

愛就是陪他們「看電視」！

一 成年子女的電視消費與新孝道實踐*

陳婷玉**

《摘要》

晚近閱聽人研究逐漸轉向強調閱聽個體賦予意義的能力，而此種賦予意義的能力不僅限於文本意義的解讀與詮釋，亦指涉媒體經驗之於每日生活的意義。本研究屬於民族誌學取向的閱聽人研究，將電視媒介的使用放回閱聽人的日常生活脈絡中，檢視「看電視」如何鑲嵌在閱聽人的每日生活中。本研究盡可能揭露閱聽人具體生活的真實經驗，分析未婚子女在與家中長輩一同收看電視的特殊電視使用情境中賦予何種重要的意涵？

研究發現，電視相較於其他媒體而言，是一種家庭媒介，其與家庭日常生活關係密切。看電視是如此稀鬆平常、唾手可得、不費力勞神，提供家庭最佳互動管道。對子女而言，「共視」亦提供安全、事不關己、不會造成尷尬與親子間緊張與壓力的交談氛圍。而與住在家中的子女不同，外宿子女因為與雙親的相處互動時間少，必須把握有限的返家時間來陪伴父母、承歡膝下，因此傾向戰略性（tactically）地運用與父母親一起看電視的行動來展現其孝心與孝行，發展出特殊的共視模式與意涵。據此，子女與家中長輩一起看電視並非單純的「看電視」，而是有更深層的意涵；電視消費被挪用、改造、轉化，成為具有個人化意義與功能的孝道實踐行動。

關鍵字：戰略、孝道實踐、陪伴父母、閱聽人研究、家庭電視消費

* 本論文曾發表於「颯心立藝 2011 研討會」，國立臺灣藝術大學，台北。

** 作者為南華大學傳播學系暨研究所副教授，tychen@mail.nhu.edu.tw。

壹、研究動機與目的

台灣在過去經濟匱乏的年代，電視屬於高級奢侈品，並不是每個家庭都能輕易擁有，但隨著台灣經濟快速的成長，以及傳播科技的蓬勃發展，現今許多家庭擁有不只一台電視機，有線電視的普及率也高達 85.2%（內政部營建署，2010），根據 A. G. B. Nielen 媒體調查，台灣民眾過去一天電視的接觸率高達 93.8%，遠高於網路的 51.3%，位居五大媒體中的首位，顯示電視媒體在國人的日常生活中仍扮演重要的角色。

電視媒體在家庭收視的情境中，可能扮演著多元的角色。電視被視為一種環境資源和行為調節器，伴隨且提醒觀眾家中的工作或活動（蕭育純，1998）；電視也扮演著促進兒童和青少年社會化的功能（許怡珮，2002），而親子共同收視時，家長伺機介入指導，將電視視為社會學習的教學素材。由於電視頻道、內容日益多元，增加了與家人一起看電視的時間與機會，電視媒體塑造出與家人共處的情境（孫曼蘋，1997），因此家庭電視的使用可能增加家庭成員的互動。小時候為了爭搶電視而與家人產生爭執，是我們文化中許多人都曾有的經驗；過去研究亦指出，對電視過分的投入，可能會造成與親人間互動的疏離（陳芸芸譯，2000）。因此，電視媒體蓬勃發展的台灣社會，電視在家庭的觀看情境中，扮演陪伴、提醒、教化的功能，是家庭關係的催化劑，但同時也可能是造成家人衝突的引爆點，或因家庭成員過度沉溺，而使家庭關係更為疏離。

過去歐美有關電視使用與家庭關係的相關實證研究相當多，然而西方世界屬於以自我為中心的個人主義文化，華人社會卻是以家族、宗族、群體、團體為核心的集體主義文化，與西方強調個人的自主文化截然不同（李美枝，1998），因此華人社會中家庭收視情境所形成的文化，例如成年子女與家中長輩一同觀看電視的生活經驗，勢必與西方社會有所不同。

網際網路媒體的興起，加上新型態休閒活動的出現，以及媒介使用環境的個人化趨勢，固然削弱了電視媒體原本的市場優勢，然而電視是一種大眾的、低涉入的媒體（陳芸芸 譯，2000），多數家庭都有擺設電視的客廳，這是家庭中的公共區域，也是家庭成員聯繫感情的主要場所。電視媒體不露痕跡地融入家庭作息，也成為與家人互動的主要媒介（蕭斯豐，2007）。電視與家庭成員互動之間存在密切的關係，因此，家庭情境中的電視消費、詮釋與使用受到學者的重視。美國學者

James Lull 以民族誌學的觀點來探究家庭中電視的社會性使用，觀察人們在家中的電視觀看行為，並主張這種行為是社會建構的，因為觀眾不只形成自己對文本的詮釋，他們亦主動建構收視發生的情境及觀看的方式，而這些都被運用在未來接續的溝通活動中(Lull, 1990)。

電視已成一個家庭中理所當然的存在，並從一件單純的傢俱演化成現代家庭中的成員(Jennings & Walker, 2009)，家庭中每一個人都可以和它接觸，也可以藉著它與其他家庭成員互動。對一個在臺灣長大的年輕成人而言，電視在他們成長過程中的角色一直在改變；從年幼時父母親為其選擇並監控收視內容，到收視時間備受限制的中學階段，再到上大學或工作之後，可以自由自在看電視，這個似乎一直存在的家中一員和我們的關係隨著個體的年紀增長而變得不同。

過去有關電視在家庭中角色的研究，最多的莫過於電視在家庭中使用對兒童、青少年產生的影響研究（課業、專注力、體重、價值觀...）。這是隸屬於量化的行政研究，幾乎一面倒地指責電視，批評它對心智未成熟者造成傷害，同時也降低親子互動的質與量。當孩子漸漸長大，而父母逐漸年老，隨著家庭生命週期的遞變，父母與子女在家庭中的相對性地位及重要性出現變化，使他們對媒介消費產生不同的影響力。然而成年子女選擇陪伴父母親看電視的「親子共視」卻從未引起學者們的關注與研究挹注，本研究檢視這種另類的親子共視，並且以子女（而非父母）為主要研究對象。

本研究欲探索學者 Lull 所提出的電視的社會性使用概念，並以學者 de Certeau 所揭示的個體在生活儀式中的運作方式(ways of operating)，提出當代閱聽人的能動性及主體「實踐」的例證。筆者以為，看電視也許在傳統上被認為是被動且被既定規則所引導、框限，但閱聽人如何「使用」它，如何從平凡如看電視的日常生活儀式中創建屬於自己的意義，卻值得我們深入追查。

本研究為一初探性研究。企圖呈現未婚子女（包括學生族群與上班族）與長輩共同收視的日常生活實踐，尤其在現今家家戶戶擁有不只一台電視機，且普遍有網路裝設，家中的成年子女有更多收視內容與多元媒介選擇的自由之際，自發性的陪同家人（長輩）一起觀看電視的人仍不在少數，那麼，這些閱聽人如何看待此種家庭活動？又賦予此種家庭活動何種特殊意涵？

貳、文獻探討

一、閱聽人研究的「民族誌學」取向

閱聽人研究從量化到質性取向歷經了一段演變的過程；晚近的閱聽人研究傾向一種後現代的、建構主義的觀點，即不將閱聽人視為實質存在(Fiske, 1991)，認為其只是在特定的分析論域中所產製的「論述建構」(discursive construct) (Alasuutari, 1999; Neuendorf, 2001)。陳雪雲(2004)則指出，在閱聽人是建構的概念中，研究是為了找尋、辨識、詮釋和建構所謂的聽眾、觀眾、讀者、網路玩家等的心路歷程及其文化生活。

Silverstone 認為閱聽人總是生活於不同或重疊的空間與時間，因此他認為閱聽人研究應成為「遊牧式的」；不應將閱聽人視為預先構成的一群個體或範圍明確的社會團體，而應從一些日常活動與論述著手，這些日常活動包含接觸傳播媒介的複雜行為，以及其他一些共同存在與進行的活動，通常媒介行為便是由此構成（引自盧嵐蘭，2005）。盧嵐蘭(2007)提醒我們，閱聽人研究應探討其媒介使用與日常例行活動的關係，因為媒介使用總是和其他的日常活動有關，媒介消費不只是閱聽人使用媒體而已，它成為一種生活形態，是閱聽人生活慣例與儀式的一部份，媒體使用的習慣與日常活動相互滲透、交錯。今日，大部分閱聽人研究的興趣在於真實環境（日常生活情境）之下人們的行為，例如：人們在家中如何收看電視？

