽者為主。所以，本研究選定目前台灣唯一出現過，並可被歸類在兒童選秀節目的【童盟會】，做為案例分析的對象。最後，針對製作單位做成的研究也稀少³⁰，尤其當諸多研究紛紛揭露並批判節目製作單位經濟利益為主的心態和商業市場的操作手法時，製作單位的實作經驗和心得，亟需更細部的討論。有鑑於此，本研究也會從製作單位的視角，探討節目建構的實際情形，以及它與參賽者在節目建構中的互動情形，尤其【童盟會】的工作人員和參賽者的互動頻繁而且密切。

因此，以下就選秀節目參賽者與製作單位、節目本身的關係，進行細部討論。

³⁰ 研究者目前僅找到一篇題為《歌唱選秀節目關鍵因素之產製取向研究—以「超級星光大道」為例》的碩士論文。它不僅從節目產製相關理論出發，更實際訪問與節目生產密切相關的人物，包括製作人、導播、主持人和評審，以促進學術與實務對話(薛聖棻，2010)。



第三節 選秀節目與素人明星

自 2007 年《超級星光大道》吹起選秀風潮，除了各式各樣的選秀節目一個接著一個出現，素人明星³¹也如雨後春筍般冒出。他／她透過節目，獲得改造並且成為明星，而節目透過這些活招牌，創造高收視率，進一步吸引更多素人投身節目，其中也包括兒童；並且隨著選秀節目愈開愈多，兒童選秀市場也蔚然成形，甚至成了「救命（收視）稻草」（闕志儒，2012.08.25）。看到不論是成人，還是兒童，紛紛以「素人明星」為目標，研究者不禁好奇：是什麼吸引素人參與？大量的素人參與，又形成了怎麼樣的生產模式？

一、成為素人明星：豐厚的收穫，還是廉價的勞動？

表面上看來，素人參賽者付出時間和勞動，換取演藝合約和明星地位；提供舞台和機會的節目方則因為素人參賽者的參與，得以減少邀約大牌藝人的通告費用，而且素人參賽者的親朋好友，為節目建立一定的收視率基礎。彼此的關係看似互惠，然而在這個雙贏的局面下，卻潛藏了不平衡的生產關係。

其中的勞動／報酬分配十分不均。素人參賽者付出大量的勞動，包括生理和心理，卻往往不能獲得相對應的報酬，因為僅有少數的參賽者能獲得比賽獎金或唱片合約，即便有了錢或出了唱片也不能保證就會紅。在投入的成本可能石沉大海的情況下，素人參賽者之於選秀比賽，可謂廉價，甚至是免費的勞工。反觀製作單位和電視台卻能坐收節目商品、收視率商品以及其他周邊商品的利益（簡妙如、劉昌德，2009）。

然而，在選秀節目光鮮亮麗的包裝下，素人依舊前仆後繼地參加徵選。即便《超級星光大道》已改為季播，選秀節目還是一個接一個開，目前就多達八個（東森新聞，2012.05.29；詳見表 3）。到底選秀節目有什麼樣的魅力吸引著素人參與？研究指出，選秀節目大多以「小人物也可以出頭天」召喚素人參與（Andrejevic, 2002; Jones, 2003; Holmes, 2004；轉引自王維玲，2010：12）。不過，不同的選秀節目也會有相異的特色，例如《超級星光大道》塑造溫馨的氛圍，而不走國外選秀節目的毒舌風格。台上參賽者雖然競爭，仍相互鼓勵，甚至為彼此的失敗落淚，台下觀眾看得感動，收視率也隨之飆高（王維玲，2010）。

那麼，素人又是基於什麼樣的動機參賽呢？研究發現，素人的參賽動機十分多樣，以《超級星光大道》的參賽者為例，除了想要成為明星之外，還包括：「我

³¹ 陳亭瑜定義素人明星為「以『素人』身份參加節目、尚未經過專業訓練的素人參賽者，在節目播出過程中逐漸累積知名度，而後更獲得近似『明星』的地位」（陳亭瑜，2010：9）。

對自己很有信心」、「希望可以藉由這一百萬改善生活」、「希望證明自己會唱歌」等等(王維玲, 2010)。然而, 兒童參加選秀往往直接被解讀為家長的擅作主張, 可能的理由是兒童不善於表達, 但更多時候是, 他們沒有發言權; 即使說話了, 他們的意見也通常不受重視, 因為在成人及社會的眼中, 兒童不如成人, 而需要全體社會共同保護。因此, 社會大眾對於兒童參與選秀節目, 或者更廣泛地說, 投入演藝事業, 獲得的資訊充斥著大人的觀點, 以及媒體對大人觀點的解讀。簡言之, 出於保護心態, 壓縮兒童發言空間的同時, 社會大眾不僅無法獲知兒童真正的想法, 也可能曲解大人發言者的意思, 而做出錯誤的指控, 例如: 大人利用自己的小孩賺錢、為了自身的虛榮心或者為了完成自己幼年的夢想, 努力把小孩送進演藝圈…(聯合晚報, 2010.01.24; 楊起鳳, 2010.01.24; 郭震海, 2012.08.22)。然而, 當觀看選秀節目以及參與選秀節目變得熟悉, 平時收看選秀節目的兒童選擇加入選秀的行列, 或許不全然是被動的, 更遑論被迫。

先不論參賽者是大人還是兒童, 也不論個別動機為何, 勞動與報酬的極度不對等是共同的困境。當所有的付出很可能一夕之間就付諸流水, 參賽者難道不會想要放棄嗎? 尤其媒體上不難看到參賽者壓力過大, 因而在節目上崩潰的報導。即便如此, 研究指出, 雖然參賽者承受很大的生理和心理負擔, 多數仍會選擇繼續比賽, 因為「希望自己的付出能夠得到回報」(王維玲, 2010: 98)。由此可知, 選秀節目如同一條不歸路, 一旦參賽者開始這段路程, 就必須不斷地投入時間、金錢和勞動, 直到節目方決定自己(在節目中)的生死為止, 因此, 他們都背負著沉重的壓力, 兒童參賽者也不例外。選秀節目可能為兒童帶來的種種壓力為人詬病, 畢竟對主流的兒童保護論者來說, 兒童的年齡等同於他們的抗壓力; 換句話說, 在保護論者的眼裡, 兒童因為年紀小, 所以「必然」缺乏抗壓力。雖然年齡和抗壓力的關係, 有待論證, 但兒童在節目上崩潰大哭的例子確實存在³²(Anita Singh, 2009)。

相較於成人, 兒童在圓星夢的過程中, 似乎多了一些優勢: 他們有較充裕的準備時間、沒有經濟壓力, 還有父母親出錢又出力; 看起來, 他們的勞動處境似乎沒有那麼糟。然而, 上述的優勢往往是額外的壓力來源, 增加了兒童的參賽成本。舉例來說, 雖然兒童可以利用課餘時間練唱, 但往往會落人口實, 甚至被歸類成不愛讀書或者不會讀書的小孩; 又例如, 雖然兒童不需要賺錢養家, 但會被說成是爸媽的搖錢樹, 不僅兒童本身的努力, 連同父母的支持都可能被扭曲。面對這種種壓力, 兒童的星夢路程又何嘗不辛苦。

³² 第三屆英國達人(Britain's Got Talent)的參賽者 Hollie Steel (10 歲) 在準決賽因為緊張, 所以忘詞。台上的她顯得不知所措, 身體顫抖, 並且在被告知不能重新演唱時, 開始哭泣, 直到評審承諾會找出時間讓她表演, Hollie 才冷靜下來。而這段節目內容讓英國兒童與家庭事務部(The Department for Children, Schools and Families)重新檢視該節目, 以確保兒童參賽者的福利。此外, 在最新一屆的比賽中, 9 歲的 Malaki, 同樣因為緊張, 唱到一半就開始哭。這段節目讓英國兒童與家庭事務部重申, 兒童福祉比收視率更為重要(《BBC 英倫網》, 2010.05.01)。

二、成為素人明星：平凡的素人特質+真誠的自我揭露=選秀的商業價值

選秀星途上的辛酸，除了廉價勞動之外，參賽者還必須不時配合製作單位，提供自己的私生活資訊，成就有血有淚的節目內容。舉例來說，《超級星光大道》和《超級偶像》皆闢有多個單元，讓參賽者「自我揭露」；而參賽者免費提供的感人故事，不僅感動觀眾，更成為媒體爭相報導的題材（簡妙如、劉昌德，2009）。再者，真實性是選秀節目的特色，參賽者台下的真實面貌也就順理成章地成了節目必備的內容（王維玲，2010）。換句話說，素人還未成為明星，其私生活和隱私就已然成為節目、新聞媒體及社會大眾共同消費的對象。

私生活的公開化造成公、私領域界線漸趨模糊。除了自曝生活的點點滴滴之外，「素人改造」其實也是「自我揭露」的一種，同樣具備平凡與真實，一樣吸引觀眾和媒體的注意。從前，在唱片製作公司或經紀公司培養和包裝之後，明星才能現身螢光幕前，所以也只有成名之後，才會成為媒體和社會追逐的目標（陳亭瑜，2010）。而現在，參賽者不僅以一般大眾的姿態登場，其變身成為明星的過程更遭到公開。公開變身過程是素人明星和以往明星之間最大的差異，並且當「改造」的劇情成了選秀節目中的重要內容、當「素人變明星」的戲碼成為選秀節目主要賣點的時候（王維玲，2010），參賽者的平凡模樣和日常生活理所當然地被搬上螢光幕。

陳亭瑜（2010）引述 Richard Dyer（1979）針對電影明星的形象（image）進行的研究，指出明星形象包括「媒體揭露的日常行為、身家背景等等私生活資訊」。由此可知，明星的私生活和明星形象一直都是連結在一起的；只是選秀節目進一步把想要變成明星，但還不是明星的「明星候選人」的私生活提前搬上舞台。

對【童盟會】參賽者來說，他們並沒有在螢光幕前上演醜小鴨變天鵝的戲碼，因為製作單位在小朋友上台前就會打點好他們的妝扮，所以踏上舞台的小朋友已有光鮮亮麗的明星模樣；再者，【童盟會】並不強調甄選會上或初上節目的小朋友平凡模樣，而是強調他們的熱情和才華。即便如此，參賽者的私生活仍是他們取得名人／明星地位的關鍵，因為選秀節目的特點就在於素人的參與，而節目內容的特色也在於素人的自我揭露。因此，雖然【童盟會】參賽者並沒有經歷變身過程，但是他們的私生活資訊仍然是節目的重頭戲，仍舊主宰著他們成為明星的命運。

此外，選秀節目的參賽者可能一夕爆紅，不論國內外，皆有不少例子，比如《英國達人》的蘇珊·鮑爾、保羅·帕茲和康妮·塔波特、《超級星光大道》的

楊宗緯、蕭敬騰、林育羣等人。然而，許多參賽者往往無法好好品嚐成名的滋味，因為他們不論是歌唱技巧，還是心理建設都仍在準備的階段，所以在成名的瞬間，無法像過去出道前就已被訓練好，而且有經紀公司或唱片公司撐腰的藝人，能夠較為從容地應付媒體和大眾的追逐，以及隨之而來的巨大壓力。不過，弔詭的是，平凡（沒受過專業訓練）和真誠（沒有商業的過度包裝，有的是誠實的自我揭露），本是參賽者能夠參與選秀節目的前提，也是他們成名的利器，此時卻讓參賽者淪為節目的傀儡、演藝圈與媒體狗仔生態下的犧牲品。其中的癥結點就在於，對選秀節目的參賽者而言，私生活資訊是換取明星地位的貨幣；因為他們和一般明星不同，並不以專業和完美的明星包裝為特色，而是以平凡和真實的姿態，付諸感情訴求，透過分享家庭故事、揭露真實情感，來獲取製作單位的青睞和觀眾的喜愛（陳亭瑜，2010）。也因此，私生活資訊的可看性與自身的比賽競爭力、未來發展都有密切關聯。意思是，如果參賽者提供的資訊不夠（好）看，就容易遭受淘汰。

事實上，選秀節目參賽者的私生活不僅被公開，許多時候，還可能被誇大；原因是節目追求戲劇效果，更精確地說，是收視效果。而參賽者為獲取獎金或唱片合約，也只能服從遊戲規則。換句話說，平凡和真誠僅是打造「情感經濟」的手段，最終目的是：當觀眾認同參賽者，甚至節目品牌時，節目得以創造出最大經濟效益；而參賽者的素人特質（平凡）和私生活資訊（真誠）為這場金錢遊戲提供了低成本、甚至免費的原料。

因此，雖然參賽者和觀眾皆因為選秀形式，獲得較以往更多的參與空間和能動性，但是節目透過商品化，讓參賽者的付出（包括時間、金錢、勞動的投注以及私生活資訊的提供）、觀眾的喜好（包括簡訊投票、為選手成立後援會、到現場加油），甚至參賽者與觀眾之間的私下互動（包括部落格留言與回應、後援會的交流活動等等），全都變成節目創造收視率，換取廣告收益的商品（簡妙如、劉昌德，2009；王維玲，2010）。並且，為了讓節目獲得最大的收視效益，製作單位加工加料的情形也時有所聞。

曾任多個選秀節目評審的藝人伍思凱在一次電台訪問談到選秀節目造假的情形；據他所說，當製作單位偏好特定的選手時，會主動告知評審（葉君遠，2011.07.08）。除了評分的階段會有製作單位的干涉之外，節目在後製的階段也可能被動手腳（葉君遠、王雨晴，2007.09.09）。不論製作單位加工的原因為何，經過觀眾討論、媒體揭發，大眾對於選秀節目的商業操作和市場考量大多心裡有數。簡妙如指出，不同於國外的真人秀做為「對『真實』的懷舊」，台灣的真人秀有「作假」特徵，是調對「後現代擬像文化的追求」（簡妙如，2008）。而選秀節目做為真人秀的子類別³³，繼承「作假」特徵也就不足為奇。以本文研究對象

³³ 由於真人秀混雜的特質，使得定義和分類格外困難。不過，有學者從實際播出的真人秀，分

為例，【童盟會】的節目內容不僅由製作單位事先規劃，還會寫成個別參賽者的劇本。雖然製作單位撰寫劇本是出於幫助兒童參賽者對答自如、降低他們的錄影壓力、增加節目的流暢度等多方考量，但是劇本的存在讓節目的真實性大打折扣，也讓人不禁擔心：從主持人與參賽者的問答，到觀眾和評審的反應都可以被納入劇本內容，如此精心的設計對兒童參賽者會有什麼影響？

若台灣閱聽眾在八卦社會新聞的耳濡目染下，開始追求由擬像組成的收看經驗，並且由奇觀包裝而成的假象成了主要的收視樂趣（簡妙如，2008）；那麼，在普遍加工和造假的選秀節目裡，兒童的參賽經驗和樂趣會變成什麼呢？尤其當選秀節目作假的出發點是經濟利益最大化，劇本的生產也極可能受到商業操縱，而參賽者本身的故事（可看）性也就難逃市場機制的評價。換句話說，從節目內容，到劇本設計，甚至參賽者的成功機會，都是商業運作下的產物。如此一來，參賽者是否可以提供吸引觀眾的私生活資訊——對【童盟會】的參賽者而言，則是能夠寫成好看的劇本的個人資訊，成了致勝的關鍵。也因此，選秀節目如同一場商業交易，參賽者的資本包括他們的素人身分（平凡／非專業的特徵）、真誠的個人特質（私生活的自我揭露及其創造出的不同於明星光環的樸質），以及其他可以創造收視效益的一切（例如人氣），來換取演出機會和明星地位。

三、成為素人明星：製作單位的角色

從上述的分析看來，製作單位似乎是這場金錢與名氣遊戲的贏家，然而有些時候他的勝利並非甜美，而是苦澀的天人交戰，因為相對於其他電視節目的製作，選秀節目格外需要素人的參與，所以當製作單位與參賽者的互動愈來愈頻繁和緊密時，要想兼顧收視率和參賽者的他，陷入兩難。

王維玲指出，比起主持人和評審，參賽者和節目工作團隊的關係更為密切。除了聯絡參賽者，以安排行程、協助服裝、髮型和歌曲的挑選之外，工作人員也會經驗分享，幫助缺乏舞台經驗的素人參賽者能順利比賽，扮演「介於父母與朋友之間的角色」，因此他們也是參賽者對節目產生認同情感的主要來源（王維玲，2010：102）。就【童盟會】來說，徵選結束後，工作人員就會密集地和參賽者「聯絡感情」，除了通電話之外，還會安排同組的參賽者³⁴一起吃飯、郊遊，相處時間久了還會一起過節，使彼此的情誼到比賽結束後，還可能持續進行。

出以下六種次類型：實境戲劇節目、羅曼史、比賽秀／競賽、罪犯／警察、資訊性和才藝。而台灣盛行的歌唱選秀節目屬於才藝此一子類別。（Nabi, Stitt, Halford & Finney, 2006: 433；轉引自王維玲，2010：7）

³⁴ 平均一個工作人員負責五位參賽者。【童盟會】考量參賽者仍是兒童，所以比賽時間不如節目原型《星光大道》來得長——《星光大道》通常要比上六個月。雖然【童盟會】參賽者不需要一次比好幾個月，但如果一路從週賽、月賽、季賽，比到年度總軍賽，再加上，比賽之間的準備時間，加總起來，比賽時間反而拉長到將近一年；並且隨著比賽進行，參賽者與工作人員之間的相處也就愈加緊密。

不過，對參賽者而言，比賽終究會結束；對工作人員則不然，比賽並不會因為一批參賽者離開而結束，因為他們緊接著要迎接另一批參賽者。也因此，相較於參賽者，工作人員顯得「現實」，有些人甚至「以『劊子手』自稱」（王維玲，2010：102）。【童盟會】工作人員也不例外，他們同樣必須處理節目的進行和參賽者的情誼之間產生的矛盾，尤其他們面對的是兒童，往往心理負擔更大，而且為了撰寫節目劇本，他們對參賽者及其家人都有一定的了解，例如參賽者的校園生活、交友狀況、健康狀況、家人的工作內容、參賽者與家人的互動情形等等。可想而知，當自己長期負責照顧的、年紀可能比自己弟妹都來得小的參賽者被淘汰或比賽最終結束時，工作人員的心情會是如何複雜。

綜言之，製作單位和參賽者之間的關係，不是單向的剝削或獲利，而是彼此牽引的互動模式，並且在追求各自利益的情境下，更是動態的權力鬥爭。

第四節 電視節目的生產與符號、市場的宰制

在這場利益和權力的爭奪戰中，製作單位和參賽者共同面臨主流對他們的批評，除了破壞正常的童年之外，他們也破壞了文化的發展；不論是主事者，還是被害人，在文化工業理論中，他們都只是在自欺欺人。

阿多諾批判大眾媒體為了商業利益，透過「理性化」和「標準化」，製造「多元假象」，使閱聽人沉溺於單一而且娛樂的「假意識」之中（陳學明，1998；張錦華，2010）。對他來說，在文化工業中，沒有文化，只有商品。大眾媒體藉由各式各樣的行銷，致力於增加商品的交換價值，還會進行「垂直與橫向連鎖」，亦即「將各種不同行業串連成同一集團」，以達到利潤最大化（Adorno & Horkheimer, 1977；轉引自張錦華，2010：54）。舉例來說，《星光大道》整合中時集團的媒體資源，並拉攏唱片公司和廣告贊助商，即是為了創造收益最大值（王維玲，2010）。也因此，阿多諾強調，大眾文化並非「大眾自發創造」，而是媒體產出的「文化罐頭」（Adorno, 1996；轉引自張錦華，2010：55）。

總言之，從阿多諾的觀點來看，選秀節目本身及其製作單位都是商業的、缺乏文化內涵的產品和製造商，而參與其中的素人和觀眾都是被欺騙的消費者；事實上，新聞媒體對【童盟會】的報導，以及報導中引述的專家學者的說法，也常從文化工業的角度，評價節目和所有相關人士。然而，多數學者認為阿多諾對大眾媒體與文化的批判帶有濃厚的「菁英文化」色彩；本研究亦認為阿多諾的文化工業理論不足說明素人與選秀節目之間的動態關係，例如選秀節目的參賽者能夠透過節目，獲得媒體關注，甚至明星地位，而觀眾因為情感經濟，得以參與節目內容的產製，John Hartley 更以「娛樂民主化」（democratainment）來指稱這般素人明星現象（陳亭瑜，2010）。

雖說參賽者和觀眾的現身以及兩者的互動，能夠成為節目內容的前提是：要能創造收視率，而且在製作單位的收視率邏輯下，炒新聞、節目造假等消息也時有所聞（葉君遠、王雨晴，2007.09.09；葉君遠，2011.07.08），但是基於文化必須具備藝術價值之主張，而全盤否定重視商業價值的文化工業可能帶來的創造，不僅抹煞參賽者的能動性，也忽略了製作單位內部的異質性，更無法看到兩者之間的動態關係。

簡言之，本研究認為，在大眾媒體只顧追求利益的論述框架下，既無法捕捉到節目製作單位更為細膩的運作和生產狀況，也無法進一步了解素人在節目生產中的角色定位以及他們與製作單位的互動情形。因此，研究者轉向文化產業的性質和文化工作者的勞動特質，以深入【童盟會】製作單位、參賽者與節目的關係。

首先，文化工作者的勞動，不同於一般勞動，是以勞心為主的文化勞動³⁵，亦即「提供創意、技術能力與勞務，販賣給資本家之勞動形式」（林富美，2006：5），所以創意和才能是他們與資本家談判的重要籌碼。然而，此種勞心的勞動難以量化，而且一旦文化資本被納入市場經濟，文化工作者很可能淪為資本家與市場經濟的奴隸。原因是，「創意產品屬於『體驗性產品』」（林富美，2006：12），必須訴諸「消費者內心情感」才能刺激消費；這過程「涉及『符號意義』的生產」，使得交換價值和使用價值被「擺佈、控制和建構」（McCrackon, 1988；轉引自林富美，2006：13）。所以說，選秀節目參賽者才會淪為「廉價／免費的勞動者」，一方面，他們投入的時間和心力因為難以計量，所以容易被忽略；二方面，他們的勞動價值立基於消費之上，亦即能夠帶動消費和產出利益的勞動才有價值。在【童盟會】個案中，參賽者不僅被放置在一個有別於正常兒童成長的環境，更因為做為被消費的對象，而具備經濟價值，因此加深了社會對他們的不諒解和反彈。

如同 Baudrillard 所說：「要成為消費的對象，物必須成為符號」；換句話說，「文化勞動者必須先成為象徵性符號，才能成為被消費的對象」（林富美，2006：14）。而這項前決條件不僅如前所述，印證在參賽者身上，對製作單位而言，同樣適用。劇本之於製作單位，就好比表演之於參賽者，所以製作單位要能創造收視率，就必須寫出能為大眾消費的劇本，此時，製作單位也就和一切能夠刺激觀眾收看的符號合為一體。

再者，建立在符號的消費，提高了市場不確定性，所以傳播業付諸收視率調查，以「面對創新求變又須掌握明確的閱聽人市場」。然而，收視率僅能提供「『事後諸葛』的分析」，所以資本家會依據以往的市場經驗，進行保守投資（林富美，

³⁵ 由於這部分從文化勞動觀點切入討論，所以「文化工作者」和「文化勞動者」交互使用，指涉製作單位和參賽者。

2006：13-17）。也就是說，資本家為了降低生產風險，提高產品成功率，會傾向複製既有的成功商品、符號，尤其台灣媒體市場競爭格外激烈，複製的情況才會層出不窮——這點正說明了歌唱類型的選秀節目和類似的夢想論述的氾濫。

接著，「產業活動的支援」是「文化勞動能否輸出販賣，以及是否能將創意具象上市」的關鍵（林富美，2006：17）。因此，就算製作單位有好點子，但老闆不採用，也就沒有生產的機會。總而言之，符號意義的生產和消費增加了市場不確定性，而市場的不確定造成保守的投資心態，也讓缺乏產業支援的文化勞動者及其作品失去變成符號、被消費的機會，最終市場上流通的符號和產品變得單一，遂形成無限迴圈，例如《星光大道》的成功讓各電視台紛紛開始製作歌唱選秀節目，【童盟會】也是在此風潮中產生的。

最後，相較於一般勞動，文化勞動除了勞心為主之外，其勞動價值不再是「做越多、賺越多」，而是「做出什麼成績」，因此文化勞動者看重「品質」，而不如一般勞動者般重視薪資和工作條件。但是，在市場經濟中，文化勞動者無法自由掌控品質，因為產品的好壞全賴「市場反應」，所以他們必定面臨專業價值與市場價值的兩難；並且，在「有市方有價」的資本主義運作邏輯下，文化勞動者也會面臨實現自我與完成工作的兩難，甚至很容易就被「收編」，因為市場主導的生產意識，罩著「責任自主」的外衣，讓文化勞動者不知不覺地就被捕獲（林富美，2006：19-24），導致他們的勞動條件自覺意識薄弱。也就是說，即使工作條件不佳，製作預算又吃緊，製作單位仍會以創造高收視率為己任；不過，當市場價值和專業價值、自我價值相衝突時，他們也會反思工作和自我實現的意義。再者，參賽者同樣被「有市方有價」和「責任自主」交織而成的網絡所捕獲，因為他們做為產品的可能性，有賴於他們可以承載的符號多寡以及可以被消費的程度；而在面對勞動與報酬的不對等時，他們會以「當一個藝人本來就是辛苦的」或自我實現論來合理化其廉價／免費的勞動，「不覺得自己被剝削」，反而覺得自己應當承擔這種種挫折（王維玲，2010：118）。

綜言之，研究者認為文化勞動的觀點比較能夠幫助本研究捕捉參賽者和製作單位的處境，因為不論是製作單位和參賽者彼此的互動，還是兩者與節目的互動，都如同一場場遊戲，有規則的制約，但也有變數的存在。



第五節 Bourdieu 之結構與主體的辯證

研究者無法忽略行動者所在場域的結構力量，因為唯有兼顧場域和行動者兩者的討論，才可能真正釐清行動者的處境，也才能得到更動態和完整的事實圖像。有鑑於場域和行動者之間並非二元對立，而存在著不可分割的關係，本研究使用 Pierre Bourdieu 日常生活言行理論中的概念，做為研究的分析工具，來梳理【童盟會】製作單位、參賽者與節目本身的動態關係。以下就該理論中主要的幾個概念做整理：

一、場域 (Field)

對 Bourdieu 來說，社會結構是一個動態的空間，而此一動態性恰好證成行動者的重要性（張錦華，2010）。因為社會結構「為行動者的具體實踐提供客觀的制約性條件」，它本身則「仰賴於行動者的整個實踐過程」（高宣揚，1998：942）。場域也是一樣，隨行動者而變動——因為行動者會依據所在位置，運用手中的資本，爭取對自己更有利的位置，所以場域的動態在於「具體的實踐活動」。換句話說，雖然場域定義為「由各種客觀權力位置關係所構成的網絡形構」，但更重要的是，這些權力位置的分布是動態的，視行動者「擁有的各種形式的資本」而定（張錦華，2010：236-7）。

【童盟會】參賽者因為年齡³⁶、個性和家庭背景等個人因素或社會條件的不同，會有不同的經濟、文化資本，在節目的產製中所處的位置也就不一樣。又因為個別參賽者欲追求的「有利位置」不盡相同，所以與場域互動的情形也會不同。意思是，即使同樣處在【童盟會】裡頭，基於場域的動態性，行動者仍會有不一樣的互動經驗，會經歷不甚相同的狀況。製作單位當然也不例外，工作資歷、職務和個人抱負等等都會影響他們在該場域的實踐、與該場域的互動。

³⁶ 【童盟會】僅限制參賽年齡在 12 歲以下，所以參賽者的年齡分布仍分歧，而年齡會影響參賽心態，舉例來說，對小六的參賽者而言，站在該舞台上的機會就剩那麼一次，相較於小一的參賽者，他的比賽壓力自然就比較大，場域規則對他的制約力，也相對較大。



二、行動者 (Actors)³⁷

行動者會運用各種形式的資本，爭取對自己更有利的位置，換句話說，日常生活言行理論預設行動者「有一種追求利益 (interests, 泛指各種價值) 的動機」(張錦華, 2010: 238)。行動者的實踐除了受動機影響之外，還牽制於場域規則，就像在一場遊戲裡，參與的成員「認同遊戲規則，並認為是重要的活動，在既有條件下設法採取各種策略」(張錦華, 2010: 238)。

說到遊戲規則，Bourdieu 特別說明一點：雖然行動者有追求利益的動機，但不一定意識到行使策略的動機，而且有些時候，甚至沒辦法自行選擇場域 (Bourdieu, 1998; 轉引自張錦華, 2010: 238)。換言之，雖然【童盟會】參賽者有不盡相同的參賽動機，欲追求的有利位置也不一致，但是進入該場域之後，可能不自覺地就接受了場域裡的種種規則。對製作單位來說，也是一樣。即便他們入行的動機、對工作懷抱的理想都不相同，但是在生產節目的過程中，他們都必須服從遊戲規則，畢竟他們僅是這場遊戲中的一個遊戲者，不能自行制定規則，也唯有如此，遊戲才能進行下去。

不過，當規則與生存心態產生衝突時，例如參賽者無法接受製作單位的劇本，行動者會主動運用生存心態，以求發揮最大效益。事實上，場域規則時常和生存心態相衝突，因為行動者身處於多重場域，時時面對不同場域的挑戰，唯有主動才可能回應並實踐其追求利益的動機。

最後要特別說明，在【童盟會】節目場域中，有兩群主要行動者，包括第一群的參賽者及其家人，和第二群的製作單位。將家人和參賽者歸在同一類的原因是，兩者不論在社會關係上 (親屬)，還是在利益關係上³⁸，皆達一定程度的不可分割。然而，也要另外強調，即便兩者關係如此緊密，在本研究的分析過程中，他們仍被視為「獨特的個別團體」；意思是，將兩者放在一起討論，是為了捕捉參賽者與家庭場域的互動，及其對參賽者與【童盟會】節目場域互動的影響。簡言之，行動者所在的場域和抱有的生存心態是多元且動態的，所以在觀察節目場域的時，不能忽略其他場域對行動者的作用，也不能忽視不同場域之間的交織

³⁷ 目前對 Bourdieu 理論中的「人」的翻譯和解釋，主要有兩種，第一種是「行動者」(Actor)，另一種是「施為者」(Agent)。前者強調人的主體性和能動性，展現 Bourdieu 對主體和結構之間辯證的重視；後者則是強調結構對主體的種種限制。研究者認為，施為者唸起來拗口，而且較難望文生義，於是選擇「行動者」一詞，然而研究者在致力挖掘個人的主體性和能動性時，不忘結構對個人的束縛。一言以蔽之，在本研究中，「人是受限的行動者」(蘇碩斌, 電子郵件, 2012.10.22)。

³⁸ 研究者於研究背景指出，不論哪種類型的兒童選秀節目，家長才是主角，因為兒童的社會位置附屬於家長，而且選秀節目的初衷也往往不是為兒童的利益著想。此外，在文獻中，探討童星如何滿足成人對童年的懷舊情感和凝視慾望時，也發現家長——廣泛地說則是全體成人，往往是背後的推手。

情形。



三、生存心態 (Habitus)

生存心態「一方面是指在特定歷史條件下，在個人意識中內化了的社會行為影響的總結果」，另一方面則指涉「長期實踐的經驗因素」，因為它會去「指揮和調動個人和群體的行為方向，賦予各種社會行為特定的意義」。綜言之，它具備意識、實踐和社會層面的意義，是「人的社會行為、生存方式、生活風尚、行為規則、策略等實際表現及其精神方面的總根源」(高宣揚，2002：194)。

而它與行動者的關係是，行動者會主動運用生存心態，以克服不同場域中的種種挑戰。所以，生存心態是變動的、彈性的；它「既是被結構的結構，同時它又是能生成結構的結構」(高宣揚，1998：936)。也因此，在使用生存心態此一概念時，不能拘泥其簡單的定義「一套持久的預設及原則」，更要對其「彈性靈活態度」保持高度的敏感和警覺(劉維公，1998：21-2；轉引自張錦華，2010：241)。

因此，在觀察【童盟會】裡的行動者如何與該場域互動時，不能單以該場域的規則做為唯一依據，更要注意到行動者身處的其它場域的規則如何與該場域的規則相衝突，行動者又是如何主動地、彈性地運用生存心態。

四、資本 (Capital)

對 Bourdieu 而言，資本不限於物質形式，可區分成「經濟資本」、「文化資本」、「社會資本」和「象徵資本」。經濟資本包括生產因素(例如土地和工廠)、財產和收入；文化資本又可分成三種形式，包括「被歸併化的形式」(例如秉性和才能)、「客觀化的形式」(例如文化財產)以及「制度化的形式」(例如文憑)；社會資本即是因「社會關係網而把握的社會資源或財富」，例如頭銜；象徵資本則表現在「聲譽或威信資本的累積」等等的「象徵性現象」上(高宣揚，2002：248-52)。

將上述四種資本依序放在【童盟會】中討論，需注意的是：第一，參賽者的經濟資本幾乎等同於他們家人的經濟資本——除了參賽者透過資本的轉換而獲得的經濟資本之外；舉例來說，交通費、治裝費，以及才藝補習的費用等等都是由參賽者的家人支付。第二，一般社會認知中較高的文化資本可能不適用於【童盟會】；例如英語能力反而不吃香，因為民視的主要收視群是講台語的人口，所以演唱英語歌曲不比會唱台語歌曲來得有利；事實上，製作單位會鼓勵參賽者挑

戰演唱台語歌，也會要求以演唱英文歌曲為主的參賽者至少要唱個中文歌。第三，對參賽者來說，與觀眾的關係³⁹格外重要，因為觀眾的喜愛會反映在收視率上。第四，要在【童盟會】裡建立「信用」、「權威」，收視率是最為重要的衡量標準；換言之，不論對參賽者，還是製作單位來說，唯有表演和工作表現化作收視率數字，才可能受到認可。

另外，不同資本之間可以相互轉換，但是資本在轉換時，僅限於「功能的發揮，卻不可完全取代」（林富美，2006：58），而且「每個場域都會設定具有價值的事物」（張錦華，2010：246）。換句話說，同一資本在不同場域中的優勢程度不盡相同，所以行動者必須先分辨該場域的優勢資本，以透過不同類型資本的轉換、累積和取得，為自己爭取有利的位置。

研究者就觀察到，雖然【童盟會】是歌唱選秀比賽，但是有些時候參賽者的故事性，比他們的歌唱能力還要重要，因為根據製作單位的說法，觀眾愛看是主要的考量。顯然，在【童盟會】節目場域中，資本的價值基礎在於「觀眾是否愛看」。

