

# 2012 兒少通訊傳播權益論壇

## 論壇 1 發展優質內容

### 主題：提升兒少節目質量與發展策略

#### 一、第 1 場次時間：

101 年 5 月 4 日（星期五）上午 11 時 00 分至 12 時 10 分

#### 二、論壇地點：

交通通訊傳播大樓 3 樓集思會議中心

#### 三、論壇主持：

本會鍾委員起惠

#### 四、與談人員：

國立臺灣師範大學大眾傳播所陳教授炳宏、囡仔影音公社李導演秀美、公共電視孫青執行部總經理，以及台灣區迪士尼頻道趙總經理汝忻

#### 五、論壇 1 發展優質內容（逐字稿）：

##### （一）本會鍾委員起惠：

各位現場的貴賓及與談人，大家早安。今天現場旁聽的各位應該是很關心兒少節目與台灣製播環境，或對於兒少通傳相關技術發展及兒少媒體近用有較多關懷的人。我們今天要談的主題是優質內容，關於「優質」我花了 10 年時間思考這個問題，然後在 NCC 也擔任快四年的委員，但我必須很汗顏的說，我們離優質的夢想還非常遙遠，雖然現今台灣的媒體平台、節目內容已經非常多。通傳會去年發表兒少通訊傳播權益政策白皮書，我們希望能夠更進一步的關懷這個議題，甚至喚起有權力的人來關心這個議題，大家共同努力為兒童

創造更好的未來。首先，我先將時間交給貴賓，跟大家做分享，再接下來就用開放的方式讓大家可以自由的交談。我們請陳教授先開始，陳教授代表媒體觀察教育基金會(以下簡稱媒觀)，媒觀長期以來一直推薦兒少優質節目，我們想了解這些節目的推薦，到底對兒童青少年與父母、甚至於台灣產業環境起到哪些指引作用，如果台灣不幸有一天推薦不出來任何一個優質的節目，那該怎麼辦呢?請陳教授針對您所代表的基金會以及過去的經驗來分享。

(二) 國立臺灣師範大學大眾傳播所陳教授炳宏：

所有與會的來賓與委員大家好，很謝謝 NCC 的邀請，讓我代表媒體觀察教育基金會跟大家談一談有關於基金會這些年來的努力與狀況。媒觀正式成立在 1999 年，我們的宗旨是維護新聞自由、落實媒體正義、促進媒體自律和保障人民知的權利，媒觀希望扮演媒體益友的角色，與業者、社會團體一同努力建構一個更成熟完善媒體環境。

媒觀與今日主題最有關的部份，是從 90 年起開始做「國人自製兒童暨青少年優質電視節目推薦」。從民國 92 年的資料顯示，一開始的名稱不叫國人自製節目推薦，而是獎勵台灣播出兒童及青少年節目。媒觀這十年來都陸續在做優質節目推薦，針對各電視台每季將上檔與持續播出的節目進行推薦。我們的專家共有 7 類，包括媒觀志工、專家學者、社會團體、教師、家長、兒童等。我們的目標是擴大社會參與，也就是說不是只有專家學者的意見，而推動更多志工、親師、家長與小朋友共同來加入，一起為台灣媒體產業努力。節目推薦過程有初審複審，以這一季為例，現在是初審結束進入複審階段，大概在六月底會公布推薦名單。

剛剛報告過在 92、93 年資料中其實沒有國人自製這樣的字眼，我們所推薦是在台灣所播出的節目，以 92 年的表格解讀，媒觀推薦的結果來看，國外節目比國內多很多。之後國內國外的節目開始出現變化，被推薦的國內節目比例逐漸上升。在整理資料的過程中，我發

現一個很重要的問題，就是甚麼叫做「兒童節目」？媒觀到現在還不敢定義什麼叫兒童節目，所以什麼大腳逛大陸、什麼小腳逛台灣、什麼台灣好玩的，這些節目你怎麼定義他是兒童節目？在 NCC 的分級或標誌化的過程中它屬於普級，但普級就是兒童節目嗎？NCC 正在推動每個衛星頻道業者如果要推出綜合性頻道，就必須每天都有一個固定時數播出兒童節目，我覺得 NCC 在這方面真的很努力，很值得在這個部分給他們一些掌聲。