閱聽人研究歷經若干典範的演進，其概念逐漸轉向強調閱聽個體賦予意義的能力。筆者認為此種賦予意義的能力不僅限於文本意義的解讀與詮釋，亦指涉媒體經驗對其每日生活的意涵。Ang (1996)在回顧閱聽人概念發展過程時便指出，接收分析雖強調閱聽人的詮釋以及賦予意義的過程，但經常將文本—閱聽人的關係去脈絡化，未能扣緊日常生活情境。Moore(1993)、Nightingale(1996)、盧嵐蘭(2007)亦認為閱聽人研究應回歸每日生活作息，並關心媒介與工作、休閒和社會文化活動間的交錯性、混同性、矛盾性和能動性。陳雪雲(2004)則建議未來研究應該從日常生活中的媒介經驗著手，探究閱聽人如何萃取文化資源，以進行自我反思、規劃生活進程、追求文化認同或實驗生活美學。

本研究屬於民族誌學取向的閱聽人研究，有別於實證效果研究所重視之媒介內容對閱聽人的影響，亦非聚焦閱聽人對特定媒介文本的解讀過程，而是將電視媒介

的使用放回閱聽人的日常生活中，檢視「看電視」如何鑲嵌於閱聽人的每日生活。本研究將盡可能揭露閱聽人具體生活的真實經驗，分析成年子女在與家中長輩一同收視的特殊電視使用情境中，賦予何種重要的生活意涵？

二、家庭中的媒介消費

(一) 家庭是電視消費的重要場域

家庭是日常消費的主要場所，也是媒介消費的重要情境，固然日常生活不只有家庭情境，但多數強調生活脈絡的傳播研究幾乎都以家庭為分析的背景（如 Lull, Morley, 和 Silverstone 的研究），許多媒介內容亦是針對家庭中的閱聽人。因此，媒介消費與家庭生活關係的密切應是毋庸置疑，本研究著眼的電視媒介亦是以家庭為主要收視環境。盧嵐蘭（2005）指出，過去家庭成員之間主要透過共同工作而維持互動關係，隨著當代社會中的家庭關係受到商品消費（包括媒介消費）中介的程度日益加深，目前許多家庭是以一起看電視來做為家人間的主要休閒活動；孫曼蘋（1998）發現都會家庭最主要的家庭休閒是一起看電視，而一起看電視的時間也較從事其他休閒活動來的多。

(二) 電視與家庭互動

當代閱聽人研究強調必須觀察日常生活中的媒介使用如何與其特有的人際網絡及社會關係產生連結，而媒介消費介入家庭時間，必然涉及成員間的互動形式與家人關係。

Silverstone(1996)認為電視被構連至居家(domestic)的文化，此為一種關係概念，它中介公共和私人的意義，建構了人之間的互動方式，也正因為電視建構了有意義及技術的產物，因此在家庭中佔有一席之地。而家庭網絡中有血緣關係存在，也決定使用媒介的交際環境；家庭的互動方式影響家庭成員使用媒介的方式。另一方面，媒介影響家庭互動，現代人的家庭生活經驗中包含大量的媒介經驗，而這些經驗則構成家庭歷史和家庭記憶的一部份（盧嵐蘭，2005）。人們將媒介作為社會性使用，運用其促發或阻礙人際互動，因此可以藉由分析家庭成員「共視」的互動脈絡，觀察電視如何連結家庭成員的生活。

Morley(1986)指出閱聽人使用電視並非純粹個人行為，而是一連串互動、協商的結果，家庭中的電視使用型態亦是家庭成員之間不斷協商的結果。孫秀蕙

(1995) 指出，當家人在收看電視節目或廣告時，他們並不是各自孤立的個體，而會藉由收視過程有所互動，像是討論話題，或者是交換生活經驗。盧嵐蘭 (2005) 則認為電視引導的收視情境以及提供的訊息內容都可能作為家人互動溝通的媒介。現代家庭中成員聚在一起的時間有限，彼此容易欠缺共同話題，媒介則扮演提供話題的角色，使家庭成員能夠對話，有助於人際溝通。除此之外，電視容易將家人聚在一起，一起看電視可以被視為一種家庭團聚的儀式或象徵，這些儀式與象徵產生一種家庭凝聚的意象。共同收看電視時，參與者亦共享了某些空間與時間，也許對成年子女而言，電視所提供的話題，以及與長輩共同收視所共享的經驗與情感的交流便是他們定義、建構其與家中長輩關係的一種形式。

(三) 電視的消費與生產

後現代思潮強調個人的主體能動，這個趨勢亦反應在閱聽人研究領域。如 de Certeau(1984)主張消費的潛能主要展現於消費者對文化產物的利用、挪用與賦予意義的過程。而其中挪用的最具代表性例子就是解讀；讀者很少完全被動接受文本的意涵，而是去尋找他們自己的愉悅與個人的意義。他強調讀者趨近文本時，是在進行文化盜獵(cultural poaching)。在解讀與言談之間，人們對所接觸的文本和語言形式並非照單全收，而是不斷地去改造和挪用 (陳雪雲，2004；趙偉玟、陳晏茵、陳秉達譯，2009；盧嵐蘭，2005)。延續此種路徑的 Fiske 則主張電視能讓不同的觀眾「玩」，提供娛樂給人們，人們再藉由電視所提供的論述，構連入他們社會生活的點點滴滴 (引自 張錦華，1994)。本研究認為此種創造性挪用或非決定性使用的過程，不只體現在文本解讀，更可延伸至媒體使用的型態。如本研究中的成年子女與家中長輩一起看電視時，並非單純地「看電視」；對這些閱聽人而言，電視內容也許是其次，藉機與長輩們談天說地、話家常、聊是非八卦，以及聆聽對方提及的生活瑣事與對日常事物的看法等，可能才是他們媒介 (電視) 消費的重點。

de Certeau 認為消費才是晚期資本主義條件下的生產場域，因為需求是經由日常生活實踐與消費者的慾望而被定義。盧嵐蘭 (2005) 整理 Silverstone 所提出媒介消費過程的六項要素：商品化、想像、挪用、對象化／客體化、收編及轉換，其中收編是指科技與物體被使用的方式：消費者眼中的科技功能可能與原來的設計者不同，原有的功能可能改變或消失，也就是說，媒介進入家庭，被馴化成家庭生活的一環，在使用過程中，它們必須被編入家庭的日常習慣中。閱聽人自行定義媒介，並將自己的時間、空間、人際、習慣等特性附加在媒介上，其中涉及媒介的挪用或

改造、轉化，使媒體產品產生更獨特的、個人化的意義與功能。本研究企圖檢視成年子女與長輩共同收視時，將此種電視消費安排在一個怎樣的位置上及產生怎樣特殊的功能？對這些年輕的閱聽人有什麼特殊的意義？

三、媒介消費與新孝道的實踐

談到華人的親子關係必定涉及孝道觀念（葉光輝，1996）。中國的孝道觀是中國不同於西方文化的特質，孝道是中國社會中極具文化意義的一種心理與行為現象，它在中國人的社會中具有相當的重要性，由幼時的依附行為到成年後的反哺及孝順觀，是當個人成熟到足以獨立時，得以發展重新看待與父母親關係的新可能（劉芳玲，2008）。利翠珊（2009）指出，從庶民的眼光來看，孝道應該只是一種善待父母的體現，在不同社會中有各自約定俗成的理論道德規範。孝道研究之所以在當代顯現出重要的心理學價值，乃是因為傳統孝道的內涵已經改變。晚近國內對孝道的研究亦有不少是將重點放在新、舊孝道的分類與概念釐清（如陸洛、高旭繁、陳芬憶，2006；黃光國，2009；葉光輝，2009；楊國樞，1985等）。葉光輝（2009）指出，台灣由於工業化、都市化、民主化等多元因素影響，降低了「抑己順親」與「護親榮親」等孝道觀念在民眾心目中的重要性，而「尊親懇親」與「奉養祭念」等孝道則較不受社會變遷相關因素影響，因而葉氏將前者稱之為「變遷孝道」、「權威性孝道」，後者則稱為「核心孝道」、「相互性孝道」。

