



波瀾之心——從我的兒童和青少年研究談起

蘇衡

小學開始讀兒童故事的時候，《八仙過海》和《愛麗絲夢遊仙境》是我覺得最神奇的兩個故事，迪士尼的《彩色世界》是我覺得最魔幻的電視節目。我父親的職業(之一)是童書作家，他認為古典文學不是死的、與現代絕無聯繫的書面語言，唐代《傳奇》、《聊齋誌異》、甚至更古早的《山海經》中的語言和民情風俗也許與現在離得很遠，但文本中的對話和想像不但活潑，也很有戲劇性。我一直認為這些文本是世界文學最精彩的著作之一，可以給兒童和青少年帶來無限想像。這也開啟我想為兒童或青少年做點什麼的幻夢。

不過這個童年夢想隨著年紀增長，被升學壓力、大學生涯淹沒而逐漸遺忘，直到轉行念了新聞傳播，在密西根州立大學傳播研究所遇到幾位做「兒童與電視」的知名學者如 Greenberg、Atkins 等，經常提到他們做兒童/青少年傳播研究之樂。除了到學校要孩子們照填問卷，當場發放糖果、餅乾、蛋糕和鉛筆，問卷做到一半，還起身唱歌跳舞，同樂一番，真是快樂無

比！更重要的是他們強調，比起成年人來，「兒童不說謊」，所以研究品質可堪無虞。

受了 Neil Postman 的《童年的消逝》和 Gerald Lesser《兒童與電視：“芝麻街”的經驗》、英國學者 Gunter 等影響，我開始對兒童的電視經驗有興趣。很明顯的，我們的電視界沒有向國外的兒童電視節目學到經驗，表面高舉重視消費者的口號，實則充斥品質低劣的商業節目，兒童和青少年都是台灣電視台的邊緣人、非主流、甚至犧牲者。

在使命感的驅使下，六、七年前和仍是基金會的公共電視製作群到全省幼稚園，做了系列幼兒看《水果冰淇淋》節目的反應研究。面對天真浪漫的幼童對節目的好奇和意見，發掘不少從未想過的資料，這項結果雖然只提供內部製作參考，但已小有樂趣和成就感。

不過，我真正的「臨床」研究「絕對」和自己孩子的成長有關，第一個正式研究才準備好好探討兒童如何看漫畫，可惜孩



子的成長速度快過台灣電視的進步，一下就面臨孩子玩電動、上網和哈日的大浪潮；為了更了解孩子的成長、和同儕的互動，以及他們這個世代的社會生活和媒體的互動，我也展開青少年議題的研究之旅。

回溯青少年議題的傳播研究，發展歷程複雜多變，但也提供不少思考的新方向。從1920年代後期，美國社會學領域開始建立一些對兒童和青少年的觀察，當時的青少年一詞幾乎和幫派、犯罪等同。視青少年為道德、文化、心理、物質的犧牲者，參考架構為幫派、偏差文化、狂野，提及青少年都是"in trouble"或"as trouble"。

1950年代，對青少年的看法丕變，年輕人既是麻煩、也是好玩、縱情、奇怪、娛樂。美國創造teenager一詞，此時也出現年輕人市場，年輕人透過自己的想像，創造與父母不同的認同，加上正逢迪士尼推出很多卡通產品，青少年次文化的面貌突然改變。

1960年代中期，年輕人更表現和創造了與成人文化不同的音樂或風格、服飾或品牌，有些學者稱「反文化」、「出軌」或「出界」。年輕人追求表達認同或差異，休閒和外觀是年輕人認為可以區辨「他群」和「我群」的場域，夾克、牛仔褲等消費，頹廢思想的出現，都為了展示某種符號。「只要我喜歡，有什麼不可以」，追求新主張、新激情，不太論斷他人，重視個別主張。

當代青少年已被視為「隨便自在」、「兼容並蓄」，是「反文化」中另一套文化的存在，他們不但擴大視野，出現範圍

更廣、花樣更多的興趣，也趕流行，追求另類，像流行穿臉洞、鼻環、愛用黑色化妝品、喜歡日本風的飾物和玩具，穿邋邋或特異服裝，玩滑板或直排輪，另類音樂，都可代表。形象包裝更徹底，更會用錢買外觀。

當下許多相關領域的學者認為，青少年也許不難懂，但「問題」太多，時時在變，很難固定在適當的地方細細研究。不過，如果單單看到青少年文化的表徵，沒有深究青少年在其中的快樂；或看到商業力量如何「包裝」青少年的反文化再「回銷」到主流文化市場；或無法「欣賞」青少年文化百花齊放的多樣性，很難想像當下的青少年文化正從四面八方進行揉合、取借，甚至去地域化的發展。

青少年追求目標的多變，性向的撲朔迷離，正像層層謎題等著探索解答，也頗具挑戰性。即使如此，青少年這個階段仍都站在父母的肩膀上，完成他們的目標，活出他們的夢想；但是這種生活方式有沒有反作用，也是許多研究者最關心的議題。這種關心或許需要長期或窮一生之力追索，目前為止，影響還很難判定。但也因為更多學者投入，這個領域越來越充滿活力。

我的煩惱則是，「媽！我最近開始對《霹靂布袋戲》有興趣...」，天啊！我的研究又要轉向了嗎？

*作者為政治大學新聞學系副教授。