進一步地說，當「觀眾喜愛」成為舉足輕重的生產原則，「收視率的象徵體系」是否油然而生？意思是，當行動者的實踐活動奠基於收視率的多寡，【童盟會】場域中的資本轉換是否都將立基於「收視率資本」——「可否轉換為收視率」以及「可以轉換成多少收視率」？若是如此，行動者在收視率象徵體系中，如何自處？例如，製作單位該如何拿捏賣點與道德、參賽者如何來回於夢想與商業運作之間。

五、象徵暴力（Symbolic Violence）

在 Bourdieu 理論中，「象徵體系既具有將社會結構化的功能，也是被結構化的結果」；它既「提供認知功能和傳播功能」，也「扮演統治的效果」。再者，因為它「促使被統治階層接受現有的統治秩序」，所以它其實也是一種象徵權力（Bourdieu, 1977a: 117；轉引自張錦華，2010：248）。並且，當象徵權力被「強制運用」，使得「被統治者視既有統治為理所當然，且是合法合理」之時，象徵暴力就此成形。因此，「象徵暴力並不是明顯的外在威脅，只是個人依據生存心態不自覺地實踐其意理」（Bourdieu, 1991: 51, 164; Bourdieu & Passeron, 1990: 4;

³⁹ 【童盟會】參賽者和觀眾的關係，主要是指「觀眾緣」，也就是觀眾愛不愛看，所以包括參賽者不上相、個人故事吸不吸引人等等。不像成人選秀節目的參賽者，除了觀眾緣之外，還要經營部落格或其他社群網站來培養和累積粉絲。雖然【童盟會】參賽者的家長也會幫他們成立粉絲專頁，簽有表演或經紀合約的參賽者還會有工作人員幫他們成立和管理臉書粉絲頁，但是對【童盟會】參賽者來說，這些「賽外的人氣累積」不如節目播出時收視率上的反應來得重要。

張錦華，2010：248)。

當【童盟會】場域中的行動者，不論是製作單位還是參賽者及其家人，皆奉收視率為生產的圭臬時，收視率也就成為統治該節目場域和行動者的象徵體系。陳富美在新聞工作者與組織的研究中，對收視率的統治有更進一步而且生動的描繪，她寫道：「收視率與營收數字的理性考評，就仿如考生收到成績單一樣，更具隱晦性的象徵暴力」（陳富美，2006：61）。事實上，正因為象徵暴力隱蔽在行動者的實踐活動之中，象徵系統的權力本質以及其中的權力關係容易被忽視，使統治（domination）在行動者「誤認」（misrecognition）和「幻象」（illusion）⁴⁰的實踐過程中，得以存在並且再製。所以，象徵系統的強制，以及權力關係的存在，都被視作合法的（legitimate）；而象徵暴力不會是強硬的壓迫、外顯的暴力，而是行動者的生存心態和實踐活動、是社會結構中合法合理的權力關係（蘇峰山，2005）。

也因此，本研究透過分析節目文本的產製，來釐清收視率對該場域的控制情形；接著，透過訪談分析，進一步挖掘收視率象徵系統的運作情形，以及行動者之間的權力關係，並揭發收視率象徵暴力的實踐動態。

六、秀異（Distinction）

秀異指的是「差異」，「只有與其他特質相比時」，才能「從關係網絡中的位置」被凸顯出來（Bourdieu, 1998a: 6；轉引自張錦華，2010：245-6）；要特別注意的是，「秀異符號」並非任何的差異符號，而是能夠幫助行動者獲取利益和場域肯定的差異（劉維公，1998：19；轉引自張錦華，2010：246）。而 Bourdieu 預設行動者「具有『凸顯自己』，引人注目的內在動力」，所以會主動和場域中的其他人做出區隔。

此外，由於「每個場域都會設定具有價值的事物」，所以行動者必須分辨該場域的價值，以及自己和他者在該場域的相對位置，以運用自身擁有的資本，來爭取該場域中有價值的事物和優勢位置（劉維公，1998：16-7；轉引自張錦華，

⁴⁰ 蘇峰山說：「誤認是一種幻象（illusion）」（蘇峰山，2005：126）。以教育系統為例，人們往往以為學校是中立的，然而，「這種幻象的根源來自於學校所具有的教育學權威，讓人們誤以為學校運作是合法且中立的」（蘇峰山，2005：126）。此外，高宣揚把 illusion 翻成「幻覺」，從該字的拉丁文字源談起，挖掘出它的三重意義：首先，在「錯誤」的意義上，不同於錯誤「可以通過某一種有效的方法進行糾正」，幻覺「是無法避免的，同時又無法根本上糾正過來」；接著在「偏見」的意義上，如同偏見「具有某種『先天觀點』的意涵」，幻覺是「直接地和不可抗拒地為主體所接受」；第三，在「心理和生理活動中的幻象」的意義上，猶如生理和心理的幻象不是「由客體對象所引起的一種感覺」，幻覺是「一種主觀感覺」（高宣揚，1998：956）。簡單地說，如果場域是遊戲，幻覺就是一種遊戲感，讓行動者進入並且融入遊戲。

2010：246-7)。綜言之，秀異一方面呼應了行動者追求最大利益的動機；二方面秀異可被視作擴大資本的策略，同時也是資本得以轉換的契機和過程。

對【童盟會】的行動者來說，雖然他們進入該場域的動機不盡相同，但「秀異」卻是行動者能否生存於該場域的關鍵。如果無法和他人做出區別，或是比他人更能提供該場域需要的價值，就容易被淘汰出局。換句話說，秀異符號是行動者在一場域中，取得優勢地位的關鍵。不過，正因為秀異符號讓一行動者能夠與其他行動者做出區隔，並獲得該場域的肯定，所以它在再製優勢文化的過程中，可能形成象徵暴力。舉例來說，大學教授發表期刊，不僅能受到學術社群的肯定，還能建立學術權威，然而以 SSCI 和 TSSCI 篇數為核心衡量標準的學術評鑑制度，卻可能限縮學術自由、危害學術發展（邱天助，2007；黃宗顯，2013）。此外，也正因為每個場域設定的秀異符號不盡相同，所以行動者必須主動調整生存心態，例如參賽者要在好學生和好童星之間取得平衡，又例如，製作單位折衝於商業利益和專業價值之間。

第三章 研究問題與方法



第一節 個案介紹

一、節目由來

節目全名是《成名一瞬間之超級童盟會》。它的前身《成名一瞬間》在 2006 年 3 月 25 日開播，內容多樣，有模特兒、熱舞等項目的選秀，雖然第一季搭上台灣選秀風潮，吸引大批民眾參與試鏡，但隨著愈來愈多選秀節目出現，加上本身節目定位不明確，一年多之後，由同一個製作團隊操刀，轉型成「台灣史上第一個專屬 12 歲以下小朋友的歌唱舞台」，正式更名為《成名一瞬間之超級童盟會》。

雖然該節目已於 2012 年的春天停播⁴¹，但是基於以下四個原因，它仍舊具有高度研究價值：第一，【童盟會】是第一個，也是目前台灣唯一一個專門給 12 歲以下兒童參加的選秀節目。再者，它總共舉辦了三屆比賽，播出時間長達四年多，而且收視率低迷的時候，也都還有一點多，更不用說，收視率最高達到四點多。第三，它帶動兒童上節目表演的風潮，例如《鑽石夜總會》、《綜藝大哥哥》等綜藝節目上皆可看見【童盟會】參賽者的身影；更不用說，好幾位參賽者在【童盟會】露臉之後，即被民視相中而參與八點檔的演出。也因為當時有愈來愈多的兒童上電視，所以——第四點——它引起許多輿論和專家的評論，如本研究在第一章討論的。

二、比賽規則

比賽分成週賽、月賽、季賽和年度總冠軍賽。週賽，每週舉行一次，每場有五位參賽者；月賽，每個月由四位週盟主進行比賽，贏家即為月盟主；季賽，由三位月盟主進行比賽，贏家即為季盟主；年度總冠軍賽，由四季的季盟主進行比賽。全部比賽結束後，會頒發由廣告商贊助的獎品和獎金⁴²。每場比賽有三到五個評審，每個評審有五顆星，分數最高的參賽者即可進入下一階段的比賽。除了上述

⁴¹ 該節目一直播到 2012 年夏天，而官方網站直至今日都還有人在詢問是否會再開播，因為它是台灣第一個也是唯一一個專屬兒童參賽者的選秀舞台。

⁴² 獎金從五千到兩萬元不等；獎品則依每個年度的贊助商而有所不同。特別的是，贊助商除了由【童盟會】工作人員和民視業務部去找之外，獎品的另一個來源是，映畫製作公司於其他節目中置入的產品。

常規賽之外，還有歌王歌后 PK 賽、經典連續劇主題曲等等的比賽。另外，被淘汰或當屆之前的參賽者可透過網路票選，成為人氣王之後，回歸舞台。



第二節 研究問題和架構

本研究以童星早熟之爭議為起點，為有效回應媒體、社會對童星和節目製作單位的批評，以兒童選秀節目【童盟會】為研究文本，欲了解：該節目建構的童星形象為何？參賽者和製作單位如何參與該節目的童星建構？節目為何建構這般童星形象？參賽者及其家人和製作單位又是如何理解該節目的童星建構？

在上一章文獻探討中，研究者首先從童星的社會意義，勾勒參賽者的輪廓，接著透過梳理選秀節目的生產特色和生成背景，例如素人的參與、廣告市場的瓜分情形嚴重等等，進一步了解參賽者及其家人⁴³在節目中的處境和角色，也是節目中兒童的基本面貌；同時，也對參賽者、製作單位與節目生產之間的關係有了初步的觀察。最後，研究者從電視節目的生產特性和市場特質，進一步捕捉參賽者、家長和製作單位之間的互動情形，尤其是節目生產過程中產生的種種衝突。

一言以蔽之，本研究旨在挖掘【童盟會】對參賽者的兒童／童年建構（即節目中的「童星形象」），並期望透過實際參與生產的參賽者、家長和製作單位現身說法，有結構地——在節目的、社會的和文化的，以及三者相互交織的結構下——回應新聞媒體和社會大眾對參賽者及其家人和製作單位的批評。也因此，本研究使用 Bourdieu 的日常生活言行理論中的概念，來分析訪談內容，以捕捉節目中主要「遊戲者」（player，即參賽者、家長和製作單位）之間的動態關係，讓他們和兒童早熟及相關爭議⁴⁴進行辯證性的對話。以下研究者列出研究問題、研究架構和本研究使用的概念列表，並附上研究流程⁴⁵：

1. 【超級童盟會】建構的童星形象為何？其形象又是如何對立於台灣社會中主流的兒童／童年概念？
2. 參賽者及其家人和製作單位如何參與該節目的童星建構？
3. 參賽者及其家人，還有製作單位如何解讀該節目的童星建構和主流的兒童／童年形象之間的對立？

⁴³ 在行動者的討論中，本研究特別說明，將參賽者及其家人歸在同一類的原因有二，第一，他們不論在社會關係，還是在利益關係上，皆達一定程度的不可分割；第二，如此才能捕捉參賽者與家庭場域的互動，及其對參賽者與【童盟會】節目場域互動的影響，也才能顧及場域與行動者之間多元而且動態的作用關係。

⁴⁴ 主要是新聞媒體和社會大眾對節目製作單位的批評。

⁴⁵ 因為兒童與選秀的相關研究現階段較為缺乏，所以研究者透過初步訪談和田野調查（即參與錄影），以蒐集更多的第一手資料；並藉由來回於訪談和文獻之間，得以建立更為完整的研究架構。

圖 1 研究架構圖

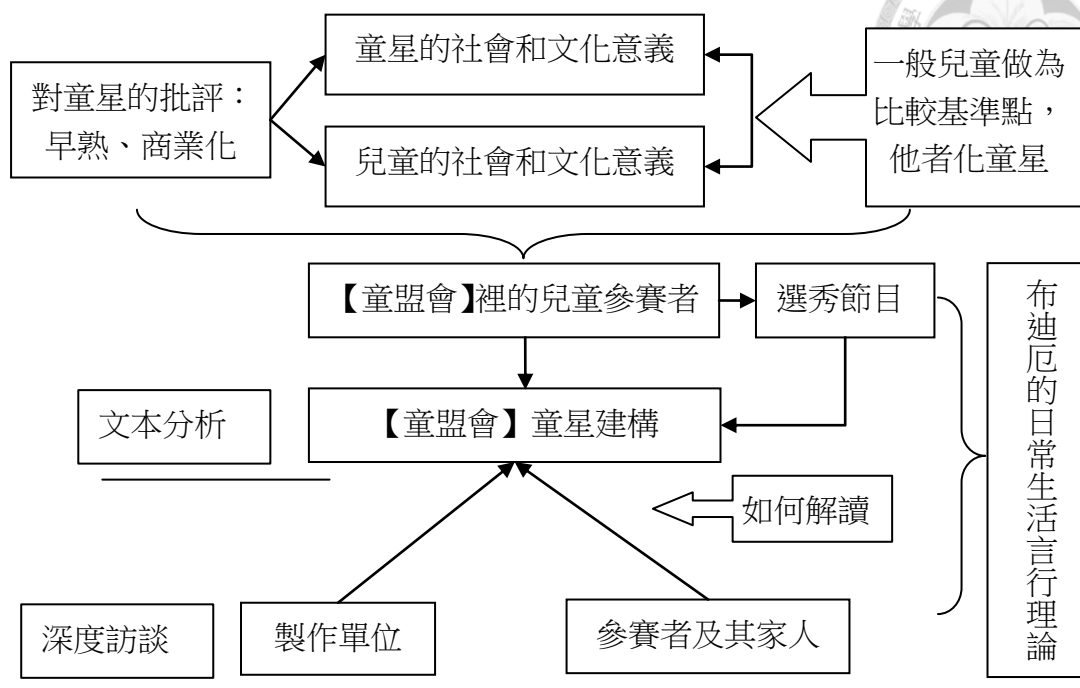
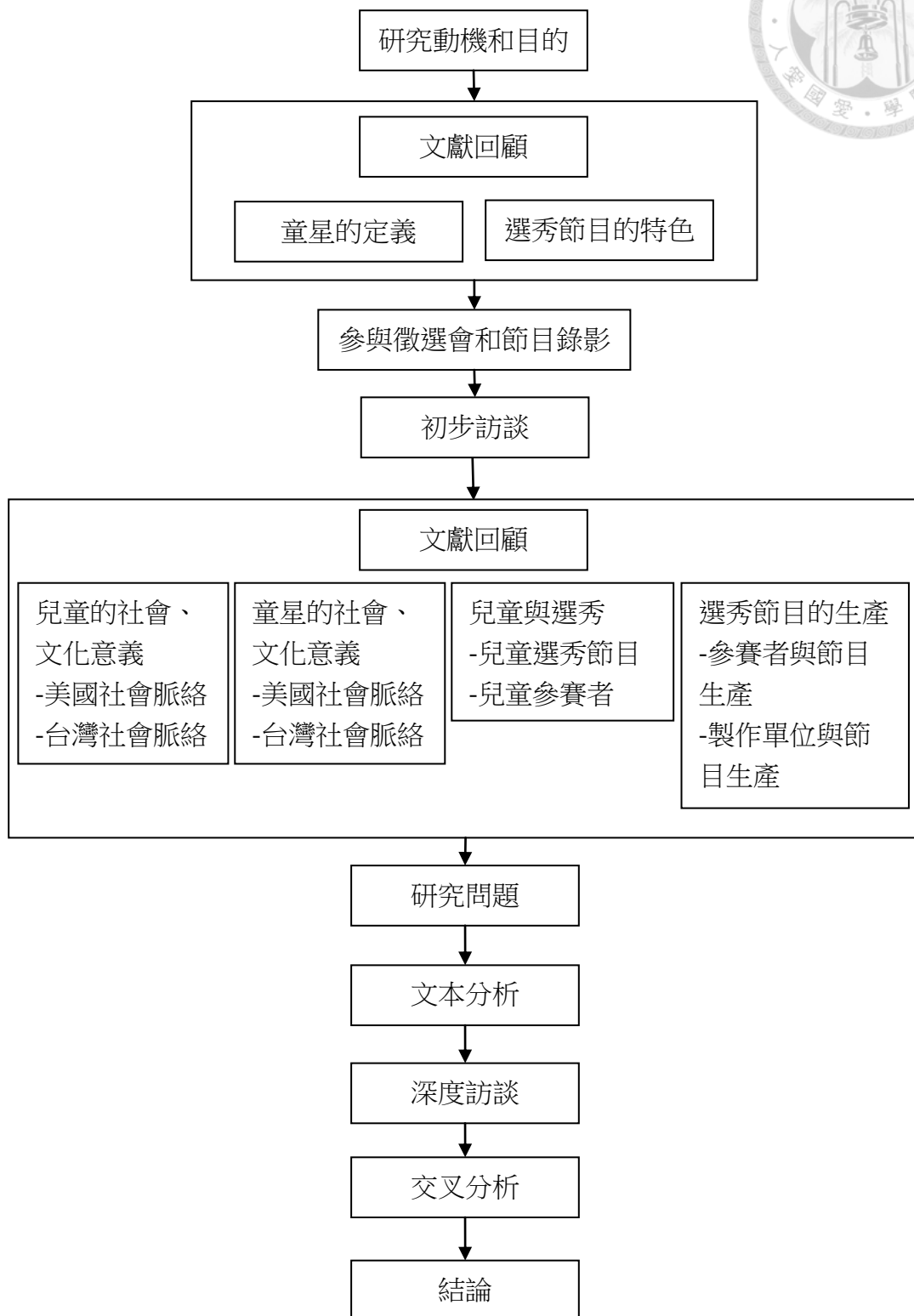


表 5 研究問題與理論概念對照表

研究問題	理論概念
<p>1. 【超級童盟會】建構的童星形象為何？其形象又是如何對立於台灣社會中主流的兒童／童年概念？（第四章）</p>	<p>(1) 兒童／童年的社會建構和意義：「浪漫童年」 (2) 童星的社會建構和意義：抵觸「浪漫童年」 (3) 《兒童權利公約》</p>
<p>2. 參賽者及其家人和製作單位如何參與該節目的童星建構？（第五章） 3. 參賽者、他們的家人，以及製作單位如何解讀該節目的童星建構和主流的兒童／童年形象之間的對立？（第六章）</p>	<p>I. Bourdieu 日常生活言行理論 (1) 場域 (2) 行動者 (3) 生存心態 (4) 資本 (5) 象徵暴力 (6) 秀異</p> <p>II. 歌唱選秀節目的特色 (1) 素人明星之私生活資訊公開化 (2) 歌唱選秀節目之造假 (3) 歌唱選秀節目之勞動與報酬的不對等 (4) 參賽者與製作單位之間的矛盾情感和利益關係</p> <p>III. 文化勞動 (1) 文化產業的性質 (i) 符號的消費 (ii) 生產風險高 (iii) 市場不確定性高 (2) 文化工作者的勞動特質 (i) 勞心為主 (ii) 「有市方有價」 (iii) 「責任自主」</p>



圖 2 研究流程圖





第三節 研究方法

本研究以【童盟會】為分析個案。研究者首先使用參與觀察法，進入該節目場域之後，不僅獲得節目錄影實況的第一手資料，也順利取得幾位參賽者和工作人員的連絡方式；而且，實地觀察場域以及場域內行動者之間的互動、和行動者交談等等，再再幫助研究者於文獻的回顧和問題的擬定上，能夠更加聚焦。

透過參與觀察和初步訪談，研究者得以擬出具體的研究問題，並依據研究問題，分別採用不同的分析方法：針對研究問題一，本研究使用文本分析，釐清【童盟會】建構的童星形象。針對研究問題二和三，則採用深度訪談法，訪問製作單位、參賽者及其家人，以深入他們對節目中童星形象的理解，更重要地是，透過 Bourdieu 的日常生活言行理論，進一步捕捉上述行動者與節目場域，以及彼此之間的動態關係。由於 Bourdieu 的日常生活言行理論已在文獻回顧中討論過，以下就本研究使用的三種研究方法進行說明：

一、參與觀察法

「假如研究的主旨是希望了解一個環境的活動和互動，如何對某種行為和信仰賦予意義，參與觀察就是上乘的研究方法」（嚴祥鸞，2010：168）。而本研究的目的正是理解【童盟會】節目對兒童／童年的建構，以及該節目場域中的行動者的互動和該建構之間的關係。因此，在文本分析和深度訪談之前，研究者透過參與觀察，不僅能了解【童盟會】實際的進行情況，還能先行梳理該節目場域中「習以為常的假設」；意思是，「任何一個組織或團體都有一些假設存在，而這些假設也是反映該組織的特殊文化基礎」，而身處其中的成員雖然受假設的影響，但因為習慣了而不自知（嚴祥鸞，2010：168）；相較之下，研究者能夠以較高的敏感度，去省視組織成員習以為常的成規，挖掘該組織文化中的潛規則。

1. 徵選現場

為了解徵選會的運作情形和兒童的參賽動機，也為了接觸到未來可能成為參賽者的兒童及其家人，研究者於 2011 年 11 月 27 號參加台北「試唱會」。在新光三越的廣場，架有一個小型舞台，雖然沒有華麗的燈光和佈景，但是舞台前排列的三、四排椅子上坐著許多等待上台的參賽者及其家人，廣場的外圍除了圍觀的民眾之外，還有一些提早抵達現場的家長和參賽者。現場的主持人僅由製作單位中的工作人員擔任，主要是在維持現場秩序，讓流程順利進行，而不負責炒熱氣氛，即便如此，家長仍舊熱情，一邊錄影一邊和台上的小孩對嘴、對動作。除了家長和小孩的組合之外，當天也有同學相約一起來徵選，還

有幼稚園老師帶著「半班」學生。根據那位老師的說法，小朋友喜歡表演，她也希望能藉此增加小朋友的表演經驗。總之，看到會場上形形色色的參與者，聽到不盡相同的參與動機—有時候同一對家長和小孩也可能出現不同調，研究者對參與者的多樣性有了基本的認識，在之後的接觸和訪談中，也更為留心不同參賽者之間可能的差異。

試唱會的中場休息時間，製作單位安排當時一位正在【童盟會】比賽的參賽者到現場演唱。而這位參賽者（訪談名單中的參賽者 5）也是研究者第一位訪問的對象，並且透過他，研究者得以參與節目錄影，也因此接觸到更多的參賽者。

2. 錄影現場

研究者於 2011 年 12 月 18 號到華視的攝影棚，參與民視【童盟會】的錄影。和參賽者 5 的媽媽（訪談名單中的家長 6），十點約在華視的大門，因為沒有人帶，就無法進入。當天，研究者準時赴約，然而參賽者 5 一家人早已完成報到。本以為自己和參賽者 5 一家人是最早到的，沒想到踏進化妝室，發現裡頭已坐著幾個當天要上台表演的兒童和他們的家人。參賽者陸陸續續報到，當化妝室充滿他們的嬉鬧聲時，造型師才姍姍來遲。

接著，因為中午發放便當的時間和彩排時間重疊，所以部分參賽者的用餐時間和品質也就只能被犧牲了。研究者當天也是便當吃到一半，就趕緊先跟參賽者 5 去彩排。事實上，多數參賽者都是草草結束用餐，因為在等待彩排時，他們會找地方練習，諸如化妝室、樓梯間和休息區都可以看到參賽者練習的身影。彩排時，民視會派兩到三人到現場，製作單位稱他們為「民視的高層」。他們坐一排，在舞台的正前方，不時作筆記和給指示，例如燈光和音樂該如何掌控，對參賽者的彩排表現和出場順序也都有發言權，製作單位則會立即調整。

即便在參加錄影之前，參賽者 5 的爸媽分別和我說過，椅子多麼不好坐，錄影多麼累人，研究者卻沒當一回事。直到坐上那硬梆梆又高低不平的長椅，還要在製作單位的指示下鼓掌和歡呼，而且沒達到製作單位的要求時，就必須一而再再而三的配合演出；面露疲憊或提不起勁的時候，還會被製作人訓話，才知道觀眾難當。

當天，一位台語歌手做為節目的特別來賓，雖然有和兩位參賽者一起唱歌，也有勉勵在場所有的參賽者，但是唱的都是自己的歌，而且為了宣傳演唱會，研究者和另外好幾個觀眾被要求舉起他的海報，而該位歌手表演完，就要隨即離去，但他不忘和我們幾個被分配到拿他海報的人照相，以即時上傳臉書；就在那

個時刻，從沒聽過該位歌手的研究者，卻成了不折不扣的宣傳工具。

一坐，就是兩個小時，而且還沒完…。整場錄影分成上下半場，上半場長達四個小時，中間休息只有短暫的上廁所時間。太慢回到現場，還會被製作單位教訓——「這是節目錄影！」總之，參賽者的加油團和參賽者一樣，同是節目的「廉價／免費勞工」(簡妙如、劉昌德，2009)，都必須懂得配合製作單位安排的演出。此次錄影讓研究者親身體驗了現場觀眾的辛苦和無奈，也讓研究者初步觀察到民視、製作單位、參賽者及其家人之間的互動關係，對之後在閱讀節目劇本、分析螢幕語言和擬定訪談問題，都有幫助。

二、文本分析

1. 分析架構

自羅蘭巴特的〈從作品到文本〉一文起，文本不再是「原來的文章」或者「相較於註解而言的本文」，而是「以語言為媒介，用來指出並說明某種隱於其中的社會特性」(夏春祥，1997：145)。也就是說，文本就此與作品分裂，除了語言層次的意義之外，社會性因素諸如階級、性別等等，都是文本分析的重點，即「文本的社會性」。因此，從事文本分析的研究者的任務是「展示表象是如何傳遞著不為人熟知的意義，這些意義也建構了我們生活的重心和方向」(夏春祥，1997：149)。對本研究來說，文本分析的目的不僅在於描繪出【童盟會】參賽者的形象，更在於捕捉該形象如何與主流的兒童形象相衝突，所以，揭露【童盟會】文本的社會性，即【童盟會】童星形象的種種社會意涵，是研究者分析的重點。而且，為了有效梳理文本的社會意義，研究者同意「對文本的分析不能僅著重於字面行文或圖像本身，該文本被放置於何種(時空)情境脈絡以及為什麼，而以上的種種又產生了什麼社會效應，都是值得探討的問題」(游美惠，2000：23)。所以，【童盟會】童星形象的生成情境(例如電視節目場域)，及其帶動的社會討論(兒童選秀爭議)也都是本研究分析的重點。

一言以蔽之，本研究的文本分析兼顧語言及社會層次。下表為研究者使用的分析架構：

文本：【童盟會】第二年度冠軍賽和受訪者的節目文本
語言結構： 主題、文法、語法、敘事、語氣、特效、鏡頭
社會結構： 社會情境(家庭、節目、社會)、意識型態、權力關係



2. 樣本蒐集

研究者選擇分析第二屆的年度冠軍賽。原因有二，第一，相較於週賽、月賽和季賽，總冠軍賽顯得格外重要，現場氣氛更為緊張，而且到場為選手加油的人數也更多，因此，不論是可看性，還是重要性和代表性，都很高；第二，【童盟會】官網上有第二年度總冠軍賽完整的影音資料。

簡言之，研究者分析的節目內容包括：表演團體⁴⁶的開場表演、主持人與表演團體的對話、主持人與選手的對話、選手表演以及評審講評。此外，為了有效理解受訪兒童及其家人的參賽經驗，研究者也分析受訪者⁴⁷的參賽片段，然而網路上不一定能蒐集到，所以會請受訪者提供劇本或節目錄影等等檔案，做為分析文本。

3. 分析程序

Miller和Crabtree 把質性資料的分析方式分成四大類，有「準統計式」、「模板式」、「編輯式」和「融入／結晶式」（Miller & Crabtree, 1992；轉引自張芬芬，2010：92）。這四種分析方式在原始資料的蒐集、類目的建構以及研究者扮演的角色上，都存在差異。因此，兩位學者也提出四項依據，來幫助從事文本分析的研究者選擇適合的分析方式，包括：第一，「研究問題與目的」；第二，「與研究問題相關之已知知識與浮現的知識是多或少」；第三，「蒐集資料的方法」以及第四，「研究報告的讀者」（Miller & Crabtree, 1992：24；轉引自張芬芬，2010：95）。

由於研究者爬梳文獻時，即發現目前關於童星的學術研究，尤其分析童星的第一手資料的研究，一直以來是被忽略的，所以在缺少前人的研究做為基礎的情況下，本研究適用「主觀性」、「直觀性」和「非標準化」程度較高的編輯式或融入／結晶式。然而，研究者並非毫無線索，不用像採取融入／結晶式的研究者完全從原始資料出發；在擁有關鍵文獻《童星的文化重要性》（*The Cultural Significance of the Child Star*）的條件下，研究者採用編輯式的分析方式。此一資料分析的方式不像準統計式或模板式那般強調類目的先行建構以及研究程序的標準化。編輯式的研究者「就像一個編輯者般處理文本：剪裁、組織、再組織」（張芬芬，2010：94）。綜言之，編輯式的資料分析方式帶有較深的研究者主觀

⁴⁶ 該場的表演團體是「公主幫」，成員包括：姜心蕾、王祥如、謝亞晴、張家瑜、葉宇瞳，她們分別是不同屆的【童盟會】參賽者。【童盟會】中還有其他不少團體，例如「二林四姊妹」、「小飛兒樂團」等等，如此一來，可以增加某些參賽者的曝光率，也可以製造節目噱頭。

⁴⁷ 雖然節目文本是第二屆年度冠軍賽，但受訪的參賽者並不只有第二屆的，而是三屆都有，這是為了顧及研究的完整性，也為了捕捉不同屆之間可能的差異。請參見表 5。

色彩，在研究程序上則是較為彈性，例如「沒有預定類目系統，而是在分析文本中逐漸浮現」（同上引：94）。

研究者首先把【童盟會】第二年度總冠軍賽以及受訪參賽者的節目片段都打成逐字稿。接著，因為出現在螢幕上的文字是節目欲強調的重點，所以研究者在登錄資料時，會留意這些文字特效，聲音特效以及鏡頭也不例外，都會特別做紀錄，因為它們都包含在研究者分析的文本裡頭⁴⁸。再來，研究者反覆閱讀【童盟會】節目文本，一邊發展有意義的分類系統，一邊留意關鍵文獻《童星的文化重要性》已發現的概念；並且來回於文本與訪談內容之間，交叉檢驗，增加研究者對文本詮釋的正確性。

三、深度訪談

為了深入了解【童盟會】兒童參賽者及其家人如何解讀參賽過程中的種種經歷，研究者選擇深度訪談法。對研究者而言，訪談不只是蒐集受訪者對訪談問題的回答，更是研究者和受訪者相互建構答案的過程，如畢恆達在〈訪談作為一種交談行動〉一文中寫道：「訪談是一個互動的過程，它不是將在訪談之前就已經存在的客觀事實挖掘出來，而是不斷在互動過程中創造新的意義」（畢恆達，2010：104）。

1. 選取受訪者

本研究的訪問對象包括節目工作人員、兒童參賽者及其家長，總共 17 位受訪者，包括兒童 7 名、家長 7 名、節目方 3 名⁴⁹。受訪者含括了第一到第三屆⁵⁰的參賽者，而且他們至少都有月盟主的資格，意思是，至少都比賽過三次。雖然【童盟會】參賽者的表演項目通常是唱歌，但是演唱歌曲的類型不盡相同，而且如前討論，參賽者演唱的曲目可能影響節目的收視率（民視的收視群主要是台語觀眾），進而影響他們在節目場域中的位置；顧及此點，所以本研究分別選取主要演唱中文、英文和台語歌曲的參賽者。並且，受訪者來自台灣不同地區，而不是集中在節目的產地台北，以確保參賽者的成長環境和家庭背景能夠呈現多樣。

⁴⁸ 文本分析的範圍和項目請參考第 56 頁的表格。

⁴⁹ 三名看似不多，但已經是佔了一半的工作人員——該節目的製作團隊中，負責寫劇本和帶參賽者的人最多是七人(包括製作人在內)。由於工作辛苦，還一度只剩下兩人。

⁵⁰ 雖然研究者本來的計劃是平均選取三屆參賽者，也就是每一屆各訪問兩位，但後來第三屆多訪問了一位，原因有二：第一，其中一位第三屆的受訪參賽者因為是緬甸華僑，所以中文不好，即便研究者前後訪問了他兩次，蒐集到的資料仍舊偏少；第二，新增加的這一位受訪者，來自單親家庭，依照工作人員的分類，他是有特殊故事／背景的參賽者，所以把他納入，能夠同時豐富第三屆參賽者和本研究的訪談資料。

雖然上述選取標準可保障訪談資料的豐富度，因為具備月盟主資格的他們有較多的演出經驗，但這同時也表示，相較於第一輪或第二輪被淘汰的兒童，本研究的受訪者在【童盟會】場域中，是擁有較高資本的行動者，因此研究者必須格外注意他們一致（正面而且肯定）的態度，並且留意他們其他相似處，以釐清該場域中的優勢資本。另外，由於大多數的訪談是在節目結束後才進行，所以缺點是受訪者對某些節目片段已經印象模糊，不過，給予較長的思考時間、利用影片輔助回想等等，都是有效的解決辦法。而優點是，好幾位受訪者都進到人生和學習的下一階段（在讀國中或剛進高中），也在節目結束到現階段的這段期間內累積了其他經歷，所以對【童盟會】的參賽經驗可以有更多的想法。而研究者透過交叉比對受訪者現今發展、未來規劃和訪談回答，能夠更為完整地描繪出參賽者和【童盟會】之間的關係。

最後，受訪者名單表列如下。所有受訪者名稱皆是在詢問受訪者「是否要自己命名，或者由研究者命名」之後，尊重受訪者選擇而完成的。由於所有受訪者都選擇讓研究者命名，所以研究者基於書寫方便，也顧慮到讀者閱讀的便利性，方採用「身分加上阿拉伯數字」的命名模式，例如參賽者 1、參賽者 2，以此類推，並且參賽者和家長以對稱的方式編號，例如參賽者 1 的家長即是家長 1——不過，要注意的是有些參賽者不只一個家長接受訪問，所以數字就不一定一致。

表 6 兒童參賽者訪談名單

受訪者名稱	性別	屆數	參賽年齡／現年	最高資格	歌曲類型／表演特色	現居地	訪談日期
參賽者 1	男	1	10／15	第三名	中文	桃園	2012.12.09
參賽者 2	男	1	11／14	第一名	中文	南投	2013.01.20
參賽者 3	女	2	9／12	月盟主	中文	台中	2012.01.15 2013.12.18
參賽者 4	女	2	11／12	第三名	台語	彰化	2013.01.06
參賽者 5	男	3	11／12	季盟主	英文	台北	2011.12.27 2012.01.14
參賽者 6	男	3	11／12	月盟主	英文	台北	2012.01.06 2012.01.29
參賽者 7	男	3	10／13	季盟主	台語	桃園	2013.11.02