楊國樞（1985）已指出，新孝道的實踐範疇由家、國限縮至家庭內、親子間的人際關係，孝道的基礎也由父權的權威轉變為親子之間的瞭解與感情，並強調親子間出於自律性、而非他律性的原則互相善待對方。劉芳玲（2008）認為，由新孝道的情感性與自律性便可知，新孝道重視親子間的關係與情感表露。葉光輝（2009）則強調相互性孝道信念是一種主動、自願的、跨情境式的、作用力強的、具文化普同性的規範信念。因此諸如「撥時間陪伴雙親」、「陪雙親從事休閒活動」、「多與父/母親交談以瞭解他們的想法和感受」、「多關懷雙親、了解雙親」（參見黃光國，2009；葉光輝，2009）等都涵蓋在學者對新孝道的評估測量中。筆者認為孝道的變遷可能使個人的心理行為與表達方式呈現諸多樣貌，子女可能發展出許多不同以往的「行孝」方式，如本研究著眼的與長輩一同看電視，與葉光輝所提出的相互性孝道的內容與定義似乎相當吻合。本研究關切的是，子女的孝道概念如何藉由他們與長輩共同收看电视的消費行為而得以呈現與實踐。

四、相關研究

有關家庭中電視消費的研究，許多著眼於看電視對兒童、青少年發展的負面影響（如 Jackson et al, 2008; Kirkorian et al, 2009）以及對家庭互動的負面影響（如 Kirkorian et al, 2009; Tucker, 2007; 陳思樺，2004）。這些研究指出，家中電視的存在會降低親子互動的質與量。而媒體識讀概念在公民社會興起後，更多學者專注在父母應如何積極應付、中介、改善孩子看電視所帶來的問題(Gorin et al, 2006; Jennings & Walker, 2009; Paavonen et al, 2009; van Zutphen et al, 2007)。

除上述有關電視對家庭影響的實證性效果研究，孫曼蘋（1997）運用多重方法來探索有線電視如何融入青少年的家庭生活。問卷調查結果並無明顯指出電視的使用是否有助或有害於家庭關係，但訪談結果卻顯示出，有線電視的出現無形中提供了家人共聚一堂的情境，促成了家庭中心的電視文化，也產生親子間對於收看電視的相互協定機制。晚近親子共視受到關注，固然研究仍難免聚焦於電視對兒童的負面效應，但蘇順輝（2010）使用質性研究多重方法（參與觀察、訪談、記錄報告），指出家長看待電視功能的不同，會產生不同的共同收視模式。洪琳珺（2007）也探討親子共視互動過程，認為共視會增加親子親密度與親子默契。雖然也有學者認為科技（包括電視）使人際疏離，奪去人們培養親密關係的時間(Tucker, 2007)，然而蕭斯豐（2007）分析使用電視與網際網路的情境，指出閱聽人觀看／使用行為有著不同的目的；電視的互動對象是家人，網際網路則是與非家人互動的主要媒介。

Kubey(2000)總結認為，媒體科技既讓家人聚在一起，也將他們分開；有時家人因電視而聚在一起，有時則因看什麼節目、頻道而爭執分開。然而越喜歡和家人共度時光的那些人，也花越多時間和家人一起看電視，足見電視在家庭互動中的重要性。電視究竟在家庭中扮演何種角色，需要更多取向、更多面向、以及更多元收視主體的思考，方能有更清晰的瞭解。如 Kim(2006)以紮根理論的方法檢視電視在韓國夫妻關係中扮演的角色，瞭解電視如何融入不同階級位置女性的每日生活，以及電視如何在家中不同的區域介入家庭生活。研究結果支持電視被用做一種社會資源來促發已婚夫婦間的良好互動，這樣的結果與盧嵐蘭(2005)指出媒介消費也可能被當成解決家庭問題的一種手段之論點不謀而合。李坤錫（2008）透過參與式觀察與深入訪談以瞭解偏鄉地區、中低社會階層外籍配偶家庭收看電視的互動情況，發現由於社會資源與經濟落差，偏鄉地區的居民很缺乏立即接近性的娛樂，因此看

電視成為日常生活最簡單、廉價的休閒活動。對外籍配偶而言，看電視可以增進她們的語言、文化、生活學習能力。透過看電視的家庭活動，也可以增進親子關係、打破婆媳之間的藩籬，有助於家庭的和諧與溝通。同時，閱聽人的性別認同與個人特質會投射在看電視的態度與行為上。由此看來，看電視與閱聽人的日常生活鑲嵌，更與他們的主體認同、人際關係與社會實踐息息相關。

站在家長立場來看待親子共視的日常生活經驗，將晚輩視為需要接受監控，而家長扮演需要適時介入導正的角色，且以家長為研究對象的研究已相當多，而雖然過去相關研究已發現電視可以催化家人間的互動，收視者期許收看電視來獲取增加與家人互動，但卻欠缺更細緻的、更有層次的探討。本研究轉向成年子女自發性地與父母（或其他長輩）共同收看電視的媒介使用行為，探究這些已經脫離父母對其看電視控管與介入的晚輩，為何及如何與長輩共視，以一個全新的視角來審視這個新的「親子共視」的電視文化型態。

參、研究方法

Morley(1992)認為，深度訪談法是閱聽人研究中一個值得參考採用的方法，而且大部分的學者也將深度訪談視為一種對話及社會行動，它的目的在於取得正確的資訊，或瞭解訪談對象對其真實世界的看法、態度與感受（齊力、林本炫，2005）；為求得到研究對象的論述與背景，本研究採用深度訪談法以瞭解成年子女如何與長輩共同觀看電視。

深度訪談優點在於結構與彈性的結合，針對研究問題尋找特定的、有代表性的、具有意義的受訪者，經研究者與之做深入、較長時間的問答式討論及雙方互動，並在訪談過程中試圖創造出新想法的特點，以獲得對研究論題較周全的瞭解（藍毓仁譯，2008）。本研究採取半結構性的訪談方式，誘發受訪者在訪談互動過程中，重建個人家庭生活的規律、排程，以及電視在其家庭中所引發的生活經驗，企圖從深度訪談中獲得深入而完整的資料，窺探成年子女如何建構與長輩共同收看電視的情境與觀看方式，而此種媒介使用如何鑲嵌其日常生活，產生何種特殊涵。

進行本研究的動機是受到研究者自身過去與家人共同收看電視的經驗，以及幾位修習「閱聽人研究」課程之研究生經驗分享所啟發。過去研究者時常陪伴年邁的祖母看電視，而陪伴祖母看電視的類型與時段，與外宿單獨收看時可謂完全不同，

而修課的研究生們亦表達雷同的經驗，因此有了進行此研究的發想。於是在這些研究生的人際網絡中（室友、過去同窗、好友、親戚等），尋找適當的受訪人選。由於本研究所關切的並非過於特殊的媒介行為，而是為人子女經常從事的活動——與父母一同看電視，因此對受訪者並未設定太嚴苛的篩選條件，僅詢問是否會與家人（長輩）一起看電視。在人際網絡中尋找受訪者亦有另一個優勢，即訪問者與受訪者為舊識，較無戒心而願意侃侃而談，訪問者對受訪者的家中背景，亦並非完全無知，因而更能呈現清晰精確的訪談紀錄。

而在本研究中的受訪者皆為未婚，由於已婚者不論性別，其與父母同住與否的居住安排較之未婚者複雜許多，本研究因此並未將之納入，僅探討未婚成年子女與家中長輩共視的意涵。

在思索可能影響子女如何與長輩共視因素的過程中，研究者預想若干可能性，並藉以擬定訪談的問題範疇，亦即取得受訪者家庭中的若干背景，諸如其家庭組成結構、家中電視機數目及擺設位置、家人的作息、看電視的規律、平時與家中長輩相處模式、相處時間長短與頻率（包括住在家裡或是租屋外宿），與長輩經常共同從事的家庭活動型態與頻率等。接著詢問與長輩共同觀看電視的經驗，例如什麼時候、什麼場合、與哪位長輩，共同收看何種類型電視節目，而收看電視的同時又在從事何種活動或家務，進而勾勒出家庭收視行為與家庭生活的關係。

本研究以面訪、電訪為主，而所有訪談皆有全程錄音，以便逐字稿的製作，每位受訪者訪談時間平均花費 1 至 2 個小時；研究者在訪談之前，對受訪者的若干家庭背景已進行相當程度的認識，有助於進行對受訪者的「厚描」(thick description)，受訪者也能更為自在地闡述其收看電視的家庭生活情形。本研究在資料蒐集的同時，便進行初步的資料分析，檢視受訪者與長輩共視的主觀經驗與實踐意義，以瞭解其詮釋的範疇，而待所收集之訪談資料已不再出現新的範疇，方終止尋求受訪者，並針對以獲得資料進一步分析以得到具普同性的結論。

肆、資料分析

本研究在 2010 年 7 月間進行，共訪談了八名未婚子女，藉著深度訪談來深入探索這些家中晚輩如何與長輩一起看電視，而家庭組成結構、親子關係、家人作息、平日相處模式等如何和不同的收視經驗與收視意義交互作用、相互證成，將在以下一一呈現。訪談過程中發現，受訪者留在家中的時間長短、與長輩相處時間多

