

突破機構 - 傳媒與青少年研究 研究摘要

突破資訊及研究組於本年一月至七月間進行一項有關本地青少年觀看電視及解讀電視內容的研究。研究發現本地青少年會從電視劇集的內容中吸收訊息；大部分被訪者均相信電視是真實地反映著一些負面的社會情況，包括糾纏的感情膠輾、開放的男女關係、隱藏的人際衝突及脆弱的現代婚姻等。研究更發現，經常觀看電視劇的青少年傾向將電視所吸收的訊息加以聯想、仿倣及應用，特別是在處理感情、與朋友及家人關係、及人際事宜的時候。

是次研究的對象為本地中一至中四學生。研究分為兩部分，突破在一月至二月間分別進行 8 個深度小組座談會訪問（focus group interview），主要瞭解他們對電視劇中經常出現情節的意見、反應及聯想。結果發現，電視（特別是電視連續劇）對青少年依然具相當的吸引力，而且他們喜歡將訊息加以聯想及仿倣。綜合是次訪問結果後，研究組再於六月至七月間以普查問卷方式，向全港十九區的中學進行抽樣調查，共收回 1384 份有效問卷，回應率達 93.0%。調查範圍包括被訪者過去四個月觀看電視的情況、對電視劇情節是否反映現實生活的態度、及對有關情節的聯想與應用。

調查發現，本地 12 至 16 歲的青少年平日觀看電視的時間，平均接近 4 小時；主要在晚上 7 時至 10 時播放連續劇的黃金時段內。在調查之前四個月內，平均有七成多（71.2%）的被訪青少年是**連續收看** 7 時及 9 時兩個時段的連續劇；而只有一成是經常收看此時段內的「追擊節目」。結果反映吸引青少年接觸的電視內容及訊息大多都是圍繞「**電視連續劇**」，而電視亦佔據了他們主要的閒暇時間。

調查所得，本地約有五成（50.4%）的青少年是**長期接觸電視連續劇**；他們在過去四個月內收看幾乎全部 7 時至 10 時的連續劇。而他們收看及追看電視連續劇

的原因，除了兩成多（23.9%）是純粹因為習慣，其餘都表示因為「劇情發展緊張」（74.4%）、喜歡看「鬥氣冤家／輕鬆攪笑的橋段」（72.7%）及因為「感情的起伏及發展」（62.9%）和「同甘共苦的友情」（36.0%）的橋段十分吸引。顯示電視劇吸引青少年的地方，除了提供一定的娛樂性外，還有是題裁及情節貼近他們的生活經驗、及成長期中青少年對愛與友伴的需求。

研究結果顯示，本地青少年明顯地相信及接受電視劇內**負面的世界描述**；大部分被訪者同意劇集內經常出現、較負面的情節是「真實的社會情況的反映」，例如：

（ 電視劇情節 ）	（ 同意是真實情況 ）
「相戀，之後結婚並不一定代表有美滿的結局，好容易會因為性格不合而分開。」	（ 80.5% ）
「在工作的地方是經常會遇到複雜的人事問題，例如有人在你的背後攻擊、陷害你。」	（ 69.1% ）
「人與人之間是絕對可以因為利益的衝突，而去謀害對方，甚至動殺機。」	（ 54.7% ）

至於連續劇內較正面的情節（例如主角的奮鬥成功、最終得勝等），從深度小組訪問中發現，被訪者一般都表示懷疑，認為是「太理想」或「做戲先至有」。這顯示青少年對電視訊息的閱讀方式傾向「反叛性」，容易相信較反面的訊息或情節，但抗拒過分理想的描述。

研究又發現，青少年容易接受電視劇對男女關係的描述是「真實的」；而長期收看連續劇的青少年，明顯地**更加相信**一些較開放的男女關係描述為真實的。

（ 男女關係的情節 ）	（ 長期收看連續劇人士 ）
「在工作的地方是很容易與同事『日久生情』，發生感情」	67.6% **
「只要有一定的感情基礎，大部份的成年男女都是不會抗拒在婚前有性關係」	57.0% *
「在酒吧是容易『兜搭』到發展『一夜情』的對象」	56.9% *
	（ *p<.05, ** p<.01 ）

另外，是次研究嘗試瞭解青少年是否將電視所接收的訊息加以聯想、仿倣及應

用。結果顯示被訪青少年會加以聯想的電視劇訊息，集中於有關朋友相處、家人關係及處理感情幾方面上。超過四成的被訪者會「學習劇集人物的個性及凡待人處事方式」(44.9%)、「要求與朋友的相處好像劇集裡面的好友一般」(44.5%)及「代入情節中去思想自己與家人的關係」(44.0%)；亦有三成的被訪者會「沉醉於劇集人物的感情起伏，並渴望自己擁有相同的經歷」(32.1%)及「代入劇集的角色去思想自己的感情問題」(31.3%)。

同樣現象亦見於被訪者對電影內容的閱讀，他們對類似的電影情節同樣會產生聯想。顯示青少年對媒介訊息的接收受、聯想及仿倣，很大程度上是集中於家庭、友伴及感情幾類他們較切身的課題上。從深度小組訪問中亦發現，青少年對以上幾類的電視劇情節，是很容易產生共鳴，及會深思有關的訊息。他們會仿倣電視人物的處理手法，作為處理身邊類似事情的指標或模範，部分更會期望在劇情中尋找處理棘手問題的指引或方法。

研究並發現，「長期觀看連續劇」及「喜歡追看劇集內『生死之交』、『感情起伏』的情節」此兩類青少年，是最容易受電視訊息影響。研究數字顯示，長期觀看電視劇(50.4%)或喜歡追看此類情節(78.6%)的青少年，對電視是有更加高的訊息聯想(elaboration)($p < .01$)，及更加相信電視所發放的訊息(perceived realism)($p < .001$)。他們喜好看電視的程度(affinity)及熱切程度(intentionality)亦十分高。研究組估計，這兩類最容易受影響的一群，本地約有二十萬至三十萬人，顯示大多數成長期中的青少年，都長期受電視連續劇影響。

總體而言，研究組相信青少年並非全盤接收所有電視(媒介)發放的訊息，但是次研究結果顯示青少年對媒介內容的喜好、及是否長期接觸等，直接影響他們對訊息的吸收，聯想及應用。正值思想及心智成長中的青少年，對友伴、感情及人際關係等甚為重視，所以極容易受媒介(電視)訊息的影響。

(研究員：陳之虎, 13 - 10 - 99)