表 7 家長訪談名單

受訪者名稱	身份	職業	關係	訪談日期
家長 1	媽媽	家庭主婦	參賽者 1 的媽媽	2012.12.09
家長 2	媽媽	公務員	參賽者 2 的媽媽	2013.01.20
家長 3	爸爸	服務業	參賽者 3 的爸爸	2012.01.15
家長 4	媽媽	服務業	參賽者 4 的媽媽	2013.01.06
家長 5	爸爸	金融業	參賽者 5 的爸爸	2011.12.27 2012.01.14
家長 6	媽媽	家庭主婦	參賽者 5 的媽媽	2012.01.14
家長 7	爸爸	工業	參賽者 6 的爸爸	2012.01.06 2012.01.29

表 8 節目方訪談名單

受訪者名稱	性別	職位	訪談日期
工作人員 1	女	執行	2011.12.28 2013.02.01
工作人員 2	男	策劃	2012.01.10 2013.03.07
工作人員 3	女	執行	2013.02.01

2. 訪談進行

訪談方式以面訪為主，十七位受訪者都至少接受過一次面訪。訪談時間平均是一到一個半小時，不過有好幾位受訪者都超過一個半小時。除了面訪之外，為了讓資料完整，也為了確保資料正確，以電訪輔助完成。

約訪時，先簡單說明研究目的，並提供訪談主題給受訪者參考。若受訪者要求詳細的訪問問題，研究者就會提供訪談大綱；然而，下列的訪談大綱並非研究者實際問出的問題。基於論文書寫和排版上的方便，下列訪談大綱由較為簡潔但拗口的文句寫作而成，但是在正式訪談時，研究者使用較為生活化的字句，尤其面對兒童參賽者的時候，不論文法還是句子都更為簡單和簡短。此外，問題的順序並非固定的，雖然研究者盡量照著大綱上問題的排序進行訪談，但也會視正式訪談的情形做調整。

在進入正式訪談之前，研究者首先會再次說明研究目的，接著徵求受訪者同意錄音。所有受訪者都同意錄音，因此，全部訪談皆有錄音存檔，並且也都寫成逐字稿，因為「逐字稿可以核對上下文，也可能發現新的意義」(畢恆達，2010：123)。針對逐字稿的引用，研究者認為受訪者的原意很重要，但是考量到過多的口頭禪可能會影響讀者閱讀，所以研究者會斟酌刪去「然後」、「那」等等贅字。

表 9 訪談大綱之參賽者及其家人

階段	架構
比賽前	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 如何接觸到【童盟會】？對該節目的想像為何？ ➤ 參賽動機為何？（兒童的動機、家人的動機分別為何；是否父母都同意參賽？）
比賽中	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 對於製作單位仔細探詢私事，覺得如何？ ➤ 對於在節目上講述自己的故事，覺得如何？ ➤ 覺得劇本如何？ ➤ 比賽中，覺得困難的部分為何？（例如兼顧課業和練習） ➤ 比賽中，覺得有收穫的部分為何？ ➤ 比賽中，是否曾感覺不滿或犧牲？（例如冗長的錄影時間，卻沒有車馬費） ➤ 學校同學、老師、親朋好友對於你／妳參賽覺得如何？ ➤ 與工作人員相處如何？ ➤ 是否覺得自己不同於班上的同學／同齡小孩？如何不同？ ➤ 是否覺得自己比較早熟？原因為何？ ➤ 對於新聞報導和大眾輿論，覺得如何？ ➤ 是否聽聞過週／月／季拋之說？
比賽後	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 參賽之前與之後是否有差異？（例如個性上） ➤ 覺得此次參賽經驗如何？覺得【童盟會】此一舞台如何？ ➤ 對於該節目已停播，感覺如何？若該節目重新開播，是否還會想參加？ ➤ 目前的表演生活為何？ ➤ 未來的表演規劃為何？

表 10 訪談大綱之製作單位

階段	架構
錄影前	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 對【童盟會】的想像和期望為何？ ➤ 如何接觸到兒童？ ➤ 如何挑選參賽者？
錄影中	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 如何撰寫劇本？ ➤ 何謂好劇本？ ➤ 對於仔細探詢參賽者的私事，覺得如何？ ➤ 對於參賽者在節目上講述私事，覺得如何？ ➤ 與參賽者及其家人相處如何？（請分享一、兩個令你印象深刻的故事，可以是你帶過的小朋友，也可以不是。） ➤ 是否覺得參賽者不同於同齡小孩？如何不同？ ➤ 是否覺得參賽者早熟？原因為何？ ➤ 對於新聞報導和大眾輿論，覺得如何？（是否會覺得【童盟會】使參賽者早熟？是否擔心【童盟會】對參賽者有負面影響？） ➤ 節目製作過程中，覺得困難的部分為何？ ➤ 節目製作過程中，覺得有收穫的部分為何？ ➤ 節目製作過程中，是否曾感覺不滿或犧牲？（例如投入大量時間和精力，卻換到低迷的收視率） ➤ 是否奉行週／月／季拋之機制？原因為何？
節目結束後	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 覺得【童盟會】此一舞台如何？是否符合最初的想像和期望？ ➤ 對於節目停播，感覺如何？是否會想製作類似節目？ ➤ 此次製播經驗有何意義？ ➤ 與參賽者聯絡的情形？

四、研究分析的章節安排

本研究提出三個研究問題，也就分成三個章節處理。因此，第四章到第六章是本研究的分析結果，依序處理研究問題一到三。於此，簡述後續章節的內容安排：首先，第四章透過分析【童盟會】節目文本，找出該節目建構的童星形象，並且搭配上童星相關爭議的討論，例如童年商業化。接著，第五章立基於訪談資料，梳理參賽者、他們的家人和製作單位參與童星形象建構的情形，並且進一步討論與這些兒童參賽者有關的爭議。第六章同樣以訪談資料為基礎，了解參賽者、他們的家人和製作單位如何解讀童星和一般兒童之間的可能衝突。

第四章 【童盟會】中的童星建構



選秀節目欲召喚的是具備明星潛質的素人，以打造出素人明星，而製作單位為了吸引這些素人，往往打出「夢想牌」，例如《超級星光大道》的夢想論述由「成功神話」和「溫情氛圍」構成（王維玲，2010）。夢想論述不僅成功吸引素人前來參賽，也是讓觀眾收看節目、投注情感的關鍵。做為「兒童版的《超級星光大道》」，【童盟會】也強調夢想此一元素，但是研究者發現夢想並非節目主軸，它常見於節目宣傳⁵¹，卻鮮少出現在節目裡。深入節目內容，研究者發現參賽者的童星形象才是【童盟會】製作單位用來吸引觀眾和更多素人參賽者投入節目的重點。透過分析節目文本，研究者挖掘出兩個主要的童星形象，即「天才」和「超齡」。

第一節 天才形象

一、天才形象的建構

我覺得你真的是一個渾然天成的天才，那我覺得台灣有王建銘是台灣之光的話，你也是另外一顆台灣之光。那如果小胖可以用唱歌來揚名國際的話，我覺得你是另外一個年紀更小，然後可以從歌唱節目當中揚名國際的歌手。（【童盟會】評審蘋果姐姐，2011.06.05）

參賽者胡見宇繼第一回合拿到滿分之後，第二回合的表現不僅再次拿下滿分，也讓評審做出了上述的講評。諸如此類的評語俯拾皆是，畢竟【童盟會】就是一個「來自全台各地的天才小朋友」的夢想舞台（民視【童盟會】官網，上網日期：2013年5月25日）。因此，參賽者的「天才」表現造就了參賽者在節目上最主要的形象，同時也是節目的最大賣點。

透過評審誇張的講評，參賽者的天才形象得以建立。除了上述「台灣之光」的誇飾之外，又例如「我覺得今天比金曲獎還要難評」、「如果小賈斯汀這次不能來，你完全可以代替他上場表演」等等誇飾法充斥著整個節目。再者，當節目一再強調評審的專業度，以及評審對參賽者的高標準要求，兒童參賽者不只是優秀，而是特別優秀的天才，因為小小年紀的他們居然可以從嚴格、專業而且資深

⁵¹ 例如，民視官網上，對【童盟會】的介紹是：「『成名一瞬間之超級童盟會』，提供小朋友一個夢想舞台，讓小朋友盡情表現自我。」又例如，在報名的網頁上，也寫著：「你的夢想即將實現！只要年齡12歲以下，敢唱！敢秀！你就可能是未來的超級天王！天后！」

的評審手中，獲得高分和讚賞。不過，台灣歌唱選秀節目的評審往往是嚴格但不刁難，並且給予專業評語的時候，不忘鼓勵後進，因為自《超級星光大道》以來，評審正向的評語、激勵參賽者，甚至帶有溫馨的講評風格，就成了台灣歌唱選秀節目的特色，有別於西方歌唱選秀節目評審的麻辣和毒舌風格（王維玲，2010）。所以，【童盟會】不例外地也承襲了這種正面且溫馨的比賽氣氛⁵²。

接著，透過年紀和能力的反差，也就是強調「年紀小但能力強」，參賽者的天才形象塑造完成。舉例來說，一位年僅八歲，也是此次年度冠軍賽所有參賽者裡年紀最小的選手李承隆，演唱王識賢的《手中沙》，讓主持人和評審讚不絕口，並且給了滿分：

人物	說話內容	畫面
主持人 JR	真的好厲害，這個歌是很有一個氣勢，而且你知道小朋友唱，你要去扛下那麼重的一個意境，那壓力是很大的	
主持人 Gino	因為識賢大哥的歌，是這種味道很重，偏偏他就真的唱的出來，果然是認證的小王識賢	「果然是認證的小王識賢」粗體字占掉三分之一的畫面
主持人 JR	小朋友應該是手中的玩具 ⁵³ ，但是他卻要唱「手中沙」這個意境要怎麼揣摩！你在唱的時候在想什麼？	特寫參賽者李承隆傻笑
李承隆	（沉默）	眼睛往上看，思考狀
主持人 JR	（搶著講）手中的冠軍盃？是不是？	
李承隆	應該是吧	傻笑
主持人 Gino	手中的海綿寶寶？	
主持人 JR	小王識賢李承隆，唱一下海綿寶寶主題曲，好不好	李承隆露出不太想要的表情
略過		

⁵² 更何況參賽者是兒童——從訪談，研究者發現，撰寫劇本的工作人員都有顧慮參賽者的兒童身分。雖然評審講評不一定會寫入劇本當中，但是評審在發言前有時候會先請教工作人員。而且，即便研究者沒有訪問評審，從他們一致都是正面的評語看來，評審和工作人員一樣，都在意參賽者的兒童身分。

⁵³ 主持人本來應該是想講：「小朋友應該是玩手中的玩具」，但漏了「玩」字。不過，重點是手中的玩具和《手中沙》形成強烈的對比，玩具象徵遊戲的、快樂的童年，而《手中沙》這首歌則是在講人世間的無常。

<p>評審 洪榮 宏</p>	<p>承隆，這首歌翻盤了！以他八歲的年齡，可以唱出這些情感，真是很不簡單。真的是比識賢唱得有過之，因為以他八歲的年齡，這樣來唱。</p> <p>但是有一個地方，就是「一首歌」那個地方，你沒有再把它收回來、壓回來，對不對？但那是沒關係啦，那是沒關係，很棒！</p>	<p>「這首歌翻盤了」粗體字占掉三分之一的畫面； 「真的是比識賢唱得有過之」粗體字占掉三分之一的畫面。加上主持人的「哇」聲連連和背景觀眾的歡呼聲</p> <p>李承隆拿起麥克風，想回應，但最後只是靦腆地笑</p>
<p>曾心 梅</p>	<p>就是如果識賢大哥也是八歲的話，我覺得他應該會贏過八歲的王識賢。</p> <p>承隆這次，你表現這首歌，有一種浪子瀟灑的孤單那種味道，跟識賢哥完全不同，因為畢竟他是身經百戰的人，在感情的歷練方面，絕對是比你這個八歲小朋友還要多，所以他那種味道，呈現出來成熟的男人的味道，是絕對不一樣，跟你哦。因為你自己本身，你有你自己的味道，所以你有把浪子很瀟灑的味道完全地唱出來。尤其你第一句「拆分開」的那個「拆」就中了，哇，真的就中了。</p> <p>你高音的穿透力，如果有一張紙擺在你面前，你的聲音真的會像針一樣，穿透那張紙。</p> <p>那種穿透力是會讓人起雞皮疙瘩的。這種東西你都具備了，所以你絕對值 25 分。很棒，繼續保持，好不好。</p>	<p>「贏慘了」粗體字占掉三分之一的畫面</p> <p>「浪子瀟灑的孤單那種味道」粗體字占掉三分之一的畫面</p> <p>特寫李承隆抿著嘴，專心聽講評</p> <p>「真的就中了」粗體字占掉三分之一的畫面。接著，重播李承隆唱這句的片段</p> <p>「會像針一樣，穿透那張紙」粗體字占掉三分之一的畫面，並搭配音效「哦」</p> <p>「會讓人起雞皮疙瘩的」粗體字占掉將近一半的畫面。接著響起掌聲和歡呼聲。</p>

資料來源：【童盟會】2011.06.04 節目片段

上面這個節目片段再次證明評審的講評往往是誇張的，在誇飾法的使用上，會搭配譬喻和類比，增加畫面感。而畫面上的文字特效，通常是粗體、占掉偌大

的畫面（有時候甚至是二分之一），並且帶有鮮豔的顏色，不時還會搭配上驚嘆號、問號或其他表示情緒的符號，讓人看得目不暇給。聲音特效的使用也不遑多讓——研究者往往難以區辨聲音特效和真正來自觀眾的聲音。總的來說，透過螢幕上鮮艷而且粗大的文字，節目欲傳達的訊息能夠鮮明地印入觀眾眼簾；透過巧妙安排的音效，節目能夠成功地塑造特定的氛圍，多半是驚奇或者感人。不論是文字還是聲音的特效，都再再引導觀眾思考、強化節目訊息、製造節目效果，所以就算不看字幕，只要有畫面上的文字重點，搭配上音效，也能輕輕鬆鬆融入節目。就連臨時轉台轉到【童盟會】的觀眾，看見螢幕上斗大的字句：「你的聲音真的會像針一樣，穿透那張紙」，不僅目光被吸引，還會出現「這孩子一定不簡單」的想法，能夠快速進到節目特意營造的「天才兒童」氣氛。

另外，不只這位參賽者有小王識賢的封號，其他參賽者也有類似的封號，例如小洪榮宏、小詹雅雯、小蔡依林等等。而且，一個人往往被賦予多個頭銜，除了取名自檯面上現有的明星之外，還有源自參賽者背景的封號，例如屏東小歌王、牛肉麵店小公主等等。研究者認為，這些頭銜和封號方便觀眾記憶的同時，也強化了參賽者的天才形象。素人參賽者不再平凡，他們是閃亮著星光的未來明星，也因此，研究者認為這些被附加到參賽者身上的封號，既是製作單位對節目效果的追求，也是成人社會對名氣的追求——而後者往往也是兒童選秀節目的爭議所在，因為兒童參與選秀可能不是自願，而是為了父母親的星爸星媽夢。看看那位號稱「屏東小歌王」的參賽者，有著聲勢浩大的加油團，除了爸媽到場，親戚朋友更坐滿半場觀眾席。主持人問他：「如果沒有拿到冠軍會怎樣？」他回答道：「可能吃藤條炒肉絲吧」。當然，這一番話可能是玩笑話，但這場比賽也可能不僅是兒童檢視自身歌藝的時刻，更是家長驗收成果的時候。關於兒童選秀的爭議留待後續討論，於此，研究者發現的是：【童盟會】參賽者不僅象徵節目設定的天才形象，還可能暗示家長，甚至是整體成人社會對名氣／成名的重視。換句話說，螢光幕上的兒童有其社會意涵，如同文獻回顧時討論到，童星負載著「成人對過去的緬懷」、「對美好的追求」等意義。面對兒童做為意義的載體，有學者感到擔憂，認為當兒童猶如「白板」，成人可以隨心所欲投射欲望、附加意義到兒童身上，誠如 Kincaid 所說：「當童年如同一塊空白的石板，成人就可以自由地投射他們的幻想到兒童身上」（Kincaid, 1996, as cited in Higonnet, 1998: 38）。兒童參賽者淪為被消費的對象，同樣是兒童選秀爭議的焦點，放到下面「兒童／童年商業化」再做討論。

在天才形象分析的最後，研究者從「語句」和「說話節奏」切入，發現主持人大量使用「對不對」、「是不是」和「好不好」等句子結尾，而不是用「對嗎」、「是嗎」和「好嗎」。也就是說，主持人問話的目的不在確認參賽者話語的真實性，而是要他們附和。而且，研究者還發現，所有的對不對和好不好，都得到「對」和「好」的回答，因為參賽者不如主持人來得能言善道。事實上，從說話節奏來

看，同樣發現到參賽者許多時候沒辦法跟上主持人的節奏，只得沉默或者傻笑——例子中的李承隆參賽者就多次傻笑。顯然，兒童在【童盟會】舞台，無法自由發揮，因為能說、能做效果的主持人和評審才是這場子的主人。有趣地是，研究者發現，兒童和成人的差異（例如兒童參賽者反應不過來）往往能成就很棒的節目效果，因為它凸顯參賽者的兒童特質（單純），同時也加強了參賽者的天才形象；意思是，透過單純模樣／尚未成熟和天才形象／成熟歌藝的對比，塑造一種奇觀。諸如此類的對比充斥著整個節目。在這篇擷取的文本中，有一段是主持人叫參賽者唱《海綿寶寶》，但參賽者不想，所以將近一分鐘的時間主持人都在說服他，因為太冗長，研究者選擇「略過」，也因為這段文本的重點其實是《海綿寶寶》和《手中沙》的強烈對比。前者是卡通《海綿寶寶》的主題曲，後者則是講述人生無常的台語歌曲，兩者的違和讓人不禁對參賽者另眼相看。如同主持人聽完參賽者演唱《手中沙》，評道：「小朋友應該是（玩）手中的玩具，但是他卻唱手中沙」，年僅八歲的兒童詮釋起世間的悲歡離合，如此到位——聽聽專業評審對他的讚賞，當然讓人看得目瞪口呆，嘖嘖稱奇，天才形象也就不證自明，而且節目效果十足。

二、相關爭議：兒童／童年商業化的危機

就在「天才形象」成功地成為【童盟會】招牌的同時，社會大眾對這群「天才兒童」的關注和擔憂也與日俱增。他們害怕參賽者的童年受到侵害，憂心參賽者被迫做出成人般的表演；對他們來說，兒童和成人有別，而童年是兒童成為成人必經的階段，顯得格外重要，甚至神聖，因為一旦侵犯了，兒童可能就無法「成人」。所以，「特優秀」(extra-ordinary)的參賽者，「不(再是)平常」(not ordinary)的兒童，甚至被視為「不正常」(abnormal)。誠如 O'Connor 所說，「優秀兒童以多種形式表現特殊，只要他們的經驗在某個角度上反抗了所謂的『正常』」(O'Connor, 2008: 28)；意思是，不論是鋼琴神童、心算神童，還是高智商的兒童、或者童星，都因為「和同年齡的其他兒童相比之下，顯得『不尋常地優秀』」，所以被歸類為不正常 (O'Connor, 2008: 27)。O'Connor 除了挖掘到童星和其他天才兒童 (Child Prodigy) 之間此一意義連結，也觀察到人們對童星較其他天才兒童更有敵意；而且透過梳理天才兒童相關文獻，她發現「童星在天才兒童相關的學術文獻中是隱形的」，並歸結「童星猶如那些描寫他們的故事中的主角，卻不是真正的人」，他們可看作是「自電子媒體的爆炸以來，人們對娛樂產業『童年的商業化』和『色情化』更廣泛的關注和擔憂」(O'Connor, 2008: 28)。

事實上，大眾和學者對於「兒童／童年商業化」的情形，一直投以高度的關注；不安的情緒也從來沒有消失過。然而，目前討論的焦點集中在兒童的消費行為、商品的行銷手法，以及商品行銷對兒童的影響 (Juliet B. Schor, 2004／彭蕙

仙譯；馮敏惠，2008；蘇慧玲 2008)。在【童盟會】的情境下，「兒童／童年商業化」的程度似乎有過之而無不及，因為兒童不再只是新興的消費者，更是「商品」；不再只是商人行銷的對象，更是商人生產的工具。也因此，人們對參賽者及其童年的警覺和擔憂升至最高點。不過，【童盟會】的工作人員似乎都不認為兒童選秀有任何問題，更不覺得自己利用兒童、破壞其童年——至少受訪的工作人員是如此⁵⁴。

小朋友他們不是在【童盟會】才唱這些歌的，他在家裡就唱這些歌了。我只是給他一個，只是讓你知道說有這些小朋友的存在而已，並不是說我們開了一間工廠，然後把一些完全不懂流行歌的小朋友拉進來，然後開始訓練他們唱歌，然後可以上節目了就上節目，我們沒有做這種事情（工作人員 2，2012.01.10）。

當大眾和學者指控節目讓參賽者唱大人才能——也應該才會——唱的流行歌，工作人員看到的是，參賽者在日常生活裡就都在唱流行歌了。事實上，透過電視和網路，現在的兒童可以輕易接觸到流行歌曲。即便關掉電視和電腦，走進餐廳、書店，甚至公園，依然可以聽見流行歌。

林莉婷指出，「流行歌曲兒童風潮的現象，除了是台灣唱片工業對於偶像歌手的塑造與宣傳之外，同時也是兒童處於成人社會普遍接受流行歌曲的環境之中所造成的」（林莉婷，2007：9）；她也因此進一步省思兒童歌謠的現況，發現「時代變化與兒童娛樂方式的不同，使傳統兒童歌謠快速在兒童之間失傳」（林莉婷，2007：113）。面對流行歌曲的盛行、傳統兒童歌謠的沒落，林莉婷認為，當「兒童熟悉的流行歌曲其實是一種經過設計包裝適合大眾品味的歌曲，這些歌曲在不同媒體的重複播放，將會直接影響兒童對音樂的想像和品味，窄化兒童的音樂視野」（林莉婷，2007：113）。簡言之，因為媒體科技的變遷，以及大眾媒體和唱片工業、偶像工業的推波助瀾，現代兒童的生活充斥著流行歌曲，是既定的事實，但不該是唯一的選擇。研究者認為，即使促成流行歌曲兒童風潮的原因眾多，甚至表面上看來是不可擋的趨勢，但是電視節目產業做為流行文化工業的一環節，不能輕易地卸責，人們也不能輕易地隨波逐流。不過，不安的情緒和帶有偏見的

⁵⁴ 社會大眾反對兒童選秀的原因在於兒童演唱大人歌曲或做大人打扮，然而，工作人員對於這方面的批評，只覺得「奇怪」，因為兒童在日常生活中，就在唱這些歌了，而打扮大致上也沒有離現實生活太遠，只有化妝的部分，因為螢幕呈現上的需要，所以會比較誇張。不過，工作人員卻忽略了兒童的服裝在當代社會中，已「淪為成人服裝配件的一部份」（王上榕，2009：81），是「成人一味地以孩子的時尚打扮做為展現自我、炫耀的方式」的結果（同上引：63）。除此之外，他們也忽略了兒童參賽者的想法和感受，節目需要理所當然地先於兒童權利。但是，工作人員仍舊有覺得不妥的地方，就是兒童必須要自然地演出劇本、把歌唱好，並且接受評審的評分和講評，承受比賽壓力。只不過，工作人員不因為這個壓力問題，而反對兒童選秀，他們強調家長的心態，認為只要家長有正確的心態，兒童就能有正面的參賽經驗。關於工作人員對社會輿論的回應，在第六章會處理到——製作單位如何解讀【童盟會】與「浪漫童年」的對立。

咎責也都不會讓兒童的生活和未來更好。所以研究者認為，在兒童選秀參賽者演唱流行歌曲的議題上，焦點該是流行文化背後的商業操縱，尤其是製作單位對節目效果的追求、對收視率的重視。如林莉婷在其研究最後呼籲人們正視流行歌曲的「流行真相」時，寫道：「『流行』與大眾品味背後有著商業文化與媒體工業統合的強大力量」（林莉婷，2007：113）。

聽著兒童演唱成人的情愛，看著成人和兒童之間界線的日漸消失，「(浪漫)童年的消逝」似乎也成了事實。Postman 把「童年的消逝」歸罪於電子媒體，尤其是當時候正值流行的電視媒體，並且大聲疾呼童年存在的必要，因為對他來說，童年「可能是文藝復興以來，人類歷史上最偉大的發明之一」(Neil Postman, 1982/蕭昭君譯，1994：6)。

然而，「童年是否人類歷史上最偉大的發明之一」，或者更根本的問題「究竟兒童及其童年該是什麼模樣」，不是本研究可以回答的。在這次的個案分析中，研究者透過解構【童盟會】的童星形象，挖掘兒童、童年概念的歷史性和社會性，並進一步檢視節目中的兒童模樣與台灣現今社會之間的關聯。意思是，雖然【童盟會】參賽者僅是少數兒童，但是經過「節目上的兒童」、「私底下的兒童」、「大眾和學者眼中的兒童」三方辯證，研究者得以勾勒出當代兒童和童年圖像，而此圖像往往隨著社會型態、媒體的種類和使用等等因素而變遷。如同一位工作人員所說：

你不能覺得說小朋友就是做小朋友該做的事情就好了，而且小朋友該做的事情又是什麼東西，這很奇怪嘛，我的童年是在玩什麼東西，和我爸的童年在玩什麼東西，是完全不一樣的喔，他們小時候可以在溪邊釣魚，但現在溪邊裡面都是臭水溝而已，根本就沒有那種東西可以玩。而且我的童年又跟現在小朋友不一樣了，他們從小就可以接觸到很多電子設備、電腦遊戲，我小時候根本就沒有那種東西。競爭性也不同，價值觀、世界觀都不同，我不喜歡一些學者，或者大人，說小朋友就是要做小朋友的事情（工作人員 2，2012.01.10）。

不論是「浪漫童年」，還是「商業童年」⁵⁵都是社會產物，反映當時代的社會型態和媒體科技，節目打造的童星形象也是如此。「天才形象」既是節目賣點，也是「媒體奇觀」，反映的是電視科技的表現方式。Kellner 定義媒體奇觀為：「那些能體現當代社會基本價值觀、引導個人適應現代生活方式、並將當代社會中的

⁵⁵ 「商業童年」有兩層意思：第一，參賽者演唱流行歌曲，並且流行歌曲在一般兒童之間也蔚為流行，所以兒童對流行歌曲的消費，可視作商業童年的徵兆；第二，演唱流行歌曲的參賽者做為【童盟會】節目的商品，被納入流行文化和資本主義之中，是謂童年的商業化。本研究尤其關心後者，也就是兒童參賽者與節目之間的關係，包括節目生產什麼樣的參賽者形象（第四章）以及參賽者如何參與節目的生產（第五章）。

衝突和解決方式戲劇化的媒體文化現象」(Kellner, 2003; 轉引自王南雄, 2009: 11)。**【童盟會】**在刻意強調天才參賽者和一般兒童的差異的過程中——即便參賽者和一般兒童並沒有那麼不一樣⁵⁶，浪漫童年、商業童年和當代童年的衝突以誇張的表現方式呈現在螢幕上，成就媒體奇觀。此外，在參賽者的天才形象塑造完成之後，節目透過揭露參賽者私底下的模樣或者由參賽者真情流露地訴說個人故事，頓時間，參賽者的「平凡」模樣⁵⁷（包括參賽者展現兒童的純真）和天才形象產生反差，亦為奇觀。然而，在這一個個天才形象的奇觀中，參賽者真實的面貌變得模糊不清，他們淪為成就節目效果的工具。換句話說，比起所謂的社會變遷，例如上面提到電子媒體使浪漫童年消逝，流行文化和資本主義可能才是造成這場童年衝突的關鍵力量。

總而言之，兒童參賽者以天才形象包裝，化做媒體奇觀、成為節目商品。他們及其家長既是節目的勞動者，也是觀眾消費的對象。即便所有受訪家長一致認為自己的孩子擁有表演天賦，並且熱心地列舉孩子的「天才跡象」，例如參賽者讀幼稚園時，老師就稱讚孩子很會扭，又例如，一首歌只要聽一、兩遍就會唱，但誇張的劇本和綜藝的節目設計卻是不爭的事實，而兒童的身影模糊成一幕幕奇觀戲碼的背景。換言之，節目的綜藝效果喧賓奪主，讓兒童參賽者的優異也成了「效果」，為的是讓電視上和電視機前的人嘖嘖稱奇。顯而易見地，電視節目此一場域是個強調包裝設計和綜藝效果的環境，而這般環境對兒童參賽者的影響，正是大眾和學者對兒童選秀節目的質疑，所以他們主張回歸浪漫童年，實行兒童保護。但是，當浪漫童年和兒童保護論把兒童貶為客體時，兒童只有被保護的份，而且他們對於自己該受到什麼樣的保護沒有任何發言的權利，所以他們的需求和利益被掌握在別人手中。因此，研究者支持《兒童權利公約》，認為只有當兒童被視為主體，他們才可能透過主張權利，進而保障自身權益。例如，**【童盟會】**製作單位為了讓劇本好看，以博得較高的收視率，而採取「挪用」技巧，使兒童參賽者有些時候必須把別人的故事當成自己的來講。但是，《兒童權利公約》賦予兒童自由表意的權利，所以製作單位有責任聆聽參賽者的意見，而參賽者有權利表達自己的意見。在未徵求參賽者意見的情況下，就叫他們說不真實的話，既是對兒童參賽者的不尊重，更侵犯了他們的表意權。同樣基於兒童「自由表意的權利」，兒童有權取得他們認為重要的資訊，所以製作單位有責任告知所有與比賽相關的資訊，包括劇本的存在與作用、錄影時間等等。

⁵⁶ 如前面的討論，現在的兒童唱流行歌曲是稀鬆平常的事，雖然唱功的好壞確實有差，但是差異也確實被刻意強調、放大了。如此一來，參賽者的「天才形象」的人工成分也就不證自明。

⁵⁷ 如文獻討論，選秀節目的參賽者以「平凡」和「真實」換取觀眾的支持和認同，不同於明星以「專業」和「完美」成為鎂光燈的焦點。**【童盟會】**兒童參賽者的「天才形象」，在抵觸成人選秀參賽者的「平凡」特色之時，卻因為兒童概念本身具備的「自然」，而不顯得突兀；再說，兒童概念也承載了「美好」，甚至「完美」的意義，使得兒童參賽者的天才形象有了真實性。反而是節目誇張的人工設計，破壞了這些兒童概念載具的意義；也就是說，在一個個天才形象的奇觀中，主流的浪漫童年形象和商業的童年形象之間衝突不斷。到最後，意義在衝突之中，變得支離破碎，而形象也變得模糊不清，只剩下人們口中的「節目效果」。



第二節 「超齡」⁵⁸形象

一、超齡形象的建構

主持人：到了年度總冠軍的比賽，心情怎麼樣？

參賽者王奕淳：很複雜，因為我來童盟會的過程很坎坷，我參加試唱會之後，在家裡整整等了一年，你們才通知我來比賽，卻又在比月賽的時候，馬上輸給王祥如，第二次挑戰才順利比到年度賽，我的青春可以說都用在童盟會上。（【童盟會】第二屆年度冠軍賽第一回合，2011.05.15）

當「坎坷」從年僅十二歲的兒童口中迸出的剎那，觀眾的專注力全放到眼前這位堅持不懈、燃燒青春的女孩——不過，對主張「浪漫童年」的大多數人來說，執迷不悟、浪費青春或許是較為貼切的形容。參賽者除了說話超齡，演唱的歌曲也超齡。研究者於下表，列出參賽者在第二屆年度總冠軍賽兩回合所唱的歌曲：

第一回合	第二回合
狼	我的驕傲
鼓聲若響	阿嬤的話
解替	手中沙
第一滴淚	世界唯一的妳
孤單酒	將我放心肝
你為什麼說謊	Listen
我不是你想像那麼勇敢	癡情有憨膽
雨雖無情你有情	回鄉的囡仔
It's gonna be alright	笨小孩

參賽者演唱《雨雖無情你有情》、《孤單酒》、《你為什麼說謊》等歌曲，對比他們嬌小、尚未發育的身軀，不免令人有些不知所措。然而，愛情和人生的酸甜苦辣本是流行歌曲常見的主題，誠如林莉婷在《台南市國小兒童之流行歌曲消費與運用的研究》一文指出，「為了要通俗易懂記、容易流傳，符合市場經濟與大眾品味需求，流行歌曲的歌詞文字與內容常以愛情為主要議題」（林莉婷，2007：61）。更何況，每個人一生中，多多少少要嚐到這些複雜滋味；如此一來，浪漫

⁵⁸ 由於「早熟」一詞通常帶有負面意涵，而且它是社會場域對行動者的一種規範和評價，所以在研究者和指導教授、口試委員討論過後，選用「超齡」這個相對中性的字來描述節目場域中的兒童參賽者。不過，研究者有兩點要特別說明：第一，超齡其實並不完全中性，因為它暗示著年齡仍舊做為社會規範的標準，超過這個標準即是「超齡」；第二，在【童盟會】和童星相關的新聞報導中，超齡和早熟常被視作一組同義詞，交替使用。只是，相較於早熟，超齡較少出現，也較不那麼負面。

童年顯得不切實際。只不過，取而代之的「商業童年」也不怎麼真實，和浪漫童年一樣，都不是兒童的原意，因為當兒童做為客體時，童年就容易淪落到他人手中——浪漫童年是維持成人社會、鞏固階級秩序⁵⁹的工具，而商業童年的背後是商業力量的操縱。因此，兒童選秀參賽者和一般兒童都在唱流行歌或跳熱舞，不僅反映出現代童年的變遷，更顯示出流行文化和資本主義對童年的入侵。而【童盟會】正是「商業童年」的絕佳例子；意思是，該節目因為收視率的需要，所以講求戲劇效果，兒童參賽者也就必須配合節目效果的需求，演出超齡戲碼。

首先就是搬演自身被誇大的經歷。透過使用強烈的字詞，例如引文中的「坎坷」，以及誇張的句子，例如「我的青春可以說都用在童盟會上」，事實性陳述搖身一變，成了效果十足的台詞。再來，【童盟會】參賽者也搬演別人的故事。由於兒童參賽者的人生經歷不能和成人相比，他們的生活也相對地規律而平乏，所以當工作人員寫不出「有效果」的劇本，就會把 A 的故事套用到 B，例如原本是家長的故事，變成是孩子的故事、原本是工作人員從別人身上聽來的，變成是參賽者的故事，或者是工作人員讓參賽者回去看某部電影，把電影內容「內化」成自己的故事。老實說，研究者自己在分析節目文本時，並沒有發現這項「挪用」技巧，是在訪問工作人員後，才挖掘出這樣的內幕：