寡之主客觀認定似乎對晚輩與長輩的共視型態與意涵，有著相當程度的影響。自承陪伴父母親時間少者，幾乎都是目前不住在家中，即因求學而在外租屋生活的學生。本研究在訪談之前，並未刻意以此作為篩選、分類受訪者的標準。以下描繪受訪者的家庭狀況與成員、看電視的規律與長輩一起看電視的經驗等。

第一位受訪者是 26 歲的 April，女性，身為外宿的研究生，大約兩個禮拜回家一次，家庭成員有父母與弟弟。受訪者表達與父親關係距離較為親近；家中僅有一台電視，擺設在客廳，家中有裝設網路，但外宿時並沒有裝設電視。因受父母影響，一家人最常一起收看的是電影台，受訪者常陪伴母親收看的是新聞性節目（如《文茜的世界週報》）與電影，而陪伴父親則是收看新聞、電影及運動節目。April 在訪談過程中表示，高中時喜歡自己關在房間裡面，對於國、高中叛逆期的問題對家人感到愧疚。

第二位受訪者是 24 歲的 JP，女性，也是外宿的研究生，平均一個月回家一至二次，高中時在外縣市讀書，有一學期外宿過，但真正離家外宿是念大學以後。家裡有兩台電視，沒有裝設網路，家中只有受訪者與媽媽（單親家庭），姊姊已出嫁離家。在家的時間，通常晚上 7 點到 11 點在家裡客廳陪媽媽看大陸劇、韓劇、《新聞哇哇哇》等談話性節目。

Brice 是 20 歲的男性，身為外宿的大學生，從小到大都在家附近念書，直到上大學才離家外宿，大約一個禮拜回家一次；家中共有四台電視，自己房間就有一台電視，也有裝設網路；家裡成員組成共有爸爸、媽媽、姐姐共四人，會一起看的電視節目是料理和新聞節目。受訪者自認與媽媽關係較密切，收視內容偏好也相近，跟媽媽比較有話題可聊。也由於媽媽經常使用的運動器材放在受訪者房間，使得受訪者習慣在媽媽做運動時陪她看電視，通常一起看偶像劇、連續劇（八點檔）、居家 DIY 類型節目，而陪爸爸看電視則是吃飯時，在餐廳一起看新聞台與財經台。

另一位外宿的受訪者是 26 歲的小史，男性，研究生，平均一個月回家一至二次，家中有兩台電視，一台在客廳，一台在主臥室，也有裝設網路。家中只有他與媽媽（單親家庭），媽媽主要是看鄉土劇（《夜市人生》、《娘家》、《天下父母心》...）及歌唱類的綜藝節目（如《超級星光大道》、《金曲超級星》），還有一些電影和公視的節目。

住在家中的受訪者也有四位，首先是 27 歲的企鵝，女性，身為住家裡的上班族，家中僅有一台電視，擺設在客廳，家中亦有裝設網路。家庭成員有媽媽與弟弟

(單親家庭)。一家人會一同收看的是新聞、電影台和旅遊節目，以及一些卡通。有時出現爭電視的情形，受訪者會到網路去收看或是離開客廳，亦有媽媽退讓的情形。受訪者提及與母親的生活有許多交集，也會陪同媽媽從事其他休閒活動(逛百貨公司、走操場運動...)。

其次是 27 歲的 Melody，女性，上班族，受訪者從國小至大學都是在台北念書，沒有離家外宿過；家裡有四台電視，也有網路；家庭成員有爺爺、奶奶、二伯、爸爸、媽媽等六人；由於爺爺、奶奶大多時間都在看電視，受訪者會在晚間選擇到樓下客廳，陪爺爺、奶奶看《夜市人生》、《天下父母心》、《綜藝大集合》等節目，比較珍惜與爺爺、奶奶相處的時間，但不會陪伴其他家人看電視。

Eunice 是 19 歲的女性，是通勤的大學生，受訪者表示忙於社團與課業，回到家的時間通常是爸媽準備就寢的時間，所以與家人一起看電視的時間都在假日午、晚餐時間或者是晚餐過後。家中有兩台電視機，分別放置在客廳和主臥房，家裡成員有爸爸、媽媽、兩個姐姐共五人。多在客廳共視，不太「陪」父母看電視，遇到爭搶電視的狀況時，會先讓看不到重播的人看，受訪者也會在網路上看電視節目。

最後一位受訪者是 24 歲的鈺婷，女性，住家裡待業中，家裡有一台電視，也有網路。家庭成員共有爸爸、媽媽、弟弟、妹妹(弟妹沒有住家裡)等五人，媽媽主要收看韓劇、新聞節目，爸爸則是看球賽與動物頻道。受訪者提及會與父母一起去打高爾夫、參加志工活動，也幫忙家裡的盆栽買賣工作，陪伴父母看電視通常是心血來潮才會做的事。

初步分析得知，不論外宿或通勤，受訪者與家人(長輩)多有共同收視的情形，並且認為一起看電視是一種和家人互動的方式，共視的時間則多為用餐(午、晚)之時及晚餐之後，如果是要陪伴某位家人，則配合其回家時間(有時甚至是深夜)。其實國人「吃飯配電視」的情形普遍，而共同收視時間更是和用餐密不可分，每一家庭客廳中都必定擺設有電視，家人一起看電視的場所也多為客廳，多數受訪者家中長輩亦是以看電視作為主要休閒活動之一。

受訪者家中也多有上網設備，而網路並非裝設在客廳或家庭共同活動的空間。若以收看電視節目而言，受訪者仍是以電視為主、網路為輔，只在錯過節目或因家中有其他人看電視而無法收視時，會選擇在網路上收看。由此看來，電視在家中較屬於可以共享的媒體，並被安置在家中成員共享的空間(客廳)；網路則屬於獨享的媒體，多設置在房間等較為個人私密的空間。

受訪者與父親共同收看的文類多為新聞、運動頻道，母親則多以戲劇節目為主

(八點檔、鄉土劇、偶像劇、韓劇)。閱聽人與長輩一起看電視多有固定時間、場域與文類，而成為一種儀式性的媒介消費。本研究並發現成年子女有「陪伴」長輩看電視的動機與行為，在外宿的子女中尤其看出其特殊的模式(稍後有詳盡的分析)。

共視亦反映家庭成員間的親疏關係，與家人關係不好的家庭成員，似乎不會留在客廳與其他成員一同觀看電視，如受訪者 April 坦言她在國、高中時期與家人關係不好，喜歡關在自己房間裡，很少和家人一起看電視；受訪者 JP 和 Brice 則表示自己的姊姊與家人關係疏離，所以不會與家人共視。而受訪者選擇與特定長輩一同觀看電視的情況(對象、時間、地點、情境)，亦可看出與這位(些)親人的親密程度。如受訪者 Melody 會在晚間到樓下客廳去陪伴爺爺奶奶收看老人家喜歡看的電視節目，原因是由於小時候由爺爺奶奶帶大，關係親近，而老人家年事已高，想多陪陪他們。研究者本人過去亦是基於類似的心態，而常在祖母房間裡陪她老人家看自己平常並不收看的八點檔鄉土劇。受訪者 Brice 指出和媽媽親近，因此共視時並非如一般情形是在客廳或餐廳，而是趁媽媽在兒子房間裡的運動器材上運動時，陪媽媽看電視。另外自認與家人關係密切的 April 則指出，因為和爸爸比較相像(「比較像讀書人，媽媽就不太像」)，距離比較接近，所以當父母親看電視有爭執時，會比較偏向爸爸，因為兩人想看的比較接近。由於人們將媒介作為社會性使用(Lull, 1990; Morley, 1986)，將它們當作促成或阻礙人際互動的工具，因此不同的家庭互動型態便自然影響其中成員使用媒介的方式，在本研究亦得到諸多例證。

本研究整理出以下重要研究發現：

一、共視是便捷、家常的互動方式

對成年子女而言，與長輩共同收看電視是不費力、平常的「陪伴」方式，而就是這種不麻煩、不費事、不造成太大困擾的形式，讓子女樂於選擇用來陪伴長輩。

「...在家裡的電視，本來就是個半開放的空間，那你可以想過來看就來看，不想看就離開，它沒有什麼強制性，相對來說沒有比旅遊更容易增進關係...不過電視是家常的娛樂，假如是以長期的來說，我想電視在增進家人關係還是有功效的。」(April)