媒觀上是從鼓勵台灣產製更優質節目為出發點。我想特別強調的是，唯利是圖不是錯，講究獲利是整個媒體商品化的過程，這是沒辦法也不可逆的趨勢，可是在這樣子的概念之下，請不要忘記我們從事的行業仍然是媒體，媒體不是一般企業，媒體的目標不可以只有獲利，而應該肩負媒體的社會責任與媒體的社會角色。

我們觀察到，現今兒少節目出現質與量嚴重不足的狀況，除了剛剛影片中小朋友所提到的那些卡通，除了公共電視、大愛慈濟有做一些，還有多少頻道或業者在做兒少節目呢？我也聽到業界有人反映 NCC 管太多，申請頻道或換照還要符合兒少節目播出時數的要求，但平心而論 NCC 推動這樣的政策絕對是有他的關鍵意義存在。此外，商品置入性行銷的問題，在兒童節目製播領域中也需要特別被關注。

以個人立場，我希望主管機關能夠繼續透過立法鼓勵業者製作優質節目，民間團體、親師家長要以具體的行動支持兒少節目的製播，媒觀也將擴大評鑑的參與面，讓更多人加入兒童節目評鑑的作業，希望大家可以一起努力。

### （三）本會鍾委員起惠：

謝謝陳教授，他點出了甚麼是兒少節目這個很重要的問題。接下來我想請迪士尼的趙總經理談一下，以資本主義為主的美國，發源於二〇、三〇年代的迪士尼，為什麼可以在 20 世紀末與 21 世紀初成就了全球化的、以兒少為主軸的市場節目鏈，迪士尼不只有提供節

目內容，而是創造了一個影音媒體節目鏈，這樣的一個節目鏈供應者，它既能夠賺錢又能夠提供優質的節目，我覺得在一個以資本主義為思考核心的國家是不容易的，其中一定有一些中心信念讓他能很優雅的賺錢，在今天這個資本主義全球橫行的年代，讓我覺得某些企業是非常粗暴地在賺錢，我想我們要的文明社會是能夠很優雅賺錢，不是粗暴地利用某一些政策條文的不確定性，或者利用權力資源的安排與結構壟斷關係來賺不該賺的錢，這也是 NCC 之所以成立、變成一個監理機關的重要原因。在這樣基礎下，我覺得迪士尼集團應該有它的特質，趙總經理在台灣的一些經驗也可以跟我們分享。

#### （四）台灣區迪士尼頻道趙總經理汝忻：

委員、老師及各位貴賓大家好，我想在座的各位應該大部分都是同行或是長官，我真的很高興有樣的機會透過座談的方式和大家一起交換意見，雖然說我所代表的面向或立場好像跟大家不太一樣，但我非常贊同這幾年大家對兒少節目或是兒少節目數位環境發展投入更多關注，不管我們身為業者或者是父母，我們其實都希望創造一個令讓孩子安心收看的媒體環境，這幾年以來我們也看到 NCC 非常努力，例如舉辦類似像今天的論壇、廣納不同的聲音，光是這樣的一個態度都已經讓我們非常感謝。

我覺得剛剛不管是老師或者委員講得都沒錯，迪士尼它出自美國資本主義社會，出來其實就是要作生意，講白一點就像老師講的是唯利是圖，這點我不否認，特別是從我現在的職位來講，不賺錢的話我也不用做了，所以唯利是圖是有的，但利益不是唯一的目標，既然選擇做媒體它就有一個社會責任，從業者也都對傳媒行業有一定的熱忱，所以利是一定會去圖的，但是怎麼去圖、是不是你唯一的目的、是不是還有其他責任，這是很重要的。