我們會把 A 的故事套用到 B 上面，或者是我聽到的故事套用在這小朋友上面，這也是會有，但很少，因為小朋友會講不出來，因為他無感，他就會演不出來。然後有時候我會換一下，譬如說他媽媽的故事變成他自己的故事，就是媽媽小時候的事情變成他自己的東西，可是媽媽可以跟他講，講說怎麼樣怎麼樣，因為小朋友比較單純，你要他演，他又不專業，那演得太假，觀眾又覺得「這假的」(台語)，所以你不能太 set。或者是我跟他講說我有一部電影，叫做《魯冰花》，看一下《魯冰花》，然後看完之後你有什麼想法，講其中一段，把它當成故事來講。(研究者：所以他可能本來沒接觸到這電影，然後你就跟他講，讓他去看了之後講?) 對，譬如說《把愛傳出去》，你去看這部電影，你看過這小朋友的故事，如果今天是你，你會想要怎麼做? 「喔我今天來參加比賽是想要把愛傳出去，所以我想要唱一首歌送給需要幫助的人」。(工作人員 2，2013.03.07)

顯然，【童盟會】繼承了歌唱選秀節目的「造假」特徵。不論是誇飾，還是挪用，因為節目追求效果，所以背離參賽者的真實生活，也就顯得超齡。再說，劇本都是由成年的工作人員寫成，而且「專業的」工作人員為了節目效果，「有責任」把劇本寫得好看，所以不論他們如何嘗試貼近兒童參賽者的語調，原本的「成人」氣味，加上特意設計的「梗」，當然讓兒童參賽者說話「超齡」。有趣地

⁵⁹ 可參考本文第 23 頁。

是，大眾和學者眼中的「超齡」(他們更常使用「早熟」)卻是工作人員口中的「專業」和「負責」，好比他們自己撰寫誇張的劇本，是份內事，兒童參賽者上節目就應該扎實地照劇本演出。

研究者還發現，成人氣味不僅源自撰寫劇本的工作人員，也來自善於「重述」的主持人。意思是，主持人透過抽換詞面，或者更改語句的順序，使參賽者的話變成主持人的梗。以《公主幫》和主持人的一段對話為例：

人物	說話內容	畫面
主持人 JR	今天你們五位學姊在現場對今天九位參賽者有什麼話想要說嗎？	
謝亞晴	我有話對派翠克，還有臭鮭魚說	
主持人 JR	臭鮭魚？喔，洵鋌啊！	鏡頭帶到參賽者林洵鋌
謝亞晴	不好意思，我這個人呢，說話比較直，因為我們復活賽，他唱贏我們，所以你們今天才有機會坐在這裡。所以你們兩個誰都一定要給我拿到年度總冠軍，我會努力幫你們加油的，不要讓我們眼淚白流	「說話比較直」粗體字占掉三分之一的畫面 「不要讓我們眼淚白流」粗體字占掉三分之一的畫面，並配上「流淚」的動作
主持人 Gino	等於說他們兩個是踏著他們三個的鮮血往上爬的	背景音效是短促的小喇叭聲，表示震驚
主持人 JR	哈哈哈哈	
主持人 Gino	所以他們兩個沒拿到年度總冠軍的話，他們三個就沒面子，是不是這個意思	
公主幫	(沉默)	鏡頭帶到她們微笑、點頭

資料來源：【童盟會】2011.05.14 節目片段

從這段節目內容，再次驗證兒童表演者⁶⁰的超齡來自誇張的表演，包括：使用較為強烈的字句(眼淚白流)、成熟的語氣(我這個人呢，說話比較直)，輔以動作(流淚的動作)；也清楚看到主持人會「重述」兒童表演者的發言，並且透

⁶⁰ 《公主幫》成員並非此次冠軍賽的比賽選手，而是負責開場的表演者，所以研究者於此使用「表演者」。不過，「重述」情形同樣發生在參賽者身上。

過重述，主持人得以進一步解釋兒童的話——也是更有綜藝效果的話。接著，當主持人補上「對不對」、「是不是」、「好不好」這種選舉式的問句，主持人的重述就此成了終極答案，因為兒童表演者和參賽者不是附和說「對」、說「是」、說「好」，就是點頭微笑。

總的來說，透過誇飾、挪用、重述和選舉式問句，參賽者的超齡形象得以建立；並且，和流行歌曲普遍為兒童接受的情形一樣，流行文化（選秀節目的盛行）和商業操作（講求節目效果、追求收視率）才是參賽者表演超齡的幕後黑手。

二、相關爭議：兒童「提早成熟」的危機

1. 提早成熟：「媒體的童年」和「競賽的童年」惹的禍？

由於浪漫童年強調兒童的純真和無知，所以演繹著天才和超齡形象的【童盟會】參賽者註定對立於浪漫童年。然而，超齡不僅發生在童星、【童盟會】參賽者的身上；當代兒童同樣面臨「提早成熟」的課題。如同研究者在上一個相關爭議中提到，電子媒體促使童年——精確地說，「浪漫」童年的消逝。根據兒童福利聯盟 2012 年調查發現，兒童平日每天平均看電視 2.01 小時，週末有一成三（13.1%）兒童看電視的時間達五小時以上；在網路的使用上，平日時間，八成三（83.4%）的兒童會上網，到了週末假日，有一成（10.9%）的兒童上網時間超過 6 個小時。電子媒體不僅占據了兒童生活一大部分，也讓兒童提早接觸到「兒童不宜」的內容。如兒童福利聯盟《2013 年兒童收視熱門時段之電視內容分析》的報告顯示：在親子闔家觀賞的時段，也是兒童最常收視的時段（下午六點到晚上十點），「不到 10 分鐘就出現一次不當的內容，其中平均每小時出現 1.8 次暴力畫面、1.4 次黃腔或是情色畫面、3.3 次的不當言語」（2013 年兒童收視熱門時段之電視內容分析，上網日期：2013 年 7 月 4 日）。網路上，「兒童不宜」的內容更是防不勝防，尤其當經營臉書或部落格躍升為「兒童上網最常做的事情」第二名（占 52%），而且在臉書「資訊未分級的狀態下，近半數（48.4%）孩子曾在臉書上看過色情廣告，其中超過一成（11.7%）孩子甚至會點選這些曖昧廣告」等情形出現時（2012 年兒少網路行為調查報告，上網日期：2013 年 7 月 4 日），可以說兒童「提早成熟」的趨勢銳不可擋。然而，家長和主流社會並不希望兒童太快長大。

Brooks 在《消費天真：流行文化與我們的孩子》（Consuming Innocence: Popular Culture and Our Children）一書中，指出家長並不是不想要孩子長大，而是不想要孩子太快長大。她寫道：「當大多數的我們悲嘆孩子的成熟，成熟的速

度才是引起我們擔憂的原因」；而這種「孩子早熟」的現象被稱做「Kids Growing Older Younger」(Brooks, 2008: 5)。換句話說，對 Brooks 和大多數的家長來說，童年的終點是成年(adulthood)，而成年的過程必須依照一定的時程和步調進行，但現代的童年過得太快。研究者認為，時程和步調並非固定的，應該隨著童年概念的改變而有所變動，因為童年是「歷史和文化經驗，而且它的意義、詮釋和利害關係都存在於這樣的脈絡之中」(Jenks, 2005, as cited in Brooks, 2008: 16)。

因此，研究者認為，在界定早熟之前，先要能夠捕捉現代童年與以往童年的差異。Brooks 就捕捉到：在現代社會中，家長對「養育」(parenting)有強烈的不安和極高的要求，因而使得現代童年較以往承受著更大的壓力和緊張感。意思是，當家長期望孩子「比好還要好」(better than good)，現代童年形同一場「競賽」——「多數的家長想要他們的孩子贏得勝利，不論他們自身，還是孩子的天真和長遠的快樂付出了什麼樣的代價」(Brooks, 2008: 30)。台灣社會同樣瀰漫著一股競賽氣氛，家長對養育同樣有著強烈的不安，所以常見兒童下了課，還要去補習班和才藝班。如此一來，不難理解為何【童盟會】參賽者大多是既會讀書又能歌善舞的孩子。

研究者發現，不論是看電視、上網，還是補習，再再透露兒童和家長的相處時間變少，而親子時間的縮短和相處方式的改變，源自勞動結構和家庭結構的改變。根據行政院主計處《人力資源調查統計年報》，2012年女性勞動參與率首次突破50%（達50.19%），而且有配偶或同居的女性勞動參與率高達49.05%；換句話說，目前台灣社會有愈來愈多的雙薪家庭，所以在收入提升、子女數量減少的情況下，補習班或才藝班成了兒童第二個家，因為家長沒有時間，但有（經濟）能力（涂鉅旻，2012.11.12）；就算能力有限，基於栽培那唯一、唯二的孩子，也會努力把孩子往補習班送。而電子媒體則成了最佳保姆，因為父母都在工作，缺乏時間陪伴孩子。上述觀察挖掘了當代童年的社會性，有助於研究者釐清當代童年的特徵，也有助於討論兒童早熟議題，例如當代童年做為「媒體的童年」，在兒童透過電視和網路，大量且頻繁接觸「原本被界定為兒童不宜」的資訊時，早熟的可能性（對多數人來說，是風險）也就較以往高出許多。而競賽的童年在描繪兒童忙碌生活的同時，更揭露了台灣社會對成功的追求。雖然兒童不必然在一場場競賽之中變得早熟，但是追求成功的過程往往加速兒童成熟，童年的浪漫也就不斷流逝。換句話說，在「贏者通吃的社會」(a winner-take-all society)裡，家長害怕「孩子如果不是少數的大贏家，就會淪落成多數的輸家」，所以他們急迫地「栽培孩子的天賦，並且把每一個童年活動形塑成立即可見的成功」(Marlys Harris, 1997.03.01)。【童盟會】比賽就常被視為成功的機會——事實上，校園裡頭大大小小的比賽也不遑多讓。

即便兒童可能因為競賽而壓力過大，家長往往還是會催促孩子把握任何成功的機會。在 Harris 的報導中，有一位母親針對孩子因為壓力過大而精疲力盡 (burn-out)，回應說：「家長的工作就是提供孩子暴露 (exposure)，他們自己可以選擇要不要繼續。在這過程中，如果孩子精疲力盡 (burn out)，至少他們發展過他們的才能。他們可以說『我做了，我有那樣的經驗』」。研究者發現，【童盟會】參賽者的家長也都有這種想法和心態。他們認為【童盟會】讓孩子有個「很不一樣的童年」，而這種特殊的童年經驗讓孩子在現階段與眾不同，也可能讓孩子在未來受用無窮。顯然，現代童年不再是無憂無慮、整日玩耍的「浪漫時光」，而是一場場以成功為目標的「競賽活動」。然而，沒人能保證成功一定會到手；而且在 Harris 看來，家長為了培養「超級小孩」(super kid)⁶¹，付出了太多的代價，卻往往沒有實質的「收益」(payoff)。再者，孩子淪為客體，他們彷彿只是家長的想法、夢想的投射，畢竟「在三歲、七歲或九歲這樣的年紀，小孩對任何職業或某個學習領域，大多只有短暫的熱情」(Marlys Harris, 1997.03.01)。

正因為成功的機率和熱情的比例都是不確定的，所以也都是「有可能的」—孩子有可能很享受做某件事、有可能做了就可以成功。因此，【童盟會】參賽者有可能很喜歡表演，也有可能因為表演得好，就成為家喻戶曉的童星；就算沒那麼成功，也「累積了經驗」。只是，相較於這些尚未被證實的可能性和經驗值，大量的時間、金錢和勞動卻是確定的成本支出，並且在浪漫童年的意識型態下，浪漫童年的消逝被視作最昂貴的代價。不過，競賽和兒童早熟的關聯尚未確定，現在比較清楚的是：參與選秀比賽的兒童比起參加其他類型競賽的兒童更容易被貼上早熟標籤，就像童星比其他天才兒童更容易遭受詆毀。

2. 提早成熟：兒童嚮往成年？家長揠苗助長？

研究者從訪談發現，兒童參賽者往往演唱著所謂的成人歌曲，卻不一定了解歌詞意境。原因就在於，他們大多數都還沒經歷過歌曲所刻劃的事件和情感，上台唱歌頂多算是「為賦新辭強說愁」，就好比小女孩出於好奇，趁媽媽不在家時，拿起口紅、粉餅，對著鏡子依樣畫葫蘆，卻塗得一臉大濃妝。諸如此類「兒童模仿大人行為」，既是自然的成長過程，也是最早的社會化經驗。中國兒童文學作家班馬曾說：「當我們竭力向下俯就兒童的時候，卻不知兒童讀者自己的心理視角恰恰是向上的」。他觀察到，比起兒童文學，兒童更喜歡閱讀成人文學作品，

⁶¹【童盟會】有一個動畫片頭，內容是三個小朋友又唱又跳，他們的衣服上都寫著 SUPER KIDS，截圖請見附錄一。不論是「超級小孩」(super kids)，還是家長對小孩「比好還要好」(better than good)的期許，都讓現代童年註定「不再浪漫」。在台灣社會，除了安親班、補習班和才藝班，兒童也是暑期營隊的目標對象，並且強調營隊如何提升兒童的學業和生活能力。舉例來說，研究者在 2013 年 5 月 30 號，收到《商業周刊》寄來 Super Camp 超人營的廣告信，同一封信裡還有其他各式各樣可以讓孩子脫胎換骨的營隊。或許，在競爭激烈的現代社會中，浪漫童年早已遠去，不論是「情緒價值」還是「經濟價值」，能夠帶來「成功」，才真正有價值。

因此做出上述評論，並提出「『兒童反兒童化』概念——意思是，兒童內心深處有著「亟欲擺脫童年而嚮往成年的心情」，以及「暗暗地準備著走向未來的社會實踐，從而渴求認識現實生活的那種強烈願望」（彭斯遠，2002：3）。「兒童反兒童化」不僅反映了兒童實際的閱讀情況，更間接道出兒童成長的真實寫照。換句話說，兒童在邁向成年的過程中，除了因為年紀的增長，而必須學會特定的智識和能力之外，其實還有這麼一個本能，驅使他們「成人化」。然而，研究者認為，缺乏時間和教育洗禮的模仿行為，只能帶來行為上的成熟，卻不能成就心智上的成熟，所以說，【童盟會】參賽者從選秀比賽獲得的成長，往往是行為層面，例如歌唱技巧和台風漸趨成熟，但是對心智成長，就顯得有限；並且當【童盟會】深受流行文化和商業市場影響（甚至是驅使）時，研究者不免要提問：【童盟會】參賽者是過「不一樣的童年」⁶²，還是「被商業剝削的童年」呢？

由於【童盟會】的童星形象有背於主流的「浪漫童年」，所以學者往往認定參賽者被製作單位、電視節目市場剝削。不過，在欠缺經驗性研究的情況下，【童盟會】參賽者，以及其他選秀節目的參賽者是否覺得剝削，有待釐清。舉例來說，王維玲研究發現，《星光大道》的參賽者「並不覺得自己被剝削，反而覺得透過節目，讓他們體驗到演藝圈的辛苦，而這些辛苦與忍耐都是想要成為藝人或歌手不可或缺的試煉」（王維玲，2010：118-9）。面對歌唱選秀節目「勞動與報酬不對等」的特質，人們容易產生「參賽者被剝削」的印象和想法，尤其當對象是兒童時，更會直接如此認定。然而，訪談資料顯示，雖然參賽者和他們的家人一致都在抱怨錄影時間過長，但是對於勞動和報酬的不對等，他們不是完全沒想過，就是不這麼覺得，通常回應：「本來就是這樣」。不過，參賽者及其家人對剝削的「無感」，並不能證明「沒有任何剝削存在」，因為他們可能被剝削了而不自覺，如同家長在沒有劇本，而且「超緊張」、「不知道要講什麼」的情況下，依然做出很有節目效果、戲劇性的發言——這些其實都是「生存心態」使然。因此，參賽者及其家人不但不覺得剝削，甚至感謝節目製作單位，一點也看不見該場域中不合理的地方。更多行動者和【童盟會】場域的互動情形，以及生存心態的討論，詳見下一章。

於此，研究者觀察到的有趣現象是，媒體和大眾往往直接就把參賽者的家長，以及其他把孩子推向演藝圈的家長，標籤為「自私自利的星爸、星媽」，冠上「剝削兒童」的罪名。如 O'Connor 在《童星的文化意義》一書所說，童星因為勞動，創造了經濟價值，所以被排除在一般／正常兒童的範疇之外，而不正常的童年使他們在媒體和社會大眾的眼中，成了「星夢下的犧牲者」，他們的家長則被形塑成自私自利的星爸、星媽。換句話說，在「兒童（該）是純真，只具備情緒價值」的「浪漫童年」框架下，把孩子送進演藝圈的父母也只有被抹黑的份了。即便【童盟會】的車馬費微薄，可以排除大眾對參賽者家長「利用小孩賺錢」

⁶² 多位受訪家長的說法。

的指控——畢竟許多時候家長都還要倒貼錢。不過，此說法仍舊無法回避選秀對兒童其他可能的剝削，例如受教育的權利；只是，話又說回來，學校教育也是浪漫童年建構的重要環節⁶³。總而言之，研究者認為「自私自利的家長」的論述不僅排除了兒童和家長協商的所有空間，更過度簡化了父母和孩子之間的情感和關係。

舉例來說，兩者之間存在著一種矛盾的情感。父母一方面覺得自己的孩子「最好」，受訪的參賽者家長也不例外，在訪談過程中，都會不時回憶起孩子小時候「天才般」的表現。另一方面，卻期望自己的孩子「更好」，所以幫孩子報名【童盟會】，培養孩子的表演能力和表達能力，相信孩子有了這麼一個「不一樣的童年經驗」，也就變得「與眾不同」——除了會讀書之外，還具備才藝和表演經驗，而這也打破了社會大眾對從事表演工作的兒童「不會讀書」的刻板印象。雖然社會大眾總是質疑兒童因為演藝活動而忽略課業，但是從訪談資料看來，【童盟會】參賽者往往在校成績優秀，因為家長對成績要求嚴格；而且在比賽之前，都會和孩子談好條件「不能影響功課」。綜言之，這兩種看似矛盾的情緒卻互相滋養，長出一個又一個「比好還要好」的孩子。如前述，童年猶如一場競賽，任何機會和嘗試都不放過，孩子才可能成為「超級兒童」，所以即使「比好還要好」的概念在暗示自己的孩子不夠好的同時，與「自己的孩子最好」的概念產生衝突，家長並不會認知不協調，反而容易得出「讓孩子參賽」的結論，因為孩子參賽，代表他有一定的才能，並且經過比賽的歷練，他還能精進才藝、累積經驗，而變得愈來愈好。

不過，針對兒童參與選秀，以及兒童身影遍及娛樂產業的現象，趙霞認為，原因在於「成人的誇示心態」，意即「成人借助兒童的形象、才能等的表演性展示所尋求實現的一種誇耀性效果。兒童相對於其監護人的現實依附關係，使得一種關於孩子的出類拔萃的明示或暗示滿足了監護人某種自我誇示的需求」（趙霞，2011：151）。這種心態不僅透露成人對兒童的掌控力，更暗示家長對孩子的擁有權。所以，她進一步批評家長那種「自以為十分真誠的『為了孩子』的想法」其實源自於一種「私有財產觀」，意思是家長視孩子為其私有財產，「孩子的現在與未來視為成人自我價值實現的一種延伸」（趙霞，2011：152）。

已逝作家老舍曾說：「摩登夫婦，教三、四歲小孩識字，客來則表演一番，是以兒童為玩物，而忘了兒童的身心教育甚慢，不可助長也」。也難怪，人們看到家長把孩子往台上推，會大罵家長自私自利、罔顧兒童身心發展。然而，父母卻也可能真的是為了孩子的好、為了給孩子不一樣的童年、為了讓孩子有競爭

⁶³ 「浪漫童年」主張童年是「一段不具生產力的時光」（O'Connor, 2008: 146）。於是，兒童不再是小大人（small adults）。他們「只具備情緒的價值，但不該具有經濟效用」（emotionally priceless yet economically useless）（Zelitzer, 1985, as cited in O'Connor, 2008: 23），而學校就此成為浪漫兒童的童年歸宿。

力。究竟父母是為了自己，還是孩子，總是如此難下定論，因為親子關係從來就不只是單向的上對下關係。縱使在講求順從、不那麼注重情感表達的華人家庭，父母和孩子之間仍是感情深厚（林米庭，2007），而且隨著社會變遷，親子關係也不再強調父母的威權，而是在父母提供更多正面回饋的同時，變得更為平等（林雅莉，2010）。情感的羈絆和溝通的存在，再再讓這件「家務事」顯得複雜難解。

總而言之，兒童選秀不能夠被簡化成星爸星媽夢，而直接讓所謂的自私自利的家長擔起全責，因為此議題的關鍵在於當代家庭場域中成員的互動，也在於家庭場域和電視節目場域的角力。因此，研究者在第五章會進一步討論參賽者、家長和製作單位的實際互動，透過了解場域的權力結構和運作情形，以及不同場域間產生的牴觸和協商，畫出更為細緻的兒童選秀面貌，也才能夠對兒童選秀相關爭議進行更深入的討論。

第三節 小結：當「浪漫童年」不再浪漫

經過文本分析，本研究理出【童盟會】中兩個主要的童星形象。首先，研究者發現，透過評審誇張的講評、參賽者年紀和能力的反差，以及賦予參賽者頭銜、強調評審專業度和評比的高標準，再搭配上文字、聲音特效，「天才形象」就此成形。然而，該形象牴觸「浪漫童年」對兒童的框架，並被視作「商業童年」對參賽者的侵害。接著，研究者發現，「超齡」是參賽者第二個主要形象，但其實也是當代兒童的共同處境。在節目上，因為節目效果的需求、收視率的壓力，所以透過誇飾法、重述和挪用等手法的包裝，參賽者搬演一場場超齡戲碼——新聞報導和社會輿論更常用「早熟」來形容。在社會中，由於電子媒體「兒童成人化／成人兒童化」⁶⁴的媒體特性和普及化，還有家庭型態、勞動結構的改變，現在的兒童愈來愈早成熟（Kids Growing Older Younger）。綜言之，不論是天才的兒童還是超齡的兒童，都不是浪漫童年所描繪的兒童形象，而商業的童年、成人化的童年卻一再挑戰浪漫童年的框架。並且當「浪漫童年」和「成人社會」做為主流的意識型態時，兒童參賽者只能成為受害者、他們的家長則成為自私自利的人，因為天真的兒童就該被成熟世故的成人保護；尤其在選秀節目的情境下，兒童參賽者做為節目的勞動者，其受害者的角色更為鮮明，即便他們也是主動而且積極的參與者。

有趣的是，製作單位後來因為 NCC 去函民視，所以增加親子同樂的內容，例如參賽者和家人一起合唱。雖然親子同樂有些牴觸參賽者超齡的形象——因為

⁶⁴ Postman 在〈成年的兒童〉一文中，開宗明義寫道：「由於電子資訊環境使童年概念消失，也可以換成：電子資訊環境也導使成人世界的概念日漸消失」，使得「電視時代人類共有三階段的生命，一端是嬰兒期，另一端是老年期，中間則是所謂的『成年兒童期』」（Neil Postman，1982／蕭昭君譯，1994：107-8）。

它強調的是兒童參賽者與家長的連結，甚至是依賴，但是親子同樂的內容不僅可以回應社會輿論以及 NCC 質疑，也反映在收視率上。製作單位發現，溫馨的家庭故事有好的收視率表現，例如為去世的阿公獻唱一曲、向離家出走的媽媽喊話並且唱一首歌表達思念之情。既然重口味的溫馨有收視率，製作單位也樂見參賽者及其家人相互真情告白，畢竟素人的價值在於貢獻個人故事，創造情緒經濟。其實，在童星建構的討論中，研究者就已經觀察到「故事好看」指的是「收視率數字好看」，並且收視率做為生產指標和原則，為所有行動者自覺或不自覺地實踐。

Bourdieu 在《論電視》裡說過：「收視率是這個世界裡的隱匿之神，祂統治著其中人物的意識」（Pierre Bourdieu, 1996／林志明譯，2002：34）。試想，如果親子之間的故事不好看，工作人員根本不會寫進劇本；換句話說，收視率是生產故事／節目內容的主要考量。在收視率的考量之下，「親情」做為一種「廣為接受的成見」⁶⁵，可以預期被觀眾接受，因為此種意念「具有平庸、合於規範、普通等性格」，所以「當你在接受它的時候，其實早已經被接受了」（同上引：40）。不過，在競爭激烈的節目市場中，成見只有收視的基礎，卻不能刺激收視的成長，所以同樣在收視率的考量之下，成見可能會被「戲劇化」。如 Bourdieu 所言：「電視會導向『戲劇化』，而且符合此字的雙重意義：一方面，它會把一個事件置入場景、形象的形式之中，另一方面，它又會誇張其中的重要性、嚴重性、戲劇性和悲劇性」（同上引：24）。

舉例來說，在冠軍賽最後一回合的現場上，參賽者身後播放著一張張他和媽媽的合照，主持人訪問參賽者的阿公、阿媽，道出他們對女兒的思念，也讓參賽者向可能正坐在電視前的媽媽說句話，於是在參賽者說出「媽媽我愛妳」的時候，評審忍不住流下了眼淚。並且在感人的背景音樂的襯托下，主持人對著鏡頭，深情喊話：「我們也很希望皓皓的媽媽可以趕快回到家裡，看看爸爸、媽媽，看看妳的寶貝兒子陳皓」，甚至做出承諾「有什麼不方便的，可以跟我們童盟會做聯絡，大家會盡力來幫忙」⁶⁶。在背景音樂、文字特效和特寫鏡頭等等的搭配下⁶⁷，

⁶⁵ 也因此，該節目中，不難發現社會迷思和刻板印象。例如在研究者分析的文本裡，一名原住民女孩，因為身材較為圓潤，所以被主持人取笑。而她的阿祖帶來小米酒，當作禮物要送給主持人，主持人卻說：「你們該不會剛剛都有偷喝兩口吧」，還有阿祖不習慣使用麥克風，直把它放到座位邊，一位主持人就模仿原住民口音，開玩笑說：「麥克風不要一直想要偷偷帶回家，麥克風是我們的」，另一位接著說：「她想要用小米酒來換麥克風啦」，前一位主持人繼續說：「他們一直把麥克風偷偷放到皮包裡，這一支有幾千塊」（【童盟會】2011/05/15 節目內容）。在這短短的文本中，就出現「女生要瘦」的迷思，以及對原住民的刻板印象，例如說話有口音、愛喝酒；甚至，把原住民描繪成還活在以物易物的時代、有偷竊傾向的一群人。

⁶⁶ 【超級童盟會】2011/06/05（第二年度總冠軍賽第二回合）節目內容。

原本感人的故事變得更加扣人心弦；好比一則則真人真事，搬到螢幕上，成了令人動容的劇作。

雖然 Bourdieu 觀察到電視有戲劇化的傾向，但是《論電視》著力於描繪電視場域的結構，以及身處當中的行動者與結構之間的關係，並沒有進一步闡述電視形式和內容的關係。所以到底為什麼電視有戲劇化的傾向呢？媒體形式和媒體內容存在著什麼關係？研究者認為，McLuhan「媒體即訊息」(the medium is the message) 的論點在主張媒體形式形塑人類的感覺、認知和人際互動的同時，也點出了媒體形式、內容和人的關係。在《認識媒體：人的延伸》一書中，他寫道：「正是媒體本身，塑造並控制了人事關聯與人類行動的規模和形式。而媒體的內容與用途雖五花八門，對人事關聯的形塑則完全無能為力」(Marshall McLuhan, 1964／鄭明萱譯，2006：37)。換句話說，「媒體形式決定了人們所接收到的訊息內容」(鍾嘉純，2009：38)，而戲劇化的電視內容其實肇因於電視本身的媒體形式。所以接著，只要了解電視媒體的形式，就可以找出電視內容戲劇化的原因了。

從 Neil Postman《娛樂至死：追求表象、歡笑和激情的電視時代》一書的書名就可歸納出電視此一媒體的形式，包括利用圖像傳播、訴諸情緒／情感和內容娛樂化等傾向。Neil Postman 寫道：

美國的電視的確是種壯麗奇景，一種悅目情景，每天都映現千萬圖像。…。還有電視還提供觀眾多樣化「題材」，用不上絲毫技巧就可以理解，而且內容多半為了滿足感情需求。…。我想說的是，電視把娛樂本身變成一切經驗的自然表現形式 (Neil Postman, 1985／蔡承志譯，2007：114-5)。

雖然這是 Neil Postman 對美國電視的觀察，但是他也說過：「在自由民主體制和較為自由的市場經濟中，電視找到可以充分發揮圖像技術潛能的合宜氣候」，而且在台灣的電視環境受制於商業邏輯的運作、盛行感官主義的情況下，上述見解仍能做為參考。回想一下研究者剛剛描繪的【童盟會】節目內容——那段「拋家棄子的母親」的故事，不就呼應了 Neil Postman 幫電視媒體下的結論嗎？簡言之，因為電視媒體的形式強調影像、情感和娛樂效果，導致電視內容戲劇化，所以畫面豐富、感覺煽情、能夠娛樂觀眾、戲劇化的內容才會層出不窮。加上電

⁶⁷ 另外，商業電視需要廣告收益，使廣告壓縮了節目實際可以播出的時間，也間接放大了節目內容的效果。以【童盟會】為例，節目時間是半個小時，但扣掉廣告，實際播出只剩下二十分鐘左右。如工作人員所說，「我們錄影可能錄兩個小時，可是我們剪只剪個七、八分鐘」(工作人員 2, 2013.03.07)。剪接，跟其他後製技術一樣，是電視媒體的表現形式。綜言之，形式在強化內容的效果的同時，讓觀眾能夠在短時間產生最大的情緒，而這也包括了觀眾對兒童參賽者「天才」和「早熟」形象的感知，即便實際錄影情況與播出內容可能相差甚遠——「其實有時候小朋友還是會『嗯？你說什麼』，但我們怎麼可能把這個剪進去。我覺得是因為剪接的關係，讓他們變向地就覺得，我們到底對這些小孩做了什麼事」(工作人員 1, 2013.02.01)。

視的「真實效應」，觀眾漸漸難以區分戲劇化的電視內容和真實的關係，如 Bourdieu 所言：「影像有一個特質：它會產生文學批評家所說的『真實效應』。它展示出一些事物，並且使人相信它所展示的事物是存在的」(Pierre Bourdieu, 1996 / 林志明譯, 2002: 27)。所以兒童保護論者害怕兒童觀眾看到【童盟會】參賽者／童星的光鮮亮麗，而起追逐、模仿之念，也擔心那群螢幕上的兒童終將迷失於五光十色的演藝圈裡，成為永遠的受害者。除了影像的真實效應之外，台灣觀眾對奇觀的收視需求，也是台灣的真人秀節目有著濃厚戲劇味的原因。如簡妙如所說：「台灣真人秀節目的崛起，並不那麼地是在追求現代社會早已失落的真實，反而較像是在八卦新聞的耳濡目染之下，希望在那些後現代擬像中的脫軌情事、奇觀家務，真的就有人出來現身說法，那些媒體裡才會編出的光怪陸離，都抱持著一種真有其人、真有其事的假想期盼」(簡妙如, 2008: 114)。而受訪的工作人員也提到類似的概念，他說：

以前的腳本又跟現在的腳本天南地北，我們一開始的節目沒有想要做這麼複雜，後來是因為觀眾的胃口養大了，那時候的腳本是只有兩個哇點就好了，就是為什麼他可以來，然後他的哇點是什麼，譬如說他是蔡依林接班人，哇！就這樣，就好了。可是之後就變成要故事性，要讓人家痛哭流涕啊，為了完成阿嬤的願望，所以來上台唱歌，或是阿嬤死了，要唱給在天上的阿嬤聽之類的（工作人員 2，2013.03.07）。

綜言之，在台灣觀眾眼裡，光怪陸離不再是天方夜譚，遙不可及，而該是家常便飯，隨手可得；而八卦新聞不再專屬名人，有話題的素人、夠煽情的日常生活點滴都能滿足台灣觀眾的奇觀胃口。事實上，奇觀有時候已不足以形容螢幕上搬演的內容了。它們跳脫真實的界定，「超越真實」的後現代擬像概念更能捕捉它們的動態。舉例來說，【童盟會】工作人員把 A 故事「挪用」到 B 身上，甚至把電影的故事情節「挪用」成參賽者的個人生命故事；從此，內容無關乎真實——在攝影機的運鏡（尤其是指特寫鏡頭的使用⁶⁸）、背景音樂的搭配，還有文字特效的重點提示等等營造之下，一個個真假難辨的影像被擬仿出來，而它們正是「比真實的指涉對象還要真實」的「超真實」(鍾嘉純, 2009: 18)。對研究者來說，這些擬像的影像經過訪談之後，脫去超真實的偽裝，讓研究者實在是哭笑不得。舉例來說，原來那段參賽者回憶已過世的阿公，而掉淚的節目內容，根本不是因為思念，而是參賽者比賽太緊張，所以才會哭出來。另一位參賽者的母親聽完女兒對她的真情告白之後，也根本不是因為感動而哽咽得說不出話來，而是因為突

⁶⁸ 特寫鏡頭有「感情的流露和重要人物的意涵」(江茂山, 2005: 31)；換句話說，特寫鏡頭能夠凸顯人物的情緒和重要性，具備強烈的視覺效果。所以，【童盟會】大量採取特寫鏡頭，來強調參賽者的臉部表情，尤其是當他們難過或感動的時候。另外，「中景」則常在參賽者演唱比賽歌曲時使用，透過全身入鏡，捕捉參賽者投入的神情和穩健的台風，營造參賽者專業的形象；搭配上「伸縮入境」(由遠景到近景)，能夠把觀眾的注意力集中到參賽者身上(陳佩君, 2006)。

然被主持人叫上台，覺得很緊張。她說：「我的眼睛是模糊的，不敢看觀眾，超緊張的。反正我走去跟走回來，我的視線都是模糊的，我看不到觀眾，我就一直看著她（按：該位參賽者），反正我不知道，我就很緊張，緊張到模糊，然後我講『ㄟㄟㄟ』（按：斷斷續續的ㄟ，在節目上聽起來像哽咽），那個聲音不是感動喔，是我緊張到發不出聲音來，我超緊張的！（研究者：所以不是哽咽了？）不是不是，我是緊張，這個我自己知道」（家長 4，2013.01.06）。研究者為自己看【童盟會】掉過的淚覺得不值的同時，想起了一位工作人員說的話：「做節目嘛，怎麼感人怎麼做啊。就是要逼到觀眾哭，現場觀眾哭，啊中了！越感人越好」（工作人員 2，2013.03.07）。