「應該是說看電視就很平常吧，因為電視就很普通，就不用決定，你想看就看，不看就去做自己的事。」（企鵝）

「很多時候，不是為了要看電視而看電視，只是為了有話題，或是一起做某件事情，而且那件事情是不會引起太大的衝突點的事情，但是又可以讓彼此有交流」（JP）

對子女來說，和長輩一起看電視是再平常不過的互動方式；不必刻意安排，隨性、不必準備、不必出門、進行門檻低，隨時可進行，也隨時可停止，方便、沒有壓力，不會勞神傷財。正如同受訪者 April 說的：「因為我覺得你不能太勉強，太勉強自己就是代表你並不是真的想這麼做（陪伴父母）啊...」。因此選擇和長輩共視是自然、方便、稀鬆平常、生活化的陪伴方式。

二、共視提供促進互動的情境與「安全話題」

正如幾位受訪者強調，「電視這個東西改變了客廳的意義，因為電視開著有聲音，有談話聲人就比較容易聚集過去...。比如一個人想看電視，他去看了，另一個人就跟著去看，其他人都去陪他看，我想是電視所附帶的意義比較重要。」（April）家裡的電視是一個特殊的存在，它既不是一個硬梆梆、冷冰冰的無生命體，它能說會唱，最重要的，它能把家人聚集起來，它所提供的情境能促進家庭成員間的互動，讓人們放鬆戒備，打開話匣子，使得家人間的相處變得容易。有趣的是很多時候「共視」的人並沒有在看電視，而是自顧自地說著話、聊著天，然而電視亦在他們身邊說著、唱著，卻也沒有被關掉，就好像它是家中一員，也和所有人一同說著話、聊著天。

「陪媽媽一起看電視時相處起來會比較容易，因為平常也比較少共同的話題，就算跟她說課業上的事情，她可能也不懂，說了可能還會被問，你什麼時候可以畢業，感覺討論了很麻煩，會被一直問怎麼沒男朋友...。如果我媽跟我說她看了什麼節目，但是我人在嘉義（學校）的話，我會為了要跟她聊天有話題，會看那個電視劇。」（JP）

「會（電視讓家人較容易相處），比如說我弟弟啊，我們會就劇情來討論，就會有共同的話題，了解到他有不同的想法...。我媽看旅遊節目，看到好吃的就會說，改天我們來去吃，有好玩的改天我們來去玩之類的。」
（企鵝）

「我們會聊天啊，看電視的時候主要都是在聊發生什麼事情啊，偶爾會聊一下新聞內容吧，或是問一下我媽最近都在看什麼節目，因為我回家時間很短，就不知道我媽最近都在看什麼。」（小史）

「我想要增進和家人的感情（所以和家人一起看電視）...，（看電視時）幫助我們更有話題聊，像學校發生的事情，爸爸媽媽也會和我們分享他們遇到的事情...也會聊劇情，這樣才知道他們在看什麼電視劇。」(Eunice)

「像我在家我媽會看台語的歌唱節目，民視的那種，我平常不會去看，而且我媽有時候會跟著參賽者一起唱歌，你就會覺得跟家人看電視是一件很高興的事。」(April)

電視的內容（新聞、戲劇、綜藝...）提供話題；吃的、玩的、社會上發生的事、戲劇中的情節發展、歌唱節目、運動賽事等都給家庭成員提供了調劑、放鬆、娛樂的素材，而這些內容及收視的氛圍經常是事不關己的，或對自身較無威脅性的。對子女而言，與長輩聊電視的內容似乎是一種較為「安全」的互動，可以免於不想談、尷尬、不自在的話題。而從訪談過程中亦可看出，電視提供子女們得知父母的想法及生活近況的一個相對容易、間接、自然的管道。

多位受訪者提及，許多時候，電視只是開著，重點不是電視上在演什麼，而是電視在播放的時候，所有的家人坐在客廳的那個意義，因為若不是電視開著，家人很難聚集在客廳，因此電視所提供給家庭的溝通互動環境不容忽視亦無可取代。

三、「共視」鑲嵌家庭關係及家庭生活

在初步分析中已揭示，家人共視情境可以反映成員間的關係。關係疏離者不會

或很少與家人共視，關係越親密則共視的時間越長、越頻繁，共視的場所亦越可能從家中較為公開的空間（客廳）移到較為私密的空間（個人房間）；因此共視型態可以看出家庭關係品質。

此外，Silverstone 認為閱聽人總是生活於不同或重疊的空間與時間，因此他認為閱聽人研究應成為「遊牧式的」；不應將閱聽人視為預先構成的一群個體或範圍明確的社會團體，而應從一些日常活動與論述著手，這些日常活動包含接觸傳播媒介的複雜行為，以及其他一些共同存在與進行的活動，通常媒介行為便是由此而構成（引自盧嵐蘭，2005）。本研究發現受訪者在何時、與何人一起、看什麼電視節目等與家人生活作息、工作、休閒的安排息息相關。

「平時的話，我爸是家庭主夫，陪我爸大部分都在看新聞、財經台等談話性節目...。大部分都是在吃飯的時候（在餐廳），他在看我就跟著他一起看...。我陪我媽大部分都在看偶像劇、連續劇、八點檔等，差不多都下午，因為我媽從上班回來都是下午以後，差不多四、五點左右，或者是八點多，然後就在她做運動器材的時候（在我房間），我陪她一起看。」
(Brice)

「有時候星期四、五回去，我媽教完課大概十一點回到家，她會看文茜的世界周報，我會跟她一起看，其他的話我們會看電影台...。從小就是這樣子（一起看電影台），看的節目類型就會有重疊到，我也會受我弟的影響去看職棒的比賽。」(April)

「如果我有事要問我弟的話，我就會故意留在客廳看電視，等廣告再問他...。因為我弟，他的作息跟我完全不同，像媽媽啊，吃晚餐的時間就會回來了，睡前的時候也可以跟她聊，扣除上班時間之外，可以有時間常相處在一起。」（企鵝）

「（陪爺爺、奶奶看電視）大多八點啊（看八點檔鄉土劇）！因為我們家有兩層樓，我跟爸、媽、貓咪一起住樓上，爺爺、奶奶、二伯住樓下，所以我都會到樓下客廳陪他們一起看電視呀！」(Melody)

上述的發現可以看出，一起看電視似乎很自然地、不著痕跡地被編入閱聽人的每日生活中，緊密地與日常生活的活動時程串聯。共視是每日活動排程的一環，與其他活動共同構成一日的的生活例行公事。從訪談中亦可看出成年子女與長輩一起看電視，大多是子女本身及其長輩（以及其他家人）的工作、休閒和社會文化活動間交錯、配合、調適的結果。

共視的內容更勾連出其他家庭生活層面；盧嵐蘭(2005)指出電視引導的收視情境以及提供的訊息內容都可能作為家人互動溝通的媒介。本研究的訪談過程發現，看電視為家人牽引出日常生活中各種其他活動；

「跟我爸的話（一起看釣魚節目），就會討論說比如這個魚好不好吃啊，或是討論釣竿啊，比如說這個魚不大隻怎麼會釣竿那麼彎，或是討論魚餌啊，比如說鱸魚就要用丁香魚啊，或者是釣線啊，比如說釣線會到三、四公里長之類的。」（鈺婷）

「我爸會說，你看這波股市漲成這樣，下次應該就要買這樣股票，那個股票跌成這樣，未來可能那個股票就不要再投資，會給我一個方向...。跟我媽的話，我們都蠻喜歡偶像劇的，就很有話聊，像男女主角、劇情內容啊，就覺得很有趣。」（Brice）

「我媽看旅遊節目，看到好吃的就會說，改天我們來去吃，有好玩的改天我們來去玩之類的...，看電視就是會有很多有的沒的...。」（企鵝）

盧嵐蘭（2007）提醒我們，閱聽人研究應探討其媒介使用和日常例行活動的關係，因為媒介使用總是和其他的日常活動有關。媒介消費是不只是閱聽人使用媒介而已，它成為一種生活形態，是閱聽人生活慣例與儀式的一部份，媒體使用的習慣與日常活動相互滲透、交錯。電視提供的內容和家庭生活的食、衣、住、行、育、樂的方方面面都有勾連。從幾位受訪者的訪談中，我們可以看出電視與他們生活的密切程度。