另外一個觀念是寓教於樂，「樂」絕對是很重要的，包括剛剛影片中小朋友的意見，打開電視就希望很好笑、很「樂」的內容，以兒少

的主題來說，我們迪士尼所做的每一個節目第一個要求就是娛樂性夠才能吸引小朋友看，因為沒法吸引小朋友收看的話你再怎麼教育、再怎麼有深度也沒用。能夠做到「樂」是很不簡單、有很多學問的，要有創意、要達到一定的品質，還要能觸及觀眾的內心、清楚的知道這就是它們喜歡的，在娛樂之外我們鼓勵小孩子去追求夢想、鼓勵小孩子能夠相信他自己、能夠鼓勵小孩去表達他自己，這都是正面積極的價值觀，這樣的一個中心思想在迪士尼每一個節目中都有，這些積極向上的、比較包容性的價值觀已經成為了所有節目內容的基本原則，不用特意、也不須強調就是製作節目的基本原則，以這樣邏輯所產製的節目應該與優質節目不會差距太遠。

其實所有的兒少節目做出來之後，他不是以一個單一的節目呈現在觀眾面前，以節目頻道來舉例，節目跟節目的中間有廣告，這些廣告可能是商業廣告，也可能是宣傳頻道自己節目的廣告，以迪士尼來說我也不諱言，迪士尼最新的電影與商品也會通過這樣的平台和我們消費者做溝通，但以迪士尼經營頻道的概念，我們非常在乎節目跟節目之間怎麼樣做出一個最有條理介紹，例如要能夠非常清楚的標示出哪個是節目、哪個是廣告，所以我們會設計很多機制，例如我們會作一個廣告破口，要進廣告的時候，我們就會告訴你「休息一下」或是怎樣，回來的時候我們也會以特殊的方式告訴你節目即將開始等等，清楚地讓廣告與節目之間有所區隔。另外就像陳老師提到，小朋友通常會有喜歡的主持人與偶像或者是卡通偶像，迪士尼對這些偶像在非節目以外的露出是有很多原則與堅持的，例如我們不會讓偶像的代言廣告或者商品介紹出現在他所主演的節目時段裡，因為小孩子很單純，很多東西的接收是非常直接的，對於成人來說，我們認為已經講得很清楚的東西，在小孩子而言還是不容易去區分的，因為他們的心智還不夠成熟，容易把幻想跟真實連結在一起，或者是卡通裡面的東西突然變成一個玩具他搞不清楚，所以在這方面既然身為一個線性頻道，怎麼樣讓節目與節目之間的銜接能夠有一個很清楚的區分，至少以媒體的立場來說，我們要做到

完全的告知，讓小朋友都看得懂，這種義務是應該要做到的。迪士尼頻道相當重視這點，我們認為從所謂整體性娛樂經驗的角度出發，幫助小朋友區分真實的界線這是頻道業者應該要顧及的，這是第二點我想跟大家分享的。

最後我想分享有關外來節目與本土自製的部分。當然我現在的角色是國外頻道經營者，但我認為本土的業者如何去取外來節目之所長，或者找尋兩者合作之道，共同創造發展的機會，對於提升節目品質與視野都會有幫助。隨著全球化國際化的發展迪士尼越來越重視這點，我們在新加坡或歐洲國家都陸續在發展一些當地自製的節目，節目的製作產地一定有所不同，但在地球村的概念下相互合作共同發揮長處，然後針對當地市場做發展，這是我想分享的另一個概念，謝謝。

#### （五）本會鍾委員起惠：

謝謝趙總經理。我也是今天才知道，迪士尼節目基本精神是寓教於樂，寓教於樂是中國文化裡面希望影音媒體製作人能夠達成的最高境界，但現今則是被迪士尼發揮得很完整。趙總經理剛剛提到兒少節目的核心精神，是在鼓勵兒少勇於追求夢想，讓兒少相信自己並且鼓勵正向能量，這三件事情對於兒少成長的過程是多麼地重要。我們的兒童與青少年教育都在朝這方向努力，作為一個影音媒介供應者，他們可以耙梳出這麼精準的價值觀，顯然迪士尼近一百年的經驗有其道理存在。這也讓我想到第二個問題，我記得在 2000 年時去日本參觀他們製作電視節目，你會發現日本的電視節目可以花三、五年去準備，然後做出來的作業範本厚達數千頁，之後製作時還要去翻閱作業範本。回頭看看我們的電視節目，在台灣有線平台露出的電視節目數量有兩千五百個以上，這之中只有少數節目或是某些外來節目採用這種方式作業，節目製作人、主持人跟參與來賓間有作業手冊，導播會根據作業手冊隨時在錄影中喊卡，請大家一起了解問題並調整修正，我相信我這樣講應該有很多節目工作者是非常羨慕的。其實現今台灣的環境，坦白說我們不缺錢，我們的 3C