在後續的章節，透過分析訪談資料，研究者能夠更深入該節目的生產情形。因此，擬像般的節目內容與兒童參賽者之間的關係為何？工作人員如何受制於收視率？工作人員及其產製的內容、工作環境的關係為何？這些問題在接下來的討論裡，都會獲得解答。

第五章 【童盟會】場域分析



由於上一章在分析節目中的兩大童星形象時，研究者觀察到收視率在【童盟會】中的主導力量，再加上，為了能夠描繪出參賽者、他們的家人和工作人員參與節目童星形象的建構情形，研究者必須更深入去討論收視率在【童盟會】中的運作。因此，研究者借助 Bourdieu 的理論，來釐清【童盟會】場域中的行動者和收視率之間的關係。

有鑑於【童盟會】中參賽者形象的建構和節目的產製，主要就是節目劇本的生產和執行。第四章已討論節目劇本的兩大主題，即「天才」和「超齡」形象，以及形象的建構手法，例如誇飾法和挪用。在這一章，研究者以兩個重要的劇本元素為主軸，展開行動者和場域的討論，並且繼續兒童選秀爭議的相關討論。因為這兩個劇本元素，即「競爭感」和「故事性」，為劇本定調，所以透過它們，研究者得以更細緻地去觀察：收視率象徵體系／權力如何主導【童盟會】的生產，以及行動者如何受制於收視率象徵暴力。

進入本章的正文之前，研究者先說明一下象徵體系、象徵權力和象徵暴力這三個名詞在本文中使用的情形和差異。由於本節處理行動者和場域的互動，所以象徵體系最少被使用到，而是使用「強調統治效果」的象徵權力；並且在描述「象徵權力對行動者的控制」的時候，會使用「象徵暴力」，以凸顯行動者的生存心態和實踐活動受場域結構左右的情景。

第一節 競爭感

一、從「同樂會」到「賽制」

雖然【童盟會】是以《超級星光大道》為雛型，但是考量到兒童與成人的差異，製作單位起初把它設定在同樂會形式，讓來自台灣各地的兒童能聚到這個平台，交流才藝。

我們一開始做《超級童盟會》，不是想做比賽的，本來是小朋友來同樂會的感覺，因為不想要有小朋友去競爭，怕會影響到小朋友，會不好，可是做沒多少，就是做了四次的示範賽之後，電視台的長官開始覺得說，在節目上呈現如果只是唱歌交友的話，是沒有競爭性跟刺激感，觀眾會覺得不好看，所以我們才開始有小朋友在比賽的感覺（工作人員 2，2012.01.10）。

即便製作單位本來有意避免讓小朋友競爭，只想提供一個讓小朋友一同歡樂的地方，這番美意終究敵不過收視率和長官的壓力。於是，節目的呈現方式從同樂會，改成賽制。加添了競爭感，也增加了可看性；而競爭感也就成了【童盟會】樂意而且刻意營造的氛圍。因此，參賽者相互「嗆聲」的片段屢見不鮮⁶⁹。

然而，本研究的所有兒童受訪者，都表示在日常生活中，並不常嗆聲，也並不喜歡嗆聲，只是照劇本唸出台詞而已。也就是說，螢幕上喜歡嗆聲，而且還可以嗆得很有內容的參賽者，其實都只是在演戲，私底下的他們可能連嗆聲都不會。正因為嗆聲可以製造競爭的氛圍，進而刺激收視率，所以被納入節目內容，寫成劇本。有趣地是，儘管參賽者和他們的家人都不喜歡嗆聲的劇本，但還是會照劇本演出，更能理解劇本存在的必要。

我知道他們做節目是要效果，對不對，你說做節目大家都很平平淡淡的，就說你今年幾歲、我今年八歲、你讀什麼國小、我讀什麼國小、你要唱什麼歌，這樣做起來會冷掉。（家長 3，2012.01.05）

除了這位家長之外，其他好幾位家長在談到劇本的時候，也都說「因為節目效果需要」。為什麼他們都知道節目就是要效果呢？那是因為「節目效果」是內化於行動者的生存心態，不需要製作單位硬性規定，行動者自會身體力行，所以收視率也得以做為「象徵暴力」，讓參賽者家長自覺或不自覺地服膺於收視率邏輯，生產節目效果。「象徵暴力的運作係基於社會行動主體的共謀，而行動主體之所以會涉入共謀的結構，是因為其心理的建構係依照世界結構所產生的認知結構」（邱天助，2002：166）。因此，【童盟會】場域中的參賽者及其家人會配合製作單位，演出有節目效果、能夠反應在收視率上的劇情。

而且家長不僅能夠理解，更有人會感謝製作單位的用心良苦。有位家長就說：「畢竟是小朋友，怕講話講不出來。所以我說應該要謝謝這個製作單位，要不然說真的，其實一個製作單位、工作人員，你敢讓沒有經驗的來唱嗎？」（家長 1，2012.12.09）

選秀節目起用素人，讓本來只能在電視機前收看、因為平凡而無緣出現在螢幕上的素人也能成為鎂光燈的焦點，使得素人前仆後繼，從成人到兒童都躍躍欲試。「缺乏經驗」的他們，不同於從前的明星以近乎完美的外表或才藝獲取明星地位，「平凡」正是素人的最大賣點，猶如一顆顆璞玉，只待選秀節目的雕琢，就能臻至完美。即使許多【童盟會】參賽者在亮相之際，即被設定成「天才兒童」，強打他們亮眼的才藝表現，但是在強調節目的高水平、評審的高標準，以及滿分

⁶⁹（研究者：為什麼節目常出現嗆聲呢？）「我覺得比較有競爭的感覺吧，好像兩隊真的在比賽，然後我不會輸給你的那種感覺。」（工作人員 3，2013.02.01）

極少出現的情況下，參賽者總是差了那麼一點，仍舊需要評審的指導、比賽的磨練。因此，不難看到兩度、甚至三度挑戰的參賽者。也難怪，「被給機會」的素人會心存感謝。總的來說，不論是競爭感，還是劇本的存在，都是【童盟會】場域的運作特徵，也是場域規則，而參賽者及其家人不僅能理解，還可能心存感謝，甚至主動實踐。

（研究者：JR 問妳要如何投資張政雄那段有寫在劇本裡嗎？）「沒有，他就臨時這樣問我耶（語帶無奈），…，我就當下，就這樣回應他啊，那個也是臨時這樣講出來」（家長 2，2013.01.20）。

顯然，這位家長不知不覺地就實踐了場域規則，而這更是生存心態的展現。生存心態做為「經驗的累積」，使得家長在某個時機點，某個特定情境，說出有節目效果的話。同時，這也說明了「行動者有追求利益的動機，但不一定意識到行使策略的動機」（Bourdieu, 1998；轉引自張錦華，2010：238）。所以，這位家長並不清楚她在那個當下為什麼會說出那段話，但她清楚知道：她期望孩子能有好的表現、獲得好的比賽成績。不只家長，兒童參賽者也可能不自覺地實踐場域規則。

雖然我們腳本這樣子寫，但有些小朋友他們的反應是臨時出來的，是我們沒有預料到的，所以主持人就會盡量用他自己的方式，譬如說他會搞笑或是深入地問，然後希望把小朋友比較真實的那面表現出來。像蔡文燁，你可以看一下，他說一個打十個，那我們沒有寫，他自己講出來的（工作人員 3，2013.02.01）。

研究者認為，就算劇本沒寫到，在主持人的引導之下，預料之外的回答其實也是意料之中的事。就以工作人員提到的這個節目片段為例，該位參賽者從一開始表示自己無法以一敵十，在主持人一連串的引導式發問⁷⁰，和情緒的鋪陳之下，他最後語帶自信地回答：「打十個」，同時還比劃了一個武打招式。

不過，兩相比較之下，兒童參賽者的實踐情形較少，而且趨於被動。就劇本而言，受訪的參賽者多數認為有劇本，就不必自己想話說，否則不知道要說什麼，會讓自己陷入尷尬的情境。顯然，參賽者想到的是自己，根本沒想到觀眾的喜好、製作單位的立場，更沒想到收視率的存在。然而，家長對觀眾、製作單位和收視

⁷⁰ 參賽者和男主持人完整的對話如下：男主持人問他：「你有辦法保護她（按：女主持人）嗎？」參賽者回答：「十個人以上就沒辦法」。男主持人聽到後，問說：「所以九個人你打得過，是不是？」，此時的回答仍舊是保留的，他說：「只是我會被打得很慘而已」，接著一連串的引導式發問：「你可能把他們打昏嗎？」參賽者只是點頭，說「嗯」而已，主持人卻不斷提高音量和音調：「有可能！為什麼！因為你是誰！」參賽者說：「葉問」，接下來主持人更加重語氣問道：「你要打幾個？」參賽者最後就說出了：「我要打十個」。

率就顯得相對敏感，所以他們對劇本的態度，較參賽者更為認真——工作人員也是，不過劇本寫作畢竟是他們的工作。

總體看來，對大人們來說，把劇本背好，並好好地演出，是認真的表現。也因此，在訪問過程中，會聽到家長抱怨孩子不認真背稿、不專心練唱；在錄影現場，則會聽到製作人大喊：「你們是來錄影的，不是來玩的」。看見家長比孩子更認真，也難怪有人會質疑：到底是小孩的比赛？還是大人的比赛？只是，這般弔詭的情景在「競賽童年」的當代社會裡比比皆是。當童年不再浪漫，而是競爭激烈的時候，家長因為比孩子更了解社會的運作，就像【童盟會】場域中的家長比小孩更了解節目對收視率的需求，所以他們會表現地更主動、更積極，並且以「過來人」的身份或者「經驗談」，使自己在與孩子之間的權力關係中，取得主導位置。

綜言之，競爭感和劇本是收視率象徵體系中的要素，而噙聲的戲碼也常常被用來刺激收視率。所以，礙於遊戲規則，更是基於生存心態，行動者即便不喜歡噙聲，仍舊會照劇本行動；而且，研究者懷疑，即便參賽者及其家長可以透過主張兒童權利，向製作單位反映甚至反對演出此種噙聲劇本，他們很有可能選擇不講，畢竟競爭感——更精確地說，「節目效果」和「收視率」，做為【童盟會】場域規則，和行動者的生存心態，往往能夠被理解，甚至內化並付諸於實踐。在實踐上，研究者則發現，家長的行動力普遍比孩子來得大，而這個發現隨著研究者深入劇本的生產和【童盟會】場域的運作，就愈發明顯，關於這一點，暫待之後細部討論，因為它不只是參賽者及其家人和製作單位的權力關係，還牽涉到家長和孩子的權力關係⁷¹（家庭場域的運作）。

二、兒童選秀爭議之「壓力好大的小孩」

關於競爭感常見的爭議是，比賽會使參賽者壓力過大，影響其心理發展。反對兒童選秀的人認為兒童比賽就會有龐大的壓力，而且他們年紀還小，心智尚未發展成熟，所以他們不能夠、也不應該有這些壓力。如研究者在文獻探討中所分析，這套反對兒童選秀的論述基礎是：兒童的心智發展完全等同於生理狀態，而年齡（成年）是公認的（成熟）標記；然而，研究者對此論述持保留態度，認為年齡和抗壓力的關係尚待更多的研究和論證。因此，本研究無法回應兒童參賽者「應不應該」有壓力、「能不能夠」承受壓力這兩個問題。不過，從訪談資料出發，研究者能夠釐清的是：【童盟會】參賽者可能有哪些比賽壓力？以及，參賽者是否因為比賽而感到壓力很大？

⁷¹ 詳見本文第 94-95 頁。

首先，和成人選秀節目參賽者相比，【童盟會】參賽者應該有更為充裕的時間和心力來投入比賽，因為他們無須負擔家中生計，而且國小的課業也無須他們花費太多的時間就能兼顧，所以照理來說，他們較不會因為缺乏練唱時間或者因為經濟考量而產生壓力；但事實不然。多位受訪的參賽者因為補習（補學校課業，也補才藝），所以練唱時間被壓縮到所剩不多。而且，不像成人參賽者在選歌、練唱上，多是獨立作業，頂多需要和製作單位討論，他們家長的參與侷限在加油打氣，兒童參賽者的家長通常是「全程」參與——從選歌、練歌到錄影，家長往往會給予許多意見。如上述討論提到，家長因為比起孩子更了解【童盟會】場域和社會場域的運作，也因為他們的「家長身份」，所以他們的實踐行動顯得更為主動和積極。如此一來，【童盟會】參賽者除了因為練唱時間不多的情況感到壓力之外，與家長的溝通也可能為他們帶來壓力。例如，家長往往覺得孩子練唱不認真、覺得孩子可以準備得更好，孩子則覺得自己練得很好了。有趣地是，即便多數受訪的參賽者都曾經和家長在選歌、練唱上意見不合，甚至在爭吵的時候，搬出棄賽這個選項，但最後，兩方仍會合作，繼續為晉級努力。畢竟放棄了，之前的努力也就白費了，如王維玲研究發現，儘管《超級星光大道》參賽者承受很大的生理和心理負擔，他們仍會繼續比賽，因為「希望自己的付出能夠得到回報」（王維玲，2010：98）。

再者，雖然兒童參賽者沒有經濟壓力，但是有輿論壓力。意思是，不像成人參賽者須自行負擔個人或家中經濟，兒童參賽者有家長做為經濟後盾，但是他們往往必須承受「父母的搖錢樹」諸如此類的輿論。先不論這種論述其實是以「浪漫童年」（兒童／童年不具備經濟價值）為基礎而形成的刻板印象；實際從訪談資料看來，此種輿論顯然有待商榷，因為微薄的車馬費許多時候連交通費都不夠支付，甚至還需要家長自己貼錢，而且因比賽獲得的獎金⁷²都存入孩子的戶頭或者由孩子自己保管。一言以蔽之，【童盟會】參賽者有準備比賽的壓力⁷³，包括練唱時間不足，以及和家人意見不合，還有輿論壓力。那麼，參賽者是否因為比賽而壓力大呢？似乎沒有，因為參賽者在訪談過程中，並沒有特別講到壓力。此外，從受訪者沒使用「壓力」這個字詞看來，即便壓力存在，它或許不如社會輿論所形容地那般負面⁷⁴，尤其參賽者對【童盟會】參賽經驗以及該舞台的描述、

⁷² 本研究的受訪者都至少晉級到月賽，所以他們除了參賽的車馬費 1500 元（扣稅後是 1350 元）之外，都有拿過一萬元獎金，因為獲得月盟主或季盟主的資格都有一萬元可以拿。

⁷³ 說到比賽壓力，反而工作人員有比較多的想法，例如一位資深的工作人員表示參賽者的許多壓力來自於家長，所以他特別強調家長要有正確的心態。他說：「我都會先教育家長，跟家長講說，你不要給小朋友太多壓力，你也不要講說比上次好就好了，靠北！這個才是真正的壓力，這個壓力更大。…。比如說，唱得不好，小朋友就會哭，都還沒給分數就哭了，然後講說什麼對不起爸爸媽媽，因為我沒有唱好，我想說不對吧，只是來表演、來唱歌而已，搞得好像來打仗一樣（工作人員 2，2012.01.10）。

⁷⁴ 有一位參賽者甚至喜歡比賽帶來的緊張感，「覺得特別好玩」（參賽者 5，2011.12.27）。他的回答不僅扭轉了兒童參賽者被家長和製作單位逼迫演出的受害者形象，而且從他的例子來講，隨比賽而至的緊張感並不會造成壓力，又或者，對他而言，比賽壓力並不是一種對其人格產生負面影響的壓迫形式。

評價，都是正面的，而且他們一致表示，如果節目重新開張，還要再參加。不過，這樣的結果不排除受到了樣本本身的影響，因為受訪的參賽者都是【童盟會】的勝利者，他們至少都晉級到月賽，甚至取得總冠軍，所以對付壓力可能比其他參賽者來得有辦法，對節目也有較高的評價。

最後，暫且不論年齡和抗壓力的關係，研究者認為，透過主張兒童權利，可能可以避免或減少一些比賽壓力。舉例來說，根據《兒童權利公約》，成人有責任並且應該主動提供兒童認為對他們重要的資訊，所以在比賽之前，製作單位必須確認參賽者的參賽意願，避免參賽者因為被迫參賽，而承受龐大的比賽壓力，並且告知參賽者所有與比賽相關的資訊，包括錄影時間可能會到半夜、比賽可能會壓縮到學習課業的時間等等。

第二節 故事性

一、從私生活到公領域

準備給分的時候，小朋友緊張，可是工作人員更緊張，有兩種心態，一種是希望他贏，另一種是希望他不要贏，希望他贏是因為他是我的小朋友，當然希望他贏，但是不希望他贏的原因是，他已經沒有梗了，他會的歌已經沒了，他贏的話就完蛋了，小朋友完蛋了，拜託他不要贏這樣。（工作人員 2，2012.01.10）

什麼是「梗」呢？經訪談發現，工作人員口中的「梗」，類似「新聞點」，就是能夠吸引觀眾、衝高收視率的所有主題或內容。它的功能正是賦予劇本「故事性」，增加節目可看性。工作人員除了開會時，相互腦力激盪，還會觀察、蒐集其他節目的梗，而「梗」的來源，不是兒童節目，也不侷限在「以兒童年齡層為目標」的綜藝節目，而是所有綜藝節目中的梗都會參考，也都可能拿來使用。一位受訪的工作人員表示他「每天上班第一件事情就是看收視率表」⁷⁵，以「觀察

⁷⁵ 這不只是收視率對【童盟會】場域的宰制，也道出台灣電視節目內容趨於一致的現象，即在相互模仿甚至抄襲的工作環境下，工作人員不僅不能發揮創意，往往還必須和收視率數字妥協。訪談中，一位受訪者也談到電視節目相互抄襲的情況：「像我們做小朋友唱歌，另外一個節目同時段也開始做小朋友唱歌，用我們想出來的梗拿去其他節目做，就是把我們【童盟會】的小朋友唱過的歌、講過的話，把我們播過的內容拿到其他節目去做」（工作人員 2，2012.01.10）。另外要注意的是，雖然該位受訪者在訪談時，使用「我們」做為主詞，但是其他兩位工作人員，經研究者訪談查證後，確定她們並不需要天天看收視率表，原因是她們的職位比較低。即便如此，她們仍受收視率的宰制，而且深受其擾——在訪談過程中，她們拋出許多關於收視率的抱怨和想法，尤其工作人員 1 講到收視率，就一肚子氣：「我們才做半小時，能做一點多很厲害了，我覺得民視的人腦袋都怪怪的。你有認識誰有電視盒的嗎？我到現在還沒認識過耶，一個都沒有，那些東西到底是從哪裡來，莫名其妙耶，準嗎？它到底分布在哪裡啊？我認識那麼多人，少說有兩

其他綜藝節目的梗」。也就是說，雖然【童盟會】每週播出一次，但是在梗的需求之下，工作人員必須每天注意收視率表。並且，從梗和收視率的連結，可以發現：梗之所以重要，在於它能刺激收視率，再再證明收視率對【童盟會】場域的宰制，握有劇本寫作大權的工作人員也不能自外。

如 Bourdieu 所說：「象徵暴力的特點是在它施行的同時，會獲得承受它的人默許的共謀，而且連施行它的人常常也在承受此暴力」（Pierre Bourdieu, 1996 / 林志明譯, 2002: 18）。換句話說，工作人員因為能夠掌握劇本，看似是暴力的施行者，但他們其實和參賽者一樣，也是收視率暴力的受害者。劇本猶如兩面刃，它讓工作人員在【童盟會】取得較參賽者更高的權力地位，卻也是工作人員受制於該場域的具體表現。既是施暴者又是受暴者的工作人員，往往會陷入矛盾情緒。以開頭引用的訪談內容為例，該位工作人員無法單純地為他負責的參賽者加油，考量到劇本的可看性、節目的收視率，他反而不希望參賽者獲勝。再加上，選秀節目的工作人員需要參賽者提供個人故事，而參賽者依賴工作人員的提點，他們之間的共生關係、利益和情感複雜的交融情形，往往加劇了工作人員的矛盾情緒。

綜言之，梗在【童盟會】場域中是重要的，因為它就是劇本的故事性，更左右了節目的可看性，所以在這個被收視率權力宰制的場域中，梗的有無、劇本的好看不好看、有沒有收視率，在在決定了行動者的位置和處境。舉例來說，「沒有梗的人」（工作人員 3, 2013.02.01），就是唱歌唱得不錯，但因為沒有梗，所以沒辦法讓他／她上電視。相反地，如果有梗，即便唱歌唱得不好，還是可以登上舞台⁷⁶。再者，依據梗的多寡，更產生了「週／月／季拋」的分類機制。「我們有一個名詞就是，這個小朋友我們就把他當成週拋就好了，就是他來一週就掰掰，因為他的內容沒有很多，然後有些小朋友家裡比較特別，比較有梗，哇！這個可以當月拋，這個可以當季拋」（工作人員 2, 2012.01.10）。顯然，在收視率的考量之下，梗／故事性是這般重要。不過，「週／月／季拋」之所以產生，其實也是因為製作單位考量到參賽者只是兒童，本身就缺乏故事。

百個吧，我從來都沒聽過耶」（工作人員 1, 2011.12.28）。她接著問我是否認識家裡裝有電視盒的人，當我回答「沒有」的時候，她像獲得勝利一般，說道：「這樣就有四百多個人了，所以我說這東西根本不準！」

⁷⁶【童盟會】透過劇本、特效、剪接等等來包裝參賽者及其家人，生產有梗／有節目效果的內容。這麼一個「歌聲在歌唱選秀中不是最重要」的情景，如同陳亭瑜在《歌唱選秀節目中素人明星的產製與消費初探》一文中，引述 Bell 對《美國偶像》（American Idol）的觀察：「與其說 American Idol 是歌唱比賽，倒不如說是個形象的競賽。商業性特質指涉了一個特定的外表與一種特定的個性，並直接代表了，擁有一個好的嗓音不是一個必要的條件」（陳亭瑜, 2010: 30）。除了梗／劇本的包裝之外，【童盟會】對「形象」的重視還表現在參賽者的「觀眾緣」，也就是觀眾愛不愛看。所以，除了個人故事要吸引人，製作單位會挑選「上相」的參賽者，例如女生長髮比較好、年紀比較大的，要瘦；年紀小的，臉就要肉肉的。男生的話，在訪談中則是沒有特別講到。這些挑選標準主要來自製作單位的經驗判斷；另外，製作單位也會觀察徵選會現場觀眾的反應，評量參賽者的觀眾緣。

我們沒有像星光大道或超偶那種，就是不停的讓小朋友慢慢汰掉，是因為小朋友畢竟是小朋友，如果我們過度去壓榨他的話，他一下就沒了，就像我們跟小朋友聊內容，小朋友才四歲，他從會講話到現在才一年而已，他人生沒有太多的歷練，你要他講出個什麼所以然，都是騙人的，其他小朋友也是，他才五、六歲，或七、八歲而已，你要他在節目上不停的唱歌，這樣對小朋友來說，真的太殘忍了。(工作人員 2, 2012.01.10)

只是，讓參賽者「來一次就掰掰」，不殘忍嗎？當這樣的安排是預先設好的、當參賽者和他們的家人全都不知道有這樣的分類、當參賽者多是主動報名、當參賽者喜歡上在該舞台表演的感覺…，在這些情況下，「週／月／季拋」著實是殘忍的，而製作單位對參賽者的體諒，則瞬間變成了傷害。在研究者看來，「週／月／季拋」分類機制做為解決差異（會表達和不太會表達的參賽者）和避免壓榨（和成人相比，不斷要兒童唱歌或提供故事，反而是壓榨）的方式顯然有些弔詭，因為不想傷害到小朋友，或許最好的方式是不去打擾到他們；但是礙於選秀節目的流行，以及收視率的追求，兒童選秀、兒童參賽者成了製作單位勢必開發的市場，而故事性以及隨之而生的「週／月／季拋」則成了製作單位必要採取的手段。

為了故事性，所以製作單位什麼都要問——從參賽者到他／她的家人、朋友、老師、鄰居、寵物；從個人興趣、學校生活到爸爸的初戀情人、媽媽離家出走、阿公過世。簡言之，以往被界定為私領域的生活故事，只要有梗、夠故事性，都可以寫成劇本，公開演出，並成為大眾消費的對象。如同研究者在文獻回顧時，寫道：「對選秀節目的參賽者而言，私生活資訊是換取明星地位的貨幣」。由於參賽者是尚未成名的素人，並且缺乏專業和完美的特質（相對於檯面上已存在的明星而言），所以他們透過分享個人故事、揭露自身的情感，來爭取明星地位。不過，研究者依然好奇：工作人員如何挖出一個又一個私密故事？難道每個參賽者，還有他們的家人為了成名，都變得侃侃而談？

你要跟他『搏擲』（台語，交際的意思）、『交陪』（台語），大家交朋友，就是你這個朋友我交定了！」（研究者：可是電話會給人距離感）所以我們講話都變得八面玲瓏，原住民就『啊，這麼這樣子ㄉㄟ，人家就覺得好親切ㄉㄟ』（模仿原住民口音）。然後台語就講台語，『我甲你說』（台語），然後講國語就很認真，見鬼說鬼話，見人就說人話的意思。（研究者：我還以為你們會去家裡拜訪）太麻煩了！不用不用，就透過電話，不然怎麼會有那麼多詐騙集團直接講電話就可以騙到你的錢了，我們也是啊，只是我們是騙他的故事，而不是騙他的錢。（工作人員 2，2013.03.07）

也就是說，在參賽者及其家人自我揭露之前，工作人員其實要很努力地和他

們「搏感情」。除了使用親切的語氣和口音，拉近彼此的距離之外，許多時候工作人員還必須先自我揭露一番。三位受訪的工作人員皆提到他們會透過講述自己的故事，降低對方的戒心、獲取信任，就能得到較為深刻的故事。雖然對工作人員來說，自我揭露是獲得對方故事的策略；就工作而言，只是公事公辦，但是工作人員自身的故事和情感，其實就是節目生產體系的一環。換句話說，工作人員和參賽者及其家長一樣，在選秀節目的製作過程中，他們的個人故事和情感同是不可或缺的原料，而他們的勞動也都是低酬、甚至是無酬，尤其情感勞動，往往是被忽視的，而且理當被忽略掉——因為是素人，所以他們理當要貢獻個人故事；因為工作需要，所以工作人員理當要盡心盡力問出感人的故事。事實上，工作人員也和參賽者一樣，往往無視勞動的剝削。意思是，由於生存心態，參賽者及其家人儘管只有微薄的車馬費、儘管勞動和報酬不等值，也不會覺得被剝削；同樣地，工作人員頂多抱怨他們投注的大量時間、體力和心力換來低薪，但總是以「這行業就是這樣」來降低心中的不滿，並且想想這行業的優點來支持自己繼續做下去。

另外，研究者發現，工作人員對於挖故事、寫劇本，沒有任何猶豫，覺得「問到祖宗十八代」、「見人說人話，見鬼說鬼話」是必要的(工作人員 2, 2013.03.07)，但是想到比賽可能為兒童參賽者帶來壓力時，反而會對節目產生遲疑，因為他們希望參賽者能開心唱歌。然而，在找梗的時候，他們因為內化了的生存心態、因為【童盟會】場域中的所有工作人員都是這麼做，所以他們「全部都要問」(工作人員 1, 2011.12.28)，甚至「死不要臉」地去說服參賽者及其家人公開在節目上講述私密的故事(工作人員 2, 2013.03.07)。而參賽者和他們的家人似乎都可以和工作人員侃侃而談，並且在意見不合的情況下，容易被工作人員說服。莫非，每個工作人員都如詐騙集團一般，說話說得天花亂墜？還是另有原因？

研究者發現，除了工作人員的說話技巧之外，他們的「專業形象」、在場域中的權力位置，以及【童盟會】場域中的生存心態，才是讓參賽者及其家人侃侃而談，並且配合劇本演出的主要原因。其實在上面關於「競爭感」的討論中，就看到參賽者和他們的家人不曾質疑劇本的存在，還會配合演出他們不喜歡的噲聲劇情，這是他們對場域規則的感知和實踐，更是生存心態的展現，畢竟素人的(好看的)故事是選秀場域中交換明星地位的貨幣。還有，在同一個討論裡，也看到參賽者及其家人因為認知到自己缺乏能力和經驗(相對於檯面上的明星而言)，所以對於給予機會的製作單位心存感謝，而這份對自我能力的認知，以及這份對製作單位的感謝，使得製作單位在兩方的權力關係中，取得了較高的位置，並在【童盟會】場域中獲得主導的地位。同理，基於生存心態，以及製作單位在場域中的形象和位置，參賽者及其家人不曾質疑製作單位一連串的詢問，甚或是追問。

而且，如工作人員所說：「我們畢竟是工作人員，我們見過的小朋友比他們

多太多了，所以我對他們來說算是專業，然後遇到專業的話，就會產生信任」（工作人員 2，2012.01.10）。這般專業的形象也讓參賽者及其家人傾向於聽從工作人員的意見行事⁷⁷，尤其對比參賽者及其家人缺乏能力和經驗的形象，工作人員專業的形象顯得更為突出。而專業的形象再次鞏固了工作人員在他們與參賽者及其家人的權力關係中較高的地位，也讓工作人員進而取得某種主導節目運作的「權威」。舉例來說，某位參賽者和他的家人一直認為某次比賽中，一位明星的出現，是工作人員為了製造節目的高潮而安排的，不相信該位明星——同時身為該位參賽者的歌唱老師，只是單純想為參賽者加油而到場。無論工作人員如何解釋，參賽者及其家人就是認為這一切都是節目的安排；然而，研究者僅是轉述工作人員的解釋，明明是相同的說法，參賽者和他的家人此時卻覺得可以相信。

從上述事件可以看出工作人員、參賽者及其家人的互動情形和權力關係⁷⁸：在參賽者和他們家人的眼中，工作人員主宰著節目，節目的一切都在他們的運籌帷幄之中，包括透過橋段設計，以製造節目效果；相較之下，自己只能被動地配合演出。然而，在研究者看來，這種權力關係，更深一層，其實顯示出「故事性」元素以及隱身於背後的收視率象徵體系在此場域是多麼地根深蒂固，並且當場域中的行動者或有意識或無意識地依據節目效果／收視率來行動時，收視率象徵暴力儼然成形。換句話說，工作人員的宰制地位僅是相對於參賽者及其家人而言，實際上他們同樣受控於收視率暴力。由於【童盟會】場域被收視率象徵暴力所宰制，象徵資本的累積，包括專業形象給參賽者及其家人的信任感，以及賦予工作人員的權威感，弔詭地成了一種無形枷鎖。意思是，當工作人員的專業和權威立基於收視率表現，即愈高的收視率，代表專業能力愈高、寫得劇本愈好，也就能

⁷⁷ 事實上，工作人員的「專業」亦受到評審的肯定和尊重。雖然工作人員不干預評審的評分，但是在節目追求效果的情況下，評審的發言或講評多採用工作人員的劇本或建議。如一位工作人員說：「通常我會跟評審溝通說『我希望你可以講什麼』，就是我會先聽彩排，小朋友準備要唱歌了，然後導播設計鏡頭，就會先停機跟攝影機講說等一下要怎麼 zoom，這個時候我就會走到評審面前，跟他講說不要講得太果斷，不要說我覺得他唱得不好、他唱得非常好，你要講得模稜兩可，或者是你給個提示，譬如說我都會跟評審講說『我聽了你的唱歌完，我覺得周杰倫要退休了』。然後我們就可以上效果字『周杰倫要退休了』，或是『如果你早出生個十年，就沒有蔡依林了』。我就跟評審講說你幫我講這些比較綜藝化的梗。」（研究者：所以說你會給評審一些意見？）對，比較有趣的梗，就跟他們講幫我講這個這個，然後他們有時候覺得好笑，他們會再增加一些東西，那就更棒！（研究者：那你給的意見，他們會採納嗎？）會啊，十個有九個採納，因為他們都覺得我們做節目的人比較有創意，所以他們就覺得不錯可以講這個。」（工作人員 2，2013.03.07）

⁷⁸ 還有好幾個類似的例子，都顯示出此種工作人員在【童盟會】場域裡，握有較參賽者及其家人還要大的權力——不論是生產上，還是決策上。例如，有位參賽者和他家人向研究者透露他之所以會被錄取，是因為製作單位想要拓展該節目在台北的人氣。但是，之後他以月盟主的身份到徵選會表演宣傳，卻沒有帶來什麼效果。結果，他說：「上次那個試唱會，很少人會唱的關係，然後他們就想說，就不用我了，所以他們特別就把我幹掉」（參賽者 5，2011.12.27）。此外，在這樣不對等的權力關係中，弱勢的一方可能會感覺「被利用」，因為覺得工作人員只有在需要自己的時候，才會想到，不然就被放到一旁。而工作人員為了不要讓參賽者及其家人有這樣不好的感覺，在比賽結束後的一段時間內，會和參賽者保持聯絡——「為了避免小朋友覺得我們在利用，就是小朋友家長覺得我們在利用他們。想到就打電話給他們，比方說天氣很冷就打電話過去，其實我是真的每一個我的小朋友都很喜歡」（工作人員 1，2011.12.28）。有一次，該位工作人員因為忙到忘了打電話關心，讓參賽者和她的家人感覺被利用，所以她後來還登門拜訪。

在場域內占據較高的地位，他們只是再次陷入既是施暴者，又是受暴者的窘境。

不過，參賽者和家長也不總是被動地聽從工作人員的意見，他們在熟悉場域的運作之後，實踐上會變得比較主動，例如自行「加戲」或者要求更換劇本，這同時也是因為行動者「有一種追求利益（interests，泛指各種價值）的動機」（張錦華，2010：238）。出於這種追求利益的動機，參賽者及其家長的實踐會不自覺地符合場域的規則，他們甚至是有意識地迎合場域。舉例來說，有位受訪者透露某位參賽者的台詞很多，是因為該位參賽者的家長會幫她加台詞。而參賽者及其家人的主動實踐還包括改劇本和退劇本。

你知道嗎！（聲音往上提，語氣帶有不滿）那次腳本是說在節目上，我就承認我是他乾爸爸這樣子，我把那腳本丟回去說，公開這個事情，我不能配合你們節目來做這種事情，這是很嚴肅的事情，不是這樣隨便做的事情。（家長 5，2011.12.27）