而對家中長輩而言，電視亦常成為傳達他們心聲或教誨、勸導晚輩的工具。本研究發現多數長輩會藉著共視，以節目內容來勸誡他們的子女。劉芳玲（2008）

認為縱使時空的轉變及生活的改變，父母和孩子仍透過生命全程而產生連結，並藉由父母傳遞給子女社會價值和態度。東方文化中，父母子女之間的牽絆與關係遠較西方社會複雜、緊密，長輩對晚輩的影響乃至權力施展，似乎都較西方社會來得巨大而深遠。

「比如說一些社會事件啊，我媽就會說女生不要一個人在外面逗留啊，或是情殺案的話，我媽就會說男朋友要慎選啊，畢竟女生是比較吃虧的一方。」（鈺婷）

「每次看到男主角被女主角拋棄的時候，我媽就會告誡我說：兒子啊，你就知道以後交女朋友啊，切記要挑選好的、對的人，不然到時候被拋棄，痛苦的是你自己啊...她每次都會這樣對我說。」（Brice）

「我媽會藉機暗示，比如說像大愛台，我弟不想看，我媽就會叫他看啊，比如藉由這個戲劇叫他早一點回來，或是那些劇情講出我媽的心聲啊，或是別人的女兒很早就要嫁了啊，意有所指之類的吧，有講出她心聲的內容，她就會叫我們去看。」（企鵝）

「前陣子新聞台播很多溺水的意外，我爸就會問有沒有跑去溪邊玩水，不要啊，很危險之類的，表面上我會覺得煩，因為都幾歲了還在叮嚀這些，但當下我還是會聽進去。」（小史）

「像看大愛劇場，有些家中小孩很乖的那種，媽媽都會說要學習人家，或是家裡很窮，他們的小孩會很節儉，也要我們學習；遇到這種狀況，我會不願多作解釋，就順著他們就好了，否則他們又會念一堆。」（Eunice）

四、外宿子女以共視作為「盡孝」的戰略（tactic）

過去黃堅厚(1982)曾對千位青少年進行調查，發現大多數人認為今日社會生活

中，孝或孝道仍是人們常生活中重要的價值或德行。孝道觀念深植於我們的歷史與文化中，然而經過時空的遞變，傳統孝道倫理觀念與內涵已經改變（楊國樞，黃光國，1991）。對現代子女而言，在「陪伴雙親」、「陪伴雙親從事休閒活動」的新孝道（葉光輝，2009）實踐中，看電視毋寧是一個便捷省時省力的選擇。尤其在繁忙的現代社會中，盡孝道的方式似乎也開始傾向圖「便利」與「效率」；尤其當作子女的隨侍在側、陪伴父母的時間有限（如子女因求學而離家在外），那麼，陪伴父母看電視就成了這些年輕人對長輩表達孝心、關懷、陪伴最方便、最唾手可得的選擇。本研究發現，外宿與通勤的子女對「與長輩共視」有著不同的行為模式與意義賦予。在本研究中幾位外宿的受訪者都表達因為不能長伴親人左右，因此會刻意、特地、有意識地陪伴長輩一起看電視。

「我覺得感覺比較像是，出來念書之後會體會到跟家人並不能時時刻刻都相處在一起，重視到自己跟家人之間的關係，所以有這方面的改變（陪父母看電視）...。你知道，一個人看電視很無聊，所以同樣地我會覺得你不能人在家裡的時候，你讓你的父母一個人在那邊看電視...你會覺得過意不去。」(April)

「就是會覺得你一定要去做這件事（陪父母看電視）。」(April)

「現在會陪媽媽看電視，以前不會...(研究者問：是什麼點讓你開始想陪媽媽看電視?)...因為在外地求學，不像以前可以常常都待在家裡，而且每次回家可能都只有星期五、六、日，三天而已，有的時候又會跟同學出去玩，就會覺得應該多用一些時間陪家人。」(JP)

「因為以前高中都住家裡，爸媽每天都在身旁，不知不覺習慣了他們的存在感，也視為理所當然，可是上了大學之後，回家的次數少了，且經歷了奶奶的過世，才發現家人遲早有一天會比我早離開，而我卻一點也不珍惜，於是才開始陪家人看電視。」(Brice)

「因為我不常回家，所以回去的時候就會盡量找時間跟我媽聊天啊、陪我媽看電視。看電視的時候會聊最近發生什麼事，比如說我發生什麼事，我媽最近在幹麻之類的。」（小史）

除了外宿的子女會「利用」電視來陪伴長輩之外，本研究發現亦有住在家中的上班族會刻意陪伴祖父母看電視，只因她小時候是由爺爺奶奶帶大，例如：

「因為爺爺奶奶年紀大啦，想多陪陪他們。因為他們大多時間都在看電視啊，平常我也比較沒時間陪他們，所以會選擇陪他們做他們喜歡的事...會陪他們看八點檔鄉土劇...。」(Melody)

由此看來，不住家裡的晚輩在自覺無法長伴長輩左右，而對於這樣的情形感到虧欠，因此會把握回家的時間，爭取與長輩相處，企圖彌補平常無法隨侍在側的愧疚，於是便以與長輩「共視」來表達自己的心意，以實踐自己的「孝行」。這些子女明顯地呈現出與住在家中子女不同的共視模式。首先，外宿的子女會陪伴長輩收看自己很少或不喜歡看的電視節目，因為既然是陪伴長輩看電視，便不需計較，就讓他們選擇喜歡看的內容。本研究的受訪者 JP 甚至表達會在外宿的住處收看媽媽平日看的電視節目，以便能夠在與媽媽講電話的時候，有話題可以聊天。足證外宿的子女在「看電視」這件事情上花費更多心思來「陪伴」、「取悅」長輩，更以一同看電視來作為陪伴長輩、瞭解長輩的行孝方式。對這些子女而言，看電視並不重要，而是陪伴這個行動方能產生意義。由以下訪談亦可看出：

「會一起看，但是有時我會覺得很無聊，就會打開筆電，坐在旁邊弄一些有的沒有的東西，她在看節目，就會邊跟我講話。不然就是可能我會租小說回家，坐在旁邊看，那如果她想跟我講話的時候就跟我講話。」(JP)

「但是父母看的節目...，並不是這麼感興趣，這時候我就覺得陪伴的意義大於看電視有什麼目的性，舉例來說，我跟我弟台語都很破，看台語節目我們都不太懂，或是看日文的節目，但是你會知道說，就算你在他旁邊做其他事情，你在他們旁邊的意義對他們來說就是不一樣。」(April)

五、通勤子女與家人的「共視」模式---協商的結果

本研究中住在家裡的受訪者，似乎不像外宿者那樣重視與長輩共視這件事，他們並不會刻意或有目的性地、有意識地「陪伴」長輩看電視。他們表達如果在客廳共視，那是因為自己也想看那個節目，如果想看的節目和家人不同，就會去另一台電視收看，或是離開去做自己的事。受訪者 Eunice、鈺婷、企鵝、Melody 都是這樣的情形。外宿的 JP 則表示在青少年時期會和媽媽一起看電視，但並不是陪伴媽媽，是剛好都好看。而離家外宿之後，現在會陪媽媽一起看電視。

住在家裡的子女不必特意「陪伴」長輩看電視，多半是因為自認與父母親已經有許多其他共同從事的活動，或是足夠的相處時間，因而不需要以「共視」來遂行其陪伴父母的義務與孝行。這點由以下例子可以看出：

「之前有一陣子禮拜天會（陪媽媽）去成大運動走操場，現在我就會比較懶，因為很熱，運動裡面我很討厭走操場，因為我會覺得很無聊，但有時候我沒有要去喔，但我還是會載她去，我先去別的地方，等時間到了，我再去接她，你看我很孝順吧。」（企鵝）

「不會（陪媽媽看電視），可能一方面她看的節目可能是我不會想看的，二來我的工作環境跟媽媽其實是一樣的，只是她在店舖，我在工廠，生活上的交集很多，除了看電視之外，比如睡前、下班回來，都可以講話。」（企鵝）

「我平常會陪媽媽一起煮飯，跟我爸就會從事戶外活動，像是打高爾夫啊，或者是跑社區活動（社區營造），如果是和爸媽一起的話，就是做志工活動啊...。陪家裡人看電視，要心血來潮的時候...。」（鈺婷）

除了不會刻意陪伴父母親看電視，住在家裡的子女也比較不像通勤子女那樣願意犧牲自己對電視節目的喜好，而陪伴長輩收看自己不喜歡看的節目。通勤子女多表示（鈺婷、Eunice、企鵝、Melody）在家裡會有爭搶電視看的情形，而解決的方案不外是讓看不到重播的那一方先看，或是等廣告時切換頻道，再者就是由佔據電

