

第一章 續論

第一節 研究動機與背景

1950 年代隨著電視普及之後，聲光科技的效果，加上各種新奇生動的畫面，圖像和語言的結合，徹底改變資訊傳遞的方式。而電視兼具了各種傳播工具的特點，成為傳播媒介中最具有滲透力的利器，侵入了每一個家庭，對不同年齡、教育程度、社經背景的人都具有吸引力。特別是沒有閱讀能力的學齡前幼兒，也沒有使用其他媒體的能力，加上父母工作忙碌疏於陪伴，對電視的依賴尤深，Adler and Faber (1980) 曾經綜合許多研究，發現大部分兒童在四歲之前就經常看電視。在國內，廣電基金於 2000 年，瞭解三歲至小學二年級的幼童的媒體使用行為，調查中發現有 92.7% 有收看電視的習慣。且國內外許多的研究調查顯示了幼童看電視的時間隨著電視的普及而增長，甚至超過了遊戲或是閱讀的時間，約佔了上學、睡覺以外 31% 的活動時間（郭為藩，1980；楊幸真，1993；朱澤剛、吳翠珍，1994；吳知賢，1998，吳翠珍，1998；Morgan & Signorielli，1990；Signorielli & Lears，1992）。吳翠珍（1991）更指出學齡前的幼兒，較無能力使用其他媒介，因此其電視觀看時間達到人生的第一個高峰。因此研究者認為幼兒時期的電視觀看會影響未來兒童及青少年期的媒體使用行為。

然而，電視裡潛藏了許多的危機。由於電視節目的時間有限，因而會在最短的時間內，塑造強烈而明顯的角色性格，而螢光幕上所呈現的形象，往往會造成閱聽眾認為自己應該表現成那樣。大眾媒體往往不斷地複製性別、職業、文化、階層、種族的刻板印象（陳世敏，1986；吳知賢，1997；Greenberg，1982；Williams，1986；Signorielli & Lears，1992；Greenberg & Brand，1993），像白雪公主、灰姑娘等故事中，建構了父權傳統的社會性別，對於女性角色的建構，多限於性別刻板印象的再現，另外譬如電視劇中男醫生、女護士、男董事長、女秘書等角色，一再複製傳統的男女職業角色。

根據心理學方面的研究，性別角色的發展受到生理、認知及增強三個因素所影響。幼兒期是性別角色發展的關鍵期（Paterson & Lach，1990），三歲以前，生

理因素影響兩性行為的差異；三歲以後，影響性別角色發展的主要力量是性別自覺與外在增強。揆諸過往有關性別角色刻板印象文獻可知，幼兒只要能區分出男女，便開始形成性別角色刻板印象(林惠雅，1993；林敏宜，1993；白博仁，1998)，對於學齡前的幼兒，他們的性別態度也特別容易受到媒體形塑的性別角色所影響，他們接觸電視的時間遠遠多過閱讀書籍的時間，起因於他們還沒有識讀的能力，看電視這件事是他們自己一個人就可以做的事，除了自己主動要求觀看，父母也會放手讓孩子去從事這件不需要大人陪在旁邊的活動，電視無疑地成為幼兒接收訊息最親密的窗口。幼兒在電視或其他媒體中觀察到那些最普及的性別角色特質、互動模式或是身體形象的呈現，日積月累地在幼童社會化的過程中逐步影響他們的認知。

更有研究顯示，看電視越多的兒童對兩性的角色模式和性別態度，最容易刻板化(Freuch & McGhee, 1975；McGhee & Freuch, 1980；Meyer, 1980；Morgan, 1982；Williams, 1986；Signorielli & Lears, 1992)，譬如 Beuf (1974) 研究發現三到六歲的幼兒看愈多電視，對兩性的職業刻板印象愈強；Bsaow (1992) 研究認為兒童會模仿他們在電視上看到的行為，因而對性別產生恆久的固執偏見；而國內研究林秀芬 (2000) 也發現每週至少看二十五小時描繪性別刻板印象電視節目的五到十一歲兒童，比花較少時間看電視的同班同學對男人和女人的看法更刻板。雖不可忽略性別刻板印象在兒童性別概念發展上的幫助，研究者認為兒童的性別角色觀點應該是具有多樣性的，然進一步探索開發幼兒對於性別角色的多元觀點，解構主觀刻板的模式。

透過電視，幼兒能夠擴充知識與經驗，學習到自己與他人的文化，並獲得相關知識及價值信念。並根據幼兒發展理論指出，學齡前的幼兒正處於模仿、認同及語言發展的關鍵期，電視對於幼兒文化行為模式的塑造有重要的影響力。然而生活經驗貧乏的幼兒欠缺辨識事物真假能力，藉由電視內容中所傳遞的替代性經驗，易建構出支離破碎知識及扭曲的價值信念，產生偏差行為或建立不正確的認知。