產品行銷全世界，我們可以驕傲的東西太多，但我還記得 2004 年去參加上海電視節的時候，所有與會者都在談他們要成立一個兒少頻道，全中國大陸如火如荼地在 2004 年要成立兒少頻道，那時候談的一個核心問題就是甚麼叫做「兒少節目」，我想韓劇、娛樂百分百應該不是我們所認為的兒少節目，大陸在 2004 年提出這個問題，沒想到臺灣在今天才被提出來。我們先來聽聽看，另外一些夢的追求者，雖然她很謙虛地稱自己是兒少電視節目的勞工，我們請李導演為我們分享這個完成夢想的過程。

(六) 囡仔影音公社李導演秀美：

在座諸位大家好，因為我看了與談人的頭銜都是教授、總經理級的，所以我私下戲稱今天要代表的兒童節目從業人員裡面的基層勞工，不過既然鍾委員提了，那我現在自封為工頭的角色來談這個問題。今天真的很高興碰到很多一起為兒童節目打拼的朋友，打個比喻說，我們兒童節目從業人員像是貧苦人家，所以我們製作的兒童節目就像是貧苦人家的孩子，貧苦人家的孩子有什麼特徵呢？就是要在學業成績上盡量的表現以獲得表揚跟獎勵才有機會翻身，這種特徵反應在我們做的兒童節目上會有什麼樣的狀況呢？一如剛剛翁委員報告的，實際上扣除掉卡通節目後，其他類型的兒童節目只佔整體兒童節目市場數量的兩成，而且這兩成兒童節目絕大部分是知識類節目，這就是貧苦人家孩子的基本反應與特徵，因為做知識類節目容易得到表揚，例如金鐘獎、各式各樣獎勵，做知識類、學習類的兒童節目就很容易得到補助金，得到金鐘獎的獎金跟獎牌，兒少節目從業人員要生存只好多做知識性節目得獎、得補助。

在以前我其實很埋怨公共電視，為什麼呢？我們算是在廣電基金羽翼下撫養長大的兒童節目成員，在 1986 年公視製播小組納入廣電基金之後到 1998 年公視正式成立之間的這十年我查過數據，他們製播了 133 個兒童節目，所以我們這些人基本上是在那個時期被培養出來的，可是公視成立之後，尤其是公廣頻道越來越龐大，我的觀察是兒童節目產業嚴重萎縮，因為它沒辦法、沒有機會再培養兒童節目

製作人才，因為沒有舞台了，所有的舞台都在公共電視還有後來納入的原民、客家頻道，如果不是在公視集團體制之內的人只能失業或轉業，我碰到很多朋友都是如此。可是近五年來，我對公視開始有改觀，我開始同情他們，因為這五年來情況轉變，連公視都要靠投標案才能生存，連兒童節目的教主都要追著標案跑。國科會支持科學節目趕快去標，公視、原民台、客家台都在做兒童科學節目，故宮、美術館有經費做兒童節目就要趕快去標，我會很同情他們，因為公視竟然跟我們站在同一陣線上，我覺得我們是一級貧戶，他也向下沉淪變成貧苦階級的人，這樣公視變得跟我非常的親，我開始不埋怨他了，我開始同情他了，所以我接下來要談的是，我們要怎樣跟公視一起提升呢？我們不要求變成富貴人家，但至少我們希望自己是小康階級。