視太久的一方讓步。住在家中的子女基本上不太會「陪」父母看電視，有時反而是父母親較為遷就晚輩。通勤者表示有時和長輩爭電視看，此時他們便會和長輩「拗拗看」，而非犧牲自己來成全長輩。Morley(1986)指出在家庭中收看電視，是屬於社會性的使用，是一連串互動、協商的結果。由本研究中的通勤子女與其長輩收視的情形可以看出，不同家庭雖有不同的使用模式，但都是經過討論、協商（甚至衝突）而發展出一個公平合理（如看太久的一方讓步）、實事求是（如廣告時換台、讓看不到重播的一方先看）的電視共享模式，為求能吻合所有人需求，而不至於傷了某一方的感情或權益。

伍、結論與討論

「三不五時，愛要及時」這句廣告標語首次出現在全球人壽 2005 年所發起的關懷父母運動當中，並連續獲得廣告流行語的「永恆金句」殊榮（曾鈺庭，2009），該企業連續五年邀請知名藝人天心擔任孝順大使並拍攝年度公益廣告，呼籲並提醒為人子女者，別忘了多花一點時間關心自己的父母，不管「有事沒事」，記得要對爸媽多一些及時的照顧與關懷（劉靖姍，2009）。這句廣告詞顯然獲得多數人的認同與共鳴，反映出我們文化中為人子女對「樹欲靜而風不止，子欲養而親不待」的遺憾與恐懼，以及「盡孝」、「行孝」的普世價值。

孝道做為華人最具特色的文化現象及華人首要的生活德性，更在華人社會中隨家庭化歷程泛化至其他生活範疇，其作用效果更遍及各種不同面向的社會心理與行為。因此，在華人的日常生活與心理行為中，與孝道相關的議題皆具有特殊的研究價值（葉光輝，2009）。然而，孝道是一項「因地制宜」（不同社會）、「因時制宜」（社會變遷）的社會共識（利翠珊，2009），凸顯了孝道在日常生活運作與學術研究概念意涵上的複雜性，簡單地說，就是「孝道是什麼？」、「怎麼做才是盡孝、行孝？」

過去學者對子女婚後與長輩同住或住得近，對親子關係的正、負向影響的研究結果並無定論（參見利翠珊、卓馨怡，2008）。本研究並不欲如心理學者以量化方法量度各種因素與人們孝道實踐、孝道責任、孝道焦慮等之間的關係，亦無意於孝道意涵與分類的論辯，然而研究者在探索未婚子女如何與其長輩（多為父母）共同收看電視時，發現了一些子女特殊的盡孝方式。

雖然與老人休閒生活相關的研究都呼籲家屬要多鼓勵老人走出戶外參加活動

（林冠穎，2008；盧尉安，2008），但一個分析比較現今老人（2003 年時年滿 65 歲）與過去老人（1989 年時年滿 65 歲）之休閒參與有何異同的研究指出，現今老人的休閒參與量低於過去老人，尤其是社交型和運動健身型活動的減少。而現今女性老人在看電視或聽收音機、下棋或打牌等靜態活動的比例則較過去女性老人來的高（林冠穎，2008）。據此，看電視對國內老人而言，其重要性似乎有提高的跡象。研究者在訪談過程中亦察覺到，對多數受訪者的父母親而言，縱使不是以收看電視作為主要休閒活動，看電視仍是他們最常從事、佔據日常生活重要地位的社會行動。

盧羿廷(2004)指出家庭功能式微與孝道體現方式轉變的事實，讓嬰兒潮世代婦女對於子女的親情需求大過於經濟依賴。這些婦女比起上一代有較高的生活水準和受教育機會，不同於農業社會婦女居於弱勢依賴形象，而具獨立自主特質。本研究受訪者的雙親大致屬於台灣戰後嬰兒潮（1946~1964 年出生，年齡約為五、六十歲），對嬰兒潮世代父母而言，子女的陪伴、關懷問候、理解尊重似乎才是他們希望得到的。

本研究的受訪者多為二十多歲、尚在學或初入社會的年輕子女，亦皆未婚，多數似乎尚未開始擔負奉養父母的經濟責任，然而這並不表示這些子女未曾思及如何對父母「盡孝」。本研究發現外宿的年輕子女會刻意、有意識地陪伴長輩看電視，他們通常並不計較看的是什麼節目內容，或者是不是自己平日裡會收看或喜歡看的節目，甚至有受訪者即使在外宿的住處，也會為了和母親有話題聊而選擇自己原本不會收視，但母親在看的電視節目。由此看來，不住家裡的未婚子女將「與長輩共視」視為一個陪伴父母、瞭解父母、關懷父母的具體行動，這些都與國內心理學者所發展的孝道量表中的「尊親懇親」概念（楊國樞、葉光輝、黃曬莉，1989；葉光輝，2009）不謀而合。

電視相較於其他媒體而言，是一種家庭媒介，其與家庭日常生活關係密切；電視在無形中提供家人互動的情境及溝通的話題。外宿子女因為與雙親的相處互動時間少，必須把握有限的返家時間來陪伴父母、承歡膝下，因此戰略性地運用與父母親一起看電視的行動來展現其孝心與孝行。本研究中發現年輕子女以與父母一起看電視作為一種陪伴父母、關懷父母的孝道實踐方式，而長輩亦在與晚輩共同收看電視過程中，不忘傳達家長對子女的期許，使得看電視不只是在看電視，同時也蘊含著父母與子女間對彼此的瞭解與關心。

據此，子女與長輩一同看電視具有特殊意涵，「看電視」不僅僅是看電視，而

是具有個人化意義與功能的孝道實踐行動。電視消費被閱聽人挪用、轉換、賦予新的行動意義，並且與他們的日常生活、角色期待、社會文化活動等鑲嵌緊密，是個體社會實踐的一環。於此同時，本研究要揭示的，亦是一個隸屬於社會詮釋學（social hermeneutics）範疇的特定社會/文化現象；在華人的特殊孝道文化原型中所發展出的，以陪伴長輩看電視的方式來展現的孝思與孝行。本研究欲將此發現，回饋給閱聽人研究，希望能對在地的、具文化特殊性的媒介消費，提供一個討論空間。

另外，本研究亦欲開展閱聽人研究的理論視野；從過去關注個體媒介使用與閱聽人心理過程和社會屬性之間關係的人文心理典範（如本研究前述之有關電視對兒童、青少年發展的負面影響），到探討不同社會位置中的個體如何解讀媒介內容、建構認同的詮釋批判典範（如閱聽人解讀自我閱聽行為），再到後現代、後資本主義社會中，關切閱聽人的主體性與其媒介消費及文化社群關係。本研究以一個特殊文化社群角度來理解成年未婚子女的觀視解讀，致力於刻畫閱聽人的生活世界與文化風格，體現當代閱聽人研究理論建構所倡議之經驗的、多元的、社群的、文化的取向。

最後，本研究乃一初探性研究，目的是探索成年子女與長輩一同收看電視的模式與意涵，並在訪談過程中發現了年輕人賦予了這種電視消費新的行動意義—新孝道實踐，尤其是在主客觀的認定上，沒有太多時間陪伴父母，因而有意識地、刻意地將共視作為一種戰略運用。本研究僅探討未婚子女與長輩的共視情境，未來應關注更多面向的討論，諸如：不同性別與婚姻狀態的晚輩與長輩，如何看待此種家庭活動？其內涵與型態是否不同？子女成長過程中，長輩的角色與其成年後的收視陪伴行為之間關係如何？不同性質（內容、型態）的媒介文本如何為子女所操弄運用，以達成不同的目的？這些面向都值得檢視，以期能更完整地描繪成年子女與其長輩一同看電視的行動。

參考書目

- 內政部營建署（2010）。〈住宅狀況調查〉。檢索日期：99年7月4日。取自：
http://www.tcri.org.tw/CHTV2/asp/News_Detail.asp?NEWS_ID=3374#
- 李坤錫（2008）。《外籍配偶家庭電視使用行為之探討—以南投國姓鄉東南亞外籍配偶家庭為例》。國立政治大學新聞學系碩士在職專班碩士論文。