顯然，遊戲有遊戲的規則，參與者也有不可侵犯的底線；而且，正是變動的具體實踐，賦予場域動態性，使得場域從來就不是靜態的空間。在這個例子中，該位參賽者有歌唱實力做為籌碼，並且堅持修改，所以工作人員也就很快地生出新的劇本。面對這一場角力遊戲，如這位家長所說：「很多東西都是 negotiation」（家長 5，2011.12.27），尤其當參賽者及其家人熟悉場域之後，往往一改開始時的「逆來順受」、「照本宣科」（家長 5，2012.01.14；家長 3，2012.01.15）。他們不僅態度上變得主動，例如向製作單位反映哪一句台詞不好，要求刪掉；而且，對於如何在該場域追求有利位置，也愈來愈有想法，所以不再那麼依賴製作單位或劇本，而是用自己的方式，達成節目要的效果。諸如此類的行動，似乎反轉了參賽者及其家人和工作人員的權力關係，尤其在訪談過程中，多位家長還分析了劇本的缺點，並提出建議。只是，他們終究受制於場域，因為就算退了劇本，還是要照新寫好的劇本演出；就算自己改台詞，還是要顧到效果。收視率始終是【童盟會】場域的主宰者，而生存心態雖然是彈性的，但它終究是被結構的結構。

綜言之，研究者發現：對於劇本，參賽者及其家長並不是照單全收，尤其有損自身利益的劇本，他們會自行修改，甚至退劇本，例如他們不喜歡過於誇大的劇本內容，因為怕引起觀眾反感。也就是說，即使參賽者和家長都能理解並接受節目效果，但是當所謂的節目效果可能為自己帶來負面效果、對自己不利時，家長就會主動幫孩子修改劇本。然而，研究者也注意到，可能的協商和反轉其實仍受場域限制。有趣地是，細究上述實踐行動，會發現採取行動的全是家長——由家長修改詞句或提出異議。

對於家長較參賽者在實踐上更為主動的表現⁷⁹，研究者認為可能的原因有三：首先，在成人的社會中，家長做為成人，理所當然地成了兒童的代言人。第二，在家庭場域中，有社會經驗、經濟能力的家長，其地位當然較孩子高，所以他們對於參賽與否、徵選、比賽選歌、之後的發展等等，皆握有一定的決定權，更因為他們的家長／監護人身份，所以他們的決定權顯得更加不容質疑。更何況，家長和孩子之間還有親情的羈絆，正是這份情感往往讓家長比孩子表現得還要認真、積極。簡單地說，家長覺得自己有能力，又有照顧孩子的責任和義務——當然，他們也希望孩子好，所以會處處給予孩子建議，甚至領導孩子該怎麼做。第三，如前面討論過的，在【童盟會】場域中，參賽者只覺得「有話說」就好、不要冷場就好，但家長因為知道「說什麼比較好」，所以對於「說什麼」嚴格把關。總的來說，家長因為比孩子更了解【童盟會】場域，以及社會場域的運作、因為成人社會中，家長（一向）做為孩子的發言人、也因為他們與孩子之間的情感牽絆，所以他們顯得更為主動。

也難怪旁觀者總覺得家長、製作單位滿頭熱，孩子則是無辜的受害者。但是，從訪談資料看來，參賽者對歌唱都有濃厚的興趣，而且唱歌對他們來說，除了是興趣，也是抒發情緒、壓力的方式，也是夢想，所以即便【童盟會】結束了，有些人持續精進才藝，有些人嘗試其他舞台，有些人選擇就讀表演學校或者把表演學校、藝術學校做為升學目標。再者，研究者認為，人們對這些家長的控訴，包括自私自利、罔顧孩子福祉、視孩子為私有財產等等，著實有些偏頗，尤其訪問現場裡，研究者看見參賽者及其家長不論是言談，還是肢體，都透露出對彼此的依賴和親密。而且，訪談中，研究者也發現到，有些家長對「養育」(parenting)感到不安，雖然他們想給孩子最好的，卻不確定自己是否做得對；同時，因為希望孩子能過得好，所以對孩子的要求就很高。而這正呼應 Brooks 所說，當代社會中，家長對養育兒女有強烈的不安和極高的要求，使得現代童年較以往承受著更大的壓力和緊張感 (Brooks, 2008)。總而言之，於兒童選秀議題上，把參賽者直接視為受害者的說法，其實是對兒童本身的聲音、家庭場域中的互動，以及現代社會中育兒情況的不了解。而且，若要究責的話，電視機前的觀眾，消費著螢幕上一個個兒童影像，或許才是兒童選秀節目的幕後黑手。

最後，從上述種種參賽者及其家人的主動實踐看來，他們似乎可以反轉他們與工作人員在【童盟會】場域的權力關係。只是，研究者懷疑當工作人員象徵專業和權威，此種反轉的實踐的機會能有多大。因為細究劇本的生產，研究者發現

⁷⁹ 除了改台詞和提出異議之外，家長在選歌或者孩子練唱上，也都是主動積極的。看到這景象，自然會質疑「到底是誰的比賽」。就本研究的受訪者來說，選歌方面，通常是相互討論出來的，也不太會有歧見。反倒是練唱方面，多位參賽者和他們的家長在練習時數和態度上，往往有不同的意見，因為在家長眼中，參賽者是懶散的，所以他們會提醒、監督孩子練唱，但孩子卻不這麼認為。總之，研究者確實觀察到家長的積極——他們比賽前要幫忙選歌、找音樂帶，甚至自己剪音樂帶，還要跟著練唱，到了錄影現場則要陪伴，賽後還可能要安慰或檢討，但不因此就認為「這是家長的比賽」。詳見研究者於正文中列出的原因。

工作人員寫劇本之前，不會一件事一件事去徵詢當事人同意；再說，即便參賽者及其家人可以在被訪問的時候，或者拿到劇本之後，向工作人員反應「不要寫出來」，或者提出哪裡要修改，實際操作劇本的權力仍掌握在工作人員手中。如三位受訪的工作人員都表示，參賽者及其家人幾乎都不會「反抗」。

我說『好啦，不管啦，姊姊就是這樣寫，你這樣唸就對了』。(研究者：他們不會反抗嗎？) 不會反抗，就是爸媽也都很順著我們這樣，大部分啦，應該是所有，比較沒有遇到說你不要寫這個，只有那個乾兒子，其他都沒有(工作人員 1，2013.02.01)。

除此之外，就算有反抗出現，工作人員也會選擇先溝通、說服，直到溝通、說服不成，才會重寫。因為在生產時間有限的情況下，說服往往比重寫來得快，再加上，重寫的東西通常不比原本的取材來得有效果，所以當然會先想辦法和參賽者及其家人溝通——但其實也就是說服他們。

(研究者：有小朋友曾經反抗過劇本嗎？)「也是會有啊，我會跟小朋友溝通，你要知道他不想要講的原因是什麼。譬如說他不想要講到親情這塊，因為他怕哭，我就說哭又沒關係，哭就哭啊，哭就表示大家都知道你是認真的，可是他說我哭會影響等下比賽的程度，我就換個方式來催眠他，既然如此，你就先唱比賽歌曲，唱完再講這故事。或是可能真的不想講，那這段我們在錄影之前，先把你拍下來，當天就不要講，透過 VCR 講出來。或者是錄影前天你幫我寫一封信，然後我跟你講要寫什麼，或是你先打草稿給我看，我再幫你修改，然後當天我請主持人幫你唸出來，這也是個方法。他有他的堅持的時候，你就可以用很多方法去讓他妥協。所以並不是小朋友說我不要，那就不要吧，你要去想很多方法來取代這個方法，這樣才是對的(工作人員 2，2013.03.07)。

工作人員傾聽參賽者的難處，並盡力排解那些難處，目的就是說服參賽者訴說感人的個人故事，如同「見人說人話，見鬼說鬼話」的訪問策略，在此，溝通也是種策略，其目的在於產出動人的劇本，創造收視率。而可能反抗的參賽者，終究是妥協的一方。同理，為了精彩的劇情、為了好看的收視率，工作人員會「想很多方法」、「用很多方法」讓家長妥協。

(研究者：有沒有發生過家長不接受你寫出來的劇本呢？)「也是有，但我會說服家長就這麼做。(研究者：怎麼說服？)就是見人說人話，譬如說老來得子，這個很 ok 啦，因為他覺得很開心啊，五十歲生孩子誰不開心。(研究者：那有沒有比較不願意講的？)負面的就不想要講，譬如說媽媽跟別人跑了。(研究者：你是怎麼說服他的？)小朋友一邊

講一邊哭啊，然後爸爸在旁邊也哭了，小朋友說『我想要當一個有媽媽的孩子』，然後評審就想揍我，說『你真的是太沒良心了，讓小朋友講這種話』，然後評審也哭了。(研究者：你怎麼說服爸爸的?) 跟爸爸講他真的很想要媽媽，這輩子他可能真的沒有機會見到媽媽了，那如果他有這個機會可以透過鏡頭跟他媽媽講話，他可能就不會有遺憾、可能就釋懷了，可以更獨立、更勇敢地去面對他的人生。我講完，他爸就哭了，說好。我那時候就死不要臉，就覺得還好。(研究者：那時候是覺得說這故事很好?) 其實那時候是很直接，很直覺的，因為其實我可以不要做這個東西，我可以做別的，因為你做久就有很多面向可以做，可是有時候你就覺得這個(劇)本，以前沒有人做過(工作人員 2, 2013.03.07)。

一言以蔽之，當收視率考量做為生存心態之時，工作人員會選擇說服欲反抗的參賽者和他們的家人。誠如高宣揚所說，生存心態既是「在個人意識中內化了的社會行為影響的總結果」，也是「長期實踐的經驗因素」(高宣揚, 2002: 194)。因為內化了，也因為長久以來都是如此，所以該位工作人員「很直接、很直覺的」選擇生產這個讓許多人都哭了的故事。此外，也因為「以前沒有人做過」，所以為了和其他同事做區別，該位工作人員才不輕易放棄這個故事，尤其感人的故事可謂是收視率的保證。換句話說，收視率既是【童盟會】場域的生存心態，也是秀異符號，不僅建立該場域的生產原則，更透過行動者之間對它的競逐，全面地宰制行動者的實踐。也因此，研究者一再強調，不論是工作人員，還是參賽者及其家人；不論是象徵資本的累積，還是生存心態的運用，甚或秀異，終究受制於收視率象徵暴力。即便如此，由於行動者同時還身處於其他不同的場域，而且有追求利益的動機，所以他們的生存心態仍是彈性的，而實踐行動仍是變動的。舉例來說，身處於學校場域和【童盟會】場域中的兒童參賽者必須在好學生和好童星之間取得平衡。

二、兒童選秀爭議之「不會讀書的小孩」

社會大眾往往認為螢幕上的兒童，不是不會讀書，就是不愛讀書——他們因為花時間在表演上，沒時間讀書，所以沒辦法把書讀好；也因為他們選擇表演，而非讀書，所以表示他們不喜歡讀書。上述推論有所依據，看似合理，但不可否認地，也有缺陷。第一，它忽視了兒童表演者之間可能存在的差異，因為目前根本沒有統計數字可以證明螢幕上的兒童都／多是不會讀書或者不愛讀書的孩子，所以它淪為刻板印象——不只社會大眾使用，媒體更是常用的刻板印象。如 O'Connor (2008) 觀察到童星常受媒體詆毀，原因是他們抵觸了社會對兒童／童年的認知和想像；螢幕上的兒童也是一樣。研究者發現，螢幕上的兒童就算還沒獲得明星地位，往往也是被詆毀，深受童星相關的刻板印象所擾，而這些刻板印

象源自於社會對兒童／童年概念的建構。換句話說，一旦學校教育（在學校讀書）是正常的兒童／童年概念中的必備要素，跨足電視領域的兒童表演者註定是不正常的兒童、不好的學生。第二，它還忽視了學校場域和電視場域之間的衝突性。由於兩場域的秀異符號不同，甚至是相互對立的，所以如前所述，【童盟會】場域中的兒童參賽者必須在好學生和好童星之間取得平衡，而他們的家長在面對學校場域和電視場域之間可能的衝突，更是在意和謹慎行事。

「我不喜歡我的孩子被人家說，你只是個會唱歌的孩子、你只是個不會讀書的孩子」（家長 6，2012.01.14），一位受訪家長如是說道。除了這位母親，多數受訪家長也都強調兼顧功課是比賽的前提，一旦表演影響課業就要退賽。而參賽者也是這麼認為。換句話說，兼顧課業是參賽者及其家人的共識。事實上，多位參賽者不僅是兼顧課業，他們還是學校裡名列前茅的學生。一位參賽者更表示，【童盟會】裡多數參賽者的功課都很好。深入其中原因，首要是因為參賽者自身，以及他們的家人對課業都有要求；再者，研究者發現，參賽者及其家人對演藝圈的「剖析」，同樣促使參賽者顧好課業。因為他們從媒體報導得知演藝圈華麗外衣之下的種種辛酸和黑暗，所以他們對於栽入五光十色的螢幕世界，語帶保留並且表現謹慎，進而強調學生本分和台下的生活。也因此，對【童盟會】參賽者而言，兼顧課業和比賽通常是不成問題，反而是與同學、老師的相處，因為參賽而變得緊張。

一些童星——製作公司跟我講的，就是到了學校之後，銜接出了很大的狀況，就是被同學排擠，他（按：該位家長的小孩）現在已經有出來了，同學一半呢，非常的迷他、崇拜他，另外一半就是忌妒他。（家長 6，2012.01.14）

身處於學校場域和電視場域的【童盟會】參賽者，既是學生，也是表演者／藝人。此一雙重身分，讓他們像童星一樣，不僅忙到分身乏術，還可能為他們帶來棘手的挑戰。引文中的參賽者因為上完學校的課，還要去安親班、吉他班和美語補習班，所以比賽之前，會利用下課時間練唱，沒想到班上某些同學開始批評他「自大」、「愛現」，甚至討厭他。而這是他參賽之前沒有意料到的事。

同學之所以覺得該位參賽者自大、愛現，還有一個很大的原因，那就是他可以在課堂上表演——該位參賽者的老師在小考結束或者上課上到一個段落時，會叫該位參賽者上台唱歌娛樂大家。即便該位參賽者不想要唱，尤其不想要（再）引起同學的妒忌，但是礙於老師的權威和權力，就算被同學罵，他也不會反駁：「都是老師叫我唱的」（參賽者 5，2012.01.14）。據此，清楚看到學校場域內老師和學生之間不平等的權力關係，也看見電視場域的「秀異符號」，例如歌唱能力和參賽經驗，到了學校場域，反而給參賽者帶來麻煩。除了可能引起同學忌妒，

還可能造成老師不滿。這位參賽者就因為比賽忙碌，所以忘了在教師節的時候，為老師送上卡片。班導以「不盡責」為由，拔除他的班長職位，因為對班導師而言，他身為班長，就該處理好學校事務，不然就算歌唱得再好，也是不及格的，所以即使參賽者一度心情低落到排斥上學，還是沒有得到諒解。也因為老師在學校場域中占有一定的位置，所以不管家長蒐集了多少班上同學的說詞，還鬧到家長會、校務會議上，只要老師堅持「每個月都會換班長」的說法，最終也只能作罷，並且考量到參賽者還要待在該班級兩年，只好努力修補與老師的關係⁸⁰。如 Bourdieu 和 Passeron 在《教育、社會與文化中的再製》一書中，寫道：「在學校場域中，教師對他的學生具有合法支配的權威與位置」（Bourdieu & Passeron, 1990；轉引自周新富，2005：147）。因此，即便學生都不記得老師在開學時說過每個月都要換班長，老師的說詞仍會被採納，因為他有支配學生的權力，而且這權力是合法的。

總的來說，電視場域和學校場域、社會場域之間存在衝突，因為它們看重的價值不同。學校場域強調智識，並且有意和經濟、商業做區別，但電視場域強調經驗，並且和經濟、商業緊密掛勾；而社會場域在「浪漫童年」的意識型態之下，與學校場域多有疊合。所以，螢幕上的兒童，包括【童盟會】參賽者，有顧此失彼的危機，例如被視做不會讀書的孩子、被批評愛現——關於愛現，除了上述例中的參賽者之外，另外還有兩位參賽者也和研究者談到。

三、兒童選秀爭議之「『裝很大』的小孩」

故事往往需要包裝，才能成功帶動收視率。如第四章討論到，【童盟會】善用誇飾、挪用等手法，為參賽者塑造出天才和超齡形象，並且把平凡的日常生活塑造成特別的媒體奇觀。就像參賽者及其家人認知並執行劇本／梗，他們通常也接受當中的包裝手法。舉例來說，嗆聲是常見的劇情，但也是一種誇飾手法，因為它目的在於誇大參賽者之間的競爭。雖然【童盟會】因此收視率提高，但也因為這些包裝手法，引起專家學者和兒福聯盟的反對聲浪。有一位受訪家長針對節目包裝，侃侃而談：

（研究者：我參加錄影才知道節目都是事先安排好的，不知道什麼才是真的了）你感覺他們很多都是假裝出來、做出來的。本來就是這樣，你覺得你看新聞都是對的嗎？這本來成人文化就是這樣子嘛，哈哈，所以我看起來是還好啦，因為都是包裝。（研究者：所以你覺得包裝是？）我覺得那是無可厚非，反正表演藝術就是包裝嘛，對不對，其實你說政

⁸⁰ 家長在接下來的聖誕節，請了聖誕老公公到班上，並且發送 Mister Donut 聖誕禮盒給全班同學。

治也是包裝；你到一個公司，商業也都是要包裝。變成一個必修學分，金正日也要包裝，哈哈，蔣中正也要包裝阿，對不對，什麼魚兒往上游的故事，大家都要包裝一下，對不對（家長5，2011.12.27）。

然而，在專家學者和兒福聯盟眼中，正因為成人和兒童的文化不同，所以兒童不應該提早接觸成人文化，不然兒童會受到負面影響（即專家學者和兒福聯盟所說的「早熟」）。事實上，兒童和成人不只是相異的，還是對立的，因此，純真的兒童應當和失真的包裝手法毫無關係，而充滿包裝的【童盟會】也就成了兒童禁地。不過，支持兒童選秀的人會反駁：兒童終將成為成人，而且他們一直在為此事準備——就連學校教育也是為兒童「成（為）人」做準備，所以不必對所謂的成人文化避而遠之。

在研究者看來，如同「童星不會／不愛讀書」是欠缺證據的刻板印象，「兒童因為參與選秀節目所以『早熟』」的說法同樣缺乏實證，而且「早熟」是否為兒童參賽者帶來負面影響，也有待考察⁸¹。但同時，研究者對於這般精心設計過的環境能對兒童參賽者有什麼幫助，以及被收視率暴力宰制的場域能讓兒童參賽者獲得些什麼，再再感到質疑，尤其連工作人員自己有時候都分辨不出真假⁸²，想見【童盟會】中的商業力量該有多麼強勢，正因為追求節目效果，所以工作人員「為寫而寫」；正因為收視率既是內化的生存心態，又是外顯的秀異符號，所以不能一句「大家都要包裝」就帶過（家長5，2011.12.27）。當那些華而不實的影像是那般真實地存在【童盟會】裡，當中的行動者，不論參賽者、他們的家人，還是工作人員，甚至電視機前的觀眾，其實都是收視率受暴者。關於參賽者、他們的家人，和製作單位如何面對「早熟」批評，下一章有深入的討論。

⁸¹ 一來，近年的兒童／童年研究強調童年的「社會建構」特質（也是事實），使得學者對早熟的界定更加分歧，所以當早熟的定義沒有一定的準則時，也就難以進一步討論早熟對兒童的影響。二來，有不少學者研究兒童接收暴力和色情的媒體內容的情形，以及這些內容對兒童的影響，但是它們無法解釋早熟對兒童的影響。有鑑於早熟一詞的模糊不清，甚至帶有負面意涵，研究者偏好使用較為中性的「超齡」，不過，討論到社會大眾和專家學者對【童盟會】參賽者、童星的評論時，沿用他們慣用的「早熟」，以不失原意，也才能反映出社會情境。

⁸² 有一次，一位受訪的工作人員交出一本很有「效果」的劇本，沒想到被長官改掉，因為長官以為她亂寫，但那次的劇本內容是確有其事。連專業的、經驗豐富的主管都分不清楚真假，顯然，劇本加油添醋，甚至跳脫事實的情形是稀鬆平常。



第三節 小結

借助 Bourdieu 的理論，研究者能夠更清楚看見參賽者、他們的家人和製作單位在【童盟會】生產過程中扮演的角色，尤其透過這些行動者與【童盟會】場域的互動，研究者既能挖掘收視率象徵暴力對行動者的宰制，又能正視行動者動態的實踐，例如生存心態的調整。由於前面的討論著重在參賽者及其家人和製作單位的互動，還有參賽者和家人的互動，研究者利用這一章的最後，分析製作單位內部，以及製作單位（映畫製作公司）和電視台（民視）之間的互動，以獲得工作人員的勞動全貌。

由於【童盟會】場域做為電視節目，為一文化場域，所以研究者先從文化勞動的觀點，描繪【童盟會】場域輪廓，方便之後捕捉工作人員和該場域，以及該場域和電視台之間的互動情形。首先，如前面討論所示，【童盟會】場域受制於收視率；而商業力量之所以能夠作用於【童盟會】，是因為場域之間有「相互滲透性」。意思是，「經濟場域的運作邏輯（可以）滲透到其他場域」，例如文學場域重視發行人、藝術場域重視藝術品的商業價值；再加上，場域有「自主權」但沒有「自決權」，也就是場域可以透過訂定特殊的規則，建立它和其他場域的差異和界線，但是不同場域仍會互相滲透（周新富，2005：61-63）。不過，雖然場域會互相滲透，但是每個場域彼此滲透的程度不一。如高宣揚說：「在當代媒體系統中，各個組成部分距離或介入社會場域和經濟場域的程度很不一樣」⁸³；他進一步指出，介入商業經濟場域較深的媒體，因為「它們同商業之間的緊密關係，使它們無法完全保持文化場域應有的自律性」（高宣揚，2002：413）。所以，如 Bourdieu 所言：「透過收視率的作用，電視比起其他所有的文化生產世界，承受著更大的商業壓力」（Pierre Bourdieu，1996／林志明譯，2002：54）。也因此，在分析【童盟會】場域內行動者的實踐活動時，必定要注意收視率對他們的影響。

接著，由於文化場域中，文化工作者的勞動以「勞心」為主，不同於一般勞動，難以量化；它不僅總是被忽略，而且因為建立在「有市方有價」，所以容易被收編進市場經濟，使得文化工作者可能淪落成資本家的奴隸（林富美，2006）。換句話說，文化工作者的勞動價值立基於消費之上，所以他們會努力產出能夠引起良好市場反應的商品，即便投注的時間和勞力遠大過於可以獲得的報酬，在「責任自主」的生存心態作用之下，他們也不會群起反抗。所以，【童盟會】的工作人員成天追著收視率跑，常常要加班到半夜，但是口頭抱怨完後，還是繼續如此勞動；顯然，他們對於勞動條件上的不平等，缺乏自覺意識。而這也顯示出工作人員的實踐活動如何受制於收視率象徵暴力和生存心態。以下的討論旨在挖掘工

⁸³ 舉例來說，新聞媒體介入社會場域的程度比廣告媒體深，而廣告媒體較新聞媒體更為介入經濟／商業場域。

作人員、製作人和電視台主管於收視率象徵暴力的宰制下，彼此互動的細節。



基層工作人員 vs. 製作單位主管

「很不喜歡在製作人面前打電話，她喜歡控制我們（笑），她每次都在旁邊偷聽我們電話內容，然後掛掉電話，她就說『你要問什麼問什麼啊』。」

（工作人員 3，2013.02.01）

在製作公司內部，屬製作人最大，因為節目的一切都由她管，包括打電話、寫劇本、服裝、梳化等等。不過，這也表示節目的表現由她承擔。意思是，她之所以要「控制」下屬，除了是職責所在，更是因為收視率的好壞都算在她的頭上。製作人不僅每個禮拜都要到民視開會，檢討【童盟會】收視率表現，平時和民視的高層建立良好的關係也是她的工作。所以，製作人當然會「控制」下屬；只是，當她把壓力加諸到員工身上，壓力大的工作環境、過長的工作時數和低薪使得員工流動率也變得很大。工作團隊甚至一度只剩下她和一位資深員工。

總的來說，不論是占據製作單位場域中重要位置的製作人，還是基層的工作人員，面對要求收視率的電視台、面對每個禮拜的收視率表，他們同是電視台追求收視率象徵權力中的一個棋子。然而，他們不完全被動，能夠在有限的範圍內，實現當初進入【童盟會】場域所懷抱的動機和目標。舉例來說，一位受訪工作人員希望【童盟會】是參賽者創造快樂回憶的地方，所以即便她清楚製作人喜歡的劇本類型，也不輕易做出牴觸她心中理念的實踐活動：「我之前有問到一些，製作人會喜歡的東西，可能是感人的，但家長不願意講，我連跟她講有這件事情都不會跟她說，因為她會要我去說服家長講這件事情，所以就停在我這邊，不把它打到資料上，開會也不提到」（工作人員 1，2013.02.01）。

製作公司 vs. 電視台

雖然【童盟會】的廣告由民視自行負責，映畫製作公司不用拉廣告⁸⁴，但是廣告和收視率的壓力仍舊透過每週的收視率檢討會議和人際關係（製作人和員工、製作公司和電視台之間），加諸到製作公司裡的每一個人身上。而出錢的民視可以掌控節目內容，還可以停掉節目。

事實上，製作公司對播出內容的掌控小於民視，因為映畫的後製人員必須先剪出樣帶（稱為「初剪」），民視的監製看過之後，照著監製的意見增刪內容（除了節目內容的安排，還包括廣告的安插）。此外，由於民視另有一個歌唱選秀節目《明日之星》，所以製作團隊不時會收到民視長官的指令，要求他們讓《明日

⁸⁴ 製作公司獲得的是簽合約時談好的傭金。

之星》的參賽者上【童盟會】。也因此，節目上不時出現「最愛的偶像」企劃活動，讓【童盟會】參賽者和《明日之星》的發片歌手合唱，美其名是給【童盟會】參賽者學習的機會，實際上則是讓那些歌手宣傳新歌⁸⁵。民視除了能掌控節目內容之外，還能在覺得收視率不夠好的時候，說收就收⁸⁶。而收掉節目的決定讓製作團隊、參賽者及其家人都措手不及⁸⁷。

民視以商業利益為主要而且唯一的考量，往往不會考慮到參賽者的心情。最後一集「三代高手 PK 賽」也是製作公司爭取來的——「那次原本沒辦法錄，工作人員跟我講，就是那個高層、長官啊，就不給他們錄，後來製作人溝通了半天，才把那集錄完」（家長 3，2012.01.05）。幸好製作單位出面，不然參賽者和他們的家人可能就被一通電話給打發走。不過，突如其來的決定不只是因為收視率下來，更牽扯到民視和映畫製作公司之間的利益關係。

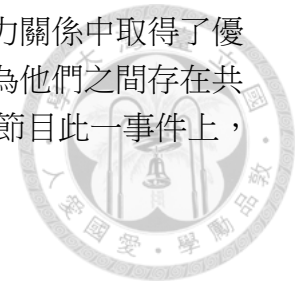
（研究者：為什麼停得這麼突然？）因為豬哥亮的關係。楊登魁是豬哥亮的老闆，而楊登魁是映畫的大股東，所以現在豬哥亮復出、要做節目，楊登魁希望豬哥亮給誰做節目，當然是給映畫做，但這時候豬哥亮接了民視的《豬哥會社》，然後又要在壹電視開節目，楊登魁就希望這節目讓映畫來做，可是民視就覺得映畫怎麼可以害民視和壹電視對打，因為你想要看豬哥亮就看民視嘛，那現在壹電視要做了，就不是獨一無二了，所以民視就不爽，『你要做，就做做看，我就把你的節目停掉』，後來我們就不做，壹電視這節目讓其他公司做，所以【童盟會】就繼續做。不過那時候就交惡了，民視就不爽了。後來沒辦法，《萬秀豬王》確定要在中視開了，讓映畫做。民視一知道這消息，【童盟會】就停了。老闆評估不得不停掉【童盟會】，因為【童盟會】一集可能讓你賺五萬塊，可是《萬秀豬王》一集可以讓你賺二十萬，他有經濟上的考量。（工作人員 2，2013.03.07）

⁸⁵ 此類「資源利用」的情形屢見不鮮，例如在「經典連續劇主題曲 PK 賽」上，幾乎全部的參賽者都是唱民視連續劇的歌曲；又例如，民視連續劇中的藝人若出唱片，也會上【童盟會】打歌。

⁸⁶ NCC 的來函（警告參賽者的表演太大人化）只是民視對外的說法，【童盟會】的結束其實是因為收視率從三或四點多，掉到一點多。對於民視突然收掉節目，一位受訪的工作人員說：「我覺得一點多很強了，還要怎麼樣，而且他們現在做的那個節目，零點零幾耶，做詹偉忠那集，零點零四喔，哈哈！很扯，超低，低得不像話。我覺得電視台的長官都很白目，他們根本不懂怎麼做節目，他們應該先來製作公司上班，大部分都沒有做過節目，我聽我們製作人講的。（研究者：那他們怎麼當上長官？）就是互捧 LP（台語），然後辛苦的事都是我們在做，錢都是他們在賺。」（工作人員 1，2013.02.01）

⁸⁷ 「十月隱隱約約有聽到要收，但是都沒有確定，所以最後要收也是滿突然的，就是我們自己也很錯愕，就是瞬間要停，就直接停。（研究者：民視可以說卡就卡，不是有簽約嗎？）我不知道，可能要問製作人，電視台說了算，我們外包公司很可憐。」（工作人員 1，2013.02.01）不僅工作人員感到錯愕，在當天錄影的最後才被告知的參賽者及其家人更是錯愕，而突來的消息更讓好幾位參賽者都哭了。

簡單地來說，民視做為出資者，掌握經濟資本，也就於權力關係中取得了優勢位置。製作單位和參賽者同為缺乏經濟資本的弱勢，並且因為他們之間存在共生關係，所以製作單位會考量到參賽者的心情——不論在結束節目此一事件上，還是撰寫劇本的方面⁸⁸。



⁸⁸ 如「基層工作人員 vs. 製作單位主管」中所討論，工作人員基於體諒和保護參賽者的心態，選擇不上報一些特定的訪談內容。

第六章 對早熟批評的解讀



在這一章，研究者回歸到行動者主體，從他們的立場，探討社會大眾針對他們所做的批評，目的在於讓他們能夠有這樣的空間去回應；並且因為大眾的批評主要是針對超齡形象做成，所以確切地來說，研究者分析的是：參賽者及其家人，和製作單位對於超齡形象的解讀為何。然而，「超齡」雖是相對中性的字詞，卻無法如實反映出台灣社會對【童盟會】參賽者（以及童星群體）的負面評價——新聞媒體、社會大眾和專家學者在描述【童盟會】參賽者時，最常使用的是「早熟」。由於本章旨在討論參賽者及其家人，還有製作單位如何解讀社會對他們的批評，所以顧及此一社會脈絡，在第六章中研究者改用「早熟」⁸⁹。

第一節 參賽者及其家人對於早熟批評的解讀

多數參賽者都不認為自己早熟，就算覺得自己比同年齡的朋友成熟，也不覺得是因為參加了【童盟會】，而是自身的特質使然，例如自己本來就想比較多、平時就覺得某些同儕的行為幼稚。因此，參賽者對早熟的解讀是「否認」⁹⁰。然而，面對早熟批評，他們的家人有較為豐富的解讀策略，包括「撇清並漂白早熟」和「轉移責任歸屬」。

一、撇清並漂白早熟

其實，在參賽者家長的眼中，孩子們都還很「嫩」，談不上早熟。同時，在他們看來，早熟並不像批評人士論述地那般負面和不堪，反而代表著正面特質，例如體貼、懂得察言觀色等等。如同一位家長舉例：

我覺得早熟應該說是夠不夠貼心吧，她夠不夠會替你想，譬如說早熟的小孩子，你有事她就會打理好自己，像有一陣子我爸爸住院，我去桃園，住了差不多一個禮拜，她起床也自己，什麼通通都自己，所以我認為這

⁸⁹ 正因為新聞媒體、社會大眾和專家學者慣用「早熟」來描述【童盟會】參賽者以及童星群體，所以在詢問參賽者及其家人和製作單位對社會輿論的看法時，研究者也使用早熟一詞，如訪談大綱所示。但是第四章處理的是節目文本，第五章也主要在處理【童盟會】節目場域，而非社會場域，所以研究者使用較為中性的「超齡」。

⁹⁰ 第六章的資料來自參賽者的家長和製作單位，顯然從參賽者蒐集到的訪談資料較不豐富。所以，研究者在第七章第二節，針對這問題做討論，主要原因包括語言使用的差異和研究者—研究對象權力關係的不對等。詳細內容請見第 119-120 頁。說到兒童發言，研究者還觀察到，當參賽者的家長在場時，他們的發言通常會變得更少，而這樣的情況正說明兒童在家庭場域（社會場域也是）往往都扮演「被代言」的角色。所以為了解決家長可能影響到參賽者回答，研究者盡量分開訪問。

個才是早熟。像我那時候週年慶促銷，我跟她交代說「店裡有一個哥哥沒做了，媽媽又去那邊促銷，沒有在這邊，那妳要給爸爸幫忙」，然後她自己會去收碗、洗蔥、洗菜，我覺得那個才是早熟，跟別人外界說因為唱台語歌，所以變得早熟，我不能認同（家長4，2013.01.06）。

也就是說，對家長而言，「早熟」不是貶義字。他們主張孩子終究要「成熟」，所以體貼、察言觀色、獨立等等特質本來就應該要學習；而且，在【童盟會】裡，孩子的身份是參賽者、是表演者，所以把歌唱得完美、台詞講得流利才是負責任的表現——早熟的褒義詞字串就此又多了「負責任」。不僅如此，早熟還能帶來「成功」。

我覺得小孩子喔，可能很多人想說要保護、維持天真，我倒不這麼想耶，你說，有名的人，像王永慶，他童年都是很天真嗎？他一定都很早熟的，你早熟，你會早比別人想很多東西，你想很多東西的話，你以後成功機率很大，你會做很多事情去訓練你自己，所以我這方面，我會建議他們，他們也會去比較，做什麼賺的錢比較多，但是我是說你賺錢不要亂花錢，賺錢去買電動就不太對啦，但是我會建議他要賺錢儲蓄，提早去想這個事情（家長5，2011.12.27）。