研究者在研究所課程認識媒體素養教育後，體認協助幼兒培養敏銳的觀察力和思辨能力，來判斷其所接收的訊息、分辨電視世界與真實世界之差異等技能，實在是刻不容緩的課題。從上述的心理學觀點，媒體是為影響幼兒形成性別刻板印象的主因之一，然而電視為幼兒最常接觸的媒體，除了受限於其他媒體的使用能例外，電視的聲光效果、動畫色彩深受孩子們的喜歡，加上以電視為教育工具，能夠打破傳統學習的型態，增加教師許多可用的教學資源，有助於提升教學品質，以幼兒有興趣常接觸的媒體文本教學，也能有助於的提升幼兒學習的動機與成效，因此研究者選擇以幼兒喜歡的電視文本來瞭解可否藉由這些文本來降低媒體對幼兒的性別刻板印象影響。

國外的研究也確實指出了媒體素養教育的成效，如美國西南教育發展實驗中心（South Educational development Laboratory）所主持的專案課程，實證結果顯示該課程明顯的提升了學齡前幼兒的電視批判觀看能力（Coder –Bolz，1980；引自吳翠珍，1993：7）。另外，Huston，Greer，Wright，Welch & Ross（1984）的研究也顯示六歲的幼兒在教導其注意內容後，他們有能力指出性別刻板的描述，突顯了媒體素養教育於學齡前的可能性（引自吳知賢，1997：9）。並且英國、美國和澳洲皆針對學齡前的幼兒發展出完整媒體教育教材及課程。

為什麼學齡前階段媒體素養教育有強調的必要性呢？除了有鑑於國外成功的案例，研究者在幼稚園教學現場，發現許多幼兒進到幼稚園的就已經有大量的媒體知識。而幼兒性別角色發展這個在幼兒社會化過程中最先接觸到的概念，尤其是透過媒體使用、社會學習而來的性別刻板印象，使學齡前的幼兒對於同儕團體的性別角色開始出現了一些特質與規範。而幼兒也對媒體知識的相關來源，隨著年齡增長，逐漸組成一些思辨性的技巧，正向的媒體內容能啟發兒童想像力與思考力，負向的內容中所隱藏的問題，教師可以引導幼兒一同發現並進行討論，以此研究者認為去建立媒體素養知識是很重要的，而非忽略它。

再者，國內李嘉梅（民 93）調查也指出，雖然絕大多數的家長與幼教老師並不認識「媒體素養教育」這個名詞，但都贊成在幼稚園教導幼兒如何看電視。

研究者也贊同媒體素養教育可有助於兒童透過媒體在家學習，或是發展出這類的知識和理解技能。

但，我們要如何影響這些已從電視媒體得知許多性別刻板印象的幼兒呢？幼兒在學前期建構性別基模時，他們的思考常是直覺且單向的，很難將性別分化的活動(煮飯)與性別分類(女孩)分開(蘇建文，民93)，R.Bigler和L.Liben(1990;1992)曾設計和比較兩種認知訓練法，這兩種認知訓練法確實減低兒童對男人及女人可能追求之職業的性別基模式思考，使兒童能看見自己性別基模中的謬誤，而加以改正。有些研究也指出，改變性別角色態度的努力對年幼的兒童比對年長的兒童有效(Katz & Walsh,1991)，因此新的性別角色態度是可以被教導的，所以在幼兒的刻板印象完全具體化之前，儘早去改變幼兒的想法是比較容易的。準此，本研究將發展一套以幼兒為對象的媒體素養教學活動，以性別刻板印象這個議題為例，以電視上幼兒喜歡常接觸的內容為文本，進行教學研究，探討媒體素養教育對解構幼兒藉由媒體所形塑的性別角色刻板的成效。

第二節 研究目的

就幼兒日常生活所能取用或接近之媒體來看，電視是幼兒獲得有關性別角色的主要來源。幼兒在電視或其他媒體中觀察到那些最普及的性別角色規範，與最常呈現的性別角色模式，或是身體形象的呈現，是否真的如同我們所處社會的真實現象，是十分值得重視的議題。

再以幼兒社會化的過程來看，瞭解性別角色的扮演是兒童社會化過程中非常重要的一環（楊婉怡，2002）。且性別角色刻板印象在學齡前已經形成，五至十一歲會持續的增加，尤以六、七歲的孩子性別刻板印象最為強烈（Best et al.,1977；林惠雅，1993）。而性別刻板印象就像是知覺過濾器（perceptual filters）一般，我們會透過這個過濾器去看待他人，且比較容易去注意和記得與刻板印象一致的行爲（劉秀娟、林明寬，民 1996）。然而電視媒體是影響幼兒性別角色發展的因素之一，如何降低媒體中性別刻板印象對幼兒性別角色發展的影響為研究者欲探討的問題。