談到給錢的問題，給錢就能讓業者發揮力量？我不贊同，要培力其實只有三個字就是「給舞台」，給兒少節目製作者舞台。首先我們一直在爭取成立兒童公共頻道，為什麼要成立兒童公共頻道，剛翁委員有提到新聞局補助高畫質兒童電視節目從第一次補助三百萬到今年總計發出一千五百萬，今年四月份我去一個國小參加親子教育講座並且分享這個消息給家長，理論上家長應該很高興有好節目可以看，但有一個家長立刻舉手發問說在哪裡才看得到這些節目？這真是好問題，這些節目可能在壹電視、MOMO台，然後中視、民視也有，呈現分散在各台的狀況，今天我們有講到希望恢復讓每個頻道每個電視台每天都要固定播一小時或多少小時的兒童節目，但這對家長有用嗎？因為家長實在很難去記哪個電視台的哪一天的幾點要播好的兒童節目，這是很困擾家長的，如果可以讓他鎖定在兒童公共頻道問題就解決了。就像喜歡迪士尼的，他只要鎖定迪士尼頻道就好，根本不需要在各個頻道裡去找迪士尼的節目，同樣迪士尼在台灣有市場也是因為他擁有了專屬的播放頻道。

除了卡通節目之外，台灣的兒童節目也需要專屬的頻道，有了專屬的頻道才能容納各式各樣不同類型的兒童優質節目，不單單是只有



知識性學習性的，而是各式各樣有助於兒童發展的節目。這個概念當然需要公視協助，公視有資源，能夠發揮更大力量去協助非公視體制內的兒童節目製作者。所以成立兒童公共頻道，有經費購買國內製作的優良兒童節目，對我們來講是非常重要的，也才能讓國內自製兒童節目跳脫只有知識類節目供應的現狀。

成立兒童公共頻道還有一個好處就是打破單向傳播，以現今的傳播環境基本上就是業者播甚麼小朋友就看甚麼，小朋友根本搞不清楚甚麼是商業頻道甚麼是公益頻道，他們只在乎或者只知道自己喜不喜歡這個節目。我們努力的在做媒體識讀，但這些深入的內容能夠在電視上播出嗎？其實沒有機會，如果有了兒童公共頻道就可以有了放送的舞台，還有從小朋友觀點、兒童自製的節目更可以透過公共頻道播送，打破單向傳播的框架。最後我也呼籲，希望公共電視可以每年固定徵案，透過這樣的方式讓有心、有創意與理想的兒童節目業者，能夠在不以經濟與營收為優先考量的狀況下，專心的創作。

(七) 本會鍾委員起惠：

謝謝李導演，追夢的過程竟然是這麼的心酸，用諷刺性的說法，以台灣兒童節目製作來講，根本沒有人才流失這件事，原因是我們從來沒有培養過人才，也因為沒有培養人才所以也沒有失業率的問題，這真是很讓人難過。回顧過往，當年廣電基金、無線廣播電視法相關條文被廢除，兒童節目的製作人就是第一波受害者，希望新任的 NCC 委員有魄力推動無線廣播電視修法，以復徵或預算編列的方式催生廣電基金或者是其他藝術節目內容基金。若是未來無線廣播電視基金或者是衛星廣播電視基金要重新復徵，也希望業者可以支持共同為台灣影視產業付出。

我記得在兩三年前衛星廣播電視法修正的過程中，我們曾經考慮將補助基金置於衛星廣播電視法之下，結果遭到業者強烈的反對，因為業者認為自己都活不下去，怎麼可能還要另闢預算作補助，所以

這條路行不通，最後我們想了另外的方法，就是要求電視台要製播一定時數的兒少節目。我個人懇切的希望，NCC 未來還會繼續執行這樣的政策，至少讓台灣培育出更多節目製播人才。面對李導演大力呼籲成立兒少頻道，我個人對於這件事情是很悲觀的，但至少在現階段，我們可以做到鼓勵業者自製兒少節目。

公共電視應該算是目前仍然在努力延續兒少節目製播與培養人才的環境，現在就請公共電視孫青執行副總經理為我們分享。

#### (八) 公共電視孫青執行部總經理：

大家好，受邀來參加論壇、看到討論的題目，讓我很緊張，因為每個題目都很大、牽涉很廣，可能三天三夜都談不完，所以我特別跟公視兒少節目小組團隊仔細討論，希望能夠跟大家比較深入的分享。