這位家長接著以自己生長的家庭，以及大同集團第四代長孫林建文自殺為例，進一步闡述「家長過度保護」對孩子的傷害，強調讓孩子自己學會累積生活經驗才對。在研究者看來，參賽者家長的主張其實都合理：兒童終要長大成人，所以他們的確要學習成熟；而且家長能夠幫助孩子的程度確實有限，所以應該讓孩子學習走自己的路。只是，孩子走的路真是他／她自己選的嗎？回到這位家長舉的例子，根據新聞報導，林建文正是因為被媽媽逼太緊而走上自殺一途。如同在「競賽童年」討論中，看見家長對「養育」感到（很）不安，他們和孩子之間因此存在著一種緊張關係，再加上親子間的感情羈絆讓「路的選擇」變得更加複雜，也使得「路是誰的選擇」變得難以區分。不過，研究者認為，當家長的思考從「都是為你／妳好」，轉成「為誰好」、「如何為你／妳好」，做出的選擇就能夠更符合兩方的期待和需要。而這個思考角度也呼應了本研究的初衷和宗旨：不再理所當然地認為成人們的所做所為都是為兒童好，重新檢視這些作為到底讓誰好，並且把兒童也納入對話，才可能釐清「兒童的最佳利益」。換句話說，不再以成人的標準和思維來對待兒童，而是透過給予兒童發聲的空間，並賦予他們做決定的權利，才可能回應兒童真實的需求，也才能真正減少兒童被剝削的情形——畢竟當兒童只有「被代言」的份，所謂的兒童最佳利益很可能淪為其他人為自身謀取利益的論述工具。

綜言之，在家長的論述中，早熟是褒義詞。它指的是察言觀色，不是油嘴滑舌；它也指體貼，而不是有心機，更不是世故。此外，它還有負責任、自動自發的意思⁹¹。家長嘗試反轉早熟的意義很有趣，而同樣有趣地是，即便早熟可以是正面的詞彙，記者往往選用它的負面意涵來報導螢幕上的兒童，如 O'Connor 發現，媒體偏好撰寫童星的負面故事，甚至產生一個特殊的文類，即「從落魄到有錢，再回到落魄的敘事模式」(rags-to-riches-to-rags narrative)，而且在這故事中，還要有野心勃勃的雙親和經紀人 (O'Connor, 2008: 24)。

二、轉移責任歸屬

參賽者家長除了「漂白」早熟意義之外，還可能找個「代罪羔羊」去扛起早熟負面的涵義。也就是說，透過漂白，早熟不是全黑的概念，自己使用妥當，所以早熟是好的，別人使用不當，使得早熟可能有害。常見的代罪羔羊包括在彼此的權力關係中，占據較高位置的製作單位，以及較自己更為弱勢的單親家庭參賽者。家長讓製作單位成為代罪羔羊的方法是，透過訴說製作單位的強勢，對比自己和孩子的弱勢地位，樹立受害者形象。換句話說，誇張的劇本都是製作安排，自己也只能配合演出，畢竟要成為明星，除了能力還需要機會，而製作單位正是掌握節目、表演機會的一方。

再者，把早熟罪名讓其他較為弱勢的參賽者家庭承擔之前，參賽者家長會先透過早熟的反義詞，撇清自己孩子可能和早熟的一切關聯；接著，帶出代罪羔羊，並提出合理的原因。例如：「我覺得他還滿老實耶，不像有些跟他同年齡或比他小的，參加很多次，就變成老油條，講話方面、各方面就像個小大人，他沒有，他很單純嘛」(家長 1, 2012.12.09)。又例如，一位受訪家長也是先主張「我們很單純」，然後再拉出動機不單純的別人，說道：

到那邊感覺很多父母，在經濟上，都比較需要小孩子，所以父母在後面給的壓力比較大，他們賺錢的壓力比較大，父母就幫他接 case 啦，很 care 講話、表情、動作，回去就訓練他，馬上就把他變成一個成人，要讓他賺錢。我們並沒有這樣子，我們訓練以興趣為基礎，並沒有要讓他像歌星去賺錢 (家長 5, 2011.12.27)。

換句話說，家長 5 的孩子生活在沒有經濟壓力的家庭，也就不會因為需要賺錢而變得世故。然而，該位家長的動機是否如此單純，而他所指控的家長的動機

⁹¹ 多數【童盟會】參賽者都是能夠兼顧課業和表演的兒童。他們既能把握時間寫功課、準備考試，還能練歌、比賽。一位受訪者因為還要拍戲，所以行程忙碌，但是她會利用拍戲空檔，抓緊時間念書，可以看出她是自動自發的小孩。然而，這些事實卻鮮少被媒體報導。

是否就那麼不單純，研究者在有限的訪談時間裡，無法確定。但研究者確實觀察到一個有趣的現象：原本的優勢，例如比賽經驗豐富，反而成為被攻擊的對象。同理，原本單親家庭的感人故事也從加分變成扣分；原本辛苦養家，令人敬佩和同情的單親爸爸或媽媽，頓時變成利用孩子賺錢的最大嫌疑犯。

可能是單親家庭，可能是原住民哪，以原住民來講，唱歌是他們部落裡面很大的一個出路，因為阿妹阿，前面例子，所以他們重視這個東西，那原住民會不會因為這樣油條，我覺得倒是還好，因為天性。但是南部他們有一些很重視這個東西，送小孩到什麼廟會比賽，參加什麼很多這種情況嘛，那久而久之大概就會變得油條，對不對，然後用他去賺錢。
(家長 5, 2011.12.27)

對這位家長而言，來自單親家庭、原住民和南部家庭的參賽者和家長熱衷於歌唱比賽，並且因為比賽的環境多半複雜，使得兒童變得早熟，甚至油條。雖然這位家長有特別提到原住民因為天性，所以不會變得那麼油條，但是原住民仍舊被點名了。在研究者看來，這是一連串的刻板印象，使得本來的弱勢更加弱勢——舉例來說，單親家庭在社會上往往被視作經濟有困難的弱勢家庭。而原住民的天性（在此應該是指單純）雖然讓原住民參賽者免被歸類到「油條」，也讓他們的家人免被歸到「利用孩子賺錢」一類，但細究起來，原住民「天性單純」其實也是一種刻板印象，就像「男生要剛強」一樣；單純和剛強通常都做為正面的詞彙，被視作優點，但它們仍是一種先入為主的觀念，仍然可能是一種誤解。確定的是，「單純的兒童」和「無私的家長」是台灣社會場域肯定的價值，所以該位家長讓其他參賽者擔起早熟的指控、讓其他家長背上自私的汙名，正是追求秀異符號的表現，既有區隔的功效，又能受到社會場域的肯定。

此外，研究者也發現：不僅優勢文化會再製，弱勢文化也會再製。以單親家庭的參賽者及其家人為例，他們容易被迫背上「早熟」和「利用小孩賺錢」的黑鍋，其弱勢文化的再製是被動／被迫的；然而，當參賽者講述自身單親家庭的身世，讓評審和觀眾紛紛落淚時，他在節目收視上取得一定地位，使他難以割捨單親家庭的身份。這般弔詭的情景好比兩面刃，且看參賽者、家長如何使用。不過，可以肯定的是，身處遊戲之中的遊戲者，受到追求利益的動機驅使，又在早熟批評當前，必會想盡辦法，善用手中資源，使自己晉升到有利的位置。因此，家長 1 和家長 5 分別搬出比賽經驗豐富的參賽者、出生於原住民、單親和南部家庭的參賽者做為早熟爭議的擋箭牌。



第二節 製作單位對於早熟批評的解讀

面對早熟批評，工作人員有兩個解讀策略，第一個策略和參賽者家長使用的策略一樣，即「撇清並漂白早熟」，因為他們都不覺得早熟是負面的。另外一個是「自我妥協／尋找平衡」。

一、撇清並漂白早熟

對工作人員來說，表演就是表演，無關乎早熟，而表演就應該像螢幕上所呈現的那樣。因此，沒有過於成熟的裝扮或演出內容，就「只是一個表演」。

你上台就是要舞台妝，不是嗎？奇怪，那些人回去翻他們小時候穿什麼衣服，那種東西能上電視嗎？妳不覺得他們很奇怪嗎？唱的所有歌曲也都不需要討論什麼啊，這只是一個表演，為什麼要把它看得這麼沉重？（研究者：化妝也是表演的一部分？）當然啊，哪個藝人不化妝的，張小燕小時候也有化妝啊，為什麼不去講她？奇怪耶！這些人的標準到底在哪裡啊？（工作人員 1，2013.02.01）

換句話說，對這位工作人員而言，裝扮成熟和演唱成人歌曲皆與早熟無關，只是表演需求而已。而且，在第四章研究者也已討論到，因為傳統兒童歌謠沒落、流行歌曲盛行，再加上電視和網際網路的普及，所以參賽者演唱成人歌曲其實是現代兒童普遍喜愛流行歌曲的現象的縮影。也因此，所有受訪的工作人員都不能理解「演唱成人／流行歌曲就是早熟」。

我們小時候也是在聽一般電視會放的歌，或是流行歌曲，我並不覺得他們上去會唱這麼多的流行歌曲是早熟，因為小時候本來就在聽這些歌，除了兒歌，就是流行歌，沒有其他東西啊。所以就覺得這個理論還滿奇怪的，因為大家小朋友都有在聽啊。（工作人員 3，2013.02.01）

除了撇清參賽者的表演和早熟之間的關聯之外，專家學者口中的早熟在工作人員看來，是大方的、專業的、負責任的表現——表演就應該是這樣。而且，工作人員強調參賽者私底下的模樣是單純的。換句話說，舞台上的表現因為是表演，所以和早熟無關，而舞台下的參賽者仍是「小朋友」。

研究者發現，工作人員和參賽者家長同樣使用「負責任」這個詞來形容參賽者。顯然，兩者都在強調參賽者的「表演者身分」。然而，對反對兒童選秀的人

來說，兒童以表演者的姿態進入公共領域，本是錯誤的，因為對他們來說，兒童的身份只能是孩子和學生，應該被保護在家庭和學校裡。此外，研究者也發現，工作人員和專家學者採用的標準不一樣，前者比較的對象是參賽者和成人，而專家學者比較的對象則是參賽者和一般小朋友。因此，工作人員絕不會覺得參賽者早熟，專家學者則認定參賽者就是早熟。然而，如前面章節討論過，「參賽者以及螢幕上的兒童表演者是否比一般兒童早熟」有待考證，因為目前並沒有任何數據或研究支持此一論點。不過，「早熟的風險」相對上來說是有跡可循的，畢竟當工作人員一再強調「表演就是這樣」，讓人不得不考慮此種環境對兒童可能造成的影響，尤其流行歌曲的背後是唱片／音樂市場的獲利，而掌控【童盟會】場域的是收視率。但話說回來，若參賽者在【童盟會】的所作所為僅是早熟戲碼的演出，那麼，演藝環境是否讓兒童變得早熟，需要更多研究，尤其是歷時性的研究，才能透過追蹤兒童表演者的成長，進一步梳理演藝圈在這當中扮演的角色以及可能造成的影響。

二、自我妥協／尋找平衡

【超級童盟會】並不是個完全的兒童節目，也不是個完全的歌唱比賽節目，【超級童盟會】是個兒童歌唱綜藝節目，這就表示這個節目（是有）兒童、歌唱比賽、綜藝三個要素的節目。過多的綜藝梗當然對小朋友不好，因為小朋友還是要單純一點啊！可是節目有收視率的壓力、電視台的壓力、現代觀眾普遍重口味的壓力。如果你們家電視只有民視，我們也想規規矩矩無憂無慮快快樂樂做個超優質清新脫俗的節目讓大家膜拜啊！（工作人員 2 的網誌，2011.11.07）⁹²

雖然在上一個討論中，工作人員從表演專業的角度，為節目和參賽者護航，但是他們有些時候還是會覺得參賽者「小大人」。這種矛盾情緒的產生有兩個原因。第一，因為【童盟會】場域和台灣社會場域之間存在著衝突，前者重視節目效果，塑造誇張的童星形象，而後者基於浪漫兒童的意識型態，堅守純真的兒童形象，所以同時處於兩場域的工作人員，不免會感覺矛盾，尤其當代童年的變遷更加劇那層矛盾。意思是，在種種社會變遷和資本主義的作用之下，社會場域中的兒童也漸漸地遠離了浪漫童年，然而在這個轉變之中，工作人員往往被視為罪魁禍首，如同文獻中討論到的戀童癖者，他們被建構出來合理化成人集體對兒童的欲望。

第二，在選秀節目中，工作人員是參賽者對節目產生認同情感的主要來源（王維玲，2010），再加上對參賽者來說，他們是大哥哥、大姊姊，所以工作人員和

⁹² 見工作人員 2 網誌 <http://mypaper.pchome.com.tw/yangway/post/1322572921>

參賽者之間的情誼有時候會和專業價值相衝突。也就是說，身為工作人員，他們必須要求參賽者照劇本演出、把比賽歌曲中的情緒和技巧唱出來，但是另一方面，私底下的相處以及對參賽者的了解，再再讓工作人員看著參賽者嬌小的身軀時，感到矛盾。

其實做這個節目，有時候會有內心掙扎的時候，因為我不喜歡小朋友來比賽，因為覺得小朋友會有壓力。你看年紀這麼小，就要面對前面五個專業的評審，沒有尿褲子就很厲害了，然後他還可以這麼自然的把歌唱完、在那邊聽評審講評，可能講他的缺點、優點。(吸一口氣)我不喜歡這種感覺，因為我還是覺得小朋友來開開心的唱歌就好了，可是觀眾不想看啊，我只能跟自己妥協說沒辦法，我會跟自己講說，這個【超級童盟會】它只是表皮是個歌唱比賽，但它核心還是個綜藝節目，所以我還是要套用一些綜藝的元素。綜藝的元素很多就是腥羶色，或者是一些比較麻辣的東西，但是我們又不能過於麻辣，所以我們就會控制那個對話，小朋友可以接受，但是觀眾又會想看的東西。但其實也是自己跟自己妥協啦。(工作人員 2，2012.01.10)

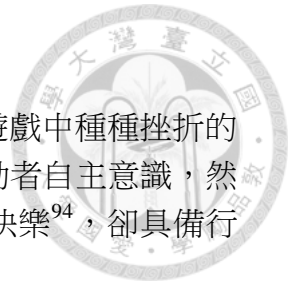
該位工作人員在第一季開賽時，內心就存有這些掙扎，直到第三季比賽，他才和自己妥協、取得內心的平衡。綜言之，面對場域之間的衝突，行動者必須調整生存心態，以繼續遊戲。不過，研究者好奇：為什麼工作人員能在長時間的挫折之中繼續下去呢？意思是，當他們的自我價值不斷地遭受挑戰，是什麼原因讓他們選擇留在遊戲當中？

研究者發現，工作人員不論資深或資淺，都懷抱著比節目需要和收視率需要，更高的理念和理想，而這些理想支持著他們熬過內心的掙扎，度過漫長的工作時間。對他們來說，【童盟會】不只是一個節目，而是屬於兒童的表演舞台、讓兒童圓夢的舞台，並且也都以【童盟會】為榮——因為它是目前台灣唯一的兒童選秀節目。也因此，雖然節目講求收視率，但是工作人員還是不忘初衷，盡可能地「讓小朋友享受這個舞台」⁹³。換句話說，除了生存心態，工作人員基於他們的理想、對【童盟會】的熱愛和榮譽感，願意為節目投注大量時間和心力，也願意繼續留在這個不斷消磨他們體力和理念的地方。所以也不用驚訝，他們和所有受訪的參賽者及其家人一樣，都向研究者表示：期望節目能夠

⁹³ 三位受訪的工作人員皆有相同的初衷，即【童盟會】是一個能讓兒童快快樂樂唱歌的地方。而一直以來，他們用不同的方式守著這份理想：職位比較低的兩位受訪工作人員，都和自己負責的參賽者關係良好，還會帶他們出去玩或幫他們慶生。另一位職位較高的工作人員，還會教育下屬。例如，當他發現有些參賽者或家長懷抱星夢，非常投入比賽，他就會教導下屬要讓如何和那些家長應對：「我下面有一群剛進來的工作人員，我就會跟他們講說你們應該要怎麼做，這樣子才不會讓這些家長和小朋友以為他們可以變成什麼樣的人，然後就荒廢他們應該要做的事情。…。節目結束，衣服換掉，妝卸掉，背上書包，還是小朋友，還是學生，要去學校上課，不會因為你唱歌，老師就給你加分，沒有這回事」(工作人員 2，2012.01.10)。

復活，期待再次回到這個舞台。

一言以蔽之，上述情感和生存心態同是讓工作人員克服遊戲中種種挫折的關鍵；不同的是，生存心態往往是內化的認知結構，缺乏行動者自主意識，然而情感——除了熱愛和榮譽感，還有過程中獲得的成就感和快樂⁹⁴，卻具備行動者意識。



⁹⁴ 「(做這節目)很累，但是很快樂，就是有時候，妳知道，製作人哪，還有同事之間還是會有不愉快的氣氛，就讓你想要放棄這一份工作，但是看到小朋友很開心地笑的時候，你就會覺得算了，繼續努力好了(笑)。就是很開心他們可以這麼享受在【童盟會】裡面，所以才會想要為了他們，更繼續努力，變成是我們另外一種快樂，就是他們是我們的壓力，但也是我們的快樂。」
(工作人員 1，2011.12.28)

第七章 結論



在關注和分析童星的新聞報導過程中，研究者發現他們被新聞媒體詆毀的現象和手段同樣適用於所有螢幕上的兒童；而且，為了能夠建立一個較為完整的圖像，研究者選擇研究某一群螢幕上的兒童，所以就注意到了【童盟會】的參賽者。

一直以來，螢幕上的兒童往往被批評為「小大人」，而他們的家長、經紀人和節目製作人則被形塑成自私自利的人。雖然螢幕上的兒童引起的爭議不斷，但是這方面的研究卻沒有獲得學術界的重視，使得目前關於他們的討論往往就是對他們不利的新聞報導，更何況新聞報導中，他們通常沒有發言的空間。【童盟會】的參賽者也不例外，他們往往是無聲的。因此，研究者訪談【童盟會】參賽者、他們的家人，以及節目製作單位，加上對【童盟會】場域的分析，讓他們的說詞，以及該場域的實際狀況，能夠和社會輿論對話。

第一節 研究發現

一、【童盟會】童星建構

研究者分析第二屆總冠軍賽的節目文本以及受訪參賽者的表演內容，不僅找出兩個主要的童星形象及其建構手法，並且挖掘形象背後的社會意涵，尤其是它們如何與主流的兒童形象相衝突。

首先，透過誇飾法、年齡和能力的對比，還有大量使用頭銜和特效，參賽者的「天才」形象就此產生。再者，透過誇飾法、主持人的重述以及挪用⁹⁵他人故事寫作而成的劇本，參賽者顯得「超齡」。形象建構的手法不盡相同，但是都導向相同的結果：不論是天才，還是超齡，在在抵觸「浪漫童年」，所以引起撻伐。雖然浪漫童年在兒童能力方面，並沒有特別的規範，也就是說它本身沒有排斥能力好的兒童，但是當【童盟會】參賽者象徵「商業童年」時，參賽者也就被排除在浪漫童年之外了。然而，「商業童年」其實是現在台灣社會中所有兒童的共同處境。意思是，社會大眾和專家學者看到的是參賽者在螢幕上，唱成人歌、跳成人舞，卻沒看見街道上、部落格、臉書上，還有身邊的孩子，也都在哼唱流行歌、跳熱舞。童年的變遷不僅於此——有別於強調無憂無慮和無生產力的浪漫童年，當代童年也是追求成功的「競賽童年」。

⁹⁵ 除了這些建構手法之外，研究者在前面章節中，也討論到電視的媒體形式如何讓【童盟會】的童星形象和節目內容顯得更加戲劇化，例如剪接之後的內容遠比本來的故事更緊湊。

綜言之，天才和超齡形象既是節目產物，也是社會產物。研究者透過分析【童盟會】中的童星形象，觀察到當代童年的變遷，以及造成變遷的種種社會因素，包括：因為電子媒體的普及（媒體的童年），所以兒童能夠輕易接觸到流行歌曲（商業的童年）以及其他以往被定義為成人才會知道的内容（超齡／早熟的兒童）；還有，因為當代童年強調成功，所以製作單位可以找到許多既有才藝（天才的兒童），又能兼顧課業的兒童（競賽的童年）。當童星和兒童形象、商業和浪漫童年都是社會建構出的產物，它們隱含的意識型態和權力關係就顯得格外重要。因此，不論是哪個形象、哪種童年，都應該被檢視，甚至解構，而位居主流的浪漫童年也不能例外。並且，只有在它們被解構了，才能看見童星爭議的核心：人們（應該）如何看待兒童群體，因為兒童居處的社會地位和享有的權利與權益，皆賴於人們對兒童的理解（也可能是誤解）和期待。

研究者不同意兒童只能是純真的天使（浪漫童年），也不認為年齡可以直接等同於能力（兒童保護論），但同時，也無法認同既競爭又商業的當代童年。換言之，因為兒童和童星都是社會建構出來的產物，所以無視社會變遷，獨尊浪漫童年是有缺失的，而且唯有正視童年變遷，才可能回應兒童和童星的需求，並保障他們的權益。因此，對研究者而言，抵制商業童年的原因不應該是因為它牴觸了浪漫童年，而是因為它造成兒童被消費，甚至被剝削的危機。以【童盟會】為例，兒童參賽者必須演出不是自己親身經歷的故事，淪為製造收視率的工具。也就是說，在現今社會裡，兒童不僅做為消費者，更可能變成生產工具，被吸納進商業市場，尤其當他們只有被保護的權利，卻沒有任何較為積極的權利的時候。

相反地，當兒童被賦予更多權利時，他們能夠獲得更大的保障。舉例來說，《兒童權利公約》保障兒童「自由表意的權利」（第十二條和第十三條），使得兒童不僅有權取得他們認為重要的資訊，還有權利要求成人聆聽他們的意見；此外，該公約也保障兒童擁有「隱私的權利」（第十六條），所以【童盟會】工作人員要求參賽者提供個人故事，參賽者其實有權利不提供。最重要的是，《兒童權利公約》還規定「兒童有權知道自己的權利」（第四十二條），所以不論是家長還是製作單位都有提供兒童資訊、聽取兒童意見以及尊重兒童隱私的責任（Hamelink, 2008）。一言以蔽之，只有當兒童不再是被動的客體，他們才可能透過主張權利，保障自身權益。不過，兒童權利並非萬靈丹，因為《兒童權利公約》中不同權利可能相互矛盾，規範內容也還不夠細緻⁹⁶；更因為主體往往受制於結構，尤其遊戲之所以能夠進行，在於行動者認同遊戲規則——即使認同的程度不盡相同。所以，就算兒童可以主張隱私權，而選擇不把個人資訊提供給製作單位，他們也不太可能這麼做，畢竟如本研究發現，歌唱得好不見得能上節目，故事的有無以及精采度才是關鍵，而且在選秀節目的脈絡中，素人參賽者的故事是他們換取明星地位的籌碼。再說，因為生存心態作祟，行動者很可能不會質疑場域規

⁹⁶ 相關內容請見第 31-32 頁（包括註釋 29）。

則，也就不會想到要主張自身權利。



二、【童盟會】場域分析

■ 收視率既是生存心態，也是象徵暴力

借助 Bourdieu 的理論工具，研究者進一步探討行動者如何參與形象的建構，也就是劇本的生產和執行。研究者發現，參賽者及其家人都接受劇本的存在，事實上，他們不曾質疑過劇本的作用。這是因為節目效果做為生存心態，內化於該場域中的行動者心裡。所以，參賽者及其家人幾乎都會配合演出，極少向工作人員提出異議——即使是不喜歡的嗆聲劇本，還是會演出；甚至在沒有劇本的情況下，他們也會說出節目效果十足的話。並且，因為追求節目效果是收視率邏輯的具體表現，所以當行動者自覺或不自覺地生產著節目效果，也就等於服膺於收視率邏輯。

工作人員同樣不能置身於收視率邏輯之外。雖然相較於參賽者及其家人，工作人員由於專業和權威，能夠在【童盟會】中，占據較高的權力位置，於節目的生產上，也就握有較大的權力，例如他們往往可以說服參賽者及其家人演出原本不喜歡的劇本，但是他們依然受制於收視率。原因是：收視率做為象徵暴力，使得施暴者同時也是受暴者。意思是，當專業和權威與收視率畫上等號，即愈高的收視率，代表專業能力和權威感愈高的時候，工作人員也就成了收視率象徵暴力的受害者。而且，因為「象徵暴力並不是明顯的外在威脅，只是個人依據生存心態不自覺地實踐其意理」（Bourdieu, 1991: 51, 164; Bourdieu & Passeron, 1990: 4; 張錦華, 2010: 248），所以工作人員才會選擇說服參賽者及其家人演出他們不喜歡的劇本，而不會輕易放棄「梗」。

■ 生存心態使然，勞動剝削無感

過往的選秀節目文獻就發現到參賽者及其家人為節目投入大量的時間、體力和心力，卻只有微薄的車馬費，以及僅有少數人才能夠得到的比賽獎金，是謂「廉價／免費的勞動者」（簡妙如、劉昌德，2009）。本文透過訪談節目工作人員，還發現到工作人員也是廉價／免費的勞動者，因為他們的勞動以勞心為主，而此類勞動難以計量，往往也就被忽略。舉例來說，【童盟會】的工作人員電訪參賽者及其家人，為了得到豐富的素材，時常需要「自我揭露」一番。又例如，為了和參賽者建立良好的關係，除了過年過節要傳簡訊問候之外，有些時候還要帶他們出去玩；而這當中的情感勞動卻是無酬的。不過，無論是參賽者、他們的家人，還是工作人員，對於這般不對等的勞動／報酬情形，並不感覺剝削。

王維玲的研究顯示，即便勞動和報酬不對等，參賽者仍舊受到夢想論述的召喚而前仆後繼地參與選秀，並且把比賽過程中的種種辛苦視為成為明星的必要考驗。然而，她沒有進一步解釋參賽者為何會認為比賽過程中的辛苦是必要的。本文透過 Bourdieu 的理論工具，不僅能夠從生存心態的觀點，解釋行動者對勞動剝削的無感，更在揭發收視率象徵暴力運作的同時，觀察到製作單位也是被剝削的勞動者，尤其他們付出的情感勞動。意思是，因為生存心態，【童盟會】中的參賽者及其家人不但不覺得剝削，甚至感謝節目製作單位；同樣地，工作人員頂多抱怨工作時數長、薪水低，但總是以「這行業就是這樣」來降低心中的不滿，並且想想這行業的優點來支持自己繼續做下去。只是，行動者沒有感知到剝削，不代表剝削不存在，而是生存心態的使然；即便有所感知，也多是人在江湖，身不由己，無法自外於場域結構。

而這般主體無法跳脫結構的窘境，即便有《兒童權利公約》，也可能於事無補。如同兒童參賽者基於《兒童權利公約》，擁有隱私的權利，但因為比賽，就要自我揭露，所以選擇不主張權利；同樣弔詭的情形也發生在經濟剝削議題上。即使兒童參賽者有權利免受經濟剝削（《兒童權利公約》第三十二條），但是因為生存心態，所以他們還是可能選擇不主張該權利。顯然，權利不必然帶來權力，畢竟場域內的位置和權力關係皆是相對的，與該場域中的優勢資本、象徵權力密切相關；並且當收視率既是資本轉換的圭臬，又是結構化該場域的象徵體系時，要想掙脫它的宰制，需要更多更切合台灣脈絡的討論，因此研究者在本文最後，會討論針對童星爭議而做成的《台北市童工工作輔導要點》。

三、【童盟會】場域和其他場域的角力

1. 【童盟會】場域 vs. 社會場域

以「浪漫童年」為主流的台灣社會，對於【童盟會】最常見也最嚴厲的批評即是參賽者的表演太早熟，有礙兒童身心的健康成長。面對早熟批評，【童盟會】場域中的行動者各有不同的因應之道。參賽者的策略最為簡單，他們大多都否認；有幾位覺得自己早熟，但不認為是因為參加【童盟會】，而是自己本身的特質。參賽者的家人則有兩個策略，包括「撇清並漂白早熟」以及「轉移責任歸屬」。簡單地說，對參賽者的家人而言，早熟是褒義詞，指的是體貼、懂得察言觀色、獨立和負責任。當早熟不再是全黑的概念時，褒、貶的分別端看行動者。意思是，因為自己使用妥當，所以早熟是件美事，但其他人，例如單親家庭、南部的家庭，就是媒體報導中的不良例子。

工作人員的第一個策略和參賽者家長使用的策略一樣，都是「撇清並漂白早熟」，因為他們都不覺得早熟是負面的。另一個則是「自我妥協／尋找平衡」，意即工作人員有時候覺得參賽者在【童盟會】中的表演／表現是早熟的，但是節目必須如此呈現，所以感覺矛盾，只得自我妥協。研究者發現，第一個策略和第二個策略其實有些相互矛盾。工作人員首先撇清早熟的存在，後來卻因為參賽者在【童盟會】中，必要的早熟表現而感到矛盾，等於間接地承認了早熟的存在。然而，這般弔詭的情形正說明了【童盟會】場域和社會場域之間的衝突。意思是，正因為兩場域重視的價值不同——一個主張「浪漫童年」，重視的是兒童的情緒價值；另一個追求收視率，著重的是商業利益，但行動者同時身處於兩個場域，而且不管在哪一個場域都要為自己追求最大利益，所以在彈性運用生存心態的情況下，才會出現這樣看似相互矛盾，卻又符合自身利益的策略。

2. 【童盟會】場域 vs. 學校場域

學校場域同樣主張「浪漫童年」，更確切地來說，學校教育本就是促成浪漫童年的重要一環——原本兒童與大人無異，同樣透過工作，創造經濟價值，但浪漫童年被建構出來後，兒童不再是尺寸小一號的大人，透過學校教育，他們必須培養浪漫童年的社會更為重視的情緒、精神層次的價值。因此，和社會場域的衝突一樣，【童盟會】場域與學校場域的衝突不可避免，因為兩場域的秀異符號相互對立，前者強調經驗，並且和經濟、商業緊密掛勾；後者強調智識，並且有意和經濟、商業做區別。也因此，【童盟會】場域中的兒童參賽者必須在好學生和好童星之間取得平衡，因為電視場域的「秀異符號」，例如歌唱能力和參賽經驗，到了學校場域，反而可能給參賽者帶來麻煩，例如引起同學忌妒或者造成老師不滿。不過，不同於社會大眾的刻板印象，研究者發現多數【童盟會】參賽者都能兼顧課業和比賽。

3. 【童盟會】場域 vs. 家庭場域

和學校一樣，家庭本是孵育浪漫童年的地方。因為在浪漫童年的意識型態中，兒童是相對於成人的概念，居於附屬於成人的地位，所以家庭場域也再製了成人社會中，這般不對等的成人與兒童的權力關係。也因此，雖然和節目工作人員比起來，家長和小孩同是【童盟會】場域中的新手，但是家長的實踐活動和策略都比參賽者來得主動和豐富。簡單地說，相較於參賽者，家長握有更多的資本，所以能在彼此之間的權力關係中，取得掌控權，也就能在比賽過程中，擁有大量而且有份量的發言權和決定權。例如，家長的社會經驗、人生歷練讓他們能夠以「過來人」的身份或者「經驗談」，建議甚至左右孩子的選擇，使自己在與孩子之間的權力關係中，取得主導位置。除了社會經驗之外，經濟能力、監護人身份再再鞏固他們的權力，而家庭場域中不對等的親子權力關係也顯得更加不容質

疑。再加上，家長和孩子之間還有親情的羈絆，往往就是這份情感讓家長比孩子表現得還要認真、積極。

也因此許多人會覺得參賽者受控於他們的家長，被迫參加選秀。然而，研究者認為，於兒童選秀議題上，把參賽者直接視為受害者的說法，其實是對兒童本身的聲音、家庭場域中的互動，以及現代社會中育兒情況的不了解。因為受訪的參賽者對歌唱和表演都有濃厚的興趣，而且訪談過程中，研究者清楚看見參賽者和他們的家人對彼此的依賴、親密；還有，言談之間，家長也透露出他們對養育的不安，所以研究者無法把自私自利、罔顧孩子福祉、視孩子為私有財產等等控訴，那麼粗糙地就加諸到家長頭上。

第二節 研究限制和建議

一、研究限制

1. 理論上的侷限

如張錦華分析：「(Bourdieu 的文化社會學觀點) 僅輪廓性地指出當行動者發現生存心態結構與真實世界或個人利益不合之時，即產生衝突和變遷，但是並沒有進一步說明行動者如何超越既有的場域或生存心態結構」(張錦華，2010：256)，本文採用 Bourdieu 的思考工具，在解釋【童盟會】參賽者及其家人如何與製作單位周旋時，覺得綁手綁腳，因為改劇本和退劇本的例子雖然讓研究者看見生存心態的彈性以及行動者的主動，但同時，參賽者及其家人仍舊受制於場域規則，他們仍舊依據生存心態而行動，許多時候甚至是不自覺地——也就是他們並沒有感知到生存心態的存在，還可能以為自己的實踐活動出於自身的意識。正因為生存心態可以是內化的心理認知結構，所以行動者往往不會去質疑或挑戰場域規則，反而覺得場域規則合理，此種「誤認」和「幻覺」，使場域結構得以不斷再製，包括其中的象徵暴力。一言以蔽之，Bourdieu 的理論工具幫助研究者捕捉行動者和場域之間的互動，但是在解釋行動者的實踐活動上，受限於該理論濃烈的結構主義色彩，使研究者難以進一步挖掘行動者的主體性以及可能的解放行動。或許透過更多經驗性研究的累積，以及針對「行動者的抗爭行動」做成的研究，能夠挖掘出更深刻的行動意涵和策略，例如 Weitz (2001) 研究女性如何透過選擇髮型來獲得權力。她聚焦於主體的行動，重新定義「抗爭」為「拒絕屈從，並且挑戰屈從的意識型態」，即受訪者選擇某種髮型的原因是否挑戰了社會對女性外貌的刻板印象，以清楚區別不同髮型的行動意涵，並且進一步討論這些行動策略的優缺點。



2. 研究分析上的侷限

因為時間有限，所以研究者只有分析冠軍賽，也因此，無法比較例行的比賽，包括週賽、月賽和季賽，與總冠軍賽的差別，或許在這些例行賽中，兒童參賽者的形象會比較符合浪漫童年所設定的兒童形象。此外，因為樣本取得上有困難，研究者只能拿到完整的第二屆總冠軍賽的檔案，所以無法觀察到第一屆和第二屆比賽中可能存在的差異。最後，由於訪談經驗和能力是累積的，所以研究者訪談情形呈現的是漸入佳境，導致前幾位受訪者都有再補訪，而這樣的情形可能讓這幾位受訪者因為比較清楚訪談狀況，甚至可能比較知道研究者想問些什麼，而說出研究者想要的答案，降低訪談資料的客觀性。不過，也因為他們和研究者比較熟稔之後，願意和研究者分享更多的內幕和心情。