然而國內有關幼童與傳播媒體性別刻板印象的研究，大約是近十年才發展起來的，並且其數量並不多，僅有陳俊典（1994）、黃日暉（1997）、吳心欣（1999）、林秀芬（2000）等數篇。孫秀蕙（1986）和張錦華（1997）雖同樣研究閱聽人與媒體性別角色刻板印象，但其對象皆非兒童。並且即使是以學齡兒童為研究對象者，亦多集中於國小階段；然而以學齡前幼兒為研究對象，探討媒體中所呈現的性別刻板印象如何建構其認知並無其人。

再者，研究者欲以媒體素養內涵為出發，企圖協助幼兒建立主動思考判斷的能力，解構媒體中刻板印象的影響。而綜觀國內多數對於媒體素養教育的研究或推行，聚焦於國小、國中學童，試圖將其融入九年一貫課程中（饒淑梅，1995；周慧美，1999；吳知賢，2001；林子斌，2001；李金勳，2002；楊婉怡，2002；邱民才，2003 等）；反之，幼兒的媒體素養教學仍未見學術著墨。

因此，本研究的研究焦點便是去開發這一塊尚未被開墾的研究領域，以性別刻板印象為議題，嘗試設計一套適合幼兒媒體素養教學方案，喚起幼兒教育工作

者對幼兒媒體素養教育的重視，並瞭解幼兒媒體素養教育於學齡前實施的可行性。

本研究研究目的如下：

- 一、發展以解構性別刻板印象為主的幼兒媒體素養教學方案。
- 二、探討媒體素養教學方案對於修正幼兒性別角色刻板印象之效果。

依據上述之研究目的，擬定研究假設與待答問題如下：

一、待答問題如下：

「媒體素養教學方案」對降低幼兒性別角色刻板印象是否具有顯著效果？

二、研究假設為：

1. 接受媒體素養教學之幼兒與沒有接受媒體素養教學之幼兒，在性別角色量表的總得分上，有顯著差異。
2. 接受媒體素養教學之幼兒與沒有接受媒體素養教學之幼兒，在性別角色量表的「玩具」項目得分上，有顯著差異。
3. 接受媒體素養教學之幼兒與沒有接受媒體素養教學之幼兒，在性別角色量表的「職業」項目得分上，有顯著差異。
4. 接受媒體素養教學之幼兒與沒有接受媒體素養教學之幼兒，在性別角色量表的「家務工作」項目得分上，有顯著差異。
5. 接受媒體素養教學之幼兒與沒有接受媒體素養教學之幼兒，在性別角色量表的「人格特質」項目得分上，有顯著差異。

第三節 名詞釋義

一、媒體素養教學

媒體素養 (Media Literacy)，國內亦有人譯為媒體/電視識讀、媒介/電視素養或批判性觀看技巧，本研究統一以「媒體素養」稱之。媒體素養教學主要教學目標在於使閱聽者具備有意識的閱聽媒體的能力，且能運用主體經驗及思辨、解讀媒體訊息之能力。本研究之「媒體素養教學」乃指研究者以性別刻板印象為議題所設計的 12 個教學活動，每次 40 分鐘，係利用該園每週二、四下午點心後至放學前的時間實施。

二、性別刻板印象

性別刻板印象為忽略個別差異對男女角色保持著僵化、過度簡化或是類化的信念或假設，以傳統為依據，以性別為依歸，以粗略特徵來區分男女兩性，賦予男女各自有不同的性格、態度和生活方式、職業等，對男女性應有的形貌特徵、行為表現穩定不具彈性的信念。本研究在操作型定義上係指在研究者引用林敏宜（1993）所編之「性別角色刻板印象測驗」中所得的分數而言，得分越高表示性別刻板印象程度越明顯。

三、電視節目

本研究之電視節目，係旨在此研究教學過程中所使用之電視節目影片，這些節目影片包含電視上所播放的兒童節目、卡通影片及廣告三個部分，乃由研究者自行側錄自東森幼幼台、迪士尼頻道等兒童頻道，以及公共電視、台視、中視、華視、民視等下午 4 點至 7 點間或假日早晨的電視節目。

第四節 研究限制

- 一、本研究「幼兒媒體素養教學」之實施對象因研究者研究方便性，為研究者實習之台北市一所公幼之幼兒，加上應考量地域及文化特性等因素之差異，因此研究結果不宜類推到所有母群。
- 二、本研究之「幼兒媒體素養教學」，因考量實施對象之年紀與受限於研究的成本與時間，故以性別刻板印象議題為著眼點。但媒體素養所涉及之內涵與議題眾多，本研究結果僅能代表媒體素養教學對於幼兒的性別刻板印象改變的效果。
- 三、在研究工具的使用上，幼兒對於性別的判斷，會受到圖片的影響而有所限制，一旦施測的研究工具不同，則幼兒用以判斷性別的線索亦可能隨之改變（引自林敏宜，1993）。
- 四、影響幼兒性別刻板印象之因素眾多，如父母、教師、同儕、生活背景等因素，本研究限於能力與時間無法一一控制，但以隨機方派的方式，將這些變項的影響降至最低。