- 李美枝（1998）。〈中國人親子關係的內涵與功能：以大學生為例〉。《本土心理學研究》，9，3-52。
- 利翠珊（2009）。〈孝道的俗世意義與多重面向〉。《本土心理學研究》，32，199-205。
- 利翠珊、卓馨怡（2008）。〈成年子女的孝道責任與焦慮：親子關係滿意度的影響〉。《本土心理學研究》，30，155-197。
- 林冠穎（2008）。《台灣老人休閒參與之轉變：成因及影響》。政治大學社會學研究所學位論文。
- 洪琳琚（2007）。《學齡前家長「親子共視」互動過程與家長看法之研究》。國立嘉義大學幼兒教育學系碩士論文。
- 孫秀蕙（1995）。〈介紹「觀看電視：家庭生活情境、權力關係與消費行為」研究〉，《傳播研究簡訊》，4，11-13。
- 孫曼蘋（1997）。〈青少年新電視使用與其家庭人際關係之研究〉。《新聞學研究》，54，211-235。
- 孫曼蘋（1998）。〈都會家庭多頻道電視使用、家庭休閒、家庭人際關係之研究〉。中華傳播學會 1998 年會論文。
- 張錦華（1994）。《媒介文化意識形態與女性—理論與實例》。台北：正中。
- 許怡珮（2002）。〈電視對兒童及青少年的影響〉。《教育文粹》，31，44-48。
- 陳芸芸譯（2000）。《電視與社會》。台北：韋伯文化。
- 陳思樺（2004）。《低收入家庭用餐談話：解釋及敘說之分析》。國立臺北教育大學幼兒教育學系碩士班學位論文
- 陳雪雲（2004）。〈媒介與我：閱聽人研究回顧與展望〉。《台灣傳播學的想像》（翁秀琪主編）。台北：巨流。
- 陸洛、高旭繁、陳芬憶（2006）。〈傳統性、現代性、及孝道觀念對幸福感的影響：一項親子對偶設計〉。《本土心理學研究》，25，243-278。
- 黃光國（2009）。〈從「儒家關係主義」評華人孝道雙元模式〉。《本土心理學研究》，32，163-185。
- 黃堅厚（1982）。〈現代生活中孝道的實踐〉。載於傳統文化與現代生活研討會論文集。台北：中華文化復興運動推行委員會。
- 楊國樞（1985）。〈現代社會的新孝道〉。載於現代生活態度研討會論文集。台北：中華文化復興運動推行委員會。

- 楊國樞、葉光輝、黃曬莉（1989）：〈孝道的社會態度與行為：理論與測量〉。
《中央研究院民族學研究所集刊》（台北），65，171-227。
- 楊國樞、黃光國（1991）。《中國人的心理與行為》。台北：桂冠。
- 葉光輝（1996）。〈親子互動的困境與衝突及其因應方式---孝道觀點的探討〉。
《中央研究院民族學研究所集刊》，82，65-114。
- 葉光輝（2009）。〈華人孝道雙元模型研究的回顧與前瞻〉。《本土心理學研究》，32，101-148。
- 曾鈺庭（2009）。〈全球人壽「三不五時、愛要及時」獲永恆金句肯定〉。上網日期：100年9月30日。取自 <http://www.pro-insurance.com.tw/?action=viewnews-itemid-8699>。
- 趙偉玟、陳晏茵、陳秉達譯（2009）。《媒介、文化與社會理論》。（原書作者 Nick Stevenson, 2002, Understanding media cultures: social theory and mass communication）。台北：韋伯文化。
- 齊力、林本炫（2005）。《質性研究方法與資料分析》。嘉義：南華大學教育社會學研究所。
- 劉芳玲（2008）。《成年子女對母親支持的期望差距與親子關係之相關研究》。國立嘉義大學家庭教育與諮商研究所碩士論文。
- 劉靖姍（2009）。〈三不五時愛要及時 全球人壽呼籲「爸媽也想跟你及時通！」〉。上網日期：100年9月30日。取自：
http://www.transglobe.com.tw/news/welfare_view.asp?mcid=4&mid=441。
- 盧羿廷（2004）。《嬰兒潮世代婦女老年生活準備之研究--以台南縣為例》。靜宜大學青少年兒童福利研究所學位論文。
- 盧尉安（2008）。《看電視對老人休閒型態及人際關係互動歷程之影響》。元智大學資訊社會學研究所學位論文。
- 盧嵐蘭（2005）。《媒介消費：閱聽人與社會》。台北：揚智。
- 盧嵐蘭（2007）。《閱聽人與日常生活》。台北：五南。
- 蕭育純（1998）。《青少年電視觀看歷程之探討》。國立臺灣師範大學社會教育研究所碩士論文。
- 蕭斯豐（2007）。《電視與網際網路之使用比較性情境分析》。國立中山大學傳播管理研究所碩士論文。
- 藍毓仁譯（2008）。《質性研究方法》。台北：巨流。

- 蘇順輝 (2010)。《五戶家庭，五種樣貌—家庭中親子共視之研究》。臺北市立教育大學幼兒教育學系碩士論文。
- Alasuutari, P. (1999). Introduction: Three phases of reception studies. In P. Alasuutari (Ed.). *Rethinking the Media Audience*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Ang, I. (1996). *Living room wars: Rethinking media audiences for a postmodern world*. New York, NY: Sage.
- de Certeau, M. (1984). *The practice of everyday life*. Berkeley: University of California Press.
- Fiske, J (1991). Moments of television: neither the text nor the audience. In E. Seiter, H, Borchers, G, Krentzner, & E. Warth(Eds.) *Remote Control : Television, Audiences, and Cultural Power*. London, Routledge.
- Gorin, A., Raynor, H., Chula-Maquire, K., & Wing, R. (2006). Decreasing household television time: a pilot study of a combined behavioral and environmental intervention. *Behavioral Interventions*, 21(4), 273-280.
- Jackson, C., Brown, J. D., & Pardun, C. J. (2008). A TV in the bedroom: implications for viewing habits and risk behaviors during early adolescence. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*; 52(3), 349-367.
- Jennings, N. A., Walker, B. J. (2009). Experiential mediation: Making meaningful differences with the “other parent” . *Journal of Family Communication*, (1), 3-22.
- Kim, Y. (2006). How TV mediates the husband-wife relationship. *Feminist Media Studies*, 6(2), 129-143.
- Kirkorian, H. L., Pempek, T. A., Murphy, L. A., Schmidt, M. E., & Anderson, D. R. (2009). The impact of background television on parent – child interaction. *Child Development*, 80(5), 1350-1359.
- Kubey, R. (2000). TV and the internet: Pitfalls in forecasting the future. *Knowledge, Technology, & Policy*, 13(2), 63-85.
- Lull, J. (1990). *Inside family viewing*. London: Routledge.
- Moore, S. (1993). *Interpreting audiences* (chapter 2). Thousand Oaks, CA: Sage
- Morley, D. (1986). *Family television--Culture, power and domestic leisure*. London: Comedia.
- Morley, D. (1992). *Interpreting television: the Nationwide audience*. In D. Morley (Ed.). *Television Audience and Culture Studies*. London, Routledge.
- Neuendorf, K. A.(2001). *Viewing alone ? Recent considerations of media audience*

- studies. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 45 (2) : 345-354.
- Nightingale, V. (1996). *Encoding/decoding. Studying Audiences: the Shock of the Real.* (pp. 21-39). New York, NY: Routledge.
- Paavonen, E. J., Roine, M., Pennonen, M., & Lahikainen, A. R. (2009). Do parental co-viewing and discussions mitigate TV-induced fears in young children? *Child: Care, Health & Development*, 35(6), 773-780.
- Silverstone, R. (1996). From audience to consumers: The household and the consumption of communication and information technologies. In J. Hey, L. Grossberg, & E. Wartella. (Eds.). *The Audience and Its Landscape.*(pp.281-296), Boulder, CO: Westview Press.
- Tucker, P. (2007). The over-mediated world. *Futurist*, 41(1), 12-13.
- van Zutphen, M., Bell, A. C., Kremer, P. J., & Swinburn, B. A. (2007). Association between the family environment and television viewing in Australian children. *Journal of Paediatrics & Child Health*, 43(6), 458-463.

TV consumption and filial piety in family viewing^{*}

Ting-Yu, Chen^{**}

Abstract

Recently, audience study has made a sharp turn toward ethnographical approach. It is emphasized that individual can actively construct meanings of media texts and also how their personal interpretations interact with everyday life.

The study explores how young adults accompany their parents watching television. Research regarding family television has been abundant, however, little is attended to the way television mediates the relationship between young adults and their parents.

It was found that young adults who do not live with their parents choose to watch television with them with a purpose of keeping them company, rather than simply “watching television”. Young audience’s co-viewing with their parents is incorporated into their practice of filial piety.

Keywords: audience study, everyday life, family television, filial piety

* This article was presented at a seminar of Dept. of Radio and Television in NTUA, Taipei, 2011.

** Ting-Yu, Chen, associate professor of Dept. of Communication in Nanhua University. E-mail: tychen@mail.nhu.edu.tw