提到關於兒少節目質量的問題，我們一直覺得兒少節目的題材是不夠多元的，這當然與目標對象群的特性有關，例如青少年幾乎是大孩子，思維、接收的東西和大人差不多，但是幼兒、兒童需要的又是另一種類型或者另一層次的內容。目前被定義為兒少節目的都是唱唱跳跳的東西，其實唱唱跳跳對兒童發展很重要，它應該被需要卻不應該是全部，因為小朋友面對的環境越來越複雜，所以我們是否應該順應時代，透過兒童節目讓孩子認識世界的真實樣貌？其實像歐洲國家的做法就值得我們參考，他做的兒童節目首先前提是有趣，否則沒有人要看，接下來他可能會觸及到一些哲學問題或者是歷史介紹，這種不見得能歸屬為知識型的節目，卻可以透過開心、好玩的形式讓小朋友接觸到更寬廣的訊息。例如像哲學的問題，也許用哲學兩字太深奧，像生命教育、兩性問題這些現代社會非常重要的議題，小朋友從小看到的是甚麼、怎麼認知、怎麼被教育，都會影響到他們長大之後的態度與行為，所以說這些議題其實是非常重要的，但目前台灣自製兒童節目很少做這塊，說實在話是因為不好做也不討好，一做不好收視率就會很慘，既找不贊助又賣不出去。

另外來談談孩子國際觀的問題，在茉莉花革命的時候半島電視台實

況轉播車開進校園訪問，記者問小朋友知不知道什麼是茉莉花革命，知道民主是甚麼嗎？也許這並不是最完美的形式或示範，但我們必須考慮到，現在孩子面對的是一個網路發達的世界，他們心中的國界恐怕已經跟我們的定義不相同了，如何讓孩子建構國際觀或者介紹現今這個無國界的世界，這也是重要的議題。

包括迪士尼在內的不少國外業者，他們嘗試以不同角度、或者有趣有意義的方式呈現兒童節目，例如有人去處理生活在貧窮狀況下的孩子如何面對這個貧窮出生與所帶來的狀況，也有節目專注於校園問題，因為校園問題全世界都有，這些節目處理的非常深入，幾乎能和孩子的生活結合在一起，所帶來的迴響與影響是很大的。另外，還有一個重要的觀念是，在兒童節目中小孩子不應該只是一個道具、是可愛的搭腔的角色，小孩子應該是兒童節目的主角，我相信應該很多人會認同這樣的看法。另外還有一個議題就是對弱勢孩子的理解與同理心，在目前的教育環境之下，弱勢真的就是弱勢，功課不好是弱勢、長得不漂亮是弱勢、嘴巴不甜是弱勢、家庭貧窮更是弱勢，當這些弱勢孩子觀看電視卻找不到任何連結，就等於再度被放棄，秉持著每個孩子都是生而平等的理念我們更應該關注、照顧弱勢孩子的視聽權利。再舉個例子，我們常常看到身心障礙孩子在困難中成長、奮鬥的故事，卻很少看到他們窘迫或者真正需要被關懷的一面，這樣的弱勢聲音應該怎樣被呈現出來呢？其實這些都是需要我們好好思考。

雖然業界可能不是那麼滿意，但公共電視在有限的預算下、在能力的範圍內我們盡量去做，例如我們嘗試著製作給青少年、大孩子看的連續劇例如《死神少女》、《在畢業前一天爆炸》，這些節目也得到國家的獎項與觀眾的回響，再例如過去我們拍《危險心靈》，它的成績未必顯現在收視率上，但我記得危險心靈播出的時候整個網路都炸掉，好多網友回應這部片讓他想起 20 年前在校園被霸凌、師生衝突的惡夢。另外，公視也嘗試利用製作手法的突破來創新，例如《爸媽囧很大》就嘗試以大型談話的方式，讓孩子、父母與師長很直接