二、研究建議

1. 長期追蹤研究

雖然本研究透過深度訪談，得以直接與兒童表演者互動，取得他們對參賽和表演的想法，但是在幾個小時之內，受訪者能夠分享的訊息，以及研究者能夠了解受訪者的程度，皆是有限的。換句話說，即便有這些第一手資料，研究者仍是無法判斷兒童的表演經驗——甚至是事業，對他們成長的影響。因此，後續的研究者若是能夠把研究時間拉長，追蹤兒童表演者的成長過程，例如八歲到十八歲，或許就能夠解答兒童表演和成長之間的關係，也才能夠判斷演藝圈對兒童表演者身心健康的影響。

2. 「兒童做為研究者」(children as researchers)⁹⁷的研究

《兒童權利公約》讓兒童開始被視為主體，並帶動學術界出現愈來愈多「和兒童一起做成的研究」(research 'with' children) (Kellett, 2005: 5)。然而 Kellett (2005) 發現，目前這類型的研究雖然主張「和兒童一起」，但兒童的參與只做為輔助。因此，她主張「由兒童研究者做成的研究是兒童研究中的重要組成元素」(research by children as an important element of child research) (同上引: 8)⁹⁸，

⁹⁷ 在 Kellett (2005) 的文章中，她在研究者前面加上「主動的」，也就是「兒童做為主動的研究者」(children as active researchers)——這同時也是文章的題名。原因是，她發現目前和兒童一起做成的研究仍舊是成人主導，兒童的想法無法透過參與研究而反映出來。因此，她強調兒童的「主動」。不過，研究者在這裡不去強調「主動」意涵，因為主要是想建議後續研究者可以採用此一研究取徑或者思考此類研究的精神，以做出更能呈現兒童觀點的研究。

⁹⁸ 然而，Kellett 也強調這種研究方案不是唯一的，而且研究架構以及成人研究者於其中扮演的角色都還需要繼續建構 (Kellett, 2005)。

因為由兒童研究者做成的研究有許多優點，例如相較於成人研究者，兒童研究者更容易取得同儕的資料；又例如，此類研究有助於兒童在其他社會領域的參與（Kellett, 2005）。就研究者訪談【童盟會】參賽者的經驗來說，雖然彼此都使用中文，但是兒童所使用的字詞、句子，甚至思考邏輯與研究者確實有些差異——當然，這也是訪問其他研究對象可能會遇到的狀況。只不過，研究者認為，每個成人研究者都可能在訪問兒童時遇到這種溝通困難，如同 Kellett 觀察到，兒童研究者的發問往往和成人研究者不一樣，因為「成人包袱」（adult baggage）和「成人過濾器」（adult filter）是難以擺脫的（Kellett, 2005: 8）。而研究者做為成人，帶有的包袱則往往成為訪問兒童時的阻礙。因此，兒童經過成人研究者教授研究技巧，以研究者的身份，做兒童／童年研究，不僅有上述提到的優點，還能幫助成人研究者挖掘不一樣卻更貼近兒童本身的研究問題、研究規劃等等（Kellett, 2005）。

另外，研究者發現，參賽者台下的模樣都比台上來得害羞許多，尤其訪談一開始的時候，話更是不多⁹⁹。而這可能肇因於研究者－研究對象的權力關係不均等。但如果讓參賽者訪問參賽者，情況或許會大不相同。不僅不會有溝通困難，還可以避免不對等權力關係可能引起的不適，更因為彼此有比賽經驗和心得可以分享，討論的氣氛應該會熱絡不少，也就能蒐集到更多資料。綜言之，賦予兒童「研究者」的角色，有取得資料上的優勢，也解決了成人研究者在研究兒童時會遇到的種種困難；並且，在兒童觀點被創造的同時，兒童群體也被賦予了主體性。因此，後續研究者可以採用此一研究取徑。

3. 以製作單位為主要的研究

研究者在回顧文獻時，發現目前關於選秀節目的研究大多針對閱聽人，缺乏針對製作單位的研究。然而，製作單位在節目的產製過程中，扮演重要的角色，尤其本研究發現他們較參賽者在節目場域裡占據更為優勢的位置，擁有更大的生產權力。因此，後續研究者——尤其是有在職身分的研究生¹⁰⁰，可能比較有機會

⁹⁹ 從參賽者獲得的資訊相較於家長和製作單位少了許多，尤其他們對劇本、收視率和早熟，都沒什麼意見。參賽者和研究者分享較多的是比賽心得，例如訪談問題：比賽過程中，覺得困難、覺得有收穫的地方。研究者認為，主要原因有二：第一，參賽者沒想那麼多，以收視率為例，他們並沒有收視率的概念，不像他們的家人，知道收視率的功用和重要性；第二，參賽者想法單純，此點和上一點有異曲同工之妙，正因為他們不像成人想得那麼多，所以也就不會有太多意見——以早熟為例，他們的解讀策略只有「否認」，而且理由也簡單（覺得自己的個性如此或者認為同儕幼稚），不像家長和製作單位有較豐富的說法。而參賽者沒想那麼多的原因，可能是因為缺乏社會經驗，但也可能是因為被代言太久、不習慣發表意見。針對後者，研究者認為透過賦予兒童「自由表意的權利」可以獲得改善，而「兒童做為研究者」此一構想和企劃正好可以做為具體的實踐。

¹⁰⁰ 一般研究生比較難接近製作單位。研究者目前只找到一篇以製作單位為主要研究對象的論文，作者是政大傳播學院碩士在職專班的學生，因為工作的關係，得以訪問節目的關鍵人物，包括主持人、導播和評審。該篇論文題為《歌唱選秀節目關鍵元素之產製取向研究——以【超級星光大道】為例》。

接觸到製作單位，可以以製作單位為主要研究對象，深入選秀節目的製作端，包括製作單位、電視台和廣告商之間的利益關係¹⁰¹；如此一來，也就能夠進一步釐清收視率的運作和影響，描繪出更為清晰的台灣媒體生態。

第三節 結語：從《台北市童工工作輔導要點》看兒童表演者的勞動權益

本研究的起點即是研究者對兒童表演者的關注，包括他們在媒體報導和社會輿論中的負面形象，以及他們與表演工作的關係。從【童盟會】個案分析看來，兒童表演者的超齡形象（許多時候是表演所需）和演藝工作，因為違背「浪漫童年」建構出的兒童形象，所以引起新聞媒體和社會大眾負面評價。由於研究者已經花了不少篇幅在【童盟會】中參賽者的童星建構，以及參賽者與該節目場域的互動情形上，也來回地與《兒童權利公約》對話，所以在本文的最後，為了能更貼近台灣的脈絡，研究者透過討論《台北市童工工作輔導要點》¹⁰²，進一步了解兒童表演者的勞動權益：主張兒童保護論的台灣社會是如何規範兒童勞動的呢？所有兒童表演者，以及【童盟會】參賽者如何受該法規保障呢？

此法規的訂定起因於 2010 年童星小小彬事件。該位童星因為密集的演藝活動，所以缺課嚴重，引起民眾關切，甚至投訴社會局。社會壓力迫使台北市勞工局針對兒童表演者制定出《台北市童工工作輔導要點》。然而，該法規抄襲《勞動基準法》對童工的規定，所以同樣忽略了兒童群體中，不盡相同的生理和心理發展情形，例如國小一年級生和國中一年級生之間有明顯的差異。此外，雖然該法規明確條列出危險性工作，例如「散布有害輻射線場所之工作」、「處理爆炸性、引火性等物質之工作」，但是對於「工作性質和環境應無礙兒童身心發展」卻沒有任何說明。綜言之，《台北市童工工作輔導要點》制定得粗糙，使得雇主擁有很大的法律解釋空間，對童工的保障很是有限。想當然，該法規也無法真正保障兒童表演者的勞動權益，讓他們「面臨『工時過長過晚』、『工作環境危險』、『傷害兒少身心』、『影響就學權益』四大危機」（張舒涵，2012.02.08）。然而，政府單位似乎缺乏保障兒童勞動者的決心。從台北市勞工局針對小小彬事件發表的聲明即可窺知一二：「因為電影電視及所有文化表演工作，基本上是象徵人類文明進程，所以臺北市一方面須鼓勵文創產業讓文明文化大步向前，但另一方面我們亦必須提防童星工作傷

¹⁰¹ 本研究為了較為完整地描繪【童盟會】場域的生產情形，所以受訪者包括兒童參賽者、他們的家人和製作單位。但是，基於研究初衷，主要的研究對象是兒童參賽者和他們的家人。

¹⁰² 雖然《勞動基準法》有童工的相關規定，包括定義 16 歲以下的受僱工作者為童工、童工不得從事危險工作，以及工作時數等等，但是在這定義的年齡範圍裡，兒童的身心發展情形存在差異，例如國小生和國中生的生理及心理發展程度不同，而且該法規也並未定義危險工作，使得雇主有很大的解釋空間。一言以蔽之，《勞動基準法》對童工的保障有限，有待完善。也因為如此，2010 年小小彬事件發生後，各方都在關注台北市勞工局制定的法規，期盼它能夠真正保障兒童勞動者的權益。沒想到，《台北市童工工作輔導要點》大半是抄襲《勞動基準法》對童工的規定而來（陳俊諺，2010.02.05）。

害童星身心健康。至於把童星當童工而沿用勞基法之規定，必須去瞭解其來源，由於勞基法源自工廠法製造業內對童工的保護，因而，臺北市政府勞工局謹慎處理小小彬事件，亦很持平看待所有童星表演工作，希望鼓勵文創產業」。不難看出台北市勞工局不僅缺乏決心，甚至是傾向站在演藝工業那邊。

以【童盟會】的兒童參賽者為例，他們往往從早上一直錄影到晚上，有時候甚至是半夜。但是，這樣的情形無「法」可管，因為他們和其他成人選秀參賽者一樣，簽的是表演契約（旨在約束參賽者在比賽期間，以及比賽結束後的三到六個月之內，不得上其他節目），但不是工作契約，所以不具備勞工身份，也就不在《勞動基準法》或《台北市童工工作輔導要點》的保護之內。而且，如本研究發現，【童盟會】參賽者通常不會感覺被剝削，因為不論是長時間的錄影、微薄的車馬費，還是自我揭露、配合節目效果的演出，都做為生存心態，決定參賽者的實踐活動。不過，正因為如此，更應該要完善法規，提高勞動意識¹⁰³。

研究者認為，由於生產場域的結構力量強大，政策和法規的制定顯得格外重要；而且，本研究也發現兒童表演者的相關爭議在在反映童年的變遷，還有台灣社會對兒童（及其權利）的不了解和不重視。因此，台灣社會中的兒童應享有什麼樣的權利，以及政府應該賦予他們什麼權利、應該保障他們什麼權益，才是解決爭議的關鍵。也因此，面對現代童年的轉變，研究者認為危機可以是轉機，因為它向我們拋出一個極為重要的思考課題：我們的社會要培育出怎麼樣的成人（所以我們就會主張怎麼樣的童年）。此外，面對《勞動基準法》和《台北市童工工作輔導要點》的不足，研究者認為可以借鏡西方，例如英國法律規定：兒童表演者的身邊要有家長／監護人的陪伴、超過一定時數的話，要雇用家教、家長必須從兒童表演者的所得撥出一定比例，做為教育經費（O'Connor, 2008）；還有，鑑於兒童參賽者接連在《英國達人》節目中放聲大哭，英國政府計劃修改現行規定，以要求真人秀節目必須申請許可證，才能讓兒童參賽者上台表演（BBC 英倫網，2012.05.25）¹⁰⁴。

¹⁰³ 例如，把兒童勞動和兒童權利等等相關知識納入義務教育的課程裡。

¹⁰⁴ 不過，許可證的法規訂定目前還停留在蒐集大眾意見和專家評估的階段。僅在去年（2013年）2月做出一份政府報告，詳見

<http://media.education.gov.uk/assets/files/pdf/c/consultation%20response%20final.pdf>

參考書目



- Allison, J. (2009). Agency. In Jens Qvortrup, William A. Corsaro & Michael-Sebastain Honig (Eds.), *The Palgrave Handbook of Childhood Studies* (pp.34-45). London: Palgrave Macmillan.
- Bourdieu, P. (Ed.). (1991). *Language and Symbolic Power*. Cambridge: Polity Press.
- Bourdieu, P., & Passeron, J.C. (1990). *Reproduction in Education, Society and Culture*. London: Sage.
- Brooks, K. (2008). *Consuming Innocence: Popular Culture and Our Children*. Brisbane : University of Queensland Press.
- Carter, C. (2012.03.23). Dance Moms shows pressures of world of dance. *Coppell Student Media*. 上網日期：2012年8月24日，取自 <http://coppell.bubblelife.com/v/355824/52C4W>
- Collins, S. (2008). Making the Most out of 15 Minutes: Reality TV's Dispensable Celebrity. *Television & New Media*, 9(2), 87-100.
- Donvan, J. (2012.03.30). 'Crazy' Reality of 'Dance Moms': Is Perfection Worth the Price? *ABC News*. 上網日期：2012年8月24日，取自 <http://0rz.tw/zpSM5>
- Fairchild, C. (2007). Building the Authentic Celebrity: The "Idol" Phenomenon in the Attention Economy." *Popular Music and Society*, 30, 355-375.
- Freeman, M. (2011). The Value and Values of Children's Rights. In Antonella Invernizzi & Jane Williams (Eds.), *The Human Rights of Children: From Visions to Implementation* (pp.21-36). Surrey: Ashgate Publishing.
- Hamelink, C. (2008). Children's Communication Rights: Beyond Intentions. In Kirsten Drotner & Sonia Livingstone (Eds.), *The International Handbook of Children, Media and Culture* (pp.508-519). London: Sage Publication.
- Harris, M. (1997.03.01). Trophy Kids: A New All-or-Nothing Philosophy Is Forcing Your Children to Compete Against Today's. *CNNMoney*. 上網日期：2013年6月9日，取自 http://money.cnn.com/magazines/moneymag/moneymag_archive/1997/03/01/222975/
- Higonnet, A. (1998). *Pictures of Innocence: The History and Crisis of Ideal Childhood*. London: Thames and Hudson.
- Kellett, M. (2005.07.22). *Children as active researchers: a new research paradigm for the 21st century?* NCRM Methods Review Papers, NCRM/003. 上網日期：2013年12月24日，取自 <http://eprints.ncrm.ac.uk/87/1/MethodsReviewPaperNCRM-003.pdf>
- O'Connor, J. (2008). *The Cultural Significance of Child Star*. London: Routledge.
- Prout, A. (2008). Culture-Nature and the Construction of childhood. In Kirsten

- Drotner & Sonia Livingstone (Eds.), *The International Handbook of Children, Media and Culture* (pp.21-35). London: Sage Publication.
- Singh, A. (2009.06.05). Britain's Got Talent: Government launches review into child performers. *The Telegraph*. 上網日期：2012年8月18日，取自 <http://Orz.tw/ELaVz>
- Stanley, A. (2003.04.23). THE TV WATCH; The Name of the Game Is Class, Guys and Gals, or the Lack of It. *The New York Times*. 上網日期：2012年8月30日，取自 <http://Orz.tw/ofnJW>
- Svitak, A. (2010.02). What Adults can Learn from Kids. *TED*. 上網日期：2012年8月5日，取自 http://www.ted.com/talks/adora_svitak.html
- Warwick, J. (2012). "You Can't Win, Child, but You Can't Get Out of the Game": Michael Jackson's Transition from Child Star to Superstar. *Popular Music and Society*, 35, 241-259.
- Weitz, R. (2001). Women and Their Hair: Seeking Power through Resistance and Accommodation. *Gender and Society*, 15(5), 667-686.
- BBC 英倫網 (2010.05.01)。〈《英國達人》：兒童福祉始終優先〉，《BBC 英倫網》。上網日期：2012年8月20日，取自 http://www.bbc.co.uk/ukchina/trad/entertainment/2012/05/120501_ent_malaki_show.shtml
- BBC 英倫網 (2012.05.25)。〈電視真人秀需申請「少兒參與許可」〉，《BBC 中文網》。上網日期：2013年12月31日，取自 http://www.bbc.co.uk/ukchina/trad/entertainment/2012/05/120525_ent_talentshow_license.shtml
- ETtoday 新聞雲 (2012.08.15)。〈曾拍百部偶像劇 童星長大淪黑幫打手〉，《ETtoday 新聞雲》。上網日期：2012年9月17日，取自 <http://www.ettoday.net/news/20120815/87719.htm>
- 中華民國法務部 (2011)。〈兒童及少年福利法〉，《全國法規資料庫》。上網時間：2012年1月25日，取自：
<http://law.moj.gov.tw/LawClass/LawAll.aspx?PCode=D0050001>
- 今日新聞 (2007.07.16)。〈比較兩岸選秀節目 蔡康永：「台灣很可憐！」〉，《今日新聞》。上網日期：2012年8月20日，取自 <http://www.nownews.com/2007/07/17/11440-2126908.htm>
- 尤雅靜 (2009)。《童年與校園：九〇年代以降台灣教師作家校園故事之兒童形象研究》。中興大學台灣文學研究所碩士論文。
- 尹鴻、陸虹 (2007.01.08)。〈尹鴻、陸虹：電視真人秀的節目類型分析〉，《人民網》。上網日期：2012年8月24日，取自 <http://media.people.com.cn/BIG5/22100/76588/76590/5258492.html>
- 王雨晴、林淑娟 (2010.01.19)。〈小小彬綜藝化 選新媽惹爭議〉，《中國時報》。

- 上網日期：2012年9月17日，取自 <http://0rz.tw/WH4nt>
- 王上榕（2009）。《台灣兒童服裝的時尚發展》。台北教育大學幼兒與家庭教育學系碩士論文。
- 王南雄（2009）。《戶外直播運動比賽的媒體奇觀—以「奧視中華棒球隊、戶外直播派對」為例》。世新大學新聞研究所碩士論文。
- 王海英（2011.1.28）。〈王海英：別讓兒童成了成人的娛樂工具〉，《中國教育報》，第4版。上網日期：2012年8月30日，取自 http://china.jyb.cn/gnxw/201101/t20110128_412463_1.html
- 王筱君（2011.08.13）。〈選秀咖攻「陸」海撈人民幣〉，《聯合報》。上網日期：2012年8月20日，取自 http://interush.tw/news_list_1_detail.php?fname=6523685.xml
- 王維玲（2010）。《實境選秀節目的夢想建構—以【超級星光大道】為例》。政治大學新聞研究所碩士論文。
- 北京新浪網（2012.05.31）。〈《天才童聲》鞠萍為兒少秀指點江山〉，《北京新浪網》。上網日期：2012年8月30日，取自 <http://dailynews.sina.com/bg/ent/tv/sinacn/20120531/19323435038.html>
- 石鎮嘉（2007）。《兒童遊戲權之研究—從聯合國兒童權利公約第三十一條檢視我國兒童遊戲權之保障》。台北教育大學文教法律研究所碩士論文。
- 江茂山（2005）。《電視新聞播報鏡面呈現型式之研究》。台灣藝術大學應用媒體藝術研究所碩士論文。
- 百度百科。上網日期：2012年10月1日，取自 <http://baike.baidu.com/view/6981301.htm>
- 吳伊婷（2011）。《兒童廣播節目「音樂塗鴉國」和「兒童床邊音樂故事」之理念與內容研析》。台北教育大學幼兒與教育學系碩士論文。
- 吳翠珍（1995）。《國內自製兒童節目內容呈現方式與學習效果研究報告》。台北：電視文化研究委員會。
- 呂雅雯、盧鴻毅、侯心雅（2009）。〈再現貧窮：以電視新聞為例〉，《新聞學研究》，102：73-111。
- 李志展（2009.12.10）。〈小彬農場種菜追雞 想媽不敢哭〉，《蘋果日報》。上網日期：2012年9月17日，取自 <http://www.appledaily.com.tw/appledaily/article/entertainment/20091210/32149983/applesearch/>
- 李園會（2000）。《兒童權利公約》。台北：內政部兒童局。
- 李銘宏、葉婉如（2008.01.09）。〈童星皓皓肇事車毀 酒駕稱吃燒酒雞〉，《蘋果日報》。上網日期：2012年9月17日，取自 <http://www.appledaily.com.tw/appledaily/article/entertainment/20080109/30153297>
- 李燕俐（2005）。《國家對兒童態度的轉變—以台灣兒童福利行政與法制發展為

- 中心》。台灣大學法律學研究所碩士論文。
- 沈寶濛（2006）。《當代西方兒童與成人平權爭議之探討》。中央大學哲學研究所碩士論文。
- 兒童福利聯盟（2012.07.03）。〈2012年兒少網路行為調查報告：孩子暑假變宅童，「迷網」玩臉書！〉，《兒童福利聯盟》。上網日期：2013年7月4日，取自 http://www.children.org.tw/news/advocacy_detail/354
- 兒童福利聯盟（2013.03.04）。〈2013年兒童收視熱門時段之電視內容分析：淫照、搶男友、踹人，適合親子闔家觀賞嗎？〉，《兒童福利聯盟》。上網日期：2013年7月4日，取自 http://www.children.org.tw/news/advocacy_detail/987
- 周新富（2005）。《布爾迪厄論學校教育與文化再製》。台北：心理出版社。
- 東森新聞（2012.05.29）。〈8選秀節目競爭 素人卻難圓明星夢〉，《東森新聞》。上網日期：2012年8月18日，取自 <http://0rz.tw/iTQ7P>
- 林上祚（2010.01.24）。〈兒童超齡秀過頭 NCC 搖頭〉，《中國時報》。
- 林志明譯（2002）。《布赫迪厄論電視》。台北：麥田出版。（原書 Pierre Bourdieu. [1996]. Sur la television. Paris: Liber-Raisons d'Agir）
- 林淑娟（2011.10.10）。〈小草《家和》搶眼 三立專車接送〉，《中時電子報》。上網日期：2012年9月18日，取自 <http://0rz.tw/5x1vY>
- 林淑娟、張雅文（2010.03.17）。〈「小小彬，有人不想再看到你」〉，《中國時報》。上網日期：2012年9月18日，取自 <http://showbiz.chinatimes.com/2009Cti/Channel/Showbiz/showbiz-news-cnt/0,5020,110511+112010031700007,00.html>
- 林莉婷（2007）。《台南市國小兒童之流行歌曲消費與運用的研究》。成功大學藝術研究所碩士論文。
- 林富美（2006）。《台灣新聞工作者與藝人：解析市場經濟下的文化勞動》。台北：秀威科技。
- 林照真（2004.10.15）。〈誰在扼殺電視品質？〉，《天下雜誌》。第309期特別企劃。
- 邱天助（2002）。《布爾迪厄文化再製理論》。台北：桂冠圖書。
- 邱天助（2007）。〈國家意志下，人文社會學術生產的再反思：Bourdieu 場域分析的啟示〉，《圖書資訊學研究》，第二卷，第一期，頁1-19。
- 邱莉玲（2012.07.20）。〈大陸高薪酬 吸走影視大咖〉，《工商時報》。上網日期：2012年8月20日，取自 <http://money.chinatimes.com/news/news-content.aspx?id=20120720000132&cid=1210>
- 施一中譯（1986）。《先知》。台北：金楓出版。（原書 Kahlil Gibran. [1923]. The Prophet. New York: Alfred A. Knopf, Inc.）
- 夏春祥（1997）。〈文本分析與傳播研究〉，《新聞學研究》，54：141-166。
- 孫曉寧（2009）。〈淺析真人秀節目的本土化製作及創新〉，《當代電視》，7：73-74。

- 徐智瑩 (2006)。《運用多媒體遊戲提升兒童英語拼字與學習態度之研究—以桃園縣某國小為例》。台北教育大學兒童英語教育研究所碩士論文。
- 涂鉅旻 (2012.11.12)。〈累！近 8 成小三、四生有補習〉，《新頭殼》。上網日期：2013 年 6 月 9 日，取自
<http://tw.news.yahoo.com/%E7%B4%AF-%E8%BF%918%E6%88%90%E5%B0%8F%E4%B8%89-%E5%9B%9B%E7%94%9F%E6%9C%89%E8%A3%9C%E7%BF%92-102008963.html>
- 翁孝蓁 (2010)。《兒童日常生活中數位媒體使用：以台灣學童部落格使用為例》。政治大學國際傳播英語碩士學位學程碩士論文。
- 高宣揚 (1998)。《當代社會理論》。台北：五南。
- 高宣揚 (2002)。《布爾迪厄》。台北：生智。
- 高宣揚 (2002)。《流行文化社會學》。台北：揚智文化。
- 張芬芬 (2010)。〈質性資料分析的五步驟：在抽象階梯上爬升〉，《初等教育學刊》，35：87-120。
- 張婷臻 (2012.06.29)。〈小草紀亮竹演技了得 楊慶煌讚不絕口〉，《今日新聞》。上網日期：2012 年 9 月 18 日，取自 <http://0rz.tw/QpxjY>
- 張惠嵐 (2008)。〈擬仿時代？真人實境節目下「過度的」閱聽人—以《超級星光大道》為例〉，《傳播與管理研究》。第八卷，第一期，頁 85-124。
- 張舒涵 (2012.02.08)。〈權益缺把關 童星難逃 4 大危機〉，《立報》。上網日期：2013 年 12 月 30 日，取自
<http://www.lihpao.com/?action-viewnews-itemid-115201>
- 張錦華 (1995)。〈媒體文本研究的理論依據與方法進路〉，柯永輝、張錦華（合著）《媒體的女人·女人的媒體（上）》，頁 13-68。台北：碩人。
- 張錦華 (2010)。《傳播批判理論：從解構到主體》。台北：黎明文化。
- 畢恆達 (2010)。《教授為什麼沒告訴我》。板橋市：小畢空間出版社。
- 莊帷婷 (2011)。《「偶像假結婚」作為理想浪漫婚姻典範？韓國實境綜藝節目《我們結婚了》之台灣女性閱聽人分析》。台灣師範大學大眾傳播研究所碩士論文。
- 許怡安 (2001)。《兒童網路使用與網路媒體素養之研究—以台北縣市國小高年級學童為例》。政治大學廣播電視學系碩士論文。
- 郭震海 (2012.08.22)。〈小大人氾濫帶來的困惑〉，《中國青年報》。上網日期：2012 年 8 月 26 日，取自
http://zqbcyol.com/html/2012-08/22/nw.D110000zgqnb_20120822_5-02.htm
- 陳沂庭 (2013.11.20)。〈兒少權遭剝奪 兒童權利公約待國內法化〉，《中央廣播電台》。上網日期：2013 年 12 月 17 日，取自
http://news.rti.org.tw/index_newsContent.aspx?nid=465733
- 陳佩君 (2006)。《公視「文學劇」：影像美學、文化符碼與性別建構》。輔仁大學大眾傳播學研究所碩士論文。

- 陳亭瑜 (2010)。《歌唱選秀節目中素人明星的產製與消費初探》。中正大學電訊傳播研究所碩士論文。
- 陳俊諺 (2010.02.05)。〈北市保障童工要點 議員批無新意〉，《大紀元》。上網日期：2013年12月30日，取自
<http://www.epochtimes.com/b5/10/2/5/n2810868.htm>
- 陳建榮 (2006)。《電影融入教學於國小生命教育課程教學模式之設計與應用》。淡江大學教育科技學系碩士論文。
- 陳政佑 (2009)。《從選秀節目【SuperStarAve】BBS版看網路閱聽人之日常收視經驗》。政治大學廣播電視學研究所碩士論文。
- 陳漢珍 (2008)。《生命遊樂場—童年轉喻》。台北藝術大學造形研究所碩士論文。
- 陳學明 (1998)。《文化工業》。台北市：揚智文化。
- 彭斯遠 (2002)。〈兒童化與成人化—中國當代兒童文學悖論現象考察〉，《昆明師範高等專科學校學報》，24：1-4。
- 彭蕙仙譯 (2006)。《天生買家 搶救買無止盡的下一代》。台北：天下雜誌出版。
(原書 Juliet B. Schor. [2004]. Born To Buy: The Commercialized Child and the New Consumer Culture. New York : SCRIBNER)
- 游美惠 (2000)。〈內容分析、文本分析與論述分析在社會研究的運用〉，《調查研究》，8：5-42。
- 華視新聞 (2011.09.28)。〈3秒就掉淚! 最紅童星演技精湛〉，《華視新聞》。上網日期：2012年9月17日，取自 <http://0rz.tw/zaE3B>
- 費翠 (2008)。〈真人實境節目中「真人」如何參與「成功神話」的建構—以台灣「超級星光大道」節目為例進行一次現象社會學研究〉。「2008年中華傳播學會年會」論文。
- 超級童盟會官網。上網日期：2012年8月1日，取自
http://blog.xuite.net/ftv_superkids/kids
- 馮敏惠 (2008)。《兒童、符號與消費實踐—以麥當勞為例》。元智大學資訊社會學研究所碩士論文。
- 黃天如 (2011.09.04)。〈超齡兒童早熟 是禍不是福〉，《中國時報》。上網日期：2012年9月17日，取自
<http://life.chinatimes.com/2009Cti/Channel/Life/life-article/0,5047,11051801+112011090400082,00.html>
- 黃宗顯 (2013)。〈教育學門 TSSCI 學刊評比制度省思〉，《台灣教育評論月刊》，第二卷，第十一期，頁 38-39。
- 新聞網 NEWSWow! (2012.08.24)。〈《達人總動員》環島找達人 模王吸人氣〉，《Wow! NEWS 新聞網》。上網日期：2012年8月25日，取自
<http://www.wownews.tw/article.php?sn=3094>
- 楊起鳳 (2010.01.24)。〈五月娃也報名 偶像劇徵童星 千人想當小小彬〉，《聯合報》。上網日期：2012年8月26日，取自「聯合知識庫」。

- 楊雅婷譯 (2003)。《童年之死 在電子媒體時代下長大的孩童》。台北：巨流圖書。(原書 David Buckingham. [2000]. *After the Death of Childhood: Growing up in the Age Electronic Media*. Cambridge : Polity Press)
- 葉君遠 (2011.07.08)。〈伍思凱爆選秀造假 陶子：肯定非星光〉，《聯合報》。
- 葉君遠、王雨晴 (2007.09.09)。〈戴安娜滿分畫面被移花接木 網友猛批造假〉，《中國時報》。
- 詹仁雄 (2011.09.05)。〈電視人〉。上網日期：2012年8月20日，取自 <http://blog.nownews.com/article.php?bid=21180&tid=1526348>
- 豪記唱片有限公司。上網日期：2012年9月18日，取自 <http://www.hcm-music.com.tw/html/singer/jen-xiong.php>
- 蔡明晃 (2011)。《應用互動多媒體於兒童英語字母補救教學之研究》。台北科技大學創新設計研究所碩士論文。
- 鄭明萱譯 (2006)。《認識媒體：人的延伸》。台北：貓頭鷹出版。(原書 Marshall McLuhan. [1964, 1994]. *Understanding Media: The Extensions of Man*. Cambridge: The MIT Press)
- 蕭昭君譯 (1994)。《童年的消逝》。台北：遠流出版。(原書 Neil Postman. [1982]. *The Disappearance of Childhood*. New York : Delacorte Press)
- 蔡承志譯 (2007)。《娛樂至死：追求表象、歡笑和激情的電視時代》。台北：貓頭鷹書房。(原書 Neil Postman. [1985]. *Amusing Ourselves to Death: Public discourse in the age of show business*. New York : Penguin Group (USA) Inc.)
- 聯合晚報 (2010.01.24)。〈父母的夢想和孩子的童年〉，《聯合晚報》。上網日期：2012年8月26日，取自「聯合知識庫」。
- 薛聖棻 (2010)。《歌唱選秀節目關鍵因素之產製取向研究—以「超級星光大道」為例》。政治大學傳播學院碩士在學專班。
- 謝佳慧 (2007.12.02)。〈創意淪陷 電視圈抄襲成慣〉，《喀報》。上網日期：2012年9月6日，取自 http://castnet.nctu.edu.tw/castnet/article.php?id=628&from_type=issue&from_id=35
- 謝豫琦 (2004)。〈真人實境節目的閱聽人解讀初探---以日本節目「戀愛巴士」之台灣閱聽人為例〉，「2004年中華傳播學會年會」論文。
- 謝豫琦 (2005)。《真人實境節目的閱聽人解讀策略---以日本節目「戀愛巴士」的台灣閱聽人為例》。政治大學新聞學系碩士論文。
- 鍾嘉純 (2009)。《Jean Boudrillard 符號消費理論及其教育蘊義》。台灣師範大學教育學系碩士論文。
- 簡妙如 (2008)。〈全球化的「更真實」狂熱：真人實境節目的心理技術〉，《新聞學研究》，94：1-60。
- 簡妙如 (2008)。〈觀看與被觀看：台灣真人秀的欲望監控、螢幕機體與偽裝後現代〉，《廣播與電視》，28：95-124。

- 簡妙如、劉昌德（2009）。〈消費即生產、娛樂即勞動？電視節目的生產關係〉，「2009年台灣社會學年會」。
- 關志儒（2012.08.25）。〈兒童選秀救收視 「小大人」模樣遭批〉。《聯合報》。上網日期：2012年8月26日，取自
<http://udn.com/NEWS/ENTERTAINMENT/ENT7/7318286.shtml>
- 關志儒（2012.08.02）。〈陸選秀請評審 重金禮聘台灣藝人〉，《聯合報》。上網日期：2012年8月20日，取自
<http://udn.com/NEWS/ENTERTAINMENT/ENT7/7266731.shtml>
- 羅珮瑜、曾建勳（2011.07.11）。〈台電視業進死胡同 沈玉琳：全往陸發展〉，《中天電視》。上網日期：2012年8月20日，取自
http://www.ctitv.com.tw/news_video_c17v47170.html
- 嚴祥鸞（2010）。〈參與觀察法〉，胡幼慧（編），《質性研究：理論、方法及本土女性研究實例》，頁163-184。台北：巨流圖書公司。
- 蘇冠如（2009）。《國小高年級學童電視收視行為與電視識讀能力相關性之研究》。南華大學出版與文化事業管理研究所碩士論文。
- 蘇慧玲（2008）。《國小兒童便利商店消費行為之研究—以屏東縣為例》。台東大學教育學研究所碩士論文。
- 蘇峰山（2005）。〈象徵暴力與文化再製—布爾迪厄之反思〉，蘇峰山（編）《意識、權力與教育：教育社會學理論導讀》，頁111-40。高雄：復文出版社。
- 鐘尹萱（2006）。《兒童電影理的空間建構——以《有你真好》、《小鬼當家》與《早安》為例》。台東大學兒童文學研究所碩士論文。
- 鐘至函（2009）。《以利機理論探討共生型部落格對電視節目閱聽人的影響—以歌唱選秀節目為例》。中原大學資訊管理研究所碩士論文。
- 蘭美幸（2002）。《兒童節目內容分析之研究》。台東師範學院教育研究所教育行政碩士班碩士論文。

附錄