的對話，讓大人了解小孩的心、小孩也可以知道大人的想法，激發出很大的火花。在視野擴展方面，公共電視製作了有關芬蘭的教育、德國的環保、泰國大象的保育、中南美洲的馬雅文化等內容，坦白說這些採訪製作是非常昂貴的，我們就是盡力結合公視既有資源與其他政府單位的協助，盡可能尋求資源去做一些有國際視野的節目。

議題中提到瓶頸的部分，我覺得最重要的是台灣兒童節目欠缺一個穩定的製播環境，製作費用是遠遠不足夠的，更不要說製播節目的前期研究與後期測試，這兩點對目前台灣來說都算是個奢侈的問題。剛剛影片中的小朋友非常非常喜歡公視《下課花路米》，我有一點意外、更有著太多感動，小朋友這麼愛看我非常感謝，我知道我們的節目還有許多改善的空間。一如鍾委員、李導演所說，台灣兒少節目產業歷經了廣電基金、公視籌委會等階段，公視正式成立之後我們是拼了命的努力完全沒有放棄兒童節目，去年公共電視節目製作預算有四分之一都放在兒童節目，總計金額有 4 千多萬，做了一百多個小時的新製節目，我知道整個社會對公共電視的期望非常高，我們會努力回應觀眾的要求。

至於兒少節目應具備哪些特質，我個人認為「與生活相關」是非常重要的特質，另外節目有趣是非常重要的，假如都是文以載道兒童與青少年是不會看的。要表現有趣與幽默感難度其實非常高，它涉及到很多心理學的研究與做法，最重要的是節目製作者要了解兒童成長的每一階段，了解他們生活周遭的議題，這樣同理心與幽默感才能散發出來，基本上我們東方國家是沒有太多幽默感的民族，可是現在的小孩因為網路、因為國際化，在他們身上的國界界線已經越來越淡，現在的小朋友有很多機會接觸不同國家、不同世界的人所帶來好笑的甚至很機車或很白目對話笑點，所以營造一個懂得幽默的環境對小朋友是非常重要的。

最後有關如何鼓勵業者將兒少觀念融入節目當中，公視已經舉辦 5 次兒童影展，培育出了一些老師、一些小小導演，我們感受到在這過程中老師的角色非常重要，公視也非常感謝很多城鄉地區的老師

對節目的投入，給孩子很好的引導，公視會提供更多公平發聲的機會，這是媒體近用也是公視應該肩負的責任。

(九) 本會鍾委員起惠：

接下來開放給現場的來賓交流互動，歡迎大家提問。

(十) 現場來賓--台灣網路內容分級基金會胡小姐：

除了電視節目外，微電影是最近被廣泛討論的媒介，而且微電影拍完後很快地就會放到網路例如 youtube 上展現，觀看的人也非常多，我想請問四位對微電影的看法。

(十一) 公共電視孫青執行部總經理：

今年《下課花路米》節目開始拍攝兒童微記錄片，會用短篇紀錄片的方式紀錄台灣的孩子，我認為微電影是非常有效的價值擴散媒介，公視也會繼續嘗試努力。

(十二) 囡仔影音公社李導演秀美

以多元文化的角度，我非常鼓勵兒童接觸各式各樣節目形式跟內容，培養孩子尊重差異和認同土地的精神，所以我贊成微電影。我個人可能不會單純為了興趣就拍東西放在 youtube 上，但我鼓勵非專業人士利用 youtube 等網路管道表達他們的觀察。

(十三) 本會鍾委員起惠：

謝謝網路內容分級基金會的貴賓發問，隨著 3C 產品的普及，即便是沒有受過專業訓練的一般人，也可以利用影像去記錄他的生活、表達他的所知所感，像 youtube 上就有很多素人作品，其實水準越來越高。這讓我覺得我們更應該大力推動建構良好的製播環境與國家政策，重視專業影音製播者存在的必要性。

此外，我更擔心的問題是，當有這麼多的業餘者願意去展現他的影音才華的時候，網路世界是否有防護機制保障我們的兒童與青少年。這個問題非常重要，歡迎大家在第二、第三場論壇一起來關切

這個議題。

(十四) 現場來賓—國立臺灣科技大學謝進男教授：

對剛才業者看法我非常感動，首先我認為還是應該盡力爭取兒童公共頻道成立，雖然這個過程可能很長也需要很多努力。第二點，建議利用目前的公用頻道，在沒有營利壓力的考量下，利用公用頻道一天播2個小時這是可以利用的資源，不要讓公用頻道變地方政府置入行銷的管道，而應該把好節目往這裡去推動。第三點是數位化的推動，數位化若成趨勢，我們需要的是大量的內容，頻道資源反而是較充裕的，這三點提供主持人、與談人參考。

(十五) 本會鍾委員起惠：

有線電視系統平台的第三、第四頻道是公共服務的頻道，目前第三頻道是業餘者展現活力的地方，第四頻道則是有線電視經營者可以提撥出來的資源，我們在此呼籲有線電視經營者是否能考慮兒少節目播出的可能性，NCC也會努力將這樣的政策納入在日後的法規中。

(十六) 現場來賓

有些外國經典的作品在台灣播出時，我們都會提供國語配音，但是否能夠提供當地的語言同時撥出，讓小朋友從小就在多語、多元的環境中成長，或者可以有選擇聆聽外語內容的權力。此外，也許是市場利益使然，兒少節目的偶像在成名後會出現以同樣行銷手法不斷延伸複製的狀況，例如某某姊姊被大家所喜歡追捧，接下來就會出現很類似的某某妹妹、甚至弟弟，不斷延伸複製到很難想像的地步，這種單純商業利益考量的現狀是否有可能改變。

(十七) 公共電視孫青執行部總經理：

為了保障兒童媒體近用權力，在兒童節目我們會提供國語配音，並且在第二聲道保留該節目的原音，讓小朋友擁有更多選擇權利。有些外國原作在配音上是非常非常優質的，通過第二聲道閱聽人也可以接觸、感受國外原作在聲音上的努力與所帶來的感動。

對於兒童節目主持人、偶像，公共電視有非常嚴格的規範，規範的範圍還包括了節目贊助廠商等，所以我相信大家比較不會看到水果奶奶在外面做不符合公益的事情。我想這個部分還是得靠業者自律，得靠大家共同努力。

(十八) 台灣區迪士尼頻道趙總經理汝忻：

目前迪士尼頻道的所有節目都是雙語播出，大部分是英語原音、國語配音，其實從節目供應者到消費者之中有幾個關卡，例如我們需要有線業者把所有聲道都傳送出去，其次觀眾的電視機必須要有接受雙聲道的功能，以我們目前理解全台灣約百分之七十以上都有這樣的接收設備，能夠提供雙聲道的聲音選擇。

至於兒童偶像的部分，僅提供迪士尼的經驗供參考，如果是迪士尼的簽約兒童主持人或偶像，是有很多規定與限制，特別是對外形象的部分，因為我們了解兒童電視節目偶像對於兒少的影響很大。以目前國內生態環境，可能還是要靠業者自律，並且透過社會、公民團體的監督以改善現行狀況。

(十九) 本會鍾委員起惠：

謝謝兩位實務工作者的回答，雖然節目端可以提供不同語文、配音的選擇，但觀眾的接收端是否能有相對應的技術設備以搭配也是重點，我想這個問題從另外一個角度來看，是優勢與弱勢家庭機會選擇的差異，我們必須承認這是社會資源不均衡的現象，也期待能有更多資源可以關注弱勢家庭兒少發展的議題。

至於商業化及內容需求的關係，NCC 針對置入性行銷的部分業已研擬完成，對於一般性節目我們正視置入性行銷對節目資源所帶來的挹注效果，但兒童青少年與新聞節目則是不可逾越的淨土、不能做置入性行銷的，這是 NCC 的意見。商業化跟節目內容需求的議題非常重要，如何既要發展文創又要保護兒少淨土，兩者之間有很多矛盾，背後其實代表的是經濟發展和經濟均衡間的權衡。感謝大家如此深入的分

享，謝謝大家。✧